印度威士忌崛起带来的启示

在中国威士忌的发展进程中,日本威士忌 常被视作参考对象,但日威之外,印度威士忌 的发展其实是我们很好的对照组。

2024年上半年, 苏格兰威士忌对印度出 口额较 2023 年同期增长 11.9%, 其市场规模 达 954 亿人民币,在全球范围内仅次于美国。

在印度,本土威士忌品牌"IMFL"是国民 消费的主流,销售额占整体市场的60%,其发 展态势领先于中国。我们通过对比中印两国威 士忌行业的异同之处,看看从中能得到怎样的 启示。

差异显著

发展历史:印度威士忌最早始于英国殖民 的 19 世纪,但由于印度的特殊国情,印度长期 以来生产的都是以糖蜜为原料的廉价威士忌, 一直到 2004 年,位于班加罗尔的雅沐特酒厂 推出了印度的第一款单一麦芽威士忌,在这之 后收获了不少国际大奖。2010年,著名的威士 忌评论家和《威士忌圣经》的作者吉姆·默里 (Jim Murray)将 Amrut Fusion 评为世界第三 好的威士忌。在受到了雅沐特的鼓舞之后, John 酒厂和 Rampur 酒厂也分别在 2012 年和 2016年推出了自己的单一麦芽威士忌。

相比之下,中国大陆威士忌的发展历史相 对较短。虽然 1914 年青岛诞生了中国的第一 款威士忌,但在之后就因市场需求疲软而逐渐 消失,直到近几年才乘着市场的东风而建立起 一些威士忌酒厂。大芹作为中国大陆的第一家 单一麦芽威士忌酒厂,也是在2020年才推出 了首款产品。

市场地位:在印度,威士忌是第一烈酒,占

据了印度烈酒市场的主导地位。在中国,白酒是 第一烈酒,占据了中国烈酒市场的绝大部分份 额。尽管近年来威士忌在中国市场的消费量不 断增加,但与白酒相比,其市场规模仍然较小。

气候影响:印度地处热带,气候湿热,这种 气候条件使得威士忌的陈年时间相对较短,通 常只需 3-5 年即可达到理想的风味, 对于酒厂 来说,这意味着产品在较短的时间内即可上市, 大大减少了时间成本。而中国的大部分地区处 于温带,相比印度需要更长的陈年时间,这对于 酒厂的运营来讲往往需要更多的资金投入。

关税政策: 印度对进口烈酒的关税高达 150%,这使得进口威士忌在印度市场的价格 较高,从而为本土威士忌品牌提供了巨大的市 场空间。而中国的关税相对较低,2001年中国 加入 WTO 后, 烈性酒关税从 65%降至 10%。 这一政策调整促进了进口威士忌在中国市场 的普及,使得中国消费者能够以相对较低的价 格购买到高品质的进口威士忌,同时也给中国 本土威士忌品牌带来了一定的竞争压力。

相似相通

中国和印度,两个国家有着相似的人口基 数和经济发展状况,中国和印度的威士忌市场 均受益于经济快速增长和中产阶级的壮大,在 这一条件下,威士忌在两国都出现了高端化的

2023年,中国威士忌进口量为 3.26 万 KL, 同比下降 0.57%, 但进口额达到 41.26 亿 元,增长9.65%。京东数据显示,2022年单一麦 芽威士忌的成交额同比增长48%。而在印度, 优质麦芽苏格兰威士忌的复合年增长率达到 了 19%, 自 2020 年以来, 单一麦芽威士忌(主 要是高端及以上产品)的销量翻了一番,说明

了中印两国的威士忌消费者都愿意"喝得更

除此之外,中国和印度也都有着悠久的历 史和丰富的自然资源,这意味着都可以发展具 有本土特色的威士忌。印度威士忌普遍采用的 是本土种植的六棱大麦,可以赋予威士忌更明 显的谷物面包特征,带有热带水果、香料和独 特甜味,再加上印度本身的热带熟成环境,让 其与苏格兰威士忌形成了明显的差异。而中国 威士忌近年来也在不断探索更具有本土特色 的风味,例如黄酒桶、蒙古栎橡木桶等等。

启示借鉴

启示一:学习印威发展路线

出口转内销:印度威士忌先获得国际认 可,再转战国内市场。如雅沐特先是在苏格兰 格拉斯哥推出了自己的第一款单一麦芽威士 忌,之后扩展到整个欧洲市场。在国际市场站 稳脚跟后,直到2010年雅沐特才进入印度市 场。

