康奈尔研究发现：葡萄酒颜色仅能解释饮酒者评分的8%

研究人员未发现消费者对抗病杂交红葡萄酒存在一致偏见，这缓解了种植者在应对气候压力、调整葡萄园时的一项担忧。

2026年9月24日星期四



据一项由康奈尔大学主导的研究称，葡萄酒饮用者仅凭颜色来判断一款红葡萄酒的表现，实际作用远低于许多酿酒师先前担心的程度；外观只是预测消费者是否真正喜欢其风味的一个很弱的指标。

这项研究于9月23日发表在 American Journal of Enology and Viticulture 上，考察了由抗病杂交葡萄品种酿造的葡萄酒是否因并不总是看起来像传统欧洲葡萄酿造的酒而天然处于劣势。来自 Cornell AgriTech 和法国第戎 Université Bourgogne Europe 的研究人员表示，结果显示消费者并未对杂交葡萄酒的颜色表现出一致偏见。

这一问题很重要，因为北美和欧洲的种植者正在寻找更能应对真菌病害、寒冷冬季以及与气候变化相

关、更不稳定天气的葡萄品种。杂交品种通常需要更少的农药施用，也能在会损害传统葡萄园的条件下存活。如果消费者并不会因颜色差异而明显排斥这些酒，那么这可能会减少这些葡萄在整个葡萄酒行业更广泛应用的一道障碍。

该研究通过 Cornell Sensory Evaluation Center 招募了82名经常饮用红葡萄酒的消费者。参与者在不知道自己所饮用酒款的情况下，被要求评价8款商业红葡萄酒。其中5款由来自纽约、威斯康星、田纳西和爱荷华的杂交栽培品种酿造。另3款是来自勃艮第、俄勒冈以及纽约手指湖地区的黑皮诺。

品评小组首先根据外观给每款酒的喜爱程度打分，并仅凭颜色评估自己预计会有多喜欢。随后，他们再进行品尝，并对实际喜爱程度评分。

结果显示，颜色确实会影响第一印象，但作用有限。外观更浅、呈现更多黄色和棕色色调的葡萄酒，往往在视觉吸引力和品尝前预期上得分较低。外观排名靠后的三款酒分别是一款手指湖黑皮诺、一款来自田纳西的 Norton，以及一款来自纽约奥尔巴尼附近的 corot noir。

但一旦参与者真正品尝这些酒，颜色的作用就明显下降。研究人员报告称，外观喜爱度与实际喜爱度之间的统计关系仅能解释约8%的反应差异。换句话说，视觉吸引力会影响预期，但几乎无法说明人们最终是否会喜欢这款酒。

该研究合著者之一、Cornell food science 博士生 Catherine Dadmun 在 Cornell 发布的评论中表示，在对整体品质的感知中，味道和香气远比颜色重要。研究发现，在比较消费者对色调和整体外观的评分时，杂交葡萄酒与黑皮诺在很大程度上交错混在一起。

这些发现反驳了葡萄酒贸易某些领域长期以来的一种假设，即更深的颜色意味着更好的品质，而如果杂交葡萄酒外观不同于 vinifera 葡萄酒，则可能更难出售。数据显示，颜色强度与实际喜爱度之间没有显著相关性。视觉评分较低时，似乎更重要的并非葡萄酒是否浅，而是其颜色是否偏棕或偏黄，而不是常与较年轻红葡萄酒相关的红紫色调。

Cornell AgriTech 酿酒学副教授、该研究作者之一 Anna Katharine Mansfield 表示，这个问题多年来一直在葡萄育种者和酿酒师之间被讨论。她说，人们早已广泛讨论消费者是否会拒绝那些看起来不像“vinifera-like”的葡萄酒，但此前并未得到直接检验。

研究人员还考察了这些葡萄酒颜色背后的化学组成。他们分析了17款葡萄酒，包括感官试验中使用的8款以及额外的杂交样品，以绘制其花青素谱，即负责红色的色素化合物。该工作在 Cornell AgriTech 和第戎利用超高压液相色谱完成。

分析证实，杂交葡萄所含的花青素结构比 vinifera 葡萄更为多样。其中包括双葡萄糖苷，这类化合物通常会产生较弱的色泽，并且随着时间推移也可能更容易褐变。在一些欧洲环境中，这些化合物历来被视为可疑，并与对较低颜色质量的假设联系在一起。

消费者数据并不支持这些假设。高水平双葡萄糖苷花青素的葡萄酒在外观评分上表现得与传统葡萄酒一样好，某些情况下甚至更好。研究中的杂交酒 St. Croix 与勃艮第黑皮诺并列获得最高的整体外观评分，尽管勃艮第黑皮诺不含双葡萄糖苷。

论文作者表示，这些发现应谨慎解读。由于这些酒都是商业产品，年份、葡萄园条件和酿造方法的差异也可能影响颜色，而不仅仅是葡萄品种。研究人员表示，还需要进一步研究杂交葡萄酒的颜色如何

随着陈年变化，以及当这些酒在市场上变得更常见时，消费者认知是否会随之改变。

即便存在这些限制，这项研究仍指向生产者和零售商面临的一个实际问题。对于一个试图适应气候压力和不断上升病害风险的行业而言，对杂交葡萄的接受度，其影响远不止学术争论。如果消费者愿意主要依据风味和香气，而不是杯中外观与经典 vinifera 葡萄酒有多相似来评判这些酒，那么生产者在采用更易种植、且可能化学投入更少的葡萄品种时，或许会有更大的空间，而在销售端承受的阻力也会更小。