

葡萄酒行业大考洗牌加速

受新冠肺炎疫情冲击,葡萄酒行业生产经营受到前所未有的挑战。记者注意到,葡萄酒上市公司发布的2019年年报及2020年一季报显示,多家企业出现营收下滑、净利跳水。其中,今年一季报出现营收和净利的大幅下滑。

葡萄酒行业面临利润下降、销量萎缩等难题,如何在困境中寻求“蝶变”?

疫情加快行业洗牌

海关总署发布的2020年1至5月进出口主要商品量值统计数据显示,5月葡萄酒进口量2.76万千升,降幅超50%,进口额11.09亿元人民币,降幅接近50%;1-5月进口量18.75万千升,降幅为32.2%,进口额62亿元人民币,降幅为34.4%。

而国产葡萄酒企业的日子也普遍不好过。行业数据显示,今年1-4月,全国葡萄酒规模以上企业销售收入为26.69亿元,同比下滑37.87%;利润0.56亿元,同比下滑79.45%,是主要酒种类中下滑最为剧烈的。

事实上,葡萄酒行业近年来发展并不乐观。据不完全统计

计,截至2019年中国葡萄酒11大产区,共有酿酒葡萄种植面积230多万亩,葡萄酒产量超过72万千升,比2017、2018年略有下降,这已经是中国葡萄酒产量连续7年下降。

根据公开的年报数据,2019年国内葡萄酒企业亏损面较大。除少数企业如张裕净利润11.30亿元、怡园酒业净利润3亿元、中葡净利预计在1100~1600万元外,大多企业都是亏损的,例如通天酒业净利润亏损81.3万元;威龙业绩预亏2300~2800万元;通葡股份预亏2500~4500万元等。

“确切地说,疫情加剧了葡萄酒企业的经营困难”,业内人士表示,本来已经连续下行的葡萄酒行业在疫情影响下正遭遇更大的挑战。

逆势反弹机会仍在

面对大幅下跌的数据,葡萄酒行业是否还有反弹机会?

据悉,中国作为葡萄种植大国,种植面积位列世界第三,葡萄酒产量排名世界前十,是世界第五大葡萄酒消费国。疫情加速行业洗牌,很多葡萄酒

企业都或多或少地出现经营困难。但业内人士表示,葡萄酒消费热潮正在逐渐恢复,葡萄酒市场未来可期。

盛唐国宾酒庄副总经理、烟台盛唐国际酒业有限公司总经理温向彬认为,部分葡萄酒企业对疫情影响可能反应过度,需求并没有想象的那么萎缩。即便很多消费场景消失了,但需求依然存在。

新疆天塞酒庄庄主、新疆天塞酒庄营销有限公司董事长陈立忠表示,很多葡萄酒企业的客户群以自主消费、个人消费、家庭消费等终端消费者为主,这些终端消费者都是企业直接或间接能触达的人群,恢复部分销售问题不大。

张裕公司人士也表示,张裕一直坚持在逆势中寻找反弹机会,持续扩大市场份额,今年一季度,张裕营收8亿元,净利润2.33亿元。

中国酒类流通协会副秘书长、葡萄酒专业委员会副会长兼秘书长王祖明表示,疫情对宏观经济的影响已是既定事实,但是从另一角度来看,没有必要过度悲观。过去几个月,正是国产葡萄酒企业实现自我成长、思考长

期布局的最好时机。随着国内疫情逐步得到控制,餐饮业服务业加速复苏,经济景气度明显回升,葡萄酒企业也在此阶段展现出较大韧性。

长线规划尤为重要

行业加速洗牌的过程中,机遇与挑战并存。葡萄酒企业应该如何规划自己的未来?

市场人士认为,葡萄酒行业可能要到下半年才可能陆续恢复市场。疫情是当前的突发事件,以后仍将面对行业常态,行业或企业自身的问题是制约葡萄酒行业发展的主要因素,企业的规划应该是长线规划,不能只是应对疫情的短期策略。

北京工商大学食品学院相关专家表示,目前世界葡萄酒人均年消费量为7.5升,而中国葡萄酒人均年消费仅为0.92升,中国的葡萄酒市场潜力巨大。与此同时,随着中国消费升级的纵深化,以及90后、00后等年轻主流消费群体的崛起,葡萄酒有望获得更大发展空间。

中国农业大学葡萄与葡萄酒研究中心主任段长青表示,目前中国的市场潜力依然很

大,对于葡萄酒产区来说,要根据市场需求完成多元化产品开发,明晰产区特色优势和产区风格,稳定产品个性,尤其努力实现消费者的需求,而不是让消费者适应产品。

西安仟鼎实业有限公司总经理彭卫东认为,中国近年不缺好的葡萄酒,但是缺好的销售团队,要强化。从过去单一的商超渠道为主营,到现在多渠道均衡发展;从过去的单白酒品类运作,到现在“白酒+红酒”双轮驱动;从过去的名酒配送型代理商,到现在拥有团队战斗力的品牌运营商,葡萄酒行业的经销商要担起重任。

