黑色星期五已超越冬季，成为巴西葡萄酒销售旺季之首

零售商表示，持续数周的折扣可为大型销售商带来全年销售额的20%，并带动白葡萄酒、桃红葡萄酒和起泡酒销售

2026年11月20日星期五



黑色星期五促销正在重塑巴西葡萄酒市场，使年末购物季取代冬季，成为行业最重要的销售时段，也改变了消费者的购买选择。

大型进口商和零售商的高管周四（11月19日）告诉Bloomberg Línea，黑色星期五折扣从单日活动延长为持续数周的促销后，11月和12月已成为巴西葡萄酒销售最旺的时段。这一变化也带动了白葡萄酒、桃红葡萄酒和起泡酒的需求增长；相比寒冷天气，这些酒类更常与夏季和节日庆祝联系在一起。

Grupo Wine的B2C业务总监Gabriel Benz表示，该集团年收入接近10亿雷亚尔，黑色星期五促销期的销售额可占全年零售销售额的20%。Evino和Grand Cru的母公司Vissimo首席执行官Antony Martins表

示，该公司11月和12月的销售额约为此前10个月平均水平的两倍。

多年来，葡萄酒在巴西主要被视为冬季饮品，行业销售旺季集中在寒冷月份。随着黑色星期五成为规模更大的零售活动，并逐渐延长为持续整月的促销，这一格局已有所减弱。高管们表示，年末销售季因此扩大，如今在重要性上已可与冬季相提并论，甚至超过冬季。

这一变化的影响不止于零售时机。它改变了饮料业务的季节性，影响库存周转速度，也改变了巴西进口商与海外酒庄洽谈折扣的时间。对于其他依赖汇率、库存规划和促销日历的进口饮料品类，这一变化同样具有影响。

葡萄酒销售商表示，2026年的促销活动将在库存异常高企、美元走强的市场环境下展开，但他们仍预计会提供比一年中其他时段更有吸引力的折扣。部分原因是，许多进口商在汇率更有利时提前备货。

Benz表示，Grupo Wine在5月和6月与生产商谈妥采购，并在美元兑雷亚尔低于5雷亚尔时进口商品；此后美元在选举结束后上涨逾15%。他说，年末促销之所以能够开展，关键在于提前做好准备，而非11月才谈下折扣。该公司预计，今年促销期间的销售量将增长11%。

Martins表示，受圣诞节带动，第四季度一直很重要，但黑色星期五改变了这一时期内部的销售格局。他说，11月的重要性不断上升，如今这场促销活动对Víssimo业务的重要性已与圣诞节相当，使每年最后两个月成为更强劲、更加连贯的葡萄酒销售旺季。

即使是专注于高价酒款、客户通常也更有葡萄酒消费经验的进口商Mistral，黑色星期五也已成为其年度促销日历的一部分。首席执行官Otavio Lilla表示，这一促销期如今已稳固融入巴西的促销周期，不过，与面向大众市场的销售商相比，它对Mistral全年收入均值的影响没有那么大。

季节性变化也体现在巴西人的饮酒选择上。Benz表示，红葡萄酒占Grupo Wine上半年销售额的70%至75%。到年末，这一比例降至60%至65%，白葡萄酒、桃红葡萄酒和起泡酒则在节日需求和夏季消费的带动下扩大份额。他说，2025年11月，Wine的起泡酒及其他清淡型葡萄酒销量增长至原来的3至4倍。Martins表示，Víssimo也出现了相同趋势：白葡萄酒和起泡酒增长更快，但按销量计算，红葡萄酒仍是最大品类。

零售商还表示，消费者的注意力已不再集中于单一购物日。在巴西，与许多其他市场一样，黑色星期五促销已延续数周。一些公司表示，2026年的折扣促销早在11月之前就已启动，因为市场在2025年末销售疲软后进入新一年时库存高企。

Martins表示，2026年进口量的增幅超过销售量，导致行业库存高于预期。对促销力度更大的Evino而言，这意味着需要加大折扣力度。Benz表示，黑色星期五仍应是全年折扣力度最大的促销期，因为积压过多库存会增加供应商成本，品牌也没有动力长期持有高库存。

不过，Lilla质疑长期打折的做法。他表示，零售商全年都提供折扣，可能模糊促销价与产品实际价格之间的界限。Mistral传统上会在年初对尾货开展清仓促销；Lilla表示，如今黑色星期五也分担了这部分促销任务，只是安排在日历上的另一个时段。他说，这两项促销活动对公司都同样重要。

尽管高管们对当前促销活动的销售前景持乐观态度，且黑色星期五将在11月27日到来，但他们表示，年底之后市场将面临艰难的定价环境，主要原因是汇率压力和更广泛的经济不确定性。

Benz表示，Grupo Wine通过与供应商协商、对冲汇率风险以及从保税仓进口，减轻汇率波动的影响，但他预计黑色星期五之后价格将逐步上涨。Martins表示，Víssimo的规划已将美元兑雷亚尔汇率按5.70估算；汇率变动幅度已超过公司的利润空间，如果汇率维持在这一水平，公司不可能完全消化涨幅。

高管们表示，为了维护其在巴西的市场地位，海外酒庄承担了部分成本；巴西是少数仍保持增长的葡萄酒市场之一。但他们也指出，海外生产商能够提供的支持有限，因为他们正面临全球酒精饮料消费疲软、贸易紧张局势以及其他国家葡萄酒销量下滑等问题。

高管们表示，2026年开始生效的南方共同市场与欧盟贸易协定可能降低欧洲葡萄酒在巴西的价格，但巴西的税制改革可能抵消其中一部分利好。

零售商表示，即使价格很可能上涨，他们仍看到消费者愿意为品质更好的酒款支付更高价格，这一趋势通常被称为高端化。Martins表示，尽管葡萄酒总销量可能承压，但平均客单价正在上升。他以Evino的高端意大利葡萄酒销售表现为例称，这家主打入门级产品的零售商已成为巴西Barolo和Brunello酒款的最大销量销售商，这些酒款的价格往往超过300雷亚尔。

Lilla表示，这也有助于解释为何黑色星期五对高端酒进口商Mistral同样重要。最高可达60%的折扣能让顾客买到平时不会按原价购买的葡萄酒，使这场促销活动成为引导消费者尝试更贵酒款的途径，而不只是清理廉价库存。