

进口葡萄酒格局生变 国产酒擎起高端大旗

■ 卞川泽

作为世界最大的葡萄酒消费市场之一,中国一直是世界各国葡萄酒进口商青睐的市场。2021 年受到国家政策调整等因素的影响,各国进口到中国的葡萄酒数量出现了较大变化,曾经排名第一的澳洲葡萄酒进口量出现了下滑,而南非、俄罗斯等国家的葡萄酒进口量则大幅上涨。

澳洲葡萄酒销量下滑

长期以来,澳大利亚是我国葡萄酒的主要进口来源地,2020 年,我国从澳大利亚进口的葡萄酒数量排名进口市场第二位、进口额排名第一位。2020 年 8 月,“澳洲葡萄酒”卷入反倾销调查;2021 年 3 月,商务部最终裁定:对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税,税率为 116.2%~218.4%。

由此一来,澳洲葡萄酒销量在中国市场出现大幅下滑,大多数澳洲进口葡萄酒出现“倒挂”现象,即进口到岸价比此前中国市场的终端零售价还高,有的终端售价甚至翻了几倍,这重创了澳酒在华的销售体系。

为了弥补这一市场缺失,2021 年年底,“国产奔富”产品出炉,这款奔富麦克斯的酒标显示,本产品的酒液由奔富酿酒师在南澳酒庄酿造及陈年,并由烟台南山庄园葡萄酒有限公司灌装。

有知情人士表示,“富邑集团其实早在‘双反调查’之前就走访调研了包括烟台在内的多个葡萄酒产区,当时的设想就是将中低端产品运至国内灌装,以节省成本。”如今,国产奔富的推出,正是为了维持其品牌在中国的市场份额。

澳大利亚葡萄酒的突然下滑为两年前失去冲力的法国葡萄酒提供了增长机会,法国葡萄酒在中国的进口市场份额由 2020 年的 27%,提升至 2021 年一季度末的 42%,且 2021 年一季度的进口金额同比增长了 47.7%;智利葡萄酒的表现同样亮眼,进口量排名由 2020 年的第三名取代了澳洲葡萄酒第二名的位置,2021 年一季度的进口量同比增长 12.3%。

作为葡萄酒消费大国,中国成为俄罗斯想要开拓的市场之一。2021 年前 8 个月,中国成为俄罗斯葡萄酒的第二大客户,在俄罗斯葡萄酒出口占比为 11%。

出口不被中国消费者熟知的南非葡萄酒,近年来正越来越被重视。2021 年上半年,中国从南非进口的葡萄酒数量跃升了 192.8%,与 2020 年同期相比,增幅居所有国家之首。

中国葡萄酒业机遇凸显

进口酒来源的变化同样给中国葡萄酒业带来了机遇。

首先是政策扶持力度加大,2021 年 2 月,国务院发布《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化意见》;4 月,中国酒业协会发布《中国酒业“十四五”发展指导意见》;5 月,农业农村部、工业和信息化部、宁夏回族自治区人民政府发布了《宁夏国家葡萄(以葡萄酒产业开放发展综合试验区建设总体方案》都提到了对中国葡萄酒产业的扶持。

近日,有报道称,中国饮酒者越来越爱喝本土优质葡萄酒,这一说法通过数据也得到了证实。数据显示,过去 10 年,中国的葡萄园面积增加了一倍以上。山东蓬莱、东北满洲里、宁夏贺兰山东麓、甘肃河西走廊、新疆天山山脉、云南雪山峡谷等葡萄酒产区及 60 多家知名酒庄逐渐得到全世界的尊重与瞩目。

作为中国葡萄酒领军企业张裕,在 2021 年前 9 个月取得了占据国产葡萄酒市场份额 43% 的成绩,龙头地位更加巩固。

优异成绩的背后,得益于张裕持续探索“数字化”转型,除了对生产、流通环节的全过程信息进行采集追溯,推动更多中国葡萄酒产品实现防伪和溯源功能,还开发了“张裕品质生活+”会员小程序、“张裕葡萄酒官方旗舰店”智慧零售商城,打造张裕的私域流量和消费者数字资产。另外,通过联合天猫、京东、抖音等平台的线上高商,最大化提升张裕和消费者沟通的能力。在高端布局上,2021 年 11 月 26 日,张裕布局高端市场推出龙谕系列,一改传统的大平台、大流通、大包销的模式,而是坚持“地盘论”和适度“扁平化”,深度布局高端市场。

