



中国酒业协会

China Alcoholic Drinks Association

# 2023中国威士忌行业发展调研报告

—2023 China Whiskey Industry Development Research Report

元 月 中国酒业协会威士忌专业委员会 秘书长

Yuan Yue

China Alcoholic Drinks Association Whiskey Branch Secretary-General



## 前言

从全球威士忌发展来看，当前有超过70个国家及地区建立了威士忌酒厂，全年出口威士忌总量超过180万千升。调和威士忌占据消费主流，约占全球消费85%。

我国威士忌行业尚在起步阶段，市场以销售外资品牌为主，国内产量低于进口量。英国、美国、日本、爱尔兰是我国进口威士忌的主要国家。

本报告主要依据中国酒业协会威士忌专业委员会开展的行业统计工作结果，对2023年的啤酒行业概况进行分析。统计范围包括威士忌生产企业、威士忌进口商及渠道终端商等。

# 目录

CONTENTS



1

行业现状

2

中国特色威士忌产品品质表达

# 目录

CONTENTS



1 中国酒业协会  
China Alcoholic Drinks Association

## 行业现状

# 1 行业现状

## 中国威士忌生产经营基本情况



中国

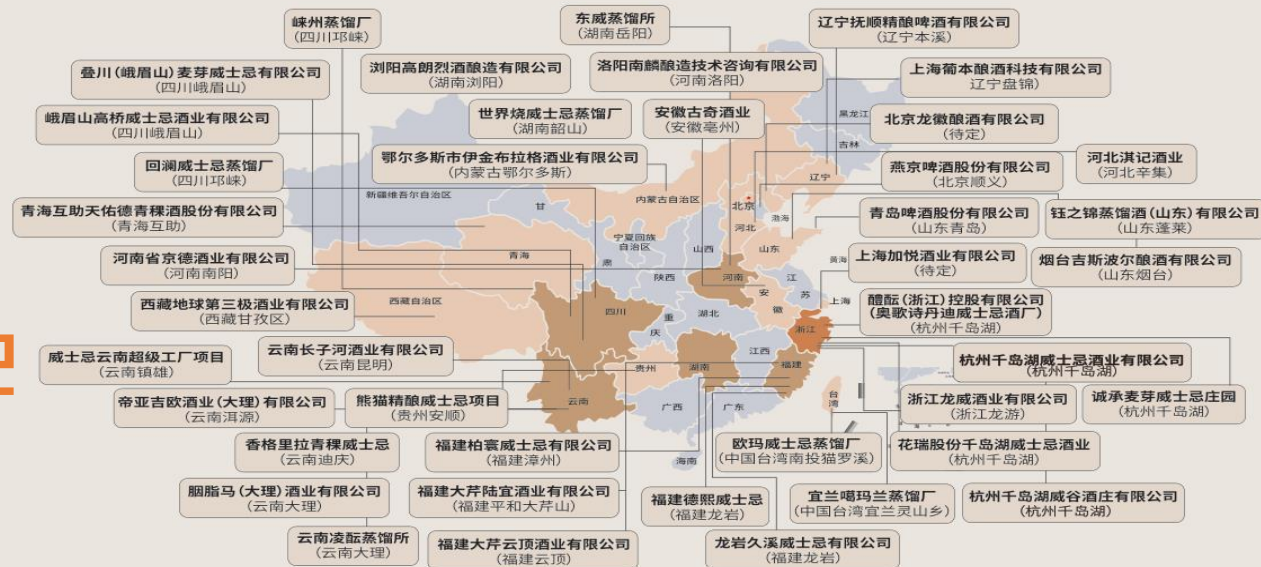
42



24



## 2023中国威士忌生产项目统计



序号	项目名称	生产地	隶属集团	项目现状
1	安徽古奇酒业	安徽亳州	安徽古井集团有限责任公司	在建
2	燕京啤酒股份有限公司	北京顺义	燕京集团	在建
3	上海加悦酒业有限公司	待定	罗曼湖集团	项目待建
4	北京龙徽酿酒有限公司	待定	北京一轻控股有限责任公司	项目待建
5	福建德熙威士忌	福建龙岩		投产
6	龙岩久溪威士忌有限公司	福建龙岩	众筹	在建
7	福建大芹陆宜酒业有限公司	福建平和和大芹山		投产
8	福建大芹云顶酒业有限公司	福建云顶		投产
9	福建柏寰威士忌有限公司	福建漳州		投产
10	熊猫精酿威士忌项目	贵州安顺	熊猫精酿	投产
11	禮酝(浙江)控股有限公司(奥歌诗丹迪威士忌酒厂)	杭州千岛湖	英国奥歌诗丹迪集团	项目待建
12	诚承麦芽威士忌庄园	杭州千岛湖	汤臣倍健	项目待建
13	花瑞股份千岛湖威士忌酒业	杭州千岛湖	花瑞股份	项目待建
14	杭州千岛湖威谷酒庄有限公司	杭州千岛湖		投产
15	河北淇记酒业	河北辛集		投产
