

# BarTales 调酒世界

2020年9月 | 第二期

BarTales副刊



把酒言欢 / 潘脱米  
深藏不露的150年经典



把酒言欢 / 复古开胃酒  
夏莱特，王后的威末酒



当红烈酒 / 普尼  
立方体酒庄的威士忌



聚焦热点 / “眼泪”鸡尾酒十强  
“眼泪”鸡尾酒十强：  
享受新加坡

Vermouth & Spirits

# DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



## *Vermouth di Torino Classico Del Professore*

VERMOUTH & SODA

5 cl di Vermouth Classico Del Professore,  
a top of ice-cold soda, lemon zest.

Serve on its own or over ice.

*Tradition, terroir, people*  
delprofessore.it

# 逝去时光的回味

在我祖母家的饭厅里,有一个很大的红木餐柜,它分为三个部分。中间是陈列柜,里面放着特殊场合才使用的玻璃杯和杯子。在底层的第一个架子上,放着一排精致的酒瓶,引起了我们这些小孩子极大的兴趣。

金色的瓶子是Oro Pilla的一个特别版本,它闪闪发亮;红色的瓶子则毫无疑问是Rosso Antico;而其中有一个酒瓶以其特别的名字吸引了我的注意力:潘脱米(Punt e Mes)。

如今,我才知道那瓶让我深深着迷的潘脱米(第4页)原来是卡帕诺的开胃酒。它已有150年的历史,这仿佛把我带到了那个遥远的时代。

就像对《追忆逝水年华》中玛德琳的喜爱一样,我的脑海中出现了电影片段似的回忆:随着画面定格,镜头停在长方形的大桌子上,我们兄弟俩在父母的责备声中嬉笑追逐;然后,镜头移到那个充满“魅力”的餐柜玻璃门前。

我看见祖母用钥匙打开柜门,取出酒瓶。它们是多么美丽,闪烁着迷人的光芒。然后祖母将围成一圈的水晶玻璃杯逐一斟满。空气中传来了香气,我感觉“对了,就是这个开胃酒”。

于是大人们开始把酒言欢,小孩子只有羡慕的份。那些画面、那种味道,至今依然萦绕在我心中。那个贴着斜角商标的酒瓶,仿佛一台时光机,忧郁地、步履蹒跚地把我带回了祖母家。温柔如斯。

关注我们



**BarTales** 调酒世界 2020年9月 | 第二期

执行总编: Melania Guida  
(melaniaguida@bartales.it)

编辑: Fabio Bacchi  
(fabiobacchi@bartales.it)

美术编辑: Cinzia Marotta  
(grafica@bartales.it)

贡献者: Giulia Arsellì, Alessandro Palanca,  
Theodora Sutcliffe

翻译: TLMG-GROUP - Brescia (BS) Italy

数字版编辑: SKILL LAB srl (assistenza@s-lab.it)

本刊于2013年8月7日进入Tribunale di Napoli发行  
登记, 登记号: 35

BARTALES-保留所有权利。不得以任何形式或手段复  
制本出版物的任何部分。本刊保留一切法律追究的权  
利。

如对版权或未识别图片持有版权主张者, 请联系

Bartales

理性饮酒



# 深藏不露的150年经典

## 个半世纪的荣耀 鸣惊人的开胃酒

撰文：ALESSANDRO PALANCA

威末酒中添加苦味属于典型的美国口味。而在意大利，将甜威末酒和奎宁的苦味结合在一起则始于一故事

150年前，1870年4月19日，在一个著名的酒庄里，发生过一些传奇般的真实故事。酒庄的始创者叫路易吉·马伦达佐 (Luigi Marendazzo)，安东尼奥·本尼迪托·卡帕诺 (Antonio Benedetto Carpano, 1764-1815) 也曾经在此地工作。1847年，安东尼奥·本尼迪托·卡帕诺的孙子朱塞佩·贝尔纳迪诺继承了祖业，并将酒庄商业化。朱塞佩是一位皮埃蒙特的中产阶级，他热爱当地出产的葡萄酒，并且对芳香材料具有丰富的知识和经验。他想创制出一种既保留葡萄酒的风味，又融合香脂和芳香物质的优点和特质的佳酿。因此，就诞生了朱塞佩·卡帕诺利口酒和威末酒庄 (Fabbrica di Liquori e Vermouth Giuseppe Carpano) 【前身是马伦达佐与康米亚 (Marendazzo



潘脱米  
左图，阿尔曼多·泰斯塔。上图，安东尼奥·本尼迪托·卡帕诺。接下来的页面是品牌的一些广告。



e Comia)酒庄】，位于卡斯泰洛(Castello)广场商店街18号。多年以来，他在实验室中不断研究，对材料进行蒸馏、煮沸和浸泡制成混合液，一再对配方进行测试(配方迄今为止都是保密的)，然后才与本地出产的白葡萄酒搭配。在19世纪的下半叶，一种新的威末酒在卡斯泰洛广场和夫人宫(Palazzo Madama)前诞生了。在都灵最重要的交汇点，它的诞生也标志着卡帕诺公司的起点。1870年4月19日将成为意大利最具代表性的烈酒之一的生日，为人们所纪念。每一位客人对威末酒的口味都不一样：有的人喜欢偏甜的口味，会要求在酒中添加香草；有的人喜欢苦味，则要求添加奎宁。每一位客人对威末酒的口味都不一样：有的人喜欢偏甜的口味，会要求在酒中添加香草；有的人喜欢苦味，则要求添加奎宁。

Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**



ITALIAN HERITAGE

*Gin Crocodile  
Del Professore*

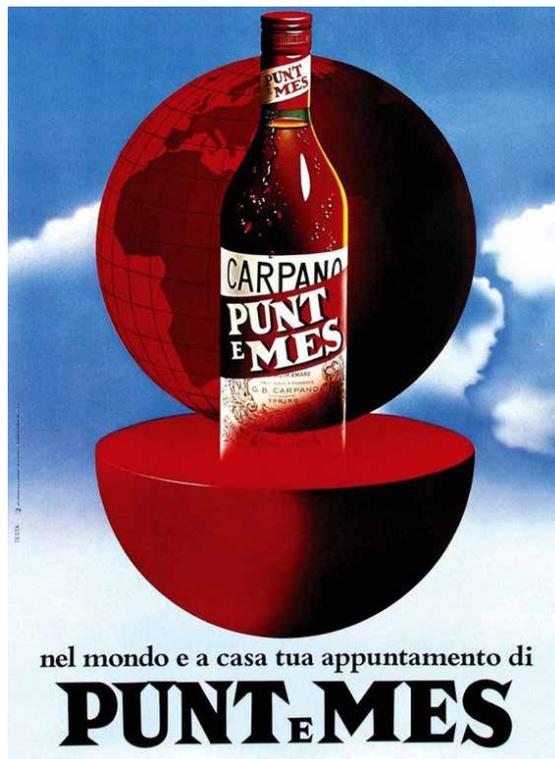
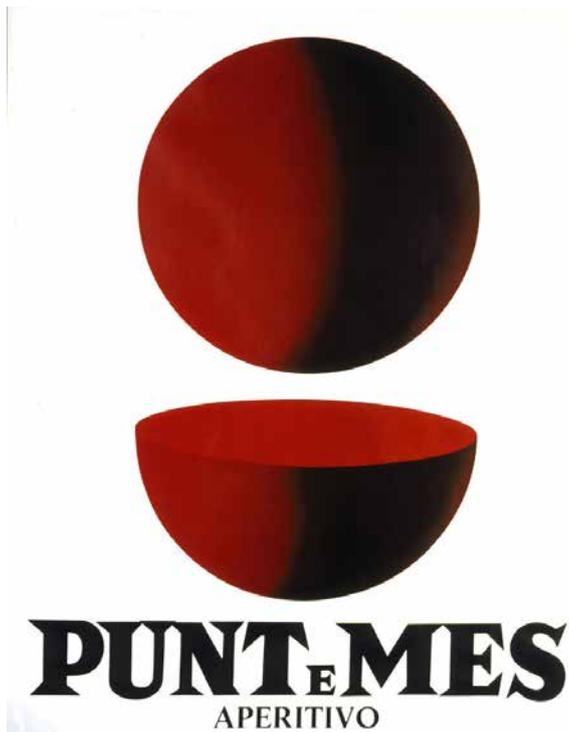
GIN TONIC

- 4 cl Crocodile Gin
- 15/16 cl tonic water
- lemon or orange zest

Pour 4 cl of Gin in a highball glass filled with ice and finish with tonic water. Garnish with lemon or orange twist.

