

选育优质品种、改进生产工艺——

尝尝咱“中国味”葡萄酒

本报记者 郑智文 赵昊

在中国，葡萄酒产业化已有100多年历史，诞生了不少消费者耳熟能详的品牌。如今，中国葡萄酒企业在提高原材料质量、改进生产工艺等方面取得长足进步，发力高端产品、拓展海外市场有了更多底气，产品在国际上屡屡获奖。本报记者深入国内葡萄酒主产区，探访国产葡萄酒逐渐“香”飘海外的那些故事。

优质葡萄酿佳酿

“戈壁滩上种葡萄？”

当福建商人陈德启做出这个决定的时候，所有人都吃了一惊。

2007年，乘着闽宁协作的东风，陈德启作为闽商代表到宁夏考察。在宁夏，他最初打算涉足房地产行业，却没想到，贺兰山东麓的一片戈壁滩留住了他的脚步。“这片荒原和法国波尔多同处北纬38.5度，干旱少雨，拥有充足的光照，很适合种植葡萄。”陈德启对记者说，“甚至，这里各项种植酿酒葡萄的指标都优于波尔多地区。”考察后的第一天，陈德启就签下10万亩荒滩使用权。

从“商人”到“农民”，这条路走得并不容易。陈德启从零开始，学育苗技术，引进滴灌系统，带着员工们一起平地推地、防风固沙，琢磨如何在戈壁滩上打井找水源、如何拉线路通电。

然而，刚开始种的葡萄大面积枯死，自己住的帐篷都被西北风掀翻过好多次。

“贺兰山附近风沙大，要想种出葡萄，就得先种树。”陈德启说。为此，他将推平的近5万亩土地按一定面积划分成小块，四周种上500多万棵白杨树。后来，陈德启还研制出“深沟矮种”葡萄种植技术，将葡萄产量提高了15%。为挑选一株葡萄好苗子，陈德启跑遍法国、意大利等国家。2013年，他的付出收到回报，万亩有机葡萄全部存活。如今，陈德启创立的贺兰神国际酒庄年产量达10亿元。

千里之外的鸭绿江上，浮冰渐渐消融。江畔，吉林省集安市青石镇下套村葡萄种植大户李德岩正在自家葡萄园里询问农资价格，谋划今年的葡萄种植。“我们种的是‘北冰红’，主要用来酿冰葡萄酒。‘北冰红’有较强耐寒性，在冰天雪地里仍挂在枝上，采摘时，葡萄上还有冰碴。”李德岩对记者说。

天寒地冻，冒着纷飞大雪采摘葡萄——放眼全球，这样的情景并不多见。“用‘北冰红’酿出的葡萄酒，果香、酒香突出，回味悠长，具有冰葡萄酒的独特风格。”集安市葡萄酒研发中心负责人孙延锋介绍。

七分原料三分工艺，“北冰红”并非天然偶得，背后凝结着农业科研工作者的辛勤付出。集安所属的通化市处长白山西麓、鸭绿江流域，盛产野生山葡萄。此前，当地酒厂酿造的葡萄酒主要以本地山葡萄为原料，但野生山葡萄糖度低、酸度高，在产量和品质上都有不足。

1995年，中国农业科学院特产研究所培育出杂交新品种，被命名为“左家2”，经种植大户推广，发现其不仅耐寒性佳，而且酿出的葡萄酒色泽醇厚、风味独特，符合冰葡萄酒酿造条件。2008年，“左家2”通过审定，被正式命名为“北冰红”。

“‘北冰红’是中国自己选育的品种，是世界上目前唯一可以直接压榨出红色冰酒的酿酒葡萄。如今，以‘北冰红’为原料酿造的冰葡萄酒在国际葡萄酒大赛上屡获金奖，走进了国际社会的视野。”孙延锋介绍。

老牌酒厂焕新生

“张裕葡萄酒的历史可以追溯到100多年前。”张裕股份公司总经理孙健对记者说，“1892年，爱国侨领张弼士先生在烟台创办张裕，拉开了中国葡萄酒产业化的序幕。”

创办之初，张裕面临“一无所有”的窘境：没有酿酒葡萄，没有酿酒师，没有酿造设备，没有配套产业，没有橡木桶和酒窖，只能靠引进。张裕在接下来的时间里，从欧洲引进124个品种、69万株酿酒葡萄苗木，还从奥地利和意大利进口木材，组装橡木桶，并进口压榨机、蒸馏锅等生产设备，成立化验室。

