

《葡萄酒、果酒感官品评导则》行业标准编制说明

（征求意见稿）

一、工作简况

1、任务来源

本项目是根据《工业和信息化部办公厅关于印发 2022 年第一批行业标准制制定和 外文版项目计划的通知》（工信厅科函〔2022〕94 号），计划编号 2022-0491T-QB，项目 名称“果酒感官品评导则”进行制定。主要起草单位：中国食品发酵工业研究院有限 公司，中国酒业协会等。

2、主要工作过程

（1）起草阶段：

计划下达后，全国酿酒标准化技术委员会秘书处通过查阅大量国内外文献和多方调 研学习，从以下几个方面做了前期研究准备：分析整理了果酒感官品评方面的标准规定、 专家论著和期刊研究等，梳理归纳了果酒感官传统品评规程、评价方法及发展现状。为 顺利开展标准制定工作提供基础材料，为本标准积累了相关经验和可借鉴的思路。

2023 年 3 月，秘书处公开发文，面向行业公开征集起草工作组单位，共有 10 余家 单位申请参加，包括生产企业、科研机构、检测等单位。

而后，在前期搜集资料的基础上，整理研究中国特色的，适用于中国国情的果酒感 官品评相关的政策文件以及感官评价等相关的方法、技术等的标准和研究资料，形成标 准草案。此外，委托中国农业大学开展中国特色的葡萄酒感官品评的探索与总结。

2024 年 6 月，秘书处组织工作组在北京召开了《果酒感官品评导则》行业标准工作 会议，与会专家围绕标准制定思路、范围、框架、术语和定义、环境条件、设施用具、 品评人员、品评规范等内容进行充分讨论。根据会议讨论意见，工作组一致决定将原标 准名称“果酒感官品评导则”，修改为“葡萄酒、果酒感官品评导则”，并确立了后续 工作安排和计划。

2024 年 7 月，秘书处对《葡萄酒、果酒感官品评导则》行业标准开展了包括准备工 作、感官描述词、感官质量评分与评级的调研，共收集到 5 家单位提供的反馈。秘书处 基于反馈的信息，进行统计分析，并根据工作组各单位反馈的相关意见，形成《葡萄酒、 果酒感官品评导则》（草案）。

2024 年 8 月，秘书处组织工作组内部开展标准草案意见征集，在对标准草案进行充

分交流的基础上，形成标准征求意见稿。

二、标准编制原则和主要内容

1、标准编制原则

- 1) 借鉴国际相关行业先进和成熟经验；
- 2) 标准具有科学性、先进性和可操作性；
- 3) 要结合国情和产品特点；
- 4) 与相关标准法规协调一致；
- 5) 促进行业健康发展与技术进步。

2、主要内容的说明

1)标准名称

本标准项目原名称为“果酒感官品评导则”。行业调研发现，果酒感官品评的环境条件、设施用具、评价员、品评规范等要求与葡萄酒相关性强，一致性高。因此，经起草工作组协商一致，决定扩大本标准的应用范围，将原标准名称“果酒感官品评导则”，修改为“葡萄酒、果酒感官品评导则”。

2)范围

本标准中文中给出葡萄酒、果酒感官品评共性的基本要求，包括环境条件、设施用具、品评人员基本要求、品评规范与结果统计。此外，在附录中给出了品评杯示意图、感官定量描述分析方法、评价结果异常值判断方法；以及葡萄酒以及果酒各自的感官描述词示例与感官质量评价方法。

3)术语和定义

根据葡萄酒、果酒感官品评的现状，结合 GB/T 10221—2021《感官分析 术语》，给出“感官品评”的术语和定义。同时，给出其等效定义“感官分析”。此外，给出了“明酒、暗酒、明评、暗评”四个与感官品评方法有关的术语。

4)环境条件

标准规定品评环境条件的基本原则是避免环境对感官品评活动的影响，为感官品评人员创造合理舒适的环境，产生客观的评价分析结果。本标准在葡萄酒、果酒品评环境要求经验基础上，结合感官标准 GB/T 13868-2009《建立感官分析实验室的一般导则》（等同采用 ISO 8589），对位置和分区、温度和湿度、气味和噪声、颜色和照明做了更加细致规定，可以作为葡萄酒、果酒品酒环境科学化标准化的参考。

