vinetur

新西兰葡萄酒出口量增长6%，至3.062亿升

出口额仍接近NZ $2.1bn，显示生产商在艰难的全球市场中承受定价压力

2026年9月23日星期三



过去一年里，新西兰葡萄酒出口量有所增加，而出口收入几乎没有变化，这表明生产商正向竞争激烈的全球市场销售更多葡萄酒，却未能看到相应的价值增长。

根据 New Zealand Winegrowers 的最新年度报告，截至2026年6月的12个月里，新西兰出口葡萄酒3.062亿升，高于上一年同期的2.888亿升。按体积计算增长了6%。不过，出口额基本持平，约为NZ $2.1bn，仅略高于前一个12个月周期记录的NZ $2.098bn。

该行业组织表示，总销售额增长8%，主要受出口增长推动，使2026年6月这一结果成为新西兰葡萄酒有记录以来按截至6月年度统计的第二高水平。上述数据出现在该组织所称的葡萄酒生产商面临挑战性的全球和国内环境之际。

New Zealand Winegrowers表示，在关键海外市场，新西兰葡萄酒的表现继续好于更广泛的葡萄酒品类。出口仍是该行业商业模式的核心，约占新西兰葡萄酒总销量的90%。对海外市场的这种依赖意味

着，国外需求、定价和贸易政策的变化会迅速影响国内的种植者、酒庄和分销商。

报告指出，在多个主要目的地都出现了强劲表现，包括美国、英国、加拿大、澳大利亚和中国。中国录得增幅最为显著之一，在该市场的新西兰葡萄酒出口在这12个月里增长了72%。对韩国的发货量也上升了20%。

New Zealand Winegrowers主席 Fabian Yukich 表示，过去一年全球葡萄酒行业整体都很艰难，但新西兰生产商展现了韧性，并持续根据当前状况调整业务。他的评论反映出，该行业正努力在国际葡萄酒市场经历一段压力期后，使供应更紧密地贴合需求。

这种调整也体现在生产端。2026年份的收成约为44万吨，比上一年减少15%。该行业组织表示，较低的产量使生产与当前市场需求更趋平衡，并支持对可持续增长的长期关注。

对于葡萄酒及其他饮料公司来说，这组新的出口数据可能同时传递两个信号。装运量上升表明，新西兰葡萄酒仍在疲弱的全球市场中找到买家，并在多个国家的传统基础之外继续扩张。但尽管销量增加，出口额的变动有限，也可能意味着定价、产品结构或两者都承受压力，这对更广泛饮料贸易的利润率都很重要。

市场结构也表明，分散化对新西兰生产商而言正变得越来越重要。虽然美国和英国等成熟市场依然关键，但中国和韩国更快的增长显示，亚洲需求正成为出口版图中更重要的一部分。这不仅关系到葡萄酒生产商，也关系到跟踪各类饮料消费需求变化的进口商、批发商和零售商。

New Zealand Winegrowers还强调，最近签署的 New Zealand-India Free Trade Agreement 为该行业提供了一个长期机会。该协定规定将逐步降低新西兰葡萄酒的关税，这可能有助于进入一个由于高额进口关税而长期对外国葡萄酒出口商较为艰难的市场。任何商业收益都很可能取决于关税削减生效的速度，以及生产商如何在印度仍处于发展中的葡萄酒市场进行定位。

最新数据表明，这个行业在海外销量方面仍在增长，尽管收入增长已明显放缓。实际操作上，这让新西兰酒庄处于全球许多饮料生产商熟悉的境地：销售更多产品、严重依赖出口，并试图在需求不均、竞争激烈的市场中守住价值。