

波尔多开启葡萄酒旅游之门

20年前,波尔多的葡萄园几乎不向游客开放,如今,它已经成为世界上最受欢迎的葡萄酒目的地之一。

徐菲远

“就像大多数波尔多酒庄一样,20年前我们不向游客开放。”家族经营的铎卡斯酒庄(Chateau Hourtin-Ducasse)老板兼酿酒师 Michel Marengo 说。该酒庄位于内陆地区,距离拉菲、木桐等著名的一级庄只有5分钟车程。

虽然拉菲、拉图也接待游客,但前提是他们是零售商的认证客户,并预先很长时间通过信件或传真推荐

他们,一级庄根本不允许游客日常参观。

然而,Marengo说,去年他的酒庄60%的收入来自游客。同样,根据“杰出葡萄酒之都(Great Wine Capitals)”波尔多办事处的数据,2019年,也就是疫情前的最后一年,波尔多接待了680万游客,是15年前的三倍,游客在该地区消费了16亿美元。此外,目前当地8%的就业直接依赖于旅游

业。尽管拉菲、拉图、木桐和大多数其他列级酒庄仍然需要预约,但任何游客都可以按照各自网站上的说明进行预约。

那么,是什么原因导致波尔多的酒庄游转变为基本收入呢?20年过去了,我们可以回顾一下葡萄酒旅游目的地形成,以及旅游业的巨大增长对该地区的影响。

旅游业起步较晚

在波尔多绵延数英里的乡村中,你很容易迷失方向。除了现在游客众多的左岸梅多克(Medoc)、格拉夫(Graves)和苏玳(Sauternes),右岸圣埃美隆(Saint-Émilion)和波美侯(Pomerol)以外,还有许多波尔多丘(Côtes de Bordeaux)村庄、圣埃美隆的“卫星产区”,以及广阔的两海之间产区(Entre-Deux-Mers)。这里有着成千上万的酒庄,但多年来,该地区对旅游业的沉默、基础设施的落后,以及波尔多市缺乏设备齐全的中心,使得旅游成为一种考验。

第二次世界大战对波尔多造成了极大的破坏,当时该地区被德国军队占领,缺乏资金来重新种植葡萄园和重建酒窖。国际市场发展缓慢,在20世纪60年代,至少有一半的葡萄酒被判定为不合格。“20世纪70年代是艰难的时期,需要进行翻新。虽然有些人在20世纪80年代开始销售他们的葡萄酒,但酒商不喜欢竞争。”Sylvie Cazes说。自1939年以来,

Cazes家族在波亚克拥有五级庄靛茨伯酒庄(Château Lynch-Bages)。

1976年的“巴黎评判(Judgment of Paris)”之后,美国市场开始更多地关注法国葡萄酒,20世纪70年代末和80年代的葡萄酒品质有了很大的改善,引起了葡萄酒评论家罗伯特·帕克(Robert Parker)的注意。在Moueix家族酒庄担任了30年经理的Dominique Renard说:“波尔多成为美国市场的‘参照点’,吸引了很多人来参观。”

Cazes家族在波尔多转向旅游业的过程中发挥了重要作用。Cazes说:“我们有机会访问美国,看到纳帕葡萄酒商是如何成功地吸引了大量游客,以及这些游客在体验后是如何保持忠诚的。在法国,葡萄酒旅游还没有开始,但我们觉得有必要与所有可能来波尔多的葡萄酒爱好者建立联系。”

在20世纪80年代,Cazes家族在靛茨伯酒庄向游客开放了新装修

的酒窖——当时很少有人这样做,然后在1989年,他们将邻近的高迪贝斯酒庄(Chateau Cordeillan-Bages)改成了一家配有美食餐厅的豪华酒店(这家餐厅后来获得了米其林两星)。为了满足日益增长的需求,2005年,Sylvie Cazes成立了波尔多Saveurs旅行社,提供定制旅游和活动;2006年,她与哥哥Jean-Michel Cazes一起,将Bages这个由四个街区组成的村庄改造成了旅游商店和餐馆林立的地方,提供人们急需的接待选择。

即使是声誉卓著的酒庄也意识到,一个强大的波尔多品牌将进一步推动他们的繁荣。现在,许多公司都在用自己的品牌名称与受欢迎的人门级葡萄酒进行交易,比如木桐酒庄的木桐嘉榭(Mouton Cadet)系列。木桐嘉榭为一年一度的msamedoc马拉松提供支持,其营销理念是,葡萄酒饮用者越富裕,他们对品质的要求就越高。

