纳帕谷葡萄酒供过于求已蔓延至200美元以上酒款

自2021年以来，售价200至500美元酒款的零售在售数量增加82%，高端各价位段的消费者兴趣均有所减弱

2026年11月26日星期四



Wine-Searcher和农业贷款机构American AgCredit的研究部门Terrain于11月分别发布的数据表明，纳帕谷葡萄酒供过于求的情况已波及高端市场。自2021年以来，售价超过200美元酒款的零售在售数量大幅增加，与此同时，消费者兴趣有所减弱。

这一变化值得关注，因为人们普遍认为，纳帕谷的顶级酒款较能抵御影响低价葡萄酒的库存积压。然而，最新数据表明，供需失衡如今已出现在各个价位段，包括该产区一些最昂贵的酒款。这对饮料行业有重要影响，因为高端市场承压会影响定价、利润率以及分销商和零售商的采购决策；受影响的不只是纳帕谷葡萄酒，还包括其他争夺有限货架空间和消费者支出的产品。

11月24日星期二，Wine-Searcher发布了其平台数据：全球商家共发布近40万条纳帕谷葡萄酒在售商品信息，较2021年增加约33%。同期，平台上纳帕谷葡萄酒的搜索量下降13%；纳帕谷葡萄酒在Wine-Searcher全部葡萄酒搜索中的占比连续五年下滑，从2021年的7%降至2026年的略高于5%。

美国市场高端酒款的供应增幅更为显著。Wine-Searcher表示，自2021年以来，售价超过500美元一瓶的纳帕谷葡萄酒在售数量增加79%；售价在200至500美元之间的酒款在售数量同期增加82%。这两个价位段的搜索量均有所下降。

这一趋势在个别品牌上也有所体现。Wine-Searcher表示，列出Shafer Hillside Select的美国商家数量已是五年前的两倍多。Caymus Special Selection的情况类似，在售的Heitz Martha’s Vineyard数量则接近三倍。

目前，压力更明显地体现在供应量上，而非标价上。Wine-Searcher表示，在其追踪的所有价位段中，美国零售端平均要价过去一年基本持平。过去五年，同款葡萄酒的价格上涨了6%至13%，涨幅低于通胀水平，意味着按实际价值计算，酒价有所下降。

市场最顶端的价格走势则不尽相同。自2021年以来，Opus One每年都是该平台上搜索量最高的纳帕谷葡萄酒，平均价格从398美元升至490美元。Harlan Estate的平均价格同比上涨10%，达到1,743美元。Screaming Eagle走势相反，平均价格自2021年以来下跌23%，至约3,690美元。

消费者的兴趣正转向价格较低的纳帕谷酒款。Wine-Searcher表示，2026年只有售价低于50美元的酒款搜索量有所增长，增幅为22%。

来自供应链另一环节的第二组数据也指向同一个更广泛的问题。Terrain于11月9日发布了《2027年纳帕展望》，报告依据销售和产量数据，而非零售商品信息。分析师Chris Bitter表示，2023年纳帕的葡萄压榨量创下有记录以来的最高水平之一，此后两年的产量大致符合过去10年的历史平均水平。他认为，为消化已经生产的葡萄酒，该产区的产量可能需要低于这一平均水平，而且过剩情况可能还会持续几年。

Terrain的销售数据描绘出一个总体持平的市场。根据NielsenIQ数据，截至2024年6月的12个月，非即饮渠道销量下降9%；截至2025年6月的同期销量下降2%；截至2026年6月的同期销量则增长1%。分销商出货量的降幅大于零售销量，这表明零售商在消化库存期间，纳帕谷葡萄酒的采购量仍低于销售量。

销量小幅回升的同时，价格却有所下降。Terrain表示，各品牌依赖打折促销和低价自有品牌葡萄酒的持续供应，拉低了平均瓶价并挤压利润率。报告引用的Community Benchmark数据显示，葡萄酒直销收入下降2%。

Bitter在报告中说：“市场上的葡萄酒太多了。大家都能感受到，价格也承受着压力。”

两组数据衡量的并非同一事项。Wine-Searcher追踪商家在售商品信息和消费者搜索量，其中在售数量统计覆盖全球，价格分段数据则聚焦美国市场。Terrain追踪美国非即饮渠道销售、分销商流通、直销和纳帕谷产量。尽管如此，两组数据都指向同一状况：纳帕谷进入市场的葡萄酒多于买家消化的数量，而2023年大丰收后积累的库存尚未清空。

数据还表明，市场承压并非源于需求突然崩塌。零售销售表现疲弱或基本持平，仅凭其下滑速度不足以解释库存积压。问题似乎在于产量较高、分销商和零售商采购放缓，以及消费者转向更便宜的酒款，

这些因素共同作用。

对生产商而言，这可能意味着需要更多依靠促销来推动销售。对分销商和酒商而言，则可能意味着谨慎采购的局面将持续更久，尤其是在在售数量增长最快、搜索量却持续下降的高价品类中。Terrain表示，预计2027年三层分销体系的销售将大致持平；待零售商完成库存削减后，增长更可能来自直销。