

精酿

啤酒革命

「美」史蒂夫·欣迪◎著 骆新源 沈恺 赖奕杰◎译

Steve Hindy

THE
CRAFT
BEER
REVOLUTION

中信出版集团

精酿

啤酒革命

「美」史蒂夫·欣迪◎著 骆新源 沈恺 赖奕杰◎译

THE CRAFT BEER REVOLUTION

图书在版编目 (CIP) 数据

精酿啤酒革命 / (美) 史蒂夫·欣迪著; 沈恺, 赖奕杰, 骆新源译. -- 北京: 中信出版社, 2017.1
书名原文: THE CRAFT BEER REVOLUTION
ISBN 978-7-5086-7079-9

I. ①精… II. ①史… ②沈… ③赖… ④骆… III.
①啤酒—酿酒工业—工业企业管理—经验—美国 IV.
① F471.268

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 293476 号

The Craft Beer Revolution: How a Band of Microbrewers Is Transforming the World's Favorite Drink
Text Copyright © 2014 by Steve Hindy
Published by arrangement with St. Martin's Press, LLC. All rights reserved.
Simplified Chinese translation copyright ©2017 by CITIC Press Corporation
本书仅限中国大陆地区发行销售

精酿啤酒革命

著 者: [美] 史蒂夫·欣迪

译 者: 骆新源 沈恺 赖奕杰

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承 印 者: 浙江新华数码印务有限公司

开 本: 880mm×1230mm 1/32 印 张: 12.75 字 数: 220千字

版 次: 2017年3月第1版 印 次: 2017年3月第1次印刷

京权图字: 01-2016-9819 广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-7079-9

定 价: 58.00 元

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

Dedicated to all brewers

谨以此书献给所有的酿酒人

中译本序

大约 50 年前,美国的先驱们掀起了精酿啤酒运动,开始酿造滋味丰富的艾尔啤酒和拉格啤酒。我想,当年他们不曾预见自己埋下的革命火种,能够有朝一日改变整个世界对啤酒的看法。我还能肯定,他们当年更不曾想到,未来的中国会成为精酿啤酒重要的市场。当时的美国市场被淡味拉格啤酒统治,而他们的初衷,纯粹只是寻觅一些替代淡味拉格的真正的啤酒。精酿啤酒的先锋一代,以及数以千计的追随者,就是想让人们饮用啤酒的体验变得丰富、充实。他们探索着丰富多样的啤酒风味,尝试那些被世界大牌酒厂遗忘了的啤酒品种。第一代精酿酒厂酿出了琥珀色的艾尔啤酒、拉格啤酒、波特啤酒、世涛啤酒,以及 IPA;第二代精酿酒厂则把魅力非凡的比利时风格啤酒带到了世人面前,包括白啤酒、瓶内发酵的艾尔、兰比克风格啤酒,以及添加了各种水果所酿造的艾尔啤酒。如今,新一代的精酿酒厂不断试验酿造各种橡木桶陈酿的啤酒,包括威士忌木桶、葡萄酒木桶、朗姆酒木桶、麦斯卡尔木桶等。精酿酒厂还不断尝试将各种新的原料引入啤酒的酿造中,比



如古老的谷物品种,以及各种草本植物和香料。

去年,我应邀出席了一场在上海举办的精酿啤酒大会,并做了演讲。将近 700 名与会者所展现出的热情与激情令我印象颇深。这让我想起了早年举办的全美啤酒节(Great American Beer Festival)以及在美国举办的精酿酒商大会。据我所知,我的很多美国酒厂同行也注意到,中国人对精酿啤酒的喜爱正在被唤醒。精酿啤酒革命正在全球持续发酵,这已经不是什么新鲜事了。啤酒本就是世界第一饮品,全世界人民都爱啤酒,而精酿啤酒就是啤酒的未来。

我确信,中国的精酿啤酒酿酒师们将为精酿啤酒世界奉上全新的概念和风味。最后,我要感谢骆新源、沈恺、赖奕杰,他们是精酿啤酒的先锋战士,感谢他们翻译了我的书作,也感谢中信出版社为本书在中国发行所做的努力。

