

# BarTales 调酒世界

2021年4月 | 第六期

BarTales副刊



名酒故事 / 彼德鲁斯  
荷兰利口酒波尼康蒲



聚焦 / 不拘一格  
蓝天使的夜生活



名酒故事 / 维苏威山的馈赠  
青核桃与女巫安息日



名酒故事 / 柠檬甜酒  
柠檬、酒精和糖：  
家喻户晓的柠檬甜酒



聚焦热点 / “眼泪”鸡尾酒十强  
上海之夜

1890



GAMONDI

年度威末酒



理性饮酒



GAMONDI.IT





# 辉煌历史

这段历史和高良姜 (*Alpinia officinarum*) 有关。它是一种原产于印度和中国的多年生根茎植物,类似生姜,可入药作芳香镇痛剂。也是因为高良姜,荷兰人彼得·波尼康蒲 (Pieter Boonekamp) 的“苦口良药”利口酒才得以扬名。

1777年,莱岑丹 (Leidschendam) 是荷兰海上国际贸易的枢纽之一。波尼康蒲是当地的制酒师,他将药草和高良姜浸泡在酒中,制成了后来风靡世界的苦味酒配方。酒瓶上的拉丁文“若无疗效,找我算账”依然警示着今天的调酒师。波尼康蒲还留下了不少令人印象深刻的广告:例如戴着盔甲的拳头狠狠砸在红木桌子上,伴随着贝多芬《科里奥兰序曲》铿锵有力的音符。

同样令人难忘并成为传奇的,还有曼米纳的鸡尾酒“蓝天使 (Angelo Azzurro)”。这款鸡尾酒的灵感来自影星玛琳·黛德丽 (Marlene Dietrich),由琴酒、君度酒和蓝橙酒调配而成,体现了上世纪80和90年代的口味和潮流。“蓝天使”的出现是对沉闷且流于精英主义的传统鸡尾酒的一个“出色”的回应,迎合了追求新鲜、享乐、并且正在走出社会政治动荡年代阴影的年轻人。

它宣称着80年代的到来,直到90年代和21世纪初也深受欢迎。那时,生活中闪耀着新的活力,尽管有些彷徨,但那又是另一个故事了。

关注我们



**BarTales** 调酒世界 2021年4月 | 第六期

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

编辑: Fabio Bacchi  
(fabiozacchi@bartales.it)

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

贡献者: Bastian Contrario, Dario D'Avino,  
Vincenzo Errico, 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



# 荷兰利口酒波尼康蒲

## 传奇的苦味酒的涅槃

撰文：ALESSANDRO PALANCA

莱岑丹 (Leidschendam) 是位于“郁金香之国”荷兰南部的一个美丽的小镇。2007年，联合国在当地设立黎巴嫩问题特别法庭，使小镇成为了国际新闻关注的焦点。而这个小镇的历史与酿酒也结下了不解之缘。在莱岑丹最古老的一栋房子里，诞生了荷兰最具代表性的苦味利口酒。根据地方志文献，这栋房子在17世纪初为阿伦特·范奥斯滕 (Arent van Oosten) 所拥有。

从后来的一份1718年的销售单据上，我们得知这栋房屋当时经营售卖葡萄酒、啤酒、烟草和一些烈酒饮料的业务。1747年，房屋的业主为雅各布·范佩尔特 (Jacob van Pelt)，他是一名工匠，从事船帆的制造。

范佩尔特终身未婚，在他去世后，其继承人将房产出售给了彼得·波尼康蒲 (Pieter Boonekamp)。这个名字，将被永远地铭刻在烈酒酿造，尤其是苦味酒的史册上。在这栋由两个独立建筑合并而成的房屋里，彼得·波尼康蒲开设了一个仓库、一个花园和一个利口酒生产作坊。从那时起，这一家族业务就通过父传子的形式一代代相传下来。





#### 起源

上图为UR BOONEKAMP酒瓶。左图为莱岑丹-福尔堡的历史照片（彼德鲁斯的店铺在图中最左处）。下图为荷兰东印度公司的船队。



根据一份日期为1828年4月23日的契约显示,在公证人雅各布斯·塞奥多鲁斯·范·瑞恩 (Jacobus Theodorus van Rhijn) 的见证下,彼得·波尼康蒲的儿子彼德鲁斯·波尼康蒲 (Petrus Boonekamp与父亲一样,他也从事利口酒销售) 将名下财产转让给儿子特奥多鲁斯·波尼康蒲 (Theodorus Boonekamp)。此外,莱岑丹地方志史料记载,彼德鲁斯·波尼康蒲于1777年首次生产苦味酒,并以自己的名字为其命名。



### 帝国

上图为荷兰殖民帝国地图，绿色标志的是西部接壤的领土，而黄色标志的是东部接壤的领土。下图为一些品牌形象图。

当时，荷兰是国际商业航运的枢纽。而生产利口酒则需要浸泡多种药草和香料。得益于荷兰东印度公司和遥远异国进行的海上贸易，世界各地的药草和香料源源不断地进入荷兰。

17世纪，荷兰以强大的航海力量称霸欧洲。乘此便利，他们带来了当时欧洲人闻所未闻的药用香草。这些草药具有独特的香气和药用价值，从那时起便一直被用来制作精华液和有益身心的草药茶。

当时用于酿制无糖苦味酒的典型药草包括小高良姜 (*Alpinia officinarum*)、芦荟 (*Aloe Socotrina*)、欧白芷 (*Angelica archangelica*) 和 胡荽 (*Coriandrum sativum*)。与其他利口酒类似，苦味酒也被认为具有促进消化和疗愈功效。不久，这种利口酒便在整个欧洲流行起来。

后来，“波尼康蒲 (Boonekamp)” 一词用于表示美国酿制的荷兰式苦味酒。

波尼康蒲中最独特的药草当属小高良姜。它源自中国和印度，是一种多年生草本植物。根茎可入药，通常在秋季采收，洗净后晒干待用。在药学上，它被广泛应用于香料和舒





**品牌**  
本页图为经授权的美国品牌。

缓胃气胀的消化剂。其气味怡人，带辛辣苦味。

1968年，经过了175年风雨洗礼的波尼康蒲将在莱岑丹的全部物业出售给了科内利斯·休格森 (Cornelis Hilgersom)，宣告了企业的结束。它的品牌易主，生产线也被转移。在彼德鲁斯苦味酒演变的过程中，衍生出了许多不同的版本。其中一些稀有的版本已经停产。而经典的彼德鲁斯 BK 则依然保留了原始配方，酒精度为45%。

