vinetur

西班牙葡萄酒出口收入前九个月下降6%，至20.077亿欧元

瓶装DOP葡萄酒和散装酒出货量减少，令西班牙葡萄酒出口额降至2020年以来1月至9月同期最低水平

2026年11月20日星期五



2026年1月至9月，西班牙葡萄酒出口收入为20.077亿欧元，较2025年同期下降6%。瓶装原产地名称保护葡萄酒和散装酒出货量减少，大幅拖累了海外销售。

根据西班牙国家税务局数据，经西班牙葡萄酒跨行业组织分析，出口商收入较一年前减少约1.27亿欧元；2025年同期收入为21.348亿欧元。出口量降幅更大，下降12.8%，从14.533亿升降至12.677亿升。

收入下滑主要集中在两个品类。瓶装原产地名称保护葡萄酒（西班牙语简称DOP）出口收入减少5,510万欧元，散装酒则减少4,250万欧元。两者合计减少9,760万欧元，约占九个月期间葡萄酒出口收入总降幅的77%。

起泡酒出口也明显下滑，而收入实现增长的只有瓶装品种酒和盒中袋葡萄酒。两者的增幅不足以抵消整个行业的普遍损失。

报告所列数据系列显示，今年1月至9月的出口收入为2020年以来同期最低水平，这也是该时段连续第二年下滑。2024年同期收入为22.13亿欧元，2025年约为21.35亿欧元。与2022年1月至9月创下的22.24亿欧元峰值相比，今年收入减少约2.16亿欧元，降幅为9.7%。

由于每升平均收入有所上升，出口额降幅小于出口量降幅。按出口总收入和出口量计算，每升平均收入从一年前的约1.47欧元升至约1.58欧元，增幅约为7.8%。这一均价上涨缓解了出口量下降造成的经济损失，但未能阻止出口收入整体下滑。报告指出，均价也会受到销售产品结构变化的影响，并不意味着所有品类都出现了同等幅度的价格上涨。

瓶装静止葡萄酒仍是出口收入最大的来源，创收11.592亿欧元，占西班牙葡萄酒出口总额的57.7%。这一大类收入下降4.8%。其中，DOP葡萄酒收入为8.034亿欧元，下降6.4%，单这一品类就占西班牙葡萄酒出口总收入的40%。其平均价格上涨4.5%，达到每升5.34欧元，但出口量下降10.4%，至1.505亿升。

瓶装静止葡萄酒中，受地理标志保护（IGP）葡萄酒的收入降幅最大，下降15.7%至7,510万欧元，较2025年同期减少约1,400万欧元。出口量下降20.9%至5,970万升。平均价格上涨6.5%，达到每升1.26欧元，但不足以弥补出货量减少的影响。

瓶装品种酒则呈现相反走势，是报告中收入增幅最大的品类。其出口收入增长9.8%，达到1.277亿欧元，较一年前增加约1,140万欧元。出口量增长2.6%，至6,890万升；平均价格上涨7%，达到每升1.85欧元。数据显示，该品类增长既得益于实物销量增加，也受到每升价值提高的推动。

不属于DOP或IGP的瓶装葡萄酒收入基本持平，为1.529亿欧元，下降0.6%。报告明细显示，收入减少约95万欧元。不过，出口量下降7.8%至1.061亿升，而平均价格也恰好上涨7.8%，达到每升1.44欧元，从而限制了收入降幅。

起泡酒出口收入为3.383亿欧元，下降6.9%，较2025年1月至9月减少2,520万欧元。按收入绝对降幅计算，这一品类仅次于瓶装DOP葡萄酒和散装酒，位列第三。与其他几个品类不同，起泡酒平均价格几乎没有变化，仅上涨0.3%，达到每升3.42欧元。因此，其收入降幅与出口量7.2%的跌幅大致相当，出口量降至9,900万升。

盒中袋葡萄酒是另一个实现收入增长的品类。出口额达到6,840万欧元，增长4.8%，增加约320万欧元。出口量增长3.8%，至5,420万升；平均价格上涨1%，达到每升1.26欧元。盒中袋葡萄酒与瓶装品种酒合计增加约1,450万欧元收入，远低于报告明细中其他品类合计超过1.41亿欧元的损失。

在规模较小的品类中，利口葡萄酒收入为3,410万欧元，下降7.7%，尽管其平均价格上涨2.6%，达到每升5欧元。半起泡酒则走势不同：出口量增长4.4%，至1,460万升，但收入下降5%至2,170万欧元，原因是平均价格下跌9%，至每升1.49欧元。

散装酒是出口收入损失的第二大来源，收入为3.859亿欧元，下降9.9%。该品类出口量下降16.4%，至7.077亿升；平均价格上涨7.8%，达到每升0.55欧元。散装酒在西班牙葡萄酒出口结构中的实物占比仍然很大，但收入占比要小得多。散装酒约占出口总量的55.8%，却仅占出口总收入的19.2%。

散装酒中，不属于DOP或IGP的品类收入最高，为2.502亿欧元，但较一年前下降11.1%。散装品种酒收入为1.288亿欧元，下降5.8%。其余品类规模小得多：散装DOP葡萄酒收入为360万欧元，下降6.7%；散装IGP葡萄酒收入下降48.5%至330万欧元。这是散装酒各品类中相对降幅最大的，不过其2025年同期基数仅为630万欧元。

报告还统计了覆盖葡萄酒行业所有产品的更广义指标，其中包括葡萄汁，并将其与葡萄酒单独统计。在这一更广的类别中，2026年1月至9月西班牙出口收入为23.719亿欧元，较2025年同期下降7.9%，减少2.033亿欧元。

葡萄汁是这一更广泛类别收入下滑的重要因素。其收入从3.225亿欧元降至2.502亿欧元，下降22.4%，减少7,230万欧元。葡萄汁约占葡萄酒行业出口总额的10.5%，却约占收入净降幅的36%。其出口量下降30%，至3.642亿升。平均价格上涨10.8%，达到每升0.69欧元，但未能抵消海外销售升数减少的影响。

报告中的市场数据表明，散装酒和葡萄汁在不同目的地市场的需求走势不一。德国仍是西班牙散装酒出口的最大市场，位居法国之前，采购额为1.137亿欧元，下降9.6%。法国采购额为9,650万欧元，下降15.3%。在这两个市场，出口量降幅都大于金额降幅：德国下降14%，法国下降22.1%。

葡萄牙在目的地市场中的排名上升，采购额达到3,810万欧元，增长21.9%，采购量增长14.6%。科特迪瓦采购额为3,430万欧元，增长18.5%，尽管其进口量减少了1.6%。该市场的平均价格上涨19.6%，达到每升0.61欧元。

报告将瓶装葡萄酒定义为容量不足2升的容器装葡萄酒，不包括起泡酒。按此口径，1月至9月期间，英国在出口量和出口额两个指标上都成为西班牙瓶装葡萄酒的最大市场；按出口额计算，英国超过了美国。