

中国亲子主题餐厅行业发展深度分析与未来前景 调研报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国亲子主题餐厅行业发展深度分析与未来前景调研报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202204/585809.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

亲子主题餐厅是一种新概念的餐厅模式，通常舒适养眼，提供种类丰富的玩具，多款选择的营养儿童餐，解决的既是孩子的娱乐去处、带娃困扰，也在几个小时的消费时间里“解放”了大人，为他们提供休闲社交的场所。

相比传统餐饮，亲子主题餐厅的业务构成更为复杂，既含餐饮功能，也有儿童乐园功能，定期承接生日宴会，除儿童娱乐的球池、蹦床、滑梯、乐高、模拟厨房、娱乐型小木屋等儿童游乐区域，还要预留哺乳间、就餐区、卫生间、后厨等功能性区域。

由于亲子主题餐厅既能让宝宝玩得开心，又能解放妈妈们的双手。因此近两年亲子主题餐厅深受消费者的青睐，也正成为购物中心重点关注的新兴业态之一。重要因素如下：

1、居民收支的不断增长带来驱动力

近年来我国居民收支不断增长。根据数据显示，2021年我国居民人均可支配收入35128元，比上年名义增长9.1%；居民人均消费支出24100元，比上年名义增长13.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

2、身份转换为人父人母的80后、90后更舍得为提升孩子的生活品质买单

近年来随着90后、95后逐渐成为我国消费力量，消费结构也在随之发生变化。与此同时，80后、90后独生子女进入生育高峰期成为年轻父母一代。这部分年轻父母普遍受教育程度高，收入水平高，消费观念较上一代有很大的差别。儿童消费支出在整个家庭的消费支出中所占的比例将越来越大。除此之外，他们比起上一辈的父母更具自我意识，在平衡工作、带娃的忙碌之余，也寻求保有自己的独立空间。亲子餐厅就是在这样的需求里茁壮起来的。

3、新教育思潮的逐渐普及

随着西方“寓教于乐”教育观念的引进和在国内的逐渐普及，传统的“照本宣科”式的教育受到了重大的冲击，书本已经无法满足教学的需求了，这就为亲子餐厅乐园的兴起制造了契机。现在的父母以80后为主，这些家长受新式教育思潮的影响，不再拘泥于学习成绩的好坏，会更加重视对儿童智力开发的投入，而亲子餐厅乐园正是他们所需要的好帮手。

4、二胎、三胎政策的出台及落地带动儿童经济在我国掀起新一轮的发展热潮

所谓“儿童经济”，指的是以3岁~14岁孩子为需求主体，围绕包括儿童用品、儿童玩具、亲子娱乐、亲子服务、亲子教育、亲子医疗等在内的儿童整体消费需求的一切经济活动。

儿童在现代家庭中的核心地位越来越强，一个家庭的就餐选择必然会到受儿童的影响。而随着生活水平的提高，二胎政策的落地，以及目前三胎政策的出台，儿童基数将进一步扩大，儿童经济也将在我国掀起新一轮的发展热潮，成为新的商业增长点。

我国是全球人口第一大国，同时也是人口生育大国。虽然近几年来，我国出生人口不断下降。但总体来看每年新生儿数量达1000万人以上。数据显示，2021年我国出生人口1062万人，人口出生率为7.52‰。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

根据普查数据显示，2020年我国0-14岁少儿人口数量达到了25338万人，比2010年增加了3092万人，占14亿总人口的17.95%，上升了1.35个百分点。

数据来源：国家统计局，观研天下整理（WW）

庞大的人口规模酝酿了潜力巨大的市场需求，儿童经济迅速崛起，目前正在成长为一个火热的赛道。据中国儿童产业研究中心调查，80%家庭儿童支出占家庭支出的30%-50%。以2016年的数据为例，全国居民人均支出1.7万元，家庭夫妻2人，则为3.4万元，儿童支出占比取30%，则每年支出为1万元，对应儿童大消费市场规模1万亿元。

据权威研究中心发布的数据，目前我国儿童消费市场规模已接近4.5万亿元，其中儿童娱乐消费市场规模突破4600亿元。而兼具娱乐和餐饮属性的亲子主题餐厅，成为儿童消费市场中备受关注的分支。

目前我国约有13个三家及以上的亲子餐厅品牌已进驻购物中心。分别是全心贝爱、Lilliput粒粒堡亲子餐厅、佳儿萌豆、Twinkle耀童、MS·KIMO星漠亲子餐厅、考拉小厨亲子餐厅、The Littles、Tiamo恬慕亲子餐厅、小豆丁、小茉家亲子餐厅、NOKNOK、FAIRYLAND梦幻仙境亲子餐厅、mikomiko亲子餐厅；其中门店数量第一的是上海的全心贝爱，购物中心达31家门店。另外上述大部分亲子餐厅餐品类型以轻餐西餐为主，创始城市多来自武汉、上海等南方城市。

