

大咖云集郑州,河南老酒圈要整啥事情?

■ 刘震东

“本次大会是老酒行业一大盛事,也是河南省老酒圈的融入和整合全国老酒市场的一个重要里程碑。”河南省酒业协会会长熊玉亮如此认为。

河南省人民政府原副省长、省十届人大常委会原副主任李志斌,第十二届全国政协委员、中国诗酒文化协会会长蒋秋霞,河南省白酒业转型发展专项工作领导小组成员、河南日报报业集团副总编辑肖建中,河南省酒业协会会长熊玉亮,河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉,河南省酒业协会收藏鉴定专业委员会常务副会长展书义,仰韶酒业公司代表郝惠峰、五粮液股份有限公司代表王凤林、刘伶醉酒业公司副总裁裁金霞以及河南省收藏家协会酒文化专业委员会会长朱丙照,中国酒投网 CEO、中国酒文化博物馆馆主、博广酒文化传播有限公司董事长朱军,成都斗酒馆馆主、中国酒业协会名酒收藏委员会办公室主任焦健,江西酒类收藏协会会长、曾品堂创始人曾宇,河北酒类收藏文化协会会长张海燕,河北省酒类收藏协会秘书长、中国五粮液收藏领域的领航者李明强,中国老酒圈创始人、老酒收藏领域的开拓者史进财,著名老酒收藏家、出口酒收藏领航人、江西省酒类流通协会总顾问张林厚,江西省酒类流通协会秘书长周英才,山西省酒类收藏协会会长王勇,中国淘酒网 CEO、国内著名老酒收藏家李旭峰,元宵老酒收藏协会会长、著名虎骨老酒收藏家陈建朝,老酒高级鉴定师、陕西省糖酒协会酒文化专业委员会副会长刘杰,湖北省酒类收藏协会会长、著名老酒收藏家陈铁锤,著名老酒收藏家,老药酒收藏领域的开拓者林友,江西萍乡酒类收藏协会会长、著名老酒收藏家郭圣林,潮州酒类收藏协会会长汤伟群,中外酒文化协会酒版联谊会会长王鹏,著名老酒收藏家尹中华等全国各地老酒协会代表、老酒圈知名大咖 1000 多人云集郑州,共同探讨老酒收藏经验以及老酒市场发展趋势,他们带来全国名优老酒以及地方老酒,彼此交易,互通有无,既丰富了各自的收藏,也实现了藏酒价值的转换,拓展了各地老酒从业人员的“酒友圈”,促进了全国各地老酒圈内人士紧密联系,为全国老酒市场繁荣、有序的发展起到积极的推动作用。

为配合河南省委省政府豫酒转型攻坚、振兴发展活动,做好豫酒收藏纪念酒市场推广工作,更好地助力豫酒振兴,发挥协会有效资源,扩大省内金花、银花企业产品在国内酒文化收藏圈的影响力,提升豫酒品牌知名度,河南酒协组织河南省首批荣获“五朵金花、五朵银花”的 10 家豫酒重点企业,共同打造一款纪念酒版礼盒豫酒——“五朵金花、五朵银花”酒版纪念礼盒,12 月 28 日下午,在十大豫酒品牌推介暨五朵金花、五朵银花小酒版(套盒)收藏酒上市发布会上,作为河南省酒业协会收藏鉴定专业委员会成立一周年纪念酒限量隆重首发。

据介绍,豫酒“五朵金花、五朵银花”酒版纪念礼盒为一套 10 瓶;每瓶容量为 50ml。瓶子有两款瓶型,金花和银花各五个,瓶身上的颜色和字体都是代表着各个酒厂的企业文化,金花瓶型比较圆润,银花瓶型比较方正,契合了天圆地方的中国文化。十家酒企也正好寓意着十全十美。纪念酒版的外盒是由代表河南特色的汴绣工艺制作而成,也贴合了“振兴豫酒、展示出河南文化特色”的主题,盒子正面图案是一个紫色的河南地图,紫色代表着紫气东来的美好寓意,地图里面居中位置是一个河南酒协的标志,分散着五个金色的花朵和五个银色的花朵,这十个花朵所在地图的位置也对应着十个酒企所在的位置,围绕在酒协四周,昭示着河南酒协团结各酒企为振兴豫酒共同奋进。生产数量为 2345 套,预示着豫酒步步高升、重振雄风。每一盒纪念酒版都会单独配备一个收藏证书,证书上有唯一的一个编号,并且有十个酒企的老总和总工的亲笔签名的印刷体,彰显着这套酒版极高的收藏价值和酒水质量。

