vinetur

加州近半酿酒葡萄在未签购销合同的情况下进入采收季

五年来葡萄酒销量下滑逾20%，种植者只能承受亏损，或任由葡萄留在藤上。

2026年10月5日星期一



葡萄酒消费大幅下滑，导致加州大量酿酒葡萄没有签订购销合同。面对果实过剩、买家不足的局面，加州酿酒葡萄种植者正进入今年的采收季。

KQED报道称，加州葡萄酒产区的种植者正艰难销售葡萄。该州葡萄酒产量约占美国总产量的80%，但随着消费者饮酒习惯发生变化，葡萄酒销量持续下滑。该电视台称，过去五年葡萄酒销量下降了逾20%。Wine Business也报道称，进入美国市场的加州葡萄酒数量减少了约25%。

市场低迷正让种植者在这个关键的季节节点面临艰难抉择。Newser报道称，加州约有一半的酿酒葡萄在没有购销合同的情况下进入采收季。许多农户因此不得不决定：任由葡萄留在藤上、即便亏损也要采收，还是开始将土地转种其他作物。

第三代酿酒葡萄种植者Bill Berryhill告诉Newser：“这真让人难受。你种出一季漂亮的葡萄，今年的年份也确实很好，最后却只能把葡萄扔在地上。太令人难过了。你所有的心血都白费了。”

供过于求的问题，发生在需求曾短暂走向相反方向之后。Newser称，疫情期间，封控促使消费者囤酒，加州葡萄酒销量因此达到峰值。此后，随着年轻成年人减少饮酒，销量持续下滑；他们给出的原因包括健康顾虑和家庭预算趋紧。

由此形成的市场，销量虽在收缩，消费者在产品上的支出却有所增加。Wine Business报道称，葡萄酒销售总额增长3%，超过1,150亿美元；但市场销量下降4%，至3.62亿箱（每箱9升）。这意味着售出的葡萄酒瓶数减少了，但平均价格更高。

行业数据也显示，生产体系内部正承受压力。据Wine Economist统计，今年迄今美国酒庄总数下降了3%。这一降幅虽不大，却表明需求走弱的影响已超出零售销售，波及行业内仍在经营的企业数量。

BMO葡萄酒与烈酒业务董事总经理兼负责人Adam Beak表示，行业面对的是更深层的变化，而非需求的短暂停顿。据报道，Beak说：“我们看到的不是暂停，而是一次重整。价格上涨维持了市场总价值的高位，却掩盖了消费量的结构性下滑：饮用葡萄酒的人变少了，饮用频率也降低了。”

他还表示，供应正在收缩，分销格局不断变化，直面消费者的销售也不再像过去那样增长。在他看来，调整定价、包装和市场销售渠道的酒庄，将比那些等待消费者行为恢复以往模式的酒庄更具优势。

对种植者而言，这些更广泛的市场变化正转化为迫在眉睫的财务压力。酿酒葡萄是生长周期较长的作物，葡萄园需要经过多年投入才能进入稳定产出阶段。农户无法像其他农业领域那样迅速调整产量；不采收果实，就意味着数月劳作和投入成本无法带来收入。即使采收，如果买家开出的价格无法覆盖种植和采摘成本，也可能进一步加重亏损。

加州在葡萄酒业中的分量，使这一压力尤为重要。当地需求走弱，可能进一步压低主要产区的葡萄价格，也可能迫使酒庄削减产能、推迟扩张或调整采购计划。加州处于美国葡萄酒生产的核心位置，也是更广泛饮料贸易的重要供应地，因此，如果供需失衡持续，随着企业重新评估库存和消费者策略，影响可能波及分销商、零售商及相关酒类品类。

当前供应与签约需求之间的缺口，也引发了有关葡萄园面积需要多快调整的问题。一些种植者可能会决定拔除葡萄藤、改种更具韧性的品种，或转种需求更稳定的其他作物。这些决策成本高昂、耗时较长，尤其是在土地、水和劳动力成本已经高企的地区。

与此同时，市场信号相互矛盾，令规划更为复杂。货架价格上涨支撑了相对强劲的销售总额，却未能扭转饮酒频率下降的趋势。这让种植者和酒庄更难判断，市场低迷会在较低水平企稳，还是会继续侵蚀葡萄酒常规消费者群体。

目前，许多种植者只能在不确定中迎接采收季，手上没有明确订单。在合同往往决定一季收成能否盈利的行业里，买家缺位迫使农户做出几年前难以想象的决定；当时葡萄酒需求看起来强劲得多，种植葡萄也仍是一项收益稳定的业务。