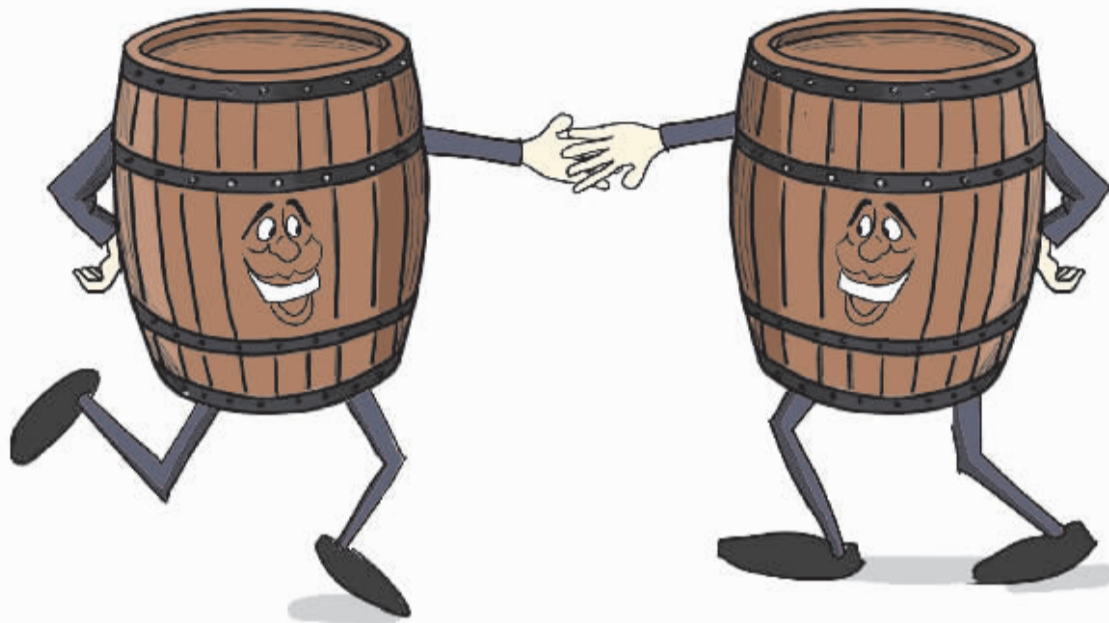


2015酒业年终特稿

关键词:捆绑

国产葡萄酒的海外图谋



专家观点

中国酒业协会葡萄酒分会副秘书长李德美：
海外并购刺激国内消费

进口葡萄酒市场今年增量迅猛，一方面是国内对于葡萄酒消费需求增长，另一方面，由于社会资本的进驻，引发进口葡萄酒投资热潮。预计2016年，进口葡萄酒仍然呈现增长趋势，考虑到流通渠道的库存消化情况，进口葡萄酒的增速可能会放缓。

纵观世界的葡萄酒企业都有一个特点，葡萄酒品牌的集中度较低，所以有一定规模的葡萄酒集团都会拥有多个品牌，这是属于正常的商业运作，国内的葡萄酒企业如张裕、中粮亦如是。他们通过与海外加深合作的方式拥有上游产品或品牌资源，对于刺激消费提高销售来说，肯定是有帮助的，对于国内的葡萄酒企业和消费者来说都是件好事。

记者手记

国产葡萄酒的海外阻击战

葡萄酒作为舶来品，一直以来都活在外来的和尚会念经的价值里。随着国内葡萄酒企业的不断发展，走出国门已经不仅仅是简单地将国产酒推向海外市场，而是通过收购、创办联合公司等方式，以品牌+产品的方式进军海外。

无论是中粮名庄荟牵手法国西勒酒业成立合资公司，还是张裕在全球范围内几次购买酒庄，国内葡萄酒企业布局海外的心思不可小觑。与前几年海外进口葡萄酒快速攻占国内市场形成了鲜明的对比。之前国内酒企更多地处于防守阶段，惯用低价的策略吸引消费者。然而当进口葡萄酒也打出一手低价牌的时候，国内葡萄酒的生存空间被进一步挤压。中粮、张裕作为国内葡萄酒的领军品牌，此番出手或许是国内酒企与海外酒企较量的开端。

2016预测

消费升级带动市场增长

据了解，国内人均葡萄酒消费只有1.65瓶/年，但全球人均葡萄酒消费约为6瓶/年，也就是说，国内的葡萄酒消费离世界平均水平还有至少4倍的成长空间。随着国内消费升级，“80后”、“90后”逐渐成为消费主力，葡萄酒将呈现高速发展的趋势。

