

Tmall Global  
天猫国际

×

智策GI  
Growth Insights

# 2025天猫国际 跨境酒白皮书

Trend report

Alcoholic  
beverage  
industry



# 目录

- 01 • 跨境电商发展回顾及  
天猫国际酒水发展概览 03
- 02 • 天猫国际酒水消费者洞察 11
- 03 • 天猫国际进口酒水消费  
趋势解读 18

# PART 01

跨境电商发展回顾及  
天猫国际酒水发展概览

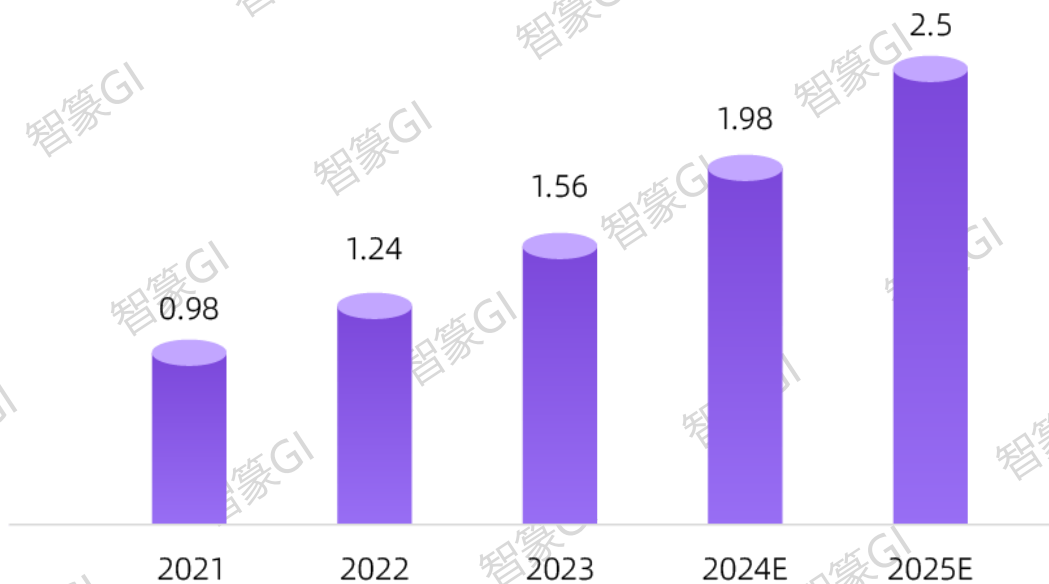


# 全球跨境电商市场持续繁荣下，中国跨境电商市场实现新突破

全球跨境电商市场规模持续高速攀升，2024年预估将到达2021年整体规模总额的2倍；其中中国跨境电商进出口总额占全球贡献占比达到2成以上，并从2020年到2023年实现40%的强势增长，2024年目前预估整体中国跨境电商市场规模将突破2.61万亿，跨境电商发展未来可期。

## 全球跨境电商市场规模

(单位: 万亿美元)



数据来源: Global Newswire

## 中国跨境电商进出口总额及全球贡献份额

(单位: 人民币)

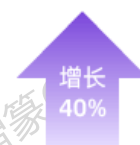
预估2024年

**2.61万亿**



2023年

**2.36万亿**



增长  
40%

2020年

**1.69万亿**

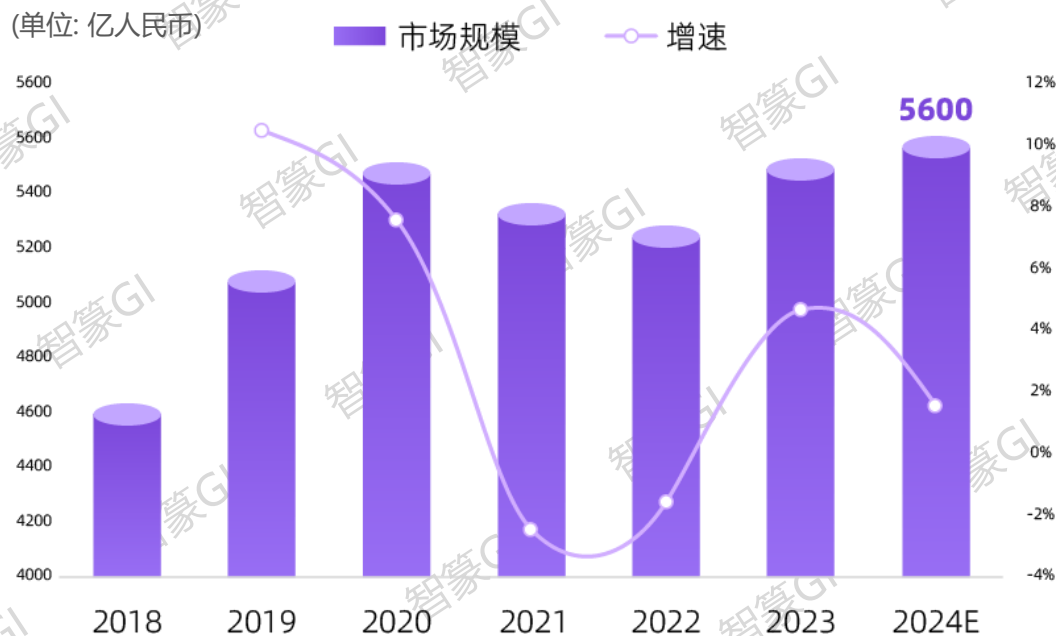


数据来源: 商务部、海关总署

# 跨境电商进口市场规模突围，进口电商用户消费积极

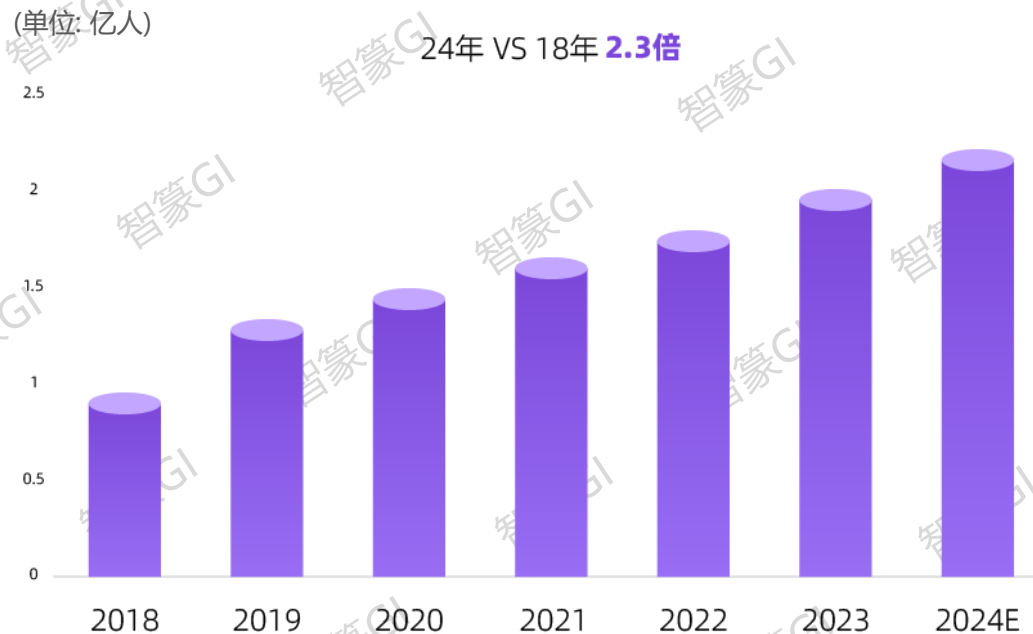
随着全球经济秩序的恢复，从2022年起跨境电商进口市场增长回升，2023年基本与疫情前持平，同时2024年将完成5600亿的市场规模，并在未来将持续突围；另一方面在消费者端，随着消费者生活品质的提高和生活方式的多元化发展，消费者商品的品质化心智的增强，中国跨境进口电商用户人数也实现了新突破，从2018年到2024年七年间用户是实现两翻。

## 中国跨境电商进口市场规模及增速



数据来源:《2023年度跨境进口电商用户消费特征简析报告》,2024年为预估数据结果

## 中国跨境进口电商用户人数



数据来源: 海关总署

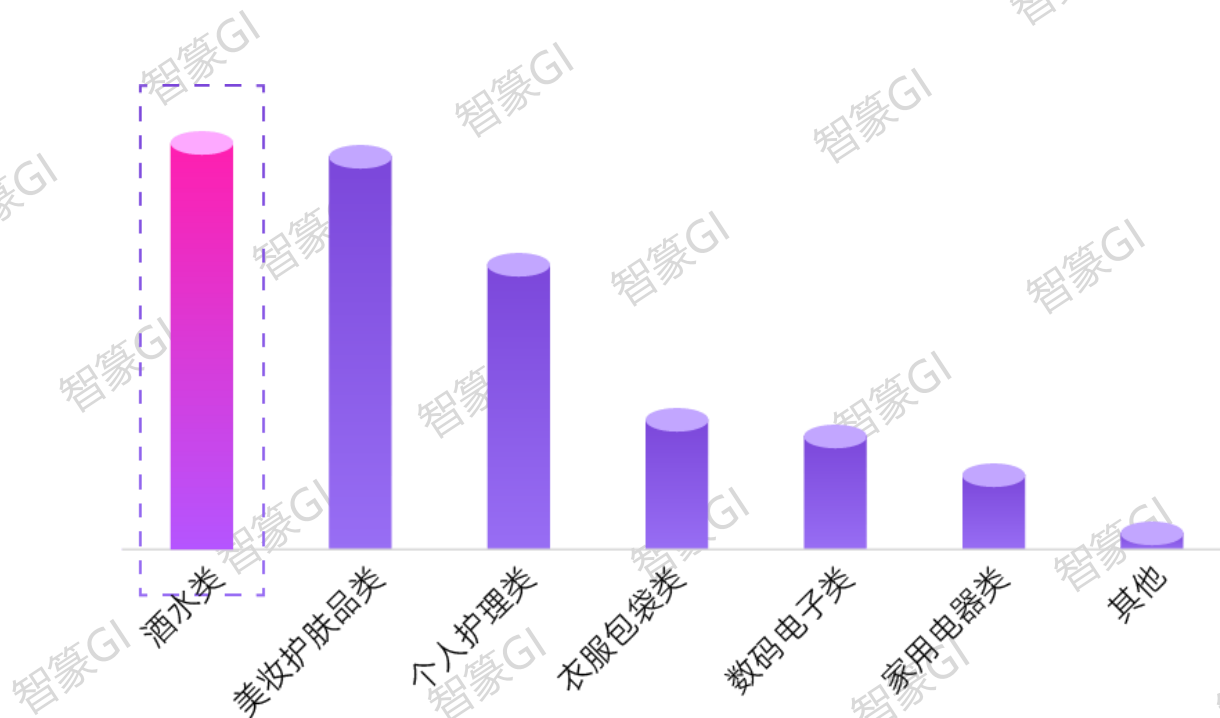
# 天猫国际是多数消费者购买跨境商品的主要选择平台，酒水类进口消费受追捧

消费者对于跨境进口电商平台消费的选择相对集中，天猫国际贡献了跨境进口电商市场的近4成，其他平台紧随其后分布贡献了近2成和1成以上，为主要的三大跨境进口电商平台。同时在对跨境消费偏好人群的调研中，消费者近一年消费购买增多的品类中，酒水类消费最受欢迎。

