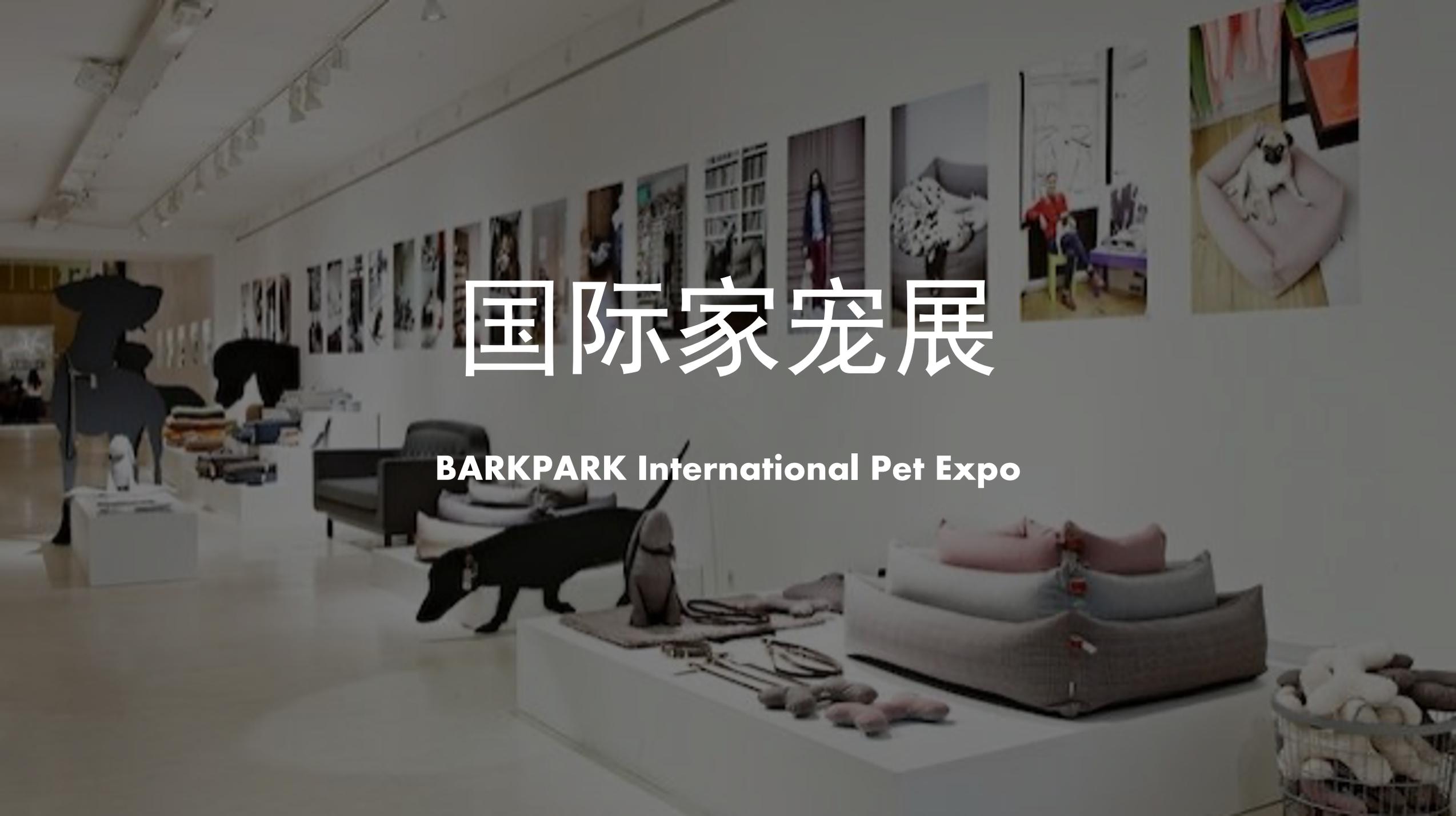


国际家宠展

BARKPARK International Pet Expo



宠物生活展

International Pet Living Expo

主办单位：上海中贸美凯龙经贸发展有限公司

策展单位：北京中致瑞合科技有限责任公司

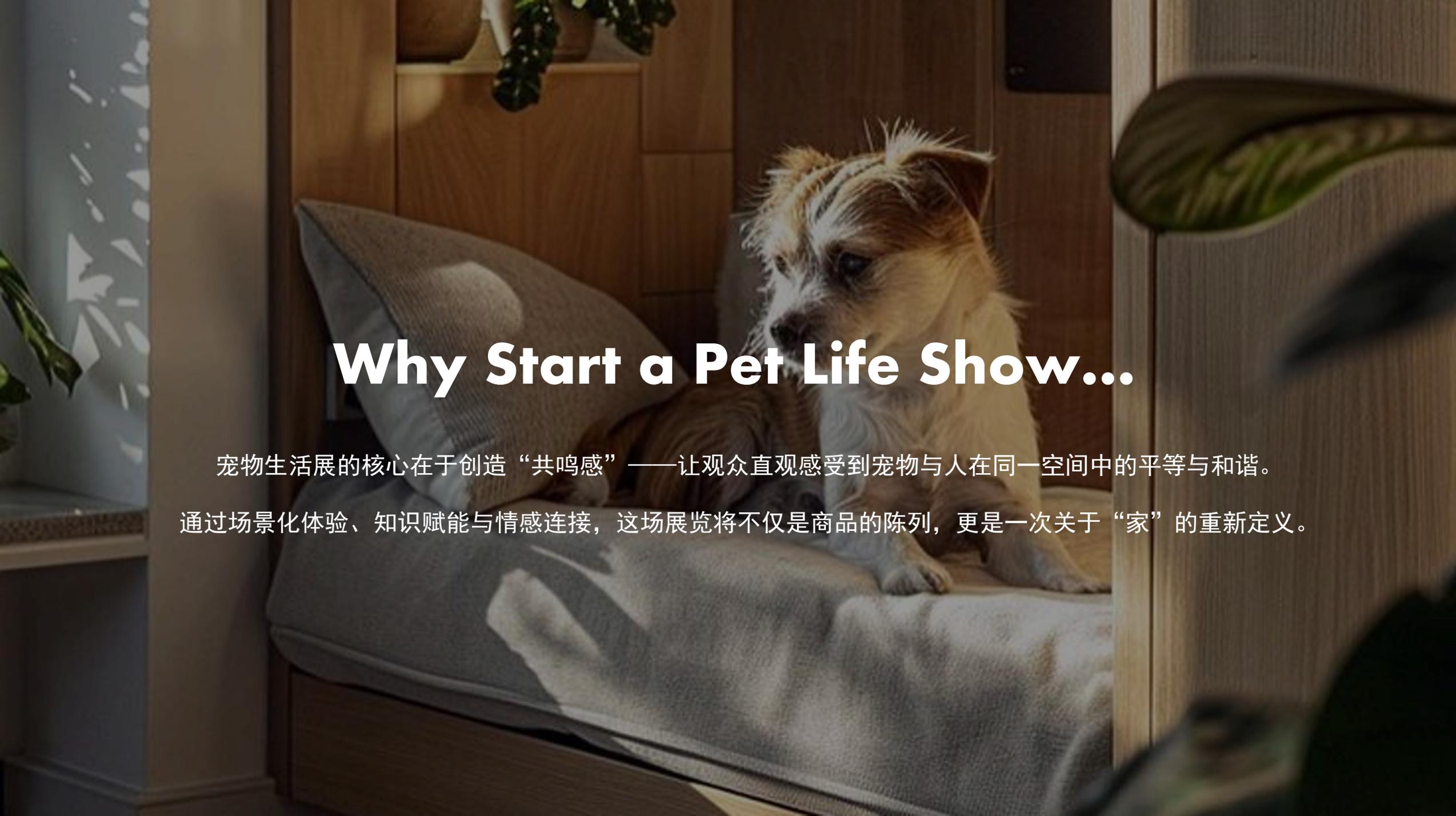
展览地点：国家会展中心（上海）

展览时间：2025年9月9日-9月12日

策展主题：家，和宠物一起分享

策展内容：

- 1、品牌展览：从家具到生活杂货，汇集了为宠物生活增添色彩的物品
- 2、主题策展：与宠物一起生活重构人宠空间的100种方案
- 3、展会论坛：设计 X 科技 X 情感（主题待定）
- 4、招商及合作伙伴
- 5、宣传策略：线上线下互动，媒体矩阵策略

A small, scruffy dog with light brown and white fur is sitting on a bed. The bed has a grey blanket and a grey pillow. The room has wooden walls and a window with a plant. The lighting is warm and soft.

Why Start a Pet Life Show...

