

嵊州品牌手册

LAIYUE
No.3

味 阅



古韵与新潮的交融
威士忌在漳州相当“闹热”
The Fusion of Tradition and Trend
Whisky Thrives in Zhangzhou

潮汕至味
当威士忌走进世界美食之都
The Essence of Chaoshan
When Whisky Enters a World Culinary Capital

共创征集：那杯威士忌，陪我
Co-Creation Call
That Glass of Whisky Accompanied Me

一个京圈制片人的烈酒叙事
A Beijing Circle Producer's Spirit Narrative

威士忌全球动态
Whisky Global News



LAIZHOU
DISTILLERY

嵊州
蒸馏厂



百利得 BLENDED 66

六大桶型 贯穿全球六大风味版图
纯粮酿造 回归本真风味 五谷合鸣 勾勒层次之美

六大桶型汇聚
赋予酒体丰富层次
带来多重风味体验

美国
波本桶

巴巴多斯
朗姆桶

法国
葡萄酒桶

墨西哥
龙舌兰桶

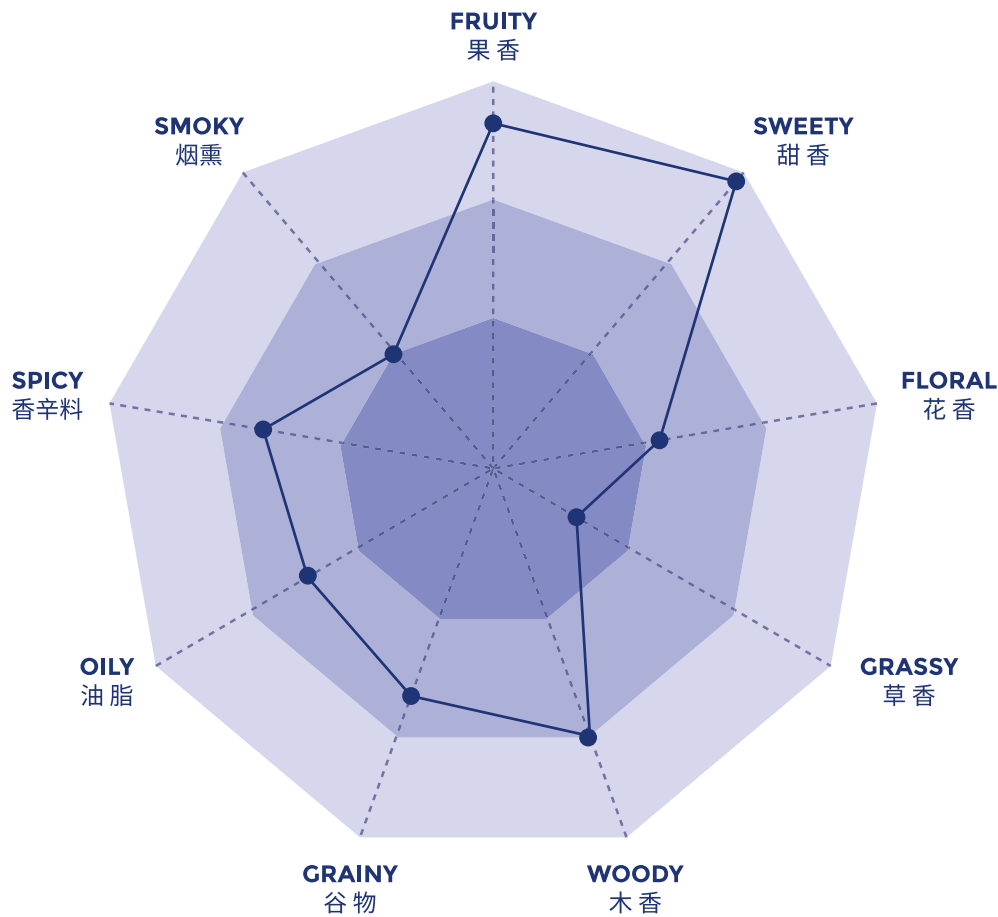
西班牙
雪莉桶

中国
祁连山甜型
加烈葡萄酒桶

整体：甜美馥郁，每一滴酒液皆为风味臻萃

香气：焦糖，太妃糖，果干，熟水果，话梅，烤麦芽，烟熏

口感：焦糖，太妃糖，果干，檀香，雪茄，淡淡的泥煤，入口甜美，
柔顺饱满



阅威士忌 阅文字 阅生活

阅，不止是文字的读取，更是阅人、阅事、阅物，亦是感知世界的方式。威士忌，不仅是一种饮品，更像是一种媒介，连接人与回忆、人与情感、人与人。在「峡阅」里，文字与烈酒交融，图像与记忆共鸣。值得驻留的内容，终将以实体形态，在时光中留下印记。

这一次，「峡阅」迎来全新升级，一季一期，带来更丰富的内容和阅读体验。在这个快节奏的时代，我们更需要一份“慢”媒介，去沉淀风味、驯服浮躁、品味生活。「峡阅」将呈现精选品鉴笔记与最新峡州动态，并持续邀请美食家、酒类行业人士及威士忌文化爱好者，分享他们的所见所感、所思所悟。

同时，「峡阅」特别设立共创板块内容，让更多威士忌爱好者的文字被看见。我们始终相信：每个阅读者都可以成为叙事者，每滴威士忌都值得被细细品味，每次共创都在续写风味的更多可能。诚邀您投稿「峡阅」，分享您与威士忌的点点滴滴。或许是酒液滑入冰块的裂纹声，或许是碰杯时的眼神交汇，又或许是某滴酒在橡木桶中沉睡十年后与人类鼻息的初遇。

依旧，「峡阅」可以是您等待时的填空、独酌时的陪伴、情绪起伏时的知己，或是灵感乍现的触发点。正如威士忌，随兴而至，恰如其分。

「峡阅」邀您共阅。

一季一期，循四季流转；

一期一会，敬人生相逢。

CONTENTS 目录

CULTURE 流行文化

4

古韵与新潮的交融
威士忌在漳州相当“闹热”
The Fusion of Tradition and Trend
Whisky Thrives in Zhangzhou

TASTY FOOD 美食

10

潮汕至味
当威士忌走进世界美食之都
The Essence of Chaoshan
When Whisky Enters
a World Culinary Capital

STORY 酒后小故事

16

共创征集
那杯威士忌, 陪我_____
Co-Creation Call
That Glass of Whisky
Accompanied Me _____

PEOPLE 人物

22

一个京圈制片人的烈酒叙事
A Beijing Circle Producer's
Spirit Narrative

NEWS 全球资讯

30

威士忌全球动态
Whisky Global News

EVENTS 大事记

40

崆州大事记
Laizhou Events

NOTES 品鉴笔记

44

崆州品鉴笔记
百利得22&百利得66
Tasting Notes
BLENDER 22 & BLENDER 66

威士忌与流行文化

古韵与新潮的交融 威士忌在漳州相当“闹热”

这座闽南小城，正以古韵与新潮的交融
酝酿一场跨越山海的风味实验
以烟火气为引，以风土为笔
在本土韵味与世界烈酒的交汇间，缓缓铺展



从厦门到漳州，最快的一班高铁只需要16分钟。弹指之间，却好似现代与传统的穿越之旅。神奇的是，当一瓶威士忌来到漳州，却能完美融合到闽南的传统习俗之中。那些闽南的奇趣“酒”事、被游客和全球化带来的风土人情，皆可在漳州一窥其貌。

