

# 中国进口酒上游产业链分析

张言志

**139 1052 5759**

**zyzvin@gmail.com**

## 自我介绍:

**1995-1999:** 西北农林科技大学葡萄酒学院

**1999-2002:** 国内某大型葡萄酒公司工作

**2002-2005:** 法国波尔多第二大学葡萄酒学院，获法国国家酿酒师文凭

**2004-2005:** 法国波尔多第四大学经济法学院，获葡萄酒经济法律硕士文凭

**2005-2010:** 国内某大型酒业公司担任高管，先后负责生产、市场营销和企业管理工作

**2011-今** : 法国莫意克集团中国首席代表

## 莫意克集团：Etablissements Jean-Pierre Moueix

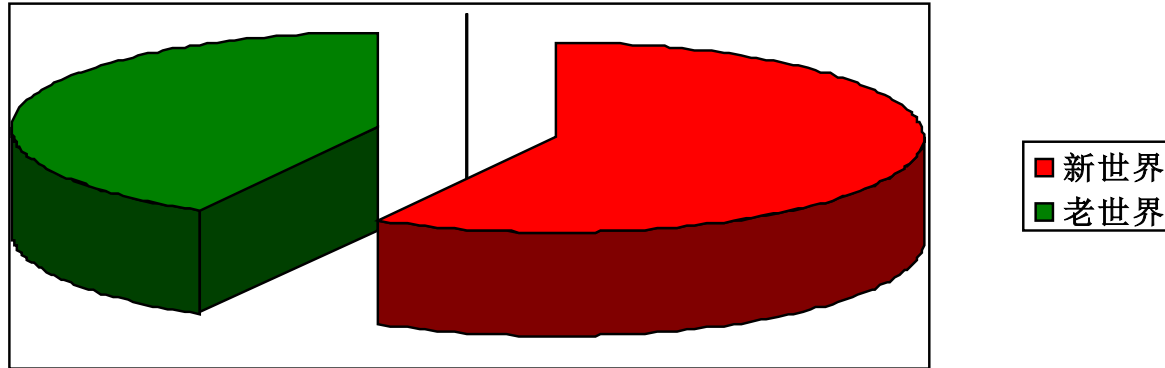
- 法国八大名庄之首、法国酒王之王“帕图斯”的家族
- 波尔多拥有名庄最多的家族：13个名庄，数十个管理庄
- 波尔多最大的酒商之一。
- 被誉为“波尔多右岸之王”、“美乐之王”
- 第一个在中国设立全权首席代表的名庄家族

# 一、世界葡萄酒概况

## 1、世界葡萄酒产量：

**2010年全世界葡萄酒产量2600万吨， 约合346亿瓶。**

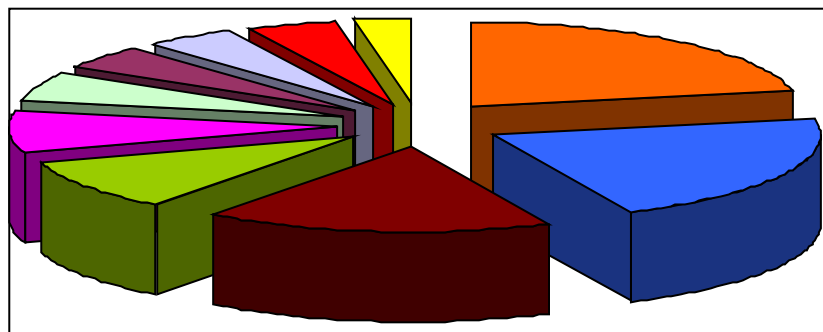
其中欧洲（老世界）产量**1520万吨**，约占**58%**；其它国家（新世界）产量**1080万吨**，约占**42%**。



## 2、世界主要葡萄酒生产国

按照产量排名，世界十大主要葡萄酒生产国为（万吨）：

法国（447.5）、意大利(425.8)、西班牙(351.4)、美国(199.2)、阿根廷(162.5)、  
澳大利亚(109)、南非(97.9)、智利(91)、德国(87.6)、葡萄牙(58.7)。



