



葡萄酒、烈酒、啤酒到底谁最流行?

根据澳大利亚阿德莱德大学 Kym Anderson 教授发布的研究报告,葡萄酒、烈酒以及啤酒的全球消费比例在过去半个世纪的时间里变化巨大。

★全球葡萄酒、啤酒及烈酒消费所占所有酒类消费比例变化
烈酒在全球范围内的受欢迎程度持续高涨,虽然从1980年代到2000年左右的20多年时间里有所起伏,但是烈酒的消费占比在2006年后突然加速增大,到2010年全球所有酒类消费里烈酒所占的比例已经超过50%了。

而葡萄酒在这几十年时间里则一直“衰退”,其在全球酒类消费里面的占比从1960年代的35%左右一直下降到2014年的12.7%。

啤酒的占比则相对起伏较大——从1960年代到2006年之间,啤酒的受欢迎程度一直有增无减,2006年时啤酒的消费占比达到最高峰的41%。不过,在那之后全世界的消费者却突然对啤酒失去了兴趣,2010年时啤酒的消费占比下降到37%左右。

★烈酒、啤酒为何突然大受欢迎?
啤酒消费在1980年代突然爆炸式增长,主要来自美国精酿啤酒在美国及世界市场的大受欢迎。从1985年到1997年之间,以小量化、独立性作为卖点的美国精酿啤酒平均每年的增长都在20%以上,其中1987年的增长率更是高达100%!

而烈酒的突然“发力”,在时间上则集中在2006-2010年的短短几年之间,其主要推动力来自部分精品伏特加(Vodka)、威士忌(Whisky)和琴酒(Gin)等品类的发展。与啤酒类似,这些在市场上大放异彩的烈酒,大多数都是标榜精酿、个性、产量较小的产品,但它们对整个市场的推动起着重要的作用。

★葡萄酒为何“失宠”?
实际上,如果从总消费量的角度来看,得益于全球范围内饮酒人口的增加,葡萄酒的消费相比1960年代依然有所增加,不过增长幅度仅仅为8.2%。

葡萄酒的“失宠”,主要体现在人均消费量的大幅下滑。从1960年到现在,全球人均葡萄酒消费量减少了54%之多,而在这期间所有酒类饮品的人均消费量实际上上涨了199%!此消彼长的情况下,葡萄酒的消费占比自然不断下降了。

★中、美两国葡萄酒消费持续上升
与所谓的“成熟市场”相反,中国的葡萄酒市场则正在迈向繁荣。从2007年到2017年的十年时间里,中国的葡萄酒消费量占全球葡萄酒消费总量的比例不断上升,从2007年的2%一直上升到2017年的7%。同时,中国的人均葡萄酒消费量仍然非常低,业界预测还有很大的增长空间。

从增长幅度来看,美国的葡萄酒消费发展相比中国则并不显眼。从2007年到2017年,美国的葡萄酒消费量占全球葡萄酒消费总量的比例从12%上涨到14%,但对于美国这样一个相对成熟的市场来说,小幅的增长已经出乎许多人的意料。

而根据IWSR的今年1月的最新数据,美国酒类市场在去年已经连续第三年下滑,主要原因就是啤酒销售的疲软;不过,美国市场的葡萄酒销售却已经连续24年录得增长,去年更是增加了1000家酒厂。尽管啤酒目前依然是美国人消费最多的酒品,但葡萄酒的受欢迎程度与日俱增,葡萄酒消费也正在蚕食啤酒的市场份额。

有诗集《与梅对视》(五十年) 作家协会会员,在各类各级媒体发表文章多篇,出版 充市嘉陵区供销社,中国科普作家协会会员,四川省 江山,本名蒋川龙,现供职于四川省 作家协会会员,在各类各级媒体发表文章多篇,出版 充市嘉陵区供销社,中国科普作家协会会员,四川省 江山,本名蒋川龙,现供职于四川省

周君,多次参加全国书法展 作中心主任,曾任攀枝花市、都江堰 作,1998年担任四川省电视台、江 江堰市电视台从事记者、编导等工 枝花报社、电视台、四川省电视台、都 员、四川视协常务理事。先后在攀 黄正和 中国电视艺术家协会

