



中国葡萄酒：品质提升 蓄力向上发展

作者：薛晓佳 杨阳

电话：010-63076205

邮箱：jiuyezhiku@xinhua.org

编辑：冯明园

审核：卢德坤

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



2020年，中国葡萄酒没有等来行业的春天，却遭受了新冠肺炎疫情的沉重一击，行业洗牌加剧。但中国葡萄酒依然是朝阳产业，有着广阔的前景。消费升级大潮之下，随着葡萄酒中国鉴评体系的完善，行业立标提质，练好“内功”，规范葡萄酒市场流通秩序，维护消费者权益，引导国内外葡萄酒从业者生产优质产品，发挥领军企业优势，助推葡萄酒行业抗压前行。

目录

一、行业发展短期不乐观 长期不悲观.....	3
二、行业龙头挑业绩大梁 2020Q1 局势紧张待破.....	6
三、中国葡萄酒“高品质”发展在路上.....	9

图表目录

图表 1：2011-2019 年中国葡萄酒产量及同比增速.....	3
图表 2：2011Q1-2020Q1 中国葡萄酒产量及同比增速.....	4
图表 3：2015-2019 年中国规模以上葡萄酒企业销售收入及同比增速.....	4
图表 4：2011-2019 年中国葡萄酒进口金额及同比增速.....	5
图表 5：2011-2019 年中国葡萄酒进口数量及同比增速.....	6
图表 6：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2019 年经营业绩.....	7
图表 7：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2020Q1 经营业绩.....	7
图表 8：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2019 年销售费用率及较上年同期增幅.....	8
图表 9：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2020Q1 销售费用率及较上年同期增幅.....	9
图表 10：2019 年中国葡萄酒行业相关政策大事记.....	10

中国葡萄酒：品质提升 蓄力向上发展

2020年，中国葡萄酒没有等来行业的春天，却遭受了新冠肺炎疫情的沉重一击，行业洗牌加剧。但中国葡萄酒依然是朝阳产业，有着广阔的前景。消费升级大潮之下，随着葡萄酒中国鉴评体系的完善，行业立标提质，练好“内功”，规范葡萄酒市场流通秩序，维护消费者权益，引导国内外葡萄酒从业者生产优质产品，发挥领军企业优势，助推葡萄酒行业抗压前行。

一、行业发展短期不乐观 长期不悲观

近年来，尽管进口葡萄酒相对而言仍是国内消费者的“心头好”，但难掩量额双降之势。尚未从进口酒高压下解脱的国产葡萄酒，在新冠肺炎疫情的影响下面临更大挑战。

1、国产葡萄酒受疫情影响下滑加剧，2020Q2开启弱复苏

近三年来，中国葡萄酒产量急剧下滑。据国家统计局数据显示，2017年年产量100.1万千升，2018年缩至两位数——62.9万千升。2019年年产量降至45.1万千升，同比降低10.2%。受新冠肺炎疫情疫情影响，2020年第一季度，中国葡萄酒产量近年来首次出现个位数——5.80万千升，同比降幅高达40.8%。

图表 1：2011-2019 年中国葡萄酒产量及同比增速



来源：国家统计局 新华财经

图表 2：2011Q1-2020Q1 中国葡萄酒产量及同比增速



数据来源：国家统计局 新华财经

2019年，全国规模以上葡萄酒企业数量155家，销售收入145.09亿元，同比减少17.51%；实现利润总额10.58亿元，同比降低16.74%。2020年第一季度，销售收入18.95亿元，下降44.02%；利润0.01亿元，下降99.24%。全国葡萄酒行业规模以上企业经济效益在2019年本就低迷的情况下，受新冠肺炎疫情影响，在2020年第一季度显得更加惨淡。

