vinetur

葡萄价格下跌约50%，英国起泡酒生产商转向美国市场

英国葡萄园种植面积自2005年以来增长510%，库存随之增加，竞争激烈的高端葡萄酒市场压力加大

2026年11月24日星期二



英国起泡酒已在美国受到关注，但随着英国本土葡萄园迅速扩张，供应增加、葡萄价格承压，生产商如今面临着将市场兴趣转化为稳定销量的压力。

2012年，Ridgeview发出首批产品时，英国起泡酒在美国市场几乎鲜为人知。十多年后，英国葡萄酒已出现在餐厅酒单上，吸引进口商关注，也获得大型葡萄酒集团投资。根据Wines of Great Britain发布的《2025年行业报告》，2005年至2024年间，英国葡萄园种植面积增长了510%，达到4,841公顷。

这一增长助力英国起泡酒成为高端起泡酒市场中有实力的竞争者，但也带来了一个基本的商业难题：葡萄藤增多意味着果实增多，长远来看，成酒也会随之增加。生产商正努力尽快拓展出口需求，以消

化不断增长的产量，尤其是瞄准美国这个全球竞争最激烈的葡萄酒市场之一。

对饮料行业而言，这一变化的影响不止于一个小众品类。它为新兴高端起泡酒产区提供了一次早期考验：如何吸引投资、管理库存，并与香槟及其他成熟起泡酒争夺货架空间和酒单席位。结果可能影响整个行业采购方的定价、货源和进口策略。

气候是这一品类崛起的原因之一。英格兰气候凉爽潮湿，长期以来不利于葡萄种植，但气温升高改善了种植的稳定性，也让起泡酒生产更具可行性。一项2022年关于气候变化与英国葡萄种植的研究发现，到2040年，英国最温暖葡萄酒产区的生长季平均气温可能达到17摄氏度，高于1999年至2018年间15.7摄氏度的平均水平。研究还预测，英国葡萄酒产区出现类似高产年份2018年的气候条件的概率可能超过50%。

这种气候特征有助于保留较高酸度，许多葡萄酒专业人士认为这是英国起泡酒的标志性优势。一些买家表示，对于希望获得清新感和结构感的饮酒者而言，这种风格颇具吸引力；随着气候变暖影响其他产区，这些特点可能更难寻觅。

与此同时，生产商和进口商表示，尽管传统酿造法、葡萄品种和白垩土壤容易让人联想到香槟，但这一品类正逐渐摆脱与香槟的持续比较。Jackson Family Wines国际业务执行副总裁Nick Bevan告诉SevenFifty Daily，英国起泡酒应越来越多地被视为一个独立品类，而非香槟的仿品。

行业的发展吸引了外部资本。Champagne Taittinger在肯特郡创立Domaine Evremond，并于2025年推出首个年份酒款。此前一直在考察扩充起泡酒产品组合方式的Jackson Family Wines，也认定英格兰具有长期发展潜力。据Sugrue South Downs的Ana Sugrue介绍，小型投资者也已入场，其中包括来自伦敦的新土地买家。

生产商也在更多地尝试不同风格和酿造方式。一些人正在探索自然酿酒，另一些人则为未来的调配酒采用索莱拉系统。Silverhand Estate等酒庄正在尝试Charmat法，这或许能为价格更亲民的起泡酒开辟道路；该品类往往以产量小、陈年时间长为特点。

随着供应增加，出口变得愈发重要。Wines of Great Britain表示，全球出口额从2023年至2024年增长了35%。目前没有正式统计专门针对美国市场的出口数据，但多家生产商和进口商告诉SevenFifty Daily，美国已成为重点市场。Gusbourne于2016年开始向美国出口，如今将美国列为其主要市场之一。

Gusbourne葡萄酒、传播、教育与风格负责人、侍酒大师Laura Rhys表示，过去十年间，消费者对这一品类的熟悉程度显著提升。她说，早期许多美国人惊讶于英格兰竟能商业化生产葡萄酒；如今，消费者更可能在餐厅酒单上看到这一品类、从朋友那里听说，或在行业活动中品尝到相关酒款。

