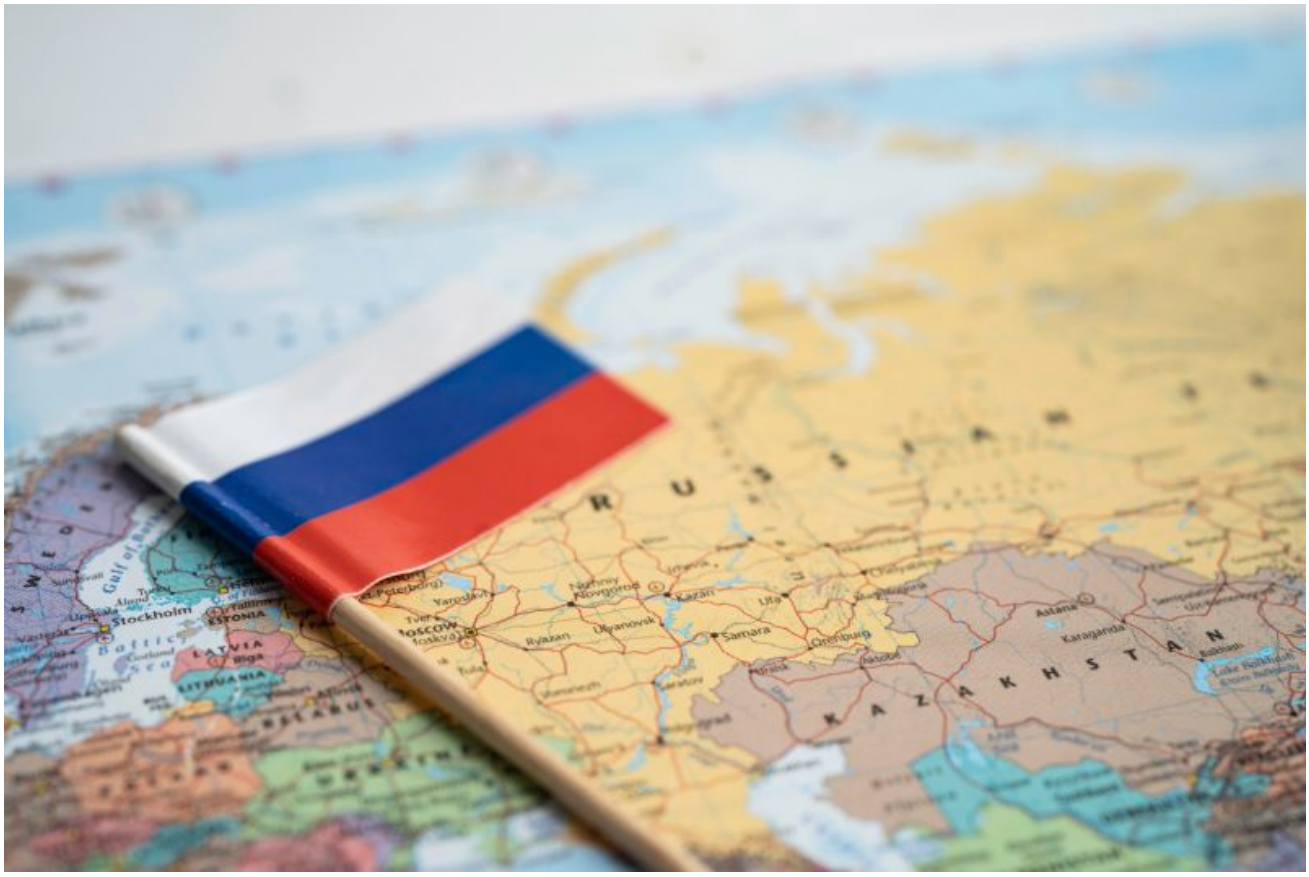
# 俄罗斯葡萄酒销量在2024年跃升17%

啤酒在销量上仍占主导，但消费者总体饮酒量正在下降，并转向国产和高端产品。

2026年7月14日星期二




啤酒仍是俄罗斯占主导地位的酒精饮料，但新的销售和生产数据表明，随着消费者总体饮酒量下降、转向葡萄酒和高端产品，并更多依赖国内供应，市场结构正在发生变化。

俄罗斯商业媒体援引的官方数据和市场报告显示，2024年俄罗斯酒精饮料总销量约为133亿升，较2020年增长11%。与此同时，从人均角度看，长期消费趋势却在相反方向变化。俄罗斯卫生和统计数据表明，年人均酒精消费量已从2009年的约14升纯酒精降至2023年的约8升，这反映出多年来更严格的监管、更高的税负以及旨在减少酗酒的公共卫生宣传活动。

在这一市场中，啤酒仍以明显优势占据最大份额。根据Interfax及其他俄罗斯媒体报道的行业数据，2024年啤酒销量约为105亿升，较2023年增长5%。按所采用的方法不同，啤酒约占全部酒精饮料销量的近一半到接近五分之四。国内生产满足了95%以上的需求，这使啤酒成为俄罗斯酒精市场如何

