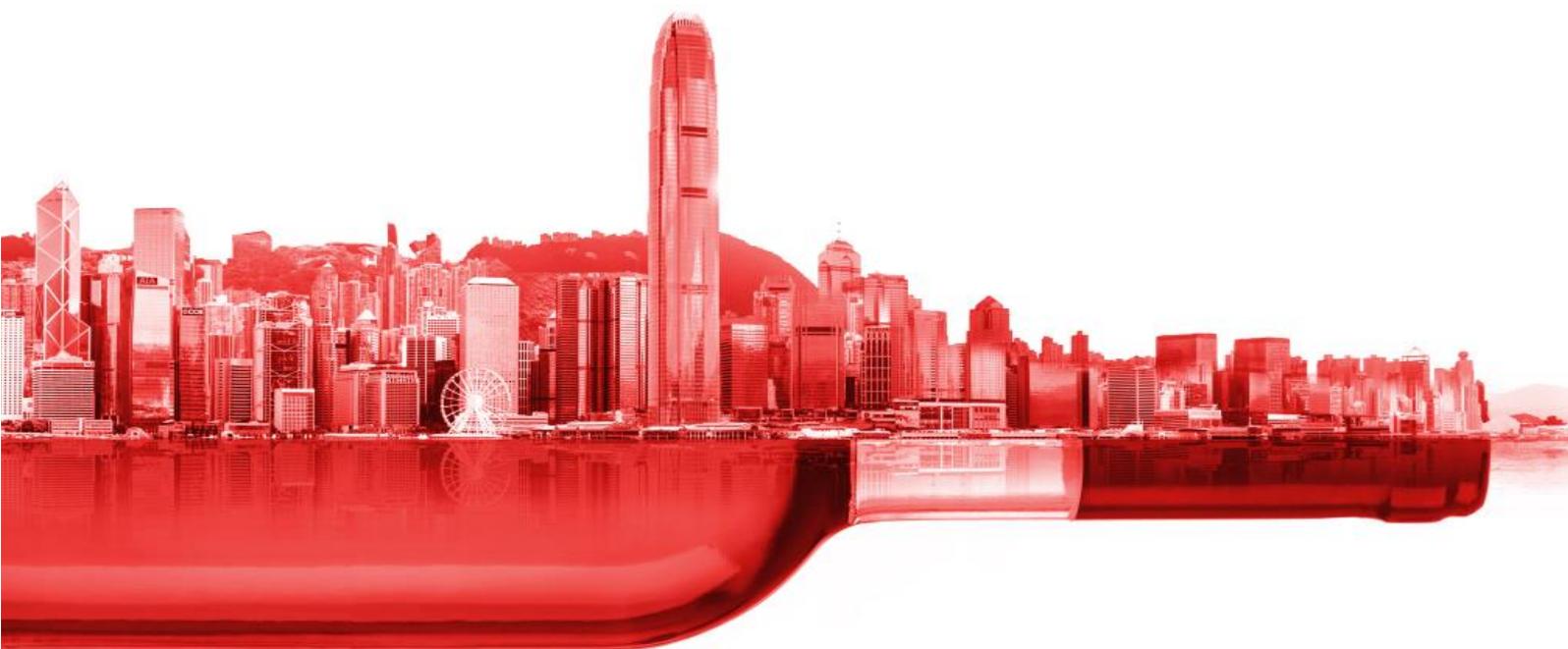


 **VINEXPO**
ASIA

HONG KONG
28-30
MAY
2024



2024 媒体手册

 An event by
VINEXPOSIUM

VINEXPOASIA.COM
#VINEXPOASIA



目录

CATALOGUE



- 1 **Vinexposium CEO
Rodolphe Lameyse 致辞**
- 2 **Vinexpo Asia 2024 数据一览**
- 3 **亚太区 —— 别具吸引力的目的地**
- 4 **亚洲 —— 机遇之地**
- 5 **主要趋势 —— 从新形式文化到生活艺术**
- 6 **Vinexpo 学院 —— 独佳体验**
- 7 **实用资讯**

“ VINEXPO ASIA 的崭新抱负



Rodolphe Lameyse
Vinexposium CEO

Vinexposium自1998年起，一直通过旗下Vinexpo Asia（亚洲国际葡萄酒及烈酒展览会）品牌引领亚洲区内的葡萄酒及烈酒行业发展。

Vinexposium以Vinexpo Asia在亚洲市场立足多年，这充分证明了品牌始终坚持对亚洲市场的需求与发展的承诺，并长期在区域内促进葡萄酒及烈酒产业的增长，在业界地位举足轻重。Vinexposium今后亦将一如以往，继续秉持这份逾25年的承诺和担当。每年的展览会均为业界带来可观的经济效益，令其成为业内人士不可缺席的年度盛事。

