

酒水周刊

齐鲁晚报 2012.10.11 星期四

中国首款香型代表酒登陆上海国际酒业交易中心

景芝·国标芝香酒通过发行上市审核

本报10月10日讯(记者 于潇潇)首款芝香型代表白酒将于11月初登陆上海国际酒业交易中心面向全球投资者交易。9日,“景芝·国标芝香纪念收藏酒”上市发行审核会信息显示,该款酒成为继国窖1573、水晶舍得、国典凤香、古井贡酒之后的第5只上市发行的白酒投资品种。

景芝酒业昨天正式与上海国际酒业交易中心签约,“景芝·国标芝香纪念收藏酒”全球将限量发行99999瓶,酒品度数为55度,容量550毫升,选用的基酒为瓮藏陈放多年的景芝芝麻香原酒。投资者如需开户申购,可通过工行、招行、民生银行、中国银行、中信银行办理相关手续,也可登陆上海国际酒业交易中心注册申请。

上海国际酒业交易中心总裁李雯峰先生表示,选择“景芝·国标芝香中国芝麻香发现55周年纪念收藏酒”作为中国香型代表酒系列上市发行第一款,看中的是“中国芝麻香鼻祖”和“中国原创国标芝麻香”的地位。芝麻香是建国后两大创新白酒香型之一,今年是中国芝麻香发现55周年,为纪念中国酒史上这一重大创新成果,特推出“景芝·国标芝香纪念收藏酒”。他表示,中国芝麻香型白酒代表“景芝·国标芝香纪念收藏酒”的上市发行,开启了中国香型白酒品种投资时代,上海国际酒业交易中心将联合中国酒业协会推出更多的香型代表酒品种,希望形成香型代表酒板块代表中国参与全球高端投资酒品市场的竞争。



中国酒业协会理事长王延才担任本次发行审核委员会主任,评审结束后,王延才代表发行评审委员会宣读评审决议。评审会一致认为,“景芝·国标芝香纪念收藏酒”外观包装考究、设计创意

独特,具有酒体微黄透明、醇厚丰满、绵柔爽净、诸味谐调、余味悠长、芝麻香突出的典型风格,不论从酿造工艺、香型、口感,还是基酒陈放年份等方面,都具有不可复制性。

山西汾酒出厂价平均涨两成

其他酒企或选择跟进

继上月贵州茅台上调产品出厂价后,山西杏花村汾酒厂股份有限公司(以下简称“山西汾酒”)也开始涨价。日前,山西汾酒发布公告表示,从9日起,上调部分产品的出厂价,平均涨幅为20%。

部分产品出厂价上调两成

山西汾酒公告表示,根据目前汾酒系列产品市场供需情况,公司决定从2012年10月9日起上调部分汾酒产品出厂价格,平均上调幅度为20%左右。其中,国藏汾酒、青花汾酒及玻汾系列产品出厂价格暂不进行调整。

山西汾酒上一次调价是去年3月,当时其对30年青花汾酒系列产品的对外售价上调20%左右;公司40年青花、20年青花,以及20年老白汾酒系列产品对外售价上调10%左右。

对于上调出厂价的原因,山西汾酒表示,这是为了适应公司发展战略的需要,同时也是为了进一步理顺公司产品的价格体系。此外其表示,此次价格调整将对公司今年的经营业绩产生一定影响。

申银万国对此表示,此次提价主要受益产品为20年汾酒系列和10年、15年老白汾系列产品,上半年此三类产品收入占比约60%,销量超过1万吨,预计对公司明年业绩贡献较为明显。昨日截至收盘,山西汾酒报39.71元,上涨3.82%。

茅台涨价后汾酒跟进

对于此次汾酒的涨价,昨日有市场分析人士指出,虽然目前宏观经济对白酒消费产生影响,但是受影响最大的还是高端白酒系列,中端白酒所受影响相对较小,且随着白酒消费旺季的到来,20%的提价幅度将会对山西汾酒的销售产生一定的正面影响。

9月1日,贵州茅台上调部分产品出厂价格,平均上调幅度约为20%至30%。在过去几年,茅台一直是行业涨价的标杆。但在上月茅台刚刚提价的时候,众多白酒品牌均表态暂不跟进涨价。当时五粮液、洋河股份、沱牌舍得、泸州老窖、山西汾酒几家国内白酒企业相关负责人均表示,目前并无相关提价计划。

对于此次山西汾酒的涨价行为,上述市场分析人士指出,根据以往惯例,如果茅台等一线白酒品牌提价后销售依然火爆,其他白酒企业往往会选择跟进。白酒营销专家肖竹青昨日指出,控量,涨价,推新品可以说是国内一线白酒的三板斧。

相关链接 ▶▶

茅台多地零售价上涨

虽然茅台9月初公告称出厂价上涨但不涉及终端市场,但在中秋国庆节销售旺季到来后,各地经销商还是没有按捺住涨价的冲动。近日全国多家媒体报道称,在天津、郑州、乌鲁木齐等多个城市的零售渠道茅台价格出现了上涨,每瓶提价幅度在100元至200元左右。