经过不断尝试，1899年，张裕酿出中国第一瓶葡萄酒。1914年，张裕酿出中国第一瓶白兰地。1915年，在巴拿马太平洋万国博览会上，张裕首次与世界主要葡萄酒生产国同台竞技，参展的红玫瑰红葡萄酒、雷司令白葡萄酒、可雅白兰地、琼瑶浆味美思斩获4枚金奖，这是中国葡萄酒和白兰地首次在国际舞台上荣获大奖。

吉林通化葡萄酒也走过漫长历史。记者缓缓推开通化葡萄酒厂酒窖的大门，浓郁酒香扑鼻而来，一人多高的橡



▲张裕世界名庄酒展示。

受访企业供图



▲去年5月，宁夏贺兰山东麓葡萄酒亮相德国杜塞尔多夫国际葡萄酒与烈酒展览会。（新华社发）



▲坐落于中国著名葡萄酒特色小镇山东省烟台市蓬莱区刘家沟镇的龙亭酒庄，种植小芒森、马瑟兰、品丽珠、霞多丽、小味儿多和威代尔等酿酒葡萄品种。于良意摄（人民视觉）



冰雪覆盖下的吉林集安“北冰红”葡萄种植园。

沈悦仪摄

木酒桶映入眼帘，环顾四周，有着岁月痕迹的大橡木桶整齐排列。“这些是用长白山百年橡木制作的酒桶，最早的酒桶可追溯至上世纪30年代。”通化葡萄酒股份有限公司首席酿酒师国风华介绍。

这座酒窖是始建于上世纪30年代的通化葡萄酒厂地下贮藏酒窖，是中国最早的地下酒窖之一，也是世界上最大的山葡萄大橡木桶地下集群式储酒窖，至今仍在使用。酒窖温度常年保持在15摄氏度左右，共有大橡木桶772个，桶容量在3—8吨不等，可贮藏葡萄酒6000吨。

新中国成立后，在国庆宴会、接待外宾等重要场合，经常见到中国葡萄酒的身影。1949年9月30日，张裕葡萄酒登上第一届全国政协会议晚宴；1949年10月1日国庆之夜，张裕葡萄酒登上共和国第一次国宴。上世纪60年代起，通化葡萄酒厂的产品不仅亮相重要场合，而且旗下“红梅”牌山葡萄酒因其独特的山野风味备受消费者喜爱。

改革开放以来，品类各异的外国葡萄酒走进中国市场，消费者的需求也逐渐多元化。考察国际市场后，结合区位优势，通化葡萄酒厂将目光瞄准了冰葡萄酒。

起初，酒厂尝试用本地的野生山葡萄作为原料酿造冰葡萄酒，但由于不耐风干或酸度不合适，数次尝试均以失败告终。此后，酒厂引进国际上常用于制作冰葡萄酒的“威代尔”品种，于2002年制作出第一款冰葡萄酒，在市场上反响良好。此后，酒厂以“北冰红”为原料，接连推出多款冰葡萄酒，从此老酒庄焕发新活力。

张裕的发展未曾止步。如今，张裕拥有25万亩葡萄种植基地，建成包括行业首个国家级技术中心在内的八大科研平台，获得国家、省、市级科技进步奖28项，授权国家发明专利18项，主持或参与制定国家、行业等标准16项。

精心酿造争出海

2月底，位于集安市的百特酒庄，远道而来的德国人乔治·菲利普正在品鉴酒庄酿造的“北冰红”冰葡萄酒。

“口感很清新，酸度和糖度都很合适。”乔治·菲利普是一位品酒师，担任过多个葡萄酒国际大赛的评委。近年来，菲利普和妻子奔走于中国大地，深入了解中国葡萄酒的特点和发展状况。此次偕妻子前来通化，就是为了探秘通化冰葡萄酒。

“‘北冰红’满足适合酿造冰葡萄酒的多种条件，但缺点是产量小。为了保证品质，每年的产量都被严格控制，用‘北冰红’酿造的葡萄酒产量则更低，因此，我们当前的主要方向是精品化。”孙延锋介绍，当地葡萄酒产业从过去重视产量逐步转向重视品质，发力冲击高端市场。目前，通化、通天、鸭绿江谷等本地企业生产的冰葡萄酒产品在市场上已有一定的知名度。

张裕通过研发改进生产工艺，精进产品口味。孙健介绍，在旗下高端白兰地品牌可雅的酿造中，张裕将数字化控制与人工技艺结合，在中国首次实现式蒸馏数字化。通过精准控制1万多个数据，酿酒师对蒸馏、火候、速度、温度、时间等进行数字化精密控制和精细调整，从而将特征物质成分以最优比例保留在酒中。

