

红酒会所 葡萄酒文化“教父”应运而生

与过往不同,如今的红酒会所集红酒文化推广、销售、美食等
于一体,从专卖店到精品会所,其转变正引领着全新的投资布局。

□ 李展

近两年以来,国内一线城市市场上以干红为代表的葡萄酒持续热销,大街小巷,以销售红酒为主的酒庄、酒窖等纷纷涌现,生意兴隆。红酒热销的背后,是红酒消费的日趋时尚。红酒的消费热潮,使得一大批红酒爱好者口味要求越来越高,经营者看到了背后的商机,红酒会所应运而生。

富隆酒庄 隐于繁华 深度品味

喜欢品味红酒,更追求品位人生,就一定要找到合适的场所充分享受杯中的浓郁和身边的情调,正所谓尽善尽美才能尽兴。在成都桐梓林紫檀楼下,不明不暗的灯光,树影婆娑,知名红酒会所“富隆酒庄”的招牌掩映其中,毫不夸张,甚至有些含蓄。两层小楼,被打造成了欧式风味十足的会所,品酒室、赏酒区、会客厅,以及为今后拓展成酒膳

预留的餐厅一应俱全,展示着世界各地风情的画作随处可见。最隐秘同时也最吸引人的,是位于二楼小隔间的恒温恒湿酒窖,一排排知名酒庄的优质葡萄酒,在这里继续着自己的呼吸与生长。

这里是目前为止,成都地区规模最大、进口酒类品种最齐的红酒会所。会所负责人鄢先生介绍,成都的中高层收入人士对红酒认知度很高,需求也很大。在成立会所前,很多人喝进口红酒只能到餐厅,或者托朋友从国外带,即便有部分酒类专卖店兼卖进口红酒,销售人员对酒的认识也很肤浅。“因此,我们的目的是打造一个既可以买,又能够坐下来喝,还能够学习红酒的精品会所。”鄢先生说。

鄢先生介绍,会所里目前存酒量超过了1000瓶,拥有全球12个国家和地区的400多个知名红酒品牌。零售价格从几十元到上万元不等,“我们现在的镇店之宝是一瓶1982年的拉菲,市场价已经超过了5万元。”据悉,自2009年11月份进

驻成都后,短短半年时间富隆酒庄已经在成都发展了100多名高端会员,月销售额数十万元。

这只是成都红酒会所的一个缩影。据了解,目前成都的几家红酒会所,都选择了高尚住宅区“隐身”。橡木桶、红酒长廊……这些会所小则一二百平米,大则五六百平米,会所内汇聚世界各地的知名葡萄酒,更集销售、红酒文化推广、美食等多种休闲享受于一体。“从业余的专卖店形式到现在越来越多的精品会所销售模式,这已经成为了成都红酒投资市场的一个主流趋势。”一位业内人士表示。

名庄荟 出身名门 引领时尚

从中粮集团打造决心缔造国内第一个高端葡萄酒综合服务品牌开始,名庄荟这个名字在各地葡萄酒市场上渐渐热起来,甚至成为一个时尚的字眼。

独具匠心的低调奢华气质、荟



萃全球
顶级名庄的
美酒收藏。

以葡萄酒高端品牌售卖与体验服务为一体的运营模式,让名庄荟广受名流的青睐,被誉为时尚社交新领地。从北京、上海、汕头、到南京、海口、青岛、扬州……名庄荟已经在全国50多个城市相继开业,服务于美酒爱好者。

名庄荟是一个酒的王国,不仅有享誉世界的法国五大名庄、意大利SARTORI、智利VIA、澳洲安赞酒庄、西班牙露松酒庄、长城桑干酒庄与君顶酒庄在内的名庄佳酿悉数列席,更配备了从业多年的葡萄酒专家提供专业的悉心推介,从美酒品尝到佳酿私藏,他们会在服务沟通中熟悉、了解会员的偏好,提供一对一的“贴身管家式”服务。

除此之外,这里还是一个绝佳的时尚社交场合,在私密而不失自在的空间里,相约三五挚友,或举杯共品各色极品佳酿,或尽情享受专

属会员的时尚专题沙龙,或聆听品酒师娓娓道来每一瓶佳酿背后的故事。如此独特的服务,令不少慕名而来的爱酒人士不仅沉醉于这里的杯光酒影,更流连忘返于这贵族般的尊崇体验。

为每一位会员提供独一无二的全景全程私享服务,这是“名庄荟”品牌创立的服务理念。依托强大的葡萄酒品牌供应体系,这所专业高端葡萄酒会所,不仅给“所在城市”增添了新的高贵气息,同时也带来一种以美酒为主题的高品质生活方式。

