

五粮液酒杯里的“和美生活”

■ 新华

中国众多的白酒中，浓香型白酒典型代表——五粮液，以其独特的“五文化”和“和美”理念，淋漓尽致地展现了中华传统优秀文化之美。

可以说，品味五粮液，品味的不仅是五粮液美酒所带来的丰富味觉感受，还有其蕴含的中国传统五行哲学，以及“和而不同，美美与共”价值理念。

和而不同 成就中华民族之伟大

“泰山不让土壤，故能成其大；河海不择细流，故能就其深；王者不却众庶，故能明其德”。融合包容，和而不同的精神，流淌在中华民族的血脉里。

春秋战国时期，五百余年的纷争、动荡、苦难，让中国最杰出的一批哲人、诸子百家和士人阶层对动荡社会提出了深层反思和对宇宙人生的理性探索。法家、道家、墨家、儒家、阴阳家、杂家、农家、纵横家、兵家、医家等星汉灿烂的光辉文化由此诞生，为中国文化发展奠定了宽广基础。

这其中，“和”成了备受推崇的理想境界，“和而不同”成了一种对现实社会的解读，成了对理想社会的向往。

《左传·昭公二十年》记载了一段齐景公与晏子的对话，齐景公向晏子请教“和”与“同”的区别，晏子以肉汤做比喻，称“和如羹焉”，用水、火、醋、酱、盐、梅等烹煮，配以各种不同的调料，这样肉汤方能美味可口。紧接着，晏子又说“声亦如味”，用音乐之美进一步阐述其对“和”的理解，美好的音乐往往是清浊、短长、疾徐、哀乐、刚柔、高下等不同声调杂相配合并相得益彰而形成的，若只是一种音，则被称为“同”，这样的音声并不会和谐悦耳。

这段对话，很好地展现了古人对“和”与“同”理解，对性质不同事物的承认和兼容，并将这些差异进行统一的和谐。也正是这种“和而不同”的思想不断为民族文化注入新鲜“血液”。

五粮精华 成就民族品牌五粮液

“以五种谷物酿造的世界名酒唯有五粮液，以五粮来命名的世界名酒绝无仅有。”中国酒业协会理事长宋书玉认为，五粮液具有五粮之美名、五绝之酿艺、五味之恰好、五行之修为、五善之品格，五粮液以五为核心的价值体系为世界名酒之酿树立了典范。



一杯美酒，盛满了民族精神。酒像血液一样流淌在各个民族的心灵深处。葡萄酒酿造了法兰西民族的浪漫多情，伏特加孕育了斯拉夫民族的勇猛豪爽，清酒滋养了大和民族的礼貌含蓄，啤酒则体现了德意志民族的稳重深沉。白酒，水的形态，火的性格，完美地展现了中华民族含蓄沉稳包容的性格和刚毅顽强的不屈精神。

奠定五粮液味道的是高粱、大米、糯米、小麦、玉米五种粮食，成就五粮液极致品质的是“水、粮、曲、窖、艺”的五绝酿艺；然而五粮液中的“五”，不是简单的五种酿酒粮食种类组合，而是对中国传统优秀文化“五行哲学”“和而不同”文化的继承。

翻开五粮液的发展史，我们可以看到一部完整的粮食融合史。五粮液地处岷江、金沙江、长江交汇处的宜宾，金沙江携带着青藏高原之雄奇和神秘的藏族文明，与岷江带来的天府之国之富饶和古蜀文明，和长江流域文明的绮丽融为一体，形成了宜宾“开放包容”的城市精神，这儿的酿酒人有着独特的酿酒之道，秉承中国传统的“和而不同”文化，采用多粮酿酒。

“多粮酿酒配方是个动态调整的过程，经过历代酿酒师的实践，才最终形成五粮液的成熟配方。”中国酿酒大师，五粮液股份公司副总经理赵东说，“就目前而言，使用高粱、大米、糯米、小麦、玉米五粮现代配方酿造的白酒，具有多粮复合香，浓甜、醇厚感强，窖香浓郁的高品质特征，是多粮酿酒叠加效应的最优组合。”

五粮液酿好酒的步伐永远在路上，即使在今天，五粮液配方已成熟，但五粮液为保证每一颗粮食的品质，仍走遍中国的山山水水，寻找没有污染、最适合种植的地方，建设专用粮基地。

和谐美满 酿造中国日常生活美

蕴藏在生活中的快乐和美，离不开感性去感知。我们通过宫、商、角、徵、羽“五声”，甘、辛、酸、苦、咸“五味”，青、赤、黄、白、黑“五色”等，更深刻地感受到世界的绚丽、丰富、多彩，和美。

