

· 资讯 ·

阿奇香港名酒拍卖会成交额创新高



全球最大名酒拍卖行兼美洲历史最悠久之酒商 Acker Merrall & Condit 于3月22日-23日在港岛香格里拉大酒店及君悦酒店举行名酒拍卖会,推出多个焦点窖藏及众多珍稀法国名酒,创下38253492港元总成交额,成交率高达94%。

Acker 多年来为亚洲市场呈献最超卓珍罕之勃艮第名酿,当中以DRC杰作最为瞩目,会上呈献汇集 DRC Romanée-Conti 7个年份杰作之精彩窖藏,尽揽珍稀极品,如本场拍卖之最高成交价拍品:1988年12瓶装原木箱装(984000港元)。

本场拍卖带来4个满载法国名酿之焦点窖藏,当中首个窖藏囊括勃艮第及波尔多大作,包括创下世界拍卖纪录之1990年Pétrus 3瓶3公升装原木箱装(590400港元)。

北京商报综合报道

波尔多期望创办地区性葡萄酒展会

波尔多即将举办两年一届的世界大型葡萄酒展会,但目前波尔多尚未拥有一家贸易展致力于波尔多葡萄酒。这是波尔多酿酒商计划改善的一种现状。

波尔多产区协会目前期望推出一场展会,最早于2014年展现波尔多和阿基坦地区多样化的葡萄酒风格。苏玳-巴萨克产区酿酒商协会主席Xavier Planty接受采访时表示,“波尔多拥有Vinexpo展会,这对于世界葡萄酒来说是非常棒的展示平台,但波尔多产区小型、非知名酒庄的优质佳酿也急需这样的机会展示”。

的确,波尔多拥有1万多名酿酒商,许多酒庄都可酿造价格不贵的餐桌酒。为了能够提高波尔多小型酿酒商的形象,Planty目前与格拉芙葡萄酒酿酒商协会总裁Dominique Haverlan合作推出地区性葡萄酒展会。

Planty认为,由于波尔多的一级酒商体系对于葡萄酒酿造商来说很难满足潜在葡萄酒采购人的需求,因此在波尔多地区对于这一新型展会的需求迫切。

Planty希望,计划中的这一葡萄酒展会将有助于解决这一问题。

北京商报综合报道

2013成都糖酒会举办

国产酒发起品牌攻势

春寒正料峭,但是很多人一定热情似火,心潮澎湃。正值三月,一年一度的春季糖酒会如约而至。很多企业早已枕戈待旦,秣马厉兵,期望能在这个春天播下一粒子,等待秋后“收万担粮”。年年如此,岁岁依旧。对于国内外大大小小的葡萄酒经销商而言,成都总是心中的梦,有太多的机遇和挑战正在向他们招手。

由中国糖业酒类集团公司主办、分别在春季和秋季举行的全国糖酒商品交易会(以下简称“糖酒会”)是全国食品行业的重要经济活动。糖酒会因其规模大、效果显著,因而被业界誉为“天下第一会”。

2013年春季全国糖酒商品交易会将于成都市举行。这是糖酒会历史上的第八十八届盛会。作为糖酒会的组织者,从1955年第一届糖酒会开始,糖酒会始终奉行“为企业服务”的办会宗旨,经过半个世纪发展,今日的糖酒会已成为具有10万平方米的展览面积、6000多家参展企业、成交额超过百亿元的海内外知名的展览会,糖酒会以其在行业内广泛的影响力,正在不断显示出自己独特的魅力。得到了糖酒食品行业专业人士的普遍赞同和肯定。

糖酒会于每年春、秋两季举办两次。1955年举办首届交易会。糖酒会因其规模大、效果显著,因而被业界誉为“天下第一会”。相比于上届糖酒会,本屆的参会企业、参展商品及专业观众将继续达到



新高,与目前在中国炙手可热的葡萄酒市场相呼应;葡萄酒参展商相比去年同期增加了50%,尤其是国际客商参展非常踊跃,约占葡萄酒参展商的70%。另外国际化是本屆糖酒会的最大特色,来自法国、意大利等12个国家及我国港台地区都将以政府或行业协会的名义组团参展,以海外产品为主体的葡萄酒及国际烈酒展区展览面积达到27850平方米,比去年同期增长超过20%。另外来自澳大利亚、智利的葡萄酒也争相登场,均希望能通过糖酒会来打开中国市场。国际葡萄酒参展商之所以如此

活跃,因为对于世界主要葡萄酒产国而言,中国的葡萄酒市场将成为其全球战略布局的重要组成部分。进口酒加大了开拓市场和渠道的力度,由单一的和国内葡萄酒生产企业合作,到和经销商合作,再到成立中国分公司。中国市场的远未释放的葡萄酒消费潜力和消费的不断升级,使其成为进口葡萄酒商日益追捧的“乐土”。

可喜的是,面对进口酒商的浩大声势,我们依然能够在本屆糖酒会上听到中国葡萄酒品牌的声音。树立良好的品牌形象、拓展产品的销售渠道、做优质的葡萄酒,是中国葡

萄酒品牌对市场细分需求的表现。

随着人们生活水平的提高,消费市场日趋成熟,享受优质葡萄酒,学会科学地饮酒就成为人们的明智之选,如果在这个过程中打造出优质、健康的产品形象,将会收到事半功倍的效果;其次,在世界文化的大融合中,中国文化已经吸引了世界的目光,作为文化载体的葡萄酒必将成为国外消费者的首选。此外,在中外葡萄酒的市场博弈中,一直处于劣势的国产葡萄酒开始得到更多的关注和认可。

中国优质葡萄酒的推广首先需要在行业内达成广泛的共识。提升产品品质,扩大品牌影响力,是新时期企业发展的重中之重,规模最大化与利润最大化已经成为非主流的东西。打造中国优质葡萄酒的集体品牌,有利于企业和行业的发展,企业参加得越早受益越大。中国优质葡萄酒的推广还需要动员全社会的力量,比如酒业协会和地区葡萄酒协会及政府行业管理部门,对葡萄酒的发展起着重要的引导和管理作用。糖酒会凭借着日益扩大的影响力也将在更大范围内打出中国优质葡萄酒的大旗,各类媒体更是宣传和推广国产品牌的主力军,由于国内众多葡萄酒爱好者对于葡萄酒的认识并不成熟,如何正确地引导消费者将成为媒体的责任。

北京商报记者 曹希宁

中融 COMCO | GREATWALL 长城干红葡萄酒 | 龙喜系列 | 长城龙喜系列干红葡萄酒 | 热线: 400-816-6398

2013喜上眉梢
look very happy