昨日潍坊市区福寿街的一家白酒经销商表示,近日茅台售价略有提高,山西汾酒价格变动不大。

“虽说这段时间茅台涨价了,但远没有达到去年中秋节时的高位,而国庆节过后离元旦不远了,受到限量的影响,到时候茅台还得涨。”这位经销商表示。

1957年产威士忌将拍卖

预计成交价达15万英镑

据报道,一瓶由苏格兰西岸埃拉岛波摩尔酒厂(Bowmore)1957年酿制的威士忌将在爱丁堡拍卖,预计成交价高达15万英镑(约合人民币150万元)。如果拍卖成功,它将成为世界上最贵的威士忌。

据报道,该批次的威士忌1957年酿制,是波摩尔酒厂历史最悠久的陈年麦芽威士忌,当年只生产了十二瓶。

该酒厂的发言人称,这瓶威士忌极为珍贵,带有最初的蓝莓风味,肯定能给收藏者带来极佳的享受。

据悉,此次拍卖款项将全部捐赠给苏格兰一家慈善机构。

恶劣气候导致俄罗斯葡萄产量下降40%

今年年初时的严寒和炎热的夏天对俄罗斯南部的葡萄收成造成不利影响,葡萄产量损失约达40%。因此葡萄酒价格可能上涨15~20%。

俄罗斯一家最大的葡萄酒酿造公司指出,专家和葡萄酒酿造厂在冬季时估计可能的损失在30~50%,今年的收成将是去年的60%。一年前该公司用俄罗斯葡萄生产了200万吨左右的葡萄酒,而今年的产量约为140万吨。

Chateau Le Grand Vostock酒庄董事会主席叶连娜·杰尼索娃也指出,葡萄产量损失约达40%。在俄罗斯每隔3~4年,葡萄收成便会因为天气遭受一次重大损失。但是,在自产葡萄不足情况下,公司通常在其他农场添购。今年Chateau Le Grand Vostock便将添购250吨葡萄。

今年年初,出现了大风和严寒的冬季,葡萄芽因此被冻死,随后是炎热而干燥的春季,取而代之的是干旱的夏季。据俄罗斯葡萄种植商和葡萄酒酿造商联合会估计,2012年俄罗斯的葡萄收获量将为25~26万吨,这要比去年41万吨的收获量低30~40%。

歉收很可能会对2012年生产的葡萄酒价格产生影响。而这种葡萄酒不会早于2013年春季进入零售,但大部分普通葡萄酒将在2013年6~6月上市。用2012年收获的俄罗斯葡萄酿造的葡萄酒约为1.7亿升,这将比一年前的2.7亿升低40%。

幸存下来的葡萄价格一路飙升,一年前1公斤葡萄价值15~17卢布,而在2012年9月下旬价格上涨到每公斤30卢布。这将导致用2012年收获的葡萄酿造的葡萄酒价格上涨15~20%。

不过,今年的葡萄质量要高于去年。

双节白酒没涨价也卖不动

逢节必涨不灵了



“双节”多数白酒价格未涨。本报记者 孙国祥 摄

本报10月10日讯(记者 秦昕于潇潇)双节已过,各类酒水的市场竞争战也悄悄的画上了句号。据一些白酒经销商反馈,今年双节的销售甚至可以用“非常不好”来形容,逢节必涨的规律在今年不适用了。相比白酒市场的低迷,红酒市场则要热闹很多。

对于近年来“逢节必涨”的国内白酒市场来说,做到过不过节一个样是件很难的事。去年茅台出厂价只上调20%,但53度飞天茅台多地终端售价涨了60%,并经常出现缺货的情况。

而今年则呈现出与以往不同的场面,记者走访发现,今年53度飞天茅台的售价也只比节前象征性地提价了几十元,五粮液、泸州老窖等白酒的售价几乎没有变动。

记者在新华路佳乐家超市里看到,超市内的高档酒水柜台里面摆放着茅台、五粮液等高档酒品。记者留意到,每瓶53°飞天茅台的标价为1699元,销售人员告诉记者,高端茅台酒保持这个价位大概有半

年多的时间。双节并未涨价。

在沃尔玛超市的高档酒水区,记者发现包括喜运茅台、迎宾茅台、普天同庆在内的不少品种的酒水,都打出买一赠一的促销活动。记者沃尔玛超市中见到53°飞天茅台酒标价为1698元,销售人

员告诉记者,这个价格从去年中秋节至今都没有任何改动。

但消费者对这种不涨价并不领情。一位超市工作人员表示,今年双节的销量不是一般的差,去年这个时候53度飞天茅台缺货,今年要多少有多少。中端的

水井坊、郎酒等白酒也卖得明显没有去年好。

“往年这个时候,礼盒系列酒的销量会非常好。今年的订单量一直不温不火。”新华路一家名酒专卖店经理胡先生告诉记者。按照他的估算,公司今年双节期间的销量可能同比下降50%。相当于去年能卖两瓶酒,今年只能卖一瓶。

高端酒卖不动,中低端没有爆发力。这是胡先生对眼下市场的感受。对于前者,他并不感到意外,“从今年上半年开始,消费茅台、五粮液等高端酒的群体逐步降低了消费水平。”然而,他没料到中低端白酒也受到冲击,“和消费形势低迷有很大关系,明显感觉老百姓购买欲望不强了。”

而相对于白酒市场的低迷,红酒市场则要热闹许多。新华路佳乐家红酒专柜的一名工作人员告诉记者,双节期间前来购买高档礼品红酒的人较多,其中团购占主要部分。