在发行上市发布会上,河南省酒业协会秘书长蒋辉和中外酒文化协会酒版联谊会会长王鹏在现场 1000 多名与会嘉宾的共同见证下,共同砸毁这套酒版模具,以示将永不再版,该套酒

老酒天下,全新表述

由河南三宝联创文化发展有限公司、河南广播电视台九频道和河南省酒业协会共同打造的《老酒天下》栏目在会上正式宣布启动,本次高端老酒交易会同时也是栏目上线新闻发布会,受到广大藏友的高度关注。栏目的宗旨是为了弘扬中华民族的文化,将中国的酒文化知识推广普及、为更多的老酒藏友提供一个认识老酒、展示老酒、鉴定老酒的平台。

作为一档鉴酒类大型文化综艺节目,《老酒天下》栏目将在 2019 年全面启动,选择与酒文化相契合的河南电视台第九频道播出,2019 年全年,栏目将分为四季来制作,每期节目 45 分钟,节目内容将包含文化传承、普及老酒知识、鉴定老酒、交易老酒几个板块。《老酒天下》将邀请老酒行业最专业最具影响力的明星专家,打造专家真人秀,讲述老酒知



识。邀请专业演员,演绎老酒背后的动人故事,让观众通过节目认识白酒专家,知道老酒鉴定途径。

《老酒天下》栏目率先开启“酒文化综艺元年”,以文化的内核、综艺的外壳、纪录的语言,创造一种全新的表达,讲述老酒背后的动人故事,让大众走进老酒历史,以最引人入胜的演绎方式,打造线上线下联动、全民互动的文化节目。

豫酒振兴,酒版先行

为配合河南省委省政府豫酒转型攻坚、振兴发展活动,做好豫酒收藏纪念酒市场推广工作,更好地助力豫酒振兴,发挥协会有效资源,扩大省内金花、银花企业产品在国内酒文化收藏圈的影响力,提升豫酒品牌知名度,河南酒协组织河南省首批荣获“五朵金花、五朵银花”的 10 家豫酒重点企业,共同打造一款纪念酒版礼盒豫酒——“五朵金花、五朵银花”酒版纪念礼盒,12 月 28 日下午,在十大豫酒品牌推介暨五朵金花、五朵银花小酒版(套盒)收藏酒上市发布会上,作为河南省酒业协会收藏鉴定专业委员会成立一周年纪念酒限量隆重首发。

据介绍,豫酒“五朵金花、五朵银花”酒版纪念礼盒为一套 10 瓶;每瓶容量为 50ml。瓶子有两款瓶型,金花和银花各五个,瓶身上的颜色和字体都是代表着各个酒厂的企业文化,金花瓶型比较圆润,银花瓶型比较方正,契合了天圆地方的中国文化。十家酒企也正好寓意着十全十美。纪念酒版的外盒是由代表河南特色的汴绣工艺制作而成,也贴合了“振兴豫酒、展示出河南文化特色”的主题,盒子正面图案是一个紫色的河南地图,紫色代表着紫气东来的美好寓意,地图里面居中位置是一个河南酒协的标志,分散着五个金色的花朵和五个银色的花朵,这十个花朵所在地图的位置也对应着十个酒企所在的位置,围绕在酒协四周,昭示着河南酒协团结各酒企为振兴豫酒共同奋进。生产数量为 2345 套,预示着豫酒步步高升、重振雄风。每一盒纪念酒版都会单独配备一个收藏证书,证书上有唯一的一个编号,并且有十个酒企的老总和总工的亲笔签名的印刷体,彰显着这套酒版极高的收藏价值和酒水质量。

在发行上市发布会上,河南省酒业协会秘书长蒋辉和中外酒文化协会酒版联谊会会长王鹏在现场 1000 多名与会嘉宾的共同见证下,共同砸毁这套酒版模具,以示将永不再版,该套酒

通过十年的发展,老酒价值不断增高,市场前景仍广阔。据相关部门初步统计,2018 年,老酒的销售额或将超过 100 亿元。十年,老酒界闯出了一番番新的天地,塑造了一个个新的传奇,凝聚了一股股新的力量;十年,大家合力谱写出一首首爱心的赞歌,都汇聚成促进老酒振兴的磅礴力量。那么,

作为一个老酒人,作为一个老酒企业家,他该如何面对自己、他人和社会呢?

