

# 开国大典后的国宴上用了哪家绍兴酒?

■ 杨国军

国宴是最隆重、规格最高的正式宴会。严格地说,只有国家元首或政府首脑为国家举行的庆典,或国家主席、国务院总理为外国元首或政府首脑访华而举行的正式宴会,才称得上国宴。国宴通常在国宾抵京当晚或次日晚在人民大会堂举行。

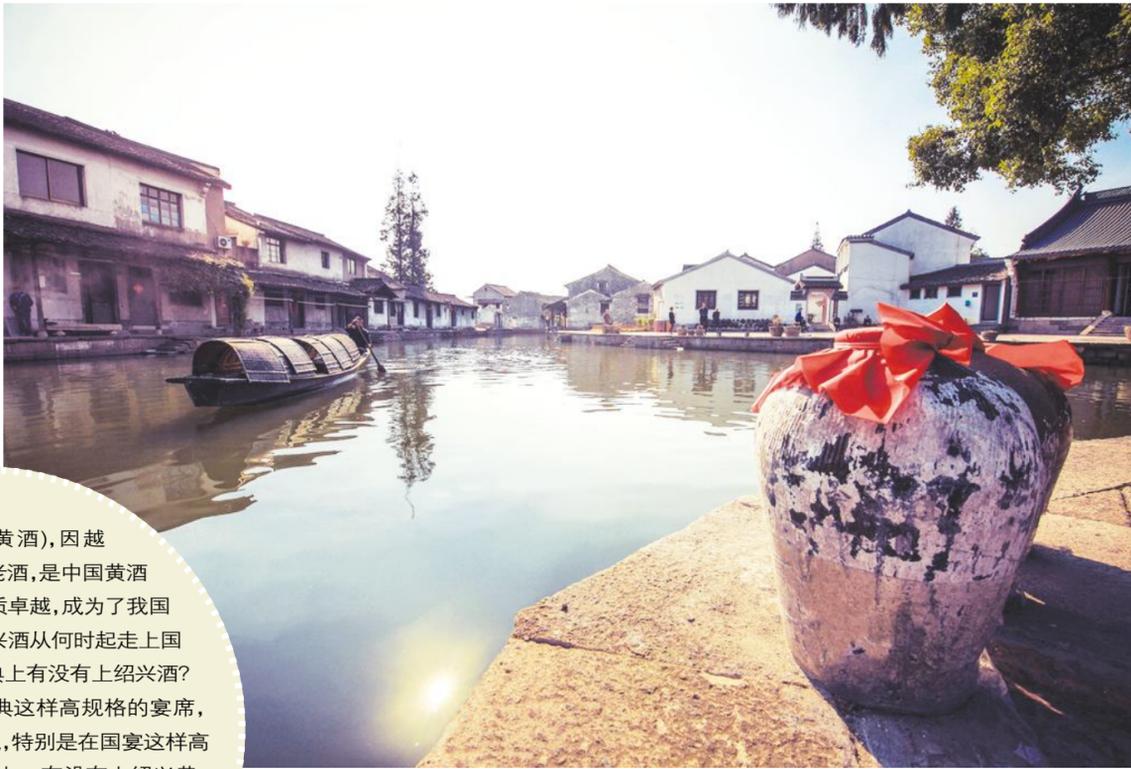
## 开国大典后的国宴上有没有绍兴酒

不久前,记者从杜忠明所著的《餐桌上的毛泽东》一书中了解到,开国大典后的宴会上确实上了绍兴酒,书中记载:“一直以来,人们对国宴都抱有强烈的好奇心。中华人民共和国成立后的第一次国宴于1949年10月1日下午举办,周恩来、朱德、刘少奇等国家领导人与大家一起从天安门广场来到北京饭店,出席新中国成立后的‘开国第一宴’,当时,来自社会各界的代表和国外来宾600余人有幸参加了此次开国第一宴,所以习惯上将此次宴会也称为国宴。……那一天,修葺一新的怀仁堂古色古香,中南海里熙熙攘攘,车水马龙,好一派令人沉醉的喜庆场面,人们的脸上都充满着洋溢喜气。怀仁堂大厅里摆好了宴会的餐桌,一瓶一瓶的中国名酒,茅台酒和通化葡萄酒、绍兴老酒……都已摆放在餐桌的一角,正等待着招待贵宾;有的已经打开了瓶盖,浓郁的酒香随着人员的流动,向代表和客人们袭来,连人们的衣物也都被美酒熏香了……”

既然新中国开国大典宴会上出现了绍兴黄酒的身影,那么,绍兴酒是凭借什么走上国宴的呢?

