

香港酒市:从葡萄酒的坚守到烈酒的爆发

葡萄酒企稳,烈酒爆发,白酒出海提速。香港,正在从“葡萄酒转口之港”蜕变为“亚洲烈酒新枢纽”。

本报记者 徐菲远 发自北京

5月26日—28日,Vinexpo Asia将在香港会议展览中心举行。

本届展会预计将迎来约1300家参展企业、超过25000名专业观众,并首次整合葡萄酒、烈酒和无酒精饮品三大块。

Vinexposium 海外活动总监 Grace Ghazalé 表示:“在一个持续转型的亚洲市场中,长期深耕与信任积累,是决定活动成败的关键。”在这个节点上,重新审视香港酒市的全貌,恰逢其时。

葡萄酒:告别峰值,进入再平衡

香港特别行政区政府统计处公布的2025年全年进出口贸易数据显示,香港葡萄酒进口总值达到7.84亿欧元,同比增长0.97%,结束了连续三年下滑;但进口总量同比下降6.8%至27.24万千升,呈现“量跌价增”的鲜明特征——消费者正以更高的单价,换取更少的量。

法国仍是最大的供应国,进口额达5.52亿欧元,同比增长9.8%,占香港葡萄酒进口份额的70%。其他主要

来源地中,新西兰葡萄酒对香港出口额增长22%,表现稳健;而中国内地葡萄酒对香港出口额大幅增长139%,成为增速最快的来源地。不过,与2021年12.7亿欧元的峰值相比,目前,香港葡萄酒市场仍处于较低水位。行业观察指出,中国内地进口渠道已更加成熟高效,减少了对香港作为入境点的依赖,加上旅游业尚未完全复苏以及深圳、广州等周边城市的竞争,香港作为中国门户的作用有所减弱。

烈酒:税改引爆结构性变局

香港立法会秘书处资料研究组公布的数据显示,香港烈酒进口货值在2016年至2024年间飙升46%,达64.8亿港元,自2007年以来,首次超越葡萄酒进口货值。2008年取消葡萄酒税后,香港葡萄酒进口货值8年激增321%,于2016年达120.4亿港元峰值,随后8年累计下跌46%至2024年的64.7亿港元。一升一降之间,烈酒与葡萄酒的地位完成了历史性交替。

这一变局的导火索是2024年的烈酒税改。香港特别行政区行政长官李家超在2024年的施政报告中提出,将进口价200港元以上烈酒超出部分的税率由100%大幅下调至10%。自烈酒税减免后,截至2025年4月的6个半月内,已完税烈酒的进口货值较减税前6个半月激增近60%。

据香港媒体The Standard于2025年7月报道,截至2025年6月,香港烈酒进口量增长超20%,货值激增近90%。香港特别行政区政府商务及经济发展局副局长陈百里指出,这“反映了政府引入的两级税制有效促进了高价烈酒贸易”。但减税红利的传导并不完全平滑——消费者对“10%优惠税率仅适用于每瓶200港

元以上部分,而非整瓶价格的10%”的理解存在偏差,终端降幅远不及预期。

而在消费端,数据显示,2023年香港人均饮酒量仅为2.2升,不及全球平均水平4.9升的一半。2016年至2023年期间,葡萄酒的人均饮酒量大幅下滑46%至0.40升,而烈酒的人均饮酒量维持在0.82升。消费模式的切换也在渠道层面得到印证,2024年,香港酒吧总业务收益较2019年水平下跌25%,同期的酒吧及酒廊数目亦减少24%,但酒类饮品专卖零售店数目增加了20%,显示出居家消费场景正逐步取代传统的社交外出饮酒模式。

香港进口烈酒中,有相当一部分会转口至内地。立法会秘书处资料研究组公布的数据显示,2024年,内地分别占香港葡萄酒和烈酒转口总货值的26%和57%。其中,葡萄酒转口内地的比例从2016年高位的86%降至2024年的26%,跌至新低;而烈酒转口内地的占比则从37%升至57%。今年3月,据香港特别行政区政府商务及经济发展局局长丘应桦披露,2025年经香港转口内地的烈酒达335万公升,占整体烈酒转口量近五成,货值约30亿港元。

白酒:税改后的“出海跳板”

中国白酒在这场结构性增长中尤为突出。香港特别行政区政府统计处公布的最新数据显示,2024年10月至2025年3月的6个月间,香港进口烈酒总值达31.77亿港元,其中,进口自中国内地的烈酒及蒸馏酒精饮料进口金额达到16.27亿港元,超过总进口额的一半,超越法国白兰地(10.04亿港元)和英国威士忌(3.34亿港元)。中国内地已成为香港烈酒门类下对港出口的第一大供应方。今年3月,据香港特别行政区政府商务及经济发展局局长丘应桦披露,2025年全年进入香港市场的已完税中国白酒货值达3.5亿港元。