宠物生活展的核心在于创造“共鸣感”——让观众直观感受到宠物与人在同一空间中的平等与和谐。

通过场景化体验、知识赋能与情感连接，这场展览将不仅是商品的陈列，更是一次关于“家”的重新定义。

在中国

养宠物数量已经超过了出生的孩子数量

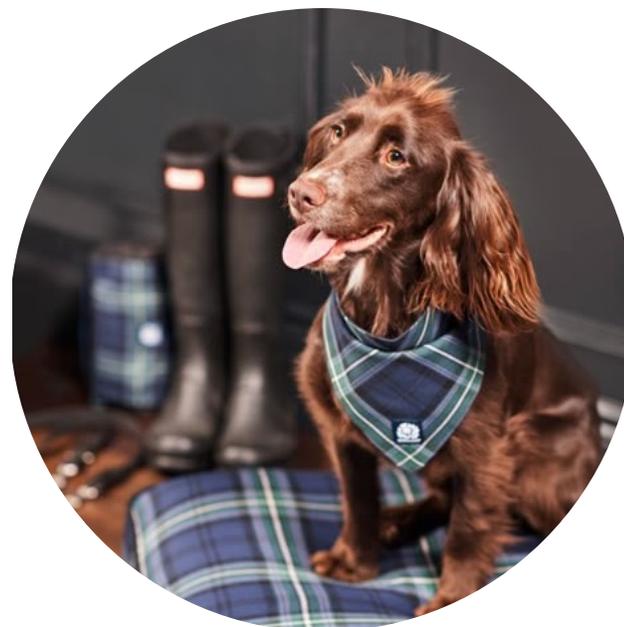
2023年数据：市场规模达2,946亿元（约合410亿美元），2018-2023年复合增长率（CAGR）18.2%，远超全球平均增速（约6%）。

国际对比：市场规模仅次于美国（1,236亿美元，2023年），但增速是美国的3倍以上。

高盛报告，2024年，中国宠物数量首次超过4岁以下婴幼儿数量，预计到2030年将接近婴幼儿数量的2倍，养宠家庭早已破亿。

《2023年-2024中国宠物行业白皮书》，2022年—2023年，三线及以下城市的宠主占比从21.8%扩大到30%，大幅提升8.2个百分点。相比之下，一线城市宠主的占比仅提升1.4个百分点，二线城市宠主占比则缩小了近10个百分点。