图表 3：2015-2019 年中国规模以上葡萄酒企业销售收入及同比增速



数据来源：中国酒业协会 新华财经

2020年4月，随着全国疫情防控形势总体向好，酒类消费内需潜力逐步释放，葡萄酒行业复苏通道随之开启。据国家统计局数据显示，2020年1-4月，全国规模以上葡萄酒生产企业完成酿酒总产量9.05万千升，同比下降27.51%，下降幅度收窄。据中国酒业协会近期行业抽样调研显示，进入5月后，市场动销继续加快，部分企业预计在6月就可以恢复到往年同期水平。

2、中国进口葡萄酒量额双降，未来回升可期

2019年中国葡萄酒进口金额35.36亿美元，同比下降9.7%；进口数量66.23万千升，同比下降9.2%。虽然进口葡萄酒量额双降，且降幅较大，但较国产葡萄酒而言，仍维持较高发展水平。北京百利生葡萄酒业总经理吴一白认为，进口葡萄酒的下滑趋势是阶段性的，未来个人消费的增长会适当弥补商务/社交消费被抑制的部分，进口葡萄酒消费仍占主流，其消费量回升可期。

业内也有观点认为，受制于新冠肺炎疫情在世界范围内蔓延给进口葡萄酒的生产和运输带来的不确定性，进口商面临巨大压力；国产葡萄酒商基于库存带来的资金压力，以及更高的人力等成本压力，复苏之路将比进口葡萄酒更加艰难。

图表 4：2011-2019 年中国葡萄酒进口金额及同比增速



来源：海关总署 新华财经

图表 5: 2011-2019 年中国葡萄酒进口数量及同比增速



来源：海关总署 新华财经

二、行业龙头挑业绩大梁 2020Q1 局势紧张待破

本文选取A股主板上市的四家葡萄酒企业——张裕A、ST威龙、ST中葡和莫高股份为标的。由于通葡股份葡萄酒业务营收占比较小，未在本文讨论范围之内。2019年四家葡萄酒企业营收缩水，各大企业实施降本增效举措收获微薄，实现净利增长。但2020年第一季度受疫情影响业绩更为惨淡，营销活动锐减。

1、经营业绩：降本增效，难以扭转2020Q1结局

2019年四家葡萄酒企实现总营收61.24亿元，同比降低5.84%；实现归属于母公司净利润11.46亿元，同比增加18.87%。其中，张裕营收达50.31亿元，虽然稍低于年初制定的力争实现营业收入不低于53亿元的目标，但其龙头地位毋庸置疑，经营业绩遥遥领先。并且，张裕2019年营收占全国葡萄酒行业规模以上企业销售收入的34.68%；2019年实现归母净利11.30亿元，超过了全国葡萄酒行业规模以上企业利润总额（10.58亿元）。

ST中葡2019年实现归母净利0.15亿元，同比增长109.49%，扭亏为盈。其年度报告显示，净利增长源于各项费用的大幅降低等降本增效措施和区域原酒市场及高档酒市场的大力开拓等主营业务优化战略。

图表 6：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2019 年经营业绩

上市公司	2019年			
	营业收入 (元)	同比增速 (%)	归属母公司股东的净利润 (元)	同比增速 (%)
张裕A	5,031,011,489.00	-2.16	1,129,735,749.00	8.35
ST威龙	667,257,781.35	-15.32	-25,865,056.50	-150.09
ST中葡	248,314,310.48	-27.48	14,919,370.53	109.49
莫高股份	177,268,383.93	-23.29	27,427,427.95	0.66
合计	6,123,851,964.76	-5.84	1,146,217,490.98	18.87

来源：公司年报 新华财经

新冠肺炎疫情对于本就脆弱的葡萄酒行业来讲，无疑是一记重锤。2020年第一季度，四家葡萄酒企业总营收9.37亿元，同比降低53.11%；实现归母净利润1.69亿元，同比降低65.62%。只有张裕一家归母净利润维持正值，其余皆为亏损。业内人士曾表示“葡萄酒行业’短期不乐观’，2020年将是国内葡萄酒市场近十年来最艰难的一年。”

