

传统产区如何在竞争中突围

——河西走廊葡萄酒产业调查

本报记者 赵梅

作为高度国际化的酒种，全球葡萄酒行业正发生着全局性、深层次的变化。中国葡萄酒产业也在深度调整中艰难前行。作为我国九大酿酒葡萄优质生态产区之一，河西走廊葡萄酒产区面临着产品同质化问题突出、产区集群效应偏低、产业链条较短等产业发展共性问题。我国葡萄酒产区如何在激烈的市场竞争中成功突围？

2024年全国葡萄酒、果酒行业年会日前召开。“这次年会传来两个重要信息：一是年轻化的低度酒受欢迎；二是女性群体消费有意转入葡萄酒市场。这对葡萄酒企业是机遇也是挑战。”甘肃祁连葡萄酒业有限责任公司葡萄酒厂厂长王志斌说，国产葡萄酒生产成本较高，与零关税的进口葡萄酒竞争并无优势，只有深入调研市场，从之前追求的产品差别转化到市场需求差别，才能“绝处逢生”。

河西走廊葡萄酒产区是我国九大酿酒葡萄优质生态产区之一，经过40多年发展，其产品知名度和影响力不断提高；但随着近年来全国酒类行业深度调整，加之国内外葡萄酒产业竞争加剧，产区也在经受考验。传统产区到底面临着怎样的困难？又如何直面挑战，寻找发展突破口？

酒香也怕巷子深

往来穿梭于河西走廊的多个葡萄种植基地，只见一垄垄不同品种的酿酒葡萄藤已出土上架，长势喜人。河西走廊地处北纬36度到40度，适宜的阳光、温度、湿度和土壤，为种植优质酿酒葡萄提供了理想的地理气候条件。西汉时期，出使西域的张骞沿着丝绸之路让葡萄种子和葡萄酒美酒随着大漠驼铃来到中国，河西走廊葡萄酒的历史由此展开。

但随着全球葡萄酒产业深度变化，坐拥原料品质优势的河西走廊葡萄酒产业也面临着种植、生产及销售环节中的重重难题。兰州大学经济学院教授、甘肃省人民政府参事杨肃昌认为，河西走廊葡萄酒产区无论在政策体系构建还是企业发展上，均面临着巨大挑战。

记者调研发现，产区面临的首要问题是，种植环节无法实现全程机械化，人工成本持续增加，从而导致酿酒葡萄种植减量。

在甘肃张掖国风葡萄酒业有限责任公司葡萄种植基地，已到花甲之年的工人许福财正在查看葡萄出芽情况。如今，刚结束出土作业进入防霜冻等田间管理作业，只有在进入夏剪时机械才能出点力。据介绍，葡萄园劳务用工需求多，能招到的工人年龄都偏大，且采收季与制种玉米采收用工重合，关键节点每天工资300元仍招不到人。

由于多是老园子，标准化程度低，葡萄种植中最耗力的采摘和埋土作业均无法实现机械化。“有些机械是国外进口设备，自动化程度高，操作人员不好找，易损配件不好配，也无法享受农机补贴。”张掖国风葡萄酒业有限责任公司生产厂长陈建军说。

甘肃祁连葡萄酒业有限责任公司总经理潘鸿在调研中发现，截至2020年，甘肃产区酿酒葡萄栽培总面积减少至15.5万亩。减产原因主要来自3个方面：一是酿酒葡萄种植周期长、生产成本低，果实收购价格较低，导致农民种植积极性不高，葡萄栽培过程中机械化水平不高，规模化生产水平低；二是种植业技术保障体系比较欠缺，因霜冻、冰雹等灾害导致葡萄减产的现象比较突出；三是农民缺少有效应对生产危机的技能。

