

2025年

[lifestyle]



它经济

PET LIFESTYLE

{生活方式}



综述

LIFESTYLE INSIGHT



萌宠成为当下独居青年的精神寄托

01

“它经济” 生活方式洞察

解读：“它经济”指的是围绕宠物用品和宠物服务所发生的经济文化活动。

据业内统计，今年中国的宠物数量首次超过4岁以下婴幼儿数量。预测到2030年，中国的宠物数量将超过7000万只，而四岁以下婴幼儿数量将减少到4000万以下，宠物数量接近婴幼儿数量的两倍。近年来，中国宠物行业呈现出蓬勃发展的态势，成为消费市场中的重要增长引擎。随着居民生活水平的提升和情感寄托需求的增加，宠物已经不再是简单的生活附属品，而是越来越多家庭不可或缺的成员，更是年轻人群的“潮流标配”。

本篇报告聚焦宠物的生活场景，通过洞察宠物普适性的起居需求、人宠间的多元互动形式，深度剖析当下宠物经济消费升级的市场潜在机遇，为相关泛时尚领域内市场营销、品牌建设、产品开发提供新的灵感方向。



@MAOJIAYING



02 市场研究数据分析

LIFESTYLE INSIGHT

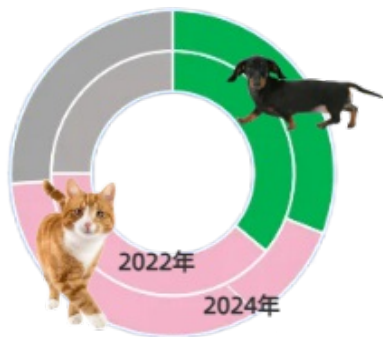


——年轻Z世代正成为养宠主力军

我国宠物数量进入稳定增长阶段，猫及小型犬带动市场增长

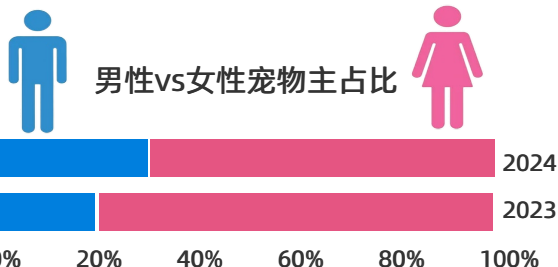
随着宠物市场的不断发展，我国宠物数量在前期经历了快速增长后，逐渐进入了相对稳定的增长阶段，2024年犬猫数量预计达到1.87亿只，同比增长1%；2024年我国宠物饲养类型中，犬猫占比74%，持续主导消费市场，近五年猫数量增长率始终高于犬。

2024年我国养宠结构

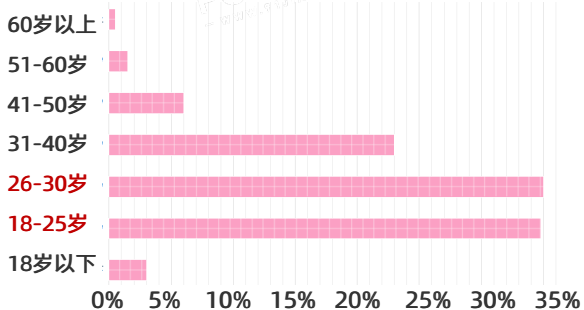


猫 内圈：2022年
犬 外圈：2024年
其他

数据来源：Euromonitor International, 亚宠研究院养宠生活方式调查



2024年中国城市宠物主年龄分布



二线城市以上城市女性群体为主，青年主导宠物市场主流趋势

养宠人群以二线及以上城市女性为主，男性宠物主占比由2023年20%升至2024年30%，占比逐步增加。其中，18-30岁的年轻宠物主占比超六成，年轻的Z世代正成为养宠主力军，他们热爱分享、善于传播，养宠物比养自己更用心，品牌可更多去关注到宠物用品的社交属性、精致化、多元化的融合。

- 3.8亿+ 次浏览量 小红书#宠物友好
- 1.8亿+ 次浏览量 小红书#宠物衣服
- 6172W+ 次浏览量 小红书#宠物出行
- 1635W+ 次浏览量 小红书#宠物家居
- 74W+ 件商品 小红书#宠物用品
- 54W+ 篇笔记 小红书#宠物时尚



#宠物相关热门话题

社媒平台相关互动内容 ON



麻麻酱~瓦达西宠生第一次玩雪呀
宠物善 134



开门呀！圣诞萌宠来派送礼物啦
宠物善 620



宠物爱我的瞬间TA是生活温暖的安慰
宠物善 1069



和毛孩子一起释放自己的天性
宠物善 1082

数据来源：小红书，数据时间：截止2024年12月20日



03 场景一：它生活 宠物生活质量逐步提升

LIFESTYLE INSIGHT

随着人宠共居的生活模式，正影响着年轻一代的家居消费偏好，宠物美学不断渗透至家居装饰领域，与宠物相关的产品人性化、高端化、功能性趋势将持续增长，越来越多的设计师和品牌开始关注这一市场，推出既美观又实用的宠物家居用品。

