



新闻资料

2011年份梅多克中级名庄官方甄选结果公布

梅多克中级名庄2011年份官方甄选结果已被揭晓，请在本册中查询相关信息。已拥有几个世纪历史的“中级名庄”标识从2010年起恢复了其销售团队，并在法国和其它地区重新赢得了市场的信心和消费者的迷恋。随着第四个年份结果的公布，梅多克中级名庄充分证明了其产品的优质性，而且还是成功的保证。在这段经济困难时期，稳定的价格、各个年份可保证的品质和产品独特的风味特征都成为了促使消费者购买带有“中级名庄”标志葡萄酒的原因。

弗雷德里克·德·吕兹先生 (Frédéric de Luze)
联盟主席

目录

- 2011 年份重要数据
- 2011 年份官方甄选结果公布计划
- 新甄选，新视觉
- “中级名庄”质量评审
- 鉴定和质量保证：“中级名庄”贴标
- 一个诱人的选择
- 为消费者而设的工具
- 悠久的历史渊源
- 我们的活动合作伙伴

2011 年份重要数据

256 家梅多克中级名庄

111 家中级名庄在梅多克产区，产量近 1400 万瓶葡萄酒

80 家中级名庄在上梅多克产区，产量近 1000 万瓶葡萄酒

14 家中级名庄在利斯特拉克-梅多克产区，产量近 80 万瓶葡萄酒

15 家中级名庄在慕里斯产区，产量超过 90 万瓶葡萄酒

10 家中级名庄在玛歌产区，产量近 90 万瓶葡萄酒

5 家中级名庄在波亚克产区，产量超过 27 万瓶葡萄酒

21 家中级名庄在圣爱斯泰夫产区，产量超过 150 万瓶葡萄酒

梅多克中级名庄在2011年份共生产约**2800**万瓶葡萄酒，即占梅多克产量的30%。

256家梅多克中级名庄和2800万瓶酒相当于约**4 000**公顷的总面积，即占梅多克葡萄园面积的25%。

梅多克中级名庄挑选酒庄最优秀产品以保证品质；因此，市场上出售的中级名庄葡萄酒量会随着年份的变化而变化。

提示 – 前几届官方甄选数据

2008 年份 – 243 家梅多克中级名庄 – 2500 万瓶

2009 年份 – 246 家梅多克中级名庄 – 3200 万瓶

2010 年份 – 260 家梅多克中级名庄 – 3200 万瓶

梅多克相关数据来源：梅多克葡萄酒协会 (Conseil des Vins du Médoc)

2011 年份官方甄选结果公布计划

- 2013 年 9 月 17 日，公布 2011 年份官方甄选结果。
- 9 月 17 日在波尔多交易所宫殿，专为波尔多当地的葡萄酒经纪人、贸易商和记者而设的品酒会。
- 9 月 18 日，通过社交网络向全世界公布 2011 年份官方甄选结果
- 9 月 19 日在伦敦，为英国记者、主要买家和相关专业人士举办的 2011 年份梅多克中级名庄品酒会。
- 9 月 24 日在巴黎 l'Arpège 餐厅，为巴黎媒体记者举办官方甄选结果部分酒庄品酒会和午宴。
- 10 月 8 日于香港，为专业媒体记者举办品酒会和媒体晚宴。
- 为法国和国外专业媒体全年举办媒体品酒会。

记者可以提出有关举办 2011 年份官方甄选品酒会的要求，梅多克中级名庄联盟会随之进行组织。

新甄选，新视觉



关于艺术家的简单介绍

周佛（JOFO），1961 年生于达克斯（朗德省）。他于 1981 年进入波尔多建筑学校，并从此开始在波尔多生活、工作。他是一位多才多艺的艺术家，画家、素描画家、广告画设计师、录像创制人员，甚至还是摇滚歌手。周佛虽然是建筑师科班出身，但他同样在其它领域自学成才。近二十多年来，周佛创造出了一个自己的代表人物，一个以“toto”——有着大大的圆眼睛、困惑、伤感忧郁，却又积极向上、沉着从容——故事为主线的情感世界……他于 1990 年在波尔多举办了第一场展览会，以“Jofo”为标志。

他的绘画作品崇尚自由，展现的内容丰富多彩，有家庭、社会、爱情、性、分离、摇滚、战争、宗教、体育、快乐和生活场景……他的艺术通常浸透在了以黑色线条为主，色调均匀且简单诗意的作品中。

