

关于宜宾酒文化以及五粮液企业文化建设的思考

唐伯超

在庆祝中国共产党成立95周年大会上,习近平总书记指出:“文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信”。

作为中国优秀传统文化的重要组成,中国酒文化源远流长、博大精深,其中有被誉为“第五大发明”的曲蘖技术,有仪狄、杜康等一大批酿酒家,有甜醴芽蘖、五齐之酒、神曲九酿等千种百名的名酒佳酿,有以甑桶蒸馏、纯粮固态发酵闻名于世的中国白酒,有五粮液、茅台、泸州老窖、汾酒等声名卓著的名酒企业。可以说,这为我们弘扬和传播中国酒文化提供了十足的底气与自信。

当前,文化竞争日益成为综合国力竞争中更加突出的重要方面,企业文化作为现实生产力越发受到企业的普遍重视,加之在全球经济持续低迷、增长乏力的影响下,中国白酒产业面临着转型发展的历史使命。尚待深入发掘与研究的中国酒文化,无疑是中国白酒繁荣复兴、走向世界的强大支撑。为此,本文针对宜宾酒文化以及五粮液企业文化建设进行思考论证。

宜宾酒文化的历史源流

1. 宜宾概况

宜宾,位于“中国白酒金三角”的核心腹地,拥有2000多年建城史、4000多年酿酒史,是国家历史文化名城、南丝绸之路起点、中国白酒之都。因独特的自然生态禀赋、历史文化积淀、精湛酿造技艺、雄厚人才资源等优势,宜宾被联合国教科文及粮农组织誉为“在地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏白酒的地区”。

2. 先秦时期

宜宾自古以来就是一个多民族聚居的地方。从战国时起,夔人已聚居于今宜宾市境内大部。明代李时珍所著《本草纲目》记有“秦蜀有咂嘛酒,用稻麦、黍秫、药曲小罍封酿而成,以筒吸饮。”所谓咂酒,即用长管以嘴咂吸而饮之酒。此种咂酒,其酿法颇似今天酿制糯糟米酒。

3. 两汉时期

汉代,从宜宾出土的各种汉

代铜制和陶制酒器来看,可证实当时宜宾酿酒业已达很高程度。但汉代宜宾酿酒业有过什么名称,目前仍缺考,也一直是学术界关注的焦点。

4. 李唐时期

唐代,戎州官坊酿制的“重碧酒”很有名,诗圣杜甫大约在唐代宗永泰元年6月,由成都沿江东下到达戎州,应刺史杨某的邀请,在城之东楼参加宴会。杜甫尝到了春酒和宜宾的特产荔枝(唐元和时,除岁贡“葛五匹,芒布”以外,还增加了“荔枝煎四斗”,成为全国280州中唯有贡荔枝煎的两个州之一,另有广州),即兴咏出“重碧拈春酒,轻红擘荔枝”佳句(《宴戎州杨使君东楼》)。仇兆鳌注:“重碧,酒色;青红,荔色。杜臆引《艺苑洞酌》云:‘叙州官酝,名重碧。’戎州,即叙州。”(《杜诗详注》)春酒此后便更名为“重碧春酒”。

5. 赵宋时期

宋代,宜宾酿酒业空前发展。此时,不仅规模已比汉、唐扩大,而且名酒品类增多、酒品分等,还采用了多种粮食作为酿酒原料,并视自然环境条件而定“曲法”“酒式”。

南宋建炎三年总领四川财赋赵开大变酒法,“自成都始,先罢公掣卖供给酒,即旧扑买(类似租赁承包经营)坊场所置隔槽,设官主之,民以米入官自酿,斛输钱三十,头子钱二十二。明年,遍其法于四路,岁递增至六百九十余万缗,凡官槽四百所,私店不预焉,于是东南之酒额亦日增矣。”(《宋史·卷一百八十五》)即酒的生产工具、场所,完全由官府控制,而听任户或民户纳钱自酿。有研究者认为,这种“隔槽法”即是今四川浓香型地穴式窖池大面积推广的实例,并从而分析有可能已始制蒸馏酒。笔者认为,“隔槽法”是与官酒务、买扑制、万户酒法一样,都是属于一种酒业经营方式,其在南宋初年昙花一现于四川。但这并不能让我们了解集中式酿酒场所的具体情况,更不能得出蒸馏酒已经出现的结论。

