

崂州品牌手册

LAIYUE
No.2

崂阅



微醺是烟火, 清醒是生活
Sober Company在秋天重逢

Sober Is Life, While Tipsy Is Firework
Reunion With Sober Company In The Fall

《繁花》的酒杯里, 藏着上海人喝威士忌的故事

Explore The Mystery Of Shanghainese
Drinking Whisky In Blossoms Shanghai

当麻辣遇上泥煤

What Happened When Chili Dishes
Confront With Peated Flavour?

酒如人生俱欢颜

Life With Whisky Is Full of Joys

当我们遇见威士忌, 悦己之门恰逢其时

Enjoy Yourself With Whisky At The Moment

单桶投资的利益分析

The Benefit Analysis of Single Cask Investment

全球烈酒动态

Global Spirits News



崂州
蒸馏厂



LAIZHOU
DISTILLERY

崂州
蒸馏厂



未成年人不得饮酒
酒后请勿驾驶

阅威士忌 阅文字 阅生活

引言

阅，狭义说是文字的读取；更广义地可以阅人、阅事与阅物，广阔地涉猎。

《峡阅》是站在「人和生活中与威士忌的互动」的角度生活与威士忌阅览。使用线上版可以广泛地让大家看到《峡阅》，而线下推出纸本版是想让大家能在繁忙的生活中安排点时间给自己，重温纸张划过指尖的感触，让这些用心撰写的文字轻柔地映过眼帘。「威士忌」一物的存在本身毫无意义，必需进入生活里才能感受到它：无论是「人与威士忌」或是「人与人藉着威士忌」都是值得我们探索的。

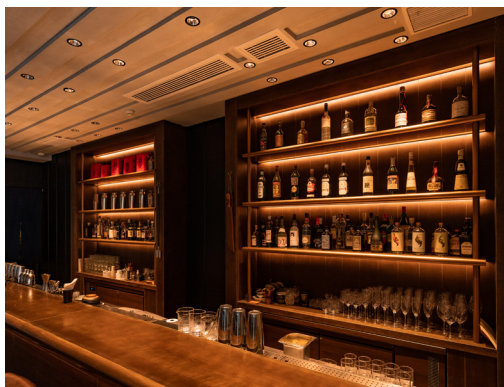
《峡阅》中，我们深入浅出地摘要近来的全球烈酒产业新闻和知名酒厂介绍。若喜欢点硬科学的读者，我们也提供足够脑力激荡的文章。而最重要的生活与人文是绝对不能落下的，编辑团队也力邀相当多设计师、美食家、调酒师和威士忌行业内外的爱好者们，说说他们自己为威士忌的痴狂、轶闻与趣事。

《峡阅》可作为等待的填空、生活的谈资、独酌的下酒菜…它就像威士忌的喝法一样随兴所致。生活就要乐哉悠哉，不过多地为自己设限。

《峡阅》，邀请你来阅，阅威士忌、阅文字、阅生活。

与文化

- 06 微醺是烟火，清醒是生活
Sober Company 在秋天重逢
Sober Is Life, While Tipsy Is Firework
Reunion With Sober Company In The Fall
- 14 《繁花》的酒杯里，藏着上海人喝威士忌的往事
Explore The Mystery Of Shanghainese Drinking Whisky
In *Blossoms Shanghai*



与经典中餐

- 26 当麻辣遇上泥煤
What Happened When Chili Dishes Confront
With Peated Flavour?



与平民料理

- 34 鹭岛街头美食与威士忌
Ludao Street Food and Whisky



与艺术

- 42 酒如人生俱欢颜
Life With Whisky is Full of Joys
- 52 如果我们听的黑胶是威士忌
If Whisky Is The Vinyl We Are Listening



与人物

- 64 当我们遇见威士忌，悦己之门恰逢其时
Enjoy Yourself With Whisky At The Moment



投资拍卖

- 74 单桶投资的利益分析
The Benefit Analysis of Single Cask Investment

全球动态

- 81 全球烈酒动态
Global Spirits News
90 崂州蒸馏厂
Laizhou Distillery



最新科研

- 102 如何越喝威士忌越环保?
How To Become More Environmentally As
You Drink Whisky?



品鉴笔记

- 108 威士忌单桶品鉴笔记
Single Cask Whisky Tasting Notes



1

威士忌与流行文化

无论东方还是西方
无论大街还是小巷
在不同的文化里
威士忌都是一种美妙的存在

它是日常生活的随行
总能自然而然的融入当地文化
安静的陪伴着认真生活的你

它也是妙趣生活的创造者
总能与各种文化碰撞出灵感的火花
似乎表达着你对生活方式的全新想象

WHISKY & POP CULTURE





如果不是老上海，你或许很难想象曾经魔都最时髦的夜生活圣地竟然在一座公园里。彼时，复兴公园里聚集着钱柜、Park97、Muse、Richy、官邸等一批奢华夜店。没有在这些地方笙歌酒醉到天明，撞上几路大小明星，绝对算不上潮人。

前不久，潮流嗅觉敏锐的朋友应该已经发现，当年位于复兴公园北门的这幢大楼沉寂多年后焕新回归，取名 INS·复兴乐园，意为 Into Nothing Serious，官方更是喊出了让人上头的 Slogan ——“为你造一座游乐园”。

| 应 琛

《新民周刊》记者

777
*Welcome to
Sober Company*

微醺是烟火，
清醒是生活

Sober Company
在秋天重逢





“随心而至，尽兴而归”

而就在这座“大人的游乐园”里，人们欣喜地发现，连续6年冲进 Asia's 50 Best Bars 的 Sober Company，正式升级回归了！死忠粉们欢呼雀跃，第一时间在社交媒体上奔走相告；久闻大名却未曾一试的“酒鬼”们，也跃跃欲试，想去新店一探究竟。

从雁荡路99号到109号，Sober 兑现了当初的承诺：夏天的暂别是为了在秋季以全新的面貌与大家重逢……

COME SOBER, >>> LEAVE TIPSY#



2017年，Sober Company 老店在雁荡路开业。凭借热忱而又充满想象力的多国籍调酒师团队，Sober Company 很快站到了酒吧界顶峰——它是目前中国大陆世界排名最高的酒吧，最高排名亚洲第5，世界第39。

作为在大陆最早提出“闯关喝酒”概念的酒吧，2.0版的 Sober 在400多平方米上下两层内带来了全新策划的四大空间。新空间设计灵感来源于日式传统饮食店，酒单餐食也几乎彻底更新，不过好在原来的核心成员几乎没变。

首席调酒师、深受大家喜爱的“小Shingo”（Shingo Sasaki）表示，一站就可以打卡四家 Bars 的体验是别的酒吧所没有的，而这正是 Sober 常年稳居亚洲前50的秘诀。

以日本传统咖啡店为灵感的「KISSA 喫茶」，是客人进店后来到的第一站。这个区域以度数较低的鸡尾酒为主，是创始人 Shingo Gokan 想要传达的开胃鸡尾酒文化的第一关。

喝完第一杯，再去一楼深处的「IZAKAYA 居酒屋」吃个开放式寿司手卷，实在享受。

位于二楼的「Sakaba 酒场」，则是由原来的 Society 升级而来，是个宽敞舒适的鸡尾酒和餐厅的空间。

最后，如果你在同一天成功打卡 KISSA 和 Sakaba，将会获得进入「Tipsy」的通行证，那是 Sober 最神秘的空间，因为不能拍照，唯有留待你自行发掘了。

有人会抱怨 Sober 的酒精味少，但这恰恰是有意而为之。从清醒（Sober）到微醺（Tipsy），足以窥见创始人的小心思。



手卷与 Highball 更配哦

要说 Sober 此番回归让人眼前一亮的变化,「IZAKAYA」这一以“半开放式手卷寿司”为最大特点的餐食区与 bar 的混搭会是一个最大亮点。这里由来自东京的 The Bellwood 的女主厨 Ayaka 把关。

小 Shingo 说,上海是中国日料最丰富、最好吃的城市,不乏经典传统的寿司店,但 Sober 的目标是为客人提供新的体验。如何去创造新的体验? Sober 的答案是灵感来自于旅行的手卷。

不同的手卷以不同的城市命名,采用当地最具代表性食材,使得每贯的味道都个性鲜明,让人不出国门就能尝遍各国的味道。站在开放式吧台中央的主厨,时而低头制作,时而开朗地回应客人,让就餐的仪式感瞬间拉满。





至于佐餐酒，小 Shingo 推荐了 Highball——可能是“最简单”的鸡尾酒，起源于18世纪的美国，流行于日本，最早就是威士忌 + 苏打水的组合，顶多再来个柠檬片。

但对于风味强烈口感厚实的威士忌来说，苏打水不仅削弱了入口时的刺激感，更能将繁复的风味层层抽丝剥茧般地化开，让人能体会到“复杂”风味的乐趣；而对于酒体和风味较为轻盈的威士忌来说，苏打水中的二氧化碳能更好地激发它的风味，让清淡的风味也能在口中立体的表达出来。

降低了的酒精度更适合大部分人的口味，因此 Highball 喝起来更轻松惬意，非常适合佐餐。它令古老的威士忌散发出年轻的活力。

随着 Highball 在世界范围内的流行，越来越多种类的威士忌，以及不同的烈酒被实验性地运用。在 Sober 不仅能喝到独具特色的 Highball，还能喝到 Chu-Hi，即由日本烧酒为基底，混合其他饮料调制的另类 Highball。



遇上威士忌



在「Sakaba」，Sober 全新推出了10款以日本地区命名的鸡尾酒。新店酒单是由 Shingo Gokan 亲自把关，整个调酒师团队花了足足三个月的时间精心打磨而成。

细看酒单就会发现，这10款酒以经典的十大鸡尾酒为基础，各自提炼了命名城市当地的特色风味融入酒品。重塑经典，这极其考验调酒师的基本功。Sober 带来的是10种截然不同的神奇体验，绝非花里胡哨的噱头。

神户位于日本西部的兵库县，神户牛肉久负盛名。酒单上的“神户”，炙烤过的和牛是最古老的 Old Fashioned 的点睛之笔。酒中的甜味提取自天然食材，不会过于甜腻，巧妙地中和了威士忌的辛辣。而当覆盖在杯口和牛的油脂感慢慢沁入底下的酒体，酒香与肉香的结合迸发出更丰富的味觉体验。

加入 cheese 的“北海道”，则自带北国光环，经12小时蒸馏后若隐若现的芝士奶油甜香，仿佛是在反复宣告它灵感来源于日本最冷的地方。外杯壁用雪花状黄油曲奇点缀 Manhattan，前调酒精感不强，恰似飘逸的雪花，喝下肚之后顿觉猛烈，瞬间上头。





Sober 不会轻易推出季节性的酒单，但这不影响调酒师带来季节性的创意，比如当季最新鲜的水果会以不同形态出现在你意料之外的地方。

食物也是颇有讲究。「Sakaba」提供了日系西餐融合料理，除了在老店时期就人气很高的鹅肝麻婆豆腐和海胆拌面等经典菜品外，还新增了20多种日式酒场小食。

Sober2.0也一如 Shingo Gokan 本人的性格鲜明而独特——日式对于经典之美的究极成就其内核，美式对于创新之欢的追求塑造其外在。

也因此，小 Shingo 认为，中国威士忌未来可期。他会在对上海文化有了更深入的了解后再去尝试。而这也是 Sober 与酒客间建立的尊重与默契。

*Explore The Mystery Of Shanghai
Drinking Whisky In Blossom*

《繁花》的酒杯里， 藏着上海人 喝威士忌的往事

Sherry Zhao

资深媒体人，美食公众号《魔都食鉴局》前主编、ShanghaiWOW 资深编辑

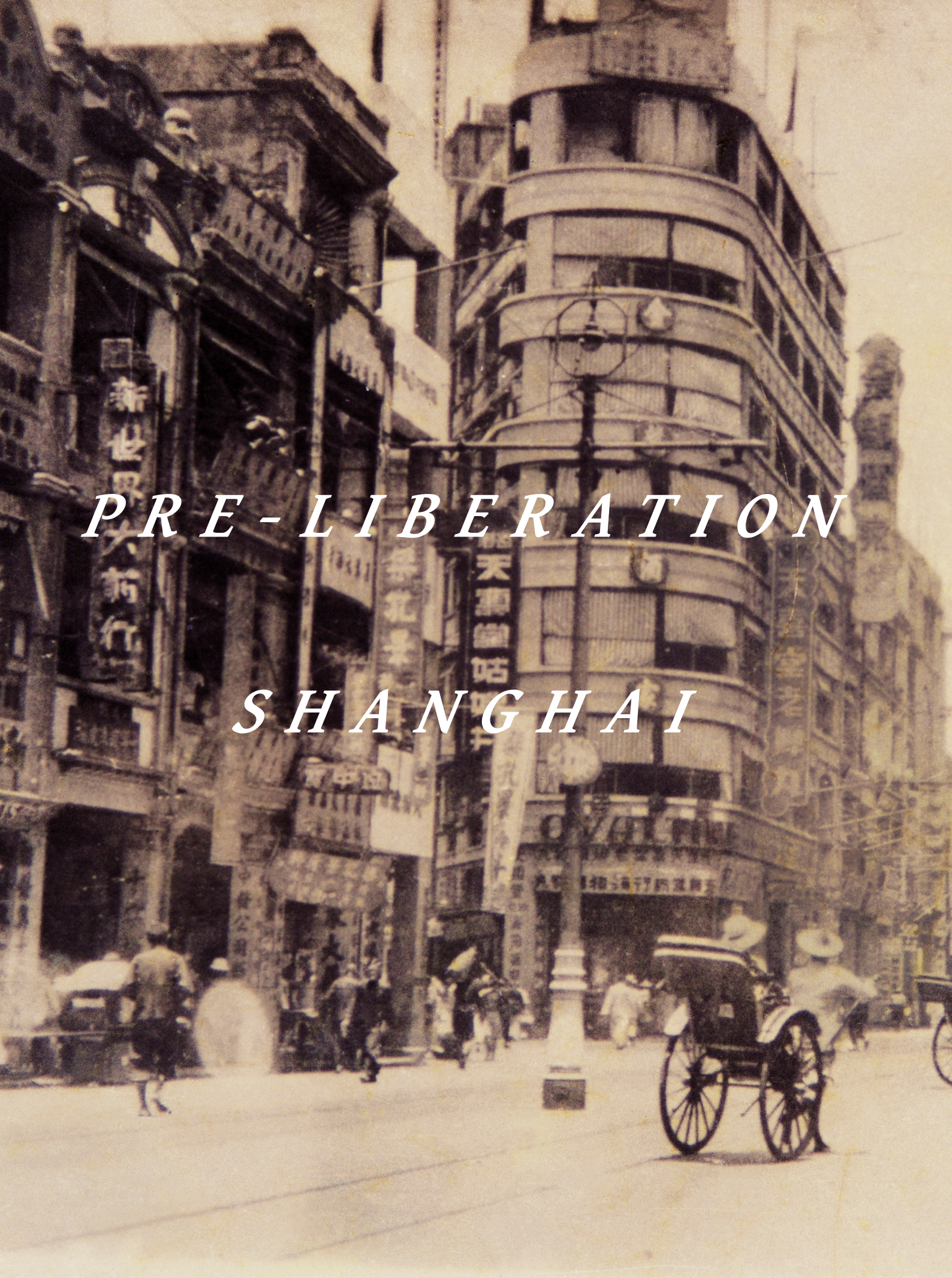
ghainese
Shanghai

深谙上海人“不响”精髓的《繁花》播完，在2024伊始掀起了一轮又一轮的热度。

阿宝在爷叔的指点下，换上定制西装，将头势梳得清爽。他举起考究的威士忌酒杯，向屏幕外的你我做出“干杯”的动作——此刻，他从“阿宝”变身成为了上海滩鼎鼎有名的“宝总”。

