UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

PERSPEKTIVA VINSKE KLETI GORIŠKA BRDA NA KITAJSKEM

Ljubljana, februar 2017 GREGA KRALJ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Grega Kralj, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Perspektiva vinske kleti Goriška Brda na Kitajskem pripravljenega v sodelovanju s svetovalko asist. dr. Sonja Šlander Wostner.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 23.02.2017 Podpis študenta:

KAZALO

UVOD **1**

1 OPIS SLOVENSKEGA TRGA **2**
1.1 Vsebinski opis vina 2
1.2 Zgodovina slovenskega trga vina 2
1.3 Slovenske vinske regije in vinske kleti 3
1.3.1 Vinska regija Podravje 4
1.3.2 Vinska regija Posavje 4
1.3.3 Vinska regija Primorska 4

2 SPLOŠNO O KITAJSKEM VINSKEM PODROČJU **5**
2.1 Kultura pitja vina na Kitajskem 5
2.2 Vrsta vina in demografski pregled kulture pitja vina 5
2.3 Ponudba vina na kitajskem trgu 7

3 ANALIZA VINSKE KLETI GORIŠKA BRDA **8**
3.1 Opis vinske kleti Goriška Brda 8
3.2 Opis konkurence vinske kleti Goriška Brda 10
3.3 Ponudba vina vinske kleti Goriška Brda v Sloveniji 10
3.3.1 Vrhunska vina Bagueri 11
3.4 Globalna ponudba vina vinske kleti Goriška Brda 12
3.4.1 Ponudba vina kleti Brda v Združenih državah Amerike 13
3.4.2 Ponudba vina kleti Brda na Kitajskem 13

4 PERSPEKTIVA VINSKE KLETI GORIŠKA BRDA NA KITAJSKEM **14**
4.1 Analiza kitajskega trga vina 14
4.1.1 Trendi na kitajskem trgu vina 17
4.1.2 Ponudba tujega vina na kitajskem trgu vina 17
4.2 Priložnost za razširitev slovenskega vina in vina kleti Brda na Kitajsko 19

SKLEP **19**

LITERATURA IN VIRI **21**

KAZALO SLIK

Slika 1: Vinske regije in okoliši Slovenije 3
Slika 2: Grafikon porabe vina po državah (Kitajska, ZDA, Francija in Italija) 6
Slika 3: Prisotnost vina kleti Goriška Brda po svetu 9
Slika 4: Steklenica vrhunskega vina Bagueri Chardonnay 12
Slika 5: Vinske regije Kitajske 14
Slika 6: Lestvica največjih držav izvoznic tujega vina na Kitajsko 15

UVOD

Vino in pridelava vina je globoko ukoreninjen del modernega človeka. Prisoten je že od starih Egipčanov, antičnih Grkov in Rimljanov. Že takrat so različni filozofi in poeti omenjali vino v svojih zapisih ter pesmih. Odkar so stari Rimljani prinesli vinsko trto na takratno področje zdajšnje Slovenije, Slovenci ne zaostajajo pri pridelavi in pitju vina za ostalimi večjimi vinorodnimi deželami.

Slovenija seveda spada med bolj vinorodne dežele sveta, čeprav s svojo velikostjo težko konkurira pravim, večjim vinorodnim deželam kot so Francija, Italija, Španija in ostale. Vendar pa slovenski vinarji, ki slovijo predvsem po kvaliteti in ne kvantiteti, vsako leto pridelajo svetovno znana vrhunska vina in vrhunske penine, ki redno dobivajo različna svetovna priznanja in medalje na svetovno znanih vinskih festivalih in ocenjevanjih. V Sloveniji imamo kar veliko število vrhunskih večjih in manjših vinskih kleti, ki lahko konkurirajo na globalnem trgu vina. Med njimi so tudi največji v Sloveniji, vinska klet Goriška Brda.

V zaključni strokovni nalogi bom analiziral perspektivo vinske kleti Goriška Brda na kitajskem trgu vina. Začel bom z opisom slovenskega trga vina. V to poglavje spada tudi vsebinski opis vina, sama zgodovina slovenskega vina in podrobnejši opis slovenskih vinskih regij ter njihovih vinskih okolišev. Zaključna strokovna naloga se nadaljuje s splošnim opisom kitajskega vinskega področja. V tem poglavju bom opisal samo kulturo pitja vina na Kitajskem, katere vrste vina kitajski pivci vina preferirajo in kako vpliva starost na izbiro vrste vina. Poleg prej naštetih stvari pa bo v poglavju tudi opis ponudbe vina na kitajskem trgu.

Zaključna strokovna naloga se nadaljuje z analizo največje slovenske vinske kleti Goriška Brda. Poglavje se začne z opisom vinske kleti in njihove konkurence. Nadaljuje se s ponudbo vina kleti Brda v Sloveniji in globalno. Pri ponudbi vina sem opisal ponudbo v Združenih državah Amerike (v nadaljevanju ZDA), saj so klet Brda največji slovenski izvoznik slovenskega vina v ZDA, in ponudbo vina kleti Brda na Kitajskem. Naslednje poglavje je glavni del zaključne strokovne naloge – perspektiva vinske kleti Goriška Brda na Kitajskem. V tem poglavju je analiza kitajskega trga vina (trenutni trendi na kitajskem trgu vina in ponudba tujega vina na Kitajskem) in sama priložnost za razširitev slovenskega vina in vina kleti Brda na Kitajsko.

Namen zaključne strokovne naloge je torej analizirati in opisati perspektivo slovenskega vina in vina kleti Brda na kitajskem trgu vina. Obenem pa bom dosegel cilj zaključne strokovne naloge, ki je dokazati, da je slovensko vino, tako od kleti Brda, kot od ostalih vinarjev, dovolj zanimivo za zahtevne kitajske pivce vina.

1 OPIS SLOVENSKEGA TRGA

1.1 Vsebinski opis vina

Vino, alkoholna pijača pridobljena iz alkoholnega vrenja grozdnega soka, je del človeštva že preko 6.000 let. Vino uporabljajo oziroma pijejo tako v zabavne namene, kot tudi v verske namene (različni verski obredi). Najstarejše uporabljanje vina v verskih obredih je zabeleženo pri starih Egipčanih, ki so z vinom častili kar nekaj bogov. Najbolj znan med njimi je egipčanski bog Hathor, zaščitnik vina. Vino oziroma pridelavo vina so zasledili na vseh kontinentih sveta.

Najstarejšo, do sedaj, odkritje so lončeni lonci za shranjevanje vina na območju zdajšnje severne Kitajske, ki ga je odkril arheološki kemik Patrick E. McGovern iz univerze v Pennsylvania. Ocenili so, da so lončeni lonci stari 9.000 let. Pred tem najstarejšo odkrito uživanje vina je bilo zasledeno v gorah Zagros, zahodni Iran, ki je bilo staro okoli 3100 do 3500 let pred našim štetjem (University of Pennsylvania, Science Daily, 2004). S tem so različni raziskovalci dokazali, da je bilo vino, tako kot sedaj, razširjeno po celotnem svetu. Vina po kakovosti uvrščamo na:

- Namizno vino – najnižja kvaliteta vina. Večinoma ni sortno vino in je po navadi tudi mešanica različnih sort vina. Namizno vino je dovoljeno dodatno sladkati.
- Kakovostno vino – srednja kvaliteta vina. Narejeno je iz grozdja, ki je bilo obrano v polni zrelosti. Tudi pri kakovostnih vinih je dovoljeno dodatno sladkanje.
- Vrhunsko vino – najvišja kvaliteta vina. Narejeno je iz grozdja, ki je bilo obrano ravno tako v polni zrelosti ali celo prezrelosti. Vrhunsko vino je po navadi najdražje in ga je strogo prepovedano dodatno sladkati.

1.2 Zgodovina slovenskega trga vina

Slovenija je majhna srednje evropska država, ki ima dolgo zgodovino pridelovanja vina. Na področju Slovenije so vino pridelovali že ljudstva Keltov in Ilirov in za njimi tudi Rimljani, ki so pustili močan pečat v pridelovanju vina v Sloveniji. Močan pečat v pridelovanju vina v Sloveniji so pustili tudi različni menihi, duhovniki v času srednjega veka, ki so vino uporabljali za različne verske namene, ravno tako pa tudi za zabavo. Po drugi svetovni vojni, ko je Slovenija postala del takratne Jugoslavije, se je pridelava vina nekako ustalila pri kvantiteti in ne toliko pri kvaliteti. Trend kvantitete se je nadaljeval do leta 1967, ko se je v Sloveniji ustanovila prva Vinska družba Slovenije. Z ustanovitvijo takratne Vinske družbe so se začela ustanavljati tudi različna privatna vinska podjetja (Robinson, 2015, str. 670).

