

化学工业出版社

鸡尾酒调制 及饮用指南

康明官 / 编著



鸡尾酒调制及饮用指南

康明官 编著

化学工业出版社

·北京·

(京)新登字 039 号

图书在版编目(CIP)数据

鸡尾酒调制及饮用指南/康明官编著. —北京:化学工业出版社, 1999.5
ISBN 7-5025-2487-8

I. 鸡… II. 康… III. 鸡尾酒-勾兑 IV. TS262.98

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 06493 号

鸡尾酒调制及饮用指南

康明官 编著

责任编辑: 夏叶清

责任校对: 洪雅姝

封面设计: 郑小红

*

化学工业出版社出版发行

(北京市朝阳区惠新里 3 号 邮政编码 100029)

新华书店北京发行所经销

北京市燕山印刷厂印刷

北京市燕山印刷厂装订

*

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 9 $\frac{5}{8}$ 字数 265 千字

1999 年 5 月第 1 版 1999 年 5 月北京第 1 次印刷

印 数: 1—5000

ISBN 7-5025-2487-8/TS·15

定 价: 18.00 元

版权所有 违者必究

该书如有缺页、倒页、脱页者, 本社发行部负责调换

前 言

鸡尾酒在世界上已有 200 余年的历史。在我国，过去北京饭店及民族饭店年长的调酒师们凭自己平时的记录，积累了近百款鸡尾酒的配方，他们在本世纪 70 年代曾无偿地向人们讲授这方面的知识；及至八、九十年代，国内外相继出版了不少有关鸡尾酒的著作，使人们领略了其中的精髓。但似乎对以下两方面的论述还可谓有所欠缺：一是对有关国内外名酒的历史、生产理论和技术特点，以及产品的成分和特征叙述不够；二是对鸡尾酒调制的理论和技巧、鸡尾酒成分与人体的关系，以及如何品评和饮用鸡尾酒的知识叙述不足。此外，对鸡尾酒的历史、文化及鸡尾酒的诸多类型及其实例，也介绍得欠全面。因此，虽然很多调酒师们有关鸡尾酒的书籍均人手数册，但用他们自己的话来说，尚难以说明某款鸡尾酒的所谓“质感”；说不清为何某款鸡尾酒的材料要如此组合，为什么有时某种苦酒若多加一滴或少加一滴就达不到理想的目标；往往对其中的诸多理论问题理解不透。一句话，对鸡尾酒这类奇特饮品的历史、文化、技术及时代内涵缺乏较为深层次的理解。正当我想为此尽己所能之时，北京旅游学院和化学工业出版社的同志们给我带来了福音，他们请我去为“高级调酒师培训班”的学员讲课，并向我约稿。我认为自己有责任、也完全有必要撰写好这本书，所以欣然接受了这项任务。

在本书中列举了各类鸡尾酒共 893 款，可供参考。但要说明两点：一是有个别鸡尾酒可能有重名现象，但其配方和调法有所不同，故属正常范围；二是为了节省篇幅，没有将每款鸡尾酒的评语逐一写出，这也是为了给调酒师们留下一块思考、体会和评述的余地，望予谅解。

参加本书编写工作的，还有康兆华、郑俭持及李东等同志。

在本书编写过程中，参考了国内外许多有关的书籍，在此谨向这些著作的作者一并表示谢忱。

由于笔者水平的局限，书中定有不妥之处，期盼同仁们及广大读者批评指正。

编著者

1998年7月于北京

内 容 提 要

全书共七章。内容包括鸡尾酒的详尽发展史、全面的分类、国际调酒师组织的活动状况；世界名酒的生产理论、技术特点、名牌产品及其特征；世界各类鸡尾酒调制的理论和技巧、鸡尾酒的成分和功效、鸡尾酒品评和饮用的理论和方法，以及酒菜相配和如何办好鸡尾酒会等知识；书中还列举了国内外著名鸡尾酒893款。

由于作者从事酒类生产、科研、教学工作已数十年，并广泛收集国内外有关资料而撰写成本书，故书中不乏有价值的真知灼见，使全书的文化、知识、技术含量较高、内容具有全、新、精的特点，具有较强的理论性、实用性和实效性。

