

### 进口葡萄酒渐成节日消费主流

# 法国乐朗领跑高端市场

#### ■阅读提示

每到节日期间,中国的商家无疑是最幸福的,因为在旺盛的消费市场让他们赚了个满堂红。特别新年临近,酒水市场成为大家纷纷抢夺的蛋糕,白酒、葡萄酒、保健酒,各显神通,尤其是“时尚”、“健康”的葡萄酒更成为馈赠亲朋的上佳之选。



酒庄主沈东军与罗大佑共饮乐朗古堡酒

## 法国官方认可 全球名流钟爱

乐朗酒庄位于波尔多梅多克产区,独特的梅多克 感深受很多名流的喜爱。2011年,比利时 MAS 博物馆馆长,酒庄主沈东军受到国王和王后的亲切接见,国王还收藏了乐朗定制的葡萄酒;国际影星章子怡曾做客乐朗酒庄,在酒庄主沈东军及酿酒师的陪同下,参观酒庄共品美酒;而音乐教父罗大佑更是与乐朗有着不解之缘,十年前他与沈东军因酒结缘,十年后他受好友沈东军的邀请来宁川酒博会,好友见面热情言欢,沈东军还亲自为罗大佑

#### ■相关链接

## 葡萄酒产业升温 乐朗品牌火热招商

不久前,姚明和赵薇相继宣布进入进口葡萄酒行业,使原本火热的葡萄酒市场更加热闹。在此之前,中国企业家沈东军在波尔多收购了乐朗酒庄,这是迄今为止,中国人收购的级别最高的法国酒庄。自今年3月底乐朗正式进入中国市场以来,一直以诱人的性价比影响着国内高端葡萄酒市场,短短几个月就吸引了葡萄酒消费大省江苏、浙江等多个城市的经销商签约合作,并且将这股势头辐射到全国各个省份,甚至有新加坡等地经销商专程来乐朗总部进行咨询。

在招商的过程中,除了传统的经销商外,很多保险、地产的营销精英也前来咨询,这部分人群有着较



法国乐朗酒庄

乐朗酒庄酒庄给岁人做救援。

法国乐朗曾获得过多项官方和专业领域的认可,2008年,乐朗被波尔多梅多克葡萄酒名庄协会授为开垦酒庄(Cru Bourgeois),这是法国政府认可的顶级酒庄标志,《马博高》也给了乐朗葡萄酒3年最高荣誉。

乐乐

强的营销能力,广泛的人脉渠道,以及对生活品质的追求。在积累了一定的资金之后,希望能自己创业经营。乐朗品牌对于这部分合作伙伴将给予重点支持,除了品牌本身的推广实力,在经销政策上也给予很大的优惠和激励。



经销加盟热线: 400 880 3909 025 5248 6988

## 口感、品质 尽显高端风范

市场分析人士认为,进口葡萄酒的上升,实源于国人对葡萄酒文化的了解越来越深刻,尤其是对像乐朗这样具有悠久传统国家的认

知。在众多进口葡萄酒中,乐朗品牌可谓个中翘楚。乐朗酒庄始于1784年,最初由名门贵族经营,在酿造上有着独特而苛刻的精确,并让法国、日本、美国等国家。

乐朗葡萄酒以优质的赤霞珠、美乐等葡萄为原料,每一颗挑选出来的酿酒葡萄均受到1500小时的

平均日照,颗粒饱满,成熟。酿出的葡萄酒口感香醇,层次丰富,单宁完美,而且酒体细腻。除此之外,乐朗品牌旗下还有从法国各产区精选而来的葡萄酒,法国封装,原装进口,健康时尚,性价比极高,在品质上优于国内的葡萄酒,不仅适合自饮,节日馈赠也很体面。



# 明星争当酒庄主

## 红酒盈利尚需静心筹谋

11月30日,赵薇与其丈夫黄有龙两人一起,耗费400多万欧元收购了波尔多圣爱美浓产区的蒙罗酒庄,该酒庄毗邻著名的柏菲酒庄,占地7公顷,主要作物是梅乐与品丽珠。这条消息一经爆出,人们立刻联想起了几周前占据着各大娱乐版的另一条新闻:11月22日,姚明宣布成立姚家族葡萄酒就业公司,并发布了首款姚明2009纳帕谷赤霞珠干红葡萄酒。