启示二:契合消费趋势

相较"印度社会精英只了解和信任外国的 威士忌"而言,印度年轻消费群体正对进口商 品"祛魅"。而成长于中国高速发展期的95后、 00 后来说,同样逐渐摆脱了对于进口产品的 盲目崇拜,转而更加关注产品的实际质量和文 化内涵。在选择产品时,他们更倾向于支持具 有创新性和文化特色的国产品牌。

对于国产威士忌品牌而言,这是一个重要 机遇。未来,中国威士忌或许可以将国潮元素 与威士忌相结合,如采用中式陶瓷瓶身、以"二 十四节气"为产品系列命名等。国产威士忌若 能抓住这一机遇,在提升产品质量的同时深化 文化叙事,或将在激烈的市场竞争中实现弯道

启示三:深挖产品特色

深挖本土风味:很多印威从业者都认为, 印威的成功很大程度上要归功于六棱大麦和 热带熟成环境所带来的独特风味。毕竟,这对 喝惯了苏格兰威士忌的欧洲消费者来说,印威 带给他们不一样的味觉体验。印威靠本土特色 立足,中威也应立足于此,发展属于自己的特

后记

印度威士忌的成功经验为我们提供了宝 贵的借鉴,但中国威士忌的发展之路也并非简 单复制。

威士忌的酿造与成熟是一个漫长的过 程,而品牌的建设和市场的培育同样需要耐 心与坚持。中国威士忌行业需要在传承与创 新中不断探索,既要借鉴国际经验,又要立足 本土特色, 打造出真正属于中国风味的威士

当然,尽管中国威士忌的发展比印度晚了 近20年,但其潜力与前景仍令人瞩目。毕竟, 中国拥有悠久的历史文化底蕴、丰富的自然资 源以及庞大的消费市场,这些都为中国威士忌 的崛起奠定了坚实的基础。中国威士忌的未来 值得期待。

序号	地区	威士忌市场規模 (亿人民币)	烈酒整体规模 (亿人民币)	成士忌占率土烈酒 消费比重	20-23年威士忌 規模CAGR	23年威士忌 規模YeY
1	美国	975	2844	34%	10%	6%
2	印度	954	1418	67%	3%	796
3	日本	228	451	50%	4%	17%
4	法国	147	430	34%	0%	1%
5	英国	144	606	24%	4%	5%
6	澳大利亚	133	282	47%	13%	12%
7	巴西	98	218	45%	22%	6%
8	土耳其	86	234	37%	76%	99%
9	西班牙	78	253	31%	4%	9%
10	波兰	75	249	30%	15%	15%
11	俄罗斯	75	498	15%	17%	29%
12	韩国	63	305	21%	13%	12%
13	墨西哥	57	174	33%	196	5%
14	中国	55	6675	1%	12%	12%

2023年总量数据-出厂口名

"红西凤 中国行"彰显品牌破局力量

广西长洲船闸单月过货量 突破 2444 万吨刷新历史纪录

从"铁匠铺"到"商用车半轴之都":

广西西江开发投资集团有限公司 (下称 "西江集团") 介绍,5月1日至5月31日,长 洲船闸单月过货量突破2444万吨,同比增长 9.24%,刷新历史纪录。

西江航运干线"黄金水道"是中国西南水 运出海大通道的重要组成部分。长洲船闸是 西江航运干线上最大、最后一个梯级枢纽,也 是西江黄金水道通往粤港澳大湾区的"咽 喉",承担着广西内河 90%的货运量。

今年以来,长洲船闸曾一度受广西水情 持续偏枯、长洲一线二线船闸因超水头问题 长时间退出运行、长洲三线船闸停航 39 天大 修等不利因素影响,过货量下跌。

随着5月汛期的到来,西江流域下游水 位逐步回升,大藤峡和长洲下游水库出库流 量稳定在7000立方米/秒左右,西江通航条

面对这一宝贵的"窗口期",广西港航发展 中心及时取消对出港、过闸船舶数量的限制,西 江集团最大限度发挥24小时通航优势,让更多 船舶能够快速通过。此举极大地提升了船舶周

