

# 全球调酒师机会： 在场所内推动饮料业成功

全球调酒师报告 2025  
由*BarSights*驱动

CGA by NIQ

NIQ

CGA  
Powered by NIQ





## 为什么进行酒吧服务员研究？

在场所 ( On Premise ) 是一个高度独特的行业，其中关键利益相关者位于您的消费者和您的品牌之间：调酒师。调酒师的品牌倡导在场所销售中扮演着巨大的角色。

**79%** 全球调酒师通常在每个班次中推荐饮料。

酒保表示客人大多数时候或更多情况下会点那款推荐的饮品。

**95**

**%**

除此之外，从调酒师那里获取洞察对于预测市场至关重要。  
趋势与机会，尤其是在高端/奢华领域。

这项行业领先的研究深入探讨了调酒行业内的见解、偏好和趋势。这些发现可以用来获得竞争优势并加强行业专业人士之间的关系。

# BarSights

## 什么是CGA by NIQ与众不同的地方

- BarSights是 **全球最大的 hospitality 专业人员研究** 调查了全球1,500名酒店业专业人士，为您和您的品牌提供了对关键受众的全面洞察。
- 该研究是 **通过与调酒师合作而得到增强** 协会 通过捕捉到来自忠实酒店业收件人的高质量回应。
- 数据通过以下方式进行分析：CGA的**本地化专家**，提供高质量且可行的洞见以提升宣传效果、驱动员工建议和市场份额增长。
- BarSights为我们的系统提供动力 **全球调酒师报告** 呈现了一个宝贵的机遇，使饮料供应商能够与世界各地的调酒师建立联系并推动他们的拥护。

通过利用本报告的发现，**获得竞争优势边缘** 提升您的产品定位，并培养更强的与酒吧社区的关系。



# BarSights 方法学



覆盖欧洲、亚洲、大洋洲和美洲的市场：

- 英国 - 日本
- 美国 - 德国
- 澳大利亚 - 印度
- 法国 - 墨西哥
- 韩国 - 西班牙

- 每个国家调查150名酒吧服务员/管理者/酒店决策者，他们目前正在从事On Premise工作。
- 酒保们均在行业内工作了6个月以上  
他们工作在各种精品购物中心类型中，既包括以食品为主导的，也包括以饮料为主导的。
- 2025年1月进行的实地调查
- 全部报告将于2025年4月可用。
- 与全球各地的酒吧协会紧密合作，以促进此项目。

**WILDE  
TOAST**



barcats

**Lush Life**



# 推动场所内饮料成功

## 报告如何支持您的酒吧经营策略

**推动品牌宣传倡导：**酒吧员工在消费者的购物过程中发挥着极其宝贵的作用，并通过他们的推荐可以成为影响消费者决策的关键因素。本报告将确保员工推荐您的品牌起到关键作用。

**前所未有的洞察：**深入了解调酒师的 demographics (人口统计学特点)、工作经验、行业知识以及偏好，从而制定针对其需求的定制化策略。

**市场情报：**保持领先竞争对手，通过获取来自行业专家的、关于流行饮品及新兴趋势的宝贵数据，无论是在全球还是区域层面。

**优化参与：**了解如何在在线环境中最佳地与调酒师互动社区和参与项目，以及销售代表将扮演的角色。

**加强供应商与酒保关系：**了解调酒师与供应商的互动方式，他们对品牌的情感倾向，以及影响他们供应商偏好的驱动因素，以促进更强大的伙伴关系和协作。



# 揭示 调酒师 机会

## 报告涵盖了哪些内容

### 如何驱动品牌拥护

揭示推动调酒师推荐特定品牌、饮品和类别的因素。了解哪些品牌特征最为突出的部分，推荐意见的频率，以及如何提高客户采用的可能性——将酒吧服务员转变为您的品牌的强大倡导者。

### 品牌情感与忠诚度的动态变化

深入了解调酒师与品牌的关系，从他们最喜欢的到他们主动避免的。探究是什么让品牌赢得忠诚度，情绪如何轻易转变，以及成为品牌的可衡量结果。  
受青睐的品牌——例如，增加了倡导、参与和合作。

