

# 目录

## 01. 酒类市场概览

- 行业市场规模
- 行业市场竞争
- 行业品牌格局

## 02. 细分品类分析

- 白酒
- 啤酒
- 葡萄酒

## 03. 品牌案例解析

- 案例1 | 洋河
- 案例2 | 福佳

## 04. 2024酒类趋势洞察

- 带货趋势
- 店铺趋势
- 达人趋势
- 营销趋势
- 政策法规
- 未来趋势

# 前言

随着社交媒体电商的蓬勃发展，抖音平台成为酒类品牌开拓市场、推广产品的重要渠道。2024年第一季度，抖音酒类电商经历了诸多变化和挑战，同时也迎来了新的机遇和发展。本报告旨在全面研究抖音酒类电商的市场概览、品牌格局、案例拆解以及行业趋势，共同探索抖音电商酒类行业的未来发展之路。

在市场概览部分，我们会呈现近年来抖音电商酒类市场的规模、增长趋势以及消费者偏好等变化。品牌分析层面，我们将深度展现，在抖音酒类电商的激烈竞争中，脱颖而出的优秀品牌，如何掌握了市场的关键地位；并通过探究成功的品牌营销案例，解析其背后的策略和成功之道；最后，我们将进一步探讨抖音电商酒类行业未来的发展趋势，为行业从业者和品牌决策者提供洞察和启示。

希望通过研究，为行业内各方提供深入的市场了解和战略指导，帮助品牌更好地应对竞争压力，抓住机遇，实现业务增长和持续发展。

# 01

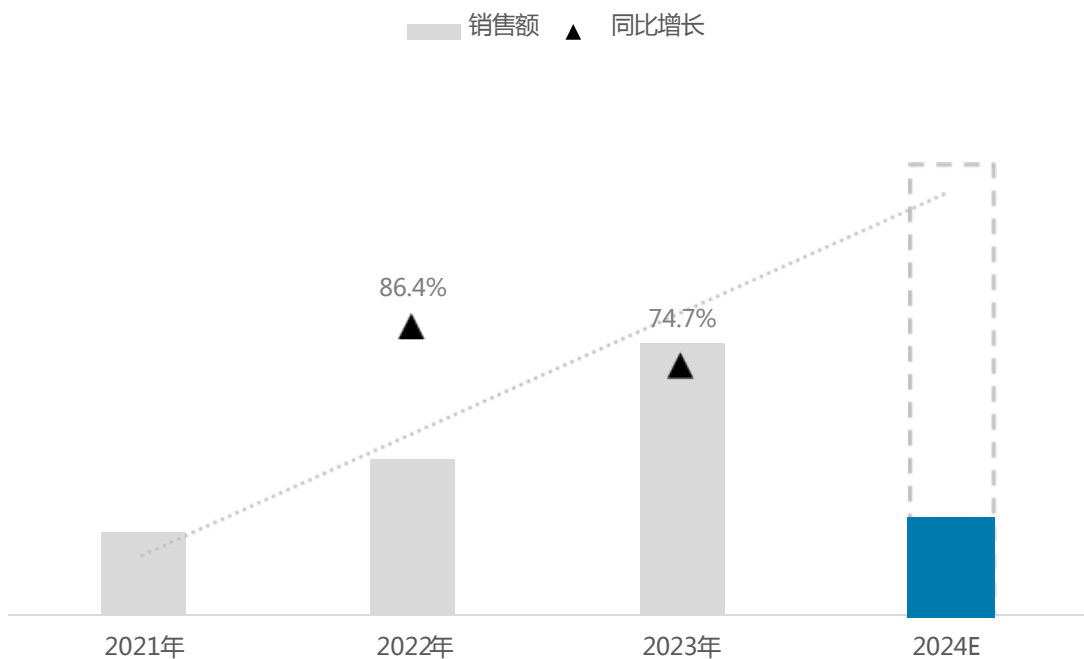
# 酒类市场概览

## 行业市场规模

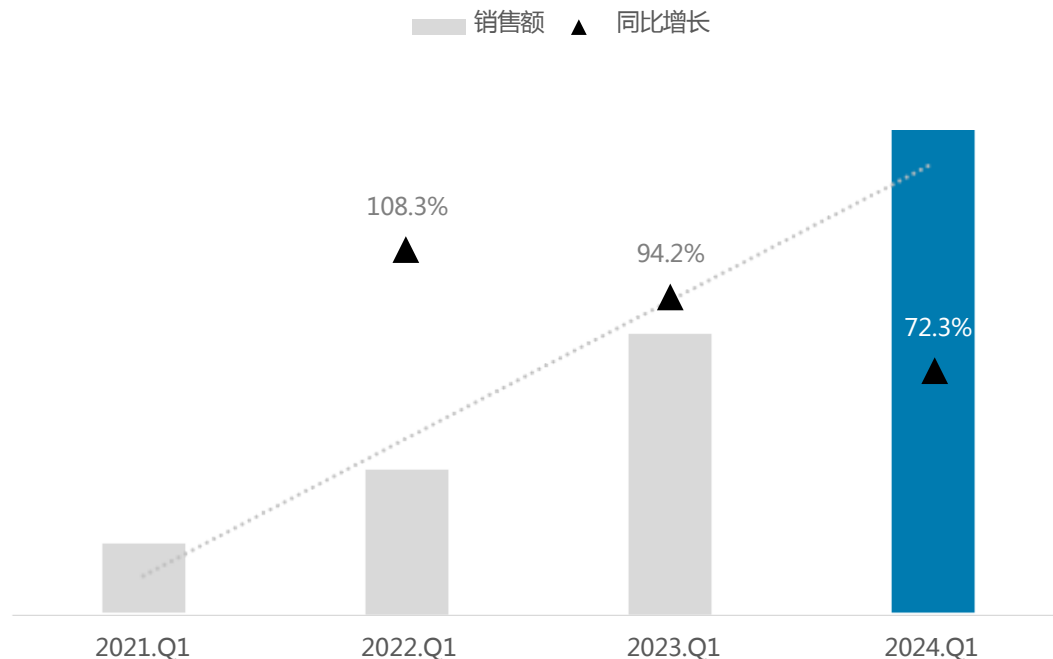
# 抖音酒类电商规模仍稳健增长，2024年Q1销售额突破百亿

近年来，抖音酒类电商呈现出了快速增长的态势，年均增长率较高，综合销售趋势来看，2024年存在较大增长爆发空间。同时，抖音酒类电商季度销售额近年来呈现出了稳健的增长趋势，尤其是在2022年Q1和2023年Q1，增幅较大。2024年Q1的销售额超过了100亿元，增速虽然有所放缓，但仍然保持了较高水平。

