

出國報告（出國類別：其他）

## 參加 2014 年大陸上海德國 Prowein 大展出國報告

服務機關：臺灣菸酒股份有限公司

姓名職稱：廠長 潘結昌  
勞安管理員 謝育卿

派赴國家：中國大陸

出國期間：民國 103 年 11 月 11 日至 14 日

報告日期：104 年 1 月 19 日

## 出國報告摘要

頁數： 12 含附件：是 否

出國報告名稱：**參加 2014 年大陸上海德國 Prowein 大展**

出國計畫主辦機關／聯絡人／電話：財政部臺灣菸酒股份有限公司/林怡君/(02)23214567

出國人員 姓名／服務機關／單位／職稱／電話：

出國人姓名	服務機關單位/職稱	電話
潘結昌	臺灣菸酒公司南投酒廠/廠長	(049)2234171 分機 200
謝育卿	臺灣菸酒公司酒事業部/勞安管理員	(02)23214567 分機 528

出國類別： 1. 考察 2. 進修 3. 研究 4. 實習 5. 其他

出國地區：大陸上海

出國期間：民國 103 年 11 月 11 日至 14 日

報告日期：104 年 1 月 19 日

分類號／目：DO/綜合 (財政類)

關鍵詞：Prowein China、葡萄酒與烈酒、大陸上海、酒展

內容摘要：

Prowein 葡萄酒大展為目前世界相當具有聲望的國際葡萄酒展，每年在德國舉辦酒展時約有 4,830 個參展廠商，近 50 個國家的世界各地葡萄酒產區展商組成的龐大陣容，參訪廠商達 48,000 家，今年第二屆的中國上海 Prowein China 則更盛大展出，全球頂級葡萄酒級烈酒品牌皆攜獨家佳釀參展，成為亞洲一大盛事，本公司搭配 AOW 珍愛葡萄酒藝術公司首席品酒師主講「威士忌講座」(Single Malt Whisky Tasting)推廣本公司威士忌產品，有助於持續開拓本公司威士忌在國際上及大陸地區的知名度。

## 目 錄

壹、 參訪目的	.....	4
貳、 參訪過程	.....	5
參、 其他市場訪查	.....	10
肆、 心得與建議	.....	12

## 壹、 參訪目的

Prowein葡萄酒大展源自於德國大城賽爾多夫(DÜSSELDORF)，為目前世界相當具有聲望的國際葡萄酒展，每年在德國舉辦酒展時約有4,830個參展廠商，近50個國家的世界各地葡萄酒產區展商組成的龐大陣容，參訪廠商達48,000家，於2013年首次移師亞洲落戶上海，今年第二屆的上海Prowein China則更盛大展出，成為亞洲一大盛事，本公司搭配AOW珍愛葡萄酒藝術公司首席品酒師主講「威士忌講座」(Single Malt Whisky Tasting)推廣本公司威士忌產品，有助於持續開拓本公司威士忌在國際上及大陸地區的知名度，亦收集展場資訊，供未來評估是否參與展出參考。

## 貳、參訪過程

### 一、展會介紹：

(一)展會名稱：2014 年德國 Prowein 大展(Prowein China 2014)

(二)展會地點：上海新國際博覽中心北三館-北四館

(三)展會期間：2014 年 11 月 12 日至 14 日

(四)主辦單位：德國杜塞爾多夫展覽集團公司與華漢國際會議展覽(上海)有限公司

(五)執行單位：德國杜塞爾多夫展覽(上海)有限公司與華漢國際會議展覽(上海)有限公司

(六)展會簡介與參觀人次：(資料來源：Prowein China)

本展會為一年一度，本屆為第 2 屆上海國際進口酒類精品展覽會，展會與第十八屆上海國際食品飲料及餐飲設備展覽會(FHC China)同期同地舉辦，本屆是展會中最大的專業展示區，有來自 38 個國家的眾多葡萄酒和烈酒生產商展示各自頂級產品，其中共吸引 19 個國家展團和 3 個地區展團，展商來自法國、智利、阿根廷、義大利、西班牙、德國、美國加州、澳大利亞等傳統葡萄酒生產國以及摩爾多瓦、馬其頓、奧地利和匈牙利等新興葡萄酒生產國，總共有 665 家參展企業，比去年首屆展會增長約 10%，專業參觀人數達 8,279 位，其中進口商、經銷商、零售商及餐飲經理數量均有上升(2013 年：7,650 位)，另有許多關注葡萄酒和烈酒的 FHC 專業人士紛紛前往 Prowein 展會參觀，人數約 6,451 位，合計人數約 14,730 位，此外 Prowein 展會還舉辦一系列專業研討會，邀請到眾多世界葡萄酒行業知名人士出席，現已成為中國大陸第一大葡萄酒展覽會，FHC 及 Prowein China 2014 僅對業內人士開放，不對一般民眾開放。

