# 企业家日报华创场。

### G·R 官菜总评榜

#### ■茅台集团普天同庆 15 年年份珍藏酒 |



度数:52%vol 香型:浓香型 G·R 官荣评分:90.00 分 原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米 年份指数:3 原浆指数:5 甜爽度:3

生产厂家:贵州茅台酒厂(集团)习酒有

G·R 官荣酒评:此款酒微黄的酒体稍显 年轻,却有着较浓郁的老窖香气,五粮香 味、水果香气自然地融合在一起。酒体酸度 含量适中,入口强劲、厚重,质感宽阔、甘 甜,余韵悠长。这款酒经过陈年贮存后品质 会更好, 值得珍藏。

#### ■五粮液锦绣前程荣世丨



香型:浓香型 G·R 官荣评分:90.00 分 原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米 年份指数:3 原浆指数:5 甜爽度:3

生产厂家:宜宾五粮液股份有限公司

G·R 官荣酒评:这款酒系名门之后,香气 浓郁,粮香舒适,窖香幽雅,口感圆润,甘甜爽 净,余韵悠长。美中不足的是酒体中略有馊 味,因此影响了其评价分数。综合各项因素, 这款酒仍不失为一款经典的酒体。

#### ■茅台汉酱酒|



度数:51%vol 香型:酱香型 G·R 官荣评分:89.00 分 原料:水、高粱、小麦 年份指数:3 原浆指数:4 甜爽度:3

生产厂家:贵州茅台酒股份有限公司 G·R 官荣酒评:浓郁的酱香引人举杯,酒 未入口, 其舒适的杳气已沁入肺腑, 酱香优 雅,陈香恰到好处。入口后,酒体细腻柔和,醇 厚丰满,回味悠长,风格突出。

#### ■国台十年珍藏|



酒度:53%vol 香型:酱香型 G·R 官荣评分:85.00 分 原料:水、高粱、小麦 年份指数:3 原浆指数:4 甜爽度:3

生产厂家:贵州仁怀茅台镇金士酒业有

G·R 官荣酒评: 这款酒沿袭了茅型酒的 美酒基因,风格突出,酱香、陈香舒适,层次分 明,引人入胜。

#### ■厚工坊八年陈酿丨



度数:53%vol 香型:酱香型 G·R 官荣评分:83.00 分 原料::高粱、小麦、水 年份指数:3 原浆指数:3 甜爽度:2

生产厂家:贵州省仁怀市茅台镇厚工坊

迎宾酒业有限公司 G·R 官荣酒评: 这是酱香型白酒中较高 端的产品, 香气优雅, 其中陈香、酱香恰到 好处,酒体醇厚丰满,饮后口腔留有余香, 味绵长, 且酱香风格典型

行家论酒 | Expert on wine

## 浅议个体白酒感官鉴评能力的成长阶段和特点

■ 刘春艳 赵德义 韩晓明

白酒的感官鉴评又叫品评、评 酒,是评酒员通过眼、鼻、口等感 觉器官对白酒的外观、香气、口 味、风格特点等各项指标、按照 一定的标准进行评价的方法。 具有快速、准确、方便、适用的 特点。同时,它受地域性、习惯 性以及个人爱好、心理、经验 等因素的影响,因此,要求评 酒员必须充分发挥主观能动 性,摒弃个人情绪、环境等不确 定因素的影响,将获得的感觉与大 脑中贮存的感官质量标准进行比较分 析,才能最大限度地保证分析结果的准确 性。感官鉴评是了解和鉴赏白酒、检验质量、 指导酿造、勾兑和贮存过程的有效方法,是一 种在生产过程中比理化分析更为快速、直观 的分析手段。

#### 人体感觉器官的特点

人体的感官对于白酒的品评非常重要, 因为品评过程是通过人的感觉器官来实现 的, 所以它反映出的结果与人的因素密切相

视觉:眼睛为视觉器官,在白酒品评中, 我们利用视觉器官来判断白酒的色泽和外观 状况。其中包括色泽、透明度、有无悬浮特和 沉淀物等。

嗅觉:人体的嗅觉器官是鼻腔。一般香气 比口味更敏感和详实, 经验丰富的品酒师仅 凭嗅觉就能大致判断出白酒的品质, 其准确 率可达90%左右。同时,人的嗅觉也容易疲 劳,在一段时间内连续接受刺激就会变的迟 钝,休息一段时间后方能恢复,"入芝兰之室, 久而不闻其香;入鲍鱼之室,久而不闻其臭" 就是这个道理。这种现象在生理学上称为"有 时限的生理受损"。

