

看病比人贵

宠物保险靠不靠谱?

“别再因为宠物生病让钱包大出血了”“每月一杯奶茶钱,生病意外都能报”……最近,在上海工作的丹妮为了给宠物狗买保险,在各种广告之间挑得眼花缭乱。“想买但不知道该买哪款,很困惑。”

中国养宠家庭渗透率2023年达到22%,精细化养宠渐成趋势,越来越多人开始给宠物“上保险”。宠物保险都保障什么,能在关键时刻减轻养宠人士的经济压力吗?“新华视点”记者进行了多方采访。

宠物看病比人贵 “参保”越来越多

沈阳的梁女士前不久为宠物猫购买了每月88元的大病医疗险。梁女士说:“猫咪之前吞食异物,手术等费用花了近两万元。宠物看病比人贵,买了比不买安心一些。”

这几年,国内宠物数量持续增加,养宠理念发生变化,不少人和梁女士一样为宠物购买保险。《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2024年中国城镇宠物(犬猫)数量超过1.2亿只,较2023年增长2.1%,宠物精细化养育渐成趋势。

宠物医疗费动辄成百上千元,更多养宠人士希望通过宠物保险缓解经济压力。

天津市民小姜的宠物猫因胃肠炎去医院检查、治疗,一共花费1900多元,保险理赔1200余元。“理赔速度挺快,感觉买保险挺有用。”小姜说。

四川一家宠物医院的运营人员孙鸥告诉记者,前些年宠物看病走保险的案例很少见,现在明显变多。今年以来,她所在的医院平均每月保险诊疗单40单。

据了解,目前市场上的宠物保险包括医疗险、责任险、意外险等,其中医疗险产品超过20款,主要面向宠物猫和宠物狗。平安保险、国泰保险等机构都推出了相关产品。

“医疗险主要报销宠物就医费用,有的产品把意外险也归在医疗险下面,责任险主要报销宠物损害他人人身安全、财产导致的赔偿。”平安产险宠物项目组相关负责人说,国内保险公司最初开展的多为宠物责任险业务,近十年来宠物医疗险逐渐兴起,目前市场占有率达到50%。

蚂蚁保宠物险相关负责人介绍,医疗险每年的保费价格一般从数百元到上千元不等,对应保额从几千元到数万元,蚂蚁保上主流单的价格集中在400元左右。

研报显示,宠物保险行业市场渗透率较低,但近年来增长较快。国内宠物保险市场规模从2016年至2022年复合增长率96.33%。有保险机构2024年宠物险保费总规模同比增长129.5%。

部分宠物险销售有套路 保障或打折扣

潜在市场巨大,宠物险服务和体验如何?

不少养宠人士认为,宠物险花小钱办大事,可以减轻宠物医疗等费用负担,越来越受欢迎,但现实中有些产品存在销售套路,细节条款庞杂,售后服务质量参差不齐,保障可能会打折扣。

据了解,多数宠物主人通过第三方互联网平台、保险公司官方小程序、App或直播间投保,保险公司也会不定期开展线下活动,或与宠物机构合作推广。

有养宠人士反映,一些保险销售人员存在话术“误导”。比如称保险今天买明天就能用,实际有不同



时长的等待期;对于消费者的咨询,销售平台客服给不出明确解释和回答,甚至告知错误信息。

上海的钟女士带宠物就医前,特意咨询销售平台人工客服保险是否生效、能否理赔,对方回复称“保险已生效、可以使用”,但她的理赔申请却被拒绝,原因是“未过30天等待期”。

个别产品还存在诱导消费等情况。西安的王曼丽被“每月仅2元,多病种覆盖”的广告吸引,在直播间购买了一款宠物保险,结果第二个月被扣费40多元。“买的时候没说第二个月扣更多,细则里也没提,扣费之前没有任何通知。”

最受关注的宠物险理赔环节,问题也不少。微博、小红书等社交平台上,不少网友发帖称宠物医疗险报销繁琐、流程长、理赔被拒绝。记者在黑猫投诉平台搜索发现,最近几个月以“宠物保险”为关键词的投诉记录达1400多条,主要集中为理赔困难。

广州市民小叶今年年初带宠物猫就医并进行了手术。申请理赔时,保险公司以不认可手术环节为由拒绝报销手术费用,只同意赔付门诊花销。“保险公司说他们的医生认为相关治疗不属于手术,但我签过手术知情同意书,猫猫也进行了麻醉、颈部开口、缝合等。”

多款宠物医疗险要求,申请理赔需要提供病历、检查报告、费用清单、治疗过程照片等。重庆易宠科技有限公司销售负责人赵嘉豪说,部分宠物医院无法提供全套证明材料,开具单据较为随意,有涂抹、修改等痕迹,很可能通不过保险公司的审核。

四川乐山的天天2月初申请理赔,迟迟没有下文。“保险公司一开始承诺3至5天完成赔付,后来说要复审。”天天说,给保险公司打了好几次电话,只说让耐心等待,也没有要求补交其他材料。

