

王朝冀5年後銷售額倍增

本報專訪

隨着內地生活水平的提高，葡萄酒越來越受歡迎，帶來大量商機。王朝酒業(0828)執行董事兼總經理高峰表示，過去5年葡萄酒行業在內地市場以年均35%的幅度擴張，相信未來5年的年均增幅仍可保持30%左右，預計全行業5年後於內地市場的銷售額將翻一倍，該公司亦不會低於這一平均水平。 ■香港文匯報記者 涂若奔



高峰上個月接受香港文匯報專訪時表示，內地消費者以前偏好白酒，但近年來喜飲葡萄酒的人越來越多，大量商家亦爭相擠進這一市場，其中不僅有歐美的知名品牌，亦有不少是最近加入的內地生產商。他引述數據稱，過去5年整個行業以年均35%的速度膨脹，來自內地業界貢獻的增幅就達到25%，預料未來5年內地市場的產銷量及平均售價均會不斷提高。

下半年「進口酒不太好賣」

據高峰介紹，內地商家現時經營的主要仍是中、低端產品，以2010年為例，全年生產的葡萄酒總量約為100萬噸，其中70萬噸的售價在100元(人民幣，下同)以下，最高端產品市場仍為國外著名品牌佔據。

他笑稱，這主要因為一些內地消費者將「喝最貴的酒」視為身份象徵，導致市場出現了「有中國特色的不理性消費」，某品牌的高端酒甚至兩年內售價就翻了兩番，成為熱炒的對象。

但高峰同時又強調，不擔心內地業界會受到嚴重影響，因為在中、低端領域，進口葡萄酒的表現反而強於人意，尤其是一些不太有名的普通品牌，經過中間商提

價後，其性價比已經不如內地品牌吸引，今年下半年更出現了「進口酒不太好賣」的現象。他料未來這些較普通的進口酒售價有機會下調，而內地產品的質量將不斷提升，令雙方在各方面的差距進一步縮小。

內地發展葡萄酒方興未艾

內地政府近年來亦大力倡導發展葡萄酒產業，高峰對此亦有同感，指該產業在內地是方興未艾的朝陽產業，發展模式亦不斷完善，此前不少地區僅重視種植、銷售葡萄酒帶來的農業收益，但現今已越來越重視經營整條產業鏈及打造品牌，有地方政府要求公司必須進駐當地設廠，才能收購當地出產的葡萄，希望借此帶動整個產業發展。

高峰坦言，現存的問題是部分喝酒人士以為只要當地能種植出葡萄，就能生產葡萄酒，其實是一個誤區，因為「次葡萄是做出不好酒的」。他稱，東部地區由於雨水較多，蟲害泛濫，容易出產爛葡萄，而西部地區因乾旱缺雨，種出來的葡萄較甜，且無蟲害困擾，故更適宜發展葡萄酒產業。目前業界較關注新疆、甘肅和寧夏三省的情況，估計有幾萬畝土地適宜於出產優質葡萄。



■王朝酒業今年獎項收穫甚豐，包括「2011年度國泰航空香港國際美酒評大獎」、「2005年赤霞葡萄酒(中國區)品評組別的銅獎，成為中國唯一得獎的葡萄酒生產商。圖為高峰代表王朝酒業領取的2011中國證券金紫荊之「海外最具品牌影響力的中國上市公司」獎。香港文匯報記者張偉民攝

酒企總經理 只淺酌不豪飲

身為內地最大酒企之一的高管，高峰的「酒文化」功底十分深厚，對各類葡萄酒產品均如數家珍，只可惜他本人因對酒精過敏而只能淺酌而止。他笑稱，為了工作和鑒定質量，每天都要試酒，「可惜只能淺酌不能豪飲」。

高峰表示，港人對紅酒較為了解，已經建立了較好的酒文化，而內地以前熱衷於「拼酒」，但近年來也在不斷改善，高素質的飲酒客所佔比例越來越高，許多企業界、政府官員和白領人士都更加重視健康，通過與香港和海外的交流活動不斷學習，「不僅僅得了怎麼鑒賞好酒，也學會了歐式餐飲文化和禮儀，提高了品味和層次」。

■香港文匯報記者 涂若奔

專家：內企可藉港「借船出海」



■全國人大常委會委員、內務司法委員會副主任委員辜勝阻。香港文匯報記者張偉民攝

香港文匯報訊(記者 涂若奔)全國人大常委會委員、內務司法委員會副主任委員辜勝阻上周表示，內地中小企業約有10%成功實現升級轉型，但大多數均面臨不同程度的困境，建議這些企業積極到海外發展，利用香港平台優勢「借船出海」，在國際上做大做強。

辜勝阻上周五於本港出席「香港在中國走出去的角色與作用」研討會時表示，內地中小企業總共提供了全國75%以上的城鎮就業崗位，全社會65%的專利，75%以上的技術創新和80%以上的新產品開發，但目前卻有不少面臨生存困境，僅在溫州地區就有20%的中小企業處於歇業或半歇業狀態，並且還受到「三荒兩高」的多重因素制約，即人荒、錢荒、電荒以及高稅費和高成本。

