

儿童餐饮消费市场规模近4500亿元,越来越多餐企布局相关服务

跟着90后父母“下馆子”



儿童经济“钱景”无限

在80%的中国家庭中

儿童支出占家庭总支出的比重接近30%-50%

家庭儿童消费平均为1.7万-2.55万元

目前中国儿童消费市场已接近4.5万亿元

以10%的儿童餐饮渗透率计算

儿童餐饮消费市场规模近4500亿元

悦己、猎奇、享乐主义等90后消费特点正在引领儿童消费产业新风潮

近五年

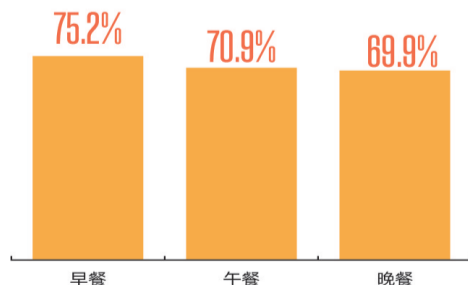
有孩人群中90后占比从19.1%增长至27.8%

占比接近三成

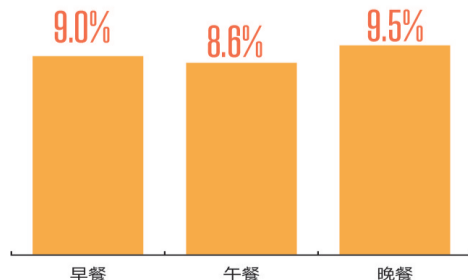
正逐步成为儿童经济市场的重要消费力量

家庭及儿童在外就餐需求越来越大

受访家庭过去一周至少一次在外就餐比例



受访家庭过去一周内每日在外就餐比例



01 “笼络”童心 影响家庭场景消费力

所谓“儿童经济”指围绕3到14岁儿童为消费主体的经济形式,其中包括儿童餐饮、儿童用品、儿童玩具、亲子娱乐、亲子服务、亲子教育等多种类型的儿童产品及服务。

这些年,随着三孩政策的逐步落实,我国儿童基数不断提高。2021年第七次全国人口普查结果显示,我国0到14岁人口为2.53亿人,占全国总人口的17.95%。需求主体数量的扩增,在一定程度上也带动了儿童经济市场中零食、玩具、教育等各细分领域的进一步发展。

每个孩子每个月有90顿饭要解决。除去学校提供的22顿午饭,家长还要为孩子们选择30顿早饭和38顿正餐。于是,儿童餐饮成了儿童经济中举足轻重的部分。

当前有孩人群中90后的占比逐渐变高,悦己、猎奇、享乐主义等90后消费特点,正在引领儿童消费产业新风潮,跟着90后父母“下馆子”已经成为当代儿童的生活常态。近期,中国营养学会联合西贝餐饮集团发布《2022儿童在外就餐及其相关因素调查》(以下简称《调查》)的调研数据显示,受访的6~12岁儿童过去一周早、中、晚餐在外就餐比例分别为76.5%、75.9%、72.2%,经常在外就餐比例更是达到44.4%。

消费端倒逼产业端升级创新。为了满足消费者对儿童在外就餐营养、好吃、有趣的需求,不但出现了专门做儿童餐的企业,多家知名餐饮企业近几年也陆续推出了儿童餐品类。据企查查数据显示,今年1-8月,我国企业名称或经营范围含“亲子餐、儿童餐”的儿童餐饮企业新增近百家。2021年新增注册企业数量210余家,年度注册增速为14.9%。

知名餐饮品牌除了看重儿童餐的市场规模,更希望通过儿童套餐吸引规模庞大的家庭消费市场。据《中国家庭场景互联网消费洞察报告》(以下简称《报告》)显示,已婚的消费者对家庭场景感受更深,在家庭场景消费领域的客单价明显高于未婚用户,身份的转变成为了影响家庭场景消费力的重要因素。

每逢周末都是小吴一家三口在外就餐的日子,平日在家里婆婆做饭都比较清淡,难得出来觅食,小吴就更加想吃点重口味的,但女儿又不能吃辣的,这让她一度很苦恼。前不久,她发现禄鼎记、探鱼、上上席川菜等川渝风味的餐厅,都推出了儿童餐,价格都是20块钱以内,口味清淡、荤素搭配:“终于再也不用为了将就孩子而选择口味清淡的餐厅了。”小吴兴奋地说。

如今,越来越多的餐厅针对“小小顾客”推出了品相可爱、色彩丰富的儿童餐。在大众点评上搜索“儿童餐”,仅广州地区就显示有近2400个相关推荐。在餐厅主页介绍里,“有儿童餐”成为了“服务设施”中抢眼的标签。

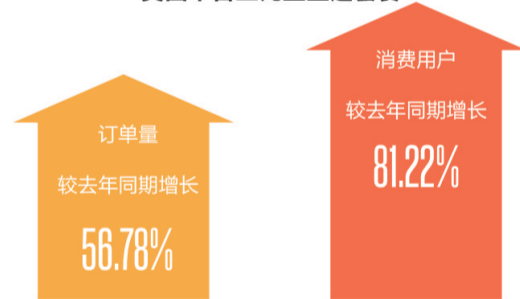
中国儿童产业研究中心公布的数据亦显示,在80%的家庭中,儿童支出占家庭总支出的比重在30%-50%,家庭儿童消费平均为1.7万-2.55万元,目前中国儿童消费市场已接近4.5万亿元。以10%的儿童餐饮渗透率计算,儿童餐饮消费市场规模近4500亿元。

这一串串庞大的数字背后,是更加巨大的消费潜力。

家庭餐饮消费转向“小鬼当家”

2022年1月1日-5月31日

美团平台上儿童主题套餐



自助餐为儿童“心头好”

2022年1月1日-5月31日

美团平台上儿童餐消费较频繁的五个品类