2021年-2023年抖音电商酒类市场规模



2021年Q1-2024年Q1抖音电商酒类市场规模



## 行业市场现状

## 销量与声量齐飞，蓬勃发展迎来新的机遇与竞争

2024年Q1抖音酒类电商迎来了蓬勃发展，各项关键指标均呈现积极的增长态势。

一是市场规模持续扩大，消费者活跃度明显提升，这些因素共同推动了市场的繁荣和发展；

二是动销品牌数和在架商品数也呈现增长态势，市场竞争日趋激烈；随着市场的不断扩大和完善，抖音酒类电商将在新的发展阶段迎来更多机遇和挑战。

2024年Q1抖音电商酒类市场各项关键指标变化

■ 2023年Q1 ■ 2024年Q1

**+71.1%**  
销量



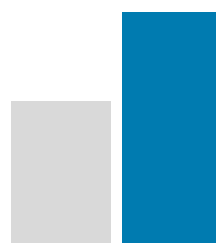
**+193.8%**  
声量



**+198.3%**  
搜索量



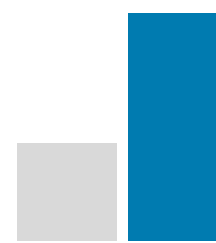
**+62.2%**  
动销品牌数



**+19.1%**  
在架商品数



**+10.1%**  
在售店铺数



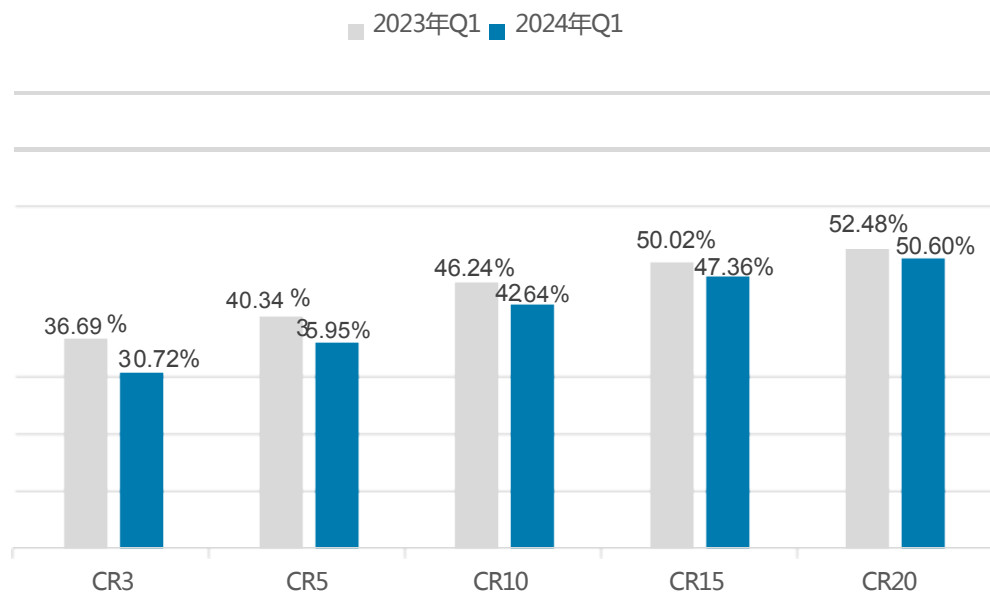
## 行业市场竞争

## 市场集中度有所下降，竞争更加白热化，呈多品牌竞争格局

2024年Q1抖音电商酒类市场竞争格局在逐渐分散，市场份额开始向更多的品牌分流。有以下三个特征：

- 一、整体集中度有所下降，但仍然由少数具有较高市场份额的品牌主导市场；
- 二、随着市场的分散化，竞争格局呈现出多品牌竞争的趋势；
- 三、新兴品牌的崛起，以及传统品牌的调整将继续影响市场格局和竞争态势。

2024年Q1抖音电商酒类市场集中度分布



2022年Q1-2024年Q1抖音电商酒类市场TOP10品牌

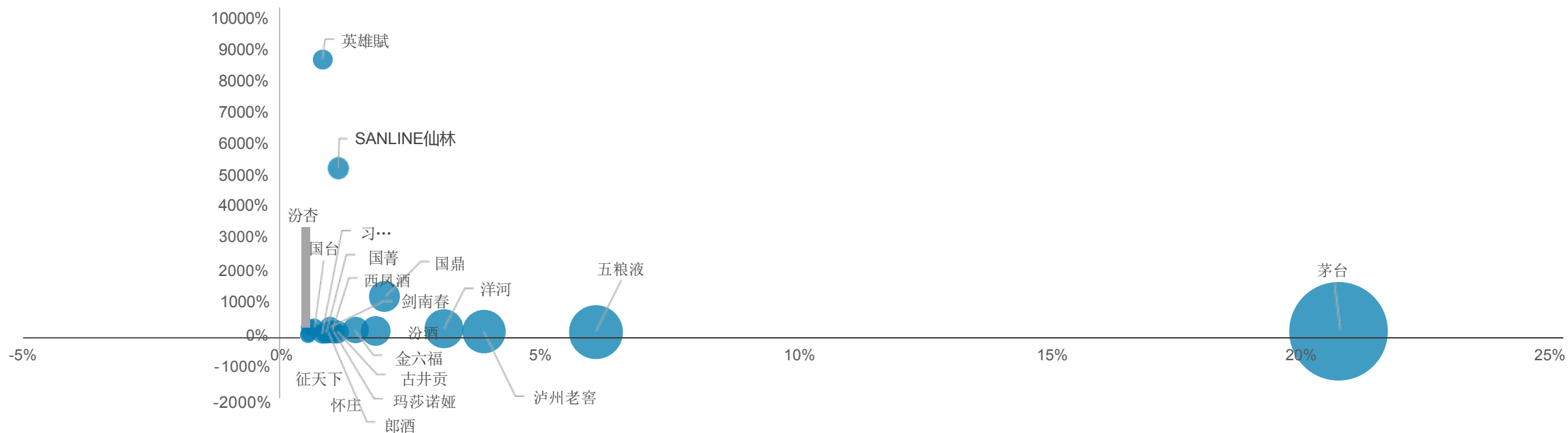
	TOP 1	TOP 2	TOP 3	TOP 4	TOP 5	TOP 6	TOP 7	TOP 8	TOP 9	TOP 10
2022年Q1	茅台	五粮液	洋河	泸州老窖	白水杜康	茅台王子酒	远明	郎酒	金六福	一尊天下
	15.93%	5.41%	4.26%	3.8%	2.95%	2.71%	2.51%	2.4%	2.18%	1.84%
2023年Q1	茅台	五粮液	泸州老窖	洋河	汾酒	习酒	玛莎诺娅	郎酒	古井贡	远明
	22.41%	8%	4.51%	2.29%	1.93%	1.72%	1.46%	1.44%	1.41%	1.36%
2024年Q1	茅台	五粮液	泸州老窖	洋河	国鼎	汾酒	金六福	SANLIN 仙林	古井贡	玛莎诺娅
	20.60%	6.15%	3.97%	3.2%	2.03%	1.87%	1.48%	1.15%	1.13%	1.06%

## 行业品牌格局

## 传统大牌领先地位依旧稳固，部分新锐品牌崛起跻身前列

2024年Q1，茅台、五粮液等传统大品牌在市场中仍然占据着较大的份额，并且保持着稳健的增长态势。尽管传统头部品牌仍然占据较大市场份额，但整体市场集中度有所下降。SANLINE仙林等新兴品牌的崛起和增长，以及部分品牌的增速超过传统品牌，导致市场份额更加分散化。

