

 **VINEXPO**
ASIA

SINGAPORE
27-29
MAY
2025



媒体资料包

2025年5月

 An event by
VINEXPOSIUM

VINEXPOASIA.COM
#VINEXPOASIA



亚洲国际葡萄酒及烈酒展览会 (VINEXPO ASIA) : 亚洲葡萄酒与烈酒市场的战略引擎



Rodolphe Lameyse
Vinexposium首席执行官

面对正在重塑全球市场格局的经济、气候及地缘政治变革，葡萄酒与烈酒行业必须主动求变以把握新机遇。东南亚正凭借充满活力的市场、年轻消费群体及蓬勃的美食文化，成为撬动增长的关键区域。

在此背景下，亚洲国际葡萄酒及烈酒展览会 (Vinexpo Asia) 的角色远超传统展会——Vinexpo Asia是战略级商业加速器，既驱动行业增长，又聚焦新兴趋势。

为何Vinexpo Asia是您的必赴之约？
因其依托行业三大核心驱动力：

- 强效商业催化剂：直接链接泰国、马来西亚等需求爆发的新兴市场，为专业人士搭建直达增长腹地的桥梁。
- 高价值资源对接平台：促成展商与买家的精准洽谈。
- 专业知识枢纽：通过国际葡萄酒及烈酒展览会学院 (The Academy) 及第二期“行业之声”杂志 (Voice of the Industry) 输出前瞻内容，深度解析市场变革。

延续巴黎国际葡萄酒及烈酒展览会 (Wine Paris) 的成功举办，Vinexpo Asia同样坚守三大核心理念：促进行业商业增长、打造高水准交流与内容标准、开拓战略性市场理念。

通过在新加坡与中国香港两地交替举办，Vinexpo Asia实现区域市场全覆盖，并精准适配不同市场特性。作为核心贸易枢纽，新加坡正是亚太市场的首选门户。这里不仅是洽谈商机之地，更是将机遇转化为实际成果的赋能场域。

作为展会主办方，Vinexposium集团不止是展会组织者——通过构建市场框架、预判行业变革，我们致力于培育让每一位行业参与者都能全年持续成长的产业生态。

2025年，1,000家参展商与11,000名专业观众将齐聚Vinexpo Asia，共同塑造行业未来，创造国际酒饮里程碑上的标志性时刻。

参与 Vinexpo Asia，置身行业变革现场。

感谢您的参与，期待与您共赴行业盛宴！

Rodolphe Lameyse
Vinexposium首席执行官

2

核心数据

亚洲首屈一指的国际葡萄酒及烈酒盛会



1,000+ 参展商
65% 来自国际市场
35% 为法国展商



4,000+
商务洽谈



覆盖 **30** 个国家

Top 10 参展来源国家及地区：
法国、意大利、西班牙、新加坡、英国、
中国大陆、中国香港、智利、南非、澳
大利亚

国际化高水平观众阵容



11,000+ 专业买家，
涵盖进口商/批发商、经销
商、酒商、零售商、酒店
及餐饮业主



70 个国家及地区
贸易精英齐聚

VINEXPO ACADEMY: 权威内容与顶级品鉴体验



30+ 余场主题活动：
包括行业论坛、大师班等



顶级品鉴环节：
携手波尔多特级酒庄联合会
(UGCB) 及意大利《红虾指
南》(Gambero Rosso) 共
饮佳酿

三日沉浸式学习，助您深剖行业趋势，提升专业认知

3

亚洲：无限机遇之地

亚洲：成熟与新兴市场交织，铸就酒饮行业无可匹敌的机遇热土

中国大陆、新加坡、中国澳门、中国香港、中国台湾等成熟市场与泰国、印度、越南、马来西亚等新兴市场共同繁荣发展。

- 2024年上半年，主要酒饮品类（啤酒、烈酒、葡萄酒及苹果酒等）增速与2023年基本持平。2023年全酒饮品类总销量微降1%。
- 即饮饮品（RTDs）持续增长（较2019年增长49.3%），而烈酒、葡萄酒及啤酒跌幅逐步收窄。
- 普罗塞克起泡酒（Prosecco）凭借其年轻化定位，在中国和印度市场表现突出。
- 杯饮葡萄酒消费上升，但静止葡萄酒、香槟及加强型葡萄酒需求下滑。

在这一蓬勃发展的行业生态中，生活方式变革、城市化进程、消费者社会阶层升级及渠道拓展，正推动行业整体呈现上行趋势。

来源：国际葡萄酒与烈酒研究所（IWSR）  IWSR



成熟市场: 重构增长策略

新加坡: 亚洲酒饮贸易领域的战略枢纽

凭借优惠的贸易政策以及在免税行业的核心地位,新加坡已成为亚洲葡萄酒与烈酒的主要分销中心,其多元的人口结构、高收入外籍客群及高端餐饮网络维持着市场发展。然而,生活成本上升与消费者的谨慎态度导致超高端产品销量下滑,消费者更青睐理性消费以及更为节制的高端消费。

受此影响,2023年总酒饮消费量下降3.2%至1862.845万箱(每箱9升),葡萄酒(下降6.5%)、烈酒(下降8%)、啤酒(下降2.6%)、即饮饮品(下降1.9%)以及苹果酒(下降23%)等品类均现收缩。威士忌,特别是苏格兰威士忌消费量骤降22.5%,但龙舌兰基酒(龙舌兰酒、梅斯卡尔)逆势增长29.6%,反映了人们对创新饮品的追捧。调味烈酒(上涨53.2%)及即饮鸡尾酒(上涨78.5%)同样逆势而上。

从销量规模看,啤酒仍居榜首,达1637.638万箱,其次为葡萄酒(139.074万箱)、烈酒(71.197万箱)、即饮饮料(6.169万箱)和苹果酒(8.767万箱)。

电商与免税销售继续成为主要增长引擎,旅游业复苏虽然速度缓慢,但借助对华免签政策或进一步提振市场。

中国大陆: 转型中面临着挑战与消费新趋势

中国作为亚洲酒饮消费核心市场,正处于结构性调整阶段。经济增速放缓,叠加消费者在通胀压力下消费趋于理性,导致高端产品需求下降。

啤酒以2.5%的增幅稳居最大基盘品类,烈酒与葡萄酒则持续下行。伏特加(上涨24.3%)、金酒(上涨25.4%)及龙舌兰基酒(上涨39.6%)等品类因年轻消费者和鸡尾酒文化兴起实现增长。即饮饮品微增0.9%,电商占非即饮渠道销售额的6%,由天猫、京东等平台主导。尽管保乐力加、帝亚吉欧、百加得、绝对伏特加、必富达等国际巨头占据细分市场头部,但行业集中度仍较低。威士忌虽保持品类主导优势,但同比下降4.6%,白兰地与苹果酒也同样遭受同样问题。葡萄酒市场仍处于结构性调整期,进口量缩减倒逼行业