LAOYE
FESTIVAL

闹热节

福建自古被誉为“千神之省”，其民间信仰场所之密集，民间信仰场所是奶茶店的2.5倍。就像中国的庙会文化，传统福建老村许多重要的节庆文化，几乎也跟宗庙祭祀相关，也包括酒文化。

或许在厦门这种现代感更强的城市，许多民俗老节已不易觅其踪迹，但百里之隔的漳州，传统的闽南文化与民俗信仰相融。庙会、宗庙祭祀与酒文化彼此交织，历史建筑与中外饮食相互交叠。

在许多漳州当地村落，每年都会举办全村共庆的“闹热节”（闽南话叫做“laoye”，意为“热闹”）。但神奇的是，每个村子并不一定都在同一天办“闹热节”，从每年八月延续到次年一二月，几乎每个月都有几个村在过节。

在旧时，村里办“闹热节”的目的主要是为答谢祖宗神明保佑，而漳州每个村叩拜的对象，也不尽相同，不论是妈祖、关老爷、祖宗还是佛祖，都是期盼着能够来年顺遂，生意兴隆。

时至今日，“闹热节”则被赋予了更多意义，千里之外的游子会在这一天返乡，这是难得的团聚时刻。当地还有“酒如其人”

的俗语，正是对这份情怀的真实写照——敢拼爱闯的漳州人联络往来，解乡愁，亦寻商机。不少注重农耕的村里，甚至还会给牛戴花、在饲料中加酒，名曰“打辛苦”，酬谢辛苦，更贺节庆。

中式节日，当然是要大摆宴席，自然也少不了各种好酒，威士忌也通过海外游子之手，出现在了团聚时刻。在百年历史的土楼或宗祠前，闽南传统的流水席上，百岁老人端坐主位，戏台上唱着歌仔戏，面前摆着融汇中西的美食佳酿，甚而也会有威士忌古典杯、闻香杯，而不论老少，似乎也早就习以为常。

这便是漳州酒文化，让人觉得特别又有趣的地方。





老酒客 & NEW WAVE DRINKERS 新浪潮

百年前，为谋生计，漳州人远赴他乡经商；而今，随着城市日新月异的发展，越来越多的青年选择返乡创业，开启了另一种时尚风潮。

尽管漳州被划为三线城市，但是漳州文化的开放性，可不弱于国际性的一线都市。上世纪改革开放后的华侨归国潮，让福建著名侨乡——漳州，在1980年代就积极拥抱了洋酒文化。彼时的夜总会和大酒店，白兰地和威士忌几乎随处可见。

而21世纪的返乡归国青年，则引发了这座闽南小城对威士忌品质的更高追求。他们乘势而起，在漳州创办了以威士忌为主题的时尚酒吧与互动平台。他们巧妙利用本土资源，将古色民居、地方风俗与国际酒文化交织融合，为威士忌酒吧注入浓郁的本土气息。另有团队以社交媒体为桥梁，与线下高端品鉴会相结合，定期举办

风味分享，汇聚老酒客与新晋爱好者共叙酒香往事。这些青年创业者们为漳州威士忌文化注入了澎湃活力，也使这座小城在全球烈酒界独树一帜。

漳州常住人口有五百多万，据当地网友介绍，仅她所在的威士忌群里，就有大约三四千人，大多也是年轻人，年轻人里又多热衷于精品单一麦芽威士忌。而其中早年通过白兰地入门洋酒的老一辈，则更



偏爱花果香的大牌威士忌，售价几千的酒款是日常，一两万的奢级酒款亦有知音。

因此，漳州的威士忌吧也展现出了很高的专业程度。不管是苏威、日威、美威还是国威，每一款威士忌，侍酒师都能与客人娓娓道来，带领客人走进那广阔而深邃的风味世界。

杯中烈酒 SOUTHERN FUJIAN 舌尖闽南 WHISKY &

爱酒的漳州人，日常饮食也很是讲究。

各色美食小菜叫人垂涎欲滴，除了被人熟知的卤面、豆花、四果汤，当地特色的卤味也琳琅满目，卤鸡爪、鸭掌、鹅掌、翅膀、卤牛肉……香浓的风味，恰好与酒适配，亦有很多酒友喜爱搭配威士忌。

更有趣的是，你无法想象威士忌特调咖啡在漳州的受欢迎程度。

威士忌与咖啡的跨界融合，不仅刷新了传统饮品的定义，更象征着漳州人对文化创新的追求。据不完全统计，漳州有上百家的咖啡馆，几乎每一家的菜单上都有至少一款威士忌特调款咖啡。当地的人气咖啡店，尝试将咖啡液、冰博克、威士忌与红糖巧妙融合，赢得咖啡客和酒客的一致青睐。甚至漳州的咖啡界都流传着一句行话，“咖啡师的尽头是调酒师”。



当威士忌的醇厚与咖啡的焦香在杯中交融，迸发出独特风味时，这不仅是一场口味的实验，更像是一种时代的暗示。正是这种融合与创新，让传统与现代在这里悄然对话。

辞旧迎新，闽南人的宴席同样也充满了祈愿吉祥的仪式感。在这里，干杯叫做“顺”，碰杯需喝光，意味着一顺到底。“酒杯举高高，家里出状元”这样的老话儿不仅如闽南民谣一般朗朗上口，也蕴藏着老一辈的饮酒哲学。



尾声 FINAL WORDS

既传统又包容，漳州的酒文化犹如由土楼筑成的圆环——保留着历史的砖瓦，也融纳了洋气的灵魂。在这里，没有早C晚A的喧嚣，只有古今交融。一半是闽南古韵的低吟，一半是威士忌新潮的狂想。

威士忌在此落地生根，不是异乡客，而是归家人。它融进庙会的锣鼓、咖啡的香气、土楼的砖缝，最终化作一句闽南老话：“顺！”——杯底朝天，敬过往的虔诚，也敬未来的更多可能。

潮汕至味： 当威士忌走进世界美食之都

卫小妖

WEI XIAOYAO | 知乎美食专栏作家

威士忌虽源于西方，但我对它的喜爱，反倒是回国后这几年兴头正盛。细究其原因，蔡澜和倪匡两位先生最爱的是威士忌配腐乳，我却贪心得多、想搭配的更多——**中餐的五味搭配威士忌的八味，可以碰撞迸发出无数新的可能性，每一次入口，犹如夜空升起的烟花，你永远不知道下一次的绽放是怎样地绚烂，这种不确定性最是让人入迷。**

2023年10月底，联合国教科文组织公布了潮州荣获“世界美食之都”的称号，这是继顺德之后，广东是第二个获此殊荣的城市。消息一公布，又一次将潮州菜的“热潮”推到了公众视野面前。作为一个曾旅居海外十多年的北方人，我最早对“广东味”的了解来自旧金山、纽约、洛杉矶等几个大城市的唐人街和中餐馆，不管你祖籍哪里，粤菜以其“海纳百川”的特点抚慰了不少海外华人思乡的中国胃，也是在那个时候，我第一次知道了“烧腊”、“西洋菜”、“陈村粉”、“菜脯”等这些和北方迥然不同的食物。

当威士忌走进世界美食之都，又会有哪些奇妙的事情发生呢？



SEA & PEATED FLAVOUR

海洋与泥煤

潮州菜与粤菜一脉相承却独具风骨，潮州菜“无海鲜不成宴”

