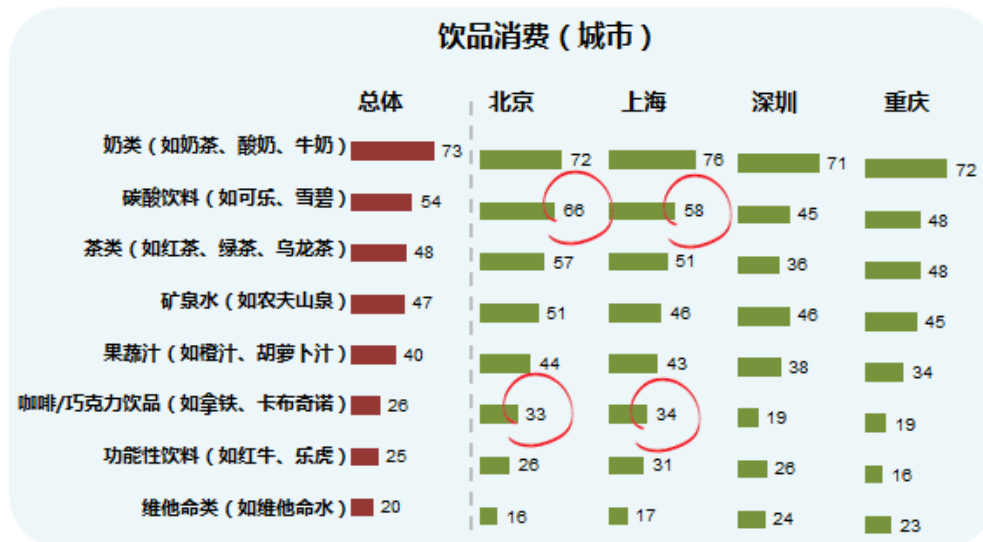


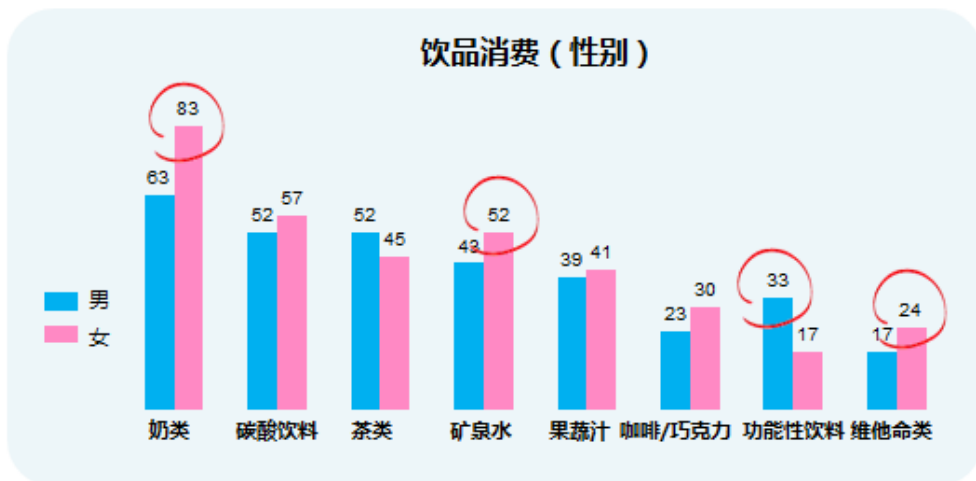


消费者如何选择饮料？

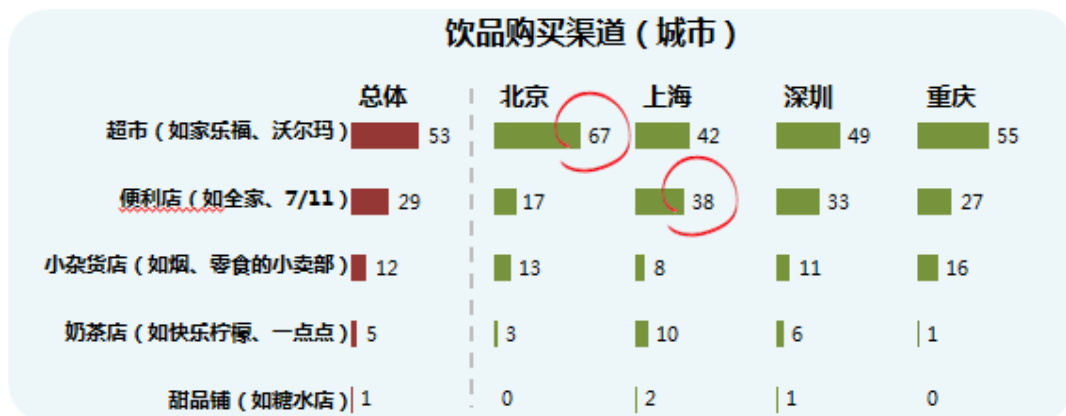
在经济下行的压力下，2015 年零售消费品仍保持着高速增长的势头：全国社会消费品零售总额为 300931 亿元，比上年增长 10.7%；其中，饮料类零售额为 1961 亿元，同比增加 15.3%。为了吸引消费者，各饮品公司不断推成出新。消费者在面临越来越多的选项时，会做出何种选择？优唯针对北京、上海、深圳、重庆的一项研究发现：**奶类的消费最多，其次是碳酸饮料**；线下仍是主要的消费渠道；而饮料的味道是决定消费者购买的主要因素。

奶类的消费量最高，其次是碳酸饮料。北京和上海对碳酸饮料和咖啡/巧克力饮品的消费要明显多于深圳和重庆。另外，女性更偏向于奶类、矿泉水和维他命类的饮料；男性则更多的消费功能性饮料。

