

## 西方烈酒 - 中国 - 2018年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“中国中产阶级的兴起加快了在中国西方烈酒市场的复苏。消费者迅速接受了电商渠道并受到西方文化的影响，为品牌带来了机遇与挑战；经营者需探索将西方烈酒融入现代生活的方式。品牌可推出更复杂精细的产品，以吸引那些对该品类有所了解的消费者。”

— 徐文馨，高级研究分析师，食品和饮料

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 精准定位发力方向
- 传递正确信息
- 借力不断增强的健康意识

中国西方烈酒市场的销售额经历了2013-2015年的下滑之后，终于在2017-2018年间开始呈现出可观增速。消费者收入水平提高，通过电商平台对酒精饮料有了更多接触，且日益看重生活质量，因此他们对酒精饮料重新恢复了兴趣。但是，消费者对某些西方烈酒仍然缺乏了解，如琴酒。即使是一些饮用率相对更高的子品类（如白兰地/干邑），消费者也并不完全了解其成分。在西方烈酒的消费上，中国消费者仍处于学习阶段。消费者对该品类的了解不断加深，饮用场合不断增加，将有助于未来该市场的增长。

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@intel.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

## 西方烈酒 - 中国 - 2018年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

## 引言

您所需要了解的

报告定义

不包括

## 概述

市场

销售额和销售量预计都将获势复苏

数据1: 西方烈酒市场总销售额预测 (最好和最差情形), 中国, 2013-2023年

数据2: 西方烈酒市场总销售量预测 (最好和最差情形), 中国, 2013-2023年

白兰地/干邑和威士忌/波本保持领跑地位

公司与品牌

领先品牌促进市场巩固, 重塑市场信心

数据3: 西方烈酒领先品牌的市场份额 (按销售额区分), 中国, 2016和2017年

大品牌优化产品系列, 加剧市场竞争

借助科技, 为销售渠道和营销活动注入活力

基于当地需求的创新

消费者

西方烈酒吸引消费者

数据4: 西方烈酒的饮用情况, 2018年9月

消费者更喜欢在家用餐和在中式场合饮用烈酒

数据5: 烈酒的饮用场合, 2018年9月

新兴中产阶级已准备好了尝试新的饮酒体验

数据6: 价格偏好, 2018年9月

消费者认知不足, 购买决策依赖其他背书

数据7: 购买考虑因素, 2018年9月

成熟挑剔的饮用者可发挥代言作用

数据8: 烈酒知识——同意“龙舌兰是用一种植物酿造的”(按性别和前5大工作类型区分), 2018年9月

缺乏了解和健康顾虑是饮用阻碍

数据9: 饮用阻碍, 2018年9月

我们的观点

## 议题与洞察

精准定位发力方向

现状

启示

传递正确信息

现状

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 西方烈酒 - 中国 - 2018年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

启示

借力不断增强的健康意识

现状

启示

数据10: 帝亚吉欧的企业社会责任活动

## 市场——您所需要了解的

复苏中的市场

在积极和消极因素中平衡

白兰地/干邑和威士忌是占主导的市场细分

## 市场规模与预测

2018年，强势复苏仍在继续

未来几年市场前景可观

数据11: 西方烈酒市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2013-2023年

数据12: 西方烈酒市场总销售量预测（最好和最差情形），中国，2013-2023年

## 市场因素

对海外文化接触更多

数据13: 中国出境旅游，2013-2018年

数据14: 中国出国留学和回国留学生，2013-2017年

消费者愿意增加烈酒开支

对健康饮食的关注

## 市场细分

各细分的销售额和销售量占比都保持稳定

数据15: 西方烈酒细分的销售额占比，中国，2013-2017年

数据16: 西方烈酒细分的销售量占比，中国，2013-2017年

白兰地/干邑彰显复原力

## 重点企业——您所需要了解的

领先品牌促进市场巩固

知名西方烈酒公司的销售额获得提振

科技化的营销活动蓬勃发展

## 市场份额

保乐力加的销售量和销售额依然引领市场

帝亚吉欧滞后于其他领跑品牌

人头马君度

LVMH紧跟竞争步伐

数据17: 西方烈酒领先品牌的市场份额（按销售量区分），中国，2016和2017年

数据18: 西方烈酒领先品牌的市场份额（按销售额区分），中国，2016和2017年

## 市场亮点

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 西方烈酒 - 中国 - 2018年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