2023年中国跨境进口电商平台分布



消费者近一年跨境消费增多的品类分布



数据来源：易观分析《2023年度跨境进口电商用户消费特征简析》

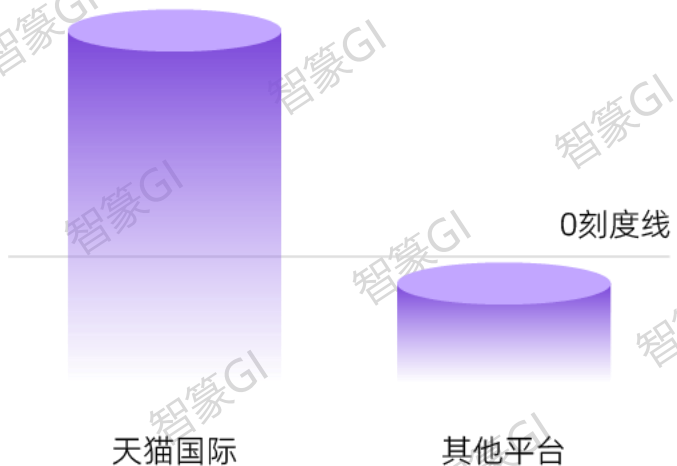
数据来源：TMIC消费者调研 N=1691

# 天猫国际酒水市场迅猛起势，消费热情高涨，品质化消费提升

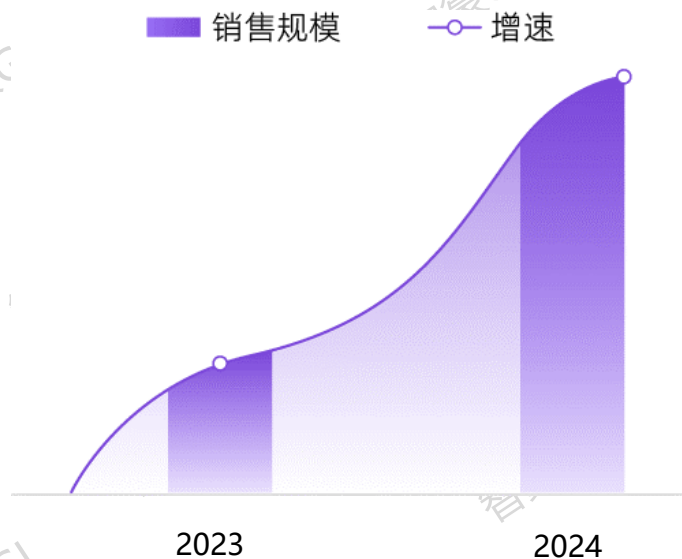
对比其他进口电商平台，天猫国际酒水品类实现高速增长，整体的消费规模持续不断扩大，消费者的酒水类跨境消费热情高涨。从酒水类的消费驱动来看，购买人数的增多和消费者对于品质化需求提升下的件单价的增长，是当下天猫国际酒水类消费的核心驱动力。

### 2024天猫国际 vs 其他进口平台酒水品类增速

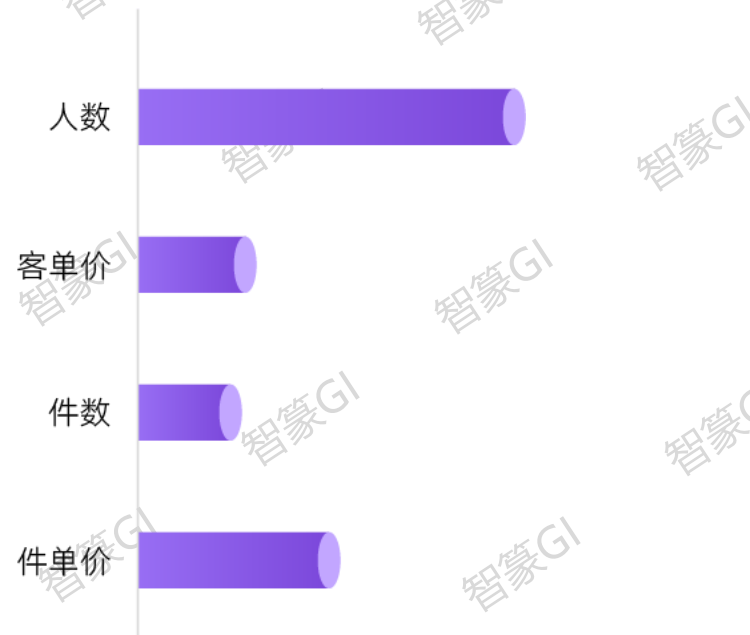
天猫国际 高速正增长



### 2023-2024天猫国际酒水品类销售规模及增速



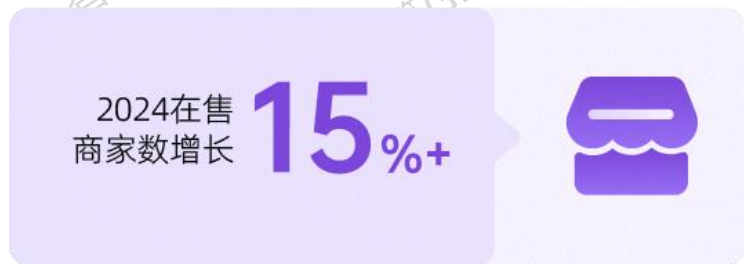
### 2024天猫国际酒水品类驱动因素



# 天猫国际以丰富的品牌及品类供给，质价比产品特性，赢得消费青睐

2024年天猫国际自营店铺、自营小酒馆实现快速增长，天猫国际通过全面丰富的酒水品类供给，带来更多海外高品质商品，满足行业客户的消费需求；同时从消费者调研情况来看，天猫国际酒水品类的大牌正品的保证和丰富的品类与产品线，以及质价比的优势成为了消费者的首选。

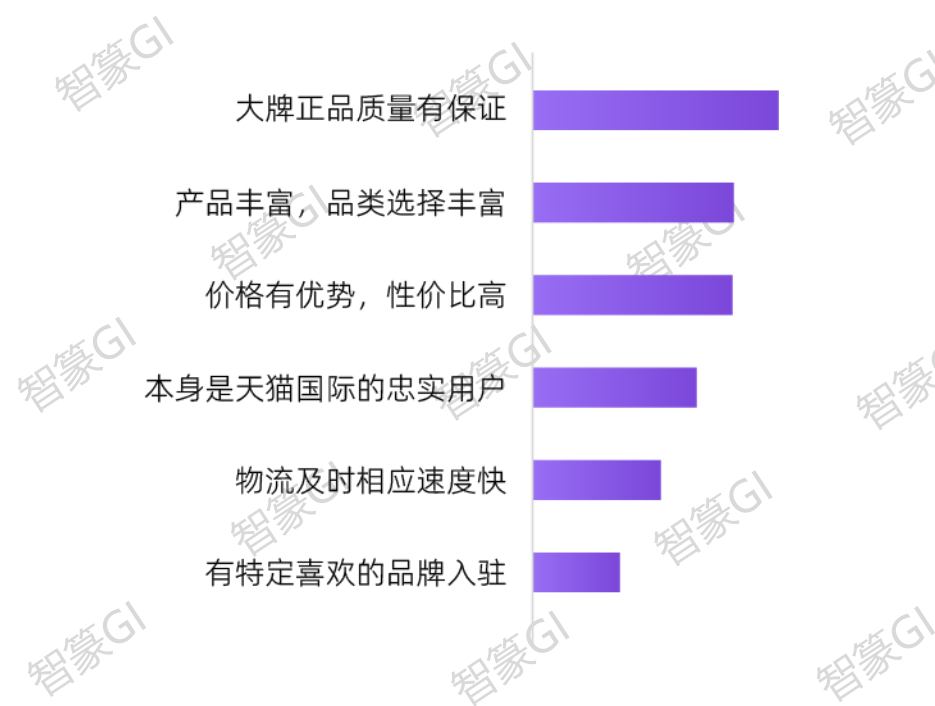
## 2024天猫国际酒水供给增长趋势



## 2024天猫国际品牌&店铺增长表现

- 2024天猫国际自营店铺增长 **6X%**  
天猫国际**自营小酒馆**增长 **5X%**
- 2024年销售过千万品牌数量达**12**个  
其中过5千万品牌4个
- 2024年销售额翻倍品牌数量达**11**个
- 2024年销售额翻倍店铺数量达**10**个

## 消费者在天猫国际购买酒水类产品的原因



# 天猫国际平台开展海外溯源直播，并通过自营小酒馆保障正品，并通过优化搜推机制、多种酒类导购服务，帮助消费者获得贴心服务，高效无忧地选购心仪酒品

天猫国际平台是酒品需求人群最信赖的平台之一，并持续优化商品选购和物流配送等的购买体验。如通过海外溯源直播和天猫国际直营小酒馆的方式保证正品可溯源，并且，天猫国际平台推出酒水专业导购、搜索推荐等页面帮助消费者更轻松选购到心仪酒品。

## 消费者在线上购买酒品的主要痛点

## 天猫国际推出海外溯源直播和多种导购指南等，持续优化购物体验



**海外溯源直播**  
好物正品保障

**天猫国际自营小酒馆**  
天猫审核 售后有保障

**搜推推荐** 定位热门商品

**专业导购Jasper**  
个性化推荐商品

**导购专业知识×货品详解** 多角度拆解商品

# PART 02

天猫国际酒水  
消费者洞察

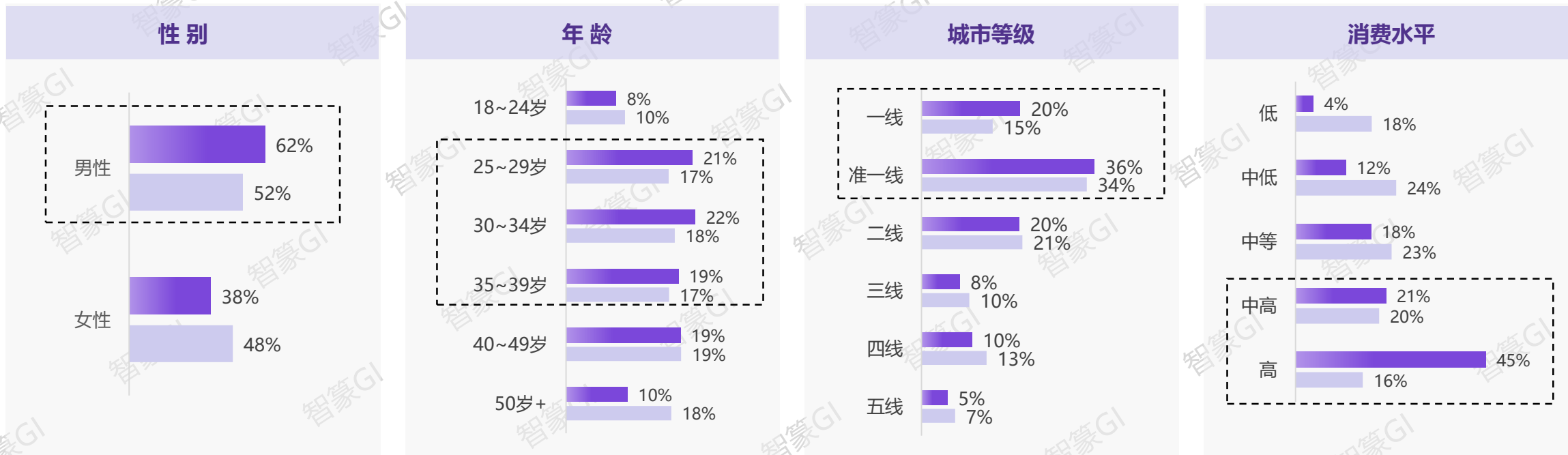


# 天猫国际品质化人群凸显，聚焦大城高消费水平用户

从天猫国际酒水消费人群来看，男性比例相对更高；年龄分布上，天猫国际中青年各年龄阶层的消费者比例较为接近，25-39岁年龄段占比略微突出；城市等级分布上，天猫国际消费者相对集中于一线和准一线城市；消费水平方面，天猫国际市场集中在中高以及高等消费水平人群。

