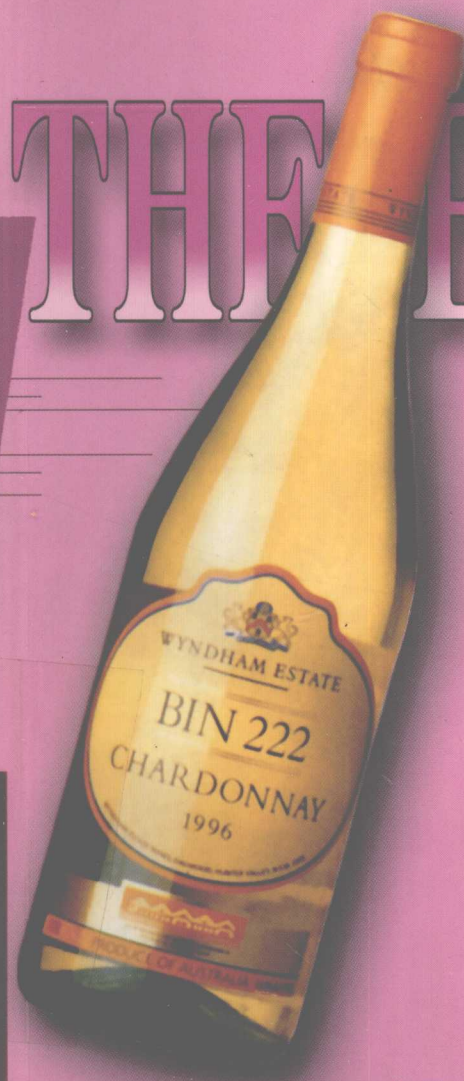


一 本 让 您 按 图 索 骥 的 酒 书

Yi Ben Rang Nin An Tu Suo Ji De Jiu Shu



THE BEST CHOICE

葡萄酒

购买指南

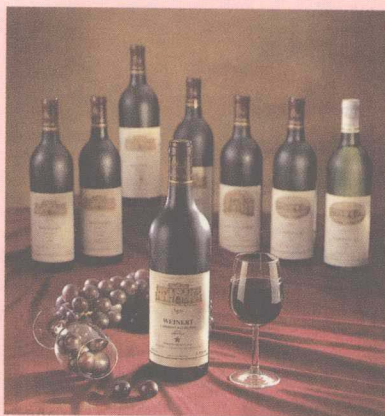
周凡生 著

中国宇航出版社

葡萄酒购买指南

周凡生 著

TS262.6/4



中国宇航出版社

图书在版编目(CIP)数据

葡萄酒购买指南 / 周凡生, 一北京: 中国宇航出版社, 2003. 11

ISBN 7-80144-714-X

I. 葡... II. 周... III. 葡萄酒-基本知识 IV. TS262.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 093816 号

出版 中国宇航出版社

社址 北京市阜成路 8 号 邮编 100830
(010)68768548

网址 www.caphbook.com / www.caphbook.com.cn

经销 新华书店

发行部 北京市和平里滨河路 1 号 邮编 100013
(010)68373103 (010)68373185(传真)

零售店 读者服务部 北京宇航文苑
北京市阜成路 8 号 北京市海淀区海淀大街 31 号
(010)68371105 (010)62579190

承印 中科印刷有限公司

版次 2004 年 1 月第 1 版
2004 年 1 月第 1 次印刷

开本 1 / 24

规格 889 × 1194

印张 7.5

字数 100 千字

书号 ISBN 7-80144-714-X / TS·003

定价 28.00 元

本书如有印装质量问题可与发行部调换

自序

葡萄酒热潮已渐渐降温，而书架上介绍葡萄酒的书林林总总。要再写一本有关这类酒的书，似乎已经没有多大的价值。如何才能凸现这本书的特色和独立性？市面上有关葡萄酒的书，有两大类型，从刘距堂先生翻译的《葡萄酒入门》至林裕森先生的《葡萄酒全书》，属于科教书类的著作，读者可以从中吸收到有关知识。陈新民先生著的《稀世珍酿》，则专注于著名酒庄的背景介绍，使读者对这些酒庄有更深入的认识。这些书都很有参考价值，只是都属理论作品，惟独欠缺一本由消费者立场去写的购酒指南。就因为这样，有一次与孟樊兄闲聊时，他便建议我写一本如何购买葡萄酒的介绍书，并希望我老实地写出一些有关葡萄酒的心得。在这基础下，从1998年4月起开始收集资料，编写这本《葡萄酒购买指南》，并经过与孟樊兄商讨，决定用“情境”来把酒分类，使这本书更有可读性。

