



## 中国古代女性与酒文化

有人说,酒是男人的专利。其实不然,在中国千年的酒文化中,中国女性也与酒有着千丝万缕的联系。她们在中国酒文化发展中也承载着不可磨灭的功绩。

### 史诗时代,仪狄造酒传说

传说在远古时代,有一名叫仪狄的女子创造了一款当时高大上的玉液琼浆——美酒。为什么说是高大上的产品呢。原因是在《战国策》中描述仪狄将这款产品上贡到大禹,大禹品尝后虽然对其甘甜爽朗的口感赞不绝口,但是却颇有远见地认为有人会因贪恋美酒而荒废乃至亡其国,因此大禹下令禁止造酒。

在远古时代由于社会分工的不同,酿酒的人一般均是女性和奴隶,这在《周礼》中有记载。也就是说中国女性从有酒开始可能就是酒的消费者。

### 封建时代

随着封建社会的发展,无酒不成礼的“礼”,成了维护封建统治的政治制度和规范人们言行的准则,并且被强调到“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”的苛刻程度,人的自由生命被僵化、窒息。而且,女性受礼教的压抑更为严酷,她们在“柔顺”的“美德”规范下,敛气息声,惟命是从,失去了人的主体地位,完全被异化成没有思想的物品。成之以礼的“酒”,正好提供给人们暂时摆脱礼教束缚的外部条件。

**汉代——卓文君。**汉代的女性不仅饮酒,而且积极参与了酿酒和卖酒的活动。卓文君在丈夫去世后,与司马相如相爱并最终私奔,因为缺乏经济来源生活陷入困境,两人苦中作乐,典当衣服赊酒,同饮共乐。最后自己开了一家酒馆,于是妇唱夫随,这就是后来“文君当垆”的故事。面临弃妇命运时,卓文君写下有名的《白头吟》:“皑如山上雪,皎若云间月,闻君有两意,故来相决绝。今日斗酒会,明日沟水头……。”

汉代在饮酒和社会对女性饮酒的意象上总体保持了较为中性,甚至是相当健康自然的观念。

**盛唐——杨玉环。**唐代经济繁荣,社会文化较为开放,这给女性创造了相当的自由空间。期间也出现了不少女诗人如鱼玄机以及中国历史上具有最高知名度的女性之一杨玉环。女诗人并不忌讳对酒的热爱,用诗歌公开表达她们以酒消愁以及醉酒后的感觉。

杨玉环李隆基贵妃醉酒的故事更是传为佳话。大致故事是唐玄宗与杨贵妃本来相约在百花亭品酒赏花,届时玄宗却没有赴约,而是移驾到西宫与梅妃共度良宵。杨贵妃只好在花前月下闷闷独饮,喝了一会不觉沉醉,且歌且舞婉转娇媚醉态可掬。

可见当时的社会对女性饮酒还是比较宽容,并没有逃避负面的意象和限制。鱼玄机常常借酒消愁:“旦夕醉吟身,相思又此春。雨中寄书使,窗下断肠人。”

女性与酒在唐代似乎是更多地带着惆怅与伤感的。在唐代男性的诗歌与文学中,常常将女性与酒并列起来,女性的意象成为文人雅士的消费和创作灵感的来源。

**两宋——李清照。**在宋朝时,社会风尚逐渐开始变得保守。南宋著名女词人,生于书香门第。在她留下的四十几首词中,写到酒的有二十首,几乎占了她作品的一半。早期,李清照的词主要是写少女情怀的浪漫,以及与赵明诚的相亲相爱。此时,清照词中的酒,也是一种浪漫、潇洒与祥和的美丽,这首《如梦令》便是例证。“昨夜雨疏风骤,浓睡不消残酒。试问卷帘人,却道海棠依旧。知否?知否?应是绿肥红瘦!”。与丈夫赵明诚的暂时分别,使她沉溺于杯盏之中,但她却愉快地提示内心,在大自然微细的变化中,发现青春易逝,盼离人早归,以酒意诗情登上文坛之后,便展示出不同凡响的文豪气势。“东篱把酒黄昏后,有暗香盈袖。莫道不销魂,帘卷西风,人比黄花瘦。”

由此可见封建时代,女性与酒,一般是爱情的化身,每一滴玉液都沉淀了一份深情。但,酒入空肠,人自醉,却难以醉离殇,醉几份情囊,又真的能解忧吗?

