



世界杯足球强国 深耕中国葡萄酒市场

■ 苗倩

世界杯来了,与以往啤酒占绝对主要地位不同,随着网络购物的便捷化和消费的多元化发展,有段子手说,“拆散啤酒+炸鸡这对CP的,原来是小龙虾”。除了小龙虾,葡萄酒消费在世界杯期间也呈现了一定的上涨趋势。可以看出在参加世界杯的国家中,基本也涵盖了诸多葡萄酒生产大国。作为世界杯的劲旅,法国、阿根廷、德国等都是葡萄酒生产大国。

颇为遗憾的是,意大利队无缘2018世界杯,但意大利葡萄酒却在国内市场上演着一出“帽子”戏法,从中高端到大众消费,“包抄”国内市场。

据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)的统计数字显示,2017年意大利葡萄酒总产量达42.5亿升,稳居世界第一。早在今年5月初,由意大利AC米兰与意大利Valpolicella产区中的樱桃丘陵(La Collina dei Cilegi)酒庄合作,共同酿造的AC米兰系列葡萄酒在北京举行了新闻发布会。

据悉,AC米兰与樱桃丘陵酒庄合作推出的阿玛洛尼葡萄酒属高端限量产品,每年酿造3万瓶供应全球市场,中国市场的总代理拿到了8000瓶(全球产量的27%)配额。数据显示,2017年中国社会消费品零售总额达到36.6万亿元,成为世界第二大消费市场,在规模扩大的同时,消费结构也在升级。此次AC米兰发力中国高端酒市场,作为老牌的“蓝衣军团”,显然在利用其曾经的影响力和高端品牌背书,发力国内市场的高端酒领域。如果说此发布会是在树立意大利高端葡萄酒的形象标



杆,那么,“我爱意大利葡萄酒”社交聚会,则通过课程培训、葡萄酒品鉴等文化传播方式,让消费者加深了对意大利葡萄酒更为全面的认知。

意大利无缘世界杯,但法国、德国、西班牙等入线国家的足球队正在如火如荼地进行激战。这些国家的葡萄酒推广者们,也正在借力中国市场的电商渠道等全面“包抄”中国市场。

近日,在全球拥有超过10,000家商店的欧洲领先连锁超市利德(Lidl)宣布在天猫国际、京东全球购及网易考拉海购平台正式上线24款精选葡萄酒。这些葡萄酒分别来自意大利、法国、德国、西班牙等旧世界葡萄酒国家和澳大利亚、新西兰、智利等新世界葡萄酒国家。

近年来,线下实体店和线上渠道的结合发展,为消费者提供了便捷且多元化的购买渠道,就连澳大利亚贸易投资委员会驻上海

贸易专员倪凯芸也表示,“中国在物流和仓储上取得了重大发展,在电子商务方面占据领导地位,这也为澳大利亚出口商进入中国市场提供了更大方便。”

而来自法国《回声报》网站的报道则显示,2018年,中国人网购额预计将会超过1万亿美元,是2015年的两倍以上,并对网络的发展速度用“令人眩晕的进步”来描述。有业内人士指出,在葡萄酒、香槟等电商销售方面,还需要时间来引导市场。此外,还要提供一些基础服务,比如中文服务、用本地化的方式进行支付、平衡的退货政策等等。

令据西班牙葡萄酒市场观察中心提供的数据显示,2017年,西班牙对中国的葡萄酒销量增长25.6%,中国成西班牙葡萄酒的第五大市场,出口额达到1.902亿欧元。

如今,国人选购葡萄酒不再是限于送礼等需求,或是高端宴请的饮品了,而是发展

成为日常饮用了,这也使电商购酒将越来越大众化。对此,有西班牙酒商认为,中国电商的崛起,对西班牙规模不等的酒商尤其是中小酒商来说,是其对中国市场出口业务的一大利好。

还有人指出,“随着国内消费市场的升级,物美价廉已经不再是消费者最关心的问题,食品的健康、安全、环保、来源地明晰,展示产品背后的故事,消费者才能产生与食品的情感联结,更愿意购买其产品,这也是当前的消费趋势。”

