

泡沫破裂 市场疲软

高端葡萄酒再现跌价潮

拉菲、拉图、奔富等高端红酒堪称世界葡萄酒市场的晴雨表，眼下这些高端品牌正经历新一轮跌价，最高跌幅达30%。从政府出台“限酒令”，到商务部对欧盟葡萄酒发起的“双反”调查，这一年高端葡萄酒市场可谓惨淡不堪。在业界看来，高端葡萄酒价格的持续下滑已传递出行业信号，葡萄酒虚高泡沫将被挤破，高端葡萄酒将进入价格调整期。



打折促销 价格堪比国外 高端葡萄酒价格下跌近三成

曾经最受国内市场追捧的拉菲，在经过2012年首次暴跌之后，依然未见任何跌停迹象。同时下跌的还有波尔多其他的名庄酒，如拉图、玛歌、木桐等红酒的价格也在下滑。“玛歌下降幅度已经超过20%。”业内人士表示。

不仅旧世界高端红酒在降价，新世界的高端葡萄酒也被迫进入下降通道。国内市场炙手可热的新世界澳洲高端红酒奔富顶级佳酿葛兰许和707的价格分别从2万元和6000元下跌到1.5万元和3800元左右，而奔富Bin389和国内市场销售比较火爆的奔富Bin407，价格也分别从1000元和700元下降到700多元和500元，降幅都在30%左右。

而在过去五年，澳洲酿酒业一直着力于开拓中国市场，“现在连奔富都降价了，对澳洲酿酒业可谓是个‘凶兆’”。从事多年高端酒贸易的葡萄酒经销商陈聪告诉北京商报记者，此前澳洲在华销售的葡萄酒每升均价最高，连老牌产酒国法国都难以匹敌。

北京商报记者登录1号店查看奔富全系列葡萄酒，过去1瓶奔富洛神酒庄售价是228元，本周的标价却骤降至59元，相当于10.6澳元，考虑到运输成本以及中国对葡萄酒所征收的48%关税，不比澳洲本地的售价高多少。较为高端的奔富Bin407，过去1瓶标价1380元，但现在1号店的标价为380元，和澳洲售价也相差无几。

在买酒官网，北京商报记者发现，奔富系列的各种酒提供了类似的折扣，最低达到6.5折。虽然其他的一些品牌也有价格下调的动作，但是幅度最大的还是奔富。

市场消化缓慢 库存压力凸显 经销商让利促销借年关收回成本

如果上一轮的拉菲降价多是受假货横行所困，那么本轮澳洲高端酒价格走低则完全来自于国内葡萄酒过大的存货压力。法国波尔多葡萄酒行业协会日前发布报告显示，今年前7个月，波尔多酒对中国香港地区的出口跌幅最大，出口额减少22%，至3.24亿欧元，对中国内地出口额下降8%，为2.3亿欧元。与此同时，香港葡萄酒对内地的转口贸易额大幅下降了27.3%。

“原本很看好年底市场，之前有企业订购了一批葡萄酒，但是由于消费受限订单被取消，手里压了50多万元的波尔多酒。”上海一位不愿透露姓名的经销商告诉北京商报记者，这批酒现已运到北京市场，希望能以50元一瓶的价格出手，但似乎并没有预想的顺利。

在美廉超市和法宝超市，北京商报记者看到，进口葡萄酒打折力度已经达到3折，而据销售人员介绍，打折活动已经持续了半月有余。家乐福超市对多个葡萄酒品种推行第二瓶半价销售策略，红酒销售区工作人员告诉北京商报记者，“100元左右价格区间的葡萄酒是销量最好的。消费者日常聚餐，这个价格比较容易接受。贵一点的酒即便导购推荐也不一定会购买”。

