

# 葡萄酒电商探索中且行且思

物流作为电商不容小觑的环节,在葡萄酒行业更具备举足轻重的地位,然而记者经过调查发现,国内葡萄酒电商饱受物流成本高、服务差的折磨,物流之伤让如今的葡萄酒电商遍体鳞伤。

葡萄酒物流有着丰厚的利润空间,却成为多数快递公司不愿涉足的领域,而目前国内可以运输葡萄酒的快递公司也寥寥无几。

## 选择范围小 费用居高不下 饱受物流成本之苦

据悉,一项关于国人购买葡萄酒渠道的调查报告显示,目前,我国大约有27%的人通过电商渠道购买葡萄酒,报告还预测,到2020年这一群体将上升到47%。

葡萄酒电商伴随着国内互联网和葡萄酒两股新兴力量的发展而迅速崛起,看上去顺风顺水的葡萄酒电商其实也受到了多重考验,物流便是其很想逃避又必须面对的问题。

酒美网CEO吕意德表示,酒类产品由于其易碎性,在仓储和运输方面的要求比服装、包袋等产品高很多,而葡萄酒对于温度和湿度要求就更加严格了,高要求就注定高成本,这是无可厚非的问题。

据悉,酒美网的物流成本约在15%左右,100元的交易额中,12-13元是要支付给物流公司的。

虽然有如此丰厚的利润空间,但是运输葡萄酒对于很多快递公司来说都是不愿意涉及的领域。国内某物流公司高层告诉记者:“易碎的商品最多是对于搬运的要求高而已,而运输葡萄酒还需要考虑温度、湿度,这都不是人为可以解决的问题,需要设备、人员的多方面投资才可以完成,这对于很多快递公司都是不能完成的”。

## 服务水平参差不齐 物流损失商家赔付

一直以来,葡萄酒电商的合作伙伴都是一些上规模的大型物流公司,只有这样的公司才可以在硬件上满足葡萄酒各种苛刻的要求。大公司代表高质量是很多消费者的认知,然而在物流行业却远没有想象的完美。

国内某销售葡萄酒的电商平台负责人说“选择与哪家物流公司合作是一件非常让我头疼的事,物流服务不好,消费者不会去埋怨第三方物流公司,而是直接影响我们平台在消费者心中的形象。我们的客服人员很多时候都在给物流公司处理其不完

善服务造成的不良影响”。

酒仙网媒体公关总监李刚称,物流公司造成的损失酒仙网会第一时间做出反应,比如,遇到酒品包装破损,公司在核实之后马上给消费者补递一份。希望可以降低消费者的负面情绪。

对此,吕意德表示认同,“为了避免物流环节影响消费者的购买体验,我们与第三方物流公司签署了相应的配送协议。比如,我们会写出合理的破损比例,超出部分物流公司需要进行赔付。这在一定程度上会制约第三方物流公司的配送质量。尽管如此,我们还是需要处理和安抚由于物流环节造成的消费者投诉。”

国内某电商专家表示,由于电商的特殊性,物流作为与重点客户接触的关键点,很多时候直接影响消费者对于电商平台的印象,甚至二次购买的几率。但是国内物流公司服务水平参差不齐,这对于商家来说也是非常头疼的问题,这不仅是葡萄酒电商面对的窘境,也是整个电商在提高美誉度的时候必须攻克的关卡。

## 成本高 管理难 自建物流平台美梦难圆

国内葡萄酒类电商也买网曾宣布打造自有配送业务,但是在经营了一段时间之后,公司不得不暂停了这项业务。自建物流能够提高消费者的满意度,有效地把控物品和配送时间,避免代收货款的汇款问题,看上去一石几鸟的方法为何却最终走进了死胡同呢?

