百威英博称，Michelob Ultra和Busch Light合计占美国啤酒销量近15%

公司称，这两个品牌在2026年第三季度按销量计算占美国啤酒市场近15%，并援引Circana数据，但未公布完整数据表

2026年11月18日星期三



百威英博11月17日（周二）表示，Michelob Ultra和Busch Light在2026年第三季度合计占美国啤酒销量近15%。这显示出旗下两个美国本土品牌如今在美国啤酒市场中的分量。

这一数字来自Circana数据，由百威英博在一份通过WebWire发布的公司声明中援引。百威英博称，合计份额指美国啤酒销量，反映的是这两个品牌的表现，而非公司在美国的全部品牌组合。

声明称，按销量计算，Michelob Ultra是美国销量最高的啤酒品牌；Busch Light的销量份额增幅则排名第二。公司表示，其市场数据说法依据Circana和Nielsen的数据，但在公告中没有公布完整的底层数据表。

近15%的份额展现了各个品牌在这一市场中的份额分布情况，而美国市场仍是全球酿酒业的核心市场。对百威英博而言，这一数字也凸显了两个历史悠久的美国品牌在巩固其零售商和分销商渠道地位方面所发挥的作用。

与此同时，这份公告没有提供Michelob Ultra或Busch Light此前的市场份额数据，无论是单独数据还是合计数据。因此，依据公司公布的信息，无法计算环比、同比或年初至今的变化。声明也未给出精确到更多小数位的份额数据，或说明相关数据所依据的市场调查样本覆盖范围。

这一点很重要，因为市场份额上升本身并不能说明整个啤酒市场是在扩张还是收缩。只要某个品牌的下滑幅度小于竞争对手，或者在其他品牌走弱时实现增长，即使整个品类销量下滑，它的份额也可能上升。缺少完整数据集，公告只能显示相对市场地位，无法呈现整体市场的完整走势。

百威英博是全球最大酿酒商AB InBev在美国的子公司。BarthHaas在6月17日发布的行业排名中，将AB InBev 2025年的产量列为4.8419亿百升。AB InBev总部位于比利时鲁汶，百威英博总部位于圣路易斯。

百威英博重点提及Michelob Ultra和Busch Light，值得关注，因为这两个品牌分别面向啤酒市场的不同消费群体。Michelob Ultra在淡啤酒细分市场占据了较大份额，Busch Light则持续受到注重价格的消费者青睐，并在许多主流零售渠道展现出韧性。通过强调这两个品牌的合计规模，百威英博是在向投资者、批发商和零售商传递一个信号：其销售实力集中于这两个品牌，而非遍布整个产品线。

声明没有提供竞争品牌或酿酒商的可比数据，也未说明合计份额中两个品牌各自所占的比例。此外，声明没有分别列出全国和地区数据，因此无法得知哪些地区的增长最为显著，也无法判断这两个品牌的表现是否遍及全国。

尽管存在这些局限，这项披露仍显示出Michelob Ultra和Busch Light目前在美国啤酒销量中占据了相当大的份额。在一个成熟市场中，份额的微小变化也可能影响货架空间、定价和分销；这两个品牌合计份额接近15%，表明它们仍是百威英博美国战略的核心。