

香港酒類消費市場概況

酒在全球文化有著舉足輕重的地位，飲酒文化已有數千年的歷史，諸如喜慶場合、交際應酬以及與三五知己相聚的約會總不缺少酒的存在。經過數千年的發展，如今發展出三種的釀造方法，分為壓榨酒、配製酒及蒸餾酒三大類。壓榨酒是在製酒原料(如葡萄、大米、大麥等)發酵後壓榨過濾處理的酒類，日本清酒、葡萄酒以及啤酒均屬壓榨酒一類。壓榨的過程能依靠酒榨機、人力甚至是原材料自身重量完成，不過如今大部分都以分離、去梗和榨汁一體化的機器完成壓榨。配製酒又稱調製酒，是一種混合的酒品，在成品酒或食用酒精中加入藥材、香料等原料製成的酒精飲料。配製酒主要分為兩種配製方法，第一種是在酒與酒之間進行調製；第二種方法是將酒與非酒精物質(包括液體、固體以及氣體)進行調製。配製酒可細分以下類別，分別是開胃酒、餐後甜酒以及利口酒等飲用酒，中國傳統的藥酒亦是配製酒的一種。蒸餾酒指在原料發酵後用蒸餾技術製成的酒，白蘭地、高粱、蘭姆酒均屬此類。由於酒精的沸點只有 78 度，因此在蒸餾過程中，能令酒品中的酒精先蒸餾出來，進而提高酒品中的酒精含量。故此以蒸餾方法製成的酒，多是酒精度較高的酒類，當中不少高達四十度或以上，拔蘭地可說是蒸餾酒的代表，拔蘭地的英文「Brandy」一名源自荷蘭文，原意即「燒過的酒」。拔蘭地的好壞取決於葡萄的品種、土壤等，製酒商的品質控制亦對酒質有決定性的影響。

- **2021 酒類產品進出口統計數據**

新冠肺炎疫情依舊嚴峻，香港政府因應疫情頒布多項防疫措施，例如關閉娛樂場所、禁止餐廳晚市內用、限制多人聚集等措施導致香港酒類產品的需求較以前減少。根據香港政府統計處《香港貿易統計》，2021 年香港各款酒精飲料進口總額約 118 億 5400 萬港元(約 15.13 億美元)^[1]，包括汽酒、啤酒、威士忌、葡萄酒、?酒等酒精飲料，較 2020 年的進口額下跌了 17.9%，已經錄得連續 2 年下跌。香港酒精飲料的主要進口國是法國，2021 年進口約 77 億 7,498 萬港元(約 9.92 億美元)，其中葡萄酒的進口貨值大約是 65 億 379 萬港元(約 8.35 億美元)，整體進口貨值比 2020 年上升了 34.1%，佔香港葡萄酒市場的 61.5%。中國大陸是香港第二大的酒精飲料進口國，2021 年進口總額約 17 億 5,666 萬港元 (約 2.24 億美元)，進口貨值比 2020 年輕微下跌了 0.02%，佔市場 14.8%。烈酒及蒸餾酒精飲料的進口量約 14.2 億港元 (約 1.81 億美元)，佔中國進口量的 80.1%，是主要的進口類別。其餘進口國家來源地主要來自英國、澳洲、美國、韓國和意大利等。2021 年自台灣進口約 2921 萬港元 (約 101.9 萬美元)^[2]的酒精飲料，相較 2020 年大幅上升了 385.7%，佔市場 0.2%。以威士忌酒為主要進口類別，較 2020 年的進口量增加 2450.1%，進口額占香港市場 55.3%。台灣進口香港的威士忌錄得快速增長，是 2021 年主要的進口商品，多個臺灣威士忌品牌在香港具有知名度，例如是噶瑪蘭威士忌、OMAR 以及玉山等品牌。

