

A2 MINGJIU FENGFAN | 名酒风范

饮酒思源：国酒之源“杏花村汾酒传统酿造工艺大传播”

——记国酒之源“杏花村”汾酒在全国分三条路线大规模地传播“汾酒传统酿造工艺”的惊天地、泣鬼神的奇迹,对人类历史上非物质文化遗产之一的名优白酒发展的伟大贡献! 是奠定当今中国白酒业格局的伟大贡献

□ 本报记者 李长清



◎ 山西杏花村汾酒集团董事长李秋喜先生(左四)在领奖台上

“第六届人民社会责任奖颁奖盛典”在京举行
汾酒集团董事长李秋喜荣获“人民社会责任杰出贡献人物奖”

随着闻名世界的明、清两个朝代晋商的脚步,“杏花村”汾酒人,带着中国“最早国酒”、“第一国酒”等众多荣耀的传统酿造工艺,从山西分三条路线进行大规模地、无私地、甚至是最动人地向全国大规模地、广泛传播“‘杏花村’汾酒传统酿造工艺”。这“传播”,是对我国白酒业发展的功绩;这“传播”,在世界白酒业史上,是一件了不起的、惊天地泣鬼神的奇迹;这“传播”,铸就了中国白酒业的现今格局,应当珍惜;这“传播”,尤其是对今天的年轻人,了解这段汾酒文化悠久的历史文明,对客观地正确认识中国酒文化,增强国人的民族自信心、增强实事求是的自豪感,是一种快乐、是一种享受、是一种超过月光的陶醉,懂得“感恩”杏花村汾酒,是人生莫大的幸福!

“杏花村”汾酒集团公司董事长兼总经理李秋喜先生代表汾酒集团公司,给人们还“真”,以正视听,他那种求“实”、求“真”、还原历史本来面目的科学发展的精神难能可贵,必将开启杏花村汾酒事业更大的辉煌。2010年6月18日,“杏花村”汾酒集团在北京人民大会堂召开了“汾酒唯一荣获1915年美国‘巴拿马万国博览会’中国白酒品牌荣获第一等的‘甲等大奖章’95周年纪念大会”的新闻发布会,汾酒集团公司董事长李秋喜和国内酒史专家、酒文化专家、党政要人、社会人士,公布了一批史料。这些史料证明1915年在美国旧金山举办的“巴拿马万国博览会”上,汾酒是唯一荣获这次世博会最高奖项——第一等大奖“甲等大奖章”的中国大品牌白酒,让“杏花村”汾酒清香的旗帜代表中华民族在世界的上空高高飘扬。

近年来有几个白酒企业编造历史,谎称自己是得了1915年“巴拿马万国博览会”的金奖(事实上金奖仅为第

四等奖、银奖仅为第五等奖),故意混淆自己与“杏花村”汾酒荣获的第一等甲等大奖的最高荣誉。记者认为“杏花村”汾酒人理所当然、义正辞严地要捍卫汾酒大品牌的荣誉和尊严,也是捍卫中华民族最有代表的、最典型的、神圣不可侵犯的“杏花村汾酒文化”的荣誉;“杏花村”汾酒是在明清时期向全国20多个省、市、自治区传播当时的“高科技”即“汾酒传统酿造工艺”的伟大贡献,创世界白酒业史上“仅有的奇迹”,这奇迹是中华民族的,也是全世界的。“杏花村”汾酒公司的这一文化活动更深刻地表明:“杏花村”汾酒,既是一种物质文化文明,又是一种非物质文化文明的双文明。文化是第一竞争力。“杏花村汾酒传统酿造工艺”传遍中华大江南北、长城内外、白山黑水、东南沿海直至台湾宝岛。杏花村汾酒的徒弟可谓桃李满天下,正是汾酒人奠定了中国白酒业的基本格局,缔造了一个五彩缤纷的白酒王国。在杏花村一代代汾酒人的努力下,山西杏花村汾酒不仅成为中国清香白酒之祖,更是中国白酒之源、中国国酒之源,他们创下了世界白酒业中的“中国风景这边独好”的无限风光!在劳累、聪明、智慧之后,“杏花村”汾酒人的心是心花灿烂,心花怒放!我们当饮酒思源,是杏花村汾酒人带给我们多元文化的享受美酒!我们理应感恩“杏花村”汾酒!