### 当代

今天的社会,尽管对女性饮酒总体上比较宽容,但男性仍然是酒的消费主体,在购买和饮用上拥有更多的话语权。

我们的市场调查表明,尽管女性成为超市商品购买的主体,在酒的购买上,男性是更主要的顾客群体。虽然女性对时尚生活方式类的杂志更感兴趣,但调查表明时尚生活方式中对酒的介绍其读者群占更大比例的仍然是男性。

在社会的认知中,尽管对普通女性的饮酒已经相当的宽容,但对女性的豪饮、醉酒等等仍然保持着相当审慎和负面的意象。追寻中国古代才女佳人的风雅遗韵,适当饮酒,饮用优质的美酒,必然是当代中国女性优雅健康生活的不二选择。

# 一家酱酒企业一年要做多少场品鉴会?

■ 花芯

去年,刘适(化名)去了南方某地级市,作为习酒派驻的销售业务经理,他的很大一部分工作就是跟经销商打交道。

每次有微信在中午或晚间联系他,他的回复往往一致:一张图片,习酒·窖藏1988或习酒·君品为主角,背景则是一张饭桌。刘适解释道,这是因为他的公司和经销商经常一起组织品鉴活动。

实际上,他参与的是现在酱酒行业盛行的一桌式品鉴会,“人也就是十来人,但都是精准的目标客户,有医院、企业老板、银行系统等圈子的人,现在卖酱酒其实是走团购或者说圈层营销。”刘适这样说道。

近年来,大多数酱酒企业都选择了“由点及面”的方式,开展消费者规模化培育工作,而品鉴会则是厂商最常用的手段之一。经调研,凡是稍具规模的酱酒企业,一年下来各种大小品鉴会都在千场以上,一些头部企业、有实力的品牌光大型品鉴活动也都能做到上百场。

### 酱酒企业始终持续搞品鉴会

据刘适介绍,习酒在他的派驻所在地每年至少会举办3-5场大型品鉴会,每家经销商一个季度也都会举办30-40场小型品鉴活动。“这还只是一般地级市的规模,如果放在省会城市,或者像广东这样的大市场,光大型品鉴可能都有上百场。”

有观点认为,当前酱酒热不断升温,酒企借助密集的品鉴活动大力培育消费者,是其中重要的推动力量。以习酒为例,公司每年都会持续开展“中国年·喝习酒”“中秋夜·喝习酒”“君品·雅宴”“我是品酒师·醉爱酱香酒”等品鉴活动,为习酒夯筑了坚实的消费者基础和带动了酱酒市场的真实消费。

同为百亿酱酒企业的茅台酱香酒和郎酒,同样以品鉴会的形式实现了消费者的规模化培育。

茅台酱香酒以“茅台酱香,万家共享”为理念,开启全国巡演,规模在300人以上,每



年都会举办几百场品鉴活动。郎酒仅2017年就举办了近千场“青花盛宴”,以每场百人计算,精准触达数万消费者。

今年有望破百亿的国台,正围绕中秋和春节,全国范围内密集开展“大国酱香·家国共享”和“举杯国台酒·健康中国年”主题品销活动,规模以上的已经超过1500场,而且还在继续。

也许正是头部企业的示范效应,酱酒企业都在加大力度做品鉴。如夜郎古、肆拾玖坊、五星酒业、酱酒智造、酣客、千熙酒业等,每天或每周都会开展品鉴,几百场至上千场不等。在他们的推动下,诸多普通省份在这轮酱酒热中逐步成长为高热度市场。