尤其擅用食盐、卤水等佐料调和多层次的风味

以及有着“深挖潮汕及全球风物“的坚持和“寻找食材, 理解食材, 超越食材”的决心

先来聊聊鱼饭。

鱼饭在潮汕饮食历史上一直都是不可或缺的一部分。潮汕临海，当地人常年靠海而生，丰富的水产就是最直接的食物来源。我第一次看到这两个字会误以为是鱼肉+饭，但其实鱼饭就是“鱼”，是用新鲜海鱼不做任何处理，直接盐水煮熟，冷却后食用。这样的处理方式一方面是吃起来便捷，另一方面就是解决了以前食物保存问题——盐水煮熟后可以存储较长时间，除了冷吃，还可以二次加工煎着吃、蒸着吃等。

潮汕人将煮熟的鱼比喻成饭，类比江南水乡和中原北方以米面为饭。

用来制作鱼饭的鱼各种各样，我曾在上海一家米其林一星的潮州菜馆吃到过选用脂肪含量非常高的马友鱼做成的鱼饭，肥美多腴。之前看节目里蔡澜给鲁豫强烈推荐马友鱼的鱼腩部分，认为最为鲜嫩好吃。传统的鱼饭不会额外调味，吃的就是海水浸润下食材本身“至味无味”的境界，还可以搭配本地的普宁豆酱，点缀在鱼饭之上，一口下去，没有一丁点腥味，鱼肉鲜美紧致细腻，混着豆酱发酵的鲜味，回味无穷。

如果想让这个复合风味更“绽放一些”，更饱满，更适搭配有着泥煤和烟熏风味的麦芽威士忌。一口鱼饭，一口威士忌入喉，海洋之风扑面而来，鱼肉紧实的口感和海洋的气息冲散了威士忌烈酒的刺激，一切都变得温柔娇羞起来了，最后留下了一丝丝麦芽糖的甜，偶尔还能品到些许清爽或者偏成熟果香的风味，在想要微醺的那一刻，再次唤醒你的味蕾。



潮州卤味也是一绝。“卤”这种烹饪手法历史悠久，北魏的《齐民要术》和宋代食典都有关于“卤”的详细烹制方法记载，这里贡献一个冷知识——目前我国八大菜系里除了“潮州菜”还在广泛使用“卤”，其他菜系这个烹饪方法已经不常见了。

滋味丰富，口感又粉糯的卤水鹅肝和威士忌更是天作之合，特别是和雪莉桶威士忌最为默契。深邃琥珀色、口感饱满圆润的雪莉桶威士忌，散发着迷人的果干甜香，并且有欧洲雪莉橡木桶橡木单宁的轻微涩味和深色浆果的果香，可以很好地中和内脏美食的油脂感，并且在老卤中找到共鸣的呐喊。



如果我们细挖潮州菜的特点，它其实是源自中原的传统烹饪技巧，但在这里碰到了前所未有的“新食材”，继而演化出了它独特的魅力。

潮州菜中赫赫有名的汕头特大响螺、潮州烧花胶和脆皮金沙参，则代表了食材的珍贵与来源之广。

有着“广东徐霞客”美誉的岭南学者、诗人屈大均曾在《广东新语》里写道：“天下所有食货，粤地几尽有之，粤地所有之食货，天下未必尽也”，潮州菜有着天下食材「广而纳之」的气魄。

响螺在熏烤时，大可浇一勺威士忌“助威”。可以让烤炙螺肉的汤汁香味更丰富，质感更丰厚。中国台湾著名酒评人林一峰老师曾记录过：往老母鸡汤里加威士忌可以喝出姜母鸭的滋味。

响螺汤汁加威士忌，说不定也可以变出更有趣的风味魔法。



AGED BRINE

老卤新酒

FRESH SPIRITS



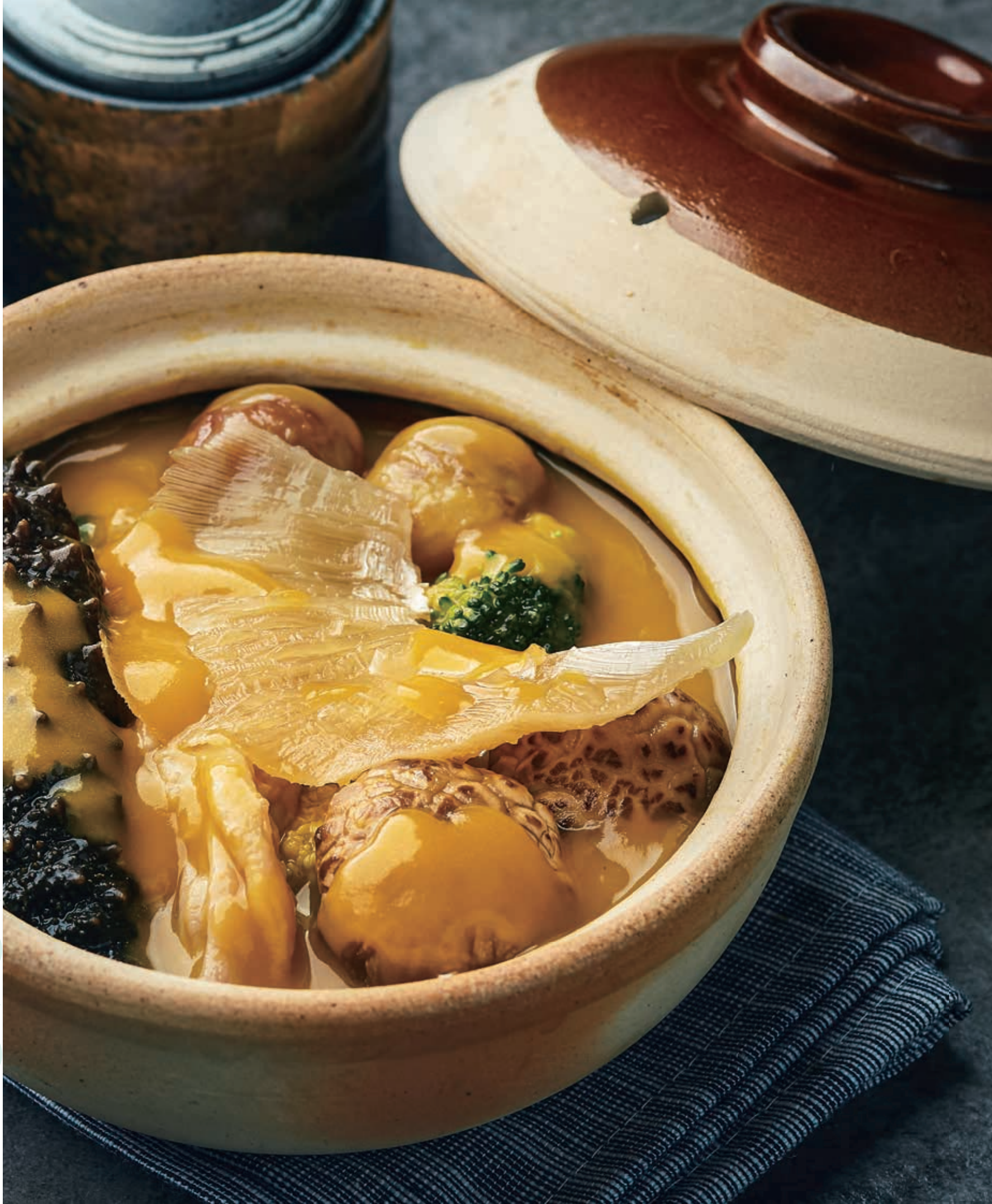
除了搭配菜肴，威士忌还可以搭配主食。

经典的菌菇海参鱼翅捞饭，搭配雪莉桶的威士忌，可以称得上“佳偶天成”。米饭浸润了鲜香的汤汁，混合雪莉桶威士忌带来的坚果、干果、焦糖香气，那个香味像是一下子打通了任督二脉，带来的是舌尖一颤的快乐；酒体浓厚、丝滑的口感和捞饭的粒粒分明、汤汁缠绵，在舌尖达成绝妙平衡，食物和威士忌的魔法效应此刻达到了巅峰。