2021 年 4 月 9 日,在第十六届中国国际酒业博览会中国葡萄酒馆开馆仪式上,正式成立了中国葡萄酒国家馆暨数字化研究院,这是全球葡萄酒行业首个数字化研究院。张裕、中粮长城、威龙、王朝、中葡、茅台葡萄酒作为首批酒企加入该研究院。

越来越多的中国葡萄酒正在用品质和各种奖项证明,中国葡萄酒不输世界顶级佳酿。



“路漫漫其修远兮” 白酒的国际化之路

■ 久文

实现中国白酒走出去,实现国际化,是几代人不懈为之努力的方向。

1 月 10 日,工业和信息化部消费品工业司发布了“公开征求对《关于加快现代轻工产业体系建设的指导意见(征求意见稿)》的意见”,《意见》指出,“轻工业是我国国民经济的传统优势产业、重要民生产业,在国际上具有较强竞争力。为加快构建现代轻工产业体系,推动轻工业高质量发展,制定本指导意见。”

对于酿酒板块,《意见》指出,“酿酒:针对年轻消费群体、国外消费群体发展多样化、时尚化、个性化、低度化白酒产品”。同时提出,“培育会展、设计大赛等品牌建设交流展示平台,在家用电器……乳制品、酿酒等领域培育一批国际知名品牌。”

2021 年 6 月,工信部联合 8 部委发布的《推进工业文化发展实施方案(2021—2025 年)》中曾提出,“推动将符合条件的工业遗产纳入文物保护单位,价值突出的推荐申报世界文化遗产”。

在 2017 年~2021 年,工信部公布的五批共 195 处国家工业遗产名单里,酒业有 19 处,占比约为 9.74%。其中,白酒工业遗产 14 处,基本囊括了泸州老窖、茅台、五粮液、古井贡酒、西凤、水井坊、汾酒等具有代表性的白酒酿酒作坊及窖池,涵盖酱香、浓香、清香、凤香等香型白酒酿造技艺。

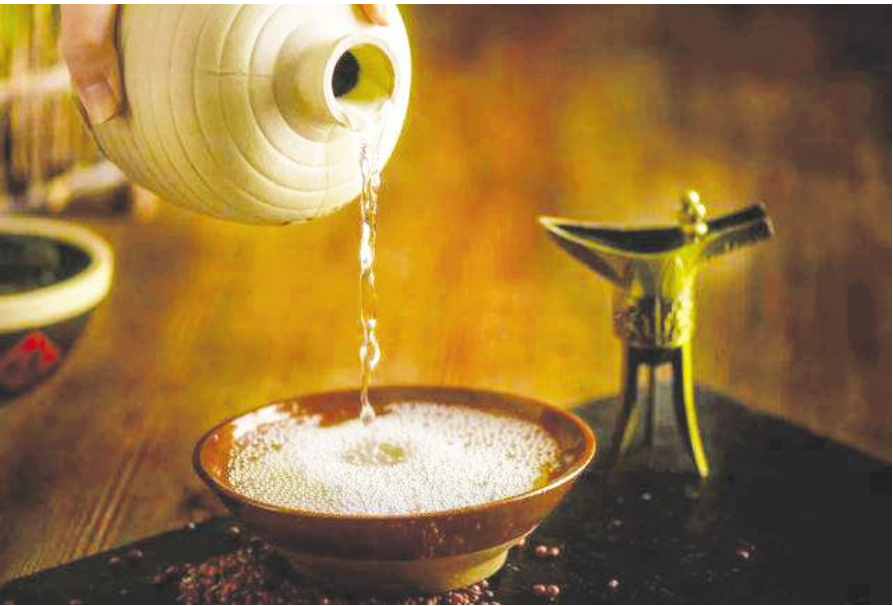
中国白酒产业在国际化道路上一直是“路漫漫其修远兮”。据联合国教科文组织的数据显示,国际市场对白酒的认可度仅为 0.7%,而与之形成鲜明对比的,是以威士忌为代表的国外烈酒产品大批量涌入中国市场,同为烈酒,我们的差距在哪里?

此次工信部在品质、品牌、品味建设上予以指导,并指出“酿酒产业国际化发展的航向”,确立了酒类产业高质量发展的新市场、大视野。

国际化难而正确的路

2021 年 11 月 4 日,国家领导人在第四届中国国际进口博览会上做了《让开放的春风温暖世界》主旨演讲,提出,“一个国家、一个民族要振兴,就必须在历史前进的逻辑中前进、在时代发展的潮流中发展。中国扩大高水平开放的决心不会变,同世界分享发展机遇的决心不会变,推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢方向发展的决心不会变。”