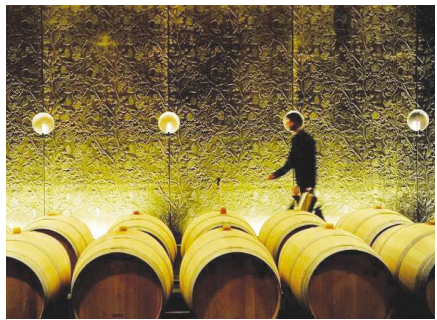
“酒者，天之美禄”是人类最伟大的发明之一，欢乐处可助兴，烦恼时可浇愁。借助于美酒，大家熟知的李白“斗酒”然后“诗百篇”，苏轼“一饮千钟”而后“挥毫千字”，曹雪芹自称“燕市酒徒”，鲁迅哪怕“破帽遮颜”也要“漏船载酒”。从《诗经》《离骚》到“四大名著”，从《诗经》《酒诰》《酒谱》到《酒赋》《酒箴》《酒德颂》，酒是韵诗韵文的媒介，中国文人称酒为“钓诗钩”。

吴道子酣饮大醉方可动笔，黄公望“酒不醉人人自醉”，王羲之醉时作《兰亭集序》，怀素酒醉留其《自叙帖》。草圣张旭更是“每大醉，呼叫狂走”才能“挥毫落纸如云烟”。酒是激荡艺术家灵感之酵母。

对于隐士高贤而言，酒是放纵情怀的道具，既是“竹林七贤”对抗礼教、反抗压迫的武器，又是陶渊明纵情山水、悠然山林的密友。对于英雄豪杰而言，酒是添力壮胆的激素，宋江醉题反诗，武松醉打老虎，鲁智深醉洒拔杨柳，整个一部《水浒传》充满了“大块吃肉，大碗喝酒，大块分金银”的干天豪气……

酒，无处不在，渗透到社会生活中的各个领域，成为中华文明符号。“一年四季，不论春耕秋收，建房娶亲，无不以酒待客”；除夕夜喝“团年酒”，正月里喝“春酒”，夏收时喝“开镰酒”，农事毕喝“丰收酒”，建房要喝“上梁酒”；经商和要喝“开业酒”；从彝家的“转转酒”到羌族的“顺酒”，酒浸润于不同民族人们的日常生活中。

而集五粮之精华酿出的五粮液，就传承着中国传统的优秀文化，肩负着为消费者提供“和美”生活的使命。轻轻地端起一杯五粮液，静静地品味，就会发现，很多美好的事物，通过适度、平衡，往往能达到和谐而美好的状态。



白酒酒庄该进入多玩家时代了

■ 快讯君

2018年，首届中外名庄领袖论坛正式进入行业，从那时起，我们系统地开始探索“中国酒庄”这一话题；

2019年，第二届中外名庄领袖论坛升级而来，酒庄的身份从“打开上下游的金钥匙”转变为新时代白酒发展历程中的新价值表达；

2021年，第三届中外名庄领袖论坛将在春糖开幕。正如我们所说，一个永恒的话题，连续三年做加法，掀起中外名庄对比、对话的热潮，这一次，是指明中国酒庄进入“十四五”成为酒业新赛道之一的发展方向。

从目前来看，“酒庄”已经发展成为白酒新业态，并且在酒庄酒品质标准、文化建设和消费服务体系等一系列措施的保障下，白酒酒庄这一全新的模式得以逐步完善，酒庄标准体系逐步规范、健全。

酒庄形成业态，但梯队建设尚未定型。我们认为，未来酒庄将成为白酒迈入高质量发展轨道中的新赛道之一，如年轻化赛道一样，成为酒企必争之地。酒庄酒将成为白酒品质表达的最佳呈现。

