

搭建葡萄酒文化桥梁

“任何人都有权欣赏美酒，我的任务就是用专业却又通俗易懂的语言，建立一座连接消费者与葡萄酒的桥梁，让每一个人都能与各国葡萄美酒来一场痛快的交流，让更多人过上更有品质的生活，这也是我和同事们一直以来奋斗的动力与愿景！”

杨耕南作为中国最大的葡萄酒进口商之一——建发酒业的专业葡萄酒培训师，最近定期在建发酒业各地开设的醇醉酒窖举办的主题为“舌尖上的环球之旅”系列葡萄酒文化知识讲座，吸引了大批来自北京、天津等华北地区的葡萄酒爱好者到北京醇醉酒窖聆听。

葡萄酒是有生命的

所谓“投我以木瓜，报之以琼琚”，就是人们与美酒相恋的最好形容：如果你倾注心血，用心沟通，就会听到来自她心灵深处的美丽独白！

因一场异国情愫而意外坠入葡萄酒爱河的杨耕南，有着痴狂的葡萄酒情结。在他眼里，葡萄酒是有生命的，从开瓶初期的稚嫩羞涩，到苏醒时分的妩媚可人，再到成熟之际的奔放艳美，直至年迈岁月的醇厚沧桑，每一瓶美酒都经历着犹如人生岁月的起起伏伏。葡萄酒在生命的每个时期都绽放着属于自己的那份精彩，得意时，自若泰然不张不扬；低落时，收拢锋芒暗自修身养性。恰似生活里的种种际遇磨砺，内心境遇不同，口中的葡萄酒也是大相径庭，经历了人世浮华，无论品尝老世界，还是新世界，都余韵回环，酸甜各有一番境界可循。

品酒师拼的是意志与激情

杨耕南曾在英国WSET高级品酒师认证考试中取得了理论和盲品双优秀的



分数，总成绩在所有考生中排名第一。当问到成功秘诀时，他表示作为品酒师，需要的是顽强的意志与炽热的激情。以备战考试为例，短短不到两个月的时间，要读完300多页全英文书籍，记住一串串的葡萄酒术语，对十多个国家、100多个葡萄酒产区、上千个葡萄酒知识点都要做到烂熟于心。每天的复习生活，都是用意志同遗忘做斗争。做到这些，仅仅是第一步，成为优秀的品酒师最重要的莫过于投身实践，大量品尝各国葡萄酒，真正做到理论与实践相结合！

每每酒会，他总是第一个来到现场，最后一个离去，经常一站就是一天。酒会期间，常常是来宾三五成群，谈笑风生，而他则忘我地流连于酒的世界。“我喜欢和每一款酒对话，捕捉她们活泼善变的性格”，杨耕南笑着说，“每天忘情于酒的知

识海洋，连吃饭、走路都在自言自语，甚至做梦时眼前出现的都是葡萄酒地图。”难怪在一次演艺界私人酒会上，香港著名导演杜琪峰称赞他为“血液中淌着葡萄酒的男人”。

人人都有权欣赏美酒

谈到自己目前取得的成绩，除了无比的毅力和长时间的坚持，杨耕南认为最重要的是有良师的指点和贵人的帮助。他自己认为在攀登葡萄酒高峰的过程中，付出了大量时间和金钱，也感受到了颇大的压力，但是因为得到徐伟等业界知名老师的悉心指导和建发酒业杨文华总经理的不断鼓励与支持，才能顺利跨过每一个难关。

杨耕南认为现今在中国内地，需要更多不同地区不同种类的葡萄酒资讯，

目光不应局限于一个传统葡萄酒产区。这似乎跟“萝卜白菜，各有所爱”的道理一样，中国本身地大物博，各个地域的人们的味蕾自然天差地别，从东北人的直爽率性、西北人的粗犷豪放到川湘地区的泼辣爽快……大家对葡萄酒的选择与鉴赏也暗合了这样的道理，比如何种场合搭配怎样类型的菜肴，如此菜肴又应该与哪种口味的葡萄酒相得益彰，都是有讲究的。老世界的醇厚深远、新世界的直接年轻，完全由你的喜好所定，“尽信书不如无书”以及不盲从的道理也适用于葡萄酒学习领域。杨耕南说：“世界各地的葡萄酒千变万化，各有不同的风味与风格，希望大家多做尝试，保持对葡萄酒的热情，您便会有更多有趣的收获！”

北京商报记者 丛晓燕/文 建发酒业/供图

酒论当世

中国卖家初出“江湖”(五)



