



“每事问”频道

挖掘新闻背后的新闻



—— 头条新闻 ——
更亲 更近 更懂你

扫描二维码下载头条新闻, 看“每事问”频道更多精彩内容。



□调查记者 丁燕

入行十年, 不长不长。

心有所持, 坚定前行!

我的新闻热线 15636058809

宠物行业已形成全产业链

“它经济”新消费业态崛起的背后逻辑

□文/摄 本报记者 丁燕

“年纪轻轻、猫狗双全”, 似乎已经成为很多年轻人定义人生赢家的一大标准。眼下, 愿意为爱宠买单的人越来越多, “它经济”不断增长。今年初发布的《2020年中国宠物行业白皮书》(消费报告)显示: 2020年中国宠物消费市场规模达到2065亿元。

在哈尔滨, “它经济”发展呈现哪些新特点? 如何做好“宠物+”概念?

自动猫厕1800元 心甘情愿为爱宠买单

“狗粮、零食、维生素片、微量元素片、钙片、卵磷脂、骨骼宝、零乳糖的奶、羊奶粉等等是养狗的必备花销。”3月4日, 养狗六年的哈尔滨市民齐慧向记者介绍爱犬“旺仔”的花销, “还有狗狗的衣服和鞋子, 一年四季, 胸背和牵引绳也会换, 看到舒服的狗窝也忍不住买下来。”

别人“双十一”、年货节都是给自己买心仪的物品, 齐慧则是心甘情愿为爱宠买单。去年一年, 她的支付宝宠物账单将近5500元。其中, 狗粮花费占了近一半。在她眼里, 宠物就像自己的孩子。因此, 每逢节假日都会预定美食, 让“旺仔”有过节的仪式感。

哈尔滨市道里区新阳路一家宠物店的工作人员告诉记者, 宠物生日蛋糕、宠物粽子、宠物月饼、宠物年夜饭, 近年来特别受“铲屎官”青睐。

“现在宠物的食品、用品越来越多, 每年都在不断升级。”养猫两年多的市民王晓楠向记者介绍, 以前宠物店和一些大型商场只卖狗狗食用的钙片, 现在有了猫钙片、猫卵磷脂。

为了让猫咪生活得更舒适, 王晓楠在家配备多个宠物小家电, 仅一个自动猫厕就花了近1800元。为了让猫咪喝上“活水”, 不久前她还专门买了一台可自动循环的宠物饮水机。

随着养宠人群购买能力的增强, 哈尔滨市内一些大型商场专门开辟了宠物用品专区。

日前, 记者在利民开发区一大型超市内看到, 近七八米长的货架上分门别类地摆放着宠物食品和用品, 远远看去让人眼花缭乱。



“宠咖”内宠物减压



宠物食品



体验式撸宠

“宠咖”内撸宠消愁减压 体验店成宠物消费新业态

3月4日, 冰城迎来一场春雪。在道里区东风街咖啡狗咖主题咖啡店内, 10岁小学生王宁换上鞋套, 洗手消毒后开始在体验区和宠物互动。猫咪懒洋洋地躺在太空舱上, 王宁满脸宠溺地看着猫, 来回抚摸它光滑的毛发。

“宠物咖啡馆最初在日本较为火爆, 后来传入我国南方城市。”“90后”店主崔怀鹏告诉记者, 如今“宠咖”内体验式撸宠, 成为人们宣泄压力的一个出口, 吸引了不同年龄段的客户群体。

记者走访发现, 随着人们对

宠物的需求不断扩大, 宠物体验馆作为宠物消费新业态已蓬勃发展起来, 成为一些年轻人创业的新选择。日前, 记者登录美团APP, 搜索“猫咖”, 哈尔滨市有30多家“宠物咖”, 还有两家即将开业。

