

# 重使用、轻拥有 “以租代买”，解锁消费新玩法



越来越多人选择租用数码相机、户外等物品，毕竟性价比与体验双在线

暑期上海迪士尼，花车巡游经过时，人群中举起的不只是手机，各式云台相机、长焦镜头也频频登场。北京95后白领林晓就是其中一员，去迪士尼前她曾纠结是否买台大疆Pocket 4，但平时出游不多，买了怕闲置。经推荐，她在人人租平台免押金租了一台，次日到货、配件齐全，两天花费不到百元。“体验很棒，对租用消费有了新认识。”林晓说。

林晓的经历是租用消费走入大众生活的生动注脚。从演唱会会长焦镜头到露营装备，从游戏卡带到智能机器人，从租车自驾到汉服礼服，一种“重使用、轻拥有”的新型消费方式，正成为消费市场一抹新色。

## 租用行业崛起 2024年服务超7.5亿人次

近年来，在政策与市场双轮驱动下，我国消费租用行业快速崛起。

今年1月，商务部等9部门联合印发《关于实施绿色消费推进行动的通知》，明确提出“大力发展绿色租赁服务，创新绿色消费模式，鼓励出行共享、空间共享、物品共享”；7月，国家发展改革委发布《循环经济发展“十五五”规划》，将规范二手商品流通、推动绿色消费列为重点任务。

国家市场监督管理总局发展研究中心发布的《循环经济背景下的消费租赁行业健康发展白皮书》显示，2024年我国租赁经济交易规模突破4.2万亿元，同比增长32%，服务用户超7.5亿人次，数智平台交易额占比65%。

## 不买也能“享” “租生活”圈粉年轻人

暑期以来，租用消费全线升温。在出行端，神州租车订单量同比增长超30%，租车用户规模同步增长约三成；滴滴租车订单量持续攀升，日均订单同比增长超50%。在数码端，人人租平台数据显示，短期租用需求迎来爆发，相关订单同比增长66.8%；按品类来看，演唱会设备及游戏装备热度更高，分别同比增长388.5%、488.7%。

年轻群体成为绝对主力，95后、

00后贡献了相关类目66.5%以上的订单。“以前总觉得租东西束手束脚，生怕磕了碰了要赔钱。”00后骑行爱好者陈曦租了一台佳能R50相机和镜头，7天才200多元，“经平台验机后发出，归还时轻微划痕不用赔，整个过程很踏实。”对数码、户外等“高单价、低频次”的物品，租用免去了购机折旧、闲置吃灰的烦恼，随用随租，性价比与体验双在线。

## 免押加验机 “敢租”有了硬支撑

租用消费的普及，离不开信任机制的建立。信用免押模式大幅降低了消费门槛，为大量用户减免押金。《关于实施绿色消费推进行动的通知》提出，“推动‘人工智能+绿色消费’，创新智慧产品、智慧场景，利用先进技术加强资源匹配、智能调度，提升智能化服务水平，推动资源高效利用。”依托先进数字技术赋能，相关经营主体加快探索实践。人人租平台在全国布局12个标准化仓储履约中心，通过智能化调度设备，将“次日达”服务覆盖200余座城市，履约效率提升约50%；同时，依托人工智能大模型，搭建起标准化、可追溯的验机品控体系，目前已累计拦截40余万台不合格设备流入租用市场，有效保障用户“无忧租用”的体验。

标准建设也在加速推进。去年5月，国家标准GB/T 45828—2025《共享闲置物品质量信息描述》正式

颁布，填补了共享租用领域质量信息描述的标准空白；今年1月，《实物租赁 消费品线上租赁经营管理规范》团体标准落地实施，进一步完善全流程服务准则。从“起步摸索”到“有标可依”，租用消费的品质底线不断夯实。同时，得物App等电商平台纷纷上线租赁服务，覆盖数码产品、服饰配件、奢侈品箱包等百余个品类，行业生态日趋多元。

