

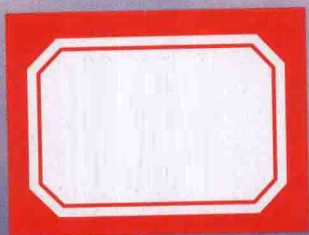
世界 Kevin Zraly
全新第26版
葡萄酒全书

全球销量最大的葡萄酒全书 300万葡萄酒爱好者一致选择

〔美〕凯文·兹拉利 著 王臻 译

COMPLETE
WINE COURSE

上海译文出版社



世界葡萄酒全书

Complete Wine Course

[美] 凯文·兹拉利 著 王臻 译

南海出版公司

图书在版编目(CIP)数据

世界葡萄酒全书 / [美] 兹拉利著; 王臻译. — 2
版. — 海口: 南海出版公司, 2012. 7
ISBN 978-7-5442-5881-4

I. ①世… II. ①兹…②王… III. ①葡萄酒—介绍—世界 IV. ①TS262.6

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第065886号

世界葡萄酒全书

[美] 凯文·兹拉利 著
王臻 译

出 版 南海出版公司 (0898)66568511
海口市海秀中路51号星华大厦五楼 邮编 570206
发 行 新经典文化有限公司
电话(010)68423599 邮箱 editor@readinglife.com
经 销 新华书店

责任编辑 崔莲花
特邀编辑 焦乐群
装帧设计 金山
内文制作 田晓波

印 刷 北京昊天国彩印刷有限公司
开 本 889毫米×1194毫米 1/16
印 张 20.5
字 数 600千
版 次 2011年1月第1版 2012年7月第2版
印 次 2012年7月第2次印刷
书 号 ISBN 978-7-5442-5881-4
定 价 398.00元

著作权合同登记号 图字: 30-2012-004

Kevin Zraly's Complete Wine Course 2012 Edition
by Kevin Zraly
Text © 2011 by Kevin Zraly
This edition has been published by arrangement with
Sterling Publishing Co., Inc., 387 Park Ave. South,
New York, NY 10016,
through Andrew Nurnberg Associates International Ltd.
All Rights Reserved.

版权所有, 未经书面许可, 不得转载、复制、
翻印, 违者必究。

Complete Wine Course

Kevin Zraly

新经典文化有限公司
www.readinglife.com
出品



图片及插图出处

扉页图片（由左至右）：

葡萄酒杯 © istockphoto.com/ Olga Sapegina；意大利西西里岛阿尔卡莫附近的葡萄园 © istockphoto.com/Peeter Viisimaa；刚采摘下来的葡萄 © istockphoto.com/Rachell Coe

扉页背景图片：

意大利托斯卡纳的葡萄园 © Shutterstock/newphotoservice

纳帕河谷的酿酒葡萄（第 4 ~ 5 页）© Shutterstock/Andy Z.

葡萄园，法国阿尔萨斯的里凯维尔（第 32 ~ 33 页）© istockphoto.com/Ann Taylor-Hughes

美丽的葡萄园（第 60 ~ 61 页）© Shutterstock/8690472142

德国上韦瑟尔（第 98 ~ 99 页）© Shutterstock/LianeM

博若莱的葡萄园（第 114 ~ 115 页）© Shutterstock/David Hughes

酒窖中的陈酿（第 136 ~ 137 页）© Shutterstock/Mostovyi Sergii Igorevich

清晨的纳帕河谷葡萄园（第 156 ~ 157 页）© Shutterstock/Bill Perry

葡萄园，意大利托斯卡纳（第 172 ~ 173 页）© Shutterstock/Keith Levit

老雪利酒桶，西班牙赫雷斯 - 德拉弗龙特拉（第 196 ~ 197 页）© Shutterstock/Vladimir Melnik

葡萄，法国波尔多（第 214 ~ 215 页）© Shutterstock/Stéphane Bidouze

壁炉边的红葡萄酒和乳酪（第 252 ~ 253 页）© Ina Peters/istock

我们如何“嗅”味？（第 257 页），经 Tim Jacob 允许使用该插图，来自 www.cf.ac.uk/biosi/staff/jacob

致 谢

谨以本书 2012 版献给我最亲密的三位良师益友，我与他们相识近 40 年，他们是约翰·诺维 (John Novi)、彼得·比安斯托克 (Peter Bienstock) 和哈维·马沙克 (Harvey Marshak)。

