



2000 IMI

消费行为 与生活形态年鉴

IMI CONSUMER BEHAVIOURS
& LIFE PATTERNS YEARBOOK

北京·上海·广州·重庆
Beijing Shanghai Guangzhou Chongqing

武汉·西安·沈阳
Wuhan Xian Shenyang



2000IMI 消费行为与生活形态年鉴

北京·上海·广州·重庆·武汉·西安·沈阳

IMI (创研) 市场信息研究所
北京广播学院广告学系

人民日报华泰投资管理有限公司
《国际广告》杂志社

上
卷

北京广播学院出版社

版权所有。未经许可，本书的任何部分不准以任何方式在世界任何地区以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载本书任何一部分或全部。

Copyright ©Yearbook & Database Marketing Service LTD (Y&D)

All rights reserved. No part of the publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or any information storage and retrieval system, without written permission from the publisher.

责任编辑：姜树琪 韩旺辰 陈友军

图书在版编目 (CIP) 数据

2000IMI 消费行为与生活形态年鉴/北京创研研究所编.
北京：北京广播学院出版社，2000.3
ISBN 7-81004-859-7

I.I... II.北... III.①消费形式—中国—年鉴②生活方式—中国—年鉴 IV. D669.3-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 14398 号

2000IMI 消费行为与生活形态年鉴

(上下卷)

北京广播学院出版社发行

新华书店经销

煤炭工业出版社印刷厂印刷

889×1194 毫米 16 开 155.25 印张 3870 千字

2000 年 2 月第 1 版 2000 年 2 月第 1 次印刷

印数：1-3000 册

ISBN 7-81004-859-7/G · 504

定价：2000.00 元

目 录

上 卷

第一篇 七城市基本情况与样本结构

1	北京市基本情况	1
1-1	人口概况	1
1-2	经济发展	4
1-3	居民生活	7
2	上海市基本情况	11
2-1	人口概况	11
2-2	经济发展	13
2-3	居民生活	17
3	广州市基本情况	21
3-1	人口概况	21
3-2	经济发展	23
3-3	居民生活	25
4	重庆市基本情况	31
4-1	人口概况	31
4-2	经济发展	32
4-3	居民生活	35
5	武汉市基本情况	41
5-1	人口概况	41
5-2	经济发展	44
5-3	居民生活	45
6	西安市基本情况	49
6-1	人口概况	49
6-2	经济发展	52
6-3	居民生活	54
7	沈阳市基本情况	57
7-1	人口概况	57
7-2	经济发展	59
7-3	居民生活	61
8	北京市样本结构	65
9	上海市样本结构	66
10	广州市样本结构	67

11	重庆市样本结构	68
12	武汉市样本结构	69
13	西安市样本结构	70
14	沈阳市样本结构	71

第二篇 消费者分析

1	消费者层划分方法概述	73
2	北京消费者层	81
3	上海消费者层	88
4	广州消费者层	96
5	重庆消费者层	103
6	武汉消费者层	110
7	西安消费者层	118
8	沈阳消费者层	126

第三篇 消费者日常生活形态

一.	电器及耐用消费品拥有情况	135
	家中现在拥有电器及耐用消费品排名	
	计划未来一年内购买的电器及耐用消费品排名	
1	北京消费者电器及耐用消费品拥有情况	135
2	上海消费者电器及耐用消费品拥有情况	137
3	广州消费者电器及耐用消费品拥有情况	139
4	重庆消费者电器及耐用消费品拥有情况	141
5	武汉消费者电器及耐用消费品拥有情况	143
6	西安消费者电器及耐用消费品拥有情况	145
7	沈阳消费者电器及耐用消费品拥有情况	147
二.	服务性产品消费情况	149
	最近一年内使用过的服务项目排名	
	计划未来一年使用的服务项目排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近一年内使用过的服务	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层计划未来一年内使用的服务	
	不同消费者层最近一年内使用过的服务	
	不同消费者层计划未来一年内使用的服务	
1	北京消费者服务性产品消费情况	149