转向高性价比国产平替。尽管面临诸多挑战,但中国依旧是关键市场,随着中产阶级消费者追求消费多元化,以及适合调配鸡尾酒的白酒市场蓬勃发展,消费潜力巨大。企业需要适应消费者模式的变化以及新的经济形势。

中国澳门: 旅游与博彩驱动的奢侈品市场

澳门常被视为中国的奢侈品枢纽,其经济以博彩业和国际旅游业为主要支柱。尽管以中国内地及香港为主的游客回流推动了高端烈酒销售复苏,但市场仍显脆弱,人们的消费习惯较疫情前更为谨慎。

2023年,酒饮消费总量达226.8万箱(每箱9升),同比2022年增长9.3%,但仍低于疫情前水平。啤酒以166.3万箱(上涨12.6%)占据最大市场份额,其次为葡萄酒(35.625万箱,上涨1.5%)和烈酒(24.324万箱,上涨0.5%)。高端及超高端细分市场表现亮眼,威士忌和干邑尤为突出。中国内地及香港游客占比达90%以上,但其消费趋于保守,限制了支出规模。澳门经济多元化举措或为非博彩娱乐活动注入活力,预计至2028年,酒饮市场将以3.7%的复合年增长率(CAGR)实现温和增长。

中国香港:重新定位的贸易枢纽

香港长期以来是葡萄酒与烈酒进入亚洲的首选门户,但疫情后的复苏态势仍是一波三折。中国内地电商竞争加剧及深圳跨境购物的吸引力上升,拖累了本地销售,导致本地市场增长放缓。

受此影响,疫情后市场整体下滑3.5%,其中葡萄酒(下跌15.7%)和即饮饮品(下跌40.2%)销量下降,但烈酒(上涨3.8%)实现增长。具体数据显示,伏特加销量增长15.5%,达4757万箱;龙舌兰基酒(以龙舌兰酒为主要商品)销量增长25.3%,总计1,500万箱;朗姆酒销量1,841万箱(上涨18.6%);白兰地以1.1574亿箱增长(上涨3.5%)保持领先地位。调味烈酒销量3,347万箱(上涨5.1%),而即饮饮品销量暴跌40.2%,至4,696万箱。啤酒销量微降1.4%,至1,785.1万箱;苹果酒销量下降12.8%,至19,454万箱。高端及超高端烈酒需求激增,低酒精饮料也渐受欢迎。

然而,由于免征关税及成熟的分销渠道,香港仍在酒类出口领域发挥关键作用。

中国台湾:威士忌与高端烈酒驱动的精品市场

台湾以其高度成熟的威士忌文化著称,单一麦芽威士忌与调和威士忌在销量上不相上下。尽管市场已趋成熟,但凭借专业的消费群体基础及免税店的密集布局,市场活力依旧,免税渠道持续复苏推动高端烈酒销售,部分单品单瓶售价超100美元。

2023年,台湾酒饮消费总量与2022年持平,达7,061.561万箱(每箱9升)。啤酒以6,054.513万箱(上涨0.8%)占据市场主导地位,其次为烈酒(480.502万箱,下跌0.9%)和葡萄酒(387.521万箱,下跌12%)。静止葡萄酒销量下降12.6%,但起泡酒因香槟进口关税下调而增长6.3%。威士忌是最受欢迎的烈酒品类,销量222.030万箱(增长6.7%),其次为金酒(增长5.7%)及龙舌兰基酒(增长12.7%)。即饮饮品销量增长5.7%,达126.470万箱。

即饮渠道占酒饮销售额的36.2%,零售渠道占63.8%。高端及超高端细分市场持续扩容,威士忌和金酒尤为突出。预计高端品类及即饮饮品将实现温和增长,而静止葡萄酒或因年轻消费者的青睐回暖。年轻一代开始接受葡萄酒,尤其是普罗塞克和香槟等起泡酒,其市场定位更亲民且适合节庆场合。

日本:逆风前行中稳健且坚韧的典范

2023年,日本酒饮市场面临经济与人口多重挑战,包括通胀压力(通胀率上涨3.2%)、人口老龄化(65岁以上人口占比达30%)及居民健康意识提升。消费总量下降1.5%,至1.056亿箱(每箱9升)。尽管整体承压,部分品类逆势增长,威士忌(上涨6.7%)和即饮饮品(上涨2%)表现亮眼,而葡萄酒(下跌1.5%)及本土烈酒(下跌4%)则延续跌势。

日本威士忌以78.1%的市场份额占据主导地位,销量达1,830万箱。即饮饮品凭借亲民价格与产品创新持续增长,销量增至1.858亿箱。爱尔兰威士忌(上涨86.7%)等进口烈酒亦崭露头角,市场份额稳步提升。

电商渠道占非即饮渠道销售额的5.8%,反映出越来越多的消费者转向线上采购。消费者更倾向于高端产品及低酒精度饮品,如无酒精啤酒(上涨6.5%)和低酒精苹果酒(上涨14.9%)。

日本市场呈现三大核心趋势:饮品健康化、即饮饮品创新及高端化转型。尽管挑战犹存,日本市场在即饮饮品及无酒精饮品等增长型品类中仍蕴含机遇。

开拓新兴市场

泰国: 旅游复苏与高端化引领消费增长

泰国葡萄酒及烈酒消费正处于快速增长阶段,这主要得益于大规模游客回流、蓬勃发展的高端美食领域及酒店业发展。曼谷已成为鸡尾酒文化中心,推动了烈酒需求的攀升。

烈酒、葡萄酒及啤酒销量均显著增长,其中伏特加(上涨21.9%)、龙舌兰基酒(上涨44.4%)、金酒(上涨39.8%)、静止葡萄酒(上涨5.1%)及起泡酒(上涨11.8%)脱颖而出,啤酒销量亦实现2.1%的正增长。消费者对高端酒饮的兴趣及酒吧、酒厂的沉浸式体验进一步提振了市场。旅游业占泰国GDP的18%,成为市场不断壮大的核心驱动力。

即饮渠道销售持续复苏——酒吧、餐厅及俱乐部销售额占酒精饮料总销量的34.9%(2022年为30%)。

尽管严格的广告法规仍构成挑战,但葡萄酒及烈酒的税收调整促进了其消费增长。预计至2028年,随着酒吧营业时间延长及高端酒饮需求上升,泰国酒饮消费将延续这一势头,并将成为品牌布局东南亚市场的关键阵地。