2024年Q1抖音电商酒类市场TOP20品牌



# 02

# 细分品类分析

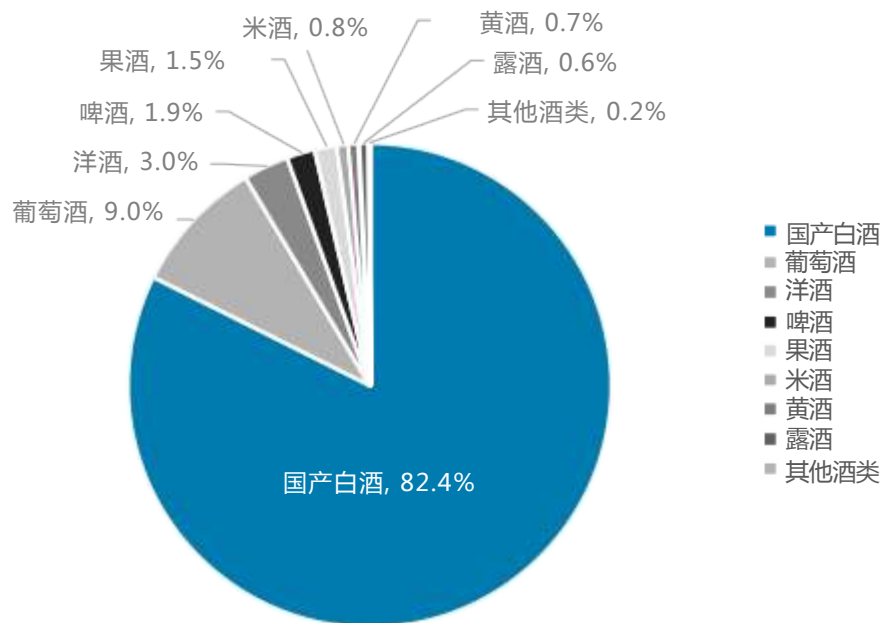


## 细分市场规模

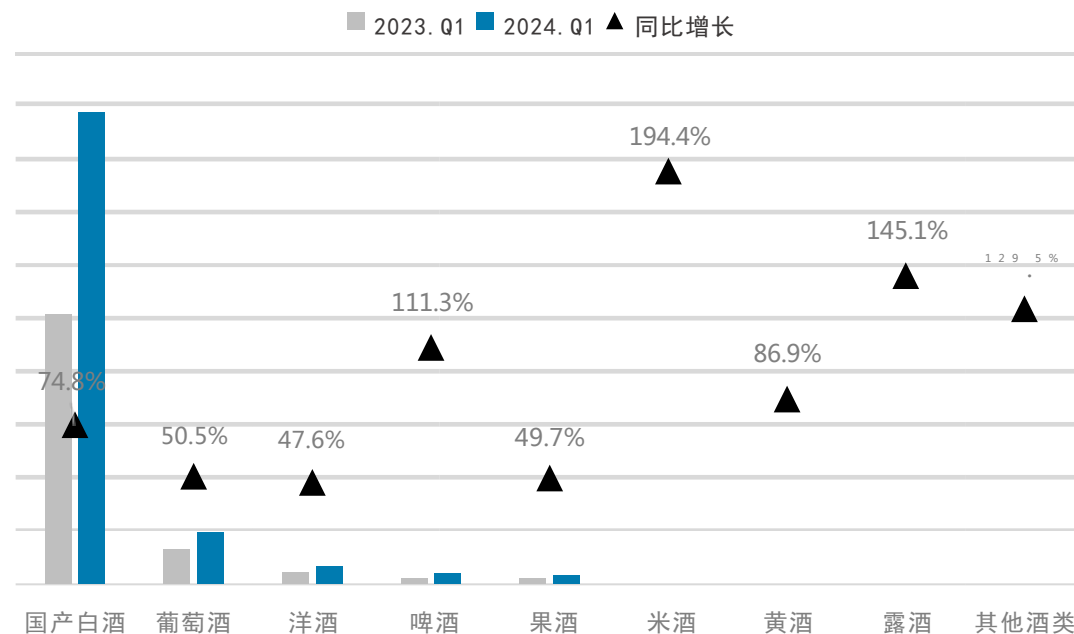
## 细分品类均呈现出较为显著的增长趋势，白酒仍是核心品类

2024年Q1国产白酒作为抖音电商酒类市场的核心品类，继续保持着强劲的增长势头，市场占比持续扩大；葡萄酒、洋酒和啤酒也有一定比例的市场份额；酒类各细分品类均呈现出较为显著的增长趋势，其中米酒增长最为突出，达到194.4%的同比增长。

2024.Q1抖音电商酒类细分品类市场占比



2024.Q1抖音电商酒类细分品类增长趋势





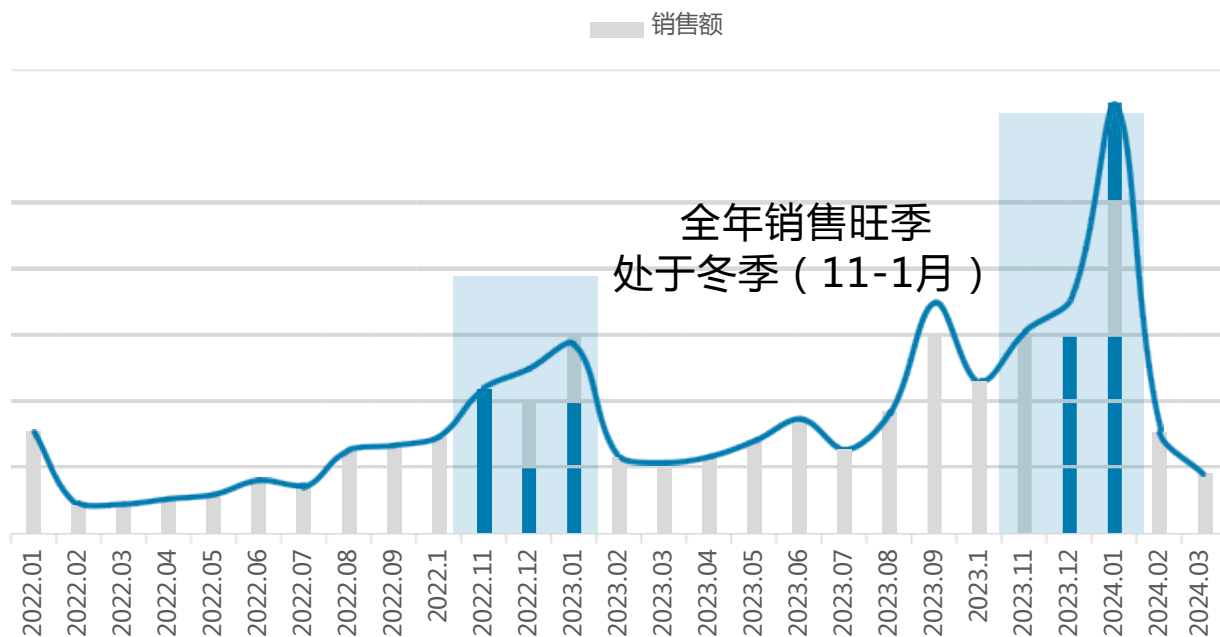
白酒

## 品类市场现状

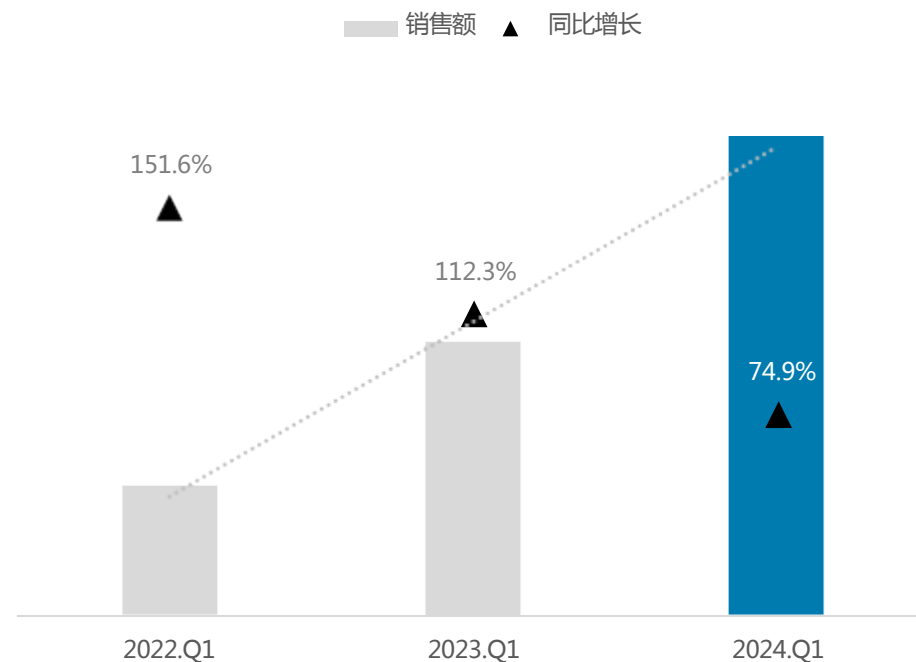
# 2024年Q1白酒品类销售表现强劲，具有较大增长爆发空间

2022年1月至2024年3月期间，抖音电商白酒品类销售额持续增长，在2024年Q1达到了较高的水平，市场规模近90亿元，同比增长为74.9%；从销售走势来看，白酒销售旺季主要集中在国庆到春节期间（11-1月），随着消费者对高品质白酒的需求持续增长，以及旺季、节假日等促销时段的到来，预计未来白酒销售将继续保持强劲增长势头。