2025年市场规模将突破4,500亿元，2023-2025年CAGR保持15%-18%。



宠物数目（万只）



消费行为与心理洞察



年龄分布

Z世代（95后-00后）：占比32%，增速最快（年消费增长35%）。

偏好：智能设备（如自动喂食器）、潮牌联名服饰、宠物摄影服务。

90后（25-34岁）：占比42%，核心消费主力。

特征：高学历（本科以上占68%）、愿为健康与体验付费（进口粮、宠物SPA）。

银发族（60岁以上）：占比17%，年均消费增速22%。

偏好：小型犬/猫、医疗护理（体检套餐）、陪伴机器人。

品类偏好

“它经济”性别差异：

女性：服饰（客单价300元）、美容（月均消费200元）、摄影（套餐价500-2,000元）。

男性：智能设备（如GPS项圈，均价450元）、户外装备（冲锋衣/登山包）。

目标群体市场分析



目标群体分析

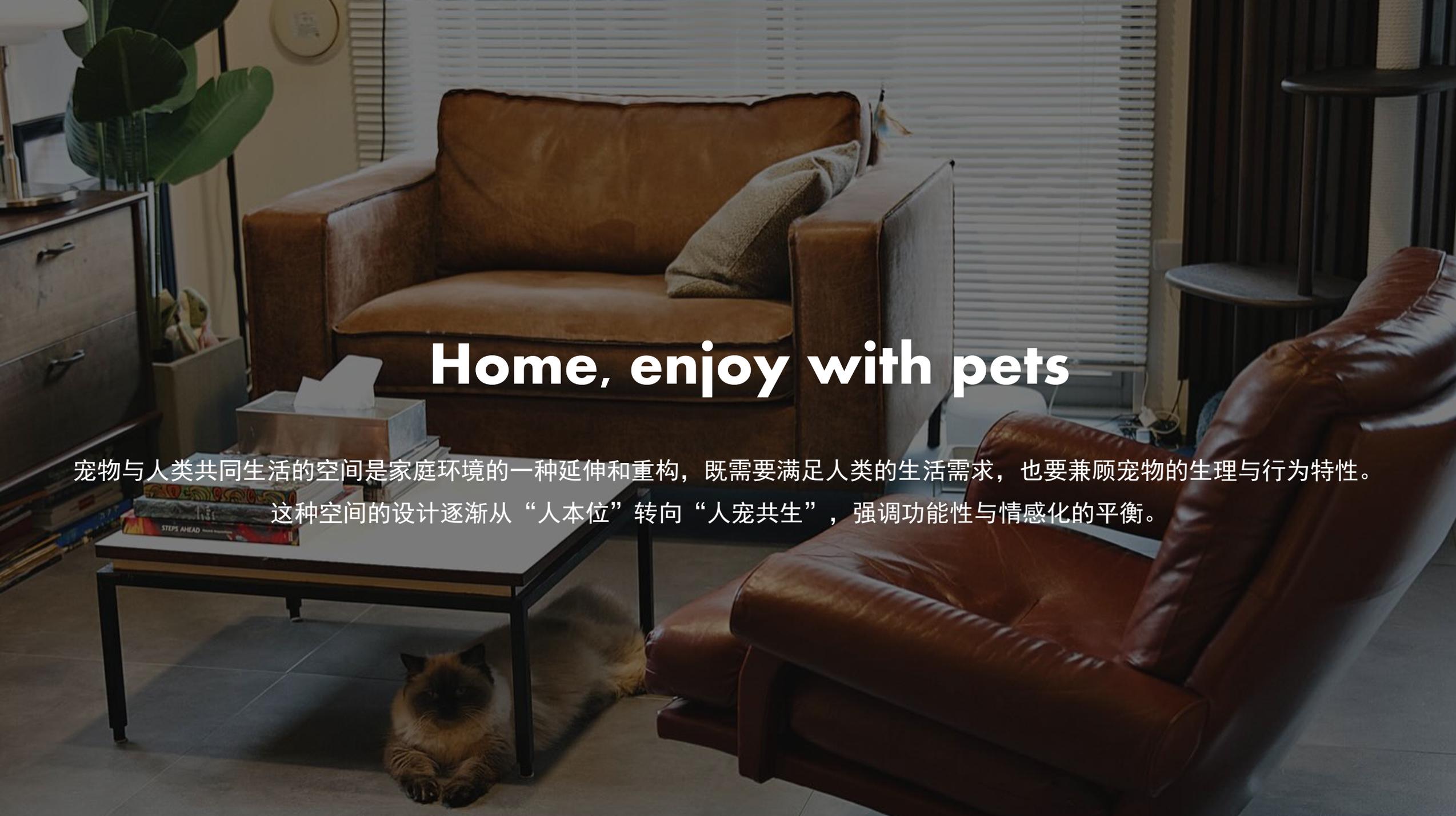
B端需求：吸引宠物家具品牌、智能科技厂商、家居设计师、宠物医院等，提供行业交流与采购平台。

C端需求：瞄准养宠家庭、宠物博主、家居爱好者，侧重体验与消费转化。

市场趋势挖掘

调研热门品牌（Apple、小米、IKEA、松下、蔚来汽车等）、区域消费偏好（如一线城市偏爱高端定制，下沉市场关注性价比）。

分析竞争对手展会，寻找差异化亮点（如增设宠物行为学讲座或沉浸式家居样板间）。

A living room scene featuring a brown leather sofa, a coffee table with books and a tissue box, and a cat sitting on the floor. The room is dimly lit, with light coming from a window with blinds in the background. A large potted plant is visible on the left side.

Home, enjoy with pets

宠物与人类共同生活的空间是家庭环境的一种延伸和重构，既需要满足人类的生活需求，也要兼顾宠物的生理与行为特性。
这种空间的设计逐渐从“人本位”转向“人宠共生”，强调功能性与情感化的平衡。

