

THE SPIRIT OF ORIENT

大国之酿®



五粮液品牌文化读物

NO.06

JUN.2021

宜翠新出内资

[2021] 021 号

中华五味 FIVE TASTES OF CHINA

辣椒入川史

名人堂 HALL OF FAME

大国外交 静水流深
——外交官程涛二三事

特别策划 SPECIAL PLAN

致敬经典



内部资料
免费交流

中国的生活方式和主张



五粮液

穿越时空的经典

NEVER TOO TIMELESS



致敬经典 至境经典

人们总是津津乐道于自己心中的那份美好与经典。

回看历史，每个时代都有每个时代的标签和特征，但总有一些能打破时空桎梏的事物，诠释着不变的核心价值，成为人们所公认的经典。

唐诗三百首，一首《春江花月夜》“孤篇压全唐”；宋画千余幅，一幅《清明上河图》成传世之瑰宝；一纸红楼梦话，世人公认世情小说之顶峰；一瓶五粮美酒，时间佐证传世佳酿之经典。

何为经典？便是这诗中之诗，情中之情，画中之画，意中之意，酒中之酒……古往今来，历经时间洗礼，它们依然屹立在岁月的长河里，被赞叹，被崇敬，被追忆。

经典之所以为经典，在于其经得住时间的考验，核心价值不会随着时间流逝而改变。于是我们致敬经典、传承经典，进而懂得经典、鉴赏经典，最后走向经典、成为经典。

就如同这一瓶五粮美酒，时间能够冲淡好多事情，却冲不淡这浓香万家。

盛世大唐，诗圣杜甫盛赞“重碧拈春酒，轻红擘荔枝”；宋代大诗人黄庭坚寄语“姚子雪曲，杯色争玉”。现如今，人们评价五粮液酒“香气悠久，味醇厚，入口甘美，入喉净爽，各味谐调，恰到好处，尤以酒味全面而著称”。

穿越时空、延续经典的传承，五粮液酒出自距今 650 余年不间断酿造的“活态”古窖池群，其酿造工艺遵循国家级非物质文化遗产——“五粮液酒传统酿造技艺”。“经典五粮液”更是以“三精”品质诠释核心价值：“天地精酿”，产区地处“地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏白酒的地区”；“分级精选”，从选粮、制曲到发酵的每一个环节都遵循着“优中选优、花中选花”的质量分级原则；“十年精陈”，以时间这一最奢华的成本，酿造一瓶经典好酒。

唯有能经得起时间考验的经典好酒，才能不改其醇美和深远，向千百年后的我们走来。但经典并不仅仅满足于传承过去，开创未来更是经典的使命。五粮液酒也是如此。

五粮液酒从远古走来，带着古朴、优雅、醇厚的诗意。但它并不沉醉于往日的成就，而是以经典特有的和谐包容和开拓创新，去拥抱当下与未来：秉承千年古法，创新传统工艺；建造智能化磨粉、包装车间；争创“零碳酒企”，带头推行行业绿色低碳发展……以传统底蕴与卓越品质致敬经典，也以时代精神与匠人匠心至境经典。

在传承过去和开拓未来的双重加持下，五粮液酒以传世之醇厚和经年之甘美，讲述着属于中国的白酒故事，打造着一个象征中国文化符号的浓香白酒精神坐标。

《春江花月夜》诗曰：人生代代无穷已，江月年年望相似。时间长河奔流不息，世代更迭从未停歇，但那一轮江月高悬，亘古不变。诗之境界如此，情之境界如此，画之境界如此，意之境界如此，酒之境界如此，经典之境界莫不如此。☉



P10 名人堂
大国外交
静水流深
——外交官程涛二三事

开卷之酿

01 致敬经典 至境经典

五粮前线

06 高质量高分红高景气
五粮液股东大会传递多重积极信号等

名人堂

10 大国外交 静水流深
——外交官程涛二三事

特别策划

22 致敬经典

中华五味

52 辣椒入川史

非遗之美

56 珙县苗族蜡染
一个民族的文化密码

考古五粮液

62 专家谈考古五粮液
诗意人生中的酒令文化

世间酒道

66 摩尔多瓦葡萄酒
不朽的传奇

杯里乾坤

70 备一桌酒
祝所有学子前程似锦

72 以书佐酒
古代文人最风雅的下酒方式

P22

特别策划

致敬经典

经典如铜镜，愈磨愈亮。它是经久不衰的万世之作，是价值认同的一种方式，是凝聚民族、肯定民族身份的一种知识资源，更是我们获取知识和精神力量的源泉。

致敬
经典



中国酒文化第一读物

中国的生活方式和主张

THE SPIRIT OF ORIENT

大国之酿®

[SINCE 2009]

内部资料 免费交流

Editor/Publisher
Wuliangye Group Co., Ltd.

Advisory Board
Li Shuguang
Zeng Congqin

Director of Editorial Board
Tang Bochao

Deputy Director of Editorial Board
Jiang Wenchun

Members of Editorial Board
Su Maolin
Yu Yi
Hou Luyan
Yuan Dangyu
Zhan Xin
Zhao Daibo
Wang Hongjuan
Sun Feng
Zhao Han
Wang Haojian
Duan Wenjing
Wang Xiao

Visual Director: Wu Jingmeng
Design: Mao Feng, Yang Xueting
Cover: Xiao Longze

Hand Drawn Illustrator: Ma Guobin
Photographer: Luo Rong, Zhuo Bing, Zeng Lang, Li Jiaming, Chen Zhe

Address of Editorial Board
No.150, Minjiang Road(West), Yibin, Sichuan Province, China
Postcode: 644007
Fax: 0831-3552624
Tel: 0831-3553988

Printing: Chengdu Jinyadi Color Printing Co., Ltd.
Printing Amount: 25000 Volumes
Format: A4
Date: Jun, 2021
Issuing Target: Subordinate Companies and Franchisers

编印单位
五粮液集团公司

顾问
李曙光
曾从钦

编委会主任
唐伯超

编委会副主任
蒋文春

编委会成员
苏茂林
余溢
侯禄艳
袁党予
詹鑫
赵代波
王宏娟
孙锋
赵寒
王浩鉴
段文静
王泉

视觉总监: 吴静萌
美术编辑: 毛逢 杨雪婷
封面设计: 肖龙泽
手绘插图: 马国斌
摄影: 罗荣 卓兵 曾朗 李佳明 陈哲

编委会地址
四川省宜宾市岷江西路150号
邮编: 644007
传真: 0831-3552624
电话: 0831-3553988

印刷单位: 成都市金雅迪彩色印刷有限公司
印刷数量: 25000册
开本: 16开
日期: 2021年6月
发送对象: 下属单位和经销商





高质量高分红高景气 五粮液股东大会传递多重积极信号

6月18日，宜宾五粮液股份有限公司（以下简称五粮液）召开2020年度股东大会。作为资本市场最引人注目的价值投资标之一，五粮液此次股东大会“看点”十足、“干货”满满，在产品体系建设、产能与市场投放、发展增速、分红回报、“十四五”规划等方面回应了市场关切，传递出了多重积极信号。

高质量发展 经营业绩持续向好领先

上市23年来，五粮液经营业绩持续稳步向好。五粮液2020年度报告显示，2020年营业收入与净利润继续保持两位以上增长，实现营业收入573.15亿元、同比增长14.36%；归属于上市公司股东的净利润199.55亿元、同比增长14.67%。

综合数据来看，五粮液2020年营业收入是上市时的20倍，净利润达到上市时的40倍。2016年至今，五粮液营收连续21个季度实现两位数增长，持续保持

行业骨干企业平均先进水平的发展速度，实现了又好又快的高质量发展。

作为白酒“金字招牌”和重要民族品牌，五粮液品牌价值也实现了稳步提升，品牌优势进一步提升转化成为发展优势。2020年，五粮液在《亚洲品牌500强》排行榜中位列第37位，2021年，五粮液在《中国500最具价值品牌》中排名第17位；位居《Brand Finance 2021年度全球最具价值烈酒品牌50强》榜单第2位，继续保持AAA（最高等级）评级，品牌声誉获得满分。

随着“二次创业”持续深入推进，五粮液在商品市场和资本市场同步发力，近年来经济增速一直保持高于行业平均增速，市值不断攀升，2020年突破1万亿元，成为深市第一家市值过万亿的上市公司，浓香“龙头”的行业地位更加巩固。

“五粮液在市场、渠道、品牌、产品等领域已经形成

方向性、格局性的基本态势，蓄势而发的态势良好。”五粮液集团党委书记、董事长李曙光在大会上表示，2021年一季度，五粮液集团公司与股份公司都实现“开门红”，销售收入、利润总额增速双双超过20%。

长城证券分析师刘鹏指出，五粮液围绕“三性一度”“三个聚焦”原则，产品体系清晰，品牌建设进一步夯实，传统、团购、创新三大渠道持续优化，经营进入正循环，看好五粮液2021继续保持高质量发展。

高分红回报 百亿派现再创新高

本次股东大会通过了五粮液2020年度利润分配方案，每10股派25.8元（含税），现金分红总额为100.15亿元，分红比例为50.11%。五粮液分红金额突破100亿元，创上市以来最高分红金额，大额派现给予了股东丰厚的投资回报。

自1998年上市以来，五粮液大力实施现金分红，积极回报股东和投资者。数据显示，五粮液已实施7次送红股、18次现金分红，累计现金分红金额达到上市以来募集资金总额的10倍。近五年来，五粮液均用50%左右的净利润实施现金分红，累计现金分红266亿元，是近五年累计现金分红额最多的深市白酒上市公司。

“白酒行业是现金分红站位比较高的行业之一，这既是上市白酒企业对投资者权益负责、为资本市场环境负责发展理念的体现，同时也说明了经营业绩稳定。”现场，李曙光用五粮液653年古酒坊名“长发升”寄语投资者：长，以长线眼光看五粮液；发，以发展眼光看五粮液；升，五粮液一定进一步提升高质量发展业绩，回报投资者，贡献社会。

“为投资者创造良好回报”是五粮液确定的三大发展使命之一。除了高分红外，五粮液重视投资者关系管理，加强与投资者和中介机构的交流沟通，不断完善治理结构。一方面，五粮液实现信息披露国际化、标准化和规范化，已连续五年荣获深圳证券交易所信息披露考核最高等级A级。同时，五粮液建立了良性互动、多渠道、多形式的沟通机制，充分听取投资者、分析师为公司发展提出的建设性意见建议。在上市公司治理方面，五粮液获得资本市场高度认可，多次荣获“最佳投资者关系

奖”“年度最具投资价值奖”“最值得投资者信任的上市公司”等奖项。

高景气未来 坚定“看多”长期成长

当前，白酒行业结构性繁荣的长周期和向优势品牌、优势产区、优势企业集中的大趋势没有改变。“十四五”期间，五粮液正迎来布局新一轮高质量发展的重要窗口期和战略机遇期。

李曙光表示，五粮液将抢抓机遇，开拓进取，推进更大的创新发展、转型发展、跨越发展，加快实现创建世界500强，创建世界一流酒企。

——产能方面，五粮液将加强优质产能建设，通过增加优质产能、提高五粮液名酒率，增加名酒产量。“十四五”期间，五粮液要新增12万吨原酒，白酒总产能达到22万吨，基酒存储量计划突破百万吨。

——产品体系方面，五粮液将围绕产品结构体系，将供给侧和需求侧两大改革有机结合，持续丰富产品矩阵，优化产品体系，规划落实五粮液主品牌、浓香系列酒和仙林生态酒三大板块的产品。

——绿色发展方面，五粮液将坚持生态优先，通过开展碳减排、碳吸收、碳金融等工作，强化能源资源规划和全周期运营管控能力，在能源供给端、消费端和管理侧实现综合能耗达到行业领先水平，加快创建“零碳酒企”。

——创新体系方面，五粮液将在坚持传统与创新相结合的基础上，推进生产过程、发酵基础研究、技术规范和技术标准、管理模式四方面的创新。加快建设“3+3”创新体系，积极创建国家白酒产业创新中心、国家白酒酿造重点实验室、国家酿酒专用粮工程技术研究中心三大国家创新平台，抢占行业创新制高点，引领打造世界级优质白酒产业集群。

对于五粮液的发展前景，多位投资者及业内人士均表示对五粮液持续高景气发展充满信心，坚定“看多”五粮液长期发展。



五粮液荣登2021年《中国500最具价值品牌》“年度最佳表现品牌”

6月22日，由世界品牌实验室主办的第十八届“世界品牌大会”在北京举行，会上发布了2021年《中国500最具价值品牌》分析报告。五粮液以3253.16亿元人民币的品牌价值荣登榜单第17位，品牌价值较去年增长415.7亿元，增幅达14.6%，并成为排行榜“2021年度最佳表现品牌”中的唯一白酒品牌。

报告显示，今年榜单的显著特征表现在第一阵营品牌的价值继续大幅提高，品牌价值在2000亿元以上的品牌数量达21个，中国具有竞争力和影响力的品牌规模进一步扩大。按照行业分布，食品饮料依然是上榜品牌最多的行业。其中，白酒产业已成为中国酿酒产业主要的经济支柱产业，随着消费升级和“少喝酒、喝好酒”观念的普及，高端、次高端白酒受益于结构升级，以五粮液等为代表的知名酒企业绩快速增长。

报告指出，在疫情刚开始的2020年第一季度，由于消费场景的缺失，白酒行业增速整体大幅放缓，白酒上市公司只有四家增幅为正。作为高端酒驰名品牌的五粮液，在疫情初期整体逆势实现营收增长15%、净利增长18%的好成绩，增速保持白酒行业领先。同时，品

牌力量在白酒业中一直颇为强大，随着白酒的市场份额不断向龙头企业聚集，行业集中度得到了更明显的提升。

今年的“世界品牌大会”主题是“可持续品牌助推公司增长”，五粮液集团入选报告“品牌可持续发展案例”。报告认为，当代商业社会竞争激烈，可持续发展有利于促进品牌在竞争中保持活力，良性发展，稳固地位。作为中国白酒行业的龙头企业，五粮液集团将生态保护和公司责任体系相融合，“像对待生命一样对待生态环境，像保护眼睛一样保护生态环境”，实现废水、废渣、废物的综合循环利用，建成全国白酒行业首家废水生态处理的示范项目，在业内率先提出争创“零碳酒企”的愿景并积极推进战略制定及实施，取得显著的生态效益。

世界品牌实验室是全球最具权威的品牌价值研究机构之一，其研究成果已成为企业无形资产评估的重要依据之一。《中国500最具价值品牌》分析报告基于经济适用法，以消费者研究、竞争分析以及对企业未来收入预测为基础，采用“收益现值法”对品牌价值进行测评，已连续发布18年，是衡量中国品牌价值的重要风向标。



《2021年度全球最具价值烈酒品牌50强》发布 五粮液品牌价值显著提升

北京时间6月2日，全球权威品牌价值评估机构Brand Finance在英国伦敦发布《Brand Finance 2021年度全球最具价值烈酒品牌50强》榜单。五粮液以257.68亿美元品牌价值位居榜单第二，较去年同比增长23.5%，继续保持AAA（最高等级）评级。

Brand Finance是目前全球唯一品牌价值评估国际标准ISO10668、品牌评价标准ISO20671的核心制定者。该机构通过评估品牌强度指数、行业特许费率、企业预计营业收入等数据确定品牌价值，其专业性和独立性受到国际广泛认可，是评判全球品牌价值的重要依据。

报告显示，全球最具价值烈酒品牌50强的品牌总价值从2020年的1297亿美元增长至2021年的1359亿美元，增幅约5%。共有9个中国白酒品牌上榜，占榜单品牌总价值68%，表现出中国白酒品牌在全球烈酒市场的主导地位。

Brand Finance董事总经理理查德·海格表示，中国是世界上最大的烈酒市场所在地。近年来，随着酒类消费量的增加和购买力的提高，中国烈酒市场蓬勃发展，中国传统白酒品牌占据主导地位。以五粮液等为代表的市场领导者，品牌价值明显领先于整个行业其他品牌。

报告指出，2020年五粮液品牌价值实现大幅跃升，品牌熟悉度、品牌考虑度、品牌声誉度等各项指标均得到显著增长，保持了品牌的蓬勃发展，这得益于公司精简子品牌、优化产品结构、专注于高端白酒市场等战略举措。

作为中国白酒领军品牌，五粮液坚持以“品牌强国”战略为指引，依托明代古窖池群等核心优势，深入推进以酒体创新和工艺创新为核心的供给侧结构性创新，多措并举确保产品的纯正性、一致性和等级性；创新品牌传播模式，讲好品牌故事，向世界展示中华优秀传统文化的魅力和自信。☎



大国外交 静水流深

——外交官程涛二三事

文 / 王泉 段文静 摄影 / 陈哲

（部分图片由受访者提供）

名|人|简|介

程涛，历任外交部办公厅副主任、外交部非洲司司长，中国驻马里大使，中国驻摩洛哥大使，中国人民外交学会副会长等职务。现任外交部公共外交咨询委员会委员。程涛 1969 年于北京外国语学院毕业后，从事外交工作 40 余载，被评为外交部驻外使领馆优秀共产党员和优秀外交官。长期参与中国对非洲和对欧洲民间外交工作，先后在 4 个非洲国家常驻共 16 年，并考察访问过 100 来个国家，多次出席国内、国外的研讨会并发表演讲，与众多国际友人缔结友谊。在《人民日报》《环球时报》《世界知识》《海外文摘》《西亚非洲》《外国问题研究》等报刊上发表许多篇关于国际问题和中国外交的文章，在全国许多地市党校、企事业单位和 60 多所大学举办过讲座。



