



葡萄酒与烈酒 中国市场年鉴 2014

China Market Wine & Spirits Yearbook 2014



◆ 《葡萄酒》杂志社 编 ◆

SPM 南方出版传媒
广东人民出版社

葡萄酒与烈酒 中国市场年鉴·2014(上)

China Market
Wine & Spirits
Yearbook 2014

《葡萄酒》杂志社 编

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社
·广州·

图书在版编目(CIP)数据

葡萄酒与烈酒中国市场年鉴. 2014. 上 / 《葡萄酒》杂志社编. — 广州: 广东人民出版社, 2014.12

ISBN 978-7-218-09817-3

I. ①葡… II. ①葡… III. ①葡萄酒—消费市场—中国—2014—年鉴 IV. ①F724.782-54

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第291226号

PUTAOJIU YU LIEJIU ZHONGGUO SHICHANG NIANJIAN · 2014 (SHANG)

葡萄酒与烈酒中国市场年鉴·2014(上)

《葡萄酒》杂志社 编

版权所有 翻印必究

出版人: 曾莹

总策划: 金炳亮

特约编审: 肖风华

责任编辑: 曾白云 蒋子宁

封面设计: 张绮华

美术编辑: 王凌燕

出版发行: 广东人民出版社

地址: 广州市大沙头四马路10号(邮编: 510102)

电话: (020) 83798714(总编室)

传真: (020) 83780199

网址: <http://www.gdpph.com>

经销: 广东《葡萄酒》杂志社有限公司

印刷: 广东新华印刷有限公司

开本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 17 字数 442 千字

版次: 2014年12月第1版 2014年12月第1次印刷

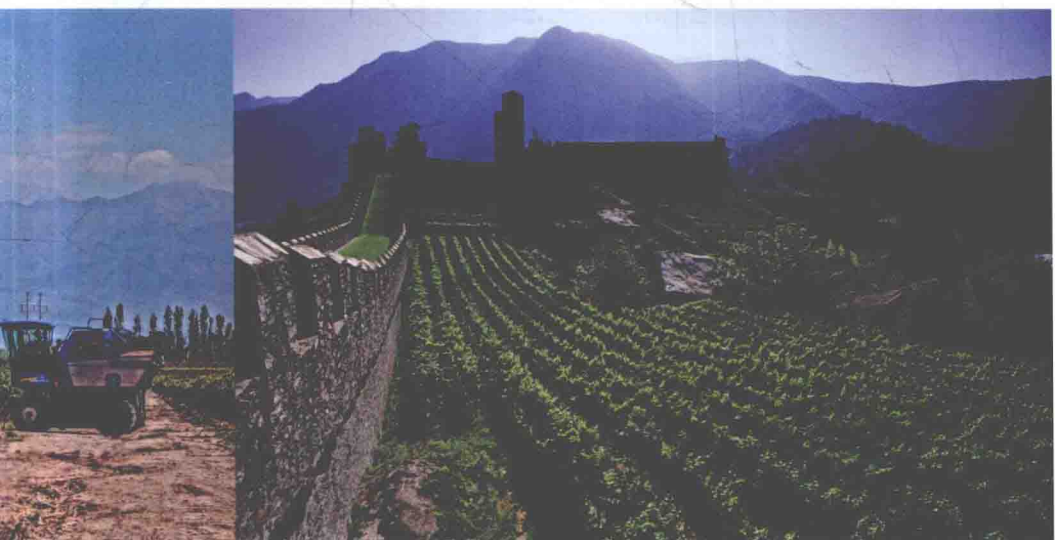
定价: 298.00元

如发现印装质量有问题, 请与《葡萄酒》杂志社联系调换。

目录 CONTENTS



中国葡萄酒行业综述	11
葡萄酒行业政策法规概要	12
中国葡萄酒行业及市场概况	14
进口葡萄酒市场数据分析	18
中国葡萄酒市场主要进口国及酒品	25
法国	26
意大利	90



智利	140
阿根廷	180
新西兰	202
2014 年《葡萄酒》金樽奖获奖酒品名录	229
中国葡萄酒培训机构及推广机构	242
中国主要葡萄酒协会及机构	248
索引	255