## 绍兴酒何以能入席国宴

中国的黄酒有很多,知名的如绍兴黄酒、即墨老酒、福建老酒、丹阳封缸酒、金华寿生酒、广东珍珠红酒、九江封缸酒等,在这么多的黄酒品种中,被国内酿酒界公认、备受国内外市场欢迎且最能代表中国黄酒总体特色的却非绍兴酒莫属。绍兴黄酒历史悠久。早在春秋战国时期,绍兴就能酿造精良的美酒,有史记载的历史



绍兴酒(绍兴黄酒),因越陈越香,又称绍兴老酒,是中国黄酒的杰出代表。因其品质卓越,成为了我国的国宴用酒。那么,绍兴酒从何时起走上国宴?在新中国的开国大典上有没有上绍兴酒?作为新中国开国大典这样高规格的宴席,肯定少不了美酒烘托气氛,特别是在国宴这样高层次且意义独特的宴会上,有没有上绍兴黄酒?上的是哪家绍兴酒?这对于研究新中国成立前后绍兴酒的生产和销售情况,更好地讲好绍兴黄酒的品牌故事具有重要意义。

已有2500多年,清代乾隆皇帝不但多次品饮绍兴酒,还御赐“金爵”商标以示奖赏。

绍兴黄酒技艺精湛。绍兴黄酒酿制技法独特,操作技艺精湛,历史内涵丰富。早在明朝时期,绍兴酒已远销东南亚市场,其独特的酒体风格令中外友人和文人学士为之沉醉倾倒,被誉为“东方明珠之冠”。

明清时期畅销天下。据《绍兴县志》(柯桥区)记载:“宋,销售大江南;明,名闻全国,远销海外。清乾隆、嘉庆时,绍兴西至甘肅、新疆,东及琉球、台湾。‘贩运遍寰宇’,‘沉酣遍于九垓’(清梁章钜《浪迹续谈》、陶元藻《广会稽风俗赋》)。道光二十二年(1842)五口通商时,章东明酒坊年酿6000~7000缸,销往新加坡等地;田德润酒坊30公斤装加饭酒远销俄国;云集酒坊之酒远销东南亚。”

清代,康熙《会稽县志》有“越酒行天下”之说。童岳荐撰《调鼎集》记载:“缘天下之酒,有灰者甚多,饮之令人发渴,而绍兴酒独无;天下之酒甜者居多,饮之令人中满闷,而绍兴酒之性芳香醇烈,走而不守,故嗜之者以为上品,非私评也。”“吾乡绍兴,明以上未之前闻,此时不特不胫而走,几遍天下矣。”清代梁章钜《浪迹续谈》也记载:“今绍兴酒通行海内,

可谓酒之正宗……至酒之通行,则实无他酒足以相抗。”清代诗人袁枚在《随园食单》中赞美:“绍兴酒如清官廉吏,不参一毫假而其味方真,又如名士耆英长留人间,阅尽世故而其质愈厚。”

民国初期名扬世界。1915年,绍兴东浦云集酒坊第五代传人周清将祖上传下来的一坛百年陈酿和其亲手酿制的“周清酒”送往美国巴拿马太平洋万国博览会参加评选,最终以卓越的品质获得世界一流评酒师的认可,为绍兴黄酒获得第一枚金牌,绍兴黄酒从此扬名海内外。

由此可见,是历史、技艺和文化成就了绍兴酒的卓越品质,也成就了绍兴酒入席国宴的资历和资格。

而在县志提及的几大酒坊中,像章东明、田德润酒坊早已不复存在,唯有云集酒坊,经历近三个世纪的沧桑巨变,依然基业长青。

下面,我们再探究一下开国大典后的国宴上饮用的是哪家的绍兴酒。

## 开国大典后的国宴上用的是哪家的绍兴酒

前文已述,开国大典的时间为1949年10月1日。而绍兴酒从酿造灌坛起又需最少1年以上的陈贮期,用于国宴的酒陈贮期应当在3年以上。据此推算,开国大典后的国宴上所用绍兴酒必定来自1945年(最迟1947年)之前

已在绍兴本地酿酒生产且在京城已有相当影响力的绍兴酒坊。

其时,国家尚未进行公私合营,所有在国销售的绍兴酒皆由私营作坊酿制。由此,若能了解1947年前在京城、乃至全国有影响的酒坊,便可大致框定可能入选的国宴用酒品种。

经查阅《绍兴县志》《绍兴市志》等文献史料,记者发现,目前绍兴的几大黄酒品牌,1949年的时候,除“会稽山”前身“云集酒坊”酿制的老酒在京城有相当影响力外,现存的其他黄酒品牌要么尚未创立,要么没有找到在京城销售的史料记录。

