

新消费 申活力

超模猫狗登上时尚T台

高颜值宠物用品让谁的钱包捂不住了?

本报记者 张钰芸

灯光璀璨的T台上,模特鱼贯而出,但主角不是俊男靓女,而是他们手里牵着的“汪星人”“喵星人”,还有“卡皮巴拉”“大鹅”等异宠。这些萌宠身着最新发布时髦新衣,或一脸傲娇地卡点走步,或憨态可掬地东张西望。闪耀舞台的背后,是宠物时尚经济的大有可为。

今天至3月30日,第四届上海宠物时装周在上海国际时尚中心举行,将带来15场宠物时尚发布秀、13场宠物快闪活动以及5场宠物运动赛事,同台“亮相”的国内外宠物时尚品牌将超过100个。首次引入的“即买即秀”模式,则让T台到直播间的链路更短,助力宠物时尚经济成为消费增长新热点。

■ 第四届上海宠物时装周今起在上海国际时尚中心举行
本版图片 本报记者 陈梦泽 摄

玩具 服饰 保健
养宠消费升级

“我家有两只猫一只狗,这次把泰迪带去参加了海选,拿到了一个品牌方的offer。”“我们家的金吉拉是第二次参加上海宠物时装周的走秀了,平时我也很喜欢给她换行头。”……上海宠物时装周开幕前,不少猫猫狗狗和主人们专程赶来“海选”,只有从近2000只宠物中脱颖而出,才能获得一张上海宠物时装周秀场的“入场券”。

人类越爱宠物,越将自己的审美投射到它们身上。上海宠物时装周联合中国专业时尚资讯平台POP-FASHION共同发布的《2025年宠物时尚趋势白皮书》显示,“养儿式”养宠之下,宠物主消费能力升级,尽管宠物食品和医疗占到的市场规模较大,但以服饰为代表的宠物用品,未来具有很高的爆发力。

白皮书指出,2018—2023年,宠物用品年复合增长率达到13.6%,中国市场2025年宠物用品市场规模预计达到484亿元。“玩具、服饰、保健等产品,是养宠消费升级中的典型品类。其快速增长的背后,是宠物消费需求精细化发展,宠物行业向人的消费习惯靠拢的大趋势。”

调查显示,25—34岁人群是我国养宠主力人群,占比达到61.7%。他们的消费决策以情感驱动为主,愿意为提高宠物生活品质、带来情感慰藉的产品付费,而具有设计感的个性化宠物用品不仅让猫猫狗狗更加时尚,也是年轻宠物主的潮流标配。

宠物出行场景、宠物居家娱乐场景、宠物社交场景……上海国际时尚中心园区管理有限公司总经理张欣说,宠物时尚已经不再仅仅停留在服装阶段,现在还衍生出宠物项圈、鞋子、配饰、背包乃至各类智能穿戴产品。“与人类的时尚发展一样,宠物时尚的产业发展正在逐渐形成完整的生态链,我们就是看准了这个产业发展时机,为参与品牌搭建权威、专业的交流、交易、服务、销售平台,助推宠物时尚产业发展。”

环保 国潮 户外
消费“即买即秀”

蓬松裙摆、精致绣花,当洛可可风格的服装穿在狗狗身上,是你喜欢的优雅与格调吗?作为本届上海宠物时装周的开幕秀,今天上午,以“奢境 漫野”为主题的Petstar 2025春夏轻奢大赏在上海国际时尚中心登场,T台上的宠物时装华贵华美。

“Petstar已经是第四次参加上海宠物时装周了,去年我们让狗狗穿上了马面裙来走秀,将国潮风带入宠物界。今年则将开启三场不同主题的新品发布秀,希望通过沉浸式

的人宠时尚大秀,展现人宠生活方式的多种可能性。”

天元宠物副总裁、Petstar品牌主理人虞晓春告诉记者,除了这场开幕秀,Petstar还将携手京东宠物,联合呈现一场户外秀,演绎适合狗狗在水岸山间穿着的户外潮服,共同构建虚实交融的“即买即秀”式消费体验。第三场压轴秀则主打国风,将盘扣等中式元素应用于宠物服装中,将东方美学进行到底。

创立仅三年的ZORRIKA也是上海宠物时装周的老朋友。作为一个可持续宠物生活方式品牌,它致力于将时尚美学与环保材料相结合,受到了很多年轻宠物主的喜爱。“我们在上海宠物时装周上发布过全球首款碳中和认证宠物服饰,3D虚拟制版、创新材料和区块链碳足迹追溯,让宠物服装的全生命周期实现减碳。”品牌创始人Zorika说,在本次宠物时装周上,将发布环保宠物衬衫,“选用通过OEKO-TEX® STANDARD 100的原材料来制作,让宠物也能成为环保风潮的先行者”。

宠物经济崛起,也吸引老字号勇闯“蓝海”。上海制皂集团旗下经典品牌“海鸥”正在开拓宠物洗护的新赛道,将在本次时装周上首发海鸥宠物洗护用品,同时招募宠物代言。相关负责人表示:“我们将除螨抑菌净味的经验应用于宠物洗护,既是对硫磺皂传统功能的现代化延伸,也是对‘人宠共享,和谐共生’理念的诠释。”

