vinetur

法国2026年上半年葡萄酒出口额下降2.2%

出口量下降1.5%，至6.189亿升，其中瓶装葡萄酒占据了大部分跌幅。

2026年9月25日星期五



根据西班牙葡萄酒行业间组织（OIVE）援引 Trade Data Monitor 数据审阅的法国海关数据，法国在2026年上半年葡萄酒出口额和出口量均有所下降。海外销售总额为54.1亿欧元，较2025年同期下降2.2%；出口量下降1.5%，至6.189亿升。疲弱表现也使平均出口价格下降0.7%，至每升8.74欧元。

尽管整体下滑范围广泛，法国葡萄酒对外贸易仍高度集中在包装葡萄酒上，这一类别包括起泡酒、瓶装静止葡萄酒和盒中袋（bag-in-box）形式。上半年，这些产品合计出口额为53.2亿欧元，下降2.1%；出口量小幅下降0.7%，至5.589亿升。包装葡萄酒的平均价格下降1.3%，至每升9.52欧元。

在这一组别中，起泡酒表现最佳。法国出口起泡酒价值19.1亿欧元，增长2.6%；出口量增长6%，至9,940万升。由于出货量增幅快于收入，平均价格下降3.2%，至每升19.19欧元。尽管如此，起泡酒仍是唯一一个在价值和数量上均实现增长的主要包装葡萄酒类别。

法国葡萄酒出口业务中占比最大的部分——2升以下容器装的瓶装葡萄酒——是整体下滑的主要来源。

该类别销售额按价值下降4.7%，至33.2亿欧元；按数量下降2.1%，至4.3243亿升。平均价格为每升7.68欧元，下降2.7%。该类别仍是法国葡萄酒出口迄今最大的收入来源，因此其走弱对全国总额产生了远超其规模的影响。

盒中袋葡萄酒在价格走势上则相反。出口收入增长5.6%，至9,081万欧元，尽管出口量下降2.3%，至2,708万升。平均价格上涨8.1%，至每升3.35欧元。这使其成为少数几个价格上升足以抵消销量下降的类别之一。

散装葡萄酒继续只占法国葡萄酒出口很小一部分，并且也出现回落。出货总额为8,889万欧元，下降7.9%；出口量下降8%，至5,995万升。平均价格几乎持平，为每升1.48欧元，仅上涨0.1%。这些数字表明，与高价值的包装产品相比，散装葡萄酒仍只是法国出口结构中的边缘部分。

美国仍是法国葡萄酒按价值和按数量计最大的海外买家，但市场呈现分化走势。上半年对美出口额达10.1亿欧元，同比下降9.8%；出口量则增长4.3%，至9,530万升。这两种增速之间的差距表明，法国在其最大市场上的每升回报有所下降。

英国按价值位居第二。法国葡萄酒对英销售增长3.8%，至7.046亿欧元；出口量增长8.5%，至7,670万升，使英国市场成为按数量计第三大目的地。德国按价值位列第三，达3.338亿欧元，下降11.3%；按数量位列第二，达7,880万升，下降6.1%。

法国对日本葡萄酒出口额维持不变，为2.925亿欧元，尽管出口量下降2.4%，至2,140万升。比利时也出现下滑，采购额按价值下降4.7%，至2.904亿欧元；按数量下降6.9%，至5,680万升。

在按价值排名的其他主要市场中，加拿大进口法国葡萄酒2.393亿欧元，下降4.5%；瑞士为2.33亿欧元，下降12%。新加坡表现突出，增长8.4%，进口额升至2.29亿欧元。荷兰小幅增长0.9%，至2.073亿欧元。香港在前十大价值市场中涨幅最大，进口额增长17.8%，至1.791亿欧元。

按数量计算，在美国、德国和英国之后，下一批最大目的地依次为比利时的5,680万升和荷兰的4,870万升。加拿大进口3,160万升，瑞典2,430万升，日本2,140万升，瑞士1,820万升，中国1,410万升。除前三大数量市场外，上述所有目的地购买的升数均少于2025年上半年。

数据也显示出法国葡萄酒出口的长期变化。就包装葡萄酒而言，2026年上半年的出口额低于一年前的54.3亿欧元，也明显低于2023年达到的59.7亿欧元。按数量计算，跌势更为持续。包装葡萄酒出口量从2021年上半年的6.318亿升降至2026年同期的5.589亿升。

在这段时间里，散装葡萄酒的收缩更为明显。2021年上半年，法国出口散装葡萄酒价值1.417亿欧元、数量9,510万升。到2026年上半年，这两个数字已降至8,890万欧元和5,990万升。该趋势表明，法国葡萄酒出口行业面临的压力不仅来自2026年的短期市场变化，也来自数年来出口量的更广泛侵蚀，包括那些曾为其对外贸易提供更大规模的品类。