

领导批示：

内部参阅

智库成果要报

(第199期)

中共宁夏区委宣传部

2026年7月23日

〔第八批宁夏新型智库课题阶段性研究成果〕

关于提升宁夏葡萄酒文化国际话语权的对策建议

.....刘爱琴

关于提升宁夏葡萄酒文化国际话语权的 对策建议

党的十八大以来，习近平总书记对宁夏葡萄酒产业发展高度重视、寄予厚望，每次考察宁夏都作出重要指示、提出明确要求，强调“葡萄酒产业大有前景，要提高技术水平，增加文化内涵，加强宣传推介，打造自己的知名品牌”，为宁夏葡萄酒产业发展与跨文化传播指明了前进方向、提供了根本遵循。构建中国葡萄酒文化国际话语体系、掌握全球行业标准定义权，不仅是产业提质升级的内生需求，更是中华文化对外传播、服务国家对外开放战略的重要抓手。依托国家级葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区与中国（宁夏）国际葡萄酒文化旅游博览会两大国家级平台，宁夏葡萄酒对外传播已开展多维度实践，本文在系统梳理宁夏葡萄酒文化对外传播的现状与瓶颈基础上，提出针对性优化路径，以期更好发挥贺兰山东麓葡萄酒“世界语、国际范、中国风、宁夏情”独特优势，推动宁夏成为与世界接轨、同全球对话的国际葡萄酒文化和旅游目的地。

一、宁夏葡萄酒文化对外传播的实践成效

（一）持续完善政策载体，不断夯实传播基础。一是顶层设计形成闭环。依托综试区政策高地，宁夏将葡萄酒文化海外传播深度嵌入全区对外开放与文旅融合总体规划，构建了“自治

区统筹、市县落地、酒庄主体、协会协同”的四级政策支撑体系，推出了品牌国际化、出口便利化、文旅融合等一系列配套扶持举措。二是国际线下阵地多点布局。成功承办中阿博览会、布鲁塞尔国际葡萄酒大奖赛等重磅国际赛事展会，常态化举办“宁夏贺兰山东麓葡萄酒走进‘一带一路’国家”系列推介活动，搭建了高规格的实体化国际交流平台。三是产业硬件配套提档升级。建成一批集种植、酿造、文旅、研学于一体的标准化酒庄集群，配套完善葡萄酒博物馆、沉浸式体验中心及特色文旅线路，为海外客商与游客提供了感知中国葡萄酒文化的物理空间。

（二）深入挖掘文化内涵，全力打造国际品牌。一是丝路叙事资源初步盘活。依托贺兰山岩画、西域古丝路葡萄种植遗迹、黄河水滋养荒漠变绿洲的生态治理奇迹，以及闽宁镇“干沙滩变金沙滩”的减贫样本，初步梳理出具有中国特质的产区故事脉络。二是多元传播主体逐步成型。培育了一批酒庄品牌官、本土文旅博主及留学生传播使者，依托 YouTube、Instagram、TikTok 等海外社交平台开展轻量化内容输出；联动国内高校组建葡萄酒文化译介与智库团队，夯实了学术传播底座。三是国际品牌声量持续放大。宁夏葡萄酒在品醇客（Decanter）、柏林大赛等国际顶级赛事中斩获千余项大奖，产区国际知名度显著提升，“宁夏酿·世界享”所承载的东方风土产区形象初步确立。

（三）纵深推进产业融合，经贸文化双向联动。一是跨境经贸通道持续拓宽。依托陆海新通道与中欧班列，宁夏葡萄酒出口版图拓展至中东、中亚、东南亚、欧美等 30 余个国家和地区，形成“产品出海”带动“文化出海”的良性循环。二是数字化传播破冰起步。部分头部酒庄运用 VR 全景、跨境电商直播、线上云品鉴等数字化手段，开启“云端酒庄”跨国体验新模式，打破了地理空间阻隔。三是区域协同机制初步试水。政府、龙头酒企与本地高校打破壁垒，联合编译外文宣传品、发布产区白皮书，初步扭转了单一企业“单兵作战”的出海困境，展现出抱团发展的集群效应。

二、宁夏葡萄酒文化对外传播面临的深层瓶颈

（一）叙事视角单一。当前国际传播实践中，宁夏葡萄酒品牌形象长期固化于“黄金纬度”“绝佳风土”等自然禀赋的浅层叙事，传播内容过度堆砌地质条件、酿酒工艺相关数据参数，在国际市场缺乏独特的品牌内核与精神标识，难以唤起海外消费者的情感共鸣。

（二）话语体系断层。现有对外宣传文本大多沿袭传统官方公文语态，呈现出宏观叙事有余、微观共情不足的弊端。在对外传播过程中，仍未摆脱对西方葡萄酒品鉴标准体系与评价体系的话语依赖，缺乏一套基于中国哲学、东方美学与宁夏产业实践的自主话语框架。

（三）传播矩阵薄弱。传播过程中多元主体协同不足、各自

为战，传播内容同质化突出，传播局限于行业圈层，难以突破圈层壁垒触达海外大众消费群体。针对“一带一路”沿线不同国家的文化差异，缺乏分层分类的精准传播策略，单向度的信息灌输模式严重制约了国际品牌影响力的几何级增长。

