

《白酒感官品评术语》国家标准 编制说明

(征求意见稿)

一、工作简况

(一) 任务来源

根据《国家标准化管理委员会关于下达 2025 年第二批推荐性国家标准计划及相关标准外文版计划的通知》（国标委发〔2025〕7 号），《白酒感官品评术语》国家标准被列入修订计划，计划号为 20250334-T-607，国家标准外文版（英文）（计划号：W20255216）同步下达，由全国白酒标准化技术委员会归口。

(二) 主要工作过程

任务下达后，全国白酒标准化技术委员会秘书处于 2025 年 3 月公开发文，面向行业公开征集起草工作组单位，共有 40 余家单位申请参加，包括生产企业、科研机构、检测机构等单位。

2025 年 4 月-5 月，秘书处发文向十个分委会及委员征集《白酒感官品评术语》标准修订意见，共收集 90 余条，6 月-8 月秘书处进行汇总分析和处理，在此次基础上形成标准征求意见稿草案。

2025 年 9 月，按照标准制修订工作程序，白酒标委会秘书处组织起草工作组在北京市召开标准起草启动会及工作会议，就《白酒感官品评术语》国家标准草案的制定背景、修订原则、详细编制情况和未来工作计划进行汇报，与会专家针对标准草案中的各项内容进行了充分讨论与交流，根据会议讨论内容和意见，形成征求意见稿。

二、国家标准编制原则、主要内容及其确定依据

1. 编制原则

- 1) 具有科学性、先进性和可操作性；
- 2) 充分考虑白酒产业发展现状和产品特点，采用通俗易懂的交流语言和客观形象的表达方式，以满足消费者对产品品质选择的多样化需求；
- 3) 借鉴国际相关行业先进和成熟经验，与国际酒类风味轮描述语接轨丰富白酒品质表达内容；
- 4) 符合新型白酒标准体系的基本工作思路，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，发挥国家标准技术引领作用；
- 6) 按 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则—第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》和 GB/T 20001.10-2014《标准编写规则—第 10 部分：产品标准》的规定起草。

2. 主要内容的说明

标准结构参考 GB/T 10221《感官分析术语》国家标准中的分类，将白酒感官术语主要分为四类，并增加了与消费者评价相关的术语，既要突出中国传统白酒的感官品评经验及特色，又要适应国际感官技术发展趋势，体现食品感官技术科学性。

简化过于专业的术语定义描述，如：乙酸乙酯、己酸乙酯等具体风味物质的表达；梳理口味、口感术语中含义相近、容易混淆的表述，通过细化特征实现区分。与 GB/T 10781 系列标准相协调，根据当前白酒风味轮术语研究等相关内容，系统性增补感官品评术语，重点是与感官特性有关的术语，以覆盖实践中出现的新的感官特征描述需求、感官品评方法等。

- 1) 一般性术语，是白酒感官品评及研究中所涉及的非表达产品特征的

有关术语。

修改了包括品酒师、品酒员、主体香等传统术语的解释；增加了感官评价小组术语及其定义。

2) 与分析方法有关的术语，即与白酒感官品评方法有关的术语。

将明酒、暗酒、明评、暗评组成的品评方式补充完整；增加分类的评价方法，完善排序、分类、分级、评分 4 个步骤；描述性分析分为定性和定量；新增参比样、实物标样定义，将实物标尺与术语体系结合，同时增补白酒中使用较多的其它感官评价方法，如描述性分析、定性描述性分析、差别检验、三点检验、动态主导属性测试法等术语及其定义。

3) 与感官特性有关的术语，用于描述产品感官特征的术语。

根据主要原辅料系统增加了原料香相关术语；根据曲的种类系统增加了曲香相关术语；设置 12 香型专用香气术语，强调工艺来源的复合香气特征；增加酯香、醛香，补充醇香、酸香这种以某类物质形成的香气特征；增补了消费者易于理解的具象化描述词、在定义中给出更多描述词示例；采用更形象的语言，去掉具体的风味物质。