5)设施用具

感官品评的设施用在进一步增强品评结果的准确性、可比性的同时，提升结果的专业性，为后续葡萄酒、果酒分等分级提供可靠依据。本标准在葡萄酒、果酒设施用具经验基础上，结合感官标准 GB/T 13868-2009《建立感官分析实验室的一般导则》（等同采用 ISO 8589）对品评桌(台)进行规定。同时，参考 GB/T 40003《感官分析 葡萄酒品评杯使用要求》以及 ISO 3591《感官分析-仪器-品酒杯》，对品评杯做出细致要求，针对平静和含气酒样不同品评杯在资料性附录 A 和附录 B 中给出了相应的示意图。

6)品评人员

品评人员是白酒品评的主体，标准内容对品酒人员素质提出基本要求，保证评价结果的准确性和权威性。参考 GB/T 23470.2《感官分析 感官分析实验室人员一般导则 第2部分：评价组组长的聘用和培训》、GB/T 16291.1《感官分析 选拔、培训与管理评价员一般导则 第1部分：优选评价员》（ISO 8586-1:1993, MOD）、GB/T 16291.2《感官分析 选拔、培训和管理评价员一般导则 第2部分：专家评价员》（ISO 8586-2:2008, IDT）等材料，本标准中将品评人员要求进行分类简化，分为心理素质、生理要求、表达能力、技能方法、专业知识、注意事项，确立品评人员的能力培养目标。对建立高素质的品评人员队伍有具有非常重要的意义，也为指导消费者学习提高品酒技能提供了原则。

7)品评规范

品酒过程是葡萄酒、果酒品评的最重要的环节之一，起草工作组在对行业品酒师培训材料研究基础上，通过行业的问卷调研，调查企业内部品评、评委考试、酒类品评会等在实际品评过程中，遵守的方法规程，注意事项等，统计调查反馈结果，形成统一认可的葡萄酒、果酒品评行为规范，作为本标准内容的来源依据之一。

标准中规定了品评时间、品评方式、准备工作、酒样品评与评价方法内容。其中，准备工作规范了酒样的准备过程。品评方法从确定酒样类型、外观（颜色、澄清度、起泡等特征），香气（嗅闻距离、嗅闻步骤、注意事项），滋味（品尝量、品尝方法、口腔活动），整体评价方面对感官品评的操作要领进行了规范，并提供了产品感官特征与质量的评价方法。结果统计明确了异常值的判断和结果表达方法，采用三倍标准偏差作为判断异常值的依据，采用平均值（±标准差）作为酒样评价结果。

8)附录 A 葡萄酒、果酒标准品评杯示意图

参考 GB/T 40003《感官分析 葡萄酒品评杯使用要求》以及 ISO 3591《感官分析-仪器-品酒杯》，给出葡萄酒、果酒标准品评杯的示意图。

9)附录 B 葡萄酒、果酒起泡性品评杯示意图

配合感官评价方法,针对起泡性,给出两款葡萄酒、果酒感官品评杯示意图。一款在标准品评杯内壁底部中心位置设置一个磨砂的圆形区域,以促进气泡形成,磨砂区域直径为 5mm 士 0.5mm。更有助于感知产品的起泡特征。

10) 附录 C 葡萄酒、果酒感官描述词示例

为清晰地表达葡萄酒和果酒产品的感官特征,根据产品特征、产品感官及风味的研究情况,筛选出行业内应用广泛的,消费者易于理解的包括外观、香气、滋味与口感在内的感官描述词。便于品评人员更客观、明确的对产品的感官进行品评。此外,感官描述词不限于表中所示。

11) 附录 D 葡萄酒、果酒感官定量描述分析方法

传统评语化的评价表达方式缺少明确有效的定量尺度,较难与现代化精细化的工艺改进、产品设计相联系。参考 GB/T 12313《感官分析方法 风味剖面检验》,对感官定量描述分析方法的探索研究,建立能够客观量化表达产品的风格特点的适用于中国葡萄酒、果酒的感官定量描述分析方法。方法采用感官描述词定性产品特征,采用数字标度定量特征强度。通过建立产品风味等的剖面图,可以对比发现产品的不同特征差别。附录中给出了采用九点标度对产品的感官定量描述分析结果示例与香气特征剖面图示例。

