

威兰特 IF利口酒 产品策略 及包装设计方案

2023 Jul.

目录

- 项目背景
- 行业洞察&竞品分析
- 消费者洞察（谁在喝？）
- 饮用偏好（怎么喝？）
- 口味洞察（喝什么）

项目背景

针对**夜店渠道**，推出一款更适合年轻人的**利口酒**（配制酒，15-30%vol，口味偏甜）

名称	生产周期	主要原料	调和	储存周期	存储工艺 ¹²¹
利口酒	浸渍法的时间较长，几个月到一年不等，其余方法耗时较短	基酒：中性烈酒(金酒，龙舌兰，伏特加威士忌，朗姆酒，白兰地) 辅料：加味物质(水果为主、花草、香料药草、种子、牛奶或鸡蛋等)，还有糖浆(糖浆或蜂蜜)	蒸馏法：将加味材料放入基酒中一并蒸馏生产而成，常用于干香草或种子类 浸渍法：将加味物质放入基酒中进行浸泡生产而成，常用于新鲜药草或水果等 渗透过滤法：将加味物质与基酒隔离，用虹吸式摄取色和香，常用于药草或香料等 混合法：将天然食用香精或人工提取的香味物质与基酒直接勾兑而成	未开封一般可以保存10年，开瓶后储存得当仍可保质1年 特例：含奶油或鸡蛋等不稳定物质的利口酒，保质期只有两三年	酒精含量超过20度则可常温保存，主要是避免光线和昆虫以及温度的剧烈变化。 特例：含奶油或鸡蛋等不稳定物质的利口酒需要冷藏储存

现有产品系列：IF 低度柠檬酒/椰子酒、superkiss（四种口味）（均为2.5%vol）

行业洞察

中国利口酒市场需求近百亿，但进口品牌占据主要地位

我国国际蒸馏酒、利口酒市场近5年呈持续增长态势，尤其是利口酒，年均增长率达到106.81%。



中国利口酒及柯迪尔酒进口总额（单位：百万元人民币）



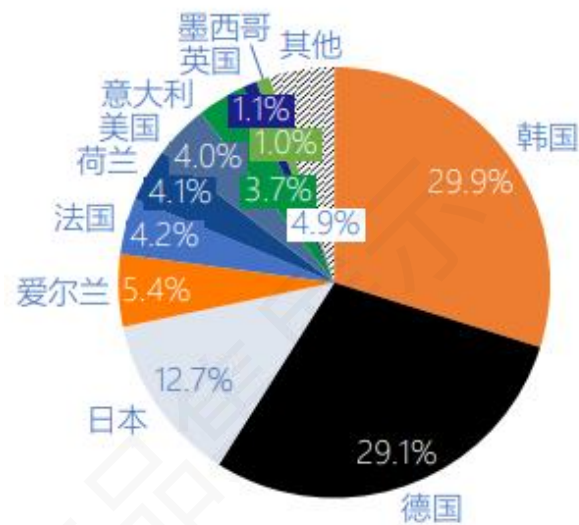
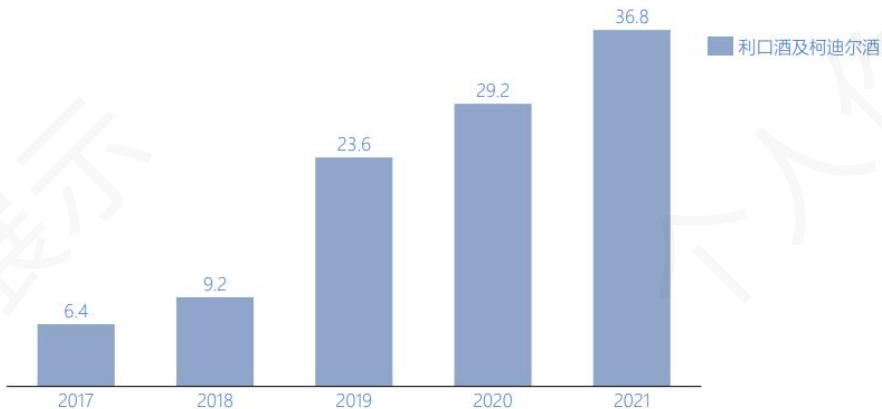
[返回目录](#)