史蒂夫·欣迪

2016 年 10 月

纽约布鲁克林

推 荐 序

《精酿啤酒革命》是一本激动人心的史册，记录了过去 40 年间美国啤酒酿造业经历的一场伟大复兴。20 世纪 70 年代中期，整个美国仅有不超过 40 家啤酒厂。而如今，这个数量已经超过 2500 家，另有千余家正在筹建。按照酿酒商协会(Brewers Association)的统计，几乎距离每个美国人居住地 10 英里(16 公里)的范围内，就有一家啤酒厂。

由史蒂夫·欣迪来讲述这一系列精彩纷呈的美国创业故事再合适不过。他与合伙人汤姆·波特一起创立了布鲁克林精酿啤酒厂，此前 15 年他是一名记者。他亲身经历了美国精酿啤酒行业的发展，同时也是酿酒商协会(由小型酒厂组成的贸易协会)的常任理事，以及美国啤酒协会(BA，大型啤酒公司主导的贸易协会)的常任理事。

20 世纪 90 年代前期，我结识了史蒂夫，他当时在纽约布鲁克林一个废旧的街区忙着建他的布鲁克林酒厂，而我也在丹佛当时破旧的下城历史街区(LoDo)筹建我的韦恩库普啤酒厂(Wynkoop



Brewery)。

当时,我和我的伙伴杰瑞·威廉姆斯、拉塞尔·谢勒、马克·谢夫勒一起签下了位于丹佛下城历史街区一个废弃仓库的租赁合同,年租金是每平方英尺(约0.1平方米)1美元。我们花了一年半时间建成了韦恩库普啤酒厂,并投入生产。当时,筹集资金的过程相当漫长,因为我们做的项目是市面上前所未有的。

我们经营的是当时落基山脉地区第一家自酿啤酒屋,也是5年来丹佛下城历史街区的第一家餐厅。我们当时的理念,就是与酒厂周围的社区建立紧密的联系,并在此基础上重铸社区文化。与我远隔半个美洲大陆的史蒂夫,还有散落在这个国家其他一些地方的

精酿啤酒先锋们,都抱有这样的想法。如今,下城历史街区已经成为丹佛市最具活力的娱乐街区,而布鲁克林的威廉姆斯堡也已成为纽约市最具生命力的社区之一。在全国的各个城市,凡是建有小型精酿啤酒厂的地方,都市文化都得到了复兴,圣迭戈、波特兰、堪萨斯城、亚特兰大、阿比塔斯普林斯、克利夫兰,这样的例子比比皆是。



州长约翰·希肯鲁伯,1988黄金一代成员。

《精酿啤酒革命》的故事介

绍了美国精酿啤酒创业先驱,如铁锚酒厂(Anchor Brewing)的弗里茨·美泰克、内华达山酿酒厂(Sierra Nevada)的肯·格罗斯曼、老纽约酿酒公司(Old New York Brewing)的马休·莱克、波士顿啤酒公司(Boston Beer Company)的吉姆·库克,以及极富创意的天才酿酒师,如韦恩库普酒厂的拉塞尔·谢勒、布鲁克林酒厂(Brooklyn Brewery)的盖瑞特·奥利弗、俄罗斯河酒厂(Russian River)的温尼·奇鲁左、阿拉嘉什酒厂(Allagash)的罗伯特·托德、角鲨头酒厂(Dogfish Head)的山姆·卡拉吉奥,还有新比利时酒厂(New Belgium)的杰夫·莱贝什。

许多美国精酿酒厂的创业家都曾是家庭自酿啤酒的爱好者,其中相当一部分是从《家酿啤酒快乐全书》一书中受到了启发。这本书的作者查理·帕佩奇恩现任酿酒商协会主席,之前曾担任教师,现在仍居住在科罗拉多。

精酿啤酒运动的先锋们让美国人民接触到了各式各样的琥珀艾尔啤酒、拉格啤酒、波特啤酒、世涛啤酒。接下来一代的酿酒师开始酿造比利时风格啤酒,并开创出新的啤酒风格和酿造工艺。美国的精酿啤酒酿酒师们都是受到了欧洲传统啤酒强国的启发:比利时、英国、德国,以及捷克。而现在,这些传统啤酒列强国家的酿酒师们开始从美国的精酿啤酒中寻找新的灵感。美国的精酿啤酒已然成为一种重要的出口产品和文化。

整体上,美国的啤酒消费呈下降趋势,但精酿啤酒的区块则爆发式地增长。啤酒消费者喝啤酒的量越来越少,但质量越来越好。



作为这场精酿啤酒革命运动的一分子,我感到非常自豪。我也在此向那些推动精酿啤酒发展的创业家、酿酒师、经销商、零售商致敬!

