

2014中国葡萄酒
行业生存报告

投资

拉菲去泡沫 勃艮第成新贵

拉菲在国内投资市场的热度一直居高不下，甚至连空酒瓶都曾被炒出过千元以上的高价。然而近两年来，拉菲葡萄酒的价格一路下滑，成为波尔多地区表现最糟糕的葡萄酒。与波尔多产区接连受挫相比，勃艮第产区行情一路看涨。分析人士认为，在投资日趋理性的当下，勃艮第由于其产量小越发受到拍客的青睐。



据悉，2013年拉菲的期酒价格为每瓶288欧元，相比2012年足足下降了14%。业内人士分析，之所以拉菲的价格出现下滑，一方面由于前几年价格被推到一个很高的位置，泡沫严重。另外，值得关注的是越来越多的高端葡萄酒品牌看到了中国葡萄酒市场的巨大发展空间，纷纷抢滩国内市场。随着这些葡萄酒品牌和葡萄酒品种的进驻，高端酒之间的竞争日趋激烈，拉菲之前的虚高价格必然影响其品牌在中国市场的持续发展。

布鲁塞尔葡萄酒大赛委员、台湾葡萄酒投资分析专家房大方表示，期酒价格定价过高是造成拉菲泡沫的一大原因。

北京商报记者调查获悉，葡萄酒在波尔多有个不成文的规定，波尔多地区的葡萄酒不能将酒直接卖给消费者，而是需要卖给有执照的公司，再由他们转手卖给全球的进货商、投资商以及消费市场。

相关资料显示，在中国，拉菲大量进入葡萄酒投资市场是在2008年前后，2008年波尔多五大名庄的期酒报价大概在115—130欧元左右；2009年期酒报价是450—500欧元，一下子涨了4.5倍左右；2010年涨为700欧元。

对此，房大方分析认为，2008—2010年期间，波尔多地区葡萄酒存在非常高的涨幅，这从侧面说明酒庄应该对其定价机制进行反思。拉菲葡萄酒的虚高价位不属于合理的市场价格区间，现在回归其价值的本身是市场经济规律发挥作用的结果。

国内某葡萄酒投资人士称，早期中国葡萄

酒进口商不了解世界葡萄酒行情，盲目购买，是造成拉菲酒在国内行情受挫的原因之一。

据悉，今年夏季苏富比伦敦拍卖会上，红酒板块拍出近130万英镑的成交额，与去年同期相比，今年上半年的成交总额为750万英镑，上升了33%。其中，来自波尔多产区的1990年份的帕图斯和勃艮第产区的1990年份的罗曼尼·康帝都拍出了28200英镑的高价。在10月举办的香港苏富比拍卖会上，勃艮第产区40%的拍品价格占了葡萄酒拍卖总价的一半，其拍卖平均单价已经超过波尔多产区。

从勃艮第葡萄酒行业协会公布的数据来看，与去年同期相比，勃艮第今年1—7月的葡萄酒出口量下降12%。之所以出现这一现象，业内分析人士称是由于过去几年勃艮第葡萄酒经历了50年来产量最低的境况，一些勃艮第葡萄酒的主要出口国家出现了供不应求的现象。

据了解，罗曼尼·康帝在国内只有中国台湾有代理商，一年也仅能拿到12瓶。

葡萄酒营销人士分析，这几年中国新贵阶层对勃艮第葡萄酒拥有极大需求导致供需不平衡，另外一些普通勃艮第葡萄酒生产商降低投资门槛，部分年份的勃艮第葡萄酒的价格估计涨幅更大，年度涨幅预计达到10%，去年勃艮第葡萄酒所占据的市场份额由2010年的1.2%上升到6.8%。

