

WineLife

2012 / Summer

NO.22

夏季刊

AUSSINO

<http://www.aussino.net>



Chaozhou
Cuisine

潮菜

Delicacies Sticking to Tradition

坚守传统的美食

ISSN 2221-3473



Those Radiant
Co-stars

那些星光熠熠的“配角”们

A Love Song on
海滩恋曲 Beach

Green Wines
from Old World
绿意盛放的旧世界佳酿



CAMPAGNA FINANZIATA AI SENSI DEL
REGOLAMENTO CE N. 1234/07

CAMPAGNA SUPPORTED BY REGULATION EC N.
1234/07

Santa Margherita
GRUPPO VINICOLO

CLASSIC OR INNOVATION,
SANTA MARGHERITA REMAINS DELIGHTFULLY APPROACHABLE.
无论经典还是创新，她都如此平易近人。

新派·玛格丽梅乐：个性鲜明的维内多梅乐口感。
Innovation Merlot:
A distinctive Veneto merlot palate.



经典·玛格丽52起泡葡萄酒：52个葡萄产区风味的集中表现。
Classic Prosecco "52":
A selection from the 52 finest parcels of vineyard.



冠军葡萄酒与冠军球队的完美联姻
意大利AC米兰足球俱乐部指定用酒



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



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 Splendid Summer 盛放之夏

晴朗湛蓝的天空，热力璀璨的阳光，走进时光隧道，我们又到了一个明媚的夏日。在经历过冰冷残酷的寒冬后，葡萄酒市场呈现一片复苏的态势——各大酒展、酒商纷纷如雨后春笋般涌现，我们又继续在急端的竞争激流中坚持着自己的新方向，孕育着未来胜利的果实。

我们盛情邀请您见证我们的又一次飞跃；带着我们独有的葡萄酒文化沉淀，与众不同的创新与热诚，让我们在这个火热的夏季中彻底绽放——俊男美女的葡萄酒艺术大片，德国名家的专栏，全国各地编辑的参与，异彩纷呈的活动策划.....

本期杂志是一朵时尚与优雅的玫瑰，散发着独特小资的品味，传递着沉静内敛的奢华，书写着令人骄傲的新一页。它将令您感动，令您震撼，令您久久难忘！

这个夏天，您会记住我们！

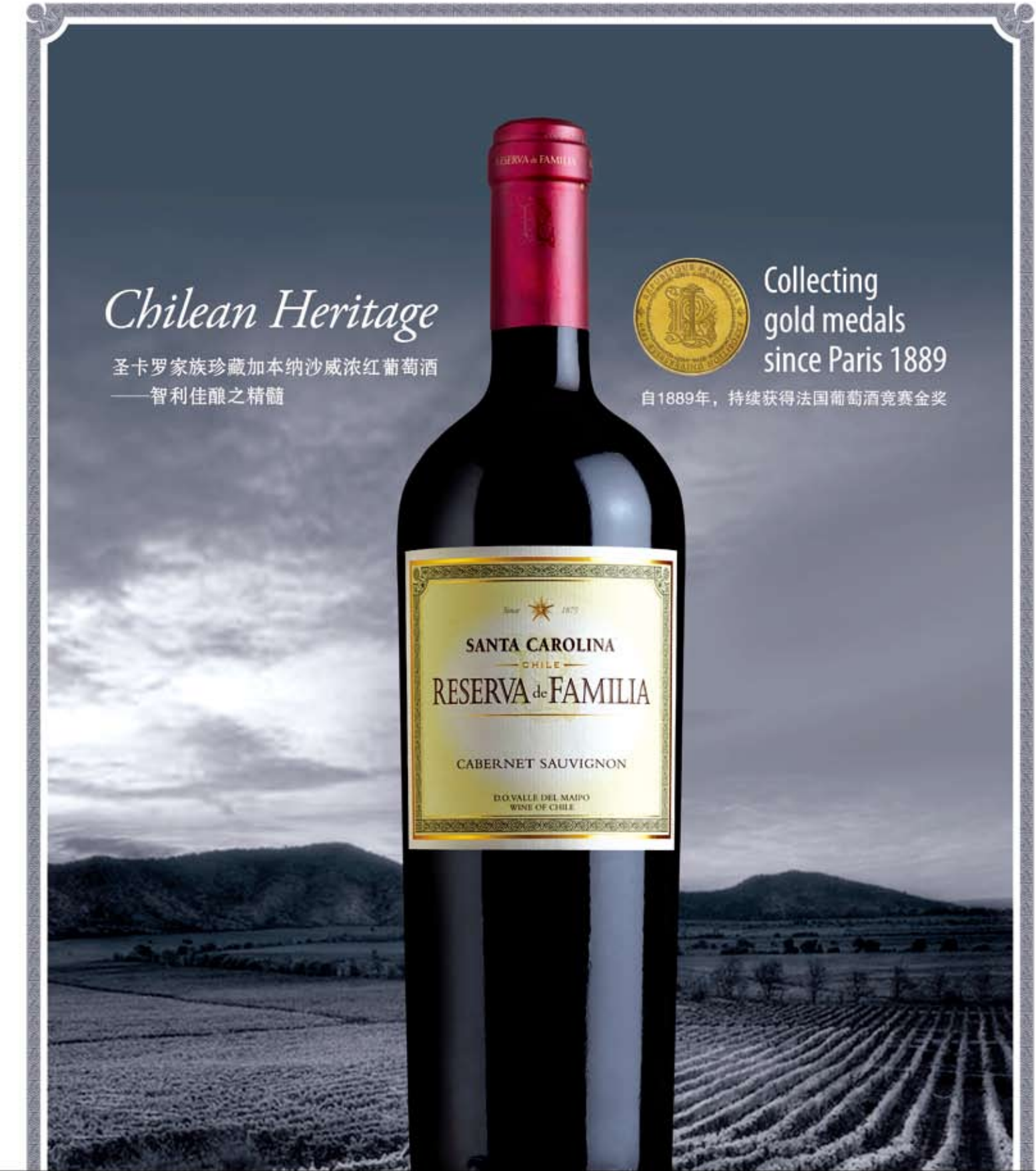
With the onset of deep blue skies and brilliant sunlight, summer is almost upon us! After a cruel winter which was equally tough for the wine industry; spring is breaking with plenty of new wine fairs and more wine shops opening everywhere. Aussino is as prepared as ever to continue its direction towards a successful future.

We are pleased to be able to show you the amazing things we have done during this time; including our unique wine culture appreciation, innovative creation and deep passion for wine. Beautiful models, a new German wine column, contributory articles from Aussino editors around China and interesting new wine events... We are blooming this summer.

Like a rose, fashionable and elegant, this issue exhibits a special feel! Delivering calm, low-key, luxury while proudly bringing you new stories which may shock yet also giving you intimate knowledge of the industry and always making you think!

You will be sure to remember us this summer!

蔡颖姬/Grace Cai
2012年04月



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.shengkaiuo.net

Contents

富隆美酒生活 目录



封面·故事 COVER STORY

绿意盛放的旧世界佳酿——玛格丽、喜悦、力高宝德
Green Wines from Old World:
Santa Margherita, CVNE & Nicolas Potel

今时今日，在现代科技的帮助下，酿出一瓶好酒已经比往日容易得多。然而今天堪称伟大的葡萄酒并未大量出现，与几十年前相比，它们甚至更显珍稀。一些观念先进的酿酒人相信，酿造真正伟大的葡萄酒需要的是一种谦卑的态度：对土地的尊重，对生态的爱护，对自然的敬畏，对宇宙的洞悉。

广告索引 | AD INDEX

P002 玛格丽 Santa Margherita	P027 安图 Antu
P005 圣卡罗 Santa Carolina	P043 泰来斯 Taylor's
P007 维特思 Weltachs	P081 歌迪雅 Cordier
P009 喜悦 CUNE	P121 赛拉图 Ceretto
P023 欧洲王子 Fürst von Mettemich	

特别报道 FEATURE STORY

- 014 苏珊娜带你走进波尔多
Suzanne's Guide to Bordeaux
- 024 德国来鸿 Letter from Germany

名人专访 INTERVIEW

- 028 来自金钟庄的农民——访Hubert de Boüard
The Farmer of Château Angélus:
An Interview with Hubert de Boüard
- 034 中港两地葡萄酒发展新趋势
---专访VINEXPO亚太区主席
Dominique HERIARD DUBREUIL女士
New Trend of Wine Market of
Mainland China & Hong Kong
An Interview with the President of
VINEXPO ASIA-PACIFIC
Ms. Dominique HERIARD DUBREUIL

封面故事 COVER STORY

- 038 绿意盛放的旧世界佳酿——玛格丽、喜悦、力高宝德
Green Wines from Old World:
Santa Margherita, CVNE & Nicolas Potel

美酒地图 WINE MAP

- 044 香槟：融入灵魂的绝世风土
Champagne: Taste of A Soulful Land
- 052 发现德国红葡萄酒：乌添堡
German Wines Go Red: Württemberg



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
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

www.aussino.net



Contents 目录

富隆美酒生活

趣话酒经 WINE TALK

- 056 关于香槟的哥德巴赫猜想
Bubble Puzzle

会员专区 AUSSINO CLUB

- 058 轻柔·初夏——布根地贝露娃VS新西兰贝露娃
Soft Summer:
A Blind Tasting of Burgundy & New Zealand Pinot Noir
066 真心话大冒险 Truth or Dare

美酒推介 FINE WINE SELECTION

- 068 海滩恋曲
A Love Song on Beach

佳节将至 FESTIVAL AHEAD

- 076 爱的夏夜 Love in Summer Night

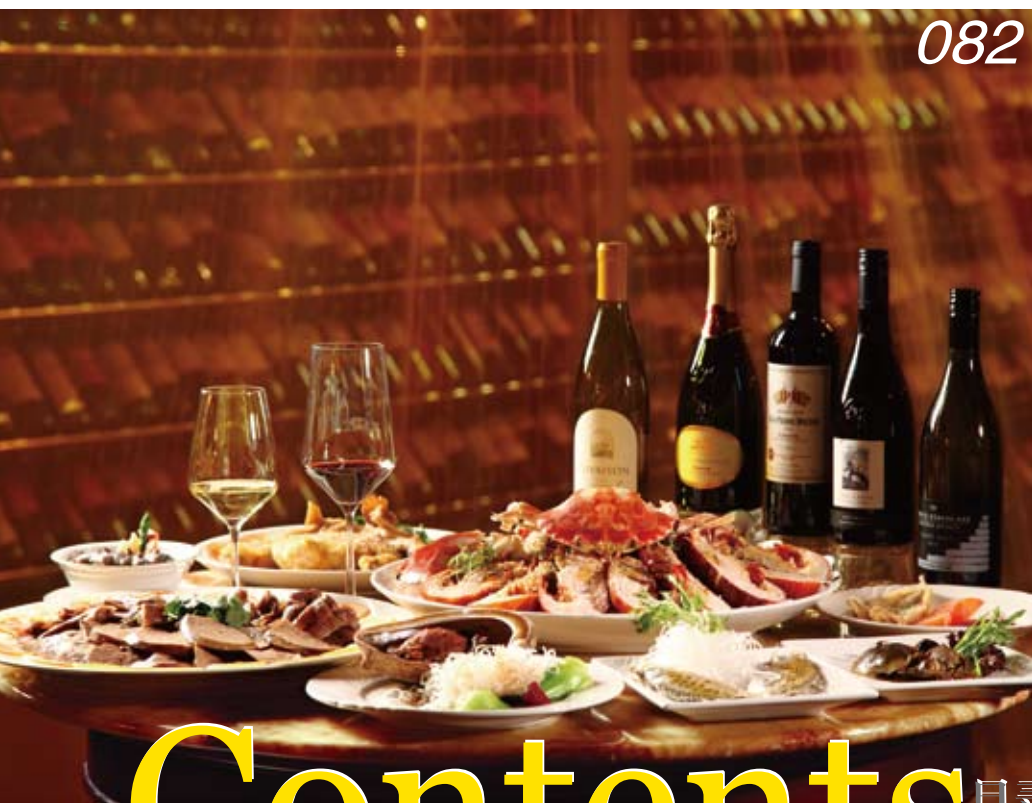
饮食情报 RESTAURANT INFO

- 078 海景与美食的交融 Delicacies with Noble Seascape

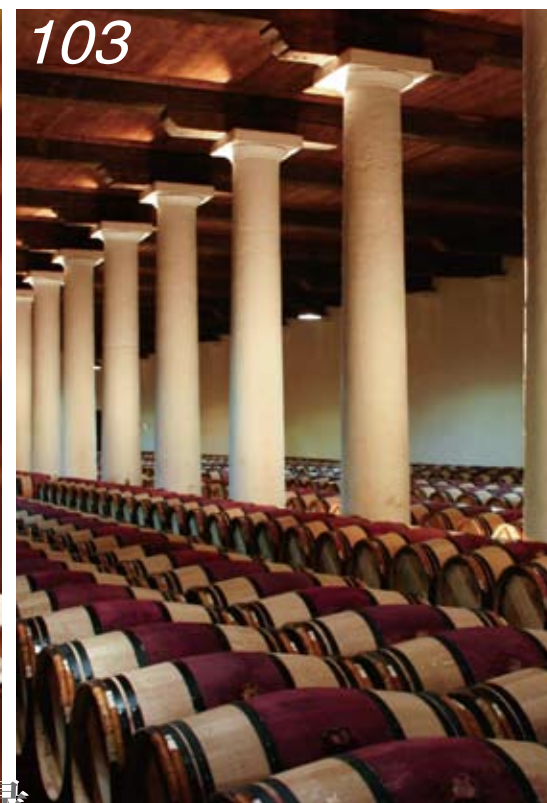


里奥哈经典佳酿, 西班牙皇室指定用酒





082



103

Contents 目录

富隆美酒生活

魅力酒膳 FOOD & WINE

082 潮菜——坚守传统的美食

Chaozhou Cuisine – Delicacies Sticking to Tradition

醉心出发 NEW DRINKER

088 那些星光熠熠的“配角”们

Those Radiant Co-stars

品味生活 WINE LIFE

094 抽雪茄的切·格瓦拉 Che Guevara's Passion for Cigars

098 “松”香四溢 Fragrant Truffle



098

酒友随笔 WINE LOVE'S WRITING

100 新加坡·庄布忠

港岛狮城，恒久之争

Hong Kong & Singapore – Always Competing

103 台湾·陈匡民

最困难或者最简单？Toughest, or Simplest?

104 上海·林志鹏

也说姚明效应

Yao Ming Effect

105 深圳·方军

中国酒！法国心？

Chinese Wines with A French Soul

活动回放 EVENTS

106 品牌活动

Brand Events

107 企业合作活动

Corporation Events

最新信息 NEWS

108 产品获奖

Product Awards

109 新品预告

New Products Preview

110 富隆动态

Aussino News

112 行业新闻

Industry News

114 慈善基金

Charity Foundation

115 新张巡礼

Opening Ceremony

118 活动预告

Events Preview

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
Aussino
World Wine
富隆葡萄酒文化中心

BORDEAUX
L'ECOLE DU VIN

富隆美酒生活 WineLife

2012 Summer No.22

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

副主编 Vice Chief Editor

编辑 Editor

供稿 Contributor

蔡颖姬 Grace Cai

沈 蔚 Wolf Shen

梁楚瑶 Elle Liang

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

李 欣 Xin Li

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

广 州 陈耀明 Yaoming Chen

台 湾 陈匡民 Kuangmin Chen

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

美术设计 Graphic Designer

王健智 Kenny Wang

陈彬杨 Bevan Chan

项国媚 May Xiang

詹畅轩 Hin Zhan

萧欣翔 Alex Xiao

余卫民 Weimin Yu

查询电话/Enquiries

广州 Guangzhou

北京 Beijing

上海 Shanghai

成都 Chengdu

李子君 Charlotte Lee 020-3898 3188

杨 仿 Grace Yang 010-6461 2072

李兴杨 Leo Lee 021-6091 3179

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

富隆
Aussino 酒库
Wine House



— 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



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 译/Translate Betty 图/Photo Aussino、Chen Huizhou

直击波尔多

波尔多期酒拉开序幕

今年的波尔多期酒发售传递出一个十分清晰的信息：波尔多需要尽早地进行一次果断的降价。对波尔多葡萄酒的投机——尤以中国为最——已经将酒价推到高位，几乎将美国和欧洲买家挤出了市场。留给中国投资者的葡萄酒价格波动都比较大，主要受到中国国内经济形势的影响。从去年秋天开始，一股取消期酒订单的风潮席卷波尔多，波尔多似乎也出现了不敢得罪中国客户的禁区。不论对于中国投资者还是对波尔多而言，这都是一个沉重而宝贵的教训。

波尔多应该汲取的主要教训是：他们不可能再期待中国消费者不惜代价去购买他们的天价葡萄酒。对于中国而言，很多人开始意识到期酒投资不可能是一项短期高回报或零风险的投资。同时，一个新的趋势正在形成。中国消费者开始追求比2009和2010年更老、能够立即饮用且价格更具吸引力的酒。事实上，他们已经开始与美国人寻求同样的高性价比葡萄酒了。所有这些变化都在波尔多期酒品鉴期间登台亮相，这真是一个兴奋而紧张的时刻。

拉图宣布明年退出期酒交易体系的消息发布3天后，拉菲公布了

2011的期酒价格，表明它依旧会坚守这个百年系统。比起2010年份，拉菲2011期酒的价格下跌了大约50%。这给市场和其他酒庄发出了一个强烈的信号：酒价有必要下调。

安东尼·巴顿精品酒业、巴顿庄园、丽冠巴顿庄园和莫维桑庄园的主人Lilian Barton表示：“今年提早公布价格，是一件好事。也看到了他们的努力。需求量很大，人们打来电话确认他们的配额，期酒基本售罄。”

拉菲的举措带来的影响不容低估。在经济依旧艰难的时期，一级庄理应承担起引路的责任。毕竟他们为波尔多的葡萄酒等级设置了价格体制和销售体系。“一级庄该担起职责，而拉菲履行了这个职责。”一位经纪人评论道。

价格和公布的速度让交易者重获信心。“很高兴见到波尔多酒价渐渐回归现实。”酒商Christophe Calvet提到，“拉菲的价格是个合理的数字。”然后，海外的零售商对于拉菲产量减少的消息感到失望，它比以往的平均产量少了30~40%，同时他们期望价格上有个更大的降幅。一个酒商说：“拉菲可以这样（降价减产量），但其他酒庄就没办法了。”



直击波尔多



拉图退出期酒预售，消息震惊波尔多

波尔多期酒买卖今年出现戏剧性的一幕，可谓波尔多葡萄酒行业的一个重大转折点。4月13日，拉图发信给它的酒商，阐明2011是它们最后一个出售期酒的年份。为避免引起法律诉讼，拉图根据合约规定，提前一年知会酒商。

拉图由掌管古驰GUCCI和佳士得拍卖行Christie’s的亿万富翁Francois Pinault所拥有，它决定退出酒商系统的传言最终得到了证实，这个消息对波尔多来说无疑是一枚重磅炸弹。对于经纪人、酒商、零售商和收藏家而言，一级庄的配额十分值钱。酒商花费了数十年的时间为拉图建立起全球的分销网络。他们自然对拉图此举表示不满。

一位酒商对消息感到震惊，“超过350名酒商把波尔多酒运往全球并想方设法来推广。”

“可能在某些市场不受影响，例如中国这些新兴市场，他们不购买期酒。但这足以摧毁酒商在其他市场多年来的苦心经营。他们

为拉图建立了最好的销售网络。”

有趣的是，拉图的决定在某程度上促进了中国市场对老年份酒的需求。拉图把酒放在酒窖中陈年，直到品尝确认达到适饮期才会对外发售。这意味着这些年份不会像期酒那样，在每年特定的时间发售，或者像托斯卡纳、加州那样，装瓶后按照年份的顺序连续发售。拉图做出的改变，会逐渐看到消费者对此的反应。

尽管从积极的方向来看，拉图能提供给消费者已到适饮期的优质酒，但大部分熟悉波尔多贸易的人们认为，这更多是Pinault的一个商业策略，长此以往，酒庄会以更高的价格出售这些酒。拉图此举也相当于将过去由中间商和消费者分享的那分期酒预售的差价收回到自己的囊中。

这个看起来很有商业意味的决定，令拉图从波尔多系统中分离出来，也瞬间提升了其他四大一级庄的地位。一位酒商评价道：“他只是在帮其他酒庄一个大忙。以前是五强争夺赛，现在只剩下四强了。”

解读波尔多

生物动力学vs有机种植

利用有机学和生物动力学种植葡萄，在波尔多越来越普遍。变革背后的动力源于对食品安全、环境卫生和健康的工作条件的关注。欧洲对于种植者可以使用哪种合成化学剂及其用量，规定也是越来越严格。波尔多大多优秀的庄园大大减少了农药的用量，他们要不转向采用有机或者生物动力学种植，要不把两者整合起来，试图找出一条可持续发展的健康之路，达到理想的葡萄收成。

法语的” bio” 容易引起混淆，因为它同时会用于有机学（法语中叫” biologique” ）和生物动力学。有机葡萄酒通常定义为葡萄不使用合成肥料、除真菌剂、除草剂或者除虫剂。只有在过去三年没有施放过以上化学物质的葡萄园，才可被政府认定为有机耕地。

要施行葡萄有机种植，不能简单地用有机除虫剂替换传统除虫剂，而是要利用生物多样性、病虫害和树体管理（保持空气对流，快速吹干葡萄和叶子）等来有机化种植。事实上，不少波尔多传统的种植者已经把这些方法融入到他们的葡萄园管理上。最棘手的是莫过于如何对付霉菌。波尔多位于法国西南部，是嘉本纳沙威浓和梅乐理想的生长地，但同时也是霉菌、葡萄蔓蛾等害虫的聚集地，极大地影响了质量和收成。

“我们要放弃人和自然皆美好的想法”，波尔多葡萄酒委员会的技术总监Muriel Barthe说到，“我们必须和外来者抗争。这是一场持久战。” 有机农业提供很多解决办法，但仍依赖铜这个传统方法去抗击霉菌。Barthe不赞同使用这个方法。“铜是重金属，会污染土壤。这样做就违背了我们的初衷。”



波尔多第二大学葡萄酒学院（ISW）的研究学者同意Barthe的观点。ISW的总监Denis Dubourdieu告诉《美酒生活》，有机葡萄栽培是大学的首要研究项目，不赞同有机种植者依赖铜来解决霉菌问题。他们正积极地寻求其他的解决方法。

Dubourdieu是一名卓越的教授、学者和酿酒顾问。他拥有几个酒庄，包括Chateau Doisy- Daene、Clos Floridene和Chateau Reynon。他把旗下100多公顷的葡萄田改为有机耕种。

事实上，波尔多一些种植者和学者已经开始寻找比有机种植更好的方式。对于一些酒庄而言，生物动力学是下一步，但所占的比例依旧很小。生物动力学是有机种植的一个极端疗法，它是由奥地利一名哲学家Rudolf Steiner提出的，他于1925年去世。这个方法重在观察行星运行和月相引起的宇宙引力。根据Steiner的学说，生物动力学种植做有9种有机配方，用牛粪、石英和七种药用植物制成。通过诸如血管这些动物器官改变分子结构而成为葡萄田的肥料成分。例如，在一个牛角里装满粪便，冬天的时候埋在土中，过段时间挖出来拿去施肥。牛角粪便、牛角硅石和普通马尾，喷洒在葡萄上。其他六种通过固体发酵后洒在葡萄田上。栽种、剪枝、犁地和采摘都参考月球的运行或是恒星的运行。

“生物动力学认为一切的事物都是有生命的，需要尊重的。它驱使我们改变，甚至帮助我们朝着希望的方向发展。” 宝德嘉纳酒庄获得有机和生物动力学认证，它的总监Jean-Michel Comme谈到，“这样能让植物有持久的抗病性，酒质得到保证。” 生物动力学种植者认为这些方法能给酒带来纯净的口感，葡萄的糖分和酚类物质同时达到成熟，酿出的酒结构平衡。“这些庄园酿出的酒能获取更复杂的芳香物质，体格更强健高贵，单宁更优秀。” Comme说到。

然后加州的研究显示，使用生物动力学和有机学栽种葡萄，在对土壤的影响、产量、株产或者果实大小并无差异。其他推广生物动力学vs传统和有机葡萄酒的品鉴会，并不经常把他们在土壤、下层土、种植和酿酒技术方面的差异列入考察范围内。ISVW的负责人告诉《美酒生活》，目前并没有任何科学数据支持生物动力种植者的理论。

但这无法阻止诸如Jean Michel Comme这些对生物动力学种植有着一股热情的种植者。而且波尔多有很多庄园都逐渐把一些葡萄园变为生物动力学栽种，并静候实验的结果。时间和研究会揭晓到底生物动力学是否有科学根据。但可以肯定的是，采用生物动力学的这批种植者，热情高涨，他们采用非常谨慎的方式去呵护他们葡萄田，这点是值得赞同的。

从波尔多到中国



波尔多列级庄中文译名“胎死腹中”

今年早些时候，佳士得拍卖行负责人Simon Tam，公布了计划印刷一份1855年列级庄“官方”中文译名的海报。一石激起千浪，此举惹怒了很多名庄。据1855年列级名庄协会表示，这个项目已暂缓。

“我们不会制作这样一份名单”，协会总监Sylvain Boivert谈到，“这些是品牌，你不会去翻译一个品牌。我们没有在其他的市场把我们的名字翻译成其他语言，同样在中国也不会。”

一个国家去适应波尔多的拉丁名字，这不是首例。“去日本和韩国，我们不会翻译名字。最后人们会根据拉丁字母表来学习。”

进口商需要继续面对他们所代理酒款的名字。一些酒庄会为出口酒选一个中文名，并和他们的合作伙伴商量。然后，波尔多的种植者发现要找到一个近似法文发音，而读起来又朗朗上口的译名非常困难。另外长度也是一个问题。通常西方的名字特别长，这远远超出中国人的平均两到三字的接受范围。

早前，记者庄布忠先生和葡萄酒专家李德美创建的名单，也同样存在这个问题。例如，音译Chateau Brane-Cantenac为“布莱恩康特纳酒庄”，足足有8个字！尽管酒庄采用了这个名字，但很难发音，且缺少韵律和美感。

接着佳士得拍卖行宣布了他们的名单，还加上了“城堡”二字，名字就更长了。种植者们非常恼火。Boivert说：“佳士得的名单一直是非官方的。”

1855列级名庄协会坚持使用拉丁名字。这些名字在中国都受法律的保护，供所有消费者参考。

当然这个需要时间。如果你有任何疑问，可以登录列级庄的主页www.crusclasses.com查询。网页是中文版，可以了解酒标和历史。发给协会的所有问题都将转发给相应的酒庄。这些酒标也可以在iPhone的Smart Bordeaux应用上查得到。



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 Kicks Off

If there was one message that came through loud and clear during the en Primeur tastings held in Bordeaux to introduce the new vintage it was this: Bordeaux needed an early, brisk sales campaign with a steep price cuts. Speculation, particularly from China, had driven up prices, pushing Americans and Europeans out of the market. Chinese investors were left with wine that fluctuated in value, mainly due to economic conditions. Since early last autumn, a wave of cancelled orders – alas, a taboo in Bordeaux, from irritated Chinese customers has hit Bordeaux. It was a hard lesson for both Chinese investors and Bordeaux, but an important one.

The main point for Bordeaux was that they could not charge crazy prices for their wines and expect the Chinese to buy it at any cost.

At the same time, a new trend gained strength. Chinese consumers have been asking for older vintages, ready to drink and often more attractively priced than the 2009 and 2010 vintages. In fact, they are looking for the same quality and value as their American counterparts.

For the Chinese, many learned that en primeur investments should not be considered short-term or risk free.

All of this came into play when the en primeur campaign started this year. It was an exciting, intense moment.

Three days after Latour dropped the bombshell that as of next year it would withdraw from the en primeur system, Chateau Lafite released its reduced 2011 price, in a strong show of solidarity with the same system.

The 2011 Chateau Lafite en primeur price dropped roughly 50 percent compared to the 2010 vintage. This was a strong signal to the market and to the other chateaux that prices needed to come down.

“It’ s great, they came out early, which was essential this year, and the price shows they are making an effort,” said negotiant Lilian Barton-Sartorius of Les Vins Fins Anthony Barton and owner of Chateaux Leoville Barton, Langoa Barton and Mauvesin. “There’ s already been a huge demand with people calling to make sure they get their allocations. It’ s basically sold.”



Witness Bordeaux



Latour Quits En Primeur, Stunning Bordeaux

The Bordeaux en primeur sales campaign took a dramatic twist this year that could signal a turning point for Bordeaux.

On April 13th, Chateau Latour sent a letter to the negociants who sell their wine, explaining that this would be the last vintage sold en primeur. For contractual reasons – to avoid lawsuits, Latour needed to give one year’ s notice.

While it’ s been rumoured for some time that Latour - owned by billionaire Francois Pinault, along with Gucci and Christie’ s auction house - was going to leave the negotiant system, the announcement hit Bordeaux like a bomb.

Allocations of First Growths are worth a great deal of money to brokers, negociants, retailers and collectors. Traders have worked very hard for a long time- in many cases, decades, to set up Latour’ s distribution around the world. Naturally, they were not pleased.

“It’ s appalling,” said one negotiant, who noted that there are over 350 negociants who ship and promote Bordeaux wine around the globe.

“It might work in some markets – emerging markets like China, who don’ t buy en primeur, but it could also destroy the work done by negociants in other markets, over centuries, to give Latour the best possible distribution.”

Interestingly, Latour’ s decision appears in part geared toward the growing demand in China for older vintages that are ready to drink.

Latour proposes to age the wine in their cellars and release it when it’ s ready to drink. That means that the vintages will not be released at a certain time of the year, like the primeurs, or in consecutive order by vintage after bottling as in Tuscany or California.

Latour is proposing something altogether different and it will take sometime to see how consumers respond.

However, despite Latour’ s positive noises about delivering quality vintages when ready, most people familiar with the Bordeaux trade believe this is more of a business strategy by Pinault, and feel it will mean higher prices for the consumer in the long run. It also means that Latour will keep the profit margins normally split between the middlemen and consumers when they buy en primeur and resell later.

It also means that Latour will keep the profit margins normally split between the middlemen and consumers when they buy en primeur and resell later.

While this might seem to make a lot of business sense, the decision has isolated Latour from the rest of Bordeaux. It has also suddenly strengthened the position of the other four First Growths.

“He’ s just done the others a huge favour. What used to be a five horse race is now a four horse race,” said a negotiant.

Bordeaux Demystified



Biodynamic Wine vs Organic Wine

Organic and biodynamic grape growing are gaining ground in Bordeaux. The driving force behind this evolution is the concern for a safe food, clean environment and healthy work conditions. European regulations are also tightening, restricting which synthetic chemicals a grower can use and how much.

In Bordeaux, most fine wine estates have drastically reduced the amount of chemicals they use. Many have either moved towards organic or biodynamic growing, or integrated these practices into their estates, trying to find the combination that provides sustainable, healthy vineyards, which produce grapes at optimal ripeness with an economically viable yield.

Beware of the confusion that comes from the French word ‘bio’ – this is used for both organic (‘biologique’ in French) and biodynamic. Wine made from organically grown grapes is generally defined as made without using any synthetic fertilizers, fungicides, weed killers or insecticides. The government regulates the permitted products, and

after meeting standards for three years, the estate receives certification. In order to be successful at organic grape growing, vineyards also have to change their approach. You can’t simply substitute organic pesticides for conventional pesticides. Success requires using tools like biodiversity, integrated pest management and managing the leaf canopy to allow for airflow and rapid drying of the grapes and leaves. In fact, many conventional growers in Bordeaux have already integrated these approaches into their vineyards. The main sticking point is what to do about mildew.

