

# 酒类

## 行业研究报告

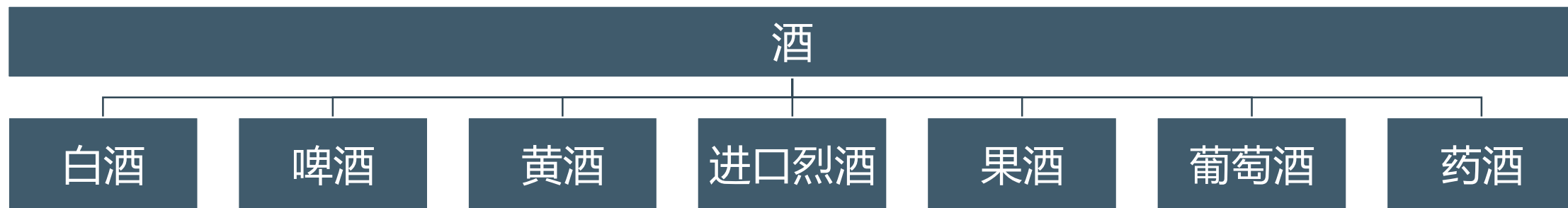


淘宝网  
Taobao.com

CBNData  
第一财经商业数据中心

## 酒的定义及研究范围

- 酒是以粮谷为主要原料, 以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂, 经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的酒。本报告定义的酒包括白酒、啤酒、黄酒、进口烈酒、果酒、葡萄酒和药酒。



# 目录



行业概况



商业画像



消费者画像



移动趋势



经营建议

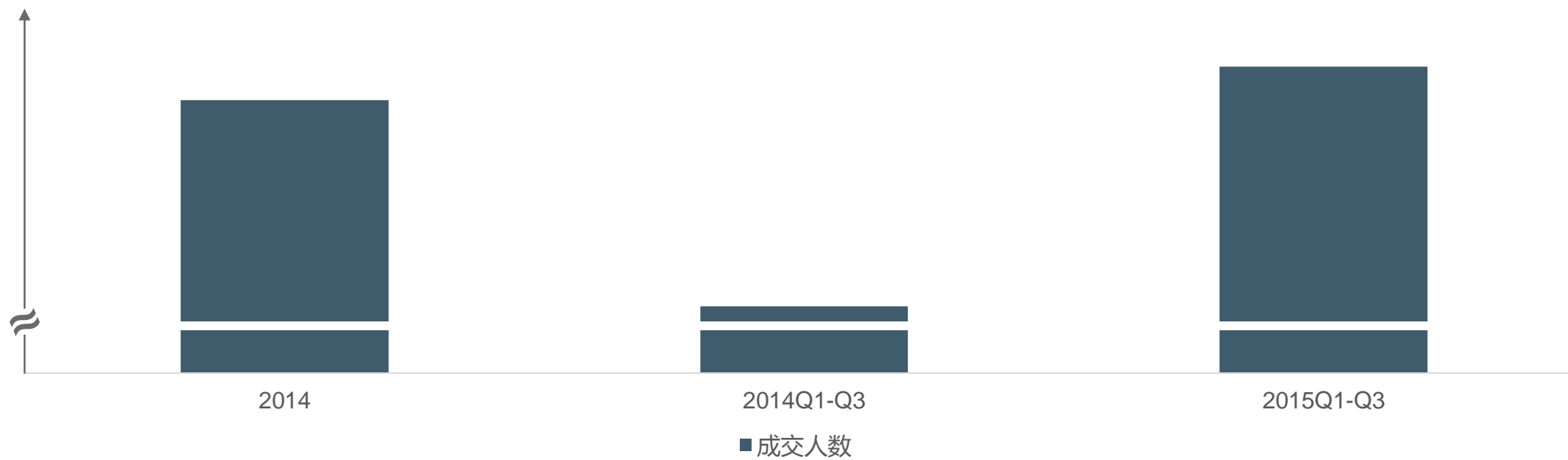


附录

## 行业概况

- 酒类处于高速发展阶段，同比增速远超过电商行业平均水平。
- 成交人数的增长是推动线上酒类增长最主要的动力。目前线上酒类日均成交人数已经超过13万人，并且还在持续高速增长。

