

别样经济



宠物年货礼盒
受访者提供

“我自己过年可以不买新衣，但家里的小狗必须全套装备配齐。”2月4日晚，在海口市中心的一家宠物生活馆，宠主张先生正在给自家“毛孩子”挑选新年行头。

店内货架上，红色系的宠物春联、印有马年吉祥图案的服饰、包装精美的宠物年夜饭礼盒陈列整齐，前来选购的市民络绎不绝。

“每年春节都要给家里的两只猫咪添点新东西，今年不仅买了新衣服，还预约了新春写真，想让它们和我们一起去留住新年的美好回忆。”市民王女士拿着一套猫咪拜年服笑着说道。如今，宠物早已成为家庭中不可或缺的一员，过年的仪式感里，自然也少不了它们的身影。

证券导报记者了解到，作为宠物经济活跃度较高的区域，海南现存在业、存续状态的宠物相关企业1.93万家，其中海口作为省会城市，宠物相关企业数量尤为突出，截至目前已超1.4万家，宠物生活馆、宠物医院、宠物用品店等各类经营主体遍布城乡。

商家积极布局

海口一家宠物生活馆负责人李娜从

从“吃饱穿暖”到“仪式感拉满” 宠物春节消费趋向多元化、高端化

□ 本报记者 郭静瑜

事宠物服务行业已六年，亲眼见证了宠物春节消费的变迁。“前几年，顾客春节期间来店多以购买宠物粮、猫砂等必需品为主，注重商品的实惠耐用；但近两年，越来越多的客人开始主动咨询宠物服饰、美容、写真甚至年夜饭等增值服务。”李娜告诉记者，为契合马年新春主题，店里专门推出了马年主题宠物摄影套餐，定价从99元到399元不等，包含主题布景、服装造型和精修照片。自去年12月初上线以来，预约量持续攀升。

宠物春节消费的升级不仅体现在线下，线上市场同样火爆，海口不少宠物电商卖家也敏锐地捕捉到这一趋势，积极布局新春宠物消费市场。

三文在海口经营了一家线上宠物用品店，专营宠物节庆年货，她表示，今年春节期间宠物消费多元化趋势尤为明显。“刚需用品销量稳步增长，但增值类产品增速更快，宠物服饰、写真预约、年夜饭礼盒等销量同比增长超过110%。”

三文认为，宠物消费的变化本质上反映了人们情感需求的提升。“现在大家养宠物不再是简单地‘喂饱就行’，而是将其视为家人，愿意为它们的情感和体验买单。为宠物购置年货、拍摄写真，购买的不仅是商品和服务，更是一份情感寄托，一种家庭完整的仪式感。”她举例说，有顾客专门定制刻有宠物名字的马年春联，也有人预约宠物上门美容服务，只为让“毛孩子”以最佳状态迎接新年。

业内人士分析，宠物春节消费升级

的背后，是宠物角色的转变——从“陪伴者”升级为“家庭成员”，也体现了当代人对传统节日内涵的创新性延续。在传统家族聚居模式逐渐变化、年味常被感叹变淡的今天，将宠物纳入春节仪式，既保留了团聚、祈福、迎新等核心文化元素，又注入了新的情感关系与互动形式，让传统节日在现代家庭结构中焕发新生机。

政策支持与助力

除服饰、写真、年夜饭之外，证券导报记者还了解到，国内首届人宠友好宠物春晚已于1月24日在浙江录制完成，计划于2026年春节期间在中央广播电视总台环球奇观频道播出。这一消息在海口养宠人群中引起广泛关注。“到时一定会和家里的宠物一起看，期待‘毛孩子’们的精彩表现。”市民张先生表示。

宠物春节消费走向多元化、高端化，不仅丰富了“年经济”的内涵，也为宠物行业带来新的发展机遇，并逐渐获得政策层面的关注与支持。

从全国范围来看，我国宠物产业正持续扩容。企查查数据显示，截至目前现存业、存续状态的宠物相关企业超101.4万家，其中2025年新增注册相关企业超1.5万家，近五年注册数量逐年增长并在2025年达到顶峰。《2026年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示，2025年我国城镇犬猫宠物数量突破1.26亿只，宠

物消费市场规模达到3126亿元，较2024年增长4.1%，其中单只犬年均消费3006元、单只猫年均消费2085元，均创下新高；预计2028年城镇宠物(犬猫)消费市场规模将达4050亿元，未来三年复合增长率有望保持在8%以上。

产业规模扩容与消费需求升级，推动各地出台政策助力宠物经济发展。成都首次将宠物经济写入政府工作报告，南京也拟出台相关政策助力宠物经济发展。在今年的海南省两会上，有省政协委员为海南宠物经济发展建言献策，建议利用自贸港政策优势打造宠物特许药械中心。

