vinetur

日本统一啤酒税，普通啤酒与低价替代品税负拉平

每350毫升罐装啤酒统一征收54.25日元税，正在重塑该国啤酒市场的价格、配方和竞争格局。

2026年10月1日星期四



日本于周四改变了对啤酒及类啤酒饮料的税收处理方式，下调普通啤酒税负，并上调那些多年来享受较低税率的廉价类别税负。该措施于10月1日生效，预计将重塑价格、产品配方以及竞争格局，影响日本最大的消费品市场之一。

根据修订后的制度，日本现在对普通啤酒、happoshu——一种低麦芽啤酒类别——以及所谓“第三啤酒”征收相同的酒税；后者是一类为规避更高啤酒税而设计的低价产品。根据日本财务省数据以及周四发布的日本媒体报道，统一税率为每千升155,000日元，折合每350毫升罐装54.25日元。

最直接的变化发生在标准啤酒上，这一品类长期承担最高税负。传统啤酒每350毫升罐装的税负

从63.35日元降至54.25日元，减少9.10日元，降幅为14.4%。对于经济型类别中的低价产品，情况则正好相反。它们的税负从每罐46.99日元升至54.25日元，增加7.26日元，涨幅为15.5%。

这项改革结束了一种多年塑造日本啤酒市场的税制结构。啤酒商长期有强烈动机去开发看上去和尝起来都接近啤酒、但使用不同原料或生产方式的饮料，以便适用更低税率。这一策略推动了happoshu和第三啤酒的增长，尤其是在对价格敏感的家庭中。它也促使大型企业投入配方调整和产品开发，而这些工作既要满足税收规则，也要回应消费者需求。

如今，随着税负差距被抹平，这些品类背后的商业逻辑正在改变。业内报道称，日本四大啤酒商正在调整关键低价品牌，使其能够合法以啤酒而非享受税收优势的替代品名义销售。市场正在围绕三个更清晰的层级重新组织：高端啤酒、标准啤酒以及日常或低价啤酒细分市场。

三得利已提供了一个较清晰的例子，展示此次税制变化可能如何影响货架价格，不过该公司强调，这些数字只是估算，并不代表全国统一的强制零售价。根据三得利的预测，Premium Malt's 350毫升罐装价格将从254日元降至245日元，下降3.5%。Suntory Draft将从202日元降至193日元，下降4.5%。Kinmugi是该公司在原第三啤酒类别中的主力产品之一，其价格将从179日元升至187日元，上涨4.5%。

这些预计的零售价格变动幅度小于税负本身的变化，这说明税收政策只是消费者最终看到价格的一部分。啤酒商和零售商还必须考虑原材料、包装、运输、劳动力和竞争压力。尽管如此，这一变化仍可能对消费者可见，因为普通啤酒和低价替代品此前一直被清晰的税收驱动价格结构所区分。

这项修订已讨论多年，也是政府简化一个日益碎片化体系的长期努力的一部分。日本的酒税规则历来按麦芽含量及其他技术定义区分产品，这促使企业开发专门符合低税类别条件的饮料。由此形成的市场中，法律定义的重要性几乎不亚于品牌实力或口味。

随着旧有替代品优势被取消，政府实际上是在让普通啤酒相对于此前制度下成长起来的低价产品处于更有利的位置。与此同时，那些建立在税收效率基础上的品牌也被迫调整。一些品牌正在重新配方，以符合啤酒的法律定义；企业也在重新审视如何在商店和广告中定位这些产品。

这项改革的影响不只是让所有啤酒都更便宜。受益主要集中在传统啤酒，而依赖低价类别的消费者可能面临更高价格。在日本，食品和日常必需品的更广泛通胀仍给家庭预算带来压力，这一点尤为重要。原本为了省钱而转向第三啤酒的顾客，如今可能会发现它与标准啤酒之间的价差比过去更小，选择不再那么明显。

行业分析人士也指出，产品营销方式可能随之变化。过去税负差异很大时，啤酒商有理由强调性价比和价格分层。如今税负趋于一致，企业可能会更多围绕品牌、原料、品质形象和饮用场景展开竞争。这一变化或有助于标准啤酒重新夺回份额，但也可能在啤酒品类内部加剧竞争，因为注重预算的消费者会比较如今价格更接近的产品。

预计这一影响在酒吧和餐厅中的表现不会像在超市和便利店那样明显。日本媒体周四报道称，餐饮渠道预计不会出现大幅降价，因为许多商家打算将税收节省留作吸收成本，而不是转嫁给消费者。餐馆和酒吧一直面临原材料、工资和物流成本上升，许多商家正利用任何缓解来抵消这些增幅。

这种堂食与非堂食销售之间的区别，可能会影响消费者对改革的感受。购买罐装酒在家消费的顾客可能会注意到，标准啤酒相对于过去的低税替代品变得更实惠了。在餐厅点生啤的人，菜单上的即时变

化可能很小，甚至几乎没有。

周四公布的数据来自日本财务省、《食品工业新闻》和FNN，这些机构都在新制度实施首日进行了报道。财务省的税率表为此次变化提供了正式依据，而三得利等企业的估算，则为生产商预计如何在零售市场作出反应提供了早期信号。

对啤酒商而言，这一变化不只是简单的税收调整。它标志着一个长期时期的结束，在此期间，品类设计和原料选择与税务规划密切相关。对消费者而言，它改变了普通啤酒、低麦芽饮料和第三啤酒之间这一熟悉三选一组合的经济逻辑。从周四开始，这一区别在税务机关的重要性降低了，在收银台前的重要性则更高了；而那些曾长期占据日本啤酒业务核心的旧有低价品类，正在失去部分曾经支撑其优势的条件。