2	上海消费者服务性产品消费情况	154
3	广州消费者服务性产品消费情况	159
4	重庆消费者服务性产品消费情况	165
5	武汉消费者服务性产品消费情况	170
6	西安消费者服务性产品消费情况	175
7	沈阳消费者服务性产品消费情况	180
三.	消费信息接触情况	186
	◇商品类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对电视、音响等视听设备的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对冰箱、洗衣机等白色家电的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对电脑通讯工具的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对家用轿车的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对高级家具的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对西服和时装的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对酒精饮料的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对 CD 唱片及音乐带的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对护肤品、化妆品的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对香波等洗涤用品的信息接触情况	
	不同消费者层对电视、音响等视听设备的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对冰箱、洗衣机等白色家电的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对电脑等通讯工具的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对家用轿车的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对高级家具的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对西服和时装的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对酒精饮料的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对 CD 唱片的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对护肤品、化妆品的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对香波等洗涤用品的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	◇服务类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对外出就餐的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对旅行的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对音乐会的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对电影的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对戏剧、戏曲的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对蹦迪的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对现场观赏体育比赛的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对体育运动的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对技能学习的信息接触情况	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层对外语学习的信息接触情况	
	不同消费者层对外出就餐的信息接触情况 (时尚流行指标)	
	不同消费者层对旅行的信息接触情况 (时尚流行指标)	

不同消费者层对音乐会的信息接触情况 (时尚流行指标)	
不同消费者层对电影的信息接触情况 (时尚流行指标)	
不同消费者层对戏剧、戏曲的信息接触情况 (时尚流行指标)	
不同消费者层对蹦迪的信息接触情况 (时尚流行指标)	
不同消费者层对现场观赏体育比赛的信息接触情况 (时尚流行指标)	
不同消费者层对体育运动的信息接触情况 (时尚流行指标)	
不同消费者层对技术学习的信息接触情况 (时尚流行指标)	
不同消费者层对外语学习的信息接触情况 (时尚流行指标)	
1 北京消费者消费信息接触情况	186
2 上海消费者消费信息接触情况	202
3 广州消费者消费信息接触情况	218
4 重庆消费者消费信息接触情况	234
5 武汉消费者消费信息接触情况	250
6 西安消费者消费信息接触情况	266
7 沈阳消费者消费信息接触情况	282
四. 休闲活动	298
常做的休闲活动排名	
想做的休闲活动排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层常做的休闲活动	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层想做的休闲活动	
不同消费者层常做的休闲活动	
不同消费者层想做的休闲活动	
1 北京消费者的休闲活动情况	298
2 上海消费者的休闲活动情况	306
3 广州消费者的休闲活动情况	314
4 重庆消费者的休闲活动情况	322
5 武汉消费者的休闲活动情况	330
6 西安消费者的休闲活动情况	338
7 沈阳消费者的休闲活动情况	346
五. 旅游	354
最近一年内是否外出旅游过的比例	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近一年内是否外出旅游过	
旅游的地区	
旅游的次数 (省内、省外、海外)	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近一年内旅游是和人一起去的	
最近一年内旅游是否参加了旅游团	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层未来一年内是否打算外出旅游	
未来一年内打算旅游的地区	
未来一年内旅游是否打算参加旅游团	
不同消费者层最近一年内是否外出旅游过的比例	
不同消费者层未来一年内是否打算外出旅游的比例	

1	北京消费者的旅游情况	354
2	上海消费者的旅游情况	356
3	广州消费者的旅游情况	359
4	重庆消费者的旅游情况	362
5	武汉消费者的旅游情况	365
6	西安消费者的旅游情况	368
7	沈阳消费者的旅游情况	371
六.	社会、生活态度	375
	饮食与健康	
	时尚与流行	
	购物与消费	
	金钱与投资	
	家庭与婚姻	
	工作与休闲	
	自我评价	
	关于广告	
	关于信息	
	关注的社会问题	
	对目前生活状态的满意程度	
1	北京消费者的社会、生活态度	375
2	上海消费者的社会、生活态度	379
3	广州消费者的社会、生活态度	383
4	重庆消费者的社会、生活态度	387
5	武汉消费者的社会、生活态度	390
6	西安消费者的社会、生活态度	394
7	沈阳消费者的社会、生活态度	397

