

威士忌产品知识

一、基础知识

1.1 威士忌分类

纯麦芽威士忌

定义：纯麦芽威士忌是指由100%麦芽制成，并且可以由多个蒸馏厂的产品混合而成。这种威士忌的酿造过程包括发酵、蒸馏和陈酿，目的是通过混合不同来源的麦芽威士忌来达到一种独特的风味和一致的品质。

单一麦芽威士忌

定义：指由单一蒸馏厂生产的100%麦芽威士忌。它的酿造过程同样包括发酵、蒸馏和陈酿，但其所有的麦芽威士忌必须来自同一个蒸馏厂。单一麦芽的酿造过程需要精细控制，以确保每一批次的酒都具有一致的品质和风味。如果进一步细分，还有一种称为Single Cask Single Malt。

Single Cask Single Malt的定义和特点

Single Cask Single Malt是指从单一橡木桶中提取的威士忌，其酒精度数未经稀释直接装瓶。这种酒液的酒精度数可以达到90%左右，是市场上非常稀有且独特的产品。因为其稀有性和独特性，Single Cask Single Malt在市场上的价格通常较高。

市场上常见的Single Malt如格兰威特、亚伯乐，其酒精度通常为40度左右。这些威士忌在蒸馏后经过加水稀释，使酒精度从原始的55.8度降低至40度或43度。虽然这种方法生产的Single Malt较为普遍，但相比Single Cask Single Malt而言，后者因其未稀释的高酒精度和单一桶来源，更加稀有和珍贵，因此价格也相对较高。

调和威士忌

定义：由多种不同的单一麦芽和谷物威士忌混合而成的。这种混合过程通过结合不同桶装威士忌的独特风味，创造出一种更加复杂和均衡的产品。

1.2 麦芽威士忌生产过程

1. 制麦：在参观任何一家酒厂时，不难发现，即使在寒冷的天气中，酒厂内部依然非常温暖。因为酿酒过程需要在一定的温度环境中进行。所有的大麦在收割完后，需要进行一系列处理。传统的处理方法之一称为“floor malting”。这种古老的方法是将大麦浸泡在热水中，然后平铺在地板上，使其逐渐发芽。发芽过程结束后，再将大麦烘干。

ps：在烘干大麦的过程中，如果要制作具有泥煤风味的威士忌，就会使用泥煤来烘干麦芽。

2. 糖化：

将烘干后的发芽大麦碾碎，这一步称为“糖化”。糖化的目的是将大麦中的淀粉转化为可发酵的糖分。糖化完成后，就像泡茶一样，将碾碎的麦芽加入水中，浸泡以提取麦芽汁。

3. 发酵：糖化后获得的麦芽汁需要进行发酵。将麦芽汁置于发酵桶中，加入酵母，开始发酵过程。在发酵过程中，酵母将麦芽汁中的糖分转化为酒精和二氧化碳。经过发酵后，产生的初步酒精液体的酒精含量大约在10度左右。尽管此时的酒精浓度较低，但这是酿造威士忌的第一步，之后还会经过蒸馏等工序，提高酒精度数。

4. 蒸馏：这一步开始体现酒的个性或者自己的品牌的特征。蒸馏壶的高度对威士忌的风格有重要影响。高壶和低壶、以及天鹅颈的设计决定了蒸馏过程中酒液的流动路径和冷凝效果，从而影响最终的风味。这一步骤是每个品牌形成自己独特风格的重要因素之一。

5. 陈年：蒸馏壶的设计对品牌风格贡献大约30%，而陈年过程则决定了70%的风味。这是因为不同的陈年桶会赋予威士忌不同的风味特征。不同类型的陈年桶对威士忌风味的贡献各不相同。例如，雪莉桶、红酒桶和美国橡木桶是目前常见的选择。每种桶都会在威士忌的陈年过程中赋予其独特的香气和口感，这对于最终产品的风味和质量具有决定性作用。

6. 调和：

每个酒厂的酿酒师在酿造过程中会选择如何调和威士忌，以创造出Single Malt的独特风味。如果没有进行这一步调和，我们称之为Single Cask Single Malt。

Single Cask Single Malt是指从单一橡木桶中提取的威士忌，无需进行调和。经过多年陈酿后，不论是16年、25年还是30年，当打开这个桶时，酒液的风味直接决定了最终的产品，并直接装瓶出售。这种威士忌以其独特和稀有性著称，能够真实地展现出每个桶的独特风味。由于其未经过调和，Single Cask Single Malt更能体现出酿酒师的工艺和酒厂的风格。因此，这种威士忌通常更贵，更具收藏价值。

1.3威士忌五个主要国家

苏格兰、爱尔兰、美国、日本、加拿大被称为世界五大威士忌产地。当然，随着威士忌在全球范围内的快速发展，许多市场的威士忌也开始或计划在国际舞台上崭露头角，例如印度、中国台湾等等。其中也包括了保乐力加在峨眉山投建的威士忌酒厂。

最闻名——苏格兰威士忌

苏格兰威士忌（Scottish Whisky）以其悠久的历史 and 卓越的品质而闻名于世，是世界上最为知名和细腻的威士忌之一。尽管苏格兰威士忌广受赞誉，但事实上，最古老的威士忌是爱尔兰威士忌。爱尔兰的威士忌酿造历史比苏格兰还要早。然而，由于爱尔兰与英国之间的关系复杂，爱尔兰威士忌的发展

受到了英国的压制。相反，英国大力推崇苏格兰威士忌，进一步提升了其在国际上的地位。因此，在当今的全球视角下，苏格兰威士忌被认为是最出名和最精细的威士忌。

苏格兰威士忌五大产区：

最出名的是斯佩塞，最贵的是艾雷岛。艾雷岛威士忌因其独特的风味和特点而广受威士忌爱好者的追捧。艾雷岛的知名品牌包括Lagavulin、Laphroaig和Ardbeg，这些品牌以其浓烈的泥煤味和复杂的口感而闻名。