为了编写这本书，总共收集了500多瓶2000台

币以下的酒的资料，最后几乎剔除了一半，剩下不到100瓶。原因无他，有些酒实在不敢向大家介绍。书中有些酒笔者曾经品尝，便多加着墨。其他则转载代理商提供的资料，当中认为过分夸大的用语，则予以删除，以求公正。细心的读者应该可以体察到两者之间的区别。

笔者并不从事葡萄酒有关的行业，并非专家，立场和消费者一样，只属消费者，因此并没有人情的包袱。言辞间如有对酒厂或酒商不敬之处，敬请多多包涵。其中，如有不实的地方，亦请多多指正。另外，笔者的Email信箱为：chitwn@msl9.hinet.net。在此除了要感谢酒商们提供的资料与图片外，更要感谢内人不厌其烦的与酒商们联络和耐心的校对。

这是我的第二本有关葡萄酒的书，本书完稿后，实践了我与孟樊兄的承诺。不知后会何期？最后希望读者能够接受我“香港式的文法”。在此说一声抱歉，也说一声感谢。

周凡生于台北

THE BEST CHOICE



目录

自序

酒厂介绍 3

北美洲 3

朗能 / 坎贝亚 / 朗奎玛 / 铁石 / 康爵 /
路易士马蒂尼 / 玛利菲尔 / 罗伯特 /
罗伯蒙岱维 / 约瑟费普 / 露丝 /
圣法兰西斯

澳大利亚 15

达仑堡 / 薏玲站 / 米奇顿 / 史葛文山 /
雅瓦薏玲 / 奔富

南美洲 20

温拿特 / 圣派德罗 / 温杜兰 / 圣大力 /
干莎多鲁

欧洲

27

卡地亚 / 佳卡修 / 杜佳 / 崔宁 /
可兰得雷杰 / 修伯李尼叶 / 阿曼卢梭 /
夏思比霖 / 安蒂 诺里 / 勃沙洛 /
甘恰 / 喜加 / 波多侯爵 / 玛雅

情境

38

喜

40

怒

73

哀

85

乐

114

葡萄酒小百科

149



从酒标选酒

葡萄酒标签所传递的信息都大同小异,阅读并不困难。如果对酒一窍不通,应该先注意产国。欧洲酒并没有明显标示所用葡萄,但产区便指出了这个葫芦中卖的是什么药。只是消费者要先下点功夫了解产区和葡萄的关系,再来便要看这瓶酒是否有国家认证的特许酒和葡萄收成年份。

对初入门者而言,靠酒标来选择欧洲酒较为困难一些,倒不如先从欧洲以外国家的酒下手。购买新兴国家的酒非常简单,尤其是便宜酒,只要选择喜欢的葡萄便可以了,因为这些酒都很“容易”喝。至于购买价钱稍高的酒,只要把酒厂选对便错不了。

对选购不认识的酒,笔者有一套简单的法则,可供大家参考:

1、标签上的图示不能与著名大酒庄相似。鸡鸣狗盗,鱼目混珠之辈,居心叵测。

2、酒瓶不要稀奇古怪,标签不要七彩缤纷。即使购买教皇堡(Chateauneuf-du-Pape),笔者也选四平八稳的Beaucastel。要靠标新立异来吸引买家,恐怕只是金玉其外,而败絮其中。

3、年份老的酒不买。老而便宜非好货,老而贵风险高。

4、以大画家、大音乐家等知名人士命名的酒不买。梵高、莫扎特从什么时候开始酿酒?

5、如果酒架上的酒都不懂,选酒顺序是智利—美国—澳洲“施赫”—法国—西班牙—意大利。这样排序并非意大利酒不如智利酒。

THE BEST CHOICE



欧洲酒标标示说明

- 1、年份
- 2、酒厂名称
- 3、酒名
- 4、国家认证
- 5、等级
- 6、容量
- 7、欧盟标识
- 8、酒厂地址
- 9、产地
- 10、酒精浓度

欧洲以外国家 酒标标示说明

- 1、酒厂
- 2、葡萄品种
- 3、年份
- 4、产区
- 5、酒厂名称
- 6、酒精浓度
- 7、产地
- 8、容量



北美洲

朗能 (Lang Vineyard) — 加拿大

成立于1990年的朗能酒厂 (Lang Vineyard)，是加拿大英属哥伦比亚省的第一个葡萄园。园主干达朗能夫妇 (Guenther and Kristina Lang) 原是德国宾士汽车的高级主管，1980年调派加拿大。一年后，他在欧克那根河谷附近买下面积约9公顷的农场，开始了建立酿酒厂梦想。刚开始，干达朗能夫妇对酿酒事业是一窍不通，更别说有任何的酿酒技术了，但他们从书本中学习酿酒技巧，用自己栽种的葡萄来作实验，周而复始，经过近十年的努力之后，终于酿出了十分成功且有市场价值的葡萄酒。由于曾在宾士汽车工作，除了注重高品质的表现之外，干达朗能夫妇更意识到20世纪是一个科技的年代，当很多酒厂还在沿用人工装瓶时，他们已经使用了先进的装瓶和过滤器来取代传统的方式。有了现代化的设备，再加上努力，朗能酒厂在1997年美国芝加哥国际酒展 (1997 World Wine Championships in Chicago) 时，一举拿下6面奖牌，着实引起加拿大酿酒业一阵轰动。