图表 7：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2020Q1 经营业绩

上市公司	2020Q1			
	营业收入 (元)	营收同比增长 (%)	归属母公司股东的净利润 (元)	归母净利润同比增长 (%)
张裕A	800,586,544.00	-51.99	233,129,459.00	-48.92
ST威龙	109,969,193.34	-48.88	-37,924,142.04	-344.62
ST中葡	9,578,273.76	-83.59	-19,262,509.95	-391.25
莫高股份	17,314,913.01	-70.26	-7,241,650.73	-159.28
合计	937,448,924.11	-53.11	168,701,156.28	-65.62

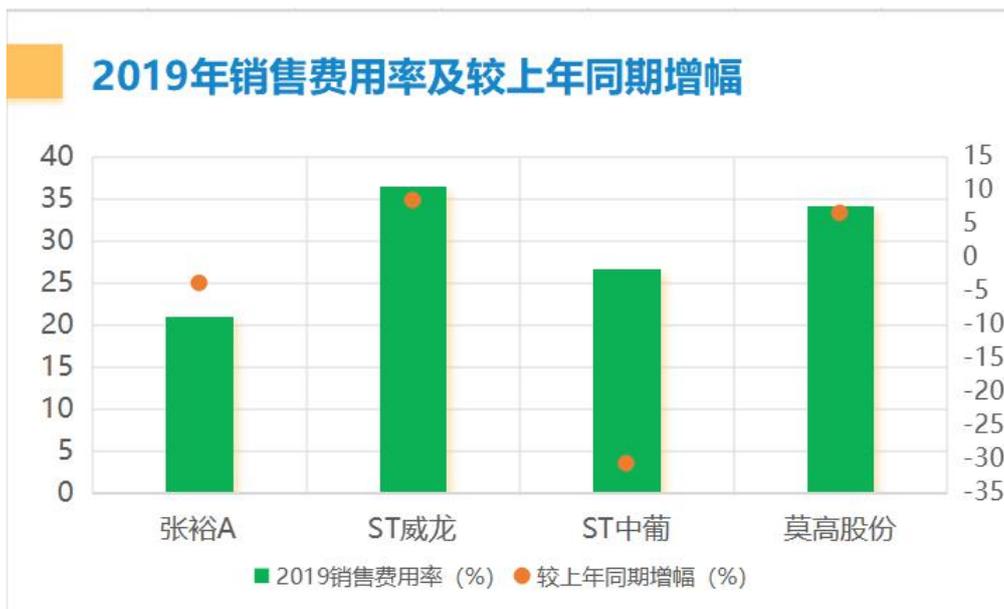
来源：公司季报 新华财经

2、销售费用率：受疫情影响 2020Q1营销活动显著放缓

销售费用率水平一定程度上反应了酒企在品牌和渠道建设上做出的努力。2019年四家葡萄酒企销售费用率高于20%，行业整体处于高位水平，这也在一定程度上反应出葡萄酒市场竞争更加激烈。其中，ST威龙表现最突出，2019年销售费用率达36.4%，较上年同期增幅8.45%，其年报解释称主要是报告期内促销费增加所致。

