

DOI: 10.12361/2661-3263-06-04-134249

国产葡萄酒新的机遇与挑战

周靖童

西安财经大学, 中国·陕西 西安 710100

【摘要】我国副食流通协会会长何继红表示,近十年来我国葡萄酒的产量、进口以及市场的消费都发生了较大的变化^[1]。宏观经济、新冠疫情等多种因素使得许多产业都面临着严峻的考验,但是每次挑战都伴随着机遇。首先,新冠疫情改变了很多人的消费习惯,为葡萄酒行业提供了更多的发展机会^[2]。对于国产葡萄酒来说,新冠疫情期间消费者对于国产葡萄酒的接受度和认可度都在增加,所以国产葡萄酒的行业地位也会得到更大程度上的提升。这对于国产葡萄酒来说是一个很好的发展契机,能够为国产葡萄酒争取到更大的市场份额和长期发展的机会。其次,在电子商务日渐兴盛的大背景下,葡萄酒行业的发展要与实体产业的发展相互促进、相互补充。只有实体产业发展得好,才能为葡萄酒行业的发展提供良好的市场基础和技术支撑。国产葡萄酒只有被更多的人所了解、接受,才能有更多的市场机会。如今,新的时代已经到来,机遇与挑战并存。在这样的时代背景下,我国葡萄酒行业面临着巨大的挑战,同时也蕴含着巨大的机遇。对于葡萄酒行业来说,必须要借助电商经济这一高速列车,才能够实现更快更好的发展。

【关键词】国产葡萄酒行业; 市场经济; 机遇与挑战; 电子商务

New Opportunities and Challenges for Domestic Red Wine

Jingtong Zhou

Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an, Shaanxi, 710100

[Abstract] He Jihong, president of China's non-staple food circulation Association, said that in the past decade, China's red wine production, imports and market consumption have undergone great changes^[1]. Various factors such as macro economy and COVID-19 make many industries face severe tests, but each challenge is accompanied by opportunities. First, COVID-19 has changed the consumption habits of many people and provided more opportunities for the red wine industry^[2]. For domestic red wines, consumers' acceptance and recognition of domestic red wines are increasing during the COVID-19 pandemic, so the status of domestic red wines in the industry will also be improved to a greater extent. This is a good development opportunity for domestic red wines, which can win a greater market share and long-term development opportunities for domestic red wines. Secondly, under the background of the growing prosperity of e-commerce, the development of the red wine industry and the development of the real industry should promote and complement each other. Only the good development of the real industry can provide a good market foundation and technical support for the development of the red wine industry. Only when domestic red wine is understood and accepted by more people, can it have more market opportunities. Now, a new era has come, and both opportunities and challenges coexist. In such a time background, China's red wine industry is facing great challenges, but also contains great opportunities. For the red wine industry, it must make use of the high-speed train of e-commerce economy to achieve faster and better development.

[Keywords] Domestic red wine industry; Market economy; Opportunities and challenges; E-commerce.

1 宏观信息分析

1.1 新冠疫情导致葡萄酒行业发展停滞

从2022年开始,在宏观经济环境和新冠疫情等多种因素的推动下,白酒和啤酒价格持续下滑。2022年上半年,国

内白酒市场大体保持稳定,但由于新冠疫情的影响高价和低价白酒的销量与2021年同期相比有所下降。同时,我国国产葡萄酒和进口葡萄酒的销量几年来持续走低。礼品酒和休闲酒的需求急剧下降,导致国产酒和进口酒的市场下滑。随着新冠疫情在全球的蔓延,葡萄酒的生产和运输也面临新的挑战。葡萄酒的生产也受到了影响,因为大多数葡萄酒生产商都待业在家,只有少数人继续工作。一些大型酒厂继续正常生产,但一些小型酒厂由于缺乏供应无法按时交付原材料,如盒子、瓶塞和其他包装材料,这使得公司无法将原酒加工成成品并销售。

1.2 持续经济下行导致葡萄酒市场陷入低谷

2016年,我国葡萄酒行业正处于发展的关键时期,而当时的经济环境却不太理想,这让不少人对我国葡萄酒行业的未来充满了担忧。2022年对于我国葡萄酒市场来说,注定是难熬的一年。一方面,国家宏观经济形势不佳,葡萄酒消费受到较大的限制。另一方面,其他酒类的高速发展挤压了葡萄酒行业的市场空间,使得葡萄酒行业在多重因素影响下出现了衰退。在当前的市场环境下,葡萄酒行业普遍规模较小、利润率不高、整个市场增长乏力。这也就造成了整个葡萄酒行业处于一个“休眠”的状态。在这样一个休眠的行业中,要想让葡萄酒市场的全面复苏是一件漫长而艰难的任务。由于全球经济不景气、葡萄酒等消费品的滞销以及行业的停滞不前、消费者的疲软等问题,使得国内葡萄酒产量逐年下降。受社会因素影响,葡萄酒进口量连续4年走下坡路,导致葡萄酒市场结构进一步变化。同时,我国葡萄酒行业也面临着新的发展机遇。

