美国零售渠道无醇葡萄酒销售额增长17%

Impact Databank称，无醇葡萄酒销量增长12%，这一品类连续多年实现两位数增长，但市场占比仍不到1%

2026年11月13日星期五



Impact Databank于11月12日（周四）公布的数据显示，尽管整体葡萄酒市场仍面临压力，美国零售渠道的无醇葡萄酒销售继续增长。

Impact Databank称，在截至10月3日的52周内，NielsenIQ渠道的无醇葡萄酒销量增长12%，销售额增长17%。这一品类在美国葡萄酒市场中的占比仍不到1%，但已连续多年实现强劲的两位数增长。

Impact Databank表示，低卡葡萄酒也持续扩张。2025年，该细分市场在两位数增长的推动下销量超过300万箱，与无醇品牌和葡萄酒基鸡尾酒一道，成为葡萄酒行业中最活跃的领域之一。这一表现尤为突出，因为它显示，即使许多传统葡萄酒品牌面临需求走弱，消费者仍在这一市场领域继续消费。

这一趋势可能影响整个饮料行业，不仅关系到酒庄，也关系到分销商和零售商如何决定库存配置及营

销投入。已经销售葡萄酒、啤酒和其他饮料的供应商，越来越多地将适度饮酒、低卡产品和无酒精选择视为更广泛的产品组合策略，而非葡萄酒行业中的小众领域。

据Impact Databank称，Trinchero旗下Fre仍是美国领先的脱醇葡萄酒品牌。该公司的Seaglass品牌自2024年进入无醇细分市场以来也逐渐打开局面。在起泡酒领域，Mionetto Prosecco在脱醇起泡酒品牌中居首，同一产品组合中的Freixenet Cava也位居前列。

Impact Databank另据Circana截至10月4日的52周数据发布了一份品牌排名，显示这一品类目前仍较为集中。2025年美国脱醇葡萄酒出货量中，Fre以45.1万箱（每箱9升）位居首位，零售销量增长5.2%。Giesen 0%以13.1万箱位居其后，零售销量增长15.8%。Ariel销量为7.1万箱，增长12.7%。规模较小的Seaglass销量为5万箱，但增长94.3%；Stella Rosa则增长54.7%，达到4.5万箱。

在低卡细分市场中，根据同一数据集，Delicato旗下Bota Box Breeze以2025年美国出货量98万箱（每箱9升）排名第一。主打有机和适合纯素消费者的葡萄酒品牌Avaline，是这一阵营中增长最快的大型品牌，零售销量增长40.5%，达到22.9万箱。其他实现增长的品牌包括Kim Crawford Illuminate（增长10.7%）、Liquid Light（增长8.9%）、Matua Lighter（增长11.8%）和Decoy Featherweight（增长27.7%）。

一些大型饮料公司正在扩大对这一品类的布局。2026年，Constellation Brands收购无醇气泡水品牌Hop Wtr，进一步拓展了其在更健康饮品领域的业务。其产品阵容此前已包括来自新西兰的轻盈型葡萄酒Kim Crawford Illuminate，以及脱醇版Corona和Modelo Chelada啤酒。这一举措显示，大型饮料集团正将葡萄酒适度饮用趋势与相关无酒精产品联系起来。

总部位于新西兰的Giesen是这一领域增长较快的品牌之一。Impact Databank称，自2022年以来，Giesen 0%的销量已增至四倍以上。2026年，该品牌推出了Rosé和Sauvignon Blanc两款Spritz系列产品，规格包括750毫升瓶装和250毫升罐装。公司将这一系列定位于Z世代消费者，同时也吸引希望在某些场合减少饮酒的千禧一代和婴儿潮一代。

其他供应商也在尝试新规格和产品卖点。2026年，总部位于加州的O’Neill Vintners推出Fitvine Free，并将其描述为一款添加电解质和适应原的功能性无醇葡萄酒。此前，Fitvine已凭借无糖、无麸质产品成为畅销轻盈型葡萄酒品牌之一。2026年夏季，Avaline进一步进驻Kroger、Target和Whole Foods等全国性零售连锁，同时扩大餐饮渠道业务，尤其是酒店渠道。

近期进入脱醇细分市场的，还有多家老牌葡萄酒公司。产品包括J. Lohr推出的加州Sauvignon Blanc品牌Ariel，750毫升瓶装售价约13美元；Palm Bay推出的新西兰品牌Invivo X, SJP 0%，售价约15美元；以及Frederick Wildman推出的两个意大利品牌——Riunite Zero Red，售价约10美元，和Maschio Zero White，售价约13美元。Gallo旗下La Marca也推出了一款无醇起泡酒；Foley Family Wines & Spirits则推出了一款由Elton John支持的无醇起泡酒，将在高端市场与法国品牌French Bloom竞争。Moët Hennessy持有French Bloom 30%的股份。