## 2024天猫国际vs天猫整体酒水消费者画像对比分布

■ 天猫国际酒水 ■ 天猫整体酒水



数据来源：达摩盘

# 熟龄男女是天猫国际酒品的消费主力，18-29岁的年轻男女引领行业增长

30-39岁男性是天猫国际酒品的中坚力量，他们将酒视为社交、庆祝和传统文化的工具符号，享受饮酒的过程。30-39岁女性是市场的贡献主力之一，她们更享受饮酒带来的仪式感和愉悦感。18-29岁的男女增速快，是带动行业持续增长的主要人群，面对快节奏生活，年轻女性通过饮酒减压，年轻男性通过饮酒更好地社交和提升生活品质。

## MAT2024天猫国际酒类购买人群画像



## 酒类重点人群饮酒理念/饮酒宣言

### 30-39岁男性

社交工具 (58%)

庆祝喜悦 (41%)

传统延续 (31%)

以精选美酒传承文化、维系情谊，放松气氛，拉近人心。每一次相聚，因酒而更加精彩，尽享精致生活每一刻。

### 30-39岁女性

仪式感庆祝 (52%)

放松气氛 (47%)

在人生的精彩瞬间，我以酒庆祝，增添仪式感，用美酒铭刻难忘瞬间。

### 18-29岁女性

社交工具 (44%)

微醺减压 (27%)

无论是庆祝欢愉，还是舒缓心情，我以低度美酒轻酌，以健康适量的方式平衡情绪，享受生活的每一份清醒与美好。

### 18-29岁男性

社交需要 (57%)

庆祝喜悦 (37%)

彰显品味 (20%)

无论是日常佐餐增添风味，还是庆祝时刻点缀精彩，我以精选好酒彰显品味，尽享每一刻的精致生活。

# 男性消费高频，钟情国内外大牌，女性多酒种尝鲜，偏好追新和探索小众品牌

成熟男性酒类消费客单价最高，偏好国际大牌的白兰地、清酒等；年轻男性消费频次最高，对国内专业领域小众酒品牌偏好高，其次是国际大牌的金酒、朗姆酒等。熟龄女性更爱探索国际品牌，对鸡尾酒、葡萄酒、米酒和果酒等多种酒类均有涉猎；年轻女性更偏好甜葡萄酒和力娇酒等好入口的酒类。

## MAT2024天猫国际酒类核心&优势人群的酒类消费行为

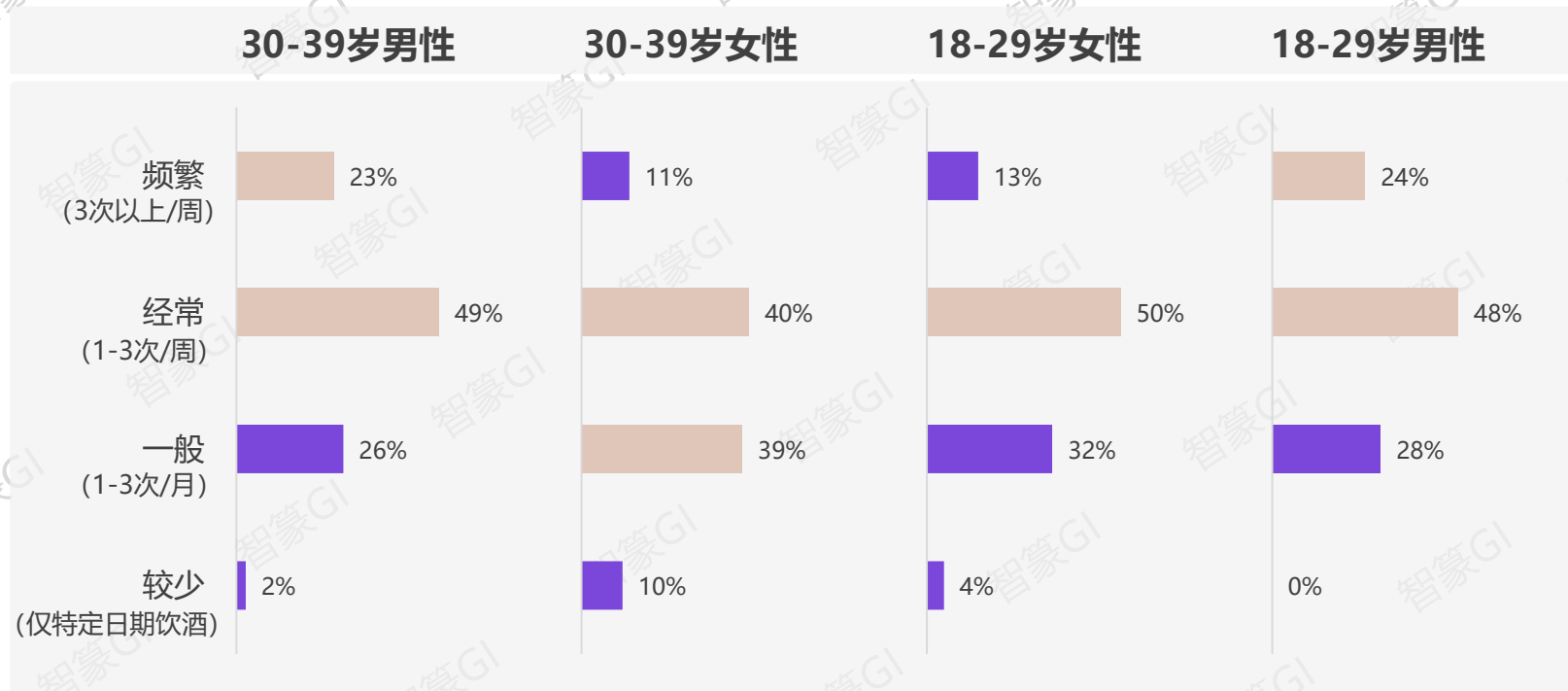
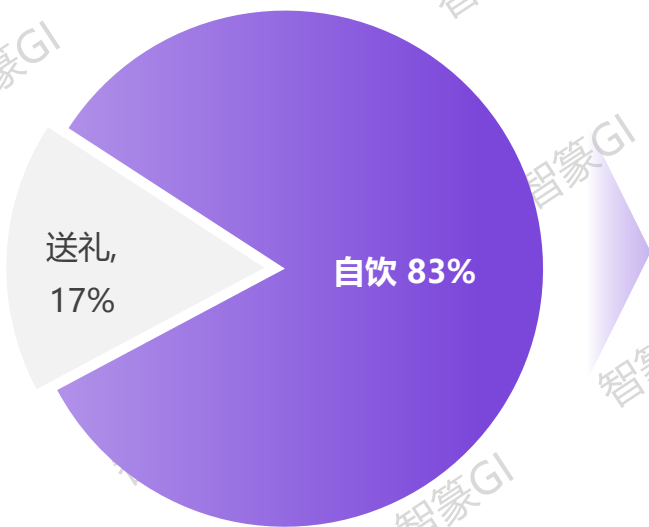
酒类市场消费行为	核心人群		优势人群	
	30-39岁男性	30-39岁女性	18-29岁女性	18-29岁男性
客单价	≈2,360元/年	≈1,806元/年	≈1,417元/年	≈1,991元/年
购买频次	≈101天/次	≈126天/次	≈121天/次	≈72天/次
品类偏好 (TGI)	白兰地 153	预调鸡尾酒 171	甜型葡萄酒 184	金酒 182
	清酒/烧酒 127	桃红静态葡萄酒 150	朗姆酒 181	朗姆酒 168
	威士忌 122	米酒 143	伏特加 179	伏特加 162
	加强葡萄酒 109	果酒 139	力娇酒 160	力娇酒 156
	干红葡萄酒 102	干白静态葡萄酒 136	金酒 153	威士忌 153
	品牌偏好	国际中高端品牌 (44%, TGI=120) (如喜力、杰克丹尼)	国际新生代品牌 (31%, TGI=117) (如smirnoff ice、peroni)	国际新生代品牌 (22%, TGI=169) (如smirnoff ice、peroni)
	国际高端大牌 (31%, TGI=111) (如拉菲酒庄红酒、人头马)	国际小众品牌 (38%, TGI=108) (如獭祭日本清酒、chimay精酿啤酒)	国际大众消费品牌 (67%, TGI=116) (如百威、绝对伏特加、百利甜)	国际高端大牌 (33%, TGI=118) (如拉菲酒庄红酒、人头马)

# 83%的消费者因自饮购买，男性饮酒频次最高，熟龄女性最克制

自饮和送礼是购买酒类的两大需求，其中自饮需求占比更高。自饮购酒的人群当中，18-39岁的男性饮酒频繁，每周都需要自饮几杯，18-29岁的女性虽每周也有一定的饮酒需要，但更为克制，30-39岁的女性饮酒频次最低，平均每月小酌几杯。

## 自饮人群的饮酒习惯

83%的消费者  
因为“自饮”需求购买酒类  
(4类核心人群间无显著差异)



数据来源：智篆GI、TMIC，N=1,178

# 酒的风味、种类和酒精度数是核心购买关注点，品牌、口碑和价格也被综合考虑

熟龄男性会综合考虑多种因素购买，如酿造工艺、年份、产地等。年轻女性也会多方比较后购买，她们更在意酒精度数、风味、档次等因素。熟龄女性购买时更关注酒品产地和商品口碑。年轻男性更关注品牌档次和酒精度数等因素。

购买酒类产品的购买决策因子×重点人群



		TGI			
		30-39岁男性	30-39岁女性	18-29岁女性	18-29岁男性
酒的风味类型	96	99	106	99	
酒的种类	107	88	104	101	
酒精的度数	94	93	111	102	
品牌和档次	106	85	105	105	
商品口碑	110	101	101	88	
价格和性价比	125	86	102	87	
酒的酿造工艺	125	79	104	93	
酒的年份	125	90	99	85	
酒的产地	120	104	99	77	
酒中是否含添加剂	100	101	108	91	

数据来源：TMIC, N=1,178

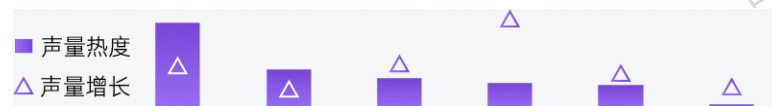
# 熟龄女性和年轻男女偏好居家畅饮，同时氛围感饮酒、饮酒文化内涵升级的推动下，居家饮酒方式推陈出新