*数据来源：中国酒业协会

行业洞察

进口总量连年攀升，以东亚和欧洲国家进口为主

中国利口酒及柯迪尔酒进口总量（单位：百万升）



按近5年累计

竞争格局

国产品牌地域性较强，线上热门品牌占比较低

淘宝、天猫平台，国产利口酒品牌销量Top200中仅有4款，且排序靠后。



十七光年利口酒

17度夜店同款微醺小洋酒
750ml-490元
四川宝耳食品有限公司



BLUE DASH布鲁大师

15度果酒零糖零脂聚会轰趴
青柠风味利口酒
湖北米婆婆生物科技股份有限公司



吉治利口酒

KICHI咖啡奶油利口酒
草莓女士果酒微醺柠檬水果甜酒17度
驻马店市望娘湖食品有限公司



若白师兄伏特加草莓利口酒

15度微醺果酒 700ml
烟台国泰酒业有限公司

竞品情况

以下为世界排名前十的利口酒品牌，产品外观较为传统，但胜在口味经典，且具代表性。

	品牌	类型	产品规格	酒精含量	参考价格	产地
国外 利口酒品 牌	Baileys 百利	威士忌利口酒 (含50%鲜奶油)	700ml	17%vol	109元/瓶	爱尔兰
	Jagermeister 野格	药草类利口酒	700ml	35%vol	79-99元/瓶	德国
	Cointreau 君度	水果类利口酒（橙酒）	700ml	40%vol	128元/瓶	法国
	甘露	咖啡可可 利口酒	700ml	24%vol	105元/瓶	墨西哥
	BOLS波士	复合口味	700ml	17-24%vol	60-80元/瓶	荷兰
	金巴利	药草类利口酒	750ml	25%vol	121元/瓶	意大利
	杰克丹尼	蜂蜜口味利口酒	700ml	35%vol	149元/瓶	美国

竞品情况

以下利口酒品牌，无论国内外，在包装及口味上有一定共性，参考借鉴意义较大。

	品牌	类型	产品规格	酒精含量	参考价格	产地	产品特点
国外 利口酒 品牌	TINA	水果类利口酒 (草莓)	750ml	16%vol	198元/瓶	韩国	鲜果发酵（发酵草莓） 2021年韩国人气品牌 按下瓶底按钮，可以发光
	X-Rated 冰粉红	水果类利口酒	750ml	17%vol	128元/瓶	意大利	法国伏特加+热带水果果汁（西西里血橙、热带芒果和百香果）
	Hpnotiq	水果类利口酒	750ml	17%vol	295元/瓶	法国	Tiffany蓝
国内 利口酒 品牌	BLUE DASH 不鲁大师	零糖利口酒	700ml	15%vol	138元/瓶	中国大陆	0糖0脂 口味：青柠佛手柑、青瓜
	Eros 爱洛星	水果类利口酒	730ml	15%vol	149元/瓶	中国大陆	0蔗糖
	香唇之旅	药草类利口酒	700ml	28%vol	188元/瓶	中国大陆	0香精、色素、防腐剂
	十七光年 利口酒	玉竹茉莉味利口酒	750ml	17%vol	590元/瓶	中国大陆	专为酒吧夜场推出的利口酒 创新了国内利口酒新口味

