# 美国关税冲击下，意大利葡萄酒出口额上半年下降6.2%

意大利最大的海外市场美国销售额下降14.1%，至8.49亿欧元，促使业界加快开拓规模较小的市场

2026年11月21日星期六



行业数据显示，2026年上半年，意大利葡萄酒出口表现走弱。关税压力下，美国需求放缓；与此同时，一些规模较小的新兴市场实现较快增长。相关数据于11月20日星期五在罗马公布。

这些数据在Win&活动上进行了讨论。该活动聚焦意大利葡萄酒文化，由Consorzio Italia del Vino主办。数据依据Istat统计资料，由Unione Italiana Vini观察机构处理，并结合Nomisma旗下葡萄酒市场部门Wine Monitor的分析。Il Sole 24 Ore于11月18日星期三刊发的报道也引用了这些数据。

根据基于Istat数据的统计，2026年前六个月，意大利葡萄酒出口额略高于36亿欧元，较上年同期按价值计下降6.2%，按数量计下降4%。对美国这一意大利最大的葡萄酒海外市场的销售额下降14.1%，

至8.49亿欧元。Nomisma在罗马活动上公布的另一组测算显示，美国市场降幅超过18%。尽管两组估算有所不同，但都凸显出市场放缓的程度。

下行趋势并非意大利独有。活动引用的数据显示，2026年前九个月，主要全球葡萄酒出口国中，意大利出口下降2%。法国下降0.4%，西班牙下降8%，智利下降11%。

美国市场出货承压，正受到整个饮料行业的密切关注，因为这凸显出大型饮料出口国对单一市场的依赖风险。这也表明，当贸易紧张局势开始影响销量、定价和分销时，葡萄酒生产商以及其他饮料出口商可能需要加快市场多元化步伐。

Wine Monitor表示，今年开始跟踪一组由13个新兴市场组成的样本：安哥拉、保加利亚、哥伦比亚、科特迪瓦、印度、哈萨克斯坦、摩洛哥、墨西哥、秘鲁、波兰、捷克、罗马尼亚和泰国。这些市场约占全球进口葡萄酒总额的5%，但其中包括城市化进程加快、中产阶级不断壮大的发展中经济体。

上半年，捷克增幅领先，意大利葡萄酒在当地的销售额按价值计增长22%，按数量计增长16.5%。捷克由此成为该监测市场组中瓶装静止葡萄酒和微起泡葡萄酒的最大目的地。相比之下，波兰和墨西哥在同一品类的销售额均出现两位数下降。

在Nomisma跟踪的大多数新兴市场中，起泡酒仍是表现最强的品类。哥伦比亚的销售额实现两位数增长，哈萨克斯坦则增长超过50%，但其基数相对较小。Nomisma还指出，在其2025年的报告中，Prosecco在这13个市场的销售额和销量均未出现下降。

长期趋势也显示出同一方向。罗马公布的数据显示，2015年至2025年，意大利葡萄酒出口在罗马尼亚增长507%，在土耳其增长325%，在越南增长264%；同期全球平均增幅为45%。Wine Monitor负责人Denis Pantini还提到巴西：意大利葡萄酒在当地的销售额增长6%，整体市场则增长2.1%。

如果欧盟—南方共同市场协定按计划逐步实施，巴西的重要性可能进一步上升，因为该协定规定分阶段降低进口关税。活动发言者还表示，生产商需要加大对可持续发展、文化和专业技能的投入，同时以更简单、直接的方式与消费者沟通。

这一问题对威尼托大区尤为重要。该地区是意大利最大的葡萄酒出口地，也是最容易受到海外需求放缓影响的地区之一。根据威尼托农业局经济观察机构引用的Istat数据，2026年上半年威尼托葡萄酒出口额达到13.2亿欧元，下降8.4%，比全国降幅高出两个百分点以上。即便如此，威尼托仍占意大利葡萄酒出口总额的36.3%。

2025年，出口疲软的迹象已经显现。威尼托葡萄酒出口量增长1.2%，但出口额下降1.1%，至29.3亿欧元，显示平均价格下滑。威尼托葡萄酒销往约150个国家，但89%的出口额集中在仅20个市场，这种集中度使生产商更容易受到美国关税等突发贸易冲击的影响。

Confagricoltura Veneto表示，这些数据表明，市场多元化对葡萄酒企业而言已不再是可选项。该农业组织称，生产商应充分利用葡萄酒行业支持措施中面向非欧盟国家的推广资金，包括将潜力较大的新兴市场纳入其中。该组织还呼吁企业把握欧盟—南方共同市场等贸易协定带来的机会，同时推动规则互惠，并继续管理供应和生产潜力，以支撑价格。

该组织还表示，出口商需要加强对海外市场、营销和消费者习惯变化的培训。这反映出意大利葡萄酒行业在2026年面临的更广泛问题：尽管成熟市场仍至关重要，但美国需求疲软正促使生产商在规模较

小、发展程度较低的市场寻找增长机会。这些市场或许有更大的拓展空间，但也需要新的商业策略。