

葡萄酒“私人订制”能走多远

左手执量筒,右手握酒瓶,根据自己的喜好,把发酵好的不同品种的葡萄原汁配置在一起……这不是一次化学实验,而是葡萄酒的“私人订制”。一勾一兑中,一瓶世界上独一无二的专属葡萄酒就这样诞生了。ASC精品酒业与专门提供葡萄酒定制服务的法国VINIV公司,面向内地市场联手推出了ASC VINIV酿酒师计划。肇始于美国,兴盛于欧洲,如今,葡萄酒“私人订制”开始试水中国,中国的爱酒人士是否愿意为此买单呢?

定制主打少量高质

“原来葡萄酒爱好者可能需要花费几千万去买一个葡萄园来实现酿制自己酒品的愿望。通过这个项目,葡萄酒爱好者们无需购买酒庄也能酿制属于自己的私人葡萄酒。”据VINIV公司CEO及创始人Stephen BOLGER介绍,VINIV公司共有15个合作葡萄园,客人可以选择自己喜欢的葡萄园和葡萄品种进行混酿。由于该项目背后钟密斯酒业集团(JEAN-MICHEL CAZES)的影响,VINIV的葡萄品种多来自波尔多左右岸的优质葡萄园。其中不乏高品质的列级名庄,例如波尔多的美人鱼酒庄(Chateau Giscours)等。还有一些葡萄园坐落于名庄之畔,拥有几乎相同的地理环境优势。

VINIV,法文寓意为最初的酿酒体验。2009年成立至今,其全球客户已超过400位。“我们的酿酒设备在靛茨伯酒庄(Chateau Lynch-Bages)后面的加工场所。那里

可以每次只做一橡木桶的酒。VINIV技术团队高手云集,世界顶级酿酒师Eric Boissenot也是我们的一员,因此我们擅长制作产量小、品质高的葡萄酒。”Stephen说。

“高端订制”高在何处

乍一听葡萄酒“订制”很多人并不觉得新鲜。直接购买酒庄原酒只制酒标、酒瓶等早已在市场中屡见不鲜。然而VINIV这一项目主打“高端订制”。“无论是从葡萄的品质,还是酿造设备和酿造技术都和世界级酿酒名庄别无二致。通过这个项目,参与者不需要放弃他们的日常工作,就能够酿造出属于自己风格的特制葡萄酒。”Stephen说。在中国,像这样极为精细化的小众体验性服务还并不多见。“高端订制”不完全等同于“高价订制”。真正的高端源于对产品精神层面的追求。无论从葡萄产区及品种的挑选,还是酿造后期酒标的设计流程,均需要委托人的参与和定夺。委托

人在参与的过程中不仅学习了葡萄酒知识,更进一步加深了对葡萄酒酿造的理解。然而目前的“高端订制”价格并不便宜。记者了解到,这一项目中每桶价格最低为7500欧元,以每桶酿造288瓶葡萄酒计算,折合每瓶26欧元,该价格仅为出厂价格,并不包括运输及保险费用。

“私人订制”前景未知

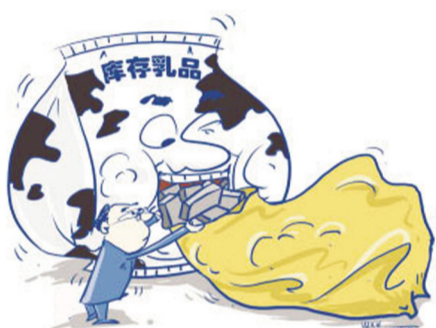
中国葡萄酒市场距离成熟消费还有一段很长的路要走。外加市场中的大洗牌,“私人订制”这一项目会是未来葡萄酒市场的新趋势?还是仅限于小范围影响的产品增值呢?ASC精品酒业副总监洪峰认为,葡萄酒市场并非发展缓慢,市场前景乐观。“三公消费”可能会对高端葡萄酒市场有一定冲击,但却未对真正的葡萄酒爱好者有任何影响。他同时透露,目前为止这个项目在中国内地还属于萌芽阶段,这是一个概念的试水,十分小众。至少目前,ASC不

会进行大规模推广。目标人群主要针对ASC已有客户,当然也不拒绝向往这一项目的新葡萄酒爱好者。

法国JEAN-MICHEL CAZES(钟密斯酒业集团)VINIV项目中国大区经理池清表示:“在亚洲市场反响不错,在波尔多也多少接触过一些中国内地客户,大家对这个项目非常感兴趣,‘高端订制’是涉及一个很细节的‘私人订制’服务,甚至是橡木塞的设计。我们希望VINIV的客人最大程度上参与葡萄酒和定制过程。但如果客人比较忙,无法亲自来波尔多。我们会定期把阶段性成果带给客户,让这一部分客户实现足不出户也可以定制和参与制作自己的葡萄酒。”记者调查发现,大部分葡萄酒爱好者对这一项目较为好奇,但不少人持观望态度。对此,业内人士认为,这一项目的客人还是亲身前往波尔多参与酿造为宜,不然这种“订制”将意义大减,与现在市场中已有的各种“订制”无异。

