

# 酒誌

2024

【封面故事】

## 創新自我

The Glenlivet  
格蘭利威12年首席三桶

完美三桶黃金比例 獨獻台灣



- 專家帶路今年最夯話題酒
  - 迷人品牌故事全收錄
  - 獨家專訪女神級史蒂芬妮·麥克勞德
  - 二〇二三酒界十大事件
- 酒の為什麼讓你瞬間變達人

禁止酒駕  酒後不開車安全有保障



# 慕赫 2024 奢金典藏版 新年最佳禮遇

慕赫 2024 奢金典藏版 新年最佳禮遇

代駕 平安送回家



DIAGEO 提倡理性飲酒 | 請勿轉發分享給未滿18歲者

禁止酒駕  酒後找

# C鏡 NTENTS

酒誌 Mirror Drinks 2024 Jan



格蘭利威首席三桶12年

**封面故事 Cover Story** — 撰文：林湘云、賴偉峯

04 創 新自我 格蘭利威十二年首席三桶 黃金比例 獨獻台灣

**風雲人物 Man of The Hour** — 撰文：賴偉峯

12 美味的代價 百加得首席調酒師史蒂芬妮·麥克勞德專訪

**品牌故事 Brand Story** — 撰文：簡藝、蔡耀棕、林湘云、賴偉峯

18 品味之仕的窗裡窗外 貝瑞雅仕蘇格蘭威士忌

· 貝瑞雅仕(雙桶型之)泥煤蘇格蘭威士忌

· 貝瑞雅仕(雙產區之)斯貝賽蘇格蘭威士忌

20 承先啟後 低地榮光 克萊薩蘇格蘭低地單一麥芽威士忌

· 克萊薩啟程 STOBROSS

22 超越當代經典的明日之星

大摩新任總製酒師 克雷格·葛拉斯

28 六代家族傳承 雪莉工藝 格蘭花格酒廠的獨特存在

· 格蘭花格十五年、二十五年單一麥芽蘇格蘭威士忌

30 不僅是波本桶教科書 一飲傾心的格蘭冠

· 格蘭冠十八年單一麥芽威士忌

· 格蘭冠十二年單一麥芽威士忌

36 埋沒百年的夢幻 身世不凡坦杜酒廠

· 坦杜十二年蘇格蘭單一麥芽威士忌

· 坦杜二〇二四生肖系列龍年限定版單麥蘇威

44 風土四元素的滋味 瑞典高岸的起源 ORIGINS

· HIGH COAST ORIGINS 起源系列「TIMMER」

· HIGH COAST ORIGINS 起源系列「HAV海」

46 旅行的初心意義 海天共味的吉拉

· 吉拉雪莉十五年 RESERVE 單一麥芽威士忌

48 每一次展翅都是另一場超越 敢飛敢追的馬爹利干邑

· 馬爹利藍帶二〇二四龍年限定款

· 馬爹利名仕二〇二四龍年限定款

54 盤踞威士忌首都的古老野獸 慕赫酒廠之密大公開

· 慕赫十六年「奢金典藏版」單一麥芽蘇格蘭威士忌

60 打造獨特威士忌王國 乘風破浪的耀眼 OMAR

· OMAR 煙燻焦香八歌浪限定版

· OMAR 波本花香八歌浪限定版

· OMAR 雪莉果乾八歌浪限定版

68 橡木桶玩家 塔木嶺過桶五虎將

· 塔木嶺限量玩桶系列白蘇維濃葡萄酒桶單一麥芽蘇格蘭威士忌

70 龍年步步高 送禮收藏兩相宜 玉山高粱禮盒 款款大氣

· 御舞金系列黃金八年陳高

· 玉山台灣原窖六年陳高(龍騰福躍)

· 玉山陳年台灣高粱酒(招財進寶) · 玉山特曲高粱酒(龍)

**酒界趨勢 Beverage Trend** — 撰文：賴偉峯

76 蝴蝶效應牽動的潮流趨勢 二〇二三酒界十大事件

**酒の為什麼 Drinker Know How** — 撰文：賴偉峯

10 烈酒世界報你知 除了威士忌，還有哪些烈酒？

16 呼吸至關重要 威士忌也需要醒酒？

66 哎呀！喝不到怎麼辦 威士忌斷塞解救法

74 成為「有牌」的酒專家 考張 WSET 烈酒證照

**編者的話 Editor's Note** — 撰文：賴偉峯

80 龍年的蹲與躍

出版/精鏡傳媒股份有限公司  
社長/裴偉  
副社長/陳志峻  
總編輯/廖志成  
網路總編輯兼執行副總編輯/宋筱玲  
創意總監/董成瑜  
企劃與執行主編/賴偉峯  
撰文/賴偉峯、蘇重、簡藝、林湘云  
蔡耀棕、程灯祥、吳哲文  
特約攝影/郭宏軒(Thomas K.)  
編務總監/曾淑芬  
主編/沙麗玲、林宜聰  
美術總監/吳勝偉  
美術主任/許承祐  
通訊地址/114066台北市內湖區堤頂大道一段365號7樓  
編輯部/電話(02) 6636-6800  
傳真(02) 6633-3793  
印刷/秋雨創新股份有限公司  
總經銷/勤力書報社(02) 2910-6880  
登記證/中華郵政台北雜字第2183號執照  
登記為雜誌文寄  
版權所有，未經許可，不許轉載、公開播送或公開傳輸

禁止酒駕 酒後不開車 安全有保障





Glenfiddich®



台灣獨饗 限量登場

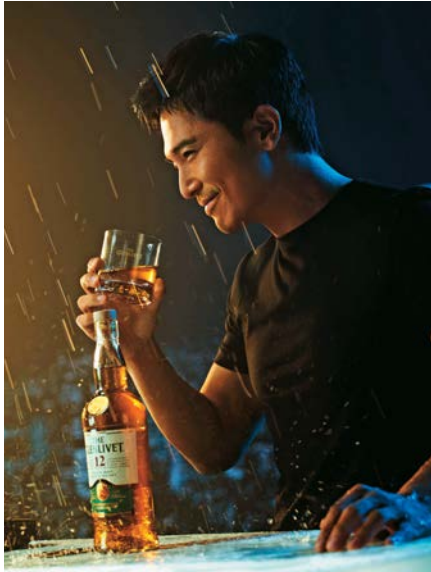
# 格蘭菲迪18年新·雪莉

從底蘊 別出新意

禁止酒駕  安全誠無價酒後找代駕

# 創新自我

## 格蘭利威12年首席三桶 黃金比例 獨獻台灣



↑年度品牌形象大使邱澤拍攝格蘭利威〈不冒險更危險〉TVC影片。

### 找尋新定位 突破自我

邱澤同時也是一位熱愛挑戰極限的賽車手，他

**原** 為排球選手的邱澤，除了歌手身分，更轉戰影壇，不斷挑戰自我、轉型蛻變，在《當男人戀愛時》中渾然天成的演出，掀起一波「新台潮流」。這樣的勇於突破框架、忠於自我的鮮明特質，完美呼應格蘭利威全新品牌的主張——「Live Original 創·新自我」。

成立於1824年的The Glenlivet 格蘭利威，落腳蘇格蘭斯貝賽區已整整2個世紀。

在格蘭利威即將迎來重大的200週年之際，歡欣的邀請「邱澤」擔任年度品牌形象大使。

撰文：林湘云、賴偉峯  
編輯：陳昱潔 設計：徐佳慧



↑獨獻台灣格蘭利威12年首席三桶，以繁複的三桶新製序加以熟成。

認為賽車是一個自己跟自己相處的過程，從賽道到片場，透過了解自己、不斷挑戰自己，開展實現更多的可能。在格蘭利威「創·新自我」年度廣告大片中，邱澤挑戰高危險動作場景，無懼危險在高樓外一路往上攀爬，在登峰之際，他與手中的酒杯粉碎瓦解，瞬間重生蛻變為全新的自我，象徵著格蘭利威與邱澤，從不眷戀過往的輝煌榮耀，而是選擇勇於挑戰、新生，做到自己的極致，不斷寫下全新的創舉。

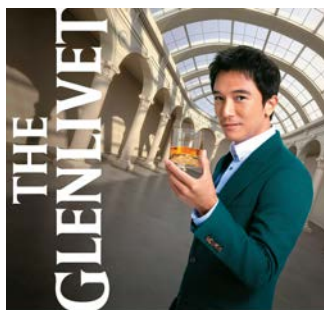
在一八二四年以前，格蘭利威酒廠創辦人喬治·史密斯(George Smith)，以當代難得的遠見，本著對釀製單一麥芽威士忌的堅持，藉受英國國王喬治四世鍾愛的契機，將私釀事業由暗轉明，向當局者遞交了蒸餾許可申請書，並於一八二四年取得蘇格蘭斯貝賽區第一張合法蒸餾執照。但世道人心險惡，喬治·史密斯因擁有了合法執照，被私釀者們稱為背叛者，致使他出門槍不離身，隨時防範可能發生的危險。

格蘭利威的好名聲，自蘇格蘭傳往倫敦，維

# 不開車安全有保障

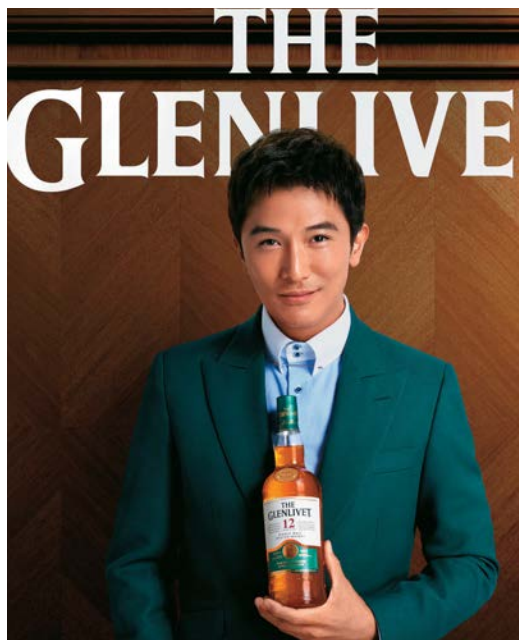
# THE GLENLIVET

年度全新品牌形象大使  
邱澤與格蘭利威獨獻台  
灣雪莉系列。



↑格蘭利威年度品牌形象大使邱澤，舉杯向每一位不斷挑戰自己的朋友致敬。

→格蘭利威酒廠創始人喬治·史密斯突破自我，為酒廠未來找到新的發展與定位，和全新品牌形象大使邱澤（圖）形象不謀而合。



多利亞時期著名的評論家、文學作家查爾斯·狄更斯，更在與友人來往的書信中，談到格蘭利威的醉人美好。然而，競爭者紛紛冒用格蘭利威的名稱作為自己的酒標，讓格蘭利威的繼任者、喬治·史密斯的小兒子約翰·高登·史密斯苦惱不已，法律背景出身的約翰，於是向法院申請酒廠名稱專用。一八八四年政府頒布公告，只有喬治·史密斯生產的單一麥芽威士忌可以使用「The Glenlivet 格蘭利威」的名稱，格蘭利威從此便成為單一麥芽威士忌品質





← 格蘭利威「三立方」感官酪境，是全台首創3D裸視動態的行動酒吧。

↓ 格蘭利威快閃精品店，首次進駐麗晶精品。



保證的標準。

喬治·史密斯先生的突破自我，為酒廠未來找到新的發展與定位，與全新品牌形象大使邱澤的形象相契合。

### 精品級餐酒 顛覆格局

過去幾年，格蘭利威不止步於現有成就，不墨守成規，持續突破自我，大膽嘗試，不斷創新，除了十二年首席三桶新創繁複的三桶新製序，亦在各種活動透過新穎高科技，開啟嶄新的消費者互動情境體驗，以奢創為名、以開拓為信念的活動「奢創桶藝 利威舍宴」，再次顛覆品酒會格局。

二〇二三年三月，品牌進駐台北麗晶精品，開創首間快閃精品店，以高端印象打造當代時尚空

間，期望以極致感官沉浸，帶動全方面風味探索，鉅獻一場前所未見的精品級餐酒體驗。活動中，格蘭利威將品酒會餐桌幻化為舞台，演出十二年首席三桶令人讚嘆的繁複工藝，與完美黃金比例所帶來的多層次熱帶果香，以及奢創高年分酒款的奢選珍罕酒桶和風味特色，交疊出剛柔並濟的感官盛宴。從風味到品味，從欣賞到鑑賞，原創口感的格蘭利威，為品飲者獻上完美享受，同時將奢華餐酒品酪推向全新境界！

### 三立方酪境 震撼感官

以不斷開創嶄新品酪場域，引領消費者全新視野的單一麥芽蘇格蘭威士忌全球領導品牌格蘭利威，於二〇二三年盛夏突破品飲新維度，打造格蘭



不開車安全有保障

1. 在格蘭利威三立方3D裸視動態行動酒吧，隨隱密的階梯而上，來到專屬VIP的多重感官立體饗宴品飲空間。
2. 在北市信義區占據最搶眼位置的格蘭利威「三立方」感官酪境人潮鼎盛，更是全台首創的3D裸視動態行動酒吧，大大提升品牌吸引力。

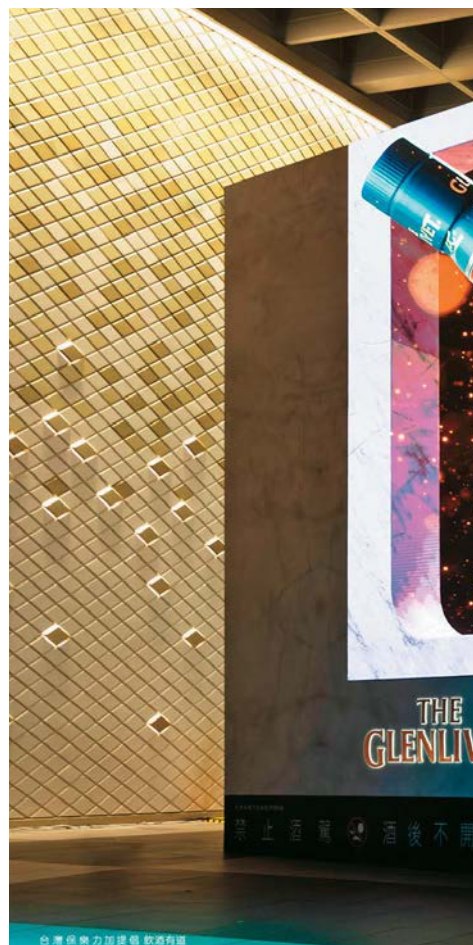


視聽震撼，向台灣消費者舉杯致敬。

那彷彿在舌尖上綻放、飽滿的熱帶果香，成功收獲二〇二三年最新 IWSG 國際烈酒金獎。同年八月至十月，分別在台北、台中設立的三立方感官酪境，也是首個威士忌品牌運用3D裸視技術的

利威「三立方」感官酪境，推出3D裸視動態影像行動酒吧，壯闊鉅獻為台灣品飲者而生的「十二年首席三桶」多層次品飲體驗。這次，格蘭利威期望藉此定義夏日的城市新地標，將品酪以震撼感官的立體饗宴，推上前所未見的奇幻境界。

3D裸視動態行動酒吧，由格蘭利威攜手榮獲無數國際設計大獎榮耀、六度參與金曲及金馬設計的視覺團隊 MxCode，以顛覆空間維度的視覺奇想，展開三立方感官酪境立體之旅。首先，由挑高七米的3D裸視巨幕，揭開在浩瀚宇宙中漂浮的格蘭利威十二年首席三桶酒瓶，逐漸被三顆橡木酒桶環繞、運行，如同行星繞行軌跡，最終結合為一，炸裂出層次豐富的繽紛風味奇境。而後，如緞帶般絲滑的口感，幻化成台灣地圖，象徵為台灣量身打造最真摯的心意。最後，威士忌酒液奔騰湧入，蛻變為近在眼前的衝擊性



↑ 格蘭利威和蜷尾家聯名，在三立方行動酒吧推出了期間限定的三桶風味冰淇淋。

→ 格蘭利威攜手蟬聯3年亞洲50大酒吧的「Bar Mood」，操刀專屬調酒設計推出3款鉅作。

試飲體驗。格蘭利威更與榮獲義式冰淇淋世界巡迴賽肯定的「蜷尾家義式冰淇淋」合作，打造期間限定三桶風味冰淇淋。蜷尾家擅長將台灣風味融入義式冰淇淋，追求最高品質且不斷創新的理念，與格蘭利威勇於創新、深耕台灣的品牌精神不謀而合，蜷尾家將酒液中的焦糖風味，幻化為台灣人熟知的古早味布丁風味，搭配熱帶果香醬汁，呼應三桶的豐

動態行動酒吧，活動期間達到全台近六千人品飲、三千多人分享見證「利威三桶百搭順口」的高人氣。

**台灣專屬款 黃金比例**

為台灣量身打造，經數百位老饕認證的格蘭利威十二年首席三桶，不僅承襲酒廠標竿花果香，沉睡在美國橡木桶十二年完整熟成，再以更繁複的三桶新製序，運用初次波本桶、蘭姆桶過桶，匯聚完美三桶的黃金比例，堆疊出令消費者欣喜的多層次熱帶果香。

除了3D裸視的視聽張力，格蘭利威三立方感官酪境更在味蕾體驗上下足功夫，開創一場三重味覺饗宴。現場消費者只要加入保樂力加酪家沙龍 L'N官方帳號，即享十二年首席三桶純飲或 Highball 試飲體驗。格蘭利威更與榮獲義式冰淇淋世界巡迴賽肯定的「蜷尾家義式冰淇淋」合作，打造期間限定三桶風味冰淇淋。蜷尾家擅長將台灣風味融入義式冰淇淋，追求最高品質且不斷創新的理念，與格蘭利威勇於創新、深耕台灣的品牌精神不謀而合，蜷尾家將酒液中的焦糖風味，幻化為台灣人熟知的古早味布丁風味，搭配熱帶果香醬汁，呼應三桶的豐

禁止酒駕



酒後



1. 格蘭利威奢創21年選用來自歐洲的3款珍稀初次裝填橡木桶過桶，開創繁複用桶奧秘之始。
2. 格蘭利威「奢創高年分系列」25年，每瓶都標示獨一無二的序號，彰顯華麗、尊貴。

富口感層次。

三立方感官酪境為滿足更多消費者需求，亦設計了多樣付費酒單，除了獨獻台灣系列、奢創高年分系列單杯酒款外，亦攜手榮獲世界調酒二項單項冠軍、連續三年亞洲十大酒吧的「Bar Wood」操刀調酒設計，同樣以利威三桶標誌風味為本，設計「熱帶島嶼」「台灣味」「三重奏」三款世界級調酒鉅作，讓品飲者愉悅沉醉其中。

### 奢創高年分 三款極品

二世紀以前，創辦人喬治·史密斯奠定了斯貝賽區應有的花果風味典範，時至今日，格蘭利威以「奢創高年分系列」展現品牌不停探究的風味極致，全新定義當代威士忌的新奢視野。

奢創高年分系列包含了十八年、二十一年及二十五年，歷經無數嘗試，探尋頂級奢華珍稀橡木桶，探究用桶工序的終極奧秘，不僅突破高年分威士忌製酒框架，更以獨樹一格的繁複用桶工法，展現桶藝極致，格蘭利威以開拓者之姿，引領品飲新境界。

奢創系列十八年堪稱多層次風味完美之作，已獲頒五十多面國際烈酒金牌殊榮，歷經十八年、甚至更久的時光耐心等待，萃取出初次和二次填充的美國橡木桶帶來的香草植物與奶甜味、熱帶果香，



↑ 格蘭利威品牌之家，盡顯品牌傳奇故事及豐富華麗的窖藏實力。

### 馥郁多層次 凝鍊時光

貴為格蘭利威旗下常態酒款最高年分的「奢創

← 頂級威士忌之所以精彩，除了在於耐心等待橡木桶長時間的陳釀外，用桶的專業知識與風味的拿捏掌握更是至為重要。



雪莉桶帶來的辛香料、飽滿乾果蜜餞香氣，為口中的威士忌畫下完美的音符。

奢創二十一年創作不易，選用來自歐洲三款珍稀初次裝填橡木桶過桶—西班牙Oloroso雪莉桶、法國頂級Toncais干邑桶以及葡萄牙珍稀

Colheita波特酒桶，開創繁複用桶奧秘之始，幻化出感官豐饒新奢境；Colheita波特酒僅佔所有波特酒的一%，一〇〇%單一年分的葡萄製成，只在最佳熟成年分生產，桶陳需超過七年以上，只有長時間桶陳，方能孕育出頂級波特桶的細緻甜美，和難以超越的風味層次。

這樣的獨一無二極度奢華，見證了二十一年無與倫比的奢創新高度，花香、果香、辛香料的完美平衡，蜜桃揉合冰糖燉梨的優美花果香，深邃果乾交織黑巧克力追隨而至，夾帶出的辛香料調性獨占一隅，完美演繹了奢華品飲雋永的詮釋。

不開車安全有保障

→格蘭利威「奢創高年分系列」包含18  
(左)、21(右)及25年(中)，以獨樹一  
格的繁複用桶工法，引領品飲新境界。

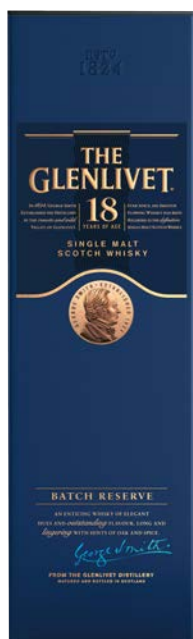


系列二十五年」，以雙重過桶巔峰工藝淬鍊頂級風味。首席釀酒師手工嚴選頂級酒桶，在外盒及酒瓶上標示獨一無二的序號，彰顯了華麗與尊貴。不但淬鍊逾四分之一世紀時光，更選用西班牙初次裝填 Pedro Ximenez (PX) 雪莉桶，以及來自法國托賽 (Tronçais) 需生長超過二百年才能被使用的罕見托賽干邑桶，以悠久歲月，彰顯華奢頂巔。柔滑巧克力、清新果香、肉桂與橙花的迷人香氣，經過 PX 雪莉桶賦予的經典無花果與血橙甜美果香，交融出法國托賽干邑桶的溫暖香料與烘烤橡木桶香氣，在唇齒間華麗開展；尾韻綿長而甜美，隱約的悠遠辛

香料，豐厚馥郁的口感，雋永優雅中帶有富麗繁華的多重風味層次享受。

格蘭利威三款「奢創系列」，有著不同層次的時光含蘊，繁複桶序造就不同樣貌，持續堆疊出威士忌品飲者的新高度。

不僅如此，格蘭利威更運用了全新的 Visual Identity (品牌形象設計)，透過巨大的品牌 logo、強烈的古典 vs 當代對比，彰顯於古典的歐洲博物館環境中，用新潮當代的運鏡方式，帶出超現實漂浮的旋轉三桶及風味意象，展現出與眾不同、風格強烈的態度，也呼應了「Live Original 創 新自我」的品牌新主張。**鐘**



