

西方烈酒 - 中国 - 2022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
- 重点企业表现与市场活动
- 消费者的西方烈酒消费习惯
- 对包装与市场活动的偏好
- 西方烈酒产品信息渠道
- 消费者对在家调制鸡尾酒的态度

消费者对在家调制鸡尾酒抱有积极的态度。71%的被访者认同拥有一套鸡尾酒调制套装会增加在家调制鸡尾酒的频率, 这对于品牌来说是有待挖掘的潜在商机, 尤其是消费者正在形成居家饮酒的习惯。

2022年新一轮新冠疫情对现制酒饮业务造成了严重的打击, 主要受影响的各城市现制酒饮场所长期关闭。全国范围内, 消费者也减少了外出就餐的花费。因此, 品牌思考帮助现制业务恢复的方式, 也能从中受益。

适量饮酒的消费者趋势是烈酒市场面临的巨大挑战之一。这一趋势也决定着新品开发的方向。若不能跟随趋势, 品牌将很快被淘汰。

消费者对包装十分热衷, 尤其是新颖的酒瓶形状。创意酒瓶设计可以在销售中赢得消费者的青睐。同时, 具有良好环境认证的品牌也能够获得好感。



"2022年, 新冠疫情造成的市场低迷使得西方烈酒的增长减缓。然而, 小众烈酒仍有显著发展, 这得益于年轻人强劲的购买力。在充满不确定的时期, 品牌需要跟随变化的消费者需求, 并维持酒客与市场的联系。例如, 在家创意调制鸡尾酒点亮居家饮酒场合, 以及强调社会责任, 增进让消费者感觉良好的因素。"

——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
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 报告不包括：

综述

- 市场
- 疫情爆发减缓市场增长
数据1: 西方烈酒零售销售额和预测，中国，2017-2027年
数据2: 西方烈酒非零售销售额和预测，中国，2017-2027年
- 威士忌正实现快速市场发展
- 小众烈酒品类增长显著
- 公司与品牌
- 领先品牌在市场动荡中仍坚守阵地
数据3: 西方烈酒领先品牌的市场份额（按销售额区分），中国，2020、2021和2022年（预估）
- 可持续得到重视
- 体验式营销日益受瞩目
- 适量饮酒趋势决定着新品开发的方向
- 消费者
- 年轻一代接受更多烈酒品类
数据4: 消费情况，中国，2022年
- 琴酒享有最高的品类忠诚度
数据5: 饮用频率，中国，2022年
- 新颖的酒瓶形状是吸睛的购买动因
数据6: 包装偏好，中国，2022年
- 线下品酒和促销活动最受欢迎
数据7: 市场活动，中国，2022年
- 线上平台是更常使用的信息收集渠道
数据8: 信息渠道，中国，2022年
- 调制套装可以简化复杂的鸡尾酒调制过程
数据9: 对在家调制鸡尾酒的态度——部分态度，中国，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 鸡尾酒调制套装是有待挖掘的“潜力股”
- 现状
- 启示
数据10: Cocktail Courier的鸡尾酒套装

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。

数据11: Crafted Taste

- 以创新方式搭建线上联结与信息共享

- 现状

- 启示

数据12: 人头马星系RM1724小程序

数据13: 蔻驰 x 得物，中国，2021年

- 通过烈酒包装，展现为可持续做出的努力

- 现状

- 启示

数据14: 具有可持续属性的产品示例，全球

市场规模与预测

- 2022年零售增长放缓

数据15: 西方烈酒零售销售额和预测，中国，2017-2027年

数据16: 西方烈酒零售销售量和预测，中国，2017-2027年

- 非零售渠道受到新冠疫情的影响

数据17: 西方烈酒非零售销售额和预测，中国，2017-2027年

数据18: 西方烈酒非零售销售量和预测，中国，2017-2027年

市场细分

- 国产白兰地展现增长潜力

数据19: 进口西方烈酒的细分销售额占比，中国，2018-2022年
(预估)

数据20: 进口西方烈酒的细分销售量占比，中国，2018-2022年
(预估)

- 威士忌正实现快速市场发展

- 对琴酒/金酒的高接受度助力市场拓展

- 龙舌兰品类实现可观增长

市场因素

- 法规与消费者行为转变共同推动适量饮酒

- 重点企业宣布价格上调

- 疫情封控严重冲击现制业务

数据21: 消费变化趋势——花费变多了，中国，2020-2022年

- 对潮流生活方式的积极应变促进消费者饮用意愿

数据22: 酒类花费增加，中国，2020-2022年

市场份额

- 保乐力加通过积极的市场活动获得曝光度

数据23: 西方烈酒领先品牌的市场份额（按销售额区分），中国，2020、2021和2022年（预估）

- 帝亚吉欧以多种产品组合吸引受众

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

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。

- 人头马君度在数字化转型中取得进展
- 宾三得利定位高端烈酒品类

营销活动

- 领先品牌强调其可持续努力
数据24: 人头马君度携手国际暗天协会，2022年
数据25: 原材料与生产过程中实践可持续的烈酒产品示例，全球，2022年
- 品牌历史结合艺术，打造沉浸式体验
数据26: 麦卡伦艺术体验展，中国，2021-2022年
- 用创意包装吸引中国消费者
数据27: 融入中式元素的西方烈酒，中国，2021-2022年
- 与咖啡品牌的合作实现饮品跨界
数据28: 西方烈酒与咖啡品牌之间的合作示例，中国，2022年
- 品牌推出众多居家鸡尾酒调制配方
数据29: 西方烈酒品牌推出的鸡尾酒配方示例，中国，2022年

