

# 世界蒸馏酒的感官评比比较研究

程佳路<sup>1\*</sup>, 张英<sup>2</sup>

(1. 北京师范大学第二附属中学, 北京 100875; 2. 中国食品发酵工业研究院, 北京 100015)

**摘要:** 本文概括了中国白酒的香型分类和国外洋蒸馏酒的原料分类。中国白酒按香型分成浓、清、米、酱等11类, 按国家标准感官分别从色、香、味、格等4个方面进行评价, 也可从品牌知名度(得奖情况、文化内涵、历史经过、地域属性)、同类相关性等进行比较感知。国外洋蒸馏酒按原料分成白兰地(Brandy)、威士忌(Whisky)、兰姆酒(Rum)和伏特加酒(Vodka)等。感官从色(色泽、澄清度、色泽强度、光亮度)、香(香气强度、香气质量、香气细腻度、香气持久性)、味(口感强度、入口品质、入口细腻度、风味持久性)、总体印象(协调性、典型性)、总体评价等方面予以打分归类。本文对国内外蒸馏酒产品评奖的感官异同进行了综述比较和评价。

**关键词:** 白酒; 洋蒸馏酒; 感官评比比较; 评奖区别

## Comparative study for sensory appraisal of the world distilled spirits

CHENG Jia-Lu<sup>1\*</sup>, ZHANG Ying<sup>2</sup>

(1. *The Second High School Attached to Beijing Normal University, Beijing 100875, China;*  
2. *China Research Institute for Food & Fermentation Industry, Beijing 100015, China*)

**ABSTRACT:** This paper summarized the flavor classification of Chinese liquor and raw material classification of the foreign distilled spirits. The Chinese liquors are divided into 11 categories by flavor types, e.g. Luzhou-flavor, Qing-flavor, Rice-flavor, Maotai-flavor, etc. According to the national standards, the sensor is evaluated respectively from 4 aspects, such as color, aroma, taste, and style, etc, also can be compared from the brand awareness (prize, cultural connotation, history, and geographical attributes) and the same relevance. The foreign distilled spirits are divided into Brandy, Whisky, Rum, Vodka, etc, according to the raw material. The sensory of foreign distilled spirits is classified from the aspects of color (color, clarity/brightness, and intensity), aroma (intensity, quality, fineness, and persistence), taste (intensity, quality, fineness, and persistence), the overall impression (harmony and typicality) and general remarks. Similarities and differences of sensory between distilled products from home and abroad were comprehensively compared and evaluated in this article.

**KEY WORDS:** Baijiu; the foreign distilled spirits; comparison of sensory appraisal; the difference of awards

## 1 引言

全世界有3大酒类赛事。一是法国巴黎农业酒类赛事, 是法国最权威的葡萄酒竞赛。二是英国伦敦国际葡萄酒及烈酒大奖赛, 是全球最盛大、最尊贵的醇酒美食盛宴。三是比利时布鲁塞尔国际酒类大奖赛, 接受比利时国家和欧

盟的监管, 比利时布鲁塞尔国际酒类大奖赛是全世界规模最大、参赛厂商最多、评审机制最科学公正、拥有权威评酒大师最多的国际酒类比赛之一, 被誉为“酒类中的奥斯卡”、“烈酒奥运会”。大赛于1994年4月在比利时布鲁塞尔创办, 每年举行一次, 第1届到11届都是在比利时首都布鲁塞尔举办, 从2006年开始, 先后在西班牙的里斯本、

\*通讯作者: 程佳路, 主要研究方向为国际蒸馏酒文化。E-mail: chengjialu2015@163.com

\*Corresponding author: CHENG Jia-Lu, the Second High School Attached to Beijing Normal University, Beijing 100875, China. E-mail: chengjialu2015@163.com

法国的波尔多等 10 个国家的不同城市举办。第一届大赛举办时仅有来自 29 个国家的 861 个样品参加比赛, 随后开始迅速成长发展, 今年第 22 届时, 首次在中国举办, 在中国贵阳举办的大奖赛以“世界烈酒醉美贵州, 中国白酒香飘全球”为主题吸引了 44 个国家和地区的 1397 个酒品参加比赛, 其中国际酒品 845 个, 中国酒品 552 个(含港澳酒品)。

