vinetur

上半年美国占墨西哥龙舌兰酒出口量的81.13%

出口的2.144亿升中，约1.74亿升销往美国，令生产商容易受到美国需求变化的影响

2026年11月12日星期四



今年上半年，墨西哥出口的龙舌兰酒中，超过五分之四销往美国。这凸显出该行业对单一海外市场仍有多么严重的依赖。

Food News Latam于11月11日（周三）报道，1月至6月期间，墨西哥龙舌兰酒出口量的81.13%运往美国。根据该媒体援引的龙舌兰酒监管委员会（西班牙语简称CRT）数据，这意味着当期出口的2.144亿升中，约1.74亿升销往美国。

这一出口集中度尤为突出，因为龙舌兰酒是墨西哥最知名的出口产品之一，也是受到严格保护的酒类产品之一。根据其原产地名称保护规定，龙舌兰酒只能在墨西哥获准的地区生产，且只能以蓝色龙舌

兰 Tequilana Weber 为原料。如果美国需求减弱，或这个最大市场的贸易条件发生变化，生产商就会面临风险。

同一组数据显示，今年前六个月龙舌兰酒产量达到3.021亿升，较上年同期下降1.7%。然而，龙舌兰原料消耗量增长3.3%，达到117万吨，反映出即使产量下滑，整个行业对原料的需求仍在持续。

多年来，美国一直是龙舌兰酒出口的主导市场，但最新数据凸显出这种依赖程度依然很高。美国市场一直是高端烈酒增长的重要引擎，龙舌兰酒也从这一趋势中受益：高端产品增多、鸡尾酒用途扩大、名人背书品牌涌现，以及跨国饮料集团加大投资。这些因素推动龙舌兰酒突破传统消费群体的范围，在美国各地的酒吧、餐馆和零售货架上占据更大份额。

这种依赖也给墨西哥生产商和供应商带来明显风险。美国关税政策、消费者支出或酒类需求的任何变化，都可能迅速影响蒸馏酒生产商、龙舌兰种植者和包装企业的出口量、定价与利润率。业内的担忧还集中在《美墨加协定》（USMCA）的审议上，同时也包括美国酒类消费增长放缓的迹象，以及分销商在经历数年快速扩张后调整库存。

行业人士一直在推动扩大出口市场的地域多元化。Food News Latam称，CRT主席Aurelio López Rocha曾表示，随着生产商拓展其他地区的销售，美国所占份额应逐步下降。欧洲是主要目标市场之一，英国、西班牙、法国和意大利已跻身主要买家之列。在拉丁美洲，哥伦比亚是十大目的地中唯一被提及的市场，巴西则被列为未来增长的重点。亚洲也被视为拓展市场的机会。

不过，拓展美国以外的市场可能既缓慢又成本高昂。生产商需要建立新的分销网络、加大推广力度、开发适合当地口味的产品组合，并在部分市场争取降低高额进口壁垒。Food News Latam称，墨西哥国家龙舌兰酒行业商会主席Roberto Ciprés Cruces呼吁墨西哥政府争取降低印度关税。印度对龙舌兰酒征收150%的关税，部分邦的税率甚至可升至200%。

龙舌兰酒行业仍与农业生产条件以及墨西哥国内受监管的生产体系紧密相连。CRT是墨西哥一家非营利民间协会，负责检查并认证企业是否符合龙舌兰酒相关规定，也在墨西哥国内外维护其原产地名称保护。该机构在7月24日的一份声明中表示，已有229家获授权生产商，以及与生产商相关联的3,402个品牌。龙舌兰酒只能使用在哈利斯科州、瓜纳华托州、米却肯州、纳亚里特州和塔毛利帕斯州获准市镇种植的蓝色龙舌兰生产。

Food News Latam引用的出口数据并非11月公布的新数据，而是对较早行业统计数据的分析。该媒体还援引了一项出口增长率，但这一数字与CRT在7月24日声明中针对同一出口量给出的增幅不同；已审阅的材料未能解释这一差异。公布的数据也没有说明出口量是否按酒精度进行了标准化，而这项技术细节可能影响不同市场间烈酒数据的比较。