潮州菜的精髓，还藏在“粗菜精做”的匠心之中。粗纤维的芥菜，可以小火高汤慢炖，直至纤维软烂入味，苦而不讨喜的苦瓜，可以用猪肋排小火砂锅慢煨几个小时，直到苦瓜的生物碱全部分解释放，只剩甘甜，糅合进猪肋排脂肪的香气，就是这道好喝好吃的“猪肋排煲杜阮凉瓜”了。

潮汕人尤爱吃茄子，先将茄子外皮仔细削掉，滚刀切块，用淡盐水将茄子煮熟透，这个过程可以去除茄子所含的涩味。煮好的茄子再用猪油、猪油渣煎香，煎得越透，茄子越香。最后将调味料调稀，倒入正在煎的茄子之上，这个过程叫做“炆透”，之后小火慢慢地炆，这整个过程无不反映潮州菜对待一饭一蔬，哪怕再普通的食材，都是无比地虔诚和精细。

SOUPS 汤品与主食 STAPLES



潮州菜的珍贵之处，在于如今人们的饮食习惯越来越倾向于味蕾强刺激的环境下，逆势而为，尊重食材本味，“百菜百味”，这在中国的饮食地理版图上是绝对地一骑绝尘。

这样清淡的汤品、菜品最适合波本桶中熟成的威士忌，酒体轻盈，色泽金黄，带着轻微的甜味和新鲜的酸度，散发出的芳香让人仿佛触摸到了刚摘的鲜花瓜果，纯净优雅。

WORLD FIND S 尾声

威士忌从来都是自由又充满个性的，也因此，它和海纳百川又极具地域特色的中餐如此契合，灵魂共振。正如《舌尖上的中国》总顾问、作家沈宏非老师所说：“苏格兰威士忌诞生在苏格兰，那里天气寒冷，酒更多是用来御寒的，而且当地也并没有太多的菜可供搭配。但到了中国，展现出了很高的适配性。”

期待威士忌和更多中餐碰撞出的迷人风味。

酒后小故事

共创征集 那杯威士忌, 陪我

每一杯威士忌都是时光信使
它封存悸动, 陪伴孤独, 见证蜕变
或在杯底留下被岁月打磨的温润光痕

2025年2月14日, 我们在官方自媒体上发布了征集, 诚邀大家共创威士忌酒后小故事。短短数日, 便收到许多精彩的投稿。最终我们精心挑选了3篇短文, 带来了3种不同的情绪与记忆。

在大家的笔下, 威士忌承载着各种味道, 见证着从莽撞到沉稳的蜕变; 它或成为爱情的见证, 或与青春的相伴, 或见证了科研路上的成就。每一杯都承载着深刻的回忆, 也映照出生命中的点滴变化。

感谢每一位执笔人, 愿举杯时, 皆能听见时光流淌的回响。





那杯威士忌 陪我一见钟情

我和威士忌不得不提的故事，
就是我和老婆的初次相遇。
说起来我总是会想起那个夜晚，
觉得那真是我至今最难忘的记忆。

叶苍安 / 上海

那是几年前的一个周末，我和朋友约在一个离家很远的爵士酒吧。酒吧内灯光昏黄，爵士乐低回悠扬，空气中弥漫着微醺的烟火气息。吧台狭窄、桌椅陈旧，却别有一番风味。朋友和调酒师聊得起劲，我低头看着自己威士忌杯里的冰块发呆，突然一个声音在我耳边响起：“你点的是什？”我抬头看，原来是坐在我旁边的女生。她笑得特别可爱，眼睛里闪着灯光的倒影。

她说自己特别喜欢威士忌，尤其喜欢尝试不同的种类。我随口说道：“那你可得推荐推荐，看哪款适合我。”她笑了笑，把她的杯子递给了我，说：“如果你喜欢口感平滑的，试试这款低地。”我尝了一口，果然觉得比我之前喝的要柔和，味道也更顺口。

那一晚，我们就这样从酒聊到了生活，发现我们不仅都是威士忌爱好者，连很多兴趣爱好也很相似。一直聊到酒吧快打烊，才发觉时间已经过去得很快。后来，我们常常一起去酒吧，尝试各种威士忌。每次与她一起去酒吧，对我来说都不仅仅是品味酒的过程，更是了解彼此的机会。

威士忌在我们的关系里，悄然演变成了一种特殊的暗号——当我们都觉得尴尬或害羞时，就会问对方一句“要不要喝一杯威士忌？”这种简单的暗号，为我们制造了很多次见面的机会，也让我们的关系一点点地拉近了。

随着时间推移，我们的关系从普通朋友逐渐变得亲密起来。如今，我们已经结婚了！

每当我们一起去威士忌吧，总会回想起那个让我们相遇的夜晚。那晚的偶然和必然，成了我们爱情里的一段美好回忆。对我来说，威士忌不仅仅是一种酒，它更像是一种信号，一种暗号。它提醒我，只要我们愿意走出第一步，生活总会带给我惊喜。

这就是我的故事。一杯威士忌，陪我度过了那次一见钟情，也见证了从害羞到勇敢、从相识到相守的过程。



那杯威士忌 陪我度过了青春

记得上大学时，经过一段时间的努力，我终于攒够了钱，买下了自己人生中的第一瓶威士忌。可是它并没有我想象中那么好喝，酒入口后带着一丝辛辣，远不如我想象中的温柔顺口，反而有点刺喉的感觉，让我一时难以接受。

后来工作越来越忙，我慢慢习惯喝酒后，就找不到最初的感觉了。但无论生活如何变迁，我始终对那第一瓶酒记忆犹新。它仿佛代表着年轻时的渴望和冲动，弥补着我青春的岁月。

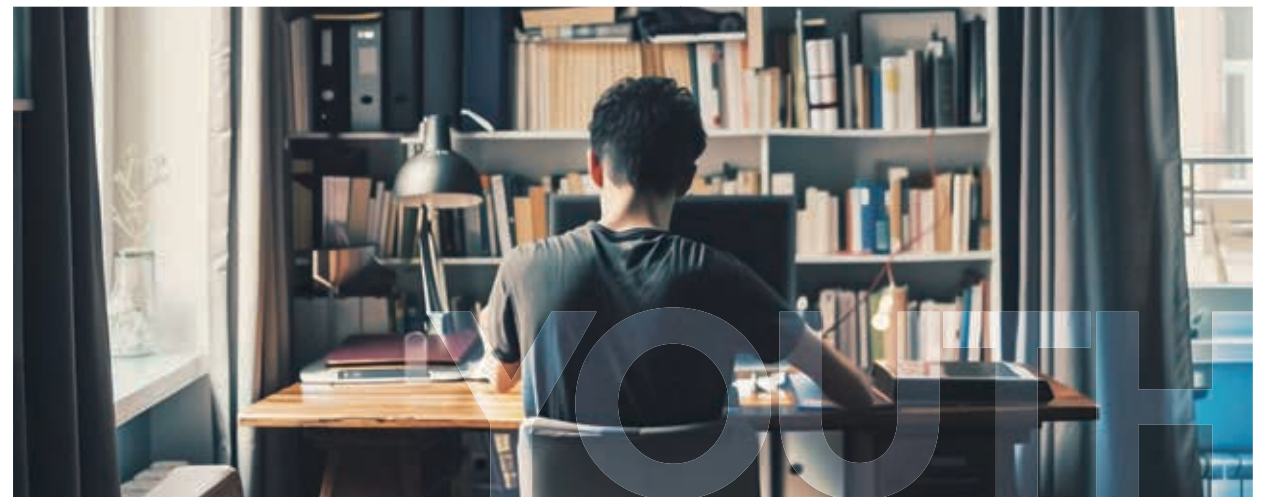
小时候，我曾读过《刻舟求剑》的寓言故事，当时读感觉这个人真傻，他不知道剑丢在了河中间，岸边是找不到的吗？后来发现生活中我们每个人都在刻舟求剑，就像你明知道回不去了，找不到曾经的人或者场景了，但仍然会回到某个地方、某个时间，还是想找到曾经丢失的事物。