中小企受「三荒兩高」制約

辜勝阻指出，中小企業只有三條路可走，分別是向下走(被淘汰)、向上走(升級轉型)和向外走(海外拓展)。他認為在當前的形勢下，企業更需要積極「走出去」尋求出路，到海外市場有發展有許多機遇和好處，包括可以獲得穩定供應的資源，獲得技術、品牌、銷售渠道和急需的資產，減少貿易成本運輸和貿易壁壘，降低勞動力成本，令經濟利益最大化等等。

辜勝阻再再三提及香港的作用不可忽視，內地企業應利用香港平台「借船出海」，實現「走出去」的目標。他稱香港的優勢在於融資、地理、人才、並購和市場五大方面，不僅是避稅天堂和第一流的港口，還擁有大量人才融匯中西文化和語言，熟悉國際法律和貿易規則，可為內地企業提供多方面的協助。

業界未出現整合潮

香港文匯報訊(記者 涂若奔)洋酒爭相湧入內地，本土品牌的商家也日益增多，不少分析擔憂葡萄酒產業在內地出現惡性競爭。而王朝酒業今年7月發出盈警，料中期純利將顯著減少，更引起廣泛關注。高峰對此回應稱，盈利倒退的主因是公司在改革銷售模式，不認為業界會出現整合潮。

高峰表示，目前內地確有葡萄酒商家倒閉、兼併現象，但為數很少，總體而言整個行業仍相當賺錢，正呈現「百花齊放」的態勢。他指出，這是由於內地市場仍在高速發展，即便有小部分商家賺不到豐厚利潤，亦已通過轉為經營上游產品成功轉型。

冀3年內高檔產品佔15%

而內地消費者也有其特殊性，某些牌子的葡萄酒僅在某個省份暢銷不衰，已經足以支撐商家長期經營下去，因為「當地人已經習慣了那種酒的口味，不會輕

易改變」。至於該公司早前發出盈警，高峰解釋稱，這是由於公司正在實行強化銷售網絡的戰略，難免要為此「交學費」。他指有部分代理與公司合作逾20年，存在「小富即安」的思想，已失去進取精神，甚至有代理與公司博弈，已非利益共同體，故公司需要1-2年時間改造銷售模式。據他介紹，目前公司在全國共有3700餘位促銷員，未來還會繼續增多。

高峰又透露，公司將來亦會注重拓展高檔酒市場，向市場推出「口味可與拉菲媲美」的高檔產品。他稱公司為此投入大量人力物力，首先要選擇最好的葡萄產地，並要通過延遲採摘和限產等手段，務求生產出好酒。目前業界公認，生產高檔酒的產地產量最多不能超過1400斤，而公司則將產量限制在畝產200斤。他希望，未來高檔產品的業務佔比能達到15%，且能在3年內達到這一目標。

焦中華在港闖出「一片天」



■Zine Plus Limited行政總裁焦中華日前接受本報記者採訪。香港文匯報記者張偉民攝

香港文匯報訊(記者 卓建安)一位來自北京的年輕女子，看中香港良好的營商環境，在港創業設立基於移動互聯網的創意媒體營銷公司，希望憑創意在港闖出「一片天」，她就是Zine Plus Limited行政總裁焦中華。

焦中華日前在港參加香港貿易發展局的「設計及創新科技博覽」接受本報記者採訪時表示，該公司雖然今年才成立，是一間小公司，但憑着良好的創意和細心體貼的服務，已獲得客戶的認可。

憑創意和體貼服務獲青睞

之前Zine Plus已為國際化妝品知名品牌蘭蔻(LANCOME)的中國公司設計一款「蘭蔻光彩魔鏡」的

軟件應用程式，用在iPhone手機的平台之上，以小遊戲的方式增加與化妝品客戶之間的互動。有關軟件獲得了客戶的青睞，客戶紛紛下載有關程式。

港營商環境較內地為佳

Zine Plus除致力於為iPhone、Android手機平台提供應用軟件外，還從事對傳統媒體的電子化、移動化。譬如該公司為香港浸會大學新聞系電子雜誌提供後台管理。

對於選擇在香港創業的原因，焦中華指出，主要看中香港的良好營商環境。她說，香港營商環境的可愛之處是客戶並不在乎你是小公司，只要你的產品好，有創意，客戶就會選擇你。

焦中華說，另外，相對於內地來講，作為小公司，在香港更加容易請到優秀的人才。內地名牌大學的畢業生，多會選擇到大公司工作，而香港名牌大學的畢業生，並不在乎一定要到大公司工作，他們願意嘗試新東西，只要有發揮的機會，願意到小公司工作。

