

宠你所需：揭秘情绪消费背后的“它经济”

徐心烨 刘润芳 陈冰洁

江苏师范大学文学院，江苏省徐州市，221000；

摘要：在当今社会，“它经济”已成为一个显著现象，随着生活水平提升和消费观念变化，许多人视宠物为家庭成员并为之投入大量资源，这一趋势背后是“情绪消费”心理机制的影响。本文从它经济是什么、它经济繁荣发展的原因、它经济面临的困境以及解决方案三个方面，阐释了它经济和情绪消费的关系，进而揭秘了情绪消费背后的它经济。它经济作为一种新兴的社会现象，既反映了人们对美好生活的向往和追求，也暴露出了一些深层次的问题和挑战。

关键词：情绪消费；它经济；宠物；青年人

DOI：10.69979/3029-2700.25.08.076

1 “它经济”是什么

随着社会经济的发展和消费模式的转变，它经济即宠物经济，已经成为一个不可忽视的潮流焦点。这一现象背后，是年轻人对于情感寄托和陪伴需求的增加，以及宠物角色从简单动物伙伴转变为家庭成员的情感投射。宠物消费市场呈现出专业化和精细化的趋势，宠物主们不仅满足于基本的宠物食品消费，更乐于尝试宠物美容、摄影、寄养、保险、训练等新兴消费方式。未来，随着消费者需求的多样化和科技的不断进步，它经济将继续保持增长态势，并推动相关产业的发展和社会的进步。

1.1 “它经济”的定义

宠物经济又称它经济，相比过去传统的宠物医疗、宠物用品等围绕宠物“衣食住行”的消费，越来越多涉及到宠物精神层面的消费也开始逐步升级，衍生出一系列“拟人化”服务：宠物减肥、宠物行为矫正、宠物心理、宠物保险、宠物家具定制、宠物相亲、宠物殡葬、甚至宠物克隆……宠物的一生如今也能被安排得“明明白白”。

《2023—2024 年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示，我国城镇养宠人数从 2018 年开始连续五年增长，到 2023 年达到 7510 万人。不仅养宠人数在持续增长，与宠物相关的服务和产品也越来越多。养宠人乐于为“毛孩子”掏腰包，带动了宠物行业快速发展。数据显示，2023 年，我国城镇宠物消费市场规模为 2793 亿元，预计在 2026 年将达到 3613 亿元。如今，我国宠物产业链条上的各个环节都在蓬勃发展，它经济呈现出巨大增

长空间。

1.2 情绪消费在“它经济”中的具体表现

情绪消费在它经济中的表现多种多样，它们共同构成宠物经济的一个重要组成部分。

首先，宠物用品和服务的消费在不断增加。高端的宠物食品、宠物玩具、宠物美容、宠物寄养等服务都成为了情绪消费的一部分。

其次，宠物健康类消费和保险在不断提升。如今很多人将宠物视为自己家庭的一部分，愿意为宠物的健康和保险投入更多。

宠物陪伴服务越来越受青睐。对于那些无法长时间陪伴宠物的主人来说，宠物陪伴服务成为了一个新兴的市场。

与宠物相关的主题和休闲互动活动越来越受欢迎。越来越多的人选择带着宠物一起旅行，宠物友好的酒店、度假村变得越来越受欢迎。

第五，宠物纪念品等葬礼服务愈加周全。宠物去世时，一些人会选择购买宠物纪念品或使用专业的葬礼服务来纪念自己的宠物。

2 “它经济”迸发新活力

在当今社会，它经济已经成为了一个不可忽视的现象。这种现象不仅体现在日常生活的每方面，更深刻地影响了人们的消费行为。无论是从宠物食品到高端医疗保健，还是从时尚服饰到智能玩具，宠物相关的商品和服务种类繁多，市场潜力巨大。

