

WineLife

富隆美酒生活

2012 / Autumn

NO.23

秋季刊

AUSSINO

www.aussino.net

We Are the Champions!
干杯，冠军之酒！

Birth of "Aussino Cup"
首届“富隆杯”
助推当代艺术



MW
in Town. Caution!
MW出没注意!

Château La Fake
假酒是如何酿成的

ISSN 2221-3473



9 772221 347004 >

踏足葡萄酒文化之旅，领略文化的沉积，品味生活的艺术
A heritage of cultivation, appreciation and art of life

Aussino 富隆
World Wines 酒业

Aussino 富隆
World Wines
您身边的葡萄酒专家
THE LEADING FINE WINE SPECIALISTS

挑战 创新 前行

CHALLENGE
INNOVATION
ADVANCEMENT

中国·北京

Aussino World Wines Festival 2012 Beijing 2012 富隆国际葡萄酒文化节(北京站)

活动安排/AGENDA

2012年10月19日
葡萄酒高峰论坛 WINE FORUM
精品葡萄酒晚宴 EXQUISITE DINNER

2012年10月20日
富隆葡萄酒精英选拔赛 AUSSINO WORLD WINES SOMMELIER COMPETITION
葡萄酒文化讲座 WINE LECTURE
12国美酒品鉴沙龙 WORLD WINE TASTING SALON
文化节盛大葡萄酒晚宴 GALA DINNER

地点：北京万达索菲特大饭店，北京市朝阳区建国路93号万达广场C座
VENUE: Sofitel Wanda Beijing, 93 Jianguo Road, Tower C Wanda Plaza, Chaoyang District, BEIJING

咨询及购票热线：黄小姐：020-38983188转628 Inquiry & Reservation: Ms. Huang: 020-38983188 Ext. 628



在富隆邂逅经典，领悟传奇

那一年，和风细雨不寻常；
那一年，春华秋实不一般；
那一年，酿酒师是否迎娶了新嫁娘……
自然的史诗，葡萄的故事，智慧的哲思，异国的芬芳。
富隆带你邂逅经典，领悟传奇。

200多个遍布全国的零售终端；1000多款国际精品葡萄酒；零售与堂饮相结合的全方位葡萄酒文化体验 www.aussino.net
富隆酒窖 富隆酒屋 富隆酒坊 富隆酒膳 北京 010-6461 2072 上海 021-6091 3179 香港 00852-2498 2390 广州总部 020-3898 3188

The Battle with Fake Wine 假酒疑云

每当一个品牌在中国盛行起来，就会出现假货的风险，葡萄酒行业也不能例外。昔日的红酒王者拉菲已经沦落到街头摆卖酒瓶、酒标，法国、澳洲顶级名庄也纷纷不同程度地遭殃。

此时，少数媒体舆论更不惜一切地哗众取宠，什么进口酒暴利揭秘，假酒鉴别法则等没有进行深入实地考证，只凭个人猜测就写出来的文章充斥市面。这一切的恶果是令大部分消费者对进口葡萄酒信心丧失，对所有东西都心存疑虑。更有好事者乘虚而入，这些“职业打假人”专门针对大公司代理产品中文背标上的人为疏漏而用假酒名义索赔.....

针对这种恶劣的市场形势，我们以葡萄酒专家的姿态，特别制作了打假专题，除了报道世界各国一些经典假酒事件，还采访了广东省酒类专卖局副局长朱思旭先生，告知消费者遇到假酒和选购酒品时正确处理办法。

假酒并不可怕，可怕的是捕风捉影、人云亦云。富隆以十六年的行业经验，厚积薄发，我们深信，聪明的读者定会知道该如何选择一个值得信赖的酒商。

For any popular brand in China, there is always a risk of fakes. The wine industry is certainly not immune to this. Labels and bottles of the most recognizable wine brand, Château Lafite Rothschild, are sold all over the country. Wine brands from the most famous estates in France and Australia among other places, are now also suffering from this problem. Unfortunately, various media outlets, in an attempt to educate and take care of the public, but without proper investigation, have also released stories about the supposedly excessive profits earned by wine importers and on methods of distinguishing genuine or fraudulent wines.

The result is, of course, a sharp fall in consumer confidence. To compound the problem, there has been an emergence of a group of people who we have dubbed "Professional Fake Wine Seekers". Their sole aim is to meticulously seek out the printing errors on the Chinese back label of wines and then demand compensation from the importer.

We therefore bring you, this month, a special issue about wine forgery. We have included some well known examples of recent wine forgery cases from around the world. There is also an interview with Mr. Zhu Sixu, the Guangdong Alcohol Monopoly Bureau Chief, who gives us all some advice on the purchasing of fine wine and how to spot a fraudulent bottle.

To blindly follow another person's opinion without looking at the facts is never helpful. The most important factor in determining the genuineness of a wine is to look at its provenance. Aussino has been in the wine industry for sixteen years and has a solid background. The intelligent reader will know how to choose a reliable importer, and Aussino is certainly one of the best choices.

蔡颖姬/Grace Cai
2012年08月



品酒王神韵， 何须亿万身家



CM柏图斯双旗 传承波尔多酒王风范

柏图斯高踞法国波尔多八大名庄之首，被誉为波尔多的“酒王之王”。其酿造者，家族传人Christian Moueix为中国市场量身打造“CM柏图斯双旗”系列精品酒，让中国饮家可以平实的价格，一尝世界顶尖酿酒家族的杰作。

富隆酒业独家呈献



www.aussino.net

富隆美酒生活 目录 Contents



封面·故事 COVER STORY

We Are the Champions! 干杯, 冠军之酒!

蒙住酒瓶在真正懂酒的世界级味蕾面前一一过招, 噱头、虚名尽皆退去, 那些倾注了一代代人心血、凝聚了风土精华的酒庄精品, 其分量与锋芒自会拨云见日。不消说, 这些经得起大场面考验、夺得过顶级国际大奖的实力派, 才是真正的“冠军之酒”。

广告索引 | AD INDEX

P005	CM柏图斯双旗系列	Selection Jean-Pierre Moueix
P007	圣卡罗	Santa Carolina
P009	圣安娜	Santa Ana
P013	迪柯尼	DIKENI
P047	维特思	Weltach

特别报道 FEATURE STORY

- 014 VINEXPO2012: 群星闪耀维港
VINEXPO 2012: Dazzling Stars over Hong Kong
- 018 假酒是怎样酿成的
Château La Fake
- 026 苏珊娜带你走进波尔多
Suzanne's Guide to Bordeaux

名人专访 INTERVIEW

- 034 MW出没注意!
MW in Town. Caution!

封面故事 COVER STORY

- 042 干杯, 冠军之酒!
We Are the Champions!

美酒地图 WINE MAP

- 048 细说产区贵族: 高级、珍藏与特级珍藏
Regional Gems: Supérieurs, Reserves & Grand Reserves
- 054 VDP, 珍稀德国顶级佳酿
VDP, An Exclusive Club of Top German Wine



荣膺世界多个权威奖项:



Since  1875

SANTA CAROLINA
— CHILE —

圣卡罗中文官方网站: www.shengkalu.com



066



058

Contents 目录

富隆美酒生活

会员专区 AUSSINO CLUB

058 风土的印记：三国六产区葡萄酒盲品
The Sigil of Terroir: A Blind Tasting of Wines from Six Regions of Three Countries

美酒推介 FINE WINE SELECTION

066 2012葡萄酒奥运会，现在开幕！
2012 Wine Olympics, Now Start!

佳节将至 FESTIVAL AHEAD

074 葡萄成熟的时候
It's Time for Grape Harvest

饮食情报 RESTAURANT INFO

076 美食祭
Gastronomy Fiesta

魅力酒膳 FOOD & WINE

082 广东烧腊群英谱
Roasted Meat in Canton Style Gathering with Wines

醉心出发 NEW DRINKER

088 谁是你的初恋？
Taste of First Love



074



082



BODEGAS
SANTA ANA

DESDE 1891

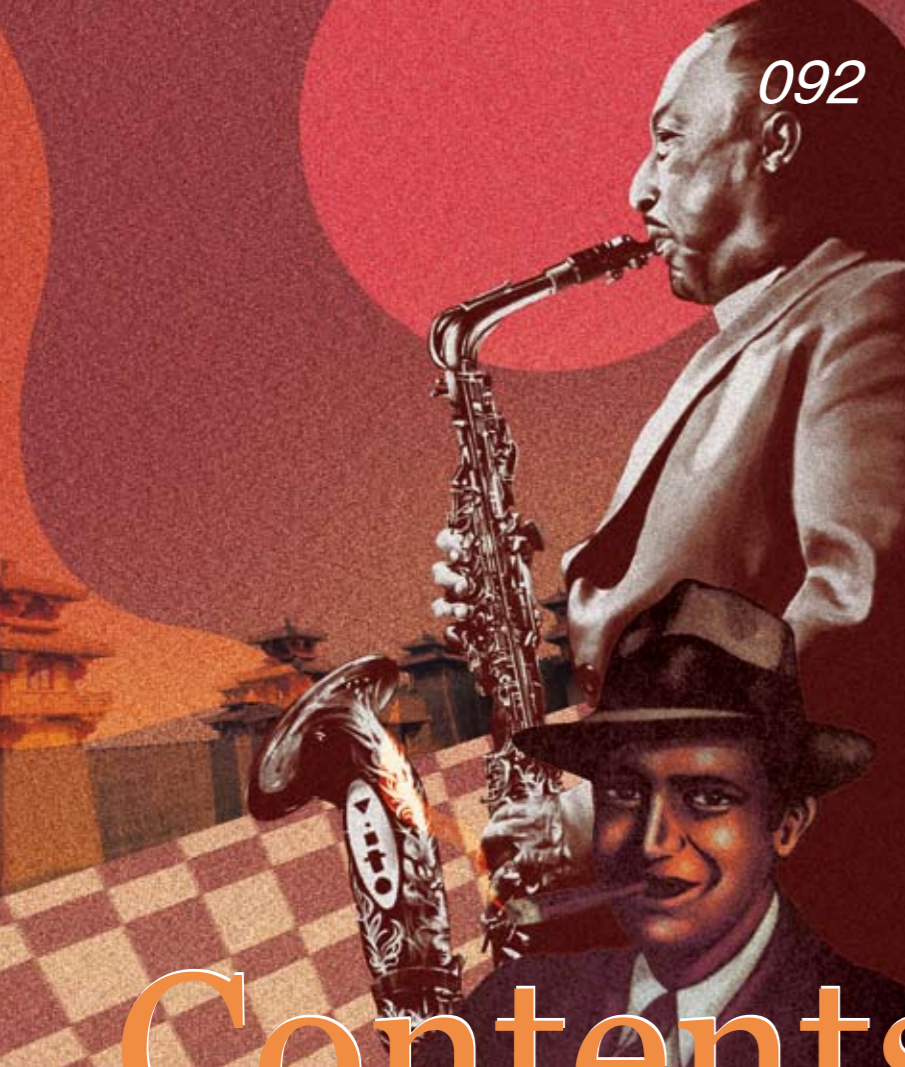
Argentina



佳釀 超出您的想象
圣安娜，始于1891年·阿根廷



www.bodegas-santa-ana.com.ar



092



103

Contents 目录 富隆美酒生活

品味生活 WINE LIFE

- 092 激情燃烧的品味
How to Taste A Cigar
- 096 奶酪颂 (上篇)
Ode to Cheese
- 098 首届“富隆杯”助推当代艺术
Birth of "Aussino Cup"
- 106 新加坡·庄布忠
信派克，得永生?
Can You Believe Them?
- 108 香港·李志延
雪比利：微斯酒，吾谁与归?
Chablis Anyone?
- 110 香港·刘伟民
法国最美产区Riquewihr
Riquewihr, Gem of French Wine Country
- 112 台湾·陈匡民
安然迷走于Fumin与Furmint间
Straying Safely between Fumin and Furmint

- 113 上海·林志鹏
明星名流葡萄酒浅析
A Glimpse at Celebrity Wines
- 114 上海·林殿理
地下波尔多
Underground Bordeaux
- 115 深圳·方军
大树底下好“乘凉”?
An Easy Ride with Big Shot?

活动回放 EVENTS

- 116 品牌活动 Brand Events
- 118 企业合作活动 Corporation Events

最新信息 NEWS

- 122 产品获奖 Product Awards
- 124 新品预告 New Products Preview
- 125 富隆动态 Aussino News
- 128 行业新闻 Industry News
- 130 慈善基金 Charity Foundation
- 132 新张巡礼 Opening Ceremony

在这里，读懂波尔多



Ecole du Vin de Bordeaux Course 波尔多葡萄酒学院专业课程·富隆葡萄酒文化中心荣誉推出

- 国内同业中首家波尔多学院授权机构
- 权威波尔多授权讲师授课
- 系统性讲解，体验式教学，360°了解美酒原产地
- 考核通过获得双证书：波尔多葡萄酒学院培训证书+富隆文化中心证书

时间：长期有效，额满25人即开班
地点：广州、上海、北京
详询：020-3898 3188-601 戴小姐 diamonddai@aussino.net
更多精品课程和品酒会，请留意我们的网站 www.aussino.net.



富隆美酒生活 WineLife

2012 Autumn No.23

国际标准刊号: ISSN 2221-3473

主管单位/Supervisor

富隆国际酒业(香港)有限公司

Aussino World Wines (HK) Limited

地址 Address:

新界荃湾海盛路有线电视大厦27楼9号室

Flat/Rm 09, 27/F, Cable TV Tower, No.9 Hoi Shing Road, Tsuen Wan, Nt

联系电话 Tel: 00852-2498-2390 / 2498-2391

总策划/Organizer

富隆葡萄酒文化中心

Aussino Wine Education & Publication Centre

编辑部/Editorial Div.

主编 Chief Editor

蔡颖姬 Grace Cai

副主编 Vice Chief Editor

沈蔚 Wolf Shen

编辑 Editor

梁楚瑶 Elle Liang

供稿 Contributor

蔡颖姬 Grace Cai

沈蔚 Wolf Shen

梁楚瑶 Elle Liang

李文静 Betty Lee

林瑞丰 Richie Lin

黄泽芳 Irene Wong

马钊 Joe Ma

特约供稿 Special Contributor

波尔多 苏珊娜·玛斯塔希 Suzanne Mustacich

斯图加特 约格·菲利普 Jörg Philipp

新加坡 庄布忠 Ch'ng Poh Tiong

香港 李志延 Jeannie Cho Lee MW

广州 陈耀明 Yaoming Chen

台湾 陈匡民 Kuangmin Chen

上海 林殿理 Denis Lin

上海 林志鹏 JP Lin

深圳 方军 Jun Fang

英文校对 English Proofreader

Oliver Murphy

设计部/Designer

高级美术设计 Senior Graphic Designer

王健智 Kenny Wang

美术设计 Graphic Designer

封迎春 Yingchun Feng

项国媚 May Xiang

黄海华 Kelp Huang

封面摄影 Cover Photographer

周启奋 Steven Chow

栏目摄影 Content Photographer

詹畅轩 Hin Zhan

查询电话/Enquiries

广州 Guangzhou

李子君 Charlotte Lee 020-3898 3188

北京 Beijing

杨仿 Grace Yang 010-6461 2072

上海 Shanghai

李兴杨 Leo Lee 021-6091 3179

成都 Chengdu

赵伟 Wei Zhao 028-8776 9699

编辑部地址/Editorial Div. Add.

地址 Address

中国广东广州市天河区临江大道5号保利中心第15层

15th Floor, Poly Centre, No.5, Linjiang Dadao, Tianhe District, Guangzhou P.R.China

邮编 Postal Code: 510623

联系电话 Tel: 020-3198 3188

传真 Fax: 020-3887 9578

投稿邮箱 Email: Gracecai@aussino.net

www.aussino.net



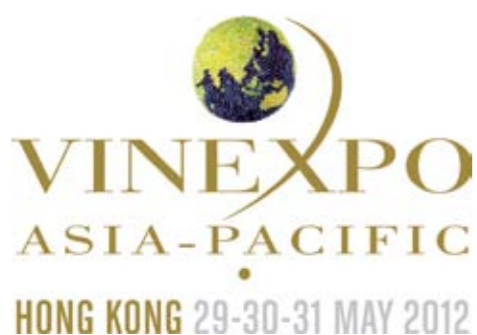
DIKENI

迪柯尼

— Be A Great D3 Leaders Mind —

VINEXPO 2012: Dazzling Stars over Hong Kong VINEXPO2012: 群星闪耀维港

文/Text Wolf 图/Photo Vinexpo, BIVB, Conseil des Vins de Saint-Emilion



5月29至31日，维多利亚港群星荟萃，亚太地区最大规模的葡萄酒烈酒展会——VINEXPO Asia Pacific 2012——在香港会展中心盛大举行。

这场规模空前的盛会虽然展览面积达到破纪录的10 500平方米，比2010年的上一届增加了1/4，但仍然供不应求，所有展位在2011年底即已被预订一空。来自28个国家的1050个参展商云集一堂，三天里共吸引了来自世界共24个国家和地区的15 785位专业观众前来参观，创下了历史最高纪录。

作为中国葡萄酒行业的领军企业，富隆酒业携旗下代理的法国、意大利、智利、澳洲等多国酒庄，在现场核心区域设立了120平方米的展厅，成为展会中占地面积最大的亚洲参展商，吸引到众多专业人士的流连忘返。

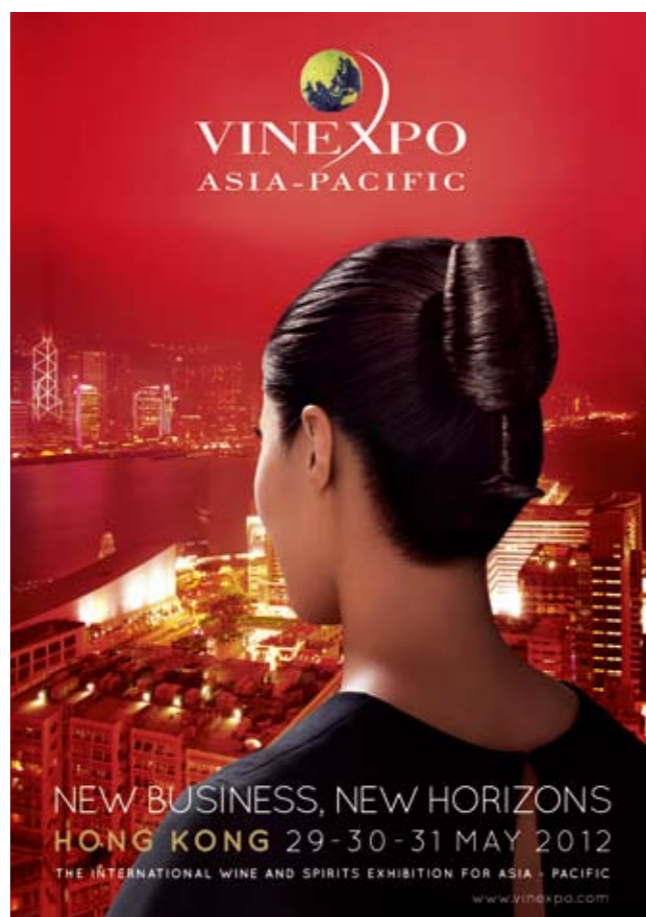
回顾本次展会，有如下几大突出特点：

■专业观众质量明显提升：来自中国的专业观众人数达到5705人，占到总人数的38%，反映出中国葡萄酒市场的强劲发展态势，来自日本、韩国、马来西亚等国家的观众也有显著增加，观众与参展商之间的互动沟通也有明显提升。

■高品质的大师班、品酒会、晚宴数量众多：波尔多左岸、右岸、雪比利、布根地、意大利彼尔蒙、托斯卡纳等知名产区及许多国际媒体、资深葡萄酒专家和知名酒庄举行了多场推介活动，包括大师班讲座、葡萄酒盲品赛、游艇晚宴等多种形式，给观众留下了深刻印象。

■VINEXPO还推出自己的证书课程VINEXPO Academy，成为专业人士系统学习葡萄酒知识的宝贵平台。三天时间内共有8000名专业人士参加了66场VINEXPO Academy培训及品鉴活动，聆听世界一流葡萄酒专家的经验分享。

下一届VINEXPO将于2013年6月16至20日在法国波尔多举行。



VINEXPO Asia-Pacific, the professional wine and spirits exhibition in Asia welcomed a record number of Asian buyers at its 5th show in Hong Kong from 29 to 31 May 2012.

This international exhibition is the largest wine and spirits showcase in Asia. 10,500 sq. m of stand floor space was assigned to 1,050 exhibitors from 28 countries. It

This exhibition showed strong characteristics in following aspects:

■The quality of professional visitors has seen a great improvement. China demonstrated its dominance by sending 38% more representatives this year. The 5,705 Chinese buyers at the exhibition came to look for new products. They seek to build a comprehensive product offering including several producer countries and regions at different price ranges.

■The attendance of large numbers of top buyers, as well as the presence of the international press and that of well-known experts, who delivered seminars and led tastings, made the 2012 event a dazzling success.

■The success of the VINEXPO Academy with its programme of tastings and conferences demonstrates this interest and the ambition of many to take part in training. The 8,000 professionals, who attended these 66 events, were able to benefit from the expertise of some of the greatest analysts and tasters on the planet.

VINEXPO 2013 will be held on 16 – 20 June 2013 in Bordeaux, France.

registered 15,785 visitors from 24 countries, up 25% compared to 2010.

Aussino World Wines, together with a strong line up of its partner producers from France, Italy, Australia, Chile etc, set up a 130 sq. m booth in the main area of the exhibition hall, becoming the largest booth among all Asian exhibitors.





见证传奇：VINEXPO布根地特等园品鉴会及晚宴

VINEXPO期间的2012年5月30日，布根地葡萄酒协会（BIVB）第一次在香港进行了葡萄酒爱好者期待已久的布根地特等园品鉴会及晚宴，来自50个布根地特等园产区的传奇佳酿在此向业内人士和普通爱好者揭开神秘的面纱。

在品鉴会上，BIVB以50款布根地特等园葡萄酒为代表，向与会者展示了布根地葡萄酒——世界上最具传奇色彩的佳酿的独特魅力。在接下去的晚宴中，6款精心挑选的布根地特等园同精美的中式菜肴进行搭配，与会的幸运儿品尝到了来自雪比利特等园Les Clos、歌顿查理曼（Corton-Charlemagne）、香贝天

Exceptional Les Grands Crus de Bourgogne Tasting and Gala Dinner

On Wednesday 30th May 2012, for the first time in Hong Kong, the Burgundy Wine Board (BIVB) organized the eagerly anticipated Grands Crus de Bourgogne Wine Tasting and Gala Dinner, showing about fifty different Grands Crus appellations from Burgundy.

Equally captivating to wine connoisseurs and amateurs alike, Les Grands Crus de Bourgogne Tasting and Gala Dinner are opened to Hong Kong fine wine enthusiasts as well as key members from the trade. The Tasting showcased 50 Grands Crus de Bourgogne and represents an extraordinary opportunity to taste some of the world's most fabulous wines. The Gala Dinner featured six premium Grands

(Chambertin)、华卓园（Clos de Vougeot）等经典布根地产区的佳酿，并亲睹了众多传奇美酒酿酒师的风采。

晚宴在九龙著名的丽姿卡尔顿大酒店中举行，由BIVB主席Pierre-Henry GAGEY先生主持。随同他一起与嘉宾见面的还有布根地其他著名庄园的主人。

在VINEXPO期间举行的这次布根地特等园品鉴会与晚宴，旨在让亚洲地区市场更好地认识布根地葡萄酒的多样风采和杰出品质，也是2012年BIVB在香港地区举行的布根地葡萄酒文化传统推广系列活动的一个组成部分。

Crus carefully selected to match the finest Chinese cuisine. Attendees had the chance to taste Grands Crus such as Chablis Grand Cru, Les Clos; Corton-Charlemagne; Chambertin and Clos de Vougeot alongside their renowned and passionate producers.

Set in the prestigious Ritz Carlton Ballroom, the Gala Dinner was hosted by Mr. Pierre-Henry GAGEY, the BIVB President. With some of his fellow producers, he presented the fascinating realms of fine wines and culture from Burgundy.

Taking place during Vinexpo, the Tasting and Gala Dinner offered a prestigious approach to appreciate the diversity of Burgundy and to taste the extraordinary quality of its wines. It is part of a series of

events, set up by BIVB in 2012, that will give Hong Kong wine lovers a true understanding of the culture and tradition of 'Bourgogne'.

Les Grands Crus de Bourgogne represent the quintessence of the vineyard of Burgundy. Carefully selected for their amazing terroir, these Grands Crus Appellations are among the best wines in the world. There are 44 Grands Crus Appellations in Burgundy, which perfectly illustrate what a Climat is in Bourgogne.

The term "Climat" is unique to Burgundy. It is the Burgundian

圣达美隆列级名庄挑战赛VINEXPO决胜战落幕

2012年5月30日，圣达美隆列级名庄迪斯特庄园（Château Destieux）在香港VINEXPO期间举行的圣达美隆列级名庄挑战赛（Saint Emilion Grands Crus Classés Challenge）决赛中力压群雄，赢得了本次比赛的冠军。

这个由圣达美隆葡萄酒协会组织的著名挑战赛，今年是历史上第四次在法国以外的地方举行。参赛的40家酒庄均为圣达美隆列级名庄（Saint-Emilion Grands Crus Classés），它们经过一番连续不断的预选赛，两两一组接受对比PK，每款

Saint Emilion Grands Crus Classés Challenge Ends with VINEXPO

Château Destieux took first-place honours at the prestigious Saint Emilion Grands Crus Classés Challenge (Coupe des Grands Crus Classés de Saint Emilion), held for the fourth time in its history outside France.

Organized by the Conseil des Vins de Saint-Emilion, in the presence of "the Jurade de Saint-Emilion", this 13th biennial competition had 40 Saint-Emilion Grands Crus Classés go head to head in a series of eliminatory rounds in which pairs of wines were compared



expression of the notion of "Terroir". They are precisely delimited plots that enjoy particular geological and climatic conditions which, when combined with traditional working practices and translated by the two grape varieties – Pinot Noir for red wines and Chardonnay for whites – have given rise to an extraordinary patchwork of world renowned wines, ranked according to a hierarchy. All of the Grands Crus Appellations in Burgundy bear the name of its specific Climat. As early as the 7th century, certain celebrated wines were already recognized and recorded, such as the Grand Cru Appellation "Clos de Bèze" for example.

酒都要包含3个连续的年份，今年比赛考察的年份是2007、2008或2009。

挑战赛排名前四的酒庄于2012年6月17日在中世纪风格的圣达美隆大教堂的Fête de Printemps活动期间领奖，同时他们还接受了由Riedel水晶系列提供的1.5升装圣达美隆醒酒器。

自1999年开始，除了这场比赛外，圣达美隆又多了一个圣达美隆特等园挑战赛。这个赛事也是两年一度，与圣达美隆列级名庄挑战赛隔年相连。

for overall consistency in quality in three consecutive vintages. This year, the vintages were 2007, 2008 and 2009.

The four top winners will be honoured in the medieval city of Saint-Emilion during the "Fête de Printemps" of the "Jurade de Saint-Emilion", Sunday June the 17th 2012. They will be presented with a magnum-sized Saint-Emilion decanter from the Riedel crystal collection.

Since 1999, there is also the Saint-Emilion Grands Crus Challenge, held every two years in Saint-Emilion, alternating with the Saint-Emilion Grands Crus Classés Challenge. 



Château La Fake 假酒是怎样酿成的

策划 / Plan Wolf

编者按

今天，中国是世界上第5大葡萄酒消费国，是波尔多葡萄酒在欧洲以外的最大市场，却也是世界上假冒仿造葡萄酒最猖獗的地区。从近年爆出的假酒案看，已形成了从勾兑、罐装、仿标、销售一条龙的“造假产业链”。有些案例中，造假商人甚至仅用各种色素、化学添加剂和水就可勾兑出价格极其低廉的“人造葡萄酒”，贴上仿造标签后以高价出售以牟取暴利。还有一些厂商冒用名酒招牌大打擦边球，用山寨产品迷惑欺骗消费者，令市场上充斥着大量真假难辨的名庄酒。

在揭露假酒事件之余，一些媒体机构为了引导受众，在尚未对市场上的葡萄酒产品和国内相关法律法规进行充分了解的情况下就

仓促发布错漏百出的葡萄酒鉴别“指南”，不准确的信息在消费者中造成了更多的困惑和混乱。

国内的假酒和葡萄酒知识的不对称，是新兴市场的发展过程中难以避免的现象，也并非中国所独有。即便是旧世界的葡萄酒生产国，在其产业发展过程中也曾出现过假酒丑闻。但是，他们往往能化危机为机遇，丑闻过后监管部门制定出严密的葡萄酒法规加以推行，葡萄酒企业革除弊病加强自律，消费者的葡萄酒知识也愈加丰富，变得日益挑剔。我们希望中国的市场监管者、葡萄酒从业者和消费者能够借鉴国际经验，早日走向成熟。这一切，都有赖于葡萄酒文化知识的进一步普及与传播。

Foreword

China, world's fifth largest wine consuming country, No.1 market of Bordeaux wine outside Europe, is also the home of the world's most rampant wine frauds. Numerous cases in recent years suggest that a huge underground fake wine industry is flourishing in full scale. A complete supply chain of fake wine, from blending, bottling to labelling and selling, has been formed. In some cases, "wines" were made of water, colours and chemicals with no grape juice at all. Some counterfeits of top Grand Crus have highly deceitful packaging, similar labels or misleading names. Consumers, most of whom don't know much about this beverage, are often unable to identify the fake wines from the genuine ones.

Sometimes the media also cause complications by spreading

inaccurate information on how to identify genuine imported wine, making consumers even more worried and confused.

Wine fraud and the imbalance of wine information, for a fast developing new market like China, are almost inevitable. Even old world wine-producing countries like France and Austria have experienced wine frauds. Yet, it's their ability to turn crisis into opportunities that makes all the difference. After the scandals, stricter laws and standards were enforced by the regulators; reform and self-discipline became the industry's common drive; and consumers became more sophisticated and demanding. By planning this feature, we hope the Chinese wine industry, the regulator and the consumers can learn from other's lessons and become more mature and rational.



Missing Angels’ Share Reveals Fraud in Burgundy 布根地假酒案：天使并未光顾

文/Text Suzanne Mustach 译/Translate Betty

布根地（Burgundy）近日爆出一起重假酒案件，第戎市（Dijon）的政府检察官正在对其进行彻底调查。

此案中，调查组指控布根地酒商Labouré-Roi涉嫌在150万瓶高端布根地葡萄酒的酿造过程中造假。尽管150万瓶的数量对于年产2亿瓶的布根地葡萄酒来说微不足道，但此案足以在消费者和业内人士中间引起轩然大波。

Labouré-Roi位于著名的夜圣佐治（Nuit-Saint-Georges）精品产区，掌门人是Louis Cottin和Armand Cottin两兄弟。Cottin家族因其对布根地葡萄酒行业的贡献而备受尊敬。他们年产量达1000万到1100万瓶，年收入达3500万欧元。他们的酒不仅销往许多质量标准严苛的零售商，而且还供应给法航、德国汉莎航空、阿联酋航空、英国航空和约旦皇家航空公司。

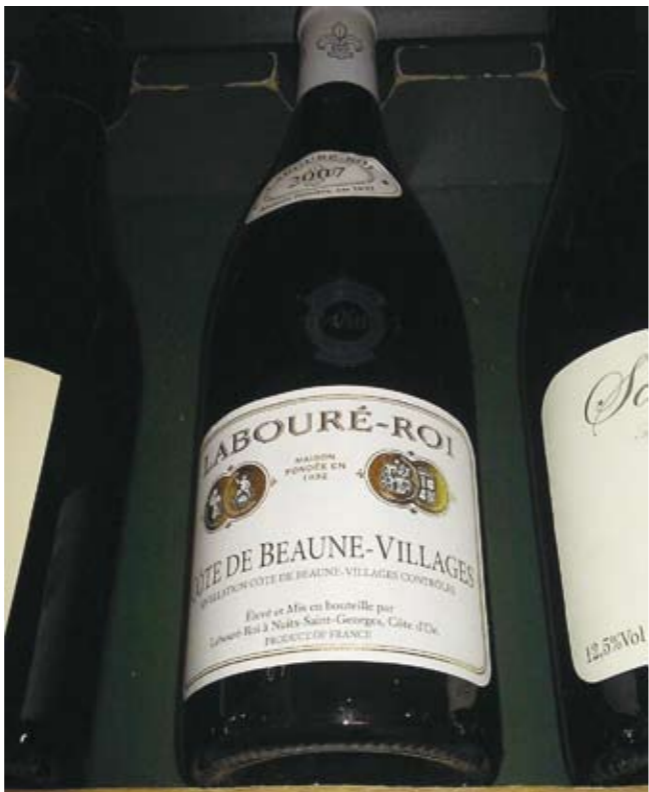
检控方的调查表明，这150万瓶酒涉嫌多种造假，不过都未对消费者的健康造成损害。第一类造假是在葡萄汁中兑入日常餐酒以提升产量，以次充好。第二类是在酒标年份上造假。第三类则是产地造假，有50万瓶酒涉嫌将产自普通产区的布根地葡萄酒勾兑为知名产区的布根地酒，比例超过了法律允许的15%。根据法国的法律，如果一瓶酒的产地标注为夜圣佐治，则必须有最少85%的葡萄酒来源于夜圣佐治。

法国DGCCRF反食品欺诈局定期审查葡萄酒企业，查看所有已登记的酒窖是否有违规操作。经过一系列调查审计后，DGCCRF调查组发现Labouré-Roi存在一些异常现象。从葡萄汁装入酒窖到酒装瓶后，这些酒的体积几乎没有差异。正常而言，在酿酒过程中会损失掉一部分葡萄汁，俗称“天使的分享”。显然，这些天使并没有“光临”Labouré-Roi。

法国对葡萄酒行业有着非常严格的管理，这些看起来似乎“无

害”的行为，在法国看来是非常严重的罪行。鉴于该事件的严重性，布根地葡萄酒行业协会（BIVB，代表葡萄种植者和酒商的专业机构）也参与了对Labouré-Roi的起诉。BIVB副主席Michel Baldassini说：“我们无法容忍任何涉嫌欺诈和不诚实的做法，因为它们会玷污布根地葡萄酒的美誉。”

Labouré-Roi假酒的涉案年份是2006、2007和2008。早在2008年10月，调查员已经开始怀疑这些批次的葡萄酒。Cottin兄弟在调查前期即已承认造假，并开始配合当局的调查。这批假酒已经通过了所有的来源审查和质量检查。



Burgundy has come under scrutiny for wine fraud in an investigation by the government prosecutor in Dijon.

