vinetur

美国精酿烈酒销量2025年下滑8%，连续三年走低

美国精酿烈酒生产商销量减少约100万箱，全职岗位减少7,343个，行业最新报告显示连续第三年下滑。

2026年10月8日星期四



美国精酿烈酒生产商2025年少售出约100万箱九升装产品，并削减了7,343个全职岗位。美国精酿烈酒协会（American Craft Spirits Association）与合规及咨询公司Park Street发布的一份最新报告显示，该行业已连续第三年下滑。

2026年精酿烈酒数据项目于10月6日发布，并于10月7日对外公布摘要。报告称，美国精酿烈酒销量从2024年的1,270万箱九升装降至2025年的1,170万箱，下降8%。销售总额从约75.8亿美元降至73亿美元，减少3.7%。

销量降幅大于销售额降幅，意味着平均每箱的美元价值上升了约4.7%。这并不一定表示同一产品涨价，也可能反映产品组合、包装或销售渠道发生变化。

报告显示，该行业整体正在收缩。美国国内全职从业人数从上一年的28,628人降至2025年的21,285人，减少25.6%。行业总投资从8.11亿美元降至5.26亿美元，下降35.1%。活跃精酿酒厂数量也有所减少：2026年8月为2,131家，低于2025年8月的2,282家，降幅为6.6%。

报告涵盖2025年的零售销售、就业和投资数据，以及截至2026年8月的活跃生产商数量。该年度项目依据行业调查和市场估算编制，并非普查，部分总数经过四舍五入。

最新数据延续了该品类近期高点之后的下滑趋势。2022年，美国精酿烈酒生产商售出1,407万箱九升装产品，销售额达79亿美元。此后，该行业销量减少约16.7%，销售额减少约7.6%。

去年，精酿烈酒在美国整体烈酒市场中的份额也有所下降。按销量计算，其市场份额从2024年的4.5%降至2025年的4.2%；按销售额计算，则从7.5%降至7.3%。由于精酿烈酒的平均售价高于整体烈酒市场，其销售额份额仍高于销量份额。

此次收缩对规模较小的生产商打击尤为明显。报告称，2025年有1,956家小型精酿酒厂在营，较2023年的2,577家减少24.1%。小型生产商占所有精酿酒厂的89.2%，但销量仅占10.4%。市场另一端的36家最大型精酿酒厂只占生产商总数的1.6%，却贡献了54.8%的销量。

这一悬殊格局也解释了本地销售渠道为何日益重要。小型酒厂有50.6%的产品在自有场所直接售出，另有44.3%在所在州内售出，州外及本地市场以外的销量占比很小。整个精酿品类中，酒厂现场直销占2025年销量的26.1%，高于2023年的25.3%，也远高于2015年的14%。

尽管如此，报告指出，去年没有任何销售渠道的绝对销量实现增长，变化体现在销售渠道构成上。品鉴室渠道在萎缩的市场中占比上升，而州外销售持续走弱。2025年，生产商在所在州以外的销售量占精酿烈酒总销量的51%，低于2023年的51.9%和2020年的54%。

行业组织表示，生产商正面临更严峻的分销环境：批发商缩减产品组合，零售商消化过剩库存，出口市场也在走软。ACSA还认为，市场准入规则持续限制直接配送及其他小型酒厂接触消费者的方式。

出口也有所下滑。美国精酿烈酒出口量从2024年的14.2万箱九升装降至2025年的12.3万箱，减少13.4%，也低于2023年报告的17.9万箱。出口销量目前仅略高于国内销量的1%，且报告称出口主要集中在大型生产商手中。

各州活跃酒厂数量也反映出行业收缩。2026年8月，加利福尼亚州仍是精酿酒厂数量最多的州，有159家活跃生产商；其后依次为纽约州（148家）、宾夕法尼亚州（147家）、得克萨斯州（125家）和华盛顿州（86家）。这五个州合计占全美活跃精酿酒厂总数的31%以上。

就业人数的降幅超过销量。报告称，单家酒厂的平均员工人数从2023年的10.3人降至2025年的9.7人。投资在本十年初达到更高水平后，也持续放缓。除去年行业总投资降至5.26亿美元外，单家生产商的平均投资额也从2024年的288,900美元降至239,800美元。

报告对2030年作出多种预测，具体结果取决于美国整体烈酒市场的走势，以及精酿生产商能否守住或收复市场份额。研究列出的最弱情景假设精酿烈酒销量份额维持在4.2%，届时年销量将于2030年降至970万箱九升装。其他情景下，销量为1,140万至1,160万箱，仍低于2025年水平。

ACSA表示，今年的政策工作重点是其所称的市场准入障碍，包括批发商整合、对品鉴室和活动销售的

限制、部分州的周日销售限制，以及面向消费者直接配送的相关规定。该协会称，目前仍有41个州禁止跨州向消费者直接配送烈酒；允许此类配送的9个州和哥伦比亚特区则各有不同限制。