

不换香型换品牌 喝得越多越讲究



C 消费者品牌忠诚度低,尝新意愿强

尽管行业利润向龙头企业集中,但中国消费者对白酒品牌的忠诚度却普遍不高。《白皮书》通过调研发现,在白酒品牌的选择上,94%的受访消费者不会局限于某一个品牌,品牌选择流动性强。60%的受访白酒消费者在过去一年中购买过2至3个白酒品牌,25%在过去一年中购买过4至5个白酒品牌。并且,在品牌使用情况下,消费者更倾向混合不同的白酒品牌使用,以应对不同的消费场景,充分结合宴请对象身份、场合性质、餐馆档次等方面综合考虑;其中,60%的消费者以2至3个白酒品牌为主力消费品牌,同时辅助使用其他白酒品牌;33%的消费者偏好以1个白酒品牌为主,但也会辅助使用其他品牌。调研数据还显示,未来一年,89%的消费者呈现对白酒品牌的较低忠诚

度,都会同时购买多个白酒品牌,其中53%的消费者对新入局的品牌充满兴趣,希望尝试,获得新奇体验。同时也有七成以上的消费者希望能够尝试过往熟知但未买过的白酒品牌。品牌格局仍旧充满机会与变数。

然而,中国消费者在对待白酒香型上,展现出与对待品牌截然不同的忠诚度。在《白皮书》的调研中,通过主流香型的交叉分析也可以看到,同时交叉饮用多种香型的人群鲜有。也就是说,消费者一旦形成了香型习惯后,再尝试其他香型的几率很低。因此,对于消费者而言,他们第一次饮用白酒时接触到的香型对后续的选择非常重要。品牌在新市场培育中,需要注重香型的教育与沟通,争夺消费者第一次饮酒香型的青睐。

D 数字化渠道搭起年轻一代互动桥梁

白酒市场的核心人群开始产生交替变化。随着年龄增长、工作经验及职位的不断变化,1985年至1994年出生的人群逐步成为各个岗位的新中流砥柱,开始承接85年前出生的人群成为了新的白酒消费主力。据《白皮书》数据显示,1985年至1994年出生的人群在白酒消费者人群中占比34%。且这一代际的人群预计未来一年白酒消费总量和频率均较整体白酒消费者提升更为快速。而1985年前出生的人群仍然在白酒消费市场占据近半壁江山,他们的未来饮酒量和频次随年龄增长而呈现逐步下滑趋势。1995年后出生的新生代也值得

白酒行业关注,这一人群逐步步入更为成熟的人生阶段,社交因素驱动他们更多接触白酒相关产品。

年轻消费主体的消费观和价值观呈现出个性化和多元化色彩,这种消费代际的新特点将促使酒类行业在品牌塑造、产品塑造、价值观塑造、营销模式和创新推广等方面迎合新一代主力消费者进行变革。当前已有不少白酒品牌在通过元宇宙、直播、小程序等数字化渠道,探索、打造与年轻消费群体互动平台,试图搭建起品牌与消费者之间的互动桥梁,以便更好地服务市场、服务消费者。

E 严重依赖内销,海外市场处于起步阶段

全国政协委员、中国食品科学技术学会理事长、北京工商大学校长孙宝国在2023年全国两会期间带来了《关于推动中国白酒国际标准制订,支持中华传统文化走向世界》的提案。他建议,鼓励中国白酒酿造技艺申遗,并支持构建适应国际贸易的白酒标准体系,形成国际认可的中国白酒国际标准。

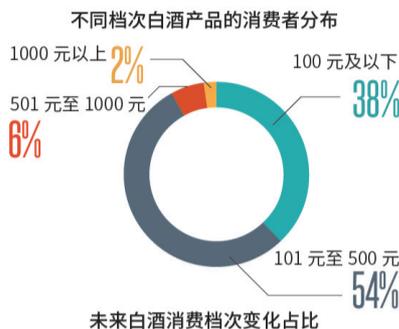
然而,从数据上看,中国白酒海外市场总体尚处于起步阶段,进展较为缓慢。中国的白酒消费虽位列世界烈酒行业领先地

位,但严重依赖内销,主要由国人消化。

据《分析报告》数据显示,2022年中国白酒出口量为1.54万千升,同比下降3.87%,连续5年年出口量不足2万千升,2022年中国白酒出口量占总产量的比重仅为0.24%。

目前国内白酒行业内仅有一些拥有较高品牌度和实力的知名白酒企业在尝试开拓海外市场。在全球权威品牌价值评估机构Brand Finance发布的《2022全球烈酒品牌价值50强》中,贵州茅台名列第一,品牌

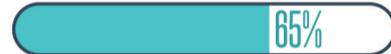
白酒消费档次进一步呈现价位两极分化



未来愿意饮用价格更贵的白酒



未来希望饮用白酒的档次不变或下降



不同档次白酒未来消费变化的原因调研

500元以上群体档次上升的原因:

喝得越多越讲究

更舍得消费,追求高品质生活,对酒的档次和品质也更讲究



重要/商务应酬和社交增多,对更高端白酒需求增多



更高端的白酒口味/口感更好,体验不一样的白酒风味



健康意识提升,喝得更讲究



百元内群体档次下降的原因:

喝,但性价比更重要

重要/商务应酬和社交减少,没那么讲究



没那么讲究,更倾向低成本享乐消费



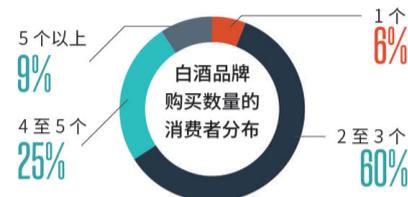
喝的场合或频次更多了,所以选择高性价比的白酒



经济压力加大了



不换香型换品牌 品牌忠诚度偏低



多白酒品牌购买的消费者分布

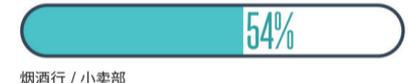


未来一年白酒品牌尝新意愿调研



线下渠道仍为消费者首选的主要购买渠道

过去一年消费者线下渠道购买白酒情况调研



连续5年年出口量不足2万千升 中国白酒品牌国际化之路仍长远

2018-2022年中国白酒出口量 (单位:万千升)



数据来源

腾讯营销洞察(TMI)×中国酒业协会《2023年白酒行业消费白皮书》、艾媒咨询《中国白酒行业发展状况与消费行为调查数据》、艾媒咨询《2023-2024年中国酒类新零售市场研究报告》、艾媒咨询《2023-2024年中国酒类行业发展状况与竞争态势分析报告》、德勤研究《2022中国白酒企业转型升级之路》、Brand Finance《2022全球烈酒品牌价值50强》等。

(请点击“数据”频道)

■绿酒初尝人易醉,切勿贪杯▶▶

