

Ronan Laborde: 波尔多名庄酒在中国市场前景仍可期

随着经济的恢复和发展,消费者对波尔多列级酒庄葡萄酒的需求增加,波尔多名庄酒在中国市场仍然有红火的前景。

本报特约撰稿人 李燕萍 发自北京

11月27~29日,VINTAGE BORDEAUX 2020年份葡萄酒品鉴会在广州、北京、上海成功举办。这是疫情后波尔多的特级酒庄代表们第一次大规模地来到中国推介自己的美酒,涵盖波尔多各大标杆产区的78家

知名酒庄的代表性酒款,吸引了超6000名业界观众与资深爱好者前来品鉴。

在广州品鉴会上,笔者采访了VINTAGE BORDEAUX 主席、波尔多列级酒庄代表Ronan Laborde先生。

中国市场稳稳的“老大”

“中国一直是波尔多名庄酒非常重要的市场。在波尔多名庄酒的五大出口市场中,中国排名第一,日本排名第五,但中国的出口额大约是日本的10倍。从沿海到内陆城市,我们相信波尔多名庄酒在中国未来还有很大的发展前景。”Laborde说。

事实上,波尔多葡萄酒是中国进口葡萄酒市场的先锋。20多年前,波尔多葡萄酒就进入中国,曾经一度占据中国进口葡萄酒市场80%~90%的份额。

“但是,现在的比例,或者30%~40%才是正常现象。我们知道,中国市场正在变得越来越专业,从某种角度来说,可能更难满足不同消费者的需求。与此同时,许多其他国家和产区的酒也在进入中国市场。但是中国市场很大,有很多可信任的酒商一直在深耕波尔多市场,所以我们对中国市场充满希望。而且可以预见的是,随着经济的恢复和发展,消费者对波

尔多列级酒庄葡萄酒的需求增加,波尔多名庄酒在中国市场仍然有红火的前景。”Laborde说。

“从最近6个月的统计数据看,市场非常乐观。整体来说,我们出口所有国家的市场数据都有所上升,包括中国。中国香港比较特殊——显示明显下降,可能因为之前不少名庄酒通过中国香港这个葡萄酒免税港进入中国内地,但是中国整体的出口数据是上升的。在我们全球的出口市场中,大中华区排名第一,约占20%的份额,超过美国和英国。”Laborde继续说。

谈及对中国市场的看法,Laborde表示:“我们不会通过短期的出口市场数据来分析市场情况,一定是从长远来看。像中国这样人口众多、历史悠久的大国,无论现在还是未来,都是一个非常重要的市场。这次有78家波尔多的名庄来中国推介,并受到中国市场的欢迎,希望在中国市场继续发展,与酒商们继续合作。”

市场推广“顺势而为”

未来是否会考虑在其他城市、采用其他一些形式的推广,进一步提升波尔多名庄酒在中国的市场份额,以及如何看待海南自贸港对波尔多名庄酒发展前景的影响?

Ronan Laborde说:“在美国,我们发现,沿海发达地区很多人对葡萄酒比较了解,但内陆城市还有很大的发展空间。所以在中国,我们还是会通过沿海和发达地区去影响内地市场。所以明年基本上还是会在北京、上海、广州这三个城市,通过这样的大型品鉴会去推广。”

他认为,波尔多的庄主,应该更多地依靠中国当地的资源,当地城市的



经销商去推广,把酒卖到内地。目前,微信、微博在中国很流行,也会依靠这些工具,以及法国食品协会在中国进

行更多的推广。视频、照片和直播也能实现一些更直接的推广,不一定要庄主本人过来。

波尔多酒的“变”与“不变”

如今,波尔多的名庄们面临着一个本质问题是,全球气候在变暖,他们要如何做,才能保持发展的势头?对此,Laborde说:“从种植上看,波尔多官方组织为适应气候变化,已经新增加了六个允许种植的葡萄品种,这是特别为针对气候变暖而推出的产区新举措。我们也有越来越多的酒庄在启用无人机、人工智能等设备去管理葡

萄园。从目前来看,发展势头很好,一些年份的效果也不错。不过,如果你在品鉴会转一转,会看到赤霞珠、美乐、小维尔多、赛美容、品丽珠和长相思还是波尔多经典的代表,我们不太愿意用其他品种代替。”

至于波尔多的酿酒风格变化,Ronan Laborde说:“近十年来,我们葡萄采收的时间与葡萄的成熟度把握

得正好,不会早也不会晚。葡萄采收后被送去酿造车间的时间和发酵的温度控制得也刚刚好,使得葡萄酒的果香呈现特别干净,花香的表现也很准确。总的来说,不管从酿造还是种植上看,花香和果香的表现都很准确,也更能准确地表现出风土的味道。”(作者系国际美酒之声创始人、世界最佳葡萄酒大赛评委会中国区副主席)

