

紅酒與亞洲美食的戀愛公式 後者為主，前者為輔

對話全球首位亞裔葡萄酒大師 Jeannie Cho Lee

■ 文/記者黃霞 (HUANG XIA)



9月28日, 2010年的Royal Adelaide Wine Show品酒階段正在進行當中, Showground的Wayville Pavilion真成了紅酒的世界, 來自全澳洲的兩千多種紅酒聚集在這裏, 來自國外和全澳洲的一流品酒師們聚集在這裏, 一場味蕾和紅酒的微妙較量悄然無聲而又轟轟烈烈的展開……

優雅邂逅 在Royal Adelaide Wine Show上

一身紫衣的Jeannie Cho Lee正專注於幾排長長的盛著紅酒的高腳杯隊列。她一隻手輕輕背在身後, 一隻手從長桌上拿起一隻酒杯, 品一口紅酒, 嘴部蠕動著分辨酒汁的品質和味道……心裏明瞭之後, 張開嘴將酒輕吐到腳邊的容器裏, 然後, 她把心中的評語和評分快速寫到表格中。稍停二秒之後, 她又拿起一杯紅酒……就這樣, 不斷的品嚐、吐出、寫評語, Jeannie細心品嚐每一杯紅酒, 一整天, 她要品嚐150種紅酒。

空氣裏散佈著醇香的紅酒的味道, 賦予周邊一股優雅的氛圍, 幾百隻高腳杯盛著玫瑰紅色液體, 反射光芒。Jeannie在這幅畫面裏顯得優雅從容, 她坐下來, 和記者娓娓聊起紅酒。

作為全球第一位亞裔的葡萄酒大師 (Master of Wine, 縮寫為MW), Jeannie的知名度屬於國際級。她頻頻現身於英國、德國、日本等世界各地的重要紅酒展和品酒活動中, 儼然是一位經驗豐富的國際品酒大師。

今年是Jeannie第二次參加阿德萊德的紅酒展, 她說: “和其他地方的紅酒展相比, 阿德萊德的Royal Wine Show組織得非常好, 這是紅酒界一個非常重要的活動。這裏的品酒師水準都很高, 紅酒的種類和品質也很棒。”

Jeannie這次的任務是和另外一位來自英國的資深品酒師和一名澳洲一流品酒師一起, 組成小組, 專門品嘗跨年度的紅酒, 並評選出“the Gramp, Hardy, Hill Smith Prize for Outstanding Wine of Provenance”獎項的獲得者。每一個紅酒製造商, 將挑選出不同年份的3瓶同類別紅酒, 一瓶年份比較新, 一瓶5-9年, 一瓶年份超過10年。三位品酒師品嘗所有的紅酒產品, 寫出各自的意見, 經過討論, 將決定出最好的10種紅酒, 然後再確定出最好的5種。

“這個評選結果之所以重要, 是因為考慮了紅酒的年份。對於紅酒製造商來說, 年份長的紅酒體現出品質的持續性, 年份新的紅酒反映出品質提升的潛力。因此, 最終入選的紅酒製造商, 意味著品質優等而且可靠, 這對於品牌的商業價值非常有利。”

經過幾天的品嚐, Jeannie對澳洲紅酒的認識有了更新和加深, 她覺得, 在近20年裏, 澳洲紅酒行業發展得很好, 釀酒技術日臻完善, 紅酒品質不斷提高, 而且價格適中, 比如, Shiraz的品類很多, 品質很好; Adelaide Mountain的紅酒品質非常好。不過, 澳洲的紅酒在某些方面不太穩定, 比如, Merlot的品質有的很好有的不太好, 顯出波動性。

出眾頭銜 成就於傾心和堅持

Jeannie很感慨的說: “取得MW資格對亞洲人來說這是非常困難的,

畢竟我們不是在葡萄園裏土生土長的。”其實即使對於西方人而言, 獲得MW資格也是難度很高, 全世界僅有不到300個人通過MW考試。

Jeannie出生在韓國, 先後在韓國首爾及美國紐約長大, 現居香港, 她的韓國名字叫李志延, 現在, 她是4個孩子的母親。

Jeannie記得在她小的時候, 父親經常會帶回來一些奇奇怪怪的瓶子, 裏面裝著“怪難喝的酒”。直到進入哈佛大學, 她才開始欣賞這種酒——在學校裏, 葡萄酒是餐桌上必不可少。

“我的第一反應是不能被它給唬住了, 就想要多瞭解些關於葡萄酒的知識。隨著時日推移, 我逐漸愛上了它, 禁不住繼續鑽研下去。”幾年過後, Jeannie參加過了很多的學習班, 後來得以認識葡萄酒作家Jancis Robinson, 並受她的鼓勵參加由倫敦的MW協會主辦的考試。Robinson是第一位獲得MW稱號的非業內人士, 她做了Jeannie的贊助人。經過數年的努力, 她通過了MW的全部考試。

Jeannie自己也是一名Wine Writer, 她為報刊雜誌撰寫關於紅酒的文章, 這一寫, 就堅持了16年。現在, Jeannie正職是管理諮詢師和葡萄酒作家, 她十分關注中國的進口葡萄酒市場, 在香港還開設了葡萄酒課程。

對話葡萄酒大師

記者: 近幾年, 中國興起了一股紅酒熱潮, 品酒活動和紅酒消費在不少城市發展起來, 你覺得目前中國的紅酒行業處於什麼狀態?

