



台中區農情月刊

發行所：行政院農業委員會台中區農業改良場/發行人：陳榮五/總編輯：高德錚/主編：陳俊位/地址：彰化縣大村鄉松橋路 370 號/電話：04-8523101/傳真：04-8524784/網址：http://www.tdais.gov.tw/電子郵件：tdais110@ms6.hinet.net/印刷：設計：祥發企業



第十一期		本期要目
中華民國八十九年八月一日發行		
葡萄成熟時本場辦理「葡萄之旅」系列活動	推廣活動	
葡萄品種的故鄉在中部	新知專欄	
葡萄的營養與選購	新知專欄	
葡萄品牌與包裝	新知專欄	
葡萄加工與飲用	新知專欄	

國內郵資已付
員林大村郵局
許可證
中台免字第3923號
雜誌

若無法投遞，請勿退回

局版台省誌字第1048號·中華郵政中台字第1412號執照登記為雜誌交寄

推廣活動

葡萄成熟時 本場辦理「葡萄之旅」系列活動

文·圖/黃深貴·楊顯章

本場為提高優良省產農產品的消費量，讓都會區民眾認識新鮮省產優質農產品——葡萄，特別在「葡萄成熟時」的七月二十九、三十兩天，假台中市文化局中山堂廣場前熱烈展開「台中地區葡萄之旅暨農特產品展售會」，本次活動除「認識葡萄」系列題材外，參與展售的單位相當多，全省原住民地區夏季高經濟水果水蜜桃，也非常受歡迎，而台南縣名聞全省的芒果也參與促銷，共襄盛舉。總計有一三五個攤位，近百種產品同時登場，場面、規模再創新高紀錄。

大會於七月二十九日上午十時舉行開幕式，主持人陳場長榮五致詞時表示：本省葡萄產地集中在彰化縣溪湖鎮、大村鄉、埔心鄉、二林鎮，以及台中縣新社鄉、東勢鎮、石岡鄉和南投縣的信義鄉等地區，為夏季重要高經濟農產品。目前正值葡萄成熟時，期望藉由展售活動增進消費大眾對新鮮省產水果的喜愛，同時藉此機會讓民眾在喜歡葡萄、吃葡萄之餘，也能深入了解葡萄的相關知識，因而開闢「葡萄與生活」講座，以提昇消費者認識優質農產品的特性，提高購買慾，造福農民。

陳場長對於農產品「行銷」一向最為關切，在任何場合都不忘要提醒農友：為強化本省農業產業競爭力，農產品及其加工品必須建立品牌，施行分級包裝，讓購買者付一分錢換回一分貨，才能貨暢其流，物盡其用，也確保消費者權益，因而建立農產品新形象，非但不容忽視，亦是當務之急，有遠

見的現代化農業經營理念者應能體認。

會中行政院農委會農民輔導處郭處長聰欽除了代表農委會向大會及在場農民朋友致意外，他強調未來加入WTO，省產農產品在逐漸提昇品質之後，還要加強產品規格化與行銷通路，在精緻農業及企業化經營體制下，縮短產、銷行程，穩定產品新鮮度及品質，必能提高與外來產品之競爭力。

大會精心策畫的「葡萄與生活」廣場內，有實物、海報、文宣等資訊供民眾參觀索閱。而「葡萄與生活講座」，乃邀請國寶級的台灣葡萄之父林嘉興先生，現場講解台灣葡萄栽培史、葡萄之品種、葡萄之產期、鮮食葡萄之產地、葡萄之營養、選購優良葡萄之方法、葡萄之儲存、家庭式葡萄酒之釀造、葡萄酒與健康、國產葡萄酒生產過程、金香白葡萄酒、葡萄酒飲用與保存方式等與日常生活息息相關的知識題材。現場許多民眾在參與講座之後，果然大有收穫，對葡萄已經通盤瞭解，再加上有獎徵答活動，使大家在短短時間內對葡萄了然全知，拉近了葡萄與生活的距離。

本次展售會內涵豐富，相關動態活動節目多，包含有四大展售區，分別為：台中地區農特產品區（含鮮食葡萄）、原住民農特產品、十大傑出農產品區以及農產品促銷區。琳瑯滿目的各式各樣精緻農產及其加工品，可說一應俱全，如蜂產品、梅、香菇、愛玉子、竹筴、山藥、茶葉等等；應時的新鮮水果有葡萄、水蜜桃、梨、李子等；夏季應景切花；五顏六色原住民服飾、加工品。還有動態的原住民傳統歌舞和台中市農會家政班員的熱勁歌舞串場，使會場上熱鬧有加。

