

<<慢品味，乐生活>>

图书基本信息

书名：<<慢品味，乐生活>>

13位ISBN编号：9787208084117

10位ISBN编号：7208084114

出版时间：2009年3月

出版时间：上海人民出版社

作者：吴书仙

页数：224

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

《慢品味,乐生活:非常葡萄酒经》是我出版的第八本葡萄酒书。此书涉及范围比较广,内涵丰富,终其篇幅,我坚持一个主旨:“援中释西,中西会通”。当贴着西方文明标签的葡萄酒真正进入中国,最好用中国人熟悉的事物来相互参证,这样才能融会贯通。

因为只有以互识、互观的角度来看待葡萄酒,方能使其真正融入中国人本土的生活方式和意识形态。从文化意义上讲,我在撰写这本书时,以立足中国优秀的传统文化为宗旨,同时有选择地学习和吸收不同国家的葡萄酒文化,以形成我们独有的中国葡萄酒文化。这好比印度的佛教被引入中国后,产生了中国化的禅宗、华严等。我所要会通的不单是欧洲和美国的,还包括其他很多国家和地区的葡萄酒文化,如智利、阿根廷、南非、澳大利亚以及新西兰等。如果能将众多国家富有特色的葡萄酒文化与我国的文化相结合,将会大大丰富中国人的物质和精神生活。

葡萄酒从物质上看属于饮食范畴,与人们的生活密切相关,要让中国人接受更是要与中国文化结合,才能更容易从心理上被接受。某些从国外学酒回来的业内人士总觉得,只有照搬法国葡萄酒文化和英国人的酒评,才是地道的葡萄酒文化,而我将外国葡萄酒文化中国化则是不地道、不正宗的。北京大学比较文学教授乐黛云女士曾讲过:“全球经济和科技会逐渐趋同,而这类文化是不可能的。”照此来看,我们可以照搬照学国外最先进的葡萄酒种植和酿造等技术层面的东西,但是涉及文化习俗的葡萄酒品鉴和饮用层面,则不能依葫芦画瓢。若纯粹照搬西方饮食文化,只会拉开葡萄酒与中国人的距离。此外,中国是世界上人口最多的国家,葡萄酒市场潜力巨大。我们自己的葡萄酒本就极少出口,外国葡萄酒要想进入中国,更是应该入乡随俗,与中国文化结合。若一味以西方的文化和习惯甚至西方的语言来中国推销葡萄酒,这种态度恐怕太倨傲了吧?怎能真正得到中国人的认可呢?

不少读者反馈,无论专业人士或业余人士、懂酒的或不懂酒的人,我的书都易懂而且实用,这本书依然如此。也有人说我的书太简单,我不知道他们指的是哪方面,是因为我没有讲更多的西方专业术语或化学名词?

在此我要重申,我并不是要教别人种葡萄或酿酒,而是要引导人们对之产生兴趣,从而了解葡萄酒并学会品鉴,以提高大家的生活品质。这正是我撰写葡萄酒系列图书的初衷,也是我一直坚持而不愿改变的特色。当然,我会一步步地深入。当读者对葡萄酒形成了一定的认识,需要了解更多更深的东西时,我会应读者所需出版专业性更强的著作。本书可以说是《恋恋葡萄酒》的延续,其中谈到了葡萄酒与茶、葡萄酒与健康、葡萄酒与人文等诸多方面的问题。我写作此书有一个非常重要的目的,就是想告诉中国读者,虽然文化有所差异,但葡萄酒文化里的很多东西跟我们的关系并不遥远。只要慢慢了解,它就会变得与我们的生活息息相关,如同中国茶对中国人的意义一样。总而言之,通过此书,我想进一步将贴着西方标签的葡萄酒文化渗透进中国人的生活脉络中,使其在我们的日常生活和饮食习惯中变得必不可少。当然,我个人所做的这点事情只是一个小小的开始,还希望能起到抛砖引玉的作用,以引起些学者的关注。今后,关于葡萄酒的内涵尚有待更多有兴趣的社会学者或其他人士去深入挖掘,特别是自然科学、文学、哲学、人体科学、医学等方面的专业人士。