←奢創系列18年堪稱多層次風味完美之作，已獲頒五十多面國際烈酒金牌殊榮。

禁止酒駕



酒後

# 烈酒世界報你知

## 除了威士忌，還有哪些烈酒？

烈酒跟靈魂是同一個字，是因為它像靈魂一般，必須昇華才能獲得？還是人類喝得太多，就會靈魂出竅呢？除了威士忌，烈酒世界等待您來好好探索。

**烈**

酒 (Spirits) 通常是指酒精度高過三〇%的酒類，或稱作高濃度的烈性酒。由於較高的酒精度無法「單純只透過發酵」獲得，而必須進行蒸餾程序，所以也叫蒸餾酒。

由於各地能取得製酒的原料不同，歷史的演進讓世界產生風格各異的烈酒。有人說，因為烈酒經過蒸餾，原料是什麼並不重要，因此並沒有風土的特色。這話可能只對了一半，一來因為各地長出作物，造就特色烈酒，例如加勒比海盛產甘蔗，加上大航海時期讓蘭姆酒一飛沖天，這豈不是風土？

二來，即便原料透過蒸餾，依然會存有風味同源物，讓你敏感的嗅味覺神經感受到烈酒滋味箇中的差異。不信你拿一款未過桶的白蘭姆酒跟伏特加來喝喝看，其中差異絕對不是只在於品牌而已，根本還是原料！

### 性格與烈酒 有特殊性關係

當然烈酒的蒸餾環節至為關鍵，使用銅製壺式蒸餾器還是連續蒸餾器？一次蒸餾還是二次蒸餾？影響的不只有酒精度，還包括酒質、風味。



烈酒到底有幾類？簡單來說有這七大類（左起）：

1. 伏特加 Vodka，以穀物或水果為原料進行蒸餾，通常不入桶。
2. 威士忌 Whisky，以穀物為原料進行蒸餾，多數入桶。
3. 白蘭地 Brandy，以水果為原料進行蒸餾，多數入桶。
4. 蘭姆酒 Rum，以甘蔗汁或糖蜜為原料進行蒸餾，入不入桶皆可。
5. 鐵基拉 Tequila 或梅茲考爾 Mezcal，以龍舌蘭球莖為原料進行蒸餾，慣稱龍舌蘭酒，入不入桶皆可。
6. 琴酒 Gin，以中性酒精為基礎，浸泡或蒸餾藥草香料，傳統是杜松子，入不入桶皆可。
7. 香甜酒 Liqueur，強調風味、顏色、甜度，混調烈酒的個性烈酒。

另外，如何陳年？入不入桶？裝瓶前可不可以調色？加糖？還是加其他物質？在在都造就了「烈酒世界」的多元與博大精深。

曾經聽不少酒友講過：「感覺好像喝威士忌、喝烈酒的人，比較爽朗比較隨和。」或許這是一種偏見，但更可能的是喝烈酒的人，酒精耐受度比較高，也更能享受不同文明製酒的多元風格。

而中華文化中當然也有屬於自己的特色烈酒，就是白酒 (White Wine) 或稱中式白酒，在大陸最知名的就是茅台、五糧液等巨型國企，在台灣當然就是金門、馬祖、台灣菸酒玉山等三大高粱了，無論原料、製程、美感都獨樹一格。 **鏡**

# THE GLENLIVET

品牌形象大使 邱澤

創 新 自 我

格蘭利威 12 年首席三桶



禁止酒駕  酒後不開車 安全有保障

←透過專訪，可以感受到史蒂芬妮·麥克勞德是位經驗豐富卻又極度謙虛的「女神級」首席調酒師。

↓艾柏迪25年為彰顯榮耀，特別以典藏特仕版包裝慶祝酒廠建立125週年。酒精度46%，建議售價NT\$16,800/700ml。



Stephanie J. Macleod

## 美味的代價

### 百加得首席調酒師 史蒂芬妮·麥克勞德專訪

如何管理、應對如此繁重的工作量？

**A2：**我們的威士忌——無論是帝王調和蘇格蘭威士忌，還是屢獲殊榮的單一麥芽威士忌，都是團隊努力的成果。我們的團隊熟練地蒸餾烈酒；在倉庫裡，經驗豐富的倉庫和烈酒製備團隊，安全、仔細地管理酒桶，確保每一滴酒都進入酒瓶。

**Q2：**近幾年來，您為艾柏迪、皇家柏克萊和魁列奇酒廠，推出了許多特殊的木桶和其他一些限量版。您每年可能會調配一百種甚至兩百種威士忌，您是如何管理、應對如此繁重的工作量？

**Q1：**連續五年榮獲 IWC 年度最佳調酒師稱號，您有何感想？

**A1：**獲獎始終是一種榮譽，因為它反映了我們在百加得釀造的威士忌品質，我應該算是代表公司的「整個蘇格蘭威士忌團隊」，接受任何這類獎項。為了釀造優質威士忌而付出的所有辛勤工作，能獲得全球認可可是令人難以置信的回報，很高興看到努力得到認可。

「女神級」調酒師史蒂芬妮·麥克勞德，近5年來風光萬分，連拿5屆 IWC Master Blender of the Year，可惜一直沒有台灣行，跟台灣酒友面對面。越洋透過電郵專訪，我們聊及女神的工作、生活、對威士忌的愛、以及艾柏迪25年和皇家柏克萊45年這2款新力作。

撰文：賴偉峯 編輯：呂柏融  
設計：徐佳慧

不開車安全有保障



→位於蘇格蘭地理中心的艾柏迪酒廠，今年建廠一百二十五年，延續著一又四分之一世紀堅實卓越的蒸餾技術。



↑艾柏迪酒廠的核心酒款，分別為12（左起）、16、21年，展現酒廠標誌性柔和、蜂蜜般的蠟質特性。



↑首席調酒師史蒂芬妮·麥克勞德與酒廠經理 John MacKenzie 精心挑選這款艾柏迪25年威士忌，紀念艾柏迪酒廠的重要時刻。以經歷長時間熟成的精彩酒液，再放入 Oloroso 雪莉桶過桶，同時見證艾柏迪酒廠位於蘇格蘭中心的開拓精神。

作為首席調酒師和麥芽大師，我與調酒師及庫存分析師團隊一起工作，他們與我並肩。對於我和我的團隊來說，完全沒有相同的一天。某天可能會收到一批新的木桶，需要嗅聞並檢查品質，另一天可能會開發一種需要品嚐、比較的新威士忌。有時，我的角色會使我離開蘇格蘭，前往世界各地的國家，在那裡我可以與來自不同背景的人分享我對威士忌的熱愛。

**Q3:** 二〇二三年是艾柏迪成立一百二十五週年，這項里程碑對艾柏迪意味著什麼？您是如何決定艾柏迪二十五年「一百二十五週年紀念特別版」的口味特徵？您如何形容艾柏迪二十五年的味道？您想藉此向威士忌鑑賞家傳達什麼訊息？

**A3:** 單一麥芽威士忌，尤其是艾柏迪威士忌的美



←史蒂芬妮·麥克勞德站在艾柏迪酒廠前表示：「一百二十五年後，我們繼續釀造卓越的單一麥芽威士忌，代表威士忌釀造的黃金標準方法，向我們豐富的過去致敬。」

妙之處在於，除了艾柏迪鎮之外，無法在其他地方釀造出像艾柏迪這樣的威士忌風格。艾柏迪二十五年威士忌作為限量版，以紀念蘇格蘭地理中心一百二十五年來的卓越蒸餾技術，同時伯斯郡 (Perthshire) 最高的山峰、最深的湖泊和最長的峽谷在此交匯。

艾柏迪二十五年威士忌頌揚了釀酒廠的傳統，這款威士忌具有我們標誌性的柔和、蜂蜜般的蠟質特性，並在首次填充的 Oloroso 雪莉酒桶中過桶。釀造這款新威士忌時，最重要的是要在「一瓶酒中，向過去、現在和未來致敬。釀酒廠由傳奇釀酒廠建築師查爾斯·多伊格 (Charles Doig) 設計，他利用「所有最新的進步」，精心規劃到最小的細節，以生產出優質的高地麥芽威士忌。艾柏迪憑藉其流暢、豐富的特性，將高地風格帶入了二十世紀。一百二十五

禁止酒駕 酒後



↓ 史蒂芬妮·麥克勞德常和得力助手們一起討論、實驗，包含調酒團隊的Anija Cherian（左起）、Rhiann Ferguson與Keith Geddes。



年後，我們繼續釀造卓越的單一麥芽威士忌，以代表威士忌釀造的黃金標準方法，向我們豐富的過去致敬。

**Q4：**這些年來，您一直擔任首席調酒師／麥芽大師這個角色，您是否改變了

調酒的方式來順應市場趨勢？或者您心裡有自己的標準，不會輕易因為潮流而改變？在一些媒體報導中，提到您已經深入研究了「威士忌成熟的祕密」。您介意與我們分享一些嗎？

**A4：**對我和我的團隊來說，重要的是釀造出讓威士忌愛好者接下來可能會發現的東西，也就是感到興奮和好奇的威士忌。我們不斷地實驗與嘗試新事物，並且總是進行多次試驗，最終目的就是滿足現在和未來的威士忌鑑賞者、對新表達方式的「渴望」。

然而，混合威士忌前數年，我們就將烈酒存放在橡木桶之中。雖然我們十分了解消費者趨勢，但必須確保不會危及「皇冠上的寶石」，也就是威士忌的味道。

作為調酒師，你學到的第一個教訓是，當我們的威士忌成熟或完成時，總是會有一些未知因素。我們了解大多數風味特徵的起源，但不是全部，這就是威士忌的魅力。因此，雖然我作為科學家的背景及我和我的團隊所累積的知識，使我們能夠預知當我們研究新事物時會發生什麼，但其中也存在一些機會和魔力。

1. 皇家柏克萊酒廠座落在蘇格蘭高地北邊耐恩鎮(Nairn)附近的考多城堡轄地內，地處偏遠且地形崎嶇的鄉村田野間，構成一個絕佳之地，年復一年的生產著果香圓潤、香氣馥郁的威士忌。
2. 皇家柏克萊45年單一麥芽蘇格蘭威士忌先在重裝的波本Hogshead桶熟成漫長的45年，之後過桶優質初次Oloroso雪莉桶，單桶原酒僅盛裝180瓶、每瓶獨立編號並裝入精緻厚實的胡桃木盒，全部提供給台灣威士忌鑑賞家。酒精度46.6%（原桶強度），建議售價NT\$336,000/700ml。



**Q5：**二〇二三年十一月，在台灣推出了皇家柏克萊四十五年，這是酒廠有史以來推出的最古老、陳年分最高的威士忌。在您看來，這對皇家柏克萊意味著什麼？您能分享一些，關於您如何挑選這個特殊木桶及如何讓它煥發活力的故事嗎？

**A5：**讓一款非常古老的威士忌煥發活力，需要仔細取樣和處理。首要也是最最重要的任務是確保它美味、有趣，並且不會因在橡木桶中存放多年而變得過於強烈。我對三桶子中的皇家柏克萊品質很滿意，但是，我覺得它需要額外的東西。雪莉桶對於皇家柏克萊的「皇室風格」非常重要，選擇漂亮的Oloroso木桶進行皇家柏克萊四十五年的陳釀過桶，似乎是很自然的事。要將如此珍貴的液體從一種類型的木桶轉移到另一種類型的木桶中，需要很高階的技能，幸運的是，我們的操作員足以確保每一滴液體都能安全地轉移。

我總是將皇家柏克萊的酒精描述為杯中的夏日，這種輕盈、充滿活力的風格，適合任何年齡



# 不開車安全有保障



↑ 2023年11月在台上市的皇家柏克萊45年隸屬「Exceptional Cask Series傑出桶陳系列」，這是酒廠有史以來最古老、陳年年分最高的威士忌，風味絕倫。

3. 2019年至2023年連拿5屆 IWC Master Blender of the Year 的殊榮，史蒂芬妮·麥克勞德卻不居功，認為自己只是代表團隊領獎。
4. 有「斯貝賽壞小子」稱號的魁列奇酒廠位於斯貝賽交通要衝魁列奇鎮上，這也是史蒂芬妮·麥克勞德掌管調製的單一麥芽威士忌廠，油烘大麥、蟲桶冷凝、質數陳年讓酒款呈現獨到風味。
5. 魁列奇酒廠的核心酒款，分別為13（左起）、17、19、23年，陳年時間非常巧合，都是數學上的「質數」。



層，但Oloroso木桶的乾、香料、溫暖，為威士忌增添了豐富的複雜性和優雅。

**Q6：**您曾經引用作曲家古斯塔夫·馬勒(Gustav Mahler)的一句話，並表示這句話對您影響很深，可以分享一下嗎？

**A6：**釀造威士忌可以比喻為創作音樂。可以使用多種工具創造人們享受、品味和豐富的美麗事物。古斯塔夫·馬勒的名言是：「傳統不是對灰燼的崇拜，而是對火的保存。」幾年前它引起了我的共鳴，從那時起它一直是我的指導原則。約翰·杜瓦公司自一八四六年來，一直從事威士忌銷售和調配業務，有著悠久的歷史和調配傳統，我們從歷史和調配傳統中成長，但並不受束縛。無論年分如何，新產品的發表總是充滿壓力，因為我們期望每一款新產品，都是迄今為止最好的，並能夠取悅和吸引全球威士忌鑑賞家。鐘

禁止酒駕



酒後

# 呼吸至關重要

## 威士忌也需要醒酒？

↓威士忌也有醒酒器，知名奧地利杯具商Riedel就有推出威士忌醒酒瓶，讓琥珀色酒液能緩慢跟空氣作用，讓酒更醇美。



喝紅酒的朋友都知道，紅酒需要醒酒。不過，你知道嗎？其實威士忌也是要醒酒的，醒一下更好喝！

**空**

氣中的氧氣，對人類不可或缺，無氧無法呼吸、無法生存。但是，氧氣卻又能催熟東西，很多美味都是經發酵或是氧化獲得。

紅酒倒入杯中，婀娜多姿的搖晃著，不只是作態，還有更多原因是為了讓酒液跟空氣結合，讓酒香層次更多，就像讓睡美人甦醒一樣。所以，紅酒有醒酒器可以更加速這個環節，你也會常聽喝紅酒的人說：「這支酒，我從早上就打開了，已經醒了半天了。」

不過，倒是很少人注意到威士忌的醒酒。其實

有經驗的品飲者，常常可以從手上那杯威士忌中，感覺到前味主要是花香，之後才是果味、木質調，如果把威士忌放超過十分鐘，往往聞到的都是濃郁蛋糕香。

### 多點時間 多點歡愉

如果一杯威士忌在短短的時間裡能有如此明顯的變化，那麼一瓶威士忌呢？其實，威士忌陳年在橡木桶中就是一個長時間的美味熟成過程，但是裝到瓶子裡，烈酒商往往就不溝通「瓶中熟成」這件事，他們希望你威士忌買回家就趕緊「斷頭」喝完，再買下一瓶。「熟成」這件事酒商來替你做就可以，何況擺在家裡「瓶中熟成」也不能算進酒本身的陳年分。

不過，威士忌的確需要醒酒，當你要喝它的時間，不管是一杯或是一瓶，給它更多一點時間，你就能得到更多的歡愉。所以，你也會發現開過的威士忌，尤其是開過喝了一半，相隔幾個月之後，會比原本開瓶時更美味。或者是，把一瓶平價的威士忌倒進美麗剔透的威士忌醒酒瓶中，一週喝個一杯，也可以明顯感受到酒質逐漸優雅的變化，就像一朵逐漸綻放的花朵一般。不過，也同時提醒你別把威士忌醒過頭，喝起來會結構盡失，就像花朵也會凋謝一般。●

# ABERFELDY

## 艾柏迪

單一麥芽蘇格蘭威士忌



## 艾柏迪125週年慶 25年特仕版

在艾柏迪建廠125週年之際，調酒大師Stephanie Macleod與酒廠經理John Mackenzie共同推出以Oloroso雪莉桶過桶熟成，非冷凝過濾、酒精濃度46%裝瓶不添加焦糖色素著色裝瓶的25年典藏特仕包裝，慶祝這不平凡的酒廠歷史

禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒



↑從1698年即扎根在倫敦聖詹姆士街(St. James Street)，位於白金漢宮旁的神祕街區，獨特櫥窗設計保留英式傳統風格及歷史的痕跡，這窗櫺也記憶了走過此處的過往與多不勝數的非凡人物。

# 品味之仕的 窗裡窗外

## 貝瑞雅仕蘇格蘭威士忌

貝瑞兄弟與洛德全新的品牌商標，以總部櫥窗外型作為設計起源，並以此打造訂製酒瓶，在酒標及瓶身底部邊緣都可以發現此窗景的存在。不只是象徵對於自身品牌發源的意義，更是展現理想中的英式優雅風格—「活力、雅痞、溫暖、時尚」，窗裡窗外盡是故事。

撰文：賴偉峯 編輯：呂柏融  
設計：高怡芬

六九八年創立，是英國最古老酒商，更成為英國皇室御用酒商長達三百二十餘年，第四代傳人目前授命管理皇室酒窖，三百多年來，貝瑞兄弟與洛德(BERRY BROS & RUDD) 遵循著傳統、肩負著身為皇家酒商的使命，堅守著最高品質的酒品管理，獲得最高榮譽的皇室雙勳章認證及多項國際獨立大獎肯定。無可撼動皇室認證商譽與獨到眼光的選擇實力，讓貝瑞兄弟與洛德有著「獨立裝瓶之王」的美譽。

### 釀製不凡 百年歷史故事

對超級酒友來說，貝瑞兄弟與洛德的倫敦總部是個絕對必訪之處，走進店裡有許多珍稀威士忌選桶，以及上好的頂級葡萄酒，甚至包括幾百年來的名人雅仕挑酒買酒的美好故事。而窗外短短的聖詹姆士街，不僅直通白金漢宮，更是一條品味名店街。

即便如此，該品牌不曾高調，卻在每個追求品味生活的不同世代中交會，成為中堅人士私人聚會飲品飲首選。由其選桶或調和的單一麥芽威士忌與



↑獨立裝瓶之王「BERRY BROS & RUDD 貝瑞兄弟與洛德」在2021年以總部的古典櫥窗樣貌，打造威士忌烈酒項的全新品牌識別。「貝瑞雅仕蘇格蘭威士忌」系列，包含4款風格獨特的威士忌。

調和威士忌，皆受權威競賽肯定，獲獎無數，是全球威士忌收藏家追逐的珍貴酒品。其稀有的「私人單桶威士忌包桶服務」，為威士忌收藏家尋找喜愛的單桶威士忌與客製化酒標服務，量身打造的尊榮服務，與單桶威士忌的獨一無二特性，深受私人買主喜愛。

品牌曾兩度獲得 Whisky Magazine Awards 評選為「最佳獨立裝瓶廠」、World Whisky Awards 世界威士忌暨烈酒競賽最佳調和威士忌殊榮，更在歷年的 Malt Maniacs Awards 麥芽狂人競賽中累積獲得一金、十二銀與十七銅的極高肯定。旗下系列包含廣受台灣消費者喜愛的「Berry's The Classic 貝瑞雅仕」、精選蘇格蘭各個酒廠珍貴庫藏裝瓶的「Berry's Single Cask 貝瑞單桶」及限量推出的小批次單品。鏡

不開車安全有保障

## 貝瑞雅仕(雙桶型之) 泥煤蘇格蘭威士忌

向蘇格蘭威士忌史致敬—泥煤威士忌桶，說到傳統的威士忌，泥煤煙燻氣息是如此常見的標準風味，因為泥煤是最隨手可得的燃料。此酒款打造出高地風格泥煤威士忌，來自浸潤過泥煤威士忌的橡木桶，以透著水果氣息的煙燻風味，向珍貴的歷史致敬。酒精度44.2%。

**香氣：**營火、青草，海風鹹香，有力量感。

**口感：**入口滑順，煙燻感縈繞，鳳梨等熱帶水果香甜，暢快高級的海洋氣息。

**尾韻：**像沙灘的BBQ攤位，正妹調酒師招呼著你過來吃喝。

**心得：**宛若海濱貴氣趴踢。



## 貝瑞雅仕(雙產區之) 斯貝賽蘇格蘭威士忌

來自蘇格蘭威士忌心臟地帶—斯貝賽河流域。凸顯此區域風味的親切優雅，富有活力的蜂蜜清香引領著春天的風味，清新的果香與淡雅花香，醞釀成熟的滿溢風味甦醒在舌尖。酒精度44.2%。

**香氣：**呈現香草、麥芽餅乾與小白花的氣息。

**口感：**花香，水果軟糖的甜美，木質調撐住了漂亮的結構。

**尾韻：**甘甜平衡，木質氣息帶來優雅質感。

**心得：**香甜優雅可愛。



### 專家品飲 蘇重 Heavy Su

- 藏酒論壇編輯總監
- WSET 烈酒2級認證
- 〈喝酒他說了算〉YouTuber
- 藏酒嗜酒會首席講師



# 承先啟後 低地榮光

## 克萊薩蘇格蘭低地單一麥芽威士忌

低地一度是重要蘇威產區，但曾幾何時酒廠急劇減少。2017年由Morrison家族創廠的克萊薩，是一百多年來蘇格蘭港Glasgow格拉斯哥首座純威士忌酒廠，並堅持使用在地資源打造屬於這座城市的威士忌，承先啟後延續著蘇威低地榮光。

撰文：賴偉峯 編輯：呂柏融  
設計：許承祐

**這**間酒廠背後的東家實力不容小覷，他們曾經是艾雷島波摩酒廠的擁有者，也是ADR獨立裝瓶廠的老闆，因為時代潮流決定再度興建酒廠，並選在充滿故事的格拉斯哥港口。

### 以威士忌之名 榮耀城市

創廠的Morrison家族其實也曾參與建造、威士忌出口最重要的港口Queen's Dock，克萊薩酒廠就是使用家族在一八七〇年代建造的動力倉庫建築再造而成。酒廠水源來自家族整建水壩的國家公園湖水，與當地七個小農簽訂契作合作收購大麥，並交由也是家族經營的在地發麥廠Simpsons Malt處理。酒廠藉由老爸Tim Morrison的傳統工藝實力，加上已故大師Dr. Jim Swan生前專為克萊薩酒廠設計的木桶政策釀酒。

克萊薩酒廠執行長Andrew Morrison自信地表示：「我們很興奮能夠建造『The Clydeside克萊薩』可以讓這個世代驕傲的威士忌酒廠，這代表我們用新世代的雙手承接了傳統、融合、再造，我們的志

向是要讓這座城市再次以威士忌讓全世界的人記得！」的確，有機會造訪此處的你，就會發現這裡麻雀雖小但五臟俱全，還可以一覽過去格拉斯哥的威士忌榮光。

克萊薩的第一支酒款獨特且唯一，Andrew Morrison說：「『STOBXCROSS 啟程』是我們第一款對決主流威士忌味蕾的作品，很高興它在初期鋪貨的五個海外市場，獲得當地市場的認同且銷售一空。台灣，是克萊薩亞洲區第一個市場，絕對是亞洲區的老饕代表。」

喝酒的人都說，威士忌是時間的禮物。經過了一點歲月淬鍊的人，更享受年分威士忌的沉穩。而在大眾追求的風味趨近一致的同時，有個淺嘗一口即讓人眼睛為之一亮的活力輕盈，「STOBXCROSS 啟程」正是一款這樣的威士忌。**鏡**



↑憑藉著許多堅強實力為後盾，克萊薩酒廠在2017年初釀新酒就成為「全球威士忌界十大最受期待的全新酒廠之一」，有空造訪格拉斯哥時，千萬別錯過它的酒廠導覽。

→在蘇格蘭格拉斯哥大港邊的抽水站老宅裡，長出一座具透明櫥窗的蒸餾室，那款明亮的蒸餾器象徵全新誕生The Clydeside克萊薩單一麥芽威士忌，也意味著低地威士忌的時尚復興。