红酒人生 我品我滋味

□ 展文

经营之道:“醉翁之意不在酒”

张先生,成都某红酒会所策划部经理

会所的经营之道其实“醉翁之意不在酒”。卖酒“太初级”,会所更热衷于围绕红酒主题定期推出各种活动,推广红酒文化。红酒或许只是一个平台,在培养对红酒爱好的同时,我们也会积极推动来宾对红酒的品鉴以及与红酒有关的生活品质,让更多的人享受红酒,享受生活。而许多来会所消费的客人表示,喜欢红酒,能消费红酒的人,都是有品位、注重生活质量的人,喜欢到会所来,看重的是这个圈子。

目前一些城市的红酒会所还在起步阶段,盈利的不多,但喜欢红酒、品味红酒是一种生活方式,随着生活水平的提高,这种生活方式会慢慢被人们所接受。办红酒会所,追求的不是眼前利润,必须耐得住寂寞,有信心,也要有耐心。

藏家心得:价钱不是最主要的
冯先生,广州某红酒主题酒吧总经理

我的私人红酒收藏非常多,



除了广为人知的法国波尔多八大名庄的好酒,也有很多产量稀少的珍藏。自从开始经营葡萄酒和收藏红酒之后,我经常去世界各大酒庄参观和选购新酒。我对酒的乐趣在于收藏和与朋友分享,而不是花了多少钱。一瓶红酒是否值得收藏,除了看中它的升值潜力,还要看它的味道,除了少数极度珍贵用于收藏投资的红酒,绝大多数是为了和朋友相聚的时候举杯共享。所以,价钱不是我挑选红酒的最主要因素。

真正的名酒,放到一定的年限,还能不能喝已经不再是一个重要的问题,像是82年的拉菲,现在喝确实恰到好处,但如果再放个若干年,即便失去了饮用的价值,但其收藏价值绝对也是有增无减,因为到那时,82年的拉菲可能只有你这一瓶了,就可以参加拍卖了。

品酒感悟:让味蕾去冥想
王先生,济南某红酒酒窖主人

每瓶好酒背后几乎都有一个故事,每个酒标都有不同的含义,特别是一些古老的庄园,千百年来积累了不知多少故事,细细品酒,贴合历史的积淀,味蕾刺激中冥冥遐想背后的故事也是一种乐趣。可以说,每一口葡萄酒的口感、味道都是不一样的。一些陈年的名酒庄,放20多年后饮用时,那种若即若离的味觉刺激以及纷发的清香,甚至可以让你联想到20多年前此酒酿造时的田园风光、天气变幻。

在西方红酒文化已经成为生活的一部分,懂红酒的人是热爱生活的,也希望能够带来越来越多的人走进这个领域。之前滴酒不沾的时候,和朋友们一起聚会会很尴尬,而现在,持一只晶莹剔透的红酒杯,闻着红酒的芳香喝到微醺,人生岂不快哉?

爱家入门: 什么样的红酒 才是“收藏级”

虽然投资红酒暴富的故事不断在红酒爱好者中流传,但业内人士也表示,红酒投资对投资人的资金实力和专业水平都有着极高的要求,对一般投资人来说门槛高风险大,并不适合所有人。

该业内人士透露,进口红酒的产地和酒庄在很大程度上决定了红酒的收藏价值。一般来说,酒厂大批量生产的红酒只适合饮用,只有知名酒庄生产的年份较好、工艺上乘的红酒才可能有升值。他表示,目前市场上售卖的进口红酒中约有95%的酒都不具有收藏投资的价值,有的甚至是从国外的小酒庄花几十元买来的普通红酒,进入国内后,一包装一推广,就摇身成为了数百元上千元的“限量珍品”。

实际上,只有国际上公认的知名酒庄出产的部分年份红酒才具有收藏价值,但这些酒价格高,保存困难,不仅需要有好的贮藏环境,甚至需要5年换一次瓶,“因为品质稍有变化都会影响酒的品质”。因此,投资者最好是熟知红酒,懂得辨识的“行家”,避免进货和存货的损失。

此外,目前国内红酒的评级机制尚不成熟,投资的红酒是否具有相应的价值投资人很难判断,对于自己不熟悉的领域,投资人还需要谨慎。红酒收藏的门槛比书画收藏要低很多,价格从5000元到几十万元不等,但收藏级的红酒数量是可数的。

