

絕世名釀

波爾多奉行多個世紀的葡萄酒銷售制度非常獨特，
屈臣氏酒窖冒起雖只有十多年，但在亞洲的波爾多葡萄酒貿易中
已擔當重要角色。



葡萄酒尚在木桶中熟成之際，期酒已經名花有主。



圖片：UGCB

無

論是消費者於店內選購，或是酒商分銷佳釀，大大小小的葡萄酒買賣時刻在世界各地進行。消費者選酒隨自己喜好，但從事葡萄酒貿易的酒商需要顧及顧客的喜好及銷情，肩負的「購買」任務則嚴謹得多。

歷史最悠久的波爾多葡萄酒銷售制度，無疑是非常成熟而慎密。產自頂級酒莊的出色波爾多葡萄酒都經過精心評核篩選，才可獲要求最嚴格、消費力最高的識酒之士垂青。

久而久之，這個制度不但有利葡萄酒分銷，也改寫了歐洲美酒的地緣領域。時至今日，這個制度更影響了葡萄酒從歐洲不同的產區分銷到香港與中國內地市場。屈臣氏酒窖對此源遠流長的售酒制度瞭如指掌，成為波爾多佳釀遠銷亞洲的重要一環。

始於荷蘭

波爾多葡萄酒聞名於世，法國出色的釀酒技術和當地出產的葡萄當然是靈魂所在；而由荷蘭人帶起的期酒制度，則主宰了波爾多期酒在全球的分配。期酒（*en primeur*）是指買家以期貨形式，購買來自200家波爾多

頂級酒莊限量配額、仍在橡木桶裡尚未裝瓶的葡萄酒。

荷蘭人是最早期的葡萄酒商（*negociants*）之一，早於1620年已是波爾多佳釀的買手，並提供存酒與分銷服務。時至今日，不少歷史悠久的葡萄酒商如貝耶曼（Beyerman）仍然活躍，他們甚至投資建設北歐的道路系統，以便將優質葡萄酒運送予客戶。這樣各酒莊便可專注釀酒，拉斐（Lafite）、拉圖（Latour）、瑪歌（Margaux）與歐布里雍（Haut Brion）便是在當時打響知名度。

貴族們沒興趣參與的業務，便交由葡萄酒商代勞。波爾多甚至在夏特隆區法王路易十五的官方酒窖原址，設立葡萄酒博物館。

昔日由馬車付運的年代，葡萄酒經紀（*courtiers*）是肩負酒莊與葡萄酒商的溝通橋樑。他們按行規收取2%的費用，因此被行內稱為「2%先生」（*Monsieur 2%*）。路易十四甚至在1680年立法規定，葡萄酒商須透過經紀作中介人，由經紀不偏不倚地議價和分配葡萄酒。時至今日，各葡萄園可以有數家、甚至上百家葡萄酒商，但一切交易都須透過經紀「2%先生」進行。

葡萄酒最終分配的數量與訂價都是高度秘密，而酒商出售期酒予屈臣氏酒窖等買家所獲的利潤亦然。

**波爾多葡萄酒聞名於世，
法國出色的釀酒技術和
當地出產的葡萄當然是
靈魂所在。**



Pontet-Canet酒莊負責人Alfred Tesseron（右）向謝學文介紹其2016年出品。

屈臣氏酒莊

屈臣氏酒窖總經理謝學文向《Sphere》揭開酒制度的神秘面紗。他每年都帶領團隊遠赴波爾多，為香港、澳門、上海及其他透過網上購物的顧客揀選頂級名釀，他們的決定往往會影響這些地方的銷量。屈臣氏酒窖為員工提供全面的培訓，品評及採購世界各地的葡萄酒自當駕輕就熟。然而，採購波爾多葡萄酒卻需要另一番學問。