此后，宝总在和平饭店套房，若有所思地看向窗外思考时，独饮威士忌；在进贤路的夜东京和玲子“讨价还价”时，心不在焉地啜饮威士忌。威士忌，串起了玲子与强总的东京往事，就连菱红趁玲子出走偷喝夜东京的酒，“嘴刁”的她瞄上的也是陈年威士忌。

不得不佩服王家卫导演对上海这座城市的描摹和对时代的洞察。威士忌，确实与上海这座城市有着不解之缘。



PRE-LIBERATION

SHANGHAI

解放前的上海 威士忌进口第一城

作为最早开埠的城市之一，解放前上海就拥有了全中国最先喝威士忌的一批消费者。有数据显示，民国期间，上海进口了全国60%以上的洋酒。光是1935年这一年，从上海输入的瓶装威士忌就有九万七千多升，桶装威士忌则有十三万升之多。

以汽水而闻名的正广和，在民国时期曾代理经销的过“顺发黑牌威士忌”，没错，也就是现在的 Johnnie Walker 黑牌。为了让国人更好地接受威士忌的口味，正广和推荐搭配他们生产的汽水一起喝——这与今天的威士忌“家庭特调”概念有着异曲同工之妙。

当年上海人可以买到的进口威士忌有不少，多个现在耳熟能详的进口威士忌品牌，都留下了当时确凿的代理经销记录。张爱玲的小说《鸿鸾禧》中就曾描绘，“『四玫瑰』牌的威士忌，晶莹的黄酒，晶莹的玻璃杯搁在棕黄晶亮的桌上，旁边散置着几朵红玫瑰——一杯酒也弄得它那么典雅堂皇。”上海这股喝威士忌的风潮，甚至顺着长江这条黄金水道，影响到了长沙、武汉等上游城市。



八九十年代的上海 威士忌是「高档」的代名词

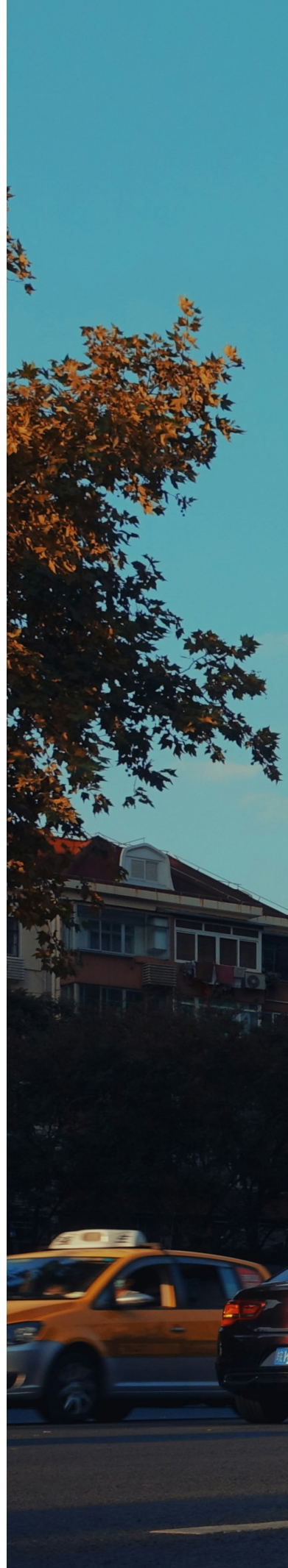


等到改革开放的春风吹来，威士忌再次带着“舶来品”的标签，来到了上海这座对外贸易的窗口城市。八十年代末九十年代初，像剧中“宝总”这样第一批做外贸的商人，受到频繁接触的外商和港台商人的影响，喜欢在商务洽谈和对外饭局中饮用威士忌，既“扎台型”，又显得很有品味。

当时像宝总这样喜欢在家独饮的消费者，绝对算得上对威士忌既懂又爱了。那个年代的威士忌，属于小众圈层才有幸尝鲜的奢侈品，也只有“宝总”这般做大生意的人，才能经常消费得起。当年进口威士忌的价位可以参考剧中的台词，至真园“一瓶黑方九百八”。

由“夜东京”几人组带出的日本往事，也揭示了上海第一批日威爱好者是怎么来的。

八九十年代，同时也是上海人赴日打工和留学的高峰。那时的日本，正值泡沫经济的高潮，日本威士忌也达到了前所未有的消费高峰。在这波打工潮里，很多人选择和剧中的玲子、菱红一样在餐厅酒吧打工。他们因此接触并喜欢上日本威士忌，也是很自然而然的事。玲子回上海和宝总合股开起“夜东京”，也把多种多样的日威放在了餐厅里显著的位置。后期她和强总在新版“夜东京”营业结束后聊天，也常以一杯日本威士忌作陪。



SHANGHAI
IN THE 1980S
AND 1990S

L A T E



PEACE HOTEL

1990S

S H A N G H A I



九十年代后期的上海 威士忌 + 绿茶打开市场

到了九十年代后期，更多的烈酒巨头，比如杰克丹尼、芝华士等进入中国市场。它们首先在上海进行了一系列行之有效的市场营销和推广，再加上上海人收入的迅速增长，使得威士忌的价格变得不再高不可攀，这才逐渐让威士忌走向更广泛的人群。

也不知是芝华士哪位营销人员的天才主意，想出了“威士忌 + 绿茶”的喝法，大大增加了饮用时的适口性，也更符合中国人的口味——这种喝法也成为了不少人的威士忌初饮启蒙。这一招使得威士忌的饮用门槛被大大降低了，普及度也很快提高。

同时，威士忌厂牌也在努力拓宽渠道，把酒从五星级酒店和高档餐厅，推进了当时方兴未艾的量贩式 KTV、酒吧和夜店这些年轻人群喜欢的娱乐场所。两者叠加之下，居然让当时的调和威士忌成为了一种流行饮品，火遍了大半个中国，甚至带动了伏特加 + 橙汁，百利甜 + 牛奶等其它烈酒的混饮喝法。在“钱柜”这样的 KTV 一边高歌，一边喝兑好的绿茶威士忌，是很多上海 80 后的共同记忆。



S H A N G H A I



IN THE NEW CENTURY

新世纪的上海 威士忌找到了 懂它的人群

随着新世纪的到来，上海的对外开放程度进一步加深。更多的留学生学成回国，更紧密便捷的对外信息交流，使得真正的威士忌文化开始在上海生根发芽，一些专业的威士忌酒吧在此时诞生。喝威士忌的门槛进一步降低了，能喝到的威士忌品牌和种类也大为丰富，“懂经”的人也大大增多了。

即便在今天，你想找全中国最有特色的威士忌酒吧，那就绝对绕不开上海这座城市。这几年，流行于上海街头巷尾的“早C晚A”，更是让“早上一杯咖啡，晚上一杯酒”的生活方式，进入到了更多人的日常。

如今，众多威士忌厂牌，仍然会把进入中国市场的第一站，以及重要的营销活动放在上海。比如去年，就有层出不穷的各种威士忌厂牌举办各式展览，来吸引时髦人士的眼球。而2024年初这部《繁花》的热播，让片中喝的威士忌，用到的酒具，都成为威士忌圈津津乐道的话题，或将掀起一波新的魔都威士忌潮流。

未来五年，随着越来越多消费者对威士忌的了解更加深入，威士忌也许会成为“咖啡”之后，上海品质生活消费的又一标签。更多元的选择，更精深的文化，更广大的圈层——威士忌在上海，未来也会经历消费者从浅尝辄止到深入研究的过程。曾经，威士忌在上海从奢侈品变成了消耗品，未来，威士忌或将再度升级成代表个人审美意趣的必需品？



2

威士忌与经典中餐

既个性鲜明，又多元包容
是中国饮食文化的精髓
也是威士忌的精神所在

无论粤 / 闽 / 川 / 湘 / 苏 / 浙 / 徽 / 鲁
无论鲜 / 甜 / 咸 / 脆 / 麻 / 辣 / 辛 / 香
似乎总能找到相匹配的威士忌

它们或互相加持
在重叠后让风味尽得升华
绽放在品享者的唇齿间

它们或互相激发
在碰撞后让风味妙不可言
洋溢在中国餐桌上的谈笑间



WHISKY & CHINESE FOOD

当麻辣 遇上泥煤

WHEN SPICY MEETS

PEATED FLAVOUR

| 小宽

诗人，作家，一大口美食榜创始人
著有《100元吃遍北京城》

麻与辣，都不是味道。这两种构成川菜最



深入人心的风格表征的元素，本质上都是痛觉。

辣椒带来的风味其实是一种灼烧感，辣椒素和人体内 VR1 结合后，产生了一种灼烧的感觉，我们的大脑就开始释放一种镇痛物质——内啡肽，内啡肽是一种内源性（脑下垂体分泌）的类吗啡生物化学合成物激素。内啡肽带有成瘾性，而且是与多巴胺不同的路径。

花椒带来的是一种震颤感，等同于 50 赫兹的震颤。准确地说，是由花椒所含有的羟基甲位山椒醇（hydroxy - alpha - sanshool）激活了皮肤下的神经纤维 RA1，而 RA1 纤维正好负责中等区间的振动频率（10~80 赫兹）。

来自美洲的辣椒与中国原产的花椒，在四川金玉露一相逢，成就了川菜的独特魅力。尽管许多川菜大师一再称：川菜也有许多菜是不麻不辣的。但是毋庸置疑的是：麻辣，是川菜中的最大标签。不管是在中国，还是亚洲，乃至世界，麻辣风行，一片红润中，展现着川菜的风采。



THE FIRST TASTE

对于人们而言， 吃甜不需要学习。

妈妈的乳汁就是甜的。但是吃辣是需要学习的，第一口辣椒的滋味，是带着一点冒险，刺激，龇牙咧嘴。

而威士忌也一样，第一口威士忌总是带着一点冒险，刺激，或许会问“这是什么鬼东西？”

每一个人喝威士忌总是有一个契机。这种源自苏格兰的神奇液体，最开始总是不那么讨喜。它风格强壮，像一个壮汉，艾雷岛的威士忌有的时候让人又爱又恨，有时略带海藻味的泥煤令人印象深刻，有时辛辣和厚重的口感，又好似消毒水的味道；高地的酒则像一场大风吹，狂风夹杂着雨点，扑面而来；斯佩塞的酒虽然柔和了许多，有那么多的清新雅致和花香果香，但是也是一场天黑，夜色虽然美，但是入夜时的不适应，也因人而异；低地的酒也是柔和，骨子里却也强悍，像是一个特种兵，手里拿着武器，眼神警惕，随时会给你开一枪。

在传统的吃喝搭配逻辑中，威士忌独立存在，它不需要任何搭配，或许在饭后，也可在夜里。威士忌就像是一种语言，有一点冷漠，像诗，分行，排列，别有深意，一杯孤独的王。尤其是带有泥煤风味的威士忌。



OF CHILI

PEPPER



然而在中国，欢腾的饭桌之上，酒像是一种润滑剂的存在，它不参与过多的味道搭配，而是串联起人情的交往。所以西方餐酒搭配的逻辑，和我们常规的圆桌，分享的大份菜，一起热闹的氛围相比，总是有点尴尬。

我是一个热爱各种有趣的酒精饮品的人，也热爱种种风味食物。葡萄酒有点娇气，一款酒配一道菜的形式也经常吃。但是吃来吃去，对于热闹的川菜而言，还是喜欢一款酒打全场。

如果选择可以打全场的酒，我的选择有三种：

- 1、冰好的香槟，香槟可以搭配一切麻辣。
- 2、中国白酒，尤其是四川的白酒，本地酒配本地菜。
- 3、威士忌，尤其是泥煤风味的威士忌。

MAPO TOFU

为什么是 泥煤？

对于一个威士忌爱好者来说，泥煤恍如宿命。所谓泥煤的风味，其实是酚类物质。大家常常看到的泥煤值 ppm，其实是许酚类化合物组成的总浓度，比如苯酚 (phenol)、愈创木酚 (guaiacol)、甲酚 (cresol) 等等。人们用“泥煤酚值” (单位为 PPM) 来标示泥煤味含量的多少，ppm 数值越高，泥煤的风味相对就越浓郁。

酚类物质 + 辣椒灼烧感的内啡肽 + 花椒震颤感的50赫兹，这是一个天雷地火的神奇组合，是三位一体，是一咏三叹，是三生有幸。它们组合的威力，是在舌尖里升起一朵蘑菇云。

于是在四川，或者在重庆，我听到朋友们的召唤，去吃一家地道讲究的小馆子，我可以想象那里的烟火气与袍哥气，感觉到了厨房里的爆火，花椒，辣椒，

红油，香料都在案板上，鸡鸭鱼肉洗杀待烹，我们要吃到回锅肉，辣子鸡，麻婆豆腐，毛血旺，夫妻肺片，李庄白肉，怪味鸡，肝腰合炒，软炸板指，麻辣沸腾鱼……此时此刻搭配来自四川的泸州泥煤，同样的水土，泥煤自身的碘酒和烟熏味，兼顾波本桶的香甜可口，和川菜的麻辣迸发形成一个更神奇的组合。这个组合真是死生契阔。



