

进口葡萄酒市场: 结构不断优化 消费更理性

近年来进口葡萄酒的发展态势可以用“迅猛”这个词来形容,预计2015年中国葡萄酒市场将达1000亿元规模,届时进口葡萄酒将占到整个市场规模的40%以上。2013年对于中国葡萄酒市场而言,是极不平凡的一年。

线城市存在市场空白,同时葡萄酒发展正在从沿海发达地区向内陆地区推进,两者正好碰在一起,内陆地区刚好有这种消费需求”。
预计未来二三线城市进口葡萄酒的消费量均将有明显上升,成为国内葡萄酒新一轮的消费增长点。



产品下跌幅度超过了50%。

市场结构不断优化

中国市场与媒体研究数据显示,2009年到2011年,从全国区域划分情况来看,一线城市是葡萄酒消费的主力市场,饮用率呈现快速增长的势头。而在二三线城市,近年来,葡萄酒的饮用率增长相对缓慢。这说明一线城市消费者已经逐渐培养起饮用葡萄酒的习惯,葡萄酒正在融入一线城市消费者的生活中,而二三线城市葡萄酒消费尚带有风潮性,市场还不成熟。

业内人士分析,未来中小城市将成为葡萄酒市场的“后起之秀”;二三

消费更为理性

一直以来,中国消费者由于对进口葡萄酒认知存在偏差,总是抱着“贵的就是好的”的心态,将高端进口葡萄酒的价格泡沫越吹越大,不少投机者趁机炒起了高端进口葡萄酒。2004年,小拉菲一开始卖200多英镑/箱。而到了2009年,小拉菲卖到了1800英镑/箱。更为疯狂的是,一位经销商手中囤积的2000年份拉菲,从2009年的8600英镑/箱,一路疯狂飙升到2010年末的近2万英镑/箱。到达历史高位后,拉菲价格开始滞涨,进而进入下行通道,部分

逐渐趋于理性,消费者不再盲目追捧高端进口葡萄酒,而是根据自身的实际情况选购进口葡萄酒,更加注重性价比,正在跨越“看包装判断档次”的阶段。

中国经济贸易促进会副会长、中国土畜进出口商会酒类分会副理事长陈柏龙认为:“进口葡萄酒市场正在回归理性。”正如克里斯蒂娜·鲁顿所说,中国消费者越来越懂得品尝葡萄酒。据海关统计,2012年我国累计进口葡萄酒43万升,比上年(下同)增长8.9%;价值25.7亿美元,增长18.1%;进口平均价格为每升6美元,上涨8.5%。同时,2012年我国进口葡萄酒已由几年前的800家大幅增加至4000余家。据测算,当前我国高端进口葡萄酒的市场利润率达30%至50%,而以中低端市场为主的国产葡萄酒利润率仅为11%左右。受利益驱动,国内外众多酒商纷纷投入进口葡萄酒销售市场。进口葡

萄酒市场的火热进一步促进了对国内消费者的葡萄酒教育,葡萄酒消费氛围更加浓郁,从而刺激了进口葡萄酒的消费,进口葡萄酒也由之前宴会等商务场合更多地走向百姓的餐桌。

中低档进口葡萄酒将加强

随着高端进口葡萄酒价格泡沫的破裂以及理性消费的回归,平价进口葡萄酒逐渐摆上大众的餐桌,中低档产品市场将逐步得到加强。龙渡列级名酒庄管理(中国)有限公司董事任兴禹指出,中低端市场一直被国产葡萄酒掌控,高端则被进口葡萄酒掌控,而现在进口葡萄酒商不断引进中低端葡萄酒,布局各价格带产品线,意图抢夺国产葡萄酒市场。

从产业政策上讲,很多国家的葡萄酒行业隶属于农业部门,在生产时有农业补贴,出口时有退税优惠,较之中国葡萄酒属于轻工产品有很大的政策优势。

根据WTO的规定,2015年之前,中国农产品的关税要下降至5%以下,进口葡萄酒便在农产品之列。关税的下降,让一些优质的进口葡萄酒得以低价进入中国市场,同等价位下,进口酒的质量可能要好于国产酒。国内从事进口葡萄酒的经销商可以凭借质优价廉的进口酒吸引更多的消费者,因此,未来中低档产品市场将会逐步得到增强。来源:糖酒快讯

重啤拟完购六盘水啤酒 嘉士伯扩张遇挑战

重庆啤酒(600132,SH)5月9日公告,公司持股51.42%的子公司重庆嘉酿啤酒有限公司(重庆嘉酿)拟收购贵州六盘水市开发投资公司持有的重庆啤酒集团六盘水有限责任公司(以下简称六盘水公司)49%的股权,实现对其100%控股。

