

郭月：葡萄酒赋予我激情诗意的生活

选择葡萄酒般 丰富的人生

3月的一个午后，我们与郭月如约谈酒。初见这位国内年轻葡萄酒讲师中的翘楚，淡雅从容中让人如沐春风。她娓娓道来的话语显示出一种有如好酒般心态的平衡，向我们讲述着她人生中难忘的一缕缕酒香。她清晰地记得八九岁时就喝到的真正意义上的干红，那种葡萄酒本身的香气和甘醇萦绕着整个童年。每到休息日，她跟随同为酿酒师的父母在葡萄酒厂玩耍，不论是做酒的发酵罐，还是化验室，酒厂的一切都让她司空见惯，在潜移默化中融进了血脉。

说不清是自己主动选择还是被命运选择，是被酒香吸引抑或是被童年玩耍的葡萄园里的藤蔓缠绕，原本立志学医的她决定跟随祖父和父亲的脚步，将葡萄酒作为人生方向。大学毕业后，她远赴澳洲学习葡萄酒酿造硕士课程。最难忘的是自己酿的第一款葡萄酒，那是第二个学期的夏秋之交，在学校的酒厂，郭月和同学一起酿造了一款西拉子



(Shiraz, 同 Syran)。温度、时间，每一个细节都会影响到葡萄酒的风格，于是凌晨4点出发，他们顶着40摄氏度的高温和飞扬的尘土，在葡萄园里采摘到下午。尽管最后酿出的干红葡萄酒精度偏高，但其中凝结着辛勤的劳动，她与同学每人都留了两大箱。

用坚守酿就 优雅从容

二十几岁潜心扎根葡萄酒酿造领域、年届而

立就已在国内葡萄酒培训界声名鹊起。回顾郭月的“品酒师生涯”，你不难发现，就像最好的风土也离不开酿酒人的辛勤劳作，她用十余年坚韧不拔的苦功，成就了今朝在葡萄酒领域的如鱼得水。如同与她结缘、被她珍爱的葡萄酒，付出与坚守终将酿就优雅从容。

硕士毕业后，郭月受聘为澳洲布琅兄弟酒庄的榨季酿酒师。她很珍惜这个难得的机会，收拾行

李坐上长途汽车去了维多利亚州的Milawa。她在几乎24小时无休状态的酒厂坚持着，工作是8小时一班，三班倒，这8个小时中除了每次半小时的吃饭时间，其他时间都在马不停蹄地工作。

郭月被安排在酒厂具有试验性质的“育儿园”车间。即便这样，破碎压榨葡萄、泵送果浆、培养酵母、检测发酵……几乎每一个步骤都需要强大的体力支撑。虽然有时候累得抬不

生命的价值，在于短暂的过程中把握住世界与人生的意义。对郭月而言，与葡萄酒结缘，成就了她充实丰富的人生。在这个浮躁的时代，用葡萄酒浸润心灵的人颇有古人遗风，活得淡雅、温润。她的经历告诉我们，寄兴趣于生活过程的本身而不拘泥于功利的目的，心灵能随之得以舒缓，生活方式能得以提升，更能锻造一种唯美的生活态度和精神趣味。

起胳膊，郭月都一一坚持了下来。

回首曾经的酿酒工作，她体验着阳光、土地和收成带来的喜悦和乐趣，也切身感受到人们与土地的感情，辛苦早已远去，长留心间的是难以磨灭的美好体验。

对国产酒未来 充满信心

葡萄酒是一个个性特殊的载体，有着诸多因素影响着它的品质和表

现，独特的“风土”使之天赋异禀；每一年的葡萄酒都是不可复制的，甚至每一瓶葡萄酒都可能带给人不同的感受，这正是葡萄酒令人着迷的魅力所在。从新世界到老世界，尽管郭月的味蕾遍尝畅游天堂的感觉，但她总是难忘童年品过的那种国产干红的酒香。她也对国产酒在未来报以极大的信心和期望。“其实每个国家最初酿酒喝酒都是从甜葡萄酒开始的，所以老外没理由嘲笑中国人曾经兑着雪碧的喝法。每个国家和产区都走过酿造甜葡萄酒的历程，只追求产量忽视质量的情况也是绝大多数产区都经历过的，所以我对中国葡萄酒业现状一点都不担心，罗马不是一天建成的，行业总会规范的。”

