美国零售渠道龙舌兰酒销量增长6.1%

NielsenIQ最新四周数据显示，烈酒整体销售走弱，非即饮渠道威士忌销量下降5.2%

2026年11月12日星期四



在最新的四周统计期内，美国零售渠道的龙舌兰酒销量增长强劲；与此同时，威士忌销量下滑，烈酒整体市场走弱。

NielsenIQ汇总的截至10月31日四周数据显示，美国非即饮渠道的龙舌兰酒销量同比增长6.1%。该渠道涵盖消费者购买后在酒吧和餐厅以外场所饮用的产品。同期，龙舌兰酒销售额增长1.7%。

这一表现与蒸馏烈酒整体下滑形成鲜明对比。剔除即饮鸡尾酒后，烈酒销售额同比下降2.0%，销量下降1.7%。这表明消费者购买的烈酒总体减少，而龙舌兰酒的货架动销仍在增长。

威士忌则走势相反。在同一美国零售渠道，威士忌总销售额同比下降4.9%，销量下降5.2%。加拿大威士忌降幅更大，销售额下降8.1%，销量下降6.9%。

伏特加也出现下滑，但降幅小于威士忌。NielsenIQ数据显示，伏特加销售额下降0.4%，销量下降0.7%。

龙舌兰酒的数据表明，售出的瓶数有所增加，但收入增幅没有跟上销量增幅。根据这两个增长率推算，龙舌兰酒的单位平均隐含价值同比下降约4.1%。这并不意味着生产商将标价下调了相同幅度；这一指标也可能受到促销活动、包装规格以及消费者所选产品组合变化的影响。

本文所采用的分类数据未列出各品类的绝对销售额或箱数，因此报告没有显示各品类在统计期内的规模，也无法说明最新数据与长期趋势相比如何。报告也未提供年初至今的业绩数据。

NielsenIQ在90多个国家追踪消费者购买行为和零售销售，并汇总了美国非即饮渠道的相关数据。伦敦行业出版物The Spirits Business也刊发了这些结果，该刊专注于烈酒行业。

由于这些数据涵盖的是消费者在持牌经营场所之外饮用的零售产品，因此并不代表美国烈酒消费总量。酒吧、餐厅及其他即饮场所的销售不在此次市场统计范围内。