

欧盟烈酒对华出口两年腰斩 中国市场为何“失速”？

过去十年,欧盟烈酒对华出口额增长74%,近两年却下降超过50%,其在中国市场正经历急剧逆转。

本报记者 徐菲远 发自北京

欧洲烈酒行业正经历一场不小的震荡。

近期,欧洲烈酒协会(Spirits Europe)发布的2026年欧盟烈酒贸易评估报告显示,2025年欧盟烈酒出口总额为82.6亿欧元,同比下降6%。报告将这一下滑归因于“日益严峻的全

球贸易环境”,包括地缘政治紧张、经济不确定性以及国际贸易中断。作为欧盟烈酒第三大出口市场,中国的表现尤为引人关注——过去十年,欧盟烈酒对华出口额曾增长74%,但近两年却大幅回落,成为报告重点讨论的市场之一。

三大市场同时承压, 中国降幅尤为突出

报告显示,按价值计算,2025年欧盟超过55%的烈酒出口至欧盟以外市场。

从目的地看,前三大市场全部承压。美国是欧盟烈酒的第一大出口市场,2025年出口额为25.8亿欧元,同比下降9%;英国以8.58亿欧元位列第二,同比下降4%;中国以6.08亿欧元位列第三,同比下降15%。三大支柱同时松动,展现出国际烈酒需求整体下滑的态势。

在上述市场中,中国市场下滑幅度最大。报告显示,中国进口欧盟烈酒已从2023年的18亿美元大幅下降至2025年的8亿美元,降幅达56%;

进口量从2023年的5490万升降至2025年的3840万升,降幅达30%。

报告指出,这一下滑反映了几重因素的叠加:消费支出疲软、市场对超高端烈酒需求减少,以及中国对欧盟白兰地征收的反倾销措施。报告还强调,这些措施对欧盟烈酒的出口商、原料种植商和生产商产生了“尤为严重的影响”。

值得注意的是,中国是欧盟烈酒的第三大出口市场,仅次于美国和英国。虽然欧盟烈酒对华出口额不及美国,但两年间超过50%的暴跌,使其成为报告中极其引人警惕的市场变化之一。

葡萄基烈酒占八成, 白兰地首当其冲

在欧盟对中国的烈酒出口品类中,按出口额计算,葡萄基烈酒占比高达81%,利口酒和甜酒占比6%,威士忌占比4%,朗姆酒占比3%,伏特加占比3%,金酒占比1%,其他占比1%。作为欧盟对华烈酒出口的绝对主力,以白兰地为主的葡萄基烈酒正在经历更为剧烈的调整。

报告重点提及,法国白兰地对华出口的下滑是重要影响因素。法国国家干邑行业管理局(BNIC)发布的细分数据显示,2025年干邑对包括中国和新加坡在内的亚洲地区出口量为

3770万瓶,同比下降20.5%;出口额为8.611亿欧元,同比下降23.1%。

BNIC总经理Raphaël Delpech表示,该行业持续承受着“贸易争端和完全不相关的更广泛问题所带来的不合理后果”。他特别提到,影响正深切作用于“我们产区的核心”,干邑酒庄和葡萄种植者均受到波及。

报告呼吁中国全面取消对白兰地的反倾销措施,并建议在正常市场准入条件恢复之前,建立一种“团结机制”,为受报复性贸易措施影响的行业提供支持。

前三大市场

排名	市场	出口额	1年趋势 (2024-2025)	10年趋势 (2015-2025)
1	美国	25.8亿欧元	-9%	+15%
2	英国	8.58亿欧元	-4%	+37%
3	中国	6.08亿欧元	-15%	+74%

数据来源: Eurostat 2025

产区主动减产,头部品牌仍在加码

面对中国等核心市场的需求下滑,法国干邑产区已经开始主动做减法。年初,BNIC计划在约9万公顷的干邑法定产区葡萄园中缩减7000公顷至10000公顷,其中,约3500公顷的葡萄园将永久性拔藤,不再复种。这一调整反映出产区对消费者中长期需

求变化的预判,也意味着干邑行业正在从供给端主动收缩。

不过,从当前受影响较大的干邑品类来看,马爹利、轩尼诗等头部干邑品牌依然在强化对中国市场的投入力度。报告同时指出,尽管中国市场面临挑战,但欧盟烈酒在全球仍具备较

强的竞争力。威士忌是出口最多的欧盟烈酒,占21%的份额;其次是葡萄基烈酒(19%)、利口酒和甜酒(19%)以及伏特加(13%)。目前,欧盟拥有250个注册烈酒地理标志,体现了“丰富的传统和文化多样性”。此外,烈酒旅游每年吸引了超过600万游客前往欧洲。

新兴市场增长,但难以一夜替代

在主要市场下滑的同时,欧盟烈酒在新兴地区表现亮眼。撒哈拉以南非洲出口额达5.81亿欧元,增长25%,其中,南非增长30%,肯尼亚增长13%,尼日利亚增长12%;拉丁美洲增长10%至4.17亿欧元;印度增长10%至9100万欧元,过去十年飙升682%;

墨西哥增长22%至1.19亿欧元。这些市场的双位数增长,在一定程度上缓解了头部市场下滑的压力,起到分散市场压力的作用。

然而,Spirits Europe警告称,这些地区“无法在一夜之间取代成熟市场”,尤其是在欧洲生产商已投入数十

年的传统市场。报告原文写道:“这些地区无法在一夜之间取代成熟市场,尤其是在欧洲烈酒生产商已经建立了牢固商业关系并投资了数十年乃至数百年的地方。”报告呼吁欧盟制定“务实的贸易政策”,在维护既有伙伴关系的同时,开拓市场新机遇。

传统市场仍是命脉,中国走向待观察

报告最后强调,超过55%的欧盟烈酒出口销往欧盟以外市场,而中国、美国等传统市场的重要性短期内难以被替代。

Spirits Europe贸易与经济事务主任Pauline Bastidon表示,虽然欧洲烈酒拥有“标志性产品、全球认可度、根深蒂固的专业知识”,但仍需要“开放

且雄心勃勃的欧盟贸易政策”支持其继续竞争和增长。Bastidon还呼吁欧盟与美国“深化战略合作”,通过设立烈酒贸易工作委员会来促进市场准入。

整体来看,中国仍然是欧盟烈酒的重要市场,拉长到十年来看,欧盟烈酒对华出口额上涨了74%;而从当前受影响较大的干邑品类来看,头部品牌依

然在中国强化投入力度。

不过,目前中国市场正处于品类调整期,反倾销措施的走向,将在很大程度上决定欧盟烈酒能否重回增长轨道,未来具体走向仍待观察。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



中国酒业创新
联盟企业展示

