

白酒品酒師手冊

Baijiu Pinjiu Shi Shouce

● 赖高淮 编著




3-62

中国轻工业出版社

白酒品酒师手册

赖高准 编著

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

白酒品酒师手册/赖高淮编著. —北京:中国轻工业出版社,2007.4

ISBN 978-7-5019-5770-5

I. 白… II. 赖… III. ①白酒-食品感官评价-手册
②白酒-勾兑-手册 IV. TS 262.3-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第148548号

责任编辑:江娟

策划编辑:白洁

责任终审:滕炎福

封面设计:邱亦刚

版式设计:马金路

责任校对:吴大鹏

责任监印:胡兵 张可

出版发行:中国轻工业出版社(北京东长安街6号,邮编:100740)

印刷:三河市世纪兴源印刷有限公司

经销:各地新华书店

版次:2007年4月第1版第1次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:6.625

字数:175千字

书号:ISBN 978-7-5019-5770-5/TS·3355

定价:18.00元

读者服务部邮购热线电话:010-65241695 85111729 传真:85111730

发行电话:010-85119817 65128898 传真:85113293

网址:<http://www.chlip.com.cn>

Email:club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

50951K1X101ZBW

前 言

随着科学技术的进步,白酒业在不断地发展,白酒产品质量也在逐步改善。人们生活水平的不断提高和新的追求,使许多白酒新产品应运而生。人们对白酒质量提出了新的要求、新的理念,认为品酒识味为情感消费,是体验人生的感受,是一种精神饮品。考究的选料、奇特的生产工艺造就了中国白酒多姿多彩的绝妙风格。同时,由于具有深厚的历史底蕴和丰富的文化内涵,中国白酒成为中华民族珍贵的遗产。如何科学地继承和发扬这一独特的文化遗产,品酒师们担负着历史的重任,因此当代品酒师既受到了社会的尊重、信赖和期望,又感到了压力和责任的重大。

品酒是一种多学科和艺术的综合体现,它涉及到生物学、微生物学、有机化学、香味学、中医学、生理学、心理学、药理学等。要想成为一名合格的品酒师,必须学会将这些学科的知识灵活地应用于白酒发展的实践,要深入了解白酒中含有哪些香味成分,它们在不同酒质中的含量范围,这些香味物质的来源,各种香味物质在不同含量范围内的味觉反映,它们之间的量比关系对酒质的影响,怎样调整白酒中微量成分的量比关系。为改善酒质,创造出适应市场需求的新口感、新风味,应了解不同的生产工艺操作,配料与香味物质产生的关系,怎样制作调味酒,怎样生产或制取极微量成分,包括调味液和调味剂等。必须不断学习有关方面的知识,结合实践总结经验,在实践-认识-再实践-再认识的过程中提高自己的品酒技能和品酒的理论知识,只有这样才能在工作中有所发现、有所发明、有所创新、有所作为,适应时代的要求,这就是编写本手册的目的。

品酒师将成为社会职业,像会计师、审计师、律师等一样,被社会所接受和欢迎。品酒师职能的逐步健全和完善,将是一支推动中国白酒业科技进步和白酒业繁荣发展的重要力量。怎样发挥他们的作用,是有关部门和白酒界的企业家、专家们义不容辞的责任。

目 录

第一章 品酒的一般知识	1
第二章 品酒与生产工艺	11
第一节 品酒与香型	11
第二节 品酒与风格特征	19
第三节 品酒与指导生产的关系	29
第三章 品酒与勾调	34
第一节 品酒与酒中微量成分的关系	34
第二节 品酒与酒中极微量成分的关系	41
第三节 提高微量成分与极微量成分的措施	49
第四节 品酒与组合的关系	51
第五节 品酒与调味的关系	60
第六节 勾调中应注意的问题	67
第七节 勾贮管理办法	85
第四章 品酒师与新产品的开发	101
第五章 白酒风味学简介	110
第一节 气味化学(或气味学)	110
第二节 味觉的科学	116
第三节 嗅觉和味觉、视觉、触觉的关系	118
第六章 品酒师技能的培训	119
第七章 国外蒸馏酒的有关知识	129
第一节 国外蒸馏酒的种类	129

