

# 中国成全球第五大葡萄酒消费国

去年以来,从法国乐朗酒庄等多起葡萄酒名庄的跨国并购,到法国各大葡萄酒协会发起的葡萄酒文化攻势,酒庄“新贵”迅速崛起……中国葡萄酒市场正以前所未有的姿态提升在世界葡萄酒版图中的地位。但面对黄金前景,如何改变市场诸多乱象、实现长远健康发展?消费者又怎样理性购买、鉴别?

企业家跨界当“庄主”  
中国葡萄酒市场 2012 迎来井喷

根据海关总署数据,2011 年 1

至 11 月,我国葡萄酒进口量为 32.5 万千升,同比增长 30.9%,进口金额达 12.65 亿美元,同比增长 88.3%。至此,中国已跃升为全球第五大葡萄酒消费国。中国对“葡萄酒王国”法国的葡萄酒进口量更是连续多年以 70% 以上的比率狂热增长。2012 年,国内葡萄酒消费有望迎来新一轮井喷。迫切的市场需求,让葡萄酒传统领域不断崛起中国资本。2011 年 2 月 11 日,中粮集团率先打响跨国酒庄收购之役之后仅仅一个月,“跨界”商人 TESIRO 通灵 CEO 沈东军在京宣布,作为个人投资,他已完成对法国知名葡萄酒庄——乐朗酒庄的全面收购,这也是目前华人在波尔多收购的级别最高的葡萄酒庄。去年底随着赵薇、丁磊等名人收购消息传出,2011 年更成为名副其实的

的中国葡萄酒行业“跨国收购年”。业内分析,对中国葡萄酒企业家来说,已意识到在“中国制造”基础上增加投资和管理元素、进入产业链上游。

首次为华人庄主授勋  
法国葡萄酒协会借机开拓中国市场

华人企业家、明星对于欧洲酒庄的收购热潮,在法国,引发了葡萄酒业的震动与关注。相关机构认为,以沈东军为代表的华人、中国企业对法国酒庄竞相展开收购,也将是法国葡萄酒“依靠中国力量打开亚洲市场”的重要机会,随着中国人均消费水平攀升,更多高收入人群将目光投向葡萄酒消费,培养葡萄酒文化无疑将是拓深市场的最有力方式。这样的契机迅速引发了法国各大葡萄酒协会频频动作。其中尤为引人注目的是法国波尔多左岸名庄协会。作为顶级葡萄酒酒庄主俱乐部和代表波尔多葡萄酒荣誉的最高组织,在今年 2 月 2 日,该协会破例单独为乐朗酒庄主沈东军授勋,70 余位中法葡萄酒业、文化

界嘉宾到场祝贺。在波尔多漫长的历史上,这么多当地名流为一个中国人齐聚一堂,尚为首次。有业内人士称,此次非同寻常的中法葡萄酒的“亲密接触”,标志着华人在全球葡萄酒行业地位的提升,双方相互巧妙“借势”、以获双赢。

几欧元佐餐酒成奢侈品  
“傍名牌”“假洋酒”阻碍市场健康

与红酒市场蓬勃兴起形成鲜明对比的却是,进口葡萄酒市场呈现一定乱象,劣质酒横行,以次酒代替优质葡萄酒、价格虚高等问题阻碍了中国葡萄酒市场的健康成长,市场假洋酒、傍名牌等现象肆虐,成为行业发展的“硬伤”。一些不规范的葡萄酒酿造企业为了节省成本,甚至从国外以极低价格进口散装酒,在国内灌装,赚取高额差价。“中国市场的红酒销售渠道还非常散乱”,作为首位华人顶级酒庄主的沈东军也表示,部分代理商既没有品牌所有权,又缺乏足够的渠道实力。而产品出口我国的国外独立酒庄,资金实力和运营水平有限。

对中国普通消费者而言,“法国葡萄酒”是优质葡萄酒代名词。据悉,法国葡萄酒有严格等级体系,如不同产区、酒庄葡萄酒价格相差悬殊,日常佐餐酒,在法国零售价格只有几欧元而已。但一些消费者对此所知甚少,面对装修考究的包装和标签上不认识的外文一味持“仰视”态度,造成一些非产区酒甚至几欧元的日常佐餐酒在中国市场上的“身价”奇高,摇身一变成了“奢侈品”。



品牌消费将成趋势  
别盲目“买贵的”,进口酒关注证书编号

过于功利性的发展已为中国葡萄酒市场带来诸多问题。沈东军认为,在中国葡萄酒消费文化渐渐兴起之时,全球葡萄酒商都急切地将眼光投向中国,在这个过程中,法国乐朗要做其中一匹带头“良马”,致力于引导消费、推动市场健康。

为进一步提升乐朗葡萄酒的品质,沈东军不但保留了乐朗酒庄原有员工,还亲自邀请世界知名酿酒大师,拉非酒庄、木桐酒庄、拉图酒庄、玛歌酒庄原酿酒顾问埃里克先生成为其首席酿酒师,在土壤、设备、包装等各方面不遗余力进行提升,并时常亲临酒庄监督生产各过程。不久前,在全球四大葡萄酒赛事之一布鲁塞尔国际葡萄酒大赛上,乐朗葡萄酒一举斩获赛事银奖。

“进口葡萄酒不应该是价格高高在上的奢侈品”,沈东军提醒,消费者不应盲目看价格,而是理性鉴赏。

(扬子)

## 广告



欢迎在《消费时尚》  
刊登酒水、餐饮、茶楼广告

读《消费时尚》  
品美酒佳肴

咨询电话: 8599376 13839412578 15036819999 15936968353