美国进口量下滑18%，意大利葡萄酒生产商面临全球市场降温

罗马公布的数据显示，英国、德国和意大利超市需求走弱；2026年静止葡萄酒销量下降3.6%

2026年11月19日星期四



据11月17日（周二）和11月18日（周三）在罗马举行的葡萄酒文化活动WIN&上公布的数据，意大利葡萄酒生产商正面临国内外需求走弱的局面：部分主要海外市场的进口量下滑，国内零售销量也持续下降。该活动由Consorzio Italia del Vino组织。

生产商、市场分析师和政府官员齐聚罗马的Horti Sallustiani参加讨论。焦点是葡萄酒行业如何应对消费放缓、国际市场走弱、气候压力，以及消费者对酒精和健康的态度变化。与会者表示，这些趋势正促使企业重新思考销售方式，以及如何与消费者沟通。

Consorzio Italia del Vino主席Roberta Corrà表示，行业不能再只关注出口量和短期商业表现。她

说：“意大利葡萄酒的未来，不只取决于我们能够出口多少，还取决于我们能围绕自身产品创造多少价值。”她指出，品质、可持续发展、文化，以及更好地理解新市场，是推动增长的主要动力。

据该组织介绍，该协会代表24家葡萄酒生产商，合计营收超过15亿欧元，约占意大利葡萄酒出口总额的15%。协会在罗马传达的信息是，随着市场环境日益艰难，企业、机构和研究团体需要加强协作。

Nomisma Wine Monitor负责人Denis Pantini公布的数据显示，市场整体正在放缓。意大利食品和饮料消费总额从2019年的880亿欧元降至2025年的830亿欧元。在包括酒店、餐厅和餐饮服务在内的horeca 渠道，61%的经营者表示，过去两年葡萄酒销量总体保持稳定，29%则称销量下降。大型零售渠道的疲软更为明显，过去八年葡萄酒消费量下降了20%。

Nomisma称，2026年前9个月，意大利超市及其他大型零售渠道的静止葡萄酒销量下降3.6%，其中红葡萄酒下滑5.4%。起泡酒则逆势增长1.3%，传统法起泡酒销量增幅达12.3%，为其提供了支撑。

意大利以外的市场也呈现出同样趋势。活动公布的数据显示，全球葡萄酒消费量从2020年的2.32亿百升降至2025年的2.08亿百升。2026年1月至9月，美国葡萄酒进口量下降18%，英国下降4.8%，德国下降6.1%。对饮料行业而言，三大主要采购市场同步收缩，可能进一步加大出口销售压力，并凸显生产商拓展销售市场的必要性，尤其是在成熟市场疲软持续的情况下。

与会者表示，尽管市场放缓，应对之策不仅是开拓更多地理市场，还要更广泛地努力重新赢得消费者。Nomisma的分析显示，35岁以下人群饮用葡萄酒的频率与20年前大致相同，而降幅较大的是年长群体。24岁及以下消费者目前占葡萄酒消费量的2%，25至34岁人群占6%。行业认为，这表明葡萄酒需要采用更简明的语言和更易理解的沟通方式，才能吸引新一代饮酒者，同时保留自身特色。

人们购买和饮用葡萄酒的方式也在发生变化。按杯销售相较整瓶销售的增长表明，消费者希望拥有更大的灵活性，并更严格地控制支出。这对生产商、经销商和餐厅都意味着需要作出调整，可能包括改变包装、定价和推广方式，以适应比过去更具选择性的需求。

美国、英国和德国仍被视为战略市场，罗马的讨论很大一部分聚焦于未来增长可能来自哪里。Pantini指出，罗马尼亚、捷克、土耳其、越南、波兰、泰国、韩国、墨西哥、澳大利亚和巴西值得关注。2026年上半年，这些市场合计增长5.9%，与整体趋势相反。

出席活动的政府官员表示，政策支持与企业自身战略同样重要。欧洲议会副主席Antonella Sberna称，葡萄酒是一项应传承给年轻一代的文化资产，并表示简化规则、加强推广有助于行业发展。意大利农业部总司长Teresa Nicolazzi表示，企业在寻求海外新销路、应对成熟市场需求疲软之际，支持和共同融资工具应更便于获取。企业也继续密切关注美国市场，关税和贸易政策的不确定性仍是出口商面临的风险。