

汾酒文化



01 | 2026 总第60期

60	免内 费部 交资 流料
----	----------------------

山西省内部资料准印证号（晋）K525



总 顾 问:袁清茂

总 策 划:李振寰

总 编:张树明

副 主 编:张江丽

责任编辑:任京娟

地 址:融媒体中心楼109

电 话:0358-7329206

网 址:www.fenjiu.com.cn

邮 箱:fenjiuneikan@163.com

准印证号:山西省内部资料准印证号(晋)K525

主 办:汾酒融媒体中心

发送对象:汾酒集团各单位

印刷日期:2026年1月

规 格:210mm×285mm



青花汾酒

开启高品质生活

FOR HIGH QUALITY, FOR BETTER LIFE



青花汾酒



目录 CONTENTS

聚焦
汾酒

P03-13

研酒所 P17-26

P03 / 汾酒(上海)数字文化博物馆开馆暨“沪上青花”系列新品发布会在上海举行

P05 / 海上青花·汾酒文化体验中心在厦门启幕

P06 / 中流击水凯歌还 并肩携手越关山 2025 汾酒全球经销商大会在太原举行

P08 / 聚势拓新境 竹梦共潮生 2025 竹叶青酒全国经销商大会在太原举行

P10 / 纪念汾酒荣获巴拿马万国博览会甲等大奖章 110 周年暨“汾享世界”全球发布盛典在美国纽约举行

P13 / 双屏共振 清香致远 汾酒冠名京晋双春晚实现品牌破圈

P17 / 何以关公,何以汾酒:一场穿越千年的文化对酌

P20 / 汾酒百年兰州路,一部品牌融入简史





汾酒
文化

P28-98

酒墨
齐香

P99-102

P28 / 山水有情,天地对饮:汾酒与武
汉的唱与和

P35 / 万里茶路有酒香

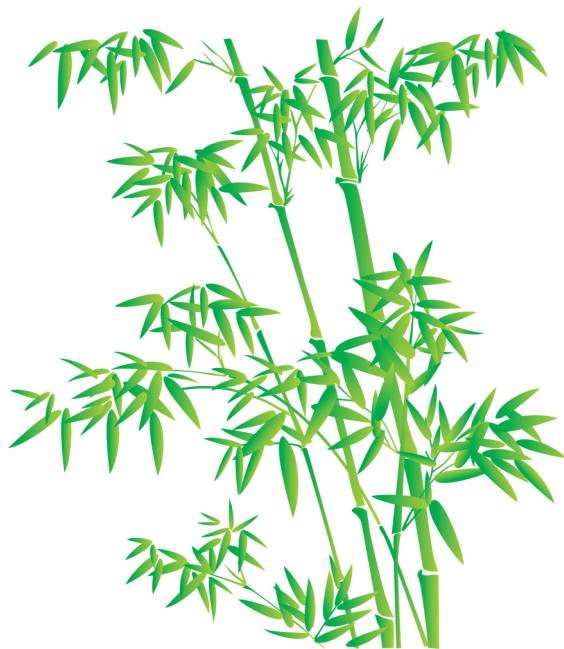
P46 / 千年清香 一壶酒中品读山河

P57 / 铭史承魂·观乙巳阅兵有感

P58 / 指尖有舞,酒里藏心

P60 / 重温抗战历史,奋进美好未来

P100 / 启功风骨入墨盛誉汾酒



中国 酒视

聚焦
汾酒



汾酒(上海)数字文化博物馆开馆暨 “沪上青花”系列新品发布会在上海举行

11月7日,以“海派清香 雅聚新生”为主题的汾酒(上海)数字文化博物馆开馆暨“沪上青花”系列新品发布会在上海举行。山西省国资委副主任闫卫伟,上海市奉贤区人民政府副区长李慧,上海市奉贤区政协副主席姚朝晖,中国酒业协会副秘书长甘权,山西省人民政府驻上海办事处主任张明,东方美谷集团党委书记、董事长翁磊钢,上海市收藏协会会长张坚,上海市山西商会执行会长田增保,沪上青花酒业(上海)有限公司董事长虞高策及媒体代表应邀参加。

汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞,汾酒集团党委委员、副总经理刘卫华,部分汾酒股份公司高管及相关部门负责人、核心经销商代表参加活动。

姚朝晖、刘卫华、甘权、张明、虞高策分别为活动致辞。

姚朝晖表示,博物馆落地奉贤,既是汾酒对奉贤区域文化品位和营商环境的高度认可,更

为奉贤的文旅版图增添了文化新地标。未来，奉贤区将全力支持汾酒，让汾酒（上海）数字文化博物馆扎根壮大、枝繁叶茂。

刘卫华表示，汾酒（上海）数字文化博物馆是汾酒以“数字科技”活化传统文化的一次重要实践。“沪上青花”与“海派青花”的诞生，则是汾酒深耕区域市场、拥抱时代变化、推动文化融合结出的硕果，是汾酒品牌国际化、年轻化、时尚化的重要一步，期待以此次新品发布为契机，让汾酒香飘世界。

甘权表示，汾酒（上海）数字文化博物馆的落成，不仅是汾酒文化在江南的华丽绽放，更是中国酒业在“文化表达”与“价值传播”上一次具有标杆意义的探索，期待未来能成为文化交流新地标，吸引更多人领略汾酒魅力，推动中国酒文化迈向更广阔的天地。

张明表示，汾酒（上海）数字文化博物馆是连接晋商智慧与海派精神、山西厚重文化与上海前沿科技的桥梁，是晋沪两地经济与文化深度交流融合的成果。“沪上青花”和“海派青花”，讲述了山西人在上海奋斗的故事，期待未来晋沪携手，共谱更多文化交融新篇章。

虞高策表示，汾酒（上海）数字文化博物馆是在上海厚植汾酒文化根基，面向长三角、面向世界的汾酒会客厅。“沪上青花”与“海派青花”两款新品，融入了海派文化的精髓，是对汾酒6000年酿造史的致敬，是代表汾酒文化高度、上海城市品味与格调的流动名片。

武跃飞、姚朝晖、甘权、张明、张坚、田增保、虞高策共同启动汾酒（上海）数字文化博物馆开馆仪式。

开馆仪式结束后，与会嘉宾一行参观汾酒（上海）数字文化博物馆，沉浸式感受了多媒体、交互数字与酒文化艺术融合之美。

新品发布会上，武跃飞、甘权共同为“沪上青花”“海派青花”揭幕。

据悉，此次新品发布会融入了数字科技元素，通过无人机与区块链技术，展示了老酒的身世与故事。“沪上青花”“海派青花”两款新品的亮相，是汾酒扎根上海，以文化为桥梁、以创新为引擎的又一体现。未来，汾酒将继续以更年轻、更开放的姿态，书写“海派清香 雅聚新生”的崭新篇章。



海上青花·汾酒文化体验中心在厦门启幕

11月29日,以“世遗回响·汾享世界”为主题的海上青花·汾酒文化体验中心在厦门启幕。汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞,象屿集团党委副书记、总裁邓启东,象屿集团党委委员、副董事长方弘哲,象屿集团党委委员、副总裁吴捷,邮轮母港集团党委书记、董事长陈春晖,邮轮母港集团党委副书记、总经理黄育斌,象屿酒业总经理蔡清文,及汾酒集团相关部门负责人、行业协会嘉宾、核心合作伙伴参加系列活动。

武跃飞、方弘哲共同为“同龄”汾酒进行封存,并为海上青花·汾酒文化体验中心揭牌。

陈春晖、汾酒销售公司总经理乔宇星分别致辞。

陈春晖表示,本次“海上青花”的绽放,不仅是厦门“海上花园”灵秀基因与千年汾酒文化的融合,更是象屿集团旗下邮轮母港集团、象屿酒业与汾酒集团面向未来、深化协同的战略里程碑,未来,将进一步串联、激发“海上花园”港航核心旅游资源优势,融合南北地域特色,助力打造鼓浪屿旅游新体验,为酒旅融合、产业升级作出有益探索。

乔宇星表示,海上青花·汾酒文化体验中心在鼓浪屿开业,是汾酒实现品牌价值的共振与升华;是关键市场实现从“渠道渗透”到“心智占领”的升维;是面向未来,优势互补的合力开拓。未来,汾酒集团与象屿集团必将激发强大合力,让“海上青花”不仅成为鼓浪屿的一张新名片,更成为中国白酒文化推向世界的卓越平台。

中国书法家协会名誉主席苏士澍为开业仪式送上贺词,并为“海上青花·汾酒文化体验中心”题字。

在签约仪式上，汾酒集团与象屿酒业签署战略合作协议，将进一步携手推动酒旅融合发展。

据悉，海上青花·汾酒文化体验中心以“文化传承与创新融合”为核心，通过文化展示、科技互动、酒饮品鉴等多维度展示和可感可触的沉浸式体验，向消费者全面呈现了汾酒深厚的文化底蕴、精湛的酿造技艺和卓越的清香品质。

中流击水凯歌还 并肩携手越关山

2025 汾酒全球经销商大会在太原举行

12月2日，“中流击水凯歌还 并肩携手越关山”2025 汾酒全球经销商大会在太原举行。汾酒集团党委书记、董事长袁清茂，汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞，公司领导李振寰、韩向宇、刘卫华、李沛洁、梁建文、王怀，外部董事王锁奎、高彦清，部分汾酒股份公司高管、汾酒集团相关部门负责人，与来自全球的经销商伙伴、媒体代表齐聚一堂，共同见证汾酒“十四五”期间发展成就，共同谋划“十五五”和汾酒复兴纲领第二阶段的战略思路。

大会在庄严的国歌声中拉开帷幕，会议由武跃飞主持。



袁清茂作题为《真情共鸣，彼此成就，与消费者共创未来》的讲话，他表示，汾酒复兴纲领第二阶段要聚焦“真情共鸣，彼此成就，与消费者共创未来”一条主线，重新认识消费者，重新认识市场，重新认识自己，找到汾酒独特而正确的创新之路；要坚持“拓展传统营销阵地”和“打造悦



己消费标杆”两条战线，深耕市场线、产品线，以全国化、年轻化、国际化为方向，通过 IP 共创、场景共创、表达共创、地域文化共创，打造悦己消费第二增长曲线；要以活态文化、数智化、系统化三大支撑为保障，全面赋能“与消费者共创”，提升消费者的情绪价值；要做好价值化、一体化、精细化、稳定性四大管理，确保战略落地见效。

袁清茂强调，2026 年不仅是汾酒复兴纲领第二阶段的关键之年，更是汾酒经营模式的转变之年，与传统共生，与时代共鸣，与消费者共情，与世界共美，是“中国汾酒复兴纲领体系”的显著特征；与消费者共创未来，是“中国汾酒复兴纲领体系”的重要方向。汾酒将把战略转变为行动纲领、把行动纲领贯彻到位、进行到底，赢得广大消费者的信赖，共创美好未来。

武跃飞表示，在省委、省政府的坚强领导下，在省国资委的大力支持下，汾酒坚持“八个面向”，践行“八大纲领”，实施“稳健压倒一切”的营销策略，全员营销氛围更浓，品牌协同根基更稳，市场拓展领域更广，数智赋能动力更强，文化创新活力更足，深化改革内功更深。未来，汾酒将与经销商伙伴一道，思想同心、动作同频、行动同步，以更加有力的举措拥抱发展机遇，以更深入的合作谋求互利共赢，继续保持定力、激发动力、全员发力，在新征程上开创汾酒复兴的崭新局面，共同谱写高质量发展新篇章！

汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰宣读了《关于对 2025 年度优秀经销商、专卖店、基层业务人员进行表彰的决定》。与会领导分别为获得“突出贡献奖”“卓越贡献奖”“中国酒魂奖”等荣誉的团体和个人进行颁奖。

获奖代表、省区负责人代表和海外经销商代表分别作表态发言，一致表示将坚定践行汾酒复兴纲领，紧扣市场脉搏，深入消费者场景，以文化赋能产品，以诚信服务客户，持续提升汾酒的品牌影响力与市场竞争力。

会上，汾酒股份公司副总经理、汾酒营销中心主任、汾酒销售公司党委书记、董事长张永踊作专题报告，系统总结了 2025 年汾酒营销工作的成绩，并从四个持续推进、五个坚定不移、五个保障等方面，对 2026 年汾酒营销工作作了具体安排。