竞品情况



与经典的利口酒品牌相比，时下的利口酒品牌**颜值**更特别，多采用透明瓶体，液体颜色较为鲜艳。

口味以“果味”为主，香料的使用更为丰富，如blue dash的佛手柑，十七光年的玉竹和茉莉花。

消费者洞察-谁在喝？

夜店提供多样的产品类型，是为了满足不同消费者的需求，那我们的目标消费者是？

有一定经济水平且保持较高消费频次、对于颜值/穿搭有讲究的年轻群体，更乐于尝鲜和分享。

95后、00后成为夜店消费的主力，夜店生态从追求“买单文化”到“开小卡”、“A卡”，消费模式从主客制到AA制。

夜店的生态的改变折射出年轻人的饮酒观与消费观：

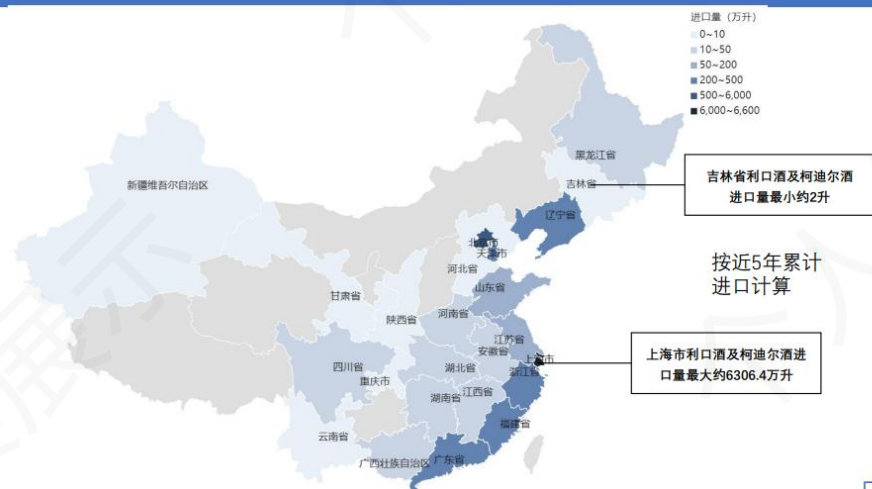
- 饮酒观：从悦人到悦己（摒弃“大哥文化”，具有很强的领地意识，更愿意和“志趣相同”的朋友一起畅玩）
- 消费观：及时行乐到理性消费

