

酒企涉足威士忌,2025 国内市场将达 160 亿?

未来势必会成长为酒类消费者主体的 90 后、00 后,是威士忌的消费主力,在一定程度上,他们的口味偏好,就代表着未来的市场走向。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

日前,一则青岛啤酒厂新投产 100 万升精酿啤酒生产基地的消息引发业界关注。据悉,这项总投资 50 亿元、落地于崂山的项目,不仅包含

高端啤酒,更包括威士忌生产业务。消息显示,该项目建成投产后除了精酿啤酒以外,还可年产 2500 吨威士忌。

青岛啤酒试水威士忌的背后,是其他包括啤酒、白酒企业纷纷涉足威士忌的热潮,那么,威士忌在国内市场前景到底如何?

继预调鸡尾酒后的新热潮?

青岛啤酒刚刚落地推进的这个包含威士忌生产的项目,在今年 4 月 7 日就举行了签约仪式。往前回溯,早在 2020 年,青岛啤酒就发布公告称拟将威士忌、蒸馏酒等产品增添入经营范围,并将其作为未来规划。

国内另一家大型啤酒生产企业燕京股份,同样将目光瞄准了威士忌。

今年 5 月 8 日,燕京股份股东大会通过相关议案,拟增加其他蒸馏酒、威士忌生产、威士忌销售、白酒销售、厂房出租等经营范围。

国内威士忌的生产早已有之,据称,国内最早的威士忌酒厂,是始创于 2014 年的福建大芹陆宜威士忌酒厂。

白酒企业试水威士忌,也早早开

始。2016 年,天佑德酒就启动了年产 1000 吨青稞威士忌项目。3 年后,涉足威士忌领域的企业更多。

2019 年,江小白和高瓴资本收购苏格兰威士忌品牌罗曼湖,据称收购以来的 4 年间,罗曼湖在中国市场业绩已实现 5 倍的增长。也是在同一年,洋河与帝亚吉欧合作,推出“中仕忌”并组建中仕忌独立品牌运营团队。

2020 年,劲酒发布了劲牌威士忌风味本草烈酒“劲仕”。同一年,百润股份定增募投,用于“烈酒(威士忌)陈酿熟成项目”,据称项目建设完成后,将实现约 3.4 万吨威士忌原酒(酒精度为 70%)的储藏能力。相关信息披露,百润股份以威士忌为主的“其他业务”2022 年营收增长

58.84%。

郎酒在 2022 年度开始筹备威士忌生产事宜,到今年上半年,峨眉山高桥威士忌酒业有限公司正式成立,四川郎酒股份有限公司持股 85%。

威士忌生产的框架已经搭建,但根据郎酒方面的说法,第一批威士忌至少还要等到 2027 年。

同一年 7 月,泸州老窖与英国麒麟烈酒集团签署中国威士忌项目合作协议,双方称在中国威士忌领域进行深度合作。

今年 6 月,在古井贡酒股东大会上,古井集团党委书记、董事长梁金辉表示,公司未来在聚焦白酒主业的同时,在威士忌产业方面也会有所布局。公司目前威士忌产品工艺已经完成,产品小样已在实验期。

瞄准 160 亿的市场容量

不同口径的统计数据都显示,无论是国内市场威士忌的整体消费量,还是进口威士忌的体量,都已呈高速增长态势。

华经产业研究院的数据显示,2017 年~2021 年,中国威士忌市场规模从 17.80 亿元成长至 49.51 亿元,4 年增长了 178.15%。

国家统计局提供的数据表明,威士忌进口量已经从 2015 年的 1.58 万升,上升到 2021 年的 3.03 万升;威士忌进口额已经从 2015 年的 1.19 亿美元,上升到 2021 年的 4.64 亿美元。

中国食品土畜产进出口商会酒类进出口商分会的数据则显示,2022 年威士忌的进口量为 3.28 万升,增长 8.4%,进口额 5.6 亿美元,增长 20.31%;今年前三季度,威士忌进口量为 2.5 万升,增长 4.18%;进口