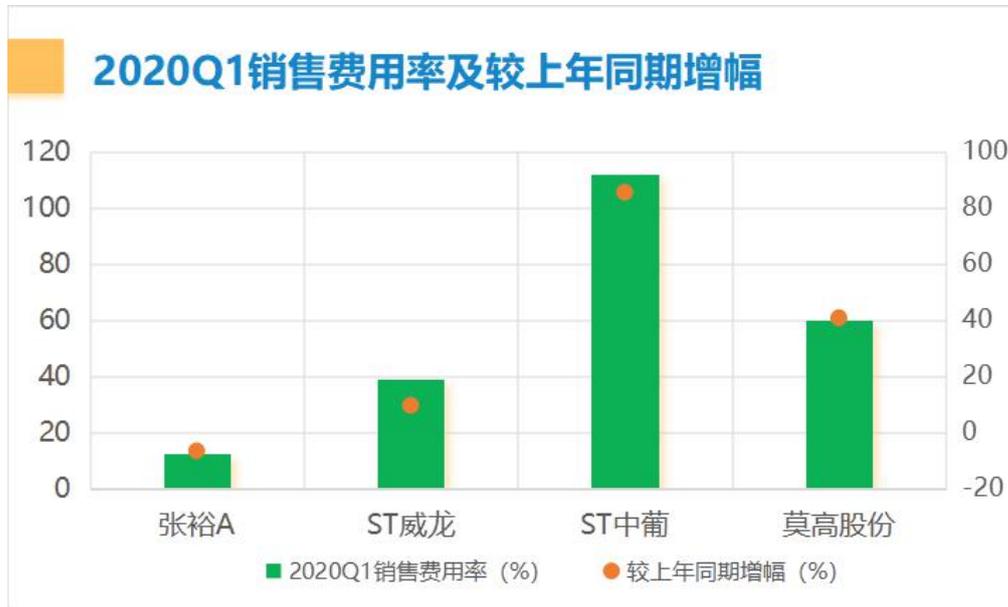
2020年第一季度，张裕销售费用率显著下降，为四家上市企业中最低，主要由于新冠肺炎疫情严重影响公司营销活动减少。不仅仅是张裕，其他三家销售费用均受疫情影响大幅下滑，所以其他三家高企的销售费用率及增幅，并不是品牌和渠道建设上的大手笔投入增加，而是销售费用的下滑幅度并没有追上其营收的下滑幅度所致。

图表 8：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2019 年销售费用率及较上年同期增幅



来源：公司年报 新华财经

图表 9：葡萄酒行业 A 股主板上市企业 2020Q1 销售费用率及较上年同期增幅



来源：公司季报 新华财经

三、中国葡萄酒“高品质”发展在路上

中国葡萄酒的发展虽历经坎坷，但品质提升的脚步从未停止。2019年《酿酒葡萄》、《橡木桶》、中国《葡萄酒产区》团体标准和《贺兰山东麓葡萄酒技术标准体系》地方标准的发布，都是从零到一的突破式发展；国际大奖赛上屡获殊荣，都是葡萄酒人长期耕耘的果实，其实，中国葡萄酒“高品质”发展一直在路上。