宠物与主人共享的空间

宠物与人的共享空间，本质是通过设计让“家”成为一个包容的生命系统。

它不仅是物理场所的改造，更是对亲密关系的重新定义

当我们在墙上为猫预留一道小门，在地板上为狗铺设一条跑道时

实际上是在说：

这个世界，有我的一半，也有你的一半。



狗家庭

在家里如何打造和宠物一起生活的空间



CAT ONLY 🐱



猫家庭



Pets and Livingroom



Pets and Bathrooms



Pets and Kitchen



从家具到生活杂货

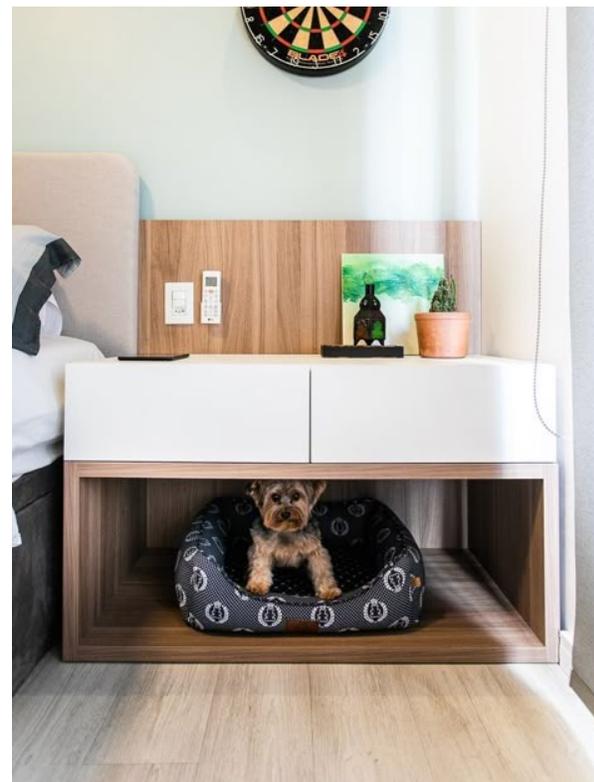
汇集了为宠物生活增添色彩的物品



人宠家具

共用空间设计：设计主人与宠物共同使用的区域，如带有宠物专属座椅的客厅、可以让宠物与主人共用的沙发或床等。

宠物与家居配套：为宠物创造一个属于它们的小角落，既不影响家庭生活的空间，又能满足它们的需求。



宠物家具

人宠家居融合设计：与现代家居风格完美融合，如隐形猫窝、内嵌狗床的沙发或家具、储物空间与宠物设施合二为一的设计。

宠物专用家具：带有宠物休息区的沙发、双功能家具、嵌入式宠物床等，能够兼顾家居美学和宠物需求

墙面装置与立体空间：利用垂直空间进行设计，如悬挂猫架、狗狗的悬浮床、宠物爬架等，节省空间，又能满足宠物的探索需求。



智能宠物

智能喂养科技：如自动喂食器、智能饮水器、定时补充宠物粮的系统等，提升宠物主人和宠物生活的便捷性。

智能清洁科技：如自动清理猫砂盆、智能吸尘器专门清理宠物毛发、宠物浴室等自动清洁设备。

智能监控科技：宠物专用的摄像头、智能门禁系统，甚至可以通过应用程序查看宠物活动，远程控制门窗等安全功能。

智能健康科技：AI健康监测项圈（实时分析心率/体温）、物联网猫砂盆（粪便AI识别疾病）



宠物出行

自行车配件：当下养宠家庭，迎合骑行潮流，与自行车配合的各种宠物配套配件，座椅、拖拉。

电助力自行车：特别为宠物而设计的cargobike，自带宠物出行框，3-10公斤的宠物都很适配，电助力也让骑行很起送。

宠物推车：越来越多的宠物友好，带狗狗出行，公共区域必备的宠物手推车。



宠物用品

宠物家具与装饰：猫树、狗窝、宠物沙发、宠物床、宠物家具等。

宠物玩具：如咬玩具、益智玩具、追逐玩具、羽毛棒、毛球等。

宠物用品：包括项圈、牵引绳、耳标、喂食碗、笼子、宠物背包等。



宠物护理

宠物浴室：专为宠物设计的浴室和洗澡区，包括带淋浴的宠物空间、洗澡专用池、干燥区域等，能够提供专业的宠物洗护环境。

宠物美容台与工具：展示便捷的宠物美容设备和护理工具，如折叠宠物美容台、专业梳毛工具、宠物吹风机等。

宠物清洁用品：宠物浴液、沐浴露、刷毛器、毛发清洁剂、宠物洗护工具。



宠物游乐

互动娱乐设计：如设计专为宠物活动而设的区域，包括玩具、跑道跳跃区、爬架等

宠物运动设施：适合家庭和公寓的宠物运动设备，宠物跑步机、跳跃架等，帮助宠物保持健康和体力。

宠物游乐场：展示不同类型的宠物娱乐场地，宠物游乐园、室内宠物公园、露营营地，满足宠物的社交和运动需求

户外活动用品：如宠物背包、牵引绳、户外活动服饰等，适合带宠物外出旅行、散步等。。



宠物时尚

宠物时尚品的本质是人类情感的物化

61%的养宠人认为“宠物服饰反映主人品味”， Supreme宠物滑板车、Off-White™反光牵引绳，草间弥生波点宠物窝、KAWS玩偶同款狗卫衣，宠物系列购买者中，70%同步购入同款人类单品。