越南: 市场蓬勃发展却受限于严格法规的

越南已出台针对酒精消费的严格法规(反腐败法、对酒类行业营销及赞助的管控收紧、对酒后驾驶的处罚力度加大),这些法规影响了占酒精饮料销售主体的即饮渠道(占总酒饮销量的59.8%)。

2023年,酒饮消费总量较2022年下降13.4%,至4.57957亿箱(每箱9升)。啤酒仍居主导地位,销量4.51514亿箱(下跌13.5%),但无酒精啤酒销量激增(上涨55.3%)。烈酒总销量403.3万箱(下跌2.3%),其中威士忌(下跌20.5%)与金酒(上涨13.3%)表现迥异。以龙舌兰酒为主的龙舌兰基酒实现显著增长(上涨79.3%)。葡萄酒(尤其是红葡萄酒)销量微降(下跌3.1%),但法国、澳大利亚及智利葡萄酒仍受年轻城市消费者青睐。

即饮饮品和苹果酒销量暴跌,分别下降11.8%和29.1%。高端及超高端细分市场受到重创,而更实惠的饮品人气见旺。电商渠道在市场中占比极小(只占非即饮渠道销售额的0.2%)。预计至2028年,在旅游业及产品创新的支撑下,市场将实现温和增长。

随着旅游业兴起及餐饮行业向高端化转型,越南虽为高潜力市场,但需谨慎应对本地法规限制。

马来西亚: 文化限制与高端化的博弈市场

马来西亚市场呈现复杂图景:限制性法规与高端消费需求共存。非穆斯林群体、外籍人士及游客构成核心消费驱动力,形成相对割裂但持续升级的市场格局。

这些消费者偏好价格亲民的饮品及免税渠道。威士忌、金酒和葡萄酒等品类结构显著分化:威士忌销量下降3%,金酒下跌5.1%;静止葡萄酒销量暴跌12%,但起泡酒因香槟销售增长8%而略有上升。烈酒销量增长9.5%,主要得益于韩国传统烈酒烧酒的流行——这与本土韩餐厅数量激增密切相关。长期预测显示,市场将以温和增速逐步回归正常消费模式。

即饮渠道仍是主要销售模式——占酒饮总销量的72.1%,但非即饮渠道凭借更具竞争力的价格正在扩大市场份额。

然而,经济压力与疲软的马来西亚林吉特货币抑制了消费,促使消费者转向免税购买和更实惠的选择。这个充满挑战却快速演进的市场,要求品牌在亲民价格与高端定位间寻求平衡,既要突破经济桎梏,又需把握鸡尾酒文化兴起及亚洲烈酒热潮等新兴趋势。

印度: 烈酒需求井喷,葡萄酒市场格局方兴未艾

印度正凭借蓬勃发展的中产阶级及不断演变的消费模式,成为全球葡萄酒及烈酒市场中最具活力的地区之一。

2023至2024年酒饮市场数据显示,在高端化趋势推动下,多个品类实现整体增长。印度威士忌以2.433亿箱(上涨4%)占据市场主导地位,苏格兰威士忌销量800万箱(上涨6.9%)。在孟买、德里等主要城市中心,金酒(上涨11.2%)、龙舌兰酒等适配鸡尾酒的烈酒品类增长迅猛。伏特加(上涨16.5%)、龙舌兰基酒(上涨80.4%)及龙舌兰酒(上涨79.8%)均呈现强劲增势。啤酒消费总量达34,555.553万箱(上涨6.5%),即饮饮品增长5.9%。印度葡萄酒市场虽仍处于起步阶段,但在苏拉酒庄、弗瑞特里酒庄、Grover Zampa酒庄等本土生产商的推动下逐步成型:静止葡萄酒销量微跌1.3%,而起泡酒上涨5.9%。苹果酒增幅显著(上涨20.1%),预计至2028年将达110.8%。调味烈酒及鸡尾酒品类亦实现显著增长。

然而,高额税收与各邦分散的分销体系仍制约着市场发展。

印度尼西亚: 旅游经济与即饮饮品支撑的有限市场

受文化及宗教(主要为穆斯林)影响,印度尼西亚酒饮市场规模有限且受严格法规管控,酒饮销售仅限于酒店、酒吧及旅游区等特定场所。尽管如此,巴厘岛等旅游区依托国际游客维持需求:2023年酒饮消费量基本稳定(下跌1.2%),达2,400.1万箱。龙舌兰酒销量达6.705万箱(暴涨155.8%),朗姆酒18.885万箱(上涨37.6%),白兰地微涨1.7%至7.420万箱,即饮饮品上涨6.1%至32.055万箱,苹果酒激增106.4%至1.055万箱。相反,啤酒销量下跌2.3%至2.1692万箱,龙舌兰基酒(上涨155.9%)表现突出。即饮饮品及啤酒以本土产品为主,进口产品份额持续下降。预计至2028年,即饮饮品(上涨12%)及苹果酒(上涨20.9%)将实现强劲增长。

柬埔寨: 高端烈酒与旅游经济驱动下的市场变革

2024年柬埔寨酒饮市场展现韧性,尽管面临全球需求走弱与基建高成本等经济挑战,总消费量达12,171.023万箱,反映出本土与国际趋势交织塑造的产业新图景。

消费偏好变迁、快速城镇化及本土产品扶持政策共同助推行业发展。本土品牌虽受青睐,但国际品牌仍主导细分市场。旅游业成为干邑(上涨11.4%)与起泡酒(上涨1.8%)等品类增长关键推手,催生高端消费需求。

高端与超高端细分市场需求激增,尤以白兰地(增长52.2%)、调香烈酒(增长21.1%)及苹果酒(增长27.8%)为甚。反观啤酒(下跌6.4%)与即饮饮品(下跌36.7%)则持续萎缩。进口酒类(特别是苹果酒、啤酒及高端烈酒)推动市场动态演变。预计苹果酒、调香烈酒与干邑将延续增势,啤酒及即饮饮品或逐步趋稳。

城镇化与收入提升正助推高端酒类销量攀升,韩式烧酒(上涨5.7%)与伏特加(上涨23.1%)等烈酒品类热度攀升。

4

亚洲对国际葡萄酒的热切盼望

从中国到印度，经日本、韩国直至东南亚新兴市场，国际葡萄酒的吸引力持续攀升。该地区消费者展现出强烈的好奇心与探索欲——全球起泡酒日益受宠，高端市场则更青睐家族酒庄精品及有机或生物动力认证酒款。

2025年的Vinexpo Asia是亚太酒业商业对话的核心平台，其显著亮点之一就在于汇聚全球参展商。

- 中国

中国将以强势姿态亮相2025年Vinexpo Asia，设立两大专属展区并集结多元参展矩阵。从产区联盟、机构代表团到领军品牌，中国酒业将通过全品类展示其多样性、文化底蕴与出口雄心。

