



中国酒业正在平视世界

■ 仲文

世界改变不了产业，一定走向世界。有位知名投资人说过，他一直在投资两类公司：一类是改变世界的公司；另一类是世界改变不了的公司，比如白酒。

为什么知名白酒企业是世界改变不了的公司。或者说，为什么白酒产业是世界改变不了产业？

梁启超先生指出，中国人对自己的认识经历过四个阶段，一是中原之中国，二是中国之中国，三是亚洲之中国，四是世界之中国。

1840年之后的中国，是世界之中国。在相当长的历史阶段里，中国人经历了从“文化自大”到“文化自卑”的痛苦历程。从枪炮不如人、制度不如人、文化不如人、产品不如人，感觉啥都比人低一等。从洋枪洋炮到洋布、洋火、西洋画、洋灰、洋装、洋博士、洋学堂、洋文、洋酒，中国人一直在仰视、学习、融合。在这个过程中，中国也出现了很大的分化，穿洋装的瞧不起穿中国装的；会洋文的鄙视不会洋文的；喝洋酒的嘲笑喝白酒、黄酒的。崇洋媚外的趾高气扬，反对崇洋媚外的却底气不足。

什么是文化？每个学者都可能有自己的定义。从文化心理的角度，文化是一种物质上、知识上、精神上的整体生活方式。这种整体生活方式会形成一种“文化场”，看不见、摸不着，却对我们的行为有巨大的影响。

民族文化心理，是一定的民族在长期生活中形成的稳固的心理定式。文化心理定式是文化中的支配力量，直接左右传统文化的整体特征和价值取向。中华民族有着极其稳固的饮酒方式、酒文化心理倾向和精神结构，是民族文化心理最深层的基础和最底层的逻辑之一，是“国民性”中最难动摇的特质之一。

从1900年开始，外国人在哈尔滨、青岛、上海等地建小型啤酒厂，到今天世界各国酒类产品充斥中国市场，120多年过去了。即便是20年来我们对来自世界各地的国际酒种敞开大门，关税优惠、广告畅行，白酒依然占据中国酒类产业收入和利润的70%以上。近年来，资本市场对白酒的追捧，表面现象上是世界改变不了白酒，而不可改变的是根植于国人心智中的中华民族文化属性，才是真正的底层逻辑。

作为现代文明的核心特征，现代化是一个包括经济、政治、文化、社会、科技等在内的综合发展进程。通向现代化的道路不止一条，也不存在放之四海而皆准的现代化标准。中国式现代化的成功实践，不仅为人类现代化提供了新的选择，而且创造了人类文明新形态。

中国酒业协会理事长宋书玉在2022年中国白酒T8峰会上深情地指出：“世界上历史最悠久的蒸馏酒，世界最复杂的蒸馏酒，世界美酒中对感官冲击最美妙的蒸馏酒，那一定是中国白酒”。我们有人工酿酒技术的发明、酒曲酿造技艺的发明、蒸馏酒的发明等丰富的科技文化底蕴与积淀，这是我们的文化自信所在。

中国美酒是世界上唯一的自然酿造美酒，什么是自然酿造？开放的酿造方式，特定的自然环境，尤其是特有的微生态环境，对于品质和风味、风格影响重大。应该说，是世界生物发酵领域中最复杂、开放式的生产方式，参与的微生物数量之多，发酵过程之复杂，产生的物质之多，堪称之最。同时也是世界食品加工过程中最为复杂的，由谷物酿成美酒过程之复杂，周期之长，在谷物加工食品之中堪称之最。甌桶蒸馏技术世界独有，也是世界蒸馏酒中最复杂的蒸馏技术，在世界蒸馏分离技术领域最为复杂。陶坛贮存是中国白酒特有陈年方式，美酒贮存陶坛之中的变化，也是世界酒类产品之中最为复杂的，物质之间量变和质变的关系也非常复杂，神奇但并不神秘。

白酒酿造从建国之初到今天，科研工作一直有序推进。从加工过程、到微生物发酵，到蒸馏技术、贮存技术，都一直在不断投入科研力量，尤其是2007年之后，在中国白酒169计划、中国白酒3C计划推动下，白酒产业科技进入更深层次和更广阔的领域。目前，在国际上关于白酒风味化合物的研究我们处于世界领先，对于白酒中风味化合物的认知由之前几百种，到今天已经发现白酒中超过了3000多种化合物，白酒风味物质的阈值研究及相关关系研究同样处于世界领先。尤其是在关于白酒酿造微生态的研究，更处于国际领先水平，在国际微生物、风味化学等领域产生了巨大影响。

