



中国资本要酷葡萄酒嘉年华

■ 本报记者 袁 远

近几年,葡萄酒在中国消费市场的价格如同坐上了火箭,一路狂飙。根据国际葡萄酒烈酒权威研究机构的统计数据,葡萄酒在中国的销售额过去5年间平均增长率为36%,某些年份和特定产区的销售额增长幅度更大,2003年至2004年波尔多红酒的销售额竟增长了270%,超过黄金、石油和股票。这让葡萄酒经销商对中国市场倾心不已,要知道,传统高档葡萄酒市场——欧洲和美国经济复苏缓慢,已导致高档葡萄酒鲜有人问津。

提起中国人对葡萄酒的需求增长,人们很容易联想到近两年中国GDP的增长速度,高速行驶的经济列车载着葡萄酒的消费量一路狂奔。其实,在英国葡萄酒与烈酒研究院成员、北京久韵铭嘉葡萄酒咨询公司顾问赵凡看来,早在2003年,推动国际葡萄酒市场发展的主动力就是中国。2005年对葡萄酒来说是个好年份,已经开始有越来越多的“中产阶级”加入到葡萄酒知识的学习热潮中。2007年则是一个很差的年份,即便如此,很多五级酒庄葡萄酒的开盘价格甚至赶上了很多一级酒庄葡萄酒的价格,达到每瓶200欧元。2007年之后,葡萄酒的价格继续飞涨。过去,全球葡萄酒市场的消费能力排名依次是:欧洲、北美、日本、印度、中国,今后,这个排名将因为中国而完全颠覆。

只买最贵的,不买最好的!

中国市场资本集中度提高,无疑是托起葡萄酒市场最有力的因素。同葡萄酒销售额36%的平均增长率相吻合的是——中国亿万富翁人数也增长了36%。而且,上榜者的平均身家在过去两年里增长了64%,这是一个远比葡萄酒消费增长更耸人听闻的数字。

这就造成中国葡萄酒消费出现两极化趋势。市场上,总是最贵和最便宜的酒销路最好,你永远不要指望葡萄酒的中间消费市场在中国出现。赵凡分析,这正是中国人收入两极化严重在葡萄酒市场的直接反映。中国的富裕阶层有一个消费误区,甚至可以说是消费价值取向误区,总认为贵的就是好的。人们在宴请客人的时候打开一瓶红酒,祝酒词中总要提到这瓶酒的价格,而不是像传统的欧美消费者,更注重人和酒的心灵接触,以及红酒背后不为人知故事……这样的镜头过去在日本频繁发生,当日本把经济增长的接力棒传给中国后,中国人也开始颇为关注红酒背后关于价格的故事了。

在过去的一年里,最引人瞩目的趋势是——中国消费者大举购买价位较低、非最佳年份的葡萄酒。由

于这个缘故,1999年、2001年、2002年、2004年和2007年等年份葡萄酒的表现竟然胜过2000年、2003年和2005年等年份的葡萄酒,从而颠覆了一句古老的葡萄酒投资格言:只买最佳年份酿制的最佳品质的葡萄酒。对此,赵凡的解释是:“中国买家实际上把品牌看得比质量还重,所以在过去一年里,葡萄酒的表现与它们的质量之间形成了一种反向的关系。”

赵凡还专门提到了中国人青睐小拉菲的故事。小拉菲是拉菲的副牌酒。早在一个世纪前,波尔多还很少有副牌酒的踪迹,葡萄酒酿造师永远只专注于最高品质的酒。后来,为了保证正牌葡萄酒品质是最好的,选中酿造正牌酒的葡萄之后,同一块土地上那些太生或是太熟的葡萄被筛选下来,酿造副牌酒;或者是同一块土地上光照、通风不太好的区域种的葡萄,也被用来做副牌酒。因为拉菲在中国声名赫赫,品质不算高的小拉菲也跻身高档酒的行列,一瓶可以卖出4000元到8000元不等的价格,这比很多一级酒庄的正牌酒还贵。

值得“玩一玩”的期酒

眼下,2010年份的葡萄酒正以期酒形式销售,为中国人提供了一个在装瓶前投资特定葡萄酒的机会。如同房地产市场,葡萄酒价格在经历从期酒到现酒的“变身”后,往往会出现数倍的增长。“法国拉菲1982”红酒的期酒当时只要30英镑,而现在国内则是30多万元人民币一瓶,相当于升值了110倍。这也让苦于在投资市场找不到优良投资品的中国人,开始对期酒“眼红心跳”。业内人士称,红酒是一种更具有国际性的实物期货投资产品,与农产品相比,期酒投资的可操作性、可持久性和可流通性更大。而且,期酒的年平均收益率达到8%至12%,超过了大部分中长期投资产品的年收益率。