法国：

法国葡萄酒产量**447.5**万吨，主要产区有：波尔多、李根第、博若莱、罗纳河谷、普罗旺斯、香槟、鲁西荣、卢瓦河谷、萨瓦、阿尔萨斯、西南地区。

葡萄酒分级方式：

**AOC (AOP)** : 原产地命名葡萄酒  
**VDQS** : 优质地区餐酒  
**VDP (IGP)** : 地区餐酒  
**VDT (VDF)** : 佐餐酒

法国酒的特点：

- 国际知名度高，明星产区较多，顶级品牌云集。
- 普通葡萄酒的价格略高于新世界国家。
- 有自己独特的经销模式，专业性强，进入门槛高（后面会专题讲）。

意大利：

葡萄酒产量**425.8**万吨，主要产区有：皮蒙、威尼托、托斯卡纳。

葡萄酒分级方式：

**DOCG**： 优质产地命名葡萄酒  
**DOC** ： 原产地命名葡萄酒  
**IGT** ： 地区餐酒  
**VDT** ： 佐餐酒

意大利酒的特点：

- 产区相对集中，大产区优势好。
- 历史悠久，拥有很多地方品种，因此葡萄酒风味独特。但缺点也是地方品种多，缺乏国际认知性。
- 有一些顶级品牌，但缺乏可以跟波尔多媲美的顶级产区。

西班牙：

葡萄酒产量**351.4**万吨，葡萄种植面积居世界第一、产酒量排第三。主要产区有：里奥哈、安达鲁西亚、加泰隆尼亚。

葡萄酒分级方式：

**DOC** : 优质产区命名葡萄酒

**DO** : 原产地命名葡萄酒

**VDLT** : 地区餐酒

**VC** : 佐餐酒

**VDM** : 混合佐餐酒

西班牙酒的特点：

- 葡萄品种独特，有很多非国际流通的葡萄品种，有特点。
- 性价比高，中国市场缺乏价格透明度。
- 产量限制条件低，比法国酒庄灵活。但缺点是顶级品牌较少。



美国：

葡萄酒产量**199.2万吨**。**90%**的美国葡萄酒在加州酿造，主要产区为纳帕山谷、索罗马山谷和俄罗斯河山谷。

美国没有官方的分级方式，从佐餐酒到顶级葡萄酒都有。

美国酒的特点：

- 市场发展迅速，**30年**时间发展到近**3000亿**的市场规模，且本地葡萄酒在市场的容量和美誉度都很高，值得中国学习的榜样。
- 大众品牌性价比高，甚至有专做**2美元**的大品牌。顶级品牌价格比法国酒理性，例如其顶级品牌**Dominus**和**Opus one**的批发价都在**100美金**以内，相比法国**Petrus\lafite**等动辄上千欧的价格更亲民。
- 品牌认知度没有法国葡萄酒高。

澳大利亚：

葡萄酒产量**109万吨**，由于地处南半球，新酒**5月份**便可上市，比其它国家早半年。主要产区有：南澳、新南威尔士、维多利亚州。

澳大利亚没有官方的葡萄酒分级制度，从产区笼统来讲，南澳的酒性价比高一些，新南威尔士精品酒庄多一些。

澳洲酒的特点：

- 葡萄酒价格比老世界便宜，葡萄酒的果香味浓郁，但酒体缺乏层次感和内涵，适合日常饮用。
- 国际大品牌较多，例如奔富、黄尾、禾富。。。。
- 酒庄产量不受限制，可根据市场情况随意扩产；优点是产量有保证，缺点是没有稀缺性，成就不了顶级品牌。

阿根廷、智利：

阿根廷和智利同属南美，中间只隔一道安第斯山脉。阿根廷的主要产区门多萨跟智利的产区美波山谷等地理特点相似，因此两国的葡萄酒特点很类似。阿根廷的产量约**162.5**万吨，特色品种为马尔贝克。智利的产量**91**万吨，特色品种为卡美耐。