我们公司所有的品牌都在斯佩塞，没有艾雷岛。在与威士忌爱好者交流时，这是我们面临的挑战，我们的蒸馏场在斯佩塞而不是艾雷岛。

另外，泥煤风味的起源实际上是一个偶然的結果，而非有意为之。在早期酿造威士忌时，为了节约成本，酿酒师在麦芽加热过程中使用了泥煤作为燃料，因为泥煤易于获取且成本低廉。

在使用泥煤加热麦芽后，酿造出的威士忌意外地具有独特的泥煤风味。这种风味成为了艾雷岛威士忌的标志性特点，尽管最初是为了节省成本而采用的做法。如今，许多威士忌爱好者对这种独特的泥煤风味情有独钟，了解其历史背景有助于更好地欣赏这一独特风味。

苏格兰威士忌法规：

- 以水、酵母、发芽大麦，或是其他种类的谷物为生产原料
- 在苏格兰境内通过糖化、发酵、蒸馏和熟成
- 蒸馏后所得酒精浓度须在94.8度以下
- 须在保税仓内，或“某一许可地点”橡木桶中熟成至少3年
- 熟成橡木桶的容量不能超过700升
- 不允许使用水和酒所焦糖之外的添加物
- 装瓶的威士忌酒精浓度在40度以上

虽然苏格兰威士忌的历史可能只有200年，但在这之前已有很长的酿酒传统。苏格兰威士忌之所以如此出名，主要原因之一是其悠久的历史 and 严格的法规。这些法规不仅是行业规范，更是法律要求。如果违反其中任何一条，生产者将面临法律风险。这些法规包括对威士忌容量的规定、使用的原材料、以及是否允许添加焦糖等。

在高端威士忌领域，焦糖的使用是一个值得关注的问题。越来越多的消费者开始关注酒中的糖分含量。如果酒瓶的背标上有详细的成分说明，通常不会使用“酒用焦糖（为了调用颜色）”这样的字样，因为高端威士忌更倾向于保持纯净和自然的成分。尤其是年纪大的客户，会考虑糖尿病而多饮用无糖威士忌。

苏格兰威士忌类型

- **单一麦芽威士忌** 在同一家麦芽威士忌酒厂以发芽大麦为原材料蒸馏而来的苏格兰威士忌
- **调和型麦芽威士忌** 采用超过一家麦芽威士忌酒厂生产的威士忌调和而成的苏格兰威士忌
- **单一谷物威士忌** 在同一家谷物威士忌酒厂以谷物为原材料蒸馏而来的苏格兰威士忌
- **调和型谷物威士忌** 采用超过一家谷物威士忌酒厂生产的威士忌调和而成的苏格兰威士忌

- **调和型苏格兰威士忌** 采用一种或多种麦芽威士忌与一种或多种谷物威士忌调和而成的苏格兰威士忌（除了麦芽以外，用到其他的谷物，包括大麦、玉米等。如芝华士、百龄坛、皇家礼炮）

PS：很多人误以为单一麦芽威士忌更贵，谷物威士忌更便宜。但实际上，影响威士忌价格的最关键因素是其陈酿时间。

PS：为什么要从调和型麦芽改为单一麦芽？

调和型威士忌的生产成本较低，因此通常价格也较为亲民。这类威士忌由于采用多种威士忌混合而成，生产过程中可以更好地控制成本。

尽管大多数调和型威士忌价格较低，但也有例外。例如，日本威士忌中的响，因为借助日本威士忌的风潮，价格有所上升，成为较为昂贵的调和型威士忌之一。

与调和型威士忌相比，单一麦芽威士忌的价格通常更高。由于其生产过程中使用的原材料单一，且需在同一蒸馏厂进行生产，生产成本较高，从而导致价格较为昂贵。

最细腻——日本威士忌：日威有炒作，因此价格高涨。

竹鹤正孝被誉为日本威士忌的鼻祖。在他年轻时，曾在苏格兰的朗摩蒸馏场学习酿酒技艺。在苏格兰学习期间，竹鹤正孝深入了解了苏格兰威士忌的传统酿造方法，这对他日后的事业产生了深远的影响。

后来竹鹤正孝在日本北海道建立了自己的蒸馏场，包括著名的山崎蒸馏场和竹鹤蒸馏场。这些蒸馏场的设计完全借鉴了苏格兰的传统模式，包括其弧形结构和天鹅颈角度等方面，几乎与苏格兰的老式蒸馏场一模一样。

加拿大威士忌：主要由黑麦、玉米和大麦混合为原材料。颠覆威士忌刚烈口感的印象，吸引了大批威士忌的爱好者。以清新淡雅的口感闻名于全球。

加拿大威士忌中有一个近年来非常出名的品牌叫Crown。虽然该品牌在德国市场享有很高的知名度，但除此之外，加拿大威士忌在国际上并不如其他国家的威士忌那样广为人知。目前，加拿大威士忌在上海市场乃至整个中国市场并不是主流产品。

美国威士忌：美国威士忌以价格实惠为主要特点。在国际市场上，美国威士忌的定位更多是实惠和易于获得，这与苏格兰、爱尔兰等国家的高端威士忌形成了鲜明对比。

爱尔兰威士忌：生命之水的源头。它比苏格兰更早。

1.4威士忌度数及收藏价值

通常，苏格兰威士忌的酒精度不得低于40度。因此，如果看到一瓶标有38.6度的苏格兰威士忌，这种情况非常罕见。不过，麦凯伦曾推出过一款60多年陈酿的威士忌，酒精度标注为六十几度，这是一种特例。

46度的收藏门槛

在威士忌收藏界，46度被视为一个重要门槛。具有收藏价值的威士忌酒精度基本上都是46度或以上。常见的日常饮用威士忌，如芝华士，其酒精度通常为40度，但具有收藏价值的威士忌通常为46度或更高。

46度威士忌的酿造方法

当谈到46度威士忌时，需要了解一种称为非冷凝过滤（Non-Chill Filtration）的酿造方法，这种方法必须在46度以上。这种方法不经过冷凝过滤，保留了更多的风味和香气，使得威士忌更加复杂和有层次感，进一步提升了其收藏价值。