### 專家品飲 蔡耀棕 Scott Tsai

- 藏酒嗜酒會班主任
- WSET 烈酒2級認證
- 藏酒嗜酒會講師
- 扶輪青年服務團幹部

## 克萊薩啟程 STOBCROSS

創廠之作，甜美的花香調、熱帶水果奔放自由、鮮摘莓果天然清新、美妙的年輕生命力。

目前酒廠僅有這一款常態款，明亮清晰搶眼的視覺設計，展現新一代酒廠復興的精神風格。酒精度46%、建議售價NT\$1,500/700ml。

**香氣：**馥郁果香、優格、莓果醬、帶著莓果乾混著淡淡的煙燻底在下層。

**口感：**酒體輕盈、柔軟的草莓味水果軟糖、帶一點點淡淡奶香、香草，混著絲絲菸草。

**尾韻：**剉冰的糖水感、草莓、淡淡菸草的氣息。

**心得：**入口後甜美的氣息，如同在吃草莓蛋糕搭配汽水冰淇淋，舌尖帶微微刺激感，輕盈的酒體在後半段會帶著淡淡菸草苦韻與草莓塔的暗示，讓甜美的氣息留存得更綿長。



# 超越當代經典的 明日之星

## 大摩新任總製酒師 克雷格·葛拉斯

如果說擁有「神之鼻」(The Nose)美稱的天才調酒師理查·派特森(Richard Paterson)，是懷特瑪凱當代最具代表性的王牌大咖，那麼克雷格·葛拉斯(Gregg Glass)無疑就是你必須持續關注的明日之星！

撰文：簡藝、賴偉峯 編輯：陳昱潔  
設計：李俊賢

**蘇**

格蘭懷特瑪凱烈酒集團(Whyte & Mackay)的現任總製酒師克雷格·葛拉斯(Gregg Glass)於二〇一三年獲頒威士忌行業大賞(Cons of Whisky Awards)年度最佳調酒師榮譽，這是全球威士忌產業的最高榮譽之一；更值得一提的是，他是這項有史以來最年輕的得獎者。

### 經歷豐富 受大師欽點

克雷格·葛拉斯在盛產大麥的蘇格蘭黑島(Black Isle)長大，十八歲還在念書時，便開始在高地區的Glen Ord蒸餾廠打工、擔任酒廠導覽員，其後也曾任Inverness的威士忌專賣店擔任店長。但對克雷格來說，在大摩蒸餾廠(The Dalmore)擔任酒廠導覽員的經歷，恐怕才是真正改變他一生的重要轉捩點，在那裡，年紀輕輕的克雷格，遇見了當時正在酒窖採樣的理查·派特森，有為者亦若是，滿懷熱忱的理查·派特森，激發出克雷格·葛拉斯對威士忌產業的強烈興趣，他並從此立定志向，要成為一名威士忌製酒師！



↑有「神之鼻」美稱的天才調酒師理查·派特森(左)是懷特瑪凱當代最具代表性的王牌大咖，克雷格·葛拉斯(右)則是你必須持續關注的明日之星！

二〇〇五年，克雷格進入由怪傑調酒大師Jim Glaser所創立的Compass Box調和威士忌公司。都說是「怪傑」了，相信不用多說大家也懂，Compass Box就是一家非常具有獨特風格與新創理念的威士忌公司，克雷格在此工作長達十一年又七個月，不僅養成凡事親力親為的工作態度，也奠定了他非常具實驗性及創造性的製酒風格。

二〇一六年，克雷格·葛拉斯憑藉在威士忌產業所累積的豐富經驗，終於來到懷特瑪凱，又因其在味覺、嗅覺上的出色敏銳度，受到理查·派特森欽點，成為調和團隊中的重要成員。每年十一月，二人便一同走訪集團旗下的所有酒廠，至每個酒窖試酒，討論下階段的發展方向，並決定下一步要推出哪些新酒款。由於二人在威士忌產業的經歷有許多共通之處，對品牌的定位與發展也多有共識，可說是一見如故，亦師亦友的關係簡直默契十足，常

# 不開車安全有保障



1. 大摩總製酒師克雷格·葛拉斯經驗豐富，2023年獲頒威士忌行業大賞年度最佳調酒師，這是全球威士忌產業最高榮譽之一，他更是此獎有史以來最年輕得主。
2. 「老酒銀行」大摩帶領消費者體驗奢華的全沉浸式品酩會，左起為尚格行銷總監 Gity、大摩總製酒師克雷格·葛拉斯、Master Keeper 奚大寧，帶大家品酩經典的大摩15年、大摩亞歷山大三世及最新上市的大摩璀璨18年—2023 Edition。



↑大摩璀璨18年—2023 Edition 單一麥芽蘇格蘭威士忌在台隆重上市，也把大摩總製酒師克雷格·葛拉斯從蘇格蘭帶到我們身邊。

→首度來台的克雷格表示，大摩璀璨18年—2023 Edition 每瓶都有2023年分標且限量批次推出，口感馥郁，具收藏價值。



鍵橋梁，今日的克雷格已晉階成為大摩總製酒師，威士忌產業的啟蒙者，大摩更是牽起二人緣分的關

大摩的核心精髓繼續傳承至下一個世代。」

對克雷格·葛拉斯來說，理查·派特森是他在威士忌產業的啟蒙者，大摩更是牽起二人緣分的關

鍵橋梁，今日的克雷格已晉階成為大摩總製酒師，威士忌產業的啟蒙者，大摩更是牽起二人緣分的關

大摩的核心精髓繼續傳承至下一個世代。」

對克雷格·葛拉斯來說，理查·派特森是他在威士忌產業的啟蒙者，大摩更是牽起二人緣分的關

大摩的核心精髓繼續傳承至下一個世代。」

### 學習傳統 亦追求創新

大摩蒸餾廠隸屬於懷特瑪凱集團，因擁有許多年分久遠的威士忌原酒，素有「蘇格蘭的老酒銀行」美稱，在首席調酒師理查·派特森超過四十年的運籌帷幄下，一直都是全世界最具傳奇色彩的尊貴威士忌品牌。克雷格·葛拉斯進入懷特瑪凱後，便亦步亦趨地跟著理查·派特森學習製酒，二人每年都一同飛去西班牙，親自挑選大摩在製酒時最重要的雪莉橡木桶，理查·派特森曾這麼說過：「克雷格是一個對威士忌產業的未來充滿熱情的人，能與這樣的人密切合作真是太棒了，除了認真學習懷特瑪凱長期以來發展的傳統和工藝外，他始終在尋求創新以及突破的各種可能性，雖然我還沒退休，但我有信心將我的工作交棒給克雷格，我知道他將會把大摩的核心精髓繼續傳承至下一個世代。」

常不需要多說，只要一個眼神交流，彼此就能心領神會。



↑克雷格·葛拉斯不僅要調製、管理大摩的酒質，對旗下其他酒廠的產品也投注心力。





理查·派特森(右)與克雷格·葛拉斯(左)在產業經歷有許多共通之處，對品牌定位與發展也多有共識，可說是一見如故。



「老酒銀行」大摩的全沉浸式品酌會，讓參加者搭乘大摩奢藏專機巡禮，探尋世界唯一6桶熟成工藝—大摩亞歷山大三世單一麥芽蘇格蘭威士忌。

其創新的思維模式，正在整個集團中發酵並產生影響。若說理查·派特森代表的是大摩的過去與現在，那麼克雷格·葛拉斯便是大摩的現在及未來。

## 永續發展 本土產業鏈

克雷格·葛拉斯認為，他與理查·派特森在製酒觀念上最大的不同，或許是在橡木桶。理查·派特森關注的是「已經做好的橡木桶」，而克雷格則是對橡木桶的原材料，也就是橡樹很有興趣，他記得曾與祖父漫步在家鄉黑島的橡樹森林中，那段時光啟發了後來他對蘇格蘭原生橡木的研究興趣，克雷格會去原生地研究各種橡樹的生長情況，以及不同的環境與品種會對未來製成的木桶造成哪些影響；進入威士忌產業後，更陸續走訪高地區的各家鋸木廠，甚至會在家中進行小規模的試驗，以檢測自己的想法的可行性，就連克雷格本人都說過，以他對威士忌產業的熱情，如果當年他沒有被拔擢到調和團



↑克雷格對橡木桶的原材料很有興趣，不但走訪各家鋸木廠，也會在家中進行小規模的試驗。

隊，其實更有可能成為桶匠。

雖然沒當成桶匠，不過這份研究熱忱卻從未消逝，克雷格自二〇一六開始，便積極推動領先業界的蘇格蘭橡木桶計畫(Scottish Oak Programme)，與當地的土地所有者、鋸木廠和製桶廠等組織建立夥伴關係，經由產業鏈之間的協同合作，試圖激發蘇格蘭威士忌產業的變革。傳統上，用於生產蘇格蘭威士忌的木桶通常都來自國外，最常見的是來自美國的舊波本桶，以及來自葡萄牙或西班牙的歐洲加烈酒桶，克雷格·葛拉斯期望經由這項計畫的實踐，從懷特瑪凱集團開始，推動蘇格蘭整體本土產業鏈的永續發展。

## 懷抱熱忱 實驗夢工廠

二〇一七年，克雷格·葛拉斯創立了The Whisky Works，這是一家隸屬於懷特瑪凱旗下的獨立子公司，實驗風格非常鮮明，任何有趣的想法都可以在這裡做實際的檢測。如果說大摩這間「老酒銀行」是製酒師的天堂，那麼充滿實驗性質的The Whisky Works就是製酒師的夢工廠。

縱使是匹千里馬，也需要懂得賞識的伯樂才足

不開車安全有保障



↑大摩總製酒師克雷格·葛拉斯2017年創立 The Whisky Works，為集團旗下的獨立子公司，充滿實驗性質，是製酒師的夢工廠。



↑對克雷格·葛拉斯(圖)來說，理查·派特森是他在威士忌產業的啟蒙者，大摩更是牽起2人緣分的橋梁。



以成事，克雷格·葛拉斯能成為威士忌行業大賞有史以來最年輕的年度最佳釀酒師，不僅是因為他才華洋溢，理查·派特森的慧眼獨具也至關重要。理查·派特森不只一次強調，克雷格除了在釀製威士忌天賦異稟外，更重要的是他對威士忌產業無庸置疑的熱忱，如果要問一位偉大的製酒師究竟該具備哪些特質？理查·派特森認為，熱忱就是一切！

### 璀璨十八 限量年分版

二〇二三年七月，大摩的台灣獨家代理商尚格酒業隆重推出「大摩璀璨十八年-2023 Edition 單一麥芽蘇格蘭威士忌」，並特別邀請大摩新任總製酒師克雷格·葛拉斯來台與消費者進行近距離的交流互動。大摩璀璨十八年-2023 Edition 使用大摩與西班牙頂級酒莊 González Byass 獨家簽約超過三十年的珍稀 Matusalem Oloroso 老雪莉酒桶，使口感風味更濃厚，同時每瓶都有二〇二三年分標示，每年限量小



↑限量的大摩璀璨十八年-2023 Edition 使用逾三十年的珍稀 Matusalem Oloroso 老雪莉酒桶，風味多元一試難忘。

批次推出，對收藏家來說更具意義。

克雷格·葛拉斯進一步表示，現在許多蘇格蘭威士忌酒廠追求的是訂製雪莉桶，強調潤桶工藝對威士忌帶來的改變與風味，但大摩與眾不同，在選擇橡木桶上非常「Old School」，追求高地區威士忌的傳統風味，與 González Byass 獨家簽約，就是為了獲得最正統的 Soleira 系統雪莉酒桶；橡木桶和雪莉酒都有生命，不同年分的雪莉酒會賦予橡木桶不同的風味，而這些微妙的差異，正是造就每一版本各具特色的重要因素。

特別是二〇二三年這一版，從聞香時迷人的香草、黑巧克力、英式柑橘果醬等大摩最經典的傳統風味，到入喉後揉合柑橘、咖啡、葡萄乾、巧克力、肉豆蔻的味蕾表現，與燉煮水果甜香及奶油太妃糖的尾韻，這些風味跟台灣人熟悉的芒果、荔枝等熱帶水果風味非常近似，想必很容易被大家喜歡和接受，除此之外，更帶有識別度極高的獨特鮮味(Umami)，非常具有收藏價值。**鏡**

# 禁止酒駕 酒後





烈酒的極致伴侶！

## 水中獨角獸「巴部農天然鹼性礦泉水」

威士忌「加水」是威士忌必嘗的品飲方法，雖然不少人推崇純飲，但不可否認的是，威士忌加水的確能讓威士忌的分子結構產生變化，使原有的香氣更鮮明有層次。本次邀請到評酒人賴偉峯來點評有「礦泉水界獨角獸」之稱的「巴部農天然鹼性礦泉水」，是如何讓酒液變得柔順有層次，完美捕捉到威士忌更迷人的姿態。

威士忌加水怎麼挑？

水質、水源是重點。

醇美的威士忌加水並非讓酒精濃度變淡，而是使酒液中的氣味最大限度地展開，讓鼻腔、口腔更能感受到酒液馥郁滋味。有人推薦酒水1：2.5的比例，也有人推薦酒水8：2的比例，但其實每人感知不同，加多少水可自行判定，但該加什麼水可就有學問了。



↑火山岩不但能溶出礦物質，同時更具有吸附雜質、調整水質酸鹼值與提升水質甘甜的能力，這也是為何「巴部農天然鹼性礦泉水」擁有甘美口感的原因。

找到代駕平安送到家



↑「巴部農天然鹼性礦泉水」擁有4500年水齡、pH9.0±0.5的鹼性水質。

「巴部農天然鹼性礦泉水」不僅是軟水、擁有 pH9.0±0.5 的鹼性水質，更大優勢是它來自台灣新竹橫山鄉的水源保護區。源自於大自然的餽贈無法由人工製造，需由時間緩慢累積，而在歷

經萬年玄武岩層自然過濾與地質浸融，才讓深藏地底的原始水礦成就出「巴部農天然鹼性礦泉水」的好水質。

倒出「巴部農礦泉水」，晶瑩、清澈，就像剛從生命之泉汲取般，而入口後甘甜、滑順更是瞬間令人著迷，其中蘊含稀有的礦物質與微量元素偏硅酸，被稱為「水之黃金」，且天然小分子團的質地，能婉轉地平衝烈酒的苦澀，將酒液轉化成柔順、更加珍貴的姿態，滴滴滲透味蕾，獨特的水性更能喚醒酒中的香味因子，讓沉睡的香氣綻放，帶來非常獨特的風味饗宴。

## 巴部農屢獲獎項

品質受到國際肯定

也就是這樣的純淨，讓「巴部農天然鹼性礦泉水」二度摘下食品界奧斯卡獎最高榮譽「比利時 Monde Selection 特級金獎」；三度通過 200 多位著名侍酒師、米其林廚師



## 知名品酒達人賴偉峯 評價「巴部農天然鹼性礦泉水」

喝威士忌時，不管純飲、兌水喝、或是加冰加水的水割喝法，水都是少不了的角色。要知道，水能釋放出酒的更多香氣，也讓酒更加甜美、有層次。品飲了「巴部農天然鹼性礦泉水」後，我發現它單喝就具有入口滑順、甘美口感，再添加進威士忌中，可以平衡掉酒氣的剛烈，將酒液轉化成柔順的姿態。加上來自台灣新竹的好水源、4500年的水齡，我認為它會是你品飲威士忌時的最佳夥伴。

也提醒大家喝酒也別忘了喝水，喝多少酒就要喝多少水來幫助代謝，如此甘美的口感，讓喝水也成了一種享受。



酒誌專屬訂購優惠

## 大自然的饋贈！

4500年水齡

## 來自玄武岩層精粹

為什麼要選擇「巴部農」呢？首先要從水質說起，越偏酸性的水，越會衝擊到威士忌的風味，而最適合威士忌的水為鹼性軟水，軟硬水的分別就在於一公升水中礦物質的鈣、鎂的總量多寡來判斷，攤開世界衛生組織(WHO)標準，水中碳酸鈣含量，軟水(0-60mg/L)、中軟水(61-120mg/L)、硬水(121-180mg/L)、極硬水(181mg/L以上)。若你是更追求品酒極致的酒友，除了用上述標準來挑選軟水，還可以追究水質來源。

經萬年玄武岩層自然過濾與地質浸融，才讓深藏地底的原始水礦成就出「巴部農天然鹼性礦泉水」的好水質。

倒出「巴部農



↑烈酒的魅力在於層次，而「巴部農天然鹼性礦泉水」則是能最大限度地釋放酒液的魅力。

搭酒的良好表現。另外，「巴部農天然鹼性礦泉水」擁有天然超低赫茲 888Hz 與天然低電位(ORP)的特性，測定數值甚至優於世界各地的長壽村，讓水中的營養素更容易被人體吸收和代謝，可以提升身體對水溶性營養素的吸收效率，帶來活力。

和專家共同評鑑，獲得國際風味評鑑所所頒發的「國際風味絕佳獎章」。

巴部農天然鹼性礦泉水的絕佳水質不僅讓品酌更臻極致，甘美的滋味，毫無澀感的優越品質，很適合烹煮入菜、泡茶品茗，或是佐餐

後酒駕酒止禁



# 六代家族傳承 雪莉工藝

## 格蘭花格酒廠的獨特存在



→酒廠掌門人 John Grant 不僅是令人尊敬的紳士，同時傳承著六代家族製酒精神，以雪莉工藝打造出無數迷人的威士忌作品。

2023年，格蘭花格三度獲極具公信力的英國《Whisky Magazine 威士忌雜誌》，票選為「年度風雲酒廠」，這份殊榮不僅是對格蘭花格酒廠傳統美好核心價值的肯定，更被業界人士所稱道。

撰文：賴偉峯 編輯：呂柏融  
設計：許承祐

**只** 要對於蘇格蘭單一麥芽威士忌有稍稍研究的朋友，肯定都能朗朗上口格蘭花格的品牌精神：「傳承六代的家族製酒精神」（至今酒廠仍屬家族擁有），以及堅持「雪莉工藝」打造無數迷人威士忌作品。

### 珍稀窖藏 訴說美好風味

創立於一八三六年的格蘭花格 (Glenfarclas) 酒廠，歷經六代，現在的掌門人為威士忌紳士同時也是硬漢的 John Grant，他對威士忌的熱情與堅持令人感佩。John Grant 承載著家族的傳統與堅持，僅選用最優質的西班牙 Oloroso 雪莉酒桶，使格蘭花格擁有極為豐富的雪莉桶威士忌窖藏。因此無論從核心酒款、高年分珍稀逸品，到令人驚豔的各式原酒，酒款一字排開就令人感受到格蘭花格彷彿是一座雪莉桶威士忌的寶庫，讓雪莉威士忌老饕愛不釋手。

這些美好的雪莉桶威士忌長年陳放在酒廠低矮的傳統蘇格蘭鋪地式酒窖 (Dunnage warehouse)，其泥土地面及石板屋頂，僅僅三層木桶的堆疊，讓威

士忌能夠在濕度高、溫差小的良好環境中，充分呼吸緩慢成熟。這些年格蘭花格透過台灣代理商集昌推出的「紅門窖藏」「台灣之美」「花格禮讚」等系列，不僅叫好而且叫座。

我們就舉，自二〇二三年起每年限量發行推出的「Glenfarclas 格蘭花格花格禮讚系列」。此系列共有三部曲，將從二〇二三年到二〇二五年陸續推出。俗話說：「人要衣裝，酒要包裝。」花格禮讚系列透過盒上分別與格蘭花格有關的元素與訊息，用精緻繪圖訴說著酒廠迷人的起承轉合。

二〇二三年的花格禮讚首部曲以格蘭花格的生來來源「斯貝賽河」的孕育為題，開啟酒廠的迷人故事；在最新推出的二〇二四「花格禮讚系列」二部曲盒身設計上，則彰顯著格蘭花格風味的祕密——鋪地式酒窖與優質的雪莉桶。看著那雪莉烤桶的火焰，彷彿聞到陣陣的木材焦香；看著滾在枕木上的雪莉桶，以及旁邊沉睡在倉庫的豐富窖藏，更讓威士忌老饕猛吞口水。**鏡**



↑ 格蘭花格酒廠在蘇格蘭威士忌產業，是獨特且唯一的存在。首先它是六代家族傳承擁有，其次是位於斯貝賽的酒廠卻呈現重雪莉風格。

# 不開車安全有保障

## 格蘭花格15年、25年 單一麥芽蘇格蘭威士忌

2024「花格禮讚系列」二部曲提供消費者不同的選擇，共有15年和25年，以2款厚實豐郁的雪莉之作打開格蘭花格的感性探索之旅。包含酒廠經典風格，甜美濃郁的15年單一麥芽威士忌，琥珀金色酒液映入眼簾，隨之而來絲絲雪莉果乾氣息，甜美口感令人沉迷。而高年分豐厚溫暖而悠長的25年單一麥芽威士忌，精緻而具深度，酒體飽滿，長年處於頂級雪莉桶中的酒液，聞香芳郁，尾韻悠長。二款花格禮讚，不論是做為春節贈禮或收藏都意義十足！

**香氣：**15年以莓果果乾為主，25年則是濃密果甜。

**口感：**15年是舒服的香甜莓果，25年蜜餞果乾外，還有鋪墊著厚實木質。

**尾韻：**15年輕柔果甜，25年綿長果甜、舒服辛香。

**心得：**15年甜美舒服易飲，25年厚實且層次豐富，適合純飲，慢慢感受不同的表現。



專家品飲  
程灯祥(灯灯)  
Peter Chen

- 知名酒類 KOL
- 台灣單一麥芽威士忌品酒研究社 & 三邊會會員
- 藏酒嗜酒會講師
- 視覺美術總監



# 不僅是 波本桶教科書

## —飲傾心的格蘭冠

「有人說，可做出的理智分析，代表一定不是真愛。」筆者認為因為人類喜歡將純粹的事物複雜化，而酒則是單純而又美好的存在。格蘭冠的純淨、甜美、花果調性所帶來的安撫，是品飲時刻最深層的心靈療癒。

撰文：林湘云、賴偉峯

編輯：李秀芬 設計：吳智弘

「**一**飲傾心！」The Glen Grant 格蘭冠對於筆者而言，就是這樣的存在！創立於一八四〇年，座落於蘇格蘭斯貝賽區的格蘭冠享有「花園酒廠」的美譽，得天獨厚的 Rothes River 支流直接貫穿充滿果樹與花田的酒廠，整體風格就如同其「維多利亞花園式的酒廠」的稱號般純淨天然。

### 酒廠靈魂人物 丹尼斯馬康

造就每間酒廠風格的靈魂人物非釀酒師莫屬，

格蘭冠傳奇釀酒大師丹尼斯馬康 (Dennis Malcolm) 在酒廠出生長大，至今在酒界服務超過六十年，是蘇格蘭酒廠最資深的首席釀酒師之一。丹尼斯一路從基層的箍桶匠入行，經歷過各生產部門的歷練，才華洋溢的他，以不到三十歲之姿就擔任酒廠經理。在二〇一四年入選《Whisky Magazine》名人堂，並於二〇一五年因業內的成就而獲得首座《Spirit of Speyside》獎項。