在法国的一次演讲会上，一位法国记者向一位中国老人不无讥讽地发问：中国有 13 亿人，为什么足球一直很差，连亚洲都冲不出去？中国老人笑着回答说，这位记者问话的前半句就回答了自己的问题了。

“中国有 13 亿人，每天有 13 亿张嘴要吃饭，而中国可耕地面积只占世界可耕地面积的 8%，却要养活占世界总人口 22% 的人口。中国要买粮，国际市场的粮食就会涨价，所以我们主要靠自力更生。我们把能利用的土地都用来种庄稼了，孩子们找不到地方踢球，只好打乒乓球了，所以我们的乒乓球水平比较高。”老人巧妙地回避了“球”的问题，转移到了“粮”的问题，将这一次刁难轻松化解。会场上响起了一片笑声和掌声。

这位老人正是中国前驻摩洛哥大使、前非洲司司长、优秀外交官程涛，一位风趣幽默、亲和近人的外交官。

就如同这一次从容应对刁难，程涛总是波澜不惊：兵来将挡水来土掩，乃中国之大智慧，淡定从容是因为胸中沟壑万千，风波不惊是因为心胸坦荡荡。恰如静水流深，可谓中国外交的底色，也是优秀外交官程涛一生的写照。

涛者，水形弯曲，遂成波浪也。但遍观程涛一生，身处波诡云谲、暗流涌动的国际关系中，几经波涛与暗涌，却总以上善若水、静水流深的外交智慧和人格素养平静化解。程涛曾作诗一首，结尾几句作为他最真实的回顾和写照：

兢兢业业工作，
老老实实做人。
没有轰轰烈烈，
没有叱咤风云。
句号不大，
但很工整。
没有为碌碌无为而羞耻，
也不因虚度年华而悔恨。
忠于祖国，
忠于人民，
不辱使命，
无愧我心！



◎上左：2018 年 9 月，北京青年报刊登程涛接受媒体采访

◎上右：2011 年 11 月，程涛出席“国际形势研讨会”

◎下：2018 年 9 月，程涛在中央电视台新闻频道谈“中非友好”

回顾峥嵘岁月：当过随大使馆秘书，也当过驻外大使；当过非洲司司长，也当过外交学会副会长；四十年外交生涯，十六年驻扎非洲。程涛一生都在外交生涯中不断提升，不断圆满，直至 67 岁退休，返聘后 70 岁才离开办公室。2006 年，程涛被评为驻外使领馆优秀共产党员，2014 年被评为优秀外交官，以“终身成就奖”为自己的外交生涯划上完美的句号。

平静淡然，却让人肃然起敬，可谓“高山仰止，景行行止”。高山仰止，不在于峰峻岭峭，而在于高山伟岸，立足大地，屹立不倒；景行行止，不在于路险行难，而在于大道笔直，前路开阔，光辉灿烂。

水之博 汇积小流 以成江海

水之博，如浩瀚大海，在于其博取广大。

无论河流大小，大海都一一汲取，决不放弃壮大自己的机会。大国外交如此，程涛大使亦是如此。

采访刚开始时，程夫人从厨房端出几杯茶招待，并对爱人说了一句法语，程涛也以法语应答。“她是叫我多喝点水，少说点话呢！”面对投去的好奇目光，程涛笑眯着眼回答。因为两人都是北京外国语学院法语系毕业，所以他和程夫人日常使用法语进行交流。

“我曾经能背诵整本法语版《毛主席语录》，到现在都还可以大段大段地背诵。”

1964 年 1 月，中法建交。这让程涛对这个与中国建交的第一个西方大国产生了浓厚的兴趣，报考大学时选择了北京外国语学院法语系。

当时程涛想做的是一名水平高、境界高的翻译。为实现“高翻”梦想，他学习法语到了魂牵梦萦、如痴如迷的程度，一天到晚口中总是念念有词地背单词和句子，地上、墙上、桌上、手上写的全是单词，晚上做梦也叽里呱啦说法语。在任何情况下他都坚持刻苦地学习法语：没有学习资料，就背法语版的《毛主席语录》《十六条》，唱阿尔巴尼亚的法语歌，把革命样板戏唱词译成法语，口中“念念有词”，心中“井井有条”，直到倒背如流。

可以说从踏进北京外国语学院那一刻起，程涛就与中国外交结下了不解之缘。1971 年，北京外国语学院接到周恩来总理的指示，要培养一批到联合国工作的外交人员，于是程涛和他的同学们很幸运地被留在北外进修外语。



◎1964 年国庆，青年程涛在天安门广场

1973 年进修结束，程涛被分配到外交人员服务局，担任多哥驻华使馆中文秘书，一干就是 8 年，娶妻、生子、入党，人生的道路似乎平淡、平坦，但他从未放弃在语言水平和知识修养上的执着追求和更高要求。为此他阅读了许多法文原著，翻译过法国小说，编过汉法政治和生活字典，甚至还编译过中法文对照的中餐菜谱大全。

百川东到海，何时复西归。坚持不辍地学习语言，为程涛日后的外交生涯打下了坚实的基础。1981 年，已过而立之年的程涛调任中国驻加蓬大使馆随员。最开始，程涛对于非洲的印象停留在《赤道战鼓》和《觉醒的非洲》的画面上，神秘而朦胧。踏上了非洲这片广袤无垠的土地，接触了那些纯良朴实的非洲人民，模糊的想象不断充实了现实的“情”和“爱”，以致于在非洲工作成为他一生不离不弃的钟爱事业。

作为外交新手，程涛学习热情高，工作干劲大。大使馆缺少人手，他几乎什么都做：大使翻译兼办公室行政外交，开车、接机、取货、采购……甚至还当过出纳。“一个萝卜几个坑”的工作虽杂虽累，但程涛甘之如饴。“没有没出息的工作，只有没出息的人。”如此积极而博取的工作态度，让程涛获得了领导的赏识和同事们的的好评，但程涛自己知道，外交官需要的就是经验和知识的积累。



◎ 左: 程涛与马里总理凯塔合影

◎ 右: 程涛与尼日利亚酋长们合影

在非洲大地上这一待就是十六年。十六年间，程涛不放过任何一个机会，体验生活、提升自己，也因如此，程涛的工作能力也不断被认可。从大使馆随员到三秘、二秘，在非洲司从副处长、处长、副司长到司长，后来担任了中国驻马里大使和中国驻摩洛哥大使等职务。程涛开玩笑地说：“这辈子就是一条‘黑道’走到底了。”

2003 年，程涛担任驻摩洛哥大使。他在做好官方交流的同时，非常重视与当地民间进行文化交流。使馆经常举办中国画展、中国工艺品义卖、文艺团体访问和演出等各种形式的文化活动。在一次中国厨艺文化活动中，他本人还亲自掌勺进行烹调演示，别开生面的形式得到参加活动的部长、外交使节们的交口称赞。

程涛曾到许多驻在国高校去举办中国专题讲座，与大学生们坦诚交流。他还去摩洛哥首都中学教师读书俱乐部与教师们就中国话题座谈讨论，从政治、经济、教育、人口、卫生、文学、戏剧、绘画、历史等方面宣讲中国、回答问题。交流的题目无禁忌，内容很充实，从计划生育、宗教信仰到中医中药，甚至还涉及赵无极的画和莫言的诗、小说《丰乳肥臀》等。

其实有许多情况最开始程涛自己也不是很了解，但为了能使交流深入有效，程涛往往都做足功课。真碰上自己一窍不通的问题，就会回使馆查找资料，有时还发动全使馆同志寻求答案。在侃侃而谈和对答如流后，听众们总是称赞大使真有学问，这时程涛总会谦虚地回答：“其实我有许多都是‘急用先学’‘现烧热卖’的。”

从科员到司长，从随员到大使，从山溪到川谷，从江河到海洋。每一次外交实践，程涛都在不断地提升自己、完善自己，最终积流成海，蕴纳百川。就如同自 1949 年新中国成立以来，中国外交从涓涓细流积累，不漏过任何一段国际友谊，不错过任何一次重大国际事件，不放过任何一次增长国际影响力的机会。

建国初期与苏联建交，带动十几个社会主义国家缔结友谊；积极与国际各国接触，参与日内瓦会议、联合国大会；周恩来总理遍访非洲各国，团结广大亚非邦交；与法国建交，打开西方外交世界的大门；在国际友人的支持下重返联合国席位……桩桩件件，点点滴滴，累积而成蔚然大海一般的大国外交。

水之容 善利万物 不争不愠

水之容，如与生俱来，与世间万物共生共惠。

掷物入水，水将其接纳包裹，天衣无缝；水流过处，润泽土壤，灌溉草木，催发无限生机。大国外交如水一般和谐融通，程涛大使也如水一般谦和友善。

“一切真正和伟大的东西都是纯朴而谦逊的。”如别林斯基所说，大国外交也应是纯朴和谦逊的，如同一杯浓香的中国白酒，味香酒醇，“和谐包容，美美与共”。程涛也致力于用最谐调温和的方式，上善若水，向国际友人释放来自中国的善意。

随着中非经贸合作的进一步深化，西方国家中开始出现“中国威胁论”，称中国是在非洲掠夺能源和搞“新殖民主义”。“中国威胁论”甚至还在非洲国家中流传，程涛初到摩洛哥时，发现摩洛哥各界不乏这种观点。

但到了 2006 年底程涛离任时，摩洛哥的“中国威胁论”已基本销声匿迹，取而代之的是“中国机遇论”。为了嘉奖程涛为消除“中国威胁论”做出的努力和为中摩两国友好合作做出的贡献，摩洛哥国王决定为即将离任的程涛颁发“摩洛哥王国阿拉维高级将领勋章”。

程涛还清晰记得，那是在离开摩洛哥的前几天。确定授勋的那一天上午，程涛到了国王在马拉喀什的行宫，但国王突然感冒发烧，于是就派专机把程涛送回首都，然后再定授勋时机。当得知程涛无法推迟行程后，国王抱病亲自为其授勋。

授勋过程中，摩洛哥国王夸赞程涛是驻摩洛哥使团内最活跃和最有成就的大使之一，要求身边的外交大臣每年都邀请程涛来摩洛哥。国王滚烫的双手和热情的话让程涛



◎ 上：2013 年 3 月，程涛在南非接受专访

◎ 左下：程涛在武装军人的保护下考察马里北方

◎ 右下：一家摩洛哥报纸刊登程涛展示中国烹调艺术

深受感动！程涛向国王表示，他将作为毛遂自荐的、义务的、志愿的、民间的大使，为中摩关系的进一步发展做出自己的努力。

“用和善的真情去对待国际友谊，就能收获这样诚挚的感情。”回忆接受摩洛哥国王授勋时的心情，程涛不无感慨，“天下之至柔，驰骋天下之至坚。”

在消除“中国威胁论”的过程中，程涛总结出了三大要义：以亲和化解矛盾，以事实消除偏见，以谦逊拉近距离。



◎ 左上：2003 年 5 月，程涛在摩洛哥递交国书

◎ 左下：2006 年 11 月，摩洛哥国王带病亲自为程涛授“摩洛哥王国阿拉维高级将领勋章”

◎ 右：程涛与摩洛哥小朋友欢聚一堂

就像水可以消溶事物，亲和可以化解矛盾。

程涛认为，外交官要讲大白话、大实话，谈事实、聊家常，以坦诚再加上幽默，很快就能拉近彼此间的距离，说的话才能产生更好的反响，得到更多的共鸣。“同外国人交流的时候，不要讲那么多类似于新闻发言人的话，发言人的话报纸上都有。”

摩洛哥《经济学家报》一度经常发文抨击中国，多次出现了“中国威胁论”的文章。时任驻摩洛哥大使的程涛便主动邀请该报主编到使馆交流，敞开心扉与他长谈。程涛以亲身经历告诉他们中国为什么要改革开放，如何一步步发展到今天。几次长谈后，《经济学家报》用两个整版刊登了对程涛的专访，还用四个版面刊登了正面介绍中国的文章。

就像水可以清洗污迹，事实可以消除偏见。

程涛认为，在进行文化交流的过程中，很重要的一个点是眼见为实。“其实很多外国人对中国的偏见只是因为他们对中国一点都不了解。”为此，程涛专门邀请摩洛哥有分量的报纸主编和资深记者访华。“到过中国和亲眼所见，就一定会有不一样的感觉和看法。”

摩洛哥最大的经济日报主编到中国考察访问后，对中国的看法有了 180 度的大转弯。他原来总觉得摩洛哥的发展不比中国差，甚至有许多地方超过中国。但这次访华，在中国十多天的所见所闻让他大开眼界，感慨万千。他当即在归国的飞机上就写了一篇文章，题目是《当世界都讲汉语的时候》，把中国大大地夸奖了一番。

就像水可以滋润生机，谦逊可以拉近距离。

经济日报主编访华回国后不久到大使馆拜会程涛，详细谈了访华感受，还把回国后写的关于中国的几篇文章送给他。程涛笑着说：“这篇《当世界都讲汉语的时候》应该换个题目可能更为贴切，叫《中国归来泪满襟》。”

程涛向主编解释说，过去很多摩洛哥人对中国不理解，从西方媒体那里得到一些有关中国的认识多数是片面的，甚至有些是被刻意歪曲了的，所以以前他们认为中国什么都不行，等到亲眼见过之后，了解关于中国的真相，也就有了新的看法。“百闻不如一见。”但中国仍有很长的路要走，所以对于中国的发展，中国人应该既自豪又谦逊。

程涛的这番坦言，令这位主编又被感动了一次。以前在主编认为中国不好的时候，程涛据理力争中国的长处和优势，但现在自己认为中国很好的时候，程涛又谦虚地自陈中国在快速发展的过程中依旧存在着问题。这既饱含对祖国、民族的无限热爱，又蕴含了谦逊的传统美德，客观务实、坦诚谦虚。从此这位主编对程涛特别信任，后来还写了一系列的文章积极介绍中国和中摩友好合作。

程涛对这些经历总结：“话不说不明，理不讲不清，好酒也怕巷子深啊！”对外界关于中国的误解和偏见，要用水滴石穿的精神和毅力去化解。谣言重复一千遍不会成为真理，但真理不宣传别人也不会听到。

天下至柔，莫过于水。中国外交如水一般，以柔化刚，消弭世界误解与偏见，缔结广袤的友谊。在国际关系中，中国始终坚持向世界各国展现友善的行为，像水一样润物无声，心态从容，展示泱泱大国包容万物的博大胸怀。

水之势 惊涛似雪 凛然生寒

水之势，如狂潮骇浪，对不怀好意的人秋风扫落叶，怒涛卷霜雪。

世人皆知至柔至和是水，但却往往忘记至刚至强也是水。程涛虽平和近人，友善谦逊，但在国家尊严和根本利益等关键问题上绝不含糊。

一个平静的夜晚，德国驻上海总领馆内觥筹交错，灯火辉煌。宾客寒暄之际，一名德国记者突然毫不客气地向程涛发难：“中国安全部门昨天在北京抓了几个德国记者，这有悖人权、民主和新闻自由。大使先生怎么解释？”

程涛微微一笑，并没有因为德国记者的无礼而生气，心平气和地问道：“这位先生是刚来中国不久吧？”

“不！”记者语气生硬，“我已经在中国工作将近四年了。”程涛继续追问记者：“这四年里你在中国被公安部门抓过几次？”记者答道：“我从来没被抓过！”程涛又问：“为什么？”记者随口答道：“我又没做过违反中国法律的事。”话一出口，记者仿佛意识到了什么，一脸糟糕的表情。

“谢谢，你已经回答了你自己的问题。”程涛继续说道，“你刚才说得好，你没有被抓过是因为你没有触犯中国的法律。你说的那几个外国记者的事我不了解详情，先不发表评论。你也不清楚是怎么回事，但你已经下了结论，认为这违反了人权和新闻自由。中国是一个法治国家，如果有人做了违法的事情，当然要接受法律的惩处。”一时间现场鸦雀无声，德国记者哑口无言。



◎上：2009 年 4 月，程涛与法国前总统希拉克合影



◎中：2014 年 1 月，程涛与法国前总理拉法兰合影



◎下：2010 年 3 月，程涛与英国前首相布莱尔交谈

立场，也提出了解决问题的思路。程涛作为代表团的全程陪同，觉得还需要进行更深层次的沟通。于是在代表团回国的前一天晚上，他对拉法兰说想再与团员们谈谈，敞开一个普通中国人的心扉。

在这次座谈会上，程涛“先入为主”，用自己的感受和实事实例介绍了中国的改革开放和发展变化，谈到 1964 年戴高乐总统决定同中国建交的英明决策给中法人民带来的好处，谈到希拉克总统因了解中国而有力维护两国关系和利益，也谈到拉法兰总理 2003 年“非典”期间来中国给予中国人民的支持和鼓舞。

程涛说，中国人一直把法国人当作朋友，但法国总统萨科齐却不顾中方的再三反对，执意以欧盟主席身份高调会见达赖喇嘛。这样的行为给中国人民造成很大伤害，也损害了法国的利益。“敌人的箭伤皮，朋友的箭伤心。”

程涛给代表团员们举了个例子：“在法国，菊花只用于葬礼，是送给死人的，而在中国，菊花并没有那么严格的要求。如果有个中国人误把菊花送给举行婚礼的法国朋友，会怎么样？”团员们异口同声地回答道：“那不行。”程涛进一步解释说：“人同此心，事同此理。”

“有人说那只是会见了一位宗教领袖，而中国政府和人民认为他就是一个分裂分子。”程涛平和但坚定地陈述自己对这件事情的看法，“朋友间即使有不同认识，起码

也不能有意伤害对方感情吧。在这件事情上，法国朋友主动冒犯中国人民！”