12) 附录 E 葡萄酒感官质量评价方法

葡萄酒感官质量评价具有准确性和客观性,能够全面评估葡萄酒产品品质。国内外葡萄酒感官质量评价方法进行总结发现,明确的评价指标和分数分配,可以使评价过程更加系统和科学,减少主观因素的影响,提高评价结果的准确性和客观性;同时从外观、香气、口感和滋味多个方面进行评价,能够全面地了解葡萄酒的品质特点;统一的评价方法使得不同葡萄酒之间可以进行比较,有助于对葡萄酒分级,帮助生产者、消费者等选择适合口味和需求的葡萄酒产品。

参考行业内部葡萄酒评价、全国葡萄酒质量大赛等使用的葡萄酒感官品评方法,结合我国葡萄酒消费者和生产从业人员的科学化和本土化鉴评体系。在此基础上,征集葡萄酒行业及感官研究领域人员意见。构建了一套适用于我国国情和餐饮文化习俗的葡萄酒感官质量评价方法。包括评分细则、评分表与等级三大部分。评分细则中采用 100 分制的评分体系,针对平静葡萄酒和含气葡萄酒,以及平静葡萄酒中的红、桃红、白葡萄酒样品的外观、香气、滋味、整体等都进行了细致的评分规定。品评人员依据样品类型,使用平静葡萄酒评分表或含气葡萄酒评分表,参考细则对样品的外观、香气、滋味与口

感、整体四大部分进行评分，每个部分依据产品特点进行细分并给出明确分值，经结果统计后得出该样品感官质量的分数。更进一步的，参考葡萄酒感官质量等级表，可以根据最终得分确定样品的感官质量等级。

13) 附录 F 果酒感官质量评价方法

果酒产品种类多样，为更加准确、客观、全面地评估果酒产品品质，参考行业内部果酒评酒委员考评等使用的果酒感官品评方法，结合我国果酒消费者和生产从业人员的科学化和本土化鉴评体系。在此基础上，征集果酒行业及感官研究领域人员意见。构建了一套适用于我国国情和餐饮文化习俗的果酒感官质量评价方法。包括感官质量评分细则、评分表与等级三大部分。评分细则中采用 100 分制的评分体系，针对平静果酒和含气果酒的外观、香气、滋味与口感、整体等进行细致的评分规定。品评人员依据样品类型，使用平静果酒评分表或含气果酒评分表，参考细则对样品的外观、香气、滋味与口感、整体四大部分进行评分，每个部分依据产品特点进行细分并给出明确分值，经结果统计后得出该样品感官质量的分数。更进一步的，参考果酒感官质量等级表，可以根据最终得分确定样品的感官质量等级。

14) 附录 G 评价结果异常值判断方法

同一酒样评价结果的异常值，采用三倍标准差法进行判断。计算多人或多次品评结果的算术平均值 ($\bar{X}$) 与标准差 (s)，品评结果中 $\geq \bar{X}+3s$ 或 $\leq \bar{X}-3s$ 的值即视为异常值。

3、解决的主要问题

2022 年中国在全球葡萄酒消费国排名第八，果酒中青梅酒、柿子酒、荔枝酒等消费也处于世界前列。同时，其相关联的一二三产业带动近千万人就业，可以说，葡萄酒、果酒产业成为我国乡村振兴、经济发展的有效手段。随着行业发展迅速，市面上葡萄酒、果酒由于产地、品种、工艺及酒种的不同，构成了丰富的风味特征和感官特点。现有的感官品评体多直接引用西方国家，由于中西方饮食特点、饮酒文化以及口感嗜好的差异导致我国葡萄酒、果酒消费者和从业人员很难理解和使用西方国家评价体系中的感官描述词汇等，最终导致我国葡萄酒、果酒产品风格特点难以进行准确完整的表达。因此本标准的制定将解决葡萄酒、果酒行业标准缺失的现实问题，完善饮料酒领域技术标准体系，保护消费者和从业人员利益，进一步规范和引导葡萄酒、果酒行业健康高质量发展。