會中又安排多項農產品品嚐及示範製作，有愛玉子製作（水里鄉許朝和先生現場指導）、國產不同品種葡萄品嚐（台中場提供）、山藥糕品嚐（名間鄉楊長維先生提供）、通天草藥膳品嚐（芬園鄉楊黃美香女士提供）。除此之外，本場有鑒於目前

正是芒果盛產期，為協助台南地區果農銷售高品質芒果，特別開闢農產品促銷區，有台南縣農會、玉井、南化、官田及大內鄉果農前來促銷新鮮特產芒果，讓大台中地區的民眾大飽口福。民眾走一趟展售會場後大都酒足（葡萄酒）肚飽，還買到價廉物美的各式農產品，為生產者與消費者同蒙其利之行銷管道，此成果讓主辦單位感到欣慰。



●陳場長主持開幕典禮，並介紹相關葡萄文化

政令宣導

全民參與 「共同打造農業新紀元」

文/編輯室

行政院農委會表示，面對新情勢的挑戰，農業施政必須以新思維建構新世紀的農業價值觀，並以提升策略競爭力為主軸，從本土農業出發，建置完善的法令、制度，開創農業發展的新境界。同時在新政府強調施政朝向企業化發展及全民參與的理念下，未來之農業施政規劃亦將加強與民間的互動與溝通，推動具有企業活力與效率的施政作為。

農委會指出，為配合政府自九十年一月起，會計年度改為曆年制，以及行政院推動「新世紀國家建設第一期四年計畫」，爰將現執行中之「跨世紀農業建設方案」期程提前半年，即於八十九年底結束。該會刻積極依據農業發展需要及新政府之施政理念研擬新施政方案。

規劃中之新方案，期程自九十年一月至九十三年十二月，為期四年，主體架構包括新世紀農業展望與各項重要施政重點方向，包括：農業科技、農糧產業、畜牧產業、漁業產業、林業產業、動植物防疫檢疫、農產貿易及運銷、農村建設、農民福利及農民組織、生態保育及生態多樣性、國際農業合作等十一項主題。在新方案撰擬過程中，已前後召開二次政策座談會及二十八次專案小組會議，邀請學者、專家、相關機構、各級農業單位共同研商，現已完成初稿。

農委會強調，為了廣納各方意見，凝聚農業改革的共識，除上網徵詢各方意見外，亦將至各縣市辦理政策下鄉活動，深切期盼共同關心農業發展的朋友，秉持「知無不言，言無不盡」的參與熱忱，在各項農業政策議題上踴躍建言，希望藉由各位朋友的堅實理論基礎與豐碩實務經驗，提供農業施政的妙劑良方，共同為農業發展擘劃出美麗的藍圖。

如您對未來台灣農業發展有任何建，請進入農業委員會首頁（http://www.coa.gov.tw），點選「新農業政策意見箱」，再點選閱讀各項農業政策議題後，提供建言。



●陳場長（中）與本會郭處長（右）推銷品質優良的葡萄



●「葡萄之旅」活動參觀民眾絡繹不絕



●民眾踴躍選購品質優良的葡萄



●葡萄與生活講座，民眾熱烈參與座無虛席

新知專欄

葡萄品種的故鄉在中部

文·圖／林嘉興·戴登燦

葡萄為溫帶果樹，性喜冷涼乾燥的氣候，其生長過程中，每年必須經過適當的低溫休眠時數，才能正常萌芽與開花結果。台灣處於亞熱帶至熱帶地區，地理位置及氣候環境條件均在葡萄的適栽範圍之外，而且台灣冬季低溫不足，夏季高溫多濕，不適合純歐洲系的生長。經過數十年來累積栽培經驗，發展出亞熱帶地區獨特的栽培模式。目前栽培之品種，適合本島之氣候及土壤環境，在辛勤果農熟巧精緻的果園管理下，生產出高品質優良果品。

一、緣起

最早的葡萄栽培紀錄始於清康熙十二年（西元一六八四年），先民自大陸引進純歐洲系品種，到清光緒十二年（西元一八九五年）日本據台後，引入美洲系品種及雜交品種，但是受到氣候條件的限制，無法達到經濟栽種之目標，直到光復後十年，仍無商業性栽培。民國五十年代中後期，先後攜入新品種，才逐漸出現小規模之經濟栽培。