大会在《敢于胜利》的歌声中圆满落下帷幕。

2025 汾酒全球经销商大会期间，还发布了“青花汾酒 25·花神令”新品，将中国人独有的诗意时间哲学融入其中，是“青花汾酒+”创新模式下，传统文化与现代生活美学的一次深情对话。



2025 汾酒全球经销商大会的胜利召开,不仅坚定了合作伙伴与汾酒并肩前行的信心,更凝聚了“与消费者共创未来”的强大共识。站在新的历史起点,汾酒将以更加开放的姿态拥抱变革,以更加坚定的信念践行使命,以更高质量发展筑牢品牌根基,满足消费者对美好生活的向往,不断书写属于中国白酒的时代答卷。

聚势拓新境 竹梦共潮生

2025 竹叶青酒全国经销商大会在太原举行

12月3日,“聚势拓新境 竹梦共潮生”2025 竹叶青酒全国经销商大会在太原举行。汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰,纪委书记、监察专员韩向宇,党委委员、董事李沛洁,汾酒股份公司副总经理、总会计师王怀,部分汾酒股份公司高管、竹叶青产业公司相关负责人,与来自全国的经销商伙伴、媒体代表齐聚一堂,共绘竹叶青酒壮美蓝图,共赢露酒璀璨未来。

大会在庄严的国歌声中拉开帷幕,会议由汾酒股份公司副总经理、汾酒营销中心主任张永踊主持。

李振寰作题为《顺势而为 聚力向新 共绘竹叶青酒大健康产业宏伟蓝图》的讲话。他表示,竹叶青酒作为汾酒集团复兴战略布局中的重要一环,是中国露酒的典范,承载着深厚的中华文化与酿造智慧,未来要厚植根基,继续巩固“品质基础坚实、配方底蕴深厚、酿造技艺精湛、品牌认可度高”四大核心竞争优势;要把握露酒品类消费人群Z世代和新中产群体崛起的机遇,将竹叶青酒营销融入时代前进的澎湃浪潮;要构建协同共进的发展生态,在共创共铸露酒新生态、拓展战略合作多元路径等方面系统施策,护航竹叶青行稳致远。



张永踊在致辞中表示,竹叶青产业公司在集团公司的领导下,始终坚守“传承双非遗技艺”的初心使命,主动顺应健康化、年轻化、时尚化的消费趋势,以创新为驱动力、以卓越品质为基石、以深厚文化为灵魂、以全球化视野为引领,积极推动竹叶青酒开启全新征程。未来,竹叶青酒将继续深耕国内市场,拓展国际市场,让世界领略中国露酒的独特魅力。

竹叶青产业公司负责人以《实干为基 勇变为翼 攻坚践行 共赴竹叶青酒新使命》为题,围绕“回顾、砺新、跃升”三个关键词,对竹叶青酒的品牌发展与规划部署作了汇报。

会议宣读了竹叶青酒品牌战略智库专家聘任决定,与会领导分别为专家颁发聘书。

智库专家分别以《露酒的历史与未来》《露酒先驱竹叶青 引领调味酒新赛道》为题,发表了前瞻性见解,为竹叶青酒发展提供了宝贵的理论支撑与决策参考。

经销商、省区代表立足市场趋势、行业动向分别发言,一致表示将紧跟公司战略、积极开拓市场、提升服务品质,携手共进,继续开创竹叶青酒发展新篇章。

大会在《敢于胜利》的歌声中圆满落下帷幕。

2025 竹叶青酒全国经销商大会的胜利召开,不仅提升了经销商伙伴对时代大势的洞察能力,更增强了与汾酒、竹叶青品牌共同成长的信心。立足新阶段,竹叶青产业公司将以“二次创业”的心态,全力以赴打赢市场开拓之战、立命之战、升级之战,书写竹叶青大健康产业的崭新篇章。



纪念汾酒荣获巴拿马万国博览会甲等大奖章 110周年暨“汾享世界”全球发布盛典在美国纽约举行



美国东部时间12月15日，纪念汾酒荣获巴拿马万国博览会甲等大奖章110周年暨“汾享世界”全球发布盛典在美国纽约举行。美国联邦国会众议员孟昭文致贺信。中国驻纽约总领馆副总领事孙丽萍、中国驻纽约总领馆侨务组组长潘焱、纽约州众议员郑永佳、纽约市议员克里斯托弗·马泰、美中友好协会会长张锦平、美国华商会会长邓龙及百位中美政商学界嘉宾参加活动。汾酒集团党委书记、董事长袁清茂，汾酒股份公司副总经理张永踊，汾酒相关部门负责人参加活动。

袁清茂与众嘉宾共同为新品“汾享世界·龙尊系列”揭幕。



郑永佳,克里斯托弗·马泰分别致辞

郑永佳表示,中国汾酒是中美文化交流的重要“风味纽带”,可通过系统化的品鉴教育、政策层面的积极推动以及社区共建机制,更好地融入并适应美国本土市场。

克里斯托弗·马泰表示,中国白酒在美国市场的潜力并不局限于华人社区,并分享了纽约本地消费者对不同酒类品牌和品类的偏好趋势。



张永踊,联合国训研所、联合国粮农组织、联合国开发署特别顾问 Amaj Rahimi Midani 博士,张锦平发表主题演讲。

张永踊表示,此次“汾享世界·龙尊系列”新品发布,是贯彻落实汾酒复兴纲领体系下汾酒国际化1.0 模式——“三驾马车、九个重点”的具体实践。未来,汾酒将持续推进国际化战略,坚持以长期主义为引领,从“单点试水”迈向“系统出海”,主动融入全球主流消费场景与多元文化语境,携手行业伙伴与国际友人,让一杯中国清香成为连接东西方友谊与文明对话的重要载体。

Amaj Rahimi Midani 博士表示,汾酒在跨文化交流中扮演着连接日常生活与真诚对话的重要媒介角色。面对人工智能时代带来的新挑战,汾酒应持续履行社会责任,推动科学与文化协同发展,共同构建可持续的未来。

张锦平表示,汾酒国际化需重点把握三大关键路径,即以文化共鸣替代符号化输出,善于运用本土化叙事逻辑,并注重消费场景中的情感共鸣与价值连接。

汾酒国际贸易公司负责人在特别致辞中表示,汾酒既是千年清香技艺的坚定传承者,也是顺应时代、主动求变的开拓者。面向国际市场,汾酒坚持以全球视野进行产品创新与体系构建,针对海外消费需求“量体裁衣”,推出“汾享世界·龙尊系列”新品,以更加国际化的表达满足多元市场需求。该系列新品亦是汾酒国际化1.0模式的重要成果,这张不断递出的“清香名

片”，标志着汾酒国际化征程正由单一的产品输出，迈向品牌价值与产品体系协同驱动的全球叙事新阶段。

旅美书法家、资深媒体人江广富现场挥毫“百年起航 汾享世界”的世纪祝福，将活动推向高潮。



发布会上，表演环节亮点纷呈：昆曲和京剧表演艺术家贾永红倾情献唱京剧经典《贵妃醉酒》，韵味醇厚；世界著名男高音歌唱家Eric Margiore、哥伦比亚大学教师 Megan Weston 与大都会歌剧院钢琴艺术家 Michael Fennelly 联袂演绎歌剧《祝酒歌》，以西方经典旋律呼应东方酒礼；东西方乐器合演等文化展演收官，凸显汾酒“以文化为媒介”的全球化路径。

活动期间，袁清茂一行分别与美国、加拿大汾酒经销商进行走访座谈，并集中调研本土国际化市场，了解全球酒类品牌品类、市场销售及消费者反馈等情况；参与多场“汾酒之夜”品鉴会，与当地华人华侨、华商华裔及外国友人进行文化交流。

此次“百年启航，汾享世界”北美之行活动，清晰地诠释了中国白酒文化的创新表达。未来，汾酒将进一步推进国际化实践和践行开放共赢的发展理念，努力实现汾酒从全球市场的“参与者”到“价值共创者”的升华，让世界品味一个既传统又现代、既中国又世界的汾酒形象。

双屏共振 清香致远

汾酒冠名京晋双春晚实现品牌破圈



一马当先开胜景，万象更新醉春风。2026 年新春，汾酒作为北京广播电视台春节联欢晚会与山西卫视 2026 黄河民歌春晚的独家冠名商，依托两台重磅晚会的超强传播力，完成了一场双屏共振、覆盖全国、渗透全龄的品牌营销战役。这并非简单的广告投放，而是汾酒在“十五五”开局之年，立足文化根脉、深耕核心市场、布局全国战略的一次精准落子。

本届春晚中，汾酒摒弃了传统的“硬广轰炸”，将品牌理念与晚会内容进行了深度的“文化嵌合”，通过

内容共创、场景共建、价值共鸣的深度合作模式，为品牌赋能探索出一条超越传统广告植入的创新路径，实现了从“冠名商”到“文化共创者”的身份转变。

在北京台春晚，汾酒以“春风得意马蹄吉”的晚会主题为纽带，将自身的品牌形象与马年的奋进精神完美融合，传递出“把盏话团圆，策马开新篇”的美好寓意。这种绑定不仅提升了品牌的历史厚重感，更通过“城市客厅”的舞美设计和胡同里的市井烟火，让汾酒走进了百姓生活场景，消解了汾酒与消费者间的距离感。

从数据层面来看，北京台春晚以“十三连冠”的硬核实力，为汾酒锁定了省级卫视春晚的顶级流量阵地，全网直播总观看量超 1.5 亿，包揽微博、快手、百度直播热度榜第一。全网热搜

达2223个；破亿话题词11个，破千万话题84个，微博主话题阅读量超151.3亿。汾酒品牌元素随节目深度植入，借助亿级流量实现了全国性知名度扩散。其中，定制歌舞《人生得意须尽欢》、深度植入小品《结婚纪念日》与《我的团播我的团》三个节目，构建起从文化根脉到百姓生活的全维度植入矩阵，让汾酒的清香底蕴与新春氛围完美交融。

作为本次植入的核心亮点，歌舞《人生得意须尽欢》是汾酒与晚会深度共创的定制节目，由屠洪刚倾情演绎。节目以晋商故事为舞台底色，巧妙串联金榜题名、洞房花烛、买卖兴隆三大人生幸事，将汾酒举杯庆祝的场景无缝嵌入剧情节点。屠洪刚雄浑大气的演唱搭配极具戏剧张力的舞台呈现，让“广告即内容，内容即广告”的理念落到实处，既展现了晋商文化的厚重，也让汾酒承载的“团聚、分享、祝福”酒礼文化自然浸润人心。

在语言类节目中，宋小宝、赵海燕主演的小品《结婚纪念日》实现了产品与生活场景的精准植入。节目中，角色不仅直接提及“青花汾酒”与“竹叶青酒”，更以“青花汾酒入口绵，是高品质生活”的台词，完成对产品品质的真实化点评。这种依托剧情的生活化植入，将汾酒塑造成百姓纪念日里的品质之选，精准触达大众对高品质团圆生活的向往。

由杨树林、文松、程野、宋晓峰等联袂出演的小品《我的团播我的团》，聚焦“银发潮”，讲述“酷老头”搞团播的趣味故事。

其中公园三人不约而同拿出竹节杯的桥段顺其自然而将青花汾酒植入剧情当中，宋晓峰一句“这青花汾酒，就像我们哥仨的情谊”，搭配杨树林、程野接力道出的“年头越多味越正”“入口绵、落口甜”，把汾酒的品质特点与“老友相聚，好酒相伴”的场景深度绑定。让品牌在烟火气中实现了精准传递，让品牌在欢笑中实现潜移默化的传播。



而在山西卫视黄河民歌春晚的主场，汾酒则主打“根脉”与“乡情”牌。以“汾酒相邀天下客，黄河春晚庆九州”为开篇，将汾酒与大同古城的年味、黄河九省区的非遗绝技深度绑定，构建出“清香纯正的美酒配文化盛宴”的沉浸式体验。这种“在地化”的宣传策略，不仅巩固了汾

酒在本土市场的“精神图腾”地位,更将“黄河文化”这一国家级 IP 注入品牌内涵,为汾酒开拓全国化市场赋予了强大的文化势能。

据美兰德数据显示,山西春晚其位列黄金档电视节目融合传播指数榜第四、全网首播晚会融合传播指数榜第二;索福瑞数据显示,24-44 岁中青年观众占比达 4 成,成功俘获年轻群体。更同步登陆沿黄九省卫视联合播出,电视覆盖范围达 12 亿人次,成功让众多观众在欣赏精彩节目的同时,感受汾酒匠心独运的酿造智慧。