然后发现自己的青春，就在某天和同学挥手后就这样失去了，人无法同时拥有青春和对青春的感受。现在想想，多年前的某个日落，好像也没有那么漂亮，但确实比较难忘。而第一瓶威士忌的辛辣与醇厚，似乎就像青春本身——初尝时带着难以适应的刺激，而回味时，却满是舍不得散去的余韵。

每当我再度举杯，总会回忆起那个青涩而热烈的年纪。那时的我，对未来充满期待。如今，那瓶威士忌仿佛成为了一座时光的桥梁，连接着我曾经那份纯真的热情和现在沉稳的心境。它提醒我，即使时光无法倒流，那些经历依然在心中闪光，教会我学会珍惜和成长。每当举起威士忌酒杯，我仿佛回到青春，感受那曾经让人热血沸腾的勇气和温情。

从小我就对电影里偶尔出现的威士忌充满好奇，总幻想有一天能亲自品尝那传说中的味道。

张琦 / 浙江





实验室的灯还亮着，电脑屏幕上的数据依然杂乱无章。手边的威士忌杯里，酒液只剩了杯底。这是导师去年送我的礼物——一瓶威士忌，他说科研就像品酒，需要耐心和专注。

记得刚读研时，我总是急于求成，恨不得一夜之间就做出成果。第一次组会报告，我草草了事的数据分析被导师当场指出十几个错误。那天晚上，他带我去去了学校后巷的小酒馆，点了两杯威士忌。“你看”他晃着酒杯，“好的研究就像高年份的酒，需要时间去沉淀，才能释放出真正的香气。”那一夜，他用酒和故事告诉我，失败并不可怕，只要能从中吸取教训，慢慢磨练，成果终会到来。

随着时间的推移，每当我在科研路上遇到瓶颈时，回到家总会不自觉地倒上一小杯威士忌。伴着那浓郁的酒香，慢慢我的思绪也跟着沉淀下来。记得有一次，实验数据连续几次出错，我几乎要放弃的时候，想起导师递给我的那一杯威士忌，突然想明白：正如威士忌刚刚入口时的苦涩一样，科研路上那些失败的数据和挫折，

都是必经的滋味，只有经过时间的打磨，才能化为日后成功的基石。

窗外的天色渐亮，我关掉电脑，举起还剩最后一口的酒杯，心中涌起一种复杂的情感。它独特的苦与甜，就像科研过程中那些让人哭过笑过的日子。它也提醒着我：只要坚持下去，所有的磨难终会变成让人回味无穷的成果。



敬科研，敬坚持，敬那些在实验室度过的漫漫长夜。这杯威士忌见证了我从莽撞到沉稳的蜕变，也见证了我对科研无尽热情的延续

WWW / 四川

那杯威士忌 陪我见证了科研之路



一杯威士忌承载着一段回忆
一篇文字记录下时光的回响
峡阅的下一期期待您的落墨

威士忌与人物

一个京圈制片人的 烈酒叙事

吴涛

WU TAO

制片人

出演《末代皇帝》中少年溥仪

嵯州蒸馏厂STR里奥哈桶单桶VIP

人物摄影：李骁／仁勇

从镜头前的少年溥仪到影视幕后的制片人
吴涛的人生经历像一杯威士忌的醒酒过程
时间越久，层次越清晰

THE IMPERIAL PALACE

1986年的故宫

清晨的薄雾还未散去

15岁的吴涛第一次以“溥仪”的身份走进这座皇城

戒严的宫墙内没有游客的喧嚣，只有摄影机的轨道在青砖上划出细微的声响。他记得，那天清晨的露水沾湿了戏服的衣角，而故宫的飞檐在晨光中沉默如一位老者——“作为一个北京人，那是我第一次完整地、仔细地看了一遍故宫。”吴涛回忆道。

那时的他并不知道，自己正站在中国电影史的一个特殊节点上：改革开放后第一部中外合拍片《末代皇帝》，将用实景拍摄的震撼，揭开紫禁城尘封的帷幕。少年的孤独与帝王的孤独在镜头下重叠，吴涛的第一次电影课，是故宫的晨雾与胶片的光影共同教授的。

拍摄期间的故宫被戒严，空荡的广场上只有剧组的身影。吴涛记得，午门前的石狮在夕阳下拉出长长的影子，而尊龙饰演的成年溥仪从他身边走过时，衣袂带起一阵风。“那种宏伟感，现在的游客很难感受到了。”他说。

高一学生的身份让他对角色理解带着天然的青涩。当被问及如何诠释溥仪被太监蒙眼摸脸的戏份时，他坦言：“15岁的孩子哪懂什么帝王心术？我只觉得他孤独——毕竟没人敢随便触碰皇帝的脸。”

有趣的是，威士忌最早进入中国的记载，恰与清朝皇室的西洋风潮同步。早在嘉庆年间，文学家徐柯的《清稗类钞》当中就记载着“仁和、胡书农学士敬设席宴客钱塘江小米中翰远外亦与焉，饮鬼子酒。”那么，“鬼子酒”是什么呢？徐柯也做了解释：“鬼子酒为舶来品当为白兰地、惠司格、口里酥之类。当时识西文者少，呼西人为鬼子，因强名之日鬼子酒也。”而这里的惠司格，就是威士忌。