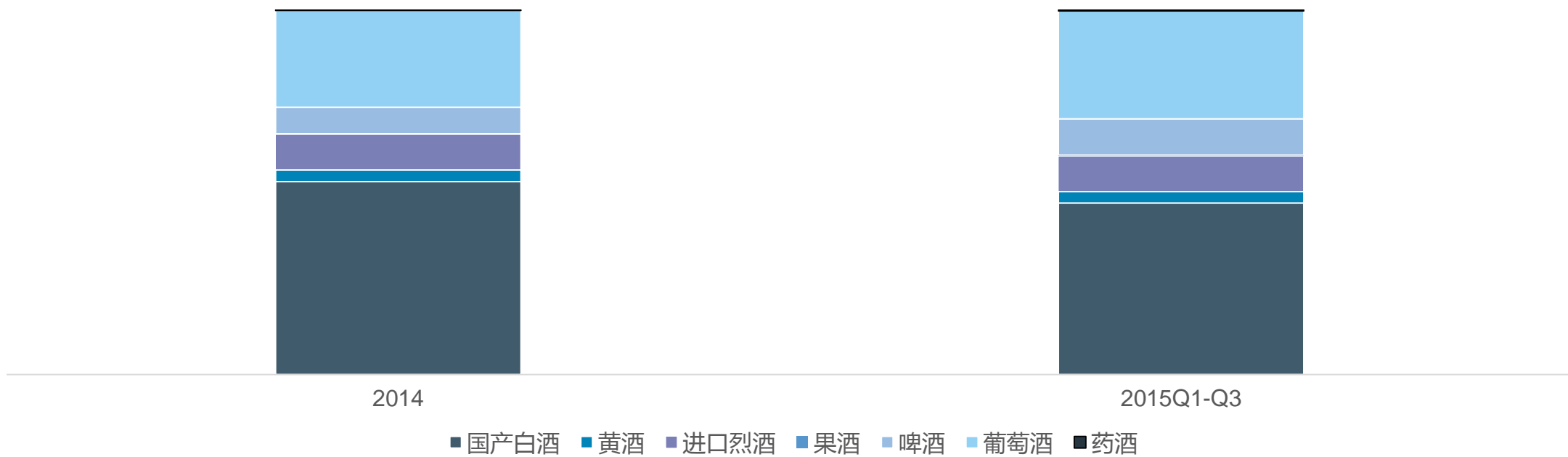
2014-2015Q3 酒类行业成交人数



## 商品画像 – 品类成交结构

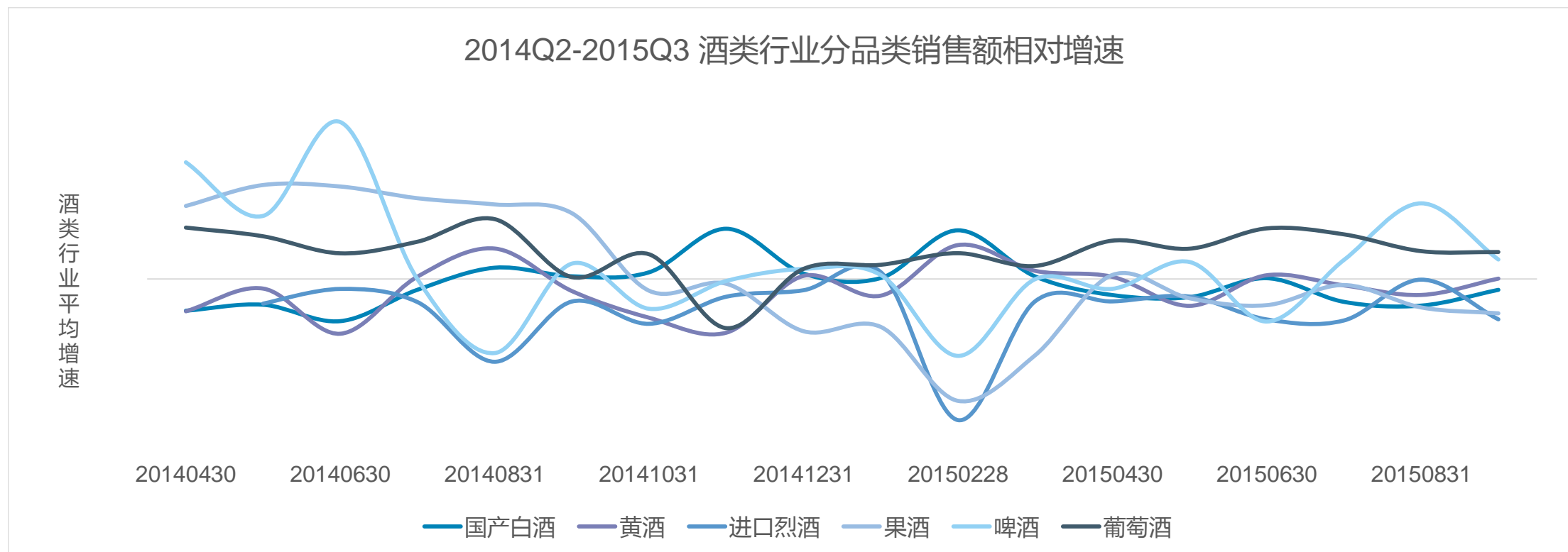
- 在各类酒中，**白酒**是淘宝发展最大的类目，占了接近50%的市场份额。
- 其次，消费者在线上购买**葡萄酒**也较普遍。截止第三季度，葡萄酒的份额从去年26.3%上涨至29.5%。
- 白酒线下市场总体规模较大，而葡萄酒作为舶来品，线上扁平化的渠道更加有利于葡萄酒的快速推广。

2014-2015Q3 酒类行业分品类销售额占比



## 商品画像 – 行业各品类成交增速

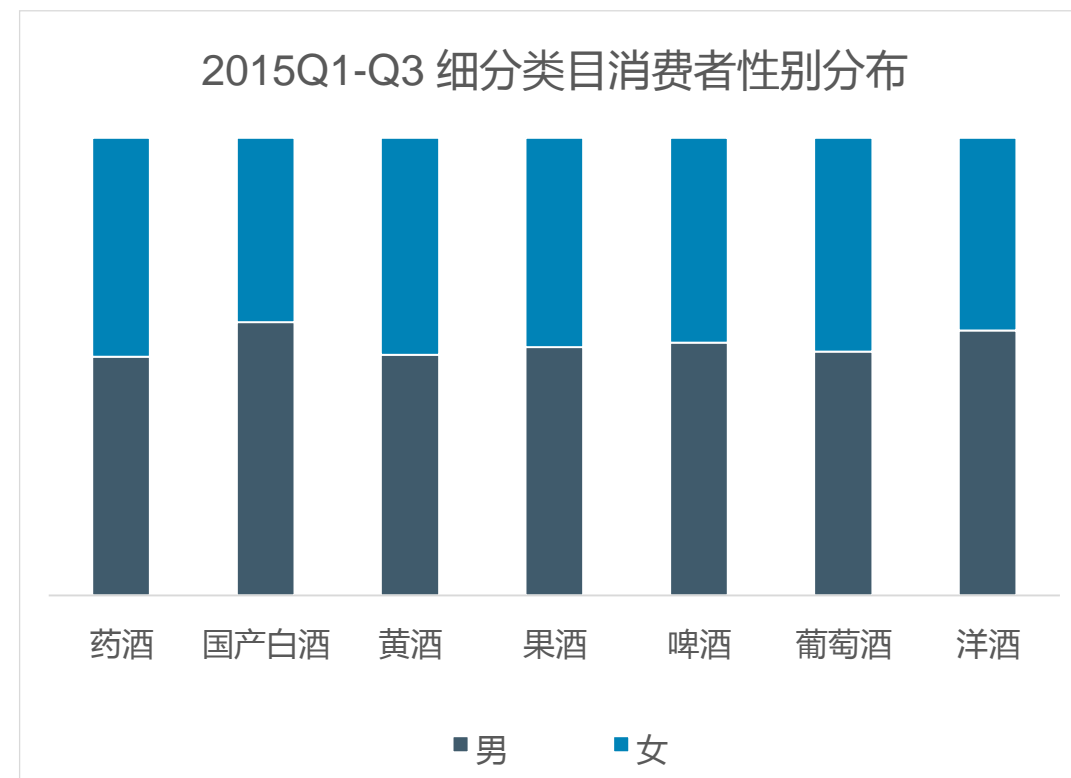
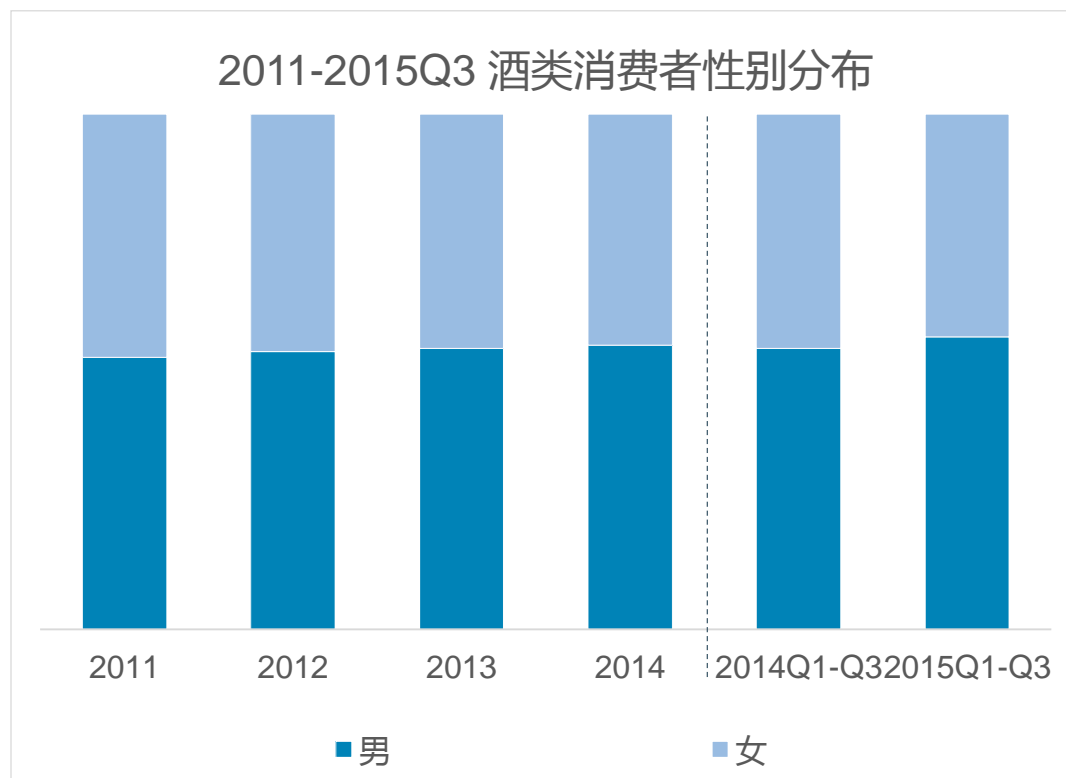
- 酒类的热点不断切换，2015年以来，**葡萄酒**的销售额增长最迅速，2015年后一直接近50%。
- 2015年以前，**白酒**和**果酒**的销售额增幅也曾排名第一，发展较快。