Bordeaux's location on the 45th parallel in southwest France creates ideal conditions for Cabernet and Merlot, but it's also a happy spot for rot, mildew and voracious insects like the grapevine moth that can destroy quality, yields and ultimately profits.

“We have to put an end to this idea that everyone is beautiful and nature is beautiful,” said Muriel Barthe, technical director at Bordeaux's wine council. “We have to fight against aggressors. It's a constant battle.”

Organic farming offers a lot of remedies but relies on copper -- a traditional method -- for fighting mildew. Barthe nixes that as an option for Bordeaux.

“Copper is a heavy metal and we know it's toxic for the soil,” she said. “We are not going to go backwards.”

Bordeaux’s researchers at Bordeaux University’s Institute of Vine and Wine (ISW) agree. The director of the ISW, Denis Dubourdieu told Wine Life that while organic viticulture was top priority for research at the ISW, the organic winegrowers dependence on copper was not an option. They are actively looking for ways to be organic and not use copper.

Dubourdieu is an eminent professor, researcher and consulting winemaker. He’s also owns several vineyards, including Chateau Doisy- Daene, Clos Floridene and Chateau Reynon. He’s converted over 100 hectares of his own vineyards to organic farming.

In fact, in Bordeaux, it could be argued that winegrowers and researchers are already moving beyond organic in search of a still better option.

For some, the next step is biodynamic winemaking, but this remains a tiny minority.

Biodynamic winemaking is a holistic approach, akin to homeopathic medicine, based on the spiritual and practical teachings of an Austrian philosopher, Rudolf Steiner, who died in 1925. It is an ideology which places emphasis on cosmic forces created by the movement of the planets and phases of the moon.

According to Steiner’s teachings, biodynamic grape growers use nine preparations, which are made from cow manure, quartz (silica) and seven medicinal plants. Some of these components are transformed using animal organs as vessels before being used in the vineyard. For instance, a cow horn is filled with manure, buried during the winter and then unearthed to make a preparation for compost. Three of the approved preparations - horn manure, horn silica and common horsetail, are used as sprays. The other six are applied to the vineyard via solid compost. Planting, pruning, ploughing and picking are done according to the movement of the moon and sometimes the stars.

“Biodynamics is a global way of appreciating our relationship with all that is living, and it gives us the tools to change or rather move the situation in the direction we want,” said Jean-Michel Comme, director of Chateau Pontet- Canet, which is certified organic and biodynamic. “It can be to make the plant be more resistant to disease or to produce better wines.”

Biodynamic winegrowers say these practices bring purity to their wines, and that the grapes achieve sugar and phenolic maturity at the same time, leading to a better balance of flavor and alcohol content.

“It seems to be clear that the wines of the estate have gained in aromatic complexity, finesse and nobility in the quality of tannins,” said Comme.

However studies in California have not shown any difference between biodynamic and organic grape growing with respect to soil quality, yield, clusters per vine or the weight of the berries.

Other tastings that promote biodynamic versus conventional and organic wines do not always take into account differences in soil, subsoil, viticulture and winemaking techniques.

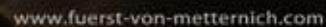
And leaders at the ISW told Wine Life that there has not been any scientific evidence to support the claims of biodynamic winegrowers. That does not stop winegrowers like Jean Michel Comme, technical director at Chateau Pontet Canet from believing passionately in biodynamic viticulture. And a vast number of Bordeaux chateaux are in the process of converting a few hectares a year to organic viticulture to test the results.

Time and research will tell whether there is any scientific basis for biodynamic winemaking. What does seem clear, however, is that biodynamic growers tend to be passionate winemakers who take meticulous care of their vineyards, and that should be commended.



CHRISTIE'S 佳士得

Naturally, that will take some time. If you have questions, you can refer to the front label on the Grands Crus Classés website www.crusclasses.com. The website is in Mandarin. The labels as well as the history of the wines are available. Any questions sent to the association will be forwarded to the appropriate chateau. The labels are also available on iPhone app Smart Bordeaux. 





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人。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。

Letter from Germany

德国来鸿

文/Text 约格·菲利浦 译/Translate Wolf 图/Photo Messe Düsseldorf/Tillmann

今年已经是我第10次参加德国杜塞尔多夫的ProWein国际酒展，与以往一样，ProWein依然让我兴奋不已。在我看来，若是你要找一个组织得井然有序、能够见识到数不尽的各国葡萄酒的展会，来杜塞尔多夫就对了。

第一届ProWein酒展举行于1994年，参展的只是8个国家的321家酒商，观众也仅有1500人。当时并没有人知道这个展会将成为世界葡萄酒行业最重要的活动之一。

今年，3900家酒商云集在ProWein现场，参观者超过4万人，来自德国以外的参观者占到半数以上，穿行在展厅里时，我身边是说着各种语言的参观者，不过亚洲面孔只有很少的几个，让我略感惊讶。像ProWein这样重要的展览，怎可能在亚洲市场寂寂无名？我和几个参展商进行了交谈，他们对欧洲的葡萄酒展会都有比较清晰的认识：假如你想做足宣传、博得曝光，最好去波尔多的Vinexpo，或者去意大利的Vinitaly、英国的伦敦国际葡萄酒展也行。若是想发掘好的新产品、拓展你的业务，ProWein是上佳之选。

有8家中国的烈酒厂商参加了这次ProWein，他们在同一个展位里展示着自己的产品。看来中国酒商未来几年里还有很多成长空间。



最近10年来，ProWein一直有一个重要的主题，那就是生态葡萄酒（ecological wine）。上世纪80年代末90年代初在德国，这类葡萄酒只有那些被称为“绿人”的环保运动支持者会购买。然而在90年代末，生态葡萄酒在各大葡萄酒赛事上频频获奖夺冠，以至于传统葡萄酒庄园开始研究生态葡萄酒崛起的原因。今天，生态葡萄酒在德国拥有巨大的市场，已经大到ProWein要为它开辟一个专门的展馆。不过这个展厅的位置实在有些偏，很多参观者都在抱怨找不到位置。德国最大的生态葡萄酒进口商Riegel Wineimport负责人Bernd Linser告诉我，在他的坚持之下主办方给他的公司安排到了另一个展厅。明年ProWein会继续成长，还会根据国家和主题对展区进行新的划分。

各种葡萄酒赛事也对生态葡萄酒和相关品种十分关注。国际有机葡萄酒大赛（Internationaler Bioweinpreis）和抗病葡萄品种大赛（PIWI Weinpreis）每年都会举行。这些“抗病品种”的葡萄非

常有趣，它们对某些疾病如白粉病和霜霉病等具有特殊抗性。比较著名的抗病品种有嘉本纳弗朗（Cabernet Franc）、白塞瓦（Seyval Blanc）、Johanniter、Solaris、Regent等等。抗病品种在德国、奥地利和瑞士这几个国家比较普遍，这里的葡萄农为了使葡萄酒更加多样化，同时为了寻找最适合当地的独特气候而不断寻找新鲜品种。

ProWein上另一个新鲜热词是可持续性（sustainability）。这个概念覆盖了葡萄酒酿造过程中消耗的所有能源。酿酒所耗去的能源有很大部分都发生在运输途中，酒瓶运输中的节能一度被人们忽视，而现在又出现在聚光灯下。未来，各国会出现越来越多的“零排放产区”或类似的概念，这也是一股非常值得关注的潮流，因为每年葡萄酒在全世界的流通会带来巨量的二氧化碳排放。



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 consulter 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 consulter for German wines by the German Wine Institute. Approved consulter for Portuguese wines by the Portuguese wine export institute. Several certificates for wines from France, especially Bordeaux. Creator of PAR tasting system.

FEATURE STORY

Letter From Germany



This year it has been my 10th Edition of ProWein in Düsseldorf Germany and I continue being excited about this exhibition every time. In my opinion if you find a fair, that is incredibly well organized and the overview about wine from all around the word is endless, than you are at ProWein.

ProWein started in 1994 with 321 exhibitors from 8 different countries. 1.500 visitors accessed the fair. In fact nobody knew at that time that this fair would become the most important international fair for the wine business.

This year over 3.900 exhibitors attended ProWein and more than 40.000 visitors showed up. Over 50 % came from other countries. Walking through the halls I heard a lot of different languages under the visitors, but was quiet impressed, that I only saw very few Asian looking people around the booths. Has the importance of ProWein not arrived yet to these markets? Talking to exhibitors there was a clear opinion about the different fairs in Europe: If you want to show up and be seen

go to Vinexpo in Bordeaux, to Vinitaly in Italy or London Wine Fair in England. If you want to discover new wines and make business, visit ProWein.

From China eight exhibitors with liquors presented their products at one booth. So there is a lot of space to grow in the next years.

A big theme at ProWein for at least the last 10 years is ecological wine. In Germany at the end of the 1980s and the beginning of the 1990s ecological wine was not a highlight at all. Wines that where made like this where only bought by so called “Green People” . At the end of the 1990s ecological wines won so many competitions in Germany that non-ecological wineries started to wonder why. Nowadays ecological products are a huge market in Germany. So huge, that ProWein made up an own hall for it. But the hall was so out of reach, that exhibitors where really upset about this fact. Talking with Bernd Linser, the responsible of Riegel Wineimport, the largest importer of ecological wine in Germany, he forced the organizers to give Riegel a space in another

hall. Next year ProWein will grow again and make a new split-up for the countries in the different halls and for the different themes.

Different wine competitions also focused on ecological wine and the varieties around it. Internationaler Bioweinpreis (International competition for organic wines) and PIWI Weinpreis (Competition for resistant varieties) are held every year. Something very curios are these so called resistant varieties. They have a special resistance to disease like oidium and peronospora. Cabernet Blanc, Johanniter, Seyval Blanc, Solaris and Regent are only some the names behind these varieties. Germany, Austria and Switzerland are the classic countries, where vine growers try to find new varieties to make the wine world more versatile and find special types for this extraordinary climate.

A quiet new term related to wine is sustainability. This comprises all the energy used in the wine production, including the transport to the consumer. Good part of the employed energy is for the transport, so the bottle is a fact that uses to be underestimated. In the next year there will emerge more wine growing regions with “Zero Emission” and similar. This trend is really worth to keep in touch with, as every year more goods are shipped around the world causing CO2 emissions. [u](#)



The Farmer of Château Angéhus

来自金钟庄的农民

An Interview with Hubert de Boüard
访Hubert de Boüard

文/Text Wolf 图/Photo Allen

在中国拥抱现代化和全球化的今天，汉语中的“农民”一词已经不知不觉地带有了微妙的含义。“农民”是数量庞大、常年在新闻里感谢国家的弱势群体，除非出现群体事件，他们很少在媒体上抛头露面。虽然大多数城里人离开乡村的时间不超过几十年，但这段时间已经足以让他们形成与“农民”一词相关的所有负面联想：教育程度低，保守狭隘，胆小怕事……

所以，当波尔多金钟庄庄主Hubert de Boüard，这位满头银发、英语口音极重、风度相当文艺的波尔多葡萄酒业重量级人物，口口声声在采访中对笔者说“你知道，我是个农民……”、“我们农民懂得terroir”时，一次对“农民”的再认识就此开始。这位“农民”畅谈了自己对中国市场的预期、对中国电影导演和中国酒庄的看法、对圣达美隆及其葡萄酒的定义、对于加入圣达美隆列级名庄一级A组的态度以及对2011年份的总体评价。



(WL=Wine Life HB=Hubert de Boüard)

WL：您刚刚从武汉回来？印象如何？

HB：是的，印象非常深刻。昨晚有很多嘉宾出席了金钟庄晚宴，我认识了其中一些人，有的显然已经非常熟悉金钟庄的葡萄酒，家里的酒窖里就有收藏；有的人连金钟庄的名字都没听过，但喝过之后也爱上了它。晚宴非常成功。接下来我还会去佛山、三亚。中国是个幅员辽阔的国家。

WL：您好像很熟悉中国的城市，发音很标准。

HB：我第一次来中国是1987年。那时在中国根本看不到进口葡萄酒。2002年我再来的时候，已经感觉到这里正在发生一些非常重要的变化。从那之后我开始了在中国的推广，与富隆合作。我相信中国市场将会成为世界顶级葡萄酒的最大市场，也许它现在已经是的。

中国是一个巨大的市场，特别是年轻一代人。昨晚我几乎被震惊了：眼前看到的全部是年轻人！包括武汉富隆的经理，那位奥运冠军。葡萄酒是一种梦想，如果我们帮助他们了解这些葡萄酒的起源，他们一定会爱上葡萄酒文化。我非常乐观，一切才刚刚开始。首先，金钟的金色酒标很容易让消费者记住，第二，Angéhus翻译成金钟，非常醒目，在中国已经很有名气。当然，我知道拉菲的中文名很好，还有龙船庄。金钟也是一样。最后，我们还与邦德密切联系在一起。金钟已经是这里最知名的右岸葡萄酒了。在我看来，波尔多右岸葡萄酒的价值在中国被低估了。波尔多左岸确实很经典，但是右岸葡萄酒还没有得到它应得的关注。

WL：说不定哪一天中国的某位导演，比如贾樟柯，会在片子里嵌入金钟庄葡萄酒。您觉得这个主意如何？

HB：哈，我非常乐于一见。绝对。

WL：您是在圣达美隆（Saint Emilion）出生长大的，您的家族也在圣达美隆世居了好几个世纪。您会怎样去定义圣达美隆和她所产的葡萄酒？

HB：没错。我是圣达美隆的土著，我们家族从1782年起就生活在这里，我就在酒庄里出生长大。我们可以拿圣达美隆和波尔多的其他地区比较一下，就拿左岸的美度地区（Mérdoc）来说吧。自古以来，美度区都是波尔多的富人花重金投资的地方，那里的葡萄园都属于城里的银行家、律师、商人们。在圣达美隆，葡萄园的主人是农民，一代接一代的农民。农民们住在酒庄，照料葡萄园，收了葡萄就酿酒，自己打理一切。我在波尔多大学学习酿酒，老师是著名的酿酒大师Emile Peynaud。你知道，我一直认为自己是农民。两星期前我还在葡萄园和酒窖里工作，料理跟酿酒有关的一切。

我不是说左岸是我们的敌人，但我们和他们的酿酒理念非常不同。右岸的庄园都非常小，金钟庄已经是圣达美隆最大的庄园之一了，我们的（正牌酒）年产量是5万瓶，但可能左岸一个普通酒庄的产量就有30万瓶。我们的土壤主要是粘土和石灰石，我们的葡萄品种主要是梅乐（Merlot）和嘉本纳弗朗（Cabernet Franc），包括我们的气候条件，也都和左岸非常不一样。就葡萄酒来说，也许我可以说圣达美隆葡萄酒不像美度的葡萄酒那样“肩宽体阔”，而是更偏向柔和、细腻与优雅，那种清新的水果气息和香料味是很独特的。

如果说相似的话，我会说圣达美隆的农民更像布根地人。如果你去过布根地，你会发现那里的人们都很淳朴友善，你可以参观他们的酒窖，和庄主本人交谈。在圣达美隆也是一样，都是家族在经营庄园，面积很小。在美感可不一样，你可以预约参观庄园，但可能根本见不到庄园的主人，只见得到酒庄管理者。

在酿酒方面，你知道我一直被认为是波尔多一个敢于率先采用新方法酿酒的人。原因是我不仅在波尔多大学学过酿酒，而且也在布根地学习过。我接管金钟庄园前去过很多次布根地，很多布根地酿酒师都是我的好友。我们都是农民，我们懂得terroir，我们和土地离得最近，所以也和我们的酒离得最近。我觉得圣达美隆在精神上和布根地是很接近的。

WL：以金钟庄的品质和潜力，您认为什么时候它会进入圣达美隆评级的第一级A组？

HB：金钟庄当然具备进入A组的潜力。事实上，在伦敦、巴黎、纽约举行的很多评比、品鉴会和盲品会上，金装庄的排名已经牢牢占据着第一或第二的位置。至于升级到A组的时间，我是从1985年份起以酿酒师的身份开始管理金钟的，但是真正开始进行大规模投资、在葡萄园和酒窖里推行新方法是从小90年代开始。如果你拥有真正杰出的terroir，可能大约需要20到30年的时间让酒的品质得到充分的提升。

WL：作为家族酒庄，您的家人也在庄园里工作吗？

HB：是的。我的大女儿Coralie 是我的得力助手，还有我的侄子Jean-Bernard也帮助我管理庄园，我自己负责酿酒和市场推广。除了金钟庄，我们还收购了拉朗宝物隆的宝花庄Château La Fleur du

Boüard 和Château Bellevue，后者是一个圣达美隆特等园。现在它们在波尔多也已经非常有名。我想家族生意进行得还不错，不过我们还需要努力工作，让更多的中国消费者了解它们。

WL：您考虑过在未来收购一些优秀的中国酒庄吗？

HB：暂时还没有这个计划，不过我想可能我会先担任中国酒庄的酿酒顾问。我不太喜欢和大型的酒庄合作，正如刚才我所说的，我还是喜欢规模比较小、产量不大但是注重质量的庄园。中国很大，有多种多样的风土，我相信未来中国一定会出现一些高品质的酿酒庄园。

WL：最后，请您评价一下波尔多的2011年份。有新闻说一些酒庄被迫提前开始收获。气候有那么反常吗？

HB：最开始确实有些反常。当时我们都以为会是一个早熟的年份，因为2011年的春季出现了夏季一样的高温，等到夏天开始时，我们想这样下去葡萄很可能会早熟。但是最终采收的日子并没有明显的提前。夏天的天气比较正常，没有太热也没有太多雨水。到了9月份，基本上成熟期已经恢复到了正常的日子。大多数波尔多红葡萄酒产区，收获期开始于9月中旬，在10月10日前后结束。拿金钟庄来说，我们从9月20日开始收获，10月8日收完最后一批嘉本纳弗朗。所以我觉得谈不上早熟，是一个比较平均的年份。

就质量而言，我认为2011年份可以算“好”或者“很好”，具体要取决于庄园的位置。2011年份的总体质量可以与2001、2006年份相比。当然，还不能和2009和2010这两个年份媲美，但也是一个不错的年份。这个结果可能也正是葡萄酒市场所需要的。市场可能需要的是一个很好的年份，但不一定是另一个伟大的年份。



The Chinese word for "farmer", in an era when China embraces modernity and globalization in full gear as today, seems to bear a slightly twisted meaning. In China, "farmer" is a large, vulnerable group of people who mainly receives media exposure in two occasions: expressing sincere gratitude for the government's relief efforts or, though less often, expressing rage towards local corruption in the form of mass protests. Although most of Chinese urban residents have only left their rural home for the cities for a few dozens of years at most, they have learned enough about all the negative implications about being a farmer in China: lacking of proper education, narrow-sighted, conservative-minded, timid and burdened by the land and its meager produce...

So, when Hubert de Boüard, owner of Château Angélus, a silver-haired, humble gentleman with a heavy accent, vigorously referred to himself as a "farmer", this interview became an exploration of the alternate meaning of being a "farmer".

(WL=Wine Life HB=Hubert de Boüard)

WL: So you've just returned from a wine event in Wuhan. How do you feel about it?

HB: Yes. I was deeply impressed. A lot of people attended the wine dinner last night. I got to know some people who are very familiar with Château Angélus and already have Angélus in their cellar, while also some people knew nothing about Angélus but fell in love with it after the dinner. The event was very successful. Next I will go to Foshan and Sanya. China is such a large country.

WL: You seem to be very familiar with Chinese cities, because your pronunciation is quite good.

HB: Well my visit in China was in 1987. By that time of course China had nothing, no imported wine at all. Then I visited China in 2002. I felt something really important were happening in this part of the world. So after that I began to promote Angélus wine in China and soon I started the cooperation with Aussino. I trust that the Chinese market will soon become the largest market for the world's top wines. Maybe it already is.

China is a huge market, especially the young people. Last night I was surprised, shocked because they were all young people! Very



young people, including the Aussino manager of Wuhan, who is an Olympic champion. If we help them to understand the origin of our wine, because wine is a dream, they will certainly love the wine culture. I am very optimistic. It's the beginning of everything. First, Angélus has a golden label, which is well received among Chinese consumers. Then the Chinese name. You translate the name as Jin Zhong, the Golden Bell, right? I heard it all the time last night and apparently it is already well-known here. Of course I know the Chinese names for Château Lafite Rothschild and Château Beychevelle are also very good. So is Angélus. And, we are also connected with the James Bond film. I think Château Angélus is now among the most well-know wines from Bordeaux's right bank. But I fear that the right bank wines have been underestimated here. Yes the left bank Bordeaux wines are very classic but the right bank wines have yet received full attention that they deserve.

WL: Maybe one day some Chinese film director, like Jia Zhangke, may feature Château Angélus in a Chinese movie. What do you think about that?

HB: Aha, I'll be more than happy to see Château Angélus in a Chinese movie, absolutely.

WL: We know you're born in Saint Emilion, and your family has



lived in Saint Emilion for centuries. How shall we define Saint Emilion and its wines?

HB: You're right. I'm a native of Saint Emilion. My family started in Saint Emilion since 1782, and I was born and grew up in the château. To define Saint Emilion we can compare it with the rest of Bordeaux, especially Medoc on the left bank. Since ancient time Medoc has been heavily invested by the rich people from Bordeaux. The châteaux were owned by bankers, lawyers, businessmen who lived in the city. **But in Saint Emilion it were the farmers who owned the vineyards. Generation and generation of farmers. They live in the château. They take care of the vineyards. They take care of the vinification and everything.** I studied winemaking in the Bordeaux University under the famous winemaker Emile Peynaud. **You know I always consider myself as a farmer.** Just two weeks ago I was working in the vineyard and the cellar, deciding on everything on winemaking.

I'm not saying that we are the enemy of left bank, but we are really very different. The vineyards in the right bank are all very small. Château Angélus is one of the largest vineyards in Saint Emilion. Our production (of the Grand Vin) is fifty thousand bottles. But it will be three hundred thousand bottles for an average château in the left bank. Our soil is mostly clay and limestone, and the varieties are Merlot and Cabernet Franc. These, including our weather conditions, are also different from Medoc. As for the wine, maybe I

can say that Saint Emilion wines don't have the broad shoulders that Medoc wines have. They are more soft, fine, elegant, with unique freshness and spiciness.

Talking about similarity I would say farmers of Saint Emilion are more similar to the Burgundy people. If you have been to Burgundy, you will find out that people there are very kind and friendly. You can visit their vineyard, visit their cellar, and talk to the château owner. You can also do that in Saint Emilion. Both are family-run vineyards, and both are small in size. It's totally different in Merdoc. You may be able to make an appointment for visiting the vineyard, but you probably won't see the château owner. Only the manager of the château.

In terms of winemaking, I was and I still am considered as one of the leaders in Bordeaux to adopt new approaches and techniques to make wine. Why? It's not only because I studied winemaking in Bordeaux University, but also because I learned a lot in Burgundy. Before I took over Angélus I visited Burgundy for a lot of times. Many Burgundy winemakers are my friends. **You know, we are farmers, we understand terroir, we are close to the land and we are also close to the wine. I feel there are a lot of similarity between Saint Emilion and Burgundy.**

WL: When do you think Château Angélus will be promoted into Premier Grand Cru Classe A, with all its superb quality and potential?



HB: Angélus certainly has the potential. As a matter of fact, in London, Paris, New York, Angélus has been in the top one or top two positions in wine contests, grand tastings and blind tastings. I joined the management of Angélus as a winemaker in 1985. But the real big changes, major investment, work in the vineyard and in the cellar, began in the nineties. If you really have a unique terroir, it will take 20 to 30 years for your wine to fully show the improvement.

WL: Do the rest of your family members work in Angélus like other family-operated winery?

HB: Yes. Closest to me is my oldest daughter Coralie. And then my nephew Jean-Bernard helped me in management. I'm in charge of vinification and promotion. Besides Angélus, we also bought Château La Fleur du Boüard in Pomerol and Château Bellevue, which is a Saint Emilion Grand Cru. Now they become very famous in Bordeaux. The family business is good and we need to work hard to introduce our wines to the Chinese consumers.

WL: Have you considered acquiring any outstanding Chinese winery?

HB: Not really. But I think I would serve as their wine consultant first. I don't like to work with large scale winery. Like I said I would much prefer cooperate with small but top quality winery in winemaking. China is large and there must be some outstanding terroir. So I

believe it's only a matter of time for China to see some really top quality wineries.

WL: One last question. What do you think about the 2011 vintage? Some news report said some Bordeaux wineries were forced to start harvest earlier due to unusual climate.

HB: Well it was unusual at the beginning. We thought it would be an early-ripe vintage, because the spring of 2011 is so warm and hot. When the summer began we thought the grapes would ripe earlier and so would be the harvest. But it turned out that the harvest began normally. The summer is OK, not too hot and not too much rain. When September began the harvest is decided to start on normal schedule. For most of Bordeaux's red wine region the harvest began in the middle of September and ended around October 10th. As for Angélus, we began to harvest on September 20. We harvested the last batch of Cabernet Franc on October 8th. So I think it's an average vintage.

In terms of wine quality, 2011 vintage should be described as "good" or "very good". It all depends on your location. I think the overall quality of 2011 vintage can be compared with 2001 and 2006. It was a good vintage, but of course not as good as 2009 and 2010. This may be exactly what the market needs. **The market may need a very good vintage, but not another "Vintage of the Century".**

New Trend of Wine Market of Mainland China & Hong Kong

中港两地葡萄酒发展新趋势

An Interview with the President of VINEXPO ASIA-PACIFIC, Ms. Dominique HERIARD DUBREUIL
专访VINEXPO亚太区主席Dominique HERIARD DUBREUIL女士

文/ Text 梁楚瑶 图/ Photo 由嘉希传讯提供



2012年的5月,世界葡萄酒界将会聚焦香港——VINEXPO ASIA-PACIFIC 2012将会假座香港会展中心举办。3月份, VINEXPO主席Dominique HERIARD DUBREUIL女士(下简称Dominique)以及行政总裁Robert Beynat先生莅临香港,为我们带来今年展览的最新信息。

香港, VINEXPO ASIA-PACIFIC的无二之选

1998年伊始, VINEXPO ASIA-PACIFIC首次在香港举办,十年后,香港取消了对进口葡萄酒征收关税;再加上中国的葡萄酒市场在过去十年间的迅猛发展,香港逐渐成为了亚洲葡萄酒的区域枢纽。2012年, VINEXPO在香港举办,吸引了世界各地葡萄酒从业者的积极参与。根据主办方的预测,本届展览的访客数量将打破上届记录。超过30个国家的展商参加,而为了能容纳新增的流量,本届的VINEXPO展览面积扩张近25%,达到10,500平方米。

在记招上, Dominique女士介绍了本次VINEXPO参展的概况:法国的知名酒庄列席本次展览,其中包括掌管武当庄园的罗富齐家族(Baron Philippe de Rothschild)、布根地知名酒园法莱丽(Faiveley)、力高宝德(Nicolas-Potel)、香槟品牌菲丽宝娜(Champagne Philliponnat)等。新世界葡萄酒产国中,南非和美国的总展览摊位面积将扩大一倍以上,澳洲更是预留比上一届大六倍的空间;新西兰设立国家展区,而智利的展览摊位面积则占地700平方米,不容忽视。而在新世界中,中国也有庄园参展,希望借此良机开拓亚太区的分销平台,让更多众多的中国佳酿走出国门。

Dominique女士在接受采访时指出, VINEXPO选择在香港举办,除了考虑到香港在亚太区葡萄酒市场的地位,还有一个更为现实的原因——签证。“在2000年、2002年我们曾经在东京举办VINEXPO,但是我们还是认为香港比较合适,特别如今不少的参展商都想通过VINEXPO来敲开前往中国的‘葡萄酒之路’,如果选在其他国家地区,申请签证手续比较反复,间接影响展会的效果。”

中港葡萄酒业展望

在主办方的努力下, VINEXPO已不仅仅是一个展览,通过VINEXPO



发布权威的业界报告,为葡萄酒与烈酒行业的从业者提供分析和计划的实用工具,这也是VINEXPO能在世界大获成功的重要因素之一。

在本次的记招中, Dominique女士则与我们分享了将要在本届VINEXPO公布的研究报告的精华片段。本次报告是VINEXPO委托国际葡萄及与烈酒研究机构IWSR(International Wine and Spirit Research)进行有关全球葡萄酒与烈酒消耗、生产及国际贸易的详细研究,并作五年预测,展望市场预测至2015年,其中中国内地与香港的葡萄酒市场是本次研究的重点所在。此一年一度的IWSR研究报告获公认为对全球葡萄酒及烈酒市场所作出的最全面、准确、详尽的分析,涵盖28个生产国及114个消费市场。

根据报告显示,中国已跻身世界五大葡萄酒市场之列,超越了英国,榜首依次为美意法三国;我国同时也成为第六大葡萄酒生产国。研究发现,中国连同香港的葡萄酒消耗量于2009至2010短短一年之间上扬33.4%;预期在2011至2015年期间升幅将达到54.25%,相当于增加10亿瓶。

在中国的葡萄酒消耗方面,红酒占总葡萄酒消耗量的91%,然而白葡萄酒的消耗量于2010至2011年上升19%,反映国人对白葡萄酒的兴趣日增。与此同时,进口葡萄酒在2010年占15%,当中以法国为首要供应国,超越澳洲。以价值而言,非中国葡萄酒占总销售额的37.4%。

在本地廉价烈酒深受欢迎的条件下,中国依然为全球最大的烈酒消耗国。然而烈酒市场的增长速度预计会放缓,这是由于葡萄酒与本地烈酒(尤其是白酒和茅台)的竞争越趋激烈,葡萄酒已日渐成为送礼或宴饮的首选。尽管如此,预计至2016或2017年,中国将会成为世界最大的干邑市场。

因为香港葡萄酒进口零关税的原因,本次的研究把香港作为一个

独立的地区进行调查。结果表明,在过去的五年,香港晋身为亚洲葡萄酒之都及贸易枢纽。研究发现,香港成人每年平均消耗5公升葡萄酒,消耗量为亚洲之冠——分别较日本及新加坡超出一倍,更是中国大陆的四倍。法国葡萄酒于香港最受欢迎,占销售额的28%,其次是澳洲(20%)和美国(11%)。香港人习惯于庆祝活动上饮用汽酒和香槟,其消耗量之多,为亚洲各地总和的一倍,香港是亚洲当之无愧最成熟的葡萄酒市场。

自撤销葡萄酒进口税以来,香港已稳健发展为中国/亚洲蓬勃市场的区域枢纽。据最新的葡萄酒进出口数据显示,于2010年,进口至香港的500万九公升箱葡萄酒之中,有200万箱被转口,即40%被运往境外。

Dominique指出,调查报告中一项值得留意趋势是,全球消费者越来越具识别力——他们逐渐摒弃低价葡萄酒,转而选择中高价位的佳酿。其中一个强而有力的证据是进口葡萄酒的市场增长速度为国产葡萄酒的两倍。世界各地所消耗的近四分之一葡萄酒均由外地进口,2006至2010年期间,进口葡萄酒的升幅为7.83%。

多元化的VINEXPO

正如上文所提及, VINEXPO ASIA-PACIFIC不仅仅是一个展览,主办方在四天的展览期间将会安排一系列的精彩活动。Dominique女士为我们列举了部分的活动,“在本次的VINEXPO,我们将会开办专业试酒班,完成课程者能获得认可资格。试酒班环绕三大主题,包括品酒、美酒佳肴配搭以及销售和市场推广,全部由业内著名专家主持。而为了未免参与者错过本次课程,试酒班在展览期间会举办四次。”

除了试酒班, VINEXPO也会举办各种的特色讲座,内容涵括葡萄酒产区介绍、葡萄酒拍卖、市场分析、酒餐搭配等;不同主题的品酒会也会次第举行:以葡萄酒品牌、公司为主题、以国家为主题、以产区为主题应有尽有。当然也有各类型的侍酒师活动,力求通过多元化的活动让展会的访客充分领略环宇葡萄酒的无尽魅力。

In May 2012, the spotlight will land in Hong Kong - VINEXPO ASIA-PACIFIC 2012 will be held in Hong Kong Convention & Exhibition Center. In March, the president of VINEXPO ASIA-PACIFIC 2012 Ms. Dominique HERIARD DUBREUIL and CEO Mr. Robert Beynat came to Hong Kong to hold a press conference, releasing the latest information of this grand event.