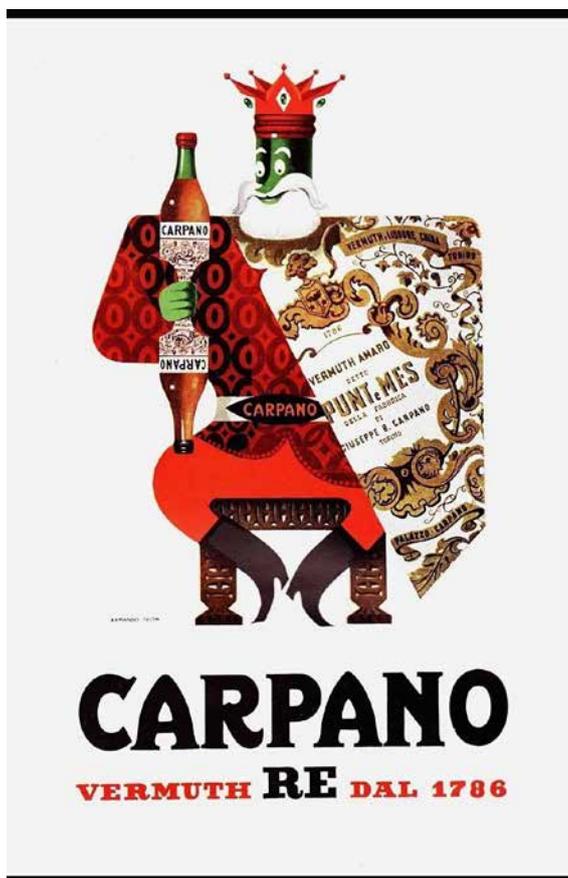


*Tradition, terroir, people*  
delprofessore.it



那一天，在卡帕诺酒吧中，一位股票经纪人和他的同事正在热火朝天地讨论着某些股票上涨了一个半百分点。到了午餐时间左右，他点了常喝的开胃酒——一杯卡帕诺威末酒，外加一半份量的奎宁。在点饮品时他喊道：“... un punt e mes!” 在皮埃蒙特方言中，这句话的意思是“一度半”（译者注：一度甜味，半点苦味）。于是，这种开胃酒饮用方式便流行了起来。

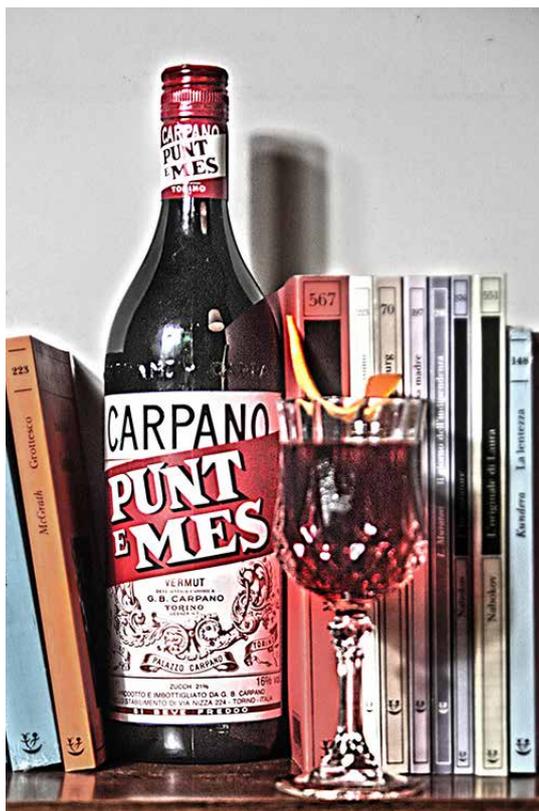
到店里喝酒的顾客也开始使用这个名字，后来更是在那不勒斯发展为一个手势。于是使用手势来点这款开胃酒也逐渐变得司空见惯。手势是这样的：举起拇指表示一度，并在空中水平画一条直线，表示一半。在酒吧里做这个手势即可下单。



而故事来则自当年的酒保毛里齐奥·博埃里斯 (Maurizio Boeris) 的口述。这一独特的饮用方式启发了卡帕诺制作出一款带苦味的威末酒, 并将其命名为“潘脱米” (Punt e Mes)。

意大利历史上不少大名鼎鼎的人物都曾到过这个酒吧, 例如: 卡米洛·奔索·加富尔公爵 (Camillo Benso Count of Cavour)、马西莫·达泽利奥 (Massimo d' Azeglio), 路易吉·布罗费里奥 (Luigi Brofferio), 乌尔巴诺·拉塔齐 (Urbano Rattazzi), 朱塞佩·威尔第 (Giuseppe Verdi), 阿里戈·博伊托 (Arrigo Boito) 和朱塞佩·贾科萨 (Giuseppe Giacosa)。意大利的统一为卡帕诺的工业转型创造了有利条件。

第一次世界大战导致酒庄暂时停业。奥塔维奥·卡帕诺 (Ottavio Carpano) 于1917年去世, 他的遗孀玛蒂尔德·戈沃内 (Matilde Govone) 接手公司的管理。二十年后, 都灵实业家西尔维奥·图拉蒂 (Silvio Turati) 接管了公司。新的管理者保留了公司的结构和生



产技术,并在此基础上制定了新的营销策略,甚至包括国际销售的计划。

潘拖米的品牌广告也是一则十分成功的典范。

20世纪兴起的广告代理商决定了新传播媒体的需求。卡帕诺和当时著名的艺术家合作,以充满创意的方式宣传品牌形象。莫赞(Mauzan)和杜多维奇(Dudovich)等艺术家创作的海报至今依然令人印象深刻。

卡帕诺的广告成功地建立起一种意大利传统的“视觉形象”。1950年代初期,随着社会进入“消费时代”,广告也必须回应一个生机勃勃的时代。一位才华横溢的设计师为卡帕诺设计了一系列极具现代主义的广告。他的工作室——泰斯塔工作室(Studio Testa)曾经是意大利最具代表性的传播和广告代理商之一。

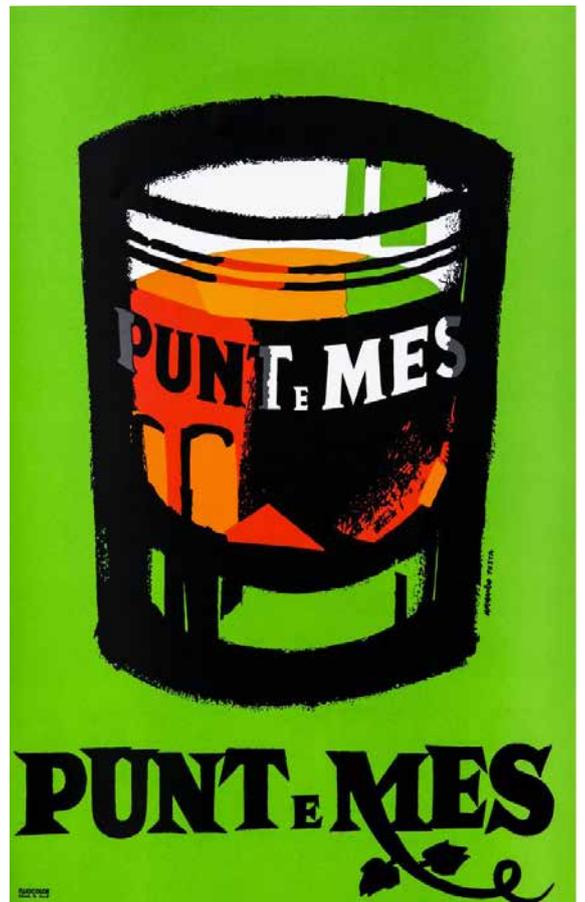
这位设计师就是来自都灵的阿尔曼多·泰斯塔(Armando Testa, 1917-1992年)他认为世界是白色的背景,上面有红色,就像他为潘脱米制作的海报一样。在他明亮的工作室中刷了红漆的墙上,自豪地展示着这些海报。1956年他创作的“卡帕诺干杯”系列海报中,描绘了加富尔公爵和卡帕诺国王的形象。海报上的国王代表着当时的流行文化和狂欢传统。

在1950年代的广告界,幽默重新流行起来,尤其是讽刺漫画式的幽默。在卡帕诺和潘脱米的广告中,商品被拟人化。这些拟人化的商品与维克托·伊曼纽尔二世、加富尔公爵、拿破仑和威尔第等历史人物一同举杯,宣传着他们所代表的品牌。泰斯塔在1960年设计的潘脱米海报堪称经典。其形象为一个球体和一个半球体,设计的理念来自他在旧金山唐人街偶然看到的一个日本玩偶。其含义就是潘脱米(一度半)。著名设计杂志《Linea Grafica》对海报如此评论:“它在设计上的纯粹性,形式上的干净利落,以及对概念的出色概括能力,都与一种有的放矢、一针见血的传播方式有关。”“它不难懂,且容易记住,可谓意大利平面设计的最高典范之一”。





潘脱米  
上图，“红钩”  
鸡尾酒。



而潘脱米的电视广告也同样引人注目。1964年的“我与潘脱米有个约会”（Appuntamento di Punt e Mes）的广告占据了60年代Carosello电视广告系列的半壁江山，后来的广告也延续了这一主题。

2001年，布兰卡酒庄（Distillerie Branca）收购了卡帕诺及其产品。从那以后，布兰卡酒庄的营销策略为卡帕诺品牌注入了新的活力。

今天，凭借着无可挑剔的设计，潘脱米成为了完美开胃酒的代名词——经典、百搭、味道迷人。它仍然是卡帕诺家族（Casa Carpano）的主打产品之一。

其酒液色彩鲜明，有着托帕石的色调，并带有混合香草和草药的芬芳，其中奎宁和丁香的香气尤其明显。在口感上，入口甘甜，略带怡人的橙皮味。然后，味道逐渐演变为奎宁独有的苦味，最后又以甜味结尾。

