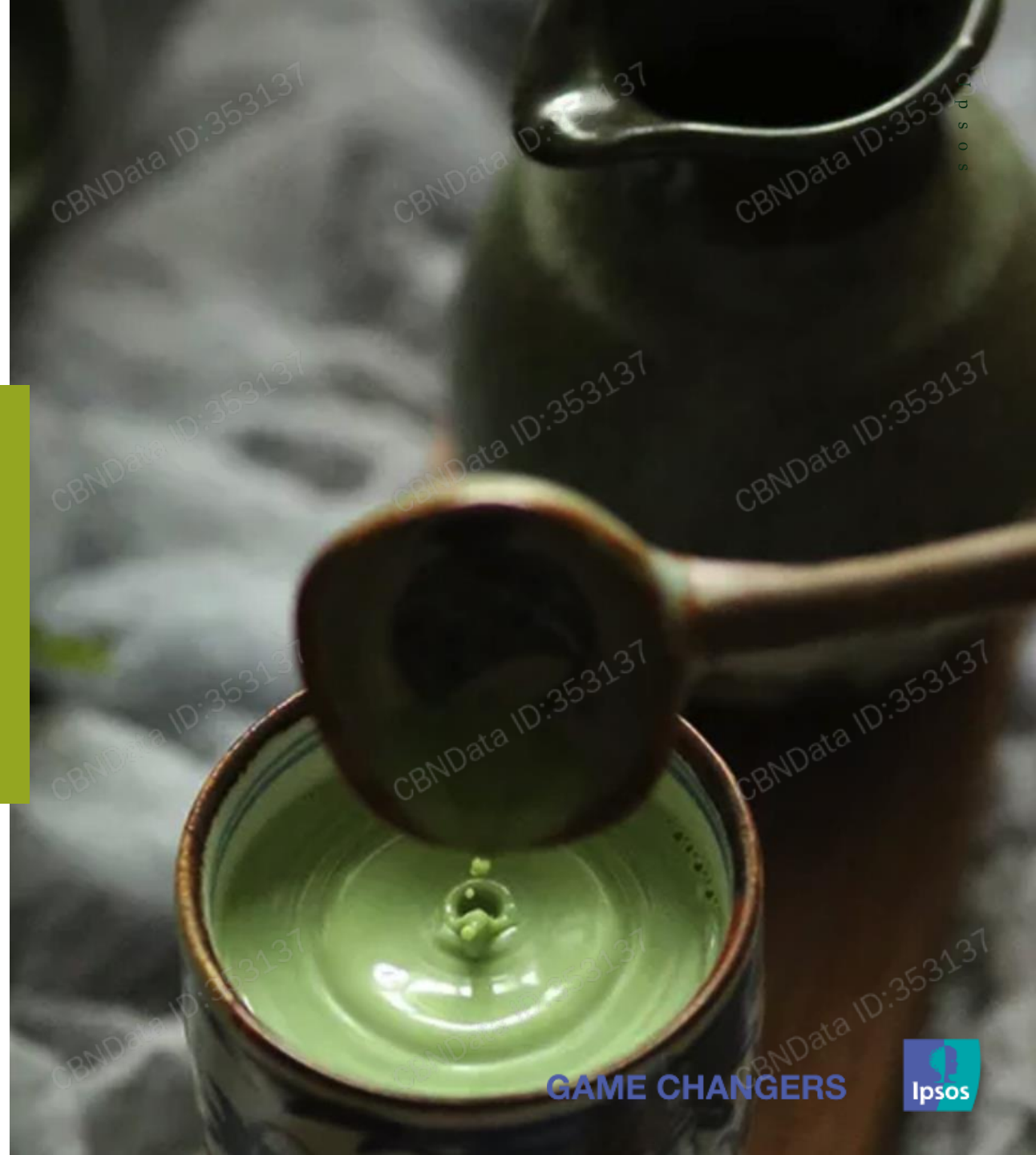


90后新消费者的茶饮 口味喜好及消费偏好



主题

- ◆ 90后新消费者画像
- ◆ 茶饮中的明星口味和潜力口味
- ◆ 90后对茶饮的消费偏好
- ◆ 启示和建议



1.