3

威士忌与平民料理

人间烟火气永远令人动容
它随性、真实、自在
这也是威士忌的生活哲学

当你在午夜的大排档
舒缓一天的劳作

当你在深巷的小吃店
回味生活的烟火气

当你在家中的餐桌前
探索美食的乐趣

你就会感受到生活的真切
感到无拘无束的幸福和美好

WHISKY & COMMON FOOD



鹭岛街头美食 与威士忌

| 牯岭街少年

美食专栏作家

微博认证厦门餐饮业美食评论家





Street Food on Bailu Island & Whiskey

厦门,又称鹭岛,一座随处透着历史底蕴、海岛情调和南洋风情的城市。

中山路,中国唯一一条直通大海的商业街,南洋风情的骑楼透出浓浓异国情调;鼓浪屿的欧式小洋楼里,传出阵阵西洋古典音乐的旋律;老侨村曾厝垵直面大海,傍晚斜斜的夕阳伴着海风落在老房子上。

经过十几年旅游业的发展,“网红”标签并不能因此消解它的浪漫,更何况,还有那些藏在厦门街头巷尾,镌刻着当地人古早回忆的小吃。

在这座传统底蕴与异域风情并存的城市里,我们毫不惊讶的发现,作为“舶来品”的威士忌,竟也能在传统小吃里找到一席之地,并与之完成珠联璧合的“联姻”。



炸五香

Fried spiced

Part 1

“炸五香”，以肥瘦相间的猪五花肉为内馅，外头用豆腐皮包裹成细长滚圆的一小条，入锅油炸，吃时可以配面条、面线、米饭，也可以直接当作点心。

刚炸出来的五香外壳焦脆、嚼着油润酥香；浸到面条汤里稍稍回软，外皮不复酥脆，但内馅的汁水更加丰富了。它是如此的百搭，以至于从家庭饭桌，到街头巷尾，处处可见炸五香的身影，它在厦门的家常程度和在人们日常生活中的地位，就如同胡辣汤之于河南，烤冷面之于黑龙江，叉烧之于广东人。

虽然做法不复杂，用料也简单，最讲究的人家，也不过再加入些荸荠、虾米、洋葱等等来提鲜，可这“五香”吃起来确有异香，名字起的还真可算是名副其实。

在社区口的小吃铺里，高粱烧就一碗五香配面条，是典型的悠闲厦门生活；可不要忘了，厦门还有另外一面——几百年来作为开埠的港口，造就厦门既谨遵传统，又洋气奔放的城市性格，而这两种看似完全不同的气质，其实早就浸透厦门生活的小细节。

比如，吃炸五香不一定非得配厦门高粱烧，有时候，也会出现一位拿着威士忌酒壶的小伙儿。威士忌，最具代表性的舶来品之一，它浓烈又富于变化的滋味，也与炸五香的丰沛滋味刚好契合。

配炸五香最合适的，我觉得是雪莉桶威士忌。雪莉酒是一种西班牙产的红酒，在橡木桶中经特殊系统陈放后，不仅其酒液甘甜醇美，橡木桶也残留大量雪莉酒陈化过程中的味道，像香草、烤面包、蒜瓣和丹宁等等。

威士忌酒液在雪莉桶中储存，会吸收中和桶内的雪莉酒风味，形成厚重、饱满的坚果、干果和香料味道，这种醇厚的威士忌风味吸引了不少忠实拥趸者，用来搭配味道浓厚鲜美的菜肴也是很适合不过。

坐在曾厝垵的百年榕树下，仍由湿咸海风拂面而过，雪莉桶威士忌和炸五香，组合成神奇的绝妙搭配。威士忌的醇厚缓和了炸五香的油润；而五香的香酥，则更衬出酒体的饱满。

Part 2

如果说雪莉桶威士忌与炸五香的相逢，就像青山遇沧海；那么厦门的另一样小吃——虾面，与波本桶威士忌的搭配就是更唱迭和的知己相遇。

自古靠海吃海的厦门，利用大海的赐予开发出无数美味，虾面，不仅是对海洋珍馐最大的尊重，更是厦门人精细饮食的一个缩影。

虾面是看起来简单、实际工序麻烦的小吃。先把做虾面专用的狗虾虾肉剥出，把虾壳炒香之后捶打成酱，再加慢火熬几个小时——这是虾面最传统、味道最正的汤底。

在虾油汤里加入虾仁、瘦肉、鱿鱼、碱水面条，一大碗虾面上桌，白色的浓郁汤汁上，飘着红红的虾油油花，几样荤素食材争相冒头，与虾汤共同拼凑出一个大写的“鲜”字。

这种鲜美，与波本桶威士忌柔顺的香气相得益彰。威士忌在波本桶中陈化，得到的酒液有蜂蜜、杏仁、花香、奶油及橡木的气息，虾面中Q弹的虾仁、嫩滑的瘦肉，在细腻酒香的衬托下，来自山海的鲜甜口感似乎又多增几分。

虾面与威士忌的组合并不偶然。事实上，在厦门这个海滨城市，海鲜是贯穿日常饮食的主题，无论是随处可见的蚵仔煎小摊，还是庙堂之上的龙虾海蟹，都能与波本桶威士忌、苏格兰威士忌、单一麦芽威士忌……这些“舶来品”搭配，口感鲜甜可人。

End

厦门街角小吃店柜台里，存着常客们的酒，既有高粱烧，也有色泽深沉或淡金黄的威士忌；不管是雪莉桶威士忌配炸五香，还是就着波本桶威士忌大啖一碗地道虾面，当地人们只信奉入口霎那的美妙，是否混搭的顾虑从来不在纠结范围内。

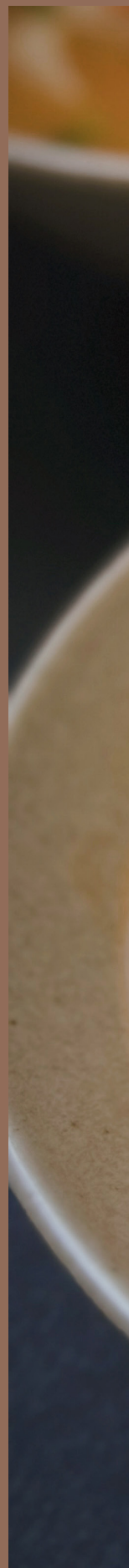
作为中国最著名的侨乡和中国最早开埠的港口之一，厦门保留了最传统的闽南礼仪、又不吝接受舶来品，这种兼收并蓄的风格，就如同我们对威士忌的态度，既可以接受雪莉桶威士忌强烈鲜明的个性，也可以在波本桶威士忌的细腻层次中沉醉。

城市在开放包容中前进，人们舌尖的喜好也将在碰撞融合中日益精进；在街头小吃与威士忌的精妙搭配中，我们得以管窥厦门兼容并收的城市气质。

而谁也不敢定论，威士忌这个看似外来，实则已与城市相融的“舶来品”，从街头巷尾，到庙堂之上，从海鲜鲍翅，到小吃面条，还能创造出多少种可能性。

虾面

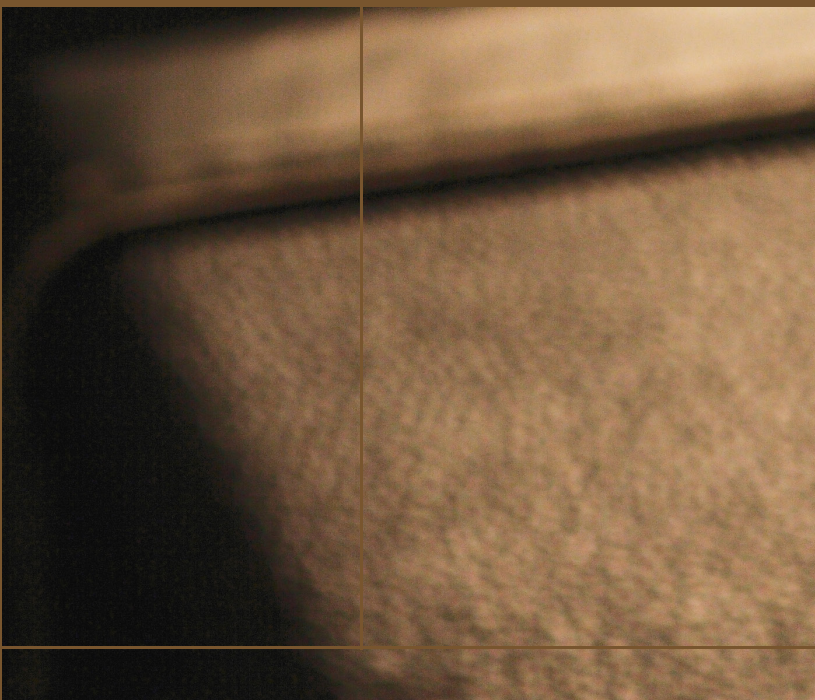
Shrimp noodles





4

威士忌与艺术



有艺术的地方
就有威士忌的故事

它是电影里的人生际遇
或自由，或温情，或暧昧

它是音乐里的多变音符
或激越，或抒情，或浪漫

它让艺术源自生活
却又远远高于生活

它让作品充满灵感
最终激荡我们的灵魂

WHISKY & ARTS





Life with W of Joys

提到威士忌，人们脑海中总会闪现很多词汇：复杂、芳香、丰富、坚韧、柔滑、悠长、醇厚...然而众多的文艺作品如小说、电影、音乐中，又时常出现威士忌的情节和身影。因此很多时候它又会被赋予多重精神象征和意义，总体概括为：成熟和复杂性；自由和创造力；叛逆和反传统；思想和内省；经典和积淀。

凑巧的很，这五大精神象征几乎也诠释了摇滚乐这一文化范畴，于是我们试图走进那些摇滚英雄，也走进威士忌，去找寻这两者的共鸣，让经典永远经典。



酒如人生

俱生
欢颜

Whisky is

| 张剑

摇滚乐手
前浮光乐队主唱兼吉他手



TOM WAITS

成熟和复杂性

"Jockey
Full of
Bourbon"

如果人们把 Tom Waits 的音乐、歌词甚至嗓音比作威士忌，那么 Motörhead 乐队贝斯手兼主唱 Lemmy Kilmister 这个人就是威士忌本身。

Motörhead 乐队诞生于 1975 年的英国，吉他、贝斯、鼓三大件简单直接的阵容班底却被普遍描述为重金属 / 硬摇滚的典范和先驱。乐队灵魂人物 Lemmy Kilmister 凭借其激情澎湃的演唱和非同寻常的贝斯演奏方式，更是成为了影响千万摇滚乐迷的超级偶像。络腮胡，牛仔帽，皮衣，皮裤以及轰鸣的哈雷摩托车是 Lemmy Kilmister 展现在世人面前的唯一形象，从乐队诞生开始直至 2015 年离世，不羁、自由都伴随着他的一生。

Lemmy Kilmister 对于威士忌的热爱并没有完全呈现在他的作品里，因此 Motörhead 的作品与威士忌主题有直接关联的并不多，但写进作品并不是表达热爱的唯一方式。很多场合 Lemmy Kilmister 都离不开威士忌，甚至他还自创了一个名为“Lemmy's”的威士忌品牌项目。该款威士忌的创立灵感来自于 Lemmy 的生活方式，自始至终他一直想调制一种更加浓烈且具有重金属风格的威士忌饮品，于是在乐队鼓手兼战友 Mikkey Dee 的支持下，他们找到了著名的葡萄酒和烈酒的制造商 Rafael Barquin 合作，于是“Lemmy's”品牌从此应运而生。它是一个象征，不仅彰显创造者的品位更是将他的音乐精神传递给后人，让歌迷品着 Lemmy's 威士忌的时候也能随时想起 Lemmy Kilmister 英雄般的传奇一生。

Tom Waits 的音乐中常涵盖了酒精，尤其是威士忌的主题，因此潜移默化地，他的音乐风格复杂多变，歌词又常包含着成熟的叙事性。当然，即便你从来没有听说过他也没关系，因为只要一开腔你立刻会想到这把嗓子的主人的形象——一个烟不离手，酒气熏天的老男人，佝偻着身子半醉状的坐在酒吧舞台一角。评论家 Daniel Durchholz 曾经这样评价 Tom Waits 的声音：“他的声音就像被一整桶波本威士忌浸泡了几个月后再拿出来放在你面前。”

Tom Waits 的歌词狂野而又冷静，其中威士忌和城市生活是他多次触及的部分。1976 年的专辑《Small Change》中有一首叫《Bad Liver and a Broken Heart》的歌很特别，优美舒缓的钢琴旋律伴奏下 Tom Waits 的嗓子却显得粗粝而忧伤，这是一首关于威士忌和梦境的歌曲。1985 年的专辑《Rain Dogs》中的《Jockey Full of Bourbon》是一首经典的威士忌歌曲，歌中反复吟唱的“I'm full of bourbon, I can't stand up”让人印象深刻，也足以看得出威士忌对于 Tom Waits 的重要性不言而喻。

LEMMY KILMISTER

自由和创造力

Create
his own
whisky

JIM MORRISON

叛逆和反传统

*Same character
with whiskey*

Frank Zappa 是美国著名的音乐家、作曲家、制片人和文化评论家，同时也是一位先锋的摇滚乐手。他常常以其颇具思想性的音乐风格和对社会、政治和文化的讽刺而闻名。在摇滚、爵士、电子音乐和实验音乐等风格中，Frank Zappa 作品中的思想对许多音乐风格和艺术家产生了深远的影响。

Frank Zappa 曾创作一首歌曲名为《Whisky Wah》。这首歌表达了威士忌的文化和其对自由和解放的象征性含义。全曲呈现的是一股浓浓的经典迷幻摇滚风格，但吉他的音色随着歌曲的行进铺陈开，贝斯在稳定悦耳的旋律线下游走，鼓则在歌曲尾声中开始疯狂 solo，尽管乐曲全长只有一分半，且没有一句歌词，但没有人感受不到那种纵情欢乐和纸醉金迷的景象。Frank Zappa 的思想性时常隐藏于声音之中，需要细品之后方能挖掘到其中的含义，这一点像极了威士忌酒带给人的直观感受。