宠物纪念

2023年市场规模：中国宠物殡葬及纪念品市场规模约162亿元，同比增长37%，预计2025年将突破300亿元。

增值服务：骨灰钻石合成、太空葬、克隆服务、3D打印、毛发工艺品、AI复活、区块链存证

跨界融合创新：艺术+殡葬，与插画师合作定制宠物肖像骨灰盒；情感疗愈生态，纪念品订阅服务：每年忌日寄送定制礼物



与宠物一起生活

重构人宠空间的100种方案





邀约100个品牌
与主理人一起打造100个【人与宠物】的生活空间



宠物美食节

只招待宠物的集会

禁止抢食



不好意思 我们只招待



这是我的地盘

“人类,别动手动脚!”



50家

鲜食烘焙

蛋糕甜品

冻干零食

A black and tan dog, possibly a Papillon, is sitting in a wooden crate. The dog has long, fringed ears and is looking towards the camera. The background is a plain, light-colored wall.

宠物主题摄影展

A close-up photograph of a black dog's face, likely a Yorkshire Terrier. The dog has long, dark hair and is looking directly at the camera with a calm expression. The background is dark and out of focus.

评选最上镜、最佳宠物摄影师



现场拍
宠物拍
人宠拍



搭建“人宠合影装置”
(如巨型猫抓柱背景墙、悬浮宠物床)



A man with grey hair, a beard, and tattoos on his arms is sitting in a large, orange play pit. He is holding a small, brown dog in his arms. The play pit is filled with many colorful balls (orange, black, yellow) and stuffed animals. In the background, there is a large mural of a stylized figure with long hair and a beard, possibly a Buddha or a similar figure, in a blue and white color scheme. The overall scene is warm and playful.

人宠互动

活动、体验、教育

互动活动

- 行为测试：邀请训犬师现场评估宠物与家具适配性（如猫对垂直空间的探索欲望）。
- DIY工坊：观众可亲手制作宠物窝垫或项圈，材料包由赞助商提供。
- 艺术定制：现场邀请艺术家为主人和宠物画像



互动教育

- **猫视角VR体验：**观众佩戴VR设备，以猫的视线高度（30cm）观察家居布局，理解猫对空间的需求。
- **行为学工作坊：**由动物行为专家讲解如何通过家具设计减少猫焦虑（如高处避难所设置）。
- **领养公益角：**与中国它基金合作，流浪动物保护组织合作，设置领养窗口，展览期间成功找到领养家庭。



MUJI

無印良品

互动体验

- 三菱电机“猫用空调”：通过红外感应猫的位置，调整送风角度与温度（猫区域26°C，人类区域24°C），减少能源浪费。
- Panasonic智能猫砂盆：整合健康监测功能，分析排泄物重量与频率，通过APP提示潜在疾病风险。
- 无印良品联名系列：推出「人猫共用家具」，如可拆卸猫抓板沙发、隐藏式喂食器茶几。

展会论坛

International Pet Living Expo

设计 X 科技 X 情感



设计

跨界联名
可持续环保时尚



科技

智能养宠
生物工程



情感

宠物救助
宠物领养

A man with dreadlocks is sitting in a wooden chair, looking down at a smartphone in his hands. He is wearing a white long-sleeved shirt and blue jeans. The background is dark and out of focus.