注：相对增速=品类增速-行业增速

## 消费者画像 - 性别分布

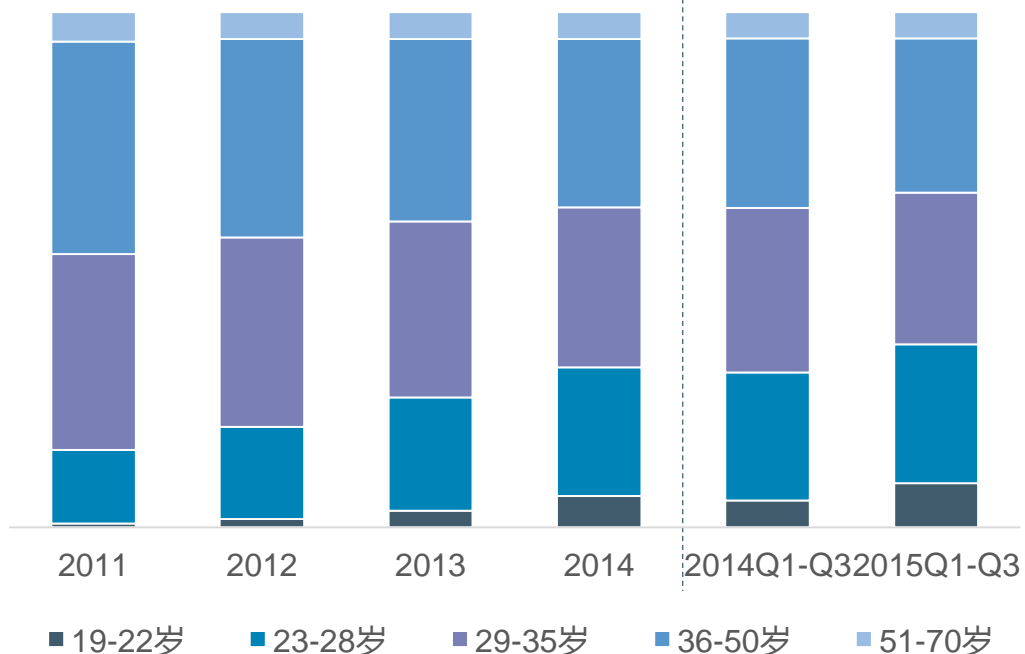
- 和食品行业整体情况不同, 酒类**男性**用户比例很高。
- 分品类来看, **白酒**的男性用户占比相对最高。