编辑委员会

主 任:王桂科

副 主 任:金炳亮

执行主任:孙 波 贾燕平

顾问委员会(金樽奖评委、按笔画排序):

Debra Meiburg MW 王世清

百 尝 杨 敏 谢德兰

编辑成员(按笔画排序):

李素宜 林 放 陈露丹

姚雨彤 彭 程 蒋子宁

资料整理:《葡萄酒》杂志社

广州科通展览有限公司

策划运营:《葡萄酒》杂志社

广州科通展览有限公司

序

王桂科

古往今来，有关葡萄美酒的描述实在太多了。

“葡萄美酒夜光杯，欲饮琵琶马上催。”这首脍炙人口的《凉州词》描绘了边塞将士开怀痛饮、激情奔涌的酣畅画面，展现了“壮士一去不复还”的悲壮。而诗仙酒圣李白则以“金樽清酒斗十千”慨叹“行路难”的同时，抒发了“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”的乐观人生、豪迈气概和理想追求。

古希腊伟大的哲学家柏拉图对葡萄美酒的赞美令人豪情万丈：桌上这碗葡萄酒宛如太阳，粉红色的酒是其光芒，如果没有葡萄酒，仿佛环绕在太阳四周的行星般的我们就无法发光。

然而，在葡萄酒的世界里可谓汗牛充栋，林林总总，多不胜收。葡萄品种丰富多样，地理条件纷繁复杂，酿造方式千差万别，风格特色个性迥异，无论是新世界还是旧世界，葡萄美酒带给人们的，是如此的多姿多彩。葡萄酒一如其酸、甜、苦、辣，滋味丰富，应有尽有，犹如百味人生，让人品尝不尽。

英国著名酒评家约翰·艾塞克为“英国葡萄酒指南奖章”获得者安德鲁·杰佛的《红酒圣经》所做的序言指出：“如果你想要更具有艺术气息、更健康、更有乐趣的人生，何妨花点时间来了解葡萄酒。你不一定要成为品酒家，但是你一定要知道一些基本概念。”

葡萄酒是一门科学。

葡萄酒是人类崇尚大自然的劳动成果，是天人合一的科学结晶。从地理位置、气候条件、土壤地质、葡萄品种、栽培技术、采摘压榨、发酵窖藏到装瓶包装，每道工序、每个环节、每个流程，都体现了科学的态度与精湛的技术。而葡萄酒的收藏和品尝，同样饱含着深厚的技术元素和科学精神。在一些传统的产酒大国，如法国、意大利、西班牙、德国等均对葡萄酒的生产制定了严格的标准体系，而且往往是标准苛刻，不得越雷池半步。

葡萄酒是一种文化。

从远古一直延伸至今，葡萄酒是一种文化的积淀。葡萄酒不仅具有悠久历史和卓越品质，而且蕴含深厚的文化内涵和丰富的审美艺术。欧洲伟大的艺术家达·芬奇曾说过：“葡萄酒是人类的文化，

好的葡萄酒就是好的文化。”葡萄酒以其独特的魅力，融入了太多的人文情感，凝结了心血和希望，体现了文化和品味，更寄托了理想和追求。从栽培、采摘、酿造、装瓶到包装设计，几乎所有细节都需要经过精雕细刻，充分体现了浓浓的文化内涵。或者说葡萄酒本身就是一种文化载体和艺术形式，既是一种文化情趣，也是一种鉴赏艺术。甚至可以说，葡萄酒是梦想，是追求，是创意，是艺术。

葡萄酒是一门学问。

对葡萄美酒，人们可以痴迷地品尝她、欣赏她、歌颂她，但还要不断地研究她。她有如梦中的精灵，以千姿百态的舞姿在你的味蕾间跳动，在血液中流淌。乍一看，葡萄酒不外乎由葡萄的汁液酿造而成，算是大自然和人类共同的作品罢了。但葡萄酒是如何带给人们丰富多彩的味觉之美呢？她是经由大自然的阳光雨露，经由人类的悉心酿制和时间的造化，才带给我们各种各样的视觉享受和味蕾乐趣。当你遇到一款精致的葡萄酒佳酿，或是一瓶陌生的葡萄酒新贵，你是大杯大杯地胡喝海饮，还是静静地、慢慢地细心品味呢？在这里，葡萄酒的学问将带给你完全不同的味觉效果。只有懂得葡萄酒的人，方能真正享受到葡萄酒的优雅和情趣。