表一：香港各款酒精飲料主要進口來源地（只列部份） 單位：千港元

	來源地	2019 年		2020 年		2021 年	
		價值	增減 (%)	價值	增減 (%)	價值	增減 (%)
1	法國	7,309,186	-27.4%	6,040,217	-17.4%	7,774,984	+28.7%
2	中國大陸	2,021,307	-7.8%	1,759,300	-13.0%	1,756,655	-0.02%
3	英國	1,674,307	-10.5%	1,252,054	-25.2%	1,469,913	+17.4%
4	澳洲	975,871	-40.1%	837,448	-14.2%	1,919,904	+129.3%

5	美國	721,394	30.8%	422,673	-41.4%	376,196	-11%
6	韓國	339,120	-12.8%	269,401	-20.6%	291,759	+8.3%
7	意大利	266,256	-13.6%	234,750	-11.8%	317,079	+35.1%
8	荷蘭	89,679	+4.5%	119,435	+33.2%	131,225	+9.9%
9	日本	94,215	+23.4%	103,758	+10.1%	874,605	+843%
10	新西蘭	71,204	-7.8%	95,019	+33.4%	115,566	+21.6%
11	德國	100,649	-16.7%	93,386	-7.2%	104,585	+10.1%

12	台 灣	9,534	-32.3%	7,865	-17.5%	29,211	+371%
	其 他	765,131	-	618,702	-	584,761	
	總 值	18,340,156	+5.8%	14,437,853	-21.3%	11,854,009	-17.9%

資料來源：香港政府統計處《香港貿易統計》

表二：台灣進口香港主要酒精飲料 單位：千港元

產品	2019 年	2020 年		2021 年	
	價值	價值	增減 (%)	價值	增減 (%)
汽酒	22	-	-	-	
鮮葡萄釀造的酒 (汽酒 除外) · 包括加強酒精 的酒 ; 加酒精以抑制發 酵的釀酒葡萄汁	1,481	1,035	-30.1%	4,644	+449%

麥芽釀造的啤酒	3,187	4,355	+36.6%	4,868	+11.8%
威士忌酒	4,112	637	-84.5%	15,607	+2450.1%
烈酒及蒸餾酒精飲料	731	1,822	+149.2%	3,090	+69.6%
?酒及他菲亞酒	-	18	-	-	-
總計	9,534	7,865	-17.5%	28,209	+358.7%

資料來源：同上

香港能夠發展成農業用地土地資源極少，再加上香港的氣候環境並不適合種植葡萄以及大麥等釀酒必備的農作物，儘管近年香港成功培育山田錦酒米並成功釀造出香港本土的清酒，可是整體而言香港酒精飲料的生產量極少。2021 年香港生產各款酒精飲料出口市場貨值僅 1.2 億港元（約 1,534 萬美元）（只包括麥芽釀造的啤酒），相較 2020 年下跌了 8.9%。相關產品主要出口至韓國，2021 年自香港出口至韓國的啤酒貨值約 3060 萬港元（約 391 萬美元），相較 2020 年上升了 3.9%，佔出口市場 25.4%。其餘出口主要到阿聯酋、澳門、新加坡和台灣等。2021 年自香港出口至台灣的啤酒貨值約 758 萬港元（約 96.8 萬美元），相較 2020 年下跌 21.4%，佔出口市場 6.3%。

表三：香港生產各款酒精飲料主要出口地區/國家（只列部份）單位：千港元

	付運地	2019 年		2020 年		2021 年	
		價值	增減(%)	價值	增減(%)	價值	增減 (%)
1	韓國	20,256	-19.6%	29,443	+45.4%	30,594	+3.9%
2	阿聯酋	38,036	+115.1%	28,633	-24.7%	29,705	+3.7%
3	澳門	15,613	+25.1%	22,550	+44.4%	16,770	-25.6%
4	新加坡	6,746	-38.8%	11,243	+66.7%	6,700	-40.4%
5	台灣	9,895	+6.4%	9,649	-2.5%	7,582	-21.4%
6	美國	10,658	-0.6%	8,887	-16.6%	3,285	-63.0%
	其他	26,688	-	21,541	-	25,561	+18.7%
	總值	127,892	+5.7%	131,946	+3.2%	120,197	-8.9%