虽然专业人士对葡萄酒的行情看涨,但毕竟高档葡萄酒产量有限,拉菲期酒每年产量10万瓶,每瓶大约800欧元。即使你有钱买来酒庄生产的所有拉菲,也不过8亿元人民币,扣去销售环节的利润,并不能吸收太多中国市场的热钱。不过,很多红酒投资者都是以“玩”的心态投资的,和玩古董、玩艺术品类似,即使珍藏的红酒赚不回投入也没关系,就当是养一种爱好。况且,现在的资本市场不需要产品,需要的只是一种符号,适时投入,再安全退出,也几乎没有崩盘的可能。

是买酒庄还是买品味?

如今,中国人投资红酒的胃口已经扩展到投资酒庄了。花数千万欧元购得一个法国波尔多酒庄,也不

仅仅是为了纯粹投资的目的,更主要的原因是,用北京话来说,是显得倍儿有面儿!

据参与过酒庄收购谈判的专家介绍,中国买家看准了法国酒庄的悠久历史、优雅环境和优良传统,中国新富一代的企业家实际上到法国就是为了购买一点儿品味、传统和历史遗产。

青岛东海集团曾在2008年打败了一位卢森堡女伯爵、一位比利时投资者和另一位马耳他商人,成功收购了法国拉图拉甘酒庄,这也是当时中国资本对法国葡萄酒市场的首笔产权收购。这一举动当时震惊了国际葡萄酒业,最令他们吃惊的是中国投资人对国际葡萄酒市场的热情。之后,中粮集团也重金买下了一家波尔多酒庄。目前,中国对法国酒庄的产权收购已达到四五家。

赵凡认为,中国人收购法国酒庄之后,还需要有大笔的后续补充投资。例如,为了保留纯正的波尔多酿造传统,中国人还会高薪酬聘用当地的专业人员,被收购酒庄设备更新也将是中国企业一笔不小的投入。而所有的投资都只能通过销售红酒产品——这个唯一的、最具挑战性的途径收回,即使收购了某品牌的酒庄,也并不意味着中国企业家可以对这一品牌的红酒任意定价、垄断销售。

投资葡萄酒,命运难卜

尽管国人对葡萄酒的消费、投资情绪空前膨胀,同时,出于对通胀持续抬头的担忧,葡萄酒之类的实物资产也开始备受青睐,赵凡并不看好普通人投资葡萄酒。他认为,首先,葡萄酒的保存条件非常苛刻,没有专业的酒窖几乎无法保存红酒。红酒和黄金不同,不开瓶就无法检验出红酒的真正价值,无论你曾经以什么样的价格购得。其次,普通人很难完成投资葡萄酒的销售过程。欧美市场很多投资红酒的都是葡萄酒经销商,或是经常出入红酒拍卖会的大买家,而这些大买家的酒窖环境是被大家熟知和信赖的。

另外,投资期酒本身也有很大的不确定性。首先,从期酒到现酒的时间跨度是两年,购买的期酒通常又需要等4年才能迎来交易的高峰期,而红酒增值明显的时间段是6年至8年。这么长的时间跨度下,若再出现国家经济波动,这笔投资还能否回笼都是个未知数。期酒理财的价值很大一部分体现在提取实物酒之后的长期升值,并不适合对资金流动性要求较高的客户,并且,期酒的出售变现亦是一个不确定因素。

国市场对高端葡萄酒的需求日益增大,更多人热衷于葡萄酒收藏和投资。“液体黄金”葡萄酒到底真的能够超越黄金白银,成为一种优质的投资品吗?

投资葡萄酒 水深知多少

■ 徐森

以葡萄酒作为商品从事商业活动,最早可以追溯到古罗马时期,但直到17世纪,英国才出现国际性的葡萄酒市场。而后,由于国际市场对少量品种的葡萄酒的需求不断增加,葡萄酒投资市场终于出现了。

2008年以来,伴随着全球金融危机的爆发,无数投资产品都经历了一轮大幅下跌。就在多数产品仍然前途未卜的时候,却有两个产品脱颖而出,那就是黄金和葡萄酒。自此,葡萄酒因其独特的收藏价值而被誉为“液体黄金”,不仅成为“饮君子”们的追捧对象,更成为投资领域的新宠。

在中国,随着市场对高端葡萄酒的强劲消费需求,更多的人开始关注葡萄酒的收藏和投资,甚至投身其中。但是,这片投资蓝海的水有多深呢?