朗能的葡萄园中有60%的种植面积是用来栽种惹丝琳的。众所周知，加拿大的冬天十分寒冷，朗能利用其精密的浇水系统及欧克那根湖来调节冬天的温度，使它不致过于寒冷，可延至11月再收割，朗能著名的惹丝琳冰酿葡萄酒 (Riesling Ice Wine) 以及惹丝琳精选晚摘葡萄酒 (Riesling Select Late Harvest) 皆出自于此。







Prologos / Casa di Mercurio

THE BEST CHOICE



坎贝亚 (Cambria) — 美国

排水优良的土质，阴凉、湿润的水气以及隆起的小山丘，是最理想的种植葡萄环境，充沛的日间阳光，加上良好的种植环境，孕育了世界级水准圣大玛丽亚特色的莎当妮白葡萄，配上比诺瓦和施赫黑葡萄缓慢且成熟的葡萄果实，增加了芬芳的层次感及深度感，再经由酒厂酿酒师传统的酿酒方法，结合现代先进科技，从而形成坎贝亚独特的风格。

朗奎玛 (La Crema) — 美国

自1979年开始，朗奎玛酒厂一直酿造少量质佳且具收藏价值的莎当妮与比诺瓦葡萄酒。1984年开始在市场上崭露头角，所酿造的莎当妮葡萄酒在当年美国纽约首屈一指的葡萄酒竞赛中荣获白金奖，肯定了酒厂量少质佳的酿酒原则。

铁石 (Ironstone) — 美国

“铁石”是一座艺术级的酿酒厂，位于加州内华达山麓最古老的酿酒产区之中，当地在1849年发现黄金矿藏，曾引来一阵淘金热。该厂的葡萄园所生产的葡萄必须经过严格筛选，以确保所酿造的每一瓶酒的品质，并且在山腹中设立一座天然的地下酒窖，让葡萄酒在完美的温度中陈年。

康爵 (Kendall Jackson) — 美国

谢斯庄逊 (Jess Jackson) 原是金山一位土地买卖代理人，1974年在湖港附近买了一块约80英亩种梨子的土地，他把土地重整，改植葡萄，收成后就卖给附近酒厂酿酒。直至1981年美国葡萄酒市场不景气，所有收成滞销。在卖不出果实的情形下，他决定自创品牌，生产葡萄酒，安然渡过这个危机。





1982年，他得到知名酿酒师霍文(Ric Forman)的协助，酿造成第一瓶得奖的莎当妮。1983年酿酒师史杜(Jed Steele)加入后，更是一帆风顺，飞黄腾达。可惜的是，这梦幻组合在10年后却由于利益问题而对簿公堂。

开始的几年，康爵酒厂以白酒打天下，直至1985年，招牌红酒卡迪卢(Cardinale)面世，翌年，再推出施赫，正式成为全方位酒厂。康爵酒厂的酒名堂都很多，每一瓶都称精选(Reserve)。但是在这许多的“精选”之中，除了卡迪卢外，以园主特级精选(Proprietor's Grand Reserve)的莎当妮最为优秀。

尽管康爵酒厂的酒没有很突出的，但也找不到缺点。谢斯庄逊是一位很精明的生意人，非常懂得制造机会。无论大小酒展，康爵的酒必定参赛，自然地，康爵酒厂便成为全美得奖最多的酒厂。由于他的基本酒便称“精选酒”，消费者在购酒时看到康爵的精选酒和其他的普通酒一样价钱，当然会选择精选酒。这种情况在餐厅点酒时最为明显。

康爵酒厂是典型的美国成功企业，开始的时候，它的产品完全以消费者的立场来定价、定位。当达到一定的市场占有率时，便反客为主，使顾客依赖他的产品。曾在美国与一位朋友喝酒，他就说，除了康爵的莎当妮，其他酒厂的莎当妮都有点怪怪的。可口可乐的地位无可替代，不也就是如此。产品销售成功后，谢斯庄逊开始他的葡萄酒王国计划。1988年在圣芭芭拉买进1200英亩土地，成立了坎贝亚酒厂(Cambria)。1989年收购了在索诺玛郡的斯伦堡(Zellerbach)，重新命名为史东酒厂(Stonestreet)。最近又并购了位于那帕山谷的罗伯特酒厂(Robert Pei)。他亦非常看好智利葡萄酒的发展，并在当地购地建厂。