資料來源：同上

2021 年香港各款酒精飲料主要出口 (含轉口) 市場貨值超過 58.5 億港元 (約 7.5 億美元) ，相較 2020 年上升 47.9% 。相關產品主要出口至中國大陸，2021 年自香港出口至中國大陸的酒精飲料貨值約 29.3 億港元 (約 3.7 億美元) ，相較 2020 年增幅達 48.1% ，佔出口市場 50.1% 。其餘出口主要到澳門、越南、新加坡和台灣等，貨物出口集中在亞洲市場。2021 年自香港出口至台灣的酒精飲料貨值約 1.81 億港元 (約 2,317 萬美元) ，相較 2020 年上升 8.2% ，佔出口市場 3.1% ，排名第五。2021 年出口至臺灣增幅上升的主因是主要是因葡萄酒以及汽酒受台灣市場歡迎，出口量每年持續增長。

表四：香港各款酒精飲料主要出口 (含轉口) 地區/國家 (只列部份)

單位：千港元

		2019 年		2020 年		2021 年	
	付運地	價值	增減(%)	價值	增減(%)	價值	增減(%)
1	中國大陸	2,845,714	-38.5%	1,978,449	-30.5%	2,929,662	+48.1%

2	澳門	1,186,879	+3.6%	815,973	-31.3%	1,569,022	+92.3%
3	越南	920,901	-47.8%	414,914	-56.0%	353,407	-14.8%
4	新加坡	96,705	-19.5%	236,179	+144.2%	267,425	+13.2%
5	台灣	76,306	+40.4%	167,734	+119.8%	181,477	+8.2%
6	英國	29,780	+108.5%	53,195	+78.6%	46,694	-12.3%
7	韓國	122,393	-13.0%	51,478	-57.9%	44,668	-13.4%
8	柬埔寨	62,439	+32.4%	34,754	-44.3%	36,764	+5.8%

9	阿 聯 酋	45,164	+131.6%	28,633	-24.7%	29,705	+3.7%
10	丹 麥	9,354	-75.9%	27,110	+189.8%	125,844	+464.2%
	其 他	322,303	-	142,704	-	260,654	-
	總 值	5,717,938	-29.8%	3,951,123	-30.9%	5,845,322	+47.9%

資料來源：同上

表五：香港出口台灣（含轉口）主要酒精飲料 單位：千港元

	2019 年	2020 年		2021 年	
產品	價值	價值	增減 (%)	價值	增減 (%)
苦艾酒及其他用鮮葡萄釀造，加植物或芳香物質的酒	-	16	-	-	-
汽酒	701	4,808	+585.9%	11,494	+139.1%
鮮葡萄釀造的酒（汽酒除外），包括加強酒精的酒；加酒精以抑制發酵的釀酒葡萄汁	44,845	57,655	+28.6%	112,479	+95.1%
麥芽釀造的啤酒	12,306	10,786	-12.4%	9,112	-16.5%
威士忌酒	1,002	2,056	+106.1%	6,051	+194.3%

蒸餾葡萄酒或葡萄渣 而得的烈酒	660	29,336	+4,344.8%	19,221	-34.5%
?酒及他菲亞酒	-	92	-	-	-
氈酒及杜松子酒	297	168	-43.4%	387	+130.4%
烈酒及蒸餾酒精飲料	16,494	62,817	+237.6%	22,665	-64.1%
總計	76,306	167,734	+119.8%	181,409	+8.2%

資料來源：同上

- **2021 酒類產品進出相關法規**

香港法例第 60E 章《進出口（登記）規例》規定，在香港進出口任何物品（包括進出口葡萄酒及酒類）時，進口商或出口商須向香港海關提交準確完備的進出報關單。《應課稅品條例》規定，香港第 2 類及第 3 類葡萄酒及酒類的進出口毋須取得牌照。至於進口至香港的第 1 類酒類，僅持有香港海關頒發的有效進口牌照的持牌口商方有權將該酒類進口至香港。從香港出口第 1 類酒類不受規管，前提是該酒類於香港已繳稅。^[3]

