vinetur

三家精酿啤酒商关闭俄亥俄州中部四处场所

这些关闭呼应了全国性收缩：啤酒厂新开业疲弱、产量下滑且成本上升。

2026年9月21日星期一



近几周，三家精酿啤酒运营商在俄亥俄州中部关闭了门店或宣布停业，进一步加剧了整个行业更广泛的回撤；在啤酒厂开业依然疲弱、总体产量持续下滑的背景下，这一趋势正在全国显现。

最新一轮影响至少涉及四处经营场所。Nocterra 已关闭两处场所，Outerbelt Brewing 已宣布将结束运营，Fifty West 说将关闭其 Chillicothe 场所。这些关闭和宣布于 9 月 18 日由 Axios Columbus 报道，发生在晚夏时节；这一时期通常因 Oktoberfest 促销和秋季季节性新品发布而带来大量啤酒消费。

涉事公司尚未公开发布与这些决定相关的详细财务信息，包括产量、销售趋势、债务负担或员工规模。因此，各家停业的直接原因仍不清楚。尽管如此，这些举措与美国精酿啤酒业的艰难时期相吻合；需求走弱、新进入者减少以及持续的成本压力正在重塑市场。

Brewers Association 发布的数据表明，2025年美国精酿啤酒商关闭的场所多于新开业场所。该行业

去年记录到 481 起关闭和 300 起开业，这意味着关闭数量比开业多出 181 家。新开业数量较 2024 年减少 218 家，降幅 42.1%；关闭数量较前一年减少 110 家，降幅 18.6%。该行业组织表示，开业放缓表明市场更加成熟、竞争更激烈，新啤酒厂可轻松进入的机会更少。

同一份年度报告显示，2025年美国精酿啤酒总产量为 22,034,000 桶，较前一年下降 4%。这一降幅发生在更广泛的啤酒市场同样走弱之际，啤酒总量下降 5.7%。精酿啤酒在啤酒总量中的份额略有上升，从 13.2% 升至 13.4%，但这一增幅发生在一个正在收缩的市场中，而非来自整体扩张。

美国在营精酿啤酒厂的数量也在下降。Brewers Association 统计到 2025 年底共有 9,578 家在营精酿啤酒厂，较 2024 年净下降 2.9%。这一回落延续到了今年。截至 6 月，全国仍有 9,344 家啤酒厂在运营，而一年前为 9,515 家，减少 171 家，降幅 1.8%。2026 年上半年精酿啤酒产量较去年同期下降 4%。

这种全国性收缩如今在包括俄亥俄州在内的单个地方市场中表现得更为明显。该州对行业仍然重要。俄亥俄州多家酿酒商出现在 Brewers Association 最新的精酿酿造公司前50名名单中，包括 Columbus 的 Garage Beer Co.、辛辛那提的 Rhinegeist Brewery、克利夫兰的 Great Lakes Brewing Company、Canal Winchester 的 BrewDog Brewing Co. 以及 Middleburg Heights 的 Fat Head’s Brewery。尽管市场顶端拥有强势存在，并未能让规模较小的经营者和本地据点免受压力。

Brewers Association 的 2025 年区域数据为包含俄亥俄州的东北中部人口普查分区提供了略好一些的图景。该地区增长 0.4%，成为去年全美表现最强的区域。尽管如此，俄亥俄州中部近期的关闭表明，区域相对强劲并不足以阻止企业在地方层面收缩，尤其是在需求和成本快速变化时。

成本通胀仍是啤酒商面临的担忧之一。Columbus Brewing 表示，铝成本上涨了 30%，但没有说明该比较所依据的时间段，也没有给出具体金额。铝是罐装啤酒的重要包装投入，价格上涨会挤压依赖包装酒通过零售门店和分销网络销售的酒厂利润率。近年来，啤酒商还面临更高的人工、原料和运营成本，而消费者在消费频率和消费地点上也变得更加挑剔。

行业数据表明，这种压力并未以同样方式冲击所有类型的酒厂。根据 Brewers Association 的数据，2025 年，酿酒餐馆和品饮室的表现好于微型啤酒厂和以区域生产为主的酿酒商。酿酒餐馆产量下降 1.7%，品饮室产量下降 3.9%；微型啤酒厂下降 8.9%，区域性酿酒厂下降 4.1%。该行业组织表示，以接待服务为基础的模式更具韧性，因为它们可以更依赖现场销售，而现场每份售价通常高于批发渠道。

这一区别在俄亥俄州尤为重要，当地许多运营商都是围绕品饮室、活动和社区客流，而不是大规模包装酒业务来搭建生意。当地客流模式一旦走弱，经营者就会失去主要优势之一。与此同时，扩张到多个地点或承担更高间接成本的啤酒厂，在收入放缓时可能面临更艰难的选择。

Brewers Association 将该行业近期的阶段描述为调整而非崩溃。在其 2025 年报告中，工作人员经济学家 Matt Gacioch 说，部分领域已经出现复苏的早期迹象，同时也有证据表明，消费者仍然重视独立啤酒品牌和到酒厂现场的体验。但该组织也明确表示，市场仍然艰难，成功越来越依赖于鲜明的品牌认同、稳定的品质，以及能让顾客回头的商业模式。

在俄亥俄州中部，这些最新公告展示了这种调整在地面的样子。随着啤酒厂进入秋季日历中最繁忙的时段之一，至少已有四处经营场所因关闭或计划停业而受到影响，而相关运营商尚未公布足以说明他们还能承受多少疲弱销售或更高成本的具体数据。