In this case, investigators allege that Burgundy negociant Labouré-Roi is responsible for a fraud involving 1.5 million bottles. This remains a mere drop in Burgundy’s 200 million bottle production, but the case has left consumers and professionals shocked.

Labouré-Roi is based in prestigious Nuit-Saint-Georges and is owned by Louis and Armand Cottin, two elderly brothers. The Cottins are respected for the investments and dynamism they brought to Burgundy’s wine trade. They produce 10 to 11 million bottles per year and generate €35 million in revenues. Their wines were sold by many discerning retailers and served on airlines like Air France, Lufthansa, Emirates Airlines, British Airways and Royal Jordanian.

The alleged crime involves several types of fraud, none of which are dangerous to the health of the consumer. The first was adding table wine to their grape must to increase volume. Another was labeling wine with a false vintage. Yet a third involved 500,000 bottles of prestigious Burgundy appellations blended with wines from other, less prestigious appellations. By law, if a wine is labeled Nuit-Saint-Georges, then 85% of the wine must be Nuit-Saint-Georges.

Scandal Austria 1985 1985 奥地利丑闻

文/Text Jörg Philipp 译/Translate Richie

关于此案，最难的地方在于向奥地利官方部门索取相关的资讯。无论是奥地利的葡萄酒贸易商还是各大产区的酿酒协会和酿酒厂，都表示对那个时候的事毫不知情。这套说辞让我感到难以置信，但事实如此，我也不得不接受。

可见，到现时为止，“1985奥地利葡萄酒丑闻”在当地还是一个禁忌性的话题。

但是，究竟这个丑闻是什么样子的，是怎么发生的，还有谁被牵扯进去呢？

关于这个故事有两个不同的版本：第一个是一位酿酒师希望为他购买的大量“3，4-二甘醇”（译注：一种酒精）减税。但是，这个版本没法解释为什么小小一个酿酒师需要数量如此巨大的3，4-

DGCCRF anti-fraud inspectors routinely audited the wine trade, looking for anomalies in the registers all wine cellars must keep. In this case, the DGCCRF inspectors noticed something quite strange. All of the grape must going in the cellar was exiting the cellar as wine. Normally, a certain amount of volume is lost in the winemaking process. This is called, poetically, the angels’ share. Apparently, the angels were not receiving a drop of Labouré-Roi.

While these might seem like relatively harmless activities, they are considered serious crimes in France, which carefully regulates its wine industry. It’s so serious that the Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB), the professional organization that represents Burgundy’s winegrowers and négociants, has joined the lawsuit against Labouré-Roi. “Any suspicion of dishonest practice that might tarnish the reputation of these wines cannot be tolerated,” said Michel Baldassini, deputy chairman of the BIVB.

The Labouré-Roi investigation covers wine produced in 2006, 2007 and 2008. Investigators first got suspicious in October 2008. The Cottin brothers admitted wrong doing early on in the investigation and have been cooperating with the authorities. They have passed all recent traceability and quality inspections.

二甘醇。另一个版本就是，在1984年末到1985年初期间，有一些匿名举报说在许多不同的葡萄酒中都检测到3，4-二甘醇的存在。葡萄酒的中这一种特别的酒精，很可能是因为酿酒厂想让他们的葡萄酒表现出更卓越的口感，更好甜美感和更高的劲度而添加进去的。这使日常餐酒级葡萄酒的口感可以上升至法定产区酒，甚至是优质法定产区酒的级别。后来，消费者在进口商和商店购买这些葡萄酒时不得不疑问：为什么可以用这么便宜的价钱购买到一款优质法定产区级别的葡萄酒呢？当然，这些疑问他们只是放在心里，然后继续尽情享受这种不平常的物美价廉。

为什么要在酒里面添加3，4-二甘醇？因为它会让葡萄酒的甜度增加，而比较甜的葡萄酒在当时是非常受欢迎的。同时，3，4-二甘醇比糖要便宜，而且在增加糖度的同时也能增加葡萄酒的酒体，并且没那么容易被检测到。所以，添加3，4-二甘醇来提高葡萄酒



的口感是当时的首选。虽然，在德国的葡萄酒中，有已知的葡萄酒款是可以检测到3, 4-二甘醇的存在，但是，用奥地利葡萄酒充当，并已德国葡萄酒的名义进行销售还是违法的。所以，这个丑闻的实际影响范围比刚开始发现的时候要大得多，总共有超过200家来自奥地利和德国的酿酒厂和灌瓶商被揭露与此事有关。

这个丑闻的要点在于：被酿酒厂添加进葡萄酒的3, 4-二甘醇是对人体有害的。即使还没有因3, 4-二甘醇摄入量过多而中毒的个案出现，但是，添加3, 4-二甘醇以谋取利益的行为，还是对奥地利葡萄酒的名声产生了重大损害。丑闻发生后的一年，奥地利葡萄酒的出口量下降到只剩下之前的10%，大量无辜的小型酿酒厂也受市场影响而被迫关闭。

奥地利人如何从这件事情中走出来呢？奥地利政府创造了当时唯

Let's say the most complicated part of this case was to get information from official authorities in Austria. Nor the Austrian Wine Marketing or regional wine growing associations or wineries wanted to give information. Most of them just answered, that they didn't have any information about this time. It's hard for me to believe but impossible to prove.

So let's say there is still a big wall in Austria around a theme called "The wine scandal from 1985". But what exactly is the wine scandal in Austria? What happened and who was involved?

There are different theories about how the scandal was uncovered: First one is that a winegrower wanted to make a tax deduction for a high quantity of Diethylene glycol he had bought. There was no explanation why such a small wine grower needed such a high quantity of this type of alcohol. The second one is that there were different anonymous complaints after detecting a high content of Diethylene glycol in several wines. The whole thing started end of 1984 beginning of 1985. A lot of wine was detected with content of this type of alcohol and a lot of wineries seem to have used this possibility to give the wine

——一个从葡萄到装瓶过程的操控系统。这个系统一开始的时候非常严格，以致于在现实中根本无法进行正常生产。随着时间的过去，这个系统被一步步地改进，在保持绝对的控制性下，实际性变得更强。如此数年后，政府又通过法律来强行减少葡萄园的产量以提高酒的质量。所以，在奥地利葡萄园的法定最高产量比欧洲其他类似产区的法定产量要低得多。时至今日，奥地利的高质量葡萄酒，那些优越的口感和风味都是完全依靠葡萄种植技术的改进和酿酒师丰富的经验产生的。

奥地利成功地从1985葡萄酒丑闻中改变了整个产业的结构，到现在，可以说是在葡萄园中就奠定了高质量葡萄酒的基础。同时，奥地利的消费者也认识到：便宜没好货。即使现实中葡萄酒进口商都希望用非常低廉的价钱购得高质量的葡萄酒，但是，在实践中，这种做法只会导致葡萄酒变成假冒伪劣的代名词。

more mouth feeling, more sweetness and extract. And the quality level increased for wines treated in this way from Tafelwein to Qualitätswein and even Prädikatswein. But why Diethylene glycol? It makes the wine sweeter and the demand for this kind of wine was really high at that time. And it was cheaper than sugar. Also sugar didn't give the sensorial feeling and was easy to detect. Even in Germany there were detected German wines with Diethylene glycol. The cause was also illegal, as the bottling companies used Austrian wine to lengthen the amount of German wine and declared it as German. Over 200 wineries were pressed charges against in Austria and some bottling companies in Germany as well.

The crucial point about the scandal was that Diethylene glycol is harmful to health and this was accepted by the winemakers. Although no case of damage caused to somebody's health was emerged, the effect of the wine scandal on the Austrian wine industry was enormous. Only 10 % of the export level of the former years was achieved. Small wineries without being involved had to close the company.

So what did the Austrians do to get out of this situation?

Government started with making a control system from the grape to the bottle that was unique in this time. It was so strict, that in the start it was almost impossible to apply in workaday life. Over the years it has been modified several times to make it powerful, but at the same time practical. Nowadays Austrian wine has a high quality with a lot of taste and mouth feeling and all of this by growing practice, as well as winemaking experience.

Austria has managed to make a structural change directly out of this scandal and to make high quality wines just in the vineyard. At the same time the consumer in Austria accepted because of what happened, that if they wanted quality they have to pay for it. Still a lot of wine importing countries try to get wine with high quality level for a very low price. This is not working in practice and is only heading for fraud and false declaration of wine.

EU to Co-op with China to Fight against Fake Wine 欧盟将与中国签署合作协议打击假酒

编译/Translate Wolf

欧盟即将与中国签署一份合作协议，对目前中国境内猖獗的假冒进口欧洲葡萄酒进行联合打击。

据欧盟农业专员达西·希奥罗斯透露，欧盟极可能于今年9月与北京签署一份合作打击假酒的协议框架。

中国境内的假酒已经对欧洲葡萄酒企业尤其是顶级波尔多酒庄带来了不小的损失。每年欧盟出口到中国市场的葡萄酒与烈酒产品价值超过10亿欧元，而假酒给欧洲酿酒业带来的损失据估计已达数亿欧元。

The European Union is likely to sign a deal with China to tackle wine fraud.

According to Dacian Cioloș, the EU Commissioner for Agriculture, in September EU will be able to sign a protocol of cooperation on the fight against counterfeiting.

"This is important especially for our wines and spirits. It's our most important part of exports [of agricultural products] from Europe to the Chinese market."

China's counterfeit wine market has had a significant impact on European producers, particularly top Bordeaux châteaux that have gained a cult following. Annual exports of European wine and spirits to China are valued at more than one billion euros, and it is estimated that counterfeiting causes hundreds of millions of euros in losses to the alcohol industry.

一位北京的葡萄酒进口商表示，目前中国境内流通的1982年份拉菲（Château Lafite Rothschild）比这家法国波尔多顶级酒庄当年出产的总量还要多。在中国，拉菲被认为是法兰西传统精髓的象征，拥有极高的人气，围绕拉菲的假冒葡萄酒产品也非常之多。

“中国打击假酒有自己的一套司法与法律框架，”达西·希奥罗斯说，“从欧盟机构的角度而言，我们需要确保这样一套法律框架能确实存在，并且能切实有效地打击假酒。同时，我们也会为中国方面提供打假所需要的技术支持。”

Counterfeit bottles of Bordeaux's first-growth Château Lafite Rothschild – hugely popular in China where the wine embodies French tradition and sophistication – are rife. According to Romain Vandevoorde, a wine importer in Beijing, "there is more Lafite 1982 in China than was produced in France."

"There is a judicial and legal framework in China in order to deal with [counterfeiting]," Cioloș said.

"From our institutional side, we want to be sure that this legal framework really exists and that it is efficient in terms of fight against counterfeiting," he added. "We will also give technical assistance to Chinese institutions in order to be able to deal with these issues."

“It's A Tough Battle” 打击假酒任重道远

An Interview with Guangdong Alcohol Monopoly Bureau Chief Zhu Sixu
访广东省酒类专卖管理局副局长朱思旭

采访/Interview Wolf

(WL=Wine Life, Zhu=Zhu Sixu)

WL: 我们应该怎样定义葡萄酒中的“假酒”？

Zhu: 打假打了这么多年，我们把假葡萄酒大体上定义为以下的六类：

一类是纯粹造假，假酒标、假酒瓶灌上自己勾兑的酒液，这一类假酒主要是仿冒国产酒，比如长城、张裕等等；第二类主要是散装酒灌装造假；第三类是用国产酒原液编造进口酒名字和条码；第四类主要是商标知识产权上打擦边球，傍名牌，属于半公开性质的造假；第五类是假OEM，也就是假贴牌酒；最后一类是违反原产地标识，比如在波尔多以外灌装的酒，标上波尔多字样。

WL: 那么对于这些“假酒”，目前有哪些全国性和地方性的法律法规来进行打击？

Zhu: 目前国内针对假酒的法律监管是有的，但是还不是很全面，有一定的盲点。

从产业链来说，葡萄酒行业涉及种植、生产和流通三个领域，每个领域监管的部门和法规都不同。种植领域，也就是庄园酒，属于农业部管辖范畴。庄园酒的管理法规现在是个盲点。生产领域，也就是餐酒，对应是由工业与信息化部管理。最近工信部出台的《葡萄酒行业准入标准》，实际上是针对酒类工业企业的准入标准。流通领域，主要由商务部和酒类专卖局进行监管，法规有商务部2005年颁布的《酒类流通管理办法》，向酒类流通企业颁发酒类批发许可证和酒类零售许可证。这些都是全国性的法规。

就广东省而言，可以用于打假的省一级酒类流通管理规定有《酒



类专卖管理条例》和《广东省打击假冒伪劣商品条例》。具体的执法部门可以是酒类专卖系统（日常管理），可以是工商系统（市场管理）也可以是质检检查系统（生产管理）。

WL: 如果在监管时发现了疑似假酒，你们通常如何处理？

Zhu: 打击假酒任重而道远，一定要有法可循，所以我们首先做的就是制定出刚才所说的法规。然后，就是对葡萄酒进行鉴别。广东在全国率先成立了酒类检测中心，这里的专业人员能对酒类产品进行客观的第三方检测，此外还可以要求厂家提供检测证明。我们同波尔多葡萄酒协会CIVB有合作关系，他们帮助培训我们的执法人员。此外我们也和富隆这样的大型葡萄酒进口商进行合作，处理和跟踪监督他们的投诉，维持流通秩序。



(WL=Wine Life, Zhu=Zhu Sixu)

WL: How should we define “fake wine” ?

Zhu: Based on our field experience, “fake wine” can fall into one of the following types:

First type, purely fake. Fake label, fake bottle with self-blended “wines”. Most of such kind of fakes are counterfeits of Chinese wine such as Great Wall and Chang Yu. Second type, bulk wine fake. Third type, Chinese wine bottled as imported wine with fake brand names and custom bar codes. Fourth type, intellectual property infringement of trademarks of famous wines, which are semi-overt in the market. Fifth type, fake OEM wines. Sixth type, wine with fake designation of origin information.

WL: Currently what national and regional anti-wine-fraud laws and codes do we have to curb fake wine?


Zhu: We do have a regulation framework to battle against fake wine, though it's not yet comprehensive yet, with some “blind areas” in it.

China’s wine industry involves three major domains: planting, producing and distribution. Planting, namely China’s estate wines, is regulated by Ministry of Agriculture. But currently they don’t have a regulation system yet. Producing, namely the domain of table wine, is regulated by Ministry of Industry and Information Technology (MIIT). MIIT has recently passed a Wine Industry Barrier Standard, which is targeting

the wine producing companies instead of estate wine producers. In terms of wine distributing, Ministry of Commerce and Alcohol Monopoly Bureau are the major regulators. In 2005 the Ministry of Commerce enacted a Regulatory Rules for Wine Distribution, which requires every wine distributor to obtain either a wholesale licence or a retail licence. These are national regulations.

As for Guangdong Province, there are provincial regulations such as Alcohol Monopoly Regulatory Rules and Guangdong Provincial Code to Crack Down Fake Wine. They are enforced by three government bodies such as Alcohol Monopoly Bureau, Industry and Commerce Bureau and Quality Inspection Bureau.

WL: How do you act when a potential fake wine is identified?

Zhu: It’s a tough battle to fight against fake wine. We must follow the regulations. That’s why we first established the regulation framework. Then we need to examine the wine. We founded Guangdong Provincial Wine Testing Centre, the first of its kind in China, provide independent, objective professional wine examination services. Consumers can also request the winery to provide specific credentials. The world of wine is a limitless ocean. We have to learn hard and cooperate with wine regions to fully understand a wine and its origin. Bordeaux’s CIVB is cooperating with us to train our enforcement staff. Besides, we also cooperate with major wine importers like Aussino to follow up their complains about fake wine in order to maintain the market’s order during wine’s distribution. 



苏珊娜·玛斯塔希

苏珊娜·玛斯塔希是一位美国作家、记者，现居波尔多。她毕业于耶鲁大学和南加州大学，并于1999年结束了她在好莱坞的电视制片人与电影编剧的成功生涯，随同她的法国丈夫——一位波尔多酒庄庄主——定居法国。她拥有著名的波尔多葡萄酒学院颁发的葡萄酒品尝专业学位(DUAD)。作为法新社的特约记者，她的葡萄酒报道经常出现在世界各国的新闻媒体上，她还定期为《国际葡萄酒贸易》等杂志撰稿。你可以在Twitter上跟随她@InsiderWineNews，或是访问她的网站www.suzannemustacich.com。

Suzanne's Guide to Bordeaux 苏珊娜带你走进波尔多

文/Text Suzanne Mustacich 译/Translate Betty

直击波尔多

2012波尔多期酒遇冷

波尔多期酒周带来的更多是失望而不是兴奋之情，这一情形可谓十分少见。

去年冬天的时候，市场就可预见2012期酒销量将是一个困难的时期。2011年的干白和甜白非常出色，红酒让人期待。而同一年份的波尔多红酒比预期的要好，但不算非常杰出的年份。它前两个年份2009和2010都是绝佳的年份，高品质高价位。

很显然，2011年的价位需要下调，幅度是多少呢？对于这种商品期货，需求量不仅受到质量和供应量的影响，也受到经济大环境的影响。欧元区的不稳定性、美国经济的缓慢复苏、英国经济停滞、中国经济降温都造就了脆弱的经济环境。再加上很多进口商有大量积压存货，影响他们对2011年份酒的买入量。

在这些情况下，波尔多每个人都认为期酒周应该早点启动并迅速进行，且价格不能超过2008年的。但是，这一切并没有发生。

期酒建议售价平均比2010年份低16.67%，比2009年份低



9.22%，比2008年份高44.5%，比2007年份高28.6%，比2006年份高22.05%，比2005年份高10.75%。这些数据是根据220个列级名庄以及同级酒庄的售价统计出来的。美度和格拉芙的酒卖得最好，但到了6月底，只有32%的庄园售出他们所有的配额。

价格的降幅远远不足。尽管许多专家认为2011年份的价格要和

2001年和2004年的相比较，但与那些可以买来即饮，特别是2008年份的对比，11年份的价格降幅未达到预期。2011年的平均售价比2008年现有的交易价格还要高出1.95%。这意味着一些定价高了，一些定价低了。

期酒活动无任何推动势头。酒商提到他们本年期酒的收益只有平常年份的50%，部分预购的酒（为了保证酒庄配额）并没有再度出售。唯独以超市为主的法国国内市场有着强劲的需求。

但期酒交易惨淡并不仅仅因为价格。

在期酒交易开始前的周五，拉图宣布退出期酒系统，2011年份是它最后一次出现在交易市场上。数天后的周一，拉菲降价发售酒款。拉图历史性的决定给期酒系统蒙上了阴影，也激怒了许多酒界专家。而拉菲的举动被普遍认为是一种宣誓，表明它和其他酒庄会一直坚守波尔多期酒市场。

拉菲的降价对期酒周来说是个好开始，但其他庄园在价格调整上犹豫不决，形势再度下滑。波尔多期酒市场呈现一片萧条景象。

更糟糕的是，40多个庄园在同一天内发售他们的酒款，其他庄园紧随其后。来自各国的商人面对着艰难的任务，要售出这批数量惊人的葡萄酒几乎不可能。于是许多人不得不专注于那几大名庄，而忽略其他的庄园。

应对这个情形，滴金庄宣布停发2011年期酒并不让人意外。大概这个举动让不少商人也松了口气。疲软的经济和出品不稳定的红酒带来低价位，不是发售期酒的理想时间，毕竟这些酒还要历经数十年的陈放才会展现出其最佳状态。滴金的商业总监Renaud Ruer给予了评价：“2011年是15年来最佳的年份。”

滴金的决定和拉图的撤离并无关联，也并无迹象显示其他主要酒庄会跟随拉图的步伐。

2011年期酒交易凸显的一个趋势是，波尔多酒庄越来越重视发展品牌。在过去，期酒交易价格反映了年份质量和经济环境。现在越来越多的酒庄拒绝降价，因为他们觉得这样会贬低了品牌价值。这个现象彰显了价格和品质的脱离，只有时间才能说明零售商家和消费者是否会跟随这股潮流。





China team poses with judges

“左岸杯”总决赛在拉菲拉开帷幕

上海交大和香港城大商学院队伍成功晋级“波尔多左岸杯”总决赛。总决赛在拉菲的酒窖进行，全球共42所院校争夺冠军宝座，战况激烈。选手们需回答与葡萄酒和左岸产区历史相关的问题，例如“玛碧这个品种原来的法文名是什么？”还有一红一白的盲品测试题。

来自法国里尔高等商学院的代表队摘取桂冠，第二名是芝加哥商学院，第三名是哥本哈根商学院，第四名是里尔中央理工学院，第五名是沃顿商学院，第六名是香港城市大学，第七名是牛津大学，第八名是上海交大。

上海交大代表队拿到了第八名的优异成绩，为此他们感到十分的骄傲。参赛者中有13名来自亚洲，他们都是校内葡萄酒俱乐部的成员，为了比赛奋战数月，就是为了最后能夺取佳绩。部分人正从事葡萄酒与烈酒的工作。

这个比赛的构思源于拉菲的庄主Baron Eric de Rothschild，由波



尔多左岸骑士会（美度、格拉芙、苏玳和巴萨克）举办。冠军队伍可获得1.5升装拉菲及其他葡萄酒。

拉菲很开心各国队伍能齐集此地。比赛后，他们还在酒窖为所有参赛者准备了一场轻松愉快的晚宴。

“每个人都掌握着丰富的葡萄酒知识，我希望留给他们的是一段与酒相关的快乐回忆。”

从波尔多到中国

香港出任波尔多葡萄酒节的主礼嘉宾

香港是2012年波尔多葡萄酒节 (Bordeaux Fete le Vin) 的主礼嘉宾。香港旅游发展局主席刘镇汉先生 (Anthony Lau) 偕同四位香港大厨出席活动，为大型晚宴和50万参加者烹饪美食。这些厨师都是精心挑选出来的，他们自创菜式，通过法国委员会的专业评定才能入围，其中三位拥有米其林星级评级。

“这是一个全新的挑战、全新的概念。期待希望他们能成为本次葡萄酒节上的超级巨星。”刘镇汉先生说到。

面对法国和其他欧洲国家的葡萄酒爱好者，把广东菜和红酒，

乃至干型和甜型葡萄酒搭配在一起，实属一大挑战。

香港旅游发展局法语地区总监Solange Johnston提及：“通常厨师以食物为始，但在波尔多，一切都从酒开始。”

尽管厨师们只有不到24小时来适应外国的厨房环境，低热烹饪、当地食材、十分有限的原料选择，但最后还是大获成功。

香港旅游发展局企业事务总经理梁美宝小姐 (Cynthia Leung) 说到：“这对于我们来说不成问题，在香港，我们习惯即兴烹调。”



中国人注资波尔多葡萄酒市场

近来，中国和波尔多的关系迈出重要的一步。上海糖酒集团 (SSCW, 国企光明食品集团的子公司) 购得Diva Bordeaux 70%的股权，其合作伙伴Pierre Beuchet和Jean-Pierre Rousseau继续持有公司30%的股份。

Jean-Pierre Rousseau表示，通过这次合作，Diva Bordeaux能增强自身国际化拓展的实力，在多元化的市场上开拓更多商机。Rousseau将继续担任公司的董事长和CEO，任期不低于五年。

上海糖酒集团投资发展总监刘海波，现任Diva Bordeaux的主席。光

明食品集团副总裁、上海糖酒集团董事长葛俊杰先生率团出席。

葛俊杰先生提到：“我们非常尊重Diva Bordeaux及其团队，他们了解如何提供高端服务，如何在生产者和客户间建立起结实的纽带。凭借我们的资金势力和对中国市场的了解，结合Diva的葡萄酒文化优势，我们将能丰富中国葡萄酒文化的内涵，推进Diva国际化的发展步伐。”

本次是中国在波尔多葡萄酒市场 (酒商进行葡萄酒买卖的历史贸易平台) 的首次重要投资。Diva属于中型酒商，年营业额达3300万欧元。



Suzanne Mustacich

Suzanne Mustacich is an American writer and journalist living in Bordeaux. Educated at Yale University and the University of Southern California, she left a successful career in Hollywood as a television producer and screenwriter to pursue a life in wine after meeting her French husband, a Bordeaux Château owner, in 1999. She holds a DUAD degree in professional wine tasting from the University of Bordeaux' s acclaimed school of oenology. As a correspondent for Agence France Presse (AFP) international, her work appears in newspapers around the world. She contributes regularly to magazines such as Wine Business International. You can follow her on Twitter at InsiderWineNews or contact her via her website www.suzannemustacich.com

FEATURE STORY
Suzanne's Guide to Bordeaux

Witness Bordeaux

Bordeaux En Primeur Feels the Chill

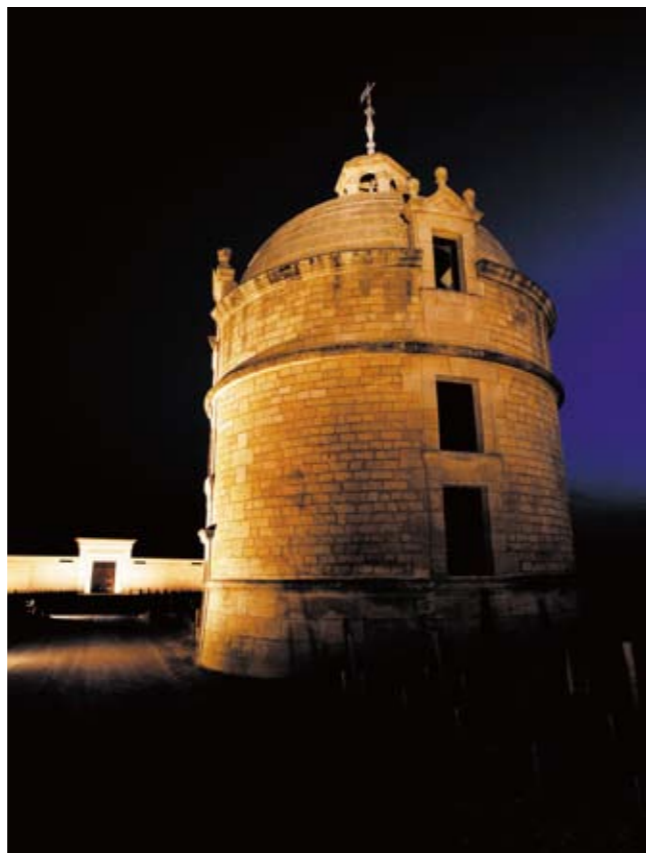
Rarely has a Bordeaux en primeur campaign created so little excitement and so much frustration.

It was clear as early as last winter that it would be a difficult campaign. While the 2011 dry and sweet white wines were often exceptional, it is the red wines that attract excitement and speculation. The 2011 Bordeaux reds were better than expected, but not outstanding, and they arrived on the market following two spectacular vintages in 2009 and 2010 – spectacularly high quality and spectacularly high prices.

2011 prices clearly needed to come down, but how far? As with any futures commodity, demand is affected not only by the quality and quantity of the supply, but the economic climate. The uncertainty in the Euro-zone, the weak recovery in America, the indifference in England and the cooling of China' s economy all created a fragile economic climate. What' s more, many of the importers have large stocks of wine they need to sell.

Under these conditions, everyone in Bordeaux knew the campaign needed to start early and move quickly, with prices no higher than the 2008. Unfortunately, that did not happen.

While the recommended resale price, ex negociant, were, on average, 16.67% lower than the 2010 vintage, and 9.22% lower than the 2009 vintage, the average price of the 2011 was 44.5% higher than the 2008, 28.60% higher than the 2007, and 22.05% higher than the 2006 and 10.75% higher than the 2005. These figures are based on the 220 grands crus classés and their equivalents. Of these wines, the Medoc and Graves wines sold the best, but by the end of June, only 32% of the Châteaux had sold all of the allocations they had offered.



Prices had come down, but not far enough. The real test was the price of the 2011 compared to what one can buy today and drink this evening, in particular the 2008, although many professionals said the prices needed to compete with the 2001 and 2004 vintages. On average, the price of the 2011 is 1.95% higher than the current trading price of the 2008. This means that while many were lower, many were also higher.

The result was a very weak campaign. Négociants reported that they had en primeur revenues of 50% of what they normally do, and some of that wine was purchased (to keep their allocations)



without being resold. Only the French domestic market – mainly supermarkets – showed strong demand.

But the dismal campaign was not due to prices alone.

On the Friday before the campaign was due to begin, Château Latour announced that the 2011 vintage would be last it would sell en primeur. On the following Monday, Château Lafite dropped its prices and released its wine for sale. While Latour' s historic decision naturally cast a shadow on the en primeur system and angered many wine professionals, Lafite' s move was widely perceived as an expression of solidarity with the Place de Bordeaux and other Châteaux.

This could have been a dynamic start to the campaign, but momentum was quickly lost when the other Châteaux hesitated. A few wine trickled onto the market, the prices too high.

Then it got worse when more than 40 estates released their wines in one day. More followed. Traders in various countries were inundated with a ridiculous number of wines to resell. It was not humanly possible to sell the wines in the way they needed to be sold. Many traders were forced to concentrate on a handful of top names and forget the rest.

Against this scenario, it was unsurprising that Château d' Yquem decided to not release their wine for sale en primeur. It may have even come as a relief to many traders. The weak economic situation and uneven quality of the red wines demanded lower prices, and the botched releases had created confusion in the market. It was not an ideal moment to release a gorgeous wine that will age for decades. "The 2011 is the best vintage we' ve had in 15 years," said Renaud Ruer, Yquem' s commercial director.

Yquem' s decision was in no way linked to Latour' s departure from the en primeur system, and potentially the Place de Bordeaux. At this time, no other major Châteaux have indicated they would follow Latour.

If there is one theme emerging from the 2011 campaign it is that Bordeaux Châteaux are increasingly managing their wines like brands. The en primeur price used to reflect both vintage quality and the economy. Increasingly, Châteaux refuse to make price cuts because they believe it devalues their brand. This is a significant departure from linking price to quality, and only time will tell if retailers and consumers will follow.



Dinner in Châteam Lafite after Left Bank Cup 2012

Left Bank Cup Final Round at Château Lafite

The Shanghai and Hong Kong business schools teams made it into the final round of the Left Bank Cup wine competition. 42 schools competed for the coveted cup, with the final competition held in the cellars of Château Lafite. Students were asked a variety of questions related to the wines and history of the Left Bank appellations such as, “what is the original French name for the Malbec grape variety?” Two series of tasting tests followed, one for red wine, one for white wine.

The winner was Edhec Lille, followed by Chicago Business School, Copenhagen, Centrale Lille, Wharton Business School, City U Hong Kong, Oxford University and Jiao Tong University MBA from Shanghai.

The Jiao Tong students took their 8th place in stride, noting they were 8th out of 42, and expressing pride at having made it to

the final round. There were originally 13 competitors from Asia. The students study hard for months for the competition, and belong to their school's wine club. Some are pursuing careers in wine and spirits.

The competition was the brainchild of Lafite owner Baron Eric de Rothschild, and is organized by the Commanderie du Bontemps de Médoc, Graves, Sauternes and Barsac. Winners receive magnums of Lafite as well as other wines.

De Rothschild clearly enjoyed bringing all of the teams together, and served the young competitors a relaxed and entertaining dinner in Lafite's vat room following the competition.

“Everybody has shown an incredibly good knowledge of the wines, and I hope will leave with happy memories of what good wine should be about,” said de Rothschild.

From Bordeaux to China

Hong Kong as Guest of Honor at Bordeaux Wine Festival

Hong Kong was the guest of honor at the last Bordeaux Fete le Vin wine festival. Anthony Lau, the president of Hong Kong tourism office, brought four Hong Kong chefs with him to cook for the gala dinners and half-a-million festival attendees. The chefs had been selected after a long process, in which top Hong Kong chefs created dishes, which were then sampled by a French tasting committee. Three of the chefs have Michelin stars.

“It's a new challenge, a new concept,” said Anthony Lau. “We want them to be the rock stars of the festival.”

