

WSET課程概覽

級別	收費	適用人士
一級	\$2000	一般消費者及餐飲業基層員工
二級	\$6000	餐飲業中級管理人員
三級	\$9000-10000	餐飲業總監(老闆)
四級	\$50000-60000	食評家或紅酒投資顧問



紅酒投資的未來新星

酒莊、酒名	賣點	平均入場費
法國		
Clerc Milon	五大酒莊之一的木桐酒莊(Mouton Rothschild)旗下	500-600元
Carraudes de Lafite	拉斐(Lafite Rothschild)酒莊副牌	3000-4000元
Duhart Milon	拉斐家族旗下擁有的果園	1000-1300元
Rauzan Segla	三級酒莊, 1994年由擁有Chanel的Wertheimer家族買下, 並專誠聘拉圖(Latour)總監重新建設。有傳出品將加上Chanel的名號, 相信有一定升值潛力。	600-900元
La Tour Canet	四級酒莊, 與波爾多歷史最悠久的酒莊之一的黑教皇堡(Pape Clément)莊主所擁有, 由知名釀酒師Michel Rolland擔任顧問, 2010年Robert Parker評分為92-94分	300-400元
澳洲		
Penfolds, Grange	澳洲最高級紅酒, 60年歷史	3000-4000元
Henschke, Hill of Grace	澳洲排名前三	1500-2000元
Sons of Eden	釀酒師出自Henschke, 排名澳洲前十, 提子長自老樹頭, 味道較典雅	
3 Associates, Squid Ink	提子長自老樹頭, 根生得深, 吸收到的礦物質較豐富, 故味道較濃烈, 口感精細而複雜, 適合成熟的品酒家。	300-400元

銷售點：本港Cellar Master Wines及各大酒家

報讀人數飆升 紅酒課程商機巨

香港文匯報訊 自08年取消紅酒入口稅之後, 本港紅酒市場開始蓬勃起來, 「識飲」人士越來越多, 當中附庸風雅的自然不少, 亦不乏有人視其為一門文化課, 或「搵食」獨門秘技, 而走進課室進修, 衍生新商機。業內人士指, 嘆紅酒的風氣日漸流行, 也引起本港餐飲業的重視, 由於出現食客對紅酒的認知度高於服務人員的情況, 不少餐飲企業已願意投資, 讓員工接受紅酒知識培訓, 提高競爭力。自08年以來, 本港報讀有關課程的人數已增長八成。

本港已成立17年的亞洲侍酒及教育中心總經理袁通利接受本報訪問時透露, 該中心今年報讀有關課程人數增長三成。此外, 近年更多了餐飲從業人員報讀, 人數按年增幅達雙位數。目前國際受性較高的品酒認證課程是英國的WSET (Wine & Spirit Education Trust)。據悉, 香港木球會就為旗下餐飲部人員提供津貼, 接受WSET基礎班至二級班品酒認證培訓。在中環SOHO區擁有4間酒吧餐廳的Enoteca集團每周亦用兩個下午, 讓十幾個員工放下手頭工作到課室上堂, 投入數萬元。

餐飲業紛紛派員「惡補」

袁通利說, 「餐飲業的基層人員至中層經理一般修讀至二級便足夠, 而總監級別可進修至三級, 若要做食評家甚至出書教

人, 就需要有四級功力」。雖然香港已超越倫敦成為全球最大紅酒中心, 據傳韓國亦正醞釀減酒稅, 區內競爭接踵而來。袁通利認為, 要保住本港葡萄酒業的競爭力, 需同時提高社會各界對紅酒的認知水平, 尤其是餐飲業。他指, 餐飲從業員多為收入及學歷較低人士, 品酒課程所費不菲, 加上知識又多以外國語文為主, 要自我增值向上流動並不容易, 建議政府在持續進修基金計劃之外, 再為餐飲業界提供津貼資助。

修紅酒證書 助人工跳升

他又指, 品酒進修有助學員在工作崗位上增值, 例如一般餐飲從業員月薪約7,000至8,000元, 若具備侍酒知識人工可提升至15,000元, 到中層管理人員已可達3萬至4萬元, 「錢景」不錯。亞洲侍酒及教育中心為協助業界進修, 已增加中文教學, 並向學員提供獎學金, 該中心現時每月有300至400人入讀。

此外, 內地中產階級對紅酒的興趣大增, 袁通利透露, 不少內地富有階層會選擇直接到港報讀課程, 而除了香港, 該中心相繼於北京、上海、珠海等地設點教學, 學員包括外資機構員工及高級銷售人員等。未來該中心還將於俄羅斯、印度、台北、新加坡、首爾、成都等地開設分校。

波爾多紅酒物有所值?

