

城市專題

當葡萄酒



飄來羅漢果之香

文 楊天帥
gyeung@hkej.com

前天逛葡萄酒店，驚見一國產品牌紅酒，為山東品質檢定 (Appellation Shandong Contrôlé)。瓶背招紙寫道：「酒體渾厚，香氣豐盛。獨特土壤使其蘊含濃郁的羅漢果、杞子、灌湯餃、烏雞味，口腔迴盪淡淡的四川麻辣香……」

對不起，上述乃一派胡言。不過，十年後，當中港兩地的葡萄酒市場完全成熟，這難保不會成為事實。



Simon 在課堂裏會教學生嘗試混合不同葡萄酒

「中國的葡萄酒市場增長速度之快，是世界史上首見的。」Ronn Wiegand 道。他是美國著名品酒師，有逾三十年品酒經驗。全世界同時擁有 Master of Wine 與 Master of Sommelier 資格的有三人，他是其中一人。

中港市場增長速

「現在全世界的葡萄酒產商都把目光投向中國。」他說。「中國人開始富有了，百萬富豪與中產人數也在不斷增加。他們有充裕的經濟能力購買世界頂級葡萄酒。」舉一數字作參考：中國內地地區波爾多葡萄酒進口數量從2000年的每年近二十萬箱增加至2009年的一千三百七十萬箱，上升了六十八倍。

不單消費量狂飆，產量亦然。儘管中國葡萄酒在港地位不高，其實它的產量已超過澳洲，成為世界第六大葡萄酒種植國。連法國 Lafite 酒庄的羅斯柴爾德男爵拉菲集團 (Domaines Barons de Rothschild) 也看中我們祖國的山東省，在蓬萊市建設酒庄，認為該地的土壤與氣候與波爾多接近。

中國地大物博，葡萄酒也自然有好有壞。Independent Wine Centre 總監 Simon Tam 表示，內地注目酒庄不少，例子如北京的波龍堡、天津的皇朝、河北的朗格斯、山西的怡園等。「真正高質素的國產葡萄酒，香港難求。內地市場已幾乎全數吸納，況且香港人也對國產酒『白鴿眼』。」

中國快，香港更快。中國的進口葡萄酒稅率高達45%以上。相較之下，香港政府自2008年起實施的零酒稅政策明顯作用甚彰。2008年香港的葡萄酒淨進口量達二百六十萬箱，進口總值按年增加了80%，銷售額高達21.7億港元，幾乎相當於中國內地瓶裝葡萄酒市場的銷售總額。現在的香港已是全球第二大葡萄酒拍賣中心。

「香港的葡萄酒市場將會在十年內躍升為世界第一。」Ronn 預計。「絕大部分運往中國內地銷售的葡萄酒將途經香港進口，各地葡萄酒商也將在港設立分公司。」

市場增長雖一日千里，可離終點還有很長一段路。畢竟葡萄酒文化在歐洲已有數千年歷史，中國要與其看齊，不可能一蹴而就。經營葡萄酒店 [Noble Wines] 的 Rick 和 Fanny 認為，香港的市場還未完全成熟。「雖然會飲葡萄酒的人多了，但許多歐洲人已把葡萄酒當成生活不可或缺的一部分。比起他們，我們仍差得遠哩。」Fanny 表示，政府撤銷紅酒稅對市場發展非常關鍵。「除經濟上有實質作用外，亦引起了傳媒關注，使香港人更關心葡萄酒。」然而，經營

零售始終艱難。「香港舖租、人工都貴，其實不單葡萄酒，很多行業都很難做。」

「香港市場離完全成熟還差得遠！要不就不會個個法國酒國『發晒癲』啦。」Simon 說。他預期香港市場還需約四年才能得到完全發展。

「當香港飲家開始有自信心，夠膽喜歡一些無人喜歡的酒，其時市場就可稱為完全成熟。」Simon 續道。「法國葡萄酒之所以著名，是因為它出產很多佳釀。但這不代表它是唯一有美酒的國家。只是法國實在很大，學完這個酒區又得學那個酒區……很多人如此兜兜轉轉，總是不能轉出來。」

此外，「傳奇性」亦令香港人的目光滯留法國，減低了嘗試其他國家產品的意欲。「五大酒庄等等，講就講講，但見過的人少，飲過的人更少。所以人們總是喜歡對其高談闊論，講得天花亂墜。」

Simon 認為，正如行行出狀元，每個葡萄酒出產國其實都會有其好酒。而且，更重要的是，廉價酒亦有其存在價值。「20元酒有20元酒的飲法。幾十人的派對，難道也開過萬元的酒？」「市場成熟並不代表要餐餐飽參翅肚，而是有時也做碗公仔麵加蛋花。」

「Noble Wines」是少數勇於開發「冷門」酒庄的酒舖。兩位店東每星期均會舉辦特色試酒會，與客人共嘗本地罕有的酒，如馬其頓、斯洛文尼亞等國的產品。「通常來這些試酒會的客人較為年輕，他們較願意接觸新事物。」Rick 說。

2009年中國葡萄酒市場交易額增長40%，比進口量的增長97%低一半以上，顯示一些價格較便宜的酒日益受飲家歡迎。由此可見，中國人對酒的消費日漸平衡，不再偏重於貴價酒之上，市場正日臻完善。

