



宠物随行人有了「新驴友」

30余名游客、22条宠物狗、一辆大巴车，从北京出发一路向北。他们此行的目的地是河北省张家口市的崇礼，主人要带着各自的宠物狗一起去体验“白天赛氧吧、晚上见星河”的地方……如今，带着自家“毛孩子”出游，已成为年轻人的一种新休闲方式。据相关机构统计，中国宠物产业经济已达到数亿元规模，年轻人对待自家的“毛孩子”不再只是单纯地饲养、休闲、陪伴，而是带着它们一起出游、一起社交。

主人组团出游

随行宠物狗不但能坐大巴还能体验坐摩天轮、缆车

出发第一天，大巴车刚开动，这次活动的主办者桃子就掏出手机开始给车上的游客和他们的“毛孩子”逐一合影留念。2016年，桃子成立了一家名为携宠物的俱乐部，专门从事宠物旅游。

20多条宠物狗，看到桃子的手机后，都兴奋地摇动尾巴，有的把鼻子凑过去不停地闻，还有的直接站起来试图亲吻镜头。当然，个别性子沉稳的宠物狗则表现得比较矜持，坐在靠窗的座位上一动不动，直直盯着窗外。

像这样带宠物狗出游的活动，桃子已经组织了七八年。尽管因为团队成员特殊，他们多数情况要选择郊野旅行，但出游的内容却并不单调。

桃子曾组织宠物主人一起带着宠物狗玩桨板，宠物狗会趴在桨板上，跟主人一起滑行穿越港湾。他们还曾去海边让主人与宠物狗一起踩浪花，沙滩上会留下他们一大一小的足迹。当然，他们去得最多的地方还是草原林地，宠物狗和主人能一起在蓝天白云下尽情奔跑。

和主人一起旅游的宠物狗们，不但能坐大巴，还能体验坐摩天轮、缆车、皮划艇，它们可以在主人的陪伴下，去看更广阔的世界。

出发前要“面试”

带出门玩的宠物们情绪稳定还能“管住嘴”

在这趟出行的大巴车上，没有一条宠物狗会狂叫乱吠，这正是桃子敢于组织宠物狗出游的基础。桃子说，那些一看到同类就叫的宠物狗，要么是性情太烈，要么是社交能力太差，这样的是不适合带出去的。

出发前，“面试”参与活动的宠物狗是重要的一环。桃子解释说，如果来报名的宠物狗喜欢叫，而且一听到别的宠物狗叫就跟着叫，那样活动就没法展开了。尤其是在大巴车这样封闭的空间，司机根本没法开车，会影响到全车的安全。

参加活动的宠物狗不仅要“管住嘴”，还要能控制自己的情绪和行为，不能见到其他宠物狗就扑过去撕咬、玩耍。另外，哺乳期或发情期的宠物狗也不能参加活动。

此外，参与活动前桃子还会跟宠物狗主人进行一番详谈，主要了解宠物狗的年龄、习性和健康状况，尤其是要确保宠物狗是否打过疫苗。桃子还

会跟宠物狗主人详细说明旅途中的各种注意事项，并希望主人能配合她在旅途中对宠物进行管理。

组织宠物狗出去旅游的这些年里，经过严格审查还出现意外的活动只有一次。对于那次活动，桃子无法忘记也不太愿意回忆。“当时因为有条宠物狗根本管不住，最后我只能单独把它牵走。”桃子说，尽管宠物狗主人有些不情愿，但没办法，作为组织者，她必须保证其他游客和宠物狗的正常活动。

另外，为保证活动中的纪律问题，也有的俱乐部会聘请训犬师随团行动。趣宠星球的创始人快快说，他们不但会在出发前对参加活动的宠物狗精挑细选，也会在活动中给大小宠物狗进行具体的分组。此外，俱乐部还会特别聘请一名训犬师随行。

让训犬师参与活动，主要是为了应对突发状况。同时，训犬师也能在活动中向宠物狗主人传递一些正确的养狗、训狗方法，“这等于是在活动中多设置一个宠物课堂环节，也能让宠物狗主人相互学习。”快快说。

如何带宠物狗住酒店，目前是宠物旅行团的一大难题。已经有一些与桃子合作过的酒店愿意接纳宠物狗入住，但对于桃子来说这并非易事，而是一个逐渐破冰的过程，“刚起步的时候，只能一家酒店一家酒店去询问、去解释。”

桃子说，酒店其实并不是排斥宠物狗入住，只是排斥宠物狗带来的一些麻烦，只要主人把该做的事情做好，打消酒店经营者的顾虑，很多酒店就不会反对宠物狗入住。比如，参加活动的主人要自己带床单和被罩，避免宠物狗弄脏酒店卧床，主人还要管好宠物狗的大小便问题。“只要我们自己管理好宠物狗，酒店的其他顾客也不会有太强烈的反对意见。这其实跟我们在家里养宠物狗的道理一样，邻居们讨厌的只是乱叫乱扑、没有规矩的宠物狗。”桃子说。



