2026年10月16日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

威士忌热度再次回升 市场前景仍需观察

威士忌赛道今年依然炙手可热。

相比于白酒的低迷，今年威士忌市场热度再次回升。近日海关总署公布的烈酒进口数据显示，今年1—8月，国内威士忌进口呈现高端化升级趋势，价格与进口额齐升。不过，越来越多的国内白酒企业、威士忌酒企也盯上了这一赛道，市场供给快速增长。

这个“双节”旺季，北京酒商李威的朋友圈照旧是各种酒水广告，不过与以往不同，在清一色的茅台、五粮液等名酒广告中，多了不少威士忌的身影。李威表示，今年以来，他代理的葡萄酒、白酒销售都比较低迷，特别是名酒销售在双节反倒成了最低点。因此他近期也增加了一些中低端威士忌产品。虽然自己本身没有威士忌相关运营经验，但他希望找到白酒之外的新业绩增长点。

今年威士忌也是少数市场数据好看的酒种之一。海关最新数据显示，2026年8月，烈酒进口量同比下滑4.2%，但威士忌当月进口量、进口额和价格同比分别上涨16.8%、37.2%和17.5%。今年前8个月，威士忌进口量为2.3万千升，同比减少3.3%，但进口金额和价格均增长20%以上，市场呈现高端化升级趋势。

WBO葡萄酒商学院院长杨征建表示，2024年威士忌进口数据曾出现下滑，市场价格也明显回落，这让威士忌市场回归理性。今年以来，威士忌市场修复情况好于其他酒类，部分白兰地消费者也转向威士忌市场，市场继续回升。

此外，由于白酒、葡萄酒市场持续低迷，也有部分酒商进入威士忌品类上淘金，寻找新的增长机会。

除了经销商入局外，其他国内酒企也盯上了威士忌市场。今年国庆前，酱酒品牌国台酒业推出高温大曲固态酿造谷物威士忌新品；7月，青岛啤酒宣布与爱尔兰大北方蒸馏厂签约，布局威士忌赛道；6月，预调鸡尾酒龙头百润股份也宣布募资13.1亿元，其中11.4亿元用于发展威士忌项目。此前，郎酒、古井贡酒、泸州老窖等白酒企业都已扎堆布局威士忌品类，部分品牌的威士忌产品已经上市。

中国酒业协会9月份公布的《中国威士忌产业发展报告》显示，2026年中国威士忌酒厂已增至64家，同比增加9家；实际蒸馏能力达7万千升，规划产能13万千升，行业远期规划产能30万千升。国产的规划产能已远超威士忌进口量，2025年中国威士忌进口量为3.6万千升。



在业内看来，国内各大酒企纷纷布局威士忌，一方面源于行业周期的增长压力，目前中国酒行业仍未走出深度调整期，酒水消费还没有明显的复苏迹象；另一方面，国内酒饮年轻化、个性化、多元化趋势越发明显，威士忌也因此受益，因此各方看好其长期增长前景。

机构研报援引2024年威士忌年度报告显示，威士忌的兴趣人群中00后占比高达60%远高于白酒25%，且年轻群体的比例还在提高，并认为威士忌未来还有数倍于当前市场的成长空间。

中国酒业协会公布的数据显示，2026年是中国威士忌的“关键窗口期”，首批中国威士忌已迈过三年陈酿门槛将于今、明两年集中上市。过去，国产威士忌发展以复刻西方工艺、对标海外风味为主，处于被动跟随的发展阶段。而当前产业核心逻辑已然转变，风土成为国产威士忌发展的第一核心要素，以此与欧美威士忌形成差异化竞争。

知趣咨询总经理蔡学飞表示，威士忌固然是承接年轻人酒饮消费的热门赛道之一，但中国消费者本身并没有威士忌饮用传统，品类培育和时间成本较高，未来供需失衡风险也在增加。

但是也有部分业内人士也有担忧，威士忌热度快速上升后，是否会步葡萄酒热、酱酒热的后尘，热度快速退烧后，留下一地鸡毛？

在潮饮荟创始人殷凯看来，国内威士忌热背后有各方面资金、力量推动。目前是中国酒行业的困难时期，如果有一个酒种能够率先走出调整，对整个行业都有提振作用。虽然白酒、啤酒等企业拥有完善的渠道和体系，资金也较为雄厚，但威士忌的消费人群和场景与其现有体系并不相同，市场前景仍需进一步观察。

（栾立）

广告