后来，拉法兰等人回国后在法国政界为改善中法关系积极奔波。他多次接受媒体采访，传递积极信息。2009 年 2 月 25 日，拉法兰与一同访华的议员在《费加罗报》上发表“恢复法中对话迫在眉睫”的联合署名文章，呼吁法国政府采取切实措施改善法中关系。同年 4 月 1 日，中法两国政府发表联合声明，时任国家主席胡锦涛和萨科齐总统会晤，中法关系走出困境。

外交需做到如水一般刚柔并济，既能因势而动、包涵容纳，又能水滴石穿、湍流激进。中国外交承担着维护国家利益、捍卫民族尊严、开展国际合作、促进世界和平的重要职责。对待朋友，中国有好客之道；对待伙伴，中国有合作之道；但对待恶人，中国也有斗争之道。这是中国外交人应尽的责任，也是中国人应有的风骨。大国外交的风度虽是有容乃大，但绝不是软弱可欺。



◎2011 年 8 月，程涛在法国进行演讲

水之润
春风雨露 泽被后人

水之润，如蒸水腾云，一遇春风便化雨，润物无声育桃李。

在程涛看来，到访过多少国家、结识过多少名人、得到过多少荣誉都不是最重要的，最重要的是，在河流行经之处，有花草成片，桃李结果。

程涛一直在为培养下一代的外交人做出自己的贡献，一来是为中国外交事业发挥余热，二来也是能与更多年轻人进行交流沟通，获取当下最新的知识。

多年来，程涛给外交部一期又一期的新干部讲课，用亲身的经历、感受和思考告诉年轻的人“新中国的外交官是怎样炼成的”，强调一名外交官一定要努力做到“读万卷书，行万里路，阅人无数，实践不止”。他对年轻的外

交官们说：“世界是你们的，也是我们的，但归根结底都不是，而是你们的儿子的儿子、孙子的孙子的。我们都是匆匆来去的过客。”

“会当击水三千里，拼搏奋斗四十年！”在程涛看来，一名优秀的外交官不要给祖国留下遗憾，不要给人民留下遗憾，也不要给自己留下遗憾！

处庙堂之高兢兢业业，位江湖之远育才树人。

程涛还经常走进大学、中学和小学校园，用他那“一千零一个”外交故事向新一代的青少年们普及外交的知识，讲述新中国外交官的祖国情怀和世界眼光。程涛的外交趣事和非洲故事，让同学们在兴趣和笑声中迈出外交的第一道大门，领略世界的无限风光。

退休之后的程涛积极乐观，对“力所能及”的事从不推辞，他说总在家里傻呆着，就会呆傻了。在程涛的个人电脑上，有一个文档将近几年的讲学日期、主题一一记录，仅 2018 年就有 30 余次讲座、讲课，2019 年则有 70 余次之多！2020 年因为突发的新冠肺炎疫情，程涛没有再走进校园讲学，但他却学习如何使用电脑进行视频教学，在家里为大学生们开课讲学和参加线上研讨会。

“我虽然退休了，但外交情结未了，非洲情结甚浓。”程涛笑称自己是“家事、国事、天下事，事事关心。但不是事事操心，更没有事事揪心”。

前几年程涛担任过中国国际问题研究基金会理事兼非洲研究中心主任、中国前外交官联谊会副会长、中非经贸合作圆桌会议常务理事、中国亚非发展交流协会副会长、中国亚非学会副会长，还担任过几所高校的客座教授。在他看来，那都是政府外交的补充、民间合作的纽带、发挥余热的舞台、寄托外交情结的平台，也许还是预防老年痴呆的有效方法。

现在根据规定告别那些头衔和名誉，但老骥伏枥仍然志在千里，初心不忘，情结未变。

这些年来，程涛一直关注和思考非洲发展问题和中非关系，偶有所获，即存入电脑。在他的文档里有一个“随想随感随记”栏目，那就是没有发表的“博客”。“我必须了解外界，跟人交流，必须充实自己，不断地学习。”

“天一生水，地六成之。”水是生命之根源，故水流行经之处，生机便随之勃发。维护祖国和人民的利益，是中国外交的崇高使命，也是我国对外工作的基本出发点和落脚点。在捍卫国家尊严和人民利益的同时，中国外交也在积极寻求更为深远的影响，让中国的政治、经济、文化发展从大国外交中受益。我们中国特色的大国外交既要功在当代，又要利在千秋。



水之醇 琼浆玉液 大国浓香

水之醇，如五粮佳酿，“和谐包容，美美与共”。

大国外交既是国与国的利益求同，也是民族与民族、人与人的感情契合。程大使所缔结的国际友谊既是国家层面的邦交谊，也是个人层面的真友情。

说到酒在人际交往中的作用，程涛认为，酒的确是一种神奇的液体，尤其在东方人的生活和交际中。中国古代诗人李白斗酒诗百篇，现代诗人郭小川的“豪情美酒自古长相随”的名句脍炙人口。程涛说，在外交场合以喝葡萄

酒居多，而且是“抽烟不敬烟，碰杯不干杯”。且说到酒文化，程涛总能娓娓道来：“酒可以抒情，酒可以壮胆，酒可以消愁，酒可以提神，酒可以交友。”他还风趣地加了一句：“酒虽好也不能贪杯啊！”

由于文化和习俗的不同，以酒交友在与东方人交往中可以起到积极的作用，而在与西方人交往中就不一定奏效。然而酒有助于联系感情和活跃气氛的功能是不可抹杀的，酒在东欧人和俄罗斯人的交际和文化生活中也占有相当重要的位置。

虽然程涛在工作中和生活中十分低调，但是因为他自身所具备的亲友善、知识面宽和风趣幽默的表达方式而展示出的魅力，可以让人如沐春风，也因此他结交了许多朋友，包括外国朋友。退休后的日常生活中，程涛也会常和三五好友一起小酌，共话往事今事。意不在酒，在情趣也。

上善若水的大国外交，也如同醇厚玉液，“和谐包容，美美与共”，能以醇美味觉与谐调浓香将人与人、国与国之间的交往调和至最和美的状态。☞



◎ 上：2016 年 4 月，程涛在北京化工大学演讲后与学生合影

◎ 下：2016 年 12 月，程涛在深圳南山外语学校讲座现场合影

名人金句

- ◆ 以情交流，用心说话，以理服人，以实取信。
- ◆ 无功不名只平淡，比上不足比下余。人生最大健康事，知足常乐是真谛。
- ◆ 忠于祖国，忠于人民，不辱使命，无愧我心！
- ◆ 虽无大鹏凌云志，亦非燕雀岩下栖。
- ◆ 人生当如土，厚重踏实；也当如水，灵动包容；也当如酒，醇厚宜人。

致敬 经典

统筹 / 《大国之酿》编辑部

执行 / 赵代波 王宏娟 孙锋

段文静 王浩鉴 赵寒 王泉

以“奋斗的人民 奋进的中国”为主题的2021“五个一百”应时而来，奏响时代主旋律、讲出中国好故事、描绘最大同心圆，汇聚中国正能量。

不管是沙场阅兵、港珠澳大桥正式开通的高光时刻，还是老将军、烈士们的英雄事迹，亦或是普通人抗击疫情背后的故事，都传递着奋斗的热情，带给我们向上的力量。

“统一战线、武装斗争、党的建设”是中国革命的三大法宝，是中国共产党打天下的经典，为我们提供英勇奋斗的精神力量；天下第一行书《兰亭序》，清风出袖，明月入怀，这是中国书法经典，为我们带来陶冶情操的文化力量；由光未然作词，冼星海作曲的《黄河大合唱》，惊涛澎湃，掀起万丈狂澜，这是中国音乐经典，为我们凝聚民族团结的情感力量。

经典，让正能量不断传承。

常念为经，常说为典。

经典如铜镜，愈磨愈亮。它是经久不衰的万世之作，是价值认同的一种方式，是凝聚民族、肯定民族身份的一种知识资源，更是我们获取知识和精神力量的源泉。

经典，是记忆，是情怀，可以塑造对生命的崇敬与热爱。经典，承载了数千年的中国文明，让人的心灵沐浴缕缕阳光，更不断给人带来正能量。

2020年9月23日，五粮液全新打造的“经典五粮液”穿越时空致敬美好生活。

中国有句老话叫做“取法其上，得乎其中；取法其中，得乎其下”。

韶光荏苒，品味经典，五粮液带着一串长长的文化符号与标志走向我们。本期《大国之酿》推出策划“致敬经典”特别主题，共同追忆五粮液那些筚路蓝缕、自强不息的流金岁月，共同品味勇立潮头、砥砺奋进的光辉时代，共同憧憬民富国强、和美安康的幸福生活。

这样的芬芳，当你我共襄。



致敬经典时 已是经典式



何为经典？

经典是时间的打磨和风雨的洗礼，是沉淀的美好，是一种高度和精髓。李杜挥洒大唐诗歌，经典文学历经时间洗练，让读者神往；贝多芬弹奏《命运》交响，经典音乐跨越国别差异，让听者共鸣；梵高作画，经典绘画打破民族界限，让观者惊叹……这些经典，跨越了时空，散发着永恒光芒。

一切可以称之为“经典”的事物，一定是经过历史选择出来的极具价值的、极具代表性的、最能表现本行业精髓的完美作品。一个经典品牌，具有随时光流逝而价值不变的品质。品质折射出来的则是精益求精、孜孜以求的工匠精神。

也可以说，经典之所以能成为经典，是因为抓住了每次发展机遇。上世纪 60 年代至 90 年代，这是属于中国人民个体与国家的奋斗时期。从历经困苦到获得成功，从一个成功再接着另一个成功，激流勇进、锐意拼搏的几代人，铸就了这一段经典的“黄金时代”。

在那个激情燃烧、跌宕起伏的岁月，五粮液见证了几代人的奋斗历程，也经历了社会经济的快速崛起，在日新月异的社会发展中扮演了重要的角色，成为当时人们社交和抒发情感的重要载体。

正如五粮液集团党委书记、董事长李曙光所说：“‘经典五粮液’的经典形象是我们几代人的集体记忆，是向历史敬礼、向传统回归、向经典致敬。”五粮液酒领略过我们的喜怒哀乐，点亮过我们的平淡岁月，定格过我们的高光时刻。这其中体现了五粮液从过去到现在，始终如一、追求极致的不懈坚持，从中可以看到“经典”背后永不褪色的时代内涵和精神。

经典并不只是重复。沿袭古代器皿制造的智慧，复刻回忆里的造型，仍旧落足到新时代的品味和内涵，是“经典”一词的全新阐发。

“经典五粮液”在明代古窖池群及其“活态”传承窖池中酿造而成，赋予了“经典五粮液”幽雅的古窖香。同时，沿用始于唐代、发于宋代、成于明代、传承千年发展出新的“五粮配方”，巧妙地采用高粱、大米、糯米、小麦、玉米五种粮食作为酿酒原粮，“经典五粮液”被五粮精华赋予了酒味全面、酒体丰满醇厚的特点，更加凸显各味谐调、恰到好处。

何为经典？

这个问题我们已经找寻到了答案，但又有了新的答案。

曾经的五粮液，以奋斗精神，为社会贡献了优质产品和美好回忆，满足了国人从温饱到追求品质生活的需要；今日之中国，充满挑战和机遇，五粮液依然不忘初心，秉承“用心不计代价、用工不计成本、用时不计岁月”的工匠精神，用持之以恒的经典产品，为时代拼搏者奉献更美好的产品，满足人们对美好生活的向往。

经典，是持续奋斗迸发出的奇迹，是一个个传奇的继续。

可以畅想，五粮液酒的外观造型，将来可能成为一位现代写实画家选取我们这个时代标志性元素的一个不可忽略的显要印记；五粮液酒的味道，日后会成为所有人的时代记忆，成为回味昔日光辉岁月时，一缕无法忘怀的时代浓香；五粮液酒的文化内涵，将会成为一直延续到未来的精神品质，将传统文化与时间浪潮结合，缔造全新的时代精神。

经典，是记忆，是情怀，是传承，是历史的见证者，更是对新时代的致敬。

当我们致敬经典时，其实已是经典式。

以世界艺术 致敬经典



世界著名的编剧让·阿努伊曾经说过：“生活是美好的，但它缺少形式，艺术的目标正是给生活某种形式。”

因此，要想进阶生活品质，每个人都应该懂点艺术，更应该懂点经典艺术。

艺术家将自己的热情和灵魂投入到作品上，欣赏艺术的人可以进去“暂时性的置之度外”，从本质上讲是一场神交或者神游，找到了自己喜欢的艺术形式，就拿到了打开另一个世界的钥匙。而经典之所以成为经典，是因为其经过时间的沉淀和风雨的洗礼，大浪淘沙之后，流行被过滤，经典成为永恒。

我们用美的眼睛去发现这些美的经典，是一种追寻，是一种感动，更是一种致敬。

美上加美，致敬经典。

美美与共，成就经典。



“经典五粮液”是对宋代梅瓶造型的沿袭：瓶盖采用暗金色，上面印制五粮液 Logo，四周镌刻水纹花纹；瓶颈处雕刻着菱形花纹，宛如水晶腰带；瓶身商标以宫墙红为主，缀以鎏金立体字，极具年代感；底部采用内凹花样设计，仿若白莲盛开；整个瓶身晶莹剔透，线条流畅，丰姿优美。此为典雅内敛的外在美。

造型 圆融 梅瓶的中式禅意
稳定 三角锁住的世界

如果用一支笔，让执笔者画出脑海中“瓷器”的模样，相信绝大部分国人都会画出梅瓶的造型。这便是此种器型的经典之处——小口、短颈、丰肩、瘦底、圈足的瓶式在一定程度甚至成为了“瓷瓶”的代名词。

如果办一场世界范围内的建筑美学摄影展，那大概出现得最多的形象一定是三角形了，无论是埃及金字塔、法国埃菲尔铁塔、还是悉尼歌剧院，这种经典的形状近乎是一种无处不在的存在。

一者圆融一者稳定，两种不同的美学反映了两种不同的世界观，但都以自己独特的魅力沉淀为世界级的经典。

关于梅瓶的起源，有学者认为梅瓶起源于唐代；另有学者认为，北方辽国契丹族为适应迁徙生活，运送酒水所创造的一种圆口、短颈、长腹、上粗下细、状如鸡腿的瓷瓶应为梅瓶的雏形。

尽管如此，梅瓶在宋代由于酒文化的兴盛而得到了成熟的发展和广泛的应用是不争的事实。上海博物馆就藏有两件宋代磁州窑白地黑花梅瓶，以开光的形式分别题有“清沽美酒”与“醉香四海”四字，明确地说明了当时梅瓶的用途。

但“梅瓶”这一雅称直至清末在《陶雅》一书中才真正出现。民国初年许之衡在《引流斋说瓷》中写道：“梅瓶，口细而颈短，肩极宽博，至胫稍狭，抵于足则微丰。口径之小仅与梅之瘦骨相称，故名梅瓶。”

盛酒的用途决定了宋代梅瓶在造型上有别于其它器物：小口，短颈，丰肩，修腹，窄胫，有利于酒的盛装，搬运，且不利于酒的挥发。其修长的瓶身，整体重心上移至圆润的肩部，腹部以下内收，轮廓线条曲中带直，恰似一位典雅端庄的少女。

宋人崇尚自然的美学观念在梅瓶的造型上得到了完美的体现，简洁、圆润、内敛并挺拔刚健的轮廓好似在拉胚塑形时将陶工的人为干预降到了最低，使之在转轮与陶工的双手间自然成型，可谓浑然天成。

由于梅瓶在宋代各大窑口均有烧制，加之南北瓷窑制瓷条件的差异，梅瓶的造型在不同地区的窑系呈现出不同的风格。这种风格的多样性主要体现在梅瓶的尺度上。

尺度主要由器身各个部位的高宽比例决定，以南北窑系梅瓶作比较，北方的梅瓶普遍偏高，瓶身修长，高度一般都在 30 公分左右。相比之下南方梅瓶则普遍矮小，“经典五粮液”选用的瓶型就是南方梅瓶——小口，短颈，窄胫，加之腹部的位置大多处于器身中线偏上，给人一种内敛、含蓄、挺拔、高雅的气质。

而三角形符号是经典建筑设计本身的象征，也是对现代主义造型美学的重新诠释，三角形造型建筑独特又丰富的美感代表了一种建筑语言。当前世界成就最高、最负盛誉的建筑大师之一贝聿铭的标志符号便是三角形。



卢浮宫院内的玻璃金字塔，在贝聿铭的设计下，集古代传统建筑艺术和现代技术于一身，带有贝式强烈美学特征的建筑语言，被誉为“卢浮宫院内飞来了一颗巨大的宝石”，被世界公认为当代建筑艺术的伟大奇迹。

于 1979 年落成的美国华盛顿国家美术馆东馆，是一幢充满现代风格的三角形建筑，同样出自贝聿铭之手，用一条对角线把梯形地段分成两个三角形，既与周围环境和諧一致，又形成醒目的效果，成为 70 年代美国最成功的建筑之一，被誉为“现代艺术与建筑充满创意的结合”。

这种三角形符号可以说是对现代主义造型美学的一种重新诠释，而贝聿铭曾经也说过：“结构是建筑中永存的因素。”

贝老在建筑中大量使用三角形，也注意到三角的尖锐会导致空间线条感偏硬，为了软化线条，他设计了室内众多的圆形植物来抵消。这在一定程度上也是两种经典的碰撞和交融。



配色

最美不过鎏金宫墙红 诗意光芒莫兰迪色系

人的眼睛对色彩最为敏感，在美学中，配色最能突出其精髓、其风尚。无论是中国人崇尚的热烈绚烂的鎏金宫墙红，还是被西方人誉为“最高级的色彩”的莫兰迪色，其配色都是自然和谐的。

