vinetur

德国葡萄酒第三季度家庭市场份额升至43.5%

德国葡萄酒价格上涨1.8%，消费支出保持稳定；进口葡萄酒销量下降9.7%

2026年11月12日星期四



第三季度，德国葡萄酒在家庭采购中的表现好于进口葡萄酒，尽管德国整体葡萄酒市场仍在持续萎缩。

德国葡萄酒研究所于11月11日星期三发布报告称，德国国内市场对德国葡萄酒的消费支出与一年前大体持平，而进口葡萄酒的销量和销售额均大幅下滑。该研究所援引了委托NielsenIQ开展的一项研究，以及一份相关统计简报，内容涵盖德国家庭的采购情况。

第三季度，德国家庭葡萄酒采购总量较2025年同期下降6.3%，消费者在葡萄酒上的支出同期减少4.8%。在市场整体走弱的情况下，德国葡萄酒销量下降1.7%，但消费支出微增0.1%。进口葡萄酒表现则差得多，采购量下降9.7%，支出下降9.0%。

这些数据表明，在市场收缩之际，德国本土生产商的份额有所增加，而非市场重回增长。德国葡萄酒在家庭采购量中的占比从一年前的41.3%升至43.5%，增加2.2个百分点。

第三季度数据还显示，市场下滑速度较上一季度放缓。该研究所称，葡萄酒总销量同比降幅从第二季

度的7.7%收窄至第三季度的6.3%。这意味着市场仍在萎缩，但速度不及此前。

德国葡萄酒研究所表示，德国葡萄酒收入相对稳定，与其平均价格上涨1.8%有关。这一涨幅抵消了销量下降的影响。该机构称，低价位产品（每瓶0.75升，售价1.49至1.99欧元）和每0.75升售价高于5欧元的产品，销售均有所增长。

该报告在11月11日发布的材料中没有提供以升或欧元计的市场绝对规模，也未给出可直接比较的年初至今累计数据。研究所将第三季度的变化视为德国葡萄酒在零售环境艰难之际比外国葡萄酒更具韧性的迹象，但并未将其称为持久的市场反转。

零售渠道表现也显示了消费者的购买去向。该研究所称，折扣连锁店和小型食品零售门店是这一时期葡萄酒采购表现较好的渠道。这表明，市场承压之际，消费者更倾向于选择价格敏感型购物者较多的渠道。

德国葡萄酒内部的产品偏好也有所变化。该研究所称，国产白葡萄酒继续扩大市场份额，从一年前同期的51%升至54%。研究所表示，这一趋势表明，第三季度消费者仍在转向白葡萄酒和桃红葡萄酒。

这些数据凸显出外国供应商在德国零售葡萄酒市场面临的压力。一年间，进口葡萄酒在家庭消费中的销量几乎减少十分之一，降幅远高于德国葡萄酒，也超过整体市场的跌幅。从销售额来看，差距也几乎同样明显：进口葡萄酒下降9.0%，德国本土葡萄酒则增长0.1%。

与此同时，这份报告也有重要局限。NielsenIQ数据基于家庭样本调查，因此不包括餐馆、酒吧及其他家庭以外场所的消费。支出数据也未剔除价格因素，因此既反映价格变化，也反映消费者购买品类的变化。例如，德国葡萄酒平均价格上涨，并不一定意味着生产商对所有产品统一提价。

德国葡萄酒研究所表示，还需要观察更多季度的数据，才能判断最新数字代表持续转变，还是艰难市场中的短暂亮点。目前，第三季度结果显示，德国葡萄酒降幅较小，本土生产商收入保持稳定，而德国消费者家中货架上的进口瓶装葡萄酒则遭遇更大幅度的下滑。