



今年3月发布的《中国葡萄酒市场白皮书(2011-2012)》指出,2011年中国人共计消费了19亿瓶葡萄酒,成为全球第五大葡萄酒消费国。“以上海为首的一线城市一路豪饮,加上内陆城市葡萄酒消费兴起和葡萄酒成为投资收藏的新贵,这让中国的葡萄酒消费一跃成为全球第五。”当中国人的餐桌不再只钟情黄白两种酒色,当我们有更多的雅致懂得“小酌怡情”——关于葡萄酒,也许你还能知道更多。



葡萄酒的“新消费主义”

性价比应是选择关键

作为普通的红酒消费者,选购葡萄酒的主流价为100元-300元之间,占比达到38%,而愿意选购千元以上葡萄酒的比例仅占2%。所以,如何选择一款性价比高的葡萄酒是普通消费者所关心的。第七届上海国际葡萄酒品评赛上周刚落幕,大赛主办方上海外高桥国际贸易运营中心有限公司总经理蒋琪民告诉笔者,品评赛的意义不只在帮助消费者鉴别红酒,更能够为那些普通消费者推荐性价比最好的葡萄酒。

“许多优秀的国外酒庄,在最初进入中国市场时,可谓是一抹黑,他们既没有销售渠道,也无伯乐举荐,以至出现酒香却无人问津的尴尬。随着上海国际葡萄酒品评赛的举办,不少进口优质葡萄酒通过参加品评赛逐渐脱颖而出,一些原先在国内没有知晓度的葡萄酒更是一跃成为黑马而被各地经销商所逐鹿。举个例子,去年品评赛中,就有一款售价200元左右的金奖酒,让买家趋之若鹜,一下售罄。”

我们知道,欧洲市场上一瓶5欧元的葡萄

酒,在国内可能就要卖到200多元人民币。“我们建立了一个进口商品网,希望可以点对点地将国外的好酒以更便宜的价格介绍给国内的消费者。”蒋琪民说。

国际品牌抢滩中国市场

2011年国内葡萄酒行业市场份额处于整体上升趋势,但国内企业都面临着来自国际势力的冲击——无论大小,各色葡萄酒品牌蜂拥而入。由于欧洲市场经济持续低迷萎缩,国际品牌纷纷抢滩中国市场,也为国内消费者提供了更多选择。

致力于发展中国高端葡萄酒市场的酷悦轩尼诗葡萄酒庄系列(Estates & Wines),前段时间在上海外滩三号举办了葡萄酒品鉴会,宣布旗下努曼希亚(Numanthia)系列葡萄酒首度登陆中国市场。值得一提的是,努曼希亚的产地来自西班牙西北部的托罗地区。当天,亚太区品牌大使阿诺·米雷(Arnaud Mirey)带领在场嘉宾领略了西班牙葡萄酒的传奇,“托罗葡萄酒产区位于西班牙西北部的卡斯提尔莱昂地区边界,这里历史悠久的葡萄酒生产传统可以追溯到古罗马时期。19

世纪末期,欧洲所有葡萄酒产区遭受根瘤蚜虫病的毁灭性打击,而托罗葡萄酒拥有抵御葡萄根瘤蚜虫灾害的顽强生命力,因而得以健康存活并大量出口到欧洲其他国家。”

阿诺表示,帝曼希亚的卓越表现很大程度上应归功于那一串串名为托罗红的葡萄品种。西班牙葡萄酒分级制度规定严格,只有由百分之百的本土优质托罗红酿制而成的葡萄酒才能入围托罗地区DO级别的葡萄酒。这些生命力极其顽强的葡萄藤不仅在漫长的岁月中形成了自然防御葡萄根瘤蚜虫侵害的能力,其发达的根系更擅长透过粗糙的沙砾土,从富含营养和水分的下层黏土中汲取能量。特别的土质和当地干旱炎热的夏季一起,成为建立起托罗红典型性格的最大功臣:黏土成分塑造出更加浓郁和集中的果味,沙砾成分决定了更为强劲的酒体和结构。最终历经陈酿的成酒具备了强劲的体魄与复杂的灵魂。“这款Termanthia(帝曼希亚)葡萄酒在2004年达到了它历史上最好的成绩,100分。给它打分的是全球最有影响力的酒评师Robert Parker(罗伯特·帕克)。”

月半弯



关于首饰的“小情结”