“杏花村”汾酒传统酿造工艺的传播路线分别为以下三条:第一条路线是汾酒人从山西走向陕西,又从陕西走向四川、贵州、甘肃、直到新疆;第二条路线是汾酒人从山西走到河南、湖北、湖南、江西、江苏、福建、浙江;第三条路线是汾酒人从山西走到河北、内蒙古、山东、直到东北三省。

“杏花村”汾酒人把“汾酒传统酿造工艺”在全国各

地落户生根,把“美酒”撒向人间,又在人间播种“美酒”,催生出各地的地方名酒,包括如今名场全国的茅台,五粮液等美酒,最初的生产者都是山西商人,这是有历史资料可以证明的。在几十年前的白酒企业自己编制的历史里也有记载,所以说汾酒是“国酒之源”,一点也不夸张,是对我国白酒产业历史的真实概括。

(一)第一条路线 是汾酒人从山西走向陕西,又从陕西走向四川、贵州、甘肃、直到新疆。

1、汾酒入陕,催生“凤”酒

据有关历史文献资料,乾隆初年,北方烧锅发展极其迅猛,耗费粮食惊人,乾隆皇帝计划全国禁酿烧酒,但是山西兴县籍的一代名臣孙嘉淦提出了反对意见,于是朝廷向全国烧锅规模最大的北方五个省征求意见。川陕总督查郎阿在《为曲房之禁有裨民事奏折》中汇报说:“查陕西省本地造酒之家,非若他省有名佳酿,可以四处发行,不过本地零星沽饮……至若咸阳、朝邑开设曲房,伊等并不造酒,只踩成曲块发往外省。每年晋、豫客商预先持银来陕定造,盈千累万,骤负船装,每年耗费之麦,不下数十万石。”山西农业大学尹二苟先生在《清乾隆初年禁酒史考探》一文中认为,“他省之有名佳酿”即山西汾酒。

乾隆三年(1738年)9月,陕西巡抚张楷奏报:“山右(即山西省)富商,亦群至陕省,广收麦石,大夥开踩,民间糊口之粮悉耗为无用之曲。”乾隆七年12月,护理山西巡抚严瑞龙在《为报地方查禁酒曲及得雪情形奏折》中汇报说:“查晋省烧锅,惟汾州府为最,四远驰名,所谓汾酒是也。”

这些奏折透露在乾隆初年,陕西本地的白酒非常薄弱,不仅没有“可以四处发行”的名酒,而且白酒生产也仅仅是供“本地零星沽饮”;陕西是当时的制曲大省,但制曲者并不是自己造酒,而且曲块主要是山西商人投资“定造”并经营的;这个奏折的作者是川陕总督,但在奏折中丝毫没有提及四川的白酒,乾隆皇帝也主要是了解北方五省白酒生产的情况,根本没有把四川算在内。这说明,在乾隆初年四川的白酒业很不发达。

1958年轻工业出版社出版了由陕西省工业厅编的《西凤酒酿造》一书,该书在“内容介绍”中说:“在编写的过程中,曾得到西凤酒厂职工的协助,并经西北大学方秉教授及轻工业部食品二局朱梅工程师审阅订正。”该书一开篇就指出:“西凤酒产于陕西凤翔、宝鸡一带,以凤翔县柳林镇所产最为著名。据了解凤翔县城西街原‘昌顺振’作坊在明代万历年间以前即开业,一说西凤酒过去为山西人所经营,至明代万历以后山西客户陆续返籍,才由当地人开始经营这种酒,以后逐渐发展到各县,故推测西凤酒可能是山西汾酒传来的”。前面提到的朱梅工程师就是1952年中华人民共和国“第一届全国评酒会”的主持者。1952年国家评出四大名白酒是:杏花村汾酒、泸州老窖特曲酒、茅台酒、西凤酒。这部由陕西工业厅编辑,经她审阅订正,并且出版于1958年的著作,可信度是相当高的。由这个资料可以推定:山西商人在陕西不仅投资酒曲,而且把山西汾酒传统生产工艺带到凤翔县城,设店酿酒,并逐

渐推广到各县,成为陕西白酒的源头。

太白酒是陕西省仅次于西凤酒的第二大白酒,产于宝鸡市眉县,在民国期间与凤翔县西凤酒统称为“凤酒”(属凤香型)。《陕西省太白酒厂志》主编杨志春先生是我国著名的志书专家。据该书中的《陕西省眉地历史上私营酿酒作坊基本情况调查表》章目中记载:在陕西省眉县金渠镇金渠村最早酿制烧酒的,是山西人在明清时期开办的“广发号”,酿酒作坊,主要销地为陕西西安和目前西凤酒的产地凤翔县。民国年间,“广发号”先后更名为“广发永号”、“荣盛昌号”、“大泉号”。现在的陕西省太白酒厂就是在原“广发号”的基础上成立的。该书还记载:于清代道光至咸丰(1821—1861)年间到陕西省眉县经商的山西梁姓商人,在眉县开办了“天长号”酿酒作坊。据眉县街道村四组70余岁的何步荣1982年回忆说,“天长号”当年在西府很有名声,规模大,经营好,生意特别兴隆。由此可见,太白酒的源头也是山西汾酒。

