

《五粮液:中国酒中国年》系列报道之三

# 一杯五粮液,共享中国年

过年要喝什么酒?一杯五粮液,满载着中国人民的智慧、思想,体现着身份的尊贵;  
一杯五粮液,在绿色与健康中喝出良心和放心。

■ 本报特约撰稿人 谢美英 发自宜宾

“岁阴穷暮纪,献节启新芳。各尽今宵促,年开明日长。冰消出镜水,梅散入风香。对此欢终宴,倾壶待曙光。”唐朝皇帝李世民的《除夜》告诉我们酒在过年的欢乐气氛中是必不可少的调味品。中国人民习惯在过年饮酒是基于历史传承的,在酒的折射中可以看到中国文化的灵魂,反映中国人民的智慧。如汉代,人们过年要饮“椒柏酒”,已达到保健的功效驱邪辟新。到了魏晋时期,人们饮的是“屠苏酒”以止疫气,不染瘟疫及伤寒。唐代,过年饮酒不再仅仅只是为了强身健体,更多的在于为节日喜庆的氛围增添热闹尽兴之意。唐之后的宋代,民间衍生出了邻里相对饮的“别岁酒”和家人团座而饮的“守岁酒”,“别岁”、“守岁”意味着众人在酒的陪伴下辞旧迎新。到了清代,过年饮酒的文化被赋予了更多社会功能,比如社交、拜年,这些似乎更贴近我们当今过年的饮酒文化。

过年是中国人民一年一度最重要的日子,我们在这一天寄托对过去一年的无限感慨及对未来一年的全新展望。这一天,我们不住天涯,也不住海角,而是快马加鞭的往一个地方赶——家。它意味着团圆,洋溢着欢乐,以最温暖的怀抱向我们每一个游子招手。素日里,大家天各一方,此刻的团聚相见弥足珍贵,诉不尽的思念、道不尽的祝福。这一刻,我们更需要能够充分表达感情的媒介,能够快速拉近相隔了一年的心灵距离的绳索。不言而喻,被历史予以感情交流重托的就是酒。纵然过去这一年的离愁别绪郁积在心中,但此刻只需举杯一饮,一切的情怀都会随着酒的意蕴释然在肚子中。因此,过年我们必不可少的东西就是酒,但是这种酒应该是怎样的酒呢?

## 一种有历史文化底蕴的酒

中国年源于舜时期,至今已经有4000多年的历史,在这个历史的传承过程中,衍生出了许多过年的生活习俗。比如年文化中饮食讲究荤素搭配,这体现中国人中庸和谐思想,除夕这一天亲朋好友一定要团聚在一起,感受团圆的氛围。

为了更好地传承中国文化,五粮液满足广大消费群体对年文化内涵消费的需求,以其自身深厚的文化积淀带给我们不一样的文化审美:一来,五粮液有着深厚的酿造功力,其酿造文化可以追溯到先秦时期,古老而又原汁原味;二来,五粮液的酿造秘方在陈氏的改造下,结合了中国几千年来传统思想:中庸和谐、阴阳平衡,以最适合国人的方式酿酒,过年的时候喝五粮液,更好地将荤素搭配的中庸饮食文化与阴阳平衡中庸和谐的文化完美结合在一起。

此外,五粮液在发展过程中为了更好地升华文化内涵,打造出属于世界的中国人的骄傲,投入巨资、构建文化,建立五粮液酒文化博物馆、打造企业音乐电视节目MTV、参加中国曲阜国际孔子文化节祭祀、投资拍摄名著《西游记之大闹天宫》,创造酒文化与名著文化的新契合,签约中国乒乓球队,



中国几千年的文化传承,是我们所必须坚持不懈发扬的。

五粮液能够将多方位的中国文化结合在一起,共同打造一个不一样的中国年文化,将文化融于酒中,用文化来酿酒。

一杯五粮液,盛满智慧之美、思想之美、人格之美;

一杯五粮液,足以道出中国年生生不息的文化气韵,在众人欢聚的时刻共同体味超越平凡的精神内涵,领略中国最传统的待客之道,记录下亲人团聚每个开怀畅饮的瞬间。

将体育文化与酒文化结合,使酒文化具有力量美和动感美。由此所见,五粮液酒中所蕴含的文化魅力非同一般。因此过年喝酒,就得喝五粮液这样有文化意义的酒。

中国几千年的文化传承,是我们所必须坚持不懈发扬的,五粮液能够将多方位的中国文化结合在一起,共同打造一个不一样的中国年文化,将文化融于酒中,用文化来酿酒。一杯五粮液,盛满智慧之美、思想之美、人格之美;一杯五粮液,足以道出中国年生生不息的文化气韵,在众人欢聚的时刻共同体味超越平凡的精神内涵,领略中国最传统的待客之道,记录下亲人团聚每个开怀畅饮的瞬间。

