

# 酒商集体换标 葡萄酒告别野蛮生长

随着众多进口葡萄酒商打击侵权商标行为屡见报端,维权似乎成了当前中国葡萄酒市场的主旋律。近日,拉菲、奔富等进口葡萄酒品牌方纷纷对旗下葡萄酒进行了换标,一方面为了提高品牌的辨识度,另一方面也从侧面反映了葡萄酒品牌方打击水货的决心。在业内人士看来,葡萄酒企业不断换标的行为一定程度上反映了进口葡萄酒品牌从初入中国市场的野蛮生长到如今的品牌化的割据,当下中国葡萄酒市场正在经历品牌维权的阵痛。

## 酒商集体换标

商标,对于葡萄酒来说就像身份证。2016年,进口葡萄酒商似乎进入了维权的集中期。近日,富邑葡萄酒集团将奔富旗下的中高端产品RWT正式换标,并在酒标上加上了BIN798。实际上换标后,该款产品的品质没有变化,价格也没有变化,零售价依然为2000元左右。

在进口葡萄酒商中,换标的还不止奔富一家。拉菲罗斯柴尔德集团在今年9月时就为旗下拉菲传奇产品更换了新标。据了解,传奇系列换标产品主要包含传奇波尔多白、传奇波尔多红、传奇圣爱美乐、传奇梅多克以及传奇波亚克5款,新标在保留象征罗斯柴尔德家族的5支箭,同时印有“Rothschild”、“Lafite”等字样的基础上融合了葡萄园的新元素,从而区分不同酒款之间的特色差异。

记者了解到,近几年,中国进口葡萄酒销量不断上升,大量水货和平行货的出现也让葡萄酒品牌方越来越重视商标。此

外,商标被抢注也成为进口酒商更换商标的原因。

业内人士表示,早先中国葡萄酒市场是野蛮生长时代,进口品牌进入时卖不了多少酒,可水货和假酒则愈发盛行。如今,当中国葡萄酒市场日趋成熟,成为主流的大市场,品牌方维权势在必行。当前中国葡萄酒市场中,进口酒商对于商标越来越重视,未来维护知识产权的频率也会随之增加。

## 酒企海外并购

如果说进口葡萄酒2016年在维权,那么,今年对于国内葡萄酒商来说可谓在忙着并购。

今年刚刚上市半年的威龙股份,在9月底宣布拟在澳大利亚投资近7000万元购置11家葡萄园,大力推进海外项目。对于国内葡萄酒企业如此大手笔的动作,业内人士分析指出,在进口葡萄酒不断冲击下,威龙股份上马海外项目,除了加码上游酒庄资源,亦有可能是通过投资海外项目进而谋求国内资本市场运作牟利。



除了葡萄酒界的IPO新楚,老牌葡萄酒企业张裕也在谋求加紧并购海外资产。今年10月,张裕在福州世茂洲际酒店举行了“分享葡萄酒大单品大蛋糕——张裕进口酒大单品策略说明会”,期间,便向业界公布了五大单品战略。

据了解,说明会上张裕旗下五大核心进口品牌纷纷亮相。其中包括张裕收购的西班牙爱欧公爵酒庄、法国蜜合花酒庄,以及澳洲富邑集团颁赋酒庄鹰赋葡萄酒、意大利最大的起泡酒品牌多来利、来自智利的魔狮等五大进口葡萄酒品牌。

业内人士认为,实际上,张裕此举是上游对接国外厂家,下游对接国内区域市场,通过海外并购增加葡萄酒产品,加码国内葡萄酒市场。

## 量高质低困局

说到品质,一直以来也是国内葡萄酒企业最需要注意的地方。

国际葡萄与葡萄酒组织在第39届全球葡萄与葡萄酒会议上发布的报告表明,中国在葡萄种植方面表现突出。其中,2015年中国葡萄年产量1260万吨,涨幅明显,产量居世界第一。我国的葡萄种植面积也跃居世界第二,约83万公顷。

然而,尽管我国国产葡萄酒产量不断上升,但进口葡萄酒依然占据中高端葡萄酒的主导地位。据中国葡萄酒及烈酒进出口协会的数据显示,2016年1-10月,葡萄酒进口总额同比增长18.01%,达19亿美元(约人民币126亿元),进口总量增长了