在陕西,凤翔县、眉县属于西府,户县属于东府,但距离不远,在百公里之内。东府“龙窝酒”与西府“西凤酒”相对应。旧有“东龙西凤”之说,是关中古法酿酒的杰出代表之一。“龙窝酒”酿制用曲与汾酒大曲基本一致。而且陕西的酒曲本来就是山西人投资经营的。据户县政府网站资料,户县“龙窝酒”的历史不过100多年。显然其酿造工艺是受了汾酒工艺的影响。

这些证据证明,陕西白酒的源头是山西汾酒,是山西人或者陕西人,用汾酒技术酿造出以“西凤酒”为代表的优质陕西白酒逐渐取代了陕西的地方杂牌酒,成为陕西的主流。

堪与山西省的酿酒史媲美的,首推陕西省的酿酒史。两者均是从仰韶文化时期就掌握了初步的酿酒技术。而且陕西省在宋代以前,也出现过不少国家名酒,但都属于米酒或者黄酒。陕西白酒的历史,则源于山西白酒,证据至少有上述四条。而且这四条证据全部来自陕西官员、陕西政府部门或者陕西白酒企业,其可信度是很大的。

山西汾酒使用地缸发酵,陕西白酒使用地窖发酵。陕西省的“中国白酒第一窖”,是清香型白酒向浓香型白酒最典型的转型。

2、陕西入川,绽放百花

所谓地窖发酵就是掘地为窖,将原料堆积其中,让其自然发酵。这显然比购买大量的地缸埋入地下的成本低。尝试使用“地窖”代替“地缸”是节约成本中的情理中的事。

酿酒专家赵迎路先生《浅谈发酵缸对汾酒的影响》一文,给出了一个非常重要的线索。“清香型汾酒发酵,与浓香型酒发酵,两者之间并没有一条不可逾越的天然鸿沟。只要条件具备了,二者可以互相转化。”而这个转化的条件,就是对待土壤细菌的态度。清香型白酒切忌使用陈年老缸和破缸,就是要千方百计减少土壤细菌对酒醅的影响;而浓香型白酒强调百年老窖,就是要千方百计强调土壤细菌对酒醅的影响。(下转A3版)

►►►►► [上接A1版]

六、清香型白酒回归大势所趋

中国白酒有许多不同香型,基本香型有三种:以汾酒为代表的清香型、以茅台为代表的酱香型、以泸州老窖和五粮液为代表的浓香型。三种香型有哪些不同特点?哪一种是中国白酒的起源?三种香型有无传承关系?在白酒市场博弈中又有哪些变化?对未来白酒市场格局将产生怎样的影响?

中国白酒最早生产工艺有三大特点:一以“瓮”为发酵容器,二以“清蒸清烧”为生产工艺,三是固态发酵、固态蒸馏。在中国各种香型的白酒中,只有清香型酒符合上述三个本质特征。也就是说,清香型酒是最早的中国白酒。现在的浓香型白酒工艺和酱香型白酒工艺,都是用窖池发酵,用“续渣法”循环发酵。由此得出结论,清香型白酒是中国白酒的起源。而杏花村(仰韶时期)遗址出土的小口尖底瓮,充分证明了杏花村汾酒是中国白酒的起源。

清香型白酒的典型代表汾酒随晋商之路输出。清代雍正、乾隆年间,山西清香型汾酒的制曲和生产工艺已传入陕西,很快又由陕入川。当今风行全国的四川浓香型白酒工艺,是在陕西白酒工艺入川后,再次创新工艺而形成的。1939年出版的《贵州经济》有山西汾酒与茅台镇白酒之间渊源关系的记载:“在满清咸丰(1851—1861)以前,有山西盐商某,来茅台地方,仿照汾酒制法,用小麦为曲药,以高粱为原料,酿造一种烧酒。后经陕西盐商宋某、毛某先后改良制法,以茅台为名,特称曰茅台酒。”根据这一记载,酱香型白酒也是传承了清香型白酒工艺推陈出新,从而形成具有自身特色的工艺和品牌。