乳业进入全球产量过剩时期

我们的全球供需模型显示,随着欧盟配额取消、美国牧场盈利能力提高、中国大力投资于规模牧场,全球乳业正在进入一个为期五年的供应增速高于趋势水平的时期(预计2013-2018年年均复合增长2.6%)。我们预计这一增速将轻松超越乳制品消费增速(预计2013-2018年年均复合增长2.0%),自2014年开始每年带来20亿升(或200万吨)过剩供应。在我们的模型中,美国现在取代新西兰成为边际出口国。



大宗商品和原奶价格下跌有利于高端原料产品和品牌公司

在短期反弹之后,我们预计奶粉价格涨势将在2014-2016年放缓,但鉴于饲养体系相关的边际成本上涨,我们认为放缓幅度将较为有限。由此导致的全球原奶出场价下跌将使得行业盈利能力向供应链下游移动,即从牧场和一些标准原料生产商移向附加值原料生产商和消费品牌。利润改善可能也会集中于新兴亚洲市场上的鲜奶和高端营养产品。

通过定量分析框架筛选中期内最有可能提升CROCI的乳业股

我们利用对日常消费品行业的全球竞争力定位框架,推出了特别针对乳业的分析框架,从而寻找最有可能抓住未来几年该行业关键主题的企业:(1)乳制品消费增速低于趋势水平;(2)牛奶供应增速高于趋势水平;(3)大宗商品价格给牛奶供应过剩加剧带来压力;(4)长期转向较高的边际生产成本;(5)奶酪价格相对于整体奶粉价格逐步复苏。我们发现,恒天然(中性)、Almarai(中性)、迪安食品(中性)、光明乳业(买入)、Chr Hansen(位于强力买入名单)最有可能在中期实现CROCI从2015年水平显著上行。

6只乳业首选股

我们针对乳业的分析框架也印证了我们全球覆盖范围内较目标价格上行/下行空间较为显著的6只股票:(1)CROCI较高的特色企业——Chr Hansen(位于强力买入名单)和合生元(位于强力买入名单);(2)定位良好的主流企业——光明乳业(买入);(3)估值过高的股票——雀巢印度(卖出)、达能(卖出)、Synlait Milk(卖出)。

酒水知识

冰箱里剩余的葡萄酒怎么办?这是很多爱酒人士心头挥之不去的噩梦。它们就好比鸡肋,食之无味,弃之可惜。本文就教您3种处理这些剩余葡萄酒的妙招,让你既不会暴殄天物,还能开拓出葡萄酒的另一种美。

剩余葡萄酒如何巧用

首先,对于剩余葡萄酒,为了尽量地保持其原有风味,我们大多都采用两类储存办法:其一,就是使用真空瓶塞,这种办法储藏的葡萄酒在冰箱中能保存1周左右不变味;其二,将葡萄酒带入制冰机,制成小冰块储藏,这种办法存储的葡萄酒一般都用于左右厨房用酒。

一、红酒料理

使用红葡萄酒来制作料理是西餐中常见的方法,因此剩余葡萄酒也就成为厨房好帮手了。不管是用葡萄酒制成各式酱料,还是直接用葡萄酒来炖煮美食,葡萄酒在西餐中都能展现出其别样的风采,红酒醉牛肉、夏布利焗生蚝……都是西餐中的名品。葡萄酒冰块常被用来制作葡萄酒料理。一般来说,一杯酒可制成10-12块小冰块。

二、桑格利汽酒、热葡萄酒或鸡尾酒

事实上,在西方,葡萄酒的饮用办法多种多样,先不要说剩余的葡萄酒了,就连上好的佳酿,他们也经常用来制作各种风味别致的饮品。比如,用红葡萄酒制作的桑格利汽酒(Sangria),为你的夏季增添一份清凉;用白葡萄酒制成各式鸡尾酒,时尚前沿走一回;用红/白葡萄酒制成热葡萄酒,为你的寒冬送去一丝温暖。

三、红酒醋

如果你是一个家庭DIY能手,那自酿一杯红酒醋绝对是不错的选择,既能够让剩余的葡萄酒变废为宝,又能打造一个新技能,何乐而不为?