色彩往往蕴含着直白通俗却意蕴深远的情感，积淀了丰富内涵的美学知识，不仅仅是物理学意义上光照在物体上所反射的光波符号，更是中西方各民族文化风俗的载体。

《红楼梦》第三十五回里，宝玉说汗巾子是大红的，莺儿就回答：“大红的须是黑络子才好看。”宝玉问“松花色配什么”，莺儿回“松花配桃红”。宝玉又追问：“再要雅致之中带些娇艳。”“葱绿柳黄可倒还雅致。”

其间可窥，中华民族是世界上最早懂得使用色彩的民族之一，很早就确立了色彩结构。阴阳五行说将五行与五色相配属，“金、木、水、火、土”对应“白、青、黑、赤、黄”。“五色”是色彩的本源之色，是一切色彩的基本元素。五行结合生百物，五色结合生百色。

宫墙红又称朱砂红色，介于红色与橙色之间。清代段玉裁的《说文解字注》中写道：“大赤者，今俗所谓大红也。上文纯赤者，今俗所谓朱红也。朱红淡，大红浓。大红如日出之色。朱红如日中之色。”

早在周代，中国就确立了崇拜和喜爱朱色的传统。

在阴阳五行说中，朱红色象征朱雀，指南方。由于朱红色在古代是正色，皇帝御批用的是朱红，皇家建筑也以朱红色来装饰宫墙，官宦或者富贵人家往往将大门涂成朱红色。



而黄色，从“五色”与“五方”的对应关系来看，“黄”居于中心的位置。这种卓然独立的身份，使它从“五色”当中脱颖而出，逐步确立了“至高无上”的地位，成为古代帝王、皇家的御用色彩。

不仅黄袍、黄冕等成为天子专用的服饰，就连黄色的建筑也几乎成为皇家的专属，关于这一点，北京故宫里金灿灿的黄色琉璃瓦屋顶就是最好的证明。在中国古代，除了皇室以外大概只有超脱于凡世的佛教能够“染指”黄色，将其用在僧侣的服饰和庙宇建筑中。

渐渐地，国人在五色上表现出了对“赤”“黄”的偏爱，再加之，1949年政协在征集国旗图案的时候提出了“希望国旗以红色为主”的要求，五星红旗图案确定之后，国人在喜爱红黄配色的道路上又迈出了坚实的一步。

如果说，千百年来华夏民族从色彩中汲取到了力量，将美好的祝愿、对未来生活的向往、博大的东方哲学蕴含在了一例例生动的“金红”配色中，那么在遥远的西方，同样也有一位画家从经典的配色中寻找到了启发，获得了心灵的洗礼和生命的宁静。

20世纪初，一位名叫莫兰迪的意大利青年画家正将他的绘画视角从宗教、政治类题材转向日常生活中样貌平平的瓶瓶罐罐，也正是这种对于自我内心精神世界极为敏感和诚实的感悟，让他没有随波逐流地跟随同时代的其他画派艺术家们一起陷入对纷繁物体的崇拜和对复杂色彩的狂热，从而在西方艺术史上独树一帜，成为经典。

在用色上，他没有运用大亮大暗的颜色去对人们造成视觉上的冲击，相反，他更偏向于降低颜色的纯度，

虽然让画面偏灰，画面中灰色、米白色、粉橘色、土黄色、灰绿色……每个颜色就像画在潮湿的石灰打底的墙上，但是却没有失去应有的美感，反而将物品朴素发挥到极致，散发出宁静与神秘的气息。

每一块看似灰暗的颜色实则优雅，脱尽火气，经他的巧妙摆弄，显得宁静湿润，营造出足以让人心神安宁的隐秘氛围。

莫兰迪色有最优雅高级的灰色之美誉，色彩通常掺入黑色来降低明度，同一幅作品中邻近色多于互补色，因此整体色彩更趋于统一。莫兰迪进一步提炼色彩灰度，模糊不同质感物象间的界限。

近乎平涂的莫兰迪色暗示出空间的神秘感；典雅大气的“金红”配色成为中国代表色。在经历了几十年积淀后，又在各个方面影响到当代人的审美观，被当代设计广泛使用，成为两种新经典。



设计 恰到好处 妙到分毫
当东方留白遇上西方极简

所谓留白，顾名思义，就是在作品中留下相应的空白。

它普遍存在于中国的传统艺术中，这种空白，并非真空，而是灵气往来、生命流动之处，从而生出诸多的“韵外之致”“境外之情”的意境之美。

“留白”美学最初出现于绘画书法之中。

“无画处皆是妙境”“形得之于形外”，中国画与西方画一大不同之处，就是前者空，后者满。

中国画中大块的色墨与留白相映成趣，让整个画面在虚与实的结合中达到完满的境界。

据说，西方著名画家毕加索在看到齐白石的中国水墨画时大加赞叹：画面不著一色，却能满幅是水，这便是中国绘画留白的魅力。如若整张纸都画得满满当当，这就失去了中国美学的韵味。缺落之处，知觉使其完形；虚实相生，留白处即是遐想的妙境。

与绘画方面的留白一脉相承的，是中国古建筑的“留白”。

留白让风景更美，风景以留白为最。中国在园林建筑艺术中尤其重视窗子的作用。颐和园粉墙上的小窗望出去是美妙的湖景，于是每个窗子，便成了一幅灵动的画，这便是李渔所谓的“尺幅窗，无心画”。

无论是诗歌、绘画、建筑、书法，或是音乐、戏曲，都同样出现了“留白”的艺术手法。其实，这是与中国传统哲学一脉相承的。道家文化对于中国思想的一个重要贡献，就是对“无”的发现。老子曾说“有之以利，无之以用”，进而又提出“天下万物生于有，有生于无”。

而庄子发展了老子的学说，他曾有言：“虚室生白，吉祥止止。”所谓“虚室生白”，便是留白。这种“留白”的哲学对中国人的思想影响至深。所谓“月满则亏，水满则溢”，所以“花看半开，酒饮微醺”，这就是中国人所认为的人生最好状态。

文学有留白，不著一字，尽得风流；绘画有留白，无画之处，皆是妙境；建筑有留白，方寸之间，空纳万境；音乐有留白，大音希声，回味无穷；人生有留白，无用之用，才是大用。

“留白”不仅仅是一种艺术的表现，更是一种深深植根于中华传统文化的智慧。

而西方的极简主义最初出现在视觉艺术和音乐领域，指的是简化设计元素的艺术作品风格。

它始于对抽象表现主义的反抗，为了解作品对观者的主观压迫性，以最精简、最原初的物和形呈现在观众面前，让观众参与到作品当中来，共同完成对作品的解读。



艺术中的极简主义出现在二战后的西方美术作品中，在 20 世纪 60 年代和 70 年代初期的美国视觉艺术作品中表现得尤为强烈，而极简主义的音乐风格具有重复、反复的特点，“极简”这个词也曾经被用来形容法国作家塞缪尔·贝克特（代表作《等待戈多》）的戏剧和小说、法国导演罗伯特·布列松的电影、美国作家雷蒙德·卡佛的小说、柯林·查普曼的汽车设计。

极简，与中国画中的留白一脉相承，都是主观对画面的精简处理，无中生有、无声胜有声，目的是为观者创造更多的想象空间；但也有不同，中国画的留白艺术，源于中国传统哲学思想，始于先秦、继于隋唐、成于南宋，是一种源于骨子里的思维方式和审美原则。在主题和表达上，也不同于极简主义的去主观性，依然侧重于画者的个人表达和内心情绪。

所以，中国传统绘画中的留白艺术，只是一种画面和心理上的精简处理，不同于西方极简主义对画者主观意识的排斥。但是两者对画面的处理方式和观者的参与性是一致的。

虽然缘起不同，但殊途同归，都为人类提供了一种简约纯粹的美，并以一种禅意、侘寂的形式影响到当代人生活的方方面面。

以传承 致敬经典

上世纪 60 年代至 90 年代，五粮液在众多白酒品牌中独领风骚。如今，穿越时空的“经典五粮液”再现，以最深沉的文化自信和民族情怀迸发光彩。

专家研究表明，“经典五粮液”采用多粮酿造，能够营造出更好的多样性生态环境，富集更多的酿酒功能微生物，使酒体中生成更多的风味成分和功能活性成分，赋予酒体更加丰富的香气和味觉感受。

经典之核源自对品质的自信，以匠心酿造的“经典五粮液”，以“天地精酿、分级精选、十年精陈”三大核心优势来致敬经典。

“天地精酿”，产自“地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏白酒的地区”，出自不间断生产 650 余年的明初古窖池群；“分级精选”，传承五粮液传统酿造技艺，全程优选，量质摘酒，百里挑一；“十年精陈”，基酒经传统陶坛储存陈酿 10 年以上，酒体风味更加独特、历久弥香。

在如今“不缺酒但缺好酒”的时代，“经典五粮液”承载着的集体记忆和极致回味，将以更加美好的品质带给消费者更美好的享受。



宜山宜水醉宜宾

独特的酿酒环境孕育出浓香经典

经典白酒的酿造之所以具有超越时代的生命力，不仅取决于严苛的酿造工艺，还跟气候、水源和植被等自然条件所相关。

“中国美酒五粮液，玉液琼浆香寰宇，一枝独秀蜀山水，千种佳酿总宜宾。”这里独特的气候、土壤、水资源和植被等自然条件孕育着一条微生物生态链，这条生态链见证了数千年的酿酒劳作，最终进化为适宜酿酒、适宜酿好酒的生态环境。

美酒生态链

从“燹姑酿酒”传说，到唐代的“重碧酒”、宋代的“姚子雪曲”以及如今的五粮液，五粮液酒的发展历程虽然以不同的形式在历史中出现，但一直是中国名酒代表。五粮液酒之所以能成为千百年来人们津津乐道的经典，与其不可复制的地理环境有莫大关系。

正所谓，一方水土养一方人，一方山水产一方美酒！宜宾的核心产区地处北纬 30 度附近，被联合国教科文及粮农组织定义为“在地球同纬度上最适合酿造优质纯正

蒸馏白酒的地区”。长年封闭和湿热气候适于酿酒微生物繁衍，这一带制作的曲药，皮薄、菌丝分布均匀，有益微生物种类繁多，曲香扑鼻，可为酿制优质酒提供充足的“动力”。

五粮液的酿酒用水，是垂直深入岷江中心河道打入地下 90 多米深，通过 400 米隧道抽取的富含矿物质的古河道水。岷江水基本是雪山水融化，水质优良，杂质少，富含对人体有益的 20 多种微量元素。地底水经过了泥沙岩石层的天然过滤，更保证了水的质量，五粮液深受世人喜爱，就不足为奇了。

宜宾的土壤资源丰富，对于五粮液酿酒所需的粮食作物的生长有着深刻的影响。特别有一种黄粘土，含沙量少、细腻、粘性强、呈弱酸性，而且富含磷、铁、镍、钴等微量成分，非常适合酿酒微生物的栖息和生长繁殖，一直是浓香型酿酒生产筑窖的专用泥土，这种原产地资源的稀缺性，也是五粮液浓香天下的奥秘之一。

宜宾独特的气候、土壤、水源、植被和微生物之间相互配合、相互协调、相互平衡，既有独特地域环境的自然反映，又有人们发挥自己的感悟和灵性去迎合自然营造生物环境的反映，这聚日月之精华而成的玉液琼浆让五粮液成就经典，代代相传。

举一杯酒，品到的岂止是美味。浓缩的，是天地精华；延展的，是民族精神和世界精彩。



五粮“刚刚好”

粮为酒之肉。宜宾土壤丰富，有水稻土、新积土、紫色土等六大类优质土壤，非常适合种植高粱、大米、糯米、小麦、玉米等粮食，而这些正是五粮液酿造配方中的主要原料。特别是宜宾紫色土上种植的高粱，属糯高粱种，所含淀粉大多为支链淀粉，是五粮液重要的酿酒原料。

“莽子成半黍半成，大米糯米各两成，川南红粱凑足数，地窖发酵天锅蒸。”五粮液的浓香源自独特的五粮配方，在历史中传承，在传承中发展，在一代又一代五粮液人的努力下，形成了多粮酿酒的最佳方案。

现在的五粮液配方中，高粱含有白米、白面中所缺乏的营养素和较多的膳食纤维；大米富含淀粉、蛋白质、维生素及 11 种矿物质；糯米富含 B 族维生素，能温暖脾胃，补益中气；小麦有滋养人体的重要物质，还有抗癌防癌的效用；玉米具有长寿、美容的作用。这五种粮食科学合理的配比，保证了五粮液的美味、健康，使五粮液酒恰到好处地体现出不同粮食风味、发酵风味的有机结合，呈现出一种复合之美、融合之美、全面之美。

五种粮食中和在一起，不是简单的归纳总结，而是把五种粮食的烈、甘、清、辣、甜、香、醇七味融于一体，融合自然淳朴之道，形成“香气悠久，味醇厚，入口甘美，入喉净爽，各味谐调，恰到好处，尤以酒味全面而著称”的独特风格。“七味”中，稍稍偏向某一味，或腻口发渴，或辛辣粗糙，或淡口无味，或体中憋闷……留给人们美中不足之憾。而五粮液酒“中和”得恰到好处，烈而不猛，香而不腻，入口甘美，犹如品味人生，回味悠长。

五粮液以“和谐包容、美美与共”的理念、“恰到好处”的哲学思维，经由传统酿造工艺将五种粮食的优点汇于一“液”。追求完美的五粮液人不断完善着酿造技术，使传统白酒酿造达到一个全新的境界。

从长江走来，用绿色健康的配方和浓厚的酒香征服了世界，五粮液酒延续了中国白酒的传奇故事。

经典白酒的酿造之所以具有超越时代的生命力，不仅取决于它在酿造之初所蕴含的丰富元素及悠久历史，还取决于后来者在传承与创新中赋予它更加健康适宜的醇香口感，更加科学、更加严苛的酿造方法。

口味上，“经典五粮液”更加突显五粮液的主体风格，具有陈香浓郁、窖香幽雅、入口绵甜醇和、入喉净爽丝滑、回味悠长的风格特点，蕴含其中的是中庸和谐的内在美。



历久弥新 岁月“窖”香

2005 年，位于天安门广场的中国国家博物馆里，一块毫不起眼的灰褐色泥巴，与秦始皇陵的划船陶俑、中国最早的人造铁器等考古文物一起，戴上国宝桂冠，令众多参观者瞩目。

被世人瞩目的这块泥巴，它来自于长江之滨五粮液古窖池，古窖泥至今已有 650 余年的历史，是世界酿酒领域现存最古老的一块泥池酒窖窖泥，也是唯一“活着”的国宝。历经岁月的积淀，窖池中的微生物种群已达数百种，每一克的古窖泥里含有数以百亿计的酿酒微生物，被科技界称为“微生物黄金”。

酒业有谚语：“千年老窖万年糟，酒好须得窖池老。”如今这些古窖池仍然默默地出产着好酒，其传统的酿酒工艺出产的品质卓越的美酒，是五粮液的精髓所在。

如果离开了独特的生存环境，这些古窖泥就无法真正存活下去。古窖泥里的微生物是厌氧菌，离开了原来的生存环境，这些微生物会长出“芽孢”，芽孢处于暂时的应

激休眠状态，只有回到原来环境，才会生长出新的微生物。尽管如今菌种提纯、培养繁殖可以利用科技手段，但目前科学界对微生物的认识不足 40%，五粮液明代古窖的微生物种群所需的自然地理环境是无法复制的。

宜宾温暖、湿润、少日照、微风，四季如春的亚热带湿润季风气候最适合酿酒。而宜宾酒窖的地面温度，常年维持在 10 摄氏度至 20 摄氏度，正是酒窖中的酿酒微生物得以正常生长的温度。

五粮液明代古窖泥正是在这种特殊的地质、特殊的土壤、特殊的气候条件，在特定的工艺条件辅助下，通过长期不断培养形成的。而黄泥含有的铁、磷、镍、钴等多种元素，对酒的品质起着重要作用，尤其是起固化作用的镍和起催化作用的钴。

种类繁多的微生物和香味物质，最终赋予了五粮液浓香型酒特有的香味和风味：酒味全面、层次丰富，各味谐调、恰到好处。

匠心复刻经典 技艺成就不凡

宜宾，这座饱含古韵气息的城市中，有一群挥铲、拌料的凡而不凡的人。
他们不惧时代的更迭，用炽热的匠人之心将自己的酿酒故事深深地刻印在时代的记忆里。
他们坚定、执着、专注，择一事终一生。
酿酒的发展离不开他们，有他们的存在，才有如今香飘四溢的美酒。
一年又一年，坚守的是使命，不变的是初心。
十年，二十年，五十年，一百年，一千年。创作经久不衰的万世之作。
一人坚守，成就一瓶美酒；一群人坚守，成就一个民族品牌；几代人坚守，便成就了传世经典。
五粮液一脉相承逾千载，在时间的长河中，五粮液人在不断的实践中发明，创造出了沸点量水、包包曲、勾调双绝、双轮底发酵、跑窖循环等创新工艺，使之在中国白酒行业绽放成为一朵绚丽的奇葩。

追求极致臻酿 “三精” 奠定的品质经典

质量之魂，源于匠心。作为中国白酒龙头企业，五粮液云集了一批酒业的制曲、酿酒、勾调大师……他们长期扎根生产一线，坚守匠心、精炼匠技、付诸匠行、铸造匠魂。由他们组成的一代代五粮液匠人，传承着古老的酿酒技艺，秉持着不变的千年匠心，铸就了五粮液至臻的质量丰碑。他们用实际行动践行了“让劳动光荣、创造伟大成为铿锵的时代强音”，不断筑牢五粮液的品质根基，为推动企业高质量发展贡献了力量。

