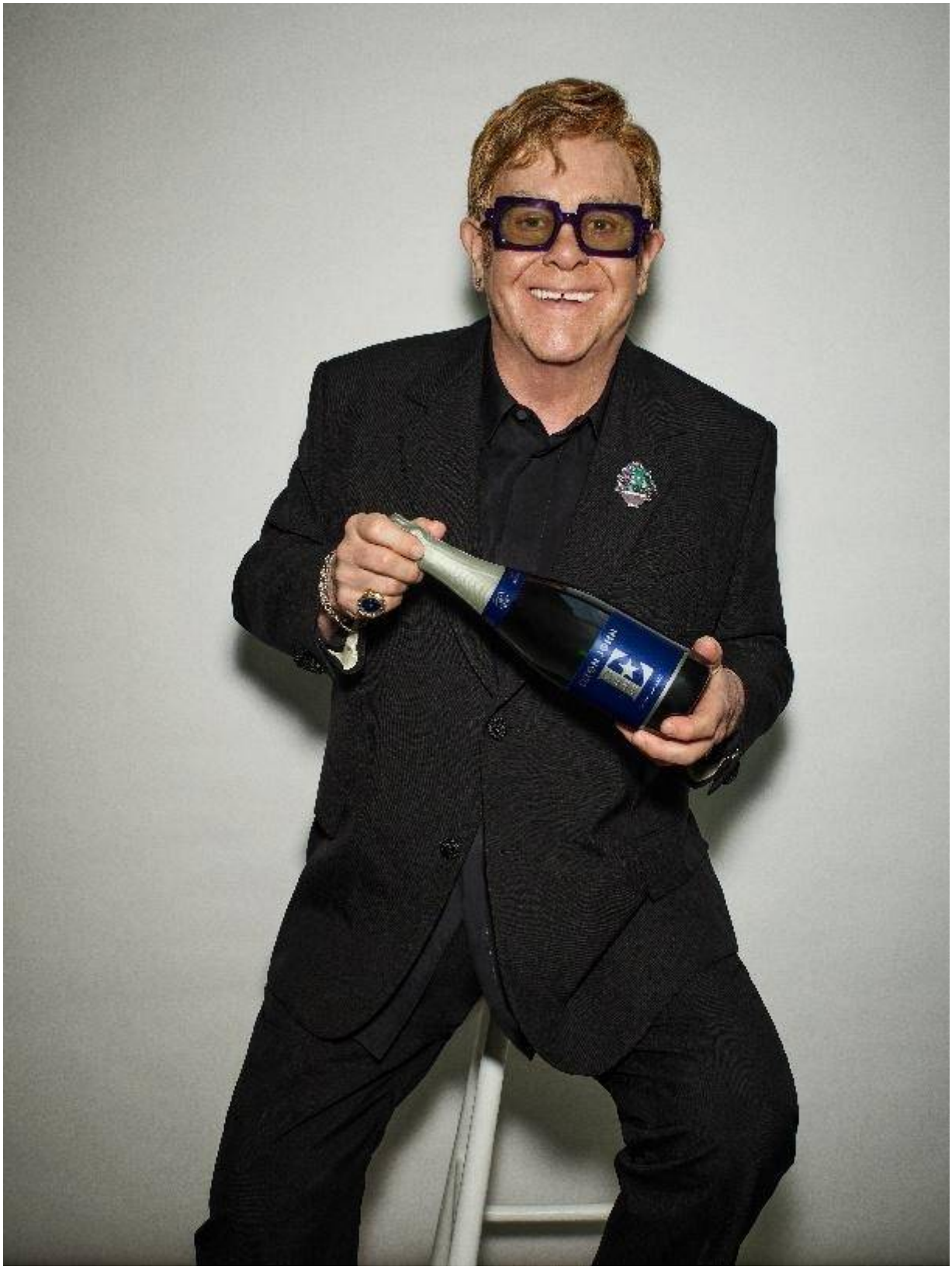
埃尔顿·约翰在美国推出无酒精起泡酒替代饮品

这款售价25美元的产品赶在节日前进入零售渠道；美国无酒精起泡酒销量增长49%

2026年11月10日星期二



埃尔顿·约翰和大卫·弗尼什已在美国推出 Elton John Zero Blanc de Blancs。这款无酒精起泡饮品于周二上市，正值零售商为节日季做准备、消费者对无酒精选择的需求日益增长之际。