無論你是否一個「紅酒通」, 或多或少都聽過「Lafite (拉斐)」這個名字, 隨着國人對這支法國頂級紅酒的熱捧, 其升值幅度令人乍舌。若於08年購入當年的拉斐酒花, 承惠2,000至2,500元, 到今天已飆升至14,000元, 後來的09年酒花起價已是4,000多元, 未到一年半, 現已價值12,000至13,000元。有老行專則感慨: 「內地人有錢, 這完全是玩marketing玩出來的! 實際並不值那麼多錢。」

似乎從一般消費者認識波爾多「五大酒莊」之日起, 它們的出品就是以「貴價」形象示人, 事實上並不盡然。經營「香港美酒之家」的朱培基在澳洲修讀釀酒, 經營紅酒生意數十年, 約21年前回流香港, 回想當時五大酒莊的木桐(Mouton Rothschild)、拉圖(Latour)都只是賣數百元一支, 「沒有像現在這樣趨之若鶩」。

英國人助波爾多發揚光大

朱培基在澳洲酒廠、葡萄園工作過, 深諳紅酒歷史文化。他說, 波爾多現時舉世聞名是出於歷史因素, 而非其出品質素絕無僅有。

波爾多曾被英國統治逾百年, 其紅酒也最早為英國人熟悉, 並隨大英帝國的殖民統治傳播至全世界, 加上波爾多是港口城市, 外銷渠道便利, 而倫敦能成為紅酒中心亦是因為這個歷史原因。他還說了一段小故事, 「當年波爾多酒莊莊主把女兒嫁到英國, 並把整個波爾多酒莊相贈, 令波爾多紅

香港文匯報記者 邱婷



酒在英國人手裡銷往世界各地。」

澳紐酒好飲 惟名氣遜法國

他續指, 其實波爾多氣候不適合種葡萄, 「為什麼波爾多酒要講究年份? 因為早前10年間, 有過半年份氣候不佳, 種出來的葡萄丹寧酸含量很高, 釀出來的酒又「酸」又「硬」, 所以要存很長時間才能喝, 這是必須要。近年全球氣候暖化, 才較好一點, 而在南半球的澳洲、新西蘭等地每年氣候幾乎都很好, 葡萄品質不錯, 它們出品的紅酒質素也不差, 所以無須講究年份, 但名聲卻不夠法國響」。

業界：宜設紅酒商發牌制度

入行門檻低 欠正規監管

「紅酒」乃父親節禮物熱選。說起本港紅酒市場, 自08年取消酒稅後, 紅酒入口貨值達67億元, 增幅逾三倍, 問題也隨之增加。近日爆出逾400人投資「酒花」到期無貨收的詐騙案, 引起坊間對紅酒投資風險的關注。業內人士指出, 整個市場過於自由, 入行門檻低, 又欠缺監管, 令紅酒認知較淺的消費者難以得到保障。有老行尊建議政府在促進市場發展的同時加強監管, 並為餐飲業界提供支持, 助業界進修紅酒知識以增強整體行業競爭力, 以保香港作為全球第一紅酒中心的地位。

香港文匯報記者 邱婷、何汶錡



■亞洲侍酒及教育中心總經理袁通利慨嘆, 紅酒市場短短兩三年間大了20倍, 商家爭相入貨, 導致整個行業越來越亂。
香港文匯報記者 邱婷、何汶錡 攝

■「香港美酒之家」創辦人朱培基認為, 政府應發牌規管紅酒經營, 以保障消費者利益。
香港文匯報記者 邱婷、何汶錡 攝

亞洲侍酒及教育中心總經理袁通利慨嘆, 08年前香港做紅酒生意的公司約200多間, 到今年市場已有4,000多間與紅酒相關的企業。短短兩三年, 市場規模大了20倍, 亦令行業出現亂局, 「個個都爭住入酒, 連雜貨舖都開始賣紅酒, 而商家為求生存花招百出, 賴貨賴帳等問題層出不窮」。