清香型白酒口感特点是清香纯正、诸味协调、余味爽净。浓香型白酒口感特点是香味浓郁。酱香型白酒口感是多种香味之复合体,香味丰富。由于工艺不同,发酵时菌群不同,三种香型杂醇油含量也不相同,其中清香型白酒杂醇油含量最低。而杂醇油是一种有害物质,是导致口干、恶心、头痛等醉酒症状的主要因素。酒界泰斗秦含章先生曾倡导“要喝酒就喝汾酒,因为汾酒最干净。”

近几年来,清香型白酒出现明显回归态势。清香大回归能否重现“清香天下”的市场大局?不妨从以下几方面做出判断:

品质优势引领回归。市场竞争的结果必然是品质优胜劣汰。清香型白酒的品质优势是客观存在的事实,“优雅、飘逸”的香气,“清逸、纯净”的口感,“高雅、淡爽”的

风格,成就了清香型白酒“闻香雅”、“入口净”、“落喉爽”的独特品质。淡雅的口感,是白酒国际化发展趋势,也被众多国内酒企认可,这种“淡”不是酒度简单降低,而是口感清淡雅致。随着消费者的逐步成熟和理性,愈来愈多消费者将加深对白酒品质的了解,从而在白酒消费的选择上向清香型靠拢。

消费趋向推动回归。随着人们生活水平提高和饮食结构改善,人们在饮食口味需求上已开始由过去追求“厚重”向追求“清淡”、由注重“香”向注重“味”的方向转变。饮酒的口味变化与饮食的口味变化息息相关,近年来白酒向“淡雅、绵柔型”转变的明显趋势,充分预示了清香型白酒回归具有经济发展规律与消费需求转向的时代背景。

健康需求呼唤回归。随着消费水平提升,人们对于健康饮食、健康消费越来越重视。清香型白酒最“干净”,酒中对人体有害成分含量最少,适量饮用有助养生。清香型白酒的这种优越特性,将成为其赢得消费者消费转向的动力和能量。

时尚引领跨越回归。清香型白酒最适合作为配制酒的基酒,例如竹叶青就是以汾酒为基酒的配制酒模板。竹叶青加冰加水稀释,风格不变,不会给酒带来任何邪杂怪味。这种类似鸡尾酒饮用方式,符合国际饮酒习惯。用汾酒与可乐、雪碧、绿茶等饮料“混搭”勾调成鸡尾酒,在一些城市夜场获得年轻消费者的认可,显示汾酒引领时尚消费的潜能,也预示清香型白酒在引领潮流、赢得年轻消费者方面具有先天优势。

国际动感带动回归。除中国白酒外,全世界还有白兰地、威士忌、伏特加、金酒(杜松子酒)、朗姆酒和龙舌兰酒“六大蒸馏酒”。其中威士忌、伏特加和金酒是粮食酒。中国白酒中,清香型白酒与伏特加口感一致,与威士忌和金酒口感相似。清香型白酒与国际主流口味最接近,最能和国际蒸馏酒接轨。

品牌重铸造就回归。与酱香型和浓香型白酒比较,清香型白酒的劣势在于品牌的树立和打造。而今,随着汾酒“国酒之源、清香之祖、文化之根”品牌价值的全面提升和“大清香”王者回归大战略的确立,清香型白酒开始下大气力重铸品牌辉煌,并日见显著成效。

教育消费引导回归。清香大回归需要解决的一个难题是改变大多数消费者的口感习惯。消费者口感习惯的改变,可以通过引导和培养消费来实现,这种改变往往带有明显的“从众”特征,一旦改变,势不可挡。

行业跟风预示回归。四川是我国最大浓香型白酒生

产基地,贵州是我国最大酱香型白酒生产基地。据悉,这两个省的一些名酒企业已经开始研发清香型白酒生产工艺。名酒企业的市场嗅觉非常灵敏,他们已觉察到中国白酒清香大回归的发展态势。纵观中国白酒市场未来趋势以及中国白酒步入国际市场的进程加快,中国清香型白酒大回归乃大势所趋,其发展势头不可逆转。

七、开启一个什么样的酒魂时代

山西杏花村汾酒集团董事长李秋喜提出:“汾酒将开启中国酒魂时代。中国酒魂时代的核心内涵是:以‘振兴国酒’为核心的诚信与创新、变革与开放、责任与担当、激情与梦想。”