2022年1月-2024年3月抖音电商白酒品类市场销售额分布



2022年Q1-2024年Q1抖音电商白酒品类规模



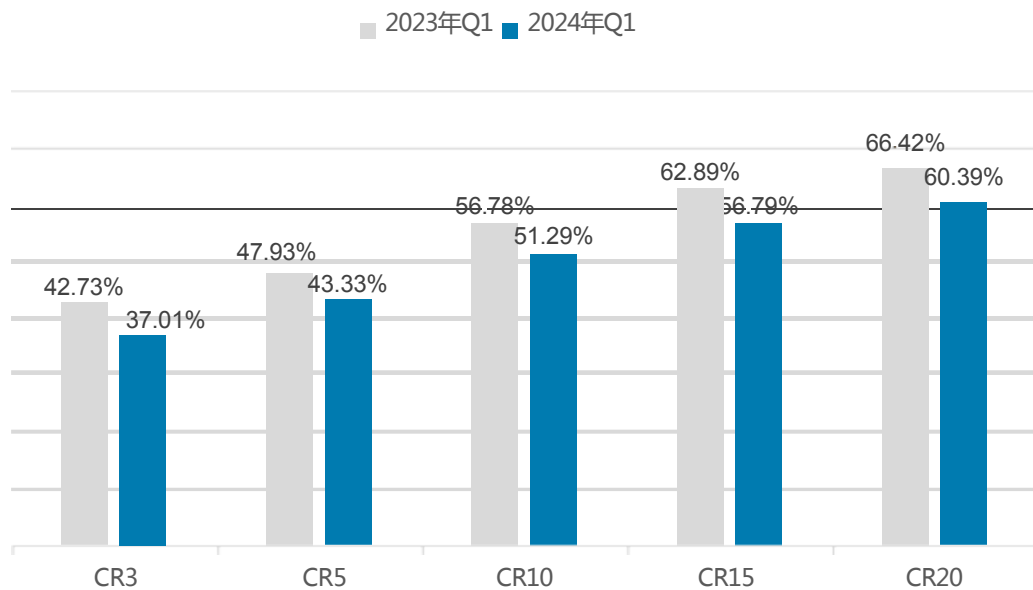
## 品类品牌格局

## 茅台等传统大牌稳居主导，新兴品牌崛起，市场竞争白热化

2024年Q1，抖音电商白酒品类市场中，茅台、五粮液等传统品牌仍然稳居市场主导地位。同时，新兴品牌表现出明显的增长势头，市场竞争更加白热化，新旧力量角逐激烈。

值得注意的是，约73%的品牌同比增长呈正向增长，约60%的品牌增长幅度超过100%，品牌呈现出正向、快速增长的态势，带动了整个行业的积极发展和市场扩张。

2024年Q1白酒品类市场集中度



2024.Q1抖音电商白酒品类品牌竞争格局

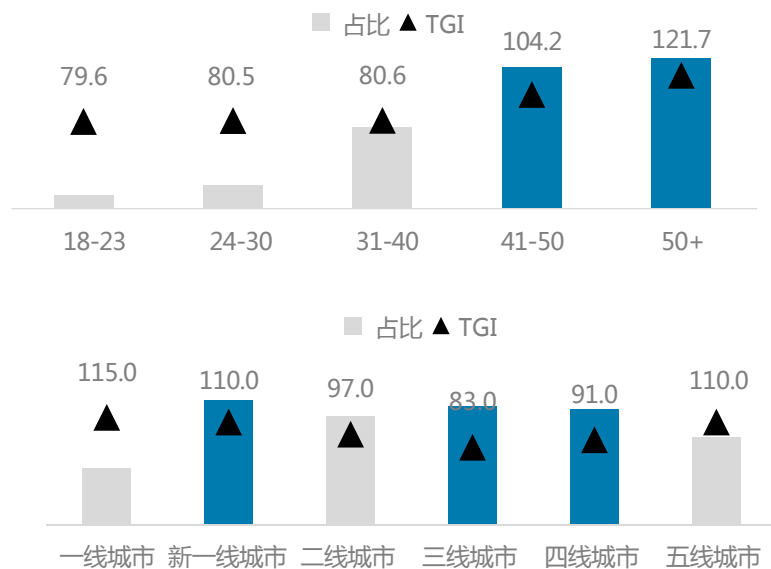
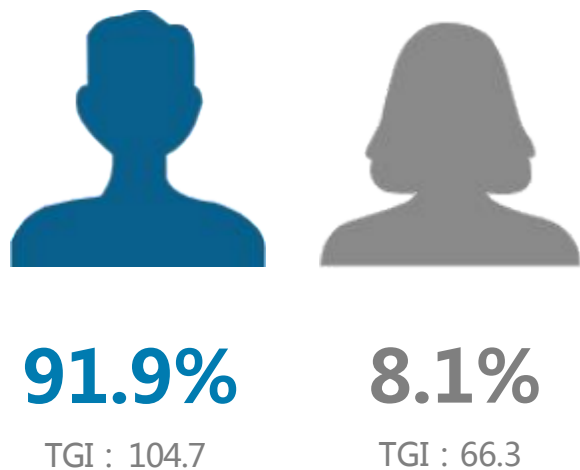
排名	排名变化	品牌	市场占比	销售指数	同比增幅
01	-	茅台	24.86%	1,474,125	59.09%
02	-	五粮液	7.37%	437,012	31.0%
03	-	泸州老窖	4.78%	283,620	50.4%
04	-	洋河	3.88%	230,167	140.2%
05	+31	国鼎	2.44%	144,637	1140.1%
06	-1	汾酒	2.27%	134,896	67.7%
07	+3	金六福(酒)	1.8%	106,870	97.3%
08	-	古井贡	1.37%	81,131	38.0%
09	+170	SANLINE仙林	1.27%	75,191	4597.9%
10	+3	西凤酒	1.25%	73,953	53.46%

## 行业消费群体

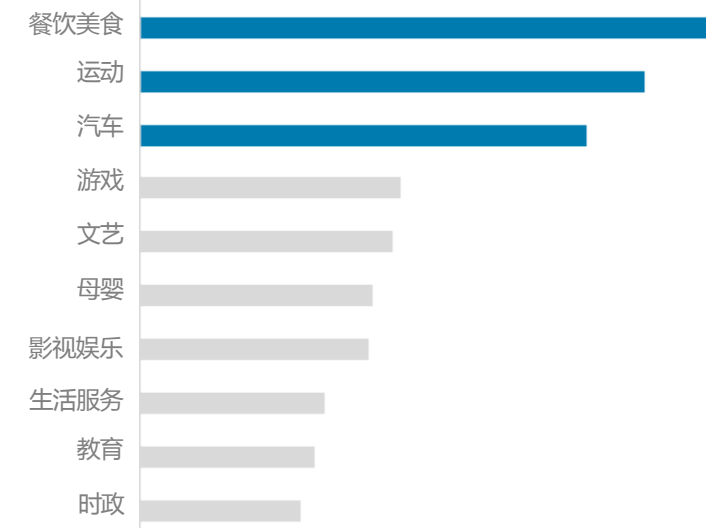
## 40岁以上男性群体是白酒品类消费主力军

2024年Q1，抖音电商白酒消费群体中男性占比较高，达到91.9%，消费者年龄主要集中在40岁以上的群体，城市线分布比较均衡，消费者主要集中在新一线城市和三、四线城市，占比分别为19.9%和19.1%、18.5%；在内容偏好上，他们对于餐饮美食、运动和汽车等领域的内容比较感兴趣。

2024年Q1抖音电商白酒消费群体画像（性别、年龄、城市线）



2024年Q1抖音电商白酒消费群体内容偏好



## 品类热销商品

## 品牌效应及特色产品给白酒品类带来市场认可度和销售增长

2024年Q1，抖音电商白酒品类的热销商品呈现出明显的品牌效应和特色产品优势。

熟悉的茅台、五粮液等传统品牌和特定系列产品往往具备更高的销售量和市场认可度；其中，茅台品牌的生肖龙年纪念酒、飞天茅台等多款产品销售额均高居前列，销售额更是超过数千万元。

2024.Q1抖音电商白酒品类TOP商品

商品	品牌	销售指数	均价
MOUTAI/茅台生肖龙年纪念酒白酒酱香型(非原箱)500ml53度	茅台	46,562	3,573
SANLINE宜宾五粮液仙林生态 奢享 金山银山 礼盒52度500ml*2	SANLINE 仙林	39,799	593
MOUTAI/茅台(23年或24年随机发)飞天茅台(无原箱)(XY)53度500ml	茅台	35,432	2,739
MOUTAI/茅台贵州茅台酒癸卯兔年生肖酒系列酱香型白酒53度375ml	茅台	28,696	2,183
MOUTAI/茅台五星茅台甲辰龙年生肖酒酱香型珍藏瓶装ZB53度500ml	茅台	26,256	3,609
【广东夫妇专属】MOUTAI/茅台贵州飞天茅台(近年份)酱香白酒53度500ml	茅台	26,038	2,713
MOUTAI/茅台贵州生肖茅台酒 甲辰龙年 酱香型白酒53度500ml*1瓶	茅台	25,165	3,719
汾酒53度青花20礼盒500ml*1瓶/2瓶/6瓶青花53度500ML	汾酒	24,668	1,899
MOUTAI/茅台2023年贵州飞天茅台原封箱酱香型白酒53度500ml*6	茅台	24,209	18,845
MOUTAI/茅台(23年或24年随机发)飞天茅台白酒(原箱)53度500ml*6	茅台	24,081	18,931



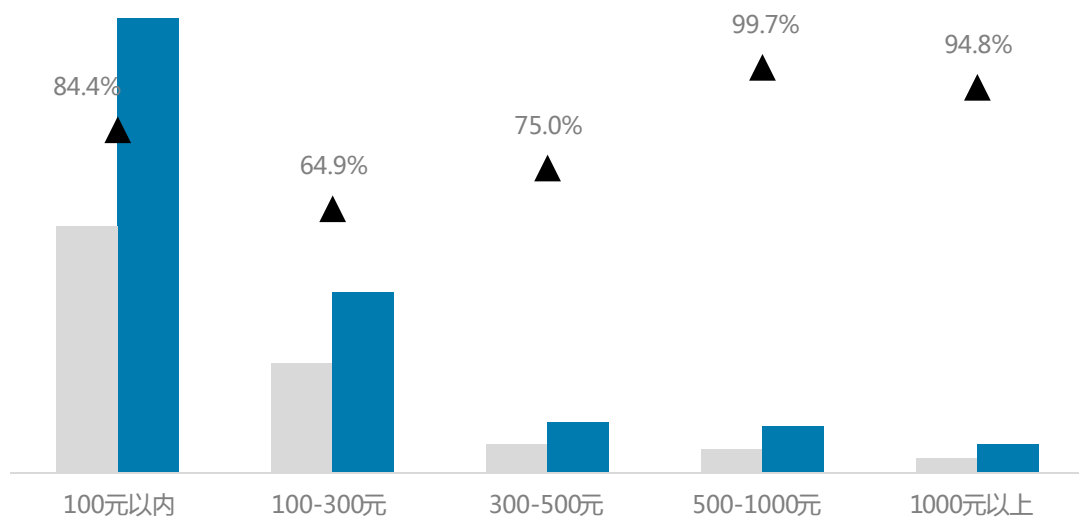
## 商品价格分析

# 500元以上销量增长较大，消费者对高品质高价位白酒需求增加

2024年Q1，抖音电商白酒品类所有价格带的产品，销量均呈现增长趋势，增幅普遍超过50%以上；尤其是500-1000元和1000元以上的产品销量增幅较高，分别达到99.7%和94.8%；这种趋势反映了消费者对品质更高、档次更高的酒类需求在抖音电商平台上有所增加。

