企業家日報 ENTREPRENEURS' DAILY 中国酒 Chinese drinks weekly 周刊

烟花三月 诗酒趁年华

■ 酩阅

人生如诗,趁青春年华,落笔摇五岳,创人生之佳绩,书人世之繁华。人生如酒,趁年少盛世,得意须尽欢,得人生之乐趣,享人世之情意。

人生最好的状态是,我有酒,而你有故事。你一句话,我要去你那里聊聊天,品品酒。无需多言,有酒,才会有感人的故事。故事在心里,酒在身外。当故事闻到酒香时,才会从心中钻出来,酒让故事更感人。

每每遇上伤心的事时,总喜欢捧起酒杯,饮上几口。然而,几杯清酒下去,是否真的能消解心中痛苦的情绪呢?

爱情如酒,醉过方知酒浓,爱过才知情深。其实,再浓的酒都有水份,再深的爱都有保留。喝下不全是酒,得到的也许还有遗憾。酒容易醉,爱容易心碎。酒不醉而人自醉,酒入愁肠愁更愁。酒入愁肠,化作相思泪。

酒是夜里失眠人的好友;酒是伤心人的灵丹妙药;酒是在你孤独无助时的依靠;酒是你失意时心灵上的解药。

举杯邀明月,对影成三人。世上有一物,神奇又断肠,让人又恨又爱,欲罢不能。若即若离,鬼使神差,身不由己。爱它之人述其长处,恨他之人论其短处。毁誉参半。小饮怡情,大饮伤身,悲时能忘忧,喜时可助兴,让人欢喜让人忧。可使喝酒之人百态尽出,可使诗人才情大发,可使英雄潸然泪下,可使弱者满怀激情,可使强者烂醉如泥,可使沉默者语出惊人。

酒,有各种理由来喝,人生有四喜,旱逢甘霖,他乡遇故知,洞房花烛夜,金榜题名时。每一种都有可以一醉方休的理由。

酒可以高兴时喝,酒,可以痛苦时喝。酒可以离别时喝,酒,可以相聚时喝。

送别的酒,接风的酒、祭拜的酒,酒可以笑着喝,酒可以哭着喝,酒可以苦闷时喝,酒可以失意时喝。有时候,酒是你上扬的嘴角,有时候,酒是你紧蹙的眉头。有时候,就是顽皮的孩童,有时候酒是优雅的女人,有时候酒是智慧的老者,有时候酒是血性的汉子。不管你以何种理由对待酒,它只是酒,它就在那里。不会因为你的各种借口而改变它的本性。只是,我们乱借了它用来排解和释放我们内心的所有情绪与心意。消愁,酗酒、堕落,酒只是一种物质,酒只是一种文化。

自古至今,无论是文人骚客,还是市井小人,酒,都是表达情感,宣泄心情的载体。

自古就有李白的"花间一壶酒,独酌无相亲;穷愁千万端,美酒三百杯""天子呼来不上船,自称臣是酒中仙",酒成就了李白,李白也成就了酒。

酒既是良药又是毒药,既能在伤心时宽慰你受伤的心灵,又是你沉沦时的杀人的毒药。它既能救人,亦能伤人,到底变为何物,取决于你是掌控它还是被它掌控。如何把握酒的利害,是每个人都应该掌握的,触碰它就要驾驭它,如果反倒被它驾驭,那只会适得其反。

酒中贤圣得人传,人负邦家因酒覆。酒,有时候是好的,可以为你添彩增光。酒,有时候亦是坏的。会让你蒙羞和背负骂名。

都说一醉解千愁,可是酒入愁肠愁更愁,醉后的忧伤向谁述说呢?酒,可逞一时之快,却不能一世清醒。酒,让许多人深陷其中,不能自拔。酒,可以让这个世界更加美好,也可以让人变得更加暴躁。

酒场似人生,却不是人生,在酒中,醉不出明天的幸福,喝不出心中的理想。酒尽人散时及时清醒。人生如酒场,却不是酒场,酒场可以有推诿、逢迎、虚伪和做作。但人生不可以。人生来不得半点的假装与不负责。不要把青春浪费在无意的酒场与酒局。烦恼也罢,欢笑也罢,时间珍贵不待人。一杯美酒,演绎一个社会;一杯美酒,尽显朗朗干坤。

