

普及红酒文化 争取国际话语权

中国要建自己的红酒评级体系

随着消费水平的提升，进口红酒日趋普及，相应地市场上也出现以次充好、假冒伪劣等现象。本次周二沙龙，我们邀请了酒业业内人士，在宁波法诗图红酒艺术家对宁波进口红酒市场的现状进行了探讨、分析，并对红酒业的未来发展作预测和展望。

进口红酒暴利时代一去不复返

与会业内人士认为，经过10多年的发展和普及，宁波的进口红酒市场已经日趋规范。

宁波江东浦根贸易有限公司总经理胡国荣，是较早从事红酒贸易的经营者之一。胡国荣告诉记者，1997年前后，市场出现一波进口红酒的高潮。那时候，喝进口红酒一度成为时尚，“进口红酒”也成为高档的代名词，由此催生了一大批进口代理商。“那时候，在国外超

市卖几美元一瓶的红酒在国内可以卖到几百元人民币。”

胡国荣介绍，虽然那个时候钱很好赚，但是后来由于各种“谣传”，进口红酒声誉一落千丈，消费者敬而远之。当时有一则谣传称“很多进口红酒是用公牛血勾兑的，喝了对人体有害。”由于市场不透明，信息不对称，让很多国人深信不疑，从而对进口红酒市场造成了巨大冲击。

直到2010年左右，随着电商的兴起，资讯和物流更加发达，进口红酒又迎来了春天。那个时候，只要搭上“拉菲”二字，进口红酒就能卖得火爆。“什么拉菲庄园、拉菲古堡等，价格也是高得离谱，动辄上千元。”胡国荣认为，和第一次的高潮不同，这次进口红酒的高潮主要是傍名牌。当时国内代理商普遍存在诸如“换标签”等违规行为。

2013年以后，随着网络的进一步发达，信息透明程度进一步加深，同时越来越多的国人走出国门，实地了解国外红酒的生产和流通过程。“现在消费者不再盲目购买，而是根据自己的喜好来选择进口红酒，这其实对于进口商和代理商也提出了更高的要求。”大家一致认为，进口红酒的暴利时代已经过去了，只有不断提供高性价比的红酒，才能市场上立足。

红酒更多地体现了文化

上海法诗图酒业发展有限公司总经理庄毓仁认为，红酒更多地体现了一种文化。目前业界普遍把红酒分为“新世界”和“旧世界”两大类。所谓“旧世界”就是以传统的法国、意大利和西班牙等欧洲国家出品的葡萄酒为代表，而“新世界”则包括了北美、南美以及大洋洲等新兴地区生产的葡萄酒。从这个意义上说，国产的红酒也可以看做是

“新世界”的一个代表。

业内人士认为，所谓新旧世界之分只是一种基于历史传统的划分，并不代表品质的好坏。红酒的品质主要还是和产地、葡萄的年份以及酿造工艺有关。法诗图酒业在意大利有自己的酒庄，在阿布鲁佐的核心地区拥有8000公顷专有土地种植高品质的葡萄用作酿酒原料，主要做中高端的进口红酒，力争创立适合国人口味的

红酒品牌。

在沙龙上，专业的品酒师还就红酒的储藏、运输、饮用、搭配等进行了专业演示和讲解，让更多的人能够通过不同红酒的种类，了解其背后蕴藏的文化含义，让国人在消费红酒的过程中，得到更多的乐趣和享受。

“其实通过红酒的消费，可以带动很多相关的产业和消费。比如最近开始流行的西班牙火腿，就

非常适合搭配特定的红酒。通过红酒，让更多的西方饮食文化进入中国市场。”庄毓仁认为，很多人在对红酒有了深入了解后，还会想着去红酒的原产地看看走走，这也间接促进了当地旅游业的发展。目前，不少红酒原产地正在积极推广，希望通过红酒背后的文化因素，促进当地各种相关产业的发展，国外非常看好中国这个巨大的市场。

需要制定自己的评级体系

目前，宁波保税区有大量的进口红酒，加上电商渠道和跨境购等方式，进入市场的进口红酒数量巨大，宁波作为区域性集散中心，辐射周边地区。目前宁波市场上各种层级和品质的进口红酒应有尽有，消费者选择充分。

与会业内人士认为，现在的进口红酒市场仍处于上升阶段，市场潜力很大。上海泰瑞酒文化传播有限公司国内事务经理周

红人，作为国内最早一批从事进口红酒代理销售的从业人员，他想得更为长远。周红人认为，随着国内红酒市场的不断扩大和发展，以及国产红酒品质的不断提升，完全有必要在全球市场掌握更多话语权和主动权。

“目前，高端的红酒基本上还是被欧美市场所垄断。他们拥有一整套完整的评级体系。比如所谓的日内瓦金奖、布鲁塞尔

金奖等，作为普通消费者很难了解其中的奥秘和内涵，容易被误导。而且国外的评级体系也并不一定适合国内市场。红酒的口感因人而异，并不是价格高的就一定好，还是要根据不同人群进行细分市场的打造。”周红人认为，中国地大物博，不同的饮食习惯和菜品体系决定了人群口感的多样性。所以有必要在尊重西方文化传统的基础上，探讨一

