



儿童经济 学问大

游乐
“遛娃”升级
商场掘金亲子蓝海

餐饮
“食力”强劲
餐企深耕儿童餐饮

现象
主打“怀旧”
谁还不是个宝宝呢

02-04



扫码看专题

| 卷首 |

儿童虽小,市场很大

儿童服装、亲子娱乐项目、母婴用品、玩具……每年的“六一”儿童节,都是商家铆足了劲讨孩子欢心的日子。

二孩、三孩政策相继放宽,小店门口随处可见的摇摇车,占据了各大社区广场的旋转木马、充气城堡,都是眼下儿童经济逐渐升温的生动体现。

购物中心内,悄然扎堆的儿童娱乐区正成为引流主力。它们之中,以奈尔宝、Meland等为代表的高端综合游乐区一次消费便要花费多达两三百元,逢节假日仍是“人山人海”。儿童经济的潜在市场和活力,由此可见一斑。

主打“孩子开心,大家都开心”的经营策略,瞅准儿童市场机会的商家,远不止购物中心。慢慢地,越来越多经营正餐的饭店开始免费为孩子提供儿童餐,甚至有烤鱼店推出,可以单独为同行的儿童制作一小块免辣烤鱼的服务。

更有将“儿童经济学”研究至极致的人,做起“谁还不是个宝宝”的生意。京东消费及产业发展研究院联合京东超市发布的《2023儿童节消费趋势观察》显示,超七成的“大朋友”想过儿童节。与孩子们过儿童节相比,成年人的节目“打开方式”更加丰富多彩。

儿童虽小,儿童经济里的学问却挺大。儿童经济,随着更多商家多方面的挖掘,将发挥出更大的潜力。

■朱蓉

出品:朱定
策划:周文博 朱蓉
统筹:朱蓉 苏军华 高原
执行:朱蓉 卜岚 叶竹