我们建设中国特色社会主义强国的历程，就是中国酒走出去的历程。也是中国白酒走出去的新起点。

130年匠心传承张裕葡萄酒闪耀世界！

风物人心皆故乡！华夏风物，不仅存在于精美文物，也氤氲在人间烟火之中。

日前，央视财经重磅节目《中国风物大集》惊艳亮相，中国文物学会会长、故宫博物院第六任院长单霁翔，总台央视主持人陈伟鸿、谢颖颖、刘仲萌走进烟台，“穿越”时空组团探秘中国葡萄酒产业发祥地——张裕，探寻专属于中国葡萄酒的“风物”。

在北京中华世纪坛甬道铭文中，1892年项下记载着四件大事，其中，“华侨张弼士在山东烟台创办张裕酿酒公司”赫然在目。从这一年开始，张裕引领中国葡萄酒产业迈出了从0到1的第一步。130年以来，张裕人如何秉承实业兴邦的初心、敢为人先的精神，助力中国葡萄酒平视世界？

“晚清南洋首富”张弼士一生孜孜以求“实业兴邦”

1892年，爱国侨领张弼士斥资300万两白银在烟台创办张裕，开创了中国葡萄酒产业化的先河。130年后，《中国风物大集》走进焕新升级的张裕酒文化博物馆，开启一段“穿越”时空的对话。

“生为中华民族，当效力于中华民族！我们中国自己的酿酒公司，绝对能酿出不输世界一流的味道！”一百多年前张弼士先生“实业报国”的豪情壮志让刘仲萌“戏瘾大发”，穿上长袍慷慨陈词。

张弼士，清末民初华侨实业家，鼎盛时期个人财富高达8000万两白银，比清政府一年的财政收入还多。从白手起家到富可敌国，张弼士一生孜孜以求的却是“实业兴邦”。

从垦殖业发家，张弼士陆续创办了日里银行、万裕兴轮船公司、广福和裕昌两家远洋轮船公司。后又创办东兴公司，发展采矿业，并在新加坡、马来西亚、广州等地设立多家药行，经营药材批发业务。

张弼士还陆续在国内创办中国第一家机器制砖厂、第一家玻璃制造厂、第一家机器织布厂、第一家拖拉机厂。他也是中国第一家股份制银行——中国通商银行的创始股东和总经理。心怀实业兴邦的梦想，张弼士一生创办了40多家企业。而花费心血最多、影响最为深远、至今仍在健康运营的企业，就是张弼士1892年投资300万两白银、在烟台创办的中国第一家葡萄酒企业——张裕。

300万两白银是多少？在张裕股份公司总经理孙健的带领下，陈伟鸿和刘仲萌见到了闪耀夺目的三百万两“白银墙”。

孙健对张裕的历史故事如数家珍。他介绍道，张弼士先生与烟台的缘分，源于雅加达的一场酒会。1871年的一天，张弼士应邀参加法国驻印尼雅加达领事馆举办的酒会，法国领事说起他曾到过烟台，用那里的野生葡萄酿出了品质上佳的美酒。这位酿酒世家出身的领事判断，烟台是一个风土绝佳的葡萄酒产区。说者无意，听者有心，张弼士心中燃起创办中国第一家葡萄酒公司的梦想。

1891年，张弼士应邀到国内商讨兴办铁路、开发矿山事宜，借机对烟台进行了全面考察，发现烟台确实具有独特的风土条件，适宜酿酒葡萄的生长，便投资300万两白银创办张裕，决心酿出中国人自己的葡萄酒。

在当时没有酿酒葡萄、没有酿酒师、没有酿造设备、没有配套产业、没有橡木桶和酒窖的情况下，张裕人三次大规模引进葡萄品种、



●在百年地下大酒窖，三个高3米、能装下15000公升(2万瓶葡萄酒)的亚洲“桶王”。

明星广告代言要依法诚信！

■ 张瑜宸

10月31号下午，市场监管总局会同中央网信办、文化和旅游部、广电总局、银保监会、证监会、国家电影局等七部门联合印发了《关于进一步规范明星广告代言活动的指导意见》，并自公布之日起实施。