HK, Best Venue for VINEXPO ASIA-PACIFIC

Since 1998, VINEXPO ASIA-PACIFIC was first held in HK. A decade later, HK annuls the tariff of imported wines; HK has gradually become the regional hub of wine with stimulation from the fast-growing China's wine market. In 2012, VINEXPO ASIA-PACIFIC attracts attendants from all around the world. According to the prediction of the organizer, the 2012 exhibition will set a new record in the number of visitors. There are exhibitors from more than 30 countries. The exhibition space is expanded by nearly 25% to 10,500 sq to accommodate exhibitors.

During the press conference, Dominique introduced that French exhibitors are out in force, including a range of prestigious chateaux such as Baron Philippe de Rothschild, Faiveley, Nicolas-Potel, Champagne Philipponnat. New world wines are also mounting determined marketing campaigns – with South Africa and the US more than doubling their total stand areas, Australia reserving six times the space it last occupied, new Zealand mounting a dedicated national pavilion and Chile occupying a formidable 700 sqm of stands. Chinese exhibitors will present their wines during VINEXPO ASIA-PACIFIC to seek for distribution channels all over the region.

Dominique also points out one of the key factors of choosing HK as the venue is the visa issue. “In 2000 and 2002 we’ve hosted VINEXPO ASIA-PACIFIC in Tokyo. But we prefer HK

because it is much easier for exhibitors especially one from mainland China to get their visas.”

Prediction of Wine Industry in Mainland China & Hong Kong

With the great effort of the organizers, VINEXPO is more than an exhibition. Report released during VINEXPO provides a strong tool for wine & spirit profession for their reflection and planning. Such is one of the keys to the success of VINEXPO.

One of the main purposes of the press conference is releasing the latest report of the 2012 VINEXPO ASIA-PACIFIC. This detailed study on world wine and spirit consumption, production and worldwide trade is commissioned by VINEXPO from consultants IWSR (The International Wine and Spirit Research), together with a 5-year forecast up to 2015, in which the wine market of mainland China and HK is the focus. The study covers 28 producing countries and 114 markets.

The study places China ahead of the UK as the 5th largest wine consumer, with the United States on top ahead of Italy and France. China is also ranks 6th wine producing country. The study found China's wine consumption, including HK, grew by 33.4% in just one year from 2009 and 2010. It forecasts 54.25% growth between 2011 and 2015 – the equivalent of a billion more bottles.

Among notable trends identified in China, red wine accounts for 91% of total consumption, but a 19% increase in white wine consumption



in 2011 from 2010 indicates that Chinese drinkers are growing fonder of whites. In the meantime, imported wines accounted for 15% in 2010, with France the leading supplier, ahead of Australia. In value terms, non-Chinese wines represented 37.4% of total sales.

Bolstered by strong fondness for cheap local spirits, China remains the largest consumer of spirits in the world. But growth is expected to slow, as wine is competing more and more with local spirits, especially Baijiu and Moutai, as gifts and at banquets. China is nevertheless forecast to become the world's largest cognac market by 2016 or 2017.

For the zero-tariff policy for imported wine in HK, the study treats HK as an independent region. It is shown that for the past five years HK emerges as Asia's wine drinking capital and trade hub. The study found HK's average adult consumption of five litres a year is the highest in Asia – more than twice the average in Japan and Singapore, and four times the level in mainland China. French wines are most popular, accounting for 28% of sales, ahead of Australia (20%) and the United States(11%). Hong Kong's taste for sparkling wine and champagne is even more cause for celebration – consuming twice as much as the rest of Asia combined!

Since scrapping import duty on wine, HK is also firmly established as regional hub to the booming China/Asian market. Latest wine import-export figures revealed in the survey, for 2010, show HK

re-exported two million of the five million 9-litre cases imported – meaning 40% of wine is shipped onwards.

A note-worthy trend identified by the survey is that consumers worldwide are becoming more discerning – turning their backs on cheaper wine and opting for pricier bottles. A strong indicator is that the market for imported wines is growing twice as fast for domestic wines. Almost one in four bottles consumed worldwide is imported, following a growth of 7.83% in imported wine from 2006-2010.

A Diversified VINEXPO

As above-mentioned, VINEXPO ASIA-PACIFIC is more than a wine & spirit exhibition. “During the 2012 VINEXPO ASIA-PACIFIC, we will hold a professional tasting class. Students finishing the course can get qualification. The course is around three themes, including tasting, wine-food matching, and sales and marketing. All three will be hosted by experts of the fields. There are four course during the exhibition so to allow more people can attend it.”

Apart from the courses, there are lectures, seminars, and key note speeches of different topics – wine auction, wine region tour, market analysis, wine-food paring. One also cannot miss the tastings of different company, brands, countries, regions. Of course there will be event of sommeliers. All in all, the 2012 VINEXPO ASIA-PACIFIC makes great effort to a fully showcase of the charms of global wines to its exhibitors. 

Green Wines from Old World 绿意盛放的旧世界佳酿

Santa Margherita, CVNE & Nicolas Potel
——玛格丽、喜悦、力高宝德

文/Text Wolf 图/Photo 詹畅轩



今时今日，在现代科技的帮助下，酿出一瓶好酒已经比往日容易得多。足不出户就可以借助卫星遥感掌控各片园地的成熟度，年份的缺陷也可以轻易用各种现代化的酿酒手段来抵消，功能强大的合成药剂能有效地抑制乃至消灭病虫害，酒的口感更可以在高科技酿酒车间里发生戏剧性的改变……

然而人们也都承认，今天堪称伟大的葡萄酒并未大量出现，与几十年前相比，它们甚至更显珍稀。一些观念先进的酿酒人相信，酿造真正伟大的葡萄酒需要的是一种谦卑的态度：对土地的尊重，对生态的爱护，对自然的敬畏，对宇宙的洞悉。

于是有了这样一些旧世界酒庄，当众多同行在极力以现代科技操控酿酒的每一环节的同时，他们却有意识地向农业传统中汲取养分，貌似复古而实为创新，将“有机”（organic）、“可持续”（sustainable）乃至“生物动力学”（biodynamic）的观念引入至葡萄种植和酿酒的每一环节中。

正是靠了他们的努力，葡萄酒的世界中才有了一片绿意盛放的风景。



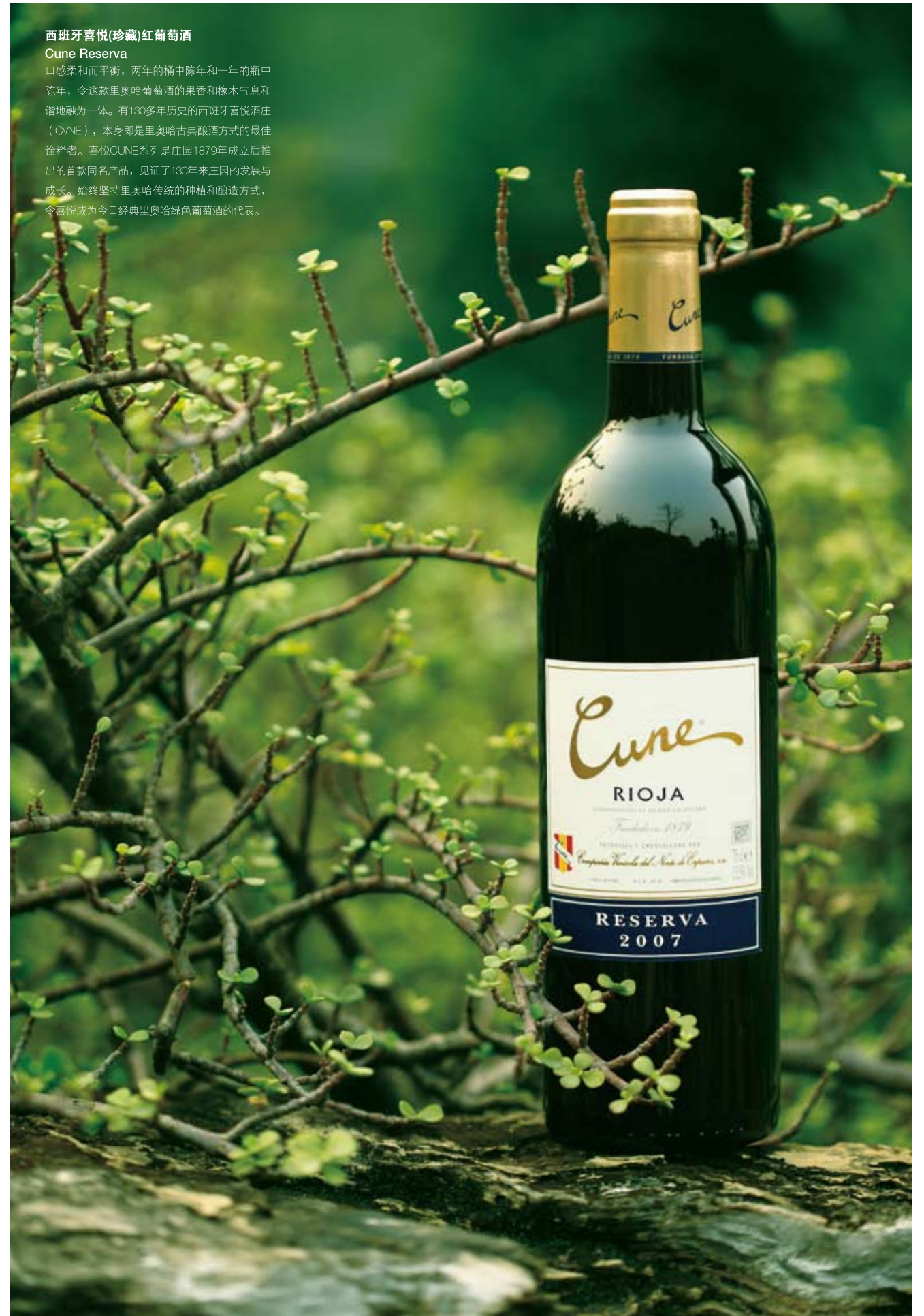
意大利玛格丽(经典基安帝)红葡萄酒
Santa Margherita Chianti Classico

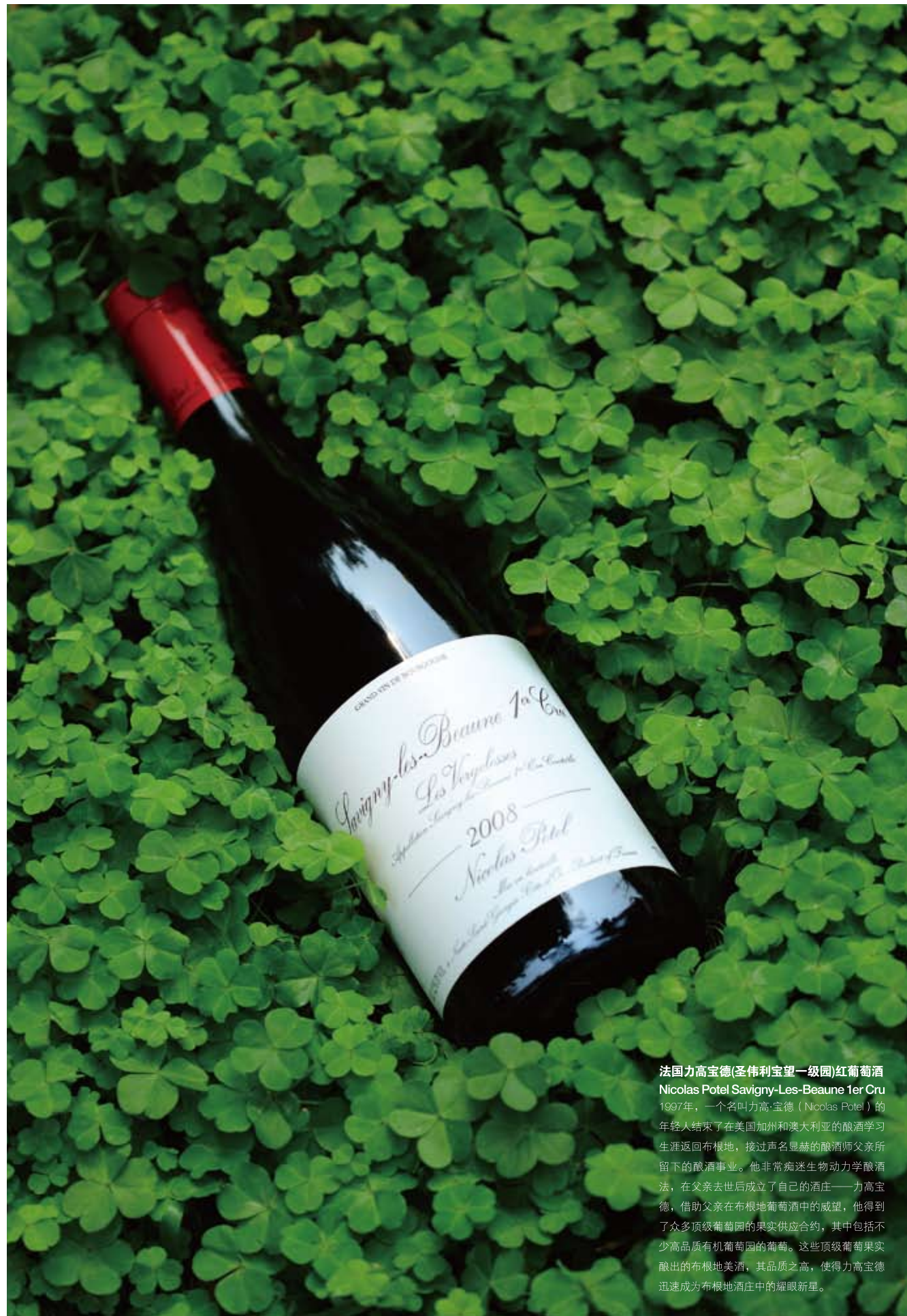
极为成熟的黑莓、洋李气息过后，一丝幽幽的兰花香气慢慢升起，如同在穿过结满紫黑色野果的树林后置身于一片长满香草的山坡。入口后紧实的单宁感，沁人心脾的果香，令人对这款来自基安帝经典（Chianti Classico）产区的百分百圣祖维斯葡萄酒印象深刻。她正是玛格丽集团可持续方式酿酒成果。

作为意大利可持续酿酒运动——Magis Project 的最早参与者之一，玛格丽集团一直走在 sustainable viticulture 的前沿。集团于2010年在庄园酒窖屋顶全面设置了太阳能光伏电池，实现了酿酒所需11%电力的自给自足，预计2012年这个比例可以达到25%。你瓶中的玛格丽经典基安帝美酒，正是以托斯卡纳的阳光酿造而成。

西班牙喜悦(珍藏)红葡萄酒
Cune Reserva

口感柔和而平衡，两年的桶中陈年和一年的瓶中陈年，令这款里奥哈葡萄酒的果香和橡木气息和谐地融为一体。有130多年历史的西班牙喜悦酒庄（CUNE），本身即是里奥哈古典酿酒方式的最佳诠释者。喜悦CUNE系列是庄园1879年成立后推出的首款同名产品，见证了130年来庄园的发展与成长。始终坚持里奥哈传统的种植和酿造方式，令喜悦成为今日经典里奥哈绿色葡萄酒的代表。





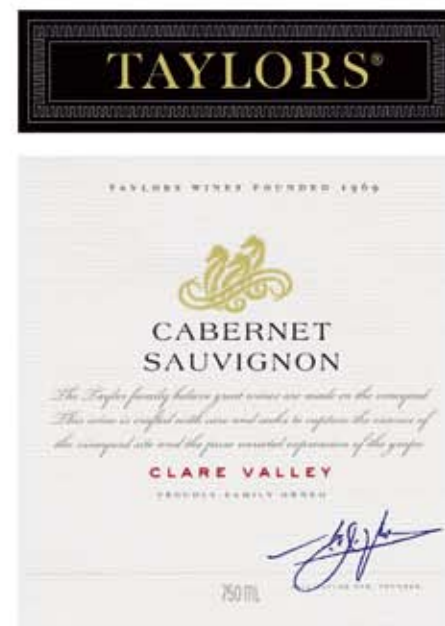
法国力高宝德(圣伟利宝望一级园)红葡萄酒
Nicolas Potel Savigny-Les-Beaune 1er Cru
1997年，一个名叫力高·宝德（Nicolas Potel）的年轻人结束了在美国加州和澳大利亚的酿酒学习生涯返回布根地，接过声名显赫的酿酒师父亲所留下的酿酒事业。他非常痴迷生物动力学酿酒法，在父亲去世后成立了自己的酒庄——力高宝德，借助父亲在布根地葡萄酒中的威望，他得到了众多顶级葡萄园的果实供应合约，其中包括不少高品质有机葡萄园的葡萄。这些顶级葡萄果实酿出的布根地美酒，其品质之高，使得力高宝德迅速成为布根地酒庄中的耀眼新星。



醇美佳酿，邀您畅享

泰来斯·嘉拉谷·南澳省

有别于新世界的工业化生产，我们始终认为好酒必须产自葡萄园。泰来斯葡萄酒经过精心酿制，蕴含了葡萄园的精髓并呈现出不同葡萄的特有味道。



如您想进一步了解泰来斯葡萄酒，敬请致电400-777-2919联系富隆酒业的销售代表，或访问富隆酒业网站：www.aussino.net。我们的英文官方网站亦随时恭候您登录：www.taylorswines.com.au



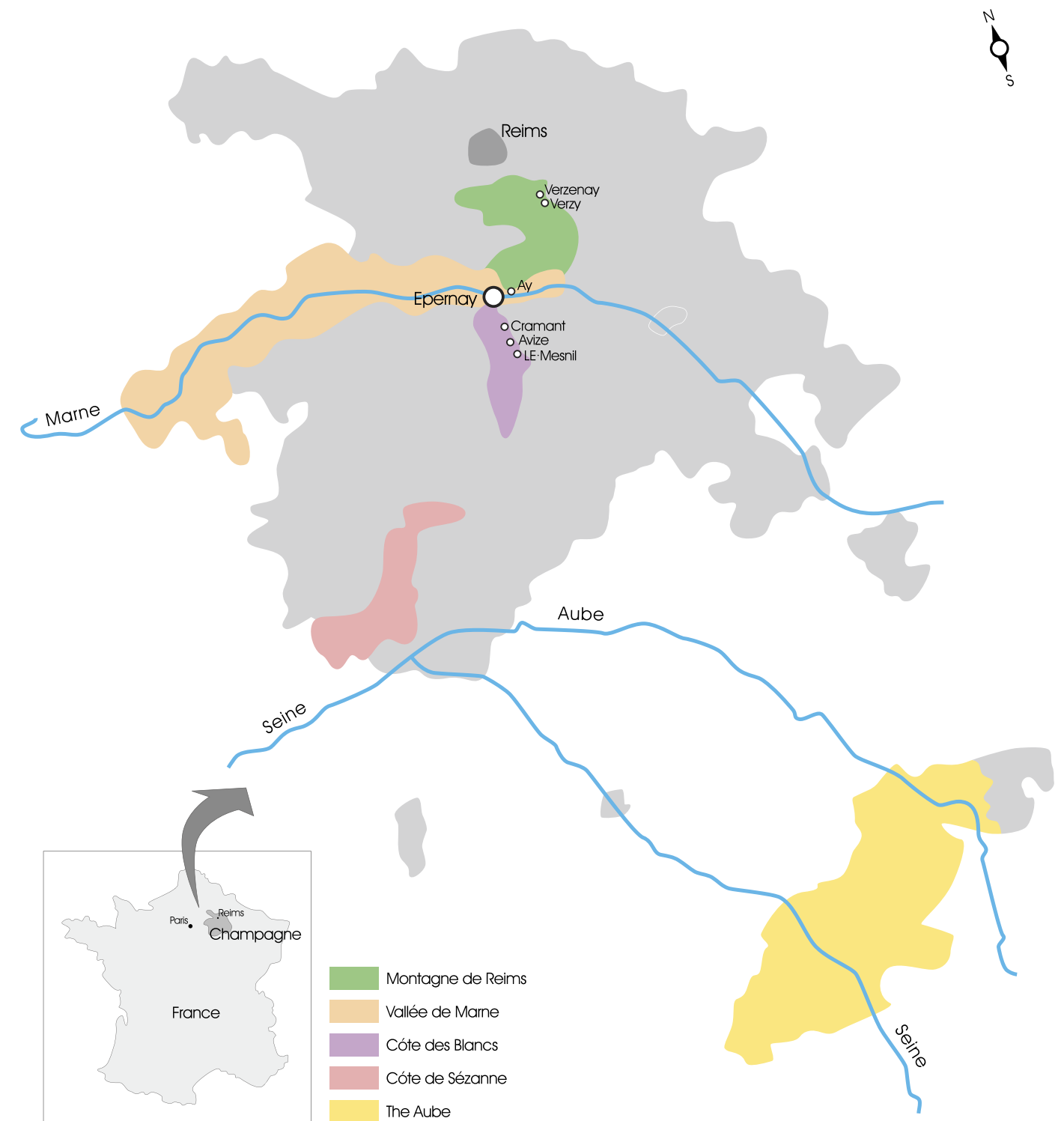
Champagne: Taste of A Soulful Land

香槟：融入灵魂的绝世风土

文/Text Richie

香槟 (Champagne)，被誉为“酒中之王”，一直伴随着皇室贵族的光环，英雄文豪的辉煌与美女迤迤而行的身影现身于世。

究竟香槟是什么呢？最直观的认知：香槟，就是起泡葡萄酒。这个观念在数十年前还是为人们所普遍认同的，直到法国人在全世界以700多场的官司来把“香槟”这个词归为法国所拥有。现在的香槟，其实有一个很严肃的定义：香槟是产自法国香槟地区 (Champagne appellation)，根据当地法令，在法定的区域内，应用法定的葡萄品种、法定栽种方法、法定酿制方法所酿出的起泡葡萄酒。



香槟区的前世

为什么香槟可以取得如此巨大的成功？这就要从历史中寻找答案了。香槟区位于法国首都巴黎以东45分钟的车程，中心为兰斯市 (Reims)。此地于公元4世纪的时候就随着罗马帝国的扩张而开辟出第一块的葡萄园，不过，当时的葡萄酒是没有气的静态葡萄酒。

公元5世纪，法兰克王国首位国王克洛维 (Clovis) 在汉斯市改信罗马天主教并进行洗礼。此后，依据传统，几乎每任法国国王都

在此地进行加冕仪式，并把香槟地区所产的葡萄酒（当时是贝露娃静态粉红葡萄酒）作为加冕宴会上的用酒，香槟地区的葡萄酒成为上流社会的宠儿。12~13世纪，由于香槟区地处整个欧洲的中心区域，便利的交通促使了香槟大市集的开办，欧洲各地的商人云集于此交易羊毛、皮革、香料、葡萄酒等等（羊毛与葡萄酒是中世纪北欧的两大奢侈品）。由此，香槟区出产的葡萄酒也随着商人的流动被广为人知。直到十八世纪，起泡的葡萄酒才开始登上历史的舞台。



① 阳光充足的Ay村 ② 歌雪园的山坡与水中倒影形成香槟酒瓶图案 ③ 菲丽宝娜香槟拥有的名园歌雪园 ④ 菲丽宝娜歌雪园香槟

香槟区的风土

葡萄酒讲究天时地利人和，香槟，更特别受到上天的宠爱。得天独厚的气候地貌，是香槟得以成功的首要原因。

相比较波尔多每年2000小时和布根地每年1900小时的日照时间，香槟区的年均总日照时间很短暂：1650小时。短暂的日照，使这里的气温较低，年平均温度只有10,5℃，仅仅高于葡萄成熟的最低年均温度9℃。这种凉爽的气候，让葡萄的香气更为细致悠长，却也让此地每年都面临着过早来临的寒风所带来的威胁。

香槟区（Champagne）这个字是由拉丁文campania——白垩土平原发展而来。而香槟成功的另外一个秘密也就在于它的奇特土质——白垩土。白垩土贫瘠而矿物丰富，让葡萄的果味清新又细致有深度；保水性优良，为葡萄生长提供充足的水分；白色地表能繁盛阳光，有助于葡萄的成熟。再进一步的，挖掘在白垩土地下的酒窖常年保持11摄氏度左右的温度和90%以上的湿度，而这正是香槟酒最佳的二次发酵以及瓶中陈年的环境。

这种独特的风土条件，尤其适合早熟的葡萄品种生长。经过数千年的发展，香槟区的三大葡萄明星也脱颖而出，成为香槟酿造的主要品种，并得到法律保护。他们就是雪当利（Chardonnay），贝露娃（Pinot Noir）和贝露曼妮雅（Pinot Meunier）。

丰厚浓郁的贝露娃，是香槟区种植面积最广的品种；贝露曼妮雅是贝露娃的近亲，相对于娇贵的贝露娃，贝露曼妮雅的种植及成熟都比贝露娃容易，可以给香槟赋予更充足的果香，但是他缺乏了贝露娃的精致，难以担当香槟中的重任。这两个红葡萄品种一

起为香槟提供香甜的果香，坚实的骨架与悠长的余味；白葡萄品种雪当利则给香槟带来酸度，植物及花类的芳香，矿物的风味与丰腴的烘焙香气。

香槟区的中心兰斯市聚集着众多顶级的香槟厂家，兰斯以南的兰斯山附近区域则是香槟种植的黄金地带之一。兰斯山是一座林木葱郁的山丘，广泛栽种贝露娃与贝露曼妮雅。北向山坡的村庄，如Verzenay和Verzy相较于南向山坡阳光充足的Ay村更容易面临成熟度不足的问题，从山谷下上升的热风为山坡处的葡萄园补给必要的温暖是这里的葡萄能够成功从低温存活的最大依靠。不过，就像最惊险的电影通常也是最精彩的，香槟区最有个性棱角的基酒就是从此地诞生。此地所产的基酒为香槟贡献了犹如激光雕琢所成的细致香气与傲气凛然的整体骨架——高酸度。无怪乎战争皇帝拿破仑会对香槟念念不忘，可能他就是欣赏到潜藏在香槟中的孤注一掷的惊险和一副傲骨吧！

兰斯山向南阳光充足的山坡却属于另外一个区域，名为马恩河谷（Vallee de la Marne）。此区域以另外一个顶级香槟驻扎点Ay村为中心。娇贵的贝露娃找到了她的天堂，占据了这个区域的80%之多。这里出产的葡萄酒，饱满，圆润，熟美而且香气充足。

Ay村在马恩河的对岸是第三个顶级香槟的聚居地：埃佩尔奈市（Eprnay）。埃佩尔奈市南部就是白丘区（Cote des Blancs）。这里有着一连串东向的山坡，就如其名字所象征的，此地绝大部分都是只栽种雪当利，以出产清新细腻的雪当利著称。

因为香槟的区域是如此的寒冷，所以，细微的地理改变都可能对



葡萄的风土造成重大影响，所出产的葡萄酒也会因而有巨大的品质改变。因此，类似于布根地，香槟区也对葡萄园进行了等级的划分，所不同的是，这些等级是隐形的，并不会在酒标上显示出来。这些等级的划分，以村庄为单位，除了是对风土，对葡萄品质的肯定以外，对葡萄农的收益有极大影响。时至今日，香槟区的葡萄都是每年统一定价的。葡萄园村庄的划分等级echelle des crus会给予产自不同村庄的葡萄一个百分比，酿酒商会根据这个等级的百分比乘以统一的定价作为最终价格向葡萄农收购葡萄，特级村庄的葡萄会以100%的价钱来购买，一级村的价格则为99%~90%，最后是最低等级的低至80%。顶级香槟酿造者的顶级葡萄酒都是以一级村乃至特级村所产的葡萄进行酿造的。

香槟的灵魂在于调配，所以，几乎所有的香槟都会混合各个村

庄，不同等级葡萄园中的三个葡萄品种酿制而成。但是，在法国的葡萄酒世界里，永远都是单一为尊，香槟的世界也没有例外。在香槟区内只有两葡萄酒可以冠上单一葡萄园名称。其一是库克（Krug）出品的美尼尔园，另一个是菲丽宝娜的歌雪园（Champagne Philipponnat-Clos de Goisses）单一葡萄园年份香槟。歌雪园位于Ay村向南的山坡上，因修筑围墙保护，所以酒标上冠以“Clos”之名。如上文所述，Ay村的贝露娃饱满强劲，拥有完美的表现，同时，歌雪园围墙之内的独特风土让雪当利的表现也无懈可击。用此园所产两个品种混酿而成的酒完美地反映着葡萄园的风土，被誉为香槟界的罗曼丽康帝（Romanee-Conti）。一般的香槟出产之日即为最佳饮用之时，但菲丽宝娜的歌雪园却能够经得起时间的考验，在瓶中可以陈年发展，最高长达30年。香槟是上天的宠儿，菲丽宝娜的歌雪园更是这天时和地利的完美结晶。



❶ 黑桃A使用的A字形酒架 ❷ “世界头号香槟”黑桃A ❸ 全手工打造的黑桃A香槟

香槟的酿造

独特的风土，就是优质香槟的天时地利，而香槟的人和，就体现在使用瓶中二次发酵的香槟酿造法（Methode Champenoise）上。

香槟区的葡萄大约在九月到十月收成，采收时一定要人手采摘，同时，把成熟度不够的和损伤的葡萄剔除。

然后，葡萄会以最快的速度运往榨汁厂榨汁，以保持葡萄汁的新鲜口感。在香槟厂中使用的榨汁机是香槟区特制的4吨扁形压榨机。榨取比例有严格的规定：每1.6公斤的葡萄压榨出1公升葡萄汁，所以4000公斤的葡萄最多只能榨取2550公升的汁液。压榨的方式轻柔迅速，所以，即使是红葡萄也能得到清澈的汁液。压榨共分三次，每一次得到的汁液都分开存放。第一次压榨，只能榨取2050公升葡萄汁（Cuvee），用作高档香槟的酿造；然后再进行称为Premieres Taille的第二次压榨，最多500公升，第三次压榨的汁不可用作酿制香槟。整个压榨过程需要花费3~4小时左右。结果，4吨的葡萄可取得2050公斤的Cuvee加上500公斤的Taille，共有2550公斤的葡萄汁。

接着把葡萄汁转放到酒窖中，将不同葡萄品种的Cuvee和Taille储放在槽或桶内，进行第一次酒精发酵。通常来说，为了得到清新的酒质，酒精发酵会在控温不锈钢桶中进行，得到干白葡萄酒。

这种干白葡萄酒被称为基酒，可分为两种用途，一是把酒存放起来（最少20%），某些顶级酒庄会把酒存放于橡木桶里面进行陈年，作为日后调配的基酒，另一部分（少于当年产量的80%）则会直接用作调配，生产当年的香槟。以世界顶级香槟——黑桃A（Amand de Brignac）为例，此酒有超过10%的基酒在橡木桶中陈酿高达6年，最后补液添加的基酒更可能陈酿长达8年。

接着，就是香槟的灵魂：调配。

各大香槟品牌的秘密，都体现在基酒调配的秘方上。调配香槟拥有着与干邑不相伯仲的复杂性：要把三种不同的葡萄品种；来自32871公顷上，如香槟气泡般数不胜数的葡萄园；少则存放了一两年，多则陈酿了七到八年的不同年份的陈年基酒，共同调配成反映着酿酒师的酿酒哲学，又让人感受到无限愉悦的香槟。这个调配的工作，确实是专属于酿酒师的魔法。若某一年收成的葡萄品质特别出色，便可以使用比例超过85%的当年份基酒作为香槟的主角，然后在酒瓶上标注收成的年份（Vintage）作为年份香槟。

