

中国资本涌向海外酒庄

林华 报道

近年来,中国葡萄酒市场以每年 20% 的速度扩张,中国葡萄酒的增长量每年更达到 40%~50% 以上。于是,国内资本去海外投资酒庄成了一股潮流。仅法国波尔多地区,由中国投资者购买的酒庄已达 15 家。

据称,购买海外酒庄内在的巨大吸引力来自于其背后的投资价值。以法国波尔多地区的 10 种葡萄酒为标准,过去 3 年的投资回报率为 150%,5 年回报率为 350%,10 年回报率为 500%。正是如此,海外酒庄成了各路资本争夺的重要资源。

谁在购买海外酒庄

中国大粮商、珠宝商、房地产商纷纷抢购海外葡萄酒庄,且出手豪阔,出资额一般在 1 亿元以上,抢购的酒庄不仅包括法国等旧世界葡萄酒国家,还包括智利、美国等新世界国家。

日前,甘肃悦心房产开发公司正式接收法国波尔多多产的橡树顶级酒庄。橡树酒庄占地面积 7 公顷,其中葡萄园 6.5 公顷,年产葡萄酒 3 万瓶,该酒庄建于 18 世纪,并拥有一座 18 世纪的古城堡。

据称,悦心房产开发公司还并购了另一家波尔多玛乐客酒庄,该酒庄占地总面积 33 公顷,年产葡萄酒 14 万瓶。波尔多玛乐客酒庄的整合并购接收工作将于今年 4 月份完成。

中粮酒业继 2010 年用 1800 万美元收购智利一酒庄后,2011 年 2 月宣布再斥资亿元收购波尔多地区的雷沃堡酒庄。此次中粮酒业收购波尔多的酒庄是中国国有企业首次进入波尔多葡萄酒园。

另一葡萄酒巨头张裕却选择与国外酒庄联手开拓中国市场。而王朝则将其原料产区向国际产区蔓延。此前有消息称,王朝也将投资 10 亿元收购澳大利亚、新西兰、智利和法国的葡萄园,以提高产量。此后,越来越多大小企业、富豪也发力挤进这波海外酒庄“掘金潮”中。在 2012 年,宁夏红集团兼并波尔多大慕爱酒庄、完美(中国)公司控股南非鲁伯特家族猎豹酒庄等。

白酒企业也纷纷开启进口葡萄酒之路。2012 年 9 月,湖南浏阳河酒业发展有限公司旗下子公司——陕西多瓦葡萄酒业(中国)也推出新品进军中国葡萄酒市



场。摩尔多瓦是世界上最古老的葡萄酒王国之一。

洋河进口葡萄酒新品也计划于 2012 年 12 月上市。白酒龙头茅台集团旗下进口葡萄酒早已悄然进入国内市场。

投资酒庄动机何在

目前,收购海外酒庄可粗略分为单纯投资和企业合作两种。前者多为个人行为,是爱好使然,还可以满足投资移民条件,购买酒庄是一部分人投资移民首选。而后者往往是财团购买。比如中粮集团收购雷沃堡,就是产业扩充的需求。

分析人士指出,中国投资者对海外酒庄投资热潮的持续,其背后的投资价值成为巨大的吸引力。以法国波尔多地区的 10

种葡萄酒为标准,过去 3 年的投资回报率为 150%,5 年回报率为 350%,10 年回报率为 500%。

海外酒就成了中国资本全力争夺的重要资源,中国资本意图在国外的优质葡萄酒产区获得更好的上游资源,并借此给自己在中国市场的经营带来更强竞争力。

中国投资者购买海外酒庄,瞄准的更是中国葡萄酒消费市场的巨大潜力。统计数据显示,2010 年中国人均葡萄酒饮用量为 0.95 升,而全球人均消费量则为 8 升,法国更是高达 55 升,未来中国葡萄酒市场将成为一场饕餮盛宴。

据称,2011 年 1 月至 7 月,中国葡萄酒行业实现收入 197.30 亿元,同比增长 26.92%,实现利润总额 25.77 亿元,同比增

长 36.13%。葡萄酒行业正处于稳步上升的黄金期。

据预测,2010 年至 2014 年间,中国的葡萄酒消费量将进一步上升 19.6%。这无疑是一幅可以任意勾勒想象空间的前景和蓝图——在未来中国市场,葡萄酒消费的潜力将不可限量。

