

中国名酒转战东南亚

谭蕾 ● 报道

中国名酒最近开始积极抢滩本地及东南亚市场,例如“茅台”、“中华”、“五粮液”、“二锅头”、“酒鬼”、“女儿红”等;新加坡商家希望借助越来越多国人到中国经商和旅游的“东风”,带领这些新为本地消费者熟悉的品牌,在大约1亿多元的新加坡市场占据一席之地。

不过,受到气候炎热和消费习惯的影响,消费者对烈酒的白酒反应一般。由于酒类产品所征收的进口税非常高,导致商品价格居高不下,但代理商相信,能够逐渐培养本地消费者对中国特色名酒品牌的兴趣。

继“茅台红酒”之后,新加坡的亿佳控股(Multico Holdings)再引入“中华酒”进入新加坡,它的酒精含量介于38度至52度之间,属于酱香型的白酒。

“中华酒”的前身要追溯到300多年前康乾年间就盛名远播的罗府烧坊,从那时起就有“国之酒盛”之称,它的生产商原本是国营的四川泸州东方酒厂,酒厂在2002进行股份重组和改革,为原本在农业局的政府官员罗柏林和他的兄弟接手,目前成为一个年销售额在1亿元人民币(2000万新元),有800多员工的民营白酒生产和销售集团,旗下在四川和贵州等地有5家酒厂及销售公司。

到访新加坡的泸州中华实业集团董事长罗柏林对本报表示,“我们在泸州有1万亩的粮食生产基地,生产的用来酿酒粮食,以中华酒优良的品牌、质量和历史,我们一直希望能够扩展新加坡和



罗柏林:以中华酒优良的品牌、质量和历史,我们一直希望能够扩展新加坡和东南亚市场。

东南亚市场,中华酒在韩国、日本、香港和台湾的销售表现都不错。”

“中华酒”本地代理商亿佳集团总裁张伟龙说:“随着越来越多的国人到中国经商旅游,新加坡人对中国优秀品牌的认识也会越来越深,这很有利于亿佳未来向代理各种中国优秀品牌的方向发展。”

他认为,中国白酒有许多品牌,选中中华酒主要是看重这个品牌所代表的意义,在东南亚华人市场很容易接受,目前“中华酒”已经进入本地的中餐厅和高级夜总会,初访新加坡市场的接受能力,并希望花三年的时间推广品牌。

由于酒精含量高其税额也更高的关系,新加坡市场销售的中国白酒价格在40新元至88新元,而中华酒在中国市场最贵

由于酒精含量高其税额也更高的关系,新加坡市场销售的中国白酒价格在40新元至88新元,而中华酒在中国市场最贵的品种“天之骄子”在400新元的水平,相信它在本地市场的价格不会便宜。

的品种“天之骄子”在400新元的水平,相信它在本地市场的价格不会便宜。

业者观点不一

在餐厅供应中国白酒的泰国村控股主席吕同顺说:“中国白酒的顾客还是来吃饭的中国人,本地消费者的兴趣不高,主要还是新加坡气候太过于炎热。”

新峰集团执行主席吴木兴说:“到新加坡来做生意的韩国、日本和中国客户,有时候会要求喝这种烈酒,而且是浓度越高的越喝,因为高浓度的白酒质量较醇,也不容易有

假货,烈酒在这里还是有一定的市场。”

代理多个中国名酒品牌的旺隆发私人有限公司负责人说,“新加坡人并没有因为更熟悉中国牌子而改变消费习惯,反而是由于到中国新加坡来生活工作的中国人增加,而带动了在超级市场销售的中国酒,例如‘二锅头’、‘五粮液’、‘茅台’、‘贵州醇’这类。

旺隆发在这个行业已经50多年,除了供应给超市和餐厅零售或烹调外,它们也供应给中药行作为药酒用途。

根据调查显示,新加坡人最喜欢饮的还是红白葡



云伟龙:随着越来越多的国人到中国经商旅游,新加坡人对中国优秀品牌的认识也会越来越深。

萄酒和伏特加酒(vodka),去年消费的葡萄酒总量是690万公升或相当于920万瓶,比1995年多了1个倍,去年,新加坡市场进口酒的总额在1亿7400万新元左右。

