

市区一家环境优雅的红酒屋。



红酒来了,来得迅速却不突然,
当我们越来越熟悉高脚杯里的红色液体,“洋”标签被撤下来

“还俗”的红酒

文/本报记者 于潇潇 付志锦 片/本报记者 吴凡

寻常潍坊人恐怕很难说清一瓶波尔多红酒与普通红酒的不同,但这并不影响他们对红酒的感觉。在中式文化的包容下,餐桌上的红酒悄然褪去了西餐厅里的高雅精致,另外有了一种小家碧玉的亲切,走近了潍坊人家常的热闹,开始“入乡随俗”。

“尴尬”的红酒

市民李山峰至今记得他第一次喝葡萄酒的场景,那是上世纪90年代初,他与朋友在潍坊市一家酒店聚会时,第一次看到了葡萄酒。出于“尝鲜”的心态,李山峰与朋友点了一瓶。

李山峰清楚地记得,当时那瓶葡萄酒价格是7块钱,相对于当年一块五一瓶的啤酒来说,价格不低。

看着服务员用开瓶器打开红酒,倒在透明的高脚杯中,红色的液体闻上去似乎并不难喝,李山峰端起酒杯尝了一口,味道却“涩涩的,淡淡的,不尽人意”,直到晚宴结束,每个人面前的高脚杯中仍有不少剩余。

进口红酒进入潍坊,已经有十几年的时间了。而发展起来,是最近四五年的事。

之前的潍坊市场上,白酒啤酒各占“半壁江山”,国产张裕、长城干红在市场上挤出一块空间。2002年,法国卡斯特家族牌葡萄酒代理商杨少波开始在潍坊做红酒代理商的时候,潍坊市场上的进口红酒品牌也有两三家,销量也少。

为啥销量少?杨少波说,酒文化在其中发挥着重要的作用。潍坊的自有白酒品牌不少,景芝、云门春、乾隆杯……每个白酒品牌背后有蕴含着历史悠久的文化,也让潍坊人对于白酒有着明显的偏爱。

潍坊市某星级酒店的王经理介绍,上世纪90年代酒店刚开业时,红酒在潍坊并不受欢迎。价格高、口感涩,一周都很少见有人点一瓶红酒。当时市民选择红酒,就是因为这是西方的东西,追求时髦。如今的情形大不一样。红酒已经成为许多市民的选择,酒店里的红酒种类也随之增多。高档宴会,红酒已经是必备之一。

喝红酒的人开始多了,可以说也代表了一个社会的进步。然而,本是高雅怡情代名词的红酒,在中国的酒桌上,高雅早就被“一口连干三个”的凶猛驱赶得无影无踪。

“基本都是把红酒当啤酒喝,在我国情意重不重,看的就是酒喝得多不多,倒三分之一杯摇晃着慢慢喝,那简直是不可能。”杨少波经历的酒席上,有时候一桌人能喝上一箱红酒。

“平民”的红酒

而最近四五年,红酒开始“疯狂”了。

潍坊市场上各种品牌的酒庄也如雨后天春笋般冒了出来。这最直接的原因,是红酒“浪漫、养生”。

在洋红酒大举进军国内的同时,红酒的保健作用也被宣传得深入人心。作为世界六大健康饮料之一,红酒对于人体健康的价值越来越受到认可,逐渐成为人们餐桌上的新宠。“十年前,单位接待来访客户,基本没有喝红酒的,现在几乎每桌都要点红酒。”潍坊一家建筑公司的办公室主任秦先生介绍。

“当然,现在红酒销量大,主要是因为人们生活水平提高,品味不断在上升。”赵

田希说。他经营的红酒品牌多样:美国四姐妹、智利古藤酒、澳大利亚袋鼠干红等不一而足,价格则从不足百元一瓶到数千元一瓶,很多人都消费得起。

除此之外,追求新鲜和浪漫的八零后正逐渐成为红酒消费的主流人群。赵田希说,现在购买红酒的人群也越来越广泛,30岁到70岁之间都有。他们选择的方向不同,30岁左右的人比较注重红酒的品质,而老人和女士更注重口感和养生功效,因此选择的价位也不同。

