vinetur

意大利120家最大葡萄酒公司2025年营收下降1.4%

尽管销售额达90亿欧元，它们的表现仍优于整体行业下滑，头部企业占据了64.3%的营业额。

2026年9月29日星期二



根据《晚邮报》基于意大利葡萄酒联合会（Unione Italiana Vini）观察站行业数据发布的一项分析，意大利最大的葡萄酒公司在2025年销售下滑，但仍优于整个意大利葡萄酒行业。

2025年，意大利120家最大的葡萄酒企业合计营收略高于90亿欧元，较2024年下降1.4%。其出口总额为52亿欧元，下降1.9%；在意大利国内的销售额为38亿欧元，下降0.6%。按这些四舍五入后的总额计算，降幅约相当于营收减少1.28亿欧元，出口减少约1.01亿欧元，国内销售减少约2300万欧元。

即便如此，最大型生产商的表现仍好于整体市场。按估算，意大利葡萄酒行业2025年总营收为140亿欧元，这意味着前120家公司占据了该行业64.3%的营业额。更广泛的市场营收下降3.4%，出口下降3.7%，国内销售下降3.1%。这意味着，营收方面头部企业比行业整体高出2.0个百分点，出口高

出1.8个百分点，在意大利国内销售高出2.5个百分点。

这些数据表明，在行业承压之际，规模带来了一定的防御效应。榜单包括80家私人企业和40家合作社。它们合计占据了2025年意大利葡萄酒出口的66.8%和国内市场的61.2%。换言之，最大型集团并未免受需求疲软影响，但它们受到的冲击小于行业中规模较小的部分。

《晚邮报》的分析将这一结果描述为市场核心经历了艰难的一年。营收、出口和国内销售这三项主要指标同时下滑，发生在许多大型生产商此前已在国内外扩大市场覆盖之后。数据表明，规模、广泛分销和出口多元化提供了一定保护，但不足以避免收缩。

最大公司排名也显示，市场上游的集中度已相当高。Cantine Riunite & Civ以6.351亿欧元营收位居第一。其后依次是Argea，营收4.62亿欧元；Italian Wine Brands，3.959亿欧元；Caviro，3.513亿欧元；以及Marchesi Antinori，2.63亿欧元。接下来的五家公司分别是Herita Marzotto Wine Estates，2.467亿欧元；Cavit，2.422亿欧元；La Marca Vini e Spumanti，2.34亿欧元；Collis Veneto Wine Group，2.2亿欧元；以及Fratelli Martini，2.18亿欧元。

名单还显示，营收超过1亿欧元的主要经营者群体规模不小。除前十名外，营收超过2亿欧元的公司还包括Terre Cevico、Gruppo Mezzacorona和Mack & Schühle Italia。《晚邮报》称，“超过1亿欧元”组别共有27个品牌。该群体包括Zonin 1821、Tenute Piccini、Mionetto、Frescobaldi、Schenk Italian Wineries、Gruppo Lunelli、Villa Sandi和Bottega等。

行业压力也已波及一些业内知名公司。《晚邮报》指出，Zonin 1821的情况表明，这轮下行已延伸至榜单顶部。该公司正在威尼斯法院进行协商式危机程序，正讨论出售其全部或部分庄园。

在私人装瓶商中，Argea按数量排名第一，投放市场的瓶数达1.65亿瓶。Italian Wine Brands以1.587亿瓶紧随其后，Mack & Schühle Italia为8260万瓶。Contri Spumanti、Schenk Italian Wineries和Zonin 1821也位列主要私人装瓶商之列。

2025年的榜单新增6家企业。最大的新入榜者是来自皮埃蒙特的Perlino，营收5670万欧元。其后依次是Gruppo Rocca Vini，3210万欧元；Canelli的Bosca，2480万欧元；Barolo的Vite Colte，2290万欧元；Cantina di Ruvo di Puglia，1100万欧元；以及Domini Castellare di Castellina，1030万欧元。

该行业领军企业的疲弱表现，与意大利葡萄酒整体需求低迷的更大图景相符。Sky TG24援引同一份《晚邮报》分析及其他行业报告称，Valoritalia的《年度报告》显示，优质葡萄酒各类别销售下滑，酒窖库存增加了15%。Valoritalia的数据还显示，2025年的装瓶量较前一年下降2.1%，并在2026年前五个月进一步下降5.4%。

更广泛的报告还显示，这一低迷并未在不同产品之间均匀展开。2025年，DOC和DOCG葡萄酒平均增长约1%，而IGT葡萄酒下滑11%。起泡酒上涨1.7%，桃红葡萄酒增长5.7%，静止白葡萄酒上升6.3%，而红葡萄酒则下跌超过13%。这些差异有助于解释，为何一些在起泡酒或更高价值产区中地位更强的集团，可能比其他企业更能抵御放缓。

国内消费趋势也有助于解释意大利销售承压的原因。根据Sky援引Uiv-Vinitaly观察站的数据，意大利饮酒者略低于3000万人，约占人口的55%。过去5年里，这一总体基数一直稳定，但饮酒习惯发生了

变化。每日饮酒者的占比下降，尤其是在年长消费者中，而偶尔饮用变得更常见。如今，61%的意大利葡萄酒消费者偶尔饮酒，39%每天饮酒，与20年前的格局正好相反。