在扩大高水平开放的环境下,酒业需要高质量的发展。《意见》从质量变革、效率变



革、动力变革的角度,对酿酒等产业的创新发展生态,提出了“强基础、壮筋骨、智能化、绿色、生态”的构建方向;原料,是第一生产车间,原料好,酒才好。无论是以粮食为原料的白酒,还是以大麦、麦芽等为原料的啤酒,抑或是以糯米等为原料的黄酒,以及以葡萄为原料的葡萄酒等,都需要优质、优品的原料来源,《意见》指出,“加快产业链补链强链”,其中就提到,“支持乳制品、罐头、酿酒、粮油等行业建设优质原料基地。”

绿水青山就是金山银山。在绿色低碳发展的主旋律下,对自然资源和环境空间深度依赖的酿酒产业,更需要保护好生态环境,实现人与资源的和谐相处,倡导“天、地、人、一杯酒”的大生态观。未来,中国酒业的竞争将从单品的品牌竞争走向产区品牌的深度传播,以进口葡萄酒为例,中国消费者对进口葡萄酒的认知,大多是从波尔多等产区教育开启的,产区的生态、酒庄文化、品鉴体验等融为一体,成为消费者认知产品、品牌的窗口。今天,我们的中国白酒、葡萄酒、黄酒、露酒要走向国际市场,同样需要建立产区传播的话语体系,做好《意见》提到的,“酿酒:产区自然生态环境应用研究,酿酒资源综合利用技术,‘零碳工厂’‘零碳产区’试点等”。

原料建设、产区建设是基础。打牢了基础,还要强劲筋骨。在人口红利逐渐消失的当下,运用智能化之手,解决酿酒产业的繁重劳动问题,成为国内领军企业的顺势应需之举。今年即将迎来成立 130 周年庆典的张裕集团,在建筑面积 27 万平方米的张裕国际葡萄酒城生产中心,实现一台 PAD 操控全世界最先进葡萄酒生产系统,一座车间仅需 3~4 人

即可运行。

在泸州老窖,为实现从“酿造”到“智造”的转变,泸州老窖酿酒工程技改项目正在建设中,建成投产后,将年产 10 万吨浓香型固态基酒,储酒能力达 30 万吨,将推动传统酿酒生产低耗、高效、循环发展。正如《意见》指出的,“酿酒:酒业生态、营销、生产大数据全产业链服务平台,酿造智能化、包装自动化制造技术等”。

而在升级创新产品制造工程方面,《意见》指出,针对年轻消费群体、国外消费群体发展多样化、时尚化、个性化、低度化白酒产品。根据 2021 年天猫酒水“双 11”战报,低度酒饮潮酒购买人数同比增速超过 50%。随着年轻消费势力的崛起,低度酒饮赛道将会进入全面爆发的节点。

标准先行做好品牌建设

让国外的消费者认知到中国白酒、黄酒、露酒等好在哪里,就需要建立与国际市场接轨的标准体系,告诉他们这是中国特有的酒种,安全、绿色、好喝。《意见》指出,推动轻工行业标准国际化,加快重要国际标准转化,积极参与国际标准制修订,引领优势产品标准“走出去”。

在 2021 年 10 月于湖北大冶举行的“饮料酒高质量发展论坛暨饮料酒领域国家标准、行业标准宣贯会”上,中国酒业协会理事长宋书玉就表示,GB/T 17204—2021《饮料酒术语和分类》国家标准,将饮料酒分类框架由发酵酒、蒸馏酒、配制酒三类,调整为发酵酒、蒸馏酒、配制酒和露酒四类……传统酒种的

英文翻译修改,白酒修改为 Baijiu,黄酒修改为 Huangjiu,露酒修改为 lujiu,其中除了体现中国的文化自信,还体现了中国白酒在世界蒸馏酒中应有的地位,更加有利于加快中国白酒的国际化进程。

宋书玉还表示,“要用标准推进产业国际化,加快推动酿酒产业中国标准与国际标准的对接互认,积极参与国际饮料酒市场规则构建,努力成为国际标准制定的参与者、引领者,打破我国酒类产业国际化发展的技术性贸易壁垒,提升中国酒业在全球市场的话语权和影响力。”

不仅要做好中国标准与国际标准的对接互认,让消费者明明白白消费,也是中国白酒企业一直努力的方向。山西杏花村汾酒厂股份有限公司技术中心主任韩英就表示,汾酒未来将加大对 WSET 等国际烈酒培训课程的沟通,加快对白酒评价体系的翻译和转化。通过对汾酒“酒鼻子”库的建设,将汾酒的风味用更通俗和易了解、易联想、易介绍的方式传达出来。

