

产品变质 平台售假

# 宠物食品为何频“翻车”?

两岁的宠物猫“咪咪”前几天上吐下泻,猫的主人袁先生心急如焚,他抱着“咪咪”飞奔至宠物医院,被医生告知是因食用猫粮导致结肠炎,需要定期复查并及时更换猫粮。

袁先生回忆,前不久,他新购买了一袋猫粮,打开包装后一股异味扑鼻而来,以为这是猫粮的特殊味道,便没有在意。可每次喂食,“咪咪”都十分抗拒,吃完后多次出现便血症状。

和袁先生有相似经历的宠物主人不在少数。近年来,我国宠物市场发展壮大,一些问题也随之而来。今年上半年,全国消费者协会受理宠物类投诉6617件,同比增长约89.17%,其中宠物食品安全成为消费者投诉的主要问题。

宠物食品安全问题集中在哪些方面?该如何加强治理?

来自广东东莞的梁女士最近也在为宠物猫隔三差五呕吐的情况心烦。她带着小猫去医院检查,被告知因吃错东西导致肾损伤、肌酐与SDMA异常。经查,梁女士发现原来是其重金购买的猫粮有问题。

原来,她为了小猫吃好一点,便从某电商平台进口超市花570元购买了某品牌的6类猫粮。没想到,一番好心却导致爱宠身体出了大问题。梁女士还注意到,该品牌猫粮的评论区“大翻车”,不少购买猫粮的用户吐槽,自家小猫吃过后出现各种症状,这些症状和梁女士的小猫所出现的症状差不多。

梁女士随后联系该进口超市客服,要求对方承担小猫治疗期间的费用,共计3328.8元,但客服仅同意赔付其购买猫粮的金额。

来自上海嘉定李先生也有类似遭遇。今年7月,他在某电商平台购买了一袋猫粮,小猫食用后出现了不吃

不喝、无精打采的症状。经医生检查,小猫应该是服用猫粮导致肾毒性损伤,建议立即更换猫粮。

李先生将医院化验单和相关单据发给平台客服,可对方轮流“踢皮球”,最后人工客服要求李先生提交诊断书与诊断证明,可当他提交后对方又杳无音信,至今没有赔付。

记者查询某第三方投诉平台发现,自2020年1月至2022年7月,涉及“猫粮”“狗粮”投诉累计超8000件。消费者反馈的问题主要集中在宠物食用后出现不适甚至死亡、产品变质混有异物、网购平台店铺售假等情况。

一些宠物食品在包装上也存在不少问题。

7月2日,来自浙江温州的刘先生在某电商平台花83元购入一盒猫条,打开包装后,猫条上面的标签让人哭笑不得——整盒猫条仅用塑料膜包裹,正面印有标签,生产日期是“2022年11月26日”,且没有相关食品信息,保质期一栏也为空白。

刘先生联系客服,对方回复称“生产日期印刷错误”,承诺全额退款。但对于是否属于“三无”产品,客服未作解释。

来自江苏无锡的林女士前不久在某电商平台为宠物狗挑选狗粮时发现,一宠物专营店号称售卖“自家狗品种专用粮”,14.9元就能买到5斤还送火腿肠。林女士下了单,可收到的食品让她大跌眼镜。这款狗粮的外包装仅用了编织袋,没有任何食品信息,打开后一股酸气飘出,里面还夹杂着许多白色的小虫子。

“你们家狗粮的确是高蛋白,都变质了!”林女士生气地找店家讨说法,对方回复称“价格便宜就很难保证质量了”。

记者在各电商平台搜索宠物食品

发现,大量商家的评论区屡现“翻车”评论。有消费者晒单称,其购买的冻干猫粮里有蚂蚁和吸铁石;还有消费者称食品包装袋设计有明显缺陷,沿撕口撕开竟然撕坏了密封条。

对于这些问题食品,消费者想要维权并不容易。爱狗人士陈先生对此深有体会,他说:“无论是线上还是线下购买宠物食品,遇到质量、异物等问题,客服都会让消费者从宠物自身找原因,百般推脱。”

对于这类现象,北京理工大学法学院民法研究中心主任孟强认为,根据产品质量法,该法所称产品是指经过加工、制作,用于销售的产品,宠物食品无疑也是属于产品的范围,其生产、销售等行为受到民法典、产品质量法、广告法等法律法规的调整。

出现质量问题后,消费者可进行维权,要求销售者负责更换、退货、赔偿损失,销售者拒不承认的,消费者有权提起侵权之诉,主张损害赔偿。

“至于是否因为‘宠物自身原因’而造成健康问题,则需要事实证明,消费者可以提供宠物医院的诊断书来证明宠物健康问题与食用宠物食品之间的因果关系。”孟强说。

北京外国语大学教授、北京市教育法治研究基地执行主任姚金菊建议,消费者可向当地市场监督管理部门或者农业执法机构举报,也可向法院提起侵权诉讼。采取诉讼手段时,消费者还可以考虑追究电子商务平台经营者的连带责任。