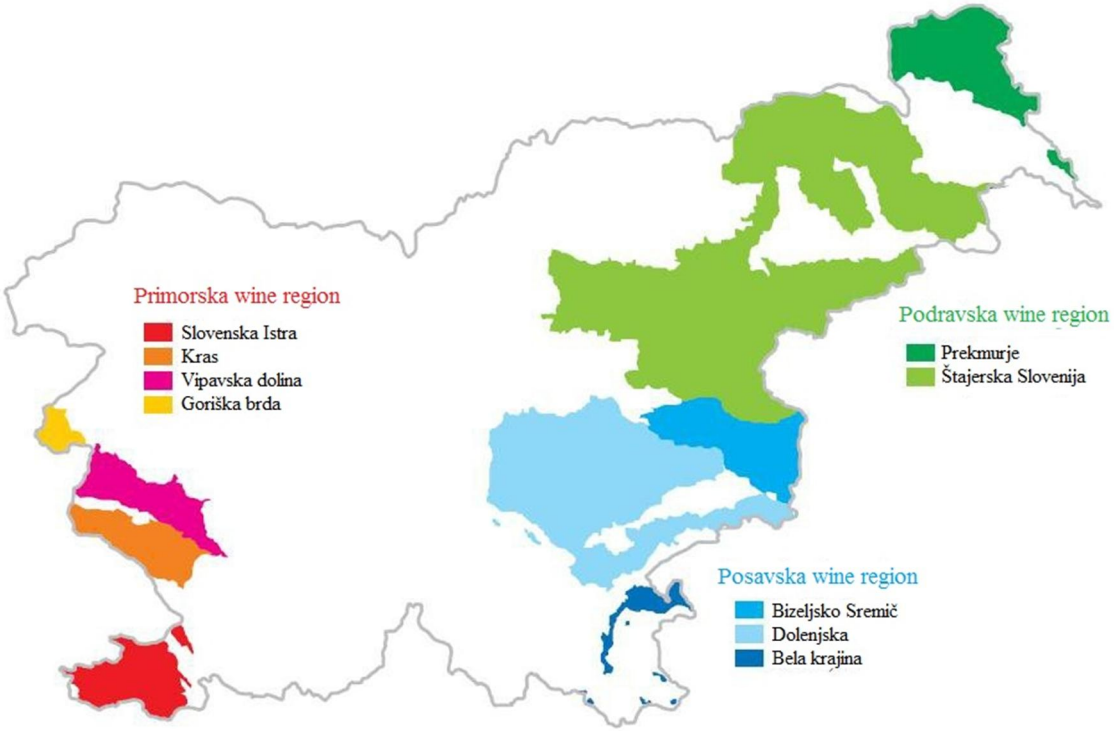
Z letom 1991, ko se je Slovenija osamosvojila, se je pridelava vina začela samo se širiti in s tem je Slovenija postala država iz bivše Jugoslavije, ki ima najbolj razvito pridelavo vina ter najboljša zakonska določila o pridelavi in prodaji vina.

1.3 Slovenske vinske regije in vinske kleti

Slovenija je že od nekdaj razdeljena na tri vinska področja oz. vinske regije. Vinska regija Podravje leži na severovzhodu države, vinska regija Primorska na zahodu države in vinska regija Posavje, ki leži na jugovzhodu države.

Zgoraj naštete tri regije se nato delijo še na 9 t.i. vinskih okolišev. Vinska okoliša v Podravju sta Štajerska Slovenija in Prekmurje, v regiji Primorska so Vipavska dolina, Slovenska Istra, Goriška Brda in Kras ter v regiji Posavje so Dolenjska, Bizeljsko Sremič in Bela Krajina. Slika 1 prikazuje kje v Sloveniji se slovenske vinske regije nahajajo in kateri vinorodni okoliši spadajo v posamezno vinsko regijo.

Slika 1: Vinske regije in okoliši Slovenije



Vir: TS1 svetovanje d.o.o., Slovenia Wine – a quick guide to Slovenian Vineyards, 2012.

1.3.1 Vinska regija Podravje

Podravska vinorodna regija leži na severovzhodu Slovenije. Slovi po belih vinih in zvrsteh katere so značilne za dotično podnebje in zemljo, ki je prisotna na tem delu Slovenije. Najbolj znane vrste so laški rizling, šipon, beli pinot, chardonnay itd. Podravska vinska regija se deli na okoliša Prekmurje in Štajersko Slovenijo. V vinskem okolišu Prekmurje je tradicija vinogradništva prisotna že dolga leta. Zelo radi se pohvalijo predvsem z vinogradi pri cerkvi Svete Trojice, ki so tam že od leta 1726.

Splošno gledano pa vino iz vinske regije Prekmurje ne spada med bolj ugledne v Sloveniji. Vinski okoliš Štajerska Slovenija je največji okoliš v Sloveniji in ima že iz preteklosti znane lege, ki jih uvrščajo med 4 odstotke najboljših vinogradniških leg na svetu (Vinska družba Slovenije, d.o.o., b.l.).

1.3.2 Vinska regija Posavje

Posavska vinorodna regija leži na jugovzhodu Slovenije. Slovi predvsem po lažji pridelavi, zaradi specifičnega podnebja, tako belih kot tudi rdečih vrst vina, vendar vseeno prevladujejo predvsem rdeče sorte vina. Najbolj znane vrste so Žametovka, Modra frankinja, Laški rizling itd.

Posavska vinska regija se deli na okoliše Dolenjska, Bizeljsko Sremič in Bela Krajina. Vinski okoliš Dolenjska je verjetno najbolj znan okoliš vinske regije Posavje. Najbolj ga označi gričevje, s strmimi pobočji in nadmorsko višino, ki ne preseže 400 metrov. Najbolj znano vino je cviček. Vinski okoliš Bela Krajina je znana, zaradi svoje pestrosti tal, ki vplivajo na različne vrste vina. Okoliš Bela Krajina je nase opozoril dvakrat v svoji zgodovini. Najprej leta 1981, ko so začeli pridelovati prvo rose vino in nato še leta 1985, ko so pridelali prvo ledeno vino. To je vinski okoliš Bela Krajina uvrstilo na seznam zanimivih okolišev v Sloveniji in drugje v Evropi. Naslednji vinski okoliš vinske regije Posavje je Bizeljsko Sremič. Znano je predvsem, zaradi zapisa iz leta 1880, ko se je v kraju Globoko pri Pišecah prvič opazila trsna uš, ki je prepolovila takratne vinograde pri nas in drugje v Evropi. Sedaj pa je najbolj znano, zaradi pridelave penine (Vinska družba Slovenije, d.o.o., b.l.).

1.3.3 Vinska regija Primorska

Primorska vinorodna regija leži na jugozahodu Slovenije. Zaradi specifičnega podnebja (bližina morja) tu pridelujejo najbolj znana slovenska vina. Regija je značilna po veliki pestrosti tal tako zelo bogatih kot tudi revnih. Najbolj znane vrste so Rebula, Merlot, Malvazija, Sauvignon, Cabarnet Sauvignon itd.

Primorska vinska regija se deli na okoliše Vipavska dolina, Goriška Brda, Slovenska Istra in Kras. Vipavska dolina ali kar Vipava je drugi največji vinski okoliš v Sloveniji. Ker ima dolina Vipava odlične pogoje za pridelavo vina, sega tradicija vinogradništva že globoko v zgodovino pridelave vina na področju Slovenije. Naslednji vinski okoliš so Goriška Brda, ki so slavna po celem svetu, zaradi svojega vrhunskega vina in tudi zaradi svetovno znane sosede, italijanske vinorodne regije Coolio. V zadnjih letih so postali znani predvsem, zaradi njim značilne rebule.

Vinorodni okoliš Slovenska Istra je specifična, zaradi neposredne bližine Jadranskega morja. Znani so predvsem, zaradi urejenih ti. vinskih teras, ki so tam prisotne že iz časa starega Rima. Tukaj domuje vsem znani refošk. Za konec pa je vinorodni okoliš Kras, ki ima status naravnega parka. Specifična stvar na Krasu je predvsem njihova zemlja, t.i. terra rosa (Vinska družba Slovenije, d.o.o., b.l.).