宋代知名度极高的优质酒,还有酿于戎州人王公权家的荔枝绿酒。北宋著名诗人、大书法家黄庭坚在贬谪戎州后不久,即元符元年便先后写作《荔枝绿颂》与《醉落魄》,对此酒深情赞颂。元符三年,他在离开戎州前往湖北任职时,更写下《廖致平送绿荔枝为戎州第一 王公权荔枝绿酒亦为戎州第一》,“试倾一杯重碧色,快剥千颗轻红肌”。

姚子雪曲,又名“安乐泉”酒,是黄庭坚盛赞的又一优质酒。此酒有几大特色:一是酒度颇高,能治“手风”,饮之“眼花”;

二是用名泉——锁江安乐泉酿制;三是纯为私家(姚君玉)所酿;四是“诸味谐调”——“杯色增玉,白云生谷,清而不薄,厚而不浊,甘而不哂,辛而不螫”;五是饮时热水暖之,香更馥郁。

6. 明朝时期

明代,宜宾酿酒呈现出“多粮混合酿造”的新特色,已出现专业的酿酒作坊。可确考者一为城东鼓楼街“尹长发升大曲烧房”,号称拥有“成化窖五口”;一为今走马街(叶)“德盛福”,自称有“弘治窖四口”,并且旧城区已开始使用地穴式窖池。

7. 满清时期

清朝,为恢复四川经济,实行了“移民实川”和“滋生人丁,永不加赋”政策,于是湖、广、粤、闽等省大量移民入川“插占土地”,有力地促进了当地农产和经济发展。尤其是陕西人中经营手工商业者在叙府各县县城集镇所形成的“陕帮”,对酿酒业发展及杂粮酒的改进所起作用较大。

陕帮酒商接触宜宾民间多种粮食混合酿酒的经验后,于雍正初年曾将高粱加上其他几种粮食混合酿酒,几经试验,酒质得到提高,这与宜宾明代以来所酿杂粮酒类同,但在工艺上不可避免地带来了陕西的一套办法。笔者推测,蒸馏酒技术于此时被陕帮引入宜宾,还需要更多资料予以佐证。

清代,宜宾城中已有长发升、张万和、叶德盛、温德丰等糟坊生产曲酒,有长发升、温德丰生产杂粮酒,但确切提出以具体几种原料、何种比例来酿酒,现能查到的最早实行者应从陈三烤酒师祖辈开始。据推算,其时当在康熙年间。

8. 民国时期

清末民初,在原“陈氏秘方”基础上已基本定型为用五种粮食按一定配方比例酿制优质杂粮酒,并于1909年由晚清举人杨惠泉更名为“五粮液”。1932年,“五粮液”商标正式问世,从此开始远销海内外。

9. 新中国成立以来

1952年5月,宜宾8家旧糟坊联合改造为“国营第二十四酒厂”(五粮液的前身),1959年正式命名为“地方国营宜宾五粮液酒厂”,开始了自身发展的跋涉。尤其是改革开放以来,五粮液以“永争第一、敢为人先”的精神,通过“三步走”及“两次创业”、总经销与专卖店模式、多品牌经营、世界名酒等一系列开行业之先河的战略策略,奠定了“中国酒业大王”和白酒品牌领军地位的坚实基础。

宜宾酒名辨析

1. 关于药酱

1939年上海世界书局出版的胡山源编《古今酒事》第一辑“专著”,引了已亡佚的《酒小史》(宋代宋伯仁著),其中所列酒名有“南粤食蒙枸酱”,因而有人认为枸酱即为汉时宜宾所产酒之一种。但此说应存疑。

