

易道酒经 | Wine words

专家专栏 | Expert column

# 国产葡萄酒寻路突围：不在于抢地盘，练好内功是关键(下)

## 新酒人该有什么样的价值观?

■ 欧阳千里

何谓新酒人,从字面上讲,应该指的是新一代酒水行业从业者,因为他们学历普遍较高,事物对错先看法律,后看利益。笔者结合这些年遇到的新酒人,来谈谈新酒人应该有什么样的价值观。

**首先,尊重知识产权。**创新是推动社会进步,促进行业发展,尊重智慧成果,让劣币不再驱逐良币,好人得以挣钱。在酒水行业的新品开发中,有太多的人习惯于“拿来主义”,尤其是糖酒会上的招商新品,傍名牌者,仿名牌者,不计其数。除了生存艰难的小酒企,有时知名酒企的开发品牌也同样如此。新酒人应拒绝为这样的产品摇旗呐喊,让抄袭者挣不到“快钱”,重新回到自主创新的道路上。

**其次,热爱酒水行业。**热爱酒水行业,不仅仅表现为通过酒水行业去挣钱,而是推动酒水行业朝着更加健康的方向发展。一方面加强对酒水的了解,学习酒水酿造的过程,明白酒水品牌的价值;另一方面学会从行业的角度看待不同的品牌,不同的香型,切不可推崇自己代理的产品,诋毁竞品。要明白一点,有行业才会有未来。

**再次,赚取合理利润。**酒水与其他快消品不同,它拥有自主定价权。所以一款刚刚入市的产品,动辄三五百元一瓶,等到促销时买一赠一甚至买一赠五,更有甚者以十几元成交。在高利润的刺激之下,营销手段变得更为赤裸,让团购失去了应有的味道,变成了钱权交易;促销手段变得更为粗鲁,让促销变成了买酒送等值的加油卡、手机等,到底是卖酒有赠品,还是买赠品送酒。如此营销,尚有利润,消费者对酒本身的消费没有信心。赚取合理利润,才能让生意长久,而不是大起大落。

**最后,拥有契约精神。**人人遵守规则,道德随之而来。不管在酒水行业的哪个链条,不管是不是落实到纸面上的协议,我们都应该以法律为做事情的前提,而不是以利益为权衡的核心。在与商业伙伴打交道时,应准确把握自身的实力,作为酒水行业中的一环,做好自己应该做的事情,做到货真价实、童叟无欺,不能是千人一面,万人万价。

新酒人已经开始在行业内崭露头角,要想成为中流砥柱尚需时日。如果不改变自己的格局,不加强自身的修养,整个行业不会取得长足的进步,行业从业者也不会得到更多的尊重。

作为新酒人,要摒弃狭隘的地域观念,要学会尊重市场的规律,相信市场的力量。



## 不断涨价可能让市场走上死路

■ 二级品酒师、酒企负责人、独立评论人 老许

关于白酒涨价的话题已经屡见不鲜,好像现如今如果你不涨价,都不好意思站在白酒梯队里混,即便涨价的原因不尽相同,但相同的是,不管能不能涨价,都是先涨了再说,免得掉队。

坦白说,老许个人在这种炒作式、跟风式、被逼式的涨价潮中,看到的不是行业的希望,更多的是一种担忧,可以说,这种毫无涨价条件的涨价,将会对行业的未来形成非常严重的伤害!

在以往的篇幅中,老许已经发表过很多有关涨价的专题,今天再来跟大家聊聊,为什么说:白酒的不断涨价,很可能是自己作死。

### 严重超出消费者的消费承受力

市场是由消费者决定的,而眼下连传统的实业大佬都在抛售资产,这已经说明,中国的经济环境,已经很难再支撑经济增长,更进一步的讲,现在就是钱越来越难赚,商家越来越把钱当钱了,在这种情况下,试问还有多少人愿意或者能为高价产品买单?我想只会越来越少,不信,你看看你身边曾经很能花钱的人,现在是不是都变得精打细算起来了。