2 SPLOŠNO O KITAJSKEM VINSKEM PODROČJU

2.1 Kultura pitja vina na Kitajskem

Pitje vina je na Kitajskem, kot že omenjeno, prisotno že preko 3.000 let, po nekaterih podatkih tudi več kot 5.000 let. Kitajci so v zgodovini uporabljali vino za različne namene. Pitje vina je bilo uporabljeno za namene čaščenja svojih prednikov, uporabljali so ga pri pisanju različne poezije, ki je na Kitajskem zelo pomembna, ali pa samo kot pitje pri različnih praznikih, zabavah (Eijkhoff, 2000). Da je vino na Kitajskem prisotno že mnogo let priča tudi odkritje kitajskih arheologov leta 1980, ko so v regiji Luoshan, provinca Henan, odkrili grobnico, ki sega v leto 1200 pred našim štetjem. V grobnici so odkrili bronasti vrč, ki je bil napolnjen z vinom oz. fermentiranim sokom. To velja za eno najstarejših odkritij vina oz. fermentiranega soka na svetu (Eijkhoff, 2000). Kot že omenjeno je poezija zelo pomemben del Kitajcev. Obstaja veliko zgodovinskih zapisov, pesmi in zgodb o pitju vina tako različnih poetov, ki so vino uporabljali za namene lažjega pisanja pesmi, kot tudi vojščakov različnih dinastij, ki so vino uporabljali za namene zabave. Primer uporabe oz. omenjanje vina v pesmi je pesem poeta Wang Wei (701-761/698-859), ki se imenuje Poslovitev od pomladi. V pesmi je omenjeno, da moramo uživati v kozarcu vina in ne žalovati za »padlimi« rožami (Eijhkoff, 2000).

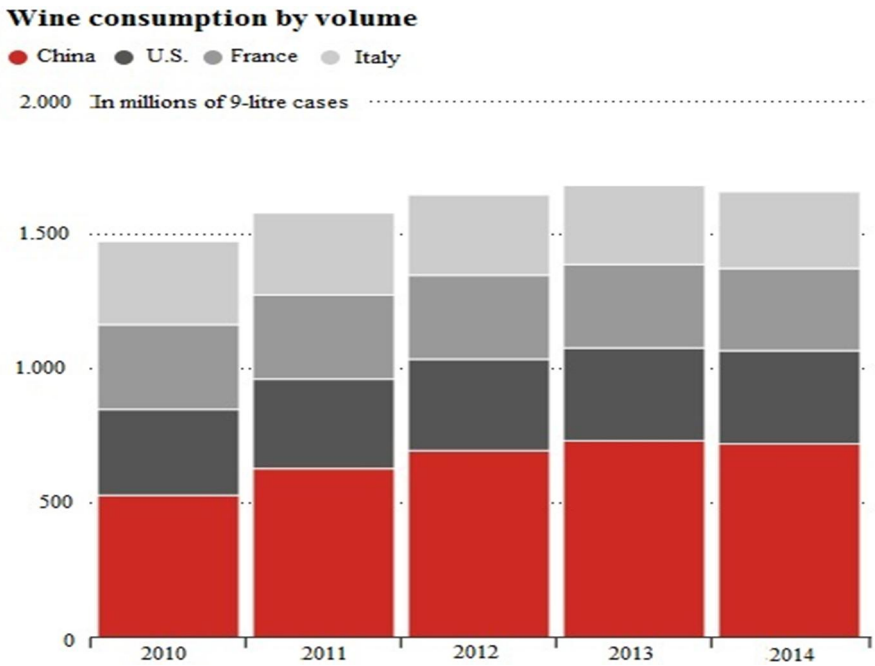
2.2 Vrsta vina in demografski pregled kulture pitja vina

Demografski pregled pivcev vina med Kitajci se z leto v leto spreminja oz. količina pivcev vina se povečuje. Če primerjamo podatke za leto 2012 in za leto 2015 se opazi trend povečevanja števila pivcev predvsem v srednjem razredu. Leta 2012 je bilo v kitajskem srednjem razredu okoli 19 milijonov pivcev vina, medtem, ko je bilo leta 2015 pivcev vina

kar 38 milijonov. To pomeni, da se je število pivcev vina, v primerjavi 2012/2015, povečalo za kar 100 %. Enako velja tudi za uvoženo, tuje vino, saj se je število pivcev, ki so stari 30 let ali manj, uvoženega, tujega vina povečala za kar 20 %, leta 2012 30 %, leta 2015 pa 50 %. Največji porast v količini popitega vina se je pokazal predvsem pri mladih ženskah starih od 18 do 30 let. Mlade ženske so leta 2012 sestavljale 1/3 populacije pivcev uvoženega vina, medtem, ko so v letu 2015 sestavljale kar polovico celotne populacije pivcev uvoženega vina (Schmitt, 2015). Če pogledamo splošno, celotno populacijo Kitajske se opazijo različni trendi priljubljenosti vina med Kitajci. Glavna vrsta vina med ženskami je predvsem belo vino (domače in tuje), medtem, ko je pri moških še vedno najbolj priljubljena alkoholna pijača pivo. Splošno gledano med Kitajci rdeče vino velja kot znak bogastva, znak elite oz. znak premožnejšega sloja ljudi.

Tudi v raziskavi kitajskega trga vina, ki jo je leta 2011 opravila kanadska vlada, je opaziti veliko geografsko raznolikost med pivci vina. Največji porabniki vina so seveda v glavnih oz. večjih mestih, kot sta Peking in Šanghaj. V večjih mestih je v porastu predvsem trend pitja uvoženega vina, ki je v večini francoskega porekla. Medtem, ko v centralnih mestih Kitajske (osrednja Kitajska) ljudje dajejo prednost cenejšemu, domačemu vinu in še zmeraj zelo popularnemu riževemu vinu (Agriculture and Agri-Food Canada, 2011). V celoti gledano pa se pitje oz. poraba vina na Kitajskem povečuje, čeprav je v letu 2014 in 2015 v celoti gledano malo padla. Slika 2 prikazuje primerjavo in »prevlado« Kitajske, med leti 2010 in 2014, v porabi vina za štiri največje porabnice vina na svetu (Kitajska, ZDA, Francija in Italija).

Slika 2: Grafikon porabe vina po državah (Kitajska, ZDA, Francija in Italija)



Vir: C. Stark, China consumes twice as much wine as the US, 2015.

2.3 Ponudba vina na kitajskem trgu

Kitajski trg vina postaja čedalje bolj podoben t.i. zahodnemu trgu vina. S trendom rasti popularnosti uvoženega vina se posledično čedalje več tujih vinskih kleti, tako vrhunskih kleti, kot tudi vinskih kleti nižjega ranga, odloča za izvoz na kitajski trg vina. Kitajska vlada je v letu 2003 sicer zaostrila uvoz tujega vina, vendar to ni zaustavilo uvoz ampak ga samo izboljšalo in povečalo. Trend povečanja ponudbe tujega vina na Kitajskem se je začel v zgodnjih letih novega tisočletja in od takrat naprej vztrajno raste. Zakonodaja veleva, da morajo vsi uvozniki vina, šampanjca in penine pri vsaki steklenici imeti etiko z naslednjo vsebino (Leeva, Xiaoling, & Zhuo, 2005):

1. Ime in znamka vina,
2. sestavine vina,
3. neto količina,
4. stopnja alkohola,
5. dan pridelave vina,
6. ime in naslov izdelovalca/distributerja/uvoznika,
7. stopnja mošta
8. država proizvajalka,
9. rok uporabe in
10. stopnja sladkorja.

Uvoz vina na Kitajskem se je v letu 2015 povečal za tretjino v primerjavi z letom 2014, to je bil tudi največje povečanje od leta 2011. Do konca leta 2015 se je uvoz francoskega vina na Kitajsko povečal za kar 33 % v primerjavi z letom 2014. Francoska vina še vedno ostajajo na prvem mestu pri izvozu na Kitajsko, saj predstavljajo 48 % celotnega uvoza tujega vina na Kitajsko. Sledi uvoz avstralskih vin, ki se je povečal v letu 2015 za kar 78 %. Zasluge za to si lasti podpisani sporazum med Kitajsko in Avstralijo (angl. *China-Australia Free Trade Agreement*, v nadaljevanju ChAFTA). Nato sledijo španska vina, katerih uvoz v letu 2015 na Kitajsko se je povečal za 55 % in čilenska vina, katerih uvoz v letu 2015 se je povečal za 37 % (Wu, 2016).

