vinetur

勃艮第出口出货量达1.002亿瓶，收入却有所下降

红葡萄酒需求疲软，Côte-d’Or特级园葡萄酒下滑12%，推动勃艮第出口额降至16.3亿欧元。

2026年10月7日星期三



截至7月的12个月里，勃艮第葡萄酒出口量有所增长，但随着红葡萄酒表现疲软、起泡酒Crémant持续扩大市场份额，该地区的收入反而减少。

勃艮第葡萄酒委员会（Comité des Vins de Bourgogne）的数据显示，截至2026年7月的一年间，这个法国葡萄酒产区的出口量增长2.3%，超过1.002亿瓶（每瓶750毫升）。然而，出口额下降2.4%，至16.3亿欧元。按上述总量计算，出口葡萄酒的隐含平均单瓶价值约下降4.6%；不过，该行业组织并未公布直接的平均价格数据，而且这一计算可能受到多种因素影响，包括定价、目的地市场、年份以及所售不同法定产区葡萄酒的占比变化。

这些数据表明，在勃艮第葡萄酒买家偏好也发生变化之际，销量与销售额之间的差距正在扩大。静止葡萄酒销量下降1.3%，至1.66亿瓶，较上一年减少约220万瓶。若计入Crémant de Bourgogne，总销量则几乎持平，仅增长0.05%，接近2亿瓶。这表明，起泡酒正日益弥补该地区产品组合中其他品类需求走弱带来的影响。

红葡萄酒受到的压力最为明显。同期，勃艮第红葡萄酒销量下降4.9%，Côte-d’Or特级园红葡萄酒则下滑12%。白葡萄酒走势相反，但增幅有限，增长0.4%至1.16亿瓶。Crémant增幅最为突出，增长6.5%。其在勃艮第葡萄酒总销量中的占比已升至17%，高于2021年的12%，五年间提高了5个百分点。

这一转变关系到该地区整体收入走势，因为勃艮第的声誉及其部分最高端的价格，长期以来都与顶级法定产区的红葡萄酒紧密相连。当这些葡萄酒销售放缓时，即使瓶装酒出货量持平或增长，也未必能守住总销售额。最新数据表明，出货量有所增加，但产品组合对收入的贡献不如以往。

按出口额计算，勃艮第最大的出口市场美国，在该行业组织提及的主要目的地中跌幅最大。截至7月的12个月里，当地销售额下降21.2%，至2.924亿欧元。英国则呈相反走势，销售额增长3%，达到2.4337亿欧元。意大利增速更快，出口额增长21.1%，出口量增长15.4%。

不同目的地市场的表现进一步凸显了该地区正处于转型之中。美国市场大幅下滑影响显著，因为美国买家一直是高端勃艮第葡萄酒的重要需求来源，其中包括价格较高的红葡萄酒。英国和意大利市场的增长缓冲了这一下滑，但仍不足以阻止出口总额下降。

库存也有所减少，但降幅不大。勃艮第葡萄酒库存较上年下降2.3%。白葡萄酒库存相当于略多于一年的销量，红葡萄酒库存则接近两年的销量。这一差异凸显了该地区两大主要品类当前供需失衡的状况。白葡萄酒销售较为平稳，而相对于销售速度，红葡萄酒库存仍然较为充足。

对生产商和酒商而言，这些数据表明，市场并非只是全面放缓，而是买家似乎正在重新分配对勃艮第不同品类的需求。起泡酒的地位日益上升，白葡萄酒表现相对稳健，红葡萄酒，尤其是Côte-d’Or高端红葡萄酒，则势头减弱。与此同时，出口量仍在增长，说明尽管出口产品的价值构成正在变化，勃艮第仍在海外市场持续找到买家。

勃艮第葡萄酒委员会（Comité des Vins de Bourgogne）的数据涵盖截至2026年7月的12个月内的销售、出口和库存，计量单位为750毫升瓶数、欧元和百分比。数据显示，该地区正面向一个更看重品类构成、而非仅看整体销量的市场：Crémant的重要性日益上升，而曾经是价值增长核心的红葡萄酒正面临更大压力。