2026年上半年澳大利亚酒类消费量下降2%，降幅超过全球市场

IWSR数据显示，只有即饮酒销量未见下滑；苹果酒下降3%，啤酒下降2%

2026年11月21日星期六



据IWSR于11月20日（周五）向Drinks Trade提供的数据，2026年上半年澳大利亚酒类消费量同比下降2%，降幅高于全球整体市场。

这项比较涵盖21个市场，合计占全球酒精饮料消费量的76%。这些市场的消费总量同比下降1%。不过，剔除美国和中国后，其余市场增长1%，凸显这两个最大市场对整体结果的影响之大。

澳大利亚的数据表明，主要酒类品类的需求持续承压。对于利用该市场判断消费者需求及各品类竞争态势变化的啤酒商、葡萄酒生产商、蒸馏酒生产商和出口商而言，这一点尤为重要；零售商和供应商也在调整产品组合、定价及促销计划。

IWSR的品类数据显示，在其审视的比较期间（2024年、2025年和2026年上半年），即饮酒（RTD）是

澳大利亚唯一一个消费量未出现下滑的主要品类。2026年上半年，苹果酒降幅最大，下降3%；其次是啤酒，下降2%。

2026年上半年，澳大利亚葡萄酒和烈酒消费量均下降1%，表现比整体市场更具韧性。对葡萄酒行业而言，这表明尽管消费者仍在控制其他酒类的支出和饮用量，葡萄酒品类的表现仍好于整体酒类需求。

与此同时，IWSR表示，若按消费量衡量，澳大利亚的走势与全球整体情况有所不同。三个细分品类贡献了大部分降幅：全度数啤酒下降不到1%，但由于体量庞大，仍对整体产生显著影响；静止葡萄酒下降4%；本土烈酒下降11%。

全球数据反映出大市场与较小市场之间的分化进一步扩大。美国和中国均出现明显下滑，酒精饮料总量分别下降4%和3%。IWSR表示，巴西、印度、哥伦比亚、南非和英国的增长足够强劲，推动剔除美国和中国后的其他市场消费量整体转为增长。

IWSR总裁兼董事总经理Marten Lodewijks在Drinks Trade报道的评论中表示：“全球酒精饮料市场向来并非铁板一块，但最新数据表明，美国和中国消费者与世界其他地区消费者之间的分化正在加剧。这给行业带来了挑战，因为按销量和价值计算，这两个市场都是行业最大的市场。”

尽管整体市场放缓，部分品类仍在增长。IWSR表示，在这21个市场中，2026年上半年无醇啤酒、印度威士忌和普罗塞克的消费量均有所增长。这种品类组合反映出消费者并非朝同一方向转变：有人减少饮酒，有人在不同品类间转换，也有人转向主打便利、适度饮酒或适合特定场合的产品。

Lodewijks表示，适度饮酒正在成为市场的结构性特征，但多个国家仍呈现强劲增长。他说：“静止葡萄酒和全度数啤酒等较成熟的大品类使酒精饮料总量（TBA）持续为负，不过在大多数市场，即饮酒和无醇啤酒的增长在一定程度上抵消了这一影响。”

对澳大利亚生产商和进口商而言，这些数据呈现的市场图景比单一的整体降幅更为复杂。啤酒和苹果酒仍承压，即饮酒继续表现出韧性；葡萄酒整体降幅小于市场总水平，但静止葡萄酒跌幅更大。企业在评估哪些领域需求走弱、哪些领域相对稳健时，这种分化可能影响其库存、营销和出口重点决策。