Lokalno kitajsko vino, ne glede na porast tujega vina, ne zgublja svojo priljubljenost med Kitajci. Prednost lokalnih pridelovalcev vina je, da ima Kitajsko na voljo več zemlje za vinogradništvo kot Francija, ki velja za eno boljših pridelovalcev vrhunskega vina na svetu. Dolga leta so kitajske vinske kleti pridelovale samo poceni vino, ki je bil na voljo v lokalnih trgovinah in supermarketih, nato pa so se, zahvala tudi povečanemu uvozu vrhunskega vina, odločili, da bodo sami začeli pridelovati vrhunsko vino.

Kot primer kitajskih vin sem izbral testiranje znanega preizkuševalca vina gospoda Stana Sesserja, ki je novinar v svetovni znani medijski hiši The Wall Street Journal.

Sesser je izbral 10 kitajskih vin, med njimi so bili 3 vrhunska vina (vina Grace) in 7 vin največjih kitajskih pridelovalcev vina (Changyu, Dynasty in Great Wall). Iz 10 vin, ki jih je izbral, je nato izbral 6 najboljših oz. najbolj popularnih in prodajanih vin na Kitajskem. Spodaj bom predstavil njegove zapise oz. opise izbranih vin, ceno vina izraženo v ameriških dolarjih (v nadaljevanju $) in okusi ter telo določenega vina (Sesser, 2010):

- Changyu Cabernet – $5,40. Vino, ki spominja na stare, slabe čase kitajske pridelave vina. Aroma, po njegovo, spominja na umazane nogavice, čistila in ima okus po kemikalijah,
- Great Wall suho rdeče vino – $2,87. Čisto, preprosto vino, ki spominja na okuse ameriških rdečih vin,
- Grace 2008 Cabernet – $10. Nima posebnega okusa in telesa,
- Grace 2001 Merlot – $28. Zelo zanimive vonjave, ki pa so se razgubile v minuti, ko je bil izpostavljen zraku. Ko je izpostavljen zraku se spremenijo vonjave in okus v »grozdni sok«,
- Grace Deep Blue 2008 – $42. Mešanica Cabernet Sauvignon, Merlot in Cabernet Franc je bila zelo zanimiva, okusna in dobra mešanica različnih okusov ter vonjav in
- Great Wall Cabernet 1998 – $72. Vrhunsko pravo vino. Dobro obarvano, polno sadnega vonja in okusa. Lahko bi se primerjal z ostalimi vrhunskimi Cabernet vini. Po njegovem mnenju je Great Wall Cabernet zmagovalec.

S temi zapisi oz. opisi okusa kitajskih vin gospoda Stana Sesserja nekako povzamemo ponudbo lokalnih kitajskih vin vseh vrst kvalitete – namiznih, kakovostnih in vrhunskih vin. Vina, ki jih je Sesser analiziral in opisal so ravno tako variirala tudi v cenovnem pogledu in ne samo v pogledu kvalitete posameznega vina.

3 ANALIZA VINSKE KLETI GORIŠKA BRDA

3.1 Opis vinske kleti Goriška Brda

Vinska klet Goriška Brda z.o.o. je največja pridelovalka in izvoznica slovenskih vin. Spadajo v Primorsko vinorodno regija in v okoliš Goriška Brda. Klet Brda združuje skupno kar 400 briških vinogradniških družin. Klet Brda je bila ustanovljena leta 1957 kot zadruga in je še danes v 100 % lasti briških vinogradnikov. Velja za eno bolj uspešnih velikih vinskih kleti v Sloveniji in bivši Jugoslaviji. Najbolj znana sorta grozdja oz. vrsta vina je Rebula, ki je značilna za okoliš Goriška Brda. Vinogradništvo na področju Goriških Brd sega globoko v zgodovino. V predrimskem času, natančneje v mlajši železni dobi, leta 300 pr. n. š. (arheološka najdba vinske pečke na Golem Brdu). S prihodom Rimljanov, nekje okoli leta 100, se je vinogradništvo še okrepilo. Prva omemba zelo znane Rebule v Brdih je bila že leta 1336 v kupoprodajni pogodbi v vasi Višnjevik.

Novejša zgodovina Goriških Brd se začne leta 1922, ko osemintrideset kolonov ustanovi prvo zadrugo in od takratnega fevdalnega gospoda odkupi 230 hektarjev zemlje. Leta 1955 so začeli graditi sodobno vinsko klet in leta 1962 prvič predelajo Penečo Rebulo, ki je ravno tako značilen produkt za okoliš Goriška brda. Z letom 1984 se tudi srečajo s prodajo oz. izvozom »čez ocean«, saj so tega leta prvič izvozilo vino v ZDA.

Z osamosvojitvijo Slovenije se spremeni poslovanje kleti Brda v izvozno poslovanje. Naj novejši dokaz dobrega poslovanje pa se je zgodilo leta 2002, ko so presegli mejnik milijon steklenic na svetovnem trgu in istega leta odprejo posebno izvozno skladišče (Vinska klet Goriška Brda, z.o.o., b.l.a).

Klet Brda čedalje bolj postaja pomemben igralec na globalnem trgu vina. Temu pričajo tudi različna priznanja in medalje, ki jih dobivajo na različnih svetovnih vinskih dogodkih ali ocenjevanjih. Klet Brda je s svojim vinom prisotna v 30 državah sveta. Prisotni so tako rekoč v celotni Evropi, v Rusiji, na Kitajskem, na Japonskem, v Tajvanu in pa tudi v ZDA, kjer tudi veljajo za največjega izvoznika slovenskih vin v ZDA (Vinska klet Goriška Brda, z.o.o., b.l.b). Slika 3 prikazuje zemljevid razširjenosti oz. prisotnosti vina kleti Goriška Brda. Vino je prisotno v vinotekah Goriška Brda, lokalnih trgovinah, supermarketih in različnih restavracijah.

Slika 3: Prisotnost vina kleti Goriška Brda po svetu

Vir: Vinska klet Goriška Brda, z.o.o., Tujina, b.l.

3.2 Opis konkurence vinske kleti Goriška Brda

Vinska klet Goriška Brda, kot že omenjeno, je največja vinska klet v Sloveniji. Ravno tako pridelajo največjo količino vina v Sloveniji. Že v časih bivše Jugoslavije so veljali za najbolj kakovostnejšo vinsko klet. Ta sloves so z osamosvojitvijo samo ohranili in nadgradili. Sledijo jim vinska klet Vina Koper. Vina Koper veljajo za enega največjih konkurentov kleti Brda, čeprav slovijo predvsem, zaradi svoje Malvazije in Merlota. Za tretjega največjega konkurenta velja vinska klet Vipava, ki predvsem slovi s svojo specifično penino, ki jo imenujejo Zelena. Naslednji večji konkurent kleti Brda je klet Radgonske gorice. Radgonske gorice so predvsem znane po svoji zelo znani Zlati in Srebrni radgonski penini. Njihova penina velja za najbolj priljubljeno v Sloveniji in podatki povejo, da jo Slovenci najraje pijejo.

Sledijo »manjše« vinske kleti kot na primer Ptujska klet s svojo znano znamko Pullus in penino Pinky Chick. Manjša vinska klet je tudi Kmečka zadruga Krško, ki pa večino svoje pridelave posveča pridelovanju cvička, ki je še vedno zelo priljubljen med Slovenci. Konkurenca kleti Brda je tudi klet Vinakras, ki pa so zelo znani po svojem Teranu, ki je pridelan iz grozdja Refošk.

Ne smemo pa pozabiti na manjše vinarje oz. vinske kleti, ki ne proizvajajo v ogromnih količinah kot zgoraj naštete vinske kleti. Med njimi je Movia, klet Aleša Kristančiča, ki ravno tako prihaja iz okoliša Goriška Brda. Movia na leto pridela okoli 90 tisoč do 100 tisoč litrov vina, medtem, ko klet Brda pridelajo nekje do 7 milijonov litrov vina letno. V tujini so vina Movia tudi najbolj priznana slovenska vrhunska vina. Med manjšimi vinarji in ravno tako zelo priznanimi je Marjan Simčič, ki pridela okoli 60 tisoč litrov vina letno a njihova vina veljajo za ena najboljših vrhunskih vin Slovenije. V okolišu Vipavska dolina sta najbolj znana predvsem Batič in Sutor. Nato imamo še tri zelo priznane manjše vinarje, ki prihajajo iz vinorodne regije Štajerska. To so Cvetko, Kupljen in Dveri Pax. Vsi so zelo priznani tako v Sloveniji, kot tudi v tujini (Štamcar, 2011).