据负责在美国独家分销的 Foley Family Wines & Spirits 介绍，该产品现已在全美各地门店及线上渠道销售，750毫升装建议零售价为25美元。公司表示，这是其首款无酒精葡萄酒替代产品。

Elton John Zero Blanc de Blancs 早前已在英国推出，如今在海外初期表现强劲（据两家公司介绍）

后，正拓展至美国市场。这款饮品采用100%产自意大利北部的霞多丽葡萄酿制。与许多先经过发酵、再去除酒精的无酒精葡萄酒不同，生产商表示，这款起泡饮品采用受控发酵工艺，旨在从始至终不产生酒精。

这一差异是该品牌营销策略的核心。两家公司表示，这种工艺旨在保留传统白中白起泡酒的结构和香气，同时避免脱醇可能带来的风味变化。成品中含有绿茶提取物，生产商称其能增添单宁感和质感；产品风味则被描述为带有苹果、柑橘花和忍冬花香，余味呈矿物质感。该产品还以纯素、适合素食者为卖点。

约翰在随上市发布的声明中表示，这一品牌秉持的理念是，庆祝活动应当让不饮酒的人也能参与其中。弗尼什说，他和约翰希望推出一款适合节庆场合的无酒精起泡饮品，这一构想源于两人共同热衷待客的生活方式。他们的表态也反映出饮料行业更广泛的趋势：传统葡萄酒和烈酒企业正不断将更多无酒精产品纳入产品组合。

Foley Family Wines & Spirits 将此次上市与消费者需求变化直接联系起来。该公司首席营销官 Jason Daniel 表示，根据 Circana 的数据，截至9月6日的52周内，美国无酒精起泡酒品类增长49%。公司在发布材料中没有提供更广泛的品类销售数据，但这一数字显示，该细分市场持续增长，并已引起传统酒类生产商和名人背书品牌的关注。

该产品在美国上市，也拓展了与总部位于伦敦的分销商及品牌开发商 Benchmark Drinks 的合作关系。Benchmark 于2026年早些时候在英国推出 Elton John Zero，并表示该产品目前已在15个以上国家销售。该公司还称，这款饮品已成为英国两大零售商 Tesco 和 Sainsbury’s 销量最高的高端零度起泡酒。发布材料中的这些说法无法得到独立核实。

对 Foley Family Wines & Spirits 而言，此次上市为其主要由传统葡萄酒和烈酒品牌构成的产品组合增添了一个新品类。公司成立于1996年，拥有或分销 Ferrari-Carano、Chateau St. Jean、Chalk Hill 和 Silverado Vineyards 等品牌，近年来还拓展了进口葡萄酒和全球烈酒业务。通过接手 Elton John Zero，Foley 进入了一个大型饮料集团日益视为增长机遇、而非小众市场的领域。

埃尔顿·约翰的名字为这款产品带来了许多新兴无酒精品牌难以企及的知名度。约翰仍是流行乐坛商业成绩最出色的音乐人之一，全球唱片销量超过3.5亿张，曾多次获得格莱美奖，职业生涯横跨六十余年。身为电影制作人和制片人的弗尼什，也深度参与了品牌的公开推广。上市宣传材料将这款饮品塑造成两人生活方式和待客习惯的延伸，同时也将其作为独立饮料业务来推广。

该产品在美国上市之际，零售商正着手搭配节日季商品组合，各品牌也在为“干燥一月”做准备；届时，许多消费者会在年末节日过后减少饮酒。这个季节性时机或将检验：一款定价较高、由名人背书的起泡酒替代品，能否不仅进入尝试少饮或不饮酒消费者的购物篮，也能登上这样的餐桌——有些宾客饮酒，另一些则不饮酒。