购物中心部分亲子餐厅品牌（3家以上）	品牌名称	门店数量	餐品	创始地
全心贝爱	31	中式辅食	上海	
Lilliput粒粒堡亲子餐厅	19	西餐	韩国	
佳儿萌豆	17	中式辅食	黑龙江	
Twinkle耀童	12	西餐	上海	
MS·KIMO星漠亲子餐厅	6	西餐	北京	
考拉小厨亲子餐厅	6	西餐	广东	
The Littles	5	西餐	青岛	
Tiamo恬慕亲子餐厅	5	西餐	长沙	
小豆丁	5	西餐	沈阳	
小茉家亲子餐厅	5	中西餐	南京	
NOKNOK	4	西餐	武汉	
FAIRYLAND梦幻仙境亲子餐厅	3	西餐	大连	
mikomiko亲子餐厅	3	西餐	武汉	

资料来源：观研天下整理（WW）

目前我国亲子餐厅主要面向2-8岁的低龄儿童家庭，人均消费100元以上，装修风格可爱或优雅明亮，通常门店面积较大，400-500平属于常态。空间分为游乐区和开放式用餐区，附带母婴室，娱乐区域设置海洋球、厨房过家家、滑梯、换装区等不同项目。

观研报告网发布的《中国亲子主题餐厅行业发展深度分析与未来前景调研报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国亲子主题餐厅行业发展概述

第一节 亲子主题餐厅行业发展情况概述

- 一、亲子主题餐厅行业相关定义
- 二、亲子主题餐厅特点分析
- 三、亲子主题餐厅行业基本情况介绍
- 四、亲子主题餐厅行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、亲子主题餐厅行业需求主体分析

第二节 中国亲子主题餐厅行业生命周期分析

- 一、亲子主题餐厅行业生命周期理论概述
- 二、亲子主题餐厅行业所属的生命周期分析

第三节 亲子主题餐厅行业经济指标分析

- 一、亲子主题餐厅行业的赢利性分析
- 二、亲子主题餐厅行业的经济周期分析

三、亲子主题餐厅行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球亲子主题餐厅行业市场发展现状分析

第一节全球亲子主题餐厅行业发展历程回顾

第二节全球亲子主题餐厅行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲亲子主题餐厅行业地区市场分析

一、亚洲亲子主题餐厅行业市场现状分析

二、亚洲亲子主题餐厅行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲亲子主题餐厅行业市场前景分析

第四节北美亲子主题餐厅行业地区市场分析

一、北美亲子主题餐厅行业市场现状分析

二、北美亲子主题餐厅行业市场规模与市场需求分析

三、北美亲子主题餐厅行业市场前景分析

第五节欧洲亲子主题餐厅行业地区市场分析

一、欧洲亲子主题餐厅行业市场现状分析

二、欧洲亲子主题餐厅行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲亲子主题餐厅行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界亲子主题餐厅行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球亲子主题餐厅行业市场规模预测

第三章 中国亲子主题餐厅行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对亲子主题餐厅行业的影响分析

第三节中国亲子主题餐厅行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对亲子主题餐厅行业的影响分析

第五节中国亲子主题餐厅行业产业社会环境分析

第四章 中国亲子主题餐厅行业运行情况

第一节中国亲子主题餐厅行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国亲子主题餐厅行业市场规模分析

一、影响中国亲子主题餐厅行业市场规模的因素

二、中国亲子主题餐厅行业市场规模

三、中国亲子主题餐厅行业市场规模解析

第三节中国亲子主题餐厅行业供应情况分析

一、中国亲子主题餐厅行业供应规模

二、中国亲子主题餐厅行业供应特点

第四节中国亲子主题餐厅行业需求情况分析

一、中国亲子主题餐厅行业需求规模

二、中国亲子主题餐厅行业需求特点

第五节中国亲子主题餐厅行业供需平衡分析

第五章 中国亲子主题餐厅行业产业链和细分市场分析

第一节中国亲子主题餐厅行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、亲子主题餐厅行业产业链图解

第二节中国亲子主题餐厅行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对亲子主题餐厅行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对亲子主题餐厅行业的影响分析

