

保乐力加集团首席执行官帕特里克·力加作序



双剑合璧

A DOUBLE SCOTCH

How Chivas Regal and The Glenlivet
Became Global Icons

[美] F·保罗·帕库特 著 王莉 裘瑜萍 译



芝华士与格兰威特
如何成为世界顶级品牌



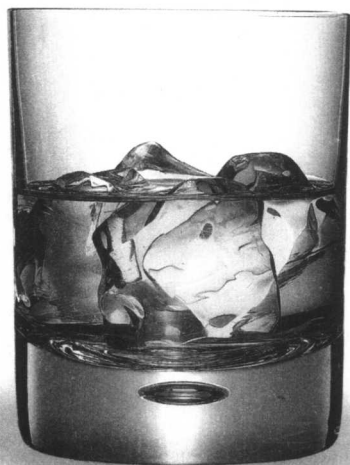
上海远东出版社

双剑合璧

A DOUBLE SCOTCH

How Chivas Regal and The Glenlivet
Became Global Icons

[美] F·保罗·帕库特 著 王莉 裘瑜萍 译



芝华士与格兰威特
如何成为世界顶级品牌



上海远东出版社

图书在版编目(CIP)数据

双剑合璧: 芝华士和格兰威特如何成为国际品牌/(美)帕库特著;王莉,裘瑜萍译. —上海:上海远东出版社,2007

(坐标书架)

ISBN 978 - 7 - 80706 - 439 - 8

I. 双… II. ①帕…②王…③裘… III. 酿酒工业—工业
企业管理—概况—法国 IV. F456.568

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 038716 号

A Double Scotch: How Chivas Regal and The Glenlivet Became Global Icons.
Copyright © 2005 by F. Paul Pacult.

Simplified Chinese edition copyright © 2007 by Shanghai Far East Publishers.

This edition is arranged with John Wiley & Sons International Rights, Inc.

All rights reserved. This translation published under license.

图字:09 - 2006 - 740

策 划: 学习事件

责任编辑: 吴咏蓓 应韶荃

封面设计: 李 廉

版式设计: 李如琬

责任制作: 晏恒全

双剑合璧 芝华士与格兰威特如何成为国际品牌

著者: (美)F·保罗·帕库特

译者: 王 莉 裘瑜萍

出版: 上海世纪出版股份有限公司远东出版社

地址: 中国上海市仙霞路 357 号

邮编: 200336

网址: www.ydbook.com

发行: 新华书店上海发行所 上海远东出版社

制版: 南京前锦排版服务有限公司

印刷: 昆山市亭林印刷有限责任公司

装订: 昆山市亭林印刷有限责任公司

版次: 2007 年 7 月第 1 版

印次: 2007 年 7 月第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16

字数: 259 千字 插页/4

印张: 18.75

ISBN 978 - 7 - 80706 - 439 - 8/F · 294 定价: 48.00 元

版权所有 盗版必究(举报电话: 62347733)

如发生质量问题, 读者可向工厂调换。

零售、邮购电话: 021 - 62347733 - 8555

苏格兰威士忌蒸馏技术的“神奇”与“荣耀”只属于苏格兰，但是苏格兰威士忌蒸馏技术制成的威士忌属于全世界。这是何等的幸事！世界上没有哪一种酒精饮料能够像苏格兰威士忌这样，以原产地的地名命名，其紧密关系可见一斑。苏格兰威士忌的两大标志性品牌——芝华士威士忌和格兰威特威士忌——是对世界知名佳酿的品质与威望的最好诠释。

在《双剑合璧》一书中，著名的酒业新闻记者和专栏作家F·保罗·帕库特，以壮观崎岖的苏格兰高地为背景，讲述了芝华士、史密斯这两大家族几代人酿造顶级威士忌、树立行业标准、改变行业前景的故事。有了他们，才有了如今的芝华士高级调和型苏格兰威士忌和单一麦芽苏格兰威士忌。

本书将为您介绍的著名人物有经营阿伯丁高档品百货店的芝华士兄弟——詹姆斯·芝华士和约翰·芝华士。这一对胸怀大志的兄弟虽未开办蒸馏酿酒厂，但却将威士忌的调和和技术发扬光大。本书的另一对主角是来自英国班夫郡格兰威特地区的高地农民——乔治·史密斯和约翰·戈登·史密斯父子。在这对父子兵的努力下，麦芽威士忌的酿制成为了一个可营利的产业，不再仅仅停留为业余消遣的手艺。

