

■ 寵物貓身後的店舖內，看不到一個顧客身影。記者孔雯瓊攝



■ 疫情中帶着口罩外出的寵物狗。記者孔雯瓊攝



# 毛孩也避疫 內地寵物經濟勢大洗牌

## 抗擊 新冠肺炎

「本店的寵物美容、洗澡、購買用品等一系列活動，均在店門外交接與介紹，並且不接待未佩戴口罩的客戶。」記者在上海一家名為喜芮寵物生活館的實體店門口看到上述告示，同時把門圍欄，將顧客「拒之門外」。對於開店卻不迎客，店家解釋為疫情期間無奈措施。

### 光顧需預約 不接待新客

對此現象，業內稱之為「半營業」，指的是營業時間縮短、主營業務削減、服務不完全等營業方式。據寵物店管理系統蝸牛小店統計，截至2月27日，24%的寵物店處於完全閉店狀態，76%寵物店處在半營業狀態。記者了解到，不少半營業狀態的寵物店，甚至採取預約制度，只接待會員，新客概不接待。

顧客費小姐稱，「買東西不能看到貨，送寵物洗澡大冷天店外等着，誰願意去花錢啊。」如此營業方式，被認為體驗度「負分」，與之相應，店舖人氣亦慘淡之極。「本來寵物洗澡要排隊，現在好久才來一兩個老顧客，多數時五六個店員『拍烏蠅』，這幾天營業額時常掛零。」另一家同樣只在店門外交接營業的店主稱，根本沒什麼顧客，復工了也賺不到錢。

### 線下消費剛興起 即潮退

線下消費本來是寵物市場的重要一環，據狗民網《2019年中國寵物行業白皮書》統計，內地寵物市場在去年已經達到2,024億元（人民幣，下同）規模，其中28%的寵物食品在線下消費，狗、貓的活體交易線下渠道佔比更高達57%和53.5%。另外，隨着新零售的興起，線下體驗以及支付系統的完善，90、95後年輕寵主正在從線下向線上回流。可惜，寵物消費向實體店回流剛開始有個苗頭，就遭疫情橫加阻攔。

擅長打造線下消費場景的寵物世家，一度用個性化、差異化的多寵物產品贏得消費者口碑，協信星光廣場門店上千平米店舖內近半都是各種可愛、有趣的活動寵物活體展示，特別是店內的「鎮店之寶」——一對網紅土撥鼠，每天都能招攬成百上千的顧客進店。

然而近日記者前去探訪，發現除了一些貓狗尚在，土撥鼠、兔子、倉鼠等非常規寵物均不見蹤影。「土撥鼠現在不讓賣了」，店員表示疫情期間接到的通知，「這些寵物什麼時候再回來也不知道。」或是多寵物結構變化，加之疫情期間出門人數寥寥，記者前往當天，店內並未看到有顧客購物，僅有一例在洗澡美容的寵物。

### 物流受阻 貨品庫存不足

另外，據寵物行業情報平台寵業家統計，近80%寵物店出現庫存不足的問題。「供應商發貨延遲，物流又阻塞，很多產品進不到貨，現在賣的都是以往積壓的存貨，因此銷量並不好。」一家社區型寵物店主稱，暢銷品缺貨，進店的顧客往往敗興而歸。凱珩資本調研顯示，寵物店歸根結底屬於線下零售業態，從其坪效來看並沒有優勢，人效亦不太高，一家店如果銷售的商品或服務下降，那麼會引發虧損狀態。

寵物經濟近年來在內地爆發式增長，但在新冠肺炎疫情衝擊下變得不容樂觀，不少人避之則吉，甚至棄「重災區」，正面臨無人光顧、貨品下架或短缺等諸多困難。業界人士普遍認為，今年寵物實體店或將開啟大洗牌，只有存活能力強者可以熬過寒冬。

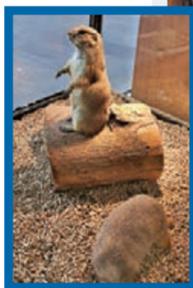
香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



■ 擅長打造線下消費場景的寵物世家，疫情中同樣冷清，圖為活體寵物貓展示區，以往很多人隔着玻璃逗貓，如今沒有一人。記者孔雯瓊攝



■ 不少寵物店存在貨物短缺情況，圖為一家寵物店內貨架空了一半。記者孔雯瓊攝



■ 左邊空箱櫃曾是網紅寵物土撥鼠（小圖）的住處，如今按規定「下架」土撥鼠。記者孔雯瓊攝



■ 寵物醫院醫生開展線上培訓課程。凌睿眼科微信圖片

## 寵物食品線上銷售倍增

疫情導致寵物行業大部分線下消費場景消失，進一步推動了線上消費。記者調查了解到，儘管網購寵物剛需品的需求大增，但亦存在「求而不得」買不到的現象。眼下國產寵物糧購買相對方便，但進口寵物糧同樣因為疫情導致航班、船期縮減等原因，遲遲運不來。

「寵物可以洗澡、不美容，但飯總是要吃的，合格的『鏟屎官』是不會忘記囤貨的。」不少消費者稱，疫情期間加大了網購寵物食品的頻率，因為怕斷貨、不確定疫情結束等，不少人增加了單次購買數量，一次性購買20斤甚至50斤做儲備的大有人在。有行業人士透露，某品牌寵物食品在京東的2月銷售額同期暴增超過100%，甚至已提前完成了Q1的業務指標。

