截至2026年9月的一年间，勃艮第红葡萄酒销量下滑4.1%

勃艮第白葡萄酒销量增长0.8%，达到1.17亿瓶，出口和部分市场降价为增长提供支撑

2026年11月22日星期日



勃艮第葡萄酒市场在截至2026年9月的12个月里势头减弱。根据勃艮第-弗朗什-孔泰大区农业、食品与林业局（DRAAF Bourgogne-Franche-Comté）和勃艮第葡萄酒委员会（Comité des vins de Bourgogne）11月公布的数据，红葡萄酒明显下滑，白葡萄酒保持稳定，起泡酒则有所增长。

数据显示，勃艮第红葡萄酒在此期间销量下降4.1%。白葡萄酒销量增长0.8%，达到约1.17亿瓶；勃艮第克雷芒起泡酒（Crémant de Bourgogne）销量增长超过7%。红、白葡萄酒合计的静止葡萄酒总销量下降0.7%。

这一分化不仅对勃艮第意义重大，也会影响更广泛的葡萄酒行业，因为该产区是全球高端葡萄酒贸易

中最重要的产地之一。勃艮第红、白葡萄酒和起泡酒之间的差距扩大，可能影响出口策略、定价决策和产品定位，尤其是在高端葡萄酒市场。

红葡萄酒销量下滑尤其值得关注，因为长期以来，相较法国许多其他葡萄酒产区，勃艮第被认为较能抵御葡萄酒消费整体放缓的影响。数据显示，即便是以供应稀缺、国际需求旺盛著称的产区，如今也感受到市场对红葡萄酒兴趣减弱。据原始数据，此次下滑波及多个法定产区等级，包括传统上吸引收藏家和高收入消费者的葡萄酒。

这一变化符合法国饮酒习惯的整体转变：多年来，红葡萄酒不断失去市场，年轻消费者中的这一趋势尤为明显。在市场的许多领域，清淡型葡萄酒、白葡萄酒和起泡酒的表现都优于风格更厚重的红葡萄酒。勃艮第最新销售数据表明，这些偏好如今在法国最受关注的葡萄种植区之一表现得愈发明显。

勃艮第白葡萄酒表现出更强韧性，但增幅有限，且伴随一项警示。勃艮第葡萄酒委员会表示，销量增长部分得益于一些市场的降价。换言之，瓶数略有增加，并不一定意味着生产商收入增长。在法国国内市场，勃艮第白葡萄酒销量实际上下降了2.8%，出口则帮助抵消了本土市场的疲软。

报告所引数据称，夏布利（Chablis）、小夏布利（Petit Chablis）以及马贡内（Mâconnais）的区域级葡萄酒是白葡萄酒增长的主要推动力。这表明，在买家似乎对价格更加谨慎之际，勃艮第价格更亲民的白葡萄酒法定产区正承载着更大份额的需求。

勃艮第克雷芒起泡酒的表现继续超过静止葡萄酒品类。在截至2026年9月的12个月里，其销量增长超过7%，延续了起泡酒整体走强的趋势。对生产商和经销商而言，这一趋势意义重大，因为克雷芒起泡酒兼具高端定位与价格优势。当消费者希望购买传统法酿造的起泡酒、却不愿支付香槟的价格时，这一品类便有望受益。

其他指标显示，市场正在放缓，但并未崩盘。截至2026年9月底，静止葡萄酒库存较上年同期减少3%。与此同时，2026年9月AOP散装葡萄酒交易量较2025年9月骤降68%，反映出新营销季开始时种植者与酒商之间的交易活动十分疲弱。

供应也在收紧。DRAAF的初步估算显示，2026年葡萄收成较正常参考水平低约30%。8月酒窖出库量较五年平均水平低31.1%。产量下降、可供货量减少，这一组合有助于解释为何销量走弱并不必然导致价格下跌。

截至2026年9月底，静止葡萄酒库存约相当于15.3个月的销量。这并不意味着供应充裕，尤其是在许多法定产区产量本就受限的情况下。对酒商、进口商和餐饮采购商而言，这意味着即使部分品类需求转弱，勃艮第葡萄酒仍可能价格高企、供应有限。

产区内各地的价格走势也不尽相同。DRAAF表示，梅尔居埃（Mercurey）红葡萄酒的散装市场价格上涨18%，伊朗西（Irancy）上涨9%；而金丘（Côte-d’Or）的一些村庄级法定产区则走势相反。热夫雷（Gevrey）散装酒价格下跌约15%，马萨内（Marsannay）下跌约20%。这些是业内交易价格，并非零售货架价格，但显示勃艮第不能被视为一个统一市场。

不同法定产区之间的差异，反映出供需平衡正变得更加分化。品牌实力、出口比重、年份状况以及各村庄的声誉，仍在共同影响定价。对业内而言，这意味着笼统谈论“勃艮第价格”，不如按品类逐一分析来得有用。

出口仍是重要支撑。DRAAF报告称，2026年前八个月对外发货量有所增加，多个欧洲国家市场表现向好。不过，各品类表现仍有差异。白葡萄酒和克雷芒起泡酒比红葡萄酒更具韧性，凸显国际需求目前对稳定该产区市场有多重要。

出口依赖也有助于解释，为何法国消费疲软并未导致商店大幅打折。生产商和酒商可以根据不同市场的需求和价格状况调整销售量。勃艮第这样一个高度依赖国际市场的产区，国内市场走弱并不一定会迫使零售端立即降价。

勃艮第的产量结构为其提供了一定保护。报告所引数据显示，白葡萄酒约占该产区总产量的61%。在白葡萄酒和起泡酒比红葡萄酒更具韧性的当下，这是一项优势。尽管如此，最新数据表明，勃艮第并未免受葡萄酒行业普遍压力的影响：消费者口味变化、国内消费疲软、收成减少，以及不同品类和法定产区之间日益分化的价格走势。