16	洛阳南麟酿造技术咨询有限公司	河南洛阳		投产
17	河南省京德酒业有限公司	河南南阳		投产
18	东威蒸馏所	湖南岳阳		投产
19	浏阳高朗烈酒酿造有限公司	湖南浏阳		投产
20	世界烧威士忌蒸馏厂	湖南韶山		投产
21	辽宁抚顺精酿啤酒有限公司	辽宁本溪		投产

序号	项目名称	生产地	隶属集团	项目现状
22	上海葡本酿酒科技有限公司	辽宁盘锦		投产
23	鄂尔多斯市伊金布拉克酒业有限公司	内蒙古鄂尔多斯	内蒙古蒙泰集团有限公司	投产
24	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	青海互助	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	投产
25	钰之锦蒸馏酒(山东)有限公司	山东蓬莱	烟台海市葡萄酒有限公司	投产
26	青岛啤酒股份有限公司	山东青岛	青岛啤酒集团有限公司	投产
27	烟台吉斯波尔酿酒有限公司	山东烟台	吉斯集团	投产
28	峨眉山高桥威士忌酒业有限公司	四川峨眉山	四川郎酒集团	在建
29	叠川(峨眉山)麦芽威士忌有限公司	四川峨眉山	保乐力加	投产
30	岷州蒸馏厂	四川邛崃	上海百润投资控股集团股份有限公司	投产
31	回澜威士忌蒸馏厂	四川邛崃	新加坡先锋物流集团	在建
32	西藏地球第三极酒业有限公司	西藏甘孜区	江苏洋河酒厂股份有限公司	项目待建
33	云南凌酝蒸馏所	云南大理		投产
34	胭脂马(大理)酒业有限公司	云南大理		在建
35	香格里拉青稞威士忌	云南迪庆	香格里拉酒业股份有限公司	投产
36	帝亚吉欧酒业(大理)有限公司	云南洱源	Diageo PLC	在建
37	云南长子河酒业有限公司	云南昆明		投产
38	威士忌云南超级工厂项目	云南镇雄	中国贵酒集团	项目待建
39	浙江龙威酒业有限公司	浙江龙游		在建
40	杭州千岛湖威士忌酒业有限公司	浙江千岛湖		试运营
41	欧玛威士忌蒸馏厂	中国台湾南投投罗溪		投产
42	宜兰噶玛兰蒸馏厂	中国台湾宜兰灵山乡		投产

# 1 行业现状

## 中国威士忌生产经营基本情况



### 产能规模

蒸馏产能以100%vol酒精容量为基准统计



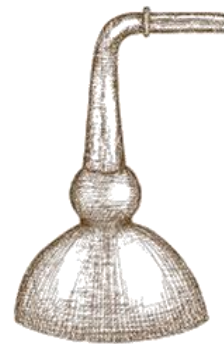
实际蒸馏产能  
45,000kL

同比+50.0%



总设计蒸馏产能  
80,000kL

同比+33.3%



总产能发展规划  
250,000kL

同比+25.0%

\*数据来源：中国酒业协会威士忌行业调研(未统计中国台湾地区)