不要把所有的罪过多强加给酒,喝醉,从来就不是酒精的罪过,而是感情的度数太高。所谓解愁,其实不过是因为在酒中,我们似乎能让压抑情绪得以发泄罢了。酒伴的是孤独,是寂寞,风退尽,云自伤,恨酒催柔肠,一抹暗创,几度痴狂。看那些伤心时饮酒的人,酒让心中的忧愁如酒般越酿越深。

一杯美酒诗一首,
两杯三杯话春秋。
四杯五杯情义重,
七杯八杯热泪盈。

酒逢知己千杯少,适可而止最为妙。
日暮酒醒人已远,满天风雨下西楼。

文化美学视野下 中国葡萄酒的本土表达

■ 快讯君

故宫文创大火,让市场看到了传统文化这座巨大的宝藏。随后,以故宫为引领,全国各地博物馆积极跟进的强大"国潮文创"风吹起来,年轻一代的消费者对传统文化喜爱和重视,促使许多品牌和厂家也加入到主动重新发现传统之美的行列中。到今天,衣帽鞋服、护肤美妆、生活学习用品、零食饮料等多个行业从国风中汲取设计灵感。

"国潮"的出现,是综合国力、经济社会发展到一定阶段的必然产物,既表现出当前消费者对本土文化元素的认同,也展现出消费者消费观念的多元化与个性化。同时,我们也要认识到"国潮"不应当只是产品表面上简单的复古怀旧,要赋予国潮更持久的活力,还需要由表及里构建起完整的文化结构。

近年来,中国葡萄酒产业中也开始从传统文化中寻找设计灵感,从西式的"城堡、葡萄园"酒标设计框架中跳脱而出,融入中国元素,讲中国葡萄酒的故事。

凸显地理人文元素 塑造产区形象

我们谈构建中国葡萄酒的文化体系,加强自己的地理标识构建是非常重要的一环。在这个主题上,贺兰山东麓产区以及新疆产区的一些酒庄早已经开始尝试。

贺兰红作为宁夏贺兰山东麓产区单品,两款产品的设计理念中都将"贺兰山"作为重要意象。在西鸽酒庄的贺兰红酒标上,白描风格的贺兰山上飘过一抹亮丽的红色,风格极简却不失冲击力,迎合当代年轻人的中国风审美要求。而在这个系列中,采取了"字母+数字"的命名方式,数字越大则酒质越高,建立起一套清晰明了的产品结构体系,降低消费者的沟通成本。

丝路酒庄位于古丝绸之路的要道上,也是中国最西边的酒庄。坐落在丝绸之路上,丝路酒庄立足丝路的古老神秘,以及丝绸之路所象征的探索进取精神,在酒标设计上凸显丝绸之路这个文化源泉。酒庄出品的探索系列,将丝绸之路的地图绘制其上,如同一份指南指引好奇心和探索精神的旅人去探索生命的广度。

玩转传统文化 拉近消费者距离

中华文化博大精深,传统文化是各行各业汲取不完的创作源泉。中国葡萄酒在追求自己的审美体系时,也创造性地将传统文化融入其中。

生肖酒是传统文化与葡萄酒结合最典型的范例,从天鹅庄开始,近两年推出生肖酒的葡萄酒企业越来越多,甚至连卡斯特、奔富等进口葡萄酒也在推出生肖纪念酒。2021年辛丑牛年,长城五星、天鹅庄、茅台葡萄酒、王朝葡萄酒、君顶酒庄等10多家企业推出了生肖纪念酒。

河南民权葡萄酒推出穆桂英挂帅,将豫剧中的经典唱段《穆桂英挂帅》为灵感来源,葡萄酒融如地方戏剧和历史人物,浓墨重彩间勾勒出极具代表性的民族品牌形象。

宁夏西鸽酒庄的玉鸽单一园系列则将目光投向了中国书画宝库,找到了宋徽宗描摹的玉鸽形象,并以瘦金体书写"玉鸽"二字,酒标如一朵兰花。整体简洁清晰,是中国传统美学与葡萄酒完美结合的典范。

这些以传统元素为设计灵感的酒葡萄酒在视觉上给人复古、典雅的印象,无形间拉近与消费者的心理距离,提高了中国葡萄酒的美学价值。

标记历史节点 讲述中国故事

中国葡萄酒并不是凭空产生,而是有着自己的发展历史脉络。从1976年第一瓶干白在沙城产区诞生,到1980第一家中法合营的葡萄酒公司——王朝葡萄酒成立,再到后来产区成型,酒庄如雨后春笋在各个产区内拔地而起。这些企业家、酿酒师用产品说话,成为中国葡萄酒发展史上一个又一个标记。