本书可供酒店、宾馆等单位的有关人员阅读；也可用作各级调酒师培训班的参考教材，并适于酿酒业的教学、科研及生产技术人员参阅；对于广大的酒类爱好者，也不失为一本难得的较好读物。

目 录

第一章 总论	1
第一节 鸡尾酒的定义及其特点	1
一、鸡尾酒的定义	1
二、鸡尾酒的特点	2
第二节 鸡尾酒的历史	3
一、有关鸡尾酒起源的传说 21 则	3
二、鸡尾酒的发展史	9
第三节 饮料的分类及鸡尾酒的分类	9
一、饮料的分类	9
(一) 含醇(指乙醇即酒精)饮料	9
(二) 无醇饮料	10
二、鸡尾酒的分类	10
(一) 按定型与否进行分类	10
(二) 按鸡尾酒的酒精含量高低及鸡尾酒的量分类	10
(三) 按饮用温度分类	11
(四) 按饮用的时间和场所分类	11
(五) 按不同酒基分类	12
(六) 按基酒及软饮料的组合分类	12
(七) 按原料、制法及鸡尾酒的名称、特性和饮用对象分 50 类	13
第四节 鸡尾酒的命名	20
一、以鸡尾酒的材料命名	20
二、以人名、地名、公司名等命名	21
三、鸡尾酒的色、香、味、功效与酒名相关	22
四、与酒名相关的故事 8 则	23
五、酒名的形象化和寓意	25
第五节 鸡尾酒的酒度及物料量度换算	26
一、鸡尾酒的酒度及其准确计算	26

(一) 酒度的表示法	26
(二) 调酒时酒度的准确计算	27
二、调酒材料的量度换算	28
第六节 鸡尾酒的国际调酒师组织与活动	28
一、国际调酒师组织状况	28
(一) 国际调酒师协会 (IBA) 组织状况	28
(二) 马天尼公司 (MARTINI & ROSSI)	30
二、国际调酒师组织的活动状况	30
(一) 举行国际调酒师协会 (IBA) 的各届会议	30
(二) IBA 培训中心及其工作	30
(三) 国际调酒大赛	31
第二章 鸡尾酒的理论	34
第一节 关于鸡尾酒基酒的理论	34
一、鸡尾酒基酒发酵的理论	34
二、鸡尾酒基酒蒸馏的理论	35
(一) 蒸馏的主要原理	35
(二) 加热及蒸馏的方式不同所产生的效果	36
三、鸡尾酒基酒贮存的原理	37
(一) 蒸馏酒贮存原理	37
(二) 酿造酒的贮存原理	38
第二节 关于鸡尾酒取名的理论	39
一、寄托自己情思	40
二、联想身外一切	40
第三节 鸡尾酒的色、香、味、形、格、卫与成分的关系	42
一、鸡尾酒的色泽与成分的关系	44
(一) 来自鸡尾酒的基酒成分	44
(二) 来自鸡尾酒的辅料	45
二、鸡尾酒的香气与成分的关系	46
(一) 来自鸡尾酒的基酒	46
(二) 来自鸡尾酒的辅料	48
三、鸡尾酒的味与成分的关系	48
(一) 来自基酒的成分	48
(二) 来自鸡尾酒辅料的口味成分	49

