

法国乐朗葡萄酒获国际权威大师赞誉

08年乐朗古堡酒入选《法国红酒指南》

最近销售火热的法国乐朗品牌受到了国际葡萄酒大师 Patrick Dussert-Gerber 的青睐,在他的《法国红酒指南》一书中,对 08 年的乐朗古堡酒做出了很高的评价及赞誉。目前这款酒已经在江苏市场销售,乐朗品牌也在江苏市场显示出强大的影响力。

□小华



法国乐朗酒庄主沈东军与酿酒师试酒



ALBIN M 《红酒指南》盛赞乐朗古堡酒

相关链接

乐朗葡萄酒招商火爆江浙

据悉,乐朗品牌的招商工作正在如火如荼的进行中,已经有多家经销商与品牌签订了合约。在国庆期间取得了非常好的销量,在江浙市场迅速产生了巨大影响力,让更多的人产生了分销、加盟乐朗品牌的想法。

进口葡萄酒目前还处于中高端人群消费,对于合作伙伴,乐朗根据区域的不同对经销商的资质要求也会有所区别,资金实力原则上地级城市 50-100 万,县级城市 20-50 万,除此之外,还需有一定的社会资源和人脉关系,以及仓储条件和配送能力,但乐朗并不拘泥葡萄酒经销的经验,对于不同行业但认同乐朗品牌理念,并具备资源条件的经销商,乐朗也欢迎他们加入进来,并为相关业务人员提供关于产品、营销、商务礼仪、商务技巧、商务谈判等方面的定期专业培训。

大师级“名鼻”成就权威手册

有着法国国际葡萄酒大师的“名鼻”之称的 Patrick Dussert-Gerber 出生于一个葡萄酒世家,是非常受人尊敬的“名鼻”之一。对葡萄酒这个“爱与血之血”的激情和经历,吸引大量法国出版家与之合作,其中《Magnum》(红酒指南)的出版,成为年度葡萄酒爱好者的权威著作,是不可或缺的参考书籍,并获颁古堡酒庄的认证。在此书中 Dussert-Gerber



乐朗古堡酒

先生对多种优质的葡萄酒做了推荐和点评,乐朗 08 年的古堡酒就受到了极高的赞誉:这款有着非常高等级的 2008 年梅多克正红,色泽明亮,味道醇厚,且有其代表性,香气柔和,充满了樱桃和桂皮香味。酒体圆润丰满,结构完整。

乐朗品牌葡萄酒销售势头旺

除了乐朗古堡酒之外,乐朗品牌旗下还有多个系列产品,向由乐朗法国工作人员从波尔多等地精选而来,每瓶都确保从原产地原装进口,价格从 100 到 300 元

不等,口感各具风味,适合不同需求的消费者购买。近期新上市的古堡特、酒海策等几款葡萄酒的销量都非常可观。

乐朗酒庄 (CHATEAU LAULAN DUCOS) 位于法国最负盛名葡萄酒产地——波尔多左岸梅多克地区,占地面积 300 公顷,以酿造高品质的葡萄酒著称。1784 年被载入法国历史文献。近 10 年来,乐朗酒庄已经获得 30 多项国际大奖,17 次荣膺法国 DIACHETTE 与权威葡萄酒手册推荐品牌,并被波尔多贵族酒庄协会授予贵族酒庄 (Cru Bourgeois),该称号是法国政府认可的顶级酒庄标志。

LAULAN DUCOS
法国乐朗

经销/加盟热线: 400 880 3909
025 5248 6988

美酒何必求贵?



和竞技类的比赛相似,人们通常都记住第一名,却忽略了第二、第三名等等其实也都是佼佼者。中国市场上的葡萄酒知识普及工作已经做了二十余年了,尤其是随着这两年进口葡萄酒的入关,葡萄酒的饮用氛围开始慢慢起来。但是存在的问题是,除了一些顶尖的知名品牌,消费者对葡萄酒品牌的选购、葡萄酒种的选择等还是一无所知。

例如,提到进口葡萄酒,人们自然会想到法国,进而是“波尔多”→“拉菲”,很少有人知道法国还有个勃艮第产区、香槟区等。而其中,波尔多以产浓郁型的红葡萄酒著称,勃艮第则以产清淡型的红葡萄酒和清爽淡雅型的著称,香槟区则酿制世界闻名、优雅浪漫的气泡酒。另外,除了法国,澳大利亚、智利、美国等新世界国家也盛产不少优质的葡萄酒。

一味地追求知名品牌,不仅很容易掏空自己的腰包,也不利于对葡萄酒品鉴循序渐进地学习。关于之前 Liv-ex (伦敦葡萄酒交易所指数) 的下跌,有业内人士认为,这并不意味着拉菲热潮的减退,而是懂酒的人开始有了更多的选择方向,也愿意从口感、葡萄酒种上去选择与自己相符的品牌和酒品。