### 二、展會活動：

(一)英國 WSET 葡萄酒與烈酒教育基金會舉辦講座並進行全球宣傳：

WSET 成立於 1969 年，致力於高品質葡萄酒及烈酒教育，提供酒類產業認可的專業資格認證已上有 40 年以上的歷史，WSET 早已成酒類教育領域首屈一指的國際組織，授予一系列炙手可熱的葡萄酒及烈酒專業認證，WSET 課程與認證資格從初學者到專家共有 5 個等級，著重葡萄酒和烈酒知識的傳授與 WSET 系統品評訓練，提供已在酒界服務的從業人員或計畫踏入此專業領域者高品質與客製化的培訓課程。WSET 資格受到全球認可。目前有 55 個國家開辦 WSET 認證課程，使用 14 種語言進行教學，在 2011 年一年當中，全球有超過 36,000 名學生參加 WSET

認證考試。

此次與 AOW 珍愛葡萄酒藝術公司合作講座，其為唯一一位台灣代表 WSET 於 Prowein China 進行講座單位，本公司配合 AOW 珍愛葡萄酒藝術公司首席品酒師主講「威士忌講座」(Single Malt Whisky Tasting)，於講座中帶入南投酒廠原桶強度單一麥芽威士忌的品飲，以對談方式向講座學員推廣及說明南投酒廠威士忌的釀造工藝及風味特色，以此機會讓世界看見臺灣的威士忌，藉由 WSET 英國全球超過 3,000 個授課單位電子報宣傳，Prowein China 官方網站講座宣傳及 Prowein China 官方新聞稿針對酒展宣傳，吸引 WSET 講座近百位專業人士參加品飲。



◎ 「The Art of Single Malt Whisky 單一麥芽威士忌藝術品鑑之旅」講座會中品飲酒款分別為：格蘭傑經典 10 年蘇格蘭單一麥芽威士忌、格蘭菲迪 12 年蘇格蘭單一麥芽威士忌、拉弗格 10 年蘇格蘭單一麥芽威士忌、噶瑪蘭經典獨奏 VINHO 葡萄酒桶單一麥芽威士忌原酒、南投酒廠波本桶原桶強度單一麥芽威士忌



◎葡萄酒與烈酒教育基金會國際拓展總監 Jude Mullins 認為豐富多彩的同期活動是 Prowein China 2014 的一大亮點，研討會和大師班每天都座無虛席。

(二) 參訪世界各國葡萄酒及烈酒廠商展示之攤位：

### 1. 軟木文化、天然與未來

軟木塞和葡萄酒之尖的淵源，可以追溯到 17 世紀。幾百年來，軟木塞一直都是葡萄酒的最佳封裝材料，全球超過 70% 葡萄酒生產商鍾情軟木塞，每年超過 120 億瓶葡萄酒用它來封裝。直到 21 世紀，世界上最著名的葡萄酒生產商仍然會首選軟木塞，而軟木塞從瓶內拔出時發出的聲音，對於真正的葡萄酒鑑賞家而言，也是品酒儀式不可少的一部分。

在過去的 10 年中，在軟木方面已經投資 5 億歐元於研究和開發工作，現代化和高品質已是軟木行業的發展重心，在不同生產階段和工藝應用尖端科技，已推出許多創新性和令人驚嘆的產品，如高跟涼鞋、凳子、車內降噪材質方案、服裝和配飾、外牆板、軟木運動鞋、車廂地面材質及器皿等。

