

養生酒釀製技術與配方研發

◎ 農試所鳳山分所　楊淑惠　劉政道

一、前言

龍眼(*Dimocarpus longan*（Lour.）Steud.) 爲無患子科(Sapindaceae)植物，是臺灣夏季常見果樹。龍眼肉在《本草備要》中敘述：「甘平潤，補心長智，悅胃培脾，療健忘與怔忡。能安神而熟寐，一切思慮過度，勞傷心脾，及血不歸脾諸症」。甘偉松編著的《藥用植物學》：「龍眼，果肉稱龍眼肉、龍眼乾，爲滋養強壯劑，治神經衰弱之失眠。花：稱龍眼花，用於婦女赤白帶。」『龍眼乾酒』亦是農夫小民窮冬的一大補品，睡前服用一小杯，可一睡到天亮，安神兼補元氣。

現代醫藥科學家對龍眼的有效成份進行了深入的研究，發現龍眼肉提取液含有一種能有選擇性地抑制黃素蛋白(MAO-B)的活性物質，長期食用龍眼肉，有延緩衰老之作用。龍眼乾(桂圓)爲南部地區重要加工產品，主要消費量在冬令進補時節，本所研究試驗以米及龍眼乾爲主方，依據古代配方經適當調配，以合理的釀製流程，生產適合於四季飲用的養生酒，期能使米及龍眼的利用更具經濟價值、產品更具地方特色。

分離龍眼果實之成分，由其乙醇粗抽取物，經分離及結構分析、鑑定得到五個成分，其中由正己烷層分離得二個三帖類化合物(Friedelin，3-epi-Friedelinol)及一個固醇類混合物(Mixture of b-Sitosterol and Stigmasterol)，而由氯仿層中分離得到一個固醇類化合物(Sitosterol-3-b-D-glucoside)及一個Coumarin類化合物Scopoletin等。針對龍眼中單寧成份進行研究，從龍眼中經由各種層析法(chromatography)分離，純化出七種成份，經光譜分析及化學反應之證明，分別是：Gallic Acid(I)，Corilagin(II)，Acetonylgeraniin isomer(III、IV)，Chobulagic Acid(V)，Epicatechin(VI)，及Procyanidin B－2(VII)，這些成份正是養生酒中的重要組成。

作　　者：楊助理研究員淑惠
連絡電話：07-7310191-408

二、養生酒配方與釀造方法

(一) 養生配方

爲使養生酒的飲用更適合國人體質，分別依男女性別不同及養生需求開發三類配方（如表一）。配方中的桂圓、龍眼花、甘菊花、蓮葉、蓮子、薏仁都是國內可以自行生產，品質優良的農產品。

(二) 養生酒製造流程

以發酵方式進行養生酒釀製，其流程如下：原料米經洗淨、蒸熟，加入液化酵素及糖化酵素處理而成爲酒醪，接種酵母菌，於室溫進行發酵數日，放入養生配方，室溫繼續發酵，產生新酒，新酒再經數次換桶及約一年的熟陳，出廠前需經澄清處理及膜過濾處理，再裝瓶。一般養生酒的製作，多用酒精度40 %(V/V)以上的蒸餾酒，採漬泡方式進行，經數週或數月的萃取，再經過濾、調配製作而成，爲再製養生酒，具有濃厚中藥味道、色澤也較深。本所係以發酵方式進行養生酒釀製，藉由發酵過程中所產生的熱、二氧化碳及酒精來萃取養生成分。釀造養生酒的酒精度10-12%(V/V)，與葡萄酒相當，口感適中，色澤佳（如圖一），風味特殊，對平時不善飲酒又希望滋補養身的消費者而言，較容易接受。

三、養生酒的飲用原則

養生酒因含有相當量的多酚類成分，具抗氧化性及其他功效性，故其飲用方法也不同於一般與食物一起食用的酒類。養生酒若與油脂含量高的食物同時食用，會使養生酒口感變澀味，食物的美味度下降，故需選擇適當時間，適量飲用。一般以就寢前5-10 分鐘或飯後一小時之後，是最適合飲用養生酒的時間。養生酒不適合用於乾杯，需依個人體質飲用，花之釀依其配方較適合年輕女性飲用；月之釀則較適合成熟女性飲用，建議飲用量爲每日一至二次，每次以20-30ml爲宜。日之釀較適合年輕男性飲用；神之釀依其配方較適合成熟男性溫熱後飲用，建議飲用量爲每日一至二次，每次以30-50ml爲量。桂之釀適合於吃過較油膩餐點後飲用；菊之釀則最適於冰涼後夏季消暑飲用。釀造養生酒的酒精度爲10-12%(V/V)酒類，最佳飲用時間爲二至六年，故購入應即飲用；不適合於太長時間的貯放。因爲養生酒不會一

表一、養生酒主要配方一覽表

名稱	主要配方	適飲對象
花之釀	龍眼花、甘菊花、酸棗仁、冬瓜子、枸杞子等	女性適飲
月之釀	桂圓、當歸、蓮葉、冬瓜子、枸杞子等。	女性適飲
日之釀	桂圓、當歸、麥冬、准山等	男性適飲
神之釀	桂圓、當歸、准山、熟地、蓮子、薏仁、丁香、酸棗仁、麥冬等	男性適飲
桂之釀	桂圓、山楂、紅棗等	一般人皆適飲
菊之釀	甘菊花、荷葉等，均由藥食同源的單方材料所調配而成	一般人皆適飲



圖一、由本所開發的養生酒花之釀、月之釀、日之釀、神之釀、桂之釀及菊之釀。

次飲用完畢，未喝完的酒，宜緊閉栓塞置於冰箱中保存。

四、未來展望

自從開放民間釀酒後，民間業者紛紛設立酒莊，惟其所生產酒類多以水果酒爲主，如白葡萄酒、紅葡萄酒或白蘭地等，米穀酒類則以蒸餾米酒爲大宗。除了知名品牌的高品質產品，因區隔市場得宜而有較佳的競爭力外，國內酒莊所生產的酒製品由於相似度太高，不論是國產酒或進口酒，彼此的競爭相當激烈，相對造成獲利下降。養生酒的選購及消費，有其固定的族群，故品質穩定、風味特殊的養生酒在競爭激烈的酒品市場中，可以自然的被區隔，而保有一定的消費市場。唯國內市場消費量有限，如能將市場延伸至海外的華人地區，不啻爲提高養生酒銷貨量的可行策略。華人地區對中藥養身有相當概念及接受程度，以新型式的釀造養生酒，取代古老印象之中藥味、口感重、顏色深的再製養生酒，對於開拓加工農產品外銷，希望可帶來一項新的出路。