我 19 岁那年，约翰让我在他的餐馆 Depuy Canal House 工作，并且让我设计自己的第一张酒单。

彼得是 Depuy Canal House 最早的顾客之一，是他让我第一次品尝到闻名世界的佳酿，当时我差点激动地大喊“终于喝到了！”

我在 Windows on the World 餐厅工作时遇到了哈维，他是那里的常客。在事业和个人生活方面，他给了我许多有价值的建议。

很庆幸，我能常常与这三位挚友一起享受美食、美酒，分享趣闻，开怀大笑。

卷首和卷尾的签名来自我拜访过的酒厂主、葡萄园主、酿酒师以及市场营销和公关方面的专业人士，感谢他们给予我的无私帮助。

欢迎您提出宝贵意见，我的个人主页 www.kevinzraly.com 会及时更新，您可以随时查看葡萄酒的最新资讯。

2011年是我在葡萄酒领域从教的第40个年头，而我在世界之窗葡萄酒学校也度过了35个春夏秋冬，这真是一段漫长的旅程。学习葡萄酒不只是了解一种饮料，还包括与酒有关的地域和人们。这些年来我在世界各地游历，学习不同的语言、各种文化，并有幸了解那些栽种葡萄、酿造葡萄酒的人世代保留下来的风俗。可以说，葡萄酒尤其是葡萄酒的多元化拓宽了我的人生。

我与葡萄酒结缘是在1970年的春天。那一年我19岁，还在上大学，为了赚点零花钱课余时间是一家餐馆当侍者。没想到幸运之神降临，真是天时地利，餐馆开业不到一年就得到了当时《纽约时报》的美食专栏作家克雷格·克莱本（Craig Claiborne）的四星好评，这可是纽约市以外的餐馆头一次获此殊荣。正是这件事改变了我！第二天我就受命负责啤酒、烈酒和葡萄酒方面的服务，因为对此知之甚少，1971年秋天我在纽约市参加了一个相关课程的培训。上了一周课之后，我生平第一次为顾客讲授葡萄酒知识，而课上讲的内容全部来自在纽约上课时的笔记！葡萄酒成了我生活中不可或缺的一部分，我想知道关于葡萄酒的一切。虽然当时的葡萄酒书籍和酒款并不多，但我还是尽力寻遍所有书，为每一款喝过的酒作品酒记录。

有一天晚上，一个顾客让我品尝一款比我还年长的葡萄酒，这让我对葡萄酒既着迷又感到困惑。1972年我在《时代》杂志读到一篇文章，说葡萄酒产销量即将大幅增加。于是，我办了休学手续并一路搭车去往加利福尼亚。我拜访了纳帕、索诺玛、门多西诺、圣克鲁兹和利弗摩尔的葡萄酒厂，真真切切地感受到了那篇文章预测到的趋势。

回到学校之后我向教务处提出申请，想开一门葡萄酒公共课，你可以想象那些工作人员的第一反应——出去！最终，在我的不懈努力下他们同意了，我开始在纽约州立大学联盟的学校教授第一门葡萄酒公共课。我当时上大三，而葡萄酒公共课是为大四学生开设的。在我所在的学校里，我既是学生又是老师，那时觉得有点像做梦。

我知道的越多，就越意识到理解葡萄栽种和葡萄酒酿造有多重要。为什么葡萄酒如此美味？酒里的各种味道来自何处？我有很棒的想法却没有钱——多想拥有葡萄园啊。我联系了康奈尔农业推广系统，想看看他们是否愿意在哈德逊河谷栽种葡萄，而坐落于哈德逊河谷新帕尔茨的酒店 Mohonk Mountain House 答应给我一块地。哈哈！就这样我在大四时成了葡萄园主。

毕业之后，我觉得应该把我在课上作为专题讲过的葡萄酒生产国游历一番。说走就走，我买了一张99美元的机票，飞机中途在冰岛加油，目的地是卢森堡公园。在接下来的一年里，我使用欧洲火车通票，带着青年旅馆指南遍访法国、意大利、西班牙、葡萄牙和德国的葡萄酒产地。现在回想起来，那真是一次让我大开眼界的经历！