约翰·希肯鲁伯

科罗拉多州丹佛市

2013年8月

前 言

精酿啤酒行业从星星点点的几位家酿啤酒玩家和梦想家开始,发展至今,已经占全美 1000 亿美元啤酒产业链中 10% 的份额。短短几十年间,精酿啤酒发展成了整个美国啤酒产业中最具活力的区块,而精酿啤酒革命这场运动已经波及了全球各个角落。

2013 年,美国的精酿啤酒厂数量已经超过 2700 家,并且还有 1500 家正在筹建中。酿酒商协会发言人保罗·盖塔表示,从 1980 年后开始经营的算起,营业至今的带餐厅的啤酒厂占 48.4%,仍在经营的灌装酒厂占到了 66.2%。这一数据对比其他区块要高出许多,足以说明美国精酿啤酒行业的成功。

现在,全球各地都能找到美式精酿风格的啤酒厂,包括亚洲、非洲、中南美,以及那些最初给了美国精酿启迪的欧洲传统啤酒强国。

新世界的酿酒师们坚信,他们是在把啤酒这一古老的饮品恢复到其正常的状态,回归本地化,体现其家乡的风土人情。啤酒还有巨大的创意空间。他们从巨型跨国酿造公司的手里救回了啤



酒,那些超大规模工业酒厂生产的啤酒,就好比卡夫品牌生产的芝士,或者好时做的巧克力。而精酿啤酒的酿酒师让啤酒回归其真实的、充满匠心精神的真实面貌,就像那些小型的精品烘焙店和精品芝士店那样。

纵观整个精酿啤酒革命,就是一群怀揣梦想的普通人改变整个世界的故事。布鲁克林酒厂的首席酿酒师盖瑞特·奥利弗(一名多才多艺的酿酒师,又能写配方,又会写书)在2012年的纽约动漫展开幕式上,为开幕式派对定制了一款啤酒,并以轻松调侃的方式写了这款酒的介绍,真是把精酿啤酒革命的时代精神体现得淋漓尽致。看看他是怎么写的:

曾经一度,慈爱的啤酒神灵们普照着世界,把美妙的啤酒和快乐带给世间众生。这些大神和谐共存,共同捍卫着人们的餐桌,捍卫着美味和丰富的选择,捍卫着啤酒的真诚与多样性。人们因此敬爱着啤酒神灵。

可是,啤酒神灵们太过善良,敌人还是存在的。在地表深处的冥界,一群啤酒邪魔开始兴风作浪。这群凶神恶煞的啤酒邪魔发动突袭,把啤酒神灵们打入了黑暗世界。从此,世上没有了充满滋味的啤酒,人们绝望地哭泣着。啤酒邪魔们带来了他们的鬼东西,那种颜色淡黄、寡淡无味的啤酒,俗称“无敌大水啤”。寡淡指向平庸,平庸引起愤恨,愤恨导致痛苦。人们因此痛不欲生。大家逐渐淡忘了啤酒的真味,淡忘了麦

香缠绵舌尖的滋味，淡忘了啤酒花的怡人香馥。

在这黑暗的世界看似就将称霸之时，新的曙光终究还是来了。焦糖麦芽爆发出饱满的力量，啤酒花的苦味展露出无比锐利的锋芒，酒花的香馥在积聚核弹般的能量，摧枯拉朽地击溃了啤酒邪魔的黑暗统治。慈爱的啤酒神灵再次回到人间，他们将永远受到人们的眷顾和守护。从此，真正的美妙的啤酒重归人们的怀抱。