2.1 “它经济”蓬勃背后的心理因素

它经济的持续升温，有以下内因和外因两个因素。

它经济火速升温背后的内因，主要是年轻人社会文化和个人消费观念的更改、消费者需求的“年轻化”、年轻人生活压力过大背后的精神诉求。年轻人在工作和生活中面临着巨大的压力，渴望通过消费来获得情绪上的释放和心理安慰。情绪消费为他们提供了一种情感寄托和压力的出口。

从社会和商业方面的“外因”来说，主要来自于社交媒体的影响、企业战略布局的调整以及跨界合作与创新的流行。企业为了满足消费者的情感需求，开始注重与消费者的情感共鸣，通过故事化营销等手法引发情感共鸣，提供更多定制化的产品和服务。

2.2 “它经济”的发展趋势

情绪消费作为一种新兴的消费趋势，将在多个方面展现出更加丰富和多元的发展方向。

1. 个性化与定制化服务：情绪消费产品和服务将更加注重个性化和定制化，以满足不同消费者的特定情感需求。

2. 科技与创新的融合：情绪消费产品和服务将更多地利用科技手段，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、人工智能（AI）等，提供更加沉浸和创新的体验。

3. 可持续性与社会责任：由于消费者对可持续性和社会责任的关注度提高，情绪消费产品和服务也将更加注重环保和社会责任。

4. 跨行业合作：情绪消费将不再局限于单一行业，提供综合性的解决方案。例如，健康、旅游、教育、娱乐等多个行业合作，提供涵盖多方面的情绪消费产品和服务。

5. 情感化设计：产品和服务的设计将更加注重情感化，通过设计来触动消费者的情感，提升消费者的情感体验。

3 “它经济”之困与破

它经济的快速发展也引发了一些问题和争议。一方面，过度宠爱宠物可能导致其健康问题，如肥胖、营养不良等；另一方面，一些商家为了追求利润最大化，可能会推出价格虚高、质量低劣的产品或服务，损害消费者的权益。这些问题的存在提醒我们必须保持警惕，并采取相应的措施来规范市场秩序。

3.1 “它经济”面临的困境

当下，它经济面临如下困境：

1. 产品质量与安全问题

目前市场上部分宠物食品存在营养成分不足、变质、含有有害物质等问题；宠物用品有质量差、易损坏、存在安全隐患等状况。且我国自制研发的宠物用品缺乏竞争力，国内的宠物用品市场份额中，国外品牌占据份额高达 80%。国外宠物用品注重原创性和精细化，而我国宠物用品自身研发能力薄弱，技术含量低、同质化严重。

2. 宠物健康与福利问题

在宠物营销中，宠物健康与福利问题难以保障。我国宠物医疗机构在专业性技术方面相对落后，基础设施较差，缺少先进的、专业的宠物医疗设备。一些宠物店或宠物寄养中心由于空间有限、卫生条件差，导致宠物生活在拥挤、不卫生的环境中，这不仅影响宠物的健康，还可能引发疾病传播。

3. 专业人才短缺问题

目前，我国宠物市场的专业人才普遍年轻化，低学历从业者居多且流动性大，高资历、技术专精人才缺乏是阻碍发展的重要原因。纵观我国宠物医疗专业人才队伍建设，现有方案制定不科学、课程设置不合理、临床研究创新不足、专业实习基地资源稀缺等问题普遍存在。

4. 消费者需求难以满足

消费者需求多样化是一个显著特点。对于宠物食品选择，消费者不仅关注食品的营养成分，还追求其口感、形状、颜色等多样性，更倾向于选择天然、有机、无添加的食品。目前宠物市场的各项服务，食物安全保障度低，选择空间狭小，个性化定制实现困难，难以满足消费市场多样化需求。

5. 法律法规不健全

法律法规不健全，存在虚假宣传、误导消费等问题，导致消费者消费体验不佳。如购买宠物后发现存在健康不良或品种不符等问题，引发经济纠纷；宠物医院在提供医疗服务时，由于医生资质、设备条件或诊疗流程等问题，导致宠物健康受损或死亡，引发医疗纠纷。