# 1 行业现状

## 中国威士忌生产经营基本情况

橡木桶保有量

45万个 同比+50%

现有桶陈总量

60,000-65,000kL 同比+20%



桶陈10年及以上

1000kL以内



桶陈5年-10年

6000-10,000kL



桶陈2年及以下

55,000kL

\*数据来源：中国酒业协会威士忌行业调研(未统计中国台湾地区)



# 1 行业现状

## 中国威士忌生产经营基本情况



麦芽威士忌

+35个百分点



谷物威士忌

-43个百分点



调和威士忌

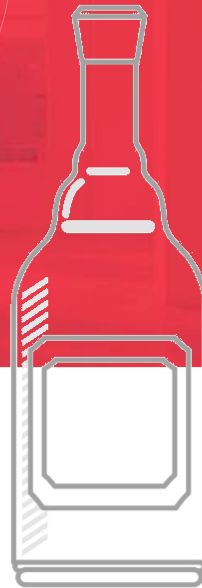
+9个百分点

产品总产量，须折合为40%vol酒精容量

产品总产量

50,000kL

同比增长127%

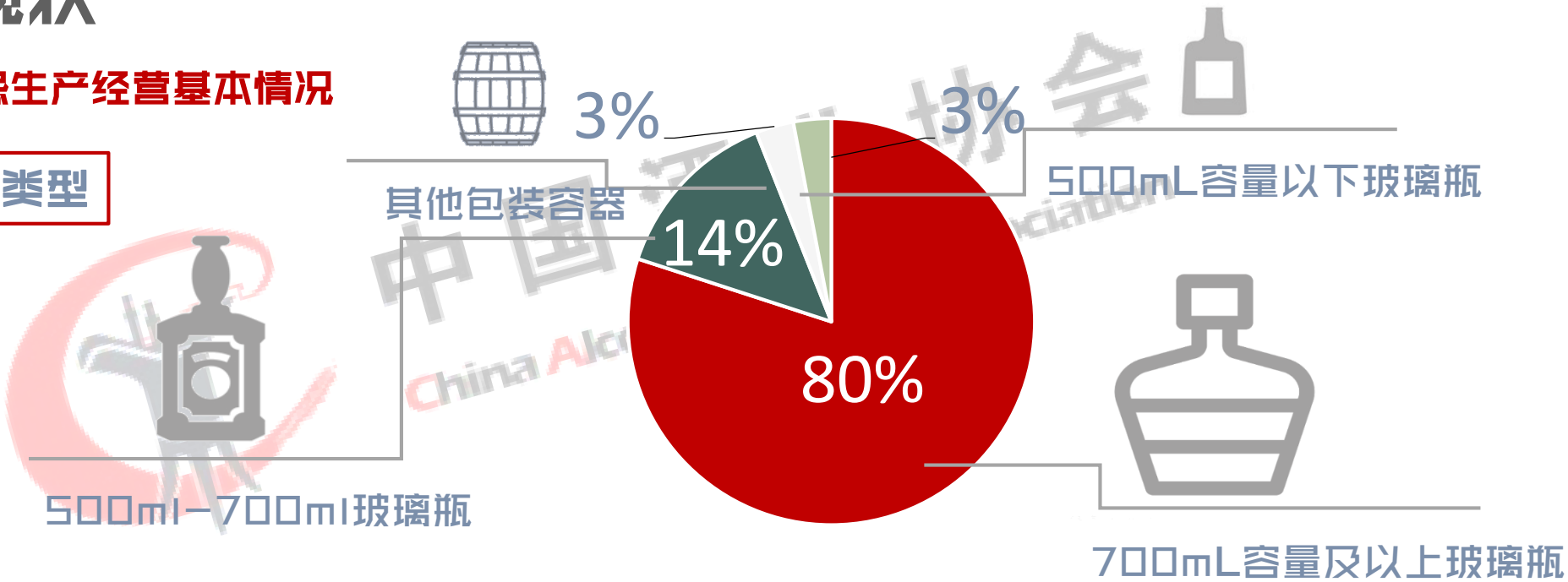


\*数据来源：中国酒业协会威士忌行业调研(未统计中国台湾地区)

