

坚守技艺传承 舍得宣讲老酒之美



■ 快眼君

这一次,我们将视角溯源产业上游,对准目前老酒热中最为活跃的力量——舍得酒业,通过对两位特殊嘉宾的采访,为大家呈现舍得“老酒战略”的丰富内涵,并畅想老酒未来。

双重身份 双重责任

位于中国射洪的这座“最美酒厂”,依托老酒战略呈现厚积薄发之势,并在白酒行业掀起新一轮消费变革趋势,这份自信与坚定执行力,是一代代舍得人辛勤付出的结果,生生不息的传承,造就了难以超越的品牌竞争力。

作为目前舍得“老酒战略”重要的践行者,舍得酒业生产基地副总经理余东与舍得酒业生产中心总监龙远兵,从幕后到台前为我们细细讲述舍得品牌及“老酒战略”的过去、现在与未来。

事实上,在企业生产管理者之外,这对“宣讲组合”都有着双重身份,正是因为他们的特殊身份,为此次的宣讲增添了独特力量。

其中余东担任过全国人大代表,过去几年一直围绕白酒国际化、白酒生态发展等议题为中国白酒的发展而呼吁;而龙远兵作为国家级非遗“舍得酒”传承酿造技艺代表传承人,还担任着酒厂的“讲解员”,每年为数以千计来自全国各地的宾客推介这座最美酒厂。

一直以来,技术人才都是每个白酒企业的硬核竞争力,如今愈发成为稀缺资源,而来自舍得酒业的这两位来自生产一线的讲述人,从过去幕后的默默耕耘到如今频频登上舞台演绎舍得之美,也反映了如今白酒行业在企业传承与品牌缔造上的升级与变革。不

管是全国两会这个大舞台,还是舍得酒厂这个专属空间,他们的责任变得更为重大,早已从酒企内部延展到整个白酒行业。

于是,从市场营销、品牌营销到技术营销,舍得在“老酒战略”的框架下,正逐步释放自己的潜力与自信。

舍得之美 美在何处?

作为舍得酒业生产基地的主要负责人,余东与这座酒厂相伴 20 多年时间,见证了生态发展理念逐步蜕变的过程,也成为这个酒业“绿色奇迹”的重要灌注者与建设者。在他看来,正是基于对“敬畏、坚持、追求极致”的深刻理解,才造就了如今舍得的行业地位与发展成功。

在生态建设上,从上个世纪 70 年代至今 40 多年的坚持,最终呈现出如今的震撼,舍得酿酒工业园成为名副其实的花园酒厂,这里有 300 多种植物以及超过 390 万的植株,厂区绿化高达 98.5%,完全改变了行业对酒厂的传统认知。

另外,持续不懈地在标准制定上的努力,也让“生态舍得”逐渐成为一种行业共识,并成为推动白酒产业健康可持续发展的核心力量,这让舍得扮演起行业变革者的角色。例如今年推行实施双年份标注体系后,舍得将努力与行业达成共识,进而让这套标准体系成为未来行业老酒标准的重要参考。

当年白酒泰斗沈怡方那句“沱牌舍得代表中国白酒的发展方向”至今令他倍感鼓舞,这也足以证明舍得生态战略的珍贵价值。

在采访中余东还表示,舍得酒业投入巨大资源所构建的这套生态系统,涵盖水资源

使用、粮食存储、生产酿造等从原料到餐桌的全链条,并且远高于国家要求的严苛标准也成就了舍得的品质优势。

“舍得选择了老酒,老酒也选择了舍得”,余东认为当前老酒已经成为行业风口,这一背景下

舍得酒业最大的特色就是“真诚”与“地道”。以“六老”为依托,为消费者呈现了老酒

的真正品质与魅力,而 12 万吨优质老酒的存储量在行业独树一帜,让舍得酒业在老酒热下有着巨大优势。

同时,他认为舍得是唯一一把老酒这个品类作为核心战略的酒企,这也让“全力以赴,一心一意做老酒”成为舍得给消费者的用心

承诺与品质保证。

而在文化端,舍得在品质与品牌两条主线外,一直将文化赋能置于重要位置。“舍得”两字就自带文化属性与流量属性,过去几年在企业改制深度推进中,舍得逐步衍生出如今老酒、国际化以及年轻化三大战略,并围绕它们输出了一大批品牌 IP,其中《舍得智慧讲堂》、《大国芬芳》以及一系列跨界合作,都向行业展示了舍得的文化力量。