晚会中,原创定制歌曲《醉时光》由唱跳歌手姚伯南演绎,以酒桌倒酒时“吨吨吨”的标志性声响为灵感源点,落笔酣畅饮酒的鲜活场景,直白传递了国人以酒抒怀、以饮共情的生活意趣。节目选取极具春节氛围的古风小酒馆为拍摄场地,青花汾酒和竹叶青酒作为酒桌核心道具全程亮相,欢快节奏与举杯共饮的画面完美契合,让汾酒成为团圆宴饮场景中不可或缺的主角。

一杯汾酒承千年底蕴,一方符号映华夏风华。汾酒通过春晚这一文化载体,将“诗酒文化”“黄河文化”“晋商文化”与品牌深度绑定,使其不再是一瓶单纯的饮品,而是成为了承载中国传统文化的符号。



这种“文化赋能”,不仅提高了品牌的护城河,更契合了当下消费者对“文化自信”和“品质生活”的追求,极大地提升了汾酒的品牌声量,进一步推动了汾酒全要素、高质量扎根中国酒业第一方阵。

从北京台春晚的全国流量领跑,到山西春晚的文化破圈深耕,汾酒以双冠名战略布局,实现“广度覆盖”与“深度渗透”的完美结合。在马年“一马当先”的吉祥寓意中,汾酒正以文化为纽带,以品质为根基,在白酒行业的新赛道上策马扬鞭。这场“清香盛宴”不仅让观众品味到了新春的喜悦,更让市场看到了一个传统名酒在新时代下,守正创新、行稳致远的磅礴力量。



研酒所

Wine Research Institute



何以关公,何以汾酒:

一场穿越千年的文化对酌

近日,五集纪录片《何以关公》在山西卫视、CGTN、腾讯、优酷等多平台同步播出,引发了海内外观众对关公文化及其精神内涵的广泛关注。

当关公精神在荧屏内外激起一片文化回响时,一个问题也随之浮现:这片孕育了忠义典范的古老土地,是否也将其精神基因,注入了另一张穿越千年的名片——那缕源自杏花村的清香之中?

关公的“忠义仁勇”与汾酒的“清正绵长”,看似一为精神丰碑、一为物质佳酿,实则同根同源,共同诠释着三晋大地乃至华夏文明中,那份关于“坚守”与“诚信”的深层密码。





山河铸魂

山河表里，大河上下。山西独特的地理格局，不仅塑造了军事上的重关险隘，更在漫长岁月中，淬炼出一种内敛、厚重、坚韧的地域性格。

关公生于河东解良，其一生执着守护忠义信念，最终成为“义绝”的千古形象。这与山西大地上人民重信守诺、坚韧刚毅的群体特质密不可分。山峦的屏障赋予了坚守的定力，黄河的奔流则融入了豪迈与担当。

同样坐落在山西的汾阳杏花村，其美酒的奥秘首先也在于这一方水土。独特的

盆地气候，适宜的土壤成分，尤其是历经千年形成的特殊微生物群落，共同构成了汾酒不可复制的“生命场”。

这就如同关公精神离不开三晋文化的滋养，汾酒的“魂”也深植于这片地理与人文交织的沃土之中。二者皆非无本之木，它们的卓越，都源于山河的赋予与塑造。

在白酒竞争日益聚焦于产区表达的今天，汾酒所倚仗的，正是这种“天人共酿”的生态稀缺性与文化完整性。地理标识保护的不仅是工艺和产地，更是一种经由时间验证、无法搬迁的品质信誉与精神认同。

这恰与关公文化所代表的、历经检验而颠扑不破的诚信价值，形成了内在的呼应。

匠心传续



精神的崇高与物质的品格，都需要在时间的长河中接受淬炼。

关公之所以成为关公，绝非仅仅因为其勇武，更在于其在复杂局势乃至生死考验面前，对“忠义”原则的极致践行。无论是“挂印封金”的纯粹，还是“千里单骑”的执着，都体现了一种超越功利、近乎本能的价值观坚守。这种坚守，使其形象从历史人物升华为道德符号。

汾酒的酿造，同样是一场与时间的漫长对话。其核心工艺“清蒸二次清、固态地缸分离发酵”，看似简单，实则苛刻。它要求酿酒人遵循自然节律，对每一个环节抱以敬畏，不可有丝毫懈怠与取巧。一代代汾酒匠人恪守古训，将技艺与匠心口传心授，在重复中追求极致，在坚守中等待绽放。

这份对传统的敬畏、对标准的恪守，与关公对“义”的持守，本质上同属一种“匠心”——对内心准则与职业信念的忠诚。



然而，坚守并不意味着固步自封。

关公文化在历代被不断诠释、丰富，从历史到文学，从宗教到民俗，其精神内核得以在不同时代焕发新生。汾酒亦然，在严格传承古法的基础上，现代汾酒引入了科技赋能，以科学解读传统，以创新保障品质稳定与提升。

老作坊与现代化车间并存，非遗传承人与科研团队共进，体现的正是在“守正”与“出新”之间把握平衡的智慧。这既是传统产业在现代社会的生存之道，也是古老价值得以永续的必经之路。



清香致远

《何以关公》在当今时代引发广泛共鸣，折射出社会对诚信、担当、契约精神等传统价值的深切呼唤与回归渴望。文化需要载体，精神亦需附着于具象之物，方能更广泛地融入生活，实现其教化与凝聚功能。

汾酒，作为承载着深厚历史与卓越品质的民族品牌，正自觉承担起这一时代使命。

它不仅仅提供一种风味饮品，更通过每一瓶酒，传递着“用心酿造、诚信天下”的价值观。品尝汾酒的“清、正、甜、净、长”，也是在感官体验中，潜移默化地感受那份源于三晋大地的“清正”气韵。

当汾酒作为国家名片亮相世界时，它输出的不仅是商品，更是一种中国式的品质哲学与处世之道——清澈、纯正、余韵绵长。

在白酒行业进入品牌与文化竞争新阶

段的当下，头部酒企纷纷深挖自身文化内涵。汾酒的独特优势，在于其能将一种高维度的精神文化与自身的工艺特质、品牌故事有机融合，形成难以复制的“精神差异化”优势。

这超越了单纯的历史叙事，进入了价值认同的层面。从企业治理到ESG实践，关公精神中的“信义”原则，也为现代企业提供了宝贵资源。

从关羽的桃园一诺，到杏花村的千年酒香；从庙堂之上的精神塑像，到寻常杯盏中的一缕清香——两种形态，一种风骨。纪录片在追问“何以关公”，而我们品味汾酒时，亦是在参与一场关于“何以中国酿造”的文化沉思。

当世界通过《何以关公》读懂山西的忠义之魂，或许，也能通过这一杯清澈的汾酒，品味到一个民族内敛于器、外化于行的精神品格。

这，正是汾酒作为文化使者，在新时代的清香致远之路。

汾酒百年兰州路

一部品牌融入简史

醉美杏花村

题记：

一壶酒，承载的是一方水土的精魂；一座城，流淌的是千年岁月的回响。

当汾酒的清香穿过时光，与每一座城市的独特气息相遇，便开启了一场关于风土、记忆与情感的对话。

我们以酒为媒，循着清冽的甘醇，去触摸城市的脉搏，聆听故事的低语。这不仅是一场风物的探寻，更是一次与山河、与故人、与自己的温柔重逢。



真正的融合，从来不止于货品的流通，而是品牌与在地文化及经济生态的深度互嵌。汾酒在兰州的上百年融入历程，正是这一命题的生动诠释。

以晋商的“乡情符号”为起点，以深度携手本地苦水玫瑰产业为纽带，汾酒实现了从文化认同到经济价值共创的全面融入，成为兰州文化与经济不可分割的一部分。



汾酒扎根兰州的三大阶段

晋商行走天下，遍地开花。

晋商的三大商帮：上府帮（来自榆次、太谷、平遥、介休等地）、路南帮（来自临津、稷山、猗氏、万泉等地）、绛太帮（来自今运城地区新绛县）经营着兰州的主要货场。

他们的车队带着汾酒、绸布、百货、五金铁器与各色杂货，从家乡出发，一路从风陵渡过黄河，然后过潼关走华县、西安，或者从长武进入甘肃，再经兰州把货物分销至西北和西藏。

这条纵贯山河的商路，承载的不仅是商品的流通，更是汾酒作为一种文化符号借由商业网络与人的迁移，落地生根的载体，主要有三大阶段。

第一阶段：晋商在兰州的关键经济地位，为其所承载的乡土文化提供了强势的传播平台。

货物与金融的融入，意味着人流、物流

和资金流的高度集中，形成了商贸的核心。

商帮的会馆、票号等体系的运转，又构成了开放而稳定的文化空间与饮酒场景，使汾酒得以在异乡被系统性地消费与展示，完成了文化符号的落地生根。

第二阶段：汾酒从内部循环逐步向文化融合进阶，成为本地的“社交货币”。

随着晋商在兰州的融入进一步深入，汾酒不再只是单纯的山西标签，逐步成为共享奋斗、表达豪情、消弭隔阂的仪式性媒介，被赋予新的、在地化的情感价值。这一过程生动诠释了文化融合的源动力：它并非简单替代，而是经由共同经验塑造而达成。

第三阶段：兰州本地的饮食文化，尤其是以牛肉面、手抓羊肉为代表的浓烈鲜香风味，在与汾酒的长期碰撞中，孕育出独特的酒菜搭配习惯与品饮审美。



在这一阶段，汾酒深度融入本地的节庆、婚俗与市井消闲之中。汾酒不再仅是外来的“客酒”，而成为兰州多元饮食谱系中的有机组成部分，是一种跨越区域、为本地居民所接纳的复合味觉记忆。因此，汾酒在兰州的飘香史，实则是一部由浅入深、由深及广的文化融入史诗。这一路的沉淀与转化，既源于晋商在岁月长河中展现的坚韧与智慧，亦得益于汾酒自身的品质魅力，更离不开兰州这座城市如黄河般海纳百川的胸怀——正是这种深厚的文化包容力，将远道而来的人、物与情愫，悉数编织进黄河畔奔流不息的血脉之中。



一瓶玫瑰汾酒的双向成就

汾酒从汾阳出发,将其清香注入黄河岸边的兰州。而源自兰州永登县的苦水玫瑰,也经由晋商的车队,跨越千里抵达汾阳,为汾酒赋予独特的玫瑰花香。

自1904年起,苦水玫瑰便成为玫瑰汾酒不可替代的核心原料。上百年的产业协作,让两地早已超越简单的原料采购关系,有了更深的羁绊。

中国酒类流通协会副会长、甘肃省酒业协会会长张秉庆指出:“汾酒产地和甘肃同属黄河流域,汾酒的独特芳香里面已注入了‘甘味基因’,两省酒企酒商合作有着天然的亲和力和代入感,希望汾酒集团继续加大在甘肃市场的推广力度。”

对当地经济而言,汾酒为当地创造了稳定的订单农业模式,构建起一条“市场需求—品牌产品—稳定种植”的可持续致富路径。这意味着玫瑰不仅是地里的作物,更成为家门口稳定可靠的“绿色银行”,让当地农户生活水平得到了切切实实地改善。



▲ 苦水镇苦水玫瑰

图源:永登发布



在汾酒需求的带动下，永登县苦水镇的玫瑰种植产业蓬勃发展。截至2025年底，永登县苦水镇作为全国最大的玫瑰种植基地，种植面积已超10万亩，约占全国总量的42%，全产业链产值已达28亿元，带动5万余农户增收。

汾酒不仅是苦水玫瑰的大客户，更是为乡土资源找到了一个能融入现代经济大循环、并能不断产生增值的可靠出口。由此，它把乡村振兴落在了持续的产业活力和百姓可感的生活变化上，成为一条靠得住、能长远的幸福之路。

这种深度融入，最终让汾酒在甘肃形成了独特的品牌形象：既有中国名酒的经

典基因，又深植于甘肃的风土与物产之中，成为承载两地合作、体现甘肃本土物产价值的载体。

甘肃省酒业协会监事长魏兴琦感慨道：“我与汾酒已有20多年缘分。如今，汾酒深受甘肃消费者青睐，成为了人们走亲访友的馈赠佳品。”

一瓶玫瑰汾酒，串联起一场双向奔赴：汾酒以苦水玫瑰筑牢产品特色，甘肃借汾酒激活乡土产业，形成“品牌赋能+产业增收”的良性循环。这既是乡村振兴的生动实践，更是品牌与风土共生的典范，让合作红利惠及民生，让文化联结愈发深厚。



