

酒廠內設有多個蒸餾器，完成圖左的初次蒸餾後，酒液會安排到圖右的蒸餾器，進行第二次蒸餾。



味力威士忌之酒廠見聞



新酒樽乘興特急，兩小時到小淵沢。

端來一杯威士忌，先吸一口這琥珀色液體的香氣，再讓它在口腔中散發餘韻，此對於愛「威」之士實在是人生享受。在品味威士忌之餘，為真正認識威士忌的釀造過程，大公報記者專程走訪日本，深入茂密森林，參觀當地首家釀製威士忌的三得利(Suntory)旗下第二家酒廠「白州蒸餾所」。

大公報記者 李潔儀(文、圖)

三得利在1923年於京都建立日本第一家威士忌釀造廠「山崎蒸餾所」，到1973年，再在位於東京兩個小時車程的山梨縣，興建日本境內屬於三得利的第二間蒸餾廠「白州蒸餾所」。

### 陳年威士忌如沉睡嬰兒

早上七時，天剛剛亮起，由東京最著名的繁華商業區新宿出發，搭乘JR特急，途經立川、八王子、大月、石和溫泉、甲府、菲崎六個車站，兩小時後來到小淵沢(Kobuchizawa)，白州蒸餾所的所在地。

不過，小淵沢的公共交通工具不算發達，在四月至十一月的周末，小淵沢JR站外會有免費接駁車直達酒廠，大約每40分鐘一班。由於參觀當天並沒有免費接駁車安排，唯一的公共交通工具就是出租車了。要注意的是，當地人習慣稱白州蒸餾所為「Suntory(三得利)」，若果直接跟出租車司機說「Hakushu(白州)」，他們不會明白是到那裡的。

乘坐出租車約20分鐘後，來到白州蒸餾所外負責接待的工場見學小屋，向工作人員報到後，便可取得預約時要求給予音頻導遊器(audio guide)，因為負責引領參觀的工作人員只會說日文。準備就緒，便可向森林中的白州蒸餾所進發！

時值寒冬，酒廠所在地的山梨縣，氣溫只有零下三、四度，地上鋪上一層薄薄的白雪，偶見工作人員不時在地上撒雪用的工業鹽。走過森林，不消十分鐘便來到三得利威士忌博物館，當中展出三得利的發展歷史，包括1929年由壽屋(三得利前身)推出的日本首瓶國產威士忌「白札」，還有在1937年推出的經典「角瓶」威士忌。

仔細欣賞過博物館內的珍藏後，帶領參觀團的負責人安排眾人搭上園內的巴士，來到真正的蒸餾所。甫走進室內，糖化槽正在煮麥汁進行糖化(mashing)，一下子噏的味道直攻鼻內。蒸餾室內，兩排放置了典型罐



▲白州已是著名品牌

式蒸餾器，為發酵後的酒汁蒸餾成透明的「新酒」。

接着來到另一幢酒窖庫，這裡存放着一桶桶正在陳年成熟的威士忌，儼如正在沉睡嬰兒般安靜，還有特別為威士忌愛好者和收藏家直接銷售桶裝威士忌的「The Owner's Cask」(私人酒桶)。

### 山崎與響不可失諸交臂

最後一站便是威士忌愛好者的重地——品飲環節！提供品飲包括沒有年份的新白州及白州12年。日本人喜歡加蘇打水，以Hill Ball方式喝威士忌，配以佐酒的堅果餅乾和朱古力，訪客還可自費品飲其他威士忌，除了三得利旗下的山崎、響，以及來自知名蒸餾所的穀物威士忌，還有其他世界性的威士忌，每杯15毫升由100日圓(約7港元)至2800日圓(約196港元)不等。

雖然品飲完畢，全程一小時的參觀亦結束，但隔壁的專賣店In The Barrel店舖，讓未喝夠的愛「威」之士繼續購買紀念品，部分物品更是「只此一家」，其他地方也買不到呢！



▲白州蒸餾所內，設置多個寫有不同年份的酒桶



▲日本南阿爾卑斯山脈的花崗岩過濾後的清澈泉水，由白州蒸餾所用以釀製單一麥芽威士忌

## 尾白川清泉釀單一麥芽威士忌

自從1923年「壽屋」(三得利前身)建造日本首家蒸餾廠，長達半個世紀以來，山崎蒸餾所提供「白札」、「禮藏」、「洛雅」等威士忌。在二次大戰結束後，市場對威士忌產品需求甚殷，三得利決定建立第二家威士忌酒廠——白州蒸餾所。

「白州」二字在日語裡意為「白色的沙堤」，暗喻水流的清澈。1973年建成的白州蒸餾所，其特別之處除了位於海拔700米，屬於世界上少數位於高地的蒸餾所，相比起蘇格蘭海拔最高的蒸餾所還要高上兩倍。

由於廠房投產年期相對較新，因此當中的蒸餾器，大不不一、非常齊全。三得利首席調配師與水精一曾經說過，因為白州的建廠時間較短，

原酒存量不及蘇格蘭的百年老廠，為釀造口味複雜、個性突出的單一麥芽威士忌，酒廠內設有多款蒸餾器，以期蒸餾出多元化的原酒，再作調配之用。

還有一點是，位於森林之中的白州蒸餾所，酒廠附近有被喻為日本「名水百選」之一的「尾白川」，這是從日本南阿爾卑斯山脈的花崗岩過濾後的清澈泉水，最終被白州蒸餾所用以釀製單一麥芽威士忌。