第三节我国亲子主题餐厅行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国亲子主题餐厅行业市场竞争分析

第一节中国亲子主题餐厅行业竞争现状分析

一、中国亲子主题餐厅行业竞争格局分析

二、中国亲子主题餐厅行业主要品牌分析

第二节中国亲子主题餐厅行业集中度分析

一、中国亲子主题餐厅行业市场集中度影响因素分析

二、中国亲子主题餐厅行业市场集中度分析

第三节中国亲子主题餐厅行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国亲子主题餐厅行业模型分析

第一节中国亲子主题餐厅行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国亲子主题餐厅行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国亲子主题餐厅行业SWOT分析结论

第三节中国亲子主题餐厅行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国亲子主题餐厅行业需求特点与动态分析

第一节中国亲子主题餐厅行业市场动态情况

第二节中国亲子主题餐厅行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节亲子主题餐厅行业成本结构分析

第四节亲子主题餐厅行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国亲子主题餐厅行业价格现状分析

第六节中国亲子主题餐厅行业平均价格走势预测

一、中国亲子主题餐厅行业平均价格趋势分析

二、中国亲子主题餐厅行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国亲子主题餐厅行业所属行业运行数据监测

第一节中国亲子主题餐厅行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国亲子主题餐厅行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国亲子主题餐厅行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国亲子主题餐厅行业区域市场现状分析

第一节中国亲子主题餐厅行业区域市场规模分析

一、影响亲子主题餐厅行业区域市场分布的因素

二、中国亲子主题餐厅行业区域市场分布

第二节中国华东地区亲子主题餐厅行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区亲子主题餐厅行业市场分析

（1）华东地区亲子主题餐厅行业市场规模

（2）华南地区亲子主题餐厅行业市场现状

（3）华东地区亲子主题餐厅行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区亲子主题餐厅行业市场分析

（1）华中地区亲子主题餐厅行业市场规模

（2）华中地区亲子主题餐厅行业市场现状

（3）华中地区亲子主题餐厅行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区亲子主题餐厅行业市场分析

（1）华南地区亲子主题餐厅行业市场规模

（2）华南地区亲子主题餐厅行业市场现状

（3）华南地区亲子主题餐厅行业市场规模预测

第五节华北地区亲子主题餐厅行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区亲子主题餐厅行业市场分析

（1）华北地区亲子主题餐厅行业市场规模

（2）华北地区亲子主题餐厅行业市场现状

（3）华北地区亲子主题餐厅行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区亲子主题餐厅行业市场分析

（1）东北地区亲子主题餐厅行业市场规模

（2）东北地区亲子主题餐厅行业市场现状

（3）东北地区亲子主题餐厅行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区亲子主题餐厅行业市场分析

（1）西南地区亲子主题餐厅行业市场规模

（2）西南地区亲子主题餐厅行业市场现状

（3）西南地区亲子主题餐厅行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区亲子主题餐厅行业市场分析

（1）西北地区亲子主题餐厅行业市场规模

（2）西北地区亲子主题餐厅行业市场现状

（3）西北地区亲子主题餐厅行业市场规模预测

第十一章 亲子主题餐厅行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国亲子主题餐厅行业发展前景分析与预测

第一节中国亲子主题餐厅行业未来发展前景分析

一、亲子主题餐厅行业国内投资环境分析

二、中国亲子主题餐厅行业市场机会分析

三、中国亲子主题餐厅行业投资增速预测

第二节中国亲子主题餐厅行业未来发展趋势预测

第三节中国亲子主题餐厅行业规模发展预测

一、中国亲子主题餐厅行业市场规模预测

二、中国亲子主题餐厅行业市场规模增速预测

三、中国亲子主题餐厅行业产值规模预测

四、中国亲子主题餐厅行业产值增速预测

五、中国亲子主题餐厅行业供需情况预测

第四节中国亲子主题餐厅行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国亲子主题餐厅行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国亲子主题餐厅行业进入壁垒分析

一、亲子主题餐厅行业资金壁垒分析

二、亲子主题餐厅行业技术壁垒分析

三、亲子主题餐厅行业人才壁垒分析

四、亲子主题餐厅行业品牌壁垒分析

五、亲子主题餐厅行业其他壁垒分析

第二节亲子主题餐厅行业风险分析

一、亲子主题餐厅行业宏观环境风险

二、亲子主题餐厅行业技术风险

三、亲子主题餐厅行业竞争风险

四、亲子主题餐厅行业其他风险

第三节中国亲子主题餐厅行业存在的问题

第四节中国亲子主题餐厅行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国亲子主题餐厅行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国亲子主题餐厅行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国亲子主题餐厅行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 亲子主题餐厅行业营销策略分析

一、亲子主题餐厅行业产品策略

二、亲子主题餐厅行业定价策略

三、亲子主题餐厅行业渠道策略

四、亲子主题餐厅行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202204/585809.html>