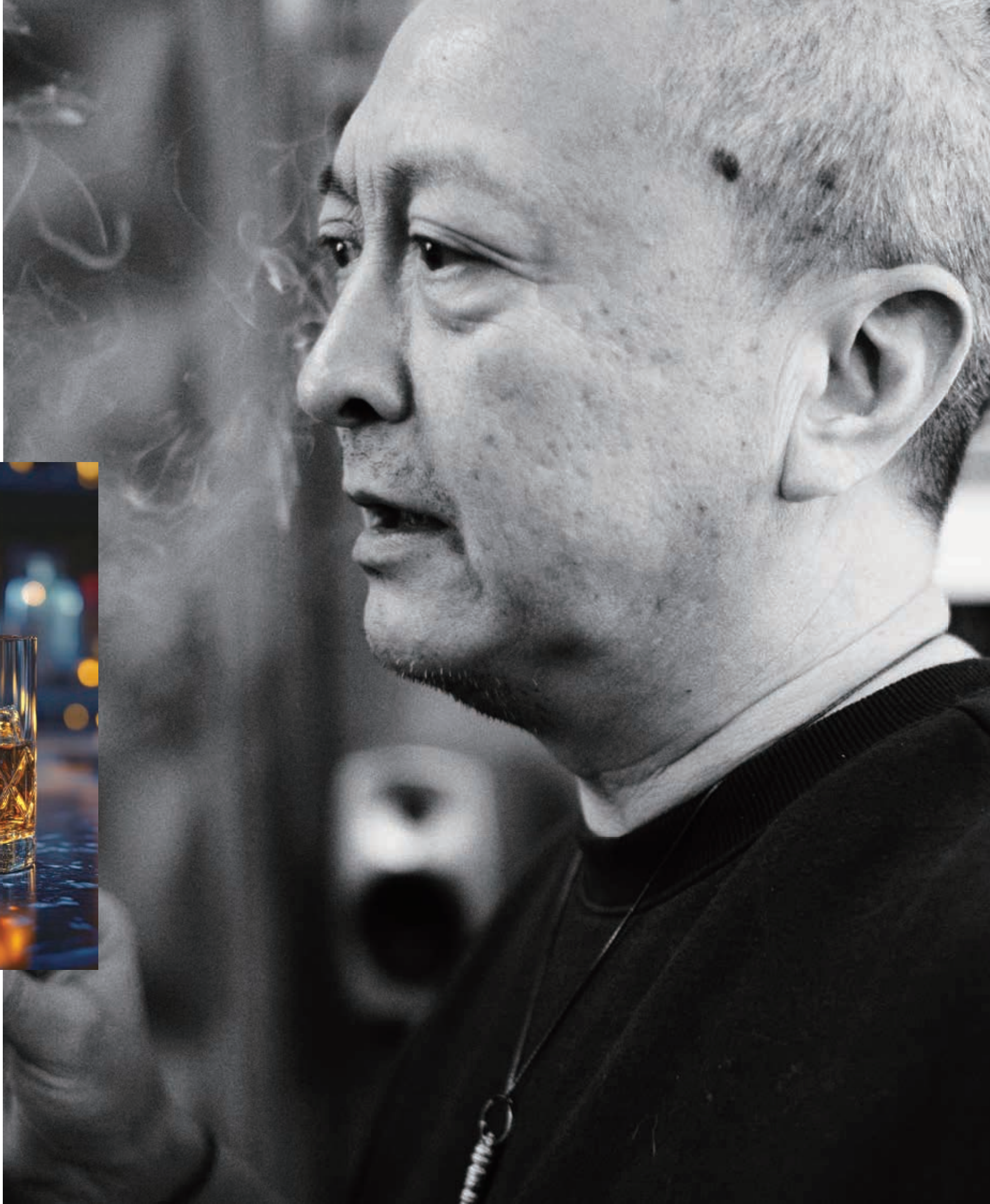
光绪年间，中国第一部报章连载小说《官场现形记》当中，记录洋务官员请外国人吃饭的时候，就有“勃兰地、魏司格、红酒、巴德、香槟，外带甜水、咸水”的菜单。这里的魏司格，也是威士忌。

冥冥中，这座曾见证“西洋酒”进入中国的宫殿，也让吴涛与威士忌的缘分悄然萌芽。溥仪的戏服脱下后，吴涛的人生剧本却未落幕。如果说《末代皇帝》是他与电影的初恋，那么转型幕后，则像一场蓄谋已久的私奔——从镜头前的少年，到掌控全局的制片人，他用了三十年时间，把对光影的热爱酿成了另一杯烈酒。



他说：“轻抿一口波本威士忌
仿佛在与逝去的光影对话。”

那一刻台前与幕后、银幕与现实的界限
悄然模糊，酒杯里的故事冉冉升起。



“做导演更偏向艺术表达，做制片需要全盘掌控。相比之下，我更感兴趣的是后者。”谈及转型，吴涛用威士忌作比，“就像波本桶需要时间释放甜感，幕后工作越久，越能品出行业的层次。”

他提起一段往事：某次与一位著名导演合作，收工后两人常在酒店对饮威士忌。“他总说一杯下肚睡得踏实，多年后我发现他不喝了，我问他为什么？”吴涛顿了顿，“他说他后来才知道，他其实大麦过敏，才毅然放弃了这一习惯。”每个人与威士忌之间都有着独特的缘分和体验，就像每个影视项目都有其无法复制的灵魂。

他将参与制作的影视项目视同“自己的孩子”，每一部都倾注心血。提到今年爆款电影《哪吒2》，他眼中透出制片人的敏锐：“**观众永远为好故事买单，这和威士忌一样，本质都是时间与诚意的产物。**”每当夜幕降临，他总爱拧开一瓶威士忌，让银幕的光影与杯中的液体对话——吉姆·贾木许导演的黑白电影《离魂异客》配泥煤烟熏莫名契合。《邪不压正》中姜文的京味台词佐波本烈性，这些搭配在他口中，比任何影评都更鲜活。

20世纪80年代，吴涛在家中的书柜里第一次尝到威士忌。“白酒的味道在家里散不出去，但威士忌的香气却让人感到舒适。”如今，他常与三五好友共同品饮，但更多时刻，他也独自静坐，伴着一部电影，享受那独特的微醺时光。

这让他更坚信**行业如酒——有人适合雪莉桶的甜润，有人耐受泥煤的浓烈，但真正的默契，在于看清彼此的“风味阈值”**。就像做制片人，得知道谁的才华该如何激发，谁的性格需如何调和。





深夜的北京二环高架的车流
声,像威士忌酒液流淌的声响

这座城市从不缺喧嚣
但总有人能在喧嚣中辨出时
间的味道

90年代的北京,威士忌是友谊商店里的稀罕物;如今的胡同深处,它已成老友聚会的“家常话”。据《北京商报》2023年实地调研,国贸、工体等核心商圈的威士忌酒吧数量较五年前增长近三倍,部分门店周末上座率超过90%。吴涛对此深有感触:“跟我一批长大的北京孩子,现在很多都喝这个。”

但这座城市的天际线始终与威士忌文化微妙博弈。北京老饕们多多少少都有着自己的文化自信,威士忌文化进入北京,并被京城子弟所认可,甚至比一些内陆城市还要更晚。“北京不是一个散步的城市,威士忌吧得特意去找。”他指了指窗外,“就像你很难在长安街偶遇一家深巷酒吧。”

如果说北京威士忌文化是隐于胡同市井的拼图,那么嵊州蒸馏厂的黄酒桶,则是其中一块充满东方想象力的碎片。“我是觉得拿黄酒桶做桶陈威士忌挺神奇的,我也尝了一下,确实还有黄酒的味道香气。”吴涛第一次知道嵊州蒸馏厂,

是在去年北京的品鉴会上。当他在品鉴会上品鉴到蒙古栎桶和黄酒桶时,他尝到的不仅是风味,更是一种文化突围的可能性。“但真正的好酒需要时间——我期待它们陈年后的味道。”他说道。

从镜头前的少年溥仪到幕后的制片人,吴涛的人生如同他手中的威士忌——初尝是少年的锐利,细品是岁月的醇厚。当被问及“中国电影像什么风味的威士忌”时,他沉吟片刻:“该是黄酒桶的温润吧?毕竟我们的故事,总要带着点土地的温度。”

真正的东方味道,不是复刻故宫的琉璃瓦,而是用这片土地的阳光、雨水和人情酿出的酒。或许某天,当世界举起一杯中国威士忌时,他们会尝到黄酒桶里的江南温润,蒙古栎桶的清香苍劲,以及北京胡同里,那些关于电影与威士忌的未说完的故事。



申时茗茶尽
酉时享嵊州

吴涛



WHISKY GLOBAL NEWS

威士忌全球动态





从调和威士忌入门 如何找到您心仪的那一款？

这些调和威士忌是为几代威士忌饮用者铺平道路的标志性产品
它们让人们初窥威士忌世界的全貌, 培养了人们对威士忌的喜爱和热情

近年来, 威士忌市场的讨论大多集中在单一麦芽威士忌上, 媒体、社交网络及品鉴会普遍将注意力放在如Macallan、Talisker、Aberfeldy等品牌的新品发布上。然而, 尽管单一麦芽威士忌的关注度极高, 其实际销售量仅占苏格兰威士忌市场的10%-11%。相比之下, 调和威士忌是行业的基石, 凭借更高的市场份额支撑了整个行业的历史与财务稳定。以下是对调和威士忌品牌的分析及其在行业中的表现。

