



“孔府菜”牵手“朋自远方酒”绽放儒家品味

■ 帅爷

“好酒配好菜”，蕴含千年历史的国宝级菜系——孔府菜，自然要与同样传承了两千多年的孔府家酒相配。

近日，在‘朋自远方酒’杯第八届中国(曲阜)孔府菜美食节暨孔府菜研讨交流会上，孔府家旗舰品牌“朋自远方酒”当选美食节活动“唯一指定用酒”，这对天造地设的“酒与菜”得到了官方的认证。

孔府家酒和孔府菜同根同源，作为曲阜的两张名片，早已名扬四海，而此次的强强联手，将为儒家文化的传承发扬、创新融合注入新的活力。其实，孔府家酒与孔府菜的“结合”，在许多看来已经是理所应当的事情，因为在它们的骨子里，留着同样的血脉。

好酒配好菜 温暖一代代中国人

曲阜，为东方文明的圣地。这里不仅孕育了古代东方文明，更孕育了千古圣人孔子，也孕育了儒家饮食文化与酒文化。孔府菜，历史悠久，秉承孔子“食不厌精，脍不厌细”的遗训，烹调技艺精湛，世代相传，经久不衰，独具一格，闻名中外。在中国各大菜系中，孔府菜年代最久，文化品位最高，是堪与帝王官廷菜相媲美的公府菜。

孔府菜已完全形成了自己的色、香、味、形、器、意独具一格的独特菜系，那盘碟里的一蔬一菜都不再是具象的蔬菜，而是被赋予了更多文化意义。儒家文化的“仁智礼仪信”通过字、形、意展示在菜肴中，一口下去，满满的“文化味儿”，仿佛把“墨水”吃到了肚子里。好酒配好菜，不仅深深温暖了中国人的胃，也温暖了中国人的心。

孔府家酒与孔府菜同根同源，深受儒家文化的影响，同为儒家文化的物质化代表。传承两千多年，在孔府秘方的基础上，孔府家酒结合鲁酒传统工艺，与时俱进，创变革新，历经数代酒师的长期探索和改进，形成了具有自己独特风格的“孔府家酒传统酿造技艺”，并被山东省人民政府授予“省级非物质文化遗产”称号。

孔府家酒业拥有7200口老窖池，每一口窖池都有上百年历史，里面丰富的微生物菌群让白酒有了不同香气和味道，同时坚持好酒要以精选五粮为原料，中高温麦曲为糖化发酵剂，经老窖长期发酵、质优摘酒、分级贮存、精心勾调等工序而成，具有“三香”、“三正”的特点，广受海内外欢迎。

为什么是“朋自远方酒”？“2018年，孔府家推出‘朋自远方酒’，这是孔府家承袭儒家文化至高无上的‘圣人之道’，所推出的一款高端战略产品，自问世以来，一直秉承工匠精神，坚持走高品质文化酒路线。‘朋系列’产品酒体兼具浓香白酒的绵甜醇厚与儒雅香的幽雅细腻，感官享受更加丰富，杂醇油含量低于行业平均水平，喝起来有“慢醉快醒”的特点，饮后更加舒适。”在活动上，孔府家酒业董事长谭小林与大家分享“朋自远方酒”的渊源与口感特点。

孔府家酒业深挖儒家文化中“有朋自远方来，不亦乐乎”的深刻内涵，以品质为根，以文化为魂，传达中国饮酒的美好雅境。“朋自远方酒”承载了孔府家几代人的美酒梦想，更传承了中国白酒的礼韵和儒雅，透着一股别样的君子气质。

打造“中国文化名酒第一品牌”

以“朋自远方酒”为高端引领，孔府家正在成为“中国文化名酒第一品牌”。

品牌的竞争归根结底是文化的竞争。孔府家酒业坐拥儒家文化和孔子这个大IP，拥有得天独厚的优势，是中华文化的精髓，“酿造传世美酒，弘扬儒家文化”成为了孔府家酒业的使命。

“朋自远方酒”是一瓶酒，却又不仅仅是一瓶酒，它是孔府家酒业科研匠心、推陈出新的结晶，是打开孔府家酒业新局面的密码，是激活品牌张力与活力的一剂良药，更是孔府家酒业高品质文化酒战略的“核心武器”。