01 新赛道上，品牌扎堆入局

酒庄一词并不陌生，可以说，当下白酒企业打造酒庄已经成为常规操作，别墅类、庄园式、博物馆类的酒庄层出不穷，花样繁多。

回顾中国白酒酒庄的发展，2014年泸州老窖“龙洞庄园”建成。同年9月，国井1915酒庄入选吉尼斯世界之最——最大白酒酒庄。

也是在2014年，中国白酒酒庄联盟成立，通过进一步行业资源整合建立完善的白酒酒庄制度，以保护中国白酒历史文化遗产，推动中国白酒的国际化进程。

随后5年里，古井酒庄揭牌，江小白公布江记酒庄战略，郎酒庄园仁和洞正式开园到开园，洋河酒庄运营，广东石湾酒厂打造中国白酒酒庄自信之魂。

新赛道上，占位很重要。于是在这个过程中，我们看到洋河、泸州老窖、古井贡、郎酒、扳倒井、江小白等大型酒企资本踊跃进入白酒酒庄这一新产业形态。这种“大酒庄+酒庄”的模式，是当下最常见的形态。事实上，目前酒业，尤其是区域酒企大多以酒厂为基础，扩建酒庄，“后花园”式的酒庄被更多用来回馈消费者，以体验中心存在。

有的酒庄单一如酒厂，有的酒庄升级为区域景区，以“酒旅融合”的方式，形成固定的品牌记忆，其中各个酒庄打出的概念不完全相同。有的以环境为主，有的以功能突出，有的以文化为核心，形成品牌自身独有的文化属性。

文化，将始终伴随白酒走向无尽长河，因此文化成为当下白酒酒庄强调的重中之重。“讲好文化故事，打造有格调和高度的白酒酒庄”成为行业共识，在这过程中，摒弃以往对葡萄酒酒庄的既定印象，不以葡萄酒酒庄的标准去评价白酒酒庄，关键在于白酒酒庄需要“自信”。

02 “文化”二字，酒庄之魂

从历史角度来看，中国白酒与农耕文明相伴而生，散落在各地的白酒也成为当地文化的一个载体。因此，白酒文化也是产区文化、地理文化。讲透品质故事，离不开文化；讲好品牌故事，离不开文化；做好营销与服务，同样离不开文化。

以广东石湾酒厂——陈太吉酒庄为例，打出重新定义中国白酒酒庄旗号的陈太吉酒庄之所以能成为白酒酒庄成功的样本，是其对岭南文化的完美传承和表达。在输出文化的过程中，又将白酒文化生活化、场景化，并形成了自身品牌的自信。

有厚度、有深度、有底气的白酒酒庄一定是文化充沛的酒庄，一定是有温度和生命力的酒庄。近年来，行业探讨酒庄模式，一是出于对白酒产业新商业模式的探索，二是对白酒新的品质和价值表达，找到新的载体。

但白酒酒庄始终缺乏更团结的声音。中国酒业协会理事长宋书玉认为，酒庄是产区的非常具象表达，酒庄和产区的表达是高度统一的。通过酒庄模式不但可以有效保护活态文化与酿酒文化遗产，还可以通过酒庄模式进一步实现名酒酒庄的品牌提升。酒庄这种新商业模式，也是中小型酒企的转型之路。

谁在建酒庄？谁能建好酒庄？什么样的酒庄符合行业发展趋势？这是中外名庄领袖论坛存在的宗旨和意义，中国需要更多的酒庄代表诞生，这正是一个最好的时代。而下一个五年，中国白酒酒庄又是什么模样？

酱酒空杯留香的那些事

酱酒有一个广为人知的特点，“空杯留香”。所谓空杯留香，其实就是盛装过酱酒的酒杯，当把杯中的酒喝完以后，过段时间还能在杯中闻到酒香。其他香型的白酒也存在着空杯留香的情况，但是却不像酱酒这般显著。那为什么酱香型白酒会呈现出这种特点呢？

01 工艺

酱酒在酿造过程中遵循着“三高三长”的工艺法则，即高温制曲、高温堆积发酵、高温蒸煮，制曲时间长、生产周期长、贮存时间长。在这些工艺的共同催化下，酒体中充斥着多种丰富的微生物种群，经过时间的沉淀后，酒体酱香风味突出、幽雅细腻、口感醇和、回味悠长。

关于“三高三长”的工艺在此就不多做赘述了。喝了那么多酱酒，你知道酿造酱酒要遵循的六个原则分别是什么吗？

因此，在经历严苛的工艺过后，酒体在微生物的催化下，形成了“四高一低一多”的特点，即“酸高、醇高、酯高、醛高、氨基酸高，酯低，含氮化合物多”，也生成了酱香型白酒香味香气的前驱物质。



02 贮存

酱酒的贮存工艺是酿造过程中持续时间最长的环节，直接影响酱酒的风味与品质。众所周知，酱酒有着“越陈越香”的特点，随着贮存时间的增长，酒体中的酒精分子和水分子的结构变得愈加紧密，逐渐缔合成为有机的大分子结构，其中就含有芳香气味的酯类物质。

