龙舌兰酒在北美面临新的压力

龙舌兰供应过剩以及美国经济走弱，正在成熟市场中压低价格

2026年6月2日星期二



据 Global Drinks Intel 周一发布的一份行业分析，龙舌兰酒在北美的增长正进入更成熟的阶段；美国国内经济疲软以及龙舌兰原料供应过剩，正在给这一品类带来新的压力，并压低100%龙舌兰酒产品的价格。

报告指出，这一变化意味着这种烈酒正在经历一个转折。过去多年，龙舌兰酒受益于强劲的消费者需求、产品高端化以及大规模营销。在美国，龙舌兰酒仍是最重要的烈酒品类之一，但如今市场对价格竞争和消费者预期变化的敏感度更高，尤其是在买家更加关注品牌的真实性、生产方式和透明度之际。

龙舌兰供应过剩是重塑这一业务的主要力量之一。当龙舌兰收成超过需求时，蒸馏商可以以更低价格获得原料，而这最终会传导至零售价格。这有助于一些品牌在性价比上展开竞争，但也给那些围绕更高利润率的高端瓶装产品建立业务的生产商带来压力。报告称，100%龙舌兰酒产品线已经因此出现降价。

加拿大市场虽然远小于美国，但呈现出不同却相关的趋势。去年加拿大龙舌兰酒销量增长超过7%，但 extra añejo 细分品类下滑64%，凸显出消费者在高端品类中对价格依然十分敏感。extra añejo 的陈年时间长于其他龙舌兰酒风格，通常售价也更高；随着消费者在支出上变得更加挑剔，这一品类似

乎正在失去阵地。

报告还指出，消费者对龙舌兰酒的需求正在发生更广泛的变化。曾经由名人背书的品牌有助于带动关注度和销量，但其影响力正在减弱。买家越来越青睐那些能够证明其龙舌兰酒如何酿造、龙舌兰原料来自何处，以及生产宣称是否经得起检验的品牌。随着消费者在竞争激烈的市场中寻求安心保障，有机认证和清晰的原料来源正成为越来越重要的卖点。

这一变化可能迫使企业重新思考如何在北美定位其产品。如果消费者继续转向透明度、远离炒作，仅靠形象支撑的品牌可能会发现维持增长更加困难。与此同时，更低的龙舌兰原料成本也可能让成熟生产商有空间守住货架位置，或向新的价格带扩张。

对于分销商和零售商而言，这些变化表明，该品类仍在增长，但已不再仅凭惯性扩张。龙舌兰酒在北美的下一阶段，或许将不再取决于新鲜感，而更多取决于定价纪律、供应管理，以及品牌能否说服消费者：他们的瓶装产品除了知名度之外，还真正具有价值。