在本世纪新调酒风格的热潮中，潘脱米再次受到了广大调酒师的青睐。作为起泡酒别具一格的良伴，它在尼格罗尼（Negroni）、阿美利加诺（Americano）和曼哈顿（Manhattan）等鸡尾酒中都扮演着主要角色。有鉴于此，我们想到了由坎帕尼亚调酒师温琴佐·埃里科（Vincenzo Errico）调制的经典鸡尾酒“红钩”（Red Hook）。

“红钩”诞生于2001年，是表现“翻转”概念的一个典型示例。当时，温琴佐·埃里科在传奇调酒师萨沙·彼得拉克（Sasha Petraske）建立的纽约Milk & Honey酒吧工作。在调酒大师戴尔·德格罗夫（Dale DeGroof）的指导下，温琴佐研究了“曼哈顿”鸡尾酒的调制，并以一种独特的方式对其进行复兴。他保留了黑麦威士忌作为基础，用潘脱米代替了红威末酒和苦精，并用几滴Luxardo Maraschino代替了酒浸樱桃。不加装饰物，保留Milk & Honey的典型风格。红钩被认为是20世纪25种最具影响力的饮品之一。潘脱米的传奇也得以鲜活地延续，并迎来150周年华诞。

Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**

ITALIAN HERITAGE



*Vermouth di Torino Rosso  
Del Professore*

NEGRONI

- 4 cl Vermouth Rosso Del Professore,
- 2 cl Bitter Del Professore,
- 2 cl Gin Monsieur,
- ice-cold soda at taste.

*Serve in an Old Fashioned glass filled with ice, mix and garnish with lemon and orange zest.*

*Tradition, terroir, people*  
delprofessore.it

# 夏莱特， 王后的威末酒

## 弗兰切斯卡·巴瓦复兴的正宗都灵古老配方

撰文：GIULIA ARSELLI



威末酒 (Vermouth) 通过越来越多的知名品牌 (无论是传统品牌还是现代品牌) 重新登上舞台。其中包括小众的或恪守传统的品牌, 它们都是小型家族企业, 注重品质, 并且是行业的栋梁。

这场现代的威末酒热潮 所带来的好处之一是, 它启发调酒师和消费者去发掘那些存在已久的小品牌。在过去, 它们的存在感一直被大品牌铺天盖地的营销活动所淹没。久而久之, 古老的牌逐渐被人遗忘, 有些暂停业务, 而有些则永远退出了历史舞台。但有的时候, 小品牌的东山再起也会出奇制胜, 就像大卫击败巨人哥利亚那样。夏莱特 (Chazallettes) 正是这样的一个例子。它的重新崛起, 与一个家族息息相关: 那就是为复兴意大利威末酒作出了重大贡献的巴瓦 (Bava) 家族。

巴瓦家族凭借着科基 (Cocchi) 威末酒, 通过一系列营销战略向世界推广“都灵经典威末酒” (Vermouth Classico di Torino) 的品质, 成功地使其成为受认可的酒类。如今, 弗兰切斯卡·巴瓦 (Francesca Bava) 决定帮助另一个历史悠久的品牌: 夏莱特, 恢复昔日的荣光。

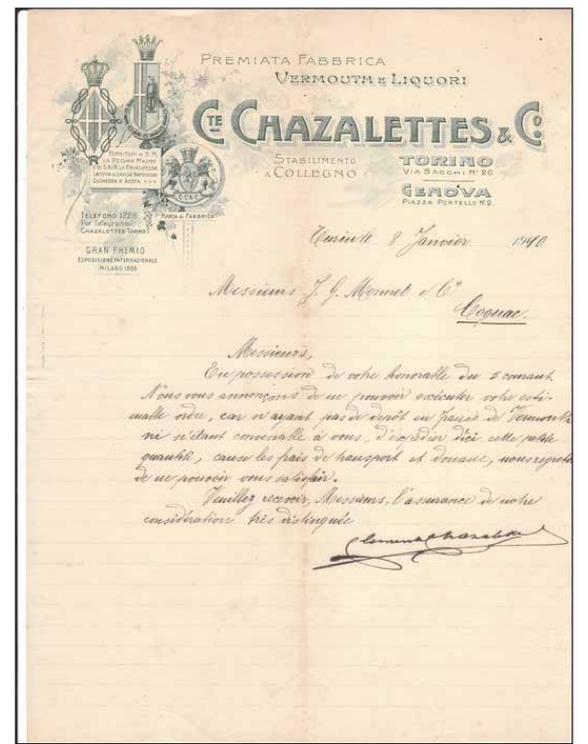
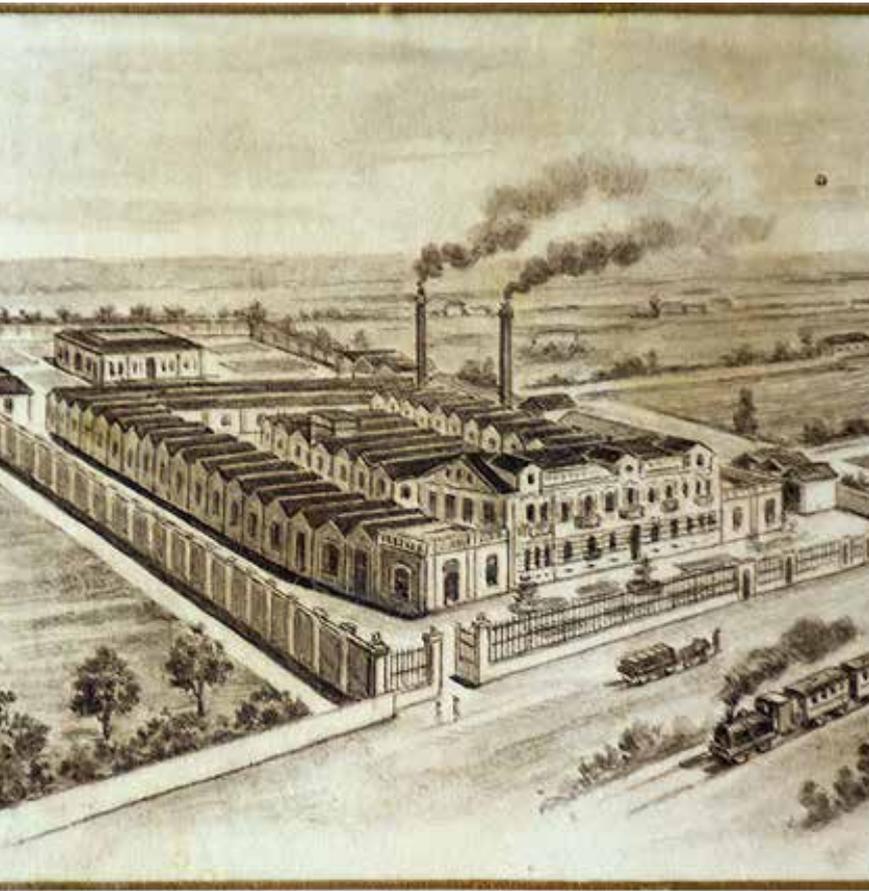
夏莱特家族与萨丁王国有着千丝万缕的联系。夏莱特家族来自尚贝里 (Chambéry), 1860年对他们而言是具有历史意义的一年。那一年, 萨伏依公国被割让给法国。来自尚贝里的夏莱特家族决定移民到都灵, 后者是当时撒丁王国的首都。克莱门特·夏莱特 (Clemente Chazallettes) 是一名农业技术专家, 曾在阿尔代什 (Ardeche) 的一家公司任职。因此, 他顺理成章地成为了Martini & Sola的生产经理, 该公司是威末酒最古老和最知名的制造商之一。

1876年, 年仅40岁的克莱门特决定开设自己的公司。他创立了威末酒和烈酒厂“Cte. Chazallettes & Co Premiata Fabbrica di Vermouth e Liquori”, 厂址位于萨基大街



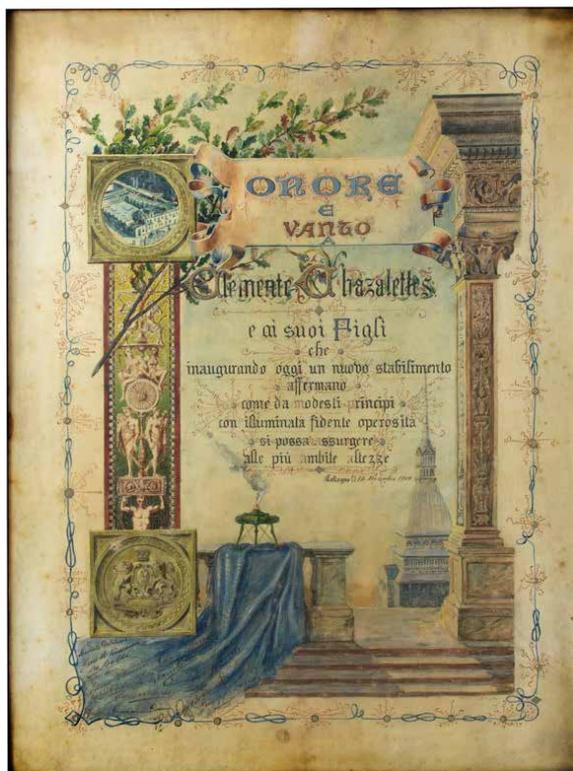
生产商  
弗兰切斯卡·巴瓦  
和乔瓦尼·夏莱特

(Via Sacchi), 毗邻都灵的新门(Porta Nuova)火车站。其酿造的新威末酒广受欢迎, 欣赏者中还包括萨伏依王朝的女性, 如玛格丽塔 (Margherita) 王后和利蒂希娅 (Laetitia) 公主。王室的垂青意味着夏莱特可以在其标签和信笺上贴上王冠标志。

