美国啤酒批发商缩减9月订单，啤酒采购商指数降至39

啤酒采购商指数连续第二个月下滑，反映啤酒各细分市场普遍趋于谨慎，库存压力上升

2026年10月5日星期一



9月，美国啤酒批发商以较弱的订货意愿进入秋季。美国全国啤酒批发商协会（National Beer Wholesalers Association）最新发布的啤酒采购商指数显示，啤酒整体品类连续第二个月呈现收缩。

9月综合指数为39，远低于代表扩张与收缩分界线的50。这意味着总体而言，批发商报告的采购意愿低于一个月前。据Brewbound周一援引的行业动态，回落不仅体现在整体市场，也波及调查追踪的所有细分市场。

9月读数表明，啤酒行业的秋季销售季开局疲软。协会数据显示，批发商不仅对整体啤酒订单更加谨

慎，也不太愿意增加各细分品类的采购。这一点值得关注，因为批发商处于供应链中游，其采购模式可提前反映未来几周酿酒商、进口商和零售商可能如何调整。

报告中的另一项指标也显示市场趋于谨慎。监测机构对NBWA数据的摘要显示，9月库存风险指标升至54。该读数表明，随着市场步入秋季深处，周转速度可能低于预期的库存带来的压力正在加大。对生产商和分销商而言，如果疲软状况持续，可能意味着订货更加谨慎、库存管理趋紧，并可能调整生产计划。

9月数据延续了8月的疲软态势，这意味着整体啤酒品类及其所有细分市场的采购意愿已连续两个月下降。这种普遍下滑值得注意，因为它表明放缓并非局限于市场中某个狭窄领域。尽管公开材料未提供详细的细分数据，但指数走势显示，批发环节的买家普遍趋于谨慎。

啤酒采购商指数受到业内密切关注，因为它反映的是批发商预计将采购的产品，而不只是已经售予消费者的产品。因此，对于试图判断应生产、发运或留存多少产品的酿酒商和饮料企业而言，该指数可作为前瞻性指标。当读数持续低于50时，通常意味着批发商正在减少订单，而非扩大采购的市场环境。

这一时点对整个饮料行业都很重要。夏季过后，啤酒销售往往会发生变化，而9月表现疲软可能给秋季规划带来更大压力。补货订单可能变得更难争取，分销商可能需要加大力度避免库存过剩；如果批发商持续谨慎，进口商也可能需要重新评估发货时间。这些都是可能出现的情况，并非已经证实的结果，但9月数据指向的市场正变得更加防御。

指数走弱也发生在年度销售周期的敏感阶段。夏季通常是美国啤酒消费最旺盛的时期之一，进入较冷的月份后，批发商和酿酒商通常需要重新设定订货水平。如果采购意愿在这一转换期伊始大幅下滑，企业消化为应对更强需求而备下的库存时，可调整的空间可能会更小。

Brewbound将9月的结果描述为“收缩”，这一表述既符合综合指数的读数，也反映了协会报告的各细分市场需求普遍下滑。公开摘录没有进一步解释放缓背后的原因，但数据本身表明，与今年早些时候相比，批发商正以更加克制的态度面对秋季市场。

综合指数为39、库存风险指标为54，这一组合可能使酿酒商在本季剩余时间里继续关注订单流、仓库库存和发货时间。如果这一趋势延续，压力将不会局限于供应链的某一环节，而可能从酿酒厂的生产车间蔓延至分销商库存，并影响试图在市场放缓时维持货架位置的品牌的进口规划。