其中，《指导意见》明确规定，明星广告代言要依法诚信代言：

- 1、不得为未使用过的商品(未接受过的服务)作推荐、证明；
- 2、不得为烟草及烟草制品(含电子烟)、校外培训、医疗、药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品进行广告代言；
- 3、不得夸大商品功效；
- 4、不得对产品的价格、优惠条件等作引人误解的宣传等。



●张裕公司 董事长周洪江与单霁翔院长。

三请酿酒师、三建地下大酒窖……经过不断尝试，1899年，张裕终于酿出了中国第一瓶葡萄酒。又过了15年，到1914年，张裕酿出中国第一瓶白兰地。从此，敢为人先就成为了张裕骨子里的基因，牢牢刻在了下一代一代张裕人的身上。

百年匠心 跨越三个世纪的传奇

一颗葡萄是如何变成美酒的？谢颖颖与刘仲萌带着“寻风”和“寻人”的任务，分别走进张裕葡萄园、酒窖与蒸馏车间，体验神奇的酿酒过程。

在张裕葡萄园里，谢颖颖跟随张裕种植师杨亚超了解葡萄种植知识。“张裕葡萄酒好喝，葡萄是起决定性作用的。”杨亚超表示，“七分原料，三分工艺，好的葡萄酒是种出来的。”

130年前，张裕从国外引进酿酒葡萄时，它们的名字都是又长又拗口的法文、拉丁文。赤霞珠、霞多丽、琼瑶浆、长相思、仙粉黛等，这些葡萄是怎么在中国扎根？又是如何有了充满诗情画意的中文名的呢？

在创办之初，张裕下决心从欧洲引种了124个品种，69万株苗木。然而，由于水土不服，引进苗木大多未能成活。第二年，更换了苗木的采购来源，还是失败了。第三年，通过与烟台当地山葡萄嫁接，终于培育出适应烟台风土的优质酿酒葡萄，结束了中国没有优质酿酒葡萄的历史。

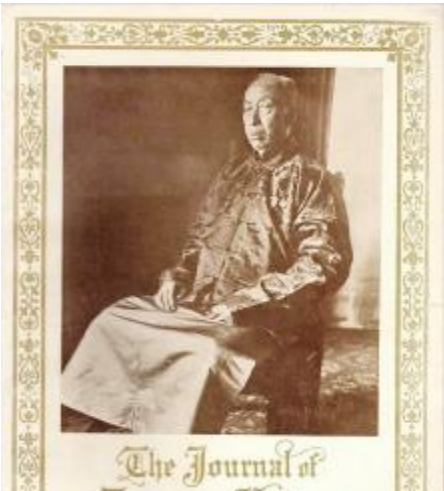
与此同时，张裕还花重金请文人墨客为酿酒葡萄命名。时至今日，中国90%以上的酿酒葡萄品种都是由张裕最初引进并命名的。

采摘到优质葡萄后，谢颖颖来到酒窖与中国酿酒大师、张裕总酿酒师李记明博士学习调配知识。“为了让葡萄原酒在橡木桶中稳定与获得各式‘性格’，选择适合的橡木桶陈酿18到24个月，还要经历一道很重要的工序——调配。”李记明表示，葡萄酒酿造过程中调配是一道重要的工序。经过粗调结构，细调筋肉，微调香气，精调平衡性和完整性的四步调配，李记明为谢颖颖量身定制调配了一款“大酒”。

在中国白兰地第一庄——可雅酒庄的蒸馏车间，刘仲萌则找到了中国白兰地首席大师、中国酿酒大师张葆春，品闻了获奖无数、“性格各异”的不同年份的可雅白兰地。

1915年，在美国旧金山举办的巴拿马万国博览会上，张裕作为中国唯一一家葡萄酒企业，首次代表中国与世界主要葡萄酒企业同台竞技。在这次盛会上，张裕一举获得四项金奖和最优等奖状，可雅白兰地就是其中之一。

100年后的2015年，可雅白兰地在第十



●张弼士成为《美国历史杂志》1915年第二期(季刊)的封面人物，是第一个登上国外杂志封面的中国企业家。

六届布鲁塞尔国际烈酒大赛夺得金奖，再次闪耀世界。2019年，在全球权威酒类媒体Drinks Business举办的“全球XO盲品赛”上，面对全球众多顶级的XO，可雅以93.8分一举拿下冠军。评委们一致认为，可雅开创了高端白兰地的新世界。