The Doors 乐队主唱 Jim Morrison 以帅气兼备颓废的形象早已成为英雄一般的反叛代表。而这种彻底的反叛又与威士忌极其类似，因此人们常常将它们联系在一起。

出生于海军上将家庭的 Jim Morrison 本该有一个完全不一样的人生。但传统家庭背景下，硬是横空出世了他这样一位离经叛道的歌手 / 诗人。

大学时期攻读戏剧与电影专业的缘故，Jim Morrison 近水楼台的接触了当时最先锋的艺术家和思潮，尤其对摇滚乐和诗歌充满热爱，因其不拘一格的创作方式和他内心深处的某些东西不谋而合。Jim Morrison 的饮酒方式也是被人津津乐道的地方，因为无论在演出前还是演出后，甚至演出中，都有他喝醉的经历。伴着威士忌，他的演出常常会有一些令人意想不到的惊奇场面。

Jim Morrison 的离经叛道和威士忌简直是殊途同归。威士忌由于其酿造方式和口味常常与反叛精神和独立自主的文化联系紧密。它似乎代表着一种挑战传统、规范和限制的态度，吸引的则是那些寻求自由和个性表达的人。

FRANK ZAPPA

思想和内省

*" Whisky
Wah "*





KEITH RICHARDS

经典和积淀

*Whiskey is a
drink with
inspiration*

科技迅猛发展的时代下，人们生活的节奏、沟通的方式都与过去有着本质的区别。但不管我们去向何方，唯一不变的就是那些将人们凝聚在一起的方式。全世界范围内最为引人注目的音乐盛会，依然属于那些老而弥坚的摇滚英雄。在摇滚乐不羁、自由的文化属性下，依然是聚集人群非常有效的方式，就像人们看待威士忌一样，不管有多忙碌，多辛苦，你可能都会抽出时间，约上三五好友一同品味，其中回味的不仅是酒，更是点滴的人生。

1962年的某一天，一个叫 Keith Richards 的年轻人与伙伴米克·贾格尔 (Mick Jagger)、布莱恩·琼斯 (Brian Jones) 等人共同组建了一支摇滚乐队，取名“The Rolling Stones”。当时这几个愣头青根本想象不到接下来他们所做的一切会怎样改变历史的进程。

The Rolling Stones 乐队的发展历程就是一部摇滚乐的历史。毫不夸张的讲，The Rolling Stones 就是摇滚乐本身。作为初创成员并一直担任吉他手的 Keith Richards 也是世界上最伟大的吉他手之一。他们所留下的那些脍炙人口的歌曲几乎都演变成了摇滚乐世界里的传奇经典。

The Rolling Stones 的故事早已让无数乐迷熟知，这其中也包括了 Keith Richards 与威士忌的渊源。作为公认的威士忌拥趸，Keith Richards 不止一次的表露出对于苏格兰威士忌的偏爱，他甚至公开声称威士忌酒会激发他的创作灵感：“我认为，威士忌是一种具有灵感的饮品。尽管我不会在演出时喝威士忌，但我喜欢在创作时喝一杯，它会让我感觉到自由，松弛并且让思维彻底打开，忘记了我是谁。”

2023年10月，The Rolling Stones 发表了他们全新录音室专辑《Hackney Diamonds》，宣告了这支成军61年，成员年近80高龄的乐队依然在路上，唱着一首首令人血脉偾张的摇滚圣歌，如同威士忌那般醇厚、芳香、坚韧且悠长。

CONCLUSION

结语

fin





如果我们听的黑胶是威士忌

| 王击凡

知名乐评人、跨媒体文化人、音乐
记者、主持人、黑胶唱片收藏者

如果我们听的黑胶是威士忌，那么，这张黑胶唱片听起来
如果我们喝的是威士忌，那么，这杯

IF WHISKY IS THE VINYL



可能是烟熏味的……
威士忌喝起来估计有复古的质感……
如果我们的语言是威士忌，那么，无需多言……

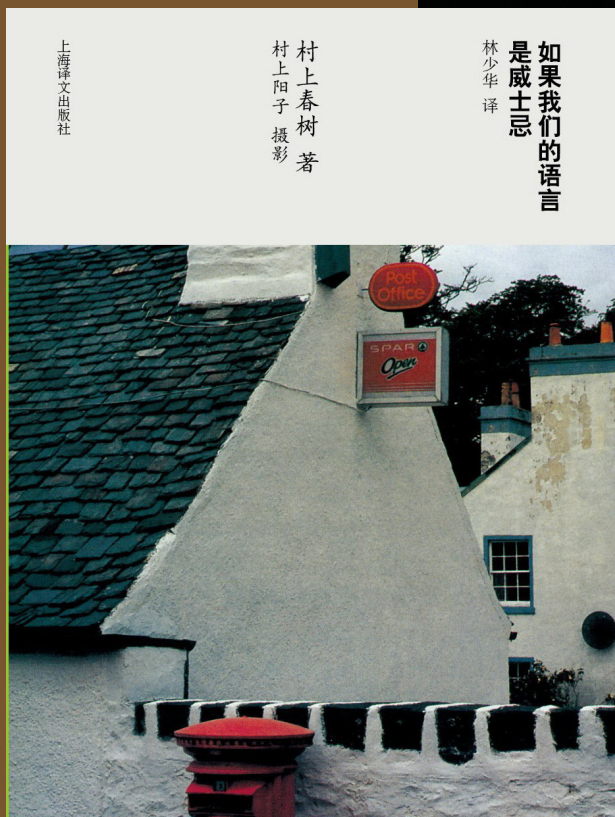
WE ARE LISTENING

01 触类旁通的世界语言

这篇文章的标题灵感，其实来自于村上春树的苏格兰 & 爱尔兰游记《如果我们的语言是威士忌》。华语天后陈慧琳甚至有一首名为《你的语言是威士忌》的歌，向村上春树的这本书致敬。假如威士忌是一种世界共通的语言的话，那么黑胶就是另一种无需翻译的语言——这两种语言之间天然相配，几乎无需翻译，你我即可心领神会。

村上春树曾在书中提到：“如果我们的语言是威士忌，当然就不必费此操办了。只要我默默递出酒杯，您接过静静送入喉咙即可，非常简单、非常亲密、非常准确。”人与人之间最难的是沟通，但喝威士忌、听黑胶，或许能够逾越一切沟通壁垒的。又或者说，威士忌 & 黑胶已经变成了一种沟通方式，你只需要遵循当下的直觉去感受就行。

黑胶唱片如此厚重的载体，更是天然适合威士忌的使用场景。买到一张限量版的黑胶，跟收藏一瓶味道独特的威士忌一样，需要时间的历练。拆开唱片封套，把黑胶珍而重之地放到唱盘上，缓缓地吧唱针摆上去……听黑胶跟在串流平台听数字不一样，是充满仪式感的。喝威士忌同样如此，挑对的冰块跟杯子，也是仪式感的一种。





喝得懂威士忌、听得懂爵士乐和黑胶唱片，都需要一定的生活阅历。

换句话说，听黑胶和喝威士忌，是有使用门槛的。这两件事，刚好可以聚集起志趣相投的同一群人。在我看来，如果要用威士忌的味道来形容黑胶，那大概是烟熏的感觉吧？入口丝滑的威士忌，口感上有一股近似于烧焦了的木质气息，正好跟黑胶可以触类旁通。



02 老派的 复古浪漫

提到黑胶与威士忌之间的共通点，我们马上第一时间会联想到的，就是大作家村上春树。正是听爵士乐、收藏黑胶的小众爱好，启发了村上春树对写作的热爱。而与此同时，村上又是一名重度的威士忌爱好者。每当夜深人静之时，刚写完一章小说的村上春树，就会一边打开黑胶唱机，一边喝下几口他最爱的威士忌。

身为黑胶收藏家 & 威士忌爱好者的村上春树，给了我们非常多的启发。在大部分村上春树的小说著作里，经常会同时出现黑胶跟威士忌这两件事。于是，看着村上作品长大的读者，也慢慢被熏陶成为爱黑胶、也爱威士忌的文艺青年。创作需要灵感，而村上春树钟爱的黑胶跟威士忌，恰恰正是让他文思泉涌的灵感来源。

在爵士乐的语境里，听 Jazz 放松身心、喝威士忌放松感官，就是把听觉与味觉联动起来的绝妙搭配。而爵士乐的音色，正是能透过黑胶这一载体，得到最大程度上的发挥。就像村上春树所言，喝威士忌跟选黑胶一样，并不一定是年份越久、就越醇厚，有时候，你得花上一段很长的时间，才能确认自己真正喜欢的东西是什么。

一千个人有一千种哈姆雷特，我们平时喜欢收藏的黑胶、爱喝的威士忌，就彰显了各自独特的个性。一桶好的威士忌，需要经过漫长的岁月酿造，才能等到成熟的一天。正如村上春树所言：婴儿出生的时候喝威士忌庆祝，葬礼时也喝威士忌祭奠。有时候，黑胶跟威士忌的保存期限，甚至可以比人的一生还要长久，这就是老派的复古浪漫。



03 多元文化的碰撞与结合

在日文里，把黑胶唱片与威士忌结合起来的小酒馆，一般会被称作 Jazz Kissa。这些店就像是生存在大都市夹缝中的“第三空间”，让大家在高楼大厦之间，找到一个暂时喘息的空间。Jazz Kissa 成为了一股风潮，而这个风潮，也逐渐影响到国内的文艺青年 / 文艺中年。在大城市，类似的店越来越多，甚至变成了一种流行的新业态模式。

有黑胶听、有酒喝的威士忌小酒馆，成了很多创作者追逐灵感的地方。村上春树的成名作《且听风吟》，就是在一家小酒馆里写完的。相信大家还记得，《挪威的森林》里的男主角，晚上也很喜欢到小酒馆，喝上几杯他最爱的威士忌。一边听着复古的黑胶、一边品味威士忌的余韵，如此独特的味道，是不是有一点像我们五味杂陈的人生？

村上春树形容，威士忌有一种“恰到好处的好醉意”，可以把他拖入温暖的睡眠泥沼。^{「注」}在漫长夜里，凝固时间的威士忌 & 黑胶，仿佛如同是陪伴我们度过漫长岁月的忠实同伴。在生活节奏越来越快的当下，喝威士忌、听黑胶的优雅举动，似乎感觉可以让时间变得慢下来。

在我看来，无论是威士忌还是黑胶唱片，都是自己所追求的乐活生活的一部分，也是从快节奏生活中抽离出来让自己慢活人生的生活方式。Jazz Kissa 的出现让我们意识到，原来黑胶与威士忌之间，竟然有着这么多的相似之处！当威士忌、黑胶与各种不同的文化结合起来，或许就能碰撞出更多不一样的无穷创作火花。

「注」 选自《如果我们的语言是威士忌》第94页，作者村上春树

INTOXICATED



醉に良いよりち
qiadao haochude zuivyi
到好外时的暴
倒好外时的暴

同场加映

果香风味：《Our Town》粉色胶



来自韩国的一张 Jazz Fusion+Funky Pop 合辑，回溯了上世纪的经典 City-Pop 金曲，以最 Chill 的方式，带领大家回到八零年代的镇上。粉色彩胶的版本，正如威士忌果香四溢的风味，让听众得到真正意义上的身心放松。

木质风味：《和爵士 WaJazz》金色胶

来自日本的爵士合辑，是由爵士乐专家 Yusuke Ogawa 挑选出来的 14 首入门曲目，每一首听来都颇像威士忌的木质调。而金色的彩胶限量版，更让我们不禁回想起，上世纪 60-80 年代那个属于和风爵士乐的辉煌年代。



酒尾香：《Jazz Dispensary》紫色胶



每年的《Jazz Dispensary》合辑系列，都让喜欢听 Chill Jazz 的乐迷趋之若鹜。2023 年这张紫色胶的主题是“回归电影时代”，把上世纪 70-90 年代的美国电影 OST 共冶一炉，以 Funky 节奏带出爆米花的香甜，听感更是恍如威士忌的酒尾香。

最
适
合
搭
配
威
士
忌
的
黑
胶
音
乐



我爱黑胶，我
爱威士忌。这是一个
属于黑胶跟威士忌的世
代，原来，黑胶与威士忌
的受众是同●一群热爱生
活的人。透过品味各种各
样的黑胶唱片和威士忌，
我们也由此确认了
自己的成长。

5

威士忌与人物



似乎在每个成年人的世界里
都有一瓶属于自己的威士忌

它或许是一种方法论
通过各种调和之道
让味觉和生活相得益彰
让自己和世界融洽相处

它或许是一种情感体验
在过往的岁月里
在珍贵的回忆里
日益变得香醇



WHISKY & PEOPLE

当我们 遇见威士忌， 悦己之门 恰逢其时

| 策哥

酒类自媒体《策哥下酒菜》创始人
资深威士忌爱好者





窗外簌簌冷风，冻秋梦。
叶黄漫舞寒空，落中庭。
室内炉火正红，暖佳朋。
谈笑落入酒中，威友情。

《相见欢·立冬》

策哥

立冬过后，天气转凉，北平的秋风肆意地在地上打着旋风。路上的行人在大街上逐一遁逃。稍显寂静的北方陆续飘起想念的黄叶，在几声滴滴作响的微信提示后，几位威圈挚友遥相呼应，约至享威小院。从下午畅聊到傍晚，惬意非凡。

日落转战室内，在燃起壁炉的大屋中，粉面桃红地继续欢聚。随着女主人几道下酒的小菜，烤着炭火、品着菜肴，继续天南地北、侃着大山，时而畅然大笑，时而轻声呢喃。这样的友情岁月，都无愧2023年深秋这样一个美妙的夜晚。

威士忌与好友，相见恨晚，但恰逢其时。



从“成也萧何败也萧何，醉了由他”
到“古来圣贤皆寂寞，惟有饮者留其名”



接下来，在休养生息的半年里，与威友们呼朋引伴、一同体验着威士忌的新奇和曼妙。我的生活与精神，又逐渐走上了正轨。

2017年，入职某东大厂，开始了新一轮的日夜征程。在近6年的时光里，从意气风发到踌躇满志，从黯然神伤到否极泰来。随着集团架构和战略的不断调整，我发现，一个人，完成自我救赎和与自己达成和解其实并非难事。毕竟：莫笑年少江湖梦，谁不少年梦江湖。在以梦为马的江湖岁月中，除了自身努力拼搏外，我的威友们真的会给予我莫大的前进动力。尤其在低谷的日子里，无论何时，每当与威友们相聚，可以说，会让委屈的自己更加敢于面对，会缩短其悲伤的行程。