## 一种有质量保障的酒

随着生活水平的发展,我们更多地追求生活水平、生活质量,这从年文化中的饮食内容的转变中足可知晓。我们桌上的菜品越来越丰富,对菜品的营养价值选择也越来越重视,我们希望享用的东西都是有质量保障的,能够让我们吃得放心。为了更好地契合人们饮食消费的观念,五粮液在国家提出的生产质量标准上,将其内化为生产质量文化,直接将标准转化为文化。一般意义上讲,标准是规定性的,要严格按照要求执行,具有强制性;而文化处于精神高度,是每个人都有责任和义务传承尊重的。五粮液的这种转变是生产过程的创新,体现了其对自身生产及广大消费者的尊重。

五粮液的生產要经过36道防线,72道产检点,这二者体现了五粮液的复杂生产工序及对自身产品的超高要求。而当五粮液在一次提出要坚持“五十分之一大于一”,在每年40多万吨的产出量中只销售8000吨精品,为广大消费者带去奢华享受的时候,更是为其质量关添加了一道铜墙铁壁,从自身出发为我们展现什么叫做好中选好,优中选优。

优质、精华是酒的灵魂,这也是五粮液一路走来孜孜不倦追求的,它深深地明白造就的目的不是让消费者喝饱,而是极尽所能让消费者喝好。这些实在而又贴近生活的生产观念,是五粮液立于不败之地的重要保障。因此,过一个有质量的中国年,怎么能没有五粮液的陪伴,吃的要追求质量、喝的同样也要讲究质量,五粮液以其过硬的品质担保,选它是最正确的。一杯五粮液,喝进的是良心、喝出的是放心。

## 一种有符号价值的酒

中国年是文化的符号,是中国历史文化的象征。我们把它定义为中国一年一度最盛大的节日并且长假的形式来纪念它,体现出我们对这一文化符号的重视。就单从符号文化匹配这一层面来讲,五粮液的LOGO符号文化是与年文化符号搭配的最佳拍档,它由五种粮食演绎而来,五粮液的商标代表着中国最高端的白酒品牌,单凭其2014年飙升至735.8亿的品牌价值及连续保持中国食品行业第一

的龙头地位,就足以证明其符号文化的重量意义。

另一方面,中国年的精神是寄希望在新的一年里有新的收获、有新的成功、积极奋起让自己在新的一年里获得更多的成长。中国年的这一精神符号与五粮液LOGO符号文化再一次不谋而合,“LOGO”中的:“L”代表着自我,“GO”代表奋进、向上,五粮液的LOGO代表着五粮液人和我们当代人应该具备的精神品质:开拓、竞争、创新、拼搏、奋进,这些恰好也是我们希望在新的一年里能够拥有得到的。五粮液在其生产过程中有80%属于大众产品,为的就是让广大的消费者一起来享受这份五粮液的精神荣光。因此,过年喝酒,肯定要选择与年文化符号契合的五粮液酒,选择它就是选择一份精神、选择一份荣耀,选择一份质与量的重要保障。一杯五粮液,在欢乐的聚会中体现对身份的尊重,对生活意义的激荡。

## 一种有生态文明价值的酒

近年来,国家强调科学发展观、可持续发展,提出绿色食品、健康人生的要求。随之我们对产品是否绿色、生态、环保也提出了新要求。对于过年,我们自然而然也要往绿色、生态年文化这方面规划。一来是积极响应国家政策,二来绿色也是我们健康人生所必须推崇要素。而五粮液的酿造可以说完全符合绿色年文化的主题。

五粮液的原粮生产地在宜宾,这里气候温和、空气湿润、水质清冽,特别适合五粮液原粮的生长,这也是五粮液喝起来原汁原味、风味独特的原因之一。

五粮液发酵的地窖才是生态文明价值的一绝。五粮液地窖属于明代窖池,距今已有600多年历史,地窖特有的酸性黄泥粘土富含铁、磷等矿物质,对酒的香味发酵起着不可替代的作用。同时,整个窖池与外界形成良好的微生物循环圈,更好地促进酒的发酵。

五粮液原粮与窖池的完美结合,再加上独到的酿造秘方,将整个社会所推崇的生态文明、绿色健康文化发挥得淋漓尽致。过年与亲朋好友聚在一起,共品五粮液,将健康与绿色分享给身边所有的人;一杯五粮液,将所有的希冀都浓缩在健康里,为每一个热爱生活的人祝福。

过年要喝酒,这是对中华民族几千年文化的尊重;过年要喝酒,这是外出流浪打拼的人对团圆最好的阐释;过年要喝酒,一桌美味佳肴怎能没有美酒相伴。过年要喝酒,喝什么酒?一杯五粮液,满载着中国人民的智慧、思想,体现着身份的尊贵;一杯五粮液,在绿色与健康中喝出良心、放心。当万家灯火通明,亲人朋友一堂欢聚,温馨和谐的气氛中再融入五粮液的香醇、温和,一丝丝、一缕缕牵动着每颗激动、快乐的心灵。一杯五粮液,让我们在一年之中最重要的时刻感受非同一般的享受。

(作者系宜宾学院文学与新闻传媒学院副教授、博士)