饮酒的多重维度，决定了白酒品牌的发展空间是巨大的。在文化的演绎下，品牌有了更广的延伸和更深的内涵，孔府家酒以儒家文化为核心，有无尽的宝藏待挖掘，强大的历史和文化基因无疑是孔府家酒最独特的品牌背书，在中产阶级和新生代消费群对产品的文化需求不断提升的背景下，儒家文化特色将成为孔府家酒的最强品牌动力。

传承、坚守和挖掘传统文化，是孔府家酒业保持品牌活力的不竭动力，找到历史脉络，为文化传承搭建坚实有力的载体，努力打造自己的核心竞争力，放大儒家文化元素，形成强大的市场感染力和产品竞争力，是孔府家酒业一直在努力的。

孔府菜的绝美，“朋自远方酒”的醇厚，如同一首诗配上婉转的曲调——没有比它们更绝配了。

年轻人喝酒无需要理由，微醺即可

■ Alex C

之前腾讯新闻、益普索和暗中观察局联合发布《2021年中国白酒消费洞察报告》(以下简称《报告》)来看,90后和80后已然成为了中国白酒消费的“主力军”。

看到这儿,心中不禁一惊,80后或许随着应酬和聚会的增多,白酒的消费频次高还能理解。怎么现在连90后居然也“后来居上”,开始消费起白酒了呢?

年轻人喝的不是酒 是态度

当“茅五洋泸古”斩获2021全球烈酒品牌价值50强TOP5,白酒在中国年轻一代心中的形象却并没有得到大的改善。

“白酒真的很难喝……”

这或许是大多数年轻人的共识。面对快节奏生活和对品质的追求,少有年轻人,特别是80后,甚至是90后会去探究白酒的内涵、文化、历史,只会在意瓶子是否好看,酒是否好喝。

与父辈们因时代背景接触白酒不同的是,现在的年轻人有太多的选择——咖啡、可乐、奶茶……各式各样的饮料,应有尽有。如果实在要喝一点酒的话,一般也会是洋酒、啤酒或者预调酒、鸡尾酒中选择,味道都要比辛辣的白酒容易接受得多。

而作为普通消费者,他们的消费心理又是怎样的呢?

为此,笔者在十一期间,走访了成都部分商超和酒吧,旨在真实收集消费者对酒的真实认知,从而简单的分析消费者对酒饮的消费习惯与动机。

需要注意的是,和数据分析机构不同,我们选择直面鲜活的消费人群,来感知消费行为背后的酒水消费逻辑。

“要的是入口舒爽,不辣喉咙,而不是一杯下肚就像坐过山车一样翻江倒海,连中午吃的东西都要喷涌出来。”

“要的是小醉微醺的感觉,能解乏,而不是喝了难受,醒来还头疼,而且还被告知吐得昏天黑地。”

“买醉绝对不是我想要的,喝高兴,喝得有品味才是我选酒的标准。”

“白酒会买,但不会一个人在家没事喝,顶多是家庭聚会、朋友聚会、应酬和宴请的时候喝点。至于喝什么价位的白酒,就要看和谁



年轻人喝的不是酒,是态度。往年国庆,朋友们通过微信彼此发的最多的消息是:国庆去哪儿玩?今年国庆,朋友们通过微信彼此发的最多的消息是:抢到茅台了没?正和朋友喝着茶的我,瞬间陷入了沉思:说好秋天的第一杯奶茶呢?怎么大家都开始抢酒了呢?

喝,在什么场合喝了。”“如果我自己买酒喝,首先是低度酒和啤酒。白酒嘛适量就好,偶尔和朋友撸个串,选择的也是歪嘴这样的小瓶白酒,一人一瓶,刚刚好。”

“高端白酒每年肯定会买,但无非是买来送长辈,或逢年过节的时候买一两瓶请客用。”

从不同的场合下走访90后、80后人群,在实际的消费语境中,年轻人的购买习惯其实更倾向于诸如啤酒、预调酒、果酒、红酒、鸡尾酒这样的低度酒。且在选择低度酒的人群中,尤以年轻女性居多。

确实,环顾酒吧,啤酒也好,洋酒也罢,各式的鸡尾酒出现在妹子的自拍里,吧台上的Absolut Vodka,Havana,Jack Daniel's,Chivas和Duel,Corona,Heineken等在聚光灯下散发着暧昧的微小。

青春献给酒吧,桌上唯独不见中国传统的白酒。

白酒太烈?同样是高度数的Vodka、Whiskey、Brandy却并没有被年轻人拒之千里。它们化作酒吧夜店里的玛格丽特、激情海岸、长岛冰茶等形态在无数年轻人的胃中翻滚。

