DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125077

基于SWOT分析宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展研究

罗雅茜　王　曦　黄世婷
成都工业学院，中国·四川　成都　610000

【摘　要】宁夏贺兰山东麓地区是中国著名的葡萄酒生产基地，也是世界闻名的酿酒葡萄种植黄金区域，近几年发展迅猛，葡萄酒产业现已经成为宁夏的主要经济支柱行业之一。本文运用SWOT战略分析法，从内部和外部两方面，综合剖析了宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展的优势和劣势,机会和威胁,提出宁夏应充分利用良好的区位条件和资源条件的优势,采用将葡萄酒产业与旅游业相结合发展的新方式，借助“一带一路”、“乡村振兴”等国家政策的支持来助推葡萄酒产业的发展。坚持打造优质的品牌形象，以达到发展千亿规模的目的,促进宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业的良性发展。

【关键词】贺兰山东麓；葡萄酒产业；SWOT分析

Study on wine Industry Development at the Eastern foot of Helan Mountain in Ningxia Based on SWOT Analysis

Yaqian Luo , Xi Wang, Siting Huang
Chengdu Technological University, Chengdu, Sichuan 610000

[Abstract] The eastern foot of Helan Mountain in Ningxia is China's famous wine production base, and also the world famous wine grape planting gold area. In recent years, the wine industry has become one of the main economic pillar industries in Ningxia. In this paper, SWOT strategy analysis is used to comprehensively analyze the advantages and disadvantages, opportunities and threats of the development of wine industry in the eastern foot of Helan Mountain in Ningxia from both internal and external aspects. It is proposed that Ningxia should make full use of the advantages of good location and resource conditions, and adopt a new way of combining wine industry and tourism development. With the support of "One Belt, One Road", "rural revitalization" and other national policies to boost the development of wine industry. Adhere to the creation of high-quality brand image, in order to achieve the goal of developing hundreds of billions of scale, promote the healthy development of wine industry in the eastern foot of Helan Mountain in Ningxia.

[Keywords] The eastern foot of Helan Mountain; The wine industry; SWOT analysis

2021年5月25日，经国务院同意，《宁夏葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区建设总体方案》由农业农村部、工业和信息化部和宁夏回族自治区人民政府联合印发。根据国家制定的发展战略，以“葡萄酒+”为主线，延伸产品的深度发展，在2035年前，宁夏贺兰山东麓酿酒葡萄基地种植规模将达到100,000亩，每年产葡萄酒6亿多瓶，实现综合产值2000亿元。将综合试验区建设为黄河生态保护示范区、西部特色产业开放发展的引领区、文旅教体融合的实践区、“一带一路”的先行区，建设中国葡萄酒与世界接轨的窗口、农业特色产业深度开发的平台。该地区的葡萄酒生产获得了中央政府和自治区的大力关注，并获得了一批政策支持。然而，在目前紧张的市场环境下，该产区的葡萄酒生产和经营仍不能占据上风。本文通过SWOT战略分析法，全面剖析了宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展的优势（Strengths）、劣势（Weaknesses）、机会（Opportunities）、威胁（Threats），希望能为这一国家级产业的发展提供新思路。

1　宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业内部条件分析

1.1优势(S)

1.1.1优越的自然环境有利于产业发展

1.1.1.1地理位置

宁夏贺兰山东麓地处贺兰山冲积扇与宁夏黄河冲积平原中间，西部与贺兰山山脉相连，东部与黄河相接，宁夏贺兰山东麓地处北纬38度至53度，是种植酿酒葡萄的优质地区，全年日照达3000小时，土壤条件优异，土壤侵蚀度低，有以淡灰钙土为主的土壤，确保了其酸性，适宜种植出高品质葡萄。[1]

1.1.1.2气候条件

宁夏贺兰山东麓地区属于典型的大陆性干旱半干旱气候，呈南北走向的贺兰山山脉为西伯利亚和蒙古的寒流以及腾格里沙漠的风沙提供了天然的屏障。宁夏贺兰山东麓地区年平均降雨量在150-240mm，黄河水的灌溉能弥补降雨不足，加之其昼夜温度波动大，有着充足的日照时间和干燥的气候，使宁夏贺兰山东麓的气候条件能够与法国波尔多葡萄酒产区相媲美。

1.1.2生产要素成本低为产业发展提供基础性竞争优势

宁夏贺兰山东麓地区土地资源丰富，且与中国东部的其他产区，如河北、北京、天津等相比，宁夏农村地区的土地承包价格相对较低，预估在“十四五”中优质葡萄的种植面积将进一步扩大。葡萄酒产业是一个劳动密集型产业，这就要求在生产过程中投入很多的人力。贺兰山东麓产区地处西北，相对于发达国家，其单位劳动价格相对较低，在区域内有一定的竞争力。