中国：保乐力加的绝对伏特加瞄准年轻消费者

数据19：2017年“绝对夜计划”活动

中国：人头马君度旗下的人头马借力科技

数据20：成都人头马之家的VR展示

中国：酷悦香槟推出迷你版产品吸引消费者

数据21：酷悦香槟在80个国家推出迷你版产品

中国：本土企业推出什锦装

数据22：小支什锦礼盒装葡萄酒

## 消费者——您所需要了解的

消费者充满好奇，渴望尝试

更喜欢本土风格的饮用场所

根据有限的知识来确定购买偏好

## 西方烈酒的饮用情况

对不熟悉的事物充满好奇心

数据23：西方烈酒的饮用情况，2018年9月

20多岁出头的年轻消费者更具冒险精神

20多岁的女性更多饮用西方烈酒

数据24：西方烈酒的饮用情况——“我喝过”（按性别和年龄区分），2018年9月

## 饮用场合

与家人/朋友在家吃饭时是主要的饮用场合

数据25：烈酒的饮用场合，2018年9月

中式饮用场合比国际风格的饮用场合更受欢迎

不同性别和年龄群体偏爱不同场合

数据26：烈酒的饮用场合（按性别和年龄区分），2018年9月

琴酒饮用者热衷于具体场合

## 价格偏好

高端认知为高端定价创造了机遇

数据27：价格偏好，2018年9月

提高性价比是另一有效之举

## 购买考虑因素

吸引人的品牌对所有消费者而言都是关键购买因素

一款产品满足所有消费者的时代已经过去

数据28：购买考虑因素，2018年9月

数据29：西方烈酒的饮用情况——“我喝过”（按年龄区分），2018年9月

对琴酒而言，影响者和社交媒体发挥着更重要的作用

一线城市的已婚消费者考虑的因素更多

数据30：购买考虑因素（按城市线级和婚姻状况区分），2018年9月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 西方烈酒 - 中国 - 2018年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

## 烈酒知识

对白兰地/干邑的了解程度一般

数据31: 烈酒知识, 2018年9月

数据32: 烈酒知识, 2018年9月

单一麦芽威士忌品牌可松了一口气

数据33: 烈酒知识, 2018年9月

利口酒需扩大客群规模

数据34: 烈酒知识, 2018年9月

从事管理工作的男性消费者和女性白领消费者有更丰富的知识

数据35: 烈酒知识——同意“龙舌兰是用一种植物酿造的”（按性别和前5大工作类型区分），2018年9月

## 不喝烈酒的原因

因为不了解，所以避而不饮

数据36: 饮用阻碍, 2018年9月

## 认识英敏特城市精英人群

对西方烈酒有更多接触

数据37: 西方烈酒的饮用情况（按消费者分类区分），中国，2018年9月

数据38: 西方烈酒的饮用情况——“我喝过”（按消费者分类区分），中国，2018年9月

对小众烈酒有更多了解

数据39: 烈酒知识——同意“轩尼诗VSOP和人头马XO中的VSOP和XO只是品牌名的一部分”（按消费者分类区分），2018年9月

数据40: 烈酒知识——同意“龙舌兰是用一种植物酿造的”（按消费者分类区分），2018年9月

数据41: 烈酒知识——不同意“朗姆酒只有浅色的（如白色）”（按消费者分类区分），2018年9月

数据42: 烈酒知识——同意“龙舌兰是用一种植物酿造的”（按消费者分类区分），2018年9月

触发购买的考虑因素更多

数据43: 购买考虑因素（按消费者分类区分），2018年9月

## 附录——市场规模与预测

数据44: 西方烈酒市场总销售额，中国，2013-2023年

数据45: 西方烈酒市场总销售量，中国，2013-2023年

## 附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)