

夏布利,大众的勃艮第?

夏布利酒正迎来“独角兽”时代。它们没有过重的橡木味,而且这个名字很容易发音,并且符合当今普通葡萄酒消费者的期望和需求。

徐菲远

勃艮第葡萄酒对你来说值多少钱? 24808美元? 这是罗曼尼-康帝特级园(Romanee-Conti Grand Cru)的平均价格。

在过去的20年里,勃艮第已经从

一个生产优质葡萄酒的地区转变为一个创造巨额财富的地方。对于许多急于计划在未来20年饮用自己购买的勃艮第葡萄酒的人来说,几个世纪以来,勃艮第一直是一种投资。

最后的“葡萄酒童话”

探索这个村庄就像走进一个童话故事。

在盛夏的早晨,漫步在这个仅有2300人的村庄,可以闻到从面包房飘出的黄油点心的香味,从塞兰河(Serein)木桥上摆满天竺葵的篮子和镇上人家悬挂的篮子里飘出的柑橘香草香味。

这个村庄很值得探索,这里有保存完好的古建筑,包括13世纪的圣马丁教堂,沉浸在葡萄酒的文化和商业氛围中,这与法国其他少数几个伟大

的村城镇截然不同。

品尝这里的风土往往也像童话故事一样——对味觉和钱包来说,都是如此。

这里有近1万英亩的霞多丽葡萄园,分为四个等级:小夏布利、夏布利、夏布利一级园和夏布利特级园。后两个级别包括47个不同的园区,是几个世纪以来一直备受珍视的葡萄种植区。所有的夏布利特级园都坐落在塞兰河的右岸,而24个一级园位于左岸,16个位于右岸。

不会让你“破产”的勃艮第

勃艮第葡萄酒太贵了,普通的葡萄酒消费者越来越难以买得起一瓶像样的勃艮第酒。根据精品葡萄酒投资公司Vin-x的数据,2022年,从特级园到村庄级葡萄酒,这还只是表现一般的顶级葡萄酒,价格涨幅达487%。

尽管有迹象表明,至少在一定程度上得益于2023年的大丰收,价格增长已经趋于平稳,但在可预见的未来,最受欢迎的酒款可能需要四到五位数的支出。

然而,勃艮第也有一些极具价值的区域,尤其是如果你愿意探索白葡萄酒的话。是的,我们说的当然是夏布利酒(Chablis)。

品酒大师、纳帕谷Benchmark葡萄酒集团总裁Jay James表示:“有了夏布利,你可以喝到顶级的勃艮第白葡萄酒,而不会在这个过程中破产。”

“除了来自少数超级明星酒庄的

葡萄酒外,顶级夏布利葡萄酒,即使是那些来自优秀酒庄的葡萄酒,其售价也只是普里尼-蒙哈榭(Puligny-Montrachet)、夏山-蒙哈榭(Chassagne-Montrachet)或默尔索(Mersault)的零头。”

勃艮第白葡萄酒的销量近年来飞速增长,原因有很多,从葡萄酒的味道和相对价值,到该产区本身的适销性和魅力。此外,还包括白葡萄酒效应:消费者越来越多地选择白葡萄酒而不是红葡萄酒。

国际葡萄与葡萄酒组织(International Organisation of Vine and wine, OIV)发布的数据显示,白葡萄酒目前约占全球葡萄酒消费量的43%,比2000年上升了3%;根据研究和分析机构海峡研究(Straits research)的数据,预计到2032年,白葡萄酒的年复合增长率将达到6.3%。



品质和价格是优势

根据Vins de Bourgogne的最新市场报告,美国市场对于夏布利酒的需求超过了以往任何时候。按价值计算,美国是其最大的出口市场。

2023年,夏布利葡萄酒对美国的出货量同比增长6.7%,其中,小夏布利和夏布利葡萄酒的出口额飙升了23%。观察人士认为,夏布利酒的成功同样得益于其品质和价格。

精品葡萄酒营销和销售公司Wilson Daniels的总裁Rocco Lombardo表示:“与其他三个级别相比,小夏布利葡萄酒的感知价值为该地区提供了巨大的动力。”

Lombardo认为,四个级别的夏布

利都将继续强劲增长,不同级别的夏布利将吸引不同的细分市场。

James说:“村庄级别的夏布利,尤其小夏布利,是勃艮第白葡萄酒价格阶梯的第一梯级。随着过去几年顶级勃艮第白葡萄酒价格的大幅上涨,这些葡萄酒代表着卓越的价值,受到更多葡萄酒饮用者的欢迎,尤其是年轻、经济状况不佳的爱好者。”

与此同时,特级酒在餐馆里卖得很好,已经成为收藏家的宠儿。

“到目前为止,特级园夏布利吸引了越来越多葡萄酒爱好者的兴趣,这给了一级园增长的空间。Raveneau和R&V Dauvissat等生产商在对收

藏家的吸引力和价格方面都占据了排行榜的首位,这使得葡萄酒爱好者可以选择其他优秀的酒庄,如Domaine Laroche、Christian Moreau或Jean-Marc Brocard,这些葡萄酒在各自的价格范围内都具有令人难以置信的价值。”勃艮第葡萄酒行业协会(International des Vins de Bourgogne)营销与传播主管Françoise Roure也认为,夏布利酒正迎来“独角兽”时代。“夏布利葡萄酒清爽、清新、易于饮用,适合与各种食物搭配。它们没有过重的橡木味,而且名字很容易发音。它们符合当今普通葡萄酒消费者的期望和需求。”

旅游和推广成为“两驾马车”

中国和美国市场营销力度的加大,将推动夏布利的持续增长。Roure指出,在美国的推广预算比以往任何时候都要大,并且已经设定到2027年,因为这是一个非常重要的市场。

吸引游客到葡萄酒之乡已成为葡萄酒产区日益精心策划的重点。2016年,波尔多在加龙河(Garonne)上开设了葡萄酒之城(Cité du Vin),包括勃艮第在内的其他产区在看到其巨大成功后,也纷纷效仿。

2022年,勃艮第在博纳(Beaune)、马贡(Macon)和夏布利

(Chablis)三个城镇开设了勃艮第风土与葡萄酒之城(La Cité des Climats et des Vins de Bourgogne)。在12个月的时间里,约有8万名游客涌向这些景点,对勃艮第葡萄栽培历史、遗产和文化进行深入探索。

拉赫希酒庄(Domaine Laroche)等酒庄正在向游客敞开大门。这个有着1000年历史的酒庄总坛设于一座十六世纪的修道院,据称,此地是夏布利白葡萄酒的发源地,这里每年接待大约5000名游客。

酒庄董事总经理Jean-Baptiste Mouton表示:“宣传我们的业务和地区的历史对酒庄来说非常重要。我们有很多来自美国的游客,并与AmaWaterways游轮公司合作,每周两次带来美国和加拿大的游客。”

该酒庄提供一系列的服务,包括品酒、酒窖之旅、晚餐、葡萄园的电动自行车之旅和过夜住宿。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