20世纪80年代中期停产的薄荷彼德鲁斯 (mint Petrus) 是通过在原配方基础上添加薄荷叶浸泡液制作的。

而金彼德鲁斯 (Petrus Gold) 则是去掉了原配方的小高良姜，酒瓶盖为金色。

1989年推出的限量版据说只生产了数百瓶，其实它只是一款实验性产品。

彼德鲁斯 V.D. Bortul Light 版本添加了产自卡尼亚 (Carnia) 的一种野生药草。卡尼亚位于弗留利，盛产药草。但这一版本最显著的特点是低酒精含量，只有10%。

最传奇也是最罕见的彼德鲁斯版本当属帕拉丁 (Paladin)，其配方包含了保密成分。

德国一直是彼德鲁斯最大的消费市场之一。多年以来，它在德国以“Ur-Boonekamp” (或“URKAMP”) 的名字销售，有经典瓶装和20毫升容量的迷你版。

彼德鲁斯苦味酒的包装特别讲究。酒瓶标签以黑色为底色 (Petrus Menta 为白色或绿色)，上有配方创始人“Petrus BK” 的签名。标签的中间有一个红色的椭圆形轮廓，模仿的是密封蜡印的形状，里面是波尼康蒲的肖像和1777年的字样。底下有一行拉丁文“OCCIDIT QUI NON SERVAT”，略带诙谐地表示“若无疗效，找我算账”。

在历史上，彼德鲁斯苦味酒在意大利也颇受欢迎。它最初由吉奥·布顿 (Gio. Buton) 公司引入市场。布顿在掌握了配方后，通过有效的广告宣传，迅速获得了商业成功。

在20世纪70至80年代，布顿推出了“Petrus e sbam!” 的电视广告。随着贝多芬的前奏曲，一个戴着拳击手套的拳头重重地砸在桌子上，随之而来是“强者的苦





**IL MODO DI VIVERE DELL'UOMO FORTE**

Nel 1777 molti bevevano già Petrus in tutto il mondo, come oggi.

Nei vecchi archivi della Casa Madre olandese sono rimasti documenti, bolette di spedizione, che dimostrano come i barili di Petrus raggiunsero tutti i continenti. Così come da tutti i continenti provenivano le erbe preziose che ancora oggi - la ricetta è rimasta immutata da allora - danno a Petrus le sue inconfondibili caratteristiche.

Ancora oggi il consumo di Petrus - lo stesso Petrus del 1777 - è in aumento in tutto il mondo, proprio per la sua efficace formula, apprezzata da chi ha un gusto educato e maturo, perché il ritmo della vita moderna non permette cali di efficienza, cali di forma.

Dove c'è un uomo c'è Petrus, l'amarissimo che fa bene.

**l'amarissimo Petrus**

il digestivo per l'uomo dal gusto forte

Boonekamp  
**Petrus**  
l'amaro per l'uomo forte

CHIAMATELO PER NOME ☘ Spiegato al barista che volete un amaro dall'aroma deciso, dal sapore schietto, sigillato all'origine in una bottiglietta speciale che rende immutabile nel tempo l'azione benefica delle sostanze naturali. Oppure chiedete un Petrus: con una parola avrete ciò che volete.

dopo mangiato  
Boonekamp  
**Petrus**  
l'amarissimo che fa benissimo

Anche dopo mangiato, quando gli altri sono meno brillanti ed energici, l'uomo forte è sempre se stesso. Petrus l'amarissimo gli dà la forza del benessere.

Petrus l'amarissimo nasce dalla lavorazione naturale di erbe rare provenienti da tutto il mondo: il suo sapore è schietto, il suo aroma deciso, il suo effetto benefico. Ovunque Petrus l'amarissimo.

**Petrus Boonekamp**

L'UOMO FORTE. L'UOMO ATTIVO, non può permettersi nessun calo di rendimento, né tal lavoro si dante il poco tempo libero per gli svaghi. L'amaro Petrus Boonekamp gli permette di conservarsi sempre efficiente, sempre in forma. GIORNALMENTE PETRUS BOONEKAMP. AVRETE SEMPRE LA "BOCCA BUONA". IN VENDITA SOLAMENTE IN BOTTIGLIETTE SIGILLATE DA UNA CONSUMAZIONE LA BOTTIGLIETTA SIGILLATA GARANTISCE: la massima igiene e l'assoluta impossibilità di contraffazione.

l'amaro per l'uomo forte

dopo mangiato  
Boonekamp  
**Petrus**  
l'amarissimo che fa benissimo

Anche dopo mangiato, quando gli altri sono meno brillanti ed energici, l'uomo forte è sempre se stesso. Petrus l'amarissimo gli dà la forza del benessere.

Petrus l'amarissimo nasce dalla lavorazione naturale di erbe rare provenienti da tutto il mondo: il suo sapore è schietto, il suo aroma deciso, il suo effetto benefico. Ovunque Petrus l'amarissimo.

形象  
本页图为品牌的  
广告宣传。

味酒（l'amaro per l'uomo forte）”的广告语。后来广告语被改为“苦口良药（l'amarissimo che fa benissimo）”。接着，“强者”这一概念又被再次使用，并且将麦哲伦、查理曼大帝等历史伟人和彼德鲁斯联系在一起。那是意大利电视广告的黄金时代，彼德鲁斯苦味酒的形象也因此深入人心。彼德鲁斯的广告制作十分出色，其中一个广告甚至获得了戛纳国际广告节的铜狮奖。在原始配方、广告宣传和营销网络三方面的配合下，布顿使彼德鲁斯在苦味酒市场中占据了领先地位。彼德鲁斯在餐饮业的市场渗透率几乎达到了90%，在短短数月内便展开了大规模销



Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**



ITALIAN HERITAGE

*Bitter  
Del Professore*

**NEGRONI**

3 cl Bitter Del Professore  
3 cl Vermouth Rosso Del Professore  
3 cl Gin Monsieur Del Professore  
Iced soda to taste.

Put all the ingredients in an  
Old Fashioned glass full of ice,  
quick stir and garnish  
with orange and lemon zest.