1.5识别酒标

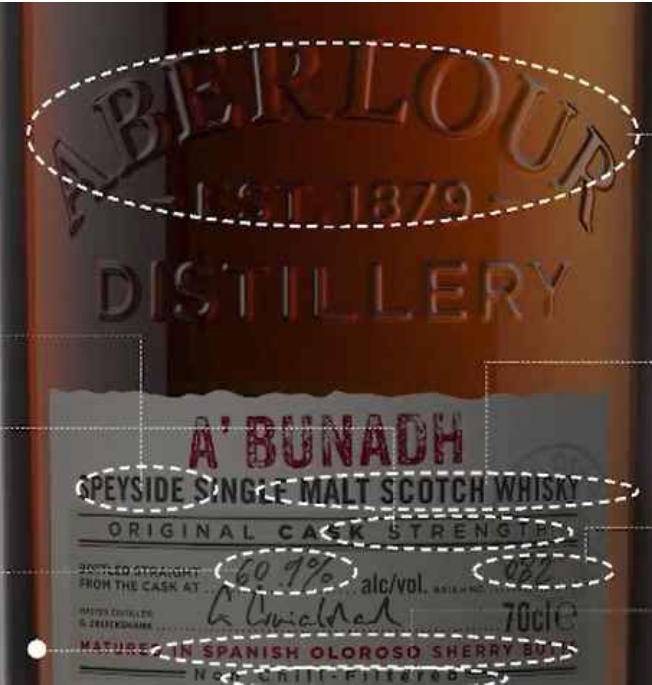
如何读懂威士忌酒标

产区：斯佩塞

瓶装：原桶强度
指的是威士忌不经过加水来降低酒精度，直接以橡木桶中的浓度装瓶

酒精浓度：60.9%

用桶：西班牙Oloroso雪莉桶



品牌&酒厂：亚伯乐

类型：单一麦芽苏格兰威士忌
常见类型：单一麦芽威士忌、调和威士忌

批次号：82
小批次指的是用来调和的橡木桶数量较少

工艺：非冷凝过滤
非冷凝过滤呈现威士忌最原始的样貌，带给你独特的体验

1.6酒桶

1.6.1 猪头桶

在威士忌的酿造中，还有一种特殊的桶形叫猪头桶，英文名是 hogshead。

猪头桶的起源

猪头桶的概念是这样的：一个桶通常有30个木桩，这些木桩并不都是橡木条。如果其中有一些橡木条坏掉了，为了节约成本，人们会把坏掉的木条拿掉，换上另外一条木条，然后继续使用这个桶，这样的桶就被称为猪头桶。

猪头桶的风味

这种桶能够带来丰富的风味变化。例如，其他都是雪莉桶，但放入两根美国橡木条后，风味会更加丰富。

猪头桶的命名由来

猪头桶并不是贬义的，还有一种说法是猪头桶的容量正好是250升，可以装下一头成年的猪，所以叫猪头桶。

1.7专业知识答疑

1. 威士忌瓶身上的年份指的是什么？

威士忌在橡木桶当中成熟的最低年份。瓶身上所标注的年份必须是瓶中酒液的最低成熟年份。

2. 什么是“天使的分享”？

天使的分享指的是由于橡木桶的不完全密闭性带来的酒精的蒸发。蒸馏后的酒体平均酒精度在68-72度之间。每次蒸馏完成后，下一步是将酒液引入橡木桶中进行陈酿。陈酿时间可为三年、八年、十年或十二年。在此过程中，由于橡木桶的特性，每年都会有一定量的酒精挥发。这种挥发现象被称为“天使的分享”。

蒸发的数值是由橡木桶的类型和储藏的环境所影响，欧洲地区平均的“天使分享”为2%左右。

ps：但每年的平均挥发量并不一定都是2%。我们在中国也开始生产威士忌。比如我们生产的峨眉山威士忌，不知道大家是否有所耳闻。这种酒精的挥发量与当地气候密切相关。气温越高，挥发速度越快，这是显而易见的。而在气温较低的地区，如苏格兰和北海道的酒厂，酒精挥发速度较慢。然而，由于峨眉山的纬度和气候条件，我们的威士忌挥发量可能会更高，有人认为可以达到6%。在苏格兰的酒厂，平均挥发量通常为2%。

3. 什么是原桶强度（cask strength）？

原桶强度是指酒液熟成后装瓶前，不对酒精度进行调整，直接以橡木桶中的酒精度进行装瓶。这种威士忌通常由多个桶混合后直接装瓶出售。单桶（Single Cask）威士忌则是从单一橡木桶中提取的，酒液的风味和特点完全由该桶决定。

当从蒸馏器中收集到酒心后，酒液装入橡木桶前的酒精度在行业内大概在63.5度左右（每家酒厂略有不同）。

但是由于橡木桶每年“天使分享”的酒精蒸发，到了熟成后装瓶时，苏格兰威士忌的酒精度相比装桶前有所下降。平时我们见到的40%的威士忌是通过后期工艺手段对威士忌的酒精度进行传统的调和，例如调整至40度。所以，原桶强度往往在法律层面上没有固定的数值。

区分原桶强度和调和威士忌：标签上标明的酒精度数，如55.3度，即表示该酒为原桶强度（cask strength）。而调和过的威士忌的酒精度通常为40度或43度，没有小数点。

4. 调和型威士忌（Blender Whiskey）和单一麦芽威士忌哪个更好（Single Malt Whisky）？

调和型威士忌是许多威士忌爱好者入坑威士忌的开始，因为调和型的威士忌给人的感觉是非常亲切、易饮、受众程度高。而单一麦芽威士忌讲究的是个性，与众不同。二者没有好坏，可以根据自己的喜爱、时间与场合进行选择。

销售分享：个人认为调和威士忌更难做。因为要标准化，需要让同一年份的酒每瓶保持相同口感，所以它更考验水平。调和型威士忌（Blender Whiskey）侵略性更低、更圆润，单一麦芽威士忌个性更强。

