

### 从卖一台智能猫砂盆，到监测猫咪的每一天健康数据

# 张晓林：把『铲屎』做成营收突破亿元的大生意

对每一位“铲屎官”而言，清理猫砂是每天不可避免的琐事之一。你能想象有人将一只猫的“如厕小事”，做成了覆盖全球 119 个国家和地区、服务近百万猫咪、营收突破亿元的大生意吗？听起来有些疯狂，但对张晓林来说，这恰恰是他花了 20 余年，一步步验证、推倒、重建，最终走通的路。从卖一台智能猫砂盆，到监测猫咪每一天的健康数据，张晓林认为：好的宠物智能产品，不只是为照护提供便利，更是为了让陪伴更长久。（本版图片由受访者提供）

◆记者 钱依馨



■张晓林(左一)在工厂督导智能猫砂盆的生产工艺与品控细节



■张晓林在办公室里和猫咪亲密互动

### 国内首个智能猫砂盆代理商

感应到猫咪如厕完毕、起身离开后，一个形似“太空舱”的智能设备悄然启动。舱体缓缓转动，猫砂翻起裹住粪便，最终落入集便仓。短短两分钟，便可完成自清、除臭、收纳，全程无需人工干预——这便是圈粉无数养宠人的智能猫砂盆。小小的智能设备，彻底解放了“铲屎官”的双手。

张晓林踏入宠物智能赛道，比绝大多数人都早。2004 年，华东理工大学国际贸易专业毕业的他，凭借流利的英语入职了一家做智能猫砂盆的外企。

入职 10 年，他勇担重任搭建中国区工厂，从零部件采购、模具生产管理，到组装线搭建、工人招聘，一手撑起工厂全流程运转，从一名职场新人成长为中国区高管。“那段时间，我每天讲的英文比中文都多。”张晓林直言。10 年深耕让他吃透了宠物智能产品的供应链逻辑与行业规则。

2013 年，事业稳定的他重返母校攻读 MBA。在一次课堂上，老师让大家做实战案例分析。当时的张晓林只有一份与宠物相关的工作经历，于是，他开始深入研究中国宠物市场。“那时中国宠物行业还处于萌芽阶段，人们还习惯给狗狗喂剩菜，宠物智能用品几乎没人听说。但无论是从城镇化发展速度，还是人口规模来看，中国宠物市场都拥有不可估量的潜力。”这一年，张晓林冒出了一个想法：为什么不找老东家谈一谈，将产品引入国内市场呢？

瞄准风口后，他果断对接原任职的外企，顺利拿下品牌中国区代理权，将定价 4520 元的智能猫砂盆引入国内，主要服务别墅、大平层等高净值人群，三年便实现年销千万。“非常幸运，我是国内最早卖智能猫砂盆的人，当时这个品类还处于起步阶段。”张晓林回忆道。

然而顺境之下，他却看到了未来难以畅销的根本问题：“当时中国市场上普通猫砂盆只要二三十元，而我代理的产品要卖 4520 元。更何况这款产

品是为独栋房屋设计，需要上下水接口，而中国城市家庭多是几十平方米的公寓，安装空间较小。”张晓林意识到，中国市场或许需要的不是简单引进产品，而是基于本土使用场景进行重新设计。

这时，在市场中摸爬滚打多年的张晓林有了不少关于产品的新想法，在向所代理的品牌提出这些想法没能得到落实后，他有了自研智能猫砂盆的念头。

### 用两年把国货打磨到极致

2017 年，张晓林放弃安稳且盈利可观的总代身份，联合上 MBA 时认识的两位同学，筹资 500 万元，在浦东张江创办了上海联宠智能科技有限公司（以下简称“联宠智能”），立志要做中国人自己的智能猫砂盆。

“我是带着十几年行业经验出来的，以为自己懂产品、懂供应链、懂市场，创业应该水到渠成，结果现实狠狠给了我一巴掌。”2017 至 2019 年，是联宠智能最黑暗的两年，也是张晓林创业生涯中最煎熬的时期。

公司刚成立便撞上资本寒冬，资本市场整体收紧，小众的宠物智能赛道几乎无人看好。当张晓林带着耗时半年、耗资近 400 万元打造的第一版产品方案去见投资人时，得到的反馈都是结构笨重、成本过高。第一次融资以失败告终，方案直接被推翻。他没有气馁，迅速复盘迭代，做了大量减法，调整了结构设计，压缩了零部件数量，满怀信心地再次走上融资路。但等待他的依然是冷遇——没有投资人愿意为这个“前途未卜”的项目买单。

短短两年，500 万元的启动资金迅速消耗殆尽，公司走到了生死边缘。摆在张晓林面前的路只有两条：要么把现有的产品方案卖掉，分钱散伙，放弃创业梦想；要么咬牙扛下去，孤注一掷，再搏最后一次。