1.1.3葡萄酒产业和旅游业一体化新模式发展

葡萄酒产业与文化旅游产业融合，葡萄酒产业可以给文化旅游产业带来新的元素，丰富其内涵，文化旅游产业可以为葡萄酒产业提供新的发展方向，并提供宣传载体，有利于扩大葡萄酒产业发展的空间，提高其市场竞争力。2013年，宁夏被《纽约时报》评为世界46大“必去”最佳旅游景点；2019年9月，宁夏获得中国最佳葡萄酒旅游产区称号；2020年10月22日，宁夏贺兰山东麓被评为“世界十大最有发展前景的葡萄酒旅游产区”，目前，宁夏全区47家列酒庄均有一定的旅游接待能力,酒庄每年可容纳超过600,000名游客,有利推动了葡萄酒产业与文旅产业一体化的发展,增强了宁夏全域旅游的活力。[2]

1.2劣势(W)

1.2.1种植葡萄的成本较高

葡萄酒生产费用主要包括葡萄的种植、生产和运送。宁夏贺兰山东麓地区地处中国季风气候带的西部，冬日长，温度较低，春天风力大，葡萄园埋土防止冻害寒的成本很高。埋土防寒，也就是冬天要把葡萄蔓埋起来，春天进行出土，这会给葡萄的种植带来很大的麻烦，而且会大大提高葡萄酒生产费用。

1.2.2葡萄酒加工能力不足

宁夏贺兰山东麓是全球最适合葡萄栽培的地区之一,宁夏贺兰山东麓因其特殊的区位优势,具备了生产优质葡萄酒的良好环境。但是，宁夏地区缺少具有一定规模的葡萄酒领头产业来带动整体，国内的葡萄酒加工厂产能很小，仅能提供40%以上的葡萄来制作葡萄酒,其余的都是将其当作廉价的原酒或者原材料出售到其他地区。这说明宁夏地区的葡萄酒工业发展还不够有力，很多葡萄酒生产厂家还停留在产业链的最后,只靠天然的自然资源培育出了高品质的葡萄，但没有进一步的酿造、加工和销售，也就没有了较高的工业附加值。目前，我国的葡萄酒产业链条较短且脆弱，给整个行业带来了巨大的经济损耗。

1.2.3品牌认知度和市场份额不高

目前，宁夏贺兰山东麓地区的葡萄酒已经在世界各地赢得了上千项国际奖项，并在海内外享有一定的声誉，但仍未被国内外广大民众所熟知。没有了品牌认知，就会制约着企业的影响力、市场份额和销量从而制约了企业的发展。[3]

宁夏地区现有6家年产量万吨以上的酒庄，部分老厂在发展壮大过程中缺少了品牌观念，引进了来自海内外大厂的资本，导致公司的控股地位发生了转移，对产品的品牌缺乏控制，逐步成为国际知名酒厂的代工作坊。

2 宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业外部环境分析

2.1机会(O)

2.1.1相关政策支持

通过技术扶持农民等途径，促进酒庄与农科院的联合，实现育种、栽培、酿造、生产等各个方面的技术革新，促进科研有效的应用。通过多种形式的信贷产品和融资渠道，促进农户自主创业，协助中小酒企发展，突破发展的瓶颈，进一步向高质量产业转化。

2.1.2国内消费结构转型升级

随着人们物质文化程度的提高，消费者的消费意识和理念也随之改变。葡萄酒已逐渐成为一种时尚消费品。现在，喝葡萄酒除了用于商务活动、朋友聚会等社交活动外，还具有调养、保健、个人爱好和改善生活的作用。 2019年，全国游客总量为 60.06亿人次,较上年同期增长8.4%，全年旅游总收入6.63万亿元，较上年同期增长11.1%。以此为根据,我国葡萄酒市场潜力巨大,宁夏应牢牢抓住这一机遇。

2.1.3“一带一路”倡议带来新机遇

宁夏自古是丝绸之路的重要通道，在“一带一路”战略的推动下，宁夏再次成为了“丝绸之路经济带”的重要枢纽，并与南亚、中亚、西亚等地区进行贸易、人文、重要工业的贸易

往来。近几年，随着“一带一路”战略的实施，宁夏葡萄酒正逐步“走出去”。2019年6月，宁夏葡萄酒搭乘中欧班车走进了欧洲的视野。历时8年协商，《中欧地理标志协定》于2021年3月正式生效，贺兰山东麓葡萄酒被列入保护目录，将更便捷地进入欧洲民众家中，也提供了广阔的商机。宁夏的葡萄酒已出口30多个国家，包括加拿大、法国、美国、澳大利亚等。[4]