这两大家族虽然彼此之间存在诸多不同，但都秉承了“产品质量为先、客户服务至上”的传统。在跌宕起伏的行业竞争中，在政府的苛

税、无理介入和在充斥着欺诈、违法、暴动、走私甚至谋杀的社会背景下，这一传统为两大家族的事业发展和旗舰产品的推广保驾护航，使一个地区性的行业辐射英国、放眼世界市场。

帕库特以苏格兰式的幽默笔调，不动声色地向读者展示了两大家族的传奇历史和涉及的商业阴谋、血腥残害。《双剑合璧》一书叙事紧凑，是苏格兰威士忌爱好者、苏格兰迷和商业史爱好者的理想读物。



F·保罗·帕库特

是《F·保罗·帕库特烈酒日志——蒸馏烈酒、啤酒和葡萄酒的季刊》这一杂志的首创编辑和发行人，该刊物现已发行了15年。帕库特编写了约翰·威利父子出版公司出版的《美国人的蒸馏酿酒生活：占边波本威士忌的故事和世界首屈一指的波本威士忌酿造》、《酒族》和《啤酒基础》，负责撰写达美航空公司的杂志《天空》的葡萄酒与烈酒专栏，担任《葡萄酒爱好者》杂志的编辑和蒸馏酒品酒指导人，为CARGO杂志供稿，任《纽约时报》的专栏编辑和旧金山年度世界烈酒竞赛的主评判。同时他还是全球唯一一名有幸被列入波本名人堂的记者，是Armagnac Company of Musketeers的成员之一，也是苏格兰威士忌执杯者协会的终身会员。帕库特现居住在纽约。



序

内心兼怀着自豪和敬仰,我荣幸地成为芝华士威士忌(Chivas Regal)和格兰威特威士忌(The Glenlivet)的管理者。2002年,法国的保乐力加公司(Pernod Ricard)将这两大品牌收归旗下。得益于两者的世界影响力,保乐力加公司现已成为世界上最大的麦芽威士忌公司和第三大苏格兰威士忌公司。

正如酒业新闻记者F·保罗·帕库特在《双剑合璧》中描述的那样,苏格兰东北部的斯佩赛(Speyside)地区是苏格兰威士忌产区的中心,它的独特风格可以追溯到遥远的非法酿酒时期,芝华士威士忌和格兰威特威士忌就是这一独特风格的权威代表。芝华士威士忌传承了单一麦芽酿酒蒸馏厂格伦·格兰特(Glen Grant)、朗摩-格兰威特(Longmorn-Glenlivet)和 Strathisla 的特色,以醇和的特点著称,带有水果的香气。格兰威特威士忌是单一麦芽威士忌的始祖,斯佩赛地区原先也被称作“格兰威特”。归根到底,芝华士威士忌和格兰威特威士忌的历史是由神奇的富有想象力的苏格兰人缔造的,他们追求高品质的耐性和决心令保乐力加公司引以为豪。

1843年,维多利亚女王将王室供货许可证授予芝华士兄弟,令芝华士威

士忌首次赢得非凡声望,受到了当地王室贵族的极力追捧。不过,和广阔的国际市场相比,这一点区域影响力只是平静湖面上的小小涟漪。在经济紧缩的战争年代,芝华士被带入美国。在充满自信和乐观的年代,慷慨热情的人们常常欢聚一堂,共享美酒,享受成了生活的主题。不久以后,弗兰克·辛纳屈(Frank Sinatra)、鼠党(Rat Pack)等也开始迷上芝华士,成为它的忠实支持者,这款源自神奇的苏格兰高地的威士忌最终飘香在美国这一片繁荣的土地上。

但是,芝华士威士忌的全球之行并未就此止步。如今它的足迹已经遍及全球 200 多个市场,称其为世界最著名的威士忌也毫不为过。

格兰威特峡谷地区的非法威士忌早在 1822 年乔治四世游访爱丁堡时就已闻名于世。1823 年,英国议会颁布《国内货物税法案》,这令乔治·史密斯看到了实现威士忌之梦的契机,在法案颁布后第二年,他就在格兰威特教区申领了合法酿酒许可证。但是合法酿酒商的身份也为他招来了不少麻烦,一直到 1844 年“正宗格兰威特威士忌”在伦敦上市,乔治仍然面临着来自非法酿酒商的威胁。不久之后,“格兰威特”成为了高品质的代名词。

格兰威特威士忌之所以会成为单一麦芽威士忌中的权威代表和衡量标准,是因为它的产地环境绝佳,拥有富含矿物质的水源,酿酒的蒸馏器更高更宽,陈年的工艺细致、充分,讲究循序渐进。一直以来,格兰威特威士忌都是酿酒商仿制的对象,但它所具备的这些特质却令同类产品只能望其项背。在此,我极力向您推荐这款苏格兰威士忌!