第四篇 媒介分析

一. 电视	401
样本、男性各年龄层、女性各年龄层平常是否接触电视媒介	
一周内不同时间收看电视的时间长短（周一到周四、周五、周六、周日）	
经常收看的电视频道排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层经常收看的电视频道	
一周内不同时间经常收看的电视频道（周一到周四、周五、周六、周日）	
经常收看的电视节目排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层经常收看的电视节目	
不同学历的观众收看电视节目的偏好	
一周内不同时间经常收看电视的时段（周一到周四、周五、周六、周日）	
不同消费者层平时是否接触电视媒介	

不同消费者层收看电视频道的偏好	
不同消费者层收看电视节目的偏好	
1 北京消费者收看电视的情况	401
2 上海消费者收看电视的情况	414
3 广州消费者收看电视的情况	427
4 重庆消费者收看电视的情况	440
5 武汉消费者收看电视的情况	453
6 西安消费者收看电视的情况	466
7 沈阳消费者收看电视的情况	478
二. 广播	492
样本、男性各年龄层、女性各年龄层平常是否接触广播媒介	
一周内不同时间收听广播的时间长短(周一到周四、周五、周六、周日)	
经常收听的广播频道排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层经常收听的广播频道	
经常收听的广播电台(周一到周四、周五、周六、周日)	
经常收听的广播节目排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层经常收听的广播节目	
不同学历的听众收听广播节目的偏好	
一周内不同时间经常收听广播的时段(周一到周四、周五、周六、周日)	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近一年内是否打过热线电话参与广播节目	
不同消费者层平时是否接触广播媒介	
不同消费者层收听广播频道的偏好	
不同消费者层收听广播节目的偏好	
1 北京消费者收听广播的情况	492
2 上海消费者收听广播的情况	502
3 广州消费者收听广播的情况	513
4 重庆消费者收听广播的情况	523
5 武汉消费者收听广播的情况	533
6 西安消费者收听广播的情况	543
7 沈阳消费者收听广播的情况	553
三. 报纸	564
样本、男性各年龄层、女性各年龄层平常是否接触报纸媒介	
经常阅读的报纸排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层经常阅读的报纸	
经常阅读的报纸的主要来源	
经常阅读的报纸内容	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层经常阅读的报纸内容	
不同学历的读者阅读报纸内容的偏好	
不同消费者层平时是否接触报纸媒介	
不同消费者层经常阅读的报纸	
不同消费者层比较关心的报道	

1	北京消费者阅读报纸的情况	564
2	上海消费者阅读报纸的情况	572
3	广州消费者阅读报纸的情况	580
4	重庆消费者阅读报纸的情况	588
5	武汉消费者阅读报纸的情况	597
6	西安消费者阅读报纸的情况	605
7	沈阳消费者阅读报纸的情况	614
四.	杂志	622
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层平常是否接触杂志媒介	
	经常阅读的杂志排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层经常阅读的杂志	
	不同学历的读者经常阅读的杂志	
	经常阅读的杂志的主要来源	
	不同消费者层平时是否接触杂志媒介	
	不同消费者层经常阅读的杂志	
1	北京消费者阅读杂志的情况	622
2	上海消费者阅读杂志的情况	625
3	广州消费者阅读杂志的情况	629
4	重庆消费者阅读杂志的情况	632
5	武汉消费者阅读杂志的情况	636
6	西安消费者阅读杂志的情况	639
7	沈阳消费者阅读杂志的情况	641
五.	电影	645
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近一年内去电影院的频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层喜欢看的电影片类型	
	不同学历的观众对电影片类型的偏好	
	不同消费者层去电影院的频率	
	不同消费者层对电影片类型的偏好	
1	北京消费者看电影的情况	645
2	上海消费者看电影的情况	647
3	广州消费者看电影的情况	649
4	重庆消费者看电影的情况	651
5	武汉消费者看电影的情况	653
6	西安消费者看电影的情况	655
7	沈阳消费者看电影的情况	657
六.	体育赛事	659
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层通过电视观看的体育比赛	
	通过现场观看的体育比赛的比例	
	不同消费者层通过电视观看比赛的比例	
	不同消费者层通过现场观看比赛的比例	

