vinetur

今年上半年主要市场静止葡萄酒消费量下滑4%

IWSR称Prosecco增长3%；美国和中国大幅下滑，令葡萄酒品类分化进一步加剧

2026年11月12日星期四



IWSR追踪的21个主要市场今年上半年静止葡萄酒消费量下降4%，而Prosecco增长3%。这一表现凸显出葡萄酒行业内部的分化正在扩大，消费者需求因品类和国家而异。

IWSR于11月10日（星期二）发布的数据涵盖的市场占全球酒精饮料消费量的76%。这些市场的酒精饮料总消费量较2025年同期下降1%。不过，美国和中国的表现对整体结果影响很大。若不计这两个国家，该组市场的酒精饮料总消费量增长1%。

静止葡萄酒承压最严重的两个市场，也是问题最突出的两个市场。据IWSR数据，美国1月至6月酒精饮料总消费量下降4%，静止葡萄酒下降6%，啤酒和即饮酒则均下降4%。中国酒精饮料市场整体下滑3%，静止葡萄酒下降9%，本土烈酒下降12%。

IWSR表示，市场放缓既反映了经济压力，也与消费者行为变化有关。在美国，经济不确定性、通胀压力以及关税对家庭购买力的影响拖累了市场。在中国，增长乏力、房地产行业问题和人口老龄化抑制了需求。该研究机构还指出，消费者整体上正在减少饮酒，这一趋势正影响多个市场的多个品类。

不过，减少饮酒对各个细分市场的影响并不相同。Prosecco是增长最明显的品类之一，在受调查市场的消费量上升3%。IWSR还报告称，无醇啤酒增长8%，印度威士忌增长4%。这一反差表明，在许多地方，适合不同饮用场景的产品，以及低酒精度和替代型产品，比传统静止葡萄酒更能经受市场波动。

Prosecco消费量上升也表明，品类增长与贸易表现并不总是同步。IWSR记录到Prosecco消费增长，而意大利国家统计局Istat报告称，今年上半年Prosecco DOP出口量下降0.3%。这一差距显示市场情况更加复杂：零售或餐饮渠道需求的增长未必会均匀转化为出口发货量的增加。

美国和中国以外的市场表现更加多元，部分市场增长势头更强。今年前六个月，印度酒精饮料总销量增长10%，增幅主要来自传统啤酒（增长16%）、即饮酒（增长12%）和印度威士忌（增长4%）。哥伦比亚增长9%，南非增长5%，巴西增长3%，主要受啤酒和即饮酒带动。英国增长2%，得益于传统啤酒、无酒精替代品和即饮酒。

南非是少数静止葡萄酒消费量也实现增长的市场之一，增幅为3%。其他一些快速增长的市场则并非如此。IWSR数据表明，印度、巴西和哥伦比亚等国的增长来自酒精饮料总量扩大，并不一定意味着葡萄酒需求走强。对葡萄酒生产商和经销商而言，这一区别十分重要：即使市场整体增长稳健，短期内也未必能为静止葡萄酒销售提供多少支撑。

上半年结果还表明，全球酒精饮料市场较2025年有所改善，尽管整体仍在收缩。2025年上半年，IWSR追踪市场的酒精饮料总消费量较2024年同期下降2%。今年下降1%，意味着收缩速度放缓。巴西、墨西哥、印度、英国、南非、哥伦比亚和泰国共七个市场销量增长。另有六个市场的降幅小于一年前，其中包括意大利、法国和德国。不过，中国、俄罗斯、加拿大、菲律宾和荷兰的市场状况有所恶化。

对整个饮料行业而言，市场和产品类型之间的分化可能影响企业如何配置投资、营销和出口资源。增长不再均匀分布于各类酒精饮料之中，最有潜力的机会或许更多取决于消费者是否转向起泡酒、无酒精产品、即饮酒或本土烈酒，而非市场整体规模。

静止葡萄酒市场下行对出口商尤为重要，因为美国仍是许多葡萄酒生产商最重要的目的地之一，而中国虽然市场难做，却一直是亚洲备受关注的市场。与此同时，Prosecco、无醇啤酒和部分本土烈酒表现更强，说明饮用场景正在变化：消费者更愿意转换产品形态或减少饮用量，而不是继续以相同数量购买同样的产品。

IWSR上半年数据描绘出一个仍承压、但整体疲软程度不如一年前的全球市场。传统啤酒和静止葡萄酒等销量较大的品类，在若干主要国家的需求依然低迷，而一些较小的细分品类仍在扩张。对于葡萄酒、啤酒和烈酒生产商而言，这种不均衡的走势意味着，在今年剩余时间里，按国家和品类制定销售计划将更加重要。