独立酒评人 朱立农

为什么中国各大拍卖行对葡萄酒拍卖要么根本不去触及，要么热情转瞬即逝？为什么佳士得和苏富比在香港进行着轰轰烈烈的葡萄酒拍卖，在国内却悄无声息？归根结底就是拍卖业绩无法提起拍卖行的兴趣。那么，为什么中国内地的买家，宁愿到境外进行疯狂竞拍，对家门口的拍卖反而兴致不高？根据笔者的分析，主要原因有以下几点：

第一，中国内地进行葡萄酒拍卖的拍卖行，都

是进入这个领域不久。如北京保利、广州华艺、上海国拍等，虽然有较长的书画等艺术品的拍卖经验，对于葡萄酒却是刚入门，大部分拍卖行甚至没有专门的名酒部；ASC虽然具有丰富的葡萄酒专业知识和资源，拍卖对它来说却是个全新的领域。葡萄酒拍卖要求拍卖行不仅具有精深的专业知识和丰富的拍卖经验，还需要有葡萄酒界公认的专家，让人对他推荐的葡萄酒有绝对的信任感。佳士得和苏富比能够在葡萄酒拍卖中占据领先地位，就是因为有了迈克尔·布罗德本特、施慧娜等葡萄酒大师的存在。而在中国的葡萄酒拍卖行中，这样的领军人物还未出现。

第二，进口关税仍然

是中国葡萄酒拍卖的一个阻碍。虽然从2004年开始，中国的葡萄酒进口关税从65%骤降至14%，从而导致国外葡萄酒大量涌入中国，每年递增极为迅速，但是作为拍卖的葡萄酒，因其价值高，14%的关税，加上17%增值税和10%消费税，总共需缴纳40%以上的进口税，这对于竞拍者来说，无疑增加了不少开支。而香港作为免税天堂，可以为竞拍者省下不少的税费，故吸引了大部分的内地人到香港参加拍卖会。

第三，葡萄酒是种有生命的奢侈品，它对于储存、运输等有着严格的要求。佳士得、苏富比、萨奇斯、AMC等，对这些方面都严格把关，有专门的部门确保拍卖的产品得到最

合适的储存和运输条件。国内各大拍卖行也许也有做到这些的，但是让竞拍者们相信一个连名酒部都没有的拍卖行能做到这么细致和专业，也许会比较困难吧。

第四，最重要的一点，是对拍卖葡萄酒的真伪鉴别和质量评估。葡萄酒是个很特殊的商品，拍卖行对它的评估，只能在不打开瓶塞的情况下进行。因此，拍卖行必须对产品的来源进行细致调查，包括它的最初来源，经过了几手买卖，每一个拥有过它的人是如何存放这些酒的，等等等等。特别是年份越早的葡萄酒，对它的来源就越要小心谨慎。罗伯特·帕克曾经说过，“这(葡萄酒)是世界上惟一一种产品，你可以一瓶买到成

千上万美元，却没有一张原产地证”。当然，如ASC这样保证只从原酒庄供应，自然是少了很多的麻烦，但是许多真正的稀世佳酿，特别是早年份的葡萄酒，大部分都在私人收藏家的手中，寻找这种稀有产品，对于拍卖行来说，既是诱惑也是挑战。这也是佳士得、苏富比与众不同的地方。即便如此，老马也有失蹄的时候，迈克尔·布罗德本特于1985年拍卖了一瓶据说属于托马斯·杰斐逊的1787年拉菲，此后的20年间，对于此瓶酒的真伪许多人各执己见，赝品的观点最终胜出，迈克尔·布罗德本特也因此不得不黯然离开佳士得名酒部的头位（详见Benjamin Wallace所著The Billionaire's Vinegar）。由

此可见，葡萄酒的真伪鉴别是拍卖前极为重要的准备环节，著名的拍卖行总是要对送拍产品追根究底，确保它是真品。若对产品来源有所怀疑，临时撤拍也是时有发生的事情。出现赝品，对拍卖行的声誉就是一次很大的打击。中国的各大拍卖行，在葡萄酒方面，目前还没有能力获得这样稀有的产品资源，也无法进行如此细致的鉴别。

不管怎样，中国内地既然开始了葡萄酒拍卖，说明还是有一定的市场，毕竟中国的富人阶层人数众多，有钱的地方就有对葡萄酒的喜爱。只是这个市场仍需要各拍卖行慢慢培养，各拍卖行也须努力提高专业水平并扩大影响力。