

# 二三线城市葡萄酒消费热度渐增

有报告显示,目前中国葡萄酒市场有近400亿元人民币的年消费规模。从年轻消费群体的消费趋势来看,葡萄酒、洋酒越来越受到他们的欢迎,中国葡萄酒市场的火爆吸引越来越多的国际知名葡萄酒厂商进入中国,从省市地区来看,除了一线城市火热外,二、三线城市也逐渐成为葡萄酒消费的主要省份。

(李静)



## 全球市场看中国 中国市场看二三线城市

中国虽然不是葡萄酒出口大国,但绝对是葡萄酒的消费大国。前些日子拉菲价格哄抬的背后就躲不开中国消费者的身影。

目前所有的葡萄酒经销商都以各种形式开拓着二三线城市,甚至四线城市的葡萄酒市场。这主要是因为以省会和直辖市为核心的二三线城市经济较发达,但市场还未被完全开发,高端葡萄酒市场增长潜力巨大,是经销商最为看重的市场。

记者从市场获悉,截至目前,除了大家熟知的国产葡萄酒进驻枣庄市场之外,还有数家进口葡萄酒品牌商也在争抢地盘,准备展开新一轮角斗。

## 法国葡萄酒不再是老大 进口葡萄酒品牌多元化

目前,除法国之外的国家的葡萄酒品牌正在兴起,比如智利、澳大利亚的葡萄酒就因质优价廉受到越来越多中国消费者的青睐。随着6月商务部启动对原产于欧盟的进口葡萄酒进行双反调查的调查程序,但是一些价位不高的进口葡萄酒并不会受到影响,反而在日渐崛起的葡萄酒市场上崭露头角。高端葡萄酒的价格控制,势必会导致其他国家的优质葡萄酒进口进一步快速增长,甚至可能重复近几年法国名酒庄的发展态势。

如今,在枣庄各大商超都可看见来自外国的进口葡萄酒,价位也多在200元左右。简约的酒瓶配合外文包装,这对于想要尝鲜的消费者来说颇具诱惑。更有甚者,将进口葡萄酒的销售直接打入火锅店。几家知名火锅店内就可见到进口葡萄酒,这种终端曝光方式很有效。

## 打通适宜铺货渠道 终端曝光是王道

目前高端葡萄酒在中国的销售渠道有很多,大客户直销、门店、渠道供货起着主导性作用。但是几乎所有的葡萄酒经销商都不认可本应作为最便利的上架渠道商超和餐饮,包括酒吧娱乐场所。原因可归结为:人们普遍认为餐饮、酒吧、娱乐场所假酒太多,大部分不是从正规渠道购买高端葡萄酒,并且这些场所葡萄酒加价过多。

威龙酒庄总代理刘总对记者表示:“目前,中国的高端葡萄酒经销商是比较尴尬的一个群体,几乎所有的消费者在购买葡萄酒时,一般看重的都是葡萄酒本身的品牌而非经销商。但事实上,市场很需要带有一定顾问功能的专业葡萄酒经销商,他们不仅能影响消费者的葡萄酒消费,而且还能为消费者推荐真正高品质的高端葡萄酒。他们不仅仅是流通商,更是专业的葡萄酒顾问。”

此外,除传统的销售渠道外,近来随着电子商务的兴起,葡萄酒的线上业务也逐步发展成为一个重要的销售渠道。电子商务的便捷和快速性正在成为经销商实体店的重要补充。

## 中国成法国葡萄酒出口第二大市场

据法国海关总署近日宣布,得益于高档酒的销售和亚洲市场的拓展,法国葡萄酒出口额2012年创下最高纪录。

据官方数据显示,法国葡萄酒(香槟酒除外)出口在2009年经济衰退时明显下降,此后回升,2012年创下56亿欧元的最高出口额。

海关总署在10月份的一份报告中指出,2009年到2012年,葡萄酒出口额以每年9%的速度递增,其中一半以上的增幅归功于高档葡萄酒(每升价格超过20欧元)的销售。其中中国、香港、英国和美国对高档葡萄酒的进口量最大。