再下来就是酿造香槟的关键：瓶中二次发酵。把调配好的酒分装入瓶，添加少量的糖和酵母菌（酵母菌的种类也是各家香槟厂的专属秘密），再以铁盖封瓶，然后平放在阴凉的酒架上，进行第二次发酵。在此时，瓶中的新添加的糖转化成酒精和二氧化碳，

也就产生出香槟中那缕缕上升的气泡了。

发酵完成后，酵母菌会沉淀在酒里，慢慢地往酒中释放着与众不同的细致风味。这个沉淀物的陈年过程，也是决定香槟品质的另一个重要因素。时间越长，香槟的风味就越浓郁芳香。作为法例的规定，不记年香槟最少要存放一年半，而对于更高等级的年份香槟，陈放时间会达到3年。更有雄心的香槟厂则会进一步延长这个沉淀物陈年的年限。

陈年完毕后，酒瓶中的沉淀物需要清除才能使成品酒透亮清澈。清除沉淀物可以把酒瓶瓶颈头朝下倒插在A字形的酒架（Pupitre）上，每天人工旋转1/8~1/4圈。这个动作称之为摇瓶（Remuage），并需要重复5~6周。到最后，通过调整酒架的角度，整瓶酒会头下脚上，沉淀物从瓶底渐渐滑移到瓶口，集中在瓶口处等待除渣工作。

除渣的精髓在于把沉淀物去除的同时，还能不让酒瓶里的气体跑出来。先把整瓶酒冷藏到适合低温，在酒瓶的瓶颈部分插入大约摄氏零下20度的盐水中，沉淀物会迅速地凝结成一块固体，此时将铁盖塞拔除后，结冻块就会被香槟瓶内的气体冲出来，除渣过程也就完成了。

在香槟除渣的时候会有少量的酒随着沉淀物的去除而流失，所以需要往瓶内补添入一些酒。这个过程被称之为补液。补添的酒主要是以添加糖分的原调配基酒为主（有时候，特别保存的陈年基酒会添加进去），香槟最终的甜度则由这一步添加的糖度决定。

决定一瓶香槟成就的“人和”有多重要呢？这一点，在尊称为“世界头号香槟”的黑桃A香槟上就得到充分的证明。黑桃A香槟在2009年的一个世界顶级香槟盲品大赛中勇夺第一，击败众多名声显赫，历史悠久的顶级香槟，包括酩悦香槟旗下的唐·培里侬香槟王和保罗杰香槟的丘吉尔年份香槟。作为一个年产数万瓶的微型家族式酒庄是凭什么击败年产百万的香槟巨头呢？秘密就在于酿酒师祖祖辈辈薪火相传下来，足以点石成金的调配魔法。黑桃A拥有一个于兰斯山北向山坡的一级村葡萄园。采用此园、附近园区和来自白丘的一级到特级村内葡萄园的葡萄进行酿酒；使用来自三个年份，分别经过长达5年到8年陈酿的特酿勾兑；藏于全香槟区最深的，温度最低的酒窖之内进行二次瓶中发酵（过程缓慢，风味气泡更细致）；最后进行称之为“心灵的触摸”的补液过程。整个过程，从采摘酿酒到摇瓶贴标都是由总共八个人的团队纯手工进行，每一瓶酒都深深地刻上了人的烙印。这就是世界“头号”香槟的秘密，也是香槟中“人和”的最高体现。



危险的气泡

香槟的气泡，是让香槟从葡萄酒之林中脱颖而出的最大特点，对气泡的欣赏与品尝，则毫无疑问是香槟的品尝过程中最迷人的地方。

香槟开启的过程，就是第一个享用气泡的时机。

“砰”的一声，这是香槟愉悦的欢呼声。无论是在罗曼蒂克的婚宴上，还是气氛热烈的F1赛事颁奖台上，以摇晃香槟让瓶塞弹射



①

开启，并发出这一声来自于香槟的礼炮声，都是对爱情，对英雄的崇高致意。

用于庆祝时开启香槟，除了之前所述的摇晃开启以外，还有一种更带有男性气概与古老贵族意味的开瓶技法——香槟刀开瓶。

这种技法据传在拿破仑的军队访问各大贵族领地的时候就开始流行。拿破仑曾说过：“香槟！胜利者赢得的奖赏，战败者寻求的慰藉”。在欧洲战场上所向披靡的战绩让他回到巴黎后，名正言顺地用香槟来庆祝其丰功伟绩。在这些上流社会的宴会当中，军人们迫不及待的用随身的马刀来砍开香槟，以重现他们在战场上的英姿。这样充满英雄气概的举动让很多名门闺秀为之倾倒。此后，以马刀开瓶便成为了欧洲贵族礼仪中的重要一环。今天的香槟刀，也就是当时马刀的仿造品，充满力与美，闪耀着破敌的勇气与胜利的光芒。

如何以刀开瓶呢？首先你需要一瓶冰镇到适合温度的香槟，香槟刀和香槟酒杯（准备好这些能让你在切掉瓶口之后尽可能少的浪费酒液）。从冰桶中拿出香槟，用餐巾擦掉水滴或者灰尘。去掉锡纸，转松并去掉瓶口上的铁丝。然后确定香槟瓶瓶口边突起的位置，这就是香槟瓶最脆弱的“阿喀琉斯之踵”，也是你手中的刀将要落下的位置。

然后，左手握住香槟瓶子，保持水平朝上45°；右手拿出香槟刀，与香槟瓶子的中轴线保持90°，以刀刃向着瓶口的方向30°的角度贴着香槟瓶。注意：你必须保证香槟瓶口 5~10米的距离之内没有人畜，你不能小看香槟软木塞和玻璃瓶口一起飞出的杀伤性，这可能也是火炮部队万炮齐发的缩型。

最后，右手发力将香槟刀贴着瓶子滑动到瓶口，确保你的速度和力量，准确地切到“阿喀琉斯之踵”上。香槟内庞大的压力会把软木塞连带被切下来的瓶口蹦飞，这个时候你就要控制左手从原来的45°回复到垂直状态，并在香槟里的泡沫溢出之前把香槟倒进事先摆放的香槟杯中。现在，尽情享受这象征着马刀与火炮，战争与铁血，充满男子英雄气概的胜利之酒——香槟吧！



②



③

① 香槟开启瞬间 ② 拿破仑习惯用香槟来庆祝其丰功伟绩 ③ 玛丽皇后为香槟带来“天使的叹息”

“啞”的一声轻响，这是香槟低声的笑语。离开了热烈的狂欢，在上流社会，私人场合里，细细响起的声音，才是香槟常有的优雅启瓶声，这种温柔开瓶的声音，也被誉为美人的叹息，或者天使的叹息，来源于法国路易十六国王的妻子玛丽皇后的故事。

玛丽皇后名为玛丽·安托瓦内特，是香槟区一个葡萄酒农的女儿，1770年，年仅18的玛丽被路易十六选为王后。玛丽王后离家那天，全镇的人出动欢送她。带着香槟出嫁远赴巴黎的玛丽“砰”的一声打开一瓶香槟，洒向欢乐的人群以表达自己欢愉。可惜，红颜薄命，1789年法国大革命爆发，玛丽王后仓皇出逃，当她逃到家乡为自己当选皇后而建立的凯旋门时，被革命党抓住了。面对凯旋门，玛丽王后触景生情，再次打开香槟，人们听到的却是玛丽王后为自己命途多舛而发出的一声叹息。后来，为了纪念玛丽王后，从1789年至今的两百多年里，香槟区的酒农们除了盛大的庆典活动外，平时在开启香槟时，是不弄出声响的。当酒农们拔出塞串出“啞”的气声时，他们便会说这就是玛丽王后的叹息声。

开瓶之后，就是倒酒，另外一个用耳朵欣赏香槟起泡的时间。当香槟倾倒在香槟杯中，泛起波波白浪的时候，你有没有听到那来

自遥远天堂的鼓掌声呢？香槟倾倒之时，在杯子中咕噜咕噜的声音，被誉为天使的拍掌声，是否就是上天对这瓶自己所赐的礼物表示赞叹呢？

香槟，最让人心动的一刻就是它那一缕缕洁白，细致的气泡，慢慢上升至液面的旅途。香槟的笛形杯就是为了欣赏其气泡美妙舞姿而设计的。同时，上升至液面，围绕在杯子边缘的气泡圆圈，还有一个浪漫的名字：珍珠项链。让人不禁回想起玛丽莲梦露，她每晚的沐浴香槟，可能也与她喜爱珍珠有关。

香槟所含的二氧化碳气泡丰富，当这些气泡随着酒液流淌进嘴里，在口腔中迸发出气泡最后舞姿的时候，更能给人带来惊喜。每次品尝香槟，这种气泡在舌尖上弹跳的奇妙触感，总会让人觉得这酒液好像是在扩散，无需吞咽，仅仅是口腔的接触，就可以往灵魂深处升腾，让人重新充满活力，无怪乎拿破仑在打败战时，需要香槟来让他重获信心。

最后，我们就以香槟之父Dom Perignon第一次品尝香槟时候发出的感叹来结束这次对香槟气泡的品尝吧！“这简直就像是品尝星星！”

German Wines Go Red 发现德国红葡萄酒

乌添堡 Württemberg
文/Text Jörg Philipp 译/Translate Richie

当谈及葡萄酒产国德国，第一时间呈现在你脑海里面会是什么呢？那肯定就是威士莲和冰酒。除此以外是不是就没有其他葡萄酒了呢？让我告诉你答案：在德国，有36%的葡萄园种植的是红葡萄品种。从来没喝过德国的红葡萄酒吗？那就从最好的红葡萄酒Spätburgunder开始吧！Spätburgunder其实就是法国的红葡萄品种——贝露娃，占据了德国10%的种植面积。排第二的红葡萄品种就是丹菲特（Dornfelder）——一个颜色深浓，果香漫溢的品种。对于丹菲特，与其他大多数的红葡萄品种一样，通过降低产量就可以产出高质量的杰出酒款。其余的葡萄品种还包括葡萄牙美人（Portugieser），托林格（Trollinger），贝露曼妮雅（Schwarzriesling), 莱根特（Regent）和林伯格（Lemberger）。

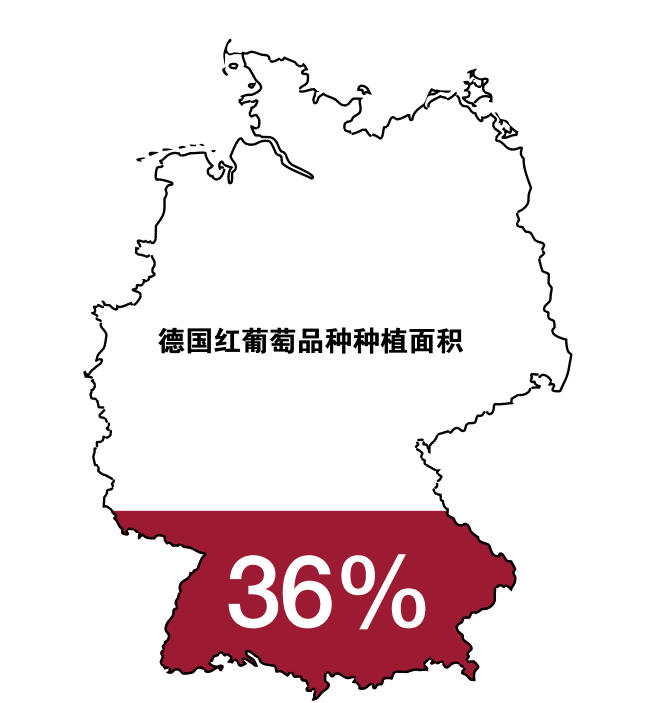
德国红葡萄品种排行

1.	Spätburgunder	(法国的贝露娃)
2.	Dornfelder	丹菲特
3.	Portugieser	葡萄牙美人
4.	Trollinger	托林格
5.	Schwarzriesling	贝露曼妮雅
6.	Regent	莱根特
7.	lemberger	林伯格

今天，我们来看看乌添堡（Württemberg）。乌添堡位于德国的西南部，它的西面就是与法国接壤的莱茵河谷；南面是毗邻瑞士的康士坦茨湖（Lake of Constance）；省会是斯图加特（Stuttgart）。在这个区域，遍洒的阳光带来充足的热量，使这里成为了种植红葡萄品种的完美之地。所以，乌添堡出产的葡萄酒里面，70%都是红葡萄酒。其中最重要的品种是托林格。乌添堡风格的托林格是一种轻柔，易饮的红葡萄酒，颜色香气不会太浓郁。

这里的地形最开始是广阔的平原，越靠近内卡（Neckar）河，地形起伏就越厉害，直到河边的陡峭梯田。这些梯田就是乌添堡风土中最特别的地方。如果顺着内卡河岸驾车游览，你会为内卡河的景色所陶醉，但更多的是会被这里酿酒师的庞大工作量所震惊。首先是陡峭的梯田让他们根本没可能使用机械去协助生产。为了在陡峭的河岸上构建梯田，他们需要付出大量的人力物力，用干燥的石头堆砌起石墙来。这些石墙起源于乌添堡，遍布整个德国葡萄酒产区，是唯一可以构建梯田的建筑。要保证这些石墙

德国的红葡萄品种



运作良好，葡萄农每年每公顷园地必须要花费12000欧元（合约10万人民币）来进行维护。零碎的陡峭地形使这里的葡萄农聚集在少数可生产的地块上，也让很多的葡萄园大小还不足1公顷大。这种情况让他们必须联合起来进行生产，酿酒合作社应运而生。所以，酿酒合作社是乌添堡最主要的酿酒单位，压榨了超过80%的葡萄。

现在，让我们通过一些著名的酒庄来继续认识这个地区吧。乌添堡拥有11400公顷的葡萄园，占据了整个德国的11%。正如之前提到的，这里70%的葡萄酒由红葡萄品种酿造，而大部分都被当地的居民所消耗，所以这里的酒只有很少部分会外销，而出口更是极端罕有。除了像WZG和Brackenheim这些大型酿酒合作社以外，乌添堡内的葡萄园平均大小都不超过10公顷。因为产量少，所以，零散的终端零售，像当地的居民前往酒窖直接购买葡萄酒是这里的主要销售模式。只有如费尔巴赫（Fellbach）的 Weingut Gerhard Aldinger——当地高品质葡萄酒的先驱，这种最顶级的著名酒庄才会吸引到外地的客人。还有来自波尼西海姆

乌添堡产区

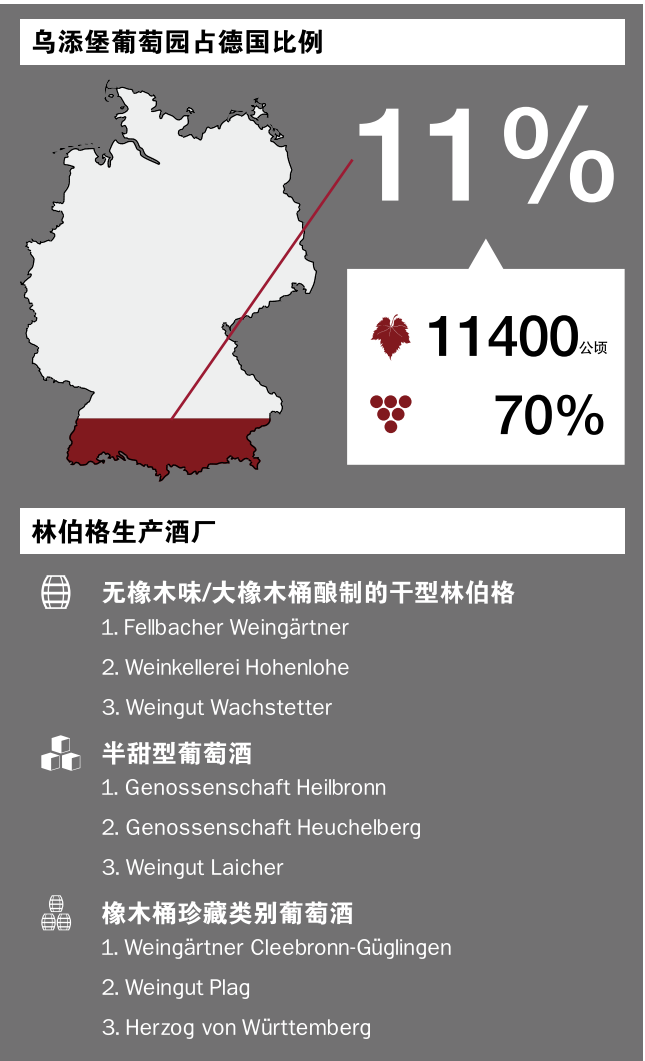


上图:河边的陡峭梯田 下图:梯田里石头堆砌的石墙

（Bönnigheim）的Weingut Dautel以独特的酿酒方法，充满热忱、不断进取的精神赢得不少称赞。而Weingut Wöhrwag品质卓越的威士莲葡萄酒，更是这个本来土壤和气候都不适宜威士莲生长的风土下的奇妙之作。

现在，把视线转去红葡萄酒品种林伯格吧！林伯格不是一个德国的本土品种，它源自奥地利，名为蓝法兰基胥（Blafränkisch）。同时，它也化身为哥弗朗可喜（Kékfrankos）在匈牙利大受欢迎。十九世纪，在德国乌添堡的一个葡萄酒协会希望寻找到一个高质量的葡萄品种来振兴当地的葡萄酒事业，而这个品种也就是林伯格了。所以，在德国，林伯格一直都跟乌添堡联系在一块。

乌添堡最重要的林伯格葡萄酒公司是“Vaihinger Löwe”（意为韦兴根之狮）。所有的林伯格生产者都会把葡萄酒送往Vaihinger Löwe与其他葡萄酒生产者进行品质比评。林伯格葡萄酒更有趣的地方是这个葡萄品种有可能酿造出许多不同风格的葡萄



酒。第一种是把葡萄酒放在大型橡木桶中酿造的，橡木桶影响微弱的干型林伯格。在这个类别中，优胜者是一款名为林伯格“P”，来自Fellbacher Weingärtner酒厂的酒款。第二和第三名分别是Weinkellerei Hohenlohe和Weingut Wachstetter。第二个类别的葡萄酒是半甜型葡萄酒。饮用含有一定糖分的葡萄酒是德国最普遍的做法，糖份使葡萄酒的香气更活跃，也使葡萄酒口感更顺滑。最好的三个酿酒者分别为Genossenschaft Heilbronn, Genossenschaft Heuchelberg 和 Weingut Laicher。第三种是把林伯格的潜力尽量展现的橡木桶珍藏类别葡萄酒。结构均衡，口感饱满，同时又典雅而拥有圆润顺滑的单宁是这款酒的最大特征。最突出的三个酿酒者为Weingärtner Cleebronn-Güglingen，Weingut Plag 和Herzog von Württemberg（其中Weingut Plag 是最特别的一个，因为它不是乌添堡本地的酒厂，而是来自Baden）。

总而言之，德国给葡萄酒爱好者带来多种各具特色的葡萄酒。只要你保持好奇心，你就会不断地在德国发掘出新的惊喜。



Talking about German wine what comes up to your mind first? For sure Riesling and of course Eiswein. But what else is there in Germany concerning wine? Well let me say, that 36 % of the vineyards in Germany are planted with red grape varieties. Never drunk German red wine in your life? Then let's start with number one in red which is Spätburgunder: You may now this grape from Burgundy where it's called Pinot Noir. This is exactly the same grape and over 10 % of the whole vineyards in Germany are covered with Spätburgunder. Next in line is Dornfelder. This variety has a lot of color and fruity notes. Like most of the other grape varieties you can make something exceptional out of Dornfelder by harvesting small quantities and working on high quality. But also you can do a colorful wine with absolutely no personality, because Dornfelder allows in the vineyard to get a lot of grapes and still keep the color. Other varieties are Portugieser, Trollinger, Schwarzriesling (Pinot Meunier), Regent and Lemberger.



And this is the theme of the story: Lemberger. Lemberger is not a German variety because its roots are most likely to be in Austria, where it's known as Blaufränkisch. Also in Hungary this variety is known under the name of Kékfrankos. In the 19th Century in Württemberg an association proclaimed the need to introduce grapes with higher qualities in the region. This is when the story of Lemberger started. So in Germany Lemberger is related with the region of Württemberg.

Württemberg is located in the south western part of Germany. To the west is the Rhine valley that makes border with France. To the south are the Lake of Constance and the border to Switzerland. Not to forget the capital of Württemberg: Stuttgart. On the first view this city might not be so interesting, but knowing that Mercedes Benz and Porsche are made in Stuttgart, shows the importance of it. But let's go back to wine. Württemberg has a percentage of 70 % red grape varieties. First of all is Trollinger. The wines made of Trollinger are in the most cases light and easy drinking. Wines with more intensity and aroma are made out of Lemberger. Württemberg is divided in two parts the so called "Unterland" which is the part up to the north and the "Oberland" the part to the south. Climatically this part of Germany is a bit hotter and with more sun than northern parts. That is why red varieties find perfect growing conditions. The landscape is from flat to undulate and near the river Neckar really steep with terraces. These terraces make the landscape something special. Driving along the Neckar is spectacular and gives an impression how much work wine making is in

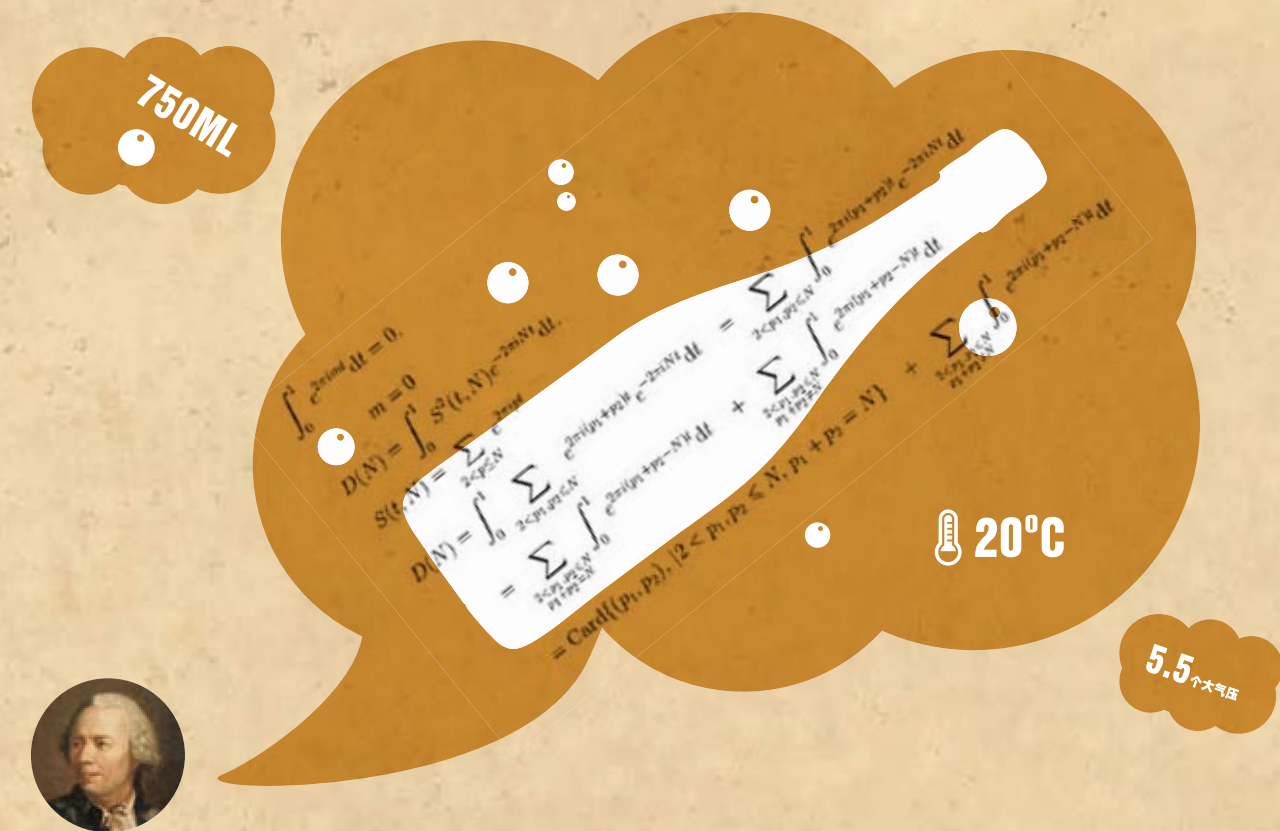
Württemberg. Two characteristics influence the work of the wineries: Almost no possibility to use machines to work the vineyards and really high expenses in maintaining the dry stone walls of the terraces. These walls are a unique way of architecture and where spread to different wine growing regions in Germany departing from Württemberg. So you need around 12.000 Euros per hectare and per year to keep these dry stone walls in perfect conditions. Wine making in Württemberg is characterized by cooperatives, which handle 80 % of the grapes. Small structures concerning the winegrowers and a lot of them do not own more than 1 hectare of vineyards. This situation makes it necessary to bunch forces and create cooperatives.



But now we go for more information about this wine growing region and from some of the known wineries. Württemberg has 11.400 hectares and this means over 11 % of the total from Germanys vineyards. As mentioned 70 % are covered with red varieties and the people here love to drink their own wine. Only a very small percentage is exported in Germany and almost nothing outside of Germany. Except the big cooperatives like WZG, Brackenheim and other ones, the average size of a winery in Württemberg is less than 10 hectares. So the structure of the clients is normally like this: Biggest amount of clients are final consumers. The visit the winery and buy the wine directly. Most of them are from the region of the winery. Only if the winery is one of the very know ones, like the highest rated Weingut Gerhard Aldinger in Fellbach, the consumers may come from other regions to buy the wines. Aldinger is one of the pioneers in making high quality wine in the region. Weingut Dautel from Bönningheim had always a very individual way in making wine, with a lot of experiments and the will to make his wines still better. Weingut Wöhrwag with exceptional Rieslings in Württemberg which are unusual for this soils and a bit hotter climat. Next big part of the sales volume of the wineries is specialized wine stores and one part could be supermarkets.

But back to red wines and especially to Lemberger. The most important competition for Lemberger ist the so called "Vaihinger Löwe" (Vaihingen is a city and Löwe is Lion). All the producers of Lemberger in Germany send their wine to this competition, to face up with all other wineries. The interesting part about this is that Lemberger gives you a whole bunch of possibilities to give the wine a different touch. First are the dry Lemberger which are made with no oak or only in big barrels. Winner in this category was the Lemberger "P" from the Fellbacher Weingärtner. Second was the Weinkellerei Hohenlohe, third Weingut Wachstetter. Next category is the semi sweet wines made out of Lemberger. In Germany drinking wines with a certain content of sugar is quiet normal. It gives the wine more aroma, because sugar boost them up and the wine is softer in mouth. Winner was the Genossenschaft Heilbronn, second the Genossenschaft Heuchelberg and third the Weingut Laicher. The category of Barrique aged wines shows the immense potential of Lemberger. Structure, taste and enormous mouth feeling characterize these wines, but always keeping an elegant touch as well as round and smooth tannins. Winner was Weingärtner Cleeborn-Güglingen, followed by Weingut Plag (the exception because he is from the winegrowing region of Baden) and the third was Herzog von Württemberg.

So Germany has a whole lot of different wines for the wine lover. Most important about this is to stay curious, so the wine world will surprise you again and again. 



Bubble Puzzle 关于香槟的哥德巴赫猜想

文/Text Wolf

夜店里，香槟怦然开启，成百上千细微的气泡从笛形杯底冉冉涌起，杯口泛出雪白的泡沫。凝视香槟杯5秒钟后，你的脑海里会想起什么？该不会是“这瓶香槟里头究竟有多少个气泡”吧？

这种哥德巴赫猜想式的问题，还真的有人感兴趣！不是喝多了香槟的午夜酒客，而是神志清醒、治学严谨、充满求知欲和怀疑精神、以尖端实验仪器武装到牙齿的科学家。为了回答这个貌似不可理喻的难题，他们想了好几种办法，有的依据数学理论来推算，有的是直接数气泡！

首先，不用科学家们说我们也知道：一瓶没打开的香槟里，气泡数量为零。香槟打开之后，酒液中的气体就开始向外释放，直到与环境气压完全平衡。较起真来，不同的温度和大气压力环境下，香槟释放出的气泡数量是不一样的。

另外，不同品种、不同酿造方式的香槟，放出气泡的大小也不同。香槟陈年时间越长，每个气泡就越小。存放香槟的酒窖温度越低，香槟瓶中二次发酵形成的气泡也会越小。

综上所述，可以理解为这个“香槟哥德巴赫猜想”没有标准答案。



这瓶香槟里头究竟有多少个气泡？



20°C / 5.5个大气压



4125
750
= 3375

尽管这样，搞科学还是要打破沙锅问到底的。一位叫Bill Lembeck的科学家对香槟开启后的气泡数量进行了推算。他的思路很清晰：先算出一瓶750毫升香槟里的气体含量，再用这个数字除以单个气泡的平均体积。Lembeck首先忽略掉外界温度的影响及气泡体积的差异，然后就开始了他的推演：他测算得出20摄氏度时香槟瓶内的平均气压为5.5个大气压，换言之，香槟瓶中有二次发酵带来的5.5倍于酒液体积的气体，于是一瓶750毫升香槟含有4125毫升气体。

温馨提示：数学不好的同学要注意啦，橡木塞开启之后不是所有气体全部释放，还会有1个大气压的气体保留在香槟中不会释出，因为要和外界气压平衡。因此释放出的气体总量为4125-750=3375毫升。

然后就是计算单个气泡的平均体积了。在精密测距仪器的帮助下，Lembeck测得香槟表面的气泡直径为0.5毫米，那么根据球体积计算公式，一个气泡的体积就是1/69000000毫升。最后用3375毫升除以这个体积，得出的结论非常惊人：一瓶普通装香槟里，总共有4900万个气泡。



3375
1/69000000
= 49,000,000

Moet & Chandon
250,000,000

1986-1989年间，酩悦香槟（Moet & Chandon）曾经与喜力啤酒（Heineken）合作，聘请研究团队进行了一项为期三年的研究来探索香槟和啤酒里的气泡对于酒的影响。研究者用电脑连接高精度录影系统，这套尖端设备不仅记录了香槟释放出气泡的过程，还能够即时数出气泡的数量。得出的结果：一瓶香槟平均含有2亿5000万个气泡！

Bollinger
56,000,000

而据Karen MacNeil的《葡萄酒圣经》一书（Workman出版社2001年版），首席法兰西香槟（Bollinger）也计算过一瓶香槟中的气泡数量，方法不详，得出的结果是5600万个。



当然，科学需要实验精神。假如你对这个哥德巴赫猜想有足够的好奇心，不妨找一个悠闲的夜晚，倒满一杯香槟（750毫升的香槟按理可以倒5杯），亲自数一数气泡吧。Cheers!