The Famous Grouse 威雀

市场地位

被誉为“苏格兰最受欢迎的威士忌”是销量领先的调和威士忌之一。

品牌历史

由创始人Matthew Gloag的女儿Phillipa设计的原始标志, 至今仍装饰在每一瓶产品上。

产品线

包括经典的Famous Grouse、烟熏风味的Smoky Black, 以及雪莉风味的Famous One。

品牌历史

于1891年由Peter Jeffrey Mackie注册, 品牌名取自爱丁堡的White Horse Cellar Inn, 这家旅馆由 Mackie家族在17世纪创立。

产品特点

拥有较高的麦芽含量带有Lagavulin (乐加维林) 的泥煤风味。

市场表现

虽然知名度不如一些顶级调和威士忌, 但仍广泛可见, 尤其是在拍卖会上, 中世纪生产的白马威士忌开始获得更高的价格。

White Horse 白马

品牌创新

1890年, 调和大师AJ Cameron首次引入“双重陈酿 (Double-ageing Process)”工艺, 现任调和大师 Stephanie Macleod进一步开发了四阶段陈酿工艺 (Double Double Series), 提升顺滑度。

市场表现

帝王白牌 (White Label) 仍是其旗舰产品, 同时近年来尝试了朗姆桶、波特桶、龙舌兰 (Mezcal) 桶、卡尔瓦多斯 (Calvados 苹果白兰地) 桶和水榭 (Mizunara) 桶等多种桶陈风味创新。

Dewar's 帝王

品牌历史

1923年, 伦敦的Berry Bros & Rudd为迎合美国市场, 推出了更轻盈风格的调和威士忌。

禁酒令时期的成功

通过走私进入美国市场, 成为20世纪最成功的威士忌之一。

现状

目前由法国La Martiniquaise旗下的Glen Turner公司拥有, 产品线包括经典的Cutty Sark Original和 Prohibition特别版。

Cutty Sark 顺风

Teacher's 醒池

品牌风格

注重严谨与品质, 创始人William Teacher在经营酒吧时强调纪律和规范, 这也延续到品牌的风格中。

产品特点

其Highland Cream拥有高达45%的麦芽含量, 比大多数调和威士忌高, 且烟熏核心风味来源于其自有的Ardmore酒厂。

市场表现

由Suntory Global Spirits (前身为Beam Suntory) 拥有, 作为入门级泥煤威士忌备受推崇。

奢侈品定位

1909年推出25年芝华士, 专为美国和加拿大的上流社会设计, 是最早涉足高端市场的调和威士忌之一。

市场扩展

在二战期间推出12年版本, 以应对原酒库存紧张问题, 但仍保持奢华定位。如今兼顾高端与大众市场。

市场地位

作为全球销量最大的苏格兰威士忌品牌, Johnnie Walker几乎是苏格兰威士忌的代名词。

品牌策略

通过颜色标记的产品线 (Red, Black, Green, Gold, Blue) 建立清晰的品牌认知, 且通过与流行文化的合作 (如《权力的游戏》系列) 吸引更广泛的消费者群体。

产品创新

母公司Diageo通过市场活动和体验馆 (如爱丁堡的Johnnie Walker体验馆) 增强品牌影响力。

产品特点

两款新品于2025年3月上市, 均为100%橡木桶熟成, 经过初填桶熟成萃取浓郁风味。并精选欧洲进口黑麦, 100%麦芽和谷物酿造, 口感醇厚, 尽显自然之美。

产品创新

百利得22进行了2次蒸馏, 产生更细腻和丰富的味道; 且采用2次蒸馏, 2次熟成的工艺, 增加酒体柔顺感。

百利得66甄选了六大桶型, 贯穿全球六个地区, 赋予酒体丰富层次和多重风味体验; 原料五谷配比, 带来纯粹的品鉴体验。

Chivas Regal 芝华士

Johnnie Walker 尊尼获加

BLENDER 百利得

调和威士忌的重要性

调和威士忌占据苏格兰威士忌销售的绝大部分 (约89%-90%), 是行业的经济支柱。

单一麦芽威士忌的崛起吸引了更多的市场关注, 但调和威士忌仍是消费者接触威士忌世界的“入门酒”。

市场挑战

单一麦芽威士忌的高关注度可能分散消费者对调和威士忌的兴趣。

市场对创新和高端化的需求加剧了品牌间的竞争。

未来发展

品牌需要通过创新 (如桶陈风味、多样化产品线) 吸引年轻消费者。

保持调和威士忌的高性价比和易饮性, 确保其在大众市场的竞争力。

高端化发展将是主要趋势, 如帝王的Double Double系列和芝华士的奢侈品牌定位。

中国威士忌新国标发布

2026年实施



我国早在1989年首次发布了
威士忌国家标准
并在2000年、2008年
历经两次修订

关于过渡期:2025年1月24日, GB/T 11856.1-2025《烈性酒质量要求 第一部分:威士忌》正式发布。2026年2月1日后, 新国标正式实施代替GB/T11857-2008《威士忌》国标文件。在此之前的过渡期内, 两版国标均可有效使用。

修订内容包括了:标准名称和标准号、术语和定义、产品分类、新增生产过程控制要求、感官要求、理化要求、试验方法、抽样检测、标志、新增资料附录等十个方向的增加与修改。

2025版威士忌新国标的出台不仅仅是简单的标准更新, 更是国家对行业发展和酒类消费市场重视程度的体现。一方面为行业解决了因标准滞后产生的市场问题, 设置了更高的门槛和更严格的规范, 促使企业不断提升自身技术水平和管

理能力;另一方面, 很好地解决了国际对标和产品技术标准化问题, 大力支持了新兴中国威士忌产业的快速发展, 在产业萌芽初期做到及时规范化、标准化, 加速产业的优化调整和转型升级;同时, 促进国产与进口产品公平竞争机制的建立, 同时通过对产品和服务质量的严格把控, 保障了消费者的合法权益, 维护了市场的公平竞争环境, 为国内威士忌消费市场的健康可持续发展奠定了坚实基础。

总结起来为三大特点:可行性、时效性、先进性。





美国单一麦芽威士忌确立为一个独特的烈酒类别
标志着美国威士忌格局的变革性转变

AMERICA

美国国家烟酒税贸易局 (TTB) 已将“美国单一麦芽威士忌”列为官方类别。根据JUST DRINKS浏览的一份官方文件, 该裁决将于1月19日生效。在过去几年中, 业界人士曾多次呼吁设立一个特殊类别。2017年, TTB表示收到了来自法国蒸馏酒巨头人头马君度 (REMY COINTREAU) 以及美国本土企业XO ALAMBIC和WESTLAND DISTILLERY的请愿书, 呼吁为美国单一麦芽威士忌制定“身份标准”。

蒸馏酒委员会 (DISCUS) 总裁兼首席执行官 CHRIS SWONGER强调了该裁决的重要性: “这对美国的酿酒商和烈酒消费者来说是个好消息。拥有这个正式定义将保护美国单一麦芽威士忌的完整性, 并推动这一流行类别的实验、创造力和创新”。这一历史性的发展使美国单一麦芽威士忌生产商能够更好地与成熟的国际威士忌地区竞争, 同时通过标准化生产要求为消费者提供明确的质量保证。预计该裁决将促进美国精酿蒸馏行业的增长, 并提高美国威士忌的全球声誉。

