vinetur

Chinesische Alkoholmarken erreichen globalen Rekordwert: Moutai führt den Spirituosenmarkt an

Strategisches Branding und internationale Expansion treiben die chinesische Dominanz in globalen Spirituosen- und Bier-Rankings voran und verändern die Wahrnehmung der Branche

Freitag, 1. August 2025



Chinesische Alkoholmarken haben im Jahr 2025 einen Gesamtwert von 123,4 Milliarden US-Dollar erreicht, so der jüngste Bericht von Brand Finance, einem globalen Beratungsunternehmen für Markenbewertung. Der Bericht hebt den anhaltenden Aufstieg chinesischer Spirituosen- und Biermarken auf der internationalen Bühne hervor, der durch jahrelangen strategischen Markenaufbau und ausgefeiltere Marketingkampagnen im Ausland vorangetrieben wird.

Kweichow Moutai, ein führender Baijiu-Hersteller, hat seine Position als wertvollste Spirituosenmarke der Welt im zehnten Jahr in Folge gehalten. Der Wert der Marke beläuft sich nun auf 58,4 Milliarden US-Dollar. Wuliangye, ein weiteres großes Baijiu-Unternehmen, sicherte sich den zweiten Platz mit einem Wertzuwachs von 7 % auf 27,8 Milliarden US-Dollar in diesem Jahr. Luzhou Laojiao, ebenfalls bekannt für seinen Baijiu, konnte sich trotz eines Wertverlustes von 23 % auf 6,3 Milliarden US-Dollar weltweit auf dem dritten Platz halten.

Unter den zehn wertvollsten Spirituosenmarken der Welt nimmt China nun sechs der ersten zehn Plätze ein. Diese Dominanz spiegelt nicht nur die starke Binnennachfrage wider, sondern auch die zunehmenden Bemühungen, Verbraucher außerhalb Chinas zu erreichen. Traditionell haben sich Baijiu-Marken auf den lokalen Markt konzentriert, wo die Spirituose eine zentrale Rolle bei Banketten und Speisetraditionen spielt. Führende Unternehmen wie Moutai sind jedoch dabei, ihre Präsenz international auszuweiten.

Moutai verfolgt bei seiner Expansion in Übersee einen "Ein Land, eine Strategie"-Ansatz, der auf 66 Länder abzielt, um den Bekanntheitsgrad der Marke zu steigern und neue Verbraucher anzusprechen. Diese Strategie ist Teil eines breiteren Trends unter chinesischen Alkoholherstellern, die Wahrnehmung von Qualität und Authentizität auf den globalen Märkten neu zu definieren.

Scott Chen, Managing Director bei Brand Finance China, sagte, dass chinesische Alkoholmarken nicht nur im Wert steigen, sondern auch ihre Dominanz auf einem hart umkämpften globalen Markt behaupten. Er stellte fest, dass das Jahr 2025 einen Wendepunkt markiert, nachdem jahrelang in den Markenaufbau und die kulturelle Relevanz investiert wurde.

Der Bericht hebt auch die Leistung der chinesischen Biermarken hervor. Snow belegt mit einem Wert von 4,7 Milliarden US-Dollar weltweit den sechsten Platz, während Tsingtao mit 3,6 Milliarden US-Dollar den neunten Platz belegt. In der Weinkategorie sticht Changyu als eine der zehn besten Weinmarken weltweit hervor, deren Wert in diesem Jahr um 16 % auf 820 Millionen US-Dollar gestiegen ist.

Die Ergebnisse von Brand Finance deuten darauf hin, dass immer mehr chinesische Alkoholmarken ein internationales Publikum erreichen und damit die globale Wahrnehmung von Qualität und Authentizität bei alkoholischen Getränken neu prägen. Der Bericht führt diesen Fortschritt auf anhaltende Investitionen in Marken- und Marketingstrategien zurück, die sowohl auf inländische als auch auf ausländische Märkte zugeschnitten sind.

Das Wachstum chinesischer Alkoholmarken fällt in eine Zeit, in der sich der globale Wettbewerb in allen Kategorien alkoholischer Getränke verschärft. Der Erfolg dieser Marken zeigt, wie gezielte Strategien und kulturelle Relevanz Unternehmen helfen können, über ihre traditionellen Märkte hinaus zu expandieren und auf der Weltbühne Anerkennung zu finden.