Circana预计：含酒精运动饮料到2027年或成美国5亿美元市场

伏特加基罐装饮品模仿运动饮料，分销商兴趣日增，并争夺紧俏的冷柜空间

2026年10月20日星期二

据Circana称，现饮酒精饮料市场中的一个小众品类明年有望在美国发展成规模达5亿美元的生意。以运动饮料为设计灵感的伏特加基罐装饮品，正日益受到分销商和品牌商关注。

Brewbound周一报道称，Circana饮料酒精业务执行副总裁Scott Scanlon预计，“伏特加+ade”细分品类（也称含酒精运动饮料）2027年的销售额最高可达5亿美元。这一预测是在上周于佛罗里达州奥兰多举行的美国全国啤酒批发商协会年度大会之后提出的。Scanlon表示，这类产品在大会上随处可见，促使他临时撰写了一份报告，分析其发展潜力。

这一品类名称指的是与“ade”类饮料风味特点和品牌视觉元素相关联的伏特加饮品；消费者在运动饮料货架上早已熟悉这种饮品形式。加入酒精后，这类产品便归入更广泛的现饮市场。随着消费者在啤酒、烈酒和主打便利性的包装饮品之间转换，现饮市场已成为供应商和批发商的重要业务领域。

据Brewbound报道，Circana的预测表明，这个迄今规模相对有限的细分品类，或正迈向更广泛的商业市场。这个数字值得关注，不仅因为它显示这一仍处于发展初期的品类可能达到相当规模，也因为它表明分销商正密切关注能够创造新的饮酒场景、并在商店货架上带来新竞争的产品。

这对整个饮料行业都很重要。如果“伏特加+ade”产品继续扩张，它们可能为现饮酒精饮料开辟另一条增长路径。啤酒商、烈酒企业和批发商正寻求能吸引传统啤酒和整瓶烈酒消费者之外人群的品类。这一细分市场也可能加剧对冷柜空间、营销预算和分销商关注度的争夺，尤其是在调味麦芽饮料、罐装鸡尾酒和硬苏打水已经争夺相似客群的零售渠道。

预测发布的场合也很重要。美国全国啤酒批发商协会年度大会是美国啤酒分销商和酒类饮料企业的重要年度聚会之一。一个品类在大会上受到关注，可能表明批发商认为它势头足够强劲，值得投入更多精力。Scanlon在大会期间看到这类产品广泛亮相后决定撰写报告，说明这一趋势已不再局限于零星新品发布，而是进入了更广泛的行业讨论。

不过，这一数字仍是预测，并非已公布的销售总额。Brewbound周一发布的报道摘录没有详细说明估算依据，包括预期增长中有多少将来自新品牌上市、分销范围扩大、重复购买，或消费者从其他酒类品类转购。报道也未指出，如果这一细分市场达到预期规模，哪些公司最有望从中受益。

尽管如此，这一估算进一步表明，酒类饮料的产品开发仍在转向借鉴非酒精饮料熟悉元素的混合型产品。对批发商和零售商而言，这既意味着新的机会，也意味着更难的选品决策。对于成熟的啤酒和烈

酒企业来说，如果消费者对含酒精运动饮料风格产品的兴趣持续升温至2027年，迅速应对的压力可能也会加大。