味觉:味觉反应是通过舌、口腔、上颚实 现的,既有物理作用也有化学作用。舌面和口 腔黏膜上的味蕾是味觉的感受器官。不同的 味觉产生有不同的味觉感受体, 味觉感受体 与呈味物质之间的作用力也不相同,简言之, 各种呈味物质只有在舌面的一定位置上才能 灵敏。味觉具有比嗅觉更容易疲劳、较易恢复 的特点,所以在评酒期间要注意休息,且在评 酒期间尽量不吃刺激性食物。

研究表明,人体的视觉器官即眼睛从40 多岁开始衰老退化,而嗅觉、味觉则从60岁 开始退化。虽然感官灵敏度会随着年龄的增 长而衰退,但相对年长的品评专家所积累的 丰富的品评技术和经验以及综合分析能力, 嗅觉、味觉的缓慢退化因素对鉴评结果的影

#### 个体感官鉴评能力的成长阶段和特点

第一阶段:"看山是山,看水是水。"

对初次接触白酒品评的人来说, 因为大 脑中白酒感官品评信息是一张白纸,因此,起

感官评价是鉴 定白酒质量的重要手段, 提高个体感官鉴评能力是确 保感官评价有效性的重要途 径,而明确个体感官鉴别能力 成长的不同阶段及特点,有 助于提高个体的感官鉴 评水平。

> 刘春艳,女,山东安丘人,一级品酒师,国家级白酒评酒委员, 一直从事白酒品评与酒体设计工作。现供职于山东景芝酒业股份 有限公司。

初所品评的每一种酒所引起的嗅觉、味觉的 反应所形成的信息非常清晰、明确,甚至能准 确的记住是哪款产品。但是它缺少对样品的 综合分析,所以这是一种很纯粹的品评,色、 香、味反射到大脑所形成的信息也比较单一。 它的优势是,样品的突出特点能被清晰的记 录,就如同人的第一印象,虽然不够客观、全 面,却非常深刻。例如,一些年轻人刚入行就 接触到国家统一考试的质量差样品时会感觉 层次明确,甚至其感知灵敏度超过一些经验 丰富的从业者。感觉一些考试用质量差标准 样品的鉴别要易于平时工作中的质量鉴评。 这从侧面反映了两个问题: 一是为了明确标 准、规范考试,国家统一考试所用的质量差样 品的层次更鲜明; 二是刚进入评酒行业的人 对样品的综合鉴评能力较差,因此会出现工 作中进行质量鉴评把关时的力不从心。

另一方面,本阶段的感官评语也就是"表 现力"上呈现出两个极端:一是忽视真实感 受,生搬硬套专业评语,过于程式化;二是单 纯用"辣""香"等不贴切的词汇进行表述,过 于业余化。白酒的感官品评术语并非一定要 局限于资料或教科书上的程式化语言,也不 是要脱离真实感知,而是既能运用专业术语 进行准确判定, 又要灵活运用通俗的语言对 抽象的感受进行专业的描述。品评感受来自 于个体,个体差异会导致对同一个样品的感 受不同, 但是成熟的品评个体输出的结果是 基本一致的,这就是"标准"的作用。因此,初 期随着学习信息的导入, 鉴评标准也开始逐

第二阶段:"看山不是山,看水不是水"的

随着接触的酒样越来越多,大脑所接受 和需要储存、处理的信息量也越来越大,色、 香、味的感知信息再反馈给大脑后也不像起 初那样清晰,而此时,大脑中所积累的"鉴评 标准"信息库却还不完善、不条理、不充足。