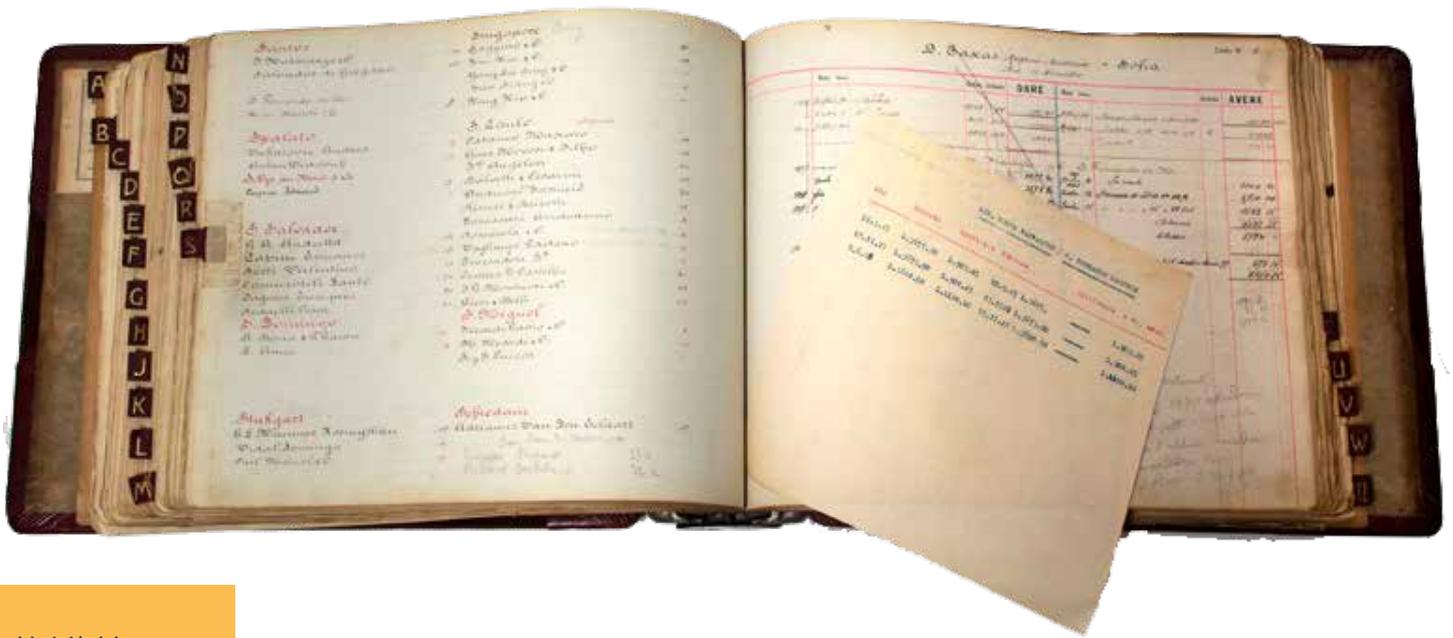


历史  
上图，1909年的  
酒厂。上图，皇  
家徽章。右图和  
相邻页，一些荣  
誉证书。

除了威末酒之外，不久后酒厂也开始酿造其他烈酒和利口酒。由于生产量的增加，夏莱特于1909年开设了一家新的酒厂。厂房占据了铁路旁的优越位置，占地20,000平方米，拥有40名员工，这意味着新工厂是效率和创新的典范。到了1910年至1920年间，夏莱特的产品大量出口海外，公司迎来了“黄金时代”。当时的运输记录显示了夏莱特是如何驰名海外：从新加坡到韦拉克鲁斯，从埃及亚历山大到特古西加尔巴，从纽约到索非亚，到处都有它的出现。身在美洲、加拿大、法国和德



国的许多意大利移民都非常喜爱这种来自祖国的酒。当时，酒吧是人们常去的社交场所。有见及此，阿方索·夏莱特 (Alfonso Chazalettes) 决定在都灵的城堡广场 (Piazza Castello) 前开设酒吧。因为酒吧的位置也正对着皇宫和夫人宫 (Palazzo Madama)，故此命名为“皇家酒吧” (Bar Impera)，该名称也彰显了夏莱特旗下产品的地位。在进行了近一个世纪的糖浆和利口酒生产之后，夏莱特的故事在1970年代告一段落。



档案资料)  
一些记录了公司  
过去活动的照  
片。右页,夏莱  
特现在的酒瓶。



今天,家族的继承人乔瓦尼·夏莱特 (Giovanni Chazalettes) 在弗兰切斯卡·巴瓦的帮助下找到了新的活力,再次延续品牌创始人克莱门特的梦想,并以古老的家族配方作为起点。

夏莱特故事的新篇章引起了调酒师和消费者的关注,在这世代相传的过程中,酿制利口酒这门古老艺术的魅力重新展现于世人眼前,同时也见证了众人为了保存都灵文化遗产所作出的共同努力。今天,我们可以再次品尝古法酿制的“王后红威末酒”(Vermouth Rosso della Regina)和“特干威末酒”(Vermouth Extra Dry),这两种威末酒都在历史中得到了保留。



“王后红威末酒”（酒精含量16.5%）是使用红酒酿制的都灵威末酒，根据克莱门特·夏莱特于1876年的正宗配方制成。其中除了艾蒿，还具有皮埃蒙特地区药草的风味，如香薄荷和马郁兰，以及其他具异域风情的药草如黄葵和芫荽。酒名中的“王后”指的是萨伏伊王朝的玛格丽塔王后，她于1907年给夏莱特品牌颁发了皇家专利，赋予其拥有王冠标志的资格。

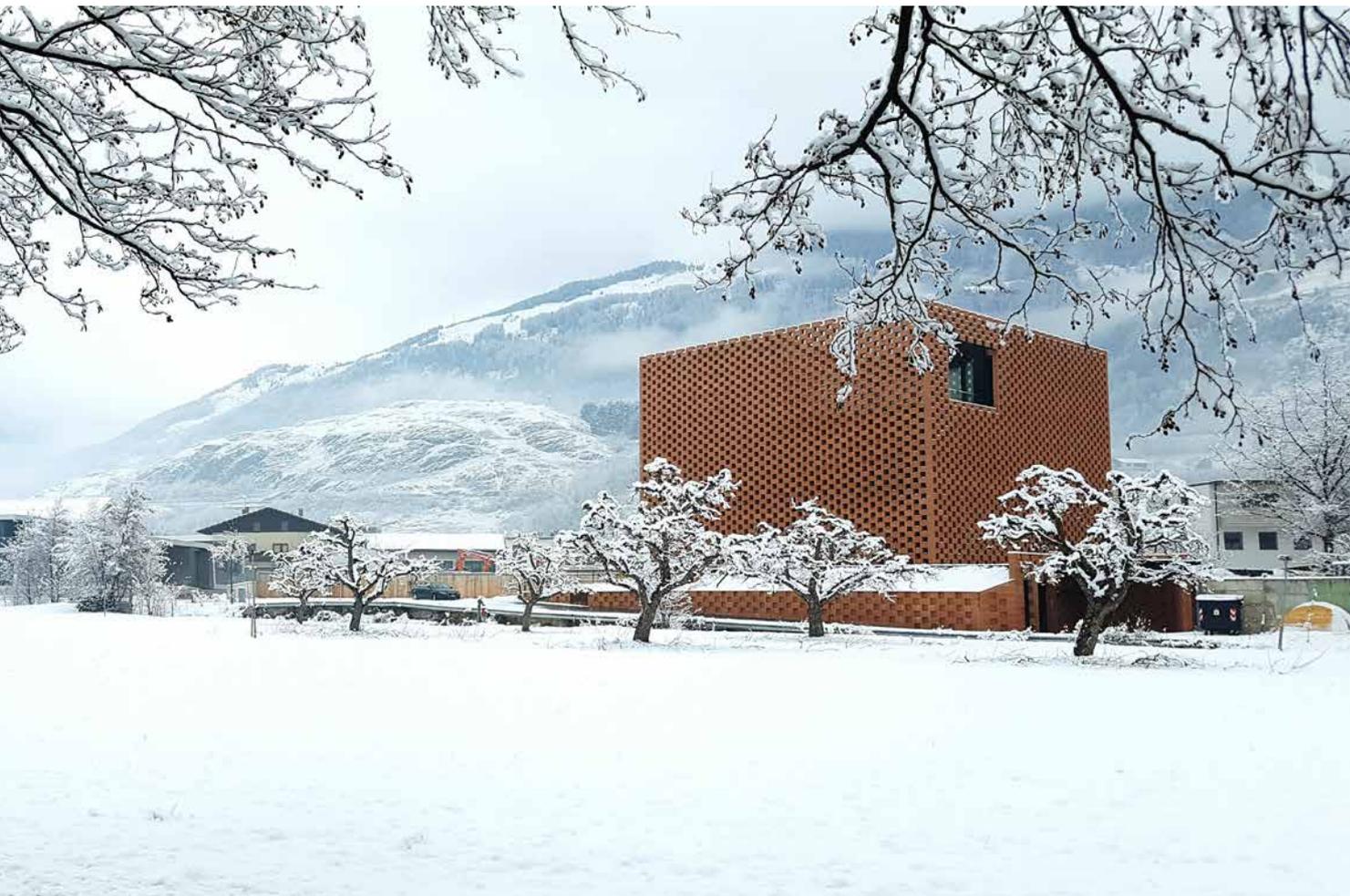
“特干都灵威末酒”（酒精含量18%）带有柑橘皮的清新感，被皮埃蒙特阿尔卑斯山的香草气味所包裹，并带有少许杜松和其他香料的香气。

