



Chateau Margaux 1999 (前)
Chateau Margaux Pavillon Rouge 2003 (後)

CHATEAU MARGAUX 正式進駐亞洲

對於Chateau Margaux (瑪歌酒莊) 所出產的葡萄酒，色澤、香氣、味道都接近完美，很難找到不愛的理由，若你真的不愛，只因你不是葡萄酒的粉絲。若真是挑剔的話，我想是，喝過瑪歌之後，對酒的要求高了，之後再喝別的，就不容易滿足了。

身為法國五大酒莊之一的瑪歌酒莊，建於十二世紀，歷史悠久，其莊園已經被列入歷史遺產，是法國國家級博物館。擁有這樣的背景故事，加上1855年開始就掛上「頂級酒莊」這金漆招牌，其實根本就不用再作任何宣傳，客人自然會找上門，但瑪歌就偏偏在上年八月於香港開設辦事處，作為進入亞洲市場的第一落腳點，這也是酒莊成立四百多年以來，首次在法國以外地區設立辦事處。

在香港成立基地，當然是看中香港和中國的密切關係，要知道中國人對法國頂級紅酒趨之若鶩，近數年瑪歌的出品，有三成流入中國，在去年超越了日本，成為他們最大的市場。酒莊總經理及首席釀酒師Paul Pontalier稱，開設亞洲辦事處不只是向中國人宣傳瑪歌，而是進一步了解中國人的飲酒文化：「不容否定，中國是目前世界上最重要新興市場，對葡萄酒的消費力也十分強勁。這對於瑪

歌以及所有法國葡萄酒商來說是個難得的生意機會。不過遺憾的是，相對於歐美和日本等其它市場，我們太不了解中國。所以設立海外辦事處的目的，是讓我們好好的去了解這龐大市場和當中國人民的生活習慣。」作為酒莊首位駐海外代表，Paul派出自己的兒子Thibault擔當這個重要崗位。來港之前，他先學了普通話，方便以中文與顧客溝通，而且更在港邊做邊學廣東話及本地生活細節和文化習俗，單看他與一眾傳媒於鋪記晚飯時，用筷子用的不錯，就知道他的誠意可嘉。自辦事處成立以來，Thibault已經親自穿梭中國大江南北十多個城市，見見分銷商、搞搞試酒會，向大眾簡介酒莊的釀酒哲學。

在這半年間，Thibault對中國飲酒文化最大的了解，就是對酒的需求，比他想像的更多：「中國人在用餐前、用餐中及用餐後，都會喝酒，特別是紅酒，而且喝得很多，但對酒跟中國菜的pairing就仍未有太深入的研究，我認為美酒跟美食是絕對分不開，既然中國菜式五花八門，又有源遠流長的歷史，當中總會找到跟瑪歌配合得天衣無縫的菜餚。」Thibault亦對瑪歌在中國酒迷心目中的高評價感到興奮，但他也明白有四百多年歷史的瑪歌，未必能夠完全滿足所有人：「每個人對瑪歌都有不同意見，這幾個月來我收



Paul (右) & Thibault (左) Pontalier

到的意見由口味、香氣，甚至包裝都有，當然，把酒調得甜一點，易入口一點，或在包裝招紙上加上中文名稱都可以增加銷量，這些改動都是輕而易舉的，但我們絕不會這樣做，因為愛瑪歌的都會愛品牌背後的傳統，不希望我們有任何的改變。」Paul補充道：「葡萄酒是一門藝術，也是一種生活態度，雖然對藝術的欣賞角度可隨年月改變，每個民族也有不同的生活態度，但凡事總有例外，瑪歌的酒就好比達文西的名畫，或是莫扎特的樂章一樣，是永恆的經典，所以我想我們不應隨便的作出任何改變。」

Thibault帶著瑪歌名釀走遍中國，跟不同知名餐廳、菜館的美食作配對，上月回到香港，就找來星級食肆鋪記來一次「最強對最強」的wine pairing dinner，要知道是瑪歌首次於香港作推廣，Paul找來好朋友、全球

第一位亞裔Master of Wine李志廷 (Jeannie Cho Lee)，負責挑選當晚六道菜式與六款瑪歌美酒的配搭，包括兩款白酒：Pavillon Blanc 2009配點心頭盤，Pavillon Blanc 1988配玻璃蝦球；Second wine就有Pavillon Rouge 2003配金牌燒鵝及Pavillon Rouge 1989配荔枝香酥鴨；而Chateau Margaux 1999及1989這兩年份的Vintage wine則分別配松子雲霧肉及北菇牛爽腩。

近乎完美的酒，配以全港最頂級的粵菜，整個晚宴沒有一點缺憾，全晚較多朋友喜歡的，該是Chateau Margaux 1999跟松子雲霧肉這一個配搭，腩肉燜得稔而富質感，加上香濃雲霧茶的茶香，跟1999年瑪歌實在配合。Jeannie稱茶葉的香氣充分帶出酒香，肉汁鮮味與細滑如絲的單寧，兩者質感相當匹配。