信息量的增大和不条理就使大脑中鉴评 信息管理呈现似混沌状态,也就进入了"看山 不是山,看水不是水"的迷茫阶段。同样如人 的第一印象,随着认识的逐步加深,也在对第 一印象进行不断的、持续的校正和调整,甚至 同第一印象出现矛盾,或者推翻第一印象。这 个交替重叠的过程也是品评水平逐渐成熟的 过程。当然,前提是,要以大量的品评积累为 基础,并辅以有意识的技巧性训练和日常品 评工作的良好总结。另外,不只是品评,任何 一项工作都与个体的悟性有很大关系。而品 评"只能意会,很难言传"的特点更使个体悟 性显得至关重要。因此,个体在这个过程中是 否用心去体会和领悟, 领悟的程度及是否善 于总结,对品评水平的影响至关重要。这是一 个相对漫长的过程。在这个过程中,个体对白 酒的鉴评能力日臻成熟、精湛,

#### 第三阶段:"看山还是山,看水还是水。"

对鉴评样品的感官特点脉络再一次变得清 晰,但是与第一阶段的"纯粹"的清晰不同,这种 清晰是客观的、全面的、更加理性的,是综合判 别能力、分析能力、融会贯通能力的提升。

当一个个体对白酒的鉴评能力和水平发 展到这个阶段,也就是成熟期,它所关注的重 点己不单是某个品牌或某款产品的显著特 点,而更多是综合评价:优势、缺陷、风格特 体的特点等等。品评能力更多地体现在综合 分析能力及鉴评结果的运用能力上。而比起 品鉴出一款酒是出自哪个产地、哪个品牌、或 哪款产品来说,更重要的是判断酒的品质,明 白如何能使这款酒达到最佳的状态。例如,她 还需要进行哪方面的改进,她有哪些优势可 以引入、借鉴到其他的产品中以进行质量的 提升, 她更适合哪类或哪个区域的消费群体 等……这些,远比通过品评识别品牌或产品 更重要。因此,评酒人员在工作中的角色定位 和企业对评酒人员的素质要求应该借鉴张居 正的处世和用人之道:宁做循吏,不做清流; 多用循吏,慎用清流。

#### 优秀品酒师的重要性

品酒员的成长过程是一个从鉴评经验的 不断积累到综合能力逐渐升华的过程, 也是 一个从量变到质变的过程,因此,感官评价是 一项经验性较强的工作。品评的操作过程很 简单,但品评结论的形成过程是相对复杂的。 第14届世界最佳侍酒师冠军、瑞士籍侍酒师 保罗·巴索 (Paolo Basso) 在接受采访时曾表 示:"而在品酒的过程中, 其实只有 30%的感 知来自嗅觉和味觉,而另外70%是来自大脑 的知识调取和逻辑推理。只有通过整理那有 限的30%信息,再经过细致的推导,才能够得 出最后的结论。虽然这个结论也未必完全正 确……"对这句话的解析,笔者简单地概括 为,30%是感官(色、香、味等)反应,而70%则 是经验和对经验的分析及运用。白酒的品评 亦是如此,一个优秀的品酒师经过十几年甚 至几十年的积累,大脑中储存了大量的鉴评 信息,相当于建立了酒类鉴评的信息数据库。 我们可以想象一下,个体在酒样的鉴别过程 中做出的反应犹如电脑的搜索功能:通过将 感官捕捉到的信息迅速反馈到大脑神经细 胞,大脑接到指令后迅速在海量的储存信息 中进行检索,并通过综合分析做出鉴别和判 断,只不过这是一个在几秒内即可完成的快 速反应过程。

白酒产品的质量指标包括理化指标和感 官质量指标。理化指标可以借助于试剂和仪 器来分析检测,而感官质量必须通过评酒员 的感官分析进行评定, 这是一种鉴定、评价白 酒质量必不可少的方法,又是一种带有主观 因素的方法。如何最大限度地消除主观因素 对评定结果的影响,提高评价结果的准确性, 必须有一系列的保证措施:加强评酒从业人 员业务水平的锻炼和训练,提高鉴评能力(准 确度、稳定性等)是首要条件;同时对评酒员 进行严格考核和激励,提高主观能动性、对感 官鉴评结果进行科学统计以及对感官评价过 程引入数字化管理等措施,对规范评酒过程 提高鉴评结果的精确性都具有重要意义。准 确、规范、高效、系统化的白酒感官评价既是 保证(检验)质量的必要手段,又是合理优化 库存、提高产品研发效率和新产品开发成功 率的有效措施,同时,也为研发工作着力营销 诉求搭建了重要途径。因此,白酒感官评价对 未来白酒分析及发展具有重要意义。