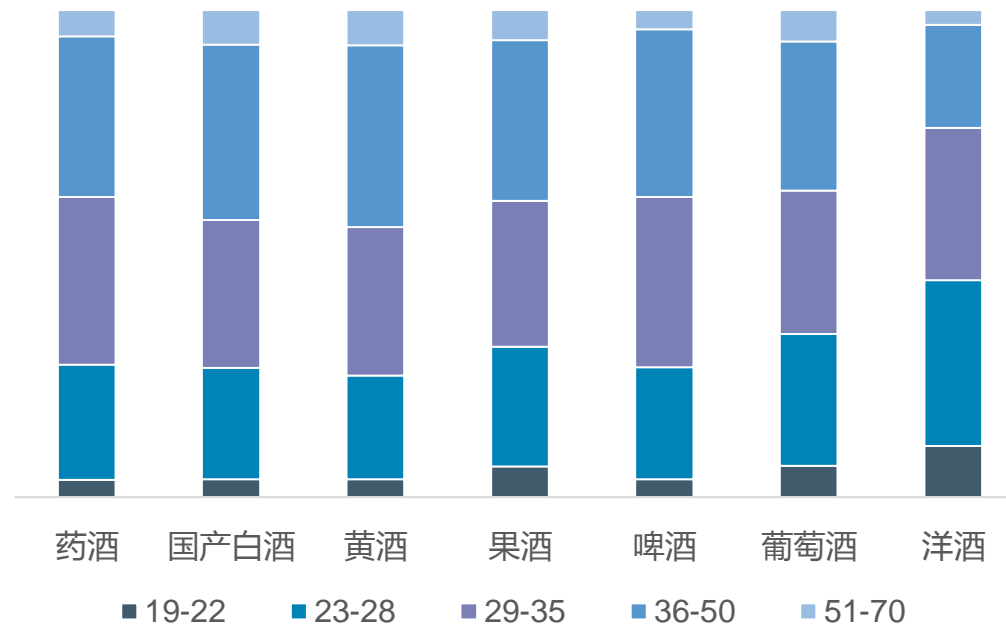
## 消费者画像 - 年龄分布

- **29-50岁**人群占比最高，且呈现越来越年轻化趋势，23-28岁人群占比在不断提升。
- 分品类来看，黄酒和白酒最受36-50岁中年人群喜爱。

2011-2015Q3 酒类行业消费者年龄分布



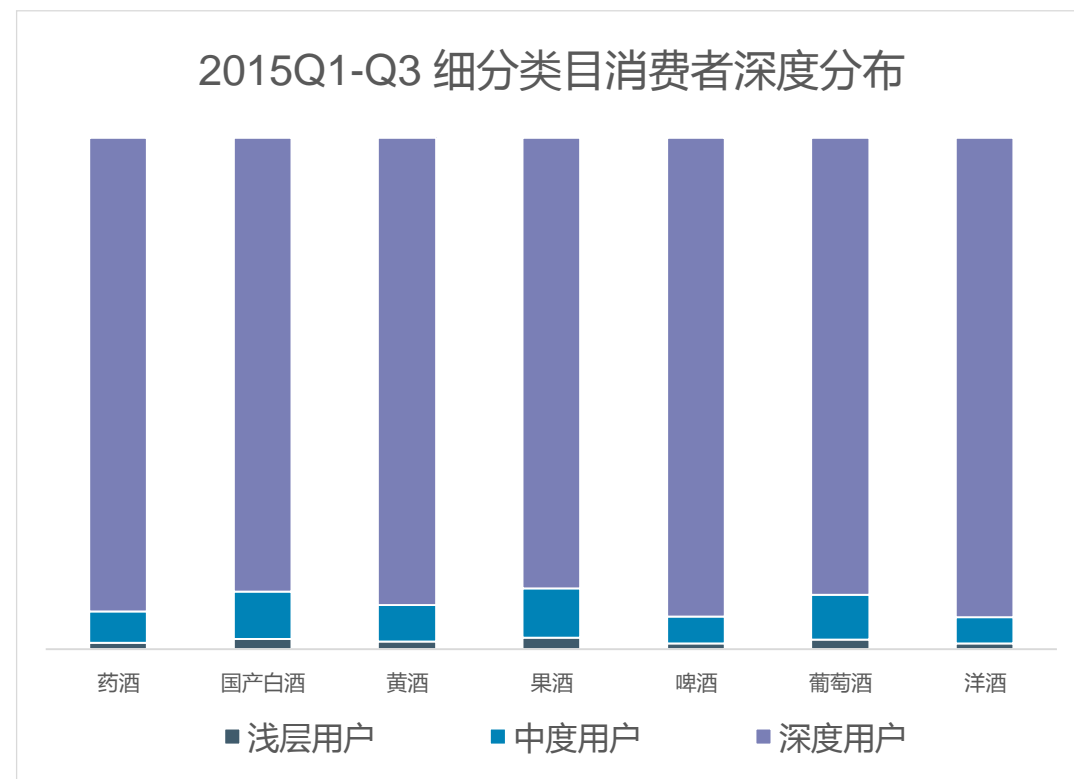
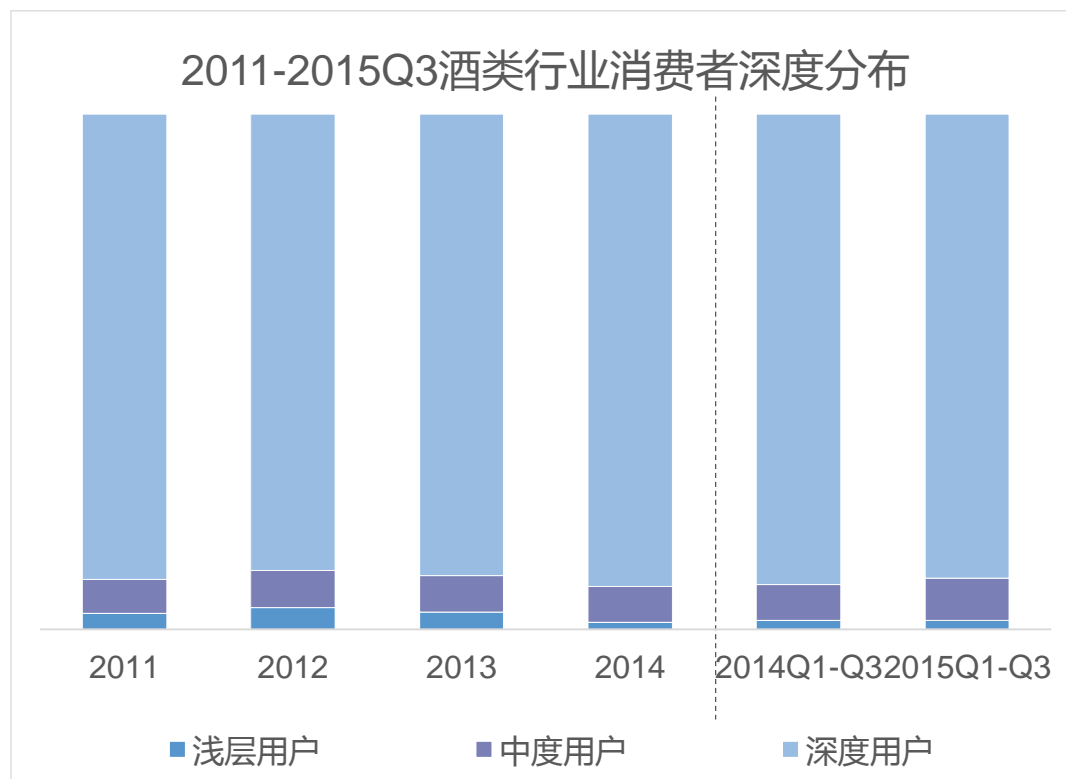
2015Q1-Q3 细分类目消费者年龄分布