新消費者画像



新消费者 — 90后

我国90后人口数
2.3亿

- 每6个中国人中就有一个90后
- 90后的年龄为20~29岁；
- 将迎来事业发展直线上升的黄金时期；
- 敢于花钱，普遍注重品质与服务；
- 对新事物好奇，追求个性化、多样化以及体验式消费
- 热衷于消费升级

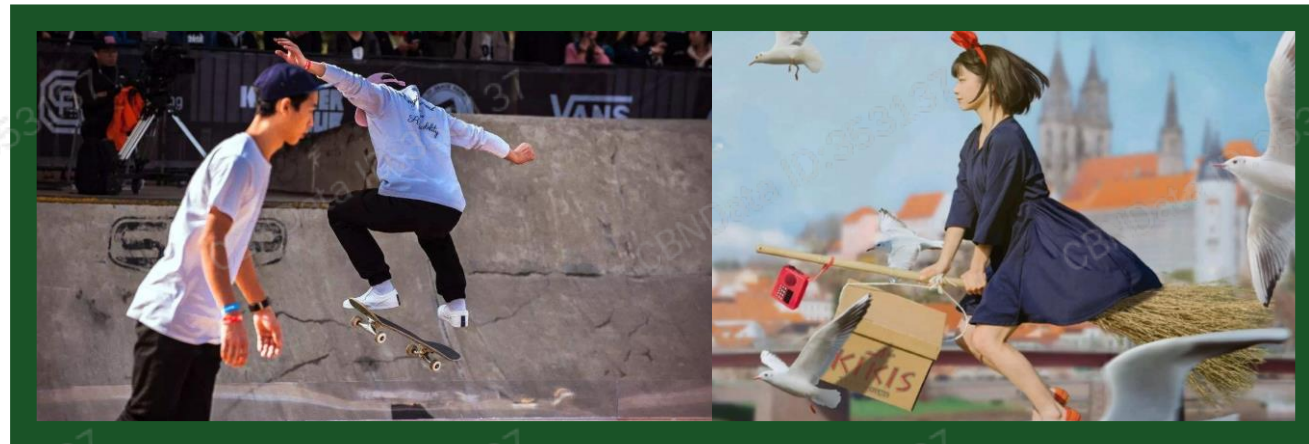


90后特征 1 & 2

1. 追求个性、偏爱小众、圈层文化

围绕各自小众爱好，形成小众圈层社群。**二次元、街头、极限运动**等看似小众的领域，90后中都拥有狂热爱好者。

寻找志同道合的小伙伴



2. 热爱国潮、支持原创

越年轻，越国潮。比较70后和80后，更多90后表示会**优先支持原创国货**，以李宁为代表的国潮品牌掀起热潮。

90后特征 3 & 4

3. 精致生活、宠爱自己

追求“最顶配”的**电子设备**，追求“最舒适”的**生活小物件**，从各方面塑造精致生活。“酷乐潮玩”吸引着新消费者购买。



4. 极致真我、乐于表达

90后乐于**表达真我**，向世界分享价值观，比如：借助张扬的穿着打扮、饰件彰显与众不同的态度。

90后特征 5 & 6

5. 冷冻童颜、拒绝油腻

抗衰老护肤品、保健品也成为90后对抗工作压力、保持良好状态的必备品。



6. 拒绝“毒鸡汤”，生活不只工作

赚钱不是唯一的生活重心，丰富多彩的体验成为人生追求

90后为能有更多旅行机会想到的多种解决方案，如：做义工、辞职做自由职业、结婚不办酒-省钱去旅婚等

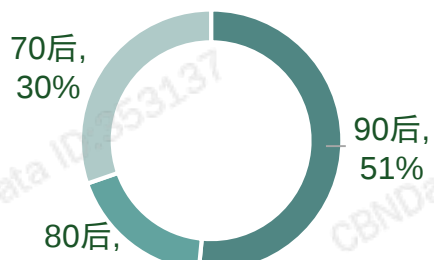


90后特征 7 & 8

7. 颜值即正义

没有什么能够阻挡90后追逐颜值脚步，90后成主要医美消费人群

医美人群分布



90后喜欢的Top 5 医美项目

热提拉
超声刀
埋线提升
瘦脸针



8. 孤独社畜、弹幕社交

苦于紧张的生活节奏、对线下社交的厌倦，聚集趣味相投 Soul mate的**弹幕网站**已成为90后重要社交阵地

B站30岁以下用户占比70%+



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16826