“疫情到来之前,中国葡萄酒行业已经有了探底筑稳的趋势,疫情虽然带来冲击,但是当下葡萄酒行业受到极大的关注,葡萄酒业的信心被燃起,发展方向也逐渐清晰,亦不失为触底反弹的良机。”王祖明认为,首先产品及定位符合市场及更多消费者的需要;其次,做好品牌建设,葡萄酒品牌作用将会日益显现。此外,还需要找到适合企业自己的路,即适宜的销售模式及运作方式。

(中华工商时报)

<<<上接07版

自来水中略带氯味属于正常现象,完全不影响健康,更无需“最少静置两小时以上再用”。北京市自来水集团生产的自来水完全符合国家生活饮用水卫生标准,公众可以放心饮用。

流言:三文鱼感染新冠病毒无法吃

此次北京再度出现新冠肺炎确诊病例,主要原因就是通过检测发现三文鱼感染了新型冠状病毒,因此现在的三文鱼已经无法食用。

真相:根据目前研究,鱼类感染新冠病毒的可能性很低。首先,新冠病毒主要存活在恒温哺乳动物体内,而鱼类是变温动物,两者细胞基因环境相差太远,病毒极难通过鱼类宿主的细胞转移至人体细胞;其次,新冠病毒的主要传播方式是飞沫传播和接触传播,而三文鱼作为一种鱼类,没有肺,不存在飞沫传播的生理条件。

其实,三文鱼“携带”冠状病毒和蝙蝠“携带”新冠病毒是两码事,三文鱼的“携带”准确地说是沾染,是被污染的;而蝙蝠的“携带”是它成为了病毒可以共生的宿主。目前新冠病毒已知的宿主都是哺乳动物,三文鱼体内携带新冠病毒的可能性几乎为零。

流言:-20℃条件下新冠病毒可存活20年

李兰娟院士说:新冠病毒特别“不怕冷”,在-4℃可以存活数月,在-20℃该病毒可存活20年,这就是新冠病毒几次都在冷藏食品较多的海鲜市场被发现的原因,因为病毒完全可以被跨国转运。

真相:日前,李兰娟院士团队对这一报道做出回应:该报道信息不完全准确,与李兰娟院士本人观点不符,对公众造成较大误解。

6月19日,在杭州海关举办的抗疫经验交流会上,李兰娟院士就海关如何在进出口物资检验检疫检测环节加强新冠病毒的排查给出建议和看法。其中,在说到冷链运输环节的疫情防控时,李院士表示:一般情况下,病毒在冷链上能较长时间存活。在我们已知并掌握的病毒中,处于-4℃左右可以存活3~6个月以上,-20℃可以长期存活达20年左右。不同的病毒存活时间也不一样。新冠病毒是一个新的病毒,从出现到现在才8个月,对它的认识及耐低温能力尚需进一步研究。

流言:薯片生产过程中可传播新冠病毒

一家食品企业的薯片生产厂区

被通报出现新冠肺炎确诊病例,这意味着厂区生产的薯片可传播新冠病毒,薯片已不安全,公众近期不要吃薯片。

真相:这次受到疫情影响的工厂虽然有员工感染新冠病毒,但可以保证薯片产品的安全。产品加工过程均要经过高温热处理工序,结合严格的GMP管理体系和实践,病毒在整个产品供应链过程中存活的可能性为零。

高温加工是食品生产环节中消杀微生物的重要方式,即便土豆等原材料沾染了少量病毒,经过高温加工也很难存活下来。

通常来说,油炸类食品的加工温度大约会达到170℃左右,非油炸类膨化食品的加工温度也会在130℃上下。

在这个温度下一般微生物很难存活下来,无人接触的食品自动化生产和包装流水线,也基本可以避免食品在这些环节被人为污染。

虽然包装食品在生产包装等前置环节中很难被病毒污染,但在后期运输以及商超销售,还有快递员配送的过程中,确实也存在着食品外包装被病毒污染的可能。因此,市民在购物或签收快递时,应该做到科学防护,避免被病毒感染。

(北京消费者协会)

本报讯 兰州海关7日发布消息称,今年上半年,甘肃省浓缩苹果汁出口逆势增长,经兰州海关检验合格出口浓缩苹果汁1.64万吨,货值1.18亿元,分别同比增长1.6倍和1.2倍。主要出口美国、加拿大、委内瑞拉等国家和地区,供知名饮料、食品公司作原料使用。

甘肃省是全国苹果主产区之一,省内苹果品质较好,色香味俱佳。生产的浓缩苹果汁香气浓郁、口感好、风味独特,在国际市场广受赞誉。

今年以来,为减轻疫情对浓缩苹果汁出口企业的影响,兰州海关实地调研全面了解企业困难,根据不同企业发展状况和实际需求,“一企一策”针对性提供政策指导。专人对接企业需求,畅通与企业的联系渠道,引导企业用好用足各项优惠政策,有效应对新冠肺炎疫情影响。

同时,兰州海关持续落实一系列便利政策,提供“不见面”证书邮寄服务,实行“7X24小时”通关放行模式,持续落实“证照分离”等便利措施,扶持企业快速取得出口资质,支持企业拓展出口市场。

甘肃上半年浓缩苹果汁出口逆势上扬