如今，中国葡萄酒逐步走向海外，甚至在欧洲、南美洲等葡萄酒主要产区也能屡屡看见“中国酒”的身影。贺兰神葡萄酒刚酿出，就在各大国际评选中崭露头角：在素有葡萄酒界“奥斯卡”之称的布鲁塞尔国际葡萄酒大赛中，3次斩获金奖；在2017年帕耳国际有机葡萄酒大赛上获得2金3银。法国著名酿酒师瑞吉曾评价贺兰神葡萄酒：“颜色非常深，和红宝石一样，挂杯明显，果香味浓厚，口感饱满。”

张裕已在全球布局14座专业酒庄，产品销往全球77个国家，在高端市场也有不俗表现，旗下高端品牌龙谕在国际葡萄酒大赛上累计斩获百余项大奖。目前，龙谕葡萄酒已出口至英国、德国、意大利、瑞士、丹麦、俄罗斯、加拿大等45个国家。

背靠贺兰山东麓的贺兰神国际酒庄，也将目光瞄准更大市场。“我们不仅要做强中国的‘波尔多’，还要让宁夏葡萄酒进一步走向世界。”陈德启说。

国产葡萄酒还需深耕差异化

丁美栋

累计实现利润总额2.78亿元，同比增长8.10%。国产葡萄酒品牌成为消费者的热门选择，品牌效应愈发凸显。

伴随消费升级的脚步，老百姓腰包变鼓、品位提升、眼界放宽，对葡萄酒口味更“挑剔”了。对国产葡萄酒而言，这既是挑战，也是机遇。必须持续优化供给，打造更具个性化的产品，提升品牌竞争力。

葡萄酒首先是用来喝的，味蕾是第一标尺，要因地利打造独特风味。葡萄酒是特定自然环境的产物，具有明显的地域

差异。从葡萄的种植、采摘到葡萄酒的酿造，都在当地完成，好葡萄酒是葡萄品种与产地风土条件的结合。德国雷司令、法国夏布利干白，让喜酸的消费者念念不忘；意大利巴罗洛、法国波尔多波亚克村重单宁的葡萄酒醇厚浓郁。它们都是以各自浓郁的地方风味享誉国际。宁夏葡萄酒等一些国产葡萄酒品牌已做出积极尝试，发掘相应产区的地域特色与风物特征，打造产品的特色化和差异化形象。

葡萄酒还具有丰富的文化内涵。“玳瑁

筵，葡萄酒，殷勤红袖，莫惜捧金瓯”“葡萄美酒夜光杯，欲饮琵琶马上催”“几回兀坐空庐下，赖有葡萄酒熟初”……不只是“西洋酒”，也不局限于配牛排的刻板印象，葡萄酒早已成为中国传统酒文化的一部分。国产葡萄酒品牌需扎根本土消费文化，通过特色鲜明、形式多样的文化符号和产品营销活动，塑造中式葡萄酒消费文化。比如，长城葡萄酒在社交网络探讨中国古代历史中的葡萄酒故事、以“宫墙紫”“紫夜凝”“柳色悠”等极具中国文化特色的名称命

名葡萄酒颜色、与舞蹈诗剧《只此青绿》推出联名酒系列等，通过挖掘中国葡萄酒历史文化来打动消费者并引发情感共鸣，从而构建品牌特色。

背靠逐渐回暖、潜力巨大的国内消费市场，中国葡萄酒业发展前景广阔。国产葡萄酒品牌应当抓住当下机遇，以精品葡萄酒园区、优质酒庄、特色化产区为依托，在品质突围、品牌塑造、文化构建等方面持续发力，让“中国味”的葡萄酒香飘入更多家庭。

品牌论

中国有饮用和酿制葡萄酒的悠久历史，西汉时期便有相关文字记载。19世纪末，华侨张弼士在烟台投资创办了张裕，同时引入先进酿酒设备，成为中国工业化酿造葡萄酒的开端。

经过上百年的积累，中国葡萄酒产业取得长足进步。新疆天山北麓、宁夏贺兰山东麓、吉林长白山、山东烟台等各具特色的葡萄酒产区，不仅滋养着丰富的葡萄品种，也孕育出不少精品酒庄，培育了诸多知名品牌。同时，栽培技术、酿造工艺上的不断精进，让国产葡萄酒品质稳步提升，还在国际葡萄酒大赛上屡屡获奖，并远销海外。

消费端的变化最有说服力。数据显示，2022年中国规模以上葡萄酒产业累计完成销售收入79.04亿元，同比增长7.87%；