吉林桦甸经济开发区的一家现代化工厂

这位从业近30年的老师傅,是这座县级

内,48岁的鞠培春操控着机床,使机械臂精准

抓取半轴毛坯。随后,生产线以30秒一件的

市以"铁匠铺"模式起步,发展成为"商用车半

轴之都"的亲历者。目前,当地已成功融入国

际汽车及农机具产业供应链, 客户既有比亚

迪、长城、一汽解放、陕西重汽等中国车企,也

年代。作为农业大省的吉林,对农机具需求旺

盛,桦甸因工业基础好、矿物加工配套完善,以

国营企业为核心的锻造业务很快发展起来。

桦甸的汽车半轴产业起步于 20 世纪 50

速度完成锻造、热处理、精加工等流程。

不乏沃尔沃、约翰迪尔等国外大厂。

吉林县城接轨国际市场

转效率,充分释放了西江黄金水道运输潜能。

与此同时,针对"虚假报闸"等扰乱通航秩 序的违法违规行为,西江集团组织成立"虚假报 闸"工作专班,联合社会监督员协同监督,开展 专项整治行动,通过完善监管制度、强化信息核 查等手段,营造安全、公平、透明、有序的过闸环 境,为船舶安全高效通航保驾护航。

科技创新始终是长洲船闸提升运营效能 的"金钥匙"。近年来,西江集团持续加大科研 投入, 推动西江广西段多梯级多线船闸群综 合通航调度服务科技示范工程顺利通过预验 收。该工程将大数据、智能化等前沿技术深度 应用于船闸管理,实现船舶调度更精准、过闸 流程更智能,有效缩短了船舶待闸时间,使船 闸通航效率显著提升。 (杨陈 陆小婷)



靠数控设备和工业机器人。"该公司销售总监张

志国介绍, 如今的智能化生产线融入等温淬火

铸造齿轮工艺、冷缩径加工等新技术,原材料损

市预计生产汽车半轴逾 170 万根, 在中国汽

型:当人力成本优势消退,技术深耕与智能化

成为新竞争力。这座户籍人口近40万的县

城,用数控机床取代铁锤,让机械臂与 AI 视

觉检测系统联动,最终获得国际车企的认可。

动扩大"朋友圈",并着手为约翰迪尔这样的

轻型卡车市场愈发广阔。桦甸市工信局介绍,

该市已建设机械加工产业园, 助推企业向制

造精密锻件、精密铸件、乘用车零部件等方向

记者走访了解到, 当地企业正在持续推

时下,发达的同城配送、城际物流业态让

(石洪宇)

桦甸市官方最新一份数据显示,今年该

桦甸的崛起折射中国制造业的深层转

耗降低15%,产品疲劳寿命提升三成左右。

车半轴制造细分行业中继续领跑。

全球农业机械大厂提供定制方案。

转型,从而进军高端半轴市场。

近日,继此前在华东市场(徐州、南京)落 地之后,"红西凤 中国行"这场以酒为媒的产 业推介活动,以磅礴之势开启对东北市场的 深度探索,并在哈尔滨与沈阳相继打造了跨 越山海的味觉盛宴,在广袤的黑土地上奏响 凤香美酒与东北豪情交融的崭新篇章。

深耕大东北市场 "红西凤 中国行" 落地哈尔滨和沈阳

过去几年来,围绕"重回一流名酒序列" 的战略目标,西凤酒在"高端化、全国化"战略 的策动下,将中国凤香白酒推向了新的市场 高度与价值高度,并在消费圈层中初步实现 了凤香白酒品类的认知普及与文化价值提

在这一过程中,红西凤在高端白酒领域 的全面铺展,为西凤酒在酒业调整变革期脱 颖而出提供了关键支撑。伴随着"红西凤 中 国行"产业推介活动在市场端的高效落地, 西凤酒进一步加深对市场的需求了解与深 度对接,为后续的市场拓展打下了坚实的基

宝鸡市人民政府副市长樊艺文指出,宝 鸡是历史与现代交融的"中国凤香型酒城", 西凤酒作为陕西白酒名片,希望通过"红西凤 中国行"活动的举办,持续弘扬宝鸡的文化名 片,强化西凤酒对东北市场的深耕,也希望各 界朋友到宝鸡体验历史、美景与美酒,共谋发 展。

陕西省工业和信息化厅消费品工业处副 处长王线红推介陕西臻品时表示:"陕西省工 信厅将以'陕品好物'平台为基石,持续加强 与各方的紧密合作,同时专注提升'陕品好 物'的品牌知名度和产品附加值,推动西凤酒 等陕西优质产品走进千家万户, 为更多人带 来卓越的品质体验。'

而基于西凤酒深厚的的历史积淀、卓越 的品质、醇厚的口感和独特的风格,黑龙江省 酒类流通协会会长王永桓、辽宁省酒类流通 协会会长符子英纷纷表达了对西凤酒在东北 市场深耕的深切关怀与高度期待。