这两个国家的特点是：

- 葡萄酒性价比高，原酒出口比较强劲。
- 葡萄酒果香味浓郁，但缺乏内涵，葡萄酒衰老较快，适合日常消费。
- 智利主要以出口为主。
- 阿根廷本土消费为主。

南非：

南非葡萄酒产量**91**万吨。主要产区围绕在首都开普敦附近，有**coastal、oifanta、boberg,breede、klein、karoo**等。

南非酒的特点：

- 性价比高，整体质量明显优于其它新世界酒，有法国酒的感觉，潜力巨大，是新世界的明星。
- 国际认知度低，缺乏顶级品牌的支撑。

## 2、法国葡萄酒深度解析：

为什么把法国酒作为重点来解析？

- 世界最著名的葡萄酒生产国，产量第一、名牌云集。
- 中国进口葡萄酒市场，法国酒占到了半壁江山。
- 波尔多名庄酒的良好表现，将继续引领中国高端葡萄酒市场。

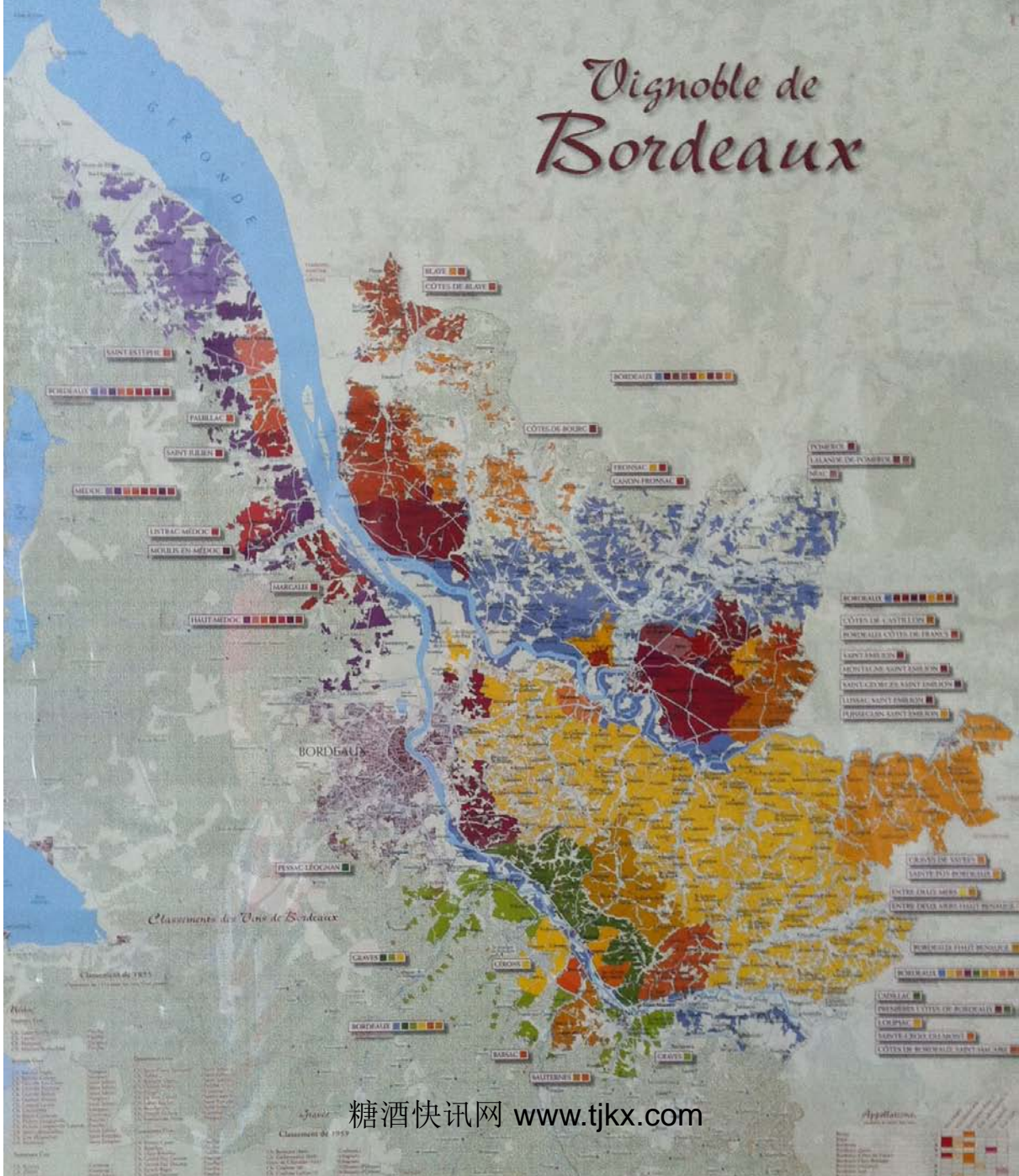
# Les vignobles de France



原则

“金三角”