### 品鉴会:简单实用

办一场品鉴会,需要厂商投入大量的人力、财力,尤其是大型品鉴会需提前一月,甚至数月筹划。

刘适介绍,大型品鉴会成本视使用物料和项目而定,不用搭屏幕的最便宜,得花20-30万,而多则达上百万;酒水方面,即使是一桌式10人的品鉴,单酒水就需4瓶左右,加上餐费1000多元,一场下来也需要超过3000元的预算,如果订的是五星级酒店,可能还得

翻倍。

即使如此,厂商还是很热衷于搞品鉴会。在北京仁怀酒业股份有限公司董事长刘炫飞看来,中高端白酒的推广,推介会、品鉴会是一种不错的形式。他介绍,在仁怀酒制定的200场大型品鉴活动计划中,每场300人就可影响到6万人;1000场一桌式品鉴会,按照一场10人参加计算,预计也将带来1万个目标客户,其实很划算。

金沙古酒方面也透露,今年启动的百城巡演成效显著,目前已走了60多场,签约合同金额已达10亿多。

因此,酒企大多都会大力支持酒商开展品鉴活动,比如习酒公司,经销商组织品鉴活动产生的费用直接由公司报销。大多数企业也会制定相应的政策,鼓励经销商开展品鉴工作。如酱酒智造会提供品鉴用酒支持,并对活动执行进行指导。

目前,酒企与消费者沟通的方式主要是通过广告、宣传片,产品、品牌的价值难以在现有的环境下阐述清楚,因此怎么与消费者进行深度沟通,就显得十分重要。

事实上,在酒行业内,次高端与千元价格带仅靠广告实现销售增量,是很困难的。而酱酒主要集中在高端,靠传统的铺货,可能就不行了,这就有必要通过品鉴会这样的深度触达活动,对消费者进行“用户教育”。

# 酒,是无言知己,是人间醉乡……

■ 小酌

酒是什么?只有懂喝酒的人最好回答。以梦下酒,以酒入梦,每个人,不管在什么年纪都与酒相宜,晃动的酒杯中,倒影的是梦想照进人生。

在你们的心中,酒是什么?有的人酒里,是山河故里,有的人酒里,是项庄舞剑,有的人酒里,是红颜知己,有的人酒里,却是半世浮生,得意在杯中,失意也在杯中。

千百年来,人们赋予酒太多的情感和故事,让它变得不同,因人而异,也因时而异。

李白说,酒是扫愁帚。是“举杯邀明月,对影成三人”,是“但使主人能醉客,不知何处是他乡”,是“唯愿当歌对酒时,月光长照金樽里”。

苏轼说,酒是钓诗钩。是“樽前相逢,乐事回头一笑空”,是“任酒花白,眼花乱,烛花红”,是“酒醒南望隔天涯。月明千里照平沙”,是“且待渊明赋归去,共将诗酒趁流年”。

酒是千钧力,是无言知己,是人间醉乡。

### 酒是岁月

一生之中,喝过令人神往的酒,喝过甜蜜的酒,喝过温情的酒,喝过令人伤心的酒,那些爱喝酒的人,大抵都是存有几分真性情的吧。

二十岁喝酒是因为看见了头上的月亮有不一样的光芒;三十岁喝酒是因为发现肩上负重终于变成了脚下的镣铐;四十岁喝酒是



因为在回头间看见了孩子的笑容;五十岁喝酒是因为身边的生活突然就安静了;六十岁、七十岁以后,喝酒,都是为了人生的回首。

待到回首人生之时,再不必为人事所扰,亦不必为岁月而忧。只是,人这一生中,要喝过多少酒,经历多少人事,才能懂得岁月,才能品出真味?

一切不可重来,便只好把岁月放在酒里,一饮而尽。

在岁月中,酒,有千钧力。

### 酒是感情

暗恋、热恋、失恋的事情,在任何年龄都干过几回,没有这样的感情不算年轻过,正如不能让人醉的酒真不算好酒。

此外,为朋友两肋插刀、千里奔赴的性情也曾拥有过,山盟海誓、红尘作伴的承诺也曾有过,后来方知,最早许诺的人最早食言,在“彼此疏远”这件事上,所有人都很有默契。

“过去酒逢知己千杯少,现在酒过千杯知己少”,但愿每个人心中,都有那么几个值得一醉的知己,只要酒还在,你还在,就值得干

一杯。而那些走散的人,若我再见到你,事隔经年,我该如何贺你,以沉默?以眼泪?

