

诗酒趁年华 内参谱新篇

首届内参·诗酒文化日启动 内参·诗酒文化社成立

“酒不仅是物质的产品,更多的是赋予我们精神食粮。湖南是文化大省,将湖南深厚的文化底蕴与湘酒产业相结合,打造内参·诗酒文化日,成立内参·诗酒文化社,馥郁内参与湖湘文化深度融合,将成为我省文化产业与实体经济融合发展的新里程碑。”10月9日,湖南省酒业协会会长以及专家委员会委员、高级酿酒师刘维平如是表示。

当天,由湖南日报报业集团、酒鬼酒股份有限公司主办,华声在线股份有限公司承办的“内敛乾坤 参悟天地——首届内参·诗酒文化日”活动在长沙杜甫江阁举行。活动当天,酒鬼酒公司还发起成立了内参·诗酒文化社,旨在让湖湘文化与湘酒行业深度融合,树起文化大旗,振兴湘酒发展

■记者 蔡平



10月9日,首届内参诗酒文化日启动,酒鬼酒股份有限公司副总经理、酒鬼酒供销有限责任公司总经理李明致欢迎词。

“内参·诗酒文化日” 打造诗酒文化品牌盛事

10月9日,重阳佳节,宜登高、饮酒。当天,在岳麓山下、湘江之畔的杜甫江阁,首届内参·诗酒文化日活动正式启动,同时“内参·诗酒文化社”成立。

中国著名书法家、著名文化学者陈羲明,湖南省作协副主席、中南大学文学教授、博士生导师阎真,著名画家苏高宇,著名小说家、画家浮石,湖南省作协副主席、茅盾文学奖评委龚旭东等文艺界大咖出席盛大大会,并为湖湘文化与湘酒的融合发展、传承湖湘诗酒文化建言献策。

位于湖南吉首市北郊的酒鬼酒厂始建于1956年,至今刚好60周年。此次内参·诗酒文化日启动、内参·诗酒文化社成立,是湘西酒鬼酒厂成立60周年之际,酒鬼酒公司为落实“文化酒鬼、健康酒鬼、生态酒鬼”三大品牌战略的重要举措。

酒鬼酒股份有限公司副总经理、酒鬼酒供销有限责任公司总经理李明表示,“内参·诗酒文化社”是“酒鬼酒文化体验平台”建设的重点项目,是聚合文化人的平台化组织,将以文化艺术界人士为主要对象,以弘扬中国诗酒文化为宗旨,以诗为媒,以酒为介,以诗言志,以酒抒怀,以诗会友,以酒润诗,实现文化人与文化酒联姻,将内参酒打造成高端文化酒的引领者。

以此为起点,酒鬼酒公司决定将每年农历九月初九重阳节定为“内参·诗酒文化日”。

李明表示,“内参·诗酒文化日”是“内参·诗酒文化社”活动推广和交流分享平台,也是一年度著名作家、诗人、画家、书法家、国学家的笔会日,通过“写酒诗、诵酒诗、画酒诗、书酒诗、评酒诗、赛酒诗”等主题活动,逐步将“内参·诗酒文化日”打造成极具影响力的文化品牌盛事。

酒鬼酒引领文化酒潮流

艺术大师黄永玉设计的内参酒、酒鬼酒、湘泉酒开启了中国白酒陶瓶文化包装的新时代。

事实上,酒鬼酒公司作为中国文化酒的引领者,亦是白酒最早进行文化营销的实践者。通过品牌与文化对接,品牌与艺术对话,文化名酒与文化名人联姻,开展了一系列文化主题活动,连续举办了五届全国作家笔会,也创办了中国白酒企业第一份文化报《湘泉之友》,并首开中国“洞藏文化酒”之先河,使酒鬼酒成为中国十大文化名酒。

多年来,馥郁芬芳引来无数文化名人前来瞻慕酒鬼酒。艾青、汪曾琪、臧克家、丁聪、韩美林、李元洛、张贤亮、陈忠实、蒋子龙、沙叶新、黎青、王朝垠、白桦、高晓声等近百位文化名家曾做客酒鬼酒公司,兴然作诗题词,留下许多美文佳话。

李明指出,随着社会经济迅猛发展,中国人的消费观、价值观也发生了深刻变化,白酒行业也不断在寻求可持续发展的路径和支撑,在越来越同质化的竞争中,在广告经营、品质经营、渠道网络经营、资本经营并举的竞争中,名优白酒企业都不约而同地走上了以文化体验为支撑的文化经营时代,不断打造个性化的“复古文化”、“工艺文化”、“香型文化”、“地理生态文化”、“白酒企业旅游文化”、“健康文化”、“酿酒大师文化”等,不断搭建文化体验平台。

