Constellation Brands同意收购SpikedAde，交易金额最高达3.53亿美元

Constellation Brands斥资最高3.53亿美元收购SpikedAde，在啤酒增长放缓之际重返并购市场，进军含酒精补水饮料领域。

2026年10月13日星期二

Constellation Brands正重返并购市场，同意收购美国即饮品牌SpikedAde，交易金额最高可达3.53亿美元。这一举措表明，随着啤酒业务增长越来越难以持续，这家美国最大的酒类公司之一正努力实现多元化。

公司表示，此次收购将使其进入快速增长的“含酒精补水饮料”细分市场，这类产品将运动饮料风味与酒精结合起来。SpikedAde销售四款以伏特加为基酒的即饮产品。Constellation在公布2026/27财年第二季度业绩时宣布了这笔交易。

首席执行官Nick Fink告诉分析师，此次收购是一种审慎的方式，能帮助公司在他所称的即饮酒类最热门领域之一取得领先地位。Fink于4月加入公司。他表示，啤酒仍是Constellation增长计划的核心，但也明确指出，如果经销商发现其他品类的需求正在增长，公司愿意拓展相关产品。

他表示，与竞争对手相比，Constellation的产品组合相对简单，经销商一直要求公司进军增长更快的领域。同时，他称公司将谨慎选择，不会盲目追逐可能难以持久的品类。

这种谨慎反映了Constellation的过往经历。由于几笔备受瞩目的交易未能取得预期成果，公司多年来一直因资本配置问题受到投资者批评。2015年，Constellation斥资10亿美元收购精酿啤酒商Ballast Point Brewing，四年后却以低得多的价格出售了该业务。此后，公司又将此前收购的Funky Buddha Brewery和Four Corners Brewing卖回给创始人。公司对加拿大大麻企业Canopy Growth的投资也失去了支持；Canopy陷入财务困境，而美国联邦层面的大麻合法化进程也未取得进展。

这些挫折让许多投资者对公司再次拓展核心啤酒业务以外的领域持谨慎态度，尽管Constellation的业务日益集中。出售葡萄酒和烈酒资产后，公司目前的大部分收入来自在美国销售的墨西哥啤酒品牌，包括Modelo Especial、Corona Extra和Pacifico。

这种业务集中度有助于解释为何SpikedAde交易的重要性不止于一个品牌。在整个饮料行业，随着啤酒需求走弱、饮酒习惯发生变化，大型企业正将资本转向即饮产品。对啤酒商、葡萄酒集团和烈酒生产商而言，罐装鸡尾酒及相关产品的增长，已成为触达消费者最明确的途径之一；这些消费者在不同品类之间转换，而非忠于传统啤酒。

Constellation最新季度业绩展现了啤酒业务的优势与局限。截至8月31日的季度中，啤酒业务净销售

额增长5%，达到24.7亿美元；出货量增长5.5%，达到1.239亿箱。但零售需求较为疲软。衡量经销商向零售商销售情况的渠道销量下降0.6%，其中Modelo Especial下滑2%，Corona Extra下滑5%。

公司表示，渠道销量趋势符合市场预期，而且美元份额和销量份额的增长速度均快于第一季度。Fink还表示，9月势头向好，近期的营销投入正在发挥作用。他告诉分析师，公司在本季度是酒类饮料行业份额增幅最大的企业，并称9月的趋势让管理层有信心实现全年每股基础收益指引的上限。

不过，投资者并未完全认同这一说法。TD Cowen分析师Robert Moskow表示，业绩公布后与客户的交流反应不一，许多投资者质疑，9月情况较好的说法是否反映了基础需求真正回升，还是只是在8月表现疲软后出现的短期波动。还有人指出，报告所称的改善并未在扫描仪数据中清晰体现，这说明市场仍怀疑需求回升的力度和持续性。

这一背景有助于理解Constellation为何再次关注收购。啤酒业务仍有盈利能力，但要在美国市场维持长期增长已变得更加困难。相比之下，即饮酒类仍吸引着寻求便利、多样风味以及跨界产品的消费者，这些产品借鉴了其他饮料品类的特点。

Bernstein分析师Nadine Sarwat表示，SpikedAde交易的规模看来可控，并指出Constellation截至今年9月已斥资约5.3亿美元回购股票。她说，SpikedAde在新兴的“ade”细分市场快速增长，根据Nielsen数据，其在烈酒基即饮产品中的销售额份额约为1%。但她也表示，目前下结论为时尚早，该品类的长期潜力仍未得到验证。

Sarwat表示，Constellation多年来一直面临一个反复出现的问题：公司需要实现多元化，但由于过去的失误，许多投资者仍不相信它能通过收购做到这一点。从这个角度看，收购SpikedAde既是战略举措，也是对新任首席执行官管理层信誉的一次考验。

分析师还认为，Constellation有更广泛的理由降低对墨西哥风格啤酒的依赖。GlobalData全球啤酒与苹果酒研究负责人Kevin Baker表示，公司需要减少对以墨西哥进口啤酒为中心的产品组合的依赖。他指出，在特朗普政府执政期间，Constellation面临的关税风险可能上升，而且贸易条件未必会恢复到此前的常态。任何此类压力都会进一步强化公司拓展其他酒类饮料业务的理由。

尽管如此，Constellation进军的这一品类本身也有风险。“含酒精补水饮料”因将运动饮料风味与酒精结合，并吸引关注低卡路里或无糖产品的消费者而受到关注。但酒类企业曾见证快速兴起的潮流迅速退去。硬苏打水就是近期最明显的例子：销量曾大幅飙升，随后随着竞争加剧、新鲜感消退而降温。

Baker表示，“ade”类产品可能同时契合多种消费趋势，包括功能性定位和运动饮料风味，但他也警告称，它们可能成为又一种昙花一现的美国饮料潮流。他说，短期内该品类可能受益于市场热度，但无论是自行打造还是通过收购进入这一领域，都需要管理层投入时间和营销费用，并愿意接受该细分市场未必能成为市场长期支柱这一现实。

对Constellation而言，这笔交易规模不大，足以限制财务风险，却又足以释放战略转向的信号。过去几年，公司基本搁置了大型收购；SpikedAde交易表明，管理层愿意通过有针对性的收购拓展啤酒以外的业务。投资者会将此视为审慎之举，还是另一轮前景未明的扩张，很可能取决于新品牌增长的速度，以及更广泛的即饮品类能否继续吸引消费者。