四、鸡尾酒的形与成分的关系	50
五、鸡尾酒的格与成分的关系	50
六、鸡尾酒的“卫”与成分的关系	50
第四节 鸡尾酒调制的理论	53
一、鸡尾酒色泽调配的理论和实践	53
二、鸡尾酒香气的调制	54
三、鸡尾酒口味的调配理论与实践	55
四、不同风格鸡尾酒的调制原则	56
第五节 鸡尾酒鉴赏的理论	57
一、鸡尾酒色泽与人的情感	57
二、鸡尾酒香气的心理效应	57
(一) 捷里聂克 (P. Jellinek) 对香气的研究	57
(二) 我国香气工作者对香气的研究	58
三、鸡尾酒的口味对人的生理效应	58
第三章 鸡尾酒的基酒	60
第一节 蒸馏酒	61
一、各大类蒸馏酒总的生产工艺及产品风格比较	61
二、各大类蒸馏酒的历史、分类、著名厂商及名牌产品	66
第二节 酿造酒	83
一、各大类酿造酒总的生产工艺及产品风格比较	83
二、各大类酿造酒的历史、分类、著名厂商及名牌产品	85
第三节 配制酒	101
一、世界著名开胃酒	102
二、世界著名甜食酒	103
三、世界著名利口酒 (Liqueurs)	104
四、中国著名配制酒	107
第四章 鸡尾酒的辅料和用具	109
第一节 鸡尾酒的辅料	109
一、鸡尾酒的常用调料	109
二、鸡尾酒常用装饰物	109
第二节 鸡尾酒的用具 (器具及酒杯)	110
一、器具	110
二、调酒师常用酒杯	110

第五章 鸡尾酒的调制技术	112
第一节 调酒师的素质要求	112
一、思想素质	112
二、外貌和风度	112
三、专业知识和技能	113
第二节 调酒的基本方法	113
一、摇动 (Shaking) 法	113
二、搅拌 (Stirring) 法	114
三、对和法	114
四、其他方法	114
第三节 程序操作及其注意事项	115
一、准备工作	115
(一) 做好环境卫生工作	115
(二) 酒杯及调酒用具的准备	115
(三) 基酒及糖浆、装饰物等辅料的准备	116
二、程序操作及其注意事项	120
第四节 各类鸡尾酒调制操作实例	123
一、烈酒与汽水调配	123
二、烈酒和利口酒调配	123
三、烈酒与果汁调配	123
四、以烈酒、果汁、汽水调制长饮类鸡尾酒	124
五、彩虹酒及咖啡热饮鸡尾酒调配	124
第六章 鸡尾酒配方	125
第一节 国外较著名的鸡尾酒精选	125
一、国际调酒师协会指定比赛用鸡尾酒配方 21 例	125
二、世界七大鸡尾酒	128
三、世界十大鸡尾酒	129
四、19 种获世界比赛奖的名鸡尾酒	130
五、世界名鸡尾酒随选 129 例	133
六、三十八类鸡尾酒精选	154
(一) 亚历山大类 (Alexander)	154
(二) 库勒类 (Cooler)	154
(三) 费克斯类 (Fix)	155

(四) 霸克类 (Buck)	155
(五) 柯林类 (Collins)	156
(六) 开胃酒类 (Aperitif)	157
(七) 考比勒类 (Cobbler)	158
(八) 酸酒类 (Sour)	158
(九) 考地亚类 (Cordial)	161
(十) 托迪类 (Toddy)	161
(十一) 占列类 (Gimlet)	163
(十二) 杯类 (Cup)	163
(十三) 攪明类 (Zoom)	164
(十四) 海波类 (Highball)	164
(十五) 司令类 (Sling)	165
(十六) 得贵丽类 (Daiquiri)	167
(十七) 蛋诺类 (Egg Nog)	167
(十八) 费兹类 (Fizz)	169
(十九) 席拉布类 (Shrub)	170
(二十) 菲列浦类 (Flip)	170
(二十一) 佛来佩类 (Frappe)	171
(二十二) 漂漂类 (Float)	172
(二十三) 福赞类 (Frozen)	172
(二十四) 瑞奎类 (Rickey)	173
(二十五) 朱丽浦类 (Julep)	173
(二十六) 曼哈顿类 (Manhattan)	174
(二十七) 潘趣类 (Punch)	174
(二十八) 蜜思特类 (Mist)	185
(二十九) 珊格瑞类 (Sangaree)	186
(三十) 古典类 (Old-Fashioned)	187
(三十一) 热饮类 (Hot Drink)	188
(三十二) 火热酒类 (Mulls)	188
(三十三) 提神酒类 (Pick-Me-Up)	189
(三十四) 鸡尾类 (Cocktail)	189
(三十五) 可斯塔类 (Crustas)	194
(三十六) 柠檬水类 (Lemonades)	195