讲好中国葡萄酒的故事,不能忘记我们自己的发展历史。在这方面,长城酿造集团沙城葡萄酒厂做出了许多尝试。不仅建立了第一瓶干白纪念馆,保存了当年生产的车间,更从产品结构上着手,以产品讲述故事。

沙城葡萄酒荣耀系列,以沙城葡萄酒厂70年发展脉络为产品核心,以三款产品标记中国葡萄酒发展历史上的重要时刻。1949年新中国成立,1959年响应毛主席号召新建沙城葡萄酒厂,后成为中国干型葡萄酒发源地,1978年葡萄酒国家重点科研项目科研点设在沙城酒厂,中国葡萄酒泰斗郭其昌带领沙城葡萄酒22名科研人员完成的科研成果,推动中国葡萄酒向干型转型。

沙城干白葡萄酒原作1号老藤龙眼葡萄酒复刻第一瓶干白的核心要素,在传承第一瓶干白研发精神的基础上进行再创造,是对前辈精神的继承与发扬。

此外,在新中国成立70周年等特殊时刻,一些葡萄酒企业也推出了具有特殊意义的纪念酒。在中国发展的重要时刻,中国葡萄酒不曾缺席。

在"国潮"风盛行之下,曾经被当做是"舶来文化"中国葡萄酒有了越来越多的本土化表达。

无论是突显地理标识还是运用传统文化元素,这些新的设计美学逐渐得到行业的认可,促使越来越多的企业和消费者进行中国葡萄酒文化构建。所谓"国潮",其本质在消费层面构建起文化自信,用自己的传统文化元素代替了城堡、葡萄园、酒窖等刻板标签,是文化自信的最佳体现。

产业复兴文化先行。中国葡萄酒在机遇与挑战中孕育新生的生命 ,国货正旺,国酒当红。在今年成都春糖,一场关于中国葡萄酒复兴的论坛,等待每个关心中国葡萄酒产业发展的人参与。

> 近年来,中国葡萄酒产业开始从传统文化中寻找设计灵感,从西式的"城堡、葡萄园"酒标设计框架中跳脱而出,融入中国元素,讲中国葡萄酒的故事。在"国潮"风盛行之下,曾经被当做是"舶来文化"中国葡萄酒也有了越来越多的本土化表达。

轻饮小酌品黄酒

■ 凤凰

黄酒,众所周知,可以疏肝理气,可以活络血脉,可以放松心情,放飞心灵,其中还有许多有益的元素,对提高免疫功能极有好处,但是好东西要慢慢喝,慢慢品。绍兴人喝老酒叫"咪",就是这个意思。现在许多人,为了场面,为了应酬,一大杯一大杯地干,真不是滋味,为什么?一大杯子咕咚一下干了,你知道其中是啥滋味吗?此外,人体对酒精的承受既有量的限制,又有速度和时间上的要求,在短时内以极快的速度喝下去这么多的量,对人体的伤害是极大的。

喝黄酒的程序

在每天晚饭时,先吃半小碗饭,或吃菜之类的,然后再倒上二三两黄酒,慢慢的喝。边吃菜,边品味。黄酒具有酸、甜、苦、辣、涩、辛六味,好的酒六味丰满和谐协调。但由于每个人对各味的敏感程度不一样,有的人或偏于甜,有的人或偏于酸,故往往是对同一物,每个人的口舌鼻喉的反应也是有差异的,有的甚至还较大呢。但是当人先吃点东西,如脂肪类、蛋白类、蔬菜类之后,再去喝酒,您会发现此酒比之前好喝多了,更加醇厚,入口回味更好,后口更清更爽。以前,在书上老看到喝大碗的酒,吃大块的肉,是非常符合饮食道理的,因为

酒能化解脂肪,同时脂肪及蛋白也能减缓由于酒精对人体器官的刺激,特别是咽喉、食道、肠胃等等,再加上一边是慢慢地、少量的喝入,一边是细细的咀嚼,既延缓了酒流入的速度和数量,又使入口的菜咀嚼得更精更细。