多元的饮酒场景下，熟龄女性和年轻男女更偏好居家自饮轻松畅饮方式。同时从消费者的社媒讨论声量来看，居家饮酒作为主流场景，并推陈出新居家饮酒方式，获得较高的消费讨论热情。伴随着消费者的饮酒生活方式的改变，从过去关注品类，酒吧探店的探索式饮酒，逐步倾向饮酒对于生活方式和态度的表达，强调氛围感饮酒、追求小众酒品和酒的文化内涵。

## 酒类重点人群自饮酒场景偏好

占比	饮酒场景	TGI			
		30-39岁男性	30-39岁女性	18-29岁女性	18-29岁男性
聚会社交场	和亲朋好友聚会饮酒	105	96	96	96
	商务社交场合饮酒	123	87	63	99
居家场	和伴侣/家人居家饮酒	93	108	99	111
	独自一人居家饮酒	107	94	127	81
	品尝/尝鲜饮酒	108	87	118	145

## 2024年社媒饮酒场景讨论热度



## 消费者饮酒相关讨论内容变迁



数据来源：TMIC, N=1,178

# “一人独酌，二人微醺”，打造多元氛围感饮酒生活

用户在社媒平台讨论“居家饮酒”的话题多样且热度趋高，又因一起品酒的对象不同、节点不同表现出差异化的品酒方式。一人独酌，二人微醺”饮酒方式盛行，18-29岁年轻的单身人士偏爱睡前小酌促进睡眠，排解情绪和享受独居单身时光的居家独饮，同时注重独酌品质，居家饮酒佐餐。熟龄已婚群体青睐营造家庭和二人世界的生活的仪式感，特殊节日的共饮，享受家庭生活带来的解压放松。

## 居家场景下消费者饮酒的原因

### 一人独酌，享受独处的情绪修复时光

- TGI 150 睡前小酌，更容易入睡
- TGI 133 情感低谷期，调节情绪
- TGI 118 享受安静惬意的时光，如边读书/看电影/追剧，边品酒
- TGI 109 主要为了搭配菜品一起，让滋味更丰富



18-29岁  
单身或  
恋爱独居  
小资女性

### 一人独酌

### 关键词

#独居微醺

#下班后的固定仪式

#一人食自嗨

饮酒方式



下班工作解压



纯饮助眠



看剧/音乐氛围



桌面摆拍生活方式

### 二人/家人共饮，生活仪式感的加持

- TGI 105 庆祝个人成就、生日等需求
- TGI 105 庆祝特殊纪念日，如周年纪念等
- TGI 103 庆祝节日增加仪式感，如新年、圣诞节
- TGI 100 解压放松，如周末休闲时光，工作日结束后放松等



30-39岁  
已婚注重生活  
品质女性

### 二人微醺

### 关键词

#浪漫氛围感

#二人世界

#两口子共饮

饮酒方式



观影



葡萄酒慢饮



烛光晚餐



鲜花香薰

# PART 03

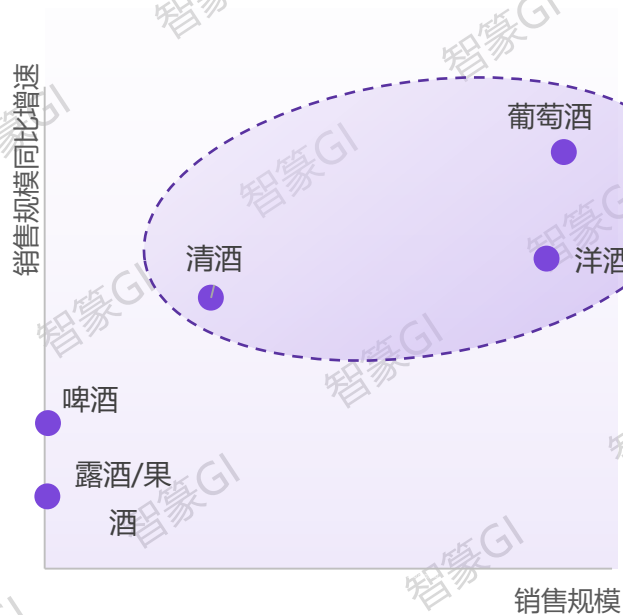
天猫国际进口  
酒水消费趋势解读



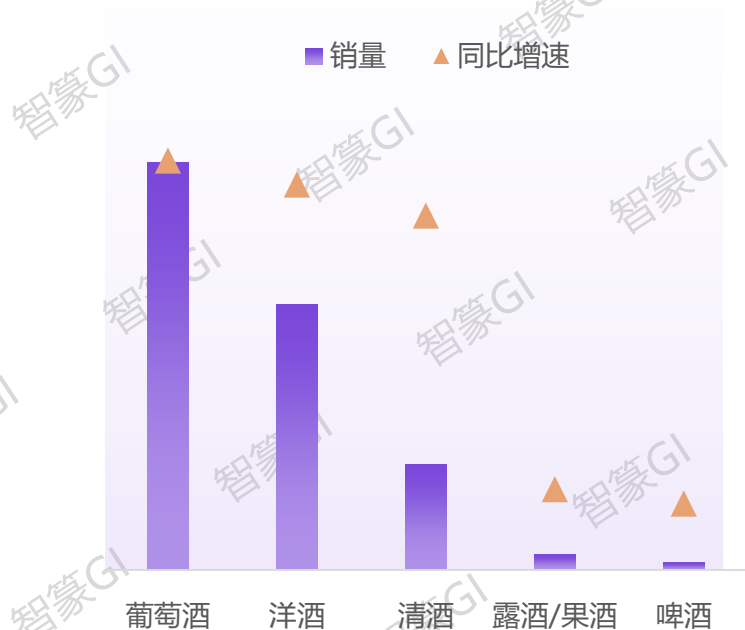
# 天猫国际三大主要酒种齐头并进，2024年销量大幅拉升，市场趋势向好

葡萄酒、洋酒和清酒为天猫国际主要销售品类。2024年葡萄酒涨势迅猛，由销量、件单共同驱动市场增长，销售规模同比大幅提升；洋酒依靠销量驱动增长，平均单价稳定；清酒销量增长，价格有所回落，市场规模稳步提升。

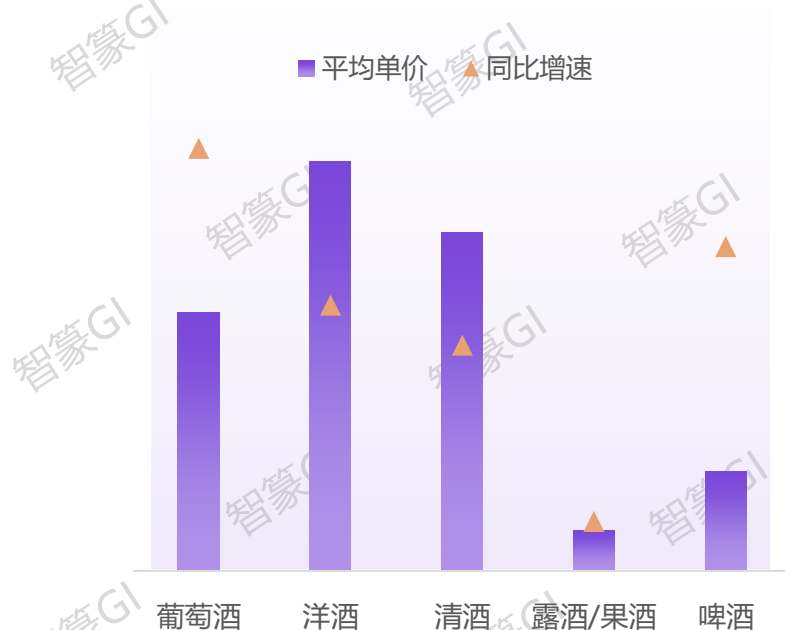
2023-2024天猫国际各类型进口酒水市场销售趋势



2023-2024天猫国际各类型进口酒水市场销量趋势



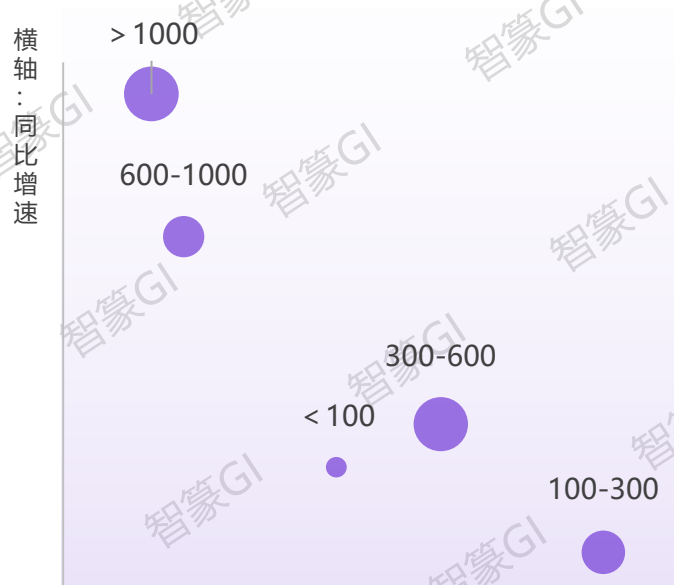
2023-2024天猫国际各类型进口酒水价格变化趋势



# 天猫国际酒水呈现品质化趋势，价格带高端化扩容、多层级增长分化

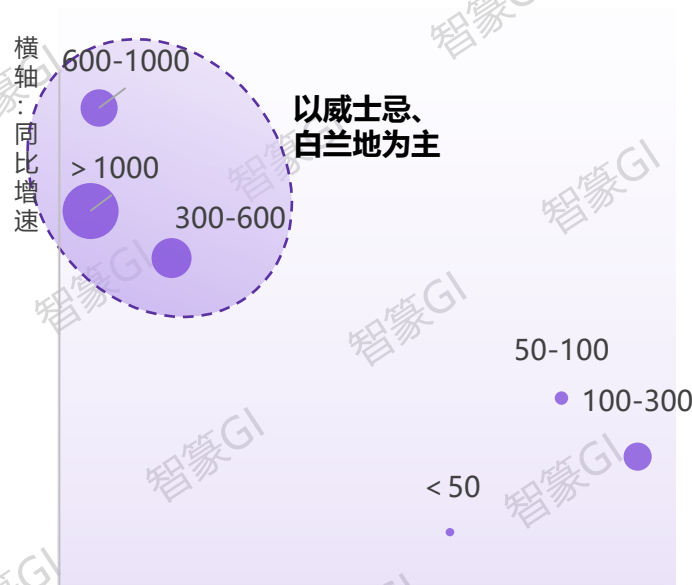
天猫国际葡萄酒品类销售集中在100-300元、300-600元市场，600-1000元和1000元以上中高端市场增速可观，且增长显著；洋酒各品类间价格差异大，市场销量集中在100-300元价格带，以威士忌、白兰地为主的300元以上价格段高速增长；清酒主力价格带为100-300元和300-600元，千元以上高端价格带和百元以下性价比价格带呈现两极增长。

