vinetur

烈酒基底即饮鸡尾酒逆势增长，美国烈酒销量下滑

IWSR数据显示，消费者整体正在减少酒精消费，而便利型鸡尾酒却持续走俏。

2026年5月12日星期二



根据IWSR最新数据，去年美国烈酒销量下降4%，但以烈酒为基底的即饮鸡尾酒销量却增长14%。这表明，在消费者收紧整体支出的背景下，美国酒精饮料市场正出现明显分化。

上述数据来自IWSR的《美国Navigator》报告。报告显示，2025年美国酒精饮料总销量下降5%。啤酒和葡萄酒分别下滑6%，即饮饮品（RTDs）整体则下降1%。不过，这一小幅回落掩盖了该品类内部更大的分化：麦芽基即饮饮品下降5%，而烈酒基即饮饮品则增长14%。

烈酒基即饮饮品的增长主要由Gallo旗下High Noon等品牌推动，这些品牌受益于消费者对便利性以及低投入饮用场景的需求。与此同时，美国所谓“national spirits”销量增长18%，其中约80%由韩国烧酒构成。尽管如此，烧酒在2024年美国烈酒总销量中的占比仍不足1%。

IWSR表示，另一份近期报告预计，尽管同期美国烈酒总销量预计将下降2%，但2024年至2029年间，烧酒在美国的复合年增长率将达到16%。

这一下滑在全美范围内普遍存在。美国49个州的酒精饮料总销量均出现下降，只有内华达州实现增长，增幅为4%。烈酒销量在37个州下滑。明尼苏达州和爱达荷州均录得4%的增长，俄勒冈州则增长2%。

除伊利诺伊州和内华达州外，啤酒在所有州均出现下滑。葡萄酒则仅在西弗吉尼亚州以外的所有地区下降。RTD表现因市场而异：加利福尼亚州下降8%，得克萨斯州持平，佛罗里达州增长7%。

IWSR总裁兼董事总经理Marten Lodewijks表示，可负担性压力正促使许多消费者削减非必需支出，并对酒精饮料行业形成压力。他说，饮酒者数量并没有太大变化，但更多人饮用频率降低，而且每次喝得也更少。

他补充说，适度饮酒趋势也在影响需求，但预计随着消费者信心改善，目前处于下行的品类将重回增长。