

两大国际酒业巨头在华建厂 “洋酒”冲击消费市场

本报讯 许洁 近日,知名烈酒集团帝亚吉欧宣布在中国云南省洱源县投资5亿元建设其首家威士忌酒厂。

帝亚吉欧亚太及全球免税渠道总裁费毅衡(Sam Fischer)表示,“中国是世界上最大的酒业市场,中产阶级消费者对于威士忌的需求日趋旺盛,建酒厂是基于本地洞察并结合其拥有的全球威士忌专业能力所迈出的关键一步。”

投资5亿元在华建酒厂

中国威士忌的消费趋势、消费场景以及应对威士忌迅速增长的需求,为帝亚吉欧的发展提供了良好的机会,这也是其选择在中国建酒厂的原因所在。

帝亚吉欧中国董事总经理艾恩华(Mark Edwards)表示,“2021财年,帝亚吉欧在大中华区的增长主要来自中国白酒和苏格兰威士忌,二者分别增长了53%和21%。苏格兰麦芽威士忌和尊尼获加super deluxe实现了两位数增长,主要得益于重点投资、创新,以及市场扩张路线,包括增加城市覆盖率和新的分销渠道。”

对于投资回报,帝亚吉欧也给出了威士忌酒在中国发展的目标。“我们短期目标是生产面向中国市场的原产威士忌产品,而随着中国影响力的不断提

升,今后会有来自世界各地的威士忌爱好者对中国威士忌产生兴趣,会品鉴、喜爱中国威士忌,因此我们要确保帝亚吉欧的中国威士忌产品能够得到全球消费者的认同。”艾恩华表示。

威士忌消费风口会回来吗

值得注意的是,全球第二大烈酒和葡萄酒公司保乐力加早于帝亚吉欧在中国建设威士忌酒厂,其选址在四川峨眉山。对于中国威士忌酒厂的投资,保乐力加公开表示10年内投资10亿元。

除了国际酒业巨头纷纷在中国市场布局威士忌外,国内酒企也在加大对威士忌的投入。青岛啤酒、劲酒、洋河等也纷纷涉足威士忌。

面对众多酒企纷纷涉足威士忌酒,未来在中国的烈性酒市场中,以威士忌、白兰地为代表的“洋酒”能否重获高光?对此,白酒专家铁犁表示,10年前,以威士忌、白兰地为代表的烈性酒占中国高端蒸馏酒的消费比重在70%以上,随着茅台、五粮液在高端酒市场份额中占据绝对领先地位后,洋酒的销售逐年萎缩,目前占比在8%左右。

在铁犁看来,目前洋酒在中国市场的状态是“守势”,而随着90后、00

后这些新生代成为消费主体,他们多元化的消费理念,对洋酒的消费将起到一定的帮助作用。保乐力加、帝亚吉欧在中国建威士忌酒厂的战略是正确的,但要想在3年—5年内实现快速增长还有难度。

酒业营销专家肖竹青表示,国内中产阶级已经形成了巨大的购买力基础,另外,中国酒业消费呈现多样化,未来的发展趋势一定是细分化,针对年轻人的这种洋酒消费、威士忌消费已经成为不可阻挡的趋势,国际酒业巨头在国内建厂,将进一步适应消费升级的大趋势,也是看中了中国巨大的市场容量和消费潜力。

“今年1月份—8月份,中国进口威士忌达1.9万吨,同比增速高达56.3%,而去年全年为2.1万吨。”这是中国酒业协会秘书长何勇给出的数据。

“目前,国内威士忌没有一个成熟品牌,市场上消费的威士忌都是进口品牌,在细分市场、消费多元化、个性化消费趋势下,威士忌将保持增长的态势,但总量不大。”何勇表示,“中国是最大的消费市场,它的包容性特别强,不管是烈性酒还是其他品类的酒都会找到一定的消费群体,随着消费多元化发展,未来中国酒类市场一定是百花齐放的消费场景。”

9月生鲜乳价格 罕见下跌

本报讯 近日,国家奶牛产业技术体系产业经济研究室发布2021年10月《中国奶业经济月报》,统计了近期生鲜乳市场、乳品加工、奶源基地建设等情况。

生鲜乳价格9月迎来下跌,玉米价格一路下跌,豆粕价格一路上涨。9月份是乳品消费旺季,生乳价格下跌是罕见的,上次9月份奶价下跌还是在2014年,当年也是奶牛养殖业漫长低迷期的开始之年。据农业农村部监测数据显示,9月份,生鲜乳有3周价格环比下降,2周环比持平,月度均价4.34元/公斤,环比下跌0.6%,同比上涨12.2%,最后一周价格4.32元/公斤。

乳品加工方面,根据国家统计局数据,2021年1—8月全国液态奶产量1873.21万吨,同比增长12.40%,其中8月份产量244.68万吨,同比增长2.27%。1—8月全国干乳制品产量121.19万吨,同比增长2.58%,其中8月份产量14.69万吨,同比下降3.58%。

奶源基地建设方面,现代牧业携手正缘农牧启动和林格尔万头牧场战略合作项目,正缘万头奶牛生态牧场投资金额4.5亿元,设计规模1万头,年产鲜奶6万吨。现代牧业以租赁运营模式,启动新疆昌吉5000头奶牛标准化示范养殖场战略合作项目。燕塘乳业与前进牧业签约养殖合作项目,将共同投资在甘肃省高台县建设设计存栏规模6000头的奶牛场,总投资超过2亿元,达产后生鲜乳年产量将超过3.3万吨。
(据《农民日报》)



贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—



中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