首饰之于女性,从来都不是可有可无的。它是一件不旨在遮羞御寒却必不可少的“衣裳”,它恰到好处地点缀女性的美丽,流露了配戴者的心情。

设计赋予材质新生命

戴一串水珠儿在手腕何等拉风,你觉得不可能?正在上海玻璃博物馆进行的“玻璃的无限可能之五:求索”作品展上,一件设计独特的手镯作品,就将这看起来不可能的美丽演绎成了现实。这只以玻璃为材质的手镯,模拟动态水的姿态,制造水花四溅的效果,像一流清澈的“水链子”环在手腕四周,动感飘逸并且晶莹剔透。另外一组将玻璃材质应用到首饰中的作品是一组戒指,名曰“应许”。指环部分与其他戒指无异,指盖上镶嵌的却不是宝石、钻石,而是颗颗硕大的“玻璃珠子”,珠子内里印出竹叶的影子,像一颗颗彩色的小灯泡。虽比不上钻石金贵,但花尽心思巧用玻璃材质以示爱意的这份心意,倒也契合了“应许”之意。

而与玻璃材质有着“天壤之别”的白色贵金属钯金,则因为有了“世界时尚潮流教母”的点化,而变得更光彩夺目。Vivienne Westwood(薇薇安·威斯特伍德)打造的钯金“Get A Life(拥抱生命)”珠宝系列,自从在国际四大著名时装周之一的伦敦时装周上闪亮登场,就取得了很好的反响。而在前段时间的上海珠宝展上,“大师级”作品也进行了现场展示,赚足了眼球:橡树叶枝条缠绕而成的手镯、橡树核雕刻而成的耳坠及吊坠,象征勇气、力量的橡树形象加上钯金本身坚硬、明亮的材质特征,使得这几款首饰在别致之余,更显示了亲近大自然、热爱生命、崇尚自由的气质。

翡翠投资回归理性

市场冷热交替,终于回归理性。曾经作为“投资之王”的翡翠,这段时间价格和 products 都有所回落。而对于真正翡翠饰品的爱好者来说,这个时候才是理性购买的时机。JADELINK 翡翠源这个春季推出了五款用上等冰种原石打造的“春姿”手镯。作为业内少有的亲赴缅甸采购原石、香港设计师设计、佛山加工厂加工的专业经营翡翠者,翡翠源特别提醒消费者,因为圆形手镯对原石的质地要求非常高。当你纠结在不知挑选什么款式的翡翠作为入门的话,翡翠手镯就是很好的



选择。从2012年3月缅甸翡翠公盘情况来看,一块3.9公斤的翡翠水料起价324万元,按1公斤原石最多制作2个手镯来算,顺利的话,这块水料最多能制成8个手镯,算下来,平均每个手镯最低价在40.5万元。

当“疯狂的石头”不再疯狂,如何在回落的市场中博弈成功,不少商家在设计上动足脑筋。用翡翠来诠释音乐,又会达到怎样的境界?为了弘扬中华民族的传统文化,玉翠山庄以八件古乐器为主题,创作了“韵·乐色”八件作品,每件作品都寓意锦瑟年华,流动灵韵雅致。古筝清雅高洁,《高山流水》演绎了伯牙子期的千古友情;琵琶的妩媚委婉,《春江花月夜》让人联想到张若虚的天人情怀;二胡的质朴醇厚,《二泉映月》诉说着阿炳的浮沉人生;篪的华贵大气,《平沙落雁》让人体会到绝妙的潇湘景致……将这样的首饰配于颈项,似乎也有乐声回旋耳际。

周曼妮 文 杨建正 摄

让音乐把耳朵叫醒

嘻哈文化的个性与活力已经渐渐融入这座城市,所有热爱嘻哈的朋友,这个夏天可以尽情摇摆。上海国际嘻哈音乐季已经正式拉开序幕,在未来的数月之间,HIP-HOP音乐的精神与魅力将在上海蔓延至全城,呈现亚洲最具“权威性、专业性、国际性、娱乐性”嘻哈全明星盛会。

此次上海国际嘻哈音乐季将有三大部分活动构成,其中包括第二届上海国际BEATBOX表演大赛(SIBC)、2012年上海国际嘻哈音乐盛典和多个延续性线下系列活动。在“上海国际嘻哈音乐盛典”中,来自美国、英国、加拿大、日本等地的著名嘻哈艺人都被受邀参与此次盛会。盛典将融合嘻哈文化和时尚元素的潮流服装,燃起动感

澎湃的现场氛围,为盛事献上活力四射的互动和体验式多媒体嘻哈表演,呈现一场前所未有的全明星嘻哈文化盛宴。

而另一场无国界的音乐饕餮盛宴,也在这个6月启动。“轩尼诗炫音之乐”2012年度第十站融汇之旅日前在上海Park 97酒吧揭开序幕,正式奏响2012年全新融汇之旅的乐章。大嘴巴携手南非动感歌后内汀(Nadine),为乐迷刮起一轮混搭酷音炫风。一个是融汇世界音乐最佳典范的乐团,一个是富有穿透力的嗓音,现场的联袂合作,奇妙混搭,激发出全新的音乐火花。上海站之后,这场融汇之旅将在北京、武汉、温州、天津、长沙等地炫风再起。

小琴

