

2026.2.5

责编:唐瑞

“它经济”进入精耕时代

随着“它经济”蓬勃发展，宠物早已超越“饲养”的范畴，成为家庭中不可或缺的情感成员。与宠物生活息息相关的“衣、食、住、行”，也呈现出从产品到服务、从功能到情感的全面升级。

这些变化背后，是行业从野蛮生长走向规范专业的阵痛与突破，也展现出社会对“生命关怀”的践行。宠物经济的未来，不仅关乎市场规模的扩大，更关乎如何以专业与责任回应每一份真挚的陪伴。

衣

宠物户外用品行业亟待跨越“舒适区”

本报记者 赵曦 □ 王雅舒

周末的郊野，越来越多的养宠人选带着宠物徒步、露营。随着“它经济”持续升温，宠物户外用品市场迅速扩容，各类产品不断涌现，赛道热度明显攀升。

但在看似百花齐放的背后，行业也正经历从“量的扩张”向“质的提升”转型的阵痛期。如何让宠物户外装备真正适配宠物自身需求，而非仅停留在将人用装备简单缩小、外形移植的层面，成为摆在从业者面前的一道现实课题。

“良莠不齐”缺标准 “千宠千面”难适应

“目前宠物服装领域缺乏明确、统一的强制性标准。”Kiwigoo趣维狗品牌生产技术负责人钱先生指出，在监管与标准体系尚未完善的情况下，市场准入门槛较低，产品质量差异显著，“几元一米到几十元一米的面料，都可以被做成宠物衣服，非面料行业的人很难做成好坯，而且宠物无法用人类语言反馈穿着舒适度。”钱先生无奈地道出市场现状。

标准缺失，导致市场陷入了“劣币驱逐良币”的怪圈。“我们在宠物冲锋衣上市前做耐静水压性能测试、织物透湿性测试、三防测试，还有色牢度等相关测试等，但是这些测试的完善也代表着

品牌方成本的增加。”钱先生指出，真正愿意投入成本，进行标准测试的品牌，往往因为成本高昂面临生存压力，但消费者却更容易被低廉的价格吸引。

如果说标准缺失是行业现状，那么“尺码适配难题则是行业的共性难题”。DAQQAB品牌负责人蒲颖文表示，与人类服装相对统一的体型不同，宠物品种繁多，体型差异巨大。从底盘离地仅5厘米的腊肠犬，到体重通常在50—90公斤之间的丹拿犬，即便是同一品种，也存在高矮胖瘦之分。

“做宠物衣服比做人穿的衣服难多了。”钱先生坦言，人类冲锋衣4个尺码基本可以覆盖大部分人群，但宠物服装即便划分出6个甚至更多尺码，也难以满足大多数宠物需求。即使尺寸得到满足，宠物服装的另一个问题也随之浮现。“以犬类为例，公狗与母狗的排泄姿势不同，衣服剪裁理论上需要区分，但如果细分公母款，尺码就要在原本复杂的基础上翻倍。”

消费观念两极分化 产品升级受限

尽管挑战重重，在行业壁垒面前，部分品牌已然迈出探索的步伐。

“人类冲锋衣级别的高耐磨面料、进口微孔防水层都用在我们品牌的宠物冲锋衣上，因为行业内没有宠物冲锋衣的执行标准，我便对标人类冲锋衣面料标准，尝试做出品质更高的宠物冲锋衣。”钱先生说，在进入宠物户外服装行业前，他做了数年人用冲锋衣面料生意，向人类专业装备“取经”，是面对标尺码适配难题，一些企业开始尝试通过数据建模与结构优化来解决问

题，例如采集大量犬只围度数据建立数据库；制作多段调节结构，让同一尺码的宠物服装适配弹性变大，尤其在胸围、腹围等关键部位做更多弹性区设计；提供免费调换尺码和试穿反馈机制，以用户反馈反哺研发系统。“宠物服装很难有‘统一标准’，让产品对真实犬只个体更宽容、更友好，才是我们所追求的。”蒲颖文透露。

而在消费端，观念的分化进一步影响着产品升级之路。钱先生告诉记者，目前消费者的观点分两类：一方面，部分养宠人认为“狗能适应气候”，从而完全拒绝功能性服饰；另一方面，有部分消费者只看重颜值，将宠物服装视为单纯的时尚装饰，忽视了户外场景下的真实需求。

从“野蛮生长”走向专业化探索

尽管挑战重重，在行业壁垒面前，部分品牌已然迈出探索的步伐。

“人类冲锋衣级别的高耐磨面料、进口微孔防水层都用在我们品牌的宠物冲锋衣上，因为行业内没有宠物冲锋衣的执行标准，我便对标人类冲锋衣面料标准，尝试做出品质更高的宠物冲锋衣。”钱先生说，在进入宠物户外服装行业前，他做了数年人用冲锋衣面料生意，向人类专业装备“取经”，是面对标尺码适配难题，一些企业开始尝试通过数据建模与结构优化来解决问