在《老酒人的诗与远方》的主题演讲中,著名老酒收藏家、出口酒收藏领航人、江西省酒类流通协会总顾问张林厚认为,老酒人至少做好四点:一是不忘初心、坚定信心,勇于担当,“不畏浮云遮望眼”,扛起时代使命,闯出新路,也许有人会说,我们做老酒的,也跟时代使命有关吗?回答是肯定的,爱国、励志、求真、实干,都是时代的使命,肩负起责任为社会添砖加瓦就是在耕耘,就是在接力。二是坚守主业,目光放长远些,心有多大世界就有多大,“不求近功,不安小就”,不能急功近利,要将自己的酒业公司打造成知名品牌企业、诚信企业,将自己的老酒店按“百年老店”的目标来打造。三是以诚取信、以德服人,争做厚德型酒商。坚持不作假、不售假、不宰客,坚守德才兼备的优良传统,坚守“因贤豪而经商,因经商而贤豪”的价值追求。四是富而饮水思源,回报社会。“参天之大,必有其根;怀山之水,必有其源。”坚持富而思源,回报社会、回馈家乡,热心公益事业。

“古来圣贤皆寂寞,惟有饮者留其名”,每一首诗词、每一种老酒与生活的味道都需要我们去一一品尝,而老酒人唯一不变的初心就是我们对于老酒与生活的热爱,“我有一壶酒,足以慰风尘”,当然,老酒人还要有一颗爱奉献的慧心,是的,既要有醇醇的香,还要有深深的情,满满的爱。如是,这才是老酒人的春天。”张林厚说。

著名老酒收藏家、江西省酒类收藏协会会长、曾品堂创始人曾宇在题为《老酒圈引领新酒商模式》的主题演讲中认为,任何新模式的产生,都是因为解决了消费者更高的需求。消费者对真、快的需求,产生了 1919 和酒便利;消费者对价格的需求,产生了淘宝和京东,但是谁来满足消费者对品鉴、文化、知识、社交等方面的专业诉求?因此,“新酒商”模式应运而生。

大咖论道,分享成功

12 月 28 日下午,在第一届中国(郑州)高端老酒论坛环节,著名老酒收藏家曾宇、朱军、张林厚和现场的 1000 多名老酒收藏爱好者共同分享了对当下老酒市场的分析、对老酒收藏发展趋势的认识以及老酒人对未来如何把握。

“目前是中国陈年白酒价值投资收藏体系的初期阶段,在这一阶段,新老白酒收藏市场开始接轨。”著名老酒收藏家、中国酒投网 CEO、中国酒文化博物馆馆主、遵义博广酒文化传播有限公司董事长朱军在《中国陈年白酒价值投资收藏体系的初级阶段——是新老白酒收藏的接轨》主题演讲中指出,白酒价值投资收藏体系的基础依赖于两个认知:一酒是百药之祖,二中国人喝中国白酒。而白酒价值投资收藏体系的两大本质属性是质量和价格,随着时间的推移,陈年白酒的质量逐渐提高,而其价格也会随之增长。

在白酒价值投资收藏体系的初级阶段——老酒收藏阶段,存世老酒体量成为制约老酒收藏发展的瓶颈,朱军认为,要完成整个白酒价值投资体系的建设,老酒收藏就要与各大名酒企业进行接轨。在如今的市场环境下,只有大品牌的主体产品、主体高端酒的质量才可争议,才能满足收藏的酒体质量要求,才能在时光流转后,持久成为白酒价值投资收藏的追捧藏品,才能享受到白酒价值投资收藏后增值带来的快乐。

“时势造英雄,正是过去的老酒收藏黄金十年,才带动了今天新一轮白酒的强劲复苏。”朱军说。

通过十年的发展,老酒价值不断增高,市场前景仍广阔。据相关部门初步统计,2018 年,老酒的销售额或将超过 100 亿元。十年,老酒界闯出了一番番新的天地,塑造了一个个新的传奇,凝聚了一股股新的力量;十年,大家合力谱写出一首首爱心的赞歌,都汇聚成促进老酒振兴的磅礴力量。那么,

作为一个老酒人,作为一个老酒企业家,他该如何面对自己、他人和社会呢?