额 4.5 亿美元,增长 12.74%,占烈酒进出口总额的 22.7%。

近年来,威士忌增速迅猛,与国内的相关政策有关——2017 年 12 月,我国对于国际蒸馏酒的关税降低,这无疑促进了进口威士忌的发展。

进口威士忌的猛增,无疑又促进了国内市场威士忌整体增速,也刺激了国际巨头、国内企业在本土生产威士忌的雄心。

华经产业研究院《2023-2028 年中国威士忌酒行业市场深度分析及投资战略研究报告》显示,2022 年亚太地区是全球威士忌市场增长最快的地区,50% 的增长来自亚太地区。其中,中国以 1.67 亿英镑成为全球第四大单一麦芽威士忌市场。

相关研报预计,2025 年左右中国威士忌市场将超过 22.5 亿美元,按

照目前汇率来算,也就是彼时国内威士忌市场规模会达到约 160 亿元以上。

不仅从市场规模上表现出成长性,实际上从受众层面来看,威士忌也更得未来主要消费群体的“欢心”。

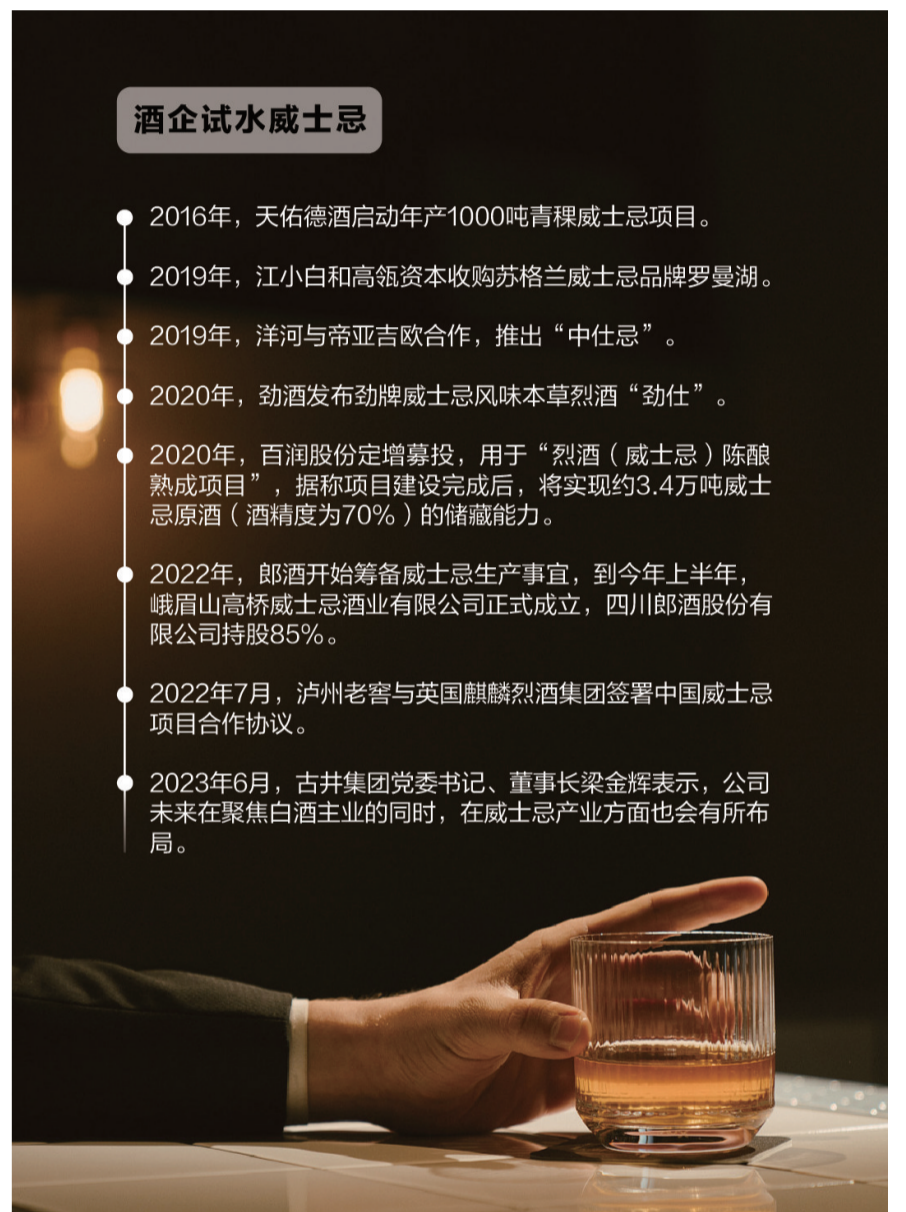
来自天猫的数据显示,目前中国的威士忌主要消费群体的年龄段,多在 40 岁以下,其中 18~29 岁的年轻消费者占比达到 37%。