据《绍兴县志》记载:“民国三十六年,(绍兴)酿酒户6633家,三十七年5687家,三十八年(1949年)减至1362家。50年代,酒坊酿酒户变动极大。”又载:“(光绪)二十六年始,东浦云集信记酒坊(现会稽山绍兴酒),在上海抛球场设德信昌酒栈为南省分售所;在广州毫半街设大兴号寄售所;在天津侯家后街德顺源酒局寄售所;在北京延寿寺街设京兆菜酒局北京分售所,又在巾帽胡同玉盛酒栈、煤市街复生酒栈、杨梅竹斜街源利酒栈,各设绍兴寄售所。天津市街酒店菜馆干果铺,多寄售云集绍兴酒。可见,早在1900年,即新中国成立49年前,云集酒坊的老酒就畅销‘天津市街酒店菜馆干果铺’,就像今天‘会稽山’在绍兴当地的影响,成为了‘北京人爱喝的绍兴黄酒’。由此,新中国开国大典后的国宴上选用的是哪家绍兴酒当也不言自明。”

# 酒歌——酒文化的音乐表达

酒与歌本是两个相对独立的个体,并没有任何联系,但若作为文化事象和民俗事象来看,二者的联系是必然的,两个个体共同形成了一个完整又具特色的风俗歌曲体裁——酒歌。

先看酒的自然属性。《本草纲目》提到:“少饮则活血运气,壮神御寒,遣兴消愁,辟邪逐秽,暖水脏,引药势。过饮则伤身耗血,损胃烁精,动或生疾,发怒助欲,致生湿热诸病。”简言之,适量的酒能使人兴奋,舒筋活血,消除疲劳,如果饮用过量,就会使人迷狂而伤身。因此在军中以及严寒地区,人们更喜好饮酒,可以壮胆热身,增强军队战斗力。饮酒唱歌,为枯燥无聊的日常生活增添乐趣,同时饮酒刺激歌者较长时间处于兴奋状态,唱歌过程中不断呼气会帮助酒精挥发,使歌者可以不停地唱下去,越喝越尽兴。

再从酒的社会属性来看,酒自产生以来,就和人类社会有着千丝万缕的联系。如柳诒征《中国文化史》中提到:“古代初无尊卑,由



叙事,它超越日常生活而变成自己心灵的语言。

除了文人骚客在中国文学史上写下了诸多关于酒的篇章,形成了辉煌灿烂的“酒诗”、“酒歌”文化外,酒令与猜拳的游戏也会有酒歌。

酒令,是中国独有的饮酒时助兴取乐的游戏,最早见于刘向的《说苑》一书,后贾逵也曾撰《酒令》一卷。在唐代皇甫嵩的《醉乡日月》,清代的俞敦培所著《酒令丛抄》四卷里都有对酒令详细记载,对后来酒歌的形成有不可磨灭的影响。它的出现与周代酒礼的产生有关,最早是辅助“礼”的工具,后来发展为佐酒助兴中输者受罚、宾主尽欢的方法。如《红楼梦》第四十回中,鸳鸯吃了一盅酒,笑着说:“酒令大如军令,不论尊卑,唯我是主,违了我的话,是要受罚的。”不仅如此,书中还有射覆、拇战、文字令、传花、占花名等充满趣味的酒桌游戏,不胜枚举。如《礼记·乐记》中所言:故酒食者,可以合欢也。足见饮酒行令在酒桌上创造的欢乐的气氛非常热烈。

猜拳在古时已有文雅的表述。元人姚文奂有诗:“晓凉船过柳州东,荷花香里偶相逢。剥将莲子猜拳子,玉手双开不赌空。”是说将莲子等物握在手中,然后变换数目或颜色、或单双进行互猜,输者罚其饮酒。又如明代李日华在《六研斋笔记》说:俗饮以手指相搏,谓之豁拳。“猜拳调即是豁拳时唱的或喊的调,饮酒就有了豁拳,豁拳就有了猜拳调。双方在唱猜拳调时,有的要有统一的动作表演,唱错或动作表演错了都要罚酒。”

中国民歌,尤其少数民族民歌中,酒与歌的结合更是浩如烟海。塞北的蒙古酒歌或是西南地区少数民族的酒歌或是西北地区大漠中的宴席酒曲,既是人们好客礼节的表达,也是他们对酒、对音乐、对诗歌、对人生的理解、感悟和运用。