焦中華續稱，雖然請香港的員工成本較高，但他們工作主動認真，不會「磨洋工」，8小時上班時間會做足8小時，有時候工作未完成，還主動加班。

焦中華還稱讚香港官方機構對從事創意產業的小企業提供支持，譬如她首次參加「設計及創新科技博覽」，參展費用本來需要1萬多元，但政府給予一半的補貼，僅需數千元就可參展，令公司可以接觸到更多的客戶。

更令焦中華欣喜的是貿發局了解有關Zine Plus的資料後，不在乎該公司是小公司，在眾多參展的創意企業中挑選出該公司作為僅有兩家創意企業的代表之一，安排報紙記者來採訪，以特刊的形式介紹該公司發展創意產業的情況。

焦中華畢業於北京大學電子信息專業，並獲得電子商務的雙學位，08年至09年在香港城市大學修讀電子商務管理課程，09年修讀完課程後留港工作。

Armani進軍衛浴市場

香港文匯報訊(記者 章蘿蘭 上海報導)隨着達芬奇傢俱造假事件的曝光，給內地傢俱行業帶來前所未有的誠信危機，不過國際奢侈品品牌卻開始乘機搶佔龐大的中國市場。

奢侈品牌大佬阿瑪尼(Armani)早着先機，其與樂家(Roca)合作的衛浴品牌阿瑪尼/樂家全球首家旗艦店日前就在上海揭幕。

上海設旗艦店

內地新富階層對家居的品味逐步提高，令高檔傢俱需求龐大，阿瑪尼全球衛浴旗艦店因此選擇在上海「首航」。阿瑪尼與樂家於去年三月宣佈達成合作協議後，阿瑪尼/樂家系列產品在米蘭傢俱展完成首秀，一年以後，阿瑪尼/樂家旗艦店旋即亮相上海新天地。當然，阿瑪尼/樂家的價位亦屬奢侈，據了解，整體座便器與淋浴房的定價均直逼20萬元人民幣。

而據樂家中國執行董事Emilio Salazar透露，除卻上海



■阿瑪尼/樂家全球首家旗艦店日前在上海盛大揭幕。香港文匯報記者章蘿蘭攝

之外，阿瑪尼/樂家未來還有意在中國其他城市開店，這些城市包括北京、廣州在內的一線城市，以及杭州、南京、成都等擁有極強消費能力的二線城市。

Advertisement for China XLX Fertiliser Ltd. featuring a factory image and contact information.

老村長的眼淚

心連心企業文化故事集之「對農民誠」

香港文匯報訊 通訊員 李兵

故事九:2005年7月13日，我們心連心農化服務隊一行四人，到濟源市軹城鄉廟口村進行免費取土活動。早上7點半，我們從濟源市裏趕到了廟口村。

經過一上午的取土工作後，11點左右當我們在村頭分類封裝土樣時，一位老人匆匆趕到了現場，經在場村民介紹，他是該村幹了幾十年的老支書。老人喘了口氣，坐下來，拉着我的手說：「我在廟口幹了25年的支書，像我們這樣偏僻的小山村，頭一次看見有化肥廠的人來為咱農民幹這樣的實在事。」說着，老人激動地流下了眼淚。

當時，我也禁不住眼淚發紅，眼淚也不自覺地掉了下來。是啊，山村農民多麼不容易呀，本來收入就很微薄，還對土壤需求化肥養分一無所知，往往出冤枉錢買低含量、假冒偽劣肥料。據了解，幾乎每戶都買過假肥料，真讓人心裏不好受呀。

隨着晌午到來，下地來的村民也越聚越多。於是有的說：「對呀，你們這樣做太好了，到我家那塊田也測測吧，莊稼老是長不好，不知啥原因。」你一言，我一語，大家議論起來。就這樣，我們一家一家的測土取樣，直到天色暗下來，我們才收拾工具離開了廟口村。

這件事對我感觸很深，作為化肥企業銷售隊伍的一員，我認為，市場最後的競爭終將歸結為服務的競爭，而我們化肥產品要想長久占領市場，祇有將最終端客戶農民的利益放在第一位，設身處地為農民着想，實心實意的為農民服務。祇有這樣，我們心連心品牌才會在激烈的市場競爭中立于不敗之地。

爺爺的口頭禪

心連心企業文化故事集之「對農民誠」

香港文匯報訊 通訊員 楊吉艷

故事十:望着院子裏、房頂上堆滿了又長又大金黃黃的玉米穗，爺爺樂得合不上嘴，整天都是哼着小曲，像一個孩子似的，鄰居、親戚們羨慕地來請教爺爺種田的秘方。

爺爺高興地說：「我在莊稼地裏幹了一輩子了，從沒見過像今年這麼好的收成，自從用了心連心復合肥後，你看這收成一年頂兩年，秘方就是施肥心連心，黃土變成金！」

聽了爺爺的話，他們個個如獲至寶，高興地說：「好！今年我們就用心連心復合肥，施肥心連心，黃土變成金！」說完他們又哈哈地笑了起來……

一串串笑聲瀰漫了整個院子，平時平靜的小院充滿了祥和的氣息。