### 严重挤压经销商的利润空间

前面已经说到,现在消费者已经很难再为高价买单,这也就是说,厂家在不断提价的同时,也意味着买单率越来越低,对于经销商来说,如今面临一种很尴尬的情况,一方面出厂价不断上提,一方面终端价提上去很少人再愿意买单,在两头挤压下,想赚钱,要么换产品,要么降利润,可谓苦不堪言!辛辛苦苦一辈子,最后被厂家折腾得半死不活。

### 严重透支行业的未来市场

涨价需要有涨价的基础和支撑力,而现实是现在的白酒市场,已经到了黔驴技穷的地步,只能靠不断地涨价,来逼迫市场买单,殊不知这种没有涨价基础的涨价,就是在透支行业的未来,让行业走上一条不堪重负的道路,眼前或许可以小胜,但未来一定是大输!

■ 栾立

### 产区化的中国葡萄酒

随着酒庄的兴起,国内的葡萄酒产区也逐渐成熟,并诞生了一批知名产区,包括宁夏贺兰山东麓产区、新疆天山北麓产区、河北怀来产区、山东蓬莱产区等等,而这些产区已经初具规模。

在休·约翰逊和杰西·罗宾逊合著的《世界葡萄酒地图》第七版中,也首次增加了关于中国产区的介绍,虽然篇幅有限,但还是简单介绍了河北和山东,以及宁夏北部产区。宁夏产区其实已经颇具规模,2017年宁夏葡萄酒产业工作会议相关资料显示,截至2016年底,宁夏酿酒葡萄种植面积达54万亩,2016年生产葡萄酒约1.2亿瓶(约合9万吨),销售约4.2万吨,实现销售收入50亿元,酒庄接待游客35万人次,实现综合产值近200亿元。而2017年,预计葡萄酒产量将达到2亿瓶以上,实现综合产值300亿元,销售收入达到60亿元以上。

虽然在体量上国内产区已经初具规模,但在内部管理上和葡萄酒先进国家依然有差距。比如在产品和产区分级上,国内各个产区中也效仿国外的法定产区模式进行了一些尝试,宁夏、蓬莱等都在尝试推行小产区模式,宁夏产区还尝试进行了列级酒庄制度进行分级管理,但还没有一个全国性的体系。

蓬莱市葡萄与葡萄酒局局长顾兆帅告诉记者,产品和产区的分级在发达国家已经发展多年,但包括法国的法定产区制度也是上世纪根据多年来产业发展的经验得来。在一定程度上,法定产区制度的优势是通过一系列硬性规定对产区种植、品种等进行严格管理,产品品质更高;另一方面,对于消费者来说,通过辨认法定产区就可以知道这个产区的品种、风土、特点,对于产区和品牌的推广和辨识有很大的帮助。

以法国为例,勃艮第地区的主要葡萄品种为黑皮诺和霞多丽;而在耳熟能详的波尔多,赤霞珠和梅洛是主要品种;而在南部的罗纳河谷,西拉和歌海娜是主要品种。而根据1935年法国的法定产区AOC制度,将葡萄酒的等级分为日常餐酒(VDT)、优良餐酒(VDP)、法定产区酒(VDQS)、法定产区酒(AOC);2012年进一步改为VDF/IGP/AOC或AOP,其中AOC/AOP中又分成大区法定区、产区级、村庄级和列级酒庄。

有业内人士形象地比喻过这一系列等级,就好像小学、中学、高中、大学、硕士研究生、博士生。

顾兆帅告诉记者,在蓬莱产区,也正在丘山山谷内试点小产区制度,效仿德国的精品酒庄联盟,通过酒庄联盟的方式,约定了一系列种植、品种、标识等方面的协议,并效仿国外一级园、特级园,由专家评定设立了一级示范园和二级示范园的模式,由政府以奖励的形式鼓励当地的酒庄种好葡萄酒好酒。

