



小众职业“宠物搜救”兴起：帮走丢的“毛孩子”回家

中青报·中青网记者 孟佩佩 实习生 马源英 王菁语

闫志勇觉得自己就像一名“侦探”，只不过他是专门与走丢的猫猫狗狗“打交道”。

钻地道，爬天井，去废弃房屋等的犄角旮旯，寻找走失的猫猫狗狗的蛛丝马迹，在许多人眼里，他的这份工作并不体面，甚至连家人都认为不务正业，但闫志勇一直乐此不疲。

“又来‘绑架’小猫了。”在B站上，以一句极富山东口音的口头禅出了圈的百大UP主“本喵叫兔兔”，几乎每天都会接到求助信息。团队几个人拿着钓猫杆、诱捕笼、网兜等工具，四处救助小猫。

他把救助过程用视频记录下来，吸引了200多万名粉丝，每年都会帮200多只流浪猫找到家。去年，他还与合伙人在山东济南开办了猫德动物医院。

近年来，我国养宠人群不断增多。《中国宠物行业白皮书——2022年中国宠物消费报告》显示，2022年城镇犬猫数量为11655万只，较2021年增长3.7%。许多养宠家庭将宠物视为“家庭成员”，也越来越重视宠物走失问题，小众职业宠物搜救日渐兴起，从事这一行的年轻人被称为寻宠师、宠物侦探。

寻宠师的十八般“武艺”

宠物搜救也有“黄金救援期”，72小时内找到宠物的概率高达90%。闫志勇在河南郑州组建了爱宠救助队，把主要接单范围圈在了所在地方圆500公里内，“这样才能保证尽快赶到现场”。

每次接单后，闫志勇会根据需要安排两三个队员，备好头灯、强光手电、荧光

粉、红外夜视仪、猫笼网兜等工具，迅速出发。他告诉中青报·中青网记者：“宠物搜救的逻辑思维能力和现场推断能力很重要，寻找方式也不是一成不变的。”

一次，他们接到求助，一栋公寓楼8楼的住户家走失了一只宠物猫。团队成员出发家门，或是藏在了家里的角落。

“根据猫走出来后的一些踪迹，比如楼道里可能会留下脚印，有些拐角的地方和一些高高低低的地方，它会留下毛发，通过细致的观察基本上可以判断出走的范围。”他们在现场观察后，判断这只宠物猫并没有走出这栋楼，“当时判断猫就在8-12楼，最终果然在9楼找到了”。

去年8月，团队接到任务，一只小猫被困在了通风井里。他们在现场发现，通风井连着地下室和人防工程，要穿过好几个大铁门才能到达，并且里面光线昏暗。怎么办？经过评估，最后他们用绳索把救援队员降下去，钻过两个直径50厘米的洞，救出了一只3个月大的小猫。

实际上，闫志勇的前三单“生意”都是寻找自己家的猫。家住一楼，猫经常跑出去，他找着找着就“找出了经验”。因为开了一家宠物店，他也会在有需要时热心地帮客人寻找，不断有年轻人甚至宠物主人加入他的团队，后来，他成了大家信任的“闫队”。

在他看来，寻宠的过程非常有趣，“就像一个侦探，要找到很多被忽略的细节，也是在这一过程中，找到了自己的寻宠方式”。

登高爬梯、钻地道、下天井……武立雷创办北京极致寻宠科技有限公司后，这些成了他们这些寻宠师的日常，工作环境也多以野外、高空、夜间为主。

在北京一个老旧小区的下半地下暖气井前，武立雷和队员们商量着用诱捕笼把躲

在里面的宠物猫救上来，但猫似乎并不“吃这一套”。多次尝试后，他们决定和宠物主人一同下去接，又矮又狭窄的空间让参与搜救的人直不起身来，经过48小时的搜寻和抓捕才成功用网抄住住猫。

为了保证救援任务的顺利开展，每一次出动，他们都要随身携带热成像仪、生命探测仪、夜视仪、生命探测雷达、无人机、强光手电、声波设备、驱逐器等高科技寻宠工具。公司成立至今的4年间，他们的寻宠足迹遍布了北京、上海、武汉等一二线城市，共寻回宠物5000多只。

之所以成为寻宠师，武立雷坦言，2016年他家的一只金毛犬在搬家途中走失，等再找到的时候只剩一张狗皮了，“这件事给我很大打击，当时就想，要是懂一些专业知识，早一点找到它，就能避免这样的悲剧了”。

“宠物品种不一样，年龄不一样，寻找的方向也不一样。”在闫志勇看来，寻宠不仅要靠自身经验，最重要的是要熟悉宠物习性来进行推理和判断，工具只是辅助。“比如无人机只能在野外使用，勘探范围大，寻找目标较大的狗更合适一些；热成像设备在白天使用的效果不好，晚上效果更好，但前提是先判断出宠物丢失的具体方向，然后用工具去完成人力无法完成的情况。”