现代科学研究表明,慢嚼细咽的人,有利于减肥,但狼吞虎咽的人易致肥胖。典型的绍兴老酒民们,他(她)们就是这样生活的,他(她)们中间很少有肥胖的人,而且可以说是老者精神矍铄,少者青春焕发。

喝绍兴黄酒的数量

一个人喝多少才算适宜?是没有一个固定的数据的,因为这与喝酒人的身体情况、喝酒时的环境和喝酒时的心情等等都极有关系。当然最主要是跟人体自身所具备乙醇脱氢酶(乙醇通过乙醇脱氢酶作用降解成乙醛)和乙醛脱氢酶(乙醛通过乙醛脱氢酶作用分解成二氧化碳和水)有关,此两种酶越多,则其分解乙醇的能力就越大,那么其酒量就越大。

但从养身的角度,大家千万不要过量饮酒,因为只有适量饮酒才有益健康,过量饮酒一定是不利于身体的。人总有情绪高亢或低下的时候,但"宁伤身体不伤感情"的说法万万不可取。喝绍兴黄酒喝到什么程度为宜,当人身体感到微微有点热了就不要再喝了,这样最有利于身体,酒之功效已经充分发挥了,再喝就要过了。

喝黄酒的方法

喝黄酒可以用多种方法饮用,既可以常温喝,也可以加温喝,既可以加冰或冰冻喝,也可以加其他辅料喝。冬季可以加点温,这样入口可以温和些,但建议千万不要烫得太热,温度一般在25—38℃之间即可,太高了,一是有失风味,二是酒精味太冲鼻,三是对咽喉软组织有刺激;春季和秋季常温喝更纯正、更本味;夏天可加冰块或冰冻以后喝,凉爽清纯,醇美怡人。也可以用热酒冲鸡蛋,也可以自己浸泡一些补气补血等滋补性的中药材的酒等等,女同胞往往喜欢泡蜜枣等。也有人如果喜欢加姜丝和话梅,也是完全可以的,只不过是加了这些,很容易使酒原来的本味给掩盖了。总之,品饮黄酒方法甚多,各有功效,因人而异,自我调节即可。

"德国葡萄酒文化"被列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录

■ 峰航

在2021年3月19日的联合国教科文组织(UNESCO)文化部长会议上,"德国葡萄酒文化(Wine Culture in Germany)"被正式列入非物质文化遗产名录。这对于提升德国葡萄酒文化的国际影响力意义非凡,更将助力推动德国葡萄酒的文化传播及资产保护。

联合国教科文组织(UNESCO)德国专家委员会在推荐词中赞誉"德国葡萄酒文化"是一种开放、活泼和包容的传统文化修养,而德国葡萄酒的传统已经深深扎根于社会。

专家委员会的推荐中还强调,德国葡萄酒文化包括社会人文、语言、工艺和文化景观,以及众多葡萄酒节日和习俗。尤其对于德国葡萄酒产区的当地人而言,葡萄酒是生活的一部分,葡萄酒文化影响着人们的生活节奏,更有助于建立身份认同感。

德国葡萄酒学院(German Wine Academy DWA) 董事总经理Monika Reule女士表示:"德国葡萄酒学院及德国所有葡萄酒文化的支持者,都为这个决定感到万分高兴。这份荣誉是对德国葡萄酒文化传播者的肯定,他们的努力取得了成就。我们相信,随着德国葡萄酒文化被列入非物质文化遗产名录,葡萄酒文化资产和景观的保护工作将获得更多公众的支持和赞赏。"

"德国葡萄酒文化"被列入非物质文化遗产名录的决定,是基于德国葡萄酒学院(German Wine Academy DWA)于2019年10月向德国莱茵兰-普法尔茨州 (Rheinland-Pfalz) 世界遗产负责秘书处科学、继续教育和文化部提交的申请。这一申请始终得到莱茵兰-普法尔茨州经济、交通、农业和葡萄栽培部的支持。

此外,Monika Reule女士表示,德国葡萄酒学院特别感谢积极参与塑造德国葡萄酒文化的人士,他们的全力支持必然是该申请取得成功的决定性因素之一。

江山专栏 Jiangshan column

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

跃州/摄影

春到阆中犹忆君

古巷尽头
咖啡浓郁
一对青年
促膝欢语

一个说东
一个说西
天南海北
无所不及

三十年后
一个在西
一个在东
天地永隔

今我来兮
杨柳依依
君不见兮
情寄与谁