大公報
2022年7月15日
星期五

責任編輯：王夕子
美術編輯：張偉強

攝像鏡頭報狀況 智能投餵保營養

Z世代輕鬆養寵 「黑科技」當保姆

▲工作人員演示一款名為「動物網絡」的智能設備，它能感知動物的情緒並將其發送到主人的手機上。 網絡圖片

▲寵物狗在寵物餐廳享用寵物美食。 中新社

「一房兩人，一貓一狗，三餐四季」是當下不少「Z世代」心目中的理想生活。《2021年中國寵物行業白皮書》（消費報告）顯示，2021年，中國城鎮貓犬數量已超1.1億隻，養寵人數達到6844萬人，而其中46.3%出生在1990年以後；這意味着不到5個寵物主裏，就有1個是「Z世代」。隨着5G、移動智能設備等技術發展，更追求效率的「95後」則傾向於為愛寵購買智能飲水機、智能攝像頭、自動餵食器等智能養寵設備，「人均鏟屎官」的「Z世代」也進階到以數字化「黑科技」產品智能養寵的時代。

大公報記者 曾萍

「躺平」養寵 一鍵餵水餵糧

省時省力

「擼貓」、「吸狗」正成為年輕一代新的生活方式，「年紀輕輕，貓狗雙全」撫慰了被孤獨包圍的當代青年。寵物用品品牌Pidan創始人曾在Z世代消費趨勢論壇上表示：「當人需要靠動物的陪伴來解決交流和孤獨的問題時，這種精神上的陪伴就不能以價格來衡量。」如今萬物聯網，而寵物也成為物聯網中的「物」，Z世代的養寵模式也愈發內卷。

從傳統的上班餵食，下班鏟屎，到解放雙手、注重情感鏈接的智能養寵，智能餵食機、智能攝像頭、智能貓砂盆等寵物智能設備正逐漸成為養寵家庭的標配。電商平台數據顯示，2021年「6·18」購物節活動期間，寵物智能用品銷量同比激增1300%以上。《2021年中國寵物消費趨勢白皮書》顯示，接近兩成的寵物主人開始借力新科技「智能養寵」。

「我想買一個智能貓砂盆，但是好怕它們上不去，有用過的朋友安利一下嗎？」陳越在養貓人士的互助群裏發出一則求助消息，沒過多久，群友們便開始積極提供建議。「當下年輕人不是『996』工作，就是忙於為生活奔波，壓力大空閒時間少，而智能養寵就是解放雙手，讓年輕人『躺平』養寵最方便的方式。」在陳越看來，通過科技既能夠24小時陪伴自己的寵物，又能夠使用智能手機等產品一鍵餵水和餵飯，「一鍵養寵」的寵物智能時代解救了年輕一代的養寵人。

掏空錢包 給毛孩「最好的」

消費升級

紀錄片《寵物醫院》第三季中，一個生活在上海的年輕女孩與五隻貓相依為命。每個月2000多塊錢的工資，一半都補貼在貓身上：又是買糧食、又是看醫生，但不捨得在家裏裝空調。在自己消費降級只買必需品的當下，「95後」們卻毫不手軟地掏空錢包，給貓狗消費升級。據《2021寵物食品行業消費洞察報告》顯示，2020年中國養寵（貓狗）人均單隻年消費金額達6653元，佔人均可支配收入（32189元）的20%。

「618購物節快到了，貓糧、貓砂、貓零食，各種物品都得囤貨。」「95後」的莊怡一邊在各個APP之間切換，一邊認真做着筆記：網易嚴選貓糧預估價18元／斤、Ziwi貓罐頭預估價20元／罐、Pidan的6L貓砂預估價23元、萬物一口貓零食預估價19.9元／袋……「養寵物之後才知道是真的燒錢，即便最基本的貓糧、貓砂、零食等開銷每月也得要300–500元不等，如果小貓生病的話，那開銷可就更大了。」莊怡一邊展示着自己的購物清單，一邊做着算術。

如今，「Z世代」鏟屎官們對「毛孩子」的寵愛已邁過溫飽階段，不僅主糧管飽，玩具多樣，更開始關注提升寵物的生活質量和身體健康，萬物都給貓狗「最好的」，也能增強寵物主人的幸福感和養寵家庭的融合度。