事实上,并非所有葡萄酒都具有投资价值。只有占总量0.1%的顶级葡萄酒才具有陈年10年以上的潜质,也才具有收藏和投资价值。如何辨别出有“实力”的葡萄酒,投资者首先需要的,就是一双“雪亮”的眼睛。

可惜的是,在中国投资者中,不乏“豪爽”的激情消费者。他们只看到了国内葡萄酒市场的兴盛繁荣,却并不了解酒类收藏的专业知识。更有甚者,投资如同“牛饮”,连葡萄酒文化中最起码的年份、产区知识都不知道,就想“下注”见收益。

鲁莽行事的结果必然好不到哪里去。不懂葡萄酒的价值就盲目投资,会在很大程度上降低葡萄酒的价值。举例来说,在国外,通常情况下,权威机构会对用于收藏的葡萄酒提供证书,证实这些葡萄酒是在一定的温度、湿度和光线环境里正确保存的。如果没有证明投资者妥善保存的相关证书,那么,其所投资的葡萄酒的价格,很可能在一开始就下降了20%到30%。

另外,一夜暴富的神话也并不适合葡萄酒投资。“陈年好酒”才能为投资者带来更好的收益。为了使产品增值,葡萄酒投资者往往要等待十几年甚至几十年的时间。这期间,投资者还要以无限的耐心时刻关注市场行情,以求在葡萄酒价值“发酵”的最好时机完成交易。

当然,不仅很多投资者对这个新生的投资项目了解不深,从大环境来看,与国外葡萄酒收藏和投资已有300多年的历史相比,国内葡萄酒投资市场本身也尚属“稚嫩”。雾里看花似的市场繁荣之中,存在着很多陷阱。没有完整的产业链,更没有权威机构的拍卖活动,成长中的中国葡萄酒投资市场还要经历许多磨难。

好在,与传统股票、债券、黄金等投资产品相比,葡萄酒投资的确风险较小。而最诱人的是,就算投资出现亏损,最坏的结果也不过是投资者内部消化——喝了它。



专家推荐:增值潜力最强的7款酒

精英5款

1. Chateau Margaux(玛歌酒庄):玛歌酒庄在波尔多地区有着悠久的历史 and 名望,最近在中国的一系列公关活动,让它备受关注。再加上国家元首对此酒倍加推崇,玛歌酒庄在未来国内市场上的增值潜力不可限量。
2. Chateau Latour(拉图酒庄):波尔多一级酒庄中虽然排名不分先后,但是在西方人心目中,一级酒庄的翘楚乃是拉图。拉图虽然在国内推广工作不多,但是众多极为专业的拥趸始终为其呐喊助威。拉图酒庄随行就市即可价格水涨船高,随时有可能凭其坚实后劲脱颖而出。
3. Chateau Palmer(宝马酒庄):这是一款已经具有无可撼动品质与实力的波尔多三级酒庄,甚至很多人认为其有一级酒庄的品质。近年来,宝马酒庄涨势强劲,深受品赏家赏识,未来依旧会保持极其旺盛的增值势头。
4. Chateau Petrus(彼得绿酒庄):彼得绿已经足够贵,足够有名,足够凭借现有的一切傲视其他波尔多酒,欠缺的只是中国市场的再多一点点认同。不过按照中国一些消费

者多贵都不嫌贵的心理,彼得绿很快就会乘风而上,高上再攀高。

5. Chateau Lafite Rothschild(拉菲酒庄):就算对拉菲酒庄有恨有爱,就算太多喝它的人被貶笑大方,我们都不能否认它是目前国内最容易出手的葡萄酒,它依然有着显而易见的价格增长趋势。

势力2款

1. Carruades de Lafite(小拉菲):被称作小拉菲的这款拉菲酒庄的副牌酒明显是搭车上路的典型。理论上来说,这款酒只能算是正牌酒的边角余料,无论如何也不应该有无数波尔多优秀酒庄正牌酒数倍的价格(目前某些酒商报价已经达到每瓶8000元)。但是某些中国人的消费习惯有些奇怪,也有行业误导的因素,这款酒,市场表现只能说坚挺。
2. Chateau Beychevelle(龙船酒庄):单凭“龙船”这个名字,曾经的泛泛之辈现在就可以在中国市场上大行其道。未来,它也会被中国市场托着一路顺风。