进口商表示，以英式风格为主题的餐厅也发挥了助力作用。Skurnik Wines and Spirits全球产品组合经理Cody Stephenson告诉SevenFifty Daily，该公司进口Wiston Estate酒款；纽约英式酒馆的兴起，以及Hawksmoor、Ambassador’s Clubhouse和Dishoom等总部位于伦敦的餐饮集团进军美国市场，为英国起泡酒创造了天然的销售渠道。

餐饮渠道仍是关键，因为这一品类往往需要在餐桌上或葡萄酒商店里加以介绍。2023年创立进口商Bubbles of Britain的Kate Hamrick Foskett告诉SevenFifty Daily，她的策略是将酒款推荐给合适的买家，而非一味追求销量。进口商将英国起泡酒称为需要主动推介的产品：消费者一旦品尝，或许就能认出这种风格，但仍有许多人需要被说服，才能认可英格兰在高端起泡酒领域的一席之地。

随着英国的供应形势恶化，销售工作变得更加紧迫。Ana Sugrue告诉SevenFifty Daily，产量过剩已成为行业的一大压力。葡萄园增多使市场上的果实供应增加，葡萄价格随之下跌。尽管2024年份的产量是2016年以来最低的，但由于新种植的葡萄园开始结果，仍成为过去10年中产量第四高的年份。此前2023年收成也非常大，导致许多酒庄库存积压。

Dermot Sugrue告诉SevenFifty Daily，2023年采收结束后，酒庄在2024年几乎没有意愿继续购买葡萄，葡萄价格下跌了约50%。他说，压力在2025年仍未缓解；当年有利的生长条件进一步增加了供应，到年底葡萄价格跌至历史低位。进入2026年，随着更多种植者和酒庄在采收前签订固定价格合同，价格走势变得更加复杂，但供应过剩的问题并未完全消失。

气候变化虽带来好处，同时也是一项风险因素。不同年份的产量仍可能大幅波动，同样的天气变化可能有利于某一年，却损害下一年的收成。英国葡萄酒行业还依赖一套由多方组成的供应网络，许多酒庄购买葡萄，而非自行耕种所有葡萄园。Wines of Great Britain的数据显示，仅24家生产商就占销售额的88%。这种集中度意味着，少数大型企业遭遇困难，便可能波及种植者、合同酿酒厂和供应商。

美国市场还面临另一项挑战：价格。由于产量小、标注年份且陈年时间较长，英国起泡酒的定位通常接近入门级香槟。Hamrick Foskett告诉SevenFifty Daily，对于已经熟悉香槟、Prosecco或美国本土起泡酒的顾客而言，这一品类所处的高端价位可能不容易解释。

一些侍酒师认为，这些酒款仍然物有所值。纽约Dean’s餐饮总监Annie Shi告诉SevenFifty Daily，如果这一品类的知名度更高，英国起泡酒的售价或许会更高，因此目前能够以相对较低的价格提供出色品质。她说，她在酒单上将Hambledon和Hattingley Valley Brut定价为105美元，为希望尝试特色酒款、又不愿为知名品牌支付更高价格的顾客提供选择。

品牌命名仍是另一个悬而未决的问题。生产商曾讨论为这一品类采用更简短、也更便于市场推广的名称，包括Brit Pop和Britagne等说法，但都未能获得广泛认可。Bevan告诉SevenFifty Daily，一个令人难忘的身份标识或许很重要，因为香槟已不仅是一个地名，也成为高端起泡酒的全球性代称。

目前，英国起泡酒在美国势头正盛，信誉和知名度也不断提升。但与几年前相比，它的葡萄园更多、瓶装酒更多，财务压力也更大。能否将声望转化为持续复购，将不仅决定英国种植者和酒庄的前景，也将影响买家、进口商和餐饮集团在竞争日益激烈的市场中，愿意在多大程度上支持另一个高端起泡酒产区。