

A stylized graphic of a coffee cup and steam, created from dark brown liquid splashes. The steam rises from a central cup-like shape, with several smaller droplets scattered around the base.

Specialty Coffee

柯明川 著

邂逅一杯 好咖啡

历时12年，咖啡达人柯明川又一倾情巨献
抛开速食，回归精致，在滴滴香浓中体味咖啡真谛

A decorative border at the bottom of the page composed of numerous dark brown coffee beans.

 中国书画出版社
CHINA PICTORIAL PUBLISHING HOUSE

邂逅一杯好咖啡

Specialty Coffee

柯明川◎编著

中国画报出版社·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

邂逅一杯好咖啡 / 柯明川著. -- 北京 : 中国画报出版社, 2014.1
ISBN 978-7-5146-0944-8

I. ①邂… II. ①柯… III. ①咖啡 - 基本知识 IV.
①TS273

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第013876号

版权合同登记号: 01-2014-4469

责任编辑: 张光红

出版发行: 中国画报出版社

(中国北京市海淀区车公庄西路33号, 邮编: 100048)

开 本: 24开 (889mm × 1194mm)

印 张: 10

字 数: 230千字

版 次: 2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

印 刷: 北京彩虹伟业印刷有限公司

定 价: 36.00元

总编室 (兼传真) : 010-88417359 版权部: 010-88417409

发行部: 010-68469781 010-88417417 (传真)

中文简体字版©2014年, 由北京博采雅集文化传媒有限公司出版。

本书经由厦门凌零图书策划有限公司代理, 经上旗文化股份有限公司正式授权, 同意北京博采雅集文化传媒有限公司出版中文简体字版本。非经书面同意, 不得以任何形式任意复制、转载。

作者序·梦回勤农唤新书

第一本《精选咖啡》付梓之后，已匆匆过去了十二年。这段时间里，朋友一直问：什么时候再出一本？原因无他，只因咖啡的知识博大精深，浩如烟海，自觉所知甚少，总感如临深渊，诚恐诚惶。所以到现在才又动笔，将多年的观察编著成第二本书，与大家一起分享。

这些年，最喜爱研究生态咖啡种植。发现很多农民辛辛苦苦地种植有机咖啡，总是将环境保护得很好，水道边坡都不侵蚀土壤，更将遮阴的大树留下，农庄仿佛是一座自然的乐园，让我觉得有义务撰写一章“生态咖啡”，为他们说几句话。

另外，很多年轻人投入精选咖啡行业，开一家小店、每天工作超过12小时的比比皆是。他们渴求咖啡情报，又无太多时间可研读与研究。看到这些勤奋的年轻人，让我们一起来为他们收集与整理资料吧。在拥有数千个品种的咖啡世界里，我也愿意花时间品鉴，与他们一起讨论其中的特色，并感受各地的咖啡哲理。

有了这样的动机，写作虽然辛苦，也觉得快乐。其间测试过无数的咖啡品种，也实践过无数的冲煮方法。眼睛累了，双手僵了，脚也酸了，但是想到勤奋的农民与业内的年轻人，值得。

柯明川 敬上

2012年5月18日

作者序 · 梦回勤农唤新书

第一章 精选咖啡的兴起 // 1

精选咖啡的兴起

精选咖啡的传奇人物

精选咖啡的意义

第二章 精选咖啡的血统传承 // 13

咖啡的起源与原生种

咖啡的血统

精选咖啡的主要品种

阿拉比卡豆与罗布斯塔豆的比较

咖啡的成长

咖啡豆的各种名称



第三章 生豆的处理 // 29

采收

处理

咖啡豆的挑选方法

第四章 咖啡豆的分级 // 41

为什么要分级 (Grading)

分级的方法

第五章 生态咖啡 // 53

什么是生态咖啡?