此外中档葡萄酒(每升2欧元到20欧元)的出口量也同样大增,而每升不到2欧元的低档葡萄酒对出口额的贡献微乎其微。

法国葡萄酒一半销往欧洲,但亚洲市场始终是其最大支柱。2009年到2012年,对亚洲的出口量以每年平

均30%的速度递增,而对其它地区的出口增幅则为12%,欧洲的增幅仅为6%。

2012年,亚洲进口的法国葡萄酒占法国总销量的27%(这个比例2009年是17%),四年之中进口量翻番,对2009年到2012年法国总出口的增长做出一半的贡献。

此外亚洲市场还偏爱高档葡萄酒,2012年高档葡萄酒占亚洲市场销售总额的41%,这一比例2009年为27%。

包括香港在内的中国是亚洲的主要顾客,是法国葡萄酒的第二大出口指向国。

葡萄酒和酒精饮料出口商联合会(FEVS)指出,法国葡萄酒和酒精饮料的出口2013年上半年继续增长,营业额达51亿欧元,与2012年上半年相比增长14%,酒精饮料是其营业额增长的主要力量。

(付超)

近日,澳洲酒业局报告发现,澳洲正在出口更多价格更高的葡萄酒。酒业局市场资讯经理贝利表示,尽管澳洲出口葡萄酒的总量有所下降,出口葡萄酒的总价值实际是上升了。“5元/升以下的葡萄酒出口量有所下降,而5元/升以上的葡萄酒出口量上升,但前者的下降量超过了后者的上升量。”

“5元/升以上葡萄酒中三个价格区间均记录得出口量上升,其中7.5元/升至10元/升区间的葡萄酒出口量增幅最大。”

贝利经理表示,尽管美国依然是澳洲最有价值的贸易伙伴,但是来自亚洲的贸易增长十分强劲。“过去5年,面向中国大陆与香港的出口增长十分稳健。”“总体上说,我们现在10元/升以上高档葡萄酒出口中42%是发往中国大陆与香港。”

## 澳高档红酒四成销至中国

## 行业资讯

### 金正日年消费80万美元 收藏葡萄酒近万瓶

前朝鲜领导人金正日一直都是轩尼诗白兰地最狂热的顾客之一,轩尼诗是法国白兰地的著名品牌之一,始创于1765年,拥有世界规模最大的陈年生命之水蕴藏。在1999年前后,金正日每年都在这个牌子的酒上花费超过80万美元。

### 一批乌克兰葡萄酒铜超标2倍

20箱进口葡萄酒检出重金属铜超标2倍。记者近日从广州黄埔检验检疫局获悉,该局日前从一批来自乌克兰的白葡萄酒中检出问题,重金属铜超出国家限定标准2倍。该批货物共20纸箱、240瓶。目前,该批问题进口葡萄酒已按照我国相关规定,被销毁处理。

### 史上最强劲啤酒诞生

据悉,苏格兰的Brewmeister啤酒厂最新推出了一款名为“Snake Venom”的啤酒。此酒酒精度高达67%,堪称有史以来最强劲的啤酒。它所用的酿酒原料包括烟熏泥煤麦芽、两种酵母、一种啤酒和一种香蕉,售价为50英镑/275毫升。

酿酒师路易斯·夏德和约翰·麦肯齐花了9个月的时间,才酿制出这款酒精度高达67%的啤酒。

## 红酒健康小贴士

如何验证葡萄酒调节体液酸碱度的效果?

答:葡萄酒是唯一促体液碱性的酒精饮品,痛风、尿酸病人喝白酒、啤酒会明显加重病情,喝葡萄酒会明显减轻病情,一般人只要2瓶干红葡萄酒就会有效果。任何不相信体液酸碱度的人,可以找痛风病人,让他们分别体验喝两次啤酒,喝两次干红葡萄酒的不同感觉。

葡萄酒饮酒量和年龄有关吗?

