vinetur

尽管通胀加速，意大利葡萄酒价格9月仍下跌2.3%

Istat称消费者价格同比上涨4.2%，让酒庄在需求走弱和成本上升的双重挤压下承压。

2026年10月1日星期四



意大利9月消费者价格大幅上涨，而零售葡萄酒价格却继续下滑，这进一步加大了本已面临需求疲软和更高运营成本的酒庄压力。

意大利国家统计局Istat发布的初步通胀数据显示，9月全国消费者价格指数较8月上涨0.7%，较2025年9月上涨4.2%。这意味着较8月记录的3.3%年率明显加速。

与此同时，葡萄酒走势则相反。根据Unione Italiana Vini，简称UIV，引述的同一初步估计，葡萄酒价格较8月下跌0.3%，同比下跌2.3%。

意大利葡萄酒贸易协会UIV表示，整体消费者通胀与葡萄酒价格下跌之间的差距已成为该行业的严重警示信号。该组织周四发布声明称，这一趋势提高了零售层面葡萄酒通缩的风险，也就是说，尽管许

多成本仍在上升，生产商却被迫在货架价格持续下滑的市场中销售。

根据Istat的初步数据，9月整体通胀上升主要由能源和食品类别推动。受管制能源价格的年增速从8月的18.6%加快至25.9%，非受管制能源则从17.0%升至22.2%。未经加工食品也有所回升，在上月增长3.8%之后又上涨5.5%。

家庭支出的其他部分也变得更贵。娱乐、文化和个人护理服务价格同比上涨2.9%，高于8月的2.6%；交通相关服务则增长1.6%，而一个月前为0.8%。

在这样的背景下，葡萄酒价格的下跌尤为突出，因为这表明该行业并未把更高成本转嫁给消费者。UIV表示，意大利酒庄正受到更低价格和消费疲软持续影响的双重压制，后者也在拖累销量。

该协会称，这种局势可能对葡萄酒行业造成不稳定影响。它表示，价格下跌和需求疲软的组合可能压缩整个供应链的利润空间，并增加行业收缩风险。UIV还呼吁公共机构采取行动，以防止局势进一步恶化，并警告如果情况恶化，可能出现失业和农业用地被弃耕。

9月数据延续了该协会所称已持续数月的趋势。虽然通胀重新成为意大利经济讨论的焦点，但葡萄酒在商店货架上的价值仍在流失。对生产商而言，这意味着一个艰难环境：劳动力、能源、物流、包装和农业投入成本可能继续承压，但最终销售价格却未能反映这些上涨。

这种背离在一个葡萄酒是重要农业和出口产品的国家尤为关键，而许多生产商又是规模有限的中小企业，难以承受长期利润空间压缩。货架价格下降短期内可能有利于消费者，但如果这一趋势持续而成本仍居高不下，生产商可能不得不削减投资、减少产量，或重新考虑定价和促销策略。

这一变化对葡萄酒之外的领域也很重要。在更广泛的饮料市场中，葡萄酒价格长期下行可能加剧零售竞争，并对啤酒、烈酒和其他饮料类别的商业决策施加压力。如果某一大类产品持续打折，而投入成本仍然高企，就会影响整个行业的利润空间、促销和品牌定位，尽管其全面影响仍未完全显现。

UIV的警告出现在许多欧洲饮料生产商试图在成本通胀与谨慎消费之间寻求平衡之际。在这种情况下，意大利数据表明，葡萄酒可能正在进入与消费篮子其他部分不同的阶段，价格不是上涨，而是在走弱。

该协会的声明依据的是Istat9月的初步估计，这些数据在最终统计公布前提供了通胀趋势的早期读数。即便如此，当前数字之间的反差依然鲜明：意大利消费者价格正再次加快上涨，但葡萄酒却变得更便宜。对酒庄而言，这意味着通常的通胀叙事并不以同样方式适用于这个国家最重要的饮料行业之一。