



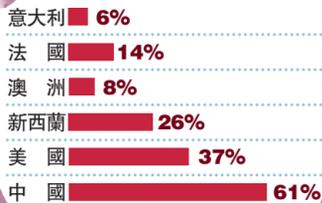
紅鳥沙龍與大文集團合辦研討會

中國葡萄酒走向世界 港橋樑作用大

前景秀麗

葡萄酒文化在中國已有千年歷史，亦是擁有巨大商機的市場。由紅鳥沙龍與香港大公文匯傳媒集團智庫合辦的「中國葡萄酒在世界格局變化中的新機遇」主題講座昨在香港舉行，西鴿酒莊創辦人張言志指出，中國、俄羅斯和印度是全球最具潛力的葡萄酒新興市場，中國市場規模已達1000億元人民幣，且持續增長，其進口葡萄酒佔比，從最初的10%攀升至2021年的60%，預計未來達到70%。他強調，香港作為世界葡萄酒貿易中心，是中國葡萄酒國際化的理想平台，其獨特優勢將助力國產品牌走向全球。

主要葡萄酒生產國 進口葡萄酒佔比



中國葡萄酒市場核心數據 (人民幣)

市場規模

- 2023年中國葡萄酒市場規模約1200億元(含進口酒)，受消費升級影響，中高端產品(200元至800元價位)佔比提升至35%。
- 2024年預測增速5%至8%

產銷量對比

- 2023年國產葡萄酒產量約34萬千升，進口量約28萬千升
- 2024年1月至5月進口葡萄酒量同比下降12%，國產酒銷量同比增長6%

消費者群組

- 30歲至45歲群體佔比達52%，年輕消費者(20歲至30歲)年消費增速15%



「中國葡萄酒在世界格局變化中的新機遇」主題講座昨在香港舉行。

大公文匯全媒體記者 曾業俊(文) 北山彥(圖)

全國政協委員、香港大公文匯傳媒集團董事長李大宏在致辭中指出，香港作為連接中國與世界的樞紐，也是全球知名的葡萄酒銷售中心，他相信香港的品牌推廣經驗和外貿優勢能貢獻於中國葡萄酒產業的發展。中國擁有龐大的葡萄酒消費潛力，有信心成為全球最大的葡萄酒消費市場。

內地市場規模超1000億

張言志在演講中深入分析了全球葡萄酒市場格局。他將中國、俄羅斯和印度列為最具增長潛力的新興市場，並特別指出中國葡萄酒市場規模已達1000億元人民幣，且保持快速增長態勢。數據顯示，進口葡萄酒在中國市場的佔比已從最初的10%攀升至2021年的60%，預計未來可能達到70%。

「中國已超越日本成為全球第三大葡萄酒消費國，這一變化的背後是兩國經濟發展的鮮明對比。」張言志分析道，日本正面臨少子化和消費降級的雙重壓力，而中國經濟增長軌跡與美國上世紀70年代的高速發展期相似。他引用證券公司研究報告指出，當人均GDP突破1萬美元時，消費模式將從實物投資轉向服務體驗消費，這正是中國葡萄酒市場未來增長的關鍵動力。

受關稅戰和疫情影響，中國葡萄酒消費增速有所放緩，但張言志堅信這只是3年至5年的調整期。從10年至50年的長周期來看，中國葡萄酒消費才剛剛起步，市場規模有望達到2000至3000億元人民幣。他特別強調，與傳統葡萄酒生產國不同，中國市場進口酒仍佔60%至70%份額，這為國產品牌提供了巨大的成長空間。

港是世界葡萄酒貿易中心

張言志以波爾多葡萄酒價格波動為例，說明中國市場對全球葡萄酒產業的影響力。今年，受中國進口減少影響，79年拉菲的價格從每瓶288歐元應聲下跌，充分展現了中國消費者的市場話語權。

談到中國葡萄酒品牌走向世界，張言志特別看重香港的橋樑作用。他指出，香港不僅是世界葡萄酒貿易中心，更是頂級酒類產品的集地，將成為中國葡萄酒走向全球的理想平台。他認為，香港獨特的地理位置和市場環境，使其成為國產葡萄酒品牌國際化的最佳跳板。

葡萄酒消費年輕化 中國酒市場逢機遇

潛力巨大

在談及進口酒對中國葡萄酒產業和市場的影響，參會嘉賓、香港海通國際證券執行董事李唐坦表示，中國葡萄酒市場規模以及消費潛力巨大，雖然目前進口酒佔比很多，但這增加葡萄酒的內部需求，反而有助於擴大市場，從長遠來看對本地葡萄酒產業發展是好事。