酒鬼酒公司成立“内参·诗酒文化社”,意在进一步高举文化酒大旗,将内参酒这款高端产品打造成一流的文化酒,真正成为文化酒的践行者。

据了解,“内参·诗酒文化社”未来将围绕“品味国之馥郁,颂歌国之盛事”这一主题开展诗酒文化互动,弘扬中国诗酒文化,传播正能量,颂扬主旋律,将“内参·诗酒文化日”打造成一个极具影响力的品牌。



10月9日,首届内参·诗酒文化日正式启动。

现场 内参·诗酒文化日 诗酒话英雄

此次内参·诗酒文化日,除了有大咖登高杜甫江阁,坐而论道外,还有多位大咖现场吟诗作画,为内参·诗酒文化日启动和内参·诗酒文化社的成立助兴。

中国书法家协会副主席、省委副厅级巡视员徐林的“难得一醉”直接表达了对酒鬼内参酒的钟情。

而著名花鸟画家甘立冬一幅《春暖花开》,寄予了对内参·诗酒文化日和内参·诗酒文化社“花开富贵”的美好愿望。

“喝完这一坛就出湖”,诗人、画家刘欢乐的一幅《麻雀饮酒图》,生动描述了一群喝了酒鬼酒的洞庭湖老麻雀不惧风雨、勇往直前的意境。

中国著名书法家、著名文化学者陈羲明的“内敛乾坤,参悟天地”八个字,也宣誓了内参·诗酒文化社将传承诗酒文化、践行经世致用湖湘文化,打造文化品牌的信心和决心。

大咖建言献策 传承诗酒文化 振兴湘酒发展

“李白斗酒诗百篇,长安市上酒家眠,天子呼来不上船,自称臣是酒中仙。”这是“酒豪”“诗圣”杜甫写下的300多首描写酒的诗歌之一。诗仙李白写得更直白,“人生得意须尽欢,莫使金樽空对月”。

中国是一个酿酒、饮酒的国度,也是一个赋诗、吟诗的国家,很久以前,诗与酒便结下了不解之缘。酒鬼酒是中国文化名酒的引领者,其内参品牌作为酒鬼酒公司高端产品,代表品质与成功,彰显尊贵与尊严,蕴含使命与责任。

那么,内参酒的“内敛乾坤,参悟天地”究竟成长于怎样的湖湘文化基底,从“经世致用,安国兴邦”到“内敛乾坤,参悟天下”,又经过了怎样的淬炼?未来酒鬼酒又该如何实现诗酒文化的传承和发展?

对此,陈羲明、阎真、苏高宇、浮石、龚旭东等文化名人,在杜甫江阁这一诗圣道场,纷纷建言献策——作为中国文化名酒的引领者,未来酒鬼酒应当以内参·诗酒文化社为平台,以湖湘文化为基点,高举诗酒文化大旗,实现湖湘文化产业和实体经济的融合创新发展。



湖南日报社编委、华声在线股份有限公司常务副总裁、三湘都市报总编辑张云梦



著名画家苏高宇

湖湘文化精髓酿制更醇香内参

在白酒领域,如果单说“内参”二字,此前谁也不会把它跟酒联系起来。对于内参来说,再熟悉不过了,但对于白酒行业,这曾经是很陌生的词汇。酒鬼赋予了内参更多的可能。

不同地域的酒,赋予了不同的地域文化特色。在湖南,最能代表湘酒内涵的,莫过于湘西的美酒酒鬼酒了。

湘西秘境孕育酒鬼内参酒

从自然层面来说,酒鬼酒文化个性的深层内涵是,源于自然,浑然天成。可以说,湘西自古就是产酒水、酿佳酿的场所,表之于内参:一为内参秘诀:内参者,内部参读也;二为内参生态:湘西奇峰叠翠、潺潺不息、清澈甘甜;三为内参洞藏:秘藏于湘西风光绮丽的自然溶洞,利用湘

西独特地理、气候环境,吸天地之灵韵;四为内参口感:“前浓,中清,后酱”的酒体品格,世所罕见;五为内参工艺:取龙、凤、寿三眼神泉之水,传统工艺纯天然发酵,及二次陈酿等。正所谓,酒鬼背酒鬼,千斤不嫌赘,酒鬼喝酒鬼,千杯不会醉,如此酒鬼,方称得上无上妙品。



