美国葡萄酒和烈酒销量降幅9月收窄

SipSource数据显示，烈酒市场企稳更快；葡萄酒销量下降6.7%，低价酒款铺货范围收缩

2026年11月18日星期三



9月，美国葡萄酒和烈酒市场显现企稳迹象，但复苏并不均衡，葡萄酒承受的压力仍大于烈酒。Beverage Information Group周二发布报告称，Wine & Spirits Wholesalers of America的最新SipSource数据显示，葡萄酒和烈酒整体市场的降幅有所放缓，但葡萄酒行业部分领域的需求和铺货仍在走弱。

报告显示，截至9月的滚动12个月内，葡萄酒和烈酒合计销量下降6.1%，营收下降4.9%。最近三个月，销量下降4.8%，营收下降3.7%。降幅收窄表明市场较年初趋于稳定，但各品类改善的步伐并不一致。

短期趋势较为稳健的是烈酒。截至9月的三个月内，烈酒销量下降3.1%，营收下滑3.5%。SipSource表示，波本威士忌、Tequila-Other和U.S. Whiskey-Other等多个细分品类的表现好于整体市场。数据还显示，市场表现因价格区间而异：售价在20至29.99美元的烈酒更具韧性，而50至99.99美元价位的

产品仍面临更大压力。

这一价格走势表明，消费者仍在消费，但在选择升级购买时更加谨慎。对生产商、批发商和零售商而言，这一点十分重要，因为它可能影响整个酒类行业的采购计划、库存策略和货架分配。中端价位烈酒市场趋稳，或能为部分品牌提供支撑；高价酒款持续疲软，则可能拖累高端产品组合。

葡萄酒仍是市场中表现较弱的一方。SipSource报告称，最近三个月葡萄酒销量下降6.7%，营收下滑4.2%。不过，即使整体下跌，不同细分品类的表现也有差异。长相思营收增长5.9%，普罗塞克增长4.8%，表明消费者对少数葡萄品种和消费场景的需求仍较为稳定。

报告还发现，香槟和起泡酒在餐饮渠道表现相对强劲。这表明，餐厅和酒吧对庆祝及特殊场合用酒的需求，比部分其他葡萄酒细分品类更为稳健。不过，葡萄酒整体形势依然艰难，供应商在市场部分领域面临需求走弱和产品供应减少的问题。

价格数据表明，葡萄酒品类内部的分化正在加大。售价低于13美元的葡萄酒持续大幅下滑，而售价16美元及以上的产品总体上更具韧性。这种分化对酒类行业十分重要，因为它可能影响哪些品牌能够维持铺货，哪些品牌会在零售渠道和餐厅中失去曝光度。低价葡萄酒往往依赖广泛铺货和稳定销量，因此铺货范围缩小可能进一步加剧销售下滑。

SipSource表示，铺货网点数量正在减少，低价葡萄酒和餐饮渠道尤为明显。这意味着部分产品进入的销售网点减少，除了消费者需求走弱之外，又多了一重压力。对于依赖广泛铺货的酒庄和进口商而言，即使整体市场波动趋缓，铺货减少也可能让复苏变得更加困难。

该报告于11月10日发布，依据的是9月业绩。Beverage Information Group表示，数据在一定程度上支持了市场正在企稳、而非全面改善的判断。实际来看，数据显示，烈酒市场短期表现更为强劲，而葡萄酒供应商仍面临更严峻的环境，需求下滑、价格敏感度上升以及低价细分市场铺货减少都带来持续压力。