

波特酒正在“去礼仪化”

波特酒的问题从来不是品质,而是场景。它曾经只属于正式的晚宴、绅士的俱乐部和圣诞节的火炉边。但酿酒师们现在想说的是:一杯好酒不需要仪式来加持。

本报记者 徐菲远 发自北京

在英国的传统晚宴上,如果有人端起醒酒器却不往旁边传,桌上可能会有人半开玩笑地问一句:“你认识诺里奇主教吗?”这不是宗教暗号,而是一句流传了两百多年的餐桌暗语,潜台词是:把酒传下去,别一个人霸着。

波特酒大概是世界上“规矩缠身”

的酒精饮料之一。从传瓶的方向,到醒酒的时间,再到杯子的形状,每一个细节都曾被一套不成文的仪式严格管束。但到了2026年,这套仪式正在被一双手轻轻地拆开——而拆开它的人,恰恰是那些应该守护传统的波特酒世家。

谁还在喝波特?

波特酒的市场状况可以用一句话概括:喝的人少了,但喝的人愿意花的钱多了。

行业数据显示,2023年全球波特酒市场价值约9.7亿美元,预计到2030年将以每年5.3%的速度增长。但在这条增长的曲线下面,藏着另一条曲线:波特酒销售量从十年前的870万箱滑落到730万箱,跌幅达16%。一边是销售额在涨,一边是出货量在跌——这说明喝波特的人确实在变少,但留下来的人,正在买更贵的酒。真正的变化发生在地图上。当欧

洲传统市场缓慢收缩时,亚太地区正在成为波特酒极有意思的新战场。行业分析指出,亚太地区的财富增长、高端餐饮的扩张以及葡萄酒教育的普及,正在让更多的消费者开始接受陈年和单一园波特酒。

在中国市场,2023年波特酒进口量突破120万升,同比增长接近19%,预计到2026年市场规模将突破25亿元人民币。

上海、广州、深圳的高端酒店和精品酒吧里,白波特加汤力水正在成为夏日午后的标准配置。

等了七年的这场“正常”

如果你最近在酒单上看到“2024年份波特”的字样,那不是营销噱头,而是波特酒世界七年来非常重要的一次集体发声。

2026年,杜罗河谷的主要波特酒庄同时宣布了2024年份的“General Declaration”(通用年份声明)。上一次出现这样的统一声明,还是2017年的事。中间的七年,是自二战结束以来,最长的一段空白期。

空白的原因不是没有好酒,而是没有“经典”的好酒。2018年、2020年、2022年的杜罗河谷都遭遇了热浪炙烤,2021年天气又冷得反常,直到2024年,酿酒师们终于等到了一个可以被称为“老派经典”的年份:冬季雨水充沛,夏季温暖但不极端,九月凉爽

的夜晚让葡萄在藤上慢慢成熟。

知名波特酒庄庄泰勒(Taylor’s)的总经理Adrian Bridge说得很直白:这是泰勒有史以来产量最小的一个年份,只有5000箱。辛明顿家族(Symington)的首席酿酒师Charles Symington则用了一句耐人寻味的话来形容这批酒:“它们是在低语,而不是在喊叫。”

“低语”这个词很关键。传统上,年份波特以单宁厚重、结构庞大而著称,产品买回家得在酒窖里再躺二十年才敢开。但2024年份的酒在年轻时就已经展现出惊人的平衡和亲和力。Vinous的酒评人Neal Martin甚至建议:“想年轻喝就年轻喝,它们现在就给人极大的愉悦。”

规矩还在,只是没人当真了

回到那瓶让人又爱又怕的波特酒。

如果你去翻2008年的礼仪指南,会看到一堆在今天读来近乎荒诞的规矩:醒酒器必须放在主人右侧,只能向左传,绕桌一圈后回到原点;如果某人把酒拦下了,主人不能直接要回,得假装不经意地问一句“你认识诺里奇主教吗”;瓶子里出现了沉淀,那说明,这瓶酒“必须在晚餐中一次性喝完”。