一线品牌的商业化动作正在加速。据界面新闻报道,贵州茅台已在香港开设专卖店,山西汾酒进驻兰桂坊,五粮液和国窖1573的广告牌也出现在了维多利亚港。2024年12月,山西杏花村国际贸易公司港澳台事业部

部长殷越需要和经销商合作,在一个月内让香港兰桂坊的酒吧里摆上山西汾酒。经过与兰桂坊高层的协商,最终有10家酒吧参与活动。调酒师以白酒为基底创意调酒,给茅台系列酒里加几滴贵州酸汤,或是用出口版“玻汾”冷泡菊花,再加入其他辅料,一小杯以中国白酒为基底的调酒,售价在100港元至150港元不等。

但零售渠道仍是难题。汾酒香港澳门业务负责人尹跃曾对媒体指出,超市渠道要求高利润率和最低销售门槛,如果产品卖不动就会被下架,因此,更多的白酒品牌正转向社交品鉴和分销商进行地面渗透。据《明报》2025年2月报道,兰桂坊协会总监张素媚表示,近年来,内地白酒在香港渐趋盛行,兰桂坊在农历新年期间举办内地白酒推广活动,消费者可以在指定酒吧以100多港元的单杯价格饮

酒或以汾酒制成的鸡尾酒,一方面,增加本地顾客接触内地白酒的机会;另一方面,期望借此吸引更多内地商人在港宴请客人时饮用。

2025年香港国际美酒展上,白酒展团规模创下历史新高。据香港新闻网报道,新增的“环球烈酒专区”展示了14个国家及地区的烈酒文化,集结了贵州茅台、五粮液、洋河股份、泸州老窖、剑南春以及郎酒六大白酒品牌。参展商之一的泸州老窖在美展首日发布了“国窖1573·美丽香港”新品,瓶身设计融入香港地标元素,近年来,白酒品牌更通过降低酒精度及推出低度系列积极推动产品年轻化。

与此同时,威士忌在香港也保持增长动力。里斯咨询发布的调研报告显示,威士忌已成为中国年轻消费者最喜爱的烈酒品类之一,这一口味趋势正通过香港持续向亚太市场传导。

潮流转向:冰镇红酒与年轻世代

香港消费者正在打破传统的品饮框架。The Drinks Business于今年4月发布的报道《香港冰镇红酒潮流兴起背后是什么?》(“What's behind the rise of chilled red wine in Hong Kong”)指出,冰镇红葡萄酒已从“新奇”走向香港酒吧和餐厅的主流市场,有记录以来最热的夏季,年轻人口消费习惯的代际断裂以及全球葡萄酒潮流的快速渗透,共同推动了这一结构性转变。五年前,冰镇葡萄酒还是香港Crushed Wine Bar创办人Leigh-Ann Lockett的最爱,但如

今,顾客已开始主动要求这类酒。她表示:“这表明,人们变得更会玩、更放得开,不再被WSET课程教的‘正确’做法束缚,而是忠于自己喜欢的东西。”

据《南华早报》报道,冰镇红酒在20多岁至30多岁的城市职场年轻群体中获得了不同比例的青睐。香港千禧新世界酒店葡萄酒总监Sam Chong观察到,过去六个月,这类酒饮的咨询量进一步增长了10%至15%。年轻专业人士将其视为一种实用且社交友好的选择,这不是无知,而是一种深思熟虑的“背离”。冰镇红酒正成为

一种清凉的替代选项,竞争对象从其他葡萄酒扩展到更广泛的饮品品类。

与此同时,高端消费并未退潮。根据2025年香港国际美酒展现场观察,本地消费者仍愿为酒庄慷慨解囊,他们追求的是稀缺性、品牌故事和独特的品鉴体验。低酒精和无酒精饮品也已“进入舞台中央”,年轻一代询问和尝试此类产品的速度明显快于过去几年。整个亚洲市场消费模式也在转变——在中国,葡萄酒消费正从正式宴请转向非正式的居家场合;年轻消费者偏爱更清新、更轻盈的酒款。

香港酒市的新坐标

如今,香港的角色正在发生深刻转变。香港La Petite餐厅侍酒师Juwan Kim指出,香港餐饮渠道的选酒标准不仅是品质,葡萄酒还必须符合菜单场景、在目标价格范围内体现个性,同时,带来与食客产生共鸣的故事和体验;作为免税港和全球化消费

者汇聚焦点,其设定了整个区域流行趋势的基调。

在全球酒类贸易流动被重新定义的当下,香港通过免税红利、品类结构重调以及Vinexpo Asia这样的展会平台,正在重新锚定其在亚洲酒市中的坐标。对于全球酒商而言,酒品必

须先在这里通过精致渠道、即饮场景和挑剔消费者的三重检验,才能在更广阔的亚太市场找到真正的增长路径。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