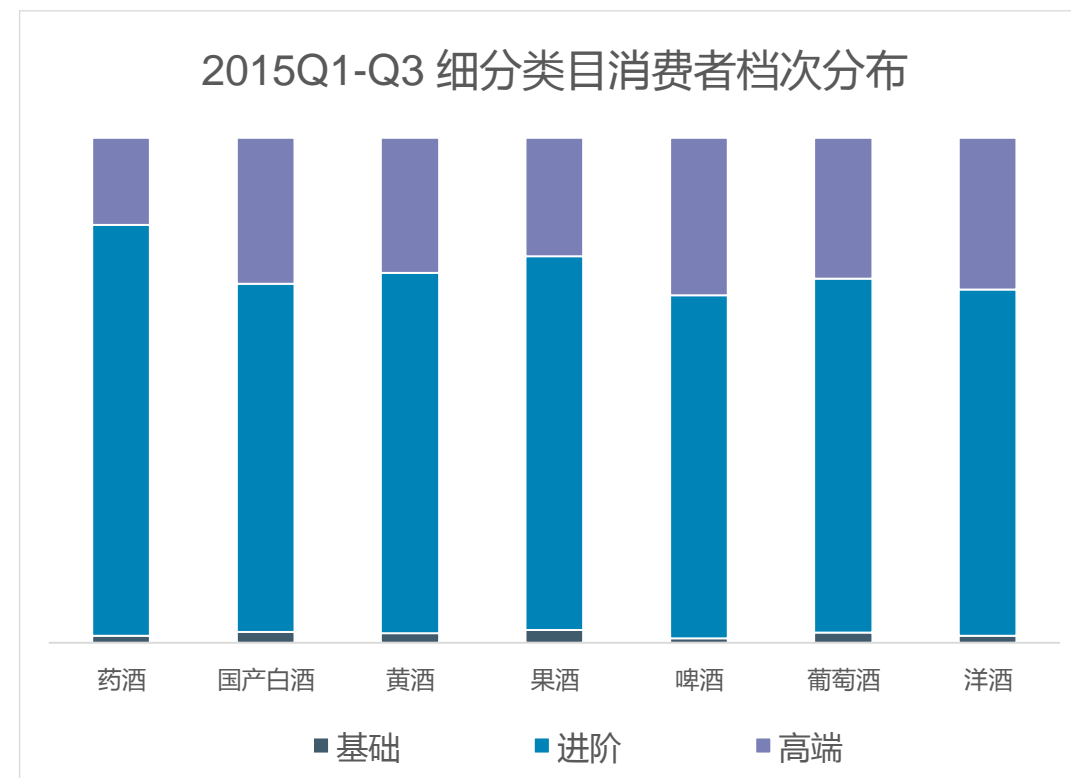
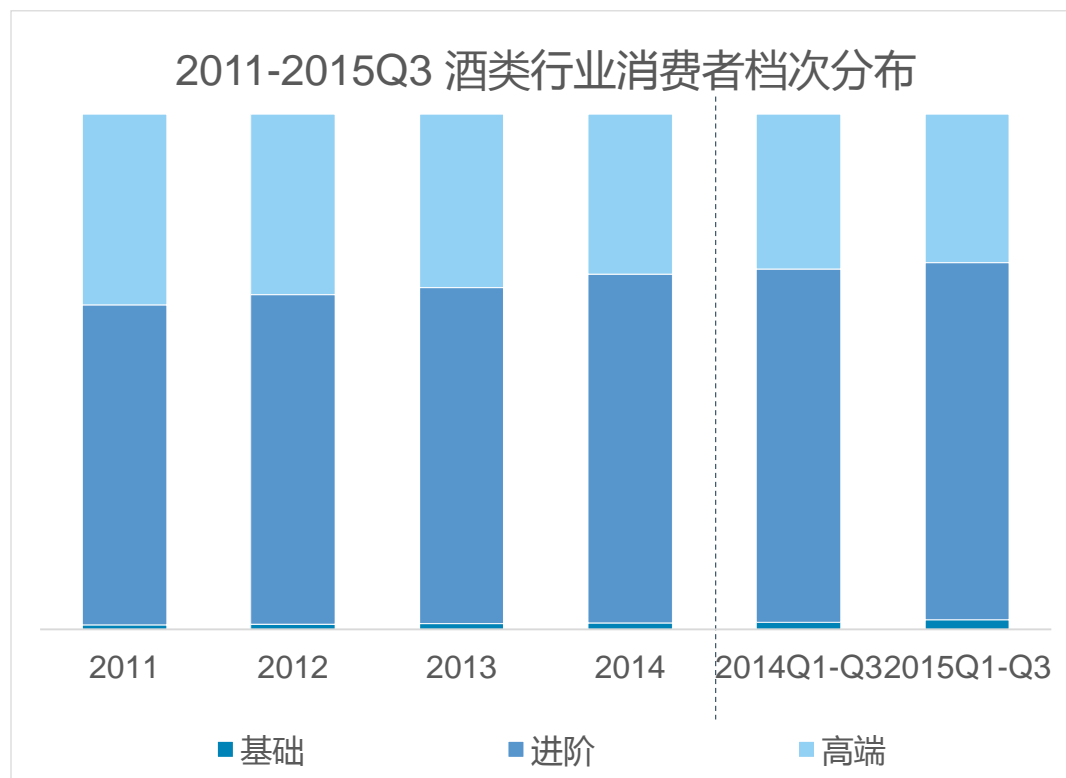
## 消费者画像 - 网购深度分布

