



世界 Kevin Zraly  
2010最新版  
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

凯文·兹拉利 著 王臻 译

COMPLETE  
WINE COURSE

南海出版公司



An aerial photograph of a vineyard on a hillside. The rows of grapevines are arranged in a grid pattern, sloping downwards from the top left towards the bottom right. At the top of the hill, three large, dark trees stand prominently against a sky filled with soft, white clouds. The overall scene is bathed in a warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning.

# 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.-海口:  
南海出版公司,2011.1  
ISBN 978-7-5442-4916-4

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第176927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 李艳芝

印 刷 北京国彩印刷有限公司  
开 本 889毫米×1194毫米 1/16  
印 张 21.75  
字 数 600千  
版 次 2011年1月第1版  
印 次 2011年1月第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5442-4916-4  
定 价 398.00元

著作权合同登记号 图字:30-2010-126

Windows on the World Complete Wine Course  
25th Anniversary Edition by Kevin Zraly  
Copyright © 2009 by Kevin Zraly  
Simplified Chinese language edition  
arrangement with Sterling Publishing Co., Inc.  
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







## 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/Rachel 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（6 ~ 7 页）© Shutterstock/Andy Z.

葡萄园，法国阿尔萨斯的里凯维尔（26 ~ 27 页）© istockphoto.com/Ann Taylor-Hughes

美丽的葡萄园（58 ~ 59 页）© Shutterstock/8690472142

德国上韦瑟尔（102 ~ 103 页）© Shutterstock/LianeM

博若莱的葡萄园（126 ~ 127 页）© Shutterstock/David Hughes

酒窖中的陈酿（154~155 页）© Shutterstock/Mostovyi Sergii Igorevich

清晨的纳帕河谷葡萄园（178 ~ 179 页）© Shutterstock/Bill Perry

葡萄园，意大利托斯卡纳（200 ~ 201 页）© Shutterstock/Keith Levit

老雪利酒桶，西班牙赫雷斯—德拉弗龙特拉（230 ~ 231 页）© Shutterstock/Vladimir Melnik

葡萄，法国波尔多（254 ~ 255 页）© Shutterstock/Stéphane Bidouze

壁炉边的红葡萄酒和乳酪（292 ~ 293 页）© Ina Peters/istock

我们如何“嗅”味？（294 页），经 Tim Jacob 允许使用该插图，来自 [www.cf.ac.uk/biosi/staff/jacob](http://www.cf.ac.uk/biosi/staff/jacob)

## 致 谢

谨以本书 2010 版献给 Robert Mondavi，他带领纳帕河谷乃至加州酒业走上了通向极品葡萄酒的求索之路，并对全世界的葡萄酒和葡萄酒工业产生了巨大影响。如果没有他的远见卓识，像本书这样的葡萄酒读物在今天看来恐怕毫无意义。他精力充沛、热情洋溢，有着非同寻常的洞察力，其影响力不仅体现在葡萄酒行业，甚至囊括了与葡萄酒相关的食品、音乐和艺术等领域，他为美国民众更好地享受葡萄酒奠定了坚实的基础。

这里要特别感谢 Robin Kelley O'Connor 在 2008~2009 年陪伴我环游世界，他的博闻强识、品鉴技巧以及他驾车长驱的惊人耐力，促成本书 25 周年纪念版顺利付梓。

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](http://www.kevinzraly.com) 会及时更新，您可以随时查看葡萄酒的最新资讯。

2010年是我执教于世界之窗葡萄酒学校的第34个年头。这项事业肇始于1976年，即世贸中心一号楼的世界之窗餐厅开业同年。那时我们还是一家私人午宴俱乐部，作为俱乐部的活动，我需要组织一套为期6周的课程。起初学生只有20人，我讲授第一节和最后一节课，中间4节课由著名葡萄酒专家主讲。至今，我依然清晰地记得第一堂课上缓缓注入杯中的佳酿以及学生们“快乐”的反馈。