王永桓表示,"红西凤 中国行"活动不仅 为我们带来了高品质的美酒, 更为我们搭建 了一个交流合作、共谋发展的平台。借此机 会,希望两地加强在白酒市场信息共享、流通 渠道建设、品牌推广策略等方面的交流合作, 共同推动白酒产业的健康发展与文化传承。

符子英说道:"在消费升级与品质革命的 双重驱动下,西凤酒以'高端化、全国化'为战 略指引,销售收入不断突破,红西凤系列产品 销量在东北市场连年增长。希望通过此次活 动的举办,能够进一步推动西凤酒在东北市 场的销售与发展。"

战略合作签约十余场 名酒复兴势能进一步释放

在"高端化、全国化"战略谋划下,西凤酒 朝着更为聚焦与明确的方向展开定向爆破与 综合布局, 并实现了企业规模和品牌价值快 速提升。其中,红西凤的口碑提升与在市场端 强势破圈, 也成为西凤酒展现自我风采的一 张靓丽名片。

陕西西凤酒股份公司总经理张周虎致辞 指出,西凤酒之韵,其根在历史长河、其魂在 天地共酿、其势在鹏程万里。特别是近年来, 西凤酒品牌之势如虹,品牌价值达到 3336.83 亿元,跻身白酒行业前列;市场之势如潮,省 内深耕、省外拓疆、电商矩阵联动南北,全国 市场布局不断深化;发展之势如涛,在省委省 政府的一系列支持政策下蓄势待发, 向着更 高目标奋勇前行。

此次西凤酒跨越千里而来,携三千年凤 香古韵,以一杯醇厚致敬关东豪情,还将以哈 尔滨与沈阳为核心引擎深耕东北市场, 依托 区域辐射势能加速品牌价值跃升, 深化东北 市场战略纵深布局, 开辟西凤酒东北亚市场 价值新高地。

在哈尔滨与沈阳的两场推介活动中,西 凤酒与当地十余名经销商伙伴完成了 2025 年战略合作协议的签约,意味着西凤酒将与 东北市场合作伙伴携手并肩, 实现在东北区 域市场布局的持续巩固和进一步拓展, 并在 激发新的消费活力和潜力之际,完成品牌价 值对更广泛消费群体的深层灌输和心智夯

纵深推进"高端化、全国化" 铸牢"重回一流"的坚实底座

回首过去几年的发展历程, 西凤酒在奋 进之路上展示与传递的是"中国名酒"印记下 的品牌进化篇章。在这一条成长路径中,"重 回一流名酒序列"是西凤酒的铿锵宣言,"高 端化、全国化"是西凤酒的必经之路。

此前西凤酒明确表示,2025年是西凤酒 完成从站稳市场到系统调整, 进而转入向更 高目标加速冲刺的关键时期,公司也将继续 高举"高端化、全国化"的发展大旗,实现市场 营销的高质量发展。

陕西西凤酒股份有限公司副总经理、营 销管理公司总经理周艳花曾强调:"西凤酒的 全国化不是简单的市场覆盖,而是让'凤香口 感'成为消费者的味觉记忆,让'西凤红'成为 中国酒业的文化符号。"

从徐州、南京,到哈尔滨、沈阳,借助"红 西凤 中国行"产业推介活动的持续开展与高 频落地,西凤酒以焕新升级的红西凤为载体, 用更具文化韵味与老酒魅力的超级品质,提 升红西凤的高端竞争力,进一步激活与提升 西凤酒作为老牌"四大名酒"的增长势能,推 动品牌实现更广的消费覆盖和构建更强的渠 道影响力。

西凤酒推进"高端化、全国化"的战略布 局,构建起厚积薄发的硬实力,在消费变革的 时代洪流下为凤香白酒树立起新的价值高 线,进而最终实现名酒价值回归。

相信通过"红西凤 中国行"产业推介活 动的开展,以及携手合作伙伴在全国各个市 场的深度扎根,西凤酒还将继续为品牌"重归 一流名酒序列"的战略目标挖掘新动能,在市

场端凝聚起更具韧性的质变力量。

▶▶▶[上接 P1] ___ 北京城市副中心力争到2027年绿色企业数量超300家

吉林圆方机械集团有限公司是桦甸汽车 半轴生产的领军企业。其前身是 1952 年成立 的"国营铁木厂"。1999年改制后,该公司紧跟 中国重型卡车的发展大潮,聚焦这一细分领 域在市场站稳脚跟,产量连创新高。