张晓林选择了后者。“我不害怕失败，对创业者来说失败才是常态，要么得到，要么学到，都没有什么可遗憾的。”面对困境，张晓林始终保持着乐

观的态度。他凭借多年积累的供应链信任，给出“盈利后付清尾款，亏损由我承担”的承诺，换来原材料供应商支持。与此同时，他带着团队死磕成本，最终把模具费用压到 300 万元以内，大大降低了生产成本，也逐步建立起对产品和供应链的掌控能力。

历经两年打磨、无数次推倒重来，2019 年，联宠智能首款 AI 语音智能猫砂盆问世。

这款产品精准回应了国内用户的真实痛点：能精准区分多只猫的如厕数据，价格却仅为国外同类产品的三分之一；插电即用，无需上下水，适配中国城市家庭的环境。

“要让养宠人买单，还得让他们安心。”张晓林说。针对用户最关注的安全问题，产品底部配有高精度、高灵敏的重力传感器，最小可识别 1.5 公斤重量。设备运行中一旦感应到猫咪靠近、进入舱体，会立即停止，待猫咪离开后再继续完成程序。

此外，团队还从“内蒙古人烧的牛粪不臭是因为被风干了”的生活观察中获得灵感，首创搭载新风系统的智能猫砂盆，从源头解决了清洁与异味难题，既让养宠人更舒适，也弱化了养猫对周围人的影响，促进人宠和谐共处。

产品一经上线便迅速走红，短短 4 个月，团队回款就突破 1000 万元，不仅还清了所有欠款，更在激烈的市场中站稳了脚跟。

### 让人宠相伴不留遗憾

张晓林常跟团队强调：“我们是一家 To Pet To People 的公司，对宠物友好，才是真正对养宠人友好。”

他坦言，入行的前十几年里一直专注于生产制造，对猫咪并没有太多了解，后来在做总代理时，通过赞助名猫比赛、与资深繁育商家交流，才逐渐走进猫的世界，慢慢懂猫。他也是一名“资深铲屎官”，其中有 3 只养在张江的办公室里，公司会议室更是以它们的名字命名——吾皇厅、旺仔厅、富贵厅。这些陪伴团队的猫咪，也成为新品上市前的第一批体验官。

转折出现在一封来自海外用户的感谢邮件：一位养了 18 只猫的泰国用户通过联宠智能猫砂盆的 App，发现一只名叫“饺子”的猫咪出现了异常行为——如厕次数突然增多，体重骤降。用户带着猫咪去医院检查，最终确诊了早期肾病，因为发现及时保住了性命。

“饺子”的故事让张晓林开始思考：智能猫砂盆不该只停留在解决“铲屎问题”，还可以通过猫咪各项数据的持续采集与算法分析，实现对肾病、肥胖等健康隐患的早期预警。

2021 年融资完成后，张晓林引入兽医顾问团队，与宠物医院合作积累病例数据，甚至给每款产品都加上了体重秤、行为传感器等配置。通过称重传感器与时间算法，先进行多猫识别，随后根据停留时长、排便是否异常等进行排便行为分析，最终通过 App 向用户推送绿、黄、红三色健康预警——绿色正常、黄色留意、红色紧急就医。

目前，这套健康系统已累计记录猫咪如厕行为超过 10 亿次，完成健康分析超过 7 亿次，服务宠物数量超过 100 万只。

在公司的用户反馈群中，不少“铲屎官”分享过类似的“救命时刻”：有猫咪因为如厕数据异常被及时发现误食异物引发肠梗阻，也有出差的主人通过 App 远程发现猫咪应激反应。“这就是我们做这件事的意义，”张晓林说，“猫不会说话，但它们的每一次如厕、每一次体重变化，都在传递健康信号。”

截至目前，联宠智能的设备累计销量已超 50 万台，App 下载量近百万，产品远销全球 119 个国家和地区，逐步成为国内智能猫砂盆赛道的代表品牌之一。2025 年，公司营收更是突破亿元。

作为在张江起步的创业者，张晓林对上海有着特别的感情。“在上海创业，最大的感受就是‘自在’。”这种自在，不是没有压力，而是来自完善的产业配套与专业的创业环境带来的从容——需要人才，这里有高校和研究院；需要供应链，长三角的制造业基础足够扎实；需要出海，上海的国际化程度和港口便利是天然优势。更重要的是，上海对创业者的尊重和边界感，“你不用把时间花在无效社交上，谈工作就是谈工作，让专业的人做专业的事”。

张晓林有时候会想，猫咪用短暂的一生治愈主人的孤独与疲惫，却无法诉说自身的病痛。如今，他最在意的不是卖掉多少台机器，而是——借科技之手，捕捉那些藏在排泄物里的健康信号，把冰冷的机器化作带有温度的纽带，让人宠之间所有温柔的相伴，皆无遗憾。



■联宠智能猫砂盆