vinetur

# Байцзю — самый потребляемый в мире крепкий дистиллят

Крепость китайского байцзю часто составляет 40–65%; на Западе напиток остается нишевым из-за непривычных ароматических профилей

вторник, 10 ноября 2026 г.



Байцзю — прозрачный китайский крепкий напиток, до сих пор незнакомый многим западным потребителям. По объему его широко считают самым потребляемым дистиллированным алкоголем в мире, хотя на таких рынках, как Испания и США, он остается нишевым продуктом.

Название переводится с китайского как «белый ликер» или «белый алкоголь», однако байцзю — не просто общее обозначение любого прозрачного крепкого напитка. Так называют целую группу китайских дистиллятов, изготовленных по технологии, которая отличает их от водки, виски и других зерновых напитков.

Большую часть байцзю делают из сорго, хотя производители также используют рис, пшеницу, кукурузу, просо и другие зерновые культуры. Главное отличие — применение цюй (qu), закваски из зерна и микроорганизмов. Эта культура преобразует крахмал в сбраживаемые сахара, а затем — в алкоголь, поэтому она играет ключевую роль в формировании вкуса и структуры готового напитка.

Историки относят появление этой технологии примерно на 3 000 лет назад, к 1000 году до н. э. Процесс сложен и различается в зависимости от региона и производителя, но обычно включает приготовление зерна, его ферментацию с цюй и последующую перегонку, нередко многократную. Перед использованием цюй обычно формуют в брикеты или плотные блоки.

Байцзю часто называют национальным китайским крепким напитком, но его не следует путать с хуанцзю — другим традиционным алкогольным напитком Китая. Хуанцзю получают брожением, а не перегонкой, и он относится к совершенно иной категории.

Выдержка может быть частью производства байцзю, однако этот напиток обычно не классифицируют и не продвигают так же, как виски или ром, для которых определяющим фактором часто становятся годы в бочке. В основе наиболее распространенной классификации байцзю лежит не выдержка, а ароматический профиль. Новичкам в ней бывает трудно разобраться: вкусовые категории не всегда соответствуют ожиданиям, сформированным знакомством с западными крепкими напитками.

Одна из самых известных категорий — миянсян (mixiang), или байцзю с рисовым ароматом. Ее обычно считают одной из более мягких и доступных разновидностей, хотя это не означает низкую крепость. У байцзю часто высокое содержание алкоголя независимо от ароматической категории.

Еще один крупный стиль — цинсян (qingxiang), что обычно переводят как «легкий аромат». Несмотря на название, напиток может быть весьма крепким. Производители часто сбраживают его в каменных емкостях, а готовый дистиллят обычно отличается более чистым и сдержанным характером по сравнению с другими стилями байцзю.

Нунсян (nongxiang), или байцзю с насыщенным ароматом, — самый популярный стиль в Китае, тесно связанный с провинцией Сычуань. Для него характерен более интенсивный и выразительный ароматический профиль, который многие потребители считают насыщенным и ярким.

Цзянсян (jiangxiang), который часто переводят как «соусный аромат», — один из самых самобытных стилей. Название указывает на пикантный ароматический оттенок, который некоторые лишь отдаленно сравнивают с соевым соусом, хотя сам напиток соей не ароматизируют. Эту категорию бывает трудно понять тем, кто пробует байцзю впервые, а некоторые из самых известных бутылок стоят дорого.

Помимо этих групп, существуют и другие ароматические стили, подкатегории и региональные традиции. Разнообразие байцзю — одна из причин, по которым его трудно описать потребителям за пределами Китая. Дополнительную сложность создают названия брендов: многие из них при дословном переводе или без контекста мало что говорят иностранным покупателям.

Из-за недостатка знакомства с напитком байцзю остается малоизвестным во многих западных странах, несмотря на его масштаб в Китае. В последние годы импортеры, бармены и специалисты по крепким напиткам пытаются представить его новой аудитории, однако в Европе и Северной Америке эта категория по-прежнему значительно уступает водке, виски, джину и текиле. Для многих потребителей главное препятствие — вкусовой профиль: в байцзю часто выражены ферментированные, фруктовые, цветочные, землистые или пикантные ноты, которые могут показаться непривычными тем, кто привык к выдержанным в дубе напиткам или нейтральным зерновым дистиллятам.

Еще один фактор — крепость. Обычно содержание алкоголя в байцзю составляет около 40–65% об.; многие его разновидности по крепости не уступают стандартным западным крепким напиткам или превосходят их. Байцзю часто пьют небольшими порциями и подают для тостов, а в ходе застолья таких порций может набраться немало.

Эта культура потребления — часть роли байцзю в общественной и деловой жизни Китая. Общие тосты, небольшие порции и ритуалы гостеприимства издавна связаны с этим напитком, особенно на банкетах и официальных трапезах. Его часто пьют в чистом виде, а не в составе коктейлей, хотя некоторые бармены за пределами Китая стали включать байцзю в коктейльные карты, чтобы знакомить гостей с его вкусом постепенно.

Цена может сильно различаться в зависимости от бренда, технологии производства, репутации и выдержки. Некоторые повседневные варианты относительно доступны, тогда как премиальные марки могут стоить дорого из-за длительного производственного цикла, времени хранения и престижности бренда. В этом отношении байцзю следует знакомой для мирового рынка крепких напитков модели, хотя его система классификации сильно отличается.

Новичкам бывает трудно определить место байцзю среди других напитков, поскольку это не один вкус и не одна традиция, а обширная категория с множеством видов сырья, способов ферментации и региональных стилей. Все их объединяют использование цюй, китайская традиция дистилляции и центральное место, которое этот напиток по-прежнему занимает в культуре потребления алкоголя в Китае.