概要：

### ****消费者基础****

### ****性别分布****：49.6%男性，50.4%女性。

**年龄分布**：主要集中在20至45岁，占比84%，其中25-29岁为最多，占比25%，平均年龄为31.93岁。

**婚姻状况**：65%已婚，54.3%已婚并有孩子。

**收入水平**：收入较高的消费者乳制品购买力更强，42%个人月收入超过8000元，6%收入低于3000元，平均月薪为9102元。

### 2. ****地域分布****

**主要购买地区**：华东、华北消费者最偏好乳制品，分别占比91.4%和90.2%。

**购买较少地区**：华中、东北、西南地区消费者购买力较弱，分别为79.1%、79%、78.4%。

### ****购买决策因素****

### ****资讯获取途径****：65.2%通过手机APP获取新闻，乳制品信息主要通过手机、电脑网络途径获得。

**广告接受度**：文字链、图片、视频前后贴片广告较受欢迎，推送广告、内置广告接受度较低。

**品牌影响**：61.9%的消费者偏爱自己钟爱的品牌，57.8%认为名牌提升生活品质，36%愿为外国品牌支付更高价格。

**价格与包装**：消费者较重视商店氛围、商品价格、产品包装。57%的消费者认为乳制品价格正常，32%认为较贵。

### ****购买渠道****

### ****主要购买渠道****：75.16%消费者选择大型超市购买，27.84%选择便利店，其他渠道如网店、专卖店等占比较小。

### 5. ****消费者关注点****

**热词**：消费者关注热词包括鸡蛋、怀孕、婴儿、水果等。

**产品因素**：安全、营养、品牌是消费者最关注的因素，分别占比70.24%、61.46%和51.61%。

**包装信息**：消费者最关心生产日期和保质期（占比80.51%），其次是营养标签。

### 6. ****乳制品食用情况****

**食用原因**：55.61%的消费者因营养价值食用乳制品，52.69%因口感，34.53%因补钙。

**食用频次**：63%消费者每周食用乳制品3-6次或更多，32%偶尔食用。

**食用产品**：鲜奶是最受欢迎的乳制品，尤其在41-50岁人群中占比65.45%。

### 7. ****消费者健康意识****

**乳制品消费与健康**：随着健康意识的提高，消费者对乳制品的需求逐渐增加。很多消费者会选择高钙、低脂等不同营养成分的奶制品，表现出科学、理性的购买态度。

### 8. ****总结****

**目标群体**：中青年、城市居民是乳制品的主要购买群体。

**营销建议**：利用适合的宣传途径、传播形式和品牌建设来吸引消费者，提升购买力。加强产品的营养特点宣传，满足消费者健康需求。

来源：[互联网人群乳制品消费调查发布](https://www.sohu.com/a/214868339_99992240)