Vinexpo Asia于新加坡和中国香港轮流举办，而2024年的展览会将在香港举行。Vinexpo Asia深受行内人士认可，得以巩固在区内和全球贸易枢纽的地位。本届展览致力于为业界创建有利的营商体系，方便业内人士进行商业交易和交换行情，同时旨在促进投资。

香港受惠于其地理位置、周边进口国的多样性及靠近中国大陆市场多个因素，可谓葡萄酒及烈酒产业的“宝地”，吸引许多进口商、批发商、葡萄酒商、分销商、零售商、酒店和餐厅从业者前来，Vinexpo Asia为他们提供了一个独特的平台，让他们与葡萄酒及烈酒专业人士会面交流、品鉴美酒及进行交易。

在当前困难的经济环境下，香港以其优越的地理位置、毗邻进口国家的多元化和进入中国内地市场的优势，必定是助力Vinexpo Asia取得成功的一个关键原因。

展望未来，Vinexpo Asia将会继续在促进亚洲葡萄酒和烈酒行业发展方面发挥杠杆作用。

2 / Vinexpo Asia 2024

关键数据一览

○ 35 个参展国家

1,032 家生产商, **60%** 国际生产商, **40%** 法国生产商

参展商人数最多的五个国家分别为: 意大利、澳大利亚、西班牙、美国、智利

○ 葡萄酒及烈酒类别

- 红、白葡萄酒、粉红起泡酒及起泡酒
- 清酒、雅文邑、苹果白兰地、干邑、威士忌、梅斯卡尔、朗姆酒、白酒、伏特加、龙舌兰梅酒、金酒
- 有机葡萄酒及烈酒

○ 烈酒参展商

50% 国际参展商 及 **50%** 法国参展商

目前已有14个国家登记参展

○ 来自 60 个国家的访客

预计将有 **10,000** 名商贸访客, **50%** 进口商, **50%** 批发商、分销商、葡萄酒商、零售商、酒店及餐厅从业者

访客人数最多的十个国家和地区分别为: 中国、中国香港、中国台湾、泰国、新加坡、马来西亚、韩国、中国澳门、越南、菲律宾

○ Vinexpo 学院

50+ 场专业主题活动

75 位专家主持不同活动环节

一连 **3** 日高级教育活动

3 / 亚太区 — 别具吸引力的目的地



香港位处亚洲中心，是通往粤港澳大湾区和中国大陆市场的门户，拥有得天独厚的地理位置优势。中国市场现在仍是葡萄酒及烈酒行业的重要战略据点。时至今日，扩展当地市场的时机经已成熟。根据国际葡萄酒和烈酒调查机构（IWSR）数据显示，由现在到2027年这段时期，预计中国的葡萄酒及烈酒消费金额将增加19%。

到访人士热切期待Vinexpo Asia载誉重临香港，正密锣紧鼓准备参展工作。澳洲葡萄酒集团Rathbone Wine Group销售总监Gordon Gebbie曾于去年5月欣然表示：“参展Vinexpo Asia 2023对我们公司来说是一次非常成功的经验。我们期待参与即将在香港举行的Vinexpo Asia，进一步开拓中国市场。”

Vinexpo Asia主打中国大陆和香港市场的同时，亦面向亚洲区内其他主要进口市场，包括台湾、越南、泰国、日本、韩国、新加坡、马来西亚、菲律宾和印尼等。

国泰航空葡萄酒及烈酒主管Ronald Khoo认为：“Vinexpo Asia是行内重要盛会，我在展览会上与许多同行交流，参展的生产商也非常多样化。”

推动增长的经济及人口因素

虽然亚太区每个市场都各有特色，但它们却有共同的经济和人口因素促使区内葡萄酒及烈酒的消费亦随之增长。

这些因素包括收入增加、中产阶级日益壮大，以及大众愈趋喜爱现代生活方式和高端餐饮。年轻一族和千禧世代追求更多元化和美好的消费体验，这也为葡萄酒及烈酒销售增长带来影响。