在 2024 年 12 月 18 日发布的最终定义

使用100%发芽大麦, 必须在美国进行糖化、发酵、蒸馏、陈酿, 其中蒸馏必须在同一家蒸馏厂完成

不超过 700 升的橡木桶中陈酿, 桶型可以是旧橡木桶、碳化或未碳化的新橡木桶

蒸馏酒精度低于 80%VOL, 装瓶酒精度不低于 40%VOL

不能使用中性酒精

允许在橡木桶中存放至少两年的美国单一麦芽威士忌使用 "STRAIGHT" 的称谓

允许使用焦糖色, 但必须在标签上注明

美国单一麦芽威士忌 已正式分类





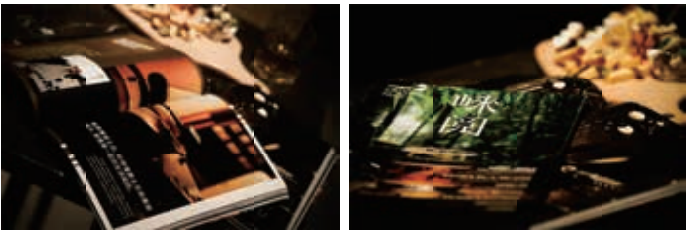
LAIZHOU
EVENTS
崂州大事记



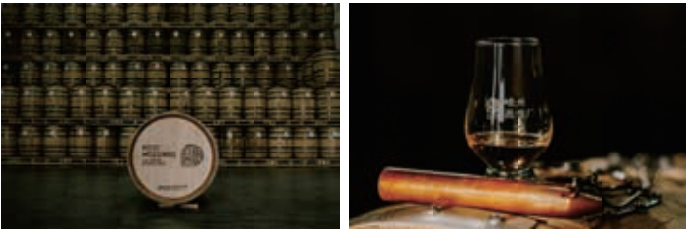
2024.03.07
崂州荣获“ICONS OF WHISKY”四项奖彰
“ICONS OF WHISKY”中文译为“艾威奖”，是由全球威士忌权威专业杂志《WHISKY MAGAZINE》于2007年创立的年度行业奖
2024年度艾威奖中国区颁奖礼，崂州在9大类别奖项中新获了
年度世界威士忌品牌大使、年度创新品牌
年度可持续发展蒸馏厂及年度蒸馏商



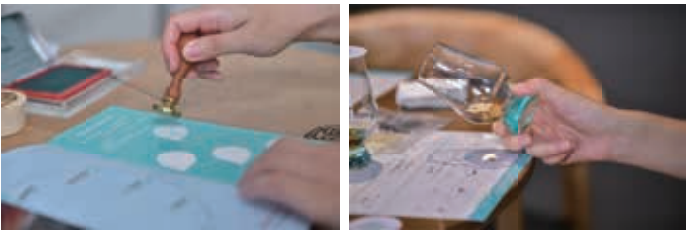
2024.03.11
崂州白色烈酒荣获十余项国际大奖
初次亮相全球权威烈酒赛事和世界级一流创意设计舞台
便揽下8项金奖、3项最佳殊荣及1项中国区全国大奖



2024.03.12
「崂阅」生活方式手册第二期上线
深入探索人与威士忌的交互
亦或是威士忌与生活方式的对话
激发关于威士忌的更多灵感



2024.05.17
**崂州中国蒙古栎桶亮相
首创制桶“黄金标准”公布**
首次亮相线上线下三重品鉴渠道
并携手超过三千位威友共创
中国蒙古栎桶专属风味轮



2024.06.02
“崂此一游”首迎万人来访
活动举办至今2年多
累计超过900场活动
迎来超过万人造访参观



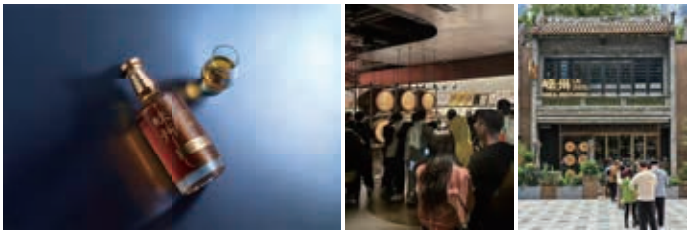
2024.11.16
崂州荣获“JUST DRINKS”2024四项国际殊荣
“JUST DRINKS”是全球烈酒饮料行业最具影响力的媒体之一，崂州蒸馏厂在“JUST DRINKS EXCELLENCE AWARDS 2024”公布的年度全球获奖品牌与企业名单中荣获了：
环保类别奖项-可持续发展、创新类别奖项-制桶工艺
市场营销类别奖项-互动体验、产品发布类别奖项-烈酒上市



2024.11.19
“崂州”与“百利得”威士忌创世版上市
“与世共创 感受新生”崂州之夜暨发布会
在四川崂州蒸馏厂隆重举行
在众多知名酒业媒体及特邀消费者共同见证下
“崂州”与“百利得”威士忌创世版正式宣告上市



2024.12.16
崂州灌注下第40万陈酿桶
崂州已经灌注了40万陈酿桶，迎来又一里程碑时刻
这一次，崂州选择了具创新精神的蒙古栎新桶
蒙古栎作为中国特色的橡木树种
承载着独特的中国风土特质



2024.12.20
崂州单一麦芽威士忌创世版售罄
“崂州”与“百利得”威士忌创世版
自2024年11月24日正式开售以来
收到了许多威士忌爱好者的支持
上市1个月，崂州单一麦芽威士忌创世版
限量10,000瓶已全部售罄



2024.12.30
崂州获得百瓶2024年度两项大奖
崂州荣获百瓶2024年度
#用户票选榜单#新秀之星威士忌——中国蒙古栎桶威士忌
#平台媒体榜单#用户共创之星——崂州蒸馏厂
能够同时获得用户票选与平台媒体的认可，不仅是百瓶瓶友对崂州的关注与支持，也离不开专业平台媒体的高度肯定



2025.01.23
崂州雪莉荟萃上市
崂州雪莉荟萃作为一款具有先锋概念的产品
秉承突破创新、拓展风味新领域的理念
带来10种雪莉风味桶原酒融合的非凡体验

百利得22 & 百利得66



这是一场唤醒感官的味觉巡礼
先以嗅觉启幕，谷物与麦芽的芬芳在鼻尖次第舒展
继而舌尖轻触，橡木桶浸润的醇厚触感在味蕾流转
最后余韵绵延，岁月陈酿的层次感在喉间缱绻生香

三月，百利得推出两款新品，探索更多风味的可能性
100%橡木桶熟成，初填桶熟成萃取浓郁风味，镌刻岁月痕迹
100%麦芽与谷物，甄选欧洲黑麦，勾勒醇厚底蕴
当风味归于本真，您会发现，至少还有百利得



百利得 BLENDR 22

采用二次蒸馏、二次熟成的工艺,带来丝滑顺口体验
选用大麦芽、玉米、小麦、黑麦,纯粮酿造本真风味

二次蒸馏
双倍匠心

保留麦芽香气,赋予酒液丰富层次

二次熟成
浓郁加倍

经过初填桶的陈酿后,酒液转入波本桶中二次熟成,这一过程进一步强化了奶油、苹果等风味,还通过二次桶陈的精细打磨,使酒体更加柔顺细腻

整体: 酒体轻盈顺滑,细腻果香在舌尖绽放

香气: 青苹果,梨,焦糖,蜂蜜,奶油,雪松

口感: 甜美,蜂蜜,果香,苹果汁,柑橘,清甜柔顺

