品酒藏酒日增 內地紅酒有價

內地近年大力打貪，奢侈品牌銷售及高級餐飲一落千丈，紅酒指數（Liv-ex Fine Wine100）較2011年高峰回落34%，想必香港賣往內地的紅酒也會大瀉吧？不過數字會說話，據貿發局統計，香港今年首8個月葡萄酒出口額27.9億港元，飆升88.2%，當中由香港出口至內地更錄得171.5%的升幅！記者趁上周國際美酒展之機，訪問了前海葡萄園創新管理公司總裁鍾曉紅，她指飲紅酒在內地已經視為美好生活的象徵，愈來愈普及之餘，消費群體更有年輕化趨勢，對內地葡萄酒市場很有信心。

■香港文匯報記者 黃萃華

■紅酒投資已成為內地一門新興行業，影星趙薇2013年更在法國波爾多右岸買下CHATEAU MONLOT酒莊。 趙薇微博

紅酒指數（Liv-ex Fine Wine100）上月底報240.27點，較2011年6月底365點的高峰大跌34%，有指是受到內地打貪拖累。不過，貿發局提供的數據顯示，本港今年首8個月的葡萄酒進口額逾65億港元，較去年同期上升17%。另外，出口額高達27.9億港元，飆升88.2%，當中由香港出口至內地更錄得171.5%的升幅。只隔一個月，本港今年首9個月的葡萄酒進口額達74.5億港元，較去年同期上升22.3%；另外，出口額達32.9億港元，較去年同期增加101.3%，當中香港出口至內地的總額增長高達1.9倍。

亞洲消費者需求勁

事實上，自2008年起，港府豁免葡萄酒關稅，以及撤銷有關的清關和行政管制措施後，葡萄酒業一直迅速增長。截至2014年，本港葡萄酒進口額高達84億港元，較2007年大幅攀升逾五倍。亞洲消費者對葡萄酒的需求持續強勁，亞洲市場依然是全球酒業的焦點所在。根據歐睿國際的資料顯示，2014年，亞洲葡萄酒銷售額及銷量分別為775億美元及64億公升，與5年前相比，上升了54%及47%。中國內地的葡萄酒銷售額及銷量分別高達481億美元及49億公升，較5年前飆升116%及58%。

■前海葡萄園創新管理公司總裁鍾曉紅(左一)指，飲紅酒在內地已經視為美好生活的象徵。 張偉民 攝

數據反映內地的紅酒消費市場並未受到打貪影響。前海葡萄園創新管理公司總裁鍾曉紅對此表示認同，她指紅酒在內地愈來愈普及，對內地新一代的新生活體驗更有很好的結合。現時年輕人有消費力，愛好飲葡萄酒的年輕人，一般不會介意葡萄酒是貴或是平，反而他們比較重視以合理的價格，飲合理的葡萄酒，即使是消費型葡萄酒亦願意花錢購買，認為這是美好生活的象徵。

投資紅酒前景理想

英國葡萄酒研究機構Wine Intelligence早前公佈一份調查，亦發現內地紅酒市場消費者愈來愈年輕，消費群體大多是大學畢業生，年齡在20多歲到30歲左右。他們在工作上開始學飲葡萄酒，漸漸在日常生活中亦將飲用葡萄酒作為一種習慣。鍾曉紅對內地葡萄酒市場很有信心，內地紅酒市場的發展會愈來愈大。

她指出，除飲用用途外，投資紅酒在內地亦是一個新興產業，不少內地企業更直接收購外國的酒莊。鍾曉紅認為，目前中央鼓勵企業「走出去」的政策，對紅酒業界有支持；內地轉型以消費拉動經濟，人們對紅酒的需求亦日漸普及；再加上內地可投資的項目實在不多，相信未來不管是投資紅酒的市場，或是一般紅酒的市場均會有很大的發展及增長。