UCW展馆：描绘中国葡萄酒的多元图景

向上中国葡萄酒 (UCW) 首度亮相新加坡展会，将于中国葡萄酒展区内呈现横跨3,000公里的风土画卷——从西部边疆的新疆天山北麓产区，至毗邻渤海湾的山东蓬莱海岸产区，共汇聚13家中国酒庄参加此次展会。

自2019年起，UCW持续助力中国酒庄通过国际展会开拓全球市场。在其引领下，中国酒庄首次以联合展馆形式亮相东南亚，成为2025年Vinexpo Asia的一大亮点。

参展酒庄包括：来自山东蓬莱海岸产区的**泰生酒庄 (Mahota Winery)**、**嘉桐酒庄 (Giardino Estate)**、**海市酒业 (Haishi Winery)**、**高升酒庄 (Gaosheng Winery)**、**龙亭酒庄 (LongTing Vineyard)**、**逃牛岭酒庄 (Domaine Runaway Cow)**；来自新疆天山北麓产区的**香海庄园 (Chateau Xianghai)**、**印象戈**

壁酒庄 (Impression Gobi Winery)、**唐庭霞露酒庄 (Tangtingxialu Winery)** 等。

多家酒庄已建立区域合作网络，部分达成进口分销协议。此次参展旨在深化市场通路，促进新的商业接洽机遇。

随着中国葡萄酒品质与认可度不断提升，中国葡萄酒展区在Vinexpo Asia的亮相标志着亚洲酒类贸易格局中的中国力量正式崛起。

贵州白酒馆：千年匠心与时代雄心的交响

贵州白酒展区由贵州省商务厅组织。贵州作为中国白酒的发源地与主产区，拥有得天独厚的自然条件。早在两千年以前，该地区就创造了与其他烈酒截然不同的酿造技艺体系，奠定了黔酒的独特风味。

贵州独特的气候环境与优质水源也为白酒酿造提供了有利条件，加之千年传承的酿造工艺，共同推动着中国传统白酒文化的持续发展。本届展会汇聚15家贵州名企，包括**国台酒业 (Guotai Liquor)**、**湄窖 (Meijiao)**、**茅台镇五星酒厂 (Five-Star Winery)**、**金沙窖酒 (Jinsha Liquor Cellar)**、**怀庄酒业 (Huaizhuang)**、**芳酒酒业 (Fangjiu)** 及**民族酒业 (Ethnic Liquor Group)** 等。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

张裕：中国葡萄酒标杆

张裕葡萄酒于1899年创立于山东烟台，并于同年推出中国首瓶葡萄酒，1914年推出首款白兰地，被誉为中国葡萄酒产业的发源地。历经一个多世纪的发展，张裕已成为全球最大的葡萄酒企业之一，在亚洲、欧洲、美洲及大洋洲拥有超1.6万公顷葡萄园及14座酒庄。



张裕葡萄酒占中国国内葡萄酒市场超50%的份额，并出口至美国、英国、法国、德国、日本、加拿大、新加坡等80多个国家。在Vinexpo Asia展会中，集团将呈现来自中国五大产区的精选酒款，包括位于宁夏贺兰山东麓产区的高端战略酒庄——**龙谕酒庄 (Longyu Wine Estate)**。经过17年的产区探索，龙谕酒庄在甘城子等特色子产区的350多公顷土地上划定了25个葡萄园地块。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

宝庄 (Célèbre)：喜马拉雅山麓新兴之声

宝庄是中国云南喜马拉雅葡萄酒产区的新兴生产商，地处海拔2,200米的藏族高原地区。这片地处偏远而鲜为人知的土地，正因其独特的气候条件与葡萄种植潜力吸引越来越多的关注。

在法国酿酒师Patrick Valette的带领下，宝庄通过“多村落合作模式”打造庄园式葡萄酒：葡萄原料来自不同山谷、海拔与微气候区域，使酿得的葡萄酒得以展现喜马拉雅地区的风土复杂性多样性。

- 南非

南非首次以官方国家馆亮相Vinexpo Asia，由**南非葡萄酒协会 (WoSA)** 牵头。作为该国葡萄酒重要出口机构，WoSA代表500多家生产商，此次统筹的联合展台既彰显南非葡萄酒行业的历史底蕴，也呈现其当代活力。展馆汇聚来自南非开普地区最具标志性葡萄酒产区的**8家联合参展商**。

其中，**A.A.拜登马酒庄 (AA Badenhorst Family Wines, 斯瓦特兰)** 倡导自然酿酒法与老灌木藤地块；**奥德琳酒庄 (Aaldering Vineyards & Wines, 斯泰伦波斯)** 注重可持续种植与精准化葡萄栽培；拥有百年历史的**奥特酒庄 (Alto Wine Estate)** 是南非最古老的单一红葡萄酒庄园。

其他亮点参展商包括：**哈舍家族酒庄 (Hasher Family Wines, 天地山谷产区)**，以优雅的冷凉气候特酿著称；**旅程终点酒庄 (Journey's End, 斯泰伦波斯)**，认证庄园，坚守可持续发展与社会价值；**KWV酒庄**，始于1918年的历史品牌，如今是南非葡萄酒与烈酒的全球大使；**罗宾逊&辛克莱酒庄 (Robinson & Sinclair)**，代理15家高端酒庄国际营销业务；**斯皮尔葡萄酒庄园**

(**Spier Wine Farm, 1692年建园**)，斯泰伦波斯最古老的庄园之一，将再生农业与文化体验相结合。



更多信息请扫描下方二维码查看“展商列表”

- 新西兰

新西兰首次以国家馆身份参与**2025年Vinexpo Asia**，由代表**700多家酒庄及600名葡萄种植者**的**新西兰葡萄种植者协会**领衔。展馆集结**马尔堡、中奥塔哥及怀塔基产区的6家生产商**，每家均彰显对可持续发展、产区特性与家族经营的坚定承诺。

参展商包括：**Tiraki酒庄**——新西兰首个B Corp认证的葡萄酒品牌，带来马尔堡单一庄园酒；**弗雷明汉酒庄 (Framingham Wines, 怀劳谷)**，有机认证酒庄，以层次感与芳香型特酿著称；**te Pā家族葡萄园**，少数毛利人所有的酒庄，推行可持续生产与轻量化包装；**特卡诺酒庄 (Te Kano Estate, 中奥塔哥/怀塔基)**，专注风土纯净度与地块精选。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