借鉴现代感官科学理论，制定科学的葡萄酒、果酒感官品评导则标准，对规范葡萄酒、果酒感官品评的环境条件、人员要求和品评方法，有利提高品评结果的准确性，对

提高葡萄酒、果酒行业的感官技术水平和产品质量具有重要的现实意义，也有利于葡萄酒、果酒品评文化的宣传和消费群体的培养。

三、主要试验（或验证）情况

无。

四、标准中涉及专利的情况

本标准不涉及专利问题。

五、预期达到的社会效益、对产业发展的作用等情况

本标准的制定重点是推动葡萄酒、果酒领域的研究、发展和应用，帮助加快行业健康发展，规范市场竞争秩序，维护消费者权益，为中国消费者和生产从业人员提供科学化和本土化鉴评体系，构建适用于我国国情和餐饮文化习俗的葡萄酒、果酒感官描述规则，用于规范和指导葡萄酒、果酒的感官特点描述，解决了行业产品感官评价标准缺失的问题。同时对促进林业资源深加工综合利用，改善生态环境，促进乡村振兴、带动地方经济发展等具有十分重要的现实意义。

本标准的制定为行业提供了规范市场的依据，促进葡萄酒、果酒行业的发展，有助于引导消费者选择符合自己口味和需求的产品，满足我国葡萄酒、果酒消费者和生产从业人员的消费需求和专业需求。也为推动中国葡萄酒、果酒产业的技术进步和品质提升，以及市场推广和品牌建设提供支持，从而提升市场竞争力。

六、与国际、国外对比情况

本标准没有采用国际标准。

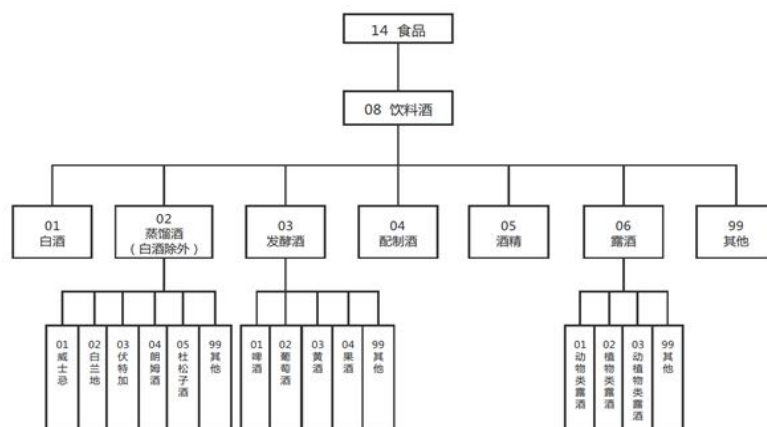
本标准制定过程中未查到同类国际、国外标准。

本标准制定过程中未测试国外的样品、样机。

本标准水平为国际先进水平。

七、在标准体系中的位置，与现行相关法律、法规、规章及相关标准，特别是强制性标准的协调性

本专业领域标准体系框图如下图。



本标准属于食品标准体系“饮料酒”中类，“其他”小类。

本标准与现行相关法律、法规、规章及相关标准协调一致。

八、重大分歧意见的处理经过和依据

无。

九、标准性质的建议说明

建议本标准的性质为推荐性行业标准。

十、贯彻标准的要求和措施建议

建议本标准发布6个月后实施，由归口单位组织行业相关单位积极开展宣贯工作。

十一、废止现行相关标准的建议

无。

十二、其它应予说明的事项

计划项目原名称为“果酒感官品评导则”。在起草阶段，有工作组专家建议变更标准名称。工作组经研讨与调研，果酒感官品评的环境条件、设施用具、评价员、品评规范等要求与葡萄酒相关性强，一致性高。因此，经起草工作组协商一致，决定扩大本标准范围，将原标准名称“果酒感官品评导则”，修改为“葡萄酒、果酒感官品评导则”。

《葡萄酒、果酒感官品评导则》行业标准起草组

2024年08月22日