俱乐部会员对葡萄酒学校相当满意，他们带来的朋友邀请了更多朋友，到1979年，受邀前来的人已经超过了俱乐部会员的人数。鉴于人们对葡萄酒日渐浓厚的兴趣，我们决定在1980年对外开办第一期课程。迄今为止，从世界之窗葡萄酒学校毕业的人已超过19000人。许多人发现了自己对葡萄酒无法抑制的热情，他们有的开酒水店、餐厅、酒吧，有的从事葡萄酒进口工作，有几位甚至创办了自己的酒厂。

我从十几岁起就热衷于葡萄酒。1970年，19岁的我还在上大学，课余时间在一家人餐厅当侍者赚点零花钱。这家餐厅得到了《纽约时报》美食专栏作家克雷格·克莱本（Craig Claiborne）的四星评定，老板要我接手调酒工作（我太幸运了，因为纽约州的合法饮酒年龄为18岁）。于是，我开始竭尽所能自学啤酒、蒸馏酒精和葡萄酒相关知识。不到6个月的时间里，我对葡萄酒竟然达到了痴迷的程度。我迅速地从百威转向了波尔多的广阔天地，阅读一切可以找到的葡萄酒书籍，拜访了纽约所有的酒厂。（我当时还没法去加州，那里的合法饮酒年龄是21岁！）

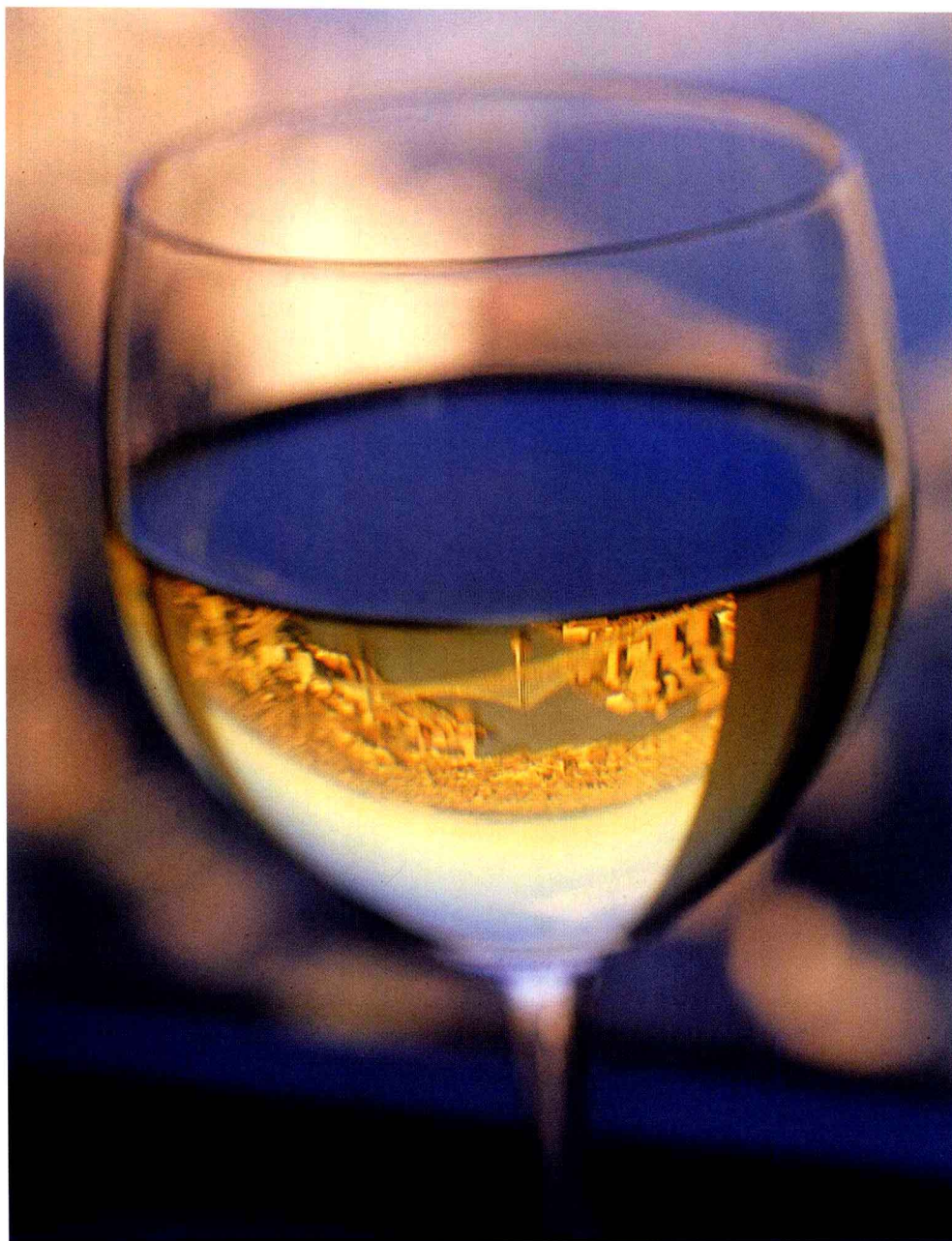
纽约州的一所高校找到我所在的餐厅，问是否能协助他们开设一期关于葡萄酒和乳酪的成人教育课程。就这样，我20岁时生平第一次讲授葡萄酒知识，从此我一直坚持授课。正是从那时起我渐渐感觉到，在美国，葡萄酒鉴赏将成为人们生活中不可或缺的部分。