第二节	国外蒸馏酒的微量成分与香味物质·····	139
第三节	蒸馏饮料酒(洋酒)产品的评价 (或品尝)的知识介绍·····	153
附录说明	·····	159
附录一	酒精容量、密度、质量对照表·····	163
附录二	酒精度温度校正表(20℃)·····	180
附录三	白酒中香气成分常数表·····	182
附录四	中国蒸馏酒国家标准·····	185

第一章 品酒的一般知识

酒是一种风味嗜好品,品酒识味是一种美感的心理享受,中国语言虽然很丰富,但对白酒的感受“言有尽而意无穷”。品酒是一种心理的、生理的、多学科和艺术的综合表述。科学和艺术是对立而又依存的,科学认识是用概念和逻辑推理的形式来完成对自然界物质的认识,艺术则是一种直接感知和理解,在形象观念中思维,在思维中形成理性的认识过程,所以对酒本质的认识和把握渗透在形象感受、联想和抽象之中。所谓酒不醉人人自醉;壶中有日月,杯中现乾坤。一杯好酒在手,需要细心品味,有品酒之心,自然能享受酒之乐、酒之妙、酒之趣。品酒的理论深奥,属食品风味学范畴,还在继续研究中。品酒又称品评、品尝、鉴评,是用人的眼、鼻、嘴、舌来判断或认识酒质优劣的一种方法。从香味化学的观点来说,品酒师应具有“辨香、仿香和创香”的本领。

一、品酒的意义和作用

品酒是检验白酒质量的非常重要并起着决定性作用的方法,它快速而准确,在生产、验收和市场营销过程中,起着确定产品质量优劣、把好产品质量关等重要作用。各个企业出厂的产品质量是否稳定和市场反映的好坏代表着该企业品酒技术的水平和企业领导的质量意识,代表着市场饮酒者的需求。有些饮酒者喜爱某企业的产品,成了该企业产品的忠实消费者,甚至发展到喜爱某个品酒师制造的产品,成为该企业、该品酒师的“酒迷”。在新疆、河南已经出现了这种局面,饮酒者和企业产品、品酒师紧密相连、相互结合发挥作用。

通过品酒可以了解酒中存在的优缺点,从而发现生产中的弊

病,以指导生产,指导新技术的推广和应用,还能及时发现问题,总结经验教训,改进工艺操作和配料,为提高质量提供科学依据,是生产上、市场上的眼睛。

通过品酒验收,可以及时地确定产品等级,便于分级贮存,同时还可以掌握酒在贮存过程中的演变情况和老熟规律,了解不同酒质在贮存中的变化情况。

品酒是检验组合、调味效果快速而灵敏的唯一方法,是实现勾兑技术和调味技术的重要基础条件。没有高水平的品酒技能,就不可能调配出好的产品。

品酒是指导生产、新产品开发和质量把关的重要手段,是确认名牌产品(或名优酒)的一项重要措施。

品酒可以辨别假、冒、伪、劣等市场白酒商品,是打假防伪的手段之一。

二、品酒师应具备的基本条件

品酒是用思维和感官体会完成的,所以对人基本素质的要求是严格的,具体如下:

(1) 身体健康,视觉、嗅觉、味觉必须正常,色盲、嗅盲、味盲都不能胜任此项工作。

(2) 情绪稳定,思维开阔、不轻易激动。情感因素是品酒心理审美的一大特征,酒的香和味可以引发人的情感变化,同样人的情感变化也会影响品酒效果。兴奋状态时,品酒效果好;当心情不好时,品酒效果差;心情欢畅,酒量大增,且不易醉;心情欠佳,酒量下降,且易醉,所谓借酒消愁愁更愁。因而要求心态平衡、情绪稳定。

(3) 具有实事求是、大公无私的精神,不以自己的嗜好和地区性习惯来认定酒质,要坚持以酒论酒,不受任何外来影响,客观地判断酒质的优劣。

(4) 有一定的文化知识和文化修养,评语准确,文字描述切

合实际,有较强的表达能力,使判断具有科学性和准确性。

(5) 有生产工艺操作的实践经验和知识,了解生产工艺操作与酒质的关系,知道各香型(主要是浓香、酱香、清香)的工艺特点和差异,能准确识别。

(6) 善于总结经验,不断地从实践-认识-再实践-再认识中提高,具有丰富的品酒实践经验和体会。

三、品酒的感官内容

白酒的品尝从色、香、味、格等四个方面进行,具体如下:

(1) 色 是用眼睛来完成的。名白酒中允许有极微的黄色(一般贮存一年以上的老酒有微黄色,贮存时间越长,微黄色越深,酱香型白酒均具微黄色),但不允许有其它颜色和悬浮物、沉淀物、异物等。对瓶装酒的检查,在光线良好的条件下先观察其颜色情况,然后将酒瓶迅速倒置,再观察是否混浊,有无沉淀物、渣子、悬浮物等。在酒杯中检查,主要观察其色泽,用白纸作底,进行直观和侧观以确定颜色,表示方法为:无色(或清澈透明)、微黄色、黄色、微混浊、较透明、微失光、有沉淀、有悬浮物等,根据实际情况进行描述。

(2) 香 是通过鼻子来完成的。瓶装酒的检查,是将酒瓶倒置,检查酒瓶塞是否浸漏,用手指或吸水纸试之,再将酒瓶放正,进行充分振荡,然后嗅其瓶塞周围是否有跑气(酒气或香气)现象,做好记录。在酒杯中检查,一杯一杯逐一检查,内容是香气正或不正,放香大或放香小,香单或丰满,细腻优雅或暴香刺鼻,以及有无陈香气,有无典型特征、独特风格等。嗅的方法是将酒杯端在手里,离鼻1cm左右,进行闻、嗅时不能对酒呼气,只能对酒吸气,一杯酒最多闻嗅三次就要进行准确的表述。闻完一杯酒后要稍休息片刻,再闻嗅另一杯。在表述时,若香气不正,应根据实际指出是何种异香气,如有霉气、油气等;若有特殊香气,也应根据实际指出是何种特殊香,如曲香、糟香、窖香和粮香等。闻香的次序为先从

头到尾逐一闻,闻完后再从尾到头逐一复闻,然后再选具有特殊香的,还未拿稳的杯号再细微闻,以确定其闻香结果,写出评语。

闻嗅香气的方法:①用一块吸水纸(过滤纸)吸入一定数量的酒样,然后放置10min左右,再按上述方法嗅闻其气味,这样可以确定放香的时间和大小,同时也可检验不正常的香气的概量或强度。②在手心中注入一定量的酒样,再把手攥起,从大拇指和食指间形成的孔隙中挨近鼻闻嗅其气味,以此验证所判断的香气是否正确。③将少许酒样滴在手背,借用体温使酒挥发,嗅其气味。

(3) 味 是通过嘴舌反映出来的。舌的味觉反应研究证实(生理学的实验),舌尖对于酸味感觉并不特别灵敏,它的长处是专舐甜味;舌的反面和舌根专舐苦味;只有中央和边缘对酸味有敏锐的感觉。涩不是味感,而是由于口腔黏膜的刺激而产生的,舌尖感觉尤为灵敏。味在品酒中是比较重要的,一般用香、醇、甜、净、爽、谐调和异、杂表示。香分浓香、酱香、清香、香长、香淡、香陈、回香、特殊香等;醇分醇厚(绵软、柔和)、醇甜、醇酸(果酸);爽分清爽、爽快、爽净等;杂分苦、燥(辣、暴);涩及其它不正常的味觉,按其实际情况分别进行表述。

(4) 格 是通过对色、香、味的品尝认识后,判断该酒典型特征,即所谓的香型。如浓香型白酒的风格评语为:窖香突出、醇甜绵柔、香味谐调、余味悠长。酱香型白酒为:酱香舒适、优雅细腻、酒体醇厚、回味悠长(空杯留香)。清香型白酒为:清香纯正、绵甜柔和、自然谐调、余味净爽。这些都是各香型白酒的共性,在同香型的共性中,还分有个性即各具独特风格,突出该产品的个性和特色,有人认为这种独特的个性是一种流派。如浓香型白酒中的泸州老窖特曲酒被称为浓郁派,评语是:窖香浓郁、清冽甘爽、回味悠长、饮后尤香;五粮液被称为浓陈派,评语是:喷香、净爽、各味谐调、舒适流畅;全兴大曲则为浓醇派,评语是:窖香醇正、绵甜净爽、丰满谐调、后味怡畅。其它各种香型也同样存在个性,没有个性的酒不会成为好酒,也就没有品牌效应。格为该酒的固有特征,否则