*Main Herbs and Spices*

Orange, Gentian, Juniper,  
Rhubarb, Cinnamon.



*Tradition, terroir, people*

[delprofessore.it](http://delprofessore.it)

Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**



ITALIAN HERITAGE

*Aperitivo  
Del Professore*

APERITIVO AND TONIC

4 cl Aperitivo Del Professore,  
2 lemon dashes  
15 cl Indian tonic water  
orange and lemon zest.

Put all the ingredients in a  
Collins glass full of ice,  
quick stir and garnish  
with orange and lemon zest.

*Main Herbs and Spices*

Mandarin, Lemon,  
Gentian, Elderberry.



*Tradition, terroir, people*

[delprofessore.it](http://delprofessore.it)





生产商  
上图人物为朱塞佩和塞巴斯蒂安诺·卡福。

售。要知道，当时的苦味酒市场竞争十分激烈，在菲奈特·布兰卡 (Fernet Branca) 和乌尼古 (Unicum) 等品牌珠玉在前的环境下打响名号实属不易。

彼德鲁斯的酒液呈深色明亮桃花心木颜色，具有多种草药和花香，包括玫瑰干花、酒渍樱桃和可可豆的香气。入口为明显苦味，平衡而顺滑，在调配得当的结构下显得愉悦而绵长，最后以龙胆、大黄的苦涩回甘和一丝姜味结束。酒精度45%，是餐后酒和调酒的极佳选择。

商业上，彼德鲁斯品牌先后从属于酒业界的各大集团——布顿、仙山露 (Cinzano, 已被帝亚吉欧收购)，到2020年则被卡拉比利亚的卡福1915 (Caffo 1915) 集团收购。该集团正致力于为这一历史悠久的品牌赋予新的生命，尤其注重荷兰、比利时、卢森堡、德国和北欧等市场，因为这些国家一直是苦味酒的消费大国。今天，在彼德鲁斯诞生的老房子门口，依然树立着“Wed.A.P. Boonekamp N.V.”的招牌。

La vita è troppo breve per bere amari.

Bevi amarissimo!

Petrus Boonekamp L'AMARISSIMO Petrus 1816

RICETTA ORIGINALE OLANDESE

BEVI RESPONSABILMENTE

# 蓝天使的夜生活

## 作为时代标志的一款鸡尾酒的真实故事 鸣谢“曼米纳”

撰文：BASTIAN CONTRARIO



一天早晨,我打开电视,准备喝牛奶和格拉帕酒。在喝第一口的时候,我听到了电视里播放的新闻。当天的头条新闻是有关米兰一家专营“射手”鸡尾酒(意大利语是chupiti,英语是shot)的俱乐部。它之所以成为头条,是因为在吧台后面挂着露骨性暗示的招牌,承诺每一位敢于向调酒师袒胸露乳的女士都能得到一“射”(译者注:这是“shot”的谐音梗)。

太阳底下无新事,更不用说在今天的社交媒体上了。再者,引起轰动的这个招牌,也只不过是对70年代小旅馆淘到的一个旧招牌的复刻。然而媒体却像是逮着一个不得了的大事情,把它看作是严重的性别歧视,在采访俱乐部东主时毫不掩饰对他的鄙视。这位年轻的东主脸色苍白,就像突然穿越到了一个完全陌生的世界,说不明道不清,仿佛准备接受火刑的圣老楞佐(St Lawrence)

由此可见,在夜生活口碑不佳的时候,哪怕是一句不怎么高明的玩笑话,也会遭到舆论的谴责,尤其是媒体不会轻易放过俱乐部酒吧。可以说,人们只看到他们想看到的。如果我们想看到性别刻板印象和歧视,那么,即使酒吧的女性顾客懂得招牌的幽默,不觉得被冒犯而且继续光顾酒吧,我们还是会认为不妥。万幸的是,目前还没有男性顾客因为酒吧没有给予他们同等的“机会”而觉得备受歧视。

传统来说,酒吧一直是主要的经济活动和人们社交的重要场所。但这一形象近年来却被严重扭曲。

在《调酒世界》的上几期,我们探讨了从所谓的“甜美生活(La Dolce Vita)”年代到现代,愈演愈烈的“禁酒主义”思潮导致人们对酒吧行业产生负面印象的事件,以及所引起的恶果。不过,即使您错过了我们上几期的杂志,也不用担心,因为我们将为您讲



### 传奇

下图：玛琳·黛德丽的照片。

左图：蓝天使鸡尾酒。



述：在五光十色的90年代中，“蓝天使 (Angelo Azzurro)” 鸡尾酒的真实故事。在上世纪末，常见于旅馆酒吧和老字号咖啡馆、由“修道院酿造”流传下来的“经典”鸡尾酒逐渐式微。新式的大众酒吧兴起：它们的调酒种类繁多，色彩缤纷，且味道浓烈。人们开始喝长岛冰茶、大都会 (Cosmopolitans)、激情海岸 (Sex on the Beach)、B-52等新派鸡尾酒。但在其中，经典的意式鸡尾酒“蓝天使”一枝独秀，取代了国人最爱的啤酒喝葡萄酒。

对于这款具有传奇色彩的蓝天使有许多记载：有的说它是来自美国的鸡尾酒；有的说它没有酒谱，全靠调酒师灵光一现调配出来；有的说它是模仿了1987年进入IBA榜单的蓝湖 (Blue Lagoon) 的配方 (1/10 蓝橙酒, 3/10 柠檬汁, 6/10 伏特加)；有的说它是为了致敬著名女演员玛琳·黛德丽 (Marlene Dietrich) 而调配的。然而实际上，它有一个不一样的故事。

1984年，意大利乐队 Stadio有一首主打歌叫做《敢问谁是披头士》(Chiedi chi erano I Beatles)。现在，年轻人们该问问谁是“曼米纳”。当年的乔瓦尼·曼米纳 (Giovanni Mammina) 刚从餐饮学校毕业，是罗马著名的调酒师。在讲述关于他和蓝天使的故事之前，我们要回到罗马。从“甜美生活”时代开始，罗马一直是意大利夜生活的中心，是文化的发源地和传播者。和意大利其他地方的酒吧一样，在经历了意大利独立思想的传播和独立战争之后，罗马的酒吧成为了新的艺术和文学思想萌芽和播种的阵地。在这些酒吧里，诞生了许多文艺团体，他们对意大利的文化产生了深远而积极的影响。