后来我获得了教育学学位，加上多年来对葡萄酒的热忱，葡萄酒学校对于我当然是合二为一的最佳选择。虽然教授葡萄酒课程已逾39年，但是我依旧痴心不改——繁奥精深的学问令我興味盎然，每一款佳酿都让我如饥似渴。感谢所有学生对我的支持，我将永葆激情。



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 / 1

葡萄酒变迁之 25 年 (1985~2010) / 3

## 序 章

葡萄酒基本知识 / 7

## 第一章

法国白葡萄酒 / 27

## 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 / 59

## 第三章

德国的白葡萄酒 / 103

## 第四章

法国勃艮第和罗纳河谷的红葡萄酒 / 127

## 第五章

法国波尔多红葡萄酒 / 155

## 第六章

美国加利福尼亚州红葡萄酒 / 179

## 第七章

西班牙和意大利的葡萄酒 / 201

## 第八章

香槟、雪利酒和波特酒 / 231

## 第九章

世界各地的葡萄酒 / 255

## 第十章

更广阔的葡萄酒世界 / 293

后记：回首过往，心存感激 / 332

葡萄酒术语选编 / 335



## 引言

今年是拙作成书 25 周年，这 25 年的确非同寻常。本书自 1985 年初版以来年年修订，身为作者，我力争使之成为“完备”的葡萄酒读物。坦率地讲，经过 25 年的淬炼，我们的确实实现了这一目标。正如一座酿酒厂或葡萄园的成长，这本书从一开始就注定要循序渐进、日臻完善。我每年都会引入一些新内容，这次我添加了 6 个国家，即奥地利、匈牙利、加拿大、新西兰、希腊、南非，同时也更新了其他国家的内容，并进一步详细阐述西班牙、意大利、阿根廷、智利以及美国的葡萄酒产区。

尽管新版较之初版在内容上增补颇多，但本书的核心部分却始终如一、简明扼要。人们撰写一本书时总是习惯性地添加越来越多的内容，尤其是有意使之“完备”时。我的朋友、葡萄酒专家彼得·西奇尔 (Peter Sichel)，在本书的初版序言中曾经表达“如果时间更充裕，我反而会写一本简短一点的书”。