在我看来,芝华士威士忌和格兰威特威士忌就是苏格兰威士忌最高水准的体现,它们有属于自己的传奇历史和独特口味。在本书中,F·保罗·帕库特将倾力为您讲述它们的故事。

现在,您不妨为自己斟一杯芝华士或格兰威特威士忌,然后坐下阅读这本《双剑合璧》吧。

帕特里克·力加(Patrick Richard)

保乐力加集团主席兼首席执行官



前言

1989年的时候，我开始动笔写苏格兰威士忌的故事。那时，《纽约时报》的里奇·科兰德雷亚(Rich Colandrea)让我为《时代》杂志周日版的特辟专栏撰稿，内容是苏格兰威士忌，稿件的刊登时间是当年12月的第一个周日。我在签约一个月之后就亲赴苏格兰进行实地调研。我的记忆力出奇地好，所以现在还能清楚地记得出发当日的情形。我驾车行驶在蜿蜒的A9公路上，这条主干道从苏格兰中部一直向北延伸到高地北部的威克镇(Town of Wick)，那里薄雾蒙蒙，人烟稀少，放眼望去尽是绿色。

天没有下雨，但乌云却像一把灰暗的巨伞笼罩在高地的上空。车开过了皮特洛赫里镇(Pitlochry)和布莱尔阿瑟尔镇(Blair Atholl)，我可以看到积雪覆顶的凯恩戈姆山(Cairngorm)和高耸入云的莫纳利亚山脉(Monadhliath)分列在公路的左右两旁。“难怪高地人会酿制威士忌”，被寒冷包围的我颤颤地在日记里写下了这句话。透过车窗，公路两边的风景一闪而过，虽然看到的只是崎岖、孤立和阴湿，但这也不失为一种美。在A9公路的出口处有一块

标有“Boat-of-Garten/A93”字样的标牌，这个地方我以后又去过十几次，因为我着迷于苏格兰，着迷于由星星之火渐成燎原之势的苏格兰威士忌，不过当时的我还没有意识到这些。

在来到这里之前，我只是个威士忌行业的门外汉，即便如此，我对走访的第一家单一麦芽苏格兰威士忌酿酒厂并不陌生，因为它生产的格兰威特威士忌曾是美国销量第一的单一麦芽威士忌产品，现在还是如此。那次走访给我留下了深刻的印象，记得蒸馏酿酒厂房里到处都弥漫着啤酒香和麦芽味，锃亮的铜制壶式蒸馏器高高耸立，被擦拭得一尘不染。酒厂周围静谧无声，你可以看到湍流的小溪和连绵起伏的草地，草地上有吃草的羊群，遍野都是。太阳渐渐摆脱了乌云的笼罩，世界又重新恢复了色彩，那灰暗的石砌房屋、郁郁葱葱的山峦和蔚蓝的天空形成了鲜明的色彩对比，令我不由地止步凝望。这里就是狭长的格兰威特河谷，几个世纪以来，这里的居民通过非法或合法途径酿制出了最上等的苏格兰麦芽威士忌，本书前两章的故事就是以此地为背景展开的。

自1989年第一次涉足苏格兰以后，苏格兰和这里出产的威士忌就成为我写作和生活中一个不可或缺的组成部分。1991年我第三次踏足苏格兰土地，但美国洛根航空运输公司(Logan Air)把我的全部行李送到了其他某个地方，不得已之下，我又在英国的马莎百货公司(Marks & Spencer)重新置办了一切。三个月后，洛根航空运输公司寄来一张面值1700美元的支票作为补偿，丢失的行李则毫无征兆地突然出现在我纽约的办公室里。1993年，正在为《纽约时报》撰写报道的我又一次踏遍了苏格兰，这次的主题是高尔夫和苏格兰威士忌。在布罗拉(Brora)高尔夫球场上，面对着四周绿地上吃草的羊群，我竟然无法优雅地打出一杆下旋高球，表现真是很糟糕，还生来头一次听到了羊群发出的嘘声。不过事实上，在布罗拉草地的四周都围有电震铁丝网，飞出去的高尔夫球不会伤到羊群。