《每日经济新闻》记者了解到,这是继今年3月嘉士伯要约收购重庆啤酒30.29%股权后的又一动作。而在2008年、2010年嘉士伯便已通过两次收购曲线

入主重庆啤酒成为第一大股东。

分析人士认为,重庆啤酒在嘉士伯的中国战略中扮演着重要角色,此次计划可能预示着嘉士伯将借助重庆啤酒上演新一轮跑马圈地。“不过目前华润雪花、燕京啤酒、百威英博、青岛啤酒四大巨头格局已比较稳定,而重庆啤酒毕竟是区域性品牌,即便突围西部市场也比较困难”。来源:每日经济新闻



白酒加速去库存 二季度是考验期

一季度白酒行业实现销售收入324.2亿元,同比增长7.4%;归属于母公司净利润123亿元,同比增长12.1%,增速较去年同期都出现了超过30%的下降。由于进入行业调整期,“三公”限制、军队限酒以及整个社会掀起的反奢侈消费运动,从去年下半年起,高端白酒终端动销不畅,去库存时间延长,一批价持续下跌,今年一季度收入增速同比下滑了34.5个百分点。

14家白酒上市公司,其中5家呈现负增长,酒鬼酒业绩下滑最为严重,为-91%。以中低端为主的三四线区域品牌抗风险能力较强,保持了稳定的增长,青青稞酒和山西汾酒分别实现了30%以上的增长;茅台、五粮液在高端中的业绩支撑能力较强,通过调节预收款维持了约20%的增长,而老窖1573销量下滑达到两位数,拖累业绩下滑11%;一些次高端品牌,如水井坊、沱牌由于遭遇高端酒价下跌的挤压,一季度压力剧增,出现同比较大范围的负增长。

整个二季度历来是白酒销售的最差

时节,加上今年行业景气下滑,市场竞争加剧,预计二季报环比一季度增速情况更悲观。目前,高端酒出货量在底部徘徊,厂家减少发货以减轻经销商压力,经历5至7月份的低价去库存,终端渠道将得到梳理。3月以来,茅台一批价不断下滑,当前已接近出厂价,而五粮液倒挂也维持了一段时间,我们认为二季度有望看见价格的底部,静候供给出清,为下一个旺季赢得改善的空间。

一线白酒中,茅台的业绩支撑较好,渠道的承受能力最强,考虑提价因素中报还会维持20%左右增长,而五粮液和老窖蓄水池在一季度已经变浅,真实销售情况的不佳将延续至中报;二线中,山西汾酒一季度增速不错,为减轻终端压力维持稳定增长,二季度公司采取了一系列的促销手段,减轻终端压力;三四线区域酒企受“三公”消费限制和整风运动冲击较小,大众消费升级持续,业绩表现良好,比如顺鑫农业和青青稞酒。

来源:证券时报

内蒙古5月1日起 向未成年人售酒最高罚2000元

从5月1日起正式实施的《内蒙古自治区酒类管理办法》明确规定:酒类经营者明知是未成年人仍向其销售酒类造成严重后果的,处以500元以上2000元

以下罚款。
本办法所称酒类,是指酒精度大于0.5%的含酒精饮料,包括发酵酒、蒸馏酒、配制酒、食用酒精以及其他含酒精成分的饮品。经国家

有关行政主管部门依法批准生产的药酒、保健食品酒类除外。酒类经营者不得向未成年人销售酒类商品,并应当在经营场所的显著位置予以明示。来源:北京晚报

放心酒水战略联盟 | 品牌榜

1996 五粮春 · 时间酿造的芬芳

招聘
全职、兼职销售人员

专卖店 TEL: 87313988 18651058888

尚品中国 川派淡雅香

古川淡雅

扬州市恒泰发展有限公司 | 富怡百货 |
地址:扬州市文峰路19-12号
电话:87226268

人生 馥郁香

市区内2瓶送货

酒鬼酒股份有限公司 扬州1035商贸有限公司
地址:扬州市百祥路173号 电话:87986818 15005258666

名庄荟
WINE & WINE

美酒私享服务商

中粮名庄荟 · 扬州葡萄酒俱乐部
贵宾专线: 87995199 13004335777
地址:文汇西路与百祥路交会处(富丽康城北门)

口子窖
—真藏实窖 诚待天下—

服务热线: 87241668 15905273850

喝名酒 喝好酒 喝真酒

放心酒水 战略联盟
报名中.....

加盟热线: 13921908199