

跟着酒香去旅行

葡萄酒旅游已不再是酒庄品鉴的单一活动,而是融合风土、传统与生活方式的全球文化浪潮。

徐菲远

6月,Persistent Market Research发布的一份预测报告勾勒出全球葡萄酒旅游的壮阔图景:到2033年,全球葡萄酒旅游市场规模将达到1384

亿美元,2026年至2033年的复合年增长率为13.4%。这一增长背后,是旅行者消费心理的根本转变——人们不再满足于走马观花的标准化观

光,而是渴望围绕当地文化、美食与美酒来安排自己的旅程。葡萄酒旅游正从一个小众的爱好,演变为全球旅游业的一支关键力量。

欧洲:文化遗产的当代叙事

欧洲仍是全球葡萄酒旅游的绝对中心。2025年,欧洲占据了该行业42%的市场份额,全球近五分之一的葡萄酒旅游交易发生在这片大陆。法国波尔多、意大利托斯卡纳和西班牙里奥哈等经典产区,凭借悠久的葡萄酒传统、强大的文化吸引力和完善的旅游基础设施,持续吸引着全球游客。

然而,2026年的欧洲葡萄酒旅游已远非“参观酒庄、品尝美酒”那么简单。在波尔多,葡萄酒城(Cité du Vin)在2026年迎来十周年庆典,这座互动式博物馆带领参观者踏上身临其境的感官之旅,探索世界各地的葡萄酒文化。

游客可以在圣埃米利永(Saint-Émilion)——这座被联合国教科文

组织列为世界遗产的中世纪小镇探索地下教堂,然后走进城堡参观品鉴。葡萄酒与历史徒步之旅的结合,让“品酒+city walk”成为探索波尔多最受欢迎的方式之一。

在意大利托斯卡纳,葡萄酒旅游早已超越了品鉴本身。游客离开佛罗伦萨的喧嚣,进入基安蒂(Chianti)连绵起伏的丘陵地带,在这里,历史、文化和卓越的风味融为一体。游客可以走进家族酒庄,与酿酒师面对面了解每一瓶葡萄酒背后的故事:在农场到餐桌的体验同样深入人心:在当地酒庄享用午餐,品尝布鲁奈罗(Brunello)葡萄酒,搭配正宗的托斯卡纳美食,包括意式肉酱面(pici al ragù),感受真正的在地风味。

西班牙里奥哈在2026年被

ABTA评为“年度值得关注的目的地”,这里的葡萄酒旅游场景提供了“远不止一杯葡萄酒”的体验。从尖端精品酒店到小型家族经营酒庄,游客可以由葡萄种植者亲自带领,走进定义其年份的那片土壤。Dinastia Vivanco葡萄酒文化博物馆通过互动展览,追溯里奥哈酿酒从古代传统到现代技术的演变历程。

欧洲葡萄酒旅游的繁荣也得益于政策层面的支持。欧盟的旅游政策框架将葡萄酒旅游纳入更广泛的旅游规划,成员国共同努力加强可持续旅游,使旅行成为文化遗产保护和地方就业的载体。铁路连通性、自行车路线和酒庄住宿等基础设施的改善,进一步延长了游客的停留时间,提升了消费水平。

亚太:新兴力量的崛起

如果说欧洲代表着葡萄酒旅游的传统与高度,那么,亚太地区则书写着这一产业最富活力的增长故事。2025年,亚太地区占据了葡萄酒旅游业32%的市场份额,预计到2033年将以每年15.2%的速度扩张。中产阶级需求的上升和葡萄酒旅游基础设施的不断扩展,是这一增长的核心驱动力。

中国宁夏贺兰山东麓,是这一趋势最引人注目的例证。依托业界公认的酿酒葡萄黄金风土,宁夏正从“卖酒”向“卖体验、卖文化、卖生活方式”转型。2026年试营业的贺兰山宿集迅速在小红书、抖音等社交平台“出圈”,构建起“葡萄酒+民宿+餐饮+文化”的全业态酒旅融合体系。项目坐拥600亩自有葡萄园,实现葡萄种植、酿造、品鉴一站式闭环体验。餐厅“望川”主打“本土菜配本土

酒”,将盐池滩羊、泾源黄牛肉、贺兰山野蘑菇等地域特产与西式烹饪手法巧妙结合。

更令人瞩目的是宁夏将葡萄酒文化与在地生活方式的深度融合。美贺庄园常态化开展葡萄园走秀与落日星空晚宴——葡萄园走秀以垄间为T台,模特展示当季新品,酒庄酒款与时尚服饰同场呈现;旭域金山酒庄联动多家酒庄开放精品游览线路,串联酒庄品鉴、人文古迹与山野大漠风光,构建起独具西北特色的葡萄酒文旅体验链条。传统节日与葡萄酒文化的碰撞同样成为看点:永宁县闽宁镇将永宁民歌、福建南音、蟳埔簪花等闽宁两地的非遗项目与葡萄酒市集同台呈现,这些实践生动诠释了“以酒为媒、以文塑旅、以旅兴城”的发展理念。