笔者有幸跟随国内白酒权威专家, 全程观摩此次 2015(贵阳)比利时布鲁塞尔国际酒类大奖赛和在银川举办的 2015 中国白酒新产品行业检品会, 这两项国内外蒸馏酒的顶级赛事, 在此作一介绍和比较研究。

## 2 白酒的分类与感官特征

### 2.1 按香型分类及其感官特征<sup>[1]</sup>

1) 浓香型白酒<sup>[2]</sup>: 浓香型又称大曲香型, 以五粮液(多粮)和国窖 1573(单粮, 又称泸型)为代表, 主要分为两派: 以泸州特曲酒、五粮液酒、剑南春酒、全兴大曲酒、沱牌曲酒为代表的浓中带陈四川派浓香型白酒, 以洋河酒、双沟酒、古井酒、宋河粮液酒为代表的浓中带绵江淮派浓香型白酒。

感官特点: 无色透明(允许微黄)、窖香浓郁、绵甜醇厚、香味协调、尾净爽口。

2) 清香型白酒: 以山西汾酒为代表, 故又称汾型。具有清香、醇甜、柔和等特点, 是中国北方的传统产品。其酒体具有传统的老白干风格, 山西汾酒、河南宝丰酒、武汉黄鹤楼酒是典型代表。

感官特点: 无色透明、清香纯正、醇甜柔和、自然协调、余味净爽。

3) 米香型白酒: 以清、甜、爽、净见长, 口感风味具有蜜香、清雅、绵柔等特点, 代表有桂林三花酒、西江贡酒、广东长乐烧酒等。

感官特点: 无色透明、蜜香清雅、入口绵甜、落口爽净、回味怡畅。

4) 酱香型白酒: 所谓酱香, 就是用淀粉反复发酵时发出的一种酱类香味, 又称茅香型, 以贵州茅台酒、郎酒、武陵酒等为代表。

感官特点: 微黄透明、酱香突出、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香持久。

此外, 还有以白云边酒为代表的兼香型白酒<sup>[3]</sup>, 清亮(微黄)透明、芳香幽雅、舒适、细腻丰满、酱浓谐调、余味爽净悠长; 以西凤酒为代表的凤香型白酒, 无色透明、醇香秀雅、醇厚丰满、甘润挺爽、诸味谐调、尾净悠长; 以四特酒为代表的特香型白酒, 酒色清亮、酒香芬芳、酒味纯正、酒体柔和、诸味谐调、香味悠长; 以景芝白干为代表的芝麻香型白酒<sup>[4]</sup>, 清澈(微黄)透明、芝麻香突出、幽雅醇厚、甘爽谐调、尾净, 具有芝麻香特有风格; 以广东生产的玉冰烧酒为代表的豉香型白酒, 玉洁冰清、豉香独

特、醇和甘润、余味爽净; 以董酒为代表的药香型白酒, 清澈透明、药香舒适、香气典雅、酸味适中、香味谐调、尾净味长; 以衡水老白干为代表的老白干香型白酒, 清澈透明、醇香清雅、甘冽挺拔、丰满柔顺、回味悠长、风格典型。

### 2.2 按生产工艺分类及感官特征

1) 固态法白酒<sup>[5]</sup>: 以粮谷为原料, 经酒醅固态发酵、贮存、勾兑而成, 固态法白酒大都香气浓郁、口感柔和、绵甜爽净、余味悠长。

2) 液态法白酒: 以谷物、薯类、糖蜜等为主要原料, 经液态法发酵蒸馏而得的食用酒精为酒基, 再经串香、勾兑而成的白酒。液态法白酒一般没有固态法白酒那么好的香气和口感, 液态法白酒也可按香型再细分为浓香型或清香型等。