为偏格。

(5) 白酒的香气香味及风格尚无科学定义,是由人的舌和鼻的辨别能力,通过味蕾来进行判断的,因此人们目前还不能对每一种酒下一个科学的定义或化学定义,唯有品酒者、饮酒者方能领会其奥妙,可意会而难言传。

四、品酒的基本方法

根据国内外品酒的实践,总结归纳为以下几种:

(1) 一杯品酒法 拿出一杯酒样,让其品尝后指出这杯酒的香型、风格特征、品质的优劣,甚至判断此酒是什么品牌的酒、哪个企业的产品等,要求品酒者的记忆力强,实践经验丰富,品酒水平高等,这主要是测试品酒人的重现性能力,这在餐桌上是经常用的一种方法,也是企业验收基酒或等级酒的主要手段。

(2) 二杯品酒法 一次端出两杯酒样,一杯是标准酒,另一杯是样酒,要求品尝后指出这两杯酒的差异、各自的优缺点(如无差异、差异小、差异大等),差异在哪里,是香还是味或者是风格等。此法是比较酒质优劣、测试品酒者的品酒水平和重现性的一种方法,是工厂审批出厂酒和鉴定新产品的重要手段。

(3) 三杯品酒法 一次拿出三杯酒样,其中有两杯是相同的,要求品尝后指出哪两杯是相同的酒样,不相同的一杯酒样与相同的两杯酒样之间的差异,以及差异程度的大小,差在什么方面等。此法测试品酒人员重现性和准确性,保证品酒结果的正确,一般称之为仲裁法,当品酒结果产生争议时,可采用此法。

(4) 顺位品酒法 将几种酒样(一般为五杯左右),分别在酒杯上做好记号或编号,然后要求品酒人员按酒度的高低或酒质的优劣顺位排列,酒度高的或酒质好的排在前面,酒度最低的或酒质最差的排在最后。酒度高低或酒质的优劣要分别进行,不能混在一起,一般都是在相同酒度的基础上来区辨酒质,或在相同酒质的基础上来分辨酒度,这样才能得到正确的结果,才好进行比较,否

则品酒结果必然有误。这种方法主要在组合、调味时使用,方便快捷,易于优选比较。

(5) 品评记分法 按酒样的色、香、味、格的差异,以积分的高低表示,总分为100分(国外常用总分20分计算),这种方法一般在品酒会或评优会时采用。为了统一评分标准,掌握评分尺度,组织者应事先确定实物标样,按色、香、味、格分别打出分数和总分,然后让品酒人员试品讨论,统一认识,确定后才能开始品酒。品酒人员应对照实物标样给酒样打分,写出评语,色、香、味、格的最高分分别为5分、25分、60分、10分。总分在90~100分之间的(一般没有100分的)为特级酒(国家名白酒);80~90分的为优级酒(省级名优白酒);70~80分为较好酒(中档酒);60~70分的为一般产品(低档酒);60分以下为劣质酒(不合格产品)。

五、品酒的技巧

通过多年的经验和收集到的一些宝贵意见和资料,综合如下:

(1) 品酒时,必须按照一看、二闻、三品的顺序进行,绝不要把顺序颠倒,否则就很难品准确。这和饮酒有一定的区别,这是品酒的基本动作,从动作的姿势就可以看出你能不能品酒,是不是行家。

(2) 酒样多时,要从1号、2号、3号、4号、5号依序进行,然后再从5号到1号依序进行闻和品;或在哪个位置端的酒杯,品完后仍把酒杯放回原处,不打乱原来的顺序和排列。即使是两个以上的人用同一组酒,也不会端错酒杯、影响品酒结果,这是品酒时的基本规矩,要养成习惯。