消费市场呈现审美升级的趋势，年轻人在追求性价比的同时，也更看重产品的颜值与外观设计。

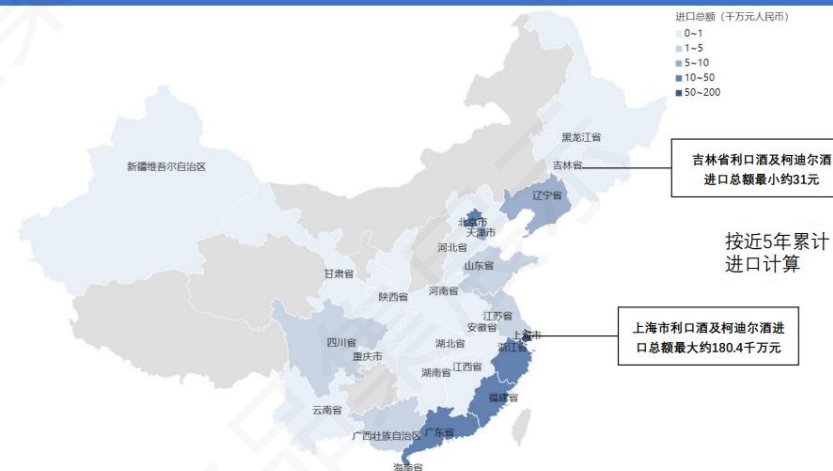
消费者洞察-谁在喝？

用户主要分布与东部沿海区域，上海消费量最大

利口酒及柯迪尔酒进口省市分布（进口量）



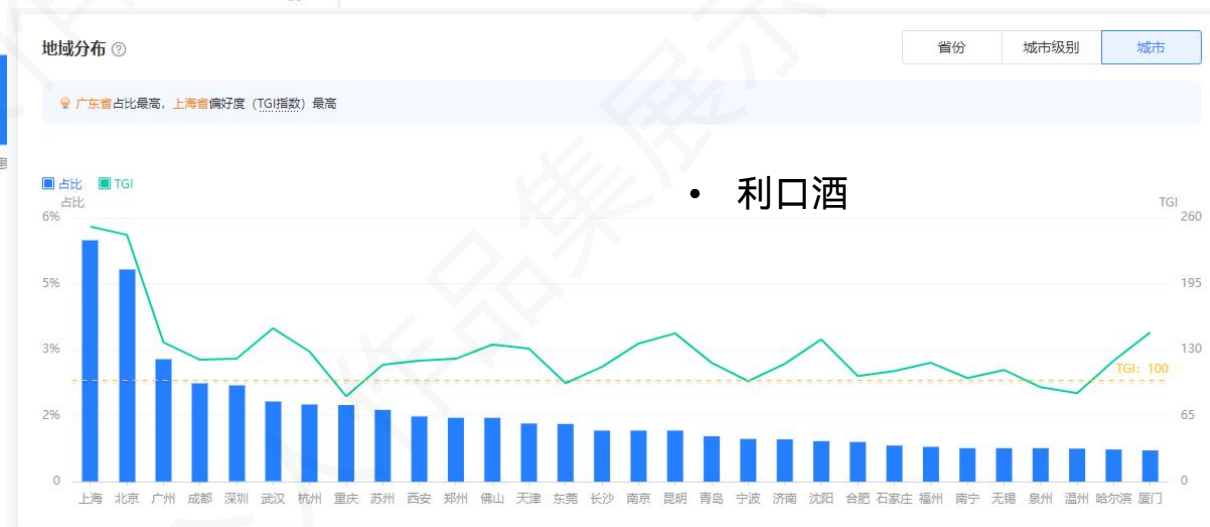
利口酒及柯迪尔酒进口省市分布（进口总额）



[返回目录](#)