5. 什么是单一桶威士忌（single cast, single malt）？

单一桶指的是仅用一个橡木桶中的酒液进行装瓶，不与其他橡木桶进行调和。一是由于每个橡木桶中留存的酒液多少都不同，所以能装瓶出来的数量是有限的。二是只有当一个橡木桶的风味表现十分完美并且十分契合品牌与酒厂的风格特色的情况下，才能拿出单独装瓶。所以，单一桶威士忌都是珍稀的，世界上无法找出两桶一样的威士忌，正如世界上无法找到两个一模一样的人，每一单一桶都是独一无二的。

1.8小知识了解

1. 为什么越来越多的消费者喜欢单一麦芽威士忌？

其实，无论是调和型的威士忌还是单一麦芽威士忌，它们都只是众多威士忌类型中的其中一种，并无好坏之分。只是从人类型特点上来讲，调和型的威士忌更偏向大众化的选择，更容易被大众接受，所以这也是调和型威士忌仍然占据全球威士忌最大份额的原因。然而现在日益流行的单一麦芽威士忌，更为体现的是品牌及酒厂的个性，就像每个人都是独立的个体一样，每一款单一麦芽威士忌都有着自己独特的特征，所以受到了许多寻找个性化威士忌人群的喜爱。但是，威士忌之间并无好坏之分，对于每个人而言，只有自己喜欢的才是最好的。

ps：大陆威士忌受台湾影响，台湾最初喝加烈葡萄酒，后来很多当地医生说其中糖分对身体不好，就推崇喝威士忌。这也影响到了我们。

2. 颜色深的酒就一定比颜色浅的酒好吗？

威士忌的颜色绝大部分来自于橡木桶，而使用的橡木桶类型和陈年的时长便是至关重要的。大多数情况下，陈年时间越久，酒液从橡木桶中吸收的颜色便会越重，这个原理就像我们泡茶一样，时间越长颜色越深。另外，对于橡木桶类型的选择也往往会影响到酒液的颜色，其中，大家比较熟悉的雪莉桶、美国威士忌桶、波本桶、干邑桶、葡萄酒桶、波特桶等先陈年过其他酒液的橡木桶来说，对于酒

液的颜色也会有不同程度的影响。所以，颜色深浅并不能代表酒的品质好坏，仅仅说明酒在工艺上的选择和使用而已。

Whisky的颜色主要来自于橡木桶。如果不添加所谓的焦糖色素，酒的颜色完全取决于桶。桶的种类决定了酒的颜色，木头的类型也是决定颜色的关键因素。我们不能简单地说美国橡木桶一定比雪莉桶好。在Whisky行业内，大家都在吹捧艾雷岛的雪莉桶。未来，你们肯定会遇到这种挑战。

3. 年份越高的酒就一定越好喝吗？

首先，在同一个酒厂的产品中，年份越高，对于酒厂来说通常成本也就越高，往往价格也会越高。但是，不同酒厂之间，是不可以直接对比的。在同一家酒厂中，从低年份酒款到高年份酒款的过程，是一个酒厂风格在不同陈年时期下的不同体现。但无论是哪个年份的酒液，都代表着制酒人的工艺与表达。年份之间并无绝对好坏之分，而是看消费者更想选择哪一种表现形式。

同品牌内，年份越高的酒肯定比年份低的酒要贵。因为随着陈年时间的增加，酒变得越来越稀少。

那为什么酒厂不全部卖高年份的酒？为了实现利益最大化。酒在酒桶里有一个生命周期，每年酿酒师都会检测这桶酒是否需要装瓶，或者是否已经开始衰败。酒的陈年过程就像心电图，到了12年、13年，有些酒如果再不装瓶，质量就会下降。一桶酒能够陈放25年，或者30年的概率是很低的。有些酒在陈年过程中由于天气或者橡木桶的影响，酒体可能会变得不理想。随着时间的推移，质量只会下降，因此会有不同年份的酒。

小知识：茅台、我们的威士忌、皇家礼炮

提到茅台，为什么它在瓶中会有变化？我们的酒大部分在装瓶后99.9%没有变化，这是因为我们使用的是玻璃瓶。

茅台会发生变化是因为它采用了瓷瓶，瓷瓶允许空气在瓶内流动。

唯一一款在20年前和现在有变化的酒是皇家礼炮。尽管瓶体上釉隔绝空气，但其底部是毛的。因此只有这一款酒会随着时间发生变化。所以20年前的皇家礼炮和现在的皇家礼炮是不一样的。

4. 为什么中国人如此偏爱日本威士忌？

这个问题可以分成三个部分分析：一是很多日威的名称是汉字，是大家一眼便能叫得上的，增加了几分亲切感。二是日威的口感传承于苏威，并在苏威的基础上进行调整，使其更具有日本特色，较为平易近人，较容易被初学者接受。三是日威的市场策略等原因，使得大家在短时间内迅速的认识到了日本的威士忌特点。真正的威士忌鉴赏家们，是可以辨证的，公允的从酒液本身去评价一款威士忌的，从而选择最适合自己的那款酒。

销售分享：苏格兰的威士忌相对来说比较复杂。外国人在品尝一款威士忌时，希望能够品尝到多种不同的风味，并闻到多种不同的香气。

而中国人对威士忌的理解也只是近10到20年才开始大规模普及。因此，我们的口味还没有达到欣赏那种复杂威士忌的地步。可能再过10到20年，我们会觉得日本威士忌那种比较简单的风味不够个性。

这是我个人的看法，不一定是正确的。

苏格兰的威士忌有200多年的生产历史，因此外国人对威士忌的需求与我们的不同。就像我们的白酒有浓香型和酱香型，现在大家都知道茅台是酱香型，很多人喜欢酱香。日本威士忌有一个显著的特点，就是它使用的桶种类很多。日本威士忌有自己特制的水榭桶。我们公司有一款，价格非常便宜。