The challenge was to show French and other European wine lovers how Cantonese food pairs with red wine as well as dry and sweet white wine.

“Normally, a chef starts with the food, but here in Bordeaux, you start with the wine,” said Solange Johnston, director of French speaking countries for the Hong Kong Tourist office.

It was a resounding success, though the chefs had less than 24 hours to adapt to foreign kitchens, cooking a lower heat, locally


sourced food and a very limited selection of vital ingredients like soy sauce.

“It's okay, in Hong Kong, we're used to improvising,” said Cynthia Leung, General Manager for Corporate Affairs for the Hong Kong tourist office.

Chinese Join Place de Bordeaux

China's relationship with Bordeaux recently took a significant step. Shanghai Sugar Cigarette and Wine (SSCW) acquired a 70% stake in Diva Bordeaux. Partners Pierre Beuchet and Jean-Pierre Rousseau retain 30%. SSCW is a subsidiary of the state-owned Chinese company Bright Food.

Mr. Liu HaiBo, the investment director for SSCW, is now chairman of Diva Bordeaux. Mr. Ge Junjie leads the team as Vice President of Bright Food and Chairman of SSCW.

This is the first major Chinese investment on the Place de Bordeaux, the historical trading platform where negociants buy and sell wines from Châteaux via brokers. Diva is considered a mid-sized negociant with annual revenues of 33 million euro. 



Four chefs from Hong Kong



MW 出没注意!

in Town, Caution.

MW in Town. Caution! MW出没注意!

文/Text Wolf 图/Photo Wolf

神舟九号成功升空了。本次飞行除了取得载人航天方面的进步，一项极重要的成就即是：把中国第一位女太空人成功送入空间站。这绝对是值得开瓶菲丽宝娜1522香槟庆祝的大事件。

麦兜说过，“有些东西，没有就是没有，不行就是不行。没有鱼蛋，没有粗面，没有马尔代夫……”今天，我们有了，不仅有神舟和天宫，还有了女太空人。那么，鱼蛋、粗面、太空宝宝、无毒奶粉和安全校车，应该也不远了吧。

神九所取得的另一项较次要的成就，是它又一次证明成为“葡萄酒大师”（Master of Wine，简称MW）比登天还难。加上此次登天的3位同胞，目前全世界已有528人进入过外太空，而“葡萄酒大师”头衔的拥有者，全世界仅有300人。

办个证有这么难？还真有。对葡萄酒行业略有了解的童鞋都知道，要在姓名后面放上“MW”这两个字母绝非易事。申请者不惟要熟知世界各地各种葡萄酒的种植技术和酿制工艺，更要对葡萄酒浩如烟海的历史文化、不同市场的营销方法乃至品酒、侍酒、配餐的实际操作都知之甚详。除了理论考试和实操考核，您还得提交一篇1万字的原创性研究论文。当然是英语的。

简单说，MW就像是《星球大战》中数量稀少而战斗力极强的绝地武士，只是他们的知识对象不是原力而是葡萄酒，使用的武器不是光剑而是葡萄酒杯！

因此，当三位葡萄酒大师同时出现在上海滩（作为首届Wine100葡萄酒大赛的三个评审组长），我们抓住比赛间隙对他们进行了一番探访。





《美酒生活》Wine Life = WL

简·史姬敦葡萄酒大师（新西兰）Jane Skilton MW (New Zealand) = JS

WL: 史大师，请问您在新西兰什么单位上班？

JS: 我主要是在新西兰的葡萄酒烈酒教育基金会（WSET）的学校里授课。

不过，你知道新西兰的人口很少，没有足够的学生，WSET课没法作为一份全职工作。所以我还做其他很多事情，给新西兰发行量最大的报纸撰写葡萄酒专栏，以及给一家大型超市集团出版的报纸撰稿，教授葡萄酒大师课程，等等。很多事情做。

WL: 您对这次比赛的印象如何？

JS: 这是一次非常有意思的赛事。我第一次和中国评委们同台评酒，听到中国同行的酒评是很有意思的。你知道澳大利亚和新西兰都有很悠久的评判葡萄酒赛事的历史，我们有一些固定的评审方式，但是来到中国后你会发现他们评酒的方式不同。一些我们传统

上很常用的词，例如我们昨天讨论了很久的“甘草味”，在这边会有不同的理解，因为甘草在中国是药材，他们平常是不吃的！

还有品酒的方式。我发现他们很重视酒的质感（texture），而我们不大强调这一个方面，我们会说“嗯，这款酒有李子和黑莓的果香”。也许这是因为你们对美食有非常深厚的共鸣。也许是因为那些传统的描述用词在这边并不常见，比如树莓、黑加仑子等等。

WL: 您和中国评委们是怎样合作的呢？

JS: 在新西兰，葡萄酒比赛的评委每天要品尝上百款葡萄酒，你没有时间和其他人坐下来一起讨论，评酒更像是一个个人化的工作，评审组长的话语权也更大。但是这次我们的时间非常充裕，有时间在每组酒品完之后停下来互相讨论，然后再各自打分。所以我感觉这是一种更加协作式的评酒方式。我从他们身上学到了不少东西，也希望他们能从我身上有所收获吧。

WL: 关于新西兰的一个问题，您认为新西兰贝露娃（Pinot Noir）葡萄酒能够在未来取得和新西兰白沙威浓（Sauvignon Blanc）一样的成功吗？

JS: 会！

关键是要找到自己的风格。我不希望到一些品鉴会上看他们拿四瓶布根地贝露娃和四瓶新西兰贝露娃去PK。这是错误的。新西兰贝露娃不要去模仿布根地，只要酿出你土地上出产的最好的贝露娃就好了。现在你无论去中奥塔哥（Central Otago）还是马丁宝龙

WL: Master Skilton, what do you do in New Zealand?

JS: Mostly I teach in New Zealand's WSET school.

But you know New Zealand has a very small population. We don't have enough students for a full time job. So I do a lot of other things. Among all I write a wine column for New Zealand's largest circulating newspaper. I also write columns for a major supermarket group's newspaper. And the Master of Wine classes, etc. A lot of stuff.

WL: What's your impression of this competition?

JS: It's been very interesting so far. I've never judged with Chinese judges before. It's interesting to hear their comment. You know, Australia and New Zealand have long history of judging wine competitions and we have our ways to judge. But after coming to China I find they are judging wine in different ways. Some traditional description of wine, for example the "licorice" which we had a long discussion yesterday has a totally different meaning here, because it's considered a medicine here. People simply don't eat licorice!

And the way they approach wine is different. I find they pay a lot of attention on the "texture" of wine, which we do not quite focus on. We will say, "Emm, this wine has a nice aroma of plum and black berry." It's probably because you are so interested in food. Or perhaps it's because the traditional description are not so familiar in China, like raspberry and cassis.

WL: How do you work with the Chinese judges?

JS: In New Zealand, wine judges usually have to taste one hundred or more wines a day. You don't have time to sit down and discuss with others. Judging wine is more like an individual work, and the panel chairperson will have the final say on the wines. This time it's a slow paced judging. We have time to discuss after each session and then we each give a score. So I think it's a more collaborative work. I've learned

（Martinborough），买到一瓶难喝的贝露娃的几率非常非常小。运气差的话，酒可能会平庸，但绝对在标准之上。而新西兰是从什么时候开始生产贝露娃的？1979年对吧？现在才30年，刚刚开始。所以说，潜力非常大。

WL: 谢谢抽空接受我的采访。可以为您拍几张照吗？

JS: 你会用Photoshop吧？那好，我要拍长高3英寸、牙白、无皱纹的，谢谢。



quite a lot from them, and hopefully they can learn something from me too.

WL: A question about New Zealand wines. Do you think New Zealand Pinot Noir will enjoy the same success that New Zealand Sauvignon Blanc has achieved?

JS: Yes I think so.

The key is to have your own identity. I don't want to go to those awful tastings where they put four Burgundy Pinot together with four New Zealand Pinot and announce which ever is the winner. This is wrong! New Zealand Pinot Noir should not taste like a Burgundy. You should make the best Pinot that this land can offer. Now when you visit Central Otago you have to be really unlucky to have a terrible Pinot. The standard there is already very high. Some might be boring, but never below the line. And since when did New Zealand begin to plant Pinot Noir? 1979 right? Thirty years. That's nothing. So there is huge potential.

WL: Thank you for taking this interview. Do you mind taking some pictures?

JS: Do you use a software called Photoshop? Great! I want to be 3 inches taller, white teeth and no wrinkles. Thank you!

《美酒生活》Wine Life = WL

纳德·古德温葡萄酒大师（日本）Ned Goodwin MW (Japan) = NG

WL: 您好像有些英国口音?

NG: 是吗? 我出生在伦敦, 但我父母是澳大利亚人。现在我在日本已经待了10年。之前我住在纽约, 生活了6年。在那之前我在巴黎生活了4年。现在我又想回悉尼去了。我16岁时离开澳洲去了日本, 并不是说我讨厌澳洲或是对日本有兴趣, 只是当时我很想去一个有异国情调的地方, 所以我就到一个叫American Field Service的公益组织申请驻外。我在悉尼海滩边长大, 喜欢冲浪, 所以我很想去印尼、加州或者南非这些地方, 结果他们送我去的地方是日本的大山沟沟! 不过我对那个地方倒是有感情的, 后来即便离开日本我也还是和日本游客练习日语。我在纽约时, 一个和我生活了6年的女孩跟我分了手, 我心痛欲绝打算离开伤心地, 于是就又去了日本, 结果一下呆了10年。我并不热爱日本, 有的人可能是那样不过我不是, 我喜欢日本的一些地方但不喜欢它另外的一些地方。

WL: 在您看来, 日本消费者是怎样让葡萄酒成为他们生活和文化的一部分的?

NG: 这个问题很好, 我认为日本人并没有把葡萄酒作为他们生活和文化的一部分。东京也许是世界上最适于购买和消费葡萄酒的地方之一, 但是你很少看到日本人在法国餐厅或意大利餐厅之外的地方喝葡萄酒。中国也许会成为接受葡萄酒最快的亚洲市场之一, 虽然它不可能很快让大比例的人口开始消费葡萄酒。但日本不同。日本对于西方文化有一种既崇拜又抗拒的复杂感情。他们把对葡萄酒的欣赏严格地限制于特定的环境之下。东京拥有的餐厅数量大概比伦敦和纽约加起来的还要多, 但是我所知道的同时供应日本料理和葡萄酒的餐厅只有5家。极少有日本人会在吃日本料理时喝葡萄酒, 因为日本文化对于外来文化的态度是, 我会学习你, 欣赏你, 但我不会真正地接纳你进入我的生活, 因为你不是日本本土的。甚至日本的中餐厅、泰国餐厅也都不供应葡萄酒。而在澳大利亚或者美国的中餐厅、泰国餐厅里, 吃饭时喝葡萄酒是非常自然的一件事情。

但是, 在日本人中却存在有一种对复杂的葡萄酒专业知识的痴迷, 你没法相信有些侍酒师的专业知识竟有那么渊博。我想现在中国的葡萄酒行业可能在专业程度上还不能与日本相比, 但是普通中国人对于葡萄酒的好奇和开放程度, 却远远高于普通的日本消费者。



WL: 那么作为外来文化的葡萄酒, 在日本是怎样进行推广的呢?

NG: 噢, 日本人喜欢有故事的东西。这瓶酒必须是来自某个地方, 而这个地方必须要有某个故事, 比如关于这个酿酒师同某个地方或某个传统的精神联系的故事。很多时候, 这些比酒本身的味道更加重要。所以旧世界葡萄酒相对起新世界葡萄酒, 在日本有很大的优势, 因为他们历史久, 总会有故事可说。澳洲葡萄酒不会去说最古老的土壤、澳洲土著文化、意大利裔穷移民的故事, 他们的品牌是建立在稳定的质量, 美妙、令人愉悦的水果气息等等上面。但是一瓶即便很烂的波尔多葡萄酒, 日本人在品尝它的味道之前就已经在心里打了高分了。所以我觉得这次比赛组织的质量非常高。我看到中国评委对于很多明显新世界风格的酒都在很认真地讨论酒的品质。中国人的态度是很开放的。日本虽然物质领域感觉已经非常西化, 但是其实骨子里仍然是非常传统的。但中国不一样。我感觉中国文化里面其实有很多地方和西方是相通的。日本人从不直接表达情绪, 一切都是间接的, 但中国人要直接得多。

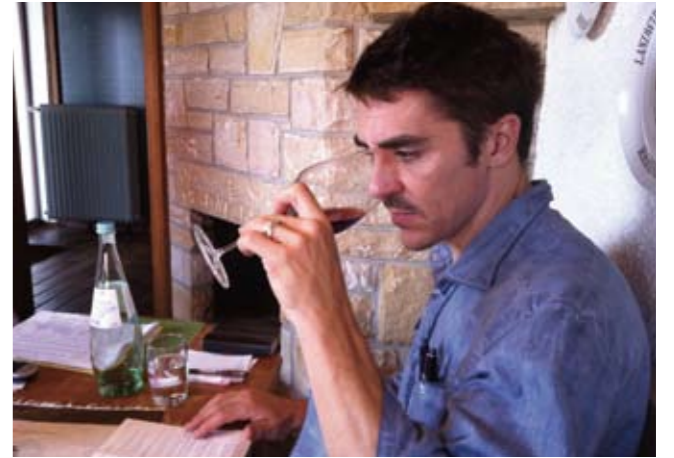
WL: You seem to have some British accent?

NG: Oh really? I was born in London, but my parents are Australian. Now I've stayed in Japan for 10 years. Before that I lived in New York for six years. And before that I lived in Paris for 4 years. Now I want to live in Sydney again. I left Australia to live in Japan when I was 16 years old. You know it's not that I dislike Australia or I'm so interested in Japan. I just wanted to live in an exotic place, so I applied to an NGO called American Field Service. I grew up on Sydney beaches. I'm a surfer. So I wanted to go to Indonesia, California or South Africa. But they sent me to the mountainous rural Japan! I did find connection with the place. After I left Japan I still practice the language with tourists. When I was in New York, a girl who had been with me for six years broke up with me. So I was heart-broken. I wanted to move to a new place to move on, so I took a job offer in Japan and returned. Then I stayed there for 10 years! I'm not in love with Japan, your know. Some people just love Japan, some people just love China, but not me. I like some aspects of Japan and dislike the other aspects of it. That's all.

WL: As you see it, how do the Japanese people incorporate wine into their life and culture?

NG: That's a good question. I personally think that Japanese haven't incorporate wine into their life and culture. You know Tokyo is perhaps the best place to buy wine, like New York and London. Good storage, very convenient. But you will never see Japanese drinking wine outside French or Italian restaurant. Maybe China accept wine culture the fastest among all Asian markets, though it may be hard to get a large proportion of Chinese to drink wine soon. But Japan is different. The Japanese has a complicated feeling towards western culture. They admire it and loathe it at the same time. So the appreciation of wine is strictly confined within a specific environment. Tokyo probably has more restaurants than New York and London combined. But I only know about five restaurants where they serve wine with Japanese food. Few Japanese drink wines with Japanese food. Even the Chinese and Thai restaurants in Japan don't serve wine, while the Chinese and Thai restaurants in Australia or America always have wine to serve.

However, there is a kind of specialization on sophisticated wine



knowledge in Japan. You can't believe how sophisticated some sommeliers' understanding is. Now the Chinese wine industry may not able to be compared with Japan in this aspect but the average Chinese is far more curious and open-minded towards wine than average Japanese.

WL: Then how can you promote wine as a "foreign culture" in Japan?

NG: Well, Japanese like to hear stories. The wine must come from a particular place. The place must have a particular story, a story about the winemaker's spiritual connection to the place or the tradition. In many cases this story is more important than the quality of wine. That said, Old World wine enjoys a huge advantage over New World wine. It's not like New World wine doesn't have stories. They have. But Australian wines don't speak of (now they are learning to speak of) the oldest soil, the aboriginal culture, the Italian migrants' influence. They build their brands over the stable quality, the sheer pleasure in their fresh, fruity aromas, etc. But, even a sh*t-house Bordeaux will be given a high score even before the Japanese consumers ever taste it. That's also why I think this competition is very well-organized (I'm absolutely not being polite here). I noticed when we were tasting some obvious New World style wines the Chinese judges were still trying their best to discuss on the quality of the wines. Compared to the Japanese mindset, Chinese are very open-minded. Japan may appear much Westernized in terms of material aspects, but deep inside they despise the Western influence as much. But China is different. I feel there are quite a lot aspects in Chinese culture that are the same as the West. Japanese are polite but never express their feeling directly. Chinese are far more straight-forward.



《美酒生活》 Wine Life = WL

安德鲁·凯拉德葡萄酒大师（澳大利亚） Andrew Caillard MW (Australia) = AC

WL: 安德鲁，我知道您是澳洲著名的朗顿拍卖行分级体系（Langton's Classification）的创始人。这个分级体系当时是怎样创建的呢？

AC: 80年代末的时候，澳大利亚终于从80年代初的经济萧条里走出来。澳大利亚葡萄酒的质量开始明显提升，收藏家们在收藏进口葡萄酒的同时也开始收藏一些高档澳洲葡萄酒。澳大利亚的二手葡萄酒市场开始起飞了。投资者亟需能够知道拍卖的葡萄酒的确切价值。1989年我加入朗顿拍卖行之后，我们就对澳大利亚的顶级葡萄酒进行了一次评估。我们评估的每一款葡萄酒都必须有10个以上的年份，这样我们才可以追溯这款酒的历史品质。如果是新出现的酒，至少要上市7年后我们才会对它进行评估。那些在一两年内比较火的小众“膜拜酒”（cult wine）是不会与那些真正建立起声誉的顶级品牌出现较量的。这样我们的体系里只有那些真正有价值的、受到尊敬的精品澳洲酒。每过5年我们会重新进行一次评估，并发布新的评级。

WL: 朗顿评级的标准是怎样的？比如古纳华拉（Coonawarra）的宝云庄（Bowen Estate），不少酒评家认为他们的嘉本纳沙威浓品质已经足以从“出色级”（Distinguished）升到“优异级”（Excellent）。如果真是这样，朗顿会为它晋级吗？

AC: 宝云庄出品的葡萄酒一直得到许多人的欣赏。他们确实酿出

了古纳华拉地区最好的嘉本纳沙威浓之一。但是宝云庄葡萄酒的定价偏向于走高性价比路线。对于朗顿拍卖行评级而言，一定的价位和交易量都是非常重要的衡量因素。所以，我现在不确定宝云庄能够在下次评级中晋级，但如果市场对宝云庄葡萄酒的需求变得很大的话，我相信它的级别将会提升。

WL: 您对于澳洲高端精品酒在中国市场的前景怎么看？在波尔多顶级名庄的价格回落之后，中国投资者会不会转向收藏高端的新世界葡萄酒呢？

AC: 中国绝对是顶级澳大利亚葡萄酒的未来市场所在。3年来我已经8次访问中国，这一次我正在拍摄一部关于中国和波尔多葡萄酒的纪录片《美酒游戏》。我们会在云集了中外酿酒商包括拉菲集团的山东进行拍摄。

我认为长期来看中国将是澳大利亚高端葡萄酒的重大市场，这里的中产阶级规模在迅猛膨胀，对葡萄酒文化的理解也在迅速深入，消费者日益成熟。而且，别忘了中国拥有惊人的人口。如果每个中国人每年饮用1升葡萄酒，那么每年就会消费掉15亿升！

而且不要忽略中国自己的精品葡萄酒！假如中国人不喝本国出产的葡萄酒将会是非常可惜的一件事。它们不需要支付汇率、关税等等成本，性价比很高！

WL: As the founder of the renowned Langton's Classification, how did you come up with this idea?

AC: At the end of 1980s Australia had finally shaken off the shadow of the early 1980s recession. The quality of Australian wine began to improve significantly and collectors started to include premium Australian wines into their collections in addition to imported wines. So the secondary wine market in Australia really took off at that time. Investors need to know the true value of wines at the auctions. After I joined the Langton's in 1989, we made an evaluation of Australian fine wines. Each wine that we evaluated must have a minimum of 10 vintages so we can track its record of quality. For a new wine it would take 7 years to even get a look in our system. Those "cult wines" that may become popular for just a few years would certainly be differentiated from those real established fine wines. In the system are only the truly valued and respected premium wines from Australia. Every five years we will re-evaluate all the entered wines and publish a new classification.

WL: What kinds of criteria is your evaluation based on? Take Bowen Estate for example. Many wine critics have said the wine's quality is already qualified for the Excellent category. If so, will you raise it to the higher level?

AC: The wine of Bowen Estate has been greatly admired. They undoubtedly made some of the best Cabernet Sauvignon and Shiraz in Coonawarra. But the Bowens decide to sell their wine at a more affordable price to a wider group of consumers. Both price and volume of demand are very important statistics for Langton's Classification. So currently I'm not sure they can be upgraded to the next level. But if

the market demand for Bowen's wine grows huge, I think it will go up.

WL: How do you think about the reception of Australian fine wine in China? After the price drop of top Bordeaux Grand Crus, will Chinese investors turn to high-end new world wines?

AC: China is absolutely an exciting place for Australian fine wine. I visited China eight times in three years now, including this trip. Currently I'm making a documentary film about China and its burgeoning interest in Bordeaux for the Lion Rock Films, called The Fine Wine Game. We are about to shoot in Shangdong province where major Chinese and Bordeaux producers like Château Lafite Rothschild are based.

I think China will be a powerhouse market for Australian fine wine in the long term, with the incredible explosion of the middle class, the growing appreciation of wine culture and the maturing wine consumption. And always remember China has a huge population. If each and every Chinese drink one litre of wine every year it would be 1.5 billion litre of wine!

China's burgeoning interest in Bordeaux is not necessarily a bad thing for Australian wine. You know, Bordeaux brings wine to a greater audience here, and it will benefit wine from all over the world. Top expensive Grand Crus are just the tip of the iceberg. I myself can't afford the Grand Cru wines though I from time to time tasted them in the games.

And don't forget premium Chinese wines! It will be a pity if Chinese don't drink Chinese wines. They are really good value without the exchange rate, tax and all! 🍷



We Are the Champions! 干杯，冠军之酒！

文/Text Wolf 图/Photo Steven

赏玩今天的葡萄酒大千世界，颇有些类似小说家笔下云遮雾罩的江湖。所谓的名门正派、谦谦君子有之，高洁隐士、风尘奇侠亦时常可遇二三。至于迎合时新潮流及评家喜好的趋时之酒、为快速成名而修炼各种旁门捷径的逐利之酒，每逢酒展更是多如过江之鲫。

没错，买一两张证书，邀三四声喝彩，资质平常的酒庄也能轻松拥有唬人的光环。然而蒙住酒瓶在真正懂酒的世界级味蕾面前一一过招，噱头、虚名尽皆退去，那些倾注了一代代人心血、凝聚了风土精华的酒庄精品，其分量与锋芒自会拨云见日。

不消说，这些经得起大场面考验、夺得过顶级国际大奖的实力派，才是真正的冠军之酒。



威迪珍藏雪当利白葡萄酒

冠军头衔：“全美年度最佳酒庄”，《葡萄酒爱好者》杂志Wine Enthusiast

冠军背景：1883年，德国移民卡尔·威迪来到加州辟园建屋，建立了威迪酒园。1912年，在儿子欧内斯的鼓励之下，卡尔·威迪在加州率先从欧洲引入了雪当利葡萄，并根据加州气候培育出一种优秀的雪当利克隆，在当地酒农中大受欢迎。现在，加州2/3的雪当利葡萄树都源于威迪酒园培植的雪当利葡萄树种。

今天，品质优异的威迪珍藏雪当利是100年来威迪家族赋予加州酿酒事业的灵魂核心。



胜嘉力珍藏贝露娃红葡萄酒

冠军头衔：“最佳新西兰酒庄”大奖，旧金山国际葡萄酒大赛（San Francisco International Wine Competition），2011，2012

冠军背景：胜嘉力（Saint Clair Family Estate）已是连续第二年夺得这一新西兰葡萄酒界的至高荣誉。这个由尼尔和朱迪·易卜岑（Neal and Judy Ibbotson）两口子创立的家族庄园在万宝龙地区（Marlborough）无论葡萄园面积还是产量规模都排不上前列，但易卜岑一家5口各司其职，齐心协力酿出了超越当地知名大酒庄的白沙威浓和贝露娃。

在以“出产本星球最佳白沙威浓”而著称的万宝龙地区，独特的风土孕育了无数出色的白沙威浓精品。但是，能够酿出同样风姿清雅、光彩不亚于白沙威浓的贝露娃葡萄酒的酒庄却少之又少。胜嘉力的珍藏贝露娃只在最好的年份酿造，纯净柔滑然而绝不简单，看似一道清澈的泉水，在清浅的水流之下，蕴藏着丰富瑰丽的火山矿石，令人感受到有别于传统布根地贝露娃的独特魅力。



玛诗歌园玛碧红葡萄酒

冠军头衔：“10英镑以下阿根廷最佳玛碧葡萄酒”，《品醇客》世界葡萄酒大赛 DWVA

冠军背景：作为阿根廷圣安娜酒庄的高端产品系列，玛诗歌园在平易近人的价格标签和精细可靠的葡萄酒品质之间取得了良好的平衡。尤其是最能代表阿根廷风土特色的玛碧葡萄酒，经过酒庄法国橡木桶的精心熟成，在味蕾上表现得既爽朗明快，又有相当的长度，余韵中的平衡感也拿捏得恰到好处。

谁说冠军之酒都像姚明（或是Yao Ming 庄园葡萄酒）那样高不可攀呢？



威特驰华丽转身，正式易名：
维特思



来自冰酒诞生的故乡
德国的冰醇诱惑

www.weltachs.de

中国独家代理：富隆酒业

200多个遍布全国的零售终端；1000多款国际精品葡萄酒；零售与堂饮相结合的全方位葡萄酒文化体验

www.aussino.net

富隆酒窖 富隆酒屋 富隆酒坊 富隆酒膳 广州020-38983188 北京010-64612072 上海 021-60913179 香港 00852-24982390

Regional Gems: Supérieurs, Reserves & Grand Reserves

细说产区贵族：高级、珍藏与特级珍藏

文/Text 马钊

夏日的北方热度丝毫不逊于南方，各大商场虽然因为节能减排原因而被要求空调温度调节到不得低于26度，但是相对于艳阳高照的大马路，倒也算是避暑胜地。商场有很多办法让商品吸引人们的眼球，你看，只要价签上有“等级”这个条目，后面永远标注的都是“一等品”或者“特等品”。

当然，没有哪个厂家会在价签上告诉消费者这个是“二等品”或者“劣等品”，不过到底是“特等”还是“劣等”，是厂家说了算、商场说了算还是质量监督部门说了算，消费者从来都是如雾里看花，估计将来还将会继续迷失在云雾之中。

由此我想到了葡萄酒的等级。

漫天遍野的高级、超级、珍藏、高级珍藏、特级珍藏甚至皇家珍藏葡萄酒令人眼花缭乱。

有人提出质疑：这些高级到底是不是确实高级？这些珍藏是不是真的值得珍藏？如果各位也有这样的疑问，那么请和笔者一起来一趟高级和珍藏之旅，看看世界上几个主要的葡萄酒产区对高级和珍藏有怎样的要求。

高级/超级篇 (Supérieur/Supérieure/Super)

·法定产区中的高级

在法国和意大利，对应高级的词汇是Supérieur和Supérieure，这个词汇常常添加在一些基础级别AOC葡萄酒产区名称的后面，比如波尔多高级 (Appellation Bordeaux Supérieur Contrôlée)、宝祖利高级 (Appellation Beaujolais Supérieur Contrôlée)、雅丝提巴比拉高级 (Barbera d' Asti Denominazione di Origine Controllata) 等。

既然一款葡萄酒标注有“高级”的字样，那么原料一般来说就来自于产区内特定的葡萄田地块和树龄更大的植株。

这些地块通常情况下拥有更好的光照条件和坡度，再加上更老的植株，出产的果实拥有更高的成熟度，酚类物质和糖含量更高，因此所生产出的葡萄酒香气更加复杂和浓郁，酒精度更高（一般高出0.5%），同时也拥有更好的陈年潜质。

以波尔多为例，在红葡萄酒方面，波尔多高级AOC葡萄酒尽管和波尔多AOC葡萄酒采用相同的葡萄品种来酿造，但前者在原料产量控制上更加严格（波尔多高级为50百升/公顷，波尔多为55百升/公顷），并且常常要求在橡木桶中至少陈酿9个月的时间。

图1：波尔多高级AOC代表该级别比对应的级别有更高的酒精度，通常为0.5%



●波尔多葡萄酒产区示意图



著名的格拉芙（Graves）产区是大家耳熟能详的干白和干红经典产地，毫无疑问，这些葡萄酒都标注有“Appellation Graves Contrôlée”。但是如果一款葡萄酒的级别是格拉芙高级AOC（酒标上标注有“Appellation Graves Supérieure Contrôlée”），那么这款葡萄酒却属于贵腐甜白类型。由此可见，“高级”这个词在不同产区有着不同的意义：在有些产区，它代表更成熟和更有陈年潜质；而在有些产区，则代表着生产在相同地区的另一种葡萄酒类型。

· 超级托斯卡纳

所谓的超级托斯卡纳（Super Tuscan），顾名思义，是来自于托斯卡纳地区的“超级”葡萄酒，它们可以是红葡萄酒，也可以是白葡萄酒。如果从意大利葡萄酒的分级上来看，这个级别实际上根本不存在，而是葡萄酒爱好者对一种类型葡萄酒的称谓而已。

对于葡萄酒爱好者来说，超级托斯卡纳给人们留下了很多印象：它们的价格非常昂贵、常常以国际性的葡萄品种（如嘉本纳沙威浓和梅乐等）而非托斯卡纳地区法定葡萄品种进行酿造，酒标上所使用

的名称也充满了自己庄园独有的特点。这类葡萄酒产生于上个世纪末期，在最初的一段时间里，由于法定产区要求的关系，它们不能被评法定产区葡萄酒（DOC），而在当时IGT级别还没有出现，所以尽管拥有非常高的质量，但在级别上仅仅处于日常餐酒（VDT）。

超级托斯卡纳的产生有一定的历史原因。在最初的一段时间里，托斯卡纳地区要求在酿酒时白葡萄品种至少占10%的含量，圣祖维斯品种最多只能达到70%，与此同时，作为托斯卡纳内最重要的产区基安帝（Chianti）的国际声誉还没有达到现在这样的高度。在这样的条件下，托斯卡纳的葡萄酒价格比较低廉，在国际上的影响也非常小，为了能够在国际上展露锋芒，产区内的一些生产商开始采用国际性的葡萄品种和世界著名产区的技术来酿造葡萄酒，最通常的方法是圣祖维斯与嘉本纳沙威浓混合酿造，或者全部采用两者中的一者。这些葡萄酒在当时并不能够获得法定产区酒的称号，所以酒标上常常显示“VINO DA TAVOLA DI TOSCANA”——即“托斯卡纳餐酒”字样。

最初，这些敢于创新和开拓的酿酒师只是在基安帝边缘地区来进

行这样的尝试，但后来的巨大成功令这种酿酒方法在很短的时间内就在托斯卡纳遍地开花，不仅如此，这种现象对其他产区的葡萄酒也有了深远的影响，因此很多其他产区也开始效仿超级托斯卡纳的做法，生产各种超级葡萄酒，比如超级维内多（Super-Veneto）葡萄酒、超级彼尔蒙（Super-Piedmontese）。

如此巨大的成功衍生出一个问题，那就是在各种超级葡萄酒出现的同时，很多生产者也闻风而至，故意违反法定产区的要求来酿造葡萄酒，而酒质却距离“超级”两字相去甚远，这一点非常令人迷惑，因为这些产品与超级托斯卡纳一样，都属于违反法律规定酿造出的葡萄酒，而即便是真正的超级托斯卡纳，酒标上也不会进行特

意进行标注，这样饮家们只能依靠经验和积累的知识来判断一款到底属于超级托斯卡纳还是实实在在的低质量级别葡萄酒。

尽管在如今，随着意大利葡萄酒法规的不断调整，很多基安帝经典地区内的超级托斯卡纳葡萄酒实际上可以被定级为法定产区酒（DOC），而且有部分生产者也愿意回归基安帝DOCG酒行列，但一般来说，可以认为所有的超级托斯卡纳葡萄酒都是地区餐酒（IGT）级别的产品，因为“Tuscany”本身就是一个法律承认的地区餐酒（IGT）产区。

“超级托斯卡纳”仅是一个称号，并不是法定的级别，因此酒标上不会进行标注





珍藏/特级珍藏篇 (Reserve/Reserva/Grand Reserva)

· 法国珍藏vs新世界珍藏

很多产自法国或新世界的葡萄酒都标注有“珍藏”的字样，但是“珍藏”这些葡萄酒的理由却是五花八门。一般来说，法国葡萄酒标注有“珍藏”时，代表这款葡萄酒比自己庄园（或酒厂）基础级别产品有着更高的等级（遗憾的是这个等级并未有法律的规定），比如原料来自于更好的地块、精挑细选的果粒、更加成熟的果实、更长时间的橡木桶陈酿、更好的年份或是酿酒师更加细心的照料——总之，只要一款葡萄酒能够体现出一点点珍藏性，酒标上就可以做标注。