### 教育及培训的重要性

了解教育及培训在调酒师职业发展和品牌忠诚度中所扮演的角色。确定调酒师寻求学习的优先领域，哪些培训方法最为有效，以及教育如何直接影响他们的倡导、品牌情绪和专业成长。

### 酒吧服务员福利及其支持方法

探索酒吧服务员面临的挑战——包括物流、运营和个人方面的挑战——以及如何提供福祉支持。  
积极影响他们的职业生涯。理解供应商所承担的责任、当前的健康状况以及如何通过有意义的支持加强品牌关系、信任和参与度。

### 从活动和竞赛中获益

探索哪种类型的活动和比赛最能与调酒师产生共鸣，以及他们参与的原因。识别关键障碍、期望的活动特征，以及参与度如何影响品牌情感、倡导和支持。  
库存决策——帮助供应商最大化他们的活动投资回报率。

### 关键趋势和洞察力概述，涵盖饮料类别

保持在曲线前面，通过酒吧调酒师提供的饮品趋势见解了解啤酒、烈酒和鸡尾酒领域的最新动态。学习哪些品牌和类别最有潜力赢得胜利，调酒师如何跟踪趋势，以及什么因素在驱动消费者行为——例如尝试新事物、高端化和适度饮酒。

Training support stands out as a key area for suppliers to help, with newer bars and keep-up with industry trends, whilst the more seasoned profiles are also operational support to offload some of the training

Top over indexing career challenges split by years of experience

	Under 5 years	5 - 10 years	10+ years
#1	Non-contracted hours +4pp	Lack of time to socialize +4pp	New staff need training +8pp
#2	Competition with other bars +4pp	Difficulties progressing in my career +3pp	Work-life balance +7pp
#3	Staying on top of drinks trends +2pp	Work-life balance +2pp	Not enough staff +7pp

来源：BarSights全球调酒师报告——样本：303-628

Reps and ambassadors play a crucial role here as the main touchpoint of your business. Genuine and personalized approaches will be critical for establishing fruitful relationships.

How important are the following when it comes to having a good relationship with a drinks supplier?