在威末酒开始活跃于国内和国际这一振奋人心的时刻，夏莱特家族重现都灵威末酒黄金时代的愿景，已经成为了弗兰切斯卡·巴瓦的真正使命。

新的夏莱特威末酒在都灵夫人宫亮相，这并非巧合。“皮埃蒙特像是召唤我回家，这股强烈的归属感使我结束了始于米兰的职业生涯，”弗兰切斯卡·巴瓦说道，“我转而投入这个富有意义的项目，致力于将我故乡的历史文化与我热爱的事业相结合，在我所处的这个年轻活力的消费主义新世界中，复兴古老的酿酒配方。”（

在过去数月中推出的两款威末酒，都是经过一年多对葡萄酒、香料和历史进行研究的成果。巴瓦的其中一个目标是为威末酒的世界增添女性的光彩，她说：“我主要和女调酒师合作，并且该项目是特意安排在都灵夫人宫亮相的。红威末酒是向萨伏依的玛格丽塔王后和利蒂希娅公主的致礼。”

这一古老品牌的复兴代表着整个威末酒品类和酒文化爱好者的长足发展。现在，他们可以再次品尝古方酿制的都灵威末酒的原汁原味，而更多致力于寻找正宗、匠心独运的高品质酒品的调酒师也有了新的目标。



# 立方体酒庄的威士忌

源自瓦尔韦诺斯塔的佳酿故事 阿尔伯特·埃  
宾斯伯格和意大利单一麦芽威士忌

撰文：FABIO BACCHI

这是一个“意大利制造”的项目，从热情发展成为事业，我们相信它将会吸引全世界威士忌爱好者的关注。经过最初数年的等待，在酒的熟成和完善的过程中，我们即将迎来成果。

这是一个古老而美丽的故事，也是一个凭着勇气、知识、专注和耐性而作出改变的故事。我们要讲述的是意大利威士忌的故事，也是普尼（Puni）威士忌与阿尔伯特·埃宾斯伯格（Albert Ebensperger）的故事。记得在数年之前，我曾听说过一种产自上阿迪杰地区（Alto Adige）或南蒂罗尔地区（South Tyrol）的威士忌，当时我就表示疑惑。后



瓦尔韦诺斯塔  
埃宾斯珀格家族  
和公司所在地。



来发现也不止我一个人有这样的错误判断。从历史的角度来看,这并非意大利本土威士忌的首例。但是一般来说,地区公司生产的威士忌,其民俗和地方意义较为浓厚,通常被视作收藏品。

但普尼威士忌不一样,它从一开始就以登上世界威士忌舞台、与其他知名的威士忌一较高下为目标。台湾,日本和印度的经验告诉我们,没有不可能之事。我们刚到达本次采访的目的地,就被一座立方体建筑物所吸引。欢迎来到普尼酒庄。该立方体建筑高13米,由相互偏移的红色混凝土砖砌成,是本土建筑师沃纳·特肖尔(Werner Tscholl)的



作品。施工历时两年半。设备位于较低的楼层。这座建筑形式新颖且充满现代感，并与周围的景观完美融合在一起，尽管如此，我们也不要一叶障目。实际上，这种风格的灵感源自于当地典型的谷仓窗户，体现了传统与现代的互动。这种别具一格的庄重感还体现在设计师克里斯蒂安·扎诺蒂 (Christian Zanotti) 所设计的酒瓶包装上，它深受大众的欢迎。普尼威士忌酒瓶现代简约的设计曾于2016年伦敦的世界威士忌大奖中获得世界最佳设计奖。

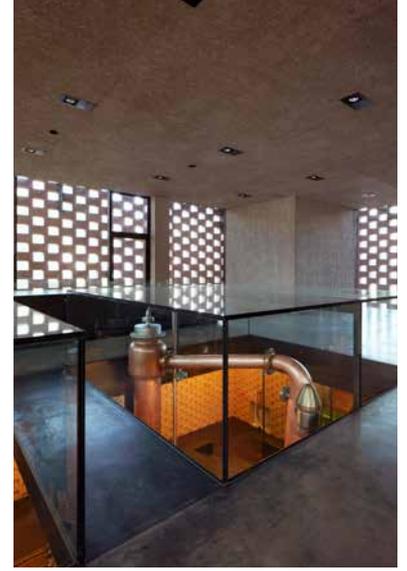
普尼威士忌酒庄奠基于格洛伦扎 (Glorenza)，坐落在阿尔卑斯山的奥尔特勒山脉脚下、风景如画的小镇瓦尔韦诺斯塔 (Val Venosta)。在苏格兰，人们习惯以产地来命名威士忌，因此普尼威士忌也沿袭了这一传统。普尼是横跨瓦尔韦诺斯塔的河流，其源头在意大利境内阿尔卑斯山3,391米处。鉴于瓦尔韦诺斯塔良好的谷物种植传统，在海拔1000米以上也可种植作物，因此在当地便能找到原材料。

蒙特玛丽亚 (Monte Maria) 修道院是欧洲海拔位置最高的本笃会教堂，它耸立在一片黑麦田中，普尼正是使用这古老品种的黑麦酿制的。酿制威士忌的谷物基料的选择

# The Italian Liquor



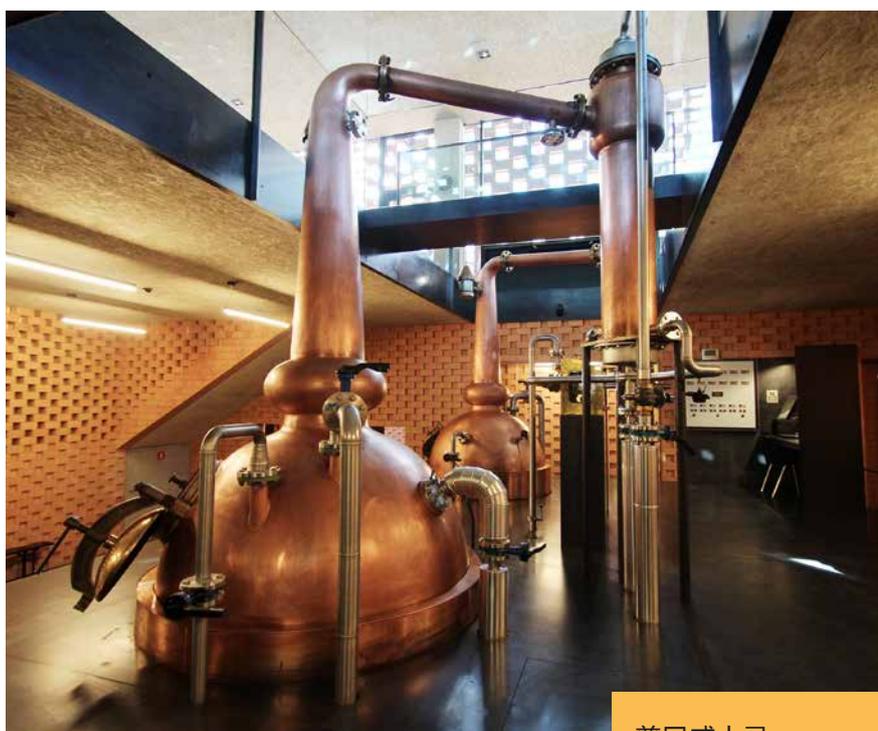
LIQUEUR PRODUCED BY COMPAGNIA DEI CARAIBI ITALY • DRINK RESPONSIBLY



瓦尔韦诺斯塔  
上图，酒庄和酒  
窖内部。上图，  
蒙特玛丽亚修道  
院。

取决于黑麦,小麦和大麦的发芽混合物,不同作物的香气和特性在混合中的平衡决定了意大利麦芽威士忌的特质。首先,谷物被置于五个10,000升的大桶中进行长达90至96小时的发酵。酿制过程所使用的蒸馏器是由埃宾斯伯格参与设计,并由A. Forsyths & Sons in Rothes手工打造的壶式蒸馏器。

