



全球市場報告

二月/2月 2023
Volume 14, Issue No. 2

**Ciatti 国际葡萄及原酒
代理**

201 Alameda del Prado, Suite 101
Novato, CA 94949
Phone (415) 458-5150



介绍：

1月份的活动主要局限于南半球，因为2023年的收成正在进行中，而且像往常一样，收成预期开始影响散装葡萄酒的购买行为。阿根廷过去20年来产量最小的年份之一刺激了当地和邻国智利的一些活动，而南非的保守买盘在新的一年中解冻，因为国际买家采购了剩余的2022年葡萄酒，将其保存到2023年。澳大利亚——像阿根廷一样，预计收成会更短——对其入门级红酒的兴趣一直很高。这些葡萄酒的极具竞争力的定价帮助澳大利亚2022年散装葡萄酒出口量增长了7%。

与此同时，在北半球，法国政府在种植者的游说下采取了行动：该国四年来的第二次危机蒸馏计划将于今年夏天推出。法国和意大利对2022年的白色葡萄酒一直有着稳定的需求，但红色葡萄酒仍然停滞不前。美国市场的葡萄酒总销量充其量是停滞的，但加州的葡萄酒行业已经确定了增长的领域，包括：起泡酒、“清爽”、“清淡”的白葡萄酒；低度或不含酒精的葡萄酒。



加州

加州食品和农业部2022年初步葡萄压榨量为334万吨。这一数字低于预期，与2021相比下降了7.8%，是2011年以来的最低水平。1月，中央谷散酒市场的购买活动有限，2022年品种白葡萄酒——尤其是灰皮诺——的需求量最大。在利润受到挤压和零售销售疲软的情况下，买家对超额承诺和超额支付非常谨慎，而销售疲软的局面导致一些酒庄寻求销售而非购买葡萄酒。加州的出口价格和供应保持稳定。运输成本的下降和运输时间的缩短使进口变得不那么令人头疼：2022年，澳大利亚赤霞珠和梅洛的进口大幅增加。由于2022年葡萄产量报告刚刚发布，霜冻风险尚未结束，2023年葡萄酒市场进展缓慢。



阿根廷

阿根廷2023年的收成明显不足，让人们对于2023年特定葡萄酒的供应产生了疑问，尤其是那些被认为受到霜冻和冰雹影响特别严重的白葡萄酒。葡萄（100%+）和散装葡萄酒（50%+）价格上涨，来应对阿根廷的作物短缺和高通胀水平。国内和国际买家一直积极参与市场，确保剩余的2022年葡萄酒，并储备了约2023年葡萄酒。一些供应商已经停止销售他们的葡萄酒，因为他们猜测，一旦4月份收成更加明朗，价格可能会进一步上涨。



智利

智利经历了一个干燥而炎热的生长季节，在某些情况下，采摘很早就开始了；然而，预计作物仍将正常到良好的大小。2022年，散酒出口下降了9.3%，主要原因是运往北美的货物减少。1月和2月初带来了稳定的国际兴趣，尽管是递增的，主要是红色。国内高通胀水平、比索走强以及国际需求阻止了智利大宗出口价格的软化。然而，港口和航运效率的大幅提高，以及航运费率下降至新冠疫情前的水平，都提高了智利散货的竞争力。



法国

法国南部可以以诱人的性价比提供大量的品种红、普通红以及桃红；白葡萄酒的供应量较短，但仍有大量的葡萄酒可供选择，春季可能会出现更多的葡萄酒。还有大量的有机葡萄酒供应——红葡萄酒、白葡萄酒和玫瑰红葡萄酒——提供了一个诱人的价格和质量机会。新宣布的危机蒸馏计划很可能将重点放在红酒和玫瑰上，目前正在讨论资金将如何按地区分配。1月气温降低缓解了人们对过早萌芽的担忧，但冬季的异常干燥仍在继续。



西班牙

西班牙拥有2022年所有葡萄酒的良好供应量，也有2021遗留葡萄酒的供应量。按照传统，1月份的购买活动受到限制，散酒价格普遍显示出软化趋势的迹象，最快的是红酒。在主要市场2022年零售销售放缓导致延迟之后，装载量有必要有所提高；因此，我们预计统计数据显示，未来几个月出口量有所上升，但价值有所回落，反映出2022年中期散酒价格有所下降。西班牙葡萄渣和浓缩葡萄汁都有存货，根据位置和运输成本，对买家仍然有吸引力。



意大利

在充满挑战的贸易环境中，意大利白葡萄酒/起泡葡萄酒的销售依然强劲，普罗塞科DOC（较2022年1月增长0.7%）和灰皮诺DOC瓶装酒（较2021 1月增长28%）继续经受住零售葡萄酒销售放缓和透明玻璃瓶短缺的影响。红酒市场放缓，葡萄酒厂的库存增加，有人呼吁政府资助蒸馏计划，类似于最近在法国宣布的计划。红葡萄酒市场的缓慢可能会鼓励一些种植者从红葡萄酒生产中收回时间和资金。



