

管理混乱、宠物死亡，这种“网红动物园”要凉了？

“谁能抓住萌宠经济，谁就进入了财富快车道”，近年来，“吸”各种动物已成为现代社畜们的标配，由此衍生出一个个千亿级市场。

但能在风口上飞起来的幸运儿毕竟是小概率，无数人奉为圭臬的商业法则背后，还暗藏着冷酷结局——登高必跌重。

宿命般的诅咒，这次印证在了爆火的“室内动物园”身上。所谓室内动物园，是一种介于常规宠物店和传统室外动物园的开创性商业模式，将动物生意搬进闹市区的商场，既能切中父母购物、溜娃两不误的痛点，又能通过沉浸式体验、近距离互动等卖点让人眼前一亮。

旺盛的需求催生市场。短短三年内，像这样集表演、娱乐于一体的新型室内动物园，全国已开设超过34家，动辄上亿融资，连京东、居然之家也开始试水布局，抢占先机。

新鲜过后，被刻意掩盖的问题开始凸显。卫生堪忧、管理混乱、大量动物死亡等负面风波接踵而来，突如其来的疫情让局面更为雪上加霜，原本热络的资本，现在唯恐避之不及。

压倒骆驼的从来不是最后一根稻草，而是每一根稻草，冲着热钱而去的“室内动物园”，也是时候洗牌了。

01

消费者的“撸宠圣地”，动物的人间炼狱从袋鼠、细尾獾、浣熊等哺乳动物，到蜥蜴、蛙类等爬行和两栖动物，再到水母、龟等水生动物……高速扩张中的“室内动物园”，早就跳脱了传统宠物范畴，致力于一次性集齐海陆空，品种越稀奇越好。

至于动物不同的天性习惯，则被刻意忽略。比如穴居的细尾獾需要挖土筑巢，生活在森林里的树懒需要攀爬空间，有泡澡习惯的水豚需要足够深的水域。

此外，商场络绎不绝的人流和刺目的灯光、此起彼伏的噪音环境对动物们的骚扰也无法避免，由于终日处于被迫营业的紧张状态，动物们不仅作息颠倒，还得不到最起码的人道保护，有经营者为博眼球，甚至在商场内溜起了海象。

而违背规律地进行混杂饲养，又导致了另一种恶性循环。去年11月底，新京报曾报道，北京多家室内动物园的羊驼、土拨鼠扎堆，动物混养造成病毒交叉感染。

共用一片场地还会引发悲剧事件。今年3月，有网友曝出长沙“动物派对主题乐园”中，出现了白狐啃食鸵鸟的现象。

这家2020年1月才新开张的室内动物园，随后被扒出已有大量动物死亡。负责人的解释是，因为大部分动物来自辽宁，不适应南方气候，加之疫情催化，所以出现了非

正常死亡。

但在检查中，执法人员发现，店内有两只鳄龟竟是在南美洲生活的动物，严格意义上属于外来物种，保护级别也有待专业机构鉴定。

与此同时，长沙市林业局的工作人员对该室内动物园的相关资质进行了核查，当场发现有好几种疑似野生动物，门店利用这些动物进行展演，却从未办理行政许可手续。

令人细思极恐的是，这并非个例，而是心照不宣的“潜规则”。

02

开店仅需一张普通执照，外部监管缺失作为新兴行业，国家对于室内动物园尚未有相应的监管条例，这意味着“有空可钻”。

经营者在申请营业执照时，口径出奇一致：“我们的动物都是从国内外各大养殖场购入，并不涉及国家保护动物，因此不需要办理驯养繁殖许可证和经营利用许可证。”

但事实上，为提升竞争力，像上面长沙“动物派对主题乐园”这样暗度陈仓，引进不明品种的做法不在少数。

有上观新闻的记者摸底上海两家知名室内动物园，发现了梅花鹿和熊猫狐，再三追问之下，老板含糊其辞地表示：“这只是问别人借来展出的，多的不能再说下去了。”