招商及合作伙伴

International Pet Living Expo

冠名 X 赞助 X 跨界合作



赞助体系

冠名赞助：

开放给头部宠物品牌或家居企业，权益包括主舞台冠名、全场广告位。

品类独家赞助：

如“智能家居独家合作伙伴”，限制竞品参展。

跨界合作

联合家居卖场推出“展览限定优惠券”，观众凭门票可线下抵扣消费。

与宠物医院合作，提供现场免费体检或疫苗折扣。

宣传策略

International Pet Living Expo

冠名 X 赞助 X 跨界合作



预热期（展前3个月）

悬念营销

线上：利用社交媒体平台（微博、微信、小红书、抖音等）进行宣传，吸引宠物主人的关注。

内容：发布“与宠物一起生活，重构人宠空间的100种方案”采访视频，每天一个，引发流量和共鸣。

种草：邀请宠物领域的KOL参与直播推广，吸引粉丝参与。

线下：通过合作伙伴、宠物商店、宠物医院、宠物美容店等渠道进行分发宣传材料。

媒体：与宠物行业的媒体合作，进行展会预热，发布新闻稿，组织采访等。

合作伙伴与赞助商：寻找潜在的赞助商和合作品牌，获得资源支持，并通过他们的渠道进行联合宣传。

爆发期（展前1周）

线上直播：提前曝光亮点展品，发起“最高颜值的宠物、最拽的宠物等”投票。

展期传播

每日热点制造：如“宠物主人快问快答”。

短视频矩阵：官方账号发布15秒亮点片段，鼓励观众带话题#PetLivingExpo发帖。



数据沉淀与价值延伸

用户数据收集

通过门票系统记录观众身份（如宠物类型、家庭结构），为下次策展提供洞察。
展商成交数据实时统计（如样品订单数、合作意向书）。

长尾运营

展后上线“云展厅”，提供360°虚拟逛展功能。
发起“宠物家居改造计划”征文活动，持续维持话题热度

创建线上平台和社交媒体互动，利用直播、短视频等方式进行展会预热或现场直播，吸引更多宠物爱好者参与。还可以设置一些社交活动区域，让宠物主人可以互相交流和分享经验。

预热彩蛋

2 0 2 6



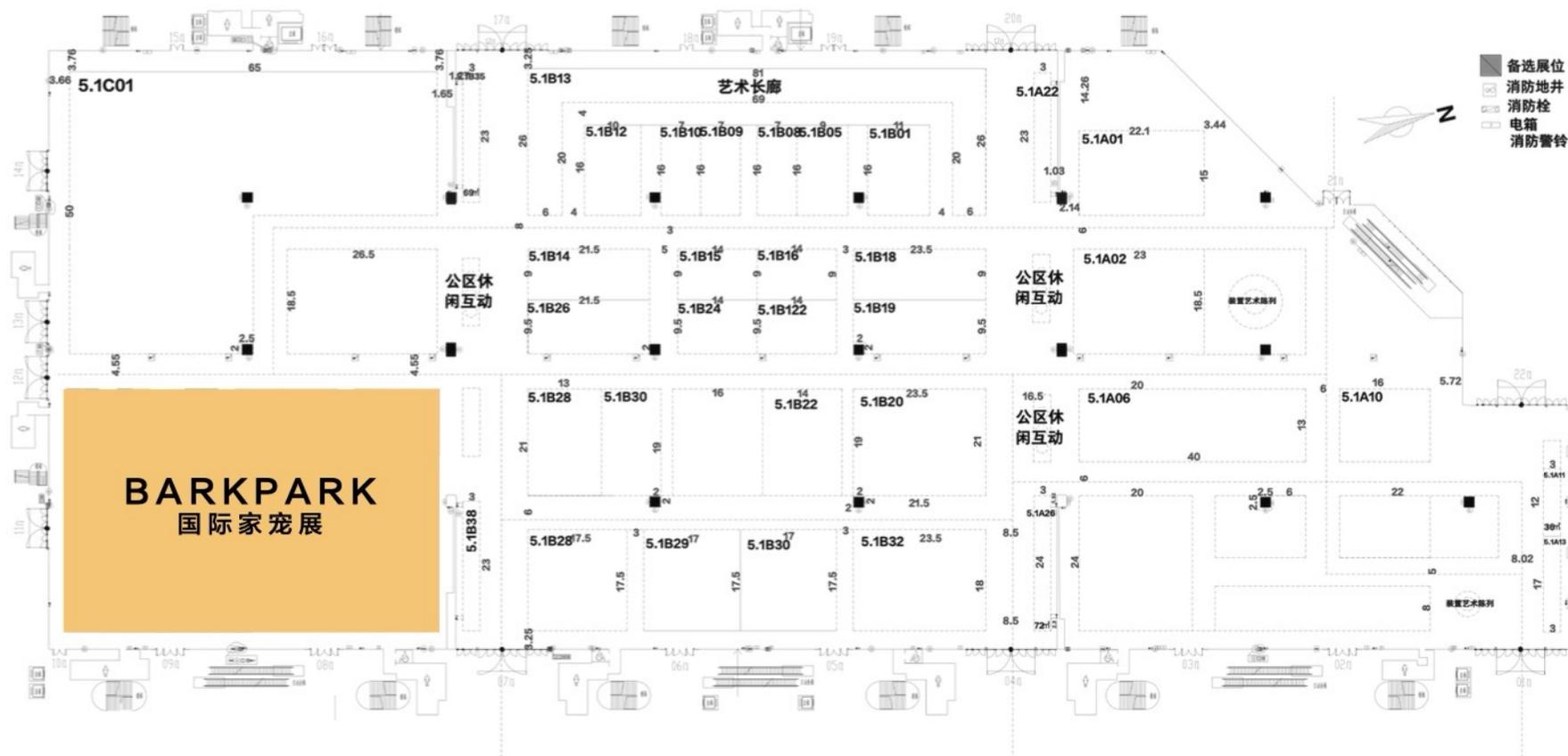
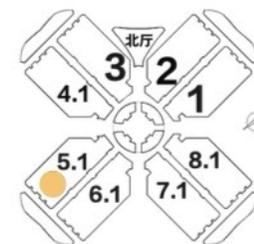
A young boy with glasses is smiling and looking at a small brown dog. The dog is wearing sunglasses and has its tongue out. The background is dark and out of focus.

