

《酱香威士忌》团体标准（征求意见稿）

编制说明

一、任务来源及起草单位

（一）任务来源

由贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司向中国食品工业协会提出申请，由贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司、中国食品工业协会白酒专业委员会作为主要牵头单位起草编制《酱香威士忌》团体标准。

（二）起草单位及起草人

起草单位：贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司、中国食品工业协会白酒专业委员会。

主要起草人：李武、彭茵、王小军、陈炯、袁跃、王先招、周豪、符尧、沈镇、邓忠波、张奇馨、王欢、王芮华、姜元晖。

（三）起草分工

贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司负责标准的起草、撰写、修改及相关产品的检验和数据分析。

贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司参与酱香威士忌典型样品的检测和数据统计分析。

中国食品工业协会白酒专业委员会负责标准制定工作的组织、协调，相关资料和文件的收集，标准文本的修改、校准。

二、标准制定的目的和意义

随着中国经济的发展，人民生活水平的提高、收入的不断增加，人们对高品质、多样化酒类的消费需求也在提升。威士忌作为国际流行独特风味和时尚文化的烈酒正在兴起；它满足不同消费层次对于品质和个性化的时尚追求，其市场前景规模正在悄然兴起。

如今年轻一代消费者已逐渐成为多元化、个性化酒类消费的主力军，他们喜欢接受新鲜事物，又注重消费体验和个性化表达。威士忌丰富有趣的饮用方式（纯饮、加冰、调制鸡尾酒等）以及多样化的风味，正好契合了年轻消费者的需求。

中国酒业协会威士忌专业委员会 2024 年发布的《2023 中国威士忌行业发展调研报告》显示，2023 年我国威士忌酒的市场规模约 55 亿元，同比增长 10%。尽管市场规模不断扩大，但相较于中国近万亿的酒水消费市场，威士忌的占比仍然较小。近年来，威士忌厂商在国内不断加强市场推广和消费者教育，通过举办品鉴会、大师班、赞助活动等方式，助推消费者对威士忌的认知度和兴趣。随着消费者对威士忌的了解，有越来越多的人愿意尝试和消费威士忌，从而推动市场规模不断增长。

目前国内外品牌竞争激烈，国际威士忌巨头如保乐力加、帝亚吉欧等在国内市场的布局不断深入，加大了产品推广和营销力度，凭借其品牌影响力和丰富的产品线，占据了较大的市场份额。另一方面，国内酒企也纷纷涉足威士忌领域，通过合作、收购、自建酒厂等方式推出国产威士忌产品，如古井贡酒、泸州老窖、郎酒等。国内品牌的崛起将与国际品牌形成激烈竞争，促使市场更加多元化。

目前，一些具有适宜酿造条件的地区，不仅成了目标引起关注，也已经吸纳了威士忌酒厂的投资建厂，借鉴国外威士忌的成功经验，国内威士忌产业将会逐渐形成产区特色化的发展趋势。未来，通过产区影响力、品牌建设的推广，相信国内威士忌迅猛发展的势头将一派繁荣蒸蒸日上。

现有的国标、行标、团标均没有酱香威士忌的定义和要求，无法体现和表达酱香威士忌的独特风味、口感特点及质量要求。为规范保障酱香威士忌产品健康、科学的可持续性发展，科学表达酱香威士忌感官和理化等特性，使酱香威士忌的生产和流通有章可循、有标可依，满足市场需求，有必要制定《酱香威士忌》团体标准。

三、编制过程

2024年5月，贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司联合各起草单位研讨《酱香威士忌》团体标准研制工作方案。

2024年6月，贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司组织中国食品工业协会白酒专业委员会、中轻检验认证有限公司等单位相关专家开展研讨会，并针对酱香威士忌的定义与分类、具体工艺及特点、感官术语、理化指标等进行了充分讨论，进一步明确了团体标准研制工作方案。

2024年7月15日，贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司向中国食品工业协会提出《酱香威士忌》团体标准立项申请，并公开征求立项意见。

2024年8月，正式成立标准编制小组，并根据进展情况确定了具体的工作计划和技术路线。选定具有代表性的酱香威士忌，由贵州省仁怀市酱香酒酒业有限公司、仁怀酱酒（集团）有限责任公司等开展测定、比对和数据分析。

在前期工作基础上，拟定了酱香威士忌标准具体感官要求，确定了理化指标及其数据范围，形成标准讨论稿。

经编制小组征求相关专家意见，对标准讨论稿进行了修改和完善，形成标准征求意见稿，完成编制说明的编写。

2024年8月19日-9月18日，起草工作组按照标准制订工作程序，将《酱香威士忌》团体标准（征求意见稿）和编制说明在中国食品工业协会网站公示，面向行业广泛征求意见。到公示日期截止时，均未收到修改意见，通过公示。