葡萄酒文化需要传播，葡萄酒知识需要推广，中国葡萄酒市场更需要布道者。可喜的是，由南方出版传媒股份有限公司和广东人民出版社联合出版的《葡萄酒与烈酒中国市场年鉴·2014》终于面市了。她以专业的角度和敏锐的眼光，向广大读者推出产自法国、意大利、智利、阿根廷、新西兰等国的畅销酒款，这些酒款挑选自中国葡萄酒市场良好信誉的进口商，有不少是2014年度《葡萄酒》金樽奖评选的获奖酒款。这些酒款，品种丰富、特色鲜明、覆盖面广，而且拥有较高的性价比。这本年鉴，还对中国葡萄酒市场进行了宏观而严谨的分析，让读者大众一览中国葡萄酒市场的现状。她无论对乐于寻找高性价比葡萄酒的葡萄酒爱好者，还是想了解中国葡萄酒市场现状的葡萄酒专业人士，都是很好的桥梁和纽带。

让我们在书中找到自己珍爱的酒款，一起举起酒杯，享受葡萄酒带给我们的惊喜和乐趣。也祝愿葡萄酒给中国消费者带来健康的生活方式，为我们的美好生活创造更多的诗意和韵味！

（本文作者系中国出版协会副理事长，《葡萄酒》金樽奖评选组委会主席，广东省出版集团有限公司、南方出版传媒股份有限公司董事长）

出版说明

《葡萄酒与烈酒中国市场年鉴·2014》(以下简称《年鉴》)是国内首次编纂、按年度反映中国葡萄酒产品特性以及葡萄酒市场走向的综合性著作,也是目前葡萄酒行业领域中一套信息容量较大、市场产品较全面的工具书。它的基本定位和预期目标是:

1. 满足葡萄酒业从业者、爱好者、消费者的知识需求。
2. 为葡萄酒业从业者提供丰富的产品信息参照。
3. 在全面反映各类酒品特性的同时,对其提供综合评点,以强化行业知识、品牌文化的综合互动。

由于2014年是首次出版,因此我们将《年鉴》的编纂上限设为2009年,反映2009—2014年在中国葡萄酒消费市场上常见的葡萄酒酒品及其评点。今后将每年推出新版,以期对葡萄酒行业及其消费市场等产生持续而深刻的影响。

一、编纂缘起与过程

2009年至今,无论是国内外葡萄酒企业还是葡萄酒知识传播培训机构,都对葡萄酒文化进行了积极的推广,使葡萄酒消费市场不断地发展壮大。随着电商销售和新媒体传播渠道的加入,我们相信,葡萄酒消费市场在未来几年还是会保持良性发展、持续提升的趋势。2013年7月,中国商务部开始对原产于欧盟的进口葡萄酒进行反倾销调查和反补贴调查。2014年3月19日,中国酒业协会代表国内葡萄酒产业提出撤销反倾销调查和反补贴调查的申请,并请求终止调查。商务部于2014年6月24日决定终止对原产于欧盟的进口葡萄酒的反倾销调查和反补贴调查,这一举措极大地拉动了葡萄酒进口数量的增加。

2009年,在南方出版传媒股份有限公司的大力支持下,中国最专业、最权威的葡萄酒生活媒体——《葡萄酒》杂志创刊,与此同时,《葡萄酒》杂志社为打造中国葡萄酒评定体系而设立了中国第一个专业葡萄酒评比大赛——金樽奖。创刊六年以来,《葡萄酒》杂志会同相关行业企业对2009年以来进入中国葡萄酒市场的产品进行了系统搜集和整理,经过数年积累,形成了过百万字的资料。2014年5月,正式启动《葡萄酒与烈酒中国市场年鉴·2014》的编纂工作。

《年鉴》的编纂,得到了南方出版传媒股份有限公司、广东时代传媒有限公司、广州科通展览有限公司、各国驻华使领馆代表等的支持和指导。《年鉴》主体结构的确立和主要内容的调整,以及其他相应的编撰工作,得到了有关专家、学者的指导和帮助。本书的出版编撰,也全赖于《葡萄酒》金樽奖的评委Debra Meiburg、谢德兰、杨敏、百尝,《葡萄酒》杂志社孙波、林放、彭程等人的辛苦付出。广东省出版集团、南方出版传媒股份有限公司董事长王桂科为《年鉴》撰写了序言。