他认为,中国葡萄酒产业目前还处于成长期,还不急于制定完备的法定产区政策,可以推出一些法律制度来规范生产,但不应该束缚太多,在分级制度上要摸索前行,哪一种能推动产业发展的就是好的做法。在他看来,国家有关部门在葡萄酒领域应该给予地方相



随着国产葡萄酒行业的改变,新兴的国内酒庄正在蓬勃兴起,在业内看来,国产葡萄酒尚在成长期,未来的突围不在于从进口葡萄酒中抢下多少份额,而是能否静下心来做好自己。

应的立法权,以助力产业发展。

虽然产区逐渐成熟,但目前国内葡萄酒发展还带有一定的无序性,而产区之间也缺少抱团和交流。在此前举行的“葡萄酒论坛”上,甘肃省酒类商品管理局局长陈浦曾向记者透露,目前国产葡萄酒在抱团发展方面做得很欠缺,产区与产区、产区的企业和企业之间,都像是竞争对手似的,一定要打破狭隘的小农的意识,只有产区和企业联合起来,才能形成和国外葡萄酒抗衡的力量。

一位葡萄酒行业人士告诉记者,国内葡萄酒企业自主意识较强,并不愿意去做抱团的事情。记者了解到,以往传统酒厂产品多为中低端,差异化较小,大量依靠传统快消渠道销售,价格竞争激烈,缺少抱团传统。此外,在产区之间,牵扯到主导权、资金、政绩归属等问题,产区间的抱团还少有先例。

### 国产葡萄酒的成长不是抢地盘

根据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)公布的数据,2016年中国葡萄酒消费量初步统计达17.2亿升,比2015年增长6.9%,增幅位居全球之首,而据行业预测,未来国内葡萄酒消费的增速还会继续扩大,如此大的蛋糕让国产和进口葡萄酒企业都感到眼红。

国产葡萄酒产业在一些方面和进口葡萄酒相比确实存在差距和先天不足。

在国内葡萄酒作为轻工业品,要受到农业、林业、工业等多个行业的约束,还要缴纳消费税等。而在国外葡萄酒产品多数属于农产品,低税费之外,还会享受政府给予的相应补贴。

除了葡萄酒生产企业税负过重,还存入门槛高、审批程序繁琐的问题:一位酒庄庄主告诉记者,要想进入葡萄酒生产环节,先要满足工信部的行业准入条件,然后才能取得食药监总局颁发的葡萄酒企业生产许可证。准

入门槛很高,这也增加了企业投资成本,他的酒庄已经建了3年,还有手续没有办完。

今年两会期间,宁夏回族自治区政协副主席、民革宁夏区委会主委张守志和中国侨联副主席朱奕龙两位全国政协委员共同提出建议,建议国家把葡萄酒纳入农产品征免税范畴,以降低生产成本,增强市场竞争力,促进我国葡萄酒产业的蓬勃发展,但目前还没有明确的结果。

另一方面,在种植成本上国产葡萄酒也相对吃亏。

区别于传统葡萄酒国家的海洋性气候,我国的众多产区,尤其是河北、北京、新疆和宁夏等产区,由于冬季气温太低,葡萄藤必须埋土过冬,据知名葡萄酒专家郭松泉介绍,仅这一项就要带来30%左右的成本上升。

而在机械化规模、土地成本、人工成本等方面,国外的葡萄酒综合生产成本要低于国内。张裕葡萄酒副总经理孙健接受媒体采访时表示,国产葡萄酒的产业化、机械化、果农的劳动效率和最终产品与产业成熟国家相比,竞争力不高,这个差距短期无法改变。张裕曾试图改变和缩短这个差距,目前公司在国内六大产区拥有11个葡萄园,在国内葡萄酒企业中,是自有葡萄园和产量比例最大的。但单成本上看,从新疆运原料回烟台比智利运到中国的还要贵。

威龙股份2016年对外投资公告中曾公布过一组数据,澳大利亚酿酒商联盟于2016年7月发布的报告显示,澳大利亚2016年上半年酿酒葡萄的采购均价在526澳元/吨,折合人民币约2600元人民币/吨。而威龙股份在过去三年里,种植和收购的酿酒葡萄成本在3166元-3745元/吨,相比要高出二到四成。