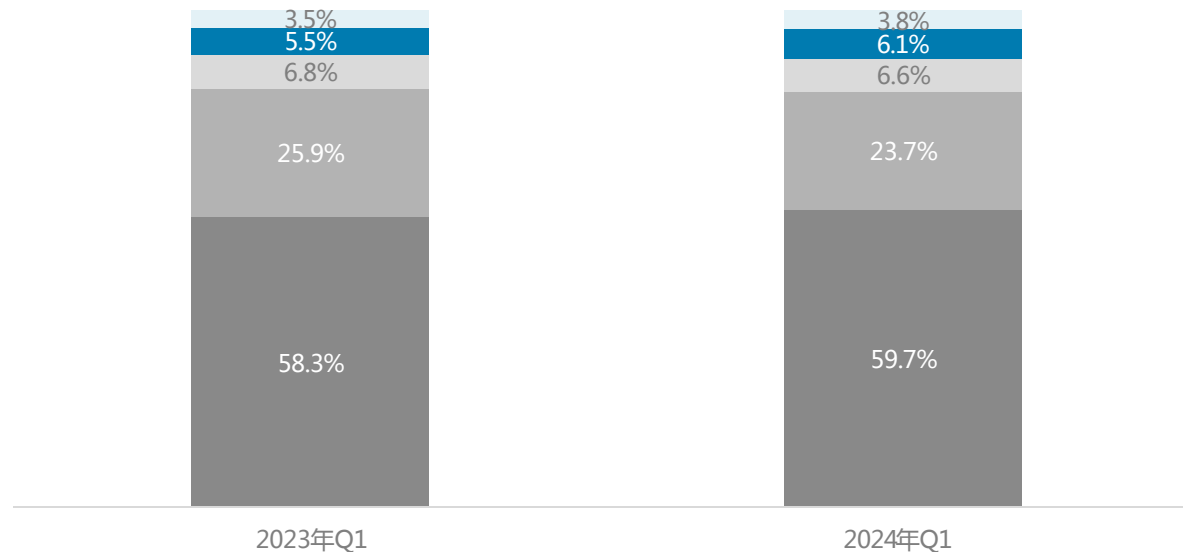
### 2024年Q1抖音电商白酒品类各价格带销量分布

■ 2023年Q1 ■ 2024年Q1 ▲ 同比增幅



### 2024年Q1抖音电商白酒品类各价格带销量占比

■ 100元以内 ■ 100-300元 ■ 300-500元 ■ 500-1000元 ■ 1000元以上



## 商品香型分析

## 浓香型和酱香型白酒主导，香型消费多元化

2024年Q1，抖音电商白酒消费以浓香型和酱香型为主导香型。浓香型白酒是中国白酒主流品类，受到消费者的广泛喜爱和接受，其销量在白酒市场中的占比约49.8%，酱香型白酒销量市场占比也达到29.2%；同时，清香型等其他香型也在市场中有一定的份额。

2024年Q1抖音电商白酒品类各香型销量及占比







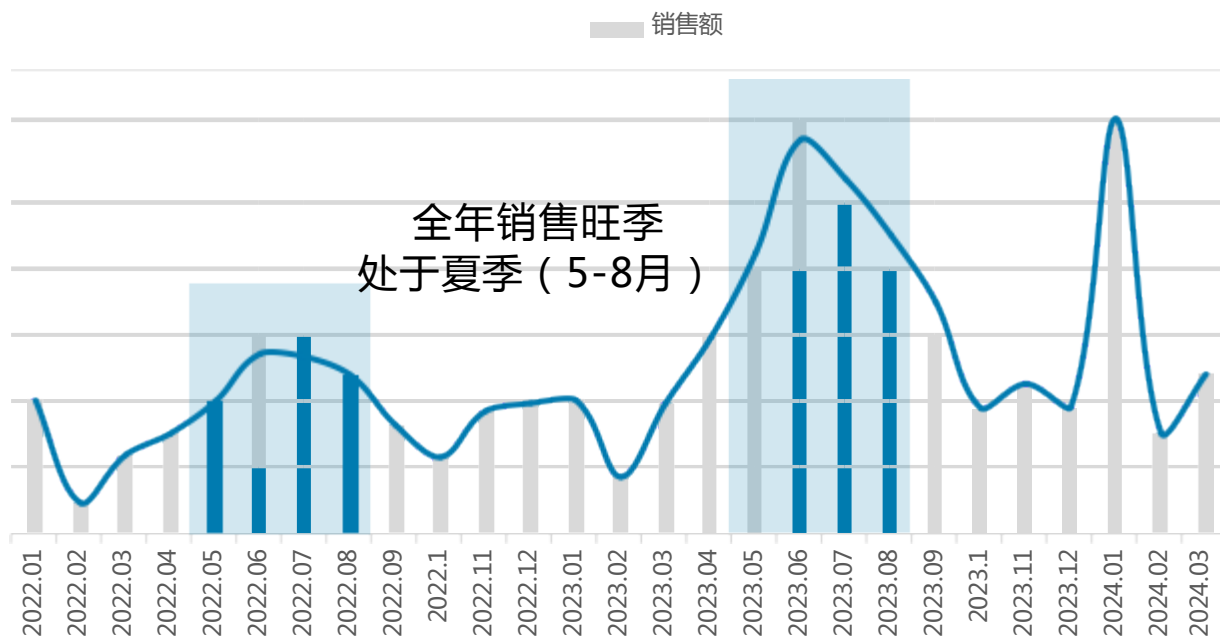
# 啤酒

## 细分品类市场

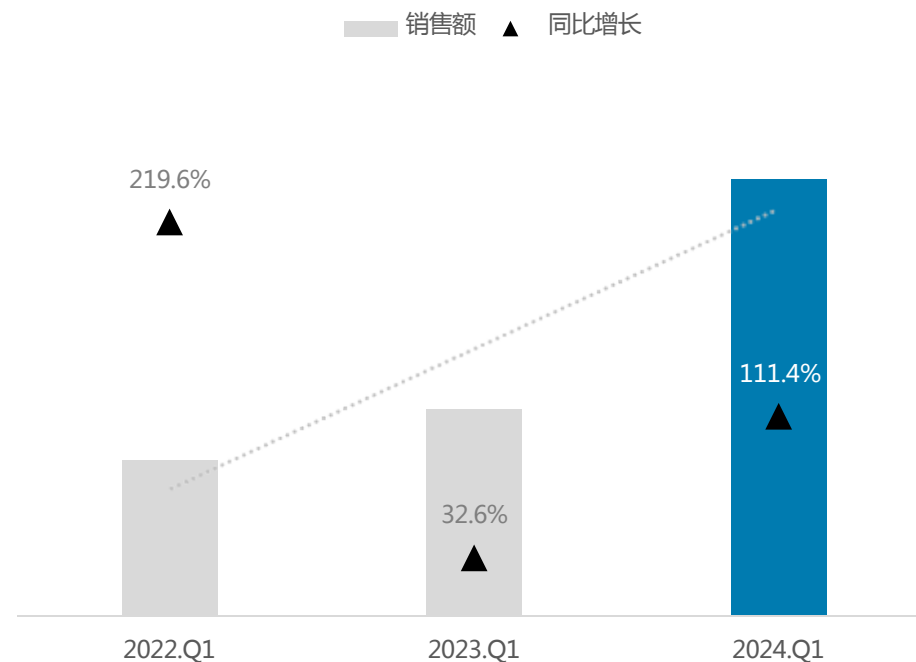
# 2024年Q1啤酒品类销售快速增长，夏季旺季将进一步提升

抖音电商啤酒品类在2022年1月至2024年3月期间销售额呈持续增长，2024年Q1销售额超2亿元，同比增长111.4%。值得注意的是，从销售走势来看，啤酒品类的销售旺季主要集中在夏季（5-8月），预计到2024年夏季，抖音电商啤酒品类市场的销售额将进一步增长。

