



人宠户外 新赛道加速成形

本报记者 柯国笠

7月,上海新国际博览中心,ISPO SHANGHAI 2026现场。近500个国内外户外品牌在此集结。今年,最引人注目的不是哪家品牌推出了新款冲锋衣或登山鞋——而是一个全新的展区:“草野同行·人宠户外生态展区”。

宠物冲锋衣、户外牵引绳、宠物防晒衣被列为声量最高的三大品类;宠物户外服装、帐篷睡袋、背包、出行解决方案集中展示;宠物户外装备品牌、赛事方、社群、旅行社和主题公园首次被汇聚到同一个空间。现场还举办了“人宠户外生态沙龙”,行业人士坐在一起,探讨这个赛道的新增长机会。

ISPO将人宠户外从“展区”升级为“生态”——这本身就是一个信号。户外运动兴起之后,人宠户外新赛道在加速成形。

“毛孩子”也要出门

信号背后,是一组令人无法忽视的数据。

中国畜牧业协会宠物产业峰会指导发布的《2026年中国宠物行业白皮书》(以下简称“白皮书”)数据显示,2025年中国城镇犬猫数量已达1.26亿只。养宠家庭占全国家庭总数的23%,相当于每四个家庭就有1个养宠。2025年城镇宠物消费市场规模达3126亿元,预计2028年将增至4050亿元。

数量不可谓不惊人。但真正驱动人宠户外赛道崛起的,是另一个数字:71%的宠主有着强烈的携宠出游意愿。

“携宠出游已从零散的‘新刚需’,演变为具备亿级用户基础的‘新刚需’,和确定性赛道。”全国工商联旅游业商会景区分会秘书长李德新如此判断。宠物出游已经成为新刚需。

这种需求也正在转化为真金白银的消费。2025年“五一”期间,深耕宠物旅游近17年的爱宠游,仅自由行板块就订出1000多间客房;游侠客旗下携宠户外品牌“汪汪GO”、“五一”线路从去年的6条增至12条,报名人数同比增长近半。

在浙江安吉古城国家考古遗址公园,首届潮宠嘉年华,单日涌入客流量约3000人次,每五位入园者中就有一位带着宠物。

“一只宠物带动两至三名家庭成员”的引流效果,让携宠出游逐步形成兼具参与感与体验感的消费新业态。

而对于运动品牌而言,户外运动兴起背后,关注携宠出游的消费场景也是当下的考虑重点。无论是可隆还是萨洛蒙,又或者兴起的凯乐石等国产运动品牌,从门店消费场景搭建,到线下户外运动爱好者社群活动,宠物的存在感越来越强,也逐渐融入户外运动的生活大圈中。

“狗均一件户外服”

场景需求爆发,也让供给端随之而动。最具标志性的事件发生在今年1月——被称为“狗界始祖鸟”的美国高端宠物户外装备品牌拉夫威尔(Ruffwear),在进入中国市场十年后,于上海新天地东台里开出中国首家线下店。

这家1992年创立于美国俄勒冈的品牌,以解决宠物户外饮水痛点的便携狗食盆起步,如今已建立起覆盖冲锋衣、登山鞋、背包、牵引绳的完整产品矩阵。其犬用胸背细分出嗨轻、福朗特、径跑者、攀岩者等十余款,价格从375元到1069元不等;服装售价集中于359元至829元之间。品牌坚持采用工业级材质与犬体工程学设计,其胸背带甚至拥有全球首个美国高速公路安全局认证。

Ruffwear的线下首店,标志着人宠户外装备从“线上种草”迈入“线下体验”的新阶段。

与此同时,一批中国本土品牌也在快速崛起。Kiwigo越维狗的品牌生产技术人员钱先生,原本从事人用冲锋衣面料研发,因不满市面上宠物服装的功能缺失而创立品牌。其产品直接对标高端人用标准——采用高耐磨面料、4级防泼水表层及进口微多孔防水层,可抵御超大暴雨。

专注“人宠共生”场景的品牌DAQQAB,则走得更远。其与宠物防风衣采用同款高性能面料;通过模块化磁吸扣设计,实现腰包与宠物包串联、水碗与装备嵌合;牵引绳选用攀岩材料。

