

进口葡萄酒在中国加速升温 法国乐朗助经销商开拓市场



法国乐朗酒庄主沈东军与章子怡共饮佳酿



法国乐朗酒庄酒

随着我国进口葡萄酒数据的不断刷新,世界上大多数葡萄酒生产和经销商已经承认,中国市场将是未来20-30年世界葡萄酒销售的重要市场,2011年刚刚被中国企业家收购的法国波尔多梅多克贵族酒庄(Cru Bourgeois)——法国乐朗酒庄,凭借不俗的酒庄品质、积极的市场培育和多种品牌推广模式,一进入中国市场就迅速抢占先机,吸引了众多经销商前来洽谈。

渠道拓展、品牌提升 为重中之重

自法国乐朗酒庄正式进入中国市场以来,随着对市场了解的不时深入,一套完整的渠道拓展方案与品牌推广模式业已形成。法国

乐朗酒庄市场部负责人表示,法国乐朗酒庄在渠道拓展方面将主要以经销、加盟模式为主,且将专卖店作为品牌文化宣传。

目前法国乐朗酒庄的直营专卖店已经开业,品牌旗下的精英和家族系列正在销售中,酒庄系列也将进入中国市场。同时,法国

乐朗酒庄将坚持富有特色的体验式营销方式,如在专卖店中设立体验区,将“消费体验”、“葡萄酒知识传播”等结合在一起,针对消费者的不同特性进行引导。

法国乐朗酒庄不断接到慕名而来的电话,询问经销商加盟的相关情况,而法国乐朗市场部负责人透露,未来还将针对中国市场开展更多活动,持续的渠道拓展和品牌建设将是现阶段工作的重中之重。

杭州、宁波等地经销商“盯”上乐朗

乐朗酒庄的经销商李先曾是一位浙江的一位外贸服装商人,多年的生意场让他非常精明干练,近几年,随着外贸行业的萎缩,再加上江浙一带进口葡萄酒需求旺盛,李先生有意将资金转移到葡萄酒行业,在乐朗酒庄进入中国不久,他就来公司咨询,他说:从乐朗酒庄的“贵族酒庄”开始就让我感到心动,自己对葡萄酒不陌生,想选择一个有实力的品牌,乐朗酒庄的品质还是品牌知名度都不错,加盟后,他相信未来中国葡萄酒市场将朝着高端化发展,而乐朗会成为这个行业中的翘楚。

与李先生的合作者中,有很多都是江浙沪一带的投资者,他们敏锐的商业嗅觉感到了葡萄酒行业的大好前景和乐朗酒庄的品牌实力,第一时间前来咨询加盟,加之相关情况。

相关链接

章子怡做客 法国乐朗酒庄

近日,乐朗酒庄迎来了刚刚结束戛纳电影节工作的章子怡,受法国乐朗酒庄酒庄主沈东军的邀请,10月月底酒庄进行参观,并在酒庄拍摄了时尚写真。章子怡本人多次表示对乐朗酒庄的喜爱,并将乐朗酒庄作为私人收藏带回中国。

法国乐朗酒庄位于波尔多梅多克产区,出产的葡萄酒获得过《葡萄酒》杂志多次推荐,在国际各项赛事中也多次获得大奖。2011年,酒庄被沈东军先生收购后,除了资金的注入和经营管理方面全面提升,国际知名度也大大提升,受邀参与柏林和戛纳两大电影节,更成为比利时MAS博物馆的开幕盛典上唯一指定用酒,被比利时国王、政要等收藏。



法国乐朗酒庄发酵室



2010年期酒之死亡游戏,谁接手?

在葡萄酒界,2010年被普遍认为是继2009年之后的法国波尔多葡萄生长的又一伟大年份。然而,谁会接过2010年波尔多葡萄酒期酒这一棒?颇具威望的评酒人帕克认为2010年期酒倚质涨价是个危险的游戏,但市场上的酒商却认为亚洲市场最终会将这局游戏玩下去……

□快报记者 笪颖

又一个伟大的年份

“非常不好意思地告诉大家,2010年又是一个伟大年份,但与去年非常不同。”玛歌酒庄的酿酒师Paul Pontallier断言,2010年的法国葡萄酒将会比我们所有人都“活得更长”。这意味着,2010年法国波尔多葡萄酒极具陈放的潜质,适合投资。

与2009年的葡萄酒一样,2010年波尔多葡萄酒的酒体劲道、酒精度高。2010年,这里的葡萄经历了极端的气候变化,夏季极端天气变化使糖分不规则积聚,秋季的凉爽天气提高了浆果的酸度,起到了完美的收尾效果,强劲的单宁口感是其显著特点。

