Bulleit自2011年以来首次推出新的核心威士忌

Bulleit ’87将波本和黑麦调和为一款永久性、售价30美元的新品，预计9月上架

2026年8月4日星期二



Bulleit正在将一款波本-黑麦调和威士忌纳入其永久产品线，这标志着自2011年推出Bulleit Rye以来，该品牌首次推出新的核心威士忌。

这款名为Bulleit ’87的新酒，将在肯塔基州Shelbyville酿造、装桶并陈年的Bulleit波本，与在印第安纳州MGP蒸馏并陈年的黑麦威士忌进行调和。该威士忌以1987年命名，那是品牌创立的年份。它是Bulleit近40年历史中的第三款永久性威士忌，前两款分别是其旗舰波本和Bulleit 95 Rye。

公司表示，两种基酒都陈年四年，随后分别以烘烤美国橡木和法国橡木木条进行4至6周的收尾处理，再进行调和。这种收尾方式对Bulleit来说是新的，此前该品牌的威士忌并未以这种方式使用木条。

公司威士忌研发经理Phil Gelineau将这款调和酒形容为结构层次分明：波本提供基底，黑麦带来辛香，而木条收尾则让最终风味更加圆润。Bulleit表示，建议纯饮或加冰饮用，而不是主要用于鸡尾酒，这对一个核心波本和黑麦在酒吧后场被广泛使用的品牌来说，是一个显著转变。

这款酒的零售价约为30美元，预计9月上架。为配合上市，Bulleit计划在15个城市展开品鉴巡回，包括纽约、洛杉矶、奥斯汀、新奥尔良和路易斯维尔。公司表示，更多停靠城市将通过其Instagram账号公布。

此次推出之际，波本-黑麦调和酒在美国威士忌市场上已变得越来越常见。这个曾经的小众品类，如今已出现在从肯塔基大型蒸馏厂到小型独立调和商的广泛生产者阵营中。Bulleit的入局，使美国最具辨识度的威士忌品牌之一进入了过去十年稳步增长的细分领域。

Bulleit的品牌形象建立在两种配方之上，而这两种配方在品牌开始获得市场关注时就已十分突出：一款高黑麦含量的波本，以及一款由95%黑麦和5%麦芽大麦制成的黑麦威士忌。在品牌最初24年里，波本一直是其唯一的永久产品。黑麦威士忌于2011年加入产品组合，并成为Bulleit在美国酒吧和酒类商店中存在感的重要组成部分。

近年来，品牌在这两款主力产品之外又推出了限量版，包括标注陈年年份的装瓶产品。本月早些时候，Bulleit发布了一款20年陈黑麦威士忌。但这些版本都只是临时供应，因此Bulleit ’87对零售商和消费者而言更具意义，因为它将成为常规产品线的一部分。

此次上市也反映出Bulleit的生产布局已经发生变化。虽然其黑麦威士忌仍来自印第安纳州的MGP，但公司在2010年代后期扩大了在肯塔基州的波本生产能力，在Shelbyville建起一座年产能达300万proof gallons的蒸馏厂，并在Lebanon建成另一座更大的设施，设计年产能为1000万proof gallons。Lebanon工厂的生产去年曾一度暂停。

对饮用者而言，Bulleit ’87在一个往往偏向限量发售或高端定位的品类中，以亲民价格提供了一个新选择。对品牌而言，这是一款罕见的永久新增产品，将其既有的波本与黑麦身份融于一瓶之中，而美国威士忌生产商仍在寻找拓展产品组合的新方式。