3) 新工艺白酒: 也称固-液结合法白酒, 以一定比例的固态法和液态法白酒经串香、勾兑而成的白酒。固-液结合法白酒也能部分做到口感柔和、绵甜爽净。

以上白酒分类感官均是按国家标准分别从色、香、味、格等 4 个方面进行评价<sup>[6]</sup>, 即举杯齐眉, 观其色; 勾头倾杯, 闻其香; 细品慢咽, 知其味; 融色香味, 得其格。白酒本身就是粮食的精华, 幽雅的香气成分、舒适的风味成分、有益健康的活性成分则是酒中精华, 也是白酒的物质基础, 构成白酒之“物质感官”。白酒既是物质产品又是精神产品, “生命活水, 快乐源泉”就是对白酒物质与精神属性的最好诠释。千百年来, 白酒所承载的优秀历史、文化, 让其始终存在于历史长河中, 生生不息, 包括白酒所得奖励、是否处于名酒产区(获得地理标志)及是否比同类产品有更良好的性价比等形成白酒之“精神内涵感官”。中国白酒是中国文化鲜活的载体, 是中国文化中最富有艺术光彩, 最具有艺术魅力的篇章。品味中国白酒, 就是品味中国文化。因此白酒感官特征也可从品牌知名度(得奖情况、文化内涵、历史经过、地域属性)、同类相关性等方面进行比较综合感知。

白酒是我国传统饮品, 对于人类的意义远远不止是满足口腹之欲, 它承载着悠久的历史 and 深厚的文化<sup>[7]</sup>。品尝美酒, 品味艺术, 享受生活, 是从文化开始的。宏观酒文化是行业性的, 是中国白酒的共性特征, 是在长期的文化活动、商业活动、政治活动及人民生活中逐渐积累形成的, 这些共性特征受地点、时间、喜好、环境、自身素质、心情等影响, 有着不同的表现和演绎, 形成了多样性微观白酒文化。中国白酒得奖品牌几乎都有自己的微观文化个性诉求, 比如, 茅台酒, 国酒文化; 五粮液酒, 王者文化; 国窖 1573 酒, 窖龄文化; 洋河酒, 梦想文化; 舍得酒, 智慧文化; 剑南春酒, 盛唐文化; 今世缘酒, 缘分文化; 酒鬼酒, 鬼怪文化; 伊力特酒, 边疆文化; 稻花香酒, 乡村文化等。在品味白酒的同时, 就是在感受历史、文化。

在许多的白酒鉴评中证明不辣嘴、不刺喉、不口干、

不上头、醉得慢、醒得快的“香气幽雅、口感舒适、有益健康”的酒体, 与其相应的微观酒文化产生碰撞并升华, 就会让人获得“清心舒畅、心旷神怡、自然唯美”的精神享受, 愉悦了感官的同时, 也问候了精神。

品鉴一杯年份老酒, 握着酒杯, 尝一小口, 确定酒的时间刻度, 感觉自己挣脱了时空限制, 置身于那段被收藏的时光, 感受那个时代的风土人情, 这时白酒就唤起了人们的时间感和空间感<sup>[8]</sup>, 似乎品尝着过去的历史和地理。

这些超感官知觉是对白酒之“精神内涵”进行感悟, 但它们受心理、地点、环境、时间等因素的影响较大。

### 3 名优洋酒的分类与感官评比规则

#### 3.1 名优洋酒的分类

国外蒸馏酒(简称洋酒)按制造原料可分为白兰地(Brandy)、威士忌(Whisky)、兰姆酒(Rum)和伏特加酒(Vodka)。白兰地以葡萄为原料, 若以其他水果为原料制成的蒸馏酒, 则在白兰地名称前冠以水果的名称, 如苹果白兰地、樱桃白兰地、梨子白兰地等, 意大利专门有一种以酿葡萄酒的葡萄皮渣为原料制成的格拉巴酒(Grappa), 秘鲁、智利此类酒专属名称为皮斯科酒(Pisco)。威士忌以麦芽和谷类为原料, 单纯的粮谷威士忌一般不能市售, 只有和麦芽威士忌组成混合威士忌方可销售。美国的波旁威士忌(Bourbon Whisky)则主要以玉米为原料(玉米占 51%~75%)。而兰姆酒则以甘蔗或糖蜜为原料, 又细分为深色和浅色两种兰姆酒。此外, 还有以高纯酒精为基础酿制而成的杜松子酒(Gin)和伏特加酒(Vodka), 杜松子酒为药用植物杜松子和食用酒精经串蒸或冷混两种工艺酿制而成。巴西生产的兰姆酒专属名称为卡莎萨酒(Cachaca), 堪称巴西国酒。伏特加酒可分为纯酒精伏特加(中性酒精)和调香伏特加两大类。利口酒是酒精中加香、加甜和加色, 也可能加入一些水果和草本植物风味。国外蒸馏酒代表性的还有日本产的烧酎、泡盛酒和龙舌兰酒(Tequila)。烧酎的工艺和食用酒精相同, 泡盛酒工艺同我国的小曲酒类似, 即半固态发酵, 缸中陈放。龙舌兰酒则以墨西哥特有植物龙舌兰为原料发酵蒸馏而成, 这 3 种蒸馏酒为少数国家独特生产, 不带普遍性。