在《老酒人的诗与远方》的主题演讲中,著名老酒收藏家、出口酒收藏领航人、江西省酒类流通协会总顾问张林厚认为,老酒人至少做好四点:一是不忘初心、坚定信心,勇于担当,“不畏浮云遮望眼”,扛起时代使命,闯出新路,也许有人会说,我们做老酒的,也跟时代使命有关吗?回答是肯定的,爱国、励志、求真、实干,都是时代的使命,肩负起责任为社会添砖加瓦就是在耕耘,就是在接力。二是坚守主业,目光放长远些,心有多大世界就有多大,“不求近功,不安小就”,不能急功近利,要将自己的酒业公司打造成知名品牌企业、诚信企业,将自己的老酒店按“百年老店”的目标来打造。三是以诚取信、以德服人,争做厚德型酒商。坚持不作假、不售假、不宰客,坚守德才兼备的优良传统,坚守“因贤豪而经商,因经商而贤豪”的价值追求。四是富而饮水思源,回报社会。“参天之大,必有其根;怀山之水,必有其源。”坚持富而思源,回报社会、回馈家乡,热心公益事业。

“古来圣贤皆寂寞,惟有饮者留其名”,每一首诗词、每一种老酒与生活的味道都需要我们去一一品尝,而老酒人唯一不变的初心就是我们对于老酒与生活的热爱,“我有一壶酒,足以慰风尘”,当然,老酒人还要有一颗爱奉献的慧心,是的,既要有醇醇的香,还要有深深的情,满满的爱。如是,这才是老酒人的春天。”张林厚说。

著名老酒收藏家、江西省酒类收藏协会会长、曾品堂创始人曾宇在题为《老酒圈引领新酒商模式》的主题演讲中认为,任何新模式的产生,都是因为解决了消费者更高的需求。消费者对真、快的需求,产生了 1919 和酒便利;消费者对价格的需求,产生了淘宝和京东,但是谁来满足消费者对品鉴、文化、知识、社交等方面的专业诉求?因此,“新酒商”模式应运而生。

什么是新酒商?曾宇把新酒商定义为,新酒商懂酒的知识、懂酒的历史,更懂酒的品鉴,他们利用酒文化展示,专属的酒体空间等方式满足消费者的新需求。作为一个新模式,新酒商将解决消费者对文化、品鉴、知识和社交的心理诉求。未来,新酒商将成为酒类新零售的一支生力军。

在干货分享环节,曾宇用他成功打造的曾品堂大师酒文化体验馆以及他服务过的李渡酒业、汾酒厂等实际案例深入浅出地讲解了一个传统经销商如何晋阶成为新酒商?以及如何运用新酒商模式引领消费升级风潮?

什么是新酒商?曾宇把新酒商定义为,新酒商懂酒的知识、懂酒的历史,更懂酒的品鉴,他们利用酒文化展示,专属的酒体空间等方式满足消费者的新需求。作为一个新模式,新酒商将解决消费者对文化、品鉴、知识和社交的心理诉求。未来,新酒商将成为酒类新零售的一支生力军。

在干货分享环节,曾宇用他成功打造的曾品堂大师酒文化体验馆以及他服务过的李渡酒业、汾酒厂等实际案例深入浅出地讲解了一个传统经销商如何晋阶成为新酒商?以及如何运用新酒商模式引领消费升级风潮?

红酒储存时为啥会包上保鲜膜?

相信买过红酒的朋友们都知道,一般我们看见的红酒包装上面都会有着一层保鲜膜,那么为什么红酒的瓶身上要包裹一层保鲜膜呢?

将红酒瓶上裹一层保鲜膜,其实简明扼要的说,是为了保护酒标,不让酒标遭受损坏。那么,具体表现在哪些方面呢?