三得利當時要建立白州蒸餾所時，同時買下附近的森林，據知是因為三得利強調「為要確保水源和環境的純淨」。事實上，這片森林中長滿日本品種的雲杉、松樹和楓樹等，讓白州威士忌在陳年熟成期間，也沾上這些香氣和風味。

# 愛「威」之士朝聖白州之旅

### 麥汁糖化撲鼻香 發酵酒汁煮新釀

### 新聞分析

## 成功全因掌握消費者心態

大公報記者 李潔儀

老遠走一趟日本，為的是要尋找這座位於茂密森林內的威士忌酒廠，說實在的，位於山梨縣的白州蒸餾廠，雖然距離東京需要兩個小時高速列車車程，但參觀過後，從威士忌的釀製過程，到日本威士忌的發展史，可謂獲益良多。

日本流傳的是清酒文化，不過，三得利(Suntory，前身「壽屋」)創辦人鳥井信治郎洞察到釀造威士忌商機，懂得逆市而行，踏出日本國產威士忌的第一步，更重要的是，所謂慧眼識英雄，鳥井信治郎拉攏曾到蘇格蘭學習威士忌釀造技術、被譽為「日本威士忌之父」竹鶴政孝，出任日本首家威士忌釀造廠「山崎蒸餾所」所長。

毫無疑問，三得利是間很聰明的企業，因為來到威士忌蒸餾廠的人，十人中應該有八人有喝過威士忌，雖然參觀酒廠的費用是全免的，但面對愛「威」之士並不滿足於只品飲沒有年份的威士忌，付費品飲是再正常不過。

一點值得留意的是，三得利早在2004年為旗下「山崎」、「白州」兩間酒廠推出「The Owner's Cask」(私人酒桶)，讓飲家擁有專屬的酒桶，這項為人津津樂道的安排，最低消費僅約七萬港元，雖然酒儲年份可能較低，但真正的威士忌愛好者，又如何可以抗拒？三得利顯然能掌握消費者的心態！

三得利視這項服務為新的經營模式，不過，其實當時的威士忌市場處於好景氣，例如2005年三得利以每瓶100萬日圓(約7萬港元)，限量發行50瓶「山崎50年」，由於反應熱烈，開售翌日便停止收單，即使有錢也難求。能於好景氣時便推陳出新，長遠吸引更多客戶，可謂深謀遠慮！

基於威士忌原酒在木桶內陳年越久，其風味會越見獨特，不過，沉睡是需要一定時間，年份較高的威士忌只會買少見少，因此，三得利早已跟上潮流，推出沒有年份的單一麥芽威士忌。雖然標榜沒有年份，但酒質不比有年份的遜色，更顯迎合大眾消費的需求。



▲私人酒桶「The Owner's Cask」一角

## The Owner's Cask 已成絕響

愛好威士忌的人，誰不想擁有一桶威士忌？三得利在2004年11月11日，於旗下山崎和白州蒸餾所首度推出「The Owner's Cask」(私人酒桶)，選出103桶整桶威士忌，向威士忌愛好者和收藏家直接銷售，讓他們真正擁有一桶專屬威士忌。

在參觀白州蒸餾所中，來到The Owner's Cask的一處，負責帶領參觀團的尾島先生表示，要想擁有一桶私人收藏威士忌，可算豐儉由人，根據酒儲年份，入場費由100萬日圓起，相等於約7萬港元。例如在1979年由山崎蒸餾所蒸餾、以日本水榭木桶熟成的威士忌，價格高達3000萬日圓，約210萬港元。

在山崎和白州蒸餾所內要成為The Owner's Cask，必須經過蒸餾所經理及首席調酒師，抽樣驗證以確定酒質的陳年變化，並移至一處獨立存放，隨後便可通知有興趣購買的私人收藏家，進行試酒和選取要購買的一整桶威士忌，購買後一年必須裝瓶，以The Owner's Cask作為瓶籤，瓶上更會印有酒主的簽名，更顯獨一無二。

不過，由於陳年的桶裝威士忌買少見少，三得利最終在2010年6月暫停The Owner's Cask。

## 參觀白州蒸餾所 需用日文填報名表

### 小資料

參觀白州蒸餾所及其天然水生產過程，費用是全免的，大家亦可參與一些付費課程，例如威士忌與小菜搭配的研討會，品飲三得利旗下四款威士忌等，所有報名程序可在網上完成。

在網上預約過程中，除了選擇日期，還需要以日文填寫個人資料，例如姓名、電郵等，還有一項是需要填寫日本當地的電話號碼，以便工作人員可以隨時聯絡，因此建議參觀人士最好有日本電話號碼。另一辦法是，要求所入住酒店的員工，協助致電到酒廠確認參觀的日子。

由於到達白州蒸餾所參觀當天並不是假日，而且是早上十時正的首批參觀團，原定每組50個名額，故此只有十人報名而已。可知道，日本人是非常守時的，負責率團參觀的工作，準時十時正起行，說好的一小時參觀過程，亦會準時十一時完結。



▲酒廠內的大型發酵槽