

WAVE 1

一个新的“干杯”： 消费趋势塑造 “饮酒”的未来

不断演变的酒精领域的关键点

人们的饮酒方式正在改变。在健康和福祉的关注度提升、经济压力以及酒精替代品的兴起等因素的推动下，饮酒正从习惯转变为有意识的抉择。

Toluna 对 2000 多名美国酒精消费者进行了定量研究，以揭示当前的消费趋势、影响消费模式转变的因素以及这对品牌意味着什么。以下是一些关键发现。

1.

酒精认知正在改变



• 酒精是 从“习惯”到“有意识的选择” 区域，消费者对此更加有目的性。这标志着一种更广泛的生活方式演变，该生活方式优先考虑平衡和健康，41%的酒精障碍与健康相关。

2.

精神压力和挑战 正在驱动新的饮酒动态

%
•
58

饮酒者
感觉负面 关于世界，其中 Z世代和 女性 报告 最 affected .
• 情绪压力影响着饮酒习惯。
这为品牌通过以人为本的故事讲述建立联系打开了大门。

• Z世代日益增长的焦虑和健康福祉的优先考虑 正在重塑饮酒场合。放松和放松，而不是外出，正成为推动酒精消费的关键时刻。

3.

Z世代是 尤其是敏感的 对关税的引入



%
•
64

of Z世代 报道称他们将要调整
基于关税的酒精购买决策，由于可支配收入较少。

4.

X世代正在缩减开支 (但并未削减)

• 健康问题，衰老和宿醉成为 X 世代消费的关键障碍。

• 仍然是重要的酒精饮料饮用者，X世代的消费倾向于更多 适度的和传统的饮酒时刻。

• 品牌有机会支持X世代 高端、低度或功能性饮品选项 那些能满足他们不妥协的娱乐欲望的。



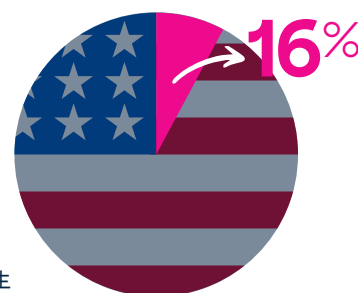
5.

The 百分之十六的美国人 哪些使用GLP-1的人正在改变消费模式

• 56%的GLP-1使用者声称已经减少或消除了他们生活中的酒精。

• 存在着一种强烈的倾向采用酒精替代品 与无酒精该组中的选项。

• 胰高血糖素样肽-1的促生长信号表明 主要类别颠覆。



6.

无酒精 功能饮料正在 gaining momentum

66%

期望无酒精选项 为了获得人气。

54%

非酒精饮料消费者中提到 以健康为由 用于消费。

• Z世代和千禧一代对无酒精饮料的接受度超乎寻常 (分别为20%和18%)。

7.

THC 好奇心 正在扩大“副”市场

66%

持开放态度 THC浸泡的 饮料

53%

感兴趣 in wellness/ 功能 饮料。

• 消费者越来越寻求不含酒精更健康的替代品，且不会引起宿醉。



在我们这里了解更多 [博客文章系列](#) 未来的饮用品正在被重新定义。走在前面。联系我们 adriana.sousa@toluna.com 学习如何。

WAVE 2

一个新的“干杯”： 追踪运动趋势

探索酒精消费趋势随时间演变的情况

我们的新“干杯”系列探讨了酒精消费是如何演变的，选择为何在转变，以及这对行业意味着什么。这项研究由Toluna Start和我们的全球小组提供支持，从2000多名美国消费者中提取见解，帮助您更好地了解这个动态市场。

与2

nd

研究浪潮现已完成，我们正着眼于第一波趋势的演变以及新机遇的涌现。以下为要点：

1.

Z世代 正在喝得更多，感觉越来越糟

35%的Z世代 他们正在增加饮酒量，主要是为了社交和/或应对压力。这一群体对未来的看法仍然最不乐观，突出了饮酒量与健康福祉之间的联系。

2.

关税正在 对测试的忠诚

超过50%的饮酒者 声称进口关税将影响他们的饮水习惯。 Z世代和千禧一代 最有可能 选择替代方案，为国内品牌打开机会。

3.

GLP-1使用者是 重新定义快乐时光

大约 十分之六的GLP-1使用者报告 减少或戒酒，标志着向大麻二酚等非酒精选择以及以健康为导向的饮料的转变。

4.

清醒-好奇的生活方式 gains ground

三分之二的消费者 预计无酒精鸡尾酒将越来越受欢迎。千禧一代和X世代的年轻人正引领着人们转向更健康、低热量的替代品。

5.

THC 正在走向主流 (并且迷幻药显示出希望)

在第二波中，大麻使用率达到了35%，并且64%的非用户对尝试它持开放态度。裸盖菇素仍然是小众的；然而，文化和监管的变革表明其已初具势头。



在我们的博客文章中了解更多。

饮用的未来正在被重新定义。保持领先。联系我们
专家 学习如何。