懂你 ——酒诗系列之一百三十四
懂你,就如春天播种,就如夏天生长,就如秋天收割,就如冬天品尝。
懂你,恰似大地花开,恰似高山仰止,恰似江河奔流,恰似蓝天白云。
懂你,就如多情双眸,恰似温柔怀抱,就如狂奔脚步,恰似香甜亲吻。

当贵腐酒遇上中式甜点

徐菲远 / 编译

多数西方甜点通常在餐后享用,而中式甜点则会在用餐中间随时出现或作为零食来享用。搭配中式甜点的理想葡萄酒要带有一定的酸度,以衬托点心的甜味,同时还应带有适宜的甜度,以抵消糕点的沉闷感或谷类的粘腻感。虽然许多甜酒都能做到这一点,但最适合的或许是贵腐酒,特别是无与伦比的苏玳(Sauternes)和托卡伊(Tokaji)甜酒。

苏玳产区

苏玳位于波尔多左岸的南部地区,是世界上为数不多的能够生产贵腐葡萄酒的产区之一。在这里,在多种因素的共同作用下,葡萄受到一种名为“Botrytis Cinerea”有益真菌的影响,这种菌被亲切地称为“贵腐”。实际上,这种听起来令人作呕的真菌在酿造一些世界上最好的甜葡萄酒中起着至关重要的作用。

像波尔多大多数地区一样,苏玳产区也享有海洋性气候,两条河流直达这里并在此交汇。苏玳位于加龙河(Garonne)左岸的锡龙河(Ciron)河岸,其中锡龙河的水温低于加龙河,在温暖干燥的秋季,两河的温差使产生的水汽变成雾气,早上潮湿多雾,有利于贵腐菌滋生蔓延,下午温暖干燥,能抑制贵腐菌生长,并使甜度和风味物质得到积累,从而培育出优质的贵腐葡萄,酿出顶级的贵腐酒。

最容易感染贵腐菌的品种是赛美蓉(Semillon),因此毫不奇怪,这种白葡萄是苏玳混酿的最大贡献者。长相思(Sauvignon Blanc)起到了重要的辅助作用,有时会少量添加甜型品种密斯卡岱(Muscadelle)。这些葡萄经过“高贵的腐烂”,其结果便是带有令人赞叹的杏、桃子和蜂蜜风味的葡萄酒,但仍具有良好的酸度,防止它们过于甜腻。

实际上,直到18世纪,许多苏玳酒庄都认为这种真菌感染的葡萄酒对许多人来说是令人反感的,因此选择了对消费者保密。到18世纪末,苏玳甜酒赢得了包括美国第一任总统乔治·华盛顿在内的世界各地的酒迷的广泛赞誉,华盛顿在品尝了伊甘酒庄(Chateau d'Yquem)的甜酒后首次即订购了50箱。托马



贵腐酒是以感染了“贵腐菌”的葡萄所酿造的甜葡萄酒。贵腐酒具有蜂蜜、杏脯、

蜂蜜和水果的香气,入口甜蜜而不腻,圆润而醇厚,柔滑而优雅,回味芬芳悠长。令人印象深刻的风味加上其对生长环境极高的要求使得此酒身价不菲。另外,贵腐酒靠天吃饭,不是每年都有,需要天时地利人和齐聚才能获得,所以贵腐酒也被称为上帝的恩赐。

斯·杰斐逊(Thomas Jefferson)和本·富兰克林(Ben Franklin)都在法国度过了相当长的时间,众所周知他们也都喜欢这类甜酒。

除了无与伦比的伊甘酒庄(唯一价格高昂的超一级庄)以外,许多优质苏玳葡萄酒的价格都在500-1,500元人民币之间。我强烈推荐特等一级庄克里蒙酒庄(Chateau Climens)、唯依酒庄(Chateau de Rayne Vigneau)、旭金堡酒庄(Chateau Suduiraut),以及二级庄d'Arche, Caillon, Fihot 和 Nairac。像木桐、吉娜斯(Ginestet)这些波尔多大品牌也有不错的苏玳甜酒,来自于苏玳的合约酒庄,价格不那么高,但是品质仍然是不错的。

