

SUPERWINE线上直播第二期

产品名称	SUPERWINE线上直播第二期
公司名称	上海海博展览服务有限公司
价格	16800.00/个
规格参数	9平米/个:1000
公司地址	青浦白鹤鹤祥路10号
联系电话	021-31015702 17317394128

产品详情

SUPERWINE作为进口酒类行业的商贸纽带及专业展会采购平台，一直为我国的葡萄酒行业的发展努力，特殊时期为大家推出《全球酒类创新与发展大会-疫情之下，进口酒类的“危和机”》公益直播活动，希望为我国酒行业的恢复与发展带来更多的机会。

3月22日16:00，SUPERWINE线上直播第二期——酒类疫后市场是增量还是下滑？上下游企业的“危”和“机”取得圆满成功。本次直播邀请了知名电商平台、国家机构高级事务专家—安雷；上海欣海报关有限公司电商事业部总经理—马政华；类人首酒庄总经理/庄主—冯迎尊三位大咖共同做客直播间，分别对：疫情对酒业影响和应对策略；疫情下，第一、第二季度进出口的影响预测及对外贸企业的统筹支持；疫情下，葡萄酒供应链企业的市场方向和新营销等热点问题分享了自己的洞见和见解。

一、安雷：疫情对酒业影响和应对策略

疫情对葡萄酒行业来说是雪上加霜，也将会加速行业洗牌，但葡萄酒的健康属性和仪式感，从长期看还是向好的态势发展。

01、酒业收到明显冲击，倒逼酒业新渠道

疫情使整个酒业生产端、经销端、消费端均受到明显冲击。数据显示：2020年1月1日-3月21日，进口两升以下的葡萄酒0.45亿美元；同比，2019年同期1.3亿美元，下降95%。春节本该来临的销售旺季，由于疫情的爆发致使终端消费大幅下降，加之物流的等因素的影响，短期内极大的增加了经销商们的风险。不过这也倒逼酒业进行了创新零售渠道，比如线上渠道再次引起关注，电商分销出现更多模式，同时消费需求 and 习惯出现新的变化！

02、葡萄酒行业加速洗牌，长期发展态势良好

葡萄酒方面：疫情对葡萄酒行业来说雪上加霜，行业将会加速洗牌，对于基础弱、应对差的将被淘汰，全年经营业绩承压。商超渠道大幅下滑，30-50%；电商渠道下滑50%；原经销商春节期间出货占比35%左右，今年仅10%。葡萄酒健康属性，仪式感，长期看还是向好的态势发展。

03、加强协同战疫，创新推广渠道

安雷强调，地方、协会和酒企应当加强协同作战。坚持两手抓，抓战役的同时也要抓复工复产。市场营销和品牌传统路径要进行创新，通过不同的传播方式制定不同的推广措施和方案。将线下引流到线上，借助一些第三方的平台，开展直播带货等方式，提炼和推广品牌的文化，增强业内存在感。

04、加强疫情防控，安全复工复产

对酒企疫情防控和复工复产等问题安雷也给了意见和建议。首先稳定产业链，促进产业转型升级；其次是稳定厂商关系，形成市场营销新动力；稳定消费预期，增强行业风险管控。

二、马政华：疫情下，第一、第二季度进出口的影响预测及对外贸企业的统筹支持

由于疫情影响，包括空运、海运、国际快递等运输模式纷纷停运，外加对进口货物及入境人员的限制，致使很多企业纷纷停工，不过海关出台了很多人支持措施来帮助企业渡过难关。

01、总体进出口量下降明显，一般进出口外贸比重继续提升

马政华说道，近期我国一般进出口外贸比重继续提升，东盟、“一带一路”沿线国家进出口出现逆势增长，而欧盟、美国和日本进出口出现下降态势。据统计，2020年1月总体进出口量（BILL计）下降21%（春节因素），2020年2月总体进出口量（BILL计）下降39%（疫情因素），有数据可以看出疫情对我国外贸进出口影响巨大。

02、疫情期间外贸企业该如何应对？

关于疫情期间外贸企业该如何应对问题马政华也给出了指导建议：

- a、直航停运，转中转航班；
- b、国内航空公司到主要国家的包机形式；
- c、空运改海运；
- d、加大国外原材料采购量。

03、国家支持措施

为应对疫情，国家也给出了相应的支持措施。马政华从国务院常务会议、海关相关措施、港区相关措施三个方面阐述了国家相关支持措施。其中港区相关措施指出：3月1日至6月30日，免收进出口货物港口建设费，将货物港务费、港口设施保安费等国家定价收费标准降低20%，取消非油轮货船强制应急响应服务及收费。6月底前，减半收取铁路保价、集装箱延期使用、货车滞留等费用。这对受疫情影响严重的国内物流人而言无疑是一剂强心针。

三、冯迎尊：疫情下，葡萄酒供应链企业的市场方向和新营销

新时代的干事创业者：要有诉说的精神、路演的能力、实践的作风！

01、传统渠道加速萎缩，直播经济社群经济爆发

冯迎尊指出，传统渠道面临自身短板，疫情过后对经济的影响会持续较长时间，传统渠道由于区域条件限制，无法突破枷锁，同时消费者分化严重，拓客成本变高

。传统葡萄酒销售渠道互动性差，客户粘度较低，渠道碎片化严重，蚕食份额。反观直播经济、社群经济，由于购物娱乐相结合，酒商和消费者具有高度的互动性和便捷性，外加诱人的价格优势作保障，会吸引更多的消费者加入。

02、发展新零售，发展C端客户，跟随网红经济

冯迎尊结合类人首酒庄目前自身发展，从生产端、B端经销、C端零售、消费商几个方面为葡萄酒经销商指明了方向。

03、电商在进化，思路也必须进化

电商从传统电商到内容电商，发展到今天的社交电商，整个电商行业一直在进化，我们葡萄酒经销商做电商的思路也必须要进化。冯迎尊指出，做电商快捷的方式就是大成本，大投入，用资金换资源，节省时间，迅速成长。在巩固自己现有体系的同时还应增加小成本培养+多种模式的招商合作！

更多信息，欢迎咨询021-31015702