

# 白酒 - 中国 - 2021年

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

- 白酒市场概述
- 重点企业在后疫情时期的表现及相关营销策略
- 消费者的白酒消费习惯
- 购买因素及消费者支付意愿
- 消费者对白酒风味跨界的兴趣
- 消费者对白酒的态度

47%的消费者有兴趣尝试白酒风味的碳酸饮料/气泡水，这表明消费者对白酒风味饮料持积极态度，并拓展了白酒风味跨界产品系列的商机。

2020年，白酒的非零售渠道受新冠疫情冲击，其销售量和销售额都出现下滑。但在2021年，非零售渠道从该影响中复苏，实现强劲的双位数增长。疫情并未对白酒市场的零售方面造成显著影响。

白酒市场面临的挑战包括来自其他酒精类饮料的竞争、消费者对传统白酒的刻板印象以及受市场因素影响而上涨的价格。这些因素将进一步对白酒市场的增长构成威胁。消费者（尤其是刚开始喝白酒的消费者）仍对该传统酒精饮料的风味感到好奇。同时，白酒的送礼场景依旧十分重要。对于消费者，尤其是女性在给他人购买白酒时愿意支付更多。



“由于中国白酒领先品牌获得越来越多市场份额，该市场正趋向集中化。然而，消费者对白酒的刻板印象，以及市场上琳琅满目的酒精饮料选择将影响白酒的未来市场增长。在消费升级的浪潮下，白酒品牌不仅需要抓住消费者不断提升的健康意识，推出更健康的选择，也要回应他们对附加价值的需求，例如可持续性和平等性。”

– 张辰钰，高级研究分析师

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://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
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 报告不包括：

### 综述

- 市场
  - 数据1: 白酒零售销售额和预测，中国，2016-26年
  - 数据2: 白酒非零售销售额和预测，中国，2016-26年
- 公司与品牌
  - 中国白酒市场走向集中化
    - 数据3: 白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）
- 新兴品牌进军白酒市场
- 消费者
  - 来自其他酒精饮料品类的激烈竞争
    - 数据4: 消费变化，2021年
  - 线上渠道的使用率迅猛增长
    - 数据5: 购买渠道，2021年
  - 酒精含量是最重要的因素
    - 数据6: 购买因素，2021年
  - 消费者买给别人时愿意支付更多
    - 数据7: 消费者的花费，2021年
  - 消费者对白酒风味碳酸饮料/气泡水展现高度兴趣
    - 数据8: 风味跨界，2021年
  - 摆脱白酒的传统概念
    - 数据9: 对白酒的部分态度——对应饮用场景，2021年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 在包装设计上发挥创意，且不忘道德因素
- 现状
- 启示
  - 数据10: 中国星巴克与腾讯推出的月饼礼盒，2021年
- 通过质地和情怀“点缀”白酒风味跨界
- 现状
- 启示
  - 数据11: 晓醉和TOT米酒风味含气风味饮品，2021年
  - 数据12: 茅台风味奶昔和茅台风味冰淇淋，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

同主题过往报告

## 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](https://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: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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13: 庙前三酉，2021年

- 营销活动需避免消费者的刻板印象
- 现状
- 启示

数据14: White Claw硬苏打，美国，2021年

### 市场规模与预测

- 白酒市场走势：销售额上涨，但销售量下降  
数据15: 白酒零售销售量和预测，中国，2016-2026年  
数据16: 白酒零售销售额和预测，中国，2016-26年
- 非零售渠道在疫情后回暖  
数据17: 白酒非零售销售额和预测，中国，2016-26年

### 市场因素

- 消费态度改变，转向品质消费
- 涨价趋势持续
- 酱香型白酒持续火热
- 国家发布新标准

### 市场份额

- 茅台与五粮液的销售额保持领先地位  
数据19: 白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）
- 泸州老窖志在赢得年轻一代的青睐
- 低价白酒的销售量份额呈下滑态势  
数据20: 白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）
- 全国化战略助力汾酒快速增长
- 洋河革新策略拉动销售额增长
- 创新的白酒后起之秀崛起  
数据21: 怪兽充电推出的开欢白酒，2021年

### 营销活动

- 文化IP拉近品牌与年轻消费者的距离  
数据22: 五粮液X《紫禁城》，2021年  
数据23: 酒鬼酒X中国国家地理，2021年
- 快闪店赋予白酒时尚新形象  
数据24: 泸州老窖快闪店，2021年
- 线上营销趋势快速增长  
数据25: 带有社交媒体宣称的白酒新品占比，2016-21年  
数据26: 五粮液和泸州老窖的官方账号，2021年  
数据27: 罗永浩直播平台，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

