

中国电商引领葡萄酒消费新方式

到哪儿买到一瓶红酒?没有人回答不出来。红酒专卖店、大型的商超、小型便利店、淘宝、京东和各家的网上商城。从实体专营店开始,到今天电商的火热,这一现象反应了中国葡萄酒市场的变化和人们消费习惯的改变,网上电商正逐步成为葡萄酒销售的主力军。

红酒电商的突起

电商的发展无疑改变了葡萄酒的销售方式。不论是与实体专营店还是与大型的商超相比,电商都有着无可匹敌的优势。电商所含有的中间商的数量远比商超和专营店要少,因此在价格方面会比商超更有优势。此外,商超和专营店的酒款数量十分有限,而有实力的电商则能提供众多的酒款。而对于电商平台如京东来说,酒款种类更是丰富、齐全。拥有这些优势,葡萄酒电商的发展势头之快也就不言而喻了。以京东为例,2015年,京东自营葡萄酒的收入为4亿元,整个平台的营业额为5亿元。根据京东葡萄酒业务负责人赵大彬介绍,2016年,京东葡萄酒收入将翻3倍,自营达到12亿元,整个平台达到15亿元,所有酒类收入达到105亿元。从目前的营业额来看,2016年的最终收入恐怕远不止此,截至2016年1月,京东自营平台葡萄酒收入就已经突破了1亿元。

而相比之下,国外的电商发展就缓慢许多。意大利的莱柯酒庄和南非酒商罗宾逊 & 辛克莱公司(Robinson & Sinclair)都表示,意大利和南非的电子商务都不如中国发达,当地人买酒主要仍是通过超市或专营店购买葡萄酒。此外,由于当地的酒庄产业相对发达,也有很大一部分人会选择直接拜访酒庄的酒窖并购买他们的葡萄酒。

红酒电商的忧患

尽管国内红酒电商发展迅速,但是仍有不少忧患。

国内许多消费者对电商平台出售的进口葡萄酒并不放心。首先是仓储,葡萄酒对储存环境要求十分高,如果温度过高或者过于潮湿,都会使葡萄酒品质发生改变。此外,运输也是一大问题。现在国内还没有专业配送葡萄酒的运输公司,一旦在运输过程中出现问题,特别是在炎热的天,葡萄酒的质量也难以得到保障。

除了储存和运输,消费者的信任度也是阻碍葡萄酒电商发展的因素之一。由于现在许多媒体过于夸大网上购买到假酒的消息,导致许多消费者不信任网上销售的葡萄酒。然而事实上,各大葡萄酒电商平台也十分注重自己的名誉,出售假酒或者劣质酒同样会给自己的名誉带来致命的打击,大型电商平台也不会铤而走险。而对于消费者来说,要辨别一款进口红葡萄酒的真假其实也并非难事。进口葡萄酒会有海关的进口凭证,包括进口货物报关单和入境货物检验证明。此外,真酒的酒标印刷清晰,带有中文背标,极少有错漏。因此,赢取消费者的信赖,打造良好的品牌也是红酒电商平台需要努力的方向。

红酒电商的未来

红酒电商现在发展速度已经十分快了,但未来还有很多提速的空间。以预售葡萄酒为例,预售葡萄酒是与国外酒商合作,待客户下单后,商家直接与国外酒商联系安排发货,葡萄酒直接从原产地配送至客户手中。这种方式不仅可以节省企业的仓储成本,以提供更优惠的价格,还能保证葡萄酒储存环境,以保证葡萄酒的品质。此外,利用这种方式,商家能提供更多酒款和不同年份的葡萄酒以供客户选择,使电商的作用发挥到极致。

(据《中国食品报》)



6月16日,位于周口市市区工农路的尚客优精选酒店盛装开业。该酒店装修环保、设计新颖、时尚典雅、经济实惠,拥有标准间、套房、商务大床房近百间,提供24小时热水淋浴、空调,安全洁净,迎合社会倡导的节约、实惠的风尚。

记者 付永奇 摄



“曲为酒之骨”。去年,宋河酒业公司养曲班作为技术班组,对酒曲质量生产工艺展开立项攻关,终获技术突破,中高温酒曲的感观质量大大提升,增强了有益功能菌的产生及酒曲的曲香味。该酒曲用于酿酒生产后,优质酒率提高7%,增加了产品附加值和技术含量,突显了产品的核心竞争力,为公司创造了可观的经济效益。今年6月初,该班组被河南省总工会授予“工人先锋号”荣誉称号。

通讯员 李杰 摄

古诗抒怀

书法作者:姚四海
工作单位:周运集团