在民國五十八年七~九月間，本省受到衛歐拉及艾爾等兩次颱風侵襲，中部有許多受災葡萄植株在災後十~十二天，自風折枝之斷口附近之芽體萌發新梢並且帶有花穗，經過適當管理可正常開花及著果。此後，許多農友模仿此自然風折方式進行修

剪，但仍有萌芽不整齊、新梢花穗率少、花穗小、產量不穩定、品質差等問題無法克服。其後數年間經有關單位人員及農民共同攜手合作，針對修剪部位、時期、方法、新梢生育調節及施肥等技術，不斷地修正改進，發展出台灣獨特的一年二收及一年三收等產期調節模式，使栽培面積逐漸擴大，奠定台灣葡萄產業的基礎。

二、品種

目前栽培品種以歐美雜交系為主，依用途區分可分為鮮食用及釀酒原料兩大類。鮮食品種以「巨峰」栽培面積最大，約二、二九五公頃（表一），「意大利」次之，原有八十九公頃，且目前正逐漸減少中；「蜜紅」僅五十公頃，其餘如「無子喜樂」、「義大利玫瑰」僅佔少數面積。釀酒葡萄則有貝利A、黑后及金香等品種，分別適合釀製紅、白酒。

三、葡萄之產期

鮮食用之巨峰葡萄一年四季均可生產，其產期為：夏果在六月中旬至八月下旬，秋果在九月下旬至十一月下旬，冬果在十二月下旬至二月上旬，春果（溫室栽培）在五月上旬至六月上旬（表二）。巨峰葡萄以夏果產量最多，價格較低。生產秋果必須調節夏果之產量或產期，目前在信義、水里、集集、竹山等地栽培面積較大。另在溪湖、大村等地以簡易溫室栽培生產春果之後，亦可生產秋果。其他鮮食品種之產期，如蜜紅約較巨峰早一~二個星

期，無子喜樂較巨峰早二~三星期，義大利較巨峰晚二~三星期。

四、產地

鮮食葡萄栽培於中部之信義、新社、大村、溪湖及卓蘭一帶，面積約有二二九五公頃，山區葡萄集中在水里附近及台中縣的新社鄉附近，平地則以埔心周圍較多。

由於葡萄的栽培技術一向由中興大學及本場在研發及推廣，所以整個栽培區也以中部為主，將來是否延伸至其他地區恐將難料，不過國內果農往國外發展的意願已日趨強烈，為了降低工資成本，產業出走也是另種競爭下的考量，不過國外是否有如此多的政府資源可來協助則尚待評估，如果以目前來看，只要產期錯開得宜，且儲藏設備充份，葡萄尚稱供需平衡，如果次級品無法消化且品質不加以提昇，將來葡萄產業並不樂觀。



●葡萄品種越來越多



●溫室葡萄

表一、各種葡萄栽培品種果實特性

品 種	穗重(公克)	粒重(公克)	果 色	肉 質	酸度(酒石酸%)
鮮食用					
巨 峰	350-450	10-12	紫黑	軟、多汁	0.4~0.7
意 大 利	400-600	8-10	綠~黃綠	脆、汁較少	0.4~0.7
無子喜樂	250-400	1.5-2.5	綠~黃綠	軟、多汁	0.4~0.7
蜜 紅	300-450	10-12	鮮紅	軟、多汁	0.4~0.7
釀酒用					
金 香	200-400	3-5	黃綠	軟、多汁	0.4~0.8
黑 后	350-600	3-4	紫黑	軟、多汁	0.5~1.0

