

和进口酒硬碰硬地拼,还没这个实力

国产葡萄酒,寒冬如何救赎

中央八项规定颁行以来,茅台过冬,官车过冬,高端餐饮过冬,葡萄酒行业也在过冬。这个冬天能有多长没人知道,但对于山东葡萄酒行业来说,2013年的利润大幅下滑在提醒各家酒企,国产葡萄酒再不改变,市场会丢得更大。

文/本报记者 李静 林媛媛 摄影/本报实习生 许广强



在蓬莱一酒庄,工作人员正在清点酒窖里的葡萄酒。品种单一是国产葡萄酒存在的老问题了。

“张裕神话”终结

烟台目前是全国最大葡萄酒主产区。截至2013年,烟台市葡萄酒生产企业达152户,有酿酒葡萄基地52万亩,有张裕、中粮、威龙等知名酒企。

老姜在烟台干了10多年酒水批发,在圈子里颇有名气。以前和朋友在一起吃饭时很风光,一个电话就能谈成一个单子,“再看看现在,订单量剩下三分之一就不行了。”谈起现在的市场,老姜叹起了气,“一般100块钱以上的酒,都是企事业单位要得多,还有就是婚宴用的。”

2012年,老姜感受还不明显,而2013年一整年,团队订单基本没了,剩下不到三分之一订单基本来自婚宴。

老姜这种感受,和山东省经信委日前发布的《2013年全省食品工业发展情况》中显示的情况相吻合。2013年,山东葡萄酒产业主营收入增速下降近30%,利润增速下降近25%。“受‘国八条’的影响和进口葡萄酒的冲击,烟台葡萄酒业2013年主营业务收入下降15.8%,利润下降19.87%,其中,君顶等三大葡萄酒企业的主营收入、利润出现前所未有的大幅下滑。”省经信委报告这样分析。

“这还不算真的冬天,2014年情况可能更严重。”中国酒业协会葡萄酒分会副秘书长李德美表示。

寒冬中张裕多年的高增长神话终结。张裕2013年报显示,公司实现营收43.21亿元,下滑23.44%,净利润下滑38.38%至10.48亿元,刷新上市以来营收及利润下滑幅度新高。在二级市场,张裕股价从2010年9月125.48元历史高点一路下滑,截至今年4月30日,市值蒸发451.5亿元。

在业绩公告中,张裕将营收及利润双双下滑归咎于进口酒以及限制“三公”消费的冲击,特别是高端产品需求下降较大,给公司经营带来巨大压力。但这一借口在业内人士看来并不成立,“外部确有冲击,但张裕不反思自身在产品定位、渠道、终端回归上的失误,仍把业绩下滑原因归于外部冲击,张裕高层对形势的认知不明,内部还需要更深刻调整。”一名业内人士表示。

来自欧盟的不公平竞争

寒冬笼罩在烟台黄金海岸,但中国葡萄酒市场扩张却是无可否认的现实。

据国际葡萄酒及烈酒商展相关数据,2008年至2013年间中国红酒消耗量增加175.4%,同期意大利红酒消耗量减少5.8%,法国下跌18%。多家机构预测,中国市场未来5年仍将维持近10%增长率。

市场在扩张,但国产葡萄酒销量和利润却一直下滑,张裕和长城两大葡萄酒企在分析下滑原因时,年报中都提到很大程度上受进口葡萄酒冲击。

“葡萄酒进口量持续增加,这是山东葡萄酒企业营收、利润持续下滑的主因。”山东省商务厅公平交易处一工作人员告诉记者,山东葡萄酒产量居全国首位,占四成左右,而来自欧盟的葡萄酒快速增长和不良竞争,严重影响山东葡萄酒产业。

之所以称不良竞争,这位工作人员解释:“葡萄酒产业在欧盟属于农业产业,享受政府补贴,在中国,葡萄酒则是轻工产品,还要加征10%的消费税,国产葡萄酒在与欧盟葡萄酒竞争中处于不公平地位。”