消费者洞察-谁在喝？

对比果酒 | 用户更集中于一线城市和新一线



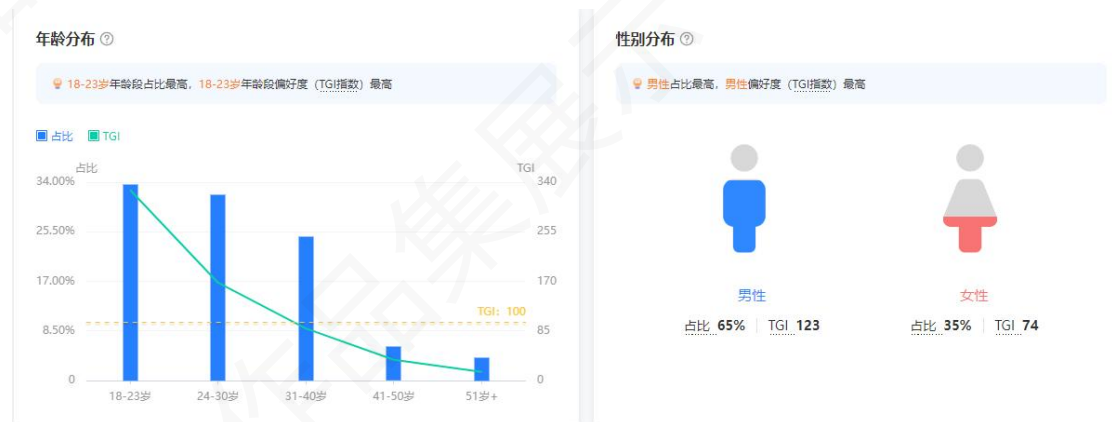
消费者洞察-谁在喝？

对比果酒 | 消费者更年轻，男性偏好度更高

果酒



利口酒

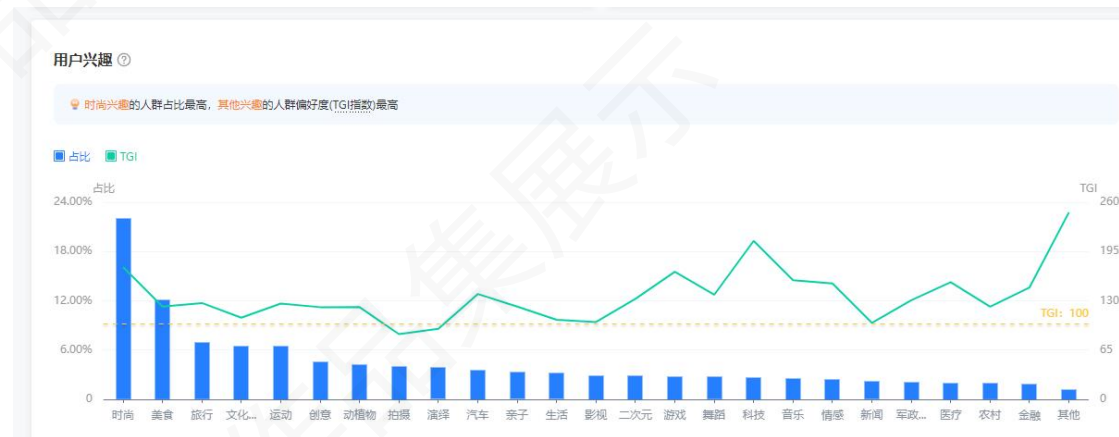
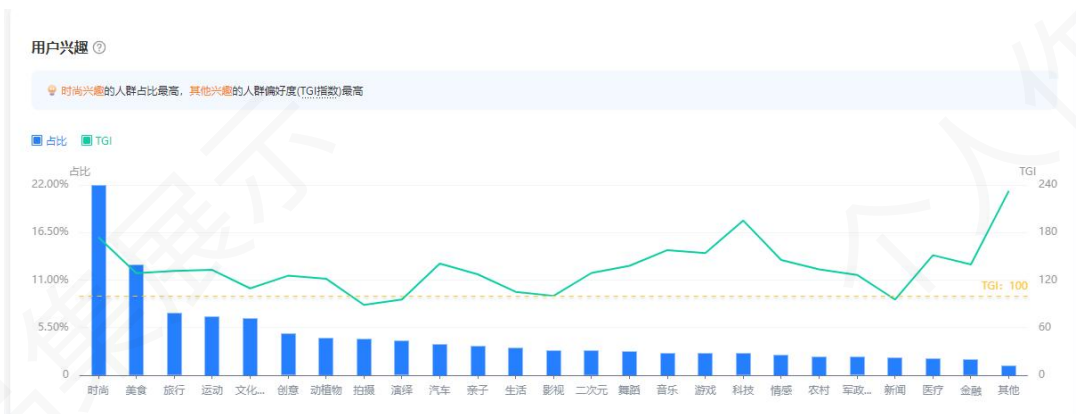