值得一提的是,近来高端名庄酒的价格近乎疯狂。现在一瓶法国 2007 年产的“小拉菲”(即副牌拉菲)已经涨到了 2500 元。近年来,法国高端名庄酒在中国的售价已经上涨了 30%~40%。对于投资客来说,更具投资价值的是正牌名庄酒。2007 年正牌拉菲半个月前的出货价格为 4500 元,但现在已经涨到 6000 元以上。

分析人士认为,目前中国葡萄酒消费已进入高速增长期,面对这样的机遇,不

少企业决定分一杯羹。收购海外酒庄,被不少买家视为可与法国纯正葡萄酒文化保持一致,与国际同步的一个选择。

投资酒庄存在风险

中国投资者接连出手海外酒庄引起关注的同时,也招致了很大的质疑。法国对酒庄有着严格的法律规定,从每公顷的葡萄产量、葡萄品种,到酿造方法都有条款款的规定,庄园主可以是任何一个国家的人,但酿制工艺还是得遵循法国法规,酿酒人还是得具有法国国家认可的酿酒师资格的人。

在法国,以下两种情况最可能让酒庄主人割爱酒庄:一是酒庄庄主不想做了;二是遗产税太高,庄主被迫转让。但即便如此,法国人对外国资本也相当敏感,酒庄轻易不卖给外国人,对中国、日本等东方国家尤其如此。

在法国葡萄酒界,诞生于 1855 年的波尔多葡萄酒分级制度,是世界葡萄酒界的圣经。

但一些中国买家对葡萄酒的分级制度似乎不甚了解,甚至也不觉得有多重要。而且自上世纪 80 年代开始崛起的法国酒庄,没有一家是单靠炒作上位的。

但目前中国人买的酒庄,几乎都是在二级市场销售。所以人为炒作在中国市场,也可以忽悠到二三线城市一些不太懂酒的人,但在一线城市和国际葡萄酒界根本不会有机会。

也正因为抱着能炒出高价的心态,一些中国买家忽略了购买酒庄存在的巨大风险。据称,收购酒庄是一个长线投资,第一笔钱买了酒庄后,接下来还要添置设备、聘请人员、建设酒窖等。

事实上,购买酒庄涉及的因素远远超出金钱和经验。无论欧洲、美洲还是大洋洲,气候环境及地理风貌都与亚洲相差极大,当地人的工作和生活方式也不尽相同。

投资酒庄不仅要考虑到国内的市场环境,还要考虑在国外的酒庄管理。在法国 8 万多个酒庄,且当前欧洲的经济环境不是很好,所以收购酒庄难度较小。但在酒庄的运营上存在文化差异,由于酒庄的管理成本较高,且存在难度,这都加大了国外酒庄的运营管理难度。

中国快递业乱象或依旧 规范化整治势在必行

蔡梦黎 报道

2012 年 12 月,央视等媒体曾先后曝光过快递行业的种种黑幕,央视记者通过实地暗访快递公司的仓库、分公司,并采访与快递公司分拣员以及与快递公司交往频繁的淘宝店主发现,快递业野蛮分拣、拒绝赔偿、私自倒卖无着邮件等闻所未闻的乱象层出不穷。

然而,由于恶性竞争、相关部门缺乏监管依据等现状,受害者却往往投诉无门。目前,几个月过去了,快递行业的不规范,是否随着放大镜的聚焦有所改善?遗憾的是,我们发现,即使在身边,大小问题却依旧在发生。

仍在发生的不规范行为

无独有偶,就在记者打算开始采集快递业相关信息时,记者所在报社的同事就遭遇了一件让人各种不爽的“快递事件”。

4 月初,记者同事汪先生的朋友从江苏通过快递寄发了一件物品给他,一方面希望通过汪先生尽早收到物品,由于认为选择一家大型快递公司更有保障,汪先生的朋友选择了口碑、寄件速度俱佳的顺丰快递。