同其它领域一样,世界顶级的葡萄酒只有那些,我们可以从心底去欣赏它们,但却不一定要次次都饮用它。毕竟对于一般的消费者而言,把顶级的葡萄酒当作佐餐用酒,既是不切实际的,又是没有必要的。在葡萄酒的世界里,不一定非要付出高昂的代

价,才能品尝到高质量的葡萄酒。对葡萄酒感兴趣的人,不妨找一些更为实际的、触手可及的好酒。

目前在南京市场上,各大中小型酒类连锁店都有葡萄酒的销售,还有一些专业从事国内外葡萄酒流通和经销的门店。这些店在酒品选择上,大多会把 100—500 元作为主流价位,而对于婚庆用酒,则会把主流价位定在 100 元以内。

南京业内人士钱翔表示,100—500 元的价格同样可以享受法国 AOC 等级(法国葡萄酒最高等级)的优质美酒。消费者可以到专业的葡萄酒销售网点和门店,在专业销售人员的指导和推荐下,挑选到符合自己口感喜好和习惯的酒品。另外,一些来自智利、澳大利亚、新西兰等国家的葡萄酒也不输于老牌葡萄酒生产国。

从口感来讲,诸如法国列级名庄酒更具有陈年的潜质,它们的醒酒时间一般在 2 个小时左右,且口感复杂,开瓶后随着时间推移会有不同的口感体验,这对于普通的葡萄酒饮用者来说,这种口感变化可能是难以捕捉的。

而目前市面上流通的一些“不知名”的品牌、酒庄和酒品则恰恰可能很投普通葡萄酒爱好者的口味。这样的酒品,不仅价格较低,且口感简单,果香浓郁,酒体的涩感也相对比较柔和。这些酒品也基本属于即开即饮型,无需醒酒。更重要的是,它们的品质显然要远远高于价格为几十元的佐餐酒! 快报记者 笮颖

中国葡萄酒市场潜能广受认同

近几年,葡萄酒业在世界范围内都取得了很大的发展。业界预测,在目前全球葡萄酒消费量为每年 300 亿瓶的基础上,未来 4 年内,消费量会以年均 2.67 亿瓶的速度增长,零售业的销售额有望达到 1170 亿美元。国际葡萄酒及烈酒研究机构(IWSR)发布的报告显示,2011 年,中国葡萄酒销售额将占亚洲市场的 40%,约合年消费 11 亿瓶葡萄酒。

Intelligence 的最新研究结果显示,中国中上层消费者人数已达 3400 万人,到 2025 年有望增至

8200 万。全球大多数葡萄酒企业都认同一个事实:未来二三十年,亚洲,尤其是中国葡萄酒市场将呈现巨大的消费增长。其中,中上消费阶层是中国进口葡萄酒的消费主力。随着葡萄酒文化的逐渐渗入,葡萄酒的消费市场将呈现高速增长,同时,中国巨大的葡萄酒市场会吸引更多的外资品牌进入,加剧了葡萄酒行业的竞争。数据显示,2010 年进口酒继续保持 50% 的快速增长,在未来 5 年内,将占到中国葡萄酒市场份额的 30%。
快报记者 笮颖

要不要百威英博? 金星继续沉默

作为全国人口最多的省份,河南的啤酒消费容量在全国各省(市)中排名第二。其地产啤酒品牌——金星啤酒在全国性啤酒巨头的跑马圈地压力之下,如何守住阵地,成为近几个月业内普遍关注的问题。近日,河南金星啤酒董事长张铁山明确表示,金星啤酒改制工作总费用达 6 亿,其中绝大部分用于购买村民手中的金星啤酒股份。而对于是否同意百威英博入股,张铁山依旧没有明确表态。

今年 9 月中旬,金星啤酒曾对外宣布,其历时 7 年的产权改制业已完成,并准备在 3—5 年内完成上市工作。当时,金星啤酒董事长张铁山表示,在企业的产权改制完成之后,集团将会引入战略合作伙伴,作为引入条件,金星啤酒将转让不超过 30% 的股权。

业内曾普遍认为啤酒巨头入资金星已经是必然趋势,而此前呼声最高的则数百威英博,因为百威英博与金星之间已有了多年的接触。而今年 2 月底,金星啤酒生产管理总部又曾邀请了百威英博南



京公司包装部经理王霖到金星进行专题培训。

但就在 9 月份众媒体盛传,百威英博即将成为金星 30% 股权的收受者之时,张铁山却又出面否认:“百威英博现在并没有要入股金星啤酒,我们未来打算要自己上市。”在接受最近的一次媒体访问中,张铁山依旧没有透露。对于百威英博是否入股金星一事,他不置可否。
快报记者 笮颖