百年交融，时间的答案

回首汾酒扎根兰州的百年历程，不难发现：当品牌真正扎根于一片土地的文化与生活，它便超越了商业的范畴，成为连接历史与当下、凝聚情感与期盼的文化纽带，从而获得超越时间的长久生命力。

从文化角度看，这是一场从“品牌落地”到“文明共生”的典型案例。

晋商带来的汾酒文化，并非简单植入，而是与兰州的黄河文化、饮食传统深度碰撞——它既是晋商乡情的载体，也是兰州人表达豪情、联结情感的“社交符号”，更是与牛肉面、手抓羊肉相得益彰的味觉记忆。

最终，汾酒不仅是“汾河的酒”，也是“黄河的酒”，成为跨越地域、承载共同情感的文化图腾。这不仅生动诠释了酒作为世界通用语言的超级链接能力，也彰显了黄河文化“海纳百川、共生共长”的精神内核，让百年交融的文明密码，在岁月长河中愈发清晰动人。

在产业层面，两者共同实现了从“供需联动”到“生态共荣”的区域协同发展长效机制。

汾酒以稳定的市场需求为锚点，为苦水玫瑰搭建了“种植—加工—销售—增值”的完整产业闭环，让一株玫瑰从田间作物，变成带动当地发展的“绿色银行”。

这种联动，早已跳出“原料采购—产品生产”的简单供需关系，升级为“品牌赋能+产业造血+乡村振兴”的全链条生态共荣。而“品牌带产业、产业富民生、民生固合作”的经典模式，也为黄河流域区域协同、乡村振兴提供了可复制、可推广的实践样本。

从文化到产业全面融入兰州，汾酒的百年历程，还回答了“品牌如何获得长久生命力”的命题：真正的品牌生命力，不在于市场占有率的短期提升，而在于能否扎根地域的文化、风土与产业，成为地域发展的“参与者、建

设者、受益者”，形成良性循环。

从晋商时代的文化符号落地，到成为本地社交货币，再到深度嵌入产业生态、助力乡村振兴，汾酒始终以“双向成就”为逻辑——既为兰州带来文化丰富与经济增值，也通过兰州的包容与滋养，让自身品牌内涵更具厚度与温度。

时间的答案从不说谎，也最为经得起考验。这份“从汾河到黄河”的共生智慧，不仅是汾酒的品牌财富，更为新时代品牌与地域的深度融合，提供了弥足珍贵的实践样本。





汾酒 FENJIU 文化 Culture



山水有情,天地对饮:汾酒与武汉的唱与和

吴轶凡

1898年的初夏,武汉站在历史的十字路口。

张之洞督鄂近十年,汉阳铁厂、兵工厂、织布局次第兴起,芦汉铁路铺展,水电贯通,武汉三镇初现近代都会气象,时人谓之“东方芝加哥”。

彼时的北京,正是戊戌变法前夜,一道谕旨召他进京。码头上蒸汽升腾,城市奔涌向前,张之洞却驻足于街边酿酒糟坊,决意携这江汉烟火气,赴紫禁城的庙堂。

这一笔看似闲散,却在十余年后,与这座城市终结千年帝制的枪声遥相呼应。

北酒南下落地生根

随张之洞乘船北上的酒,原本就源自北方。

乾隆年间,河北束鹿人李大有带着自己在山西杏花村学得的汾酒制作技艺,沿着漕运南下汉口。这里地处长江中游与各大水路交汇点,商贾、工匠、船帮密集,糟坊与酒肆毗连,是楚地最具烟火气的商埠之一。而如日中天的晋商,也开始把商业触角延伸至此,建立钱庄、贸易等商业网点的同时,也带来了生活与文化的需求——包括声名赫赫的汾酒。



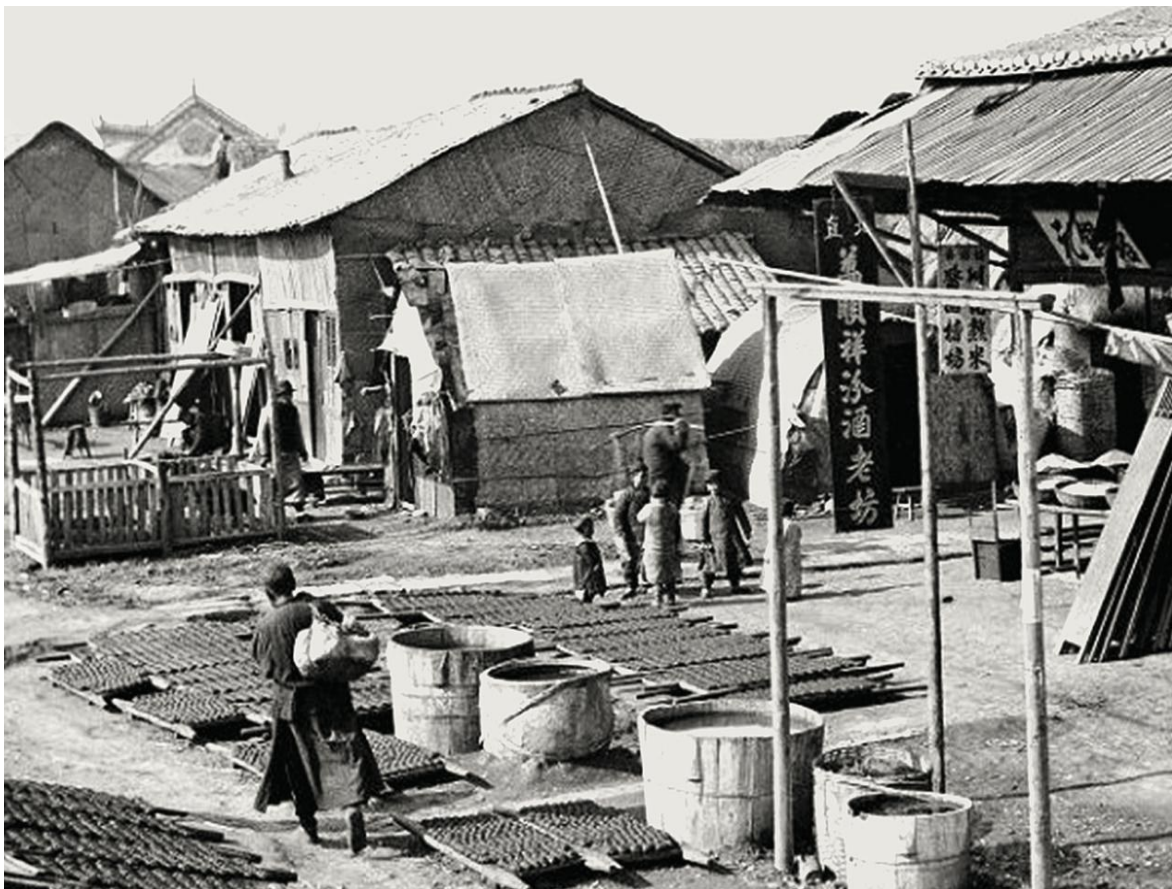


李大有在汉正街的硚口关圣祠开起槽坊，因酿造用的井水来自汉江，酿出来的酒就叫“汉汾酒”。从此汾酒在武汉落地生根，北方人和本地人争相酿造，酒坊遍布武汉三镇，又以汉口为多，最集中的汉正街也有了“槽坊街”之称。以至于老武汉人之间流传着一句顺口溜——“黄州的萝卜，莲花湖的藕，樊口的鱼，汉口的酒。”

汾酒的酿造以诚心守艺，用时光造味。

1898年的码头上，张之洞的随员中，却有人颇为不屑，觉得这无非是码头苦力们喝的麻木酒罢了。可老辣的湖广总督深知，武汉的烟火气中，未必没有甘醇清冽的滋味。果然，他浅酌后“有如清风拂面，好不痛快”，当即命人采购一批带往北京。最终，汉汾酒的名气传遍京城，光绪帝也下旨成立汉汾酒御用酒坊，亲自定名“天成坊”，寓意“佳酿天成，国富民强”。

可惜天不遂人愿，历经动荡，天成坊早已不复存在，只有汉汾酒的酿酒技艺绵延至今——脱胎自山西杏花村的清香，在汉江水土的滋养和江城烟火的浸润之下，成了这座城市生活里天经地义的味道，也成了本地人内心共同的喜好。



民国时期汉口北直万顺祥汾酒老坊

这种喜好，代代相传，生生不息。

在老武汉们的餐桌上，汾酒似乎扮演着“最大公约数”的角色，清香爽快的底色，无论遇上何种场面，搭配何种食材，都能相得益彰，抚慰人心。甚至在需要促进消费、拉动经济的时刻，武汉市长的选择，便是带头走近地摊美食，吃本地菜，喝红盖“玻汾”。

而年青一代，则有自己的玩法——在武汉湿热难耐的夏日里，一杯冰镇杨梅酒下肚，酸甜适口，顿生凉意，而流传在社交媒体上的调酒秘诀，正是53度青花汾酒。“它干净纯粹，没有杂味，用来泡果酒最合适不过。尤其是搭配本地新鲜杨梅，酒体吸收果香后更添层次感，入口顺滑，微甜不腻。”

“凡是普遍叫好的东西，在于能与更多人分享，同时与更多的人共情。”在武汉生活了三十多年的湖北作家刘醒龙觉得，汾酒能在武汉流行几百年，既不以奢侈吓人，也不以浅俗媚人，“就像当年晋侯位列春秋五霸，走的是稳稳当当的风格路线”。而相对武汉这座跨江而生、行业繁杂的城市，这种稳当，显得尤其重要。

九省通衢风风火火的外表之下，藏着一片更加纯粹的精神世界。

江湖味道中的一抹“纯”

要理解汾酒为什么能在长达两百多年里，与武汉相伴而行，就不能绕过这座城市的味觉。一座城市的饮食习惯，总是连带着它的生活方式，折射着千百年来沉淀、磨砺而来的性格。

在刘醒龙眼里，最适合形容武汉的味道，就是热干面——那是无论在城市的哪个角落，都闻得到的烟火气。

事实上，在刘醒龙、池莉、董宏猷等知名湖北籍作家的小说里，都可以找到热干面的踪迹。董宏猷曾表示，热干面是北方文化在武汉的具体体现，它有多种吃法，就像武汉人和武汉这座城市的性格和个性

一样，兼容并蓄，包容性非常强。而武汉大学教授尚重生也曾说，热干面这一简单快速的小吃是老汉口码头文化的体现，看似做法简单，实则暗含功夫，最能代表武汉人性格和文化的兼容并蓄，细腻而粗犷。

而武汉本身，也恰是这样一个纷繁的综合体。

比如，武汉人把吃早饭称为“过早”，甚至曾经有段子说，骑着自行车拌热干面“过早”是武汉人自带的技能。其实，作为航运繁盛的江城，“早酒”也是这里的传统。肉丝码子面、黄鳝面、牛肉火锅、卤鸭火锅，或者干脆就端来热干面、豆皮这些武汉最常见的早餐小吃，同样下酒。



热干面配早酒，一天才算“开了张”

不同的节奏，不同的口味，完美映射着刘醒龙眼中，武汉“气象万千”的气质——“因为地理上长江与汉水的天然阻隔，武汉三镇呈现不太一样的性格，加上长期以来形成的城市生活的不同分工，这种分工也不是有意而为，是自然而然形成的。”

再比如，与外界“热辣武汉”的印象不同，真正了解这座城市的人会注意到，它的饮食口味其实有两条清晰的线索。一条是热辣：鸭脖、烤鱼、油焖大虾、香辣小龙虾，都是重火重味；另一条却是“清鲜”：清蒸武昌鱼、排骨藕汤、莲藕夹，强调原味、口感干净、汤体澄澈。两条线路并存，没有互相排斥。武汉人可以在夜宵摊上吃最辣的红油烤鱼，也可以在第二天回到藕汤的清淡里，

让胃和心重新归零。

这种“热辣之上有纯粹”的味觉结构，与刘醒龙的观察完全一致：“武汉人多是直肠子，不会弯弯绕，初次见面会觉得人很冲，久而久之就会发现，其实不过是性格中的爽快。”

爽快与耿直，或许是武汉多元的味道里，深藏的那一抹基调，也是这座城市纯粹的底色。

正因如此，清香型白酒在武汉并非“冲突性的存在”，反而是一种逻辑上的顺势。它既不会在鲜辣面前显得乏力，也不会清鲜菜肴旁显得喧哗。它在辛辣中起到缓和的作用，在清淡里又能提振味蕾。武汉的特色菜系构成了一种“双轨味觉”，而清香型白