丹尼斯馬康同時於二〇一五年獲得《Whisky Advocate》終身成就獎，並獲得「國際葡萄酒與烈酒大賽」的蘇格蘭威士忌產業大獎。他也因其在格蘭冠的精心工藝和貢獻，在二〇一六年榮獲前英國女王伊莉莎白二世頒發大英帝國最優秀官佐勳章 (Officer of the Most Excellent Order)，在整個酒界調酒師迄今只有三位有此殊榮。為了感佩丹尼斯對於酒廠的貢獻，二〇二二年格蘭冠推出了單桶六十年單一麥芽威士忌，用以彰顯其在酒界任職超越六十年的非凡肯定。

→ 酒體酒質純淨的格蘭冠，得益於高大且紳士帽造型的蒸餾器以及獨特的純化器，這些都是在二八八〇年代酒廠創立初期就開始使用至今。



# 不開車安全有保障

1. 格蘭冠傳奇釀酒大師丹尼斯馬康，從基層的箍桶匠入行，經歷過各生產部門的歷練，不到30歲就擔任酒廠經理，2014年入選《Whisky Magazine》名人堂。

2. 格蘭冠釀酒大師丹尼斯馬康力作之一，以純淨花果香氣為基礎，加上最優質的Oloroso雪莉桶中熟成的酒液，成就這款「Arboralis格蘭冠雪莉原酒台灣限定版」，酒精度58.8%、建議售價NT\$2,150/700ml。



↓ 創立於1840年的格蘭冠享有「花園酒廠」的美譽，在近200年的歷史裡，不斷精進釀酒工藝，讓格蘭冠威士忌呈現美麗的花果香氣與純淨高雅的口感，也成為品牌核心基調。

二〇二三年十月，格蘭冠的釀酒大師丹尼斯馬康為台灣這個特別喜歡雪莉桶的國家推出史上首發單一市場限定版酒款——「Arboralis 格蘭冠雪莉原酒台灣限定版」，以充滿花香的Arboralis雪莉原酒為台灣的消費者帶來前所未有的風味體驗。

### 雪莉限定原酒 寵愛台灣人

超過六十年製酒經驗的格蘭冠傳奇釀酒大師丹尼斯馬康，在即將退休之際，將格蘭冠的核心酒款延伸至二十一年，創造出不同以往波本桶的純淨花果香外，更以華麗的雪莉桶調性，將格蘭冠的風味加以擴展。Arboralis雪莉原酒台灣限定版酒色呈現明亮的金色，在聞香時，堅果杏仁與花香湧現，伴隨著少許焦糖的香氣，層次豐富。原酒所帶來的豐富油脂感，提升了整體品飲的表現和樂趣。台灣限定版的包裝，選用顯眼討喜的金色與橘紅色，完全符合台灣消費者選酒時，偏好的明亮、喜慶眼光。

酒廠每年要推出高年分核心產酒款並不容易，最直接的影響即是老酒存量足夠與否。格蘭冠雖然歷史悠久，但它老酒卻是稀缺的，這都是因為格蘭冠早期所生產的酒液，主要都是做為起瓦士(Chivas Regal)旗下調和威士忌酒來使用。歲月更迭，幾經輾轉，到了二〇〇五年時，義大利商金巴利(Campari)集團收購了格蘭冠，格蘭冠成為集團



↑ 格蘭冠全球行銷總監Thomas Mayr (左起)、台灣總代理商欣利實業董事總經理王孝倫、董事長陳德立，共同參與新酒發表會。

旗下唯一一家蘇格蘭威士忌品牌，此後不再需要提供基酒供調和威士忌使用，也就有了更多老酒被保留下來。二〇〇六年，金巴利接管酒廠之後，即任命從十五歲(一九六一年)就開始在格蘭冠工作的丹尼斯馬康，成為酒廠的總經理以及首席釀酒師。在集團全力支持之下，由他繼承創辦人家族以及傳奇人物「格蘭冠少校」James Grant的遺志，重振品牌聲威。

而這款全新推出的二十一年核心酒款，就是丹尼斯馬康釀造多年的力作。他從酒廠中最高為古老的四號酒窖之中，親自挑選優質的高年分Oloroso雪莉

禁止酒駕 酒後





「波本桶教科書」格蘭冠核心5酒款，Arboralis 輕雪莉（左起）、10年、12年、15年、18年。



↑酒廠在2013年增設了斯貝賽第一座手工裝瓶生產線，當時的王子、現任英國國王查爾斯三世，也到現場參與這歷史性的一刻。

## 高年分雪莉桶 細養的珍珠

格蘭冠的波本桶風味細緻優雅迷人，有著「波本桶教科書」的稱號，事實上，格蘭冠的雪莉桶更為深藏不露，是酒廠細心養護的珍珠；在一九六〇年以前，格蘭冠風格是以雪莉桶為主的，例如二〇二二年時推出限量僅三百六十瓶的六十年單一麥芽威士忌，以慶祝其釀酒大師丹尼斯馬康在酒廠工作超越六十年的傳奇生涯；又在去年推出僅有七瓶的 Glen Grant Devotion 七十年單一麥芽威士忌，是格蘭冠史上最古老的威士忌，特別為了紀念已故女王伊莉莎白二世而推出，這兩款都是使用百分百雪莉桶

桶與美國波本桶，進行小批次勾兌與限量裝瓶。而藉由這個酒款，丹尼斯馬康也開始扭轉人們對於「格蘭冠等於波本桶」這樣的既定印象。

的傳奇老酒。

然而，在一九六〇年代之後，格蘭冠為了迎合義大利人喜歡清淡花果香草風格的喜好（義大利至今仍然是格蘭冠最大的市場），酒廠逐漸減少雪莉桶，改採用更多的波本桶。如今，丹尼斯馬康試圖找回古老的傳統風味，在新釀製的酒款中加入更多的雪莉桶的比例，同時也試著尋找並買回更多的雪莉桶老酒。但丹尼斯馬康強調，市面上所謂「雪莉炸彈」般的強烈風格，絕對不是格蘭冠想要的，格蘭冠純淨的酒體，必須更費心的挑選最優質雪莉桶熟成，才能讓風味層次多變，酒體細緻平衡而無雜味。

經驗豐富的丹尼斯馬康顯然深諳何謂「熟得恰到好处」，他讓酒液吸收飽滿雪莉桶風味的同時，卻又能讓酒色、酒質維持明亮純淨，與格蘭冠核心酒款的風味與視覺感達到和諧一致。所以，即使是雪



釀酒大師丹尼斯馬康在酒廠工作超過60年的傳奇生涯。

# 不開車安全有保障



← 全新推出的二十一年核心酒款，是丹尼斯馬康釀多年的力作，他從酒廠最古老的四號酒窖中，挑選優質的高年分 Olooso 雪莉桶與美國波本桶，進行小批次勾兌與限量裝瓶，未來會常態供應。

↑ 格蘭冠去年推出全球僅7瓶的 Devotion 70年單一麥芽威士忌(台灣拿到 No.6)，是格蘭冠史上最古老的威士忌，特別為了紀念已故女王伊莉莎白二世而推出，是使用百分百雪莉桶的傳奇老酒。



莉桶勾兌，格蘭冠也做出獨有的輕盈與清新的高雅質感。這款最新的二十一年，以六〇%波本桶與四〇%初次 Olooso 雪莉桶老酒勾兌，它散發出的宜人花果香、蜂蜜氣味，讓人有如置身美麗花園中，這才是丹尼斯馬康想要呈現的、專屬於格蘭冠的優雅雪莉桶風格。

令人欣喜不已的是，迷人的格蘭冠二十一年已是每年皆會有的常態酒款，儘管仍是少量裝瓶釋出，但格蘭冠的酒迷粉絲們不用再擔心搶不到了。

## 格蘭冠的純淨 得感謝少校

一八七二年，詹姆斯格蘭冠少校(The Major Grant)從他的父親和叔叔那裡繼承了格蘭冠。少校個性喜好旅遊、探險，他既是名工程師，同時也是位熱衷搜集特殊花草植物的植物學家，他周遊世界，旅途中不忘為他的釀酒廠和花園增添創新點子。格蘭冠少校每次前往遙遠地點旅行時，都會收集當地的水果和珍稀花草植物，將之帶回斯貝賽區，種植在釀酒廠占地達二十七英畝的花園中。

也因為這種對維多利亞時代工程細節的痴迷和對自然的熱情熱愛，格蘭冠少校設計出令人驚嘆的獨特純化器(Purifier)，並將其安置於高大纖細的蒸餾器頂部。在酒蒸氣上升未進到林恩臂之前，利用純化器，將其冷卻凝結成液態，重新回到底部，不

斷重複蒸餾、重新提煉出更加柔軟純淨，口感優雅細膩，花果味濃鬱，帶有麥芽麵包的美好酒質。格蘭冠以其清新、花香的風味而聞名，而這正是純化器發揮作用的結果。

格蘭冠為維護品質，確保每一滴酒液品質都在嚴格控管之下，在二〇一三年增設了斯貝賽區第一座手工裝瓶生產線，同時也是斯貝賽區的唯一，格蘭冠所裝填的每瓶威士忌都來自這裡，當時的王子、現任英國國王查爾斯三世也到現場參與這歷史性的一刻。

格蘭冠基於人類的好奇心，探索大自然的美麗，在近兩百年的歷史，不斷精進的釀酒工藝傳承下，釀製出美麗的花果香氣與純淨高雅的口感，維持平衡、純淨、優雅、自然的核心風格成為品牌重要的基調。在其著名的維多利亞花園裡，不但擁有最清澈優質的水源，並且只選用優質的蘇格蘭大麥為原料，賦予酒液更馥郁芳香的風味。在製程上，格蘭冠純淨的酒質得益於其高大、紳士帽造型的蒸餾器和特有的純化器，這些都是在一八八〇年代，酒廠創立初期就開始使用的，因此，格蘭冠奠定了其在蘇格蘭威士忌中不朽的經典地位。

格蘭冠單一麥芽威士忌隸屬於義大利酒業巨擘金巴利集團，金巴利旗下擁有五十多個世界著名的酒類品牌，包含金巴利利口酒、艾普羅香甜酒(Aperol)和美國野火雞波本威士忌(Wild Turkey)等。金巴利集團為了更進一步深耕台灣市場，與國內消費品老牌代理商欣臨企業合資成立欣利實業，讓欣利實業未來的發展備受矚目。鏡

禁止酒駕 酒後





## 格蘭冠18年 單一麥芽威士忌

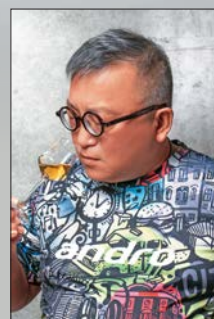
有「波本桶教科書」之稱的格蘭冠酒廠的代表酒款，曾多次獲得「威士忌聖經」年度最佳18年單一麥芽威士忌，採用100%熟成靜置於高品質嚴選的美國波本橡木桶中超過18年。

**香氣：**柑橘、白吐司、蜂蜜及烘焙奶油點心的香氣。

**口感：**橘子糖、水果飴、糖霜甜甜圈與水果茶的甜香。

**尾韻：**輕盈的蜂蜜香氣和花香調。

**心得：**舒適溫柔的一款威士忌，是那種隨時可以喝一杯的好朋友。



專家品飲  
蘇重 Heavy Su

- 藏酒論壇編輯總監
- WSET 烈酒2級認證
- 喝酒說了算 YouTuber
- 藏酒嗜酒會首席講師

# 不開車安全有保障



## 格蘭冠12年 單一麥芽威士忌

比起格蘭冠10年，這款12年有著完全不同的風味，因為裝瓶前在西班牙Olorosso雪莉桶陳放4個月，格蘭冠12年有著更多熟成水果的味道與牛奶糖香氣，中後段也因為香料味有更棒的層次感。

**香氣：**上層蘋果派、香草、奶油、檸檬塔花香，中下層有杏仁巧克力、菸草氣息。

**口感：**初入口舌尖微微的刺激感，後面開始如絲綢般在舌面蔓延，最後絲滑的流入喉嚨。風味上帶有濃郁的奶油烤蘋果、香草、黑巧克力、杏仁糖膏、無花果乾。

**尾韻：**無花果乾、黑巧、焦糖奶油、冬瓜茶

**心得：**八面玲瓏的12年酒款，輕盈的酒體擁有恰到好處的油脂，使其絲滑易飲，當中蘊含多種風味，明亮的果香、有分量的後韻，波本桶與雪莉桶的風味搭配得宜。



專家品飲  
蔡耀棕 Scott Tsai

- 藏酒嗜酒會班主任
- WSET 烈酒2級認證
- 藏酒嗜酒會講師
- 扶輪青年服務團幹部





←坦杜酒廠兩位重量級人物並肩坐，蒸餾廠經理Sandy McIntyre（左）以及曾多次訪台的全球品牌大使Gordon Dundas（右）。

# 埋沒百年的夢幻

## 身世不凡坦杜酒廠

如果你還沒認識坦杜(Tamdhu)，那建議您繼續看下去，把握機會認識一下這間潛力無窮的優質蘇格蘭酒廠，當然最好是能搶一瓶坦杜生肖系列龍年限定版，品嚐一番。

撰文：蔡耀棕、賴偉峯  
編輯：周彥甫 設計：李俊賢

**威**

海無涯，台灣人在茫茫「威海」當中一直以來都是被眷顧的族群，世界上許多優質的好威士忌都能在台灣用最實惠的價格享受到，然而也正因為選擇非常多樣，許多優質的好酒常常在市場的行銷大戰當中被默默忽略掉。

### 眾志成城 重金鑄造夢想

一八九七年，一群志同道合且對於威士忌產業有興趣的企業家們，為了生產出「世界上最優質的威士忌」而聚在一起，共同籌措了約莫現今兩千萬英鎊的資金，成為了構築他們夢想的基石，從這一刻開始，坦杜由此而生！

那時候正值維多利亞時代，許多產業都是黃金時期，威士忌飲用人口也隨著上升，酒廠們陸續續建置，而坦杜也是其中一間，當時坦杜建立起來的兩年內，蘇格蘭境內就有十七間蒸餾廠成立。坦杜為了能夠生產「世界上最優質的威士忌」，硬體設備的建置可不能夠馬虎，當時酒廠內部硬體設備的設計，邀請到蘇格蘭酒廠設計業當中最知名、優秀，並且將寶塔設計帶入蘇格蘭威士忌產業的工程



1. 為了獲得優質的水源來釀酒，坦杜的廠址特別選在擁有優質水源的斯貝河畔。
2. 坦杜堅持訂製最頂級的雪莉桶，包含歐洲橡木及美國橡木雪莉桶。

師兼建築師查理斯多伊格先生(Charles C Doig)操刀規劃，設立了那個時代最新穎的設計，為的就是在百家爭鳴的威士忌浪潮當中能夠贏在起跑點，也正因為這些酒廠的成立，帶動了周邊交通、基礎設施的建置，為蘇格蘭威士忌迎來下一波高峰。一八九八年時，著有《Whisky of Distilleries of the UK》的知名威士忌書籍作者Alfred Barnard，到訪坦杜時也為它的現代化蒸餾設備而驚豔不已。

### 勇於創新 才能面對浪潮

有了優良的硬體設備，原料的部分當然也不能馬虎，為了能夠獲得優質的水源來釀造甘甜純美的基酒，坦杜的廠址特別選在擁有優質水源的斯貝河畔，此外為了讓酒液能夠擁有更香濃馥郁的風味，坦杜的創辦人在當時就已經選擇優質的西班牙雪莉橡木桶，而且許多酒款都是精心挑選初次雪莉桶，賦予了釀造的酒款濃郁奔放的風味。

隨著時間的推進，坦杜的優質好酒愈發供不應求，勇敢求新的坦杜便在一九四九年改革，將傳統

# 不開車安全有保障



↑ 坦杜蒸餾室裡的兩對矮胖渾圓蒸餾器，由於曾跟知名的酒廠麥卡倫同屬愛丁頓集團，因此也有著相仿的蒸餾器形狀，製造出渾厚的酒體酒質。

時間來到了一九七〇年代，二十世紀中後期開始的威士忌浪潮興起，到了一九七〇年代威士忌飲用人口更是到達了高峰，品質優良的坦杜也面臨到如何增加產量以面對供不應求的問題，為此坦杜陸續增設了四支蒸餾器，讓酒液能夠在不下降

製程當中會使人擁有「Monkey Shoulder」的地板發麥改革，引進法國人 Charles Saladin 所發明出來的薩拉丁箱 (The Saladin Box)，藉以將翻麥的過程機械化，有效增加麥芽的產量。坦杜在全盛時期更是使用到了十個薩拉丁箱，每個薩拉丁箱可以處理超過二十公噸的麥粒，不僅滿足了自家的需求，還同時可以供給當時隸屬於同集團的麥卡倫 (Macallan) 和格蘭路思 (Glenlochy) 使用呢！



↑ 麥立得集團所使用製作威士忌的方針是「遵循古法」，重現當年創辦人的4個堅持。



← 坦杜為了生產「世界上最優質的威士忌」，當時請來蘇格蘭酒廠設計業最優秀高手跨刀。



品質的情況下持續地供給佳釀。

## 在商業的浪潮中 被埋沒

在前面的文字當中提到，坦杜曾經與同樣也是世界知名的酒廠麥卡倫、格蘭路思同集團，當時他們同隸屬於現在世界數一數二的烈酒集團愛丁頓 (Edington Group Ltd.)，然而在商言商，由於每一間酒廠的產品有不同的商業策略，對於當時的坦杜來說，即便使用著同根同源的優質西班牙雪莉桶，坦杜的命運卻被安排在擔任三支知名調和式威士忌的基酒之一，分別是裸鑽調和式威士忌(早期稱為裸雀

／威雀 The Famous Grouse)、珍寶調和式威士忌 (J&B) 及順風 (Cutty Sark)。

有別於台灣人特別追求單一麥芽威士忌的市場，國外飲用調和式威士忌的比例遠遠大於單一麥芽威士忌，平均十支威士忌當中就有九支是調和式威士忌，因此在基礎數量上，調和式威士忌的銷量與產量就遠遠大於單一麥芽威士忌，而這三支調和式威士忌在全世界的銷量更是名列前茅，各個都大有來頭。裸鑽曾經自一九八四年起連續三十一年皆獲得蘇格蘭當地最暢銷威士忌的佳績；J&B從一七四九年開始生產到現在，更是前後獲得八位王室認證的優質酒款；



坦杜的桶匠至為重要，因為他們製酒的4個堅持中，每一個都跟橡木桶有關。



2



1

1.1898年時，著有《Whisky of Distilleries of the UK》的知名威士忌書籍作者 Alfred Barnard，到訪坦杜時也為它的優異蒸餾設備而驚豔不已。  
2. 糖化槽是坦杜酒廠先進而且重要的釀酒設備。

# 不開車安全有保障

麥立得集團是由雷納德羅素先生成立於1933年，他在2011年1月將愛丁頓旗下的坦杜酒廠併購。



Cully Saik則於禁酒令時期於美國聲名大噪，在走私時期時獲人們認證的第一品牌。坦杜能夠在當時成為這三支調和式威士忌的基酒實屬不易，然而千算萬算還是不及老闆掐指一算，即便擔任如此重要的角色，坦杜還是在二〇一〇年面臨關廠而後易主的情況。

眾所周知商人所追求的是利益最大化，坦杜雖然作為基酒供應三支舉世聞名的調和式威士忌，二〇〇八年雷曼兄弟引發的全球金融海嘯，使得全球經濟狀況急轉直下，面對金融海嘯的衝擊，許多大公司都必須有所調整或取

捨，愛丁頓集團於二〇一〇年時將重點方針放在其他的烈酒品牌，例如麥卡倫 (The Macallan)、高原騎士 (Highland Park)、裸鑽 (The Naked Grouse)：而非坦杜，當行銷的聚光燈都打在其他的烈酒品牌時，即便擁有優質好酒與老酒的百年老廠坦杜，也不易被世人看見，隨後即在二〇一一年出售了坦杜這塊瑰寶，而將它接手的不是別人，正是同樣身為全球知名烈酒集團的麥立得集團 (Ian Macleod)。

## 好酒廠遇伯樂 再創高峰

擁有獨到眼光的麥立得集團是由雷納德羅素先生 (Leonard J Russell Snr) 成立於一九三三年，早期麥



→ 坦杜酒窖的紅門內，陳放了許多精彩等待您來發掘的雪莉桶威士忌。

立得從威士忌的桶裝、散裝買賣做起，隨著愈做愈上手後，開始自創品牌與自己裝瓶販售，透過長期累積下來經驗、人脈，麥立得很快地躋身蘇格蘭前三大獨立裝瓶廠。麥立得集團目前旗下擁有許多知名烈酒品牌，是因為在二〇〇三年開始將被販售的優質的酒廠逐步收歸麾下，當年麥立得將愛丁頓旗下的格蘭哥尼 (Glenyone) 購買下來，隨後的二〇一一年一月又將同樣前東家是愛丁頓的坦杜併購，以及從帝亞吉歐 (Diageo) 手中於二〇一六年買過來的玫瑰河畔 (Rosebank) 等：，都是市面上等一好酒廠。

得到坦杜後，有鑑於對當時創辦人「製作世界上最好的威士忌」概念的認同，麥立得集團所使用的方針是「遵循古法」，重現當年創辦人製作威士忌的四個堅持：一、堅持全系列全程陳年在雪莉桶中，絕不過桶。二、堅持訂製最頂級的雪莉桶，包含歐洲橡木及美國橡木雪莉桶。三、堅持使用西班牙 OLOROSO 雪莉酒來浸潤雪莉桶。四、堅持純天然色澤，絕不添加焦糖調色。還原當年創辦人們奉獻心力而製成的優質威士忌，而這些優秀的好酒們也在易主後的七年終於問世。

對於坦杜來說，二〇一七年是個重要的時刻，與創廠的時空背景相比已跨越了雙甲子，於是順勢將稀有的坦杜五十年原酒推出問世，全球僅限一百瓶。時至今日，隨著時光的堆疊，坦杜也陸續發表年分更高又或更優質的酒款，二〇二二年正值坦杜一百二十五週年紀念，逢五逢十的好日子當中也將坦杜十八年問世，讓曾經被埋沒的優質好酒能被今日熱愛威士忌的朋友們享用。







格蘭哥尼 21 年 單一麥芽威士忌

100% 訂製雪莉桶

禁

止

酒

駕



酒

後

不

## 坦杜12年蘇格蘭 單一麥芽威士忌

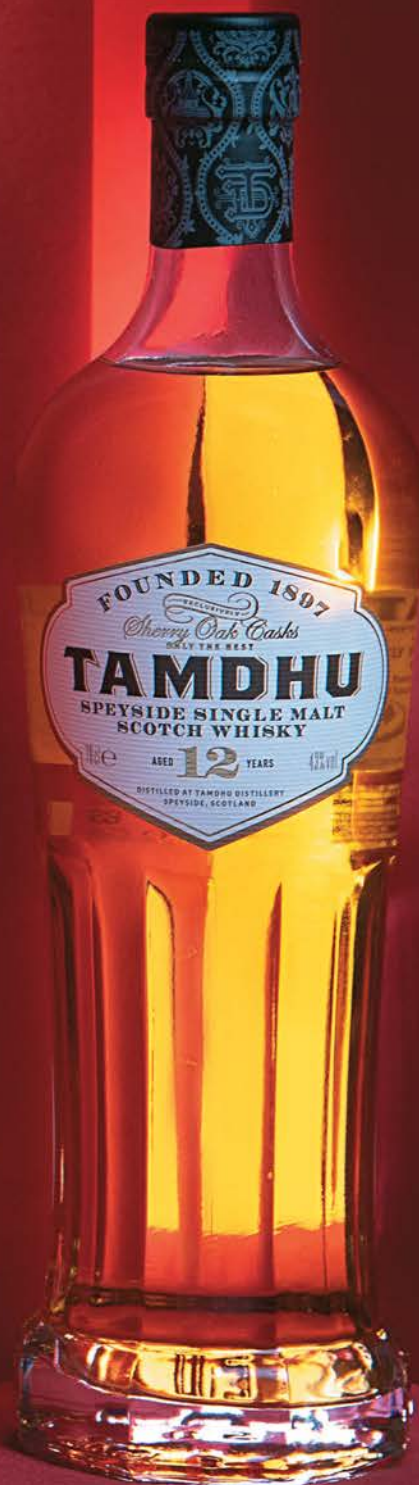
2018年對於酒廠來說也是非常值得紀念的一年，在這一年坦杜酒廠的大門重新開啟，同時自豪地將坦杜12年單一麥芽威士忌發布於全球市場，同年12月酒廠經理Sandy McIntyre也獲得了年度威士忌標誌人物（蘇格蘭）酒廠經理的殊榮，喜上加喜讓坦杜重新站上了威士忌的浪潮巔峰。酒精度43%，售價NT\$1,880/700ml。

