

进口锐减，葡萄酒市场面临洗牌

记者 王伟

8月12日下午，一场葡萄酒品鉴会在开元大酒店举行，来自近30家不同企业的负责人受邀参加。品鉴会上，葡萄牙环球酒业亚洲市场经理Pedro向大家介绍了葡萄牙各葡萄酒产区的情况，以及如何品鉴一款葡萄酒。“类似的品鉴会我们今年差不多一个月会举办一次，这样的频率比以往高多了，今年的淡季特别明显，我们需要更加深耕细作。”宁波铂法贸易有限公司负责人陈亚君说。

来自宁波海关的数据，今年1-7月，宁波口岸进口葡萄酒2143.1万升，同比减少18.8%，价值6.3亿元，同比减少12.5%。这是宁波口岸葡萄酒进口自2015年连续几年高速增长以后，首次出现的明显回落。

连续高速增长以后的下滑

熟悉的人都称呼陈亚君为“小黑”，因为她皮肤有点黑。看上去非常年轻的她，在进口葡萄酒行业已经工作了整整十年，自己成立公司，则是去年7月的事情。“我感受最明显的是，前几年我们进口的红酒基本不需要主动销售，政府采购、企业团购加一些稳定的经销商渠道，就能保持良好的势头。现在自己出来做了，发现市场竞争越来越激烈，我们需要做更多的工作来维持市场份额。”

来自宁波海关的数据显示，自2015年至2018年，宁波口岸进口葡萄酒保持了连续高速增长，但2018年增幅开始放缓，今年上半年则出现下滑。

2015-2019年7月宁波口岸进口葡萄酒情况

时间	进口金额	同比增幅
2015年	2.8亿元	10.6%
2016年	9385万美元	67.8%
2017年	1.55亿美元	70.3%
2018年	12.1亿元	25.9%
2019年1-7月	6.3亿元	-12.5%

2008年-2009年5月中国进口瓶装酒企业数量变化情况

时间	企业数量
2008年	1485
2009年	2137
2010年	2731
2011年	3786
2012年	4424
2013年	4537
2014年	4152
2015年	4719
2016年	5329
2017年	5909
2018年	6411
2019年5月	4175

数据来源：中国食品土畜进出口商会

全国性的数据走势更加明显。在经历2015-2017年进口金额和总量连续双位数增长后，2018年，市场开始收缩，进口数量7.2亿升，同比下滑8.95%，进口金额35.4亿美元，同比仅增长1.1%。2019年，下滑更明显。上半年，全国性的进口金额同比下滑约20%。与此同时，全国进口瓶装酒企业在今年上半年锐减了35%，说明行业洗牌形势严峻。

葡萄酒智情机构(Wine Intelligence)发布的《2019年全球葡萄酒指南》(Global Compass 2019)报告显示，5年来进口葡萄酒首次出现持续下滑现象的中国，排名从前五下滑到第六位。根据葡萄酒智情机构的报告，目前世界上最具吸引力的葡萄酒市场前五名分别是：美国、加拿大、法国、德国、荷兰。

“今年春节以后确实感觉到明显下滑”。宁波空港物流发展有限公司红酒中心负责人蒋伟、宁波布加斯国际贸易有限公司总经理朱冬挺，都这样告诉记者。

“小黑”觉得自己心态挺好的，在她看来，葡萄酒除了是一种商品，本身所含有的文化和艺术气息，也很吸引她。铂法目前的销售还比较稳定，不过小黑说，进口葡萄酒这几年价格下滑比较厉害，和三五年前相比，同样的葡萄酒，市场价差不多下降了30%，进口商的利润率至少下滑了50%。