李唐坦分析指出，中國葡萄酒消費仍處於快速成長期。儘管目前在整體酒類消費中佔比不高，但增長空間廣闊。隨着消費升級和健康理念的普及，越來越多的消費者開始從傳統的

白酒、啤酒轉向葡萄酒消費。值得注意的是，葡萄酒消費群體呈現明顯的年輕化趨勢，不僅中老年群體保持穩定消費，年輕一代對葡萄酒的接受度也顯著提升。當這批年輕消費者成長為市場主力時，其消費能力和品質追求，將為中國葡萄酒產業帶來重要發展機遇。

提升品質與品牌影響力

談及貿易戰的影響，李唐坦認為「實際並不大」，中國進口葡萄酒以法國、意大利、澳洲等地區的來源佔比為多，美國酒相對較少，

在目前中美關稅戰的背景下，美國酒肯定會喪失中國市場。更重要的是，中國葡萄酒產業應當把握這機遇，着力提升產品品質和品牌影響力。

李唐坦強調，面對進口酒的競爭，中國葡萄酒產業需要持續提升釀造工藝和產品質量；同時加強產區特色和品牌推廣；還要注意消費者教育，培養更專業的品鑒能力；並把握年輕消費群體的偏好變化，創新行銷方式。只有夯實內功，才能在日益開放的市場環境中贏得競爭優勢。

大公文匯全媒體記者 殷巧玲

法國專家：中國本土酒莊品牌湧現

魅力獨特

參會嘉賓、寧夏西鴿酒莊全球品牌大使兼國際事務總監陳仙妮接受訪問時指出，葡萄酒的獨特魅力在於其豐富多樣的品飲體驗，這自然促使消費者樂於嘗試來自不同產區的產品。隨着眾多中國本土品牌和酒莊的湧現，中國消費者的選擇空間正在不斷擴大。

陳仙妮認為，雖然短期內中國對進口葡萄酒的需求不會明顯減少，但中國消費者對本土葡萄酒的認可度確實在持續提升。從市場表現來看，定價在幾百至1000元(人民幣，下同)的中端產品最受歡迎，其中200元至400元價位區間，已成為品牌競爭的主戰場。

這位在中國生活近15年的法國葡萄酒專家，以流利的中文表示，中國葡萄酒產業雖然年輕，但發展潛力巨大。她強調，年輕消費群



▲香港不僅是世界葡萄酒貿易中心，更是頂級酒類產品的集地。

體的崛起，將成為推動市場發展的重要力量。

釀造技術與品質水準高

「中國葡萄酒市場前景廣闊」陳仙妮充滿信心地說，「我希望能夠充分發揮自己在葡萄酒領域的專業經驗，以及對中國市場的深入了解，向全球推廣中國葡萄酒的魅力。」

在同一活動中，奧地利全球孵化器網路(GIN)香港中國宣傳大使李平陽也表達了對中國葡萄酒產業的看好。她認為，中國葡萄酒品牌在釀造技術和產品品質方面已經達到相當水準，未來在國際市場上具有很大的發展潛力。

大公文匯全媒體記者 殷巧玲

南沙推30招 鼓勵與境外金融機構合作

【大公報訊】中國人民銀行、金融監管總局、中國證監會、國家外匯管理局、廣東省人民政府昨日聯合發布《關於金融支持廣州南沙深化面向世界的粵港澳全面合作的意見》(「金融30條」)，加大金融支持南沙建設力度，進一步強化南沙對粵港澳大灣區高質量發展動力源的支撐作用，將南沙建設成為中國金融業對外開放試驗示範窗口、金融創新功能的承載區、粵港澳大灣區國際金融樞紐重要節點。

支持與港交所合推產品

「金融30條」在推進粵港澳金融市場互聯互通方面，鼓勵金融機構充分利用自由貿易賬戶、境外機構境內賬戶等為境外機構提供國際結算、資金交易、全球授信、跨境資金管理等綜合金融服務。支持在廣州期貨交易所推出與香港交易所跨境合作品種。支持廣州期貨交易所將已上市的期貨期權產品申請為允許境外交

易者參與交易的特定品種。支持為符合政策規定的經常項下保險業務提供便利化理賠、續保等服務。支持粵港澳保險機構合作開發適合南沙區居民的商业醫療險、商業保險年金、跨境車輛保險等跨境保險產品。支持南沙開展跨境股權投資便利化試點。探索依託現有數字化服務平台提供線上辦理跨境股權投資服務。