2024年10月14日，中国食品工业协会《酱香威士忌》团体标准审查会以腾讯会议线上形式召开，来自国家食品质量监督检测中心、中国发酵食品工业研究院、中国农业大学、江南大学、中国标准出版社、全国食品质量控制与管理标准化技术委员会、中国食协白酒专家委员会等单位的专家和部分标准起草组成员参加了会议。审查会经过认真审核，同意通过标准审查，标准起草组会后按照审查意见修改完善文本。

四、标准制订的基本原则和依据

（一）基本原则

1. 贯彻国家有关法律法规和方针政策。
2. 科学实用原则。紧密结合生产实践，根据实际生产质量要求，结合行业和产品特点，并兼顾社会、行业的综合效益，

具有可操作性和实用性。

3. 相关标准协调配套原则。积极参照和采用国家有关标准，与相关标准、法规协调一致。

4. 确保质量和安全原则。以质量和安全为核心，保障食品安全和人民身体健康，促进行业健康发展与技术进步。

(二) 标准依据

标准按照 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》的要求进行编制，具体技术内容参照 GB 8951《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒生产卫生规范》、GB/T 10345《白酒分析方法》、GB/T 191《包装储运图示标志》等标准及检测方法，并结合产品实际制定。

五、标准主要条款及其确定原则和说明

(一) 术语和定义

本标准结合酱香威士忌 (Sauce Whisky) 生产工艺和风味感官特点确定具体定义：

以糯高粱、小麦为原料，采用高温酱香大曲为糖化发酵剂，在仁怀产区按传统大曲酱香型白酒工艺生产，经固态发酵、固态蒸馏、陈酿、勾调后，贮存于橡木桶不少于 2 年，期间不直接或间接添加食用酒精及非自身发酵和贮存产生的呈香呈味物质，具有独特橡木风味的酱香白酒。

(二) 产品分类

本标准产品按质量等级分为：特级、优级

(三) 技术要求

标准起草工作组收集了酱香威士忌代表性样品，组织对样

品进行了感官品评、指标检测和分析，并结合行业实际形成了如下技术要求：

1、原料和辅料要求

(1) 高粱

应符合GB/T 8231的规定。

(2) 小麦

应符合GB 1351的规定。

(3) 酿造用水

应符合GB 5749的规定。

(4) 其他辅料

应符合相应标准或管理规定，不得使用 and 添加不符合食品安全管理规定的物质。

2、质量要求

(1) 感官要求

感官要求是产品质量最直接的要求，本标准中感官要求从酱香威士忌的色泽和外观、香气、口味口感和风格等方面对产品进行了界定，具体描述如下：

表 1 感官要求

项目	特级	优级	检验方法
色泽和外观	金黄色或琥珀色，清亮透明，无悬浮物，无沉淀物 ^a		GB/T 10345
香气	酱香显著，曲香、烘焙香、果香、咖啡香、奶油香、菊花香、橙子香、香草香、橡木香等多种香气协调、舒适，空杯留香持久	酱香较显著，曲香、烘焙香、果香、咖啡香、奶油香、橡木香等多种香气较协调、舒适，空杯留香持久	
口味	酒体醇厚丰满，入口圆润愉悦，香味协调平衡，余味丰富、回味悠长	酒体醇厚、诸味协调，入口绵柔，香草味明显，后味较长	
风格	具有酱香威士忌的典型风格	具有酱香威士忌的明显风格	

^a当酒的温度低于10℃时，允许出现絮状物质或失光；10℃以上时应逐渐恢复正常。

其中，酱香威士忌的香气主要体现酱香显著，曲香、烘焙香、果香、咖啡香、奶油香、菊花香、橙子香、香草香、橡木香等多种香气协调、舒适，空杯留香持久。对口味口感提出“酒体醇厚丰满，入口圆润愉悦，香味协调平衡，余味丰富、回味悠长”的要求，重点强调其酱香显著、橡木香等多种香气协调、舒适，空杯留香持久的要求，体现该类型白酒产品酱香威士忌的典型风格。

(2) 理化要求

结合酱香威士忌的酿造工艺、勾调方式、储存方式、感官特点、样品检测数据等确定理化指标为酒精度、总酸、总酯、己酸乙酯、酸酯总量和固形物等。具体理化要求详见表 2 的规定。

