

红酒市场掀销售春潮



新春将至,平民化的葡萄酒、果酒消费日趋火爆,广受消费者的青睐。一些原装进口红酒品牌更是于扩大春节市场份额。日前,市内部分零售渠道的红酒产品已经推出“满额赠礼”、“买一赠一”等形式多样的促销活动。业内人士分析指出,随着春节喜气意愿增强,红酒市场真正的促销高潮将在月底前到来。

中档红酒降价幅度大

“商家方面还没有下发降价的通知,但是不少产品的优惠幅度确实加大了。”日前,记者在市中区某超市的红酒专区看到,价位在400元以下的红酒产品,普遍有促销活动。其中,产自

法国的男爵红葡萄酒98元买一赠一,德国的徽章气泡酒105元买一赠一。而黑天鹅红酒礼盒原价356元,目前折扣后售价仅180元,国内的长城、张裕、新天等品牌也不同程度的加大了促销力度,原价398元的礼盒产品折扣后仅198元;与此同时,4款红酒任意两款组合价格仅为150元。

酒庄内销售人员介绍,红酒打折季早在元旦前已正式开始,将持续到春节前,但是部分高档红酒将不会出现大幅降价、打折促销的情况,中低端价位葡萄酒的市场份额占比超过50%。

进口红酒看好枣庄市场

目前,红酒市场的促销大幕刚刚拉开,业内人士普遍表示,促销和销售的高潮将在年前来临。在市场新环境下,今年白酒行业特别是高端白酒的消费受到了抑制。于此形成鲜明对比的是葡萄酒,尤其是红葡萄酒的消费却全面提升,伴随着进口洋品牌不断加大中低端红酒促销力度,使红酒市场份额也迭创新高。某酒业销售经理在接受记者采访时表示,公司有进口资质,今年加大了春节促销力度,原装

进口酒销售业绩增幅很快。因此原装进口酒销售业绩增幅很快,颇得市场青睐,无论是法国、意大利、西班牙老牌葡萄酒强国还是新兴的智利、美国葡萄酒都有良好表现,甚至个别品牌还卖断了货,这在往年连想都不敢想。

消费者传统喜好带旺销量

除了红酒价格理性回归平民化外,传统的春节喜文化,也令消费者偏爱红色,因此也赋予了红酒特别的内涵,总觉得红酒深邃、喜庆、营养丰富。事实上,白葡萄酒系列中也不乏上品,由于大家对中国红的热爱延伸到红葡萄酒、红果酒系列中,使带着红色喜庆的各类酒市场越做越强,除了红葡萄酒之外像陕北红、宁夏红等有地域特色的红色果酒也是契合了人们的文化消费习惯才迅速崛起。

业内人士认为,随着迎春市场体系化的发展以及文化的多元共生,葡萄酒系列乃至果酒系列的假日消费潜能会得到更大程度的释放,届时,百花齐放、百色争艳的局面会令消费者大饱口福之外还会大饱眼福,当然这种色彩必须是环保的、自然的。因此,我们期待红酒春潮涌动之后是万马奔腾。

在英国《国际饮料》今年3月发布的2013年度“世界上最受尊敬的葡萄酒品牌”排行榜上,张裕首次跻身该排行榜50大葡萄酒品牌之一,为亚洲地区唯一上榜品牌。



“世界上最受尊敬的葡萄酒品牌”评选依据包含“葡萄酒的质量”、“反映原产地的特色”、“良好的销售业绩”和“广泛的消费人群”。评委包括葡萄酒大师、酿酒师、专栏作家、零售商、教育工作者、买手和分析师。

在该排行榜上,法国上榜品牌最多,包括勃艮第的罗曼尼康帝、波尔多的拉菲、罗纳河的吉佳乐等;其他国家的上榜品牌有智利的干露、西班牙的桃乐丝、意大利的安蒂诺里、新西兰的云雾之湾、澳大利亚的奔富、美国的蒙大维等。

《国际饮料》创办于1972年,是全球唯一覆盖葡萄酒、烈酒和啤酒市场的综合性酒类杂志。

张裕跻身《国际饮料》
「世界最受尊敬葡萄酒品牌」

酩悦粉红香槟推出2014限量版



近日,酩悦香槟闪耀呈现酩悦粉红香槟“心系所爱”2014限量版。

据悉,酩悦粉红香槟“心系所爱”2014限量版选用酩悦粉红香槟,并从酩悦传奇性的黑色缎带中汲取灵感,以优雅浪漫的缎带比拟挚爱之间珍贵的情缘纽带。

“心系所爱”2014酩悦粉红

香槟以全新理念诠释象征优雅品鉴仪式的黑色缎带,配合代表永恒魅力的酩悦粉红香槟。精心打造的黑色缎带蝴蝶结造型支架串连起两个精美的郁金香杯,整个系列如同珠宝般闪耀迷人,洋溢着优雅的动人气息。为品味粉红香槟提供完美视觉体验,为与挚爱共享的美妙时刻渲染上动人真意。

天塞酒庄推出生肖系列马年新酒

据悉,此次天塞酒庄推出的生肖系列马年新酒包括两款,分别是2013霞多丽和2013品丽珠。2013霞多丽外观呈明亮的禾秆黄色微泛青绿色。香气成熟的白色核果是其主要特征。其口感圆润、饱满,有清新的收尾。而2013品丽珠外观则带有深红色的明亮的紫色调且透亮。香气上主

要为脂香和野生小浆果,包括覆盆子、蓝莓和黑莓的味道。这款酒单宁柔和,味道细腻。

每一年的生肖系列新酒都代表了天塞酒庄不同阶段的特质。2012年,天塞酒庄第一次收获和试酿了2010年种下的葡萄。酿酒团队特别选用霞多丽和美乐葡萄,酿制了两款果味浓郁、口感清