酒在这两条轨道之间都能找到自己的位置，这与武汉的性格不谋而合——它们的结合，不在于“彼此改变”，而在于“彼此理解”，城市懂得这杯酒的节制，而酒也懂得这座城市的坦荡。

或许，当张之洞注意到汉口市井流行的清香型酒，并推动其工艺标准化时，他实

江湖味道中的一抹“纯”

1911年的武昌，把武汉推上了英雄之城的巅峰。而这座“有脊梁”的城市，在历史上也从来不是个温吞的地方。兵气与火气，江湖与市井，在这里交织成一种独特的底色——不退让，不拖泥带水，不装腔作势。时至今日，豪气也从未消退。

且武汉的这种“纯”，不是简单的急性子，更非鲁莽与轻率，而是长江文化长期塑造的性格。滚滚江水从青藏高原一路奔腾，在武昌、汉阳、汉口三镇撞开一个巨大的气口，汇成中国近现代最早的工商业腹地。码头的生意、茶馆的交谈、江湖上的来客，都要求人说话办事“利落”“爽快”。武汉人的直，就是文明层累积出的判断方式；他们的快，是时代不断逼出的生存方式，而非急功近利的捷径。辛亥首义之所以在这里爆发，不只是偶然，更像是这座城市性格的一次自然喷薄。

实际上捕捉到的并不只是一个酒种的潜力，而是捕捉到武汉味觉的本质：一种需要节制、需要干净、需要在热气之外保持清醒的味觉。不知彼时的张之洞是否已经意识到，在这种味觉的另一端，他脚下的城市，正酝酿着改天换地的赤子之心。

若把这样的武汉，与汾酒并置，人们会发现它们之间有一种奇妙的同构关系。汾酒最核心的工艺“七大要诀”——“人必得其精，水必得其甘，曲必得其时，高粱必得其实，器必得其洁，缸必得其湿，火必得其缓”——本是酿造层面的经验总结，却天然带着一种价值观：清浊分明、诚实勤恳、专注沉淀。酿酒人不允许掺假，不允许偷懒，甚至连性急也不可以。所有的好味道，都必须靠足够诚实的时间来换。

刘醒龙说，自己曾去过好几次杏花村，“那里的人对待酿酒如同对待艺术，就像武汉人对待热干面，这样一种‘纯’非常可爱”。

酒和城，恰恰都靠“经历”成型。汾酒之所以清，是因为它从水、粮、曲、火到人心的每一道环节，都必须排除杂质；武汉之所以直，是因为它经历了太多历史风暴，反而



更珍惜情义与本心。一个讲究“甘”“洁”“实”，一个强调“直”“快”“真”。二者之间，没有刻意的对接，却自然而然在“纯”的维度上相遇。

汾酒有“汾者，大也”的文化传统，刘醒龙觉得，这讲的是一种胸襟、一种气度、一种不被小情小绪遮住眼睛的开阔。而武汉作为“九省通衢”，也有属于大城的明快与辽阔——黄鹤楼的诗意，武大的樱花，长江大桥的风声，这些不同的景象背后，是同一种“明亮而不遮遮掩掩”的生命态度。

于是，在武汉喝汾酒，会出现一种微妙

的贴合感，共享一种朴素又稀缺的价值：真实地活，干净地做，不为复杂之事所惑，不为虚饰之姿所累。这既是古城酿酒的哲学，也是大城生活的逻辑。

“酒是食品，又不全是食品。酒的流通本质上是一种文化的流通。”刘醒龙说，自己并不善饮酒，但非常羡慕酒喝得好的朋友，而好酒如同好友，有酒了生活会更有趣。“酒能使人松弛下来，被紧张包裹的潜在品性，就会不自觉显露出来。喝到高兴处，分不清是人在喝酒，还是酒在喝人。”

作家刘醒龙循香访酒





武汉的历史，从汉阳铁厂到武昌起义，从城市重建到商业活力，一直像江水一样湍急、热烈；而这座城的底色，却又清澈、明净，不绕弯、不藏灰。正是这种“表面热辣，内心纯粹”的精神，让汾酒在武汉落地的那一刻，好像找到了气味相投的老友。

这或许是一杯酒，对城市，对人生的映照——如何在酒体的滋味中，如何在时代的浪潮里，找到自己的那一份“纯”，既是百余年前硚口码头上，贩夫走卒和国家重臣共同的诉求，也是当代人的精神出口。刘

醒龙觉得，对当代的年轻人来说，那种恰到好处的微醺与怡情，“让放松下来的自己，说自己想说的心事，做自己想做的表达，这样的纯粹，会将自己的青春长久地留在生活”。而其中的“纯”，是一种出淤泥不染的心灵状态。

或许，在武汉，汾酒不需要被解释。人们举杯时，“纯”的味道会留在心里——这是酒的性格，也是城市的性格。

用刘醒龙的话说：山水有情，天地对饮。



万里茶路有酒香





河南酒：河西高粱红遍野，东岸深居酿酒仙

河南和山西，虽然隔着高高的太行山和宽宽的黄河，但晋豫两地的来往却是如此的频繁，反映在茶上是这样，反映在酒上也是这样。

万里茶道上茶叶的传播，在河南境内有几条道：有陆路，也有水路，还有马帮运输，总之各种交通方式很发达。这样使得山西酒的传播更为便捷。在河南，山西人垄断了酒曲的经营，同时，也把酿酒的技艺带到了河南。清乾隆年间，河南巡抚尹会一在给皇帝的奏折里写到：“查河南素称产麦之区，遂有山西富商大贾挟其厚资，乘麦收价贱时，在码头集镇，广收麦石，开坊踩曲。每商自数十万至百余万块不等，车载船装，贩运他省。”

1990年代，有一句很火的广告词：**东奔西走，要喝宋河好酒**。说的就是河南的名酒**宋河粮液**。宋河粮液就是山西的酿酒技

师始创的。这里原叫枣集镇，因宋河酒的名气大，后来才改名叫宋河镇。明洪武年间，山西酒师来此酿酒，利用宋河便利的水路条件，枣集人用白蜡条编织的酒篓盛酒，上面写着“枣集酒”三个朱红的大字，装船发运，源源不断销往各地。有人写诗道：“北纳齐鲁东临皖，南望楚国真源县。美酒飘香家门过，醉倒宋河万里船。芦苇茫茫杨柳远，宋河来自银河边。**河西高粱红遍野，东岸深居酿酒仙。**”写出了当时酿酒饮酒的盛况。《中国饮食文化辞典》对此也有记载：“明洪武年间，有山西酒师移居枣集，酿造曲酒，遂负盛名。清代中期有很大发展，枣集镇上酒坊达48家。新中国成立后因建厂于古宋河之滨，故名为宋河粮液。”

南阳的赊店老酒也曾被汾酒改良。明清时期，赊店交通发达，成为商贾们往来的重要商贸中心，尤以晋商为众。晋商起初出门带着汾酒，时间久了带着还是不方便，于是聘请酿酒技师在这里酿酒，采用汾酒的酿制工艺，



采当地之水酿制，所酿赊店汾酒名冠中原，远销湖广。距离赊店不远的唐河县祁仪镇，还有一家晋商办的酒馆，是著名的哲学家、一代国学大师冯友兰的祖父冯玉文创办的，冯家原籍山西高平，后迁来此，经营商铺客栈，建起酿酒作坊，成为一代望族。

茶路经水路至河南赊店转旱路，目标是经汝州到洛阳。汝州就是今天的平顶山。在平顶山经商的山西商人几乎垄断了烧锅、钱庄、当铺、染坊、丝绸、药材、干果、茶叶、食盐等重要行业，可见做酒销酒的很多。清代著名学者武亿论宝丰酒的状况时

说，“宝丰仅一山县，而诸村邑聚落并置酒监，其时逐末之徒就曲蘖为生，虽以征商重困而不悔也。”虽然课税很重，但还是以曲蘖为生，看来还是有利可赚的。

在河南全境，无论是郑州、开封，还是新乡、洛阳，所到之处，都有山西商人的足迹，当然也有山西酿酒技师的身影。尤其是和山西紧邻的地方，如延津县、武陟县、温县、济源县，所产酒直接就叫汾酒，如武陟县的就叫**武陟汾酒**。这些酒采用汾酒的酿造技艺，酒标上都标着大大的“汾”字，颇有一种同宗同源的自豪感。





东三省的烧锅：三酌颠倒相扶持，天地日月为奔忙

出了山海关，就是东北了。东北指的是辽宁、吉林、黑龙江和内蒙古东五盟市的这部分区域。历史上“闯关东”主要以山东和河北为主，但是晋商到达这里的也很多很多。“山西帮……纷至沓来，反客为主矣。”精明的山西商人，来这里主要是做生意的，和一般意义的闯关东还不太一样。《葛瑞肃公家训》中记载到：“辽东商人，山西居多，而汾州过半。”汾州商人在东北经营酒业，把山西酒技术和当地的技术相融合，制成了别具特色、深受人们喜爱的酒，一些酒还直接称作“某某汾酒”，并且至今一些当地的酒厂还有很多山西人担任酒师。关外作物主要是大豆和高粱，高粱易生虫，难以久储，却是酿酒的最好原料，于是山西商人带着酒工，在关外各地开设酿酒作坊。太谷曹家创始人曹三喜在辽宁朝阳县利用当地盛产的高粱办起了第一个字号烧锅作坊——公义店。曹家在东北前后开了15家酒坊。正是凭着山西的酿酒技

艺，曹家在东北才站稳脚跟，成为首屈一指的关外富商。

辽宁酒：清康熙元年（1662年），山西太谷县酒师孟子敬在盛京（今沈阳）买下了小东门外的一块空地，投资兴建了义隆泉烧锅。所造白酒芳香怡人，备受欢迎。乾隆十七年，义隆泉烧锅改名为德隆泉烧锅；同治十年，又改名为万隆泉烧锅。光绪三十三年，奉天省管辖十四城酒邵国宁代表，感恩光绪皇帝减捐贡酒税，当时万隆泉烧锅是盛京烧锅行业选派的唯一代表。此后的几十年间，国内国际世事变化万千，万隆泉烧锅历尽艰难，传统的酿造工艺依然保存下来。从最早的义隆泉开始，在长达两个世纪的时间里，烧锅坊一直继承和发扬着悠久的酿造传统，畅销不衰，生意兴隆。1949年3月，刚刚解放的沈阳特别市政府专卖局购买了万隆泉烧锅全部资产，于6月15日改名为老龙口制酒厂，所产白酒直接叫“老龙口汾酒”。



清光绪八年(1882年),山西人梁进和他的舅父赵老板(会酿酒工艺)来到了盛京,在盛京郊区开设了一家烧锅坊。聘请了一个伙计叫梁文茂,赵老板悉心教会了梁文茂酿酒,后梁进故去,烧锅坊由梁文茂和其子梁巨发共同打理。并立字号为“梁氏烧锅坊”。解放后,梁氏烧锅坊收归公有。梁氏后人梁凤祥挖掘整理梁氏传统酿酒技艺,1989年,梁氏烧锅终于在桃仙镇大

街正式挂牌营业。因其酿酒历史久远,并因喝了顺口,因此起名叫老顺口酒厂。

不论是老龙口还是老顺口,它们无疑都是山西酒的后代,是山西酒扎根在白山黑水间的典型代表。是值得后人铭记和研究的一段历史。

吉林酒：“到了吉林城，满街都是山西人。”民国时期，吉林省吉林市70%的工商业是山西清源和徐沟人所持的三大股开的。这三个东家控制着吉林的二三十家买卖，其中就有当地名气较大的清徐段村人任子成开设的裕德隆酒坊。

吉林辽源盛产高粱，在清代已经有酿酒业，以酿制烧酒、黄酒为主。清末，酿酒的税收为当地主要财政收入。1911年，当地居民挖井时发现了煤，雇佣劳动力挖掘，因此经营烧锅的商人又增多了。城内有名的四家：“天益涌”、“永德谦”、“恒兴泉”、“中兴涌”，这四大烧锅促进了当地经济的发展。1964年，在旧烧锅的基础上建起了辽源市第二酒厂，生产烧酒，但质量一般，为提高其品质，1978年向山西汾阳杏花村酒厂习得汾酒工艺，以优质高粱为原料，以清蒸二次清和六甑操作法等工艺，经地缸发酵、缓火摘酒、陈贮勾兑等工艺酿制而成。该酒无色透明，酒质清香突出，醇厚绵和，落口纯净，饮后余香，故将该产品命名为“吉汾酒”，后来改名为“吉芬酒”

