

Market

Global Overview

烈酒的总产量要低于葡萄酒，总体来说，2000 年以后销量是在增长的。从地域上来说，亚洲市场是销量最大的，占到了一半，但其中包括了极大量的本地烈酒。其次是欧洲、拉丁美洲和北美。亚洲和北美的市场是增长幅度明显的，而欧洲的市场则在缓慢衰退。从增长上来看，随着收入的增加，人们并不会喝更多的酒，而是喝更好的酒。

要知道，各种本地的烈酒包括中国白酒，韩日烧酒等，其总销量是 vodka 的四倍以上。不考虑本地烈酒，从市场销量上来说，依次是 vodka, rum, brandy（不包括 cognac），Scotch whisky, liqueurs, gin，其他 whiskies, Tequila 和 Cognac。除了 gin 其他都在不断增长，premium gin 也在增长。

从国家的消费量来说，中、印、韩、日等都能排进世界前十（中国白酒约占全球烈酒市场的 25%），但如果只说 international spirit，则销量排名是美、英、德、西、法、日。对于新兴市场，比如中印等，中端市场是一大关键，能与本地烈酒一较高下。

从品牌来说，国际烈酒的销量排名是 Smirnoff vodka, Bacardi rum, Johnnie Walker Scotch whisky, Absolut vodka, Jack Daniel's Tennessee whiskey, Captain Morgan Rum 等。如果考虑 local spirit，排第一的 Jinro Sohu 的销量是 Smirnoff 的两倍，而印度、菲律宾等也有产量极大的白兰地、Gin、whisky 等，但主要原料为糖蜜。

目前全世界烈酒市场的趋势有以下六点。

北美市场愈发高端化。在美国，US 和 Irish 威士忌以及 premium vodkas 比如 Grey Goose 的销量显著增加。

新兴市场的崛起。BRIC 金砖各国都被视为重要的市场，各国中产阶级的崛起是市场的希望。但是各个国家都面临各自的问题，巴西的收入，俄罗斯的监管，印度的税，中国的反腐和送礼问题等，机遇和挑战并存。

超高端和限量烈酒在旅游零售（免税）店的市场。去欧洲的旅游者（尤其亚洲人）都把这作为买奢侈品或送礼的好机会。Limited spirit 也吸引眼球，各式高贵的包装也增加了其吸引力。

对于传统的烈酒的兴趣增加。各种拥有 PDO 或 PGI 的烈酒都有着传统的规定和丰富的故事，比如 Cognac，苏格兰威士忌等，或者打上别的标签，比如“俄罗斯风格”伏特加或者“小批量生产”等。

RTD（Ready to drink）产品销量的增加。Jack Daniel's 兑可乐销售，或者各式预调酒市场，这样的消费更加方便，而且不必一次买大量的烈酒自己调，某种意义上这种不浪费也更划算。

大部分公司对于成熟的西欧市场采取紧缩政策而不是努力扩张。

Diageo

1977 年合并成立，全球超过 20000 员工。全球最大的烈酒公司，把全球分为六块，北美和西欧是利润最高的地区而非洲、拉丁美洲和亚太地区则是增长最显著的。

旗下最有名的品牌有，

Brandy:

Scotch Whisky: Johnnie Walker, J&B Rare, Windsor

Vodka: Smirnoff, Ciroc

Gin & flavoured spirit: Tanqueray, Gordon's, Bailey's Irish Cream

Rum: Captain Morgan

Tequila: Don Julio

Diageo 没有 Cognac 品牌，但是它有 34% 的 Moët Hennessy 的股份，所以能分享到它在亚洲的成功。Diageo 还努力在新兴市场扩张，比如中国白酒水井坊以及印度、土耳其市场等。其目标是在每一个烈酒市场都拥有一个著名的当地品牌。

同样的，对于 premium 市场其也十分看重，包括 Johnnie Walker 的高端系列和 Ciroc vodka, Don Julio Tequila, Tanqueray No.10 等。其计划在 2013-2017 五年的时间里，premium 市场产品销量翻一倍，这主要依靠北美市场。