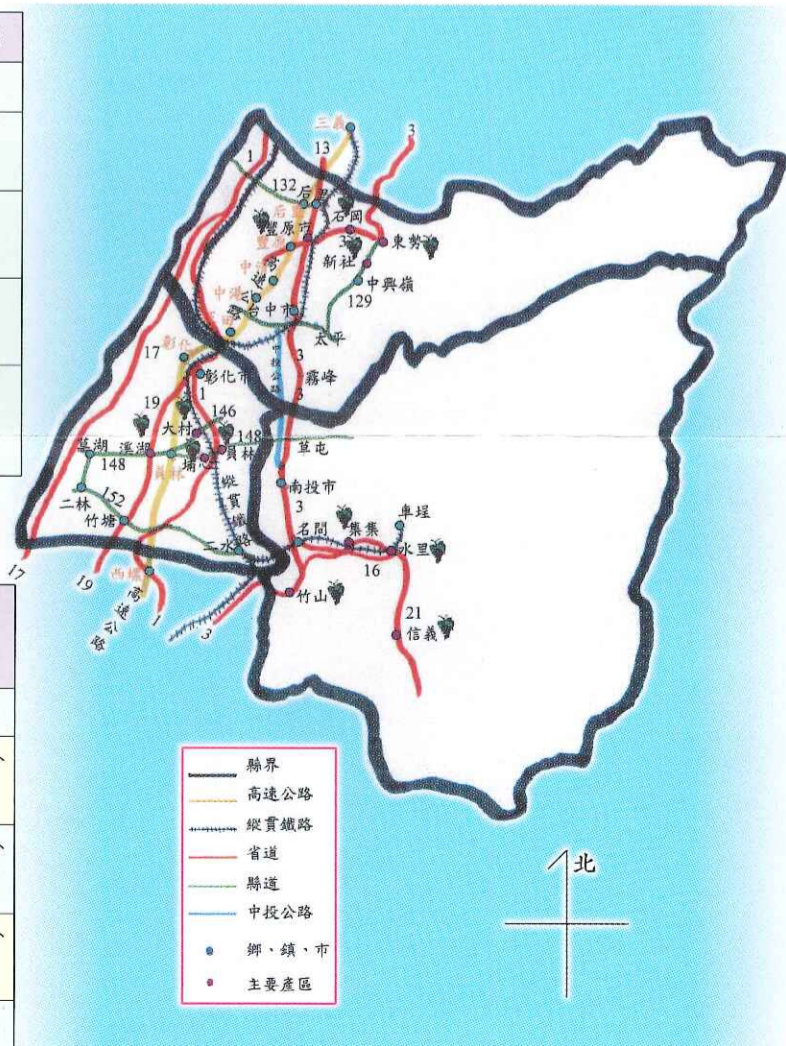
表二、台灣葡萄之產期調節模式

栽培模式	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
促成栽培	●●●●●●●●									●●●		
一年一收 (夏果、秋果)						●●●			●●●●●●			
一年二收 (夏果及冬果)	●●●●●●				●●●●●●							
一年二收 (春果及秋果)		●●●●		●●●●				●●●●●●	●●●●●●			
一年三收 (夏果及秋果與冬果)		●●●●			●●●●●●					●●●●●●		

●：採收

表三、葡萄栽培面積

縣市	品 種				主要產地
	巨 峰	意 大 利	蜜 紅	無子喜樂等	
苗栗縣	350	-	-	-	卓蘭
台中縣	590	89	2	0.5	新社、東勢、石岡、豐原、后里
彰化縣	953	-	50	0.5	大村、溪湖、埔心、員林、永靖、二林
南投縣	402	-	-	-	信義、集集、竹山、水里、草屯
合 計	2,295	89	52	1	



新知專欄

葡萄的營養與選購

文·圖／林嘉興·戴登燦

葡萄是一種古老的水果，富含維他命A、B₁、B₂、C、蛋白質、氨基酸、脂肪及多種礦物質。常吃葡萄可健腦、強心、利尿、開胃、使人強壯、耐風寒，而葡萄的根、莖也可以成爲藥引子，可稱爲重要水果。

一、營養成份

葡萄每一百公克全果實含熱量三十七卡、水分六〇.九克、蛋白質〇.四克、脂質〇.一克、醣質九.六克、纖維〇.二克、灰分〇.四克、鈣十一毫克、磷十九毫克、鐵〇.五毫克、維生素B₁〇.〇四毫克、B₂〇.〇二毫克、維生素C有七毫克、菸鹼酸〇.二毫克、廢棄物二十八%。

葡萄含有大量的葡萄糖及果糖，較易爲人體所吸收，可迅速轉爲熱量、恢復體力、消除疲勞，果酸含酒石酸及蘋果酸能幫助消化，果膠及單寧酸則可解毒。

葡萄還可以釀成葡萄酒、曬成葡萄乾及製成果汁，葡萄乾、葡萄汁富含醣分、熱量高並含豐富的鐵質，具有補血滋養的效果，尤其對生產前後的婦女可保胎氣。其果皮所含之礦物質成分則具有調理體內生理機能的功效。