此外，多家新西兰生产商首次独立参展：

马尔堡有机家族酒庄——**西风酒庄 (Zephyr Wines)**；以大胆风格闻名的**迷雾湾葡萄酒集团 (Misty Cove Wine Group)**；中奥塔哥高海拔产区**麦克阿瑟岭酒庄 (McArthur Ridge Wines)**；怀拉拉帕产区五代传承的**博思威酒庄 (Borthwick Vineyard)**；怀卡托产区中坚持本土原料的**宝奇诺威士忌酒厂 (Pōkeno)**。

- 澳大利亚

澳大利亚展区回归Vinexpo Asia。通过**澳大利亚葡萄酒管理局 (Wine Australia)** 组织展区再度亮相，集结来自**26个葡萄酒产区、61家联合参展商**。从历史悠久的庄园到新锐创新者，展馆全方位呈现澳大利亚古老土壤、多样气候与开拓精神共同塑造的活力酿酒图景。

重点参展商包括：**塔奴丹酒庄 (Château Tanunda)**，巴罗萨谷标志性酒庄，始建于1890年，以老藤西拉葡萄酒闻名；**威克菲尔德酒庄 (Wakefield Wines)**，克



莱尔谷第三代家族庄园，以引领应对气候变化著称；**米隆酒庄 (Millon Wines)**，在巴罗萨、伊甸谷及克莱尔谷打造小批量特酿；**博纳酒庄 (Bunnamagoo Estate Wines)**，来自马奇产区，专注可持续种植与小众品种；**安戈瓦家族酒庄 (Angove Family Winemakers)**，麦克拉伦谷第五代庄园，有机葡萄栽培先驱；**蓝宝石酒庄 (Blue Pyrenees Estate)**：维多利亚州冷凉气候葡萄酒酿造领军者，由法国人头马酒庄 (Maison Rémy Martin) 创立。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

除 Wine Australia 国家馆外，还有多家澳大利亚生产商独立参展，进一步巩固了澳大利亚葡萄酒在亚太市场的优势地位，包括：澳大利亚最大家族酒企之一的**伯顿园酒庄 (Berton Vineyards)**，其以多元产品线与持续出口导向闻名；植根瑞福利纳产区的**卡拉布里亚家族酒业集团 (Calabria Family Wine Group)**，其在巴罗萨谷等高端产区布局渐深；以及为全球生产商与采购商提供散装酒及葡萄产品服务的**Ciatti国际葡萄酒经纪公司 (Ciatti Company)**。

- 阿根廷

阿根廷葡萄酒：象征国家标杆的回归之旅

阿根廷葡萄酒管理局 (Wines of Argentina) 携联合展区再度亮相 Vinexpo Asia，集结五家头部酒庄，从多元视角诠释阿根廷的葡萄种植特色。作为国家葡萄酒推广机构，**Wines of Argentina** 在制定阿根廷出口战略及全球推广“Vino Argentino”品牌中发挥核心作用。

今年展馆亮点包括：**比安奇酒庄 (Bodegas Bianchi)**

一座百年家族庄园，年产超50万瓶，融合传统酿造与创新理念，出产静止酒与起泡酒；

Grupo Avinea，坚持以可持续发展为导向的葡萄酒集团，旗下拥有**Argento**、**Otronia**等品牌，隶属于亚历山德罗·布格罗尼家族庄园集团；

诺顿酒庄 (Bodega Norton)：始建于1895年，如今是阿根廷国际认可度最高的酒庄之一，由知名酿酒师**David Bonomi**领衔；

Krontiras Wines，路得得库约地区的生物动力法酒庄，以有机种植葡萄园酿造小批量风味浓郁的葡萄酒；

葡岚德酒庄 (Pulenta Estate)：门多萨地区四代传承酒庄，专注于经典与实验性品种的独特风土型葡萄酒。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

门多萨：阿根廷旗舰产区的舞台首秀

阿根廷**门多萨推广署 (ProMendoza)** 首次在 Vinexpo Asia 设立展馆，凸显阿根廷最负盛名的葡萄酒产区的卓越葡萄栽种技术与经济活力。作为1996年成立的公私合作机构，**ProMendoza** 通过促成贸易使团、推广活动及海外战略伙伴关系，支持本地中小企业国际化。

三家门多萨酒庄在该展馆中参展：**新生酒庄 (Bodega Renacer)**，以大胆且现代的风格诠释马尔贝克酿酒葡萄品种而闻名；**Viña Alta酒庄 (Bodega Viña Alta)**，展现高海拔风土与富有独特风味的品种；**伽利略酒庄 (Galileo Wines)**，精品庄园，以小批量酒款呈现门多萨风土的多样性与独特气质。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

此外，除国家与区域展馆外，多家阿根廷标志性生产商将在2025年 Vinexpo Asia 展会中独立参展，包括：

佩娜弗洛集团 (Grupo Peñaflor)：作为阿根廷最大的葡萄酒集团及全球前十酒企，其业务覆盖阿根廷核心产区3,400公顷葡萄园，产品出口至90多个国家；**朱卡迪酒庄 (Zuccardi Valle de Uco)**：乌科谷风土型葡萄种植先驱，以研究驱动的酿造理念享誉国际，曾三次斩获“世界最佳葡萄园” (World's Best Vineyard) 奖项；**卡氏家族酒庄 (Catena Zapata)**：始建于1902

年，通过高海拔种植重新定义马尔贝克——其阿德里安娜葡萄园 (Adrianna Vineyard) 常被称为南美“特级园 (Grand Cru)”，拥有该地区最多的满分酒款；**苏珊娜·巴尔博酒庄 (Susana Balbo Wines)**：由阿根廷首位女性酿酒师领衔，以创新精神酿造兼具优雅风格与风土个性的葡萄酒。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

- 智利

智利葡萄酒协会 (Wines of Chile) 携13家联合参展酒庄再度亮相Vinexpo Asia，展现智利作为全球葡萄酒行业领军者的动态发展。展馆集结历史悠久的生产商与当代创新者，既呈现智利风土的多样性，也彰显其对高端可持续葡萄种植的坚守。

参展亮点包括：**圣丽塔酒庄 (Santa Rita Estates)**，南美最大葡萄酒集团之一，拥有145年历史，品牌覆盖智利及阿根廷；**IWCC集团**，旗下拥有Viña Indómita、Viña Santa Alicia、Viña Agustinos等知名品牌，以卓越品质与创新精神深耕智利核心葡萄酒产区；埃米利亚纳有机酒庄 (Emiliana Organic Vineyards)，全球最大有机与生物动力法葡萄酒生产商之一，可持续管理超1,000公顷葡萄园；**莫兰德酒庄 (Viña Morandé)**，