通过顺丰快递主页的跟踪查询,汪先生发现物件在 2013 年 4 月 11 日,也就是周四到达成都中转站,然而直至 4 月 13 日周六才有工作人员与他联系,并称收件人地址写的是“企业家日报社”,派送员不知在哪里。汪先生当时在外,便让快递公司的人员在网上查询一下准确地址,称很容易查到标题地址。结果,直至周二,顺丰快递也未将物件寄到,理由仍是不清楚地址。汪先生在网上并未告知快递员人员具体地址的原因,是担心因说得不准确造成困扰,对对方的态度也十分热情。然而,对方不负责任的态度让汪先生感到十分失望。

该快递最终于周二下午送达,总共花了一周时间,与顺丰以快速而闻名的公司文化大相径庭。而顺丰作为较知名的大型快递公司,还仅仅是服务态度不到位的问题,

题,其在业内的管理已算相对规范,一些中小型快递公司的问题则更大。

在高新区工作的小曹曾不得不寄发化工料至武汉,虽然该物品并不算违禁物品,但由于时值广州亚运会和残运会开办前后,一些快递公司怕担责,不愿接收无法一眼认出的物品。因此,小曹选择了一家可以走陆运、愿意接收该物品的小型快递公司。当时,成都方面的收件人服务十分热情,给了小曹极好的印象。因此小曹往后勤件都爱找这家快递公司。

然而,2012 年武汉分公司的同事告知小曹,该快递公司寄发的物品,经常出现内包装已被拉破,粒料撒得到处都是,有的物品甚至断成两半,完全无法正常使用。武汉分公司的同事拒绝收件,不仅被当地派送员拒绝,派送员还对他们恶语相向,威胁要全国封杀他们这家公司。

就此事,小曹找到合作愉快的成都所属片区派送员,希望就此事帮助处理。但成都方面答复是,他们管不了武汉的承包商,只能通过总公司予以劝说和协调。成都派送员对此事表示出的无奈,让小曹也感到无所适从。

记者也曾与申通快递成都市南一环片区的派送员打过交道。记者打电话给申通总部要求寄发一份文件,但申通总部发出派送信息后两三天都无快递员与记者联系。之后,记者再一次致电申通总部时,客服人员给了记者该片区工作人员手机号码。记者联系此人时,此人称从未收到过派送信息,会尽快过来,但一天过去后,该人士仍未上门取件。

管理松散增纠纷

由于收件人要求通过申通快递寄邮件,记者在这期间与该片区的申通快递人员打过几次交道,情况均大同小异——从来不会在一天之内上门取件,也无任何延误理由及相对准确的取件时间点。然而,后来记者跟重庆某公司人员聊天时却得

知,他们那个片区的申通快递服务特别的好,收件和派发都十分准点,态度也热情。

相关人士介绍,由于快递公司各个片区多为承包,快递公司对承包商只注重业绩,鲜有管理。而人员素质又参差不齐,故造成了一家公司,多种服务的乱象。事实上,这种差异不仅仅对快递公司和快递行业造成了极大的负面影响,甚至对客户

的物件安全都造成了极大的安全隐患。按照快递公司的管理,派送员需将物品亲手交给收件人,若收件人无法取件,派送员需与收件人电话确认物品如何处置——是换个时间再派送,还是由其他人代收?然而,一些快递公司的派送员为图方便,在比较熟悉的小区、办公楼派送时却会直接将物品交由小区物业代收保管,而不通知收件人。由此,真正的收件人则有可能很长一段时间都以为仍在派送中。这种可能性,还好不过是延误了收件人真正收件的时间。

另一种更严重的可能,则是物件在收件人不知情的情况下被代收人拿走。记者在调查中发现,有的小区对代收快递物件的管理十分松散,甚至取件人在取件都不需要留下签字等相关凭证。这种管理极有可能让物件被收件人无关的人拿走。

这两种可能性若发生,皆死无对证、石沉大海。对快递消费者的权益造成了极其不公平的影响。这无疑也会增加不少纠纷,且这些纠纷本可以通过较规范的管理完全避免。

快递业仍缺乏监管

据报道,央视记者暗访申通快递的分检中心时发觉,运送来的包裹不会有任何安检和抽检,只会被直接卸到传送带上。这里一切要的就是效率,一个 60 人左右的班次要处理 5 到 10 万票快件,每个人都忙得不可开交。大不压小、重不压轻的码放原则,快件分拣耗时不超过 30 厘米的规矩,在这里根本不存在,只要位置

