2025年全球酒精消费连续第三年下滑

IWSR表示，随着消费者饮酒频率降低，销量下降了2%；尽管啤酒、葡萄酒和烈酒下滑，RTD即饮饮品和无酒精产品却逆势上升。

2026年7月9日星期四



根据饮料市场研究机构IWSR发布的新数据，2025年全球酒精消费再次下降，标志着消费连续第三年下滑，因为消费者饮酒频率降低，而且在饮酒时，很多人也会选择不同的产品。

去年饮料酒精总量下降了2%，约相当于5亿箱9升装。啤酒、葡萄酒和烈酒均较2024年出现下滑，而即饮饮品（RTDs）是唯一增长的主要品类。全球葡萄酒总量也首次低于烈酒。

这些数据表明，许多市场的饮酒习惯正在发生广泛变化。IWSR董事总经理兼总裁Marten Lodewijks将当前阶段形容为全球饮料酒精行业的“一次重大重置”。

Lodewijks说：“消费者并没有放弃酒精，但他们对饮酒频率和饮酒强度变得更加有意识。虽然总体销量仍在普遍下滑，但增长和机会的热点依然存在。”

这些增长点分布在不同品类和地区。印度仍是增长最强劲的主要市场，2025年饮料酒精总量增长了4%。IWSR表示，印度如今已是全球第八大饮料酒精市场，预计到2035年将升至第五位。土耳其在欧洲也表现突出，其增长由多个品类的标准价位产品推动。

RTD即饮饮品是最明显的亮点。尽管美国——仍是全球最大的RTD市场——录得自2015年以来首次年度下滑，但该细分市场全球销量在2025年仍增长了3%。美国仍约占全球RTD销量的40%，当地高端及以上RTD增长超过15%，表明仍留在这一品类中的消费者正在升级消费。

第二大RTD市场日本的增长也比前几年更慢，这表明全球最成熟的罐装鸡尾酒市场之一可能正进入更成熟的阶段。与此同时，包括西班牙、荷兰和英国在内的欧洲国家跻身RTD增长前十市场。

Lodewijks表示，尽管最大市场的增长趋于放缓，该品类仍在持续扩张。他指出，高端化形式、新口味和品牌推出都表明，RTD仍有发展空间。

2025年全球烈酒销量下降了3%，延续了自2017年开始的下滑趋势。但IWSR表示，如果剔除中国白酒等国家性烈酒，去年烈酒销量大致持平。

在烈酒中，威士忌是表现较好的品类之一。全球威士忌销量增长了2%，主要由印度本土市场的印度威士忌推动，当地销量增长了4%。印度市场仍以低价威士忌为主，但高端层级正在增长，印度单一麦芽威士忌也在扩大份额。

爱尔兰威士忌也增长了2%，延续了长期扩张趋势。其他威士忌品类表现则不尽如人意。苏格兰威士忌下降了2%，日本威士忌下滑3%，加拿大威士忌减少1%。

2025年全球龙舌兰酒增长了2%，增速低于其在2021年和2022年的强劲表现，但在许多品类都在收缩之际，这一表现仍属正增长。超高端龙舌兰酒表现优于整体细分市场，销量增长8%，进一步巩固了其作为具有全球吸引力的高端烈酒的地位。

伏特加销量下降了2%。朗姆酒下滑1%，不过IWSR指出，全球朗姆酒销量仍高于2019年水平。干邑和雅文邑下降了7%，与2023年和2024年的大幅下滑幅度一致。在朗姆酒以及干邑/雅文邑两个品类中，南非都是少数亮点市场之一，录得两位数增长。

金酒小幅增长1%，但这一增长主要来自低价和价值层级的本地生产产品，尤其是在新兴市场。高端和超高端金酒仍承压。全球高端以上金酒层级下降了2%，尽管巴西、印度、日本和法国有所增长。

苦味酒和烈酒开胃酒增长了2%。IWSR表示，低价苦味酒在撒哈拉以南非洲和南美洲销售强劲，而烈酒开胃酒则继续在全球稳步扩张。欧洲仍是该品类的中心，占全球消费量的三分之二以上。

葡萄酒是主要饮料类别中表现最弱的品类之一。2025年全球葡萄酒销量下降了5%，延续了长期下行趋势，并持续给传统葡萄酒市场的生产商带来压力。即便烈酒也略有下滑，葡萄酒仍失去足够份额，使烈酒在全球销量上反超葡萄酒。

葡萄酒内部也有一些例外。起泡酒表现优于静止葡萄酒，Prosecco和Crémant对需求形成支撑。无酒精静止葡萄酒和无酒精起泡酒也录得增长，反映出消费者对适度饮酒的更广泛兴趣。

2025年全球啤酒销量下降了2%。尽管印度、南非和越南实现了显著增长，但仍未能扭转这一跌势。与RTD和部分烈酒细分市场一样，高端化仍是少数积极主题之一。全球高端及以上啤酒销量增长了1%，

受越南、中国、南非和印度强劲表现推动。

无酒精产品在多个品类中又迎来一年强劲增长。无酒精啤酒增长8%，无酒精烈酒增长8%，无酒精静止葡萄酒增长13%，无酒精起泡酒也增长13%。

与传统啤酒、葡萄酒和烈酒相比，无酒精细分市场仍然很小，但其增长势头已越来越难以被生产商忽视。数据显示，适度饮酒已不再局限于少数消费者或少数城市市场，而是正在成为跨国家和价格带的主流饮酒行为的一部分。

Lodewijks表示，这些趋势表明，寻求低强度饮酒选择的消费者愿意为高质量替代品付费，而不是简单地完全不饮酒。

对于生产商、分销商和餐饮企业而言，最新数据进一步证明，复苏不会来自简单回到疫情前的习惯或更早期的销量增长模式。相反，需求似乎正转向更少的饮酒场景、更挑剔的购买选择，以及部分品类对高端产品更强的兴趣，同时在其他品类中也伴随无酒精替代品的增长。

区域格局的重要性也比以往更高。美国和日本等成熟市场在曾经推动行业增长的品类中，正显现出增长放缓甚至收缩的迹象。与此同时，包括印度和土耳其在内的发展中市场，正对未来销量增长承担更大重要性。

IWSR表示，其2025年全年数据覆盖160个市场，并包含延伸至2035年的预测。对于一个整体消费下滑但各细分市场需求不均的行业而言，这些预测很可能在未来十年影响投资、产品开发和出口战略的决策。