白兰地以法国生产的最为知名。法国著名白兰地产区有两个: 一个为干邑地区(Cogacn), 另一个为雅马邑地区(Armagnac)。按法国原产地保护法规规定, 只有在法国干邑地区经过发酵、蒸馏和在橡木桶中贮存的葡萄蒸馏酒才能称为干邑酒, 在别的地区按干邑同样工艺生产的葡萄蒸馏酒不能叫干邑。雅马邑所用葡萄品种同干邑酒完全一致, 只是贮存方式不一样, 雅马邑在黑橡木桶中贮存, 定位在田园型白兰地, 干邑酒则大多在“利莫森”橡木桶中贮存, 定位在都会型白兰地。

干邑酒知名品牌有轩尼诗(Hennessy)、人头马(Remy

Martin)、马爹利(Martell)、拿破仑(Courvoisier)、百事吉(Bisquit Privilege)、路易老爷(Louis Royer)、奥吉尔(Augier)、欧德(Otard)及金花酒(Camus)等。威士忌以苏格兰生产的较为知名, 在中国大陆销售的品牌有 Johnnie Walker 公司生产的红方(Red Label)及黑方(Black Label), 还有芝华士公司生产的芝华士(Chivas)十二年陈酿及皇家礼炮, 百龄坛公司生产的百龄坛(Ballantines)等, 这些苏格兰威士忌独具泥碳熏烤麦芽工艺, 与其他国家生产的威士忌明显不同。

#### 3.2 国际蒸馏酒的感官评比规则

中国贵阳举办的国际蒸馏酒大奖赛酒品评比采用国际通用的流程——分组品酒、逐轮筛选、全程盲评。评分标准也采用国际规则——100 分为满分, 从色、香、味和综合感觉等 4 个维度, 14 个细项进行鉴评。评比的程序、规则和标准经过欧盟相关机构审核批准, 并经过多年完善, 采取公平、公正的方法。总之, 评酒全过程都体现了国际性、科学性、权威性和公正性。本次烈酒大赛评分规则采取比利时鲁汶天主教大学的代位替代法评分标准, 即用次高分替代最高分, 次低分替代最低分, 替代后的 6 个评委分数求平均数算出小组最终得分。

大赛组委会规定, 每组 6 个评委, 相同国籍的评委数不超过两个。比赛中每次评审的烈性酒都是未知的, 有可能同一款酒进行两次评审, 如果有评委打分差距过大, 下一届烈性酒大赛将不邀请作为评委, 以避免出于商业目的。同时, 根据人体疲劳度情况, 本次大赛每天每位评委品酒数量不超过 40 款。

国际蒸馏酒感官从色(色泽、澄清度、色泽强度、光亮度等 10 分)、香(香气强度、香气质量、香气细腻度、香气持久性等 30 分)、味(口感强度、入口品质、入口细腻度、风味持久性等 40 分)、总体印象(协调性、典型性等 20 分)、综合上述 4 类总体评价共 100 分予以打分归类, 大奖赛感官评价样表见图 1。颜色描述有: 无色(colourless)-柠檬色(lemon)-金色(gold)-琥珀色(amber)-红褐色(mahogany)-褐色(brown), 也有粉色(pink)-红色(red)-橙色(orange)-黄色(yellow)-绿色(green)-蓝色(blue)-紫色(purple)-褐色(brown)-黑色(black)等, 颜色强度(intensity)有: 无色透明(water-white)-淡(pale)-中(medium)-深(deep)-不透明(opaque)等, 澄清度/亮度(clarity/brightness)有: 清澈(clear)-浑浊(hazy)/明(bright)-暗(dull), 其他颜色观察值(other observations)如用水调茴香酒则呈现乳白色(louching)。香气状况(condition)有: 纯正(clean)-有缺陷(faulty), 香气强度(intensity)有: 中性(neutral)-淡(light)-中(medium)-浓(pronounced), 香气特征(aroma characteristics)有果味(fruits)、花卉(flowers)、蔬菜(vegetables)、谷物(grains)、植物萃取物(botanicals)、草本植物(herbs)、橡木(oak)、甜味(sweetness)、其他(other)等。成熟度(maturation)有: 未经熟