战国时,宜宾已大量种蒟,汉时以蒟酱地名远近。晋裴骃为《史记》作索引引刘德语:“蒟树如桑,其椹长二三寸,味酢;取其实以为酱,美。”蒟酱“味酢”之酢,即“醋”的本字。贾思勰《齐民要术》八“作酢法”也有注,“酢,今醋也。”当代学者任乃强《〈华阳国志〉校补图注》于四卷《南中志》后附二《枸酱入番禺考》(上海古籍出版社,1987年10月版,1994年8月第2次印刷本)认为,“枸酱经夜郎行销番禺最原始之资者,当为《史记·西南夷列传》,《史记》《汉书》皆作‘枸酱’,而六朝以下书记此事者,乃作‘蒟酱’字。《蜀都赋》与《华阳国志》本作‘枸酱’,唐、宋以来写、鐫者皆改作‘蒟’。此大误也。”他认为“枸”应为“今俗呼之拐枣”。因其“味甘而涩,腌藏久,则所含单宁质转化为糖”。臆此物以为酱,“其味有似今之果酱。”四川大学教授郭声波《四川历史农业地理》(四川人民出版社,1993年9月版)第二篇(上)认为,“古时有名的蒟,经李时珍考证后,现在基本趋向一致的看法是指胡椒科胡椒属的扶留藤,即萎叶、萎藤”,“蜀人以蜜、盐渍而藏之,用调食味,亦辛香如姜,食之下气消食”。任、郭二位先生虽有争议,但均认为蒟酱并非指酒。胡山源所编《古今酒事》引了已亡佚的宋代宋伯仁《酒小史》“列蒟酱为酒名”的说法,可能自此“蒟酱”为酒的观点流传开来。另外,宋伯仁把绿荔枝作为酒名,显然是有误的。故“蒟酱”之为酒名,理应存疑。

2. 关于重碧春酒

春酒最早出现于《诗经·豳风·七月》:“八月剥枣,十月获稻。为此春酒,以介眉寿。”毛传:“春酒,冻醪也。”要理解上述春酒的含义,我们首先要了解《七月》的历法使用情况。这是一首逐季逐月描写农奴一年劳动生活的诗歌。皮锡瑞《诗经通论》云:“此诗言月者皆夏正,言一、二、三、四日者皆周正,改其名不改其实。”此论指出了诗中纪月同时采用了夏、周两种历法,存在不统一的状况。《左传·昭公十七年》载梓慎曰:“火出,于夏为三月,于商为四月,于周为五月。夏数得天。”这是关于夏、商、周不同历法的最早论述。梓慎不仅明确指出了三种历法在月份设置方面的差异,而且充分肯定了其中夏历的科学性——“夏数得天”。王力

主编《古代汉语·通论(十九)》说:“秦始皇统一中国后,改以建亥之月(即夏历的十月)为岁首,但夏正比较适合农事季节,所以并不称十月为正月(秦朝管正月叫‘端月’),不改正月为四月,春夏秋冬的搭配仍和夏正相同。汉初沿袭秦制。……汉武帝元封元年改用太初历,以建寅之月为岁首,以后大约二千余年间,除王莽和魏明帝一度改用殷正,唐武后和肃宗时一度改用周正外,一般都是用的夏正。”这段论述,可以帮助我们很好地理解“春酒”即是“冻醪”的原因。

唐诗中的春酒大多是指冬酿春熟的酒。如王绩《春日》:“年光恰恰来,满瓮营春酒。”刘希夷《春日行歌》:“野人何所有,满瓮阳春酒。”这种冬酿春熟的酒又称冻醪。陆龟蒙《奉和袭美夏景无事因怀章来二上人次韵》:“檐外青阳有二梅,折来堪下冻醪杯。”杜牧《寄内兄和州崔员外十二韵》:“雨侵寒臈梦,梅引冻醪倾。”

综上判定,唐时戎州官酿的重碧春酒,就是一种以粮谷类为原料冬酿春熟的发酵酒。

结语

作为宜宾支柱企业以及中国白酒杰出代表,五粮液有责任、有义务将中国白酒以及优秀酒文化发扬光大。

悠久文化、辉煌历史,为我们带来了底气与自信,曾经扬名立万的赫赫战功虽然不能照搬,但是其中所蕴含的价值观念却是五粮液永恒的“制胜法宝”。面对“新常态”,唯有通过全面深化改革,唯有通过持续不断创新,唯有通过增强发展硬实力,唯有激发文化软实力,五粮液才能真正地在激烈的市场竞争中立于不败之地。

在这样的背景下谈企业文化建设,笔者认为,要更加深入挖掘与弘扬中国优秀传统文化酒文化,要更加坚守与发扬五粮液人“创新求进、永争第一”的“精神气质”,这是五粮液人继往开来、传承创新的精神家园。具体说来,“员工富、企业强、社会贡献大的世界名牌公司”的愿景目标必须坚定不能动摇,“为消费者创造美好、为员工创造幸福、为投资者创造良好回报”的核心价值观必须强化不能削弱,“创新求进、永争第一”的企业精神必须增强不能迟疑,“凸显酒业、优化多元”的发展战略必须高举不能背离。

(作者系宜宾五粮液股份有限公司党委委员、副总经理)