# Dignoble de Bordeaux



波尔多酒区图

## 1) 波尔多产区

■ 波尔多葡萄酒中国市场机会巨大。

**50万吨。。。16万吨。。。33%**

**30亿欧。。。16亿欧。。。58%**

■ 波尔多名庄酒资源稀缺，中国市场增长潜力巨大，市场价格将不断拉升。

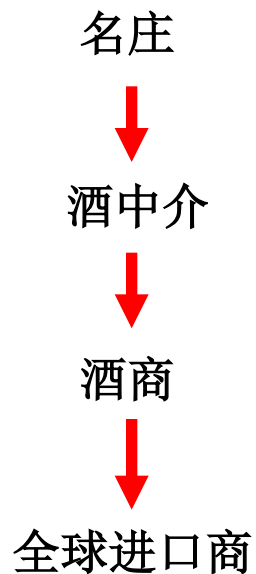
**61+68 < 1万吨 << 茅台+五粮液+国窖。。。**

**500个 < 4万吨 << 剑南春+洋河+西风+口子窖。。。**

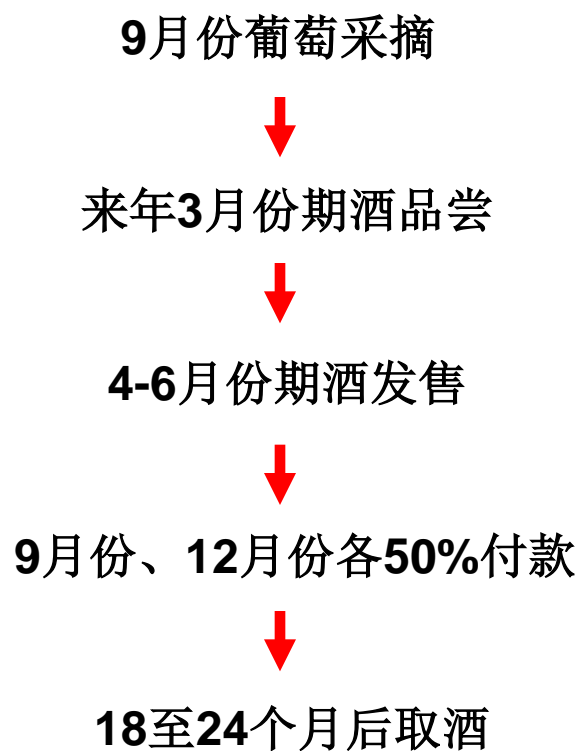


波尔多葡萄酒的经营模式：

- 酒庄直销模式：主要以中小、中低价位酒庄为主。
- 酒商模式（单链条模式）：所有名庄和好的酒庄必须遵守的模式。



## ■ 期酒模式



## 2) 西南产区+ 鲁西荣产区

- 未来中国市场，中低价位进口酒的主要产区。

**VDF + IGP: 国内批发价30-60元人民币**

- 有希望诞生中国市场的第二“卡斯特”。

## 二、进口酒的机会分析：

■ 市场处于快速发展期，机会多，可借力。

外国媒体是这样理解中国市场的：“中国人可支配收入在不断提高，新兴中产阶级越来越把葡萄酒视作社会地位的象征，这些因素促使葡萄酒在中国市场渐趋流行。”

中国葡萄酒市场从**2006**年开始每年**25%**以上的速度复合增长，**5**年以后有望突破**500**亿大关，新增的**400**亿市场，这个蛋糕由谁来分？？？

■ 大品牌垄断局面尚未形成，小品牌占山为王的机会很多。

目前形成全国品牌概念的只有卡斯特、拉菲杂牌酒、奔富等少数几个品牌，除了卡斯特效仿白酒模式构建渠道以外，其它品牌基本还处于混战阶段，战略意图不清晰，给小品牌流留出了巨大的生存空间。

另外，消费者对葡萄酒认知度低，基本停留在国家识别性上，容易被引导消费，也给小品牌的低成本市场运营创造了良好的条件。

未来很长时间，“小”品牌都将生存的非常滋润。

■渠道相对单一，尚未形成有影响力的渠道品牌，短期内仍以关系团购为主。

在国外，葡萄酒的销售**70%**以上是通过商超实现的。但在中国，商超销售还未形成主流。而餐饮渠道大多被国产酒占据，进口酒缺乏市场投入的支持，很难进入。专卖店投入成本过高，市场覆盖有限，尚未形成主要销售渠道。因此，团购市场成为进口酒赖以生存的唯一土壤。

■市场尚未成熟，中短期内渠道利润将继续高位运行，盈利空间很大。

进口酒在品牌和渠道都没有成熟，消费者对价格认知度低，导致渠道利润过高。一般来讲，进口酒利润可以达到**3**倍以上，有的甚至可以达到**10**倍。

### 三、进口酒在中国市场的未来展望

- 1、将继续保持**20%**以上的复合增长，未来几年成为世界主要葡萄酒消费大国。
- 2、“大”品牌跟“小”品牌共舞，平分天下。
- 3、暴力时代将逐渐结束，价格下探至**60元**大关，跟国产酒在中低端市场短兵相接。
- 4、渠道模式将不断创新，出现真正的行业巨头。

张言志

电话 : 139 1052 5759

Email: [zyzvin@gmail.com](mailto:zyzvin@gmail.com)

谢谢聆听