

为什么中国酒吧全是洋啤酒的天下？
为什么一些国外的经典鸡尾酒
在国内酒吧会水土不服？
酒吧故事告诉您！
怎样当好一名中国调酒师。

一本
适合
中国人
的
原创
调酒
书



七天 会调酒

吴忠 编著

四川出版集团 四川美术出版社



作者简介

吴忠 英文名MICHAEL WU

15年资深酒吧行业人士；
成都市就业局训练中心调酒考评员；
四川烹饪高等专科学校西餐工艺系客座讲师；
国际红酒集团——香港骏德酒业成都合伙人。

酒吧业绩

曾参与：成都半打啤酒馆 / 重庆纽卡斯尔啤酒馆 / 拉萨藏地印象酒吧 / 拉萨阿伦故事酒吧的管理策划工作。



吴忠 编著

七天会调酒

四川出版集团
四川美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

七天会调酒/吴忠编著. —成都: 四川美术出版社, 2007. 1

ISBN 978-7-5410-3165-6

I. 七... II. 吴... III. 酒—勾兑—基本知识
IV. TS972.19

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 146833 号

七天会调酒

吴忠 编著

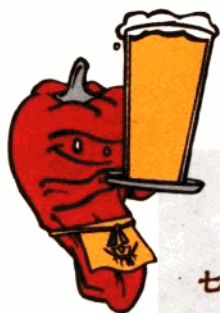
策 划	田 曦
责任编辑	林雪红
装帧设计	林雪红
责任校对	培 贵 倪 瑶
责任印制	戴 勇
出版发行	四川出版集团 (成都三洞桥 12 号) 四川美术出版社
印 刷	四川华龙装璜彩印厂
开 本	40 880mm × 1230mm
印 张	5
字 数	50 千
版 次	2007 年 1 月第 1 版
印 次	2007 年 1 月第 1 次印刷
印 数	1-3000 册
书 号	ISBN 978-7-5410-3165-6
定 价	25.00 元

版权所有·侵权必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系调换

电话: (028) 87640100

成都市就业局训练中心监制



目 录

CONTENTS

七天真的可以学会调酒吗? ...	4
第一天:	7
记住 12 个啤酒瓶	10
记住 8 个白兰地酒瓶	35
第二天:	55
记住 11 个威士忌酒瓶	57
记住 3 个杜松子酒瓶	73
记住 6 个兰姆酒瓶	78
第三天:	86
记住 4 个伏特加酒瓶	88
记住 3 个特吉拉酒瓶	93
记住 13 个力娇酒瓶	98
第四天:	114
调酒入门基础	116
第五天:	126
开始记忆其中 10 款鸡尾酒的酒谱 ..	128
第六天:	152
记住另外 10 款鸡尾酒的酒谱	154
第七天:	174
再记住另外 7 款鸡尾酒的酒谱	176
记住 3 款中国酒吧原创鸡尾酒	188
结束语	196
附录: 葡萄酒四大家族介绍 ...	197



⑦ 天真的可以学会调酒吗？





七天真的可以学会调酒吗？

答案当然是肯定的！因为调酒本来就不是一件复杂的事，说句玩笑话，它并不具备什么高科技含量。

在七天中完成这个任务，关键在于方法，因为方法比知识更重要！接触酒吧工作，或者是花较长时间，进行专业培训，当然是最好的选择，但这不是每个人都可做到的。那有没有简单易行又适合大多数人的方法呢？

