

平价洗宠进社区，跨界玩法亮相加油站

社区店跌破30元，自助洗宠模式快速出圈 加油站入局，“加油+洗宠”解锁新场景



扫码看视频

入夏以来，宠物洗护进入全年消费旺季，长沙宠物服务市场有了一些新变化：一边是社区门店、自助洗宠掀起平价浪潮，基础洗护单价跌破30元；另一边，能源巨头跨界入局，加油站开出宠物生活馆，把“加油+洗宠”变成便民新场景。8月2日，记者了解到，平价化与场景化双重发力，正在重塑本地宠物洗护的市场格局，也让养宠家庭的日常消费迎来更多实惠与选择。

平价内卷席卷社区 自助洗宠撬动低价市场

“前两年给小狗洗一次澡少说五六十元，现在社区店不到四十元就能搞定，遇上新客活动，二十多元就能洗。”家住开福区的曾女士养了一猫一狗，她明显感受到今年宠物洗护价格的下探，日常养宠的洗护成本明显降低。

记者走访长沙多家社区宠物店发现，低价竞争已成为行业常态。“一二三宠物”车站北路店内，5公斤以下的猫咪基础洗护仅31.9元，同体重小型犬洗澡低至20.9元，还附赠脚毛、眼周毛修剪服务。亲民的价格吸引了不少周边居民到店。

除了传统人工洗护，自助洗宠模式凭借极致性价比快速出圈。“满分萌宠”四方坪店推出的自助洗宠服务中，10公斤小型犬40分钟洗护加吹水新客价仅15.7元，短毛猫洗护烘干套餐新客价25.6元；即便是包含耳道护理、指甲修剪的人工精洗，5公斤内小型犬新客也只要25.9元。“今天光泰迪就洗了三四只，很多顾客都是冲着性价比来的。”门店工作人员坦言。

据《2025年中国宠物行业白皮书》数据，2025年我国宠物市场规模已突破3000亿元，年增长率保持在10%以上，宠物相关门店快速扩张也倒逼行业加速内卷。记者走访了解到，长沙基础洗护均价较两年前普遍下降20%左右，一众商家从单纯价格竞争逐步转向服务品质与场景体验的综合比拼。

加油站跨界抢滩“加油+洗宠” 解锁便民新场景

就在社区门店陷入价格战之际，跨界玩家的入场又打开了新的想象空间。记者了解到，中石化与爪研社旗下“曜帕迪派”合作，在长沙银杉路、浏阳河两座加能站开出“易小宠”宠物生活馆，7.5公斤内的犬只洗护新客价39.9元，6公斤内猫咪洗护49.9元，定价贴合市场平价趋势。

在银杉路，曜帕迪派宠物馆紧邻加油区。品牌负责人蒋先生介绍，门店开业后凭借“加油站里的宠物店”的独特场景收获了不少客流，燃油车主加油的间隙就能送宠物洗护，新能源车主充电等待的时间刚好完成全套护理，真正实现加油、充电、洗宠三不误。门店也深耕周边社区生意，老客回头率可达九成。

“以前带狗洗澡得专门绕路去宠物店，现在加油顺路就能搞定，省了不少时间。”车主李先生表示，加油站洗护不仅方便，价格也比较优惠，适配了自驾养宠家庭的出行习惯。

业内人士分析，加油站跨界宠物洗护并非跟风内卷，而是盘活非油业务的重要布局。过去车主加油仅停留三五分钟，宠物洗护能将停留时间拉长至1小时，带动便利店、咖啡等关联消费，同时盘活加油站闲置空间，打造“人+车+宠物”的一站式服务生态，也为传统宠物洗护行业提供了新的破局思路。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 龙思言
通讯员 刘蕊