题，例如采集大量犬只围度数据建立数据库；制作多段调节结构，让同一尺码的宠物服装适配弹性变大，尤其在胸围、腹围等关键部位做更多弹性区设计；提供免费调换尺码和试穿反馈机制，以用户反馈反哺研发系统。“宠物服装很难有‘统一标准’，让产品对真实犬只个体更宽容、更友好，才是我们所追求的。”蒲颖文透露。

而在消费端，观念的分化进一步影响着产品升级之路。钱先生告诉记者，目前消费者的观点分两类：一方面，部分养宠人认为“狗能适应气候”，从而完全拒绝功能性服饰；另一方面，有部分消费者只看重颜值，将宠物服装视为单纯的时尚装饰，忽视了户外场景下的真实需求。

此外，随着行业逐步走向成熟，环保与可持续议题也开始受到更多关注。当前市场上不乏以“环保”为卖点的宠物服装，但在原料选择、生产流程与认证体系上的落地程度差异较大。部分通过国际环保认证，在生产全流程中控制有害物质风险的做法，被视为行业向规范化、责任化发展的重要方向之一。记者了解到，DAQQAB便以此为方向，从可回收材料应用，到推出产品“终身维修”服务，以实际行动践行环保理念。

整体来看，各品牌的探索与努力，正在帮助宠物户外装备行业告别野蛮生长，迈向一条更加专业、负责的赛道。如今，宠物户外装备行业正站在从快速扩张迈向专业深化的关键节点，如何在满足多样化需求的同时，建立更清晰的质量边界与价值共识，仍有待监管部门、企业与消费者共同参与推动。

冻干产品热销 萌宠“年味经济”升温

除了标准与尺码的限制，消费观念的壁垒也成为影响市场发展的重要因素。在供应链端，认知的错位增加了研发难度。“大多数面料商对于‘宠物装

备’仍停留在玩具或基础服装的认知

，部分通过国际环保认证，在生产全流程中控制有害物质风险的做法，被视为行业向规范化、责任化发展的重要方向之一。记者了解到，DAQQAB便以此为方向，从可回收材料应用，到推出产品“终身维修”服务，以实际行动践行环保理念。

整体来看，各品牌的探索与努力，正在帮助宠物户外装备行业告别野蛮生长，迈向一条更加专业、负责的赛道。如今，宠物户外装备行业正站在从快速扩张迈向专业深化的关键节点，如何在满足多样化需求的同时，建立更清晰的质量边界与价值共识，仍有待监管部门、企业与消费者共同参与推动。

面对尺码适配难题，一些企业开始尝试通过数据建模与结构优化来解决问

题，例如采集大量犬只围度数据建立数据库；制作多段调节结构，让同一尺码的宠物服装适配弹性变大，尤其在胸围、腹围等关键部位做更多弹性区设计；提供免费调换尺码和试穿反馈机制，以用户反馈反哺研发系统。“宠物服装很难有‘统一标准’，让产品对真实犬只个体更宽容、更友好，才是我们所追求的。”蒲颖文透露。

而在消费端，观念的分化进一步影响着产品升级之路。钱先生告诉记者，目前消费者的观点分两类：一方面，部分养宠人认为“狗能适应气候”，从而完全拒绝功能性服饰；另一方面，有部分消费者只看重颜值，将宠物服装视为单纯的时尚装饰，忽视了户外场景下的真实需求。

此外，随着行业逐步走向成熟，环保与可持续议题也开始受到更多关注。当前市场上不乏以“环保”为卖点的宠物服装，但在原料选择、生产流程与认证体系上的落地程度差异较大。部分通过国际环保认证，在生产全流程中控制有害物质风险的做法，被视为行业向规范化、责任化发展的重要方向之一。记者了解到，DAQQAB便以此为方向，从可回收材料应用，到推出产品“终身维修”服务，以实际行动践行环保理念。

整体来看，各品牌的探索与努力，正在帮助宠物户外装备行业告别野蛮生长，迈向一条更加专业、负责的赛道。如今，宠物户外装备行业正站在从快速扩张迈向专业深化的关键节点，如何在满足多样化需求的同时，建立更清晰的质量边界与价值共识，仍有待监管部门、企业与消费者共同参与推动。

面对尺码适配难题，一些企业开始尝试通过数据建模与结构优化来解决问

题，例如采集大量犬只围度数据建立数据库；制作多段调节结构，让同一尺码的宠物服装适配弹性变大，尤其在胸围、腹围等关键部位做更多弹性区设计；提供免费调换尺码和试