### 在唇齿之间寻味酱酒之美



■ 钟杰

喝点儿好的很有必要,在这一消费升级 的趋势之下,酱香酒在白酒市场越来越热。但 酱香酒的究竟妙在何处,美在何境,而且最关 键的,什么样的酱香酒才是真正的好酱酒?而 且,同为一等一的好酱酒,你如何分出哪一杯 是茅台酒,哪一杯是习酒? 是需要通过科学的 方法、持久的联系和宁静致远的心境才能获

#### 为寻找美而品

喝酒是体力活,品酒却是十足的技术活。 三口为品,足以看出味觉对感知白酒滋味的 重要性,但味觉外,眼睛的视觉、鼻腔的嗅觉, 以及皮肤和口腔的触觉等感觉器官对品酒亦 缺一不可,尤其是极高灵敏度的嗅觉,绝对的 不可或缺。

品酒时需要调动的各种感觉器官本已复 杂,加上中国白酒的十二香型,更是难上加 难。不同香型的白酒,代表不同地域生态及酿 造工艺带来的特有风味, 因此品酒的最大意 义,可能并非在于判定酒的好坏,而在于通过

品的过程学会欣赏酒的内在之美。

每一款酒都有醉美的地方和值得品味之 处,浓香在于感知甜,清香在于感知净,而工 艺最复杂、发酵周期最长的酱香在于感知鲜。 找到每一香型的欣赏点,才知道我们喝酒时 到底在喝什么,才知道我们品酒时的重点,也 才更利于全面认知粮谷精华的曼妙芬芳。

#### 品味优美之法

品酒,有章可循。从"色、香、味、格、养、 意","闻香的优雅度,入口的绵甜度,留口的 醇和度,落后的净爽度,饮后的低醉酒度"搭 建的源坤"五度六观"的品质观,同时借助《白 酒感官品评术语》、《白酒感官品评导则》国家 标准,以及朗朗上口的"源坤鉴酒法",品酒就 不再困难,你也可以成为专业的品酒师。下面 结合酱酒的滋味特点及工艺特征,谈谈如何 品味酱酒的优美。

凝神静气,心系于酒。简单来讲,品酒就 是以我们自身为仪器,探测酒内在信息的过 程。如同实验室的测试仪器设备,我们的感觉 器官也需要调零,将可能对品酒结果带来影 响的外在因素控制在可接受程度,避免健康

状况、情绪、饮食等的不稳定给结果带来重大 不确定。品酒之前,心平气和,回归到所要品 之酒上,回想关于酱酒工艺、酿造环境、生产 企业等关联信息,为品酒最好准备。

举杯齐眉,眼观其色。正视和俯视,轻摇 酒杯观察酒液的透明度和挂杯。优质酱香白 酒挂杯明显、均匀,仿佛具有丝绸般的质感, 酒液清澈透明,酒色无色或微黄,无悬浮物和 沉淀。人们多喜欢色彩斑斓之物,而中国白酒 多为无色透明,相较之下,酱酒的微黄带来更 多的诱惑与颜色之美,一见倾情,再见倾心。

勾头倾杯,鼻闻其香。酒中香味物质能突 破空间限制,作用于嗅觉器官产生嗅觉,因此 闻香是品酒的关键步骤,通过闻香鉴定酒香 气的细腻度和多样性。酒杯置于鼻下, 头略 低,杯与鼻保持 1~3cm 距离,呈 30°靠近鼻尖。 初不摇杯,自然吸气,闻酒的香气挥发(溢香) 情况;然后手慢慢晃动酒杯,感受酒香扑鼻。 杯与鼻距离、吸气时间和间歇以及吸气量等 都是造成判断误差的因素。闻香可以感受到 优质酱酒的鲜香,以及经高温转化的曲香和 焙烤的香味,正是这些不同层次、不同来源的 香味,让酱酒的丰富得到释放和分层表达。