## 一物多次用 闲置资源“转”出绿色账本

一台相机在不同消费者手中流转，一部手机完成多次“服役”，租用模式让闲置物品“忙”起来，也让资源消耗“降”下来。据业内平台测算，规模化循环租用已累计促成超3000万次设备循环复用，减少约8万吨电子废弃物；个人寄租模式可使设备利用率提升10倍以上，生命周期延长3至5年。放眼全行业，二手交易、共享租用、以旧换新正形成合力，为绿色循环经济注入市场化动力。

“租用消费本质上是所有权与使用权的分离，既降低消费门槛，又提高资源利用效率，是绿色循环经济的重要实践。”中国社会科学院社会学研究所研究员朱迪说，随着标准体系完善和服务升级，租用消费将从“小众选择”走向“大众常态”，为扩大内需与绿色发展注入双重动能。

图文据人民日报

# 智能宠物设备正在转化为高性价比消费电子产品 国产“宠”物，全球抢着下单

从“养活”到“养好”，汪星人喵星人用品升级。那边，海外采购商扎堆寻觅中国黑科技；这边，国产智能宠物用品撬动海外大市场。



从宠物烘干机、智能喂食器，到更多AI驱动的宠物产品，养宠正在变得越来越智能

## 海外采购商扎堆寻觅中国黑科技

刚刚在上海落幕的第28届亚洲宠物展，吸引了2600余家海内外展商参加，规模创历史新高。众多海外采购商来现场考察中国智能宠物产品。

越南采购商在展会上表示，随着人工智能爆发，宠物用品技术可能每年都需要更新，已经收到许多客户对中国产品在越南市场的良好反馈。

印度采购商现场评价，中国的产品在人工智能技术方面表现突出，处于世界领先地位，中国企业创新能力强，每年都能看到很多新产品，这也是他们专程来华找货的重要原因。

## 中国智能宠物产品撬动海外大市场

外商积极找产品下单，而在浙江慈溪一家宠物产品的生产车间内，流水线持续运转，工人们正加紧组装宠物烘干机。

完成打包封装后，这批设备将直接发往美国。近期企业的海外订单持续增加，基本上每天要生产几千

台。除了北美市场，订单还覆盖到欧洲、澳大利亚、东南亚市场。今年上半年，企业海外销售规模同比增长超55%，预估全年海外订单规模将达上千万。

## 消费升级，多款智能产品更加精细

从宠物烘干机、智能喂食器，到更多AI驱动的宠物产品，“养宠”正在变得越来越智能，宠物消费正在从“养活”向“养好”升级，国内企业纷纷加大研发投入，推动智能宠物用品向“高性价比消费电子产品”转型。

上海一家企业正在优化一款智能喂粮器。它不仅长了“眼睛”能认脸，碗底还搭载了称重功能，哪只猫吃了多少、是不是突然厌食了，手机上记录一目了然。此外，它还可以分析制定喂养方案，无人状态下也能按量喂粮。

智能猫砂盆装上了400倍光学显微镜，可初步筛查粪便中的异常指标；智能饮水机能够监测水质，水质异常时自动断水；智能项圈可实时监测心率、呼吸频率……越来越多的智能宠物设备正在向更加精细化的消费需求延伸，而这背后，是企业持续增加的研发投入。

## 出口数据走高，企业手握议价主动权

宁波海关统计数据显示，今年上半年接受申报出口宠物相关用品货值达到22.4亿元，同比增长21.7%，出口增长势头明显。

上海财经大学数字经济研究院副院长崔丽丽表示，中国企业抢滩海外宠物市场，靠的不只是国内完整成熟的供应链体系，从芯片、传感器模组、结构零部件，到整机装配、智能软件系统开发，全链条高效协同的底气，还有议价权的优势。越来越多的国内企业不再依赖海外中间商拿货分销，而是跳过多层渠道，直接对接海外终端消费者，由此掌握更强的议价主动权。

当前全球智能宠物产品市场规模在80亿美元—180亿美元区间，到2030年前后，市场规模有望攀升至150亿美元—300亿美元，如果把范围扩大到整个宠物科技生态，市场体量能达到300亿美元—500亿美元。

中国正在把智能宠物设备从高端高科技产品，转化为高性价比的消费电子产品。硬件出海仅仅是开端，后续AI算法、配套App、云端服务、产品生态等衍生业务，还将释放更大的市场潜力。

图文据央视财经