李欣新表示，葡萄酒是一种舶来品，一般来讲需要一定的培育周期。近年来，葡萄酒市场逐渐由过去单调的“干红”向多品类发展，消费目的由商务应酬变为家庭自饮，消费人群也由过去的政商人群向普通大众消费者转移。此外，随着进口关税的调低，势必会加速进口葡萄酒市场增量，未来国内葡萄酒消费将保持强劲势头，预计明年国内葡萄酒市场可达30%-40%左右。

今年以来，进口葡萄酒市场保持高速发展的趋势。国内酒企也看好时机，意图分羹。张裕在半年内连收两家海外酒庄，紧锣密鼓地砸巨资布局进口酒市场，中粮名庄荟通过联姻国外酒庄捆绑双方利益，借此打造进口酒品牌，争夺国内市场。业内人士指出，国内酒企积极布局海外，寻求深度合作，意在借进口酒增速快车提振自身业绩。

中粮张裕相继布局海外

10月27日，中粮名庄荟宣布与法国西勒酒业以及多家经销商共同成立中粮麒麟联合酒业公司，主要业务为法国酒庄品牌的推广和营销，其中中粮名庄荟持股45%、西勒酒业持股15%。

中粮进口酒事业部总经理李士伟表示，法国进口酒在国内品牌混乱，新公司将与合作方共同打造品牌。业内人士指出，中粮名庄荟此举目的是整合上游酒庄，搭建进口酒平台，是想加强与上游合作，捆绑双方利益打造品牌，从而助推业绩。

除此之外，李士伟曾公开表示，中粮进口酒事业部也会在代理葡萄酒知名品牌的同，选择性地参与收购，并称收购在国内市场一定具有巨大的杠杆价值。

据了解，张裕在不断地进行海外并购，9月，以2625万欧元收购西班牙爱欧集团75%股权；11月，张裕以2260万元收购卡斯黛乐酒庄公司持有的蜜合花农业公司90%股权。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬分析，张裕借力海外酒庄加强自有品牌进口葡萄酒的销售，扭转颓势提振业绩，遏制被进口酒蚕食的现状。

捆绑上游进口酒资源

近年来，进口葡萄酒在华进入快速增长期，不断挤压国产葡萄酒的市场份额。今年1-10月，瓶装和散装葡萄酒的进口额已超过去年全年。我国进口葡萄酒4.38亿升，同比增长45%；葡萄酒进口金额16亿元，同比增长32%。进口葡萄酒市场已迈入大众消费时代的井喷期。

正是由于国内的消费形势正逐渐产生变化，国产酒市场疲软，进口葡萄酒市场发展迅猛，面对新的消费常态，国产葡萄酒龙头企业纷纷加快战略调整的步伐。

张裕公司副总经理孙健表示，通过海外并购打通上游资源，抓住进口酒市场机会，并且通过并购获取海外酒庄或酒庄的优质渠道资源，扩大海外销售途径，扩展企业影响力。事实上，在国内发展到一定程度，将产品销售至全世界，再通过并购酒庄做大做强，这也是全球葡萄酒集团发展的一条途径。

业内人士指出，通过加深与海外的合作，也能够借助人力、技术等优势资源，提升国内酿酒生产的技术水平。

登陆海外任重道远

面对进口酒复苏，张裕、中粮作为国内葡萄酒的龙头企业，相继寻求海外合作机会，抢占进口酒市场份额。无论是通过掌握上游产品或品牌资源，或是通过与海外酒庄直采降低进口价格，都能够有效刺激消费提高销售业绩，对于国内的葡萄酒企业和消费者都是双赢的选择。

有业内人士表示，海外并购不仅需要高额的资金，收购之后仍然任重道远。收购后酒庄的人力统筹、资源管理，以及与国内市场的对接都需要严格的管理，否则很容易造成进口产品的水土不服，反而得不偿失。

葡萄酒营销专家李欣新指出，国内酒企寻求海外合作机会是出于行业形势和企业自身发展的需要，但葡萄酒是舶来品，酒企与海外的合作还需要保持学习态度，加强沟通，避免过度干预，使双方达成合作共赢。

北京商报记者 刘一博 朱欣悦/文 胡潇/漫画

2015年业内大事一览

2015年9月

张裕以2625万欧元收购西班牙爱欧集团75%股权

2015年10月

中粮名庄荟宣布与法国西勒酒业以及多家经销商共同成立中粮麒麟联合酒业公司

2015年10月

中粮名庄荟携手山东景芝酒厂投资建立斐王名庄荟(山东)有限公司，全面负责进口酒业务

2015年11月

张裕以2260万元收购法国蜜合花酒庄