



比利时国王阿尔贝二世(左二)与乐朗酒庄主沈东军(右)等人亲切交谈。

比利时 MAS 博物馆隆重开幕

乐朗葡萄酒成为庆典唯一指定用酒

比利时当地时间5月12日,位于安特卫普市的 MAS 博物馆举行了盛大的开馆庆典,法国乐朗酒庄酒被甄选为典礼唯一指定用酒,为到场的嘉宾们所享用,并且作为礼品为比利时的国王、政要们所收藏。乐朗酒庄酒系列即将全线进入中国市场,目前乐朗精选和家族系列葡萄酒已在国内销售,势头相当良好。

乐乐



法国乐朗酒庄酒为庆典添彩

国王收藏“国王酒”

MAS 博物馆的开馆仪式上,比利时国王、王后的出现是仪式的一大亮点,国王本人非常和蔼,在见到乐朗酒庄主沈东军时热情地握手,并表达了对乐朗葡萄酒的喜爱,表示会好好珍藏。

此次国王收藏的“国王酒”,为乐朗 2008 年份的定制葡萄酒,获得过葡萄酒圣经《品鉴客》杂志的最高荣誉以及法

国 MACON 名酒大赛奖。

除了国王的青睐,乐朗的风味也赢得了其他嘉宾的一致好评。安特卫普省长 Cathy Berx 女士与市长 Patrick Janssens 先生都亲切地与乐朗葡萄酒合影留念,并向周围的嘉宾热情介绍。

在博物馆的每一层都设有侍酒服务,宾客们可以手握美酒,边品尝边欣赏。

乐朗品牌引力强

作为一个顶级的葡萄酒品牌,法国乐朗一直受到国内外传媒、高端活动的关注和邀请。在法国签约会和中国发布会期间,法新社、《西南报》、《环球时报》等媒体率先报道,并引发了全国媒体对法国乐朗及进口葡萄酒的关注。柏林电影节、夏

纳电影节上,乐朗的亮相更足成为一抹惊喜,纯正的风味口感征服了多位中外明星。除此之外,国内各种财经峰会、学术年会、商务宴席等也前来与乐朗洽谈合作,成功地举办了多次酒会和品鉴课程,为终端消费提供了非常优势的服务。

》》相关链接

传奇贵族名庄,摘得多项国际大奖

法国乐朗来自最负盛名的葡萄酒产地——波尔多左岸梅多克地区,占地 30 公顷。目前,我们可在 1784 年的法国历史文献中,找到对于这片葡萄庄园的记载。乐朗酒庄早期为欧洲贵族所拥有,一直保持着最传统的种植和酿造方式,因此极具代表性。

近年来法国乐朗获得过 30 多项国际荣誉大奖,17 次荣膺法国权威葡萄酒手册推荐品牌,乐朗酒庄更被波尔多梅多克贵族名庄协会授为 Cru Bourgeois(贵族名庄),这是法

国政府认可的极高荣誉,在波尔多 10 万名酒庄中,仅有 300 个酒庄获此殊荣。



副食流通协会发布的《2010—2011 中国糖酒食品业市场年度报告》显示,2010 年,全国葡萄酒产量达到 108.88 万千升。与此同时,进口葡萄酒(含原酒)总量为 28.6 万千升,比上年增长 67%。不论是国产葡萄酒突破百万千升,还是进口葡萄酒增长迅猛,都显示出中国葡萄酒市场的潜力无限。但是,中国葡萄酒市场的目前状况还只能用“热度有余,底气不足”来形容。

热度有余 底气不足

家庭消费:解救中国红酒业的“大兵”

0.66 升:人均消费量不太乐观

国人对红酒的追捧主要还在于进口葡萄酒。浙江某商贸集团的董事长曾表示:“现在进口酒市场,不敢说热到了 100 摄氏度,起码已经到了 90 摄氏度。”受拉菲名酒的“面子”影响,进口葡萄酒近几年在中国市场颇为得宠。但再万般的宠爱也难掩繁华之下,中国人均葡萄酒消费量的尴尬。

国际葡萄酒及烈酒研究机构(IWSR)发布的报告数据显示,2010 年中国的葡萄酒消耗量约为 12.4 亿瓶,约合 93 万千升,人均消费(按 14 亿人口计算)则约为 0.66 升/人。按照葡萄酒惯常的 750ml 一瓶的量计算,2010 年,在葡萄酒业如此“红火”的情况下,人均消费的量还不足一瓶!

