

降关税激“醒”葡萄酒业 进口量明显回升

继智利及新西兰进口葡萄酒实行零关税后,6月17日签订的中澳自贸协定又指出,澳大利亚进口葡萄酒关税也将取消,过渡期为五年。随着关税的逐渐松绑,我国进口葡萄酒数量也大幅增加。

业内专家向记者表示,进口葡萄酒市场回暖趋势已十分明显,而市场格局也发生了明显改变,随着更多二三线进口商的加入,进口商之间的竞争也将越来越激烈。

进口量明显回升

随着我国对几个主要葡萄酒进口国家实施零关税,我国葡萄酒进口量也出现大幅增长。最新数据显示,2015年前两个月,葡萄酒进口7931.5万升,同

比增长23.7%。中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会秘书长王旭伟表示,尽管今年1-5月的海关统计还未公布,但进口葡萄酒依然保持增长势头,主要原因是消费拉动。

对此,上海酒类流通协会名誉会长卢荣华表示,以往的铺货式增长给市场带来了大量库存泡沫,而在此轮行业调整后,库存被大量消化,开始进入良性市场增长。

部分品牌调整主流产品定位

受国内经济增速放缓等影响,近两年来,以拉菲为代表的高端葡萄酒在华遭遇滑铁卢,不少名庄酒大户因库存积压而资金链断裂,导致国内进口葡萄酒产品此前一度扎堆100元以下

市场。然而,记者观察发现,近期市场上高端葡萄酒似乎已卷土重来。

据悉,法国卡思黛乐集团旗下品牌宾得杰思上周就宣布在中国市场推出两个“别致”系列新品。其中,主流产品线分别定位在300~600元间及100~300元之间。

此外,在国际权威的波尔多葡萄酒行业协会2015年佳酿名单中,参选酒的商超价格由原来的100元~400元调整至100元~500元。该协会方面表示,趋势表明中国消费者对高端葡萄酒的热情正逐步上升。

对此,业内人士坦言,两年的行业调整后,我国葡萄酒市场的消费结构和需求已经发生了



变化,市场正进入多元化时代,对人的个性追求,已经超过了对于奢侈消费的迷恋。

进口商进场分食蛋糕

在市场回暖的背后,进口葡萄酒市场格局也已发生变化。全国糖酒商品交易会办公室近日发布的《中国进口葡萄酒指数及市场报告》显示,二三线水平的进口商大量增加。

据悉,今年3月份至今,中粮旗下的进口酒运营平台中粮·

名庄荟先后与1919酒类直供、酒仙网达成战略合作协议,发力重点之一便是进口葡萄酒。此外,江苏洋河、联想佳沃等企业也开始扩大进口葡萄酒业务,而张裕、华泽集团也都有意进场分食蛋糕。

对于这一新的市场趋势,卢荣华表示,“目前葡萄酒进口总量的明显增加,增量主要来源于二三线水平的这些新进口商,将来葡萄酒进口商之间的竞争将越来越激烈。”

(中国经济网)

业内资讯

进口婴儿奶粉7月实施新标准

包装无中文标签一律按不合格产品处理

本报讯 张琪 7月1日起,国家卫计委颁布的食品安全国家标准《预包装食品特殊膳食食品标签》正式实施。检验检疫部门将按照新的标准对进口婴幼儿配方乳粉和产品标签实施检验,包装无中文标签一律按不合格产品处理。

婴幼儿配方奶粉关系到婴幼儿的健康成长,向来被人们所关注。据专家介绍,新标准的要求比旧标准更为严格,如对食品营养成

分的含量和功能有更清楚、明确的规定。根据规定,进口婴幼儿配方乳粉时,其标签必须在入境前直接印制在最小销售包装上,不得在境内加贴。产品包装上无中文标签或者中文标签不符合中国法律法规和食品安全国家标准的,一律按不合格产品做退货或销毁处理。