这些规矩大多源自英国海军传统和爱德华时代的绅士俱乐部文化。在那个年代,波特酒是英国上流社会的身份标识,一套复杂的仪式既是社交

游戏,也是阶级区隔。

但今天还在经营波特酒的人,正在亲手推翻这些规矩。

辛明顿家族酒庄第五代成员Anthony Symington在接受采访时说了一句让老派绅士们血压升高的话:“在葡萄牙,我们根本不用那些小得像顶针一样的波特酒杯。一个正常的白葡萄酒杯就很完美了。”

他接着说:“哦对了,千万别往左传。酒瓶应该最先传到杯子空着的那个人手里。”

这段话的潜台词很清楚:所有关于传瓶方向、杯型规格、醒酒时长的焦

虑,都是英国人的发明。在波尔图,人们更在意的是酒好不好喝,而不是规矩对不对。

醒酒这件事也在被重新审视。白波特、茶色波特以及大多数普通红宝石波特和LBV,不会产生什么沉淀,醒不醒酒差别并不大。真正需要醒酒的,是年份波特、单一酒庄波特和稀有的Crusted波特。如果真有沉淀,酿酒师们的建议朴素得让人意外:提前一天把瓶子立起来,让沉淀落到底部,倒酒时慢一点就行。没有醒酒器?一个筛子,甚至一双干净的长筒袜,都能对付过去。

从餐后甜酒到鸡尾酒基酒

波特酒最大的身份危机,在于它被牢牢地锁在了“餐后酒”这个格子里。一顿丰盛的晚餐吃到甜点环节,大多数人已经在想账单和末班车了。一杯酒精度接近20度的甜酒端上来,它再好喝,也往往被跳过。

打破这个定位的,是调酒师。白波特加汤力水已经成了葡萄牙和伦敦酒吧里的夏季标配饮品。它的逻辑很

简单:白波特本身带有柑橘和坚果的香气,加上汤力水的苦味和气泡,变成了一杯复杂度远超金汤力的低负担长饮。行业分析把鸡尾酒渠道视为波特酒触及年轻消费者的关键路径。

与此同时,高端化正在把波特酒推向另一个方向。辛明顿家族在2025年做了一件前所未有的事:发布了“80年波特”。这是一款混合了1940年代

酒液的限量产品,只有600瓶。由于葡萄牙的波特酒管理机构此前规定可标注的最高酒龄是50年,辛明顿家族硬是说服了监管机构,为这款酒创造了一个全新的品类。

泰勒也在同年发布了“胜利80年波特”,纪念二战结束。这些酒的意义不只在饮用——它们在重新定义波特酒作为收藏品和奢侈品的存在方式。

年轻人会重新端起波特酒吗?

波特酒行业自己对这个问题其实有着清醒的认识。Churchill’s酒庄联席CEO Ben Himowitz表示:“它会一直是一个收缩的品类,直到它被重新发现。”他拿波本威士忌做类比——波本曾经也是老派酒的代表,直到精酿鸡尾酒运动把它重新推到了年轻人面前。

波特酒现在走的,几乎是同一条路。鸡尾酒是入口,高端化是出口,中间的桥梁是旅游。2024年葡萄牙的国

际游客数量增长了近7%,波尔图和杜罗河谷的酒窖参观正在变成一种体验式消费。辛明顿家族2025年在波尔图市中心开的Matriarca,就是一个“波特酒会所”——有酒吧、餐厅、品鉴室和屋顶鸡尾酒吧,目标就是让游客在放松的状态下,发现波特酒的多面性。

说到底,波特酒的问题从来不是品质,而是场景。它曾经只属于正式的晚宴、绅士的俱乐部和圣诞节的火炉边。但杜罗河谷的酿酒师们现在想

说的是:一杯好酒不需要仪式来加持。它可以出现在黑领结晚宴上,也可以搭配着Netflix和一盒巧克力饮用。

所以,如果你下次面对一瓶波特酒不知道该怎么办——记住Anthony Symington的那句话就够了:倒进你手边最大的杯子,喝就是了。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