三、提升宁夏葡萄酒文化国际话语权的对策建议

（一）重构多维叙事框架，深挖“中国味道”精神内核。宁夏葡萄酒的国际化传播，需要超越风土与技术的单一维度，构建“历史文脉为根、时代价值为魂、人文故事为脉”的三维叙事体系。一是筑牢历史叙事根基。深度挖掘宁夏作为古丝绸之路必经之地的历史文化遗产，串联贺兰山岩画、西夏酿酒遗址与现代葡萄种植产业脉络，阐释中国西部作为世界葡萄酒重要发源地之一的历史地位。将葡萄酒叙事融入“一带一路”倡议的“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”精神内核，赋予宁夏葡萄酒“丝路新使”的文化定位。二是激活特色产业价值。将葡萄酒产业作为讲述中国式现代化的鲜活切片，聚焦黄河流域生态保护和高质量发展的生动实践，讲好“紫色葡萄染绿戈壁荒滩”的生态治理故事；聚焦闽宁协作的减贫奇迹，讲好“小葡萄托起致富梦”的乡村振兴故事。让每一瓶宁夏葡萄酒都成为中国新发展理念的物质载体。三是打通情感叙事经络。推动叙事视角从“大写意”向“工笔画”转变，深度挖掘酿酒师数十年如一日守护风土的“匠心故事”，讲述返乡青年利用数字化手段创新创业的“青春故事”，记录移民群众通过一颗

葡萄改变命运的“奋斗故事”，通过具象化、人格化的微观叙事，跨越文化隔阂，实现“共情传播”。

（二）技术赋能叙事场景，构筑跨越山海的数字桥梁。针对跨文化传播的时空阻隔与“水土不服”，借力数字技术，推动“单向输出”向“沉浸交互”转换。一方面，运用VR全景复刻。运用高精度虚拟现实（VR）、增强现实（AR）与全景影像技术，对贺兰山东麓的葡萄园、地下酒窖及酿造车间进行毫米级数字化复刻，让中东、欧洲的消费者在海外体验店直观感受冰雪融水灌溉、手工采摘、橡木桶陈酿全流程，以沉浸式视觉呈现弥补文字描述的短板。另一方面，注重大数据精准画像。依托跨境大数据平台与海外社交媒体算法，对“一带一路”沿线重点市场进行精细化受众画像。通过分析不同区域受众的口味偏好、消费能力与内容偏好，定制差异化叙事内容：面向中东市场重点推介无醇葡萄酒与沙漠生态治理成果，面向欧洲市场则侧重推介有机种植模式与匠人精神。

（三）重塑话语体系与传播矩阵，构建全域协同生态。一是打造标识概念集群。摆脱对西方葡萄酒品鉴体系的路径依赖，组织国内外顶级专家跨界研讨，提炼并推出具有鲜明中国辨识度的原创概念。如定义“贺兰山生态酿制”标准，阐释宁夏“六特”产业视域下“甘润平衡”东方口感特质；创设“丝路酒脉”文化概念，将宁夏产区置于世界葡萄酒起源与传播的宏大坐标中。依托宁夏作为中阿博览会永久举办地的平台优势，联

合阿拉伯国家常态化举办“中阿葡萄酒对话”，推动中国葡萄酒相关标准在丝路沿线国家的互认互通。二是构建分层传播矩阵。官方层面，紧抓国际重磅赛事与展会契机，发布权威产区报告与行业数据，定调产区高端品牌形象，把稳传播“风向标”；民间层面，孵化扶持一批懂酿造、爱家乡的“洋网红”、留学生博主，用生活化、网感强的Vlog叙事，将宏大政策转化为海外受众喜闻乐见的日常图景，找准跨文化“共鸣点”；学术层面，推动宁夏大学等本地高校与“一带一路”沿线国家研究机构“结对子”，成立实体化的“丝绸之路葡萄酒研究中心”，输出学术著作与智库报告。三是完善传播保障机制。打破部门壁垒，构建政产学研用深度融合机制，整合酒企、高校、外办及文旅集团资源，成立“宁夏葡萄酒国际传播协同联盟”，实现海外展会展位、传播素材、流量资源的共享共用。大力实施“葡萄酒跨文化传播人才培优计划”，通过校企联合办学、订单式培养等模式，培育一批既精通葡萄酒酿造工艺、又通晓国际传播规则与阿拉伯语、俄语等小语种的复合型“文化使者”，为宁夏葡萄酒走向世界提供坚实的人才保障。

本文系第八批宁夏新型智库课题“‘一带一路’视域下宁夏葡萄酒文化对外传播的叙事创新与话语构建研究”阶段性研究成果。

（执笔人：宁夏工商职业技术大学 刘爱琴）

请将领导同志的批示反馈自治区党委宣传部理论处 联系电话：6669518

呈送：自治区党委、人大、政府、政协领导班子成员，自治区
高级人民法院院长，自治区人民检察院检察长。

印发：各市、县（区）党委，区直有关部门和单位。

共印 40 份