(三十七) 司马西类 (Smashes)	195
(三十八) 彩虹鸡尾酒 (Pousse Cafees)	196
七、世界调酒大赛鸡尾酒创新作品例	201
八、不同基酒的鸡尾酒精选	204
(一) 以金酒为基酒的鸡尾酒例	204
(二) 以白兰地为基酒的鸡尾酒例	205
(三) 以威士忌为基酒的鸡尾酒例	207
(四) 以老姆酒为基酒的鸡尾酒例	210
(五) 以伏特加为基酒的鸡尾酒例	211
(六) 以龙舌兰酒为基酒的鸡尾酒例	213
(七) 以葡萄酒等基酒调制的鸡尾酒例	214
(八) 以配制酒为基酒的鸡尾酒例	215
九、特殊鸡尾酒精选例	216
第二节 中华鸡尾酒	218
一、中华鸡尾酒精选	218
二、以不同基酒调制的中华鸡尾酒精选	244
(一) 以白酒为基酒的鸡尾酒精选	244
(二) 以葡萄酒、啤酒为基酒的中华鸡尾酒精选	245
(三) 以配制酒为基酒的中华鸡尾酒精选	247
三、香港和台湾流行的鸡尾酒精选	247
四、中国首届调酒师大赛指定鸡尾酒 20 款	249
五、国内历年获奖鸡尾酒精选	250
六、12 属相鸡尾酒	251
第三节 中外鸡尾酒配方对比	253
一、中外同名鸡尾酒对比例	253
二、中外不同季节鸡尾酒款式例	254
(一) 春季鸡尾酒	254
(二) 夏季鸡尾酒	254
(三) 秋季鸡尾酒	255
(四) 冬季鸡尾酒	256
第七章 鸡尾酒的欣赏与饮用	257
第一节 鸡尾酒的欣赏	257
一、对基酒的欣赏	257

二、对酒吧环境的欣赏	258
三、对鸡尾酒的欣赏	260
第二节 鸡尾酒的饮用	261
一、科学饮用和评述鸡尾酒	261
(一) 观察鸡尾酒的外表	262
(二) 鸡尾酒的闻香	263
(三) 尝味的科学	263
(四) 鸡尾酒的风格	266
(五) 列举 16 款鸡尾酒的特点及评语	266
(六) 鸡尾酒的功效	268
二、鸡尾酒与菜食的配合	268
(一) 鸡尾酒会常用的菜肴及小食品和无醇饮料	268
(二) 鸡尾酒与菜肴、甜食相配例	269
三、鸡尾酒会的型式及其注意事项	270
附录一 调酒员等级标准	272
附录二 调酒员技术等级培训考核大纲	274
附录三 首届全国旅游行业高级调酒师培训班理论考试试卷	278
附录四 首届全国旅游行业高级调酒师培训班调酒操作酒品配方	288
附录五 首届全国旅游行业高级调酒师培训班口试试题 (英语口语部分)	292

第一章 总 论

第一节 鸡尾酒的定义及其特点

一、鸡尾酒的定义

首先应给“酒”下一个定义：凡是含酒精体积分数为 0.5%~75.5%之间的液态或固态饮料，均可称其为酒，当然也有些产品的酒精含量是超过这个限度的。

美国《韦氏辞典》给鸡尾酒下的定义为：鸡尾酒是一种量少而冰镇的酒。它以老姆酒、威士忌、其他烈酒，或用葡萄酒为基酒（酒底），再配以果汁、鸡蛋、比特酒（一种苦酒，或称苦精）及糖等材料，采用搅拌或摇荡法调制而成；最后饰以柠檬片或薄荷叶。

据说第一部关于鸡尾酒的书是在 17 世纪经查尔斯一世特准，由伦敦酿酒者公司出版的。该书介绍了许多具有医疗价值的含酒精混合饮料，但目前的混合酒品则多不注重于药疗功效。