正所谓书中所云：别慌，有时候，月亮也在大海的某处正迷茫。而迷茫过后，终会认清新的方向。

于是，一个叫“策哥下酒菜”的内容账号，全网应运而生。

从“去年今日此门中，人面桃花相映红”
到“夜月一帘幽梦，春风十里柔情”





我觉得，如果说白酒是80后朋友的酒类启蒙老师，那么威士忌绝对是80后相见恨晚的红颜知己！

难以想象，当30岁的我开始向父母宣扬威士忌的美妙，被质疑“每日无白酒不欢的你竟然开始换喝威士忌？到父母尝试演变至有天母亲对我说：“上次你放这里的威士忌我喝完了，你再买几瓶放家里吧”的时候。我知道，国人喜爱威士忌的时代，来了。

说起威士忌，同龄人们恐怕大多是从Club的1瓶黑方+6瓶软饮的Mix方式开启的洋酒征途吧。毫无二致，我也一样，从懵懂青年对威士忌调饮的吨吨吨，到人至中年品赏调和与单一的魅力无限。当中乐趣，唯自己与夜晚的内心会心一笑。有一说一，我觉得，此生威士忌这个舶来品，恐怕要与我一个传统文化的守旧者连鑣并驾啦！

话说回来，其实真正领略威士忌的魅力，还得从我2015年创业的时候说起。那时候从某狐大厂做了8年Marketing负责人后，摇身创业做了一家品牌传播的文化公司创始人，在接触形形色色的投资人和客户后，无意间对威士忌开始了一见如故的炽爱。

那时候，我曾一度认为，白酒的尽头是酱酒，除了白酒，我顶多会再喝一杯精酿啤酒罢了。其实没想到，在茶余饭后的交流中让我发觉，第二场的最佳饮品竟然不是啤酒，而是比啤酒有着更多无限层次感的威士忌。

只可惜，2年后，我依旧成为败军之将。但这和威士忌无关，反而，让我在接下来的旅程中，开始更热衷于威士忌地品尝与研究。





“
从桃花仙人种桃树，
又摘桃花换酒钱。

到
我见青山多妩媚，
料青山见我应如是。”

有人说，威士忌文化和饮食文化应该是割裂的，一杯好的威士忌应该是纯饮而非用来佐餐。也有人说，酒是为人服务的，酒作为国人餐桌上的饮食文化之一，应该贴近中国特色的饮食文化。其实我想说：食无定法，酒无定规。餐和酒都是美好生活的一部分，没必要强行融合，更没必要强行分开。威士忌选择独酌还是配餐，完全因人、场景、酒款和心情而定。

基于这样对威士忌的理解，我把威士忌纯饮的酒评，以及探店某个菜系 / 烹饪某道菜与威士忌的相合之道，根据自己的理解，用文字和视频的方式，单独记录或是将二者有机融合的方式创造内容并分享，深获众多朋友的喜爱。可以说，因为研究威士忌，我个人的精神生活和物质生活，都获得了极大的愉悦与满足。

其实，我想不光是我，身边的广大粉丝与读者们也定是如此。在人生的高光处：“烹羊宰牛且为乐，会须一饮三百杯。”在人生低谷时：“乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海！”毕竟如北野武所云：“虽然辛苦，但我还是会选择那种滚烫的人生！”我想，当我们选择热爱威士忌的时刻，恰逢切合时宜地打开了悦己之门。



6

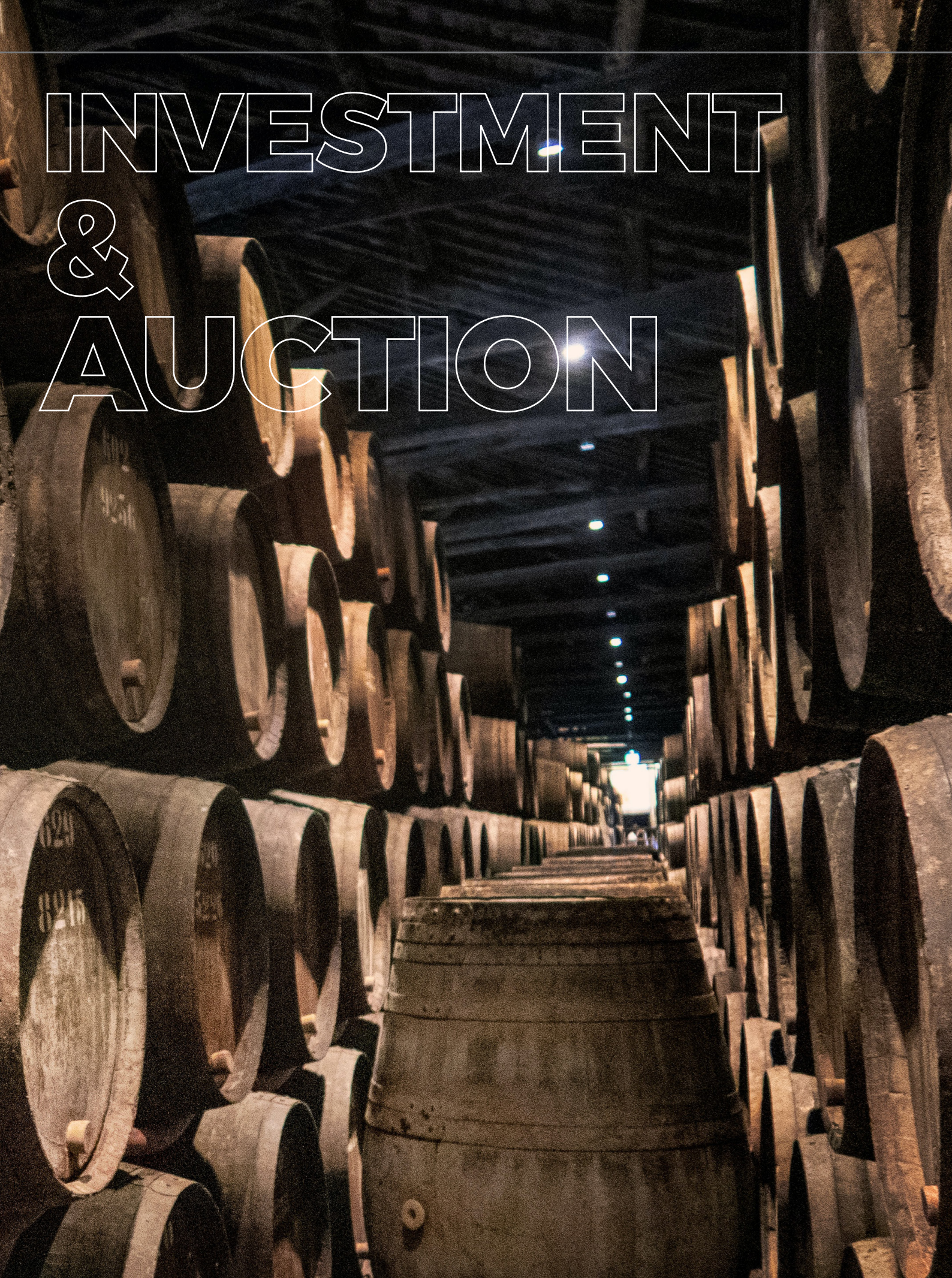
威士忌与投资拍卖

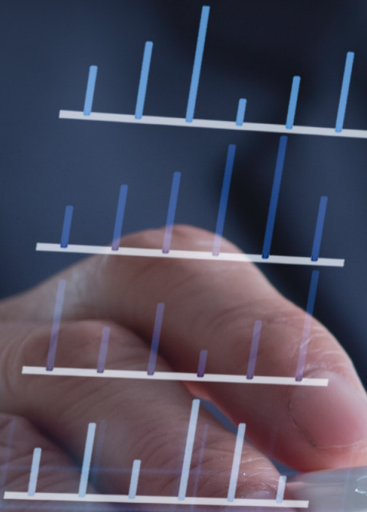
投资，是实力的比拼
也是眼光的角逐

在单桶威士忌的投资世界里
有人喜欢高年份的
凭借实力赢得高回报
有人喜欢年轻的
通过慧眼发现成长的价值

不可否认的是
单桶威士忌的价值正在迅速升温
酝酿出广阔的投资前景

INVESTMENT & AUCTION





Software Index/Technology Select Sector

Fund 12.319



Software Index 63.95%



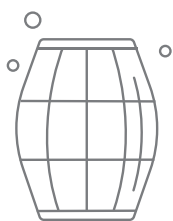
Corp. (Daily) 112.39

单桶投资的 利益分析

Samuel Gordon

文章转载于全球专业的威士忌投资机构 Braeburn Whisky
观点仅供参考，并非投资建议

在当今动荡的全球经济市场中，许多顶级投资者已开始分散投资组合并考虑另类投资。开箱即用但利润丰厚的另类投资的一个例子就是威士忌单桶。虽然对许多人来说这是新的投资方式，但威士忌桶投资有着悠久的历史，为寻求长期投资选择的个人提供了一个独特的机会。



威士忌酒桶如何增值

投资成熟的苏格兰威士忌桶为投资者提供了独特的机会，可以随着威士忌的自然成熟而升值。威士忌只在单桶中陈酿。陈年威士忌通常被认为质量更高，因为随着时间的推移，酒桶可以使烈酒更加醇厚，创造出更愉快的体验。

根据 Braeburn Whisky 的数据，在过去五年中，在欧洲和亚洲运营的 Braeburn Whisky 关联公司所服务的威士忌单桶投资者的平均年化净回报率为31.46%，净实现回报率中位数为12.45%。

此外，成熟威士忌的供应量较少，因为年份短的威士忌通常以混合威士忌的形式进行装瓶，近90%的苏格兰威士忌是以混合威士忌和单一麦芽威士忌装瓶的，这最终导致年份长的价格更高。

为什么酒厂出售他们的单桶

重要的是要了解为什么一些酒厂出售他们的单桶，以及威士忌单桶投资市场如何使这些酒厂受益。

苏格兰威士忌必须在单桶中放置至少三年，然后才能正式被叫做苏格兰威士忌。从历史上看，酒厂每年出售一定比例的威士忌单桶主要是为了增加营运资金。这为投资者提供了购买这些威士忌单桶并使其成熟的机会，然后再将它们卖回酒厂、独立装瓶商或其他投资者。







建立合适的威士忌单桶产品组合

投资者应考虑尽可能早地购买威士忌，因为通常在这个时候能够以最低的价格购买到威士忌。

年份短的单桶可能会为那些有耐心等待的投资者提供更高的回报，以及更优惠的初始投资，而年份较大的单桶选择将需要更多的初始资金投入，因为它们已经处于黄金时期，但预计每年都会产生可观的纯货币回报。

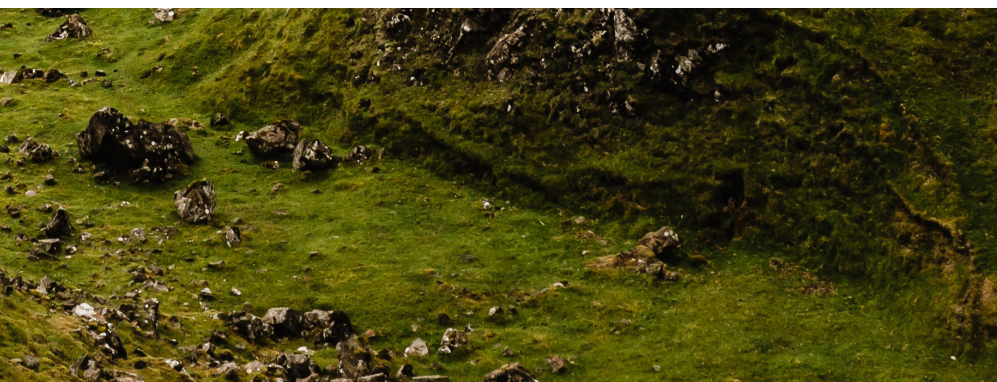
投资者还应考虑将新兴威士忌品牌

添加到其投资组合中。通过识别声誉不断提高的品牌，投资者可以在酒厂建立品牌声誉和消费者需求时，将这些特定的威士忌单桶带回市场。如果有耐心的投资者长期持有，便会带来可观的长期红利。然而，并非所有的酒厂都有如此出色的潜力，因此在苏格兰威士忌市场拥有丰富经验的公司可以帮助投资者识别未来拥有出色品牌声誉的酒厂。

合作伙伴关系也是单桶投资者需要

考虑的关键因素。Braeburn Whisky 与知名的苏格兰酒厂建立了独家合作伙伴关系，使其能够向世界各地的投资者购买和出售他们的威士忌单桶。这为投资者提供了从苏格兰威士忌酒厂购买单桶的选择，Braeburn Whisky 在销售和管理精选酒厂的威士忌单桶投资方面有着良好的记录。

对于合适的投资者来说，威士忌单桶投资是一项有利可图的努力。这通常是通过在一段时间内建立多元化的威士忌单桶组合来实现的，单桶由不同的酒厂、年份和酒桶类型组成，例如波本桶或雪莉桶。初次单桶投资者应选择合格的团队，他们可以提供最佳的威士忌单桶投资组合指导。





7

全球烈酒动态

威士忌是世界的佳酿
从众所周知的爱尔兰、苏格兰、美国、加拿大、日本
再到现在的法国、瑞典、丹麦、印度、
韩国、澳大利亚、甚至南非等新兴国家
全球威士忌行业的持续发展
给人们带来不同的品味

全世界的威士忌酒厂
都绽放着属于自己的光彩
2021年超过20家威士忌酒厂在中国诞生
中国威士忌逐渐在世界威士忌板块上
散发出自己的颜色
这一年也被业界广为传颂为中国威士忌的元年