但姚金菊提醒,实践中,消费者在进行维权时,很难证明宠物食品与损害结果之间的因果关系,采取事后维权的方式效率较低。因此,应当在生产端形成严监管,从源头上杜绝相关事件的发生。

“应建立更完善的制度体系,形成

具有强制力的行业标准。目前,我国对于宠物食品的检验标准文件参考国外相关标准,同时结合国内饲料卫生标准,宠物食品的安全标准检测范围有待扩展。另外,目前对于宠物食品的国家标准均属于推荐性标准,在法律上不具有强制力。”姚金菊说。

姚金菊同时提出,应当加大处罚力度,提高企业违法成本,督促电商平台经营者履行审核等义务,“极低的犯错成本也成为宠物食品安全问题频发的重要因素。”

孟强认为,治理宠物食品乱象,需要有关部门加强对宠物食品的监管,宠物食品行业也应加强自治,制定宠物食品安全标准,提升国产宠物食品的质量、口碑和市场份额。

从消费者的角度来说,孟强建议购买宠物食品时要注意销售者(网店)是否具有相关的品牌授权或者正规的销售渠道等,同时要注意所购买的宠物食品包装是否正常、标签是否完备、生产日期有效期等是否正确,产品外观是否正常,还要注意其他消费者的评价、商家口碑,有条件的消费者可以委托有鉴定资质的机构进行质量鉴定,出现质量问题后及时固定证据、积极维权。

“最好不要轻易更换宠物食品品牌、渠道,如更换渠道则要密切观察宠物短期内精神、排泄情况是否有变化。不选临期产品,临期产品存在存储不当的安全隐患。如收货时遇临期或外包装泄漏、变质等情况要第一时间与商家进行沟通。”姚金菊说。

一名经营猫舍的负责人表示,活体动物粮应该根据个体选择,宠物的体质不一样,适合的粮也不一样,宠物主人最好根据测评和宠物的身体素质进行选择。

(法治日报)

随着国家经济不断增强,居民生活水平日益提高,各类宠物开始进入千家万户。宠物医疗机构与宠物市场规模也在快速增长。根据《2021中国宠物医疗行业白皮书(行业研究报告)》披露,全国宠物诊疗机构数量超过18000家。宠物医疗和宠物食品一样是刚性需求,并且专业性强、技术壁垒高,从市场需求和企业盈利情况来看,宠物医疗无疑是一条“热门赛道”,不过这也是一个亟需规范化服务的市场。记者查询到,截至目前在黑猫投诉平台涉及“宠物医疗”相关投诉累计超420件。宠物医疗费用不合理、过度医疗及误诊、医师资格资质等成为消费者投诉的主要问题。

行业发展迅速 投诉随之增长

随着养宠观念的变迁,宠物产业整体规模也快速扩张。《2021中国宠物医疗行业白皮书(行业研究报告)》指出,近五年,中国宠物医疗行业的市场规模随着宠物数量的不断攀升、宠物行业的市场细分、中国家庭结构的转变以及资本重仓布局等因素加速了行业发展和产业变革。宠物医疗行业作为除宠物食品外的第二大刚需市场,规模达到了600亿元,约占整个宠物产业的22%,且占比逐年提升。

随着宠物经济市场规模不断增长,宠物医院、宠物诊所等宠物医疗服务需求也日益增多,但与之伴随的质疑与投诉也不断增长。总体来看,我国的宠物医疗产业还处于比较初级的阶段,存在着定价乱象和宠物医疗技术参差不齐等问题。据公开资料显示,国内的宠物诊疗环节消费者存在的前三位“痛点”分别是:价格不透明(66.4%)、医生专业资质参差不齐(51.4%)和医生资质不透明(29.6%)。

行业乱象频发 从业人员素质参差不齐

当下,宠物医疗市场不仅存在费用不合理问题,威胁到宠物安全的过度医疗也时有发生。

不少用户在黑猫平台投诉宠物医院存在硬性消费、过度医疗等问题。有用户质疑宠物医院存在夸大宠物病情,尝试过度治疗并诱导消费的情况。该用户表示宠物猫因误食异物不适,宠物医院要求宠物主人充值3000元该医院储值卡,并建议宠物猫进行手术后住院观察7天。但与这一诊疗结果不同的是,另一宠物医院出具的检查结果显示宠物猫多数指标仍在正常范围。