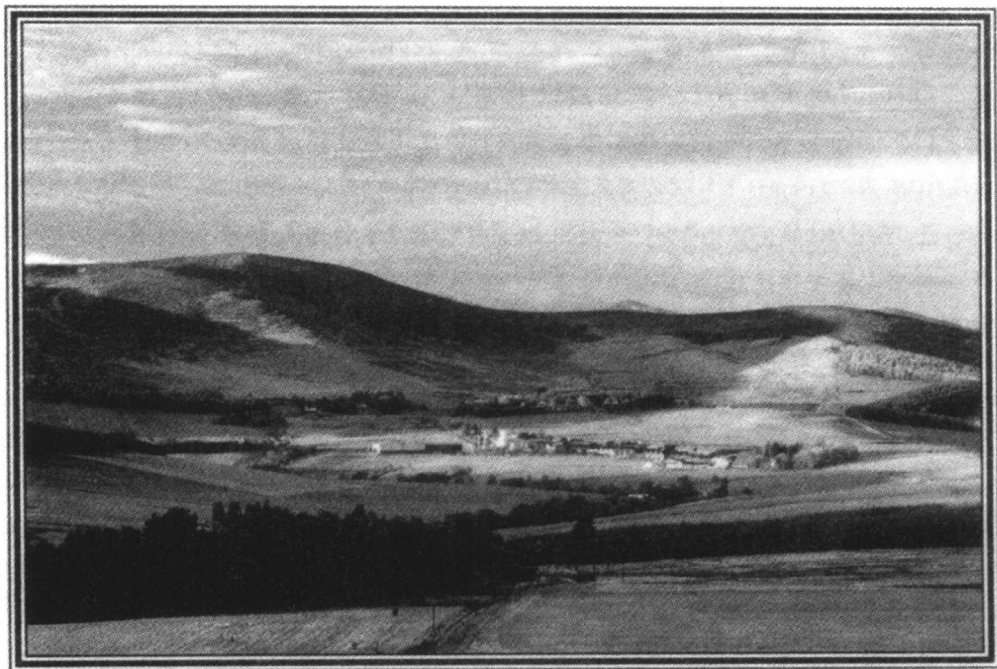
1995年，受《时代》周刊的约稿，我又去了不同的蒸馏酒厂亲身体验不同的工作，那漫长的12天确实非常艰苦，斯佩赛的泥煤我都挖过，现在回想起

来,还依然觉得像在做梦一样。在格兰高依酿酒厂(Glengoyne Distillery),我被分派到麦芽浆发酵室;在克拉甘莫尔(Cragganmore)和朗摩酒厂(Longmorn Distillery),工作地又换成蒸馏室和仓库;在麦卡伦酒厂(Macallan),我负责将蒸馏器壁上滴落下的威士忌收集到木桶里;在本里亚赫酿酒厂(Benriach),我负责称麦芽;在格兰菲迪(Glenfiddich)酒厂的灌装线上,我就像“我爱露西”节目中播出的生产线小品中的角色那样,手忙脚乱地赶工完成工作限额;在斯佩赛的库珀拉奇酿酒厂(Cooperage),我还尝试着制作(或者说“箍”起)一个橡木桶,但忙到最后手头还是那几块木片和金属箍,只能当作笑料跟人讲讲;在因弗戈登酒厂(Invergordon),我坐上了调酒师的位置,始创了“格兰·惊悚”款威士忌,它的特点是酒性凶烈、不易下咽。另外,酿酒厂有很多工人都以伊恩(Ian)为名,每次别人给我介绍新伊恩时,我都会想起以前认识的那几个老伊恩,真不知道到底有多少个这样的同名人名。

