来自 60 个国家的 10,000 多名专业观众齐聚 2024 年亚洲国际葡萄酒及烈酒展览会

中国葡萄酒和烈酒市场预计到 2027 年将增长 19

2024年5月30日星期四



Vinexpo Asia 2024 继去年在新加坡首次亮相后，今年 5 月再次回到香港。从 5 月 28 日至 30 日，为期三天的展会吸引了来自 60 个国家的 10,000 多名专业观众，在熙熙攘攘的香港会议展览中心（HKCEC）展示了来自 35 个国家的 1,032 家葡萄酒和烈酒生产商。

活动的主要讨论围绕几个关键主题展开，特别是白酒的崛起、对中国市场的关注以及香港作为贸易中心的影响力。

白酒的主导地位

亚洲国际葡萄酒及烈酒展览会的一大亮点是一场题为 "现状白酒：由 IWSR 饮料市场分析公司咨询总监 Luke Tegner 主持。这场会议深入探讨了超高端烈酒领域，IWSR 将其定义为价格在 100 美元以

上的烈酒。尽管是一个小众市场，但这些高价值烈酒的重要性已大幅增长。

从 2017 年到 2022 年，这些高端烈酒的全球市场份额几乎翻了一番，从 8%增至 15%。中国白酒占据了这一细分市场 85% 的份额，价值高达 2120 亿美元。虽然低价白酒的销售量在下降，但超高端白酒却在蓬勃发展，实现了非凡的价格。泰格纳强调了这一点，并着重指出，尽管白酒主要局限于中国，但其市场表现却十分抢眼。

不过，白酒对年轻消费者的吸引力还存在不确定性，因为他们不太喜欢便宜的选择。各大品牌正越来越多地利用数字平台来吸引这部分人群。例如，乐金咖啡（Luckin Coffee）在一天之内就售出了价值 1 亿元人民币（约合 1,090 万美元）的贵州茅台白酒咖啡。

高价位市场的强劲销售应能促进白酒在免税店等其他市场的发展。除白酒外，威士忌等其他烈性酒在亚洲的需求量也很大，该地区在这一类别中的全球增长率最高。

聚焦中国

Vinexposium 首席执行官鲁道夫-拉梅兹（Rodolphe Lameyse）在会前强调，中国目前是香港展会的重点。与此同时，两年一届的新加坡展会则更多地面向东南亚市场。今年的新亮点是重新与中国市场建立联系。亚洲，尤其是中国，是葡萄酒和烈酒行业的重要市场，IWSR 预计到 2027 年，葡萄酒和烈酒市场将增长 19%。

ASC Fine Wines 和 AdaptEdge 的联合创始人唐-圣皮埃尔（Don St Pierre）反驳了 "中国正在失去意义 "的说法。香港是通往拥有 8700 万人口的粤港澳大湾区（GBA）的门户，仍然举足轻重。大湾区是中国发展最快的地区，拥有中国最年轻、受教育程度最高的人口。

香港的影响力

YouGov 大中华区总经理 Philippe Chan 认为，香港在推动 GBA 市场发展方面具有得天独厚的优势。Edrington 北亚区总经理 Jaime Martin Chocano 指出，香港和澳门的奢侈品购买影响力使其成为中国理想的投资地点。香港对葡萄酒不征收关税，这保持了香港市场的相关性，很大一部分进口葡萄酒被转口到其他亚洲市场。

Corney and Barrow 公司总经理 Mattieu Thibaut 对此深有同感，他强调香港与中国的交通便利，巩固了香港作为葡萄酒和烈酒重要枢纽的地位。

澳大利亚的存在

鉴于中国的重要性，澳大利亚参展商出席 Vinexpo Asia 是意料之中的事。3 月 29 日，中国取消了对澳大利亚葡萄酒的关税，这促使许多生产商报名参加香港展会。Yalumba等主要企业参加了此次展会，主要是为了多年来首次与他们的进口商ASC Fine Wines会面。然而，并非所有参展商都以中国为重点。来自塔斯马尼亚的 Handpicked Wines 希望与韩国和日本的进口商建立联系，并与泰国和其他东南亚市场的分销商会面，这表明展会的吸引力不仅限于中国。

法国代表

不出所料，Vinexposium 确保了法国的强大参展阵容，法国参展商占参展商总数的三分之一。按数量

计算，法国是中国进口葡萄酒的主要供应国，这使得香港成为两国之间重要的贸易枢纽。

法国驻华大使贝特朗-洛索拉里（Bertrand Lortholary）出席了开幕式，强调了葡萄酒的桥梁作用。然而，前景并不明朗，有传言称在欧盟对中国公司进行反补贴调查后，中国可能会针对欧盟的葡萄酒出口。这可能会危及欧盟与中国之间价值 8 亿美元的葡萄酒贸易，影响到法国、意大利、西班牙、德国和葡萄牙等主要出口国，其中法国占这些出口的近一半。

尽管存在这些挑战，但 2024 年作为中法两国官方旅游年，凸显了香港作为两国贸易通道上重要一步的持续重要性，这一点在整个 2024 年亚洲国际葡萄酒及烈酒展览会上都得到了响应。