南非

南非以多年来最低的残留量进入2023年，新作物预计将是2019年以来最短缺的。尽管如此且投入成本不断上升，但由于供应商努力保持出口关系，兰德出口价格仅小幅上涨了5-10%；与12个月前相比，兰德的疲软至少部分抵消了这一增长。1月份，散酒市场表现活跃，对剩余的2022年葡萄酒感兴趣，2023年品种级白葡萄酒也有一些签约。供应商希望生产2023年的神索、西拉子或皮诺塔基桃红，但需要确信需求是存在的。国内对于红葡萄酒和最近的干白葡萄酒的需求一直很强劲，因此在国际上对这些葡萄酒的定价没有竞争力。



澳大利亚

拉尼娜 (La Niña) 引发的春季雨季后的疾病压力，加上对红色品种的需求减少，很可能会大幅减少澳大利亚2023年的葡萄产量。有竞争力的红酒出口定价有助于在2022年增加对某些市场 (尤其是北美) 的出货量，并继续激发良好的兴趣水平。红酒库存仍然很高，但希望与中国关系的解冻可能会导致对这一关键市场的出口重启。澳大利亚葡萄酒公司 (Wine Australia) 最近发布的截至2022年12月31日的12个月出口报告显示，与2021相比，澳大利亚葡萄酒出口总值下降了4%，达到19.4亿澳元，而产量增加了1%，达到6.23亿升。



新西兰

奥克兰遭遇了有记录以来最潮湿的一月；霍克斯湾 (Hawkes Bay) 和吉斯伯恩 (Gisborne) 经历了高水平的疾病压力，但位于南岛的马尔堡 (Marlborough) 葡萄种植区幸运地没有受到如此大范围的降雨。预计新西兰的总产量将高于平均水平。2022年剩余葡萄酒的价格一直在下降，因为酿酒厂试图在未来几个月内新葡萄酒上市之前将这些库存清除。

联系我们:

中国 /亚太地区

Simone George
T. +61 8 8361 9600
E. simone@ciatti.com.au
T. +86 13761583085
E. china@ciatti.com.au

阿根廷

Eduardo Conill
T. +54 261 420 3434
E. eduardo@ciatti.com.ar

澳洲/新西兰

Matt Tydeman
Simone George
T. +61 8 8361 9600
E. matt@ciatti.com.au
E. simone@ciatti.com.au

加州--进出口

CEO – Greg Livengood
Steve Dorfman
T. +415 458-5150
E. greg@ciatti.com
E. steve@ciatti.com

浓缩汁

Jed Lucey
T. +415 458-5150
E. jed@ciatti.com

加州内

T. +415 458-5150
Glenn Proctor – glenn@ciatti.com
John White – johnw@ciatti.com
Chris Welch – chris@ciatti.com
Todd Azevedo – todd@ciatti.com
Johnny Leonardo – johnny@ciatti.com
Jed Lucey – jed@ciatti.com

加拿大/美国 (不含加州)

Dennis Schrapp
T. 905/688-1340
E. dennis@ciatticanada.com

智利

Marco Adam
T. +56 2 32511 691 or
T. +56 2 32511 692
E. madam@ciattichile.cl

法国/意大利

Florian Ceschi
T. +33 4 67 913532
E. Florian@ciatti.fr

德国

Christian Jungbluth
T. +49 6531 9734 555
E. christian@ciatti.biz

西班牙

David Martin
T. +34 624 22 79 48
E. david@ciatti.es
Nicolas Pacouil
T. +33 4 67 913531
E. nicolas@ciatti.fr

英国/斯堪的纳维亚/荷兰

Catherine Mendoza
T. +33 4 67 913533
E. catherine@ciatti.fr

南非

Vic Gentis
T. +27 21 880 2515
E: vic@ciatti.fr

-or-

Petré Morkel
T. +27 82 33 88 123
E. petre@ciatti.co.za

精酿啤酒花&啤酒制作辅料

CEO - Rob Bolch
销售 - Thomas Gilbert
T. +1 800 288 5056
E. rob@johnfearless.com
E. thomas@johnfearless.com
www.johnfearless.com

注册获取每月全球市场报告，请发送邮件至
info@ciatti.com

免责声明

本公司尽量保证全球市场报告内容的精确性和完整性，但本司不能提供任何明确或含蓄的保证、担保或承诺，表明全球市场报告的内容多么正确、完整或具有时效性，包括不承担第三方的责任。本司保留补充、更改或删除全球市场报告中任何信息或观点的权利。

在提供第三方网站链接时，本司对第三方网站上提供的信息的真实性、可否引用和功能性概不负责，因此本司对引用第三方网站上的信息内容造成的损失不承担任何直接或间接责任。

Ciatti不承担任何因引用或未引用全球市场报告内容而造成的损失责任或损害赔偿。