(3) 准确掌握进酒量,每次进口酒量的多少对品酒结果影响很大,掌握进酒量的一致是非常重要的。这是一个基本功问题,经过不断地实践和体会训练才能做到。进口量应多少适宜,则应根据自己的酒量和味觉的灵敏度、酒度的高低来自行确定,一般掌握在0.5~2mL之间。同样的一瓶酒,倒入两个酒杯中由于进口酒

量的一致,会品出两个不同的结果,所以品酒者必须练好这一基本功。

(4) 酒在口腔内的停留时间应保持一致,有人称之为秒持值。一般采用十秒值,酒在口腔中准确保留 10s,期间认真地体会酒质反应,然后才吞下或吐出,做好记录,记住优缺点,休息片刻或漱漱口,再品第二杯酒,以此类推。酒在口腔中停留时,一般采用两种方法来体验酒的香味:一是蠕动法或震动法,利用上、下嘴唇的来回张闭,使酒液在口腔中运动;二是平铺法,酒进入嘴里,立即将酒液平铺于舌面,把嘴闭严,让酒气充满口腔,然后从鼻孔溢出,以此体验酒的香味和风格的变化和消失时间,10s 后吐出或吞下。品完一组(或一轮)即五杯酒,要休息 30min,才能再品第二组酒样。

(5) 品酒时尽量少吞酒,以保持味觉的灵敏。酒在口腔中吞下或出口后,再继续体会一下感觉,这时主要判断酒的后味和余香是否谐调净爽,有无苦、涩、杂味等。

(6) 品酒时,应多用眼、鼻,尽可能少用口,用眼看色来区别清澈透明、浑浊度,有无悬浮物、沉淀物等。不少酒在这方面是有区别的,如在不同香型的认识品尝时,酱香型白酒略带微黄色,清香型白酒清澈透明度最好,掌握好这一点能帮助你判断认识酒质,有时可起到重要作用。再则,眼睛和鼻都不易疲劳,疲劳了恢复也很快,且所有的呈味物质绝大多数都有不同的气味,都能通过鼻孔里的嗅觉器官分辨出来,而且嗅觉的灵敏度比味觉的灵敏度高得多。味觉比嗅觉易于疲劳,一旦疲劳就难以恢复,所以在品酒时,应以嗅觉为主,视觉和味觉为辅地进行认识和判断酒质。一般来说,嗅觉训练好了,能占准确性的 80% 左右,味觉只占 20%,是最后结论的依据,嗅觉和味觉配合好了,才能准确认定酒质,做好嗅觉和味觉的结合和统一是品酒技巧的关键。嗅觉疲劳了,几分钟就能恢复,味觉疲劳了,需要几十分钟甚至更长时间,味觉又是品酒中最重要的部分,所以在品酒时,应注意多用嗅觉,尽可能地保

护味觉的灵敏度。

(7) 牢记每种酒的共性和个性特征。白酒的共性易于识辨,每种香型白酒都有一个共同的特征,用自己的描述方法表示它、牢记它,做到任何时候都能把它们分辨和认识。较难的是同香型的白酒之间的个性认识和辨别,这就必须找准并抓住共性中的个性。每个酒都有它的特征(独特风格)、且给人不同的嗅觉和味觉的感受,通过反复认识,用熟悉的比喻把它牢记,然后才能准确地区分它们。例如浓香型白酒中的五粮液、剑南春、泸州老窖、全兴大曲、沱牌曲酒、洋河大曲、双沟大曲、古井贡酒、宋河粮液等,抓住它们各自的个性,就能正确地把它们区分开,并能指出它们的优缺点,这就要求品酒人员应牢固记住每种名牌酒的特殊风格和典型特征。

(8) 不要轻易否定第一次的判断结果,一般闻四次、品两次,就要得出结论。一组酒(五杯)品尝时间应在 15min 左右,不宜太多地反复。一杯酒嗅两次、品一次所得的初步结果即为第一次判断结果,第三次闻嗅时的再判结果与第一次相同时,即可终止,若第三次闻嗅结果与第一次的判断结果不同,则应休息片刻,再进行第四次嗅和第二次品味,其结果相同哪次,就确定哪次的判断结果,不再继续品尝了。