佳士得红酒拍卖的相关负责人认为，与顶级波尔多葡萄酒相比，勃艮第名酒的价格仍有上升空间。过去几年中，顶级勃艮第葡萄酒的价格一直处于上涨势头，但市场状态保持良好。

2014中国葡萄酒
行业生存报告

消费

旧世界失宠 新世界抢镜

曾几何时，国内消费者只对法国红酒情有独钟，波尔多地区成为老少皆知的葡萄酒知名产区。然而，随着中国葡萄酒市场的不断发展，新世界葡萄酒开始慢慢涌入市场。国内消费者日益理性的消费习惯，让价格高昂的旧世界葡萄酒处于尴尬境地。

据了解，以法国葡萄酒为首的旧世界葡萄酒一直占据中国葡萄酒市场的第一把交椅。然而新世界葡萄酒由于容易入口的口感，以及高性价比的特点，越来越多的国内消费者开始选购新世界葡萄酒。

与此同时，智利、澳大利亚降低甚至实行零关税政策的出台，对于新世界葡萄酒在中国的发展也起到了极大的推动作用。与旧世界葡萄酒的黯然下滑相比，新世界葡萄酒成为了今年葡萄酒进口市场最大的赢家。

近几年来，中国成为世界葡萄酒产国的重要市场之一，各国葡萄酒酒商、品牌以及进口商、经销商对于中国市场的重视不言而喻。伴随着中国市场的消费升级，国内高端葡萄酒市场出现了新的发展趋势，新世界葡萄酒有望打破法国葡萄酒一家独大的局面。

据悉，今年以来，以法国、德国、意大利为首的旧世界葡萄酒遭遇了以澳大利亚、南非、智利等为代表的新世界葡萄酒的强力挑战。

以海关提供的进口葡萄酒市场数据为例，今年上半年法国葡萄酒虽然仍在国内葡萄酒进口市场占据首位，但其进口量和进口数额与较去年同期相比分别下降了15.45%和14.53%，超过了整体数据的平均下降程度。

事实上，国内消费人群一向对以欧洲产区为代表的旧世界葡萄酒倍加推崇，尤其是法国酒一度独领风骚，成为高端进口葡萄酒的风向标。但就其口感其实并不适合国人饮用，其单宁较重，口感易发涩。之所以能够长期独占鳌头，首先是国人消费一向有着从众心理，易被进口商引导；

第二，旧世界葡萄酒注重传统工艺和历史传承，讲究固定产区，一般都要经过发酵、过滤等数道传统工艺之后，再放入橡木桶中陈年储存，国内最早一批葡萄酒消费者都是非富即贵，适合他们当时的消费心理；另外旧世界葡萄酒通常是家族式的酒庄，或者是一个酿酒师所出品，其产量较低，也符合国人物以稀为贵的消费观念，因此备受青睐。

根据海关数据，智利在上半年进口量上涨52.8%，进口额上涨31%，成为中国市场第三大葡萄酒进口国。新西兰上半年的进口额逆风上涨14.58%，涨幅仅次于智利。随着明年智利葡萄酒进入中国将实现零关税，澳大利亚葡萄酒明年起关税也将逐渐降为零，新世界葡萄酒消费增长趋势已经势不可当。

布鲁塞尔葡萄酒大赛委员、台湾葡萄酒投资分析专家房大方表示，新世界葡萄酒无论从工艺、口感和价格方面毫不逊色，已经具备了与旧世界葡萄酒抗衡的实力。据世界葡萄酒组织的统计，20年前新世界葡萄酒仅占据了世界葡萄酒市场1.6%的份额。而如今智利、澳大利亚和美国等国家所生产的葡萄酒占据的世界市场份额已经上升到了25.5%，销售额高达1亿美元(约合6亿元人民币)。与此同时，欧洲的五大葡萄酒生产国意大利、西班牙、法国、德国和葡萄牙所占据的世界市场份额已从最初的75%下降到25.5%。

随着国内市场对于新世界葡萄酒的认知度提高，越来越多地受到消费者的青睐，使得老牌旧世界葡萄酒产国的市场份额不断缩水。

北京商报记者 刘一博 实习记者 朱欣悦