1	北京消费者观赏运动的情况	659
2	上海消费者观赏运动的情况	662
3	广州消费者观赏运动的情况	665
4	重庆消费者观赏运动的情况	669
5	武汉消费者观赏运动的情况	672
6	西安消费者观赏运动的情况	675
7	沈阳消费者观赏运动的情况	679
七.	交通工具	683
	经常使用的交通工具	
1	北京消费者使用交通工具的情况	683
2	上海消费者使用交通工具的情况	683
3	广州消费者使用交通工具的情况	683
4	重庆消费者使用交通工具的情况	684
5	武汉消费者使用交通工具的情况	684
6	西安消费者使用交通工具的情况	684
7	沈阳消费者使用交通工具的情况	685

第五篇 食品

背景资料	687
一. 奶粉	700
最近三个月食用频率的比例	
最常用品牌排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
理想品牌排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
选择该类商品的考虑因素	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的场合	
重度消费者的人口分布	
不同消费者层的常用品牌	
重度消费者的消费者层构成	
1 北京市奶粉消费情况	700
2 上海市奶粉消费情况	704
3 广州市奶粉消费情况	709
4 重庆市奶粉消费情况	713
5 武汉市奶粉消费情况	718
6 西安市奶粉消费情况	722

7	沈阳市奶粉消费情况	727
二.	豆奶粉	733
	最近三个月食用频率的比例	
	最常用品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
	理想品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
	选择该类商品的考虑因素	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的场合	
	重度消费者的人口分布	
	不同消费者层的常用品牌	
	重度消费者的消费者层构成	
1	北京市豆奶粉消费情况	733
2	上海市豆奶粉消费情况	737
3	广州市豆奶粉消费情况	742
4	重庆市豆奶粉消费情况	747
5	武汉市豆奶粉消费情况	751
6	西安市豆奶粉消费情况	756
7	沈阳市豆奶粉消费情况	760
三.	包装牛奶	765
	最近三个月食用频率的比例	
	最常用品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
	理想品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
	选择该类商品的考虑因素	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的包装形式	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的场合	
	重度消费者的人口分布	
	不同消费者层的常用品牌	
	重度消费者的消费者层构成	
1	北京市包装牛奶消费情况	765
2	上海市包装牛奶消费情况	770
3	广州市包装牛奶消费情况	774
4	重庆市包装牛奶消费情况	779

5	武汉市包装牛奶消费情况	784
6	西安市包装牛奶消费情况	789
7	沈阳市包装牛奶消费情况	794
四.	酸奶	800
	最近三个月食用频率的比例	
	最常用品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
	理想品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
	选择该类商品的考虑因素	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的包装形式	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的场合	
	重度消费者的人口分布	
	不同消费者层的常用品牌	
	重度消费者的消费者层构成	
1	北京市酸奶消费情况	800
2	上海市酸奶消费情况	804
3	广州市酸奶消费情况	809
4	重庆市酸奶消费情况	814
5	武汉市酸奶消费情况	819
6	西安市酸奶消费情况	824
7	沈阳市酸奶消费情况	828
五.	巧克力	834
	最近三个月食用频率的比例	
	最常用品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
	理想品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
	选择该类商品的考虑因素	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常购买的场所	
	重度消费者的人口分布	
	不同消费者层的常用品牌	
	重度消费者的消费者层构成	
1	北京市巧克力消费情况	834
2	上海市巧克力消费情况	838