消费者可以根据这一规定选购合格的进口奶粉,同时也可以监督市面上的相关产品,一旦发现不

合格产品,及时联系相关部门进行处理。

新规的实施,对于现在火热的进口婴幼儿奶粉市场来说是一次有力的规范。为此,检验检疫部门提醒各婴幼儿配方乳粉进口商,对即将实施的新规给予高度重视,严格按照要求选择货源并加贴好相关的标签,避免因不符合我国的标准被禁止入境而造成经济损失。

市场观察

奶粉升级 从涨价变成升级配方



受宏观经济、监管政策调整、“单独二孩”政策等影响,中国婴幼儿奶粉行业集中度进一步提升,行业竞争更趋于白热化。面对日趋激烈的行业竞争,低价奶粉阵营强推低价奶粉打“价格战”,而另一阵营则选择集体升级配方,推高端奶粉。有业内人士分析,与以往升级多为涨价不同,此番升级更多的是为了产品升级,改变形象。

6月24日,合生元宣布正式推出全新SN-2 PLUS系列配方奶粉。新款奶粉的售价和原来一样,从200多元到400多元。合生元方面称,试图通过提高产品技术含量和附加值,来提升企业产品的市场竞争力并增加利润空间。事实上,合生元新品所加入的SN-2 PLUS配方就是一种更接近母乳的脂肪结构,即OPO结构脂,其卖点是营养吸收充分。

而惠氏奶粉旗下的惠氏启赋奶粉已率先添加了OPO结构脂。惠氏凭借启赋占领了国内奶粉市场最大市场份额后,引起不少奶粉集体升级配方,并加入OPO结构脂这一卖点。恒大的也推出了超高端的新西兰哇哇熊OPO baby超级金装新品,打的同样是强调全营养和好吸收的OPO配方牌,目标是国内超高端婴幼儿奶粉市场。有消息称,美素在今年年底也将上市一款OPO配方的新产品。

有业内人士分析,与以往升级多为涨价不同,由于从去年到今年,国内整个奶粉行业不景气,再加上奶粉负面事件不断积累,母乳喂养人数增多,整个奶粉行业增长都在放缓,在目前的状态下,奶粉企业都试图通过产品升级,改变形象,拯救奶粉市场的颓势。

(新华网)

泸州老窖与京东合推互联网产品

本报讯 张琪 随着“互联网+”的不断升级,白酒企业不断主动拥抱“触电”。继与酒仙网战略合作后,6月25日,泸州老窖又与京东商城开展战略合作,推出专供互联网渠道的产品“京选”。

“京选”与泸州老窖生产的其他酒最大的区别,就是销售渠道不同,其仅在京东售卖。这款互联网特供酒在采购流程上最大限度优化,京东提供直通消费者的销售平台和物流服务,省略了五层分销代理,因此

52度的“京选”价格仅为129元。更为重要的是,“厂家+电商”模式也解决了一直困扰名酒的难题——“假酒”。据介绍,厂家供酒,电商配送,简明的流程,保真的货源,不给假酒任何渗透的机会。

安徽黄山名茶推介会在京举行

本报讯 冯文亮 恰逢巴拿马世博100周年纪念,为了让更多人了解百年前誉满四海的世博金奖名茶,推动祁门红茶、太平猴魁产业的发展,近日,由黄山市人民政府主办的“百年世博-金奖名茶”祁门红茶太平猴

魁(北京)推介会在北京展览馆举行。

众所周知,祁门红茶、太平猴魁皆为我国传统名茶,早在百年前就享誉国际展览,斩获金奖。作为中国茶叶的名片之一,金奖名茶在百年后亮相北京国

际茶业展。此次推介会向大众详细介绍了祁门红茶和太平猴魁,并请入驻米兰世博的企业代表进行相关推介,让更多的消费者、广大茶友重新认识了这两种久享盛名的黄山名茶,弘扬了祁红和太平猴魁的厚重文化。