陈聪告诉北京商报记者，除了库存压力，进口酒普遍打折的根源其实在2005-2008年，那时进口葡萄酒价格混乱，代理商为赚取暴利，故意抬高价格。建发酒业总经理陈旭光在出席伦敦WINE VISION世界葡萄酒首届峰会上也曾表示，葡萄酒行业存在过分高估中国市场的情况，目前调价销售“是对高估市场的合理修正”。

平民化 理性化 国内葡萄酒消费格局隐现

酒商们认为，中国葡萄酒的消费趋势正在转变，对顶级葡萄酒的需求正在放缓，而另一方面，平民化的葡萄酒消费正在兴起，并逐渐在酒商的销售中占据主要地位。绝大部分经销商都在收缩战线，以期平缓度过这个寒冬期。也有一些经销商开始思考转变自己的销售模式，以适应消费者正在日趋理性的消费方式。

上个月，来自奔富品牌故乡澳大利亚的一份对中国葡萄酒消费习惯的研究报告指出，49%的中国消费者购买的葡萄酒不会超过250元/瓶，37%的消费水平在250-699元/瓶，14%在700元/瓶以上。在购买价格变化的同时，消费者对葡萄酒的了解程度也在不断提升，单纯追求名庄、名牌的消费心理不复存在。国内一项调查显示，在葡萄酒品种方面，83%的消费者认识赤霞珠，55%的消费者认识霞多丽。白葡萄酒品种长相思和雷司令的认知度分别达到了53%和52%。这些消费趋向也可能导致国内葡萄酒业的结构调整。

深圳葡萄酒进口联盟副理事长邵小兵表示，因为存在产品消费的理性化以及平民化，性价比高的酒越来越受到青睐，“过去那种喝的不买，买的不喝的现象，已经基本不存在了”。而二三线城市的消费者可能对价格更加敏感。“未来的葡萄酒经销商需要从过去单纯卖酒的思路中调整过来，更为实际地推广葡萄酒，进行葡萄酒搭配的普及教育，把更好的进口葡萄酒，包括我们国产的一些好的葡萄酒介绍给更多的中国葡萄酒爱好者，这才是拓展市场的根本。”邵小兵说。

北京商报记者 姜琳琳

C2 葡萄酒王牌产地 世界版图



在法国之外，世界上还有许多国家的葡萄酒同样品质优良。由于不同地区土壤、气候、酿造条件等诸多差异，各国葡萄酒的口感可谓千差万别。

C3 那些关于香槟 品鉴的事



品鉴香槟除了有特定的温度要求以外，在酒杯的选择、香气的识别上都有很多学问。如果你想要开启一场曼妙的奇幻香槟之旅，学会品鉴刻不容缓。

C4 灯红酒绿鸡尾酒



鸡尾酒神秘多变，它以缤纷的色彩和独特的口味在各种晚会或派对上占据了一席之地，并拥有众多爱酒懂酒的粉丝。节日里怎能少了它的身影。

北京商报《红酒周刊》 顾问团名单

总顾问：戴玉强
顾问：吕思清 黄磊 赵胤胤
张亚勤 兰东 魏松
莫华伦 卫立波 徐福成
李艳芳 刘启胜 唐志刚

海外顾问：
● 菲利普·里维尔 Philippe Riviere
法国波尔多利维尔酒业总经理
● 劳赫丝·布隆 Laurence Brun
法国波尔多圣提米隆优质产区特级庄园古堡达索/古堡拉富酿酒师兼总经理
● 范斯科·埃斯特格 Francois Estager
法国波尔多多美侯优质产区庄园古堡拉卡班/古堡派帕泰利酒庄兼玻美侯产区协会主席
● 丹尼尔·佛罗伦斯·卡泰雅夫妇
Daniel Cathiard & Mrs. Florence Canthiard
法国波尔多皮萨利安南优质产区庄园古堡史密斯昂拉菲/古堡康得利酒庄
● 何塞·路易斯·米拉格洛
Jose Luis Milagro
西班牙利安丹萨酒业总经理