日本将清酒大师班带到圣保罗，争取进入拉美酒单。

面向年轻侍酒师的培训之际，清酒对拉丁美洲的出口量增长了20%，出口额增长了38%。

2026年9月3日星期四



为来自多个拉丁美洲国家的年轻侍酒师举办的一场清酒大师班，在今年的 ASI Boot Camp 期间于圣保罗举行，这表明日本清酒行业正试图扩大这种酒在整个地区餐厅酒单上的位置。

该课程由日本清酒与烧酒制造商协会（JSS）与国际侍酒师协会（ASI）合作组织。JSS在周四发布的声明中表示，这已是其与ASI合作的第四年，且清酒教育每年都被纳入该组织的培训项目。

圣保罗这场课程面向年轻侍酒师，他们预计将在未来几年影响餐厅的饮品项目。JSS表示，目标不仅是向参与者介绍清酒，也在于应对其所称南美部分地区对这一类别持续存在的误解。

大师班由位于圣保罗、经营清酒进口业务的 Fábio Ota 主讲。根据声明，Ota告诉参与者，许多侍酒

师自以为了解的关于清酒的内容，要么已经过时，要么并不正确。他指出的主要误解之一，是认为清酒是蒸馏酒。清酒是酿造的，不是蒸馏的，其原料包括大米、水、曲霉菌和酵母。

Ota还挑战了一个常见看法，即清酒品质主要可以通过米被打磨了多少来判断。在行业中，诸如daiginjo和junmai daiginjo这样的术语，常被消费者甚至一些专业人士视为自动代表最高品质。Ota认为，这一问题更为复杂，风格、结构、生产方式以及清酒与食物的搭配效果同样重要。

这种对教育的强调似乎是JSS在拉丁美洲战略的核心，那里清酒市场仍然很小，但增长很快。该协会表示，2026年上半年拉丁美洲的出口量较上年同期增长20%，出口额增长38%。同期，全球清酒出口量下降1%，至183万箱（每箱9升），而出口额增长4%，至238亿日元。

尽管有这一增长，拉丁美洲在出口业务中仍只占很小一部分。JSS援引的海关通关数据表明，今年1月至6月，该地区占总出口量的2%，占总出口额的1%。

圣保罗的活动还凸显出，清酒在拉美各地的认知和分销存在巨大差异。JSS表示，与参与者的讨论显示，一些国家仍然几乎接触不到清酒，而另一些国家则因当地饮食文化以及与日本料理已有的联系，对清酒有更强认知。

根据该协会的说法，在乌拉圭，清酒分销仍然有限，许多消费者对这一类别本身仍不熟悉。声明称，在秘鲁，人们对清酒的了解往往更广，这在一定程度上得益于该国的Nikkei烹饪传统，即融合日本和秘鲁影响的料理传统。即便如此，JSS说，与Boot Camp上向参与者展示的内容相比，市场上可获得的风格范围仍然很窄。

该协会借圣保罗这一活动提出，清酒正开始超越其长期以来主要在日本餐厅中供应的角色。它以巴西为例。JSS表示，今年4月，Tuju和Evvai成为巴西和拉丁美洲首批获得米其林三星的餐厅，而这两家餐厅都在菜单上提供清酒。协会将此视为证据，说明清酒可以在严格意义上的日本餐饮之外，在高端餐饮场景中找到位置。

声明称，位于南里奥格兰德州的巴西侍酒师协会副主席 Julio Kunz 表示，这堂课改变了他看待这一类别的方式。JSS说，Kunz以与葡萄酒相同的分析框架品鉴了五种不同风格的清酒，而许多参与者则第一次将清酒视为一个值得研究的严肃类别，而不是新奇事物。

Kunz还表示，声明称，清酒相对较低的酒精度以及强大的餐酒搭配潜力，符合巴西当前的消费者偏好。他形容，如果教育持续推进，且更多专业人士学会像讲解葡萄酒那样，以同等深度和自信来介绍清酒，这一类别将有广阔的增长空间。

这一观点反映出日本生产商和出口商更广泛的努力：他们希望将清酒定位为不仅是传统的国民饮品，也是一种可以在国际饮品菜单上争取空间的产品。对年轻侍酒师的强调尤其重要，因为这些专业人士往往会影响客人在酒单、配餐菜单和品鉴形式中看到什么，无论是在高端餐饮还是更为休闲的餐厅中。

JSS表示，将继续通过与ASI的合作在拉丁美洲扩大清酒教育，不仅限于巴西，也包括清酒仍然较少立足的其他城市。该协会称，希望通过帮助培训侍酒师，让他们在未来决定餐厅饮品项目时发挥作用，从而创造出清酒也能在非日式餐厅中供应的条件。