2026年上半年中国本土烈酒消费量下降12%

IWSR数据显示，印度威士忌消费量增长4%，凸显亚洲两大酒类市场的分化加剧

2026年11月11日星期三



IWSR于11月10日星期二发布的最新市场数据显示，2026年上半年中国本土烈酒消费量同比下降12%，而印度威士忌消费量增长4%。这组数据表明，亚洲两大烈酒市场正走向截然不同的方向；与此同时，全球酒类行业在一些大型经济体面临需求疲软，在另一些市场则持续增长。

这组数据来自IWSR对21个主要市场的2026年上半年回顾。该公司表示，这些市场占全球酒精饮料消费量的76%。中国和印度的数据反映的是2025年上半年至2026年上半年消费量的变化。IWSR未公布相关品类以升或箱为单位的绝对销量，也未提供价格或营收数据。

在中国，本土烈酒的降幅是报告所列品类中最大的降幅之一。IWSR称，中国上半年酒精饮料总消费量下降3%，其中啤酒下降2%、静止葡萄酒下降9%、本土烈酒下降12%。该公司使用“本土烈酒”这一品类名称，但并未将其等同于所有中国烈酒或整个白酒市场。

相比之下，印度同期酒精饮料总消费量增长10%。IWSR称，增长主要由全酒精度啤酒（增长16%）、即

饮酒（增长12%）和印度威士忌（增长4%）带动。印度的数据表明，尽管其他大型市场的消费模式发生变化，烈酒需求仍保持韧性。

两国的差异与报告呈现的更广泛趋势相符。21个市场合计的酒精饮料总消费量较2025年上半年下降1%。不过，若剔除美国和中国，其余市场的整体消费量增长1%，印度、巴西、哥伦比亚、南非和英国等国均有增长。

这种分化值得关注，因为中国和美国是全球最大的两个酒精饮料市场。IWSR表示，两国市场表现疲软掩盖了其他地区较强的增长势头。美国上半年酒精饮料总消费量也下降4%，其中啤酒下降4%、静止葡萄酒下降6%、即饮酒下降4%。

IWSR表示，在全部市场中可以观察到若干品类趋势。全酒精度啤酒下降不足1%，静止葡萄酒下降4%，本土烈酒下降11%。增长的品类包括无醇啤酒（增长8%）、印度威士忌（增长4%）和Prosecco（增长3%）。

该公司表示，2026年上半年的结果仍反映出酒类生产商面临艰难的市场环境，但表现好于上一年。2024年上半年至2025年上半年，同样这21个市场的酒精饮料总消费量下降2%。IWSR称，最新一期降幅收窄至1%，得益于7个市场实现增长，另有6个市场的降幅小于一年前。

中国和印度市场走势分化，可能会引起烈酒生产商的密切关注，因为这关系到亚洲的增长将来自何处。中国一个主要烈酒品类下降12%，表明这个长期以来对全球酒类企业至关重要的市场仍面临压力。印度威士忌增长4%，虽然不及印度啤酒和即饮酒的整体增幅，但仍显示这一在国内具有重要地位、也受到国际市场关注的品类持续扩张。

IWSR将全球酒类消费放缓归因于多重压力，包括适度饮酒趋势以及GLP-1类药物使用日益普遍。但该公司表示，这些因素不足以完全解释美国和中国更大幅度的下滑。对于中国，IWSR指出经济环境走弱，包括增长预期放缓、房地产危机持续以及人口老龄化。对于美国，该公司提到关税、通胀压力和更广泛的经济不确定性。

IWSR总裁兼董事总经理Marten Lodewijks在公告中表示，2026年上半年，全球酒精饮料消费在不同市场和品类之间的分化加剧。他指出，适度饮酒正成为市场的结构性特征，而印度和巴西等国仍在增长。他还表示，静止葡萄酒和全酒精度啤酒等规模较大、发展成熟的品类持续拖累酒精饮料总销量；与此同时，即饮酒和无醇啤酒的增长帮助抵消了许多市场的部分跌幅。

报告未提供中国本土烈酒或印度威士忌的季度数据，也未将2026年上半年与此前紧接着的六个月进行比较。报告只与上年同期进行对比，因此中国和印度的数据在这一口径下可以直接比较。

这组数据凸显了酒类市场日益明显的分化。在中国这个按市场规模计对行业至关重要的国家，本土烈酒两位数下滑，叠加啤酒和葡萄酒市场整体疲软。在酒精饮料需求整体大幅增长的印度，威士忌继续增长，啤酒和即饮酒的增速则更快。对生产商、分销商和投资者而言，IWSR上半年数据传递的信息是：亚洲两大消费市场正朝不同方向发展，即使身处同一地区，不同品类的表现也可能大相径庭。