物流与灵活性



对您的场所充满热情/理解



销售代表/品牌大使关系



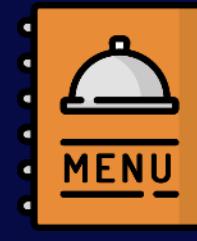
酒吧员工培训/完美服务



思维领导力/建议



在门店激活过程中



支持设计菜单

89%

88%

88%

84%

78%

76%

64%

来源：BarSights全球调酒师报告——样本：1495

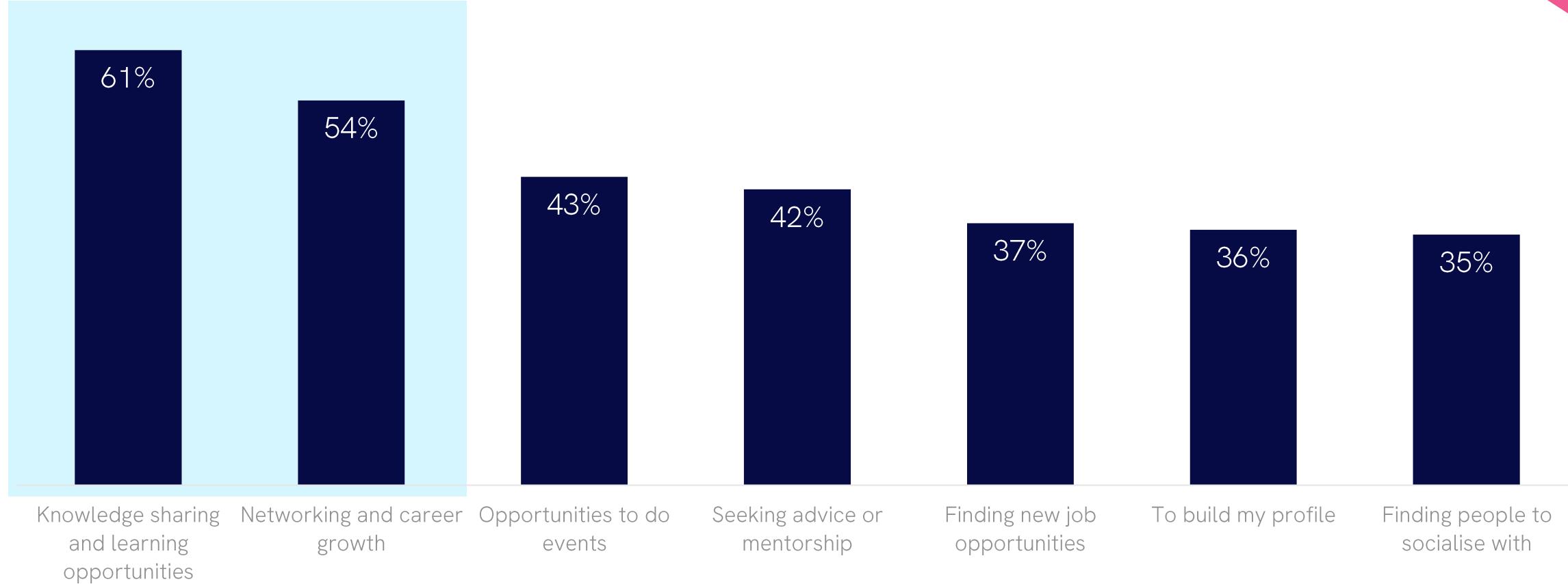
Only  
**58%**  
Of bartenders  
agree/strongly agree

'It is easy for bartenders to  
access high quality training  
for their careers'



These bartenders will typically interact with communities and engagement programs for various reasons, it is important for initiatives to meet the educational and networking needs of bartenders.

What motivates you to interact with bartender communities?



来源 : BarSights 全球调酒师报告 - 样本 : 1300

# 国家级别报告

基于每个国家150名酒吧服务员的坚实样本的市场洞察

- 通过购买国家层面的BarSights洞察力，理解市场细微差别和酒店专业人士在市场层面的需求。
- 市场层面的报告适用于研究中所涉及的所有国家，并为如何赢得酒店专业人员、如何推动倡导以及影响特定国家趋势的见解提供丰富洞见。

## 您将收到的

- 一份深入的市场报告，提供市场层面的发现和建议，帮助您与这一关键受众建立联系，并以当地语言呈现
- 由CGA by NIQ专家进行的研究发现虚拟演示

了解当地报告和投资的更多信息——请联系我们的团队。



# 额外调酒师及酒店业员工能力

借助NIQ酒店专业人士和调酒师的网络，我们能够针对这一关键受众群体进行定制、即兴的研究，以满足任何特定需求的详细见解。



## 定量

- 具有特定目标的在线调查  
组别以稳健的方式测量和  
评估绩效
- 对难以接触和细分受众进行  
特定问题的CATI访谈



## 定性

- 深入访谈以提供深度，  
探索感兴趣的话题并衡量  
观点
- 焦点小组和引导讨论，用于辩论  
和思想领导力
- 虚拟/非监管式VoxPop风格  
录音



## 混合方法

- 概念测试、研讨会和  
来自专业人士的反馈
- 物流与运营反馈关于新产品开发 ( NPD )  
和改型设计
- 移动日记和纵向研究用于  
持续研究
- 趋势识别研究

# 联系我们

请联系我们可以获取更多信息。



**查理·米切尔**

消费者研究与洞察部的负责人  
[charlie.mitchell@nielseniq.com](mailto:charlie.mitchell@nielseniq.com)



**迪兰·巴蒂克**

研究经理 [Dylan.battick@nielseniq.com](mailto:Dylan.battick@nielseniq.com)



**Jenn Knott**

研究总监，EMEA & APAC [Jenn.knott@nielseniq.com](mailto:Jenn.knott@nielseniq.com)