vinetur

欧盟对区外葡萄酒出口收入12个月内下降6.8%

出口量下降3.3%、瓶装酒销量走弱以及美国市场下滑15.3%，压低了每升葡萄酒的出口收益

2026年11月13日星期五



据意大利行业媒体WineMag于11月12日（周四）援引Copa-Cogeca的数据，2025年9月至2026年8月这12个月间，欧盟对区外国家的葡萄酒出口额和出口量双双下降，且收入降幅大于出货量降幅。

报道称，在此期间，欧盟对第三国的葡萄酒出口额（不包括成员国之间的贸易）为154亿欧元，出口量为2,750万百升。与前12个月相比，出口额下降6.8%，出口量下降3.3%。按四舍五入后的总量估算，出口收入约减少11.24亿欧元，出货量约减少93.8万百升。

两项降幅之间的差距表明，葡萄酒出口的平均每升收益有所降低。按公布的总量计算，平均出口价值为每升5.60欧元，较此前同期下降3.62%。这一数字反映的是价格、产品和目的地的综合情况，并非单纯由通胀造成。

数据显示，欧盟葡萄酒行业不仅对区外市场的销量减少，每单位产品带来的收入也在下降。对生产商和出口商而言，这一点很重要，因为出口量降幅小于收入降幅，通常意味着利润率承压、定价能力减弱，或销售转向价值较低的产品和市场。

WineMag在一份关于2026年葡萄收成和葡萄酒市场的综合报告中，将这些数据归于欧盟主要农业游说团体及合作社组织Copa-Cogeca。由于包含原始表格的主要文件未公开，无法依据源数据集对这些出口数据进行独立核实。

据报道，出口下滑在不同产品类别间并不均衡。根据Copa-Cogeca的分类，原产地名称保护葡萄酒出口额下降7.6%，品种葡萄酒下降6.7%，地理标志保护葡萄酒下降4.9%。无地理标志葡萄酒则总体保持稳定。

不同包装形式的表现也各不相同。散装葡萄酒出口增长5%，盒中袋包装葡萄酒出货量增长3.4%。相比之下，瓶装葡萄酒出口下降7.5%，起泡酒下降6.2%。这种差异很重要，因为瓶装酒和起泡酒的单位价值通常高于散装酒。即使部分细分市场的出货量仍在增长，销售转向价格较低的包装形式，也可能拉低整体平均价值。

在此期间，欧盟若干主要海外市场表现走弱。根据WineMag援引的数据，对美国出口下降15.3%，对加拿大下降11%，对瑞士下降9.2%，对英国下降3.9%。部分目的地则有所增长：对俄罗斯出口增加17.5%，对香港出货量增加10.9%，但这些增幅不足以抵消规模更大或更成熟市场的损失。

这些数据反映出欧洲葡萄酒出口商面临艰难的外部环境。美国、加拿大、英国和瑞士都是欧洲高价值葡萄酒的重要买家，因此这些市场走弱可能对出口总收入产生显著影响。即使其他目的地有所增长，增幅也未必能弥补传统高端市场的价值损失。

报告还称，欧盟内部贸易也有所走弱，但其走势与对第三国出口不同。欧盟内部葡萄酒贸易额下降9.8%，贸易量下降13.4%，而平均单位价值上升。这与欧盟对外出口的情况形成对比：后者的出口额降幅大于出口量降幅。两者的差异表明，影响欧盟内部贸易的压力，与左右区外销售的因素并不完全相同。

Copa-Cogeca将出口放缓归因于葡萄酒需求整体下滑。该组织表示，全球葡萄酒消费量估计为2.21亿百升，是30多年来的最低水平。组织称，这一降势发生在饮酒习惯经历多年结构性变化之后，并自2022年以来有所加速。该组织还表示，欧盟目前约占全球葡萄酒消费量的48%，低于2000年近60%的占比。

这一需求背景对于理解出口数据至关重要。如果主要市场的消费者整体购买葡萄酒减少，或转而购买价格较低的产品，出口商就可能同时面临销量和定价能力下滑。对于定位高端品类的生产商而言，需求哪怕只是小幅放缓，也可能对收入造成尤为明显的影响。

Copa-Cogeca还指出了行业面临的其他压力，包括价格走低、库存高企、与冲突及地缘政治紧张局势相关的生产成本上升，以及新的贸易和市场准入壁垒。这些因素并未直接体现在出口总量数据中，但有助于解释为何出货量走弱可能导致收入进一步下滑。

每升5.60欧元的平均出口价值，不应被视为适用于所有欧盟葡萄酒的简单基准价格。这是一项汇总指标，涵盖了多种产品、包装形式和目的地市场。无论各细分市场的标价是否保持稳定，从瓶装酒转向散装酒、从起泡酒转向静止酒，或从高端市场转向价格较低的市场，都可能改变这一数字。

最新数据向欧盟葡萄酒行业传递的主要信号是，出口额的损失超过了出口量的降幅。这意味着，欧盟酒庄和出口商不仅向非欧盟市场发出的葡萄酒减少了，每升出口葡萄酒带来的收入也有所下降。