消费趋势

与其他地方一样，健康养生的热潮持续影响亚洲地区人士的消费模式，促使区内对有机和低酒精饮料的需求增加。

在亚洲市场，社交聚会和节庆与葡萄酒及烈酒消耗量有密切关系，因美酒往往是身份和好客的象征。

葡萄酒和烈酒日渐融入成为餐饮体验的一部分，消费者倾向将饮料与各款亚洲和融合风味的菜肴搭配享用。

面对挑战，了解市场生态

亚洲拥有巨大增长机遇，话虽如此，对于法国、意大利、西班牙、澳大利亚和新西兰等这些发展成熟的葡萄酒生产国而言，这个巨大的进口市场相当复杂。

亚洲区内不同国家的关税、法例条文和文化喜好存在莫大差异，因而对葡萄酒及烈酒进口流通构成影响。

许多亚洲国家的本土葡萄酒产业亦逐渐兴起，进一步令市场变得更加多样化，同时亦影响进口动态。

在亚洲这个高度多元化的市场，葡萄酒及烈酒分销渠道同时涵盖传统零售渠道、免税店、电子商务平台和专卖店。

展览会云集业界巨头

Vinexpo Asia于这个市场生态下成功脱颖而出，化成一股驱动产业经济发展的重要动力。展览会云集业界巨头，包括1,032家葡萄酒生产商将聚首一堂，参与为期三日的商务会议及交流活动，当中六成是国际生产商，四成来自法国。

活动将汇集35个参展国家和地区，包括代表新世界（New World）的澳大利亚、中国、中国香港、阿根廷、加拿大、智利、韩国、美国、新西兰和新加坡；非洲代表有南非和埃塞俄比亚；巴尔干半岛有波斯尼亚和黑塞哥维那以及白俄罗斯；欧洲国家则有法国、意大利、西班牙、英国、德国、葡萄牙、瑞士和斯洛文尼亚等。

4 亚洲 — 机遇之地



中国：

中国近年已成为最重要的葡萄酒及烈酒市场之一，为法国和国际生产商带来巨大机遇。

随着中国有望取消对澳大利亚葡萄酒征收的关税，以及两国外交关系逐步缓和，澳大利亚葡萄酒的进口量可望回升。此外，意大利起泡酒的销量持续上扬，意大利或会因而成为中国的主要葡萄酒进口来源。受年轻消费者的需求带动，出口到中国市场的德国葡萄酒亦有所增加。

奢华烈酒市场（威士忌和白兰地）取得双位数的增长。尽管中国偏爱传统烈酒和白酒，每年仍有1,000万新晋中产阶层的消费者追求享用优质佳酿。

虽然因为廉政政策的实行，中国摒除了企业之间互相送礼的惯例，令干邑等烈酒的销量显著下跌，但疫情过后频繁的社交聚会为烈酒市场动态带来正面影响。

日本：

日本消费者钟情品鉴优质酒精饮料，带动当地的葡萄酒及烈酒市场成熟发展。最新趋势显示，当地市场对高级精酿烈酒（威士忌、干邑、金酒、龙舌兰和梅斯卡尔）及外国葡萄酒（尤其是法国、意大利和美国加州葡萄酒）的兴趣与日俱增。最受欢迎的是红葡萄酒，其次是白葡萄酒和起泡酒，特别受年轻一族追捧。日本贵为饮食文化大国，当地米其林星级餐厅林立（2023年共有544间餐厅上榜，仅次于法国位居全球第二），故其葡萄酒市场与美食息息相关。

韩国：

受当地消费者喜好改变及餐饮文化日趋盛行的市场因素带动下，韩国将会成为酒精饮料消耗的热门市场。随着调酒文化蓬勃发展，当地正兴起饮用法国烈酒。酒精饮料在韩国文化和社交生活中扮演重要角色，特别是公司聚餐场合。烧酒和啤酒是最受欢迎的烈酒，但葡萄酒在过去5年亦成为趋势**。

直接出口到韩国的威士忌以价值计，由2021年的6,380万英镑增至2022年的1.245亿英镑，数量达1,410万瓶，反映当地市场复苏势头强劲，喜爱饮用高级烈酒的人亦越来越多。烧酒继续主导烈酒市场，但国际影响力和韩流文化增加了当地对其他烈酒的兴趣。