在松北区学海路附近, 一商家更是将宠物体验馆玩出新花样, 将撸猫+简餐+书店结合在一起, 吸引不少学生客流前来打卡。安哥拉巨兔、柯尔鸭等小众萌宠, 也成为一些宠物体验馆的“镇店之宝”。

给“狗宝宝”报班学规矩 宠物服务越来越细化

“旺仔”刚到家时, 齐慧并没有养狗经验。为了让狗狗听懂简单的指令、养成良好的生活习惯, 她花了4500元把“旺仔”送到培训学校。

在哈尔滨, 像齐慧这样愿意为爱宠“教育”消费的人并不在少数。“宠物培训按照科目不同, 价格在3000元至4000余元不等。”3月13日, 哈尔滨市一家宠物培训基地的负责人齐雪峰告诉记者, 该培训基地每年有40至60只犬学成出校, 目前尚有3只犬正在接受培训。

除了宠物培训, 宠物体检也在冰城渐渐走俏。3月10日, 哈尔滨市李女士带着8岁的泰迪犬“锅底”, 来到松北区宏源街康德动物医院, 要为狗狗做一次全身体检。经过宠物医生李德宁检查, 狗狗得了轻微胰腺炎, 需要入院治疗六天。

从业11年的宠物医生李德宁告诉记者, 近年来宠物主人越来越重视“毛孩子”的健康, 来体检的宠物每年都在以10%左右的速度递增。记者在美团APP上看到, 哈尔滨市宠物体检价格, 从1元至七八百元不等。同时, 多家宠物医院还提供上门服务。

“宠物洗澡、理发、驱虫等服务, 是宠物行业的基础服务。现在围绕宠物的生老病死, 已经衍生出庞大的产业链, 这两年哈尔滨宠物服务也更加细化了。宠物托运、宠物外卖等服务内容, 都在快速发展。”一位业内人士告诉记者。

宠物角色定位转变 宠物经济咋发展

今年初发布的《2020年中国宠物行业白皮书》(消费报告)显示: 2020年中国宠物消费市场规模达到2065亿。从宠物消费结构来看, 宠物消费食品是最大的养宠支出, 宠物诊疗、宠物用品的增速最快。“80后”、“90后”是养宠主力军, “90后”人群养宠发展潜力大。

“与过去看家护院的定位不同, 现在更多人把宠物当成家庭成员。因此, 宠物角色定位的转变使得人们舍得为宠物一掷千金。”我省经济学专家宋魁认为, 目前围绕宠物的发展已经形成了一个全产业链。随着人们对宠物服务要求的多样化, 宠物行业也将是未来几年蓬勃发展的“风口”。

他表示, 发展宠物经济, 商家一方面要推出专业化、便利化的服务, 在专业化差异化上下功夫。另一方面, 还要持续优化消费者在宠物消费过程中的体验, 帮助消费者解决宠物消费中存在的痛点问题, 才能获得核心竞争力。

他建议, 在疫情防控常态化的大趋势下, 政府部门应该对宠物行业的卫生防疫加强监管, 促进行业健康、规范发展。

□文/摄 本报记者 丁燕

不久前, “女婴使用消字号激素面霜变大头娃娃”的新闻让母婴店乱象话题再次进入人们视野, 压抑在无数初为人父母的新手爸妈心头。哈尔滨母婴店的情况怎么样? 记者连续多日进行了调查走访。

问题一: 超范围经营

连日来, 记者走访了南岗区、道里区、道外区、松北区和利民开发区十余家母婴店, 发现问题还真不少。

根据市民刘琳琳的反映, 记者2月20日来到位于松北区世博路的“贝贝拉姆孕婴童”和世祥路“爱亲母婴专卖店”, 发现两家店内不仅有母婴产品, 还推出了小儿推拿、产后修复、家政月嫂等服务业务。

记者了解到, 推出“母婴+附加服务项目”的母婴店并不在少数。“单纯卖母婴产品客流有限。在电商的冲击下, 通过‘母婴+’的形式扩大服务范围, 成为不少店铺的选择。”一名从事母婴行业十余年的业内人士告诉记者。

“母婴+”是想加就能加的吗? 有从业资格吗? 有审批手续吗?