托卡伊产区

在中国市场上,最被低估和最不了解的伟大葡萄酒是什么?一个很好的答案是托卡伊(Tokaji)。

尽管苏玳可以说是世界上最著名的贵腐酒产区。匈牙利东北部的托卡伊地区比波尔多多的酿酒师早几个世纪就酿制出了托卡伊贵腐甜酒。最近发现了一系列可以追溯到1571

年的托卡伊葡萄酒。在1730年,该地区成为世界上第一个采用葡萄酒分级制度的葡萄酒产区,早于波特酒的分级,并且在波尔多实行分级制度之前已有120多年的历史。

法国国王路易十四称托卡伊为“酒中之王,王室之酒”。贝多芬、舒伯特和施特劳斯等音乐天才都是托卡伊的“粉丝”。如今,托卡伊在匈牙利备受青睐,甚至被写进了国歌。托卡伊贵腐甜酒使用的主要葡萄品种是富尔民特(Furmint),这是一种晚熟的葡萄,容易感染贵腐菌。按重要性自高往低排列,分别是 Harslevelu, Sarga Muskotaly, Koverszolo, Zeta 和 Kabar 这些品种,都可用于混酿。

阿苏(Aszu)和阿苏至宝(Eszencia)是两种必须了解的托卡伊贵腐甜酒风格,阿苏葡萄酒根据残糖从1到6(Puttonyos)进行评级,尤其是浓缩的5(Aszu)和6(Aszu)普通托卡伊葡萄酒,具有诱人的蜜饯杏子、菠萝和荔枝风味,并带有辛辣的生姜和肉豆蔻味道,提供了绝佳的饮用体验。与苏玳甜酒一样,托卡伊贵腐甜酒的酸度有助于平衡,并防止味蕾过多地感受到甜味。

阿苏至宝非常特别,甚至比6(Aszu)的阿苏甜度更高,是用自流汁酿造的极甜酒款,需要花数年来发酵,数年后其酒精度仍然很低,

富含蜂蜜和蜜饯水果风味。在上海能看到的托卡伊葡萄酒来自 Oremus, Chateau Pajzos, Doboago 和 Royal Tokaji 等酒庄。

令人愉悦的搭配

希望借助上述两种世界上最甜葡萄酒的特点,并通过它们与中式甜点完美搭配,使您爱上贵腐甜酒。但是,究竟哪种中国甜点最适合这种贵腐酒呢?

雷沙元,一种用红豆粉涂层的汤圆,是上海的经典佳肴。当与苏玳葡萄酒一起享用时,这些美味的食物就达到了新的风味高度,因为葡萄酒的丰富果味增加了风味的复杂度,而酸度则有助于消化。同样地,深受喜爱的松子仁蛋糕的味道也与苏玳甜酒的多层次精致味道相得益彰。广式杏仁豆腐是深受欢迎的一种中式甜品,同样也会得益于贵腐酒的甜美而清新的风味。搭配这道甜品,我建议您使用3或4个(Aszu)的托卡伊,因为这些酒体较轻的甜酒粘度较低,不会压倒豆腐的细腻质地和浓稠度。对于较浓郁的甜品,比如经典的广式蛋挞,可搭配6个(Aszu)的托卡伊,葡萄酒的新鲜口感与蛋挞的浓郁香甜形成鲜明的对比,同时又相互衬托。

昆曲中的江南酒文化

中国人酒文化历史悠久,从竹林七贤纵酒狂歌,到“天子呼来不上船”的诗仙李白,“今宵酒醒何处”的柳永,“又把桃花换酒钱”的江南才子唐寅等,都使“酒”脱离了本意而具有了雅文化的疏狂傲世的内涵。明清时期的江南审美生活是中国历史上最为精致的古典生活方式之一。“越名教而任自然”,这种气质和风度同样也体现在滋生于江南的昆曲艺术之中。

明清昆曲文本中,关于酒、酒具、酒令、饮酒环境及礼仪等的描写,展现了江南酒文化的特点及文化内涵,折射出明清商品经济下市井繁荣和精致的文人生活。酒蕴含着看透世事变幻后悠然处之,享受人生此在、及时行乐的人生观和艺术观。