制作红酒醋的关键是要使用酵母——醋生膜菌,这种菌存在于那些未经过巴氏消毒法加工过的醋,也有现成的酵母可购买。制作时,将葡萄酒和醋按照3:1的比例混合装入容器内,用粗棉布封口。发酵的时间根据室温和容器中的氧气含量而定。两三周后,混合液表明就会出现一层凝结物,随后会沉入容器底部,这表明一切都发展良好。你要做的就是定期嗅闻发酵的醋,因为随着时间的推移,醋味会变得越来越浓,只要达到了你预期的味道,就可以过滤装瓶冷藏了。此外,自酿的红酒醋可通过在密封的酒瓶或小木桶中陈年而营造出更加柔顺可口的口感。



一瓶啤酒等于两个大苹果?

看世界杯的日子,对于熬夜看球的男人来说,啤酒也成了必备“饮品”。无论在酒吧、大排档还是在家里,只要打开了啤酒盖,几乎没有人能够浅尝辄止,一杯叫停。

可是,啤酒也是著名的增肥饮料。中年男人们挺着肥肥的草包肚子,常常被尊称为“啤酒肚”,可见啤酒和腹部肥胖之间颇有关系。那么,既然啤酒背上了增肥的恶名,其中究竟含有多少能量呢?

事实真相是这样的:啤酒中含有少量的酒精,每克酒精含能量7千卡。啤酒中还含有麦芽汁,也就是所谓的“度数”,而麦芽汁当中含有麦芽糖等碳水化合物,加上一丁点氨基酸,每克干物质中也含有近4千卡能量。综合起来



看,每100克啤酒中含能量在28-36千卡之间,平均约32千卡;1瓶啤酒750毫升,那么其中的能量约为240千卡。

这个240千卡,又意味着什么呢?用其他食品比一比,才能知道它的高低。1瓶啤酒所含的能量,大约相当于两个大富士苹果,或两杯全脂牛奶,或者2/3碗白米饭。

说到这里,很多人又开始困惑起来。既然所含的能量都是240千卡,为什么啤酒被人们叫做发胖的食物,而苹果却被人们称为减肥的食物呢?

啤酒当中的酒精和糖分,并不能带来足够的饱足感。一杯啤酒不需要咀嚼,可以在一秒钟之内下肚,既不会觉得水分满足,也不会觉得胃部饱满。人们经常觉得奇怪,为什么啤酒可以一杯又一杯,而白水就不能,果汁也不行。因为啤酒实在是太容易“消掉”了,它能够利尿,水分可以轻易排出;其中的糖分迅速被吸收,也不会增加胃的负担。而且,喝啤酒的同时,也不妨得吃其他东西。一餐过去,往往是啤酒喝掉四五瓶,相当于3大碗米饭的热量,菜也不少吃——日日畅饮的结果,自然是总能量超标,人日益增肥。

苹果则不然。它虽然也有10%左右的糖分,但同时含有相当多的果胶和其他膳食纤维成分,坚挺的细胞壁很有咀嚼的口感,而咀嚼会带来饱感。同时,苹果进入胃里之后,要排到小肠当中,又需要一定的时间,在小肠中,糖分吸收也比较慢。同时,苹果中不含酒精那样的利尿成分,吃苹果之后人体并不

会像喝啤酒之后那样急于排出水分,和纤维相结合的水分在胃肠道中也会帮助维持饱感。如此,吃了两个苹果之后,人已经感觉胃中饱满,哪里还会“一个接一个”地吃下去呢?此时,如果面对一桌饭菜,食欲也会大打折扣。少吃了富含淀粉的米饭和油脂多多的菜肴,其实反而有利于减肥。

可见,一种食物是否有利于减肥,并不完全取决于其中的能量高低,更多地取决于人们能够吃多少、吃了之后能否促进饱感、一餐当中吃进去的总能量是多少。那些富含纤维和水分、需要咀嚼、有利于人们降低食欲、充实胃袋的食物,通常是有利于控制体重的;而那些不需要咀嚼、纤维很少、吸收很快、容易吃得过多的食物,则通常是不利于控制体重的。

此外,还要考虑食物的营养价值,不能给人提供营养素和保健成分的食物,比如甜饮料,能量再低都嫌多;能供应所缺营养的食物,或者有利预防多种疾病的食物,能量高也要适量吃。

相比于——瓶啤酒,两杯牛奶能提供一日所需50%的钙以及相当多的维生素A。钙是国人普遍缺乏的营养素,而维生素A是长时间盯着电视屏幕的人所需要补充的营养素。

懂得这一点之后,就会明白啤酒和苹果的本质差别所在——机械地比较食物中的能量高低,其实正是减肥者的一大误区。对于看球的人来说,少吃点零食,少喝点啤酒,换成牛奶、酸奶和水果当夜宵,对健康来说效果会好得多。