vinetur

# 低价散装酒出货增加，阿根廷葡萄酒出口收入下滑

1月至10月葡萄酒出口量增长5.4%，达到1.6916亿升，但FOB收入下降2.6%，至5.4038亿美元

2026年11月11日星期三



今年前10个月，阿根廷葡萄酒出口量增加，销售收入却有所减少，原因是低价散装酒出货增长，抵消了瓶装酒出口疲软的影响。

据阿根廷国家葡萄栽培研究所（INV）数据，1月至10月葡萄酒出口量达到1.6916亿升，较2025年同期增长5.4%；FOB口径出口收入则下降2.6%，至5.4038亿美元。根据SIM-INV数据库编制、更新至11月2日的10月外贸报告指出，这些数据仍为初步统计，可能因迟报或更正而发生变化。

出口量与收入之间的差距较大。阿根廷比上年同期多出口861万升，但收入少了1447万美元。出口平均价格从2025年同期的每升3.46美元降至3.19美元，跌幅为7.6%。

出口量净增部分全部来自散装酒。散装酒出货量增长30.6%，达到4760万升，比上年同期增加1115万升。但由于平均价格从每升0.96美元降至0.79美元，跌幅达17.8%，散装酒销售收入仅增长7.4%，至3758万美元。同期，散装酒占阿根廷葡萄酒出口量的28.1%，高于上年同期的22.7%，但创造的收入仅占葡萄酒出口总值的约7%。

报告中称为fraccionado的包装酒仍贡献了几乎全部出口收入，收入达5.028亿美元，约占总额的93%，但较上年同期下降3.3%。该类别出口量下降2.1%，至1.2156亿升；平均价格下滑1.3%，至每升4.14美元。包装酒收入减少1706万美元，远高于散装酒收入增加的260万美元。

白葡萄酒贡献了出口量增幅的大部分。白葡萄酒出货量增长29.5%，达到3414万升，但收入仅小幅增长1.2%，至8487万美元。增量主要来自散装白葡萄酒，其出口量大增176.4%，达到1217万升。瓶装白葡萄酒出口量基本持平，为2197万升，仅增长0.03%。

按类别划分，品种酒仍是阿根廷葡萄酒出口业务的核心，占出口总值的88.2%，收入为4.7661亿美元，较2025年同期下降2.8%。出口量增长1.1%，达到1.38亿升，但平均价格下跌3.9%，至每升3.45美元。品种酒中，包装酒出口收入为4.4306亿美元，下降3.1%；散装品种酒收入增长1.6%，至3355万美元。

未标注葡萄品种的葡萄酒，其出口量与收入之间的差距更大。该类别出口量增长33.5%，达到2573万升，但收入下降3.2%，至4023万美元。由于该类别散装酒出货量接近原来的三倍，平均价格下跌27.5%，至每升1.56美元。起泡酒的出口量和收入均有所增长，但增幅不同：出口量达到540万升，增长12%；收入为2331万美元，增长1.3%；平均价格则下降9.5%，至每升4.32美元。

瓶装酒仍是包装酒的主要形式。瓶装酒占包装酒出口量的96.8%，为1.1767亿升，下降1.6%。Tetra Brik包装出口量下降16.3%，至370万升。盒中袋包装出货量增长320.5%，但基数很小，出口量达到16.6万升，仅占包装酒出口量的0.1%。

尽管未能扭转葡萄酒累计收入的下滑，10月的表现仍改善了年内迄今的数据。阿根廷10月出口葡萄酒价值6809万美元，较2025年10月增长19.3%；出口量为2185万升，增长28%。这是连续第二个月实现同比收入增长，此前9月增长17.8%。此前7月和8月收入分别大幅下滑43.8%和27.3%。根据报告的月度数据，9月和10月合计收入较上年同期多出2232万美元。

包装酒带动了10月出口额回升。该类别收入增长16.1%，达到6275万美元；出口量增长10.9%，达到1473万升。与年初至今的趋势不同，包装酒月均价格有所回升，达到每升约4.26美元，较2025年10月上涨4.7%。散装酒出口量激增87.8%，达到712万升，出口额增长76.2%，至534万美元。尽管如此，低价散装酒占比上升，仍拉低了所有葡萄酒的平均出口价格，降幅约为6.8%，至每升3.12美元。

10月出口目的地按金额和数量排名，各有不同的领先市场。美国以1839万美元的收入位居首位，约占当月出口总值的27%，出口量为450万升。英国以513万升的出口量排名第一，但收入为973万美元。差异反映了出货结构不同：英国市场采购了368万升散装酒，占阿根廷10月散装酒出口总量的一半以上；美国采购则主要集中在包装酒。

巴西进口251万升葡萄酒，金额为937万美元，全部为包装酒。加拿大的进口额为498万美元，进口量为165万升。在品种酒中，马尔贝克占10月品种酒出口量的69.2%，为1289万升，创收3968万美元，约相当于当月葡萄酒出口总值的58.3%。赤霞珠贡献740万美元，霞多丽贡献384万美元。

10月出口酒的产地以门多萨为主，出口量为2009万升，收入为6312万美元，分别占全国出口量

的91.9%和出口额的92.7%。门多萨以外，萨尔塔出口38.29万升，创收198万美元；圣胡安出口100万升，创收106万美元。圣胡安出口以散装酒为主，萨尔塔出口则为瓶装酒，这一差异有助于解释两地每升收入的差距。

报告涵盖的出口类别并不只有葡萄酒。葡萄汁弥补了今年前10个月葡萄酒收入下滑的部分影响。葡萄酒和葡萄汁出口总额为6.5796亿美元，较2025年同期下降1%。浓缩葡萄汁和亚硫酸化葡萄汁收入为1.1759亿美元，增长6.8%，增加749万美元，部分抵消了葡萄酒收入减少的1447万美元。

浓缩葡萄汁推动了这一增长。出口量增长18.2%，达到81,355公吨；收入增长8.1%，达到1.1162亿美元。与葡萄酒一样，出口量增幅高于收入增幅。平均价格从每吨1500美元下降8.5%，至1372美元。亚硫酸化葡萄汁则呈相反走势，出口量下降8.8%，至201,713百升；收入下降12.8%，至597万美元。

10月葡萄汁整体出口表现疲软，收入下降11%，至1214万美元。浓缩葡萄汁收入基本持平，为1207万美元；出口量增长4.5%，达到8960吨。下滑来自亚硫酸化葡萄汁，其10月收入从2025年10月的157万美元降至6.5万美元。葡萄酒和葡萄汁合计，当月出口总值达到8022万美元，增长13.4%。

10月，美国是浓缩葡萄汁的最大目的地，采购金额为409万美元。南非以245万美元位居其后，日本和加拿大分别为202万美元和146万美元。按产地划分，门多萨贡献811万美元，圣胡安贡献396万美元，两地合计占当月记录在案的浓缩葡萄汁出口总值。