2月24日下午4时30分,普尼进行了第一次蒸馏。酒汁蒸馏器的容量为3,000升,烈酒蒸馏器的容量为2,000升。加热时使用的不是蒸汽,而是现代化的水浴系统,可以精确地控制温度。第一次发酵持续约6小时,第二次发酵降至3个小时,每年共发酵12万升无水酒精。南蒂罗尔地区的典型气候为夏季炎热、冬季寒冷,这加速了存储在地表桶中的威士忌的陈化。盛有经过长时间陈化馏出物的酒桶放置在特殊的地下储藏室中,也



就是第二次世界大战的掩体。由于其温度较低，因此蒸发较少。值得注意的是，普尼威士忌通常使用装过黑皮诺 (Pinot Noir) 和玛萨拉酒 (Marsala) 的酒桶进行陈化。经过两次蒸馏并在不锈钢酒桶中放置3-6个月后，纯普尼 (Puni Pure)，意大利的第一款单一麦芽威士忌 (如果您有一瓶，请好好珍藏) 正式问世，它旨在让您品尝最年轻的新白兰地。自此以来，更多佳酿还在不断涌现。比如下面我将要提到的。它们应该得到更多的关注和尊重，因为总有一天，意大利的麦芽威士忌将与其盎格鲁-撒克逊对手在世界市场上占有一席之地。到那时，我们将会自豪地说我们从一开始就对它充满信心。而意大利的烈酒行业也有充分的理由为这“阿尔卑斯高原”的瑰宝感到骄傲，因为它是“意大利制造”高品质的代表。

普尼威士忌  
左上，地堡。上  
图右边，  
ALBRECHT 和  
JONAS  
EBENSPERGER。  
上图和右图，酒  
庄内部的一些照  
片。



普尼威士忌  
下图，金普尼  
( PUNI  
GOLD ) 和 普尼  
VINA玛萨拉版  
( PUNI VINA  
MARSALA  
EDITION ) 。



## 金普尼 ( PUNI GOLD )

这是意大利麦芽威士忌的经典风格。仅在首次盛装波本酒的酒桶中陈化，是一种芬芳优雅的威士忌，有着明亮的金色和永恒的风格。金普尼在传统的仓库中熟成，得益于南蒂罗尔地区的天时地利：夏季炎热干燥，冬季寒冷潮湿。寒暑气候的差异自然地催化了威士忌的熟成，使金普尼呈现出精致而柔和的口感，以饱满和深沉的甜味为主导。味道是夏季水果和甜香草的和谐组合，并辅以淡淡的辛辣橡木味。酒精浓度 43% - 波旁酒桶中陈酿5年。具有香草、芒果和胡椒的香气。



## 普尼VINA玛萨拉版 ( PUNI VINA MARSALA EDITION )

VINA属于在酒桶中熟成的威士忌的一种。“Vina”在拉丁文是“酒”的意思，每个版本都展现出多种不同的香气。在VINA玛萨拉版中，占主导地位的是坚果蛋糕的香气。奶油核桃和甜葡萄干包裹着樱桃果盘的香气，并带有肉桂，李子和橘子皮的气味，散发出浓郁的芬芳。酒精浓度 43% - 初酿马萨拉酒桶中陈酿5年。葡萄干、肉桂和核桃的香气。

## 普尼诺瓦 ( PUNI NOVA )

这是意大利酿造威士忌的一种高纯度新品。它体现了威士忌酿造的创新工艺：首先在美国橡木桶中陈化3年，然后在欧洲橡木桶中精制。普尼诺瓦是一种浅色威士忌，带有柑橘和谷物的水果香气。精致的橡木味与甜美的意大利黄金面包、香草味相映成趣。鼻后嗅觉是香蕉和蜂蜡的芬芳，使其气味的层次愈显丰富。普尼诺瓦是一种适合夏天饮用的威士忌：它兼具柔滑、新鲜和甜美。酒精浓度43%。蜂蜜、香蕉和香草的香气。



普尼威士忌  
从左到右，普尼  
诺瓦 (PUNI  
NOVA)、普尼  
阿尔巴 (PUNI  
ALBA)、普尼  
索莱 (PUNI  
SOLE) 和黑普  
尼 (PUNI  
NERO)。

## 普尼阿尔巴 (PUNI ALBA)

阿尔巴 (Alba) 在意大利语中意为黎明，但它也是苏格兰的盖尔语原名。阿尔巴在来自西西里岛的备受追捧的初酿马萨拉 (Virgin Marsala) 桶中陈化3年，并在苏格兰的豌豆威士忌酒桶中进行精制。阿尔巴的味道 (Alba) 是丰富的水果风味与艾斯莱 (Islay) 特有的烟熏味的和谐结合。从芳香的角度来看，它是一种适合冬季饮用的威士忌。它稍带玉米素的风味、蜂蜜和肉桂的甜味，并有浓郁的酒香和辛香。少许烤苹果和可可的味道为其风味带来一些意外惊喜。蜜饯和柑橘类水果的香气与清淡优雅的豆味相结合。酒精浓度 43% - 马萨拉和艾斯莱酒桶酿制。深色水果、泥煤和丁香的香气。

## 普尼索莱 (PUNI SOLE)

先在波旁酒桶中陈酿2年，然后在佩德罗-希梅内斯 (Pedro Ximénez) 雪利酒桶中精制2年。通常为甜味，带有蜂蜜、甜瓜和血橙的强烈香气，与核桃的油脂味和淡淡的橡木味形成对比。索莱这个名字突出了雪利酒酿制中的两个关键时刻。酒精浓度 46%—陈酿4年。散发出森林蜂蜜、橡木和血橙的香气。

## 黑普尼2017年限量版 (PUNI NERO LIMITED EDITION 2017)

这是限量版的丰富果味威士忌，在当地上好酿酒厂的黑比诺葡萄酒桶中陈酿。南蒂罗尔地区是一个著名的葡萄酒产区，并且由于气候原因，它是意大利为数不多的种植多个品种黑皮诺葡萄的地区之一。制作此限量版仅使用了少数精选的酒桶。黑普尼结合了种植小麦和葡萄的悠久历史，展示了南蒂罗尔地区的独特风味。限量生产3000瓶。酒精浓度 46%—在黑比诺葡萄酒桶中陈化4年。李子、浆果和橙皮的香气。此外还有2016年版的黑普尼。



# “眼泪” 鸡尾酒十强：享受新加坡

Nutmeg & Clove酒吧的科林·奇亚（Colin Chia）是新加坡顶尖的调酒师之一，他和我们分享了对于这座城市的热情，并谈到酒吧重开后应如何享受这里的夜生活，还为我们带来了“黑眼泪”（Black Tears）的调酒配方。

撰文：THEODORA SUTHCLIFFE



科林的调酒师生涯始于1996年,现在他已经是新加坡著名酒吧Nutmeg & Clove的所有者,并与调酒界大师上野秀久(Hidetsugu Ueno)共同经营曼谷的Locker Room酒吧。出生于新加坡国庆日,科林对这个城市充满自豪感,他也是首位开设新加坡主题酒吧的经营者。在他最近推出新的鸡尾酒菜单“风味与回忆第三卷”(Flavours and Memories Volume Three)之后,他为大家展示了城市的亮点,以供资深旅客探寻美味和新旅客制定游览计划。

#### **新加坡街头小吃的最佳去处在哪里,有推荐的小吃吗?**

对于这个问题,我相信每个当地人都有自己的见解。我最喜欢的一些小食档口在中峇鲁市场(Tiong Bahru Food Market),那里的炒福建面、炒粿条和叉烧都相当有名。另一个我推荐的地方是锦茂小贩中心(Ghim Moh Food Centre),在那里你只需花不到5元星加坡币便可享受一顿美餐。著名的街头小吃有辣椒蟹、海南鸡饭、叻沙(汤面条)和印度煎饼(roti prata)。

#### **在新加坡除了Nutmeg & Clove, 还有哪些不容错过的鸡尾酒吧?**

我强烈推荐 曼哈顿 酒吧,它是世界上最美的酒店酒吧之一,并一直名列世界50强和亚洲50强。另一处是Atlas酒吧——那里的Gin酒塔楼几乎无人不晓。当然还少不了Native酒吧,那里仅使用地区产品,Vijay在寻找材料方面一直都做得很棒。而我最爱去喝冰啤酒的酒吧则是No. 5 Emerald Hill酒吧,它也许是新加坡历史最悠久的鸡尾酒吧。那里没什么花俏的噱头,但无论店员还是顾客都是老熟人了。它于1991年开设,还有两年就到30周年了。

### 新加坡的调酒师下班后一般会去哪里喝酒？

周一到周五，酒吧一般在凌晨1点打烊，而周末则会到凌晨2点或3点打烊。我有孩子，所以一般工作之后就会回家。但是，如果有心情的话，我们也会去当地的KTV(卡拉OK)酒吧唱唱歌、喝点啤酒。调酒师也会一起去吃晚饭，我们通常会去一些营业至早上5、6点的地方，喝点啤酒，吃点东西，聊一下今天发生的事情，或者抱怨一下讨厌的顾客。如果我们提早打烊，那就可能会去Jigger & Pony酒吧。它是亚洲最棒的鸡尾酒酒吧之一，周五和周六营业至凌晨3点。