1806 年，美国某杂志率先将鸡尾酒一词解释为烈酒、糖水（冰）及苦味酒的混合酒品。

我国 1989 年版的《辞海》将鸡尾酒释义为：配制酒的一种。由两种或两种以上的酒或以酒与其他饮料（如苏打水、橘子原汁、牛奶等）配成，也可添加水果或其他辅料以增加色香味。通常搅拌调制，也有利用各种色酒或其他饮料的密度不一，按一定操作方法逐一加入，形成色彩各异的分层。风味随配方而各具特色。

毫无疑问，鸡尾酒的定义是随着鸡尾酒的发展而不断变化的。实际上要给鸡尾酒下一个较为完整和相对稳定的定义也并非易事，何况定义本身就有狭义和广义之分。笔者试将鸡尾酒描述如下：鸡尾酒是一类特殊的混合酒；它由一种或一种以上基酒，配以多种果汁等液态调料和糖等固态调料，并用樱桃等水果或芹菜等物料点缀而成；集色、

香、味、格（风格）、卫（卫生标准）及综合艺术于一体；因而可谓一种艺术酒品，充满诗情画意，犹如一首和谐的乐曲，而每种材料就是曲中的音符。如果有人将鸡尾酒理解为一种简单的混合饮品，那么，我相信他（她）在将本书通读一遍后，就自然会改变原来的观念的。当然，有的鸡尾酒可能是在不经意中调制而成的，但也不能因此而否定其内涵。

二、鸡尾酒的特点

鸡尾酒既然是一类特殊的酒品，则除了具有其他酒类的共性外，必然还有其独特的优势。换言之，一款好的鸡尾酒，必须具备以下的条件和作用。

1. 美国著名评酒权威恩伯里（Embury）认为鸡尾酒具有四个特点和作用

- （1）是增进食欲的滋润剂；
- （2）能振奋精神，活跃气氛；
- （3）具有良好的口味，不过甜、过苦、过香，以免掩盖味蕾感知酒味的能力；
- （4）足够的冷冻，以保持独特的风味。

其实上述四点，除第4条外，也是其他餐前酒及佐餐酒等所共有的。对于权威们的见解，我们当然应该充分尊重；但凡权威都是相对的，因此，我们也必须提倡独立思考，以加深对事物的理解，并发挥自己的创造性。

按国际上某些评酒会规定，鸡尾酒的最低酒精体积分数为5.6%；酒精体积分数在14.8%以上时，其含糖量应在20g/100mL以下。

2. 笔者的体会

（1）鸡尾酒的外观美 色泽丰富、优美；酒名和酒体与载杯及装饰物相配得当，相映成趣。

（2）鸡尾酒的内在美 在基酒的基础上，各种调料的比例恰到好处，使诸味谐调，味感呈现新的独到之处。所以，有时某些物料的“微量调整”（简称“微调”），往往起到画龙点睛的作用。因此，作为一个合格的高级调酒师，必须具有较为广博的知识，而且应在调酒技

巧上具有相当的基本功，当然包括对酒的鉴赏能力。

(3) 鸡尾酒的应用范围很广 世界各地最为流行的鸡尾酒款式，大概可算得上是“马天尼”(Martini)和“曼哈顿”(Manhattan)了。前者香而酒味浓，后者酒味醇而烈；使人饮后余韵犹存，故在欧美各国极为畅销。但更多的鸡尾酒则因地、因时、因人而宜，风味各异。有酒度相差悬殊的“短酒”和“长酒”之分；有冷饮和热饮之分；有大杯及小杯之分；有适于不同季节饮用的各种鸡尾酒；有许多种稍甜、稍酸、稍苦，但又被不同饮用者所喜爱的鸡尾酒；也有的鸡尾酒可供女士或男士选择，如女士们多喜饮“彩虹”、“白雪公主”等酒味温和而色彩艳丽的鸡尾酒，男士们则多喜饮类似“苏格兰火箭”等酒味较醇而烈的鸡尾酒。鸡尾酒可适用于多种场合及各种鸡尾酒会。人们在鸡尾酒会上，言谈举止较为随意而有轻松感。可迟到早退，可自由交谈，可随便走动，可自行选酒并站立而饮。

