

酒精饮料用户洞察报告 ——场景篇

©2022.3 iResearch Inc.



酒精饮料行业发展新变化

品类：多元化的新式酒饮快速发展，以低度酒、洋酒和果酒为代表。
人群：年轻群体和女性消费者崛起，线上酒饮消费人群不断扩大。
态度：酒是多元化需求的载体，对自我需求的关注同样重要。



场景一：一人独酌

一个人喝酒更多是为了享受和放松心情。家是首选地点，通常选择喝啤酒、低度酒和白酒。
男性消费者更关注酒饮本身，以满足享受和品鉴的需求，更偏好选择啤酒和白酒。
女性消费者更关注酒饮背后的情绪和功能需求，对酒吧/小酒馆的偏好度更高。消费大方，倾向选择低度酒和葡萄酒。



场景二：家庭聚会

与家人团聚时，期待享受美酒好菜，会优先选择在家和中高档餐厅。白酒和啤酒是首选。
“18-29岁”消费者更多为了好喝而选择喝酒，更喜欢洋酒和低度酒。
“30岁以上”消费者更在意调节气氛和场合需求的需求。



场景三：朋友畅饮

跟朋友一起喝酒除了调节气氛，也希望得到放松和享受。啤酒和白酒更受欢迎。
“18-29岁”消费者其缓解情绪和品鉴的需求更明显，更偏好喝啤酒和低度酒。



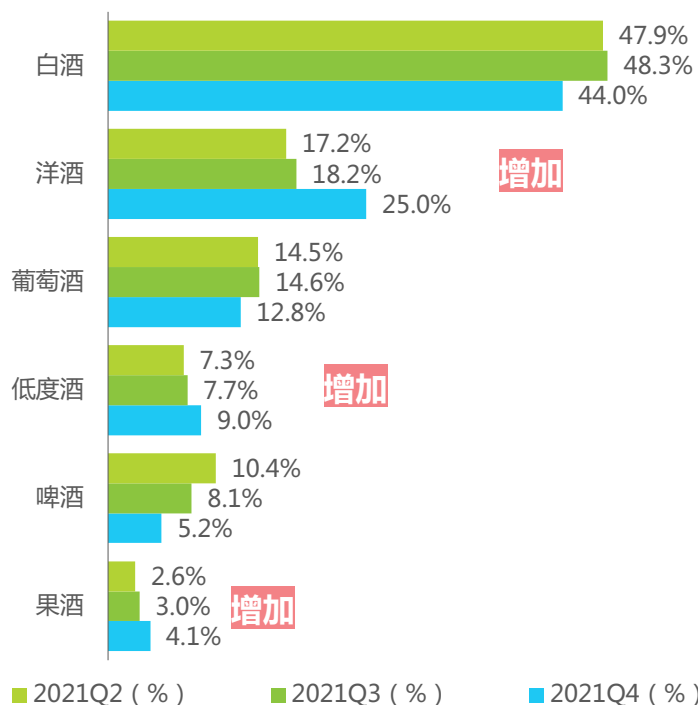
场景四：商务应酬

应酬喝酒以推动社交氛围融洽为主要目的，更多选择在中高档餐厅，酒饮消费金额偏高。
男性和“30岁以上”消费者的社交目的更强，虽然偏好大众餐厅，但酒饮消费比其他细分人群高，更倾向选择白酒和葡萄酒。