3.2 “它经济”如何破局

针对上述困境，建议如下五种破局方案：

1. 产品质量与安全问题的解决方案

企业要建立完善的质量管理体系，加强原材料采购、生产过程、成品检验等环节的质量控制，如严格检测宠物玩具的原材料安全性和牢固度。加强员工质量与安全

培训，提高员工意识和技能水平，确保产品质量和生产安全。

政府部门要建立产品质量安全追溯体系，实现从生产到销售的全程追溯，如为宠物食品添加溯源码。同时加强对宠物产品质量和安全的监管，加大抽查力度，严厉处罚不合格产品生产企业。

2. 宠物健康与福利问题的解决方案

政府部门应加大对宠物消费市场的监管力度：如宠物店在宠物销售时应向消费者提供详细的健康证明。宠物寄养中心应提供符合宠物生活习性的饲养环境，如适宜的温度、湿度、光照，以及充足的运动空间和娱乐设施，满足宠物的娱乐需求。宠物医院应提供疫苗接种、心理疗愈、社交训练等健康服务，并不定期提供体检、疾病监测等福利服务。

3. 专业人才短缺的解决方案

高校和职业院校要加强宠物相关专业建设，优化课程设置，增加实践教学比重，培养更多适应市场需求的专业人才，如开设宠物医疗、美容、训导师等专业方向。开展针对宠物行业从业人员的职业培训和技能认证，提高现有人员的专业水平和服务质量，如举办宠物医生培训班、美容师技能考证等。

4. 消费者需求多样化的解决方案

企业需要密切关注市场动态和消费者需求变化，及时调整产品结构和服务内容。推出不同口味、不同功能的宠物食品，多样化的宠物用品和服务项目，满足消费者需求。同时，企业还需要注重产品的质量和安全性，选用优质原料、采用先进生产工艺和严格的质量控制措施，确保品质和安全性符合消费者期望。

此外，针对消费者的个性化需求，企业可以提供个性化定制服务。通过了解消费者的具体需求和宠物的特点，为他们量身定制适合的宠物用品和服务项目。

5. 法律法规不健全的解决方案

政府制定和完善宠物产业相关的法律法规，明确宠物销售、医疗、用品等领域的监管要求和法律责任。加

强对宠物市场的监管力度，对违法违规行为进行严厉打击和处罚。

同时，加强消费者权益保护法律法规的宣传和教育，提高消费者的法律意识和维权能力。鼓励消费者在购买宠物及用品时，选择正规渠道和信誉良好的商家，并保留好相关证据以便维权。

参考文献

- [1] 宠物学校、宠物保险……千亿级它经济市场需监管[J]. 广州日报. 2022(05)
- [2] “宠物经济”开拓千亿级市场[J]. 经济参考报. 2024(08)
- [3] 这代年轻人购物有个性[J]. 孙亚慧. 人民网—人民日报海外版. 2022(03)
- [4] 智能科技赋能消费场景多元拓展市场新活力[J]. 黄盛. 2024(08)
- [5] 基于情感化设计表达产品蕴含意味的设计方法[D]. 吴依曼. 2024(1)
- [6] 中国宠物市场发展的问题与对策研究[D]. 韩丽萍. 上海财经大学. 2021.
- [7] 宠物医疗发展现状及存在问题与对策[D]. 刘嘉琪. 2020(10)
- [8] 兽医管理 | 基于产业升级下的宠物医疗人才培养策略[J]. 中国动物检疫. 2021(07)
- [9] 义乌检验检疫部门在市场采购出口中的监管实践与创新的中期报告[D]. 2024(04)
- [10] 市场监管总局关于学习宣传贯彻《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》的通知. 执法稽查局. 2024(04)

作者简介：徐心烨，2005-8-5，女，汉族，江苏无锡，本科，大学生，汉语国际教育专业，经济类，江苏师范大学文学院

指导老师：周鸣汪漪