Jeannie: 不久前, 我剛剛參加了中國上海的一個紅酒展。看得出來, 中國對舉辦這類活動還不是很有經驗, 品酒師的水平參差不齊, 一些品酒師並不是很有經驗。

不過, 毫無疑問, 中國包括香港在內的紅酒市場發展非常快, 近幾年都保持著超過10%的增長率。富裕人群和年輕一代是這股增長勢力的動力來源。但同時, 目前中國紅酒消費的90%都是中國本土紅酒, 比如Great Wall, Dynasty等品牌。歐洲、澳洲等地區的紅酒品牌在中國仍在逐步發展之中。

我感覺, 現在中國市場上, 紅酒的需求很大, 供應顯得相對不足——這可能是紅酒公司的一種市場策略。因此, 市場仍有發展空間。

記者: 中國的紅酒熱潮和整個亞洲地區的紅酒熱潮是同步的, 有調查顯示, 到2010年亞洲的葡萄酒消費量將上升46%。

但是由於文化和飲食傳統的差異, 中國人以及亞洲人對於紅酒總是顯得外行, 西方紅酒商和中國人喝紅酒, 要培育這個市場, 您覺得呢?

Jeannie: 我的觀點完全相反! 我不認為亞洲消費者有必要接收所謂西方的“紅酒教育”。亞洲人的

食品和飲食傳統非常美妙, 我的觀點是: “Food come first, Wine comes second”。紅酒的引入不可能改變我們的飲食, 反而是紅酒要尋找到方式來適應亞洲食品以及亞洲飲食文化。

我前不久完成的書作《Asian Palate》(亞洲味覺)的主題是探討紅酒和亞洲食品的搭配方式。而我開始寫的第二本書, 是探討用亞洲人熟悉的語言來解釋紅酒的味道和感覺。比如, 西方人描述某種紅酒時, 總是說“像什麼味道和什麼味道的組合”, 西方人使用的形容是亞洲人不熟悉的。我希望能用亞洲人瞭解的味道, 比如辣椒、咖喱、香料等, 來形容紅酒, 這樣亞洲人能夠理解關於紅酒的描述。

記者: 也就是說, 有一天, 亞洲人會坐在一起聊紅酒, 用他們自己的語言, 而西方人會完全聽不懂他們在說什麼!

Jeannie: 就是這樣。亞洲消費者不需要被“教育”去懂紅酒, 他們只需要自己親身體驗, 他們知道自己喜歡什麼, 不喜歡什麼。

記者: 您認為中國本土的紅酒的品質如何?

Jeannie: 這次我來阿德萊德, 專門帶了瓶中國產的紅酒, 在香港買到的, 700元人民幣, 是“特別典藏”版。帶過來後, 請這裏的品酒師們品嘗, 問問大家的評價如何。大家共同的想法是: 品質很好, 但是價格偏高了。



走近Royal Adelaide Wine Show

這是澳大利亞最顯赫的葡萄酒展之一。參展的紅酒將接受專業品酒師的鑒賞。品酒師都是volunteer, 他們樂於參加這類活動增加對紅酒的認識和與同行溝通。

品酒師們在4天時間裏對所有的參展紅酒進行品鑒。為了進行一場公平和高水平的鑒賞, 紅酒將被分為不同的類別, 比如: Aromatic Style, Blends, Varietal Classes, Brandy等等。

品酒師分成小組對每一類紅酒進行品嘗, 並寫下對每一種紅酒的評分和意見, 然後由品酒師主席收集所有的評分, 進行審查, 並決定出最後的獲獎名單。每一類紅酒的金獎提名者

(Gold Medal)會接受最後審定並確定最終的獲獎資格。每年, Royal Adelaide Wine Show產生出的重要獎項包括: “Adelaide Trophy for Most Outstanding Red or White Wine in Show”, “The Max Schubert Trophy for Best Red Wine in Show”, “the Gramp, Hardy, Hill Smith Prize for Outstanding Wine of Provenance”等獎項。

Provenance獎項以前僅限於評選南澳的紅酒製造商, 但是從今年開始, 展覽決定將此獎項推廣為全澳洲的評選。今年獲獎制酒商將獲得由頂尖廣告公司Clemenger BDO提供的價值1萬澳元的廣告推廣“禮包”。