在威士忌全球化进程的新阶段
我们立足中国，放眼世界
挖掘全球的烈酒趣事、新鲜的行业资讯
探索关于威士忌的一切
相信可以满足你对威士忌的所有好奇

GLOBAL NEWS & LAIZHOU DISTILLERY



#01

扩厂

EXPANSION OF
FACTORY

新建

NEW CONSTRUCTION

并购

MERGERS AND
ACQUISITIONS



2023年1月，洋酒巨头帝亚吉欧动作不断，先是收购了朗姆酒品牌桶爸爸（Don Papa），又将旗下无酒精饮料品牌 Island Mixers 出售。

2023年1月底，帝亚吉欧将手中无酒精饮料品牌 Island Mixers 出售给了菲律宾经销商 The Keepers，具体金额未透露。

130年来第一家
因弗内斯酿酒厂开业

杰克·丹尼暂停
仓库扩张计划

1月中旬，帝亚吉欧同意以2.815亿美元（约合人民币19.15亿元）的初始价格收购朗姆酒品牌 Don papa 桶爸爸，根据这笔交易，帝亚吉欧还将支付至多1.92亿美元（约合人民币12.9亿元）至2028年，具体金额取决于该品牌的表现，桶爸爸是一个**菲律宾朗姆酒品牌**，该品牌由企业家斯蒂芬·卡罗尔和安德鲁·约翰·加西亚于2012年推出，目前在30个国家有售，海外的酒类销售门店中，桶爸爸不同类型产品的零售价格在29.99至64.99美元区间，折合人民币201.68-437.06元，属于高端朗姆品牌。

The Keepers 是菲律宾主要的烈酒和葡萄酒进口商和分销商，并在市场上分销多个帝亚吉欧品牌，包括尊尼获加威士忌、Ketel One 伏特加和 Tanqueray 金酒。Island Mixers 是一款无酒精鸡尾酒，可以与杜松子酒、伏特加、龙舌兰酒或朗姆酒调配。去年，帝亚吉欧还将桃味杜松子酒品牌 Archers 出售给了德凯伯尔（De kyper），交易金额未披露。帝亚吉欧首席执行官曾公开表示，该公司将继续专注于收购优质烈酒品牌，同时“处理产品组合中不太有吸引力的部分”。

Inverness 因弗内斯位于苏格兰高地，曾经是苏格兰的制麦中心，是 Glen Mhor、Glen Albyn 和 Millburn 酿酒厂的所在地。然而，这些酿酒厂在20世纪80年代逐一关停。

在2022年6月，首次公布一家新的蒸馏厂将会在这里建成，总体耗资750万英镑（890万美元），该酒厂起名：Uile-bheist，成为130年来，因弗内斯第一家新酒厂。酒厂可同时生产威士忌和啤酒，计划年产200至300桶麦芽威士忌，在第三阶段上升到500-600桶，以及35万升的精酿啤酒。酒厂设定带有很强的参观属性，因此有配套的游客中心、品鉴室等。部门屋顶有太阳能装置，供酒厂部分用电。

美国田纳西州杰克·丹尼酒厂的一个桶仓库项目被搁置，此前一名当地居民声称乙醇排放破坏了她的财产。

田纳西州林肯县的 Christi Long 认为，来自酿酒厂桶装仓库的乙醇排放（通常被称为天使的份额）损害了她的业务。Long 在仓库附近经营着一个婚礼和派对场地，Long 呼吁停止工作，以防止 Brown-Forman 进一步建造桶装仓库，直到该县《分区条例》的所有方面都得到遵守。因此，法院裁定，林肯县必须向 **Brown-Forman 发出停止工作令**，直到获得规划委员会的批准。Brown-Forman 坚持认为，该裁决与其他在线新闻报道所说的“威士忌真菌”无关。

Ardgowan 花费 1 亿英镑 启动雪莉桶项目

Ardgowan 是苏格兰的威士忌制造商，2021 年受到澳大利亚的投资，即将开始在 Inverclyde 建造其低碳酿酒厂，并与西班牙最古老的雪莉酒桶生产商之一 Bodegas Miguel Martín 合作。酒厂还聘请了麦卡伦的前木材管理大师 Stuart MacPherson。Ardgowan 酿酒厂已委托 Bodegas Miguel Martín **建造可持续采购的欧洲橡木桶，其成本是标准威士忌桶的 30 至 40 倍。**Roland 说现在酒厂已经储备了一些雪莉桶在西班牙润桶至少两年，大多数其他酒厂都是雪莉桶过桶，而我们会以初填雪莉桶全程熟成，光这部分的成本已经够建造一个蒸馏厂了。酒厂还与赫瑞瓦特大学以及布里格斯 Briggs 合作设计二氧化碳回收系统。**预计 2024 年投产。**

英国独立装瓶商 Berry Bros & Rudd (BBR) 投资 Cotswolds 蒸馏厂

英国老牌葡萄酒和烈酒商人 Berry Bros & Rudd 收购了英格兰最大的威士忌生产商 The Cotswolds Distillery 的少数股权。酒厂位置在 Stour 河畔附近。这项投资也是“Cotswolds 2.0 一轮融资”的一部分，酒厂筹集资金计划扩张威士忌产量和提升销售额，同时开设第二家麦芽威士忌蒸馏厂。酒厂会建立一个生物多样性湿地生态处理系统。该品牌宣传是最畅销的英格兰威士忌，在各大商超：Waitrose、Sainsbury's、Tesco 和电商 Amazon 等都有上市。除了威士忌还生产金酒、苦艾酒利口酒。

Bob Dylan 建立新酒厂

由 Bob Dylan 共同创立的 Heaven's Door 天堂之门威士忌品牌计划在今年 9 月于肯塔基州的 Pleasureville 建立一家新酒厂。酒厂位置在六里河沿岸附近，大约 160 英亩占地，自 2017 年开始开发，酒厂选址的自然环境优美，未来将会做游客体验中心项目。天堂之门原有酒厂自 2018 年开始投产，一直使用定制的蒸馏器生产小批次波本。该酒厂自有种植谷物原料，并在发酵过程中回收富含蛋白质的酒醪，作为周围农场牛的饲料。

坎贝尔产区的复兴 - 新酒厂 Machrihanish Distillery 建立 (名字来源坎贝尔地名)

坎贝尔镇产区经历过历史的兴衰，近几十年来，都一直只有三家酒厂，最近这个产区开始有复兴崛起的势头，各大集团纷纷选择在这里建酒厂。2022 年 2 月苏格兰威士忌集团 R&B Distillers 收购了位于苏格兰西海岸的 Dhurrie 农场，并宣布将其改建为 Machrihanish Distillery。（该集团旗下还有 Isle of Raasay 麦芽厂和谷物、调和威士忌品牌）**该厂旨在扩充麦芽风格，与 Raasay 互补。酒厂设计产能：400 立方纯酒精。**





坎贝尔产区的复兴 - Dál Riata Distillery 新酒厂建立计划

就在 Machrihanish Distillery 宣布建厂的第二周，另外一家由几人合作的新酒厂也宣布在坎贝尔镇建立，酒厂名为 Dál Riata Distillery，该酒厂位于 Kinloch，靠近 Lochgilphead，这里曾是盖尔人建立的王国首都，有文化背景可以做旅游宣传，酒厂位置可以俯瞰 Campbeltown Loch，**酒厂蒸馏间的幕墙将采用玻璃材质并且拥有观景阳台，可以将湖泊和海湾的景色一览无余，这种设计也将有利于酒厂的参观。**除酒厂外，商店和游客中心将位于毗邻酒厂的 Longrow 地区。这家酒厂定位为一个互动，有趣，接触消费者的形象。**酒厂设计产能：850 立方 new make 预估转换大约：600 立方纯酒精。**

坎贝尔产区的复兴 - 独立装瓶商 Brave New Spirits 计划在坎贝尔镇建立蒸馏厂

总部位于格拉斯哥 Glasgow 的独立装瓶商和调和公司 Brave New Spirits，近期向 Argyll & Bute 委员会提交了申请，想要在位于 Machrihanish 村庄的前英国皇家空军基地建造属于自己的第一家蒸馏厂。**酒厂起名为：Witchburn Distillery**，“witch”女巫意指古代的医疗师，而“burn”在盖尔语意为溪流的含义。预计在 2024 年 Q4 可以投产。**酒厂设计产能 2000 立方纯酒精。**产品线会有：无泥煤、轻泥煤、重泥煤。仓库建在海边，想要有些海洋风格。**酒厂规划为 7*24h 的连续式生产运作。**

布什米尔 Bushmill 耗资 3700 万英镑 建立新酒厂 Causeway Distillery

该新酒厂定位为先进的艺术级酒厂，此次新厂的建设，可以帮助布什米尔达到原先两倍的产能。新酒厂就位于原本 bushmill 的旁边，母公司 Proximo 计划五年内投资共计 6000 万英镑给 bushmill，这个项目作为其一部分。酒厂名字来源其附近的一个堤道，总占地面为 39000 平方英尺（约 0.36 公顷）。**至此 Bushmill 年产从 500 万 L 变成 1100 万 L 纯酒精 / 年（该酒厂只会为 bushmill 生产，不会做独立品牌）。**酒厂使用电能运转，并设计热能回收，可以为酒厂节省 30% 的能耗。

OH Ingram River 计划扩张熟成仓库

Brown Water Spirits 计划扩张 OH Ingram River 的威士忌业务，将仓库搬迁到肯塔基州的一个更大的地方。该品牌目前在美国售卖，最初建立于肯塔基州的威克利夫，此次扩张之后，酒厂总储量将突破6000桶，酒厂运营量翻番。新的仓库设计，有增加15个浮动仓库 (floating barrelhouses)，可以将酒桶暴露在密西西比河的气候中，产生气流碰撞。近期，美国波本威士忌酒厂纷纷开始扩建扩产，上个月总部位于德克萨斯州的 Milam & Greene 酒厂也投资数百万美元，将库存做到超1000桶每年。目前的美国威士忌还主要是本土境内消化，不知在各家产能扩张后，国际市场上可以见到的美国威士忌品牌是否会增加。

Powerscourt 酿酒厂将向其全球增长计划投资 2500 万欧元

Powerscourt 酒厂是位于爱尔兰的一家威士忌生产商，该酒厂计划投资2500万欧元（约1亿九千万人民币）用于其全球增长。该项投资将用于提高酿酒厂的生产能力，加强品牌发展，并支持该公司向全球新市场扩张。酒厂经理 Roger Duggan 透露：酒厂拥有大量的威士忌库存，能够支持酒厂未来的扩张计划，并进一步走向世界，发展其品牌。

麦卡伦酒厂收购 西班牙雪莉桶制造商

麦卡伦持有者爱丁顿集团于2023年9月份宣布收购西班牙雪莉桶供应商 Vasima，并与总部位于美国的 Coopers Oak 建立了合资企业。在此之前，Vasima 合作公司就已经为爱丁顿及麦卡伦提供雪莉桶30余年，麦卡伦总经理 Igor Boyadjian 表示：“我们手工挑选了西班牙雪莉桶，因为这种桶型会给威士忌带来丰富性和复杂性。”麦卡伦表示雪莉行业对其产品品质影响深远，发挥着重要的作用，因此这样的收购计划就显得合情合理。收购后的 Vasima 团队依旧不变，并将继续由董事总经理 Ventura Nuñez 领导。而对于美国 Coopers Oak 的合作则是保证了麦卡伦美国橡木的木桶供应。除了上述两笔并购计划外，麦卡伦还有50% 赫雷斯 Grupo Estévez 的股份，保证其雪莉酒桶的供应。

Amber Beverage 计划建造新酒厂

全球烈酒生产商 Amber Beverage 集团 (ABG) 宣布将耗资三千五百万欧元（折合人民币大约2.7亿元）打造一家新的威士忌酒厂，酒厂名称为：沃尔什蒸馏厂 Walsh Whisky Distillery，集团希望该工程可以在2026年完成。集团表示：增加新酒厂的目的是为了能够成为重要的爱尔兰威士忌生产商。新酒厂将继续承担起其旗下两个品牌的威士忌生产：The Irishman 和 Writers' Tears，年产能达4千万纯酒精。酒厂坐落于卡洛郡巴罗河边的18世纪遗址上，处于爱尔兰大麦种植区的中心，拥有自己的天然水供应，自18世纪以来一直是生产饮料和食品的产区。



2023 威士忌进口数据公布

进口量
\$5.84亿

最近海关总署公布了2023年威士忌的进口数据,据统计2023年国内威士忌累计进口量为5.84亿美元,同比微增4.75%;而国内威士忌进口量为0.32亿升,同比微跌0.57%。其中,2023年日本威士忌进口额为0.4亿美元,同比减少12%;英国及爱尔兰威士忌进口额共计5亿美元,同比增加8%

2023年威士忌总共进口49个国际市场

市场前十名详情:2023年与2022年相比 威士忌最主要的进口地

BY VALUE

按价值计算

排 名	国 家	涨 幅	2022	2021
1	英 国	7.6%	5.00 亿美元	4.7 亿美元
2	日 本	-12.5%	4333.5 万美元	4949.9 万美元
3	美 国	-0.8%	1966.4 万美元	1981.5 万美元
4	爱尔兰	6.3%	518.0 万美元	487.3 万美元
5	澳大利亚	59.7%	499.1 万美元	312.4 万美元
6	中国台湾	-52.7%	385.0 万美元	814.0 万美元
7	荷 兰	-24.8%	212.7 万美元	282.8 万美元
8	法 国	-0.8%	149.0 万美元	150.3 万美元
9	西班牙	38.8%	56.0 万美元	40.3 万美元
10	马来西亚		34.9 万美元	2023 年新进威士忌进口国家数据

BY CAPACITY

按容量计算

排 名	国 家	涨 幅	2023 年	2022 年
1	英 国	1.43%	2594.9 万升	2558.3 万升
2	美 国	-4.02%	367.3 万升	382.6 万升
3	日 本	-27.45%	147.8 万升	203.7 万升
4	爱尔兰	69.20%	55.8 万升	33.0 万升
5	法 国	-5.30%	26.0 万升	27.5 万升
6	中国台湾	-39.10%	17.1 万升	28.0 万升
7	緬 甸	35.91%	11.6 万升	8.5 万升
8	澳大利亚	23.45%	8.3 万升	6.8 万升
9	西班牙	103.90%	6.5 万升	3.2 万升
10	荷 兰	-24.47%	3.6 万升	4.8 万升

#02 威士忌进口额 IMPORTS OF WHISKY

#03 威士忌 未来销售预估 SALES FORECASTING OF WHISKY

2028
预计到2028年威士忌销售额
将达到1270亿美元

预计增加
\$888.5 亿

最新研究表明，到2028年，全球威士忌类别的价值预计将增加888.5亿美元。

数据来自 Bonafide 2023-28 全球威士忌市场预测报告，显示从2022年开始，威士忌以6.34%的复合年增长率(CAGR)速度增长，其中亚太地区的消费增长尤为明显。印度市场对威士忌的消耗位列前茅，苏格兰威士忌依旧稳坐大家首选的排行榜第一名，但是日本威士忌则有挑战苏威向前跃进的趋势。

