

异宠不易宠 “神奇动物”暗藏风险

活泼好动的狐獴支棱着小爪子四处张望,会飞的蜜袋鼯轻巧地攀上店主肩头,温顺的可达鸭和小刺猬趴在玻璃缸中,住在恒温造景箱里的鬃狮蜥慵懒地伸出一只爪子,缓缓向前迈步……近日,记者在一家花鸟鱼虫市场看到,各类异宠吸引了不少消费者驻足挑选。

所谓“异宠”,是指区别于猫、狗等传统宠物的一类小众宠物,包括昆虫等无脊椎动物以及鸟、兽、两栖、爬行等脊椎动物,通常被用于观赏、陪伴或经济用途。根据《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》,2024年国内异宠饲养人数持续增长,已增至约1707万人,其中以“95后”为主力人群,市场规模已接近百亿元。然而,在异宠饲养热潮的背后,货源渠道不明、宠物健康状况难以保障、弃养行为频发等现象也不容忽视。

谁能拒绝一只“丁满”呢?

在上述花鸟鱼虫市场的一家异宠店里,消费者李女士正向店主仔仔细细咨询着关于狐獴的信息。她笑着说:“狐獴是《狮子王》里‘丁满’的原型,从小我就觉得它们特别可爱,身子小巧,还自带一副‘黑眼圈’。现在很多博主也在社交媒体上分享自家养的狐獴,看起来既黏人又乖巧,让我很心动。”

记者环顾店铺四周,看到几十只狐獴,有的成群挤在沙堆中嬉戏打闹,有的独自趴在玻璃缸里休息。只要有人靠近,它们便会立刻站起身,睁大双眼好奇地望过来。

“以前养狐獴的人很少,现在逐渐多了起来,顾客大多是对新奇动物充满好奇的年轻人。一只狐獴的价格在2000元到12000元之间。经过多代人人工培育的狐獴,往往会更亲人一些,听到名字会主动跑向主人,能带来类似猫咪的陪伴感,也可以和家里的猫狗一起养。当然,培

育周期长的狐獴价格也更高,比如培育了六七代的,售价通常在7000元至12000元。”店主一边介绍,一边抱起一只一岁多的狐獴向记者展示,“你看,多代培育之后的狐獴性格更温顺,特别受顾客欢迎。而且它们是群居动物,有的客人买了一只之后,还会再来买第二只,给原先的做个伴。”

记者在走访多家异宠店时发现,除了狐獴,蜜袋鼯、金丝熊(黄金鼠)、小刺猬等异宠也同样受到消费者的喜爱。正在挑选金丝熊的小萌(化名)告诉记者:“我关注了很多宠物博主,经常看他们给鼠鼠改造小窝、做营养餐。视频里穿着可爱衣服的鼠鼠认真吃着蔬菜的样子特别打动我,我也想拥有一只自己的鼠鼠。”

第一财经商业数据中心发布的报告指出,在社交媒体的影响下,如今那些体型小、易饲养、颜值高、能



互动的异宠越发受青睐。这一趋势与以往“越猎奇越好”的异宠消费观念形成鲜明对比。同时,在养宠新时代,人和异宠的关系向着更深层

次的情感联结和互动发展,这也促使年轻人愿意为提高异宠的生活品质而付费。

给毛茸茸的“室友”盖一座梦想小窝

在上述花鸟鱼虫市场的异宠店里,加湿器、温控器、可调温加热垫等设备整齐陈列,不时有消费者前来咨询和购买;而在淘宝、京东等电商平台上,各类造景产品如沉木、流水瓦罐、仿真植物、攀爬架、隧道及玩具装饰等种类丰富,销量也十分可观。

饲养了一只虎纹睫角守宫(属于蜥蜴目、壁虎科)和一只金丝熊的张女士介绍道:“蜥蜴对湿度非常敏感,需要配备加湿器或除湿器来精

准控制环境湿度,同时还要放置大量攀爬树枝和躲避物,模拟它在野外的自然生活环境。我也会定期为金丝熊更换窝内造景,除了陶瓷、木质等不同材质的宠物家具,沙子、苔藓、干草、干花等多种垫料也能提供不一样的气味和触感,实现对它感知能力的丰富。”

宠物医生张沐霖告诉记者:“‘丰富’是指通过丰富宠物的生活环境,增加其复杂性和多样性,以满足动物的生活需求,从而提升其生

活质量,防止宠物出现刻板行为以及焦虑、抑郁等心理问题。对于大部分水族、两栖、爬行类异宠来说,只要注重环境丰富即可。而对于狐獴、蜜袋鼯、龙猫(毛丝鼠)、兔子、雪貂这类哺乳类异宠,饲养者还应注重行为丰富,例如在笼内适当放置藤球、树枝、秋千、隧道等设施。”

