

宠物“留守”催生新赛道 “宠托师”上门喂养走向产业化

7月9日上午8时,林南希已经开始了她一天中最重要的工作:打开手机,查看“TA岛宠物”小程序后台的订单数据。这位30岁的创业者,两年前还是一家宠物食品公司的产品经理,如今她联合两位合伙人创立的宠物上门喂养平台已覆盖全国12座城市,签约宠托师超过1500人。

几乎同一时间,平台旗下的宠托师周雪梅已抵达雇主家门口。她套上鞋套,戴好橡胶手套,进门先确认猫咪安全在家,再开始更换猫粮、清理散落的猫砂。架在一旁的手机,实时记录着全过程。屏幕另一头,在外出差的雇主吴女士滑动手机,全程实时查看自家宠物的受照料过程,画面没有一秒中断。“很放心。”她说。

过去,长假返乡或出差在外,养宠人只能托付亲友或在网上找私人上门喂养,价格虽低,却常常心里没底。如今,这种带全程直播、按标准化流程操作的专业上门宠托服务,正在成为越来越多养宠家庭的刚需。“宠托师”这一职业也正从零散的“游击队”加速走向标准化的“正规军”。

从兼职到产业化

“自我介绍,某宠物公司员工,家里两猫一狗,国庆避开人流不出门,想做上门喂养公费撸猫……”2023年国庆,林南希在小红书发布的一则帖子,成了她创业的起点。彼时她留意到上门宠托行业正在兴起,想利用空余时间做点副业。“国庆接了两单,都是同楼栋的邻居,体验很轻松。”她回忆道。

真正的转折发生在随后的春节,她再次发帖后意外迎来爆单,超过一百位客户预约下单。她每天早6时开工、晚7—8时收工,还请来母亲帮忙,整个春节累计服务了三四百次。此后一年多,她以个人宠托师身份陆续服务了300多位客户。这段经历让她意识到,上门喂养不是零散需求,而是一个有真实复购的刚需赛道。

2024年10月,林南希与两位合伙人开始筹备公司——招募宠托师、制定用人标准和培训流程、梳理服务标准、布局线上推广。两个月后,“TA岛宠物”小程序正式上线。目前,其公司业务已覆盖北京、上海、武汉、成都等12座城市,签约宠托师超过1500人,累计服务近10万单。“像春节、国庆这种旺季,单量基本都破万。”林南希说。

与之类似,武汉的张女士也看到了同样的机会。这位原本从事医药行业的35岁创业者,刷抖音时看到有博主推荐上门宠托副业,花了一两个月做调研后,于今年年初成立了宠物上门服务公司,推出“益宠联盟”小程序。“这个行业非常有前景,武汉还有很大的市场空间。”张女士坦言。短短半年,她的公司已签约76名宠托师,分布在武汉三镇。

平台与个人从业者的差异,首先体现在定价上。以林南希的公司为例,喂猫50元、遛狗60



宠托师手机挂胸前,直播给雇主看宠物状态。

元,一线城市额外加价10元,平台将订单收入的70%至80%发放给宠托师。相比之下,个人从业者的定价普遍更低。记者在社交媒体上搜索发现,大多个人宠托师的报价在30至40元每次。

直播成为“定心丸”

对于把家门钥匙、密码和心爱宠物交给陌生人这件事,宠物主人的顾虑不言而喻。

吴女士今年26岁,家中养了一只橘猫,已喂养3年。2026年春节,她需要返乡过年,第一次体验了上门喂养服务。她说:“下单前我看了很多网友经验帖,心里有两层主要顾虑:一是担心人员专业度不够,看不出宠物身体不适;二是把密码交给外人,有隐私和财产安全隐患。”

最终打动她的,是平台提供的全程不可中断直播功能。吴女士租的房子没有安装监控,“全程直播既能实时查看宠物状态,也能监督工作人员,避免对方私自翻动物品”。她说,自己坚决优先选择平台而非个人从业者,“个人抗风险能力太弱,平台能分摊风险,提供售后兜底”。

林南希介绍,全程直播是创

业初期就确定的核心差异化优势。虽然部分个人宠托师也可提供喂养视频或直播服务,但并无硬性规定或第三方监管。而通过平台下单,客服会在后台实时监督宠托师,中途断播会对宠托师扣分。“老客复购率能达到80%至90%,”她说,“建立信任后,客户节假日会持续复购。”

宠托师进入雇主家通常有两种方式:钥匙或密码锁。记者了解到,雇主下单后,平台会建立一个带有客服监管的第三方企业微信群,雇主与宠托师在群内沟通所有入户事宜。钥匙服务前寄出、服务完成后寄回;密码则通过群内发送,平台客服全程在群监管。

林南希提到,他们会建议雇主设置临时密码。“不要把密码写在订单里,发到群里就行。”更稳妥的做法是,等宠托师到了家门口联系雇主,雇主再当场把临时密码发过去。“这样对双方都安全。”

宠托师不是“喂个饭”那么简单

周雪梅今年23岁,大学专业为宠物医疗技术。去年7月她加

入平台,10月转为全职,从业一年累计服务1400家客户。淡季月入五六千元,旺季则能过万。凭借专业背景,她能独立判断宠物拉稀便血、中暑舌头发紫、精神萎靡等异常状况。她说:“身边很多朋友羡慕我的工作,但大多没有养宠经验,无法入职。”

“我们平台的宠托师都有养宠经验。”林南希介绍,招募宠托师时,除了身份信息核查,养过宠物是第一硬性标准。张女士也提到,她招募的宠托师不仅有健康证,而且全部具备养宠经验。“养宠的人本身就爱宠,会对宠物更有耐心和细心,应对突发状况也更有经验。”

今年3月,一位雇主下了为期5天的上门遛狗订单。前两天周雪梅上门服务时一切正常,但第三天她发现狗狗咳嗽加重、流鼻涕,精神状态明显萎靡。她第一时间告知主人,经同意后立即带狗狗去医院,最终确诊为肺炎。“当时医生说情况比较危急,再晚一点可能有生命危险。”周雪梅回忆,经过两天治疗,主人回来后狗狗已明显好转。

“除了有经验,入职后还需要进行标准化培训。”周雪梅告诉记者,平台设置了一套固定服务流程:上门前提醒客户开启直播,进门先消毒、穿戴鞋套手套,确认宠物位置、排查家中安全隐患,再换水换粮、铲屎清洁,结束前复核门窗和宠物状态。喂猫最低20分钟,遛狗最低30分钟,“时长只可延长不可缩短”。

记者了解到,尽管上门宠托产业化趋势明显,但目前从业者仍以兼职居多。林南希公司的宠托师绝大多数为兼职,张女士公司的宠托师则全部为兼职,以20至35岁年轻女性为主,或将其作为副业,或为宝妈群体。

记者樊友寒 实习生扈思棋
(图片均由受访者提供)