"过去,车间里是老师傅抡大锤,现在我们

习酒集团党委副书记、副董事长、总经理 万波表示,习酒始终践行君品文化,文化背后 是行为和责任, 君品文化就是对君子言行和 操守的生动实践。

▶▶▶[上接 P1]-

在公益事业的版图上,除"习酒·我的大 学"外,习酒还携手习酒全国经销商、贵州省 慈善总会设立"习酒·吾老安康"慈善基金项 目,累计募集善款3200万元,关爱困境老人, 守护"银发安康"。此外,习酒还聚焦抗击疫 情、抗洪救灾、保护生态、乡村振兴等,用实际 行动诠释国企担当和大义情怀, 这无疑将对

企业产生深远而积极的影响。 习酒所投入的这些公益项目, 意义不仅

19 年、1.59 亿、2.6 万个年轻梦想 习酒以君品文化点亮星火长河

仅在于帮助了多少人, 更重要的是, 让这些 "沉默的大多数"被记起、被关注,感召更多有 社会责任感的企业投入到公益事业中。

白酒产业是长周期属性的"时间产业"。这 既表现在酿造的长周期、品质形成的长周期, 也表现在品牌培育的长周期、履行社会责任的 长周期。它需要在积极参与经济社会发展的同 时,主动全面落实社会责任,积极构建酒业社 会责任体系,构建与全社会的和谐关系。

习酒用近20年的公益之路展现着"酒中 君子"的责任与担当,这是其对于公益事业的 长期主义, 也是对于企业未来发展的长期主 义。所谓君子之风,大抵如此。

推动绿色产业规模化、特色化发展

入市交易。

北京市发改委有关负责人介绍, 为实现 上述目标, 北京以全市战略性基础性绿色产 心资源和区位优势, 支持产业优势环节重点 布局,因地制宜推动绿色产业规模化、特色化 发展。

北京城市副中心着力培育特色绿色产业。 培育碳专业服务业,全力支持国家级绿色交易 所建设,吸引碳资产开发咨询、第三方审定核 证、碳资产管理、碳金融服务等上下游机构在

北京城市副中心现有13家国家级绿色工 北京城市副中心聚集,加快形成碳市场生态 巩固提升生态环境保护和污染治理产业,巩固 厂,北京绿色交易所入驻运河商务区并启动国 圈。培育 ESG 专业服务业,积极吸引社会机构 家级绿色交易所建设,百亿规模的北京市绿色 参与,汇集各类金融资源与产业资本,吸引一 生态环保产业与数字产业融合创新,促进智慧 能源和低碳产业投资基金实现落地,全国温室 批高水平国际化 ESG 评级机构以及相关服务 气体自愿减排交易市场启动并实现新 CCER 企业集聚,形成具有国际影响力的 ESG 服务 业集聚区。培育绿色金融业,充分发挥"两区" 制度优势,鼓励绿色金融产品多元创新,支持 做好气候投融资试点,鼓励金融机构探索发行 生物多样性金融产品。

业发展布局为引领,充分发挥北京城市副中绿色产业投资机构发展。培育未来能源细分产 业,聚焦超导材料、真空系统、高功率电源等未 能储、运、加产业链。 来能源产业领域细分赛道,超前布局谋划,加 北京城市副中心。培育合成生物制造业,建设 合成生物相关产业园区,带动产业聚集形成规

北京城市副中心巩固提升既有绿色产业。 耗建筑等建筑业相关上下游企业集聚。

强政策资金支持,积极争取相关科研机构落地

北京城市副中心现有生态环保产业基础,推动 监测等技术研发和装备制造,积极发展碳捕集 利用与封存(CCUS)、新污染物治理、生态修复 等相关产业,形成生态环境保护产业新优势。 巩固提升新能源产业,支持建设新型电力系统 实验基地,打造分布式先进能源、智慧能源共 性技术研发平台,提供成熟的产业环境和落地 北京城市副中心培育绿色投资,支持各类 空间,加强分布式先进能源产业研发、生产和 应用等环节的项目、企业培育和集聚,拓展氢 北京城市副中心巩固提升智能网联新能

源汽车产业,发挥智能网联新能源汽车产业辐 射带动作用, 瞄准车用电子及核心零部件, 打 造较完备的车用电子供应体系。巩固提升绿色 建造业,吸引低碳建筑、超低能耗建筑、近零能