英国酒吧果味拉格啤酒销量增长34%

Tesco设立果味拉格啤酒专区，酿酒商争相吸引年轻饮酒者；这一品类的表现超过整体啤酒市场

2026年11月22日星期日



果味拉格啤酒在英国日渐走俏，酒吧和商店销量均有增长。年轻饮酒者对桃子、柠檬和橙味啤酒的需求增加，大型酿酒商也迅速进军这一品类。

在整体啤酒销量承压之际，这一变化正成为英国啤酒市场最明显的趋势之一。它对饮料行业的影响也不止于此：如果消费者持续转向果味拉格啤酒，酒吧的生啤选择、超市的货架分配，以及啤酒与苹果酒、葡萄酒和烈酒争夺年轻消费者的方式，都可能随之改变。

这一趋势的核心品牌是英国果味拉格啤酒品牌Jubel，由Jesse Wilson创立。Wilson表示，公司在本财年上半年增长了94%，供应其啤酒的酒吧数量增加了约三分之二。目前约有3,000家酒吧提供Jubel生啤，其中包括Young’s、Fuller’s和Mitchells & Butlers旗下门店。Wilson称，夏季销售旺季时，公司每秒售出的啤酒相当于一品脱半。

Jubel于2018年推出。此前，Wilson在法国阿尔卑斯山区滑雪时，尝到了当地常见的拉格啤酒兑桃子糖浆。Wilson表示，他想做出一款甜度低于苹果酒、口感又比普通拉格啤酒更清爽的饮品。他说，品牌近期的势头看似突然形成，实则是多年努力的结果。

行业数据表明，市场变化并非只涉及一家公司。Heineken在最新的英国啤酒报告中表示，餐饮和酒吧等场所的调味啤酒及果味啤酒销量增长了34%。Worldpanel by Numerator的数据显示，过去一年，超市及其他商店的调味拉格啤酒销量增长近三分之一，达到5,830万英镑；同期整体啤酒销量则下降了1%。

Worldpanel的同一组数据显示，购买调味拉格啤酒的消费者比一年前增加了558,000人，总数达到230万人。销量增长了25%，而整体啤酒市场的增幅为0.3%。

零售商也在调整布局。Tesco已在300家门店设立果味拉格啤酒专区，表明这一品类的品牌和消费者数量已足以支撑独立陈列。对酿酒商和零售商而言，这一点很重要，因为它意味着这一细分品类正从新奇选择转变为啤酒货架上更为稳定的一部分。

年轻饮酒者是推动这一市场扩大的重要群体。Worldpanel发现，35岁以下消费者占调味拉格啤酒消费额的17%，而他们在整体啤酒消费额中的占比为10%。YouGov的另一项调查显示，18至34岁的成年人中有6%经常饮用果味啤酒，英国成年人整体这一比例为2%。25至34岁人群中，近三成人听说过Jubel；而55岁及以上人群中，认识这一品牌的不到一成。

Wilson表示，Jubel的顾客中男女比例大致相当，这与传统上男性占主导的啤酒市场不同。他说，许多饮酒者是在音乐节上第一次接触这个品牌，也有些顾客原本可能会选择葡萄酒或烈酒。

不过，市场研究显示，这一品类的增长主要仍来自啤酒和苹果酒内部的消费转移，而非饮料市场其他领域。Worldpanel的数据显示，约42%的销售增长来自消费者改买其他啤酒或苹果酒，另有三分之一来自原本就购买啤酒和苹果酒的消费者将调味拉格啤酒加入购物清单。这表明，即使品牌也希望吸引新饮酒者，酒类市场内部的消费格局仍在重新调整。

果味拉格啤酒的兴起势头强劲，已吸引大型酿酒商入局。Heineken今年推出了Cruzcampo Sevilla Orange。Molson Coors推出了Madrí Excepcional Limón。BrewDog则携Cold Beer Peach进入这一细分市场，与较早推出的Damm Lemon等产品展开竞争。

这些新品显示，大型饮料集团的反应有多迅速。它们没有从头打造全新品牌，而是借助已有分销渠道和知名度的品牌。这可能会让小型企业在快速增长的品类中也面临更激烈的竞争。

Jubel自推出以来已筹集约650万英镑，其中包括来自饮料公司C&C Group的早期投资，该公司旗下有Tennent’s品牌。Wilson表示，C&C的分销网络帮助Jubel进入更多酒吧，但他补充说，Jubel在运营上仍保持独立。他还表示，公司目前已经盈利，暂无立即追加融资的计划。

酒吧经营者表示，需求变化在吧台销售中显而易见。Young’s首席执行官Simon Dodd表示，过去一年，该集团旗下酒吧的Jubel销量增长了53%。一款仅在Young’s销售的青柠口味产品表现良好，已成为部分酒吧的常设供应。Dodd说，这一增长反映出顾客对饮品的整体需求正在变化。

这一趋势显现之际，英国消费者近来对深色啤酒的热情似乎有所减退。Guinness曾深受年轻饮酒者欢迎，不到两年前，一些酒吧还难以获得充足货源。11月早些时候，Guinness的母公司Diageo报告称，

截至9月的三个月里，该黑啤在大不列颠及爱尔兰的销量出现低个位数百分比下滑。首席执行官Sir Dave Lewis表示，异常炎热的天气，以及Murphy’s等价格较低的竞品黑啤带来的更激烈竞争，都促成了这一跌幅。

Dodd对旗下酒吧的变化描述得更为直接。他表示，Guinness销量回落，而Jubel、Asahi和Hawkstone等啤酒表现良好。Diageo的全国数据与一家酒吧经营商的实际情况存在差异，这表明市场变化可能并不均衡，有些场所感受到的变化比其他场所更明显。

果味拉格啤酒的增长也给长期主导高端市场的欧陆风格拉格啤酒带来了挑战。Peroni、Moretti、Estrella、Madrí和Cruzcampo等品牌往往以形象和进口身份作为卖点。新的需求表明，对部分消费者而言，新鲜感和风味如今可能与这些传统卖点同样重要。

即便如此，果味啤酒在市场中的占比仍然很小。YouGov数据显示，只有2%的英国成年人经常饮用果味啤酒。这一品类的规模仍远小于其试图挑战的主流啤酒品类；以水果为基础的酒精饮品也常常难以摆脱只适合炎热天气、流行一时的印象。英国饮料行业此前经历过类似周期，从预调酒到果味苹果酒，再到精酿啤酒热潮皆是如此。如今，酿酒商需要检验桃味和柠檬味拉格啤酒能否在酒吧和商店货架上站稳脚跟，而不只是风靡一个夏天。