随后，记者以市民身份咨询上海市林业局受理窗口，工作人员介绍，梅花鹿属于国家一级保护动物，无证饲养属违法行为，然而，截至目前，没有接到过任何一家室内动物园的申请。

至于日常监管，上海市卫健委给出的说法是，根据《公共场所卫生管理条例》，室内动物园并不在规定的“公共场所”范畴内，建议“问问动物卫生监督所”。

卫生监督所的回音同样无解，按照现行办法，动物饲养场、养殖小区、动物隔离场所等需要取得《动物防疫条件合格证》，但室内动物园并不在列。

此外，由于室内动物园的“特殊性”，往往牵扯到林业、渔业、公安、工商、农业、收益等多部门，多头管理，反而导致无人管。

换言之，开出一家室内动物园，几乎是零门槛，只需要办理一张常规宠物店的工商营业执照即可。

因为没有任何强制性规定和约束，一切全凭自觉，可操作的灰色空间普遍存在，为这个行业的未来，埋下了一颗颗定时炸弹。

03

内部管理混乱，乱象频出背后问题重重比起外部监管的不健全，室内动物园的内部管理问题更为严峻。

卫生情况首当其冲。几乎每家室内动物园都会用网红神兽羊驼来吸引客流，为达

到更好的互动效果，羊驼一般都是在店内散养，于是，随地排泄成了常态。

出于人力和成本考虑，动物的排泄物常常得不到及时清理，也几乎不可能洗澡，杀菌工作更多流于表面。

且室内动物园整体属于密封环境，虽开放有通风设备，但很多大型动物本身体味较重，尤其在冬天，商场会开启采暖设备，温度的上升使得异味加剧，空气混浊不堪。

其次是安全问题。要知道，在普通的动物园里，游客与动物、不同的动物之间是充分隔离开来的，工作人员在接触动物前后都必须进行严格的消毒，一旦发现患病的动物，也可采取措施隔离。

但在室内动物园中，所有动物和游客，都处在同一个密闭的“笼舍”里，兴起之下，游客们会直接上手，与动物们进行“亲密接触”，毫无防护可言。

一旦其中有动物患上传染性疾病，将在同片展区内的动物之间快速传播，继而感染游客。这些展出的动物中，还有不少是人畜共患病的潜在携带者，比如猫癣、寄生虫、狂犬病等，抵抗力较弱者很容易中招。

而动物患病的治疗成本远远超过大众的想法。不同动物体型、生理结构上的巨大差异，需要精于不同领域的专业兽医，大型动物园尚且无法实现，更别提室内动物园了。

为避免对环境造成污染，动物园的动物去世后，一般会进行无害化处理（标本制造、高温焚化等），但在商场里是无法设置高温焚化炉的。

往好处想，许多城市已有成熟的宠物火化服务，室内动物园可以通过这类服务完成最终处理。即便如此，运输过程的无害化、低温化也很难保证，更多时候，也许那些死去的动物只是被随手一包，丢在垃圾桶。

再者，动物们长期圈养在狭小的空间内，再温和的动物也可能变得暴躁，应激反应下，伤人现象屡有发生。

《新京报》曾报道，北京西三环的一家室内动物园里，游客在喂龙猫时不慎被咬伤，处理方式仅有一个创可贴。

虽然各大室内动物园的负责人，都宣称店内动物接种过疫苗并会定期检查，但这个疫苗多久打一次，是否定期补打，通过何种渠道，并无人知晓，有老板甚至认为：“疫苗也是病毒，老打对动物不好”。

开办室内动物园的门槛虽低，但对运营的要求却极高。正确喂养、清洁卫生、医治护理、指引游客，每一环都是不小的考验。

显然，大部分室内动物园做不到位。

04

双赢的网红生意经，如今沦为资本弃子和商场的“一拍即合”，是室内动物园得

以在全国迅速铺开的根本原因。

于室内动物园而言，既缩短了开店审批流程，又可借助商场的人气为自己造势；于商场看来，不仅“店凭宠贵”，还能跻身网红商场，赚了钱还赚了名声，何乐而不为。

室内动物园的主要盈利来自门票，门票价格一般在80元~200元/人，同时兼具游戏娱乐、知识普及、宠物及周边销售、包年会员等收费服务。

据上海某萌宠乐园负责人透露，一家3000平米的店，投资额通常在4000万左右，只要合理规划，单门票部分，就能够快速回本并盈利：“我们在寒暑假这样的旺季，单天平均客流在1500-2000人，淡季周末和节假日也有500-800人。”