# 1 行业现状

## 中国威士忌生产经营基本情况

### 产品包装类型



# 1 行业现状

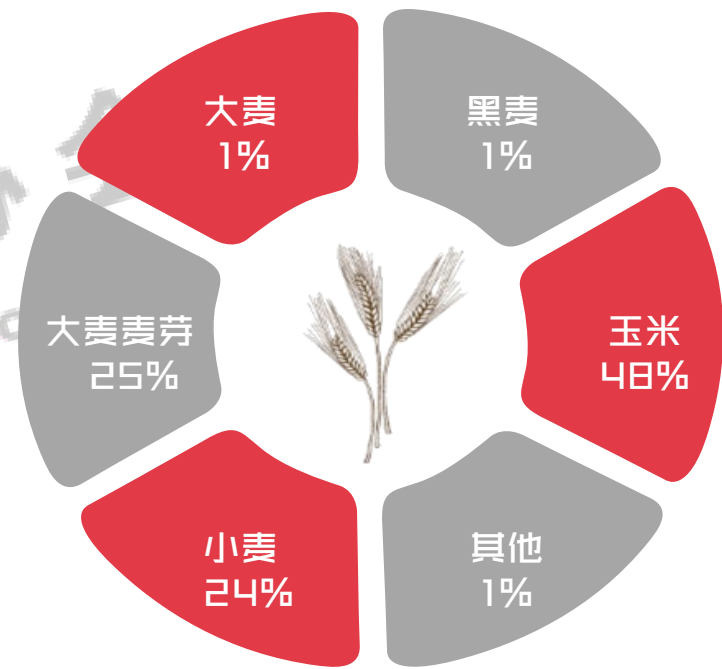
## 中国威士忌生产经营基本情况

### 用粮统计

生产威士忌所用谷物原料的总量

每生产1吨威士忌（折合为40%vol酒精容量）平均需耗粮2.5吨。

2023年度使用谷物原料约125,000吨。



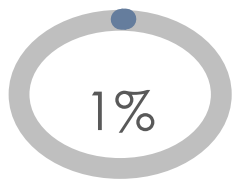
\*数据来源：中国酒业协会威士忌行业调研(未统计中国台湾地区)

# 1 行业现状

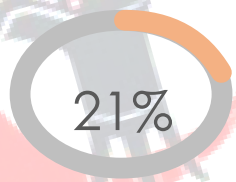
## 中国威士忌生产经营基本情况

### 品牌与销售

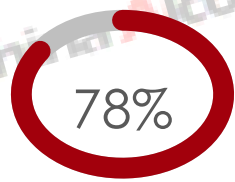
单品销售收入 100元/L-2500元/L



私域团购



线上渠道



线下渠道

- |      |      |     |      |
|------|------|-----|------|
| 勋之堡  | 大芹   | 千岛湖 | 九连胜  |
| 世界烧  | 白猿   | 高朗  | 渝州   |
| 小磨坊  | 崆州   | 高桥  | 香格里拉 |
| 天尚   | 豪盾   | 钰之锦 | 罗曼湖  |
| 吉斯圣堡 | 天佑德  | 咏山  | 叠川   |
| 青岛啤酒 | 吉斯波尔 | 东威  |      |

主要国产品牌 > 800个

# 1 行业现状

## 中国威士忌生产经营基本情况

\*数据来源：中国酒业协会威士忌行业调研(未统计中国台湾地区)

