Grupo Modelo称其墨西哥无醇啤酒销量第三季度增长约30%

已发布的报道未披露绝对销量或比较基数，因此难以判断该品类的整体影响

2026年11月23日星期一



据《El Economista》11月20日援引公司表态报道，Grupo Modelo在墨西哥的无醇啤酒业务2026年第三季度销量增长约30%；《Beer Magazine》随后于11月22日也作了报道。

报道中的增幅涵盖7月至9月，指销售量而非营收。现有报道未披露以升或百升计的绝对销量，当时也未见公开的详细数据说明。由于报道未说明比较基数，因此无法确认这一数字是否代表同比增长。

尽管存在这一限制，这一业绩仍显示该品类增长加快。大型啤酒生产商正尝试拓展这一领域，推出面向希望享受啤酒风味、但希望减少或避免酒精摄入的消费者的产品。目前可获得的信息并未显示无醇啤酒业务对Grupo Modelo当季在墨西哥的整体业务贡献有多大，也未说明销量增长源于分销范围扩大、复购增加、新品上市还是促销活动。

Grupo Modelo是墨西哥的啤酒生产商和经销商，由总部位于比利时的啤酒集团Anheuser-Busch InBev控股，该集团更广为人知的名称是AB InBev。根据BarthHaas发布的2025年排名，AB InBev以4.8419亿百升的产量位居全球最大啤酒生产商之列。其全球规模也使得在一个重要运营市场出现需求增强的迹象更受关注。

Grupo Modelo在其公司网站上称，集团在墨西哥拥有11家酿造厂：8处工业化生产设施、2处精酿设施和1座实验性工厂。公司的业务布局有助于解释，即使是细分品类，只要快速扩大规模，也可能具有重要意义；但由于销量数据未公开，最新增幅目前还无法换算为市场份额的提升，也无法明确其对整体产量的贡献。

援引公司表态的报道也未提供各品牌的具体情况。Grupo Modelo在墨西哥销售多个啤酒品牌，业务已拓展至超市、便利店、餐馆及其他渠道；但与第三季度数据相关的公开信息并未指出哪些品牌带动了无醇啤酒销量增长，也未说明增长是否集中在特定地区或销售网点。

这给分析师和竞争对手留下了几个尚待解答的问题。在未披露起始基数的情况下，30%的增幅可能对应截然不同的商业现实。规模仍小的品类即使实现高增长，也可能不会实质性改变整体业务；而如果是在较大的基数上实现同等增幅，则可能意味着消费者需求发生了更显著的变化。现有信息无法判断属于哪种情况。

这一数字也不应被解读为价格或盈利能力增长的指标。销量增长仅表明市场上流通的产品增加了，并不能说明销售是否带来了更高利润率、平均价格是否发生变化，也无法反映公司是否增加了营销和分销投入以推动该业务发展。

尽管如此，报道中的业绩表明，无醇啤酒仍是Grupo Modelo在墨西哥业务的增长亮点。对于这样规模的啤酒生产商而言，在一个仍处于发展阶段的品类中实现两位数销量增长值得关注；不过，由于缺少绝对销量数据，目前无法判断这一增长势头在多大程度上改变了公司当季整体业务格局。