vinetur

世界杯期间西班牙家庭购买shandy/radler增长9.1%

Circana表示，随着夏日聚会增多，6月15日至7月19日期间，含酒精啤酒销量也增长了3.6%。

2026年9月16日星期三



根据 Circana 9月16日发布的最新《Summer Barometer》，在2026年足球世界杯举行的几周里，西班牙家庭的杂货采购进一步转向啤酒；与去年同期相比，6月15日至7月19日期间，西班牙含酒精啤酒的销量增长了3.6%。啤酒细分品类中涨幅最大的是 shandy/radler，同期增长了9.1%。

Circana的数据表明，在炎热天气、假日出行和看球让更多人聚在家中围绕食物和饮品消费的背景下，几种啤酒选择的需求更强。报告称，这个夏天的特征是聚会、旅游、高温和世界杯，并将这些因素与西班牙家庭更多共享消费场景联系起来。

作为啤酒与柑橘混合饮品类别，shandy/radler 的9.1%增幅远高于标准含酒精啤酒的增长。两者之间相差5.5个百分点。在 Circana 图表展示的三类啤酒选择中，shandy/radler 在赛事期间增速最强。

无酒精啤酒也有所增长，较2025年同期在6月15日至7月19日期间上升了3.9%。这一数字与含酒精啤酒3.6%的涨幅接近，相差0.3个百分点。Circana在对啤酒选择的更广泛回顾中纳入了无酒精啤酒，但

由于它不属于酒精类别，因此不在任何酒精饮料分析范围之内。

该报告只提供了酒精市场的局部视角。其在周三发布的文件中，并未拆分夏季葡萄酒、烈酒、苹果酒或其他酒精饮料的需求。这意味着，啤酒数据不能用于比较世界杯期间或整个季节西班牙完整的酒精饮料市场。

测量时间点也很重要。含酒精啤酒3.6%的增幅只对应 Circana 追踪的世界杯区间，即6月15日至7月19日。它不涵盖整个7月和8月，也不代表完整夏季。Circana没有单独公布7月和8月两个月期间含酒精啤酒的数据，因此报告并未显示标准啤酒在赛事结束后是否保持同样的增速。

shandy/radler 是该报告中唯一一个在世界杯区间之外还有第二个夏季读数的与啤酒相关的酒精类别。Circana表示，7月和8月合计时，shandy/radler 的销量较去年同期增长7.2%。这一读数低于6月15日至7月19日期间9.1%的增幅，但两个数字指向同一方向，都显示整个夏季主要月份里同比增长持续存在。

这两个 shandy/radler 读数之间的差异表明，世界杯期间对该品类尤其有利。Circana将 shandy/radler 列为与炎热天气下解渴相关的饮品之一，公司表示，高温影响了这一季节购物篮的构成。与此同时，报告称赛事为人们围绕食物和饮品聚会创造了更多场景。已公布的数据无法区分增幅中有多少来自比赛，有多少来自高温，又有多少可能反映了旅游，或假期周期间通常出现的购买模式变化。

含酒精啤酒的增幅更为温和，但在西班牙家庭也在购买更多与休闲聚餐相关产品的时期，它仍然保持正增长。Circana表示，在同样的6月15日至7月19日期间，零食和便于分享的食品需求大幅上升，公司将这一现象直接与观看比赛和社交聚会联系起来。这些食品类别不属于酒精市场，但有助于解释啤酒采购增长所处的环境。

《Summer Barometer》中的数据衡量的是销量，而非消费者支出。Circana并未在同一文件中公布售出的升数、各啤酒品类的市场份额、销售收入或价格趋势。缺少这些细节时，报告只能显示哪些品类在夏季和世界杯周期间的销量增长更多，而无法说明增长最强的品类是否也带来了最大的销售额，或零售价格是更高还是更低。

这为西班牙啤酒市场在夏季某一阶段留下了一个范围有限但清晰的图景。标准含酒精啤酒在世界杯期间的需求增长3.6%，shandy/radler 在同一几周内增长9.1%，而 shandy/radler 之后在7月和8月合计又增长7.2%。Circana没有提供含酒精啤酒7月和8月的数据，因此该文件未能在整个夏季峰值时段对这两类酒精类别进行同口径比较。