

预调酒精饮料 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“经历了2016年的大幅下滑后，中国预调酒精饮料市场的销量和销售额预计在2017年将缓慢回温。导致市场大起大落的原因主要是公司和品牌太依赖市场营销，却忽略了产品本身。口味和原料应是预调酒精饮料未来创新的主要方向。女性消费者仍是主要的目标消费群体，但除了常见的果味产品外，更多的面向女性的预调酒精饮料（如采用具有健康和美容功效的独特原料制成）可能会为新品研发带来灵感。”

— 李蕾，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 预调酒精饮料如何吸引女性消费者？
- 预调酒精饮料如何实现差异化和专注产品质量（如口味和成分）？
- 预调酒精饮料如何根据不同场合和生活方式确定定位？

通过证明和突显“正宗性”提高预调酒精饮料的质量是该品类取胜市场的关键。随着消费者越来越成熟，他们能觉察到产品的不正宗性。为了重获消费者对预调酒精饮料的信心和信任，公司和品牌应将重心更多地放在产品创新上，尤其是会推动未来发展和增长的口味和成分创新。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

预调酒精饮料 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

定义

综述

市场

数据 1: 中国预调酒精饮料市场总销量，2013-2017年

数据 2: 中国预调酒精饮料市场总销售额，2013-2017年

公司与品牌

数据 3: 中国领先预调酒精饮料公司的市场份额（按销售额区分），2015年和2016年

消费者

大多数预调酒精饮料都是低频饮用者

数据 4: 过去12个月消费者饮用不同酒类的频率，2017年3月

消费者最喜欢在休闲聚会场合喝预调酒精饮料

数据 5: 饮用场合，2017年3月

预调酒精饮料在零售渠道和餐饮渠道均有渗透

数据 6: 购买渠道，2017年3月对比2016年8月

预调酒精饮料基酒的潜在空白领域

数据 7: 理想特征，2017年3月

我们的观点

议题与洞察

预调酒精饮料如何吸引女性消费者？

现状

启示

数据 8: 国际市场上预调酒精饮料样例，2012-2017年

数据 9: 具有健康或高端功效的预调酒精饮料样例，国际市场，2017年

数据 10: 国际市场上预调酒精饮料样例，2016-2017年

预调酒精饮料如何实现差异化和专注产品质量（如口味和成分）？

现状

启示

数据 11: 采用葡萄酒为基酒的预调酒精饮料样例，国际市场，2017年

数据 12: 国际市场上具有植物或可乐口味的预调酒精饮料样例，2016-2017年

预调酒精饮料如何根据不同场合和生活方式确定定位？

现状

启示

数据 13: 北极光鸡尾酒，巴哈马

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

预调酒精饮料 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 14: 增强现实鸡尾酒菜单，英国，2017年

