

# 酒类消费迎来“她”时代

与“女生天生半斤酒量”的坊间传言不同,男性始终站在酒类消费市场的前端,但这一状况似乎正发生改变。北京商报记者近期调查发现,无论是白酒、啤酒还是葡萄酒,越来越多以女性为目标的酒类产品出现在各大商超的货架上。零卡路里、果香、优雅等吸引女性注意的关键词,也越来越成为各大酒类厂商的产品开发方向。而随着酒类消费市场对于饮酒场景以及体验的重视,女性对于细节的要求,正成为引领酒类消费向品质化转变的一股重要力量。尤其是在近年来日渐兴盛的葡萄酒市场,女性消费人群的占比已呈现出与男性消费者分庭抗礼的局面。

## 女性酒掀起风潮

北京商报记者在对北京市场的家乐福、永辉等多家商超进行走访时发现,在酒类专柜停留的女性消费者数量正大幅增加,与此同时酒类产品的提袋率较早前也呈现上升势头。这其中以果酒为代表的酒类产品成为女性消费者购买率较高的产品。

事实上,各大酒企正纷纷推出相关的产品或营销活动,吸引女性消费者的眼球。此前,泸州老窖推出的桃花醉七夕特别企划活动,以“50000瓶桃花醉享免单”的促销噱头引发行业关注,改款桃花醉酒是泸州老窖推出的一款针对年轻女性的果露酒产品。茅台、劲酒等白酒、保健酒企也推出相应的果酒产品以迎合女性消费者的需求。

在京东平台上可以看到,茅台旗下一款女性气息浓厚的悠蜜品牌利口酒,有数十家商家在进行销售。

这其中贵州茅台京东自营旗舰店内的一款悠蜜蓝莓利口酒礼盒套装,更有着超过400条以上的购买评价。而在天猫茅台官方旗舰店内,悠蜜更在店铺主栏上与茅台酒、酱香系列酒、茅台葡萄酒等并列显示,点击进入后能发现近10款不同产品在进行销售。

不仅如此,较低浓度的啤酒也成为女性酒类消费的一大风潮,甚至有围绕女性关注的“低糖”“低卡路里”等概念打造的啤酒产品问世。在天猫上,标榜“零卡路里、零糖分、不含嘌呤”的三得利ALL FREE甚至在啤酒中添加了胶原蛋白,以吸引爱美的女性消费者。

## “她”市场潜力凸显

越来越多女性酒类产品的出现,在业内人士看来并不是偶然,整个消费市场的升级以及酒类产品定位及服务的细分,都让女性消费者的重要性日益凸显。天猫相关负责人告诉北京商报记者,酒类产品中越来越多地添加时尚生活元素,让适量饮酒成为女性日常生活中的一种选择,女性市场的潜力也正日益凸显出来,尤其是从客单价增速上来看,已大大高于男性消费者。

从数据上来看,尽管男性消费者在酒类消费中依然占据强势地位,但女性消费者尤其是年轻女性的表现已然不俗,尤其是在葡萄酒领域,女性消费者正逐渐与男性消费者分庭抗礼。酒类销售商1919提供的数据显示:“90后”年轻人群体中,女性在白酒消费中占比为14%、在啤酒消费中占比为27%、在葡萄酒消费中占比则达到了35%;在苏宁易购向北京商报记者提供的“90后”在该平台酒类消费的统计数据中,白酒消费女性占比为36%、啤酒消费女性占比达到了47%、葡萄酒消费则完全逆转,达到了57%。业内人士表示,尽管

不同平台的数据统计及消费客群均有不同,但需要看到的是,以往男性消费者在酒类消费领域相对于女性消费者“碾压式”的优势正逐渐弱化。

京东相关负责人告诉北京商报记者,以“90后”为代表的年轻女性消费者更愿花大价钱购酒。尽管男性比女性更爱买酒,但在京东线上购酒超过1万元的群体中,26-35岁的女性在女性购酒者中所占的比例要远远高于同年龄段男性在男性购酒者中的比例。

## “红”强“白”弱仍较明显

从上述数据中也不难发现,女性在酒类消费中仍较为“偏科”,作为中国最主流的酒类——白酒,女性消费者与男性消费者的购买频次仍有明显差异,尤其是与葡萄酒板块的优异表现迥然不同。有观点指出,女性消费者的酒类消费除在口味上与男性有所差异,更偏好烈度较低、口味偏甜的产品以外,在消费场景上的差异也造成了白酒产品在女性消费者中“不受宠”。

业内人士表示,白酒产品除自饮外,更多作为中国大型商务宴请、社交送礼的主流用酒。而在这些消费领域,男性仍占据主流。与此同时,在女性偏好的更为时尚、更为私密的社交场合,以葡萄酒为代表的酒类产品则拥有更大发挥空间。这让“红”强“白”弱的态势在女性消费者中有着较明晰的体现。

值得注意的是,白酒作为传统酒类产品,除了近年来兴起的青春小酒以外,大部分较其他品类的白酒呈现出更为正式或传统的外包装。而从天猫向北京商报记者提供的信息中可以看到,“颜值”是女性尤其是年轻女性购酒时颇为关注的内容。葡萄酒、果酒产品较白酒产品更为多样化、更具色彩以及时尚度的外包装,赢得了更多女性消费者的青睐。北京商报记者 薛晨

# 中国酒业的文化突围

A BREAKTHROUGH OF CHINESE DRINKING CULTURE

2018  
长沙

## FCDC

中国酒业文化论坛  
FORUM OF CHINA DRINKING CULTURE  
—— 2018 ——

指导单位

中国酒业协会 中国酒类流通协会 中国商业文化研究会 中国经济传媒协会

承办单位

北京商报《中国酒业周刊》

主办单位

北京商报社 西信传媒

官方指定发布平台

北京商报网 《数据》杂志

官方直播平台

中国酒业文化论坛官网

扫描关注公众号  
了解活动详情