3	广州市巧克力消费情况	843
4	重庆市巧克力消费情况	847
5	武汉市巧克力消费情况	852
6	西安市巧克力消费情况	856
7	沈阳市巧克力消费情况	860
六.	冰淇淋	865
	最近三个月食用频率的比例	
	最常用品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
	理想品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
	选择该类商品的考虑因素	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常购买的场所	
	重度消费者的人口分布	
	不同消费者层的常用品牌	
	重度消费者的消费者层构成	
1	北京市冰淇淋消费情况	865
2	上海市冰淇淋消费情况	869
3	广州市冰淇淋消费情况	874
4	重庆市冰淇淋消费情况	878
5	武汉市冰淇淋消费情况	883
6	西安市冰淇淋消费情况	888
7	沈阳市冰淇淋消费情况	892
七.	饼干	898
	最近三个月食用频率的比例	
	最常用品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
	理想品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
	选择该类商品的考虑因素	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的场合	
	重度消费者的人口分布	
	不同消费者层的常用品牌	
	重度消费者的消费者层构成	
1	北京市饼干消费情况	898

2	上海市饼干消费情况	903
3	广州市饼干消费情况	908
4	重庆市饼干消费情况	913
5	武汉市饼干消费情况	918
6	西安市饼干消费情况	923
7	沈阳市饼干消费情况	928
八.	方便面	934
	最近三个月食用频率的比例	
	最常用品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
	理想品牌排名	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的食用频率	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
	选择该类商品的考虑因素	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的种类	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的包装形式	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的方式	
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常食用的场合	
	重度消费者的人口分布	
	不同消费者层的常用品牌	
	重度消费者的消费者层构成	
1	北京市方便面消费情况	934
2	上海市方便面消费情况	938
3	广州市方便面消费情况	943
4	重庆市方便面消费情况	948
5	武汉市方便面消费情况	953
6	西安市方便面消费情况	958
7	沈阳市方便面消费情况	963

第六篇 饮料

背景资料	969
一. 碳酸饮料	977
	最近三个月饮用频率的比例
	最常用品牌排名
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌
	理想品牌排名
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例
	样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的饮用频率

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
选择该类商品的考虑因素	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的包装形式	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的场合	
重度消费者的人口分布	
不同消费者层的常用品牌	
重度消费者的消费者层构成	
1 北京市碳酸饮料消费情况	977
2 上海市碳酸饮料消费情况	981
3 广州市碳酸饮料消费情况	986
4 重庆市碳酸饮料消费情况	990
5 武汉市碳酸饮料消费情况	995
6 西安市碳酸饮料消费情况	999
7 沈阳市碳酸饮料消费情况	1003
二. 包装水	1008
最近三个月饮用频率的比例	
最常用品牌排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
理想品牌排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的饮用频率	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯	
选择该类商品的考虑因素	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的包装形式	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的场合	
重度消费者的人口分布	
不同消费者层的常用品牌	
重度消费者的消费者层构成	
1 北京市包装水消费情况	1008
2 上海市包装水消费情况	1012
3 广州市包装水消费情况	1017
4 重庆市包装水消费情况	1022
5 武汉市包装水消费情况	1027
6 西安市包装水消费情况	1031
7 沈阳市包装水消费情况	1036
三. 茶饮料	1041
最近三个月饮用频率的比例	
最常用品牌排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌	
理想品牌排名	
样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例	

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的饮用频率

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯

选择该类商品的考虑因素

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的种类

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的场合

重度消费者的人口分布

不同消费者层的常用品牌

重度消费者的消费者层构成

1	北京市茶饮料消费情况	1041
2	上海市茶饮料消费情况	1045
3	广州市茶饮料消费情况	1049
4	重庆市茶饮料消费情况	1053
5	武汉市茶饮料消费情况	1057
6	西安市茶饮料消费情况	1061
7	沈阳市茶饮料消费情况	1066

四. 纯果汁 1070

最近三个月饮用频率的比例

最常用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

理想品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月有无购买的比例

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月的饮用频率

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯

选择该类商品的考虑因素

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的包装形式

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的场合

重度消费者的人口分布

不同消费者层的常用品牌

重度消费者的消费者层构成

1	北京市纯果汁消费情况	1070
2	上海市纯果汁消费情况	1074
3	广州市纯果汁消费情况	1078
4	重庆市纯果汁消费情况	1083
5	武汉市纯果汁消费情况	1088
6	西安市纯果汁消费情况	1092
7	沈阳市纯果汁消费情况	1096

五. 果汁/果味饮料 1101

最近三个月饮用频率的比例

最常用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

理想品牌排名