表 2 理化要求

项目		特 级	优 级	试验方法
酒精度 ^a (20℃) /%vol		40.0~58.0		GB 5009.225
总酸 ^b / (g/L)	产品自生产日期小于或等于一年执行的指标	≥2.00	≥1.80	GB 12456
总酯 ^b / (g/L)		≥2.80	≥2.40	GB/T 10345
己酸乙酯 / (g/L)		≤0.3		GB/T 10345
酸酯总量 ^b / (mmol/L)	产品自生产日期大于一年执行的指标	≥65	≥55	GB/T 10345
固形物 / (g/L)		≤1.0		GB/T 10345

^a酒精度实测值与标签标示值允许误差为±1.0%vol。^b按 53%vol 酒精度折算。

根据酱香威士忌产品中酸酯变化的客观规律，在自然条件下，有机酸和醇与酯发生可逆的转化反应，在一定时间内，有利于产品质量风格趋于稳定，口感更加柔顺细腻、回味更加怡畅，将酱香威士忌理化指标按生产日期一年内产品和一年后产品进行区分：除酒精度、固形物外，自生产日期不超过一年的

产品执行总酸、总酯、己酸乙酯指标；自生产日期超过一年的产品执行酸酯总量指标。根据实际典型样品测定结果及产品风格勾调设计确定产品的理化参数范围值，详见表 2。

3、食品安全指标要求

(1) 食品安全指标要求

食品安全指标应符合表 3 的规定。

表 3 食品安全指标

项 目	指 标	试验方法
甲醇 ^a / (g/L)	≤ 0.6	GB 5009.266
铅 (以Pb计) / (mg/kg)	≤ 0.5	GB 5009.12
氰化物 ^a (以HCN计) / (mg/L)	≤ 7.0	GB 5009.36
^a 甲醇、氰化物指标按100%酒精度折算。		

(2) 净含量

应符合《定量包装商品计量监督管理办法》的规定，按 JJF 1070 规定检测。

(3) 生产过程的卫生要求

应符合 GB 8951 的规定。

(四) 检验规则

1、组批

按同批投料、同一班次生产包装的产品为一批。

2、抽样

样品按批次随机抽取，每批抽样数量应满足送检和留样复验的需要，样品分为两份，一份送化验室检验，一份留样备查。

3、检验

(1) 出厂检验

产品出厂前须经厂检验部门逐批检验合格，并签发合格证方可出厂。出厂检验项目为：感官要求、酒精度、甲醇、净含量指标。

(2) 型式检验

型式检验项目为 5.2~5.5 的全部项目，每年至少进行一次，有下情况之一时亦应进行型式检验：

- a) 原料产地或生产工艺发生重大改变，可能影响产品质量时；
- b) 连续停产 3 个月后重新恢复生产时；
- c) 出厂检验结果与上次型式检验有较大差异时；
- d) 国家食品质量监督管理机构提出型式检验要求时。

4、判定规则

出厂检验或型式检验项目均符合本标准规定时，判定该批产品为合格品，出现不符合本标准规定的指标时，应对留存备检样品或双倍抽取同批样品进行不合格项目的复验，判定结果以复验结果为准。

(五) 标志、包装、运输、贮存

1、标志

产品包装物上应有明显标志。食品标签应符合 GB 7718 的规定。应按要求标注推荐“过量饮酒有害健康”等警示标识。

2、包装

本产品所用包装材料应符合相应食品安全标准要求和管理规定。外包装箱应符合 GB/T 6543 规定，箱内应有间隔和衬垫，

箱体上应注明小心轻放、请勿倒置等标识。

包装储运图示标志应符合 GB/T 191 的规定。

3、 运输

产品运输工具应清洁、卫生。运输过程中不得曝晒、雨淋、受潮。搬运时应轻拿轻放，严禁野蛮装卸、撞击、挤压。产品不得与有毒、有害、有腐蚀性、易挥发或有异味的物品混装混运。

4、 贮存

产品应贮存在阴凉、干燥、通风的库房中；严禁露天堆放、日晒、雨淋或靠近热源；产品应离墙地存放。产品不得与有毒、有害、有腐蚀性、易挥发或有异味的物品同库储存。

产品出库依先进先出的原则，依次出库。

六、 征求意见处理结果

暂无。

七、 标准实施建议

在本标准通过审核、批准发布之后，由中国食品工业协会等相关机构组织力量对本标准进行宣贯，在行业内进行推广。建议本标准自发布之日起开始实施。

八、 其他需要说明的问题

暂无。