



“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”，在许多人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，是堪与帝王宫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不断改进，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、量质摘酒、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。

孔府家酒业深刻挖掘儒家文化中“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。

年轻人喝酒不需要理由，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，刚刚合适。”

“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Duvel、Corona、Heineken等在聚光灯下散发着暧昧的微光。

青春献给酒吧，桌上唯独不见中国传统白酒。

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乏与放松。

“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IWSC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JustDo……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靓丽的瓶身，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海中，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段的人喝酒，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，想都不用想，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。在公元前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，反而变得更加美丽动人，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、飘溢幽香。

在透明的高脚杯中倒上小半杯红酒，在光的映照下让人微醉，它酸与涩的完美结合让你回味无穷，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漫长而悠远。这种用葡萄酿制的精品，充溢着岁月留下的光影，使人沉迷，使人陶醉……

微醉时脸上泛起娇羞，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。



“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釀制菊花酒，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

龄。”菊花酒还是专属于深秋的况味，经历风刀霜剑，菊花才能拥有超然物外的澹薄与高远，入酒方能称之为醉美之味。

寒露桂花香，香花酿酒最暖胃肠。寒露饮食上应继续以滋阴防燥为主，多吃蛋白质含量丰富的食物，也可以喝少量的酒以熨帖身心。寒露节气桂花也是主角，酿一壶桂花酒，温润的酒液飘散着三秋桂子的芬芳，入喉生津，不禁让人忘却了深秋的寂寥，只觉得甜蜜与温暖。

古语有“白露身不露，寒露脚不露”的说法。寒露时节天气转凉，适当地喝点温酒对身体也有很大的好处。在进餐时，适量饮酒能够增进食欲，促进食物的消化，除此之外，还能够起到缓解疲劳、促进睡眠的作用。酒能够促进人体的血液循环，从而达到促进人体新陈代谢的作用，对于全身血液都有一定的贯通作用。寒露时节，除了少量饮酒，对付秋燥的最佳饮食良方就是：“朝朝盐水，晚晚蜜汤”。白天喝点盐水，晚上则喝点蜜水。酒香君希望各位酒香为伴，健康为伴。

“临风把酒立斜阳，落霞秋日胜春光。”寒露时节，秋高气爽，红叶染山。约上好友二三人，选上好酒三四瓶，买上螃蟹四五斤。天虽凉，却不乏对生活的热爱，围坐食蟹，秋有诗意，温酒畅叙，互道一声，天寒露浓，彼此珍重。

南宋的山河逼仄

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

挥笔洗去那身洁白

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

楼台上唱戏的花旦

在一笑间

慰藉你多年隐隐作痛的伤