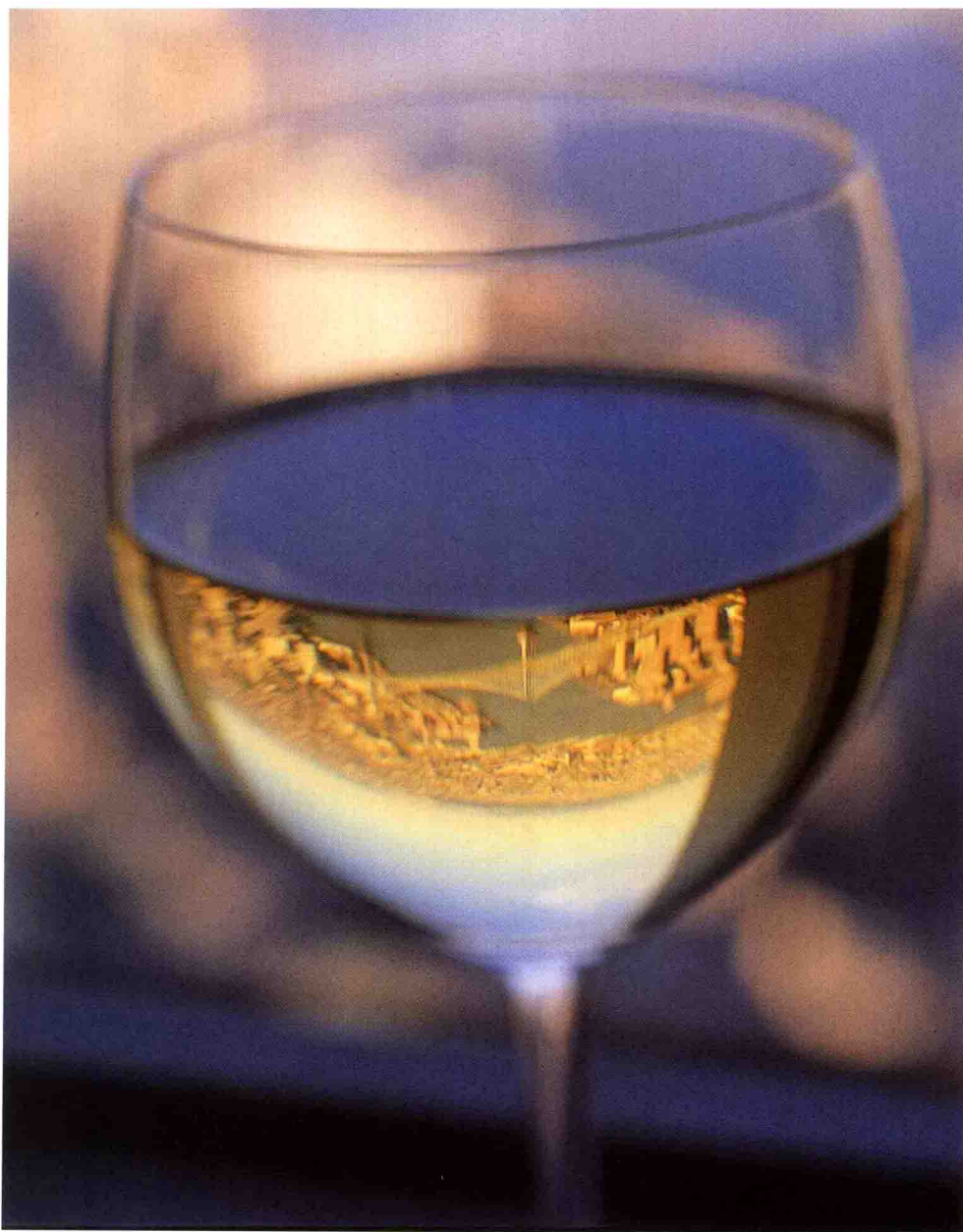
从欧洲回到美国之后，我已经做好准备，在纽约这个世界葡萄酒大都会检验我多年来积累的葡萄酒知识和经验。幸运之神又一次降临，天时地利人和——1976年4月我被任命为即将开业的世界之窗餐厅（Windows on the World）的酒水顾问，这家餐厅位于世贸中心一号楼第107层。没过多久，世界之窗餐厅就成了世界上利润数一数二的餐厅，葡萄酒销量在美国也最大。在2001年9月11日之前的25年里，我继续研究葡萄酒，并在世贸中心一号楼的世界之窗葡萄酒学校任教。