### 2023-2024天猫国际葡萄酒 价格带分布及增长趋势



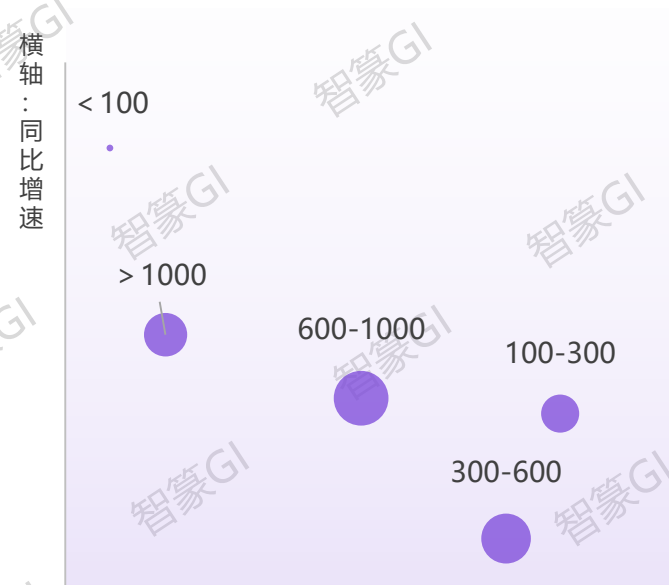
横轴：销量；气泡大小：金额市场份额

### 2023-2024天猫国际洋酒 价格带分布及增长趋势



横轴：销量；气泡大小：金额市场份额

### 2023-2024天猫国际清酒 价格带分布及增长趋势



横轴：销量；气泡大小：金额市场份额



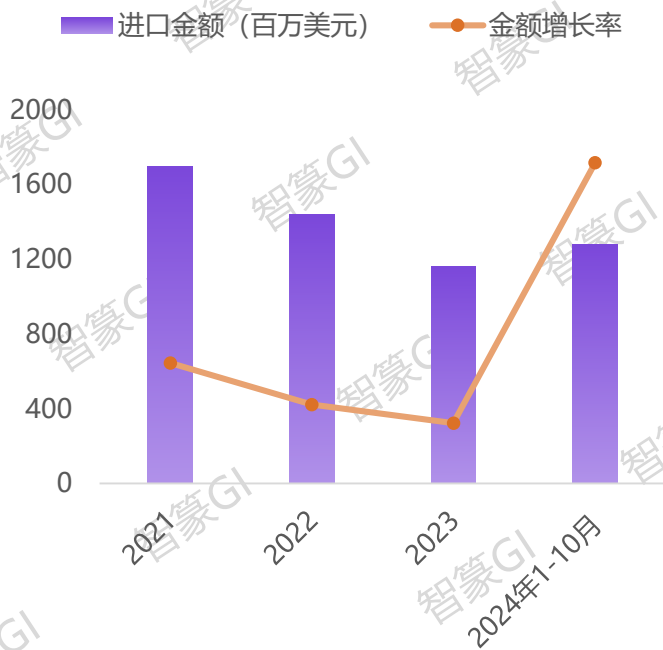
# 葡萄酒

葡萄酒主流消费仍以进口品牌为主，2024年进口葡萄酒需求复苏，天猫国际平台增长势头强劲，来自法国、澳洲高品质葡萄酒需求旺盛。另外，白葡萄酒、起泡葡萄酒、甜型葡萄酒、桃红葡萄酒等品类增长势头集中凸显，成为葡萄酒品类多元化关键年的重要推动力。

# 葡萄酒品类进口消费是主流，天猫国际规模快速增长，占天猫整体渗透率大幅提升

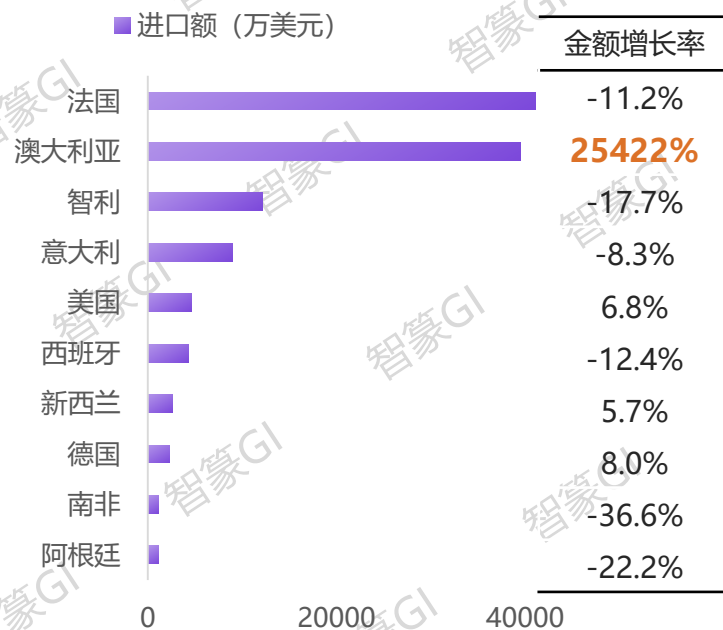
根据海关总署数据显示，2024年我国葡萄酒进口额在前10个月已超过2023年全年，金额口约为12.78亿美元，同比增长30.1%；澳大利亚葡萄酒关税取消后，来自澳大利亚的葡萄酒供给全面复苏。从线上数据来看，进口葡萄酒仍占据天猫葡萄酒约七成市场份额，2024年天猫国际进口葡萄酒市场规模快速提升，同比增速超50%。

### 2021-24年1-10月我国葡萄酒进口金额



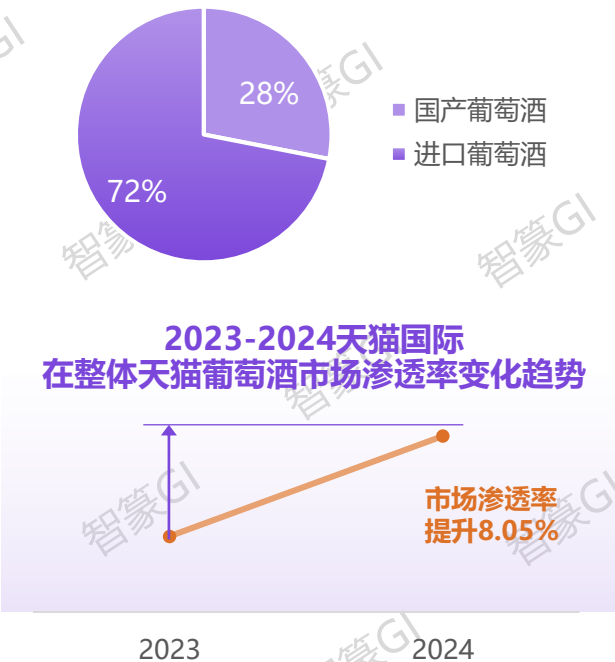
数据来源：海关总署

### 2024年1-10月葡萄酒TOP10进口来源地



数据来源：海关总署

### 2024天猫国产&进口葡萄酒销售规模分布

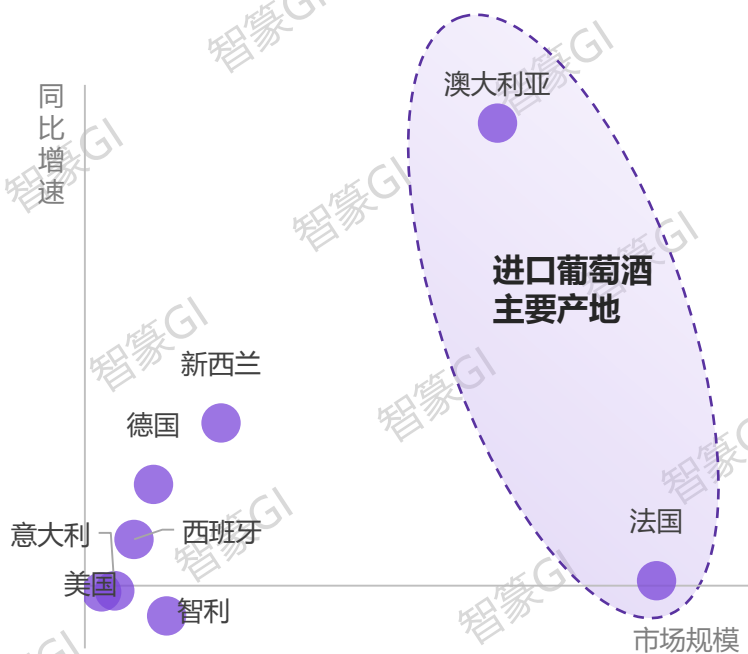


数据来源：智篆GI

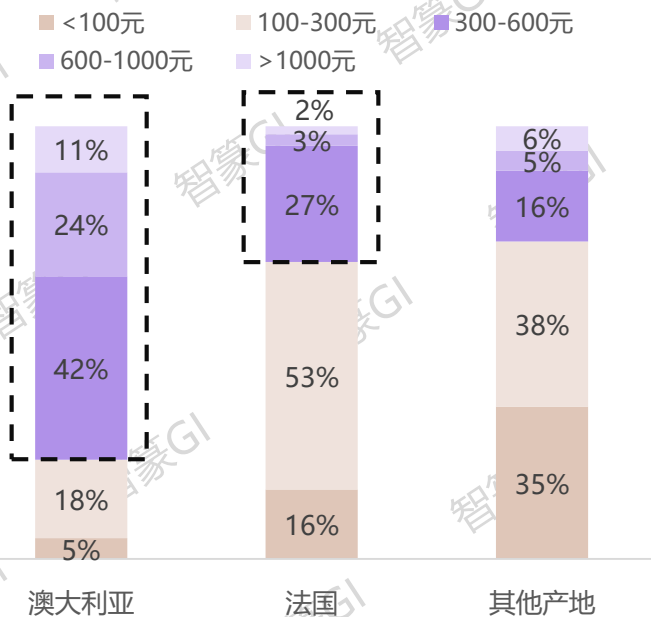
# 进口来源多地葡萄酒实现高速增长，法国、澳洲高端葡萄酒消费需求释放

天猫国际消费者对法国葡萄酒的整体需求基本量较大，趋势平稳；澳大利亚、新西兰和德国葡萄酒增长提速，市场增幅明显扩大；整体天猫国际葡萄酒市场增长点出现在澳大利亚高端葡萄酒需求释放，约80%澳大利亚葡萄酒市场销量在件均价300元以上，奔富受到市场消费青睐。

### 2023-2024天猫国际葡萄酒产地规模分布



### 2023-2024天猫国际不同产地葡萄酒价格带销量分布



### 2022-2024天猫国际葡萄酒品牌榜

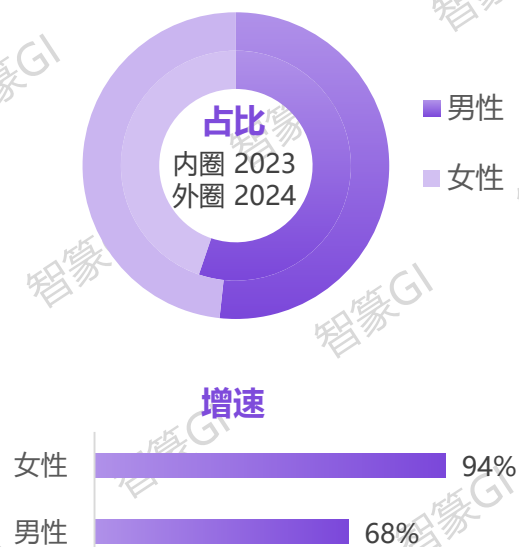
YEAR	2022	2023	2024
1	拉菲	拉菲	奔富
2	奔富	云雾之湾	云雾之湾
3	奥兰	奔富	蚝湾
4	红魔鬼	酪悦香槟	拉菲
5	力士金	力士金	酪悦香槟