二、主要内容

1. 中国葡萄酒行业综述。包括行业与产业的概念、现状、趋势分析等方面的研究,产业发展布局及市场战略数据分析研究,由《葡萄酒行业政策法规概要》《中国葡萄酒行业及市场概况》《进口葡萄酒市场数据分析》三部分构成,较全面地反映中国葡萄酒行业、市场的走向、趋势和发展现状,并可从不同层面满足从业者、爱好者、行业管理者的需求。

2. 中国葡萄酒市场主要进口国及酒品。《年鉴》所收录的酒品按中国葡萄酒市场的主要进口国划分为十类,该栏目按国家划分并参考市场占有率及参赛参奖的成果排序,并加以酒评,以具体反映各款产品的详细情况等。这样既可为众多葡萄酒爱好者提供广泛的品饮参考,又可为葡萄酒业从业者提供准确的产品信息以及选用参考标准。

3. 金樽奖获奖酒品及国内相关行业机构协会名录。包括《2014年〈葡萄酒〉金樽奖获奖酒品名录》《中国葡萄酒培训机构及推广机构》《中国主要葡萄酒协会及机构》。其中《2014年〈葡萄酒〉金樽奖获奖酒品名录》收录了被媒体、大众和葡萄酒行业从业者所广泛关注的2014年《葡萄酒》金樽奖获奖酒品，并按照获奖体系进行分门别类。

4. 索引。该索引对《年鉴》内所涉及酒品以汉语拼音首字母排序编制而成，酒品名称以数字或其他符号开始的，编入“#”栏，共收录索引约1 800余条，希望为读者查阅和使用提供便利。

三、彩色插图

《年鉴》每一酒品的图样均以彩色插图的形式呈现。彩图部分约占《年鉴》总内容的40%，力求直观、真实地表现各款收录酒品的原貌及标识，以提高《年鉴》的实用性、权威性。

四、价值与意义

《年鉴》编纂出版的价值和意义可大致归纳为以下三个方面。

1. 资料的完备性。葡萄酒产业是一个典型的“市场消费型产业”，不分业内业外，几乎所有人都有机会接触到，而其所涉及分布在整个中国市场上的产品种类繁多、品牌复杂，要将如此分散又如此海量的信息分门别类地进行整理，仅仅依靠网络技术是远远不够的。中国市场基础调研数据显示，目前出现在中国市场上的葡萄酒产品，官方数据超过了5 000种。而网络检索夹杂着大量的无用信息和重复信息，在google输入“葡萄酒”一词，可得到1 921万条相关信息（据2014年12月15日信息），这些信息必须经过专业筛选方能使用。《年鉴》就是在充分重视并解决了上述一系列难题的基础上完成的，它的价值和意义体现在资料搜集的每一个艰苦环节中。