图3：法国的珍藏葡萄酒并没有严格的法律规定来限制，但总体来说，质量水平比较高

也许很难想像，作为欧洲葡萄酒强国和欧洲葡萄酒法律法规制度先驱的法国，“珍藏（Réserve）”这个词竟然没有法律的界定，而事实又确实如此。虽然不受法律的约束，但生产者们考虑到自己的声誉，总会挑选更好的产品来作为珍藏级别的葡萄酒，这让“法国珍藏”们多多少少还代表着一定的质量等级。

新世界葡萄酒的珍藏理由也不胜枚举，比如庄园珍藏（Estate Reserve）、酿造者珍藏（Vintner's Reserve）、酿酒师珍藏（Wine Maker's Reserve）、家族珍藏（Family Reserve）甚至私人珍藏（Private Reserve）。总体来说，这些所谓的珍藏理由，其实和法国珍藏大同小异。



图4：新世界的珍藏葡萄酒还会有更高的级别，如家族珍藏

· 意大利珍藏

在意大利，珍藏（Riserva）词汇的使用并不像法国和新世界那样随心所欲，法律常常规定这种类型的葡萄酒需要在酒精度或者橡木桶储藏方面达到一定的要求，而这些要求根据产区的不同而相异。

例如在基安帝经典（Chianti Classico）地区，在遇到好年份时，几乎所有的生产者都会生产珍藏级别的葡萄酒，这些葡萄酒除了来自更好的年份外，还需要葡萄原料来自于更好的葡萄园，而且要对其进行至少27个月的陈酿，同时，酒精度要达到12.5%（基安帝经典DOCG规定为12%）。基于以上原因，基安帝经典珍藏葡萄酒相较于普通基安帝经典，具有更浓郁复杂的香气以及更好的陈年潜质。



图5：基安帝经典珍藏拥有更好的陈年潜质

· 西班牙珍藏

与意大利类似，西班牙的珍藏（Reserva）葡萄酒也对生产工艺作出了严格的规定，除了酒精度稍高（一般为0.5%）外，还限定了橡木桶储藏和瓶中熟化的期限。

以里奥哈（Rioja）产区为例，法律对葡萄酒在橡木桶中和瓶中的储藏时间做了非常严格的规定，并且根据时间的不同，还将珍藏级别的葡萄酒细分为珍藏（Reserva）和特级珍藏（Grand Reserva）。

珍藏级别的葡萄酒只能够在优质的年份才能够酿造，白葡萄酒和粉红葡萄酒，需要至少两年时间的陈酿，其中至少半年为橡木桶储藏；而红葡萄酒需要至少陈酿三年的时间，其中至少一年为橡木桶储藏。

特级珍藏级别的葡萄酒只能够在卓越的年份才能够酿造，白葡萄酒和粉红葡萄酒，需要至少四年的陈酿，其中至少半年为橡木桶储藏；而红葡萄酒需要至少陈酿五年的时间，其中至少两年为橡木桶储藏。

总结

在开瓶品尝之前就判断一款陌生的葡萄酒到底是否真的高级或是否真的值得珍藏，对于饮家来说是个挠头的问题，所幸的是，随着世界葡萄酒法律法规制度的不断完善，各国葡萄酒制度为饮家们在选择这种类型的葡萄酒方面，提供了不少可靠的依据。

如果没有严格的法律规定，酿酒人在号称自己是高级和珍藏的时候只能凭良心，但不是所有人都能够凭着良心酿酒——如果良心有用，要法律法规干什么？

无规矩不能成方圆，在葡萄酒业内也是如此。



图6：西班牙的珍藏只有在优质的年份才会生产



图7：西班牙的特级珍藏属于顶级产品，只有在卓越年份才会生产，拥有非常好的陈年潜质



约格·菲利浦

约格·菲利浦 (Jörg Philipp) 是德国Degustar (欧洲葡萄酒顾问) 公司和Vinoria葡萄酒学校的创办者和拥有者。菲利浦学商务经济出身, 辅修农艺学, 毕业后为多家软件公司担任财务顾问。葡萄酒是他的多年爱好, 后来终于成为自己的职业。Weinfachberater IHK认证葡萄酒顾问 (全世界获得此头衔的葡萄酒专家不足200人), 2005年Weinfachberater葡萄酒顾问大赛决赛入围选手, 多项葡萄酒赛事包括“世界有机葡萄酒大赛 (Bioweinpreis)”的评委, 德国、法国、葡萄牙等国的认证葡萄酒顾问, PAR品酒评分系统的发明者。

VDP, An Exclusive Club of Top German Wine

VDP, 珍萃德国顶级佳酿

文/Text Jörg Philipp 译/Translate Richie



当我在世界各地进行葡萄酒商务旅游的时候, 发现了一个毋庸置疑的事实: 德国的VDP级别葡萄酒生产商是高品质葡萄酒推广的完美典范。无论在哪个国家旅游, 在最顶级的餐厅和各种高级别的葡萄酒商店中, 我都总会找到德国的VDP葡萄酒。换句话说来说, “VDP” 使德国葡萄酒在全世界都拥有良好的声望。

但是, VDP是什么, VDP葡萄酒生产商与其他的生产商有何不同之处? VDP是“Verband der Prädikatsweingüter”的缩写, 即为德国顶级酒庄联合会。德文全称中的“Prädikats”就代表是优质, 包括了法定产区酒 (Qualitätswein) 和优质法定产区酒 (Prädikatswein) 两个等级的葡萄酒。其中, 较高级别的优质法定产区酒 (Prädikatswein) 还包括根据质量划分的“一般葡萄酒 (Kabinett)”, “晚摘葡萄酒 (Spätlese)”, “串选葡萄酒 (Auslese)”, “精选贵腐葡萄酒或冰酒 (Beerenauslese/Eiswein)”和“精选干颗粒贵腐葡萄酒 (Trockenbeerenauslese)”五个级别。由此可见, 这个联合会囊括了大部分生产最高质量葡萄酒的生产商。

要加入这个“VDP俱乐部”, 首先要了解VDP的整体结构。在整个德国的层面上来说, 有一个核心性的组织做最基础性的事情, 比如: 划定葡萄酒质量的最低标准, 提出作为德国葡萄酒生产商的最低要求, 建立质量监管系统和在世界和德国本土范围内为葡萄酒行业树立形象。在德国的每一个葡萄酒产区内还会建立起一个当地的VDP联合会, 归纳进联合会的管理中。那么申请入会的最低标准有哪些呢?





Jörg Philipp

Jörg Philips is the owner of the company Degustar (Consultants for European wine) and the wine school Vinoria. He studied agronomy and graduated as a business economist, working as consultant for software companies. All the time wine accompanied his life, and 10 years ago he decided to make his passion into his work. Weinfachberater IHK (one of less than 200 worldwide). Finalist at the first championship of the Weinfachberater in 2005. Judge at different tasting panels like Selection and Contest of organic wines (Bioweinpreis). Approved consultant for German wines by the German Wine Institute. Approved consultant for Portuguese wines by the Portuguese wine export institute. Several certificates for wines from France, especially Bordeaux. Creator of PAR tasting system.



- 1、成员必须为酿酒厂的拥有者，合作社或合作社形式的公司不可。
- 2、葡萄的栽培，酿酒及销售都必须由生产商负责，且由合格的人士负责该项工作。
- 3、生产商必须全心全意地进行葡萄酒的生产，在过去一年内有优秀的产品，在全国范围内有崇高的威望，而且适合在全世界的范围内推广，最后，酿酒厂还必须取得“Schatzkammer”的称号——即在过去的多年中都能产出多款美酒
- 4、低产量
- 5、旗下的葡萄园拥有优质的风土
- 6、所栽种的葡萄品种中有超过80%是当地的代表性品种，至于何为“代表性品种”则交由当地的VDP联合会进行界定
- 7、以保护当地环境为原则进行葡萄的种植生产
- 8、酿酒商所出品的葡萄酒中优质法定地区酒级别的酒款占总出品的比例要超过当地的区域平均水平
- 9、符合更严格的最低葡萄果糖含量规定
- 10、只使用高质量葡萄田的名称进行产品命名
- 11、串选葡萄酒以上级别（包括冰酒）的采摘必须是人手采摘
- 12、多个不同年份都有优质葡萄酒的出产且其质量高于区域平均值
- 13、酿酒厂中的所有酿酒设备都由生产商拥有
- 14、使用带有VDP字样的锡膜包装封瓶

从实际操作的角度上来说，VDP联合会代表着一个可执行的高标准。每一个地区的VDP联合会都要求其制定一个切合当地的

标准，因为一个不是根据当地葡萄酒产业状况制定出来的标准，终必不能保证葡萄酒的品质优越。

这个VDP系统是如何出现的呢？在100多年前的1910年，4个以设定高标准，打击伪劣葡萄酒为目的的组织联合成立了VDP联合会。这是世界上第一个由酿酒商自发组织成立，以高品质葡萄酒为目的组织。这么多年过去了，VDP的酿酒标准也随着国家酿酒法规的改变而不停改进，而且，VDP的成员都同心同德地遵循着更新，更严格的法律。

除了酿造更好的葡萄酒以外，还有其他什么原因促使VDP联合会系统进行改变吗？除了首要的为提升葡萄酒的品质而改变以外，为了保护VDP成员的利益，VDP也会进行变革。在1971年，德国25 000个庄园中有很多被剔除出VDP，只留下2500个最著名的酿酒商名列前茅。许多曾经名列前茅但现在被剔除的葡萄园因此而名誉尽失。这里有一个例子：VDP的成员多是以生产串选葡萄酒和冰酒等葡萄酒的生产商，所以，VDP发起了把串选葡萄酒和冰酒这些葡萄酒合并为优质法定地区酒级别（Prädikat）的分级制度，让Prädikat的地位显得更为崇高。而且他们只允许那些非常特别的生产商加入这个系统。当然，上面所提及特别的生产商大部分都是VDP的成员。所以，在这里，VDP划分的等级就不仅仅是一个简单易懂、以质量优先的系统了。



此外，关于VDP联合会还存在着另外一个问题：是否每一个VDP的成员都是顶尖的葡萄酒生产商呢？答案会让人感到沮丧，因为我没办法简单地回答“是”。在那些成员里面，也会存在有品质一般的葡萄酒生产商。这又怎么来的呢？

当你仔细观察VDP各地的成员列表的时候，就会发现不同产区的范围不一样，结果就造成了在这些产区中VDP成员的数量不一。每一年，VDP成员都会举行展览会，绝大多数的成员都会参加。以今年为例，200个生产商中就有170家都出席了这个年度展览。在会场上，这些生产商都是以他们所在区域来进行排序的，有总共超过3000名的参观者到场品尝当年最新年份的葡萄酒。而在场的反应让我感到很有趣，有一些地区的展位很拥挤，但是有一些就很无人问津。当我向一些专家询问原因的时候，他们告诉我：有一些区域，像莱茵高（Rheingau），有太多质量较平庸的生产商列入了VDP联合会；在另外的一些区域中，以巴顿（Baden）为例，当地VDP联合会的成员列表中根本没有堪称顶级的生产商；还有一些区域，像莱茵汉森（Rheinhessen），这个区域中名列VDP成员的生产商数量实在是太多了。

这不是因为VDP错过了那些出产高品质葡萄酒的生产商，而是因为VDP制定相关标准时存在内在缺陷。即使他们定立了一个标准，但是，各地有各地的执行方式。所以，VDP联合会最被人诟病的地方

在于它的领导思想和组织结构。最好的改善方法就是在VDP有一个全国性的核心部门对候选成员进行挑选，而不受产区内部的生产商相互关系所影响。更理想的状态是每年都有新的酿酒商加入而同时也有不及格的酿酒商被剔除出这个组织，这会给VDP带来更多的活力。

今年，VDP联合会推出了一个新的划分标准，自2012收获季开始，把生产商再划分为四个级别。最后，希望这个新的划分标准可以为消费者挑选高品质葡萄酒的时候提供更明确的指引。

2012划分标准：

- VDP. GROSSE LAGE 相当于布根地的“特级葡萄园葡萄酒”
- VDP. ERSTE LAGE 相当于布根地的“一级葡萄园葡萄酒”
- VDP. ORTSWEIN 相当于布根地的“村镇级葡萄酒”
- VDP. GUTSWEIN 相当于布根地的“优质产区葡萄酒”

The Sigil of Terroir A Blind Tasting of Wines from Six Regions of Three Countries

风土的印记 三国六产区葡萄酒盲品

文/Text 梁楚瑶
执行/Executive 朱玲、Sarah、蒋晓滨



风土，是大自然赋予葡萄酒的个性的标签。
泥土的特质，气候的微妙转变，构成了标签的说明文字。
自葡萄藤扎根土壤的那一刻起，风土的印记就如影随形地附在每一瓶佳酿之上。



举办城市：

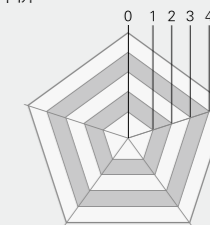
- 武汉站/ Wuhan
时间/ Date: 2012.07.03
地点/ Venue: 富隆酒膳
- 杭州站/ Hangzhou
时间/ Date: 2012.07.10
地点/ Venue: 富隆酒窖
- 长沙站/ Changsha
时间/ Date: 2012.07.15
地点/ Venue: 富隆酒窖

评分标准说明：

- 评分总共分为两大部分，盲品和配餐。两部分都根据葡萄酒的口感（酸、甜、涩、咸、辛辣）给6款葡萄酒打分。在最后加上关于6款酒各自的总体评价（盲品的感觉以及配餐后口感、香气等发生的变化等等）。
- 酸度、甜度、涩味、辛辣、咸味：每一项目为0~5分，根据品尝的口感给每一项评分，我们采用图的方式来表现酒在盲品和配餐后的味道变化。
- 总体评分（0~10分）：葡萄酒的总体口感，另外评分，而不是上述五项的口感分数的叠加。

得分参考：

口感评价



总体评分 0 ——— 10

参加试饮者



Taster 1 潘峰 酒龄：5年
Taster 2 张莹 酒龄：2年
Taster 3 沙莎 酒龄：9年
Taster 4 刘筱菁 酒龄：半年
Taster 5 杨志强 酒龄：2年



Taster 1 陈洪 酒龄：13年
Taster 2 侯为 酒龄：10年
Taster 3 沈丽 酒龄：6年
Taster 4 郭靓 酒龄：5年
Taster 5 金捷 酒龄：8年



Taster 1 屈强 酒龄：13年
Taster 2 陶剑伟 酒龄：3年
Taster 3 文斌 酒龄：N年
Taster 4 黄成纲 酒龄：15年
Taster 5 周春梅 酒龄：2年

产区介绍：

意大利的葡萄酒风格多变，一向是盲品中难以对付的角色。第一对进行PK的葡萄酒，分别来自意大利彼尔蒙的爱芭以及托斯卡纳的基安帝经典产区。

彼尔蒙在意大利语中意思为“山脚下”，它靠近阿尔卑斯山，春秋两季昼夜温差大，有45个DOC(法定产区酒)和10个DOCG(高级法定产区酒)，是意大利历史长、成名早的产区，大部分酒庄以传统的本土酿酒方法为主。

多姿桃是彼尔蒙地区第三大红葡萄品种，酿造的葡萄酒、酒体结实，酸度相对较低，口感略带微苦。爱芭是彼尔蒙上佳的多姿桃产地之一。

托斯卡纳是世界上最引人瞩目的葡萄酒产区之一，有意大利的波尔多之称，可见其分量之重。圣祖维斯是托斯卡纳最重要的红葡萄品种。

基安帝经典是托斯卡纳里面一个生产顶级葡萄酒的子产区，主要用低产量的圣祖维斯酿制葡萄酒，并进入橡木桶陈年，陈年时间可以达10年以上。



Ceretto Dolcetto D'Alba 赛拉图(多姿桃)红葡萄酒

参考价格：¥425



该酒酸度十足，稍有经验的酒友能轻易猜出这是一款来自意大利的红葡萄酒。盲品过程中，三地的嘉宾普遍认为该酒带有明显的酸度，酒体稍觉单薄，层次比较简单，有丰富的花香和果香，单宁紧密，口感略带杏仁味。

该款多姿桃红葡萄酒来自赛拉图酒庄。赛拉图有巴罗露酒王之称，酒庄位于彼尔蒙地区的爱芭，是一个由三代人拥有的家族精品酒庄，超过七十多年的历史。一直以来，赛拉图都是彼尔蒙地区的葡萄酒佼佼者，是意大利顶级好酒的代名词。

武汉站/ WuHan 7.5 | 杭州站/ HangZhou 8.2 | 长沙站/ ChangSha 7.5

Lamole di Lamole Chianti Classico 蝶舞园红葡萄酒

参考价格：¥238



此酒呈现明亮醉人的宝石红色，散发着浓郁精致的野浆果、香料和樱桃的香味。入口即感觉单宁结构良好，橡木味精致。伴随着黑樱桃的香味和鸢尾花突出的气息，味道醉人无比。

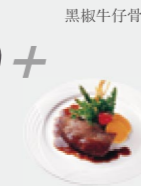
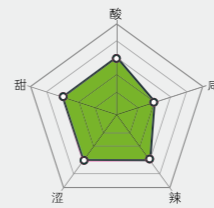
蝶舞园为意大利第三大酒庄玛格丽所拥有，酒庄在1935年创立，旗下产品众多，在意大利五大产区上雅迪结(Alto Adige)、华度比登(Valdobbiadene)、维内多(Veneto)、托斯卡纳(Tuscany)和西西里岛(Sicily)都安扎了生产大本营，拥有八大系列品牌。蝶舞园(Lamole di Lamole)是玛格丽在托斯卡纳基安帝经典(Chianti Classico)地区收购的老牌酒庄，红葡萄酒产于海拔350~550米的葡萄园，与浓郁的肉类菜式搭配更是一绝。

武汉站/ WuHan 7 | 杭州站/ HangZhou 7.8 | 长沙站/ ChangSha 7.5



配餐前 配餐后

武汉 WuHan



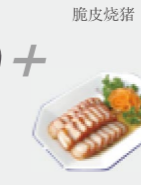
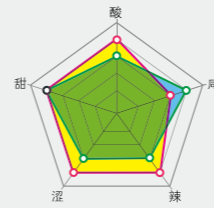
黑椒牛仔骨

7分

辛辣味重

这一款酸度紧致多姿桃与牛仔骨搭配，黑椒带出了酒液的辛辣，破坏了酒体的平衡感，此外因为菜肴比较浓烈，冲散了酒体原本充盈的花香。

杭州 HangZhou



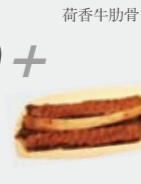
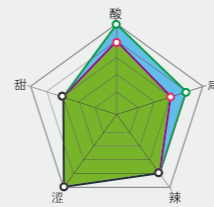
脆皮烧猪

7.8分

单宁弱化

烧猪的脂肪丰厚，与这款多姿桃搭配，削薄了酒体，原本紧密的单宁显出了“疲态”。酒的酸度减弱了烧猪肉的油腻，而菜肴的烟熏味带出了酒的矿物味。

长沙 ChangSha



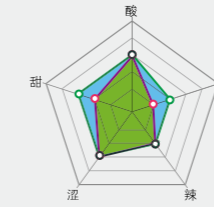
荷香牛肋骨

8分

酒香提升

配餐后，酒散发着明显的杏脯和花茶的香味，与牛肋骨的荷花香非常搭配。不过酒的酸度也更为明显，酒体的平衡受到了影响。

武汉 WuHan



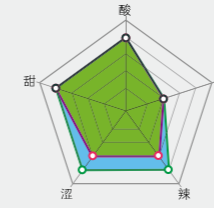
黑椒牛仔骨

7.8分

果味浓厚

配餐前后，该酒散发的果香一直非常浓郁。为这款重口味的菜肴带来清新的口感。配餐后酒体显得更为圆润，但是后味略带苦涩。

杭州 HangZhou



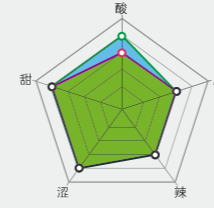
脆皮烧猪

8.6分

皮革味浓

配餐前，酒带有微弱的皮革味；配餐后这股特殊的香气在口中非常明显。酒体恰好的湿度和辛辣味赋予了菜肴独特的风味。

长沙 ChangSha



荷香牛肋骨

8.2分

肉香浓郁

盲品时有新鲜樱桃的气息，单宁结构较好，酸度也不高，配上新鲜的肉类后，一定的酸度反而衬托肉类的浓香，使肉的味道更加浓郁，肉的质感也颇有嚼劲。

产区介绍：

在品尝了两款意大利的红葡萄酒后，我们把目光放在了法国波尔多的左岸与右岸两大著名产区。

上美度是位于波尔多左岸环绕美度四大名村附近的区域。该地区的葡萄酒年轻时相当有活力，单宁明显，干而不甜。陈年5年后，风味清透诱人，还有很大的成熟发展空间。

宝物隆位于波尔多的右岸，只有约800公顷的葡萄田。产区有100多个酒庄，都是小型精品酒庄。独特的粘土土质和梅乐葡萄酒，是成就宝物隆美酒的两大重要原因。宝物隆的红葡萄酒通常带有松露的气息，酒体圆润，入口柔顺，陈年后更加优雅平衡，相对美度区域的酒，宝物隆的佳酿酒风更为细致典雅。



Les Brulieres De Beychevelle 龙船美度红葡萄酒葡萄酒

参考价格：¥418



龙船美度带有浓厚的红宝石色调，散发黑色浆果与樱桃的果香。口感醇和，果味浓郁，非常清新宜人。单宁成熟温和，表现得恰如其分，是一款极具陈年天赋的佳酿。

龙船庄位于波尔多 (Bordeaux) 左岸名村圣祖利安 (Saint Julien) 村。龙船在1855年的波尔多列级酒庄评比中获得第四级。今天很多的酒评家都认为龙船应该最起码是三级，甚至是二级的波尔多名庄。龙船庄的正牌酒叫Château Beychevelle，每年产20000箱左右。副牌酒龙船将军 (Amiral de Beychevelle)，年产15000箱左右。还有三牌酒龙船美度 (Les Brulieres De Beychevelle)、金龙船 (Prestige de Grand Bateau) 和附属产品小龙船 (Grand Bateau)。

武汉站/ WuHan 7.3 杭州站/ HangZhou 8.2 长沙站/ ChangSha 8.8

Château Guillot 佳露庄园红葡萄酒

参考价格：¥612

🏆 武汉最佳性价比

👤 杭州、长沙最受欢迎



第四款的葡萄酒给三地的嘉宾带来很大的惊喜，是全场最受瞩目的酒品，这与它高贵的出身不无关系。此酒带有深深的紫色，散发迷人的黑醋栗和樱桃香味，还有一丝巧克力的味道。中度的酒体，单宁精致，余味悠长，是一款口感优雅，值得回味的佳酿。

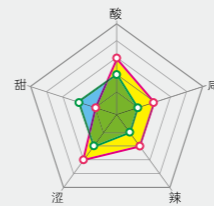
佳露庄是由右岸顶级酒商JPM家族独家代理的一款精品酒。佳露与里鹏和卓龙庄为邻，拥有非常优质的风土，深厚的碎石层和粘土混合，令这里的梅乐具有结实结构，带有力量的感觉而又不失优雅。葡萄田面积仅1.7公顷，葡萄的种植比例为75%梅乐和25%嘉本纳弗朗，平均树龄为30年，产量稀少。

武汉站/ WuHan 8.5 杭州站/ HangZhou 8.2 长沙站/ ChangSha 8.9

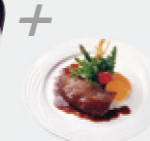


配餐前 配餐后

武汉 WuHan



黑椒牛仔骨

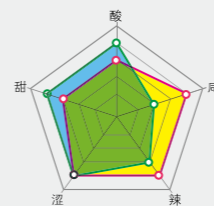


8分

口感平衡

配餐后，龙船美度的酒体更显浓郁，酸涩度适中，口感平衡，无论是牛肉还是酒液的层次都非常明显，牛肉在酒液的“催化”下肉质鲜美。

杭州 HangZhou



脆皮烧猪

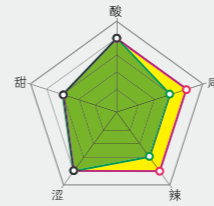


8.8分

甘草香气

这款左岸的葡萄酒很适合与烧腊类型的菜肴搭配，酒体平衡，酒的甘草香气在烧猪的烘托下非常浓郁。酒体适中的甜度和酸度让猪肉尝起来更为香甜。

长沙 ChangSha



荷香牛肋骨

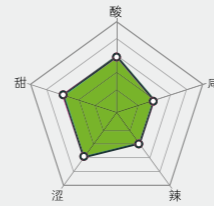


8分

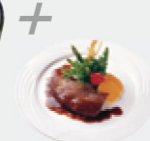
单宁削弱

该酒单宁柔和，与牛肉搭配后单宁明显被削弱，显得该酒始终还是年轻了点，压制不了牛肉的紧涩口感，不过总体而言，酒柔顺的口感还是没有受到多大的影响。

武汉 WuHan



黑椒牛仔骨

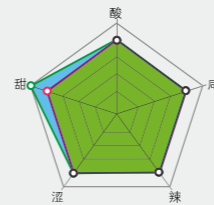


9分

口感清新

这款右岸的佳酿在配餐后口感依然保持了清新，与左岸相比这一款宝物隆口感较为清淡，但是无论是酒还是餐口感都非常平衡。

杭州 HangZhou



脆皮烧猪

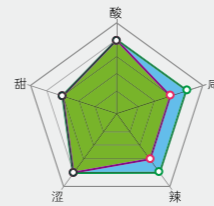


8.8分

单宁紧实

搭配烧猪，酒体中原本相对柔弱的单宁更为紧密，酒液中的香料气息在口腔中迸发，与猪肉的烟熏气息交织在一起，是相得益彰的效果。

长沙 ChangSha



荷香牛肋骨



8.4分

酒体平衡

非常漂亮的酒体，口感优雅，酸度和涩味都协调均衡，余味悠长，配上牛肉还欠点厚度，不过酒体也变得更为平衡，牛肉的荷花香稍觉被削弱。

产区介绍：

在盲品会的最后，来宾品尝了两款来自新世界澳洲的穗乐仙和嘉本纳沙威浓，对比澳洲不同产区葡萄酒的风格。

麦罗仑谷位于澳大利亚的南澳省，以产穗乐仙闻名，近年与巴罗莎谷争夺最佳穗乐仙的称号。该区的嘉本纳沙威浓，口感温顺而丰美，并以老藤闻名。

巴罗莎谷位于澳大利亚的南澳省，以产全澳最出名的穗乐仙而闻名于世。它的穗乐仙丰厚、辛辣，可久存。澳大利亚的两大酒王奔富和神恩山都产于此区。



Wirra Wirra McLaren Vale Cabernet Sauvignon 威拿麦罗仑谷嘉本纳红葡萄酒

参考价格：¥407

长沙最佳性价比



酒色紫红，边缘呈现亮红色。散发着醋栗、香料、新皮革香气，以及法国橡木桶带出的雪松木香气。活跃丰富的口感，带有黑醋栗、洋李、成熟覆盆子果香，丁香和肉桂的香料气息。酒体强劲有力，余味悠长并带有法国橡木香气。酒体平衡，清新，带有自然的酸度。

威拿庄 (Wirra Wirra) 是一句澳洲土著人的话，其意大概是“欢聚之地”。威拿庄由罗拔伟里 (Robert Strangways Wigley, 以下简称 R.S.W.) 先生创建于1894年，当时是该区少数的几间酒庄之一，但很快就成为了该区最有影响力的酒庄。1969年，威拿庄由R.S.W.的两位表亲贵图特 (Grey Trott) 和罗杰图特 (Roger Trott) 兄弟接管，并由此走上一个新台阶，成为澳洲葡萄酒爱好者和酒业同行青睐的质优物美而价格合理的典范庄园酒。

武汉站/ WuHan	杭州站/ HangZhou	长沙站/ ChangSha
8.3	8.5	8.6

Two hands - Gnarly Dudes Barossa Valley Shiraz 双掌 (画廊系列) 巴罗莎穗乐仙红葡萄酒

参考价格：¥438

杭州最佳性价比

武汉最受欢迎



一经品尝，盲品会的来宾评价此款是一款非常典型的南澳穗乐仙红葡萄酒。这一款穗乐仙酒色深紫，散发出红色莓果、香料、茴香、浓咖啡和牛奶巧克力的味道。口感新鲜，果香宜人，中度的酒体内呈现出结构良好的单宁，而且与酸度平衡得恰到好处，并散发黑樱桃的味道。

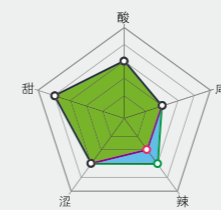
双掌，指的是迈克尔陶菲 (Michael Twelftree) 与理查民 (Richard Mintz) 的两只手掌。酒庄主目标鲜明得很：直取全澳最好的穗乐仙 (Shiraz)。双掌的大本营扎在巴罗莎谷 (Barossa Valley)，只有简单明丽的品尝室和橡木桶陈放室，靠的是收购各地的优质葡萄，走的是控制产量提高质量的路线。画廊系列 (Picture) 是一个强调区域特色的系列。

武汉站/ WuHan	杭州站/ HangZhou	长沙站/ ChangSha
8	8.1	7.8



配餐前 配餐后

武汉 WuHan



黑椒牛仔骨

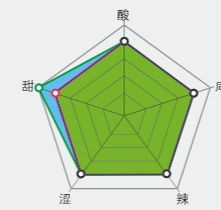


8.6分

酸度讨喜

澳洲奔放的酒风与这款辛辣的牛仔骨搭配甚为合适。酒液的甜度明显，酸度使菜式吃起来没那么辛辣，小小的遗憾是配餐后单宁显得略微粗糙。

杭州 HangZhou



脆皮烧猪

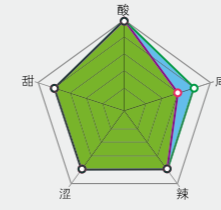


8.7分

后味延长

烧猪的口感非常油腻，该款嘉沙与之搭配后显得甜度非常突出，甚至有点过了的感觉，酒香中的巧克力味非常突出，酒和菜的余味都有了明显的延长。

长沙 ChangSha



荷香牛肋骨

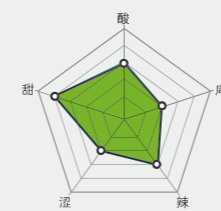


9分

质感相似

配餐后，葡萄酒散发的水果蛋糕、巧克力、奶油冰淇淋的香气突显，酒体平衡，虽然牛肉没能柔滑酒液中紧密的单宁，但是肉的鲜味更为明显，酒的结构和肉的质感非常相似。

武汉 WuHan



黑椒牛仔骨

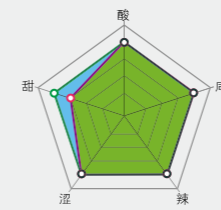


8.4分

口感厚重

配餐后，这一款穗乐仙的甜度没有明显的降低，果香味依然浓厚，而牛肉的辛辣感有了明显的降低，总体来说，酒的浓厚口感没有收到丝毫的影响。

杭州 HangZhou



脆皮烧猪

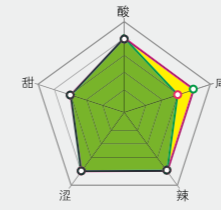


8.5分

甜度突显

与上一款嘉沙配餐的结果有点相似，配餐后酒的酸度降低，因此甜度突显，厚重的酒体与烧猪搭配能消除油腻的口感，酒也显得更加容易入口了。

长沙 ChangSha



路边筋烧鸡



8.7分

酒体平衡

酒体是非常讨人喜欢的深紫色，刺鼻的薄荷辛香突出，余香味略带巧克力，口感辛辣，酸味涩味都比较适中，配上路边筋烧鸡辣味十足的湘菜最能体现火辣辣的冲劲。

2012 Wine Olympics, Now Start! 2012葡萄酒奥运会，现在开幕!

策划/Plan Wolf 插画/Illustration Kelp

1913年，现代奥运会创始人、皮埃尔·顾拜旦男爵设计出五环交互相连的旗帜，每一环代表一个大洲，寓意五大洲团结于奥运精神之下，从此这面旗帜成为现代奥运会的标志。100年后的2012年，五环旗又飘扬在伦敦的蓝天之下。

2012年，葡萄酒在中国已成为新兴的餐桌饮品。作为中国进口葡萄酒行业的先驱，富隆16年来对葡萄酒文化的大力传播，已经将健康、时尚、优雅的现代生活方式带到无数消费者的身边。在她遍及全国的零售店铺中，来自世界五大洲的精品佳酿汇聚一堂，在这个五环旗飘扬的夏天，为人们献上一场精彩纷呈的“葡萄酒奥运会”。