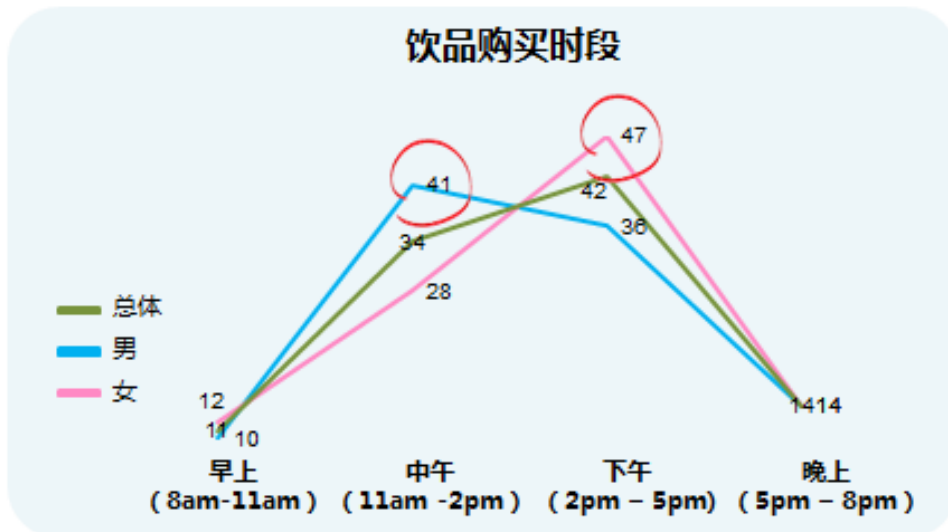




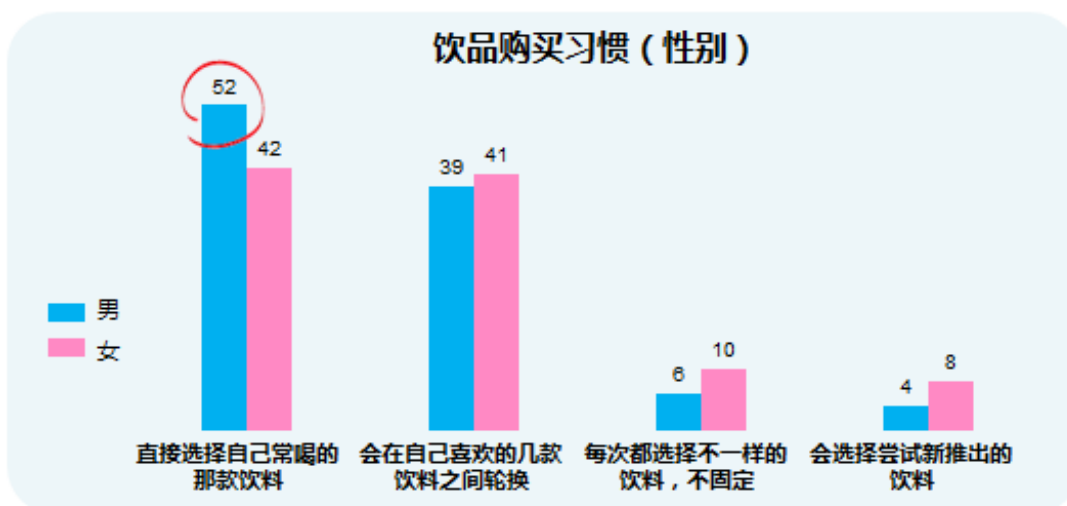
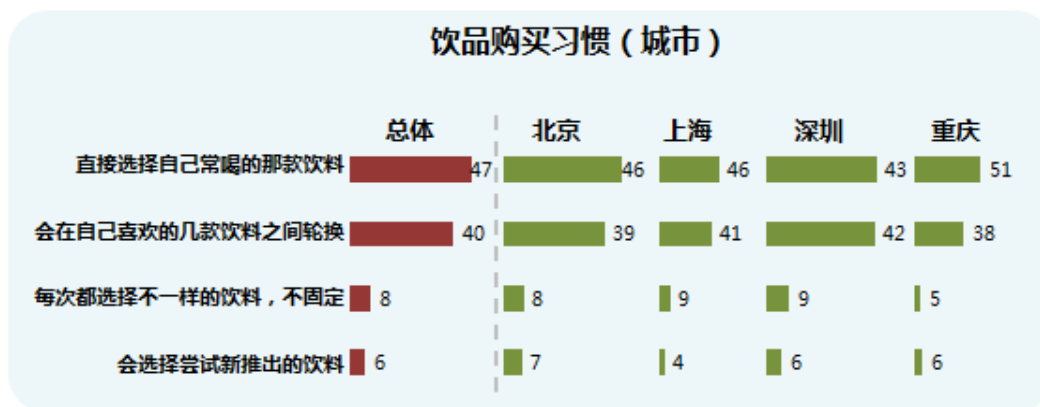
消费者在超市购买饮品的最多，其次是便利店。北京消费者更多在超市购买饮品，上海消费者则更多在便利店购买饮品。便利店更吸引年轻消费群体（16-20岁），21-35岁的消费群体则更常去超市。