**香氣：**柔雅甜美的榛果巧克力與杏桃果乾，而緩緩展現多層次的辛香味。

**口感：**溫潤甜美的辛香在舌上綻放，伴隨甜而不膩的磅蛋糕，醇厚又不過於厚重。

**尾韻：**果乾混合了焦糖香，讓人再三回味。

**心得：**很適合即開即飲，然後為自己倒上一杯，不需要太多的思考，而是好好享受當下甜美的滋味。



專家品飲  
吳哲文(小默) Jackson Wu

- 藏酒壹之選盲測評審
- TSMC台灣單一麥芽俱樂部創辦人
- 中式白酒協會理事
- 藏酒嚕酒會講師

# 不開車安全有保障

## 坦杜2024生肖系列龍年限定版單麥蘇威

今年度台灣的酒友有福氣，龍年對於華人世界而言是非常吉祥的一年，人人都期望望子成龍，又或者是希望能躍上龍門喜迎富貴。而在蘇格蘭的傳說當中，只有最強壯的龍才能夠飛越斯貝賽的河水，因此坦杜特別推出了龍年批次原酒，將熟陳多年的佳釀們獻給熱愛威士忌的饕客們，一起喜迎龍年！酒精度58.8%，售價NT\$3,600/700ml。

**香氣：**初入杯，巧克力風味迎面而來，幾秒後莓果伴隨辛香料迷人。

**口感：**酒體厚實，入口柑橘油酯帶平衡單寧，口中咀嚼感豐富。

**尾韻：**木質香料帶領鹹感結尾。

**心得：**雪莉桶訂製質感完全展現，非常符合龍年生肖高調的特質。



專家品飲  
林湘云 Serena Lin

- 知名酒類 KOL
- 女威俱樂部 (WCC) 創辦人
- 藏酒嗜酒會講師
- 威士忌達人學院講師



↓位於瑞典高海岸且冬天銀白雪景籠罩的酒廠，有著與其他蘇格蘭酒廠，甚至新世界酒廠迥異的風土條件。



# 風土四元素的滋味

## 瑞典高岸的起源 ORIGINS

「ORIGINS 起源系列」以TIMMER、HAV、ALV及BERG（皆瑞典文，分別為：木、海、河、山之意）4個主題，利用與酒廠關係最深的元素，打造出4款最具酒廠風土特色的單一麥芽威士忌。

撰文：賴偉峯 編輯：胡君安  
設計：趙君豪

從

二〇二一年開始，瑞典高岸（HIGH COAST）酒廠希望以最真實、最能詮釋瑞典高岸酒廠的風土、最能表現瑞典威士忌特色、以及最親民的價格，推出了酒友們津津樂道的「起源系列」，預計推出木、海、河、山四款威士忌。

### 取材自然 四元素上陣

第一款「TIMMER木」二〇二一年在台灣推出後，一如瑞典民風的甜美質樸波本酒體，搭著如在河岸邊升起一盆營火的愉悅煙燻氣息，以及超級親民的樸實價格，不僅締造了該酒廠的銷售佳績，也提高了消費者的興趣及詢問度。

二〇二三年依序推出系列中第二款「HAV海」，這款佳釀的發想就來自酒廠前方的Ångerman（安格曼河），清澈的河水流入大海，與煙燻泥煤和非煙燻泥煤威士忌混入一瓶酒的完美平衡，HAV就是一個對於交融匯流、海納百川的致敬。

此款「HAV海」散發誘人的木質調性及清新的煙燻氣息，入口時匈牙利橡木帶出的辛香料、瑞典紅橡木帶來的莓果果乾，以及波本桶帶出的清甜香草



↑「ORIGINS 起源系列」，透過「木、海、河、山」4個與瑞典高岸酒廠關係最深的元素，打造出4款最具酒廠風土的單一麥芽威士忌。其中，酒窖裡豐富的橡木桶儲酒，最具關聯的就是第一款「Timmer木」。

滋味完美融合，尾韻是宜人綿長的麥芽及泥煤甜美和清冽風味。這是一款完美融合不同橡木桶陳年的威士忌風味，以及泥煤與非泥煤威士忌特色交互撞擊之下難得的平衡之作！更重要的是，它依然延續這個系列的精神，希望用最親民的價格，讓更多消費者可以接觸到。

一直以來瑞典高岸的產品，總是呈現專家感、高科技感，讓消費者對它一直有陌生感，或是覺得高貴不敢嘗試，這樣的陌生及迷思，也讓不少酒友錯失了欣賞近年在世界威士忌比賽中，屢屢獲獎（族繁不及備載），且在威士忌界極為亮眼的明星酒「瑞典高岸單一麥芽威士忌」的機會。

這回，酒廠以「要釀出世界上最好的威士忌的初衷及決心」打造此系列，也號召更多愛酒、懂酒的消費者鼎力支持，將酒廠風土分成四個部分鋪陳推出，希望能有更多人了解且感受到瑞典高岸對威士忌的堅持與熱愛。鏡

不開車安全有保障

## HIGH COAST ORIGINS 起源系列「TIMMER木」

此款泥煤威士忌，是我們對曾在這裡生活和工作的前人們謙卑的致敬。那些冒著生命危險與冰冷海水搏鬥的人，將沉重的原木引向下游，並在蒼白的月光下燒火取暖。酒體中輕盈的泥煤煙燻帶來的溫潤口感，恰似營火帶來的溫暖氣息。酒精度48%，售價NT\$1550/700ml。

## HIGH COAST ORIGINS 起源系列「HAV海」

這是一款非常費工且計算精細的佳釀；首先它是一款輕泥煤威士忌（由23%的46ppm泥煤威士忌和77%的非泥煤威士忌組成），其中66.85%的酒體，在匈牙利橡木桶和瑞典紅橡木桶（Quercus Petrea & Quercus Robur）中陳釀後，再移至波本桶中，平均陳年6.09年；30.48%的酒體則在波本酒桶中陳年；而最後2.67%酒體則在40公升的匈牙利橡木桶中陳年，最後再做勾兌調和。酒精度48%，售價NT\$1550/700ml。

**香氣：**HAV紅蘋果，煙燻味，烘烤木頭的氣味，煎培根的聯想。

**Timmer**煙燻泥煤味走在前面，肉桂棒，檸檬草。

**口感：**HAV有蜂蜜，蘋果汁的甜香，肉質感。水果香甜感與煙燻味很平衡。

**Timmer**蘋果切片，蜂蜜水果茶，溫暖的甜香。

**尾韻：**HAV的果香柔和，最後出現一點木質調。

**Timmer**細緻的煙燻感。

**心得：**HAV既柔和又濃郁，還帶泥煤，漂亮的平衡感。

**Timmer**果香與煙燻味交織，乾淨高雅的泥煤威士忌。



### 專家品飲 蘇重 Heavy Su

- 藏酒論壇編輯總監
- WSET 烈酒2級認證
- 喝酒說了算YouTuber
- 藏酒嗜酒會首席講師



# 旅行的 初心意義

## 海天共味的吉拉



←吉拉打造「吉拉酒吧」，入內可品酌由美國白橡木波本桶、法國一級酒莊紅酒桶陳年的吉拉18年和全新上市的吉拉雪莉15年 RESERVE。

英國連續3年最暢銷的吉拉(Jura)單一麥芽威士忌，令人難以忽視的曲線瓶身、和一喝就印象深刻的細緻、明亮酒液，總是能在喧囂的威士忌市場中綻放其獨特光芒。

撰文：賴偉峯 編輯：胡君安  
設計：許承祐

天

涯海角，到不了吉拉？別擔心，尚格酒業以「吉境藝享」探索式品酌體驗的巧思，帶著消費者旅行、探索、沉浸大文豪喬治·歐威爾筆下世界最遙遠的海角吉拉祕境。

消費者先透過縮時旅行，造訪遠在一萬公里外的吉拉島，再走入地面投影搭配巨幕影像的展區，感受吉拉島上「一條路、一間酒廠、一顆初心」的意境。蘇格蘭有許多島，但沒有一座像吉拉如此獨特，與世隔絕的地理位置，可謂蘇格蘭最遙遠神祕的島嶼。

### 祕境探險 品雙軌風味

「吉拉JURA」為蘇格蘭蓋爾語中紅鹿的意思，消費者吹響「吉拉鹿笛」彷彿召喚島上的原住民五千頭紅鹿。吉拉島上唯一的蒸餾廠與二二位島民連結著，Diurach是蘇格蘭蓋爾語中吉拉島民的稱呼，代表「堅毅」，這座最遙遠的島嶼有著最緊密的群體。

在祕境島遊的尾聲，地面投影驚喜轉為流淌的酒液，此刻進行吉拉雪莉十二年的品酌體驗。吉拉島最高也最著名的三座火山的水源，匯集於山腳的馬基



↑吉境藝享由雙吉拉品牌大使—全球吉拉品牌大使Andrew Lennie (右1)，及甫獲得The Keepers of the Quaich的台灣吉拉品牌大使Ken (左1)共同帶領品酌，深度感受品味吉拉雪莉15年 RESERVE的「吉致」風味。右2為尚格酒業董事長奚大寧，左2為尚格酒業行銷總監Gity。

特湖中，成就了不凡的吉拉威士忌。酒廠蒸餾器高達二十八英尺，為島嶼區最高，創造出吉拉細緻純淨的酒體與風味。雖身處島嶼，但煙燻泥煤王座並不是吉拉想要走的道路。巧妙結合泥煤與非泥煤原酒，透過雪莉桶及多款橡木桶的運用，將島嶼原生風味與細緻酒體完美結合，兩條平行線碰撞出交集。

尚格酒業董事長奚大寧表示：「今年我們再推出吉拉雪莉十五年 RESERVE，由吉拉與台灣團隊共同研發。外盒延續吉拉一貫的木紋年輪設計，象徵綿延的生命力，如同吉拉的品牌歷程，不斷發展、綻放光華。」

接著，消費者將進入「吉拉酒吧」，在雙品牌大使Andrew及Ken的引導中，品酌兩款吉拉。如果您先前無緣體驗吉境藝享，二〇二四龍年絕對不能錯過全新推出「雙軌風格、走自己的路」的吉拉雪莉十五年。鏡

# 不開車安全有保障

## 吉拉雪莉15年 RESERVE 單一麥芽威士忌

吉拉與台灣團隊共同研發，經島嶼區最高聳28英尺蒸餾器蒸餾工序，起初於美國波本橡木桶中熟成，後轉往來自雪莉桶原鄉西班牙赫雷斯（Jerez）地區頂級手工Oloroso雪莉桶中窖藏。吉拉酒廠60年來最為人津津樂道的就是獨特雙軌風格：雄渾海洋風格與細緻果香風格，吉拉雪莉15年 RESERVE 首次整合雙軌風格，以傳世雪莉配方，特別設定的42.8%酒精濃度，締造出滿溢果香，濃郁滑順，尾韻悠長的風味，建議售價NT\$1,850。

**香氣：**繽紛莓果、蜂蜜、黑巧克力、辛香料。

**口感：**帶有些微海風鹹感。

**尾韻：**飽滿悠長。

**心得：**從新鮮莓果、成熟莓果一路發展到果醬般的甜美風味，加以以東方美人茶的蜜香感，是一款風姿綽約的靈動好酒。



專家品飲  
簡藝Sarah Chien

- 藏酒論壇企劃主編
- WSET烈酒2級、葡萄酒2級認證
- 《葡萄品種知多少》作者、《威士忌靈魂》譯者
- 藏酒嗜酒會講師





←釀造干邑最重要也最知名的葡萄品種白玉霓，適合成長於白堊土。

# 每一次展翅 都是另一場超越

## 敢飛敢追的馬爹利干邑

蒸餾干邑，多數酒莊採用「帶渣蒸餾」，但馬爹利 (Martell) 與眾不同，只使用去除葡萄果渣的澄清酒液進行蒸餾，以獲得更高雅細緻、圓潤順口的風味，但這也會耗損掉約10%的酒液，讓馬爹利干邑顯得格外珍貴。

撰文：簡藝、賴偉峯  
編輯：吳宜菁 設計：高怡芬

**法**

國頂級干邑品牌馬爹利 (Martell)，日前迎來擁有精湛演技的亞洲巨星彭于晏及三金影帝梁朝偉攜手共組品牌雙代言人，兩人更在品牌微電影中講述受到他人啟發後，征服雪山、攀向巔峰的故事，完美詮釋「人生是場飛翔」(Soar Beyond the Expected) 的品牌口吻。

### 去果渣蒸餾 成就高雅細膩

法國干邑白蘭地的頂級名品馬爹利，一七一五年由貴族尚·馬爹利 (Jean Martell) 創立，經典標誌「飛燕」象徵著馬爹利大膽挑戰傳統，從不停止創新的自由精神。

三百多年以來，馬爹利憑藉獨到的釀酒工藝和對產地的深厚情感，淬鍊出專屬於馬爹利的獨特風格，高雅、滑順且細膩的酒品形象早已深植人心。

干邑的釀製從原料到整個製程都有嚴謹規定，原料更是釀造的根本，馬爹利從法國六個特定葡萄園產區中，精選出最理想的四個產區來釀造干邑，尤以產量最少、品質最為精貴的邊緣區 (Borderies) 為代表，該區有超過一半的葡萄園為馬爹利所有，

從雜草的處理、葡萄藤的修剪到土地的管理，馬爹利無不處處用心維護，方能造就出芳醇飽滿的經典花香風味。

干邑在進行蒸餾時，多數酒莊採用的都是「帶渣蒸餾」，但馬爹利卻與眾不同，只使用去除葡萄果渣的澄清酒液進行蒸餾，從而獲得更為高雅細緻、圓潤順口的風味，然而在去果渣蒸餾的過程中，會耗損掉大約一〇%的酒液，讓馬爹利干邑更顯得珍貴。

馬爹利擁有整個干邑地區最大的銅質蒸餾器，可存放一萬公升澄清過的葡萄酒原液，按照法規，干邑必須在傳統的銅製夏朗德式蒸餾器中進行兩階段蒸餾，馬爹利會將兩次蒸餾過後的「酒頭 (Tete)」和「酒次 (Secondes)」蒐集起來，加進下一批準備要蒸餾的葡萄酒原液中再次進行蒸餾，以獲得更為豐富的香氣。



↑亞洲巨星彭于晏 (右) 與三金影帝梁朝偉 (左) 不斷超越自我、挑戰巔峰之境的精神，完美詮釋馬爹利的品牌形象。

# 不開車安全有保障



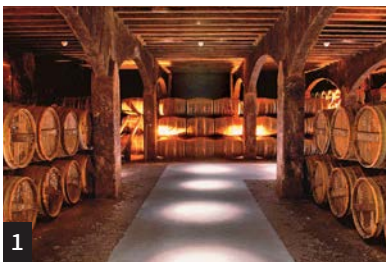
↑馬爹利4款經典絕美干邑：馬爹利藍淬燕（左起）、馬爹利名仕、馬爹利藍帶、馬爹利XO。

完成蒸餾的生命之水必須進入橡木桶陳年，馬爹利的貯酒酒桶皆由酒廠資深的專業工匠親手打造。僅使用來自法國托賽 (Troisain) 森林、樹齡超過一六〇年珍稀老樹製作的橡木桶，因產量稀少、紋理精細，造價是一般橡木桶的二倍，為酒液帶來無與倫比的柔順口感和清雅芳香。

### 干邑老酒莊 大膽渡美赴亞

馬爹利一七八三年將干邑帶入美國，成為第一個成功打進美國市場的頂級干邑品牌，為了紀念這充滿開創性的一刻，特別推出具有創新實驗精神的藍淬燕，這是史上首款V.S.O.P二次熟成於美國肯塔基波本桶的突破性作品，也因做法過於前衛與法國A.O.C規範有所抵觸，無法稱為「干邑」。藍淬燕兼具馬爹利干邑的優雅滑順與美國波本桶獨特的花香、蜂蜜和奶油等香氣，適合搭配湯品或肉類料理。

一八五八年馬爹利進一步將干邑推廣至亞洲，深受亞洲地區品飲愛好者熱烈推崇，為了紀念這段東、西方文化的美好邂逅，馬爹利名仕於一九八〇



1. 法國干邑酒莊裡的酒窖，可以找到陳年數十年的珍稀佳釀，是最珍貴的資產。
2. 隱身華麗背後的桶匠和酒窖管理者，是酒質優良的另一個關鍵。

禁止酒駕



酒後

「馬爹利金王之尊2024龍年限定款」，珍稀難覓，售價\$NT328,000/700ml。



↓「馬爹利金王之尊2024龍年限定款」，赤紅禮盒以浮雕龍甲紋路包覆，金碧輝煌的盒壁雕繪著葡萄藤、橡木桶，以及象徵馬爹利精神的雨燕，宛如一款華麗絕美的藝術巔峰之作。



→「馬爹利金王之尊二〇二四龍年限定款」另有以頂級水晶打造，盡顯精細雕刻工藝，龍頭瓶塞既藝術又具氣勢。



年代推出，精選大小香檳區和珍貴邊緣區超過一五〇種生命之水原酒，年分超越V S O P等級，運用完美的調和工藝，配上全新橡木桶的浸釀，經由時間淬鍊，孕育出屬於名仕特有的柔順溫潤。

現代感的藝術瓶身設計——雨燕浮雕，讓馬爹利名仕成為傳統與現代完美結合的最佳典範。馬爹利名仕口感滑順如絲，擁有馥郁果香與多層次的木質調香氣，高貴典雅的風味對女性品飲者來說極具吸引力，特別適合與海鮮料理搭配品飲。

### 馬爹利藍帶 國宴級外交官

世界第一瓶擁有自己名字的XO等級干邑——馬爹利藍帶 (Martell Cordon Bleu)，由馬爹利品牌創始人尚·馬爹利 (Jean Martell) 曾孫愛德華·馬爹利 (Edouard Martell) 於一九二二年所創，堪稱馬爹利產品中的經典，採用高比例邊緣區的生命之水調和而成。

# 不開車安全有保障

### 1. 馬爹利飛凡饗宴

在廣式海鮮餐廳上演，以馬爹利藍淬燕、馬爹利名仕，搭配野菇大蝦。

### 2. 帥氣名廚詹姆士

(左) 演繹馬爹利飛凡饗宴，搭配精緻中菜，廣獲好評。



「藍帶」之名源於十六世紀的法國，在當時被視為是對國家有最高貢獻的地位象徵，其後演變成具有最高敬意的標記，這也就是為什麼馬爹利藍帶往往會出現在法國的重要國際外交場合，成為法國最稱職的「外交官」。馬爹利藍帶擁有豐富果味與優雅紫羅蘭花香，口感圓潤醇厚，餘韻持久，適合搭配海鮮料理。

二〇〇五年全新推出的馬爹利XO (Martell XO)，保留了品牌的獨特風格，沿襲創辦人尚·馬爹利的精神，融合傳統與當代的干邑釀造理念及技術，是酒莊對著名大香檳產區風土的獨家演繹，將大香檳區干邑的強勁馥郁特質與邊緣區干邑的優雅醇香風味，做出最精妙的融合；獨特的拱橋造型瓶身由法國著名建築師Christian de Portzamparc設計，大膽前衛、現代感十足，完美呈現出馬爹利XO醇厚馥郁的陽剛氣息，適合與湯品或肉類料理做品飲搭配。

### 龍年限定款 盡展華美工藝

為歡慶農曆龍年，馬爹利與法國設計師樊尚·達爾 (Vincent Daré) 攜手合作，運用如詩般的意境，織就出中華文化中最具代表性的龍與馬爹利雨燕的夢幻邂逅。

馬爹利為向東方源遠流長的歷史致敬，盛大推出「馬爹利金王之尊二〇二四龍年限定款」，磅礴展現「龍」之力量、剛毅、尊貴和不朽，同時亦不失經典原酒的純粹本質，完美地融合干邑的優雅口感、馥郁強勁的醇厚風味、無可比擬的溫暖柔順，並佐

以平衡而和諧之香氣。

馬爹利首席釀酒師Christophe Valtaud從陳年原酒中精挑細選，以精湛工藝調和來自四大干邑產區的一千四百種生命之水，其中更蘊含數款來自不同龍年的珍稀原酒，賦予酒體更深層豐富的韻味。這瓶絕無僅有的珍品以極致工藝淬鍊，全球產量不超過七五〇瓶，全台灣限量三瓶，每瓶皆打上獨一無二的出產編號，別具收藏意義。

為了充分展現「馬爹利金王之尊二〇二四龍年限定款」的獨樹一幟，馬爹利與成立逾二五〇年、備受推崇的法國水晶工藝品牌巴卡拉 (Baccarat) 合作，打造頂級設計，從瓶身至禮盒盡展絢爛輝煌，讓人流連於其優雅精湛工藝之中，不僅只為慶賀龍年的到來，亦紀念馬爹利與東方文化之悠遠連結，宛如一款華麗絕美的藝術巔峰之作。**續**



↑ 馬爹利分別為藍帶與名仕推出龍年限定款，以馬爹利雨燕串聯品牌的傳奇歷史與東方元素，打造2款經典干邑的全新面貌。

# 禁止酒駕 酒後



## 馬爹利藍帶 2024龍年限定款

馬爹利兩燕作為樊尚·達爾心目中的干邑大使，將之賦予和平之翼，以燕子翱翔於陸地和海洋之間作為禮盒設計，在這幅充滿詩意的畫中，兩燕與象徵榮譽的藍色緞帶完美交融，跨越海洋、飛越巔峰，而和煦照耀大地的太陽則如同馬爹利藍帶，以優雅品味溫暖了人心。

展開禮盒，可以發現瓶身上重新訴說了故事的關鍵元素—燕子、地球和藍色緞帶，演繹出馬爹利藍帶在享有全球盛譽之時，更再次強調「人生是場飛翔」的品牌精神，與極富意義的和平含蘊。此次馬爹利藍帶透過樊尚·達爾的重新詮釋，讓「馬爹利藍帶2024龍年限定款」更富意義，演繹了自由翱翔的新年期許，適合重視品味的您，於佳節細細品飲。

