

## 遷思回慮忖君度：一杯酒道盡陳年的風華

黃子庭

### 前言

君度(Cointreau)為法國昂傑當地的家族企業品牌，君度酒獨特的香氣及口感，使其成為各大酒吧調酒師愛用的基底酒之一，時至今日，以其為基底的調酒就有四百多種，風靡酒品市場的程度可見一斑。以下將會以其歷史脈絡、個人參訪經驗、品牌意象以及體驗型文化觀光再做說明。

### 君度家族歷史脈絡

1849年，Adolphe Cointreau——一位糕點師父——和他的哥哥 Edouard-Jean 在法國的昂傑蓋了一座蒸餾酒廠，製做以當地水果為主要原料的酒品。而 Edouard-Jean 的兒子 Edouard Cointreau 接管了父親遺留下的蒸餾廠，為了發展擴大家庭蒸餾酒廠的規模及促進商機，他遊歷歐洲各地，觀察當時社會大眾的飲食習慣及其喜好，發現柳橙是廣受大家喜愛的口味，所以他回到家鄉後潛心研製，經過多方嘗試，研發出完美比例由苦橙皮和甜橙皮結合的烈酒汁液。爾後，為了凸顯這汁液的透明純淨是有別於市面上其他的烈酒，因此它決定使用造型簡單但卻是精心設計過的四方、

橙色的透明瓶身來盛裝它，再歷經多次精心改造，便成了我們所認識的 Cointreau 酒瓶身的經典造型(圖一)。經過幾年的品牌經營後，君度酒聲名大噪，許多酒商爭相模仿，市面上出現了許多仿冒品，因此在 1885 年 Edouard Cointreau 將自家產品註冊商標，並發出聲明強調 Cointreau 酒琥珀色方形罐的獨特性，也自此時開始，民眾只要看到這琥珀色方形玻璃罐，便能馬上聯想到這發展了百年的瓊釀。

然而，創立一個獨一無二的利口酒品牌對野心勃勃的 Edouard Cointreau 來說似乎還不夠，他希望能有一個更鮮活的形象再次把君度酒介紹至世界各地，他以著名的意大利海報設計藝術家 Nicolas Tamagno 創作的默劇丑角 Pierrot 作為 Cointreau 酒的商標代言人，這樣有趣滑稽的小丑形象深得民眾的喜



圖一：1960年代的君度酒瓶。

愛，也因 Pierrot 長達超過半世紀的代言，潛移默化地將這品牌深植在人們心中，Pierrot 也為君度酒拍了首支商業廣告。1999 年，為了慶祝 Cointreau 酒成立 150 週年，君度家族在昂傑酒廠旁成立了博物館，整棟建築都和產品相同色調，以橘色調為主，將這屹立了百年的品牌植下另一座里程碑。(此酒廠以及博物館也是這次實習的重點行程之一)

### 君度酒廠參訪經驗

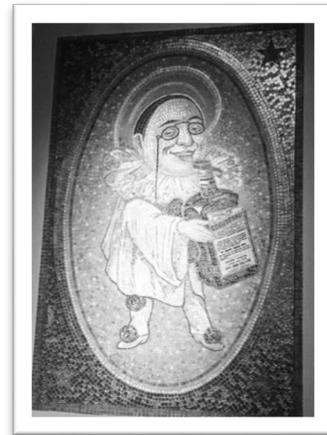
在 2018 年 7 月 9 日當天要前往君度酒廠之前，內心雀躍不已，不僅僅是因為在實習課前做了充足的資料閱讀，也因為在一次劉以德教授的課堂中嘗試了君度酒，便對這獨特香氣及口感的烈酒深深著迷。當我和同學們浩浩蕩蕩地搭車抵達君度酒廠門口時，看著正門旁大大的 Cointreau 招牌，字體的顏色為經典色系—橘色，兩旁的牆也塗上了暖色調的橙橘。一走進大門，左邊是君度酒的禮品店，一瓶瓶君度酒瓶展列在櫥櫃上，就像在欣賞一幅安迪沃霍爾(Andy Warhol)的普普藝術



圖二：Cointreau 禮品店。

(pop art)，從「綠色的可口可樂瓶子」搖身一變，成了「橙色的君度酒瓶罐」！(圖二)大門的右手邊是一間調酒室，裡面擺設簡單卻充滿現代感。解說員領著我們穿越一座庭院，映入眼簾的是充滿設計感的圓弧橙色牆面以及小門，小門旁的木板上亦是以明亮的橘紅字寫著 Cointreau 的招牌字樣，在在都明示暗示著這醞釀了一個半世紀的釀酒企業至今依舊鮮豔。

大廳的正前方，掛的是以橙橘採收為主題的馬克磚拼貼畫以及品牌形象代言人—默劇丑角 Pierrot(圖三)，右手邊則擺設了兩大桶，各為乾燥甜橙皮和苦橙皮，而這兩種橙皮就是君度酒的精華所在，解說員請我們圍繞著這兩大桶橙皮，請每個人拿起各一片橙皮起來試聞，並讓我們撥碎再試聞一次，橙皮的香氣在撥碎之後更加的清明爽朗(圖四)，在附近的牆上寫著 Edouard Cointreau 曾經說的話：「我一直熱切地在尋找君度酒的精髓，我想要這晶瑩無瑕、透明無色的汁液和精心提製的味道做結合，而這個味道便是由苦橙皮和



圖三：Pierrot 的馬克磚拼貼畫。

甜橙皮調和而成。」(“J’ai recherché passionnément cette liqueur dont j’ai voulu qu’elle ait la pureté du cristal et une grande subtilité de gout, grace à l’harmonie parfaite d’esprit d’écorses d’oranges spices et amères.”)