以室内动物园品牌ZoolungZoolung（嘟噜嘟噜）为例，其于2017年6月在武汉开业，到2018年底已实现营收6000多万元，累计服务人次超过60万。

这门前（钱）景无限的好生意，资本自然不会错过。2018年10月，“Mr.Zoo小小动物园”进驻上海，一年内轻松斩获5轮融资，总共赢近亿元。

有个插曲是，作为新业态的强力支持者，普思资本开会时算过一笔账：中国约有2亿儿童，乘以一家三口，就是6亿人，每个人门票算100块，就是600亿元，算上一年2、3次的复购，这还不包括其他收费项目，市场规模不容小觑。

资本推动下，入局者前赴后继。但细究之下，很多项目只是盲目跟随，重复度高，急于求成的浮躁风气盛行，各种问题自然如滚雪球般越积越多。疫情的出现，又使得行业被迫提前进入调整期，举步维艰。

逐利的资本在察觉到“变天”后，也早已换了另一副脸。2020年以来，鲜有听到室内动物园的融资消息，更多项目因资金链断裂，不得不转让关门。

05

“新物种”总是在遇到问题与解决问题中逐渐成熟。

客观来说，将室内动物园“一刀切”，并不公平。从模式上来说，它契合了懒人和周末经济，也解决了不愿自养人群的体验需求，还成为了购物中心的人流发动机。

可预见是，这轮行业地震后，一批匆忙上马又心术不正的室内动物园将被淘汰，如何平衡动物福利和盈利关系，以及深耕可持续发展将成为未来突破的关键。

此外，市场监管总局已有所行动，正在加快明确室内动物园的商业定性，并针对性配套卫生、防疫、安全等措施办法，从源头扼制乱象。

商业需要想象力，但不意味着没有底线，心怀敬畏，方能走得长远。

安宁护理在中国的前途光明吗？

现在，中国人有三座消费大山，分别是住房、教育和医疗，几乎吞噬掉我们90%以上的收入，但这三座大山给人的感觉却不尽相同：住房的成本虽然很高，但能够分期付款，而且能给老百姓家的感觉，一种强烈清晰的“活在这片土地”的感觉；教育的投资基本上是儿女的需求，有绘画、体育、英文等等，更是充满希望和期待的，所以，在这两座大山多投资一点儿也是心甘情愿的。相比之下，医疗的投资就有些不体面了，一是医疗消费往往猝不及防，又不能分期付款，毫无讨价还价的余地；另一方面，医院总是充满悲伤的，有人讽刺说：这是人间离地狱最近的地方，催缴费用的小喇叭传递出的声音好像恶魔的怒吼。虽然新农合保险能报销大概50%，但整体的医疗费用还是很高，农村人、打工人都基本不敢生病，所谓“救护车一响，一年猪头白养”正是现实的真实写照。医疗费用已经令人焦头烂额，更尴尬的是，一些去世的病人在最后的治疗阶段，毫无尊严，甚至可以说是残酷和痛苦的，最终只落得个“人财两空”的下场，钱也没了，人也没了。

长期以来，中国人的思维都是“要花掉最后一分钱”，很多时候，治愈的希望已经为零，仍不惜重金地治疗，咬碎钢牙吞到肚子里。在这种大环境中，安宁护理显得非常扎眼，于本质上和中国思维有冲突，但随着全球化的进程，越来越多的西方思想、西方文化开始渗入，一旦思想开始解放。随之而来的就是行动改变，创造出巨大的消费市场。

安宁护理，需要什么样的思维转变？

安宁护理在中国的第一层障碍就是思维的差异。如前文所述，中国的孝子贤孙们总擅长花光最后一分钱，来维持父母或者亲人的生命，即便亲人要遭受化疗的痛苦，浑身插满管子，大小便失禁等等。与其说孝子贤孙们在乎亲人的生命，倒不如说他们担心人言可畏，在乎自己在他人心目中的印象。但病人临终前的尊严以及缠身的种种债务，在悲伤的情绪中，往往被最大限度地忽略之。所以，要想在中国推广安宁护理，就要先从改变思想入手，彻底摒弃“好死不如赖活着”的愚昧思想。事实上，中国曾经把优生、优生作为口号来宣传，甚至成为一项基本国策，但对于“优生、优逝”却一直没有清醒地教育，以至于我们对基本的衰老和死亡都充满不理智的感情，正可谓：谈老色变、谈逝色变。