直到今天葡萄酒学校还在正常运转，这所学校寄托着我对葡萄酒的热爱。以上就是我葡萄酒人生的一段旅程，它还将继续。



本书献给所有对葡萄酒充满热情的人们，包括葡萄栽种者、酿酒师、葡萄酒采购和销售人员，特别是广大葡萄酒消费者。

愿你座上客常满，杯中酒不空。



这幅照片拍摄于世贸中心一号楼第 107 层，杯中所映为东河与布鲁克林大桥。

CONTENTS

引 言：见证葡萄酒的变迁（1970～2010） / 1

序 章

第一章

法国白葡萄酒 / 33

第二章

美国华盛顿州、俄勒冈州、纽约州的葡萄酒，加利福尼亚州白葡萄酒 / 61

第三章

德国的白葡萄酒 / 99

第四章

法国勃艮第和罗纳河谷的红葡萄酒 / 115

第五章

法国波尔多红葡萄酒 / 137

第六章

美国加利福尼亚州红葡萄酒 / 157

第七章

西班牙和意大利的葡萄酒 / 173

第八章

香槟、雪利酒和波特酒 / 197

第九章

世界各地的葡萄酒 / 215

第十章

更广阔的葡萄酒世界 / 253

后记：回首过往，心存感激 / 311

葡萄酒术语选编 / 314

引言：见证葡萄酒的变迁（1970～2010）

40年前，我刚踏上葡萄酒的旅程，视野仅限于法国葡萄酒和一部分德国葡萄酒。这些年来，葡萄酒领域逐渐出现了一些变化：加利福尼亚开始出产一些出色的酒款，特别是纳帕河谷的赤霞珠葡萄酒。接着，智利、澳大利亚、新西兰、南非、阿根廷、美国的华盛顿州、纽约州、俄勒冈州（排名不分先后）和更多地方的好酒层出不穷。葡萄酒已经被全世界共享，现在正是葡萄酒的黄金时代。

以下是我在过去40年里感受到的变化，它们对葡萄酒酿造和葡萄栽种产生了重要影响。另外，我还在本书的旁注中贯穿了葡萄酒的今昔对比，其中包括1970～2010年的各种统计数据。

栽培和酿造工艺

过去40年，葡萄酒的整体品质有了显著进步。首先酿造科学和技术方面的进展非常惊人，其次葡萄栽种者重新采用了“回归土地”（back-to-the-earth）的耕种技术，另外，国际品种被广泛种植，而这3个因素刺激了葡萄酒的消费。

以下是过去40年中酿造技术和葡萄栽培方面的一些具体变化：

- 更加关注私人葡萄园、葡萄营养系选种（Clonal Selection）和栽培架式（Trellis Systems）。
- 更加注重选择适宜的地区栽种特定品种。
- 大大减少过滤（Filtration），酒浆风味更浓郁、更丰富、更自然。
- 橡木的使用较之过去更为谨慎。
- 酒精浓度达到历史最高水平。
- “可持续栽培”成了全世界葡萄栽培领域的流行语：酿酒师更加重视生态，尽量减少除草剂和杀虫剂的用量。尽管采用生物动力种植法（Biodynamic）的酿造者依然凤毛麟

角，然而一些精英级的酒厂Benziger、Chapoutier、Domaine Leflaive、Zind Humbrecht、Domaine Leroy、Araujo都在尝试。

- 葡萄植株的密度大大增加，使栽培专家有更多的空间栽种品种优良的葡萄。
- 螺旋瓶盖在取代橡木塞，而且这一现象不只出现在中低档酒中。螺旋瓶盖在澳大利亚使用的比例为75%，在新西兰则为93%。
- 全球气候变暖恐怕并非讹传：1960～1969年，法国勃艮第（Burgundy）葡萄每年的收获时间大约从9月27日开始，而2000～2004年，这一时间则接近9月的第一周。为了控制生长周期缩短带来的负面影响，有些栽种者用纵向栽种代替横向栽种，以避免过量的日照。
- 加糖（Chaptalization）如今已基本弃用。^{*}
- 越来越多的酿酒师使用天然酵母代替人工酵母。
- 欧盟已使成员国的酒标标准化，向欧盟出口葡萄酒的国家也必须遵守其酒标的相关规定。例如，法律规定如果酒标注明葡萄品种，酒款则必须至少含有85%的该品种葡萄。