此外,记者观察到,造景不仅是给异宠搭建住所,更是在实现饲养者心中的理想生活。在小红书平台

上,从中国风、卡通主题,到日式简约、自然生态风,多样的造景风格已成为饲养者彰显个性的一种方式。有网友写道:“养鼠鼠就像是把自己重新养了一遍,为它布置的房间,其实就是我理想中生活的样子。”

年轻消费群体对异宠的喜爱,持续推动着造景用品的不断细分和创新,为异宠市场带来新的增长机会。例如,淘宝上一款圣诞树造型的可磨牙造景摆件,截至记者发稿前销量已超过3万件。

异宠市场亟待规范管理跟进

异宠饲养掀起热潮,然而,出于一时好奇而选择异宠的年轻人,真的做好了饲养的准备吗?

“一放出来就到处刨,关起来又不停地叫”“随处标记气味,整个屋子臭不可闻,我养过十多只猫都没有这么臭过”“社交需求极高,必须24小时有同伴陪伴,否则容易抑郁,甚至出现自残行为”“温湿度非常难控制,稍不注意就会生病”……在小红书平台上,不少异宠饲养者发帖倾诉实际的饲养难题,帖子下方引来大量有相似经历的网友回应。

对异宠缺乏科学认知,加之饲养条件难以满足其生存需求,导致异宠的患病率提高。张沐霖告诉记者,异宠是近年来才逐渐流行起来

的宠物类别,目前专业的异宠医生数量仍较为稀缺,普通宠物医生通常只能处理一些常见的皮肤病、眼部感染、外伤以及消化道问题等等。

此外,记者调查发现,异宠的购买渠道混乱、货源不透明等问题突出。一位不愿透露姓名的业内人士表示,部分卖家实际上并没有稳定货源,仅凭从网络上搜集的图片就在社交平台招揽顾客,导致消费者实际收到的宠物往往与宣传不符,甚至存在健康或安全隐患。例如,狐獴的价格主要取决于其社会化程度,有些卖家可能以多代培育的狐獴价格收费,实际出售未经过多代培育、可能携带病毒并具有攻击性的个体。更有甚者,在社交平台上以盲盒形式售卖玉米蛇等活体动

物,单价低至百元,这类行为进一步提高了弃养风险。记者在某二手交易平台检索发现,有不少饲养者在转让蜜袋鼯、刺猬、狐狸、蛇和蜘蛛等各类异宠。

在异宠市场迅速扩张的背景下,如何有效保障生物安全、生态平衡以及消费者权益,已成为一项重要课题。8月4日,国家安全部发布安全提示称,实际上,大多数受追捧的异宠在国内没有自然分布,属于外来物种,它们可能在新环境中缺乏本土天敌等生物和非生物制约因素,在生存竞争中处于优势,会抢夺和挤占本土物种的食物资源和生存空间,导致本土物种的生存及其所在的生态系统受到冲击。一旦这些异宠逃逸或被弃养,极有可能破坏

生物多样性和生态系统稳定,威胁我国生物安全,甚至会引发生态灾难。

也有媒体指出,异宠可以“宠”,但不能随意“宠”。任何公民和组织应严格遵守相关法律法规,依法依规开展异宠交易、饲养、运输和放生等,坚决筑牢维护生态安全和生物安全的人民防线。消费者在购买前需确认物种是否属于《国家重点保护野生动物名录》或《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录中的物种,并核查商家资质。购买时应选择合法养殖场,拒绝走私或野外捕获的动物,同时要求商家提供检疫证明,观察动物是否活跃、有无异常分泌物等,慎养善养宠物。

(消费日报)

托育政策落地 母婴消费新蓝海正崛起

肖睿平

短评

眼下,新的入托季、入学季正在开启,与以往不同的是,今年秋季学期起,公办幼儿园学前一年在园儿童保育教育费将被免除。具体来说,根据政策,0—3岁婴幼儿家庭每年可领取3600元育儿补贴,3—6岁儿童可享受学前一年免费教育。对于无数正在为孩子成长而付出心血的父母来说,这不仅是切实的经济支持,更是一种安心和信心的注入。而从消费角度来看,这些政策有望成为撬动母婴消费与相关产业升级的关键杠杆,释放出“母婴经济”的巨大潜力。

