vinetur

爱尔兰威士忌行业组织投入300万欧元开拓印度和日本市场

欧盟将承担这项为期三年的计划80%的费用；这是首个纳入爱尔兰烈酒的欧盟共同资助推广活动

2026年11月13日星期五



Bord Bia和爱尔兰威士忌协会于11月12日星期四宣布，将投入300万欧元开展一项推广活动，在印度和日本宣传爱尔兰威士忌及其他欧洲地理标志烈酒。这项为期三年的计划预计将于2027年启动。

据爱尔兰商业组织Ibec旗下的Drinks Ireland发布的声明，这项名为“Spirits of Europe - GI”的计划将由欧盟出资240万欧元，行业出资60万欧元。也就是说，预算的80%来自欧盟，20%来自行业。

这项计划并非只面向爱尔兰威士忌。它涵盖受地理标志规则保护的欧洲烈酒，不过主办方表示，爱尔兰威士忌将是重点推广对象。此次公布的资金是推广预算，并不代表销售额、出口额或未来收入的保证。

爱尔兰食品委员会Bord Bia和爱尔兰威士忌协会表示，活动将面向两国的采购商、分销商、批发商、调酒师及其他餐饮渠道决策者。资金将用于在印度和日本聘请专职市场专家、参加贸易展会，以及通过贸易媒体面向专业买家开展宣传。

主办方称，这是首个纳入爱尔兰烈酒的欧盟共同资助推广活动。资金通过欧盟“Enjoy, it’s from Europe”政策获得，该政策支持旨在开拓市场、实现贸易关系多元化，以及推广欧盟质量、安全和可持续发展标准的项目。

声明称，申请是以“第三国——所有市场”类别提交的，并在竞争性评选中获得资助。该组织表示，这一类别共收到97份申请，其中25份获批。

这项公告反映出爱尔兰威士忌生产商正加大力度，降低对传统主要出口目的地的依赖。按销售额计算，美国、欧盟和英国仍是该行业最大的市场，但爱尔兰生产商越来越多地将目光投向亚洲，以寻求增长。

声明称，2025年爱尔兰威士忌出口额达9.3亿欧元，占爱尔兰饮料出口总额的43%。爱尔兰威士忌协会还表示，爱尔兰蒸馏的威士忌有95%用于出口。

印度已经是这一品类的重要市场。主办方援引IWSR数据称，按销量计算，印度是爱尔兰威士忌的第二大市场，过去五年当地销量增长超过12倍。主办方表示，即使对印度出口征收150%的关税，这一增长仍已实现。

声明还将这项活动与印度和欧盟贸易关系的预期变化联系起来。声明称，近期达成的印度—欧盟自由贸易协定预计将于2027年生效，届时关税将立即减半，并在随后七年内逐步降至40%。如果这一时间表得以落实，关税下调可能提升进口爱尔兰威士忌在该行业所称的全球最大威士忌市场上的竞争力。

按销量计算，日本市场规模小于印度，但生产商也将其视为重要的增长机遇。声明再次援引IWSR数据称，自2020年以来，爱尔兰威士忌在日本的销量增长了305%。日本拥有历史悠久的本土威士忌产业，但近年来进口商和消费者对其他生产国产品的兴趣也有所上升。

地理标志身份是这项活动宣传信息的核心。地理标志保护会规定原产地和生产标准，并限制受保护名称的使用。对于爱尔兰威士忌而言，这一身份旨在保障其产品在出口市场上的生产和营销方式。

项目背后的组织将这项活动定位为贸易倡议和市场教育行动。在实际操作中，大部分支出似乎将投向贸易渠道，而非面向大众的消费广告。预计各市场的专职人员将直接与分销商及其他商业伙伴合作，贸易展会和专业媒体则旨在提升该品类在业内买家中的知名度。

300万欧元预算将分三年使用，但主办方没有公布按年度或国家划分的预算明细，也没有提供此前在印度或日本开展类似工作的可比预算。因此，公告明确了总金额和资金构成，却没有说明各市场分别会获得多少资金，也未披露哪些活动将获得最大份额。

这项活动也体现出公共资金在帮助行业拓展亚洲市场方面发挥了多大作用。欧盟每当行业投入1欧元，便提供4欧元。该项目显示，只要生产商能够通过布鲁塞尔获得配套资金，官方就能为出口推广提供相当程度的支持。

这项公告由与行业及爱尔兰食品饮料推广密切相关的组织发布。Bord Bia是爱尔兰负责在国内外推广食品和饮料的国家机构。爱尔兰威士忌协会代表爱尔兰岛各地的蒸馏商、装瓶商和品牌所有者。发布

声明的Ibec则是爱尔兰主要的雇主及商业组织。

公告并未说明这项活动将带来多少新增业务。推广计划可以提高知名度，帮助分销商进入或扩大市场，但无法保证销量增长。这一点尤其值得注意，因为该计划涵盖更广泛的欧洲地理标志烈酒，尽管预计爱尔兰威士忌将是最受关注的受益品类。

尽管如此，资金规模以及印度和日本这两个目的地的选择，凸显了行业看好的下一轮机遇。爱尔兰威士忌生产商在成熟的西方市场增长多年后，正为这两个亚洲市场投入新的资源；两地销量已经上升，贸易条件也可能从2027年起变得更加有利。