

西方烈酒 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格, 可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 西方烈酒市场概述
- 重点企业在后疫情时期的表现及恢复策略
- 消费者消费习惯的改变
- 潜在西方烈酒消费者的尝新诱因
- 消费者对赠品的偏好
- 消费者对西方烈酒知识的认识

69%的消费者没喝过琴酒/金酒, 但有兴趣尝试, 同时中国琴酒/金酒进口量呈上升趋势——这两大因素使得琴酒/金酒品类值得关注。

随着本地酒厂和研发中心的落成加深本地化趋势, 本土精酿烈酒品牌的兴起和即饮酒精饮料都对传统西方烈酒市场构成了威胁。

消费者正在将饮酒场合从佐餐扩展至更广泛的场景, 特别是年轻消费者。此外, 女性消费者愿意尝试新的酒精饮料, 并对社交媒体上的各种热门推广活动持开放态度。



后疫情时期, 烈酒市场正在以前所未有的速度复苏, 消费者的饮酒意愿受两大因素驱动——一是居家防疫之后的补偿性消费; 二是紧跟流行的生活方式。消费者正在拥抱多种饮用场合, 企业可以借此推出更加大胆的创新口味和创意推广活动, 从而吸引新的消费者。同时, 尽管白兰地和威士忌在中国市场的发展历史较长, 但琴酒/金酒凭借其独特性, 成为了中国市场上冉冉升起的一颗新星。”

张辰钰, 高级研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
 - 数据1: 西方烈酒零售销售量和预测，中国，2016-2026年
 - 数据2: 西方烈酒非零售销售量和预测，中国，2016-2026年
 - 数据3: 进口西方烈酒的细分销售量占比，中国，2017-2021年（预估）
- 公司与品牌
- 烈酒市场高度集中
 - 数据4: 西方烈酒领先品牌的市场份额（按销售额区分），中国，2019、2020和2021年（预估）
- 营销活动以年轻人为中心
- 中国市场出现无酒精烈酒
- 消费者
- 小众烈酒市场实现增长
 - 数据5: 西方烈酒的饮用情况，2021年
- 后疫情时期，电商渠道蓬勃发展
 - 数据6: 西方烈酒的购买渠道，2021年
- 调酒工具和迷你瓶装的试饮款在赠品中较受欢迎
 - 数据7: 赠品偏好，2021年
- 利用品牌故事和选酒指南吸引潜在消费者
 - 数据8: 对西方烈酒知识的认识，2021年
- 尝试烈酒可改变消费者对餐酒搭配的认识
 - 数据9: 餐酒搭配——西方烈酒，2021年
- 放松是首要诱因
 - 数据10: 尝新诱因（按烈酒类型区分），2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 抓住女性消费增长带来的机会
- 现状
- 启示
 - 数据11: Absolute® Juice草莓主题快闪店，7月
 - 数据12: 附赠品的产品实例，2021年
 - 数据13: 百利×完美日记礼盒，2021年
- 通过多渠道曝光吸引年轻一代

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 现状
- 启示
数据14: WAT IS GOOD鸡尾酒礼盒，2021年
数据15: 巷贩小酒“小贩温室”调酒活动，2021年
- 琴酒/金酒是一颗冉冉升起的新星
- 现状
- 启示
数据16: 琴酒/金酒品鉴活动和大师班实例，2021年

市场

市场规模与预测

- 零售渠道有望迎来积极增长
数据17: 西方烈酒零售销售额和预测，中国，2016-2026年
数据18: 西方烈酒零售销售量和预测，中国，2016-2026年
- 后疫情时期，非零售销售实现强劲复苏
数据19: 西方烈酒非零售销售额和预测，中国，2016-2026年
数据20: 西方烈酒非零售销售量和预测，中国，2016-2026年

市场细分

- 作为传统烈酒的白兰地和威士忌在销售额方面保持领先地位
数据21: 进口西方烈酒的细分销售额占比，中国，2017-2021年（预估）
- 作为鸡尾酒基酒的利口酒/甜酒销售额持续增长
数据22: 进口西方烈酒的细分销售量占比，中国，2017-2021年（预估）
- 消费者对琴酒/金酒的兴趣日益浓厚
数据23: 琴酒/金酒进口量（百万升），2017-2021年（预估）
数据24: 琴酒/金酒进口额（百万元人民币），2017-2021年（预估）
数据25: 亚太地区的琴酒/金酒新品百分比，2016-2021年
数据26: 红潘格琳原味款和黑枸杞茉莉花茶款

市场因素

- 海南成为免税奢侈品“购物天堂”
数据27: 路易十三（LOUIS XIII）参展首届中国国际消费品博览会，2021年5月
数据28: 马爹利（Martell）宣布其首家旅游零售精品店在海南开业，2021年
- 即饮渠道消费恢复
- 居家饮酒放松升级

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

重点企业

市场份额

- 保乐力加在中国市场保持领先地位
数据29: 西方烈酒领先品牌的市场份额（按销售额区分），中国，2019、2020和2021年（预估）
数据30: 西方烈酒领先品牌的市场份额（按销售量区分），中国，2019、2020和2021年（预估）
- 帝亚吉欧宣布在上海设立研发中心
- LVMH集团专注于香槟业务，市场份额小幅下滑
- 更多酒类品牌进军烈酒市场

