日本清酒出口额增至 435 亿日元

日本清酒出口自 2020 年以来激增 80

2025年10月4日星期六



自日本清酒和烧酒制造商协会（JSS）于 1978 年设立清酒日以来，每年 10 月 1 日的清酒日都是日本清酒行业的重要时刻。选择这一天既是为了纪念传统清酒酿造年度的开始，也是为了纪念汉字 ″十月 ″的文化象征意义，因为 ″十月 ″也指酒精饮料。经过近五十年的发展，清酒日已成为日本和国际上举办各种活动的契机，鼓励人们享受和了解清酒。

自 20 世纪 70 年代以来，日本清酒的格局发生了巨大变化。1973 年，国内出货量达到峰值，约有 1.97 亿箱九升装清酒。到 2023 年，这一数字下降到约 4700 万箱，仅为以前的四分之一。尽管如此，清酒仍然是日本文化的主食，2023 年的人均消费量为 3.8 升，高于葡萄酒的人均 3.2 升。

在国内消费量下降的同时，国际上对日本清酒的兴趣却急剧增长。1988 年，出口总额约为 22 亿日元，出口到 50 个国家和地区，每瓶 720 毫升的平均价格仅为 243 日元。到 2024 年，向 80 个国家和地区的出口额达到约 435 亿日元，每瓶平均价格攀升至约 1,008 日元。仅在 2020 年至 2024

年期间，出口额就增长了约 80%。

纯米清酒和纯米大吟酿等高级清酒在国外越来越受欢迎，目前在全球范围内有多种口味可供选择。各产区也在寻求获得地理标志（GI）认证，以保护其名称并促进地区认同；截至今年，已有 18 个产区获得了地理标志认证。

近期出口增长的一个关键因素是与国际侍酒师协会的合作。JSS 与国际侍酒师协会（ASI）的合作使清酒知识成为全球顶级侍酒师的必修课。2025 年 9 月，在马来西亚举行的亚太地区最佳侍酒师大赛上，日本清酒占据了重要位置。日本清酒协会海外业务部经理 Nanoha Higuchi 指出，澳大利亚的豪华餐饮集团和越南的高级餐厅现在都提供清酒配餐服务，这表明清酒正从休闲日式餐厅向高端场所发展。

尽管在国外取得了这些成功，但在国内，由于大米价格上涨和供应短缺，清酒行业面临着严峻的挑战。清酒酿造厂依赖三种大米：清酒专用大米（shuzo-koteki-mai）、加工食品用大米和食用大米。清酒大米的种植需要更多的劳动力，产量比其他品种低，因此价格大约是其他品种的两倍。最著名的品种是 Yamada Nishiki。自去年以来，大米供应中断和价格上涨降低了农民种植清酒大米的积极性。如果这种趋势继续下去，可能会有更多的农民从种植清酒大米转向食用大米，从而威胁到优质清酒生产的未来。

为解决这些问题，日本清酒协会在敦促政府采取行动的同时，还将重点放在全球推广工作上。2025 年 11 月，五位知名品酒师将访问日本东北地区（日本酒的主要产区），参观酿酒厂，并通过拜访麴模制造者和味噌生产者了解发酵文化。这些体验旨在加深他们对清酒的理解，以便在国际上分享他们的知识。

日本清酒协会计划在 2026 年继续参加巴黎葡萄酒展和 ProWein 等大型展会。它还将扩大与各国侍酒师协会的教育项目，在波兰组织活动，并开展一年一度的日本清酒和烧酒学院培训项目。

在日本国内，酿酒厂正在开发新产品，如低度酒和气泡酒，以吸引年轻消费者。餐馆也在推广"Sake-High"（清酒加苏打水的混合饮料）。日本清酒协会和酿酒商正在共同努力，以适应不断变化的消费者偏好，同时保持清酒在国内外的传统和吸引力。

随着清酒行业在出口增长的同时也面临着国内成本上升和农业重点转移的挑战，各利益相关方将继续致力于在全球范围内推广清酒的独特品质，并确保其作为日本文化象征的未来。