问题二: 从业者素质差距大

哈尔滨一知名母婴店负责人告诉记者, 截至2020年中旬, 哈尔滨市共有400余家母婴店。由于母婴店门槛较低, 导致行业鱼龙混杂, 从业人员素质差距大, “很多小店的从业人员未经专业培训就匆匆上岗, 规范性、专业性不足。”

3月1日, 记者在某网站看到多条母婴店招聘销售员的信息, 个别写着学历要求为中专或高中, 而大部分毫无要

求。记者在多家母婴店咨询含盐的婴儿产品, 绝大多数导购员都在竭力推销, “在利益的驱动下, 部分导购员利用信息不对称向顾客推荐提成高、返利高的产品。”冰城某高校教师、二胎妈妈李波有多次在母婴店买产品的经历, 她建议: “应提高母婴店从业人员门槛, 像一些药店工作人员一样持证上岗。”



高盐调味品, 婴儿能吃?

问题三: 婴儿食品高盐问题突出

在很多宝妈看来, 母婴店销售的婴幼儿食品肯定是为宝宝“量身定制”的, 但记者走访发现, 部分冰城母婴店出售高盐食品, 与婴幼儿喂养科学相悖。

在太古街上一孕婴童生活馆, 一款售价60多元的进口调味汁, 产品信息上的营养成分表显示: 钠的营养素参考值达到315%, 每100毫升含盐量高达6219毫克之多。记者询问: “这款酱油, 10个月大的宝宝能吃吗?”导购员十分肯定地回答: “可以啊。”但拿不出相关行业标准及规定。

根据中国居民膳食指南(7~24月龄婴幼儿喂养指南)倡议: 婴幼儿辅食应保持原味, 不加盐、糖以及刺激性调味品, 保持淡口味。淡口味食物有利于提高婴幼儿对不同天然食物口味的接受度, 减少偏食挑食的风险。

记者采访了哈市多所医院的儿科医生, 他们均表示: 不满周岁宝宝的饮食, 不应该添加盐或任何形式的盐, 海盐、儿童酱油也不要加。理由是“婴儿期的宝宝, 如果过早吃盐, 钠离子摄入过多的话, 将增加今后高血压和心血管疾病的风险, 同时还对宝宝没有发育成熟的肾脏造成负担。”

采访中, 多家母婴店均存在导购员对BB拌拌酱等商品解释不详、给不出明确答案, 但都坚称“没问题”。

专业人士建言: 经营范围需明确 从业人员有必要持证上岗

对此, 我省社会学家曲文勇表示, 一些不法商家趁虚而入, 部分不合格产品流入市场, 对婴幼儿的影响可能是致命的。他认为, 规范母婴市场要打好“组合拳”。要从行业自律、行业间的相互监管, 以及政府出台的相关管理政策同时入手, 才会保证市场健康的发展。可以做预先控制, 行业组织做过程控制, 结果控制由政府出手进行制裁等。”

曲文勇表示, 除了政府监管以外, 母婴市场需要通过行业组织, 利用举报检查等方式把不合格产品驱逐市场, 让不良商家受到应有的惩罚。

北京市东元(哈尔滨)律师事务所律师孟梦提出, 促进母婴店健康发展, 要出台相应法律条文, 明确母婴店的经营范围。母婴实体店各类服务应该有相关部门颁发的执照, 防止不良商家“钻空子”。有无证照经营者, 发现一起、查处一起, 绝不姑息。

针对从业人员素质参差不齐的现象, 孟梦建议, 母婴行业从业人员持证上岗很有必要, 还需建立行业“黑名单”制度。

母婴市场有点儿乱

门槛低 鱼龙混杂

顾客在挑选商品