数据来源：智篆GI

# 女性对于进口葡萄酒需求激增，注重口感风味，青睐干白、甜型和起泡酒

2024天猫国际女性葡萄酒消费者快速增长，人数体量即将接近男性群体，是高增长潜力人群；相较于男性消费者，女性在购买阶段更在注重葡萄酒的口感风味、葡萄品种以及酒精度数，因此在品种的选择上，女性更倾向于选择适口度高的白/桃红葡萄酒、甜型葡萄酒和起泡酒，干红更受男性消费者欢迎。

### 2023-2024天猫国际不同性别购买葡萄酒人数占比&增速



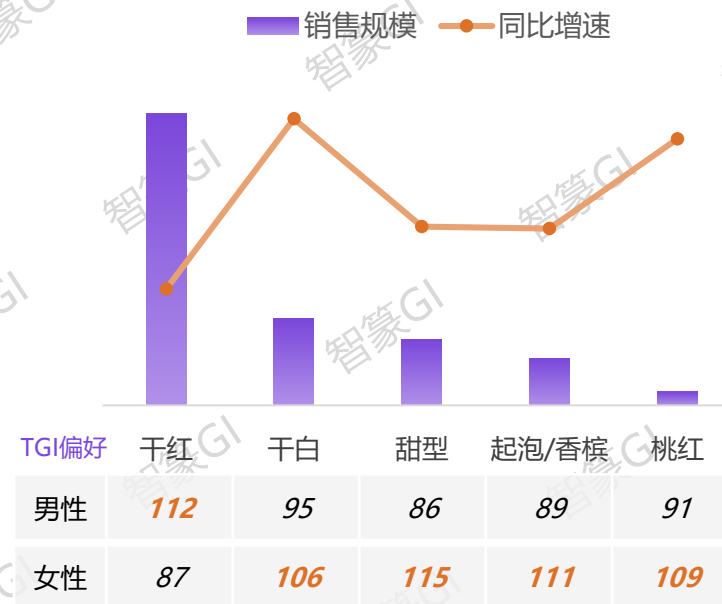
数据来源：达摩盘

### 消费者对于进口葡萄酒购买关注度



数据来源：智篆GI

### 2023-2024天猫国际各类型进口葡萄酒市场销售

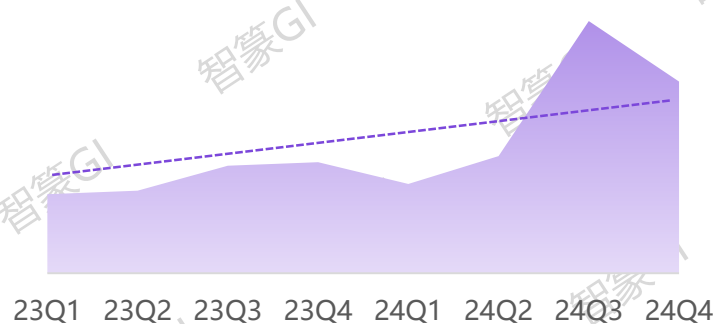


数据来源：TMIC消费者调研

# 葡萄品种认知程度持续上升，赤霞珠、西拉、雷司令为热销品种

近一年社媒平台上葡萄酒葡萄品种的讨论热度持续上升，24年Q3迎来爆发性增长，越来越多消费者在挑选葡萄酒时开始关注葡萄品种，对葡萄酒认知逐渐加强。天猫国际红葡萄酒以赤霞珠和西拉为主，白葡萄酒中雷司令、长相思增长态势显著。

2023-2024社媒平台进口葡萄酒葡萄品种讨论热度趋势

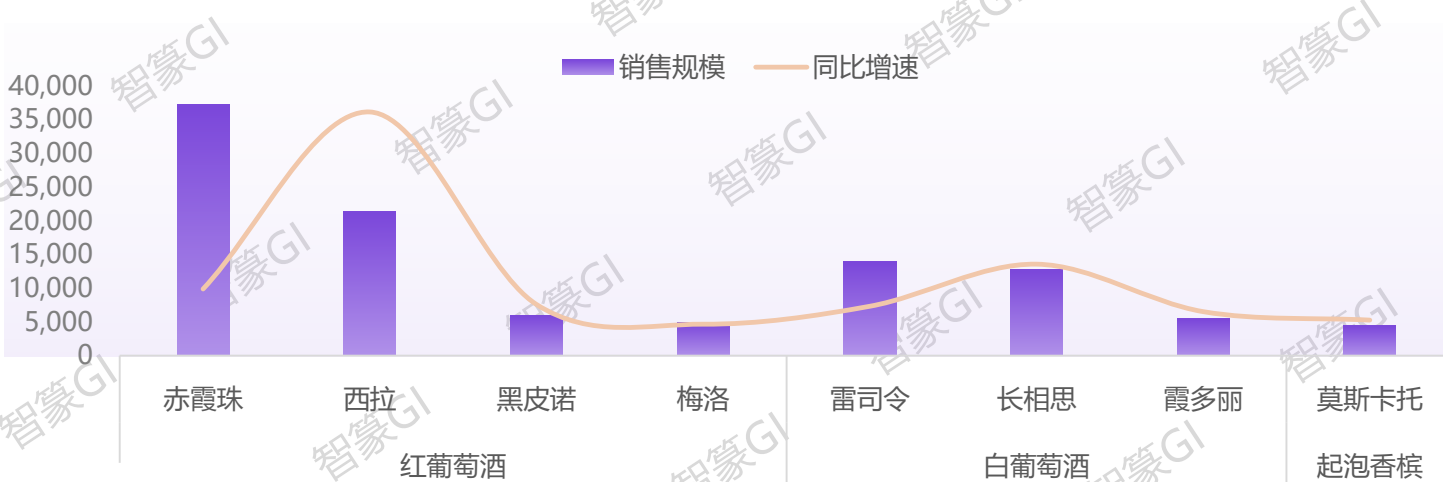


社媒平台热议葡萄品种词云



数据来源：智篆GI

2023-2024天猫国际主要葡萄品种消费规模及增速



代表商品	法国雄狮酒庄	澳大利亚奔富葛兰许 BIN95	勃艮第亚历山大酒庄	法国白马酒庄	德国伊贡慕勒摩泽尔雷司令	新西兰云雾之湾长相思干白葡萄酒	法国亚历山大酒庄夏布利干白	意大利马天尼莫斯卡托起泡酒
红葡萄酒								
白葡萄酒								
起泡香槟								

数据来源：智篆GI



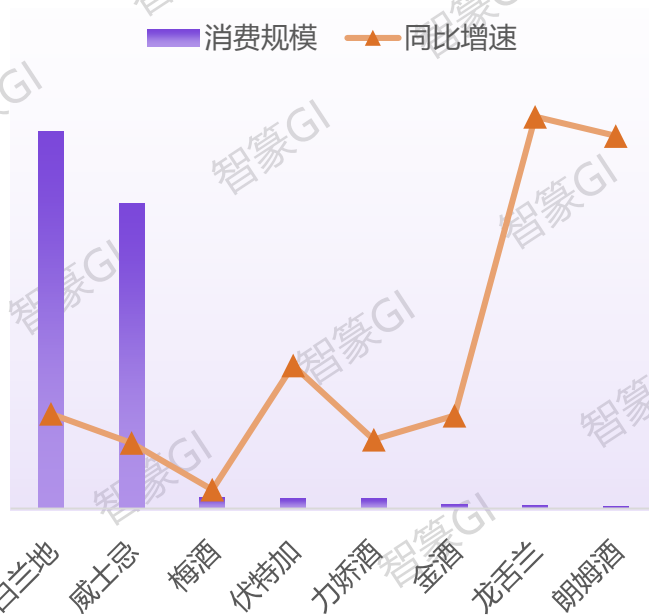
# 洋酒

天猫国际洋酒品类供给丰富，以威士忌和白兰地为核心的细分市场高速增长，伏特加、金酒等小众洋酒市场呈现多样化发展。

# 白兰地、威士忌引领天猫国际洋酒市场增长，各细分品类呈现多样化发展

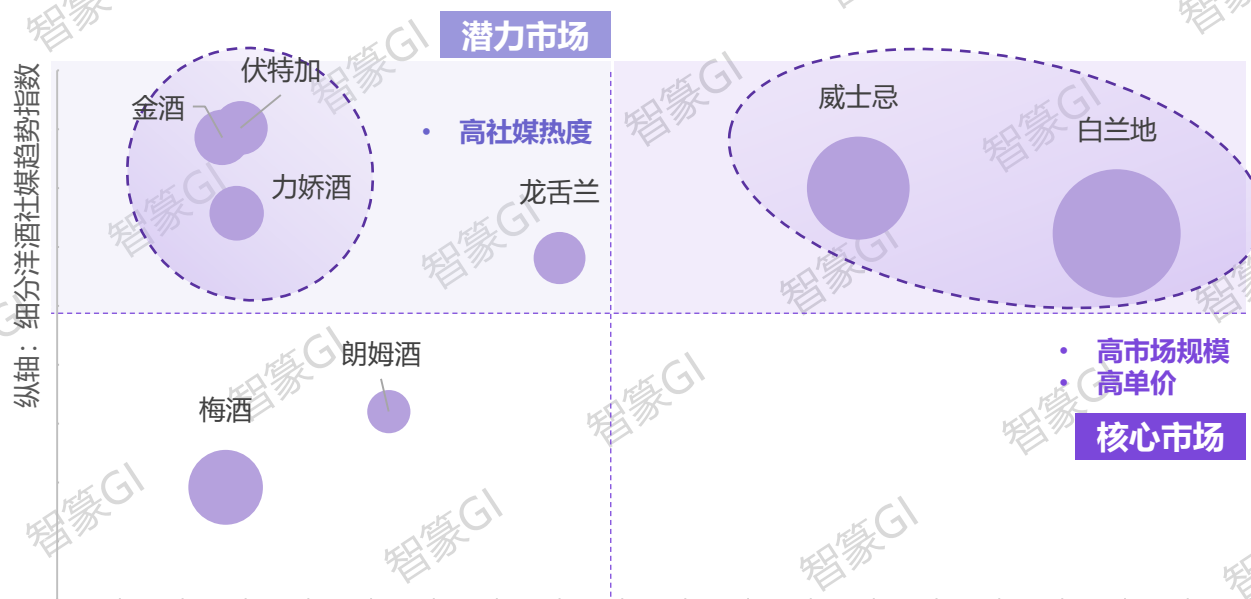
天猫国际洋酒品类供给丰富，市场呈现多样化发展。进口威士忌和白兰地消费需求突出，贡献较大市场份额，产品单价高，是天猫国际洋酒核心细分市场；力娇酒、伏特加、金酒站内增长态势显著，站外社媒平台讨论热度高，消费者需求持续增长，综合增长势头强劲，是2025年潜力增长市场。