酒商限量分配的波爾多葡萄酒來自200家最古老的酒莊，實難逐一實地評估。屈臣氏酒窖團隊每次皆馬不停蹄，盡量實地考察當中大部分酒莊，並給予評分。

謝學文闡述：「我們一般都會到最重要的酒莊，花10天考察頭100家，其後參加業界舉辦的品酒會，一次過遍嚐多家酒莊的佳釀。」

品評期酒絕對講求經驗，需要預計杯中物未來的味道而非現況。情況有點像超級聯賽領隊要在芸芸少年球員中揀選明日之星一樣，經驗與眼光缺一不可。

謝學文補充：「品嚐後我們會訂購這些葡萄酒，它們在18至24個月後才會裝瓶，因此我們其實是購入期貨。不過，該葡萄酒已在木桶裡存放約六個月，我們能估計得到將來的味道。」

儘管著名酒評家Robert Parker過去一直帶領全球葡萄酒的評論，但屈臣氏酒窖的買手和店舖經理都具獨特見解，不會隨波逐流。「數年前，葡萄酒業人士幾乎把Parker奉若神明。如果某款葡萄酒在其雜誌《The Wine Advocate》中獲評滿分，所有人都会爭相選購。」不過，Parker由2015年開始只會評論美國納帕谷的葡萄酒，不再評論波爾多期酒，反而造就了更多不同聲音。

酒評權威退隱江湖，將雜誌的線上和印刷版悉數售予一家新加坡集團。桃花依舊，人面全非，即使雜誌仍以原名出版，但Parker已在加州過著半退休生活。然而，許多消費者仍依賴這本刊物的評論。

屈臣氏酒窖的買手揀選各國葡萄酒都游刃有餘，對失去Parker的指引並沒有太大感覺。「香港是知識型市場，許多消費者對葡

荷蘭人是最早期的葡萄酒商，早於1620年已是波爾多名釀的買手，並提供存酒與分銷服務。

葡萄酒都具備豐富知識，對所偏好酒莊每年的出產都十分了解。」加上屈臣氏酒窖的團隊都親自嚐過所售佳釀，為顧客揀選葡萄酒自然得心應手。

「你要逐一品嚐，然後評分、作出決定、與酒莊商討，對方感覺備受尊重，自然願意分配佳釀。」

謝學文和他的試酒團隊今年三月底到訪波爾多，初嚐仍在木桶中的2016年酒產。去年初大雨頻繁，經歷非常乾燥的夏天後，九月中出現短暫潮濕天氣有利葡萄完美成熟。得出的總結是？

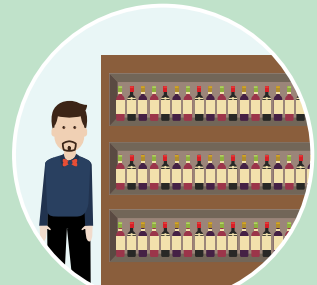
據謝學文稱，這是「極佳的年份」。酒商素來喜歡吹噓，而他們口中所謂有史以來的最佳年份，包括2005年、2009年和2010年。謝學文指出，撇除誇大的元素，2016年仍是「上佳的年份」。過往許多年份都只是某家酒莊或產區表現較佳，例如「左岸年」或2015年的瑪歌，但他和團隊都認為今年整個波爾多區都有很好的收成。

試酒後進入買賣的下一階段——釐訂酒價。接著下來的數個月，最多九成半葡萄酒會經酒商出售。理想情況下，如訂價合理，葡萄酒的價值會隨時間上升。影響決策的因素可能難以確定，但經濟環境肯定是其中一環。2008年的訂價不單受壓於收成的質素，環球經濟放緩也有影響。當年下調的幅度令2009年的價格大幅上揚，可惜到2010年時便無以為繼。此外，中國的消費狀況也有莫大關連，2011年推高訂價、2012年訂價下調，都和中國因素掛鉤。

波爾多歷史悠久的葡萄酒銷售制度



釀酒商及葡萄酒經紀



葡萄酒商



環球買手



圖片：UGCB



加隆河將波爾多產區分為左（東面）右（西面）兩岸。

酒價高於期貨值時，期酒銷售制度運作良好。即使計入貯存成本，投資並持有一期酒的買家仍可取得甜頭。若酒價低於期貨值，買家會失去信心，不願過早入貨，整個制度可能會瀕臨崩潰，不利期酒買賣。在商言商，審慎樂觀的訂價方為上策。

