共建和谐美丽城市 共创幸福美好生活

10月30日至11月1日,第七届上海宠物时装周将在杨浦举行

“它经济”,加速跨界破圈

本报讯 10月30日至11月1日,第七届上海宠物时装周将在上海国际时尚中心举行。本届以“惟维新序”为主题,聚焦人宠生活方式、产业创新与城市宠物友好。

作为全球首个宠物时装周,上海宠物时装周已举办六届。本届设置人宠时尚秀场、宠物潮流生活特展、上海宠物锦标赛·狗巴迪专场、世界音乐·邻距离、多元市集与人宠互动等五大板块。

本届宠物时装周还将联动第25届中国上海国际艺术节,引入“艺术天空”惠民活动,在杨浦滨江公共区域打造“音乐+萌宠”复合公共空间。

宠物消费正在完成从生存刚需向情感价值的深度跃迁

当下,宠物消费正在完成从生存刚需向情感价值的深度跃迁。

不久前,记者在海选现场看到,等候区排着长长的队伍,十余家宠物服饰及用品公司的代表端坐两侧,观察每组人宠搭档的状态,给“合眼缘”的宠物递出定妆卡。拿到卡片的萌宠可前往造型区试穿品牌服饰、拍摄定妆照,顺利通过筛选后,就能站上时装周的正式T台。

“我们是第一次参加上海宠物时装周的选秀,但之前它已经做过几次模特了。”摸着推车里的比熊,王女士一脸骄傲:“它今年已经7岁了,性格比较活泼,不怯场。”

排在王女士身后的,是她的先生、女儿和女婿,还有女儿的一位好朋友,每人各携一只狗狗,精心搭配的人宠“亲子装”成为现场亮眼风景。身着新中式马甲的王女士,给比熊配上了同款小马褂,她的先生则与1岁小泰迪的运动休闲风相呼应,同行朋友身着豹纹内搭,怀里小狗也配齐豹纹服饰,每组搭档都花足了心思。

“能不能走上T台不重要,关键是玩得开心。”一身黑裙的廖小姐给爱宠搭配了一套温柔的白色蕾丝裙,她说,希望能在活动上认识新朋友,留下人宠之间的美好记忆。

除了常见的猫狗,蛇、蜥蜴等异宠也出现在海选现场。光合怪兽品牌负责人苏世雄递出定妆卡,邀请一位带着玉米蛇上台的宠物主参加下一轮筛选。“这次报名爬宠海选大约有六七十人,超过我们最初的预估,说明爬宠主人也有很强的线下展示需求。”

谈及爬宠模特的选拔标准,苏世雄说:“我们选模特,不单单看外形好不好看。首要考察爬宠本身性格稳定性、应激耐受程度、对陌生舞台环境的适应能力,同时主人的配合度也是重要考核项。爬宠和主人要形成良好的互动默契,才能保证同台走秀过程安全、展演流畅。”

记者了解到,本届宠物时装周首次设立爬宠独立专场,让蛇、蜥蜴等小众爬宠登上舞台C位。苏世雄介绍,爬宠专场会结合不同物种的生理特点,定制造型与展示流程,采用主人与爬宠联袂登台的形式,给小众圈层一个专属表达舞台,也让普通观众近距离感受爬宠的独特魅力。

据主办方介绍,今年秀场方面,Petstar x苏小乔、拉夫威尔、Un Tou Tou、Brownie's & D'chat & Nyotail、荣耀HONOR、五魁首等品牌将轮番发布专场。

宠物潮流生活特展将以“都市漫游、山野撒欢、精致喂养、私属定制、智趣陪伴、社交记录”六大生活场景,覆盖居家、出行、户外、定制高定等链条。高定匠心专区将展出宠物仪式礼服、人宠亲子装、异宠生态缸与艺术纪念珍藏定制。

人宠同台,勾勒新时代家庭生活图景

《2025宠物时尚趋势白皮书》显示,25—34岁年轻群体成为养宠消费主力军,占比达61.7%,情感陪伴、解压疗愈、丰富生活情趣成为驱动消费的核心动因,“养儿式养宠”已经成为广泛的社会消费现象。

随之而来的是消费迭代催生出的三大发展趋势:第一,“人宠共居”,居家智能用品、一体化家居解决方案快速崛起,重新定义人与宠物共处的居住空间;第二,“它时尚”,宠物高定礼服、人宠同款穿搭、个性化定制走红,审美与社交分享成为重要消费诉求;第三,“它户外”,携宠出游、轻户外需求持续爆发,带动出行装备、宠物友好服务赛道快速增长。

但行业依然面临现实痛点:市场品牌与产品高度分散,垂直赛道与外部行业缺少对话窗口,市场亟需一个能够承载产业观察、时尚表达、大众体验、城市实践的综合性公共平台。上海宠物时装周的举办,恰是观察“它经济”产业融合的一个重要窗口。

“本届上海宠物时装周早已不只是人宠穿搭展示,而是延伸到陪伴出行、审美表达、情感共鸣等多个层面,人与宠物共同登场,勾勒新时代家庭生活图景。”上海宠物时装周主办方介绍,本届时装周将有大量的宠物友好品牌和非宠物业态入局,展现行业未来发展趋势,例如蓝莓骑行将首发人宠骑行座椅、拖挂车与联名折叠自行车;荣耀Magic9系列将AI影像能力落地秀场,直出宠物时尚大片;酷爪王国展示“AI宠物时装一键试穿”,带来新鲜的互动体验。

此外,时装周期间,圆桌对话“新宠力·智配未来”将同步举行,聚焦“人宠时尚的设计向善与AI智慧助力的商业长期主义”,探讨AI定制、智能场景与人宠共生商业循环。







■张钰芸 毛信慧 文 谢典书 摄

(部分稿件综合自《新民晚报》,图片为海选现场)