香港政府自 2008 年 2 月起取消葡萄酒稅，並發展成為區內的葡萄酒貿易及分銷中心，更是葡萄酒進入中國大陸的門戶，使香港一躍成為亞洲重要葡萄酒業務中心。香港與中國政府簽訂協議，葡萄酒可按《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA) 條款和特別便利清關措施輸入內地。自 2017 年 11 月起，便利清關措施的應用範圍已擴展至內地全部 42 個關區內所有口岸。香港成為一個葡萄酒免稅港，空運交通網絡四通八達，儲存設施完善，備受亞洲投資者垂青，視為最具成本效益、最方便的集散中心，紛紛在香港儲存其投資級別的葡萄酒，收到訂單時始運往目標市場。

- **酒類產品發展趨勢**

香港進口的酒類主要是以啤酒和葡萄酒為主，由於葡萄酒的用具較啤酒更為細緻和仔細，葡萄酒杯以及取酒器等與葡萄酒相關的產品更受到香港市民的歡迎，銷售量受惠於葡萄酒進口而有所增長。葡萄酒杯大致上可分為香檳杯、通用白酒杯、通用紅酒杯、波爾多杯、布根地杯、甜酒杯以及 ISO 杯七種，每種杯都有各自的優缺點和特點，例如 ISO 杯對酒的影響降到最小，能夠呈現酒本身的味道，但是杯容量較小是其缺點；通用紅酒杯的尺寸比較大，因為紅酒擁有較多單寧，而單寧的艱澀需要更多氧氣來軟化，倒酒時同樣建議為三分之一至半杯，並且可以適當搖杯加速香氣的綻放。但是由於酒杯杯壁很薄，不小心就會將杯握破，紅酒溫度亦容易受到手溫影響。取酒器的技術強調避免酒液與空氣接觸而開始氧化，氧

化有時會為老年份的酒清除不良的味道，但氧化時間較長便會影響味道，因此有取酒器配上專利技術的酒塞，注入氫氣使剩餘的葡萄酒延長保鮮數個禮拜。

香港擁有大批經驗豐富的酒商，他們對葡萄酒有深入的認識，而且非常熟悉國際葡萄酒交易情況。鑒於亞洲對葡萄酒需求日增，香港政府於 2008 年 2 月起撤銷所有與葡萄酒稅有關的清關及行政管制措施，以促進香港發展成為區內的葡萄酒貿易及分銷中心，特別是成為的亞太地區的葡萄酒貿易樞紐。除了葡萄酒貿易及分銷外，香港的葡萄酒相關活動尚包括拍賣、零售、儲存服務、餐飲和運輸等。根據香港政府統計處公布的數字，從事進口酒精飲料作批發用途的公司數目由 2008 年的 310 家增加至 2019 年的 820 家。與此同時，銷售酒精飲料的專門店數目也由 2008 年的 140 家增加至 2019 年的 460 家。

至於香港市場出口方面，香港主要出口的市場為亞洲各國，佔出口整體的 90.1%，以製造精釀啤酒為主，至於葡萄酒香港則沒有本產出口。近年，香港的手工啤酒業發展蓬勃，並攜手參加在香港國際美酒展首設的手工啤酒館。蜜蜜啤創辦人方啟聰是這次聯合參展的背後推手，談到組織本地釀酒商攜手參展的原因是為了宣揚香港正在蓬勃發展的手工啤酒，雖然香港手工啤酒在西方市場還未廣為人知，但在亞洲的知名度已有所增加。韓國、新加坡和日本的買家均對方啟聰的手工啤酒品牌甚感興趣。香港精釀啤酒可細分為 Lager、IPA 和 Porter 三大類。這些產品主要以香港文化特色和景點取名，例如「港男」、「港女」、「龍脊—淡艾爾

麥啤」和「大浪灣—印度淡艾爾麥啤」，甚至會生產季節性的精釀啤酒。從數據顯示，台灣進口香港手工啤酒依然會繼續增長。台灣消費者普遍鍾情於香港產品和食物，相信相關手工啤酒的目標族群可針對 20 至 40 歲年輕人和中高階層消費者為主。