2022年1月-2024年3月抖音电商啤酒品类市场销售额分布



2022年Q1-2024年Q1抖音电商啤酒品类规模

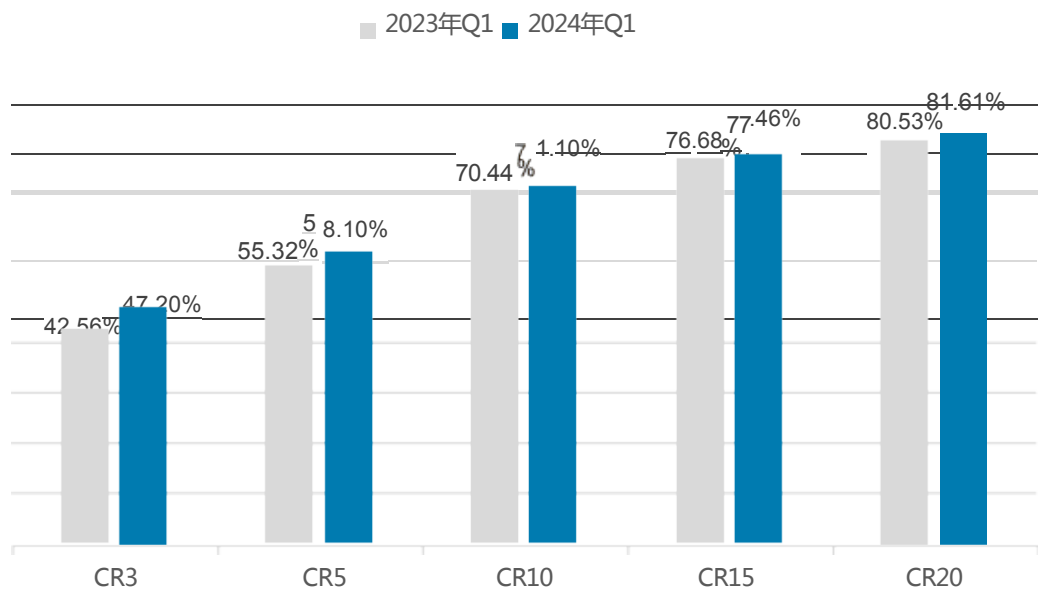


## 品类品牌格局

## 市场竞争激烈，青岛啤酒领跑，新兴品牌异军突起

2024年Q1抖音电商啤酒品类市场呈现出活跃的竞争态势。青岛啤酒以稳固的市场份额和显著的销售增长率位居市场第一，市场表现良好。喜力和百威紧随其后，德伦堡、福佳和VEDETT等新兴品牌同样出色；超过一半的品牌同比增长呈现正向增长趋势，其中约66%的品牌增长幅度超过100%，展示出市场中新旧品牌都在经历积极的成长阶段。

2024年Q1啤酒品类市场集中度



2024.Q1抖音电商啤酒品类品牌竞争格局

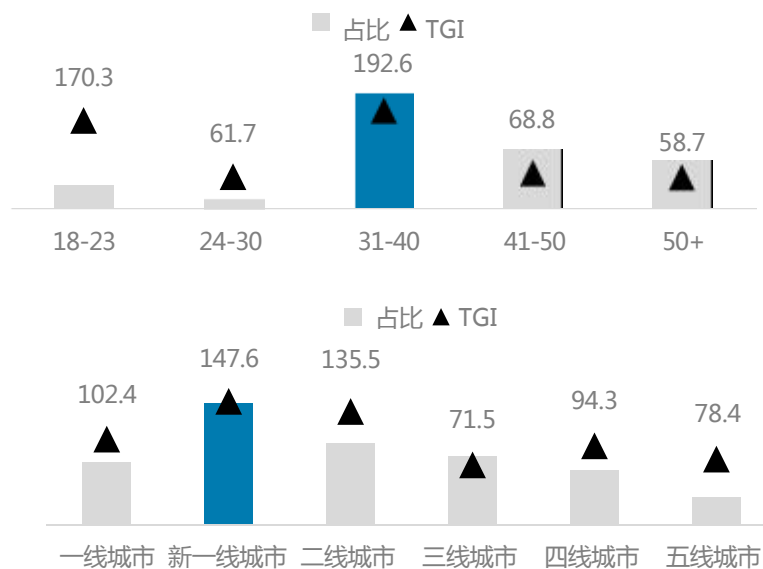
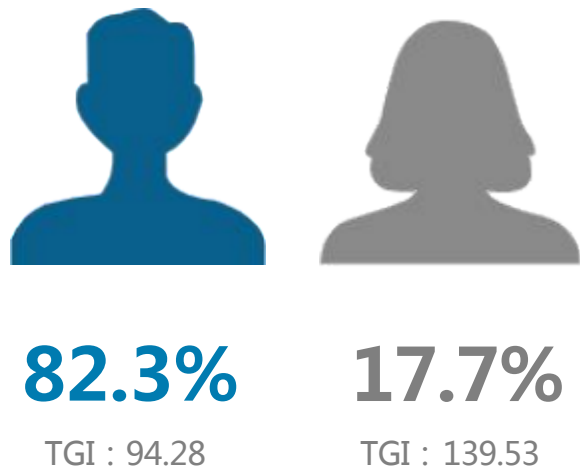
排名	排名变化	品牌	市场占比	销售指数	同比增幅
01	-	青岛啤酒	18.47%	24,992	74.2%
02	+2	喜力	14.84%	20,076	369.9%
03	+3	百威	13.88%	18,786	396.6%
04	-2	轩博	5.56%	7,526	3.5%
05	-2	乌苏	5.35%	7,233	28.9%
06	+36	德伦堡	3.69%	4,995	4043.7%
07	+11	科罗娜	2.9%	3,931	689.0%
08	13	1664	2.37%	3,209	-17.5%
09	+41	福佳	2.19%	2,969	2849.3%
10	+11	VEDETT	1.89%	2,558	473.4%

## 行业消费群体

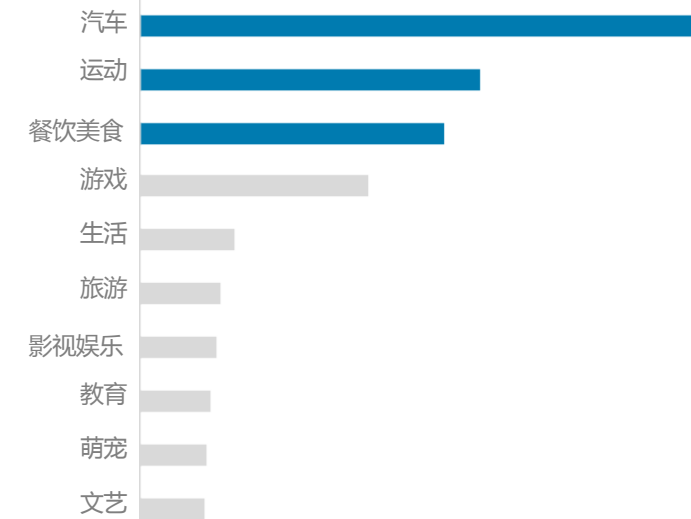
## 31-40岁以上男性群体是啤酒品类消费主力军

2024年Q1，抖音电商啤酒消费群体中男性占比较高，达到82.3%，消费者年龄主要集中在31-40岁的群体，城市线分布比较均衡，消费者主要集中在新一线城市和二、三线城市，占比分别为29.2%和19.6%、16.3%；在内容偏好上，他们对于汽车、运动和餐饮美食等领域的内容比较感兴趣。

2024年Q1抖音电商啤酒消费群体画像（性别、年龄、城市线）



2024年Q1抖音电商啤酒消费群体内容偏好



## 品类热销商品

## 品牌经典依然最为热销，新品种和特色啤酒也备受欢迎

2024年Q1，抖音电商啤酒品类的热销商品主要集中在知名品牌的经典产品和特色组合上，如青岛啤酒的经典红罐、龙年包装等系列产品销售额位列前茅；一些特色产品或新品种的啤酒，如德伦堡的精酿原浆啤酒、千岛湖啤酒的全麦芽超爽啤酒等，也受到消费者的青睐。