也有些人认为日本威士忌中有中文汉字，所以更喜欢日威。有数字和汉字，记忆力传播会更快。

日威口感丝滑且简单，没那么复杂，适合威士忌入门。

5. 应该怎么理解无年份标识的威士忌？

无年份标识的威士忌并不是没有年份，而只是不体现年份。根据苏格兰威士忌法规，最少的熟成时间为3年，所以，无年份标识的酒款中的酒液也都是有具体熟成时间的，但是酒厂选择不标注的原因是希望大家可以更关注酒液本身。对于威士忌爱好者而言，无年份标识的威士忌便是一个巨大的宝藏，给予了大家无尽的探索空间。可以根据酒厂特点、过往产品的特性、品鉴后的感受来给出自己独到的见解。同时，无年份标识的威士忌往往代表着酒厂的精神传承，例如，保乐力加中国市场的几款产品：格兰威特纳杜拉初桶、格兰威特纳朵拉初桶、亚伯乐阿布纳、朗摩制酒师等。

爱尔兰威士忌和苏格兰威士忌的区别

最大的区别在于：爱尔兰威士忌采用三次蒸馏工艺，而苏格兰威士忌99.9%采用的是两次蒸馏工艺。

爱尔兰威士忌的原材料

爱尔兰威士忌使用的是麦芽或大麦作为原材料。

无年份标识

爱尔兰威士忌中有很有一部分（约50%）是不标注年份的。而苏格兰威士忌不标年份的情况相对较少，这通常会引起一些疑问。

蒸馏次数与年份的关系

由于爱尔兰威士忌采用三次蒸馏工艺，其12年的熟成效果等同于苏格兰威士忌的21年。这是因为三次蒸馏能够使酒体更加纯净和成熟。

6. 雪莉桶就一定是最好的吗？

其实，无论雪莉桶、波本桶、水榭桶，或是其他类型的风味桶，都仅仅只是威士忌工艺体现的一部分，因为单一麦芽威士忌这个品类十分的个性化。每家酒厂、每位制酒大师都希望可以在酒中表现它的与众不同。所以，如果真喜欢雪莉桶风味的伙伴们，当然是可以认为雪莉桶是最好的，毕竟自己喜

欢的才是最重要的。但是，威士忌的个性化也在引导着我们去探索不同的工艺表现。所以，无论是什么类型的橡木桶，风味才是王道。

有人说雪莉桶很贵，一桶能够装大概六七百瓶，而美国橡木桶大约只能装200瓶。所以雪莉桶的成本高，是因为它容量大。因此认为雪莉桶一定是最好的，这种说法显然是不对的。

二、酒类品牌介绍

2.1单一麦芽威士忌

2.1.1格兰威特

产品背景介绍

简要介绍格兰威特时，需要特别注意其年份标识。格兰威特120年限量版，这是其最引以为豪的一点。这款酒在Space地区酿造，历史上是第一家从非法酿酒到合法酿酒。以前的酿酒人骑着马，携带武器，躲避英国的法律。这些历史资料可以查阅，每瓶格兰威特上都有120这个标志，这是我们的骄傲所在。

产品对比

尽管迈凯伦在90年代声名显赫，但其标识仍无法与格兰威特相提并论。格兰威特作为威士忌的代表，具有重要地位。大家可能知道目前市场上有12年和14年的格兰威特，而我们接触较多的则是其25年版本，售价约为4,000元一瓶。

产品细节

旧款包装非常精美，但新的包装较为简陋，每瓶售价仍为4,000多元。面对这一问题，我们需要解释这是为了环保，因此从原来的木质包装改为纸质包装。此外，酒体也进行了改良。因此，这不仅仅是包装的更换，而是产品的全面升级。之前25年的包装用XXB表示，一个X代表10，两个X代表20，B代表5，而现在直接标注25年。

2.1.2秘藏斯佩塞系列

品牌概述

秘藏斯佩塞系列是保乐力加在斯佩塞产区精心挑选的一些非常小众、精品且值得收藏的单一麦芽威士忌，将它们组合成一个系列，称为秘藏斯佩塞系列。该系列中的酒厂都具有丰富的历史和故事，可能会在过程中进行一些微调。

朗摩介绍

朗摩是秘藏斯佩塞系列中的一支酒，品牌价值极高。其LOGO上有一辆小火车，这是因为创始人在建立酒厂前，便着手修建了一条火车线，以便将更好的原材料运到酒厂，并将高端酒款运送到更远的地方，从而提高知名度。近年来，日威之父竹鹤政孝在朗摩酒厂深造，之后回到日本，开创了日本威士忌的版图。因此，许多人认为在朗摩的威士忌中可以捕捉到日本威士忌的影子。随着朗摩知名度的提高，朗摩的酒款逐渐受到爱好者的喜爱。

今年1月，朗摩将重新发布9款全新的酒款，包装设计和之前完全不同。这些酒款拥有先锋品质，得到了众多爱好者的认可。

在秘藏斯佩塞系列中，朗摩推出了一款单桶威士忌。这款单桶于1994年蒸馏，1994年对朗摩来说是一个重要年份，因为1994年前后采用了不同的工艺。经过26年的陈酿，这款酒成为朗摩酒厂的珍品。

格兰凯斯介绍

格兰凯斯酒厂，它也属于秘藏斯佩塞系列。格兰凯斯酒厂附近有清澈的水源和绿色的丛林，格兰凯斯以果香为主导，而布拉佛格兰威特则以花香为主。

格兰凯斯有两只单桶，均为1995年蒸馏，经过26年陈酿。这两只单桶虽然蒸馏时间相同，但桶号不同，风味也有所差异。

布拉佛格兰威特介绍

布拉佛格兰威特酒厂，1995年后改名。它是苏格兰海拔最高的酒厂，非常隐秘。酒厂以花香为主，规模小巧，运营简单。要进入酒厂，甚至需要提前打电话让人扫雪。

布拉佛格兰威特有两款单桶：1991年蒸馏的29年陈酿和1992年蒸馏的29年陈酿。这两款酒款风味各异，展现出独特的风味。

卡普多尼克介绍

卡普多尼克是一家已关闭的酒厂，具有很高的收藏价值。该酒厂于2002年关闭，位于斯佩塞产区。斯佩塞产区以花果香为主，但卡普多尼克的泥煤风味非常独特。在单桶市场中非常少见。