答:肝脏的解酒能力和年龄成反比,青年人最有活力,抗酒精的能力强;壮年人有较强社会家庭责任,饮酒应节制;老年人肝脏的能力下降30%—50%,老年人喝酒一定要适量。保守说,老年人每天喝150ml左右的干红葡萄酒,对延缓衰老,保护心血管,预防老年痴呆、预防肿瘤肯定是有帮助的。

## 葡萄酒:区域品牌现成长机会

在中国酒类行业的市场格局中,区域品牌永远是一支重要的力量,白酒如是,葡萄酒亦然。至于目前区域葡萄酒品牌鲜有提及,其一是由于行业发展阶段使然,其二是因为过往全国性品牌和进口品牌比较强势,其三是由于区域葡萄酒品牌自身定位模糊。当下的中国葡萄酒行业正处于变局之中,在全国性品牌和进口品牌风光不再或遭受重创的背景下,区域葡萄酒品牌也许正迎来难得的成长机会。

行业变局下区域葡萄酒品牌受到的负面影响相对较小。在本次行业调整中,全国性品牌由于区域大、战线长,在高速扩张过程中积淀的问题多。进口葡萄酒品牌由于产品和渠道结构单一、对渠道的控制力较弱、价格体系混乱、品牌知名度不高,已经受到较大冲击。而区域葡萄酒品牌大多聚焦区域市场、定位中低端、产品结构和渠道结构较为合理、品牌知名度较高、整个营销体系相对稳定、对市场的控制力较强,故而在此次调整中受到的冲击较小。

区域葡萄酒品牌以民营企业居多,决策机制灵活高效,执行力相对较强,更能快速调整以应对行业变局,容易抢占先机。

而最重要的是,区域葡萄酒品牌的自身优势与变局之下的行业发展趋势高度匹配,理当顺势成长。本轮行业调整,表面上看是由于政治和经济的原因,导致政商消费和高端消费疲软,从而引发对产业链各环节的冲

击。其实本质上是葡萄酒从应酬性消费向日常性消费的过渡。这既是中国葡萄酒市场走向成熟的标志,也是中国葡萄酒市场的希望之所在。这一发展趋势要求以消费者为中心,提供优质、快速、个性化和低成本的产品和服务。

区域葡萄酒品牌的成长还得益于中国葡萄酒行业的持续发展,其本身也是行业发展的主要动力之一。我们可以相信,在特定市场,区域葡萄酒品牌至少可与全国性品牌和进口品牌三分天下,强势区域葡萄酒品牌也可发展成全国性品牌。

区域葡萄酒品牌可以针对特定市场或特定客户快速提供个性化、多层次、多价位的产品。可以采取包括直营在内的扁平化的渠道结构,发挥地域优势,保持和提升特殊渠道的开发效果,同时对传统渠道实现低成本的密集覆盖。在品牌推广上可以实施有针对性和地域性的计划,品牌传播上甚至可以在特定市场实现压倒性优势。在公司治理上可以利用机制灵活的优势,整合渠道伙伴和骨干员工的资源,形成稳定高效的运营体系。

至于变局之下的葡萄酒品牌营销模式变革,我们认为必将逐渐发展到以家庭为平台的“消费者终极驱动”模式,而区域葡萄酒品牌有足够的优势匹配这一模式。如果区域葡萄酒品牌能立足长期战略规划,在当地政府的支持下产区打造,发展出具有鲜明风格的优质葡萄酒品类,则更增其核心竞争力。(王露)

威龙形象代言人

### 威龙葡萄酒免费送货上门啦!

- 1 当场品尝, 满意付款, 不满意无条件退回。
- 2 取消中间环节, 保证最低价供应。
- 3 城区拨打400 615 3191, 一瓶起订, 争取10-20分钟送到指定地点。

**威龙之最**  
 中国最早的有机葡萄庄园  
 中国最大的智能恒温储酒罐群  
 中国最成熟的有机葡萄种植技术体系  
 中国面积最大、最完全自主产权的三大有机葡萄基地

**免费送货电话: 400 615 3191**