美国头部利口酒品牌截至9月销量增长1%

在烈酒市场放缓之际，99、Aperol、Cointreau和Soonhari增长，抵消其他品牌下滑，推动美国头部甜酒和利口酒品牌截至9月销量增长1%

2026年11月25日星期三



据Shanken News Daily于11月24日周二发布的数据，随着2026年临近最后几个月，美国规模最大的甜酒和利口酒品牌表现好于整体烈酒行业。

报告援引NABCA和Impact Databank的数据称，截至9月的九个月里，在美国酒类管制州销售的十大甜酒和利口酒品牌合计销量增长1%。按2025年美国出库量计算，这些品牌合计约为940万箱（每箱9升）。这一增幅虽不大，但在承压的烈酒市场中仍显突出。

市场回升并非普遍现象。包括99、Aperol、Cointreau和Soonhari在内的少数品牌实现增长，抵消了多个大型品牌的下滑。Sazerac旗下的99仍是该品类销量最大的品牌，2025年销量为189万箱；今年截至9月，其在管制州的销量增长7.9%。Spirit of Gallo旗下的Soonhari Soju在十大品牌中增速最快，达到30.9%；2025年美国销量为46.7万箱。

同期，其他销量较大的品牌在管制州市场有所下滑。DeKuyper是该细分品类的第二大品牌，2025年销量为173万箱，下降4.7%。销量为128万箱的Baileys下滑3.0%。Grand Marnier下降4.0%，RumChata则是十大品牌中降幅最大的，下跌12.1%。

近期的部分增长来自鸡尾酒潮流，这些潮流持续带动特定风格利口酒的需求。开胃酒饮用风潮和Spritz鸡尾酒提振了Campari Group旗下旗舰意大利品牌Aperol的需求。2025年，Aperol在美国销量增长5%，达到63.3万箱；今年截至9月，其在管制州的销量又增长3.2%。Shanken News Daily称，该品牌全球销量正接近1000万箱，全球年零售额超过30亿美元。

同属Campari Group旗下的Campari也受益于消费者对内格罗尼等经典鸡尾酒的兴趣。2025年，该品牌在美国的销量增长1.8%，达到24.6万箱。Campari Group还推出了更甜的开胃酒Sarti，主打Spritz饮用场景。这表明供应商正试图借势扩大需求，而非将其视为昙花一现的潮流。

Cointreau受益于其在玛格丽塔鸡尾酒中的应用。玛格丽塔是美国市场点单量最高的鸡尾酒之一。这款法国橙味利口酒2025年销量达到47.6万箱，今年截至9月在管制州增长6.7%，距离50万箱的关口更近一步。其母公司Rémy Cointreau也在拓展即饮产品。今年，公司在全国扩大了Cointreau Citrus Spritz的销售，推出橙味、血橙味以及柠檬青柠味两种产品，酒精度均为10.5%，750毫升装售价20美元。

随着Espresso Martini持续流行，咖啡风味利口酒在鸡尾酒文化中仍占有一席之地。Pernod Ricard旗下的Kahlúa在2025年销量增长1.1%，达到93.3万箱。尽管如此，该品牌今年截至9月在管制州的销量仍下降1.7%，反映出这一品类的复苏并不均衡。Pernod Ricard尝试通过拓展产品线来扩大Kahlúa的吸引力，例如推出Kahlúa Dunkin’ Caramel Swirl Cream。

Jägermeister也呈现出近期全国增长与今年管制州数据走势不一的情况。这款德国草本利口酒在2024年大幅下滑后，于2025年在美国的销量增长8%，达到95万箱；但截至9月，其在管制州的销量下降1.2%。Mast-Jägermeister US推出了Jägermeister Orange，试图拓宽品牌的饮用场景，从传统的冰镇纯饮拓展至调制饮品。

在Diageo，Baileys将产品开发重点放在满足寻求无乳制品选择的消费者需求上。去年春季，公司推出了以燕麦奶为基底的Coffee Toffee和Cookies and Creamy口味，进一步丰富其非乳制品产品线；该系列此前已有Almande。Diageo还于10月通过数字和社交媒体渠道推出Baileys全新广告宣传活动，主打节日季主题。

按销量排名位列前十之外的St-Germain，已成为该细分品类增长较快的品牌之一。报告称，Bacardi旗下的接骨木花利口酒2025年销量激增43%，达到25.6万箱，得益于Hugo Spritz的流行。Disaronno在美国销量为34.5万箱。该品牌更新了包装，采用更高、更轻的瓶型，并调整了标签配色；其销量仍高于疫情前水平。

对于饮料行业的生产商、分销商和零售商而言，这些数据揭示了即使整体烈酒市场放缓，哪些领域的消费者需求仍在增长。与特定鸡尾酒和饮用场景相关的品牌似乎最能吸引消费者，这可能影响未来几个月利口酒及其他争夺相同消费场景的酒类品种的产品组合、货架空间和促销投入。