IWSR 在报告中给出预计,

到 2014 年,中国葡萄酒总体消费量将达到 115 万千升,人均消费量大约为一瓶(750ml)。这个数据对于葡萄酒商和销售商来说,显然是不够乐观的。尽管大形势是风风火火的,国外名庄酒庄不动就摇身变为“万元户”,国产葡萄酒也占据了国内市场份额的 80%,但是市场消费的激情依旧没有被完全点燃,基本停留在宴请层面。

寄望家庭消费拉动

家庭餐桌的主动消费被业界寄予厚望。不少业内人士认为,要想让国内葡萄酒市场形成燎原之势,让葡萄酒消费从政务宴请走入普通家庭的餐桌饮食文化很有必要。

据《酒世界》杂志的综合调查,目前中国市场接触葡萄酒的消费者大约为 3000 万左右,这个数量并不小(大约和目前消费

总量排名第一的美国相当),但在这部分人群中,被动性饮用和尝试性饮用的数量比重较大,而经常饮用葡萄酒的消费者数量不足千万。

借鉴美国葡萄酒业消费基础扩大和发展的经验,家庭佐餐酒是其消费总量的鼎力支柱。数据显示,佐餐酒消费量共占美国葡萄酒消费量的 91%,数量上也保持了 17 年的持续增长。

因此,中国葡萄酒业如想实现名副其实的迅猛量升,家庭消费是不可忽视的基础市场。虽然从价格方面讲,不少国内外的葡萄酒都很便宜,二三十元就能买到一瓶,但是国人喝葡萄酒的习惯还没有培养起来。特别是家常饭桌上,搭配葡萄酒,不少人会视之为“洋枪夹土炮”般“矫情”。在这方面,葡萄酒商应动些脑筋,从饮食和美文化下手,引导消费。 快报记者 笕颖



“高能量”食物成懒惰的替罪羊



生活水平提高了,不少人一边难以拒绝美食的诱惑,一边又把肥胖的罪责全部推卸到美食上。实际上,对于很多都市人来说,一份营养均衡的食谱和运动减肥计划势在必行。从保持平衡的角度来说,吃是一个“进”的过程,如果只进不出,自然有物质要积累和沉淀,而这一物质就是脂肪了。但如果我们懂得将摄入的能量及时消化掉,通过例如运动的方式让其“出”于体外,体内脂肪过多的现象自然是不存在的。

现实生活中,不少人却往往将“发福”的原因简单地归结于食品。这完全是在为自己不合理的膳食安排和缺乏体育锻炼寻找借口。营养学中有一句很有名的

话:“没有不好的食物,只有不合理的膳食结构。”如在三餐合理搭配结合日常活动的情况下,其实是可以适当食用零食,喝些饮料的,其实饮料也是重要的补水方式之一。

据科学调查发现,中国人现在的肥胖问题,探究其原因远远不是由于摄入糖分过多这么简单,中国城市居民高能量、高脂肪的不良膳食结构以及缺乏体力活动、吸烟、喝酒等不良生活方式,才是促使上述慢性病发病率增加的根本原因。

要实现健康的生活方式,最重要的不是限制某类食品的摄入,而是应该在注意摄入均衡营养的基础上加强体育锻炼。例如,以 70 公斤的成年人格为标准,依据可口可乐包装标示的热量与中国居民膳食指南计算得出,消耗一罐 330 毫升可口可乐只需 11 分钟中等强度的跳绳或是慢跑 17 分钟就可以。别再错过美食了,记得“吃动平衡”的大原则,就可以轻松畅享健康生活!

千万富豪收藏:红酒胜豪车

胡润研究院和群邑智库于周一联合发布的《群邑智库·2011 胡润财富报告》中,有一项关于“2011 至尚优品——中国千万富豪品牌倾向调查”的分析数据报告。结果显示,富豪们对收藏品的偏爱已发生偏离,红酒已取代豪车成为他们的最爱。

虽然还有 54% 的受访富豪在对未来两年的中国经济的看法上选择了“非常有信心”,但这一比

例相比去年略有减少,而 2008 年表示“非常有信心”的占到 68%。但总体来说,富豪对未来两年的中国经济还是很有信心的。

在收藏方面,手表仍然是富豪的绝对首选,44% 的受访富豪选择收藏手表。其次仍然是古代字画。比较特别的是,选择收藏酒的富豪今年超过了选择收藏车的富豪,以 13% 的比例排名第三,比去年上升两位。 快报记者 笕颖