白酒太贵?宽窄巷子随便一间酒吧,点一杯Old Fashioned,90元一杯却也让不少年轻女性为之而买单。

一圈下来,感受最多的是如今低度酒或是低度潮饮市场的火爆,至于为什么火爆,大多数年轻人无不表示因工作压力、情感压力、



购房压力种种因素下,适当饮酒解压的需求正是当下年轻人所追求的。

但相对于传统白酒强的“场景感”,诸如啤酒、红酒、鸡尾酒这样的低度酒更适合年轻人的消费习惯和消费场所,甚至是加班之后的解压与放松。

“喝酒还需要什么理由?微醺即可!”

确实,无论是朋友聚会还是派对、KTV、酒吧、独处,喝酒都不需要任何的理由,没有目的,而“微醺即可”便是当下年轻人对酒的态度,并逐渐成为主流。

年轻人究竟喝不喝白酒?

记得还是在很多年前,白酒行业陷入了连续数年的寒冬期,而正是在那时,一款青春小酒横空出世并逆势增长,成为红遍全国的白酒黑马,俘获并牢牢抓住了不少80后甚至是90后年轻人的心。

没错,这就是红极一时的青春小酒——江小白。

打破传统销售渠道体系,自带流量,电商表现抢眼,入驻京东超市后成绩突出,曾仅在京东年货节期间销售额就突破1000万元,入驻不到1年便荣获京东“年度合作伙伴奖”并斩获2017年IWSC4项大奖。

随后,不甘示弱的传统白酒企业纷至沓来,打造出无数“青春小酒”。

五粮液的歪嘴、洋河的洋小二、西凤的问剑、郎酒的小郎酒、老窖的刘关张三国锦囊小酒、杜康的JustDo2……就连国酒茅台,也在2017年放下身段,为年轻人打造出一款梦想小酒——酱小二。

而它们,无一例外不拥有着或简单或靚



丽的瓶身,充满着青春的插画与热血文案。其核心价值观也无不围绕着年轻人的饮酒趋势和兴趣,并与年轻消费群体产生互动与交流。稿子写到一半,死党打电话让我过去帮他处理一下Excel,弄完已是晚饭时间。

年轻人比较懒,不想自己动手就只好楼下来顿火锅来得实在。

“喝点啥?啤的还是白的?”

“白的嘛!”

“老板儿,拿两瓶歪嘴儿……”

借着火锅的辛辣,白酒的香馥、醇厚、甘冽、爽净早已不见,若非了解一些品鉴之道,相信就连对面坐着的死党也喝不出来。

“年轻人究竟喝不喝白酒?”

这样的问题始终萦绕在脑中,而且似乎是一个很矛盾的话题。

因为一方面我们在朋友圈经常可见晒奶茶、晒咖啡、晒在酒吧一桌的啤酒,另一方面我们却也看到了高端白酒,特别是茅台的“一瓶难求”。

但对于问题的答案,肯定“要的”,只不过我们需要去充分地了解“喝酒”的内在逻辑。

但我们也不能忽略这样一个事实,那就是无论什么年龄阶层的人喝酒,特别是白酒,喝的是场合、环境、态度、氛围,而非一味的买醉。

当然,无论我们怎样去细分,商务宴请、家庭聚会、朋友喜宴等场合终还是白酒的天下。至于应酬,想都不想,必定是高端白酒的天下,而至于“青春小酒”,那或许连上桌的可能性都没有。

反之,就像节前在办公室和同事开玩笑说的,晚上下班我们去撸个串,即便要喝酒,那桌上放的肯定不会是茅台。

愿每一个女人都 有酒和远方

■ 红轩

关于红酒,有一个优美动人的传说。在公元6000年前的古代波斯,有一个失宠的妃子欲寻短见,她把发酵的葡萄汁误当作毒药喝了下去,结果人并没有死去,反而变得更加美艳动人,这美妙的结局使得妃子再度受到恩宠。

你看,葡萄酒是属于女人的,尤其是成熟的、优雅的女人。不是那么艳丽的红,却赏心悦目、高雅纯净、飘逸幽香。

在透明的高脚杯中倒上小半杯红酒,在光的映照下让人微醺,它酸与涩的完美合让你回味无穷,仿佛一条清冽的小溪缓缓流过,抵达心灵的彼岸……这美妙的红色液体,一旦有了第一次的亲密接触,就会让人越陷越深。

