# Hendrick’s 九年来首次推出永久核心金酒新品

Another Hendrick’s 融入橙花与可可豆风味，成为这家苏格兰品牌罕见的长期产品线扩张。

2026年9月2日星期三




Hendrick’s Gin 周三表示，将向其永久产品线新增一款名为 Another Hendrick’s 的新酒款，这标志着该品牌核心产品系列九年来首次进行长期扩充。

这款新品由这家苏格兰金酒品牌在马德里发布。公司表示，新产品将 Hendrick’s 经典的玫瑰和黄瓜风味，与橙花和可可豆风味相结合。公司称，这款新金酒将保留在产品系列中，而不是以限量版形式发售；对这个主要依靠单一旗舰产品和偶尔推出实验性装瓶建立声誉的品牌来说，这是一项引人注目的举措。

据公司介绍，Another Hendrick’s 的酒精度为 41.4%，在西班牙的建议零售价为 34.50 欧

元。Hendrick’s 表示，这款金酒将采用白色瓶身，与该品牌更为人熟知的深色药剂师风格包装形成鲜明对比。

这款产品由 Hendrick’s 首席调酒师 Lesley Gracie 开发。她表示，自己希望尝试与金酒并不常被联系在一起的可可原料。公司发布的评论中，Gracie 说，她借鉴了品牌位于苏格兰艾尔郡的 Gin Palace 所进行的实验，并力图将她最偏好的两类风味——巧克力与花香——结合起来，同时仍保持 Hendrick’s 的品牌特质。

Gracie 在声明中说：“Another Hendrick’s 展示了我们在过去 25 年里所做工作的不同一面。”她将橙花与可可豆的搭配描述为该类别中不寻常的组合，并表示最终风味呈现出深度、细腻的甜感和清新感。

Hendrick’s 采用小批量生产，并长期以玫瑰和黄瓜这一不寻常组合进行市场推广；这一配方帮助其在现代高端金酒复兴中脱颖而出。品牌表示，这款新品旨在保留这一基础身份，同时提供一种以柑橘和可可为核心的不同感官风味。公司对其的描述是，橙花带来明亮感和提升感，而可可则增加结构感和更柔和的收尾。

这一举措出台之际，全球烈酒集团仍在寻找在不削弱核心品牌吸引力的前提下扩展高端品牌的方法。Hendrick’s表示，这款新金酒旨在展现品牌的另一面，并帮助其与新一代金酒消费者建立联系。品牌全球总经理 Nora Torpey 表示，此次发布不仅仅是产品线延伸，更是为让 Hendrick’s 在高端烈酒市场保持文化相关性而展开的更广泛努力的一部分。

Torpey 在公司声明中说：“Hendrick’s 一直以其创造力和原创性而脱颖而出。”她表示，Another Hendrick’s 旨在强化这一定位，并支持品牌在高端细分市场中的角色。

公司将这一新品发布与夏季结束后社交场景回归联系起来，包括 9 月初的晚餐、下班后小酌以及其他聚会。这种季节性叙事反映出，如今许多高端烈酒品牌不再只把新品发布作为产品新闻，也将其包装为面向居家调酒消费者和酒吧顾客的生活方式提示。

Hendrick’s 还借此次公告推广了几种适合这款新金酒的饮用方式，包括标准金汤力和一款 spritz 风格鸡尾酒。品牌全球大使 Charmaine Thio 表示，公司认为 spritz 形式是 Another Hendrick’s 的关键饮用方式，将这款金酒与苹果汁、普罗塞克、苏打水以及少量樱桃利口酒结合。Hendrick’s 表示，这款饮品以黄瓜、鸡尾酒樱桃和柠檬扭皮装饰。

Another Hendrick’s 的推出也凸显了 Gracie 在品牌产品开发中的持续作用。Hendrick’s 表示，自品牌早期在 William Grant & Sons 时期起，她就参与了该品牌推出的每一项液体创新。公司指出，Gracie 因其对苏格兰金酒的贡献而在 2025 年获得了 The Gin Cooperative 的奖项。

Hendrick’s 在苏格兰艾尔郡海岸的 Hendrick’s Gin Palace 酿造，品牌表示这里使用两台罕见蒸馏器以及 11 种植物原料的组合。公司称，原版金酒与新推出的产品酒精度同为 41.4%。

此次发布的永久属性，可能是对零售商和分销商而言最重要的一点。在一个品牌往往依赖限量投放和季节版来制造关注的品类中，新增一款核心酒款意味着更长期的商业押注。Hendrick’s 在公告中没有提供更广泛的分销细节，但公司表示，Another Hendrick’s 现已成为品牌常规产品线的一部分。

此次推出也加剧了高端金酒领域的竞争。该品类中，生产商越来越多地尝试非传统植物原料和风味线

索，以在拥挤的货架和鸡尾酒单中脱颖而出。Hendrick’s 选择橙花和可可，而不是更常见的果味变体，似乎是在保持品牌一贯非常规搭配形象的同时，转向更具烹饪风格的创新。

对消费者来说，最大的变化很可能是来自熟悉品牌的一种新家族风格，而非对该品类的背离。Hendrick’s 表示，这款金酒保留了原作的核心特质，同时通过花香柑橘和可可风味进行重新演绎。公司将这款酒定位为全年供应的新增产品，而非短期发售，这使酒吧和商店近十年来首次拥有第二款永久性 Hendrick’s 选择。