通俗阅读本书，构建调酒基础。

轻松浏览网络，拓宽调酒视野。

快快乐乐泡吧，体会调酒乐趣。

本书的观点是：

任何一个正常人，只要围绕和调酒紧密相连的三个方面去学习，都可以成为一个会调酒的人。

第一个方面：能认知那些用于调酒的常见材料。

通俗地讲，就是先逐一认识酒吧里每个常见的洋酒瓶，再搞



懂应怎样地调酒。

第二个方面：能记住那些常见的调酒酒谱。

通俗地讲，由调酒材料和方法构成的酒谱，就如同厨师的菜谱一样，必须要记住一些，并最终形成了解更多酒谱的基础，因为它们是有规律可循的。

第三个方面：能懂得调酒的技法和原理。

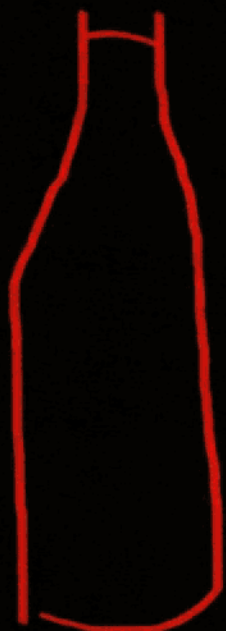
通俗地讲，就是首先知道如何按照酒谱，利用各种调酒材料，调出鸡尾酒，并大致了解为什么要这样调，最终明白其中的规律。

以上方法就是本书的构思，先“认”后“知”是原理，读者DIY互动体验则是方式。

快快乐乐泡吧

如果各位愿意拿出时间，接受本书的安排，请在购买这本书之后，再准备300元泡吧和上网的预算，一切就足够了，然后用最短的时间和最少的成本，高效轻松地完成这个任务。





第一天

记住 12 个啤酒瓶

记住 8 个白兰地酒瓶



阅读本书

阅读指南：

因为酒吧常见的洋酒是调酒材料的主体，而洋酒的酒瓶及其商标承载了不少酒的信息，但这些信息很多不仅是外文的，而且还很专业。因此本书将用通俗易懂的文字，对照相应的图片，为读者解读每一个酒瓶的外观特征，同时也包括酒的背景资料，尽可能帮助大家建立对洋酒的感性认识。所以利用本书记住每一个酒吧常见酒瓶，是认知调酒材料的关键一步。



浏览网站

了解这 12 个啤酒瓶和 8 个白兰地酒瓶的趣闻轶事。

上网指南：

这是一个资讯发达的时代，本书建议读者可通过目前互联网上两大搜索引擎 GOOGLE 和 BAIDU 去浏览这些啤酒及白兰地酒有关的图片，加深对酒的了解和印象。



去泡酒吧

到酒吧实地接触这 12 个啤酒瓶和 8 个白兰地酒瓶。同时顺便喝一杯，享受体验一下。

阅读指南：

酒吧的吧台是洋酒的小仓库，吧台里的调酒师都具备一定的专业知识。最多付出 30 元人民币，要上一瓶啤酒或是一杯人头马 VSOP，你就是酒吧的“上帝”，调酒师眼中的服务对象。任何一个专业调酒师都会喜欢和一个有共同爱好的吧台客人进行交流。

开句玩笑，如果来点小费，你们的关系还会加深！

本书当然不提倡让各位去尝遍每一种酒。但如果实在按捺不住，而且有能力超预算的话，进酒吧肯定是第一选择，要零购则最好去专卖店或大型超市。另外许多洋酒品牌，都有主要用于收藏的微缩酒版，有兴趣可以试试！



记住 **12** 个啤酒瓶

红色五角星标志的浅绿色酒瓶

HEINEKEN ———— 喜力

这种 1863 年诞生于荷兰的啤酒，是一个气质很好的浅绿色酒瓶，酒瓶正中的商标上，非常醒目地上下排列着一个红色五角星标志和一排 HEINEKEN 字样，而且最近喜力酒瓶设计上又作了局部调整，整个造型比原来更加时尚养眼，瓶颈部位新出现了一排设计工整的 HEINEKEN 字体，远观的时候更易识别。