跨界合作做国际化品牌

1 月 1 日~3 日,山西杏花村汾酒国际贸易有限责任公司主办了“来自丹麦‘心’是汾酒”——爱顿博格青花 30 汾酒白酒酒心巧克力发布会举办。山西汾酒相关负责人表示,推出“汾酒酒心巧克力”这样的跨界联名产品,是汾酒在真正构建国际化营销渠道的标志,2022 年汾酒国贸将围绕国际市场 C 端培育做工作,并借助与优秀品牌的强强联合,实现文化碰撞和品牌互动,掀开国际化新篇章。

而在第四届中国国际进口博览会上,来自童话之乡丹麦的经典酒心巧克力品牌爱顿博格和洋河首次跨界合作的“梦之蓝 M6+”酒心巧克力,吸引了广大白酒与巧克力爱好者的目光。

中国白酒要实现真正意义的国际化,除了汾酒、洋河等跨界合作形式外,还需要真正以全球化的视野,做全球化的品牌。正如《意见》指出的,鼓励有实力的企业和工艺美术、白酒等具有中国文化特色的轻工产业“走出去”,通过并购重组等方式加快建立国际化品牌。

于国内白酒消费而言,四大名酒、八大名酒、十七大名酒,仍是中国白酒傲立市场的金字招牌。而国际市场更倾向于低度白酒,要建立国际化品牌,就要发展“多样化、时尚化、个性化、低度化”与国际市场偏好接轨的产品,中国白酒企业不仅需要加强科研合作,还要从酒体设计、品牌文化等多角度开展合作,开发出让国外消费者认可的一杯酒,做好消费沟通工作,实现国际市场新空间的拓展。

举杯中国 品味世界 第十七届国际酒博会 3 月将在四川泸州举办

■ 辛文

被视为酒业国际化重要舞台的“中国国际酒业博览会”经国家商务部批准,“第十七届中国国际酒业博览会”拟于 3 月 25 日~28 日在四川泸州举办。

1 月 13 日,“第十七届中国国际酒业博览会新闻发布会”在成都召开。主办方宣布,本届酒博会将延续“举杯中国·品味世界”主题,邀请阿根廷作为主宾国。届时,全球 800 多家顶尖级酒企、500 余个品牌、超 2000 款传统知名白酒和新生代精品白酒将悉数登场参与盛会。

再上台阶 聚焦动态化创新

作为“中国国际酒业博览会”的永久举办地,泸州市备受瞩目。酒博会是经商务部批准举办的国际酒类专业展览会,自 2006 年起已经成功举办了十六届。2014 年,中国国际酒业博览会永久落户泸州,成为除了上海“进博会”之外,最能代表中国酒业国际化动向的重要舞台。

据悉,本届“酒博会”由中国酒业协会主办,中国轻工业联合会重点支持,四川省经济和信息化厅、科技厅、商务厅、省外事办公室、省市场监管局、省经济合作局,中国国际贸易促进会四川省委员会、泸州市人民政府共同承办,泸州老窖股份有限公司、四川郎酒集团、四川省酒业集团,以及其他知名企业联合协办。

泸州市委副书记、市长余先河在 1 月 13 日举行的新闻发布会上表示:“努力将本届‘酒博会’办成一场高质量、高品位、高效益的酒业盛会,更好地满足大家的新期待。”

实际上,不止是泸州老窖的突飞猛进吸引了业界目光,作为举世瞩目的浓香型白酒产区,泸州市近年来在推进白酒产业整体发展上也进步颇多。

2020 年,泸州市酒类产业完成营业收入 1008.4 亿元,泸州白酒产业园区完成营业收入 1005 亿元,成功实现“千亿白酒产业、百亿酒税”和“千亿酒业园区”发展目标,泸州酒业

“十三五”实现圆满收官。

2021 年,预计泸州酒类产业营业收入 1100 亿元左右,成为中国白酒主力产区重要一极。

在泸州举办酒博会,无疑会带动泸州以及整个中国酒业的发展,那么它的具体进步指向何方?权威部门给出了“动态化创新”的答案。

新闻发布会上,中国酒业协会秘书长何勇表示,为了使酒博会更具影响力,主办方将深挖优势活动和内容的深度,同时拓展产业链发展导向,重点打造人才选拔、消费体验与市场精准对接的活动。

在新闻发布会现场,何勇秘书长用“守正创新”表达了酒业创新的重要性。何为创新?何勇秘书长指出:不是所有的创新都是唯新论,要适合酒业发展。酒业创新的着力点就是“让传统的更传统,让现代的更现代”。沿着自然生态和酿酒微生态双导向、风味和健康双导向的客观守正与动态创新。

