

法国葡萄酒旅游进入中国市场的前景探析

陈坤仪

(广东工程职业技术学院 广东 广州 510520)

摘要: 中国旅游,特别是出境游高速发展;游客对海外高端、个性化的旅游市场的需求也越来越大。葡萄酒旅游作为出境游的高端特色项目之一,得到市场的追捧。文章通过从葡萄酒旅游的文化内涵、葡萄酒旅游现状以及法国葡萄酒旅游的特色与市场分析等方面进行探讨,认为法国葡萄酒旅游在中国的市场开发前景广阔。

关键词: 旅游;法国;葡萄酒旅游;中国市场

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

文章编号: 2095-7211(2014)04-0057-03

1 引言

葡萄酒的历史久远,根据考古的研究推测,葡萄酒的历史已经有六七千年了,多数历史学家都认为葡萄酒的酿造起源于伊朗,后来随着战争和移民,传到埃及、希腊、罗马以及法国等地区。法国葡萄酒就此起源,最初的葡萄种植在法国南部罗纳河谷,大约公元 1 世纪时到达波尔多地区,然后又传到欧洲各国。

由于法国有得天独厚的自然环境和地理优势,在土质、阳光、温度和气候等方面都适合葡萄生长,法国培育了许多优秀品种的葡萄,为酿造葡萄酒奠定了良好的基础。法国的波尔多、勃艮第、卢瓦尔河、罗纳河、阿尔萨斯和香槟等地区都是著名的葡萄酒产区。法国的葡萄种植面积、葡萄酒产量以及葡萄酒质量都排在世界前列,而且拥有国际标准的葡萄酒评定及等级系统,法国有“葡萄酒王国”之誉^[1]。

1953 年在法国最美丽的葡萄酒乡——阿尔萨斯地区出现了第一条“红酒之路”,随后逐渐发展至全法国,以及欧洲等以旧世界葡萄酒著称的国家,如意大利、西班牙等。在世界范围,随着新世界葡萄酒种植和酿酒技术的进步,美国、澳大利亚等国家也在上世纪 70 年代开始陆续发展自己的葡萄酒旅游^[2]。

2 葡萄酒旅游

2.1 葡萄酒文化

葡萄酒是一种时尚饮品,同时它也是一种人际交往的媒介、一种情感交流的工具、一种养颜健身的良药、一种投资理财的方式;葡萄酒是一种历史沉淀、文化结晶,更是一种奢华享受。品尝葡萄酒,体会内在的情趣,是一种特殊形态的艺术

享受。

2.2 葡萄酒旅游

葡萄酒旅游是指在葡萄园、酿酒厂以及葡萄酒产区参观游览、品酒、赏酒、购买红酒以及品尝当地美食等的活动和体验。通过葡萄酒旅游,使游客对产酒地区的人文、历史、风俗等有了进一步的了解。

葡萄酒旅游被公认为“高雅浪漫”的旅游项目,在国外深受游客“追捧”。葡萄酒旅游在西方国家已经开展了多年,它满足了游客与葡萄酒亲密接触的要求,传播了葡萄酒知识,也培育了游客对葡萄酒品牌的忠诚度。相对于新世界发展葡萄酒旅游旨在葡萄酒销售,旧世界发展葡萄酒旅游更侧重于他们引以为傲的“风土”以及复杂性,即葡萄园的土壤、气候、葡萄品种和葡萄酒管理之间的复杂关系。

法国是世界上著名的葡萄酒生产国,它有着很深的葡萄酒文化,每个产区都有各自不同的特点和风土人情;同时,法国是世界第一大旅游目的地,葡萄酒旅游也是法国重点推介的旅游项目之一,年接待游客六七百万人。

3 国内葡萄酒旅游现状分析

葡萄酒旅游在西方国家早已成为休闲旅游的一种形式,但国内的葡萄酒旅游近几年才开始发展。目前,我国葡萄酒旅游已具雏形的地区有山东、河北、北京、天津、云南、宁夏、山西等。但形成旅游规模、具备一定食宿接待能力和娱乐项目的也只有几家实力宏厚的酒庄,如河北华夏庄园和朗格斯酒庄、云南红酒庄等^[3]。然而,根据当地所推介的葡萄酒旅游项目,目前国内开展的葡萄酒旅游大多还停留在一日游、半日游的参观博物馆/葡萄园+品尝当地的葡萄酒的形式,游人大多