本书的“历史”可以追溯至 1976 年世界之窗餐厅在世贸中心一号楼第 107 层开业时。那时我刚满 25 岁，而且刚接受了世界之窗餐厅酒水顾问一职，这意味着我要负责遴选、订购、出售餐厅的所有酒水。我就像糖果店里随心所欲、想买什么就买什么的孩子，当然有一条除外：必须创制一份全纽约闻所未闻的、最全最棒的酒水单，而我确实做到了。开业后的 5 年里，世界之窗逐渐成为全世界所有餐厅中销售额最高，且葡萄酒消费量最大的一家餐厅。

世界之窗餐厅还负责组织私人午宴俱乐部，我则受命为俱乐部成员讲授 6 周的葡萄酒鉴赏课。为了找一本简单易懂的葡萄酒书籍，我遍访各处，却始终没有收获。所有看过的书都不太适用，不是太学究气，就是篇幅浩繁。

以上就是我撰写本书的原委。我的目的是力求简洁，尽力让读者掌握和理解欣赏葡萄酒所需的基本信息。我把影印

的酒标、酒单以及其他资料分发给学生，以便他们在家中自学和今后品酒时参考，后来证明这一做法大有裨益。1981 年，在世界之窗餐厅工作 5 年后，我终于开始坐下来撰写本书。由于授课过程中我需要回答大量提问，这本书里也就自然而然地贯穿了问答的形式。

事实证明，问答形式对学生和读者的学习有良好的促进作用。25 年来，本书的框架结构基本一致。我一向热衷于记忆各种统计数字，于是在旁注中加入了统计数据、逸闻趣事、个人评语以及精彩引文，以增加信息量。需要强调的重点，我还加了底色，以补充正文内容。我用一切可以想到的方法，就是力图使了解和欣赏葡萄酒的过程更加轻松有趣。

带着一腔天真的热情，我开始深入接触各出版社，寻找最有可能出版我著作的合作伙伴。然而我很快发现，尽管我力求使葡萄酒著作简明易懂，且自认为这样做很有想法，但寻找一家认同我的出版社却完全是另外一回事。至少有 5 家大型出版社否定了我的书，并断言这样一本葡萄酒指南绝对不可能畅销。在那段日子，拒绝对我来说简直就是家常便饭。

最终，有人向我推荐了斯特灵出版社 (Sterling Publishing)，我戏称它“小引擎、大能量”。那时候斯特灵还是一家家族式小公司，市场定位精准，以出版精美的手工书而闻名（或者，准确地说是默默无闻，那时的斯特灵在人们闻所未闻的小出版公司里最为成功！），大约 8 年前斯特灵被邦诺书屋 (Barnes & Noble) 收购。本书以热销 300 万本的业绩成为全美最受欢迎的葡萄酒读物，我感到很骄傲。

逐年补充的内容使我对这本书保持了最初的新鲜感，而有关葡萄酒选购策略的章节则是我最喜欢的，因为我一贯竭力网罗风味堪比 50 美元佳酿的 20 美元葡萄酒。“品鉴葡萄酒的生理学”是最精彩的补充内容。2008 版中，我添加了品酒部分，使之成为本书的一部分。2009 版中，为了帮助读者检

验所学，我在每一章的结尾都设置了测试题。

在过去的两年里，我一直着手打造本书的 25 周年纪念版。为了增加新产区，以及更新书中已有产区的新资讯，我在 2008~2009 年游历了全球八十多个葡萄酒产区。

过去这两年中我环游世界，品尝了五千多瓶葡萄酒，越来越强烈地意识到我们身处的时代恰逢葡萄酒的黄金时代。近些年我游历的国家和产区，葡萄酒的品质和丰富程度都远远超过了过去 25 年的发展。本书涉及国家和地区均有佳酿

出产，即使是普通酒款，口味较之从前也都有所提升。我全身心投入葡萄酒研究，即便如此，有时仍无法及时更新所有的新产区、新酒款、新佳酿以及最新的公司并购或收购信息，初涉葡萄酒的人必定更加为之茫然。为了贯彻最初的理念，我将继续坚持为读者营造一片充满趣味而又简单易懂的葡萄酒知识的天地。