近年威士忌投資在香港掀起一股熱潮，更成為一種奢侈品，具有高度的升值潛力。港人越來越注重生活享受，使欣賞威士忌成為有品味的指標之一，加上威士忌價格不斷上，特別是單一麥芽威士忌，引來不少酒類愛好者加入投資行列，令這門投資蔚然成風。2021 年香港邦瀚斯以港幣 466 萬拍賣出麥卡倫 (Macallan) 原桶 30 年威士忌，價錢追平 2019 年寫下的原桶威士忌拍賣紀錄，共同保持最貴原桶威士忌拍賣紀錄。2019 年，麥卡倫 1989 年原桶威士忌以每瓶 17,103 港元的價格成交，創下當時世界拍賣紀錄。短短兩年後，每瓶價格以 22,099 港元再創高峰，再次刷新紀錄。另一方面，輕井澤及山崎威士忌亦全數成交，足證日本威士忌依然深受港人歡迎，其需求殷切，相信這波熱潮與 2021 年底推出最終版輕井澤裝瓶酒有關。台灣出產的威士忌近年亦成為港人的選擇之一，進口量持續上升，有部分港人在疫情前甚至親赴台灣威士忌酒廠購買。威士忌市場在未來仍然看好，特別是以單一麥芽威士忌，相信會繼續發展，挑戰葡萄酒投資市場，威士忌配合 Highball 的調酒亦成立近年的潮流。

由香港貿易發展局主辦，第十三屆香港貿易發展局香港國際美酒展原定於 2021 年 11 月 11 至 13 日在香港會議展覽中心舉行，該展為期三天，惟疫情嚴峻，展覽無奈取消。香港國際美酒展 (特別展) 連同香港美食博覽、香港國際茶展、家電·家品·博覽、美與健康生活博覽共同在 2021 年 8 月舉辦展覽。以上 5 個展覽共吸引 37 萬人次到場參觀，匯聚來自 10 個國家、地區共超過 900 家參展商參展。

香港國際美酒展 (特別展) 於 2021 年 8 月 12 至 16 日舉辦展覽，包羅新舊世界葡萄酒、清酒、威士忌，以至手工啤酒。當中特色展品有來自北海道的特色水果啤酒、以富士山造型特別設計的限定清酒等，香港酒類行業協會及香港酒業總商會展出世界各地佳釀。展覽亦邀請 MWM 葡萄酒學校認可導師馮安媿，教導參觀者如何挑選不同產地的優質洋酒。展覽的主要展品類別共有六種，分別是酒精類飲品、酒精教育及培訓、葡萄酒投資產品、酒類配件、酒業媒體以及美酒之友，能夠豐富參觀者對各項酒類產品和用具的認識，更能透過各種活動和示範選購心儀美酒。由於疫情嚴峻的關係，導致第十三屆香港國際美酒展無法舉辦，第十四屆香港國際美酒展暫定於 2022 年 11 月 10 至 12 日在香港會議展覽中心舉行，屆時若疫情過去，相信必定是一場盛事。

^[1] 1 美元兌換 7.83 港元

^[2] 1 美元兌換 28.67 新臺幣

^[3] 第 1 類酒類是指在攝氏 20 度下，酒精濃度以量計多於 30% 的酒類；第 2 類酒類指在攝氏 20 度下，酒精濃度以量計不多於 30% 的酒類(葡萄酒除外)；第 3 類酒類指由新鮮葡萄發酵所得的葡萄酒，並在攝氏 20 度下酒精濃度以量計不多於 30% 的酒類。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7861357&iz=6>