港「紅酒港」獲支持 出口內地飆升

清關方便

如前文所述，香港是亞洲首要的葡萄酒免稅港，葡萄酒業務一直迅速增長，其中經香港出口往內地的葡萄酒金額更大幅飆升。財政司司長曾俊華上周於美酒展更宣佈，專為經香港特區輸往內地的葡萄酒即時通關便利措施，已擴展至北京、天津、上海、廣州及深圳關區內所有口岸，全球各地的葡萄酒，只要經香港合資格葡萄酒商由香港付運到內地不同地方，包括：深圳、廣州、北京、上海及天津海關關區，即可享有內地海關給予的即時清關優惠。

為鞏固香港的「紅酒港」地位，香港品質保證局在2013年已推出「香港葡萄酒註冊計劃」，讓消費者可識別葡萄酒來源記錄，增加消費者信心。在上周的美酒展，局方還舉行了「2015香港葡萄酒註冊計劃暨葡萄酒儲存管理體系認證計劃頒授典禮」。

推QR碼識別紅酒來源

「香港葡萄酒註冊計劃」為全港首個同類型計劃，旨在確認機構能夠妥善保存可識別的葡萄酒來源記錄。隨着智能手機的普及，香港品質保證局在去年就計劃進一步推出「香港葡萄酒註冊計劃標籤」，註冊機構可將印有獨特QR碼的標籤張貼在酒瓶上，供消費者以智能手機掃描，在網上平台確認該機構已註冊，藉此提高消費信心。計劃推出以來反應理想，至今已有42間公司取得註冊資格，承諾提供可識別來源之葡萄酒。香港品質保證局另一葡萄酒相關計劃—「葡萄酒儲存管理體系認證計劃」更是全球第一個同類計劃，為葡萄酒供應鏈提供管理框架，以確保儲存與運送葡萄酒的手法達到專業標準，有助保持酒的品質。

自計劃推行以來，迄今共發出55張證書。取得認證多年的機構，更在當日的頒授典禮上獲得嘉許。

訂立紅酒標準 追趕國際步伐

可能有人以為紅酒是外來之物，原來中國早在數千年前已有葡萄酒。鍾曉紅指出，內地有很多紅酒產區，惟內地出產的紅酒因監管問題、造假等短視行為，令一些優質紅酒未被人重視及欣賞。她認為內地的確需要有一套紅酒標準。

隨着民眾消費水平的提高，對葡萄酒由原先只用以飲用，到品酒、收藏，以及投資的人愈來愈多。全國政協常委、前政務司司長唐英年可說是投資紅酒的專家，曾經拍賣Leflaive酒園出產的1992年Montrachet，以70萬元成交，連酬金要80多萬元，較估價40萬元至60萬元多出一倍。

收藏紅酒在國際市場非常普及，如法國銀行、瑞士銀行均有投資紅酒，惟內地目前要追上國際步伐，相信紅酒投資一環是必不可少。內地目前未有投資酒的概念，更未有一套投資級紅酒的標準。鍾曉紅指，中國國家檢疫局正委託集團為國家制訂出一套投資級紅酒的標準。她認為，投資級紅酒市場對內地來說是一個新市場，因此引入內地市場時需要配合教育。她指一支投資級紅酒，需要特別的照顧，和平時坊間買到的紅酒，在生產、投資，以及運輸上均要特別配合。

永不落幕酒展 嚴打假酒灌酒

內地一向未有一套紅酒評級的制度，亦未有對進口紅酒有一定的規劃，令內地紅酒市場出現「賣不出」的問題。鍾曉紅表示，內地紅酒「賣不出」主要是因為紅酒進入市場時了無秩序，令假酒、灌酒等問題出現，讓市民對紅酒欠缺信心。

前海設投資交易中心

她表示，深圳前海葡萄酒投資交易中心的成立，就是希望做到固本清源，整合業界資源，令國際紅酒商有秩序進入內地市場，同時避免出現假酒，灌酒的問題。

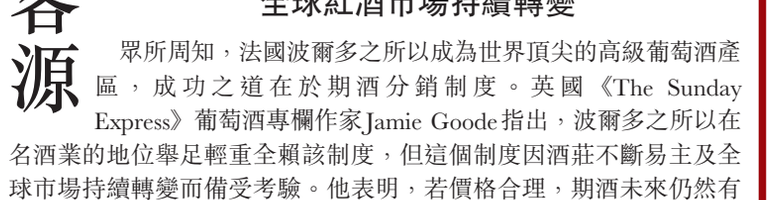
交易中心設於前海保稅區內，集團於保稅區設立保稅倉，國際紅酒商將產品運到平台，可於保稅倉中儲存。集團亦會於保稅倉開放一個展示區，讓國際紅酒商展示其產品。鍾曉紅表示，展示區像是一個永不落幕的酒展，讓酒商挑選其有競爭力的紅酒作展示。