**资料来源：法国商务投资署

新加坡：

新加坡是区内的葡萄酒及烈酒贸易中心，吸引来自亚洲各地的消费者和企业。纵然新加坡面对高征税和激烈竞争所带来的挑战，该国仍于葡萄酒及烈酒产业中占一重要席位，而其消耗量亦按年增加。以价值计，法国仍然是当地葡萄酒的主要供应国。新加坡消费者对手工精酿酒品渐感兴趣，由小型酿酒厂出品的啤酒及当地本土蒸馏厂供应的烈酒产量也有所增加。

东南亚（印尼、泰国、马来西亚、越南、菲律宾）：

东南亚葡萄酒及烈酒市场增长快速，相关带动因素包括都市化程度上升、网上销售、航班上酒精饮料消耗显著增加及区内收入水平上升，而葡萄酒及烈酒亦被视为重要的商务送礼之选。

然而，区内国家各有独特的文化爱好和监管规例，为生产商及出口商同时带来挑战和机遇。

在印尼，酒精饮料的销量预计将增长11.5%，及至2026年，总销量将达到3.24亿升。除当地富有的客户群外，酒店和餐厅行业对葡萄酒及烈酒也有相应需求。马来西亚（亚洲第二大葡萄酒消耗国，2020年消耗量达2,670万升）市场亦不断增长。此外，当地酒吧和餐厅业发展，以及人口购买力增加（在东南亚国家联盟仅次于新加坡）亦为高档市场创造新机遇。

印度：

受印度当地不断增长的城市人口、中产阶级壮大及消费者倾向追求优质产品和知名品牌因素的带动，印度葡萄酒及烈酒市场正值发展，至今已成为全球增速最快的酒精饮料市场之一*。虽然目前印度市场规模仍较区内其他国家小，但印度人口年轻，消费者对酒精饮料的态度有所转变，为市场增长带来实际机遇。虽然威士忌仍是印度消耗量最高的烈酒，但金酒、伏特加和朗姆酒也变得越来越受欢迎，城市人群、追求新口味体验的年轻群体和当地渐趋吸引的酒吧尤甚。

*资料来源：《印度教徒报》（2023年8月出版）

中亚地区（哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、吉尔吉斯斯坦）：

哈萨克斯坦拥有约2,000万人口，当地居民对葡萄酒的兴趣与日俱增。哈萨克斯坦向来以饮用伏特加和本土烈酒为主，近年开始饮用葡萄酒，尤其是广受欢迎的意大利葡萄酒，其次是格鲁吉亚葡萄酒。到海外留学的哈萨克斯坦年轻人受到外国文化影响，他们开始接受其他地方的饮食文化，饮用进口和本土出产的葡萄酒。话虽如此，哈萨克斯坦正面对不少挑战，由于当地基础建设仍欠发达，分销能力因而受到影响。

5 / 主要趋势 —— 从新形式文化到品味生活艺术

饮酒贵精不贵多： 消费者倾向减少饮酒，但同时追求更优质的酒精饮料。

有机、天然和生物动力葡萄酒是大势所趋，与理性饮酒提倡的理念相符，而消费者对顶级佳酿的需求亦不断增加。

精酿烈酒渐受青睐： 消费者重视精酿烈酒蒸馏过程和原料来源的透明度，令其日趋流行。

网络互动： 一众品牌利用网络平台进行市场营销，包括在线沟通、网上直播及社交媒体，借以吸引消费者。

体验营销： 各葡萄酒品牌会举办葡萄酒节、电影夜等活动，借以提高品牌知名度和消费者契合度。

亚洲酒吧界出现第三波浪潮， 在曼谷、首尔或台北，当地人士相继开设概念酒吧，以本土原料调制鸡尾酒。

鸡尾酒创新热潮： 无论是东京、新加坡，香港乃至台北，亚洲各地的酒吧都在尝试研发新鸡尾酒配方。某些酒吧引入先进的调酒方法，无论鸡尾酒的味道是苦或是甜，都会把酒液加入苦味、咸香成份、香料甚至咸味，突破传统创作界限。

随着消费者的喜好变得明确，参与Vinexpo Asia的国际生产商和分销商将迎来令人兴奋的机遇。

有机世界展区内将专门展示在亚洲渐趋流行的有机和生物动力葡萄酒。

烈酒参展商方面，国际及法国参展商各占一半，平分秋色。从梅斯卡尔、朗姆酒、气泡茶、梅酒、清酒以至白酒，Vinexpo Asia将探索各款最热门的产品，当中亦包括威士忌和白兰地。



