2026年上半年，美国和中国以外地区酒类消费增长1%

IWSR数据显示，21个主要市场酒类消费量下降1%，美国和中国需求分别下滑4%和3%

2026年11月11日星期三



IWSR于11月10日周二发布的数据显示，2026年上半年，21个主要市场的酒类消费量同比下降1%；但若剔除美国和中国，整体情况则出现明显变化。

IWSR表示，其2026年上半年数据集涵盖21个市场，这些市场占全球酒类消费量的76%。在这些市场中，酒类总消费量从2025年上半年到2026年上半年下降1%。不过，剔除美国和中国后，消费量增长1%，巴西、印度、哥伦比亚、南非和英国的增长带动了这一升幅。

报告显示，全球最大的两个酒类市场与许多其他国家之间的差距正在扩大。美国酒类总消费量下降4%，其中啤酒下降4%、静止葡萄酒下降6%、即饮酒下降4%。中国酒类总消费量下降3%，其中啤酒下降2%、静止葡萄酒下降9%、本土烈酒下降12%。

在这两个市场之外，多个国家表现较为强劲。印度酒类消费总量增长10%，其中全酒精度啤酒增长16%、即饮酒增长12%、印度威士忌增长4%。巴西增长3%，全酒精度啤酒增长3%、无酒精啤酒增长11%、即饮

酒增长9%。哥伦比亚增长9%，全酒精度啤酒增长8%、无酒精啤酒增长11%，即饮酒则大增110%。

南非增长5%，全酒精度啤酒增长5%、即饮酒增长4%、静止葡萄酒增长3%。英国增长2%，全酒精度啤酒增长2%、无酒精啤酒增长22%、即饮酒增长25%。

从品类来看，数据显示，全球酒类需求在行业一些最大的细分市场仍承压。IWSR表示，21个市场的消费量降幅主要来自三个品类：全酒精度啤酒，尽管降幅不足1%，但由于体量庞大，影响显著；静止葡萄酒，下降4%；本土烈酒，下降11%。

部分品类仍在增长。21个市场的无酒精啤酒增长8%，印度威士忌增长4%，普罗塞克增长3%。这些增幅表明，消费者并非在所有酒类中都朝着同一方向转变，而是在不同品类和价格区间之间调整支出。

对葡萄酒生产商而言，静止葡萄酒的数据是需求承压最明显的信号之一。该品类在21个市场下降4%，美国和中国的降幅更大。与普罗塞克增长3%形成的反差，可能会让饮料行业进一步思考哪些领域的需求保持韧性，以及生产商是否需要调整产品组合、出口计划和商业预测。随着美国和中国的疲软表现与拉美、非洲和亚洲部分地区的趋势持续背离，啤酒和烈酒企业也可能面临类似抉择。

IWSR表示，2026年上半年整体表现仍然疲弱，但好于一年前同期。酒类总消费量下降1%，较2024年上半年至2025年上半年录得的2%降幅有所改善。

最新统计期有七个市场同比增长：巴西、墨西哥、印度、英国、南非、哥伦比亚和泰国。德国、日本、意大利、法国、波兰和澳大利亚六个市场的降幅小于一年前。西班牙、台湾和美国的降幅与上一年大致相当；中国、俄罗斯、加拿大、菲律宾和荷兰的降幅则有所扩大。

IWSR表示，更广泛的适度饮酒趋势以及GLP-1类药物使用日益普遍，正在抑制全球酒类消费；但该机构认为，这些因素本身不足以解释美国和中国更大的跌幅。该机构指出，中国经济增长放缓，并面临持续的房地产危机和人口老龄化等结构性压力。IWSR称，在美国，关税、通胀压力和整体经济不确定性对消费者的影响更大。

在随数据一同发布的声明中，IWSR总裁兼董事总经理Marten Lodewijks表示，适度饮酒正成为市场的一项结构性特征，尽管印度和巴西等国仍在增长。他还表示，最新数据反映出美国和中国消费者与世界其他地区消费者之间的差距正在扩大。

美国和中国仍是行业中按销量和价值计算最大的两个市场，因此这种分化的影响远不止于两国本身。对饮料企业、供应商和经销商而言，这种差异可能影响投资方向、重点布局的品类以及2027年的规划。数据显示，静止葡萄酒和本土烈酒的疲软并未在所有酒类细分市场中同样显现；在多个市场，即饮酒、无酒精啤酒和部分起泡酒表现出更强韧性。