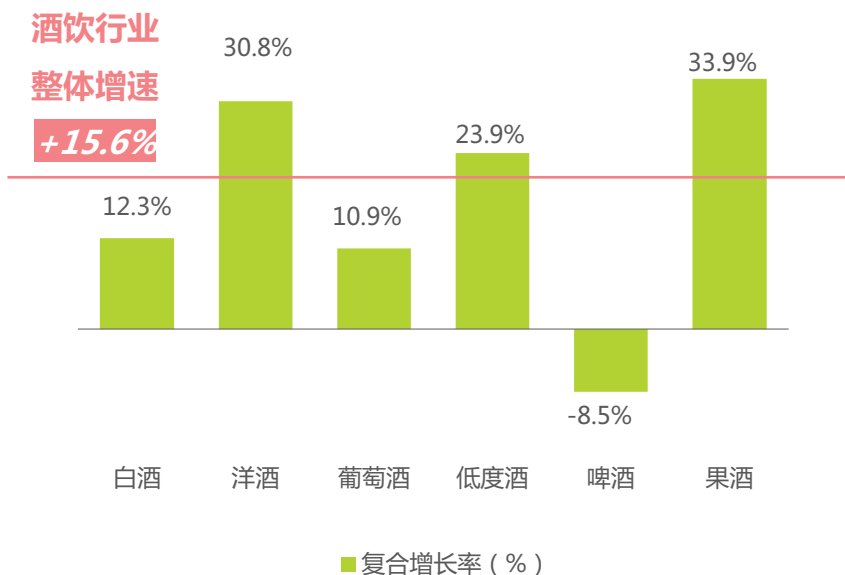
品类：多元化的新式酒饮快速发展

以洋酒、低度酒和果酒为主的新式酒饮线上销售额份额连续3季度增长，且增速超酒饮行业整体

2021Q2-Q4酒类电商销售额份额趋势



2021Q2-Q4酒类电商销售额复合增长率



*低度酒：包括保健酒、清酒、烧酒、苏打酒、茶酒、起泡酒、黄酒。
来源：博晓通大数据平台 www.bxtdata.com。

*低度酒：包括保健酒、清酒、烧酒、苏打酒、茶酒、起泡酒、黄酒。
来源：博晓通大数据平台 www.bxtdata.com。

人群：年轻“她力量”崛起

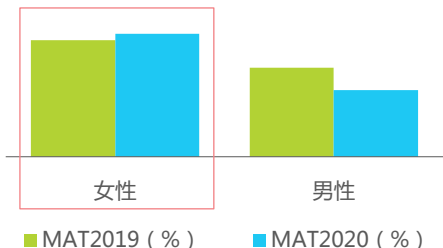
线上酒饮消费中，女性和年轻群体规模增长，催生更多元酒饮选择

微博上“低度酒”话题的阅读量有39.7万，“适合女生喝的酒”话题阅读量更是高达1.6亿。品牌纷纷打出“小甜酒”“少女酒”“晚安酒”“小甜水”“高颜值低度酒”这类专门吸引女性用户的产品标签，并获得较快的电商销售增长。