防止酒液污染酒标。倒酒的时候,如果瓶子上裹着保鲜膜,就能防止流出的酒液浸染瓶身,从而保护好酒标不被污染。

冰镇时防止酒标变花。在冰镇红酒的时候,酒标直接与冰块和水接触,上面的信息就会变模糊。裹上保鲜膜后,即使被冰镇过,上面的信息仍然清晰可见。

防止酒标运输磨损。酒标毕竟是纸做的,如果不加以保护,在运输过程中很容易发生磨损,而保鲜膜能最大程度地保护酒标不被损坏。尤其对于一些知名品牌或是具有特殊意义的葡萄酒来说,还有不少人喜欢收集集酒标留作纪念,因此保护酒标就显得更加重要了。

防止酒标因潮湿发霉。储存葡萄酒需要一定的湿度,这就使得长期处于潮湿环境下的酒窖或酒柜极易滋生大量霉菌,从而使得酒标上出现各种斑点,甚至受潮损坏。而保鲜膜恰好能够将瓶身包裹妥当,起到保护酒标的作用。

但需要注意的是,保鲜膜只需紧紧包裹酒标,同时露出瓶底和瓶颈即可,千万不可将瓶口封掉。这样做既不会影响葡萄酒的陈年,也可以杜绝酒标的腐蚀破损。

防止酒标被灰尘污染。我们买酒的时候,那些陈列在酒架上的酒,由于长期敞露在外面,酒标上就会积满灰尘。如果经常用毛巾擦拭,就会把酒标弄花。裹上保鲜膜后,就能很好地隔绝灰尘,擦拭时也不会让其遭受损坏。

葡萄酒需要什么样的储存环境?

(1)恒湿。湿度也是影响葡萄酒储存的一个关键因素,最理想的储存湿度为 60%~70%。和温度一样,葡萄酒储存的湿度也应保持恒定,且保证一定的通风性。因为过于潮湿的环境,酒标腐蚀的几率就会变大。反之,过于干燥的环境也会使像木塞裂开,进而发生渗流现象,污染酒标。有了保鲜膜的保护,葡萄酒才能更好地进行长期储存。

(2)恒温。葡萄酒的最佳储存温度为 10 至 15 摄氏度。储存时应注意保证恒温,因为过高的温度会使像木塞过于干燥,而温度的波动也会使得液体热胀冷缩,导致葡萄酒发生渗流,进而污染酒标。因此,在储存葡萄酒时极有必要裹上一层保鲜膜,可以有效地防止此类情况的发生。

(3)专业酒窖或酒柜。由于有些葡萄酒陈年时间可达几十年甚至更久,而经年累月的储存,酒标必然会有所破损。因此,如果不用保鲜膜加以保护,酒标就会容易破损脱落。另外,长期储存葡萄酒最好不要放在冰箱中,因为冰箱在温度和湿度控制的精确性及通风性各方面都比不上专业酒柜,而且小规模震动也会影响葡萄酒的陈年。所以有条件的葡萄酒爱好者可以考虑购买一个专业酒柜储存葡萄酒,同时应注意,避免阳光直射。

以上就是关于红酒瓶身要包裹保鲜膜的原因,所以之后看见红酒瓶身上面有保鲜膜也不要再惊讶了哦!

(据佳酿网)

犬守太平世,瓶藏洋河“春”

■ 王海

在徐州市区,春天最好的去处,就是国家级 5A 景区——徐州市云龙湖风景区。

环湖路依山顺堤,环绕一湖碧水。云龙山西麓,湖东岸,杏林满坡,与湖岸桃柳相映,上连青山,下映碧波。春风化雨之时,岸草如茵,柳丝挂绿,桃红片片,杏花扬雪,春意盎然,可谓“天工美景已如画,人意雕琢又著花”。再现了苏东坡《送蜀人张师厚赴殿试》中“云龙山下试春衣,放鹤亭前送落晖;一色杏花三十里,新郎君去马如飞”的意境。