今年以来,商务部全面启动了消费升级的行动计划,其中,就有“实施商圈消费引领工程,推动实体零售创新转型,引领消费升级”以及“搭建国际消费的新平台,培育建设国际消费城市,引进国外优质特色的商品和服务,吸引境外的消费回流”等条款,这对世界杯参赛国家的葡萄酒产业推广而言,也是政策的便捷和利好。



酒业周报

国家品酒师培训 武夷山班开班典礼召开

6月23日,国家品酒师培训武夷山班开班典礼,在福建省武夷山市商讯大酒店商善若水厅召开,中国酒业协会培训部副主任毛雪及各位专家导师亲临典礼。首日培训,著名白酒专家赖登燁、著名茶艺专家陈荣冰教授站台授课,茶酒碰撞将会有怎样的“火花”?或是新营销革命的风口已然到来!

夜郎古、中华酒、黔酒1号 谁是2018中国酒业新势力?

发现新势力,就是发现了商机,那么如何发现中国酒业新势力呢?6月29日至7月1日,由中国合作贸易企业协会、新食品杂志社、驻马店市人民政府主办、河南省酒业协会、郑州市驻马店商会协办的第二届新食品名品千商赋能大会将在驻马店会议中心举行。

这是一次绝佳的发现新势力的机会。

张裕谈全球化: 已完成5宗海外收购 海外布局巩固国内市场

日前,在中国上市公司董秘俱乐部闭门研讨会上,张裕公司财务总监姜建勋在会上表示,收购的企业原有的强势或弱势市场进行沟通串联,这样做比到一个新地方去建立自己的网络要快得多。截至今年1月,张裕已经完成了5宗海外收购。

他表示,张裕的策略是在葡萄酒主要出口国进行并购,将其产能随同涌入的洋葡萄酒引入中国、夺取市场。“以全球谋中国,以整体谋局部”,张裕站在全球的眼光回头来看中国,用全球的水平回头来服务中国,从而实现从全球范围内调配、整合资源。

五粮液荣获“2018中国财经智库年会”殊荣

日前,“2018中国财经智库年会”在北京召开。会上,五粮液集团荣获“2018中国经济创新案例十佳”和“2018中国新经济年度领军企业”两大殊荣,集团公司党委书记、董事长李曙光被授予“2018中国财经智库远见战略家”和“2018中国新经济年度领军人物”两项荣誉。

水井坊: 实控人拟溢价23%要约收购 不超过20.29%股份

水井坊(600779)6月25日晚间公告,公司实控人帝亚吉欧拟通过要约收购方式,将持有公司的股份比例从目前的39.71%提高至最多不超过60%。预定收购股份占公司总股本的20.29%,要约价格为62元/股,较公司最新收盘价溢价22.63%。基于要约价格为62元/股的前提,此次要约收购所需最高资金总额为61.46亿元。

中国500最具价值品牌发布 32个酒类品牌上榜

日前,由世界品牌实验室主办的第十五届“世界品牌大会”在北京举行,会上发布了2018年《中国500最具价值品牌》分析报告。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中,酒类品牌加上中粮共计32个品牌上榜,茅台以1652.72亿元的品牌价值排名第17,位居整个酒类行业之首。

(综合)

李银会宣布以“天佑德青稞酒开酿大典” 隆重迎接“中国农民丰收节”

日前,在天佑德商学院成立一周年之际,天佑德青稞酒李银会董事长做出两项重要决定:一是天佑德商学院更名为天佑德大学;二是以“天佑德青稞酒开酿大典”隆重迎接“中国农民丰收节”。

据新华社北京6月21日电,经党中央批准、国务院批复,自2018年起我国将每年农历秋分设立为“中国农民丰收节”。农业农村部部长韩长赋表示,设立“中国农民丰收节”有利于提升亿万农民的荣誉感、幸福感、获得感。通过举办一系列具有地方特色、民族特色的农耕文化和民俗活动,可以丰富广大农民的物质文化生活,展示新时代新农民的精神风貌。李银会正是在学习贯彻党中央、国务院、农业农村部有关精神下,做出上述决定的。这是中国首个少数民族地区上市公司对国家设立“中国农民丰收节”的强

