

白酒时代

中国白酒的前世今生



(一)

“天垂酒旗之曜，地列酒泉之郡，人有旨酒之德。故尧不千钟，无以建太平；孔非百觚，无以堪上圣。”东汉三国之交，著名士大夫孔融的《难魏武帝禁酒书》，以瑰丽狂放的文笔与汪洋恣肆的想象，既成就了中国古代文学史上的佳作，也是对中国数千年酒文化的浓缩与注解。

如同我们无法预知未来，我们也无法穷尽过去。在驳杂的记载里，酒的发明被归功于仪狄与杜康。但一个无可争辩的事实是，作为中国历史上第一个王朝的夏，已经拥有相当规模的酿酒工业。但是，这，还不是开始。

根据近现代考古发现，华夏文明与酒的渊源，较之神话传说中界定的时代，显然要早许多。在距今五千年前河姆渡文化时期的陶器中已经发现了特定的饮酒器型“罍”与大量炭化粮食颗粒。到了1979年，考古学家在距今4300至2500年的大汶口文化晚期陵阳河遗址墓葬中，发掘出土了上千件陶器，用作饮酒的高柄杯多达几百件，还有沥酒漏缸、接酒盆、盛酒瓮、盛贮发酵物品的大口尊，似乎可以看做是中国酒文化之真正源头。

酒与士人的结缘，注入了人文精神的素养。“吵彼高岗，我马玄黄。我姑酌彼兕觥，维以不永伤。”这首《诗经》中的《卷耳》，被认为是中国现存最早关于饮酒的文学作品。在中国文人士大夫中，饮酒之风虽然兴起于汉代，但只有到了东汉末期与三国魏晋时代，才成为精神生活的重要特征，并与之发生亲密关系。“高祖回乡把酒唱大风”，揭开了中国第一个大一统王朝的序幕。而在这个以汉赋著称的文学创作繁荣期，酒便奠定了在中国世俗生活中的不可或缺的地位。

随后，大唐开启盛世之象。在推杯把盏的升平气象之下，文人学士的游宴活动成了盛唐气象的点睛之笔。唐宋官僚士大夫以日常交游和诗酒唱酬为主的宴游之乐，推动了政治朋党和文学集团的产生，标志着士大夫群体意识的觉醒。

虽然中国酿酒历史可以追溯到距今5000年前之久，但直到秦汉之交，中国进入大一统时代，曾作为庙堂祭礼和文人士大夫专享的酒，才逐渐进入寻常百姓之家，成为俗世享乐生活的组成部分。汉代中期以降，随着制曲技术的提高和农业生产的进步，市井酒肆数量急剧增多，“文君当垆”的传奇故事便为这一转变提供了香艳的背景。

专情于文人士大夫的酒，开始芬芳着国人交流的普通语境。

因了酒的特性，在这样无所不在的语境里，中国白酒沁润了国人的生活，承载着中华的文化。在中华民族充满禅意的精神世界中，或许，只有酒，它的矛盾，它的辩证，才能以一壶载无垠。

一股沉香，从历史的源头逐浪而来。

在陶罐上，在竹筒上，在布帛上，在纸张上，弥漫的香气总与一个字有关。甚至，在没有文字之前，那个现在叫做酒的物什，就已滋养了先民古拙的吟唱。

中国白酒，端的是一段怎样的传奇？孟德煮酒论英雄，太白举杯邀明月，苏轼把酒问青天，辛公挑灯醉看剑，易安浓睡不消残……中国的历史，竟然就荡漾在这一盏盏剔透的晶莹里。

这样的晶莹，以一种独步世界的方式，温暖着中华人文的星空。

■记者 李俊

(二)

岁月，在我们身边汨汨地流淌。

当先民用仅剩的粮食提炼出那神奇的一滴，他们不会知道，五千年后，他们的子孙竟然酿造出了一域澎湃的海洋。在今天的中国，随便探一下手，就能捞起满掌的醇香。

国家统计局公布数据显示，2011年全国白酒行业完成产品销售收入3746.67亿元，实现利润571.59亿元，上交税金445.10亿元。除出口交货值外，各项经济指标都保持了30%以上的增长速度。

1987年，国家放开白酒价格，行业发展活力得到巨大释放。由于“液体黄金”的诱惑，不同产业纷纷涉足白酒行业。高盛注资宋河，华泽控股陕西太白、收购贵州珍酒，维维控股枝江，帝亚吉欧与水井坊的合作，保乐力加借道瑞典品牌“绝对伏特加”染指中国白酒……这所有的一切，都昭示着白酒业的资本时代已经到来。

业界指出，从已经披露的案例来看，无论是产业并购还是金融资本的并购，都呈现出由一二线白酒品牌向三四线中小白酒品牌渗透的趋势，随着行业竞争的加剧，酒企市场拓展、品牌建设等均需要大量资金，资本的人驻，不仅解决了白酒企业发展所面临的资金难题，同时也会给企业发展带来新的动力。

新的动力也面临新的压力。当今社会已进入体验经济时期，白酒的消费习惯也随之发生了变化。消费

者对现有的白酒香型模式逐渐淡化，而突出的是卫生、健康、醇爽、舒适的要求。保持和发扬传统工艺，结合应用现代科学技术，追求白酒风格的个性化，香味的复合化，酒度的系列化，价格的层次化，才能满足消费者的需求变化。

有鉴于此，白酒的技术标准开始快速得到完善。2008年，全国白酒标准化技术委员会诞生，酱香型、浓香型、清香型、凤香型、米香型、豉香型、兼香型、老白干香型、特香型、芝麻香型等分标准技术委员会也相继批准成立。白酒行业迎来标准化技术进步的春天。

在科技的推动下，白酒产业格局再次洗牌，形成了四大板块：川贵白酒板块在白酒行业地位之高，得益于科技领先带来的一系列优势效应。黄淮白酒板块崛起为区域乃至全国性的强势品牌，正是连续5届苏鲁豫皖四省峰会技术推动的结果。华(西)北白酒板块依托科技创新，带领清香型白酒在全国市场上迅速复兴，演绎了“凤舞九天”的盛景。华中白酒板块也令人鼓舞，“稻花香”、“枝江”、“白云边”几个新兴区域强势品牌发展日见迅猛。这些白酒板块快速发展的一个共同特征，就是依靠科技创新，成就了白酒行业的品质标杆与中坚力量。

从价格调整到广告营销、品牌买断，再到终端大战，每一轮的白酒酣战都催生了一批优秀企业的崛起。当我们回首这20多年来白酒企业间的烽烟，散尽后清晰的是品牌崛起背后创新的长城。

格局决定未来。

在不受经济周期波动冲击而诡异繁荣的白酒市场，品牌众多，但毋庸讳言，真正有价值和成长空间的白酒品牌却是凤毛麟角。业界人士坦言，目前中国白酒业急需在两方面下大功夫：第一，对白酒的质量安全重视还有待提升，需努力构建产业生态安全来保障白酒等食品安全。第二，提高对人才培养与科技创新的重视，持续推进白酒行业的健康发展。

通过酿造，自然界的水和粮食神奇地化作了甘冽的白酒。这是中国人独有的一大创造。千年过去，历久弥香，我国白酒的酿酒技术经历了从粗糙到细腻、从原始到成熟、从传统手工作坊到现代化流水线的不断发展，但不能遗失的是对酿酒技艺的探索、研究和创新。

我们已经走过了五千年，我们还能走多远？答案，应在举杯前。