### 2023-2024 天猫国际进口酒水洋酒细分市场规模及增速



数据来源：智篆GI

### 2023-2024 天猫国际洋酒细分市场&社媒增长矩阵



注：气泡大小为件单价，件单越高气泡越大

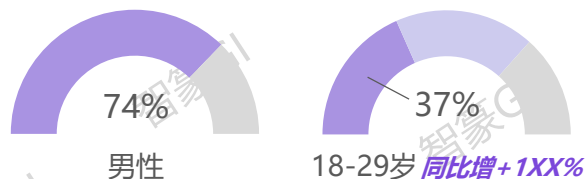
横轴：细分洋酒市场指数

数据来源：智篆GI

# 进口威士忌市场年轻群体驱动增长，单一麦芽威士忌引领品质潮流

天猫国际进口威士忌近超七成为男性消费者，18-29年轻群体增速明显，同比去年增长超100%，年轻市场对威士忌兴趣提升；男性消费者购买威士忌时更关注威士忌的种类与国家产地，其中单一麦芽威士忌市场份额，且增速迅猛，成为市场热点。

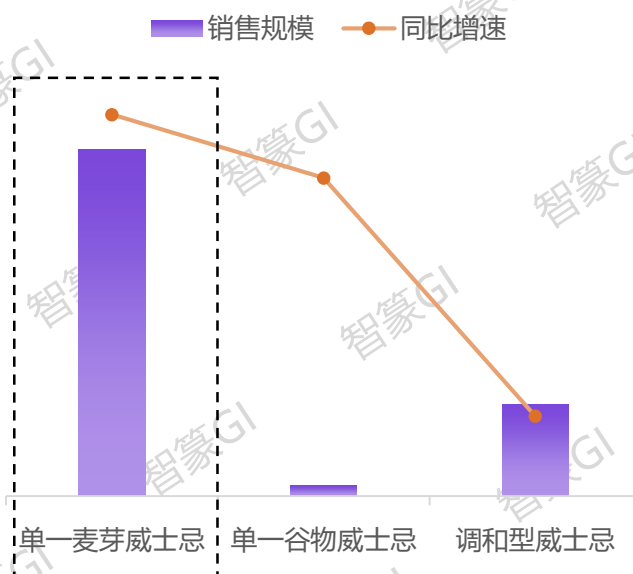
## 2024天猫国际进口威士忌购买人数分布



## 消费者购买威士忌时主要购买关注点

	TGI 男性	女性
酒的风味类型	97	103
威士忌种类	106	94
国家产地	103	97
酒精度数	108	92
品牌和档次	111	90
酒的年份	105	96

## 2023-2024天猫国际进口威士忌不同种类消费规模及增速



数据来源：智篆GI、TMIC消费者调研

## 2022-2024天猫国际单一麦芽威士忌TOP品牌变化

排名	2022	2023	2024
1	山崎	山崎	麦卡伦
2	三得利	麦卡伦	山崎
3	麦卡伦	雅伯	格兰菲迪
4	雅伯	白州	雅伯
5	白州	三得利	百富

**2024天猫国际威士忌超级单品**

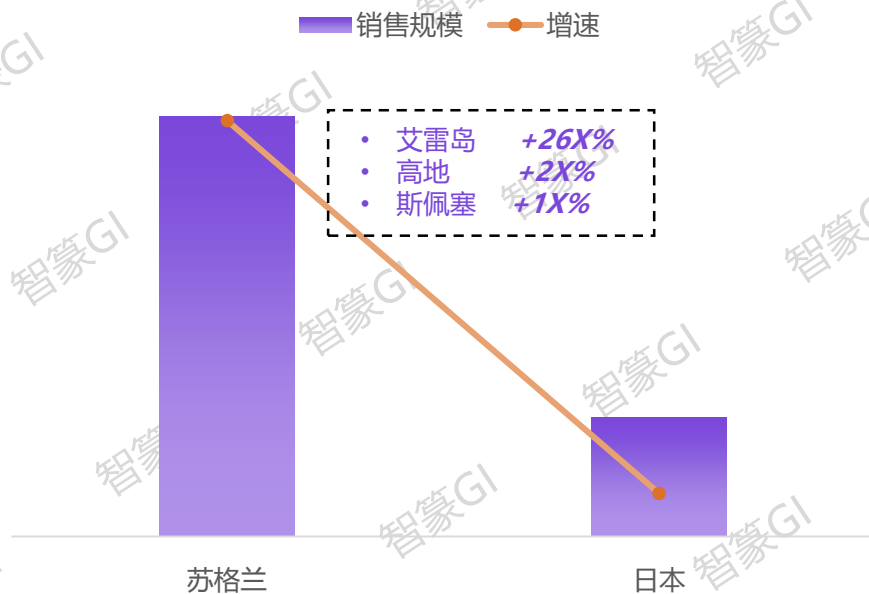
**MACALLAN 12年单一麦芽威士忌礼盒装**

- 采用西班牙特制雪莉橡木桶，12年陈酿
- 古法蒸馏，只取二次蒸馏后16%精华酒心
- 使用小巧铜质蒸馏器，蒸馏过程细腻

# 苏格兰单一麦芽威士忌高销售高增长，高端化趋势突出

苏格兰单一麦芽威士忌为市场主流，在维持高市场规模的同时增速明显，苏格兰风味多变，口感柔和顺滑的调和型威士忌也受到消费者青睐，增速较快；苏格兰单一麦芽威士忌销售主要分布在300-600、600-1000元高品质价位段，1000元以上的高端价位段增速领跑；日本单一麦芽、调和型威士忌也备受消费者青睐，高端化单一麦芽威士忌的消费偏好显著。

### 2023-2024天猫国际单一麦芽威士忌主要产地销售表现及增长趋势



### 2023-2024天猫国际单一麦芽威士忌主要产地各价位段销售表现



# 威士忌走上日常餐桌，年轻消费者创新喝法引领社交新风尚

威士忌突破传统娱乐场景界限走入消费者日常生活，社媒平台家中独酌、美食佐餐、朋友聚会等相关讨论热度飙升；饮用方式上，加冰块与DIY调酒为主流喝法，年轻消费者倾向于根据个人口味偏好调制威士忌饮品，同时探索小众专业品酒喝法，增添生活仪式感；通过创新地将各式饮品与威士忌组合，碰撞出巧妙风味的变化，沉浸在愉快微醺的美妙时刻。

## 2024 威士忌饮酒场景社媒表现



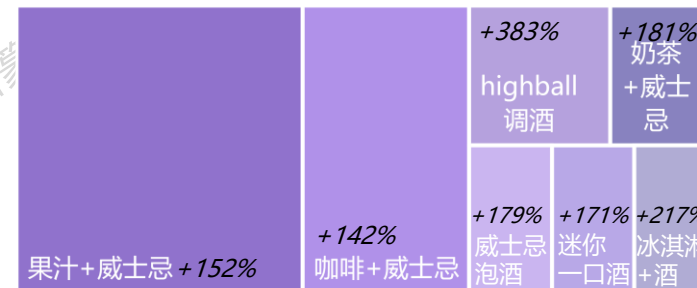
注：气泡大小为平均单篇互动量，互动量越高气泡越大 社媒声量

## 消费者饮用威士忌方式调研

不同人群偏好TGI ▶ 18-29岁 30-34岁 35-39岁 40岁+

饮用方式	18-29岁	30-34岁	35-39岁	40岁+
加冰块饮用	101	100	103	91
DIY调酒饮用	102	105	97	49
加苏打水饮用	100	100	103	106
纯饮	85	114	74	174
水割法饮用	124	76	101	116

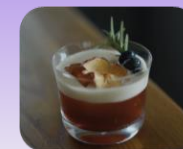
## 2024 社媒平台威士忌热门喝法



消费者更加注重口感、风味和饮用体验的多样化，通过与各式饮品搭配中和口感，烈酒变得清爽易饮，香气与味道相互交织，让人在微醺中尽享美妙时光。



橙汁威士忌酸



咖啡威士忌



威士忌highball

# 清酒

天猫国际清酒市场消费者认可度提高，女性新客成为增长新动力，果香甘口、低度微醺成为新趋势，新形态气泡清酒焕新口感，容量包装向小瓶独饮与超大瓶分享装两极化发展。

月桂冠清酒  
净含量: 1.8L

品名: 月桂冠清酒 本醸造  
配料: 水、大米、米曲、食品添加剂  
酒精度: 16.0%vol  
制造商: 月桂冠株式会社  
地址: 江苏省苏州市工业园区金鸡湖大道1111号  
电话: 0511-86623797  
酒厂: 日本月桂冠株式会社  
经销商: 月桂冠(上海)国际贸易有限公司  
地址: 上海市静安区南京西路1206号  
电话: 021-96272336  
产地: 日本  
产品标准号: GB/T 20065  
生产许可证号: SC14332101101001  
贮存条件: 阴凉、避光、干燥处  
生产日期: 20221127

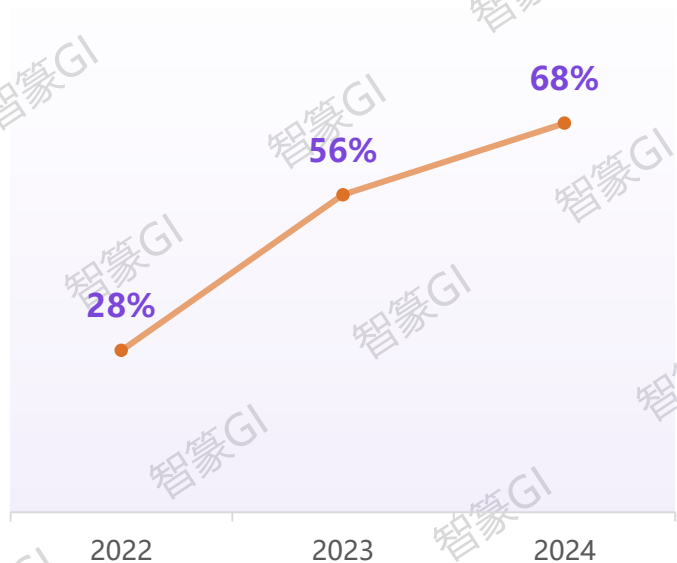
产地: 江苏·镇江

【适量饮用，有益健康】

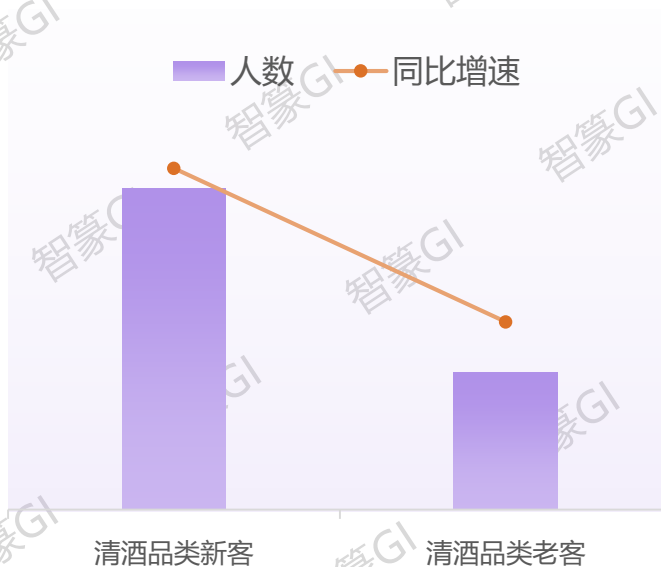
# 天猫国际清酒市场受消费者青睐，吸引品类新客与年轻女性助力增长

天猫国际清酒/烧酒市场在天猫平台渗透率逐年攀升，成为众多消费者选购进口清酒的首选平台，信誉和优势得到广泛认可；进口酒水消费者为清酒品类新客，人数规模快速增长，市场潜力巨大；其中年轻女性群体增长显著，成主要市场增长人群。

