



在“2015中国葡萄酒论坛”上,有专家首次提出“葡萄酒+”概念,或将给葡萄酒行业带来新的发展契机。(资料片)

# 葡萄酒行业也要玩转“+”概念

## 中国酿酒大师首次提出“葡萄酒+”概念,或将成为新的增长点

本报6月8日讯(记者 李静) 7日,在烟台濰拉谷召开的“2015中国葡萄酒论坛”上,中国酿酒大师、滨州医学院党委书记刘树琪首次提出“葡萄酒+”概念,这种复合业态概念就如同“互联网+”。如今,葡萄酒销售与互联网不可分割,不少业内人士认为,这种将新旧业务融合的模式,找到有效的路径后,必将带来蓬勃发展。

在葡萄酒论坛上,营销专家林枫举了一个利用互联网售酒的案例,得到不少业内人士的赞

同。林枫介绍,河北永不分裂酒业成立于2008年,但后续成长乏力。2013年8月,五粮液集团投资控股永不分裂,但并购接近一年企业迟迟无法盈利。

“2014年9月,永不分裂企业董事长启动互联网1.5模式。”林枫说,三个多月时间,通过四场大型推广活动,微信营销进社区,微信营销进餐饮的销售方式,企业新开发的葡萄酒单品销售突破2000万元。在行业寒冬、消费衰退的环境下,对于一个不足一亿规模的企业来说,他们已经创

造了奇迹。

“在不少企业都喊着酒不好卖的时候,葡萄酒单品却销售得很好。”林枫说,2015年,葡萄酒单品上报销售目标是5000万元,实际上准备冲刺1.5亿。之所以有这样的自信,是因为这家企业从2014年9月到2015年4月,通过内容互动超过1000万人次,线下活动五次,拥有本地粉丝超过10万人,发展移动互联网团队50人,为未来三年跨越式发展奠定了坚实基础。

论坛上,林枫的案例分析结束后,现场响起热烈的掌声,利

用互联网思维销售葡萄酒的观念得到不少业内人士赞同。

在“互联网+”时代下的中国葡萄酒发展策略”对话交流中,多位专家纷纷表示,这种将新旧业务融合的模式,一经找到有效的路径,必将带来蓬勃而发的现象。

也是在这次论坛上,中国酿酒大师、滨州医学院党委书记刘树琪首次提出“葡萄酒+”概念。“可以把它叫做‘葡萄酒+’是因为把葡萄酒与葡萄酒作为一个基础,它是绿色的、健康的、可持续的、

生态的产业。”刘树琪说,这样的产业+什么业态就能够成功地复合出一个新产业,“葡萄酒+”是催化行业变革升级的加速器,它+农业、+工业就不用说了,关键是它+金融、+旅游、+健康产业、+文化产业、+互联网,就能延伸出好多的新业态,如葡萄酒金融、葡萄酒旅游、葡萄酒养生健康、葡萄酒体验休闲、葡萄酒电商平台和物流等产业。让葡萄酒和其他行业进行融合,就能够促进产业的创新和转型升级,激活一个个新的经济增长点。

### 专家谈环境

## 酒卖得好不好与进口酒关系不大

“有人认为,因为受进口酒的冲击,国产葡萄酒销售才受到影响,或者是葡萄酒成本高,就要卖高价,这都是认识上存在的一种误区。”中国酒业协会葡萄酒分会秘书长王祖明说,“酒销售得好坏与进口酒无关,国产葡萄酒只有做实产业、企业的基础,提高自身竞争实力,才能在今后更加激烈的市场竞争中得以健康、持续地发展。”

“有人对葡萄酒产业认识上有误区,有人认为好的自然条件就能种植出好的葡萄,就能酿造出好的葡萄酒。”王祖明分析,有不少产区的企业认为,想种出好的葡萄,酿出好的葡萄酒,请来国外的专家和酿酒师就行,但结果证明大部分是不成功的。因为外国专家按照外国的种植管理经验来操作,有些并不适应国内产区的具体

情况。

“过去我们的消费市场总体上是模仿型排浪式的消费,随着产业竞争发展,这种模仿型排浪式消费时代已经终结。”中国酿酒大师、滨州医学院党委书记刘树琪认为,反思本世纪以来产业高速发展的十年,确实是“三公经费”支撑着高端的乃至奢侈的葡萄酒消费,商务或公务消费的示范效应推动了全社会仿效,放大了葡萄酒产业的泡沫。