2024.Q1抖音电商啤酒品类TOP商品

商品	品牌	销售指数	均价
[性价比TOP]百威啤酒经典红罐450ml*18罐+百冰500ml*18罐清爽顺滑	百威	4,381	172
[喜力啤酒]全麦酿造新鲜喜力啤酒500ml*24听+赠星银12听 共36听	喜力	3,657	252
青岛啤酒小棕金11度296ml*24瓶整箱装 官方正品 经典瓶装XY	青岛啤酒	2,901	97
Budweiser/百威【预售】红罐255ml*24罐商城热卖醇香发酵啤酒甄选	百威	2,590	69
Budweiser/百威百威经典淡色拉格红罐450ml*18罐装*2箱	百威	2,561	138
科罗娜330ml*24瓶墨西哥风味特级拉格啤酒清爽优质年货新鲜日期	科罗娜	2,310	221
Derenburg/德伦堡[1.35L*4]精酿原浆28天鲜酿啤酒12P 4.5%vol	德伦堡	2,272	39
[直播]乌苏啤酒红乌苏经典罐500ml*12罐*3箱 包装随机发	乌苏啤酒	2,204	192
[官方旗舰店]青岛啤酒福禧罐500ml*12听*2箱 喜庆宴请经典酒液	青岛啤酒	2,185	196
DL/胖东来精酿小麦啤酒330ml*24瓶 整箱装 原麦汁浓度12°P	千岛湖啤酒	2,066	60



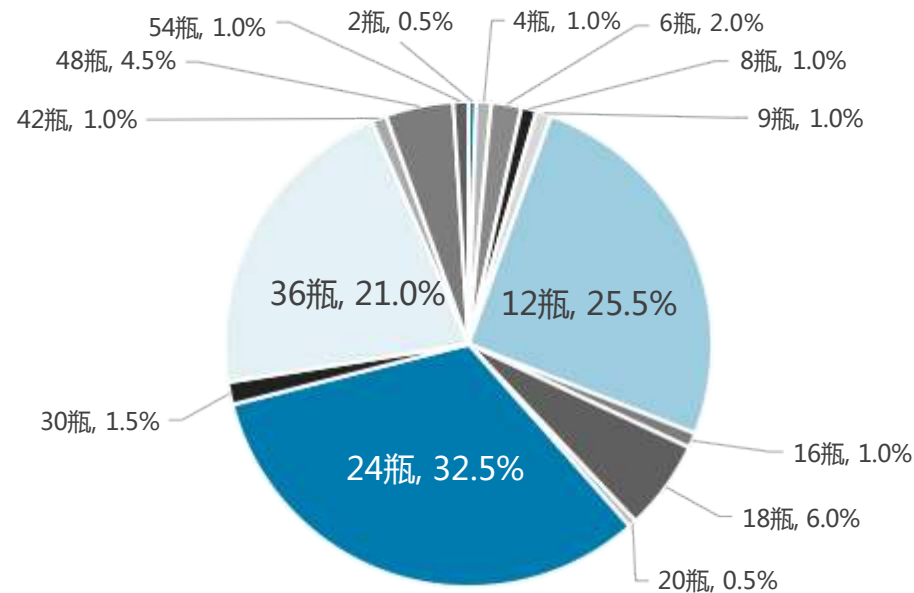
## 商品销售分析

## 12瓶和24瓶规格占据主导，品牌组合销售激发消费热情

2024年Q1，抖音电商啤酒品类市场中，以12瓶和24瓶的规格销售的商品数占据了近60%的市场份额，而36瓶规格也有较大比例的销售，占据了21%的份额。此外，品牌采用了“商品+赠品（其他产品）/礼品”的组合销售形式，以提高销售额和吸引消费者。

 <p><b>Budweiser/百威红罐255ml*24罐</b> 商城热卖 醇香发酵啤 酒甄选 酒类 商品ID: 36370 首次上架日期: </p>	 <p><b>【性价比TOP】百威啤酒经典红罐450ml*18罐+百冰500ml*18罐清爽顺滑</b> 酒类 商品ID: 3635550447730862396 价格范围: ¥175 - ¥199 首次上架日期: 23/08/25</p>
 <p><b>Budweiser/百威*2箱</b> 酒类 商品ID: 36611 首次上架日期: </p>	 <p><b>[喜力啤酒]全麦酿造新鲜喜力啤酒500ml*24听+赠星银12听 共36听</b> 酒类 商品ID: 3668394884139712670 价格范围: ¥247 - ¥258 首次上架日期: 24/02/18 500ml</p>
 <p><b>科罗娜330ml</b> 年货新鲜日期 商品ID: 36493 首次上架日期: </p>	 <p><b>青岛啤酒小棕全11度296ml*24瓶整箱装 官方正品 经典瓶装XY</b> 酒类 商品ID: 3662669324834991108 价格范围: ¥91 - ¥99 首次上架日期: 24/01/20</p>

2024年Q1抖音电商啤酒TOP200商品销售规格商品数占比





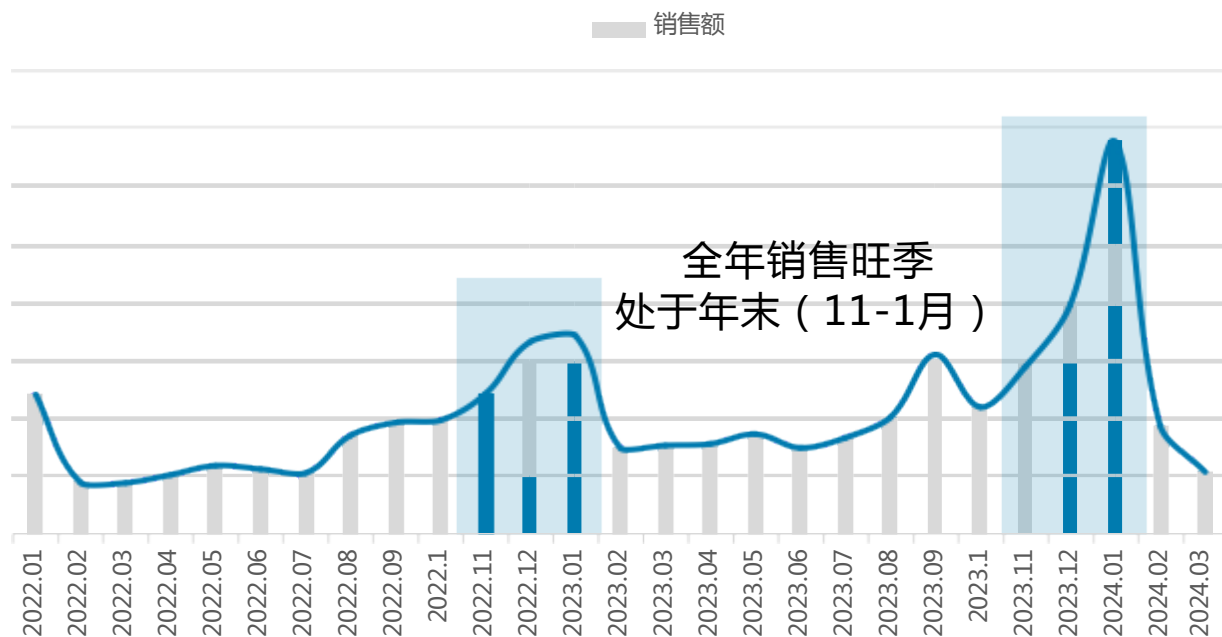
# 葡萄酒

## 细分品类市场

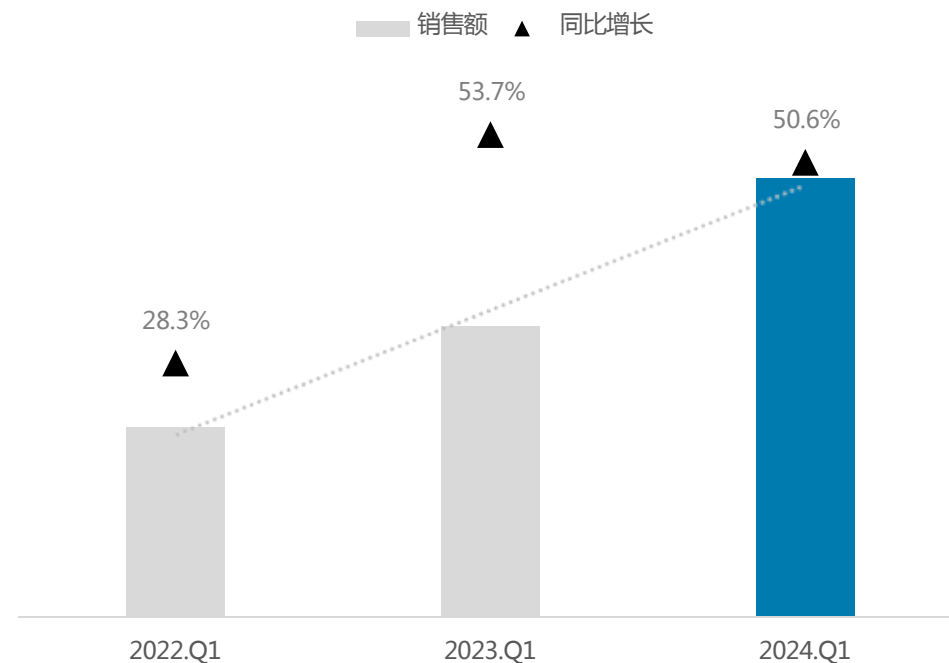
## 2024年Q1抖音电商葡萄酒销售再创新高，持续增长态势显著

2022年1月至2024年3月期间，葡萄酒品类在抖音电商平台上的销售表现呈现出持续增长的态势，2024年Q1销售额较前一年同期显著提升。从销售走势来看，葡萄酒品类销售旺季主要集中在年末（11-1月），预计随着消费者对葡萄酒品质和文化的认知提升，抖音电商平台上葡萄酒品类将继续受到消费者的青睐，市场增长潜力仍然巨大。

