

“她消费”与“它经济”同频共振

她们的行李箱里为何都多了一张宠物票

今日女报/凤网记者 李诗韵

“五一”假期近在眼前，抢票大战已经打响。与往年不同的是，今年出行大军中，多了一群特殊的“乘客”：被主人付费携带的爱宠。在12306客户端上，带有“宠”字标识的高铁车次格外显眼；在航站楼里，装进宠物包的萌宠也越来越多。在迅速膨胀的携宠出行市场背后，一个鲜明的趋势逐渐浮现：女性正以绝对话语权主导着宠物消费的走向。

近日，今日女报/凤网记者深入调查发现，不论去向哪座城市，越来越多的年轻人正准备作出假期的同样选择——带上“毛孩子”看世界！



扫码看精彩内容



女性养宠人群占比超六成

近日，在“五一”火车票开售同期，一则最新行业数据引发关注。《2026年中国宠物行业白皮书》显示，2025年中国城镇宠物（犬猫）消费市场规模已达3126亿元，较2024年增长4.1%，预计2028年将突破4050亿元。

这是一个多大的体量？相当于全国养宠家庭每天要为“毛孩子”花掉超过8.5亿元。而在这消费大盘中，谁是真正的买单者？今日女报/凤网记者查阅《2025年中国宠物行业市场报告》发现——女性养宠人群占比达60.5%至63%，“90后”与“00后”合计接近七成，

一群受过高等教育、居住在一线城市、正值消费黄金期的年轻女性，正在重新定义“它经济”的边界与深度，从日常喂养到携宠旅行、从智能设备到美容摄影，“她消费”正在与“它经济”发生一场深度的同频共振。

4月18日，记者从国家统计局长沙调查队开展的专项问卷调查中看到，在长沙，这股由女性主导的宠物消费热潮同样涌动不息。数据显示，63.22%的长沙养宠者因喜爱小动物而养宠，45.98%的人希望通过宠物调节情绪、舒缓压力，而85.06%的长

沙养宠市民，都将宠物视作家人。

这种深厚的情感羁绊，直接转化为实实在在的消费力：62.07%的长沙养宠家庭每月在宠物身上的花费集中在300至1000元。而在宠物的“身份”从动物升级为家人的过程中，一个有趣的反转正在发生——不是宠物被人的生活方式所定义，而是人开始主动围绕宠物的需求，构建更高质量的共处方式。养宠已从“吃饱吃好”升级到宠物身心的全面兼顾，而撑起这场消费升级的，正是女性对生活品质的主动追求与情感投入。

品质生活驱动下的“她宠”繁荣

宠物经济之所以火热，除了国民收入持续增长而引发的消费升级等因素外，更源于人们对高质量陪伴与情绪价值的主动追求。《2025年中国宠物行业白皮书》中数据显示，70.1%的宠物主是因为自己或家人“喜欢宠物”而进行饲养，其次是为了“增加生活乐趣”或“调节情绪/心态”。从上述三大选项可以看到，源自人们主动追求幸福感与生活品质的比重接近90%。

苏商银行特约研究员高政扬曾分析，当前，宠物经济的持续升温，源于情感消费升级与人口结构变化，我国人均收入提升推动精神需求增长，叠加单身人口增加、家庭规模小型化、老龄化趋势，宠物作为情感陪伴载体的需求持续上升。而无论是处于事业上升期的都市白领，还是退休后有更多闲暇时间的银发一族，宠物都为他们带来了日常的乐趣与情感满足。

从“留守焦虑”到“携宠旅行”

“她消费”是如何刺激“它经济”的？今年，在湖南也有了一些小变化——携宠旅行，成了一种新消费趋势。

在长沙一家互联网公司工作的“90后”女孩慧慧，往年“五一”假期总要为家里的爱犬萨摩耶安排寄养。

今年，她早早预订了开往张家界的高铁票，而狗狗也有了属于自己的座位，更准确地说，是一间专属的“宠物旅行舱”。

“以前每次出门，最担心的就是它。放在宠物店寄养，怕它不适应；托朋友照顾，又不好意思总麻烦别人。”慧慧一边整理宠物托运所需证件，一边对记者感慨，“现在好了，我能带着它一起走，我在哪儿，它就在哪儿。”