2021 年愛爾蘭啤酒總產量下降 46%

根據愛爾蘭商工總會 (Ibec) 的 Irish Beer Market Report 2021 報告，2021 年當地啤酒產量與 2020 年相比大幅下降高達 46%，該行業就業人數也下降 20% 之多；產量下降可能是因為 2021 年中大部分時間仍對餐飲業實施嚴格防疫措施而導致需求下降影響。正常時期約有 60% 的啤酒是在酒吧消費，但 2020 年時只有約 29%，且在 2021 年也只回升到 46%。不過儘管 2021 年啤酒總銷量與 2020 年相比下降 1.2%，人均消費額減少 2.3%，但該行業已在 2021 年下半年出現明顯復甦情形，2021 年第 3 季銷量實已回到疫情前規模。

上述報告尚顯示，愛爾蘭去年市場銷售的所有啤酒中，有超過 32% 為黑濁啤酒 (stout)，此也恢復到疫情前規模，係黑濁啤酒占比曾因疫情期間酒吧關門之故於 2020 年降到 25% 左右。不含酒精啤酒銷量占總銷量的 1.5%，此為 4 年前的 4 倍之多。另去年啤酒出口貿易下降 3%，為 2.46 億歐元，英國為愛爾蘭啤酒的最大出口市場。

備註：經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7861572&iz=6>

能源成本飆升衝擊英國啤酒業，啤酒愛好者將面臨玻璃瓶短缺

食品和飲料批發商警告，由於能源成本飆升導致玻璃器皿短缺，啤酒消費者很快就會發現很難買到最喜歡的瓶裝飲料。供應商已經在採購玻璃器皿時遇到問題，因為它的生產過程是能源密集型，在過去一年中能源價格飆升將其價格推高 80%。英國啤酒產業可能很快就會感受到玻璃容器短缺。據蘇格蘭最大的批發商之一 Dunns Food and Drink 公司執行長 Julie Dunn 表示，「我們來自世界各地的葡萄酒和烈酒供應商正面臨著持續的競爭，這將產生連鎖反應，...我們在英國貨架上看到的瓶裝啤酒種類可能會減少」。渠並補充稱，部分釀酒廠商可能被迫選擇其他不同的容器來盛裝其產品，此可能導致在食品以及飲料價格上漲之際，推高消費者的購買價格。

此前德國啤酒產業已提出中小型啤酒廠可能首當其沖地受到玻璃器皿短缺的影響之警訊。啤酒是英國最受歡迎的酒精飲料，2020 年英國消費者在這種飲料上花費超過 70 億英鎊。部分蘇格蘭釀酒商已經轉向罐裝，以緩解包裝價格上漲。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7861946&iz=6>

沙烏地阿拉伯仍不打算開放酒類合法化

沙烏地旅遊部助理部長海法·賓特·穆罕默德公主表示：雖然沙烏地阿拉伯正在向世界開放並以促進其旅遊業發展，但該國仍未計劃取消提供酒類的禁令。

海法公主表示，作為伊斯蘭教的發源地，沙國不會改變禁酒法令，並指出沙烏地阿拉伯已經成功吸引來自世界各地的遊客。

海法公主在近日瑞士達沃斯舉辦的世界經濟論壇上表示：沙烏地阿拉伯在所有事情上立場非常透明，並回答有關是否會取消禁酒令的可能。在該論壇的一個小組會議上，有人提問關於沙國未來的大型專案發展計畫“NEOM”，該地區是否允許提供酒精飲料的可能，海法公主表示沙國將繼續執行現行法律。在此之前，Neom 旅遊部門負責人安德魯·麥克埃沃伊(Andrew McEvoy)曾表示該城市“絕對不會開放飲酒”，雖然 Neom 作為經濟特區的法律框架略有不同，但該市仍將受到沙烏地的法規管轄。

在上週發佈的最新世界經濟論壇旅遊和旅遊發展指數中，沙烏地阿拉伯比大流行前的水準，提高了 10 個百分點，表現在中東則排名第二，僅次於阿聯酋；至於在工業發展、可持續性和彈性方面，沙烏地在 100 多個國家中排名第 34 位。沙烏地阿拉伯於 2019 年 9 月向外界開放旅遊簽證，並推出線上電子簽證申請，事實證明，該服務十分受歡迎，在前 6 個月內就簽發超過 40 萬份簽證。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7862168&iz=6>