

## 美夏“卖身”折射渠道困局

### 葡萄酒渠道商遭海外资本入侵

据悉,美夏作为与ASC同级别的葡萄酒渠道商,日前证明已经被澳大利亚Woolworths酒业集团收购。

北京商报记者调查发现,美夏在被Woolworths酒业收购之前,拉菲罗斯柴尔德家族曾与其就收购事宜进行过深入接触,但最终因拉菲给出的条件较为苛刻,没能达成合作协议。

美夏子公司葡道公司负责人证实了此次收购交易,但是对于交易内幕和信息,均表示不方便透露。

但北京商报记者从万欧兰葡萄酒俱乐部首席顾问陆江处了解到,此番美夏与Woolworths的合作,双方最初是谈投资,后来变成了全资收购。就目前的收购细节而言,美夏是此次资本收购的主要受益者。

美夏国际发布的公告显示,目前其人事架构尚未发生大的变动,美夏的创始人付一安与欧阳锐仍会留在美夏,付一安仍担任CEO一职。

北京商报记者在百度招聘搜索美夏公司,其12月新的招聘职位有几十个之多。付一安早先曾对媒体表示,美夏旗下拥有许多家族酒庄企业品牌,如果美夏允许单一品牌入驻会有失偏颇。

对此,业内人士表示,这次收购美夏可以保留领导管理权,对于被收购企业而言非常有利。未来对于公司的发展、策略制定在话语权方面有优势。

### 欲借海外资本解围市场困局

除了条件较为苛刻之外,美夏为何未与更具市场知名度的拉菲取得合作,众多圈内人对此不解。

一位不愿透露姓名的知情人士的爆料,仿佛揭开了此番美夏被收购的幕后真实原因。其介绍,从去年底,美夏方面就出现员工流失、资金紧张的问题,甚至一度传出员工罢工的消息。可以肯定的是,美夏在这几年的发展中的确遇到了困难,包括资金、管理以及培训方面的诸多问题。

该知情人士认为,尽管此次是全资收购,但美夏内部管理层并没有改变,美夏借此既可以获得资金,又仍旧拥有与原来同等的管理权。

由于受国内葡萄酒市场疲软的影响,许多进口商、渠道商都陷入了降薪、裁员,甚至倒闭的企业窘境。美夏虽然是行业内的领军品牌,但依然遭遇市场疲软的影响。

国内某葡萄酒渠道商负责人称,此番“联谊”可以在一定程度上缓解美夏的生存困境,强大的外界资本对于美夏而言犹如一针强心剂。而且,Woolworths集团自身的品牌优势也可以为美夏现在的品牌构架注入新鲜血液。

据了解,此次收购美夏的澳大利亚Woolworths是澳洲最大的食品零售商,也是澳洲位居第一的零售连锁商和全球最大的酒类零售商之一。此番,大手笔收购

国内葡萄酒市场持续低迷的当下,渠道商陷入一轮又一轮的商业困境。从转型其他酒类,到裁员倒闭,再到现在的遭遇海外资本收购,国内葡萄酒渠道商生存境况一路荆棘。据悉,国内进口葡萄酒渠道商龙头企业美夏被澳洲最大的食品零售企业伍尔沃斯Woolworths全资收购。北京商报记者调查发现,美夏公司正在遭遇资金、管理和培训困境,此番与Woolworths达成收购协议,也是为了缓解燃眉之急。



中国葡萄酒渠道商,其整合资源发力中国市场的目的显而易见。

对此,葡萄酒营销专家李欣新告诉北京商报记者,Woolworths通过收购来布局中国市场的意图明显,美夏拥有一支优秀的团队,借助美夏现有的团队与渠道,注入资金运作,澳洲方面不必再花费精力和财力去重新建设运营团队。

另外有业内人士分析,中澳两国明年正式签署和落实自贸协定,也是澳大利亚Woolworths意欲快速进驻中国的因素之一。

资料显示,中国将向澳洲开放总值数十亿美元的农业和服务业市场,中国对澳洲葡萄酒进口关税自2015年4月起逐年递减,直至2019年实现零关税。

如今,中国是澳洲第四大葡萄酒消费国,有专家预测,无论自贸协定还是其他原因,未来,中国将成为澳洲第二大葡萄酒消费国。

### 资金联姻渠道水土不服

在国内葡萄酒行情整体不景气的大环境下,美夏受困,将其股权出让获得资金,美夏的创始人仍保留领导管理权,这对于他们是好事。对于澳洲Woolworths来说,当下收购不失为良好

时机,价格比酒业蓬勃发展时期要低许多,选择在中国葡萄酒低潮时进入必然是经过深思熟虑的。

独立酒评人朱立农认为,美夏在资金、管理与培训方面遭遇困境,Woolworths拥有强大的资金实力对其进行收购,这是件双赢的事情,雄厚的资金流结合现有的优势渠道,可以说是成功的收购案例。

据知情人士透露,拉菲曾经计划收购美夏10%的股权,并要借此大量销售拉菲品牌的葡萄酒。这是美夏当初不能接受拉菲收购的原因,毕竟拉菲是单一家族品牌企业。由此可见,美夏选择澳洲最大的零售巨头也是放远眼光的表现。

朱立农向北京商报记者表示,“至于澳洲方面将来是否能够适应中国市场环境,这并不是单纯拥有雄厚资金和专业技术就一定可以实现的事情。因为之前有过类似的失败案例,当年英国一家顶级百货零售商盲目进入中国市场就曾出现‘水土不服’。中国的葡萄酒市场非常复杂,涉及团购方式、主副渠道、销售模式以及门槛费等许多鱼龙混杂的问题,澳洲方面将来如何应对需时间验证”。

北京商报记者 刘一博 丛晓燕/文 宋媛媛/漫画

### D2 高档葡萄酒迎来全品牌战略时期

近三十年来,拉菲已在智利、阿根廷、中国都拥有了酒庄,价位从几百元到上万元不等。在全球化布局策略下,如何酿造具有各种地域特色的葡萄酒,实现品牌均衡发展,是拉菲始终要考虑的命题。为此,北京商报记者专访了拉菲集团出口部总监米歇尔·内格里耶,他认为,面对现在的国内葡萄酒市场现状,拉菲必须以全品牌战略谋求更大的发展。

### D3 PET瓶装葡萄酒是个伪命题?

PET瓶作为一种新的葡萄酒容器,正悄然走俏海外市场。其由于价格低廉、方便随身携带等优点颇受年轻消费者青睐。然而这并不能说明玻璃瓶装将面临来自于替代材料的竞争。记者调查发现,PET瓶装葡萄酒在国内市场的认知度较低,前景不被看好。

### D4 圣诞节来杯鸡尾酒



一年时光匆匆而过,转眼又一个圣诞节将至,在亲朋好友相聚的欢乐时刻,怎能少得了美味的鸡尾酒相伴,抚慰一年的辛劳,迎接快乐的新年时光。

## 北京商报《红酒周刊》顾问团名单

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 法国波尔多波美候优质产区庄园古堡拉卡班/古堡派帕泰利酒庄主兼波美候产区协会主席
- 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/古堡康得利酒庄主
- 何塞·路易斯·米拉格洛 Jose Luis Milagro 西班牙利安丹萨酒业总经理