烈回应,也是中国白酒行业首家表示隆重迎接“中国农民丰收节”的企业。

而在青藏高原,当地藏族群众一直沿袭和传承着古老的农耕文化。每年春季,藏区各地都会举行盛大的“开耕节”,其中又在西藏山南地区雍布拉克山脚下“西藏第一块农田——萨热索当”举行的开耕节最为隆重。而每到青稞成熟的秋季,藏族群众也会举办具有藏族特色的农民丰收节——“望果节”。

从“开耕节”到“望果节”,藏区又经历了一年青稞作物的种植周期。而如今,包括藏区在内的中国农民有了自己共同的节日。青稞酒作为藏族人民热爱的农业深加工产品,以自己独特的方式庆祝“中国农民丰收节”。

今年9月23日,天佑德青稞酒开酿大典将在青海互助土族自治县隆重举办。开酿



大典的举办,从文化角度,打通了青稞种植到青稞收割,再到青稞作物深加工的产业链条。收割的青稞,用来酿造青藏高原的特色产品——天佑德青稞酒。这条产业链不仅创

造了青藏高原青稞作物特色农业产业链模式,客观上也带动了当地经济发展,实现了农民增收、精准扶贫的效果,提升了当地农民的荣誉感、幸福感、获得感。(赵婷)

“工业+白酒+旅游”融合发展 山东白酒行业工业旅游现场研讨会召开

日前,由山东省白酒协会主办、山东景阳冈酒厂承办的山东白酒行业工业旅游现场研讨会暨省白酒协会文化宣传委员会2018年会在阳谷景阳冈酒业召开,来自山东省白酒协会、山东省旅发委、山东嘉华旅游公司的有关领导、40余家山东白酒骨干企业代表及山东主流媒体代表共计70余人出席了本次会议。本次会议旨在探讨山东省工业旅游和白酒企业融合发展策略,推动鲁酒企业打造全省工业旅游特色城市名片,会议同时为山东白酒企业提供了一个学习和相互交流的平台。

在山东省推进新旧动能转换重大工程的背景下,旅游产业作为省政府重点培育的十强产业之一,发展前景广阔。白酒行业作为事关人民美好生活的重要民生产业,具有能联动第一、二、三产业的特殊属性。面对消费升级的大趋势,探索白酒+旅游的融合发展模式,发展鲁酒特色工业旅游,实现酒旅一体化,将成为鲁酒产业发展的新方向和新热点,也是山东白酒产业新旧动能转换的一项重大举措。

研讨会由省白酒协会秘书长蒋斌主持,来自省旅发委的司主任做了关于工业旅游的主旨演讲。从工业旅游的特点、产业政策、白酒工业旅游的现状等方面做了阐述,并就如何破解酒旅目前浅滩划水的尴尬局面提出了建设性的建议和意见。嘉华国旅的马总从旅行社的角度对山东白酒企业分享了自己的观点。

景阳冈酒业、国井集团、景芝酒业、花冠集团、百脉泉酒业、天地缘酒业、运河之都生态酒庄等企业,作为部分鲁酒企业代表,分享了他们在工业旅游方面作出的积极探索和取得的成绩。

会上,蒋斌秘书长讲到,随着白酒工业旅游向纵深发展,让鲁酒跨越“看+卖”的初级阶段,促进鲁酒阵营“酒旅一体化”向纵深发展,实现真正意义上的“名、利双收”,丰富酒旅产品业态,增加体验式营销,让消费者深入酒厂,从互动、营销、体验、传播、消费等方面传递企业的品牌形象和产品的美誉度,推动鲁酒转型升级,将成为鲁酒产业发展方向和时代需求。

与会人员参观了景阳冈酒厂的酒庄、鲁西农耕文明展馆、明清酒坊、陈年酒庄等,



这也是景阳冈酒业发展工业旅游的基础和亮点。融合了黄河文化、运河文化、水韵文化

的景阳冈酒文化给参观人员留下了深刻的印象。(孙晓琳)

实现线上线下融合
找链酒科技

链酒
股票代码:880051

区域代理商招募中
联系人:邢先生
联系电话:13241122699
企业电话:400-6368-919
邮箱:nayaleng@lianjuotech.com
北京市中关村科技园科东六街1号

佳池股份
GARTCHEE
中国白酒文化推动者

股份代码:880051
www.gartchee.com

免费400服务热线
400-090-8939

中国酒周刊
设立信息采集中心
邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808