明清江南瓷器、玉器手工艺发展,饮酒器具更加精良,美轮美奂。明初苏州“沈万三富敌国,家有玛瑙酒壶,中有葡萄一枝如画”,“玛瑙壶倾酒百盏”。明何良俊曾往嘉兴访一友人,“见其家设客,用银水火炉,金滴露。是日客有二十余人,每客皆金台盘一副,是双螭虎大金杯,每副约有十五六两”,不由感慨说:“此其富可甲于江南,而奢侈之极,几于不逊矣。”到明万历年间,酒器的奢华更日甚一日,“及今士庶之家,初登仕版,即购犀玉酒器以华宾筵,……且以象箸玉杯为常,是古奢淫之主所不敢轻用者,而今寒素之士所不肯深惜也”。

饮酒器具有时会作为情节中重要道具出



现在昆曲中。《牡丹亭》通过梦境把素昧平生的两个人连接在一起,而《秣陵春》则通过酒杯及杯中影,联系起素昧平生的两个人,引发一段相思。剧本构思玄妙,洋溢着浓厚的浪漫主义色彩。第九出《杯影》中,展娘饮的是洪梁美酒,“缥青香若下,玉醴泛宜城。”(若下酒,宜城酒皆指美酒)用的是徐适留下的白玉杯,杯在匣中,展娘拿出杯子摩挲赞叹,由玉润光洁的杯子,联想到养在深闺的自己,不仅怀春自怜,左思右想,把盏沉吟,“向酒杯中瞥眼,羞见粉郎招。”细腻地描摹了展娘惊喜交加的心态。伴随饮酒之风的则有掷色、投壶、行酒令之类劝酒、助兴游戏。虽掷色、猜拳等劝酒之举极为流行,但一些文人不屑为之。清黄周星《酒政当言》中,提出饮酒要“合欢”和“合礼”,反对“弃礼而从野,舍欢而觅愁”,为此提出三戒:“戒苛令”、“戒说酒底字”、“戒拳哄”。明清文人酒宴上的酒令,不仅是有助酒兴的工具,更是文化的产物。如《红楼梦》中

多次提到妙趣横生的牙牌令、诗令等。叶子为明代盛行的一种酒令,“凡士人宴会,闺房杂聚,与夫歌台舞榭之间,酒坛博馆之下,盛行叶子。举糟粕,象戏之乐,无以加于此矣。”明徐复祚《三家村老委谈》说到:“今昆山纸牌,必一一缀以宋江诸人名”。明末浙江画家陈洪曾制一种,其法为选《水浒传》人物四十人,绘制成酒牌四十张,牌上注明饮法,行令时依牌所标饮酒。这些酒令游戏富含文化气息,既活跃了气氛,又避免了酒筵中种种粗俗的劝酒习俗,符合士大夫文人饮酒追求的雅趣。

明人提到饮酒佐欢的用具:“瓶榭、高低壶觥、筹骰子、古鼎、昆山纸牌、羯鼓、女童、女侍史、鸂鶒枕、茶具(以俟渴者)、吴笺、宋砚、佳墨(以俟诗赋者)。”体现了文人注重饮酒雅趣,将饮酒视为恬逸闲适之生活情趣一个组成部分。《三元记》第七出《钱行》中,在送别的长亭,“绿杨枝上啼春鸟,绛桃花底蜂飞。”吟诗饮酒,要求各报角色,“赞得好者免罚,赞得不好者罚酒三杯。”反映了当时文人行雅令不良的社会风气,同时也诙谐的讽刺了当时的不良世风。

《昆剧表演一得》记载了舞台表演中夫妇二人饮酒的表情、科白等设计,虽然是夫妻小酌,也是相敬如宾。舞台上拱手、退步、作揖、遮袖饮等饮酒动作和礼仪来自生活中的礼仪,同时也显现了人物所处的安逸环境和心定气闲的情绪。

(据中国酒业协会 CADA)

正和专栏 酒中书味 97
The taste of book in liquor
市书协理事,多次参加全国书法展 作中心主任,曾任攀枝花市、都江堰 作,1998年担任四川省电视台、江 江堰市电视台从事记者、编导等工 枝花报社、电视台、四川省电视台、都 员、四川视协常务理事。先后在攀 黄正和 中国电视艺术家协会
笑星竟然来
色佳对酒赠故人
杯中惊名去