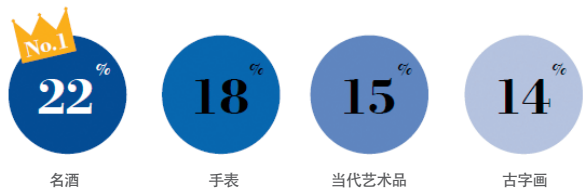


# 数说高净值人群都喝啥酒

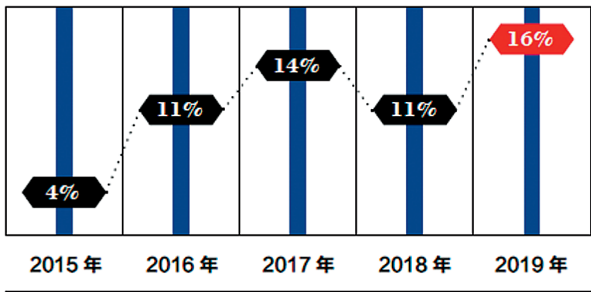
## 酒的收藏价值

中国的酒文化源远流长,在中华民族五千年历史长河中,酒和酒文化一直占据着一席之地,是绚烂的千年文化中浓墨重彩的一笔。按目前中国市场习惯,酒通常被划分为白酒、葡萄酒、洋酒、啤酒、果酒和黄酒等,这些酒类占有市场份额较高,各饮酒群体的规模也较大。

### 2019 年高净值人群收藏排名



### 高净值人群品酒趋势变化



## 高净值人群饮酒特色

白酒: 国饮、浓烈、过瘾, 饮酒群体以男性为主 (75%), 平均年龄 37 岁, 且宴请与送礼是主要的消费场景, 最受青睐的品牌是五粮液与茅台。

葡萄酒: 健康、优雅, 是女性自饮时最喜欢的酒类, 最受青睐的品牌是拉菲。

洋酒: 精致、独特, 平均单瓶消费价格最高 (750 元), 精美的洋酒如同艺术品, 是男士收藏与女士送礼的首选酒类, 最受青睐的品牌是轩尼诗和人头马。

啤酒: 清爽、畅快, 价格便宜, 但购买频率最高, 是男性自饮时最喜欢的酒类, 最受青睐的品牌是百威和青岛。

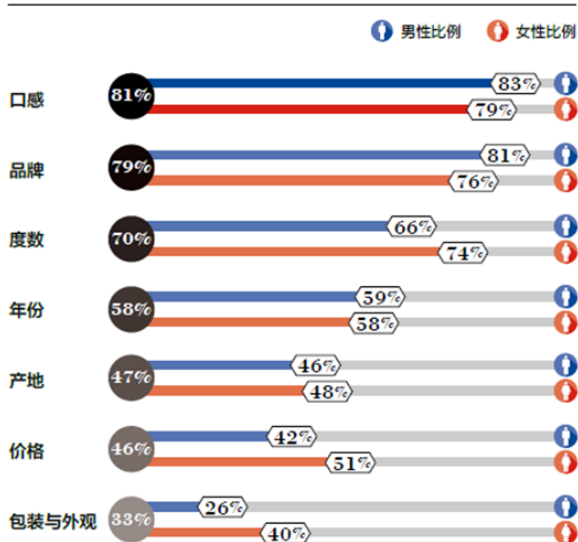
## 白酒

白酒是中国特有的蒸馏酒。白酒饮酒人群呈现出明显的性别差异, 男女比例达 3:1, 平均年龄为 37 岁, 92% 已婚, 均在所有酒类中最高。五成以上的饮酒人群消费价格带在 500-1000 元, 以高端白酒为主。

### 白酒饮酒人群画像

|        |                                 |
|--------|---------------------------------|
| 性别分布   | 75% 男性 25% 女性                   |
| 平均年龄   | 37 岁                            |
| 婚姻状况   | 92% 已婚                          |
| 购买频率   | 28% 每月 30% 每季度 10% 每半年 31% 按需购买 |
| 平均消费价格 | 600 元 (五成以上集中在 500~1,000 元)     |
| 主要消费场景 | 宴请、送礼                           |
| 重点考虑因素 | 口感、品牌、度数、年份                     |
| 青睐的品牌  | 五粮液、茅台、剑南春                      |