综上所述，鸡尾酒具有其他酒类所不能企及的作用。

第二节 鸡尾酒的历史

一、有关鸡尾酒起源的传说 21 则

鸡尾酒一词的英文写法为 Cocktail，它由英文“Cock”(公鸡)和“tail”(尾)两词合成。在香港，鸡尾酒按广东译音为“咯嗒”。也有一些资料介绍，鸡尾酒一词由法语衍成英语、或由西班牙语和墨西哥语音译而来。

有关鸡尾酒起源的传说很多，几乎每本关于鸡尾酒的书中均介绍一二。但即使是博览群书的学者，恐怕也很难将其全面地归纳。笔者就手头数十本书中的素材加以综述如下，是为求得一个比较全面的概念。读者不难发现，虽然故事较多，但其内容大多与鸡、鸡尾羽、鸡蛋有关；而且来源于美国的故事较多。

1. 从前，在美国纽约州的埃尔蒙特经常进行斗鸡比赛，并同时举行酒会。有一次，服务员别出心裁，用参赛的公鸡尾羽毛装饰酒吧，并在每杯酒中插入一根鸡尾羽毛。来宾们在点酒时，只要认准羽毛说“我要这根鸡毛”，而不说“我要这杯酒”。鸡尾酒的名称即由此而来。

2. 在美国独立战争时期，美国某地有一个富翁的独生女儿，非常喜爱家中一只羽毛奇丽的公鸡。然而，有一天公鸡突然失踪了，于是富翁女儿就寝食不宁。富翁遂向村人张榜许诺：哪位男青年如能找到此鸡，则愿将女儿许配给他。结果，有位男青年历心艰辛，终于找回了那只公鸡。在富翁家为此庆贺的宴会上，富翁之女将家中所有的各种酒端出，加以掺合后招待来宾。大家都说这种酒真好。这个消息很快传到了附近一个饭店女老板的耳里，她即仿而效之，并在饭店门槛上插上公鸡的尾羽。有一天，一队士兵到此饭店饮用了这种混合酒后，打了大胜仗。从此，鸡尾酒就得名而逐渐传向全球。

3. 在美国南北战争时期，盛行斗鸡的风俗。那时某酒店的老板拥有一只几乎每赌必胜的“鸡王”，并叫美丽的女儿看护这只公鸡。北军中有位年轻的军官钟情于老板的女儿，为了便于与她约会，便弄死了“鸡王”。这就惹得老板十分生气地对那个军官大声说：“如果你不能使我的‘鸡王’死而复生，那你就别再想见到我可爱的女儿！”军官自感理亏，但他在恼悔之余仍振作精神，最后终于设法找到一只“战绩”相当的公鸡送给老板。老板转怒为喜，即许诺将女儿嫁给军官。婚宴之日，客人把老板家中的酒都喝完了，但有几个来宾仍未尽兴，叫嚷着还要喝。这时，老板灵机一动，将所有酒瓶的瓶底剩酒倒集于一瓶，并注水至满瓶后拿去斟给那几个人喝。由于这种混合并稍加稀释的酒口味独特，大家都连声称“好酒”，并问老板该酒为何名。老板随口应对：“鸡尾酒”！自此，鸡尾酒就不断流传。

4. 据说在19世纪，有位名叫克里福特的美国人在哈德逊河边开一家酒店。他有三件事引以为荣，被人们称之为克氏三绝：一是拥有一只被誉为“斗鸡名手”的大公鸡；二是拥有装满世界名酒的酒库；三是他的女儿艾恩米莉是全市最为美丽的姑娘。有位名叫阿普鲁恩的年青男船员经常到酒店饮酒，并与老板女儿相爱。由于那位男青年性情很好，工作又踏实，所以老板也很喜欢他。但老板为了激励他，对他说：“小伙子，你想吃天鹅肉吗？给你一个条件吧！你快努力争取当上船长。”阿普鲁恩果然有出息，很有恒心地努力工作和学习，终于不负老板所望，几年后当了船长。于是，皆大欢喜。在婚宴上，老板将陈