“消费者正从‘宠物穿得可爱’转向‘穿得舒适、安全、专业’。”DAQQAB品牌负责人蒲颖文指出。户外产业的介入,正在推动宠物用品从“装饰性”向“功能性”深刻转型。

天元宠物副总裁虞晓春观察到了一个关键变化:“消费者去哪里露营、哪里度假、购买哪些装备,会越来越多地考虑到自家的‘毛孩子’,从而影响到消费的全链路。”

对于户外运动爱好者马浩而言,露营、徒步、登山,带上宠物犬则是一种新的选择。“运动型陪伴应该说是许多户外爱好者的精神需求。带上爱犬去爬山、露营,确实会增加很多乐趣。”

马浩告诉记者,自己周边也有不少宠物爱好者带着宠物去运动。为此,他们也会专门给宠物购买运动护具等,花费在100—1000元不等,算是“正常支出”。白皮书数据显示,认为宠物是家人的比例达66.9%。“家人”的角色正是许多爱宠爱好者消费的动机。

海天宠物猫狗用品行业工作人员许彬表示,“骑行时,有宠物护目镜;水上运动时,有宠物游泳衣;露营时,有宠物帐篷……甚至在城市出行场景中,借鉴母婴行业,出现了宠物腰凳。”

新赛道新挑战

热闹之下,裂缝同样清晰。

携宠出游的核心问题在于卫生、安全、防疫、舆情——一个环节管理失当,便可能引发连锁反应。有景区口头承诺“宠物友好”,却缺乏基本的卫生消杀和应急措施;有的因管理不善引发人宠纠纷,最后“一刀切”地禁止宠物入内。

天元宠物正在尝试破局。该公司正在打造西山溪人宠友好乐园,涵盖运动、社交等多维度体验;推进携宠高铁专列项目,推动携宠出行标准化;同时在社区里规划宠物活动区、人宠动线及卫生管理,破解商业空间“允许进入但不欢迎”的尴尬。

标准也在跟上。2025年12月,全国首个《人宠友好旅游空间服务管理规范》发布,涵盖安全、卫生、服务与应急管理等方面。目前全国已有近50家旅游企业接入配套的“亲宠友”智慧平台并按照标准落地。

但产品端的标准依然缺失。“目前宠物服装领域缺乏明确、统一的强制性标准。”Kiwigo越维狗品牌生产技术人员钱先生指出,市场准入门槛较低,产品质量差异显著,“几元一米到几十元一米的面料,都可以被做成宠物衣服,非面料行业的人很难分辨好坏,而且宠物无法用人类语言反馈穿着舒适度。”

当下,在宠物服装赛道,有品牌把宠物居家服称作“护肚衣”,不少商家标称,面料材质达到了A类婴儿标准。而在户外赛道,冰丝垂感、垂感贴肤这类主人都无法替宠物实际感知的描述,也被用在广告里。

行业高速发展的背后,71%的携宠出游意愿与不足的供给之间,缺口依然巨大。但这个缺口本身,就是赛道的机会所在。

当“毛孩子”开始决定一家人去哪露营、买什么装备,一个新赛道就已经不可逆转地打开了。

在今天的ISPO展会上,“人宠友好已经成为户外产业的一个新变量”成为新的共识。

对于品牌而言,面对人宠户外赛道,剩下的问题是:谁能率先跑通新的消费闭环?

中国品牌之都

发布平台: 15880722026

领军品牌榜

利郎 LILANZ

简约男装

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP

信泰集团
SinceTech

信泰·网布科技领航者

JINJONG 晋江

取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

SHUA 舒华

凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

HAINGA 海纳智能

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

源泰皮业
Sourtaise 服务热线: 0595-85685062

茂泰鞋底
MAOTAI SOLES

星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

佳龙机械
JILONG

本佳针车
WWW.BEYOUNGSEW.COM

专业生产: 一次、二次MD、RB、PU鞋底
东骏鞋材
DONGJUN SHOES MATERIAL
电话: 0595-2719333 85090555

爱丽卡
ALLIKA 专业演绎精彩
韩国品质 晋江制造
热熔丝、TPU丝、TPEE丝、尼龙单丝
地址: 晋江国际鞋纺城B区一号街11-12
电话: 0595-85872288