老酒无小事

过去几十年来,舍得酒业通过极具前瞻性的生态发展理念,将舍得酒厂打造成为目前白酒领域最具可持续发展价值的白酒品牌,同时在全国名酒及绿色酿造的金字招牌下,树立起独具特色的企业成长之路。

当前老酒热的升温与发酵,离不开各方力量的携手助推,不管是酒业协会、白酒收藏爱好者、爱酒人士以及白酒企业,都共同担负着引导老酒市场持续健康发展的重任。在这一过程中,越来越多的能人高手登上酒业舞台,通过自己的宣导与实践,不断强化大众对老酒的价值认知,或用自己的天赋与才能为消费者带来优质白酒……

对于如何选择老酒,龙远兵建议要选择具有好基因的产品,其中中国十七大名酒以及遍布全国的五十三个名优品牌等都有着优良的品质基因,另外“中

华老字号”酒企很多有着国家级非遗酿造技艺,这些优质产品经过时间的洗礼才有可能成为高质量的老酒。

其次,消费者要选择货真价实的老酒,之前中国酒业协会颁发了年份酒生产资质认证,以舍得酒业为代表的这批酒企获得认可,这也意味着舍得老酒用着协会的背书并履行严格的标准,此外舍得酒厂一直传承至今的老窖池、老酒糟,也确保了自身浓香白酒的品质,也为输出大量优质老酒提供了基础。

如今舍得推出的“坛储+瓶储”双年份体系,就为消费者清晰认识老酒、消费老酒提供了积极探索,如此一来,消费者也能真正体会到“品味老酒就是品味时间,更是品味人生”的奥义与乐趣。

同时,作为舍得酒厂的特别讲解员,龙远兵每年会接待各行各业的参观访客,推介酒厂及老酒价值便成为他的特殊任务,“每次大家来到我们的陶坛贮酒库,都会被巨大的数量所惊叹,并真正认识到 12 万吨老酒所释放的力量。”

正因为公园式的生态酿酒厂、独具一格的舍得艺术中心以及历史悠久的泰安作坊,都在潜移默化中传递着中国白酒精神、舍得智慧与舍得品质,因此龙远兵作为“舍得酒”传承酿造技艺代表传承人,在其中充当着桥梁与纽带正是最佳人选。

在哥窑杨露禅纪念酒瓶烧造过程中,于继承传统制瓷技艺的基础上,胡兆雄对龙泉青瓷工艺二十多年的研究生涯,以对泥料、釉料配方以及烧制技术的掌握与控制能力,利用色泥在高温中形成的色阶变化,以渐变有序的色调和通景局部树形的勾勒,以灰青釉为主,器型采用方圆结合,造型规整,有雕塑般的厚重感,运用叠、贴、揉、拍、提、拉、修、刻等技术,巧妙利用露胎工艺塑造人物脸部形象,成功烧制出极具视觉冲击力的效果。

匠心之矢,匠心之妙,胡兆雄大师善于将生活中的作品变成人生中的艺术品,借以人之技艺,无论是在色泽上,形质上,达成的是匠心与天巧的合一,也是器物与天合、心物合一。静观杨露禅纪念酒瓶作品,造型端庄,胎体厚重,胎釉致密,如脂如玉般釉面均匀光洁,莹润温润,更加趋近于陶瓷质地类玉似石,酒瓶表面布满人们手工所不能描绘的变幻莫测的纹理,不加雕琢的鸿蒙之态,打破了人工的造作,更符合自然朴实、古色古香的审美情趣,让人能在断裂的纹理中寻找到那种无拘无束、自然自在的拟人格,得到淳美、高雅的享受和视觉的满足,可谓天工造就。这种作品既有中庸之道,又有天趣盎然,这是哥窑的魅力,不能不说杨露禅纪念酒器是一件不可多得

的哥窑精品之作。

(作者系酒文化研究学者、高级工程师、中外酒器文化协会副主席、江苏省酒器文化收藏联谊会常务副会长兼秘书长、九州华堂酒器文化博物馆执行馆长)



“湖南老八大”的名酒情缘

■ 刘鹏

笔者经常思考一些问题,笔者的故乡湖南都有什么样的水,用什么样的粮食来酿酒,大米、高粱还是小麦?要在何种温度和湿度下下料,如何培养发酵曲砖,选择何种小曲?在传承前人经验之余,还有什么创新,加入什么或剔除什么会更好?最终会酿出什么样的酒等等。

老一辈酿酒人将这些复杂的问题认真思考、判断、选择,从开展酿造到一步一步培养,朝着各自理想中的“唤起家乡自豪情怀的白酒”而不断努力着。因此,如有机会莅临湖湘各地酿酒现场,必是不虚此行。