3.3 Ponudba vina vinske kleti Goriška Brda v Sloveniji

Klet Brda so, kot že omenjeno, največja slovenska vinska klet. Temu priznanju oz. dejstvu je tudi njihova ponudba vina ena večjih v Sloveniji. Klet Brda ponujajo dve vrsti vina – kakovostna vina in vrhunska vina. Najprej bom na kratko opisal ponudbo vrhunskih vin se nato osredotočil samo na eno izmed njihovih najbolj znanih vrhunskih vin. Prvo vrhunsko vino je Aplus. Prodajajo dve vrsti – Aplus belo in rdeče vino. Naslednje vrhunsko vino, katero bom v nadaljevanju podrobneje predstavil, je Bagueri. Bagueri velja za eno najboljših vrhunskih slovenskih vin.

Prodajajo kar 10 različnih vrst vina in penin Bagueri – Rebula, Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay, Sivi Pinot, Rose, Zero, Contesse in Brut.

Potem je vrhunsko vino Krasno, ki je poimenovano po vasici Krasno iz okoliša Goriška Brda. Prodajajo 2 vrsti Krasno vina – Krasno belo in rdeče vino. Naslednje vrhunsko vino, ki je ravno tako zelo priljubljeno med Slovenci, je Quercus. Prodajajo kar 13 vrst Quercus vina in penin – Muškat Verduc, Rebula, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Sivi Pinot, Beli Pinot, Sauvignonasse, Rose, Cabernet Sauvignon, Merlot, Modri Pinot, penina Rose in penina Quercus.

Naslednja vina pa so zelo specifična oz. veljajo za nekakšne posebnosti ponudbe kleti Brda. Prvo posebno vino je vrhunsko vino Pikolit, ki je bil na lanskoletnem festivalu Vino Ljubljana nagrajen z zlato medaljo. Potem je posebno vrhunsko vino Verduc, nato posebno vrhunsko vino Markiz, ki je bil nagrajen z zlato medaljo na mednarodnem ocenjevanju vin na Hrvaškem leta 2015. Naslednje posebno vino je vrhunsko vina Syrah, katera sorta grozdja Syrah je svetovno znana kot ena boljših, ki je ravno tako bilo nagrajeno s srebrno medaljo leta 2013 na mednarodnem ocenjevanju vin v Splitu. Za konec pa verjetno najbolj znano posebno vrhunsko vino Motnik. Vrhunsko vino Motnik je posebno, zaradi svoje pridelave, ki sledi prastarim izročilom shranjevanja vina in dodajanja različnih zelišč (Vinska klet Goriška Brda, z.o.o., b.l.c).

3.3.1 Vrhunska vina Bagueri

Vina Bagueri so dobila ime po grofu katalonskega rodu Silvio de Baguer (1838–1927), ki je bil graščak grada Dobrovo. Grof Baguer je bil znan vinski poznavalec in je na nek način začetnik sodobnega pridelovanja vina v okolišu Goriška Brda. Vrhunska vina Bagueri zorijo v hrastovih sodih in so izjemno bogatega okusa ter vonja. Skoraj vsa vina iz »skupine« vrhunskih vin Bagueri so bila nagrajena z različnimi priznanji, diplomami in medaljami na festivalih, ocenjevanjih v Evropi ter v državah širše Evropi – ZDA.

V nadaljevanju bom podrobneje predstavil vrhunsko vino Bagueri Chardonnay. Pridelan je iz 100 % sorte grozdja Chardonnay, katera trgatev je izključno samo ročna. Videz vina je globoko rumene barve z zlatim odtenkom. Aroma oz. vonj vina spominja na različne citruse, zrele breskve, melono, maslo, vanilijo in lešnike. Poleg tega pa tudi prevlada vonj po kruhovi skorji. Najboljši letnik je iz leta 2011, ki ima 14 % alkohola in 3,7 gramov sladkorja na liter (Vinska klet Goriška Brda, z.o.o., b.l.d). Vrhunsko vino Bagueri Chardonnay je bilo nagrajeno kar petkrat (ibid.):

- Mednarodno ocenjevanje vin Gast (Hrvaška) leta 2015 – zlata diploma za letnik vina 2011,
- Beo Wine Challenge (Srbija) leta 2015 – zlata medalja za letnik vina 2011,

- Concours mondial (Bruselj) leta 2015 – srebrna medalja za letnik vina 2011,
- Chardonnay de Monde (Francija) leta 2015 – bronasta medalja za letnik vina 2012,
- WSWA (ZDA) leta 2015 – zlata medalja za letnik vina 2009 in
- Vino Ljubljana (Slovenija) leta 2015 – šampion festivala za letnik 2011.

Slika 4 prikazuje steklenico, zgoraj podrobneje predstavljenega, štirikrat nagrajenega vrhunskega vina Bagueri Chardonnay letnik 2011.

Slika 4: Steklenica vrhunskega vina Bagueri Chardonnay

Vir: Vinska klet Goriška Brda, z.o.o., Chardonnay Bagueri, b.l.e.

3.4 Globalna ponudba vina vinske kleti Goriška Brda

Globalna ponudba vina kleti Brda se razlikuje od države do države v katero izvažajo svoje vino. Na področju Evropske Unije oz. geografske Evrope splošno so imena vin (vrhunskih in kakovostnih) nekako ista, nekje z manjšimi razlikami. Kot že omenjeno klet Brda izvaža vino v 30 držav po svetu, med njimi sta tudi Kitajska in pa ZDA, na kateri se bom bolj osredotočil. Za Kitajsko in ZDA sem se odločil, ker veljata za ene največjih porabnikov vina na svetu.

Po podatkih Wine Institute iz leta 2014 so bile ZDA na 1. mestu s kar 3.217 milijonov litrov popitega vina, kar je znašalo kar 13,03 % celotne svetovne porabe vina, medtem, ko je Kitajska bila na 5. mestu z 1.580 milijonov litrov popitega vina, kar je v letu 2014 znašalo 6,40 % celotne svetovne porabe vina (The Wine Institute, b.l.).

3.4.1 Ponudba vina kleti Brda v Združenih državah Amerike

Vinska klet Goriška Brda v ZDA izvaža vino že več kot 30 let, natančneje že od leta 1984. ZDA ravno tako veljajo za eno glavnih držav v katere klet Brda izvaža svoje vino in veljajo za največje slovenske izvoznike vina v ZDA. Na trgu ZDA so prisotni s podjetjem Laureate Imports Co., podružnico kleti Brda, ki je lociran v zvezni državi Georgia. Na trgu ZDA so prisotni z 8 različnimi blagovnimi znamkami vina in penine – Villa Brici, Quercus, Motnik, Fritzz, Bagueri, Colliano, Traviata in Avia. Najbolj uspešni blagovni znamki sta Colliano ter Avia, ki je znana v vseh zveznih državah Amerike in velja za najbolj uspešno blagovno znamko kleti Brda v ZDA. Vrhunska vina Colliano, angleško ime za vina Krasno, pa v zadnjih letih vztrajno sledijo uspehu vina Avia.

Tudi v ZDA so vina kleti Brda vsako leto nagrajena na različnih festivalih in ocenjevanjih, to predvsem velja za vina Colliano in Bagueri. V letu 2015 so na dveh festivalih (Finger Lakes Wine Competition in WSWA Las Vegas) dobili skupno 2 zlati medalji, 4 srebrne medalje in eno t.i. dvojno zlato medaljo, za vino Colliano Red, ki je s tem postal šampion festivala (Laureate Imports Co., b.l.).

3.4.2 Ponudba vina kleti Brda na Kitajskem

Kitajski vinski trg je za vinsko klet Goriška Brda dokaj nov. Klet Brda je namreč na Kitajsko začela svoje vino prvič izvozila leta 2006, torej 10 let nazaj, kar je v primerjavi z ostalimi vinskimi trgi na katere izvažajo, Evropa in ZDA, še dokaj sveže.

Klet Brda in zdajšnji ter morebitni kitajski kupci ter tudi kupci iz ostalih držav redno prihajajo v Slovenijo na trgatve grozdja. Leta 2014 so v času trgatve v Slovenijo pripeljali več kot 80 pomembnih kupcev za klet Brda, med njimi so bili tudi poslovni partnerji iz Kitajske. Povabila in sodelovanja na takšnih dogodkih vedno pusti zelo dober vtis pri partnerjih iz Kitajske (Šoštarič, 2014).

Klet Brda na Kitajsko izvažajo predvsem s pomočjo podjetja Alps Wine, katerega so nedavno postali tudi delni lastniki, in v sodelovanju z ostalimi slovenskimi vinskimi kletmi tako manjšimi kot velikimi. Na Kitajsko izvažajo predvsem rdeča vina sorte Chardonnay, Cabernet Sauvignon itd.