和方向正确,能抛多远就抛多远。

分拣工人会时不时从传送带上跨过去,年轻的分拣工人有时也会互相扔着邮件打闹。很多邮件由流水线上散落到地上,分拣工人脚踩着邮件,把邮件扔到对面的筐里,这名工人还跳过生产线,直接踩到筐车里面,还一屁股坐到了邮件上。在这个分拣中心,从卸车到分拣,再到扫描出库,一个快件最少要经过三次抛扔。

快递员们都对损坏物件见怪不怪,也觉无所谓。央视记者在另一家广东的快递公司暗访时发现,尽管分检中心顶棚等各个角度有不下 20 多个摄像头,但每天发货的时候,分拣现场光线相对没有那么亮,摄像头照出来的画面基本分辨不出来谁是谁。

快递公司的人员告诉记者,物件破损后若想逃避责任,那就是让收件人先签字,因为只要客户签了字,就没有快递员的责任了。申通公司的人员透露,一些收件人写得不清楚,无人认领的物件,快递公司的人员甚至会变卖处理。

从央视记者的暗访可以见得,快递公司对自家分检中心的管理都形同虚设,要这样的公司对承包商进行管理,可谓异想天开。这也足见,快递业的“真空状态”不仅由来已久,还是在快递业的各个方面广泛存在的问题。

有效监管在于好的政策

消息称,2012 年 12 月,央视等多家媒体连续曝光快递业乱象之后,相关监管部门则立即采取行动开始整治。交通运输部部长杨传堂主持召开部务会,通过了《快递市场管理办法(送审稿)》,对管理主体进行补充,并明确省级以下邮政管理机构对快递市场实施监督管理的职责,对开展快递加盟行为的双方资质、权利义务关系等内容进行了规范。

国家邮政局还对媒体曝光的申通快递进行了调查和约谈。2012 年 12 月 26

日,河南省邮政管理局对南阳申通快递进行了调查和走访;2013 年 1 月 4 日,上海市邮政管理局针对外界反映的公司暴力分拣、客户信息泄露等问题,也约谈了上海申通快递。据悉,申通快递在约谈当日即提交了整改报告。

但是,多数业内人士均认为这样的整治是治标不治本,仅会短时间内有效。所谓的专项整治,就跟相关部门打击盗版一样,仅是在电脑城等批发市场内突击检查,检查期间大家都乖乖把违法品收起来,待检查结束后再摆出来卖。这种路数,老百姓已在各个领域见得太多。

此外,《邮政普遍服务基金征收使用管理暂行办法》规定,在我国境内经营快递业务的企业应缴纳邮政普遍服务基金,标准为国内同城快递 0.1 元(每件,下同)、国内异地 0.2 元、港澳台 1 元、国际 2 元。按去年前 11 个月业务量计算,这三部分业务收取的邮政基金可达 11 亿元。不少人担心,目前快递行业的杀价已十分厉害,如今的乱象正是无序竞争所致,邮政收取“份子钱”极有可能让快递公司的负担雪上加霜,不得不将成本分摊到消费者头上。

有人担心,这仅仅是管理部门一次“生财”的借口。如果是这样,新政极有可能对快递行业的规范不仅起不到积极作用,反而会加剧其不正之风。

有业内人士认为,要根治快递公司的不规范行为,最重要的是立法,让法律杠杆来衡量快递公司的作法正确与否,并可解决消费者遭遇不公后投诉无门的难题。而更多的监管,实际上完全可以交予市场。毕竟,快递行业本身就是一个竞争激烈的行业。对于消费者而言,一家快递公司的服务有问题,选择另一家即可。

该人士认为,快递行业诸多问题的整治,与我国许多行业一样,需要把政策和市场有机地结合起来,运用“组合拳”来将其升级换代,而非仅仅靠某一个部门来做。否则,成效就会显得极为有限。