因此,酒与歌的结合有着必然的趋势,人们聚在一起,唱着自己民族或地区语言的酒歌酒曲,更让人感受到了群体归属感甚至民族认同感。(据中国酒业协会 CADA)



## 单一麦芽威士忌的兴盛之路

■ 中威

19世纪80年代中期,英国威士忌传奇人物阿尔弗雷德·巴纳(Alfred Barnard)参访了苏格兰威士忌酒厂,并在他的著作中对此做了描述。以今天的视角来看,许多威士忌小规模酒厂手工酿制麦芽威士忌仍值得我们鉴赏,让我们回顾一下单一麦芽威士忌的历史。

### ★工业化

19世纪80年代中期,随着科菲蒸馏器的问世,威士忌开始了重大转变。工业化遍及苏格兰高地地区的最偏远地区。不久之后,政府开始对酒精饮料以及威士忌征税,法律规定只允许已获经营执照的酒厂继续生产,非法蒸馏时代宣告结束。

19世纪末,以蒸馏为副业的农场逐渐发展成独立经营的公司。随着火车新路线延伸至苏格兰最偏远的角落,威士忌可以便捷地被运送至城市。在调和威士忌盛行时期,一些著名品牌例如帝王(Dewar's)和翰格(Haig)出现。而在当时,单一麦芽威士忌市场黯淡,仅有苏格兰当地人品饮,用作调和威士忌的调味基酒,同时销售至世界各地。

调和威士忌的巨大成功使企业得以发展,直至1914年(第一次世界大战)才停滞。调和威士忌品牌和口味基本成型。单一麦芽威士忌是调和威士忌中最重要亦是决定着风味的组成部分,企业非常依赖其供给资源,他们开始寻求威士忌来源。

### ★第一次世界大战

由于整个行业依赖于仅有的少数几个国家市场,第一次世界大战导致威士忌产量急剧下降。在1919-1933年禁酒期间,尽管向美国市场走私烈酒能抵消禁酒令带来的部分损失,但是产量再也无法恢复到战前水平。这对于威士忌公司来说是非常严峻的问题。

高负债以及首批倒闭接踵而来。随着1933年禁酒令的结束,行业复苏,英国获允用威士忌向美国偿还战争债务。蒸馏酒业公司(The Distiller's Company Ltd)成为无冕之王,并接管了许多酒业公司和酒厂。

### ★产业集中化

在战争之后,产业集中化加快,原来的二十多家大公司现仅存八家。由美国和英国领导的全球扩张加剧了竞争局面的形成,由此,大部分公司或遭合并或遭巨头收购。

法国公司保乐力加通过收购芝华士兄弟和格兰冠酒厂以后与成立已久的英国公司一争高下。美国的竞争者也不甘落后,占边、杰克丹尼和百加得品牌也积极追赶,占边品牌收购怀特麦威士忌,后来让三得利公司收购,三得利因此一跃成为全球第三大品牌。

在20世纪80年代,单一麦芽威士忌的成功是如此之大,很快就跟随旅行者们进入了各地的超市。当大公司后来意识到这个变化后,格兰菲迪所属集团威廉·格兰父子早已抢先一步占据了市场。

巨头公司开始发展单一麦芽市场,一家接着一家,行业中的巨头们开始清库存。几乎所有企业都是有威士忌库存的,而他们都想在短期内获利。在格兰菲迪之后,其他小规模苏格兰威士忌公司抓住了他们的机会,InverHouse和Edrington集团以上亿的销售额占据了市场主要份额。巨头企业利用他们的成本优势进行分销,较小规模的威士忌公司则可以通过高价值特别瓶装获利。

麦芽威士忌的盛行给予了小公司更多的存活以及发展空间。在今天,单一麦芽威士忌的成功,不仅归功于巨头企业对行业的成功推动,也得感谢独立装瓶商在发展史中所作出的贡献。

**江山专栏 每周酒歌**  
Weekly oenopoetic

有诗集《与梅对视》《五十年》,作家协会会员,在各类各级媒体发表文章多篇,出版充市嘉陵地区供销社,中国科普作家协会会员,四川省作家协会会员,四川省作家协会理事,现供职于四川省作家协会。

跃州 金芮/摄影

**成都成都**  
——酒诗系列之一百四十

见你一面是在原点  
成都故事千年流传  
狭窄巷子窄巷不宽  
来来往往不见不散  
杜甫薛涛相聚草堂  
诗词歌赋天意恨晚  
归去来兮少已入川  
天府宝地英豪欢颜