2. 通过相应栏目的设置、政策走向的诠释、市场数据的分析、酒评标准

的斟酌等,可以逐步清晰地整理出中国葡萄酒市场状况的发展体系,进而为产业的营销研究和品牌运作,提供更科学、更准确的参考。

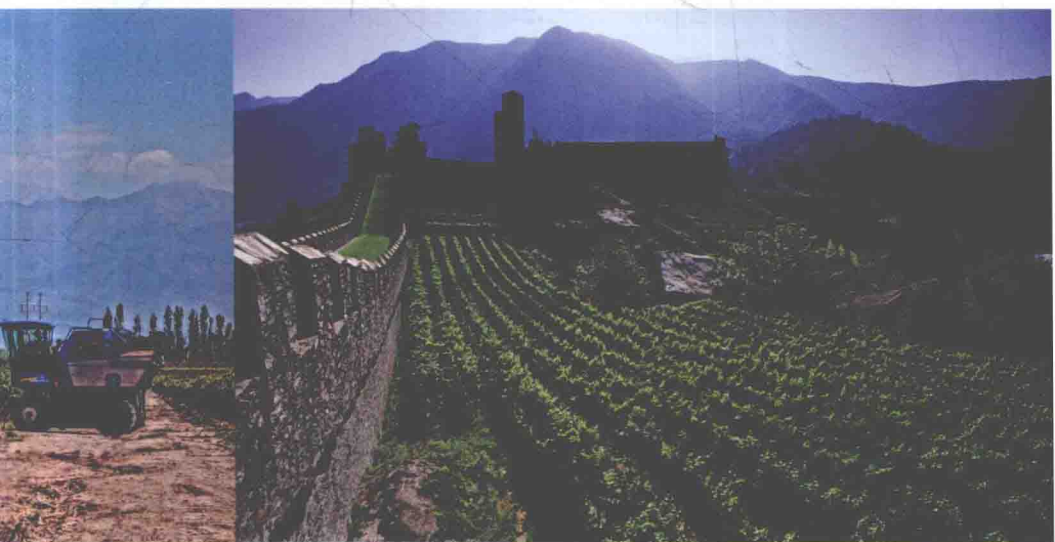
3.《年鉴》的出版既可以满足葡萄酒业从业者、爱好者和产业界人士的市场研究需求,又可以为整个行业的发展提供丰富的信息参考。葡萄酒产业作为近年来快速发展的产业,它的价值已经越来越为人们所关注,在这种情况下,《年鉴》的编纂出版就有着特别重要的普及意义。

《年鉴》的应用价值无疑是巨大的,但它的编纂和出版,则是一个极为艰辛繁杂而又需不断探索的过程。我们深知,《年鉴》的编撰工作还需要不断完善和提高,使这一项目更具有权威性和实用价值,以期能够满足社会大众尤其是葡萄酒爱好者及葡萄酒行业从业者的需求!真诚期待出版界及葡萄酒业界的各位朋友们为之奉献智慧和给予指导,并提出批评。

