vinetur

意大利葡萄酒生产商成本飙升8.9%，利润空间受挤压

零售葡萄酒价格下跌2.6%，酒庄定价能力减弱；35%的意大利人可能减少购买

2026年11月13日星期五



意大利葡萄酒生产商正面临生产成本上升，而家庭需求却在走弱。这一双重压力正在挤压行业利润空间，也促使业界呼吁政府提供更多支持。

11月13日（周五），意大利葡萄酒联盟（Unione Italiana Vini，简称UIV）表示，意大利近期通胀回升，加剧了该国葡萄酒行业的压力。该行业组织援引数据称，Ismea数据显示，9月葡萄酒行业生产成本同比上涨8.9%；而根据意大利国家统计局（Istat）的数据，零售葡萄酒价格下跌2.6%。

这一差距之所以重要，是因为酒庄生产和装瓶葡萄酒的成本在上升，而消费者在商店货架上看到的价格却朝相反方向变化。成本与收入之间的失衡日益加剧，此时许多企业已经面临国内销售走弱、出口环境更加严峻的局面。

UIV还援引了Noto Sondaggi为《Il Sole 24 Ore》开展的一项调查。调查显示，35%的意大利人准备减少在日常采购中购买葡萄酒。对于一个既依赖国内消费、又依赖国际需求的行业而言，这表明生活成本上涨正令家庭承压，消费支出可能趋于疲软。

该行业组织表示，能源成本上涨进一步加剧了这一局面，但酒庄的销售价格并未相应提高。能源是葡萄酒供应链中的一项重要开支，从葡萄园作业、酒窖管理，到装瓶、仓储和运输都离不开能源。能源成本持续上涨会迅速侵蚀盈利能力，尤其会影响中小型生产商。

UIV主席Lamberto Frescobaldi表示，在市场本已承压之际，行业越来越需要应对外部压力。他说，政府预算案包含可能有助于葡萄酒行业的措施，包括能源成本支持和能效投资激励，并呼吁尽快落实这些措施。

Frescobaldi还敦促政府在已规划的国际拓展资源之外，额外拨付一笔特别资金，用于在海外市场推广意大利葡萄酒。他表示，在关税、消费疲软、海外市场整体困难以及新兴葡萄酒生产国竞争加剧等因素影响下，这类支持对于维护意大利葡萄酒企业的竞争力至关重要。

UIV列举的数据凸显了饮料行业面临的更广泛问题。当生产成本上涨快于终端价格时，企业可能面临利润率下滑，也更难为营销、技术和海外分销投入资金。对于葡萄酒生产商而言，这可能削弱其在全球竞争日益激烈之际维护海外市场份额的能力。如果压力持续，供应链各环节的支出决策也可能受到影响，从种植者、装瓶商到物流服务商和出口商皆是如此。

据UIV援引的数据，意大利整体通胀率10月达到5.4%。不过，对葡萄酒行业而言，挑战不仅在于通胀本身，也在于通胀影响的分布并不均衡。生产商正应对投入成本上涨，而消费者对价格更加敏感，许多人因此减少非必需消费。

在这一局面下，酒庄陷入支出上升、定价能力减弱的双重困境。随着行业进入需求脆弱、国际葡萄酒市场竞争加剧的阶段，UIV所呼吁的政府措施，尤其是能源支持和出口推广，也因此显得更加重要。