“海南自贸港具备政策、生态等多重优势，离岛免税新增宠物用品、海南航空开通‘宠物进客舱’服务等，均为宠物经济发展奠定了良好基础。”业内专家指出，随着携宠出行成为新趋势，海南可着力打造国际宠物友好示范区，规划宠物友好路线，推动宠物经济与文旅、免税等产业深度融合，为自贸港建设注入新活力。

从“吃饱穿暖”到“仪式感拉满”，宠物春节消费的变迁，不仅是消费升级的生动体现，更是人们生活品质提升、情感需求日益丰富的真实写照。如今，宠物消费已不再是边缘市场，而成为“年经济”中不可或缺的重要组成部分。

今年，你为家里的“毛孩子”准备好新年礼物了吗？

低糖减糖年货成主流 质价比取代性价比

□ 本报记者 符容菁

这届年轻人，过年不吃糖了。

曾经占据年货清单C位的传统糖果、重油糕点、膨化食品，如今正被低糖零食、无糖饮品、轻加工坚果取代。一股“健康风”席卷年货市场，而消费者的购物准则也在悄然变化，健康首要、质价比取代性价比，成为新春消费的新关键词，勾勒出一幅别样的年经济图景。

健康需求凸显

在海口市旺豪超市的饮料货架前，记者看到，无糖、0糖饮料的占比越来越高，坚果年货专区被放在显眼位置，不少消费者正在选购低脂无负担的天然椰子水当作过年饮料。

正在选购的市民李女士向记者展示，她的购物车里，既有零蔗糖的椰子水、轻加工的坚果，也有有机小米、杂粮组合，还有给家里老人准备的便携装枸杞原浆，唯独没有往年必备的高糖巧克力和油炸糕点。

她的购物车，是千万家庭的缩影。从电商平台的销售数据中，更能直

观感受到这股消费热潮。京东京喜自营数据显示，1月以来，坚果、营养食品和饮料等年货相关品类交易额同比增长超5倍，其中主打健康属性的营养食品增速接近10倍。叮咚买菜平台上，“低GI”“无添加”“有机”等健康标签搜索量同比激增280%，年货市场的健康化转型清晰可见。

在这场年货新风中，无论是新锐品牌还是老字号，都在积极地拥抱变化。

海南品牌积极布局年货市场，无糖椰子水、0添加椰子粉在春光年货礼盒中占据重要位置。南国食品推出无糖党参椰子粉礼盒，以药食同源的海南特色食材为基底，兼顾椰香醇厚口感与养生需求。苏州稻香村更是一口气推出5款新春低糖糕点礼盒，搭配“福”“禄”“喜”“财”吉祥造型，既守住了苏式糕点的匠心，又精准戳中当代人的健康需求。

向质价比升级

与低糖减糖年货走红相伴而来的，是消费观念的深层变革——质价比取代

性价比，成为消费者的核心考量标准。

选购年货时，大家不再只看包装和价格，而是会仔细阅读配料表：是否添加蔗糖？有没有防腐剂？原料是否天然？这种理性消费的背后，是人们对健康生活的向往，也是年货消费从“物质满足”向“品质追求”的升级。

国际知名市场研究机构英敏特发布的《2026年中国春节消费洞察前瞻》显示，超过七成的受访者存在春节健康焦虑，近六成消费者将健康放在春节送礼考量的第一位，远高于对排场的关注。

“往年办年货，总想着多买些、买便宜些，塞满柜子才够年味。今年不一样，全家都讲究健康，优先选配料干净、对身体友好的，贵一点也愿意。”李女士一边比对两款坚果礼盒的配料表，一边和记者闲聊。

这种消费观念的转变，在不同年龄段的消费者身上都有体现。

年轻人选购年货时，会仔细阅读配料表，对比热量值，宁愿多花几块钱，也要选择配料干净、低卡的产品。中老年人则更看重产品的实用性和健康属性，

不再执着于“便宜量大”，而是优先选择适合自己体质的有机杂粮、养生滋补品。宝妈们为孩子选购零食时，更是将“健康、无添加”放在首位，0糖蔬菜棒棒糖、无添加奶酪棒等儿童健康零食，正逐步取代传统糖果，成为家长们的首选。

值得一提的是，这场“质价比革命”不仅席卷了大城市，也在县城市场悄然升温。在小城的超市货架上，低糖糕点、无糖饮料的占比越来越高；同时，电商平台的送货上门服务，让县城消费者也能轻松买到和大城市同款的健康年货。

“小城大年”的年味里，正融入越来越多的健康元素，与大城市的消费趋势同频共振。

从高糖年货到低糖新风，从性价比优先到质价比为王，年货市场的变迁，折射出中国消费市场的升级与活力。年味的形式在变，但人们对美好生活的追求始终未变。

在这个别样的春节，低糖减糖的健康年货，正以“质价比”之名，为千家万户的团圆时刻增添一份轻盈与安心，也为年经济注入了全新的活力。