### 哪些俱乐部最有新加坡风情？

有两种类型。一个叫Thai disco(泰式迪斯科)，是一个亚洲风格的舞厅。泰式迪斯科舞厅里面通常有泰国乐队演奏泰国歌曲，然后有DJ放电子音乐——这是很有本地特色的一种体验。Orchard Hotel的Club Aura就是个不错的去处，我们经常带海外顾客去那里。如果想去比较现代的舞厅，可以去Zouk。这家舞厅在我还是小孩子的时候就已经在了，经营了很长时间。它现在搬到了克拉码头(Clarke Quay)，但依然深受男女老少的喜爱，DJ驻场表演人气很高。

### 新加坡的购物好去处有哪些？为什么？

最主流的推荐应该是乌节路，因为整条街都是购物中心：Ion, Takashimaya, Wisma, Centrepoint。那里有超过10个大型购物中心，可谓一站式的购物天堂。但是，如果你想买一些有特色、传统的东西，推荐去武吉士市场(Bugis Market)的集市和小贩讨价还价。

### 在哪里可以找到最地道的新加坡食材？

我们通常去采购的市场，里面的果蔬店都有20到30年的历史了。如果你想找药草和香料，在小印度(Little India)可以找到咖喱饭综合香料，而在马来村庄甘榜格南(Kampong Glam)则可以找到马来香料。我们就在唐人街市场附近，所以我们通常会去那里买需要的材料。

### 新加坡哪里有很棒的理发店？

我光头所以用不着去理发店。不过我的确知道有些挺有名的理发店：Truefitt & Hill on Ann Siang Hill and Jermyn Street, on Amoy Street.

### 新加坡哪里有喝咖啡的好地方？推荐的原因？

在当地任何一家咖啡馆都可以喝到地道的“kopi”(咖啡)，花1美元不到的价格就能喝到最好的咖啡。那和贵价的6美元美式咖啡是很不一样的。我强烈推荐咖啡和吐司的搭配。里面通常有加了炼奶的本地咖啡、两片涂抹了咖椰酱(椰子酱)和牛油的吐司，以及两个水煮蛋。这就是完美的新加坡早餐，你能得到的最地道的体验。

### 新加坡有什么活动可以让我们去凑热闹？

农历新年结束之前的妆艺游行是一场盛大华丽的活动，充满新加坡文化的特色。

### 告诉我们在新加坡一个不可错过的秘密基地吧？

新加坡政府的管治非常严格，所以我觉得没有什么真正地下的东西。有一个地方叫做



Smith Marine Seafood,它是一个海上的独立岛屿,上面有他们自己的集装箱,您可以在里面选购海鲜,然后让他们为您烹饪。我们也曾经和Bollywood Veggies合作,它是一家当地的农场餐馆,用自己种植的新鲜蔬菜烹煮食物。

### 新加坡风格的“黑眼泪”鸡尾酒

“黑眼泪”是古巴的第一款香料酒,由古巴朗姆酒、咖啡、可可和Aji Dulce甜椒调制而成。自今年5月在新加坡推出以来,其干(口味不甜)、低糖的特点和独特的香料混合使其成为Nutmeg & Clove等酒吧的招牌。

“我们在所有包含香料朗姆酒的经典鸡尾酒中都会使用黑眼泪,”科林说,“它很顺口、实在,并且口味丰富。它其实和汤力水挺配的,但现在您很少见到这样的搭配了。科林的“黑眼泪”招牌调酒以自制的香料胡椒卤水和低糖姜汁啤酒将干香料的风味发挥得更加淋漓尽致。

目前,大家可能会感到全世界都在暂停营业,但我们相信总有一天会重新开放。希望我们能梦想成真。

## 酒谱

### 沉默的泪

- 黑眼泪干香料 45毫升
- 香料卤水 15毫升
- 澄清菠萝汁 40毫升
- 黄瓜糖浆 10毫升
- London Essence姜汁啤酒 充满至60毫升

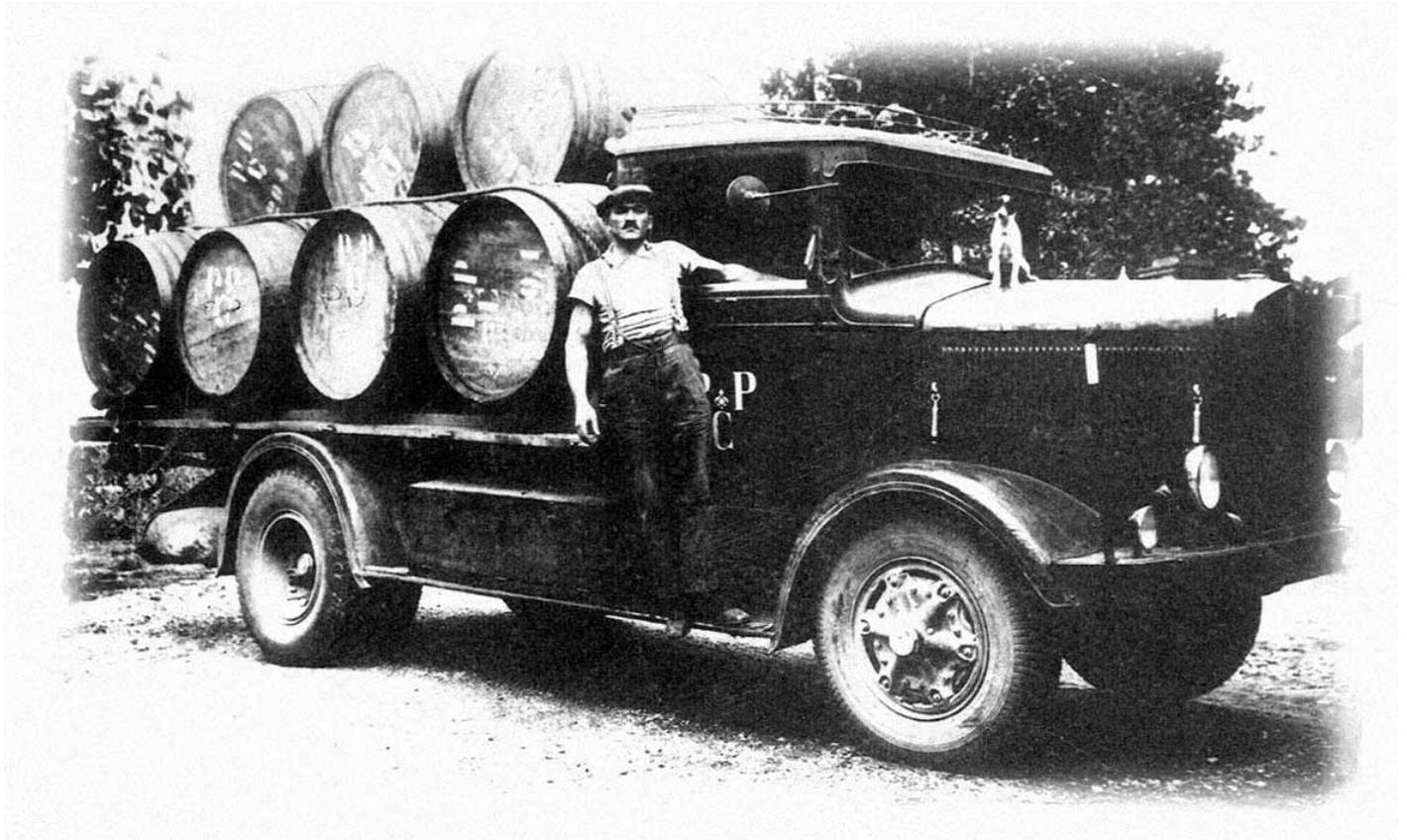
香料卤水制作方法:将100克青辣椒加入100毫升水中煮至沸腾;加入70毫升白醋和15克盐;搅拌均匀,细密过滤后冷却待用。然后,将前四种材料与冰一起摇匀,放入带冰块的高脚玻璃杯中,最后加入生姜啤酒。



## 佩莱格里尼的“埃若乌瓦”

佩莱格里尼有限公司 (Pellegrini SpA) 是意大利烈酒行业中最负盛名的企业之一,其主要业务为高品质葡萄酒和蒸馏酒的进口和国内销售。

佩莱格里尼是一个家族品牌,它与葡萄酒及其传统息息相关。现任公司经营者的曾祖父叫彼得罗 (Pietro),他在贝尔加莫地区一个繁荣的小镇奇萨诺贝尔加马斯科 (Cisano Bergamasco) 经营餐饮业。该餐厅后来还成为了富有历史意义的公司总部。



1904年,他实现了创业的梦想:他在伦巴第(Lombardy)建立了一家销售和批发葡萄酒的公司,此外还提供用于存放酒桶的酒窖。为了建立一个明确的标识,彼得罗创造了PPC品牌——彼得罗·佩莱格里尼·奇萨诺(Pietro Pellegrini Cisano),这是用来命名酒桶的首字母缩写,后来成为公司的标志。从那时起,公司将走上一条兼具传统与创新、高效专业的增长和扩展道路。

在1950年代,彼得罗的儿子安杰洛(Angelo,即现任经营者的祖父),将其经验带到了萨瓦(塔兰托)。在两位儿子吉安·彼得罗(Gian Pietro)和埃马努埃莱(Emanuele)的协助下,安杰洛开设了分店,并开始专注于酿酒。