对此,吕意德称,电商打造自有配送平台,不仅仅是资金问题,在各地开设物流中心,从运营团队的筹建到日后的管理,其困难程度远高于运营一个电商平台,而葡萄酒的特殊性让这条路走得更加艰难。

也买网相关负责人日前公开向媒体表示,“也买送”推出以来大大提高了消费者的满意度,但由于仓储和配送的要求过高,公司综合认为与第三方物流配送公司合作更加合理。

业内人士也指出了电商平台打造自有配送业务的难处,“打造自有配送中心,对于国内很多电商平台来说难于上青天,不仅需要大量的资金,还需要强大的管理和运营团队。虽然京东商城、苏宁易购等国内电商平台自建了物流,但这不能说明任何一个国内电商都可以轻松入局。”

(刘一博)



## 香港国际美酒展圆满结束 亚洲区买家增幅显著

2013年11月10日,由香港贸易发展局(香港贸发局)主办的第6届香港国际美酒展昨天圆满结束,展览于11月7至9日在香港会议展览中心举行。3天的美酒展共吸引逾2万名买家入场参观,其中亚洲地区增幅高达15%。

## 中国有望成为第二大龙舌兰市场

今年的香港国际美酒展上,墨西哥参展商数量相比以前增长了1倍。这说明龙舌兰酒商已经开始重视中国市场。据统计,5年内中国有望成为第二大龙舌兰输出市场。

## 贵州茅台再放量抢市场

作为高端白酒龙头,贵州茅台的市场策略备受业界关注。有媒体近日独家获悉,近期茅台出台新政,欲再度通过放量手段,谋取更多高端酒的市场份额,这已是贵州茅台今年第二次放量。

## 投资60亿 天津打造国内最大酒饮集散地

日前,总投资60亿元的天津国际酒饮中心在天津滨海新区海洋高新技术产业开发启动建设,未来将打造成为国内最大酒饮集散地。据悉,该项目的一期已启动建设,预计两年内建成投用。

## 2013葡萄酒进口 将总量突破30万干升

2013年国葡萄酒进口总量将突破30万干升,1月~8月,我国葡萄酒进口总量为26.1万干升,进口总额为10.63亿美元,同比增长4%;葡萄酒进口均价为4.07美元/升,同比上升了6%。今年前8个月,中国自澳大利亚进口文章来源华夏酒报葡萄酒总计达2.81万干升,虽然同比有1%的小幅回落,但进口额达1.65亿美元,涨幅为15%;同期中国自澳大利亚进口葡萄酒均价为5.88美元/升,同比增长17%,每升葡萄酒进口单价为所有进口来源国同期之首。澳大利亚在所有葡萄酒进口国家的总进口量(瓶装加散装)排行榜名列第四,但位居进口额的第二。

# 拉菲带头跳水 高端红酒集体跌价三成

作为世界红酒市场上最著名的晴雨表,拉菲、拉图、奔富眼下正经历又一轮跌价,最高跌幅达30%。近日,有业内人士介绍,即使在最受追捧的中国市场,拉菲的价格在经过去年首次暴跌之后,依然没有任何跌停的迹象。这传递出一个“危险”信号——高端红酒市场已经进入泄洪时期。

## 中高端红酒跌幅约30%

在2011年之前的10年,拉菲的身价一路狂奔,每年约有30%的涨幅。但疯狂的涨势在2011年下半年戛然而止——2008年产的拉菲,2011年3月份的历史最高价每瓶11500元,但在2011年12月份跌到7500元。

而此后,整个红酒市场都在暴跌中,尤其是罗斯柴尔德家族和波尔多

系。近日记者在几家酒窖看到,一度受到中国消费者喜欢的罗斯柴尔德旗下的拉菲珍藏波尔多红、拉菲传奇波尔多红以及拉菲传说波尔多红,价格最低的只要168元。

同时下跌的还有波尔多其他的名庄酒,如拉图、玛歌、木桐等红酒的价格,下降幅度最高达30%。在高端红酒跌价的压力引导下,在中国受追捧的澳洲高端红酒如奔富的价格也在下跌。

## 造假泛滥、高消费刹车是主因

为何高端葡萄酒价格持续下滑?市场上最多的说法是拉菲的盲目扩张,在世界各地收购中低端酒庄打上“Lafite”标识,导致市场对拉菲品牌高端地位的质疑。“但这不是主要的,最

大的原因是因为假酒泛滥,使投资者和消费者失去信心。”一酒业总经理告诉记者,以拉菲为例,产量每年大概在20万瓶左右,中国内地和香港每年得到的配额只有4万到5万瓶。“居然有那么多人号称自己收藏了拉菲,可以想象其中的水分有多大!”