作者简介: 陈坤仪(1973—),女,广东广州人,广东工程职业技术学院旅游英语教研室主任、讲师,主要从事国际旅游及酒店管理和旅游英语教学与研究。

是走马观花似的看一下,缺乏参与性体验性的项目。

即使是这些形成旅游规模的酒庄,在当地的旅游局网站,也极少有介绍其葡萄酒旅游的相关信息,只有在其酒庄的主页,特别是在专业的葡萄酒旅游网(www.winetour.cn)上面才有详细的旅游信息以及一些当地的葡萄酒旅游的体验文章。

我国各产区酒庄/酒厂的葡萄酒旅游资源分散、服务机制和配套设施不完善;葡萄酒界和旅游界人士不愿意投入人力、物力合力开拓旅游市场,被动地等客上门;当地政府也没有充分发挥其引导、规划、组织和管理等方面作用;这都阻碍了国内葡萄酒旅游的进一步发展和壮大。

4 在中国推广出境葡萄酒旅游的市场分析

4.1 国内市场需求分析

近年中国经济高速发展,社会消费结构也发生巨大变化,葡萄酒,尤其是进口葡萄酒,越来越受到人们追捧。在2013年,中国(包括香港地区)消费了约18.65亿瓶红酒,与2008年相比增加136%,领先法国,成为最大的葡萄酒消费国。中国人均红酒消费量已从2002年的0.25升上升到2012年的1.31升,翻了5倍多^[4]。

在中国,精通葡萄酒鉴赏被认为是一种高雅的表现,这类人士在社交场合也会受到瞩目。近年随着人们对健康的重视,饮用葡萄酒逐渐成为商务应酬的主角;根据《2013中国红酒报告》显示,即使对葡萄酒的认识不多,相当多的中国富豪为了显示身份和品味,自己收藏和投资葡萄酒;加上饮用葡萄酒被认为是浪漫的小资情调,葡萄酒也越来越受到教育程度较高、消费能力强的白领欢迎,这与他们喜欢和追求的小资生活与葡萄酒的品味相吻合。

目前国内一些大城市已经涌现出一批具有一定规模的红酒培训公司,如与中国法国工商会合办的广州巴赫思红酒学校、法国罗纳河谷酒业联盟中国总部等,但多数还只局限于基本的红酒知识和红酒礼仪。

近两年,中国富人海外购买酒庄热情高涨,中国知名公众人士,如姚明、赵薇、丁磊等更是成为葡萄酒市场投资的新贵。这些新闻都吸引着中国人的眼球,使人们对葡萄酒,尤其是国外的葡萄酒酒庄产生了浓厚的兴趣。

随着中国经济的高速发展,人民币升值,中国的旅游业蓬勃发展,尤其是出境游,连续多年取得

超过15%以上的增长率,2013年中国出境旅游人数约9730万人次,预计2014年出境游人数将超过1亿人次。除了传统的港澳台地区和东南亚国家外,美国、澳大利亚、欧洲等地都是中国公民出境游的热门目的地^[5],部分中国游客已经参观过当地传统的旅游线路,他们更愿意在当地进行深度游,更深入地了解体验当地风俗和文化。因此,很多盛产葡萄的国家,如法国、澳大利亚、南非、美国、新西兰等都向中国游客推出了有当地特色的葡萄酒旅游。

法国拥有悠久的历史和丰富的旅游资源,是一个集美食、美酒、奢侈品和以生活的艺术著称的浪漫国度。根据法国旅游发展署的一份调查,88%从没有去过法国旅游的中国游客,计划在两年内去法国旅游。法国葡萄酒在中国人心中有着无可代替的地位,它不仅与香水、时装一样象征着浪漫,葡萄酒更有二千多年传承下来独特的历史和文化底蕴。能在法国著名葡萄酒产区了解葡萄酒的生产制造、学习葡萄酒相关知识、在庄园里享用当地美食和红酒,被很多中国人认为是一种高雅、奢华的享受和显示身份的象征。

4.2 法国葡萄酒旅游进入中国市场的优势

法国是比较早向中国游客推广其葡萄酒旅游的国家,早在2012年就由法国旅游发展署与FranceAgriMer共同在中国推广葡萄酒旅游;在2013年底法国总理访华在北京举行的新闻发布会上,法国旅游部长也重点推介了法国的葡萄酒旅游^[6]。法国连续多年成为最受欢迎的旅游目的地,2012年法国的入境旅客达到8300万,继续位居首位^[7]。根据法国国家统计局及经济研究学院的统计,中国连续多年成为法国第9大客源国,2012年中国赴法游客达到了140万,比前一年增长了23.3%,中国游客也是在法国消费能力最强的群体,连续3年排名第一。