卡萨布兰卡谷产区先驱，四次入选《葡萄酒与烈酒》杂志 (Wine & Spirits Magazine) 全球百大酒店；**维克酒庄 (VIK)**，位于卡恰波阿尔谷的先锋酒庄，以整体酿造理念与前沿环保生产著称。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看

除智利国家馆外，多家智利生产商亦独立参展，包括：智利头部出口商**VSPT葡萄酒集团**、在国际市场享有盛名的**南方山谷酒业集团 (Sur Valles Wine Group)**、安第斯山麓的精品庄园——**百子莲酒庄 (Viña Aquitania)**、以高海拔地区佳美娜葡萄闻名的**露兹酒庄 (Clos de Luz)**，以及在迈坡谷酿造个性葡萄酒的**特莱斯·帕拉西奥斯酒庄 (Tres Palacios)**。



完整参展名录请扫描下方二维码，进入“展商列表”查看



■ 烈酒与无/低酒精饮品: 创新、个性与全球共鸣

全球对超高端烈酒及其健康替代品的需求正在攀升, 正重塑消费格局——亚洲亦不例外。在2025年Vinexpo Asia上, 无/低酒精品类已出现快速增长的趋势, 而精酿与传统烈酒则通过大胆风味、故事叙事及可持续生产方式持续扩大市场份额。

■ 无/低酒精饮品: 轻量与理性消费崛起

在这些新兴消费趋势中, 无/低酒精饮品的流行是最显著的变化之一。法国品牌Moderato首次参展就证明了这种饮品在行业中有其立足之地, 也体现了该品类日益强劲的国际影响力。作为2018年成立的新锐品牌, Moderato以传统葡萄种植工艺结合现代创新理念, 打造口感平衡、风味纯正的无酒精葡萄酒。共有两条产品线: 酒精含量<0.5%的“革命特酿 (Cuvée Révolutionnaire)”系列专供即饮及酒商渠道, 而酒精含量0.0%的“原味特酿 (Cuvée Originale)”系列面向商超。同期参展的还包括: Mindful Sparks (中国香港), 以高端气泡茶重新定义无酒精饮品文化, 在保留芳香品质与优雅感的前提下, 为消费者提供替代选择; Nomora (意大利), 自2024年起成为意大利无酒精葡萄酒先锋, 以创新酿造技术打造风味浓郁复杂的酒款, 同时坚守可持续与责任生产理念。

■ 烈酒: 传统底蕴与新奇表达

烈酒展区持续发挥创造力, 扩大行业影响, 加上日益多元的产品矩阵与创新精神, 成为展会的核心支柱之一。

参展品牌包括: 蝶矢梅酒 (Choya Umeshu), 1914年创立的日本梅酒酿造专家, 其传统利口酒以日本青梅平衡甜酸风味, 堪称完美;

图里巴丁 (Tullibardine), 1949年建于苏格兰高地的威士忌名厂, 以精选橡木桶陈酿的麦芽威士忌著称, 风味丰富复杂;

Gortinore, 2016年成立的爱尔兰精酿酒厂, 其高端烈酒 (尤其是欧洲橡木桶陈酿的威士忌) 展现传统爱尔兰的精妙风味;

Savanna, 法国留尼汪岛朗姆酒生产商, 以当地甘蔗酿造的高品质农业朗姆酒闻名, 香气深邃正宗;

酿酒狗 (Brew Dog Distilling), 2007年创立的苏格兰品牌, 以创意啤酒与创新烈酒 (如金酒、朗姆、龙舌兰酒及伏特加) 著称, 采用先进现代蒸馏技术;

御鹿 (Hine), 1763年传承至今的干邑名门, 以卓越白兰地与独特工艺, 为鉴赏家提供精致体验;

Goldtop, 韩国现代酿酒厂, 将传统工艺与创新理念结合, 打造具有独特风味的高品质烈酒。



5

国际葡萄酒及烈酒学院

国际葡萄酒及烈酒学院 (VINEXPO ACADEMY) : 葡萄酒专家云集的重磅活动

Vinexpo Academy将举办一系列由顶尖葡萄酒行业专家与侍酒师参与的前沿会议及大师班课程, 为参与者提供掌握亚洲市场新兴趋势、文化变迁与动态发展的独特视角。

必赴会议亮点

多场聚焦亚洲市场与了解消费者动态的会议备受瞩目。Sinowine董事总经理Rob Temple与舆观调查网 (YouGov) 总经理Philippe Chan将解读《南亚核心消费者调查报告》, 为行业人士揭示亚洲消费者的需求预期与购买习惯等宝贵信息;

红酒资讯平台Vino Joy创始人兼主编Natalie Wang将主持“中国市场的回归”专题会议, 剖析这一战略市场的全新动态; 更有其他会议, 将探讨酒饮市场增长路径, 以及企业如何在全球消费环境剧变中适应趋势变迁。

新兴趋势与高端化浪潮

东南亚市场的新兴趋势与高端化进程将成为核心议题, 葡萄酒大师Richard Hemming与Jennifer Docherty等专家将呈现相关内容。本次会议将探析在高端产品与定制体验需求激增的背景下, 葡萄酒行业如何变革。

葡萄酒与酒店业的未来

针对酒店业的变革, “重塑搭配: 葡萄酒与亚洲美食”会议将汇聚葡萄酒大师Richard Hemming、主厨Tim Ong及清酒大师侍酒师Janice Chi, 探索葡萄酒与亚洲菜系的协配效果, 揭秘如何通过餐饮搭配提升亚洲美食体验。



全球葡萄酒巡礼

大师班将带领葡萄酒爱好者深度探索世界精品酒: 安第斯白马酒庄 (Cheval des Andes) CEO兼酿酒大师Gérald Gabillet将主讲“安第斯白马酒庄: 安第斯山脉的特级园”, 观众将会发掘这一“安第斯特级园”的历史、理念与酿造工艺; 除此之外, 特设“ASix Vinexposium侍酒师挑战赛: 气候之重”, 集结国际知名侍酒师, 包括2022年亚太最佳侍酒师Mason Ng 与2024年越南最佳侍酒师Tram Tran, 展开专业对决。

同期活动

亚洲市场与消费者洞察

会议：南亚核心消费者调查报告
由Rob Temple与Philippe Chan联合主持

演讲人：Rob Temple (Sinowine董事总经理) /
Philippe Chan (舆观调查网总经理)

时间：5月27日 (周二) 上午10:30至中午12:30

地点：The Academy会议1号厅

会议：中国市场的回归
由Natalie Wang主持

演讲者：Natalie Wang (Vino Joy创始人兼主编)

