

国产葡萄酒业处于产品结构调整期

2017年中国葡萄酒产量环比2016年减少5.3%，近5年平均降幅6%左右，业内人士认为，中国葡萄酒行业与中国啤酒行业一样处于量跌额增的产品结构调整期。与此同时，葡萄酒进口量额双增，给中国葡萄酒带来巨大压力。中国葡萄酒企业提升产品等级、换帅、收购海外酒庄，能“治标”，还是能“治本”？业内观点分化：且看2018年有没有新的信号。



据国家统计局最新发布的数据，2017年中国葡萄酒产量达100.1万千升，比2016年减少13.6万千升，累计增长-5.3%。据透露，近5年，国产葡萄酒产量每年平均降幅为6%左右。与此同时，葡萄酒进口价量齐升，瓶装酒进口金额25.5亿美元，同比增长16.4%，近5年平均涨幅达到15%以上。尽管未有关于葡萄酒消费情况的数据披露，但业内人士均从不同渠道得到中国葡萄酒消费额仍呈上涨态势。

“消费需求在增长，国产葡萄酒产量却在下降，证明国产葡萄酒不能匹配消费端的需求。”中国食品产业分析师朱丹蓬称，从行业的角度看，产量下降是“令人悲观的”，而从企业的角度看，这或许是利好的消息，“原来国产葡萄酒的产品结构偏向中低端，如今慢慢往中高端发展，因此呈现量跌、利润增长的趋势。”

有业内人士透露，部分国产葡萄酒企业悄然提价。张裕对此回应称：“在原料、包材、人工等生产成本上涨的压力下，在优化产品结构、提升产品品质的基础上，我们对部分产品价格进行了调整。”

海外收购仍未显现效果

在中国副食流通协会副秘书长杨征建看来，中国葡萄酒行业与中国啤酒行业均进入了产业结构升级、消费升级、消费者口味变化的阶段。“进口啤酒和进口葡萄酒逐步填补消费者日益增加的口味需求，迎合市场品质升级、性价比升级、个性化发展的趋势。”杨征建称，原来的低效产能和无效产能必须退出市场：“大的国产葡萄酒企业都在逐渐提高产品的定位，淘汰低端的产品，进行产品升级。”

张裕有关负责人用“短期不

乐观，长期不悲观”回应记者的提问，称国产葡萄酒经过前十年的飞速上涨，产量已经满足当前市场需求，甚至出现了结构性过剩，现在虽然逐年下滑，但整体趋于稳定，而伴随着消费升级浪潮，中国葡萄酒市场规模将持续扩容。

“行业升级面临的困难和问题很多，但我们已经在优化了。”朱丹蓬认为，国产葡萄酒企业收购海外酒庄、换帅，都是进行优化的手段。对于国产葡萄酒巨头张裕、长城陆续公布换帅消息，并发布新的营销策略，朱丹蓬认为两个企业的中长期部署均意在提振业绩、重新布局。卡思黛乐中国区总裁殷凯表示：“葡萄酒行业经过多年发展，内部的结构优化是不可避免，也是行业发展的内在需求，所以专业酒商将迎来内、外双重发展红利。”

张裕等企业收购海外酒庄，

目的是通过海外并购，在葡萄原料上能够有效抵抗天气灾害、局部市场价格波动等方面的风险；而在生产上，则可以博采众长，将分布在不同产区、国家的企业进行合理调配，平衡企业的整体生产体系。杨征建认为，至少需要3~5年的考察期。

业内观点 葡萄酒市场格局仍将改变

不过，在朱丹蓬看来，收购海外酒庄是国产葡萄酒企业“治标不治本”的方法：“我们有很好的产地、有适宜的气候和土壤，更好的路子是培养起中国葡萄酒的本土品牌。”不过他认为，这只能是中长期的目标，现在的重点是解决国产葡萄酒企业的生存问题。

中国葡萄酒市场将面临多重竞争：进口葡萄酒之间、国产葡萄酒之间、内外葡萄酒之间、

葡萄酒与其他酒类之间。尽管看起来很复杂，杨征建却认为市场的脉络思路更为清晰：“未来能生存下去的，要不就是强大的品牌，要不就是‘小而美’，做个性化消费者、企业营销的企业，要不就是平台。”他认为，中国葡萄酒市场的格局仍将不断变化，原因是行业还没形成垄断竞争，也没有占有率超过30%的寡头存在：“这将是竞争非常‘激烈’的市场。”