葡萄酒知识与其他学科交叉渗透，才能在中国具有更大范围的影响。

最后感谢上海茶城的林立刚先生和叶汉飞先生，在我撰写此书时，为我泡了无数次的好茶并传授我茶经；同时感谢请我分享美酒的朋友们。

吴书仙

## 内容概要

从内容上看，本书是吴书仙《爱上葡萄酒》、《嫁给葡萄酒》、《恋恋葡萄酒》的延续，写作目的是进一步在中国推广葡萄酒文化。

本书从感官与饮食、葡萄酒与茶、葡萄酒与健康以及葡萄酒审美等层面，分别介绍葡萄酒的饮用和生活知识，帮助人们更好地认识和享用葡萄酒，较为不同的是，本书开始侧重立足中国文化来理解葡萄酒，以期让中国读者能从文化背景与心理上与葡萄酒距离更近，理解更深刻，促使中国形成自己独特的葡萄酒文化。

在此基础上，让葡萄酒真正融入中国人的生活习惯，如同茶、白酒等一样，让葡萄酒的享用也越来越普遍。

#### 作者简介

吴书仙，中国首位独立酒评人，葡萄酒专栏作者，国际葡萄酒作家协会（F.I.J.E.V.）会员。自1996年开始她的葡萄酒事业，为酒厂做过销售，自己开办过葡萄酒配套设备包装公司，亦曾赴法学习葡萄酒专业品评。目前在《经济观察报》、《时尚钟表》等多家媒体开设葡萄酒专栏，撰写了

## 书籍目录

第1章 感官品味·葡萄酒享用之初 品·感官 色之辨 嗅觉令人沉迷 曼妙味蕾 零距离的接触 爱“听”音乐的嘴 评·吃喝 吃喝掉的艺术品 吃喝的意义 从吃喝到品味 象征性的吃喝 享·抉择 被文化与习惯影响的味觉 主菜法则 各有所爱 评论家的条件 醉·性情 等你吃饱了, 我吃你 感性的男人 食欲与情欲第2章 借茶为媒·葡萄酒另眼欣赏 酿造之本 酿造四部曲 去梗——只为更高品质 走水——凋萎茶叶晾葡萄 发酵——激情还是温情 浸提——温度里的浪漫舞蹈 生命熟成 “姜”并不一定越老越辣 生命的历程 被抑制的本能 茶酒情怀 茶酒“浓”情 岩韵与矿物质气息 异味, 不和谐的闯入者 阴阳 茶VS.葡萄酒 本色 茶香与酒香 茶VS葡萄酒第3章 饮酒细话·葡萄酒健康养生 适量·基本原则 忌暴饮·尤忌再狂欢 葡萄酒适量饮用的标准 酒鬼还是酒客 不同人群不同龄, 饮酒皆有异 养体·重要目的 别累倒了肝脏 饮酒共餐保护胃 你知道么, 葡萄酒有益于心血管类疾病 喝酒催生高血压?

谁说糖尿病患者一定不能饮酒 酒性影响体质寒热 葡萄酒中珍物——抗氧化物 常饮酒需补维生素 得当·不可忽略的细节 开胃酒与佐餐酒 猛干害身伤情绪 蕙质兰心, 女性借酒传情 喝酒要引不要禁 一天中最适宜的饮酒时间 喝混酒要当心 搭配·酒与菜的搭档 菜配酒, 有讲究 葡萄酒配洋葱, 一道特别的组合第4章 古典审美·葡萄酒的中国风 古典之美 葡萄酒与古典审美 羊大为美 男女和合为美 《淮南子》三美 酒至臻境 酒之骨、肉、筋 酒中化境 醺而不醉 餐桌之礼 逸品第5章 酒中人文·葡萄酒的东西风 酒风人文 法国派与国际派 富人与葡萄酒 葡萄酒的阶层特征 葡萄酒银行 美酒会的都市文化意义 您需要中国, 但中国并不是非您不可 酒在中国 葡萄酒在中国的符号意义 做东方的赫尔墨斯 葡萄酒与中餐的姻缘 让葡萄酒穿上中国旗袍 酒行业的西崽分子 勿失本色 少女变妇女 雪茄熏葡萄酒 生酒与熟酒 葡萄酒的干杯 东西融合 推广葡萄酒如何由表及里第6章 亲身体验·葡萄酒的生活趣 风情万种的美酒 冰酒不如贵腐酒 起泡酒——节日的酒 被忽略的德国起泡酒 风华绝伦的白葡萄酒 如何欣赏贵腐酒 超酒 心仪神往的享受 德国人的酒饕会 西瓜汁加干白葡萄酒 清凉你的夏天 醉意朦胧的蟹秋 京翅坊的夜宴 你会中意哪一款 铿锵玫瑰——普里尼·蒙哈谢 拉菲——拉飞了 傍名牌 两条腿走路的里奥哈 清丽婉约——夏布丽 柔中带刚的西施佳雅 体验奥比安1958 生活谐趣 酒沉淀有问题吗 酒被车晃晕了 全球变暖——波尔多会不会成为新世界啊!