套中国特色的评级体系。据了解，在不久前成都举行的全国烟酒大会上，有关部门正在联合业内专家，探讨建立中国自己的红酒评级体系。

“中国市场巨大，应该拥有更大的发言权。等到这个体系成熟了，正式推出之后，中国人就可以以此为标准选择适合自己口味的红酒。让外国的酒庄也随之发生改变，这也体现了中国市场巨大的影响力。”

宁波红酒经营者要抱团诚信

宁波法诗图酒业发展有限公司董事长朱旭东认为，宁波地区目前的红酒市场还存在不少乱象，缺乏具有行业标杆性质的龙头企业。这就需要相关从业人员

积极应对，共同规范进口红酒市场。一方面要开展红酒品鉴会这样的沙龙活动，让更多市民参与，普及红酒知识，培养他们的消费习惯，培育红酒文化。另一方面

要讲究诚信经营，让更多有实力有信誉的红酒经营企业能够占据更多市场份额和主导话语权。在目前的市场状况下，抱团发展是一个可行的做法。在市

场发展到成熟的时候，要适时建立相关的行业协会，通过行业自律的行为来规范整个市场，以诚信经营来获取市场的认可和消费者的青睐。



近日，海曙区30多位旗袍爱好者齐聚启运广场内的旗袍协会会所，学习旗袍盘扣制作技巧。宁波旗袍制作专家张秋儿认真传授了旗袍基本裁剪和盘扣制作知识。这是海曙区民企光彩慈善行No.8站暨传统文化传承系列活动之一。

通讯员 潘蕾 摄

宁海现代家居市场开展党员“三亮”活动

近日，在宁海现代家居市场经营的鄂志官、王耀华等12名中共党员在各自店铺显要位置纷纷亮出“共产党员经营户”的牌匾，公开向社会承诺，做到诚信守信、文明经营，让消费者买得称心、买得放心，真正让消费者得实惠，以实际行动树立良好的党员形象。这是宁海现代家居市场党支部开展“两学一做”活动以来，在全市场党员经营户中开展“三亮”活动的一个缩影。

宁海现代家居市场党支部成立以来，结合市场经营户实际，在全

体党员中开展了“两学一做”和“党员经营户先锋指数”考评等系列活动，实行党员经营户“亮身份、亮承诺、亮服务”的“三亮”服务活动，自觉接受社会监督，为消费者提供优质服务。同时，该支部还成立了党员经营户志愿服务队，发挥党员的先锋模范作用。目前这支党员志愿服务队伍，已成为该市场安全经营的宣传员，解决消费纠纷的调解员，协助市场秩序的管理员。

通讯员 何丽娜
吕茂根 刘琪

现代商城与工商职技院建立校企结对关系

近日，现代商城商圈党总支与浙江工商职业技术学院机关第五支部建立校企结对关系，今后在发挥党建共建优势，推进党建工作、优秀人才培养、共建实训基地、职业技能培训等方面共谋互促，使党建成为红色驱动引擎，助推企业和学校和合共融，为鄞州发展共谱和

谐乐章。近年来现代商城商圈在打造全省五星级市场、全国优秀家装市场、企业文化等方面取得了丰硕的成果。今年该公司更是以创建省级先进基层党组织为目标，进一步强化企业党建工作。

通讯员 何丽娜
吕茂根 刘琪

天安公司朱佩龙获评“浙江制造”大工匠

近日，由浙江制造品牌建设促进会等联合发起的首届寻找“浙江制造”大工匠发布典礼在杭州举行。宁波天安(集团)股份有限公司中压电器研究所的朱佩龙等30位精工强匠上榜。

宁波天安(集团)股份有限公司员工朱佩龙，已获得国家发明专

利10项，参与制订国家和行业标准7项，原创性设计研发的11项新产品产值累计达到12亿元，在国内许多重大工程中如酒泉卫星发射基地、三峡电站、秦山核电站等都有应用的突出成就入选“浙江制造”大工匠。

通讯员 郭杰

●消费小知识

如何鉴别真假红酒

会上，专业的评酒师还为大家介绍了一个如何鉴别真假红酒的小技巧。就是在红酒中加入小苏打(食用碱)，如果酒体发生

变化，颜色变得黑紫色或者蓝黑色，就说明其中含有葡萄汁，如果没有变色或者颜色变化不大，就说明是勾兑酒，其中的葡萄

汁含量很少。原因在于葡萄汁中含有花色苷，而花色苷遇到碱就会发生化学反应，就会变成黑紫色或者蓝黑色。当然，这种方法

只能用来判定酒体中是否含有葡萄汁，而不能作为品质好坏的判定。

记者 毛雷君
通讯员 叶建平 何重