坚守匠心，坚守传统，坚守工艺，坚守品质，方能铸就中国白酒经典。

经典之所以为经典，品质是决胜之道。2020 年发布上市的“经典五粮液”其品质可以用“三精”来加以概括，即“天地精酿”“分级精选”和“十年精陈”。

“天地精酿”涵盖自然环境、工艺传承、五粮配方、窖池优势等因素：产区地处北纬 30 度附近，气候、土壤、水源、植被和微生物条件独特，被联合国教科文及粮农组织定义为“地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏白酒的地区”。

“经典五粮液”在明代古窖池群及“活态”传承窖池中酿造而成，古窖泥中含有丰富的功能微生物，通过长期反复“以糟养窖，以窖养糟”的循环，赋予了“经典五粮液”幽雅的古窖香。

“分级精选”，从全程优选、质量分级到量质甄选、百里挑一，品质护航让“经典五粮液”成为更高级的“超优选手”。被列为国家级非物质文化遗产的“五粮液酒传统酿造技艺”是工艺条件极端、发酵周期最长、操作工序最多、工艺要求最细、生产成本较高的酿酒方法之一，从粮食制曲到酿酒的每一个环节都遵循着“优中选优、花中选花”的质量分级原则。

而在蒸馏取酒的过程中，具有丰富感官鉴定经验的酿酒技师会严格按照五粮液基酒质量标准来分级摘酒。通常 100 斤酒只能摘出 15 斤左右的酒才能满足作为五粮液基酒苛刻的品质要求。“经典五粮液”，则是在五粮液的基酒当中再次甄选，具有“百里挑一”的品质。

“十年精陈”方成一瓶“经典五粮液”。酿造一瓶好酒，时间是最奢华的成本，“经典五粮液”选取完全按照传统陶坛储存方式陈酿 10 年以上的五粮琼浆作为基酒，通过精心勾调，得到醇厚丰满、细腻圆润、净爽丝滑、余香持久、各味谐调、恰到好处、延绵回味的极致口感，具有陈香幽雅、窖香浓郁，多粮香、糟香、曲香复合的特点。





“1366”酿造秘诀

“大国浓香”的制胜法宝

曾经的五粮液，无疑是一个时代的印记，那个年代的一切尽在一瓶酒中。如今的“经典五粮液”，更是我们如今这个时代特有的记忆，重塑经典，本就是一次创新之作，在这瓶佳酿中，蕴含的不仅是浓浓酒香，更多的是五粮液传承千年的匠心、至臻工艺，以及创造不凡的追求。

作为浓香型白酒的典型代表，除了“固态续糟、泥窖发酵、分层蒸馏”这些中国白酒固态发酵共性生产工艺外，五粮液还有自己独特的秘诀——“1366”，即一极、三优、六首创、六精酿。

从原料进厂、磨粉、制曲、酿酒、勾调，到包装，五粮液的整个生产过程有 100 多道工序。这些复杂的酿酒技艺源自一代代五粮液人秉持工匠精神，对酿酒技艺精益求精的追求。

“1366”精炼又形象地概括了五粮液，可以成为“大国浓香”的数字密码。2008 年，“五粮液酒传统酿造技艺”入选国家级非物质文化遗产。

“一极”是指五粮液酿造工艺复杂且相对极端。跟其他酒种相比，酿造五粮液要求入窖酸度高、入窖淀粉浓度高、入窖水分低、入窖糟醅粘性大，因此操作工序多、工艺要求细、生产成本低、劳动强度也大。“浓香型白酒的酿造工艺在 12 种白酒香型中难度颇大。”

五粮液能酿造出卓越的好酒，还有环境、古窖池、匠人匠心“三大优势”。



宜宾独特的气候、土壤、水源“三位一体”的自然条件，有利于窖泥的老熟，制曲微生物的富集，酿酒微生物的生长、繁衍；“千年老窖万年糟”，五粮液拥有的古窖群历史悠久，其中始建于 1368 年的明代古窖池群，已持续使用 650 余年，是现存最古老的地穴式发酵窖池；匠人匠心一脉相承，从献出“陈氏秘方”的邓子均，到勾调大师范玉平、范国琼父女，酿酒大师刘友金，再到如今五粮液十里酒城近万名酿酒工人，他们传承着精益求精、追求卓越、严谨细致的工匠精神。

在严格工艺流程的基础上，五粮液还进一步形成精湛的操作技艺，总结形成分层入窖、分层起糟、分层蒸馏、量质摘酒、按质并坛、分级储存“六精酿技艺”。通过层层甄选，“优中选优、花中选花”，最终只有不到 20% 最优质的部分，才能作为生产“五粮液”的基酒。

假天工之巧，可以开物；聚执着匠心，方可出奇。独具特色的自然地理优势、匠心工艺……“1366”所代表的酿造秘诀，正是一代代五粮液人秉持这样的“匠心”之道，它让田间一粒粒好粮变成餐桌上一杯杯美酒，让纯粹的中国匠心之作传世飘香。

创新 突破经典

“六首创、六精酿” 层层臻选五粮液

在五粮液的引领和多家白酒企业共同努力下，浓香型白酒成为了目前市场消费主流，消费占整个白酒市场的七成。

在多年“层层臻选、匠心酿造”的过程中，五粮液首创了六种酿造工艺，引领中国白酒生产风尚。

“六首创”即五粮配方、包包曲、跑窖循环、沸点量水、双轮底发酵和勾调双绝。

之首是五粮配方。五粮液人遵循传统，将“陈氏秘方”作创新调整，形成了现代科学的五粮配方：高粱 36%、大米 22%、糯米 18%、小麦 16%、玉米 8%。几种粮食相互谐调，达到醇香、纯正的境界，规避了一种原料酿酒的风味单一、口感欠佳的不足。所以，五粮液酒与其它白酒相比，“尤以味全面”而著称。

包包曲，兼顾中温曲和高温曲的优点，具有丰富的菌系和酶系，为发酵生香提供动力；跑窖循环，有利于整个酿酒区域发酵水平的平衡和提高；沸点量水，有利于出甑后粮食的吸水及糊化和糖化，促进入窖糟醅良好发酵；双轮底发酵，充分利用古窖池的资源优势，生产高水平、高质量的调味酒；勾调双绝，是计算机勾调专家系统与人工勾调技术的完美结合，能提升勾调效率和保证产品质量。

尽管五粮液经严格工艺酿出的已经算是好酒了，但五粮液还不满足，而是进一步采取严格精湛操作技艺，通过分层入窖、分层起糟、分层蒸馏、量质摘酒、按质并坛、分级储存“六精酿”，高质量标准，层层臻选，“优中选优、花中选花”，同样的原料，同样的工艺，同样的酿造，同样的蒸馏，只有约五分之一的臻品才能成为五粮液。这就是五粮液著名的“五一法则”。



比如，“生香靠发酵，提香靠蒸馏”，不同层次糟醅的发酵状况和酒质不尽相同，因此五粮液进行分层起糟；分层蒸馏则能避免窖池里各层次糟醅混杂而导致全窖酒质下降。量质摘酒，可以做到同一层次的糟醅进行分段摘酒，掐头去尾、边尝边摘，摘出具有五粮古窖复合香气的基础酒。

工欲善其事，必先利其器，对五粮液来讲，其“器”就是五粮液的极致酿造工艺。

五粮液古窖池的稀缺，极致工艺的稀缺，就导致五粮液酒的稀缺。

“经典五粮液”作为五粮液产品的经典再现，具有穿越时代、占据记忆、见证当下、昭示未来之作用。它不仅浓缩了几代人关于建设与改革的沥血之情，还领略过我们的喜怒哀乐，点亮过我们的平淡岁月，定格过我们的高光时刻，成为我们几代人的集体记忆。此为拼搏向上的时代精神美。

坚守 初心不变

匠心淬炼的白酒味道

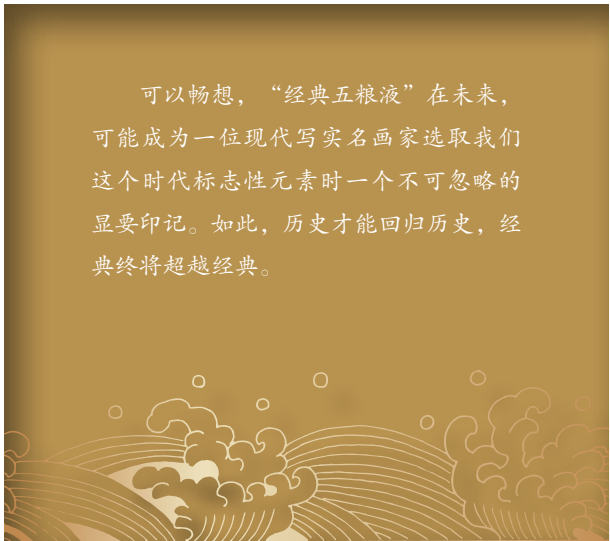
坚守传统，是中国酒业守道之本。经典之所以为经典，是因为经典往往是从无数优秀产品中脱颖而出，在人们心中留下记忆的产品。这样的产品，必然是优中选优的匠心之作，而重塑经典，则是在优中选优的基础上加上符合当前时代的印记，使经典之作再酿辉煌的挑战。

五粮液对于“经典五粮液”这个挑战显然充满信心。这个信心来自于对产品品质的把控和对待经典的匠心坚守。

“有儿不进武糟房，有女不嫁烤酒匠。”一句顺口溜，道出了众人眼中酿酒工作的艰辛。屈万聪却从未在意，自 1995 年以来，一头扎进五粮液 501 酿酒车间，已经在那里度过了 26 个年头。他从一名普通的酿酒工成长为一名精熟极致酿艺的“大国工匠”，还把自己的儿子也送进了酿酒车间。

作为车间里的技术骨干，屈万聪认真研究五粮液传统工艺，把匠人精神倾注在数百年古窖上。他说，在五粮液酿酒，就意味着要择一事、终一生，方能做好。

“五粮液的酿酒工艺极其复杂，像分层入窖、分层起糟、分层蒸馏、量质摘酒、按质并坛、分级储存等这些五粮液独步酒林的精酿技艺，没干上十年二十年是很难掌握其精髓的。”屈万聪看来，这不仅需要长时间的技能锤炼、经验积累，还需要悟性。



可以畅想，“经典五粮液”在未来，可能成为一位现代写实名画家选取这个时代标志性元素时一个不可忽略的显要印记。如此，历史才能回归历史，经典终将超越经典。

屈万聪担任酿酒组长后，针对酿酒生产中关键工序的技术要求，以及自己班组生产过程中出现的实际问题，在摘酒并坛上苦下功夫。“摘酒如果贪多、不分质，或对干、湿糟摘酒认识不足，将影响古窖池固有的窖香。”屈万聪从整体的风格特征把关，坚持按照工艺要求量质摘酒、按质并坛。通过他和班组的刻苦钻研和认真摸索，酿造出的基酒甜爽净，各味谐调，回味悠长。

在五粮液酒香四溢的车间里，这样把毕生精力倾注在酿酒传统工艺上的匠人不止屈万聪一个。正是他们冒着严寒酷暑，恪尽职守，才有了一瓶瓶品质卓越的美酒。

“和美”文化加持 赋能经典内涵

文化是品牌建设的灵魂，集中展现品牌的价值和精神。文化对企业发展的影响是长期的、广泛而深远的，是企业凝聚力、创造力和竞争力的重要源泉，是企业核心竞争力中最重要的软实力，尤其对跨越千亿台阶的行业龙头企业而言更是如此。

酒者，五谷之精华，文化之载体。中国白酒是中国传统文化智慧的结晶，也是中国文化中最独特、最鲜明的符号。作为中国白酒龙头企业，五粮液始终以传承和弘扬传统文化为己任，为中国文化事业的发展积极贡献力量，让底蕴深厚、历史悠久的中国传统文化焕发新的活力。

和美文化

彰显五粮液酒道之大“和谐”

美酒与文化是如此的相辅相成，历经中华五千年的风华。五粮液是“天地人道”的集大成者，从“重碧酒”“姚子雪曲”到“杂粮酒”，再到如今的五粮液，“五粮配方”是经历了上千年的历史演进的精髓。

“五土浩浩，五谷穰穰。为酒为醴，惠我家邦。九五至尊，吉祥千秋。五粮酒圣，伏惟尚飨！”这是我国著名

文艺评论家、作家何开四先生所作的《酒圣赋》节选，“赋”雄深雅健，写出了五粮液浑厚的气势，点出了五粮液浓郁甘美的酒香，折射出五粮液深厚的哲学思维。

五粮液五种粮食完美融合是“恰到好处”的直接体现，而“恰到好处”的哲学思维深处，正是“和谐”之道。

在数千年的历史传承中，五粮液始终以五行哲学思想的“和谐”立根。五粮配方，蕴含着相生相克、阴阳调和的五行智慧以及恰到好处的“和美”，深厚而独到的文化内核是五粮液的丰裕土壤，所秉持的“和美”更是中国传统精神在酒文化中的集中体现。

纵观泱泱中华，“和美”文化已经成为影响深远、渗透于民族性格精髓之内的传统文化。

五粮液的美，不仅仅有其天人合一的品质之美，更有其“和谐”的智慧之美、思想之美、人格之美。品一杯五粮液，品味的是为人之道、处世之道、和谐之道、进取之道，品味的是深厚积淀、生生不息、恰到好处的中华文化精髓。

“和美”的意义并不囿于五粮液自身，更在于行业。“和谐包容、美美与共”都是“和美”精神的具体体现。而五粮液追求的“和美”文化，可具化为“和美”文化理

念下的产品和美、人生和美、社会和美、生态和美等等。

由此，五粮液将“和美”文化中蕴含的天人合一的宇宙观、协和万邦的国际观、和而不同的社会观、人心和善的道德观，一以贯之地体现在当代中华儿女的国家情怀、民族情感、社会情境和个人情操之中，准确阐释出中国人对幸福的理解和憧憬，这体现出一家连续数年实现业绩“双增长”企业，对于社会的责任与担当。

五粮液通过“和美”文化的表达，将自身品牌诉求与社会普世价值观相连，体现了头部企业的责任与担当。



展现行业担当
“和美” 酝酿社会力量

翻看五粮液的发展史，共酿和美生活一直在路上。

将社会责任融入到企业使命，是一家公司从“大”到“伟大”的必由之路。作为一家以酒业为主的知名企业，五粮液一直是国人心中的超级品牌。一方面，五粮液优质的产品俘获了无数消费者的心，另一方面则是五粮液一直积极参与扶贫济困、支援灾区、关怀行业等公益活动。

长期以来，发挥国企担当、反哺社会、主动作为是五粮液集团始终坚持的初心。不断创新，勇于实践，聚焦社会焦点问题，五粮液集团在抗震救灾、精准扶贫、希望工程、朝霞工程、公共建设等社会公益事业中，不断践行着社会责任。以帮扶、捐赠和资助等方式，通过“人才派驻”“产业帮扶”“以购代捐”“支教助学”等举措，建立起社会援助体系，搭建了帮扶平台，切实帮助贫困区域精准扶贫、脱贫，帮助困难学生完成学业，帮助弱势群体得到社会关爱，以坚定的信心和踏实的作为书写了一个白酒行业的名片，一个中华老字号企业的使命担当！

疫情无情，人间有爱。2020 年伊始，新型冠状病毒肺炎牵动着每个人的心。五粮液集团积极落实省市疫情防控部署和应急防控体系建设，捐赠、款物，还组织了一批医用酒精、呼吸机、医用口罩等应急物资支援一线抗疫工作。

经济社会是一个动态循环系统，不能长时间停摆。对于一个有责任感的国企而言，大疫面前，要尽自己所能，打好、打赢这场疫情防控的人民战争、总体战、阻击战，更要坚守自己的岗位，努力实现经济社会发展目标任务。

爱心长跑没有终点。哪里有危难，哪里有需要，哪里就有五粮液人的身影。他们始终如一弘扬着担当精神，时刻准备着为苦难中、困境中一切需要帮助的群众提供及时有力的援助，将五粮液爱的力量传递到社会各方。



品五糧美酒天地同光
賞中華文化源远流長

三江之水流不尽
五粮液酒永飘香

坚定文化自信
以“中国气派”立于世

习近平总书记曾指出：“中华文化既是历史的、也是当代的，既是民族的、也是世界的。”

只有坚定文化自信，才能既不忘本来、各美其美，又能吸收外来、美人之美，更能面向未来、交融整合、美美与共，从而在继承中与当代生活相适应、与现代社会相协调，实现创造性转化和创新性发展，在借鉴中完成创造性超越与中国化。

白酒是一个历史悠久，具有鲜明民族文化特色的传统产业。五粮液所代表的中国白酒文化，始终秉持世界文明一家亲的理念，共筑“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”的世界文明家园，并更多体现中华文化精髓、反映中国人精神追求，让我国白酒以鲜明的中国特色、中国风格、“中国气派”屹立于世界。

产品成就品牌，品牌成就企业，企业回馈社会。从历史的发展进程来看，只有那些能把商业价值与社会价值统一，平衡好追求利润与社会责任间关系的企业，才能不断提升品牌价值，并长期立于不败之地。而作为大型国有企业，在承担社会责任方面，五粮液无疑为中国企业树立了标杆。

按照“十四五”规划纲要明确的目标，到 2035 年，要广泛形成绿色生产生活方式，碳排放达峰后稳中有降。这一目标的提出，意味着国内未来产业格局将发生巨大变化。五粮液集团党委书记、董事长李曙光表示，“十四五”时期，五粮液将进一步树立“生态优先、绿色发展”理念，争创“零碳酒企”。