一些作品

- 1994 为环法帆船赛“波尔多城市”赛段的帆船进行装饰
- 1995 创作“Cylindre à Totos”（Totos柱），巴黎大堂广场永久展览作品
- 1998 波尔多世界杯足球赛的图形宣传设计
- 1999 波尔多儿童医院正墙装饰
- 2000 昂古莱姆漫画节的图形宣传设计
- 2009 巴黎航展百年庆典海报设计大赛优胜者
- 2012 在波尔多 Jardin Public 公园围栏上名为“Chapo Bordo”的系列展览大获成功，这也是作者对其居住城市——波尔多建筑致上的无限敬意

周佛&梅多克中级名庄

梅多克中级名庄对您来说代表什么？

“从波尔多到 Soulac 镇壮丽优美又波峦起伏的道路，穿越在葡萄园和酒庄城堡之间，又路过城镇村庄和吉伦特河口的小港口。真是一段美妙时光。”

您希望通过这个视觉标志传达些什么信息？

“波尔多酒庄的优雅唯美，尽管我在这里画的是一个假象的小资建筑物，而不偏袒任何一个在梅多克地区已有的别墅。另外，我在这里也没有画上我的代表人物‘Toto’，不能让他成为 Evin 法律的打击对象！”

您创作这一视觉标志的灵感来源是哪些？

“酒庄的优雅唯美，一直都是这么的小资享受，就如这类葡萄酒名称一样！”

如果让您用一个词来总结梅多克中级名庄，您怎么说？

“可贵”。

您会在什么情况下品尝梅多克中级名庄葡萄酒？

“为了与加斯科涅的美食相配，比如鹅肝、牛肝菌和土豆配的油封鸭，在花园深处，树荫下，与亲人一同享用！当然还有音乐的陪伴……”

“中级名庄”质量评审

一个获得批准的质量评审程序

梅多克的酿酒人史无前例地整合在一起，建成了梅多克中级名庄联盟。在联盟的努力下，已有几个世纪历史的“中级名庄”称号于2010年得到新生。

在2009年底，这场葡萄酒业内的革新活动成功地得到了政府的支持，政府批准了整个评审程序（2009年10月20日法令及2009年11月16日决议）。每年的九月份都会揭晓新一个年份的官方甄选结果，并将该结果公布于众。

独立且不妥协

质量评审由一个独立组织机构根据规范条例进行核审。该机构为“中级名庄”的质量评审打开了新视野，并且保证了各个步骤的公正和客观。

“中级名庄”的质量评审向梅多克的所有酒庄开放，只需酒庄所酿葡萄酒列属以下八大产区之一：**梅多克、上梅多克、利斯特拉克-梅多克、慕里斯、玛歌、圣于连、波亚克和圣爱斯泰夫**。所有希望参加“中级名庄”质量评审的候选葡萄园都要经历能力资格审查。此后，这项审查是若干年一次，随机进行。酒庄的候选人资格一旦被确认，酒庄所酿葡萄酒就可以参加品酒审查步骤。

以候选葡萄园提供的样酒为基础，**每年都会经盲品确定一组标准酒**，随后作为相关年份葡萄酒的参考进行比较。随后，每支葡萄酒都会**由一组专业评委进行盲品并打分**，评委由业内公认的专业品酒人士组成，每组六人。品酒审查的组织、葡萄酒匿名的揭晓以及感官审查的结果都由独立机构全权负责。

