法国对日本烈酒出口在2026年上半年下降2%

法国对日本烈酒出口在2026年上半年下降2%，与同期法国整体农食出口增长3.3%、达到6.52亿欧元形成对比，国库总局数据显示。

2026年9月24日星期四



法国对日本的烈酒出口在2026年上半年下降2%，法国国库总局周四公布的数据表明，尽管法国更广泛的食品和农产品对日出口继续增长，这一关键亚洲市场仍显疲弱。

这一降幅涵盖1月至6月。国库总局称，该数据基于法国海关数据和 Trade Data Monitor。该发布并未提供烈酒类别的欧元金额、装运量或平均出口价格，因此除报告的2%降幅外，无法核实更多细节。

烈酒的疲软与法国对日农食贸易的整体趋势形成对比。国库总局称，同一六个月期间，法国对日本的农食产品出口总额增长3.3%，达到6.52亿欧元。该更广泛的数字包括多类食品和农产品，不应被视为酒精饮料表现的衡量标准。

之所以重要，是因为日本被视为高价值进口商品市场，包括酒精饮料在内。法国生产商长期将日本视

为重要目的地，许多品牌产品在当地往往能获得比其他一些出口市场更高的利润率。因此，烈酒出口哪怕只是小幅下滑，也可能引发与其规模不成比例的关注。

国库总局的通报没有说明哪些产品导致了这一下降。它没有区分干邑、白兰地、威士忌、金酒或其他烈酒，也没有说明下滑反映的是销售额下降、装运量下降，还是两者兼有。在缺乏这些细节的情况下，无法判断出口商是卖出的瓶数更少、接受了更低价格，还是受到产品结构变化影响。

该发布也未给出下降原因。它没有提供与消费者需求、汇率变动、库存周期、分销变化或其他供应商竞争相关的解释。因此，报告中的2%变动更像是一个方向性指标，而非市场状况的完整图景。

烈酒装运下滑与农食出口增长之间的对比表明，这一放缓更可能是该类别的特定现象，而非法国对日销售整体走弱的一部分。这也凸显出，仅凭头条贸易总额得出结论的风险。整体食品和农产品出口的增长，可能掩盖单个产品组的压力，尤其是在品牌定位、定价和库存决策可使业绩在相邻半年间发生变化的品类中。

如果没有类别细分，酒精饮料贸易数据也很难解读。在高端细分市场，出货产品结构的轻微变化就可能显著影响出口额。即便高端品牌仍然坚挺，某个市场也可能在总量上显得疲弱；反之，如果销量保持稳定但定价走软，也可能出现相反情况。国库总局的通报没有提供足够信息来区分日本市场中的这些可能性。

不过，周四公布的数据仍然初步显示，在2026年上半年，法国烈酒在日本的表现未能跟上更广泛农食部门的步伐。对于关注亚洲成熟进口市场的出口商和分析人士来说，这一数字表明，在法国与日本之间更广泛的双边食品贸易仍在扩张之际，存在一个具体的疲软领域。