葡萄酒贸易

除了品质极大提升，葡萄酒贸易的繁荣还大大得益于欧洲葡萄（*Vitis vinifera*）的广泛种植。赤霞珠（Cabernet Sauvignon）、美乐（Merlot）、黑比诺（Pinot Noir）、霞多丽（Chardonnay）、雷司令（Riesling）、长相思（Sauvignon Blanc）以及其他一些广为人知的葡萄品种如今已遍植世界各地，消费者即使买到陌生品牌，也一样有可能品尝到熟悉的风格，享受稳定的品质。

以下是葡萄酒贸易方面几项意义重大的进步：

^{*} 中国葡萄酒还在使用加糖技术。——编者注

- 美国 70% 的葡萄酒零售价不超过 7 美元。

- 中国已经成为新兴葡萄酒市场，去年中国进口的葡萄酒比前年翻了一番，而且中国现在是波尔多葡萄酒第一大进口国。

- 1970 年我开始研究葡萄酒时，欧洲葡萄酒产量占全球产量的 78%，位居世界第一。2010 年的世界葡萄酒产量中，欧洲的份额跌至 63%，美国从 16% 增至 18.5%。

- 自 2001 年以来，葡萄酒消费的增长率在所有酒精饮料中最高。

- 美国成为世界最大的葡萄酒消费市场，零售额已超过 400 亿美元。

- 美国葡萄酒品牌的名字越来越有创意，例如：Red Truck、Pinot Evil、Killer Juice、Marilyn Merlot、Kick Ass Red、Mad Housewife。

- 2005 年，美国最高法院批准了葡萄酒跨州运输，促使大多数州重新修订葡萄酒相关法规。

- 美国葡萄酒酒水单的水准达到了空前的高度，许多餐厅为促销列出“魔鬼酒水单”（此举着实吓坏了不少“新酒客”），其他餐厅则审慎地列出各类酒中的最佳酒款。在全美各地的餐厅，你都能找到葡萄酒酒水单！

- “好市多 (Costco)” 的年均葡萄酒销售额超过 10 亿美元，是全美最大的葡萄酒零售商。

- 兼并使美国葡萄酒批发商的数量减少了 50%，Southern Wine & Spirits 和 Charmer Sunbelt Group 控制了全美 38% 的酒类分销渠道。

- 名人的品牌影响力很大。从棒球明星汤姆·西沃尔 (Tom Seaver) 到赛车手杰夫·戈登 (Jeff Gordon)，再到民谣教父鲍勃·迪伦 (Bob Dylan)，名人效应带来的销售额在 2010 年超过了 5000 万美元。

- 葡萄酒博客 Wine2.0 出现，如今人人都可以将自己对葡萄酒的评价发表到互联网上，或通过 eRobertParker.com、Wine Spectator's Blog Index、winelibrary.com、Wine

Enthusiast's UnReserved 或 Dr.Vino 等网站向酒评家提问。

- 纸盒装葡萄酒变得越来越流行，尤其是在加州的一些工厂。用纸盒代替酒瓶可以减少生产和运输玻璃瓶过程中产生的大量温室气体，降低“碳足迹”。

- 美国的葡萄酒出口额 1970 年几乎为零，2010 年已经达到 10 亿美元。

- 2008 年是美国禁酒令结束 75 周年。

- 美国葡萄酒进口的比例并无太大变化，1970 年美国进口的葡萄酒占总销量的 27%，2010 年为 30%。

葡萄酒消费

更好的品质、熟知的品种、专业的市场营销，这一切使得全世界的葡萄酒消费者能够享受到史上最优质的酒款，且价格极为合理。较之以往，消费者可以在任何一个价位拥有更大的选择空间，而未来一定会涌现出越来越多的佳酿。

以下是我从过去 40 年的葡萄酒消费领域中选取的重大事件：

- 相比白葡萄酒，消费者更喜欢红葡萄酒。

- 美国人饮用的葡萄酒，在数量和品质上都达到了空前的高度。葡萄酒在美国的消费量达到了 7.67 亿加仑（本书中出现的加仑均为美制加仑），较之 1970 年增长了 2.67 亿加仑。2010 年美国成为世界第一大葡萄酒消费国，人均葡萄酒消费从 1970 年的 1.31 加仑升至 2010 年的 3 加仑。