欧洲
巨石庄园红葡萄酒
Chateau Gros Cailou Saint Emilion Grand Cru
法国波尔多，圣达美隆特等园

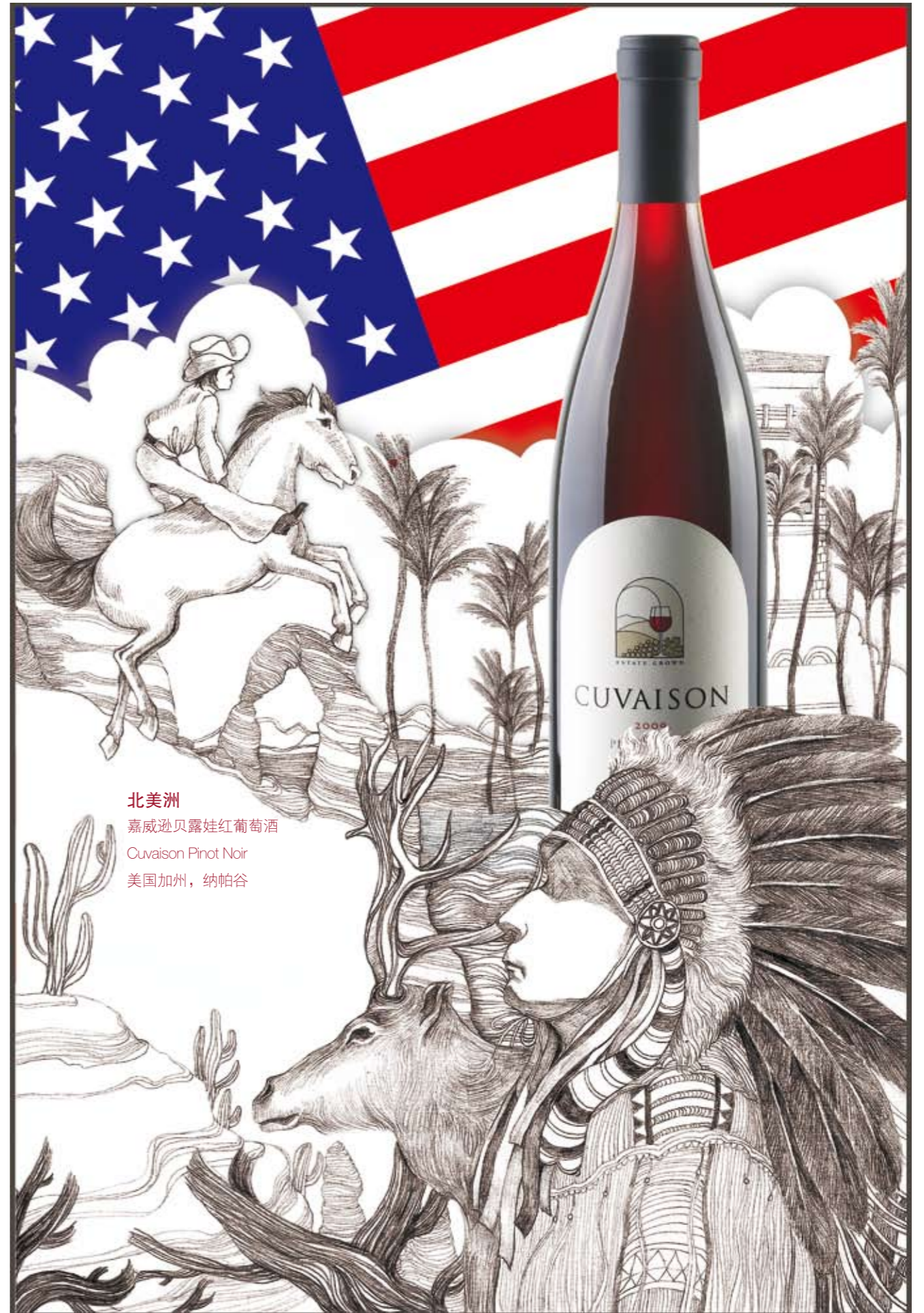


澳洲
豪园礼士顿庄园穗乐仙红葡萄酒
Howard Park Leston Shiraz
西澳大利亚，玛格丽河产区，生态动力学庄园



非洲

乐梦迪穗乐仙红葡萄酒
La Motte Shiraz
南非，西开普区

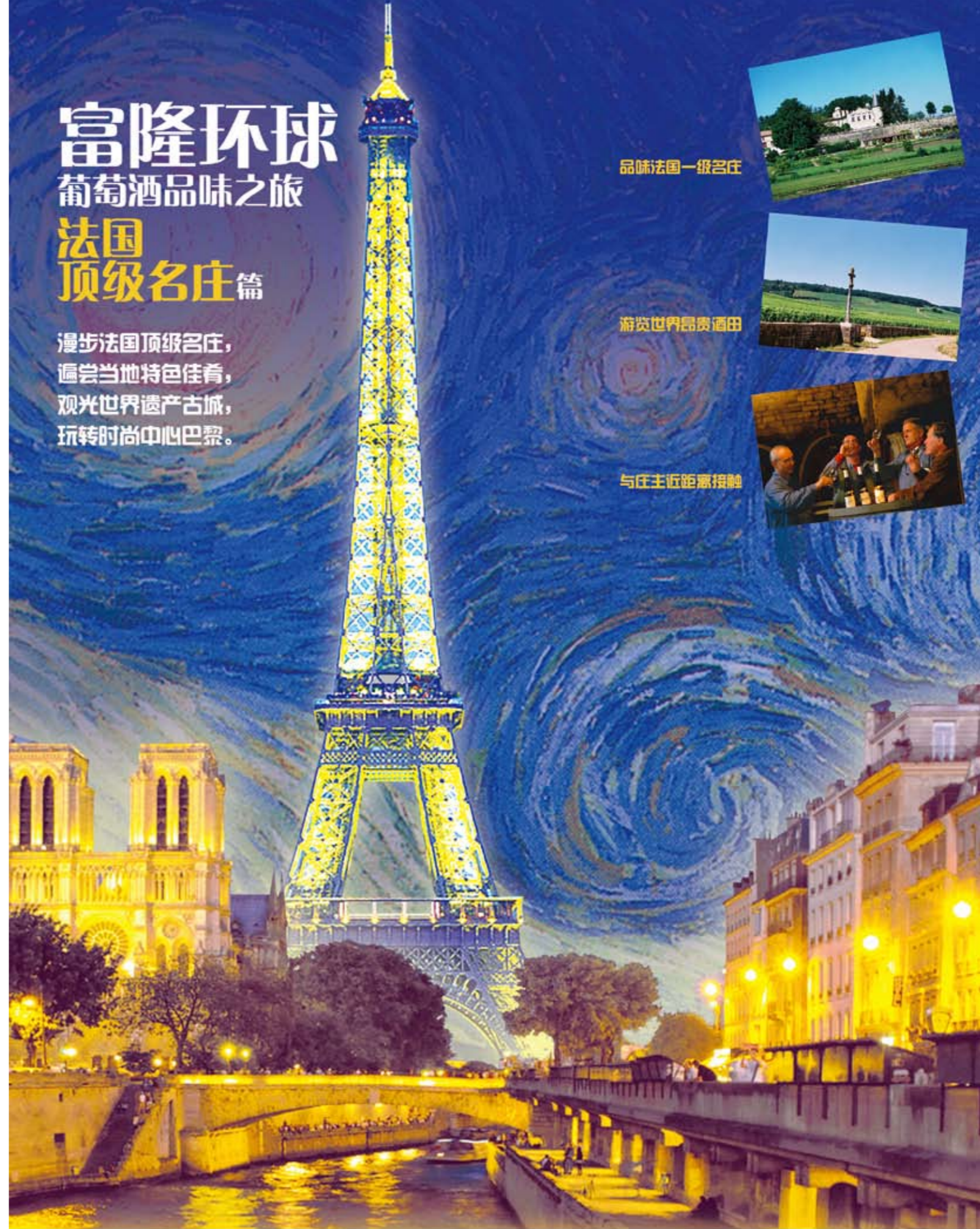


北美洲

嘉威逊贝露娃红葡萄酒
Cuvaison Pinot Noir
美国加州，纳帕谷



南美洲
圣卡罗VSC红酒王
Santa Carolina VSC
智利, 美宝谷



富隆环球 葡萄酒品味之旅 法国 顶级名庄篇

漫步法国顶级名庄，
遍尝当地特色佳肴，
观光世界遗产古城，
玩转时尚中心巴黎。

品味法国一级名庄

游览世界名贵酒庄

与庄主近距离接触

咨询热线: 400 609 0109
报名地址: 广州市先烈中路76号中侨大厦15E
欲了解本次旅游详情, 欢迎浏览 www.aussino.net



DIADEMA
德迈国际





It's Time for Grape Harvest 葡萄成熟的时候

编译/Translator 梁楚瑶 图片/Photo 圣安纳 Santa Ana

葡萄丰收庆典(The Grape Harvest Festival)是门多萨乃至整个阿根廷最重要和最受欢迎的节庆日。在门多萨,葡萄丰收庆典是当地的一种民俗,无论是葡萄园主、酿造或采收葡萄的工人还是普通民众,都因为这个庆典而汇聚一堂。圣安纳酒厂身为阿根廷第三大葡萄酒品牌,化身为庆典的向导,带领读者走进这一重大的葡萄酒的庆典。

作为一个成功的庆典仪式,门多萨的葡萄丰收庆典拥有了广受大众的欢迎的元素:魔术、习俗、希望、典礼、信仰、盛宴、节日……在15天里,这个举世闻名的庆祝仪式为当地人带来一系列多姿多彩的活动。超过50万人前来参加庆典期间的表演、游行、葡萄园古典音乐会、以及在当地希腊剧场开展的闭幕表演。

果实祝福

这是庆典的官方揭幕活动,门多萨的葡萄农会在这一天酬谢他们信奉的圣人保佑他们今年所获得的大丰收。在早期,这个祝福的仪式带有浓厚的圣经色彩,后来延续为庆祝和致敬基督教的圣灵降临节(Pentecost)。在祝福仪式上,酒农答谢神祇带来丰收,他们向葡萄园的守护神卡若蒂娅圣母(Carrodilla Virgin)献上新酒,以祈求当年收成的葡萄能得到圣母的祝福,接着葡萄将会进行酿酒工序的处理,最后,一瓶好酒能否面世,就交给时间以及人们的耐心来决定。果实祝福仪式结束后,人们会带着圣母像游行,每到一家酒庄都会进行朝拜的仪式。圣母像来自于西班牙的阿拉贡(Aragon),每一年圣母都保佑门多萨所有人都能获得大丰收。

在这个神圣的仪式里,如果为守护神奉上一瓶圣安纳至尊酒王¹最合适不过。酒王名为UNANIME,来源于拉丁语,寓意着圣安纳酿酒师团体齐心协力酿造美酒的决心,这一瓶葡萄酒足以向守护葡萄园的神祇证明他们对葡萄的重视和对酿酒的奉献是毫无保留的。

女王巡游和大巡游

夜幕降临宣告着葡萄酒丰收庆典最重要的仪式之一女王巡游即将开始。来自门多萨不同地区的人们高举着旗帜、标语、横幅,用欢呼声和掌声欢迎代表自己家乡的葡萄酒女王和公主。每个地区都会派出一辆马车搭乘女王和公主们,为了能在观众面前以最佳形象出现,马车精心设计,体现了地区的特色以及当地人们的艺术创造力。

女王巡游就好比是预演,正戏必然属于第二天的大巡游,这是葡萄丰收庆典的核心活动。无论是门多萨的人民还是来自世界各地的游客都翘首以待能在白天亲眼目睹各地区女王和公主们的巡游。白天,婀娜多姿的女王和公主登上游行的花车,穿行在门多萨的主干道上为支持他们的民众致谢,花车路过之处总会伴随着热烈的欢呼声和掌声。而当花车经过主看台时,女王和公主们献上新鲜采摘的葡萄、葡萄柚、梨子、葡萄酒,以答谢大自然母亲和人们的辛劳所得。

来自美宝区的葡萄酒女王和公主,让人不禁联想起圣安纳的玛诗歌园系列²。该系列采用单一葡萄园玛诗歌园的葡萄酿造,纯粹而

浓醇,就像巡游里坐在华贵马车上的女王和公主,用最美好的一面向人们展示美宝谷优秀的风土人情。

罗慕洛日表演

整个庆典的高潮,莫过于在门多萨市希腊剧院举办的盛大表演。自从1963年起,门多萨市就已经开始举办这个盛大的庆典。而罗慕洛希腊剧院则是这个庆典落幕表演的舞台。剧院能容纳超过2万名观众,观众们不仅赞叹光与影的奇妙表演,也是他们选出整个庆典的葡萄酒王后的地方。表演非常受欢迎,每一年门票都是早早售罄。而很多买不到票的观众会自发前往剧院旁边的光荣丘(Cerro de la Gloria),从居高临下的山顶观看表演。

在庆典的最后,各种的狂欢和庆祝达到高潮。无论是圣安纳³的单品还是珍藏系列,都是狂欢庆祝的最佳葡萄酒。经过橡木桶陈年的珍藏系列,香气馥郁,口感醇厚,是门多萨葡萄酒产区天时地利人和的最佳佐证;而采用单一葡萄品种酿造的单品系列,口感清新,让饮用者充分体验扎根阿根廷土壤的葡萄品种特色。⁴



Gastronomy Fiesta 美食祭

文/Text 梁楚瑶 图/Photo 酒店餐厅提供

漫长的暑假已经过半,但是国庆与中秋黄金周已经隐约在望,假期为所有的东西都镀上一层闪闪发光的外壳,更何况是本来已经在闪闪发亮的美食。(嗯,起码在各位吃货的眼里应如是。)

在这个夏秋交接之际,正是吃货们放开肚皮,流连忘返在各大酒店、餐厅为老饕们打造的美食祭的最佳时节。

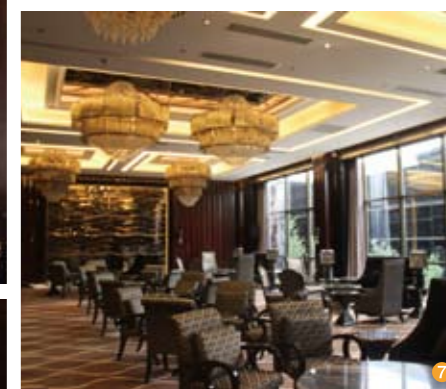
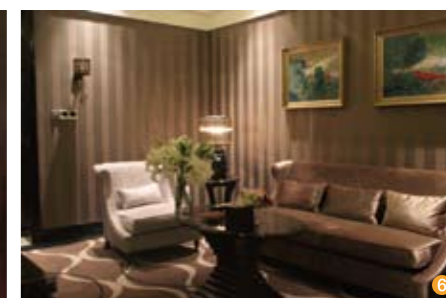
北京:芙蓉豪庭餐饮会所

北京芙蓉豪庭餐饮会所是湖南芙蓉国企业集团有限公司斥资,按白金五星级酒店餐饮标准精心打造的一家中华传统四合院花园式餐饮会所,主营经典湘粤菜式。

这座坐北朝南的三进四合院掩映在郁郁葱葱的曙光公园中,会所“虽由人做,宛自天开”,园林庭院外观大气工整,整洁无瑕,颇有明清风韵;内揽富丽华贵,恢宏博大,尽显汉唐遗风,坐拥得天独厚地势,远离世俗凡尘喧嚣,亲近松涛绿水美景,以健康自然的生态环境成就理想的商务餐饮会所。

南方的温婉融入北方的霸气,随处可见精细。如此佳境,自不可少佳酿美味,相对酌饮。大厨们以芙蓉国16年的餐饮文化沉积,用心打造出让人齿颊留香的湘粤美食。或儒雅淡泊,或清灵幽静,每一个风格各异的包厢,均是儒商雅仕品茗会友、谈家论国的京师绝佳之地。

订座电话: 18910690577



1 2 芙蓉豪庭餐饮会所一期
3 4 5 6 7 8 芙蓉豪庭餐饮会所二期

热销菜式



北京：钻石大酒楼

北京钻石大酒楼（原好世界酒楼）全新装修后，于2007年11月29日隆重试业。酒楼共有35间豪华贵宾厅房，设计新颖，将会客洽谈休息区与进餐宴会厅利用高低错层巧妙独立分开，营造出更适合商务宴请的高雅尊贵气氛。甚至娱乐室、书房、独立卫生间，都一一具备，给客人宾至如归的感受。此外，首层还具备可灵活分割的多功能厅，可接待团体聚会、会议发布、寿筵喜宴等，富丽堂皇、气派万千。

酒楼由香港逾三十年餐饮管理经验的优秀团队精心打造，质量经营。秉承传统粤菜精髓，结合当今国际饮食潮流、时尚健康、推陈出新、精益求精。配合全新美轮美奂的环境，体贴细致的服务，为您呈现出更精彩的美食新境界。

订座电话：(86 10) 6601 7948



热销菜式



天津：Pizza Bianca

近日，一股餐厅新风潮正席卷滨海城市天津。随着天津的经济发展迅速，餐饮业也在不断发展以满足天津食客们的要求。在西方社会日渐流行的精品餐厅概念也逐渐影响了天津人的餐饮消费观，Pizza Bianca正是其中的一员，所谓“精品”，意味着厨师对烹饪技艺的追求，也让厨师不受制约，有足够的自由去实现自己的烹饪理想。

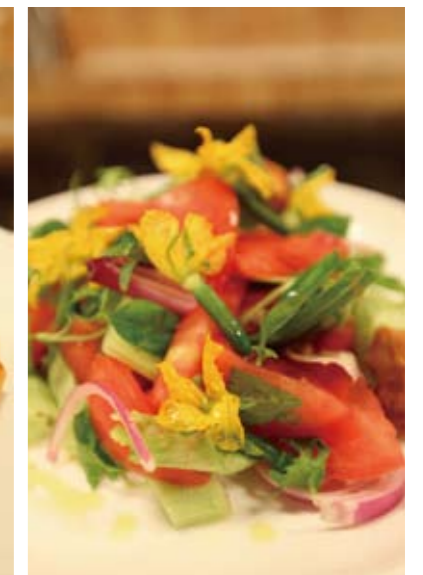
Pizza Bianca的大厨倾注全力把自己的创意和新煮意化为实物。餐厅坐落在一间由不锈钢、亚麻色木材、砖墙构建的建筑物内，这种类工业化大楼的餐厅装饰风格在国外非常流行。目前，Pizza Bianca只提供简约的单品菜单，酒单直接附在后页。尽管是天津的高档餐饮场所，Pizza Bianca从来没有把过多的注意力放在无谓的装饰以及食物原材料，一切从简，用美食旁证设计界的一句名言“简单即复杂”。(Simplicity is sophistication.)

餐厅的总厨曾在上海、悉尼、北京工作，丰富的经验启发了他创造了美国加州风格的意大利菜。在Pizza Bianca，总厨在烹饪每一碟佳肴时运用有限的材料来把食材和佐料的优点最大化。

订座电话：(86 22) 2351 2887



热销菜式



广州富力君悦大酒店

八月，广州正处盛夏，热辣辣的天气最是适合尽情品尝新鲜肥美的生蚝，用海洋的气息扑灭袭人的热浪。自七月起至八月底，广州富力君悦大酒店凯菲厅每逢周一和周二推出进口生蚝自助晚餐。品尝顶级生蚝饕餮盛宴，领略世界美食奢华体验，尽揽花城流光逸彩景致，您的味蕾触感将在一场海鲜盛宴中悦动绽放。

酒店精心挑选来自加拿大摩尔亭生蚝以及澳洲的可芬湾生蚝，两地的水质纯净，受到当地政府和法规严密的保护，绝无污染。一口咬下，深深体验蔓延在口腔里的海洋气息，如海水涌入嘴里的凉意，生蚝的肉质鲜美与丰腴滑嫩，那种清甜甘美的口感，让吃货们欲罢不能，忘却自己置身于燥热无比的钢筋水泥之都。

☎订座电话：(86 20) 8550 8025 或 (86 20) 8550 8026



热销菜式



广州富力丽思卡尔顿酒店

自四月开始，广州富力丽思卡尔顿酒店 FOODS 餐厅全新升级“国际美食主题夜”，将各路国际美食一网打尽，呈现美食新体验。除保留了深受吃货追捧的周四“牛排之夜”，在周五和周六为大家奉上让人垂涎的海鲜大餐。

周五“亚洲海鲜饕餮夜”汇集亚洲海鲜，采用亚洲各国特色的烹饪方式演绎一段色香味俱全的亚洲海鲜美食之旅。周六“国际海鲜夜”精选世界各地生猛海鲜，炮制出龙趸汤、香煎龙虾等，风味十足，让人欲罢不能。觉得不够？FOODS 餐厅还推出周日“生蚝早午餐”，三种不同做法，为食客烹调新鲜空运到穗的澳洲生蚝，佐以血腥玛莉酒（Bloody Mary），为您开启美“蚝”的一天。

FOODS 是广州富力丽思卡尔顿酒店的全天候国际美食舞台，拥有六个开放式的厨房为您呈上“即点即制”的美食，让您在遍尝美味的同时享受一场感观的盛宴。餐厅的气氛和装饰都融入了典型的纽约市集风格，分布于室外和室内餐位高低错落，让您在用餐的同时享受自由自在的别样风情。

☎订座电话：(86 20) 3813 6888



热销菜式



Roasted Meat in Canton Style Gathering with Wines 广东烧腊群英谱

文/Text 梁楚瑶 图/Photo 詹畅轩 特邀嘉宾/Special Guest 艾杉杉 场地/Venue 御口福金殿

若说起粤菜的代言人，烧腊毫无疑问是榜上有名。广式的烧腊随处可见，无论是快餐店10块钱一份的烧鹅碟头饭，还是餐厅里168块钱一只的荔枝木烧鹅，烧腊是广州人日常餐饮必不可少的菜式之一。在早期的时候，烧腊分为“烧”和“腊”：“烧”就是指烧制的肉类如烧肉、叉烧、烧鹅等，“腊”则是指腊肉、腊鸭、腊肠等；但是久而久之，老广们逐渐用“烧腊”统称烧制的肉类。

本期的魅力酒膳，我们来到御口福金殿，采用餐厅精心炮制的四款经典广式烧腊菜式搭配四款葡萄酒，看看用不同口感的葡萄酒与口感偏甜、偏油腻的烧腊搭配是否有惊喜。

参与嘉宾：



艾杉杉

资深杂志编辑，专栏撰稿人，时尚博客团【拾壹罗汉】成员，半业余女酒鬼，钟情美食，迷恋出走，热衷慢生活。



Wolf

自号狼哥，别号葡萄酒怪蜀黍，卖文换酒，留恋饮食男女，热爱广州老城区，常年幻想当个意大利酒农。



澳洲豪园雪当利白葡萄酒
Howard Park -
Chardonnay

本次选用的2007年份的豪园雪当利，尽管已经陈放了5年，该酒的酸度还是让饮家精神为之一振，带有蜜瓜、腰果、矿物质的香气。虽然酸度紧致，但是仍能感受到橡木桶赋予雪当利的奶油般柔滑口感。



蜜汁叉烧
Roasted Pork with Honeyed Sauce

在粤菜里，叉烧既能上演独角戏又可以拍一部拥有多位大角儿的大片：无论是单独一个菜式，还是切丝做小炒王，切粒做炒饭。这款蜜汁叉烧采用上等的梅柳制作，在烧制的过程中加入秘制的蜜汁，外皮焦脆，内里依然香嫩。



这款蜜汁叉烧口感偏甜，相信与很多葡萄酒都不容易搭配。与这一款酸度偏高的雪当利一起，叉烧的甜度降低，酒的酸度也有明显的弱化，算是今天四款酒里面与该款菜式最不犯冲的搭配了。有点小惊喜是经过叉烧“蜜糖炸弹”轰炸过，酒的烤坚果香气反而突显了出来。

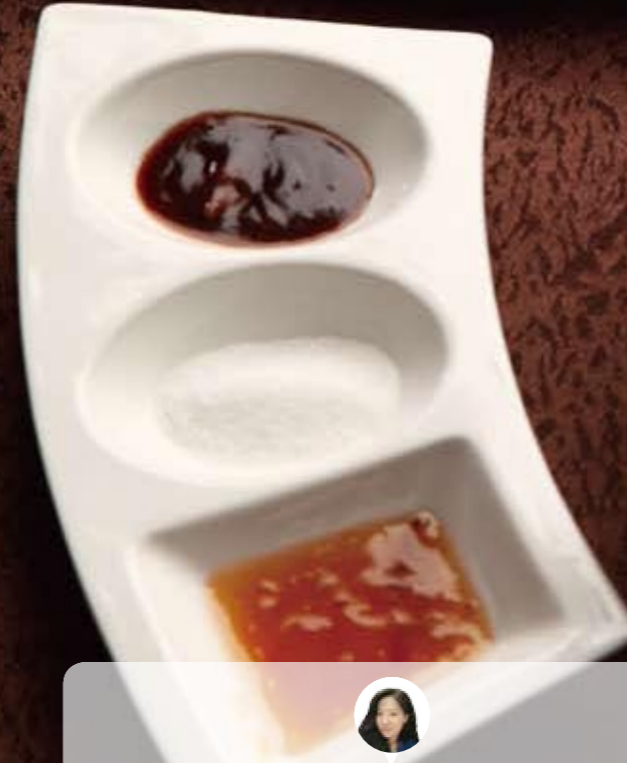


这款菜式绝对是小清新风格葡萄酒的头号杀手，任何酸度紧致的酒与之搭配都会损耗其清新的口感。搭配这款雪当利也会如此的感觉，不过酸度的大幅度降低到迎合了很多不爱酸的吃货，再加上雪当利原本的果香与腰果的香气没有被蜜汁“谋杀”掉，肉质的鲜嫩也没有受到太大的影响。



鸿运金猪仔
Roasted Suckling Pig

在传统的粤菜宴会中，这个菜式称作“乳猪全体”。无论是烧肉还是烤乳猪，广东人赋予他们“红皮赤壮”的吉祥意义，因此无论是生日宴、满月宴、婚宴等都是必不可少的菜肴。这款鸿运金猪仔，讲究烧制的火候，皮脆肉滑，因为采用的是乳猪，所以无论是脂肪还是肌肉都比大猪要薄，既香脆可口又肉香充盈、油香四溢。



乳猪的香脆与浓郁的果香搭配，有点像现在流行的乳猪件配沙拉的口感，酒带出了乳猪烧烤的那股烟熏味，酒的橡木香有所提升。



乳猪香脆的口感令人胃口打开，可惜配上酒之后迅速被较重的酒体所冲散，不过酒液中的橡木气息倒是使烧猪肉的烧烤气息有所提升。

美国威迪酒园珍藏梅乐红葡萄酒
Wente- Crane Ridge Merlot

酒色荡漾着明媚的深宝石红色，入口顺滑，带有丰富的草莓、香草、橡木以及焦糖的香气。余味悠长，是一款果香浓厚单宁顺滑的红葡萄酒。



深井烧鹅皇

Roasted Goose

深井是香港的一个地方名字，因为那里有一家餐厅发明了用炭烧烤鹅的做法而驰名中外，从此但凡用该种方式做烧鹅的餐厅都把自己的烧鹅名为深井烧鹅。优质的烧鹅采用上等的黑棕鹅，肉质厚实，有丰富的皮下脂肪，烧制后烧鹅的皮松化香脆，肉质肥而不腻。



法国图尔斯庄园（丘陵河）白葡萄酒

Ch. Des Tours,

Cotes du Rhone Blanc

金黄色的酒带有桃子、杏子、柑橘的香气，入口后能感受到明显的桃子甜香和矿物的独特气息，口感丰满圆润，后味持久。



这款06年份的图尔斯，感觉上该酒已经过了巅峰期，原本应该是新鲜的桃子杏子香气演变成桃子和杏子腌制的果脯的甜香。与烧鹅搭配后，酒的果香有点“回魂”的感觉，甜度和酸度较为平衡，而烧鹅皮的烟熏味有了明显的扩张。



酒中带有菠萝罐头般浓厚的热带水果气息，与烧鹅的肉香与脂肪的柔腻感不甚搭配，如果用年轻一点年份的图尔斯情况应该会有所改善。

意大利马佳连妮（巴巴拉）红葡萄酒

Marcarini - Barbera D'Alba

这是一款“非主流”的意大利彼尔蒙产区的佳酿；与典型的高酸高单宁相异，这款巴巴拉红葡萄酒果香充盈，带有浓郁的红色水果香气。酒体浑厚，单宁平衡柔滑，香味丰富，有良好的陈年潜力。



脆皮烧鸡

Roasted Chicken

老广有个不成文的习俗“无鸡不成宴”，粤菜也因此发展了多种烹饪鸡的方法，烧鸡就是其中一种。与烧鹅最大的分别是，烧鸡的皮下脂肪比较薄，因此吃起来远没有烧鹅显得油腻，鸡肉紧实，鸡皮香脆，是一道非常有口感的佳肴。



这款葡萄酒本来酸度不算太高，入口柔美，与烧鸡搭配后，鸡肉味道浓郁，鸡油香气在口腔内停留时间更为长久，而酒的果香也消除了肉食的油腻感。一点小瑕疵是酒的单宁会因为鸡肉而显得有点粗糙。



风格柔合的酒看来确实是易于配餐，这款巴巴拉并没有因为对手是白肉而把对方击倒，鸡肉并没有因为酒而显得柴而粗糙，酒液中的果香与脆脆的鸡皮相配效果很有趣，酒的甜度有所提高。



Taste of First Love 谁是你的初恋?

文/Text 林瑞丰

还记得,你记忆中初恋的他/她,给你带来的是甜蜜还是苦涩?

记得在《大内密探零零发》中,周星驰关于品尝葡萄酒的解释:“让酒在甜跟苦的味蕾之间徘徊,先甜后苦,亦苦亦甜,就像初恋的感觉一样。”对于他来说,葡萄酒,像初恋。

在现实中,初恋的到来总是突如其来,让人措手不及。你无法知道:何时,何地,拨动你心弦的是谁,也猜测不了这次没法预料的袭击,最终给你带来什么样的感觉。幸好,在葡萄酒世界中,第一次遇见的“它”,是可以为自己或者为别人挑选的。下面,就仔细看看你心目中完美的初恋情人是谁吧!

温情

温馨浪漫的初恋,是每对恋爱男女都期待的。如果你想要的是这种温情,那你所需要的是那些代表温暖的葡萄酒。

果香四溢的澳大利亚葡萄酒,就是这种温暖的代表。来自阳光明媚的南半球,澳大利亚出产的葡萄酒饱满浓郁,果香甜美。特别是巴罗莎谷(Barossa Valley)和麦罗仑谷(McLaren Vale)的穗乐仙(Shiraz)红葡萄酒,是一个阳光下的产地与阳光下的品种的完美结晶。被誉为“瓶装的阳光”和“果香炸弹”的葡萄酒,开瓶伊始,果香就迫不及待地想与你拥抱。厚重感的酒体带来温热饱满的口感,当这在舌尖上流淌的酒液顺着喉咙滑下的时候,温暖的感觉更从唇齿间流进心里。在冬日的下午,晒着太阳,轻抿一口浓郁的红酒,让酒液化作身体内的温暖,不正如情人怀抱内那一刻温存的感觉吗?