在云峰酒庄的店内记者看到,相比于白酒,红酒包装更精致,有常见的礼盒套

酒瓶下面的价格标签上,也仅仅写明了产地。对于酒好坏的衡量,价格和摆放的位置成为了标准。

“乱花渐欲迷人眼”,这个词用来形容潍坊现在的红酒市场一点也不过分。潍坊现在的每条街巷,几乎都有红酒代理商。

在业内人士看来,最大的感受就是“乱”。法国卡斯特家族牌葡萄酒代理商杨少波说,很多经销商打擦边球,傍名牌,以次充好,用国内灌装酒冒充原装进口产品欺骗消费者。

杨少波介绍说,全世界大约150多个国家产葡萄酒,其中,法国、西班牙、意大利、



28日,在市区一家大型超市内,市民正在选购红酒。记者了解到,目前超市内销售的红酒种类有百余种。

装,也有淡黄色木盒包装,外观漂亮而且时尚。赵田希说,除了养颜养生的功效,红酒常被作为品味和身份的象征,所以不少人将其作为馈赠佳品送给亲朋好友。

“纠结”的红酒

“纠结。”市民宋朝晖用这两个字来形容自己最近买酒的经历。四五天过去了,宋朝晖手中用来买酒的一千元钱一直没花掉,要是在两年前,这些酒早换成两瓶茅台或五粮液了。

宋朝晖的纠结来自要弟弟带女朋友回家。“女孩子第一次上门,不能寒酸了,得有档次。”宋朝晖说,而且女孩喝白酒肯定不习惯。朋友建议他弄点儿红酒,又美容又有档次,“我也赶时髦。”

但是,当他第一次走进一家酒庄时,就有些后悔了,“法国的、西班牙的、智利的、澳大利亚的……酒瓶上找不到一个汉字,全凭服务员在那里讲,什么酒好,什么酒不好,自己也一窍不通,只能靠着价格判断。”

事实上,宋朝晖的经历不是个例。记者走访了潍坊市内多家酒庄、名酒行以及大型超市内的酒水专柜,想在洋红酒瓶上找到对酒本身的中文介绍非常困难,而在

德国、澳大利亚、智利等国家的葡萄酒已经卖到了潍坊。而从品牌上看,尽管国内市场上的进口葡萄酒多通过打擦边球等方式面向消费者,但有的酒是好酒,只是贴了别人的标签;有的就是进口的垃圾红酒,以次充好。

持续加剧的市场竞争,开始导致一些有悖商道的投机行为。最明显的就是假冒伪劣产品泛滥。赵田希把原因主要归结为绝大多数消费者缺乏基本的红酒品鉴能力,以致让不法商家有机可乘。

“市民对红酒还不够熟悉,以致于有很多很底端的价格十几块甚至几块钱的,包装后也卖到一百元以上。”赵田希说,大多市民对此无从分辨。

而从品牌上,潍坊市场上,有许多葡萄酒都声称来自法国,但实际上法国很多酒庄本身也是良莠不齐。最近几年国内存在一种浮躁的氛围,葡萄酒经营的门槛也很低,有资源没资源都可以进来,潍坊的市场也很大,在产品促销上拼价格拼关系和资源,竞争的模式也很低端。不过赵田希认为没有大乱就没有大治,“潍坊人喝红酒多了,品鉴能力上来后,自会分辨酒品质的优劣,以次充好的将没有市场。到时候会出现一批倒闭的酒庄、经销店。”

“品质”、“层次”、“文化”……

这些符号背后涌动着怎样的内容与情绪

“装腔”的红酒

本报记者 蔚晓贤

端着一杯咖啡就是一种姿态,潜台词是,你拥有某种身份和品位。在星巴克,一杯拿铁咖啡的价格是25元人民币,没有昂贵到工薪阶级不能负担。25元咖啡已不能区隔社会地位和阶层。于是,红酒来了。

在潍坊,随处可见的红酒庄表明这个城市在追逐潮流上丝毫不落伍。如果你没听过拉菲,不知道波尔多和勃艮第,那你就别妄称自己还是小资,红酒已经成为一种象征,品位也罢,装腔也罢。