除过度医疗外,威胁宠物健康和影响宠物医疗行业健康发展的还有问诊人员无资质上岗。根据《中华人民共和国动物防疫法》规定,凡是从事动物诊疗工作,进行诊疗、开具兽药处方等活动的人员,必须具备执业兽医资格并向所在地县级人民政府农业农村主管部门备案。

2005年5月14日,国务院印发《关于推进兽医管理体制改革的若干意见》,提出我国将实行执业兽医制度。2010年,我国首次举行全国执业兽医资格考试,对兽医从业人员实行行业准入。此后,宠物医师这一职业也逐渐迈入规范化管理的轨道。近年来,我国宠物医疗人才储备发展迅速,据《2021中国宠物医疗行业白皮书(行业研究报告)》,自2009年开始执业兽医资格考试试点以来,截至2020年,全国共有142910人获得执业兽医资格证书。但一方面是快速发展的从业人群,一方面是从从业人员参差不齐的素质。

记者梳理黑猫平台的投诉信息发现,有用户投诉宠物医院医生无宠物医师资格证和助理证就从事宠物诊疗,并在诊疗中出现打点滴过量致宠物死亡情况。另一用户遭遇相似,宠物医院医生在医治其宠物猫的过程中未全面检查便开药,后致宠物猫死亡。该用户投诉医生无专业负责的态度,质疑其无执业资质。在我国,中级执业宠物医师才具有处方权,初级执业宠物医师主要从事宠物护理工作,例如验血、化验、打针、上药等。无宠物医师资格证的人员不可进行打针、上药等护理工作。

总之,国内宠物医疗行业起步较晚,要实现标准化、规范化和科学化行业发展还有很长的路要走。

(21世纪经济报道)

2022年国内宠物经济产业规模将近5000亿元

## 国产品牌与宠物特卖热度攀升

在消费回稳复苏的大环境下,由“毛孩子们”拉动的宠物市场迸发出勃勃生机。据艾媒咨询预测,2022年中国宠物经济产业规模将达4936亿元,同比增长25.2%,预计2025年市场规模达8114亿元。随着宠物主的消费半径扩大,对商品品质与性价比的要求不断提高,实用主义开始“渗透”市场,由此带动了国内宠物品牌和宠物特卖的快速发展。

业内人士表示,近年来,借助对国内养宠文化和消费心理的精准洞悉,国内宠物品牌灵活运用新媒体平台开展营销宣传和消费者培育,通过高性价比产品抢占国内宠物主的用户心智,市场占有率持续提升。

记者注意到,在小红书、微博上,大量“养猫平替”“养狗平替”等热帖将国产品牌列为主要推荐。一位有着三年养猫经验的上海博主说:“上班族女孩有时真的负担不起进口粮的价格,现在一些国产粮确实做得不错,所以我都会选购给我家两只宝贝换着尝。”

艾媒咨询发布的消费者调研结果显示,65.5%的受访者表示更倾向于购买国内品牌的宠物用品。艾瑞咨询报告指出,国货品质的提升和养宠理性化趋势将促进宠物市场国货潮的进一步广泛化。

受市场利好推动,今年以来,国内宠物产业掀起上市热。除乖宝宠物、源飞宠物接连开启上市之路,还有至少5—6家国内宠物企业已披露招股书或上市计划。

宠物消费的“实用风”还进一步助推了市场渠道的多元化,近期受关注度较高的宠物特卖就是一个代表。记者从特卖电商唯品会了解到,今年6月以来,平台上的主要宠物品牌销售额较上年同期增长超过300%。相关用户的复购频次较高,月复购2次以上人群占比50%以上。同时,国产品牌备受该平台年轻“铲屎官”的喜爱。

比如在今年8月的“萌宠专场”活动期间,国产品牌卫仕的销售额较平日大



幅增长超500%,其中6成销售额来自“90后”“95后”用户,热销产品包括全阶段猫粮、猫多维片、化毛球片等。

唯品会相关负责人称,近年来,唯品会引入了众多口碑度高、性价比优势突出的宠物品牌,平台上的宠物商品销售增长强劲。未来,唯品会还将不断丰富平台上的产品矩阵,满足更多宠物主多元化、个性化的消费需求。

业内观点认为,当下宠物的情感陪伴功能凸显,宠物主对待宠物如家人一般,在满足宠物的基本生理需求之外,也会增加许多细分消费项目,比如清洁护理、玩具服饰、医疗保健等,这些品类正在成为市场新的增长点。

(北京日报)