有机咖啡 (Organic Coffee)

遮阴咖啡 (Shade-Grown Coffee)

公平交易咖啡 (Fair Trade Coffee)

生态咖啡的认证

目 录



第六章 精选咖啡的烘焙方法 // 67

发现烘焙

烘焙的工具：烘焙机

烘焙是什么

精选咖啡与商业咖啡的烘焙有何不同

温度时间比的曲线烘焙法

第七章 新鲜的咖啡才是精选咖啡 // 85

烘焙后的“内部发展”

谁在破坏咖啡的新鲜

如何保存咖啡豆

咖啡保鲜袋

咖啡豆烘焙DIY

小型自家烘焙咖啡店的兴起

第八章 精选咖啡的研磨 // 101

精选咖啡研磨的基本原则

研磨之后粉粒的分布与咖啡的质量

螺旋桨式磨豆机 (Blade Grinder)

平面锯齿式磨豆机 (Burr Mill)

锥体锯齿式磨豆机 (Conical Burrs)

研磨度

专家使用筛网 (Sieve Analyzer) 管理研磨的质量

第九章 精选综合咖啡 // 115

精选综合咖啡的目的

知名的综合咖啡

几种咖啡豆的组合最适当



CONTENTS



第十章 如何冲煮一杯好咖啡 // 127

萃取香醇的艺术

新鲜是好咖啡的基本定律

水量与咖啡

水质与咖啡

咖啡的冲煮工具

滴滤杯

电动式咖啡壶

滤压壶 (French Press)

塞风壶 (Syphon或Siphon)

摩卡壶 (Moka)

第十一章 意大利式浓缩咖啡 // 149

什么是 Espresso

Espresso是20世纪的咖啡革命

如何选购家用浓缩咖啡机

如何冲煮 Espresso

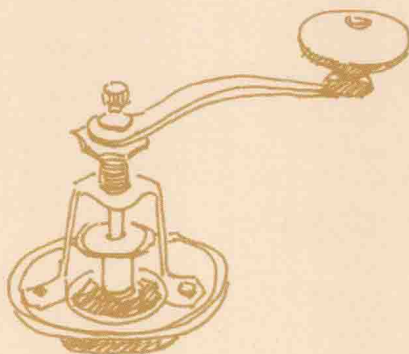
Crema是Espresso成败的重要指标

Espresso的成功要诀

正确的填压方法

Espresso 料理

如何制作牛奶泡沫



目 录

第十二章 咖啡珍奇名豆赏析 // 171

多彩的波旁咖啡豆

陈年咖啡豆 (Aged Coffee)

咖啡豆中的巨人：象豆

精选自然日晒豆

阳光之豆：也门咖啡

咖啡原生种：埃塞俄比亚咖啡

并非AA就是好咖啡：肯尼亚咖啡

也有优质的咖啡：巴西庄园咖啡

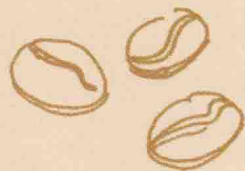
天下第一名豆：牙买加蓝山咖啡

云荫巧克力：夏威夷可纳咖啡

教皇与国王的御用名豆：尤科特选咖啡

黄金咖啡豆：印度尼西亚咖啡

美丽的蓝宝石：卢旺达咖啡



印度三宝：季风马拉巴、迈苏尔金砖与皇家水洗罗布斯塔

甜味明显的咖啡：巴布亚新几内亚咖啡

有机咖啡的乐园：秘鲁咖啡

生态咖啡的前锋：墨西哥咖啡

优等生：巴拿马咖啡

美人咖啡：中美洲的Geisha

波旁乐园：萨尔瓦多咖啡

具有优质的基因：台湾咖啡

咖啡中的少女：哥斯达黎加咖啡

八面玲珑：哥伦比亚娜玲珑咖啡

大西洋珍珠：圣海伦纳咖啡

独步全球的烟丝味：危地马拉咖啡

CONTENTS



Chapter 1

精选咖啡的兴起



咖啡分为“精选咖啡”与“商业咖啡”，前者风味绝佳，足以代表真正的咖啡文化，后者只是含有咖啡因的饮料。

人类起初所使用的咖啡豆属于阿拉比卡种（Arabica），它源自东非的埃塞俄比亚，最早由阿拉伯人在也门开始种植。后来，阿拉比卡种与其衍生的后代传播到世界各地，一直都保有优质的风味，形成人类的咖啡文化。阿拉比卡种的血统优良，芳香纯正，是精选咖啡的主要来源，也是人类喝咖啡的初衷。

可惜，因为商业利益的诱惑，商人开始研发新品种与新的种植方法。他们的目的只有三项：产量增多、容易采收与方便大量销售，而并不顾及咖啡的风味。这样的咖啡比较便宜，商人以低价通过某些渠道销往世界各地，使商业咖啡几乎一度席卷全世界。