### 经济效益



单位产品销售收入

100元/L-2500元/L



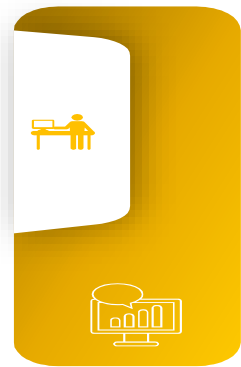
单位产品成本费用

50元/L-200元/L



单位产品人工成本

10元/L-50元/L



平均单位产品利润

≤300元/L

# 1 行业现状

## 进口威士忌



### 酒类 进口 情况

2023年1-12月，我国烈酒进口额为198.23亿元，同比大增30.46%，进口量为12.4万千升，同比增长6.39%。

### 进口 威士忌

2022年，威士忌进口量为3.26万千升同比下降0.57%；  
进口额41.26亿元，增长9.65%。

### 进口 占比

进口威士忌占烈酒进口总额20.8%，占总进口量26.3%；

\*数据来源：中华人民共和国海关总署海关统计发布数据



## 2022、2023年烈酒进口数据对比

类别	进口量(升)		进口额(元)		量同比	额同比
	2023年	2022年	2023年	2022年		
白兰地	43320857	37539516	12414131169	9365163380	15.40%	32.56%
威士忌	32622947	32811460	4125720683	3762554352	-0.57%	9.65%
朗姆酒及蒸馏已发酵甘蔗 产品制得的烈性酒	3455966	2658988	78192617	59558278	29.97%	31.29%
杜松子	2236914	2819917	74850454	84607643	20.67%	-11.53%
伏特加	5994895	5854219	128084253	131109241	2.40%	-2.31%
利口酒及柯迪尔活	31157912	30511250	578155810	542662323	2.12%	6.54%
龙舌兰	1756988	1675963	151978742	96373972	4.83%	57.70%
白酒	3525301	2750906	2271798364	152773553	28.15%	97.07%
烈酒合计	124071780	116622224	19822912092	15194802742	6.39%	30.46%

## 2022、2023年威士忌主要进口国数据对比

进口产地	进口量(升)		进口额(元)		均价(元/升)		量同比	额同比	价同比	额占比
	2023年	2022年	2023年	2022年	2023年	2022年				
英国	25949220	25582754	3532144618	3136701605	136.12	122.67	1.43%	12.61%	11.02%	85.61%
日本	1477670	2036828	305549681	353352675	206.78	163.66	-27.45%	-8.34%	26.34%	7.41%
美国	3672693	3826366	138677309	131810876	37.76	34.45	-4.02%	5.21%	9.61%	3.36%
爱尔兰	557903	329724	36630509	35175842	65.66	100.62	69.20%	10.41%	-34.75%	0.89%
澳大利亚	83346	67512	35324717	21210026	423.85	314.17	23.45%	66.55%	34.91%	0.86%
中国台湾	170553	280071	27082878	54589461	158.79	194.91	-39.10%	-50.39%	-18.53%	0.66%
荷兰	35980	47637	14648178	19478824	407.12	408.9	-24.47%	-24.80%	-0.44%	0.36%
法国	260188	274750	10478444	9996084	40.27	36.38	-5.30%	4.83%	10.69%	0.25%
德国	4707	11975	2000783	4171132	425.07	348.32	-60.69%	-52.03%	22.03%	0.05%
意大利	9193	28	1463284	17324	159.17	618.71	32732%	8346.57%	-74.27%	0.04%
瑞士	575	10240	329299	5677976	572.69	554.49	-94.38%	-94.20%	3.28%	0.01%
总计	32222028	32467880	4104329700	3750181765	127.38	115.50	0.76%	9.44%	10.28%	99.50%



# 1 行业现状

## 进口威士忌

英国进口量额虽仍保持正向增长。

美国威士忌进口量同比微降，而日本威士忌的跌幅则是在去年的基础上进一步扩大，其中，日威进口量降低27.45%，创下近年新低。

来自爱尔兰和澳大利亚的进口威士忌增长明显，量额均实现超两位数的较大增幅。份额向头部品牌和知名产区集中的趋势，英国威士忌份额占比进一步扩大至85.61%。

2023年中国进口烈酒量额均呈上涨趋势。按品类看，白兰地量额均超两位数的增长，拉动进口烈酒整体数据向上；威士忌则呈量减价增，整体步入调整期。



# 1 行业现状

## 进口威士忌



JOHNNIE WALKER.

