美国啤酒厂重振中度酒精啤酒，瞄准追求适度饮酒的消费者

酿酒商押注，4%至5%的啤酒可以填补淡拉格与快速增长的无醇选择之间的空白。

2026年6月23日星期二



美国啤酒厂正再次推动中度酒精啤酒这一细分市场，该类别通常指酒精度约为4%至5%的啤酒，因为他们希望在传统淡啤和快速崛起的无酒精品类之间寻找增长空间。

这一转变反映出啤酒市场在多年之后出现的新变化，此前许多美国精酿酿酒商更青睐更高酒精度的风格。Joshua M. Bernstein在SevenFifty Daily撰文称，大约15年前，酿酒商分成了两个方向，一些降低了酒精度，另一些则提高了酒精度。他以Founders All Day IPA为例，这款啤酒装瓶酒精度为4.7% ABV，并称其是这一变化中的关键产品，帮助将IPA变成一种更随意的白天饮品，并实际上在美国创造了session IPA这一类别。他表示，这仍是该酒厂最畅销的啤酒。

如今，随着“适度饮酒”成为更强烈的消费者主题，酿酒商似乎正在重新审视这一中间地带。Mahou首席营销官Chuck Buckingham表示，“钟摆现在似乎又摆得更远了”，并形容人们对低酒精风格的兴

趣重新升温。

Bernstein说，中度酒精啤酒长期以来一直是包括英国、斯堪的纳维亚和澳大利亚在内多个国家饮酒文化的核心，在这些国家，政府通过对高酒精度啤酒征收更高税率来鼓励低酒精生产。他提到澳大利亚销量最高的啤酒Great Northern Super Crisp，这是一款3.5% ABV的拉格，并指出低醇麦芽黑啤和苦啤在英国酒吧中仍是主流。

海外这种税制结构可能会影响更广泛的饮料行业，因为生产商正在权衡监管如何塑造需求。在美国，如果适度饮用习惯继续扩大，向4%至5%区间啤酒的更强转向最终可能影响啤酒厂产品组合和零售货架空间。

Bernstein说，美国精酿酿酒商在2010年代拥抱风味和酒精度的极端化，以此脱颖而出并推动销售。如今，中度酒精啤酒被定位为那些想减少饮酒量但又不想完全放弃的人群选择。他说，美国生产的中度拉格和IPA仍可比淡拉格提供更多风味，同时含有更少的酒精。

这一类别面临一个熟悉的挑战：口感。Bernstein说，session IPA之所以失去势头，部分原因在于太多早期产品喝起来过于单薄或不平衡。他认为，再次尝试这一领域的酿造商正在努力避免这些错误，希望让这一细分市场具备持久性。

消费者教育也正成为一道障碍。Caroline Foulk于2024年在加利福尼亚州拉古纳海滩创立Beer Girl Brewing，她酿造两款3.5% ABV、减麸质拉格。她说，“中度酒精”这个术语并不总能立刻引起消费者共鸣，而直接试饮一直是建立兴趣最有效的方式。

位于纽约州尤蒂卡的F.X. Matt Brewing去年春天以Saranac Weekend Warrior进入这一细分市场，这是一款3% ABV的皮尔森，随后又推出了Weekend Warrior hazy IPA。这些啤酒如今在Wegmans超市的新低醇专区销售。F.X. Matt Brewing总裁Fred Matt表示，要建立需求，需要反复向顾客提供试饮并加以解释。

Bernstein说，无醇啤酒的兴起可能已经帮助消费者为下一步做好准备，因为它让低醇选择更加可见，也更容易被接受。对于试图在全强度精酿啤酒与无醇产品之间寻找空间的酿造商来说，中度酒精啤酒正成为另一种瞄准适度饮用、同时不放弃风味的方式。