近两年汾酒的快速发展,引起社会的普遍关注。人们在研究和分析汾酒的复兴后,达成一个重要共识:汾酒的复兴,首先是文化的复兴。李秋喜表示了对这个观点的认同,同时也对这个观点进行了补充。李秋喜认为,汾酒文化的复兴,不是为了市场营销而做文化,不是被市场营销绑架的复兴,汾酒文化是作为一种主导力量领导了汾酒复兴。这样的文化复兴也带来中国酒业核心价值体系的回归与重建,势必将开启中国酒业一个全新时代。

这里的“振兴国酒”,不是那个工商总局不承认、争来争去自封的“国酒”,而是指中国白酒。这个理念最早是100多年前山西汾酒老掌柜、近代中国白酒之父杨得龄老先生针对当时啤酒、葡萄酒、白兰地等洋酒大量进入中国提出的“汾酒理想”。100多年后的今天,这个大格局其实并没有多大变化。洋酒在当今中国的占据市场非常迅猛。但关键还不在于洋酒进入中国市场,而是我们没有走出去。无论白酒还是黄酒,即便有点出口的量,也都让海外华人消费了。中国酒在华人以外的市场基本处于空白状态。所以,汾酒的文化复兴,就是要继承汾酒先辈、不向日本侵略者屈服、颇具民族气节的、杰出的爱国酒师杨得龄老先生的遗志,以“振兴国酒”为己任。

酒业的诚信与创新,就中国白酒业而言,从上世纪80年代中后期以来基本上呈现的是一种不尊重历史的浮躁状态,明显背离诚信基本底线。汾酒集团明确提出“诚信企业做诚信宣传,诚信经营促社会和谐”的理念,不光对中国企业,乃至其他行业,实在是太重要了。

变革与开放是汾酒之魂。在明清两代,掌握了中国白酒核心技术的杏花村酒工没有搞那套神秘兮兮的传男不传女的“祖传秘方”,而是以开放心态将汾酒技术传播到全国,因地制宜,把汾酒生产的一般规律跟当地水

土、环境相结合,创造出不同工艺特色的各种白酒,奠定了当今中国白酒产业的基本格局。

今日变革与开放,要在更高的层次上进行。汾酒已经把每年与国际名酒产地的酒文化交流、2015年举办世界酒文化博览会,纳入自己的文化战略。以开放促变革,在变革中开放,是汾酒复兴的关键,也是中国酒魂时代的必由之路。

2010年,汾酒就“巴拿马万国博览会汾酒唯一荣获甲等大奖”问题召开大会时,有人问李秋喜“为什么你们现在才说”?他表示,对存在的浮躁现象汾酒确有责任。这么多年沉默寡言,有的没有说,有的说了,但声音不大。现在,汾酒应该有所担当,把颠倒了的历史颠倒过来,拨乱反正。这可以说是汾酒文化复兴的一个起点,是中国酒业核心价值体系回归与重建的起点,也是中国酒魂时代的起点。显而易见,这个担当是有很大风险的,需要一种实事求是的勇气,一种“舍我其谁”的精神,一付铮铮铁骨,会有代价,会有非议,但这个担当又是必须的。否则中国酒业的核心价值体系将难以回归,无法重建。以中国的“酒文化乱局”去开拓国际市场,会让国际消费者看笑话的。

酒有“水的外形、火的性格”,激情与梦想是酒本身具有的精神特质。中国酒魂时代,应该是激情与梦想的时代。中国酒魂,论人,应该是大诗人李白。台湾诗人余光中歌赋李白有诗云:“酒入愁肠,三分化作剑气,七分酿成月光。绣口一吐,就半个盛唐。”这是何等的大气磅礴剑气就是英雄气概,月光就是浪漫情怀,这样的中国酒魂、中国诗魂才能楷模百代,光耀古今。中国酒魂,论酒,应该是汾酒。汾酒是中国白酒产业的奠基人,是传承中华五千年酒文化的火炬手,是中国白酒酿造技艺的教科书,是中国酒业发展历史的活化石。汾酒文化有着诚信天下的名酒风范,白酒宗师的大家作派,坚忍不拔的英雄气概,儒雅浪漫的人文情怀。中国酒魂,舍汾酒其谁乎?

汾酒就是带着这样的激情与梦想,客观地看待自己,看待市场,看待现实,销售收入两年翻一番算不了什么,汾酒文化有些起色也算不了什么,一切才刚刚开始!汾酒就是带着这样的激情与梦想,去完成汾酒文化的复兴,力争用5至10年时间,使汾酒成为国际市场公认的“世界第一文化名酒”!

汾酒就是带着这样的激情与梦想,去引领中国酒业核心价值体系的回归与重建,开启并推动一个在国际市场大放异彩并属于中国酒魂时代的新纪元!