尊尼获加，苏格兰，  
帝亚吉欧集团



三得利，日本，  
三得利集团



杰克丹尼，美国田纳西州  
杰克丹尼酒厂



金宾，美国肯塔基州，  
金宾酒厂



麦卡伦，苏格兰斯佩赛地区，  
爱丁顿集团



芝华士，苏格兰斯佩赛地区，  
保乐力加集团



百龄坛，苏格兰，  
保乐力加集团



Glenfiddich.  
FAMILY RUN SINCE 1887

格兰菲迪，苏格兰斯佩赛地区，  
格兰父子洋酒集团

THE  
GLENLIVET.



格兰威特，苏格兰斯佩赛地区，  
保乐力加集团

THE SINGLETON.

苏格登，苏格兰高地地区  
帝亚吉欧集团

## 2023京东超市销售TOP10

# 1 行业现状

## 威士忌消费



北京



上海



广州



深圳



成都



厦门



天津



苏州



烟台



东莞

## 2023城市消费TOP10

# 目录/CONTENTS

## 2

## 中国特色威士忌产品品质表达



中国酒业协会  
China Alcoholic Drinks Association

消费需求

文化元素

消费场景

国产供应链

中国特色威士忌  
产品品质表达

中式原料

数据图谱



酿酒大师

标准体系

核心工艺

代表产品

产区风土

# 2 中国特色威士忌产品品质表达



- 品质要求**  
消费者更关注商品的品质、口感、营养成分，产品力是商家的核心竞争力
- 理性消费**  
高端消费持续降温，热度同比继续下降，消费者更理性看待促销，偏重实用性消费
- “十元以内食品消费自由”**  
对基础食品等必需品的需求依然旺盛，大众消费回归
- 为情绪价值买单**  
消费者更加以自我为中心，重视即时体验，追求性价比的同时也在提高生活质量，缓解并治愈当下的压力



# 2 中国特色威士忌产品品质表达



口感风味 > 价格因素 > 猎奇与收藏 > 包装设计

雪莉桶、波本桶

中低档

极致化属性

包装创意

## 年轻化场景

90后、95后及00后成为主体消费群体

## 高学历社交场景

高学历和留学经历对消费的刺激作用很大

## 中式商务需求

商务交流与合作洽谈场景需求

## 中式家庭场景

个人享受型大于社交需求，越来越重视体验感

## 2 中国特色威士忌产品品质表达

“反复被老祖宗的智慧和审美折服”



包装设计



品牌形象



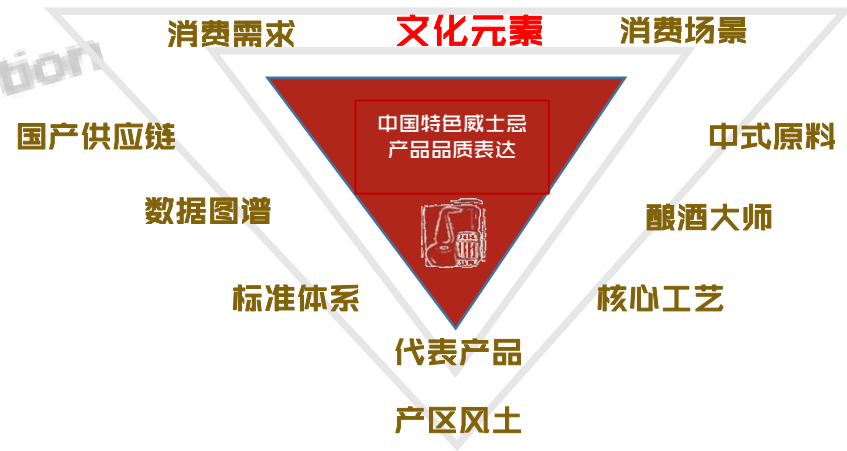
国潮文化



IP和“品设”