品牌化精品化趋势显现

在业内人士看来，进口葡萄酒今年的形势一方面与宏观经济有关，但更主要的还是葡萄酒行业在经过多年的快速发展后，进入了瓶颈期。在此之前，很多进口商、经销商只是跟随行业红利赚钱，很少思考商业模式以及下一步怎么做。传统的模式下，销售主要依靠渠道利润驱动，终端销售以团购等关系销售为主，渠道大于品牌。这样的模式导致大量参差不齐的产品被压进渠道，普通消费者无从选择。与此同时，大量品牌辨识度不高的产品，在市场上进行价格战，也让进口商日子难过。这也倒逼葡萄酒市场品牌化、精品化。

据“小黑”介绍，这两年，价格在100-300元之间的精品酒份额开始提升，人们开始追求品质更好、更有故事的酒，原来很便宜的红酒比例开始下降，尽管这一部分的量还是最大的。“我们12日品酒会上品的葡萄牙帕莱斯特，就是一款精品酒，在国内是独家代理，由空港物流有限公司2009年引进，这么多年市场一直很稳定，接下来，我们希望通过一些推广，提升其市场份额。”

今年1-7月宁波口岸的数据显示，尽管数量和金额都在减少，但金额减少的幅度低于数量减少的幅度，也说明进口葡萄酒的单价在提升。

市场趋于品牌化的一个表现是奔富。拥有奔富品牌的澳洲酒业巨头富邑集团，2019年半年报收入15.1亿澳元，同比增长16%，在中国市场带动下，亚洲市场大增32.4%。富邑在中国的品牌运营商，如酒易酪庄运营的奔富MAX等，也增长迅速。

有声音认为，上一阶段进口葡萄酒的大量涌入促进了消费市场的成熟，品牌化则将是下一阶段增长的关键，市场表现不会再是你好我好大家好，而是有人欢喜有人愁。当然，品牌化之后的模仿与假冒，也是商家担心的一个问题，但这是另一个问题了。

据了解，目前国内葡萄酒消费市场规模约为800亿元，相比于白酒5300多亿的市场规模，差距很大。

行业资讯

工行宁波市分行力挺文化产业发展

多年来，工行宁波市分行充分发挥工商银行在资金、结算、产品、科技、人才、网络等方面的综合实力优势，采取对文化产业差异化的金融服务模式，积极开展“文化+金融”的融合创新，促进了文化产业的繁荣发展和城乡居民的文化消费。

“书藏古今，港通天下”的宁波是我国著名的历史文化名城，工行宁波市分行为支持宁波文化产业，着重加强了对重大文化项目建设、文化发展集聚区和重点文化企业的支持，最大限度地满足企业的资金需求，并推出了信贷、债券、理财、基金、投行、租赁、表外结构化融资

等多种工具结合的金融服务。工行宁波市分行除了为文化企业提供普通贷款评级授信外，还不断创新和推广文化信贷产品，提供包括保理、发票融资、信用证等金融服务，构建了服务文化产业的完整金融链条。

此外，工行宁波市分行还开展信贷风险补偿资金合作，通过政府和保险公司为符合条件的中小微文化企业提供授信，充分发挥风险池的放大效应和导向作用，为宁波市中小文化企业或企业化管理的文化事业单位提供融资支持，缓解中小文化企业融资难的问题。

沈颖俊

中行与中国电信成立5G实验室

8月8日，中国银行在北京举行《共建“5G联合创新应用实验室”框架协议》签约仪式，与中国电信共同成立5G联合创新应用实验室。

中国银行首席信息官刘秋万、中国电信集团副总经理陈忠岳出席活动，中国银行信息科技部总经理邢桂伟、中国电信集团政企客户事业部总经理刘颖代表双方签署协议。

根据协议，双方将开展面向5G的业务创新和场景创新，在创新通信、智慧网

点、数字金融、数据智能、物联网金融等业务领域加强合作。

中国电信拥有全球规模最大的宽带互联网络和技术领先的移动通信网络，是全球最大的光纤宽带运营商、IPTV运营商和固定电话运营商。

近年来，中国银行紧密围绕战略目标，全力打造“场景生态丰富、线上线下协同、用户体验极致、产品创新灵活、运营管理高效、风险控制智能”的数字化银行。