15.51%,达5.05亿升。在瓶装葡萄酒中,法国酒居主导地位,澳大利亚紧随其后,二者共占据70%的市场份额。

葡萄酒营销专家李欣新表示,国产葡萄酒与进口葡萄酒的概念,现在在理解上有一定的偏差。国际上对于葡萄酒的概念,大部分强调的是产地、酿酒师、风土、年份等,而很长时间以来,国产葡萄酒都是大工业生产的产品,所以一定程度上,业内以国产葡萄酒和进口葡萄酒的概念加以区别。随着消费者的消费升级,国内的葡萄酒产业进行了一些新兴的葡萄酒产业进行了理念的调整,开始与国际接轨,并逐步在国际上获得认可。

有业内人士表示,我国国产葡萄酒如果完全走向世界,还必须在品质方面下功夫。(中经网)

## ■ 资讯

### 小郎酒终端价格将上调

近日,据四川古蔺郎酒销售有限公司面向全国经销商和终端客户下发的《关于100ml小郎酒终端供货价调整的函》显示,因成本上涨,运营费增加,现将小郎酒终端供货价进行调整,建议规格为45度/100ml/1×24的小郎酒每箱终端供货价不低于

268元。该价格于2017年1月1日起实行。

相关资料显示,自2016年9月之后,玻璃、陶瓷等产品包材原材料价格增幅达30%~40%;同时,在国家运输新政策出台后,国内物流运费单价上调至33.6%左右,再加相应增加的税金,运费

单价涨幅可达35%。

业内人士表示,小郎酒涨价旨在拉开利润空间,属于正常的市场操作。目前,包材、运输的大幅涨价确实对白酒全行业的产品成本造成压力,中低端酒企产品利润空间小,涨价求生或将成为一种发展趋势。(新华网)

### 邢台饮料首次出口沙特阿拉伯

从河北出入境检验检疫局官网获悉,近日,邢台某公司生产的8.25吨、货值4620美元的饮料产品经邢台检验检疫局检验合格,顺利装船运往沙特阿拉伯。这是邢台饮料首次出口沙特阿拉伯。

受国际需求下滑的影响,近几年邢台辖区饮料产品出口情

况并不理想。对此,邢台检验检疫局双管齐下帮扶企业扩大出口:一是发挥检验检疫机构在市场信息和法规信息方面的优势,帮扶企业规避进口国的技术性贸易壁垒,鼓励、引导企业挖掘新客户,开拓新市场;二是把关口前移,提高检验检疫效率。以过

程监管为抓手,对企业从水源到成品的全过程控制体系实施监管,在监管有效、风险可控的基础上,采用“一厂一品一策”的出口食品风险管理措施,降低现场检查抽批比率,加快验放速度,助力企业不断开拓国际市场。

(中国质量新闻网)

### 贝因美获“双十一”“双十二”奶粉销售冠军

近年来,进口奶粉品牌通过电商渠道在中国销售一路狂飙,国产奶粉受冲击不小。然而,随着海淘及跨境购奶粉连续被曝光不合格,越来越多消费者也更加趋于理性。在近日举行的“中国乳业如何应对移动互联网大潮”座谈会上传出一个令人振奋的消息,今年“双十一”、“双十二”全网奶粉销售冠军,竟然都被中国民族奶粉品牌贝因美拿下。

随着越来越多的消费者更加趋于理性,还有各大婴幼儿奶粉企业也都在加快触网步伐,国产奶粉开始反攻上位。并且,业内专家认为,市面上备受青睐的“洋奶粉”并不一定适合中国人体质,反而是不少国产奶粉配方的营养结构更利于中国宝宝吸收。在今年“双十一”,贝因美仅在天猫上的销量就已经超过9000多万元。

据了解,多年来始终未出现食品安全问题的国产奶粉品牌贝因美,其早在2012年就完成了追溯体系建设,整个体系从采购到生产、仓储、销售,几乎每一个环节都纳入到追溯体系里。2013年,该体系通过了中国工程院和国家工信部的评审,整个追溯体系在2014年的时候也获得了浙江省科技进步二等奖,得到专家和社会的高度评价。

(中国网)