

適時轉行敢嘗試 李安妮「酒」到商機

美酒配佳餚，一向是古今中外的飲食文化，然而方式並非一成不變，未必要紅酒配紅肉、白酒配白肉，有時不跟傳統，發揮創意，可能帶出意想不到的驚喜；正如人生旅途亦一樣，敢於作出嘗試，隨時令你截然不同。我是李安妮，原本從事紡織，2009年半途出家，轉去發展酒業生意，結果無心插柳下，得到比任何名酒更寶貴的見識和體驗。

採訪·撰文：孫皓軒 攝影：何澤



人言人語

從前做紡織，基於工作關係，偶爾買佳釀作應酬，逐漸結識到一班賣酒的朋友，自己亦慢慢開始愛上杯中物。隨着紡織業式微，加上港府在2008年取消所有葡萄酒稅，我與朋友商討後認為是時機，決定轉行。

雖然我喜歡飲兩杯，到真正入行時，還需要加強知識，所以就算創業初期忙得不可開交，我都抽空修讀WSET葡萄酒中級證書課程。

為尋找合適產品，經常到世界各地試酒：不要以為可因利乘便順道旅遊，因行程緊迫，很多時一到埠就要開始品嘗，曾經1日內連飲7支，人雖沒醉，卻已茫然不知身處何方。

夥拍名人好友打開銷路

創業困難當不止於此，最深刻是交巨額「學費」。以往做開紡織，我原以為酒業都以同樣貿易模式運作，即先購入大量存貨，再分批出售，加上當時新聞張，生產商要我大量訂才肯接單，詎料入貨後才發現本地市場對白酒需求遠低於紅酒，且其保存期較短，結果囤積在倉庫，最終因變壞棄置，損失達7位數字，真是慘痛教訓。

新公司想迅速打響知名度，捷徑莫過於借助名人效應，所以我找來藝人劉嘉玲及前亞洲小姐冠軍羅霖等好友做合作夥伴：有趣的是，公司雖是港產品牌，卻由2009年開業至2013年，大部分生意都來自內地，直到後來中央嚴打貪腐，貴價酒需求減，我們才決定轉攻大眾化市場，把業務重心轉回香港，皆因我知道，只要在本埠建立名氣，內地客自然慕名而來，畢竟他們對香港品牌有種情意結，認為品質較有保證。

不同食物配搭各有品味

如今業務已漸上軌道，我覺得這些年來的最大收穫不是賺多少，而是認識到很多不同的人。以前做紡織，每天在工廠區上班，見來見去同一群人，絕大部分是男工友，除公事外，大家話題不多，現時客人來自各行各業，摸着杯底可以天南地北無所不談。

有時酒過三巡之後，甚至讓我發現對方鮮為人知的一面，例如有位校長，平日十分端莊，幾杯到肚後，即放下形象，變得大情大性；又有位任職紀律部隊的客人，外表嚴肅刻板，遇上酒精便開朗健談，相當有趣。

由於工作樂趣多，令我愈來愈愛品酒，且喜歡嘗試以各種食物配搭來自不同產區的出品，看看會產生什麼「化學作用」。嘗新總會帶來意外收穫，曾在誤打誤撞下，發現原來榨菜跟某種紅酒非常匹配，菜的鹹辣令酒味更突出，大家有興趣不妨一試。

回想當初轉行的決定，雖付出不少心機和金錢，新挑戰確令我眼光擴大，對生活上的轉變感到份外驚喜；其實，人生就如品酒一樣，一個嘗試，可能令你喜出望外。

■前亞洲小姐冠軍羅霖(右)成為合作夥伴，有助宣傳。

(受訪者提供)

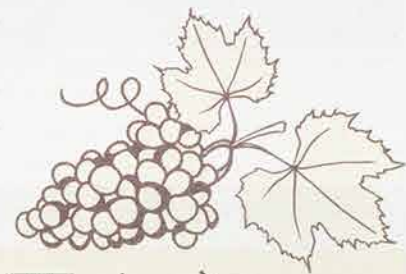


李安妮 (Angel) 小檔案

信報

職銜	馬伯樂酒業董事長兼創辦人、香港葡萄酒商會副會長。
學歷	英國密德薩斯大學 (Middlesex University) 文學士、香港中文大學數據科學與商業統計學碩士。
家庭狀況	已婚，育有2子女。
個人簡介	早年從事紡織業，因行業式微轉行，隨着政府2008年取消所有葡萄酒稅，於2009年創業，代理多國洋酒、葡萄酒、果酒等，並在內地多個城市建立銷售網。

■李安妮轉行發展酒業生意，認識到很多新朋友。



代理多元化 目標要上市

很多人以為內地人都愛「飲番兩杯」，李安妮引述市場統計指出，原來內地「劉伶」只佔整體人口不足5%，遠遠未達普及程度；相反，外國嗜杯中物的人口比例，卻高達20%至30%，對很多洋人來說，飲酒已是生活一部分，到餐廳用餐，幾乎大部分人都會點酒來佐膳。

宜小酌怡情

由此可見，內地品酒市場仍然有很大的發展和增長空間。李安妮又透露，現時除了售賣葡萄酒

及干邑外，今年更加引入蘇格蘭威士忌，目的是令到產品多元化；公司目前又與美心飲食集團商討合作計劃，稍後或會有具體方案，長遠的目標希望上市。

她又說，隨着時代進步及全球一體化等因素，品酒業未來必大有可為，公司終極目標是希望在社會推廣飲酒文化，惟她強調所謂「文化」，是要適當及健康地品嘗，並非鼓勵別人酗酒或借酒澆愁，希望大家在個人生活及工作聯誼，養成「小酌怡情」的習慣。