营销活动

- 快闪店吸引新受众
数据31: 位于深圳的轩尼斯快闪店，2021年
数据32: 位于广州的人头马快闪店，2021年
- 与艺术、时尚和奢侈品行业合作
数据33: 尊尼获加和陈漫的跨界艺术展，2021年
数据34: 人头马 × 上海时装周，2021年
数据35: 麦卡伦 × 宾利，2021年
- 马爹利举办沉浸式食品和文化体验活动
数据36: 马爹利打造的沉浸式美食文化体验，2021年
- 通过娱乐渠道提高曝光率
数据37: 保乐力加赞助的综艺节目《披荆斩棘的哥哥》，2021年
数据38: 张艺兴和迪丽热巴担任品牌代言人，2021年

新产品趋势

- 走向可持续发展的未来
数据39: 具有可持续宣称的西方烈酒新品，2016-2021年
数据40: 帝亚吉欧打造的碳足迹最低的玻璃瓶，2021年
数据41: 麦卡伦和谐系列富含可可的威士忌，2021年
数据42: 具有可持续宣称的酒精饮料新品，中国，2016-2021年
- 中国市场出现无酒精烈酒
数据43: LYRE'S无酒精烈酒，2021年
数据44: 具有无酒精/不含酒精烈酒宣称的西方烈酒新品，2016-2021年
数据45: 无酒精/不含酒精烈酒示例，2016-2021年
- 面向年轻消费者的独特琴酒/金酒
数据46: 万金的产品，2021年
数据47: 变色琴酒/金酒产品，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

消费者

饮用情况

- 消费者对白兰地/干邑的热情消退
数据48: 西方烈酒的饮用情况，2021年
- 消费者对小众烈酒的兴趣日益浓厚
数据49: 西方烈酒的饮用情况——“没喝过，但有兴趣尝试”的变化百分点，2021年vs 2020年
- 年轻女性群体成为增长点
数据50: 西方烈酒的饮用情况——“没喝过，但有兴趣尝试”（按性别和年龄区分），2021年vs2020年
- 高家庭收入饮酒者是忠实的消费者
数据51: 酒精饮料饮用频率——西方烈酒（按家庭月收入区分），2021年

购买渠道

- 电商渠道增长显著
数据52: 西方烈酒的购买渠道，2021年
数据53: 西方烈酒的购买渠道，2020年vs 2021年
数据54: 购买渠道渗透率变化——“喝过”，2020年vs 2021年
- 调整多渠道销售策略，吸引新兴年轻消费群体
数据55: 西方烈酒购买渠道，频度分析，2021年
数据56: 西方烈酒的购买渠道——线下渠道（按年龄段区分），2021年
数据57: 西方烈酒的购买渠道——线上渠道（按年龄段区分），2021年
- 通过精品超市瞄准高个人收入消费者
数据58: 西方烈酒的前五大购买渠道（按个人收入区分），2021年

赠品偏好

- 鸡尾酒热潮影响赠品偏好
数据59: 赠品偏好，2021年
- 迷你瓶套装的试饮款赢得女性消费者的青睐
数据60: 赠品偏好（按性别区分），2021年
数据61: 赠品偏好（威士忌/波本和白兰地/干邑）——“喝过”，2021年
数据62: 赠品偏好（不包括威士忌/波本和白兰地/干邑）——“喝过”，2021年
数据63: 赠品示例，2021年

对西方烈酒知识的认识

- 消费者渴望学习餐酒搭配
数据64: 对西方烈酒知识的认识，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 男性消费者日益看重品牌历史
数据65: 对西方烈酒知识的认识——TURF分析，2021年
- 通过餐酒搭配科普瞄准成熟女性消费者
数据66: 对西方烈酒知识的认识（按年龄和性别区分），2021年

餐酒搭配

- 牛排被认为最适合搭配西方烈酒
数据67: 餐酒搭配——西方烈酒，2021年
- 餐酒搭配的地区差异
数据68: 餐酒搭配——西方烈酒和牛排（按区域区分），2021年
- 高收入消费者倾向于用熟食搭配西方烈酒
数据69: 餐酒搭配——西方烈酒和熟食（按收入水平区分），2021年
- 传统烈酒的餐酒搭配习惯不尽相同
数据70: 餐酒搭配——威士忌/波本和白兰地/干邑消费者，2021年
- 尝试烈酒能够提高消费者对餐酒搭配的兴趣
数据71: 餐酒搭配——琴酒/金酒，2021年
数据72: 餐酒搭配——利口酒/甜酒，2021年

尝新诱因

- 放松是首要需求
数据73: 尝新诱因——白兰地/干邑和威士忌/波本，2021年
数据74: 尝新诱因——琴酒/金酒/伏特加/龙舌兰/利口酒/甜酒/朗姆酒，2021年
- 突出琴酒/金酒的时尚属性
数据75: 尝新诱因——因时尚属性而尝试琴酒/金酒（按公司/机构性质区分），2021年
数据76: 尝新诱因——因时尚属性而尝试琴酒/金酒（按年龄区分），2021年
- 烈酒的独特属性导致不同的尝新诱因
数据77: 尝新诱因——白兰地/干邑，2021年
数据78: 尝新诱因——利口酒/甜酒，2021年
数据79: 尝新诱因——琴酒/金酒（按收入水平区分），2021年

附录——市场规模与预测

- 数据80: 西方烈酒零售销售量和预测，中国，2016-2026年
- 数据81: 西方烈酒零售销售额和预测，中国，2016-2026年
- 数据82: 西方烈酒非零售销售量和预测，中国，2016-2026年
- 数据83: 西方烈酒非零售销售额和预测，中国，2016-2026年

附录——市场细分

- 数据84: 西方烈酒进口量（百万升），2017-2021年（预估）

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据85: 西方烈酒进口额 (百万元人民币) , 2017-2021年 (预估)

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。