印度龙舌兰酒销量在2025年飙升34%。

IWSR预计，到2030年龙舌兰酒年销量增幅将放缓至13%，显示这一品类正从较小基数逐步成熟。

2026年8月13日星期四



2025年，龙舌兰酒在印度继续快速扩张，但新的预测显示，在多年高速增长之后，这一品类正进入一个更缓慢、更趋于常态的阶段。

IWSR周三发布的数据显示，2025年印度龙舌兰酒销量增长了34%。这使龙舌兰酒成为该国增长最快的烈酒品类之一，明显快于印度整体烈酒市场——据该研究机构称，后者去年销量增长4%，价值增长6%。

从更长视角看，龙舌兰酒已迅速从小众进口烈酒，转变为在酒吧、餐厅和零售渠道更为显眼的品类。IWSR表示，2019年至2025年间，龙舌兰酒在印度的销量复合年增长率为32%。按价值计算，该品类增长更快，同期复合年增长率为48%。仅2025年一年，龙舌兰酒的价值增长就达到66%，几乎是销量增幅的两倍。

尽管如此，IWSR预计未来五年增长将明显放缓。该机构预测，2025年至2030年间，印度龙舌兰酒销量将以13%的复合年增长率增长，价值将以每年15%的速度上升。即便如此，龙舌兰酒仍将远快于整体烈酒市场增长，但与2019年至2025年间32%的年销量增幅以及2025年记录的34%跃升相比，这将是明显回落。

这种放缓之所以重要，是因为它表明市场仍在扩张，但起点基数较小，且随着品类成熟，这样的增速可能更难持续。IWSR在这份通报中并未公布升数、箱数、市场份额或价格数据，并指出这一增长是从相对较小的基数开始的。

IWSR高级研究顾问Jason Holway表示，推动印度进口和高端烈酒增长的更大动力，是不断变化的消费者群体。“最大的驱动因素是消费者数量的增长，包括新达到法定饮酒年龄的消费者和尝鲜者，”他说。“这些群体可支配收入不断增加，也表现出更强的好奇心。品牌所有者、进口商和分销商正通过不断演变的市场渠道，把更多产品呈现在他们面前。”

这一背景有助于解释，为什么在仍由威士忌主导的市场中，龙舌兰酒依然找到了增长空间。更年轻的城市饮酒者、不断上升的鸡尾酒消费，以及对全球品牌更广泛的接触，都帮助传统棕色烈酒之外的品类提升了能见度。龙舌兰酒也受益于其在鸡尾酒中的角色，以及主要城市对龙舌兰基烈酒兴趣的上升。

不过，整体印度烈酒市场预计仍将远大于龙舌兰酒，且更为稳定。IWSR预测，2025年至2030年，印度烈酒总量将以3%的复合年增长率增长，价值将以4%的复合年增长率增长。按绝对规模看，威士忌预计仍将是主要力量。IWSR称，2025年印度威士忌销量增长4%，苏格兰威士忌增长5%。未来五年，苏格兰威士忌预计销量年增长率为6%，高于印度威士忌预计的4%。按价值计算，IWSR预计苏格兰威士忌增长5%，印度威士忌增长4%。

其他品类也在扩张。伏特加是近期表现最强的品类之一，2025年销量增长14%，价值增长12%。IWSR预计，到2030年伏特加的销量和价值都将以每年5%的速度增长。Holway说，风味酒款在推动其中很大一部分增长，不过无味伏特加也仍在继续走强。

金酒是另一个与鸡尾酒文化紧密相关的品类，其销量增长较为温和，但价值增幅更强。IWSR表示，2025年金酒销量增长3%，价值增长11%。到2030年，该机构预计金酒销量年增长率为5%，价值年增长率为7%。Holway将这一趋势描述为一种城市化现象，与居家饮酒和酒吧消费有关。

IWSR还指出，无酒精烈酒替代品出现激增，不过该机构表示，这一品类在印度烈酒总销量中的占比仍不足0.001%。去年，这一细分市场的销量增长369%，价值增长374%。IWSR预测，2025年至2030年间，其销量和价值都将以每年56%的速度增长。这些数字很大，但也反映出其起点非常小。

贸易政策和州级监管可能决定进口烈酒未来能走多远。Holway表示，包括新的英印协议在内的自由贸易协定，可能通过降低成本、让产品对消费者更可负担，来帮助进口产品。他还表示，州级消费税制度可能出现的变化，或将扩大一个各州规则差异显著的市场中的选择。

这些州级差异仍是生产商在印度各地打造品牌的主要障碍之一。Holway说，北方邦、安得拉邦和喀拉拉邦零售环境的改善，已经为酒类创造了更好的销售条件。他补充说，这些变化可能使白兰地受益，白兰地传统上在印度南部各州最为强势。

马哈拉施特拉邦也因推出一个州特定的酒类类别而受到关注，该类别旨在支持本地生产，并将消费税降至270%。Holway说，“马哈拉施特拉制造”酒类类别正在站稳脚跟，并为该邦蒸馏产业创造机会。

对于全球烈酒集团而言，印度仍是最受关注的增长市场之一，但也属于最复杂的市场之一。Holway说：“既然印度是一个关键增长市场，大家都在寻找有势头的潜在合作伙伴。按州逐一打造品牌的复杂性会放缓早期增长步伐，因此，投资那些已经成功完成这一早期阶段的合作伙伴，完全合情合理。”

他表示，这种复杂性很可能推动更多并购活动，因为国际公司会寻找那些拥有成熟分销和监管经验的本地合作伙伴。