- 酒类以**深度用户**消费者为主，其中深度用户比例最高的是**洋酒**和**啤酒**。



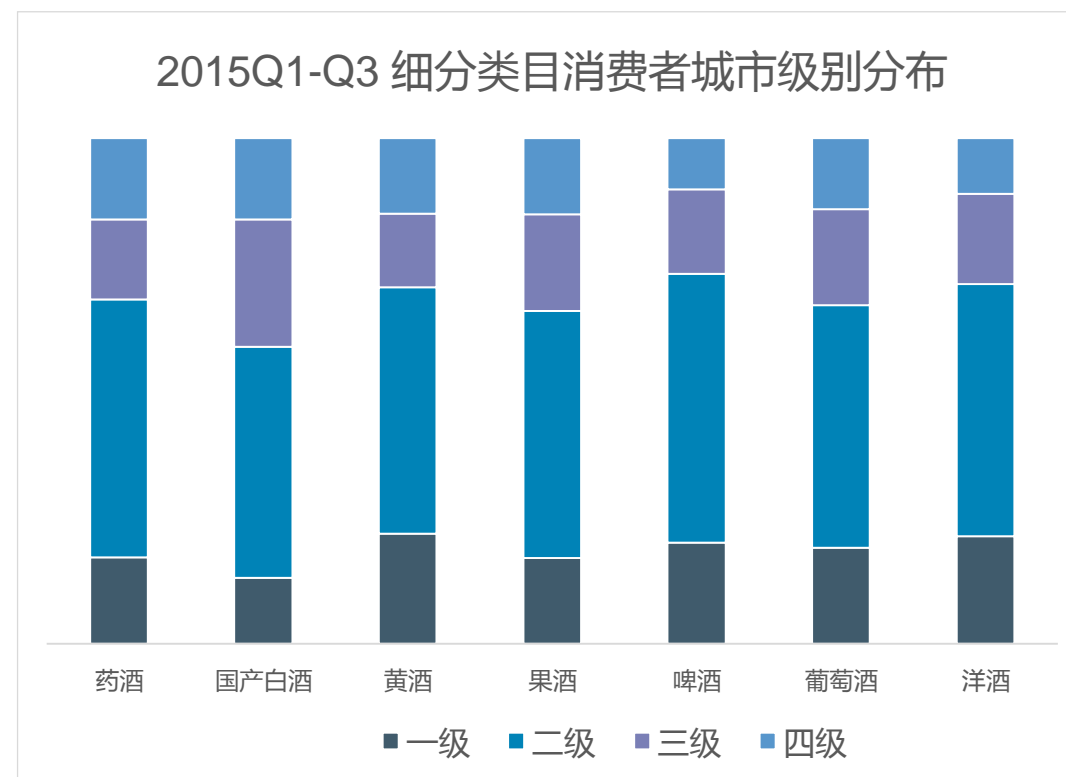
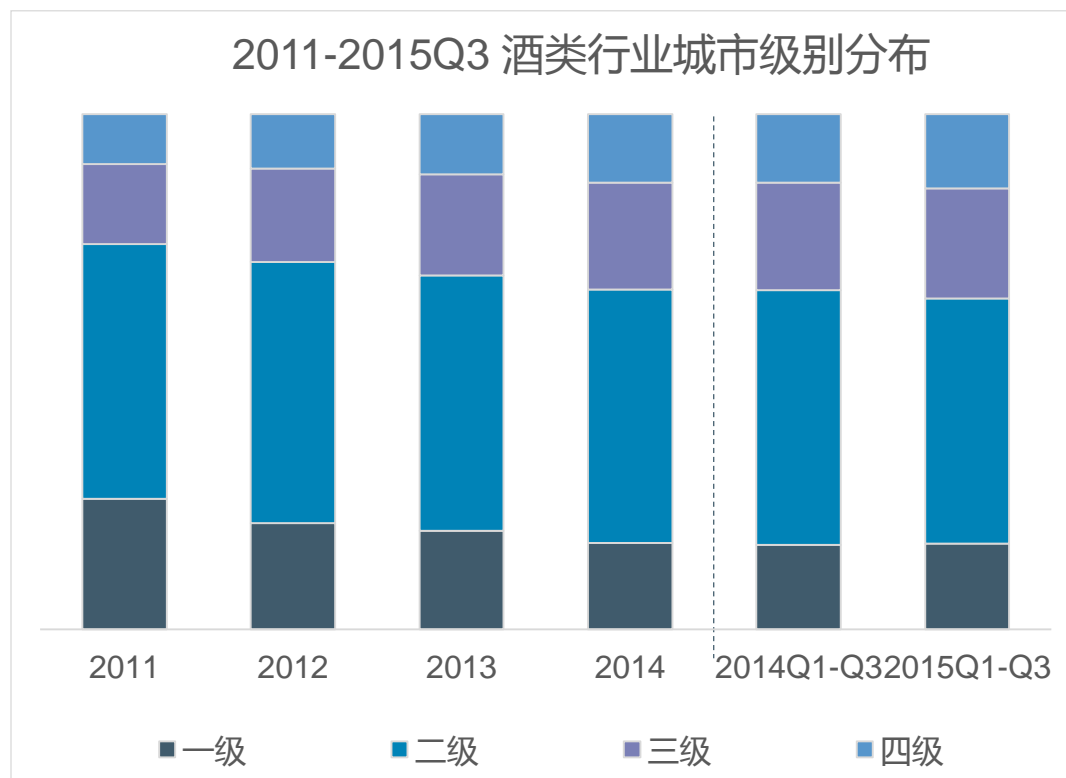
## 消费者画像-消费档次

- 酒类以**进阶档次消费者**为主，但是2011-2015Q3，高端消费者比例明显下降，酒类消费正在大众化。



## 消费者画像 - 城市线级分布

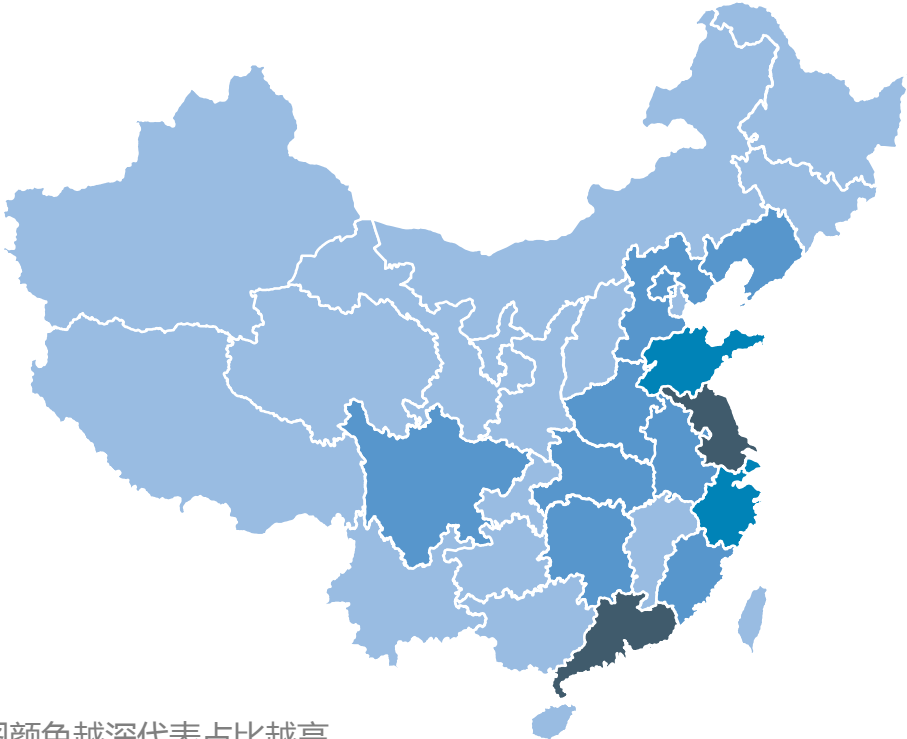
- 酒类渠道下沉趋势明显。2012-2014年，三四线城市增幅维持在100-200%。
- 酒类传统的销售渠道在三四线城市覆盖有限，网络为这些地区的消费者提供了一个消费通路。



## 消费者画像 - 地域分布

- 目前主要集中在沿海地区，排名前三：江苏省，广东省，浙江省。**白酒**是最受江浙地区欢迎，广东人最爱**葡萄酒**。
- 同时，安徽、山西、青海等经济欠发达省份的增速偏高，市场潜力巨大。