1995年蒸馏的25年橡木桶陈酿是卡普多尼克的珍品。

2.1.3 亚伯乐

原材料和水源

首先，雅伯乐使用了极为精心挑选的原材料。其水源来自酒厂附近的清澈水域，其中甚至有自由野生的三文鱼在其中栖息，说明了水质的纯净。此外，雅伯乐的麦子也来自酒厂周围的麦芽，体现了当地的风土特征。

独特工艺

雅伯乐采用了一种独特的双筒平行双筒熟成工艺。这一工艺是雅伯乐最核心的特点。一般的双筒熟成工艺是先在一个桶里存放若干年，然后转移到另一个桶中继续存放，总共18年。而雅伯乐则是一半的

酒液在美国橡木桶中存放18年，另一半在雪莉桶中存放18年，最后将它们合并。这一独特工艺赋予了雅伯乐浓郁的雪莉炸弹口感。

口感与对标品牌

雅伯乐的口感非常浓郁纯粹，类似于百富，深受资深爱好者的喜爱。

小批次产品

此外，雅伯乐的部分产品是以小批次形式呈现。每个批次之间存在微小差异，消费者可以察觉到这些细致的不同。因此，雅伯乐的忠实消费者会特别追求特定批次的产品。

2.2、调和威士忌


2.2.1皇家礼炮

背景知识

创立时间	1953年
创立背景	为英国女王伊丽莎白二世加冕而诞生的一款超高端威士忌
差异化	其他品牌核心产品便是12年/15年/18年，皇家礼炮至少21年，我们的起点就是别人的终点，因此也被称为“调和威士忌之王”。
命名及年份	以 21 响的礼炮来命名。21 响礼炮在英国皇室中代表最崇高的敬意，使用 21 年以上的酒液。威士忌瓶身上的数字代表了最低的陈年份，所以皇家礼炮中最年轻的酒液都要在橡木桶里熟化超过 21 年之久。
首席调和大师	Sandy Hyslop，从创立之初至今，他是第五任调和大师。擅长将小众稀有的酒品调和在一起，呈现出非常复杂且平衡的佳酿。
度数	在木桶熟化的过程中，根据不同储藏条件，装瓶前能达到60度或40多度。正常所喝到的皇家礼炮因为在装瓶前加水，做了降度处理，让它的酒体和风格可以更好呈现，所以在40度。

推荐收藏款

	推荐收藏款

<p>House of Queen 时尚典藏系列（理查德奎因版）</p>	<p>限量：全球限量200瓶（中国仅60瓶+）。每瓶有自己独特的编号。</p> <p>酒液：麦芽调和威士忌</p> <p>系列介绍：理查德奎因版是皇家礼炮与时尚界做跨界时，与英国新锐设计师 Richard Queen先生进行的联名。Richard Queen先生近几年在时尚圈越来越红，21年时进行过时尚限定系列的首次合作，取得不错反响，因此决定推出这支超高端系列——时尚典藏系列。</p> <p>外观：黑色水晶瓶身+手工描金&手工彩绘花纹。蓝色玫瑰代表英国皇室，洋蓟代表苏格兰，二者融合呈现出特别的时尚限定系列。</p> <p>赠送：Richard Queen先生亲手设计并制作的手工方巾一支（不对外售卖）。</p>	
<p>51年时光典藏系列</p>	<p>49度</p> <p>系列介绍：时光系列是威士忌陈年中最珍贵的部分，在木桶中熟化51年以上。影响威士忌最贵是时间。50多年的时间里很多不可控因素，除了每年2%酒液会自然挥发以外，可能存在木桶在储藏过程中污染或其他风险影响它的产量，因此产量非常非常少。</p> <p>调和威士忌将不同酒厂高年份最珍贵、最稀有的产品调配在一起，单一麦芽如果将50年酒品单独卖已经价值很高，调和是将这么多高年份的9款调配在一起。可见弥足珍贵。</p> <p>外观：第一代叫做52年，用日轨创意去呈现时光。那这一支它是最原始的计量数字的方式，用线段的长短来呈现一个时光的礼赞，在它的包装上可以看到有不同粗细、不同长短的线段，最终呈现出这样的</p>	
<p>奢艺臻藏系列（凯特·麦奎尔</p>	<p>限量：全球21瓶，中国仅5瓶。</p>	

版)	<p>系列介绍：皇家礼炮最贵的产品，与一位艺术家联名。53年酒液，因为1953 年创立，通过 53 年的熟化来呈现出来这样的一个艺术作品。这个也是奢艺臻藏系列的第一支产品。任何一个系列的第一支产品都非常值得收藏。</p> <p>赠送：一款艺术品。琥珀色与威士忌金黄酒液非常相似，天鹅颈不同角度可以呈现不同的酒液。艺术家特别挑选了帝王鸟自然脱落的羽毛，通过有序的排列，呈现在了这样的一个艺术品之中。帝王和我们的皇家礼炮威士忌之王也形成了呼应，每一个艺术品它都也是独一无二的存在。</p>	
白金禧年典藏系列	<p>限量：全球500瓶。</p> <p>2023 年是英国女王伊丽莎白二世在位的 70 周年，在这一个非常特别的重要的日子里，推出了一套七支酒品，共同礼赞女王在位的非凡 70 年。那这一套作品非常的特别，它有七款不同的颜色，这样 7 款不同的颜色，为了礼赞女王出席一些重大场合时候所身穿的不同的颜色的一个礼服，女王出席重大活动的时候都会有一些这种彩虹妆，不同颜色的一些明亮的礼服。</p> <p>除此之外在上面还会有七款不同的雕刻，那这七个不同的雕刻其实也是为了灵感，来自于女王所佩戴的一些胸针。那在英国皇室里面，这些胸针也都是经常会流传下来。</p> <p>酒液选择了 7 家已经关闭的蒸馏器的酒业，这么多个7，共同理在女王在位的 70 周年。那这一支产品也可以称之为这个女王的一个绝唱，那在这支出了不久以后，女王就不幸离世。</p> <p>在苏富比拍卖会时拍卖价是我们国内售价的两倍，价格已经拍到了一百多万人民币。因为量非常少。</p>	
加冕典藏系列（查尔斯三世版）	<p>24年五六月份的时候为英国新王查尔斯三世特别推出的一个限量版。那皇家礼炮为英国皇室的加冕而诞生，这款为第二位新王的加冕而推出的。</p>	