到了上世纪80年代，酒吧和夜店成为了新的政治和社会变革的中心，其中不乏LGBT运动的支持者。过去，在阿姆斯特丹有篮子咖啡馆 (Café 't Mandje) 的女调酒师贝特·范比仁 (Bet van Beeren) 通过调酒为下一代争取公民权利，在纽约的格林威治村



(Greenwich Village) 有石墙酒吧 (Stonewall Inn) 成为现代同性恋解放运动的象征。而在70年代的意大利, 人们的思想也开始发生转变。变装皇后路易吉·保罗·帕塔诺 (Luigi Paolo Patano, 人称“Poppea”) 在2018年曾接受我们的采访, 他说: “我们会在提供娱乐的营地、活动或私人派对上表演。我们也在酒吧里面表演, 虽然最开始的时候我们也是顾客。后来, 在“艺术制造” (Art Production) 创始人卢奇亚诺·帕里希 (Luciano Parisi) 和乔尔乔·吉利奥蒂 (Giorgio





**地标**  
 上图：格林威治村的石墙酒吧。  
 最上图：贝特·范比仁。左上图：蓝天使俱乐部。

Gigliotti) 的牵头下, 我们开始作为艺人活动。他们和“奉献”(Devotion) 是首先在罗马带领这股风潮的人, 即异性恋者和同性恋者开始在同一家俱乐部活动。”当时最著名的俱乐部是位于特斯塔齐奥 (Testaccio) 的“不在场证明 (Alibi)” 酒吧和位于 特拉斯提弗列 (Trastevere), Cardinale Merry Del Val 街的“蓝天使”俱乐部, 它们是这股新风潮的象征。曼米纳本人曾在这两家店担任调酒师。蓝天使以同性恋偶像玛琳·黛德丽主演的电影命名。80年代, 曼米纳正是在这里发明了蓝天使鸡尾酒 (配方大概是琴酒、君度酒和蓝橙酒等)。在电影上映的百年之后, 这款酒再次兴起的原因很可能与蓝色有关, 它完美地呈现了上世纪80和90年代的品味和潮流。曼米纳的捧场客非常多, 他是一位有独特魅力、备受欢迎的调酒师。所有这些因素使得这款新鸡尾酒迅速风靡罗马。同时, 夜间在酒吧消遣的生活方式也开始席卷意大利, 从博洛尼亚到佛罗伦萨, 北至米兰, 南到加埃塔。也许是喝过蓝天使的顾客将这款鸡尾酒介绍到其他酒吧, 它很快便走红整个意大利。故事说到这里, 我多么希望它有个圆满的结局, 我多么想告诉您, 蓝天使是一款堪与尼格罗尼媲美的鸡尾酒, 配得上一个蓝天使纪念周。但现实却是, 在90年代末和21世纪初, 除了蓝天使, 还有许多鸡尾酒异军突起, 尽管现在都被遗忘了。那些鸡尾酒都不怎么样, 缺乏特色, 也并非出色调酒师的灵感之作。意大利调酒业之所以陷入困境, 是因为无论是调酒师的专业能力和创造力都没有进





化。和过去一样,今天的调酒既是手艺也是目的。“当年(指70和80年代),”调酒专家莱昂纳多·柳齐(Leonardo Leuci)说,“经典的调酒变得枯燥、精英化,与社会的运动形成了鲜明的对比。在社会政治运动动荡成长起来的那一代人,他们想要走出时代的阴影,想要变革。”

调酒师协会除了牢牢掌控某些高等职位之外,还对所有的会员强加这样一种观念,那就是鸡尾酒谱应该被编撰成典籍,配方永远维持不变,就像恪守宗教教义一样。“这种对酒谱应该一成不变、僵化的认识是毫无道理的,”柳齐说道,“在历史上,酒谱总是和顾客一起演变。”俱乐部提供了和传统经典截然不同的鸡尾酒。“它的积极意义在于,人们会因为喜欢尝新而光顾俱乐部,”柳齐继续谈到,“但消极的一面是,不基于传统经典的调酒往往会犯技术上的错误。例如:长岛冰茶和伏特加、琴酒调和的鸡尾酒,在这里,伏特加完全没有起到任何作用。它没有为鸡尾酒增添风味,而其酒精成分则可有可无。再比如,用盒装果汁调配的“激情海岸”,由于失去了鲜榨果汁的酸度而变得过于甜腻。类似的例子不胜枚举。80年代,人们喜欢偏甜的口味,调酒也就随着新的潮流而变化。当时人们对鸡尾酒的第一印象就是甜,因为调酒首先满足的是年轻人习惯的口味。当我们年轻的时候,苦味一般会让人联想到药物或味道不好的东西。要让大众的口味回归平衡,需要相当长的时间。从文化上入手是根本。”让大众的口味回归平衡,是15年前的意大利调酒复兴的初衷。我们可以看到,鸡尾酒的品质、出品和调酒从业人员的专业素质在逐渐提高。但同时,在舆论的渲染下,似乎



Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**



ITALIAN HERITAGE

*Vermouth Chinato  
Del Professore*

**AMERICANO 1920**

4 cl Vermouth Chinato Del Professore  
or Vermouth Rosso Del Professore,  
4 cl Bitter Del Professore,  
Iced soda to taste.

Put the soda in an Old Fashioned glass  
full of ice, then add the Vermouth  
Chinato, quick stir and garnish with  
orange and lemon zest.

*Main Herbs and Spices*

Absinthe, Vanilla,  
China, Coriander.