六、品酒中的注意事项

(1) 每轮(组)酒样不宜过多,一般不超过五杯,每品尝一杯酒后要把口漱净,并休息片刻,记下嗅觉和味觉反应,然后再品另一杯酒,按此循环进行,单嗅不品时可不必漱口。

(2) 品完一组(轮)后,要休息半个小时,以恢复味觉,保持味觉的灵敏度。

(3) 品酒时思想、精力要高度集中,以增强记忆力,但不要紧张,不要有思想包袱,更不要先入为主地找酒,坚持以酒论酒的方法,绝不带主观意识,实事求是地品酒。

(4) 品酒时间应在上午 9:00 到 11:30 之间,下午 3:00 至 6:00 之间,为最适宜,应在相同酒度的基础上进行,以便比较其风味。

(5) 在品酒期间,女同志不要用化妆品和使用香水等物品,男同志不要抽烟。

(6) 品酒时要做好记录,要认真地用好评酒技巧,按规定程序进行,以便总结经验和教训,加强记忆力,提高再现能力和品酒技能,有利于丰富品酒知识以及品酒水平的提高。

七、影响品酒结果的几个问题

品酒是一种生理和心理的结合,是用人的感官来作为测定仪器,测定酒中各种微量成分的放香阈值和它们之间的组合关系(或称量比关系),是一个非常细微的工作,往往会因测试条件的不同而造成品酒的误差。各种条件对感官品酒的影响一般有以下几个方面:

(1) 顺序效应 有 A、B 两杯相同质量的酒,如果先品 A 酒再品 B 酒,就感觉 A 酒好,若先品 B 酒再品 A 酒,则认为 B 酒好,有偏爱先品尝的那杯酒的心理作用,这种偏爱前一杯的现象叫做正的顺序效应,反之叫做负的顺序效应。因此在安排品酒顺序时,必须是从 A 到 B,再从 B 到 A 进行相同次数的品尝,才能克服这种顺序效应,得到正确的品酒结果。注意在品酒的实践中,了解自己有无顺序效应,及其轻重程度,出现在香上还是在味上,准确测定后,在以后的品酒中找到产生的原因,逐步加以克服。

(2) 后效应 在品一种酒或一轮酒时,对某个酒或这一轮酒中的一个酒的某种香和味印象很深,如有苦涩味或香气很特殊等,把这种酒的印象带入了以后的酒中,影响了后一杯酒的品酒结果,后一杯酒并不苦涩,但由于后效应的关系,认为这后一杯酒也和前面那杯酒一样有苦涩味,这就叫做后效应。如上午品了一杯苦涩重的酒,下午甚至第二天品其它酒时,总感到所有的酒都有苦涩

味,把以前品过的酒的风味带进了以后品酒的思维中。所以品完一杯酒后,要适当休息,清除嘴中的余味和脑子里的记忆,再品尝另一杯酒,并注意在品酒时加以纠正。

(3) 顺效应 与顺序效应一字之差,而内容是完全不一样了。人的嗅觉和味觉,尤其是味觉,经过长时间连续刺激,就会变得迟钝,以致最后变得无感觉的现象,就叫顺效应,即品什么酒都一样了。为了避免这种顺效应的产生,每次品酒的酒样不宜安排过多,酒样较多时,要分组(轮)进行,每品完一组酒后,要保证一定的休息时间,并用清水(冷开水)漱口,尽可能地少吞酒。

(4) 环境对品酒的影响 室内空气是否有异臭气味,以及温度的高低、相对湿度的大小、噪音震动的干扰、光线的强弱等,都会影响品酒结果,总之要设法使上述环境条件不至于干扰整个品酒工作的进行。

(5) 盛酒容器对品酒的影响 白酒是非常敏感的物质,很容易受到外界影响,因此盛酒容器是否清洁干净,盛酒容器的大小、形状、质量、盛酒量(酒位的高低)均会影响品酒结果,所以必须严格注意上述诸点。

(6) 人的身体健康状况、思想情绪的好坏对品酒的影响 品酒是通过人的感觉器官和思维来完成的,因此生病了(如感冒等)或情绪不好都会使感觉器官失调,无法进行准确的品酒工作,所以品酒师或品酒者应有健康的身体和稳定的情绪,否则就不能承担此项任务。