对于西欧，目标是减少支出，保持现状。

Pernod Ricard

1975 年合并成立，Pernod Ricard 是全球第二大烈酒商。对于它来说，亚太市场利润最高（约占其 33% 的收入），其次是美国等。以前 Pernod Ricard 对于新兴市场非常重视，这也解释了亚太市场的利润高，但现在两家公司都同样重视了。

旗下最有名的品牌有，

Brandy: Martell Cognac

Whisky: Chivas Regal, Ballantine's, Jameson Irish whiskey, Glenlivet, Royal Salute

Vodka: Absolut (08 年收购)

Gin & flavoured spirit: Ricard Pastis, Malibu Liqueur, Beefeater gin

Rum: Havana club

Tequila:

Martell 给与了其在亚太市场的大量利润。收购 Absolut 使其欠了许多债，所以中短期目标就是减少债务水平，其 $\text{debt/EBITDA}=3.8$ ，这意味着负债不增加的话，其需要 4 年还完债，所以暂时没有太多扩张的打算。

Pernod Ricard 的五大战略是：综合性的高端国际品牌组合，通过高端化和创新获得增长，全资的销售网络与分散化的公司架构相结合，强有力的企业文化以团结分散化的公司架构，对伦理、人文和环境的尊重。

Bacardi

Bacardi 是全球第三大烈酒商，作为一家家族企业并没有公报详细的财务情况。但是可以知道他们也对中、印、俄等新兴市场十分关注。拥有超过 200 个品牌。

旗下最有名的品牌有，

Brandy:

Whisky: Dewar's

Vodka: Grey Goose

Gin & flavoured spirit: Bombay Sapphire

Rum: Bacardi

Tequila:

主要产品都是些 white spirits，当然也有一些 Cognac 和 Liqueur 等，但是相对而言市场份额不大。Bacardi 有着非常集中管理的市场策略，但是各自品牌的官网能看出其也分别有着对应的消费市场和人群，Bombay Sapphire 和 Grey Goose 看中高端市场，Dewar's 强调传

统，Bacardi 强调餐饮时尚。

Moet Hennessy

1987 年成立，LVMH 集团拥有 66% 的 Moet Hennessey，34% 归 Diageo 所有。其在亚太市场有着巨大成功，也是主要利润来源，主要是 Cognac 市场的原因。

旗下最有名的品牌有，

Brandy: Hennessy (Cognac 产量第一)

Whisky: Glenmorangie, Ardbeg Islay

Vodka: Belvedere 雪树

Run: 10 cane

中国白酒文君酒

该公司的战略是主打高端品牌，十分成功。Hennessy 是世界上销量和销售额最大的干邑品牌，在中国的发展极为迅速，连带着东亚和东南亚市场。其余品牌则也属于高端品牌，风格独特，卖点突出，在北美等地有很好的销量。

Brown-Forman

Brown-Forman 最有名的是 Jack Daniel，其市场也以美国市场为主，2000 年的时候 78% 的销售收入来自美国。现在美国市场占 40%，这是因为扩展到了国际市场。

旗下最有名的品牌有，

Whisky: Jack Daniel's, 各式 Bourbon

Vodka: Finlandia

还有 Liqueur, Tequila 和 Canadian Whisky。

虽然有 Vodka 和 Tequila，但主要以 brown spirits 为主，特别是美国的 whiskey。其主要销量除了有单纯的烈酒，还有 RTD 产品，比如 Jack Daniel's and cola。

Beam

全球烈酒公司里最小的，其原来的母公司除了烈酒还经营许多其他产品，比如厨卫用具，锁，高尔夫装备等。后来 Beam 独立，被认为会被吞并，但其一直坚持不被合并。

Beam 非常依赖北美市场，其次是欧洲，亚太市场的份额很小。其目标市场是巴西、俄罗斯等新兴市场（没有中国）和澳大利亚（Bourbon 消费第二大国）。

旗下最有名的品牌有，

Brandy: Courvoisier

Whisky: Jim Beam, Maker's Mark, Canadian Club

以及一些 Tequila, Gin, Rum, flavoured vodka 甚至低卡路里鸡尾酒 (Skinnygirl)

同时其还拥有 Cooley distillery，这对于其扩张市场有着重要帮助。

（不要忘了谈品牌与对应市场和消费人群、理念）