品酒过程为个人独立进行，期间禁止讨论。

“中级名庄”传统称号的颁发是以6位专业品酒人士对一款葡萄酒所打分数的平均值为基础。之后，该酒庄葡萄酒获得的最终分数会与同一年份标准酒的分数进行比较。

如果葡萄酒获得的分数高于或等于标准酒分数，就可以获得“中级名庄”称号。

鉴定和质量保证：“中级名庄”贴标

如今，所有的梅多克中级名庄葡萄酒都使用了一种独特的视觉鉴定识别系统，融合在了一个贴标上。

这类贴标通过“中级名庄”的标志进行识别，每支葡萄酒都有一个随机且独一无二的代码。



贴标为专业买家以及消费者提供了一份真正的质量承诺和更多的安全保证，这一系统可以：

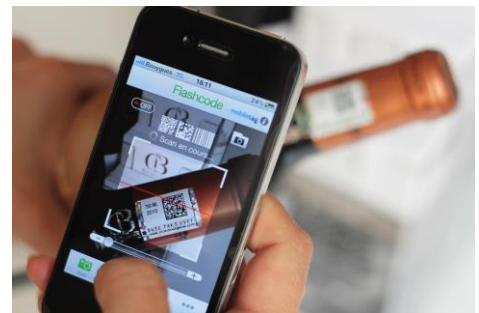
- **确保符合产量** → 经由专业评审团品尝及确认的质量与在允许产量内投放市场的葡萄酒质量相符。
- 在投放市场时，**确保“中级名庄”每瓶葡萄酒的来源和唯一性** → 每瓶葡萄酒都拥有一个独一无二的代码。
- **保护每瓶葡萄酒** → 在“中级名庄”贴标上纳入了多层次的安全保护级别。



“中级名庄”的评审是对一定产量下的葡萄酒真实质量的肯定，是对最终消费者的一种保证。

消费者可以通过智能手机来扫描贴标上的 QR 码。

扫描后会马上链接至 www.crus-bourgeois.com 网站，并且直接从专门的网页中获取葡萄酒和酒庄的相关信息。



一个诱人的选择

梅多克中级名庄葡萄酒的品质每年鉴定，而且其价格也相对平稳，即使是卓绝出色的大年份也依然如此。

因这些酒来自梅多克的 8 个产区，所以口味非常多样化，为爱好者提供了一系列的多样选择。

在“中级名庄”贴标的帮助下，全世界的消费者很容易就可以在销售点辨认出这些葡萄酒。



丰富的产量（2011 年份产量为 2800 万瓶）保证了“中级名庄”品牌在主要市场上的可见度：

- 60%的梅多克中级名庄葡萄酒在法国销售，40%用于出口。
- 法国以外地区，梅多克中级名庄在法国葡萄酒主要进口国市场上均有销售：

下列三个国家平均各销售百种中级名庄葡萄酒：英国、比利时、荷兰

即占 2011 年份官方甄选的 40%

美国销售 152 种中级名庄葡萄酒

即占 2011 年份官方甄选的 60%

下列三个国家或地区平均各销售 65 种中级名庄葡萄酒：日本、韩国和香港

即占 2011 年份官方甄选的 25%

中国大陆销售 167 种中级名庄葡萄酒：

即占 2011 年份官方甄选的 64%

为消费者而设的工具

梅多克中级名庄的新网站于 2012 年 9 月，即在公布上届官方甄选结果时推出，获得了极好的成效。

访问量稳步增长

- 一年内有近 57 000 位访问者，阅读总页数超过 233 000 页
- 超过 75 000 位访问者，即平均为 1 500 位访问者/周，且 2013 年初有平均为 23% 的增长量
- 访问梅多克中级名庄网站的前五大国家为：
 - 法国
 - 中国
 - 比利时
 - 德国
 - 美国

酒庄资料和葡萄酒旅游信息

在个人电脑或是智能手机上，消费者只需轻点几下，即可获得有关梅多克中级名庄的完整信息。一份详细的记述资料、品酒笔记、酒庄历史和地理位置等信息随时供消费者浏览，成为帮助消费者了解梅多克中级名庄的工具。

另外，每个酒庄资料页上还有一个简单的葡萄酒旅游图标系统，可以让消费者以此为基础来安排梅多克地区内中级名庄的参观。



“中级名庄”贴标在所有葡萄酒上的广泛使用应当会促进网站的浏览量。

悠久的历史渊源

中级名庄，一个可以追溯至中世纪的传承。

中产者（Bourgeois）这一名词的原意是指在波尔多城居住的居民，以商人和手工业者为主。他们在英王的统治下，拥有许多权利，甚至是特权。其中一项就是他们拥有在当地（Guyenne地区）出售或是出口自酿葡萄酒的免税权。

到了十五世纪，波尔多的中产阶级借由国际贸易创造了财富。之后，他们购得了这一地区最为优质的土地，这些地方就被称为“中产者的酒庄”，之后演变为“中级名庄”。

1740年，第一次有文本提到了一批精选的酒庄并明确了梅多克酒庄葡萄酒的价格。

法国大革命时期，中产者的特权被取消一空。而中产者的酒庄也承受了社会重大变革的影响。

尽管如此，随着岁月的流淌，由于葡萄酒的出口，中产者在梅多克葡萄园发展中所扮演的角色也越来越重要。

在十九世纪初期，中级名庄重新登上历史舞台（300家左右）。这时，中级名庄葡萄酒的价格就已经位于艺术家和农艺酒庄（Crus Artisans, Paysans）之上。