在口味口感方面，修改五个维度的定义，使之更具象化、更通俗易懂；拆分等效术语为独立术语，保留高频词汇，逐个完善术语定义；细分后味/余味、回味，完整覆盖口感的动态过程。

在风格方面，根据 GB/T 10781 系列产品标准感官描述修订情况，进行完善和补充。

4) 消费者体验术语

根据消费者在饮酒过程中的体验，本次修订增加了在日常生活中消费

者常用的表达用语，包括顺口、不上头、不口干等，为产品研发提供参考，建立专业人员与消费者沟通的语言。

5) 资料性附录

a) 白酒风味轮

在食品领域用于评估和描述食品感官特性的工具中较为常见并得到广泛应用的主要是雷达图和风味轮。风味轮是国际普遍认可的科学有效的感官评价体系，通常以 2~3 层车轮形式直观表达产品风味的特性与共性，从内而外对风味进行逐层分类细化，以帮助人们更准确地描述和理解食品的感官特性。风味轮技术是结合规范感官描述和评价感官特性于一身的经典分类方法，摒弃了传统研究方法的繁琐和重复的缺点，呈现方式更直观，便于理解。它们有助于提高食品质量、改进产品配方、了解消费者偏好，并为新产品开发提供指导。目前在很多酒类领域，如啤酒、葡萄酒、威士忌、白兰地等很早就建立了各自的风味轮。

特征性术语是表达产品特征描述评价的基础语言，白酒感官特征性术语在参考白酒传统经验基础上，借鉴国际酒类风味论术语的建立原则和方法，采用标准方法对品评中出现的特征术语筛选整理、通过评酒人员评价研究统计分析、开展行业广泛征集讨论，最终建立白酒感官特征性术语库，形成中国“白酒风味轮”术语体系。“风味轮”描述术语体系以及对应的风味参考物质是感官描述分析中必备的参考标准，品酒师用语产品的质量控制的参考工具，也是自身筛选训练的工具。在产品研发中可以对应消费者的口味偏好，不断顺应市场需求。

因此在原白酒风味轮基础上，根据术语调整情况，对白酒风味轮进行

了扩充和完善，便于行业品评人员、一般消费者甚至是国际消费者了解认识白酒的风味特征，对推动白酒品评文化的宣传具有重要意义。

b) 程度副词与对应标度

增补部分白酒传统感官评价用语中的“突出”“明显”等程度副词，并进一步明确标度与强度的对应关系，不断推动白酒评价表达方式的数字化、定量化。

三、 试验验证的分析、综述报告、技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益。

该标准的实施，将进一步规范我国白酒感官品评术语体系，搭建市场与消费者沟通桥梁，对研究白酒的风味特征和质量控制具有十分重要的意义，有利于进一步提高白酒产品质量，提升与消费者结合度，增强市场竞争力。

四、 与国际、国外同类标准技术内容的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况。

本标准没有采用国际标准。

术语的制定参考了国家标准 GB/T 10221《感官分析方法术语》（等同采用 ISO 5492-1992）、GB/T 16861《感官分析通过多元分析方法鉴定和选择用于建立感官剖面的描述词》等规定的原则和方法，同时根据白酒行业的发展现状和使用要求进行改进。

本标准制订过程中未测试国外的样品、样机。

五、 与有关法律、行政法规及相关标准的关系

与现行法律、法规和强制性国家标准协调一致。

六、 重大分歧意见的处理经过和依据

无重大分歧意见。

七、 国家标准作为强制性国家标准或推荐性国家标准的建议

建议本标准性质为推荐性国家标准。

八、 实施国家标准的要求，以及组织措施、技术措施、过渡期和实施 日期的建议等措施建议

建议本标准发布 12 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。

九、 废止现行相关标准的建议

本标准发布实施后，GB/T 33405-2016 《白酒感官品评术语》废止。

十、 其他应予说明的事项

无。

《白酒感官品评术语》

国家标准起草工作组

2025 年 9 月 26 日