母婴消费一直被认为是育儿家庭支出中最刚性的领域。奶粉、纸尿裤、婴儿车、安全座椅、儿童服装、早教课程……这些都关系到孩子的健康成长

长。中研普华发布的报告显示,2023年中国母婴市场规模已达4.2万亿元,预计2025年将突破5万亿元,年复合增长率约9.3%。

但与此同时,高企的育儿成本却限制了家庭的消费潜能。以奶粉为例,一线品牌配方奶粉的价格每罐在300元至400元之间,婴幼儿每月开销动辄千元以上。加上纸尿裤、营养品、亲子教育等支出,育儿家庭每年平均在0—6岁孩子身上的花费常常突破3万元。对于普通家庭而言,这无疑沉重的负担。如今,每年3600元的补贴能够覆盖一部分育儿家庭纸尿裤或婴儿食品支出;免去的学前教育费用,则能为育儿家庭腾挪出更多资金投入品质消费中。

换句话说,这些政策不仅缓解了

“能不能消费”的问题,还增加了“敢不敢消费”的信心。

实际上,母婴消费市场的独特之处在于其升级动力并不完全取决于价格,而是源自家长对安全与品质的极致追求。补贴的直接投入,很可能会引导家庭在奶粉、辅食、纸尿裤、婴儿护肤品等领域优先选择更高品质产品。

近年来,“国货母婴”品牌正在快速崛起。飞鹤、君乐宝等乳企在高端奶粉市场份额逐年上升,贝因美、Babycare等本土母婴品牌也不断通过研发和设计拉近与国际品牌的差距。政策补贴叠加消费升级,将推动这些品牌进一步扩大市场,提升国产母婴产业的整体竞争力。

其实,母婴消费不仅仅是奶粉和纸尿裤,更是一个覆盖食品、医疗、教

育、旅游、文化的庞大产业链。政策的减负效应将在这些环节引发“外溢消费”。比如,在智能母婴产品领域,婴儿监控器、智能体温计、哄睡机器人等新兴产品逐渐走进家庭。随着年轻父母愿意为“安心”和“便利”买单,科技赋能的母婴消费将成为市场增长极。

从更深远的角度看,新的托育政策释放的不仅是消费红利,更是信心红利。母婴消费的繁荣,也将成为消费升级的重要抓手。它既与育儿家庭幸福紧密相连,又与经济活力深度耦合;它们既减轻了父母的负担,也拓宽了母婴消费的空间;既提升了育儿家庭的生活品质,也增强了社会的生育信心。可以预见,未来几年,中国的母婴产业将迎来一个“从必需到美好”的升级时代。

潮流资讯

双汇推出卡滋咔咔猪皮脆片 番茄浓汤、香辣牛油火锅两种口味



近日,双汇推出卡滋咔咔猪皮脆片,包含番茄浓汤、香辣牛油火锅两种口味。

据官方介绍,新产品选用优质猪皮,经72小时清水浸泡去除杂质,采用慢烤工艺精制而成,每百克含26.4克胶原蛋白,口感酥脆不油腻,适合追剧、办公等多种场景食用。目前,新品已上线天猫官方旗舰店。

伊利旗下伊刻活泉 推出石斛西洋参养生水



近日,伊利旗下伊刻活泉推出石斛西洋参养生水。据官方介绍,新品以鲜采铁皮石斛为原料,采用-196℃液氮锁鲜技术与-40℃冻干工艺,经25倍浓缩萃取石斛精华,搭配甘草、金银花、菊花、西洋参,并通过专利锁鲜盖可实现现泡现喝,还原铁皮石斛的天然本味,0卡0糖0脂肪。目前,新品已上线伊利饮品京东自营旗舰店。

星巴克茶拿铁系列升级



星巴克王牌品类茶拿铁焕新升级了,焙茶拿铁系列全新登场,抹茶拿铁系列也全面升级,采用高品质原叶整茶匠心制作纯茶粉。

为了满足顾客对健康、低糖的非咖啡类饮品需求,星巴克不断突破产品创新的边界。升级后的抹茶拿铁配方减糖超过50%,抹茶星冰乐配方减糖超过30%;中杯不另加糖的冰饮茶拿铁的热量低于120千卡。

星巴克独有的客制化玩法也再添新意。顾客不仅可以为茶拿铁的全线产品添加“真味无糖”创新体系的各款风味,或者加一颗冰淇淋球,定制抹茶拿铁和焙茶拿铁的甜度,打造独一无二的专属饮品,还能增加茶的浓度,满足“茶脑袋”顾客对于更浓郁茶味的追求。

元萝卜联动疯狂动物城 发布朱迪系列新品



8月26日,商汤科技旗下家用机器人品牌“元萝卜SenseRobot”联动迪士尼经典动画电影《疯狂动物城》发布年度新品。即日起,“元萝卜下棋机器人疯狂动物城朱迪系列4加1版”正式开启预订,售价3499元。

记者 王杨宇/整理