



研究机构数据显示，美国约七成家庭饲养宠物，宠物经济规模近1500亿美元。需求推动下，约68%的非宠物专业零售店允许顾客携带宠物入内，包括一些高端百货商场。

在国内，十多年前还没有“宠物友好”这种说法，那时大家的诉求很简单，就是想有个地方遛狗。而如今，“宠物友好”的概念兴起，并进入高速发展期。

一个工作日的午后，当记者步入苏河湾万象天地这座“宠物友好”标杆商场，细节处皆是心意：商场规划了携宠专用路线，在每一部扶梯前，都醒目的地贴提示主人抱起宠物或使用背包；去年新设的宠物专用电梯避免混行摩擦；超过2/3的餐饮商户设立了外摆位，在一些商户，宠物可进入专属区域或包厢内陪伴主人用餐，有些门店还提供一次性水碗和宠物零食；餐厅对宠物的开放程度则用蓝色和黄色“爪爪”清晰地区别在商场的门店指引牌上。

更让人会心一笑的是，商场连接东里和西里的通道内，挂满了到过这里的宠物主和宝贝们的美好瞬间。每每有顾客牵着狗狗经过此地，便好似形成了一幅穿越今昔的动人画面。

上海苏河湾万象天地总经理黄靖钦在接受《新民周刊》采访时表示，这源于先天基因与后天

运营的共振：开放式的商业空间与大片城市绿地公园无缝衔接，形成了天然适合宠物撒欢的场地。

但更深层的驱动力，是洞察到当宠物成为“家人”后，养宠人的服务刚需。对于他们来说，在自己休闲娱乐的过程当中，带宠物与带孩子、老人其实性质是一样的，都是和家人一起休憩。所以宠物友好本身是人可以带着宠物一起晒太阳、吃饭、游玩，让它们真正融入自己的生活。

“宠物友好商场并不完全等同于宠物业态商场。”黄靖钦认为，当宠物成为情感依托，城市提供基础生活服务支持便是应有之义。

当问及如何平衡为养宠人士提供便利和为非养宠人群提供安全感时，苏河湾万象天地以“兼顾式友好”作答。硬件上，通过动线分离与区域划分降低非养宠

顾客的接触焦虑；软件上，制定准入与管理秩序，严格执行牵绳、持证及疫苗证明的入场规定，并依托自有的“MPC宠物俱乐部”持续宣传文明养宠理念。

在卫生与安全保障方面，苏河湾万象天地增加保洁与巡查频率，配备宠物专用清洁点与垃圾处理设施，最大限度减少宠物毛发、气味等可能引起不适的因素。

黄靖钦说：“通过这些制度与细节管理，我们希望在同一商业空间内实现不同消费群体的共存，让宠物友好不仅是一种标签，更是平衡与包容的运营实践。”

高企的运营成本，考验运营智慧。黄靖钦半开玩笑地表示：

“既然选择这条路，就愿为它调配资源，更勤奋地策划活动来支撑咯。”开业三年，超50场宠物主题活动在此上演——从“宠爱天地”1.0到2.0，再到“尾巴摇摆季”，为携宠客群创造的社

右图：苏河湾万象天地举办的“领养日”活动。  
图片由受访者提供