一條龍包辦倉儲運送

香港雖然豁免葡萄酒關稅，但國際紅酒商出口紅酒到內地，仍需付上昂貴的關稅，很多酒商會把資金積壓於稅款之上，對上游的酒商造成資金壓力。交易中心則為國際紅酒商提供一條龍服務，由儲存、運送、展示等一一包辦；集團更設有網上的B2B及B2C平台，可直接向內地買家出售紅酒，重點在於國際紅酒商出售紅酒前才需支付關稅，因此減少稅款對酒商資金壓力的負擔。

減多重中介節省成本

鍾曉紅又指，目前國際酒商進入內地市場需先報關稅，報關後該批紅酒就不能返回國際市場。因此酒商將酒儲存於保稅倉的另一個好處，是酒商儲存於保稅倉的紅酒，可隨時回到國際市場，對酒商的存貨流動性有正面幫助。另外國際酒商若自行進入內地市場，將會經過多重中介，從中收取的費用，將令紅酒的售價倍升。通過平台卻可免卻多重中介人的關卡，直接落到買家手上，不論對酒商及消費者均有好處。



■美酒展舉行酒類行業會議。左起：Jamie Goode、陳芳、葡萄酒大師Debra Meiburg；自然生態動力學葡萄酒作家、評論家兼顧問Monty Waldin及Joao Paulo Martins。

專家籲民間推廣擴客源

對於葡萄酒市場的前景，貿發局上周舉行的國際美酒展就請來4位專家分享他們的真知灼見。怡園酒莊董事長陳芳認為，雖然整體葡萄酒市場錄得正增長，但品酒人士在中國內地仍屬極少數，建議酒莊開發內地的品酒顧客群，不要專注向固有市場推廣。若一直以品酒人士為銷售對象，將大錯特錯，應改為向尚未愛上品酒的大眾推廣，令他們成為美酒愛好者。

葡萄牙酒商藉港拓內地

今屆的國際美酒展，邀請了葡萄牙作為夥伴國家，集合該國超過40家葡萄酒參展商，組織Wines of Portugal地區展館，展示當地多個酒莊逾500款精選佳釀及舉行一連串葡萄牙試酒會和教育活動。不說不知，原來葡萄牙是世界葡萄酒十大產酒國之一，由於香港與內地商貿關係密切，加上香港是葡萄酒免稅港，吸引酒商在港設立基地及分銷網絡，葡萄牙酒商亦把握商機，通過香港平台開拓內地及亞洲市場。

說到葡萄牙酒的吸引力，葡萄牙《Expresso》周刊作家Joã o Paulo Martins說，葡萄牙的葡萄品種繁多，共出產約250種葡萄；未來當地酒業不會由某品種的葡萄或酒獨佔優勢，反而葡萄酒的特色及多元化才是葡萄牙的瑰寶。

全球紅酒市場持續轉變

眾所周知，法國波爾多之所以成為世界頂尖的高級葡萄酒產區，成功之道在於期酒分銷制度。英國《The Sunday Express》葡萄酒專欄作家Jamie Goode指出，波爾多之所以在名酒業的地位舉足輕重全賴該制度，但這個制度因酒莊不斷易主及全球市場持續轉變而備受考驗。他表明，若價格合理，期酒未來仍然有市場。當前葡萄酒業有關有機、天然、自然生態動力學及可持續性等範疇的討論愈來愈多。自然生態動力學葡萄酒作家、評論家兼顧問Monty Waldin認為，這部分是由於葡萄酒品質，但環境問題也值得關注。因為可持續發展不但有利環境，對葡萄酒業亦極具商業價值；土壤的好壞則決定葡萄酒的優劣。