酒花風險高 賣家良莠不齊

看似欣欣向榮的紅酒市場, 確實暗藏漩渦。入行數十年、「香港美酒之家」創辦人朱培基亦指, 現在市場炒風強勁, 消費者都關注法國知名酒莊出品的貴價酒, 名不響的不買, 以致價格不停被抬高, 同時投資者買賣酒花亦承擔較大風險, 他說, 「酒花只是一張紙, 無保險買。」故提醒買酒前, 首先要確認酒莊的經營的歷史, 要有信譽, 若其收了錢拿去炒股, 搵快錢, 消費者也無處追究。

他又坦言, 本港酒業難做, 二、三等的酒無人問津, 市場積貨很多, 加上越來越多人入行, 餅越來越大, 人工、租金沒有下跌趨勢, 利潤空間就越來越窄, 加上本港人口自身對紅酒的消化力又有限, 業界要維生需有一定耐力。

入行易經營難 蝕錢離場者眾

事實上, 中小型紅酒商正面對虧錢離場的惡夢, 袁通利舉例, 本港一富豪與美國一酒莊莊主相熟, 在試過其紅酒後認為在港有市場, 未經仔細考慮便以每支150元港幣的價格入了一個貨櫃, 約3,200支, 而成本為150元的美國紅酒在本港市場可謂貴價, 零售價可達1,000元以上。

貨櫃到港後, 該名富豪才發現要租恒溫恒濕的倉庫存貨, 找人管倉、送貨及銷售涉及大筆資金, 再加上人工、強積金。結果無奈之下, 他只好以每支50元全售予一間會所。袁通利說, 「雖然賣了出去, 但賤價賣出卻破壞個市, 造成市場價格資訊混亂」。

港府可仿效澳洲發牌制

隨着紅酒市場亂局, 為了保障消費者利益, 朱培基認為, 現時本港對零售酒商並無發牌制度, 賣酒也不需要來源證明, 商家見炒賣紅酒有利可圖, 便多了人「開檔」, 因而對名酒需求增大, 進而刺激酒價上升。他認為, 市場太自由, 未來會成為一個社會問題, 敦促開店賣酒應該考慮實施發牌制度。

「雖然法律規定不可以賣酒給18歲以下的未成年人, 但並沒有禁止10歲小朋友寫郵件去國外買酒, 幾乎任何人都可以做紅酒生意」。朱培基建議政府建立發牌制, 例如澳洲就對經營零售酒業者進行年齡、身份及背景的規限, 並對每個地區限量發牌, 方可控制零售酒商水準。他又說, 「連中國內地買紅酒都要求有國家來源證、檢驗證及衛生證等等, 甚至要標明入樽時間! 但香港就什麼也不用」。

投資二級酒莊出品博升值



■Villeroy & Boch Wine Glasses 生產於1920年代, 法國製, Villeroy & Boch是世界著名餐桌用具設計師之一, 此款水晶酒杯, 配合杯邊的鑲銀設計, 再加上杯身複雜的花紋, 讓酒杯更顯華麗之餘, 亦令水晶更覺耀眼。
香港文匯報記者 邱婷、何汶錡 攝

香港文匯報訊 「08年的Lafite (拉斐) 要萬四元一支。」到底是物超所值, 還是買其牌子? 如果要作紅酒投資有否其他選擇? 朱培基說: 「法國人很懂得做生意, 歷史上他們曾一次過把酒放出來賣, 整批都賣同樣的價錢, 而現在他們則懂得一點點放, 等你們搶高價錢, 下一批再以上一批的高價錢為底價出售, 與現今發展商推樓花相似, 故價格越推越高。」他建議消費者在選酒自用時, 寧選擇次級酒莊的頂級貨, 也過好選高一級酒莊的次貨。

不過, 他相信待拉斐名酒升勢到頂時, 消費者就會將眼光投向下一級的新星, 其實目前趨勢已在轉變。從2010年開始, 市場上名酒去貨去得較以前慢, 而「新星」去貨則越來越快。

朱培基指, 除了備受追捧的名酒, 還有很多值得買來喝的酒, 例如澳洲、加州都有高質素紅酒出品, 又如法國一級酒莊的副牌或其家族擁有的其他果園出品, 雖然與正牌質素有差別, 但因沾了主線的光, 未來也可能具有升值潛力, 例如Lafite旗下的Duhart Milon, Mouton家族的Clerc Milon等, 都能受惠品牌營銷的效應。



■存儲紅酒需要恒溫恒濕的倉庫, 加上布局設計又講究。經營紅酒業並不容易。圖為招商局的紅酒窖。