“中国白酒是我国传统优势特色产业，要进一步推动中国白酒成为世界白酒。”五粮液将把握好共建“一带一路”高质量发展的战略机遇，打造“中国酒 + 中国菜”“展示 + 品鉴”“产品 + 文化”的海外运营模式，拓展海外市场，讲好中国白酒故事，引领中国白酒和文化“走出去”，推动白酒行业构建新发展格局，向世界酒业价值链高端不断迈进。

“天地精华、民族精神、世界精彩”，从中，我们能够读出五粮液正以开放之态塑造民族品牌形象，正以“和谐包容、美美与共”之姿绽放大国浓香光芒。

以经典致敬 美好生活

时代对品质的追求永不止息，但凡精品，必为匠心雕琢，潜心营造的结果。

作为浓香型白酒的典型代表，五粮液始终秉承“弘扬历史传承，共酿和美生活”的企业使命，用时间和匠心酿造极致品质，以五粮佳酿满足消费者对美好生活的追求。

翻看五粮液的发展史，共酿和美生活一直在路上。近年来，五粮液积极响应“坚定不移打赢脱贫攻坚战”号召，积极带动川南地区、雪域高原贫困群众踏上脱贫致富之路；连续多年冠名中国国际西湖情玫瑰婚典，以酒为媒、和美为上，致敬民族和谐繁荣，展现中华56个民族团结一心、和谐相处的和美大爱；创建“零碳酒企”，争做中国酿酒行业“碳中和”文化的先行者，打造行业绿色发展标杆……

作为中华老字号，五粮液在推动企业发展的同时，坚定地将“和美”文化推及整个社会，让五粮液的“和美”理念与人们对美好生活的追求同频共振。

集五谷精华成玉液的五粮美酒，不仅装满了历史和时间的味道，也装着中国传统的五行哲学，装着人们对和谐美满，幸福生活的期盼。

美好生活必有美酒相伴。

五粮液具五粮之美名、五绝之酿艺、五味之恰好、五行之修为、五善之品格，从产地、原料、酿造过程到口感、香气，无不体现“和谐包容、美美与共”的和美理念。

五粮美酒代表了开放、包容、和谐的中华文明精粹，契合中华传统家庭观、幸福观中对生活和谐、人生圆满的期盼，尤其适合表达家庭美满、和谐幸福的诚挚祝愿，淋漓尽致地诠释了中华优秀传统文化之美。

而“经典五粮液”则是其中的典型代表，一杯承载着五粮液“和美”文化使命的“经典五粮液”，开瓶之际，香气四溢、满屋飘散，让华夏儿女沉醉于幸福、和美的滋味。

经典，是记忆，是情怀，是传承，是对美好生活的致敬。

“经典”被满腔情怀的匠人精心酿造成一瓶时光臻酿——五粮液。它历经时间洗礼、岁月沉淀，凝聚了历代五粮液人的匠心坚守，蕴藏着每一代消费者的美好记忆。

时代呼唤经典，五粮液以追求极致的经典品质和人们喜闻乐见的经典造型致敬美好生活，更彰显了五粮液追求美好生活的决心与情怀。

一代代工匠精神传承，一窖窖极致精酿延续，一杯杯五粮液美酒面世，仿佛看到五粮液禀赋自然，不负先贤，“为消费者创造美好”而努力奋斗的身影。经典属于过去，但经典也必将抵达未来！

未来，五粮液将继续不忘初心，砥砺前行，向世界讲好中国白酒的传承与创新故事，用经典产品致敬时代，满足人们对美好生活的向往。

举一杯美酒，愿生活和和美美、国家繁荣昌盛、世界和合共生。一杯五粮液，映照着酒杯里的华夏，一杯酒就是一个世界。④

辣椒入川史

编写 / 赵寒

众所周知。四川人对辣有特殊的嗜好，可以说无辣不欢，火锅、麻辣烫、麻辣兔头等四川知名美食都可称得上是大型吃辣现场。但是辣椒并非是四川的特产食物，作为一种舶来品，辣椒到底是怎么来到四川，又是怎么征服这一片土地的呢？

辣椒入世，远渡重洋

辣椒，虽然属于川菜的灵魂，但实际上是一种来自美洲的红色果实。根据研究得知，辣椒最早的产地在墨西哥东南部的特瓦坎谷地。公元前 5000 多年，生活在那片土地上的玛雅人学会了种植并使用辣椒，所以，辣椒实际上可以说是人类种植的最古老的作物之一。

1492 年，哥伦布发现了新大陆，在给欧洲带去大量黄金的同时也带去了辣椒这种红色的果实。但最初，高贵的欧洲人并不接受这种刺激性的食物，不仅味觉难以接受，而且他们认为这种吃了会冒汗的食物极其不雅，因此在很长一段时间内，辣椒都被欧洲人避而远之。

直到欧洲人进入非洲后，这种刺激性的食物受到了非洲人们的欢迎，甚至一度成为了一种硬通货，使得当时的

奴隶贩子们在运送黑奴时不得不携带大量的辣椒，也让欧洲人突然觉得，或许这种不受自己喜爱的刺激性食物能够成为一种贸易品。

正是因为这个突然的灵感，使得辣椒得以更早进入中国，也让更多的学者认为：辣椒是通过海路进入中国的。

辣椒入国，错当花卉

中国关于辣椒的最初记载是在明代，明代高濂的《遵生八笺》（1591 年）中记载：“番椒丛生，白花，果俨似秃笔头，味辣色红，甚可观。”所以，请忘记那些时代背景在明代以前的古装剧中明晃晃红艳艳的辣椒吧，无论它们给剧情添了多少乐子，为画面添了多少美感，那时候实在是不会有。

奇妙的是，辣椒最开始传入中国时，并不是作为调味品。喜好风雅的明代人见其花朵娇艳欲滴，便把它错当作一种花卉，即使是在《遵生八笺》里，辣椒也是被记入“四时花纪”这个栏目中的。其实不难理解，比起辣椒花的小清新，辣椒的味道实在是过于刺激。对于将辣椒摆上餐桌，人们还保持着较高的警惕。

如果你还记得第一次吃辣椒时嘴巴冒火的感觉，便能与最先尝试辣椒的人产生足够的共鸣。而且，明末江南富庶之地崇尚食材的原味，从口感上是以甜为贵。在这种背景下，辣椒的辛辣刺激显然上不了台面。

当时的中国已有“五味”的说法，但不是我们如今的“酸甜苦辣咸”。其实，中国古代并无现代意义的“辣”，先人把刺激性的味道叫“辛”，“五味”的初始说法是“酸甘苦辛咸”。这也从侧面可以看出，那时候的辣椒并没有被摆上餐桌。

辣椒花的美好，一直持续了上百年。《遵生八笺》里对辣椒的记载，也不过惊鸿一瞥，因为在我国现存的数千部地方志当中，均没有明代关于辣椒的记载，直到清康熙十年（1671）时，辣椒才现身于浙江《山阴县志》：“辣茄，红色，状如菱，可以代椒。”而在此时，辣椒已成为了胡椒的替代品。



辣椒入川，引爆味蕾

从最初的记载可以看到，辣椒进入中国的轨迹是由江浙一带开始的，但那时候的江南水乡并未吃辣，到底是什么原因，又在哪里让辣椒突然被摆上了餐桌呢？

答案是贫穷和饥困，让辣椒走上餐桌。

在物质远非富足的时代，人们的选择总是有限的。饥饿和穷困成为接纳辣椒的契机。

清初，万山环抱的贵州因交通不便，食盐和蔬菜极度匮乏，人们迫切需要一种食材来缓解饮食的



辣

Hot pepper



寡淡。清代康熙年间，贵州及其相邻地区以辣椒佐餐，当地的“土苗”用它来代替盐，于是，辣椒得以走上餐桌。

辣椒在湖南留下了密集而鲜明的足迹。清康熙二十三年（1684）的《邵阳县志》和《宝庆府志》，首次出现“海椒”的记载，这疑似证明了辣椒是从沿海地区传入湖南的，同时也暗示“海椒”之称可能是源于湖南。这个记载，比《山阴县志》仅仅晚了 13 年，但却比周边省份要早得多。

明末清初，四川因战乱，人口稀少，而这个时期当地的史志也留下了大量空白，但随之而来的“湖广填四川”却促进了民间的饮食交流，扩大了辣椒的领地。乾隆十四年（1749）的《大邑县志》，在四川首次记载了辣椒：“家椒、野椒、秦椒，又名海椒。”按时间来说，这就要比湖南晚 65 年。

辣椒是最后才传入四川的，然而川人在邂逅辣椒之后，并没有像其他地方那样喜新厌旧，而是让花椒与辣椒“团结一致”，联手去挑战川人的神经和舌头，从而形成个性鲜明、威震四海的“麻辣”风味。清嘉庆年间，四川全省有十多个县志、州志都有关于辣椒的记载。光绪以后，川菜菜谱中也开始大量出现辣椒的身影。

据清末傅崇矩的《成都通览》记载，当时在成都的 1300 多种菜肴中，辣椒已成为主要佐料之一。清末徐心余的《蜀游闻见录》也说：“惟川人食椒，须择其极辣者，且每饭每菜，非辣不可。”

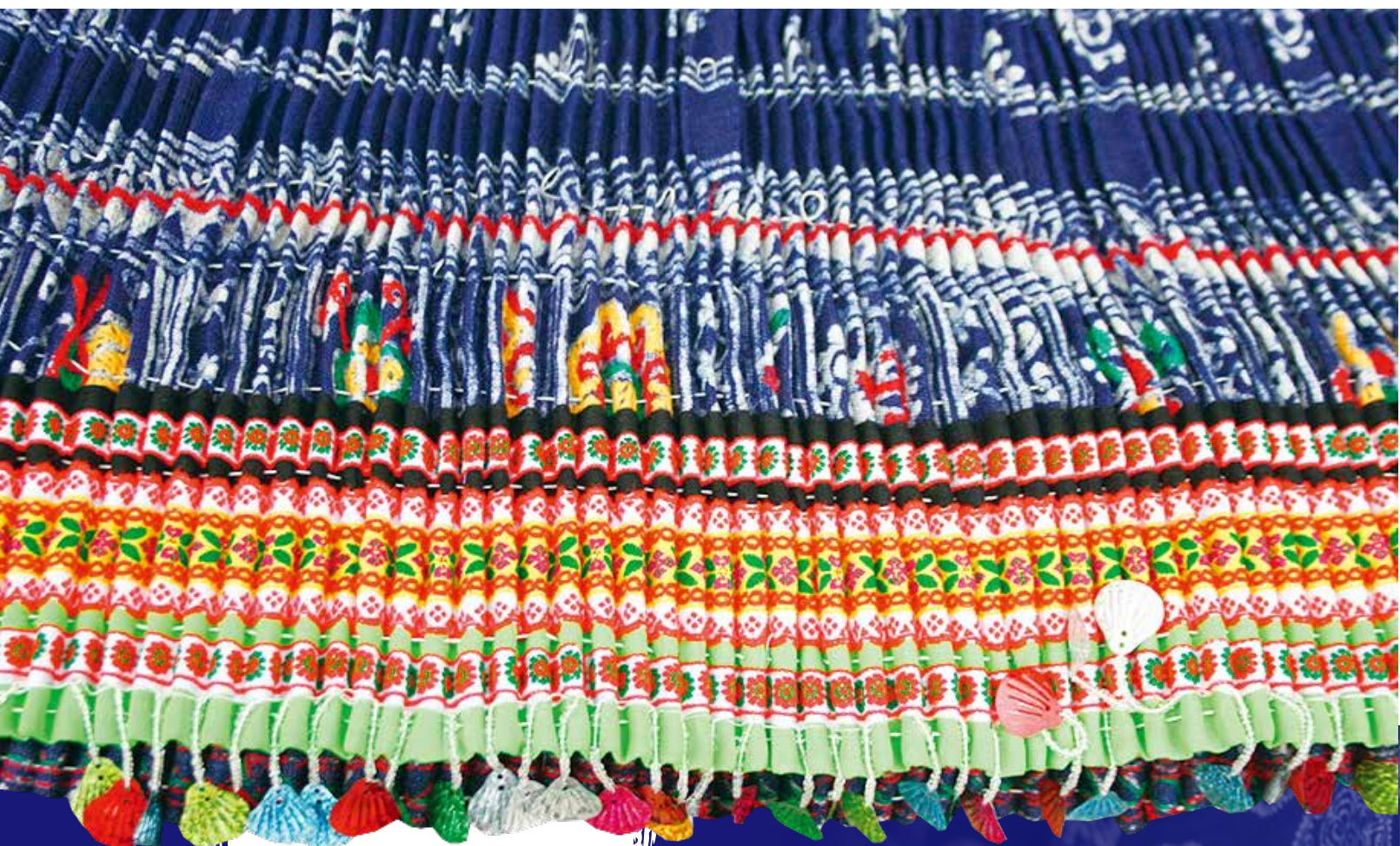


辣椒与四川，是天作之合。四川地处盆地，四面环山，湿气较重，而辣椒具有祛湿的功效。加之历史上四川地处山区，山高路险，道路崎岖，交通极为不便，劳动人民生活极为困苦，饭菜缺油少盐、难以下咽，为了解决这一难题，只得用辣来调味，以解决油盐不足的难题。辣就是辣椒，经常食用辣椒，长此以往，爱吃辣也就成为一种特殊的饮食习惯。

辣椒解决了四川人的饮食需求，四川人也将辣椒进一步发扬光大。或许辣椒自己都没想到自己能在世界上流传这么广。原本作为一种植物，生长在远离人烟的北美大陆，却在四川这个地方大受喜爱，甚至作为川菜的灵魂，走向全球。

辣椒传入中国 400 多年，传入四川 300 多年，凭借耿直火爆的个性点燃了全中国的味蕾，也重塑了这片土地的饮食版图。

直到现在，它仍在人口的流动中持续散发着魅力。无论是辣味浓郁的川菜在大街小巷的红火，还是餐桌上随手加入的一枚枚辣椒，甚至是拌饭酱里一滴点睛的红油，都在把这种植物的旺盛生命力延续下去。🌶️



珙县苗族蜡染

一个民族的文化密码

文 / 段文静

图 / 部分图片曾朗提供

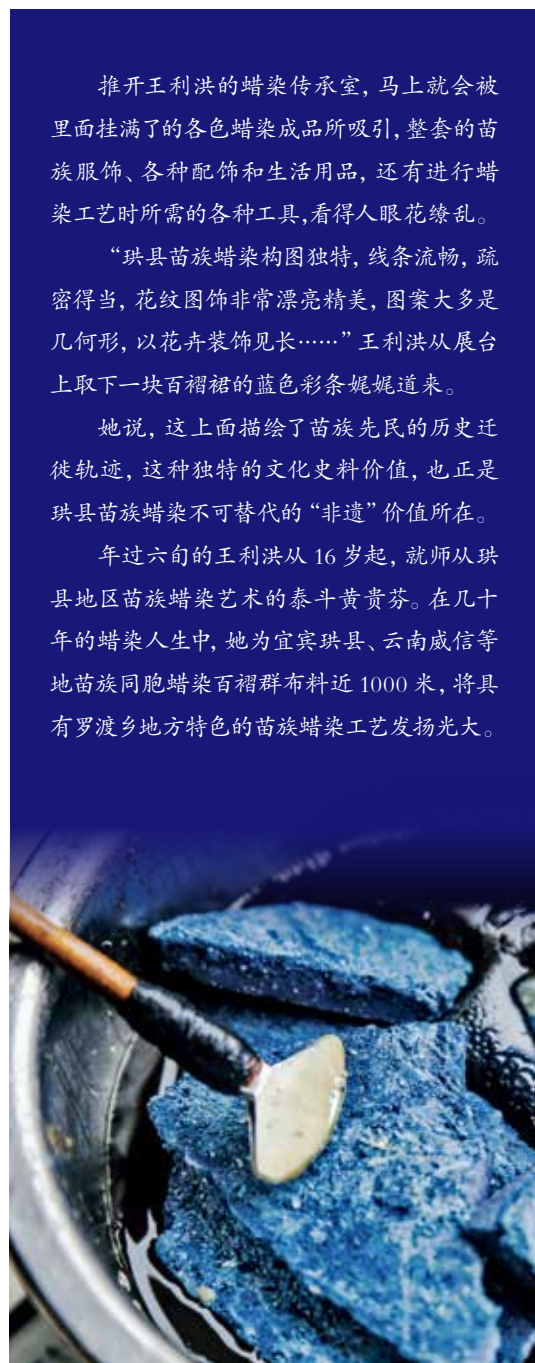


艺术之花 古老的民族符号

蜡染，古谓之蜡缬，与绞缬（扎染）、夹缬（镂空印花）并称为我国古代三大印花技艺。据史载，早在秦汉时代，勤劳智慧的苗族人民就已掌握了蜡染技术。此后，在长期历史发展中，他们以其千姿百态、绚丽多彩的蜡染制品，培育了这枝古朴娇丽的民族艺术之花。《珙县志·光绪版》记载：“罗渡苗民取蜡熔而绘于布，染后煮布洗蜡，成蜡染裙。”

宜宾市的珙县苗族蜡染在四川苗族蜡染中独树一帜。珙县地区的苗族人民常将蜡染成品做衣饰、百褶裙、围腰、卧单、枕巾等，蜡染是当地苗族生活中不可缺少的民间手工艺，更是鲜明的民族文化符号。

珙县苗族蜡染以蓝白二色为主调，也常与挑花、补花相结合，一般是先染后绣，这种工艺品色调丰富，层次分明，既朴实也艳丽。图纹中自然纹与几何纹居多，有的继承于传统，有的源于生活，往往一纹多意。蜡染构图饱满，造型生动，对称均衡，注重图纹组合和视觉顺序的总体效果。主题一般居中，着重突出图纹的完整性、和谐性，有简洁明快特点。密不觉繁复，简不觉单薄。即使在长达丈余的百褶裙上连锁式的构图，由于点线穿插，曲直并存，疏密交错也不觉俗气，富有韵律变化和节奏感。