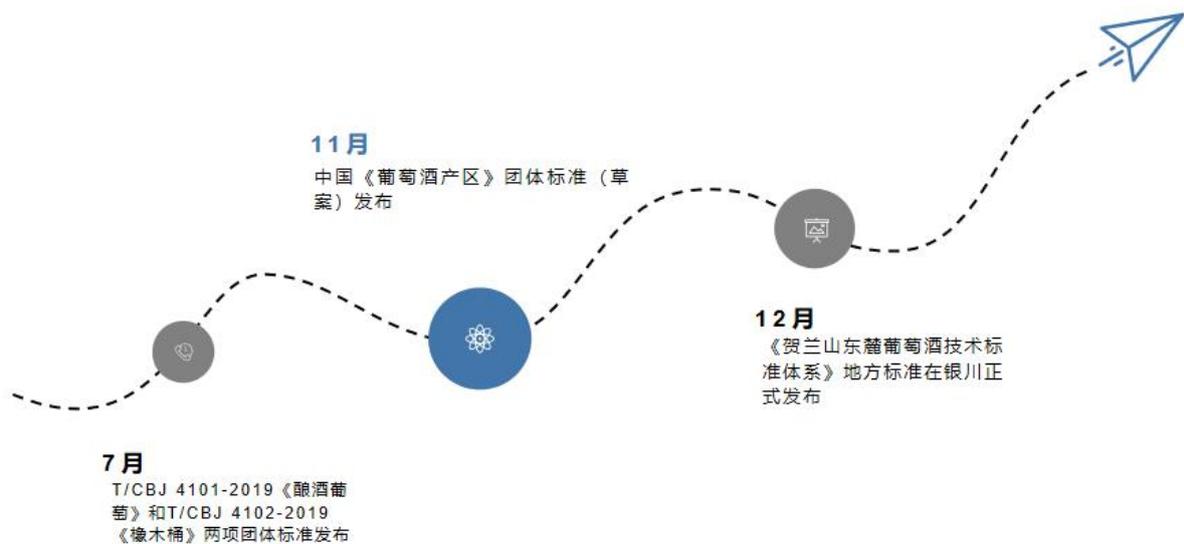
1、健全行业标准 促进产业健康发展

2019年7月，中国酒业协会团体标准审查委员会发布T/CBJ4101-2019《酿酒葡萄》和T/CBJ4102-2019《橡木桶》团体标准。两大标准分别规范统一了我国酿酒葡萄和橡木桶的技术指标和检验规范，并明确了相应的质量评价标准，为葡萄酒产业健康发展保驾护航。据悉，《酿酒葡萄》团体标准是国内行业首创，此前并无相关国家标准或行业标准对酿酒葡萄质量进行考量。标准的实施，将会助益酿酒葡萄栽培技术水平的提高，同时，也为葡萄收购加工提供原料质量评价依据。这将进一步促进葡萄酒品质和品牌竞争力的提升。

2019年11月，中国酒业协会葡萄酒分会发布了中国《葡萄酒产区》团体标准（草案），以具备中国特色的产区划分标准，明确产区概念，规范行业发展。业内人士表示，产区标准的制订和推广实施，可以更好地指导产区建设，打造产区知名度，从而推动我国葡萄酒行业健康发展，有效减少由于定义模糊带来的行业性问题，规范葡萄酒行业的发展。这是中国酒业协会团体标准审查委员会成立以来在中国葡萄酒行业领域的第一个管理性标准，并将中国葡萄酒产区发展推向一个新的阶段。

2019年12月，《贺兰山东麓葡萄酒技术标准体系》地方标准在银川正式发布，据了解，该标准是目前国内葡萄酒领域首个针对地理标志产品保护而建立的全产业链技术标准体系，也是全区地理标志保护方面首个技术标准体系。标准体系的建立，是对产业发展的正确引领。充分发挥标准体系的引领功能，可以促进地方葡萄酒产业向上发展，进而形成强大的区域品牌竞争力。

图表 10：2019 年中国葡萄酒行业相关政策大事记



来源：新华财经

2、斩获国际大奖 扎实推进品质升级

近年来，虽然中国葡萄酒在产量和消费端表现“不尽如人意”，但品质提升渐入佳境。2019年中国葡萄酒频频亮相国际大奖赛并取得佳绩，张裕解百纳在全球畅销葡萄酒品牌盲品赛上成为“全球Top5”；宁夏张裕摩塞尔传奇赤霞珠干白（2018年）、烟台张裕卡斯特酒庄特选级霞多丽干白（2016年）、法国蜜合花酒庄干红（2017年）纷纷在“葡萄酒奥斯卡”之称的布鲁塞尔国际葡萄酒大赛上斩获三枚金奖。

据悉，在世界五大国际葡萄酒比赛之一的柏林葡萄酒大奖赛2019年冬季赛中，中国产区参赛酒款共收获61项大奖，宁夏贺兰山东麓产区圣路易·丁酒庄法塞特赤霞珠美乐干红2013获得大金奖，贺东庄园品丽珠干红2016、鹤泉酒庄贺玉青金石赤霞珠干红2015等31款葡萄酒获得金奖，美贺庄园2016开庄珍藏干红等8款葡萄酒获得银奖。

中国葡萄酒在国际大奖赛崭露头角已不足为奇，却似乎不足以撼动中国消费者的心，也没有彻底撕去国产葡萄酒在消费者心里的“低端”标签，更高层次的提升和更大范围的传播仍需加强。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。