面对这来自地球背面的温馨,应该没有谁不心动的吧?难怪,国内葡萄酒饮家的酒柜中,无论是入门的爱好者还是经验丰富的品尝家,都总会有澳大利亚葡萄酒的身影存在。



平淡

有人说,平平淡淡才是真,再璀璨绚丽的爱情最后总会回归真实。所以,越有经历的人,越对平淡如水却又不会被时间的冲刷而变色的爱情情有独钟。把这种平淡朴实的爱情观贯彻到初恋中,虽属少见,但也绝非奇事。对于这种人,平衡淡雅的葡萄酒将会是他们的最爱。

平衡淡雅,正是法国布根地(Burgundy)葡萄酒的显著特点。没有太深浓的颜色,没有很浓郁的香气,没有太强烈的口感,一切都需要细细地用心品味,就如那可以一辈子延续的爱情,不浮夸却真实。也正是因为这份平淡,布根地不朽的酿酒传统才可以从公元前二世纪一直延续到现在。它最尊贵的贝露娃(Pinot Noir)红葡萄酒和最负盛名的干型白葡萄酒——雪当利(Chardonnay)白葡萄酒都一直让酒客们趋之若鹜。

无怪乎许多资深饮家在尝遍全世界各种风格的葡萄酒后,最后还是选择布根地的葡萄酒。窥探内里原因,应该就是这种平淡最终吸引了他们。初次接触葡萄酒就品尝布根地的高贵平淡?说不定那才是可以从一而终的恋爱康庄大道。



甜蜜

作为情场上的新手，在你遇见你的梦中人之前，想象中的爱情总是甜蜜的吧？想领略爱情的甜蜜与缠绵？甜酒（Sweet wine）就是你最合适的对象。

甜蜜，总是难得。一如《葡萄成熟时》中的歌词：“……你要静候 再静候，就算失收 始终要守……”。甜酒的生产，也是在漫长的等待中，耐心地守候出来的，就如贵腐甜酒（botrytis wine）、冰酒（ice wine）^①与钵酒（Port）。

贵腐甜酒，只有在大自然的恩赐下，贵腐霉与葡萄果实成功结合，才可以诞生出葡萄酒王者。酿酒葡萄成熟后还需要继续在葡萄园内挂枝，沾染贵腐霉菌，在霉菌与阳光雨露的共同作用下失水，变成葡萄干，最后采摘，榨汁酿酒。在那通常长达三个月的挂枝时间里，天气的突变，动物的啄食，病害的发生都会让葡萄的收成受到重大威胁，能够成功达到合适采摘状态的葡萄已经十不存二。更加上干萎的葡萄所能榨出来的汁液非常稀少，在某些年份，平均每7棵葡萄树才可以酿造出一瓶贵腐甜白葡萄酒，可见这酒得来不易。自然回馈给这漫长等候的就是那色泽金黄，花香、果香、蜂蜜香气四溢，甜美感觉无与伦比的“滴滴黄金”。三个月的默默守候，时刻承担着失收的风险，此等甜蜜，可谓来之不易。

可以与贵腐甜酒相媲美的，莫过于在风雪中诞生的冰酒了。葡萄农需要经历与等待贵腐甜酒相似的长时间守候，等到葡萄被冬天零下7摄氏度低温所笼罩的时候才去进行采摘。葡萄果实中大部分的水分早已凝结成冰晶，剩余的少量水分在各种被浓缩的糖，酸和香气物质的帮助下躲过了结成冰晶的宿命，并在酿制过程中被榨取出来，最后酿制成为浓郁、甜美的冰酒。相比起要在霉菌和橡木桶的帮助下酿制出来的贵腐甜酒，冰酒的复杂度略逊一筹，却胜在纯净，不愧为葡萄酒中的贵族。漫长等待后的甜美，是最值得期待的。

如果你需要的甜蜜，是那种融化在甜蜜之中的炽烈热情，那么，葡萄牙的钵酒就是最能让你心动的选择。通过酿制过程中加入的白兰地，钵酒的发酵被终止，从而在酒中残留下大量的天然糖分以及超越平常葡萄酒的酒精度。想要品尝到钵酒的甜美与浓烈，却还要等待她在橡木桶中进行的漫长陈年。这种最高可长达上百年的沉睡，使钵酒的甜美与灼热更有深度，可以久久在口腔中萦绕，并长存心间。

贵腐葡萄酒、冰酒和钵酒，这些珍稀也同时让人倍感珍惜的甜蜜，是最最让情场新手痴迷的，对各位爱浪漫女士的吸引力更是其他葡萄酒所无法比拟。



注释：

① 酿制贵腐甜酒和冰酒时，都是通过去除葡萄中的水分，使葡萄的糖含量上升到一个较高的程度，以致在发酵完毕之后葡萄酒中会残留下较多的残余糖，令酒带有甜味。

以甜美口感著称的德国葡萄酒，它的葡萄酒评级就是根据酿酒葡萄的含糖量来区分的：

优质产区酒级别	法定最小糖含量不同葡萄品种和产区有相应的标准	
Kabinett一般葡萄酒	67~82° Oe	约17%~22%
Spätlese晚摘葡萄酒	76~90° Oe	约20%~23.5%
Auslese串选葡萄酒	83~100° Oe	约22%~26%
Beerenauslese / Eiswein 精选贵腐霉葡萄酒 / 冰酒	110~128° Oe	约28.5%~33%
Trockenbeerenauslese 精选干颗粒贵腐霉葡萄酒	150~154° Oe	约38.5%

当葡萄酒残余糖的含量>45g/L即4.5%时，即可定义为甜酒。贵腐甜酒及冰酒通常可达200克/升以上。

② 实际上，绝大多数葡萄酒在达到它陈年的最佳年限前已经被消耗，这也是为什么陈年的顶级葡萄酒通常只是会在拍卖会上现身的原因。



苦涩

L'amour est la chose la plus douce et la plus amère.——爱情最甜蜜，也最苦涩。


甜蜜，到最后可能就化成了苦涩。而爱情之苦，在时间的冲刷后，最终会化成宝贵的回忆，使人终生难忘。在文人笔下也化作传颂千年的宝贵墨宝：“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”，这是苦恋；“相思相见知何日，此时此夜难为情”，乃是相思；“执手相看泪眼，竟无语凝噎”，是生离；“十年生死两茫茫，不思量，自难忘”，是死别。

爱情的苦涩常在时间中酝酿，葡萄酒的苦涩也需要时间来升华。若要品尝使人觉得口感苦涩，但是又回味无穷的葡萄酒，就莫过于波尔多（Bordeaux）那诸多的列级名庄和意大利彼尔蒙（Piedmont）、托斯卡纳(Tuscany)的名贵葡萄酒了。

法国波尔多左岸，一个传奇性的葡萄酒产地，催生了1855列级名庄和格拉芙列级名庄等等对葡萄酒品质论资排辈的官方评定。很多国内饮家初次接触的葡萄酒就是这些喝上去涩味浓重的酒界“明星”。酒中充沛的单宁，带来的口感上的苦涩，也给它带来陈年的潜力。通过漫长而煎熬的等候^②，酒中的单宁被氧气慢慢地驯服，失去它的侵略性，而瓶中的果香也被氧气催化成难以用语

言描述的复杂香气。最后这些顶级葡萄酒可以凭借他们复杂的香气，顺滑的口感，悠长的余味风靡世界，使人毕生难忘。

与波尔多的葡萄酒相类似，年轻时，意大利彼尔蒙和托斯卡纳名贵葡萄酒也有类似的苦涩特性。相比起波尔多通过使用橡木桶来增加单宁以便陈年，意大利的葡萄酒更喜欢把葡萄皮中原有的单宁贪婪地萃取出来，也因而带来难以下咽的苦涩。此外，意大利葡萄酒一直以高酸度作为它的灵魂。高酸加上高丹宁，也难怪意大利葡萄酒那么让人难以靠近。不过，给点耐心，让它在酒窖黑暗凉快的环境中在酒瓶里慢慢地成长，你所收获到的，是酸涩平衡，香气复杂多变，给你不断带来惊喜的葡萄美酒。这种不断的惊喜，是意大利葡萄酒令人贪恋杯中物的魅力所在，也是让人最难忘的特质。

初次品酒就品尝这些苦涩型的葡萄酒，难免会打破对葡萄酒的想象，恐怕以后对所有的葡萄酒都会觉得抗拒。就如在初恋中被深深地伤害后，以后对爱情再次伸手时就会迟疑不定。对于这些苦涩型的葡萄酒，在达到适饮期前的过早品尝会让这苦涩感更为明显。不知道这是否就像有关“早恋”无益的争论呢？不过，一旦你能够耐心等待，待到这些葡萄酒的潜力得到绽放，那种苦尽甘来的意境，可谓回味无穷。

温情、平淡、甜蜜和苦涩，谁是你想要的微醺初恋对象呢？

How to Taste A Cigar 激情燃烧的品味

文/Text 陈耀明 插画/illustration Kelp



雪茄的声音

在1959年第31届奥斯卡赢得9项大奖的经典影片《琪琪》(Gigi)，直到今天仍不失为一部值得推荐的礼仪教学片。在这部以20世纪初的巴黎为背景的电影中，琪琪的姨妈阿莉西娅是一位优雅而势利的交际花，她一心想把调皮任性的“巴黎版小燕子”琪琪调教成上流社会的窈窕淑女，整天给琪琪上礼仪课，包括穿衣打扮、坐姿、步态、跳交谊舞、进餐、品酒、喝咖啡，乃至鉴赏珠宝和雪茄。琪琪有一次不耐烦地说：“可是我不抽烟雪茄呀！”姨妈教训道：“你当然不会抽，但男人要你懂雪茄！我教你每种知识都是有理由的。”

却说有一天，姨妈给琪琪上完品酒课之后，接着又上雪茄课。她翘着优雅的兰花指，从管家递上的雪茄盒中拿起一支雪茄，用拇指和食指捏着雪茄给琪琪示范：先是把雪茄放到鼻孔底下，左右拉动着闻了闻；然后又把雪茄举到耳旁，用拇指和食指娴熟地搓动着，并且歪起脑袋侧耳聆听……



能听出什么名堂来？琪琪的姨妈没有解释。有一种流行的说法是：搓动雪茄时，如果听不到起皱的杂音，说明雪茄比较新鲜，同时也可以表明储藏条件完美、雪茄状态良好。不过，英国雪茄评论家安瓦尔·巴蒂 (Anwer Bati) 在《雪茄鉴赏手册》一书中指出：“此法令人不屑，这根本就不能告诉你雪茄的品质。”美国《雪茄》季刊2008年春季号也曾发表德鲁庄园雪茄 (Drew Estate) 总裁史蒂夫·萨卡 (Steve Saka) 的专栏文章指出：“不要把雪茄放到耳旁搓动着去听它的声音，因为所有的雪茄都会有起皱的杂音，即使保有完美的水分。所以，这样做只会让你看上去很傻。”

按照上述论断，听雪茄其实和闻软木塞一样，很可能是一种“装逼”行为。而且，一不留神，很可能会像琪琪一样把雪茄折断，反倒弄巧成拙。



雪茄的外观

那么，当我们拿一支雪茄，在尚未点燃的时候，如何判断它的品质呢？就像葡萄酒一样，我们可以通过外观去判断。雪茄的外观，可以调动视觉、触觉和嗅觉去进行综合分析。视觉：包叶(外卷烟叶)应当具有油亮的光泽，纹理清晰但叶脉不突出，质地光滑细腻如丝绸一般。另外，从包叶的颜色也可以判断大致的味道，包叶颜色主要归类为7种：青褐色 (Double Claro, 美国市场精选)、黄褐色 (Claro)、茶褐色 (Colorado-Claro)、红棕色 (Colorado, 英国市场精选)、棕褐色 (Colorado-Maduro)、深褐色 (Maduro, 西班牙市场精选)、近黑色 (Oscuro)，颜色越深，味道越浓。



触觉：用拇指和食指轻轻地捏一捏烟身（主要集中在烟身底端、中段和烟标附近），如果感觉到密度均匀并富有弹性，那就没什么问题。如果过分坚硬，说明茄芯太紧实；如果过分柔软，说明茄芯不扎实。这两种情况都意味着卷制手工不过关，这样的雪茄也不可能有上乘的品质。

嗅觉：就像琪琪的姨妈那样，把雪茄放到鼻孔底下闻一闻，通过包叶表面和底端开口，大致领略一下这支雪茄的风味。点燃之前的闻，或许可以比作对葡萄酒在静止状态下的闻；点燃之后从烟雾中闻到的香气，或许相当于旋转酒杯之后的闻。不过，在雪茄词典里，点燃之前所散发的香气叫做“醇香” (Bouquet)，燃烧时弥漫的香气则叫做“芳香” (Aroma)。



雪茄的品尝

至于对一支雪茄的总体品尝评价，雪茄评论网站 (<http://www.cigar-reviews.com>) 的百分制评分系统结构为：外观和手感占20分，味道和香气占40分，燃烧的一致性占30分，额外奖分10分。雪茄评论网站在2009年建立了一种品尝笔记格式，雪茄爱好者可以按照统一格式上传自己的品尝笔记，记录项目包括以下版块：


- 雪茄资料：品名（名称、规格、包装），强度（通常分为5种类型：温和、中等温和、中等、中等浓郁、浓郁），价格（包括购买地点和时间、购买时的雪茄陈年时间）。
- 产地：生产国，包叶产地，卷叶产地，芯叶产地。
- 品尝背景：食物（有无搭配及何种食物），饮品（有无搭配及何种饮品），切割雪茄帽的刀具类型，点燃雪茄的工具（比如打火机的品名及燃气类型）。
- 概貌：外观，叶脉的存在性，湿度，通气性（吸烟的顺畅性）。
- 状态：手感，质地（油性或干燥），雪茄帽的切割容易程度及切割后的质感，点燃前的风味。
- 动态（风味演变和燃烧表现）：点燃初始时段，前三分之一段，中间三分之一段，后三分之一段。

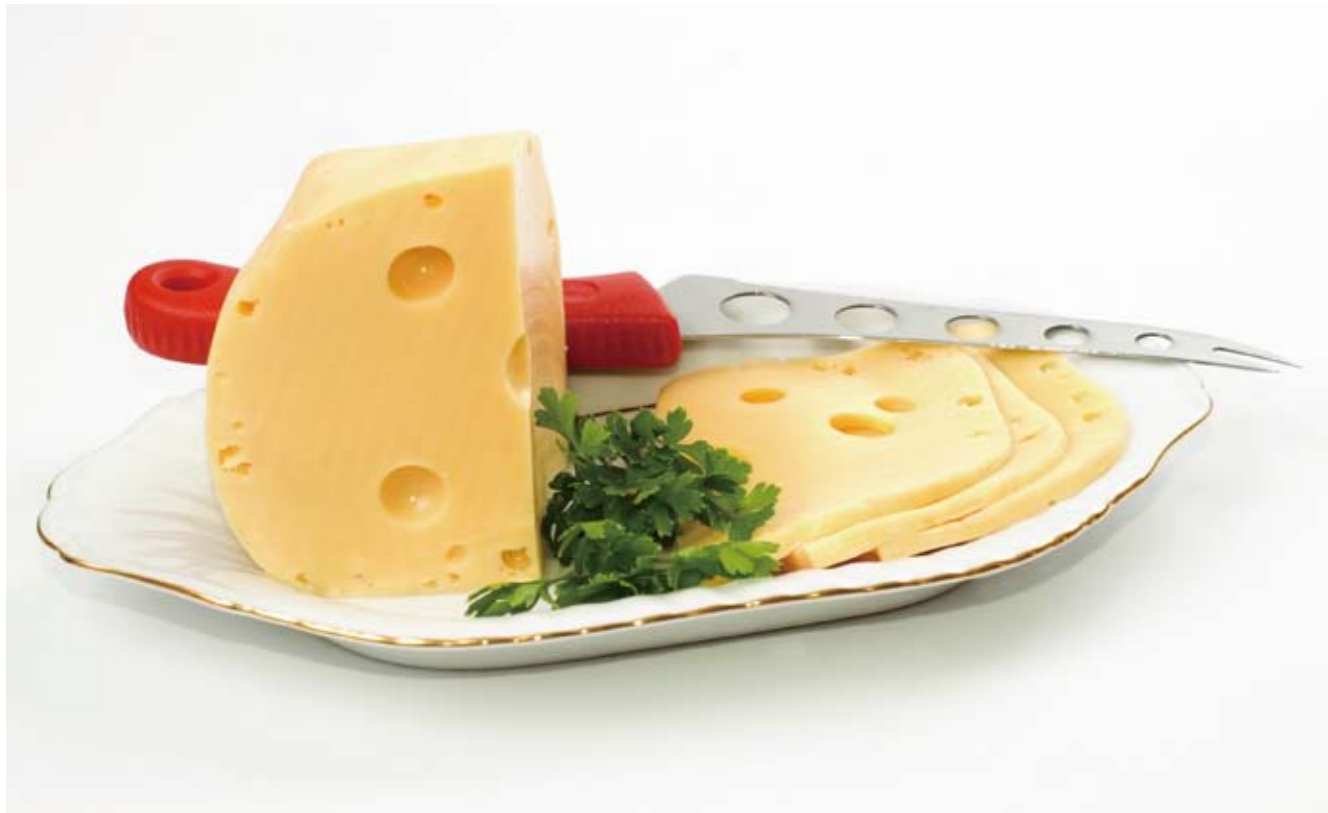


俄罗斯《雪茄家族》杂志 (*Cigar Clan*) 的评论虽然不打分，但品尝笔记的格式更加合理和简约，记录项目包括以下版块：

- 外观：包叶的颜色，包叶的质地，卷制水平。
- 点燃前的香气和味道。
- 点燃后的香气和味道。
- 燃烧特性：燃烧部分的形状，通气性，烟灰的颜色，烟灰的结构。
- 动态：前三分之一段，中间三分之一段，后三分之一段。
- 总体印象。
- 吸烟的持续时间。
- 产品信息：产地（包叶产地，卷叶产地，芯叶产地），强度，规格（环径和长度）。



我们可以结合这两种品尝笔记的格式，掌握品尝雪茄的基本要领。不过，浏览雪茄评论网站和《雪茄家族》杂志的品尝笔记，整体感觉都属于技术派，近乎于物理学意义上的测量。相比之下，美国《雪茄爱好者》杂志 (*Cigar Aficionado*) 的品尝笔记更接近于葡萄酒评论，甚至具有一定的文学色彩，且看詹姆斯·萨克林 (James Suckling) 在2010年对他给予92分的1994年份Hoyo de Monterrey Le Hoyo du Depute的评价：“这虽然不是‘重磅炸弹’型雪茄，但娇小而苗条的烟身洋溢着华丽的焙炒咖啡和胡椒的气息。口感丰满而强劲。它承载着丰富的味道，同时仍保持微妙的性感。”再看看主编马文·夏肯 (Marvin R. Shanken) 去年对他给予100分的1956年份H. Upmann No.120的评价：“这不是一支雪茄，而是一个美梦。这支具有55年历史的雪茄，有着完美的平衡感和顺畅性，余韵带有丰富的肉豆蔻的香气和一丝肉桂的味道。一支真正卓越的血茄！”



Ode to Cheese 奶酪颂（上篇）

文/Text 梁楚瑶

如果您与笔者一样都是80后的一代，相信或多或少都曾接触过一部美国的卡通片《猫和老鼠》。笔者小时候观看这套卡通片，总是很好奇为什么一头老鼠和一只猫会为了一块满是孔洞的黄色三角形（有时候是圆形）的物体大打出手。后来才知道，原来这是奶酪。



在粤港澳地区，奶酪还称为芝士，这是音译奶酪英语Cheese而得来的。可别小看这些或白或黄、或块状或片状的食材，它可是欧美饮食文化的基础之一。本期，笔者将为读者带来一曲飘着奶香的奶酪颂。

从胃而来的美味

这个“重口味”的标题道出了奶酪最初的来源：反刍动物的胃。公元前4000年古撒哈拉草原上，游牧民族使用反刍动物的胃做盛装牛奶、羊奶等的器皿。反刍动物的胃会分泌一种凝乳酶，与奶结合后发生凝固现象，这就是奶酪最初的形态。相比牛奶，这种凝固的奶制品存放的时间更为长久，奶酪的制造得以流传和散播。

直到后来到了古埃及、苏美尔等古文明时期，奶制品制造业已经有了明确的记载，奶酪也成了日常生活的一部分。到了古希腊，

奶酪制作已经遍及欧洲，根据古罗马著名历史学家老普林尼的记载，在罗马帝国成立初期，奶酪制作技术已经非常复杂，高品质的奶酪销往罗马帝国各处以满足罗马社会精英的需求。

奶酪富含蛋白质、脂肪、钙、磷。易携带，保存时间长。牛奶、水牛奶、山羊奶、绵羊奶都是理想的奶酪原料。第一步是在奶中加入发酵剂菌（或者是醋、柠檬汁等酸性物质）以及凝乳酶将奶酸化，这样就会分离出奶酪凝块（curd）以及液态的乳清（whey）。发酵剂菌把乳糖转化为乳酸，这些细菌（以及其产



生的酶）不仅是酸化的原料，更是陈年奶酪发展香味的重要“推手”。我们经常看到一些带孔洞的奶酪，就是发酵剂菌在陈年过程中产生的二氧化碳气泡。

酸化过程结束后，奶酪呈现湿润的胶状。一些质地柔软的奶酪只需滤干水分，加盐就可以进行包装。而质地坚硬的奶酪则要加至35~55° C，进一步从奶酪凝块中分离乳清，这一过程同时会改变奶酪的口感，影响了奶酪里的细菌培养以及奶的化学成分。

随后会为奶酪加盐——除了给奶酪添加咸味，盐分还能保质、祛湿、通过与奶酪中的蛋白质发生作用而硬化奶酪的结构。加盐后，不同的奶酪会经过各自的加工程序，例如著名的意大利莫索里拉奶酪（Mozzarella），奶酪凝块会放在热水中延伸和揉捏，使其带有纤维状的质感。

最后，奶酪凝块会放进模具中按压成型，在这过程中更多的水分进一步被排出，而这些模具也有因应的设计排走多余的水分，从而使奶酪进一步硬化。

奶酪如此多娇，引无数吃货尽折腰

奶酪的品种多不胜数。原材料的质感、是否采用巴斯德灭菌法、乳脂的含量、细菌含量、制作工序、陈年时间等因素造就了不同的口味和风格的奶酪。某些种类的奶酪在制作过程中会添加香草、香料或经过烟熏的工序增香，部分奶酪会直接添加黑胡椒、大蒜、香葱等。

根据国际奶制品联盟，世界大概有500种的奶酪。奶酪品种划分的标准有多个，例如陈年时间长度、质地、制作方法、脂肪含量、动物奶种类、原产国/区域等等。这些标准可以单独或多个叠加使

用。最传统也是最普遍的法就是根据湿度判断，然后进一步地根据奶酪的脂肪含量、固化、成熟的程度区分。

湿度：奶酪凝块在压模的时候因为压力有差异而导致不同奶酪品种之间湿度不一样，从而造成奶酪的口感有硬和软之分，而奶酪陈年的时间长短也会影响口感。这一种分类的方法最为普遍，但是欠缺精准。按照奶酪湿度差异可笼统分为软奶酪、半软奶酪、半硬奶酪、硬奶酪几个类别。

新鲜、乳清、凝乳奶酪：该类别奶酪划分的标准它们新鲜度。新鲜奶酪只是经过最简单的加工：凝固和排水。乳清奶酪其实也是新鲜奶酪的一种，原材料是酸化步骤中分离出来的乳清。新鲜凝酪则是经过了热水处理。名曰新鲜，这一大类的奶酪都没有添加防腐剂，因此只能存放数天。

奶源：还有一种常见的分类方式是根据制作奶酪的原材料或者根据添加的脂肪含量而分。尽管世界上大部分可大批量供应的奶酪都是用牛奶制作，但是也有很多是以山羊或绵羊奶为原材料。

未完待续：下一期，我们将介绍来自不同国家的著名奶酪品种。👉



Birth of "Aussino Cup" 首届“富隆杯”助推当代艺术

文/Text Quin

油画、雕塑是视觉上的艺术，葡萄酒是味蕾上的艺术。通过“富隆杯”当代艺术院校大学生年度提名展，我们将两种艺术相结合，做到艺术形式之间的共融。

——富隆酒业总裁



葡萄酒本身就是艺术，艺术品和葡萄酒一样，都是有生命的。而艺术院校大学生团体，正像刚刚醇熟的葡萄酒，等待着爱酒人士的发现，惊艳于世。他们如今的艺术展现力预示着未来的艺术内容发展方向。因此，富隆倾心支持本次展览，本着关怀及支持祖国的文化艺术事业发展的愿景，参与到“当代艺术院校大学生年度提名展”中。

“2012之舟：‘富隆杯’当代艺术院校大学生年度提名展”的众多大奖得主从133名入围青年艺术家中脱颖而出！本届“大

学生提名展”的学院奖桂冠由中央美术学院张一凡的作品《大象系列》摘得。此外还颁出金奖3名，银奖6名，铜奖12名以及优秀奖17名，以及多名艺术家奖项。

这些作品涵盖中国画、油画、版画、雕塑、综合材料、装置、摄影、影像、跨媒体艺术作品等，充分体现出“大学生提名展”不以艺术媒介为限，着重于大学生艺术作品艺术感染力与创造力呈现的评选标准。



本年度提名展评委团队合影

获奖作品：

张一凡 大象系列

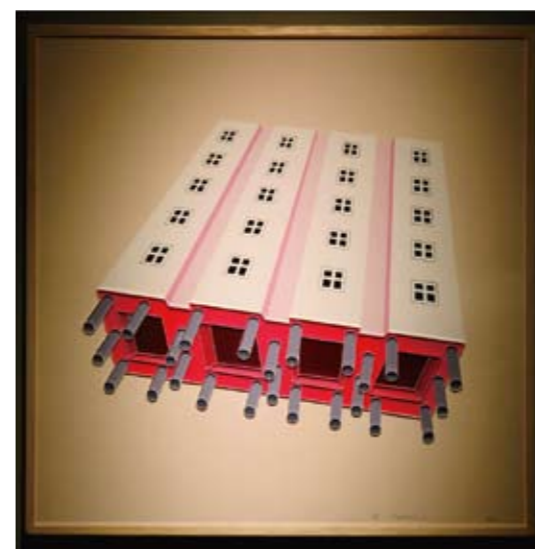
数码版画，亚克力激光雕刻

2012 中央美术学院

学院奖



“大象”来自英国谚语“屋里的大象”，隐喻视而不见的危险。作品介绍的社会公共事件（此岸发生）是尴尬荒诞和令人伤痛的，即“生活遭遇的挫折”，和人一样，生活会遭遇困境和挫折，也和人一样，生活在付出巨大的代价之后会有缓慢的进步（彼岸希望）。所以我用一种看上去不沉重而且漂亮的方式记录这个以前没有以后也不会有的特殊时代，当时过境迁，这便是我讲述历史的方式：透过看上去的美好，了解背后的残酷与重创。



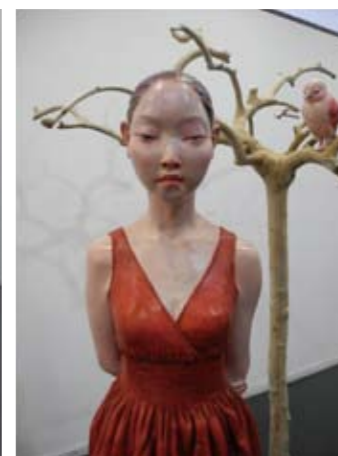


张贺 红色给予
布面油彩
2012 鲁迅美术学院
金奖

血液，生命的符号，激情澎湃而鲜活！水泥般的枯树根：僵死而陌生……黑白灰！人类，我感觉不到温度的存在，在冰冷中，早已逝去了本质的天性。生命冻结，直到死去，无声无息……我们看到树木似乎有一些亲切感，它的存在，渐渐替代我的需求。人类需求什么？生命和死亡是什么？我能《给予》什么！

马灵丽 时间写的诗
绢本设色
2012 四川美术学院
金奖

作品共分为5幅，依次顺序：第一幅绢面上为一片草地，墙面投影为一棵大树；第二幅绢面上为一片树林墙面投影为几朵云；第三幅绢面上为一栋比利时的老房子，墙面投影为马格里特自画像中的背影；第四幅绢面上为一头未长鹿角的小鹿，墙面投影为一头长有树枝般鹿角的公鹿；第五幅绢面上为一片蓝天几朵白云，墙面投影为兰波的一首手写法文诗《长夜》。

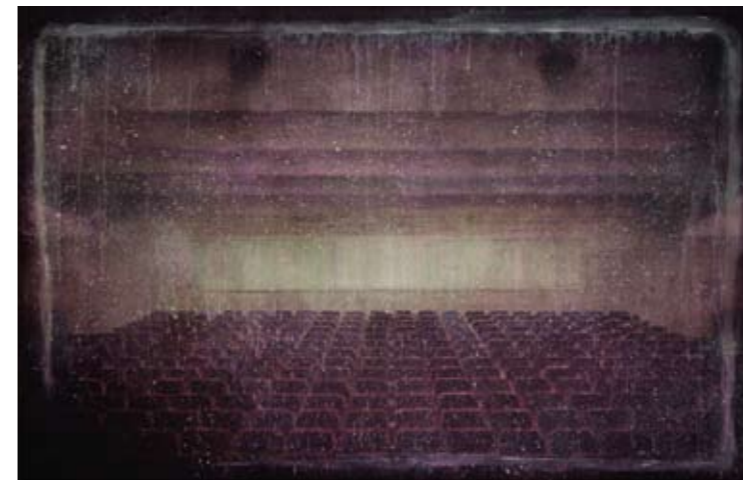


冯珊 “她”的故事
雕塑，树脂、木
2012 天津美术学院
金奖

“红鞋”可理解为一个“诱惑”的符号。而这诱惑，不仅仅包括虚荣、欲望和奢侈。其实红鞋开始是一种善的凝结。但随着主人公对于鞋子的迷恋甚至狂热，这种善的标志，就异化为一种恶，从她的生活工具变为她的奴役力量，反过来控制她、奴役她、异化她，最终她被异己的鞋子所控制，失去了双脚。

夏宏飞 大电影之一
布面油彩
2011 中国美术学院
银奖

我用这种手法创作作品就是从这张开始的，就是因为在看电影的时候会因卡住而出现更模糊的马赛克形式。看了很多用这种手法的画家大多数都是用马赛克来表现一个特写。而我就是要这种手法表现一个场景，选这种旧香港电影题材是因为八九十年代的香港电影对我们这代人造成影响是不可忽略的。



何治东 放映厅
布面油彩
2012 四川美术学院
铜奖

在我的这组作品中，我描绘的是一组当下的与我们周遭的生活息息相关的一些室内场景。我关注的不仅仅是一种物是人非的冷酷现场，而更多的是想表达这些场景与当下的人、社会、政治、文化之间的关联性。



陈果 壬辰·丙
布面油彩
2012 清华大学美术学院
银奖

通过几件已经或即将退出历史舞台的传统常用物件，暗示我们对传统文化的随便态度。也是对当今经济快速发展的同时道德失落人性冷漠的一种质疑。



钟鸣峰 一月一日晨
布面油彩
2012 中央美术学院
铜奖

寻找着荒唐里仅有的哪怕只有那么一点的光亮。



王霄 Soft Stone、Sunset Silk
木刻水印
2012 中央美术学院
铜奖

作品试图去阐释一种虚幻表述所产生的朦胧感、模糊感。这样一个所谓的“真实的故事”，每一幕片段式的图像都有独立而简约的称谓。画在似与不似之间最妙，虚幻有时比现实更真实，这个“真实的故事”，给人以更多幻想和回味的空间。轻松的画面背后，是我想要到达的纯净自由领地，只有在这里，时空、情感、记忆才能自由、诗意地流淌，现实与超现实混合的虚幻世界，超越真实而存在。



伍伟 增减系列——隐遁之兽（2）
雕塑与装置
2012中央美术学院
铜奖

作者从对纸所能够承载的材性、样态和信息着手，通过对纸质材料的重构、编排与制作，给我们展示着对当今信息社会的一种反思，透射出一种新的想象空间，构建了一种新的连续性、可读性和可视性，在我们的直觉中引发一种新的存在。



《富隆杯》艺术展颁奖盛典

2012年7月18日，由今日美术馆主办，富隆酒业冠名赞助的“2012之舟：‘富隆杯’当代艺术院校大学生年度提名展”颁奖典礼在北京今日美术馆隆重举行。

本次“富隆杯”当代艺术院校大学生提名展有三个特点：一是作品丰富。本次展览收到了全球300余所艺术院校3000余学生的万余幅报名作品，其中145名艺术家入围。这些作品于7月13日开始展出，评委在15日前陆续在开放的展厅中，参观展览，并评选作品，使评选过程真正做到了评审的公正透明。二是国内外专业

院校的推广支持。天津美术学院首次出任“大学生提名展”的主宾校。同时，伦敦艺术大学作为海外主宾校，与组委会一起面向海外推广“大学生提名展”，向全球征集此次展览的参赛作品，推动该展览走向国际。三是实力强大的评委团队。这些评委包括了当代艺术领域最活跃、最具专业能力的策展人、评论家、艺术家、艺术媒体人、艺术机构管理者、艺术院校教授及学者等，他们是：董冰峰、谷文达、何桂彦、姜陆、李旭、刘庆和、刘溢、宋冬、田恺、王广义、徐累、徐宁、尹吉男、张子康、朱伟、朱朱（姓名依音序排序）。



总裁沈宇辉在颁奖典礼上致词



总裁沈宇辉、今日美术馆馆长张子康为金奖获得者颁奖并与其合影



今日美术馆馆长张子康在颁奖典礼上致词



今日美术馆艺术总监、艺术家徐累，天津美术学院教授于小冬颁发优秀团队奖



伦敦艺术大学传媒学院国际学术部主任Annetter Bellwood在颁奖典礼上致词



颁奖典礼上获奖艺术家及颁奖嘉宾集体合影



庄布忠 CHNG POH TIONG
《葡萄酒评论》、《波尔多葡萄酒概览》、《亚洲侍酒师指南》出版人
新加坡《联合早报》、英国《品醇客Decanter》专栏作家

Can You Believe Them? 信派克，得永生？

文/Text 庄布忠 译/Translate Wolf

读者诸君可曾记得“君子敏于思而讷于言”的古训？

可惜如今，选择“回复所有人”并且条件反射一样地猛击“发送”，似乎要容易得多。不过，请务必记得，所谓一言既出，驷马难追。

我们或许可以事后致歉，再送上全世界的鲜花，但是即便获得他人谅解，那些已经形诸笔下的文字却已经覆水难收，大概也很难被世人忘却。

此等尴尬场面，葡萄酒作家亦难幸免。

所以当我们宣称一瓶酒“品质出众”或者“极为优秀”时，我们必须发自内心地作如是想。（当然，我们由衷的感受也有可能错误的，但这些主观意见首先应该是本人的真实见解。）

否则，要是我们虽声称某葡萄酒“品质出众”或“极为优秀”，但内心却认为它仅是一款中庸之作，甚至品质甚差，及至糟糕绝顶（这简直天理难容了），我们就是不折不扣的伪君子和大话精。