新产品趋势

- 风味烈酒新品吸引消费者尝试
数据30: 风味烈酒新品，中国，2021年
- 知名烈酒轻盈版兴起
数据31: 轻盈版烈酒示例，中国，2021-2022年
- 即饮形态随时可能颠覆行业
数据32: 烈酒品牌的即饮新品示例，中国，2021-2022年
数据33: 烈酒品牌的即饮新品示例，全球，2022年
- 全球：市面上出现NFT产品
数据34: 西方烈酒NFT示例，全球，2021-2022年

消费变化

- 25-39岁的消费者是西方烈酒的主要受众
数据35: 消费变化，中国，2022年
数据36: 消费变化——喝过西方烈酒（按性别和年龄区分），中国，2022年
- 白兰地受到成熟消费者的青睐，而年轻一代则接纳更多烈酒品类
数据37: 消费情况，中国，2022年
数据38: 消费情况（按代际区分），中国，2022年
- 小众烈酒品类存在高端化机遇
数据39: 消费情况（按个人月收入区分），中国，2022年
- 由现制鸡尾酒向预调鸡尾酒转变的趋势
数据40: 消费变化——预调酒饮（按城市线级区分），中国，2022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

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。

饮用频率

- 琴酒/金酒享有最高的品类忠诚度
数据41: 饮用频率，中国，2022年
- 女性更有可能是小众烈酒的高频饮用者
数据42: 饮用频率——“每周1次或更多”（按烈酒种类和性别区分），中国，2022年
- 25-29岁的消费者对未来饮酒兴趣最高
数据43: 未来饮用趋势，中国，2022年

包装偏好

- 新颖的酒瓶形状是吸睛的购买动因
数据44: 包装偏好，中国，2022年
数据45: 具有创新酒瓶设计的烈酒产品示例，全球
- 通过直接的描述进行沟通
数据46: 包装偏好——TURF分析，中国，2022年
- 男性消费者对品牌历史和酒瓶设计更感兴趣
数据47: 包装偏好（按性别区分），中国，2022年
数据48: 埃斯波隆龙舌兰
- 琴酒消费者对多种包装设计兴趣更高
数据49: 包装偏好（按西方烈酒消费者和琴酒/金酒消费者区分），中国，2022年

对市场活动的偏好

- 线下品酒和促销活动最受欢迎
数据50: 对市场活动的偏好，中国，2022年
数据51: 对市场活动的偏好——酒吧/餐厅活动（按年龄群体区分），中国，2022年
- 高收入消费者期待更多市场活动
数据52: 对市场活动的偏好——非常感兴趣（按个人月收入区分），中国，2022年
- 利用感官体验，提升西方烈酒爱好者的忠诚度
数据53: 对市场活动的偏好——非常感兴趣，所有消费者 vs 未来会喝西方烈酒的任意消费者之间的差异，中国，2022年
数据54: Vocktail——虚拟鸡尾酒
- 在东部地区试点艺术/设计展
数据55: 对市场活动的偏好——部分活动，中国，2022年

信息渠道

- 购物网站在沟通中获得影响力
数据56: 信息渠道，中国，2022年
- 一线城市居民更偏好线下渠道

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57: 信息渠道——线下渠道（按城市线级区分），中国，2022年

- 威士忌消费者并没有主动了解烈酒知识

数据58: 信息渠道——部分渠道（按烈酒种类区分），中国，2022年

数据59: 信息渠道——部分渠道（按城市线级区分），中国，2022年

对在家调制鸡尾酒的态度

- 针对在家聚会饮用场合

数据60: 对在家调制鸡尾酒的态度——部分态度，中国，2022年

- 调制套装可以简化调制过程

数据61: 对在家调制鸡尾酒的态度——部分态度（按年龄群体区分），中国，2022年

数据62: 对在家调制鸡尾酒的态度——同意部分态度（按性别和年龄区分），中国，2022年

数据63: 安裴丽克古典鸡尾酒套组，2021年

- 调酒知识有待推广

数据64: 对在家调制鸡尾酒的态度——部分态度（按城市线级区分），中国，2022年

数据65: 主打鸡尾酒调制的市场活动，中国，2022年

美食达人

- 他们是谁？

数据66: 美食达人，中国，2022年

数据67: 美食达人，中国，2022年

- 挑剔消费者注重文字描述细节

数据68: 美食达人——包装偏好，中国，2022年

- 挑剔消费者从多种渠道获取信息

数据69: 美食达人——信息渠道频度分析，中国，2022年

附录——市场规模与预测

数据70: 西方烈酒零售销售量和预测，中国，2017-2027年

数据71: 西方烈酒零售销售额和预测，中国，2017-2027年

数据72: 西方烈酒非零售销售量和预测，中国，2017-2027年

数据73: 西方烈酒非零售销售额和预测，中国，2017-2027年

附录——市场细分

数据74: 西方烈酒进口量（百万升），2018-22年（预估）

数据75: 西方烈酒进口额（百万元人民币），2018-22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。



附录——研究方法 with 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)。