二、選購優良葡萄之方法

什麼樣的葡萄最好吃呢？民間流行一種判斷葡萄的好方法，那就是三頭四度（台語）。

(一) 果穗（飽頭）：



●聖克里斯多福超市之葡萄

外觀整齊沒有副穗，穗型呈倒圓錐形，果粒及大小分佈均勻，以側向或向上著果粒而不下垂，每穗粒數約三〇~四五粒，穗重三百~五百公克，每果粒之間有一點空隙，果穗中段沒有間斷或果粒過密而擠扁果粒者。

果穗軸直徑在〇.三~〇.四公分，柔軟呈黃綠色而有新鮮感，並無附著棉狀菌絲或幼蟲。果軸變黑色者大多爲過熟，或是生長期間經過肥料、生長素處理，而在採收後久置或冷藏後亦容易使果穗褐變。

(二) 果粒（粒頭）：

巨峰葡萄之果粒呈橢圓形，每粒果重在十公克（冬果）~十二公克（夏果）以上，果肉質地緊密，果皮薄而富有彈性。但在不同產地之氣候與果園管理方法下，果粒形狀與肉質稍有差異。

(三) 果粉（粉頭）：

葡萄皮上的果粉是有機物質，具有保護果實作用，果園管理良好並且套袋之葡萄，果粒上佈滿濃厚均勻之果粉。其成分有益身體健康。食用前只須將整串沖水即可，不必洗去果粉。

(四) 果色（色度）：

巨峰葡萄的果粒呈紫黑色，夏季因溫度高，著色稍差而呈紫紅色在外觀上以全穗每果粒著色均勻者方爲良品。

(五) 種子（硬度）：

葡萄種子之色澤、大小爲決定果實成熟度與肉質的重要因素，果實中之種子數越多果粒越大，每果粒正常種子數爲二~四粒，只有一粒種子而果粒大之果實，其品質稍差。

(六) 糖酸度與風味（甜度、香度）：

葡萄的糖度、酸度與香度風味爲果實品質最重要的指標。高品質的葡萄不但含有清馥的香味，同時還要有適度的糖/酸比才能吃到真正品味。巨峰



●套袋葡萄果粉完整

葡萄優良果品之糖度爲18~20°Brix，酸度在〇.四~〇.七%之間，食後酸甜適口，含有特殊香味之口感。

義大利葡萄之穗形較大、果粒大小均勻、呈橢圓形、果皮呈綠至黃綠色、果肉脆，並以具有迷人的麝香味者最佳。

三、葡萄之貯藏方法

葡萄採收之後貯藏時間，因品種及產期氣溫而異，純歐洲種較耐貯藏，巨峰及蜜紅等歐美雜交系品種貯放時間較短。應於八分熟前採收入庫，入庫前須先剪除病蟲害果及裂果，以免在冷藏期間發生黴菌。經整穗、包裝後應放入冷藏庫中，冷藏溫度保持2°C左右，相對濕度八五~九五%可避免水分散失及保持葡萄之新鮮度，健康樹提早採收之果實可貯藏一~二個月。經冷藏後之葡萄應儘速食用，在常溫下置放過久會喪失風味，尤其蜜紅葡萄冷藏後回溫會有軟化及嚴重脫粒的情形。

四、結語

葡萄富含營養且以新鮮的品質最好，最適宜選購與食用，美國加州葡萄雖進口多年，但還是取代不了巨峰葡萄的地位，將來還可能有多種及多國葡萄進口，我們如何加強葡萄產品的廣度與深度，將是下一次競爭的優劣關鍵，但是如何好做好採收後處理及教育消費者保鮮觀念也將更重要。

●外銷日本紙箱標示

輸往日本

台灣葡萄

台灣省青果運銷合作社 輸出
台中分社 出品
輸入元：台灣青果株式會社

●美國超市之智利葡萄

新知專欄

葡萄品牌與包裝

文·圖／戴登燦

農產品具有易腐及不耐儲藏的特性，尤其是像葡萄等類水果，常在一連串的集貨與分貨過程中受到機械及人爲的損傷，因此想要提高農產品的價值，首先之務即是將之改包裝變成商品，使之容易在賣場販賣，如果再進一步設計成易於攜帶手提包裝時，商品可再升級爲禮品，其產生的附加價值將是未包裝的二至三倍，也正是未來國產新鮮葡萄可與進口葡萄的市場區隔之處。