康爵酒厂就是葡萄酒业的“微软”。很用心地研究市场，切入市场然后领导市场。谢斯庄逊并没有把所有功劳归功自己，他强调，酒厂的成功是因为一家人团结和努力的结果。谢斯庄逊的经营哲学值得我们学习。



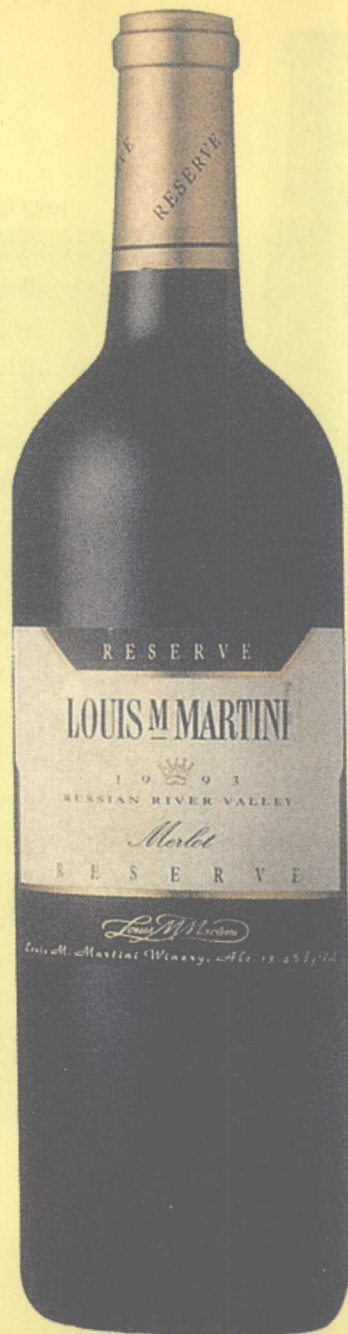
路易斯马蒂尼(Louis M. Martini) — 美国

成立于1922年，美国老酒厂之一。自1938年买下蒙地萝索(Monte Rosso)。马蒂尼家族就开始有计划地不断寻找合适土地来开拓新葡萄园，他们坚信只有在一级葡萄园生产的果实才能酿成一级的葡萄酒。除了索诺马山谷(Sonoma Valley)的蒙地萝索外，该酒厂在俄罗斯河谷(Russian River Valley)的洛域达度斯(Los Vindedos del Rio)和那帕山谷(Napa Valley)的奥格斯(Glen Oaks)都是加州公认优等的葡萄园。

在美国，许多酒厂视酿酒为食品加工业，因而发展的重点着重市场销售率，不以研发为先，但马蒂尼家族则以提升加州酿酒技术为己任。1936年，他们虽然还没有专属的葡萄园，但却是美国第一家使用冷冻发酵技术的酒厂。1968~1970年，美国首批梅洛红酒成功推出，马蒂尼家族功不可没。1952年起，酒厂与加州大学戴维斯学院合作研究葡萄品种的改良，至今未曾间断。现在酒厂负责人米高·马蒂尼(Michael Martini)，也是该学院毕业生。

1940年至1970年是马蒂尼酒厂最显赫的30年。这段时间，他们专注酿造红酒，有很大的成就。踏进70年代，新的酒厂如雨后春笋般成立，马蒂尼的技术和设备便显得落伍，经过接近20年的低潮，直至1990年，情况才有所改善。

葡萄园精选(Vineyard Selection)的苏维翁在各系列中独占鳌头。这种酒有成熟樱桃及香料味道，强劲的丹宁和明显的橡木香，说明它的陈年能力。另外值得注意的就是有点青苹果和花香的莎当妮。





玛利菲尔 (Merryvale) — 美国

玛利菲尔酒厂1983年由3位地产商和两位酒商合股成立。在初期，不但网罗了当时那帕产区的名酿酒师—拉伊 (Bob Levy)，更从法国聘请知名的自然生态学专家罗兰(Michel Rolland)前来协助。拉伊深知要酿出上乘的好酒，必须先从最好的土质开始。他们坚信，唯有出色的葡萄方能酿出令人激赏的好酒，每年都从那帕产区内上百家的葡萄园中挑选 30 几家最优秀的葡萄用来酿制。

玛利菲尔酒厂的主打酒其实是莎当妮。由于近期的苏维翁时常得奖，产量才渐渐增加。