4 PERSPEKTIVA VINSKE KLETI GORIŠKA BRDA NA KITAJSKEM

4.1 Analiza kitajskega trga vina

Kitajska se je prikazala na moderni trg vina približno dve desetletji nazaj. V zadnjih letih pa z enormno rastjo v produkciji vina in tudi porabi vina vztrajno raste na lestvici 10 največjih na svetu. Kitajske vinske regije segajo čez celotno državo.

Na vzhodni obali najdemo vinske regije Shandong, Hebei in Tianjin, ki so odgovorni za večino pridelanega kitajskega vina. Na jugu države je vinska regija Yunnan, v notranjosti Kitajske pa sta vinski regiji Ningxia in Shanxi, ki veljata za regiji, ki pridelata največjo količino vrhunskega kitajskega vina. Na daljnem zahodu države pa najdemo vinsko regijo Xinjiang.

V celoti gledano pa na Kitajskem najdemo preko 1 milijon arov vinogradov, ki so polni različnih »kitajskih« vrst vina, kot tudi različnih evropskih klasičnih vrst kot npr. Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc in ostale vrste (Thach, 2012). Slika 5 prikazuje vse vinske regije Kitajske.

Slika 5: Vinske regije Kitajske

Vir: L. Thach, Ningxia Wine Province, 2012.

Kitajski trg vina, kot že omenjeno, iz leta v leto, kljub manjšim padcem v prejšnjih letih, vztrajno raste. Zanimanje Kitajcev za tuje, uvoženo vino se je začelo približno 10 do 15 let nazaj. Od takrat naprej se ponudba tujega vina na kitajskem vsakoletno povečuje. Francoska vina imajo največji tržni delež tujih vin na kitajskem trgu, ta znaša kar 48 %. Na drugem mestu je Avstralija s tržnim deležem, ki znaša 14 %, na tretjem mestu pa je Čile s tržnim deležem, ki znaša približno 12 %. Avstralija in Čile se z vsakim letom vztrajno bližata Franciji.

Razlog za tako visoko rast uvoza vina, predvsem avstralskega vina, na Kitajsko (leta 2015 glede na 2014 za kar 78 %) je ChAFTA (Austrade, b.l.a). ChAFTA je trgovinski sporazum med Avstralijo in Kitajsko, ki je začel delovati 20. decembra 2015. S podpisom trgovinskega sporazuma ChAFTA so si Avstralci zagotovili nekakšno prednost pred ostalimi državami pri izvozu vina na Kitajsko in tudi pri izvozu ostalih različnih produktov (Austrade, b.l.b). Slika 6 prikazuje še ostale največje in naj pomembnejše države izvoznice tujega vina na Kitajsko, med njimi so večje države predvsem Italija, Španija, ZDA, republika Južna Afrika itd.

Slika 6: Lestvica največjih držav izvoznic tujega vina na Kitajsko

Bottled wine Imports to China

	Volume million litres	change	Average value USD/litre	change	Value million USD	change
France	152.9	28 %	$4.77	- 7 %	792.2	19 %
Australia	48.7	37 %	$7.52	19 %	366.2	63 %
Chile	42.6	27 %	$3.60	0 %	153.6	27 %
Italy	21.1	13 %	$3.93	- 15 %	83.2	- 4 %
Spain	48.2	58 %	$2.18	- 27 %	105.3	15 %
United States	11.9	12 %	$4.85	- 8 %	57.7	- 19 %
South Africa	8.2	96 %	$4.24	3 %	34.6	101 %
New Zealand	1.9	0 %	$11.25	0 %	21.4	0 %
Germany	3.9	8 %	$4.61	- 15 %	17.8	- 8 %
Argentina	5.3	36 %	$4.01	- 10 %	21.1	23 %
Total	359.3	30 %	$4.58	- 6 %	1,647.2	23 %

Vir: Austrade, Wine to China, b.l.b.

Avstraliji se je s podpisom trgovinskega sporazuma tudi povečala povprečna cena prodane buteljke vina na Kitajskem, ta je v letu 2015 znašala $7,52, ki je tudi druga največja povprečna cena prodane buteljke tujega vina. Na prvem mestu je bila Nova Zelandija, katere povprečna cena prodane buteljke vina je znašala kar $11,25.

Kot že omenjeno prej, je Čile naslednja država, ki vztrajno raste pri izvozu vina na Kitajsko. Zasluga temu gre predvsem podpisu sporazuma o znižanju tarif pri izvozu in uvozu tujega vina na Kitajsko ter kitajskih produktov v Čile.

Njihovo vino tekmuje v ti. nižjemu cenovnemu razredu tujih vin na Kitajskem. Povprečna cena ene čilenske buteljke vina na Kitajskem je v letu 2015 znašala $3,60. Močan konkurent Čilu pri prodaji vina na Kitajskem je v veliki meri država Španija, ki je v letu 2015 izvozila kar 48,2 milijona litrov vina. Tudi španska vina tekmujejo v nižjem cenovnem razredu tujih vin. Povprečna cena španske buteljke vina je v letu 2015 bila $2,18. Kitajski trg vina se cenovno gledano deli na (Austrade, b.l.b):

1. nižji cenovni razred – ducat buteljk stane med $30 in $84,
2. srednji cenovni razred – ducat buteljk stane med $84 in $240 in
3. višji oz. premium cenovni razred – ducat buteljk stane od $240 naprej.

Tuje vinske kleti so na samih začetkih vzpona kitajskega trga vina imele ti. direktno prodajo, kar se je začelo v prejšnjih letih zmanjševati. Čedalje večjo vlogo prevzema ti. indirektna prodaja. To pomeni, da vinske kleti poslujejo preko različnih distribucijskih sistemov oz. kanalov, ki nato vino prodajajo v različne manjše trgovine, veleblagovnice, vinoteke ipd.

Zelo popularen model prodaje tujega vina je tudi t.i. *Online-To-Offline* trgovina (v nadaljevanju O2O). O2O je poslovna strategija, ki privablja potencialne stranke iz različnih spletnih strani v »fizične« trgovine. O2O zazna potencialne stranke preko spleta (e-mail baze, internetno oglaševanje) in jih nato z različnimi orodji in pristopi privabi v fizično trgovino kjer stranka opravi nakup (Online-To-Offline Commerce, 2016). Kitajski prodajalci vina so začeli uvajati sistem O2O in s tem cene uvoženega vina bolj približali tudi ljudem, ki prihajajo iz srednjega razreda. Povečanje prodaje tujega vina so zaznali tudi v restavracijah in različnih vinskih barih. To se je zgodilo predvsem, zaradi trenda »evropskega« načina pitja vina (Austrade, b.l.b).

Zaradi velikosti Kitajske in ogromnega števila ljudi, ki živijo na Kitajskem je težko določiti tipično vrsto vina, ki ga ima povprečni kitajski pivec najraje. Splošno gledano pivci vina iz severne Kitajske preferirajo vina, ki imajo polno telo in visoko stopnjo alkohola. Medtem pa pivci vina iz področja juga Kitajske preferirajo bolj osvežujoča, lahka vina z manjšo stopnjo alkohola. Če pa pogledamo kitajske pivce kot celoto je še vedno najbolj popularno rdeče vino, predvsem, zaradi svojih dobrih zdravstvenih učinkov. V letu 2015 je namreč sestavljal kar 90 % celotnega popitega vina. Medtem, kot že omenjeno prej, kitajski pivci vina iz obalnih mest, čedalje več pijejo tudi bele vrst vina.

S strani vizualnega izgleda buteljke vina kitajski pivci preferirajo elegantno oblikovane buteljke s posebno, elegantno etiketo, ki sporoča kaj lahko pričakuje morebitni kupec, ki bo dotično vino kupil. Pri različnih vrhunskih tujih vinih kitajski pivci pričakujejo tudi nekaj več. Poleg samega vrhunskega vina ob nakupu pričakujejo tudi različna darila, kot so npr. elegantni vinski kozarci ali pa posebni odpirači vina (Austrade, b.l.b).