宠物和主人一起出游合影。

年轻人新型社交

带着“毛孩子”出行拓展了自己的社交圈

近年来，宠物旅游开始成为越来越多年轻人的一种新尝试。有的宠物主人会提前在网上做攻略，寻找可以带宠物狗旅行的地方，有的则选择加入宠物旅行团。于是，类似携宠游、趣宠星球这样的俱乐部也逐渐多了起来。在抖音、视频号等多个平台上，越来越多年轻人开始分享宠物团队游的视频和照片。

对于宠物主人来说，带宠物旅游首先解决的是宠物无人照料的问题。曾多次带宠物旅游的姚女士说，如果是自己出去旅行，家里的宠物狗只能寄养在朋友家或宠物机构，有时宠物狗会有应激反应、不吃不喝，情绪也不高，而她在外面也会惦记宠物狗，每天都要打电话询问情况，“后来带宠物狗一块旅游，才能让自己完全放松下来。”

如今带宠物旅游环境的改变，让姚女士更放心把宠物狗带出去。在她看来，自家的“毛孩子”开始成为自己一个不错的旅伴，在旅途中增加了相互的陪伴，也消耗一些旅途的寂寞。无论是在林间还是海边，放开宠物让它自由奔跑，宠物狗开心，自己的心情也能愉悦起来。

多次参加携宠游俱乐部旅行团的网友晶晶，对此深有体会。以前的她，想出游总会为如何安排宠物狗而烦恼，后来参加了几次俱乐部的活动，带着宠物狗一同旅行，还结交了很多爱狗人士，拓展了自己社交的圈子。同时，在旅途中俱乐部和同伴还会给大家拍照，她也留下了很多跟宠物狗在一起的唯美照片。

无论是桃子，还是晶晶，他们都能感受到这些年来宠物经济的火爆。宠物旅游已然成为宠物经济产业中的一个新兴切口。

(据《北京青年报》)

同步播报

宠物险保单连续两年增速超80%

主要为医疗险、责任险、意外险等

下班回家撸撸猫、遛遛狗已经成为一些中国城市居民喜爱的休闲娱乐方式之一。伴随这一过程，宠物保险市场也开始升温。

据了解，目前宠物保险在市场上的产品类型主要包括医疗险、责任险、意外险，覆盖宠物饲养的全过程、全周期。以中国人民财产保险股份有限公司提供的一款“宠物责任险”产品为例，其年保费为60元，可针对宠物犬咬伤、抓伤他人等情形，提供累计最高30万元的赔付。

多家机构近日发布的宠物保险市场分析报告显示，宠物保险正在成为“宠物经济”的新增长点，宠物保险市场也呈现出鲜明特点：

投保群体趋于年轻化。众安保险、蚂蚁保平台共同发布的《2023年宠物数字化保险行业发展洞察趋势白皮书》数据显示，90后、95后已成为宠物险主要投保人，占总投保人群的60%。蚂蚁保发布的数据显示，2021年、2022年连续两年宠物保险保单增速维持在80%以上，已投保的饲养宠物者人均购买了1.2份宠物保险。宠物保险成为年轻人特别是女性科学理性饲养宠物的重要消费选择。

经济发达地区是投保“主力军”。《2023年宠物数字化保险行业发展洞察趋势白皮书》显示，从出险省份来看，广东省占15.88%，位居全国第一，其次是上海、浙江、北京、江苏。具体来看，一二线城市宠物保单保有量和出险率较高。在经济发达地区保持宠物保险消费“主力军”地位的同时，宠物险也在加速向下沉市场扩展，四线及以下城市宠物险保单增速高达26.49%，居全国首位。

线上服务稳步增长。京东宠物健康联合卫仕、小宠等七大宠物健康品牌今年初共同发布的《2023中国宠物健康消费白皮书》显示，2022年国内宠物消费市场规模约为3117亿元，宠物主在单只宠物上的年均花费约为5200元。其中，多数宠物主会选择每半年1次给宠物进行体检。尽管线下就医仍是主要的诊疗方式，但调研用户中使用线上问诊的比例已经达到58%。

西南财经大学保险与精算系副教授王凯说，如今，越来越多人通过养宠物来调剂生活。宠物数量的增加带来了宠物保险需求的快速增长。客观上，作为一种财产险或责任险，宠物保险可以降低人们饲养宠物的支出风险和心理负担。宠物保险市场的升温，也意味着宠物饲养者更加注重自身和他人的合法权益。

“我国宠物保险的发展时间比较长。尽管很多保险公司都有成熟的产品，但仍存在一些不足，如宠物医疗制度不规范、相关法律法规不完善等。未来，宠物保险市场的发展，需要宠物交易、宠物医疗等领域价格体系更加透明化，从而使相应的责任和损失补偿金额判定更加明确。”王凯说。

(据《人民日报海外版》)