

无酒精饮品年复合增长率7%！背后推手是谁？

随着无酒精类别的成熟,消费者想要的不仅仅是不含酒精的产品,而是具备口感、复杂程度和饮酒体验的产品。这种变化正在进一步推动这一类别,促使品牌不断创新,并在质量和品种方面提高标准。

本报记者 徐菲远 发自北京

国际葡萄酒与烈酒研究机构 IWSR 的最新数据显示,在不断变化的消费者偏好和适度饮酒趋势的推动下,无酒精和低酒精饮品市场正在经历一个变革性的增长期。预计到 2028 年,低/无酒精饮品市场的年复合增长率将达到 4%,其中,无酒精推动了大部分增长,年复合增长率达 7%;到 2028 年,无酒精类饮品预计将实现 40 多亿美元的增长。

IWSR《2024 年无酒精和低酒精战略研究》的最新发现表明,在 10 个主要市场(澳大利亚、巴西、加拿大、法国、德国、日本、西班牙、南非、英国和美国),无酒精细分市场比低酒精细分市场吸引了更多的新消费者,2024 年比 2022 年增加了 6100 万新消费者,低酒精细分市场增加了 3800 万新消费者。

进入这一类别的新消费者比各个市场的核心消费群体更年轻,而且

消费的频率和数量更高。与全球趋势一致的是,低/无酒精消费者的酒类购买量正在减少,尤其是啤酒和葡萄酒类别。在 10 个主要市场中,人均纯酒精消费量相当于 2000 年的 80%。

随着低/无酒精类别的发展和更多产品进入市场,除了“适度”趋势外,其他驱动因素在增加消费频率方面变得越来越重要,特别是在新出现的无酒精产品中,口味、可获得性和品牌等因素,在无酒精啤酒以外的类别中越来越重要。

IWSR 无酒精和低酒精研究主管 Susie Goldspink 指出:“随着无酒精类别的成熟,消费者想要的不仅仅是不含酒精的产品,而是具备口感、复杂程度和饮酒体验的产品。这种变化正在进一步推动这一类别,促使品牌不断创新,并在质量和品种方面提高标准。”

无酒精更受欢迎

预计 2024–2028 年,无酒精类别的强劲增长将持续下去,即饮饮品(RTD)将在较低的基数上,以 10% 的年复合年增长率增长。啤酒将保持 7% 的年复合增长率,并将继续引领未来无酒精饮料的绝对销量增长。

到 2028 年,无酒精饮品在 10 个

主要市场的 TBA(总体酒类销量)份额将增加到 3% 以上,届时,其在美国 TBA 市场的份额将翻一番。在不久的将来,巴西、加拿大和美国的无酒精市场将出现更高的增长,而西班牙、南非和德国的增长预计将更为缓慢。

美国和巴西引领

预计美国和巴西将成为最主要的增长市场,2024–2028 年复合年增长率分别达到 18% 和 10%,增长将来自新消费者的加入和消费频率的增加。美国的增长将来自更广泛的无

酒精子类别,而巴西的增长将几乎完全来自啤酒。较小的市场,如加拿大和澳大利亚,虽然基数较低,但也提供了具有吸引力的机会,有着相对较高的增长率,分别为 7.5% 和 5%。

Z 世代和千禧一代的推动

巴西、美国和南非等无酒精消费年龄较低的市场,单次饮酒量继续增加;而日本和西班牙等消费年龄较大的市场,每次饮酒量较少。最近达到

法定饮酒年龄的 Z 世代,有可能以无酒精饮品替代苏打水和能量饮料;而年龄较大的群体,更有可能以无酒精饮品替代啤酒和苹果酒。

“适度”因消费者年龄而异

在 10 个主要市场中,美国拥有最多的“偶尔适度饮酒者”。与英国一样,在这个市场上,越来越多的买家参与了无酒精的挑战。

年轻消费者更有可能采取偶尔适度饮酒的方式,在规定的时间内限制饮酒,或者参加“10 月戒酒”或“1 月戒酒”等无酒精挑战(尽管基数很小)。“偶尔适度饮酒者”更有可能根据社交活动和体育训练选择无酒精饮料。

总体来看,无酒精品牌的总体市场

忠诚度不高,而年轻买家表现出更高的忠诚度。

西班牙、英国和日本等市场的品牌忠诚度往往较低。在西班牙,有很多品牌可供选择,买家更有可能在同一饮料类别中选择不同的品牌;而在南非、美国和巴西,消费者更倾向于选择自己喜欢的品牌。

品牌忠诚度也因年龄、群体而异。经常喝酒的人和年轻买家更喜欢低/无类别,他们更有可能受到品牌和感官特

征的驱动。高达 57% 的千禧一代是由他们熟悉的品牌驱动的,而婴儿潮一代只有 45%,他们对这类品牌的参与度较低,只是偶尔消费。

“年轻的消费者更有可能适度饮酒,但他们一开始也喝得更少。这些消费者倾向于参与更广泛的低/无酒精类别,并且对品牌更忠诚;年长的消费者不太可能节制饮酒,但更有可能根本不喝酒,他们的偏好往往倾向于低/无酒精啤酒和酒类品牌的延伸产品。”

“可得性”仍然是主要障碍

在巴西、南非和美国等新兴低/无酒精市场,“可得性”是阻止人们更频繁地饮用低/无酒精饮品的最大原因,尤其是在西班牙、法国、日本和德国等更

成熟的市场,这对本来就较少的低/无酒精消费者来说是个障碍。在贸易和电子商务中,更多的产品可得性有助于实现品类增长。价格不是消费者购买

的主要障碍,但适宜的价格可以促进增长。在英国和西班牙等无酒精烈酒市场,随着这类酒越来越受欢迎,定价变得与正常酒精度的酒类趋于一致。

创新推动增长

无酒精饮品行业正经历着前所未有的增长和创新,这种趋势得到了生产商的关注,专注于质量、增强体验和独特成分的创新,是创造吸引人的饮品、刺激消费者并提高销量的关键。

新产品开发投资继续关注功能属性。例如,Free AF 品牌提供的无酒精饮料中含有 Afterglow,这是一种 100% 纯天然、无麸质和素食植物提取物,据说,可以模仿酒精的“温暖”感觉。

与此同时,Parch Spirits and Cocktails 推出了一系列无酒精龙舌兰鸡尾酒,其中含有沙漠植物和功能草本成分,如印度人参和茶氨酸。

酒类信息及配套专版





朗脉
Microprocess
(股票代码: 002160)

联系人: 张先生 联系电话: 15610708999 地址: 上海市闵行区集心路168号6号楼

上海朗脉洁净水技术股份有限公司,是上市公司洁净水股份(股票代码002216)的子公司,公司注册资本3.4933亿元,主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、医药等食品级洁净水工程总包领域。是洁净水级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。

上海朗脉洁净水技术股份有限公司的服务宗旨是:用洁净水设备的洁净水理念来为传统白酒行业服务。

部分业绩如下:





正宇
ZHENG YU

科技与品质铸就未来
卫生级阀门/管件/罐用设备



温州正宇轻工机械有限公司
电话: 0577-86822391 86990608 86997528 传真: 0577-86810786
地址: 温州市龙湾区沙城工业区宏瑞路298号 邮箱: zhengyu@zhengyu-china.com



您的位置