通过依赖本土制造来适应制裁和贸易中断的最典型例子。

去年，葡萄酒比任何主要品类都增长得更快。2024年零售葡萄酒销量增长17%，而将零售和餐饮渠道合并计算后，包括静止葡萄酒和起泡酒在内的葡萄酒总量达到约8.54亿升。分析人士估计，葡萄酒如今约占市场的20%至25%。俄罗斯葡萄酒产量也有所增加，静止葡萄酒和起泡酒合计在2024年达到约5亿升。国家对国内生产商的支持、进口替代政策，以及消费者更广泛地转向被视为比烈酒更轻盈或更精致的饮品，共同支撑了这一增长。

伏特加长期与俄罗斯饮酒文化紧密相连，但按销量计算，它已不再主导市场。2024年伏特加产量约为8.28亿升，较前一年增长3%，但伏特加在酒精饮料总销量中的份额长期以来已大幅下降。根据俄罗斯报道引用的数据，加上其他传统烈酒，这一品类按销量仅占市场的约6%至9%。自2022年以来，销量基本停滞，一些消费者转向威士忌、金酒、朗姆酒以及其他高端或进口风格烈酒，其中包括在俄罗斯本土、由俄罗斯所有或持牌生产的产品。

跌幅最明显的品类之一是苹果酒和medovukha等低酒精发酵饮料。由于税负上调大幅推高零售价格，这些饮品在2024年的销量下降了56%。这一变化说明，财政政策如今对俄罗斯饮酒习惯的影响有多强。伏特加的最低定价规则也进一步收紧，0.5升瓶装的最低价格在2024年升至349卢布。对许多消费者而言，啤酒和葡萄酒仍相对更容易负担，因为从比较税负来看，它们的税收负担更低。

俄罗斯当局十多年来一直试图通过限制销售时段、广告限制和反酒精宣传活动来遏制有害饮酒。这些措施似乎减少了极端饮酒，但并未直接压缩整个市场。相反，它们推动市场向不同品类转移。卫生官员和分析人士形容，消费者群体正变得更加适度饮酒，尤其是在城市地区，而年轻俄罗斯人的饮酒量通常低于前几代人。

这种变化也体现在人们在哪里购买酒精饮料以及选择什么产品上。行业报告引用的数据表明，约80%的酒精消费集中在超市和连锁零售等场外渠道。大城市中收入较高的消费者正在推动更高品质葡萄酒、精酿啤酒和高端烈酒的需求。低收入买家仍倾向于大众市场啤酒和低价伏特加。农村地区仍存在一定的非正式家庭自酿酒生产，不过这一部分很难衡量。

制裁和贸易流向变化也重塑了供应格局。欧洲进口产品在多个品类中失去份额，而国内生产商则扩大了产量。在啤酒领域，俄罗斯品牌主导货架，进口产品如今仅占消费的一小部分。中国和印度啤酒已作为替代供应商进入市场。在葡萄酒领域，国产品牌巩固了地位，而进口越来越多来自欧盟和美国以外的国家，包括南非和阿根廷。

结果是，这一市场对外国品牌的依赖程度看起来已不如战争相关制裁时期之前。俄罗斯生产商不仅通过增加产量作出回应，也在向更高价值细分市场推进。啤酒和烈酒生产商推出了精酿系列、风味产品和高端包装，面向那些希望尝鲜但又不愿放弃本地可得性的消费者。即饮鸡尾酒、水果风味饮料和现代罐装形式的存在感也更强，尽管线上销售和推广受到监管限制。

大型本土啤酒集团仍是市场核心。2024年的行业数据显示，原名为AB InBev Efes Russia、现更名为Napitki Vmeste的公司是俄罗斯按产量计算最大的啤酒商，其次是Baltika。它们的品牌继续与Ochakovo等其他成熟俄罗斯生产商的品牌一起主导主流啤酒销售。进口欧洲啤酒在很大程度上已被本土产品和较新的亚洲品牌所取代。

在烈酒领域，Russian Standard、Stolichnaya和Beluga等知名伏特加品牌仍具有文化影响力，但它们已不再单独定义市场走向。生产商越来越依赖高端定位、风味伏特加和小批量品牌包装，来吸引法

定饮酒年龄内、对传统品类不如老一代那样有强烈依附的年轻饮酒者。

葡萄酒已成为俄罗斯饮料市场中最清晰的增长故事之一。Abrau-Durso和Fanagoria等生产商受益于更强的国内需求以及官方对俄罗斯葡萄酒推广的支持。俄罗斯媒体援引的市场报告显示，本土葡萄酒如今约占零售葡萄酒销量的65%。起泡酒表现尤其强劲，这得益于国内产量上升以及消费者对适合庆祝、但价格相对可负担产品的兴趣增加。

更广泛的图景并不是快速扩张，而是成熟与再平衡。酒精饮料总销量在体量上仍在温和增长，但从长期看，人均消费继续呈下降趋势。啤酒稳居第一，葡萄酒快速提升份额，伏特加在日常饮用中的占比已比其在海外的形象所暗示的更小，而税收政策正在决定哪些品类上升、哪些品类下滑。

对于在俄罗斯经营的生产商和零售商而言，这意味着增长越来越取决于高端化、本地采购和品类创新，而不是单纯增加饮酒量。对于消费者而言，这意味着与此前相比，市场中的西方进口日常主流产品更少，但在啤酒、葡萄酒和烈酒领域都有更多国产选择，而这一切同样受到国家政策和口味偏好的共同塑造。