宠物搜救日趋职业化、专业化,但争议也多

社交平台上，寻宠师的形象多是翻墙穿洞、机智果敢、拿着高科技设备四处搜寻，惊险刺激。但为公司培养合格的寻宠师，武立雷有自己的考量。

在他看来，一名专业寻宠师需要过硬的体能、必备的专业知识。他谈道，“我们聘用寻宠师的第一要求就是性别和年

龄，一般是20~30岁的男生，因为我们的工作不光辛苦、睡眠不规律，还需要上天入地，钻管道、爬电梯井，很多地方都有想象不到的困难”。

团队还会定期组织专业知识培训，要求寻宠师阅读相关书籍，不仅涉及动物心理、动物行为，还包括刑侦和侦探类等。不仅如此，新入职的寻宠师都会在北京接受为期3个月的“老带新”实践培训后再派到各地合作公司。

即便如此，也无法保证每一单求助都能完成。武立雷坦言，丢失时间是影响成功的最重要因素，时间越长，成功率越低。“一般丢失10天以上的单子我们就不接了，还有一些人为丢失的单子我们也不会接，毕竟不是执法部门。”

武立雷还记得自己接到的第一单——寻找一只巨贵犬。他们到达满是荒地杂草的野外现场后，通过查找监控、无人机探测和走访询问的方式不断追寻，但线索断在了一个路口处。本以为第一单生意就这样失败了，他却意外地在3个月之后接到了线索电话，“其实这只巨贵犬被人自行收养了，但这个人只是一时兴起，一段时间养不好后又看到了悬赏金，才决定归还”。

宠物搜救变得越来越职业化、专业化，社交平台、购物平台上输入关键词“寻宠”，不少团队打出了“专业团队”“专业设备”“找不到不收服务费”等的“硬核”广告语。在评论区，一些下单的宠物主留言称，“自己找了很久没找到，团队来了两个多小时就找到了。”“价格虽然贵，但毛孩子找回来的时候还是心甘情愿”。

不过，作为新兴行业，没有行业标准，宠物搜救也常陷入“天价收费”的争议中，并不是每个人都愿意付费寻找宠物。闫志勇和武立雷制订的收费标准，一



图片新闻

5月17日，浙江宁波，宁波国际会展中心，中东欧国家特色商品常年馆里，24岁的梁苏鹏在一家塞尔维亚咖啡馆内练习拉花。他是来自江苏苏州的一名咖啡师，这次来宁波参加中东欧杯咖啡师挑战赛。

中青报·中青网记者 曲俊燕/摄

手作“道具”十年创业路：从痴迷动漫到实现梦想

中青报·中青网记者 王海涵 王磊 实习生 汪傲

从痴迷动漫的大学生“宅男”蜕变为年营业额800万元的青年创业者，管远航用了整整10年。回顾这10年创业路，管远航看到了手持“宝剑”，身披“盔甲”的逐梦少年，看到了艰辛旅途中伸出援手的良师益友。10年来的翻山越岭，管远航饱受了在新兴行业创业的苦涩，如今他终于看到了最初梦想正落地生花。

启航：创业源自兴趣

为何选择动漫道具服装制作这一行？管远航坦言，一切都源于兴趣和热爱。高中时，管远航就喜欢看国内外动漫，曾模仿着手工制作了几件道具，身边的动漫爱好者觉得做得不错，这增加了管远航的信心。他开始对道具服装制作逐渐上瘾，想做出更精美的道具。

2012年，管远航考入安徽信息工程学院材料成型专业。刚上大学的他只是一个喜欢二次元的“宅男”，选择该专业的原因也只是想学手工制作相关专业知识。尽管对手作道具感兴趣，也加入了学校cosplay社团，但管远航从未将这一爱好与创业联系起来。他在社团参与活动时制作了一些宝剑、铠甲道具，很受同学欢迎。辅导员赵锐得知班上有一个精通手工的学生，对这个行业前景十分看好，就劝管远航立项参加各级创新创业比赛。“创业大赛前，赵老师直接打电话给我妈，让她劝我去参赛。”至今，管远航仍十分感激赵老师当年的“逼迫”，“没有赵老师的帮助，就没有现在的我”。当时，校内喜欢动漫的大学生并不少，管远航很快结识了一群爱好相同的小伙伴，大家常聚在一起商量道具的选材和服装版型。就这样，一项立足于二次元领域的创业项目有了雏形。