▲「魔力愛心逗貓器」能大範圍感知貓咪動態，激發貓咪好奇心。 網絡圖片

功能有限 存在安全隱患

有待改進

寵物智能產品解決了養寵人士的痛點，然而寵物智能產品進入市場，消費者並不全是支持的態度。作為「貓狗雙全」的資深養寵人士，今年剛畢業的黃嘉先後購買過智能貓砂盆、智能投餵器、寵物自動飲水機等寵物智能產品，但他告訴大公報記者，目前大部分智能產品都被他閒置了。「一方面是傳統的餵食方式能和愛寵產生更多情感聯繫。另一方面，目前市面上的寵物智能產品的功能，遠不如其所宣傳的那麼強大。」對於像黃嘉一樣的年輕「鏟屎官」們而言，他們願意為寵物花錢，但並不意味着他們願意為任何產品買單。

自動飲水機和智能項圈漏電、智能玩具導致貓狗骨折、智能寵物窩悶死貓等事件頻頻爆出，也讓不少原本打算入手的養寵人望而卻步。「我暫時沒有給我的寵物貓買智能產品的打算，看過有網友爆料說自動貓砂盆夾尾巴，雖然可能是個例，但我不希望同樣的事情發生在我家貓咪身上。」養貓4年的嘉鵬表示，寵物智能產品目前仍可能存在技術缺陷，存在一定安全風險，未來隨着技術完善後，他才會考慮添置。

《2021年中國寵物消費趨勢白皮書》顯示，寵物用品在商品智能科技屬性、商品安全性等方面，對比寵物商品總體的消費者關注度更高。而在淘寶上，有不少用戶購買智能餵食器後都有「餘糧不足主頁面不顯示」、「APP升級後不好用」、「卡糧」等差評。

▲山西省太原市一間只提供寵物食品的餐廳裏，寵物狗品嘗寵物甜品。 中通社

B站上，於今年2月發布的《監控下的春節留守小貓咪》視頻播放量超過200萬，畫面中一隻百無聊賴的橘貓隨着鏡頭移動，滿地打滾，「萌化」不少人。陳芳刷到這條視頻，卻是一下子被「種草」了同款寵物智能攝像頭，作為一名資深「貓奴」，陳芳上班時間總會牽掛着家裏的「貓主子」，因此看完視頻陳芳就立即網購了同款攝像頭。「攝像頭很靈活，還有前衝和搖擺的功能，貓主子也很快就適應了，甚至拿它當滾球來玩。攝像頭拍攝的貓咪看起來也特別逗。」陳芳笑着說道。

滿足多樣需求 解放主人雙手

隨着養寵設備逐漸升級，像陳芳一樣依靠智能產品餵養、照顧寵物從而「解放雙手」的「鏟屎官」正迅速增多。相較於上一輩人，Z世代年輕人更願意接納層出不窮的「黑科技」：使用智能貓砂盆清潔寵物的排洩物、分析貓的如廁數據，洞察健康狀況；使用智能寵物投餵器，以APP制定餵養計劃；使用有寵物定位追蹤的智能項圈，保障寵物安全……各類智能寵物產品連接起寵物的飲食、健康和情感管理等多個領域，不僅滿足寵物主人便捷的需求，也開始偏向於服務寵物，甚至以寵物為主。

「我去隔離了，能幫忙照顧我家的狗嗎？」在上海疫情最嚴峻的時期，一份《上海疫情守望互助指南》在很多人的朋友圈裏刷屏。「前段時間因為疫情，我被困在南寧，沒辦法回百色，讓我變得重度焦慮。」吳浩是個「多貓家庭」的「貓奴」，突如其來的疫情讓他無法按時回家照顧「貓主子」，於是疫情平穩回到家中後，吳浩第一件事就是安排了全屋智能養寵設備。「如果臨時有意外需要將毛孩子們獨自留在家中，也能有個備選方案，讓牠們能吃飽喝足、安全健康地生活。」吳浩說着長舒了一口氣。

明年市場料達4456億

艾瑞諮詢發布的《2021年中國寵物消費趨勢白皮書》顯示，疫情驅動了寵物消費市場的快速增長，2020年寵物行業市場規模接近3000億元（人民幣，下同），未來三年中國寵物市場規模複合增速將保持在14.2%，到2023年該市場或將達到4456億元。

艾瑞諮詢研究總監郭瑞玲指出，受疫情影響，寵物主對寵物健康的關注度提升，相關品類的消費也帶動了行業增長。「除了健康、快樂和衛生等傳統需求，新時代寵物主們開始『智能養寵』。」業內人士表示，隨着疫情防控常態化，更多養寵人群思考的是，今後如何預防發生寵物在家斷水斷糧、分離焦慮的情況，而這使得智能養寵需求大幅提升。