2013年6月,商务部对欧盟葡萄酒开展“双反”调查。这个消息一出来,6月5日,张裕、中葡、通葡、莫高等葡萄酒概念股纷纷涨停。然而第二天后,上述股票集体下跌。

就算真的反倾销

甜头落不到国产酒头上

今年3月,商务部结束了针对欧盟葡萄酒的“双反”调查,但很多葡萄酒进口贸易商和相关专家却认为,就算反倾销,国产酒也得不到甜头。

4月18日,位于济南经十东路的酒窖内,红酒进口贸易商李广胜正在核对葡萄酒入货单。2013年,李广胜收入颇丰,这几年做红酒进口生意,他日子过得很舒服。

“就算反倾销,我的生意也做得下去。”李广胜做的多是品质较好价位较高的葡萄酒,客户群档次较高,反倾销最多是进口酒涨价,大多数客户不在乎这点涨价。

“进口葡萄酒要比国产的好卖很多。”山东盛鼎茂贸易有限公司经理王旭说,国内普通消费者喝葡萄酒的习惯养成时间并不长,大多数人更倾向于选择进口葡萄酒。“国内葡萄酒虽然也

有高品质的,但总体来看与进口葡萄酒在质量、口感等方面有差距,而且,中国人一向喜欢进口的东西超过国产的。”

“我们公司欧洲的美洲的酒都做,如果因为反倾销欧洲葡萄酒涨价,我们会把更多资源转投美洲那边。”王旭说,其实美洲、澳洲产区的葡萄酒这几年在中国销量一直增长,如果针对欧盟开展反倾销,美洲酒在国内销量肯定暴涨。

王旭的说法得到业内专家认可。西北农林科技大学葡萄酒学院院长王华认为,是否实施对欧盟葡萄酒“双反”,对国内葡萄酒行业没有影响。“如果真的实施,受益最多的绝不是国内葡萄酒行业,因为不进口欧盟葡萄酒,也会有其他国家葡萄酒进入中国市场。”

再不改变

市场会丢得更大

“前几年是葡萄酒好年头,价格高销量好,企业利润很高。”蓬莱一家酒企负责人李先生说,当时定价300多元都不算贵,现在一百块钱一瓶消费者都觉得不便宜。不过他坦言,“这么多年,大部分企业主要产品都是干红干白,从来没想过变,去年市场不好了,很多企业都想变,但是变哪能这么快。”

今年3月的2014中国葡萄酒发展峰会上,宁夏、新疆、山东等多个产区的30余家国内顶级葡萄酒品牌带来数十款代表产品,赤霞珠和霞多丽分别成了红白葡萄酒代表,占了酒种绝大多数,这暴露出国产葡萄酒品种单一的大问题。

“现在,国内葡萄酒产业机械化水平跟欧洲相比差距很大,工作效率低。不少企业还依赖人工作业。”李先生说,现在人工成本上涨过快,这也成了国内酒企不得不面临的问题。

济南国产葡萄酒经销商张立伟认为,现在国产酒不管从原料、技术、口感还是价格都跟进口酒有差距,想要跟进口酒硬碰硬竞争,目前还没有这个实力。“国产葡萄酒再不改变,市场会丢得更大。”

李先生认为,要应对进口葡萄酒冲击,国产葡萄酒企关键要做两点:一是提高葡萄酒原料质量;二是企业要生产特色品牌产品,走差异化道路。现在李先生的公司正尝试甜葡萄酒,希望这个产品能提振公司整体业绩。

转型样本

你能看懂这个时代的变化,你就掌握了自己的未来。作为世界七大葡萄酒海岸之一,蓬莱拥有优质酿酒葡萄基地16余万亩,葡萄酒生产企业70家。这里的企业又是如何应对危机的呢?

一位爱泡吧的酒庄老板:

在酒吧、咖啡厅寻找“答案”

“现在葡萄酒市场的变化,是市场在成熟,消费者在成熟的表现。”一片喊冷声中,海市葡萄酒有限公司董事长仲崇沪却认为这是市场正常发展态势,“以前一瓶葡萄酒被炒到几万甚至几十万,普通的也得几百元,泡沫太大了。”

海市葡萄酒酒庄是蓬莱一家中等规模酒庄,在它的生产车间,大部分成品酒都是不同口味的起泡酒。

“老路子不行了,必须迎合市场,开发个性化产品。”仲崇沪告诉记者,以前市场主流是干红葡萄酒,他们公司主要生产干红,包括烟台大大小小的葡萄酒厂都在做干红和干白,这样单一的产品模式有危险,“年轻人是最有潜力的市场。”