1855年后，当局希望可以在已存且非常出名的排名表上扩充一些其它级别的酒庄，纳入一些中级名庄就是此项修改的主要目的。

在这一时期，一共约有248家中级名庄。据M. d' Armailhac出版于1858年的著作记载：34家中级优质酒庄（Bourgeois Supérieurs）、64家中级良好酒庄（Bons Bourgeois）、150家中级普通酒庄（Bourgeois Ordinaires）。

二十世纪初，中级名庄得到了发展，并且在海外市场上占据了重要位置，尤其是在德国和俄罗斯市场上。

第一次世界大战给中级名庄的飞跃发展踩了一脚急刹车，之后1929年的大萧条更加恶化了情况。

尽管酒庄的数量在不断减少，但是也有维持经营并且坚持使用“中级名庄”称号的葡萄园。

也因此**在1932年，波尔多的葡萄酒中间商在波尔多工商会和吉伦特省农业委员会的双重支持下，一共选出了444家中级名庄。**虽然工商会列选的这个名单从未得到过官方的承认，但是，该名单作为一项葡萄酒的重要参考使用了70多年。

1962年，一个中级名庄的工会成立。该工会组织了两次内部竞赛排名活动，希望可以在中级名庄内部创造出竞争的环境。

1979年，关于标签的欧盟法令承认惯用的“中级名庄”称号，但如何使用该称号等相关规定需由法国制定。

2003年6月17日，一个政府法令终于批准了第一个梅多克中级名庄的官方排名，在490名候选人中命名了247家酒庄。

一些未被列入名单的酒庄认为该评选缺乏公平性。事实上，专家评选团由18位专业人士组成，包括当时的梅多克中级名庄工会主席（按照2000年11月30日为组织工作准备的法令）

2007年，波尔多的行政上诉法院宣布取消2003年6月17日批准的梅多克中级名庄排名。原因是：“人们不能同时兼任‘法官’和‘当事人’。”

2009年，梅多克中级名庄的质量评审得到了法国政府的批准：2009年10月20日法令及2009年11月16日决议。

2010年：“中级名庄”质量评审实施第一年，公布了2008年份官方甄选结果。

2011年，公布2009年份，梅多克中级名庄的第二份官方甄选结果。

2012年，公布2010年份，梅多克中级名庄的第三份官方甄选结果。

今天，一个名庄组成的大家族

中级名庄的历史悠久，已经成为了波尔多葡萄园遗产的一部分。

有些酒庄的历史比 1855 年的列级酒庄还久远了许多。她们今天仍然在那里见证着“中级名庄”这一惯用称号的力量。

中级名庄形成了一个大家族。而家族成员的情况各不相同，分散在不同种类的土壤上（共有 8 大法定产区：梅多克、上梅多克、利斯特拉克-梅多克、慕里斯-梅多克、玛歌、圣于连、波亚克和圣爱斯泰夫）。葡萄园的领导者大多来自梅多克地区本身，但也有远道而来的朋友，为这里带来新活力和新观念。

这一大家族的力量就是：统一中兼具多样性。虽然葡萄园源自同一片地区，拥有相同的历史，但是每个葡萄园又有自身的特点，为消费者提供不同的产品。

这个多样性无处不在：酿酒工艺、口感、价格、声望、销售方式、向葡萄酒旅游开放的程度、宣传推广、社交网站的出现程度等等。

最后，作为地区内最大的酒庄家族之一，家族成员分享着同样的梦想：捍卫传统“中级名庄”这一称号，因为对传统和专业技能的保护维持已经成为了奢侈品的重要标志。

借由甄选的严格标准以及价格的定位，梅多克中级名庄非常吻合于当代市场的需求，也很好地满足了越来越挑剔的消费者的需求。

我们的活动合作伙伴

梅多克中级名庄联盟的合作伙伴均是工作态度严谨且获得业界公认的公司或组织。

在相互尊重的基础上，我们与合作伙伴携手，在各种活动中追求最优效果。



Chef & Sommelier



Abatilles



Nadalié

对于他们给予的信任，我们在此表示衷心感谢。