忌盲目追隨評分制

Ronn 與 Simon 均不約而同認為，香港人享受葡萄酒的最大障礙在於欠缺自信。盲目相信評分制度便是一例。Ronn 就坦言他「極端地討厭」評分制。

「我明白人們追隨品酒家的評分，是因為他們想學得快。」Ronn 說。「但箇中會有很多問題。首先，很多評分制並無清楚列明評者是誰，說不定他們是新手，連你也比他們嘗過更多。其次，不少真正優質的、反映當地特色的葡萄酒在評分制中得分甚低，得不到它應有的關注。」Ronn 以香港的雲吞麵為例，他對其讚不絕口，然而這些地道美食很多都無法得到「米芝蓮」的推薦。這是評審準則偏重某類型餐廳之故，與食物質素無直接關係。

「我覺得我是一個比 Robert Parker 更好的酒評家，他的意見我很多都不同意。」Ronn 批評。「人們常說 Robert Parker 給了這個幾分、那個幾分……實在愚昧。」

以西班牙 Rioja 的 Tempranillo 為例，Ronn 表示一般而言在橡木桶陳年愈久質素愈好，價格亦愈昂貴。但真正能與一般中國菜搭配的卻恰好相反，以沒有接觸過橡木桶為佳。因此，價格愈便宜的 Rioja 其實反而愈能帶出中國菜的香味。評分制在此類情況就失去用武之地。「不要成為評分制的奴隸。」Ronn 說。

Ronn 的意見，Simon 只部分同意。他認為，大部分人不會有機會嘗世上千萬種不同的葡萄酒。評分制有助這些人找到自己的心頭好。只是，「在方丈、唯靈和蔡瀾意見不合時，你要知道自己該相信的是誰。」世界各地酒評家多如繁星，口味因人而異，「Expert Hunting」非常重要。

「選酒評家，要選一個對自己口味的。Robert Parker 喜

歡味道較濃、較豐富、質地較厚的，歐洲人口味則通常較為清淡。」Simon 說。「最重要的，還是清楚自己喜歡什麼。」

不信評分制，新飲家應如何選擇葡萄酒？Ronn 建議最好在酒舖找「導師」。「買酒的時候，你可以告訴葡萄酒店的職員，喜歡喝怎樣的酒，能負擔一個怎樣的價錢，等等。當你喝完那瓶酒後，回去告訴那職員你的感覺如何，他會記住，下次就能推薦一支更對胃口的酒給你。」所以，Ronn 認為最好不要在超級市場買酒。「其實你不只希望買酒，你還會希望買那種酒文化、那種生活態度、那種知識，讓你能夠更享受那支葡萄酒。這些增值服務，是超級市場無法提供的。」

中國文化衝撞紅酒文化

「教品酒就如教踏單車，關鍵在學生能否擺脫恐懼。」Simon 說。「所謂恐懼，指的是敢於說出自己意見，不怕有別於他人。」

Simon 認為，很多亞洲人會因葡萄酒是西方文化，就覺得西方人永遠是對的。「西方人說聞到『黑加侖子』味，你聞不到，是否就代表你不懂哩？當然不是！」「那些被『黑加侖子』四個字困住的人，才是真正的不懂。」

Simon 經營的葡萄酒中心開辦教授品酒的課程，其最大的與別不同之處，在於以中式語彙形容葡萄酒的方法。

「我希望我的學生能完全忘記『黑加侖子』、『士多啤梨』這些西方東西。我們何必要用這些詞彙哩？」那用什麼好哩？Simon 的見解極其出格：味精、鮮甜、菜乾、鮑魚、湯水、果汁……聽上去令人目瞪口呆，但細想又好似不無道理。美國科學家 Ann C. Noble 於1984年發表其研究成果「Aroma Wheel」，確立形容葡萄酒香味的用語，黑加侖子、士多啤梨等皆由此而來。Noble 教授不識菜乾，不表示葡萄酒不可有菜乾味。

「西方人說，一支酒配一道菜，但婆婆煮飯，『六燴一湯』一齊上，怎麼辦？其實他們只是不愛把各種菜的味道混和在一起罷了。中國人的飲食文化不同，我們不一定要先喝湯後吃飯，夾菜也可以是濃淡交錯。」Simon 建議，中國人喝葡萄酒的方法應是預備一紅一白，吃飯時，隨心喝。「『紅肉配紅酒，白肉配白酒』也不適用。單是一隻雞就可以有無數種方法烹調方法，澆上無數種不同的醬汁。不可能一概配以白酒。」他認為，飲家不應拘泥於酒的顏色，而是根據味道的濃淡搭配，酒菜才能相得益彰。

「酒文化溝通是雙向的。」Simon 說。「當我們中國人學到一定程度，就得靠自己把握，才能向前走下去。」



經營葡萄酒店的 Rick 與 Fanny 會定期舉辦試酒會，向客人介紹「冷門」酒。



Ronn Wiegand 及其妻 Erzsébet Pince。

配搭中菜 葡萄酒將成新焦點

Ronn 預料，葡萄酒打入中國市場後，與中國菜相配的葡萄酒將比現在更受重視，其價值亦會上升。

「基本上，帶少許甜味、半乾的白酒會更受青睞，如匈牙利的 Tokaj 或以 Muscat 為主的白酒。德國的 Riesling 也與中菜絕配，它的花香與酸爽感覺與中國菜尤其合襯。另外，乾或微甜的桃紅葡萄酒 (Rose) 亦能得到同樣效果。」

「紅酒方面，味道淡的會較適合，如法國的 Beaujolais、意大利的 Chianti 等。Pinot Noir 的地位也將提升。它們與中國菜（特別是帶辣椒或胡椒味的菜式）非常相配。這些酒的價格很多都要比味道濃厚的 Cabernet Sauvignon 低，在中國市場可謂價廉物美。」Ronn 認為，上述葡萄酒的價值現在大多都被低估，不久的將來它們將被重新發掘，提升至其應有的地位。