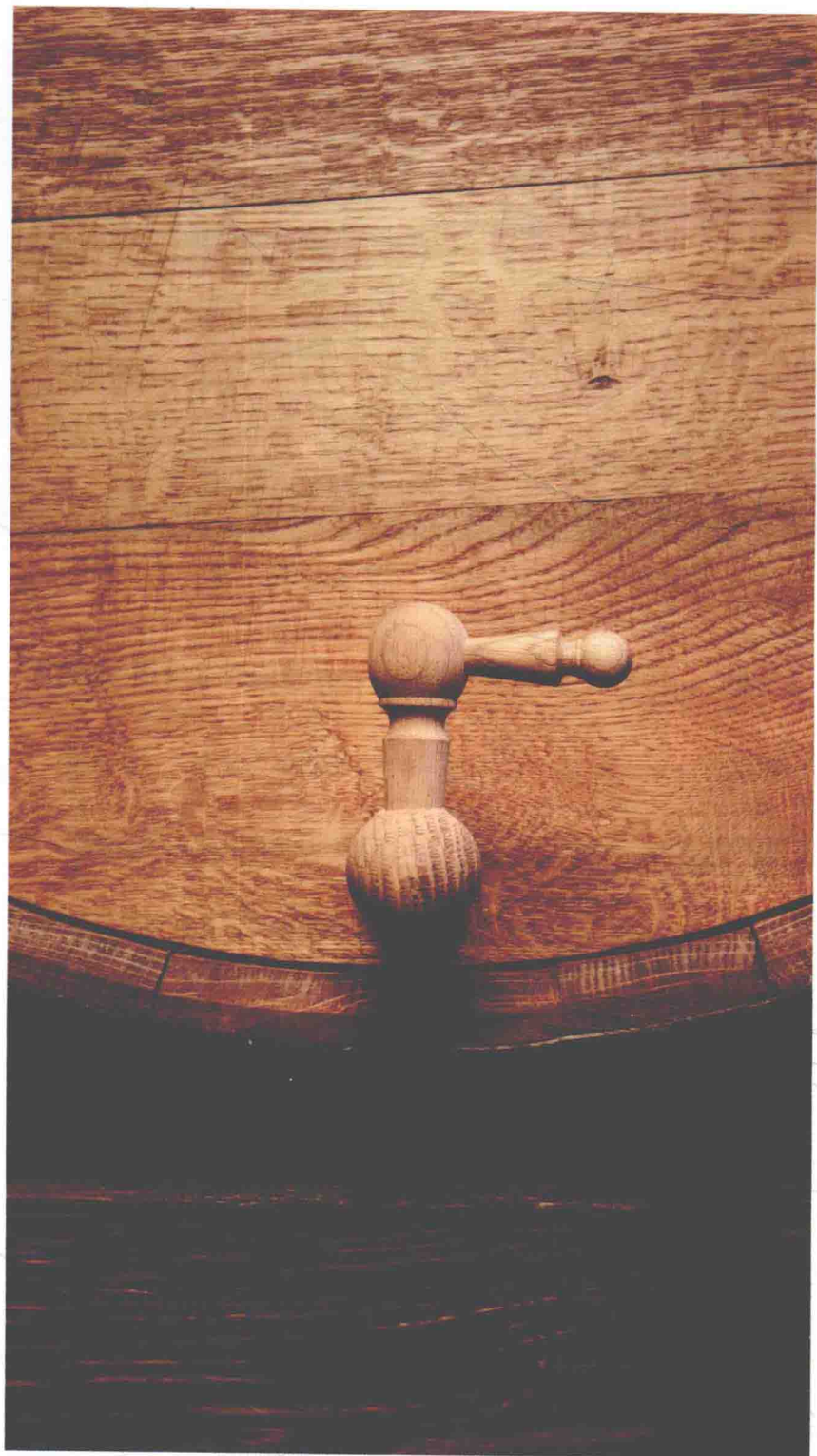
目录 CONTENTS



中国葡萄酒行业综述	11
葡萄酒行业政策法规概要	12
中国葡萄酒行业及市场概况	14
进口葡萄酒市场数据分析	18
中国葡萄酒市场主要进口国及酒品	25
法国	26
意大利	90

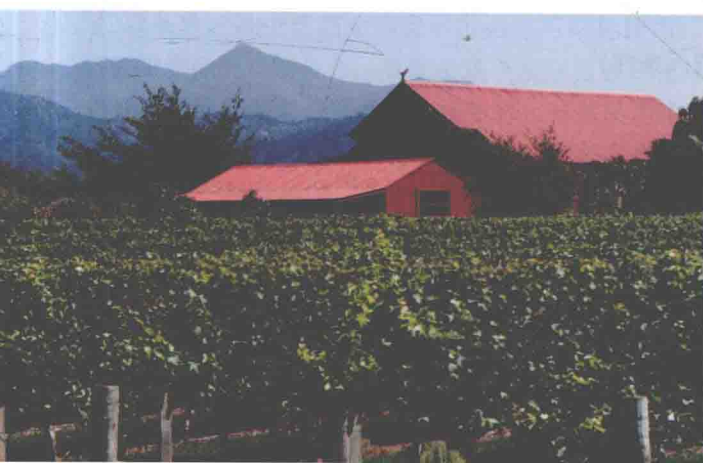


智利	140
阿根廷	180
新西兰	202
2014 年《葡萄酒》金樽奖获奖酒品名录	229
中国葡萄酒培训机构及推广机构	242
中国主要葡萄酒协会及机构	248
索引	255





中国葡萄酒行业综述





葡萄酒行业政策法规概要

鉴于葡萄酒产业的快速发展,国家各级主管部门近年来颁布了多项针对葡萄酒行业以及葡萄酒市场的政策法规。对葡萄酒行业的发展起到了重要的指导作用。

《食品工业“十二五”发展规划》

2011年12月,由国家发改委和工信部发布。提出注重葡萄酒原料基地建设,逐步实现产品品种多样化,促进高、中档葡萄酒和佐餐酒同步发展,规划明确提出,到2015年,非粮原料(葡萄及其他水果)酒类产品比重将提高1倍以上。

《葡萄酒行业准入条件》

2012年5月,由工信部发布。规定新建的葡萄酒项目或企业必须在符合现有国家法律标准的前提下,达到一定产能规模、对原料有一定保障能力才能进入该行业。《葡萄酒行业准入条件》的出台进一步加强了葡萄酒生产加工行业管理,规范了行业投资行为,引导产业合理布局,保障产品质量安全,促进葡萄酒行业健康有序发展。