### 声音

## 是时候给饲养另类宠物立规矩了

城市生活节奏越来越快,工作压力越来越大,一些年轻人为了减压或寻求情感寄托,会在日常生活中饲养变色龙、刺猬、蜜袋鼯、柯尔鸭、芦丁鸡、水獭等另类宠物。不少人还通过短视频平台、朋友圈“晒”它们,赚取了不少流量。饲养宠物一定层面上来说是爱心的体现,但也并非想养什么就能养什么,这背后还涉及生态和谐、健康隐患、邻里安宁的问题。因此,一些人认为,饲养另类宠物也需要像饲养传统宠物那样,有个基本的规矩,否则很可能成为一场“危险游戏”。

2018年7月,陕西渭南曾有女孩被网购的银环蛇咬伤,意识模糊,送往医院抢救后,最终被宣布脑死亡,而当时这种“宠物蛇”在不少电商平台都有

销售,其中不乏保护物种和有毒物种。2021年,国家九部门联合启动全国红火蚁防控行动。红火蚁跟普通蚂蚁不一样,其是检疫性有害生物,可能对农业生产、人畜健康和生态环境造成严重危害,根据生物检疫管理的相关法律法规,其被严格禁止调运、运输、传播,然而在一些网络平台红火蚁被当成“另类宠物”进行买卖。

由此不难看出,饲养另类宠物的隐患不小。往小了说,可能影响自身的健康甚至危及生命,往大了说可能导致外来物种入侵,进而破坏自然资源。此外,一些另类宠物实际上是属于国家野生保护动物,禁止买卖更不允许邮寄,如果一些人对这些真实情况不够了解,很可能会因此触犯法律,而

平台违规发布此类信息可能承担连带责任。可见,对个人来说,养另类宠物绝不是一件可以心血来潮、任性为之的事情。

随着生活方式多元化,以及人情疏远、社交恐惧等因素,一些人把情感寄托在了宠物身上,可以理解。问题是,饲养的宠物越来越另类,这种情况必须引起重视。有关部门要根据一些新趋势、新情况,及时制定、完善相关规定,从另类宠物的种类、管理、健康、生态等方面对这类饲养行为进行限制和约束,比如,有人建议有关部门出台另类宠物黑白名单,以加强对公众的引导。总之,不能放任饲养另类宠物,以免出现各种“危险”。

(工人日报)

## 宠物医疗行业亟待规范化

诱导消费、过度医疗……

文明养犬是城市文明体现之一,为构建犬和谐的宜居幸福家园,深圳市龙华区的养犬示范小区——民治街道牛栏前村通过探索宠物角、“123”养犬管理模式及提供上门服务举措,动员居民自觉依法文明养犬。

一大早,家住牛栏前村的吴晓波夫妇就带着爱犬“可乐”来到宠物角散步。他告诉记者,原来遛狗为了减少对其他居民影响,只能夜暮降临沿路带着狗狗去附近公园,自从开设宠物角后,他们随时都能来遛狗了。吴晓波说:“有了宠物角以后,养狗人有一个自己的空间,不会打扰到其他邻居,养狗人也可以在宠物角交流养狗的经验。”

### 用文明为宠物的可爱“加分” 深圳推出城中村宠物角

据了解,为破解城中村养犬顽疾,民治街道创新思路,率先在牛栏前村推出全市首个城中村宠物角,以人、犬分流形式,对宠物犬活动区域进行围合式管理。内部除了设置宠物活动区和工具箱外,还张贴了《文明养犬公约》,明确告知散养犬只的违法责任,引导养犬人依法养犬。

除了牛栏前村宠物角,目前我们街道正在筹建两个宠物公园,一个是中岭社区的绿茵,另一个在白石龙社区。另外我们在社区和小区里面,也通过宣传栏、小册子、条幅和微信群来宣传文明养犬事项。”民治街道城管科工作人员表示。

(宝安日报)

### 丰台市场监管局之窗

#### 丰台区市场监管局多措并举开展儿童食品专项检查行动

为进一步根除危害儿童健康的食品安全隐患,规范儿童食品市场经营行为,近日,丰台区市场监管局东高地街道所开展儿童食品专项检查行动。一是强化重点区域检查。聚焦校园周边食杂店、便利店、小超市,重点检查采购、销售食品及原料索证索票和进货查验记录执行情况,对未按要求索证索票的商户责令限期整改。二是开展重点食品专项检查。以糕点、方便食品、糖果制品、饮料等儿童零食类食品为重点品种,开展专项检查,对防腐剂、色素等指标进行重点检测,对不合格产品依法处置。三是加强宣传引导教育。在中小学校周边发放消费警示宣传单,从防范食品安全、保护消费安全等方面开展宣传教育。通过微信商户群发布法律法规和食品安全知识,对商户经营行为规范预警。四是强化联合执法力度。联合街道、城管等部门,针对校园周边200米的小超市进行专项检查,严查向未成年人销售烟酒、“五毛食品”等问题。(钟苑)