

Benevento, a Gem-studded Decoration on the “High Heel”

高跟鞋上最耀眼的装饰 ——镶满“宝石”的贝内文托

编辑/文：薛瑞莹 王欣 资料提供：上海市外高桥意大利酒类交易中心

意大利得天独厚的地理环境及气候条件似乎注定了它世代享有“葡萄酒之乡”的美誉。意大利是全球生产及饮用葡萄酒数量最多的国家，葡萄酒、酒庄、酒厂在意大利比比皆是。坎帕尼亚（Campania）是意大利南部的一个大区，下辖的贝内文托省成为了“高跟鞋”上最耀眼的装饰，宝石般的葡萄无时无刻不在散发着耀眼的光芒。



复古葡萄品种

坎帕尼亚是意大利少数几个能够保持葡萄纯正地方风味的地区，这里的坡地被火山灰所覆盖，土质肥沃、阳光普照，被古罗马人称为“Campania Felix”（felix，意大利语是“幸福的、幸运的”意思）。近十年来，坎帕尼亚昔日辉煌重新绽放，葡萄酒质量大幅提高。其中最负盛名的葡萄酒由艾格尼科（Aglianico）、菲安诺（Fiano）及格莱克（Greco）酿制而成，这些富有特色的品种被称为“复古品种”。

坎帕尼亚酒中之冠——贝内文托的圣尼奥葡萄酒

贝内文托的圣尼奥（Sannio），是一个历史文化悠久的地区。人们不应在这里优越的生活环境和经济水平感到惊讶，因为坎帕尼亚的农业生产收入在意大利位居榜首。贝内文托省葡萄园占地10万英亩，葡萄酒年产量超过一亿升，葡萄酒企业家7900多位，装瓶生产企业100多家，近90个品种的葡萄酒都来自圣尼奥的葡萄园。贝内文托也被评为坎

帕尼亚省葡萄酒产量最大、质量最高的葡萄酒产地。这里有先进的葡萄种植技术、迅速发展的葡萄园、设备精良的酒窖，以及最高质量的葡萄酒行业。

贝内文托地区有两个历史悠久的法定葡萄酒产区：Solopaca 和 Taburno。最近，Guardiolo 和 Sant’ Agata dei Goti 也成为了法定葡萄酒产区，这样，连同传统产区圣尼奥一起，法定地区的面积覆盖整个贝内文托省。



2012年6月，圣尼奥葡萄酒协会经理 Nicola Matarazzo 先生（左图）以及坎帕尼亚大区农业部官员 Salvatore Cuoci 先生（右图）来到中国开展推广之旅，并在上海外高桥意大利酒类交易中心接受了本刊记者的专访。

《中国葡萄酒》：贝内文托省的葡萄酒有什么特别之处呢？

Nicola Matarazzo：首先，贝内文托省的地形就很特殊，刚好处在两座大山之间，这里 99% 是山地和丘陵，几乎没有平原，山坡由上到下遍布葡萄园。其次，我们这里的葡萄品种也是非常特殊的，像菲安诺（Fiano）这个品种，它是独一无二的，只在坎帕尼亚大区才有。此外，贝内文托被称为坎帕尼亚大区的酒庄，因为这里基本上没有工业、渔业。农业生产作为唯一的经济来源，人们对葡萄酒倾注身心。他们认为每天能够照顾葡萄树是一件幸福美好的事情。

《中国葡萄酒》：贝内文托种植的都是具有当地特色的品种吗？有种植像赤霞珠、美乐等国际普遍种植的品种吗？

Nicola Matarazzo：有，但是数量极其有限。因为这些品种在世界范围内已经被普遍种植，而对于意大利，在这片特殊的土地上，我们不会将有限的资源浪费在普遍品种上，我们致力于发展具有当地特色的品种。

Salvatore Cuoci：而且，政府会给予那些种植当地特色品种的农户补贴，相对于

种植普遍品种的农户是不会享受到这么优厚政策的。

《中国葡萄酒》：会不会改变本地特色来迎合国际市场？

Nicola Matarazzo：目前，我们出口最成熟的国际市场是美国，美国的消费者对葡萄酒的认识非常充分，欲望也非常强烈。他们非常喜爱具有意大利特色的葡萄酒，这说明了新的趋势——对于世界各地都有的葡萄品种，质量都非常好，要想让自己的葡萄酒脱颖而出就要有自己的特色，这样才能区别其他。对于意大利人而言，对待那些普通的品种，人们只是机械地培育、酿造。能让人们激情奉献，付出灵魂的正是具有当地特色的葡萄品种。再加上特有的自然条件、土地条件和政府扶持，如此天时、地利、人和，消费者自然能做出正确的选择。

《中国葡萄酒》：近十年，复古葡萄品种艾格尼科、菲安诺及格莱克发扬光大。为什么会选择这三个品种来进行推广？

Nicola Matarazzo：实际上，我们并没有刻意推广它们，而是市场的选择和推动。在古罗马时代，我们有 100 多个葡萄品种是只在坎帕尼亚地区才有的，我们一直引以为傲，政府也是相当重视的。消费者喜爱这几个独特的品种，种植户也会更加精心地培育，政府也会给予更多的帮助，如此良性循环，这几个品种的质量就得到了极大的提高，从而复兴。

《中国葡萄酒》：贝内文托的葡萄酒在管理和营销方面有什么特点？

Salvatore Cuoci：我们现在从事葡萄酒行业的人员，他们的曾曾祖父也大多是从事葡萄酒行业的。世世代代传承下来的经验和传统，不断推陈出新，研制佳酿，使得我们的葡萄酒更加完美。我们也重视年轻人，尤其是年轻女性的培养，会给予她们补贴和帮助。在别的地区市场会发生人才流失的现象，而在我们这里，常常是其他行业的人想转行到葡萄酒领域。我退休以后，也想种葡萄（笑）。另外，政府会进行持续性的监管，最大限度地保护消费者权益。

Nicola Matarazzo：酒业协会等机构具有营销能力。专业的组织会进行联合推广活动，进行洽谈，交流。这种协会并非自发形成，要遵守相关法律条文的规定，从意大利政府部门取得许可才能执行活动，像我所在的坎帕尼亚酒业协会是意大利排名前十的酒业协会。

《中国葡萄酒》：你们在中国是否有明确的发展计划？

Nicola Matarazzo：当然有，在上海我们已经建立了推广地中海美食的学校。但是我们在中国不只是想要卖几瓶酒，葡萄酒的背后蕴藏了意大利的文化和生活方式。中国也有非常丰富的文化，我们想以葡萄酒为媒介，让两国文化进行更多的交流，达到更深的了解，分享彼此的快乐。■