智利酒庄加快重组：瓶装葡萄酒出口下降5.3%

生产商出售土地、将部分葡萄园改种其他作物，并转向高端瓶装酒，以保护利润率

2026年11月14日星期六



消费疲软、出口销售下滑挤压盈利空间，智利葡萄酒行业正加快全面重组，促使部分酒庄出售土地、将葡萄园改种其他作物，并进一步转向高端市场。

据Emol和彭博社在11月13日星期五援引的数据，截至9月，智利瓶装葡萄酒出口量下降5.3%，出口额下降5.2%。这一降幅反映出市场需求放缓、利润空间收窄，迫使生产商重新考虑保留多少葡萄园，以及希望经营怎样的业务。

对于一个长期依靠规模、出口覆盖面和价格竞争力发展葡萄酒产业的国家来说，这一转变意义重大。部分生产商不再主要依赖销量，而是缩减回报较低的业务、出售土地，或将部分庄园改作收益更高的农业用途。另一些生产商则尝试聚焦高端和奢侈级葡萄酒，以更高售价抵消销量下滑，守住利润率。

战略转变表明，压力已不再局限于销售暂时下滑，而是开始影响酒庄的资本运用、农地管理和品牌定位。出售土地有助于改善现金流、降低成本；在葡萄酒不再是最具吸引力选择的地区，将葡萄园改种

其他作物或许能带来更高回报。与此同时，更加聚焦奢侈级产品，有助于酒庄瞄准那些在整体酒类需求走弱时仍愿意消费的消费者。

出口下滑尤其值得关注，因为智利是全球主要葡萄酒供应国之一。当这样一个大型出口国的生产商开始缩减葡萄园面积，或将产量转向高端产品，影响可能超出当地农业范畴。海外市场的进口商、分销商和零售商最终可能面临供应结构、定价和产品可得性的变化，尤其是在智利传统上实力较强的入门级和中端产品领域。

这些变化也会影响更广泛的饮料行业。如果智利酒庄减少低成本产品的生产、改变农地用途，或更加集中于高端品牌，可能会改变葡萄酒采购商以及在啤酒、烈酒和即饮产品等相同渠道展开竞争的饮料企业所面对的采购成本和货架定位。影响范围取决于重组会蔓延多广，但这一转变预示着供应和市场策略都可能发生变化。

智利酒庄面临的压力，与多个国家的葡萄酒生产商销售环境趋于严峻同时发生。一些市场需求走弱，行业还面临消费者习惯变化、运营成本上升，以及争夺可自由支配消费支出的竞争加剧。在这种情况下，如果价格上涨不足以覆盖不断上升的成本，依赖大批量生产的商业模式就更难维持。

对许多酒庄而言，转向高端市场是合乎逻辑的应对之策。高端和奢侈级葡萄酒通常利润率更高，还可借助葡萄酒旅游、餐饮接待和酒庄体验拓展收入来源，不再局限于瓶装酒销售。不过，这种做法也需要投入，而且可能更有利于品牌实力较强、地段较好或更容易获得资金的生产商。规模较小或产品特色不够鲜明的酒庄可选余地可能更少，这也有助于解释为何出售土地和改种其他作物正成为讨论的一部分。

此次重组也凸显了葡萄酒行业的一项根本矛盾：葡萄园是长期资产，但消费者需求的变化速度，远快于土地重新种植、出售或改作他用的速度。当销售持续一段时间下滑，酒庄就不得不作出可能影响未来多年生产的决定。出售土地或拔除葡萄藤不只是短期削减成本的措施，还可能永久削弱产能，并改变一个产区的产品结构。

对智利而言，这一挑战尤为重要，因为葡萄酒既是农产品，也是具有全球影响力的出口产业。长期退出大规模生产可能帮助部分企业支撑价格和利润率，但也可能削弱智利在国际市场部分领域的存在感，而该国数十年来一直在这些领域建立规模优势。目前的调整究竟会停留在局部，还是进一步普及，将决定这轮低迷会在多大程度上改变智利葡萄酒产业的格局。