追逐

李康建对红酒的着迷缘于他的一次新闻采访。2010年左右,潍坊市突然冒出好些酒庄,那段时间,就连街头巷尾也能听到人们在谈论什么拉菲。李康建觉得,这是一个很好的新闻选题,为了完成采访,他认识了不少酒庄的老板。不料,这竟成为他结缘红酒的开端。

朋友都说他“装什么装”,就他那点工资还玩什么红酒。但对此,李康建不屑一顾:不懂红酒的人,也不会明白追逐红酒的人。

李康建总结出,35%的有钱人把自己购买红酒的目的归结于自用,认为喝红酒对身体有益,同时养成了饮酒的习惯;此外,25%的有钱人是为了赶潮流才购买红酒的,在他们眼里,购买高端红酒是一个潮流趋势,即使不喝,也要买一些放在家里;而20%的中国有钱人则完全是为了商业目的如送礼等购买,在应酬的时候才会喝红酒。值得一提的是,还有8%的有钱人自己收藏和投资红酒,这类人一般财富量比较大,有独立的储藏红酒的空间,也正是这些人支撑着潍坊市场上异军突起的火爆的红酒投资和收藏市场。

但问起他是属于哪一种,他却笑而不答。

狂热

据说,当今全球红酒市场的增长堪称乌龟爬,而个别国家红酒市场需求更是被宣布为睡着的兔子——因为已经处于饱和状态。

不过,还好有中国:5月15日,《财富品质》杂志在上海发布《中国高端红酒报告》称,中国红酒消费增长迅速,保持平均70%的增幅;国外红酒品牌更是大举进军中国大陆,但凡得上名的,不是已经在中国,就是正在来中国的路上。

而潍坊在追逐时尚的脚步上从来不会慢于其他城市,如今在潍坊街头,以波尔多、卡斯特、拉菲等命名的各类酒庄随处可见,各种以酒庄为主题的饭店也越来越多,不少酒店甚至都号称自己拥有潍坊地区最大的地下酒窖。可惜的是,有报道称,在中国高端红酒消费领域,个别渠道的假酒数量达到90%以上,甚至有些渠道100%全是假酒。

但这似乎并不妨碍潍坊人对红酒的接纳。李康建告诉记者,“在潍坊,红酒作为一种奢侈品,其消费具有‘显摆’的功能。”进口商处理卖不动的红酒,方法就是加价。“消费外国酒是步入中产的标志,美国人上世纪六十年代之所以开始热衷于红酒,也是因为那时的电视广告和喷气式飞机服务都力图把红酒推销为一种所谓的生活品质,今日中国所发生的,也许是老调重弹。”

装腔

根据李康建研究,超过一半的消费者表示自己认对红酒的认知非常一般,28%的消费者甚至认为自己根本不了解红酒,对红酒一无所知,只有10%的消费者认为自己熟知红酒,并且非常爱好红酒。

说起红酒,李康建不禁想起了2011年5月份,他去烟台参加一个朋友的婚礼,当时婚庆公司安排的游园路线包括去参观张裕葡萄酒庄园。在品酒会现场,来宾们对酒庄提供的各种颜色的葡萄酒感到好奇,品尝之后更是各执一词。在李康建眼中,张裕应该是国内葡萄酒行业的翘楚,但当他在品酒会现场看到的景象,却让他觉得国内葡萄酒文化确实匮乏。

在潍坊,李康建见到很多自恃红酒专家的人。这些人典型的特点是,他们从来不看葡萄酒书籍,因为他们认为自己了解葡萄酒的一切。他们会从牛排餐厅的酒单上点一瓶2000年份Opus One给他们的朋友留下深刻印象。他们也可能用厚重的酒杯来饮酒,像端碗那样端着酒杯来喝他们售价高昂却冷却过热的霞多丽。李康建说,这些人都是装腔作势的假行家;其中非常多的人都缺少基本的葡萄酒知识。而且当他们的这些装腔作势被人忽视时,他们会觉得很恼怒。

而对此,《红酒指南》已经做出了很好的表述:“完全不用担心自己不懂红酒,因为没有多少人是真的懂,所以装呗。接到满是外文的酒牌,你当然完全看不懂,随口报出一个你好不容易记住的酒来,就好像你家里藏了几万瓶好酒似的。”