啤酒销售商前25强中有19家10月销售走势改善

9月表现疲软后，美国零售啤酒需求似乎整体回暖。

2026年11月26日星期四



根据Brewbound对Circana旗下IRI Market Advantage+数据的报道，美国零售啤酒销量10月增长，多数大型供应商的销售走势较9月有所改善。

报道称，啤酒供应商前25强中有19家10月的销售走势好于上月。报告还指出，当月啤酒整体销量上升，表明9月之后整个品类的表现普遍回暖。

Brewbound将10月的结果描述为一个信号，表明酿酒商及其他啤酒供应商正在适应消费者需求变化，以及影响行业的正常季节性波动。报告汇总的数据表明，销量增长并非只集中在少数几家公司，而是遍及大部分领先供应商。

这一情况的意义不止于啤酒本身，因为美国啤酒市场是该国最大的饮料细分市场之一，也常被视为更

广泛的零售酒类需求的先行指标。10月表现走强，有助于制造商、进口商和分销商判断消费者的支出情况，并据此规划未来几个月的生产、发货和促销活动。

Brewbound提供的报告摘要未列出销售额或箱数，但趋势方向十分明确。前25强供应商中，超过四分之三的表现较9月改善，表明10月为该品类的许多大型企业带来了更好的销售环境。

Brewbound称，多项因素推动了这一改善，包括新品上市、营销活动以及各地区需求差异。这些因素表明，即使全国整体表现有所好转，市场在地方和品牌层面仍在不断变化。

进入10月，随着酿酒商进一步推出秋季产品阵容，并针对饮酒场景的变化测试新品，新品上市可能发挥重要作用。在这一时期，营销活动也可能产生较大影响：橄榄球赛季、社交聚会和天气转凉，往往会改变消费者的购买地点和选择。地区差异同样不可忽视，因为美国某一地区表现强劲，并不意味着其他地区也有同样的情况。

10月的表现也表明，供应商之间的业绩仍有明显差异，因此密切跟踪市场至关重要。19家供应商有所改善，也意味着前25强中仍有6家没有显示出较9月更好的走势。对酿酒商、批发商和零售商而言，这种分化凸显了市场竞争依然激烈，即使当月整体实现增长也是如此。

对饮料行业而言，这些数据或可帮助了解消费者在零售端的行为。如果啤酒销量走强，同时更多大型供应商表现改善，那么葡萄酒、烈酒和即饮饮料等相邻品类的企业也可能关注相关迹象，判断消费者是否更愿意消费或对促销活动作出响应。这并不能证明整个酒类市场走势一致，但有助于研判市场前景。

Brewbound表示，调查结果凸显了密切关注供应商业绩、以了解市场变化的重要性。随着酿酒商面临品牌忠诚度变化、产品创新、价格压力和地区需求差异，开展此类监测变得愈发重要。

报告还指出，10月的结果应促使行业参与者在制定市场定位决策时更加依赖数据分析。具体而言，这会影响企业如何配置库存、安排促销时间、确定重点产品，以及判断哪些市场存在增长空间。

10月的改善并不能确定今年余下时间的市场前景，但对于一个消费者偏好不断变化、竞争激烈的品类而言，这是一项更为积极的数据。对大型啤酒供应商来说，这个月表明美国零售市场仍有增长空间；对更广泛的饮料行业而言，这也为判断需求可能走向提供了又一项参考。