一、品牌

目前品牌種類相當多，一般做直銷的農戶大多喜好以個人姓名或夫妻姓名合取爲農場品牌，例如像「麗水農場」及「明春農場」即是夫妻合取之品牌，其他類似「〇張」等系列者更多，大多爲個人品牌。接下來的就是班品牌，不過因葡萄共選共計不易推行，有班品牌者雖不少如「第六班」、「路」等皆以班名爲主打品牌，但產品仍以個人居多。再來還有地區性品牌，如「大村葡萄」、「溪湖葡萄」等，在市面上出現極多，只可惜品質不一，多爲中價位產品。

近來彰化縣政府極力整合各鄉鎮之農特產品，打出「彰化農產」之品牌，只可惜設計上欠缺實務經驗，還未能完全取代原有包裝。其他如政府大力推廣的國產水果品牌，目前有「玉珠」、「紫蜜」、「內茅埔」、「黑紫玉」等先後註冊，並經農政單位輔導認證中，惟產品較少，相逢恐得有緣才行。

以上雖有不同品牌見諸於市場，但因各種品牌

均無法達到獨占市場的局面，所以目標市場不同，市場定位也不同，大家還可看到百家爭鳴的局面，尤其近來有些班以公司名義建立了「皇家」、「川太」、「久大」等品牌一舉在量販店中搶下了一半以上的江山，未來這些品牌爭賣場的局面還可能越演越烈，其他禮盒包裝方面可能還是各家天下，目前想要整合各品牌可能沒那麼容易。

二、包裝

包裝的原則首先要瞭解目標市場及定位，再來要防止變質與破損，其他還有運送與儲藏、提供最大便利、塑造產品特性及增加產品附加價值等等問題。葡萄包裝資材在最近幾年多且眼花撩亂，原先最早三公斤的葡萄仙子紙箱已被年輕小姐圖樣所取代，甚至出現波霸圖案的巨峰葡萄，但仍以三公斤爲主流。不過因產期集中葡萄漲價不易，近年來有人將箱子改小，雖然也算是一箱，但卻是二、五公斤裝，另外也有人減斤兩，三公斤箱卻裝不到三公斤，花樣百出。

最近溫室葡萄及蜜紅葡萄生產後，由於每公斤單價高達二百元，爲配合消費者的購買力，一公斤及二公斤之紙箱隨之興起，且與日本巨峰葡萄之包裝類似，並有逐漸取代三公斤之勢，而外表之圖案設計則有由強調果品外觀逐漸轉爲國畫之優雅氣息，有意將葡萄由商品再提昇爲高貴禮品。

銷售量最大的超市與量販店目前仍是保麗龍托盤的天下，最近一種七百公克的塑膠盒已打入量販店，未來各型的容器競爭將不可免，對於葡萄產品的保護也將越來越好。

其他的包裝容器還有外銷用紙箱，外觀與日本之巨峰葡萄包裝盒頗爲相似。而觀光果園的紙箱多有加印「觀光果園」字樣與圖案以示區隔，容量多

爲三公斤裝。

美國外銷到台灣的葡萄大多採用保麗龍外盒，內部再用網袋包住葡萄，以防搬運過程產生損傷。而其國內超市所販賣者則以透明塑膠袋包裝，雖簡單但不失方便性。至於日本在批發市場就以可看到子母式包裝，到了零售店或專售店巨峰還是一公斤之小包裝，其他無子葡萄則有散裝。

三、結語

品牌應與產地結合才能延伸效益，而包裝對高消費群而言，也是必需的過程，只不過分級的標準及做法尚待建立，如果都能朝國產水果品牌的品管方向走，品牌與包裝將更具意義，另外在新鮮度維持的要求上，國內各紙箱容器似乎還不太行，且內襯紙的方式也不符合衛生，或許改用網袋或用三角袋較具可行性，至於外表，品牌的創建似乎過多，且僅佔小市場，未來應聯合或整合數種品牌成爲一較具規模的生產單位，較具競爭力。