4.1.1 Trendi na kitajskem trgu vina

Trgi različnih industrij se stalno prilagajajo in vsako leto spreminjajo ter ponujajo različne inovacije. Temu pravimo tudi trendi na trgu. Ravno tako se tudi kitajski trg vina vsako leto spreminja in ponuja podjetjem različne nove priložnosti. Trende na kitajskem trgu vina bom, zaradi lažje berljivosti, opisal v točkah (Austrade, b.l.b):

- poraba vina na Kitajskem je v letu 2015 dosegla mejo 4,45 milijarde litrov vina, kar jih uvrša visoko na lestvici držav porabnic vina,
- vina novega sveta (Avstralija, Čile, ZDA, Nova Zelandija) so čedalje bolj sprejeta s strani Kitajcev,
- srednji razred je še vedno glavni, ciljni razred večine podjetij, saj veljajo za dolgoročne, stabilne pivce vina, ki se ozirajo na blagovno znamko in vplivajo na ljudi okoli njih,
- ženske in mlajše generacije Kitajcev so v letu 2014 povečali porabo belega vina, penin sladkega vina. V letu 2014 se je uvoz penečega vina povečal za kar 45 %, povprečna cena penečega vina pa za kar 39 %. Trenutno peneča vina zasedajo samo okoli 3 % vseh tujih vin na kitajskem, vendar njihova priljubljenost kaže na nov trend priljubljenosti penečega vina med Kitajci in
- vinske kleti so se prilagodile kitajskemu trgu vina in začele ponujati cenejše oz. cenovno ugodnejše vino.

Poleg zgoraj naštetih trendov so podjetja opazila tudi čedalje večjo prepoznavnost blagovne znamke vina. Kitajci so namreč znani po tem, da hitro zamenjajo blagovno znamko vina. To je bil v preteklosti in je tudi sedaj eden večjih izzivov tujih vinskih kleti, ki izvažajo svoje vino na kitajski trg.

4.1.2 Ponudba tujega vina na kitajskem trgu vina

Kot že omenjeno v prejšnjih poglavjih tuje vino sestavlja približno 10 % celotne ponudbe vina na Kitajskem. V teh 10 % tujega vina je približna polovica francoskega in nato sledi avstralsko vino, čilensko vino, špansko vino, italijansko vino, novo zelandsko vino itd. Najbolj priljubljena vina med Kitajci so vina rdeče vrste, ki sestavljajo približno 90 % vsega popitega tujega vina na Kitajskem.

Po ocenah svetovno poznane spletne strani The Drinks Business bom v nadaljevanju v točkah opisal najboljša in najbolj prodajana vina (tuja in lokalna) na Kitajskem v letu 2013. The Drinks Business je analiziral prodajo na spletni strani Wangjiu. Wangiju velja za eno največjih kitajskih spletnih trgovin, kjer lahko kupiš vse vrste alkoholne pijače. Velja tudi za eno največjih kitajskih spletnih trgovin za vsa različna vina.

Preko spletne strani lahko kupiš tako lokalna kakovostna ali vrhunska vina, kot tudi tuja kakovostna ali vrhunska vina. Najbolj prodajana vina, s ceno v angleškem funtu (v nadaljevanju £), na kitajski spletni trgovini Wangiju leta 2013 so bila (Huang, 2013):

1. Morando Moscato Spumante NV. Italijanska penina, ki je verjetno največje presenečenje liste, saj na kitajskem velja, da so najbolj popularna vina rdeča vrhunska vina. Cena na Wangiju je bila 12 £,
2. Chateau Auguste Merlot letnik 2010. Vrhunsko francosko rdeče vino, katero pridelujejo v Chateau Auguste južno od mesta Saint Emilion. Cena na Wangiju je bila 39 £,
3. Chateau de la Grange letnik 2009. Vrhunsko francosko rdeče vino (80 % Merlot, 20 % Cabernet Sauvignon), ki ga pridelujejo v bližini svetovno znane vinske regije Bordeaux. Cena na Wangiju je bila 56 £,
4. Casa Vinicola Morando Montepulciano d'Abruzzo DOC letnik 2011. Vrhunsko italijansko rdeče vino, ki je znano predvsem po svojem lahkem okusu in sadnem vonju. Cena na Wangiju je bila 39 £,
5. L'heritage de la Tour Carnet letnik 2009. Še eno vrhunsko francosko rdeče vino, ki prihaja iz vinske regije Bordeaux. Cena na Wangiju je bila 42 £,
6. Cantore Di Castelforte Primitivo del Salento IGT letnik 2010. Italijansko rdeče vino, ki je znano po zelo visoki stopnji alkohola, kar ga naredi težjega in bolj močnega okusa. Cena na Wangiju je bila 11 £,
7. Chateau Marjosse letnik 2010. Vrhunsko francosko rdeče vino (75 % Merlot), ki je znan po tem da več kot 80 % buteljk dotičnega vina izvozijo v svet. Cena na Wangiju je bila 21 £,
8. Chateau La Freynelle letnik 2009. Vrhunsko francosko rdeče vino, ki ravno tako prihaja iz vinske regije Bordeaux in je ravno tako v večini narejeno iz vinske trte Merlot. Cena na Wangiju je bila 21 £,
9. Chateau Soutard letnik 1986. Vrhunsko francosko vino, ki prihaja iz vinske kleti Soutard, katere zgodovina sega v daljno leta 1699. Cena na Wangiju je bila 72 £ in
10. Chateau Jordi letnik 2008. Še zadnje vrhunsko francosko vino, ki ravno tako prihaja iz vinske regije Bordeaux. Narejen je iz treh vinskih trt. V večini je Merlot in sicer 73 %, sledi Cabernet Sauvignon s 25 % in Petit Verdot s 2 %. Cena na Wangiju je bila 25 £.

Lestvica najbolj prodajanih vin na spletni strani Wangiju, na Kitajskem leta 2013 potrdi, da so kitajski pivci vina v letu 2013 preferirali vrhunsko rdeče vino, predvsem iz vinske trte Merlot in Cabernet Sauvignon. Rdeče vino je še vedno, v letu 2016, najbolj priljubljeno, lestvica pa potrdi tudi novejši trend, ki se uveljavlja v zadnjih letih, da po priljubljenosti rastejo tudi bela vina, penine in šampanjci.

4.2 Priložnost za razširitev slovenskega vina in vina kleti Brda na Kitajsko

Kitajska je vsekakor velika priložnost za slovenske vinske kleti. Kitajski vinski trg je namreč po dveh letih stagniranja zopet v fazi rasti, kot je že nekaj let nazaj bil. Pozitivna stvar je tudi čedalje večja »odprtost« Kitajske, ki velja tudi pri trgovanju z vinom in ostalimi alkoholnimi pijačami.

Kitajski vinski trg se je za vinsko klet Goriška Brda odprl leta 2006, ko so prvič poslali pošiljko vina na Kitajsko. V zadnjih letih, predvsem letošnjim, pa se je izvoz vina na Kitajsko kleti Brda in ostalih slovenskih vinskih kleti znatno povečal.

Na začetku meseca julija letošnjega leta so, s pomočjo podjetja Alps Wine, na kitajsko izvozili dva kontejnerja vrhunskega vina različnih slovenskih vinarjev v skupni vrednosti skoraj 200.000 evrov (v nadaljevanju EUR). Gre za prvo večjo pošiljko vrhunskega vina kleti Brda odkar so vstopili v lastniško strukturo podjetja Alps Wine. Poleg vina kleti Brda so bila zraven še vrhunska vina blagovnih znamk Ščurek, Edi Simčič, Dušan Kristančič, Pullus, Marof in Radgonske gorice. Večina vina v pošiljki je bilo seveda rdečega vina (K.S., 2016). Podjetje Alps Wine pri izvozu slovenskih vin na Kitajsko nosi zelo pomembno vlogo. Celotni namen podjetja oz. njihovega poslovanja je izvoz vrhunskega vina iz najboljših vinskih regij »držav Alp« in ostale Evrope na Kitajsko. Slovenska vrhunska vina je podjetje Alps Wine prvič izvozilo leta 2012. Takrat so izvozili okoli 20 tisoč steklenic, leta 2015 so jih izvozili že okoli 100 tisoč steklenic (Pušnik, 2014). V mesecu juniju letošnjega leta pa sta podjetje Alps Wine in vinska klet Goriška Brda postali partnerici. Klet Brda je vstopila v lastniško razmerje podjetja in tako še povečala rast izvoza slovenskega vina na Kitajska. S sodelovanjem so še izboljšali poslovno priložnosti sebi ter ostalimi slovenskimi vinskimi kletmi, ki imajo možnost izvoza svojega vrhunskega vina na kitajski trg vina (Vinska klet Goriška Brda, z.o.o., b.l.f).