美国精酿啤酒革命是数以百计的创业家在整个美国几百座城镇打造的有趣故事。这是他们用自己那些美妙、美味的啤酒向人们味蕾发起的战役，并逐步为大众所接受。他们说服了那些爱理不理的啤酒经销商，在卖大规模生产、大规模投放广告的啤酒之余，去尝试卖一些当时看来奇奇怪怪但挺有爱的精酿啤酒。创业家们耐心地教导这些酒商，他们酿造的啤酒用的原料和工艺是真的匠心所在，而且各自的精酿品牌背后的故事也不可忽视。于是，这些经销商慢慢地认可、欣赏精酿啤酒品牌的创业精神。他们中间相当一部分，已经从经销口味清淡的工业拉格啤酒中赚到了一定的财富。这些经销商招聘了具有专业啤酒知识的销售和营销人员，并逐渐学会了如何去销售这些低于百万美元市场投入的小品牌。

这些经销商与精酿酒厂颇有相通的地方，他们业务规模相对小，经营范围以社区为主。最初的阶段，这种天然的盟友关系（精



酿小酒厂与社区为主的经销商)面临很多困难,但他们坚定地互助,逐渐壮大起联盟的实力。

精酿啤酒革命的故事还涉及到那些精酿品牌如何应对彼此的竞争与厮杀,化干戈为玉帛,并发展出一个让所有精酿品牌形成合力的强大组织。精酿酒厂在市场上相互角逐的情况处处可见,但彼此在竞争过程中也学习了很多。他们联合起来组建了酿酒师协会(BA),协会具有足够强大的实力叫板那些跨国巨头。

查理·帕佩奇恩是酿酒师协会的领头人,他曾是一名和蔼的核工业工程师,也是家酿啤酒的爱好者。他写的《家酿啤酒快乐全书》教会了好几代啤酒爱好者如何酿造他们自己的啤酒。20世纪70年代后期,在科罗拉多的波尔德市,帕佩奇恩还组建了家酿爱好者的专门组织,后定名为酿酒师联合会(Association of Brewers),并最终在2000年以后成为了正式的酿酒师协会。酿酒师协会是一个每年涉及1600万美元的贸易组织,这个数值已经让跨国酿酒巨头感到震惊。

美国精酿运动还涉及到了很多立法上的斗争。经过酿酒师协会的不断努力游说,禁酒令时期留下的一些禁止家庭自酿啤酒的法令,终于在全美50个州全部撤销。酿酒师协会还在全国大部分州培育了本地的精酿协会。经过大家的不懈努力,美国的各级政府都明白了精酿酒厂在各个社区、团体中都有着举足轻重的地位。

美国精酿行业经历的最大挑战之一,就是教育美国人重新认知啤酒——啤酒的历史,啤酒承载的文化,以及啤酒在我们餐

桌上的意义。主动迎接这一挑战的先锋包括英国的啤酒作家迈克尔·杰克逊；雷·丹尼尔，截至 2013 年 12 月，他创办的希瑟洛尼(Cicerone)啤酒教育认证课程已经培训了 3 万人；盖瑞特·奥利弗，他主编的《牛津啤酒伴侣》是全球第一本啤酒专业的百科全书。

然而，迄今为止还没人向世人完整呈现这一系列故事。这本《精酿啤酒革命》就将告诉你，那些精酿酒厂的创始人与他们的继承者是如何打造出全美 2700 家酒厂，又是怎样把那一杯杯充满匠心的精酿啤酒呈现在你家门口的酒吧里，还有他们怎样团结成强大的战斗力，掀起了这场席卷世界的精酿革命。

目 录

中译本序	I
推荐序	III
前 言	1
第一章 先锋,1965—1984 年	1
第二章 政府官员、作者、教师以及社区、组织的建设者	34
第三章 第一代:绽放的开始与第一场啤酒战争, 1984—1994 年	60
第四章 1988 黄金一代	83
第五章 大资本遇上精酿啤酒,1994—2000 年	134
第六章 第二代:创新	171
第七章 啤酒与媒体	219

第八章	精酿酒厂重振美国酿酒商协会	237
第九章	突破牢笼：大经销商拥抱精酿啤酒	262
第十章	美国酿酒商协会与酿酒商联合会合并	284
第十一章	同台一席	296
第十二章	第三代：多样模式的涌现	314
后 记		338
再版后记		343
译者后记		351
致 谢		355
注 释		357
附录一	大型酿酒厂推出仿精酿风格啤酒编年记录	377
附录二	2012 年销量排名前 50 的美国啤酒公司与 销量排名前 10 的美国啤酒公司及进口商	385