什么是收藏级红酒?顶级葡萄酒收藏服务机构X-IN公司董事总经理朱星海认为,只有少数的法国波尔多、勃良地的十大庄园的特殊年份的酒,才有公认的收藏价值。十大名庄的好年份酒由于得到市场认可,并具有快速上升的趋势。近年,拉菲在国内具有很高的知名度,价格一直飙升。“拉菲就像LV在国人的认知度和地位。但其实,木桐也值得关注,它可能是下一个“拉菲。” (晓夏)

“微醺”经济 商机重重

□ 李展

会所 不甘寂寞玩“拓展”

伴随着红酒会所销售模式的被认同,越来越多的红酒会所不甘心“寂寞”的经营,纷纷选择了连锁加盟的形式,拓展销售领域。

成都富隆酒庄负责人鄢先生称,目前富隆酒庄已经开通了四川二线城市的加盟权限,面向德阳、绵阳、攀枝花、泸州、宜宾等经济较发达的二线城市接受加盟申请。“今年我们已经在宜宾开了一家加盟分店,规模比成都的酒庄稍小,叫做‘酒屋’。”据了解,目前加盟富隆酒庄不需要任何加盟费,前期投入内容主要包括装修、场地租赁和进货费。鄢先生透露,例如开设一家“富隆酒屋”,前期花费约50万元,场地租用面积约100平米即可;而开设一间会所级“酒庄”,则需要至少200万。“以成都的酒庄为例,占地400多平米,上下两层,店面建设投入约200万元,加上进货费用,总共投入近600万。”

成都另一家连锁酒庄“名品世家”负责人也表示,目前名品世家也接受加盟申请。

另据了解,成都市场上超过80%的进口酒类会所均可接受加盟申请。“投入大,利润空间也大”,名品世家负责人透露,以在成都市场的一家中心店为例,年营业额能实现2000万元左右,毛利润超过25%。

藏家 一边收藏一边赚钱

据了解,葡萄酒收藏与投资在国外已有300多年的历史,在国际上有另一个名字“液体黄金”,被视为回报最稳定的投资品种。其集投资与爱好为一体的特性越来越受到投资者的追捧。

在济南某知名酒庄里,一瓶750毫升的红酒标价3000元。对

红酒的热销、红酒经济的走俏、现代人对红酒认知度的提高……这些因素催生了红酒投资经济,也带来了更多的商机。

于这样高昂的价格,酒庄工作人员刘小姐说,对于一瓶年份好、产地好、限量发售的红酒来说,这样的价格其实是物超所值,“大多数懂红酒或者爱红酒的客人,买回家主要是为了收藏。”

刘小姐称,这款标价3000元的“2006年蓝色水晶珍藏版干红”不仅选择优质年份的葡萄,在酿造、发酵等过程中均采用独特工艺,“包装采取施华洛世奇蓝色水晶修饰,当年轻仅15000瓶,非常具有收藏价值。”刘小姐说,2007年底上市的同款金色水晶系列当年市场价3000元,现在已经升到了5500元以上,两年多时间价格上涨了八成多,投资收益率远超出银行的定期存款利率,“如果行情再往上走,这个价格很快就会翻倍了,比投资股票划算得多。”

成都一家知名红酒会所的负责人表示,投资红酒在国外及我国不少大城市已经是比较常见的投资方式。不少喜欢红酒又有较雄厚资金实力的消费者会成箱购买名酒收藏,“像产自世界五大酒庄之一拉菲酒庄的红酒,就是不少收藏家热衷的极品。”他说,一瓶1982年的拉菲目前市场价已经达到5万余元,而且每天的价格都在变化,已经成了红酒收藏投资的热

门品种。

厂家 从车间走到精品会所

近年来,越来越多的国内外葡萄酒厂商都以渠道终端为载体,将专业而精准的营销服务注入到分销价值链条中来,而这种趋势的涌现也必然将葡萄酒行业的营销模式推到一个新的高度。

作为中粮集团国内首个定位于高端葡萄酒综合服务的品牌,“名庄荟”主要以葡萄酒高端品牌专卖店、会员俱乐部两大服务体系为核心整合运作,推行以“传播纯正的葡萄酒文化,引领以葡萄酒为主题的高品质生活方式”的全新运营模式。

今年3月,中粮酒业销售副总经理栾大伟在海口名庄荟试营业时介绍,中粮集团在海南投资有五星级酒店、可口可乐饮料等项目,海口名庄荟是中粮酒业在海南开设的第一家葡萄酒会所卖场。他相信,中粮名庄荟能成为引领海口人以葡萄酒为主题的时尚生活风向的高品质消费场所,为拉动当地高品质消费和建设海南国际旅游岛