Soft Summer 轻柔·初夏

A Blind Tasting of Burgundy & New Zealand Pinot Noir
布根地贝露娃VS新西兰贝露娃

文/Text 梁楚瑶 图/Photo 陈彬杨 活动执行/Executive Wolf, 杨蓉, Michael



春天搭乘岁月的列车离开2012年的站台,留下了一身鹅黄的初夏。

初夏不如盛夏的热烈,她承接春天的温婉,头戴繁花织就的束冠,在悦目的阳光下翩翩起舞。

在踏入初夏之时,品一杯或轻柔或活泼的贝露娃,让杯中漾红的酒液在味蕾上轻语夏天的故事。

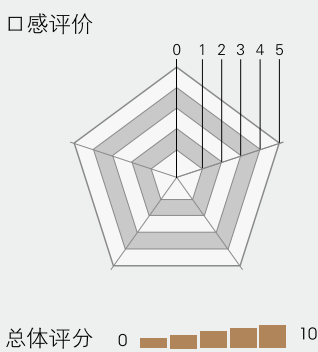
举办城市:

- 广州站/ Guangzhou
时间/ Date: 2012.04.13
地点/ Venue: 富隆酒窖
- 南京站/ Nanjing
时间/ Date: 2012.04.14
地点/ Venue: 富隆酒窖
- 西安站/Xi'an
时间/ Date: 2012.04.06
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:



参加试饮者

广州
Guangzhou



Taster 1	Alex	酒龄: 1年
Taster 2	李先生	酒龄: 4年
Taster 3	秦小姐	酒龄: 3年
Taster 4	詹畅轩	酒龄: 6年
Taster 5	陈先生	酒龄: 4年

南京
Nanjing



Taster 1	孙震	酒龄: 5年
Taster 2	俞生年	酒龄: 6年
Taster 3	赵海峰	酒龄: 5年
Taster 4	魏馨雨	酒龄: 3年
Taster 5	孙朝旺	酒龄: 2年

西安
Xi'an



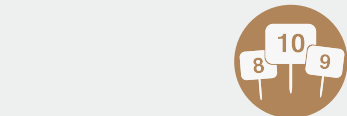
Taster 1	杨晨	酒龄: 3年
Taster 2	毕涛	酒龄: 3年
Taster 3	赵博旭	酒龄: 3年
Taster 4	张翊鹏	酒龄: 6年
Taster 5	刘露泽	酒龄: 5年



Devil's Staircase Pinot Noir 魔梯贝露娃红葡萄酒

参考价格：¥297

🏆 广州最佳性价比



第一款登场的贝露娃，酒色呈现闪耀的深宝石红色，散发着活泼的水果如杨李、蓝莓、树莓的香气。口感精致平衡，余味细腻悠长，让人有再喝一杯的欲望。凭着其活泼的果香，三地大部分的嘉宾能猜出这是一款来自新西兰的贝露娃。

红石酒园建立于1991年，是新西兰葡萄酒界新星。进入21世纪后，红石彻底地摆脱了无名小卒的羞涩，每个年份都从各大酒展和葡萄酒赛事带回金色的牌章，受到了环球饮家的瞩目。颇让人称奇的是，红石把它的成功归功于住在每个人心中调皮的小魔鬼。这次，小魔鬼不再是邪恶的象征，而是一种不甘于人后的渴望，一种对个性张扬的渴望。于是，旗下品牌魔梯（Devil's Staircase）应运而生。

广州站/ Guangzhou	南京站/ Nanjing	西安站/Xi'An
8.5	8.8	8

Domaine Pierre Labet-Bungudy Pinot Noir 莱宝酒园（布根地贝露娃）红葡萄酒

参考价格：¥460

🏆 南京最受欢迎



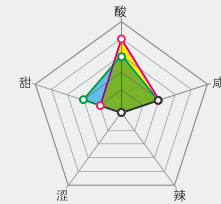
相比第一款的贝露娃，第二款为嘉宾带来的是传统贝露娃的感觉，因此来宾轻而易举能猜出这是来自法国布根地的佳酿：此酒未完全成熟时已展现其迷人的果香了，如樱桃，洋李等。入口后，可感受到酒液散发复杂的巧克力、无花果和紫罗兰花香。

莱宝庄园由弗朗西斯拉贝主管（Francois Labet），他同时也是布根地名酒园拉图布根地（Ch. de la Tour）的主人。拉贝家族是布根地的酿酒世家，扎根布根地已超过5世纪。弗朗西斯拉贝亲自打理酒园旗下葡萄园，无论葡萄园位于宝望丘区域还是在华卓特等园，弗朗西斯都采用同样的方法去管理。葡萄在收割后会统一在华卓园进行发酵工序。他坚信图庄园所出产的每一滴葡萄酒本身所体现的高品质口感均源自每一颗优良葡萄的结晶。"Pas de bon vin sans bons raisins"(优良的葡萄造就高品质的红酒)。从1992年开始，莱宝酒园就采用生物动力学种植葡萄。

广州站/ Guangzhou	南京站/ Nanjing	西安站/Xi'An
8.3	8.7	7



配餐前 配餐后

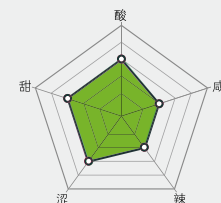


烧鸭

9.5分

酸甜平衡

传统的粤式烧鸭，皮脆肉嫩，一口咬下去脂香满溢。酒液中原本淡淡的橡木香在口腔中被扩大。配餐前的该款贝露娃会带有一股特殊的泥味，但是被烧鸭化去，酒液的酸甜更为平衡。

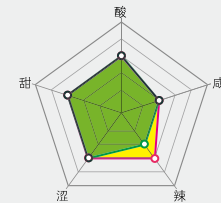


片皮鸭

9.2分

果香活泼

片皮鸭的衬底是水果沙律，因此吃起来的时候能消除片皮鸭的油腻口感，搭配酒后，酒的整体口感依然保持了平衡，片皮鸭为酒带来一丝额外的微甜，也使酒更易入口。

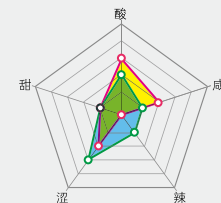


太白一品熏鸭

8分

余味缩短

熏鸭的烟熏味使酒的橡木味非常明显，稍微弱化了酒液的辛辣口感。活跃的酸度让熏鸭尝起来口感更为清爽，为鸭肉加上了杨李的水果甜香。稍觉可惜的是熏鸭会影响了酒液的余味。

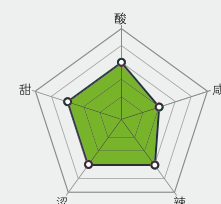


烧鸭

7.8分

涩度明显

这款传统布根地贝露娃与烧鸭配餐后，酒液中的涩度口感非常明显，影响了鸭肉柔嫩的口感，同时鸭肉也带出了酒液的辛辣口感，破坏了该款贝露娃原本平衡优雅的口感。

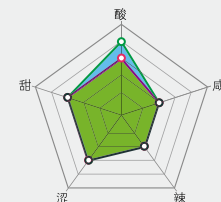


片皮鸭

9分

余味延长

片皮鸭搭配这款布根地的贝露娃，无论是菜式还是酒在口腔中的余味都有了明显的延长，鸭肉的香与浓厚的果味相得益彰。此外，酒液的辛辣口感也平衡了肉的油分。



太白一品熏鸭

8.3分

酸度提升

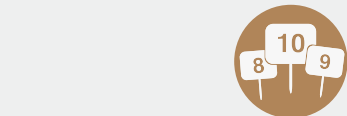
微甜的贝露娃与熏鸭搭配后酸度更为明显，不过并没有影响酒的平衡口感。鸭肉的烟熏香与酒液散发的巧克力香气非常搭配，此外酒里的花香并没有因为鸭肉的浓重口感而消弭。



Domaine Faiveley - Mercurey 法莱丽（美格利）红葡萄酒

参考价格：¥341

西安最受欢迎



来到第三款的贝露娃，该酒带有成熟的红色浆果香、茴芹和黑胡椒香味。圆润丰满，结构紧密，平衡好，果香丰盈。这一款酒还处于“年轻气盛”的阶段，酸度活跃，带有轻微的辛辣口感，有嘉宾觉得它过于年轻，本该有的复杂香气还没有得到充分发展。

该款红葡萄酒来自法国布根地的法莱丽。法莱丽是布根地名酒园，在布根地坐拥130多公顷的葡萄园，几乎全部集中在著名的金丘区（Cote d'Or）及夏隆内丘区（Cote Chalonnaise），其中金丘区50公顷的葡萄园有四分之三的葡萄园属特等葡萄园或一级葡萄园等级，此区就在罗曼丽康帝法定区域的附近。在法莱丽的所有产品中，超过85%都来自自有的葡萄园。这样雄厚的实力来源于法莱丽家族六代人的不懈努力，自1825年创立至今，现在由艾文·法莱丽（Erwan Faiveley）掌管。

广州站/ Guangzhou	南京站/ Nanjing	西安站/Xi'an
8.5	8.3	7.2

Saint Clair Omaka Reserve Pinot Noir 胜嘉力珍藏贝露娃红葡萄酒

参考价格：¥415

广州最受欢迎



第四款的贝露娃给了参与盲品的嘉宾眼前一亮的感觉：一开瓶已能感受喷薄而出的成熟黑樱桃和杨李的水果香气，带有开放的紫罗兰花香以及让人垂涎的烤橡木香气。酒体丰满，单宁成熟，带有明显的酸度，口感紧致。可尝到浓烈的黑樱桃以及杨李的甜香，随后还能尝出一丝细致的浓咖啡以及如巧克力般丝滑的单宁。法国橡木桶为酒液带来优雅的感觉以及烟熏的口感。

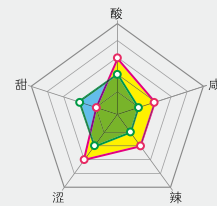
该款贝露娃来自新西兰的胜嘉力。胜嘉力最早只是由新嘉力（Sinclair）家族拥有的一块葡萄园，后来的主人为了纪念它的创始人詹姆士新嘉力（James Sinclair），于是将它命名为胜嘉力（Saint Clair）。1978年葡萄园被新西兰酒业界的先锋，经验丰富的尼奥（Neal）和朱迪伊波逊（Judy Ibbotson）看中并买下。刚开始的时候，他们只是把葡萄卖给当地的酒厂，后来他们认为葡萄园已日渐成熟，于是决定创立自己的事业，创立胜嘉力酒庄。

广州站/ Guangzhou	南京站/ Nanjing	西安站/Xi'an
9.2	8.6	8.5



配餐前 配餐后

广州
Guangzhou



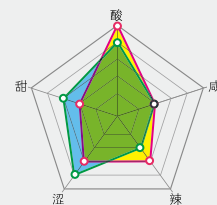
烧鸭

8.8分

口感和谐

酒液原本稍觉刺激的酸度被烧鹅化去，甜度有了提升，因此酒的整体口感更为和谐。烧鹅的油香与酒的黑胡椒香气配合是鸭肉尝起来口感层次感明显。

南京
Nanjing



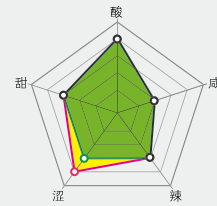
片皮鸭

9分

搭配平衡

配餐后，酒的酸度降低，甜度有了提高，原本较为清淡的果香味被片皮鸭激发，酒的口感更为紧致。片皮鸭带上了酒液的香料气息，肉质也大为紧致，尝起来带了一丝韧劲。

西安
Xi'an



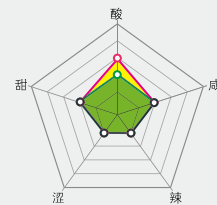
太白一品熏鸭

8.5分

涩味减淡

熏鸭偏咸，搭配该款贝露娃消除了酒液酸涩的口感，而熏鸭的肉质鲜甜在酒液的熏陶下更为明显，两者的搭配可谓带出了对方各自“潜藏”的优点。

广州
Guangzhou



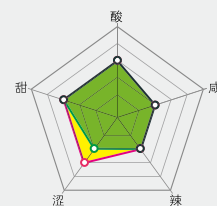
烧鸭

9.8分

层次丰富

酒的余味中带了一丝丝的涩味，不过并未影响整体口感。烧鸭让酒液中青草、矿物味层次感在味蕾上依次展现，鸭肉的鲜嫩和柔美口感延长，酒香更是为鸭肉带来一丝橡木香，尝起来更加惹味。

南京
Nanjing



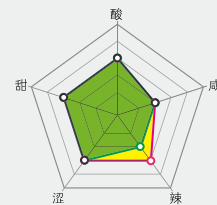
片皮鸭

9.2分

质地柔滑

搭配后双方的口感都显得更为平衡和柔滑：片皮鸭由于有水果沙拉衬底本来就带有果香，酒液的黑樱桃和杨李香气起了锦上添花的作用，而酒酸在菜式的催化更为活跃。

西安
Xi'an



太白一品熏鸭

8.7分

口感变淡

这一款甜度较为明显的贝露娃与熏鸭搭配口感不太讨喜，酒液原本丰富的变化在搭配熏鸭后显得口感单薄，而熏鸭的口感受到酒液甜度的“攻击”也减淡了原本烟熏的那种特殊的口感。



Nicolas Potel-Savigny-Les-Beaune 1er Cru 力高宝德（圣伟利宝望一级园） 红葡萄酒

参考价格：¥ 472

🏆 西安、南京最佳性价比



最后一对的盲品酒，彼此间差别不大，很考验嘉宾的功力！该酒的红色水果香味，特别是覆盆子的味道诱人。Aux Serpentières是圣伟利宝望区内的其中一块一级葡萄园。力高宝德取材于此，相信是相中此园出产之佳酿的轻盈灵巧的水果香气，特别是覆盆子的味道，萦绕你整个口腔，久久不散。且价格较实惠！

该酒来自法国布根地的力高宝德酒园，酒园的创始者力高宝德在1997年才开始推出自己的第一款酒。凭着自己雄厚的实力，他在短短的10年间迅速跃升为一颗耀眼的新星。出生在葡萄酒世家的他从小就在父亲哲哈宝德（Gérard Potel）的教导下成长。哲哈宝德是布根地葡萄酒“教父”级的人物。力高宝德在夜圣佐治（Nuits-Saint-Georges）设立了自己的公司，利用之前工作的关系网以及父亲的名气，他得到了许多优质葡萄田供应商的合约，并运用这些优质的葡萄酿制自己品牌的酒。

广州站/ Guangzhou	南京站/ Nanjing	西安站/Xi'an
8.3	9	7.8

这一款来自新西兰的贝露娃酒色呈现深宝石红，带有强烈但不失柔和的浆果香气，饱满丰郁的花果味中带有一丝柔弱的野生百里香和奶油，柔滑的单宁带来摩卡咖啡味道的余味。

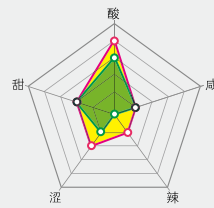
贝露娃是红石酒园的主打产品，目前的种植量占酒园的59%。红石酒园贝露娃红葡萄酒是酒园的旗舰产品，就是这样的一款贝露娃，多个年份都在美国旧金山国际葡萄酒大赛斩获过金牌，在新西兰的各大酒展也捧回不少金牌。

广州站/ Guangzhou	南京站/ Nanjing	西安站/Xi'an
8.8	8.9	8



■ 配餐前 ■ 配餐后

广州
Guangzhou

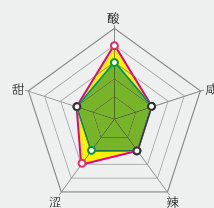


8.7分

口感平衡

酒液中的覆盆子水果香气伴着酸涩的口感，但与烧鸭的搭配能消除这种酸涩感，使酒尝起来变得轻盈，而菜式尝起来口感更为新鲜，菜式的肉汁在口腔中萦绕不散，酒和菜的口感平衡。

南京
Nanjing

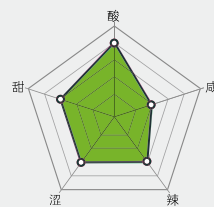


9.5分

酸度降低

片皮鸭柔化了酒液的单宁，令这款本来就优雅的贝露娃更添柔美。稍觉可惜的是酒的辛辣没有消减，但反之这种辛辣能为口感带酸甜的片皮鸭带来活泼的口感。

西安
Xi'an

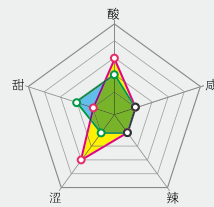


8.5分

口感均衡

口感偏浓重但是沉稳的熏鸭注定与风格沉稳的贝露娃是佳配，酒和菜搭配后整体的口感没有太大的改变，双方的余味都有所延长。难得的是酒液和菜式的咸味能在口腔中清楚分别，十分有趣。

广州
Guangzhou

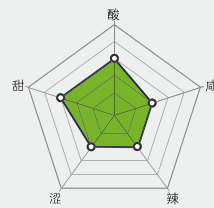


9.2分

香气宜人

相比上一款的布根地，这一款新西兰的贝露娃酸度不算太过尖锐，因此更适合于烧鸭搭配。酒液余味中自带的咖啡香在肉香的催化下更为明显，与刚入口时的果香交缠一起，层次感更为丰满。

南京
Nanjing

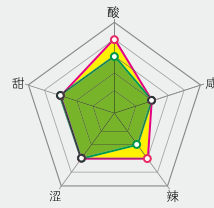


9分

口感醇厚

与片皮鸭搭配后，酒显得更加容易入口，而菜式带出了酒液中的奶油甜香，与鸭肉相结合，是肉质尝起来更为柔滑和鲜甜。酒的果香在口腔中显得非常轻盈但不会轻易消散。

西安
Xi'an



8.5分

烟熏味浓

配餐后，酒的酸度明显，但是菜式的咸香倒是能在后味中和了酒的酸度和涩度。无论菜和酒都带有烟熏味，两者在口腔中的叠加效果明显，有点掩盖了酒的果香和鸭肉的鲜甜。

Truth or Dare 葡萄酒真心话大冒险

文/Text 梁楚瑶

本期参加者:



1 Simon
性别: 男
酒龄: 3年



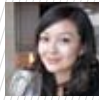
2 贝蒂
性别: 女
酒龄: 1年半



3 詹畅轩
性别: 男
酒龄: 6年



4 李小鹏
性别: 男
酒龄: 3年



5 罗宏敏
性别: 女
酒龄: 4年

Q1 为净化社会习气,提升酒文化品质,让中国的酒厂全部改产,把烈性白酒全部取消,改为生产葡萄酒,你觉得,靠谱吗?

■ 不靠谱。白酒是中国的文化,有他的历史,有他的韵味,有他存在的意义和道理,没必要为了提升所谓的外国提倡的酒文化,而把本土的东西给抹杀掉。正如咖啡与茶,要取缔中国茶而把所有人都推向于喝咖啡么? 这样会靠谱么? 净化社会习气,提升酒文化品质不是靠垄断一种酒就能提升的,那是一种无知,以及有点画蛇添足。■ 这不靠谱吧,很多酒鬼会上街绝食抗议了吧。

■ 葡萄酒哪里净化过社会习气了? 葡萄酒又是什么时候开始提升“酒文化品质”的呢? 我且不说法国人不会把餐厅出品改为粤菜。■ 可行性不强。作为中国两千多年来文化核心的儒家文化,强调的是海纳百川、兼容并蓄。不同的酒文化,体现的是不同人文社会中不同细分群体的价值取向。所以,红酒、洋酒、白酒都应该存在。毕竟不同的酒,其彰显的并不是其价格,而是其价值,这里面包括了它独一无二的古老历史传承、沉蕴的气息以及迷人沉醉的品味。■ 不靠谱。因为中国的烈性白酒也是一种文化。文化没有优劣之分。

Q2 除了最常见的嘉本纳沙威浓,您最喜欢的葡萄品种会是什么?

■ 口味重的嘉本纳沙威浓适合喜欢复杂的,有层次感的品尝家;渐渐地,一些喜欢简单的,单纯的人士喜欢简单的容易入口的葡萄酒,例如我。记得那一年我去德国出差,在街边的小铺,单买一杯雷司令酿造的白葡萄酒,感觉很好,入口、芳香、以及酸度等都不错。雷司令是我喜欢的,无论是他的名字,还是他的口味。■ 雪当利,丰满型嘛。■ 贝露娃和雪当利。■ 红颜容里面占比较大的嘉本纳弗朗,以及澳洲的穗乐仙。■ 喜欢贝露娃和圣祖维斯。

Q3 玛雅预言的2012年12月21日当天,你会与谁,喝什么酒来度过呢?

■ 与谁未知……无论是谁,都是一种缘分,一种末日的缘分。必然是拿我喜欢的酒来喝,白葡萄酒吧,德国雷司令的。用最简单易入口的葡萄酒,来默默地品味这一人类有史以来最大的末日……■ 香槟! 吴彦祖可以么? !!! ■ 看到时候的女朋友是谁就跟谁喝了。当然要开香槟庆祝:庆祝我们要一起死了,或者不用死了。所以说做问卷富隆会送香槟吗? 我可以要路易王妃吗? 谢谢~■ 最爱的人,最爱的红颜容。■ 和家里所有人喝1982的拉菲,看看她为啥这么神。

Q4 如果有机会自己设计一条葡萄酒酒庄之旅,你会走怎样的路线?

■ Well,这务必是一条行走于全世界酒庄的旅程,我们先来到旧世界的法国以及意大利,从务必朝圣的波尔多开始,五大酒庄去其1/2,然后来到意大利的托斯卡纳,继而去到新世界的智利、阿根廷看看南美的葡萄酒生产环境与技术,再顺路去澳洲南部也看看这里的情况。当然酒与美食必然要共存共生,寻找美酒的时候也需要对美食进行搜罗。■ 来个五大一级庄之旅吧,够浮夸啊! ■ 计划九月去Pomerol,第一次去,谈不上设计路线,就打算在那当个安分守己的好农民。■ 先去波尔多,探访顶级名庄,然后去布根地探寻最古老的酒庄,如罗曼尼康帝等。■ 还是到布根地吧,把33个特等园全喝完再说。

Q5 你喜欢葡萄酒吗,为什么?

■ 有文化的东西都值得喜欢,去研究。来自欧洲的酒文化现已得到全世界的认同,皆因他们的认真与专注。葡萄酒的味道未必真是一如评酒家所讲“味道好极了”,但你总会找到一款适合你,你喜欢的葡萄酒,因为葡萄酒的文化以及品种是多元化的。这也是很多人都喜欢葡萄酒的原因。■ 喜欢啊,喝醉了可以乱来且不用负责任啊! ■ 喜欢,只要是奢侈品我都喜欢,所以尤其喜欢香槟,然后包装有设计感的礼盒装香槟更深得我心。其实如果我说我自己更倾向于消费单一麦芽威士忌,这段话会不会被删? ■ 喜欢。一是意,一是形。意者,品一酌红酒,从闻香、到品味,香酸甜涩甘,百感交集,犹如人生;形者,葡萄酒就像吸血鬼的血液,带来了欧洲远古的文化气息。■ 喜欢。因为她告诉我们很多人生道理。

Q6 您可以提出一个和葡萄酒有关的问题让下一期的受访者回答。您会提出什么问题?

■ 天时地利人和是事情成就的元素。来自天时的酝酿制造了美味的葡萄酒,来自地利的配合在优美的环境举杯,加上与您对饮的爱人或朋友能增进这一品酒过程的美好。如果三者只能其一,其二只能求其次,你会作如何取舍呢? ■ 用一种葡萄酒来形容自己,你会选哪种? ■ 我没有问题了谢谢法官。■ 从旧世界到新世界,从红葡萄酒到白葡萄酒、桃红葡萄酒到冰酒,你会选择怎样的一瓶? 原因? 是价格,还是它的故事? ■ 走夜路时,喝什么葡萄酒壮胆?



畅享美酒 品质如一

富隆酒业旗下B2C网上酒客 100%原装进口

售价统一 礼遇不断

线上线下全国统一售价 网上让利惊喜连连

200包邮 特制包装

全场购满200元包邮配送至全国 酒类特制包装超低破损率

在线支付 安全快捷

提供支付宝、快钱、网银等多种在线支付方式 安全便捷

时尚之选 臻致生活

富隆会员 时尚精英信赖推崇

会员尊享热线: 400 777 2919

秒杀

第二瓶

5折

限量

特价



A Love Song on Beach 海滩恋曲

策划/Plan Wolf 摄影/Photo 萧欣翔 余卫民
特别鸣谢/Special Thanks DIKENI 迪克尼男装

我在这里爱你
在黑暗的松林中 风释放自己
月亮像磷光漂浮在水面
白昼 日复一日 彼此追逐
——巴勃罗·聂鲁达

Here I love you.
In the dark pines the wind disentangles itself.
The moon glows like phosphorous on the vagrant waters.
Days, all one kind, go chasing each other.
by Pablo Neruda

右页
意大利丹凤园起泡葡萄酒
Torresella Prosecco Brut





本页
意大利嘉迪堡珍藏起泡葡萄酒
Cà del Bosco Cuvée Prestige DOCG
德国欧洲王子起泡葡萄酒
Fürst von Metternich Riesling Sekt Trocken
意大利玛格丽起泡葡萄酒
Santa Margherita Prosecco Brut 52
意大利丹凤园起泡葡萄酒
Torresella Prosecco Brut
智利圣卡罗起泡葡萄酒
Santa Carolina-Sparkling Brut
法国哥德利安干白起泡葡萄酒
Claude Chonion-Vin Mousseux Brut

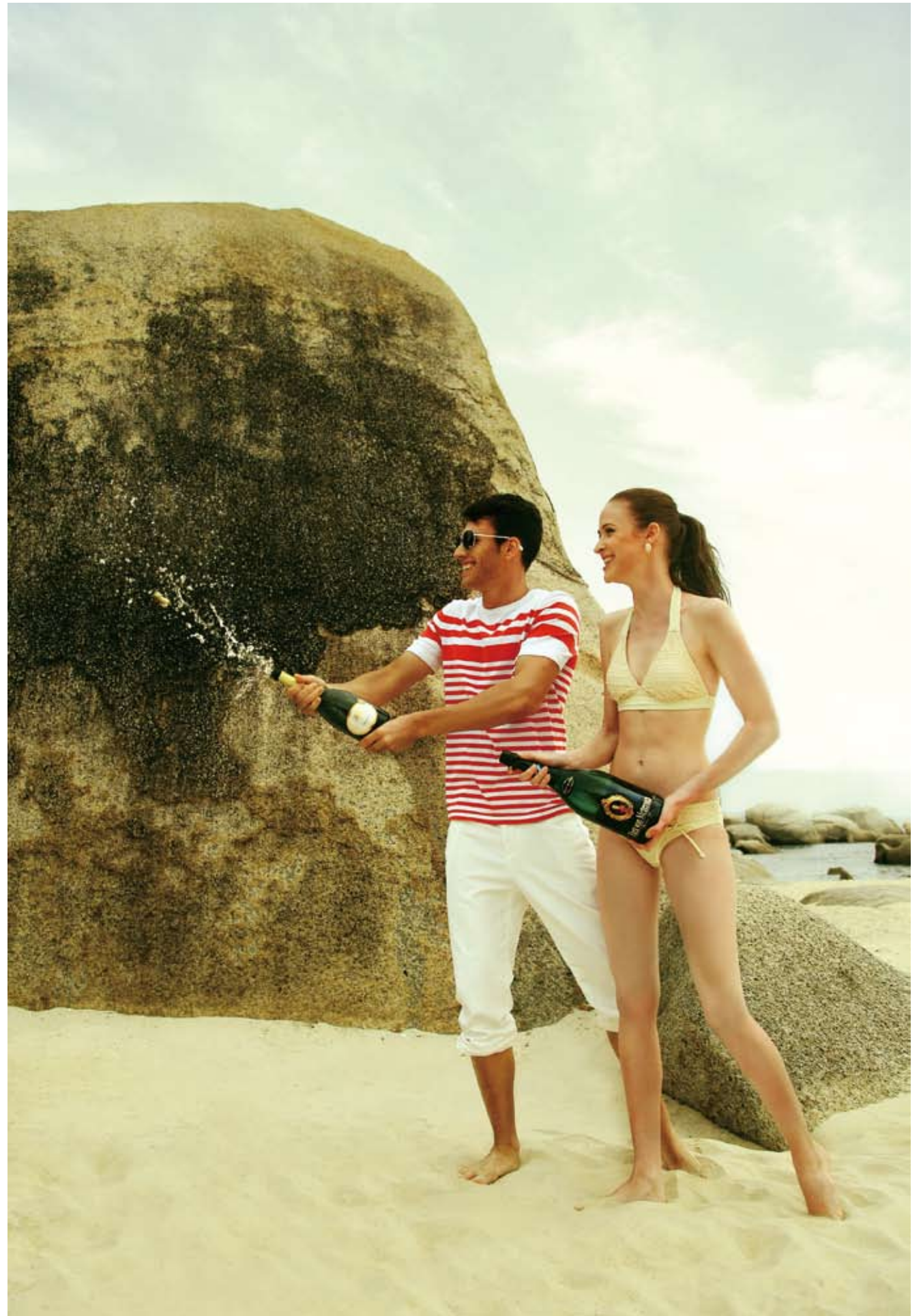
右页
意大利玛格丽起泡葡萄酒
Santa Margherita Prosecco Brut 52





本页
意大利嘉迪堡珍藏起泡葡萄酒
Cà del Bosco Cuvée Prestige DOCG

右页
德国欧洲王子起泡葡萄酒
Fürst von Metternich Riesling Sekt Trocken





本页
法国哥德利安干白起泡葡萄酒
Claude Chonion-Vin Mousseux Brut

右页
智利圣卡罗起泡葡萄酒
Santa Carolina-Sparkling Brut



Love in Summer Night

爱的夏夜

文/Text 李欣 插画/Illustrator 陈彬杨

爱情，一种世间上最玄妙的感情，任何人都无法在其中独善其身。时而甜蜜，时而酸涩，然而没有一人不爱它念它。夏至将至，爱情也总是发生在夏天才更显甜蜜…

夏至，二十四节气中最讨人喜欢的一个，意味着夏天翩然而至。时及夏至，经过了秋季的清风冷月，冬日的银装素裹，春天的万物复苏，天地间洋溢着热情欢快的景象。爱情也随着温度的升高，在每个人的心底萌芽。同时，夏至也是一年中白天最长，夜晚最短的一天，而大家或许还不知道，远在北欧，竟有一个专门为夏至设立的节日——仲夏节。

仲夏节 (Midsummer Festival) 是瑞典、芬兰等北欧国家的传统节日。每年6月24日前后举行。最初是为纪念夏至日而设定，在北欧改信天主教后，教会为纪念基督教施洗者约翰的生日 (6月24日) 而设，后来其宗教色彩逐渐消失，成为一个“众乐乐”的民间节日。除此之外，英国人与仲夏节也有着千丝万缕的联系。像是位于伦敦西南面的著名的巨石阵 (Stonehenge) 据信与仲夏夜的庆祝活动有关。可以和心爱的人一起亲眼看到夏至日的太阳从巨石之间升起的景象是毕生难忘的经历。根据英国的传说，人们会在仲夏夜有奇异的经历，可能进入魔幻世界。莎士比亚写出著名的《仲夏夜之梦》大抵也是这个原因吧？

爱的夏夜之文学篇

远处有着白色屋顶的教堂传来爱情的钟响，黑夜的女神---月光为大地穿上绚烂的新衣，绿色的郊野飘散着迷人的夏日花香，还有那蔚蓝的海波，静谧的森林，亲切的花圃都荡漾着甜美的鼻息，一切悄然入睡。好梦正要开始，充满爱的夏夜拉开帷幕…

《仲夏夜之梦》，一个如梦如幻的名字，而其中的故事发生在城市与森林，清醒与睡眠，真实与虚幻之间，向我们展现了一段“乱点鸳鸯谱”的故事。所幸，结局依然是众望所归的有情人终成眷属。欣赏一瓶好酒和欣赏一部优秀的文学作品一样让人赏心悦目。丰富饱满的结构不禁使人沉醉，持续悠长的回味也让人沉浸在梦幻之中，感觉一切都是那么的美好。赛拉图梦索多就是这样的一瓶好酒---“梦中求索，意式波尔多”也是对这款酒最恰当的诠释了。

爱的夏夜之电影篇

青春，这个永不过时的话题，像一场大雨，虽然我们曾被淋得感冒发烧，但每个人都还是想再来一次；青春又像是辽阔的海洋，咸咸的海水，正如我们青春时流过的泪水。蓝色的海洋，一如我们青春时那清澈的心灵。如今已经略微泛黄的记忆是时光留下的痕迹，曾经那些纯真的笑脸是我们为青春定格的标签。谁没有过青春年少时？而青春时的纯纯爱恋又是那么的让人难以忘怀。大家可否还记得学生时期自己的那一段懵懂情愫？是青涩的？还是甜蜜的？前一阵的那部《那些