2010 年，在文化部办公厅公示的《关于公示第三批国家级非物质文化遗产名录推荐项目名单公告》中，珙县苗族蜡染技艺列入该名单，成为了四川省入围的 12 个项目之一。

在苗族中，关于蜡染的起源流传着许多传说。一说是桀骜的蚩尤在中原逐鹿中被黄帝俘获，被锁以木枷示众。《轩辕本纪》中记载：“黄帝杀蚩尤于黎山之丘，掷械于大荒之中、宋山之上，后化为枫木之林。”于是，枫树因沾了蚩尤的灵气而成为蚩尤的象征和化身，成了苗族崇拜的神树。枫树的汁液呈红色，苗族认为那是祖先的血，具有神力，于是用它来描绘自己的图腾和崇拜之物，并制成祭祀用的旌幡和服饰。人们还发现枫液因含有胶质和糖分而具有防染作用，染后图案更加鲜明。日后，枫液的运用逐渐从祭祀用品普及到日用品，这就是枫液染，后来枫树液演变为蜡，即为蜡染。

另一个说法来源于珙县文广新局收集的山野传说。传说很久以前，有一个聪明美丽的苗族姑娘并不满足于衣服的均一色彩，总希望能在裙子上染出各种各样的花卉图案来。一天，姑娘又在寻思中昏昏入睡，朦胧中一位花仙子把她带到了百花园，那里有各种奇花异草，姑娘在花园中看得入了迷，连蜜蜂爬满了她的衣裙也浑然不知。等她醒来，才发觉是自己睡着了，可低头一看，一群蜜蜂真的刚刚飞走，衣裙上留下了斑斑点点的蜜汁和蜂蜡，很不好看。她将衣裙拿到存放着靛蓝的染桶中去，想重新把衣裙染一次，然后，又拿到沸水中去漂清浮色。当姑娘从沸水中取出衣裙的时候，深蓝色的衣裙上被蜂蜡沾过的地方出现了美丽的小白花。姑娘因此找到了在衣服上绘制彩纹的好方法，她高兴地唱起了山歌，人们听到歌声，纷纷来到她家，听她讲百花园里的梦境，观看她染出的花裙，学习她描花绘图的技术。

这样的传说有许许多多。传说虽不是历史，但却共同反映出了苗乡劳动人民诠释自然现象的心路历程和为民族聚合做出的努力。

清新雅致 工艺流程复杂

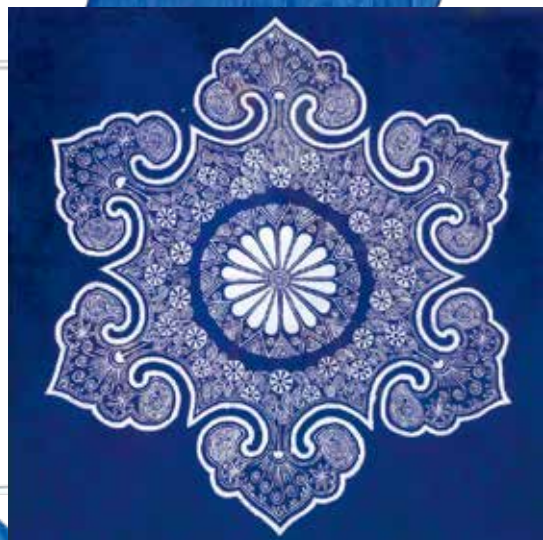
珙县苗族蜡染虽无专门作坊，但工艺世代相传。姑娘们从小就在长辈的指导下学点蜡花。点蜡就是展露匠心的工序，也是心思妙想自由游弋的时刻，无须样稿，依一双心灵的巧手，让花草虫鱼攀上布端，每年的盛夏秋初，农闲假日，就是点蜡染花的好时节。

王利洪一边拾掇工具一边介绍，苗族蜡染取材天然，原料主要有麻布、棉布、蜂蜡、植物靛蓝等。其工序包括纺麻或纺棉、织布、蓝叶提取靛蓝、蜡绘、渍染、去蜡、精加工等。纺车、织布机、蜡锅、蜡刀、熨石、案板、染缸、清水锅等都是蜡染过程必不可少的制作工具。

进行蜡染制作一般分为五步。第一便是调蜡，将黄蜡放入锅中，用小火慢慢让它溶解为液体；蜡染师先将蜂蜡放在陶瓷碗或金属罐里，用木炭灰或糠壳火使蜡熔化。同时，把白布平贴在木板或桌面上，然后用铜刀蘸熔化的蜡作为防染剂在白布上点蜡花作画。之后，便是将画好的蜡片放在蓝靛染缸里浸泡，一般每件浸泡 5 至 6 天。

其次是碾布，蜡染之前，需要先将青麻或棉花纺织成白布放在专门的案板上，几经捶打、漂洗、晾晒，织成蜡染布匹。“一张白纸好画最美的画卷”。面对一块白布，蜡染之前的构思也很重要。不同蜡染成品有不同的构图。第三步就是绘图，便是在之前碾好的布匹上作画。





苗族妇女以蜡染为衣裙装饰极为普遍，大多数同时以蜡染、挑花、刺绣为饰，三者常固定于衣裙的某个部位，不能擅自挪动位置。花纹多是世代相传，变化不大。有的花纹有纪念性，不能舍弃或更改。蜡染师在蜡绘时，一般不打样稿，不用圆规、直尺。完成构思后，才开始正式的操作。

“人工蜡染技艺不同于工厂机制生产，我们一般不打样，没有固定的图案和花样，都是靠自己脑海中的构图，用蜡刀蘸着蜡汁将图案绘制在碾布上，生活中所有的美好都可以激发我们的灵感，通过蜡染，表达我们苗族儿女对美好生活的向往和祝愿……”王利洪说。

珙县苗族蜡染主要特征是天然冰纹。这是蜡染的灵魂，是不可复制的神奇。蜡染入靛渍染时，因布帛褶皱而龟裂，染液随蜡缝渗透，留下人工难以描绘的形态。同一纹样出自同一人之手，也冰纹各异，变化万千，自然天趣。

匠心传承 图纹集结成谱

珙县文广新局一名工作人员说，苗族蜡染现有非遗传承人王利洪和高建华，另外还有蜡染学艺继承人 10 余名。从 2009 年开始，罗渡苗族乡一直致力于苗族文化产业的保护和发展，建立了蜡染传承室，拨付专款对蜡染染房进行

了抢救性保护，并于 2013 年下半年正式启动罗渡苗族乡文化站，大力宣传和保护苗乡文化遗产。

“蜡染是古老的艺术，又是年轻的艺术、现代的艺术。它既有概括简练的造型，又有夸张变形的装饰纹样，适应了现代审美需求及生活的需要。”千百年来，珙县苗族蜡染百褶裙的基本格局保持不变：第一根白色横带代表祖先居住的浑水河（黄河），第二根白色横带表示他们生活过的长江，双重齿状形图纹表示高山，菱形图纹则表示大西南。图纹格局反映了苗族壮阔的迁徙历程以及怀念故土的情怀。他们把历史穿在身上，代言了这个民族流淌在内心不曾说出的情愫。

除了百褶裙上的图纹，苗族的蜡染普遍使用哪些图纹？这些图案又含有怎样的寓意？

1994 年 11 月，辽宁美术出版社出版了曾水向先生收集编著的《四川苗族蜡染》一书，书中 280 多幅蜡染作品，其中 130 多幅就出自珙县罗渡苗族乡。2020 年，《四川珙县苗族蜡染图谱》出版上市，首次较为全面地呈现了珙县苗族蜡染图纹的样式类型、寓意、采集地点等。通过这些具



有明显地域性的图案，可以一窥苗族的社会历史和文化审美。

上世纪 30 年代，时任华西协和大学博物馆馆长的美国学者葛维汉就曾在珙县王武寨地区收集蜡染制品，但未见有文字记述；上世纪九十年代，曾水向收集编著的《四川苗族蜡染》一书出版，弥补了四川蜡染无集成的空白，但受制于当时的排版印刷技术等条件，图纹的清晰度不够，并缺乏解释和说明。

如今，珙县苗族蜡染已列为国家级非物质文化遗产。为了更好地传承该遗产，特成立了工作组，囊括民俗、美术、非遗等各领域专家，对县内的蜡染制品进行了全面梳理存档。此图谱在呈现图纹原貌的基础上，归纳了类型范畴，总结了美学特点，更为突出的价值在于对图纹的含义进行了探究，通过采访民间艺人、诉诸文献、翻阅古歌和民俗传说、求教专家等，使得蜡染承载的历史文化信息更加明晰。

有些植物图纹经常出现在苗族古歌和传说中，比如《指路歌》写道：“你翻越苦蕨坡，回到祖先故地，从此苦蕨维你命，只有苦蕨养你身。”《苗族迁徙史歌》唱述：“只要还剩

一根藤蔓，我们也要生存下去……”由此蕨芽纹、藤蔓纹很自然地成为普遍的图纹之一。

其中最特色的当属铜鼓图纹。铜鼓是苗族古老而别致的文物，集礼器、重器、乐器于一身，是权利与财富的象征。铜鼓的造型、纹样与珙县苗族的蜡染题材造型风格有直接关系，蜡染处处显露出铜鼓的影响。

此外，螺旋纹、山纹、纺车纹等反映了山地文化的特征，太阳纹、阴阳五行纹、蝶纹具有图腾式的宗教意象，鱼纹、豆纹、蛙纹表达了多子多福、人丁兴旺的祈求，汉族万字纹、十字纹、寿字纹、太极纹体现了民族艺术的相互影响……

中央民族大学副教授李炳泽曾鼓励《四川珙县苗族蜡染图谱》的收集者黄富美，珙县的苗族蜡染图纹风格与贵州的苗族蜡染图纹完全不同，应保持其艺术个性，保护、研究、利用好这一文化资源，将其推向更广阔的舞台。传承人王利洪则说，从自己 16 岁开始学习蜡染，身上就肩负起了这项技艺的传承重责，她希望罗渡苗族乡的蜡染能够被更多人认识，一代一代不断传承，不断发展，精益求精，发扬光大。☯

专家谈考古五粮液 诗意人生中的酒令文化



◎ 汉墓石棺《宴饮观乐图》画像

民以食为天，自古人从粮食中研习出酿酒之法，“饮”与“食”便不再分割。桌宴无酒不成席，正因酒的存在，无数豪情壮志皆在觥筹交错间畅饮欢谈。更诞生了围绕席间的独特人文形态——酒席文化。

拥有数千年酿酒史的酒都宜宾，在考古发掘中出土的东汉画像砖上，从所展现的飞剑、倒立、跳丸、冲狭等杂耍画面，我们便能感受到在饮宴场面里体现出的浓郁酒文化氛围。

考古是方方面面都可以研究的，它不仅是对看得见的遗址遗迹进行研究分析，更多的是从有形的探寻迈入无形的探寻。大到岁月、历史、文化、艺术，小到遗址遗迹周边过去人民的生活形式、娱乐方式。所以考古五粮液研究项目，不只是对宜宾酒、对五粮液酒史的溯源，它还可能是揭开这座城市古人们的饮食文化、饮酒文化的一个途径。

现藏于宜宾市博物院的一副民国牙雕酒令牌及筒，正向世人展现着宜宾当时酒令的文化风貌。

这副民国牙雕酒令牌及筒，由盖、筒、牌三部分组成。盖端与盖身可以分离，由子母扣连接。盖顶面饰变形莲瓣纹、回纹，盖及筒外壁浅刻花卉、人物、山水。



◎ 民国牙雕酒令牌及筒（宜宾市博物院藏）



筒内 49 枚酒令牌，均双面刻字，一面多为七言诗，如“一片彩云迎晓日”“二月二日江上行”“十月先闻岭上梅”等，其后均刻有四字行酒令，如“新婚一杯”“出席一杯”“遇寿三杯”等行酒文字。客人怎么喝酒，喝多少，全凭酒令筒里摇出的酒令牌决定。

酒令牌及筒的背后，是对绵延千年的酒令文化的追溯。酒令起源于西周，完备于隋唐。起初酒令是酒宴中维护礼法的条规，多用于限制饮酒。随着朝代的更迭、民间饮酒的宽泛化，酒令逐渐演变为酒宴中佐酒助兴、宾主尽欢的方式。在酒席间推举一人为令官，客人们听令轮流说诗词、联语或进行其他类似游戏，违令者或负者便饮酒。



◎ 明代《朱瞻基行乐图》卷（故宫博物院藏）



◎ 上：东晋·王羲之《兰亭集序》
◎ 下：宋·赵伯驹《兰亭修禊图》

历史上第一个酒令可追溯到东周，名为“投壶”，在战国时期非常盛行。其方式是往壶中投箭，壶是窄口长颈大肚，在壶中放入半壶豆子，置于稍远处，每人依次取箭投掷，投进为赢，没进为输并饮酒。三国邯郸淳在《投壶赋》中写道：“络绎联翩，爰爰兔发，翩翩隼隼，不盈不缩，应壶顺入”，将投壶者们身手不凡的投技和妙趣横生的场景描写得惟妙惟肖。

每个朝代的酒令方式皆五花八门，对诗、对对联、猜字或猜谜等；较为简单且大众化的方式，则是“同数”，也就是如今的“划拳”。酒令最文雅时期当属魏晋。西晋时，富可敌国的石崇在家中宴客，他要求客人即席赋诗，而且规定“或不解者，罚酒三斗”，从这个时候开始，以诗为令的酒令便正式产生。

魏晋南北朝时期，文人雅士纵情山水，追求格调，创新出别有风情的曲水流觞。所谓“曲水流觞”，就是选择一个风雅静僻的地方，文人墨客按秩序安坐于弯曲的溪水边，一人把盛酒的杯子放在上游，使其顺流而下，酒杯停在谁面前，谁就取杯饮酒，并赋诗一首；若才思不敏，或因其他原因不能立即赋诗，



◎ 明末陈洪绘《博古叶子》酒令

便饮酒自罚。此种酒令深得文人墨客的青睐，“曲水流觞”也因此被看作是最为风雅、形式最别致、格调最高的酒令。

东晋永和九年（353）兰亭修禊大会，更让“曲水流觞”在王羲之行书著作《兰亭集序》中永散光芒。

永和九年，岁在癸丑，暮春之初，会于会稽山阴之兰亭，修禊事也。群贤毕至，少长咸集。此地有崇山峻岭，茂林修竹，又有清流激湍，映带左右。引以为流觞曲水，列坐其次。虽无丝竹管弦之盛，一觴一咏，亦足以畅叙幽情。
——东晋·王羲之《兰亭集序》节选

那日，王羲之邀集名士谢安、孙绰、许询等 42 人聚于兰亭，按照修禊习俗完成洗濯、泼洒、洒身后，便纷纷在溪流两岸排开，举行“曲水流觞”活动，大会中共赋诗

37 首，王羲之便安排人员将它们收集起来，编就出《兰亭集》。有了诗集，王羲之又想到该有序文对本次雅集活动的时间、地点、要旨与目的进行具体记述。于是，这便有了文采和书法都堪称一绝的《兰亭集序》。

在宜宾氤氲酒香间静看岁月变迁的“流杯池”，原是市郊崔科山脚下一块从中间裂开的巨石形成的峡谷，谷底清泉蜿蜒，乃天然奇观。北宋元符元年（1098），大诗人、大书法家黄庭坚仿王羲之《兰亭集序》中“流觞曲水”意境，于此凿石引水修建“流杯池”，并邀约文人雅士在此流杯饮酒、吟诗赋曲，不仅留下了《安乐泉颂》《苦笋赋》《荔枝绿颂》等华彩诗篇，更在瑰玮的巨石崖壁上镌刻下宋及后世名人书法之奇秀。



◎ 流杯池

流杯池让宜宾的诗酒融为一体，芳香绵延，沁润青山绿水，生生不息；流杯池宛如时空隧道，串联着魏晋、宋时的“曲水流觞”场景，让今天宜宾的文人雅士穿越时空与古人举杯畅饮。

盛满佳酿的酒杯在曲水池中随水前行，镌刻着诗情画意的酒令牌在酒桌上被吟诵，这正是宜宾酒文化兴盛的展现。（考古五粮液项目考察组供稿）

Moldova

摩尔多瓦葡萄酒 不朽的传奇



编写 / 王浩鉴

如果将葡萄酒的世界比喻成一本书，那么摩尔多瓦绝对是这本书中浓墨重彩的一笔。

摩尔多瓦，一个盛在葡萄酒杯中的国家，位于乌克兰与罗马尼亚之间，地处欧洲东部，是由德涅斯特河和普鲁特河冲刷出来的葡萄酒天堂圣地。

可人的气候、纵横交错的山峦斜坡、充足火热的阳光、绝妙的土壤，都使得摩尔多瓦的葡萄酒酿制者种植出一流的葡萄品种，孕育了“葡萄酒王国”——摩尔多瓦。

摩尔多瓦的历史传说



摩尔多瓦位于世界葡萄酒起源和发展的必经之地——黑海的沿岸，这里的人民在数千年前就与葡萄种植、葡萄酒酿造结下了深深的不解之缘。

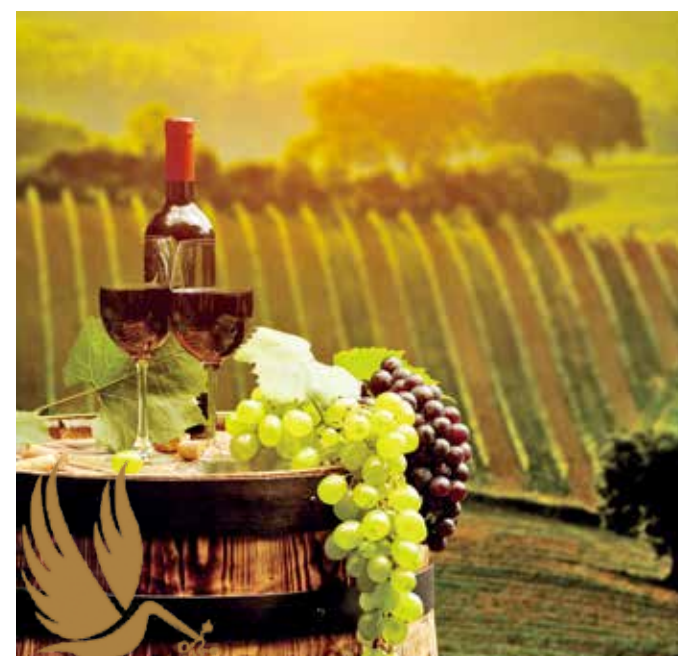
摩尔多瓦是国际葡萄酒组织（OIV）的五个创始国（其余四国为：法国、西班牙、意大利、德国）中最古老的葡萄酒生产国，被世人冠以“欧洲葡萄园”之称。