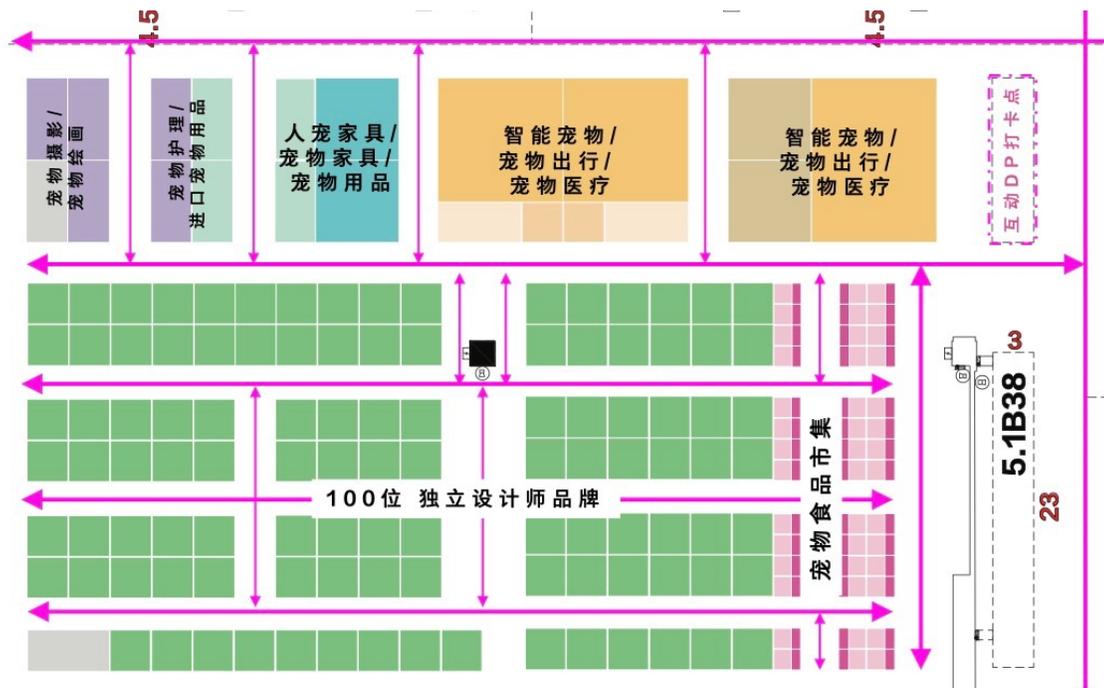
高端宠物精致生活展区，强调质量、品位和创新

同时展示宠物生活的各个方面如何与高端家居、生活方式和精致品味相结合。

1. 宠物与主人共用的空间设计
2. 个性化定制宠物家具
3. 个性化定制宠物配饰服饰
4. 高端宠物健康有机食品
5. 高端宠物保健与美容
6. 宠物顶级健康检测与诊疗
7. 宠物旅行与度假服务
8. 宠物艺术与文化
9. 高端宠物健康与运动

5.1馆 / 约2000平米





独家活动冠名：人民币 800000

大品牌展位 / 9M*9M / 81平米
人民币 1280元/平米/四天 品牌自搭建

智能体验品 / 6M*6M / 36平米
人民币 1480元/平米/四天 品牌自搭建



独立设计师 / 3M*6M
人民币 29000元 / 18平米 / 四天 包含搭建

独立设计师 / 3M*3M
人民币 15000元 / 9平米 / 四天 包含搭建

宠物美食节 / 2M*2M
人民币 8000元 / 4平米 / 四天 包含搭建

**END
THANKS**