新、风格独特的酒,令所有品尝的人们欣喜不已。如今,天塞酒庄推出的生肖系列马年新酒体现的既是庆祝和分享丰收的喜悦,也是在展示一种不加修饰和雕琢的原生态的美。这种遵循自然风土、原汁原味的新酒,充分地展示天塞酒庄在种植和酿造整个过程中的努力和用心。

不是所有葡萄酒都能“陈年”

90%的酒不能“陈”

一般认为,在装瓶时,葡萄酒的果味越浓郁、酸度越高,酚类物质如单宁、花青素等越多,那么这些物质之间的相互反应就会越复杂,因此该酒在瓶中陈年的能力也就越强。这些物质在葡萄酒中持续反应,生成更加复杂的物质,最终会形成沉淀物。因此,那些风味凝练的优质红葡萄酒陈年后都会变得口感柔和顺滑,香气也不仅仅包含果香和醇香,还包含了陈酿带来的芳香。

而对于白葡萄酒来说,其陈年的秘诀不是单宁而是其酸度。由于白葡萄酒中酚类物质偏少,因此大多数白葡萄酒都不宜窖藏,导致这种情况的不仅与酿酒的葡萄品种有关,也与酿造技艺密切相关。此外,绝大多数桃红葡萄酒也不能陈年,概因其酸度远没有白葡萄酒高,而酚类物质也没有红葡萄酒高。

葡萄酒陈年能力的强弱主要由葡萄品种决定,但不能忽视酿造工艺、产区地理、年份以及储存条件等因素。在健康成熟的国际市场,一个最简单的标准就是通常越贵的酒其陈年能力越强。而在葡萄酒世界唯一的个例就是西班牙酒,由于西班牙酒更偏爱橡木桶的味道,因此比较讲究“陈”,其讲究的程度甚至要写进法律严格执行。法律会规定某一款酒上市之前要在橡木桶中待多久。

坏年份也能出“陈”酿

葡萄酒讲年份,那是因为种出酿好酒的葡萄需要“天时、地利、人和”,当天公不作美

在刚刚兴起的国内葡萄酒市场,多层次的消费需求赋予了葡萄酒越来越繁杂多样的概念,“陈年老酒”就是其中之一。国内红酒陈年多被消费理念误读了,要知道,在成熟的国际市场,葡萄酒不过是农产品的一种,通常会是非常实惠的价格,有时甚至比牛奶和矿泉水还要更低一些。



时,土地和人就扮演了更为重要的角色。“其实因为酿造设备和技术的发展,今年年份的差异较几十年前来说已经小了很多,即便是在困难的年份,许多酒庄仍能够保持酒质的稳定。今天在波尔多,你很少会听到酒庄说坏年份,他们只会说某一年是一个普通的年份,而某一年是一个极好的或经典年份。”建发酒业飞行讲酒师曾惟民的足迹踏遍欧洲所有产酒国的著名产区。好的酒庄往往拥有得天独厚的土地,去年勃艮第遭受暴雨就是一个很好的例子,普通的一片葡萄园积水成灾,野鸭甚至在葡萄园中游泳嬉戏,而另外一片特级葡萄园却因特殊的地理位置完

全没有积水,自然更胜一筹。在困难年份,酿酒师的作用变得十分突出,他们决定什么时候采摘,使用怎样的工艺酿造,如何弥补恶劣气候带来的不足,这一切都影响着最后成品的质量。

除了葡萄品种和年份的影响,另一个小细节也可能决定酒品陈年后的价值,虽然没有精确的科学数据来证明,但目前业内公认大瓶装的酒更有利于陈年。普遍认为在大瓶中,相同容量的葡萄酒接触到的空气更少,这样可以延缓葡萄酒熟成的时间,增加陈年潜力,同时这样的缓慢熟成也使得葡萄酒可以发挥出更多的风味。

威龙葡萄酒免费送货到家啦!

- 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、最完全自主知识产权的三大有机葡萄基地

免费送货电话: 400 615 3191

“陈”出层次才是赢家

陈年老酒的消费价值体现在更为丰厚的层次感中。一款好的陈年酒里能找到泥土、烟草、橡木桶等多重味道。从品鉴的角度解读陈年老酒的价值,葡萄酒中香气依来源可分为3个层次,第一级来源于果实,不同的葡萄品种、不同的风土会带来不同的果香和花香;第二级是在酿酒过程中产生的,葡萄酒在橡木桶中短暂陈年的反应,这来源于酿造工艺,可以细化到浸皮时间、发酵温度以及酵母特性的不同,都能带来香气差异。市场上很多酒只有这两个层次的味道,更深远醇厚的味道在于离开橡木桶之后,在瓶内熟成过程中的少氧还原反应,呈现出如松露、蘑菇、野味、泥土等气息,必是经过陈年之后才有的味道。而这也是排除酒庄的品牌溢价,陈年葡萄酒真正值钱的地方。

葡萄酒归根结底是一种饮品,随着时间的流逝终究会被消耗。“对于一瓶尚在适饮期中的老酒,我们可以说它既具备收藏价值也具备饮用价值。不过遗憾的是,没有人可以精确界定一瓶酒的适饮期。”业内人士表示,“今天有些品酒家在品评1961年拉图或是1947年白马时,仍然描述其充满活力,还可以继续陈年。著名酒庄的生产量是有限的,时间越长某个年份的酒就越难寻觅到。稀缺与独特往往衍生投资价值,许多人会将老年份的名庄酒当做一种投资品,在不同买家之间流转。”

(姜琳琳)