时尚的气质加上令人肃然起敬的知名度，喜力一直大胆地把自己定位在酒吧的中高端人群中，不管相信与否，在酒吧中喝喜力，就有那么点与众不同。



更多喜力资讯，请点击喜力啤酒官方网站

WWW.HEINEKENCHINA.COM

非常美国化的浅褐色酒瓶

BUDWEISER-----百威

诞生于1867年的美国百威啤酒，拥有一个浅褐色的酒瓶。百威的商标由红白蓝三种颜色构成，而那正好是美国国旗的三个基本色，商标里还有两只代表美国精神的秃鹰，所以这是一个非常美国化的啤酒瓶。

百威一直有一个很讨中国人喜欢的清爽口味，所以尽管号称啤酒中的王者，实际形象却很大众化，也许这就是百威的优势所在吧！



更多百威资讯，请点击
WWW.BUDWEISER.COM

有一个红色皇冠的深绿色酒瓶

CARLSBERG-----嘉士伯

诞生于 1847 年的嘉士伯啤酒来自于北欧的丹麦，传统的深绿色酒瓶和商标上北欧风格的红色皇冠，就是它最明显的标志。近年来厂商为迎合年轻的酒吧消费者，全新推出

了“冰纯嘉士伯”(CARLSBERG CHILL)，而且传统的深绿色也变成了时尚的浅绿色。



(冰纯)



传统的嘉士伯口味略苦，市场受限，嘉士伯为此在中国曾遭遇滑铁卢，而“冰纯”则开始扮演收复失地的角色，所以你可以随处见到它的广告。

更多的嘉士伯资讯，请点击
WWW.CARLSBERG.COM.CN

瓶颈透明细长的墨西哥酒瓶

CORONA-----科罗娜



(科罗娜)

诞生于1925年的科罗娜啤酒产自墨西哥，无色透明的酒瓶正如它的清淡口味一样，是它最大的特点。另外它的瓶颈也比其他的啤酒瓶要细长，而且啤酒瓶打开后，调酒师一定会往瓶口塞入小片柠檬，这是一种很墨西哥的喝法，所以你会一眼在酒吧中认出它来！作为一种风格化的啤酒，科罗

娜在国内酒吧已有较高的地位。

注：国内酒吧还有一种和科罗娜一个类型的墨西哥啤酒，英文名是SOL，中文原译名是很贴切的“太阳”，后来因商标纠纷，不得不改名为“苏尔”，实在可惜。



(苏尔)

更多科罗娜资讯，请点击

WWW.CORONA.COM

虎头标志的亚热带风格酒瓶

TIGER———虎牌

诞生于1947年，产自亚洲新加坡的虎牌啤酒，在酒瓶上有两个典型的亚热带标



志：南亚虎和棕榈树，亮褐色的酒瓶加上金黄色的酒液，非常符合GOOD AS GOLD“黄金本色”的广告词。这种本来流行于东南亚的啤酒，由于资方拥有啤酒巨人喜力公司的背景，很快便走上了国际化的道路，居然成为了欧洲最有名气的亚洲啤酒。但虎牌在国内酒吧中，还处于市场开拓阶段。

更多虎牌资讯，请点击

GOOGLE 或 Baidu，输入 TIGER BEER

最容易识别的澳洲“F”酒瓶

FOSTER'S ----- 富仕达

诞生于 1945 年的富仕达来自于南半球的澳大利亚，说它容易识别，是因为富仕达酒瓶的商标上是一个简单的画面——蓝色的背景有一个金黄色椭圆，椭圆里有一个简单易读的红色英文字母 F，所以看到这个“F”，那一定是富仕达；另外酒瓶的商标下部有一只奔跑的红色袋鼠形象，所以这的确是一个不折不扣的澳洲酒瓶。

难以置信，这种啤酒能销售到 100 多个国家和地区。富士达在国内酒吧是一个快速成长的品牌，尤其在东部沿海地区。



更多富仕达资讯，请点击

GOOGLE 或 Baidu，输入 FOSTER'S BEER