vinetur

2025年苏格兰威士忌出口降至53亿英镑，全球威士忌增长失去动能

这一领先威士忌品类的下滑凸显成熟市场需求疲弱，而印度对未来增长的重要性则在上升

2026年7月27日星期一



到2026年，全球威士忌市场仍由苏格兰威士忌领跑，但最新数据显示，多个主要生产国正经历一段广泛的调整期：苏格兰和美国出口走弱，印度威士忌和爱尔兰威士忌小幅增长，而日本则继续进行长期投资，尽管其出口量仍低于早前高点。

苏格兰威士忌仍是国际威士忌贸易的支柱。根据市场综述中引用的行业和海关数据，2025年苏格兰威士忌出口额达到53亿英镑，按70厘升瓶装折算为13.4亿瓶。与上年相比，出口额下降1.8%，出口量下降4.3%。按价值计算，美国仍是最大目的地，而印度按价值升至第三、按数量升至第一。报告称，单一麦芽苏格兰威士忌受到的冲击大于调和苏格兰威士忌，这一模式与奢侈品支出和礼品购买承压的更广泛趋势相符。

这种分化之所以重要，是因为苏格兰威士忌长期以来既依赖高端定位，也依赖广泛的全球分销。销量降幅大于价值降幅，说明生产商仍受益于定价和产品结构，但这一优势不足以抵消部分成熟市场需求转弱的影响。印度作用增强，帮助缓冲了部分疲软，尤其是在其对大批量发货的重要性不断上升之际。

美国威士忌也失去了部分市场份额。2025年出口额降至10.8亿美元，下降19%。多个主要市场的跌幅尤为明显：对欧盟出口下降35%，对加拿大下降57%，对日本下降28%。相比之下，世界其他地区增长13%。欧洲市场的部分下滑反映了2024年的提前备货，当时买家为应对预期中的贸易扰动而加快采购。但报告称，高库存和疲弱的国内环境才是该品类更具结构性的问题。

这些数据表明，在经历了一轮激进扩张和不均衡国际贸易环境之后，市场仍在消化过剩库存。即便需求并未崩塌，经销商和零售商似乎也在更缓慢地消化库存，从而限制了生产商的新订单。

印度威士忌仍是按销量计算的最大力量，主要由本土品牌推动。根据IWSR对2025年的数据，印度威士忌销量增长2%，价值增长3%，而印度整体威士忌市场销量增长4%。这一市场的规模持续使印度成为全球烈酒最重要的增长故事之一。与此同时，进口威士忌仍面临阻碍扩张的壁垒，包括州税、分散的监管体系以及因地区而异、复杂的分销系统。

这意味着印度同时呈现两种不同的故事：一个规模庞大、稳步增长的本土威士忌市场，以及一个难以迅速释放潜力的进口品牌重大机会。对苏格兰威士忌生产商而言，印度的重要性不仅因为当前出货量上升，更因为随着收入增长和高端消费扩大，其长期潜力正在增强。

爱尔兰威士忌则呈现更为复杂的局面。尽管美国市场销量下降3%，但在IWSR追踪的市场中，2025年终端销售量和价值均增长2%。印度、日本和波兰的增长抵消了这部分疲弱。不过，爱尔兰威士忌出口下降5%，至9.3亿欧元。消费者销售趋势与出口表现之间的差距表明，这更多反映渠道调整、库存变化和汇率因素，而非终端需求的简单下滑。

这种分化很重要，因为当批发商或进口商在此前建立库存后开始去库存时，仅看出口数据可能会夸大疲弱程度。与过去几年相比，爱尔兰威士忌似乎受益于更为多元化的国际市场基础，即便在所统计期间内，爱尔兰的出货量有所下降。

日本威士忌仍是一个高价值、长周期投资的细分市场。WITS数据显示，2024年日本威士忌出口额为2.88亿美元，出口量为1130万升，低于此前峰值。尽管如此，生产商仍在扩大产能。Nikka已承诺向其余市蒸馏厂投资70亿日元，并计划将储存和陈酿能力较2019年水平提高30%。

这项投资反映出市场对日本威士忌全球需求将长期保持强劲的信心，尤其是在高端价位段。但这也伴随风险。如今作出的威士忌生产决策将影响数年后的供应，如果需求放缓，或高端买家进一步收缩，

生产商在本十年后期可能面临供过于求。

加拿大威士忌呈现出类似的格局：规模可观，但国内动能偏弱。WITS记录显示，2024年加拿大威士忌出口额为2.19亿美元。加拿大统计局在报告中引用的数据则显示，在2024/25财年，加拿大国内烈酒销售下降3.2%，至67亿加元。威士忌占烈酒总价值的29.6%。该品类在北美仍然重要，尤其因为其在美国市场的存在，但国内消费趋势已趋于温和。

综合来看，这些数据表明，全球威士忌行业已不再朝着单一方向前进。苏格兰威士忌仍远远领先于其他跨境品类，但出货瓶数正在减少。美国威士忌既受到贸易扭曲影响，也承受国内外库存压力。印度威士忌继续通过本土品牌带来销量增长，而进口品牌则面临监管摩擦。爱尔兰威士忌在出口价值回落之际，仍在更广泛的市场中扩张。日本生产商在出口总量低于早前高点的情况下仍持续投资。加拿大威士忌保持规模，但本土需求放缓。

对各品类进行比较时必须谨慎，因为底层指标并不相同。有些数据指的是出口，有些指的是终端销售或国内销售，而且每项数据都来自不同的统计范围，取决于国家和来源。尽管如此，2026年7月的这一快照清楚显示出整个行业语气的变化：与早期扩张年份相比，动能减弱；对库存和渠道健康的关注增加；而承压的成熟市场与印度等国家之间的分化也在扩大，这些国家正持续重塑未来威士忌增长可能来自何处。