在完善創新創業金融服務方面。對符合南沙產業發展導向的企業，支持金融機構在依法合規、風險可控的前提下創新票據貼現產品、增加票據融資支持，加強多元化知識產權金融服務。鼓勵銀行業同外部投資機構合作，探索「貸款+外部直投」等業務新模式。支持保險機構依法合規投資創業投資基金或直接投資於科創企業。

「南沙金融30條」還提出，積極研究加快設立粵港澳大灣區國際商業銀行相關工作。積極引入主權財富基金、家族辦公室、風投創投等多元化投資機構。支持符合條件的港澳投資

者依法申請設立證券公司、基金公司，參控股境內期貨公司。高標準建設南沙國際金融島、明珠金融創新集聚區、期貨產業園等平台，為港澳金融機構跨境辦公提供空間載體。

南沙金融30條(部分)

- 完善創新創業金融服務，支持科技創新產業合作基地建設
- 加強社會民生領域金融服務，支持打造城市高質量發展新標桿
- 發展特色金融服務，健全現代金融產業
- 推進粵港澳金融市場互聯互通，加快建設規則銜接機制對接高地
- 開展跨境金融創新與交流，打造高水平對外開放門戶
- 完善金融監管機制

中銀：新措施推動跨境金融發展

【大公報訊】內地發表《關於金融支持廣州南沙深化面向世界的粵港澳全面合作的意見》簡稱「南沙金融30條」，本港銀行界對新措施表示歡迎。中銀香港表示，「南沙金融30條」是粵港澳大灣區金融互聯互通的政策舉措，標誌着粵港澳在規則銜接、機制對接方面再向前邁進一步。此政策文件主要圍繞創新創業、社會民生、發展特色金融、金融市場互聯互通、開展跨境創新與交流、金融監管、保障支持等方面提出30條具體措施。

中銀認為，出新的措施聚焦進一步推動跨境支付、跨境信用融資、跨進執業領域的便利化。香港可利用自身境外市場的優勢地位，積極參與跨境數據平台、數字貨幣等民生金融基礎設施建設，以及跨境金融人才的培養。

另外，創新創業是大灣區科技產業發展的核心領域。新舉措聚焦科創、高端製造、數字、海洋和未來四類產業，並持續支持青年創新創業。香港既可利用自身基礎研究優勢，積極參與0至1的創新，推動大灣區創新創業領域

深化發展，又可發揮境外資源要素聚集的優勢，協助境外資金投資大灣區優勢產業、推動當地產業升級發展。

滙豐亞洲及中東地區聯席行政總裁廖宜建表示，出新的南沙金融開放舉措是粵港澳大灣區在金融互聯互通、規則銜接及跨境業務創新方面邁出的重要一步。《南沙金融30條》聚焦支持創新創業以及粵港澳跨境金融合作，將為大灣區建設國際金融樞紐和全球創科中心注入新動力。

中國汽車產銷破千萬輛 按年增逾一成

【大公報訊】記者張帥武漢報道：中國汽車工業協會數據顯示，今年1月至4月，中國汽車產銷量分別完成1017.5萬輛和1006萬輛，同比分別增長12.9%和10.8%。中國汽車工業協會副秘書長陳士華表示，今年以來，在宏觀政策協同發力、「兩新」政策(大規模設備更新和消費品以舊換新)落地實施、企業技術持續升級、產品價格保持穩定等多重因素推動下，市場活力持續釋放，前4個月汽車產銷量首次突破1000萬輛大關，創歷史新高。

新能源汽車銷量飆44%

中國汽車上月產銷分別完成261.9萬輛和259萬輛，環比分別下降12.9%和11.2%，但同比仍保持8.9%和9.8%的增長。其中，新能源汽車表現尤為亮眼，當月產銷分別完成125.1萬輛和122.6萬輛，環比僅微降2%和0.9%，同比則大幅增長43.8%和44.2%，新能源汽車銷量佔當月新車總銷量的47.3%。1月至4月累計來看，新能源汽車產銷分別完成442.9萬輛和430萬輛，同比增長48.3%和46.2%，市場滲透率達42.7%。乘聯會秘書長崔東樹預測，今年中國新能源乘用車批發銷量有望達到1570萬輛，同比增長28%。

值得關注的是，在國際貿易環境複雜多變的背景下，中國汽車出口仍保持增長態勢。4月單月出口汽車51.7萬輛，環比增長2%，同比增長2.6%。1月至4月累計出口193.7萬輛，同比增長6%。其中，新能源汽車出口表現尤為突出，累計出口64.2萬輛，同比大增52.6%；而傳統燃油車出口129.5萬輛，同比下降7.9%。



▲東風汽車的嵐圖已進入挪威、荷蘭、意大利等40多個國家。圖為嵐圖生產車間。大公報記者張帥攝