年，我们一起追过的女孩》出人意料的火爆，正是因为它让所有人都回忆起了自己也有过的那段纯真爱恋。有人说，那一段感情就像吃棉花糖一样，若容我形容，我会把他与赛拉图的雅丝提联系到一起。热带水果的香甜气息充满鼻息，麝香葡萄的甜美口感回味悠长，正如恋爱开始前的那段暧昧，给人最浓烈的幸福感，只有亲身体会后才能了解那不言而喻的感觉。

爱的夏夜之体育篇

人们都说时光飞逝，这飞逝要如何体现才够直白？北京奥运会气势恢宏的开幕式场景是不是还记忆犹新？甚至11年前申奥成功时国人欣喜的面孔是否也还历历在目？是啊，在我们还没来得及回味北京奥运会的精彩时，伦敦奥运会已经飘然而来了。四年前的那个夏天，中国把爱诠释到了极致：不同国家不同种族的运动员之间的友爱，竞争对手间的关爱等等。有人曾疑问说：伦敦奥运会的票价比北京贵很多，是不是真的会有很多人涌入奥运会的赛场？伦敦真的很安全么？世界不会因为奥运会而感到一丝宁静？所有的一切质疑等到7月来临，自然会有解答。这过程像极了我们喝酒的过程，在一瓶未知的美酒开瓶之前，我们总是有一些担心的。所有的担心不正是来自于关心，因为给予了希望，所以担心失望。不知如果赛拉图（多姿桃）这款红葡萄酒会说话的话，他会怎样打消人们的顾虑呢？不过仅凭着赛拉图这个“巴罗露酒王”选取最优质产区原料精心酿造而成这一点，就会让人安然许多了吧。





Delicacies with Noble Seascape 海景与美食的交融

文/Text 梁楚瑶 图/Photo 嘉希传讯提供

旅客来到香港,除了购物和观光,必不可少的是品尝各种的美食,在遍尝街头小吃以后,不妨尝试小编为大家挑选的两处城中美食热点,若是情侣想共度浪漫一夜,不妨选择能同时饱览维港美景同时能品尝日意新派美食的aqua;若是一家大小计划共聚天伦,则可选择同样能享受维港美景的满福楼。



aqua Romantic Dinner Enjoying the Scene of Victoria Harbor 维港做景的浪漫晚餐

aqua是餐饮集团Aqua Restaurant Group在香港的旗舰餐厅,坐拥著名的维多利亚港景色,为宾客呈现视觉、听觉、味觉俱全的崭新感官盛宴。蓝色木地板、古董黄铜制品、订制的屏幕、镜子、吊灯以及Fresnel玻璃罩灯,无不为前来就餐的情侣打造一流的浪漫氛围,再加上落地玻璃窗可以饱览香江美景,夜色才至已醉人。

auqa于去年完成重新设计,餐厅创办人David Yeo与著名伦敦市内设计建筑公司David Collins Studio携手合作。aqua的全新设计彰显独特的古典与优雅感觉,为空间赋予永恒不朽的奢华格调。

aqua的餐厅部分由aqua roma与aqua tokyo组成。aqua roma由总厨Marco Medaglia主理新派意式佳肴,带领食客开展一段“滋味感官之旅”。星级佳肴有加泰罗尼亚式龙虾、大虾沙律配香草柠檬啫喱、羊仔柳配甘草洋蓐及巴马芝士汁、野生海鲈鱼他他配红虾及鱼子酱。aqua tokyo由集团日式餐饮部行政总厨岩桥达也领导,餐厅所炮制的日式佳肴定位为“创新传统美饌”,将正宗和式料理的精髓升华至全新境界。全新星际菜式有水菜腐皮烟肉沙律,洒上由味咻、清酒、豉油、麻油鸡辣椒混合而成的酱汁;呈现一系列精选寿司的“东京拼盘”,以及澳洲和牛拌冷稻庭乌冬配半熟蛋、杂菇。

📍 香港尖沙咀北京道1号 29及30层
☎ 852 - 3427 2288





满福楼

Family Gathering with Cozy Seascape 舒适海景的家庭聚会

荣获世界权威美食评指南《米芝莲指南·香港·澳门》连续两年评定为一星级餐厅的满福楼，能品尝经典粤菜及时令精选，同时饱览香港迷人海景。满福楼位于香港万丽海景酒店，餐厅设计舒适及服务贴心，适合温馨热闹的家庭聚会。

满福楼的中式佳肴，其中地道的广东美食及时令精选实在不容错过。口碑载道的菜式实在不少，招牌菜式包括蜜汁叉烧及椒盐炸鲜蟹钳等。

行政总厨－中餐曾超烈师傅对选取食材非常考究，选用优质梅头肉，制成的招牌菜式蜜汁叉烧，肉质嫩滑，入口速溶。每日限量供应，售完即止。鲜蟹钳由每只一斤半重的肉蟹制成，每只蟹钳均肥美鲜嫩，鲜甜的蟹肉和香菱及皮蛋的清香成了绝佳的配搭，伴碟酱汁更以蒸蟹的精华和蛋白略煮而成，可见曾师傅对每个细节均一丝不苟，务求令每道菜色至臻完美。客人亦可选择以椒盐炸成可口的菜色，造就了另一番享受。

🏠 香港湾仔港湾道1号香港海景万丽酒店
☎ 852 - 2802 8888 转6971



CORDIER GRAND VIN DE BORDEAUX



Désiré Cordier
1886

SAINT-EMILION GRAND CRU



1886-2006 - 120TH VINTAGE

为庆祝歌迪雅集团成立120周年，公司推出了120周年精品限量版
歌迪雅圣达美隆特等园红葡萄酒，
纪念集团创始人Desire Cordier先生。

这款以纪念Desire Cordier先生的精品葡萄酒以限量编号，来源于波尔多右岸圣达美隆特等园产区，品质一如歌迪雅集团经营的众多波尔多名庄。每个瓶身镶嵌施华洛世奇水晶一颗，独一无二，更显弥足珍贵。

www.desirecordier.com

CORDIER - La Croix Bacalan - 109 rue Achard - BP 154 - 33042 Bordeaux Cedex - France
Tel : +33 (0) 5 56 11 29 00 - Fax : +33 (0) 5 56 11 29 01 - contact@cordier-wines.com



Chaozhou Cuisine

潮菜

Delicacies Sticking to Tradition
坚守传统的美食

文/Text 梁楚瑶 图/Photo詹畅轩 特邀嘉宾/Special Guest 姚玲 场地/Venue 汕头富隆酒窖

近年来,不知道身为吃货的您是否有听过自己或者身边的同好在品尝美食的时候抱怨过,传统的美食正在日渐离我们远去。快餐文化的崛起正在吞食传统美食的生存空间。儿时的美味可能因为经营困难或后继无人等原因,逐渐消失在我们的餐桌上,更遑论那些我们还没有亲口品尝的芸芸美食?幸好还有潮州菜。

本次魅力酒膳选在汕头举行。汕头是广东省的经济特区之一,当地的传统潮菜并没有因为经贸发展而被外来的菜系、快餐等大举侵略。汕头人民对家乡美食的热爱,对传统的尊重,让汕头成为了吃货的圣地。近年来,在各地美食家和媒体的宣传下,潮菜文化更是有复兴的趋势,为更多的人所知。

参与嘉宾:



姚玲

汕头广播电台主持人,曾主播节目《爱吃好玩一起行》,致力推广潮汕传统美食文化。



Elle

本文笔者,业余吃货,机缘巧合下加入葡萄酒行业,从此迷上葡萄酒与美食的搭配之道。



澳洲双掌（画廊系列）
巴罗莎穗乐仙红葡萄酒
Two Hands Bella's Garden
Barossa Valley Shiraz
酒色深紫，散发出莓果、香料、咖啡和巧克力的气息。口感新鲜，果香宜人，中度的酒体呈现出结构良好的单宁，与酸度平衡得恰到好处，并散发成熟黑樱桃的甜味。此酒能陈放5~8年。

潮州卤水拼盘
Assorted Marinated
Goose Dishes
卤水拼盘算是潮州的一道“名菜”，精选鹅肝、鹅掌、鹅翼等，加上八角等传统的香料卤制。说起个中的鹅肝更是讲究。鹅肝最好是来自汕头澄海地区的狮头鹅，喂食过糯米的鹅的鹅肝尝起来会倍加鲜味。鹅肝在嘴里化开后充分感受到香料的存在，与鹅肝的口感浑然一体。

卤水中八角等香料与带有甜味口感的红葡萄酒搭配非常相宜，与这款巴罗莎谷的穗乐仙搭配起来，鹅掌鹅翼的肉因为酒而更为嫩滑。卤鹅肝柔化了该款穗乐仙的单宁，尝起来更为可口迷人。

卤水拼盘上桌时我的眼里就只有鹅肝了！平常品尝的潮州卤水鹅肝口感都是偏软，但是这一次的鹅肝尝起来偏硬。酒带有的甜樱桃的口感消去了鹅肝原本带有的丝丝苦涩，而酒与其他卤水搭配的时候，酒液中原本不甚明显的咖啡香气得到了提升。

醉蟹的肉带有浓烈的酒香，但完全没有掩盖蟹肉本来的鲜甜。腌制过程中加入的香料与这款雪当利的香料气息可谓“志气相投”。两者的搭配，无论是蟹肉还是酒，那种如奶油般丝滑的口感都在口腔中经久不散。

女儿红的烈与蟹肉的甜，香料的辛与蟹膏的香看似不配实则绝配。配餐后，白葡萄酒的橡木桶香气有所提升，酒和蟹的余味在嘴里交织，以致到最后已然分不清是葡萄酒的酒香还是女儿红的醇香。美中不足的是，相比搭配的雪当利，女儿红是烈酒，一定程度上掩盖了雪当利的轻盈果香。

美国嘉威逊雪当利白葡萄酒
Cuvaision Chardonnay
优质的土壤、凉爽的气候、人工采收，天时地利人和早就了这一款优质的美国加州雪当利。该款白葡萄酒散发着甜蜜醉人的花香，酒液入口后有白桃、香料、热带水果的香气。口感丝滑，让人一试难忘，是一款带有布根地风格的新世界白葡萄酒佳酿。

秘制醉蟹
Hairy Crab Soured with
Yellow Rice Wine and Spice
冬天的大闸蟹肉质肥美，泡进十年的女儿红陈酿，同时还加入多达三十多种的香料腌制。大闸蟹醉死前会在浸泡的过程中会吐尽肚里的脏物。在腌制过一段时间后冷藏起来，需要取食时才把蟹从酒中拿出，不用煮煮，直接上碟。蟹肉口感软糯鲜甜，带有浓浓的化不开的酒香，尝起来丝毫不觉得有腥味。

新西兰魔梯灰贝露白葡萄酒
Devil Staircase - Pinot Gris
酒色呈现淡淡的柠檬黄色，散发着桃子、芒果、柠檬等热带水果香气，入口后除了热带水果香，还带有明显的蜜糖芳香，仿佛吃了一颗蜂蜜柠檬糖般的甜美，同时也有明显的酸度作平衡，后味持续、清新，是一款口感精致的灰贝露葡萄酒。

潮州糯米鸡
Fried Stuffed Chicken with Glutinous Rice
糯米加入花生等后酿进鸡肉里，先将整鸡蒸煮，然后放入油锅慢火炸制全熟。鸡皮香脆可口，充当馅料的糯米加入了糖而非常香甜，糯米黏黏的质感与炸过的鸡皮的香脆搭配起来非常有趣，充分显示了潮州菜咸甜各半的特性。

这一款菜式尝起来兼具了香、甜，不过多吃了还是会觉得腻。与这一款灰贝露搭配，酒液的酸度可以恰恰消除了菜式口感的甜腻，同时也提升了酒的蜜糖香气，酒中明显的柠檬香气为受过油腻感“轰炸”的口腔带来清新的感觉。

一进口的时候，该菜式尝起来的确与广州茶楼的糯米卷有点相似，但是细品下来潮州糯米鸡的口感更为丰富。甜咸各半的口感完全不觉得不和谐，相反，鸡肉的香气融入了糯米的甜，再加上这款口感清新还带有蜜糖口感的灰贝露，两者相得益彰，既消除了菜式的油腻，酒的余味也得到了延长。

这一款主要由梅乐酿酒的葡萄酒为鲍鱼带来了一丝奶油的香气，鲍汁的鲜甜与该酒的果香充分融合。与刺参搭配起来，则冲淡了刺参肉的蛋香，而且单宁也与口感清淡的蒸蛋不甚相配，幸好刺参的胶质口感与这道菜本身的酱汁般配了酒液中的咖啡香气。

梅乐葡萄酒的单宁都相对柔顺，因此可以尝试与鲍鱼、海参等海鲜菜肴搭配。这一款宝物隆红葡萄酒无论与鲍鱼、刺参搭配，酒本身的橡木香仿如为这两款菜式添加了一重香料的气息，单宁的柔顺也不至于破坏两样珍贵食材的柔滑口感。

柏图斯双旗波尔多红葡萄酒
Selection Jean-Pierre
Moueix Bordeaux
这一款宝物隆的佳酿带有活泼的红色水果香、橡木以及咖啡的香气。中度酒体，单宁柔顺轻盈，口感活跃但不失平衡，余味悠长。

刺参蒸蛋
Steamed Egg with Braised Sea Cucumber
一道成功的刺参，尝起来一样都需要柔糯与韧劲相配合，还要带有明显的胶质口感。刺参的软糯搭配上滑嫩的蒸蛋，蛋香随着蒸汽缓缓渗入刺参的肉里，让刺参的胶质口感更为明显。

传统鲍鱼
Braised Abalone
鲍鱼的口感柔滑的同时带有韧度，再加上秘制的鲍汁，口感非常鲜甜。



Those Radiant Co-stars 那些星光熠熠的“配角”们

文/Text 马钊 图/Photo 陈彬杨

北京，周六，早上，晴。宜约会购物，忌踏青远行。

著名的300路外环公共汽车路过北京电影制片厂，我看到了影视界中流传甚广的“北影厂门口蹲点行动”。他们常常在各种影片中扮演着不可或缺但可替代性又很强的角色——在战争片中他们是“士兵甲”和“官兵乙”，在爱情片中他们叫“路人A”和“服务生B”，在文艺片中他们是“吸烟女”和“思考男”……放眼望去，人潮汹涌，烟头满地，有些人为了生活，有些人为了理想，有些人为了和王宝强一样拥有傻根式的福气和成功起点。他们有一个称谓，叫做“群众演员”。

有些人在戏中有不俗的表现，慢慢积累后小有成就，算是比较成

功者，升级成为配角；少数人不断磨练，形成了自己独特的表演方式，最终飞上枝头变凤凰，在戏中独挑大梁，一跃成为了众人向往的主角。

酒如人生，人生也如酒。在这庞杂的葡萄酒世界中，总有些产地受到更多人的关注和追捧，也总有些产地在他人光芒下受不到太多的关注。Pauillac为人所熟知而Listrac被人们抛在脑后，Champagne几乎成为了起泡酒的代名词而Cava曾几度被认为是山寨产品……无论生活还是葡萄酒，总有些主角掌握着大众瞳孔的方向，也总有些配角在世人的余光中默默饰演着自己的角色——功成名就也罢，小有名气也罢，名不见经传也罢，最终汇聚成一句总结：也罢，也罢。

美度半岛双子星：莫利斯与丽莎

人们都知道在美度地区（Medoc）有四个村庄级别的AOC产区很有名，只要对美度红葡萄酒有一定了解的朋友说出以下名称肯定没有任何问题：菩依乐（Pauillac）、圣祖利安（Saint-Julien）、圣达史提芬（Saint-Estephe）和玛歌（Margaux）。

这些拥有鼎鼎大名的产区分布着许多优质的酒庄，列级庄园（Grand Cru Classé）和明星庄（Cru Bourgeois）级别的庄园比比皆是，以至于就算有些酒庄没有任何评级称号，只要看到这几个产区名称印在酒标上，就已经让人竖起大拇指。这些产区除了拥有很多著名酒庄外，还拥有自己独特的产区特点，所以我们常常能够听到类似于这样的文艺范儿评论：“说到Medoc红葡萄酒，相对于Pauillac，我更倾向于Margaux的佳酿，她们是如此温文尔雅，而又充满着自己的个性，充满了独特的魅力，Pauillac么，太过雄壮了……”

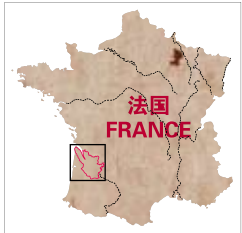
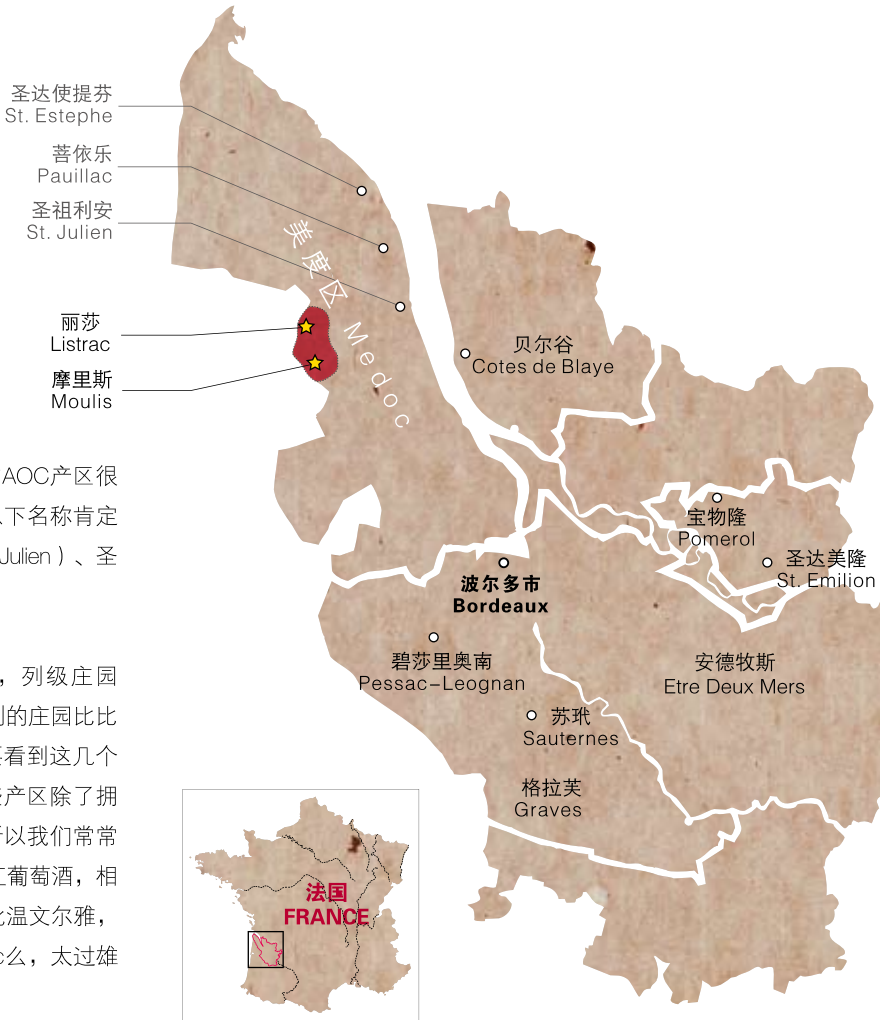
在如此耀眼的光芒下，美度地区的另外两个村庄级产区——莫利斯（Moulis）与丽莎（Listrac）——在知名度上略逊一筹，究其原因，当是在1855年的列级庄园（Grand Cru Classé）评选中，这两个产区中没有任何一个庄园获评吧。其实，在这两个产区中的很多酒庄能够酿造出水平非常高的佳酿，又因为产区本身头上并不需要顶着什么“拥有众多列级庄园”的光环，所以价格往往非常合理，对于追求性价比的饮家来说是很好的选择。

莫利斯

莫利斯（Moulis）也常常写为Moulis-en-Medoc，与四大名村在AOC等级上完全齐肩。尽管在6个村庄级AOC产区中面积最小，其土壤结构却非常多样，从砾石土壤、粘土土壤到石灰岩土壤一应俱全，这里虽然没有1855年的列级庄园，但无论是明星庄还是普通庄园，我们都能够找到很多精品。最有名的庄园，非Château Chasse-Spleen和宝捷庄Château Poujeaux莫属。

丽莎

丽莎（Listrac）也常常写为Listrac-Medoc，在六个村庄级产区中受到的关注最少，由于土壤条件的关系，目前梅乐（Merlot）葡萄品种的种植量正在连年递增。在法律法规上，要求略松于它的邻居们，以每公顷果汁产量为例，其它五个村庄要求最高为4000升，而这里允许达到4500升，好在地理特征和气候条件可以弥补产区较低的法律要求带来的缺憾，因此出产葡萄酒总体来说以浓郁型为主。



①

②



③

①宝捷（Château Poujeaux）是Moulis产区最著名的庄园之一。②有时候Moulis也被写为Moulis en Medoc。③尽管法律法规没有其他五个村庄级产区严格，Listrac能够生产很多性价比很高的葡萄酒。

右岸卫星群

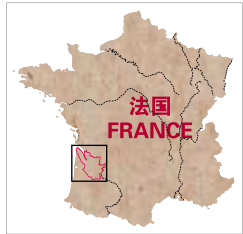
所谓的“卫星产区”，是指在一些知名产区周边名气不算太大的产区，而被围绕的知名产区相应地被称为“核心产区”。卫星产区常常以“产区名+核心产区名”的方式来命名，它们采用核心产区相同的葡萄品种和相似的酿酒方法，因此在风格上与核心产区非常类似，而价格却实惠很多。

在波尔多葡萄酒的六大家族中，圣达美隆（Saint-Emilion）、宝物隆（Pomerol）和弗朗莎（Fronsac）这三个地方是酒迷心中最经典的红葡萄酒产区，但是考虑到产区知名度的因素，生产的葡萄酒价格普遍都比较高，令众多饮家望酒兴叹，但是如果我们把眼光扩展到这三个地区的卫星产区，选择将会丰富很多。

Montagne、Lussac、Puisseguin与St-Georges

在圣达美隆产区的东北侧，与其接壤的有四个产区可以将“Saint-Emilion”字段添加在自己名称之中，这四个产区分别是：Montagne Saint-Emilion，Lussac Saint-Emilion，Puisseguin Saint-Emilion和St-Georges Saint-Emilion。

相比于圣达美隆动不动就是列级庄园（Grand Cru Classe）和特等田（Grand Cru AOC），卫星产区的葡萄酒朴实得多，绝大多数酿酒者都以合作酒窖的形式进行生产，酿酒水平与核心产区相比虽然有一定差距，但是性价比往往很好，也曾经有评论家认为这些葡萄酒的风格介于贝吉拉（Bergerac）与圣达美隆之间，不过总体还是属于波尔多风格的干红葡萄酒类型。



拉朗宝物隆

Petrus、La Fleur-Petrus、Gazin、Le Pin……这些熠熠生辉的名字令葡萄酒爱好者向往不已，也让他们的所在地宝物隆成为红葡萄酒的经典产区，相比之下，与宝物隆隔河相望的拉朗宝物隆（Lalande-de-Pomerol）并没有如此高的地位。虽然拉朗宝物隆主要以排水性良好的砾石土壤为主，却在酿酒时添加更多梅乐（Merlot），因此这里的葡萄酒兼具了果香和强劲的特点。目前，很多在圣达美隆和宝物隆拥有众多优秀庄园的家族已经开始将目光聚焦于此，有了强大的资金支持和技术流入，相信在不久的将来，会有越来越多的佳酿从这里产出。

嘉朗弗朗莎

与上述的几个卫星产区不同的是，虽然嘉朗弗朗莎（Canon-Fronsac）也是一个卫星产区（核心产区是弗朗莎），但实际上两者之间在质量上的差距并不大，知名度也相差无几，所以与其说前者是后者的卫星产区，倒不如说两者是重要性同等的邻居。这两个产区处于高地势位置，土壤中含有石灰岩和砂岩，梅乐和嘉本纳弗朗（Cabernet Franc）的种植占主要位置，有些庄园也会添加少量玛碧（Malbec）。尽管从质量和知名度的角度来说这对兄弟的光芒肯定无法与圣达美隆和宝物隆相比，但在二十世纪末期的技术改革之后，产区的酿酒技术有了很大的改进，酿酒者在应用更好的生产设备的同时采用了更多的全新橡木桶，这一系列变革令酒质有了很大的提升，如此的华丽转身也吸引了众多著名的酒商将兴趣投向这里，其中就包括在波尔多右岸举足轻重的 Moueix家族——有了新的技术、重金投资和经验丰富的酿酒人，这里将会是葡萄酒爱好者的另一片福地。

嘉朗弗朗莎
Canon-Fronsac

拉朗宝物隆
Lalande-de-Pomerol

露莎圣达美隆
Lussac-St.Emilion

宝物隆
Pomerol

圣达美隆
St.Emilion

安德牧斯
Etre Deux Mers

碧莎里奥南
Pessac-Leognan

苏玳
Sauternes

格拉芙
Graves

②嘉朗弗朗莎虽然是卫星产区，但是酒质丝毫不逊于弗朗莎。②露莎圣达美隆是圣达美隆的卫星产区之一。



①



②



明星产区的近邻

作为法国葡萄酒的代表产区，波尔多和隆河谷在全世界范围内都非常知名，不过在这些产区的周边，也有很多AOC级别的产区采用相同的葡萄品种和类似的酿酒方法，经过近几年的技术革新，它们中的很多地区已经开始有所提高，并且受到越来越多的关注。

贝吉拉

贝吉拉（Bergerac）位于法国西南部，气候特点兼具了海洋性与大陆性，土壤类型多样，包括有冲积平原、粘土和石灰岩，与它的著名邻居波尔多一样，采用的葡萄品种和生产的葡萄酒与波尔多相同，包括干白、干红和甜白，近年来，通过技术革新和吸引投资，葡萄酒的质量与名气已经有了很大的提升，在中国也开始有越来越多的消费者开始认识到它较好的性价比。

科比埃

科比埃（Corbières）位于朗格多克（Languedoc）大产区内，由

于在地理位置上比较接近西班牙和隆河谷，酿造的葡萄酒也比较接近前两者的风格。在当地最典型的葡萄酒是颜色深浓且充满草药味的干红，采用的葡萄品种以佳丽酿（Carignan）为主，同时还允许添加穗乐仙（Syrah）、慕合怀德（Mouvedre）和歌海娜（Grenache）。如果酿造粉红葡萄酒，采用比较广泛的是神索（Cinsaut）和穗乐仙（Syrah），而白葡萄酒除了Bourboulenc和Maccabéo之外，还可以采用其他很多葡萄品种，如Muscat、Picpoul、Marsanne和Roussanne等。

密内瓦

葡萄种植历史可以一直追溯到古罗马时期的密内瓦产区（Minervois），其名称来自于当地的村庄Minerve，在1985年获得了AOC称号，其风格也与隆河谷比较类似。莫合怀德和穗乐仙在红葡萄酒中至少要占20%的比例，其他品种包括有歌海娜、佳丽酿和神索等；在酿造白葡萄酒时，采用的品种主要有Bourboulenc、Rolle、Roussanne、Marssanne和Grenache Blanc等。

香槟一族的远亲

目前最为著名，也最为人们所认同的起泡酒，非香槟莫属。关于起泡酒最早由哪个地区发明，有相当大的争论，很多产区都宣称自己是发源地——还好这次咱们中国的考古学家没有声明又在某省某地发现了酿造起泡酒的遗迹——但毫无疑问，是香槟地区将起泡酒的生产和宣传做到了极致，这反而让关于其起源的一切争论显得苍白和毫无意义。

毕竟，活在当下的我们关心的只是如今，起源并不一定就代表最佳：中国人一直吵嚷着自己是足球运动的发源地，但世界排名从来都是甩尾水平，真正有实力的话，根本不需要去证明历史上自己处于什么地位——咱们什么时候听说过乒乓球或者体操被考证起源于中国？

善于保护自己的香槟地区在名称上的管理非常严格，甚至于“香槟生产法（Champagne Method）”这样的字样都不允许出现在其他产区起泡酒的酒标上，正因为此，无论法国其他产区或是世界上的其他地区生产的起泡酒，就算采用了香槟生产法，也只能标明该酒使用了“传统法（Traditional Method）”。

香槟地区的静止酒——Coteaux Champenois

迷人的气泡和颜色，丰富的香气和口感，漂亮的长笛形酒杯……没错，这些就是香槟留给人们最深的印象，这里是世界上最著名，也是最佳的起泡酒产区之一，但是就在这个产区中，也有静止酒的生产。

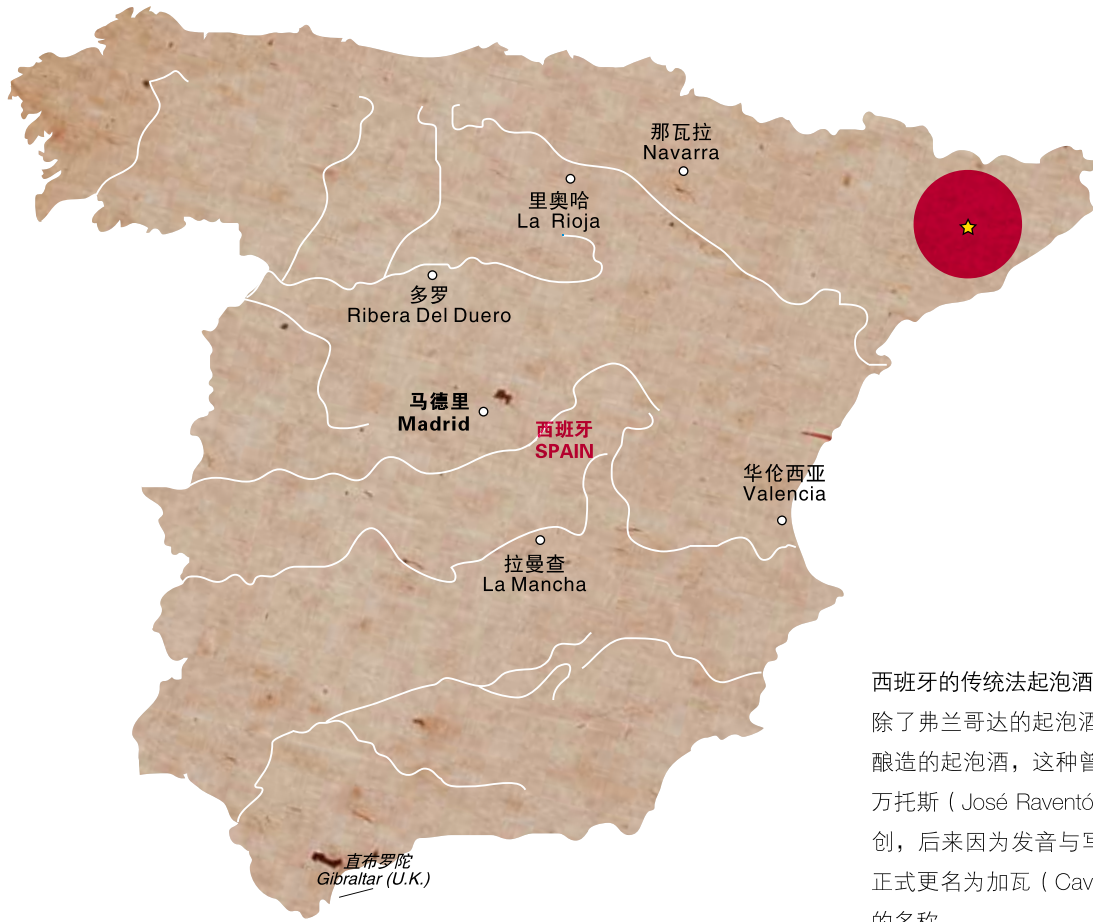
由于“香槟（Champagne）”这个词汇只能够针对产区内的起泡酒，香槟地区的静止酒有了自己的名称，叫做“Coteaux Champenois”。香槟产区跨越了总共三百多个村庄，因此气候变化很大，大多数葡萄园都位于温和海洋性气候地带，不过东南地区也会受到一些大陆性气候的影响，除了少量的白和粉红之外，绝大多数的Coteaux Champenois都是红葡萄酒，尽管产区覆盖了整个香槟地区（也就是说与香槟地区起泡酒区域重合），但是实际上大多数原料都来自产区的西部。考虑到气候特点和纬度（北纬48~49°），这里生产的葡萄酒酒体较轻，酸度很高，遇到温暖年份时，红葡萄酒质量会有所提高，而寒冷年份则差强人意，这是因为作为主原料的贝露娃（Pinot Noir）在寒冷气候中很难成熟。在有些酒标上，种植葡萄原料的村庄也常常会进行标注，如红葡萄酒的Bouzy、Ay、Sillery、Cumieres和Vertus以及白葡萄酒的Chouilly和Mesnil——在这些葡萄酒中，Bouzy红葡萄酒最为著名。