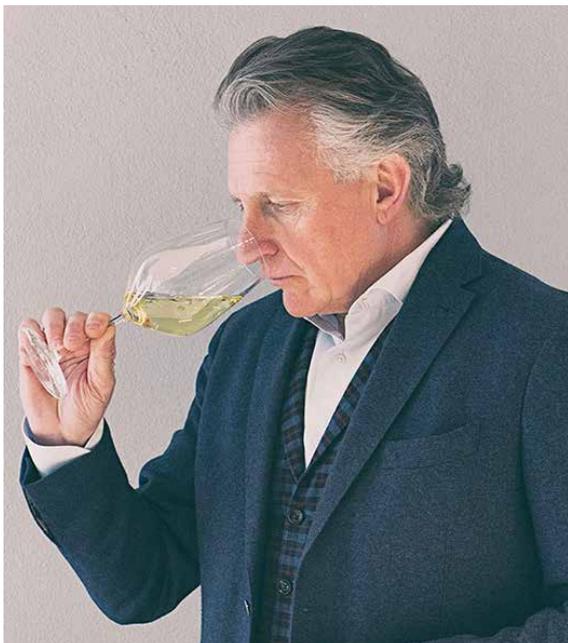
1963年,他在蒙特卢波·菲奥伦蒂诺(Montelupo Fiorentino)买下了一个托斯卡纳农场,并在那里建造了一座新酒窖。这就是佩托尼亚诺酒庄(Fattoria di Petrognano)的诞生,它专门酿制托斯卡纳本地葡萄酒。佩托尼亚诺酒庄的



人物  
 左上的是埃马努埃莱·佩莱格里尼(EMANUELE PELLEGRINI),右边的是路易吉·维罗内利(LUIGI VERONELLI)。上图,1936年的老照片。



作物  
右边，彼得罗·佩  
莱格里尼  
(PIETRO  
PELLEGRINI)  
。上图，葡萄园  
的照片。



瑰宝之一是“酒窖中”的酒窖。这是一个历史悠久的酒窖，保存着公司曾经销售过的著名葡萄酒样品，以及所有停产葡萄酒的最后存货。这里还划分出一个设备完善的区域，供培训和大师班课程使用。近年来，公司引进了“佩莱格里尼私家典藏 (Pellegrini Private Stock, PPS)”系列。该系列包括了从世界各地精心挑选的高品质蒸馏酒，其中一些的陈化过程还专门安排了监测。这些佳酿包括朗姆酒、白兰地、格拉帕酒和一般蒸馏酒。拥有高级格拉帕酒和白兰地的埃若乌瓦 (Erouva) 是佩莱格里尼私家典藏中当之无愧的骄傲。埃若乌瓦这一特别的名称意指这些蒸馏

酒的来源。它们由精选的葡萄酿制而成，并继承了其芳香和优雅。葡萄压榨后的果渣被置于真空容器中蒸馏。蒸馏的设备在低温下运作，目的是尽可能地保留葡萄本身的特色。在钢制或木质酒桶的长期稳定陈化过程中，酒的香气逐渐演化，使风味更加富于层次。但在此同时，酒的主要香气必须得到彰显，因此在酿制技术上要格外用心。

埃若乌瓦就仿佛一根线，将葡萄的风味和杯中物联系起来。该系列包括三种制品：白格拉帕酒 (Grappa Bianca)、5年陈酿格拉帕 (Grappa Riserva 5 anni) 和10年陈酿白兰地 (Brandy Riserva 10 anni)，均附带格调的包装。埃若乌瓦这个名字由意大利文单词“Ero”（我曾经是）和“Uva”（葡萄）组成，以表明酿制格拉帕酒和白兰地的原料。

白兰地酒和格拉巴酒都被誉为意大利的“国酒”。它们所蕴含的地方和传统价值，所秉承的可持续发展和独特风土的理念，吸引了不少高级酒鉴赏人士的亲睐。

## 埃若乌瓦白格拉帕酒 (EROUVA GRAPPA BIANCA)

产品类型：年轻型格拉帕酒

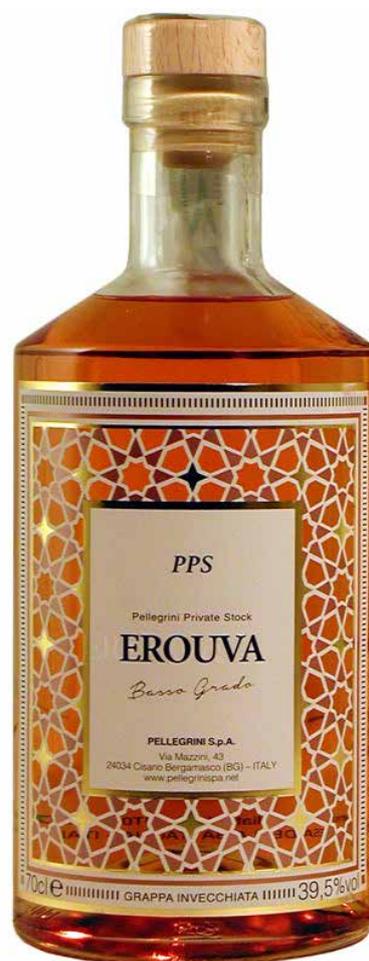
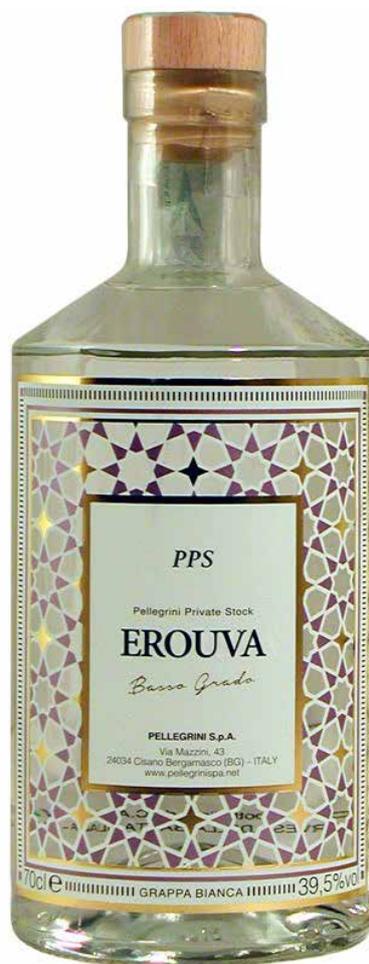
生产年份和装瓶年份：2016年 颜色：澄清，无色透明

气味：浓郁，优雅，精致。酒香芬芳和谐，无锐利感。带有白花、白色水果、鼠尾草和蜂蜜的香气。略带海风气味。

口感：清新包容，回味干。香气持久度：皇家级别。鼻后嗅觉：特别富有花香和辛辣香气。水果：青苹果。略带香草、可可和生姜的气味。

整体评价：现代而精致的格拉帕酒。它与传统格拉帕酒有着明显差异，这主要归功于其酒精的完美平衡，增强了其复杂而精细的芳香结构。

理想的饮用温度：短暂醒酒后，14°C / 16°C。





## 埃若乌瓦 5年陈酿格拉帕酒 (EROUVA GRAPPA RISERVA 5 ANNI)

生产时间:2010年12月。装桶时间:2011年1月。取出时间:2016年4月。装瓶时间:2016年12月。颜色:深琥珀色,带有红宝石色反射光。

气味:复杂、迷人、强大的。包裹着干果香气的香草和香料香调。

口感:威严而持久。天鹅绒般醇香甘美。鼻后嗅觉:榛子、烟草、皮革气味。石南花和谷物的植物香气。枣、焚香和烤面包气味。雪松和小杏仁饼的优雅而甜美的第三层香气。

整体评价:一流的格拉帕陈酿。一入口即揭示其权威型的品质:具有冥想气质。

理想的饮用温度:正确醒酒后(即使只是几分钟),严格室温。



## 埃若乌瓦 10年陈酿白兰地 (EROUVA BRANDY RISERVA 10 ANNI)

生产时间:2005年12月。装桶时间:2006年1月。取出时间:2016年5月。装瓶时间:2016年12月。

颜色:独有的青铜色。

气味:酒味,辛辣。檀香、树脂和灌木丛的香调。

口感:容和、天鹅绒般、浓烈醇厚。香气持久度:富豪级别。后鼻嗅觉:马沙拉酒、肉桂和橡木香气。口感独特而复杂,回味带甜:葡萄干、柑橘类水果和成熟的李子味。皮革,香草和胡桃木的精致香气伴随单宁的紧致感。

整体判断:长时间的陈酿赋予该白兰地真正独特的个性。结构精湛。极其饱满、充实。

理想的饮用温度:正确醒酒后(即使只是几分钟),严格室温。



# GRAZIE

## TO THE WORLD'S BEST BARTENDERS

## AND TO ALL THE VERMOUTH LOVERS



### #1

### BEST

SELLING VERMOUTH



### #1

### TOP

TRENDING VERMOUTH

## 2020 YEAR OF THE VERMOUTH DI TORINO

DRINK RESPONSIBLY

1890



**GAMONDI**

*From Carlo Gamondi's  
original recipes*

DRINK RESPONSIBLY



**100% WINES FROM PIEDMONT**

[www.gamondi.it](http://www.gamondi.it)

 GamondiSpirits