富裕藏家转向传统名庄与产区之外，寻觅更稀有酒款

汇丰调查显示，73%的藏家计划增加开支，年轻买家和亚洲需求走强成为主要推动力

2026年11月25日星期三



汇丰私人银行与酒商Justerini & Brooks发布的一份最新报告显示，精品葡萄酒和稀有威士忌买家正变得更加挑剔，也更愿意把目光投向传统品牌和产区之外。

这份名为《A Taste for Time》的报告基于对3,000多名高净值和超高净值人士的调查。调查发现，藏家越来越青睐产量有限、原产地、传承和稀缺性特征鲜明的葡萄酒与威士忌，而非单纯扩充酒窖藏品。

调查结果显示，富裕买家购买高端酒饮的方式正在转变。许多藏家不再只关注最知名的品牌，而是开始探索新市场、不同年份以及来源清晰、特色鲜明的酒款。这一趋势可能影响整个酒饮行业的生产商、

酒商和拍卖行，因为奢侈品市场的需求似乎正转向更精挑细选、更具针对性的采购，并更加关注亚洲买家。

报告称，年轻藏家更加看重品质而非数量。调查还发现，稀有威士忌尤其受到年轻饮酒者和更多女性的关注，这表明奢侈酒饮买家的群体正在扩大，不再局限于传统印象中以精品葡萄酒为主要收藏对象的年长男性。

从全球范围看，调查发现，三分之一的受访者收藏精品葡萄酒和稀有年份酒，这一比例高于收藏艺术品或古董的人群，两者均为25%。报告称，57%的酒饮藏家主要出于兴趣和享受而收藏，25%则看重投资潜力。

享受与财务回报之间的侧重因地区而异。以印度为例，76%的受访者表示收藏是为了享受，表示为投资而收藏的占12%。报告称，这一情况表明，在一些市场，收藏与生活方式、社交活动和个人兴趣的联系，比与投资组合策略的联系更为紧密。

亚洲在调查中尤为突出。中国内地受访者中，约54%表示收藏精品葡萄酒；英国为39%，新加坡和印度则均为36%。汇丰表示，调查结果显示，富裕的亚洲企业家如今正助力塑造全球高端葡萄酒需求。

汇丰私人银行首席执行官Ida Liu表示，新一代藏家对精湛工艺和来源尤为关注，正借此重塑亚洲精品葡萄酒市场。她说，对许多客户而言，收藏的价值不止于财务价值，还包括探索、共享体验，以及代际传承的故事。

Justerini & Brooks董事总经理Naomi Alston表示，报告也展现了收藏的社交属性。她说，精品葡萄酒和稀有威士忌能够凝聚人群，围绕共同兴趣、交流和长久友谊形成社群。

报告表明，这些社交和文化动机并未削弱买家进一步购买的意愿。相反，73%的受访藏家表示，预计未来12个月将增加开支。即使买家对购买对象日益挑剔，这一比例仍显示酒饮高端市场保持韧性。

对选择性的重视，也与行业近期释放的其他信号相吻合。Harpers Wine & Spirit指出，调查结果与《2026 Golden Vines Report》的发现一致：52%的受访者认为，购买行为变得更加挑剔，是买家行为最显著的变化。综合来看，这些调查表明，奢侈酒饮需求未必正在减弱，但正变得更为精准。

对葡萄酒生产商和酒商而言，这可能意味着市场对能够清晰呈现产地、年份和稀缺性故事的酒款需求更强。对威士忌生产商，尤其是面向新兴和年轻买家的企业而言，这也可能进一步凸显限量发行，以及以传承和真实性为核心的品牌定位的价值。亚洲藏家作用日益增强，还可能影响高端酒款的营销市场、库存分配方式，以及哪些产区获得最多商业关注。

报告并未认为传统收藏中心正在失去影响力。英国在调查中仍是一个重要市场，成熟品类也依然在许多藏家的收藏中占主导地位。但数据显示，增长的重心可能正在扩大，地域和人群构成皆是如此。

这种扩展体现在两个方面：一是买家的地域分布，亚洲市场的参与率位居前列；二是买家对价值的定义。越来越多人看重享受、个人联结和精心挑选的酒款，而非为积累而收藏。

从这个意义上说，报告描绘的奢侈酒饮市场仍在扩张，但扩张方式变得更为挑剔，且分布于更多国际市场。精品葡萄酒仍是富裕人士青睐的收藏品类之一，稀有威士忌则正吸引越来越多的新受众。对葡萄酒和烈酒企业而言，重点不在销量，而在于如何适应不断变化的买家群体——他们希望每次购买都

具备稀缺性、可信度和更鲜明的意义。