2013年，管远航带着原创的“动漫与游戏道具制作工作室”项目参加了“昆山花桥杯”第八届安徽省大学生职业规划设计

大赛暨大学生创业大赛，获得了安徽信息工程学院在创新创业类赛事上的第一个省级铜奖。次年，他又在“创青春·中国联通”安徽省大学生创业大赛决赛中摘得金奖，在国家级“创青春”赛事斩获铜奖。“我们参赛时穿的衣服都是自己制作的动漫服装，在比赛现场有很高的回头率，甚至赛后就有人来咨询业务想要下单。”几次在比赛中获得佳绩，让管远航开始系统思考项目落地实践的可能性。

转向：被浇了一盆凉水

从想法到落地，管远航经受了创业者必经的坎坷。由于缺人缺钱缺门路，创业初期的管远航只能单干，他先成立了工作室，一个人负责生产、经营和销售。后来学校伸出援手协调，两名工商管理专业的学生参与项目管理，再加上几个室友的支持，早期创业团队就此形成。

“我观察到，那时二次元经济刚刚兴起，市场供小于求，订单不缺，缺的就是人才。”但当时多数人觉得cosplay是“不务正业”，管远航很难招到懂制作、会手工的设计师。2018年，管远航招来8名学生，经过半年的学习，只剩下一个人，有的人甚至干一两个月就离开了。

“其实，类似于传统手工业，cosplay道具制作也要静下心来系统学习，仅花几个月就学好并且赚到钱是很难的。”管远航说。缺少宣传渠道和客户来源，管远航就在电商平台销售。网店开业不久，接到的第一笔订单是批量制作某知名网游中的一把宝剑，“我们租赁广告公司的雕刻机，再手工打磨、上色，这一单整整耗时一个月才交付”。管远航清楚地记得，除去租赁费用、人工、运输等费用后，他亏了近千元。

现实的财务状况给此前还梦想着扩大规模的管远航浇了一盆凉水。“最开始只能赚些加工费，有时候加工费都挣不回来。”由于缺少科学管理且规模尚小，管远航常常遇到亏本不赚利的情况，这就导致时常亏损。从那时开始，管远航认识到，光有创业的热情和美好的展望并不够，要想生存

下去，成本管控、运营管理、发展规划等问题都需深入细致地考虑。

在这些实际问题的解决上，学校给予了管远航支持。彼时，学校提供了创业场地、设施设备和管理服务，还提供了众创空间、创业广场等场所设施和创业一站式指导服务。正是在学校的帮助下，管远航的项目频频在各项创业赛事上大放异彩，吸引了一些客户的同时，也找到一些志同道合的合作伙伴，一定程度上缓解了人才紧缺的情况。项目也就此开始盈利，逐步走上正轨。生产方式和销售渠道等条件逐步稳定后，管远航于2017年成立一家文化传媒有限公司。为了满足不同客户群体的需求，管远航采用了客户定制生产的经营模式。由于缺乏专业设计师，在制作过程中，管远航发现，道具选材和版型打样往往会遇到瓶颈。他以一款热门网游举例，传统布料达不到视觉效果，产品想要贴近原版的奇特造型，就要选择设计师专业的布料。鱼鳞纹、岩石纹布料、EVA塑形材料……管远航一次性买来几大箱材料。“但材料布料的叠加、染色 的配比只能通过不断地实验和试错来实现。”在选材材料的实验中，管远航常常产生奇思妙想：在透明的宝石后面加一块炫彩膜，宝石就变成了炫彩的状态；再将宝石分成几个棱镜，就能呈现出彩虹的状态；再加上一些闪粉，能实现梦幻的视觉效果。追求完美材料提高了企业的时间和人工成本，也导致了超时误工现象的出现。

“从收到客户意向金，到选到服装道具的主副材料，再到打样制成成品，整个流程需要一到两个月的时间。”平日里，即便出现订单超时、超预算现象，管远航对待每一次选材也都保证宁缺毋滥，对客户的一个要求都尽可能满足。这也是他从从业以来一直坚持的理念。

远航：如何在行业中走得稳

如何管理经营公司，如何有效节约资源减少成本，如何进一步精确自己的定位与未来发展？“摇身一变”成老板的管远航

一般为“找到宠物收全款，找不到只收基础劳务费”。

目前，武立雷将公司寻宠定价定在了3000~30000元，“具体价格要根据客户要求寻宠师人数决定。现在市面上的寻宠价格已经远远超过宠物本身的价值了，下单客户更看重的是与宠物之间的感情”。

闫志勇告诉记者，郑州的寻宠团队并不多，很多寻宠团队选择在北京、上海等一线城市工作，“这些城市很早就接受了寻宠行业市场化。但二三线城市的收入不理想，接受度也达不到预期。之前有个团队在郑州待了几个月就走了”。