那这一支产品也是特别选择了 53 支 53 种不同的酒液去进行调配，也是追忆 1953 年的时候，那英国女王加冕诞生之时。木质礼盒，那灵感也是源自于这个加冕典礼时候的这样一个威斯闵斯特大教堂。



2.3、保乐力加单桶威士忌

2.3.1综合介绍

在保乐力加，单桶威士忌出自同一项目桶，而在其他公司，威士忌可能会先在一个桶中陈年一段时间，然后再转移到另一个桶中继续陈年。然而，在保乐力加，单桶威士忌始终仅使用一个橡木桶进行陈酿。

单桶概念的独特性

保乐力加的众多品牌已经引入了单桶威士忌的概念。然而，并非所有橡木桶都能成为单桶。只有极少数具备卓越品质的橡木桶才有资格作为单桶，这个比例约为千分之一。每个单桶必须经过大师级别的严格检测，确保其具备独特的个性和卓越的品质，方能被选为单桶。

工艺与品质控制

我们的单桶威士忌尽量减少人工干预，不添加任何焦糖色进行着色，并且不进行冷凝过滤。此外，我们的单桶威士忌在出售时不添加任何水进行稀释，确保其保持最原始的风味。

单桶的个性与价值

每个橡木桶都有其独特的个性。在我们的窖藏过程中，不同储藏位置和不同类型的橡木桶都会对酒液产生独特的影响。因此，即使我们从同一批次中取出两个桶，尽管它们在相同时间装瓶，但由于储藏位置的差异，其风味也会有所不同。这使得每一只单桶威士忌都独一无二，具备很高的收藏价值。每个单桶都有其独特的故事、风味和价值。

单桶的类型

我们的单桶威士忌有多种类型，包括美国波本桶、美国猪头桶、再加工的橡木桶以及西班牙雪莉桶。不同的橡木桶赋予单桶威士忌独特的风味。

价格与品质比较

关于雪莉桶与美国桶，雪莉桶未必比美国桶更优质，但通常价格更高。同样，初填桶也不一定比次填桶品质更佳。

2.3.2 格兰威特单桶系列

品牌历史

格兰威特酒厂由乔治·史密斯于1824年创立，是第一个在斯贝赛产区获得合法蒸馏执照的酒厂。此后，其名声迅速传播开来。1884年，许多斯贝赛地区的酒厂在其名称后加上“格兰威特”，以象征高品质。经过多年的努力，乔治·史密斯的儿子通过法律手段成功注册了“格兰威特”品牌商标，并在原品牌名称前加上“THE”前缀。

品牌意义

2024年将迎来格兰威特成立200周年，这将使更多人对格兰威特有更深入的了解。作为单桶威士忌，每个单桶都有独特的个性和收藏价值。

单桶威士忌的特点 每个单桶威士忌都有独特的标识，包括筒号、装瓶数和独立编号。这些信息都会在标签上呈现。格兰威特的单桶威士忌每年限量发售，因此并不是随时都能买到。

单桶威士忌产品 格兰威特推出了几款单桶产品，例如二填雪莉桶。这种桶在盛放过雪莉酒后，再用于威士忌的陈酿。初填和次填并没有品质的优劣之分，而是依据它们独特的风味特点来选择。二填雪莉桶的风味包括红色水果、香料和太妃糖的香气平衡。此款威士忌的年份为28年，装瓶数量为162瓶。

格兰威特单桶系列					
◆ 桶号:72693	桶型:二填雪莉桶	年份:28年	装瓶数:162	酒精度:50.3%	
◆ 桶号:9522	桶型:二填雪莉桶	年份:29年	装瓶数:570	酒精度:52.3%	
◆ 桶号:18012	桶型:二填美国橡木猪头桶	年份:28年	装瓶数:270	酒精度:42.8%	
◆ 桶号:107801	桶型:初填美国橡木桶	年份:29年	装瓶数:186	酒精度:48.2%	
◆ 桶号:23262	桶型:二填美国橡木猪头桶	年份:23年	装瓶数:258	酒精度:48.7%	
◆ 桶号:81970	桶型:初填美国橡木桶	年份:24年	装瓶数:186	酒精度:48.2%	
◆ 桶号:51551	桶型:初填美国橡木桶	年份:25年	装瓶数:144	酒精度:50.6%	
◆ 桶号:3030	桶型:初填美国橡木桶	年份:25年	装瓶数:216	酒精度:49.4%	

单桶威士忌的风味 我们为每个单桶提取了三种不同的独特风味，主要是为了将单桶与客户的偏好相匹配。每个人在品尝时会有自己偏好的风味。因此，单桶酒能够找到每位客户非常喜欢的风味。

不同状态的二填雪莉桶会呈现不同的风味，如雪梨、耙子、杏子、山核桃等。美国橡木桶，特别是猪头桶，可能会有梅子和红色水果的香气。

其他 每年威士忌的自然挥发会影响最终装瓶数量，因此装瓶数量只能在真正装瓶时确认。这些数据已经在仓库中确认无误。

通过上述介绍，可以看出格兰威特的单桶威士忌不仅在风味上独具特色，还具有很高的收藏价值。

总结格兰威特品牌优势：

- 格兰威特拥有强大的品牌背书。
- 官方装瓶OB是一个非常强大的保障。

小知识-关于IB 和 OB：

含义：

IB 是独立装瓶厂（Independent Bottler）。OB（Official Bottling）酒厂官方进行装瓶的产品。可以理解为IB没有自己的蒸馏设备，他只是去买一些蒸馏厂蒸馏出来的蒸馏原液，然后收回来，经过多少年以后，他来自来调和。

