

两年时间,十多家酒行竞相开业,但市场认可有点慢

进口红酒,要多念念本地的经

本报记者 王颖 实习生 孙静波

随着人们生活水平的提高,红酒在老百姓的生活里出现的频率越来越高,而一向标榜贵族身份的进口红酒,近两年也开始抢占泰城市场。越来越多的进口红酒专卖店在泰安竞相开业。泰城进口红酒的市场经营现状如何?进口红酒的市场经营方向又会发生怎样的改变?

两年间,十多家红酒行竞相开业

11日上午,记者来到位于环山路东段的醒恩红酒行。酒行的货架上除了摆着醒恩系列原装进口红酒之外,还有来自法国、智利、澳洲等国家的知名原装进口红酒。采访中,该店销售经理霍斯敏说,2010年,从澳洲回国后,她经过大量的

市场考察开了第一家醒恩红酒行。随着经营不断扩大,原有的店面已经不能满足事业发展,泰安醒恩红酒行的分店也于近日开业了。

采访中记者了解到醒恩红酒的情况,只是众多进口红酒品牌在泰安市场发展的一个缩影。目前,越来

越多的进口红酒品牌开始在泰城设立红酒行,抢占市场。在几百米长的普照寺路上,就有四五家专门经营进口红酒的专业酒行。而在擂鼓石大街附近,进口红酒专营店也达到了七八家。

“感觉泰城的进口红酒行最近

两年突然冒出来很多。”泰安市富堡酒窖经理刘伟说,几年前,他就开始关注进口红酒市场,不过那时主要是一个外地做红酒生意的朋友给他推荐,但也就是这两年,泰安也开始出现进口红酒专卖,而且都是些法国大品牌,像拉菲、卡斯特等。

市场空白,成商家争抢目标

为何泰城在两年时间会出现十多家进口红酒行,醒恩红酒行霍斯敏解释说,喜欢红酒,品味红酒是一种生活方式,随着生活水平的提高,这种生活方式会慢慢被人们所接受,因而进口红酒专卖店的生意也做得风生水起。

“当初确定要在泰城投资进口红酒专卖时,主要看中了泰城进口红酒市场的空

白,而且泰安也是一个国际旅游名城,依傍泰山整个城市人文气息也会吸引很多外地人在这里定居,而且泰城高消费群体也比较庞大。”卡斯特名仕酒窖销售部经理韩利说,在泰安懂红酒的人也不在少数,所以开业后也有了一些喜欢红酒的消费者做进口红酒的投资和收藏。去年有一位做开发商生意的老板,买了几瓶上千元

的原装进口卡斯特红酒,今年这些红酒的价格已经翻了一番。“偌大的一个泰城两年前进口红酒还接近空白,你想想这个市场有多大。”泰安市富堡酒窖经理刘伟信心满满地说。

泰安市澳华康酒业工作人员称,目前也有一部分消费者开始认识到红酒的保健和养生功能。

消费群体受限,市场发展有点慢

记者在走访中了解到,尽管进口红酒专卖店遍地开花,而多数商家表示泰城进口红酒市场具有空白点、潜力大的特点,然而在经营中却发现,尽管潜力大吸引着众多商家的加入,单一红酒专卖风险大、成本高,以及市场开拓慢也让许多商家很着急。

“虽然现在泰城已经有了不少进口红酒行,但发展相对来说还是比较缓慢。”泰安市富堡酒窖经理刘伟毫不讳讳地说,同时为上海建发酒业代理的卡斯特系列红酒,淄博每年的营销额在3000万,而泰安营业额只有一二百万,这个差距相当大。刘伟解释说,导致进口红酒在泰安发展比较

缓慢的一个原因是,在普通消费者心里,一提到进口红酒感觉价位很高,其实不然,平价进口红酒也有很多。泰安醒恩红酒行工作人员介绍说,除了经营高档的进口红酒之外,酒行中最便宜的一款红酒只卖几十元,百元价位的进口红酒也很多,不管价位高低,在品质上绝对可以保证。

“现在的进口红酒专卖店,开始往往都是单一销售进口红酒,而进口红酒本身就是高消费的物品,开发一个新客户往往要投入大,所以使得这种营销模式风险大,且成本高。”卡斯特名仕酒窖销售部经理韩利对记者说,目前已经开业一段时间的进口

红酒专卖店,在出现经营困难时,多数都采取了增加销售种类的做法。“在一些红酒专卖店,很多客户会问有没有其他比如啤酒、烟之类,所以有很多红酒专卖店变成了名烟名酒超市,精品茶、高档烟,进口红酒等都在销售,一旦这样便降低了成本和风险。”韩利对记者说。

而对于唯一一家只做单一品牌进口红酒的卡斯特名仕酒窖,是否也面临这种销售问题时,韩利说:“开业初期的三年内是非常难的时期,所以要有耐心,等消费者都清楚这家店只做品牌红酒,质量也会有保证时也就打开了市场。”

进口红酒发展需转变营销模式

“泰安会迎来更多进口红酒品牌,然而想要获得快速发展,必须改变目前存在的一些问题。”泰安市富堡酒窖经理刘伟说,目前,一些进口红酒代理公司在选择红酒代理商时,还是看代理商是否有广阔的人脉关系,而对代理商是否具备专业素质不是关心。另外,在营销模式上,基本上依靠“品鉴会”的模式,找个汽车4S店或者是高档酒店,邀请一部分人去品鉴,但这种模式有很大的局限性,毕竟只有少数的人能有机会参加。

泰安醒恩红酒行霍斯敏表示,要想让泰安进口红酒行业快速发展,代理商必须要具备专业素质,要知道在哪里能找到好酒,对葡萄酒的原料种植、品种、口感、价格等方面的信息非常熟悉;做到采购的专业化,酒商们应知道如何找到性价比高的好酒,此外,酒商们还要有明确的市场定位,是走酒吧、红酒屋还是网上订购配送路线,必须很清楚;最后是渠道运作的专业,具体说来就是能正对不同的群体,使用不同的市场策略。“除此之

外,还要加强消费者对葡萄酒文化认知的引导,让普通市民了解,红酒不是有钱人才可以消费,老百姓也可以消费得起。”霍斯敏中肯地说。

“未来两年之内,进口红酒专卖店一定会有一场残酷的洗牌,毕竟每家进口红酒专卖的对象不同,针对了不同层次消费群体,所以说每家店也只能去做好属于自己的那一亩三分地。”名烟名酒超市老板李苏民感慨地说,洗牌之后的进口红酒专卖市场,也会变得更加细化和专业,也会更加成熟。

“目前泰城虽然有十多家专业销售进口红酒的店,但目的大多是想推广到泰城红酒的空白市场,但至关重要是,进口红酒的价位并非是所有普通老百姓可以接受的,所以进口红酒专卖店理应去寻找适合自己的消费群体和层次,有针对性地去推广红酒文化,才会在红酒销售转折点上起到很好的推进作用。”泰山学院经济管理系助教张博说。

编辑: 侯海燕
美编: 左晓明
组版: 赵 晴



泰安醒恩红酒行工作人员擦拭进口红酒。本报记者 王颖 摄