不过，有时候闫志勇也会遇到学生求助，就算没有支付服务费的能力，他们也会帮忙找回。他希望，“宠物不只是动物，也是家庭的一员，更是情感的寄托，宠物丢失不要因为寻宠的价格高望而却步，我们爱宠救援队愿意提供力所能及的所有帮助”。

如今，武立雷的公司在上海、北京、广州、深圳和杭州、重庆等城市均设了分驻点，根据客户的位置派出不同城市的分驻点队员完成任务。未来，武立雷想继续把这项寻宠服务工作推广到全国，覆盖二三线省会城市。

宠物丢失成为城市流浪狗狗的主要来源，也为城市管理带来了难题，伤人事件时有发生。闫志勇在寻宠路上也会关注流浪猫狗，除了随身带猫粮狗粮喂养，还会拍照片和视频，为它们寻找领养。

在寻宠路上，武立雷和团队成员见证了很多人与动物之间令人动容的故事。“为此，我们在社交平台上不断为大家做防止宠物丢失的宣传和科普，尽管宠物丢失依旧不断发生，但希望每一位宠物主人都能认真照顾好自家的宠物，毕竟这也是鲜活的生命，也是‘家人’。”

在武汉，郭亚斌销售做得风生水起，因业务能力突出，受到各方好评。2018年，郭亚斌回乡结婚，开启新的人生。回到阔别多年的家乡，再次进入熟悉的生活，郭亚斌的心头却不断有新的想法出现。“家乡山区是中药材的绝佳产地，出产地中药材，享誉全国；黄土高原昼夜温差大，所产蔬菜品质出众，以其制作而成的浆水味道纯正鲜美，深受周边地区群众的喜爱。”长期以来，陕西农特产业发展的主要制约是信息闭塞、交通不便，郭亚斌想到了如火如荼的电商行业，“何不让家乡的特产搭上电商的东风？”

看准了就干。结婚婚后，郭亚斌选择留下来在家乡创业。他和同伴开了网店，专门销售陕西产的中药材和浆水。由于熟悉这片土地，郭亚斌能找到品质上乘的东西，也能讲好故事，产品深受消费者青睐。

经营一年多，郭亚斌的电商营业额就达1000多万元，其中40%是浆水。“光一种商品就能收获如此高的营业额，真是想不到！”郭亚斌喜出望外，决心扩大浆水销售规模。可之前订购产品的作坊产量有限，他便想到了自己采购原料，找厂家代加工。

陇西县近郊的河那坡村发展蔬菜产业小有名气，在郭亚斌考察制作浆水所需蔬菜时，了解到该村有现成的大棚蔬菜产业园，此外，依托东西帮扶项目，村集体还建成了厂房车间。和村委会沟通交流时，双方又碰撞出新想法，郭亚斌牵头组建合作社，吸引农户一起发展，村集体将厂房作为股份，入股合作社，每年拿分红，作为集体经济收入。

双方一拍即合，郭亚斌的事业再一次面临机遇。为了尽快扩大生产，他投资购买了成套自动化设备，并制定了规范化流程；为了保证蔬菜品质，他聘请专业技术人员指导农户种植，收获时按固定价格收购。经过一段时间准备后，去年3月初，浆水生产车间投入使用，一天能产出9.6万袋浆水，完全能满足线上销售。

从销售端延伸到生产端，郭亚斌觉得，要真正把陇西浆水产业做大，就要做成产品的供应商，为此，他开始拓展线下销售渠道。如今，郭亚斌的浆水产品远销西北5省区，其中线上销售占到20%左右，线下批发业务不断扩展，成为销售主渠道。今年，他的浆水销售额可望达到6000万元。

郭亚斌的事业越做越大，带动更多村民参与其中。目前，全村158个大棚都向他的浆水厂供应蔬菜。经指导，村民所种蔬菜品质有保证，郭亚斌尽收尽收，惠农不用出村就能卖个好价钱。

河那坡村的集体收入也有了保障。按照之前的协议，郭亚斌浆水厂收入的6%向村集体分红。去年第一次分红，村集体收入27.8万元。“由龙头企业带动，村集体收入有保障，村民发展致富有门路，我们将支持浆水产业发展成为全村的主导产业。”河那坡村党支部书记李国栋说。

“回到家乡创业一点也不后悔，我熟悉这里的一草一木、山山水水，年轻人孕育着巨大的发展机会，我们水年轻人大有可为。”郭亚斌对未来的事业充满信心，目前，他正谋划着开发乳酸等浆水衍生产品，向更广阔的市场迈进。“要让家乡的特产走出大山，卖出好价钱，惠及更多父老乡亲。”

一返乡青年做本土文章成就「浆水大王」