vinetur

美国龙舌兰酒销售停滞，增长转向墨西哥和更小市场

IWSR表示，2024-25年美国市场销量持平，促使生产商转向印度和哥伦比亚等增长更快的市场。

2026年7月9日星期四



根据IWSR于7月9日发布的新数据，随着其主要市场美国的销售失去动能，而墨西哥及一批较小的国际市场开始提供新的扩张空间，龙舌兰酒正进入一个更复杂的增长阶段。

该研究机构表示，2019年至2025年间，全球龙舌兰酒销量的复合年增长率为+6%。展望未来，预计到2030年，全球销量的CAGR将为+2%。即便这意味着增速低于该品类在近期繁荣期的表现，在全球烈酒环境疲弱的背景下，这仍代表增长。

这一转变之所以重要，是因为龙舌兰酒一直是更广泛烈酒行业少数的亮点之一。尽管多个品类面临需求走软，龙舌兰酒仍持续扩张，这得益于其高端定位、强劲的消费者认知以及超越传统基础市场的更广泛分销。最新数据表明，这一故事的下一阶段将不再主要取决于美国市场的快速增长，而更取决于

生产商如何应对需求模式变化、龙舌兰原料成本下降以及海外市场参差不齐的机会。

美国仍是龙舌兰酒业务的基础。IWSR表示，该国目前仍占全球龙舌兰酒销量的三分之二以上。但在多年强劲增长之后，增长实际上已经停滞。2024-25年销量持平，预计今年还会略有下降。

这种放缓正在给一个拥挤的市场带来压力。IWSR北美研究总监Adam Rogers表示，货架空间已变得竞争异常激烈。他指出，注册的龙舌兰酒商标约有2,500个，美国市场上有约900个可行竞争者，而在大型零售渠道中，销售额超过10,000美元的品牌只有约500个。

尽管如此，美国市场在各个价格层级上的走势并不一致。IWSR表示，超高端龙舌兰酒仍是表现最强的细分领域，尽管其增速已低于近年水平。该价位销量在2024-25年增长+7%，而自2019年以来的CAGR为+31%。其在美国龙舌兰酒总销量中的占比已从2019年的6%升至去年17%，预计到2030年将达到21%。

相比之下，超高端龙舌兰酒正在失去份额。IWSR表示，该细分领域销量在2024-25年下降-6%，预计到2030年的CAGR将为-5%。与此同时，高端龙舌兰酒在2025年增长+1%，这表明部分消费者可能正在转向那些仍带有高端形象、但价格更易接受的产品。

这一模式指向了如今塑造龙舌兰酒未来的更广泛张力。该品类仍受益于高端吸引力，但消费者对自己愿意支付的价格上限表现得更为明确。在美国，通胀和更紧的家庭预算已影响多个饮料品类，这些上限似乎正在影响增长还能在哪里找到。

墨西哥是龙舌兰酒的第二大市场，在经历多年疲弱表现后正显现复苏迹象。IWSR表示，2019年至2025年间，该市场销量的CAGR为-2%，但在2024-25年反弹增长+3%。预计到2030年，墨西哥将继续以+3%的CAGR增长。

这轮复苏主要由标准和高端产品带动，它们在2025年贡献了最多增量。IWSR还指出，cristalino风格产品以及高端及以上plata龙舌兰酒也实现了强劲增长。与此同时，低价和价值型产品正在失去份额。

IWSR中南美研究总监Jose Luis Hermoso表示，2026年FIFA世界杯可能为国内市场带来额外支撑。他还表示，美国增长放缓以及龙舌兰原料价格大幅下降，可能促使生产商和品牌所有者在多年出口需求将其注意力大量吸引到北方之后，更加关注墨西哥市场。

在北美以外，龙舌兰酒的绝对规模仍然不大，但在多个越来越被生产商视为战略性市场的国家正获得关注。印度在IWSR数据中脱颖而出，成为增长最快的主要目的地。2019年至2025年间，该市场销量的CAGR为+32%，去年增长+34%，预计到2030年的CAGR将达到+13%。

IWSR高级研究顾问Jason Holway表示，印度的崛起恰逢美国市场环境走弱，这有助于提升供应可得性。他说，如果印度需求更早加速，供应限制可能会更为严重。与此同时，他警告称，进口龙舌兰酒面临与本地龙舌兰基饮品的竞争，后者在价格和品质水平上相近；在消费者对本土产品信心日益增强的市场中，这一点尤为重要。

哥伦比亚是另一个受到关注的市场。IWSR预计，在经历包括2024-25年增长+26%在内的快速扩张后，到2030年该市场龙舌兰酒销量的CAGR将接近+5%。IWSR市场分析师Jessica Ibarra表示，自2019年疫情前水平以来，哥伦比亚的销量已翻倍，因为龙舌兰酒在消费者中变得越来越受欢迎，也越来越时髦。

IWSR重点提到的其他市场包括尼日利亚，2019-25年销量CAGR为+48%；土耳其，同期为+19%，预计

到2030年的CAGR增长为+8%；以及日本，销量CAGR为+12%，预计到2030年将增长+7%。

这些市场的规模仍远小于美国或墨西哥，但合在一起显示出龙舌兰酒正逐渐不再过度依赖单一国家来讲述其扩张故事。不过，对生产商而言，这并不意味着增长会简单或均匀分布。每个市场都有不同的价格预期、监管条件、分销体系和本地竞争者。

供应条件也在变化。在2015年至2022年繁荣期内，强劲需求和大规模种植推动龙舌兰原料价格多年高企之后，IWSR预计过度种植将在2030年前造成供应过剩。这应会降低龙舌兰酒生产的原材料成本。

Hermoso表示，随着当前种植的龙舌兰进入采收年龄，龙舌兰周期显示成本可能在三到五年内显著下降。对于能够在这一时期守住利润率的生产商而言，更便宜的投入成本可能提升盈利能力，并支持以更低价位更广泛地分销高端产品。

更低的龙舌兰成本或许有助于品牌在消费者对支出愈发谨慎之际，扩大更易负担的高端产品供给。但如果买家继续降级消费或抵制更高价格，仅靠更便宜的供应并不能解决需求挑战。

因此，这一品类既有明显优势，也面临可见压力。凭借自身身份认同、相较许多竞争对手更强的定价能力以及不断提升的国际认知度，龙舌兰酒仍在全球烈酒中占据最强势的位置之一。然而，其最大市场已不再带来轻松增长，其高端梯队表现不均，而下一轮增长则取决于那些规模仍有限的国家。

Hermoso表示，重心并未离开美国，但他补充说，龙舌兰酒的增长正越来越取决于美国以外发生的事情。他说，印度、西非、土耳其、哥伦比亚和日本等市场都在以不同速度、从不同起点发展，这为规划下一步行动的品牌所有者带来了机遇，也带来了时机上的挑战。