消费者洞察-谁在喝？

对比果酒 | 同样为潮流男女

果酒

利口酒



饮用偏好-怎么喝？

酒吧/夜店场景

多人社交

共有/共同消费

根据风险转移理论，相较于个人决策，人们参与群体决策时会变得更乐于冒险，原因在于群体可以分担风险，从而降低个人对风险的预期。

多人共同消费时，陌生商品被购买的概率增加，即是更适合“新品”曝光的渠道。

品种多样

满足不同消费者需求

洋酒（蒸馏酒、葡萄酒、香槟酒、利口酒）、鸡尾酒、啤酒和软饮料。

除了啤酒，酒精度适中，口味更为丰富的利口酒和鸡尾酒更受年轻人喜欢。

客单价高

消费类型

比起酒吧、Livehouse等，夜店是具有服务性质的娱乐场景，消费的附加值更高。

夜店提供的场景和服务为酒水类产品带来了较高的溢价，且多以套餐组合销售，客单价高。

饮用偏好-怎么喝？

居家场景

便利店调酒大师



冰箱每日储备



夏日多巴胺套装

怎么喝 | 自由拼配成为风潮，讲究色彩和口味搭配

口味洞察-喝什么？

热门口味 | 野格知晓度更高，奶味搭配成为新关注点



关联词图谱

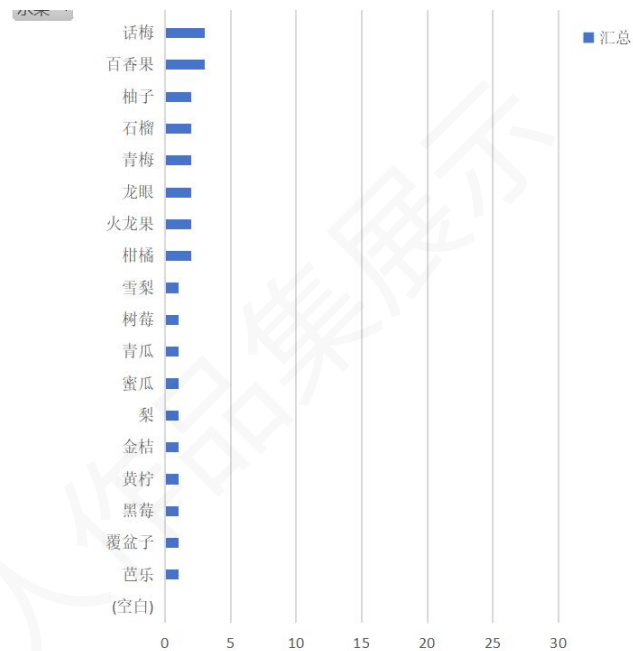
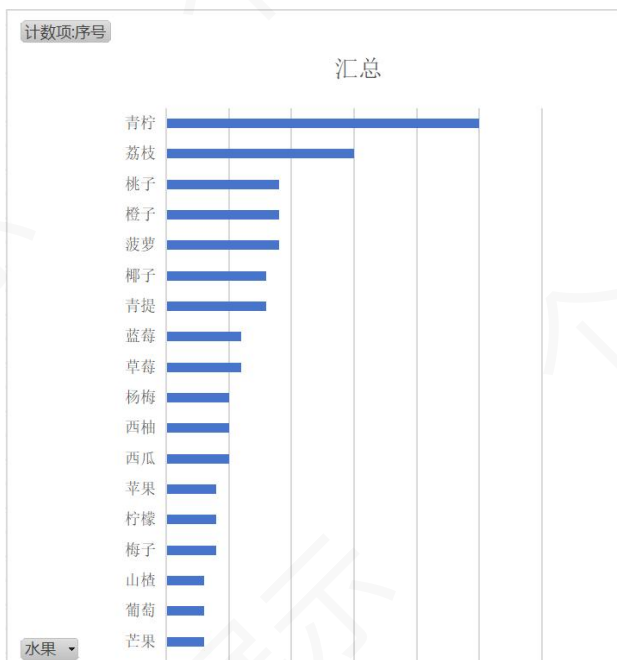


