墨西哥进口啤酒和风味麦芽饮料引领 2024 年美国啤酒市场热门品牌排行榜

消费者偏好的转变推动了进口啤酒、硬茶和苹果酒的增长，而国产啤酒的地位则有所下降

2025年7月8日星期二



Impact Databank 发布了最新的啤酒、苹果酒和风味麦芽饮料（FMBs）"热门品牌 "榜单，重点介绍了 2024 年美国市场表现最佳的品牌。这份年度榜单发表在 6 月 1 日和 15 日出版的《影响力》杂志上，旨在表彰在整个啤酒行业充满挑战的一年中表现出强劲增长和影响力的品牌。

2024 年榜单包括 34 个品牌，其中 16 个是首次上榜。评选标准包括：在过去三年中实现两位数增长的成熟品牌、在2024年至少实现15%增长的品牌、去年至少实现5%增长且自2021年以来实现15%增长的同类前十名品牌，以及重要的新产品发布。

墨西哥进口啤酒继续在啤酒细分市场中占据主导地位，其中以星座品牌的 Modelo 为首，从 1.962

亿箱增长到 2.1 亿箱，增幅达 7%。另一款星座进口啤酒 Pacifico 也大幅增长了 21.5%，达到 2520 万箱。Modelo Chelada 也进入了前五名，增幅为 5%。

国产啤酒也出现在榜单上，但并不那么突出。来自 Molson Coors 的 Coors Banquet 增长了 11%，达到 2,620 万箱。波士顿啤酒公司（Boston Beer Company）的 "扭曲茶"（Twisted Tea）以 10.5% 的增幅领跑 FMB 类别，达到 4700 万箱。

FMB和硬苹果酒占了新进品牌的大部分，这反映了消费者对风味饮料和替代饮料的偏好正在发生变化。在 34 个获奖品牌中，有 22 个是 FMB 或苹果酒，其中 14 个是今年新上榜的。这一变化凸显了这一细分市场的口味变化之快。

报告还指出，虽然墨西哥进口啤酒依然强劲，但与前几年相比，其增长率正在放缓。在 2024 年的热门品牌中，进口啤酒的数量以七比五超过了国产啤酒。去年上榜的 13 个品牌跌出榜单，其中 9 个品牌的销量有所下降。

随着啤酒营销人员将目光投向传统产品之外，无酒精啤酒和硬茶等新兴细分品类正受到越来越多的关注。Athletic Brewing 的无酒精啤酒和 Modelo Ranch Water 的表现都比去年有所改善。

这些趋势背后的完整分析和数据可供《影响力》订户查阅。调查结果表明，美国人的饮酒习惯正在发生变化，饮料酒行业在口味和形式上的创新日益重要。