香槟挑战者——弗兰哥达起泡酒

弗兰哥达（Franciacorta）位于意大利北部的伦巴第（Lombardy）产区，其汽酒采用传统法（metodo classico，即香槟法）进行生产，由于良好的生产规范和稳定的质量水平，产区的起泡酒在1995年终于获得了意大利葡萄酒最高等级称号——DOCG，而且由于该地区起泡酒的品质普遍很高，故意大利的葡萄酒命名法律特别授权Franciacorta起泡酒无需注明DOCG字样，其地位已与香槟无异。

弗 兰 哥 达 产 区 面 积 为 2 2 0 0 公 顷 ， 种 植 有 8 5 % 雪 当 利（Chardonnay），10%贝露娃（Pinot Nero）和5%白贝露（Pinot Bianco），所生产的无年份汽酒至少要经过25个月的生产周期，其中18个月需要进行酒泥接触，而在香槟地区只需要经过15个月即可；年份起泡酒（Millesimato）需要经过37个月的生产周期，为了提高香气的复杂度和深度，法律要求其中的30个月需要进行酒泥接触；粉红汽酒至少含有15%贝露娃（Pinot Noir），且可以进行红白混合；白之白（Franciacorta Satèn, Blanc de Blancs）只允许使用雪当利和（或）白贝露（Pinot Bianco）酿造，压力要求稍低（4.5大气压）。



西班牙的传统法起泡酒——加瓦

除了弗兰哥达的起泡酒外，在西班牙东部地区也生产采用传统法酿造的起泡酒，这种曾经叫做“Champaña”的起泡酒是何塞·拉万托斯（José Raventós）十九世纪末结束法国之旅后在西班牙首创，后来因为发音与写法同“Champagne”相冲突而在1970年正式更名为加瓦（Cava），源于其产区加泰罗尼亚（Cataluña）的名称。

根据法律规定，加瓦（Cava）的葡萄原料需要采用Maccabeo、Parellada和Xarel-lo三种，但目前雪当利和贝露娃也加入了允许的行列。除了葡萄品种的限定外，在生产上也有诸多要求，如除渣前必须经过至少九个月的酒泥陈酿，并且需要达到至少4个大气压和一定的酒精度。

弗兰哥达起泡酒和加瓦采用了与香槟相同的酿造方法，甚至在某些级别上的法律法规要求高于香槟，如果各位起泡酒爱好者只重质量不重产区名声的话，可以尝试一下，不过不知道对于痴迷香槟的“酒标协会”成员，是否愿意接受这样的挑战呢？

一点思考

同行就算不是冤家，也很少能成为朋友，毕竟消费者的选择有时候多多少少带有排他性，刘财主选了张家做木匠活，李家只能干瞪眼！为了争夺市场，产区和产区之间的竞争变得越来越激烈，谁都说自己最好，就算质量不算顶级，也说自己性价比最高，王婆卖瓜的事迹在全世界范围内上演。

这个世界向来相信“名”和“利”，在现今社会，“名靠闯，利靠争”已经为世人所认同，怎样让自己更有名而多获利，对于各个产区的行业协会来说是个挑战；对于葡萄酒消费者来说，花更多的钱买产区名声和花合适的钱买性价比，这两者哪一个更合适，相信大家心里都有一杆秤。



Che Guevara's Passion for Cigars

抽雪茄的切·格瓦拉

文/Text 陈耀明

用枪消灭敌人，用雪茄战胜自己

切·格瓦拉曾经说过：“雪茄是我命运中的一部分。它是枪，某些时候帮助我战胜自己；它是道德。我不知道这样评述这支烟是否是一种过错，但我真的这样认为。”

作为一位永远的战士，在格瓦拉留传于世的照片中，有许多是持枪或挎枪的，也有许多是抽雪茄的。其中，马格南图片社摄影记者何内·布里拍摄的那张《抽雪茄的切·格瓦拉》堪称经典：格瓦拉悠然自得地斜靠在椅背上，高昂着骄傲的头颅，叼着一支又粗又长的雪茄，坚毅而深邃的目光睥睨一切，威武的身姿犹如雄伟的马埃斯特腊山脉一样气吞万里……这张黑白照片几乎与古巴《革命报》摄影记者阿尔贝托·科尔达拍摄的《英勇的游击队员》齐名。

《英勇的游击队员》拍摄于1960年3月5日上午11时许，当时，古巴革命领导人卡斯特罗正在哈瓦那街头的群众集会发表演讲，悼念“拉库布雷号”爆炸事件中的死难者，突然，卡斯特罗政府的



“二号人物”格瓦拉出现在科尔达的视线中，他赶紧按下快门，留下一张震撼世界的照片：格瓦拉头戴缀着五角星的贝雷帽，浓眉紧锁，神情冷峻，凝视着远方目光燃烧着愤怒的烈火，桀骜不驯的长发犹如一面飘扬的旗帜……这张黑白照片中的格瓦拉头像，已经演化为一个流行的文化符号，常常出现在小资的咖啡杯上、大学生的T恤衫上、美少女的手机吊坠上；甚至成为纹身图案，出现在球王马拉多纳的右臂、拳王泰森的左肋以及性感女神安吉莉娜·朱莉的某处隐秘的部位。细皮嫩肉的范冰冰还曾化身英勇的游击队员格瓦拉，出现在《时尚先生》杂志2010年6月号的封面上，在这个堕落的伪娘时代去呼唤纯爷们的回归。

《抽雪茄的切·格瓦拉》首次公开发表于1963年4月9日出版的美国《视点》双周刊，照片拍摄于杂志出版的3个星期之前，何内·布里在《视点》杂志女记者劳拉·贝格斯的带领下，走进了位于哈瓦那里维埃拉大厦8楼的格瓦拉的办公室，在亲切友好的气氛中连续拍摄了两个半小时，用掉8个胶卷。《视点》选用了其

中3张：一张是格瓦拉正在用火柴点雪茄，一张是他手持雪茄站立在窗前，一张就是前文所述的叼着雪茄的格瓦拉，配发在当期的以“导弹危机”后的古巴为主题的封面故事中。后来，叼着雪茄的格瓦拉成为流传最广的一张，被命名为《抽雪茄的切·格瓦拉》，经常出现在不同国家的邮票上、各种版本的格瓦拉传记封面上、酒吧的墙壁上、雪茄爱好者的电脑屏幕壁纸上……何内·布里曾经说过：“一张照片就是一个瞬间，当你按下快门时，它再也不会回来了。这张照片的出名，应该感谢格瓦拉和他的雪茄，而不是我。”

如果说《英勇的游击队员》展现了战斗中的格瓦拉，《抽雪茄的切·格瓦拉》则展现了生活中的格瓦拉；如果说《英勇的游击队员》表现了一个英勇的格瓦拉，《抽雪茄的切·格瓦拉》则表现了一个英俊的格瓦拉。我们必须承认，在《英勇的游击队员》面前，绝大多数苟活者都会失去生命的重量；在《抽雪茄的切·格瓦拉》面前，所有的男人都会自惭形秽，所有的明星都将黯然失色。



他捍卫了雪茄的男子汉气概

切·格瓦拉是从什么时候开始抽雪茄的？

1951年12月29日，23岁的布宜诺斯艾利斯大学学生格瓦拉和他的伙伴格拉纳多以考察麻风病的名义，驾驶一辆破旧的摩托车从布宜诺斯艾利斯出发，沿安第斯山脉开始他们长达8个多月、纵横8000公里、穿越大半个拉丁美洲的激情之旅。在格瓦拉的《摩托车日记》中，尚未提到雪茄，也没有提到香烟。他倒是常常提到一种名叫“Mote con Huesillos”的饮料（麦汁、桃汁和糖水混合而成），以及阿根廷和智利的葡萄酒。他们还在阿根廷的一个小镇偷过5瓶葡萄酒；路过智利小镇劳塔罗时，格瓦拉又写到：“智利的葡萄酒味道很好，我以难以置信的速度把它们灌下肚，所以到乡村舞蹈开始时我已经进入了为所欲为的状态。”

切·格瓦拉第一次抽雪茄，也许应该是在他拿起枪的时候，成为一名真正的战士的时候，被卡斯特罗及其战友称为“切”（Che，意思相当于“哥儿们”）的时候。1957年1月29日，在格瓦拉从马埃

斯特腊山游击队营地给妻子伊尔达·加德亚发出的第一封信中，他写道：“看来，我是一个真正的士兵，因为我用行军饭盒吃饭，肩上扛着枪支，嘴上叼起了新买的东西——雪茄。”

1958年11月中旬，格瓦拉率第八纵队挺进拉斯维加斯省，准备攻打战略重镇圣克拉腊，这是一场具有总攻意义的战役。在拉斯维加斯丛林的行军途中，格瓦拉留下一张抽雪茄的照片：他跨着一匹骡子（可惜不是骏马，可能有些滑稽），背着一支步枪，叼着一支雪茄，脸上洋溢着昂扬的斗志和必胜的信念。对于抽雪茄的理由，格瓦拉曾经说过：“抽雪茄是游击生涯中的一种习惯和极其重要的补给。对孤独的战士来说，休整时间的一支烟就是一个很好的伙伴。”

如果说格瓦拉曾经从哈瓦那雪茄中得到过感官的愉悦、心灵的慰藉以及战胜自己的力量，那么，抽雪茄的格瓦拉则为哈瓦那雪茄留下一段浪漫的传奇。作为激情与梦想、正义与革命、奋斗与牺牲的化身，他捍卫了雪茄的男子汉气概，强化了雪茄的英雄主义色彩，提升了雪茄的美学价值。



最后一支雪茄

丘吉尔首相喜欢抽罗密欧与朱丽叶(Romeo y Julieta)，肯尼迪总统喜欢抽乌普曼（H.Upmann），卡斯特罗总司令喜欢抽高希霸（Cohiba）……那么，切·格瓦拉喜欢抽哪种雪茄？某旅美华人创办的世界品牌实验室（World Brand Lab）曾经发布一份“世界顶级奢侈品100品牌”排行榜，将高希霸雪茄排在第40位，上榜理由宣称：“高希霸是古巴革命斗士切·格瓦拉最爱享用的品牌……”

不过，这也许只是一种良好的愿望。因为高希霸雪茄从1966年才开始生产，1969年才正式注册商标，而格瓦拉早在1965年4月就已经给家人及战友卡斯特罗留下告别信，秘密潜入非洲腹地刚果的热带丛林传播革命火种，1966年11月又辗转拉丁美洲的玻利维亚打游击。我以一个普通烟民的心理分析，格瓦拉告别古巴的时候，一定会携带不少雪茄，但不太可能带上尚未生产的高希霸。

1967年10月8日中午，切·格瓦拉在尤罗峡谷的拉依格拉村附近中弹被俘。第二天下午13时许，这位史称“红色罗宾汉”、“共产

主义唐吉珂德”和“拉丁美洲浮士德”的革命斗士，被刽子用手颤抖的手扳动扳机残酷杀害。当美国中央情报局豢养的玻利维亚政府军清点他的两个背包时，发现里有一把带弹夹的9毫米口径手枪、一支破损的M-1型步枪、几幅用铅笔修改过军事地图、两本电报密码、两本战地日记、两本关于社会主义问题的书籍、一个钱包、十二个空白胶卷……但是，没有一支雪茄，也没有一包香烟。

在偏僻而隐秘的深山老林，在连子弹和食物都缺乏的游击队营地，格瓦拉早已很难抽到哈瓦那雪茄了。在拍摄于刚果和玻利维亚营地几张照片中，格瓦拉的嘴上叼的都是烟斗；在被俘变节的西罗·布斯托斯为玻利维亚政府军提供的20张游击队员画像中，化名“拉蒙”的格瓦拉也是叼着烟斗的。我们可以想象，在四面楚歌的尤罗峡谷，恐怕连烟丝也不容易搞到。在连烟丝都没有的时候，格瓦拉也许会抓一把干枯的树叶揉碎填入烟斗。

假如天堂里允许抽雪茄，我愿为切·格瓦拉带一盒高希霸。

Fragrant Truffle “松”香四溢

编译/Translate 梁楚瑶

闪耀的厨房之钻

松露的种类过百，但只有很少的一部分可以食用，而这一小部分获得了“厨房钻石”的美誉。在欧洲，法国、意大利、西班牙等国的人民视松露为他们的至爱，国际社会把它视为高级美食的代名词之一。

松露的菌丝与多种树木的根部共生：山毛榉、白杨、白桦、橡树、鹅耳枥、榛树、松树。他们偏好排水良好的黏土或石灰质土壤。

远在公元前二十一到二十世纪，松露就出现在苏美尔人的记录里。到了公元前四世纪，希腊植物学家Theophrastus曾在自己的作品中描述松露。在古典时代，松露的来源一直是一个不解之谜，学者们对他们的来源莫衷一是：希腊作家普鲁塔克认为是闪电、温暖的气候以及土壤里的水造就了松露；在罗马诗人犹维诺的眼里，闪电和雨水是松露形成必不可少的两个条件；罗马哲学家基

凯洛指出松露是大地之子；在希腊药物学家迪奥斯科里斯的著作里，松露是植物的块根……在此值得一提的是，当时的古罗马人所食用的松露并非真的松露，而是一种名为terfez的真菌，多产自土耳其、迦太基、利比亚。它们的外貌相似，最大的不同之处在于，terfez是没有任何香气的。古罗马人在烹饪的时候喜欢加入很多香料，他们习惯把terfez当做吸收香味的食材。

到了中世纪，松露的食用鲜为人见，关于松露的记录更是九牛一毛。直到文艺复兴时期，松露才回到公众的视野，重夺人民的喜爱。在法国的弗朗西斯一世的宫廷里，松露更是人人争相品尝的宠儿。到了17世纪，西方国家（特别是法国）才逐渐放弃重口味的香料，转而重新发掘食材本身的天然味道。在1780年代的巴黎，松露极受欢迎。19世纪法国著名的美食家Brillat-Savarin曾经写到由于昂贵的价格，松露只出现在贵族的餐桌上，当时加入松露烹制的鸡肉被视为人间极品。



① 黑松露。② 白松露 ③ 猎犬在泥土上做记号，让主人用小耙子小心挖开土壤取出“猎物”。④ 削成纸片般轻薄的白松露。

黑与白

在松露的世界里，有两个品种被无数的美食家追捧。它们的名字也够简单：黑松露与白松露。

黑松露也名为黑色佩里戈尔松露，得名于产地法国佩里戈尔地区。该种松露与橡树和榛子树共生，秋冬季为收获期，直径可达7厘米，重量可达100克。黑松露几乎只在欧洲地区可见，其中法国产量占45%，西班牙占35%，意大利20%，斯洛文尼亚、克罗地亚、西澳和澳洲的塔斯曼尼亚省有少量出产。在1937年，法国松露的产量有1000公吨，但此后产量不断缩减，如今年产量只有20公吨左右，在好的年份也只达到46公吨。法国80%的黑松露来自于普罗旺斯的北部、朗格多克等地，20%来自Quercy和佩里戈尔地区。在普罗旺斯的里舍朗什（Richerenches），坐落了全法乃至最世界最大的松露市场。每年的一月是松露市场最为忙碌的时节，此时也是松露香气最盛之时。在2009年，1千克的黑松露在农贸市场的价格约为1000欧元，到了零售市场已经飙升至将近4000欧元。

白松露则来自于法国的邻居意大利，多见于彼尔蒙的朗格和蒙特费拉，其中爱芭和雅丝提两座城市周边的乡村是最出名的白松露产地。它们与橡树、榛子树、白杨、山毛榉树共生，每年的秋季为收获期。成熟的白松露直径有12厘米，重量为500克。菌体为淡奶油色或者带有白色大理石纹的棕色。在每年的十月和十一月，在爱芭的松露市场会举行松露节，白松露的交易活动在这段时间最为繁忙。2009年，1千克的白松露售价高达近9000欧元。

意大利的白松露被公认为松露里面的极品，价格高昂。单一白松露的最高拍卖价格纪录为三百三十万美元，由澳门赌王何鸿燊在2007年创下。他所买下的这颗白松露重达1.5千克。该松露出土

后，在澳门和佛罗伦萨同步举行拍卖会，最后由赌王以高价夺得心头好。

狩猎松露

由于松露独特的生存环境，单靠人力是不可能树林的一对对枯黄落叶中找到这些珍宝。在欧洲，寻找松露的称为“猎人”。早期的松露猎人“狩猎”的伴侣并不是猎犬，而是母猪。松露分泌的香气能吸引母猪，因此她们是天然狩猎松露的高手，不过用母猪寻找松露有一个很严重的问题，就是她们也是松露的爱好者！猎人如果没有及时从母猪口中抢走她们的最爱的话，只能眼睁睁地看着她们大嚼特嚼这些价值不菲的“猎物”了。

后来，松露猎人发现猎犬只要经过训练猎犬也能寻找松露，生长松露附近的泥土会有松露的味道，松露猎犬就是靠着泥土散发的的气味找到松露的。如果嗅到松露的香气，忠心的猎犬会在泥土上做记号，让主人用小耙子小心挖开土壤取出“猎物”。有趣的是，松露猎犬还会把这看家本领传承给下一代，因此它们的后代只要稍加训练就能成为一只优秀的松露猎犬。

松香四溢

松露凭着它独特的香气闻名天下。也因为独特的气味，在烹饪的过程中只需加入少量就能让食客齿颊留香。为了保持原味，厨师们不会采取繁琐的烹煮方法。食用前，轻刷松露的表皮，修剪粗糙的边缘。

通常，白松露会切成薄片，不烹调直接加入意大利面、沙拉或者炒鸡蛋，资深吃货高度推荐白松露配炒蛋，认为最能品出松露的味道。此外，削成纸片般轻薄的黑、白松露会放放进肉类，烤禽肉的皮下，加入鹅肝酱等。

Hong Kong & Singapore – Always Competing

港岛狮城，恒久之争

文/Text 庄布忠 译/Translate Wolf



庄布忠

CH'NG POH TIONG 〈葡萄酒评论〉、《波尔多葡萄酒概览》、《亚洲伺酒师指南》出版人
新加坡《联合早报》、英国《品醇客 Decanter》专栏作家

香港与新加坡都属于高度竞争的社会。

而当这两座城市比肩而立时，这种竞争尤其激烈而突出。虽然两者同为金融中心，但香港拥有更加国际化的证券市场，资本流动数以亿万。与之相比新加坡则略显局促，若将新加坡比作江河，那么香港（这片大英帝国前殖民地的名字本意是“芳香的港口”）就堪比大海，甚至大洋，浩瀚汹涌。

另一个香港全面压倒新加坡的领域，即是葡萄酒。

这一情形的起源可以追溯到2008年2月，香港特别行政区政府宣布取消对葡萄酒征收关税，此前这项税率高达40%（更早之前更一度高达80%）。

做出这个决定的人是唐英年，彼时他尚担任香港的政务司司长。同样还是他，在2012年3月的香港特首选举中以失败告终。其实，唐先生早该在自己被曝在一处房产的地下违规修建酒窖、SPA和家庭影院设施时就主动退出选举。但他没有——他将这件事归咎于自己的太太。拿老婆做挡箭牌，实在枉称男人。更何况他还曾对



自己的太太有过不忠之实。一个人全无礼义廉耻竟然可以达到这样的程度吗？

抱歉我又跑题了。继续说2008年2月香港取消葡萄酒关税的事吧。

一夜之间，香港从一个以本地消费为主的葡萄酒市场变成一块大磁铁，引来无数国际拍卖行、物流供应商和酒商。随后，自然是酒店爆满，展厅出租，餐饮购物日夜兴隆，崭新的洋装一套套地出街。您可以看出香港此举有多么聪明了吧。

酒价的降低并没有让香港人从傍晚狂饮葡萄酒直到天光。真正带来改变的，是香港边界外排着长队的人流——13亿渴望到边界这边来畅饮免税美酒的中国人！这毫不奇怪，因为在中国大陆的酒类零售店里同样品牌、同样年份的葡萄酒（假设不是假酒的话）价格会是香港的两倍，而餐厅酒单上的价格还会再高出2到3倍。

当香港敞开大门拥抱葡萄酒的时候，新加坡税务部门所做的简直令人匪夷所思。新加坡并没有推出任何竞争性的举措，而是开始根据葡萄酒的不同酒精度来征收不同税率的税收。结果，牵涉的

各方——葡萄酒生产商、物流商、海关、进口商——都平添许多书面手续工作，而新政策带来的益处则寥寥无几。

时常有人问我新加坡会不会也取消酒类关税，与香港竞争。答案是，“不会。”

新加坡一向只把葡萄酒当作一种消费类产品，因此，新加坡的问题就是“收不收税，收多少税”。然而香港将酒视为一种用于交换的商品，一种贸易品。换言之，新加坡制定的是税收政策，而香港制定的是商业策略。

即便新加坡取消了葡萄酒的关税，这里的葡萄酒价格还是会高于香港，因为新加坡还要对酒课以“商品与服务税”（GST）。目前的税率为7%。在香港根本就没有GST这一说。

葡萄酒行业发展PK：
香港，**1分**；新加坡，**0分**

当我从报纸上读到新加坡民防部队总监和中央肃毒局局长因为“严重行为失检”而被解职的消息时，我只是略感失望。二人解职的原因“关乎金钱和女人”。我希望你也能同意，后者毋庸置疑地比冷冰冰的钞票更让人欣慰。

新加坡已经是世界上公务员薪俸最高的国家了。比如，总理阁下领取170万美元年薪，是美国总统收入（仅为区区40万美元）的4倍多。即便一名内阁部长，薪水也是那位“地球上最有权势的人”的两倍。其他高级公务员的优渥薪酬也毫不含糊。

在我看来，已经拥有高薪的人又拜倒在金钱脚下，只表明此人想象力的匮乏。若是拜倒在一个或几个女人脚下，则显示出此人有野心。

（顺便提一句，新加坡政府高薪养廉的理论是用高薪能招揽来精英人才，可以防止他们滑向腐败。你一定会想到，如果他们真的是精英，他们应该出于更加高尚的动机从政，而不是被大笔金钱所吸引。）

关于民防部队总监和肃毒局局长贪腐案的后续报道说，除了金钱和女人，这二人还接受了宴请和饮酒款待。听到这个新消息，我对二位颜面扫地的官员倒是有了一点好感。

说不定此案根本就不涉及金钱交易呢。顺便再提一句，两位官员都拜倒在同一位IT公司女性高层的石榴裙下，而这家公司恰是民防部队和肃毒局的IT解决方案供应商。这位涉案的女性，“高挑、苗条、活泼，一头长发”，她的行为实际上已经提示了在新加坡成功投资所需具备的几个商业要素。这位新加坡版的玛塔·哈莉（译注：一战时欧洲著名双面间谍）同时服务着两位客户，充分体现出高效率、高产出以及为公司节省成本的可贵品质。

新加坡人啊，我们不是总被有意无意地描绘成一个稳重、驯良因而也相当之无趣的族群吗？

假设我们的前民防部队总监和前肃毒局局长没有对国家安全和禁毒事业造成危害，那么这两位人士——以某种扭曲的形式——至少也算修正了新加坡人的呆板形象。他们的操作可能确有瑕疵，但至少尚有点人情味。就像那些具有陈年潜力的葡萄酒一样，他们还有得救的希望。不过，他们当时究竟喝的是什么酒啊？🍷

酒后浮想联翩度PK：
新加坡，1分；香港，0分



Toughest, or Simplest? 最困难或者最简单？

文/Text 陈匡民

对稍微有点年纪的人来说，与久违的旧时友伴相聚往往是一趟给自己带来刺激、冲击乃至宽慰、自得的心灵之旅。比如睽违数十年的大学同学会，预期之外的旧友婚礼甚或丧礼。不仅感受到时间的飞逝，也常常会感叹同样的时间竟然能在不同人身上造就出天差地别的惊人改变。曾经羞怯的丑小鸭可能变得自信满满、盛气凌人，而气质出众的脱俗才俊竟也能在生活的磨练下成为奸巧市侩，让人怅然。

和久违的葡萄酒重逢，很遗憾地（或者该说是很自然地）也免不了出现类似的情景。曾经以鲜明清爽的水果风味风靡一时的白酒何时竟变得如此厚重臃肿；又或者曾经以复杂多层的香气口感让人难忘的名酒，竟然在重逢时虽然仍有风味浓郁的果实打造出的锦衣华服，然而曾让人留下感动的丰富内涵却一溜烟地不知跑哪儿去了。

从原本的小规模酒厂到转而被国际酒业集团收购、经营权的转手、继承老一辈事业的年轻一代其实根本志不在此；都是可能造就这些状况的常见理由。只不过就在几天前我所遭遇的这款像是被偷走了灵魂的名酒，事实上并没有发生上述任何一种情况。远道而来的庄主兴冲冲地和大伙儿分享他们是如何厉精图治，更积极地采用各种最尖端的科技，能对葡萄园里的每一地块都有更精确的掌握、更滴水不漏的监控生长、气候状况云云。

当然，你可以质疑我对这款酒所留下的旧日记忆其实很可能非常模糊，甚至如今我对同一款酒所感觉到的“被魔鬼吞噬了灵魂”其实也只是华美而空洞的论述，很可能也受到了许多内在、生理心理因素的影响（比如那天的风非常大，或许还是个不适合品酒的“根日”）。然而，这款酒和这家酒厂，竟从此在我心中留下了截然不同的印象，如同一段再也回不去的旧日恋情。



陈匡民

意外地在过去十多年来以喝酒、写酒、谈酒为生的台湾资深酒女，期许能和更多人分享葡萄酒带我走进的风景和味道。

如果庄主的策略没有改变、酿酒师的方法没有不同，难道这一切都还是科技的错？莫非时代的进步在让大多数葡萄酒成为足堪玩味的饮品同时，也消灭了酿出昔日伟大好酒的可能？

就像是争论愈来愈进步的智能型手机到底是让我们生活变得更丰富抑或更受限那样，我的脑海里既能浮现运用最新科技时刻掌握运送过程的温度变化以确保性情娇弱的葡萄酒质量的先进酒农；也有采取最佳的镭射防伪标签来彻底杜绝伪酒的大型酒庄等这类积极运用科技的正面范例；也能想到在一个传真机已经是最先进电子产品的酒庄，却酿出了无比迷人、开瓶数日依然美味的顶尖名酒；某个视现代酿酒技术为无物，坚持只在大型旧木桶中“遵古法”让白酒进行遥遥无期培养的酒庄，竟也能让这些酒有令人难忘的新鲜美味。

或许，关于酿酒这件先人们已经持续做了好几千年的事，到底该简该繁、该先进该守旧，我们的理解还不够。否则我们早该有足够的智慧去分辨，简单的事到底该怎么做才不会失手。🍷



Yao Ming Effect 也说姚明效应

文/Text 林志鹏

征战美国NBA、有“移动长城”之称的姚明，在宣布退出职业篮球生涯之后，其下一步将进入何种产业一直颇受大众关心。出人意表地，他并不像前奥运冠军李宁那样在自己熟悉的运动领域发展，而是推出了以他命名的美国纳帕谷葡萄酒。

姚明进军葡萄酒事业的新闻颇受瞩目。因为在之前姚明跟葡萄酒并没有特别的关联，也不是葡萄酒的爱好者。因此也许有人存疑“喝牛奶有需要到自己养乳牛的地步吗？”其实这正是他善用明星效应的地方！

在市场营销上，利用明星效应来推广商品，所在多有。珠宝、名表、时装、汽车、化妆品等高端奢侈品，找名流明星代言，或由明星自创品牌，早已是市场常态了。只是在葡萄酒界，这样的情况尚属少有，尤其又是发生在中国！（当然，与奢侈品连接较强的香槟酒要另当别论。）

从明星效应来看，姚明葡萄酒业已取得初步成功，对国内葡萄酒业界而言，它将产生以下效应。首先是他唤起了国人对美国，尤其是加州纳帕谷葡萄酒的关注。因为各种原因，美国葡萄酒在中国的销售一直低于澳洲、智利等同属新世界的产区。现在因姚明的关系，让国人对加州葡萄酒充满兴趣，应有助加州及其他美国葡萄酒的销量。再者，姚明葡萄酒已在宣传上取得极大效果，为它的销售打下极好地基础。高档餐厅及会所，都会在他们的酒单上，帮姚明葡萄酒保留一个位置，以应付尊贵客人的需求，同样地，姚明葡萄酒也为国内的礼品市场，注入一股活水，帮助为年节送礼而苦恼的人们，提供一个送者安心，收者欢心的新选择！

近来姚明葡萄酒加大市场营销力度，举办了多场品试活动。明星葡萄酒顶着明星光环，初期或可藉此在行销上有极大助力，但市场终究是现实的。如果没有良好的品质作基础，这个光环很快就会褪色，甚至初期因明星加持的兴旺表象，此时终会反噬，造成

消费者更大的抗拒！唯有如教父导演科波拉般努力酿出Rubicon这样让人肯定的好酒，其明星酒庄的地位才会坚实。否则，即使财大势雄如Rothschild家族的Edmond Rothschild，也会在投资酒庄事业上未得良好成果！而中国消费者在市场上出现越来越多的明星名流酒庄的情况下，则应秉持品质至上的定见，才不会被明星光环所惑，落得个花钱又受气！



林志鹏

JP Lin, 台湾资深葡萄酒讲师，香槟狂热爱好者。

Chinese Wines with A French Soul 中国酒！法国心？

文/Text 方军

“NY葡萄酒”（新疆产区），嘉本纳沙威浓：非常好的一款葡萄酒。强劲的，微妙的波尔多圣祖利安村风格；雪当利：强劲的风格，稍有些过度的橡木陈酿，但很有布根地Meursault，Puligny Montrachet的风格。具有国际竞争力。“JBL2009”（宁夏产区），梅乐：酒体圆润，饱满，充满诱惑力。具弗朗沙和圣达美隆风格……

这是最近在布根地第一个品酒活动上，对于一些来自中国的葡萄酒获得的评语。这些不远万里颠簸而至的“中国代表们”还来不及“休整调息”，就登台投入到热情洋溢的品酒活动中。不过结果很是非常“给力”和“鼓舞人心”。以至在国内同步见到活动逐款品评结果发布时，笔者不禁感叹：中国酒咋一下就蒙上帝庇佑，一个个法兰西灵魂附体似的……

当然，此次布根地的“发现中国葡萄酒”活动上国产葡萄酒们的受宠，不过是近一两年来国际业界诸个关注中国葡萄酒活动中的一个缩影。看来，世界各葡萄酒业界不仅对广袤的中国市场倾心向往，同时对中国本土葡萄酒也逐渐另眼相待、爱慕有加了。