长沙一卖场白酒货架前，一名消费者正在选购。

茅台1935从近2000元跌至610元，白酒市场量价利“三承压” 白酒业半年报遇冷，本土厂家出招突围



扫码看视频

“今年上半年，在湖南，‘去库存、保经营、活下去’是绝大多数中小酒企、经销商的首要目标。”8月2日，湖南省酒业协会秘书长贾霆在接受三湘都市报记者采访时直言，当前行业内仅少数企业成功走出了差异化增长新路径。

【困境】白酒量价利“三承压”

国家统计局最新发布数据显示，今年上半年，国内酒、饮料和精制茶制造业营收同比下降7.0%，利润同比下滑17.7%。

截至8月2日，已有9家白酒上市公司披露2026年半年度业绩预告。其中8家利润下滑或直接报亏，仅1家实现业绩预增。

具体来看，舍得酒业预计上半年归母净利润同比下滑60.52%至69.55%，营收同比下降约16%。牛栏山母公司顺鑫农业、天佑德酒预计净利润同比分别下滑69.34%至79.18%、76%至84%。金种子酒、皇台酒业、ST春天、ST椰岛则直接预告上半年业绩报亏。

“上半年，白酒终端消费动力不足，大众消费更趋理性，渠道端核心工作全部围绕消化前期积压库存展开。”贾霆坦言，行业全面进入存量竞争阶段，渠道端生存压力显著加大，部分商户无力持续运营，选择闭店离场。

中国酒业协会发布的《2026中国白酒市场中期研究报告》指出，今年上半年白酒市场量价利全面承压，56.6%的经销商及终端零售商反馈，价格倒挂程度较上年同期有所加重，现金流紧张风险同步攀升。

8月2日“今日酒价”行情显示，茅台1935当前行情价仅610元，该产品上市初期曾被市场炒至近2000元。第八代五粮液、国窖1573当前行情价分别为733元、825元，而两款产品的官方建议零售价均为1499元/瓶。

“商务接待场景明显萎缩，消费者普遍转向百元内口粮酒，高端与次高端酒企直接面临量价双重压力。”长沙酒巢酒业有限公司总经理文世明在受访时说。

【应对】涨价停供稳盘，拓线突围破局

“湖南本地酒企已普遍将经营重心转向深耕C端市场，同时借助短视频、直播等线上渠道拓宽品牌传播路径。”贾霆介绍，当前省内白酒行业正掀起全员学习新媒体运营的热潮。

酒厂端动作密集，涨价、停供成为不少头部企业稳价去库存的核心手段。7月18日，飞天茅台在i茅台平台的零售价上调100元至1639元/瓶，这是年内第二次提价，四个月内，其出厂价、零售价累计涨幅分别达17%和9%。

酒鬼酒也发布通知，自7月15日起，52度500mL内参酒（含2021版、甲辰）战略价上调30元/瓶，年度货补支持20元/瓶的标准保持不变；自通知发布之日起至8月15日，暂停52度内参酒发货。

今年3月，李渡高粱1975也宣布涨价10元/瓶，终端价调整至740元/瓶。舍得酒业在半年度预告中也提及，企业主动控制发货节奏，协助渠道消化积压库存，稳固市场价格体系。

《2026中国白酒市场中期研究报告》也印证了这一趋势：当前渠道端正主动推进去库存、优化网点布局，上游厂家纷纷出台纾困政策，主动降低压货力度、下调考核目标。

“浏阳承源百年酒业今年营收同比增速预计突破60%。”贾霆介绍，这家本土酒企精准把握低度化、年轻化、个性化、时尚化四大消费风口，聚焦女性悦己消费赛道，线下重资打造沉浸式消费体验场景，目前仅长沙核心商业街就已落地13家直营门店，全国门店总数达30家。

链接

行业预判最艰难阶段已过

日前，高盛发布相关研究报告指出，中国白酒行业最艰难的去库存阶段已经过去。研报判断，当前行业正处于“复苏极早期”阶段，核心支撑来自四大信号：供应端出清速度加快、核心中高端品种批价逐步企稳、企业现金流重回复苏轨道、下半年固定资产投资有望对消费需求形成托底。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 胡锐
通讯员 贺浩源