Bonafide Research 还表明，由于消费者对于健康观念越来越重视，无酒精饮料变得越来越受欢迎，但传统威士忌因其“独特的风味，文化价值和品饮仪式上的享受”显得不可替代。

同时，Straits Research 也发布了其酒精饮料市场：按分销渠道（超市、酒类商店、便利店、杂货店和在线零售）、类型和地区 - 预测到2031的报告。报告显示，到2022年，整体酒精行业价值为1.6万亿美元，**到2031年将以2.5%的复合年增长率 (CAGR) 增长**。研究还发现，到2031年，美国威士忌销售额预计将增长3.2%。



崂州 蒸馏厂

LAIZHOU
DISTILLERY



中国威士忌浪潮逐渐在近5年开始成形，虽然国内各地已有许多威士忌酒厂涌现，但大家都期待着有一个专业化、多元化并且高度整合的威士忌酒厂，能让世界看到并且被讨论，为中国威士忌发展助力，与中国各家威士忌酒厂一起在世界威士忌版图中点亮中国产区。

崂州蒸馏厂，坐落在北纬30°的成都邛崃，位于中国的黄金酿酒带，拥有横断山脉东麓独特的崖谷小气候，以及来自横断山脉的天然水源。由上海巴克斯酒业集团投入巨资，2016年开始规划，2019年建设，正式于2021年投产。



2021年6月15日投料，6月19日流出麦芽生产线第一道新酒时，一直关注崂州蒸馏厂的英国酿造与蒸馏学会（Institute of Brewing and Distilling）便立刻邀请我们于世界烈酒大会（World Distilled Spirits Conference）报告崂州蒸馏厂的进程，与会者除了全球威士忌及烈酒学界外，各大国际知名烈酒集团如：帝亚吉欧、保乐力加、三得利……等公司的生产经营主管皆出席该大会。崂州蒸馏厂的代表很荣幸地获得45分钟的报告时间，从规划设计到运营，也与许多有兴趣的听众进行互动与交流。崂州蒸馏厂成为中国大陆第一间被全球威士忌产业认可的威士忌蒸馏厂；同时也被收录到全球麦芽威士忌年鉴2022年版（Malt Yearbook 2022）。

此项目参与的团队由国内外知名供应商打造完成：感谢 AECOM、海诚设计院、中集、英国布里格斯、瑞士布勒、英国麦克米兰、意大利福来利、法国威立雅、南通二建、格兰特、林奥、约克、东洛、正久、盛能、康夏、阿特拉司、新成……等多家协力商在蒸馏厂建成中不遗余力地鼎力相助，创造出划时代的、在全球威士忌历史中写下重要篇章的蒸馏厂。

工艺 设备



柱式蒸馏器

PROCE



壶式蒸馏器

SS EQUIPMENT

ENVIRO AND



崃州蒸馏厂的设计精神
是站在未来往回看，
未来可能在哪里？
那这条路该怎么铺？

未来产品讲求多元，
该如何让消费者欣赏
万象多元的威士忌？

未来酒厂讲求环保，
该如何有效地利用能源与副产品？

未来旅游讲求自在，
该如何轻松地徜徉于
威士忌文化与体验？

绿色环保节能减排与工艺设备的整合

崃州蒸馏厂建造项目获得国家认证的三星级工业绿色建筑项目，也是四川省首批获得绿建三星设计标识的工业建筑项目。厂房设计尽可能地遵循自然法则，采用自然通风和采光设计，参观通道使用导光筒满足室内采光。

谷物糖化采用连续加压蒸煮，缩短热能使用时间，并利用闪蒸回收蒸煮时的热能，进一步做能量转移到工厂其他需要热能的地方。

糖化阶段和蒸馏阶段的麦芽糟和残醪，参考蒸馏厂常见处理方式的经验，一部分湿酒糟外卖，一部分在厂内DDGS处理车间进行脱水、蒸发与干燥，供给第三方饲料工厂与农业养殖户。

发酵阶段所回收的二氧化碳进行除沫、水洗、干燥和加压后储藏，可供应给锐澳预调鸡尾酒生产使用。

连续蒸馏设备使用多极差压塔，降低蒸馏液的沸点，减少蒸汽用量，进而比一般蒸馏塔节省能源。

生产过程的污水统一收集后进行厌氧消化处理，进行沼气发电供应办公楼使用。

崃州蒸馏厂的木桶工厂会将来自世界各地的葡萄酒桶拆开检查。裂开的木板会裁成小块作为烘烤燃料，收集的木屑则会转卖给木板工厂作为贴合板材。

崃州蒸馏厂尽可能地利用所有资源 / 副资源，为自己的家园更尽一份心力。过去、现在乃至未来，崃州蒸馏厂都会为了产品与环保的道路上继续琢磨。



ENVIRONMENTAL PROTECTION ENERGY SAVING

酒糟废液蒸发塔



节能环保

工艺设备与多元风味的整合

未来越来越多的消费者会了解和感受威士忌，从初入威士忌的尝鲜者到风味追求的老饕们，所以崂州蒸馏厂应该要为消费者去探讨更多威士忌风味的可能性。除了在工艺选择上，更从设备设计着手，尽可能地去讨论麦芽与谷物威士忌中花香、水果、坚果、肉质、咸味、烟熏和泥煤味等多元风味的形成可能性。

崂州蒸馏厂安装两套不同的麦芽糖化过滤系统，可以调整麦汁过滤的清浊程度，同时配有不同的酵母进行发酵。在蒸馏过程中，使用外置加热器控制加热程度、不同形状的壶式蒸馏器等；同时崂州蒸馏厂也是亚洲第一、全球第二安装铜与不锈钢并联双冷凝器的蒸馏厂。

除了关心麦芽威士忌外，崂州蒸馏厂对于谷物威士忌也不马虎。崂州蒸馏厂希望带给消费者的是干净、清脆与甜美的口感，超越其他产品的酒精刺激感与无法融合的苦涩味；除了选用高品质的一级玉米和小麦外，设备设计上崂州蒸馏厂是中国第一个大胆尝试采用内铜外包不锈钢的蒸馏塔设计的威士忌酒厂，以提升谷物威士忌产品的口感。

木桶和威士忌风味管理上，崂州蒸馏厂除了外购传统威士忌常用的新木桶、波本桶和雪莉桶外，近年受到重视的 STR 木桶在威士忌产品中有着惊人的表现，为此崂州蒸馏厂设立中国本土第一间大型专业化 STR 木桶厂。STR 技术为 Shave-Toast-Rechar 的缩写，目标是刨去旧木桶内壁后进行火焰不接触的烘烤和大火接触的烧烤。承袭已故威士忌大师吉姆·斯旺（Jim Swan）的概念，崂州蒸馏厂撷取美国、西班牙和法国制桶工艺的精髓和国内木桶工厂一同打造该系统，可以大量生产 STR 木桶供应崂州蒸馏厂使用。



STR 技术



拆桶修桶

多



发酵桶

发酵桶

多元风味 MULTIFLAVOR

多元风味与 大胆实验的整合

强调水果风味除了 STR 桶，传统雪莉酒桶一直是消费者喜爱的威士忌风味桶型。崂州蒸馏厂学习与研究西班牙雪莉酒桶，也研究其风味变化及非雪莉酒产区的葡萄加烈酒，同时也探索中国葡萄酒桶若进行 STR 工艺又会熟成出什么样的威士忌？那有否可能有中国的加烈型葡萄酒呢？

带着这样的先锋理想，崂州蒸馏厂成为中国第一间与中国葡萄酒庄共同开发干型葡萄加烈酒桶和甜型葡萄加烈酒桶的蒸馏厂。崂州蒸馏厂想要去串起西班牙雪莉桶、西班牙加烈葡萄酒桶、中国加烈葡萄酒桶在本质上共同逻辑的风味可能性。

此外，全球威士忌产业近年也玩起啤酒风味桶，崂州团队许多成员都有啤酒酿造经验，也和业界保持良好合作关系，崂州蒸馏厂也成为中国第一间和国内啤酒厂共同进行大规模啤酒桶开发的蒸馏厂；崂州蒸馏厂开始实验干世涛啤酒桶、大麦芽啤酒桶……等。未来都可能成为崂州威士忌的特色作品。

崂州蒸馏厂于2021年10月19日正式开幕时，推出了中国风味桶——黄酒桶！黄酒作为中国最古老的酒种，崂州蒸馏厂竭力将东西方风味融合在一起，崂州蒸馏厂先从小试实验风味的走向后，再参考西班牙雪莉桶12~18个月润桶工艺进行更大规模的香雪黄酒桶和加饭黄酒桶实验。我们很有信心地将中国黄酒桶安排在开幕灌桶仪式，让所有参与来宾能近距离地嗅闻黄酒桶风味，期待着它的熟成。崂州蒸馏厂，成为世界第一个有中国全黄酒桶陈威士忌的蒸馏厂。期待黄酒桶威士忌能成为中国威士忌重要的元素，也希望黄酒桶威士忌能成为中国威士忌的代名词。



官方公众号

若对参观崂州蒸馏厂有兴趣的读者们，欢迎至

← 崂州蒸馏厂微信公众号
预约开放日来厂参观。



8

最新科研

威士忌是感性的味觉体验
也是理性的研究分析
每一种物质的发现
都为我们揭示出香味的来源
让我们从科学的高度
见证天地自然的神奇

威士忌是传统的酿造工艺
也是前沿的生物科技
每一次碳减排上的突破
都为地球增添一抹绿色
让我们践行环保使命
守护人类家园的未来

LATEST SCIENTIFIC RESEARCH





如何越喝 威士忌 越环保？

| 陈正颖

崆州蒸馏厂

您知道吗？水是地球上很重要的资源，人体中有 70% 的水组成，而地球将近有 70% 的面积被水所覆盖，不过，世界上却还有约 21 亿人没有干净的饮用水而被困扰着。这些信息让作为酿酒从业者的我们不禁思考，该如何珍惜使用这种宝贵的资源？



对酿造产业来说，不论水质或水量，都会直接影响到威士忌的品质和风味。因此在酿造威士忌的过程中，必须精心挑选和控制水的使用。

从风味考量上，最直接的就是糖化和稀释用水。将大麦芽浸泡在热水中，麦芽中的各种酶类会将淀粉转化为可发酵的糖分，不同类型的水质，比如钙镁离子的含量就会影响酶活性，影响其糖化的效率。若水中带有农药就会影响后续微生物的发酵发展，若带有过多的挥发性成分或氯离子，则会造成不良风味，甚至对后续的设备造成破坏。

蒸馏后入桶前的降低酒精度进行陈酿，又或是在威士忌出厂前，将其降低到合适的酒精浓度的稀释水，其纯净程度都是非常重要，因为这会直接影响到威士忌的口感和风味，所以产业习惯上会使用去离子水 (RO 反渗透水) 这些相当干净的水作为降度用水，目的就是不让“水”这原料影响威士忌风味。

从用量考量上，清洗、蒸汽和冷却用水是很重要且大量的用水。肮脏的发酵罐会影响发酵风味表现，蒸馏厂需要用干净的水进行冲洗发酵罐，确保不会有残碱或渣液留存，但这不代表无限制地浪费性地冲水，酒厂设计和操作时都得要不停地精进，减少清洗水耗。

蒸汽用水，进入酒厂的水软化以后，加热加压蒸发，送到蒸馏厂各处加热使用，比如糖化的热水罐、清洗的热碱罐和蒸馏器的热交换器。蒸汽用水一般不会接触到酒液，但还是得要经过软化，去除容易结垢的各种钙镁离子，否则这些蒸汽在换热器上的表面结着一层很厚的垢，那么代表蒸馏厂就会需要浪费更多的蒸汽进行加热，平白提高水耗和能耗。而在崂州蒸馏厂里，我们也有喷入谷浆做混合的洁净蒸汽以及水洗蒸馏液再精馏，这部分的用水其水质要求又再提高一个档次。

最后我们谈的是冷却用水。无论是糖化降温又或者是酒精蒸馏后的降温，都会需要大量的水带走热能，除了有效地设计热能循环以外，一部分带到水塔降温的水也需要经常补充。同样地，因为是带走热量，所以在换热器上的结垢也导致冷却用水量的增加，提高水耗和能耗。

这些简短的介绍可以看出，水在威士忌制作过程中扮演了很重要的角色，每滴水都有其特殊的意义和价值。因此，在面对全球环境保护的意识和行动逐渐重要和严格，苏格兰威士忌协会 (Scotch Whisky Association) 在近期发布了水守护者框架协议 (Water Stewardship Framework)[1]，探讨从2012年至今，苏格兰威士忌产业已改善了22%的用水效率，目标在2025年时可以让不同规模的威士忌蒸馏厂将其水耗都控制在生产每公升纯酒精耗用12.5-25公升水 (换算每瓶700毫升40度的威士忌是3.5-7公升的用水)。峡州蒸馏厂身为威士忌产业的一员，我们在设计上整合了用水与热能循环，在经营上也积极采取各种节约用水和回收举措，减少水资源的浪费，并且会持续探索精进的可能性。

我们相信，在环保与威士忌品味之间，只要用心地去珍惜和使用每一滴水，就能够创造出更美好的威士忌和更美好的世界。



资料来源

[1] Scotch Whisky industry releases Water Stewardship Framework, Brewers and Distillers International pp.16 August 2023, Institute of Brewing and Distilling, London



The background of the entire page is a close-up photograph of a wooden barrel, showing the grain and texture of the wood. A grid of teal-colored lines is overlaid on the image, creating a modern, geometric design. The grid lines are of varying thickness and intersect to form rectangles of different sizes. The overall color palette is dominated by the warm, brown tones of the wood and the vibrant teal of the grid lines.