最后，我想对本书的最新版作一个诚恳的总结：它的确很“完备”，而且是我最好的作品，希望得到你的认同。

凯文·兹拉利



## 葡萄酒变迁之25年（1985~2010）

自本书初版以来，世事瞬息万变，究竟从何谈起？不过，我可以简明扼要地为你勾勒25年来葡萄酒世界里惊人而宏阔的变迁。

如今，全球的葡萄种植、葡萄酒交易和消费都呈现出日渐增长的趋势。25年前，我的书里没有新西兰、南非这样的国家，因为它们当时并不引人注目，出产的酒也并非随处可得，如今这两个国家的葡萄酒风味上佳，并且在全世界许多存货充足的酒水店均有出售。这一版中我介绍了以往从未涉及的国家，还补充了其他国家和地区的相关内容，以期紧跟其酒款品质和销售渠道方面的变化。可以说，葡萄酒已经成为了名副其实的全球化大宗商品。

葡萄酒工业的其他重大变化还包括葡萄栽培、葡萄酒酿造工艺以及葡萄酒贸易和消费。

### 栽培和酿造工艺

过去的25年里，葡萄酒的整体质量取得了显著进步。酿造科学和技术方面的进展非常惊人，葡萄栽种者重新采用了“回归土地”（Back-to-the-earth）的耕种技术，国际品种被广泛种植。以上3个原因就足以决定品质的提升，而这些因素同时也刺激了消费。

以下是过去25年中酿造技术和葡萄栽培方面的具体变化：

- 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。

• “可持续发展”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。尽管采用自然动力种植法（Biodynamic）的酿造者依然凤毛麟角，然而一些精英级的酒厂如Benziger, Chapoutier, Domaine Leflaive, Zind Humbrecht, Domaine Leroy, Araujo 都在尝试。

• 葡萄植株的密度大大增加，使栽培专家拥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，而且这一现象不仅出现在中低档酒中。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。为了控制生长时间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%的该种葡萄。

### 葡萄酒贸易

除了品质的极大提升，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：

- 直到我撰写本书的第一年，即 1985 年，欧洲葡萄酒产量一直稳居世界之首，当年产量占世界总产量的 78%。到 2009 年，欧洲的产量份额跌至 68%，而美国则从 16% 上升至 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 300 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, Dog 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 7.5 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 2009 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 或 Wine Enthusiast's unreserved 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酒

厂。用纸盒代替酒瓶可以减少温室气体，降低碳排放。

- 美国的葡萄酒出口额已从 1985 年的 2760 万美元，升至 2009 年的 10 亿美元。

- 2008 年是美国禁酒令结束和 Gallo 酒业恢复产酒的 75 周年。

- 美国葡萄酒进口的比例并无太大变化，1985 年美国进口的葡萄酒占总量的 29%，2008 年为 28%。

## 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 25 年的葡萄酒消费领域中选取的重大事件：

- 相比白葡萄酒，消费者更喜欢选购红葡萄酒。

- 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 7.45 亿加仑（本书中出现的加仑都为美制加仑），较之 1985 年增长了 1.65 亿加仑。2007 年，美国超越意大利成为世界第二大葡萄酒消费国，而下一个超越的对象是法国！今后 5 年，美国将成为世界最大的葡萄酒消费国。

- 截止 2008 年，美国的葡萄酒消费量已连续 16 年递增，2008 年的销售量超过 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。2008 年，纳帕河谷 (Napa) 拍卖会筹得善款 1035 万美元，同年，佛罗里达州的那不勒斯葡萄酒节上的筹款为 1400 万美元。

- 葡萄酒爱好者越来越钟爱拍卖会。2008 年，全世界葡



萄酒拍卖会的销售额为 2.76 亿美元，而 1994 年这一数字为 3300 万美元。2008 年，美国葡萄酒拍卖会的销售额超过 1.64 亿美元，网上拍卖的销售额超过 3200 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 2005 年波尔多酒甚至卖到五千多美元一瓶。
- 自 1985 年以来，法国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” wines）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



基本知识 · 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