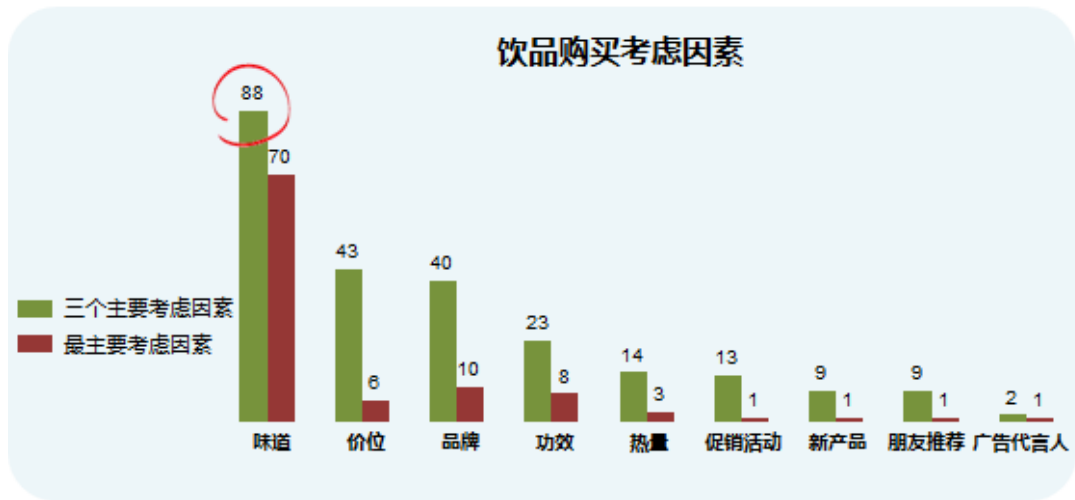
中午和下午是购买饮料的两个高峰。其中，男性更倾向于在中午购买饮品，而女性更倾向于在下午购买饮品。



近半数的消费者会直接选择自己常喝的那款饮料。这一现象在男性消费者身上更为明显。



味道是消费者购买饮品时最主要考虑的因素。



随着消费者收入的增长，他们愿意在饮品上花费更多的金额。目前，消费者对饮品的实际消费价位在 10 元以下，80%的消费者能够接受 5-20 元价位区间的饮品。

