vinetur

意大利2026年葡萄酒出口推广预算翻倍以上，增至1900万欧元

意大利贸易署计划在26个市场开展63项活动，此前葡萄酒出口上半年下滑6.2%

2026年10月6日星期二



根据意大利贸易署（ITA）的数据，意大利2026年用于海外葡萄酒推广的公共预算将增加一倍以上，从2025年的900万欧元提高至1900万欧元，增幅达1000万欧元，即111.1%。在此之际，意大利葡萄酒出口商正面临海外销售疲软，结束了长达20年的持续增长。

预算扩大的计划是ITA推动出口整体行动的一部分。作为支持意大利海外贸易的国家机构，ITA据WineNews援引并由Vinabox报道的信息，计划于2026年在26个海外市场开展63项葡萄酒相关活动。此举旨在巩固意大利在主要目的地市场的地位；目前葡萄酒出货放缓，尤其是在仍是意大利葡萄酒最大海外市场的美国。

预算增加之际，出口商今年开局不利。报告称，2026年上半年，意大利葡萄酒出口额同比下降6.2%。此前，年度出口额已从2024年创纪录的80.7亿欧元降至2025年的77亿欧元。上述数据来自WineNews对意大利国家统计局（Istat）数据的分析，反映的是历史情况，并非目前发布的最新官方数据；不过，

这些数字勾勒出需求走软给生产商和政策制定者带来的压力。

意大利葡萄酒行业的经营环境日益艰难，其他主要葡萄酒生产国也面临类似情况。报告列出的原因包括美国关税、通胀、国际局势紧张、饮酒趋于节制，以及年轻消费者偏好的变化。此外，库存高企也影响了市场，压低意大利葡萄酒行业部分领域的价格。

在这一背景下，罗马选择加强协调一致的海外推广，而非收缩行动。ITA原名ICE，隶属意大利外交部，已成为该国出口战略的核心工具。随着生产商、地区组织以及欧盟推广资金为葡萄酒企业海外营销提供支持，该机构的作用也不断扩大。

报告援引的数据显示，2025年，ITA农食部门开展了50项聚焦葡萄酒和酒精饮料的活动。这些活动包括组织企业集体参展并在海外贸易展会上进行机构推广；在中国、台湾、韩国和美国等市场开展宣传活动；通过品鉴会和研讨会等直接推广活动进行营销；在意大利接待买家；以及开展葡萄酒培训项目。报告称，共有959家该行业企业参与了这些活动。

2026年的计划规模将进一步扩大。ITA计划在整个农食领域开展240多项活动，其中63项专门面向葡萄酒行业。重点是在成熟市场维持曝光度，同时支持生产商开拓竞争日益激烈、消费者行为不断变化的目的地市场。

美国预计将是推广重点。ITA将美国市场列为优先对象，既因为市场规模大，也因为贸易壁垒已直接影响销售。10月，该机构将在纽约支持两项大型活动。其中一项是Italian Wine Week，定于10月12日至25日举行，预计将有曼哈顿、布鲁克林、皇后区和泽西市的100多家葡萄酒商店参与，开展促销和品鉴活动。

另一项活动是Vinitaly.USA，将于10月26日至27日在纽约举行，此前已在芝加哥举办过两届。主办方预计届时将有约300家参展商和2500款酒标亮相。展会将汇集代表意大利一些知名葡萄酒产区和原产地名称的生产商与行业协会，包括Asti、Brunello di Montalcino、Prosecco DOC和Lugana。

报告称，ITA将为美国站Vinitaly提供150万欧元资金支持。这笔资金属于与Vinitaly在意大利及海外举办的活动相关的总计580万欧元投资的一部分，较2025年增加66.1%。这些数字显示，该战略侧重大型、高曝光度的贸易平台，以便将进口商、分销商、零售商和媒体汇聚一堂。

新增投入并不意味着出口已经复苏，也不能单独衡量商业成效。预算增加反映的是推广支出，并非已实现的销售额或得到验证的经济回报。不过，这一增幅表明，面对疲软的贸易数据，意大利当局正大力借助出口营销作出应对。

此举也凸显出意大利葡萄酒行业对海外市场的依赖程度。根据报告援引的历史数据，葡萄酒出口额从2005年的30亿欧元升至2024年的80.7亿欧元，20年间增长169%。即使近期放缓打断了上行趋势，这一增长仍是在全球金融危机和新冠疫情等重大冲击期间持续实现的。

对生产商而言，加大公共推广力度或有助于在竞争激烈、消费者支出承压的市场维持买家渠道和货架空间。对进口商和零售商，尤其是美国的业者而言，规模更大的推广活动可能意味着未来几个月围绕意大利葡萄酒举办更多贸易活动、品鉴会和促销活动。

对美国市场的重视表明，意大利正努力守住其最重要的出口市场，同时通过纳入2026年计划的26个市场拓展其他海外市场。该战略基于这样一种思路：由政府提供支持，并与贸易展会及生产商团体协同

开展持续推广，即使外部环境不利，也能为销售提供助力。

这一做法能否扭转出口下滑趋势，目前尚不明朗。但2026年的预算清楚表明，在全球需求承压、出口竞争日趋激烈之际，意大利正大幅增加用于海外葡萄酒推广的公共资金。