精选咖啡的兴起

1962年可以说是精选咖啡与商业咖啡市场兴衰的关键一年。这一年，全美国每人每天平均消费量为3.12杯，是历史的高峰。之后，人们逐渐厌倦乏味的商业咖啡，于是消费量逐年下降。20世纪八九十年代都停滞在1.7杯左右，咖啡市场在美国历经了20多年的不景气。

1974年，在“茶与咖啡”的一篇专访中，努森（Erna Knutsen）率先使用“精选咖啡”（Specialty Coffee）这个名词，用以形容风味绝佳的高级咖啡豆，有别于只重视营销而不重视质量的商业咖啡（Commercial Coffee）。

美国是世界上最大的咖啡消费国，当时的市场几乎全被商业咖啡所霸占。由于风味不佳，美国人对此也渐渐感到厌倦。努森登高一呼，无异于更确立了精选咖啡的潮流地位。这时，美国仍有一些有心人努力经营优质咖啡商店，他们的努力使得精选咖啡悄然兴起，市场占有率逐年上升，并出现了一些传奇人物。

精选咖啡的传奇人物

◎ 娥娜·努森（Erna Knutsen）的传奇故事

努森幼时自挪威移民美国，40多岁才开始接触咖啡，最早曾在旧金山的一家咖啡公司

（ B.C. Ireland ）里担任执行秘书。当时她发现该公司进口的罗布斯塔豆大量销售给知名的通用食品（ General Foods ）与席尔斯兄弟（ Hills Bros. ）公司。这些公司以经营商业咖啡为主，将罗布斯塔豆掺入产品中，制成罐装或速溶咖啡，再以密集的广告营销全美。

当时该公司虽然也进口优质的阿拉比卡豆，但需求少得可怜，通常装不满一个货柜（约250袋，即15000公斤）。努森试着将这些优质咖啡豆推销给当地的小型烘焙商，结果销售相当顺利。可见地区性的咖啡业者更重视风味，也都各自拥有一批咖啡知己。努森接着用心推广小量交易的精选咖啡，成就非凡，最后甚至登上总裁的宝座。

努森曾经获得“美国精选咖啡协会”（ SCAA ）颁发的“终身贡献奖”（ Lifetime Contribution Award ），并担任该协会的董事。1985年，在加州的沙加缅度，她自创了“努森咖啡公司”（ Knutsen Coffee Ltd. ），在精选咖啡市场中拥有相当崇高的地位。

根据2012年的媒体报道，我国台湾地区的选手杨洁儒2011年在日本参加世界赛风壶咖啡大赛时拿下亚军，他所使用的豆子来自南投县的鱼池乡，由大山水晶咖啡庄园主人余芳霞种植。台湾生产的咖啡豆竟能在世界比赛中得名，这立即引起广泛的关注，从而促使娥娜·努森于2012年2月造访台湾的咖啡园。

◎ 艾佛瑞·皮特（ Alfred Peet ）的传奇故事

艾佛瑞·皮特（ Alfred Peet ）与努森一样，都是来自欧洲的移民，他的父亲亨利（ Henry Peet ）原本在荷兰的一个小镇开办咖啡烘焙厂。小皮特从小就浸淫在各种异国咖啡豆之间，十多岁时便到阿姆斯特丹一家颇具规模的咖啡进口公司做学徒，18岁时返家协助父亲经营烘焙厂。1948年，皮特只身前往印度尼西亚——这里曾是荷兰的殖民地，有他最喜爱的浓醇咖

啡——并对生豆的处理有了更专精的体会。皮特热爱咖啡，有长期而系统的咖啡加工经验，他在无意之间启动了精选咖啡的革命。

1955年，皮特前往美国的旧金山打天下，曾经在琼森公司（E.A. Johnson & Company）服务数年。琼森公司的业务是专门为大型烘焙厂进口咖啡豆，主要的客户有席尔斯兄弟（Hills Bros.）与佛吉斯（Foldger's）。令皮特大惑不解的是：全世界第一大消费市场的美国为何总是进口中南美洲的平庸咖啡豆，甚至还有非洲的罗布斯塔豆？为什么这样富有的国家却在喝这种低级的咖啡呢？这个时期美国已很少进口优良的阿拉比卡豆，这些豆子几乎全部流向较懂咖啡的欧洲。于是，皮特便产生了自行创业、贩卖精选咖啡的构想。