葡萄酒的質素不單影響波爾多產區的銷情，也引領著法國葡萄酒勁敵——意大利的發展方向。

影響深遠

波爾多葡萄酒數十年來的轉變影響了世界各地的釀酒商。超級托斯卡尼等意大利葡萄酒被譽為當地業界的救星，大大提升了意大利葡萄酒在全球酒壇的地位。Sassicaia 和 Tignanello 刻意模仿法國葡萄酒風味，屬最先將波爾多葡萄品種帶到意大利的酒莊。

過去30多年，波爾多葡萄酒越見酒體厚重、酒精含量較高，而超級托斯卡尼和加州納帕谷紅酒也爭相仿效，業界潮流繼續由波爾多帶領。當然，其他葡萄酒的採購過程較為簡單，沒有波爾多期酒制度的慎密。

供應主導

酒莊透過經紀向酒商分配產量，酒商再決定全球配額。過程中各方都須互相尊重，否則會被摒諸局外。

名門望族

1855年，巴黎舉行世界博覽會，當時的國王拿破崙三世誓要超越前人，為法國舉辦一個最盛大的博覽會，展示法國驕人的工農業成就，當中包括波爾多葡萄酒。

拿破崙三世下令將波爾多產區的葡萄酒進行等級評定，按酒莊的聲譽、葡萄酒的品質及售價整理出一份名單，藉此樹立波爾多葡萄酒的權威；1855年葡萄酒分級制度便這樣誕生。

一級酒莊（Premier Cru）的葡萄酒最受推崇，最初只有拉圖（Château Latour）、拉菲（Château Lafite）、瑪歌（Château Margaux）與侯伯王（Château Haut-Brion）能夠名列此級。史上唯一一次名單的改動出現於1973年，當年茂桐酒莊（Château Mouton）得以躋身一級酒莊之列。

1855年葡萄酒分級制度涵蓋60款梅鐸產區（Médoc）的紅酒、一款產自格拉夫區（Graves）的侯伯王紅酒，以及相對較少人知道、25款產自蘇玳和巴薩克的白葡萄酒。

2016年絕對是 「極佳的年份」！

圖片：UGCB

許多較小規模的買手會將獲配葡萄酒轉售予最終顧客，以助現金流轉，但這可能令他們失去賺取葡萄酒升值的機會。有實力的買家如屈臣氏酒窖，須具有一定規模和財力應付貯存成本，讓葡萄酒在酒莊繼續熟成陳年，提升味道和聲譽。將葡萄酒留在同一地點可避免運送和貯存不善導致的損耗，靜候機會往後以更高價格出售。謝學文甚感欣慰：「我們很幸運，公司明白葡萄酒熟成陳年的需要，並願意在這方面投資。」

屈臣氏的採購模式，加上遵從古老的波爾多銷售制度，令葡萄酒品質得到保障。謝學文解釋：「我們只直接向原產地酒莊採購，以免購入市面上貯存狀況欠佳的葡萄酒。」

屈臣氏的做法，是要避免優質的葡萄酒在運送途中受氣溫變化影響。「酒窖內有冷凍貯存器，葡萄酒放進去後，貯存器便會關上，然後送上貨車，確保全程保持溫度不變。貯存器運到我們的倉庫才會打開，溫度一直保持在攝氏16度。最後才以冷凍貨車送往店舖，並繼續以恆溫保存。」

多年來，由決策至管理葡萄酒的運送流程與貯存，屈臣氏酒窖一直贏得顧客的信任，將頂級佳釀以最理想的狀態，由法國酒莊送到中港兩地的劉伶手上。□



Cos d'Estournel酒莊總經理 Aymeric de Gironde (中) 招待屈臣氏酒窖的團隊親嚐葡萄酒。

「我們只直接向原產地
酒莊採購，以免購入
市面上貯存狀況欠佳的
葡萄酒。」

屈臣氏酒窖總經理謝學文