

直面痛点,头部酒企共谋出海“新路”

如何“出海”“出好海”“出更远、更广阔的海”,真正走近国际消费者,是白酒行业乃至所有产区、企业必须思考的问题,也是世界名酒未来高质量发展不落后、不掉队必须回答的问题。

本报记者 刘雪霞 发自北京

不出海,就出局。
在当前国内存量竞争阶段下,出海已经从一道选择题变为必答题,成为中国白酒行业的重要发展方向。但就过程而言,尽管中国白酒在海外的投入逐年增加,但其国际化进程仍处于起步阶段,且面临着诸多问题需要解决。

面对境外白酒市场这片巨大的

“蓝海”,白酒企业如何更好、更快地走出去?中国酒业“出海”又将面临哪些新挑战?

12月19日下午,“世界名酒发展大会”在四川宜宾召开。五粮液、茅台、洋河、汾酒、泸州老窖、剑南春等酒业巨头齐聚,以战略性、前瞻性的视野,共同探索中国白酒全球化之路的“新攻略”。



国际化是中国白酒增量发展的必由之路

相关数据显示,2023年,中国白酒行业实现总产量629万千升,销售收入达到7563亿元,出口量和出口额却分别仅占0.24%、0.74%。这意味着,中国白酒出口潜力巨大。

近年来,酒业贸易交互繁荣,政策不断开放,区域沟通联络不断深化,“政企联合”“抱团出海”势头强劲。名酒企业、名酒产区扎根海外市场积极布局,以开放合作的新姿态寻求更多国内外行业伙伴,不断推进中国白酒国际化。

五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦认为,国际化是中国白酒增量发展的必由之路。当前,中国白酒国际化仍处于起步阶段,国际化之路困难重重,主要在于海外主流消费认知少、海外主流消费场景少、海外主流消费群体少,以及文化壁垒、技术壁垒、关税壁垒和口感差异。

茅台集团党委副书记、总经理王莉表示,中国白酒要打开新的增长“突破口”,找到新的市场“增长极”,实现可持续高质量发展,“走出去”是一条重要路径。从发展实践看,“走出去”

可以分为出口、出海和国际化三个阶段,三者环环相扣、层层递进,是“量变”到“质变”的过程。

据了解,今年,贵州茅台、五粮液、汾酒、洋河股份、泸州老窖等知名酒企都积极布局海外市场。例如,五粮液依托已设立的亚太、欧洲、美洲三大国际营销中心,加速发力海外市场,持续打造全球化的渠道布局;贵州茅台今年已走进近30个国家和地区,今年前三季度海外营收达34.83亿元,同比增长16.71%;汾酒目前在60多个国家和地区发展了80多家海外经销商,180多家国外免税店和中国的境内免税店。

“白酒产业正步入新的调整阶段,从过去的放量增长逐渐转向结构增长,这是行业发展的必然趋势,也是产业从高速度向高质量转变的必经之路。”江苏洋河酒厂股份有限公司党委副书记、总裁钟雨直言,站在新的发展起点,需要直面三大关键趋势:一是从产业看,增长模式转换,结构调整加剧;二是从需求看,消费回归理性,品质仍是核心;三是从市场看,紧跟时代大势,出海成为共识。



直面“痛点”,头部酒企探索出海新路径

眺望诱人的蓝海,各大酒企摩拳擦掌,欲在海外市场争得一席之地,但如何“出海”“出好海”“出更远、更广阔的海”,真正走近国际消费者,是白酒行业乃至所有产区、企业必须思考的问题,也是世界名酒未来高质量发展不落后、不掉队必须回答的问题。

对此,曾从钦表示,名酒代表要紧跟中国经贸、中国企业、中国制造、中国文化、中国餐饮“走出去”,携手构建“展示+品鉴”“名企+名酒”“品质+标准”“产品+文化”“美酒+美食”的发展模式,共同提升中国白酒的国际关注度、知名度、认可度、美誉度和忠诚度。

“即便当前中国白酒拓展海外市场的进程在加快,但包括茅台在内的中国白酒当前仍处于‘出口’阶段。”王莉坦言,要实现国际化的“质变”目标,需在持续做好产品“出口”的基础之上,努力构建六大体系——系统的“表达体系”、特色的“产品体系”、多元的“渠道体系”、科学的“价格体系”、全面的“合规体系”和完备的“政策体系”。

10月中旬,中国香港宣布调整烈酒进口税率。作为白酒“出海”的桥头堡,香港特区此举也被业界解读为将有利于白酒加速出海。但现实是,中

国酒企要实现真正的国际化,依然任重道远,关税、标准、文化等都是需要解决的问题。

山西杏花村汾酒厂股份有限公司总工程师韩英表示,关税问题是中国白酒出海的积年之痛,欧洲一些国家的关税在80%-100%,很多国家的关税在100%-400%,如此高额的关税,不仅增加了酒企出海的准入成本,也降低了产品的价格竞争力,进而影响了白酒在海外市场的销量和市场份额。

泸州老窖股份有限公司首席数字官苏王辉认为,我们要统一塑造积极达观、诚信厚重、拼搏有为的民族品牌形象,让世界读懂中国名酒的“精、气、神”,感受中国品牌的正能量。

苏王辉进一步表示,谁拥有国际标准的制定权,谁就拥有主导市场的话语权。由于各国对烈酒管理的政策法规存在较大差异,当前缺乏适应中国白酒酒体成分和风味特点的国际检验标准,无形中为中国白酒出口增添了障碍,因此,“扬帆”之前,在标准上还需要和海外消费者统一“口径”。

令人欣慰的是,2023年4月,中国酒业协会启动制定《白酒国际化术语

表达体系》团体标准,致力于解决白酒在国际化市场流通中体系、表达和术语缺乏的问题,有望在一定程度上加速中国酒业与世界酒业的标准对接和文化推广合作。

在四川剑南春(集团)有限责任公司副总经理田锋看来,白酒国际化还需要重视“三个关键”:海外华人,是拓展国际市场的先锋、是白酒国际化的中坚力量;国内的外国友人,是白酒文化传播的种子、是助力海外推广的大使;国际交流活动,是白酒展示魅力的高光时刻、是为消费者提供价值的舞台。

路虽远,行则将至。

正如中国酒业协会理事长宋书玉所言,向世界讲好中国名酒的故事,是中国名酒实现国际化的第一步。为了让世界了解和接受中国酒文化,中国酒业协会正在不断探索新的传播途径和加速中国白酒技艺申请世界非物质文化遗产等工作,中国名酒的国际化,不仅是产品走向国门,更是中国名酒文化、理念与价值的全球共享。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

酒类信息及
配套专版



朗脉
Microprocess
Expertise for Future
(股票代码: 002160)

洁净级不锈钢智能酿造设备/
智能不锈钢酒罐/不锈钢管道
/智能化调酒系统核心供应商

联系人: 张先生 联系电话: 15610708999 地址: 上海市闵行区集心路168号6号楼

上海朗脉洁净技术股份有限公司,是上市公司朗脉股份(股票代码9002160)的全资公司,公司注册资本3.4933亿元,主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、医药等食品级洁净工程总承包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。

上海朗脉洁净技术股份有限公司的服务宗旨是用做医药设备的洁净理念来为传统白酒行业服务。部分业绩如下:

