

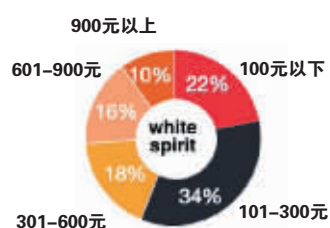
“90后”酒类消费调查报告

“90后”在酒类喜好以及消费方面的独到之处,让酒类从业者以不同的眼光去审视这群正逐渐成长为主流消费者的群体,并希望了解“90后”消费者与当前主流酒类消费群体之间的异同点,以挖掘未来的潜在客群。北京商报中国酒业周刊历时半年制作的“90后”酒类消费图鉴,通过对全国范围内不同行业、不同身份的数以万计“90后”样本人群进行问卷调查,走访多家酒企以及渠道商了解商家的观点与看法,并与天猫、京东、1919玖妈妈大数据、苏宁易购、美团外卖等多家平台展开合作,得到了销售终端上关于“90后”消费群体酒类消费的第一手数据,汇聚成了这一份“90后”酒类消费图鉴,为酒企勾勒出一幅较为清晰的“90后”酒类消费画像。

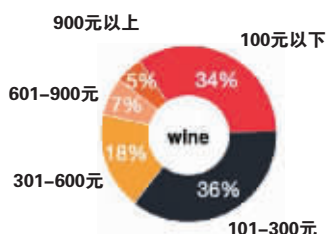


“90后”酒类消费价格带偏低

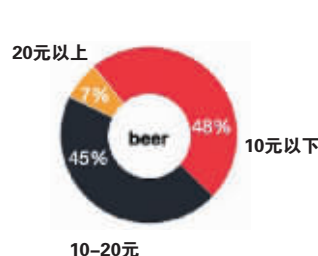
“90后”年轻人消费的白酒价格带分布



“90后”年轻人消费的葡萄酒价格带分布



“90后”年轻人消费的啤酒价格带分布



“90后”“爱酒”呈现出区域化差别

白酒消费金额TOP5省市



啤酒消费金额TOP5省市

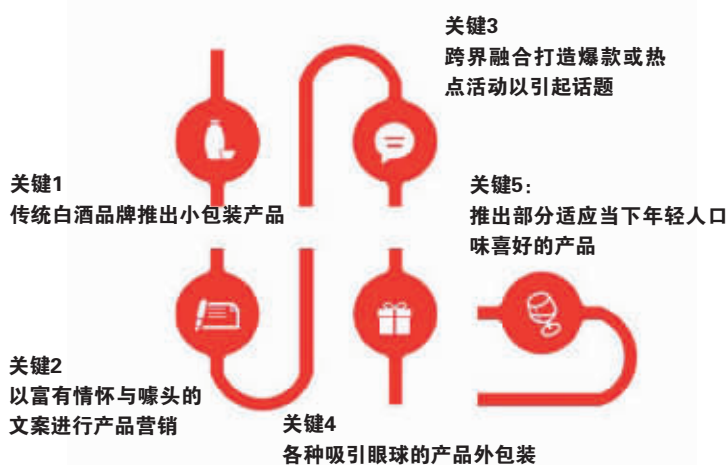


葡萄酒消费金额TOP5省市

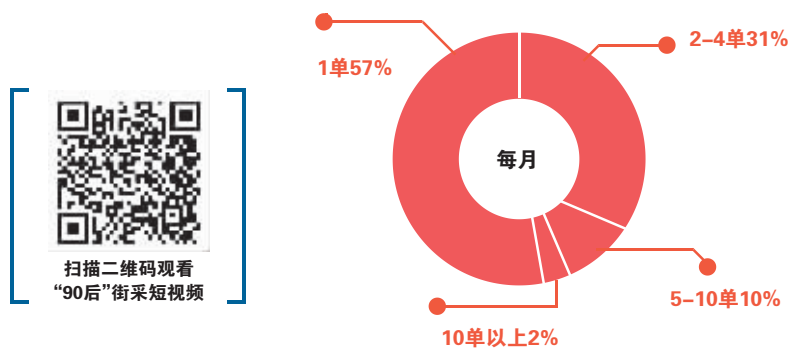


选取18-25岁年龄段消费金额数据

如何快速收获“90后”的芳心



“90后”酒类消费频率分布



餐厅仍是饮酒主流场所