数据 15: 南太平洋酿酒，2010年

市场——您所需要了解的

2017年，销量和销售额均呈现复苏迹象

消费渠道从餐饮渠道转向零售渠道

“精酿”概念带来更多种类

市场规模与预测

2013-2016年预调酒精饮料的营销故事

2017年销量复苏迹象显现

数据 16: 中国预调酒精饮料市场总销量，2013-2017年

预计销售额在2017年也会回温

数据 17: 中国预调酒精饮料市场总销售额，2013-2017年

未来市场发展更有可能趋于平稳和小幅回升

市场因素

消费渠道从餐饮渠道转向零售渠道

“精酿”概念带来更多种类

缺乏预调酒精饮料新品，消费者转向其他酒精饮料

数据 18: 新推出的酒精饮料（按品类区分），中国，2014-2016年

重点企业——您所需要了解的

领先企业占据重要份额，而其他企业退出市场

锐澳为非零售和零售渠道同时推出瓶装和罐装产品

不含添加剂/防腐剂的预调酒精饮料

市场份额

上海百润投资控股集团股份有限公司——锐澳

百加得公司——冰锐

“其他”企业退出预调酒精饮料市场

数据 19: 中国领先预调酒精饮料公司的市场份额（按销售额区分），2015年和2016年

竞争策略

锐澳为非零售和零售渠道同时推出瓶装和罐装产品

数据 20: 锐澳本味和锐澳强爽，瓶装和罐装，2016-2017年

数据 21: 锐澳限量版2017——Line Friends，2017

数据 22: 瓶装/罐装的零售价差别，中国，2016-2017年

数据 23: 思美洛，瓶装和罐装，巴西和美国，2017年

从西方市场的波普甜酒中汲取灵感

数据 24: 波普甜酒，英国，1996-2017年

数据 25: 国际市场上预调酒精饮料样例，2015-2016年

谁在创新？

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

预调酒精饮料 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

新上市产品的宣称

数据 26: 新推出预调酒精饮料中最常使用的宣称，中国，2014-2016年

具有社交媒体宣称的预调酒精饮料

数据 27: 具有社交媒体宣称的预调酒精饮料，中国，2015-2017年

不含添加剂/防腐剂的预调酒精饮料

数据 28: 不含添加剂/防腐剂的朗姆鸡尾酒样例，中国，2015年

专为男性设计的预调酒精饮料

数据 29: 专为男性设计的预调酒精饮料，中国和日本，2012-2016年

口味创新——中国对比全球

数据 30: 新推出的预调酒精饮料中最常见的口味，中国，2015-2016年

数据 31: 柑橘味和玫瑰味预调酒精饮料样例，中国，2016年

数据 32: 新推出的预调酒精饮料中最常见的口味，全球，2015-2016年

数据 33: 国际市场上具有柑橘类水果口味的预调酒精饮料样例，2017年

数据 34: 国际市场上具有流行口味的预调酒精饮料样例，2017年

全球包装创新——装有出酒塞和效仿酒吧体验的预调酒

数据 35: 装有出酒塞的预调酒精饮料，国际市场，2015-2016年

数据 36: 效仿酒吧的包装，国际市场，2015-2016年

消费者——您所需要了解的

消费者认为预调酒精饮料口味丰富和时尚

女性往往是预调酒精饮料的低频饮用者

有机会同时定位年长和年轻消费者

男性消费者喜欢在外场合喝预调酒精饮料，而女性消费者更喜欢在家喝这类酒精饮料

调和果汁的预调酒精饮料仍然最受消费者欢迎

消费者对“低度”和“中度”预调酒精饮料的需求差不多

对不同酒类的看法

消费者认为预调酒精饮料口味丰富和时尚

数据 37: 对不同酒类的看法，2017年3月

数据 38: 多包装，国际市场，2017年

不同酒类的饮用频率

大多数预调酒精饮料都是低频饮用者

数据 39: 过去12个月消费者饮用不同酒类的频率，2017年3月

数据 40: 过去12个月消费者饮用不同酒类的频率（按性别区分），2017年3月

低频饮用者更有可能是20多岁的消费者

数据 41: 过去12个月消费者饮用不同酒类的频率（按年龄区分），2017年3月

消费劣势

缺乏了解是阻碍消费者喝预调酒精饮料的第一因素

数据 42: 消费劣势，2017年3月

有机会同时定位年长和年轻消费者

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

预调酒精饮料 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 43: 消费劣势 (按年龄区分), 2017年3月

消费场合

消费者最喜欢在休闲聚会场合喝预调酒精饮料

数据 44: 饮用场合, 2017年3月

男性消费者喜欢在外场合喝预调酒精饮料, 而女性消费者更喜欢在家喝这类酒精饮料

数据 45: 饮用场合 (按性别区分), 2017年3月

数据 46: 限量版或高端预调酒精饮料, 国际市场, 2017年

购买渠道

预调酒精饮料在零售渠道和餐饮渠道均有高渗透率

数据 47: 购买渠道 (零售渠道对比餐饮渠道), 2017年3月

数据 48: 购买渠道, 2017年3月对比2016年8月

高收入者在所有渠道购买的预调酒精饮料都更多

数据 49: 购买渠道 (按家庭月收入区分), 2017年3月

理想特征

预调酒精饮料基酒的潜在空白领域

数据 50: 理想特征, 2017年3月

调和果汁的预调酒精饮料仍然最受消费者欢迎

数据 51: 理想特征——口味/口感, 2017年3月

女性消费者喜欢调和果汁的预调酒精饮料, 而男性青睐添加了植物成分预调酒精饮料

数据 52: 理想特征——口味/口感 (按性别区分), 2017年3月

消费者对“低度”和“中度”预调酒精饮料的需求差不多

数据 53: 理想特征——酒精含量, 2017年3月

消费者青睐进口品牌

数据 54: 理想特征——产地, 2017年3月

数据 55: 具有高端定位的预调酒精饮料样例, 国际市场, 2017年

玻璃瓶比罐装更理想

数据 56: 理想特征——包装, 2017年3月

数据 57: 饮用场合 (按包装偏好区分), 2017年3月

高收入者既青睐瓶装也青睐罐装

数据 58: 理想特征——包装 (按家庭月收入区分), 2017年3月

中端价位最有潜力

数据 59: 理想特征——价格, 2017年3月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群是预调酒精饮料和其他酒精饮料的高频饮用者

数据 60: 过去12个月消费者饮用不同酒类的频率 (按英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群区分), 2017年3月

英敏特城市精英人群更有可能在多种场合喝更多的预调酒精饮料

数据 61: 饮用场合 (按英敏特城市精英人群和其他人群对比区分), 2017年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

预调酒精饮料 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——研究方法

研究方法

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com