产品文化





# 2 中国特色威士忌产品品质表达



乡村振兴与智慧农村



设备设施国产化



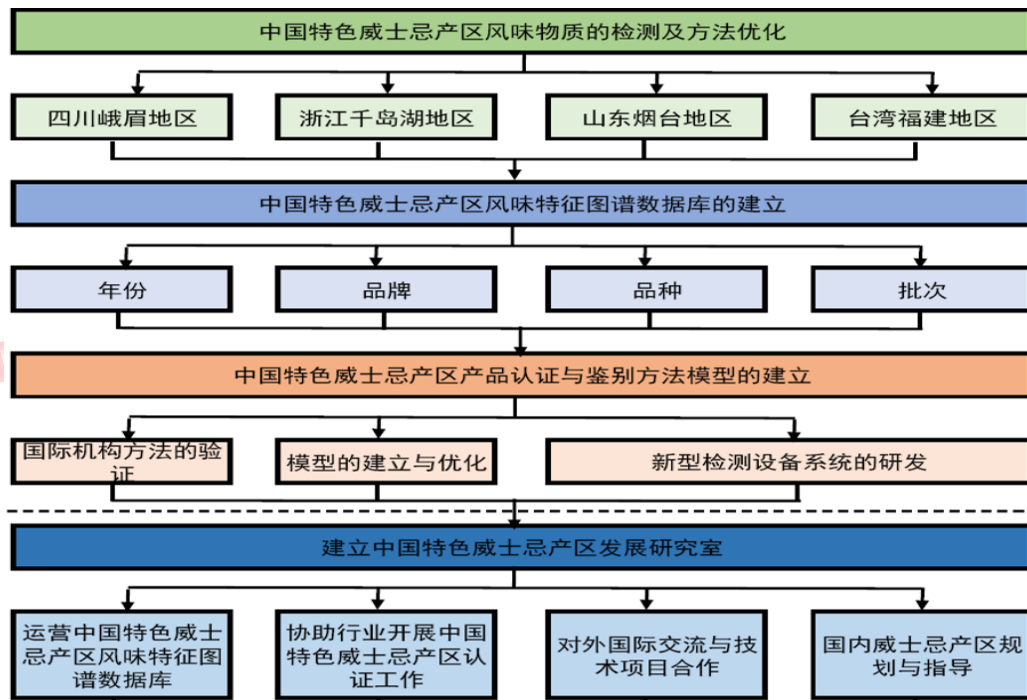
国内供应链联盟



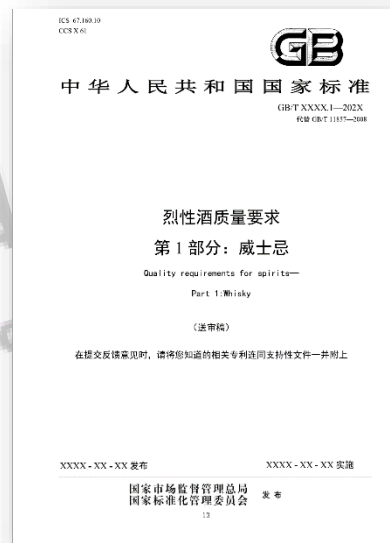
绿色生产与双探目标

# 2

## 中国特色威士忌产品品质表达



# 2 中国特色威士忌产品品质表达



国家标准



中国威士忌产品  
认证规则

团体标准

# 2 中国特色威士忌产品品质表达



特色木材桶与  
创意润桶工艺



中国特色谷物与风味食材

# 2 中国特色威士忌产品品质表达



专业技能人才



专家团队



侍酒服务

# 2 中国特色威士忌产品品质表达



发酵工艺



特色陈酿环境



创新调配

# 2 中国特色威士忌产品品质表达



特色产区打造



工旅融合



特色区域文化

# 2 中国特色威士忌产品品质表达



中式风格

东方审美

产区代表



# 市场发展趋势

产品：高品质、深体验  
新模式、重交互、强关联

品类：逐步拓宽，复合竞争  
——饮料化，烈酒化

品种：多元化、个性化

人群：更加细分化





中国酒业协会  
China Alcoholic Drinks Association

谢谢!

Thank you!

酒