汇聚多元 新矩阵引领新风向

“博览会”的重要意义,即在于汇聚、融合不同种类、不同风格的产品,互为借鉴互通市场。

从参会样品来看,本届博览会堪称行业标杆。据悉,本届展会将搭建 5 大展馆(国际精品馆、中国白酒精品馆、国内综合馆、国际综合馆、酒类技术装备馆)、8 万平方米展出矩阵,邀请 40 多个国家(地区)800 多家顶尖级酒企参展,全球 500 余个品牌,超 2000 款不同香型、不同品种的传统知名白酒和新生代精品白酒将悉数登场。

世界美酒特色产区、世界十大烈酒产区、新兴特色酒镇酒庄(郎酒庄、龙洞酒庄、茅溪酒庄、烟台金色时代庄园、蒙顶酒庄、琴淮酒庄、玉蝉酒庄、贺兰晴雪酒庄、中非酒庄、玛桑酒庄等)等最新建设成果将一一呈现。“智酿云、智安云、智享云”开放共享平台、供应链数字化平台、产品数字化管理平台及其智能设备载体、智能酿酒机、灌装机、包装生产线



等全球酒类产业链技术装备最新产品、最新系统,绿色酿造和智能酿造最新成果,也将与大家首次见面。

本届酒博会将聚焦产业提档,着力引领行业发展新风向。期间将举办 2022 年中国国际酒业发展高峰论坛、中国智能制造技术发展论坛、《工坊黄酒及其生产规范》团体标准专家研讨会等近 30 项专业活动,邀请全球酒类主产区党政负责人、知名企业负责人、商协会代表、知名专家学者,国家级酿酒大师、调酒大师、品酒大师等 1000 余名行业大咖,深入分析酒业发展趋势,行业守正创新、智慧绿色酿造等前沿热点,深刻解读“十四五”酒业发展新机遇、新政策、新挑战,深度把脉酒业发展,切实提升展会专业性和“含金量”。

融合外拓 打造发展新样本

融合不同的消费模式、拓展不同的消费体验场景,将对酒业消费有着极大的助益。

据了解,本展会将以“融合+”为突破,拓展酒业上下游新业态,提升优势资源利用效率。举办中国酒类流通高质量发展论坛,深度探讨酒类流通发展新趋势,推动构建酒类流通新体系。依托泸州“中餐特色美食地标城市”名片,举办第六届中国(泸州)美食节等系列活动,重点推出“酒城·名酒宴”等 5 大地方特色宴席(酒城·名酒宴、药食同源养生宴、古蔺郎乡佳宴、泸县九大碗、合江荔枝宴)和“酒城九味九宝九绝”,探索“美酒+美食”新模式,助推酒业与餐饮业有机融合。聚合智慧会务、实时测温、产品管理等系统,搭建酒博会数字白酒馆、3D

云展馆、专业直播间等,推动“酒博会”与数字经济深度融合,延伸酒业产业链。

为酒业人才搭建新舞台,也成为本届展会的一个重要内容。通过职业培训、大赛选拔、技能比拼,搭建“识才选才、育才聚才”新舞台。开展 2021 年度“青酌奖”酒类新品评选,评出白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、果酒等酒类新品,发掘行业创新人才。举办第三届酿造料酒金奖评选活动、最美酒瓶设计大赛活动,分别评出金奖产品和最美酒瓶,挖掘酿造技术和包装设计人才。举办“酒城论剑、品酒争霸”第六届全国品酒师大赛、第七届寻找民间好舌头大赛,选拔专家级品酒人才和民间品酒人才。举办第七届全国级啤酒评酒委员培训、白酒职业技能培训,培养啤酒、白酒专业人才,为行业储备新生力量。举办第三届全国酿酒标准化技术委员会啤酒分技术委员会换届成立大会,集聚啤酒行业精英,共商发展大计。

依托泸州深厚的酒文化基因,采取会场联动、产业联合、大众联欢方式,打造体验式、沉浸式消费新场景。推出泸州老窖国宝窖池群、郎酒天然藏酒洞群、酒庄群落等酒文化旅游目的地、网络直播线路、网红打卡地等线上线下体验新场景,拓展酒博体验新领域。联动万象汇、步步高新天地、报恩塔广场等“酒博分会场”,国内 6 大着名啤酒集团、四川阿林晓馆餐饮有限公司、泸州市钟晓宏旭餐饮有限公司等“沪菜名店”,联合打造集美酒、美食、美景于一体的酒博消费新场景,满足更多游客消费需求。集中举办“酒博会”各类赛事评选颁奖盛典,以时尚感、仪式感,传递酒业消费新潮流。