从 1952 年在北京举行第一届评酒会伊始,至 1989 年在安徽合肥举办的第五届全国评酒会结束,以其金质奖和银质奖的区分,结合各地名酒的影响力和口碑,逐渐形成老酒圈朋友们耳熟能详的“老八大”“十七大”“五十三优”等名酒誉称,随后又根据各省市的地方名酒,亦形成诸如“四川六朵金花”“贵州老八大”等地方誉称。

在这里,笔者想说一说“湖南老八大”的名酒情节。个人认为,既然称之为湖南老八大,无论是从知名度和美誉度来看,还是从产品品质和市场占有率来分析,必然是湖湘大地颇具影响力、生命力和品牌力的好酒。理由很简单,他们既有历史,赢在当代,亦有未来;既有知名度,又有品质,更有口碑。

1958 年伊始,公私合营成果初显,湖湘酒业初步告别手工作坊,开始迈入技术革新和规模发展,为发展湖南名优曲酒,长沙、常德、邵阳市等酒厂开始试制大曲酒。湖南省副食品公司多次派遣优秀技术人才和组织有关酒厂,分赴贵州、四川、山西、江苏等名酒产地访师学艺,引进先进酿造技术,不断提高大曲酒质量。

从 1960 至 1962 年,湖南省每年举行一次严格的质量评比,这期间以衡阳市廻雁峰大曲、常德市德山大曲和洞庭青酒质量为最佳。当时湖南省为保证名优酒所需酿酒原料,湖南省粮食厅下达全省酿酒粮食计划时,对名优酒用粮列有专项指标,并制定了省产名酒管理办法。

当时,“长沙大曲、洞庭春、德山大曲、廻雁峰、酃湖大曲、邵阳酒、沅陵大曲、浏阳河小曲”曾被誉为“省产八大名酒”。这便是最初形态的湖南名酒“老八大”。

1979 年 4 月举行的全省评酒会议,“武陵酒、白沙液、德山大曲、铜江酒”被评为省产名酒;“长沙大曲、湘潭汾酒、南洲大曲、廻雁峰、九嶷大曲(宁远)、邵阳大曲、沅陵大曲、郴州大曲、湘泉酒、浏阳河小曲、岳阳小曲、益阳小曲、沅水小曲(衡东)、芙蓉酒(衡阳市)、雪峰蜜桔酒(邵阳市)、味美思(淑浦)”等被评为省产优质酒,均授予证书。1963 年、1979 年,德山大曲、武陵酒先后被评为全国优质酒。

另外,20 世纪 80 年代的洞庭特酿、吕仙醉酒、苏仙酒、湘竹酒、香稻酒等,加上 90 年代行銷全国的酒鬼酒,足以代表湖湘酒业在那个年代的最优水平,百花齐放,尽在湘酒记忆。

滚滚长江东逝水,浪花淘尽英雄,是非成败转头空……

在市场经济时代,历经计划经济向市场经济转轨的过程中,有多少湖湘白酒经过市场的洗礼,被淘汰出局。当年如日中天、风光无限的“长沙大曲、洞庭春、酃湖大曲、邵阳酒、沅陵大曲、浏阳河小曲”等湖湘名酒均随历史车轮随风消散。因此,结合历史沿革和近十年的市场回顾综合分析,老当益壮的武陵酒、白沙液、德山大曲、酒鬼酒这“四大天王”当之无愧排在湖南酒品第一阵营,而酒鬼酒和湘窖则后来居上,曾经一度火遍全国,成为独挡一面的“湘酒大旗”,目前亦是湖湘酒业的主力部队。

先说“酱香型”代表,放眼湖南,唯有“武陵酒”当仁不让,由于登上了 1989 年第五届评酒会的末班车,而且当年以盲评最高分值获得了中国酱香型白酒第一名而一战成名,成为与茅台并列的酱香型白酒代表,和茅台、郎酒等历史名酱一起荣获“中国名酒”称号并获得国家金质奖章,比肩并称“茅、武、郎”,对于湖南省结束没有“中国名酒”的历史功不可没。

再说“浓香型”和“兼香型”代表,相对应的“德山大曲”和“白沙液”在“五十三优”中的地位和声誉亦是天下扬名,勿需涂脂抹粉。而“米香型”代表浏阳河小曲和岳阳小曲则是湖南米香小曲酒几朵金花中的姐妹花魁,各有特色。

再说“馥郁香型”,融合“酱、浓、清”三种香型特色,湘泉酒和酒鬼酒自诞生伊始,既有湘西山水独特的酿酒优势,又有黄永玉大师等贵人热捧加持,想不红都难。