随着中外葡萄酒同台竞争加剧,特别是在“性价比”这一竞争铁律面前,国产葡萄酒要保持和扩大市场份额,就不能侥幸期待竞争环境的好转,市场竞争将会更加白热化。“今后需要着力提高核心竞争力,在品质、个性、性价比以及在内涵、集约发展上有大的提升。”刘树琪说。



在葡萄酒论坛上,专家各抒己见。本报记者 李静 摄

采访中,不少专家表示,提高葡萄酒的性价比,企业转变理念至关重要。企业和产区只有以客观、冷静、科学的态度,长远的发展眼光来看待、分析

调整期及其原因,探讨应对策略,善于学习、总结别人的经验和教训,才能使国内的葡萄酒产业尽快全面地走出困境。

本报记者 李静

### 酒企在转变

## 原来五层包装,现在减到三层

论坛上,专家指出,有的企业高价请来国外的团队,从种植到酿造环节全部由国外专家和酿酒师负责,酒的质量却不高。还有的企业投入大量资金打造豪华酒庄,由于投入成本高,企业着急回本赚钱,因此出现低端酒高价卖的情况。“而实际上,95%的酒是嗜好品,只有5%是奢侈品。”国家葡萄酒产业技术体系首席科学家段长青

说。

不少业内人士提出要提提高葡萄酒的性价比,提高性价比的核心是全面提升葡萄酒品质,提高品质的同时又要严格控制成本。有专家指出,烟台作为国内葡萄酒种植的主产区,在葡萄酒的基地建设方面,要根据本地气候和水土,种植适合的品种。在管理方面,机械化是以后发展必须要走的渠道。

“酒庄应该是给葡萄酒建造的,而不是给人建造的。”有专家称。

“真正提高葡萄酒的性价比,不仅要提高葡萄酒的内在质量,还应该提高葡萄酒的外在质量。”滨州医学院葡萄酒学院学术院长李华说,内在质量是指葡萄酒是什么样的酒,外在质量就是指什么样的文化。以前部分葡萄酒存在着过度包

装的情况,因此增加了葡萄酒的成本。

采访中记者了解到,目前烟台产区不少企业也意识到提高性价比的重要性,“在包装上我们已经从原来的五层包装减到现在的三层包装。”论坛上,一家酒企负责人介绍说,缩减包装后,酒的成本也在降低,性价比相对提高。

本报记者 李静

### 蓬莱产区酒样 获评高性价比葡萄酒

本报6月8日讯(通讯员 逯志斐 记者 李静) 为进一步提高山东葡萄酒的公信力,增强消费者对本地葡萄酒的信心和认知度,5月23日,由《中外葡萄酒与葡萄酒》杂志社主办,山东省葡萄酒与葡萄酒协会、烟台市葡萄酒与葡萄酒协会、滨州医学院葡萄酒学院等单位支持的“2015山东高性价比地产葡萄酒”品评赛在济南举行。

此次大赛评委均为国内知名葡萄酒专家、国家级评酒委员,品评方式采用国际公认的盲评方式。根据从青岛、烟台、蓬莱、德州、济南等地区收到的参赛酒样情况,组织方对参赛酒样的产地、品牌、价格等方面进行了严格资格审查,对符合条件的69款酒样(其中干红葡萄酒42款、干白葡萄酒20款、其他类型葡萄酒7款)进行了品评。

经专家品评,并根据山东地产葡萄酒产品结构及参评酒样实际数量结构推出了“高性价比地产干红葡萄酒”21款,“高性价比地产干白葡萄酒”10款,“高性价比地产其他类型葡萄酒”3款,入选产品的市场价均为100元/瓶(750mL)以下。其中蓬莱产区参赛酒样被评为“高性价比地产干红葡萄酒”11款,“高性价比地产干白葡萄酒”4款,“高性价比地产其他类型葡萄酒”1款,占获奖产品总数的47%。

### 烟台高品质私立学校

全日制小学 初中 开始招生了!

无户口限制,可寄宿,小班制,国际化。

地址:芝罘区西玉树庄(福山、芝罘、莱山三区交界处)。烟台中大德美学校

网址: www.zddmedu.com

电话: 189-5455-2627. 183-6449-9130