细品慢咽,口尝其味。酒的滋味只有在轻 嗅细品中得到体会,依据味觉地图的特点,让 酒液在口腔不同位置滑过,留下完整的味觉 感知。控制入口量 0.5~2ml, 轻啜一小口, 慢而 稳,在舌尖停留 1-2 秒,感受酒的绵甜;舌头 轻触颚,酒液渗润(平铺)全舌,卷曲、转动舌 头,使之充分接触上颚、喉膜、颊膜,让酒的醇 厚爽滑弥漫在整个口腔中, 仔细品评酒质醇 厚、丰满、细腻、柔和、谐调、净爽及刺激性等, 好的酱酒酱香、焦香、糊香协调,酸不露头;2-3秒钟后,口腔中的余酒缓缓咽下,然后张口 吸气,迅速闭合呼气,使酒气随呼吸从鼻孔排 出,感受是否刺鼻及香气的浓淡,判断回味。 好的酱酒当有类似烤面包的香味从鼻腔溢

出,且没有其他邪杂味。 融色香味,得其风格。风格又称酒体、典 型性,是指对酒体的色、香、味的综合表现的 评价,通过前面分解动作基础上的融合,能够 初步对一款酒的整体情况有所把握。对酱酒 风格的描述可借助鲜香、焙烤香、曲香等易懂 词汇,而最好不过多使用国家标准上过于专 业化的术语。

嗅闻空杯,加以印证。空杯是对品酒结果 的再次检验,倾倒酒液后,剩余物质随挥发减 少而香味逐步减弱,因此将其称之为"底香"。 好酱酒的空白留香持久,粮香、曲香、糟香经

久不散。 浅饮雅酌,得以养生;人酒情融,天地 人和。完成对酒的品饮,并非完整。我们还 需要通过雅酌, 更关注自己与酒的关系, 注 重酒液带来的纯粹的美好滋味以及对滋味的 感知,从端起酒杯闻到酒香的那一刹那到酒 液徐徐入喉留下的一抹余香,心全然在酒液 与自身感觉器官间的相互交织。通过逐一体 会每个环节酒液带给感觉器官的温润刺激, 达成人酒情景的彼此交融, 和天、地、人的 大和谐。

#### 最优美的酱香

酱酒以高粱原料酿酒,小麦制曲,顶温可 达到 70℃以上,用曲量与用粮量之比可达 1.2: 1。酱酒的生产工序可总结为二次投料、七次 取酒、八次发酵、九次蒸煮(馏),形成四高二 长,一大一多的工艺特征。四高是高温制曲、 高温堆积、高温发酵、高温流酒;二长是发酵 期长和贮存期长,正是工艺的复杂及特定酿 造条件和地域生态环境对酱酒酿造微生物的 定向驯化,让酱酒微量成分的数量首屈一指, 甚至现在都未找到酱酒的主体香味物质成

可以这样讲, 酱酒滋味的优美和复杂的 酿造技艺充分体现出中国白酒的整体性(像 中药一样,不能分开)、多样性(酱香型的不同 风格,传统酱香和柔雅酱香)、复杂性(微量成 分上千种)、和谐型(酒体中微量成分2%的存 在及其比例关系是和谐的, 让酒喝起来很舒 服)、模糊性(不是神秘性)。认识和品味了复 杂的酱酒及其工艺,对中国白酒的认识就可 达到新的高度。

当然,最后回到品酒之上,怎样的酱酒才 是好酱酒呢,好的酱酒又是如何呢? 可以看看 这样一段描述:观其酒色微黄,清亮透明,凝 神轻吸,缕缕沁芳扑鼻。初嗅酱香之馥郁、窖 底香沉雅,继以醇香之馨心愉悦,陈香之舒适 隽永,幽雅细腻,谐调兼容。浅啜入口,柔如凝 脂,润若丝滑,顺喉而下,亦舒亦绵,鲜香弥 留,余味悠长,待酒尽杯空,余香经久不散,令 人心悦神怡,如游幻境。

或许,你正在寻找这样的美酒,正在建立

品味如此美酒的能力。