1966年，“皮特咖啡与茶专卖店”（Peet's Coffee and Tea）在旧金山的柏克莱（Berkeley）正式开张，店面不大，却有一台滚筒式烘焙机，采取小量烘焙，卖的全是新鲜的优质咖啡豆。

这时，美国市场上几乎全是浅烘焙的咖啡豆。因为烘焙得越浅咖啡豆的失重越少，也就越能卖钱。但是皮特相当坚持“重烘焙”的理想，他把咖啡豆烘到深褐色，外表可见一层油光，他认为这样才能表现咖啡的浓醇（Full Body）美味。后来，创立“Starbucks”（星巴克）咖啡公司的鲍德温等人曾向他学习这种烘焙方式。因此，皮特被誉为美国重烘焙咖啡的鼻祖。

◎ 星巴克的传奇故事

精选咖啡最传奇的人物应属原籍西雅图（Seattle）的鲍德温（Gerald Baldwin）、波克（Gordon Bowker）以及席格（Zev Siegl）三人。他们是西雅图大学的同学，曾经休学一年结伴去欧洲旅行并结为知己。有一次，波克突发其想：何不在西雅图开一家咖啡店？其他人

也很快地答应了。席格还特地南下旧金山去拜访皮特，结果皮特慷慨允诺，愿意供应咖啡豆给他们。1971年，通过一个简单的仪式，星巴克正式在西雅图的帕克地市场（Pike Place Market）开了一家精选咖啡专卖店。他们经常到皮特的店里学习咖啡知识，并学会重烘焙的技术，正式成为精选咖啡的传人。



1979年，皮特已六十高龄，他卖掉备受尊崇的企业，宣告退休。1983年，买主又想转让，这对鲍德温而言，真是个大好机会，徒弟承接师父的事业，颇有继承大统的意思。于是，鲍德温向银行贷款，买下“皮特咖啡与茶公司”，使他们的咖啡事业跨入旧金山地区。

鲍德温身兼二职，又两地奔波，负担相当重，于是1987年卖掉星巴克。接手的人是该公司原本的业务经理，也就是霍华德·萧兹（Howard Schultz），由他继续发展精选咖啡，并转型为国际连锁公司。

◎ 现在的“皮特咖啡与茶”

虽然星巴克的规模超过“皮特咖啡与茶”，但是行家对后者的评价甚佳，位于加州大学伯克立校区附近的总店至今仍是宾客满座，一席难求。

鲍德温在卖出星巴克之后，专心到加州经营“皮特咖啡



与茶公司”，业绩仍然不错，经常门庭若市，并在各地拓展分店。2001年1月，该公司以每股8美元上市（NASDAQ），当天就涨到9.38美元，可见受欢迎的程度。许多观光客也喜欢造访伯克立总店，除了品尝新鲜浓厚的咖啡之外，还可重温皮特与星巴克的传奇故事。不能亲自到访的人，不妨到他们的网站（<http://www.peets.com/>）看看，可获得不少咖啡知识；还可邮购咖啡。

◎ 成立美国精选咖啡协会

皮特的传奇故事与星巴克的成功，带动了精选咖啡市场的蓬勃发展，各地区的小型烘焙商或咖啡专卖店也纷纷传来捷报。

1983年，一些默默耕耘的人士进一步团结起来，成立“美国精选咖啡协会”（Specialty Coffee Association of America，简称

SCAA），从事精选咖啡的研究与推广。他们研发咖啡的相关器材，并制定了一些标准，让业者有所依循。该协会的出版物都相当实用，教育课程也使不少咖啡从业人员受益良多。喜爱咖啡的人可以在他们的网站（<http://www.scaa.org/>）上买到好书，并可获取诸多信息。另外，中国台湾地区的咖啡从业人员也可以通过该协会认证教室举办的课程进一步取得专业认证资格。



精选咖啡的意义

所谓精选咖啡不是一个品种，也不是一个商标，更不是一个品牌。它是一种严谨的处理咖啡豆的方法，也是一种注重咖啡质量与风味的象征。我们可以从下列几个角度来了解究竟什么是精选咖啡。