*Tradition, terroir, people*

delprofessore.it





### 夜生活

最上图：罗马威尼托大街。

上图：米尔韦奥桥（PONTE MILVIO）的夜生活。中图：罗马的“不在场证明”酒吧。



这个世界变得愈来愈负面，是全人类罪恶的替罪羊、经济结构中的易耗品。维克多·雨果曾说：“自由始于讽刺。” 如果我们再也不能体会一个酒吧招牌的讽刺式幽默，人们不再需要玩乐、表达自我，或者通宵达旦分享轻松愉快的时刻，那么我们就失去了自由。



# 150 VARNELLI

1868-2018



## SHALL WE MIX?

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



DRINK RESPONSIBLY

# 青核桃与女巫安息日

## 诺奇洛核桃酒的历史与传说： 浓郁、饱满、独一无二

撰文：DARIO D'AVINO

数百年来，居住在维苏威火山脚下的人们传承着一种古老的酿酒技术。这款酒采用了当地的核桃壳与香料进行酿制，并且凝聚了数代酿酒人的智慧结晶。它就是诺奇洛（Nocillo）核桃酒。

自古以来，核桃（*Juglans Regia*）就在许多神话中扮演着重要的角色。据说，它是女巫安息日的核心元素，那不勒斯当地方言称之为“janare”。女巫会在仲夏夜聚集在核桃树下，举行仪式。古代的农民对核桃树则是敬而远之，把它们栽种在远离其他果树的地方：因为当时的人们普遍认为，树龄可高达300多岁的核桃树是有毒的，会毒害其根部周围的土壤。时至今日，关于核桃树的迷信依然存在。比如，在核桃树下睡觉或长时间停留，会引起严重的头痛，甚至会发烧和生病。

在这些神秘传说的影响下，诺奇洛核桃酒的酿制也具有了世俗神话和传统的色彩，且加工的程序也遵循特定的时节。在古代，6月24日是夏至日，也就是施洗者圣约翰的节日。根据传统，在这一天采摘和剥开诺奇洛青核桃能获得最高浓度的精油。且根据传说，在施洗者圣约翰节日夜里形成的露水具有药用价值，对治疗消化系统和肠胃问题特别有效。而诺奇洛核桃也“巧合地”获得了这些特质。

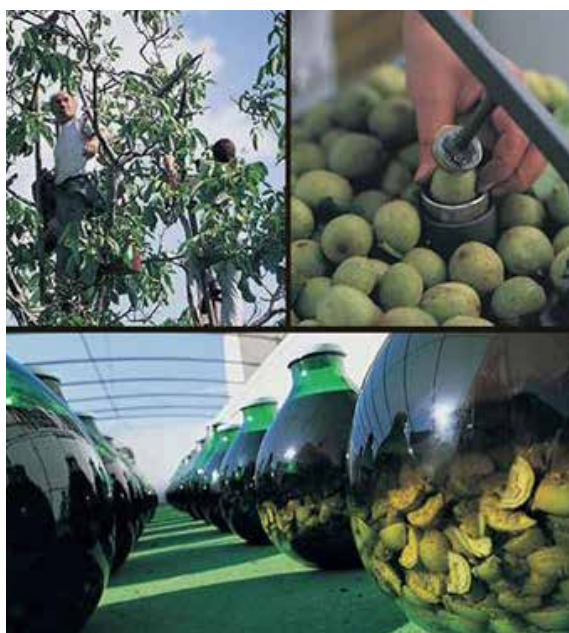
传统上，采摘核桃的工序由年长妇女完成，她们将核桃剥开，把核桃壳切成四瓣。每升酒精中加入24颗核桃，再添加由丁香、肉桂和肉豆蔻等混合而成的香料。至于香料的组成和分量，就是每个家族的不传之秘了。

浸渍的过程在大玻璃瓶中进行：玻璃瓶露天放置，不断地暴露在光照之下，以便阳光在浸渍过程中起到催化的作用。大约经过90天的浸渍，在炎热的夏季即将结束之际，将所得到的浸渍液用荷兰亚麻布进行过滤。在历史上，荷兰亚麻布和那不勒斯贵族的婚纱有关。经过滤的浸渍液和用水和糖制成的基本糖浆混合，然后立即装瓶。成品的核桃酒是一种深色、浑厚的利口酒，味道浓郁，具有明显的坚果香味，还有促进消化之功效。

今天，得益于意大利对国内优质产品的重新发现和关注，那些数十年来日复一日致力于酿制诺奇洛核桃酒的酿酒人也终于得到了应有的认可。对于他们来说，质量和传统就是产品的生命。埃库尔提（E Curti）就是这样的典范。1952年，路易吉和安东尼奥·切利埃洛（Luigi and Antonio Cerriello）这对兄弟（他们的绰号是“埃库尔提”，在当地方言中是“矮子”的意思）







(Sant'Anastasia)。他们决定从叔叔手中接管家庭餐馆的业务,并以他们的艺名给餐馆重新命名。

早在“Km 0餐饮”(意大利饮食界用词,意指使用当地生产的食材)流行之前,埃库尔提就践行了这一理念,提供本地食材所制作的餐饮,以诚信和美味赢得了客人的青睐。同时,他们多年来在娱乐行业养成的魅力和品位也为餐厅增色不少。在埃库尔提,每位客人在用餐后都会喝一杯自酿的诺奇洛核桃酒。多年以来,人们只有在餐馆用餐才能品尝到埃库尔提诺奇洛。直到1997年,路易吉和安东尼奥的侄子维琴佐·德·亚历山德罗(Vincenzo D'Alessandro)作出了一个重大决定:对外销售他们的诺奇洛核桃酒。





### 在厨房里

位于圣安娜塔西  
亚市中心著名  
的“埃库尔提”  
餐馆入口 来自维  
苏威山、卡普  
里、伊斯基亚、  
西伦托和波西塔  
诺的核桃酿制了  
单一产地的诺奇  
洛

他坚信这款酒所具有的市场潜力,并积极开展这项计划。

埃库尔提诺奇洛所采用的核桃来自维苏威山、卡普里、伊斯基亚、西伦托和波西塔诺(该地有德·亚历山德罗家族栽种的核桃树林)。这些核桃用来酿制单一产地的诺奇洛,酒瓶标签上印有生产年份及核桃的收成日期。这款核桃酒呈独特的琥珀棕色,又称为“修士酒特色”。其香气鲜明,兼有肉桂与核桃的气味。其味道圆润和谐,酒精度因年份而异,介于50%到55%之间。此外,埃库尔提还有一款上佳的多用途调酒白兰地“Essenza di Nucillo”(诺奇洛精华)。这是一款用诺奇洛酿制剩余的核桃壳制成的白兰地,是埃库尔提和天才酿酒师维托里奥·卡博韦拉(Vittorio Capovilla)合作的结晶。