---

同主题过往报告

---

## 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: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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28: 江小白发布的部分声明，2021年

### 新产品趋势

- 新颖包装乘搭“颜值经济”浪潮
  - 数据29: 采用“新包装”上市的白酒新品占比，2016-21年
  - 数据30: 谷小酒，2021年
  - 数据31: 白酒新颖包装示例，2021年
- 含气产品锁定年轻消费者
  - 数据32: 碳酸酒精饮料新品占比，2016-21年
  - 数据33: 晓醉，2021年

### 饮用情况

- 白酒面临来自其他酒精饮料品类的竞争
  - 数据34: 消费变化，2021年
  - 数据35: 白酒消费变化（按年龄群体区分），2021年
  - 数据36: 白酒消费变化（按个人月收入区分），2021年
- 男性仍是白酒的主要消费群体
  - 数据37: 消费变化（按性别和年龄区分），2021年
- 有小孩的家庭是白酒的忠诚客群
  - 数据38: 消费变化（按婚姻状况区分），2021年

### 购买渠道

- 超市/大卖场仍是首选购买渠道
  - 数据39: 购买渠道，2021年
- 线上渠道使用率增长
  - 数据40: 购买渠道（按部分渠道区分），2016年 vs 2021年
- 通过专营网站向30岁以下消费者营销
  - 数据41: 购买渠道——部分选项（按年龄区分），2021年

### 购买因素

- 酒精度数最为关键
  - 数据42: 购买因素，2021年
- 提高对品牌知名度的重视程度，尤其是面向男性消费者的时候
  - 数据43: 购买因素——TURF分析，2021年
  - 数据44: 购买因素（按性别、公司/机构性质和区域区分），2021年
- 年轻女性更重视酒精度数
  - 数据45: 购买因素（按性别和年龄区分），2021年
  - 数据46: 购买因素（按性别区分），2021年
- 具有创意的包装设计吸引年轻消费者
  - 数据47: 购买因素（按性别和年龄区分），2021年
  - 数据48: Voss X 黄鹤楼，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

同主题过往报告

## 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。

## 消费者的花费

- 消费者买给别人时愿意支付更多  
数据49: 消费者的花费，2021年
- 成熟女性对自己或别人都更加慷慨大方  
数据50: 消费者的花费——买给自己（按性别和年龄区分），2021年  
数据51: 消费者的花费——买给别人（按性别和年龄区分），2021年
- 高端白酒客群也使用购物网站选购送礼白酒  
数据52: 购买渠道（按消费者的花费区分），2021年

## 白酒风味跨界

- 白酒风味饮料人气高  
数据53: 白酒风味跨界，2021年  
数据54: 白酒风味食品示例，2021年
- 高收入者对白酒风味跨界的兴趣更为广泛  
数据55: 白酒风味跨界（按个人月收入区分），2021年
- 更多成熟消费者对创新的白酒风味跨界缺乏兴致  
数据56: 白酒风味跨界——我不想尝试白酒风味的食品饮料（按性别和年龄区分），2021年

## 对白酒的态度

- 培养消费者对白酒基底鸡尾酒的兴趣  
数据57: 对白酒的部分态度——对应饮用场景，2021年  
数据58: 不同白酒品牌以白酒为基酒调制的鸡尾酒配方示例，2021年  
数据59: 不同意“喝白酒不能享受调酒的乐趣”（按年龄群体区分），2021年  
数据60: 不同意“喝白酒不能享受调酒的乐趣”（按就餐习惯区分），2021年  
数据61: 社交媒体上以白酒为基酒调制的鸡尾酒配方示例，2021年
- 避免以性别为导向的营销策略，尤其是面向年轻一代  
数据62: 对“喝白酒的男人更有男子气概”的态度（按代际、性别和年龄区分），2021年
- 在面向成熟消费者的营销中强调中式餐饮搭配  
数据63: 对“白酒只适合搭配中式餐饮”的态度（按年龄区分），2021年  
数据64: 餐酒搭配，2021年
- 突出白酒的品牌故事  
数据65: 对白酒的部分态度，2021年  
数据66: 对“不同白酒品牌宣传的品牌故事都差不多”的态度（按年龄区分），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

同主题过往报告

## 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。

## 附录——市场规模与预测

- 数据67: 白酒零售销售额和预测，中国，2016-26年
- 数据68: 白酒零售销售量和预测，中国，2016-26年
- 数据69: 白酒非零售销售额和预测，中国，2016-26年
- 数据70: 白酒非零售销售量和预测，中国，2016-2026年

## 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

同主题过往报告

## 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](https://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, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble 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)。