vinetur

智利上半年葡萄酒出口收入创2021年以来最低

包装葡萄酒出货量下滑拖累主要市场收入，智利葡萄酒出口销售额下降15.3%，至5.6848亿欧元

2026年11月13日星期五



2026年1月至6月，智利葡萄酒出口收入为5.6848亿欧元，较2025年同期减少约1.03亿欧元。出货量下降、平均价格走低，令几乎所有主要产品类别和市场的销售收入均受到影响。

西班牙葡萄酒跨行业组织（OIVE）发布的报告显示，智利2026年上半年葡萄酒出口收入下降15.3%。报告数据来自智利海关，并由Trade Data Monitor汇总。出口量下降12.7%，至3.0476亿升；每升平均出口收入降至约1.87欧元，跌幅接近3%。这意味着智利葡萄酒出口总量减少，而且每升出口葡萄酒的平均收入也有所下降。

包装葡萄酒是收入下滑的主要来源，也是智利最大的出口类别，远超其他形式。该类别包括装在小

于2升容器中的葡萄酒、起泡酒和盒中袋葡萄酒，收入为4.8571亿欧元，同比下降15.8%。出口量下降11.9%，至1.9108亿升；平均价格下跌4.4%，至每升2.54欧元。包装葡萄酒占智利葡萄酒出口总收入的85.4%，约占收入降幅的89%，相当于约9100万欧元。

在包装葡萄酒中，装在小于2升容器中的葡萄酒仍是核心业务。该细分品类收入为4.7541亿欧元，下降14.5%；出货量为1.864亿升，下降9.2%。平均价格下跌5.8%，至每升2.55欧元。该品类占葡萄酒出口总收入的83.6%，估计使出口总收入减少了8060万欧元。

盒中袋葡萄酒的百分比降幅最大。容量为2至10升的产品销售额下降65.5%，至493万欧元；出口量下降68.9%，至302万升。尽管平均价格上涨10.8%，达到每升1.63欧元，但仍不足以抵消出货量的大幅下滑。盒中袋虽是一个规模较小的细分品类，但与2025年上半年相比，收入仍减少约940万欧元。

起泡酒出口也有所走弱。出口收入下降19.8%，至538万欧元；出口量下降11.3%，至166万升。平均价格下跌9.6%，至每升3.24欧元。起泡酒仍是报告所列产品类别中平均价格最高的，但其单位价值跌幅也最大。

散装葡萄酒的收入表现略好一些，但同样出现下滑。收入下降12.3%，至8277万欧元；出口量下降14.1%，至1.1368亿升。与包装葡萄酒不同，散装葡萄酒的平均价格小幅上涨2.1%，达到每升0.73欧元。散装葡萄酒占出口总量的37.3%，但仅占出口总收入的14.6%，凸显出该类别的回报较低。

根据报告的历史数据对比，智利2026年1月至6月的出口收入至少为2021年以来同期最低。出口总收入较2022年上半年的8.862亿欧元下降约35.9%。2026年包装葡萄酒收入也是该系列数据中的最低值，尽管其1.911亿升的出货量略高于2023年上半年的1.908亿升。换言之，智利包装葡萄酒的出口量与此前同期几乎持平，但收入少了约7290万欧元。散装葡萄酒收入自2022年达到1.551亿欧元后，已连续四个上半年下降；2026年收入较该水平低约46.6%。

按目的地计算，智利出口额排名前10的市场合计贡献4.07亿欧元，占出口总收入的71.6%。巴西是其中唯一一个按出口额排名前10且实现增长的市场。对巴西销售额增长7.3%，达到8660万欧元，使其成为智利2026年上半年按出口收入计算的最大市场。对巴西出货量增长9%，达到3650万升。由于出货量增幅高于收入增幅，每升平均出口收入下降约1.6%，至2.37欧元。巴西市场带来约590万欧元的收入增量，其在智利葡萄酒出口收入中的占比升至15.2%。

英国按出口收入排名第二，按出口量排名第一。智利对英国出口葡萄酒价值7080万欧元，下降9.5%；出货量为4500万升，下降7.7%。每升平均出口收入约为1.57欧元，低于巴西市场，尽管英国市场多进口了850万升葡萄酒。日本按出口收入排名第三，为4770万欧元，下降18.3%。对日出货量降幅相对较小，为5.7%，降至2780万升；这意味着每升平均出口收入下降约13.4%，至1.72欧元。

美国和中国是主要出口目的地中收入损失最大的两个市场。对美国市场的出口收入下降37.6%，至4470万欧元；出口量下降36.1%，至2540万升。与上年同期相比，收入减少约2690万欧元。对华出口收入下降34.5%，至4210万欧元；出口量大幅下跌52.3%，至1540万升，使智利出口收入减少了2220万欧元。两大市场合计造成约4910万欧元的收入损失，接近智利上半年出口总收入降幅的48%。

这两个市场的出口收入与出口量变化关系截然不同。在美国，每升平均出口收入下降约2.3%，至1.76欧元，与出口量降幅大致相当。但在中国，由于出货量降幅远大于总收入降幅，每升平均价格上涨约37.3%，达到2.73欧元。报告指出，这些数字是智利对各目的地出口所有葡萄酒的平均收入，单凭这些数据无法判断价格变化究竟是同款葡萄酒价格上涨所致，还是出口产品组合发生变化所致。

加拿大也呈现类似情况，但程度较轻。对加拿大出口收入下降6.5%，至3620万欧元；出口量则下降28.9%，至1540万升。这使每升平均出口收入上涨约31.5%，达到2.35欧元，并将收入损失控制在约250万欧元。其他出口额排名前10的市场中，荷兰购买了价值2290万欧元的智利葡萄酒，下降13.1%；墨西哥购买了2010万欧元，下降9.8%；爱尔兰购买了1860万欧元，下降13.1%；韩国购买了1730万欧元，下降18.4%。对墨西哥出口量仅下降1%，至1410万升，因此业绩下滑主要反映在每升平均出口收入降低，降幅约为8.9%。

从出口量来看，智利的目的地结构在出口收入排名前列的市场之外也出现变化。西班牙未进入出口额最大的10个市场之列，但从智利进口量激增255.1%，达到2420万升，较2025年上半年增加约1740万升，因此按出口量排名升至第五。丹麦的采购量也有所增加，出口量上涨53.8%，达到990万升。相比之下，智利对德国出口量为1000万升，下降32.1%。