2022年1月-2024年3月抖音电商葡萄酒品类市场销售额分布



2022年Q1-2024年Q1抖音电商葡萄酒品类规模



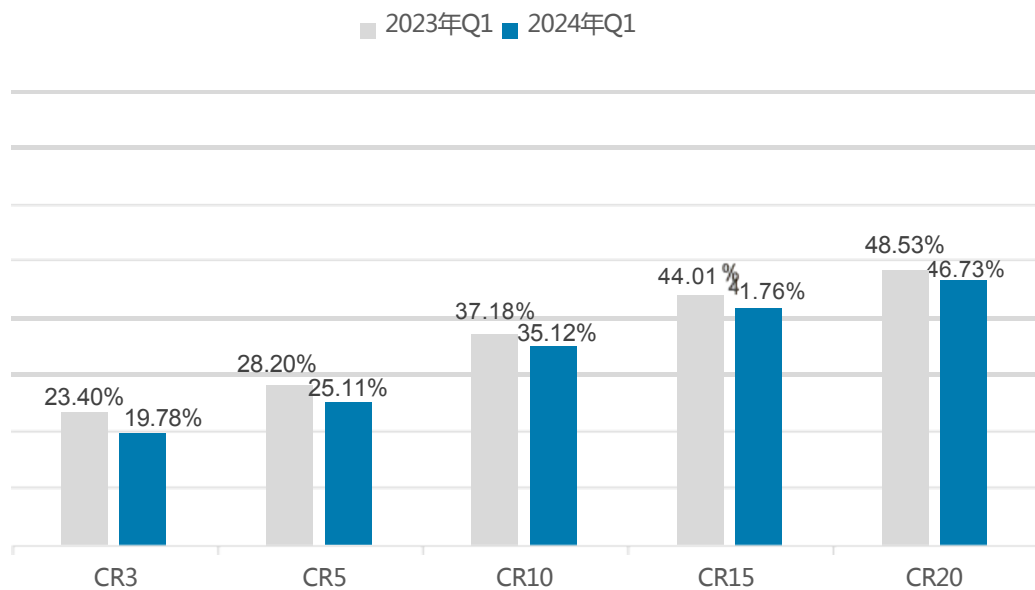


## 品类品牌格局

## 市场竞争激烈，玛莎诺娅&amp;张裕稳居前列，新兴品牌势头迅猛

2024年Q1抖音电商葡萄酒品类市场呈现激烈竞争态势，玛莎诺娅、张裕品牌稳居前列，CARL BERNY、堡菲丽庄园等品牌也表现出良好的市场潜力和增长态势。超过一半的品牌同比增长呈现正向增长趋势，其中约66%的品牌增长幅度超过100%；整体来看，抖音电商葡萄酒市场竞争日益激烈，品牌格局正在发生变化，机遇与挑战并存。

2024年Q1葡萄酒品类市场集中度



2024.Q1抖音电商葡萄酒品类品牌竞争格局

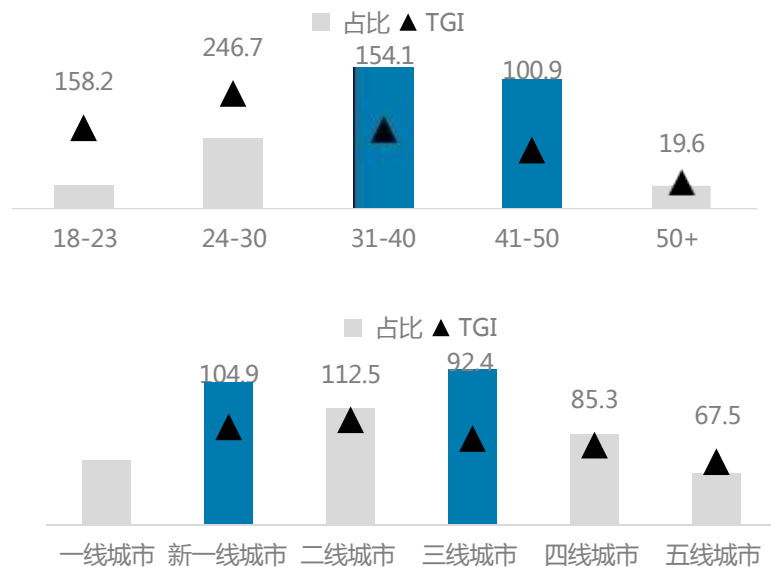
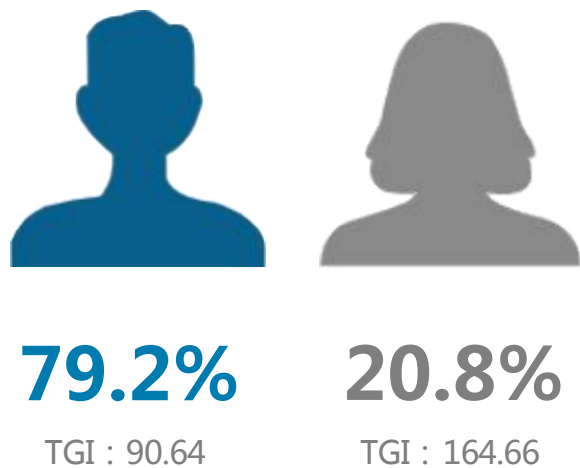
排名	排名变化	品牌	市场占比	销售指数	同比增幅
01	-	玛莎诺娅	11.68%	75,994	24.7%
02	-	张裕	4.59%	29,863	29.5%
03	+42	CARL BERNY	3.51%	22,831	1395.9%
04	-1	木莱特	2.86%	18,639	8.9%
05	new	堡菲丽庄园	2.47%	16,068	-
06	new	雅蘭仙谷	2.28%	14,826	-
07	new	轩唐	2.27%	14,751	-
08	-	欧昆	1.95%	12,700	71.0%
09	new	宾狮	1.8%	11,738	-
10	new	路易洛莱斯	1.71%	11,103	-

## 行业消费群体

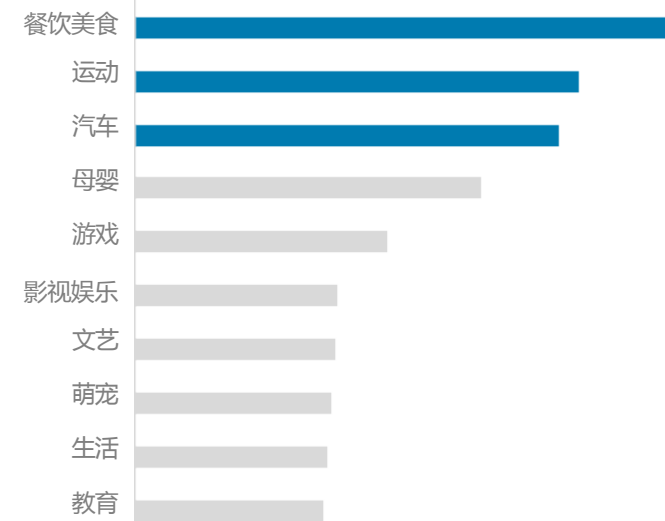
## 31-40岁以上男性群体是葡萄酒品类消费主力军

2024年Q1，抖音电商葡萄酒消费群体中男性占比较高，达到79.2%，消费者年龄主要集中在31-50岁的群体，城市线分布比较均衡，消费者主要集中在新一线城市和三线城市，占比分别为22.92%和25.01%；在内容偏好上，他们对于餐饮美食、运动和汽车等领域的内容比较感兴趣。

2024年Q1抖音电商葡萄酒消费群体画像（性别、年龄、城市线）



2024年Q1抖音电商葡萄酒消费群体内容偏好



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/516001035223010131>