印度高端烈酒增速近乎整体市场的三倍

ISWAI称，2025年低价酒款仍占印度烈酒销量近一半

2026年10月8日星期四



印度高端烈酒的增长速度远快于低价酒类。印度国际烈酒与葡萄酒协会（ISWAI）的一份报告指出，消费者需求正稳步转向价格更高的酒款，但低价产品仍占据市场相当大的份额。

报告称，2022年至2025年，印度高端烈酒销量的复合年增长率为10.2%，接近同期烈酒整体市场3.7%年增长率的三倍。相比之下，最低价位细分市场年增长率为1.1%，普通烈酒为1.4%，显示大众市场品类的增长势头要慢得多。

这些数据反映的是酒类销售结构的变化，而非某一年的销量突然跃升。报告所列增速均为2022至2025年期间的复合年增长率。据《印度时报》周四报道，报告没有公布各类别采用的完整价格门槛；ISWAI的公开档案中也暂未见完整的公开方法说明。

尽管增长较慢，低价酒类仍是印度市场的重要组成部分。报告估计，2025年最低价位和普通价位类别合计占烈酒总销量近一半。这意味着，在价格亲民的品牌仍占据大量购买份额的市场中，高端化趋势

正在持续。

报告显示，高端品类中增长最强劲的是印度本土生产的超高端烈酒，2022年至2025年年增长率约为34%。不过，这一细分市场目前规模仍小。ISWAI估计，2025年印度本土超高端产品占烈酒总销量不到1%，这表明其快速增长是从较低基数起步的。

报告将整体高端化趋势归因于收入增长、消费者诉求变化，以及消费者接触高端品牌的渠道增多。报告还指出，零售业态也在发生变化：商品选择更丰富、陈列更完善、顾客有更多空间浏览的门店，正鼓励消费者尝试新品牌并增加消费。这说明，市场变化不仅与收入有关，也与酒类的展示和销售方式有关。

印度麦芽威士忌是报告中增长最快的细分品类之一。2022年至2025年，印度麦芽威士忌销量年增长率约为39%，而苏格兰麦芽威士忌约为5%。ISWAI称，印度麦芽威士忌在2024年的销量超过苏格兰麦芽威士忌。在这一品类中，进口产品长期以来深受许多消费者认可，这一变化尤为显著。

进口烈酒整体增速也高于市场总体水平，但其销售份额仍相对较小。报告称，在这三年间，进口烈酒销量年均增长约8%，市场份额则从2.4%升至2.7%。这一增长显示，消费者对外国品牌仍有需求；但同时也表明，在某些品类中，尤其是麦芽威士忌，印度本土高端产品的市场份额增长更快。

这些数据进一步展现了印度酒类市场长期以来的转变，生产商和零售商一直在努力引导消费者转向价值更高的产品。高端和超高端品类的销量增长之所以重要，是因为这表明市场变化并非仅由价格调整或通胀造成。越来越多消费者开始购买定位高于普通和经济型品类的产品，尽管按销量计算，这些高端品类在整体市场中的占比仍较小。

ISWAI估计，印度酒精饮料市场价值约为6.2万亿卢比，折合约710亿美元。