2015Q1-Q3 酒类行业消费者地域分布

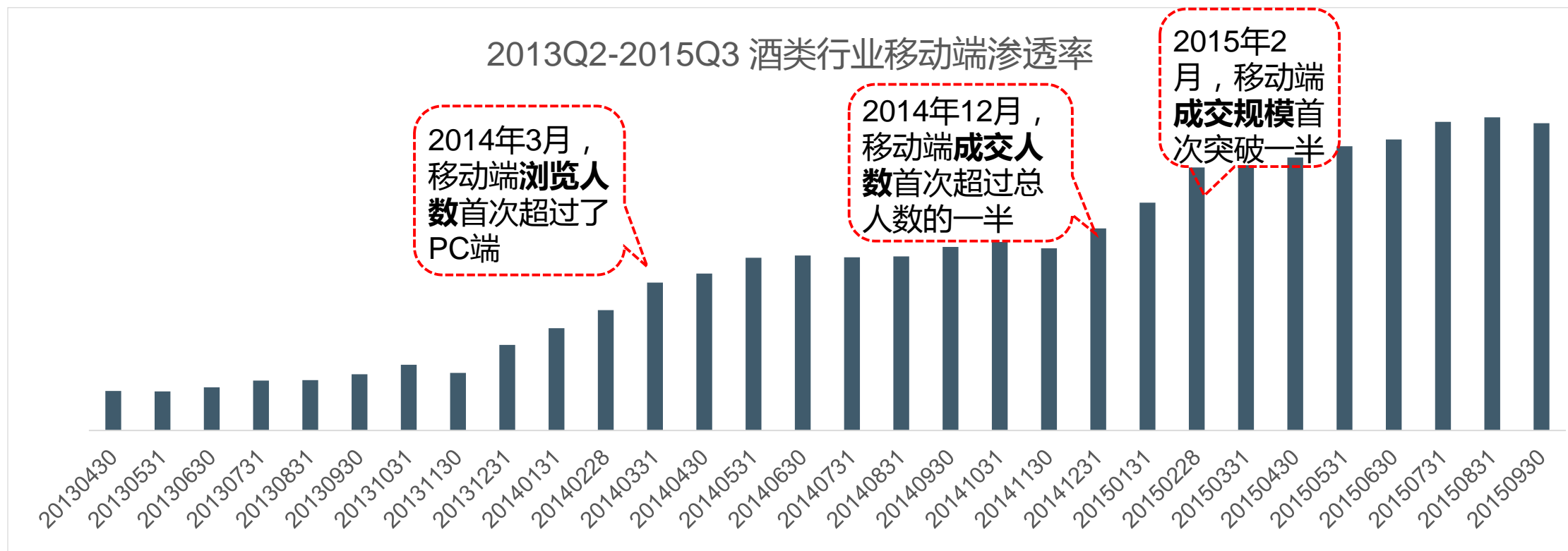


注：地图颜色越深代表占比越高

销售额占比前五省份	销售额增速前五省份
1 江苏省	1 安徽省
2 广东省	2 山西省
3 浙江省	3 青海省
4 山东省	4 湖北省
5 上海	5 河南省

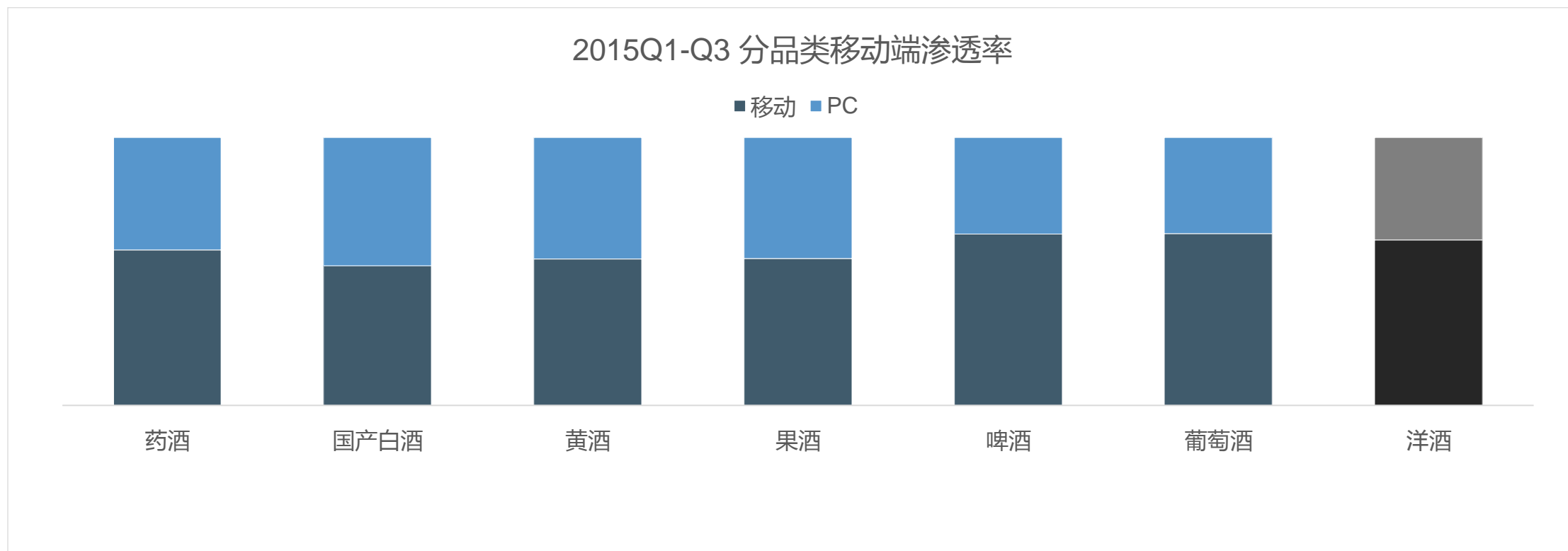
## 移动趋势 – 发展概况

- 酒行业进入移动电商时代，移动端销售额迅猛增长。2015年2月移动端渗透率首次突破50%，截至9月，移动端渗透率已接近65%。
- 通过移动端浏览酒的人数于早前2014年3月首次超过了PC端，而成交人数于2014年12月突破50%。