9

崂州威士忌单桶品鉴

单桶威士忌品鉴
是一个充满仪式感的过程

首先是闻香 Nosing 让香气在鼻际层层绽放
然后是口感 Tasting 让醇美从舌尖流入心间

最后是回味 Finish 感受那份余韵的缠绵
唯有如此

才不负这份光阴的礼物
不负大自然的馈赠

LAIZHOU SINGLE CASK WHISKY TASTING







Fino

Fino 雪莉桶

烈酒类型
麦芽

陈年时间
9.3 月

酒精度
63.5%

香 味

甜香, 果香, 杏仁, 麦芽, 香料, 烟熏, 香草, 巧克力, 奶酪, 饼干, 肉桂, 丁香, 新酒, 金属味, 葡萄干, 蜜饯, 太妃糖, 中药材, 草本根茎, 焦糖, 果脯, 玉米清甜, 木屑, 花香

口 感

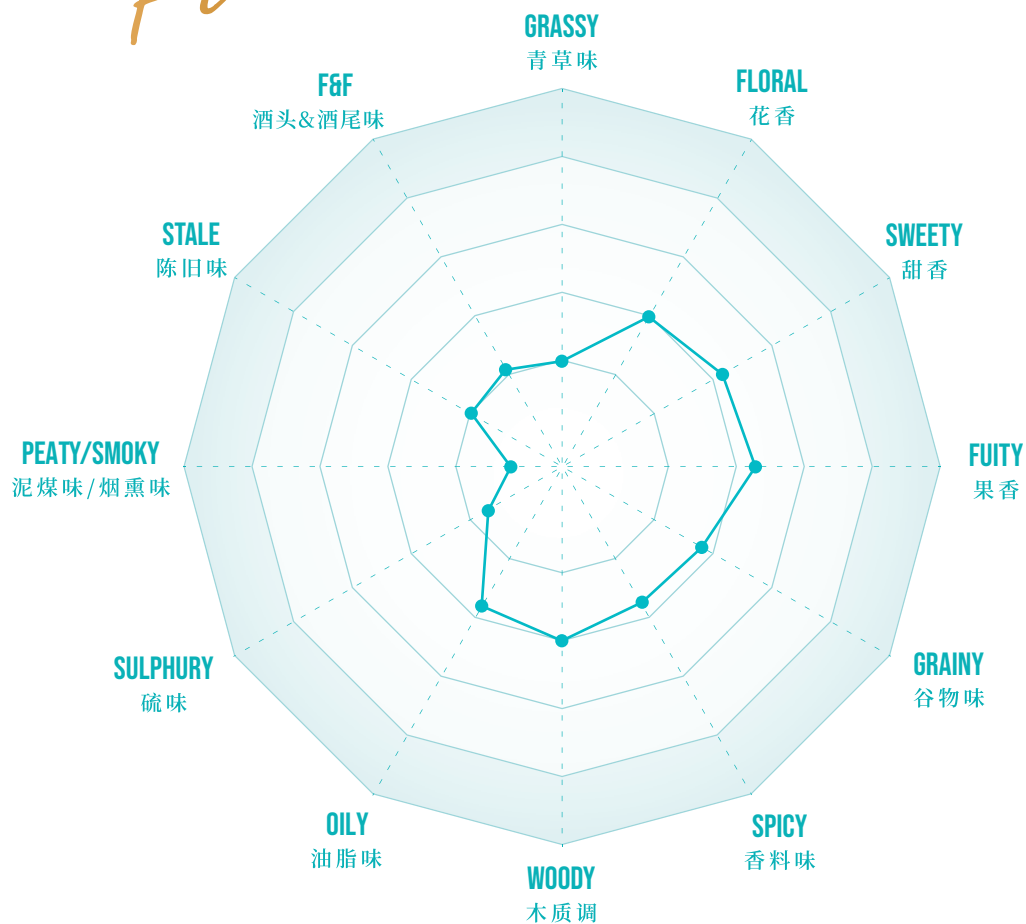
口感有话梅, 果干, 蜜饯

回 味

焦香, 辛辣感, 奶糖, 蜂蜜

酒 体

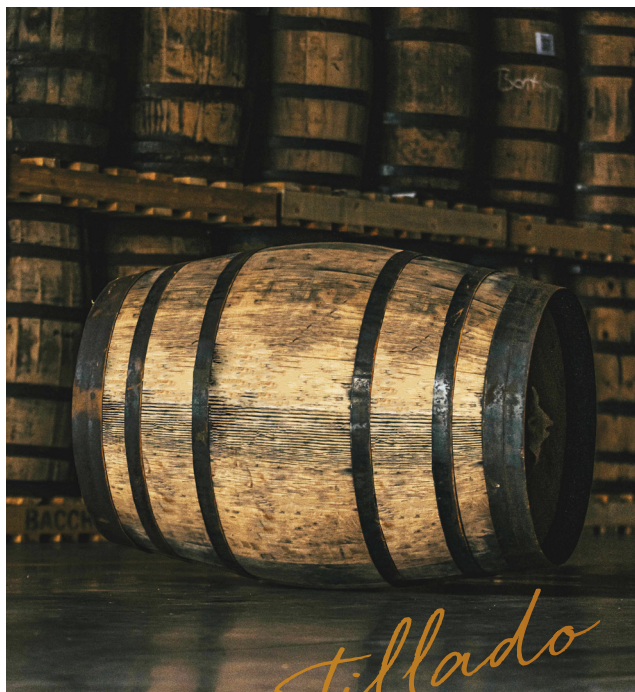
中等



FINO 250L CASK

NO.10065967





Amontillado 雪莉桶

烈酒类型
麦芽

陈年时间
18.1月

酒精度
65%

香 味

果干, 果脯, 香草, 木质香, 奶油, 油脂, 梅子, 指甲油, 乌梅, 香料, 丁香, 成熟水果, 焦糖, 糖浆

口 感

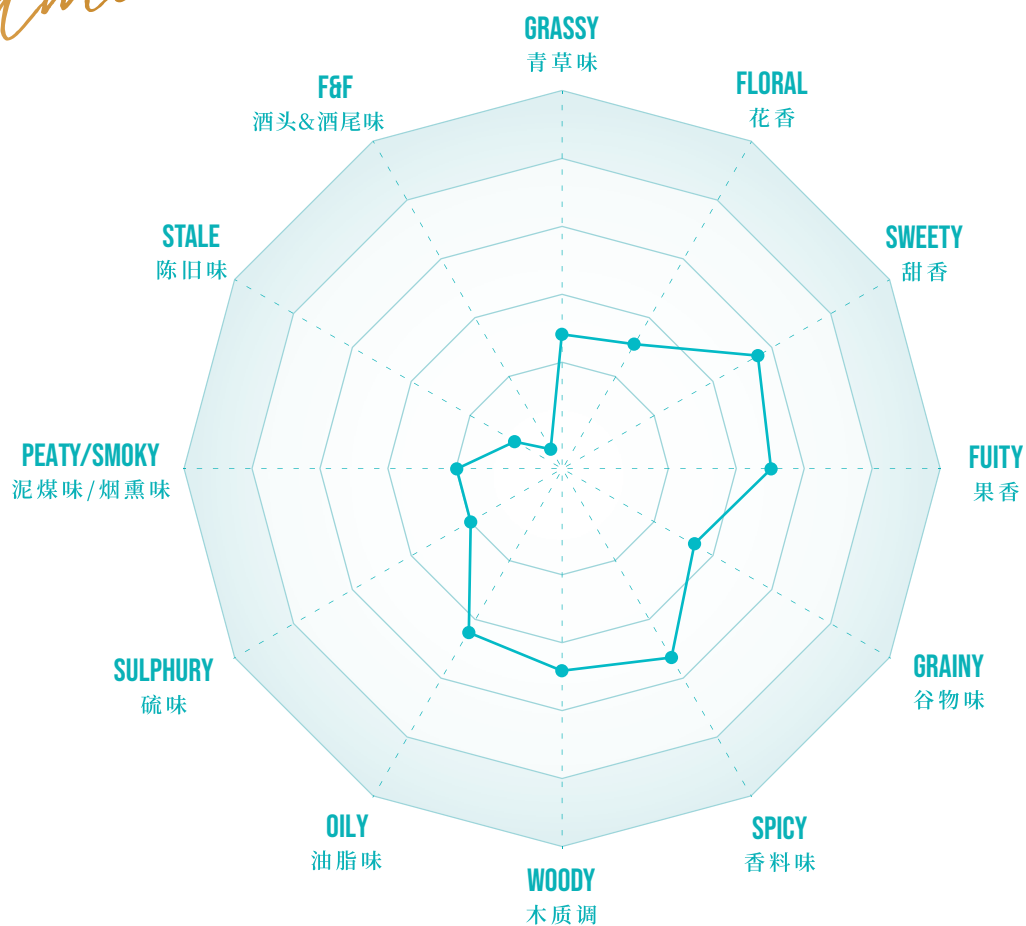
入口焦糖, 成熟水果, 香料, 巧克力, 烤布丁

回 味

焦糖, 香料, 油脂, 糖浆, 梅子

酒 体

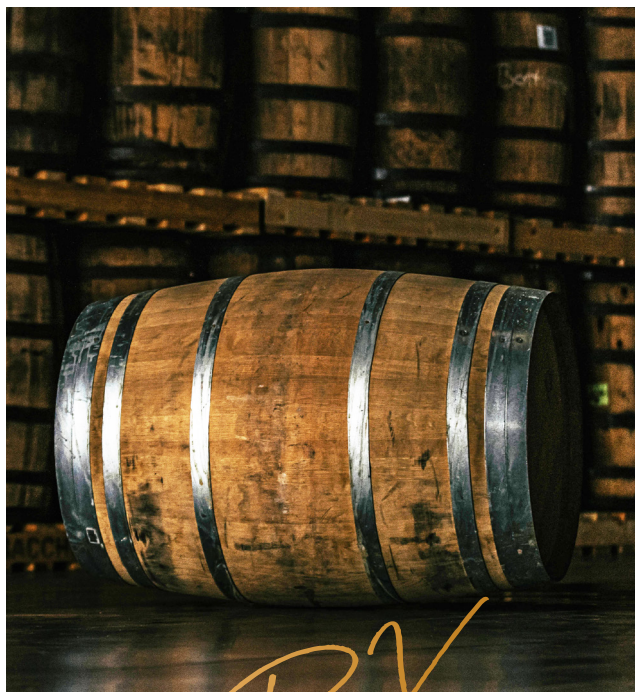
中等



AMONTILLADO CASK

NO.10033991





PX 雪莉桶

烈酒类型
麦芽

陈年时间
18.1月

酒精度
65%

香 味

焦糖饼干, 烤咖啡豆, 焦糖, 果脯, 香料, 果香, 杏仁, 糖浆, 奶油, 太妃糖, 油脂, 烟叶, 烤坚果, 脂粉

口 感

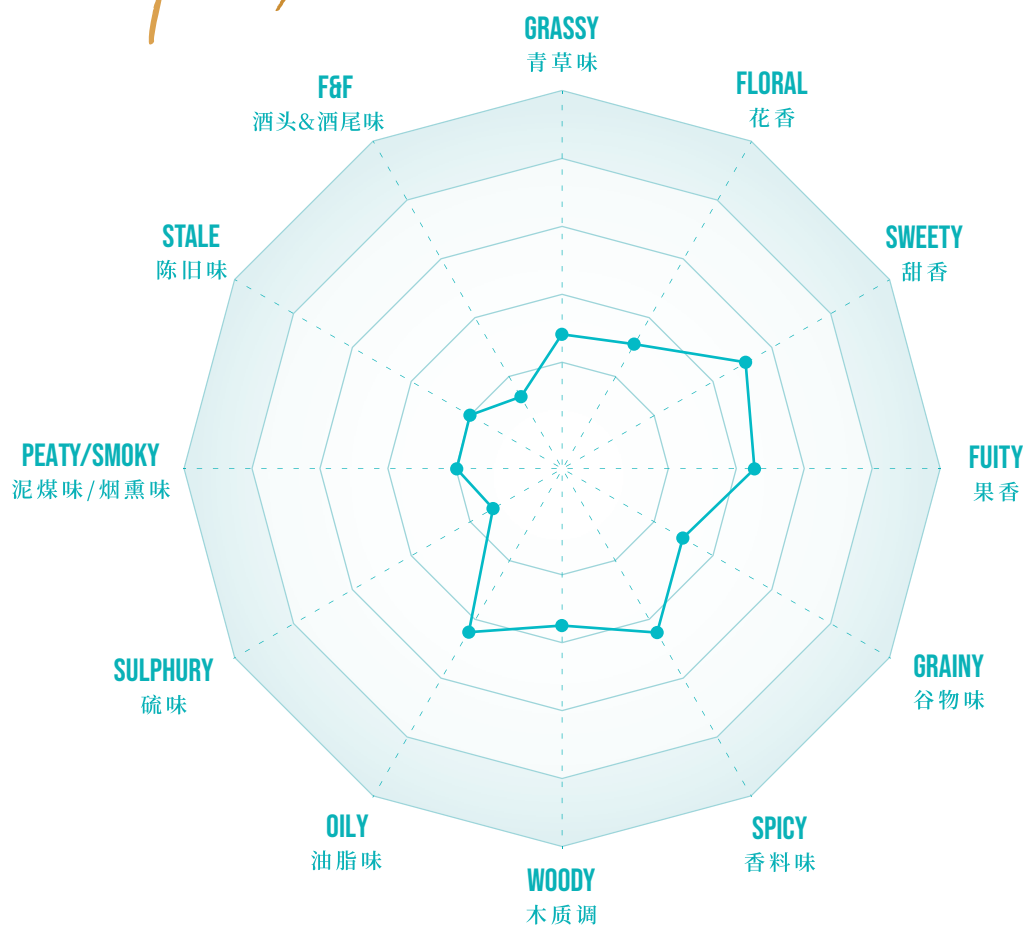
入口油脂, 焦糖, 果脯, 杏仁, 糖浆, 很甜, 脂粉

回 味

焦糖, 油脂, 果脯, 太妃糖

酒 体

中等



PX 250L CASK

NO.10031816



创造威士忌的更多可能

崂州蒸馏厂致力于“创造威士忌的更多可能”，让木桶与酒液的对话更加深刻和频繁，在风味和口感上保持平衡的同时增加更多的层次，追求更多元风味的可能性。

在崂阅，
希望您与我们同行，
共同见证中国威士忌的成长。

禁止擅自复制、扫描或数字化。除非经著作权人认可。
Unauthorized copying, scanning, or digitization of this booklet is prohibited, except in cases approved by the Copyright Act.

扫码了解更多崂阅及崂州蒸馏厂动态！

Scan the QR code to get more NEWS about LAIYUE & LAIZHOU DISTILLERY !



官方公众号



会员小程序



LAIZHOU
DISTILLERY

崂州
蒸馏厂

未成年人不得饮酒
酒后请勿驾驶