消费需求变化：宠物居家用品的审美度提升；智能化产品、个性化服务模式的结合



宠物居家设计美学

宠物美学正成为青年居家生活的常态，大多数消费者会购买与家居风格相匹配的宠物用品，如产品的创意趣味性、温暖视觉、可爱元素的运用，打造人宠共居的氛围角落。



宠物饮食健康-科学养宠

智能化宠物产品的出现，如智能宠物喂食器、饮水机等，通过先进的技术手段提升了宠物的生活品质，也为宠物主人们带来了更加便捷、舒适的养宠体验。



宠物美容服务-人化养宠

随着消费者对宠物个性化的需求日益增加，宠物逐渐拟人化，主人会像打扮自己一样的装扮宠物，宠物SPA、宠物造型定制等多元化的美容护理服务应运而生。



04 场景二：它时尚

养宠已成为青年潮流标配

LIFESTYLE INSIGHT

消费特征：倾向于选择彰显个性和时尚态度，设计独特的宠物用品

当下养宠已经成为年轻人的潮流标配，越来越多宠物主喜欢为自己的爱宠穿衣打扮。在他们看来，这不仅是一种对时尚态度的个性化表达，也是对宠物爱的关怀及社会地位的象征。



人宠时尚服饰/艺术摄影

人宠时尚，即宠物与主人的时尚搭配，这种宠物生活方式趋势不仅体现在服饰上，还扩展到了艺术摄影等多个领域，如结合宠物的视觉大片及品牌宣传活动。



宠物时装周/它博会/亚宠展

当下更加细分、专业化的宠物社交活动场域兴起，快速点燃年轻宠物主的热情，品牌可通过入驻宠物时装周、它博会、亚宠展等平台，快速建立目标社群，达到精准传播。



品牌联名、限定款/宠物系列

奢侈品牌将经典元素引入宠物市场，扩展宠物生活方式系列产品线，为消费者带来全新体验。品牌可关注宠物垂直领域的IP联名、相关产品开发思路。



05 场景三：它户外 是宠物,也是出行搭子

LIFESTYLE INSIGHT

消费特征：关注宠物户外用品的轻量化、便捷性及社交、娱乐性质的宠物友好空间

宠物户外生活方式正在快速发展，宠物不仅是宠物，也成为了户外出行的伙伴。宠物户外用品的精致化、专业化，宠物主社群活动以及宠物友好场所的增加，都是这一消费市场受到追捧的主要表现。



宠物户外装备：利用人类户外装备中的高性能材料和配件，为宠物提供更加轻量、便捷的出行体验，例如防水折叠餐碗、安全带牵引绳、轻量救援背包等，宠物也可以更加安全的参与到人类的徒步、旅行计划之中。



宠物户外露营/主题社群活动

户外集体活动兴起：宠物露营派对，宠物户外竞赛、线下聚会等活动不仅提供了宠物与宠物之间的社交机会，也达成了宠物对自然探索的向往与社会化训练的目的。



城市中的“宠物友好”空间：青年群体希望宠物参与咖啡店、民宿酒店、餐厅、展览、购物中心、citywalk等日常生活场景中，这些场域不仅具备娱乐社交属性，同时能够为宠物提供相对的便利性。



06 它经济-潜力需求

LIFESTYLE INSIGHT



101 PET集合空间，意为“以101%的热忱去拥抱宠物生活方式”



宠物来图定制



@彩虹星球宠物生命纪念馆

随着养宠趋势的新发展和都市宠物的消费模式升级，宠物生活需求延伸至情感关注，宠物逐渐成为家庭中的情感陪伴角色。宠物的重要时刻同样需要主人的关注和参与，将“养宠拟人化”的方式运用到宠物产品的打造中，通过社群的凝聚力，带动宠物相关产品、及社交经济的快速转化。

概念机会

人宠共融的生活艺术空间

宠物+社群营销

商品机会：

人宠共居：多功能（模块化）家具设计，既能满足宠物活动需求、又方便人类收纳、空间利用需求。

人宠时尚：人宠同款服饰/首饰配饰/高颜值宠物包/宠物推车

宠物社群：线下俱乐部（细分宠物主题聚会/集市摊位/户外运动）

宠物仪式感：宠物生日写真/宠物节日服饰（圣诞、新年）
个性化定制（宠物头像抱枕/毛毯/挂钟/水杯/摆件）
宠物告别式（纪念工艺品、艺术纪念碑）



Catvas可持续猫抓板



07 要点总结

LIFESTYLE INSIGHT

上方总结页
为本篇报
告重点内容
提炼。

"它生活"

宠物居家美学/科学化/拟人化

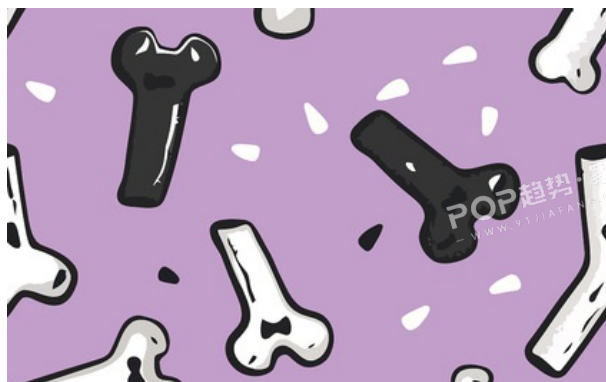
消费需求：
宠物居家用品审美度提升
智能化喂养/个性化美容服务

下方为开发
延伸推荐。

开发延伸推荐



宠物用品款式参考入口 [🔗](#)



宠物图案素材参考入口 [🔗](#)

"它时尚"

人宠时尚/宠物系列

消费需求：
彰显宠物主的个性和时尚态度
独特的产品视觉、定制化需求

"它户外"

宠物户外/宠物友好空间

消费需求：
携宠户外轻量化/便捷性
倾向社交、娱乐属性场所



2025春夏生活方式趋势预测--萌宠避暑 [🔗](#)