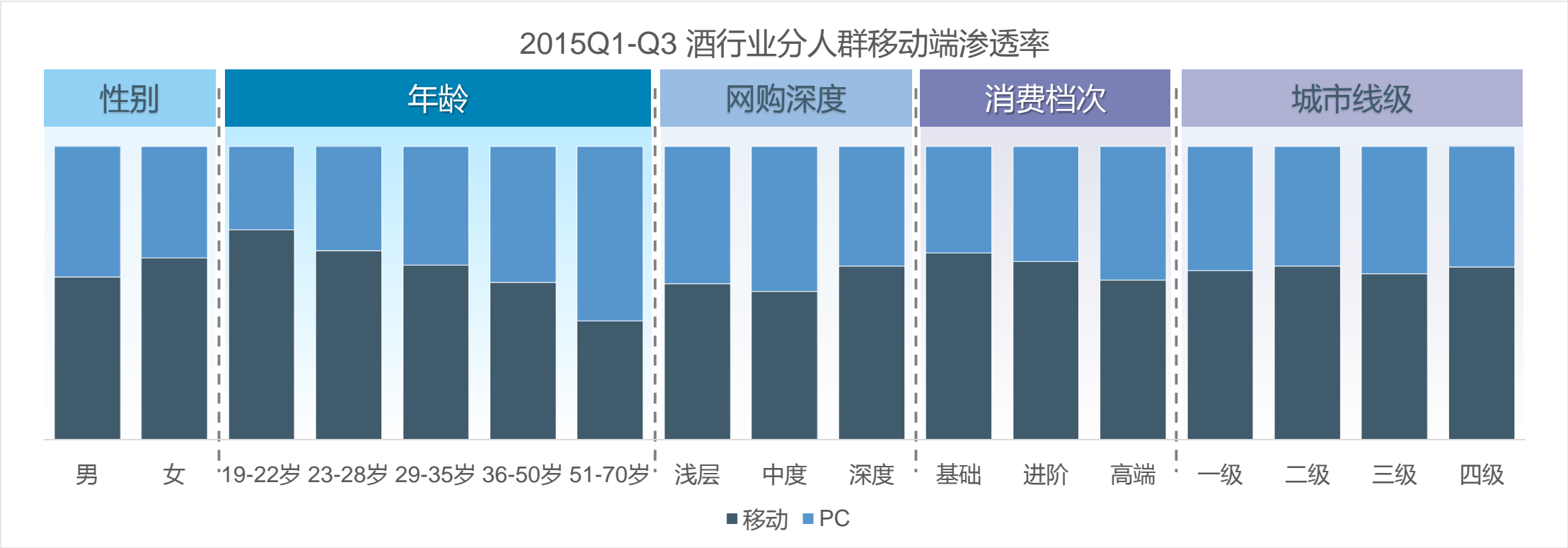
## 移动趋势-分品类发展概况

- 分品类来看，**葡萄酒**和**啤酒**的移动渗透率较高，而国产白酒的移动端渗透率相对较低。



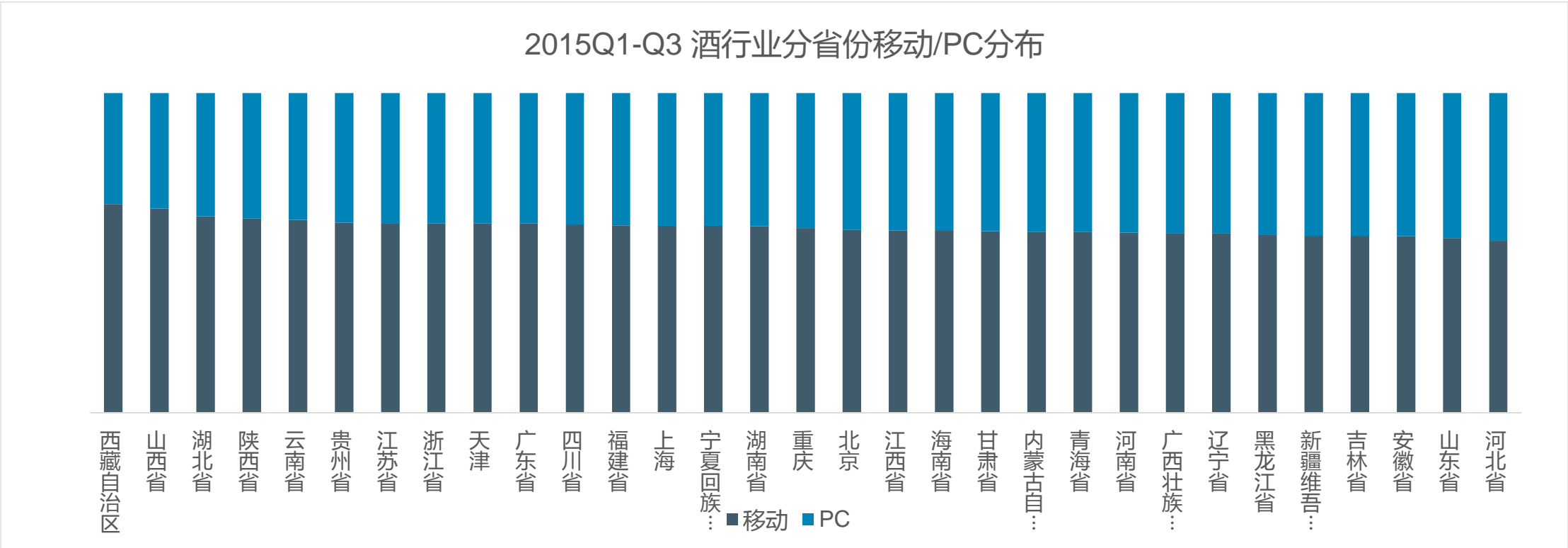
# 移动趋势 - 分人群发展概况

- 分人群来看，移动端从**女性**和**年轻人群**开始发力。
- 不同网购深度和消费档次的消费者对于移动端的接受程度差异不大，**深度用户**和**基础消费者**移动端渗透率略高于其他人群。



# 移动趋势 - 分地区发展状况

- 分省份来看，中西部欠发达地区的无线端销售额占比普遍较高，可见**经济落后地区有望通过移动电商实现跨越式发展。**





## 经营建议

- 随着白酒、啤酒行业的巨头厂商触网，酒类电商开始**高速发展**，商家应该抓住机会，积极抢占市场份额。
- 女性是线上酒类产品的重要用户，商家可以开发专门面向**女性用户**的产品，并进行有针对性的营销。
- 酒在**三四线城市**的占比非常高，并且份额还在持续扩大。商家应该利用电商扁平化的特征，实现渠道下沉。
- 酒类产品的重复购买率很高，商家需做好**老客户**的维护，会员制是不错的选择。

## 数据来源及指标说明

- 数据来源：阿里巴巴大数据，汇集**3.86亿**消费者、超过**1000万**商家、**10亿**件商品的基本信息和行为数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

- 指标说明：

**消费档次**：基于消费者在平台上购买商品的价格分布区间确定。

**网购深度**：基于消费者在平台上的消费频次确定。

**城市线级**：基于消费者最近半年的常用收货地址确定。

**成交人数**：以天为单位汇总。

**移动成交**：以支付发生平台为准。

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市。

消费者分类的维度基于其最近一年的信息判定。

- 为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

## 关于第一财经商业数据中心

### 第一财经商业数据中心

借力阿里巴巴大数据，整合中国最大财经媒体集团优势资源，打造数据可视化新闻、商业分析报告、数据自动化终端，以媒体加数据的倍增效应，全面提升中国商业世界运行效率，实现DT时代的产业变革。

报告作者：石欢

商务合作：wangyang@yicai.com

加入我们：zhangbaoyuan@yicai.com



微信号：DT财经



DT·一财APP

# 大数据 全洞察



淘宝网  
Taobao.com

CBNData  
第一财经商业数据中心

联合发布

起点学院[www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，互联网黄埔军校，打造最专业最系统的产品、运营、交互课程。