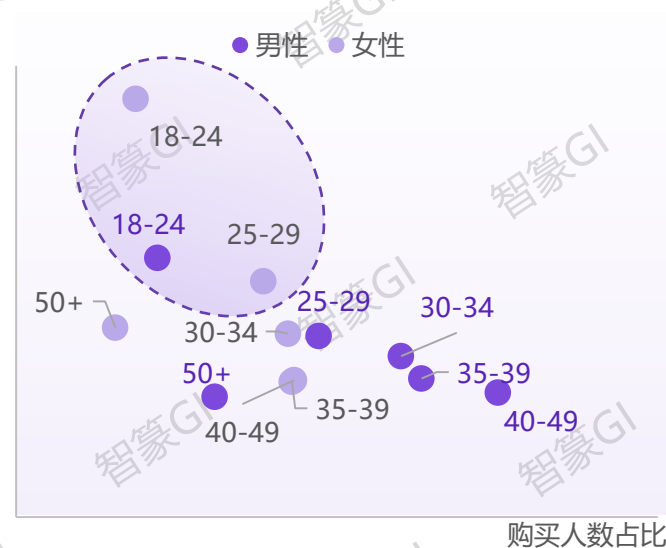
2022-2024 天猫清酒  
天猫国际销售额渗透率变化



2024 天猫国际清酒市场新老客拆解



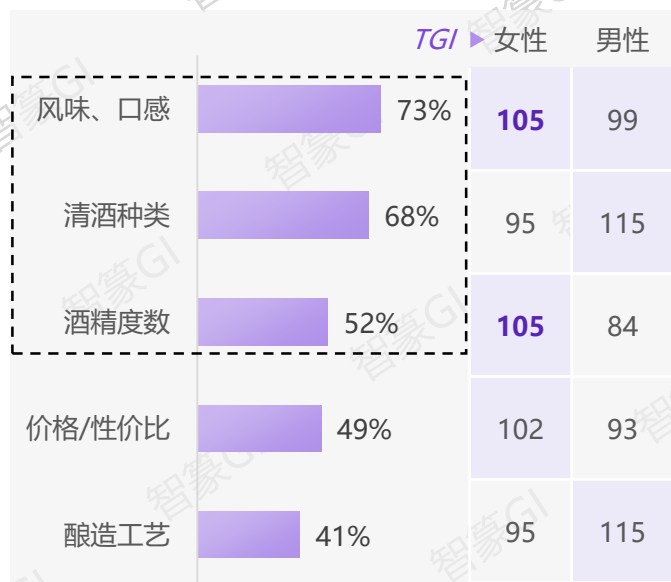
2023-2024 天猫国际进口  
清酒市场 品类新客人群画像



# 风味类型与酒精度数为女性主要购买关注点，果香甘口、低度微醺成新趋

风味口感为消费者购买清酒的首要关注点，其中果香甘口风味已成为主流选择，其口感顺滑淡雅扎实回甘，瓜果香气华丽丰富，符合广大消费者的口味偏好；同时，超半数消费者购买时会关注酒精度数，低度轻盈的微醺清酒备受消费者青睐，7%vol以下清酒销售增速明显。

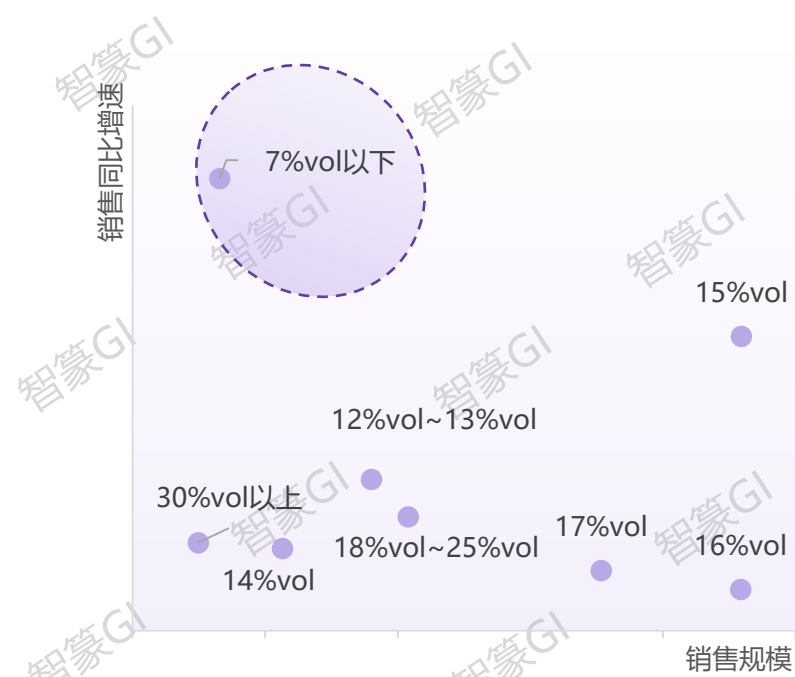
### 消费者购买清酒时主要购买关注点



### 2024 天猫国际清酒市场主要风味香型



### 2024 天猫国际清酒市场酒精度数分布

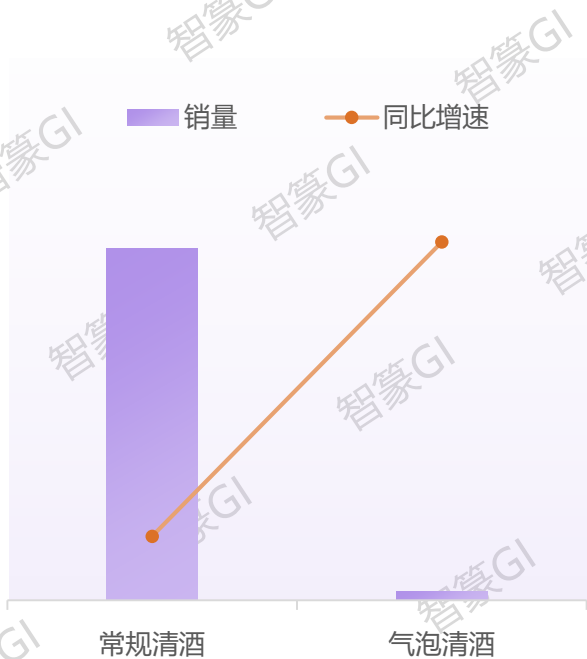


数据来源：智篆GI

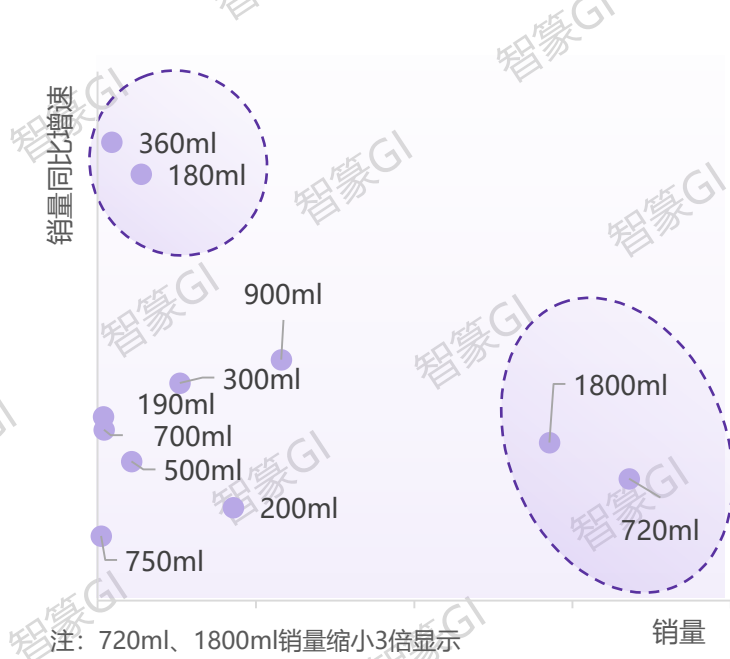
# 清酒产品形态创新，气泡清酒销量激增、容量包装向小瓶装、超大分享装两极发展

传统清酒创新形态，气泡清酒以其低酒精度及多样化的香甜口感、高接受度，成为清酒市场的新宠；容量方面呈现两极化发展态势，小瓶装清酒便携易带，适合独饮，满足日常及出行需求，其中铝罐创新包装有效延长清酒的保鲜期，更加便携、时尚；超大畅饮分享装则主打节庆礼遇市场，以大容量和精美包装深受消费者青睐。

### 2024 天猫国际进口清酒市场主要商品类型销量表现



### 2024 天猫国际进口清酒市场主要商品 清酒容量销量表现



### 代表商品



**日本盛 Soda气泡清酒**

- 180ml小瓶装，适量微醺
- 7%vol.微醺
- 清爽适度碳酸
- 入口轻快清爽
- 回味微甜



**獭祭三割九分1.8L礼盒装**

- 大容量高性价比，清酒进阶之选
- 礼盒包装，宴请聚会送礼皆宜
- 酒风轻快爽朗，充满果香



**日本盛 罐装清酒**

铝罐 +88% YOY

- 纯米大吟酿
- 便携，不易破损
- 瓶盖设计、随时畅饮

# 总结与展望



## 01 高端品质化与圈层化并行

- **核心品类升级：**名庄葡萄酒、单一麦芽威士忌、高端清酒继续领跑市场，消费者愿为稀缺性和“文化价值”支付溢价。
- **小众品牌崛起：**伏特加、起泡酒、精酿啤酒等细分品类通过社媒传播、电商渗透，吸引追求差异化的年轻消费者。

## 02 场景驱动消费

- **居家场景深化：**“宅经济”延续，“一人独酌，二人微醺”的居家饮酒需求增长。
- **户外与社交融合：**露营、野餐场景带动便携装、铝罐装酒销量，品牌需强化“轻量化包装+高颜值设计”

## 03 数字化重塑消费链路

- **内容营销破局：**通过内容图文、短视频科普产区、酿造工艺、品牌历史，讲好品牌故事，提高消费者认知，降低选购门槛
- **沉浸式购物体验：**直播电商常态化：保税仓直播、海外酒庄连线直播成标配，通过溯源增强消费者信任感，构建长期忠诚度。

# 报告作者&致谢

## 报告指导委员会

檀晨	淘天集团	天猫国际总经理
黄后	淘天集团	天猫国际食品总经理
叶挺	智篆商业	总经理
王丽	智篆GI	副总经理

## 报告作者

李焯羽	智篆GI	数据咨询总监
董文彬	智篆G	高级数据分析师
王艺	智篆GI	高级数据分析师
鲍雨	智篆GI	数据分析师

## 视觉设计

周笑宇	智篆GI	视觉设计师
-----	------	-------

## 报告共创

本报告由淘天集团与智篆GI共同完成。  
天猫国际酒水行业：正先 骏眉 前书 延兵 楚淼  
天猫国际食品营销：王媛

## 联系我们

微信公众号



联系邮箱

zzgi@zhizhuan100.com

# 关于我们&免责声明

## 智篆GI

新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

## 数据来源

《2025天猫国际跨境酒白皮书》产出报告数据基于智篆GI、TMIC问卷调研、市场公开信息等数据来源。

## 数据周期及指标说明

报告整体时间段：2022-2024年，具体数据指标请参考各页标注。

## 知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(以下简称“我司”)所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

## 免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。