《百瓶威士忌 2022 年度行业报告》显示,国内威士忌消费者以年轻高净值人群为多数。90 后乃至 00 后用户占比已超过一半,其中,00 后用户占据了 Z 世代的 42%。

这意味着,未来势必会成长为酒类消费者主体的 90 后、00 后,是威士忌的消费主力,在一定程度上,他们的口味偏好,就代表着未来的市场走向。

酒企试水威士忌

- 2016 年,天佑德酒启动年产 1000 吨青稞威士忌项目。
- 2019 年,江小白和高瓴资本收购苏格兰威士忌品牌罗曼湖。
- 2019 年,洋河与帝亚吉欧合作,推出“中仕忌”。
- 2020 年,劲酒发布劲牌威士忌风味本草烈酒“劲仕”。
- 2020 年,百润股份定增募投,用于“烈酒(威士忌)陈酿熟成项目”,据称项目建设完成后,将实现约 3.4 万吨威士忌原酒(酒精度为 70%)的储藏能力。
- 2022 年,郎酒开始筹备威士忌生产事宜,到今年上半年,峨眉山高桥威士忌酒业有限公司正式成立,四川郎酒股份有限公司持股 85%。
- 2022 年 7 月,泸州老窖与英国麒麟烈酒集团签署中国威士忌项目合作协议。
- 2023 年 6 月,古井集团党委书记、董事长梁金辉表示,公司未来在聚焦白酒主业的同时,在威士忌产业方面也会有所布局。



生产易得,市场易得吗?

国内白酒企业、啤酒企业纷纷涉足威士忌,与酒类生产在转换上的便利性有一定关联。

以白酒而论,其与威士忌同属蒸馏烈酒,都需经过发酵、蒸馏的基本生产阶段,在这一点上有共通性。

啤酒与威士忌的生产相比,则都是采用大麦类的谷物为主料,只不过生产啤酒需要在大麦糖化并煮沸后加入啤酒花,两者在前半程的生产工艺类似,后半程有所不同。

对啤酒生产企业而言,若要转型生产威士忌,需要购置发酵装置与陈储装置,即橡木桶。白酒生产企业同样需要橡木桶才能进行威士忌的生产。

工艺上的大同小异,让啤酒企业、白酒企业进行威士忌生产转型有一定便利性。与此同时,在诸多企业看好威士忌并大举涉足的同时,市场也不乏担忧之声。

从生产标准、硬件要求上来看,国内酒企发展威士忌也需要跨过一些门槛。

国内不同香型的白酒,其生产周期都有所不同。快则数月、慢则数年,可上

市销售。而威士忌方面,以最负盛名的苏格兰威士忌来说,其在经过前期的发酵、蒸馏后,酒体最少需在橡木桶中陈贮 6 年方可上市。

6 年的陈贮期,对国内酒企来说无疑大大增加了运营成本。

从硬件来看,合乎要求的橡木桶也较为缺乏,人才同样缺乏——《2022-2023 中国威士忌产业调研报告》显示,国内专门从事威士忌生产的技术人员仅 100 人左右,专业酿酒师约 70 人。

“国内威士忌市场的总量还是偏小,能容下多少企业投入其中?”酒业专家、九度咨询董事长马斐认为,目前国内威士忌的消费总量不过区区 40、50 亿元,其总体额度还不及一个二线白酒企业的年销售额。

即便按照相关机构的预期,在 2025 年达到 160 亿元以上,也同样远远不及白酒业的体量,因而目前一些企业对威士忌的布局,更多属于试水性质的。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