- 截至 2010 年，美国的葡萄酒消费量已连续 17 年递增，总销量超过 3 亿箱。

- “千禧世代”（21 ~ 30 岁）的葡萄酒消费比例增长得最多，超过了“X 世代”（31 ~ 42 岁）和“婴儿潮世代”（43 ~ 61 岁）。

- 在美国，与葡萄酒相关的慈善活动收效甚佳。2010 年，纳帕河谷 (Napa) 拍卖会筹得善款 850 万美元，同年，佛罗里达州的那不勒斯葡萄酒节上的筹款为 800 万美元。

- 葡萄酒爱好者越来越钟爱拍卖会。2010 年，全世界葡萄酒拍卖会的销售额为 4.08 亿美元，而 1994 年这一数字为 3300 万美元。2010 年，美国葡萄酒拍卖会的销售额超过 1.54 亿美元，网上拍卖的销售额超过 3400 万美元。

- 冒牌葡萄酒越来越猖獗。

- 最好的波尔多（Bordeaux）酒价格飙升，绝非一般消费者所能企及，有的 2009 年波尔多酒甚至卖到 3500 美元一瓶。

- 自 1970 年以来，法国、西班牙和意大利的葡萄酒消费量下跌了 50 %。

- 桃红葡萄酒重新开始流行。

- 美国葡萄酒评论家罗伯特·帕克（Robert Parker）凭借其独创的百分制评分法，成为全球葡萄酒界的标志性人物。

超级葡萄酒

- 加州的超级葡萄酒如 Opus One 和 Harlan Estate 诞生。

- “超级托斯卡纳”（Super Tuscans）如 Sassicaia 和 Ornellaia 成了收藏家渴求的珍品。

- 标价超过 100 美元的“超级易购”葡萄酒（“Super Everywhere”）如今在澳大利亚、智利、阿根廷和南非均有出售。



序 章

葡萄酒基本知识



葡萄酒的风味 · 葡萄品种 · 发酵 · 陈贮和成熟 ·

关于葡萄酒的品尝 · 60秒葡萄酒专家 ·

全世界的白葡萄 · 全世界的红葡萄

作者在每章的开始及其他地方会进行指导讲解，本书列出讲解视频的网址，读者可自行登录。

科学家正努力通过命名的方式来区分葡萄酒中的香味化合物，但是葡萄酒品鉴专家却更愿意使用已有的术语。用“青椒味”记忆甲氧基吡嗪（Methoxypyrazine）的气味或者用“花香”记忆芳樟醇（Linalool）和香叶醇（Geraniol）的气味其实更容易。

一瓶葡萄酒的含水量为 86%。

一瓶 2.4 磅的葡萄酒需要 600~800 粒葡萄酿成。（1 磅≈ 0.45 千克）

主要的葡萄品种

欧洲葡萄：

霞多丽
赤霞珠

美洲葡萄：

康科德（Concord）
卡托巴（Catawba）

杂交品种：

白赛瓦（Seyval Blanc）
黑巴克（Baco Noir）

Vitis 在拉丁文中是葡萄树的意思。

Vinum 在拉丁文中是葡萄酒的意思。

葡萄酒的风味

是什么因素决定了葡萄酒的口感、香气和独特的味道？如果酿造过程中没有加入樱桃、柠檬草、苹果或调味剂，用葡萄酿出的酒为什么会有樱桃、柠檬草、苹果的味道？

决定葡萄酒风味的因素会发生生物化学变化，所以我们能品尝到葡萄酒主要的几种味道——甜、酸和一点点苦，还有香气的化合物——它让我们联想到各种食物、香料和矿物的气味。葡萄酒中的香气化合物闻起来很像樱桃、柠檬草或苹果，但实际上它们来自葡萄复杂的生物特性、酵母的新陈代谢活动、酿造和陈贮过程中的其他化学反应。

因此，葡萄酒的风味主要由 3 个因素决定：

葡萄 发酵 陈贮

完整的葡萄酒酿造过程包括从葡萄栽种到葡萄酒装瓶的每一步，了解这一过程可以让我们理解葡萄酒的味道和香气究竟是怎样形成的。

葡萄酒的香气和味道

葡萄酒是否都采用同一种葡萄酿酒？

当然不是。主要的酿酒葡萄来自不同品种的欧洲葡萄，欧洲、北美、澳大利亚和南美的酿酒师都使用欧洲葡萄酿酒——包括各个品种的红葡萄和白葡萄。不过，其他种类的葡萄也可以用来酿酒。美国最主要的本土葡萄品种是美洲葡萄（*Vitis labrusca*），这种葡萄在纽约州以及东海岸和中西部的几个州广为种植。另外，杂交品种在现代酿酒中也多有采用——它们是欧洲品种和北美洲品种如美洲葡萄的杂交。