国产葡萄酒是否具有竞争优势？朱丹蓬认为国产葡萄酒劣势很明显、优势也很明显：“优势在于性价比、服务售后、渠道深度等。”杨征建认为国产葡萄酒的识别能力更强、不会受货源短缺和汇率变化的影响，营销上更能结合本土情况。张裕的负责人对此则表示国产葡萄酒立足于本国市场，对市场的了解更加透彻。

(人民网)

■ 企业动态

五粮液力争2025年进入世界500强

本报讯 日前，宜宾市正式出台的《关于进一步支持五粮液集团公司做强做优做大的实施意见》提出，到2019年，五粮液集团公司销售收入突破1000亿元，进一步巩固中国酒业大王地位；到2022年，五粮液集团公司销售收入突破1300亿元；到2025年，发展成为国际一流名酒企业和国际化世界级企业集团，力争进入世界500强。

据了解，2017年五粮液集团公司实现销售收入802亿元、利税223.1亿元。在五粮液的带动下，宜宾市2017年白酒主营业务收入实现1036.36亿元，首次跨越千亿元台阶，成为我国首个超越千亿元的白酒产区。此次出台的《实施意见》，将全力支持五粮液集团做强做大核心主业。

根据2017年《财富》世界500强排行榜，美国Autonation公司以216.09亿美元（约合1500亿人民币）的营业收入跻身2017年度世界500强。据统计，从2009年到2018年的10年间，世界500强的门槛最低为185.72亿美元（2009年），最高为237.20亿美元（2015年）。同时，随着经济的持续发展，中国上榜公司数量连续14年增长，2017年达到了115家。

■ 行业信息

我国特殊食品年产值达6000亿元

作为大健康产业的重要组成部分，中国特殊食品产业迎来了加速发展期。日前，中国营养保健食品协会发布的数据显示，当前我国特殊食品（保健食品、婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品，以及婴幼儿辅食、益生菌等）年产值约6000亿元，保持持续增长态势。

“由于健康需求的迫切且多样化，中国特殊食品市场发展潜力巨大。”中国营养保健食品协会秘书长刘学聪说，随着中国居民生活水平和健康意识的提高，人们的观念正在从吃得饱、满足基本生理需要，向均衡营养摄入、利于身体健康的方式转变；从有病治病向无病预防、提高健康质量转变，这都将促进特殊食品产业迅猛发展。同时，我国的特殊食品消费市场在原料供应、产品加工等方面已成为全球供应链的重要组成部分。

我国特殊食品产业的迅猛发展与政策利好密不可分。2015年10月份，党的十八届五中全会首次提出“推进健康中国建设”，并将其上升为

国家战略。新修订的《食品安全法》也历史性地明确了特殊食品的法律地位，为特殊食品的健康可持续发展奠定了扎实的法律基础与政策保障。2016年发布的《国民营养计划（2016-2030）》，既为提高国民营养健康水平、保障食品安全作出明确规划，也为特殊食品产业勾画了发展蓝图。“可以说，现在是中国特殊食品产业发展最好的时代，我们迎来了一系列重大政策利好，这将为行业发展增加动力。”刘学聪说。

与此同时，具有中国特色的特殊食品管理制度以及食品安全社会共治的监管体系已经建立，并在实践中不断完善。据了解，我国保健食品注册管理制度已经实行了20年，约1.6万个产品获得批准。现行注册与备案的双轨管理制度，也为产品准入、市场发展提供了强大活力。此外，婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品注册形成了科学完善的管理制度，实现了注册管理的平稳过渡。

“由于特殊食品用于婴儿、病人等特殊人群，更加需要维护与保障其

食品安全。”刘学聪说，在各界的共同努力下，中国特殊食品管理制度不断完善，产业环境日趋向好，安全指数逐年攀升，消费者信心不断增强。据统计，2017年国产婴幼儿配方乳粉合格率达99.1%，保健食品监督抽检总体样品合格率达98.1%，特殊食品安全达到历史最好水平。

值得注意的是，特殊食品行业仍存在欺诈和虚假宣传、功能科学评价争议以及违法营销等社会问题。刘学聪表示，在监管趋严的背景下，行业中的优势企业应当凝心聚力，对照要求树立标杆，通过健全的质量管理和过硬的产品质量在更加开放激烈的竞争中获得席位。特殊食品企业也应当加强行业监督，通过有序的市场竞争逐步挤出不合格企业，逐渐形成良性循环的市场竞争环境。未来，中国特殊食品产业将在严格规范中谋求发展，婴幼儿配方乳粉的品牌价值将进一步凸显，特殊医学用途配方食品将成为产业发展的新蓝海。

(中经网)