●包裝精緻的葡萄禮盒

新知專欄

葡萄加工與飲用

文·圖/戴登燦

一、葡萄酒的營養

葡萄經添加糖等原料之後可釀成葡萄酒，葡萄酒含有豐富的葡萄糖、果糖、維生素及礦物質等營養成份，可以補血，降低血液中膽固醇，供給能量，補充消耗，維持正常的機能，促進血液循環。尤其所含礦物質中，鉀與鈉含量之比重，約為十比一，可以降低血壓，美國醫學界認為經常適量飲用葡萄酒的人，少患心臟、血管疾病，較之滴酒不沾者更為健康長壽。

在台灣有許多農友將生產過剩的葡萄利用簡單的器具將之貯存醱酵，後經過濾製成紅酒系列，其中不乏添加其他酒種者，有些強調色澤，有些著重酒精度，各家成份與品質均不甚相似，且各期之酒品質亦有所不同，此為流傳市面之民間釀法。相較於前面之私釀酒，公賣局可就規矩多了，且製酒流程標準化，較能保證酒類之品質。

葡萄酒主要在南投酒廠釀製，製成的商品有葡萄淡酒、葡萄蜜酒、玫瑰紅酒、紅葡萄酒、白葡萄酒、寶樂酒、玉泉金香白葡萄酒、玉泉特級紅葡萄酒、玉泉特級玫瑰紅酒、愛可涼酒紅葡萄酒口味、白蘭地、福祿白蘭地、福祿XO白蘭地、玉露凍頂茗蘭地、凍頂白蘭地、福壽酒及開國紀念酒等等，民間則只要有葡萄產區皆有私釀，有的以巨峰為主；有的以蜜紅為主；也有用金香、黑后或貝利A為主或混合，製成中低酒精度的紅酒或蒸餾成高酒精濃度的「露」。

二、葡萄酒製造流程

(一)白葡萄酒

白葡萄→除梗壓碎→粗壓→自流汁→果汁調配



●白蘭地系列產品

→醱酵(酵母)→分離酒滓→澄清→離心→熟成→調合→低溫安定→粗濾→細濾→精濾→裝瓶→白葡萄酒

(二)玫瑰紅酒

紅葡萄→除梗壓碎→果漿熟處理→靜置→粗壓→精壓→果汁調配→醱酵(酵母)→分離酒滓→澄清→離心→熟成→調合→低溫安定→粗濾→細濾→精濾→裝瓶→玫瑰紅酒

(三)白蘭地酒

葡萄→除梗壓碎→粗壓→精壓→壓榨汁→果汁調配→醱酵(酵母)→分離酒滓→初餾→精餾→裝橡木桶→熟成→調合→低溫安定→過濾→裝瓶→白蘭地酒

(四)民間紅葡萄酒

巨峰(其他葡萄)→剪成單粒→洗淨→晾乾→加糖→存放四個月→裝瓶→葡萄酒

三、葡萄酒產品介紹

(一)白葡萄酒

採用省產新鮮成熟金香白葡萄及歐洲優質白葡萄酒精釀調製而成，經適當熟成後裝瓶，酒精度10.5%，微甜。酒質細緻、香醇爽口，以海鮮、白色肉作佐酒菜餚，倍感鮮美。

(二)紅白葡萄酒(玫瑰紅酒)

採用省產及歐洲優質白葡萄和紅葡萄混合釀製而成，經適當熟成後裝瓶，酒精度10.5%，味甜。酒液呈玫瑰紅，艷麗引人，兼具葡萄酒的清香和紅葡萄酒醇厚的風味，是海鮮紅色肉、中西各式餐點之佐餐聖品。

(三)紅葡萄酒

採用省產及歐洲優質紅葡萄精釀調製而成，經適當熟成後裝瓶，酒精度10.5%，微甜。酒質醇厚，酸澀適中，以紅色肉(牛、羊肉)作佐酒菜餚，可消除腥味和油膩。

(四)蒸餾酒



●愛可淡酒

採用巨峰、蜜紅、金香等品種釀製，常製成酒精度46%以上，適合冬季飲用，如果將蒸餾酒置於橡木桶內經多年浸泡之後即可製成白蘭地。☆☆☆、V.S.O.P或XO。

四、葡萄酒飲用與保存方式

冰涼之後直接飲用，最能表現原酒的風味與特色。一般適飲溫度為：金香白葡萄酒：10~11℃、特級玫瑰紅酒：11~12℃、特級紅葡萄酒：16~18℃。

品酒時宜選用鬱金香型高腳杯，觀色、輕聞、細啜。如果加冰塊飲用則呈現另一種風味清涼爽口，亦可當作雞尾酒的基酒。儲存應放在冷暗處，開瓶後最好盡快喝完，若無法喝完，請鎖緊鋁蓋至於冰箱但不宜久存，否則酒液與空氣長時間接觸，香氣口味會逐漸改變，一般白葡萄酒一星期以內喝完，紅葡萄酒可長些。