① 从品种看咖啡

咖啡的品种主要有阿拉比卡（Aribica）与罗布斯塔（Robusta）两种，前者生长于高海拔凉爽的地区，风味较佳，约占世界咖啡产量的七成，是精选咖啡的主要来源；后者生长于低海拔地区，抗病力强，但是风味不佳，有一股怪味，约占世界咖啡产量的30%。

然而，并非所有的阿拉比卡豆都是精选咖啡，只有少数的高级豆来自高山地区，或经过严格的挑选与分级。质地坚硬、口感丰富、风味特佳的才能算是精选咖啡，只占全球咖啡产量的约10%而已。至于罗布斯塔豆则几乎全数打入商业咖啡市场，只有极少数的优良豆子可以算是精选咖啡。

② 从处理方式看咖啡

由于咖啡果实的成熟时间不同，一年之中好的咖啡一定要分3至6次以手工采收。在处理的过程中，不论采用日晒法还是水洗法，必须得小心翼翼；而所制成的咖啡生豆也得再经过严格的挑选、分级，以确保其质量的稳定性。因此，有些地区虽然风土条件佳，能产出优良的咖啡

豆，但是若处理不当或只是挑剩的次级品，这都不能算作精选咖啡。举例来说，巴西豆几乎都是阿拉比卡种，但很多是由机器采收，质量良莠不齐；还有等级较差的曼特宁，是挑选后剩下的次级品，也不能算是精选咖啡。

多年前，美国精选咖啡协会曾印制一份精选咖啡分类图（Green Coffee Classification Chart），清楚地定义无瑕疵的生豆与具备特殊风味的咖啡才算是精选品。在这张图表中，精选咖啡的下一级是Premium（高级品），其实看起来也没什么明显的缺点，但还是不能列入精选品。由此得知，精选咖啡是绝对的特殊，远超过“喝起来还不错”的水平。

⊙ 从烘焙方式看咖啡

生豆的年份、种类、室温、含水率和烘焙的温度有相当密切的关系。一般来说，精选咖啡通常采用小量烘焙（Small Batch），事先须有严格的测试与分析，再由师傅全程看顾，待烘到最佳状态才会停止。这样一来，咖啡豆的里外都能均匀熟透，可确保质量的完美。相反，商业咖啡则采用大量烘焙，目的在于将生豆烤成咖啡色，让人们有咖啡的感觉而已。

⊙ 从新鲜度看精选咖啡

新鲜的咖啡才算是精选咖啡，这已是不争的事实。这里所说的“新鲜”是指烘焙后的新鲜，而不是指生豆采收后的新鲜。咖啡豆在烘焙之后，约7天之内风味发展到高峰，是最好喝的时候；一旦存放时间过久，咖啡将自然衰败，且遭受氧化，风味自然大不如前。因此，新鲜是定义精选咖啡的基本要求，不够新鲜的咖啡绝不能算是精选咖啡。

◎ 从贩卖方式看咖啡

精选咖啡的专卖店应该都会贩卖全豆，让客户带回家自行研磨。由于咖啡豆的新鲜很重要，因此，烘焙的日期应该都要保持在7天以内，这样才能煮出好咖啡。相反，商业咖啡则应以铁罐、玻璃罐或塑料袋来包装较差的咖啡豆、咖啡粉或速溶咖啡，让它在货架上慢慢等待随机上门的顾客。

一般来说，若精选咖啡专卖店也卖咖啡饮料，则一定会使用新鲜的豆子，现磨现煮，端出一杯新鲜又够滋味的咖啡；若使用不新鲜又差劲的豆子，虽有华丽的包装，也不能算是精选咖啡。

◎ 从商品名称看咖啡

好咖啡都有自己的特色，不甘于隐姓埋名只被叫作“咖啡”，因此，为了彰显各品种特有的风格，好咖啡都有自己的名号，例如：牙买加的蓝山（Blue Mountain）、埃塞俄比亚的耶加雪夫（Yirgacheff）、印度尼西亚的苏拉威西（Sulawesi）、危地马拉的安地瓜（Antigua）、夏威夷的可纳（Kona）等。有时，甚至还会标上它的等级，作为名称的一部分，例如：可纳Extra Fancy（Extra Fancy是最高级的可纳咖啡）。

这种方式不只见于咖啡豆，也出现在其他商品上，例如：台东池上米、宜兰蒜、太麻里释迦，由于产品质量优良，特别好吃，当然享有自己的名号，大大方方地在货架上闪闪发光。



◆ 肯亚AA