两年后,为了给达美航空公司《天空》杂志的月度专栏写稿,我特意赶到位于奥克尼群岛的高地公园蒸馏酿酒厂,只为见识一下传说中的尤恩森·马格努斯(Eunson Magnus)鬼魂。我把自己整晚反锁在酒厂仓库里,据说那里是奥克尼老鬼经常出没的地方。不过,那一晚没撞上什么鬼魂,反倒是清晨为我开锁的仓库管理人信誓旦旦地说鬼魂铁定撞上了我。第二年,苏格兰威士忌执杯者协会将我吸纳为会员,该协会总部位于珀斯郡(Perthshire)的布莱尔城堡(Blair Castle),是所有苏格兰威士忌协会中入会要求最严格的一家。在入会当晚的宴会上,大家伴随着悠扬的风笛声,站在桌椅上说说唱唱,有幽默的讲演,也有此起彼伏的祝酒声,总之,那是一个极具苏格兰高地特色的周四夜晚。

再说《双剑合璧》

在我撰写这本《双剑合璧》的时候,市场上已经出版了许多同类题材的书籍,所以我决定另辟蹊径,从一个与众不同的视角切入主题。其他同类作品



位于班夫郡的格兰威特蒸馏酿酒厂

通常是将众多酿酒厂、威士忌品牌、酿酒商，甚至整个威士忌行业都纳入其中，以大视角展现全行业的面貌。

不同的是，《双剑合璧》一书将焦点投放到苏格兰威士忌行业，以苏格兰的两大威士忌品牌——芝华士调和型苏格兰威士忌^①(Chivas Regal Blended Scotch Whisky)和格兰威特单一麦芽威士忌^②(Glenlivet Single Malt Scotch Whiskey)——为典型，折射出该行业 500 多年的发展史和业内人士的营销策

① 调和型苏格兰威士忌(Blended Scotch Whisky)是一种使用一种或多种麦芽威士忌作为基底，并且混合一种到多种谷物威士忌之后调制而成的苏格兰产威士忌。——译者注

② 单一麦芽威士忌(Single Malt Whisky)是指以已发芽的大麦作为原料，完全由同一家蒸馏厂制造，并且在苏格兰境内以橡木桶陈年超过三年以上的威士忌。它不同于纯麦芽威士忌(又称调和麦芽威士忌)(Pure Malt Whisky, or Vatted Malt Whisky)。——译者注

略。芝华士和格兰威特在诸多威士忌品牌中独占鳌头,一个以顶级奢华的调和型苏格兰威士忌的姿态面世,一个以单一麦芽威士忌精酿著称,在全球的威士忌品家眼中,它们就是苏格兰威士忌的最佳诠释者。

《双剑合璧》一书主要围绕三大企业(或称三大家族)的发迹史展开叙述,分别是始创芝华士威士忌的芝华士家族,酿造格兰威特威士忌的史密斯家族和缔造施格兰公司的布朗夫曼家族。不幸和灾难没有放过他们,但成功之母也同样眷顾了它们。在叙述这些家族的崎岖发展史同时,我还不忘介绍政府接连颁布的苛税政策,以及政府对威士忌行业的不当干预而掀起的空前走私潮,当然也包括那个不光彩年代的非法酿酒活动、人民暴动、威士忌走私和谋杀事件。但愿读者不会为此感到失望。我会用苏格兰式的幽默笔调,不动声色地向读者展示几大家族的传奇历史和卷入的商业阴谋、血腥残害等,充分显示苏格兰人的内在生存信仰,反映他们的“酿造威士忌是公民不可剥夺的权利”的强烈意志。

虽然本书是按照时间的先后顺序,从15、16世纪苏格兰高地的早期业余酿酒者对蒸馏酿酒法的探索开始,一直讲述到威士忌行业成为具有世界影响力的现代产业,但读者仍然可以把它看成是一部当代故事来阅读。这是一本非常有趣的书,既适合内行人阅读,又适合兴趣广泛的初学者,因为苏格兰威士忌不仅仅是当代最畅销、最受推崇的蒸馏烈酒,而且还是新千年初始最负盛名的烈酒。

首先,这要归功于产地苏格兰的神奇魅力,这片浪漫、神秘土地所孕育的威士忌和产地本身有着不容置疑的联系;其次,苏格兰威士忌被赋予了“纯正”的光环。如今的消费者都更青睐来源正宗、信誉完好的产品,而苏格兰威士忌就恰恰满足了这一需求,它能够更精准地体现苏格兰的产地精神,这是其他发酵酒或蒸馏酒无法比拟的。调和型苏格兰威士忌(如芝华士)代表了苏格兰人无畏、热忱的国民性格,单一麦芽威士忌(如格兰威特)则展现了苏格兰高地、低地及群岛地区的不同特质。我想,除了苏格兰威士忌之外,恐怕没有哪一种蒸馏烈酒能将如此众多的优点、口味和特性集于一身充分体现。

