汇丰报告：内地54%的富裕受访者收藏高端葡萄酒

调查称，亚洲正重塑高端葡萄酒需求，年轻买家追寻稀缺酒款，重视享受、来源和情感联结

2026年11月25日星期三



汇丰私人银行与葡萄酒及烈酒经销商Justerini & Brooks于11月24日（周二）联合发布报告称，富裕藏家正在重塑高端葡萄酒和稀有威士忌市场，他们不再局限于传统品牌和产区。

报告《A Taste for Time》指出，买家的品味日趋多元，更看重限量生产、来源和酒款背后的故事。报告还显示，收藏群体正在发生代际更替：年轻买家会做更多研究，对购买选择也更加审慎。

汇丰表示，报告结论基于一项针对3,000多名高净值及超高净值企业家的调查。调查发现，中国内地受访者中有54%收藏高端葡萄酒，英国为39%，新加坡和印度则均为36%。全球范围内，32%的受访者表示收藏高端葡萄酒和稀有年份酒，这一比例高于收藏艺术品和雕塑的受访者（25%），也高于收藏古

董的受访者（25%）。

这些数据表明，亚洲，尤其是中国内地，是高端葡萄酒需求的重要市场。随着争夺富裕买家的竞争加剧，这可能影响酒庄、经销商和拍卖行决定将营销、配额分配和客户关系维护的重点放在哪里。

报告称，人们收藏葡萄酒和威士忌，主要是为了享受，而非投资。汇丰发现，57%的藏家纯粹出于兴趣购买，四分之一的人购买目的仅为投资。在部分亚洲市场，这一差距更为明显。例如，印度受访者中有76%表示收藏是为了享受，称收藏是为了投资的占12%。

这一区别对生产商和销售商而言很重要，因为这表明，相较于短期升值，客户群体可能更看重酿造技艺、稀缺性和个人体验。对酒庄和高端酒类品牌来说，这些发现或许意味着，讲述品牌故事、提供小批量酒款的购买机会，以及围绕收藏打造待客体验，对吸引买家正变得愈发重要。

调查还发现，藏家有意继续增加支出。在所有市场中，73%的藏家表示，未来12个月计划增加收藏开支，无论是出于享受还是投资目的。在亚洲，受访者表示增加支出是为了个人享受的比例高于全球平均水平。汇丰称，香港和新加坡分别有47%和43%的受访者计划出于这一原因增加开支，全球比例为38%。

报告描绘的市场中，传统声望依然重要，但已不再是唯一吸引力。汇丰称，买家正在探索新的产区和不同年份，为知名度较低的葡萄酒产区，以及凭借稀缺性或产地而非仅靠长期声誉脱颖而出的酒款带来机会。如果这一趋势延续，经典高端葡萄酒产区以外的生产商或将迎来新的发展空间，尤其是那些能够将酒款定位为独特且限量产品的生产商。

汇丰还表示，受众变化正在影响稀有威士忌市场。报告称，威士忌正吸引更多年轻饮者和女性消费者，拓宽了传统买家群体。与此同时，苏格兰仍是供应端的主导力量。据报告，该国每秒向160多个市场出口43瓶威士忌。

汇丰私人银行首席执行官Ida Liu在一份声明中表示，新一代藏家带来了“好奇心、成熟品味，以及对酿造技艺和来源的深切欣赏”，亚洲正在助力重塑高端葡萄酒市场。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、共同体验以及代际传承。

Justerini & Brooks董事总经理Naomi Alston表示，报告传达的最重要信息是享受的价值。她说，高端葡萄酒和稀有威士忌能够创造交流、联结和社群的机会；藏家往往认为，围绕这些兴趣建立的人际关系，与酒本身同样珍贵。

由于这项研究由私人银行和高端葡萄酒及烈酒经销商开展，反映的是富裕客户的观点和行为，而非更广泛的消费市场。不过，在奢侈品消费模式正随地区和世代而变化之际，这些发现仍细致呈现了富裕买家对可收藏酒类的看法。

对饮料行业而言，报告传递的信息是：富裕买家对高端葡萄酒的需求不仅保持韧性，而且在地理上日益集中于亚洲，也越来越与个人品味和体验相关。这可能影响高端生产商未来如何投放酒款、选择出口市场以及吸引藏家。