慧慧的经历并非个例。记者从全国工商联旅游业商会景区分



慧慧带着狗狗在大理旅游。

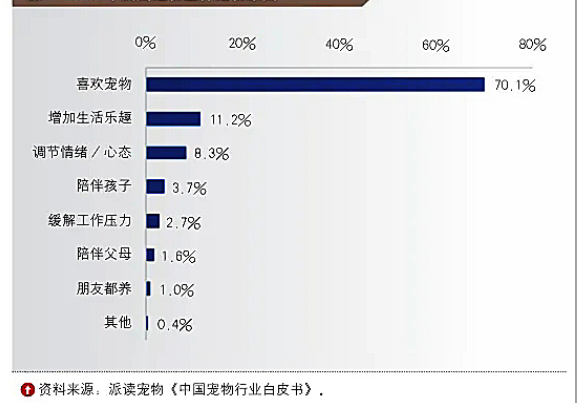
会秘书长李德新对宠物游市场开展的为期5年的调研报告中获悉，“80后”至“00后”的宠物

主人已超过90%，其中超过70%的养宠人群有着携宠旅行的强烈意愿，然而市场供给与服务管理规范严重不足成为无法满足携宠旅行的最大制约。

但与此同时，全国各地正快速升级宠物消费服务。记者从长沙火车站获悉，自2025年4月国家铁路部门启动高铁宠物托运试点以来，服务范围已从最初的5座车站、10趟列车，拓展至如今的121座车站、228趟列车，还新增了“爱宠单独行”模式。

目前湖南省内已有长沙站、长沙南站、郴州西站、衡阳东站、怀化南站、岳阳东站、张家界西站、株洲西站共8个车站开通高铁宠物托运服务，具体线路和车次可通过铁路12306客户端查询，旅客可在客户端搜索“宠物托运”预约下单服务。

图3 2024年我国宠物主养宠原因



热潮背后是情感与文化的双向驱动

谢迟（湖南师范大学商学院副教授）

女性成为携宠出行消费的主导力量，背后蕴含着多重心理与社会动因。

首先是宠物“家人化”的情感羁绊。在宠物身份由“动物”向“家人”跃迁的过程中，女性往往承担了更多照料与陪伴的情感劳动。对她们而言，宠物不仅是一只需要喂养的动物，更是一个需要呵护的“家庭成员”。这种情感纽带越紧密，她们就越难以在旅行时将宠物单独留下。“亲宠”家庭背后，是“带着毛孩子看世界”的炙热渴望。携宠出行的本质正是这种情感消费的自然延伸。

其次是社交分享时代浪潮的冲击。在小红书、抖音等社交平台上，“携宠旅行”话题浏览量过亿，年轻女性热

衷于分享与宠物共同探索世界的点滴日常。每一次打卡与分享，既是情感的自然流露，也是一种生活方式的身份确认。

第三是“湘妹子”独特的地域文化基因。从地域文化角度看，湖南女性历来以“吃得苦、霸得蛮、耐得烦”的性格著称，湖南女性在消费决策上也一直展现出独立果敢的特质，更注重自我感受与生活品质的提升。而随着女性经济独立与消费决策权提升，她们更愿意为安全、舒适、高品质的“人宠共享体验”付费。对她们而言，宠物不仅是一只需要喂养的动物，而是一种“我的生活我做主”的人生态度。这正是携宠出行在湖南率先走热的深层文化动因。

携宠旅行的千亿蓝海待启航

4月20日，记者从携程旅行和去哪儿网等多家平台了解到，从古镇水乡到沙漠草原，从城市花园到冬季雪场，携宠旅行正从零星的市场需求演变为文旅消费的新增长极。

“养宠物的家庭经济实力较强且具备较高消费能力，过去因缺乏人宠友好场景，消费欲望难以满足，而现在携宠出行已经成为生活方式的一部分，即将成为一种体验经济。”湖南一家旅行社

负责人认为，携宠出游的热度正在催生丰富的消费场景，传统的宠物消费与传统旅游消费两者融合，将催生一片新的千亿市场蓝海。作为携宠出行的先行区域之一，湖南各地正积极布局，比如今年3月，岳阳市已推出“洞庭春行·萌宠乐游线”等4条春游精品线路。

然而痛点与挑战仍在。记者从湖南各大景区了解到，有关宠物消费投诉逐年增长。宠物入园

不拴绳、粪便不清理等问题影响他人体验；景区“宠物友好”流于表面，服务配套滞后；人宠矛盾频发，经营者顾虑重重。从宠物友好酒店的配备标准到景区宠物准入规则，从宠物出行保险的完善到公共场所人宠共存的边界划定等，这些细分领域的行业标准仍有待系统探索与建立。携宠旅行正在从“能不能带”的试探，走向“怎么带更好”的探索。