黑龙江酒： 万里茶道与黑龙江省的渊源，可以追溯到清康熙年间。《中俄尼布楚条约》签订之后，沙皇派使臣来中国，这些使臣接触到了茶叶，茶叶和奶食的结合，改变了北方牧民的生活，茶叶也随着中俄



的贸易流传到俄罗斯。

清宫剧中，我们熟悉的一个情景是官员或臣子获罪，一律流放到宁古塔，那里是边关苦寒的标志。很多大臣、文人都被流放至此，光绪七年，清政府取消了对宁古塔地区的封禁，山西、山东、河南、河北的很多人渐渐来到这里。会酿酒的山西人在这里开设了烧锅，甚至当地的地名都以某某烧锅来命名。宁古塔一时成了酒乡，在宁古塔的山西商人还建立了山西会馆。建国以后，原来个人的烧锅收归国有，建立了宁安酒厂，1958年开始生产清香型白酒泼雪泉。

佳木斯制酒业始于清朝末年，佳木斯酿酒厂酿造的清香型白酒采用的是山西汾酒的技术，产品曾称为“佳汾酒”。从清朝顺治年间开始，位于佳木斯桦南境内的驼腰子等地，有汉人在采金矿。后大量闯关东的人来此采矿，政府因此设立金矿局。掌握山西烧锅技术的河北人开始开办烧锅。1917年，乐亭人赵树桐集资开设“同诚兴”商号，经营烧锅、油坊、粮栈，在佳木斯有较大影响。后来，桦川县和抚宁县等地也有了烧锅，在桦川县苏家店镇发展了多家烧锅。新中国成立后，对原制酒业进行改造，先后成立国营白酒厂、佳木斯汾酒厂、佳南酿酒厂等，后来，都并入佳木斯汾酒厂，所产“佳汾酒”闻名遐迩。



在黑龙江还有很多冠名汾酒的，例如景汾酒、松江汾酒、音河汾酒、冰都汾酒、滨汾酒、玉泉汾酒、木兰汾酒、海伦汾酒、龙泉汾酒、嫩汾酒、冰城汾酒等等，这些纷纷冠以汾酒的产品，今天可能不会再出现了。但是以这个曾经存在过的历史来看，大家都是乐于冠以汾酒，认可汾酒的祖源身份，以自己是“汾酒大家族”的一员而自豪，这一点，也值得汾酒人自豪和铭记。



安徽酒：但愿朝朝长得醉，何辞夜夜瓮间眠

晋商茶路其中一条是从安徽省的建德出发，运至河南周家口，换脚转运至山西祁县、忻州，再换脚转运至归化城，批发给走西路的商号，用骆驼运至新疆乌鲁木齐、塔尔巴哈台。屯溪是安徽茶叶的主产地，山西人也来此地购茶。

安徽酒在唐代即与山西有渊源，一直到明清，安徽有大量的山西人经营茶叶，也经营酒业。说起来，安徽和山西的酒，有一个词能连接起来，那就是文化。

王绩与濉溪酒：安徽濉溪的口子酒，既得濉水之便，又得浍水之利，这里的酿酒业是随着水路交通的便利发达而发展起来的。当然，这里的酒，也和一个山西人有密切的关系。那就是唐代的诗人、同时也是酿酒专家的王绩有关。王绩，今山西河津人，祖籍太原祁县。新旧唐史都记载他是“斗酒学士”：好酒、饮酒、酿酒，深谙山西汾州干和酿法，王绩长以诗酒为乐：“每一甚醉，便觉神明安和，血脉通利，既无忤于物，

而有乐于身，故纵心以自适也。”王绩还将干和法和自己的酿酒实践相结合，写成了著名的《酒谱》和《酒经》。濉溪当地酒坊纷纷采用王绩酿酒法，将山西干和法和濉溪酒法相结合，使得濉溪成为著名的产酒名地。当地有歌谣称：“团城七十二，居中尽得法。千瓮皆上品，甘美泉水佳。”王绩曾写诗“我家沧海白云边，还将别业对林泉。不用功名喧一世，直取烟霞送百年。彭泽有田唯种黍，步兵从宦岂论钱？但愿朝朝长得醉，何辞夜夜瓮间眠。”道尽了对饮酒的喜爱和对功名的不屑。

苏轼与颍州酒：阜阳古称颍州，自北宋以来就是名副其实的千年酒乡。欧阳修、苏轼都做过颍州太守，欧阳修的十首《采桑子》都是歌咏颍州西湖和颍州美酒的传世名篇；苏轼还是酿酒专家，他亲自酿造过很多酒，还写过酿酒专著。根据《酒名记》《武林旧事》记载，颍州名酒“凤曲”、“银条”，是北宋的名酒，许多人不远千里来颍州，只为一饮佳酿。



《镜花缘》与阜阳酒：清代文人李汝珍所写小说《镜花缘》也是一本“万宝全书”式的奇书，在这本书里，特意提到了山西汾酒和潞安酒，而且列为天下55种名酒之列，汾酒更是列为名酒之首，可见当时汾酒在安徽的评价之高，影响之大。阜阳有大升酒坊，解放后开办了阜阳县酒厂，1995年改名为安徽种子酒总厂，1998年又组建了金种子集团。如今金种子酒也是安徽名酒，阜阳的酒业还是长盛不衰。

古井贡酒与诗词大会：安徽亳州自古产酒。曹操就曾将亳州美酒九酝春酒和九酝春酒酿法献给汉献帝。明清之际，安

感受安徽的好酒

徽酿酒用曲都由山西人制造提供，几乎为山西人所垄断。在亳州，人们用一口古井里的水，采用山西酿酒技术酿出的美酒甘甜可口，这就是“古井贡酒”的由来。关于美酒与文化的故事，因古井贡酒再添一笔。这几年中央电视台每年播出的《中国诗词大会》，都由古井贡酒冠名播出，“何时一樽酒，重与细论文”，诗酒结合，意气风发，也算是一段人间佳话。



新疆、内蒙酒：奇台古城有大曲，宁城烧锅自晋来

新疆之奇台古城酒：在最遥远的边疆，有山西酿酒师傅带来的滚滚财源。清乾隆二十四年，朝廷平定了准格尔部的叛乱，为了巩固边疆，实行“屯田设户”政策，山西、河北、山西、甘肃各省大量移民实边。这些移民给边疆带来了许多的生产技术和经商理念，其中就有山西的酿酒技术，后又随着晋商入疆，大兴酒业，当地的酒业也发展起来，新疆有了自己名酒——奇台酒。

《新疆酒文化》刊载了新疆古城酒业公司董事长写的文章《地生奇台奇，酒源古城古》一文中说：新疆的清香型“古城大曲”，是清乾隆二十二年，由山西汾阳杏花村的酒师来到新疆奇台县北斗宫巷烧酒作坊，从那个时候开始的。

明代时，奇台就有酿酒业。清乾隆年间，古城有罗氏开设的“大生泉”、段氏经营的“永生泉”和山西人张氏开设的“杏林泉”，杏林泉取意为其源出于杏花村，酒如泉涌。据说张氏选择了北斗宫开坊酿酒，雇匠人掘一口深井，竟然水源旺盛，水质纯净，用此水酿酒，入口香醇，余味悠长，成为酒中上品。山西人在古城做生意的很多，在北斗宫巷形成了以山西人为主体的，以酿酒为主业的工商业集中地。杏林泉酒坊成了奇台古城酿酒的首坊。清朝名士纪晓岚饮此地酒，作诗赞曰：“十里闻酒香，无需问牧童。”古城奇台成为名副其实的“酒城”。

按照传统工艺酿造清香型古城大曲有“水甘、料实、工精、器洁、曲时、窖湿”六大酿造秘诀，这与山西汾酒的酿造技法“异地同工”。发酵池后来用水泥池，采用清蒸、清烧三次清工艺，这是山西汾酒对新疆酒业的莫大贡献。1930年代，山西人在这里做生意达到了顶峰，北斗宫巷成为晋商的天堂，内蒙呼市的人都知道奇台古城有个山西巷子叫“酒巷”，甘陕人都很羡慕、向往，纷纷说“想要挣银子，走一趟新疆古城子！”

中国成立后，奇台县酒坊实行联营，1956年，在对私营经济的改造中，奇台县白酒厂划分为一厂和二厂，一厂设在鼓楼街，二厂设在北斗宫巷杏林泉旧址。

内蒙酒之宁城老窖：随着茶叶之路的开通，晋商很早就来到草原经商。现在内蒙人说话的口音，和山西，尤其是晋北地区的口音都非常像。明代晋商与蒙古民族的贸易，主要是边境地区的茶马互市，以内地的丝、布、茶、酒等生活用品和蒙古诸部的马匹、皮张进行交换。这些



做生意的晋商,大多来自晋中的汾阳、介休、孝义。内蒙有很多酒,我们只说一说宁城老窖和海拉尔。

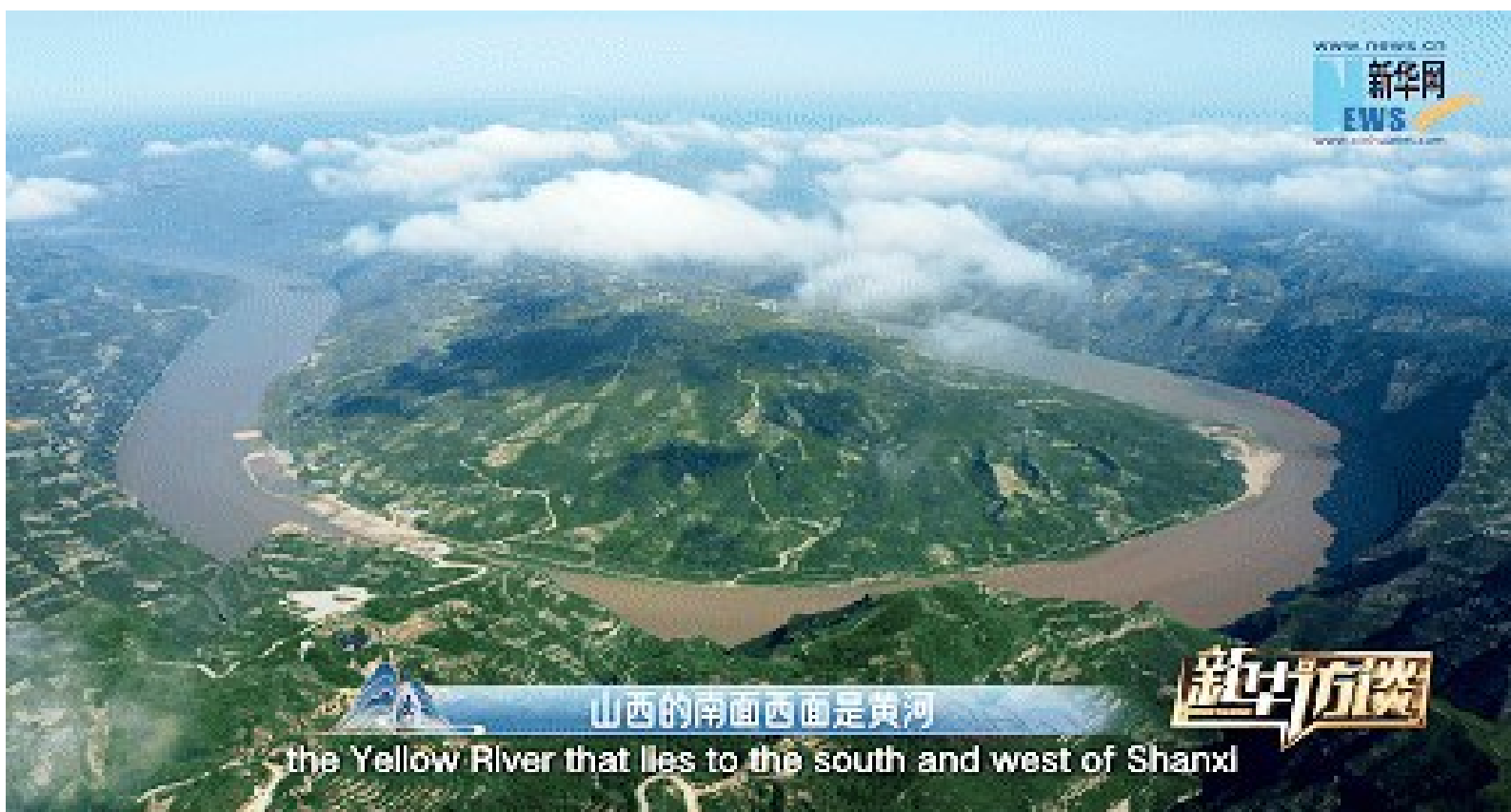
宁城县八里罕镇有上千年的酿酒历史。宁城地区的汉族人口,主要来自山东、河北和山西,从康熙年间开始,逐渐来到喀喇沁中旗定居,从事农耕,繁衍定居。八里罕因为其重要的交通地理位置,成为宁城商埠之冠。明清时期,从华北进入蒙古地区的重要经过喜峰口、古北口、张家口、独石口、杀虎口这“五口”,连接关里关外的赤峰至喜峰口的公路从八里罕穿过,交通位置极为重要。八里罕成为繁华的商铺也带来了酿酒业的发展兴盛,明清到民国时期,山西人开办了许多烧锅,宁城的酒业更加繁盛。宁城县有很多村子都是直接以某某烧锅命名。历史最有名的酿酒作坊是兴裕泉烧锅。1958年,宁城县政府改造过去的酿酒作坊,成立八里罕糖酒厂。1964年,更名为八里罕酒厂,专营白酒,人称“宁城老窖”。

