葡萄酒和烈酒在泰国崛起

减税刺激需求，泰国葡萄酒进口量增长 3

2025年10月16日星期四



随着消费者偏好的变化和泰国旅游业的持续复苏，泰国的酒精饮料市场正在经历重大转变。虽然啤酒仍是当地人和游客的主要选择，但葡萄酒和鸡尾酒的受欢迎程度明显上升，尤其是用龙舌兰酒、朗姆酒、伏特加酒和杜松子酒等白酒调制的鸡尾酒。这一变化的原因是，威士忌曾是泰国酒吧和餐馆的主打产品，但由于口味的变化和在年轻消费者心目中的过时形象而逐渐失去了市场。

国际葡萄酒与烈酒研究公司（IWSR）的最新数据显示，2024 年泰国的饮料酒总量将增长 2%。然而，在过去的五年里，泰国的酒类增长一直平平，掩盖了消费者行为和市场机遇的潜在变化。泰国强大的旅游业和活跃的酒吧业是这些趋势背后的主要驱动力，为本地和国际饮料品牌提供了新的机遇。

啤酒继续占据市场主导地位，2024 年将占饮料酒总量的 70% 以上。得益于广泛的供应和实惠的价格，本地品牌尤其受欢迎。这些啤酒通常与食物搭配饮用，与辛辣可口的泰国美食相得益彰。虽然精酿啤酒和进口啤酒在小众消费者和游客中获得了一些关注，但大多数泰国人仍然更喜欢熟悉的本地品牌。

尽管去年啤酒消费总量增长了 3%，但啤酒进口量却下降了 2%，延续了 2019 年以来的下降趋势。

在泰国不断发展的饮酒文化中，葡萄酒正在成为强有力的竞争者。政府决定在 2024 年降低葡萄酒税，这使得进口葡萄酒更容易获得，从而导致去年静止葡萄酒进口量增长了 3%。起泡葡萄酒进口量也增长了 3%，但预计未来增长速度将放缓。智利和澳大利亚仍然是泰国的主要葡萄酒出口国，但美国和意大利葡萄酒的地位正在上升，2024 年意大利葡萄酒的消费量将跃升 9%。许多泰国消费者，尤其是女性和城市专业人士，开始转向葡萄酒，因为他们认为葡萄酒有益健康，而且酒精含量比烈酒低。现在，葡萄酒与社交聚会、餐厅用餐和特殊活动密切相关，大城市中的葡萄酒吧、酒瓶店和葡萄酒节也在不断增加。

威士忌曾经是泰国酒吧的主导力量，但现在正面临着本地竞争和消费者偏好转变的双重挑战。2024 年，进口威士忌数量下降了 10%，由于高关税和严格的广告法规，预计未来几年几乎不会有增长。尤其是调和威士忌，正在失去对年轻饮酒者的吸引力，因为他们认为这种酒过时了。不过，单一麦芽威士忌和日本威士忌正在找到新的拥趸，部分原因是日本料理和高球鸡尾酒等鸡尾酒的流行。

在泰国活跃的鸡尾酒文化的推动下，白酒正经历着蓬勃的发展，尤其是在曼谷、普吉岛、苏梅岛和清迈等旅游热点地区。龙舌兰酒和梅斯卡尔酒的需求激增，2024 年龙舌兰酒的销量将增长 57%。IWSR 预测，到 2029 年，龙舌兰酒和麦斯卡尔酒将继续快速增长。龙舌兰酒已成为许多泰国人的时尚选择，象征着精致和社会地位。其他烈酒也从鸡尾酒热潮中受益：去年，苦味酒增长了 47%，进口朗姆酒增长了 16%，伏特加增长了 8%，杜松子酒增长了 6%。曼谷的鸡尾酒吧获得了国际认可--其中两家最近被评为亚洲五大鸡尾酒吧之一--这进一步激发了当地酒吧业的活力。

尽管人们对泰国的经济复苏、政治不确定性以及游客的谨慎消费表示担忧，但泰国为促进旅游业发展所做的努力以及其活跃的酒店业将继续支持饮料市场的增长。当地啤酒品牌仍然是餐饮和社交聚会的主打产品，而葡萄酒和鸡尾酒则占据了更大的市场份额。对于饮料生产商和品牌所有者来说，随着消费者的口味越来越多样化和复杂化，泰国既是挑战也是机遇。