时间：5月28日 (周三) 上午10:30至11:30

地点：The Academy会议1号厅

会议：深入了解亚洲酒饮消费者
由Nimbility与Vinexposium联合主办

演讲者：Marcus FORD, Natalie Wang, Ian
FORD, Dan SIEBERS

时间：5月29日 (周四) 上午10:30至11:30

地点：The Academy会议1号厅

会议：激发全球酒饮市场变革中的增长潜力
由官方合作伙伴IWSR主办

演讲者：Emily Neill (IWSR研究与运营部首席运
营官)

时间：5月27日 (周二) 下午3:00至4:00

地点：The Academy会议1号厅

新兴消费趋势与文化变迁

会议：2025年葡萄酒趋势：亚洲消费者在喝什么？
由Vinexposium主办

演讲者：Nimmi Malhotra (葡萄酒与烈酒领域
作家)

时间：5月27日 (周二) 下午1:30至2:30

地点：The Academy会议1号厅

会议：东南亚的奢侈品与高端化趋势
由Vinexposium主办

演讲者：葡萄酒大师Richard Hemming与
Jennifer Docherty, Manon Millot (威能精品
红酒Vinum Fine Wines高级产品与营销经理)

时间：5月28日 (周三) 中午12:00至下午1:00

地点：The Academy会议1号厅

- 亚洲葡萄酒的崛起
- 中国葡萄酒的多样性——从西北荒漠到东部沿海



完整会议及大师班日程可扫描左侧
二维码，进入“同期活动”查看



葡萄酒与酒店业的未来

重塑搭配: 葡萄酒与亚洲美食 由Vinexposium主办

演讲者: Richard Hemming MW;
Tim Ong (In Bad Company餐厅主厨及合伙人); Janice Chi (清酒大师侍酒师)

时间: 5月27日 (周二) 下午4:30至5:30

地点: The Academy会议1号厅

米其林酒单的标杆 由Wine Services主办

演讲者: Caroline Meesemaeker (Wine Services首席执行官)

时间: 5月28日 (周三) 下午3:00至4:00

地点: The Academy会议1号厅

调酒师: 品牌影响者 由Nimbility与Vinexposium联合主办

演讲者: Manuel ARCE, Roberto BAVA,
Alexander "Happy" GILMOUR, Maxime
GIRARDIN, Jay GRAY

时间: 5月28日 (周三) 下午1:30至2:30

地点: The Academy会议1号厅

全球葡萄酒之旅

大师班: 安第斯白马酒庄: 安第斯山脉的特级园 由安第斯白马酒庄主办

演讲者: Gérald Gabillet (安第斯白马酒庄首席执行官兼酿酒大师)

时间: 5月28日 (周三) 下午3:15至4:15

地点: The Academy大师班2号厅

大师班: ASI x Vinexposium侍酒师挑战赛: 气候之重

由国际侍酒师协会ASI与Vinexposium联合主办

演讲者: Mason Ng (2022年亚洲及大洋洲最佳侍酒师); Tram Tan (越南河内Chapter Dining餐厅侍酒师及餐厅经理)

时间: 5月28日 (周三) 下午5:00至6:00

地点: The Academy大师班2号厅

大师班: 奥地利酒香邂逅亚洲味蕾: 清爽、清凉、当代 由Austrian Wine主办

演讲者: 葡萄酒大师Stephen Wong (Wine Sentience导师/演讲人/作家)

时间: 2025年5月27日 (周二) 上午11:45至12:45

地点: The Academy大师班2号厅

大师班: 加州黑皮诺的多样性 由Wines of California主办

时间: 5月27日 (周二) 上午10:00至11:00

地点: The Academy大师班2号厅

大师班: 基安蒂D.O.C.G.法定产区: 托斯卡纳最具多样性的桑娇维塞葡萄酒的层次与活力

由基安蒂D.O.C.G.法定产区葡萄酒协会Consorzio Vino Chianti主办

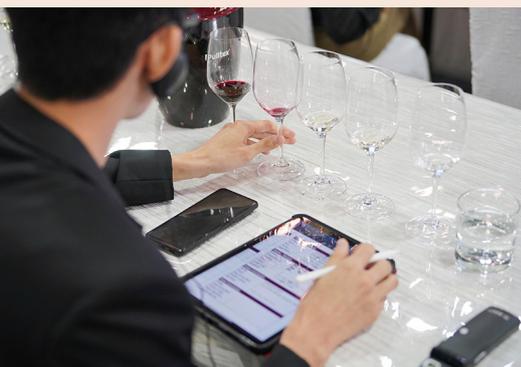
演讲者: Chan Wai Xin (Wine Xin葡萄酒导师)

