

聚焦 我们身边 正在兴起的经济事物 之一

写在前面

变化大多时候都是在不经意之间发生,虽然变化就在我们身边。

我们在5月31日为你奉上了两个版的“献给我们身边即将消失的经济事物”稿件,我们身边又有更多的事物正在兴起,它们或者已经有一段时间,你从没注意,但它们可能已经影响你的生活。

一个行业——酒庄,一个现象——微博经济,我们选择这两个社会点,管中窥豹,从中发现经济社会之变。



金水路附近的一家酒庄。

酒庄

是昙花一现,还是钱途远大?

市酒业协会:郑州酒庄有100家上下 为高端客户提供专业私人侍酒服务 行业混乱:贴牌、假冒、虚标价格

白酒也在尝试“酒庄式”经营

一位品酒师主持派对,在他的引导下,葡萄酒、白葡萄酒、香槟酒配着不同的餐点和讲解,依次低吟浅酌地上台,虽然没有那么多礼仪,一众朋友却在这氤氲的氛围中,高谈阔论着。女主播在派对后得到了大家的一致赞扬:“我没想到酒庄里的氛围这么好,大家很尽兴,每个人都喝得微微醉,心情极佳,后来大家都说这个派对给他们留下了深刻的印象。”而这里的开销也不小,西餐费2000元,

红酒费达到5000元。

有人质疑说,酒庄,只是一个洋气的噱头,卖酒就是卖酒,花里胡哨没有生命力,这行业或许只是昙花一现。

然而,郑州某外资酒庄的营销经理则自信满满,在国外酒庄已经有几百年的历史,在中国才刚刚起步。郑州市酒业协会秘书长薛忠喜则说,酒庄是红酒销售的一种形式,而白酒也在尝试这种经营,它们的名字叫会所。

主要以会所的形式经营

在郑州,目前官方统计有酒庄五六十家,然而,据郑州市酒业协会秘书长介绍,五六十家只是保守数据,“有100家上下”。

在农业路大商一楼的直梯入口处,一个酒庄只有10平方米左右,里面高高的货架上密密麻麻摆满了来自世界各地的红酒。在农业路经三路路口的波尔多酒庄,虽

然面积很大,但也是仅仅做零售和团购红酒。不过,据其销售人员介绍,在其东区的店面,面积较大,则一般会承办一些航务活动。

纳帕酒乡的营销人员告诉记者,他们则主要以会所的形式经营,“根据会员的级别,提供各种不同的服务”。

80%以零售和团购为主业

在郑州,酒庄主要以零售、团购红酒为主业,同时兼营多种业务,除了女主播的私人宴会外,酒庄还承办各种商务酒会,甚至包括给一些高端客户设计安装建造酒窖。

一位酒庄的策划经理告诉记者:“作为会所式经营的酒庄,我们会对钻石卡客户充分满足各种需求。比如对高端客户,甚至是可以提供专业私人侍酒服务的。”

他向记者介绍:“红酒是很讲究的,有些客户是讲究服务的。高端客户可能想去阿五美食吃饭,但是也需要红酒服务,我们可以向

他提供一个专业的具有资质的侍酒师,带红酒去阿五提供服务。”

据记者了解,目前郑州市场的酒庄,80%以零售和团购为主业,其他以会所的形式经营,有的在酒庄里面设置包间,有的是以简单的冷餐配合红酒,有的会所则聘请专业的西餐厨师做了餐酒结合。

有的酒庄则提供更多样的服务,例如做红酒策划,做品酒会,给客户定做酒窖代购各种年份酒,甚至做红酒的私人交易拍卖等,借一位红酒爱好者胡先生的话说,“只要和红酒着边,他们就做”。

红酒到底有多大市场?

不少人在质疑,作为中国几千年的传统,白酒的地位不可动摇,尤其是中原酒文化根深蒂固,已经深入所有的国人心中,但是根据一个调查机构的数据显示,中国这些年红酒的增幅惊人,都以每年两倍的数量在激增,而中原的消费量竟然还高过南方省份。

“我们的会所才刚刚开始,现在会员已经开始有了。”某酒庄的负责人告诉记者,他们公司一直在做房地产,现在收购了美国的一个酒庄,依托着现有的地产客户,他们发展酒庄会员很顺利,“在郑州是有精英人士喜爱红酒的,郑州的红酒消费潜力很大”。

不仅仅是高端红酒,在郑州的超市里,红

市场混乱,几十块的酒能卖几百上千

随着消费者对红酒越来越认可,更多的商家看到了这一机遇投身其中,然而市场鱼目混珠已经成为红酒市场的一个大问题。

“一瓶酒几千块,谁知道到底值不值?”市民李女士在超市挑选红酒时向记者抱怨,“都知道红酒好,但是想喝个进口的吧,几十块的有,好几千的也有,看得人眼花缭乱,真是不知道怎么甄别。”

据业内人士介绍,现在市场上除了贴牌产品冒充进口,还有进口原酒私人灌装,甚至虚标价格。“国外一些只卖几十元人民币的红酒,到了国内能卖几百甚至上千。”

与市场的这种混乱相对应的,也有消费者消费心理的混乱,某酒庄的负责人坦诚地告诉记者:“现在很多人喝红酒是为了身份,其实消费起来是很盲目的,别人喝他也喝,你说啥价就啥价,什么拉菲什么纳帕,根本什么都不懂,好的坏的也喝不出来。对着雪碧喝红酒这种不懂红酒文化的人大有人在。”

不过红酒业内人士对于当前的市场混乱并不担心,“混乱的市场环境和混乱的消费心理,是红酒市场发展和普及的一个必然过程,大家在盲目喝,这就是红酒的普及,自然会有越来越多人发现红酒的好”。

酒庄文化旅游也成热词

从单纯卖红酒,到简餐搭配,再到现在的高端会所定制服务,而今酒庄文化旅游成了红酒市场的又一热词,纳帕酒庄的一位负责人就表示,他们规划在郑州北部惠济区建设一座大型的庄园式多元复合社区,“有高端带酒窖的别墅,有葡萄酒,有酒窖,有会所,有品酒服务,有红酒销售,希望成为郑州人郊区旅游的又一个新选择,这种红酒主题的郊游,在国内郑州兴起,也是红酒市场的一次大普及”。

随着市场的发展,酒庄已经越来越多元化,有人认为,酒庄经营的多元化,正是因为单纯销售不能盈利,多样经营是不得已而为之。但是酒庄却不这样看,“多元化经营是市场多样性的正常反应,也是市场越来越成熟的表现,高端市场的多元经营和中低端市场的专卖,在郑州盈利都很正常。”

“市场是有需求的,当前的状况是符合市场规律的,我认为前景还是很不错的。”酒业协会秘书长介绍。

长套餐,摆放着两排20套精美的餐具,在暗调的周围环境中,餐桌上的灯光将每个餐位上大大小小4个高脚杯照得格外剔透,这是一位美女主播的生日PARTY,深爱她的老公将生日派对摆在我市的某个酒庄里。

随着红酒越来越受到消费者的关注,酒庄近两年也随之在郑州集中进入大众的视线。不过有不少不明就里的消费者说,酒庄,不过是一个洋气的销售噱头,甚至预言酒庄不过是一现的昙花,产品的销售依然要靠“薄利多销”的传统店面。然而,在郑州,奢侈品的热卖也让一些红酒业内人士看到,高端产品的市场潜力很大,酒庄会发展壮大。

快速消亡,还是市场竞争后规范生存?酒庄的未来,或许只能靠时间来证明。

晚报记者 辛晓青/文 马健/图