vinetur

Central Hisúmer lanciert zum chinesischen Neujahrsfest ein Trio unverwechselbarer Spirituosen

Neuer Whisky, Tee-Cocktail und Kaffeelikör unterstreichen den Fokus des Unternehmens auf Innovation und kulturelle Inspiration im Getränkeangebot.

Donnerstag, 19. Februar 2026



Central Hisúmer erweitert sein Portfolio diesen Februar um mehrere neue Produkte, die jeweils eine eigene Identität und ein eigenes Geschmacksprofil aufweisen. Der Zeitpunkt fällt mit dem chinesischen Neujahrsfest zusammen, einer Zeit, die in der chinesischen Kultur von Feiern und Erneuerung geprägt ist. Zu den jüngsten Neuzugängen gehört Golong Vigorous, ein Single Malt Whisky, der in der Region Hunan in China hergestellt wird. Das feuchte subtropische Klima dieser Region beschleunigt

den Reifungsprozess und verleiht dem Whisky einen intensiveren Charakter. Golong Vigorous zeichnet sich durch seine Reifung in fünf verschiedenen Fasstypen aus: Tennessee, Bourbon, Brandy, Wein und Sherry. Diese Kombination sorgt für ein komplexes und doch frisches Profil, das ihn von anderen Single Malts auf dem Markt abhebt.

Eine weitere Neuheit ist Porcelain High Tea Cocktail, der sich als servierfertiger Aperitif in die bestehende Porcelain Gin-Familie einreiht. Dieses Produkt ist von östlichen Teeritualen inspiriert und verwendet Porcelain Mandarin Gin als Basis. Er ist mit einer Mischung aus Oolong- und Schwarztee aus China versetzt, die durch Ingwer und natürliche Zitrusnoten ergänzt wird. Das Ergebnis ist ein aromatisches und erfrischendes Getränk, das jedes Menü abwechslungsreich und raffiniert bereichert.

KOMO Coffee Liqueur feiert ebenfalls sein Debüt in der Produktpalette von Central Hisúmer. KOMO richtet sich an Kaffeeliebhaber, die Wert auf Authentizität und Ausgewogenheit legen, und wird aus 100 % hochgelegenen Arabica-Bohnen hergestellt. Die Bohnen werden sorgfältig ausgewählt und verarbeitet, um ihre natürlichen Aromen zu erhalten. Bei der Herstellung wird eine Kaltextraktionsmethode angewandt, die von der traditionellen japanischen Sake-Herstellung inspiriert ist und zu einem sauberen und ausgewogenen Likör führt. Das Branding von KOMO basiert auf der Legende von KoBiMo, einem mythischen Kaffeemonster aus Niigata, das auf dem Etikett als freundliche Figur erscheint.

Diese neuen Produkte spiegeln das kontinuierliche Engagement von Central Hisúmer wider, sein Angebot mit Getränken zu diversifizieren, die Tradition, Innovation und unverwechselbaren Charakter vereinen. Das Unternehmen ist weiterhin auf der Suche nach einzigartigen Spirituosen und Likören, die den sich wandelnden Geschmack der Verbraucher ansprechen und gleichzeitig hohe Qualitäts- und Authentizitätsstandards einhalten.