vinetur

勃艮第出口1.01亿瓶葡萄酒，收入下滑1.4%

美国市场销售额下降17.9%，凸显法国主要葡萄酒产区之一面临的价格压力

2026年11月16日星期一



截至8月的12个月里，勃艮第葡萄酒出口量有所增长，但销售收入却有所减少。这表明，面对不断变化的市场，法国主要葡萄酒产区之一正需要付出更多努力来捍卫自身地位。

11月15日（星期日），勃艮第葡萄酒委员会（Comité des Vins de Bourgogne）表示，在此期间，该地区出口葡萄酒近1.01亿瓶，较上年同期增长3.5%。不过，出口收入下降1.4%，至16.5亿欧元。

这两个数字显示，出口量与价值之间的差距正在扩大。勃艮第对外销售的葡萄酒更多了，但每瓶酒的平均回报有所下降。造成这种情况的原因可能包括生产商降价、转向价格较低的产品，或更多依赖销量较大但利润率较低的品类。

据勃艮第葡萄酒委员会介绍，白葡萄酒和Crémant de Bourgogne是支撑出口量的主要力量。它们的表现抵消了其他方面的疲软，使出口量在该地区面临更严峻价格环境之际仍保持增长。

美国市场是勃艮第最重要的海外市场之一，该市场的表现最能凸显这种压力。委员会公布的数据显示，当地收入下降17.9%。这表明，即使是全球知名的高端葡萄酒产区，也难以免受需求走弱、贸易摩擦或买家价格敏感度上升的影响。

这不仅关乎勃艮第。对整个饮料行业而言，这些数据展现了通过价格调整来维持销量所付出的代价，也凸显出高端葡萄酒容易受到关税和消费需求变化的影响。尤其是在美国这样的市场，进口条件和零售趋势可能迅速改变生产商、分销商和酒商的经营收益。

勃艮第的业绩还反映出葡萄酒市场需求的差异。受众更广或价格更亲民的产品有助于稳定销量；当买家转趋谨慎时，价格较高的细分市场可能更早承压。在这种情况下，白葡萄酒和起泡酒crémant的支撑作用似乎不仅对出口总量十分重要，也有助于该地区维持海外市场份额。

委员会发布这份最新数据之际，许多葡萄酒产区正面临成熟市场消费放缓、库存调整以及全球出口竞争加剧等情况。勃艮第仍是葡萄酒界最具声望的产区之一，但最新数据表明，当市场环境转差时，声誉本身不足以完全保障收入。

出口量增长而出口价值下降，也可能使人们关注该地区产品组合的构成。勃艮第涵盖众多法定产区和不同价位的葡萄酒，从入门级产品到全球最昂贵的酒款。如果增长主要来自crémant等品类，或来自销量表现更具韧性的白葡萄酒，那么整体出口表现仍可能向好，但出口价值却有所走弱。

对进口商和饮料零售商而言，这些数据可能意味着勃艮第的产品仍在持续销售，但商业环境更加严峻。对生产商来说，这表明要维持货架陈列和客户需求，可能需要在定价上更加灵活，即便这会影响营业额。

美国市场的挫折预计将受到格外密切的关注，因为该国对法国葡萄酒出口至关重要，也会影响全球高端品牌的定价。在这一市场收入下降17.9%，足以影响该地区的整体表现，并引发对较高价位可持续性的疑问，尤其是在消费者和贸易买家变得更加挑剔之际。

尽管表现疲软，勃艮第的出口总量仍显示，该地区葡萄酒在国际市场上拥有可观需求。一年出口近1.01亿瓶，仍是一大商业规模。不过，最新数据表明，销量增长已不再必然带来价值增长；这一变化可能影响未来数月葡萄酒贸易中的定价、促销和市场策略。