

FOR IMMEDIATE RELEASE

Contact 联络

Eileen Chieng 陈琳苑

Manager - Corporate Business 经理- 商业事务

Multi-Tradeplus (Asia) Pte Ltd 亿贸亚洲（新）有限公司

Tel 电话: +65 6423 9445

Fax 传真: +65 6423 9440

Mobile 手机: +65 93833858

MTP Building 31 Stanley St #02-01 Singapore 068740

www.mtpasia.com

eileenchieng@mtpsingapore.com

Mou Tai vintage dry red wine being featured in Hong Kong magazine ‘Capital CEO 资本才俊’ – June 2005

茅台干红葡萄酒的专访刊登在 香港杂志 ‘资本才俊’。刊登於 2005 年 6 月



-more-

Mou Tai vintage dry red wine being featured in Hong Kong magazine ‘Capital CEO 资本才俊’ – June 2005

茅台干红葡萄酒的专访刊登在 香港杂志 ‘资本才俊’。刊登於 2005 年 6 月

黃維表示：茅台紅酒最佳的品嘗
溫度介於攝氏 15 至 20 度之間。



茅台南下，看中了有 700 萬人的香港市場。

「我們有這樣一個發展策略，就是一品為主，多品開發，做紅酒文章；一業為主，多種經營，走出酒天地。」貴州茅台酒廠（集團）昌黎葡萄酒業有限公司總經理黃維於上月初來港，親臨展覽會場，向逗留在茅台紅酒專櫃的港人推介茅台紅酒。「茅台出品，你試一口就知道甚麼是出色的紅酒。」黃維豎起大拇指說。

一聽見「茅台」兩字，本來不在意的人也特別把視線瞄向黃維，以及他手上握著的茅台紅酒。試酒的人愈聚愈多，究竟是紅酒出色，抑或「茅台」名氣夠響，兩者皆不重要，重要的是吸引到港人的注意，成功踏出了進軍香港紅酒市場戰略部署的第一步。

國酒茅台 飲譽海外

茅台品牌來頭大，帶挈同樣以「茅台」冠名的茅台紅酒亦叨光不少。有兩千多年歷史的茅台酒，誕生於貴州赤水河畔的茅台鎮。茅台酒在中外酒壇上獨享「國酒」之美譽，是因為中國國家領導人毛澤東、鄧小平、江澤民及胡錦濤等人，先後以茅台酒款待外國元首。在抗戰時期，毛澤東等領導人在途經貴州茅台鎮時，親自嘗到茅台酒的醇厚，而用茅台酒來醫治傷

口；前國家總理周恩來更用茅台酒來治感冒及保健，就連從來不飲白酒的香港前保安局局長葉劉淑儀，一喝茅台亦愛上它。

在解放前，茅台酒廠的前身是「成義」、「榮和」及「恒興」三家私人釀酒廠，設備簡陋，生產條件差，產量最高的 1947 年亦僅為 60 噸。51 至 53 年，中國政府贖買、沒收及接管了三家私人酒廠並轉為地方國營。投產第一年就出產茅台酒 75 噸，並正式成立貴州茅台酒廠。04 年，茅台酒的產量達 11,000 多噸，銷量達 6,100 噸，錄到純利約 8.2 億元人民幣，盈利增長比 03 年增加了 39.8%，業績創出歷史性新高。

貴州茅台酒廠董事長季克良去年來港視察業務，決定在北角開設海外第二家茅台專賣店。今年 3 月，茅台品牌大張旗鼓地贊助「05 年香港鯉魚門國酒茅台酒海鮮節」，連串搶攻活動，反映品牌極具擴充海外市場的商業野心。

毛利豐厚 戰略調整

茅台在國內有 500 間專賣店，品牌價值約 200 億元人民幣，酒產量雖不是全國最高，但卻是全國人均生產力最大的酒廠。「茅台酒目前已呈現一個穩步有序的發展狀態，僅僅依靠單一品種的茅台白酒，企業發展很可能會停滯不前，難以做大做強，我們需要尋求新的經濟增長點。03 年的行業統計資料

**Mou Tai vintage dry red wine being featured in Hong Kong magazine
‘Capital CEO 资本才俊’ – June 2005**

茅台干红葡萄酒的专访刊登在 香港杂志 ‘资本才俊’。刊登於 2005 年 6 月



04 年，茅台紅酒產量約 2,000 萬噸，營業額約 4,000 多萬元人民幣，預期 05 年產量會增至 3,000 萬噸，營業額增至 6,000 至 8,000 萬元人民幣。

新加坡集團代理權

黃維指出，紅酒市場需求增長最劇烈的城市，目前集中於華東及華南等區域，其中以廣東省每年耗用量最高，整個市場的紅酒銷售額達 10 億元人民幣。由於茅台品牌在國際早有名氣，令茅台紅酒毋須鋪排翻天覆地的推廣活動，已引起市場注視。

「內地紅酒市場目前尚是起步階段，一般歐美紅酒人均消耗量約 7.5 至 15 公升，但中國的人均消耗量只有 0.5 公升，紅酒在中國內地的發展空間大得無法想像。所以，我們很少單獨做一些巨型的宣傳活動，那不是某一家紅酒廠個人的責任，紅酒是屬於一個共同行業的產業，內地幾家大酒廠都有共識，無論宣傳誰的品牌，推廣重點一定是紅酒這類酒品，然後再讓消費者去作出選擇。」

茅台紅酒的成功，吸引了新加坡華籍企業家、億貿亞洲有限公司集團總裁雲偉龍斥資 70 萬美元，購入茅台紅酒在海外代理權。透過贊助不同的國際性商業會議及選美大賽，茅台紅

酒已經打入日本、新加坡、馬來西亞及印尼等亞洲市場，逐步邁向國際。雲偉龍表示，茅台紅酒在國際市場中只屬起步階段，但他相信憑著茅台酒豐富而獨特的歷史背景，茅台紅酒將比其他中國出產的紅酒品牌有更大的市場優勢。

為此，雲偉龍由 03 年開始設下一系列的市場行銷策略，令茅台紅酒慢慢滲入香港市場。他表示，茅台紅酒暫不作公開零售，只會透過某些分銷渠道流入市面，待時機成熟再作進一步發展，所以，目前只能在一些酒店及高級食肆，才能品嚐到兩款檔次較內地稍高的茅台紅酒。◆



For information: www.mtpasia.com 详情请到 <http://chinese.mtpasia.com>
Contact 联络: eileenchieng@mtpsingapore.com Tel 电话: +65 6423 9445