法国葡萄酒在中国享有很高的声誉,中国消费者对其认可度高。随着红酒消费观念和红酒文化进一步的传播和普及,越来越多的消费者加入到红酒消费的行列,并成为高端红酒的忠实客户,但中国的高端红酒市场基本上还是法国名庄酒。来自海关的数据表明,中国进口葡萄酒约有60%来自欧盟,其中35%左右来自法国。

法国葡萄酒旅游发展成熟,除了传统的参观游览、品酒、买酒等项目外,法国的红酒旅游还与历史文化相联系,与多种旅游形式相结合。如“葡萄酒之路”美食节;在葡萄园区内打高尔夫

球;葡萄酒水疗服务;以葡萄酒为中心的商务旅游服务^[8];穿越玛歌等众多葡萄酒园的自行车拉力赛;葡萄酒主题节庆和艺术活动(如每年七月第三个周末,在勃艮第地区的圣布里-勒维纳举办的葡萄园酒窖画家节)和各种葡萄酒学习班(如何搭配美酒与佳肴、烹饪课程、勾兑课堂等)^[9]。

在法国旅游发展署的官方网站上,有中文的网页专门介绍法国波尔多等多个著名葡萄酒产区的旅游线路,且可以用手机下载法国葡萄酒之旅及法国葡萄酒知识大全的应用程序,以方便游客随时随地了解相关资讯。

米其林编辑部第一本中文版旅游指南《法国葡萄酒之旅》于2012年在中国出版,该书以葡萄酒为主线,对法国酒庄地址、交通,及其葡萄酒特色做了详细介绍,为读者提供一站式“法国葡萄酒”主题的旅游及选购指南。

4.3 法国葡萄酒旅游在中国推广的不足

虽然法国葡萄酒旅游有着自己的优势,法国政府也相当重视向中国推销其葡萄酒旅游,但还有不少地方需要改进。如法国旅游发展署的中文官方网站,虽然有中文介绍其各有特色的葡萄酒旅游线路,但还只限于简单介绍,点击详细情况时,网页的链接就直接转到法文网站。

参考文献:

- [1] 罗伯特. 一生最爱葡萄酒[M]. 北京: 中国画报出版社, 2013: 22-25.
- [2] 负聿薇. 法国红酒旅游的经验与启示[J]. 消费导刊, 2011, 2(4): 50-51.
- [3] 唐文龙. 中国葡萄酒旅游初具规模[N]. 中国旅游报, 2008-06-18(13).
- [4] 宗禾. 中国成最大红酒消费国[N]. 广州日报, 2014-01-30(A12).
- [5] 中华人民共和国国家旅游局. 2012年中国旅游业统计公布[EB/OL]. (2013-09-12). <http://www.cnta.gov.cn/html/2013-9/2013-9-12-%7B@hur%7D-39-08306.html>.
- [6] 新华网. 法国旅游部长来华力推葡萄酒旅游[EB/OL]. (2013-12-05). http://news.xinhuanet.com/world/2013-12/05/c_118440026.htm.
- [7] TourMag.com. Atout France: 100 millions de touristes chinois dans le monde en 2020. [EB/OL]. (2012-08-26). http://www.tourmag.com/Atout-France-100-millions-de-touristes-chinois-dans-le-monde-en-2020-_a53437.html.
- [8] 法国旅游发展署. Rendez-vous dans les Vignobles. [EB/OL]. (2012-02-11). <http://int.rendezvousenfrance.com/fr/vignobles>.
- [9] 米其林编辑部. 法国葡萄酒之旅[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2012: 13-22, 33-34.

The Prospect and Analysis of French Wine Tourism in China

CHEN Kun-yi

(Guangdong Engineering Polytechnic, Guangzhou 510520, Guangdong, China)

Abstract: China's outbound tourism has been developing rapidly, and its tourists' demands for high-end, personalized overseas travels are also increasing. As one of the high-end travels, wine tourism is gaining growing attention of Chinese tourists. This paper analyzes the market prospects of French wine tourism through exploration of its cultural connotation, present situation, characteristics and market.

Key words: tourism; France; wine tourism; China's market