不仅是对葡萄酒的判断，我们所发表的其他一切见解，也都应该是忠实于内心的真实表达。

不然，公众还怎么能把我们的观点当一回事？我们显然不是什么变色龙，没法随着环境变化而改变自己的颜色与色调。

“坚定有如北辰，”莎翁描述尤利西斯·凯撒时，用的是这样的句子。

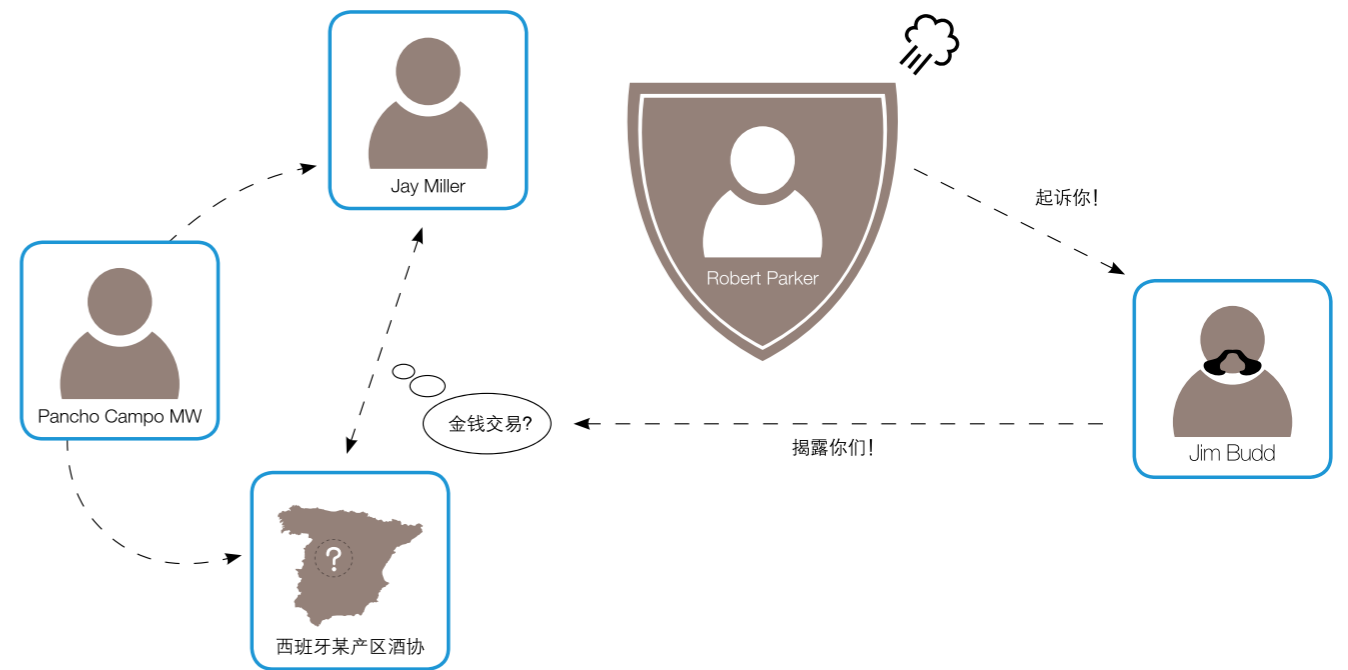
正当我写作此文时，一桩丑闻震惊了葡萄酒行业。揭露这一事件

的调查记者乃是Jim Budd，一位博客作者，《品醇客》世界葡萄酒大奖赛（Decanter World Wine Award）卢瓦雨河谷产区的评审团主席，他的大胡子魅力惊人，他的衬衣永远鲜艳。

在一篇博文中，Budd披露了一段让人大跌眼镜的通信，通信双方是西班牙第一位葡萄酒大师Pancho Campo和他任职的葡萄酒学院的员工，还抄送给了西班牙某产区酒协。这封信写于2011年6月4日，翻译过来有如下内容：

“预定日程之外的私人参观，例如此次，平时极少发生，收费通常不低于4万欧元。现在Jay已同意多停留2天，并且只收取平常价格的一半，实属百年不遇，此等良机马德里方面今后将绝难再觅。”

这位“百年不遇”的Jay，指的是Jay Miller，他曾经是罗拔·派克（Robert Parker）《葡萄酒倡导者》杂志（Wine Advocate）的酒评家。



丑闻爆出后，派克一度威胁要起诉Budd（以及其他一些博客作者）。但在此威胁发出之后，Jay Miller竟从《葡萄酒倡导者》杂志辞职。人们脑海中出现的疑问自然是：假如你是清白的，现在又为什么要跑路？

以对簿公堂相威胁，此举在不同情况下会有三种可能性：也许这是维护个人名誉的一个正当手段，也许这是盛气凌人的一声警告，还有最后一种可能——这不过是一次虚张声势的恐吓。

在我看来，派克先生现在应该从这三种可能中选取一种来加以实践了。

他应该兑现他的威胁，起诉Jim Budd和其他博客作者（本期《酒友随笔》发表之后，我也应该成为被告之一才对）。或者，如果派克决定不予起诉的话，那么他应该为发出这个混淆视听的起诉威胁而向众人道歉。

甚至，派克先生说说不定还应该感谢所有这些人，因为他们帮助《葡萄酒倡导者》以及Jay Miller揭露了西班牙某产区酒协与Pancho Campo之间的秘密。

2011年12月7日，《巴尔的摩太阳报》的报道说“与此同时，虽然罗拔·派克先生表示已经发起了一场特别针对Pancho Campo的跨国调查，他依然坚定地站在Jay Miller一方。”

您大概也会问了，派克先生究竟怎样发起这场“跨国调查”？难道他在中情局或者克格勃里有熟人？

去年，法国葡萄酒作家Michel Bettane也公开发表了一份最后通牒，要求波尔多列级名庄联合会UGC出面禁止参加波尔多期酒品

鉴会的葡萄酒记者在期酒品鉴正式开放之前发表期酒品尝记录，否则他将抵制当年的期酒活动。（译注：某些酒评家认为如果他人先于自己发表期酒品尝感受，会干扰自己的判断独立性，有损自己的权威和影响力。）

我相信Bettane先生的最后通牒是针对美国记者James Suckling先生的。但Bettane先生有所不知，我在去年期酒活动开始的前一周就发表了一些品尝感受。今年我也做了同样的事。

所以，我也想敦请Bettane先生兑现自己的最后通牒。因为我认为，应该弄清楚一个人所说的究竟是真心话，还是只是在浪费公众的注意力。我当然知道Bettane先生并不是在替其他记者鸣不平。毕竟，在2011年期酒的一场品鉴会上，Bettane先生就在品尝区里面对着自己摄影队的麦克风非常大声地描绘了品鉴感受，而全然无视正在他面前品酒的一位德国记者。

葡萄酒记者们，我们的面皮应该比纳比奥罗（Nebbiolo）跟嘉本纳沙威浓（Cabernet Sauvignon）的葡萄皮加起来还要厚，绝不可以比弱不禁风的贝露娃葡萄的皮还要薄。我们不该动不动就以起诉相威胁，或是滥发最后通牒。

请暂且想一想我们所评价的那些葡萄酒。那些酒庄庄主和酿酒人，他们可曾如此热衷于恶语逼人？

当我们开始觉得自己比我们所谈论的主题更重要时，我们在读者面前就已经毫无意义了。所以还是清醒点吧，不要被妄自尊大的错觉给蒙蔽了。

警钟已经响过。是从迷幻梦境中醒过来的时候了！



李志延 Jeannie Cho Lee MW

现居香港，是亚洲第一位葡萄酒大师，《东膳西酿》Asian Palate及Mastering Wine作者；《品醇客》Decanter杂志亚洲地区顾问编辑及国际葡萄酒大赛联席评审；新加坡航空及澳门银河酒店葡萄酒顾问。

Chablis Anyone? 雪比利：微斯酒，吾谁与归？

文/Text Jeannie Cho Lee MW 译/Translate Wolf

初试雪比利（Chablis），约是在25年前，至今依然记得那是一款酸度偏高而口感平淡的酒。香味去了哪里？不得而知。心中不由诧异，雪比利不是足以作为法国白葡萄酒代名词的传奇之酒吗？记得加州与澳洲曾有许多酒庄将“雪比利”大量印于普通白葡萄酒的酒标上，而那些酒甚至都不是如雪比利一样用雪当利葡萄（Chardonnay）酿制的。如今雪比利的名字已经受到法律保护，禁止滥用，但在1980年代，“雪比利”确曾是随处可见的日常白酒的名字。

在1960至1980年代的香港，雪比利葡萄酒在居港的英国人当中颇受欢迎。当时，白葡萄酒在香港的流行程度要超过红酒。在1980年代的美国，雪比利也是许多餐厅里深受欢迎的酒种，这种价格宜人而并不复杂的法国白葡萄酒与加州的雪当利葡萄酒相比，感觉非常不同。

从战后直到1980年代，雪比利葡萄酒的受欢迎程度不断上升，这可能出乎雪比利本地人和许多外人的意料。二战战火平息后，雪比利地区一片萧条景象，葡萄种植面积不足500公顷。这个数字与今天的4400公顷相比，反差何其巨大！1945年，严重的霜冻灾害更是毁掉了大部分的葡萄树，结果这一年份没能酿出一瓶雪比利葡萄酒。

所幸的是，战后欧洲与美国对葡萄酒的需求迅速增加，雪比利恢复了元气，产量从60年代的年均236万升增加到80年代末的1000万升。但是，葡萄园的扩大和产量的提升也让雪比利付出了代价。太多的低龄葡萄树酿出的是尖酸、淡薄的雪比利酒，令许多初次尝试的人（例如我）心生疑问，“这便是雪比利？”

雪比利是布根地（Burgundy）最寒冷的产区，离巴黎不远。金丘（Cote d'Or）是布根地最富盛名的红、白葡萄酒云集之地，雪



比利就位于金丘以北150公里处。雪比利的各个特等园，沿着雪比利镇北面占据地利优势的西南向阳坡一字排开，这里最佳的土壤是基末里期灰岩（Kimmeridgian soil），这是一种颜色浅灰或近于白色的易碎土壤，富含白垩的土层中有许多贝壳化石与海底沉积物，在法国北部和中部这种土壤都有分布。卢瓦雨河谷是另一个拥有基末里期灰岩土壤的产区，普伊-芙美（Pouilly Fume）和桑榭尔（Sancerre）即以此闻名。

历史上雪比利辟园种植葡萄可以追溯到罗马时代，酿酒传统在此已经绵延千年。罗马帝国瓦解后，天主教教会在这里势力强盛。据信正是这一时期的西笃派教士开始了雪当利葡萄在此的种植历史。与布根地其他产区一样，雪比利地区酿酒传统的发展和延续都非常之倚重教会及其成员。教会在雪比利的重要地位仅从当地教会建筑的数量即可见一斑：圣彼得医院（Hospital St Pierre），上帝酒店（Hotel Dieu），圣科姆修道院（Priory of the St Cosme），还有圣马丁大教堂（Church of Saint Martin）。由于位置靠近巴黎和与塞纳河连通的约讷河（the Yonne river），雪比利镇几个世纪



① 雪比利土壤 ② 雪比利特等园 ③ 雪比利葡萄园

以来都十分兴旺，直到19世纪末的根瘤蚜虫瘟疫和接踵而来的两次世界大战。实际上，1850年时雪比利的葡萄种植面积几乎十倍于今天的种植面积。

1938年，雪比利产区划定了特等园（Grand Crus），但一级园（Premiers Crus）却要等到29年之后才最终划定。购买雪比利葡萄酒时，要注意识别涵盖所有雪比利酒的四个级别：最高级，称为特等园；次之，称为一级园；再次，称雪比利（Chablis）；其余则称小雪比利（Petit Chablis）。这个分级固然有自己的优点，但是更可靠的选购指引还是各个庄园的口碑。优秀庄园出产的雪比利或小雪比利，品质有可能比普通庄园出品的一级园乃至特等园更好。



不过总体来说，选择一瓶上等年份（如2008和2010）的雪比利特等园（如Les Clos）基本上是不会错的。雪比利共有7块特等园，Les Clos是其中最大的一块，面积有26公顷，名声也最大。其余的特等园还有Bougros、Preuses、Vaudésir、Grenouille、Valmur和Blanchots。一级园的数量更多，值得关注的有Fourchaume、Montmains、Vaillons等。

雪比利葡萄酒的轻盈酒体往往让人们两极分化，喜欢它的人痴迷于它清新的酸度和它那纯净、未经橡木渲染的简约风格，用“矿物味”、“白垩味”、“金属口感”之类的字眼加以形容。而那些不喜欢它的人则会称之为“尖酸”、“酸涩”、“淡薄”、“寡味”。你的感受很大程度上取决于你对雪比利酒的预期。假如你很清楚这片位置非常靠北的产区，其顶级佳酿的风格应该是简约、精确而细腻的口感配合明锐的酸度，那么你就不会对雪比利感到失望。但是，如果你期待这里的酒表现出其他雪当利葡萄酒常有的丰满酒体、热带气息或丰盈的果香，那么最后你自然会失望而归。

今日之雪比利，已与30年前我初次品饮时不可同日而语。用心良苦的庄园主们在葡萄园中推行了一场革命，酿出的美酒可带给人无限惊喜。其中上品者皆为相当认真的作品，年轻时品尝会略感简朴，但随着时间流逝它们会渐渐发展出超现实般的复杂口味，值得陈放数十年之久。高居金字塔顶端的几大庄园，包括Domaine Vincent Dauvissat和Domaine Raveneau，除了这两家享有盛誉的庄园之外，还有不少同样注重品质、极其优秀的酒庄。雪比利是一片辽阔的区域，质素平平的庄园不计其数，但是当你看到Jean-Paul和Benoit Droin、Jean-Marc Brocard、Bernard Defaix、Patrick Piuze 以及Christian Moreau这些名字的时候，千万不可错过。🍷



刘伟民

大中华酒评人协会主席，专栏设于香港、国内及马来西亚的报章杂志，著有《颠倒葡萄酒》、《说葡萄酒的语言——法国篇》、《世味葡萄缘》、《酒为上著》、《世界知醉》及音乐合辑《Music & Wine – The Perfect Matching》。

Riquewihr, Gem of French Wine Country 法国最美产酒区Riquewihr

文/Text 刘伟民

葡萄酒粉丝旅游法国，首选的产酒区离不开波尔多（Bordeaux）或布根地（Burgundy），偶尔也许会考虑一下香槟（Champagne），因为地区距离巴黎仅是约1小时车程，安排行程比较方便。波尔多、布根地、香槟各具特色，但都散发着法国的传统风情。如果你希望寻找新鲜感，看看法国的另一面，阿尔萨斯(Alsace)是一个理想的选择。



阿尔萨斯本来已是法国葡萄酒世界的反叛份子，当每个产酒区都在严格遵守AOC法例，不会在酒标上列出采用葡萄品种的名称时，她们的产品却骄傲地将Riesling、Pinot Gris、Gewurztraminer、Muscat等名字放于当眼位置。葡萄园种植的品种近似德国而非法国，连酒瓶既高且窄的形状，亦与德国相同。加上地区、村庄及葡萄园的名称看起来完全不像法文，更为阿尔萨斯盖上神秘面纱。

要揭开面纱，没有比亲身去到当地旅游更好的方法。

阿尔萨斯位于法国东北部的边界，东接德国，先后四次被德国占领，最近一次是在1940年被纳粹德国进驻，直至1945年第二次世界大战结束，战败的德国才把土地归还给法国政府。这种不寻常的历史，证明了阿尔萨斯是个非常有吸引力的地方，也造就了她集合了法国及德国元素的地区特征。不过，相比之下，还是以德国色彩浓厚一点，于是，在首府斯特拉斯堡(Strasbourg)，竟然有个叫“小法国”(Petite-France)的地方！在法国找到“小法国”，就像在中国遇上“唐人街”一样不可思议。

旅游阿尔萨斯，斯特拉斯堡固然要到，当地设有机场，不过中国暂时未有直航，可以考虑先飞抵德国法兰克福，然后转乘航空公司安排的巴士，车程约两小时，否则也可以在巴黎机场转机。

除了斯特拉斯堡，Riquewihr更不容错过，她是“法国最美村庄”(Les Plus Beaux Villages de France)成员，现在仍然保留着大量十六世纪的建筑物。当你踏入Riquewihr的一刻，恍若跌进时光隧道，回到五百年前的时空。当你记起阿尔萨斯曾经多次被战火蹂躏，会更明白能够保存这个古城是多么困难的事。

看起来，Riquewihr就像一个刻意经营的主题乐园，古旧建筑在大量的鲜花衬托下散发着不真实的梦幻感觉。不过，只要你仔细观察一下，便会发现这不是甚么为游客而设的布景，每一幢建筑物都嗅得到历史的气味，而且经过活化，成为商品、餐厅或旅馆，并非荒废了的遗迹。七个世纪前兴建的Dolder Tower，还有原本的护城墙都是拍摄热点。

Riquewihr得以完美保育，葡萄酒的功劳最大。当年村庄被打造为葡萄酒交易中心，成为法国及德国葡萄酒的集散地。德国人爱酒如命，即使攻占阿尔萨斯，也舍不得破坏Riquewihr。阿尔萨斯的51块Grand Cru葡萄园，更有两块位于Riquewihr。53.4公顷的Schoenenbourg，主要种植Pinot Gris、Riesling及Muscat，酿成的葡萄酒香气较浓；而另一块田Sporen面积较小，只占地23.7公顷，主要种植Pinot Gris及Gewurztraminer，酿成的葡萄酒风格优雅。喝这两块葡萄园的出品，你喝到的也是历史的味道。🍷





陈匡民

台湾畅销葡萄酒女作家，著有《葡萄酒赏味志》、《葡萄酒选购志》、《恋酒絮语》、《我爱香槟》（积木文化出版），引领广大读者轻松进入葡萄酒的品鉴世界，销量与专业性皆颇受读者好评。善用一种更日常的轻松态度，抛开严肃的品评论述，以独特的亲和力，将葡萄酒带入日常生活的各个片段。个人网站www.wineandcity.com

Straying Safely Between Fumin and Furmint 安然迷走于Fumin与Furmint间

文/Text 陈匡民

多数人不喜欢迷路。说起来，这也无可厚非。很少有人会对迷失方向、不知该何去何从乐在其中；这要是在言语不通、人生地不熟的他乡异国，更可能让人愈发神经紧绷、倍感惊慌失措。

偏偏在葡萄酒世界里，偶尔的迷走，却更像是在有充足粮食饮水的情况下进入热带丛林里去发现冒险，或带着一应俱全的先进装备往极地荒漠里去探勘研究。前所未见的奇花异草、奇珍异兽，确实能带来不曾有过的感官体验；乍看之下身处的恶劣环境，却能全然不需要担心会对生命财产造成半点迫害、威胁（除非喝到的是伪酒或劣酒，不过无名、罕见的酒被伪造、假冒的机会也微乎其微）——偏偏这类包赢不输的豪赌，反而很少有人愿意一掷千金，我也是在某个气温超过37度的热天下午，才恰好有机会参与了一场精采的奇异探险。

在品酒会的七款酒里，出现了一款酒单和酒标上都标示Fumin的酒款；席间却有人作声：“Furmint不是白酒吗？怎么这个是红酒？”他说的没错，Furmint确实是白葡萄，还是匈牙利最有名的白酒品种。关于这种品种的潜力，实际造访过匈牙利Tokaji产区的我可是亲口喝到许多足以佐证的好酒。Furmint虽然因为容易受贵腐菌影响，而成为酿制贵腐甜酒的不可或缺原料，甚至能在贵腐甜酒中表现出从杏桃到柑桔，从熏烤到干果，甚至有茶叶、烟叶等各种不同的复杂香气；更有足够的酸度和扎实的结构酒体，几乎耐得住无止尽的陈年，风味余韵也能深不见底。然而近年当地酒厂用Furmint酿成的不甜白酒也做出了惊人成绩，可以淡雅清爽地有小巧骨架和柑桔类风味，或者经橡木桶陈年而充满干果、熏烤风味的饱满浑厚不亚于布根地白酒。尤其在不同的风味型态之间，都有均衡酸度来保持清爽优雅、暗示陈年潜力；我个人尤其私心以为，Furmint能以突出、弹性的风格，在未来超越许多平庸俗艳的雪当利（Chardonnay）。



① Fumin ② Tokaji（陶佳宜）产区挂在枝头干缩的Furmint葡萄

只不过眼前已经6岁的2006年Fumin，确实是不折不扣闪着紫红色调的红酒。这也难怪，Fumin和Furmint，可是在许多专门的葡萄品种书上，都不一定能按着字母顺序依序找到的两个不同的品种。就算在原生葡萄品种不输于马达加斯加岛上特有物种的意大利，Fumin也只是个活动范围很少超出西北部紧邻着法国和瑞士的Valle d’Aosta地区的孤僻品种，自然是少有人识。但是这种色泽能带着深浓紫色，还富含多酚物质的品种，虽然是在70年代后才被拿来开始单独酿酒（在此之前则多和其它品种混和酿造），但单凭这款我葡萄酒生涯中遭遇的第一款Fumin，却已经相当程度地证明了它可圈可点的实力。这个如今被当地不少酒厂视为是最具潜力的未来红酒明星的品种，确实有着传说中宛如穗乐仙（Shiraz）的架势；浓郁的黑李、迷迭香、鼠尾草等令人联想到隆河北部的香料、土壤类风味，虽然单宁质地还称不上高雅细致，但却有可口迷人的酸度，让人不忍让酒杯远离。

看来，不管是意大利的Fumin还是匈牙利的Furmint，罕见葡萄品种独特的风味口感，都能让人俨然深入绝美的秘境；比起那些两旁风景早就已经难有惊奇的雪当利大道，偶尔在人烟罕至的秘境迷走，或许才能带来难忘的品饮乐趣。🍷



林志鹏 JP Lin

资深葡萄酒讲师，美食美酒观察者，香槟狂热爱好者，曾任专业葡萄酒杂志Decanter《品醇客》中文版顾问，现为法国食品协会Sopexa上海葡萄酒讲师，西班牙葡萄酒教育学院（The Wine Academy of Spain）认证讲师，葡萄酒专栏作者。

A Glimpse at Celebrity Wines 明星名流葡萄酒浅析

文/Text 林志鹏

长久以来，欧洲知名酒庄大多围绕在贵族传承与世袭封建传统，典型的例子即是布根地之王罗曼丽康帝酒庄（Domaine de la Romanee-Conti）。而在美国，例如加州纳帕谷，这里的酒庄新主人则有不少是玩票酿酒的IT新贵、医生教授乃至好莱坞明星。其实，这种“名人当庄主”的趋势是一脉相传的，像波尔多右岸的知名酒庄欧颂（Ausone），据说是古罗马时代的诗人奥索尼乌斯（Ausonius）拥有的酒庄，一直传承迄今。在现今的信息时代，名人带来的光环背景肯定能获得更多的公众关注。

英国歌手斯汀、美国演员布拉德·皮特、安吉丽娜·朱莉、强尼·戴普、英国足球明星贝克汉姆等名流，他们酒庄出产的葡萄酒目前仅供自用，作为身份地位的象征物而未多市场化。但有些名人，例如姚明，则一开始会选择先利用他们的知名度作为销售工具来切入葡萄酒行业，视市场反应及销售情况也会有不同的发展，也许未来姚明也会买下土地拥有真正的葡萄园及酿酒厂，毕竟纳帕谷的地价在过去二三十年的涨幅可谓相当惊人。

买下土地，认真经营品牌，在市场有一席之地后，才能像葡萄藤真正扎根成功。这类明星名流酒庄，目前最有名的当属“教父”导演科波拉（Francis Ford Coppola）。和许多人一样，科波拉本来对葡萄酒兴趣并不大，但在好莱坞拍片的成功再加上身边都是高端生活方式，自然也就频繁地接触葡萄酒，进而喜欢上葡萄酒，于是在他事业有成后，想买个酒庄自己酿酒。他在1975年买下NiedBaum酒庄，从此变成酒农。NiedBaum酒庄其实成园颇早，但在上世纪60~70年代，因属大集团产业，并没有认真酿出好酒。及至1995年科波拉完全收购它后，于2002年投入巨资，扩充园地，改善设备，目前已有87公顷面积，共出产9种不同的红白葡萄酒，分为不同系列销售，年产量超过百万瓶，在国内也有引进，可算是美国葡萄酒中的知名品牌。

明星名流酒庄还有另外一种类型，它也有明星光环，但不完全靠个人，而是以商品的好名声来带动葡萄酒的销售或提升酒庄的地位。这是指在市场上营销非常成功的商品，尤其是奢侈品，其集团或经营者，因巨大的成功与财富，进而购下自己的酒庄，以其知名奢侈品的光环使得他们的酒庄也水涨船高，受消费者青睐。更重要的是，大部分这类酒庄的所有人或经营者都是功成名就之后，才来投入葡萄酒行业，因此他们大都向已颇具知名度的酒庄下手，不惜巨资也要买到。这些明星名流酒庄颇多本就是明星酒庄，现在由明星名流所有，就更具明星光彩了！

世界最大奢侈品集团LVMH在LV皮件与酩悦香槟及轩尼诗干邑的基础上，已包含如Krug香槟等数十家名牌，现在更以法国波尔多右岸圣达美隆名庄白马庄（Ch. Cheval Blanc）及苏玳（Sauterne）的贵腐甜酒之王滴金庄（Ch. d’Yquem）的所有人闻名于世。同样的，法国春天百货集团及GUCCI的经营者Francois Pinault现在也以波尔多五大名庄的拉图（Ch. Latour）的庄主身份而广为人知。不但如此，他还相继买下布根地的Domaine d’Eugenie及隆河谷地区的历史名园Ch. Grillet。这类的名流明星酒庄还有Chanel集团家族拥有的露仙世家（Ch. Rauzan Segla）、大炮庄园（Ch. Canon），意大利知名皮件品牌Salvatore Ferragamo所有的Il.Borro酒庄，意大利超跑兰博基尼旗下的Lamborghini酒庄。在可预见的将来，这类的明星名流酒庄应该会越来越多！

这些明星名流酒庄本来就出产许多酒质极为优良的产品，现在又有大笔资金及优秀管理技术团队投入，产品品质更加提升，造福我等爱酒人的口福！不过，这些葡萄酒在购置成本及其他因素的考虑之下，也被当做奢侈品一样操作，售价如火箭般，一路上升，对于wine lover如我等，这到底是好还是坏，实在很是纠结！🍷



林殿理

来自台湾的葡萄酒作家与培训师，现居上海。采访足迹遍及各国酒类与美食产区，并为各产酒国在大中华区进行推广与教学工作。曾数次担任国际葡萄酒竞赛评审，并拥有法国波尔多葡萄酒学校认证的国际讲师资格。作者新浪微博：Denis品酒讲堂。

Underground Bordeaux 地下波尔多

文/Text 林殿理



我参观过许多酒庄的地窖，对于那霉冷、阴暗，堆积灰尘和蜘蛛网的环境并不陌生。但最近一次的波尔多之旅，右岸圣达美隆(St. Emilion)的地下世界依然让我感受到强烈的震撼。

来到被列为联合国人类遗产的圣达美隆，首先你会对古老石造村落建筑的沧桑美赞叹不已，继而又在几个犹如迷宫般的地下景点感受到与历史幽冥交错的奇异甚至毛骨悚然的感受。在导览的带领下，我进入一个私人所有的围墙里，从一个貌似普通的阶梯往下走，墙上还挂着“请勿摄影，即使不开闪光灯”。走到地下，是一个人工开凿的洞穴，原来这里就是公元八世纪时圣达美隆修士为躲避本笃会迫害而来到此地所隐居的地方。洞里一侧有个清澈的水潭，里面有许多许愿者扔的硬币，因为据说当年修士在这里行了许多神迹，例如用泉水让眼盲的人重见光明；另一侧壁上的洞穴里是一座圣母像，而中间一个狭窄的拱形洞穴，就是修士休息的地方了。

另一边，著名地标教堂尖塔底下的那块巨大岩石，更是暗藏玄机。原来这建于十三世纪的尖塔，就是用底下挖出来的石块所建成。而古人挖石头也不是随便乱挖的，他们早已规划设计好一个宏伟的地下教堂，一边掏出石块一边往内雕琢出拱顶和石柱，等一直挖到底，地面上的尖塔和地底下的教堂也都完工了。在导览的解说下，除了看懂雕刻在顶上和墙上的神秘雕刻记号，还来到教堂侧面弯弯曲曲的洞窟中。洞穴的两侧排列着许多人身大小的墓穴，有的还残存着石板棺的遗迹。原来，古时的有钱人都喜欢葬在教会旁，而贡献多、道德受人敬仰的，还能葬得离圣达美隆修士近一些。现在这里已看不到古人的遗骨，据导览说，是在古迹尚未得到保护时，被好事之人拿回去“做纪念”了。

离开湿暗的地底世界走出户外，白花花的刺眼阳光让人有种从阴间回到人世的感受。距离圣达美隆古城中心徒步大约十分钟，

我来到大炮庄园(Château Canon)那用铁栅门和石墙围绕的葡萄园。说起这酒庄也是相当的传奇，它的第一代主人杰克·开隆(Jacques Kanon)原是个海盗，专在大西洋劫掠英国商船。由于当时法国海军不敌英国舰队的战力，故法王路易十五招安了在海上称霸的杰克·开隆，让他得以放心大胆的继续劫掠英国船只，并为法国效力。有了国王当靠山，杰克累积财富的速度更快了，于是在1760年将这原名圣马丁庄园的酒庄买下，以自己的名字命名为 Kanon庄园，并将周围园地全改成葡萄园。7年之后，船长难以忘怀海上生活，再度扬帆去干无本生意，庄园交由富商雷蒙·冯特芒(Raymond Fontémoing) 经营并改名为具有“大炮”之意的“Canon”，直到1919年再由傅尼叶(Fournier)家族接手，然后在1996年出售给香奈儿，目前是由约翰·克拉萨担任酒庄负责人。

令人意外的，地面上有着优美庭园和典雅法国宫廷式建筑的大炮庄园，地下也有着古时人们采石所留下的，蜿蜒如迷宫一样的隧道，而且据说与圣达美隆古城的地道相连，但多年前因为怕小偷侵入而封死了。由于第一代庄主是个海盗，许多人严重怀疑大炮庄园里有宝藏隐藏着，而且说不定就在这地道中。不管金银财宝是藏在地道还是葡萄园里，我现在终于明白大炮庄园为什么要用高高的石墙和铁栅门把葡萄园和酒庄围起来了！



方军

国际葡萄酒作家协会(F.I.J.E.V.)成员，意大利彼尔蒙出口公会中国顾问，中国酒类行业观察，葡萄酒行业分析师，酒度传媒副总监/总编室成员，《世界酒誌》主编

An Easy Ride with Big Shot? 大树底下好“乘凉”？

文/Text 方军

近期，一则微博宣告“茅台高端系列葡萄酒将7月全球限量首发200瓶，并以每瓶人民币12880元发售……”，顿时激起业界强烈反映。面对排山倒海的负面评论，其发布信息的运作商仍雄心壮志的喊出“茅台的品牌价值近120亿美元，岂是普通一级庄能比！”，同时幽怨的指出“中国人真不懂维护国内大品牌！”。仅过半天，似乎有感受到过度“关注”的压力和影响，运作商竟然改口称只是个“营销初步构思”，并自我安慰其举获得的轰动效应是“成功”表现，自导自演了一出“出师未捷身先死”的闹剧。而此事引起发的各界舆情热议，从某一种意义上表明中国葡萄酒市场开始逐步走向理性与成熟。

虽然葡萄酒产业在国内启动和发展才不过两三十年光景，但与前十年相比，当初信息不对称的时代已结束。精明的消费者会发现，无论是在卖场、专卖店，甚至是路边便利店，进口葡萄酒已经比比皆是，各类葡萄酒也逐渐走入国人的生活。不过，葡萄酒文化在中国的普及和推广，却要归功于那些来自世界主要葡萄酒产国、产区协会，以及中国的进口酒商和代理商们一直坚持和“耕耘”，让更多人了解到什么是真正意义上的“葡萄酒”，如何品鉴收藏葡萄酒，如何追求葡萄酒个性和价值消费……

曾几何时，五粮液依靠品牌买断的多品牌策略成为中国酒市的霸主，也成为众多的名酒纷纷仿效的对象，而后这些名酒的“子孙们”也借助“父辈”的光环坐享其成。但与此同时，粗放的把品牌经营、成长、控制的权力交给贴牌的运营商们运作，也带来盲目跟风、胡乱规划的畸形发展。如五粮液在2009年掀起的葡萄酒“新洋务运动”——“从国外进口葡萄原酒国内灌装，建立起一

个以五粮液主品牌为保障，以中国传统酒文化为内核，形成一个“西体华魂”的全新品牌”。正是五粮液这个耗资巨大，轰轰烈烈推出的“国邑”葡萄酒，至今已成为昨日黄花的历史。

无独有偶，来自昌黎的茅台葡萄酒自2002年上市以来，与茅台集团董事长所寄予的“把茅台葡萄酒做成‘红酒中的国酒’”的希望距之甚远，也与其葡萄酒公司老总的“在国内建一个欧洲，在国外买一个美洲”壮语的实现有些出入……事实上，茅台葡萄酒与同样肩负使命的茅台啤酒一样，已是十年尴尬、无法突围，宛若“鸡肋”。即便如此，今春在飞天茅台价格回落之时，某些茅台专卖店仍在施行着捆绑搭售茅台葡萄酒。

不可否认，两大中国白酒业巨头无论是从财力，人力，网络，销售平台有着其他进入葡萄酒领域者无法比拟的资源 and 优势。但毕竟玩得转白酒未必就玩得转葡萄酒，即使目前中国葡萄酒市场进入门槛虽然看似很低，但其运营成本和专业配套要求却不低，加上这些大户们发展理念和运营上一直是不得其门而入，“隔靴搔痒”自然是缺乏建树、收效甚微了。就其运营下的葡萄酒产品，用某业内人士的话讲也是“讲历史没历史，讲品质没品质”。此回再遇上不学无术且又自大的开发商一番瞎忽悠，结果沦为笑柄的同时“东家”也躺着中枪。

大树底下好乘凉是常识，子凭父贵也是现实，但还得看看树下有无蛇虫鼠兽，老子是否宠爱有加……。如果拉菲要是在法国波尔多倒腾酿出售价每瓶人民币一万元的“中国白酒”，你会买吗？



Champagne Phillipponnat

菲丽宝娜：山水香槟·完美的交响曲

初见菲丽宝娜，便会被她那典雅和高贵的气质所吸引。这一瓶优质的香槟就如一曲完美的交响乐，花香、酸度、甜味、涩味就像是大提琴、中提琴、鼓点、笛子一样，互相配合着奏出悠扬悦耳的乐章。4月，法国香槟品牌菲丽宝娜带上旗下5款顶级香槟莅临贵阳、武汉、无锡三地举办品鉴晚宴。庄主Charles Phillipponnat先生亲临晚宴现场与来宾共品尊贵佳酿。



Tesseron

迪狮龙：法国人的稀世满分“生命之水”

迪狮龙的干邑有着至高无上的地位，是世界上唯一一款被酒评家Robert Parker评为100分的干邑品牌。旗下所有产品均为XO等级，从入门级的90卓越XO干邑白兰地，到超过百年的传世典藏XO干邑白兰地都绽放着高品位的魅力。4月中，迪狮龙酒庄传人Melanie Tesseron女士来到昆明、汕头、惠州，与当地的干邑爱好者分享家族背后的故事。



Thienpont Family

天鹏家族精品之夜

天鹏家族起源于1929年的波尔多酒商世家，于当今世界上出产名贵稀酿最多的宝物隆产区(Pomerol)，拥有着两块宝地 - 里鹏和威登庄园。庄主Bernadette Thienpont女士于四月下旬来到拉萨、昆明、南京、唐山四个城市，为当地的饮家介绍天鹏这个赫赫有名的家族背后的故事。



Macarini & Castello di Neive

马佳连妮&内华城堡联合晚宴

6月份，来自意大利彼尔蒙地区的两大名庄联手为饮家献上一场美酒盛宴！巴罗露是意大利境内世界闻名的葡萄酒优质法定产区，玛佳连妮（Marcarini）就位于其三大名村之一的拉梦罗村（La Morra）。内华城堡(Castello di Neive)始建于16世纪。是一座富有中世纪意大利建筑特色的酒庄。来自2个酒庄的庄主Manuel和Italo将以美酒为无锡、昆明、常州、苏州、梅州五个城市带来意大利的地中海浪漫风情。



La Motte & Leopard's Leap

乐梦迪&猎豹：感受南非热情与奔放

乐梦迪与猎豹庄，两个各具特色的酒庄，但却有一个共同点：他们都是由南非著名的Rupert家族拥有的物业。拥有17亿美元身家的卢佩（Rupert）家族位居世界前500名富豪之列，是对南非经济影响举足轻重的家族之一。6月初，酒庄代表携带两家酒庄共7款佳酿，与临沂、乌鲁木齐、东莞、珠海、北京、邯郸、南宁、昆明、桂林的客人把酒谈天。



Vidal-Fleury

威菲：法国隆河谷最古老的酒庄

位于法国南部的威菲酒庄是一家历史悠久的酒庄，早在1781年就已经开始从事葡萄酒的酿造。她是隆河谷地区最古老的酒厂。威菲酒庄的创始人Joseph Vidal一生追求把隆河谷不同地域出产的葡萄个性融入到葡萄酒里去。他希望通过自己酿造的每一款酒都是该产区最富代表性的作品。6月下旬，杭州、温州的客人有幸品尝来自这个古老酒庄的5款好酒，体验隆河谷迷人的葡萄酒风格。



La Rioja Alta, S.A.