### 商家加大線上推銷力度

另外，商家亦主動在線上「拋頭露面」，「1至2月，大部分商家將銷售陣地轉戰線上。電商、直播、紅人帶貨，這些都是目前常見的線上運營手段。」狗民網品牌部門負責人向記者表示，內地消費者更傾向於通過電商渠道購買寵物商品，商家的主動出擊能起到一定促銷量的效果。記者查詢淘寶直播數據分析平台發現，類似皇家寵物食品、普瑞納寵物食品、馮氏寵物食品等，在最近一段時間內都加

大了直播力度，相應的產品銷量的確出現增長。

雖然部分品牌熱賣，但據貝恩諮詢聯合阿里巴巴在2月19日發佈的消費數據來看，疫情期間寵物食品的線上銷售總體出現略微下滑。原因就是內地寵物食品市場對進口商品依賴程度較高。據中國海關總署的數據，在2019年，中國進口寵物食品達到5,500萬噸，進口貨值超過20億元，還沒計算大量的跨境电商銷售；根據農業農村的數據，僅2019年，新批准進口寵物食品登記證就達200個產品。

### 進口商品去年底已斷貨

「寵物食品純進口商品從年前就斷貨至今。」一家網店店主向記者表示，他主營全進口的純天然狗糧、貓糧，年前因國外聖誕假期供應已經放緩，本來預計1月底可以恢復，現在都3月了依然無法進貨。「疫情開始後，進到中國的航班、船期都急劇壓縮，現在美國到中國空運，運費1公斤要8美元，我如果進一次貨運費就要3萬至4萬，誰能受得了。」另外，就算已經落地內地保稅區的進口寵物糧，由於前期物流積壓，現在保稅倉都在排隊發貨，物流時不時出現小癱瘓狀態。

部分寵物主人嘗試給寵物換成產地在中國的口糧，亦有很多人開始自製狗糧、貓糧。

## 半數寵物廠商 恢復70%產能

中國寵物行業界在2月24日舉行了疫情期間第一個行業非接觸式會議，當時會上普遍反映了復工困難、物流限制以及庫存緊缺等問題。從全國寵物產業科技創新聯盟對國內40多家寵物食品企業調研來看，過半企業認為疫情對行業的影響嚴重，逾三成甚至認為非常嚴重。

### 物流成本較正常高60%

但企業克服困難，不計成本的恢復產能勁頭十足。中寵股份表示，不計成本，和所有能發貨的物流公司合作。疫情開始以來大宗物流停滯，經銷商和門店大面積出現貨品短缺，部分門店的運營及寵物的基本飲食需求都無法保障，為此中寵承擔高於日常60%的物流成本，選擇目前唯一可以運營的德邦物流來保障一線經銷商及門店的貨品輸送。基於德邦快遞無法到達的省份和地區，在線上各品牌店鋪支持消費者選擇順豐快遞。

同時，復工情況持續得到改善。據寵業家3月1日發佈的一份統計顯示，受調研的15家企業中，1家基本實現了100%工人到崗率；3家復工率達80%以上，總體來看8成寵物廠商復工率超50%，一半恢復70%產能。另外，企業採購情況亦恢復正軌，受調研企業8成認為原料供應穩定。

## 無知棄養 寵物醫院忙收容

寵物醫療作為寵物消費市場裡的一支強分支，疫情中業務進行了很大調整。記者了解到，不少寵物醫院疫情期間雖然不開門營業，但線上培訓、線上問診等工作仍在持續。另外，令人惋惜的是，因疫情期間有傳言指寵物會傳染新冠肺炎，部分寵物醫院淪為寵物收容所，多名寵物醫生再三呼籲，寵物傳播新冠病毒給人，目前並無證據。

新瑞鵬寵物醫療集團副總裁李麗表示，疫情危機促使了寵物行業的信息化發展，公司在1月23日武漢封城後就對業務進行了很大調整，包括提前規劃了線上問診等線上服務方案。

### 線上問診數量大增

記者從一些寵物醫院的社交群裡發現，近期寵物線上問診數量大增，類似「貓暈R了」、「狗眼腫了」這樣的問題絡繹不絕，群內坐診醫生都會一一解答。但也有寵物醫生指，輕症狀態可以問診，如果出現比較嚴重狀況或無法遠程判斷的，就只能去找營業的寵物醫院。

對於那些無法接待線上問診的，寵物醫生們索性開啟了線上培訓，上海寵物眼科專業診療機構凌睿眼科近期一直在進行寵物眼科公開課。新瑞鵬寵物醫療集團近期也開始了線上培訓，並認為此種降低成本的方式亦有利未來行業發展。

香港漁業署指，一條新冠肺炎確診者家中的寵物狗對病毒測試呈弱陽性反應，消息一度引發不少養寵人士恐慌，拋棄寵物事件又有增多，而寵物醫院門口成為集中地。上海虹口一家寵物醫院5天裡陸續被扔了4條狗。實際上並無證據顯示狗會傳播新冠病毒給人，中國農業大學臨床獸醫劉朗博士指，患者身邊的寵物檢測出病毒也是正常的，假如在患者家裡其他位置檢測，或者是家裡其他親屬檢測也有可能呈現弱陽性。重要的是該寵物狗肛門處沒有檢測出病毒，合理的推測是牠沒有被感染。



■ 一家寵物醫院門口被扔來一對白白胖胖的健康小狗。受訪者供圖