期酒价格最高涨50%

6月初,法国波尔多五级庄旁堤卡内庄(Chateau Pontet Canet)公布其2010年期酒价格,较上一年上涨40%,达100欧元/瓶。随后,香奈尔集团旗下二级庄鲁臣世家也发布了期酒价格,84欧元/瓶,较上年的60欧元/瓶涨幅也在40%左右。

在中国市场备受追捧的波尔多二级庄龙船庄(Chateaux Beychevelle)最近公布的2010年份期酒每瓶价格为76欧元,较2009年份上升了22.5%,较2008年份翻了一番。

而波尔多贝沙克雷奥良

(Pessac Leognan)产区的拉非特庄(Chateau Smith Haut Lafitte)的价格则高达77欧元/瓶,较上年上涨50%!预期该酒庄的期酒在零售环节将会超过100欧元/瓶。

这些四五级庄、二级庄期酒价格的高涨均暗示着一级名庄酒的价值不菲。

“在玩危险的死亡游戏!”

在2009年葡萄酒市场走高的带动下,葡萄酒商们自然不愿放过2010年这一得天独厚的自然优势。但是与此同时,在酒界颇具威望的评酒人帕克却认为,“波尔多名庄如果再度涨价,无异于玩一场非常危险的游戏”,这将会使得波尔多葡萄酒在西方销售者中失宠。

英国著名精品葡萄酒商Berry Bros也同意帕克的观点。事实证明,多数酒庄的2010年期酒销售业绩下滑。如上述提及的二级庄鲁臣世家的2010年期酒就被法国波尔多葡萄酒商Barriere Freres拒之门外,因为后者觉得其价格“高得过于离谱”。另一位英国酒商也表示,“拉非特庄期酒根本卖不动,2009年份比2010年份价格低,目前仍有库存。去年这个时候我们卖了284箱,今年只卖出19箱。”很多期酒已接近危险边缘。



亚洲市场会接过这一棒?

有人认为,以中国为首的亚洲市场购买力的崛起或许会成为2010年期酒涨价的支撑。

很多波尔多酒庄表示,虽然中国人现在可能还不会买波尔多期酒,但这些酒最终会流到他们手中。这些酒至少有60%,甚至可能高达80%,最终将会由亚洲市场消化。“未来二至三年,中国市场可能还会持续升温。”

作为葡萄酒投资的入门者,出于保险起见,可能更倾向于选择波尔多这一经典产区的酒。但那些已经入市有些年份的投资者,则已开始寻找更具性价比的替代者。有迹象表明,中国佳酿买家正在跳出波尔多一级庄,寻求其他级别的波尔多佳酿。

如果不想像当初入市一样“想学巴菲特进去,被扒层皮出来”,这一点风向的转变,应该引发新入投资者们的注意!

名词解释:期酒

即消费者与酒商预先签订合同、预先付款购买指定酒,然后需等上一段时间(通常是一到两年),才能实际拿到酒。一般酿造投资级酒庄(园)在好年份时会有期酒销售。

在波尔多,酒庄基本上都不自己销售葡萄酒,而是由葡萄酒批发商代劳。也就是葡萄酒收获之后第二年,当葡萄酒尚未装瓶的时候,就开始将葡萄酒进行销售。

酒仙网等电商 微博营销爆红

当当网、凡客诚品、京东商城等知名电商近期频频通过微博营销发力。知名酒类电商酒仙网更是在父亲节期间创下转帖50万的惊人纪录,成为网络界当仁不让的红人。在电商微博营销大火的背后,80后的电子化情感传递成为社会关注的热点。

全国最大的酒类电子商务网站酒仙网在今年父亲节期间发起了一项“爸爸,我想对你说”的主题活动,随即引起了网友的强烈情感共鸣。在短短一周之内,引发了近50万人参与微博转发,新浪的第三方统计机构甚至因此被撑爆。按照微博的影响力计算,该项活动影响的人数超过2000万。

记者了解到,参与此项活动的多为80后人群。这部分人群现在大多初为人父母,对于父母的付出开始有了自己的感悟。因此,在传递情感时多为给父母最诚挚的感谢。如“嗯,爸爸对我而言很重要”“爸爸,希望您天天开心、健康平安”之类。

酒仙网CEO郝鸿峰坦言,当初预计父亲节的微博转帖活动大概在2万人左右。最后近50万人的转发,确实超乎想象。究其原因,在于酒仙网没有把其做成一项纯营销活动,而是搭建了一个传递父爱的平台。事实上,电子商务除了交易功能外,在情感传递方面确实超出传统渠道很多。酒仙网也会把这一点作为今后工作的一个重点来推。

专家认为,电子商务网站的受众群体多为80后,甚至90后。这个群体对于微博等新兴交流工具运用更为娴熟。电子商务网站的出现,则为这部分人群提供了一个很好的情感交流平台。这也是电子商务微博营销能取得成功的根本原因所在。

快报记者 沙辰