怀来县海科葡萄专业合作社负责人梁晓晴给记者算过一笔账,国内种植成本较高,就算采用机械化生产成本比之前小门小户生产要低一半,但依然比国外的种植成本高出50%;加上税费等,国内葡萄制造原酒的成本最少也在7500-8000元/吨,而智利和澳大利亚的原酒价格最低可在5000元/吨左右。

而国内酒庄同样也面临投入大、成本高的问题,在酒庄圈里流传着一个段子,就是做酒庄十年内不赚钱,十年后不一定赚钱,这也是国产葡萄酒酒庄的真实写照,而很多国

名家讲坛 | Virtuoso pulpit

# 中国酒的品质自信与健康消费文化要相辅相成

■ 宋书玉

中国是人类认识酒,掌握酿酒技艺最早的国家,距今已有一万多年的历史。在仰韶文化中,酒已开始盛行,在贾湖文化中,最早的酒出现了,在磁山文化出现的时候,我们就发现了酿酒的源头。同时中国人在酿酒实践中发明了曲酿酒(最早的酒叫醪,也就是麩造醪,后来才出现曲酿酒,古人嫌醪寡淡而弃之),从而在世界上最早酿出了较高度的酒,更为重要的是中国人还发明了蒸馏技术,而炼丹术却是人类化学的源头。因此,世界上最早的蒸馏酒诞生于我国的西汉时期。当然此外还有东汉说、唐朝说、北宋说、元金说,海昏侯的出现颠覆了前四说。

更为神奇的是中国人将自然酿造延续了7000多年,至今依然在传承和发展。这是中国酿造的伟大智慧。准确的讲,世界上除中国酒之外的所有酒都是他们的酿酒大师和屈指可数的微生物共同的杰作,基本是纯种发酵。所以中国酒成了世界上绝无仅有的自然酿造的美酒,道法自然,天人合一,天酿美酒。唯有中国的酒是酿酒大师与数以万计的微生物携手共酿,从而酿成了世界上工艺最复杂,生产周期最长,活性物质最丰富,对感官的冲击最强烈,当然也是成本最高的美酒。我们要敬畏酒、尊重酒,更要热爱酒。我们对于中国酒理所应当的有充分品质自信。

关于酒与健康的研究和健康消费文化的倡导,中国无疑乃世界之最。

首先,“酒为百药之长”一说,出自《汉书·食货志》,这是我国古人对酒在医药上应用的高度评价,也是酒对于人的健康贡献的肯定。



其次,酒在医学上的应用,是祖国医药学的一大发明。“酒”字从“酉”(酒),即是由于酒能治病演化而来。所以中国的酒从他诞生的那一刻,就不仅仅是“酒”,他还是中国人健康的需求。世界上其他任何含酒精的饮料,他们无论是以水果、植物、谷物为原料,其追求都是将原料自身糖和淀粉百分之百变成乙醇。来看看中国的酒,我们的原料为所谓的“酒”仅仅贡献了50%左右。另外的50%贡献给了我们酒中上千种活性物质。

所以中国的酒是酒又不是酒,说是酒那是因为中国酒与世界上其他酒有着共同的属性;说不是酒,是基于中国酒的确有其独特的

健康价值。

2006年由中国酒业协会发起并组织的中国白酒169计划首次开启了中国白酒的健康价值研究。到今天已经走过了10年,大量的科研成果使我们不仅认识到白酒中吡嗪类化合物、萜烯类化合物、核苷类化合物对人体健康的贡献,同时深入研究后我们发现这些有益活性物质的产生机理以及相关功能微生物,近年来研究再深入,通过功能微生物的应用使白酒中健康活性物质含量成倍或几十倍,上百倍提升。从这个维度上而言,可以说中国白酒更健康时代已经来临。

再来谈谈健康饮酒行为,中国酒业协会