2013 年该国葡萄酒年产量达 70 多万吨，是法国波尔多产区的 2.5 倍，成为全世界最畅销的进口葡萄酒。俄罗斯每年大约 50% 的进口葡萄酒来自摩尔多瓦，法国十大名庄都有在摩尔多瓦贴牌生产，波尔多和勃艮第地区每年也大量进口摩尔多瓦葡萄酒，美国、加拿大、德国、意大利、比利时、荷兰、卢森堡、挪威、波兰、捷克等国家也大量进口摩尔多瓦葡萄酒。

自公元 9 世纪开始，俄罗斯民族就以饮用摩尔多瓦葡萄酒为荣，特别是在沙皇时期，贵族阶层都离不开摩尔多瓦葡萄酒，如俄罗斯沙皇尼古拉二世、英国国王乔治五世和英国女王维多利亚。近 10 年内，摩尔多瓦共和国吸引了全世界 100 多位国家总统和名人前往参观品酒。

摩尔多瓦有着 5000 多年的酿酒历史，凝聚了深厚的文化底蕴。在摩尔多瓦的很多历史传说都会出现葡萄酒的身影。

传说在很久以前，摩尔多瓦的一个城堡被土耳其人包围，守城的战士英勇抗击，直到弹尽粮绝。



眼看侵略者就要攻克城堡了，在这千钧一发之际，刮起一股狂风，铺天盖地的白鹤从天而降，使敌人趴在地上不敢抬头。白鹤向着城堡飞来，将嘴里衔着的葡萄送给城堡里的保卫者，战士们吃了这些葡萄之后情绪高涨，士气大增，击退了来犯的敌人。从此白鹤成了这个国家的吉祥物，象征着幸福和健康，葡萄也与这个国家结下了不解之缘。

传说还包括每年 8 月 15 日教堂举行的典礼，因 8 月份正是葡萄转色的时期，而摩尔多瓦人将葡萄转色与基督的显形联系起来，可见葡萄及葡萄酒在其文化中的神圣地位；就连摩尔多瓦的地图都形似葡萄串，这些都深深扎根在摩尔多瓦人的心中。因此，嘴里衔着一串葡萄的白鹤形象就被选定为国家葡萄酒品牌形象。



一个醉酒的国度

摩尔多瓦是一个醉酒的国度。在摩尔多瓦，每年十月第一个周末会在首都基希讷乌（Chisinau）举行摩尔多瓦国家葡萄酒节。成千上万的游客在国民议会广场来体验最地道的摩尔多瓦节日庆典，葡萄酒、音乐、舞蹈、美食、传统工艺品等应有尽有。

热情的摩尔多瓦人民穿着民族服饰载歌载舞，乐队放声歌唱，庆祝这一属于葡萄酒的盛会。这一传统文化活动不仅吸引了大量当地民众参加，也逐渐迎来越来越多的国外游客。

开幕仪式上，葡萄酒展示也是重要的环节。身穿民族服装的摩尔多瓦姑娘会在葡萄酒节开幕式上展示来自各个酒庄的葡萄酒。随后会有美丽的摩尔多瓦姑娘手持红酒欢乐地跳着“红酒之舞”。

摩尔多瓦人爱喝葡萄酒，而且从小就开始喝。到当地人家做客，进门后首先必饮“摩尔多瓦茶”。那是一种用纯葡萄汁发酵而酿制的

饮料，散发着葡萄酒的芳香。这种酒茶是当地人的家常必备饮料，很像中国有些地方的米酒和水酒。除此之外，主人还会用自制“家酒”款待客人。

摩尔多瓦存在着一种与众不同的藏酒方式——地下矿洞藏酒。

在上世纪 40 年代的战乱和地震中，摩尔多瓦首都基希讷乌几乎被完全摧毁。在辉煌的苏联时代，城市的复建创造了大量的“斯大林式”建筑。这些建筑的共同特点就是——使用白色石灰岩。

城市的复建在首都周围创造了规模巨大的矿洞，这些矿洞随着摩尔多瓦酿酒工业的扩张，被改造成了一个个酒窖。

说到这，不能不提及始建于 1952 年的克里克瓦酒窖。当时，由于建设需要大量石料，人们在这里凿山取石，形成许多隧道。地质资料显示，这种优质的磷钙石形成于 500 万年前，石头中的完整贝壳证明远古时这里曾是海



摩尔多瓦所处地理位置是葡萄种植的黄金纬度带——俄罗斯平原与喀尔巴阡山交接处。摩尔多瓦地图酷似一串葡萄，境内突出的地貌特点是丘陵和谷地纵横交错。其境内有风景如画的丘陵、广袤草原和茂密森林，种植纬度与勃艮第相似，丘陵和谷地纵横交错，土壤呈石灰岩和粘土特质，全国 75% 以上的土地为黑钙土，也是全欧洲黑土面积最大的国家。

摩尔多瓦日照充足，有“阳光之国”的美誉。持续日照时间北方为 2060 小时，南方为 2330 小时，植物生长期超过 210 天。且其冬冷夏热，年温差大，四季分明，很多葡萄种植园都有近乎典型的气候——冬季潮湿，夏季干燥。这样优越的气候条件为酿造高品质的葡萄酒创造了无限可能。

土壤、地形、气候、光照、降水等诸多适合葡萄的生长自然条件，让摩尔多瓦里能产出高品质的酿酒葡萄，也造就了摩尔多瓦葡萄酒“不朽的传奇”。

漫步摩尔多瓦乡间，大部分时间都会感觉置身于欧洲田园派油画的作品之中，纯净广阔的蓝天、漫山遍野的葡萄园，仿佛每一片土地都闪耀着勃勃生机，勾起人们心灵深处浪漫的情歌，难怪伟大诗人普希金会说：“来自摩尔多瓦最好的葡萄酒，献给你和你挚爱的人。”🍷

底世界。酿酒专家发现，这些石头具有良好的吸湿性，可使隧道里的温度长年保持在 12 摄氏度左右，湿度 97%，非常适宜于酒的成熟和高品质酒的贮藏，地下酒窖由此诞生。历经半个世纪的发展，目前酒窖总面积达 64 平方公里，平均深度为 50 至 80 米，开通隧道总长 120 公里。酒窖里的路修得平坦宽阔，最宽的甚至可以宽松地相向通行两辆大卡车。甚至，在一些“交通繁忙”的十字路口，还设置了信号灯。

这座“地下酒城”还拥有两个生产近 10 种葡萄酒、4 种香槟酒的酒厂，一个酒博物馆，规模之大堪称世界之最。地下酒博物馆内珍藏着产自世界各地的近 700 种 150 多万瓶各类名牌葡萄酒和香槟。年代最久的是一瓶 1902 年产自耶路撒冷的白兰地和同年产于捷克的“十七泉”药酒。后者可谓稀世珍品，现

今世界上仅存这一瓶。前苏联著名的宇航员加加林曾来酒窖拜访，因为贪恋这里的美酒，在酒窖里一住就是 3 天，每天都喝个酩酊大醉，酒醒后还写了一首激情洋溢、类似我国古代诗人“此酒只应天上有”的诗句。

摩尔多瓦国家议会已宣布克里克瓦酒窖（吉尼斯纪录世界上最大的地下酒窖）成为国家文化遗产，目前正在准备把克里克瓦酒窖列入世界教科文组织遗产名单中。

献给你和你挚爱的人

如果将葡萄酒的世界比喻成一本书，那么摩尔多瓦绝对是这本书中浓墨重彩的一笔。

摩尔多瓦在葡萄栽培方面有着得天独厚的地理环境。

备一桌酒 祝所有学子前程似锦

文章来源 / “天下纯粮” 公众号



人生四大喜：“久旱逢甘雨，他乡遇故知；洞房花烛夜，金榜题名时。”每年6月，千万学子进入了高考考场，高考不是人生唯一的路，却是人生重要的路之一。祝所有在这条路上披荆斩棘的学子们，心有所想，想有所获。

如今的高考，远没有古时候那么复杂。放在古代，就叫科举。科举完，人生或进入巅峰，或从头再战十年，一代人熬死一代人。所以，科举成功在古代被奉为人生四大喜。如何庆祝这一喜，说起来那才真是比科举制度更让人感兴趣。古时科举分文科举和武科举，其实就是现在的普通高考生和体育生的差别。但是在庆祝中举方式上，却有非常大的不同。

科举始于隋代，到唐代时得到丰富和发展。在唐代，文科中举后，那就可以办个“鹿鸣宴”。所谓鹿鸣，取《诗经》“呦呦鹿鸣，食野之苹。我有嘉宾，鼓瑟吹笙。”之意。上古时期，鹿是欧亚草原主要的狩猎动物，它既是合族聚餐的美食，也是聚餐前祭祀神灵的牲畜。慢慢地，鹿鸣的意象被演绎为希冀君主能够养贤、求贤，与贤能之士相遇之意。

曹植《求存问亲戚疏》云：“乃臣丹诚之至愿，不离于梦想者也。远慕鹿鸣君臣之宴，中咏棠棣匪他之戒，下思伐木友生之义，终怀蓼莪罔极之哀。”

由此，也就有了鹿鸣之喜这一说，用来形容金榜题名、科举高中的好事情。鹿鸣宴，是从周代“乡饮酒礼”的基础上逐渐演变而来的，由地方官员主持，宴请当地的新科举人。宴会上会演奏《鹿鸣》，宴会的菜肴中也会加入鹿肉。到了宋代，新科举人的宴请规格又大大提高了。因此就有了相当于国宴级别的“琼林宴”。宋太祖赵匡胤规定，学子在殿试后由自己亲自宣布登科进士名次，并赐宴庆贺。这种宴会一般设在御花园琼林苑中，因此称作“琼林宴”。我国南宋著名诗人、爱国之士文天祥就曾参加过琼林宴，并且用诗作描写了当时的盛况，写下了《御赐琼林宴恭和诗》。

《宋史·乐志四》又载：“政和二年，赐贡士闻喜于辟雍，仍用雅乐，罢琼林苑宴。”所以政和二年以后，又改称“闻喜宴”。元、明、清三代，又称“恩荣宴”。黄梅戏《女驸马》里有一句著名的唱词“我也曾赴过琼林宴，我也曾打马御街前。”说的便是这个。

说完文科，再来说一下武科。武科生有鹰扬宴、会武宴，规格和礼遇分别对应文科生的鹿鸣宴、琼林宴。鹰扬、会武，听这名字就自带三分英气。所谓鹰扬，也取自《诗经》“维师尚父，时维鹰扬”。鹰扬既是对新科武举人的勉励，又是考官们的自诩。

“鹿鸣宴，款文榜之贤；鹰扬宴，待武科之士。”（《幼学琼林·卷四·科第类》）这便是史书材料中对关于鹰扬宴的介绍。

清人吴荣光在《吾学录·贡举》中记载：“武乡试揭晓翌日，燕（宴）监射、主考、执事各官及武举于顺天府，曰鹰扬燕（宴），仪与鹿鸣燕（宴）同。”

按照规定，武举人于乡试考中后满六十周年而人又健在，重逢原科开考，经奏准，一样与新科武举人同赴鹰扬宴，这是所谓的重宴鹰扬。由于武将常年为国家戍边，战时还要血战疆场、身先士卒，长寿的武将十分罕见，因而重宴鹰扬这样的功名比重宴鹿鸣还难得。

《清会典事例·礼部·赐燕》曾介绍：“武科虽亦有重赴鹰扬宴之典，而见之例案者，仅嘉庆十五年陕西巡抚奏朝邑武举蒯廷荐，系乾隆庚午中式，现在重遇庚午科，奏乞恩施。奉旨赏千总衔，重赴鹰扬筵宴。”

会武宴，是在科举考试武科殿试放榜之后，为武科新进士举办的庆祝宴会，普通武举人是没办法参加的。也就是说，虽然鹰扬宴和会武宴都同属于武科宴，但会武宴只针对参加殿试之后的武科新进士参加，因此相对而言，会武宴要比鹰扬宴高级一些。在古代，很多人知道鹿鸣宴、鹰扬宴，但是却很少人知道会武宴和恩荣宴。

清梁章钜《浪迹丛谈·武生武举》说：“文称鹿鸣宴，武称鹰扬宴，人皆知之；文进士称恩荣宴，而武进士称会武宴，则罕有知者。”

倒不是因为后两种宴会办得少，而是后两种宴会只发生在皇上和参加殿试的人之间，规格太高，听说过的人都很少，更别说见过，因此知道的人也就更少了。

今天，备一桌酒，祝所有学子前程似锦。

以书佐酒 古代文人最风雅的下酒方式

编写 / 王浩鉴

谈到下酒之物，不同的人有不同的答案。

吃货青年或许会说：“毛豆香干拍黄瓜，老醋花生来一碟。”

文艺青年或许会说：“往事若是下酒，回忆便是一场宿醉……”

林清玄：“温一壶月光下酒。”

蔡澜：“家里总泡了一罐鱼露芥菜胆，以此下酒，绝佳。”

现代的下酒物有实有虚，大俗大雅，但细究起来，不是太过世俗冲淡了品酒的雅致氛围，就是太过空泛消弭了酒水的生活气息。究竟何物佐酒最风雅？其实古人早已为我们做出解答。

《世说新语·任诞》中有一小节，记载了王孝伯的言论：“名士不必须奇才，但使常得无事，痛饮酒，熟读《离骚》，便可称名士。”

王孝伯读书不想太过勤奋，就用简单的道理定义了当时的名士。

虽然有些戏谑的意思，这个观点却常常为后世文人所引用，大抵以诗书下酒，是文人雅饮的基本标配。以书下酒，激发的是古人心中的豪放和浪漫。

读史可以明智，饮酒令人达观。清贫寒士，挑灯夜读，本是相当寂寞的画面，但只要在泛黄的古卷边加上一尊酒，就凭空添了几分鲜活的生活气息。仿佛那腔独自滚烫的热血与激情，经由酒意的催发，就会热烈地向周围倾吐，暖热了一方斗室。

以书佐饮，既是古人饮酒不忘学习的风雅表现，又是古人饮酒不肆铺张的直率纯朴之风的反映。

修治过《康熙字典》的陈廷敬曾给清初名臣立传，在《于成龙传》中说到这位文人读唐诗下酒的情形：“夜酒一壶，直钱四文，无下酒物，亦不用箸筷，读唐诗写俚语，痛哭流涕，并不知杯中之为酒为泪也。”

于成龙的下酒之物依然是书，但已然从古朴严正的史书，转向了

热烈飞扬的诗歌。因为盛唐诗歌如酒，更能催生出文人心中翻涌的写作激情。于成龙以诗佐酒，乘兴而发，下笔虽为俚语，却是字字真情。

余光中在《寻李白》中写到：“酒入豪肠，七分酿成了月光，余下的三分啸成剑气，绣口一吐，就是半个盛唐。”古今文人之间传递的文心，通过酒意的激发，才跨越了时空的阻隔，得以联接为一体。

以书下酒的风雅故事发展到后来，已是不新鲜。后来的文人，不仅读书时佐酒助兴，在写作的时候也会选择焙上一盏白酒，激发写作热情。蒲松龄在《聊斋志异·自志》里留下关于写书的记录：“浮白载笔，仅成孤愤之书。”这里的浮白载笔，就是说一边喝酒一边写作，可以想象出作者借着酒意文思泉涌，下笔如有神的姿态。想必《聊斋志异》里光怪陆离的花妖鬼怪形象，就是借着酒意塑造出来的吧。

由此可见，书与酒的搭配，实为世间绝妙。以书佐酒传为一时佳话，浮白载笔又为我们带来了一部不朽佳作。🍷



2020年迪拜世博会中国馆官方合作伙伴
China Pavilion Official Partner at Expo 2020 Dubai

千年古酝承传者 源起1368



天地精华 民族精神 世界精彩



与世界联接 与和美同行

CONNECTING WITH THE WORLD
GO FORWARD WITH HARMONY

— 五粮液敬贺博鳌亚洲论坛成立20周年 —

博鳌亚洲论坛2021年年会荣誉战略合作伙伴

HONORABLE STRATEGIC PARTNER OF 2021 BOAO FORUM ANNUAL CONFERENCE FOR ASIA

天地精华 · 民族精神 · 世界精彩

THE ESSENCE FROM NATURE
— THE WISDOM OF A GREAT NATION — THE SPIRITS THAT FASCINATE THE WORLD —

BOAO FORUM FOR ASIA
2001-2021
ANNIVERSARY

ASIA