橡树河畔：西班牙美酒风骨神话

里奥哈是西班牙成名最早也是最大的优质葡萄酒产区，有着西班牙的波尔多之美誉，出产许多西班牙精品乃至极品的酒庄，橡树河畔就是其中最优秀的佳作之一。1890年，五个家族共同出资设立了橡树河畔，开始了他们共同的梦想生产高品质的佳酿。盛夏7月，重庆、南宁、成都、无锡、苏州、昆明、江阴七个城市迎来了这一股来自地中海的热情葡萄酒风尚。



McWilliam

麦威廉：领略澳洲顶级产区风味

麦威廉集团（McWilliam）创建于1877年，是澳洲最老牌的葡萄酒企业之一。在麦威廉身上，流淌着一流葡萄酒企业的血液：创新、果敢、不服输。他们深深相信，酿出葡萄酒的是人和人的精神，不是企业。这一信念也为麦威廉赢得了无数荣誉。7月份，麦威廉莅临广州，与来宾共同领略澳大利亚顶级产区风味。

Aussino & Château Kirwan Golf Tournament Held in Jiangmen 2012 “富隆麒麟杯” 高尔夫球友谊赛于江门打响



5月末，充满激情的2012“富隆麒麟杯”高尔夫球友谊赛在江门打响。作为本年度富隆酒业系列高尔夫赛事的开幕之战，赛事吸引了70位嘉宾积极参与。麒麟庄园代表Sophie Schyler-Thierry女士特意从法国远道而来，不仅与嘉宾一同参与赛事，更为大家带来麒麟庄园四个年份的垂直品鉴，呈献不一样的高尔夫球赛颁奖晚宴。

当天整个活动都在轻松愉快的氛围中进行。尽管细雨绵绵，但整齐的蓝色队服尽显各参赛选手的抖擞精神。赛事共设有总杆冠亚季，净杆冠亚季，一杆进洞，以及最远距离和最近旗杆等11个奖项，作为赛事奖品的多款限量版麒麟庄园，极大地激发了选手的参赛热情，让其全力以赴、挥洒竞技。

赛事奖项在江门富隆酒窖举办的麒麟庄园晚宴中颁发。位列1855年名庄分级三级名庄的麒麟庄园，充分利用波尔多玛歌村的独特风土，依据每年不同气候环境的差异，以不同比例调配嘉本纳沙威浓、梅乐、加本纳弗朗和小华帝四个品种，颇受美国第三任总统托马斯·杰弗逊（Thomas Jefferson）的高度推崇。晚宴上品鉴的四个年份同样个性突出，2006年的麒麟庄单宁含量高，强壮的风格饱含烤芳草香料、黑樱桃和黑加仑的香气；2007年份回味清爽、浓郁、柔滑；2000年份酒体丰满，口感细滑，新木、甘草、焦油、黑加仑等香气伴随着持久的后味；2003年份则色泽深浓，口感密度高，散发黑色水果和雪松的香气。精心打造的麒麟庄晚宴不仅让来宾收获美酒，Sophie女士也为表现出色的选手颁发限量版麒麟庄园作为赛事礼品，呈献了一场高尔夫球竞技与葡萄酒品鉴的汇聚盛宴。



Aussino World Wine Culture Festival Held in Zhuhai 富隆国际葡萄酒文化节迈进珠海

踏足葡萄酒文化之旅，领略文化的沉积，品味生活的艺术。2012年7月，富隆国际葡萄酒文化节的脚步迈进珠海，为这个浪漫滨海城市的葡萄酒爱好者带来了一场崭新且精彩的味蕾体验。除了在7月8日举行的葡萄酒知识讲座、12国美酒品鉴沙龙、精品葡萄酒晚宴，在7月7日更新添珠海首届葡萄酒趣味迷你马拉松，营造满溢欢乐气氛的趣味葡萄酒文化氛围。

漫步——葡萄酒趣味迷你马拉松

葡萄酒趣味迷你马拉松是2012珠海国际半程马拉松赛的预热活动，全长3.8公里，沿途设置4个酒庄“加油站”，选手跑到各站点时均可享用该国美酒。多名参赛选手更是悉心打扮，以奇装异服亮相，蜘蛛侠、超人、女王、印第安人等出赛，成为一道靓丽的滨海风景。

聆听——葡萄酒文化讲座

文化节当天，富隆葡萄酒文化中心带来专业葡萄酒文化课程，为学员颁发认证证书。讲座精彩互动，讲述基础概念以及各产酒国的风格特点，从葡萄酒鉴赏入门到世界各国葡萄酒概况，是开展葡萄酒文化之旅的美好开篇。

品味——十二国美酒品鉴沙龙

富隆国际葡萄酒文化节的葡萄酒品鉴沙龙环节，呈献来自12个著名葡萄酒出产国的佳酿，多位庄园主和酿酒师也悉数到场，包括法国法莱丽和歌迪雅、南非猎豹等酒庄代表皆亲临现场，与酒友分享酿酒心得，一同开启一次味蕾的环球之旅！

享受——精品葡萄酒晚宴

珠海国际葡萄酒文化节当晚，富隆精选代表性产区美酒，依据佳酿口感特性，寻找与之匹配的另一半美味伴侣。晚宴中还进行了慈善拍卖，所得善款全部捐给“富隆慈善基金”，拍卖中，到场来宾争相出价，气氛热烈。





Aussino World Wines Presents Wente Wine Dinner Wente威迪酒园来自加州的阳光品质

时下葡萄酒已经成为一种现代时尚生活的潮流，越来越多的人士希望得到系统的、专业的葡萄酒文化教育。为此，武汉富隆酒业与各界行业精英合作，为会员提供一个沟通交流的平台，让志趣相投的会员体验和享受一种新的生活乐趣。例如，在美国加州名庄威迪酒园的晚宴上，武汉富隆酒业和记黄埔地产(武汉)有限公司合作，和记黄埔集团是一家业务遍布全球五十三个国家，植根于香港的多元化跨国企业。特别值得一提的是要数观湖园项目。

观湖园是和记黄埔地产在武汉打造的首个旗舰项目，占地面积约77万平方米，坐落于武汉市环保生态宜居示范区内，毗邻青翠欲滴的马鞍山和水质优良的知音湖，区域位置得天独厚，建成后将成为武汉市最大规模的低密度高尚住宅之一。以卓尔非凡的设计理念，配以别具匠心的精工细筑，将观湖园完美镶于山水之间，铸造出健康、自然、亲水的低密度高尚生活社区。这与武汉富隆酒业为广大葡萄酒爱好者引领时尚、健康的生活方式的经营理念不谋而合。

日期：2010-5-25

地点：武汉/Wuhan 东湖181号楚天创意产业园秀场/Chutian Cultural and Creative Industry Park, No.181, Donghu Road



Ellemen Co-organizes Tasting with Wirra Wirra ELLEMEN澳洲威拿酒庄品鉴会

《ELLEMEN睿士》杂志联手富隆，于广州星河湾海怡半岛宫殿举办了澳洲威拿酒庄品鉴会，来自南澳的瓶中阳光，在户外百米江堤清新的雨后微风中尽情绽放，让在场所有来宾都开怀畅饮。

日期：2012/4/27

地点：广州星河湾海怡半岛宫殿



Kasikom Bank Bordeaux 1st Growth Chateaux Tasting 泰华农民银行 波尔多一级名庄品酒会

来自泰国第四大银行泰华农民银行为了答谢高端投资客户，在5月连同富隆酒业假座广州粤海喜来登酒店举办波尔多一级名庄品酒会，用顶级美酒为来宾打开葡萄酒世界的大门。

日期：2012/5/12

地点：广州粤海喜来登酒店



Keep in Good Health with Five Element 富隆酒窖带来 舌尖上的五行养生

葡萄酒与健康也有着微妙的关系，热爱葡萄酒的您，是否知道什么样的葡萄酒最利于自己养生调运？6月20日，富隆酒业高级品酒师为您解答。

日期：2012/6/20

地点：广州富隆酒窖



Media Thank-you Tasting with Santa Ana 让舌尖起舞的 阿根廷圣安娜佳酿

通过DIY美酒美食的搭配，圣安娜在广州富隆酒窖为众多媒体朋友展示了阿根廷佳酿的魅力，呈献了一场阿根廷美酒之夜。

日期：2012/5/15

地点：广州富隆酒窖

Product Awards 产品获奖

法国 France



· 菲丽宝娜1522香槟
Philipponnat Brut Champagne Cuvee 1522 2002年
《葡萄酒观察家》杂志 *Wine Spectator* magazine
93分

· 枫丹甘露（宝马一级园）红葡萄酒
Fontaine-Gagnard-Pommard 1er Cru Rugiens 2010年
酒评家艾伦·麦道斯 Allen Meadows burghound.com
93分

· 枫丹甘露（莎珊梦雪真）白葡萄酒
Fontaine-Gagnard-Chassagne-Montrachet 1er Cru Morgeot 2010年
酒评家艾伦·麦道斯 Allen Meadows burghound.com
91分

意大利 Italy



· 乐姬丝梦迪保罗珍藏红葡萄酒
Le Chiuse Brunello di Montalcino Reserva 2006年
《葡萄酒观察家》杂志 *Wine Spectator* magazine
96分

· 乐姬丝梦迪保罗红葡萄酒
Le Chiuse Brunello di Montalcino 2007年
罗拔·派克《葡萄酒倡导者》杂志 Robert Parker's *Wine Advocate*
91分

· 乐姬丝梦迪保罗红葡萄酒
Le Chiuse Brunello di Montalcino 2006年
罗拔·派克《葡萄酒倡导者》杂志 Robert Parker's *Wine Advocate*
90分

· 胜利侯爵堡红葡萄酒
San Leonardo 2006年
罗拔·派克《葡萄酒倡导者》杂志 Robert Parker's *Wine Advocate*
94分

澳大利亚 Australia



· 双掌红酒王2009年

Two Hands Ares Barossa Valley McLaren Vale Shiraz 2009年
《葡萄酒观察家》杂志 *Wine Spectator* magazine
98分

· 双掌（花园系列）巴罗莎穗乐仙红葡萄酒
Two Hands Bella's Garden Barossa Valley McLaren Vale Shiraz 2010年
《葡萄酒观察家》杂志 *Wine Spectator* magazine
95分

· 宝云庄嘉本纳沙威浓红葡萄酒
Bowen Estate Cabernet Sauvignon 2010年
《澳大利亚美食旅游葡萄酒指南》 *Gourmet Traveler WINE*
95分，5星

· 宝云庄穗乐仙红葡萄酒
Bowen Estate Shiraz 2010年
《澳大利亚美食旅游葡萄酒指南》 *Gourmet Traveler WINE* 2012
93分，5星

· 泰来斯珍藏红葡萄酒2006
Taylors St. Andrews Cabernet Sauvignon 2006年
罗拔·派克《葡萄酒倡导者》杂志 Robert Parker's *Wine Advocate*
92分

阿根廷 Argentina



· 圣安娜至尊酒王
Santa Ana Unanime 2007年
《品醇客》杂志 “世界葡萄酒大奖” *Decanter* World Wine Awards
最佳10英镑以上阿根廷混酿葡萄酒 “Argentinean Red Blend over £10”

· 圣安娜多伦提斯白葡萄酒
Santa Ana Torrontes 2011年
《品醇客》杂志 “世界葡萄酒大奖” *Decanter* World Wine Awards
铜奖 Bronze Medal

· 玛诗歌园嘉本纳沙威浓红葡萄酒
La Mascota Cabernet Sauvignon 2010年
《品醇客》杂志 “世界葡萄酒大奖” *Decanter* World Wine Awards
铜奖 Bronze Medal



乐梦迪成为2012“南非佳酿之都” La Motte Voted 'Great Wine Capital' of South Africa

来自南非弗兰谷（Franschhoek, South Africa）的乐梦迪酒庄（La Motte），近日凭借庄园杰出的艺术与文化底蕴，在著名的“世界葡萄酒旅游大奖”年度评选中击败众多南非庄园，获得了国家级最高荣誉——“南非佳酿之都”称号。

2012年的世界葡萄酒旅游大奖在德国美因茨进行了颁奖晚宴，在颁奖词中，大奖评委对乐梦迪庄园给予了高度评价：“拥有超过3个世纪历史的乐梦迪庄园以Rupert家族艺术博物馆收藏的大量20世

纪南非艺术大师Pierneef及其他艺术家的优秀作品，在艺术与文化领域取得了令人瞩目的成绩。综合该酒庄在其他领域所取得的极佳表现，令它获得了此次最高殊荣。”

与乐梦迪一同获奖的还有法国波尔多上美度地区建于13世纪的著名酒庄 Château d'Agassac、西班牙里奥哈地区以古典建筑与美酒而闻名的酒庄Bodegas Campo Viejo等。

New Product Preview 新品预告



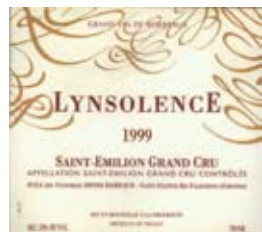
力高宝德 (华罗曼尼) 红葡萄酒 Nicolas Potel Vosne Romanee

力高宝德是法国布根地的新星酒商，此款华罗曼尼红葡萄酒来自全球最昂贵的罗曼丽康帝葡萄园所在的村庄，单宁强劲酒质丝滑，极具名村风韵，性价比尤佳。



歌得利安圣佐冶金樽红葡萄酒 Claude Chonion Nuits-Saint-Georges Rouge

歌得利安是历史悠久的法国布根地大酒商，酒质优秀，坚持传统的酿酒工艺。本次为中国市场特别推出的金樽美酒来自全球最贵红葡萄酒的布根地夜丘区核心村庄——夜圣佐治的优质葡萄酿造精心而成。老葡萄树的果实为葡萄酒提供复杂、深厚的香气和结构，该村的出品也曾是法国国王的心头所好。



金絮兰庄园红葡萄酒 Ch. Lynsolence, St. Emilion Grand Cru AOC

庄园坐落法国波尔多圣达美隆村，是圣达美隆特等园，与其他几个庄园同属Denis Beraud拥有。100%采用平均树龄45~50年的老藤梅乐所酿，该酒产量很低，是波尔多的精品葡萄酒。该酒酒色深浓，果香充盈，口感如奶油般丝滑。国际知名酒评家形容该酒是“果香炸弹”。



贵图庄园红葡萄酒 Ch. Greteau "M", Bordeaux Superieur AOC

贵图庄园最早可追溯至17世纪，曾经是埃佩农公爵的狩猎场所。现在庄园由Médeville家族所拥有，该家族历经七代，是波尔多的酿酒名家。该酒有黑胡椒、黑醋栗花蕊的独特香气，单宁柔顺，是一款口感丰富的波尔多高级法定产区佳酿。



碧茵庄园红葡萄酒 Ch. Puy Boyrein, Graves AOC

碧茵庄园曾是波尔多格拉芙名庄博瑞庄园(Chateau Boyrein)的一部分，该庄园曾是法国贵族古奇家族的要塞，鼎鼎大名的黑教皇五世曾在此土地上狩猎。庄园的建筑于1877年损毁，随后接管的Medeville家族用了足足三代人的时间才将其修复。



Aussino News 富隆动态



富隆2012年文化节之“最具魅力导购员奖”评选活动正式启动

Aussino Launches “Best Shopping Assistant” Competition for Wine Festival

为展现富隆酒业优秀导购员美丽与智慧的一面，富隆酒业将评选2012年“最具魅力导购员奖”。此奖项评选共分两个阶段进行。第一阶段为网络评选阶段，参赛选手将在富隆官方网站这一公开平台接受公众投票，按照最后所得投票量进行评定。第二阶段参赛选手需提交销售思路规划、直属上司评语、店铺工作建议、培训经历，从四个环节考核参赛选手销售能力与自身素质。通过约三个月的评选，将评选出最具魅力的导购员三名。

“最具魅力导购员奖”活动已接到华南、华北、华中、华西等多个区域的零售店铺导购员报名参赛，现第一阶段的网络评选已在富隆官方网站上正式启动。活动一启动，就受到了网友们的热烈追捧，投票量和留言量不断攀升，众多参赛者们也是激励角逐，各自展现自身魅力，有青春靓丽型的导购员、甜美亲和型的导购员、阳光帅气型的导购员、专业服务型的导购员、销售技巧型的导购员，选手们的参赛宣言也更是展现平时在店铺内客户所不曾见到的一面，为今夏的富隆与关注富隆的网友们呈现丰富多彩、活力四射的风采。关注富隆的朋友们也可以登录富隆官方微博为您心仪的选手投上宝贵的一票。

关于评选活动的最新动态，敬请留意富隆官方网站和富隆官方微博。

富隆荣获2012中国财经峰会多项大奖 Aussino Awarded in 2012 China Finance Summit

2012中国财经峰会6月在北京举行，以“前行的中国力量”为峰会主题，30名财经专家，60名媒体领袖，100名中外企业高层齐聚一堂，分享关于“绿色、创新、诚信、发展”的思想盛宴，并为积极推动中国经济前行和引领行业发展的年度优秀单位和个人颁发奖项。会上，富隆酒业荣获多个奖项，获评为“2012年度最受商务精英欢迎的葡萄酒零售品牌”，以及“2012年度公益榜样”，富隆酒业总裁沈宇辉先生获得“2012年度（行业）影响力人物”称号。

北京富隆酒业总经理田燕宏女士上台领奖



2012富隆欧洲酒庄考察之旅圆满结束 2012 Aussino's European Wine Country Tour Ends

“读万卷书，不如走万里路”。2012年6月24日到7月9日，富隆酒业组织了一年一度的欧洲酒庄考察之旅，共29名团友分成两个旅行团，走访了法国、德国、意大利的众多知名产区，共参观28个酒庄，深入到葡萄园、酿酒房、地下酒窖、装瓶线等地，实地

考察当地的土壤、气候，了解酿酒的工序，品鉴每个酒庄的特色酒款，并且近距离地与各大名庄的主人、酿酒师等互动交流，是一次难忘的经历。



富隆酒业总裁沈宇辉亲自带领葡萄酒爱好者游览法国、意大利



以富隆酒业加盟商为主的德国、法国旅行团

Industry News 行业新闻



2012 Wine100葡萄酒大赛在沪举行 Wine100 Salutes Top Wines through Blind Tasting

2012 Wine100葡萄酒大赛于5月3日至5月5日在上海世博洲际酒店举行。作为首个定位中国消费者日常饮酒的专业盲品比赛，首届Wine100葡萄酒大赛邀请了3位世界级葡萄酒大师Andrew Caillard先生，Jane Skilton女士以及Ned Goodwin先生担任评委主席团，并邀请了包括赵凤仪、赵凡、吕杨等十余位国内知名葡萄酒专家参与评选。

本次大赛特意采用盲品的方式，品酒大师们在不完全知晓葡萄酒本身信息（包括葡萄种类、葡萄酒年份、产地、产区、酒庄等）的情况下品评出最具吸引力的佳酿。无论是来自法国波尔多名庄的杰作，还是产自中国本土的葡萄酒，都可以在Wine 100的比赛中同台竞技。

此次比赛汇集了产自中国、法国、意大利、西班牙、智利、澳大利亚、美国、葡萄牙、西班牙等18个国家54家酒商的优质葡

萄酒，参选酒共计410款，其中获得金奖34款，银奖61款，铜奖147款。

富隆酒业选送的新西兰红石酒庄贝露娃红葡萄酒2008和意大利蝶舞园珍藏红葡萄酒2006获得银奖，阿根廷圣安娜珍藏多伦提斯红葡萄酒2009和西班牙爵士园红葡萄酒2004获得铜奖。

关于葡萄酒大师

葡萄酒大师是全球葡萄酒行业中的顶级头衔，这个头衔由英国葡萄酒大师协会认证颁发，获得认证的候选人可在自己的名字后面加上MW (Master of Wine的缩写) - 这个葡萄酒行业最耀眼的光环。全球目前仅有300位葡萄酒大师，比宇航员的人数还少。自1953年创立以来，平均每年通过考试的新晋大师不到5人。要获得这个头衔，光学习时间就长达数年，再经历整整三天半的考试，再撰写近万字的行业论文，即使这样通过率不过10%。因此，世界各地对“葡萄酒大师”的推崇，不只是对头衔的追捧，更是对行业内极致学习和钻研精神的尊敬。中国大陆地区目前还没有自己的葡萄酒大师。



波尔多丘葡萄酒走进广州 A Breeze from Côtes de Bordeaux

2012年7月10日，法国驻广州总领事馆商务处携手法国波尔多工商会于广州圣丰索菲特大酒店六楼的六福岛餐厅举办了波尔多丘（Côtes de Bordeaux）葡萄酒晚宴，来自波尔多的38家酒庄与被邀请的各界人士共140人欢聚一堂。

波尔多丘代表着 1500 业界人士以及 14% 的波尔多葡萄园，出品的葡萄酒品质优良，价格适中，它们大多数为红葡萄酒（97%），口感圆润，果香浓郁，单宁细腻，主要葡萄品种为梅乐（Merlot）；白葡萄酒芳香怡人，主要葡萄品种为白沙威浓（Sauvignon Blanc）和沙美龙（Semillon）。

法国驻广州总领事白屿淞先生出席了晚宴并致辞；二十余家业界媒体与会。波尔多丘葡萄酒联合会主席主持了新闻发布会，并通过PPT为媒体介绍了波尔多丘葡萄酒联合会的情况。随后举行了在华南地区对波尔多红葡萄酒作出杰出贡献的三位精英的授勋仪式。在抽奖环节中，幸运者分别获得由Peugeot提供的豪华车钥匙礼盒以及由法航提供的广州巴黎往返机票。

实际上，当天下午，在该酒店三楼雨果厅已经举办了波尔多葡萄酒品尝会。此次酒会囊括了众多法国产区种类丰富的各式佳酿，从红到白，从干到甜，来自波尔多的众多酒庄齐聚广州，充分地展示了产区特点，也与众多的与会者进行了深入细致的交流。展示的品种中，90%尚未进入中国市场，可以说，这次活动给大家美酒享受的同时也带来新的商机。此次酒会吸引了 380 位业内人士到场。

慈善基金 Charity Foundation

在富隆酒业董事会、全体富隆员工、多家知名酒庄和各界善长的支持与关怀下，由富隆葡萄酒慈善基金捐建的富隆希望小学即将于2012年8月在广西荔浦破土动工。这是富隆继四川乐至县良安镇富隆希望学校、云南大理富隆希望小学之后在国内捐建的第三所希望小学。同时，第四所富隆希望小学已经将位置锁定在世界屋脊的青藏高原，具体选址工作正在进行之中。

富隆葡萄酒慈善基金2012年4月~2012年6月财务简报 Aussino Charity Foundation Financial Bulletin, Apr. - Jun. 2012

单位: 元 RMB	
期初账户余额 Initial Account Balance	¥ 403969.3
收入 Income	¥ 0.0
支出 Expenditure	
乐至县富隆希望学校贫困生免费就餐资金 Free-lunch funds for poverty-stricken students of Sichuan Aussino school	¥ 21770.0
从化山区扶贫帮困行动捐款 Donation for poverty-relief campaign for Conghua	¥ 1000.0
合计支出 Total Expenditure	¥ 22770.0
期末账户余额 Current Account Balance	¥ 381199.3

Opening Ceremony 新张巡礼

富隆酒窖 Aussino Cellar

江苏宜兴酒窖
地址/Add: 江苏省宜兴市宜城街道北区2号永安路23号
No.23, Yong An Road, No.2, North of Yi Cheng Jie Dao, Yixing,
Jiangsu Province
电话/Tel: 0510-87066559

贵州贵阳酒窖
地址/Add: 贵州省贵阳市南明区中华南路8号(大十字)诺富特酒店顶层
Novotel, No.8, Zhong Hua Nan Road, Nanming District, Guiyang,
Guizhou Province
电话/Tel: 0851-5859898

富隆酒屋 Aussino Wine Shop

天津酒屋:
地址/Add: 天津市滨海新区黄海路19号金元宝滨海国际购物中心一层
Ground Floor, Gold Yuanbao Shopping Center, No.19, Huang Hai
Road, Binhai New District, Tianjin

河北遵化酒屋:
地址/Add: 河北省遵化市愚公路天之润小区一层商铺S3-13
Shop S3-13, Ground Floor, Tian Zhi Run Garden, Yu Gong Road,
Zunhua, Hebei Province
电话/Tel: 0315-6603588

四川成都酒屋:
地址/Add: 四川省成都市武侯区广福桥北街8号附25号
(25)No.8, Guang Fu Qiao Bei Street, Wuhou District, Chengdu,
Sichuan Province
电话/Tel: 028-85213970

富隆酒坊 Aussino Wine Corner

广西桂林酒坊:
地址/Add: 广西桂林市翊武路22号2号楼
Building 2, NO.22, Yi Wu Road, Guilin, Guangxi
0773-28288181





吉林长春酒窖

地址/Address: 吉林省长春市工农大路2888号(工农大路与同志街交汇)
No.2888,Gongnong Da Road, Changchun, Jilin Province
电话/Tel: 0431-89191777

长春是吉林省政治、经济、文化和交通中心。1994年，长春市被国家批准为副省级城市。新的长春，宛若一颗镶嵌在中国东北平原腹地的明珠，以其年轻而貌美跻身于国内特大城市之列。朝气蓬勃的长春人推崇时尚前卫，倡导健康永续，于是融合了时尚和健康这两种生活元素的富隆酒窖在春城乘势起飞。

富丽堂皇的酒窖里，洋溢着神秘而高雅的气息，琳琅满目的美酒齐聚一堂，好似含苞待放的花蕾，交替诉说着心中那个美丽的传说。在这个葡萄酒的历史博物馆里，我们大可以暂忘冗繁的生活节拍，向优雅、时尚、浪漫的情调靠近，寻一个暖阳相伴的午后，觅一间或古典或时尚的包房，轻轻唤醒瓶中的美酒，享受一次西方浪漫与东方古典的激情碰撞，尽情品味生活带给我们的悠然自得。

葡萄酒是亘古的，绵延百年不改初衷；葡萄酒是平易近人的，无国界无阶级，只问你爱或不爱。双休之日，闲暇之时，无聊之际，来到私密而高雅的富隆酒窖，与这里专业级的品酒顾问一起，畅游葡萄酒的美妙王国。富隆愿意与您一起分享美酒、品味人生，携手演绎奢华与浪漫。



重庆御盛苑富隆汇

地址: 重庆市江北区江北嘴中央公园桂花街A206(中央公园教堂正对面二层)
电话: 023-67089696 67896808

御盛苑富隆汇的华丽殿堂坐落于江北嘴CBD中央商务区的中央公园内，是目前西南地区最大的集葡萄酒零售、堂饮、贮酒及用餐为一体的顶级餐饮会所。

项目功能及服务对象

1、VIP包房餐饮体验区600㎡左右，共10间，100个餐位。

- 2、日式刺身及铁板区100㎡左右，室内局部半敞开式，20个餐位。
- 3、酒窖多功能品鉴宴会区300㎡左右，室内全敞开式，70个品鉴位(可拆换为120个宴会用餐位)。
- 4、VIP恒温恒湿名酒房及红酒银行100㎡左右，室内半通透全密封式。
- 5、户外观景品鉴休憩区，数十个休闲卡座为您提供凭栏远眺、享受阳光的放松心情。

加盟富隆 FRANCHISE

拥有醉人生活，成就非凡事业

富隆酒业全国连锁经营体系

- 富隆酒业 精品葡萄酒批发经销商
- 富隆酒窖 奢华葡萄酒文化生活会所
- 富隆酒屋 葡萄酒时尚专卖店
- 富隆酒坊 高档商超便利专柜
- 富隆酒膳 尊贵餐饮奢华会所

时尚 专业 诚信 健康

欢迎有志于从事葡萄酒行业，并将葡萄酒文化推广作为自己一项事业的有志之士申请成为富隆酒业全国连锁经营体系的一员！



申请加盟条件

- 对葡萄酒文化有浓厚兴趣；
- 有固定经营场所，面积视加盟形态要求而定；
- 具备300万或以上的资金实力，有完好的财务记录；
- 有一定的销售网络和客户资源；
- 拥有葡萄酒储存设备。

富隆酒业将提供

- 统一标识、装潢设计、专业酒架设计；
- 全国统一的品牌形象宣传推广；
- 针对加盟商与员工的专业葡萄酒知识培训；
- 全国配送服务；
- “富隆酒业”、“富隆酒窖”加盟商可优先获得庄主主题晚宴举办权。

加盟热线 广州公司 020-3898 3188

Aussino 富隆 酒业
World Wines
www.aussino.net



富隆
Aussino Wine House 酒库



— 名庄荟萃 · 诚信实惠 —

您身边的葡萄酒专家
The Leading Fine Wine Specialists

地址：香港新界荃湾海盛路9号有线电视大楼27楼9号室
电话：00852-24982390; 24982391; 传真：00852-24989871 邮箱：fannyma@aussino.net

WWW.AUSSINO.NET

富隆
Aussino®
World Wines

您身边的葡萄酒专家
THE LEADING FINE WINE SPECIALISTS



在富隆，吮吸异域的浓情

吉隆河岸起伏的缓坡，托斯卡纳永恒的阳光
莱茵河上升起的晨雾，纳帕谷里金色的黄昏
品味一杯晶莹剔透的美酒
感受一个色彩斑斓的世界
富隆带你云游四海，异域寻芳

200多个遍布全国的零售终端；1000多款国际精品葡萄酒；零售与堂饮相结合的全方位葡萄酒文化体验

www.aussino.net

富隆酒窖 富隆酒屋 富隆酒坊 富隆酒膳 广州020-38983188 北京010-64612072 上海 021-60913179 香港 00852-24982390