### 购买白酒考虑因素



胡润研究院发布《2019 中国酒类消费行为白皮书》，揭示了后物质时代下中国高净值人群酒类消费新趋势、酒类消费行为特征，以及对新零售的认知。

## 葡萄酒

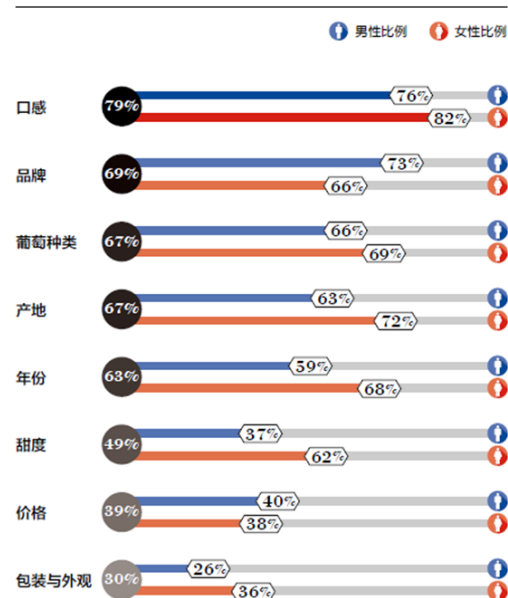
葡萄酒作为西域美酒，在最初便带着优雅、高贵的标签。

葡萄酒的饮酒人群性别差异并不明显，女性略高，占比 51%，是女性在自饮和收藏时的首选酒类。总体上，葡萄酒饮用人群的平均年龄为 34 岁，已婚比例为 86%，购买葡萄酒的平均价格在 500 元。

### 葡萄酒饮酒人群画像

|        |                                |
|--------|--------------------------------|
| 性别分布   | 49% 男性 51% 女性                  |
| 平均年龄   | 34 岁                           |
| 婚姻状况   | 86% 已婚                         |
| 购买频率   | 42% 每月 29% 每季度 6% 每半年 23% 按需购买 |
| 平均消费价格 | 500 元                          |
| 主要消费场景 | 自饮、宴请、收藏、送礼                    |
| 重点考虑因素 | 口感、品牌、葡萄种类、产地、年份               |
| 青睐的品牌  | 拉菲                             |

### 购买葡萄酒考虑因素



## 洋酒

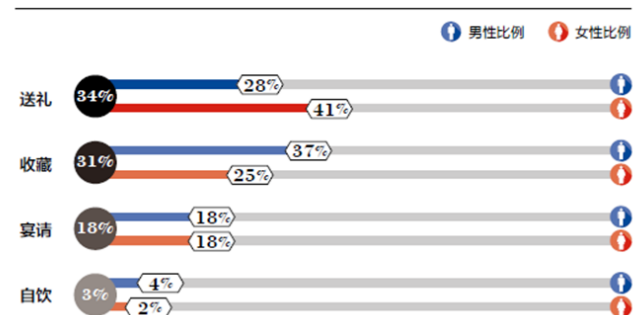
洋酒在广义上是进口酒的统称，但为了与进口啤酒、葡萄酒区分，洋酒通常意义上指的是进口烈酒，主要有威士忌（Whisky）、白兰地（Brandy）、伏特加（Vodka）、朗姆酒（Rum）、龙舌兰酒（Tequila）和金酒（Gin）这六大类。

洋酒的饮酒人群中，男性略高于女性，占比 53%，平均年龄在 34 岁，已婚比例为 85%。

### 洋酒饮酒人群画像

|        |                                 |
|--------|---------------------------------|
| 性别分布   | 53% 男性 47% 女性                   |
| 平均年龄   | 34 岁                            |
| 婚姻状况   | 85% 已婚                          |
| 购买频率   | 14% 每月 28% 每季度 19% 每半年 38% 按需购买 |
| 平均消费价格 | 750 元                           |
| 主要消费场景 | 送礼、收藏                           |
| 重点考虑因素 | 口感、品牌、洋酒种类、产地、价格                |
| 青睐的品牌  | 轩尼诗、人头马、芝华士                     |

### 洋酒消费场景



## 啤酒

啤酒是消费量最大的酒类，以其清爽的口感成为诸多饮酒人士的日常饮品，尤其是在夏季。

啤酒的饮酒人群中，男性占 55%，高出女性 10%，平均年龄为 34 岁，已婚人士达 87%。在购买频率上，啤酒是购买频率最高的酒类，过半人士有每月购买的习惯，平均消费价格在 21 元。