口味洞察-喝什么？

热门水果口味

热门水果：青柠、荔枝、桃子、橙子、菠萝、椰子

小众水果：覆盆子、芭乐



口味洞察-喝什么？

夏日热门水果口味

热门水果：青柠、荔枝、椰子、青提、橙子（整体偏清爽）

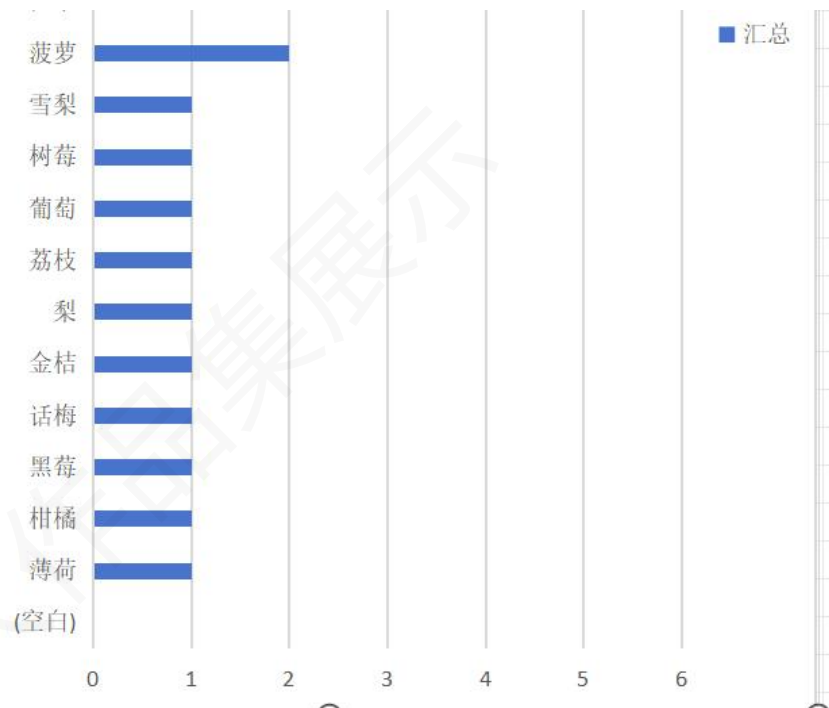
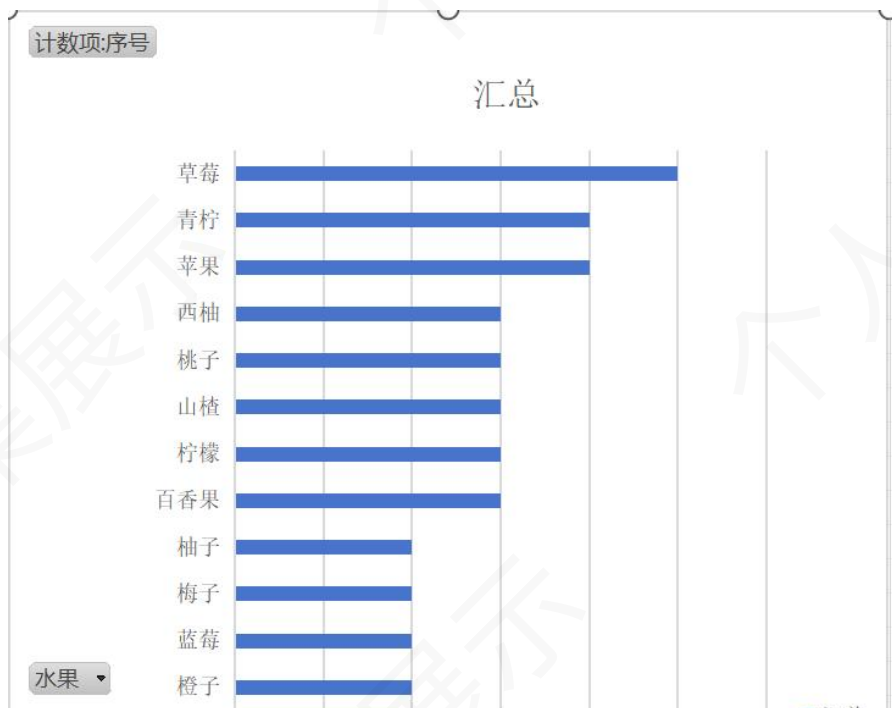


口味洞察-喝什么？

冬日热门水果

热门水果：草莓、青柠、苹果、西柚、桃子、山楂（整体偏甜）

冬日更多的水果：草莓、苹果、西柚、山楂



口味洞察-喝什么？

热门搭配

夏日好搭子

椰子
青提
椰子

荔枝
青柠
菠萝

冬日好搭子

话梅
百香果
草莓
菠萝
橙子

覆盆子
西柚
山楂
苹果
青柠

设计参考



PAMPELLE 红西柚利口酒



Maracaibo 椰子味利口酒



智利卡裴娜柠檬味/菠萝椰奶利口酒