不如,以酒的浓烈,以酒的芳香,以酒中一切无言的广阔。什么也不说,什么也无言,只是一饮而尽……

这个时候,酒,是无言知己。

### 酒是生活

一杯小酒怡情,也显真情。“我观人间世,无如醉里真”。酒能醉人,而且醉得入骨。人只有在醉时,才是最坦率、最真诚的。

每天的生活就像一杯酒,大部分人和酒都很相近,然而善品者却总能品出更细腻的味道。所以有人说,我们用什么样的心去品酒,就像用什么样的心去对待生活。

对于喝酒的人来说,故事是最好的下酒菜,但这往往是人的故事。其实再好的酒,再好的故事,都不如酒里有故事,酒,如何经过酿造、发酵、沉淀、升华,以及漫长的等待……都有它自己的故事。

所以一杯酒,你读懂它多少,就会带给你多少感动。

生活中不能缺少酒精的陪伴,岁月不堪回首的时候,约三两好友碰一杯,百千烦恼,由此少了沉重的心理负担,这是喝酒的好处。

无论高兴落寞,我们都值得碰一杯,一个人独饮,这是享受安静的自由时光。

这个时候,酒,是人间醉乡。



# 醉酒的三个类型

■ 翟边

按《现代汉语词典》的诠释,德就是指品行,那么,酒德就是喝酒人的品行了,通常说这个人酒后有德或无德也就是这个意思了。

酒德在喝酒的过程中就能出现端倪,有的人见了酒就跟丢了魂似的,什么体面自尊都不要了,露出十足酒鬼的嘴脸,这种人酒后形态好的也有限。有的人始终保持着绅士风度,敬酒、回酒都极有分寸,决不让他人难堪,也从不酒后失态。大部分人是走中庸之道,无论酒量如何,都以低调的本来面目示人。

酒后,特别是醉酒后的表现好像跟这个人酒前的身份地位、言谈举止,或者说风度、形象不完全搭界,有的甚至变成截然不同的另一个人。

醉酒的人大体可分为文醉、武醉和文武混合醉三个类型。

最可爱的文醉是呼呼大睡的人,属于酒后有德的佼佼者,惟一不足的就是鼾声如雷,搅扰清谈。

最可恨的文醉是酒量不行,偏偏狂欢不已,满嘴胡说八道跑轮船,吐得一片狼藉,臭气熏天,闹完了他没事儿人呼呼入睡。


最让人受不了的文醉是话痨,车轱辘话来回说,一本正经地要你仔细听,不许插嘴,有的还要把你的脸扳过来面对着他,碎你满脸酒气和唾沫星子。这些话也不全是胡言乱语,有的居然头头是道,也许他平时被压抑的那部分大脑细胞被酒精激活了。纯武醉的比较少,以嘴巴手脚并用者的文武混合醉型居多。又大致可以分为两大类,一种是攻击型醉鬼,嘴里不停咒骂所有人,用他能拿到的东西砸一切能砸得到的东西,但从不砸自己,这倒让人对他的糊涂性产生疑惑。另一种是自虐型,除了不断地痛骂、臭骂自己,有的还狂抽自个儿的嘴巴子,揪头发,扯衣裤,捶胸顿足等等,但从不殃及别人,这也让人怀疑他可能还有分辨能力的。

酒醒后的大部分都挺后悔的,有的道歉,有的不说什么,眼神里却透着内疚。醉酒肯定不是好事儿,对于某些不醉酒就无法宣泄心中郁闷和压抑的人来说,也算是一种暂时的解脱吧?

江山专栏

Jiangshan column

★



《与梅对饮》《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席,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

视亮度

星系正在逐渐离我们远去  
膨胀与坍缩  
都在经过强光的介质中  
发生弯折

这一系列现象全归咎于黑洞  
发热的内部事件视界  
向外释放热能

关于你的起源,是罕见的

(张畅)