骄傲的是，我们都是OB，没有IB。

阐述购买 OB 的理由：

因为官方装瓶厂有专业的大师选桶团队。他们会只选择最优质、最能够代表酒厂风格的最高品质的酒桶进行装瓶。

对比 IB 和 OB 的质量控制：

IB 不会有这样严格的质量控制。因此，买到的 IB 质量上的差别会很大。

单桶的情怀和意义：

- 单桶酒在出售时，是一种情怀。
- 不同年份的单桶对每个人有不同的意义。
- 这些陈年年份具有独特的附加情绪价值。

2.3.3亚伯乐单桶

原材料和水源

首先，雅伯乐使用了极为精心挑选的原材料。其水源来自酒厂附近的清澈水域，其中甚至有自由野生的三文鱼在其中栖息，说明了水质的纯净。此外，雅伯乐的麦子也来自酒厂周围的麦芽，体现了当地

的风土特征。

独特工艺

雅伯乐采用了一种独特的双筒平行双筒熟成工艺。这一工艺是雅伯乐最核心的特点。一般的双筒熟成工艺是先在一个桶里存放若干年，然后转移到另一个桶中继续存放，总共18年。而雅伯乐则是一半的酒液在美国橡木桶中存放18年，另一半在雪莉桶中存放18年，最后将它们合并。这一独特工艺赋予了雅伯乐浓郁的雪莉炸弹口感。

口感与对标品牌

雅伯乐的口感非常浓郁纯粹，类似于百富，深受资深爱好者的喜爱。

小批次产品

此外，雅伯乐的部分产品是以小批次形式呈现。每个批次之间存在微小差异，消费者可以察觉到这些细致的不同。因此，雅伯乐的忠实消费者会特别追求特定批次的产品。

单桶介绍

目前，雅伯乐有四个单桶产品。这四个单桶在市面上非常稀有，因为雅伯乐目前没有计划再推出单桶产品。现有的四个单桶各有不同的桶型，风味上也有微小差异。每个单桶都有独特的风味，主要以雪莉味为主，分为初填和再填，装瓶数量约为300瓶。



亚伯乐单桶版本

◆桶号：4823	桶型：初填雪莉猪头桶	年份：1999	装瓶数：288	酒精度：51.6%
◆桶号：4825	桶型：初填雪莉猪头桶	年份：1999	装瓶数：288	酒精度：51.6%
◆桶号：34383	桶型：再填雪莉桶	年份：2002	装瓶数：300	酒精度：54.5%
◆桶号：5418	桶型：一次雪莉桶	年份：2002	装瓶数：640	酒精度：55.7%

综上所述，雅伯乐以其独特的工艺和严格的原材料选择，成为深受资深爱好者喜爱的品牌。这些单桶产品也为消费者提供了独特而丰富的品鉴体验。

三、销售小技巧：

3.1 问题1：如何推广产品？

在当前Whisky价格普遍高的背景下，我们提供的这款30年陈酿的Whisky，仅需2,000多元即可享用。

建议：推荐酒时的注意事项

在推荐这款酒时，需要根据具体情况灵活调整推介重点。有时需要强调其30年的陈酿年份，凸显其品质和稀缺性；有时则需要强调其独特的风味和个性。这需要根据不同受众的需求和偏好来判断。

强调性价比

总的来说，以2,000多元的价格品尝一款30年的Whisky，性价比非常高，确实是一项不错的投资。

3.2 问题2：如何让喝白酒的客户尝试威士忌？

建议：Whisky 实际上是最容易让客户换酒的，因为我们在交流中发现，全球范围内，烈性酒中只有Whisky 和中国白酒有相通之处，因为它们都是以粮食为原料酿造的酒。中国人对粮食酒有天然的情感。但目前中国白酒的风味相对单一，主要是酱香型和浓香型两种主流香型可供选择。

Whisky 则不同，Whisky 拥有非常多样的风味，可以让客户有更多尝试的空间。例如，我们有一位来自新疆的客户，他以前从不喝 Whisky，但在我们的介绍下，如今他开始尝试各种 Whisky，并且持续从我们这里购买。他的妻子也开始喜欢上 Whisky。

他们选择 Whisky 的原因之一是我们提供的大多数 Whisky 酒精度数在40度左右，而茅台是53度，白酒是52度，他们认为相对较低的酒精度数对身体更好。若让他们喝葡萄酒，酒精度数太低，无法满足他们对酒精的需求。

因此，我们在推广 Whisky 时，强调其多样的风味和适中的酒精度数。

3.3 问题3：从金融投资角度推威士忌

某些酒品需要通过品鉴和策略推销。而对于那些具有投资和价格上涨空间的酒品，应当从金融理财产品角度进行推荐购买。

在我的销售经历中，曾经推荐过一些公司没有详细介绍的产品，我们是通过其金融属性进行销售的。我认为我们应该向客户传达这是一种金融产品，而非简单的酒品，不必在意其口感。例如，我们曾推出全球首次采用中国木材的首环年份酒，作为理财产品售卖，取得了良好效果。售价在二三十万元，购买后短期内即有增值。

如果威士忌被作为投资品，希望看到其增值部分，建议各位推荐我们公司拥有的Single Cask和Single Malt产品。以迈凯伦30年为例，现价2,000多元，十年后可能增值至3,000多甚至4,000元。由于Single

Cask和Single Malt具有单一性和稀有性，其升值速度较快。因此，如果客户有意购买Single Cask，应从金融产品的角度进行推荐，不必担心。

（背景：从23年的下半年，即12月份开始，上海的威士忌市场出现了一次小型崩盘。所谓的小型崩盘是指，迈凯伦18年的酒价从4,700至4,800元下降至3,100至3,200元。各位在与客户沟通时也可以提及这一情况。对于迈凯伦而言，这次崩盘是一个较大的打击，然而，即便在崩盘后，这些货品依然具备一定的溢价。）