2 行业分析

2.1 进口葡萄酒的市场情况

在经济高速发展的同时,人们的消费观念也在不断地改变,这种改变对葡萄酒市场的发展也有很大的影响。特别是在经济高速增长的同时,人民对生活质量的追求也在不断提高,全球葡萄酒市场也随之进入了一个新的阶段。随着进口葡萄酒的不断增多,葡萄酒的发展也将不断加速。目前,全球优质葡萄酒的销售量大幅下降,这对葡萄酒的发展产生了很大影响。除了优质葡萄酒的销量下降比较大之外,还有一些其他的优质葡萄酒横空出世,这些更高质量

的葡萄酒是优质产品的首选。虽然目前我国的葡萄酒市场规模还不是世界上最大的,但是相对于人口规模来说还是非常有竞争力的。

2.2 国产葡萄酒的市场情况

据不完全统计,目前国内红酒类行业约有14家上市公司(包括在新三板上市的公司)。张裕A、威龙股份、王朝酒业、中葡股份、通葡股份等均是国内大型红酒生产企业。但因价格和库存的原因,目前还不能对进口葡萄酒总销量进行准确估计。根据数据显示,近三年来进口葡萄酒的瓶数和总量都呈下降趋势。2022年是葡萄酒行业近20年来最为困难的一年。虽然我国葡萄酒市场的发展速度并不快,且葡萄酒在饮料消费中的占比也不高,但随着时间的推移,我国已经建立起了完整的葡萄酒生产、加工和销售体系。2008年以后,我国葡萄酒产业逐渐赶上国际葡萄酒产业,在成长的过程中完成了从萌芽状态到逐步成熟的转变。

3 葡萄酒市场迎来的机遇和挑战

3.1 消费习惯的改变促进葡萄酒市场的发展

事实上,我国葡萄酒业的发展才刚刚开始。随着我国经济的持续放缓,大量替代品开始涌入市场,进一步加剧了行业内的竞争。在这种情况下我们可以很明显地看到,这将会导致葡萄酒消费的永久性下降。在这种情况下,许多葡萄酒生产商、葡萄酒公司都面临着亏损的尴尬境地,一些葡萄酒公司已经在夹缝中求生,甚至被迫退出了葡萄酒行业。机遇与危机是并存的。在过去一段时间里,葡萄酒行业确实面临了一些危机。但随着近年来葡萄酒市场份额的增加,这也为葡萄酒行业提供了更多机会。其次,消费者对葡萄酒的认知也在不断地改变,相对于白酒等酒类,更多的女性对葡萄酒有了更多的认识。由于她们本身对葡萄酒有着浓厚的兴趣,这也是葡萄酒销售增长的一个潜在因素。另一方面,葡萄酒和食物的结合也是一个重要因素。我国人有聚餐的习惯,这种习惯决定了葡萄酒和食物的结合方式。长远来看,随着收入的增加,人们的消费模式也会随之改变。如今,他们渴望过上轻松、浪漫和健康的生活,而不是在紧张的工作中耗尽心力。随着我国家庭葡萄酒消费的增加,从长远来看,我国人均葡萄酒消费水

平低的状况将逐步得到改善,国内葡萄酒消费也会同步增长。然而,随着我国葡萄酒市场的持续萎缩,进口葡萄酒和国产葡萄酒的销售都出现了下滑^[3]。

3.2 电子商务的发展影响葡萄酒销量

新冠疫情影响造成的持续影响需要葡萄酒和水果生产商、经销商重新计划他们的年度生产目标和销售目标,并对有关的工作计划和整体战略进行调整。一方面要思考如何将被动转化为主动,当被动转化为主动时,弱点就可以转化为优势。特别是当前的行业危机。在危机中寻找新机遇、实现自己的价值,是企业必须要做的事情。面对我国葡萄酒行业所面临的困境,新冠疫情无疑起到了推波助澜的作用。由于新冠疫情的影响,我国许多酒厂已经关闭了生产业务,导致我国葡萄酒行业几乎处于停滞状态。当然,也有许多人对这一观点表示质疑。但如前面所述,新冠新冠疫情对于我国葡萄酒行业而言,或许是一场巨大的挑战,但同时也是一次“机会”。而对于这场危机,电子商务无疑是最大的受益者和影响者,它也对人们的饮酒习

惯产生了深刻的影响。在这个讲究个性、品味、时尚的时代,人们更愿意选择更健康、更优质的葡萄酒。

新冠疫情对我国葡萄酒市场的葡萄酒产品销售造成了重大影响,但是在国家对葡萄酒行业的控制并对各大城市的新新冠疫情进行防控使得这些影响已经开始逐渐消减,且随着国外新冠疫情逐渐得到控制,整体经济活动也开始逐渐正常化,消费者开始追求健康的生活方式。国内的葡萄酒产品消费已经开始逐步恢复。这对葡萄酒行业来说是一个巨大的转机,而国产葡萄酒行业也在发生着巨大的变化。

参考文献:

- [1] 中国食品报网[OL]. 新市场环境下,中国葡萄酒如何应对 (cnfood.cn), 2022. 06.
- [2] 郭洪洋. 山西戎子酒庄体验营销研究[D]. 北京交通大学, 2020.
- [3] 乔国杰. 越千年葡萄酿酒有限公司发展战略研究[D]. 天津大学, 2007.