此外,还有部分养宠人士遇到保险公司调整医院清单未告知、成功理赔后第二年无法续保等问题。“感觉投保很容易,用起来有点费劲。”一名养宠人士说。

完善评估信息 提升理赔效率

受访人士认为,宠物保险满足了部分养宠家庭的需求。目前,宠

专攻快洗、汗渍洗衣新品出道

从传统的洗衣粉到如今的洗衣凝珠、香氛洗衣液,国人的衣物洗护需求已从“洗干净”延伸到了“洗得香”“洗得健康”等多个维度。

洗衣液作为衣物洗护市场的“老大哥”,其地位依然稳固。行业数据显示,2024年1月至2025年4月期间,洗衣液的销量同比增长达到了20.6%。在市场份额占比方面,常规洗衣液以53.6%的占比遥遥领先。但在这看似稳定的市场中,品牌并未停下创新的脚步:高浓缩洗衣液的活性物浓度更高,更少用量洗更多衣服;

专研低泡因子、易漂洗的快洗洗衣液,与洗衣机的“15分钟快洗模式”更加适配;拥有油污剥离技术且添加长效抑菌因子的运动衣物洗衣液,是运动量较大人士的福音——记者走访市场发现,不少新产品出道,通过差异化定位抢占细分赛道。

洗衣凝珠无疑是近年来的“新宠儿”。自2014年被引入中国市场以来便以惊人的速度发展,如今已跃居第二。其小巧的

包装带来了便捷的使用方式,同时,出色的洗涤效果以及留香、柔顺等多功能性成为了消费者选择它的主要原因。

在人们购买衣物洗护产品的决策过程中,功效、成分和香型是至关重要的因素,清洁、留香、除菌等功效是核心关注点,而酵素、植物配方等成分越来越受欢迎,尤其是针对婴儿、宠物的植物配方,成为了市场中的“潜力股”,这类创新产品不仅能够轻松去除衣服上的污渍、奶渍,纯天然配方也不怕婴儿或宠物舔到,更加安全。

在香型方面,“嗅觉经济”迎来了全面爆发。大牌香水平替香类内容热度居高不下,茶香、木质香、柑橘香、果香、花香等香型各有忠实“拥趸”。玫瑰、茉莉等花香的洗衣液,能够带来浪漫而清新的气息;柑橘、柠檬等果香型洗衣液,则给人一种清新自然、活力满满的感觉。人们洗衣物时,开始希望给衣物增添一份独特的“香气名片”。

(北京青年报 陈 斯)

5月乘用车厂商零售、批发和生产均创下当月历史新高

增换购成当下购车消费主流

6月10日,中国汽车流通协会乘联分会发布最新零售销量数据统计显示,5月份国内狭义乘用车市场零售销量达193.8万辆,同比增长13.7%,环比增长10.4%;1-5月份累计销量881.7万辆,同比增长9.2%。5月乘用车厂商零售、批发和生产均创下了当月的历史新高。从细分市场来看,5月新能源乘用车市场零售102.1万辆,同比增长28.2%;1至5月累计零售435.1万辆,同比增长34.1%。

乘联分会表示,5月车市走势良好,消费升级的增换购成为绝对主流。在报废更新、以旧换新“两新”政策,叠加新能源免购置税等普惠政策托底下,新能源乘用车强势增长,国内零售渗透率提升到52.9%。

5月以旧换新申请量达123万辆,换购占近7成

据商务部数据,截至5月31日,汽车以旧换新补贴申请量达412万份。乘联分会按月度节奏测算今年5月以旧换新申请量达到123万辆,较4月增长13%,近70%的私人购车用户是以旧换新的受益者,私人首购用户降到30%左右,基于消费升级的增换购成为当下购车消费的绝对主流。乘联分会认为,5月零售接近3月的零售高位,体现了以旧换新政策对国内零售消费的巨大贡献。

乘联分会表示,“两新”政策补贴对新能源汽车的普及意义重大。同时,“两新”政策的大力推动,也让新能源汽车在北方地区实现加速普及,插混销量提升较快;纯电动则在南方地区接受

度加速提升,实现了全国梯度电动化加速推进的良好走势。

5月自主品牌国内零售份额同比增长8%

得益于新能源汽车的普及,5月自主品牌零售表现依然出色,达到126万辆,同比增长29%,环比增长9%。得益于自主品牌在新能源市场和出口市场获得明显增量,5月自主品牌国内零售份额为65.2%,同比增长8%。

乘联分会秘书长崔东树表示,随着国家报废更新促销补贴的力度强化,市场回暖,对车市的拉动效果明显,因此1-5月的促销压力相对减缓。由于竞争分化,5月新能源车促销力度回升较大,相比之下,燃油车型新车降价的很少。

报废更新政策将推动“油电同强”

展望6月全国乘用车市场,业内认为6月仍会延续5月走势。但崔东树指出,2024年5月至6月,因报废更新政策启动,乘用车市场逐步恢复,因此今年6月的增长基数会相对较高。

崔东树认为有两方面将成为未来车市增长的机会。一是近日国家下发的新能源汽车下乡政策对县乡市场的意义重大,通过厂商与地方补贴支持中老年农民工购买新能源车意义重大,必将为车市增加新动能。“此外,近期中央及各级政府积极稳定燃油车消费,推动报废更新更有力实施,期待‘油电同权’推动‘油电同强’,未来汽车行业总体形势必能持续稳中向好。”

(广州日报 邓 莉)