中国的葡萄酒旅游不仅面向国

际游客——作为全球最大的国内旅游市场,中国国内游客对葡萄酒旅游的热情同样高涨。今年,烟台张裕酒庄文化博物馆推出了沉浸式剧游项目《裕见浪漫》,将百年酒窖的历史文化转化为可参与、可体验的互动叙事;蓬莱龙亭酒庄则举办了沉浸式酒庄艺术展《如果海风来》,将当代新水墨艺术与海岸葡萄酒元素深度融合。

印度同样在葡萄酒旅游版图上崭露头角。纳西克的Sula Vineyards和卡纳塔克邦的Grover Zampa等酒庄将葡萄园参观与更广泛的生活方式探索相结合。SulaFest等葡萄酒节帮助印度葡萄酒获得国际关注,而餐酒搭配活动则成为吸引既想休闲又想学习的旅行者的重要工具。澳大利亚和新西兰的酒庄则专注于建立长期品牌认知,为国内外游客提供成熟的葡萄酒体验。

美洲:技术与体验的融合

北美葡萄酒旅游同样前景可期,预计2026年至2033年间年复合增长率将达到12.8%。在美国,纳帕谷(Napa Valley)和索诺玛(Sonoma)等标志性葡萄酒目的地仍是旅游焦点,体验式旅游产品涵盖品鉴、葡萄园之旅、烹饪搭配和精品住宿;俄勒冈和华盛顿州的新兴产区也在扩展,游客可以探索多样化的品种和风土。北美的独特之处在于技术的深度融入,酒庄正利用虚拟品鉴、定制路

线和预订应用来捕捉消费者日益增长的兴趣,同时,移动预订工具、增强现实品鉴和个性化葡萄酒行程正变得越来越普遍。在线平台在2025年占预订量的45%,并有望成为增长最快的预订方式。这些工具不仅提高了消费者的单次到访消费,还通过高端套餐强化了酒庄的长期收入流。此外,社交媒体影响力和体验式叙事,进一步放大了人们对葡萄酒旅游的需求。

可持续与文化认同:葡萄酒旅游的深层逻辑

在市场的喧嚣之下,葡萄酒旅游正触及更为深层的文化命题。4月,葡萄酒业官员和政府部长齐聚维罗纳,提出的诉求已超越贸易和品鉴本身——他们希望葡萄酒被认定为文化遗产,而不是仅仅被当作酒精饮品看待。塞尔维亚农业部长表示,该国已启动为历史悠久的Negotin葡萄酒酒窖申请联合国教科文组织世界遗产地位的程序。地中海多个葡萄酒产区则联合发起倡议,旨在将加强酒纳入UNESCO框架,视其作为一种由数百年贸易、海上交流、地方习俗和代代相传的技术知识共同塑造的活态文化实践。这一诉求揭示了葡萄酒旅游的文化

本质,其从来不只是关于酒本身,而是关于酒所承载的景观、历史、技艺和生活方式。

可持续发展同样成为葡萄酒旅游的核心议题。葡萄牙杜罗河谷(Douro Valley)——这一被联合国教科文组织列为世界文化遗产的葡萄酒产区,已成为全球可持续发展的标杆。Six Senses杜罗河谷酒店获得了全球可持续旅游委员会认证,这是可持续酒店业的最高标准;澳大利亚巴罗萨谷(Barossa Valley)等产区,也正在把低影响旅游策略和生态主题葡萄酒线路纳入游客体验规划。

挑战与未来

尽管前景光明,但葡萄酒旅游仍面临显著挑战。严格的酒类法规在许多市场构成制约,品鉴量、营业时间和现场销售的限制,都会影响酒庄如何设计游客体验。季节性需求是另一项挑战:在波尔多和里奥哈等地区,活动集中在采收季和节庆期间,使规模较小的酒庄在淡季尤其脆弱。经济不稳定和地缘政治紧张局势,同样威胁跨境旅行和消费。在黎巴嫩,战争已使当地市场陷入停滞,即便在托斯卡纳和香槟等远离战区的成熟目的地,全球冲突也在改变旅行模式。

然而,这些挑战并未削弱葡萄酒旅游的长期潜力。2026年的全球葡萄酒旅

游图景已然清晰:过去主要以生产为中心的地区,如今正被重新包装为生活方式目的地。更好的交通连接、自行车道和现场住宿设施,正在延长游客停留时间,支持将葡萄酒与美食、遗产旅游相结合的多样化产品。

从波尔多的葡萄酒城到托斯卡纳的家族酒庄,从里奥哈的葡萄酒文化博物馆到宁夏贺兰山东麓的星空晚宴,从杜罗河谷的可持续实践到纳帕谷的数字创新,全球葡萄酒旅游正在经历一场深刻的文化转型。它不再是品鉴室里的几杯酒,而是一场关于土地、技艺、传统与创新的全方位文化体验。