2.2威胁(T)

2.2.1关税政策变化加强国外品牌的冲击

在2017年12月，国家开始对一批进口商品的出口产品实行减税，而最近几年，中国开始向包括澳大利亚、新西兰、智利在内的许多国家实行“零关税”政策。一系列关税调整使得大量的国外品牌纷纷涌入中国，而随着国外大量资金涌入，新的本土酿酒厂与之形成了激烈的竞争，使得不少中小型葡萄酿酒厂沦为国外品牌的代工作坊。从2012年到2019年，中国的葡萄酒进口总量和进口额总体上都有上升的态势。与国外知名酿酒厂相比，国内的酿酒厂还有许多需要完善的地方。

2.2.2国内市场竞争激烈

我国主要的葡萄生产基地均在加大力度，全力发展葡萄酒产业。山东烟台张裕集团已有百余年的发展，拥有众多的葡萄酒品类，涵盖了高、中、低档葡萄酒，并以其别具一格的名称，例如“解百纳”等，受到了众多顾客的青睐。而近些年，葡萄酒产业在甘肃，云南等地也得到了发展。如新天尼雅葡萄酒在广告与品牌上的投资颇多，凭借其高品质、创意创意、品种多样等优势，已是新兴品牌中的新生力量。

3 宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业发展战略因素分析

3.1 SO战略

发挥土地资源、劳动力廉价等特点，在市场上取得低价的竞争优势；抓住发展空间，拓展种植面积，实现规模化生产；在扶持地方发展酒类行业方面，加强公司的经营，加强科研和研发，提升产品质量；在“乡村振兴”与“一带一路”带动下，开发葡萄酒相关的乡村旅游；适时掌握产业动态，开拓农民收入新途径；强化市场推广，建立企业的品牌形象；引进国内外产业技术和资金，扩大行业和公司的规模，提升经营水平。

3.2WO战略

强化技术策略，开展多层面的技术革新，全面提升行业和公司的技术水平；强化灾害防治技术的研发，提高抗灾能力，提高园区的投资效益，把综合费用的不利因素转化为综合效益；完善技术和服务体系，提高产品品质，把技术服务的弱势转化为优势综合，提升产量；扶持本地企业，建造本地产品品牌、形成成本、品牌、产品三者优势；充分发挥“一带一路”战略的有利条件，拓展我国的葡萄酒市场。

3.3 ST战略

依托于宁夏贺兰山东麓天然的地理条件和悠久的酿造工艺，开发新型市场，将酒类产品和旅游有机地融合在一起，既能迎合顾客的功能性和心理需要，又可以提升产品的知名度；致力于打造具有一定影响力的品牌，以满足本地消费者的需求；提高产品质量和生产能力，扩大营销网络，抢占国际品牌的市场；坚持技术革新，提供高品质和差异化的商品，以市场领头者的标准衡量自己的能力；确立提升企业竞争力的策略，自主经营策略，选择具有特点的经营方式，建立商业联盟。

4 结语

宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业具有自然环境优越、生产要素成本低、葡萄酒产业和旅游业一体化新模式发展等优势，但同时存在着技术支持体系滞后、生产效率低、品牌竞争力弱等问题。宁夏贺兰山东麓地区要牢牢把握 “一带一路”、“乡村振兴”和“原产地标志产品”等机遇，利用自己的优势，扬长避短，采用特色、合理化的发展战略和竞争战略，以更好地挖掘宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业的发展潜能，提高其核心竞争力，尽早实现千亿产业的美好愿景。在国内的政策支持和国际国内的良好形势下，让宁夏贺兰山东麓葡萄酒走出国门，走向世界。

参考文献：

[1]王林伶.宁夏建设国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区研究[J].宁夏党校学报,2021,23(04):123-128.

[2]许文明. 乡村振兴战略背景下宁夏葡萄酒与文化旅游产业融合发展研究[D].宁夏大学,2021.DOI:10.27257/d.cnki.gnxhc.2021.000610.

[3]宋克玉.提升宁夏葡萄酒产业经济效益路径探析[J].宁夏农林科技,2020,61(12):60-62.

[4]王建宏,曹元龙,张文攀,刘梦. 让宁夏的“紫色梦想”绽放全球[N]. 光明日报,2021-09-27(012).DOI:10.28273/n.cnki.ngmrb.2021.004968.