成的 (unaged)- 短期熟成的 (short aged)- 正常熟成的 (matured)- 过熟熟的 (very aged) 等。味有: 甜度、酒精度、酒体、风味浓度、风味特征、余味等方面进行评价。甜度 (sweetness) 分干 (dry)- 近乎干 (off dry)- 甜 (sweet)- 甘美 (luscious), 酒精度 (alcohol) 从柔和 (soft)- 平滑 (smooth)- 温热 (warming)- 强烈 (harsh), 酒体 (body) 包括: 轻 (light)- 中 (medium)- 饱满 (high) 等, 风味浓度 (flavour intensity) 包含: 无味 (neutral)- 清淡 (light)- 中 (medium)- 浓 (full)- 明显 (pronounced) 等, 风味特征 (flavour characteristics) 包含: 果味 (fruits)、花卉 (flowers)、蔬菜 (vegetables)、谷物 (grains)、植物萃取物 (botanicals)、草本植物 (herbs)、橡木 (oak)、甜味 (sweetness)、其他 (other) 等。余味长度 (finish length) 分短 (short)- 中 (medium)- 长 (long) 等, 余味种类 (finish nature) 分简单 (simple)- 适中 (some complexity)- 复杂 (very complex) 等。质量 (quality) 分成有缺陷 (faulty)- 差 (poor)- 可接受 (acceptable)- 好 (good)- 很好 (very good)- 特好 (outstanding) 等。

JURY	TASTER	FLIGHT	SAMPLE NUMBER	CATEGORY
TASTING EVALUATION SHEET				
REMARKS				SCORE
AROMA				/10
FLAVOUR				/30
FINISH				/40
OVERALL IMPRESSION				/20
TOTAL SCORE				/100

图1 国际评酒打分表

Fig. 1 The scoring table of international liquor assessment

2015年9月9日,在贵阳市国际会展中心举办了大奖赛颁奖典礼。经过国际级大师们严格选评,大赛共产生了433个获奖作品,其中大金牌18个,金牌218个,银牌197。中国白酒作为独立酒种参赛,共获得8个大金牌、81个金牌和80个银牌,是本届大奖赛最大的赢家。法国以62个获奖产品位居第二,苏格兰、墨西哥以26个奖牌数并列第三。白酒出口贸易额仅占全球酒类贸易额的千分之一,而众多洋酒品牌纷纷在中国市场开疆拓土,占据了国内蒸馏酒市场百分之十的份额。中国白酒还没有成为世界级的著名美酒,但竞赛的结果却出人意料,中国白酒竟然让国际评酒大师开眼了、开口了、开心了。

大奖赛的宗旨是为消费者提供一个质量保证,这将促进以消费者为中心的白酒市场导向。本届烈酒大赛,中国8个大金牌产品分别是四川沱牌舍得酒业股份有限公司生产的吞之乎酒、深圳市花樽商贸有限公司出品的原藏天荣酒、河南省百泉春酒业有限公司生产的翰林2014酒、贵州茅台酒股份有限公司生产的由北京盛世大典酒业有限公司经销的鸟巢酒、贵州茅台酒股份有限公司生产的贵州茅

台酒、江西李渡酒业有限公司生产的李渡高粱1955酒、贵州省仁怀市茅台镇东方酒业有限公司生产的龟仙洞(丹霞)酒、贵州金沙窖酒酒业有限公司生产的金沙酱酒。中国传统的名优白酒,包括全国和地方层面,在此次大奖赛并未占优。贵州茅台酒、五粮液酒、西凤酒、洋河酒、沱牌舍得酒、宝丰酒、董酒、国台酒、桂林三花酒、扳倒井酒等均榜上有名。川酒六朵金花中,泸州老窖酒、水井坊酒、剑南春酒、郎酒等均无缘大赛奖牌。全国老四大名酒之汾酒,第二届评比会获奖的中国名酒古井贡酒,第三届评比会获奖的山西竹叶青酒,第四届评比会获奖的武汉黄鹤楼酒等均未获奖。

