vinetur

大卫-奥尔蒂斯推出 Ozama 朗姆酒，弘扬多米尼加传统，支持当地社区发展

棒球传奇人物的新烈酒品牌在美国首次亮相，该品牌将纯正的多米尼加生产与可持续发展和社会影响倡议相结合。

2026年3月20日星期五


OZAMA
RON DOMINICANO
AÑEJO

棒球名人堂成员大卫-"大帕皮"-奥尔蒂斯（David "Big Papi" Ortiz）推出了向其多米尼加传统致敬的品牌--Ozama 朗姆酒，进军高端烈酒市场。这款新朗姆酒以奥尔蒂斯童年时代在圣多明各的地标--Ozama 河命名，旨在展示多米尼加的最佳工艺，同时支持当地社区。

Ozama 朗姆酒完全在多米尼加共和国生产，100% 使用多米尼加甘蔗。从甘蔗的种植和收割到蒸馏、陈酿和装瓶，每一个生产步骤都在多米尼加进行。朗姆酒的官方原产地标记为 "Ron Dominicano"，这证明了朗姆酒的真实性和对国家标准的遵守。

该品牌对可持续发展的承诺体现在其运营中。Ozama Rum 使用 97% 的绿色能源，并对生产过程中产生的副产品进行再利用。此外，每年还将收益的 2% 重新投入到以奥扎玛河及周边地区为重点的环保和社区活动中。这种做法体现了奥尔蒂斯回馈家乡的奉献精神，这也是他棒球生涯后的主要价值观。

威廉姆斯-奇里诺斯（Williams Chirinos）负责监督生产，他是加勒比海朗姆酒领域备受尊敬的人物，拥有三十多年的经验。奇里诺斯在制定多米尼加朗姆酒标准的过程中发挥了关键作用，他将自己的专业知识带到了 Ozama 的产品系列中，该系列有三款酒精度为 40% 的核心产品。

Ozama Blanco 专为鸡尾酒而设计，口味明亮，带有杏仁、椰子和淡淡的柑橘香。Ozama Añejo 在美国白橡木桶中陈酿至少一年，口味以椰子和香草为主，甜度均衡。Gran Añejo 则更为复杂，木香和香草的香气与椰子和干果的香气交织在一起，适合纯饮或加冰饮用。

每瓶 700 毫升，Blanco 和 Añejo 售价 30 美元，Gran Añejo 售价 45 美元。朗姆酒每箱六瓶。

奥尔蒂斯进军烈酒行业是运动员利用自己的名气推出生活方式品牌的一种趋势。不过，Ozama 的与众不同之处在于它注重真实性和社会影响。奥尔蒂斯表示，他的目标不仅是创造高品质的产品，而且要尊重自己的根，为多米尼加共和国做出积极贡献。

目前，消费者对来源明确、符合道德规范的烈酒越来越感兴趣。通过将传统方法与现代可持续发展努力相结合，Ozama Rum 试图在全球舞台上重新定义多米尼加朗姆酒的含义。

Ozama 朗姆酒现已在美国部分市场销售，并计划于今年晚些时候在更大范围内销售。该品牌的到来为奥尔蒂斯的传奇又增添了新的篇章--从棒球场延伸到优质烈酒和社区发展的世界。