SKLEP

Značilnost sodobnih vinskih trgov je hitro spreminjanje in da je ponudba višja od samega povpraševanja po vinu. Zato se vinske kleti po svetu odločajo za intenzivni izvoz svojega vina in vinska klet Goriška Brda pri tem ne zaostaja za svojo domačo in tujo konkurenco. Za uspešni izvoz vina je pred samim začetkom izvoza potrebno zgraditi prepoznavnost blagovne znamke, potrebno je začeti z oglaševanjem produkta ter s tem samo povpraševanju po določenemu produktu. Pri kitajskih pivcih vina pa je to še toliko bolj pomembno, saj so znani po tem, da hitro preidejo oz. zamenjajo blagovno znamko vina.

Vinska kleti Goriška Brda že nekaj časa velja za pomembnega igralca na globalnem trgu vina, saj so z vsakim letom bolj izvozno usmerjeni. Dokaz dobrega in uspešnega poslovanje se je zgodil že leta 2002, ko so presegli mejnik milijon steklenic na svetovnem trgu. Od takrat naprej pa svojo uspešno poslovanje samo se povečujejo. Temu pričajo tudi različna priznanja in medalje, ki jih vsako letno dobivajo na različnih svetovnih vinskih sejmih in vinskih dogodkih. Klet Brda je prisotna v celotni Evropi, v Rusiji, na Japonskem, v ZDA, kjer veljajo za največjo slovenskega izvoznika vin in je trenutno njihov največji izvozni trg.

Prisotni so pa tudi na kitajskem trgu vina, ki kaže velik potencial in željo po tujem vinu. Klet Brda je na Kitajskem prisotna že 10 let, od leta 2006, ko so tja prvič izvozili svoje vino. Od takrat naprej se je število steklenic izvoženih na Kitajsko vztrajno povečevalo do pomembnega mejnika, ki se je zgodil letošnje leto, vstopa v lastniško strukturo podjetja Alps Wine. Z vstopom v lastniško strukturo podjetja Alps Wine so si vinska klet Goriška Brda še bolj odprla vrata v povečanje izvoza svojega vina na Kitajsko. Podjetje Alps Wine na kitajski trg vina že od leta 2012 izvaža slovensko vrhunsko vino različnih proizvajalcev, med katerimi so od samega začetka bili tudi klet Brda. Izvoz se je iz leta v leto povečeval.

V letu 2012 so na Kitajsko izvozila 20 tisoč steklenic, v letu 2015 pa že okoli 100 tisoč steklenic medtem, ko so v letošnjem letu izvozili vrhunskega vina v vrednosti 200.000 EUR. Z vstopom v podjetje Alps Wine so si klet Brda ustvarila novo priložnost povečanja izvoza svojih steklenic vrhunskega vina ter morebitno priložnost novega, velika trga vina, ki bi lahko hitro postal eden večjih izvoznih trgov kleti Brda.

LITERATURA IN VIRI

1. Agriculture and Agri-Food Canada. (2011). *The Wine Market in China.* Najdeno 5. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.agr.gc.ca/
2. Austrade. (b.l.a). *ChAFTA*. Najdeno 31. julija 2016 na spletnem naslovu https://www.austrade.gov.au/Australian/Export/Free-Trade-Agreements/chafta
3. Austrade. (b.l.b). *Wine to China*. Najdeno 31. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.austrade.gov.au/Australian/Export/Export-markets/Countries/China/Industries/wine
4. Eijkhoff, P. (2000). Wine in China. Najdeno 15. februarja na spletnem naslovu http://www.eykhoff.nl/Wine%20in%20China.pdf
5. Huang, S. (2013, 6. avgust). China's 10 Best Selling Wine. *The Drink Business.* Najdeno 31. julija 2016 na spletnem naslovu https://www.thedrinksbusiness.com/2013/08/top-10-best-selling-wines-online-in-china
6. K.S. (2016, 1. avgust). Na Kitajskem prva večja pošiljka slovenskih vin. *RtvSlo.* Najdeno 5. julija na spletnem naslovu https://www.rtvslo.si/tureavanture/kulinarika/na-kitajskem-prva-vecja-posiljka-slovenskih-vin/399310
7. Laureate Imports Co. (b.l.). *About Us*. Najdeno 7. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.laureateimports.com/about-us/#awards
8. Leeva, L., Xiaoling, H., & Zhuo, J. (2005). *Do Chinese Consumer Prefer to Buy Imported Wine*. Cheltenham: University of Gloucestershire.
9. Online-To-Offline Commerce. (b.l.). V *Investopedia.* Najdeno 31. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.investopedia.com/terms/o/onlinetooffline-commerce.asp
10. Pušnik, M. (2014, 22. januar). Slovenska vrhunska vina navdušujejo Kitajce. *Finance.* Najdeno 7. avgusta 2016 na spletnem naslovu http://izvozniki.finance.si/8355537
11. Robinson, J. & Harding, J. (2015). *The Oxford Companion to Wine (4th edition).* Združeno Kraljestvo: Oxford University Press.
12. Schmitt, P. (2015, 27. november). Young women key to China wine rise. *The Drink Business.* Najdeno 5. julija 2016 na spletnem naslovu https://www.thedrinksbusiness.com/2015/11/young-females-key-to-china-wine-rise/
13. Sesser, S. (2010, 26. marec). Giddy Times for Chinese Wines. *The Wall Street Journal.* Najdeno 6. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704207504575130192071419922
14. Stark, C. (2015). China consumes twice as much wine as the US. *Stark Insider.* Najdeno 5. februarja 2017 na spletnem naslovu http://www.starkinsider.com/2015/07/iwsr-china-consumes-twice-as-much-wine-as-the-u-s.html
15. Šoštarič, M. (2014, 25. september). Trgatev v Goriških Brdih končali s Kitajci. *Delo.* Najdeno 27. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.delo.si/gospodarstvo/kmetijstvo/trgatev-v-goriskih-brdih-koncali-s-kitajci.html
16. Štamcar, M. (2011, 24. september). 10 največjih slovenskih vinskih kleti. *Dnevnik.* Najdeno 6. julija 2016 na spletnem naslovu https://www.dnevnik.si/1042475042

17. Thach, L. (2012). Ningxia Wine Province. *Wine Business.* Najdeno 5. februarja 2017 na spletnem naslovu https://www.winebusiness.com/news/?go=getArticle&dataId=105089
18. The Wine Institute. (b.l.). *World Wine Consumption*. Najdeno 25. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.wineinstitute.org/files/World_Wine_Consumption_by_Country_Revised_Nov_2015.pdf
19. TS1 svetovanje, d.o.o. (2012). *Slovenia Wine, a quick guide to Slovenian Vineyards.* Najdeno 5. februarja 2017 na spletnem naslovu http://www.thinkslovenia.com/slovenia-wine/#.WJc-_1PhCUk
20. University of Pennsylvania, Science Daily. (2004). *International Scholars Confirm 9000 Year History of Chinese Fermented Beverages.* Najdeno 5. februarja 2017 na spletnem naslovu https://www.sciencedaily.com/releases/2004/12/041219134133.htm
21. Vinska družba Slovenije, d.o.o. (b.l.). *Vinorodni okoliši*. Najdeno 4. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.vinskadruzba.si/zemljevid/vinorodni-okolisi/
22. Vinska klet Goriška Brda, z.o.o. (b.l.a). *O Nas*. Najdeno 6. julija 2016 na spletnem naslovu http://klet-brda.si/sl/o-nas/
23. Vinska klet Goriška Brda, z.o.o. (b.l.b). *Tujina*. Najdeno 6. julija 2016 na spletnem naslovu http://klet-brda.si/sl/mesta-prodaje/tujina/
24. Vinska klet Goriška Brda, z.o.o. (b.l.c). *Vina kleti Brda*. Najdeno 7. julija 2016 na spletnem naslovu http://klet-brda.si/en/filter/
25. Vinska klet Goriška Brda, z.o.o. (b.l.d). *Bagueri*. Najdeno 7. julija 2016 na spletnem naslovu http://klet-brda.si/sl/bagueri/
26. Vinska klet Goriška Brda, z.o.o. (b.l.e). *Chardonnay Bagueri.* Najdeno 5. februarja na spletnem naslovu http://klet-brda.si/sl/wine/chardonnay-bagueri/
27. Vinska klet Goriška Brda, z.o.o. (b.l.f). *Podjetje Alps Wine in klet Brda sta se povezali*. Najdeno 7. avgusta 2016 na spletnem naslovu http://klet-brda.si/sl/podjetje-alps-wine-in-klet-brda-sta-se-povezali/
28. Wu, S. (2016, 29. januar). China Wine Imports Rise Strongly in 2015. *Decanter.* Najdeno 5. julija 2016 na spletnem naslovu https://www.decanterchina.com/en/news/china-wine-imports-rise-strongly-in-2015