穿越大廳後便是製作君度酒的蒸餾酒工廠，房間裡陳列了一桶桶古銅色的蒸餾桶，歲月在銅皮上刻下了痕跡，也紀錄了它流傳百年不衰的價值。在身邊環繞著濃濃的橙皮香氣的清爽氛圍下，解說員一一向我們解說每個大型機械的作用(圖五)，並說明其繁複的製作流程。

君度酒製作過程是由高濃度純酒精與由印度的苦橙皮和西班牙以及北非的甜橙皮一起蒸餾、提煉而成濃度 85 度的烈酒，爾後，酒精濃度會藉由添加純水降低，再將混合過的酒液放置在離心機內，使其去除較重的分子雜質，這樣的做法可以做出較精煉的酒精，最後再加純糖及純水，使其酒精濃度降至百分之四十，這由苦橙皮與甜橙皮調製出的甜酒便完美生成。



圖四：苦橙皮、甜橙皮。

行程最後是最令人期待的品酒課程，我們到了大門右手邊的品酒室，簡單卻不失高雅的裝飾，透露出一股歐洲風格的尊絕不凡。一整個下午的時間，調酒師用一杯杯以君度為基底的調酒展現出各種絕妙風味，我也才知道為何古人會有「造飲輒盡，其在必醉」的衝動和期望能暢飲甘露的瘋狂，我無法熟知每杯調製的繁雜步驟，幸運的是，透過味蕾，我能清楚記下那時映在舌尖上的簡單幸福。

### 君度酒品牌行銷手法

從品牌形象代言人—默劇丑角 **Pierrot**，我們了解到藉由不斷創新的新穎創意行銷方式，以及與藝術、文化、娛樂、時尚結合，來加深鮮明的品牌印象，讓 **Edouard Cointreau** 成功的將它廣受時尚設計圈、娛樂圈、文化藝術圈、美食圈等專業人士的喜愛和推崇，並成為國外的潮流時尚酒吧，或爵士俱樂部裡酒客們最常點用和推崇的酒類，就商業經營的角度來看，君度酒的確是相當有創意行銷概念的品牌。



圖五：領隊人員正解說機械的作用。

另外，值得一提的是，除了用可愛的默劇丑角 Pierrot 來代言，君度酒另外以「巴黎女人」(La Parisienne, La Muse Cointreau)作為酒的精神化身，他以巴黎女人的意象來比喻君度酒的形象，這是一種誘人且令人意亂情迷的精神象徵，他描繪這種女人的人生就像萬花筒一樣多采多姿，苦悶的生活不曾消磨過她的優雅，並不斷地在她生命中創造出不同的驚喜，他相信真正的優雅是隨時隨地都能做自己，創造出自己的生活規則和方式，是擁有自由精神象徵的純粹巴黎女性。

Edouard Cointreau 在十九世紀這個以男人為主的社會，這樣描繪一個女性是很特別的，因為在我的印象裡「酒」的形象大都是比較男性化，例如海尼根啤酒這款十分國際化、商業化的酒品為例，它時常以男性作為廣告的主角，決大部分的酒類廣告也是推銷主打男性意象，由此可見，酒的形象會被商業性的廣告塑造。雖然酒在藝術裡，酒時常被賦予女神繆思的形象，隱喻酒能給予無限地創造力，以苦艾酒為例，許多藝術家，如梵谷創作時常喝苦艾酒，目的是為了激發創作靈感，苦艾酒也時常被拿來當藝術畫中的母題，但「獨立自主自由的女性」形象作為行銷手法，以當時的歷史背景，女性主義的思想也還不像現在這麼普及，是十分饒富興味的。這樣的行銷手法，讓知道這樣品牌形象的人認為自己喝了

這款酒後，也能過著相同優雅且精彩的生活，而男性在品嚐君度酒時，似乎也象徵著對這樣一位高雅女性的追求，對這樣一位風姿綽約的女性，若不透過層層反覆的回想，怎能料到她內心最深處的思慮？這也是我在知道君度酒的「巴黎女人」意象後所呈現出的一句話：遷思回慮忖君度。

### 從君度酒廠看體驗型文化觀光

體驗型文化觀光的基本定義是，透過文化的體驗，觀光客除了獲得娛樂(例如：在君度酒廠品酒，買紀念品)之外還能得到教育(例如：君度酒是如何被製作及其歷史)、了解目的地社會、了解它在地方所代表的意義、它與當地社會的聯繫(例如：君度酒起初所使用的水果皆使用昂傑 Anger 當地所產)，從這次的君度酒廠的參訪，讓我更深入的了解到體驗型文化觀光，就如學者 Laliberté 所說「現今的遊客想要學習，發現和經歷獨特的體驗。他們尋求互動的事物。他們渴望了解其他人如何生活、深入幕後並且拜訪遊客平常難以接觸的地方。從微小的細節到全面的概念，任何事物都可以觸發體驗。」

我們以文字去探索一個地點，引發的是視神經衝動，但若親身去經歷，觸動的卻會是你的靈魂。