vinetur

全球散装葡萄酒贸易额12个月内下滑11.8%

贸易量下降10.3%，至3,000万百升；西班牙仍在低利润出口市场中保持领先地位。

2026年10月5日星期一



据Gambero Rosso公布的数据，2025年4月至2026年3月的12个月间，全球散装葡萄酒贸易大幅收缩，销售额下降11.8%，贸易量下降10.3%。同期贸易总额为23.3亿欧元，贸易量为3,000万百升，显示出葡萄酒行业主要大宗贸易渠道之一明显遇冷。

Gambero Rosso表示，在葡萄酒出口整体下滑的背景下，散装葡萄酒是受影响最大的细分领域。数据显示，与出口业务的其他部分相比，以大型容器运输、随后再进行装瓶或调配的葡萄酒销售放缓得更为明显。尽管市场下滑，西班牙仍保持领先地位，在这一受到生产商、贸易商、装瓶商和大型零售商密切关注的细分市场中继续发挥核心作用。

这些数据意义重大，因为散装葡萄酒是大型产区以及依靠薄利多销的企业的重要销售渠道。此类贸易走弱，可能令价格承压、利润空间收窄，并减少依赖向海外大量销售的生产商的商业销路。这对西班牙等国家尤其重要，散装葡萄酒长期以来一直是其出口战略的重要组成部分；不过，影响也可能波及其他在同一市场竞争的葡萄酒生产国。

贸易额降幅大于贸易量降幅，也表明价格有所走软，而不仅仅是出货量减少。由于贸易额降幅略高于贸易量降幅，期内每单位葡萄酒交易的平均回报似乎有所下降。在这一买家对价格高度敏感、大额合同可能迅速转向其他供应商的细分市场中，即使平均价格仅小幅变动，也会影响整个供应链的收入。

按当前总量计算，期内全球散装葡萄酒贸易的均价略低于每百升78欧元。这凸显了与在原产地销售的瓶装葡萄酒相比，散装葡萄酒业务价格较低的特点。进口商削减订单、零售商寻求更便宜的采购渠道，或库存变得更难清理时，这一细分市场往往最先感受到压力，原因之一正在于此。

西班牙能够保持领先地位意义重大，因为该国在很大程度上影响着市场走向。西班牙的大宗供应量会对本国以外地区的供应和价格产生影响。市场低迷期间，领先供应国仍占主导地位，竞争者在维护市场份额或稳定价格时可能面临更严峻的局面。与此同时，西班牙的市场地位并不能使其免受最新数据所反映的整体收缩影响。

散装葡萄酒常用于自有品牌项目、入门级产品、调配，以及在目的地市场附近进行包装。因此，它在更广泛的饮料行业中占有重要位置，受影响的不仅是酒庄，还有进口商、装瓶商和连锁超市。贸易放缓可能波及采购计划和库存管理，尤其会影响依赖灵活采购、而非销售绑定单一品牌或产区的瓶装酒的企业。

此次贸易下滑之际，许多葡萄酒生产商本已面临更加艰难的出口环境。现有数据并未按每个国家或价格细分市场列出表现，但总体结果显示，散装葡萄酒品类承受的压力尤为突出。对于业务依赖这一市场的企业而言，贸易量走弱可能导致库存周转放缓，并减少在海外市场销售剩余葡萄酒的渠道。

新数据还凸显了散装葡萄酒与高价值瓶装酒出口之间的差异。散装运输高度依赖规模、物流成本和价格竞争力，因此一旦买家减少采购，该细分市场就可能迅速恶化。依赖散装葡萄酒的生产商，往往不像以较高价格销售品牌瓶装酒的企业那样有空间保护利润率。

对整个饮料行业而言，此次下滑再次表明，低价葡萄酒渠道也难以避免国际饮料市场普遍承受的压力。如果疲软态势持续，可能影响下一销售周期前的合同谈判、采购模式，以及供应商和买家的定价策略。