作为中国迄今唯一的白兰地酒种“中国酿酒大师”，张葆春坦言自己当初选择白兰地，就是希望把中国白兰地做到世界高度。

从1915年美国巴拿马世博会的金奖到如今张裕每年都能拿下上百个世界大奖，130年来，一代又一代张裕人秉承匠心精神，精益求精酿好酒，为中国葡萄酒、白兰地赢得了前列的世界席位。

百年大酒窖 见证美酒与文化的共生

“终于来到了这个让我心向往之的百年大酒窖了。”带着“寻物”任务的陈伟鸿与中国文物学会会长、故宫博物院第六任院长单霁翔一起探索被誉为“世界建筑史的奇迹”的百年地下大酒窖。

张裕百年地下酒窖始建于1894年，历时11年，经过三次改造而成，是世界上独一无二的海边酒窖。当时的《商务官报》曾记载：“即此酒窖一项，振勋(张弼士原名)改图数次，始乃成功，而将成功时，各国工程师前来观者俱为诧异，竟谓中国人有此绝大本领焉。”

博物馆需要遇见懂它的人，才能真正活起来。单霁翔的到来，让600多岁的故宫与100多岁的张裕酒庄，实现了一次隔空对话。

“故宫冰窖和张裕酒窖，它们都在(半)地下，都使用了石材，使建筑隔水且更坚固；冰

窖上方使用了大青砖，和酒窖都是圆形穹顶。”单院长曾运用智慧，将蒙尘的故宫冰窖变身“网红餐厅”，和张裕地下大酒窖一样，成为美观而富有生命力的古迹。

如今，张裕百年酒窖已经成为全国的重点文物保护单位，同时还是首批国家工业遗产之一。单霁翔表示，工业遗产伴随人们生活的改善、发展，做出了很大的贡献。陈伟鸿则感慨：“我们呼吸到的不仅仅是带着芬芳酒味的空气，更多的是中国近现代工业文明进程的气息。”

在百年地下大酒窖，陈伟鸿和单霁翔还见到了三个高3米、能装下15000公升(2万瓶葡萄酒)的亚洲“桶王”。当知道以前的工人需要从下方的小洞钻进去，定期清洗橡木桶后，见多识广的单霁翔院长风趣地说：“这么小的洞，我可钻不进去，我被排挤出这个工种咯！”

在节目中，张裕公司董事长周洪江带来了三件神秘的“宝物”与大家分享。

第一件是孙中山先生题赠张裕公司的“品重醴泉”的卷轴。“醴泉”出自《礼记》中的“天降甘露，地出醴泉”；“品重”既赞誉了张裕葡萄酒的品质，也是对张裕创始人张弼士先生实业救国的褒奖。

第二件宝物是龙谕赤霞珠干白葡萄酒，这是张裕全球首创以红葡萄赤霞珠酿造的干白葡萄酒。著名酒评家马修·尤克斯盛赞它是“来自中国的真正具有开创性意义的葡萄酒”。

第三件宝物是张裕葡萄酒出口的报关单，周洪江表示，“我带这几张纸是为了告诉大家，我们酿造的酒的品质受到了西方主流的葡萄酒和白兰地消费国家的认可。”

经过130年的发展，张裕已在全球拥有14座酒庄、25万亩葡萄基地。时至今日，张裕在中国生产的产品已经卖到了5大洲45国，进入到如英国皇室御用酒商BBR、有“全球最大葡萄酒档案馆”之称的伦敦67Pall Mall餐厅、德国米其林三星餐厅Vendome、迪拜七星帆船酒店等高端售点，算上在国外收购的酒庄，张裕旗下的产品已经畅销全球77个国家。在世界葡萄酒行业，张裕规模名列全球第四，品牌价值位居全球第二。

葡萄酒是美好生活的表达。在节目现场，嘉宾纷纷抒发自己对生活美学的见解，单霁翔院长表示，高品质的酒会带来我们对美好生活的向往；陈伟鸿则通过诗句来抒发自己的感受：“风物稍加时，把酒会三益”；谢颖颖也以诗句“今日听君歌一首，暂凭杯酒长精神”作为祝酒词。

130年来，张裕人心怀实业兴邦之志、秉承敢为人先精神，为中国葡萄酒产业开创了一个又一个高光时刻。未来，张裕将带领中国葡萄酒走向怎样的高度？(据中国酒业新闻网)