**香氣：**醃漬李子、葡萄乾、紅色莓果，花香與皮革的暗示。

**口感：**花香、莓果，略帶澀感的單寧，薑茶、胡椒的氣味。

**尾韻：**口腔中有溫暖包覆感，些許木質調性，尾韻長，堅果、可可的氣息。

**心得：**細緻沉穩的香氣，優雅而有派頭。想起藍帶這款酒是1912年問世，思古幽情滿滿，搭餐建議海鮮料理。



專家品飲  
蘇重 Heavy Su

- 藏酒論壇編輯總監
- WSET 烈酒2級認證
- 喝酒說了算 Youtuber
- 藏酒嗜酒會首席講師



# 不開車安全有保障

# 馬爹利名仕 2024龍年限定款

樊尚·達爾自2024年農曆龍年中汲取靈感，在瓶身和禮盒設計上選擇豔麗的紅色和金色來預示龍年為繁華之年。為了紀念馬爹利與東方文化首次交匯，特以奇幻感十足的包裝設計展現這段交流：代表馬爹利大膽、創新精神的優雅雨燕，引領載滿珍貴干邑的船隻自法國啟航，抵達東方世界後，由象徵力量與好運的璀璨金龍迎接其遠道而來。

馬爹利名仕的名稱源自古法語中的「Noblesse Oblige」，意為貴族應承擔的義務，隨著時間的推移，始終堅持著2個特點：獨特的醇潤風味與時尚、前衛的設計。此次由樊尚·達爾設計的「馬爹利名仕2024龍年限定款」，重新詮釋了這款具有代表性的干邑，絕對是逢年佳節送禮或歡慶聚餐的最佳選擇。

**香氣：**檸檬、水梨、酒漬葡萄乾、焦糖、香草、橡木。

**口感：**柔潤溫順。

**尾韻：**尾韻綿長，鼻息間散發優雅細膩的杏仁茶芳香。

**心得：**讓人聯想到蘭姆葡萄夾心餅乾的甜美風味，是下午茶好搭檔，也適合搭配海鮮。



## 專家品飲 簡藝 Sarah Chien

- 藏酒論壇企劃主編
- WSET 烈酒2級、葡萄酒2級認證
- 《葡萄品種知多少》作者、《威士忌靈魂》譯者
- 藏酒嗜酒會講師



# 盤踞威士忌首都的 古老野獸

## 慕赫酒廠之密大公開



這頭來自威士忌首都—達夫鎮 (Dufftown) 的野獸，跑到台灣威士忌圈興風作浪，讓接觸過的人為之瘋狂、趨之若鶩。它讓人服用「小女巫 (The Wee Witchie)」特效藥，使前來的人們離不開它身旁，你摸不透它，只知道它叫做：慕赫 (Mortlach)。

撰文：蔡耀棕、賴偉峯  
編輯：胡君安 設計：吳智弘

### 慕

赫 Mortlach 一詞其實是達夫鎮舊址的稱呼，七世紀時的達夫鎮還是一個小小的村落，當時人們以修道院為核心，逐步建立起村莊，而創立修道院的人就叫做聖慕赫 (Saint Moluag)，因此這個村莊也被這樣稱呼，但隨著一八一七年設立達夫鎮後，該名稱也逐漸地被歷史的洪流沖到一旁。一八二三年是慕赫蒸餾廠誕生的日子，深藏在



↑ 身為「世界威士忌首都」達夫鎮的第一家合法酒廠，慕赫走過一段充滿故事又輝煌的歷史。

雲霧繚繞的山林間，一般人想要一睹其風采全貌可謂難上加難。

### 起源地 首間合法酒廠

達夫鎮雖然貴為世界威士忌首都，但原本僅是一個荒涼的小鎮，在當時的時空背景下，有非常多的非法私人釀酒活動在達夫鎮進行。一八二三年在三位共同創辦人詹姆斯·芬德勒 (James Fidler)、唐納德·麥金托許 (Donald Mackintosh) 與艾力克斯·戈登 (Alex Gordon) 合作下，將達夫鎮第一間「合法」的酒廠慕赫 Mortlach 打造起來。有了第一個先例後，許多知名品牌如：Glenfiddich (一八八六年)、Balvenie (一八九二年)、Convalmore (一八九三年)、Parkmore (一八九四年)、Dufftown (一八九五年) 及

# 不開車安全有保障

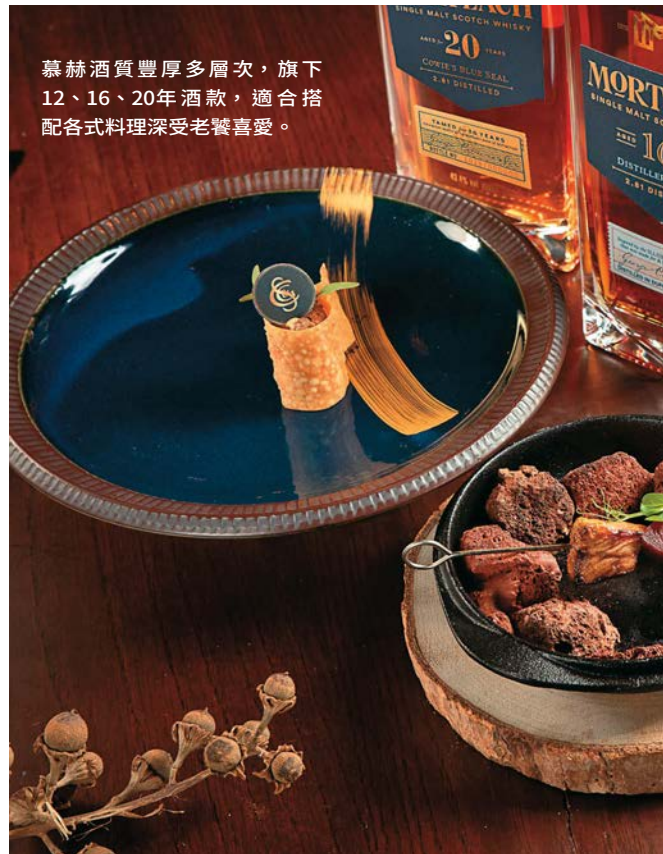


1



2

- 1.慕赫首席調酒師Craig Wilson有過人挑桶與調製功力，能精準掌握慕赫的酒質與風格，他同時重現Port Ellen、Brora兩家傳奇酒廠。
- 2.Johnnie Walker將慕赫當成非常重要的基酒之一，能夠被選為頂級調和威士忌的基酒肯定有其過人之處。



慕赫酒質豐厚多層次，旗下12、16、20年酒款，適合搭配各式料理深受老饕喜愛。

「萬靈丹」，慕赫在酒廠製酒師們之間流傳這樣的一句話，原意大概是：「少了些什麼嗎？加一點慕赫的原酒吧！」任何調和威士忌，加入一點慕赫的原酒，就能畫龍點睛，將酒款風味提升一個層次。

當今蘇格蘭調和威士忌全世界銷售第一的Johnnie Walker，也將慕赫當成非常重要的基酒之一，能夠被選為調和頂級威士忌的重要基酒肯定有

Glendullan（一八九六年）相繼成立，此處的經濟才鹹魚翻身。時至今日，七間酒廠即撐起達夫鎮的經濟，甚至躍升成為全蘇格蘭境內GDP最高的城鎮。

當今的慕赫，是一間坐落在達夫鎮知名酒廠，以它濃郁的酒體風味聞名，尤其人們總口耳相傳著慕赫蒸餾出品的酒款當中，能夠感受到濃郁甜美的「肉脂感(Meaty)」，油潤的酒體與豐富甜美的風味讓人們愛不釋手。

早期慕赫的酒液在調和威士忌酒商們間更是「萬靈丹」，慕赫在酒廠製酒師們之間流傳這樣的一句話，原意大概是：「少了些什麼嗎？加一點慕赫的原酒吧！」任何調和威士忌，加入一點慕赫的原酒，就能畫龍點睛，將酒款風味提升一個層次。

當今蘇格蘭調和威士忌全世界銷售第一的Johnnie Walker，也將慕赫當成非常重要的基酒之一，能夠被選為調和頂級威士忌的重要基酒肯定有

其過人之處，但誰能想到這間酒廠在剛出世沒多久後就被「名人」大卸八塊呢？

### 易主重建 工程師創奇蹟

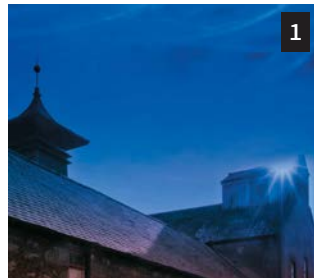
慕赫在這二百年以來跟多數酒廠一樣，經歷過幾次易主的問題，自一八三一年開始便數度轉手，也曾改為啤酒廠和自由教會的臨時場所，甚至有段時間完全閉廠，直至十九世紀後期酒廠運營才趨於穩定。慕赫曾有一段時間隸屬於大名鼎鼎的格蘭兄弟(Grant Brothers)：約翰格蘭特(John Grant)及詹姆士格蘭特(James Grant)，他們最有名的事蹟莫過於，兩兄弟從走私威士忌到成立格蘭冠(Glen Grant)這間全球知名的「花園酒廠」。聰明的兩兄弟買下慕赫後，立刻將慕赫的內部「大整修」，不僅拆掉酒廠建築，更將有用的設備用於位於路思鎮的酒廠(格蘭冠)，慕赫也因此元氣大傷。一直到一八五〇年代慕赫的關鍵人物喬治·考威(George Cowie)加入，才讓



←慕赫身為米其林官方威士忌合作夥伴，已經三度聯袂米其林頒發《米其林指南服務大獎》。

禁止酒駕 酒後





↓亞歷山大·考威是2.81蒸餾工法的幕後推手，他將酒廠初始的3座蒸餾器增為6座，包括傳奇的「小女巫」。



- 1.酒友口耳相傳的慕赫風味中，最令老饕津津樂道、愛不釋手的「肉脂感 (Meaty)」，絕非空夢幻想，值得你來品味體驗。
- 2.慕赫是一間坐落在達夫鎮的知名酒廠，以它濃郁的酒體風味聞名於世。但因酒廠沒有遊客中心，仍保留此處充滿外人難一探究竟的神祕色彩。

曾支離破碎的慕赫擁有全新風貌，並奠定了現在如此強大的基礎。

一八五三年對慕赫是極度重要的一年，當時英國正是輝煌的維多利亞時代，第一次工業革命為產業結構帶來了極大的便利與變化，「工程師」們社會地位崇高，鐵路、鋼鐵廠、蒸汽機等徹底改變了人民的生活。當時的酒廠持有者約翰·亞歷山大·高登 (John Alexander Gordon)，特別聘請喬治·考威這位專業工程師加入慕赫團隊，喬治的加入也翻轉了慕赫的歷史，甚至在一八六七年，約翰過世後便直接把慕赫全部轉讓給喬治管理。

喬治·考威是蘇格蘭於維多利亞時期非常重要的民生建設推手，多次參與重要工程如隧道、車站、鐵路的建設，著名的福斯鐵路橋也是出自喬治之手，此鐵路橋落成後，蘇格蘭首都愛丁堡北岸與斯貝賽便能串聯起來。喬治將工程設計所需的清晰邏輯與精算思維，應用於釀造單一麥芽威士忌，在他

領導下慕赫被推向國際，吸引了大量來自英國、美國、印度、中國、澳洲等地區的客群。

### 精密蒸餾 小女巫的祕咒

你以為慕赫的輝煌就止步於此嗎？當然不是，俗話長江後浪推前浪，喬治考威之子亞歷山大·考威 (Alexander Cowie) 給予慕赫更耀眼的未來。亞歷山大其實最一開始與威士忌的產業不太相關，一八六一年時從亞伯丁大學 (University of Aberdeen) 藥學系畢業後，先後搬去越南和香港工作。然而，威士忌產業是體力活，隨著喬治年紀愈大，很多事開始力不從心，亞歷山大聽到父親體能、健康大不如前，就立刻從香港回到英國，決心留在酒廠裡陪著父親完成他的理想版圖。

亞歷山大也正是現今最廣為人知的二·八一蒸餾工法的幕後推手，有了藥學系的背景與父親工程師的基因，他開始協助酒廠的蒸餾工程，並跟父親開始籌劃擴建酒廠、改良蒸餾規模。從最一開始的三座蒸餾器調整為六座，透過繁複的蒸餾手法與調和工藝，全世界獨一無二的二·八一蒸餾法藍圖就此誕生。後來還在酒廠附近建起連結達夫鎮周圍的鐵道，更在一八九八年把電燈照明系統都帶進酒廠，各種意義上為慕赫帶來了光明。

關於慕赫的蒸餾工藝當中，最重要的莫過於「小女巫」這座全酒廠最小的蒸餾器，當我們在討論蒸餾器時要先理解一個概念，當蒸餾器的長度愈高，林恩臂上揚的角度愈大，其蒸餾出來的酒液風味就會比較輕盈純淨，反之則會濃郁複雜。



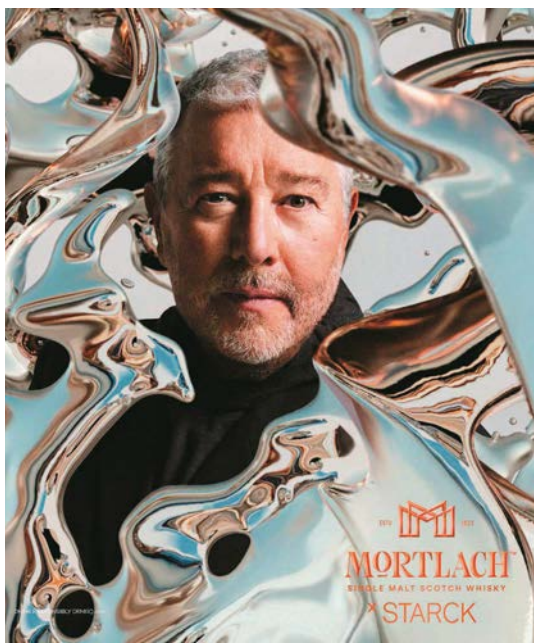
3

3.設計鬼才菲利浦·史塔克曾表示：「慕赫單一麥芽威士忌的故事本身就是威士忌的新篇章，將大自然的優雅和科學的魔力完美呈現。」限量聯名系列將以「演進Evolution」為創作靈感，預計2024年春季揭曉。

4.慕赫30年單一麥芽威士忌限量原酒，設計獨一無二、造型吸睛，酒質表現不可多得，建議售價NT\$168,000元。



4



←慕赫酒廠創立二百週年，特邀享譽全球的當代設計鬼才菲利浦·史塔克(Philippe Starck)擔任品牌創意總監，攜手共創威士忌新篇章。

亞歷山大以三對(六座)不同尺寸與形狀的蒸餾器，創造出二·八一蒸餾工法，透過體型較矮小的「小女巫」反覆淬煉出豐富、醇厚的風味，後續再透過傳統的蟲桶(Worm Tube)冷凝，將豐富、細膩卻又不失勁度的酒體製作出來，製作出來的佳釀更被知名威士忌專家Dave Broom譽為「達夫鎮的野獸(The Beast of Dufftown)」，時至今日，即使科技再怎麼發達，由於考威家族所奠基下來的蒸餾手法極為細膩、精密且耗時，即使其他酒廠想要模仿也是極為困難。

### 台灣獨獻 細品綜合風味

知名威士忌作家麥可·傑克森(Michael Jackson)曾經在品酩過慕赫二·八一後，提道：「所有單一麥芽威士忌的精華，如：花香、泥煤香、煙燻香、

麥芽香與水果香等，都可以在慕赫中找到。它的複雜性來自其非比尋常的蒸餾器，所創造出無與倫比的單一麥芽威士忌。在考威家族之前，沒有人能夠想像出如此繁複的蒸餾製程，最終為世人帶來豐饒醇厚的極品佳釀。」

現今全台灣各地都能夠看到慕赫的身影，也許你不知道二·八一怎麼來的，也許你也知道小女巫到底施了什麼魔法才讓慕赫這麼好喝。但幸福的你只需要走到一旁的酒專，就能夠享用到連麥可大師都為之驚嘆的好酒。

更不用說現在的慕赫對於台灣的用心，誰能想到在近兩年內慕赫為了台灣，特別將十二年的核心酒款調整為「台灣獨獻」，還能在酒瓶身上看到「Taiwan Edition」的字樣。期望將最好的味道，獻給愛喝威士忌的台灣酒友們，究竟麥可他所說的集大成之作風味如何呢？就留給你細細品味。**鐘**

# 禁止酒駕 酒後



## 慕赫16年「奢金典藏版」 單一麥芽蘇格蘭威士忌

Mortlach慕赫2018年底壯麗回歸威士忌市場，慕赫16年單一麥芽威士忌更引領「新雪莉風潮」，以強烈卻富含層次的口感、厚實飽滿的酒體與香甜滿溢口腔的雪莉風味，成為眾多雪莉桶威士忌的領頭羊。

2.81蒸餾法無法取代的臻液，醇厚豐馥的新酒注入雪莉貴族 Pedro Ximenez 與 Oloroso 雪莉桶中熟成16年，憑著慕赫首席調酒師 Craig Wilson 過人的挑桶與調製功力，完美詮釋100% 雪莉桶熟成威士忌的風味與特色，絕對是雪莉平衡風味的上乘之作。

本次全新限定設計外盒更是匠心獨運，以六角設計呼應慕赫酒廠知名的6支蒸餾器，外表更染上一襲神祕的午夜奢藍，猶如慕赫酪家低調奢華風格的完美體現。底座則以 Mortlach 慕赫之名為特色，鑄刻著 M 型金屬框，使其化身為極簡藝品般的酒瓶展架。如同藝術品般的奢金典藏版，完美展現慕赫對於品質和細節的極致追求。酒精度43.4%，建議售價 NT\$2,950/750ml。

**香氣：**櫻桃、焦糖甜、哈密瓜、草本香氣、胡椒。

**口感：**草本木質、柑橘、焦糖、巧克力。

**餘韻：**柑橘皮、胡椒。

**心得：**香氣口感平衡，層次豐富，讓人一杯接一杯。



← 有著米其林指南加持，慕赫彷彿成為餐酒搭代名人、美食最佳伴侶，建議拿慕赫十六年來搭配蜂蜜芥末籽爐烤豬梅花，那煙燻鹹香甜美的搭配滋味絕佳。



專家品飲  
程灯祥 (灯灯)  
Peter Chen

- 知名酒類 KOL
- 台灣單一麥芽威士忌品酒研究社 & 三邊會會員
- 藏酒嗜酒會講師
- 視覺美術總監



# 不開車安全有保障





←從開始投入生產威士忌至今，OMAR已經走過15個年頭，不僅是台灣威士忌產業發展的領頭羊，更贏得國際榮耀無數

# 打造獨特 威士忌王國

## 乘風破浪的耀眼OMAR

臺灣菸酒公司將「OMAR琥珀」作為品牌名稱，象徵南投酒廠堅持以非冷凝過濾工法及不添加焦糖色素，以「純粹」與「職人匠心」面對每一批生產出來的佳釀。

撰文：蔡耀棕、賴偉峯  
編輯：陳美靜 設計：趙君豪

**品**

牌名稱「OMAR」原為蘇格蘭蓋爾語「琥珀」之意，琥珀是一種樹脂化石，中國古代認為

老虎死時，精魄隨即進入地下化為石頭，故稱之為「虎魄」，後改稱「琥珀」。透過大自然的鬼斧神工與時間的淬鍊，才能夠獲得一顆晶瑩剔透的亮黃色或是呈現深褐色的美麗礦石，此與南投酒廠所生產的威士忌形象不謀而合。

### 十五週年 專輯合作

說到OMAR的起源，就不得不先說台灣的威士忌酒友們十分幸福，不僅威士忌進口零關稅的優勢下，讓台灣取得威士忌的價格相比於國外要更實惠。另外，酒友們在長期的行銷文化與台式酒場文化的薰陶下，台灣人單一麥芽威士忌的銷售額，在國際市場上也年年名列前茅，因此成就了全球單一麥芽威士忌的V.V.P.地位，蘇格蘭威士忌酒廠要首發酒款新品時，亞洲區都會自然地將目光放到台灣上，一九八〇年時洞燭先機的臺灣菸酒公司就將南投酒廠前廠長林錦淡送往蘇格蘭學習威士忌的釀造工藝技術，隨後在二〇〇八年，林錦淡與臺灣菸酒

公司前總經理林讚峰更是看準了此商機，時機成熟之時，便著手設立威士忌生產工廠。

從開始投入生產威士忌至今，OMAR已經走過十五個年頭，為紀念這個別具意義的里程碑，臺灣菸酒公司特別與《八歌浪Pakelang》專輯跨界合作，以OMAR單一麥芽威士忌（波本花香、雪莉果乾、煙燻焦香）為基礎，經調酒師巧手調和高年分威士忌，配方升級推出「OMAR單一麥芽系列威士忌（八歌浪限定款）」。

「八歌浪Pakelang」一詞在阿美族語中，表示豐收或工作告一段落之後舉行的慶典，在阿美族的社會裡，舉凡慶典完成、家屋完工、金榜題名、升遷等喜事就要舉行Pakelang，但若有傷心的事情，也會透過Pakelang以代表準備重新出發。

《八歌浪Pakelang》專輯由阿美族古調吟唱團體「蔣進興與第二代馬蘭吟唱隊」及「董事長樂團」合作錄製而成，專輯裝幀設計由設計師李政瀚跟于薇操刀，並於二〇二二年榮獲「第六十四屆葛萊美獎最佳唱片包裝設計獎」，為台灣首度獲獎，創下台灣音樂史紀錄。OMAR單一麥芽系列威士忌（八歌浪限定



↑甫上市的豐收五，以波本1次桶與2次桶為主，另調入8年以上波本桶，還融入柳丁桶、荔枝桶、桂花桶，酒精度46%。

# 不開車安全有保障



# OMAR 14年原桶強度 單一麥芽威士忌 PX雪莉桶、豐收系列No.5 暨杜藏35年陳高(龍騰雲萃)上市記者會



→在二〇一三年臺灣年終餐會上，一級主管一字排開(左起)賴煥宗副總、曾煥昌副總、丁彥哲董事長、林士傑總經理、廖志堅副總、詹朝安協理，發表OMAR十四年原桶強度PX雪莉桶(四桶)、豐收五、杜藏三十五年陳高等重要作品。



1. 南投酒廠品牌大使余政彥，1年要講OMAR推廣品酒會150場，參與酒展16場，是個對酒廠歷史與產品知之甚詳的專家。
2. 「OMAR」原為蘇格蘭蓋爾語「琥珀」之意，與南投酒廠所生產的威士忌形象不謀而合。



## 屢創佳績 持續創新

款)包裝設計以《八歌浪 Pakelang》專輯最初的概念設計加以編修，將酒款風味與整體視覺相呼應，為台灣酒友們帶來視覺、嗅覺、味覺上的多重享受。

Pakelang 一詞深具文化內涵與力量，就如同OMAR之於南投酒廠甚至是台灣威士忌產業，OMAR也蘊含著南投酒廠當中每一位團隊成員想要做出好酒的那份精神與力量，在OMAR長期地努力耕耘之下，近幾年於國際賽事當中屢獲佳績，自二〇一四年起，「OMAR」單一麥芽威士忌參加ISC(國際烈酒競賽 International Spirit Challenge)、SFWSC(舊金山烈酒大賽 San Francisco World Spirits Competition)、MMA(麥芽狂人協會 Malt Maniacs Award)、IWSC(國際葡萄酒與烈酒競賽 International Wine and Spirit