此外，种植、生产及销售环节的



上图 国风葡萄酒种植基地开展机械化夏季修剪作业。

左图 河西走廊产区种植的酿酒葡萄。

本报记者 赵梅摄

甘肃省

培育葡萄酒及产业链企业19家

▼其中

莫高葡萄酒
品牌价值
227.01亿元

莫高核心产品黑比诺
独立品牌价值
216.02亿元

河西走廊葡萄酒产区

已形成武威、张掖、嘉峪关、天水
4个产区

同质化问题

也是导致河西走廊产区葡萄酒优势减弱、竞争力缺乏的原因之一。只有实施差异化战略，突出地方优势，深入挖掘发展资源与历史优势，才能充分体现葡萄酒产地的风貌和特色。甘肃莫高实业发展股份有限公司副总经理、技术总监牛育林表示，河西走廊葡萄酒产区缺乏对优质耐旱、抗寒良种的引进繁育，对本地葡萄酒风土特征的发掘研究也有待加强，对葡萄酒质量的科技支撑体系建设相对薄弱。

除了同质化，“单打独斗”的发展方式也阻挡了河西走廊葡萄酒高质量发展的脚步。“‘最早’和‘有机’是产区的两个关键词，但我们并未将之有效推广出去。”甘肃滨河食品工业集团有限责任公司总经理许文亮说，企业“单打独斗”势单力薄，难以形成产区品牌的核心竞争力。甘肃莫高实业发展股份有限公司市场运营部部长胡兴志则认为，国产葡萄酒虽具有一定品牌和市场基础，但普遍缺乏对市场和消费者的培育意识。

“我国西北葡萄酒产业在推广营销中，没有形成‘抱团走出去’态势，公共品牌效应和市场认可度不高，企业高附加值的精品和个性化产品少。加之西北本地市场空间容量有限，又远离东部主要消费市场，运输成本高，导致产品市场竞争力不强，市场开拓难度较大。”中国酒业协会葡萄酒分会秘书长火兴三认为，河西走廊葡萄酒产业在发展中还存在葡萄酒产业与文旅产业融合发展不够、葡萄酒饮食文化培育不足、西北葡萄酒文化基础较为薄弱等问题。

优势产区有底气

虽然面对诸多发展困难，但河西走廊葡萄酒产业并未

失去信心。

“河西走廊产区的葡萄酒是有独特优势的，多年的葡萄种植和酿酒工艺发展，造就了过硬的产品质量和差异化的产品品类。虽然当下面对很多新的困难，但河西走廊产区的葡萄酒企业还是有底气的，关键是要将特色做得更为突出。”潘鸿说。

日照时数3000小时以上、昼夜温差15℃、年降水量100多毫米、土壤结构疏松、祁连冰川融水……河西走廊适宜的阳光、温度、湿度和土壤，为种植优质酿酒葡萄提供了理想的地理气候条件。

多年来，正因为有如此优越的自然条件，河西走廊葡萄酒产区借力发展，酿造出多款葡萄酒产品，也形成了一定的市场规模。如今，河西走廊产出的葡萄酒销售网络遍布全国主要市场，已形成相对完备的营销体系，市场份额约占全国市场的10%；已形成武威、张掖、嘉峪关、天水4个产区，酿酒葡萄种植面积最高峰达30万亩左右。莫高、紫轩、祁连、国风等品牌快速成长，葡萄酒年产能达14万吨。

甘肃省酒类流通产业促进中心主任段治国说，河西走廊葡萄酒产区的一些葡萄酒品牌成功打入日本、马来西亚等国外市场，葡萄酒产业集群经济效益、生态效益、社会效益于一体，成为加快甘肃经济结构调整的重要抓手。

5月初，甘肃莫高实业发展股份有限公司、甘肃祁连葡萄酒业有限责任公司、甘肃张掖国风葡萄酒业有限责任公司3家企业的贵人香冰白、莫高干红、国风赤霞珠等9款1120件葡萄酒发往日本市场。“这次抱团出口日本，对于提振企业信心、强化品牌推广、提升河西走廊产区影响力有着重要作用。”潘

鸿说，6月中旬，甘肃省商务厅还将再次组织陇酒企业赴日本东京参加第49届国际食品和饮料展览会，并举办河西走廊葡萄酒出口新品推介会，助力河西走廊葡萄酒在亚太地区的市场销售。