和国内历届评比会认可的名优白酒相比,名不见经传的中小企业此轮获奖,从某种角度来说,可谓是最大赢家。在国内,若无国人熟知的品牌作为背书,即使获奖酒品上贴满了大奖赛奖徽,对其销售的拉动也极其有限。毕竟普通消费者对该国际盛事的威望知之甚少;在国外,一纸获奖证书远不等于成功国际化。与知名酒企相比,小企业要做的努力和碰到的障碍更多。

根据有关部门统计,中国去年的白酒生产量占世界烈性酒生产量的37.6%,在国际上的市场份额却不足8%,可以说中国白酒的价值完全被低估。究其原因,是中国白酒在国际标准、品质分级和品牌认证上,没有得到世界级第三方认证机构的公认,竞争优势、领先地位没有在世界市场上得到彰显。而大奖赛,恰恰是一个世界级的第三方。

## 4 国内外蒸馏酒评优对比

### 4.1 国内外蒸馏酒评优相同点

国内外蒸馏酒评优都是熟悉酒业人员主要通过感官评价选出质量优胜产品。评选方式都是盲评,经过不同轮次打分,高分者胜出;都有一套严格的程序,从样品选送、评委的选择、评选方式、评选结果汇总及公布等方面,保证评选结果的科学、公平和公正;获奖比例最后国内外均控制在30%左右。

### 4.2 国内外蒸馏酒评优区别

#### 1) 样品来源不同

国内蒸馏酒评比样品主要来自国内白酒骨干企业的新产品,这是因为国内白酒产品的全国性评优活动自1989年第五届名优酒评比后一直停止进行,但中国食品工业协会白酒专业委员会近5年来,连续每年进行一次白酒行业新产品检评活动,由于评比条件和程序限制,样品种类每年控制在100种左右,每年评出30个左右白酒产品感官质量奖和酒体设计奖。而2015(贵阳)比利时布鲁塞尔国际烈酒大奖赛样品来自44个国家和地区的1397个不同种酒品,涵盖国际蒸馏酒的各类酒种,其中国际酒品845个,中国白酒样品552个(含港澳酒品)。

## 2) 评委来源不同

国内蒸馏酒评委全部为经过专业训练、经验丰富的有资质的行业严格选拔出的顶尖感官人才, 如白酒行业新产品检评活动评委全部为中国食品工业协会 240 名中国白酒国家评委组成, 评委不分小组。而 2015(贵阳)比利时布鲁塞尔国际烈酒大奖赛聘请了 23 个国家的 84 名世界级的评酒大师担任评委, 其中国外评委 56 名, 中国评委 28 名。评委由评酒专家、专栏作家、酒类教育家、顶级酒生产和经销商、酿酒师等组成。84 名评委分成了 14 个评审小组, 每个小组同国籍评委数不超过 2 人。

## 3) 评比过程不同

白酒行业新产品检评活动每轮不超过 6 杯酒, 尽量按同种或接近香型及酒度进行同轮评比, 100 种新产品大约经过 20 轮、2 d 左右评比得出结果, 每种样品均经过 240 名评委感官品尝, 评比主要对色、香、味、格进行打分, 评比结果最后打分差距非常小, 相差 0.5 分, 评比结果可能相差很大。而 2015(贵阳)比利时布鲁塞尔国际烈酒大奖赛每组评委大约品评过 140 种酒。每轮的样品数 4 至 11 种不等, 当然也基本按同类型蒸馏酒进行评比, 如白兰地、威士忌、配制酒、卡莎萨酒、皮斯科酒、兰姆酒、伏特加、白酒按不同轮次评比, 白酒除了酱香、浓香、清香分组外, 其他香型和酒度不再区分组别, 评比主要依据图 1 进行打分, 最后每轮选出优胜者, 每轮打分差距较大。不同组每轮选出的优胜者比例或数量可能不同, 不同组评委对所评样品的了解程度不同, 尽管评酒前一天国外评委对白酒、中国评委对洋蒸馏酒均进行过培训。