↑ 臺酒OMAR 15週年八歌浪紀念酒 波本花香。

↑ 臺酒OMAR 15週年八歌浪紀念酒 雪莉果乾。

↑ 臺酒OMAR 15週年八歌浪紀念酒 煙燻焦香。

禁止酒駕 酒後





1. OMAR PX 雪莉桶原桶強度今年發表陳年14年的第6版，共有4桶，此2款為馬白水的美濃鄉村人(左)、南海岸(右)。  
2. 112年版14年OMAR PX 雪莉桶原桶強度，酒標採用歷史博物館藏馬白水畫作，此2款為馬丁(左)、太魯閣之美(右)。

Competition)、WWA(世界威士忌競賽 World Whisky Award)等多項國際酒類競賽，至今已拿下百面以上獎牌，展現不容世界小覷的釀造實力。

若要屢獲佳績，勢必要與全球上千上百個威士忌有所區別，並且更加優秀才能夠斬露頭角，OMAR 能夠將如此多的獎項收在囊中，到底哪裡與眾不同呢？知名的蘇格蘭雙耳小酒杯執杯者姚和成曾如此向外國友人介紹過OMAR：「在傳統的釀造工藝之外，加入很多創新的實驗性作品。我最佩服南投酒廠的一點，就是善用了自己過去產品的優勢，創造出非常在地化的特色產品。」

### 地理優勢 得天獨厚

OMAR 推出許多創新的過桶威士忌，不少用來過桶的橡木桶類型，都是國外不曾見過或是罕見的新穎橡木桶，從早期最廣為人知的四種水果橡木桶——柳丁、荔枝、梅子、葡萄，到後來推出的 IPA 啤酒桶、桂花桶、金香葡萄白蘭地桶等，都是 OMAR 一直不斷創新以及試驗後所得到的新穎風味，推廣到市場後的反應也相當熱絡，許多資深酒友也都對

OMAR 的品質與持續地實驗創新讚譽有加。

生產 OMAR 的南投酒廠，設立於於一九七七年，由於四周青山綠水，恰好被台灣高海拔的山峰包圍，能夠從中汲取到周圍從高山上流下來的優秀水資源釀造酒款，為威士忌的三原料當中最重要打下優良的基礎，但南投酒廠並不是為了威士忌而誕生的酒廠，而是為了民生問題而建立的設施。早年政府是將南投酒廠作為水果農產品過剩的解決方案，將農民們生產過剩的水果加工後，成為釀造酒加以販售，解決了農民們的民生問題，因此，南投酒廠可稱之為「台灣水果酒之鄉」也不為過。

地處熱帶與亞熱帶間的台灣，擁有豐富水果資源，許多人將台灣稱為水果王國，外國人在撰寫品飲筆記時，所記錄的熱帶水果風味，在台灣幾乎都能夠享受的到。基於台灣人從記憶當中即擁有豐富的風味資料庫，同時南投酒廠又擁有這些釀造水果酒的基本，OMAR 得以在各式水果風味當中大膽地做嘗試。

此外，蘇格蘭境內的 Angel's Share(蘇格蘭人對於蒸發的美稱)約在每一年一至三%，若以蘇格蘭法規，要稱為蘇格蘭威士忌需要至少三年以上的熟

→南投酒廠以「純粹」與「職人匠心」面對  
每批生產的佳釀，一路走來始終如一。



↑OMAR參與多項國際酒類  
競賽，至今已拿下百面以  
上獎牌，展現不容世界小  
觀的釀造實力。

→1980年，臺酒將南投酒廠前廠長林錦淡送往  
蘇格蘭學習威士忌的釀造工藝技術。2008  
年，林錦淡與前總經理林讚峰看準商機，便  
著手設立威士忌生產工廠。

陳時間來看，第一年一百公升的酒到真正能出售時，約莫只剩下九十一公升左右，而台灣本土的濕熱型氣候，會讓Angel's Share有七至八%的比例，但也因為Angel's Share的比例較高，致使威士忌能夠在短時間內獲得較濃郁的風味。

## 酒廠升級 再創高峰

國外有一句俗諺：「那些打不倒的你的，將使你更堅強！」一九九九年九二二大地震，為台灣帶來重大的損失，南投酒廠也在那一夜損失慘重，地震不僅將酒廠內瓶瓶罐罐摔得一乾二淨，更因為設備起火付之一炬，重建的路途非常的辛苦，已經退休的OMAR第一任首席調酒師王婉鶯前課長回憶起那

時候的慘狀，也十分無奈，但這一切都沒有打倒南投酒廠，反而淬鍊出更加強韌的姿態，並且持續優化著。

由於近年來OMAR在海內外遠近馳名，需求量以及儲酒的空間供不應求，皆需要升級，因此，臺灣菸酒公司於二〇一九年斥資十三·六億元，規劃打造歐式城堡威士忌觀光酒廠，預計於二〇二四年完工。據南投酒廠表示，內部配置最新穎的製酒設備，威士忌蒸餾工廠、儲酒庫及橡木桶再生工廠的效能，約可擴增二倍，不僅藉此增加威士忌產能，還結合文創、商業、微型博物館等機能。

一直以來，南投酒廠透過開放酒廠觀光、品酒課程等方式，促進當地經濟的發展，不論是為了特殊酒款又或者是為了一睹OMAR原生地的風采，許多酒友都會親自安排前往南投酒廠，假日也有許多觀光客會藉著前往日月潭或埔里之餘，前往南投酒廠觀光，此次升級，相信除了能為南投當地觀光經濟帶來振興，更能夠為南投酒廠再創一波高峰，讓這顆琥珀耀眼動人。**錄**



↑產量不大但卻每一批產品都十足用心的南投酒廠OMAR，建廠15年下來累積許多消費者對台灣威士忌的信心。

# 禁止酒駕



# 酒後



## OMAR 煙燻焦香 八歌浪限定版

**香氣：**糖燻煙霧，細緻碘味，炭火醃漬肉類調性，嗅覺疲乏後清爽果香呈現。

**口感：**營火焦糖甜香，酒體輕盈，帶來一絲隱約奶香。

**尾韻：**碘味加柑橘些微，特有煙火青草。

**心得：**中度偏輕盈酒體，聚餐、純飲皆適宜。



專家品飲  
林湘云Serena Lin

- 知名酒類 KOL
- 女威俱樂部 (WCC) 創辦人
- 藏酒嗜酒會講師
- 威士忌達人學院講師

# 不開車安全有保障



## OMAR 波本花香 八歌浪限定版

**香氣：**成熟香蕉、香草冰淇淋、橘子汽水、淡淡煙燻。

**口感：**蜂蜜甜、柑橘、香蕉、微微煙燻木質感。

**尾韻：**薑、淡淡果甜。

**心得：**有一貫的水準表現，高CP值限量版本！值得入手品嚐。



專家品飲  
程灯祥 (灯灯)  
Peter Chen

- 知名酒類 KOL
- 台灣單一麥芽威士忌品酒研究社 & 三邊會會員
- 藏酒嗜酒會講師
- 視覺美術總監

## OMAR 雪莉果乾 八歌浪限定版

**香氣：**有些棗泥與核桃糕的香氣，慢慢甦醒後是蜜餞與果乾香。

**口感：**椰棗與堅果香先在嘴裡擴散開來，然後微微的甜卻又不會讓人感到甜膩。

**尾韻：**果乾與少許的木質類香氣交錯呈現。

**心得：**不同以往印象中的雪莉果乾，而是更有複雜的層次展現。



專家品飲  
吳哲文 (小默)  
Jackson Wu

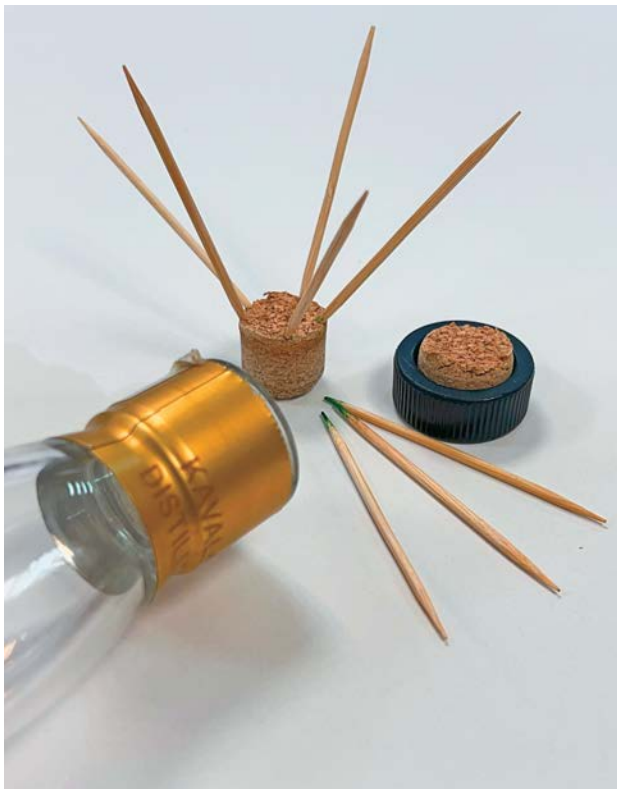
- 藏酒壹之選盲測評審
- TSMC 台灣單一麥芽俱樂部創辦人
- 中式白酒協會理事
- 藏酒嗜酒會講師



# 哎呀！喝不到怎麼辦

## 威士忌斷塞解救法

↓解救威士忌斷塞，最好的工具是「細緻的」竹製牙籤，而不是「粗壯的」葡萄酒開瓶器。



↑把斷掉的軟木塞插上竹製牙籤，至少要5、6支，讓它看來像刺蝟，然後透過經驗巧勁，慢慢將它拔出來。

要開威士忌卻遇到斷塞！這種經驗大家都有過，但是解決方法各有不同，你會選擇哪一種呢？

### 開

斷酒塞，就像想抽菸卻沒有帶打火機一樣，令人沮喪有失落。斷塞情況葡萄酒跟威士忌都會遇上，但因為軟木塞材質與斷塞情況不同，解決的方式也不一。

遇到威士忌斷塞，粗魯一點的就直接往下壓，讓斷掉的木塞掉進瓶中，之後把酒喝完，喝到木屑吐掉就好。不過這樣搞，讓優雅喝酒變成斯文掃地。你也可以拿另一個空瓶，把酒換個瓶，不過就會酒標與內容不符。

有的人遇到威士忌斷塞，會拿出「粗壯的」葡

萄酒開瓶器，想用解決葡萄酒斷塞的一樣方式來解決，但往往也只是把斷掉的木塞弄碎而已。

### 竹牙籤出手 使巧勁搶救

如果你手邊有「細緻的」竹製牙籤，而不是塑膠製（硬度不足）的牙籤或牙線棒，會是最好的解決工具。為了避免斷塞往下滑，你可以斜插牙籤到軟木塞中，透過不同角度的施力慢慢地把斷塞取出來。不過，即便你有竹製牙籤這樣「恰當」的工具，巧勁跟經驗還是很關鍵的。取塞不成功，就只能回到上兩段我們說的那些方法，讓斯文掃地才能喝到酒了。

如何避免開威士忌斷塞，開酒時不要太過用力的左右扭轉是關鍵。不過，很多時候是軟木塞自己

灣氣候下陳放五年以上的威士忌都有斷塞的可能。有個小建議，你可以在開瓶的前一天，讓酒平躺著，讓酒液可以泡到軟木塞，滋潤它也可以減低斷塞風險。

不過，到底會不會斷塞，沒有到開酒的那一刻，誰也說不準的：鏡

撰文：賴偉峯 編輯：李秀芬 設計：李俊賢

禁止酒駕  酒後不開車 安全有保障



# OMAR單一麥芽威士忌

## 八歌浪限定款

## 熱情上市



波本花香



雪莉果乾



煙燻焦香

- ◆ 歡慶南投酒廠建立威士忌蒸餾工場15週年紀念
- ◆ 與台灣首度榮獲葛萊美最佳唱片包裝設計獎「八歌浪PAKELANG」專輯聯名
- ◆ 職人匠心特調，融入南投酒廠珍稀高年份原酒，口感圓潤飽滿，餘韻悠長
- ◆ 容量：700ML、酒精度：46度



吃喝玩樂在台酒



南投酒廠社團

禁止酒駕  酒後找代駕平安送到家

↓ Tamnavulin 為蓋爾語中「山中的紡廠」之意，深藏蘇格蘭斯貝賽深處，坐落人煙罕至的純淨之地，雲隱於不列顛第二高山 Cairngorm 山麓。



# 橡木桶 玩家

## 塔木嶺過桶5虎將

塔木嶺旗下產品完美展現威士忌界中橡木桶玩家精神，成就最會使用橡木桶的威士忌，交疊出剛柔並濟的品飲盛宴，豐饒世界，盡收杯中。

撰文：賴偉峯 編輯：胡君安  
設計：吳智弘

↓號稱威士忌界的「橡木桶玩家」塔木嶺擅長透過不同橡木桶的巧妙運用，將細緻甜美、尾韻悠長的單一麥芽蘇格蘭威士忌，賦予更豐富迷人的層次。

**來**

自斯貝賽塔木嶺 (Tamnavulin) 酒廠，一直沿襲著斯貝賽濃郁花果香氣、優雅細緻的風格，尚格酒業繼二〇一九年陸續上市「塔木嶺雙桶」、「塔木嶺雪莉三桶」，兩支核心酒款，完美詮釋了斯貝賽的經典篇章。

塔木嶺酒廠創立於一九六六年，緊臨著利威河畔，Tamnavulin 為蓋爾語中「山中的紡廠」之意，深藏蘇格蘭斯貝賽的深處，坐落人煙罕至的純淨之地，雲隱於不列顛第二高山 Cairngorm 山麓。由於得天獨厚的氣候，以及經過石灰岩層淨化的融雪泉水，詮釋經典斯貝賽細緻甜美風味，見證著百年來的生生不息。

### 限量珍藏 獲金獎榮耀

一九九五年，由於集團政策的考量，塔木嶺酒廠停止營運，酒廠與其珍貴窖藏則暫時被封存起來。塔木嶺酒廠為了慶祝西元二〇〇〇年到來，特地復工五週以完成塔木嶺「千禧年」單一麥芽蘇格蘭



威士忌 Vintage 2000 這支紀念酒款。二〇〇七年酒廠重新開始運作，喚醒沉睡的橡木桶，酒廠結合懷特馬凱集團奧祕複雜的熟成工藝，將原本斯貝賽甜美細緻的風格添入豐富層次，呈現予世人。

二〇一八年推出塔木嶺酒廠現存最老的窖藏「Vintage 系列」，包含一九七〇、一九七三和一九七九塔木嶺單一麥芽蘇格蘭威士忌，三款單一年分收藏酒款。

近年來更陸續推出全球限量、好評不斷的「塔木嶺玩桶系列」，首先是嚴選上市無花果與櫻桃風味的「塔木嶺德國黑皮諾紅酒桶」，掀起討論與收集的風潮，熱銷一空。接著推出全新限量擁有哈密瓜與香草風味的「塔木嶺白蘇維濃葡萄酒桶」，清新氣息散發非凡魅力，榮獲二〇二二 ISC 國際烈酒競賽金牌肯定。另一新品為濃郁紅色莓果與甜桃風味高雅芳醇的「塔木嶺法國卡本內蘇維濃紅酒桶」，蟬聯三年 (二〇二〇至二〇二二) ISC 國際烈酒競賽金牌榮耀，更於二〇二二 WSC 國際葡萄酒暨烈酒大賽，獲得全場最高榮譽的傑出金獎。**續**

不開車安全有保障

## 塔木嶺限量玩桶系列 白蘇維濃葡萄酒桶 單一麥芽蘇格蘭威士忌

塔木嶺白蘇維濃葡萄酒桶單一麥芽蘇格蘭威士忌入口滑順優雅，彷彿漫步在豐收果園，迎面而來一股甜爽哈密瓜、香草香氣，展現細緻的非凡魅力，榮獲2022 ISC國際烈酒競賽金牌肯定。

「純淨」是白蘇維濃的特色，塔木嶺白蘇維濃葡萄酒桶單一麥芽蘇格蘭威士忌，先置於美國白橡木波本桶，後以白蘇維濃葡萄酒桶進行二次熟成。剔透優雅的琥珀金色酒液，及躍上鼻息的甘甜果香，與塔木嶺的純淨芬芳相得益彰。亦可加入少許水，層層堆疊風味，帶來檸檬、葡萄柚與烤蘋果派的香甜，與一縷淡淡香草芬芳；隨後以冰塊降溫，將白蘇維濃冷冽清新的氣息，引入品飲的多層次感受中。

**香氣：**青蘋果、香蕉、哈密瓜、香草。

**口感：**細緻純淨。

**餘韻：**帶出東京芭娜娜(東京香蕉蛋糕)的甜美香氣。

**心得：**香氣甜美，但在口感表現上卻相對顯得清爽俐落，毫不膩口。



### 專家品飲 簡藝 Sarah Chien

- 藏酒論壇企劃主編
- WSET烈酒2級、葡萄酒2級認證
- 《葡萄品種知多少》作者、《威士忌靈魂》譯者
- 藏酒嗜酒會講師



禁止酒駕  酒後

# 龍年步步高 送禮收藏兩相宜

## 玉山高粱禮盒 款款大氣

龍年到、行大運，年節送禮或自用都不可或缺好酒禮盒。玉山高粱推出限定龍年禮盒，不論禮盒外型或是酒款本身，甚至收藏保值等都受到酒友矚目。俗話說：「龍年送高粱，步步高！」同時請到多位專家進行試飲，深入分享這些佳釀。

撰文：林湘云、賴偉峯  
編輯：陳美靜 設計：許承祐

**龍** 年送高粱，運勢亨通步步高！中華文化裡「龍」代表著「祥瑞」，中華的「龍文化」已有八千年的悠久歷史；龍是遠古的圖騰，從先秦以後，演變成為最尊貴的象徵。

### 甲辰龍年 禮盒吸睛

二〇二四龍年（甲辰龍）這代表著繁盛、象徵尊貴生肖年的到來，讓國人對於農曆春節的期待更重視了幾分，希望能將前二年因疫情而起的陰霾洗刷

一淨。嘉義酒廠亦是使出渾身解數，致力將最優質的甘醇酒液，包裝在禮盒裡，讓國人在重要的年節送禮習俗中面上有光。

玉山高粱推出大器的五公升玉山高粱酒八年甕藏（甲辰龍），酒液以傳統固態法發酵、蒸餾釀製，梅果與香草氣息繚繞，沉穩醇厚，酒體甘潤細緻，蜂蜜醬香醞釀不散，令人愛不釋手，還有玉山特曲高粱酒 Q 版舞龍造型酒。

除了龍年系列，尚有招財系列、吉祥話水果造型系列等。像是招財系列的玉山十二年金頂老窖禮盒「財神爺」，金元寶造型象徵著財神開心祝福。玉山八年陳高「招財迎福」，以「財神」及「福神」為主題，採用活潑逗趣筆韻靈活呈現，祈願收藏者年年招財又迎福。

吉祥話水果造型系列的代表，是玉山台灣原窖高粱酒禮盒「柿柿如意」，每逢年節，國人依習俗都會向親朋好友問候或拜年，最常用語就是「恭喜發財、萬事如意」，因台灣特有水果柿子的「柿」與



↑ 0.75公升玉山台灣原窖高粱酒禮盒「柿柿如意」，瓶身大柿子結合瓶蓋小柿子，形成造型討喜可愛又充滿祝福美意的酒款。



↑ 「招財迎福」玉山8年陳高，酒器採對瓶推出，隱含雙雙對對招財又迎福之含意，「招財瓶」黑色霧面底色沉穩大方、「迎福瓶」紅色霧面底色喜氣洋溢。

# 不開車安全有保障



←高粱喝法其實不只有純飲或凍飲，不過對酒類專家來說，高粱純飲最能感受它獨特的製作工法與韻味。



←5公升玉山高粱酒8年甕藏「甲辰龍」，為限量甕存珍品，酒器設計沉穩內斂，輪廓簡約中散發樸素風韻，釉色選用青花瓷呈色穩定，表現「水墨畫」之渲染畫韻，與高粱酒香相輝映。

↓玉山12年金頂老窖禮盒「財神爺」，甕藏12年老窖酒，琥珀色金元寶玻璃酒瓶，搭配陶氣小財神瓶塞，象徵財神爺開心送錢到你家。



「事」語音相似，內裝三十八度沁透高粱酒，給您全新的體驗。

## 嘉義酒廠 高粱重鎮

看了這麼多精美的高粱禮盒，你知道台灣歷史上第一座高粱酒廠是嘉義酒廠嗎？是的，你沒看錯，全台第一甕的高粱酒也收藏在嘉義，而我們所熟知的金門酒廠，其高粱製酒工藝亦是傳承自嘉義酒廠。

創建於一九一六年的嘉義酒廠，在一九六七年時，因高粱酒的品質佳，銷售量大幅增加，為迎合市場需求，酒廠歷經擴建、改建，於一九九九年時遷至嘉義中山路民雄舊廠對面的新廠，高粱穀倉占地廣闊，有高粱長城之稱，酒廠主力為白酒和再製酒，如參茸、竹葉青、雙鹿五加皮等，這些皆奠定了嘉義酒廠迷人的風味底蘊。

酒之母「麴塊」，「一地一麴」是造就高粱酒風土的重要呈現，製作高粱酒有個獨特技法——製



↑日前TTL發表35年陳高「杜藏」技驚全場，堪稱高粱之最，全球限量999組，售價86,000元。

麴、養麴」，先把小麥壓成餅狀，再放到專門的製麴室裡，這時空氣中自然孕育而生的菌類會落入麴餅裡，最後形塑高粱酒的獨特風味。重要的是，不同環境有各自強勢菌種，所以想要將甲地的麴餅移至乙地培養出一樣的菌種，那是絕對不可能的！而高粱酒的神祕、迷人之處，就是在這裡。嘉義酒廠酒質輕盈細緻、花草、瓜果梅香，綿醇繁繞、風味層次多變，深受老饕們喜愛，也讓年輕朋友們反轉舊思維，不再認為高粱酒是專屬於老一輩人的飲品。或許初接觸時會驚訝於那特殊的發酵麴味，但只要從製程談起，了解其風味由來，必會心悅於如此複雜、一地一麴所帶來的、無可取代的天然酒精飲品。

高粱喝法其實不只有純飲或凍飲這兩種，若是初試者，可在杯子內側圍上一圈黃瓜薄片後放置冰塊，倒入高粱酒再加上汽水，或是淋在百香果冰沙、烏梅冰沙上都合適；好的高粱酒會帶來迷人的酸度架構，非常適合搭配甜酸的飲品，如此一來，便不會在一開始就覺得高粱酒的味道突兀了。**鏡**

# 禁止酒駕



# 酒後

## 玉山台灣原窖6年陳高 (龍騰福躍)

瓶身設計為臺華窯燒搭配職人筆墨藝術，以生肖龍為主題，運用充滿東方色彩之傳統筆墨技藝，下筆行雲流水運轉自如，運行蒼勁有力，流暢極簡，呈現吉祥如意、飛躍蒼穹欣欣向榮之意。

酒質復刻1950年代的原窖工藝，為甕藏陳高，聞之帶有清雅檜木及香草複合香氣，入口如蜂蜜之甘潤與果梨之香甜在口腔流散，後味爽淨生津，杯底有明顯青梅果香及紅磚窖池特有的窖香，精彩重現「台灣原窖1950」情懷。酒精度52%，售價2,300元/500ml。