不过,几大酒商也表示,限制三公消费也是高端葡萄酒价格下降的另一个主要原因。此外,顶级葡萄酒价格下降亦有其自身的原因——连续10年的暴涨已让这些酒存在太多价格泡沫,现在只不过是让价格回归正常,而中国消费者在葡萄酒的选购上也已日趋理性。

# 葡萄酒香气 是神马还是浮云?

“奶奶的旧衣橱”,“海浪冲击沙滩后冒起的阵阵泡沫”,“冰茶中的青菠萝片”,“小蘑菇头上的湿泥土”……猜测一下,这些描述是用来形容哪种物质的?

答案是“葡萄酒”,更准确地说,是葡萄酒的香气特征。对我们很多人来说,要分辨和描述出葡萄酒中的种种香气是件相当困难的事情。初学葡萄酒品鉴时,我们都难免会觉得沮丧,眼看着身边的同事朋友可以列举出一款酒中的苹果、梨子、西番莲、肉桂、桃子等香气,自己却好像什么都闻不到。不过不必气馁,葡萄酒品鉴并不是那么困难的事情,我们可以通过一定的方法来快速学会如何描述葡萄酒的香气特征。只要掌握一些关于葡萄酒的基础知识,知道葡萄酒的香气是由品种、种植方法和酿造方法等因素决定的,知道旧世界的葡萄酒比新世界的带有更明显的矿物质风味,同时多参加品酒实践,就能学会如何识别葡萄酒的香气特征了。下面对葡萄酒中的香气进行简单的介绍,并把它们归类为三种主要类型:即水果味、泥土味和橡木味,让你可以更快地学会品鉴葡萄酒。

## 一、水果味

对葡萄酒的香气进行描述时,一般先从它的水果味入手。葡萄酒的四大果味特征包括苹果/梨子、核果、柑橘和热带水果;红葡萄酒的四大果味特征包括黑色水果、红色水果、蓝色水果以及其他水果。与果味相对的是“非果味”,红、白葡萄酒中的非果味包括花朵、香料、药草及其他的味道。

对新手来说,刚开始的时候,只要关注葡萄酒中的苹果、梨子、柠檬和菠萝等比较常见的香气风味就行。一旦你对这些香味熟悉了,就可以尝试对这些味道进行更精确的描述。比如,当你发现一款葡萄酒带有苹果的香气时,可以再进一步想想,这种香气

属于未成熟的青苹果,还是属于成熟的红苹果?再比如,如果你闻到一款红葡萄酒带有花香,那就进一步想想,这种花香是淡淡的忍冬花香,还是浓郁的玫瑰花香?如果是玫瑰花香,那是新摘的玫瑰花,还是晒干的玫瑰花瓣?

## 二、泥土味

辨别出葡萄酒中的水果味和非水果味之后,可以进一步看看酒中是否有泥土的味道。泥土的味道主要分为石头/矿物质类和土壤类。旧世界的葡萄酒强调风土,因此它们的泥土味比较明显。

## 三、橡木味

葡萄酒的橡木味主要来源于橡木桶发酵和陈酿。在葡萄酒酿造过程中,最常用的橡木桶是法国橡木桶和美国橡木桶,这两种橡木桶会给葡萄酒带来不一样的香气特征。法国橡木桶一般会给葡萄酒增添烤香料的的味道,而美国橡木桶会给葡萄酒增添可可和药草的味道。

通过上面的介绍,我们已经知道了葡萄酒大概具有哪种香气。在品鉴葡萄酒的时候,我们就可以有的放矢,知道品鉴的目标就是挖掘出这些香气。不过,我们到底怎样才能锻炼自己的嗅觉,好一一辨认出这些香气呢?其实训练嗅觉的方法很简单,就是闻一切你能接触到的东西的味道,尤其是水果、花朵、泥土、橡木、香料等的味道,牢记它们各自的特征。所以,当你去超市购物的时候,可以到蔬果区探索一番,闻闻各种药草、水果、蔬菜的味道;当你在烹饪的时候,闻一下各种调料的的味道;当你在街上散步时,偶尔停下来闻闻路边各种花的香气……

(李丹)

陈龙 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, 一瓶起送, 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