我们不妨把苏格兰威士忌比作一个独特王国,它同样具备本民族的特性和观念,您只要细啜一口瓶中之酒,个中滋味便不言自明。

17 世纪的法国数学家、哲学家勒奈·笛卡儿(René Descartes)曾有一句传世名言“我思故我在”(1673 年),稍加改动之后就是我的座右铭“我饮故我在”,这句座右铭一直指引着成年的我选择生活、选择职业。在您阅读这本《双剑合璧》的时候,不妨为自己斟一杯芝华士或格兰威特威士忌,让自己在感受、闻香、品茗的过程中自然地去体验苏格兰的顶级威士忌。

为这篝火之夜,为嘘声一片的羊群,为来去无踪的酒厂鬼魂,为名叫伊恩的许多苏格兰人,我们干杯!

F·保罗·帕库特

苏格兰威士忌执杯者协会终身会员

2004 年 9 月



大不列颠地图



致 谢

叙事形象生动的《双剑合璧》现在已经呈现在读者面前。在此，我要向以下诸位朋友、公司及机构表示感谢，没有他们的鼎力相助，此书恐怕无法完稿。

- 我的妻子兼商业伙伴休·伍德利(Sue Woodley)。为了这本书，我们在苏格兰和美国合作研究，一如往常那样。
- 约翰·威利父子出版公司(John Wiley & Sons)：马特·霍尔特(Matt Holt)、米歇尔·帕特森(Michelle Patterson)和塔玛拉·赫梅尔(Tamara Hummel)。
- 格拉斯哥大学的历史学家伊恩·拉塞尔(Iain Russell)。20世纪90年代，伊恩受雇于施格兰公司(Seagram)，针对芝华士威士忌和格兰威特威士忌的起源作了深入的研究。毋庸置疑，正是有了伊恩的慷慨相助和细致研究，才有了《双剑合璧》和书中那些精确的信息。
- 芝华士兄弟公司(苏格兰)：伊冯娜·撒克里(Yvonne Thackeray)、琳达·布朗(Linda Brown)、艾伦·格雷格(Alan Greig)、科林·斯科特

- (Colin Scott)和吉姆·克赖尔(Jim Cryle)。
- 芝华士兄弟公司(伦敦): 吉姆·朗(Jim Long)、保罗·斯坎伦(Paul Scanlon)、罗伯特·霍姆斯(Robert Holmes)、克里斯蒂安·波尔塔(Christian Porta)和马丁·赖利(Martin Riley)。
 - 保乐力加美国: 凯文·芬尼西(Kevin Fennessey)、克里斯·威利斯(Chris Willis)、里克·塔皮亚(Rick Tapia)和桑德林·力加(Sandrine Ricard)。
 - 保乐力加集团总部: 帕特里克·力加。
 - 美国亨特公共关系公司(Hunter Public Relations): 乔·莫斯科恩(Joe Moscone)、埃米·费尔迈斯特(Amy Felmeister)和克莱尔·伯克(Claire Burke)。
 - 哈格利博物和图书馆(Hagley Museum and Library): 索达·豪斯(Soda House)和玛吉·麦克宁奇(Marge McNinch)。
 - 施格兰美国分公司(House of Seagram USA)的前几任市场营销管理者: 阿瑟·夏皮罗(Arthur Shapiro)、罗伯特·迪宾(Robert Dubin)和拉尔夫·帕甘(Ralph Pagan)。
 - 特别要感谢老埃德加·布朗夫曼(Edgar Bronfman Sr.)。



目 录

前言 / 1

致谢 / 1

第一部分 平民之酒

引言 / 3

虽说威士忌传统的传承在很大程度上得益于苏格兰的地区传统,但是,苏格兰的国际知名度却是在威士忌行业发展的基础上建立起来的。和其他消费性产品一样,大众的喜好和口味是通过商业操作而培养起来的,但真正的引导因素却是来自市场的刺激。

1 产地赋予的魔力 / 7

苏格兰威士忌是一个谜,它拥有产地所赋予它的魔力。外国人可以从