五、結語

台灣葡萄產業因種植技術突破及政府大力輔導以致於種植面積日增，加上高品質有高利潤的誘引下，許多農友相繼投入種植行列，導致目前量販價格低迷，利潤壓縮，若能將部分次級品收購加工並加以商品化，相信有助於拉抬中高等級產品的價格，但目前各類水果酒實在太多且良莠不齊，又缺乏一套檢驗標準，將來開放民間釀酒後會有多大的成長還難預料，加上政府取締酒後駕車日嚴，因此葡萄酒的未來有待大家一同努力。



●多樣化葡萄品種



●葡萄趣味化造景



●鄉間製陶小屋

新知專欄

發展葡萄觀光旅遊

文·圖/戴登燦

葡萄在台灣栽培約有三千公頃左右，其中有二千餘公頃為鮮食葡萄，過去產業的發展著重在市場面，但最近各超市之供應商互相競價，已將價格壓至成本邊緣，甚至流血出貨，長此以往，產業之未來實令人擔憂。幸而近來農政單位體認到產業與生活的重要性，遂逐漸推廣觀光酒廠與觀光果園之設立，然因酒廠花費較鉅，短期間難以經營，而觀光果園又欠缺相關規劃，吸引遊客之處尚少，目前應先將兩種經營類型先整合，或許有較早發展之可能。

一、標本園與造景

市面上常見的葡萄品種約有七、八種，其中部分是鮮食品種，其餘是加工品種，但消費者往往只認得一、二種，如果將所有品種分別植於園內，設立標本園，並將較為強健的品種植於園裡圍籬或高棚架上，不但有遮陰效果且具造景特色，此點在日本及彰化埔心已有農民採用，視覺效果不錯。另外標本園可設立解說牌，增加知識性的教育。室內可蒐集國內外葡萄品種照片製成燈箱來豐富產業內容，讓這座葡萄園成為大家永遠憶記的果園。

二、葡萄餐飲

農村中早已有私釀之紅酒與蒸餾酒，但較缺乏白葡萄酒，有關葡萄酒的烹調與應用需要園主來蒐集及開發，與葡萄相關之飲食器皿的蒐集亦需要加

強，如果讓客人使用月光杯來品嚐葡萄美酒，那醉臥農莊而不怕人笑的就是各路英雄囉，還有飲用白、紅酒的知識、酒杯及搭配的海鮮或肉類料理，可研究設計並予提供，那餵飽小肚肚的工作便完成了，客人也會酒足飯飽而歸。

三、製陶樂

在家庭旅遊活動方面，大人與小孩的嗜好未必相近，如果能開闢一間製陶室來讓小朋友捏捏葡萄模型而又能當天燒出成品，這樣一方面能延長家庭停留的時間，另一方面也能夠將農村旅遊的回憶帶回。目前在溪湖鎮已有家政班班員做好作品並陳列於班場所，看起來還不錯，未來能讓消費者自己動手做並帶回，那就更好玩了。

四、加工製酒

葡萄在盛產期因受到氣候及著色影響，常有一些次級品要做處理，這些葡萄可由農家提供配方及器具，並略為篩選提供給消費者做成葡萄汁或做成紅酒，讓消費者在踏著夕陽歸去時皆能人手一桶，帶著最自然的濃情醉意而歸。

五、結語

套著一句NOKIA的廣告詞“科技始終來自人性”，我們未來的葡萄產業到底要以賺錢為主或以提供服務為主，園主應該思量。記得去年到非洲甘比亞這個貧窮國家去時，很驚訝當地竟也有美麗的五星級大飯店，且旺季時房間均客滿，而消費群多來自歐洲，使我回想到我們農村的特色並不輸國外，要發展產業觀光其實也行，較欠缺的應該只是資金與規劃而已，希望從葡萄產業科技的發展再往前邁一步，看是否能建立另一個農村的葡萄園。