在酿造中体味甘苦和喜悦，感受葡萄酒这种有生命的饮料，就像亲自参与生命的创造过程，郭月期待自己的未来能像祖父郭其昌一样，用一生酿造一段历史，用时光成就大美，也能为民族葡萄酒做出贡献。

北京商报记者 李瀛/文
王悦/摄

CASTEL率先“卡位”

进口葡萄酒业进入结构性增长期

自2012年下半年，进口葡萄酒市场所受的的关注程度陡然升温。“天价酒”热潮的逐步消退，对部分市场乱象的揭露和整治，以及对进口酒是否“挤压”国产酒成长空间的争议，逐步汇聚成对整个进口葡萄酒业发展前景的大讨论。按照当前葡萄酒业的主流看法，进口葡萄酒即将进入“结构性增长”阶段。

这一判断也得到了市场领军企业的高度认同。3月22日，欧洲最大葡萄酒企业法国CASTEL在法国驻华大使馆召开2013年度战略发布会，在为其进入中国市场15周年致庆之余，也宣布将以品牌体系的“立体化”来回应的市场形势和发展机遇。

企业面临 结构性增长大考

中国进口葡萄酒市场在过去一年里发生的变化，突出体现在中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会所提供的最新统



计数据之中：2012年，我国原瓶装葡萄酒进口总量266457千升，同比增长10.4%；进口总额13.8亿美元，同比增长8.1%。

在全球葡萄酒市场受宏观经济形势影响而普遍处于增长停滞的背景下，中国进口葡萄酒市场的这一增长速度仍然是令人瞩目的。但是与此同时，经营进口葡萄酒业

务的企业总数却同比增长达16.9%，使得市场的竞争程度进一步加剧。多年来习惯了“跑马圈地”粗放式增长的进口葡萄酒经营者，面对市场的这种变化难免有茫然之感。中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会秘书长王旭伟认为，“进口葡萄酒走向结构性增长已是大势所趋，这将对市场和所有从业

者的一次考验”。

消费类型 由奢侈转向日常

CASTEL亚太区掌门人毕杜维认为，进口葡萄酒市场的基调仍然是“增长”，只是增长的方式发生了变化：“那些高价值投资或纯粹奢侈消费性质的需求正在回落，而主要面向普通消费者日常生活方式

的产品，从中低端到中高端，不仅消费层次更加丰富，而且市场需求都有不同程度的上扬，市场结构有从哑铃形向金字塔形发展的趋势。”

毕杜维把这种变化的原因归结为消费者日趋“理性”。他们开始根据自己掌握的鉴赏知识，选购自己心仪的产品，进而形成了特定的品牌和口味喜好。这也导致了进口葡萄酒市场秩序的逐步建立，以及表现出品牌集中化的显著趋势。

以品牌“立体化” 应对市场挑战

CASTEL此次对外发布了两项重磅信息：CASTEL驻华分支机构将升格为CASTEL集团葡萄酒业务亚太区域运营中心，原中国区总经理毕杜维升任CASTEL亚太区总裁。同时，在中国市场启动了“那些高价值投资或纯粹奢侈消费性质的需求正在回落，而主要面向普通消费者日常生活方式

毕杜维透露，要以升



格之后的亚太运营中心为依托，与在中国的十大代理商之间建立更密切的合作，加大和消费者的沟通力度。例如与代理商联合开展巡回品鉴活动，共同推进CASTEL产品防伪安全码的普及推广工作等。

王旭伟把CASTEL的品牌“立体化”战略比喻成赛场上运动员的“卡位”策略。“结构性增长改变了市场竞争的方式，从比价格到比产品最后到比品牌。”王旭伟说，“消费者最后会接受一个成熟的品牌布局，而CASTEL率先启动品牌立体化战略，也许在这场赛跑中已经领先了一个身位”。

有业内评论认为，CASTEL选在此时做出如此重大的经营决策，除了展示其对中国市场保有充分信心之外，也显示出这个长期领衔进口葡萄酒业的权重品牌已经率先“卡位”，要在“结构性增长”的新时代里继续扩大其领先优势。

北京商报记者 丛晓燕