饮红酒的女人是一道独特的风景,她的魅力会在红色的酒液中散发出来。

试想一个恬静的女子,在自己的家里,脱掉高跟鞋,纤纤素手拿着透明的水晶高脚杯,在临海的阳台上,闲适地坐在藤椅中,慢慢地晃动着红红的液体,用红唇缓缓地轻啜缕缕的醇香。

精致的女人,绽放出如红酒一样醉人的美丽。

这酒,或许带点妖艳,或许带点高雅,或许也带着诱惑的成因。它让女人平凡的生活有了一点放浪的诗意,时间久了就会发生浪漫的故事。只要那么一口,你就会为其倾倒,唇齿留香,酸中回甘。

喝红酒,可以白天,也可以在夜里。

当月凉如水,清风绕梁,独自蜷伏在室内一隅,端起酒杯,看透明的液体缓缓的从杯底流到杯壁,再缓缓地含在口中,仿佛要经历一个世纪那么绵长而悠远。这种用葡萄酿制的精品,充盈着岁月留下的光影,使人沉迷,使人陶醉……

微醉时脸上泛起红晕,就像红酒一样娇艳无比。那些品位不凡、高贵优雅的女人,身上也散发着红酒一样的甜美香味,如此暧昧,如此迷离。充满浪漫情怀的红酒,因为这份与众不同而显得超凡脱俗。

此外对女人来说,红酒能够促进新陈代谢、清除氧自由基、营养皮肤组织,使女人的皮肤更加娇嫩,更具生命活力。所以,偶尔喝红酒的女人都是皮肤细腻、红润、光泽、有弹性,一如红酒本身。

寒露时节：秋寒露重酒暖心

■ 小易

秋风起兮白云飞,草木黄落兮雁南归。寒露时节,北国的枫叶红了,凉风也如期而至,天高云淡,再回首已是深秋。

《月令七十二候集解》:“九月节,露气寒冷,将凝结也。”意为“寒露”气温较“白露”时更低,露水更多,日带寒意,故名“寒露”。在我国民间,有“露水先白而后寒”之谚言,其意为经过白露节气后,露水从初秋泛着一丝凉意转为深秋透着几寒寒冷的“白露欲霜”。

“袅袅凉风动,凄凄寒露零。”寒露是深秋的节令,也是一个反映气候变化特征的节气。进入寒露后,时有冷空气南下,昼夜温差较大,并且秋燥明显。寒露时节,南方秋意渐浓,气爽风凉,少雨干燥;北方广大地区已从深秋进入或即将进入冬季。寒露传统习俗主要有赏枫叶、吃螃蟹、饮菊花酒等。

寒露分为三候:一候鸿雁来宾;二候雀入大水为蛤;三候菊有黄华。鸿雁自白露节气开始南飞,此时已是最后一批,古人称后至者为“宾”;深秋天寒,雀鸟都不见了,仿佛鸟雀入大水化为蛤蜊,飞物化为了潜物;草木开始阳气开花,独有菊花因阴气而盛开,而此时正是菊花盛放的时刻。

寒露时节菊花盛开。为除秋燥,局地有饮



“菊花酒”的习俗。因此寒露时节最宜赏菊、饮酒。人们还喜在寒露时节酿制菊花酒,此习俗早在汉魏时期就已盛行,据《西京杂记》载有:“菊花舒时,并采茎叶,杂黍为酿之,故谓之菊花酒。”菊花酒,在古代被看作是重阳必饮、祛灾祈福的“吉祥酒”,也被称为“长寿酒”,其味清凉甜美,有养肝、明目、健脑、延缓衰老等功效。

陶渊明有诗云:“酒能祛百病,菊能制颓

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,南充市嘉陵区委作家协会会长,南充市网络作家协会名誉主席,南充市嘉陵区委作家协会会员,四川网络作家协会副秘书长,南充市作家协会会员,四川网络作家协会会员,四川江山,本名蒋川龙,中国科普作家协会会员,四川

天上星河转

致李清照

南宋的山河遍仄
一只春燕重逢乱世
云楼上着锦的屏风
倚着你洒下的一盏清茶
挥笔洗去那身清白

阶前那束温润的月光
照不见我红玉似的双颊
流年外你饮下的风月事
在南渡之前
款款融入那方陈旧的雀砚

黄昏是人间放在心上的惊叹
楼台上唱歌的花旦
在一笑间
慰藉你多年隐隐作痛的伤

跃州/摄影