英国派还是美国派?

学酒三境界 闲话他酒 体验轩尼诗的显赫酒 闲话威士忌 丹阳黄酒——封缸酒第7章 漫话酒乡·跟随葡萄酒去旅行 梦幻葡萄园——那帕 美国月之谷——索诺玛 如诗如画——贝杰哈克 醇香波尔图 法兰肯酒乡小镇 里奥哈的赞美诗 意大利名园——哥雅 令人艳羡——奥比安、附录 主要酿酒葡萄品种名称中英文对照 意大利葡萄酒专业术语翻译 主要参考书籍

## 章节摘录

第1章 感官品味：葡萄酒享用之初品：感官嗅觉的语言我们描述某款酒的香气时，通常会用其他东西的气味特征来形容，比如酒中的花香有紫罗兰、槐花等的香味，水果味则有樱桃、柠檬、苹果等，陈化香有香草、肉桂、胡椒等，还真不能像视觉所见那般直接地描述出来。

其主要原因，是由于气味通过我们的神经直接传到大脑的嗅觉区，跟语言中心几乎没有多少联系，故通常没有经过语言和思维的翻译。

这也是为什么我们经常会觉得某种气味很熟悉，却总说不出来。

嗅觉的长期记忆要成为一位品酒师或品菜师，一般都必须经过嗅觉训练，在脑海里形成关于嗅觉的记忆坐标。

酒中通常有很多种混合在一起的气味，我们闻酒时，如果嗅觉经过柠檬、黑胡椒、肉桂等的气味训练，会先嗅出这些气味。

若未特意经过嗅觉训练，那我们原来记忆中已有的熟悉的气味会先被嗅出来，如经常吃的苹果、香蕉、蘑菇等，而且这些气味一旦记住了通常就很难忘记。

温度影响嗅觉的感知通常温度高一些，葡萄酒的香气更容易闻出来。

白葡萄酒虽然需冰过以后再喝，但冰到5℃和12℃时香气是完全不同的，12℃时香气会浓郁而芬芳，而在5℃时香气则基本很少。

这也是为什么我们闻酒的香气不能单凭鼻子直接嗅，还要考虑到酒经过我们的口腔加热后，通过鼻咽通道闻到的香气。

当然葡萄酒的温度不能过高，如夏天红葡萄酒超过20℃，就会有酒精味冲鼻，影响口味。

所以若要嗅到葡萄酒好的香气，不妨遵循其所限制的最高温度范围。

## <<慢品味，乐生活>>

### 编辑推荐

《慢品味,乐生活》献给中国人的葡萄酒书，全面开启葡萄酒文化，“中国式”进程。

中国首位葡萄酒独立酒评人，“酒判官”吴书仙新作。

葡萄酒的发酵好似男女之间激烈的爱情，干柴遇烈火，而茶的发酵如同激情过后的婚姻，虽然在现实的生活里暴露了各自真实的优点和缺点，却也平和淡泊，相处融洽。

醺而不醉，是一种朦胧、快意、释放自我的感觉，会使我们暂时忘却烦恼、忧愁，忘了一切虚伪的礼法和人情世故。

回到自然率真的状态，无所顾忌地畅所欲言。

有酒瘾的人可分为两类：一类是“酒鬼”，只有酒精的刺激才觉过瘾；还有一类堪称“酒客”，他们喜欢探索酒中风味、品鉴酿酒师手艺、欣赏不同产区不同品种的风格与特性，惟有他们，才是葡萄酒的真正知音。



#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>