## 4) 评比结果的反响不同

白酒行业新产品检评活动白酒产品感官质量奖和酒体设计奖样品代表了白酒行业年度新产品的最高水平, 由于经过 240 名东南西北白酒国家评委进行评选, 虽然去掉 10 个最高分和 10 个最低分, 结果公信力高、说服力强、争议小, 当然也部分存在一些评委过分注重了产品的风味典型性、忽视了一些产品的顺喝度的现象。而 2015(贵阳)比利时布鲁塞尔国际烈酒大奖赛白酒产品 8 个大金奖结果, 老牌名白酒只占 3 个, 其余 5 个白酒产品知名度均不高。国际烈酒大奖赛对产品的口感和顺喝度是主要评价尺度, 而每组评委对样品的熟悉程度和口感偏好可能有差异, 因而评选结果存在一定的随机偶然因素, 故白酒产品 8 个大金奖结果存在一定程度的质疑, 只能代表这 8 个样品得到了少数国际评委当轮次的格外喜好, 有可能为大多数评委接受, 也可能不为大多数评委接受。尽管也建立了不同意见评委的申诉程序, 申诉毕竟也是在很小范围内进行。因而掌握蒸馏酒国际大奖赛的这些评选程序和规则, 就有可能在大奖赛中争取主动。2015(贵阳)比利时布鲁塞尔国际

烈酒大奖赛促进了国内外评委及样品的交流和了解却是不争的事实, 中国白酒如需更多的走向世界, 通过参加蒸馏酒国际大奖赛, 让更多的国际评委和消费者增进了解, 也许是一条可行的捷径。

## 参考文献

- [1] 赖登辉. 中国十种香型白酒工艺特点、香味特征及品评要点的研究[J]. 酿酒, 2005, 32(6): 1-6.  
Lai DY. Research on the process characteristics, flavor characteristics and evaluation critical pointsof Chinese 10 flavor liquor [J]. Liquor-making, 2005, 32(6): 1-6.
- [2] 周维军, 左文霞, 吴建峰, 等. 浓香型白酒风味轮的建立及其对感官评价的研究[J]. 酿酒, 2013, (6): 31-36.  
Zhou WJ, Zuo WX, Wu JF, et al. Study on the establishment of Flavor wheel fromLuzhou-flavor liquor and sensory evaluation of wheel [J]. Liquor-making, 2013, (6): 31-36.
- [3] 李大和, 刘念, 李国红. 中国白酒香型融合创新的思考[J]. 酿酒科技, 2006, (11): 116-123.  
Li DH, Li N, Li GH. Thinking of Chinese liquor flavor innovation and integration [J]. Liquor-making Sci Technol, 2006, (11): 116-123.
- [4] 刘传贺, 刘明, 钟其顶, 等. 感官定量描述分析对芝麻香型白酒典型感官特征的研究[J]. 酿酒科技, 2014, (6): 10-15  
Liu CH, Liu M, Zhong QD, et al. Study on sensory quantitative descriptive analysis to the characteristics of the typical sense from sesame flavor liquor [J]. Liquor-making Sci Technol, 2014, (6): 10-15
- [5] 沈怡方. 中国白酒感官品质及品评技术历史与发展[J]. 酿酒, 2006, (4): 3-4.  
Shen YF. The history and development of China liquor sensory quality and evaluation technology [J]. Liquor-making, 2006, (4): 3-4.
- [6] 曾祖训. 谈白酒感官质量品评[J]. 酿酒, 2004, (4): 1-2.  
Zeng ZX. Discussion on the sensory quality evaluation of liquor [J]. Liquor-making, 2004, (4): 1-2.
- [7] 李家民. 中国白酒“精、气、神”——白酒鉴评中的“五官九觉”[J]. 酿酒, 2014, (4): 3-9.  
Li JM. Chinese liquor "essence, gas, god"——"Five features and nine senses" in the liquor tasting [J]. Liquor-making, 2014, (4): 3-9.
- [8] 刘明, 钟其顶, 刘传贺, 等. 中国年轻人群对白酒香气感官偏好特性的研究[J]. 酿酒科技, 2015, (2): 136-139.  
Liu M, ZhongQD,Liu CH, et al.Study on the sensory preference of Chinese young people totheliquor aroma [J]. Liquor-making SciTechnol, 2015, (2): 136-139.

(责任编辑: 杨翠娜)

## 作者简介



程佳路, 主要研究方向为国际蒸馏酒文化。

E-mail: chengjialu2015@163.com