不可否认，如今的中国是世界葡萄酒发展最瞩目的“焦点”，无论是从市场空间、繁荣速度，还是从愈近规范和成熟的消费氛围……这些令众多的各葡萄酒产国的纷纷来朝，探寻机遇。不仅启蒙了葡萄酒在中国的普及之路，也开始影响中国葡萄酒产业的发展方向。但与澳洲、美洲那些新世界产国动辄两三百年的种植与酿造历史相比，更别说旧世界的法国、意大利等在这个领域上数百上千年的浸淫和积淀，真正中国葡萄酒产业化发展的不过改革开放的二三十年时间。

众所周知，发展中学习的中国葡萄酒产业仍很稚嫩，从葡萄原料、酿造，到最终的品质，得不到多少国际葡萄酒界尊敬和待见，甚至都引发不了多少中国“业内人士”的热情。不过，近年



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

来伴随着中国的经济发展与财富积累，以及不断提升生活品质 and 方式，中国葡萄酒的形象在世界关注下开始有所改观。曾经的那句“外国的月亮比中国圆”，现在估计也要改口了。中国人不仅享受和品尝到世界各地蜂拥而至的葡萄酒，而“MADE IN CHINA”的葡萄酒似乎也要“子凭父贵”、华丽变身了。不仅中国人在寻找中国最佳葡萄酒，最佳产地，连老外也加入进来。要么联盟合作征伐，要么独力逐鹿中原，如今中国葡萄酒产区的地界上，也开始闪耀着拉菲、轩尼诗等的金字“招牌”。而来自世界的品酒大师们也开始热衷于留意和品评各种中国葡萄酒，无论结果与否，对于中国葡萄酒都是意义非凡。

不过，我们选择了“最好”的葡萄园，购买了最先进的设备，聘请到最优秀的酿酒师及管理团队……是否，中国葡萄酒要进入“大跃进”时代了？

在这个首先强调“风土”概念，进而强调酿造技术、理念的葡萄酒世界里，我们到底学习了多少？吸收了多少？成就了多少？从当初纷争到到现在“产区论”、“年份论”，到没落的“树龄论”，加上近两年始兴的“庄园论”，也许下一个要轮到“酿酒师论”了。

当然，我们已经迈出了非常重要的一步。在学习和模仿中逐步实现本土的风格和特色，可能是中国葡萄酒发展的趋势。但值得深思的是，今后越来越多受到国际上“发现”和“品评”的中国葡萄酒们，是否只是头顶代表着中国“土特产”光环；是否只是为符合和取悦专业人士喜好的“特别”酒品；是否可以在整个中国葡萄酒的消费比重与普及中具有代表意义？

不存在是非与偏见，只是期望中国葡萄酒的将来更“大有可观”。期望中国葡萄酒在某次巴黎或纽约的盲品赛上，闪现横扫世界各国名酒的“奇迹”。



法莱丽 Faiveley
奢华造就顶级佳酿，酒庄代表Etienne PAYEN先生与您一起分享法莱丽家族的故事。

晚宴：
2012-02-28 昆山/Kunshan 水之韵大酒店/Shui Zhi Yun Hotel
2012-03-01 金华/Jinhua 国贸景澜大饭店/Narada Hotel
品酒会：
2012-02-24 杭州/Hangzhou
2012-02-27 江阴/Jiangyin



橡树河畔 La Rioja Alta, S.A
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。

晚宴：
2012-03-16 珠海/Zhuhai 珠海富隆酒窖/ Aussino Cellar Zhuhai
2012-03-17 中山/Zhongshan 富隆会所/ Aussino Wine Club Zhongshan
品酒会：
2012-03-19 贵阳/Guiyang 2012-03-20 昆明/Kunming 2012-03-21 大理/Dali



嘉迪堡 Ca'del Bosco
玛格丽集团最高端品牌-嘉迪堡，历年来都是意大利弗兰哥达酒庄生产优质高雅气泡葡萄酒的领头者。

晚宴：
2012-01-04 广州/Guangzhou 春天西餐咖啡酒廊/Spring Bar



喜悦 CUNE & IMPERIAL
从1928年开始，她的身影便频频亮相于世界各大星级餐厅。一个被列入“西班牙优质葡萄酒必选系列”的精品酒庄---喜悦酒庄。

品酒会
2012-03-05 无锡/Wuxi
2012-03-06 苏州/Suzhou
2012-03-07 潮州/Chaozhou
2012-03-08 梅州/Meizhou
2012-03-10 长沙/Changsha



歌迪雅 Cordier
歌迪雅集团下每个庄园的酒都非常能突出自己所在产区的个性和特点，无愧于歌迪雅的金漆招牌。

品酒会
2012-03-16 广州/Guangzhou
2012-03-17 重庆/Chongqing
2012-03-19 桂林/Guilin
2012-03-20 南宁/Nanning
2012-03-21 东兴/Dongxing
2012-03-22 钦州/Qinzhou



威迪成为“心艺联桥”艺术展览指定葡萄酒品牌
Wenté Appointed Official
Wine in “Bridging Cultures” Art Exhibition

2012年3月2日晚上，由广州美国人国际学校(AISG)主办的“心艺联桥”艺术展览在花园酒店拉开帷幕，正值AISG三十周年庆之际，活动吸引了众多校友、美国领事馆、美国商会和各国领事馆的人士参加。
日期：2012/03/02 地点：广州花园酒店



首届“九龙湖杯”亚运队VS国王队会员对抗赛
First Championship Contest of
Dragon Lake Golf Club

九龙湖高尔夫球会举办首届“九龙湖杯”高尔夫球赛事，并携手富隆酒业把专业而丰富的葡萄酒品鉴环节结合在颁奖晚宴上，让九龙湖的会员感受到别开生面的晚宴盛典。
日期：2012/03/21 地点：广州九龙湖高尔夫球会



建行葡萄酒品鉴会——波尔多酒王之王
CBC Wine Tasting——The King of Bordeaux Wine

品酒王风韵，何须亿万身家？3月5日建设银行在梅州举办专业波尔多品鉴会，探讨工作报告后，品尝一款波尔多美酒，实在美乎。
日期：2012/03/05 地点：金沙湾圣廷苑四楼宴会厅



广东南粤银行广州分行
——西班牙喜悦酒庄客户尊享品鉴会
ZJC Bank——CVNE Wine Tasting

当我们在欣赏西班牙热情的舞蹈弗朗明哥、奔放的斗牛大赛、历史悠久的文化建筑，无不让我们感受到西班牙独一无二的文化风味，3月9日广州南粤银行举办西班牙葡萄酒品鉴会，与客户一同分享这份文化喜悦。
日期：2012/03/09 地点：广州天河北富隆酒窖



星河湾环球美食文化节——法国浪漫之旅
Star River International Gourmet Culture
Festival——French Food Trip

聆听悠扬的钢琴曲，品尝精致的法式下午茶，浅酌波尔多佳酿。广州星河湾整合多个法式浪漫元素，联合富隆酒业为尊贵住户带来柏图斯双旗系列红葡萄酒，开启法国浪漫之旅。
日期：2012/4/21-2012/4/22 地点：广州星河湾销售中心



享保利英伦堡生活
——顶级红酒品鉴
Enjoy a Special
England Life in Poly

保利英伦风味的生活，华丽的装饰、高雅的名画、欢快的笛声、优雅的钢琴曲……让您尽情体会地道的英式生活热情。
日期：2012/04/12 地点：保利·西海岸



乐活女人
的美酒时光
Beautiful Lady &
Wonderful Wine

三月，属于春天，也属于女人。在三八节这个属于世界妇女的节日里，广州天河北富隆酒窖特意打造了乐活女人的专属美酒时光。
日期：2012/03/08 地点：广州天河北富隆酒窖

Product Awards 产品获奖

	
法国 France	
柏图斯双旗波尔多红葡萄酒 Selection Jean-Pierre Moueix Bordeaux 广东省酒类行业协会 2011年度广东酒类市场最佳品牌产品	
莱宝酒园（布根地贝露娃）红葡萄酒2010年 Domaine Pierre Labet Bungudy Pinot Noir 2010 酒评家艾伦·麦道斯（Allen Meadows）burghound.com 89分	
莱宝酒园（宝望一级园）红葡萄酒2010年 Domaine Pierre Labet-Beaune 1er Coucheries Rouge 2010 酒评家艾伦·麦道斯（Allen Meadows）burghound.com 91分	
莱宝酒园（宝望一级园）红葡萄酒2009年 Domaine Pierre Labet-Beaune 1er Coucheries Rouge 2009 酒评家艾伦·麦道斯（Allen Meadows）burghound.com 92分	
澳大利亚 Australia	
狂鱼穗乐仙红葡萄酒2008年 MadFish Shiraz 2008 酒评家詹姆斯·哈立德James Halliday 90分	
狂鱼穗乐仙红葡萄酒2009年 MadFish Shiraz 2009 酒评家詹姆斯·哈立德James Halliday 92分	
阿根廷 Argentina	
圣安娜珍藏多伦提斯白葡萄酒 Santa Ana Reserve Torrontes 广东省酒类行业协会 2011年度广东酒类市场最佳品牌产品	

New Product Preview 新品预告

	天堂甘泉有气天然矿泉水 Paradiso Sparkling Natural Mineral Water 水源地位于意大利阿尔卑斯山脚下，阿尔卑斯山区地层经过数百万年的冰川沉积作用形成罕见的涌泉地质构造。独特的土壤构成，令所涌泉水不仅格外纯净，且含多种有益人体健康的微量矿物元素。已被著名的全球美食指南“Les Grandes Tables du Monde”收录，成为该指南唯一官方饮用水。	»
»		胜嘉力珍藏贝露娃红葡萄酒 Saint Clair Omaka Reserve Pinot Noir 选取酒庄品质最优的三块葡萄园所产出的果实，在葡萄达到最佳成熟度时进行手工采摘，完美保留了优质果实的精华风味。在69%的新法国橡木桶和39%的旧法国橡木桶中陈酿10个月，令酒液在美妙的果香之外还带有优雅而复杂的橡木气息、咖啡豆和巧克力香。
	胜嘉力珍藏白葡萄酒 Saint Clair Wairau Reserve Sauvignon Blanc 来自新西兰白沙威浓的顶级产区——万宝龙（Marlborough）。果实产自靠近太平洋的下Wairau河谷葡萄园，凉爽的夜晚令这里葡萄成熟极为充分，加之独特的土壤，令酿出的酒液浓郁而复杂。带有十分浓郁的热情果、黑加仑子与葡萄柚气息，以及土壤带来的独特矿物味。	»
»		琳卓美莎庄园红葡萄酒 Château Lynch Moussas 1855年评级中排名第5级的列级名庄。位于美度半岛名村菩依乐（Pauillac），由来自靛茨伯庄园（Château Lynch Bages）拥有者琳卓家族（the Lynch family）创建于18世纪，历史悠久，葡萄园遍布菩依乐。从60年代起，在现任庄主Emile Castéja的支持下，庄园获得新的投资，重新种植了葡萄，酒质提升十分显著。
	芳宝庄园红葡萄酒 Ch. Fombrauge Rouge, St. Emilion Grand Cru AOC 庄园历史最早可追溯至16世纪，是圣达美隆地区最古老的酒庄之一。现由黑教皇城堡庄园（Château Pape Clément）主人、波尔多酿酒大师贝尔纳·玛格雷（Bernard Magrez）拥有和管理。品质卓越，价格平实，曾入选《品醇客》杂志“性价比最高的50款法国葡萄酒”。	»

Aussino News

富隆动态

01 2012富隆葡萄酒精英选拔赛将于8月开赛

Aussino to Host 2012 Wine Idol Competition in August

继去年11月首届富隆葡萄酒精英选拔赛在富隆葡萄酒文化节上成功举行之后，第二届富隆葡萄酒精英选拔赛的开赛日期、比赛地点和比赛形式日前已基本确定，并获得董事会认可，目前已经全面进入比赛筹备阶段。

2012富隆葡萄酒精英选拔赛初赛将于2012年8月8日在北京、上海、广州、重庆、武汉同时举行，初赛将产生13名选手进入总决赛。据策划本次精英选拔赛的葡萄酒文化中心介绍，初赛的考核范围为葡萄酒知识和公司代理产品知识，形式为笔试加盲品。

决赛于2012年10月19日上午在北京举行的2012富隆葡萄酒文化节上举行，决赛的考核内容、考核形式和奖项设置会在今年晚些时候予以公布。本次葡萄酒精英选拔赛将面向所有富隆直营及加盟体系零售店铺的销售服务人员开放，为公平起见，上届比赛获得出国游资格的前四名选手不能参加本次比赛。关于大赛最新动态敬请留意富隆官方网站。



02 富隆携新品亮相2012春季糖酒会

Aussino Shines in Sugar & Alcoholic Commodities Fair

2012年3月23-26日，富隆酒业亮相成都糖酒会，在二号馆展厅外的玻璃外场设立占地85平方米的展厅，以更开放的姿态迎接各方来宾。经典的富隆红色调和酒窖元素，以及兼具时尚和高贵的新古典主义陈设，让富隆展馆成为了糖酒会上亮丽的驻足点。作为国内知名的葡萄酒进口商，拥有230多家终端连锁加盟店的规模和领先的葡萄酒文化推广理念，吸引了众多专业人士的垂询。

本届糖酒会，富隆也带来新的产品系列。JPM家族掌门人克里斯蒂安（Christian Moueix）与富隆酒业联手打造针对中价位葡萄酒市场的“JPM柏图斯双旗”系列精品葡萄酒，让中国饮家可以更平易近人的价格了解波尔多葡萄酒豪门的精细工艺，一尝酿酒名家打造极具性价比的“顶级波尔多风味”。以及广受大众消费者欢迎的安第系列，和来自意大利阿尔卑斯山脚下天堂村（Paradiso, Udine）的意大利天堂甘泉天然有气矿泉水。



04 富隆推出葡萄酒品鉴课程周末班

Aussino Launches Weekend Wine Appreciation Course

为了更好地满足社会上葡萄酒爱好者的需求，富隆葡萄酒文化中心特意推出葡萄酒品鉴课程周末班，让学员能更有效地安排自身学习时间，即使平日有工作在身，也能充分利用周末的时间学习专业的葡萄酒文化知识。课程设置丰富多样，满足不同学员的要求。

富隆葡萄酒文化中心一直以来引领葡萄酒教育的风潮，继2009年成为法国波尔多葡萄酒学院在中国的首批合作学校以后，2011年更获得了澳洲葡萄酒管理局的授权，成为首个与其在中国合作办学的葡萄酒进口商。4月21日在广州举行的A+澳大利亚葡萄酒认证课程，是富隆葡萄酒文化中心成为澳洲葡萄酒管理局合作培训机构后的首次公开课程。本次课程由澳洲葡萄酒管理局在华南区唯一的授权认证讲师、富隆文化中心总经理蔡颖姬小姐主讲，一共四个小时的课程让学员们深入了解到澳大利亚葡萄酒的风土精髓，品尝数款A+品质的澳洲高品质葡萄酒。鉴于学员们的热烈反应，葡萄酒文化中心将计划在下半年再次推出该课程。

下一期课程将于5月19日在广州举行，主题为“漫步法国酒乡”，资深讲师将带领大家走进法国波尔多、布根地等著名产区，了解各地风土佳酿，讲述实用的品酒和酒餐搭配之道。如果您是葡萄酒的初级入门者，想要分辨葡萄酒里的各种芳香，请不要错过6月16日的“闻香识美酒”课程。富隆葡萄酒文化中心将在下半年继续举办更多的周末葡萄酒品鉴课程，并将在北京、上海、广州三地轮流开班，以满足更多葡萄酒爱好者的需求，敬请密切留意。

03 富隆2012世界葡萄酒文化巡礼顺利开展

2012 Aussino Wine Culture Tour is Well Underway

“富隆2012世界葡萄酒文化巡礼”由富隆葡萄酒文化中心主办，将贯穿2012全年12个月，共以四个主题——“葡萄品种对比”、“知名产区对比”、“葡萄酒类型专题”和“酒餐搭配专题”来进行，依托富隆酒业遍布全国的零售网络，每月选取一个城市和一个主题，以品酒会、盲品会、文化讲座和葡萄酒晚宴等形式，在全国市场掀起一股领会葡萄酒文化、享受葡萄酒乐趣的时尚新潮流。

第一季度的活动主题为“葡萄品种对比”，在佛山、北京、广州分别开展“国王与王后的故事”、“系出名门，异域典范”、“当霸气王族遇上傲然贵族”品鉴活动。活动通过葡萄品种的介绍结合盲品的方式，让葡萄酒爱好者更直观的了解到两大葡萄品种的差异性及各自的特点。第二季度将迎来“酒餐搭配”专题，选址梅州、重庆、大连，将会掀起另一股葡萄酒文化宣传的热潮。



Industry News 行业新闻



01 我为香槟狂： 23岁伦敦小金领豪掷20万镑全场畅饮黑桃A London Businessman Splashes £200k on Armand de Brignac, including Midas

近日英国各大报章电视网络媒体都将关注目光投向一个名叫 Alex Hope 的23岁男子。3月4日在英国利物浦市的人气夜总会PlayGround，Alex Hope一晚就消费了超过20万英镑的黑桃A香槟及其他饮料，其中包括一樽售价为12.5万英镑的30升装黑桃A“米达斯”黄金香槟（Armand de Brignac 'Midas' Champagne）！

在伦敦从事高端金融职业的Alex Hope当晚与大约10个朋友前往PlayGround饮酒。当他要求为全场开启全世界仅存6瓶的黑桃A“米达斯”黄金香槟时，夜总会老板特别播放了经典电影《2001：太

空奥德赛》的主题曲《人类的黎明》。在雄壮的乐声中，两名身强力壮的男服务生扛着史上最大尺寸的香槟酒走进店堂，所有人都陷入狂欢之中。

据夜总会经理George Panayiotou说：“整个派对都沸腾起来，每个人都举杯向他的慷慨致敬。每时每刻都有60来个年轻女子围聚在他的周围期待得到他的注意，后来他为全场的每个单身女孩都点了香槟。”

当晚Alex Hope除了黑桃A“米达斯”黄金香槟外还消费了40瓶750毫升装的黑桃A黄金香槟、价值4000镑的灰鹅伏特加和其他饮料，并留下1.8万英镑的小费。他购买黑桃A“米达斯”黄金香槟的价格，已经刷新了世界单瓶香槟售价的最高纪录。

黑桃A香槟在中国大陆由富隆酒业独家代理。

02 广州庆祝世界玛碧日 Malbec World Day Celebrated in Guangzhou

4月17日，受主办方阿根廷驻广州总领事馆联合广东省酒类协会的邀请，富隆酒业携精品玛碧葡萄酒，亮相在广州圣丰索菲特大酒店隆重举办的“世界玛碧日（Malbec World Day）”活动。富隆的4款葡萄酒，成为当天活动的大热之选，在近10家进口商的数十款产品中脱颖而出。其中的圣安娜至尊酒王，更被阿根廷驻广州总领事胡里奥·法拉利先生盛赞为“全场香气最芳馥，品质最优秀”的玛碧。

据富隆酒业的高级品酒师介绍：富隆酒业旗下的款款美酒，都是专业团队深入酒乡精心挑选而来，提供“最适合中国人口味的葡萄酒”。从原汁原味的单一品种的圣安娜玛碧、略带辛香的圣安娜玛碧穆乐仙，再到柔美优雅的玛诗歌园玛碧，最后到层次多变的圣安娜至尊酒王，每款都带给饮者耳目一新的味蕾享受，感受来自安第斯山麓的门多萨风情。

圣安娜是阿根廷葡萄酒出口量最大的酒厂之一，也是国际葡萄酒大赛中的常胜将军，先后获得过《品醇客》（Decanter）、世界葡萄酒与烈酒挑战赛等大奖，连著名品鉴家罗伯帕克也赞赏有加。“世界玛碧日”在全球33个国家和地区同步举办庆典活动，富隆酒业代理的圣安娜品牌成为广州站备受追捧的明星葡萄酒。



03 2012年隆河谷葡萄酒继续做大中国市场 Vale du Rhone Expands China's Market Share in 2012

日前，隆河谷葡萄酒行业协会营销总监Oliver Legrand先生和媒体总监Laure Vaissermann女士前来中国举办了2012年产区的推广会。根据最新海关数据：在中国市场，隆河谷提升到法国第三大葡萄酒产区：市场份额从2009年的3%增长到2011年的4.9%。同时，隆河谷产区近五年来对中国的出口稳步发展（平均每年增长100%）。未来，隆河谷葡萄酒将继续巧用其特点：优秀的品质，亲民的价格还有著名葡萄品种等在更多领域：数字化平台，二线城市，餐饮业，酒展还有文化领域等等开展别具一格的宣传活动，更加适应中国市场，受中国消费者青睐。



Charity Foundation
慈善基金

今年初，富隆酒业正式在中国青少年发展基金会成立慈善专户，让富隆葡萄酒慈善基金得到更公平、更有效的监管，更方便各界善长的捐献。

富隆葡萄酒慈善基金2012年2月~2012年3月财务简报

Aussino Charity Foundation Financial Bulletin, Feb. - Mar. 2012

单位：元 RMB 期初账户余额 Initial Account Balance			¥ 1334514.98
收入 Income	慈善账户结息 Charity Account Interest		¥ 8372.61
	慈善账户结息 Charity Account Interest		¥ 211.69
	梁少萍小姐捐款 Miss LiangShaoping Donation		¥ 8000
	广州总部爱心捐款 Guangzhou Donation		¥ 9220
	北京富隆爱心捐款 Beijing Donation		¥ 6260
	天津富隆爱心捐款 Tianjin Donation		¥ 1240
	上海富隆爱心捐款 Shanghai Donation		¥ 1050
	香港富隆爱心捐款 Hong Kong Donation		¥ 500
	合计收入 Total Income		¥ 34854.3
支出 Expenditure	富隆酒业慈善基金转账青基会慈善专户 Transfer to Aussino World Wines Charity Foundation		¥ 900000
	发放奖学金助学金 Scholarship and Aid		¥ 5400
	云龙希望小学课桌椅款 Purchase Desks and Chairs for Yunlong Hope School		¥ 60000
合计支出 Total Expenditure			¥ 965400
期末账户余额 Current Account Balance			¥ 403969.28

Opening Ceremony
新张巡礼

酒窖 Aussino Wine Cellar

大庆 Daqing

地址/Add.: 让胡路区伟恒时代商务中心08-09

No.08-09, Weiheng Times Business Center, Rang Hu Lu District

电话/Tel.: 0459-5906788

唐山 Tangshan

地址/Add.: 卫国路与朝阳道交叉路口东北角军创凯旋城

1-1-103号底商 Ground Floor, No.1-1-103, Triumph City,
the cross of Wei Guo Road and Chao Yang Avenue

电话/Tel.: 0315-2377722

大连 Dalian

地址/Add.: 中山区长江东路53号

No.53, Chang Jiang Dong Road, Zhongshan District

电话/Tel.: 0411-86897851

酒屋 Aussino Wine Shop

南宁 Nanning

地址/Add.: 西乡塘区科园大道31号高新苑41号楼一层12号商铺

Shop 12, Ground Floor, Building 41, Gao Xin Yuan, No.31,
Ke Yuan Avenue, Xi Xiang Tang District

遵化 Zunhua

地址/Add.: 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

电话/Tel.: 0315-6603588

佳木斯 Jiamusi

地址/Add.: 向阳区中山街北段40号市建筑设计院一楼

Ground Floor, Municipal Architectural Design Institute, No.40,
Zhongshan Street, Xiangyang District

电话/Tel.: 0454-6011189\8845288

酒坊 Aussino Wine Corner

桂林 Guilin

地址/Add.: 翊武路22号2号楼 Building 2, NO.22, Yi Wu Road

电话/Tel.: 0773-28288181





富隆酒膳 Aussyino Cellar & Gourmet

重庆御盛苑富隆汇：美食与美酒的天作之合

地址/Add. 江北区江北嘴中央商务区中央公园桂花街A206号
Shop A206, Gui Hua Street, Chongqing Jiangbeizui Central Business District Central Park, Jiang Bei District

游走在繁华之间，有时候你需要一份静谧。一杯红酒，几分微醺，精致的美食伴着朋友的三言两语。时间在这一刻驻足，生活在此刻开始升华。

在重庆这座多情的城市中，葡萄酒也入乡随俗的与川菜碰撞出令人惊奇的火花，打破以往的世俗观念，如此完美的邂逅定会让人一见倾心。

透过跳动的烛光，伴着优雅的钢琴曲，令人沉醉的葡萄酒香气带你步入御盛苑富隆汇的华丽殿堂。在这里你只需要放松心情，品一份珍馐美饌尝一口美酒佳酿，闭上眼睛细细品味，生活原本就该如此惬意……

御盛苑富隆汇坐落于江北嘴CBD中央商务区的中央公园内，御盛苑富隆汇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。虽地处闹市，却有种闹中取静的意味。将欧式宫廷传统的浪漫情怀与新中式外部整体结合，舒适的欧式沙发，纯白的大理石桌面，加上木架上满满的各式葡萄美酒，让人仿佛身在一名挚爱葡萄酒的庄园主家中，温馨的氛围让“家”的感觉油然而生。

富隆酒窖 Aussyino Cellar

河源酒窖带您品味美酒人生

地址/Add. 建设大道东5号华达凯旋城101栋03号
No.3, Building 101, Victory City, No.5, Jian She Da Dao Dong
电话/Tel. 0762-3698388/3698188

宽敞的马路，喧哗的闹市，繁华的流星灯下，或安静的靠着窗，或几个知己聚在一房，这边独有的宁静与奢华完美结合，富隆酒窖，就是这样的一个地方。

天鹅绒的沙发，欧式的灯具，透着亮的水晶杯，流淌的音乐让心灵安静下来。高大的木质酒架，盛放着上千种品牌的红酒，它们来自12个国家，散发着迷人的芬芳。举步登楼，一个个私密的空间带给您无限惊喜。抬头犹如进入白色的欧洲大堂，迈步已经走入了恒温的地下酒窖，刚一转身，木结构的天花使您置身于欧洲大地的田野中,不仅如此，您还会发现这里的雪茄味道是如此的特别……

无论古典，现代，无论大气与小资。无论您呼朋唤友，还是想体验私密的两人世界，这里，毋庸置疑是最佳的选择。

1000多平方的奢华世界，有七间以不同名庄园为主题的包房，还

有一间可以提供法式晚宴的扒房。只为高品位的您绽放。开启一瓶美酒，专业的品酒师会向您娓娓道来，关于它的前世今生的故事，在Ipad上浏览各种西式美食，与美酒搭配，那简直是味蕾的至佳享受。

河源富隆酒窖为每一位爱酒人士提供最专业、最全面的独特体验。不定期的葡萄酒品鉴会、名庄晚宴、葡萄酒知识讲座将为各位带来最纯正的葡萄酒知识及餐酒搭配文化。

河源富隆酒窖致力于致力于打造专业的红酒文化场所，为客户提供高品质服务的同时，也为各界提供年会、酒会、宴会的策划与举办。

在这里，您能收获的，不仅仅是美味，还有高品味的生活，以及精彩的人生……



Events Preview 活动预告

维特思
Weltachs



- 举办时间：2012.5.21 ~ 25
- 举办城市：天津、苏州、钦州、南宁、桂林

德国是冰酒的起源国,也是现今世界上著名的冰酒出产国。位于德国葡萄酒第二大产区法尔兹北部的维特思酒庄,是拥有悠久历史的家族酒庄。他们以出产口感清爽,甜而不腻,果香与花香味丰富的冰酒被越来越多的人认识,被公认为德国领先的冰甜葡萄酒品牌之一。

赛拉图
Ceretto

CERETTO

- 举办时间：2012.5.23 ~ 25
- 举办城市：中山三乡, 北京, 金华

“葡萄酒的肉体就是果感和骨架,而灵魂就是个性和精神。肉体让人快乐,灵魂令人难忘。”这就是意大利赛拉图酒庄,彼尔蒙地区葡萄酒的顶尖品牌。有着70多年的历史,三代人沿用传统的本土酿酒方法用心经营,致力酿制出独具现代精神的传统佳酿。

双掌
Two Hands



- 举办时间：2012.5.24 ~ 26
- 举办城市：晋城、哈尔滨、石家庄

“这应该是澳洲最好的穗乐仙!”双掌,1999年由两个志同道合的好朋友联手创立的品牌,在著名酒区巴罗莎谷和麦罗仑谷中探索创新,历经十年光华,被酒评家称为“南半球最杰出的酒商”,是唯一一个连续六年获得《葡萄酒观察家》杂志“全球百家葡萄酒”称号的酒庄。

威迪
Wente

WENTE

- 举办时间：2012.5.25
- 举办城市：拉萨

威迪酒庄建于1883年,是美国历史最悠久的酿酒世家,目前已是第五代传人接手酒园。其代表的不仅是质高价优的中高档葡萄酒,更是一种高品质的加州酒乡生活方式。加州名酿的风采,请和酒庄代表一起鉴赏!



更多世界名庄宴会正在筹划中,请密切留意我司网站
aussino.net或垂询020-3898 3188-606,李小姐。
For further information, please visit our website <http://www.aussino.net> or contact on 020-3898 3188-606, Ms. Li.

香港亚太葡萄酒和烈酒展
Vinexpo Asia-Pacific



- 举办时间：2012.5.29 ~ 31
- 举办城市：香港

来自30个国家的超过1000位葡萄酒及烈酒出口商和生产者,10500平方米的展位以及丰富的葡萄酒及烈酒产品, Vinexpo Asia-Pacific是亚太地区两年一度的葡萄酒盛事,富隆酒业将携14家国际知名品牌葡萄酒倾力参与本次展会,欢迎前往会展中心Hall 1-Booth EF94参观体验。

内华城堡&马佳连妮
Castello di Neive Marcarini



- 举办时间：2012.6.1 ~ 6
- 举办城市：苏州、无锡、昆山、常州、梅州

巴巴拉斯高,一个散发迷人魅力的顶级意大利葡萄酒产区,一直以来是众多艺术家和名人的杯中挚爱。位于该区核心位置的内华城堡拥有超过500多年的历史,一代又一代的主人传承着对葡萄的热诚和爱意,打造出令世人惊叹的传世佳酿。

威菲庄园
Vidal-Fleury



- 举办时间：2012.6.22 ~ 23
- 举办城市：遵义、杭州

威菲酒庄是隆河谷地区最古老的酒厂,早在1781年就已经开始从事葡萄酒的酿造。酒庄的创始人Joseph Vidal一生追求把隆河谷不同风土出产的葡萄个性融入到葡萄酒里去,希望酿造的每一款酒都是该产区最富代表性的作品。这种精神被一代一代地传承下来,奠定了威菲在隆河谷的领先地位。

天鹏家族
Terra Burdigala



- 举办时间：2012.8.27
- 举办城市：乌鲁木齐

源于比利时的天鹏家族是今日波尔多最具传奇色彩的酿酒家族,旗下有世界上最贵的葡萄酒“里鹏”、老牌名庄威登庄园、近年来声名鹊起的碧嘉露庄园和适合年轻时尚群体的天鹏系列等,人称“魔法酿酒师”,为消费者提供系列雅俗共赏的葡萄酒。



看
晶莹剔透的玉液琼浆

摇
馥郁醇厚的陈年佳酿

闻
独具特色的异域芳香

品
多姿多彩的世界风情

12个月

12座城市

12次美酒飨宴

带您体验世界葡萄酒的文化之美

主办：富隆葡萄酒文化中心

咨询：020-38983188-601 戴小姐

富隆
Aussino World Wines

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

Aussina 富隆 酒业
World Wines
www.aussino.net



CERETTO
赛拉图



梦索多红葡萄酒

梦中求索，
意式波尔多

- 意大利巴罗露酒王出品
- 波尔多风格的意式体现
- 传统与现代的艺术结晶
- 《神之水滴》力荐佳酿

[Http://www.ceretto.com](http://www.ceretto.com)

Aussino® 富隆
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