茅台啤酒及红酒在马打造品牌

(吉隆坡讯) 50年代,中国国酒——茅台白酒开始进军国际市场;90年代,茅台将业务触角延伸至啤酒及红酒,并正式于去年8月份进军马来西亚。

贵州茅台酒股份有限公司(Kweichow Moutai Co., Ltd)总经理乔洪信心放话,茅台啤酒及红酒将能在两三年后,正式获得马国消费者的青睐。

他说,茅台啤酒及红酒是于去年8月份正式进军马国市场,目前是先打响品牌的时候;而该公司也很满意代理公司,亿佳控股有限公司(Multico Holdings)在塑造茅台品牌这方面的努力。

“我们有信心,相信再两三年时间,马国消费者将会接受茅台的啤酒及红酒。”

乔洪在接受《南洋商报》的专访时指出,马来西亚是继香港之后,该公司在亚洲发展的重点市场。

他表示,啤酒及红酒

在马国市场的发展空间庞大,虽然必须面对一定的竞争,但该公司有信心,在与亿佳控股有限公司的配合下,茅台的啤酒及红酒一定能在大马市场占一席位。

错误的观念

他说,一般上,马国市场对中国生产的红酒有著错误的观念,普遍认为法国及澳洲等国家生产的红酒才是品质高尚的;然而,事实上中国拥有很多著名的品牌,贵州茅台酒就是继白兰地及威士忌之后,名列世界第三的三大蒸馏名酒之一。

乔洪指出,茅台生产的白酒在中国已是家喻户晓,除了被称为国酒之外,也是中国酒类之中的第一品牌。在过去2000年来,茅台白酒都用在重要的国社活动上,包括招待外宾以及政治外交上。

茅台白酒早于90年代开始在海外销售,目前,海外市场约有90个国家。1998年,该公司收

购了一家啤酒公司,正式进军啤酒制造,并投资了2亿人民币于1999年在中国贵州兴建啤酒厂。

另外,该公司也用了四年的时间,投资了1亿人民币在中国波尔多河北兴建红酒厂;河北是中国最好酿制葡萄的产地。

乔洪表示,茅台生产的白酒一向来被公认为品质高档的产品,如今生产的啤酒及红酒,也都是走高档产品的路线;而且是以产量少,品质高的政策经营。

“就以啤酒生产来说,茅台啤酒每年的产量仅有10万吨,比起中国最大的啤酒生产商,每年的产量可达300万吨。我们向来的宗旨是要做到精,做到好;并希望有朝一日,全世界的华人都知道茅台这个品牌。”

乔洪说,啤酒及红酒将是该公司未来重点发展的产品,同时也将探讨逐步生产价格比较大众化的产品,以进一步渗透市井小民的市场。

陈志远持博彩执照 市场反应一般

(吉隆坡讯) 尽管博彩业大亨陈志远所持有的一张体育及赛马博彩执照终于曝光,但是,这消息并没有对陈志远控制的股票带来激励作用,而其他的博彩表现也只是一般,完全没有多大的起伏。

一名分析员受到询问时表示:“由于目前市场还有等待更多的详情公布,比如陈志远如何运用这张执照等问题,所以,市场一时还有消化这项消息,使到市场无法即刻作出反应。”

根据《亚洲华尔街日报》报道,陈志远是通过旗下私人公司雅士谷体育(Ascot Sports)私人有限公司于去年6月获得的一张体育及赛马博彩执照。

但是,陈志远属远程控制的成功多,成功资本、成功集团和成功置地股

价,全天表现平平。

此外,其他的博彩股,比如云顶、丹絨和万能的股价波动也仅属一般,显然它们对这项消息没有任何反应。

这张有效期20年的“卜基”执照,是在马国前首相马哈迪掌政期间,由财政部发出予陈志远名下的雅士谷体育私人有限公司。

不过,最新一期的《亚洲华尔街日报》指出,由现任首相阿都拉领导的马来西亚政府,目前正考虑是否让该公司展开足球博彩运作。

该名分析员表示:“由于有关执照还没有正式使用,所以市场还无从了解这执照将为陈志远带来的好处,目前只好静观其变。”