当地另一个历史悠久的酿酒家族是波利奥(Pollio)家族。他们的故事起源于1935年索伦托半岛的马萨卢布伦塞(Massa Lubrense)。当时,农民安东尼奥·波利奥(Antonino Pollio)接管了修士弃耕的土地。该片土地原本种植的是生产葡萄酒、橄榄油和利口酒所需原料。波利奥家族与修士会关系密切,他们将土地的头一批收成虔诚地奉献给了修道院的院长。因此,他们的农庄也得名“修道院(Il Convento)”。波利奥家族酿造的诺奇洛利口酒以索伦托著名的柠檬果园旁生长的青核桃壳为原料。其苦味是典型的未成熟核桃的味道,这也是它与众不同的特点。他们的橡木桶陈酿限量珍藏版“修道院诺奇洛”(Il Convento Nocillo)即将上市,相信势必广受欢迎。纵观历史,诺奇洛核桃酒一直与家族传承息息相关。但如果我们回过头来调查其工业化酿制的起源,就会发现在卡塞塔省(Caserta)的小镇利奥塔迪亚泰拉(Leorta di Atella),利安扎(Leanza)酒业生产的核桃利口酒命名为“诺奇洛”,并于1890年注册了该品牌。利安扎酒业的核桃酒采用了精选的核桃和混合香料秘方,以谷物蒸馏酒





和精制砂糖浸制而成。

利安扎每年生产25万瓶诺奇洛核桃酒，装瓶前陈化两年，酒精度为38%。他们还生产另一款典藏诺奇洛版本，在橡木桶中陈化五年，酒精度41%。

核桃酒的酿制有着丰富的历史传统，它深深地植根于这片土地，同时也是土地对人们的馈赠。尽管人们对传统文化的认识随着社会的发展愈趋现代化，但那些年的6月圣约翰节前后，农民们沾着核桃壳和渣子的手，将永远沉淀在集体记忆之中。



# 柠檬、酒精和糖： 家喻户晓的柠檬甜酒

## 海岸经典品质，索伦托柠檬和阿马尔菲柠檬

撰文：VINCENZO ERRICO 协助：DARIO D'AVINO

柠檬是一种果树，属于芸香科柑橘属。据研究，它可追溯到柚子与香橼之间的杂交。但数百年来，它都被认为是独立的物种。

柠檬树高3至6米，可野生或种子生长。枝条带刺，叶子互生，披针形或椭圆形，颜色不一，嫩叶呈黄绿色，老叶为深绿色。花香甜美，为雌雄同体，花瓣多为5片，内面白色，边缘带紫红色，大小直径为1至5厘米不等。

柠檬为长期开花植物，花期在春、秋两季，果实则分别在冬、夏两季成熟。在公元79年维苏威火山爆发掩埋庞贝城的前夕，古罗马人就已经开始在坎帕尼亚栽种柠檬了。

在1951年的庞贝古城发掘中，人们发现了“寝室之家（Casa del Frutteto）”，屋内的壁画描绘了几棵柠檬树，树枝上长着绿色的鹅卵形叶子，上面结满了黄色的椭圆形果实。从那时起，柠檬的历史便与这片土地密不可分：从维科埃昆塞（Vico Equense），经过索伦托（Sorrento）、马萨卢布伦塞（Massa Lubrense）、波西塔诺（Positano）和阿马尔菲（Amalfi），一直到达马约里（Maiori）。它们共同书写了辉煌的传统。

造化神秘莫测，谁也没有料想到，在这片小小的区域内，将会发展出两种不同类型的柠檬——“索伦托柠檬（l'Ovale di Sorrento）”和“阿马尔菲柠檬（lo Sfusato Amalfitano）”。它们分别为两款柠檬甜酒赋予了独特的生命，随着时间的推移和人们饮用传统的变迁，这两款酒已成为索伦托和阿马尔菲海岸富有代表性的地区特产。

索伦托柠檬：受保护的地域标志（Indicazione Geografica Protetta, IGP）保护和认证品种。主要在维科埃昆塞、梅塔（Meta）、皮亚诺迪索伦托（Piano di Sorrento）、圣阿涅洛（Sant'Agnello）、索伦托和马萨卢布伦塞等地区种植，果实中等大小，重量不低于85克，特殊椭圆形状，果肉质地中等，颜色鲜黄，多汁，酸度高（不低于3.5克/100毫升），富含维生素C和矿物







盐。数百年来,该柠檬的栽培一直沿用了传统的方法,即在“遮阳棚 (pagliarelle)”下种植:用栗树杆搭起3米多高的棚架,棚顶铺稻草,以保护柠檬免受风吹和寒潮,并延迟成熟。果实的收成一般在每年的2月至10月进行,需要人工采摘,以防止柠檬与地面的土壤接触。索伦托柠檬的种植面积约400公顷,平均年产量在8000吨左右。索伦托柠檬种植与生产区有着紧密的联系,它为当地带来不少好处:它有助于保护土壤不受水文地质不稳定因素的影响,同时,该地的柠檬树林被全世界公认为是最具特





### 品种

上图为索伦托柠檬，以及种植柠檬的木棚。

下一页右上图为阿马尔菲柠檬树。

色的沿海景观之一，促进了当地的旅游业发展。

阿马尔菲柠檬也是一个受保护的IGP。早在1600年，它就以“limon amalphitanus”的名称为人所知。后来，乔瓦尼·巴蒂斯塔·费拉里 (Giovanni Battista Ferrari) 在他的《赫斯帕里得斯花园：传说中金苹果的栽培和使用方法》(Hesperides, Sive de malorum aureorum cultura et usu Sumptibus Hermanni Scheus) 一书中对其定义如下：“阿马尔菲柠檬得名于其生长的海岸，准确来说是阿马尔菲海滨地区。其果实有两种大小：一大一小，均为椭圆形。果实顶端凸尖，表皮粗糙，有疣状物，厚薄适中，呈淡黄色，香气清新悠长。触感舒服结实，口感细腻。果肉有瓢囊8-9瓣，几乎无籽，味道酸爽宜人。叶子呈长鹅卵形，中等宽度。”

历史上，阿马尔菲地区广泛种植柠檬的传统与坏血病的防止有关。坏血病是由缺乏维生素C引起的，而柠檬富含维生素C。对于善于航海的阿马尔菲人来说，柠檬是船上必不可少的储备。在11世纪，阿马尔菲共和国就颁布了法令，规定出海的船只上必须备有柠檬。那不勒斯费德里科二世大学最近的研究表明，阿马尔菲柠檬是抗坏血酸（即维生素C）含量最高的柠檬品种之一。