**香氣：**糧穀帶梨汁香，特有柔性泡泡膠，帶點微酸莓果醬菜，後轉和煦青草溫暖感。

**口感：**馥郁多層次，酯類甜感平衡，些微苦韻平衡整體展現。

**尾韻：**由鼻腔散發酯類果香酒氣，酒酯甜黏包覆上顎宜人。

**心得：**新年團聚長輩順口版，酒體豐厚，強度夠又溫潤。



專家品飲  
林湘云 Serena Lin

- 知名酒類 KOL
- 女威俱樂部 (WCC) 創辦人
- 藏酒嗜酒會講師
- 威士忌達人學院講師



## 御舞金系列 黃金8年陳高

此系列有黃金高粱、黃金6年陳高、以及這款黃金8年陳高。

以台灣東海岸發想，一條閃閃發亮的夢想金河，1段400年的尋金探索。將花蓮的歷史故事與山海美景，以瓶內紛落的黃金雪舞呈現，待人細細品味。

台酒臨近中央山脈太魯閣的「花蓮酒廠」，嚴選優質陳年高粱酒精心勾兌，融合最佳比例「食用金」，香氣優雅、口感甘醇圓潤。酒精度52%，售價2,000元/700ml(禮盒贈酒杯1對)。

**香氣：**擁有熟水蜜桃、微微鹹感情人果乾。

**口感：**熟白桃、明亮且舒服的米麴香、清甜感。

**尾韻：**淡淡的麴香味。

**心得：**御五金酒液當中擁有大量金箔，象徵財源滾滾。入口清甜果香，平易近人，尾韻繚繞著白桃清甜。



專家品飲  
蔡耀棕 Scott Tsai

- 藏酒嗜酒會班主任
- WSET 烈酒2級認證
- 藏酒嗜酒會講師
- 扶輪青年服務團幹部

# 不開車安全有保障

## 玉山特曲高粱酒(龍)

玉山特曲高粱酒，瓶身設計採Q版舞龍造型，活潑討喜，不失產品趣味性及收藏價值感。特別精選酒麴釀製，蒸餾後經3年以上貯存熟成，醇厚甘潤，回味悠長綿柔。酒精度52%，售價2,500元／1,000ml、4,000元／2,000ml。

**香氣：**前段香氣奔放，可可氣息當中帶著醃菜感，但隨著時間愈來愈迷人，淡雅的酸甜香氣與可可。

**口感：**熟果香氣、蜂蜜，口味十分迷人。

**尾韻：**淡淡的麴香味。

**心得：**特曲外型以福相胖胖龍吸睛，完全應景年節的Q版。內容則是值得細細品味。



專家品飲  
蔡耀棕 Scott Tsai

- 藏酒嗜酒會班主任
- WSET 烈酒2級認證
- 藏酒嗜酒會講師
- 扶輪青年服務團幹部



## 玉山陳年台灣高粱酒(招財進寶)

以民間年畫中文財神造型為靈感，酒瓶造型神態慈祥，笑容滿面手捧金元寶，一身紅色討喜打扮。全程固態發酵、3蒸3釀，5年以上熟成，風味醇甘綿甜的甕藏優質台灣陳高。酒精度52%，售價2,500元／700ml。

**香氣：**厚重扎实的酒香散發著淡淡麴香，同時還有穀糧的香與甜。

**口感：**柔甜的滋味與麴香在嘴裡化開，展現乾淨而純粹的美好。

**尾韻：**穀糧香繚繞不散，而微微的糧食甜持續不散。

**心得：**非常甜美又易飲的風格，適合帶出去酒聚與友共飲。



專家品飲  
吳哲文(小默) Jackson Wu

- 藏酒壹之選盲測評審
- TSMC 台灣單一麥芽俱樂部創辦人
- 中式白酒協會理事
- 藏酒嗜酒會講師



# 成為「有牌」的酒專家

## 考張 W S E T 烈酒證照

瞎喝、濫喝的年代已經過去，取而代之的是理性飲酒，努力K書考上一張酒類認證執照，成為名符其實的「有牌」酒專家。

**幾**

年前 W S E T 才將烈酒的認證從葡萄酒中獨立出來，所以知道的人並不多，目前國內也僅能考烈酒二級認證，相對於取得 W S E T 葡萄酒認證三級、Diploma 的比比皆是，一張 W S E T 烈酒認證的取得可以說方興未艾。

在台灣 W S E T 烈酒認證推廣有幾個先天困境，首先市場以威士忌為主，許多消費者的威士忌知識遠超過認證課本內容，但對其他烈酒內容卻又興趣缺缺，明顯「烈酒偏食」營養不良，跟 W S E T 烈酒課本「五育並重」不偏廢任一烈酒的情況相左。

### 烈酒認證 過關分高下

其實，原本烈酒有兩級可考，但因為許多大集團免費讓酒吧從業人員去上課認證烈酒一級，反而讓坊間的授課單位招生不易。因為既然有免費可上，誰會想要花錢？另外，因為 W S E T 沒有嚴格擋修，所以就沒有一級認證，還是可以直攻二級，誰要多花一級的钱。

不過，萬丈高樓平地起！如果真的對烈酒有興趣，未來甚至有可能去考三級，建議還是要從第一級開始，按部就班地好好K書，以免日後底子不夠深、樓就會蓋得不夠高。畢竟取得認證是一回事，到底有沒有真懂又是一回事。

W S E T 認證通過通常有三個等級(如同英制



↑來自英國，成立於1969年的WSET認證全名是Wine & Spirits Education Trust葡萄酒與烈酒教育基金會。



←WSET證照已經成為業內專業人士以及業外愛好人士，共同認可的專業品酒執照。除了葡萄酒、烈酒之外，也有清酒、啤酒認證。

碩士)，一般大家在聊天只會說有沒有過，沒有看到證書本尊，是不會知道對方是以那個等級通過的。一共五十題選擇，一題兩分的情況下，Pass with Distinction (成績優異)表示八十五分以上，Pass with Merit (成績良好)表示七十至八十四分，Pass (成績通過)表示五十五至六十九分。**緯**

撰文：賴偉峯 編輯：李秀芬 設計：李俊賢

禁止酒駕



酒後不開車 安全有保障

TTL

# 杜藏

三十五年  
陳高

## 龍騰雲萃

市場標示「年份最老」甕藏陳高

甲辰龍年珍稀釋出999組



預購通路:全台7-ELEVEN、12間台酒酒廠、合作酒專(台北-誠邦洋業、買酒網、佳賀洋酒、台中-國泰洋酒、嘉義-全球菸酒、高雄-善寶宏、寶檳洋酒)

預購期間:2024/1/1-1/14

預購優惠 **86,000**元  
(建議售價88,888元)



容量:0.95L / 酒精濃度:52%

### 杜藏三十五年陳高 龍騰雲萃

自1950年台灣第一甕起，堅持全程固態釀酵，三蒸三釀，職人嚴選35年甕藏老酒，果香、梅香、窖香交織迴盪，餘韻醇厚。全瓷瓶燒製立體龍身，高難度S型曲線一體成型，手工上鑽石釉點綴22K金線條，龍眼鑲嵌頂級水鑽，隨瓶附贈純金999金箔限量編號卡，不同凡俗獨一無二收藏逸品。

TTL台灣菸酒服務專線:0800-231-422

禁止酒駕  安全誠無價 酒後找代駕

←2023年2月，台灣香水師安薛佛與合力酒廠合作的「香水師藻琴酒」，獲得「世界琴酒大賽特殊香料類別」的世界冠軍。

# 蝴蝶效應 牽動的潮流趨勢

## 2023酒界十大事件

歲末年終回顧2023年，最開心的是困擾了許久的疫情終於撥雲見日，從經濟、旅遊、生活的各個層面，可以慢慢回歸正軌。我們藏酒論壇，每年都會整理酒界的潮流趨勢，為大家報導「酒界年度十大事件」，究竟這一年有哪些酒界重要事呢？

撰文：蘇重、賴偉峯 編輯：周彥甫  
設計：趙君豪

**在**

講十大之前，有一件酒界最重要，普天同慶的事情，那就是，藏酒論壇創立至今，邁向十週年了。我們在這十週年的階段，會有種種特別的慶祝活動，包括首度的威士忌包桶對酒，未來會陸續呈現在大家面前。話不多說，回歸正題，我們來看二〇二三年的酒界十大事件。

### 一 酒界女力 持續抬頭

女力抬頭，勢不可擋，比如說威士忌界的靈魂角色：首席調酒師，這幾年，先是IWC國際威士忌大賽，年度最佳首席調酒師五連霸的帝王集團調



1



2

1. IWC年度最佳首席調酒師五連霸的史蒂芬妮麥克勞德，無疑是酒界女力高漲的代表人物。
2. 成立已經5年的女威俱樂部(WWC)，月月有聚會而且限定女性才能參加。

酒大師Stephanie Macleod。Kelsey McKechnie從傳奇大師大衛史都華的手中接過傳承火炬，接任百富首席調酒師。再看百富門集團旗下的班瑞克、格蘭多納、格蘭索三家酒廠的首席調酒師Rachel Barrie；Johnnie Walker的首席調酒師Dr. Emma Walker；麥卡倫的首席調酒師Kirsteen Campbell等，真的，單一麥芽威士忌接下來的口味，要由這些女生決定了。

在後疫情時代，台灣的女性威士忌社團威力漸次展現，新竹威士忌名人Jojo Lee主持的「女威喬一喬」、威士忌講師Sena創辦的「女威俱樂部」、作家梁岱琦主理的「女子飲酒誌」，疫情後都陸續恢復



→二〇二三年適逢山崎建廠百年，三得利有一連串百年慶祝活動，包括角幹線的實境體驗。

不開車安全有保障



↑麥卡倫於2023年底、2024年初於華山發表的《雪莉印象風味特展》，強調自然、永續、工藝的跨界對話。



↑英國獨立裝瓶之王BBR推出這套Collective「Pioneers」，蒐羅10家對於環保永續有想法且具體實踐的酒廠。

活動，成員不凡的凝聚力與熱情令人讚嘆。葡萄酒這邊，台灣女子愛思葡萄酒大賞已經來到第三屆，規模越發盛大。TD、粉紅酒、蜂蜜酒等傳統上認為受到女性消費者喜愛的酒款，在浪漫系、可愛系的女性傾向產品的開發推動更是百花齊放。

## 二 永續經營 ESG 成顯學

所謂ESG，是環境保育(E, Environmental)、社會責任(S, Social)以及企業管理(G, Governance)的縮寫。這一年來，帝亞吉歐集團陸續開始減少蘇格蘭威士忌品牌紙盒包裝的使用，估計每年減少一億八千萬個紙盒的包材浪費。旗下Johnnie Walker品牌的夢想資助計畫更是邁入第二十年，贊助了兩百一十六件包括實踐永續農業、確保健康及促進各年齡層福祉；透過永續生產與消費傳達正向能量。

天夢Tentott香檳試推出瓶身僅重八百公克的酒瓶，較原有標準香檳瓶輕了三十五公克；法蘭絲舉辦台灣首屆世界地球日酒展，品飲來自新舊世界九個國家，十三間永續酒廠的紅酒、白酒、粉紅酒、白蘭地等佳釀。產業的重心顯然已朝向ESG傾斜。

## 三 日威一百年 展望下世紀

在台灣以及全世界都大受歡迎的日本威士忌，其實從三得利的山崎蒸餾所一九二三年創建開始，至去年正好一百年，適逢難得的盛典，三得利的角瓶推出角幹線特別活動，旗下的角瓶、山崎、白州跟響都推出百年紀念款，也受到消費者的熱烈喜愛。

另外，邀請三郎丸蒸餾所調酒師稻垣貴彥擔任顧問的動畫電影《歡迎來到駒田蒸餾所》在酒友間獲得不錯評價。木內酒造的日之丸威士忌上市，並參加O'Whisky世界威士忌烈酒展。台灣威士忌名人張郁嵐擔綱的日本小諸蒸餾所已竣工，輕井澤榮光能否在他手中重新綻放？今年讓我們展望日威二〇一。

## 四 百人盲測 金威獎酒商震撼

二〇二三年威界最殺的大事件，當然是中時旺旺集團舉辦的金威獎，歐傳媒、藏酒論壇執行長暨蘇格蘭雙耳小酒杯執持者賴偉峯(歐頭)，領軍的生活玩家人盲測，加上北中南三地的百人盲測，忠實客觀地呈現出消費者對各個品牌威士忌的喜愛。

網路投票與線下實體活動的虛實結合，對品牌來說堪稱殺戮戰場，卻有利消費者撥開行銷迷霧。主辦單位也沒在怕事情鬧大，盲測單一麥芽威士忌之外，還拿市場知名高年分調和威士忌皇家禮炮盲測PK對決，解了消費者疑惑，也對市場投下震撼彈。

## 五 在地酒力 輻射世界

二〇二三年二月在倫敦揭曉的「世界琴酒大賽」(World Gin Award)，香水師藻琴酒(Perfumer's Gin Vatec)獲「世界琴酒大賽特殊香料類別」世界冠軍，這是台灣香水師安薛佛的作品，由合力酒廠製作；世界威士忌競賽(World Whiskies Awards)及威士忌行業大賞(Icons of Whisky)、Kavalan Whisky Bar的首席調酒師林柏均獲頒二〇二三年「全球年度最佳調酒師」殊榮。台灣酒界的努力，其實全世界都看見了。





←專屬機場免稅通路的格蘭利威十三年熟帶蘭姆桶單一麥芽威士忌，以橘色作為瓶身基調，搭配上金黃色酒液，呈現熟帶風情。

## 六 中式白酒 三國演義進行中

中式白酒，在台灣一直是最受歡迎擁護的酒種之一，金門酒廠高粱酒的聲量居高不下，不管是史無前例地公開甄選金酒公司總經理，（最後獲得這個職務的是酒界前輩丁丞康先生），或者是X BAR 金酒吧的快閃店活動，都獲得大眾的矚目。但是白酒另外兩大巨頭也有重拳出擊，馬祖酒廠與泰山企業攜手合作，泰山跨足酒業成為馬祖酒廠與泰山企業的獨家總經銷，在可見的未來，馬祖酒廠與泰山必將會有更多衝擊市場的動作。而台灣最早開始製作高粱酒的台灣菸酒公司嘉義酒廠也不甘寂寞，在年底推出目前市面上標示酒齡最長的「杜藏三十五年陳高（龍騰雲萃）」，消息一出就引起市場的強烈興趣。中式白酒，三國交戰就在眼前！

## 七 新公司驗收 幾家歡樂幾家愁

前兩年曾在二〇二一年酒界十大事件的報導中，與大家分享過欣臨集團和義大利酒商集團



↑食品大廠泰山企業成立酒事業部，同時取得馬祖酒廠於兩岸3年的總經銷權，首推限量的10年大麴酒「粹前」。

Campani Group 合資設立欣利實業，以及麥立得與百富門在台灣成立分公司的消息。日前，麥立得舉行了龍年新年餐會，疫情後首次宴請媒體與KOL、威士忌社團，席間總經理李正祐開心地公布了四〇〇%的驚人業績成長，也首度躋身台灣十大威士忌酒商行列。稍早，欣利實業舉辦了旗下格蘭冠七十年單桶威士忌的發布會，也呈現發展良好，欣欣向榮的感覺。

百富門分公司則在格蘭索單一麥芽威士忌的產品發布會上，罕見新品上市全由公關公司與業務部門主理，原本的行銷團隊神隱。後經記者探詢才發現，百富門行銷團隊全數離職，情況令人錯愕，後勢值得觀察。

人員劇烈變動的還不只一家，LVMH 酩悅軒尼詩也傳出包括董事總經理在內的高層大幅異動。前些年才經歷一波高層大地震的他們，結果又歷史重演，只能說：「歷史讓人們學到的唯一教訓，就是人們永遠學不到教訓。」

不開車安全有保障

1. 「新派的」派克干邑產品多元充滿新意，尤其「水樽 Mizunana 過桶」格外受到消費者矚目。
2. 同屬法國派克干邑酒莊的琴酒品牌 Gaston，也推出多款創意琴酒，包括粉紅 (Pink) 琴酒、過水樽桶琴酒、以及過雪莉桶的有機琴酒。



↑甫成立兩年的麥立得洋酒分公司業績傲人成長400%，日前大中華區及亞太區團隊宴請媒體並大合照。



→金酒新總經理展現新氣象，致力把品牌年輕化，籌備了KK BAR金酒吧快閃店活動。

## 八 免稅銷售回溫 本地酒專受制

疫後大家最開心的應該就是國境開放，出門旅遊。低迷了整個疫情期間的這幾年，免稅市場終於回春，吉拉島民系列、格蘭花格高年分單桶雪莉桶原酒與龍年生肖單桶、雅柏煙霧之蹤、格蘭利威十三年蘭姆桶、三得利ROKU琴酒免稅特別版等免稅通路特殊獨賣品項陸續推出。加上軒尼詩與昇恆昌攜手在機場成立香檳旗艦店，百富也入駐桃園機場，各家在免稅通路動作頻頻。

所謂能量守恆，物質不滅，酒錢花在免稅通路多了，本地菸酒專的銷售就少了，加上大家頻頻出國旅遊，聚餐飲酒的開銷無形中受到擠壓，綜觀零售市場，景氣趨冷，向業者請教詢問，多數也都看壞二〇二四上半年，大家對景氣都不感樂觀。

## 九 威士忌漲跌趨勢 多空交戰

二〇二三年講起來，「景氣冷、拍賣冷，偏偏還漲價。」多空交戰不休。先前的疫情影響，再加上俄烏戰爭，原物料、運輸花費節節升高，進口酒類反映成本，紛紛漲價，蘇格蘭威士忌先前就大漲一波，日本威士忌也跟進漲價。然而，去年酒類

銷售的景氣並不好，相較前年大幅衰退。拍賣場上也相對冷清，眾家爭搶拍出天價的景象不復見。只能說，不管藏家還是廠商，都在發願期盼到了二〇二四下半年能夠景氣回春。

至於威士忌價格的漲跌，市場看法分歧！要看消費者的需求拉力是否夠強勁，如果光是牌價上漲但是銷售跟不上，或許會有泡沫疑慮。所以廣大酒友的消费行為，就跟投票一樣，您的選擇會決定未來的市況。

## 十 不是只有威士忌 會(在)過桶

威士忌過桶在這幾年一直是顯學，二〇二三年有更多的葡萄酒桶、貴腐酒桶，干邑桶，皮諾甜酒桶威士忌等加入市場。很妙的是，有更多的酒種也開始使用過桶 (Cask finish) 的手法，將酒液儲存到不同類型的木桶當中來創造更多樣的風味。

二〇二三年更多有趣的過桶出現，像是琴酒，法國的 Mr. Gaston Gin 琴酒的雪莉桶過桶版本就是很有趣的例子。再來就是干邑，白蘭地的過桶也有眾多變化，酒類專家王鵬老師在品酒會當中提到，干



→世界十大獨立裝瓶廠之一「的麥克勞德」，一桶一九九〇年開始陳年的威士忌，以一百六十六萬元落槌，創下該公司單桶拍賣史最高紀錄。

邑是可以過桶的，葡萄酒桶、加烈葡萄酒桶都可以使用，一樣可以標示為干邑，但是如果使用波本威士忌之類的烈酒桶，或是 Tawny 桶，那就不能標示為干邑。鏡



# 龍年的蹲與躍



賴偉峯(歐頭)  
Otto Lai

- 歐傳媒&藏酒論壇執行長
- 《藏酒壹之選》發行人
- O Whisky、烈酒世界、金威嘉年華酒展策展人
- 《金威獎》評審團主席
- 「酒逢知己」、「古典啟示錄」廣播製作主持
- 「古典啟示錄」百萬部落客&廣播主持人
- WSET烈酒、葡萄酒2級認證
- The Keepers of The Quaich

每

年寫這篇「編者的話」就彷彿酒市沉澱在內心的年度檢視對話，去年初我提出了「二〇二三年還是賣方市場嗎？」的質疑，畢竟疫情三年大家酒都賣得不差，疫情結束理應「撥雲見日」，生意更好才對，但現實跟理想似乎有一段差距。

我不敢說自己預言成真，酒市變化多端，消費者難以捉摸，誰都很難成為鐵板神算。想要比別人洞燭機先，其實就是平時多觀察消費者、市況，多吸收各方大德資訊，別無捷徑。

去年多數人把市況不好，歸咎於解封後國境開放，大家爆發性出遊，因此把消費支出比重放在旅遊上，排擠了買酒支出。不過，這只是表面上的原因，真正造成消費趨緩的是需求降低。畢竟買酒很快，但是喝酒卻需要閒情逸致，過去大家認為威士忌價格會一直漲，所以拚命買、拚命囤，不管是酒專店家或是個人，大家都滿手好貨，買到酒沒地方放。

怎知這一年市場訊息多空交戰，以日威為例，三得利原廠產品供應恢復正常、價格回穩，台灣分公司老總也宣示九九%產品價格維持，但因為「日威百年」的活動多而密集，拉出一波慶祝需求。反觀日

果之酒卻拋出大漲價消息，即便二〇二四年要慶祝成立九十週年，消費者已經猶豫該入手還是延觀望。

每一年每一家酒商都有屬於自己要解決的問題，就像每一個人每年都會面對新的挑戰一樣。今日準備的戰鬥技能，就是為了明天更現實、更殘酷的市場競爭，物競天擇、適者生存。

經銷商、酒專囤酒過多，萬一週轉不及要拼現金，大不了賠一點錢，破盤殺出，少賺一點就是了。但那時候，苦的就是品牌了，當初賣出去的酒是塞的，沒有消費者去買來喝，沒多久就會反噬回自己，輕傷者價格破盤拉不回該有水準，重傷者品牌可能一蹶不振，十幾年都爬不起來。

反觀建商就沒酒商好命，房子囤多了，還要被課囤房稅，所以趕緊每週辦VIP賞屋會，努力賣豪宅。而建商的危機，其實就是酒商的商機，VIP賞屋會結合好酒好菜的品酌，是最恰當不過的。賣屋可以結合品酒，賣車當然也可以，我們是提醒大家「開車不喝酒，喝酒不上路」，可沒說酒跟車不能結盟行銷，畢竟兩者的目標族群相當接近。

在不景氣或景氣未明之時，多做一些新嘗試，像走出同溫層，多做跨圈行銷，把酒跟豪宅、香車，甚至與音樂、藝術、旅行結合，都會變出許多可能性，而不是大家都玩餐酒搭，那就又全走進「死胡同」。

低潮時做些體質調整的功課，蹲一下，鬆鬆筋骨，培養「五好」實力：好的產品力、好的策略、好的通路布建力、跟消費者好的溝通力、好的執行銷售力，等到下一波浪潮來時，就是你登高一躍之時。

預祝大家都有個「先蹲後躍的好龍年」！  
鏡

禁止酒駕 酒後不開車 安全有保障



從圓山到華山  
品飲宇宙 · 為您轉動



© Whisky粉專

© Whisky  
世界威士忌烈酒展

2024/5/17 五 — 5/19 日

歐傳媒 OMedia主辦，詳情請洽 Kimi Lin  
02-2391-9936 | [tastingwhatever@gmail.com](mailto:tastingwhatever@gmail.com)

禁止酒駕  酒後不開車 安全有保障



THE DALMORE  
HIGHLAND SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

鑒光之藝 限量桶藏

大摩璀璨18年

單一麥芽蘇格蘭威士忌

2023  
EDITION

大摩傳奇 恆久璀璨



尚格酒業 獨家代理

禁止酒駕



酒後不開車安全有保障