在牛育林看来，经历多年发展的河西走廊产区葡萄酒要想突出重围，就要紧紧抓住产地质量优势，做强产品品质，真正打响河西走廊葡萄酒品牌。

让河西走廊葡萄酒企业有发展底气的特点还有差异化产品。“有好葡萄园才能酿出好葡萄酒，而只有河西走廊才能酿冰白。”王志斌说，酿造冰酒的葡萄必须在零下8摄氏度环境下，在树上自然结冰后带冰采摘压榨不添加任何糖原酿造而成。只有河西走廊的气候可以满足这一要求，但是葡萄产量低，风险大。

“祁连酒业职工从‘林业人’转变成‘酿酒人’，2000年酿出第一瓶葡萄酒，2003年成功研发出冰酒，填补国内没有冰酒的空白。”王志斌说。

差异化产品为满足差异化市场需求提供了可能，将特色做足成为企业发展的重要抓手。“今年下半年，我们会尝试根据市场情况压缩干酒产量，提升冰酒产量。”王志斌说。

多方尝试求创新

在深挖天然禀赋和内涵底蕴的同时，寻求突破的河西走廊葡萄酒产区也在想“新办法”。

“红酒呈现非常亮丽的宝石红色，这个颜色主要来自于葡萄皮中净提的色素。红葡萄酒的品种不同，红葡萄酒的花青苷成分会略高一些，导致颜色更为深邃亮丽……”在甘肃紫轩酒庄有限公司占地3700平方米的地下酒窖，讲解员柴柳青正在为游客讲解葡萄酒的品鉴知识。

紫轩酒业在2005年建厂之初就提出文旅结合的规划。2010年，他们获评4A级旅游景区，游客可以参观其灌装线。去年，他们又在发酵车间安装了玻璃参观走廊，新增葡萄酒核心区酿酒车间参观线路。

位于兰州的甘肃莫高实业发展股份有限公司酒窖，也在及时调整思路。“如今，酒窖的东大门在工作日是敞开的，谁都可以进来参观，我们还提供讲解服务和免费品鉴活动。”胡兴志说，2022年之前，酒窖是不对外开放的，如今不仅打开大门，还加大了与各单位的对接，以此开启另一种推广方式。

甘肃滨河集团国风酒庄葡萄酒品牌事业部总经理肖华说，他们会在酿造工艺上寻求突破，在做

高端化品牌的同时，做一些趋于年轻化、小量、时尚化的产品；将精准研发产品通过差异化产品开展前期招商，实现品牌市场占比。

国风、祁连明珠酒庄、紫轩酒庄等诸多企业正在探索不同的发展模式，或扩大文旅融合业态，或酿造小瓶酒、气泡酒。企业努力寻找市场细分之下的精准营销模式，在追求个性化的当下，试图通过锁定圈层消费，不断拓展渠道。

对河西走廊葡萄酒产区来说，要实现产业突围，企业的努力是前提，产业的整体规划和政策引导也非常重要。

杨肃昌认为，甘肃独有的自然条件是不可模仿的，只有基于河西走廊的自然禀赋，制定葡萄酒产业长远发展的产业规划，扎扎实实推进产业发展，在种出好葡萄上下功夫，并开展传统园区的改造升级，打造出真正绿色有机葡萄园，才能真正实现市场拓展和产业融合。

杨肃昌说，甘肃河西走廊葡萄酒产业要发展，需要顶层规划，可以考虑整合甘肃省有关职能部门、高校和科研院所的力量，科学制定组织实施葡萄酒产业发展规划；树立河西走廊葡萄酒的地方品牌和整体形象，积极打造高新技术产业示范园，把葡萄酒产业培育成一二三产业深度融合的新兴产业。

去年7月甘肃省商务厅发布的《促进陇酒产业创新发展调研报告》建议将葡萄酒产业发展与生态建设、文化旅游深度融合，引导更多资本、科技、人才、土地等要素向产业集聚，促进产业提档升级。