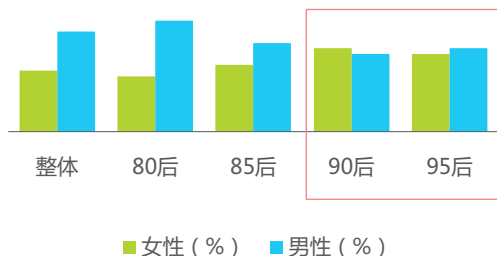


年轻和女性线上酒饮 消费人数增速和占比提升

MAT2019-MAT2020 线上酒饮
90/95后不同性别消费人数增速



MAT2020 线上酒饮
各代际不同性别消费人数占比



针对年轻和女性消费者的酒饮产品 新概念受到广泛关注

2021Q2-Q4酒类电商关键标题词销售额复合增长率

“女性酒”  137.9%

“少女酒”  786.9%

“小甜酒/小甜水”  555.3%



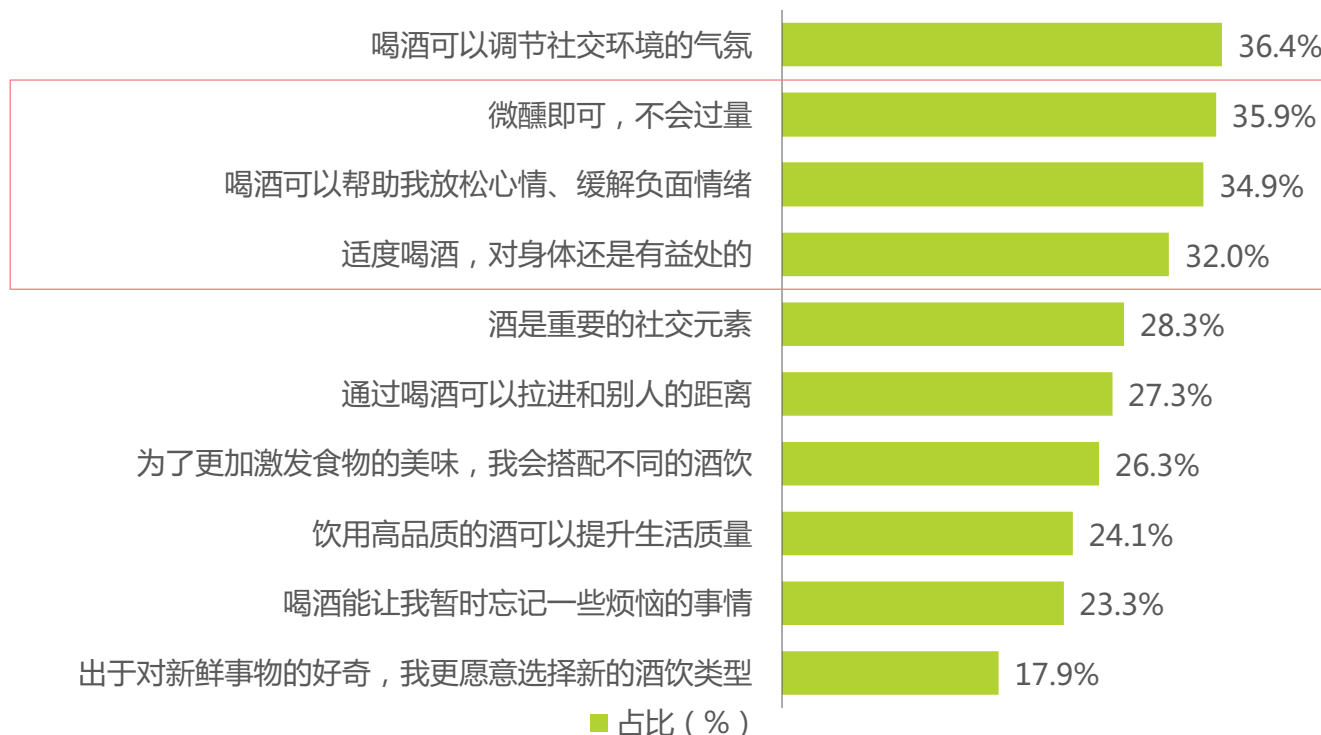
来源：CBNDATA《2020年轻人群酒水消费洞察报告》。

来源：博晓通大数据平台 www.bxtdata.com。

态度：酒是多元化需求的载体

满足气氛调节的需求外，也表达了对自我需求的关注，体现为对微醺、适度和缓解负面情绪等观点的认同

消费者关于“喝酒”认同态度TOP10



来源：于2022年3月由艾瑞自有调研平台“艾客帮”采集获得。
样本：下列关于喝酒的观点，哪项是您认同的？请选择最认同的5项。N=1952。

聚焦酒饮消费四大细分场景

在酒饮品类发展、人群、和态度的新趋势下，酒被赋予了更多定义。聚焦细分场景，分析不同人群的驱动因素、行为特征和品类选择，为酒饮产品定位提供洞察支持



01

一人独酌

在繁忙的工作节奏和复杂的人际关系中，消费者开始享受可以一个人“躲起来”的片刻，以释放压力和情绪。“酒”则成为这个场景下的自我治愈的重要调剂品。



03

朋友聚会

空闲时，和志同道合的朋友、喝上一杯小酒，不仅能增强和朋友之间的关系，也是打工人在紧张忙碌的工作之余可以喘一口气的机会。



02

家庭聚会

酒饮是家庭聚会中的传统角色。当一家人其乐融融、欢聚一堂时，美酒好菜成为了团聚时刻的重要点缀。



04

商务宴请

商务宴请延伸出的酒桌社交文化被广泛讨论，微博上多个关于“职场酒局”的话题均有较高热度。不论是部分年轻人的嗤之以鼻，还是打工人的默默接受，都不能否认“酒”是这个场景下的必需品。