中国的茶叶、绸缎,还通过海拉尔、塔尔巴哈台进入俄国。清嘉庆年间,山西清源人齐安南村人齐从文、齐从武兄弟在海拉尔经营烧锅数十家,并通过制酒发家,又开设染坊、碾坊数十家,织布、被服厂几座、当铺、杂铺、粮店等数十家,厂房和铺面达到20000多平米,库存白银约5000万两。扎兰屯、牙克石、海拉尔等地亦采用汾酒技术生产白酒,并直接命名为“北汾”、“海浪汾”等,可见当地人对汾酒的喜爱。(未完待续)



千年清香 一壶酒中品读山河

黄河如带 蜿蜒其外
太行似屏 环抱其中
这里蕴藏着华夏文明
生生不息的基因密码
这里是山西





这里的人们
把历史过成了生活
在唐槐宋柏下乘凉
在明清街市中升腾起人间烟火

表里山河一壺清香

酒

是可品味的文化
是文明延续的见证

当华夏文明的曙光
在山西这片土地上出现时

酒的脉搏
便开始与之一同跳动

1982年
在山西杏花村文化遗址出土了
大量仰韶、龙山、夏商文化时期的酒器具
包括浸泡酒料的陶质大口瓮

蒸粮用的甑、鬲



以及盛酒器壶、樽、彩陶等
其中最为典型的是一个形如梭
小口、细颈、深腹、尖底的陶瓶
经考古界、酿酒界认定的
“中国最早的酿酒发酵容器”
小口尖底瓮
这一发现将杏花村的酿造历史
推进至6000年前的仰韶时期



诗酒杏花村

1000多年前

唐朝诗人杜牧在《清明》诗里
为杏花村做了一个最长情的告白
天下便有了最令人神往的酒乡

数百年来

人们争论诗中的“杏花村”究竟在何处

诗意可以飘向四方

但文化的根脉却有迹可循



杏花村
遙指
牧童
何處有
汾家
借問

杜牧



清道光年间

闽浙总督孙尔准

到福建巡抚韩克均(山西汾阳人)

家中做客

韩克均拿出从家乡带来的地道汾酒

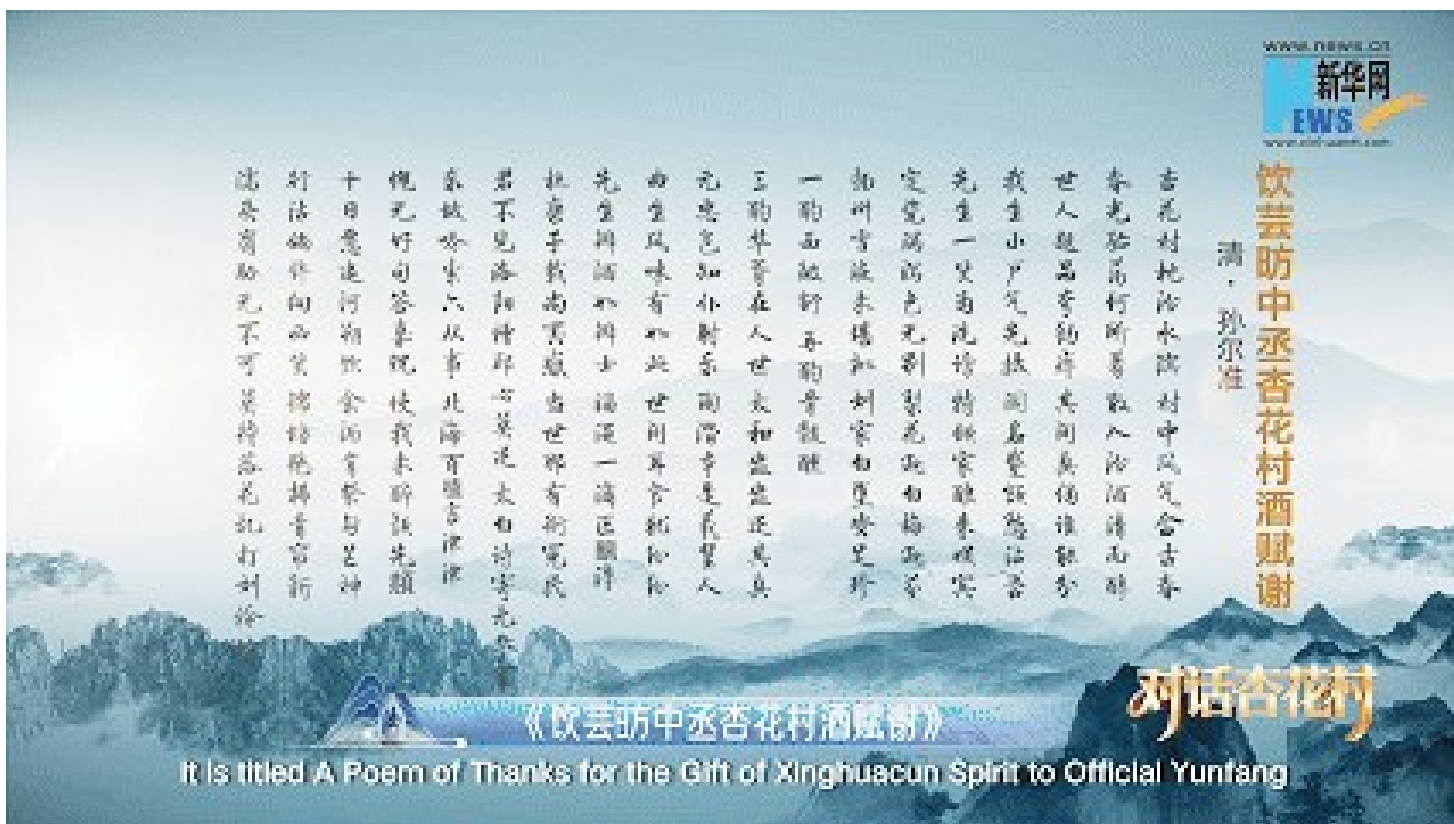
款待好友

孙尔准饮后大为赞叹

挥笔写下长诗

《饮芸昉中丞杏花村酒赋谢》

诗的开篇便点明：



杏花村枕汾水滨

村中风气含古春

晋商万里路

汾酒天下香

汾酒的旅程

是一部写满传奇的史诗

它有着6000余年的酿造史

1500年的成名史

800年的蒸馏史

300年的品牌史

明清时期 晋商崛起

他们带出去的不仅是茶叶、丝绸

还有那一缕清香绵长的酒香

而诚信、坚韧的晋商精神

与清澈、醇厚、内蕴劲道的汾酒气质

紧密相连、相互交融



品一杯“流动的历史”

山西籍导演贾樟柯的电影里
汾酒常常作为一个文化符号出现
它出现在老友重逢的饭桌上
家庭团聚的夜晚
漂泊者思乡的独酌时刻



喝汾酒

品的不仅是粮食的精华
更是山西这片土地的风情



山西人饮酒

不事张扬 松弛有度
如同汾酒

清澈见底韵味悠长
这种人与酒的契合
连接着过去与现在
连接着乡土与世界

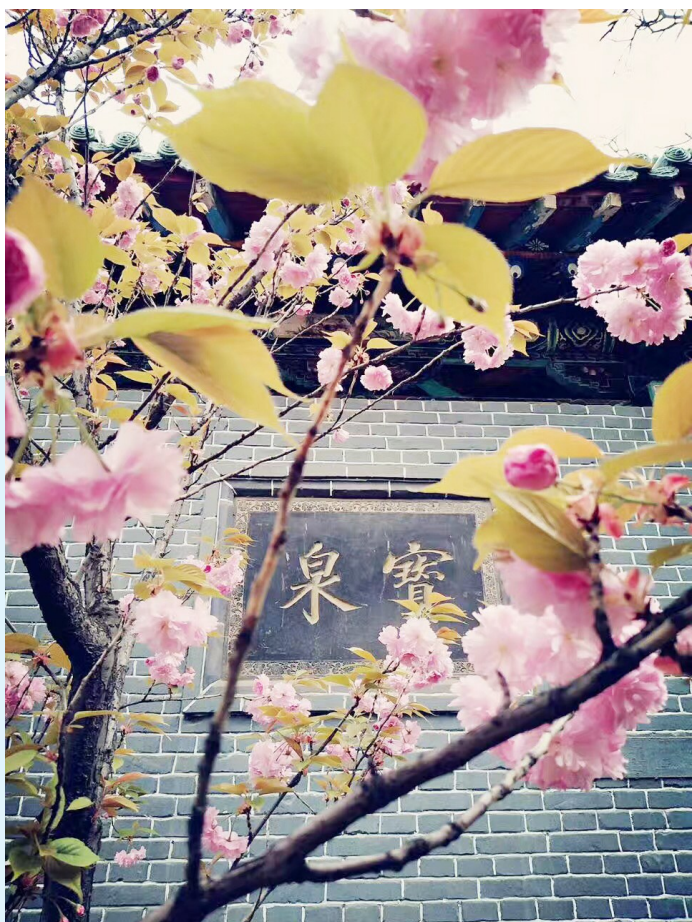


汾酒的故事

是一部流动的、可品味的历史
它见证着华夏先民的文化交流
承载着诗人与游子的情感寄托
伴随着晋商开拓四方的脚步
也融入了现代人的日常生活

今天

当人们奔赴杏花村
于诗酒间寻觅浪漫与慰藉
不仅是在品尝一份清香
更是在
与文明对话
与先人倾谈
与更广阔的世界联通



山河蕴清香 杯中涌浪潮

新华网即将推出

《对话杏花村》系列节目

邀请复旦大学历史系教授钱文忠

北京电影学院副教授张蕾

一起走进山西汾阳杏花村

探寻表里山河的清香密码

解读诗酒之间的人生境界





铭史承魂·观乙巳阅兵有感

陈兴渊

汾酒人陈兴渊谨记。七月十二夜，京师演武之盛毕，心潮难平，遂秉烛而书。

当是时也，天安门广场钟鼓铿锵，戎阵整肃如山岳移驰，观礼台前铁流奔涌。余目眦俱湿，非独畏威仪之壮，实乃沐民族精魂之涤荡，与往圣先贤神交于历史长河。

八十载如白驹过隙，然烽烟未尝散于记忆。瞻功勋方阵毫耄之容，恍见昔年壮士浴血疆场。彼以青春守土，以肝胆铸鼎，乃得今日金瓯无缺。吾汾酒人酿者，岂独醇醪耶？实文化之薪传也。这酿造三昧，正与抗战老兵的坚韧执着同气连枝——千年酒脉绵延不绝，凭的正是这般栉风沐雨、精益求精之魂。

阅兵之器耀目，然更动人心魄者，乃暗藏其中的工匠精神。凡神兵利器，皆聚科技之士、能工巧匠心血无数。此种追求极致之道，与我辈“滴滴求精”的酿酒古训何异？自甄选粮秫、制作酒曲，至发酵蒸馏、窖藏陈酿，每道工序皆需呕心沥血的坚守。这基层匠心的星火，实为强国之路的磐石根基。