继续深耕种植技术和酿酒技术也是葡萄酒产业“强身健体”的关键。

国家葡萄酒产业技术体系兰州试验站站长、甘肃省农科院林果花卉研究所研究员郝燕说，葡萄酒产业竞争中最核心的要素是围绕优质酿酒葡萄基地的建设和培育。河西走廊的酿酒葡萄基地成立的年头较早，在改造过程中存在架型改造、补植等实际问题，改造成本高、损失大。因此，政府也可通过农业补贴形式推进老园改造。在已实现部分环节机械化的前提下，大力研发引进自动埋藤机械和出土机、采收机等，积极建立农机服务站，加强农业机械配套，推进种植机械化进程。

郝燕表示，河西走廊葡萄基地还极易遭遇灾害天气，可参照省内其他农产品的保险政策体系，积极推动酿酒葡萄种植业保险制度，逐步形成酿酒葡萄种植业保险制度政策体系。

此外，产品定位、产品表现均为产业突围的关键。渠道仅仅解决了产品走出去的第一步问题，是否被消费者接受是最主要的考量标准。对河西走廊葡萄酒产业来说，在加大产品扶持力度的同时，明确产业定位，以新的产品体系来推动消费者葡萄酒饮食文化培育尤为重要。

2018年，中国酒业协会、中国食品工业协会、中国园艺学会首次联合发布了《葡萄酒中国鉴评体系》，将葡萄酒分为红、白、桃红葡萄酒与起泡葡萄酒两大类，从外观、香气、口感和整体4个维度进行评价，鉴评描述语言与国外葡萄酒的评价体系相比，更符合国人的认知和理解。

火兴三表示，要鼓励河西走廊葡萄酒产区在突出产地化和特色化生产的同时，规范葡萄酒流通市场，加强葡萄酒市场终端评价能力建设；要追本溯源，厘清我国葡萄酒和葡萄酒发展史，顺应当前多元化、个性化、风格化的消费趋势，重构中国葡萄酒的品质表达体系和价值表达体系；匹配我国饮食文化特色，做好葡萄酒的普及，满足不同消费群体需求。

调查手记

在相同中找到不同

甘肃河西走廊身处北纬38度这条种植酿酒葡萄的黄金纬度带上。然而，河西走廊葡萄酒并未因独特的水、土、光、热资源与悠久深厚的历史资源大放异彩，同质化现象突出。在追求个性化的当下，只有强化地方优势、产品优势、历史文化优势，以差异化求发展，才能在市场竞争中成功突围。

“三分工艺，七分原料”，这是葡萄酒酿造界的共识。如果葡萄品质不好，再好的酿酒师也只能做一些细枝末节的修饰，无法从根本上酿出好的葡萄酒。就算同一个葡萄品种，在不同的水土条件和田间管理下也会有不同表现。因此，对于河西走廊酿酒葡萄产业而言，首先要是在葡萄品种引进、种植技术改进与种植模式改良上下功夫。要以产区风土为基础，引进抗性好、适合当地种植的葡萄品种，精细化田间管理，匹配适宜的栽培技术、酿酒工艺和原辅料，酿出具有本地特色的优质产品，展现差异化产品风格。

同时，要持续推进科技创新，加强对本地葡萄酒风土特征的发掘研究，加大葡萄酒质量体系建设科技支撑，研发自有酿造使用的发酵菌剂与科技含量高的酿造工艺，让产品具有独特风格。要采用科研专项形式，充分利用产区科研平台，开展一批科技研发项目，加强品种区域化与酒种区域化研究，解决葡萄酒风格的本土化和风味特色化。还要利用科技力量，打造产区品牌，鼓励本土企业重视产品科技含量，走特色品牌发展之路。

此外，要紧紧抓住文化内涵这个根本，深入挖掘河西走廊悠久的葡萄种植历史与丝路葡萄酒文化，在产品中根植更深层的人文理念，在相同中寻找不同，突出地方特色、区域特色。相信通过与文旅产业的高度融合，发展贯穿整个产品、服务、生活、健康体系的全产业链，定能讲好河西走廊产区的葡萄酒故事。

祁连明珠酒庄展示着历年生产的葡萄酒。

本报记者 赵梅摄

本版编辑 王薇薇 郎冰美 编高妍