

法国葡萄酒产量跌至30年低谷 中国市场为何不买账?

减产没有带来涨价,稀缺没有转化为溢价——法国葡萄酒的供给冲击,在中国市场遭遇了一场“价格失灵”。

本报记者 徐菲远 发自北京

2026年法国葡萄酒产量预计跌至近30年来的最低水平之一,香槟产区几近腰斩,勃艮第黑皮诺损失过半。

然而,这份来自法国农业部的减

产预测,在中国市场并未引发预期的涨价焦虑。库存高企、消费分化、渠道变革,共同构成了一道坚固的“价格防火墙”。



天气重创产量

9月初,法国农业部统计机构Agreste发布的官方预估数据显示,2026年法国全国葡萄酒总产量约为340万千升(即约34亿升),较2025年下降6%,比2021年至2025年的五年平均水平低17%。这组数字使2026年成为法国自1990年代中期以来收成最差的年份之一。

减产的核心驱动因素是天气。Agreste的官方报告指出,2026年法国结果葡萄园面积同比缩减2.5%,而夏季持续的干旱和反复热浪,成为拖累葡萄酒产量的关键一击。年初的条件原本相当有利——春季降雨补充了土壤水分,果串发育良好,病害风险较低。但6月底开始的高温天气迅速扭转了这一局面,土壤水分严重亏缺,葡萄藤出现日灼、叶片脱落和果实萎蔫的现象。

地区分化极为悬殊。香槟产区受灾较严重,产量预计在13万千升,较2025年骤降48%,比五年平均水平低46%;勃艮第-博若莱产区下降33%,黑皮诺在部分地区的损失超过50%;汝拉产区下降36%,卢瓦尔河谷下降12%。

并非所有产区的产量都在下滑。法国最大的葡萄酒产区朗格多克-鲁西永产量预计同比增长5%,波尔多得益于8月下旬的降雨,干旱压力得到缓解,产量有望反弹10%。但即便是这两个“亮点”产区,其产量仍分别低于各自的五年平均水平8%和11%。

从品类看,AOP葡萄酒产量预计为142万千升,下降10%;而IGP葡萄酒是唯一实现增长的类别,增长4%至约103万千升,主要得益于朗格多克-鲁西永产量的复苏。



中国市场的“价格防火墙”

法国葡萄酒减产,理论上应传导为供给收紧和价格上涨。但在中国市场,这一逻辑并未成立。

在法国葡萄酒减产预估发布之前,中国市场的葡萄酒需求退潮早已持续了数年。近日,中国海关发布的数据显示,2026年上半年,中国对欧盟瓶装葡萄酒进口量同比下降16.6%,进口额下降7.9%至2.51亿美元。这一跌幅延续了多年的下行趋势——西班牙葡萄酒行业组织基于中国海关数据的分析显示,2025年全年,中国葡萄酒进口总量已下降26.7%至2.07亿升,进口总额下降14.6%至12.5亿欧元。尽管平均进口价格上涨16.5%至每升6.07欧元,但这种“量减价升”的格局,

恰恰说明市场在收缩而非升级。

高库存进一步削弱了法国葡萄酒减产对产品价格的传导效应。一名在巴黎从事中法葡萄酒贸易的业内人士向《南华早报》描述,中国买家的订单出现“断崖式减少”,过去几年积压的大量高端欧洲葡萄酒仍在渠道内待售,直接抑制了消费者新的采购需求。部分法国顶级名庄酒在中国市场的终端售价甚至低于法国本土零售价,这种价格倒挂现象在以往几乎不可想象。当渠道商的首要任务是消化库存而非补充新货时,产地减产很难转化为终端涨价。

消费结构的变化是更深层的原因。中国葡萄酒消费正呈现明显的分

化:一端是年轻消费者转向更轻松、更具场景化的饮酒方式,白葡萄酒和起泡酒等品类增长相对较快;另一端是需求集中在少数顶级名庄。中间地带的品牌——尤其是那些知名度有限、定价尴尬的中小型酒庄产品,面临更大的压力。

与此同时,国产葡萄酒的竞争力持续提升。云南香格里拉、宁夏贺兰山东麓、山东蓬莱等产区的酒庄,凭借持续改进的酿造工艺和国际奖项背书,正在吸引一批原本只认进口酒的消费者。进口酒不再是中国消费者接触葡萄酒的唯一选择,这也在一定程度上稀释了法国葡萄酒减产本应带来的稀缺性溢价。

价格逻辑正在“脱钩”

一个值得关注的结构性变化是:中国市场的价格形成机制,正在与海外产地价格“脱钩”。

即便法国新酒因减产而涨价,但中国渠道商也可能转向采购更便宜的老年份库存来满足市场需求。对于顶级品牌而言,价格仍主要由需求驱动,该消费群体虽然有所收缩,但对价格

相对不敏感。真正的压力集中在中间层——那些既缺乏顶级名庄的稀缺性,又不具备入门级产品价格竞争力的品牌。

对于法国酒商而言,中国市场的挑战不在于一时一地的减产,而在于消费者消费逻辑的根本性转变。

减产或许能在一定程度上帮助部

分顶级产区维持价格的稳定,但无法扭转一个更根本的事实:在一个库存高企、消费分化、本土竞争加剧的市场中,单纯的“稀缺性叙事”已经很难奏效。



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