阿马尔菲柠檬在俯瞰大海的梯田上种植，称为“柠檬花园”。与索伦托的品种相似，阿马尔菲柠檬的栽培也需要用栗树杆搭建遮阳棚。

阿马尔菲柠檬在阿马尔菲海岸的所有城市都有种植：阿马尔菲、切塔拉 (Cetara)、孔卡代马里尼 (Conca dei Marini)、福罗瑞 (Furore)、马约里、米诺里 (Minori)、波西塔诺、普莱亚诺 (Praiano)、拉韦洛 (Ravello)、斯卡拉 (Scala)、特拉蒙蒂 (Tramonti) 和滨海维耶特里 (Vietri sul Mare)。在这个与柠檬有如此深厚渊源的地区，柠檬自然在





当地人的日常生活中扮演着各种角色：它可以是沙拉的主角、各种菜肴和小吃的调味品和配料，或是制成蜜饯糖果。但说到它最重要的用途，就不得不提到酿酒。这种以柠檬皮、酒精和糖浸泡制成的利口酒，穿越历史的长河地流传至今，成为了名满天下的柠檬甜酒（Limoncello）。

柠檬甜酒的来源已无从稽考，历史中只分散着一些不确切的说法。根据索伦托的传说，





在20世纪初，贵族家庭就有以柠檬甜酒招待贵客的习俗。在阿马尔菲，有说法追溯到更早的起源，将柠檬甜酒和柠檬的种植与萨勒诺的医学校（Gran Scuola Medica）联系在一起。另一说法是早在萨拉森人入侵期间，渔民和农民就已有在早晨饮用柠檬甜酒御寒的习惯。还有的说柠檬甜酒起源于修道院。我们也许永远无法得知真正的起源。但除了这刁钻的问题之外，当今海岸的柠檬甜酒生产商，依然秉承着优秀的传统，凝聚了柠檬的精华。

卡罗·曼西酒业（Liquorificio Carlo Mansi）成立于1990年，其实实验室位于古城米诺里。从剥柠檬皮开始，公司包括了酿制柠檬甜酒的所有工序。第一步是对阿马尔菲柠檬进行手工去皮，曼西先生及其合作者使用特殊的刀具，在三天内可以给1吨的柠檬去皮。然后，在每2升酒精中浸泡约8个柠檬的果皮。采用的是谷物酿制酒，酒精含量高达96.3%。在小钢桶中浸泡2-3天后，酒精含量自然降低至8%左右。在所得的浸泡液中加入白砂糖浆，然后装瓶。曼西每年生产约3万瓶柠檬甜酒，由曼西先生本人负责意大利国内和海外的销售。他只出售给私人客户或零售商，以提高其品位。

值得一提的是，Mansi还生产另一款特殊的柠檬甜酒。它以阿马尔菲的纸张进行包装，上面贴有“珍藏（riserva）”的标签。这款酒每年限量生产不到1000瓶。因为酿制用的柠檬比较稀有，它生长于阿马尔菲海岸山区，杯称为“小柠檬（limone piccolo）”。





上图为马萨酒庄的柠檬甜酒。  
下图为帕里尼公司的包装工序。

由马萨酒庄 (Villa Massa) 出品的索伦托柠檬甜酒 (Limoncello di Sorrento) 也是同类酒的优秀代表。马萨酒庄于1991年由斯蒂法诺 (Stefano) 和塞尔吉奥·马萨 (Sergio Massa) 兄弟成立于皮亚诺迪索伦托, 他们在最初便设立了明确的目标: 开发和完善制酒技术, 提高柠檬甜酒的产量, 同时尊重生产过程的工艺和传统家族配方。马萨酒庄利口酒的生产 and 装瓶都是在皮亚诺迪索伦托的现代化厂房里完成的, 仅采用IGP的索伦托柠檬进行生产。这些柠檬部分来自马萨家族所有的“格罗泰勒 (Le Grottelle)” 果园, 另一部分则来自其他果园。所有工序都经过严格控制, 并在索伦托半岛进行, 在任何情况下都绝不使用冷冻柠檬皮、浓缩柠檬精华、柠檬香精或其他合成品。此外, 马萨兄弟推广了将柠檬甜酒冰冻饮用的方式, 目的在于在消费者心目中建立起其“自然无添加”的形象。冷冻过后, 柠檬甜酒不会结冰, 反而会增强清新的风味。马萨酒庄的柠檬甜酒也被公认为是“逾越节洁食”, 更是经过耶路撒冷大拉比的授权, 即使在严格饮食规定的犹太逾越节期间也可饮用。

我们要介绍的第三家柠檬甜酒生产商是帕里尼 (Pallini), 它由尼可拉·帕里尼 (Nicola Pallini) 于1875年创立, 生产设施目前位于罗马。帕里尼展示了如何在尊重传统生产工艺的前提下, 开展全球性的跨国生产。1999年, 帕里尼凭借着其传统和累积的经验, 决定根据妻子卡塞拉 (Casella) 传承自那不勒斯家族的古老配方, 复刻并开发出一款柠檬甜酒。这款酒采用IGP阿马尔菲海岸柠檬的果皮浸泡而成, 柠檬栽种过程中不使用农药和化肥, 手工采摘, 并添加了柠檬精粹。酒瓶上有优雅的丝网印刷。“帕里尼柠檬甜酒” 标志着现代工业大规模生产与传统手工之间的完美结合, 这也使其成功地在免税店和美国市场占有一席之地。

“是阿马尔菲柠檬, 还是索伦托柠檬?” 在这风景迷人的地区探索柠檬滋味的微妙差别, 是一个充满了历史感的旅程。请谨记, 正宗的柠檬甜酒只由真正的柠檬制成。虽然这听起来理所当然, 但在目前意大利的情况并非全然如此: 在1200瓶柠檬甜酒中, 只有70%仅使用天然原料酿制。