离开的底色本来就是悲伤，它也应该成为人类最关心的话题，但中国的生命教育长期缺失，使得人们之于死亡充满恐惧。相信很多人都曾目睹亲人离世前，是充满不甘和眷恋的，正是如此情愫才让很多人失去应有的理智。在病危阶段，且深知不可能治愈时，仍然会选择化疗、插管、心肺复苏以及其他创伤性抢救措施，以至于，病人最后时光总是弥漫着痛苦和恐惧。相比于抢救措施带来的痛苦，来自于死亡的心理压力更令病人煎熬，他们不得不长期待在病床上，离开家人满是心酸，正可谓：久病床前无孝子，人性之恶在医院里被无限放大。还有，一旦

病人进入医院，他们会非常自然地觉得自己已经成为“废人”，沦为家庭的累赘，如此心理彻底毁掉病人的最后时光。

总之，从如今中国人的状态看，绝大多数人还没有完全跨过“死亡的心理关”。事实上，生老病死本来就是正常的生命轮回，比如作家贾平凹说：身体一旦有了无法治愈的病症，就要学着与之和平相处。而病人的最后一段短暂时光也应该充满尊严。

物质匮乏，安宁护理需要怎样的资源？

马克思说：物质决定意识，经济基础决定上层建筑。事实上，中国的医院之所以显得悲伤，最重要的原因就是医疗资源匮乏。普通的病房、床位、仪器、专业人才在中国依然是紧缺资源，安宁护理简直就是稀缺资源。早在2015年，相关媒体就发布了一份各国的《死亡质量指数报告》。按照医院环境、专业人员规模、护理质量等维度进行评定。尴尬的是，在参与评比的80个国家中，中国仅仅排名第71位，各个维度都远低于平均水平，而得分最低的一项恰恰是护理质量。如此排名或许有不全面的地方，但足以反映我们“护理质量”之糟糕。况且，中国人之于医院的恐惧，医生的冷漠，已然根深蒂固。

毫无疑问，随着经济发展，社会制度日益完善以及中西方文化结合，安宁护理一定会越来越流行，但这个过程需要资本、商业和技术的协同作用。事实上，安宁护理的创始人之所以萌生如此想法，也是因为机缘巧合之下，护理了一位富翁。因为人生的最后一

段时间过得非常愉快和体面，富翁决定让这位护工继承自己500万美元的遗产。自此，这位护工就有了资本来推动“富翁式”的安宁护理，且逐步向全球推广。

其实，富裕阶层站在金字塔顶，往往能享受充足的物质供应和精神供应，优生优育、优老优逝，安宁护理对他们来说也并非难事儿。但是要想在国家和社会层面普及，就需要大量的资本介入、商业运作和法治建设。

比如安宁护理要求“家庭式”的治疗环境，而非充满药味和白大褂的简陋环境，中国“新基建”应该考虑此部分；同时，安宁护理的专业人才是稀缺的，相关专业远非大学的热门学科，加之，安宁护理人员需要精神层面的建设，需要长期的修身养性，祛除传统医生的冷漠。此外，前文所提到的生命教育，也需要大量的专业人才去推广。遗憾的是，生命教育人才在中国几乎空白，大家都忙着学习电子计算机、通信工程或者法律金融等专业。而养老院中的管理人员更是避而不谈“生死的事儿”，以至于，生命教育根本无法开展。最后，安宁护理需要清醒的法律支持，比如遗嘱的法律效力并不强，以至于儿女、亲人之间常产生纠纷，让逝者走得相当不安宁；此外，医保要更多地照顾安宁护理，目前安宁护理有很多项目需要个人承担，如推拿费、心理辅导费都是非常重要且昂贵的项目，如果能尽早纳入医保报销，则有望令安宁护理的前途快速变得光明。（科技新发现 康斯坦丁/文）