vinetur

南美酒庄2026年面临三重压力

新报告指出，阿根廷9月销量下滑4.7%、智利出口走弱、乌拉圭收成增长13.2%，正加大南美葡萄酒行业的利润率压力

2026年11月12日星期四



南美葡萄酒产业正同时承受三种不同压力：阿根廷国内需求走弱、智利出口需求趋软，以及乌拉圭因收成增加而导致库存上升。综合来看，该地区酒庄正面临消费表现不一、供应更难销往市场以及利润率压力不断增大的局面。

据WineMag.it于11月11日星期三发布的一份报告，2026年最新数据显示，压力并非集中在某一个市场或某一类葡萄酒上。相反，这三个国家的葡萄酒产业各自面临不同问题，迫使生产商调整销售计划、产品组合和市场策略。

阿根廷的压力主要来自国内市场。2026年9月，国内销售葡萄酒出货量为707,145百升，较2025年9月下降4.7%。这一降幅大于今年前九个月的整体走势：同期国内销量下降0.2%，至548万百升。这表明全年形势仍比单看9月数据更为稳定，但当月的放缓仍值得关注。

阿根廷市场的疲软并未均匀波及各个品类。品种酒跌幅最大，9月下降14.3%，1月至9月下降18.1%。未标注葡萄品种的葡萄酒9月下降0.2%。与此同时，起泡酒增长3.6%，其他类别增长13.4%。

消费者需求也呈现出不同的颜色偏好。9月白葡萄酒增长8%，而红葡萄酒和桃红葡萄酒下降9.3%。这说明市场并非全面萎缩，而是在不同品类间发生转移，压力更集中在部分细分市场。

智利面临的主要问题是外部需求。报告称，2026年1月至9月，瓶装葡萄酒出口量下降5.3%，出口额下降5.2%。这一跌势反映了更广泛的出口放缓。WineMag.it援引智利农业部门Odepa发布的10月简报称，同期智利葡萄酒出口总量下降8.8%，出口额下降6.4%。

散装葡萄酒承受的压力更大。该品类出口量下降11.4%，表明困难并不限于高端或品牌渠道。数据显示，市场消化现有供应仍有难度，尤其是在依赖大宗贸易流通的部分市场。

智利出口表现也因目的地市场而异。瓶装葡萄酒对巴西、英国和俄罗斯的销量有所增长，对美国、中国和日本的销量则有所下降。这种分化有助于解释生产商为何力求拓展市场，而不是单纯寄望于全球需求复苏。

WineMag.it称，智利企业在寻求新市场的同时，也在调整商业策略，包括投资葡萄酒旅游、更加审慎地规划品牌组合，以及更重视口感清新、酒体轻盈和酒精度较低的葡萄酒，其中也包括脱醇葡萄酒等替代产品。这一转变反映了消费者偏好的变化，也显示酒庄正努力应对来自葡萄酒行业内部及更广泛饮料市场的竞争。如今，相比过去，消费者有更多低酒精和无酒精饮品可选。

乌拉圭面临的是另一种问题：待售葡萄酒增多，但市场难以轻松消化。2026年收成约为9,320万公斤葡萄，酿得7,039万升葡萄酒，较2025年增长13.2%。收成于4月结束，得益于有利天气。WineMag.it报道称，没有出现造成问题的降雨，葡萄得以在最佳成熟度时采摘，避免了因卫生状况担忧而有时被迫提前采收的情况。

但产量回升之际，国内消费疲弱，库存也已累积。报告称，乌拉圭媒体曾报道酒庄酒窖中有葡萄酒滞销，企业还面临商业经营困难，可能影响流动性。这一点至关重要，因为现金流趋紧可能影响下一季的葡萄采购决策，使酒庄承受的压力传导至种植者。

乌拉圭的物流和港口问题也被视为商业管理的障碍，但现有信息并未量化其具体影响。即使缺乏精确估算，产量增加、需求疲软和库存累积三者叠加，也意味着酒庄的销售环境更加艰难。

综合来看，三个市场反映出南美葡萄酒产业链面临的不同压力。阿根廷正遭遇国内需求放缓，品种酒尤为明显；智利出口表现走弱，瓶装和散装葡萄酒出货量均有下降；乌拉圭则要应对更大的收成，而这进一步推高了疲软市场中的库存。

这些信号对饮料行业的影响不止于葡萄酒。国内销量下滑、出口渠道走弱和库存增加，可能影响定价、促销活动和产品开发；与此同时，随着消费者饮酒习惯变化，生产商也可能转向酒体更轻、酒精度更低或其他替代产品，以争取消费者。