在葡萄牙工業產權局(INPI)註冊與軟木相關的專利有 163 項，而相關品牌更是多達 2,000 種，未來的發展潛力更是不可估量。





◎栓皮櫟的平均壽命超過 200 年，在這個期間，可以進行 15-18 次樹皮採剝而無需砍伐一棵這種樹木。

## 2. 世界各國葡萄酒及烈酒

Prowine China 2014 展會規模不斷擴大，與 2013 年相比，展會的展覽面積增加約 50%，以滿足參展商日益增長的需求，展會布局按國別劃分，便於輕鬆定位，尋覓心儀的葡萄酒和烈酒展品。Prowein China 實為亞洲首屈一指的專業級葡萄酒展會，全球頂級葡萄酒級烈酒品牌皆攜獨家佳釀參展，其中更不乏首次亮相的品牌，展品種類豐富，涵蓋各類葡萄品種、區域特色葡萄酒以及優質烈酒，參展商來自 30 多個國家，是中國大陸其他葡萄酒展會的兩倍。





◎展出品項多以紅葡萄酒及白葡萄酒為主流，亦有多款不同特色風味的氣泡酒(非香檳區之氣泡酒)。



◎特殊造型瓶支之各式利口酒及烈酒。





◎首次亮相之威士忌品牌及各式利口酒及烈酒。

### 參、其他市場訪查

大陸零售市場品類眾多，以本次參展的洋酒類為目標，至百貨公司等零售點探訪結果如下。

- 一、一般葡萄酒：大陸自產葡萄酒主要有長城、王朝及張裕等品牌，價格區間以 30-60 人民幣為主要價格帶，進口葡萄酒售價大部份為 70 人民幣以上。



二、高端葡萄酒：百貨公司超市會開闢專區銷售高端葡萄酒，法國五大酒莊常名列其中，其每瓶價格可高達 20,000 人民幣，但其瓶外所套的塑膠袋原為保護瓶支外觀，卻使其價值感盡失，尤其受大陸政府強力打奢影響，詢問者甚少。



三、威士忌：從波本威士忌、調和威士忌及麥芽威士忌各品類皆有，而且日本威士忌也佔有一席之地，以格蘭菲迪為例，其售價換算成新台幣分別為 12 年 1,290 元/瓶、15 年 2,000 元/瓶、25 年 14,000 元/瓶；在臺灣售價則分別為 12 年 850 元/瓶、15 年 1,400 元/瓶、25 年 12,000 元/瓶，由此可見大陸威士忌售價高出台灣 20-50%。



四、RTD：Breezer 是一種以蘭姆酒為基酒，酒精度 4.8%的雞尾酒，有蘋果、西瓜、萊姆、檸檬、藍莓.....等口味，由 Bacardi 公司生產，以特陳架落地陳列展現其高度的企圖心，275ml 每瓶售價為 12.5 人民幣。





五、伏特加：伏特加都朝新潮及簡約包裝以吸引年輕族群，其中一款葡萄伏特加 NAPA VODKA 是由 Napa 地區的 Sauvignon Blanc 葡萄和小麥製成，強調手工製造及數量稀少(每年產量 5,000 瓶)。



#### 肆、心得與建議

本次藉由參加 2014 年大陸上海德國 Prowein 大展(Prowein China 2014)，搭配 AOW 珍愛葡萄酒藝術公司首席品酒師主講「單一麥芽威士忌藝術品鑑之旅」講座會，使本公司單一麥芽威士忌能有機會於國際舞台曝光，增加本公司威士忌在國際上及大陸地區的知名度。此酒展有機會和世界葡萄酒及烈酒專業人士、愛好者交流洽談，品鑑來自世界各地的葡萄酒及烈酒，藉以了解世界各地酒類市場狀態與區域特色，有助於本公司葡萄酒及烈酒之發展。

在「單一麥芽威士忌藝術品鑑之旅」講座會中有不少參加者提問，在與這些人的互動過程中可以得到下列幾點結論：

- 一、單一麥芽威士忌的愛好者仍以年輕族群為主，以 25-35 歲為主族群，比台灣年輕些，由其言談中可感受其視喝單一麥芽威士忌是一種風尚和品味的象徵。
- 二、雖然整體來說，這群愛好者對酒廠風格、製程影響及酒質評斷等專業知識仍和台灣有落差，但從其提問時的態度和追根究底的精神，在數年內應該會有快速的進步。
- 三、相對於中式白酒、葡萄酒和白蘭地銷售量，大陸地區的威士忌市場規模仍然很小，而單一麥芽威士忌的佔比更低，所以應該還有很大的發展空間，各國威士忌酒廠也對其充滿期待，建議本公司未來可從參展和經由經銷商少量進貨方式來測試市場接受能力。