中国著名书法家陈羲明



著名小说家、画家浮石



湖南省作协副主席、中南大学文学教授、博士生导师阎真



湖南省作协副主席、第八届茅盾文学奖评委龚旭东



湖南省酒业协会会长以及专家委员会委员、高级酿酒师刘维平

包装美学提升内参传播价值

“内参”瓶形造型及瓶身纹理启发了旧时流行于民间送贵礼专用的油皮包糖纸,土赭色纹理上贴上个大红“内参”标签,显得格外喜庆醒目,这是个喜帖;“内参”外盒画有民间金色“长寿锁”,有祝福长寿百岁之意;外盒上盖有酱棕色火漆封章印,火漆封是旧时用以防范重要、机要信封被拆的主要封缄形式,与古时“言机密

倡导回归生命本源的体验

酒鬼酒将这一款酒命名为内参,具有强烈的时代烙印。内参,内部参考读物之意,指供领导或一定范围内的人阅读参考的内部文件,一般下发至县团级,在未批示允许公开前,内参的内容必须严格保密。这种用于提供特别信息的刊物统称“内参”,大都为国家秘密,且有多种秘密等级。这就奠定了内参的调性。十几年前,我从海南回到湖南从事拍卖行业,湖南的酒文化很浓,这

践行经世致用的湖湘文化

在湘西,“鬼”代表着一种超越自然、超越自我的神秘力量,“鬼”诉求着一种自由洒脱的无上境界,“鬼”兆示着一种人与山水对话、与自然融合的精神状态,“鬼”寓示着一种至善至美、质朴天然的审美情趣。楚国大诗人屈原在《山鬼》中将迷失于湘西山野之中彷徨伫立的寻恋少女比喻成美丽绝伦的“山鬼”,而素有画坛“鬼才”和“怪才”之称的当代大画家黄永玉先生却将出自湘西的美酒题名为“酒鬼”,并题字“全或无”,一语道破酒鬼酒所蕴藏的文化内涵和所阐释的人生高妙境地。

发掘内参内涵 形成文化现象

在湖南的酒里面,酒鬼是极具文化内涵的代表。与黄酒的绵软不同,白酒内得更热烈。酒鬼出自湘西,承载了极为鲜明的地域特色,命名为“酒鬼”,同样妙不可言。以诗酒概念为依托,发起内参·诗酒文化日,成立内参·诗酒文化社,本身就是极具文化意蕴和涵养的事,它树立了很好的文化传播品牌。未来如何开掘这一品牌,这是内参·诗酒文化社应该承担的使命。而对湖湘诗酒文化的研讨和发掘是一个重要方向,一项重要工作。

树起文化大旗 力促湘酒发展

作为中国文化名酒的引领者和曾经的第一高价酒,酒鬼酒在中国白酒业也是响当当的品牌。但总的来说,湘酒体量和市场占有率还有极大发展空间,但湘酒要振兴,馥郁香型白酒要发展,文化不能缺位。打造内参·诗酒文化日,成立内参·诗酒文化社,馥郁内参与湖湘文化深度融合,这对内参文化、酒鬼文化和湘酒文化的提升,都有着不可忽视的作用。

事之章奏皆用皂囊重封以进”同理,此类封章亦称封事,主要体现内容秘密而他人不能启封之意。这三个元素组合,体现了“内参”所应具有的秘密、贵重、礼仪、长久等内涵。

以上任何一种要素的缺失,都无法成就内参如此高的传播价值。而这,也将成为未来酒鬼酒传承和发扬诗酒文化的重要基础。

“纵”“还”,一张一弛,一放一收,妙趣盎然。此乃古今儒家处世之道,而内参的核心价值,亦是“内敛乾坤,参悟天地”,这与儒家道德内敛范式和对于天地命运的认知契合。尊天尊地,不违自然规律,做德位匹配的事情,故能参悟天地,知天命,知进知退。

诗酒话英雄,文艺界和白酒界的大咖们一起讨论文化和酒的关系,是更好的事情。能够看内参、喝内参的,一定是高端人士,就内参酒而言,除了高端产品的定位外,还可以更多发掘其文化内涵——参天地之道,而且是往内参,不是往外参,这特别符合中国的哲学特征。对内的反思,对自己的参悟,对天地和人关系的思考,酒是天地的精华,通过喝内参去体悟和反思,这是值得挖掘和推广的,以此来打造、形成诗酒内参的文化现象。

酒不仅仅是物质的产品,更多的是赋予我们精神食粮。将湖南深厚的文化底蕴与包括酒鬼酒在内的湘酒产业相结合,将带动湘酒产业迎来新的发展期,也带动酒鬼馥郁香白酒走向全国,走向世界,为广大消费者提供更好的物质和精神享受,这也将成为我省文化产业与实体经济融合发展的新里程碑。