同时在长期贮存的过程中，酒体中的醇类物质与酸类物质相互结合，生成带有香气的酯类物质。经过时间的沉淀，酒体中的酯类、酸类与醇类的含量逐渐趋于平衡，酒体香味更为幽雅的同时，口感醇厚柔顺。

但这一切的前提必须得是纯粮酿造的酱酒。一些酒精酒，虽然在短时间内也会表现出空杯留香的情况，但是这类酒精酒中，乙醇分子较小，酯类物质含量低，挥发速度快，因此

也就不存在空杯留香的情况；而一些通过添加化学香味物质的劣质酱酒，空杯非但没有香味，还会呈现出刺鼻的气味。

03 空杯留香辨别酒质

空杯留香，可以作为判定酱酒酒体品质的其中一个要素。香味的种类和留香的时间长短，都能在一定程度反映酱酒品质的优劣。一般而言，留香时间持久，香味让人感觉越舒适的，酒体的品质一般而言相对较好。

对于留香时间而言，酒香可以保持一个小时以上的酒，便是质量合格的酒；而一些留香能够持续二十四小时以上的酱酒，那就称得上是不可多得的珍品了。所以大家在平时喝酒的时候，不妨在品饮之后，静置15分钟，待杯中酒液挥发后闻香即可。

说了那么多，相信大家伙们对空杯留香产生的原理与通过该方式判断酱酒品质的方法都有了初步了解。在下次品鉴酱酒的时候，不妨用上今天所学的知识，说不定有不一样的乐趣哦。

最后还要再啰嗦一句的是，虽然空杯留香可以识别酱酒的品质，但是不可以仅凭这一点就断言酱酒品质的优劣哦！（据支云酒业）

江山专栏
Jiangshan column

《五十年》牵头编写《印象嘉陵》一书，各类媒体发表各类文章多篇，出版有诗集《与梅对视》。作家协会名誉主席、南充市嘉陵区作家协会主席，在各级作家协会会员、四川网络作家协会副秘书长、南充市网络江山，本名蒋川龙，中国科普作家协会会员，四川省

生命如虹

致敬抗美援朝老战士柏宗岱

气定神闲
面对每一位患者
开出的药方
可以打败身体里的敌人

九十七岁高龄
何种心态使你
和颜悦色
从容面对人生每道坎

曾经的硝烟战火
布满你经络
战友的鲜血
浸透你的骨髓

不愿居功
从不提及从前
在你的心底
和平就是最美情怀

跃州/摄影



哈萨克斯坦葡萄酒来了

香港《南华早报》日前文章，原意：中澳贸易易争执——从哈萨克斯坦到塞尔维亚，酒商抢夺中国市场份额。对于最近几个月来自中国葡萄酒进口商的询盘，哈萨克斯坦酿酒商卡基姆扎诺夫感到很高兴。他已经在华销售一些哈萨克斯坦葡萄酒，考虑到离中国很近，一直想增加出口。

他的葡萄酒经陆路运抵上海只需5天。“也许(中国进口商)感兴趣，是想寻找新的进口来源，以替代澳大利亚葡萄酒”，他说，“长期以来，中国一直把哈萨克斯坦视为农产品进口的好合作伙伴，尤其是哈方也加入了‘一带一路’倡议。中澳之间新出现的贸易问题，将加速这一进程。尽管这需要时间，但至少已经开始了”。

分析人士称，中澳之间冲突给两国贸易造成损失，这可能为新的出口商打开大门。世界其他一些地方的酿酒商也看到商机，尤其是去年12月中国对澳葡萄酒征收临时高额反倾销税和反补贴税之后。分析人士表示，澳的竞争对手——包括新加入的哈萨克斯坦、塞尔维亚，以及智利、法国等现有主要出口国，都将受益。IWSR酒水市场分析公司亚太区研究总监托米·基林说：“智利可能是最大受益者，因为能在品种、包装和性价比等方面提供最接近的替代品。”不过，葡萄酒出口商也在以现实眼光看待能否弥补澳大利亚的缺口。对卡基姆扎诺夫来说，产量是主要问题，但只要投资得当，是能克服的。整个哈萨克斯坦的酒庄情况大都如此，该国拥有大量适宜葡萄种植的土地。若有足够资本，哈不久就可达到澳大利亚出口量的10%至15%，10年内可达到50%。卡基姆扎诺夫说：“在农产品出口方面……哈萨克斯坦完全有理由大量供应。我们的主要优势是丰富的土地资源以及地理上靠近中国。”

(作者 Su-Lin Tan, 陈俊安 / 译)