时间: 5月29日 (周四) 上午10:00至11:00

地点: The Academy大师班2号厅

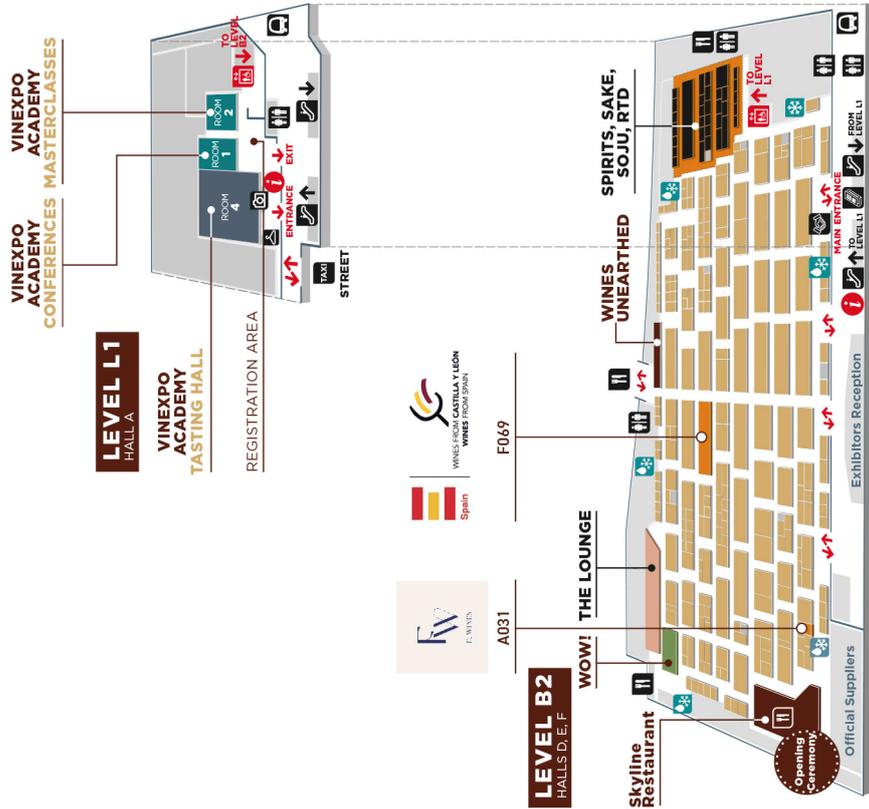
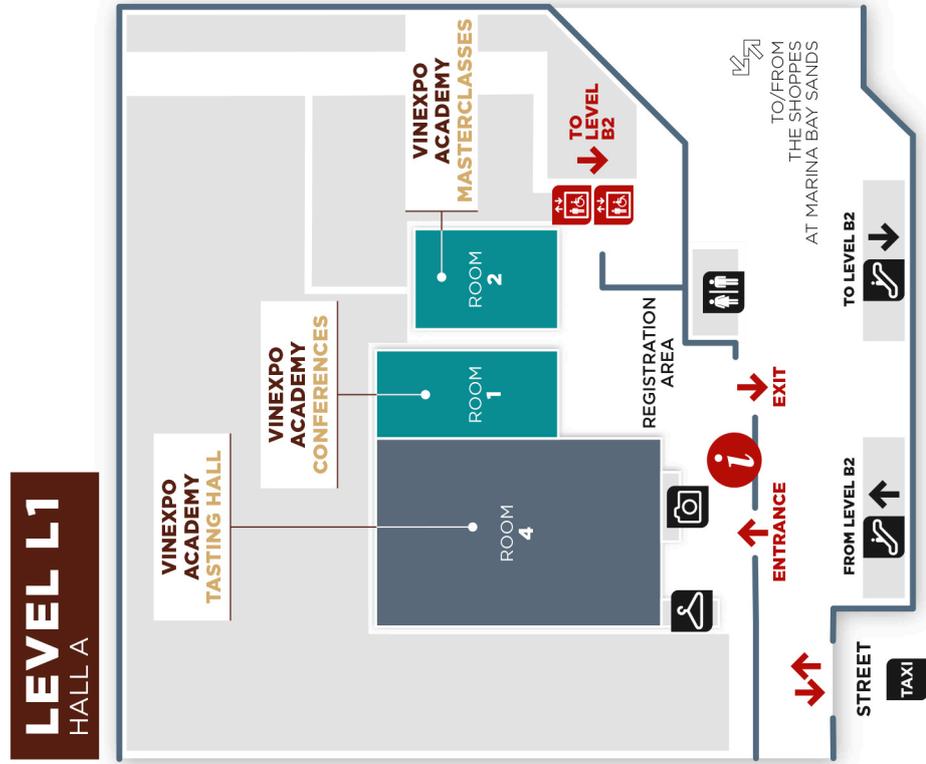
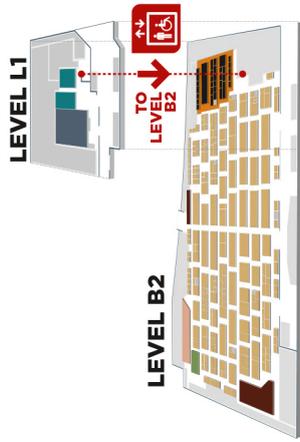


完整会议及大师班日程可扫描左侧
二维码, 进入“同期活动”查看



GENERAL FLOOR PLAN

LEVELS L1 & B2



-  Information
-  Business Matching Service
-  Toilets
-  Lift
-  Press Kiosk
-  Restaurant
-  Escalator
-  Cloakroom
-  Bay Front MRT Station
-  Ice
-  Water & Ice

6

展会关键信息

开放时间

5月27日（周二） 9:30 am - 6:30 pm

5月28日（周三） 9:30 am - 6:30 pm

5月29日（周四） 9:30 am - 5:30 pm

展会地址

新加坡湾畔大道10号滨海湾金沙国际会展中心（邮编：018956）

参观胸卡胸卡申请

展会前免费注册领取（截至5月26日）

现场购票: S\$70

记者及内容创作者免费入场（需通过展会新闻办公室审核）

门票申请:

访问链接:

<https://ishk.infosalons.com.cn/reg/StandardRegister/vinexpo/#/login?linkguid=BPQ6N0VL&trackcode=TRACK2511>

或者扫描下方二维码申请门票



访问官网: vinexpoasia.com

媒体中心: <https://vinexpoasia.com/newfront/page/media>

关注展会动态, 请扫描下方二维码

关注VINEXPO ASIA官方微信及小红书号



扫描二维码查看2025年新加坡展会照片墙



VINEXPO
AMERICA

7-8 MAY 2025
MIAMI
Miami Beach Convention Center

VINEXPO
ASIA

SINGAPORE
27-29 MAY 2025

VINEXPO
INDIA

3-4 OCT. 2025
Mumbai
JIO WORLD CENTRE

An event by VINEXPOSIUM

VINEXPO
EXPLORER

Mendoza, Argentina
6 ▶ 9 Oct. 2025

PROMENDOZA ARGENTINA MENDOZA ARGENTINA An event by VINEXPOSIUM

WB WE World Bulk Wine Exhibition

24 - 25 NOVEMBER 2025
Amsterdam RAI | Hall 5

WINE PARIS

09 - 11 Feb. 2026
PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

PAIRING PERFECTION

关于Vinexpo Asia

Vinexpo Asia是专为葡萄酒与烈酒行业专业人士打造的顶级盛会，为亚太地区行业核心人士提供专属交流平台。展会在新加坡与香港两大商业枢纽轮流举办，致力于构建全球最具活力市场中的战略网络，助力行业同仁建立人脉、探索创新趋势、挖掘商业机遇。

关于Vinexposium集团

Vinexposium集团通过全年全球布局的多元化活动形式，打造聚合行业资源的核心平台。每年举办7大国际展会，将展商与买家紧密联结，成为推动行业拓展销售网络的战略伙伴。

Vinexposium, 创新动力。

中国区媒体联络方式

VINEXPOSIUM

Jerrom WU: Jerrom.wu@comexposium.com

亚洲其他区媒体联络方式

VINEXPOSIMUM

Amelia KWEK: amelia.kwek@comexposium.com

FOODCULT PTD LTD

Jenny TAN: words@foodcult.com.sg

法国区媒体联络方式

CLC COMMUNICATIONS

Jérôme SACZEWSKI - Laurence BACHELOT - Charlène BRISSET - Lisa AMGHAR

vinexposium@clccom.com

全球其他区域媒体联络方式

VINEXPOSIMUM

Camille CORDASCO / Cloé SEBAN: media@vinexposium.com



An event by
VINEXPOSIUM

VINEXPOASIA.COM
[#VINEXPOASIA](https://twitter.com/VINEXPOASIA)