建设旅游基础设施

游客重视葡萄酒体验的消息传遍了整个波尔多产区,并为任何接待他们的酒庄提供了潜在的收入来源。圣埃美隆是最早利用葡萄酒旅游的地区之一,自1999年以来,有八个村庄被联合国教科文组织列为世界遗产。大约十几年前,苏玳产区也效仿了这一做法。当时,以芝路酒庄(Château Guiraud)为首的几家酒庄决定,他们需要打造一条“葡萄酒之路”来吸引游客,于是开始增加饮食

和住宿设施。“现在,苏玳镇是一个很受游客欢迎的地方,有新的酒店、商店和餐馆。”Cazes说。

但是,即使有了参观酒庄作为选择,波尔多市作为一个旅游目的地仍然缺乏吸引力,这阻碍了人们的兴趣。1995年,Alain Juppé成为市长后,情况发生了变化,他开始着手振兴这座城市,城市和地方政府以及葡萄酒协会共同努力,创建或更新必要的基础设施,以吸引游客。

这些努力的“高潮”是2016年耗资4700万美元的波尔多葡萄酒博物馆(La Cité du Vin)的开幕。据担任董事会主席的Cazes说,他们去年接待了40万游客,举办了品酒研讨会、展览和演讲等项目。波尔多市政府官员注意到,以前,在诸如年度葡萄酒酒会或半年一次的葡萄酒博览会等活动中,几乎没有什么能吸引游客在这座城市度过一段时间,而这座令人惊叹的葡萄酒博物馆做到了。

不知名酒庄也加入竞争

随着列级酒庄开始涉足旅游业,较小的葡萄酒产区和不太知名的酒庄开始创新,无论是在价格上还是在接待方式的新颖方面,都能与大公司竞争。现在,每个价位都有各种各样的葡萄酒体验,而且有很多租车、自行车和导游服务供选择。

这些小型酒庄的发展受到了“杰出葡萄酒之都”的推动。20年来,“杰出葡萄酒之都”一直在赞助地区和国际层面的旅游奖项,并大力宣传获奖者,这进一步鼓励波尔多地区将旅游激励措施纳入其营销计划。例如,不太知名的布尔山坡产区(Côtes-de-Bourg)开设了自己的葡萄酒之家,设有品酒吧,并从波尔多市中心提供河运,还在2017年获得了“杰出葡萄酒之都”颁发的最佳葡萄酒旅游奖。“杰出葡萄酒之都”的董事总经理 Catherine Leparmentier Dayot表示:“近年来,酒店提供的住宿、餐饮或美酒品尝等接待服务推动了波尔多葡萄酒旅游业的发展。”

玛歌地区附近的太阳堡酒庄(Château du Taillan)的五姐妹之一 Armelle Cruse说:“2005年,我们与当地其他女性酿酒师成立了一个团体,向游客开放。太阳堡是第一个在葡萄收获期间开放的酒庄,人们很高兴看到我们是如何谋生的。它给工人带来了价值感,因为游客对他们的工作感兴趣,并与他们合影。”如今,旅游业占该酒庄收入的40%,举办活动占10%。

圣爱斯泰夫产区飞龙世家

(Château Phélan Ségur)的总干事 Veronique Dausse强调了个性化服务。“我们是第一批有游客来这里吃午餐或晚餐的餐厅之一。”Dausse说,“30年来,我们一直有一位常驻厨师为公众和行业服务,我们相信展示葡萄酒的最好方式是在用餐时。因此,我们希望加强这种关系,并投入大量的时间和金钱。”

正如Marengo指出的那样,鲜为人知的酒庄可以提供不同层次的亲密关系。“如果你去波亚克的大型酒庄,比如靛茨伯、拉菲或木桐,感觉就像去了迪士尼,而在这里,我们更接近真实世界。”“但两者都很重要,人们来到这里,想参观他们在书本上读过的地方,但他们也想看看在像我们这样的酒庄是怎么做的,在非正式场合品尝尚在橡木桶中的酒。”

此外,波尔多还专注于可持续发展。到2030年,所有葡萄酒种植者必须采用经过认证的环保方式,确保符合波尔多AOC的规范。它的努力在2022年得到了回报,当时,波尔多被欧盟委员会命名为智能旅游欧洲之都(European Capital of Smart Tourism),并特别赞扬了其作为可持续葡萄酒旅游的先驱;同年,波尔多葡萄酒节也获得了可持续认证。所有这些措施都推动了葡萄酒产业和旅游业的长久发展。(资料来源:Wine Spectator)

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