此外,在本届宠物时装周上,还有美国宠物户外服饰品牌RIFRUF发布Caesar系列宠物鞋、Apollo户外鞋、Stormhunter冲锋衣等新品,记者了解到,其官方售价区间在500元-700元之间。Moovi电动滑板车则将在宠物时装周上打造“宠物出行运动会”,让宠物主们体验带着小动物穿梭在城市之间,享受绿色出行的感觉。还有智能铲屎机、自动牵引绳、定制宠窝等新一代宠物时尚产品,让“毛孩家长”眼前一亮。

直播 体验 转化
交流创新平台

上海宠物时尚周不仅是一场宠物与时尚



的跨界聚会,更是一个宠物产业交流与创新的平台。

“2023年10月,首届上海宠物时装周亮相,把宠物时尚的概念推到了大众面前。到了今年举办的第四届,参与品牌数量超过百家,活动形式更加丰富,不断拓展异业合作的空间。”张欣说,本届宠物时装周较以往最大的区别来自于宠物消费场景的打造,越来越多的年轻宠物主希望在消费过程中得到不一样的体验感,在“买单”那一瞬间得到超越商品本身的价值体验。

因此,本届宠物时装周搭建了多种宠物消费场景:以宠物走秀为场景的15场“即买即秀”宠物时装发布、以宠物运动为场景的“上海宠物锦标赛-追光萌宠跑”、以宠物市集为场景的“新爱的小尾巴”、以宠物艺术展为场景的“ANFFF 和合共生公益艺术展”和“HappyPawPaw 宠物摄影展”等。

“我们和上海宠物时装周不是第一次合作了,未来会结合京东自己的IP,像是‘新爱的小尾巴’,把更多的活动带到线下来,在线下打造一个宠物主展示和互动的场景。”京东宠物营销团队负责人罗女士告诉记者。

在上海宠物时装周上,还有不少国内外年轻品牌在此共同成长。“宠物经济的概念在国内很新,很多品牌是从独立设计师开始,逐步孵化出工作室乃至商业品牌,他们都是从参加上海宠物时装周开始试水市场。”张欣说,在本届宠物时装周上,就有两场由在读大学生担纲设计师带来的时尚秀。

作为上海宠物时装周的举办地,杨浦区正在打造“玩转杨树浦”消费品牌,大力发展直播经济、次元经济、宠物经济等细分赛道。日前,杨浦区商务委联合五角场街道、杨浦科创集团打造的“玩转杨树浦”城市共享直播间亮相五角场广场,并将在本周末串联上海国际时尚中心的上海宠物时装周活动,通过两地达人互动,形成“场景体验-内容传播-消费转化”的良性循环。该创新商业空间集直播互动、沉浸体验、品牌展示、场景互享等功能于一体,线上直播首日就吸引了5.6万余消费者观看。

新民眼

乘坐直升机,翱翔于蓝天,俯瞰广袤无垠的花海。近日,奉贤菜花节推出特色郊野低空经济旅游项目,共3个价位可选择,新颖独特的体验方式让市民游客跃跃欲试。

低空经济是以低空空域为依托,以通用航空为核心,融合了航空制造、运营服务、科技创新等多领域的综合性经济形态。过去,谈及低空经济,许多人觉得“高大上”,似乎离人们的日常生活很遥远。而奉贤菜花节引入直升机项目的创新实践,正是低空经济以多样化姿态融入现实图景的生动例证。

近来,“低空经济”已成为人们口中的高频词。千米以下的空域里,各类飞行器正以肉眼可见的速度重构城市生活。“打空中的士”“乘飞行巴士”,这些曾经只在科幻电影中出现的场景,如今正一步步走进我们的现实生活。

作为新兴消费领域,低空经济无疑拥有广阔的发展前景与巨大的市场潜力,正以“低空+”的无限可能渗透进文旅、物流、通勤等多元场景,撕开未来生活的想象边界。比如,去年底开始,上海国际赛车场结合低空经济陆续推出赛道试乘和直升机观光产品的试运营,到上赛季空中看“上海”,非赛期接待游客人次大幅增长。再如,今年2月20日,上海首条高校无人机配送航线启航,东起五角场合生汇,西至复旦东区学生公寓,架起一座空中美食桥梁,大家纷纷感叹:“低空经济竟在我身边!”

当消费场景从地面向低空延展,一片兼具科技含量与体验价值的消费市场“新蓝海”正从云端拔节生长。一方面,离不开政策的积极引导。政府相关部门正逐步放宽低空领域的管制,出台一系列扶持政策,努力为低空经济的发展扫清障碍;另一方面,技术的飞速进步为低空经济插上翅膀。无人机技术日益成熟,让物流配送更加高效、精准,智能导航、远程监控等技术的应用进一步保障了低空经济的运行安全与服务质量。

低空经济是连接智能制造与终端消费的纽带,但同时也面临着一些发展瓶颈,比如成本高昂、专业人才短缺等。为此,政府应继续加大支持力度,推动低空经济的市场化应用;高校和培训机构应加强对低空经济专业人才的培养和输出,以满足市场需求。

唯有以“低空+”的场景创新为支点,打开产业发展新空间、挖掘更多消费新业态,才能撬动更广阔的市场空间。政府与企业应携手合作,共同推动低空经济的健康发展。政府可以加强产业融合发展的政策支持和引导,规范行业标准;企业应加大研发投入,提升技术水平,创新服务模式,培育更多新的经济增长点。

低空经济不仅将成为推动经济增长的新引擎,更将改写我们的生活方式,让“天空之城”不再遥远。

低空经济开辟消费市场「新蓝海」

陈佳琳