云龙湖“守护神”石狗

上个世纪 50 年代初,云龙湖不叫云龙湖,甚至连“湖”的资格和名分都不具备,它不过就是一片比较大的积水洼地而已。其因三面环山一面缺口背靠城郭,形似簸箕,所以人们就给它起了个非常形象的名字:簸箕洼。又因其东靠云龙山,南偎泰山、珠山,西依韩山、天齐山,三面环山,一面临城,夏季洪水暴发,来自山区的洪水皆注入此洼,这里便积聚了大面积的洪水,汇集成湖。相传,明万历年间,云龙湖边住一老石匠,石匠养一条相依为命的大黑狗。一天大黑狗被一财主打死剥皮为己治病,老石匠悲痛之余到云龙山上找了一块大石头,按大黑狗的模样刻一石狗置于湖边。石狗不仅能看家护院,而且湖涝时能吸水,湖旱时能吐水,百姓旱涝保收,从此使徐州的黎民百姓免受水灾之苦,石狗成了神狗。人们为纪念石狗,因此这簸箕洼就有了另外一个名字:“石狗湖”。

古老的彭城,曾是大文豪苏东坡的一个人生驿站。北宋宋神宗熙宁 10 年(公元 1077 年)的春天,苏轼赴任徐州知州。当年秋天,彭城连降暴雨,酿成洪灾。为防黄河和石狗湖淹没徐州城,苏东坡身先士卒,带领全城百姓日夜奋战,修坝、筑堤,战胜了洪水,保住了徐州城。苏东坡当年带领人们修筑的防洪大堤,南到云龙山第三节,北到黄河南岸,全长近十里。后来,人们就把这个大堤称作苏堤,如今其中的一段仍被称之为苏堤路。在徐州任职期间,苏东坡曾想将簸箕洼修成可与西湖媲美的大湖泊,可惜正当他准备付诸行动的时候,1079 年 3 月,朝廷下令调他去湖州,其愿望未能实现,便抱憾离开彭城。然而历史不负徐州人,到了 1958 年,在全国兴修水利的热潮中,徐州市人民政府带领全市军民,浚湖清淤,根治水患,硬是把一个小小的簸箕洼挖成了和西湖一般大小。直到这时,石狗湖才有了自己的新称:云龙湖。

自从 1994 年 12 月徐州云龙湖同杭州西湖结为“姊妹湖”以来,两湖同受苏公之惠,大小亦在伯仲之间,两湖均是三面临山一面城,且都有苏堤。西湖有金牛之瑞,云龙湖有石狗镇水。西湖有孤山林和靖之放鹤亭,云龙湖有



州城,苏东坡身先士卒,带领全城百姓日夜奋战,修坝、筑堤,战胜了洪水,保住了徐州城。苏东坡当年带领人们修筑的防洪大堤,南到云龙山第三节,北到黄河南岸,全长近十里。后来,人们就把这个大堤称作苏堤,如今其中的一段仍被称之为苏堤路。在徐州任职期间,苏东坡曾想将簸箕洼修成可与西湖媲美的大湖泊,可惜正当他准备付诸行动的时候,1079 年 3 月,朝廷下令调他去湖州,其愿望未能实现,便抱憾离开彭城。然而历史不负徐州人,到了 1958 年,在全国兴修水利的热潮中,徐州市人民政府带领全市军民,浚湖清淤,根治水患,硬是把一个小小的簸箕洼挖成了和西湖一般大小。直到这时,石狗湖才有了自己的新称:云龙湖。

自从 1994 年 12 月徐州云龙湖同杭州西湖结为“姊妹湖”以来,两湖同受苏公之惠,大小亦在伯仲之间,两湖均是三面临山一面城,且都有苏堤。西湖有金牛之瑞,云龙湖有石狗镇水。西湖有孤山林和靖之放鹤亭,云龙湖有

云龙山张山人之放鹤亭。五十年沧桑巨变,一千年美梦成真。昔日的簸箕洼、石狗湖,终于变成了面积超过西湖、容颜胜似西湖的云龙湖。沉稳的云龙山,苍色如黛,安静恬适,灵动的云龙湖,博大深邃,波澜不惊。当人们置身于这仁山智水之间,领略着由汉文化和现代文明融汇而成的彭城神韵的时候,那心胸似乎似绵绵云龙山,浩浩云龙湖来得更博大更深邃。

山以龙名酷肖其形,水以龙名画其神趣。如今,仍有一个石狗雕塑矗立在在云龙湖北大堤,直视着与云龙湖一路之隔的自古就有“龙脉”之称云龙山,对地灵人杰、集南秀北雄于一身的徐州城来说,石狗就是云龙湖的“守护神”。

“犬祖神话”