# 上海之夜

Cross Yu是中国顶级调酒师之一，同时也是E.P.I.C.和Glory的经营者，他将和我们分享上海的秘密。

撰文：THEODORA SUTHCLIFFE

作为中国鸡尾酒文化的领军人物，Cross Yu曾在芝华士大师赛 (Chivas Masters) 和帝亚吉欧世界级大赛 (Diageo World Class) 等全国比赛中获奖，并在中国大陆及其他地区担任评判、导师和培训师。最近，他因与Maker's Mark的合作而被《Drink Magazine》杂志评为年度品牌大使，他经营上海著名的鸡尾酒酒吧E.P.I.C.，并于最近开设了第二家酒吧Glory。

年初的疫情给Yu的生意带来了打击，幸而现在上海的生活已经基本恢复正常。“从春节到3月，我们暂停营业了两个月，这对我们来说是一个非常大的挑战，”他回忆说。“我们花了一个月的时间，设计了非常酷的E.P.I.C.罐头鸡尾酒用作外卖，它的灵感来自安迪·沃霍尔的番茄汤罐头画作。”



Yu是陈酿朗姆酒和加香朗姆酒的忠实粉丝，他喜欢用“黑眼泪”来做经典的调酒：古典朗姆酒、朗姆酒意式特浓马天尼，甚至朗姆酒尼格罗尼。“古巴朗姆酒属于一种非常古典、传统的风格，”他说。“我喜欢带有标志的酒瓶——它的一切都是那么完美。”他的鸡尾酒承继了经典古巴代基里酒的特色，以石榴和青柠的果味甜酸味平衡了“黑眼泪”的咖啡和香料气味。

### 在上海有哪些喝朗姆酒的好去处？

对于所有来上海旅游的朋友，我强烈推荐我们的酒吧E.P.I.C.。酒吧在法租界一个非常独特的位置，有天台。我们有一系列以朗姆酒为基础的鸡尾酒。时隔六年，我们刚开了第二家酒吧，叫Glory。Glory是一个比较时尚独特的鸡尾酒空间，有咖啡厅和休息室。“黑眼泪”是我们的招牌，您可以喝到“总统”（El Presidente）、“总统潘趣酒”（Punch President）和多款用“黑眼泪”调制的特色咖啡。

### 哪里可以一边喝酒一边欣赏风景？

最棒的高层酒吧都集中在浦东的酒店。丽兹卡尔顿的Flair，海悦的the Bar，香格里拉的Jade on 36——这些高层酒吧都能让您尽览上海夜景。

### 上海有哪些不容错过的地下酒吧？

如果您来上海旅游，肯定不能错过SG集团，这是Shingo Gokan的50家最佳酒吧集团——他在新天地有Speak Low、Sober Company和Odd Couple。不过还有其他的一些同样出色的酒吧，比如Permanently、姚璐经营的Union Trading Company，当然还有E.P.I.C.和Glory。

### 下班后的调酒师会去哪里喝一杯？

我个人的话，下班后会去一个叫UP上海的酒吧。那里非常酷，每天都会举办DJ派对，很能让人放松。业内朋友都喜欢去那里，酒水不错，价格也很亲民。还有一家小酒吧叫Monkey，是Jackie Lo开的，她是最好的女调酒师之一。Monkey也是一个很有社区味道的行业酒吧。

### 上海最好的纹身店在哪里？

我身上有一些本地艺术家的纹身，但我更喜欢出外旅行——每个城市或国家都有独特的纹身和当地的纹身艺术家。在上海有一些非常出色的纹身艺术家：一位叫苍龙，还有一位是我的好朋友，叫Max，他是当地的调酒师，和纹身师合作，举办了很多纹身活动。如果你要来的话，你应该去看看他的酒吧，纹身家族，为自己纹一个上海风格的纹身。

### 小笼包是上海的招牌菜，我们该去哪里吃呢？

富春小笼包是我最喜欢的一家，很受当地人欢迎。我不推荐豫园——它太老派了。几年前，几乎所有游客都会去那里，但那里真的很贵，而且味道一般。在我看来，上海本地人才能给您推荐最棒的小笼包店。



### 有哪些推荐的购物好去处？

我觉得新天地是最适合购物的地方。那里有许多时尚达人、年轻的人群、有创意的设计师，同时也有不少精品店。而且他们的美食也不错，有时尚的餐厅和酒吧。

### 有哪些适合自拍的打卡胜地？

黄浦江就是我们所说的上海的母亲河，它分东西两岸。要想自拍，我觉得最好的地方永远是西边的外滩。那里有文物建筑、高级餐厅、高级会所等等。东边是陆家嘴，有高楼大厦、东方明珠塔，还有上海最美的风景。

### 来上海旅游必做的事情是？

您可以用手机扫描二维码租一辆自行车，只需要1元钱租一小时。然后您可以去看看法租界的新式鸡尾酒吧，比如E.P.I.C.、静安的Glory就很近。您可以叫一杯饮品，然后骑车到下一个酒吧，再叫上一杯鸡尾酒，如此类推，来个自行车鸡尾酒接力派对。对我来说，这虽然很疯狂但也很有趣——非常上海。

### 告诉我们一个在上海的秘密基地吧？

也没有很秘密，但是您一定要来E.P.I.C.或Glory喝一杯。我们这里的人很有意思，有本地人、外国人，很时尚也很酷，当然也有热情的招待。总之，您来了就知道。

我们今天或许还被新冠病毒的阴影所笼罩着，但中国向我们展示了隧道尽头的光明。



## 酒谱

### 荣耀总统 (Glory President)

- “黑眼泪”干香料 50毫升
- 鲜榨青柠汁 20毫升
- 石榴糖浆 20毫升

将所有材料加冰块摇匀，然后过滤到马天尼杯中。



# GRAZIE AGAIN

FOR THE LAST 130 YEARS AT YOUR SIDE  
WITH PASSION AND RESILIENCE



**#1 OR #2**

TOP TRENDING VERMOUTH  
FOR THE LAST 5 YEARS

**#1, #2 OR #3**

BEST SELLING VERMOUTH  
FOR THE LAST 5 YEARS

1891 - 2021 #VERMOUTHDI TORINO

   @GIULIOCOCCHI - WINERY IN COCCONATO (ASTI) ITALY - WWW.COCCHI.COM

Gotham East - Shanghai  
www.gothameast.com

DRINK RESPONSIBLY

High Spirits - Hong Kong  
www.highspirits.com.hk



# The Italian Liquor



LIQUEUR PRODUCED BY COMPAGNIA DEI CARAIBI ITALY • DRINK RESPONSIBLY