所有葡萄的味道都一样吗？

葡萄品种对葡萄酒风味的影响非常关键，品种个性（某种葡萄通常情况下与生俱来的味道和香气）对于葡萄酒酿造是一个相当重要的概念，每个品种的葡萄都有其典型特征。例如，薄皮的紫黑色葡萄常被用于酿造单宁酸较高的酒，这种酒在年轻时有些苦涩。人们用雷司令葡萄酿造酸度较高的酒，用麝香葡萄（Muscat）酿造

香气馥郁、闻起来有点柑橘香气的酒。葡萄品种的各种特征都会通过酒淋漓尽致地体现出来，酿造者的一大挑战就是保留品种特征或使其服从于整体风味，从而酿出各种成分都均衡协调的葡萄酒，也就是我们所说的平衡良好。

在哪里栽种葡萄很重要吗？

是的。葡萄对生长条件的要求极为严苛。就像你不会在缅因州种植柑橘一样，你也绝不可能在北极种葡萄。葡萄的栽培有很多限制，这些限制包括种植季节、日照天数、阳光照射角度、平均温度，以及降水量。土壤是最基本的考量因素，排水性良好是起码的要求。适量的阳光可以使葡萄彻底成熟，从而达到糖分和酸度的平衡，这一点最终决定了酒的品质：中平、优良或上佳。

葡萄种在哪里最好？

传统上，如果选择特定地区种植某些葡萄品种，酿成的酒品质会更好。例如大多数红葡萄的生长季节都比白葡萄长，所以红葡萄通常种植在较温暖的地区。寒冷地区，如德国和法国北部的大多数葡萄园种植白葡萄，温暖的意大利、西班牙、葡萄牙和加州的纳帕河谷则是红葡萄的天下。

什么是风土 (Terroir) ？

Terroir 这个法文词很难找到与之准确对应的中文，因为它并没有那么科学严谨，而是人们约定俗成的一个概念。风土是指某个产区或葡萄园特定的自然生长环境，包括土壤构成、地形地貌、光照条件、天气和气候、降雨情况、当地生长的植物，以及其他很多因素。许多酿酒师都认为风土条件影响葡萄酒的风味，其中的某些因素例如光照和土壤的排水性对葡萄品质的影响尤为重要。

土壤的“味道”：作为风土条件之一，土壤类型在葡萄酒酿成之后才能比较明显地体现出来。笼统地说，土壤的味道可以描述为“矿物质的味道”。那些大名鼎鼎的产区恰恰是因为土壤对葡萄酒显著的影响而出名，品尝这类葡萄酒被认为是品尝土壤类型的特点。德国的雷司令葡萄酒有它们生长其中的板岩的味道，同样的，勃艮第的霞多丽葡萄生长在富含石灰岩的土壤中，用它酿成的酒有燧石或鹅卵石的味道。葡萄树的根系吸收微量矿物质，这些矿物质存在于任何类型的土壤中。所以葡萄酒中的矿物质味道与风土条件的其他因素或各地的酿酒工艺也有关。支持“风

3 种单宁酸含量较高的葡萄

内比奥罗 (Nebbiolo)
赤霞珠
西拉 (Syrah/Shiraz)

3 种香气浓郁的葡萄

麝香葡萄
琼瑶浆 (Gewürztraminer)
托伦特 (Torrónés)

酿酒师认为酿造过程是从葡萄园里每一颗葡萄的生长开始的。

以酿酒为目的的葡萄栽培始于八千多年前。

葡萄植株在休眠期被栽种，通常是四五月间。绝大多数植株出产优质葡萄能够持续 40 年甚至更长的时间。

“诺亚做起农夫来，栽了一个葡萄园。他喝了园中的酒便醉了……”

——《圣经·创世纪》9:20-21

世界上最好的葡萄酒产区

纳帕
索诺玛
波尔多
勃艮第
香槟地区
罗纳河谷
托斯卡纳
皮埃蒙特
摩泽尔
莱茵
里奥哈
杜罗