2018 年是狗年,狗被人类称为最忠实的朋友,一向将狗视为“瑞犬”、“灵兽”、“吉兽”。民间说狗有“八德”的说法,指的是忠、义、勇、猛、勤、善、美、劳。世界各地,都流传着狗忠于

主人、救主人于危难的故事,中国很多小说中也都记录了由于狗的忠诚警觉使人免于灾祸的故事,比如救刘邦的“黄犬”,救李信纯的“黑龙”,会送信的“黄耳”等等。

如同龙一样,“犬”也曾对中华文化产生了深远的影响。我国南方少数民族中有许多以狗为图腾,古代“犬祖神话”由来已久。现代考古发现证实,中国人养狗的历史最早可以追溯到新石器时代,公元前七八千年以前的河北武安磁山、河南新郑裴李岗以及浙江余姚河姆渡文化遗址中,均出土过狗的遗骸。

科学家研究证明,狗是由灰狼驯化、演变而来的。起初它只是原始人的猎物,渐渐地,人们发现这种猎物非常有趣,不仅可以看家护院,还能配合狩猎。

对于狗的品质,古人无不赞美,诗词中的“咏犬诗”可谓数不胜数。

宋代诗人陆游在诗歌中说:“犬喜人归迎野路,鸛鸣巢稳占低枝。”狗看到主人回来,高兴得跑到野外的道路上迎接主人。

唐代贾岛有诗赞美狗:“此行无弟子,白犬自相随”。讲的是主人独自出门,没有人陪伴,只有大白狗忠诚地跟着主人。

杜甫也在诗中说:“旧犬喜我归,低徊入衣裾”。狗看到主人回来,高兴地徘徊着,钻入了主人的裙裾中。

中国俗语成语中有很多表现出对狗良好品性的赞美,“狗不嫌家贫,儿不嫌母丑”,讲的就是狗对人类的忠诚。可是,我不晓得为什么中国人不分黑白的把汉奸与小人叫作走狗,我为狗喊冤叫屈!

中国的传统文化很讲究“意头”,十二生肖作为中国传统文化之一,每一个生肖都有着丰富的传说和寓意。而十二生肖中的狗尽忠职守,忠贞不渝,加上狗“汪汪”的叫声,正与“旺

旺”谐音,更是为美好的寓意锦上添花。

作为资深酒文化爱好者的我,狗年自然特别关注狗年生肖纪念酒了。令我惊喜的是:洋河酒厂戊戌狗年生肖酒,是难得的陶瓷瓶身,酒瓶造型竟然与云龙湖守护神石狗造型大同小异。

洋河戊戌狗年生肖酒,其狗造型为蹲立姿态,前肢有力,肌肉饱满。口部微张,尾巴上卷,目光如炬,双耳耸立,昂首注视前方,呈现一幅警觉、忠诚的神态,犬身身披盔甲,铁骨铮铮,正气一身,身上有几种吉祥的图案,蓝色和金黄色的完美融合,形态气宇轩昂,威风凛凛。

底座以年轮环绕,如沉淀醇香,瓶体水净涟漪,仿佛汲取日月精华,造型立体具有质感,刻画细致入微。精湛的工艺和古韵的纹饰勾勒出太平祥和的蒸蒸气象,是匠心与艺术的绽放。

瓶中所盛装 68 度的高度洋河原浆,660 毫升容量,寓意六六大顺,大福大旺。从古至今,“春”一直是“酒”的雅号。历数现代名酒:剑南春、古贝春、景阳春、玉堂春等,都证明了“酒”“春”同义。

5000 年历史长河中,“太平”与“盛世”一直被紧紧地联系在一起,“太平”一直是中国老百姓对生活与未来的最高期许,洋河酒厂将狗年生肖酒命名为“太平犬”,也是自古以来狗在人们心中忠诚护佑的生动写照,寄托着人们对吉祥如意、福寿安康的生活向往,传递忠贞敬重的文化精神,寓意:镇守一方水土,护佑盛世太平。

这种“植根传统文化,引领未来”的立意与题材,是真正守护华夏民族的守护神,可谓:犬守太平世,瓶藏洋河“春”。

(作者系中外酒器文化协会副主席,江苏省酒器文化联谊会常务副会长兼秘书长,中外酒器文化协会江苏省联谊会常务副会长兼秘书长,九州华堂酒器文化博物馆执行馆长)