6 Vinexpo 学院 —— 绝佳体验

Vinexpo学院 (Vinexpo Academy) 将举办**50+场专业主题活动**，包括大师班、研讨会、圆桌会议、颁奖典礼、品酒会等，让参加者于为期三日的展览会中汲取相关知识、品鉴美酒、互相交流，了解行业趋势并从中获得启发。活动将汇集知名专家，为亚洲区买家提供高层次活动和相关市场资讯，以满足该区的市场需求。

活动包括：

● 大师班

- Vinexpo挑战赛 (国际侍酒师协会)
- 侍酒师大赛 (国际侍酒师协会)
- 意大利权威餐饮美酒媒体Gambero Rosso
- 3场美国大师班
- 2场由Jennifer Docherty MW主持的大师班
- 清酒与美食搭配
- Riedel酒杯
- 法国教皇新堡产区 (Châteauneuf-du-Pape)
- 法国酒商CVBG
- 法国梅多克产区 (Médoc) 中级酒庄 (Crus Bourgeois)
- 法国Château Angelus酒庄
- 西班牙斗罗河岸产区 (Ribera Del Duero)
- 各场烈酒大师班

● 研讨会及圆桌会议

- 亚洲葡萄酒及烈酒行业的经济环境与时下消费者行为模式 (由Rob Temple主讲)
- 餐饮美酒媒体Star Wine List
- 葡萄酒及烈酒研究所 (IWSR)
- 葡萄酒大师协会
- 各场烈酒研讨会



● 颁奖典礼

- 亚洲饮料商业大奖 (The Drinks Business Asian Awards)
- 亚洲年度星级酒单大奖 (Star Wine List of the Year Asia)

● 大型品酒会

- **波尔多特级酒庄联合会 (Union des Grands Crus de Bordeaux)** 将呈献部份极为优秀的酒庄。
- 意大利Gambero Rosso指南将举行品酒活动，品鉴意大利葡萄酒Vini d'Italia指南中最受好评的美酒。

BETTANE+DESSEAUVE贝丹德梭精品酒展 中国香港

在Vinexpo Asia开幕的前一天 (**5月27日**) ， Bettane+Desseauve将联同 Vinexposium主办B+D Grand Tasting贝丹德梭精品酒展。活动将于**香港会议展览中心**举行，届时**1,000多名业内人士及消费者**将可到场与来自世界各地**70个生产商**交流会面。

与此同时， Bettane+Desseauve的其中一位创办人Thierry Desseauve或 Michel Bettane将会亲自主持**6场大师班**。

活动当日上午11时至下午5时为媒体和业内人士限定的专属时段，而下午5时至晚上9时则会开放予所有入场人士参加。

[了解更多。](#)

7 / 实用资讯

开放时间

- 5月28日 (星期二) | 9:30 am - 6:30 pm
- 5月29日 (星期三) | 9:30 am - 6:30 pm
- 5月30日 (星期四) | 9:30 am - 5:30 pm

地址

中国香港湾仔博览道1号
香港会议展览中心

社交媒体

<https://www.facebook.com/Vinexposium>
<https://www.instagram.com/vinexposium/>
<https://www.linkedin.com/company/vinexposium/>
<https://www.youtube.com/c/Vinexposium>
<https://twitter.com/vinexposium>

小红书



微信服务号



官方网站：<https://vinexpoasia.com>

[Vinexpo Asia 2024参展商名单](#)

观众报名

免费，入场胸卡仅向通过验证的葡萄酒及烈酒业人士开放。

Vinexpo Asia观众可[点击此处](#)预先进行网上登记。

[浏览Vinexpo Asia 2023展会相册](#)

Vinexposium 简介

Vinexposium全年在世界各地举办各种与葡萄酒及烈酒行业相关的活动，为业界担当全方位枢纽角色。借着每年举办八场展会来凝聚参展商和访客，以及通过vinexposium365.com全天候为业内人士提供服务，Vinexposium为葡萄酒及烈酒业的最佳伙伴，致力扩大其销售覆盖面。Vinexposium，创造动力

联系方式

传媒查询，请联络：

Amelia Kwek

Vinexposium

Email: amelia.kwek@vinexposium.com

Tel: + 65 9797 7712

Jerrom Wu

Vinexposium

Email: jerrom.wu@comexposium.com

Tel: +86 021 62170505

Cindy Wu

GHC Asia Shanghai

Email: cindy.wu@ghcasia.com

Chris Chen

GHC Asia Shanghai

Email: chris.chen@ghcasia.com