小结：细分场景的消费差异

不同性别和代际间酒饮消费的需求侧重点不同，催生更多元的消费行为和更丰富的品类偏好

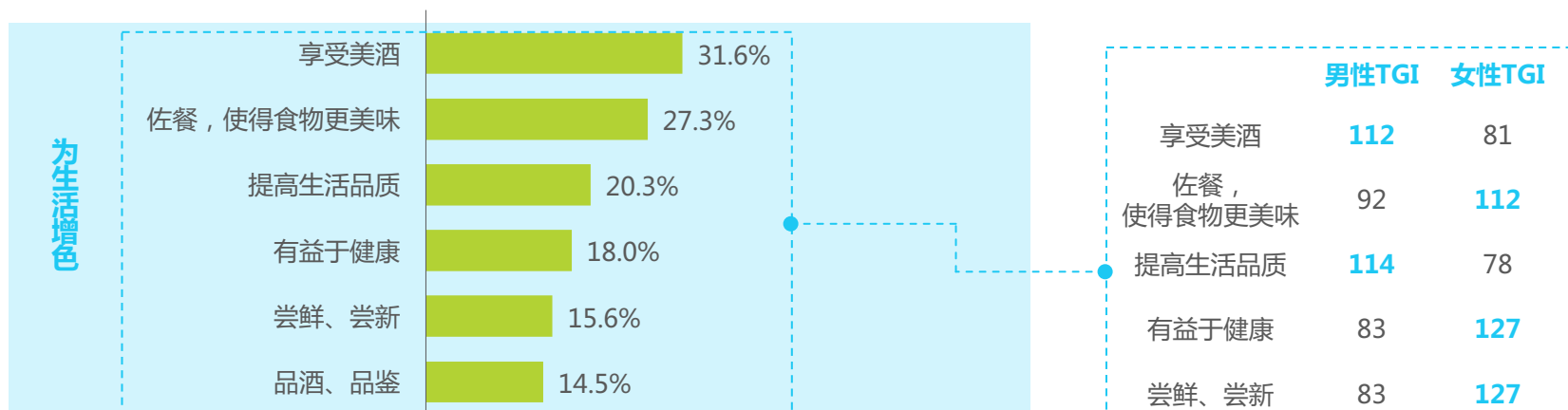
		社交目的			
		弱			强
		一人独酌	家庭聚会	朋友聚会	商务应酬
		享受美酒，放松心情	团聚时刻，享受美酒好菜	助兴之余，也为放松和享受	推动社交氛围更融洽
需求侧重点	需求侧重点	NO.1为生活增色 NO.2调节情绪	NO.1为生活增色 NO.2社交目的 NO.3调节情绪	NO.1社交目的 NO.2为生活增色 NO.3调节情绪	NO.1社交目的 NO.2为生活增色 NO.3调节情绪
	消费行为	NO.1家里/宿舍 (55.1%) NO.2酒吧/小酒馆 (20.3%) NO.3大众餐厅 (9.4%) 消费金额：中低 	NO.1家里 (32.2%) NO.2中高档餐厅 (30.8%) NO.3大众餐厅 (20.6%) 消费金额：中 	NO.1大众餐厅 (31.8%) NO.2中高档餐厅 (30.4%) NO.3酒吧/小酒馆 (20.3%) 消费金额：中高 	NO.1中高档餐厅 (58.4%) NO.2大众餐厅 (12.9%) NO.3酒吧/小酒馆 (12.5%) 消费金额：高 
	品类偏好	 >  >  啤酒 > 低度酒 > 白酒	 >  >  白酒 > 啤酒 > 低度酒	 >  >  啤酒 > 白酒 > 低度酒	 >  >  白酒 > 洋酒 > 低度酒

来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

一人独酌：享受美酒、放松心情

男性更关注酒饮本身，偏好享受和品鉴好酒，对缓解情绪的偏好度次之；女性更关注功能和情绪层面的需求，更希望通过喝酒满足食物更美味、身心更健康 and 尝鲜好奇心的需求

一人独酌——与其他饮品对比，选择喝酒的原因TOP10



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41138