仲崇沪有个爱好,就是泡吧,泡酒吧、咖啡厅,这里是一座城市最新潮的地方,也是年轻人最活跃的地方。在这里,仲崇沪想找到他想要的答案。

有一次,在一家酒吧,一伙年轻人一口气要了一百瓶红酒,都是国外进口的香槟酒。仲崇沪发现,这些年轻人要这么多香槟更多是为了营造气氛。“葡萄酒不是没有市场,只是之前没有抓住市场。”仲崇沪大脑里灵光闪现,他决定生产年轻人喜欢的起泡酒。

在海市葡萄酒酒庄的展厅里,几种不同颜色瓶子的起泡酒外观精致,瓶子的颜色十分漂亮,这也是仲崇沪从一家咖啡店里找到的灵感。当时,这家咖啡店的杯子有宝蓝色、粉色、银色和土豪金四种颜色,在咖啡厅暖色灯光的映衬下,这些咖啡杯流光溢彩,非常时尚。仲崇沪一下被打动了,他选了其中三款作为起泡酒瓶的颜色。

从2012年开始,仲崇沪加大起泡酒的生产量。事实证明,这个选择是对的。现在,海市葡萄酒酒庄生产的起泡酒供不应求。



海市酒庄生产的起泡酒外观时尚,很受年轻人青睐。

精品酒庄 私人定制 葡萄酒之旅

“高端路线”能救市吗?

蓬莱众多葡萄酒酒庄中,瑞枫奥塞斯葡萄酒酒庄是一家定位中高端市场的葡萄酒酒庄。为了选一块能酿出顶级葡萄酒的土地,这家酒庄的投资人考察了三年,最后选中蓬莱刘家沟一块坡地。

这家酒庄生产出来的葡萄酒多次获得大奖。“要保证葡萄酒质量,保证葡萄酒营养成分达标,必须限制葡萄产量,基地亩产都控制在400公斤以下。”该酒庄工作人员说。

葡萄酒业的寒冬,像瑞枫奥塞斯这样走高端路线的酒庄也感受到了。这家酒庄的销售经理杨雪告诉记者,他们现在想的一个办法就是“私人定制”。

瑞枫奥塞斯以前的目标消费群是企事业单位,现在重点瞄准企业群体。酒庄根据客户需求设计不同的包装,比如把客户单位名称等信息印在酒标上。

这样的“私人定制”也出现在张裕公司的营销中,根据客户需要在正标处展示全家福、婚纱照等。定制桶装酒还可免费在张裕酒庄保存两年。在北京张裕爱斐堡国际酒庄的酒窖,就有葛优的“私人订制”存酒。

对蓬莱国宾葡萄酒有限公司而言,虽然葡萄酒销量不乐观,但酒庄旅游业务却欣欣向荣。

“现在每天客流量都不错,旅游旺季常常爆满。”国宾酒庄副总经理杜宜龙介绍说,下一步酒庄将加大葡萄酒旅游项目开发,拉长葡萄酒产业链。

在蓬莱,根据规划,到2020年这里将建成、在建及签约酒庄105个,葡萄酒小镇6个。而莱山区瀑拉山谷也是目前烟台市葡萄酒庄最为密集的地方。这些酒庄具备餐饮住宿、名酒拍卖、温泉SPA、品酒教学等多重功能,将葡萄采摘、葡萄酒酿造、品尝、葡萄酒历史文化等融入到葡萄酒旅游之中。

烟台葡萄酒与葡萄酒局有关负责人表示,酒庄建设热是烟台葡萄酒产业升级的结果。在国外葡萄酒以酒庄酒为概念进入中国市场后,烟台葡萄酒产业进入酒庄时代是很自然的事。

酒庄概念最早起源于法国波尔多,作为传统栽培酿造场所,酒庄负责从葡萄种植、酿制、陈年到灌装的全部生产过程,相关国家的酒庄文化不同程度地呈现了这个国家的历史及文化。中国葡萄酒产业的“庄园时代”才刚刚开启。它是新一轮泡沫,还是中国葡萄酒产业在行业严冬下的升级换代?是一场概念炒作,还是中国葡萄酒业走向成熟产业链的新起点?这需要继续关注。