虽然,赵薇和姚明投资葡萄酒酒庄的消息在业界引起了很大的关注,但其实在这两位巨腕儿之前,已有不少名人介入其中,比如明星胡兵和网易当家丁磊都曾购买或参股葡萄酒酒庄,影视明星黄晓明也被爆出和巫启贤在北京、香港等地投资建设葡萄酒酒庄,投资额高达3000万。事实上,中国葡萄酒市场确实有着很大的市场发展空间,数据统计表明,今年1月—10月,我国进口葡萄酒数量达到31.13万升,同比增长31.40%,有专家估计,到2020年,中国或将成为亚洲的葡萄酒中心。

明星们之所以愿意把大笔的资金投入进葡萄酒中,很大程度上正是看中了葡萄酒市场的上升空间。除此之外,作为一种典型的跨界资源整合,明星入主酒庄不但能够进一步提升知名度,也有利于自身形象的物化和价值的增值。

乐思湾酒庄高级品酒师钱翔认为,明星的加盟对于葡萄酒市场的扩展有着不小的帮助,促进了市场的发展。今年3月以来,拉菲的价格平均下跌了8%,市场一度萧条,但最近投资酒庄的明星们,其葡萄酒的价格却一路走高。姚明葡萄酒公司的首酿产品——姚明2009纳帕谷赤霞珠干红葡萄酒市场指导价为1775元,基本与目前国产白酒里价格最高的53度飞天茅台的价格持平;而姚明在11月27日残奥会慈善晚宴上拍卖的全球首瓶“姚明葡萄酒”也拍出了15万元的天价。中国酒业创新联盟副秘书长赵禹表示,明星效应将能“点燃”市民购买葡萄酒的欲望。

但是,现如今葡萄酒市场上的明星效应虽然已初现雏形,这样的生产销售模式能够取得多大的成果,尚是未知之数。钱翔告诉记者,目前,各类资本密集进入进口葡萄酒行业,虽然外来资本能解决上游的问题,却无法解决下游问题,渠道建设十分困难,未来两三年将集中爆发因渠道引发的各种问题。靠明星效应来卖酒,或许能够撑起一时的市场,依他看来,难以持久。

其实早在赵薇刚购入酒庄之时,就有人为其算过一笔账,7公顷的土地,往多里算一年就5000(6万瓶)箱产量,收回成本至少也得20年。钱翔说,明星投资酒行业也是考虑投资回报的,企业要看清这一点,谨慎与明星合作;其次,市场上说了算的还



# 香港成为全球葡萄酒贸易平台

据新华网消息,香港今年前8个月葡萄酒进口总值同比升65%,上半年葡萄酒拍卖同样成绩斐然,成交额超越同期纽约与伦敦两大平台的拍卖总额。

自2008年取消葡萄酒关税后,香港作为全球葡萄酒贸易交流平台的地位日益凸显,规模持续扩大。数据显示,香港去年葡萄酒进口额达70亿港元,较2008年的29亿港元高出一倍多;今年前8个月,葡萄酒进口额已达66.7亿港元,显示出广阔的市场需求。

目前,香港已经发展成为亚洲最重要的精品葡萄酒

市场和全球利润最丰厚的葡萄酒拍卖市场。“过去香港正式从事葡萄酒贸易的进口商大约有200家,现在估计增加到了600—700家,与葡萄酒相关的公司据称已经超过3000家。”美国葡萄酒专家Toby Marion说。

随着品味葡萄酒成为内地生活的时尚元素,内地红酒市场也正在迅猛发展,预计到2015年,内地葡萄酒消费额将从去年的1076亿港元增至3040亿港元。而香港凭借其独特的优势,也一定会在内地葡萄酒市场发展的过程中起到重要的中转平台作用。

快报记者 竺颖

## 冷调食品也怕金葡菌

速冻面制品行业的“金黄色葡萄球菌”风波还没有过去,冷冻调制品行业也开始忧虑金葡菌检测问题了。

据悉,在以火锅料企业为代表的冷冻调制品行业,目前主要执行的标准有两个,一个是卫生部发布的《鱼糜制品卫生标准》(GB10132—2005),一个是商务部发布的《速冻调制品》(SB/T10379—2004),前者强制执行,后者是推荐标准。

而在这两个标准中,微生物方面关于致病菌的规定都是“不得检出”。其致病菌的种类包括沙门氏菌等五种。尽管《食品安全法实施细则》



明确规定,“食品生产经营者、食品行业协会发现食品安全标准在执行过程中存在问题的,应当立即向食品安全监督管理部门报告。”但业内企业似乎谁也不愿意充当“出头鸟”。某品牌负责人表示,如果向监管部门报告,“不就从另一个角度说明你的产品有问题嘛!”

上述品牌负责人说:“现在最担心的是突然有一天,火锅煮料行业也会像水饺行业一样,因为金葡菌而冷下去。我们现在能做的,就是严格控制生产环节,提高质量。”

快报记者 竺颖