作为汾酒人，深知肩头千钧。虽不能直接参与戎机，然可发扬“阅兵精神”——严明纪律、众志成城、追求卓越。使每位匠人皆以最高标准律己，每道工序俱达完美之境，便是对这盛世最好的献礼。

谨以琼浆祭英烈，且将佳酿慰忠魂。阅兵虽毕，余响不绝。吾当化激荡心绪为实干：将爱国之忧融入日常，以匠心酿造美酒，以品质擦亮汾酒金匾；更当时刻铭记历史，怀珍和平之念，在汾酒复兴的同时反哺社会，传承红色基因，助力民族复兴。

秋阳朗照，阅兵盛况犹在目际。作为汾酒传人，当以酒为媒承文脉，以醴为业报家国。愿将对华夏的赤诚，倾注于每滴玉液之中，让这酒香载着吾辈梦想与担当，飘向更加辉煌的明天！

指尖有舞，酒里藏心

——我的汾酒成装满月记 王晋璇

带着舞蹈专业刻进骨子里的身体记忆与节奏感知初入成装一厂成一车间，我曾固执地认为，成装车间的流水线该是枯燥的重复——毕竟，这里没有舞台的追光，没有舒展的肢体，更没有流动的韵律。可一个月来，从指尖抚过防伪标的纹路，到指尖拆开包装袋的脆响，再到目光追随着酒液注入瓶中的弧线，那些曾让我觉得“相距甚远”的认知，正被一道道工序悄悄改写：原来无需舞台，指尖的“舞蹈”，也能守护百年汾酒的醇香。

上班头三天，身体的反应比预想中更猛烈地袭来。按防伪标时，左臂要长时间悬着重重复对准、按压的动作，下班后，肩膀像灌了铅似的沉得抬不起来，指尖也因反复发力而泛着阵阵发麻的酸胀；拆包装袋时又得全程站着，一天下来腰背僵得像被绷紧的弦，稍微一动就疼。那些密密麻麻的不适，缠得我好几次偷偷打起了退堂鼓——尤其是找不到操作规律、看着流水线越积越多的活儿，心里满是慌乱。可每当这时，身边的人总会主动凑过来，手把手教我怎么调整手势能省劲、怎么找角度能贴得又快又准；带班长看见我额头满是汗、手忙脚乱的样子，也会拍着我肩膀说“歇会儿再干，先喝口水缓一缓”；后来知道我家远、下班回家不方便，车间主任还特意帮我联系了顺路的同事，让我能搭顺风车。这些细碎又实在的关心，像冬日里晒在身上的暖阳，一点点驱散了我的退缩，成了我咬着牙往下坚持的底气。

慢慢适应后，舞蹈专业的特质开始帮我找到工序里的“韵律”。按贴防伪标时，指尖触碰到防伪标的瞬间，就像舞蹈动作中的“精准控制”。从前在练功房，手臂抬起的每一度夹角、指尖绷紧的每一分力度，才能让动作既优雅又稳定；如今，同样要让指尖带着经年累月练出的“肌肉记忆”，稳稳对准防伪标的基准线。力道轻了，防伪标会像没踩稳的踮脚动作般摇摇欲坠；重了，边缘又会像揉皱的舞裙般失去规整——起初总被流水线的节奏追得手忙脚乱，直到深吸一口气沉下心，才找到规律，形成默契的“节奏点”，一压、一掬，动作渐渐有了起舞般的流畅。原来这小小的防伪标，不只是产品身



份的印记,更是指尖“舞蹈”里藏不住的严谨,多一分、少一分,都不成。

最难忘的是装酒的时刻。看着清澈的酒液顺着瓶口缓缓注入瓶中,酒面随着水流轻轻晃动,光影在上面流转,像极了舞台上灯光下飘动的舞裙。那一刻突然想起,舞蹈的本质是用肢体传递情感,而我们的工序,何尝不是用指尖传递匠心?从前在舞台上,我要对着镜子练上百遍,让每个动作都带着情绪;如今在生产线上,我也要反复调整姿势,让每一次贴防伪标都透着认真。车间里“十年如一日练工序”的故事入耳,那些在重复里打磨技艺的身影慢慢浮现:指尖磨出了薄茧,动作却愈发精准,这何尝不是成装线上最动人的“指尖舞者”模样?以数十年的坚守为节拍,在成装线上跳出了一曲无人喝彩,却足够厚重的匠心之舞。

一个月的流水线时光,没有让我的舞蹈专业“暂停”,反而让这份专业有了新的生长方向。那些在练功房里练出的精准、专注与坚持,成了我适应岗位的“隐形翅膀”。未来,我还要继续带着舞者的初心,在每一道工序里打磨指尖的“舞蹈”——既要守护好汾酒的百年口碑,也要在这份与醇香同行的工作里,跳出属于自己的成长韵律。

重温抗战历史,奋进美好未来

任正威

时间的巨轮滚滚向前,总会在历史的重要节点镌刻下永不磨灭的印记。

2025年9月3日,一个重要而光荣的日子—中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利八十周年纪念大会在北京天安门广场隆重举行。八十响礼炮震彻云霄,八十响礼炮铭记历史。隆隆炮声在天空怒吼,时光仿佛又穿越到那一段山河破碎、浴血抗争的峥嵘岁月。

1931年9月18日,日本军队在沈阳有预谋地制造了军事冲突,并在短时间内侵占中国东北多座城市。此后日军一路南下,从东北到西南、从华北到华南,半壁江山都沦为日本人之手。日军所到之处烧杀抢掠,无恶不作,多少人背井离乡,多少人家破人亡:在南京,日军对解除武装的中国军人和无辜百姓进行了长达六周有组织、有预谋的大规模屠杀、抢劫等一系列反人类罪行,侵华日军南京大屠杀遇难同胞达三十万人;在东北,日军成立专门从事细菌战研究和人体试验相关研究的秘密军事部队,将活生生的人当作细菌传染实验、冻伤

实验、毒气实验、解剖实验的“小白鼠”,臭名昭著、恶贯满盈。在山西、在重庆、在许许多多地方,每天都在上演着侵华暴行和人间惨剧。

但是中华民族的儿女们,谁愿意像猪羊一般任人宰割?我们抱着必胜的决心保卫黄河、保卫华北、保卫全中国。

我的家在山西汾阳小相村,一个非常普普通通的小农村。村子的北面有一座历史悠久的护国灵岩寺和矗立数百年的佛教寺塔。然而鲜为人知的是,这里曾经还存在过三尊始建于明代的坐式铁佛。1934年夏,建筑学家梁思成、林徽因夫妇在山西考察。路过此地时,大佛低首垂目、面露悲悯,林徽因女士仰头凝视、轻抚佛身,成为铁佛留在世间为数不多的影像资料。不久之后抗战爆发,由于当时铁资源极度匮乏,这几尊珍贵的铁佛便被附近的兵工厂熔毁,化为了抗击日本侵略者的子弹和手榴弹。铁佛的故事,是关于艺术、历史和家国命运的深刻关联,也为全民抗战留下最鲜活的注脚。



在汾阳市区英雄路与胜利路交叉口,1945年8月间,这里曾发生过八路军为解放汾阳县城而进行的一次悲壮战斗。8月29日夜,连长薛春荣率领六十七名勇士准备里应外合解放汾阳城。然而内线出现叛徒,未等攻城,敌人便重兵包围了八路军。面对敌人的威胁,战士们宁死不屈,坚守阵地,在浓烟滚滚、毒气满洞、氧气断绝的情况下壮烈殉国。每次经过英雄们曾经战斗过的地方,望着烈士们的雕塑,我总会肃然起敬。为什么战旗美如画,英雄的鲜血染红了它。为什么大地春常在,英雄的生命开鲜花。向那些在反对内外敌人、争取民族独立和人民自由幸福、在历次斗争中牺牲的人民英雄们致敬!人民英雄,永垂不朽!

山西地处华北要地,东有太行山,西有吕梁山,易守难攻,战略位置十分重要。正因如此,山西也成为抗日战争时期华北地区的主战场。抗战时期许许多多战役发生在这里:平型关战役是八路军出师华北抗日战场后的首战大捷,也是全国抗战爆发以来中国军队的第一个大胜利,打破了日军不可战胜的神话,极大地鼓舞了全国军民的抗战信心;著名的百团大战主阵地也在山西。105个团对日军发动大规模攻击,破坏了日军的交通命脉和基地,粉碎了日

军的“囚笼战术”,沉重地打击了日军的嚣张气焰。伟大胜利的背后是山西广大军民做出的巨大牺牲:伤亡人口270万人,接近山西总人口的四分之一,在抗战时期培养出来的太行精神、吕梁精神也成为中华民族精神的重要组成部分,激励着无数中华儿女奋勇抗争。

回望走过的路,审视脚下的路,远眺前行的路,总是让人感慨万千:在见证过抗战烽烟的卢沟桥旁,一列列高铁列车呼啸而过;在历经血与火洗礼的南京中华门附近,流光溢彩的繁荣景象令游客流连忘返;而在我的家乡一小相村,再过几天灵岩寺铁佛将重现人间,这既是铁佛的重生,也是对英烈的告慰:国家强盛,民族独立,人民幸福,再也没有战争和杀戮。愿以佛身洗烽火,且以莲目望山河。而与铁佛一墙之隔的便是中国最大的清香型白酒生产基地——中国汾酒城,经过十余年的发展,现已成为集白酒生产、储存、文化旅游于一身的大型综合基地。因为工作原因,一年中大约一半的时间我是在凌晨四、五点就要去中国汾酒城上班了。每次经过中国汾酒城南门,眼前的景象总让人心潮澎湃:成百上千的酿酒工人从四面八方赶来,有的人开着小汽车,有人骑着电动车,在夜色的笼罩下行色匆匆奔向各自的岗位。一代人有一代

人的机遇和挑战，一代人有一代人的责任和担当。革命战争年代无数三晋儿女义无反顾地奔赴抗日前线上阵杀敌；和平建设时期千千万万的山西人民用勤劳和汗水创造更加美好的生活，他们都是时代浪潮下最可爱的人。行进在八十米大道上，道路两侧酿酒车间内机器轰隆、灯火通明。从酿酒车间飘散出的红糝和美酒的气味弥漫在整个汾酒城内，让人沉醉其中而无法自拔。一个车间的平稳运转需要多个部门的协调配合，这其中自然少不了我们动力人在其中发挥的重要作用。供水充足、供汽稳定、供电正常的背后是动力人夜以继日的坚守和付出。作为供电车间的一名员工，多年的工作经历让我深刻体会到电网波动、供电异常会给整个中国汾酒城造成多大的损失和不便，也更加深刻认识到日常电力巡检的重要性。当我头戴安全帽、

骑上电动车、携带热成像仪去箱变查看电气设备有无异常时，自己仿佛变成了一名驾驶歼20、歼35战机飞向蓝天的空军飞行员，守一方安宁，护一方平安。当某个电气故障和隐患因为我的巡查及时发现和排除时，那种职业带来的认同感、自豪感便会从内心深处油然而生。

80年前的那场硝烟虽已远去，但长达十四年充满屈辱和抗争、邪恶与正义的抗战历史却永不敢忘。铭记历史最好的方式是不断创造新的历史。当前汾酒发展正处于历史发展最好时期，这份成绩来之不易，值得每位汾酒人好好珍惜。今后工作中，我将时刻发扬“实事求是、少说多做、大局为重、以果为本”的汾酒精神，立足本职岗位，以奋斗为笔绘就时代华章，用实干为墨书写人生辉煌，在汾酒高质量发展的进程中贡献自己的一份力量。





酿酒如作文,徐则臣、梁鸿鹰

解密汾酒与文学的匠心同频 | 汾酒采风季

醉美杏花村

题记:

当文字遇见酒香,便有了穿越时空的力量。

这一次,让我们跟随当代文坛最具温度与洞察的笔触,深入杏花村千年酒脉,寻访清香流淌的秘密。愿这些文字如引路的酒旗,带您走进一种文明品格的芬芳旅程。

品读汾酒,品读清香。





徐则臣：以酒为媒文学与生命的双重酿造

千年酒香，浸润诗魂。

从杜牧“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的千古绝唱，到李白“天若不爱酒，酒星不在天”的浪漫豪情，汾酒早已不只是杯中之物，更是流淌在中国文脉中的诗意符号。它激发着诗人的灵感，承载着文人的情怀，在唐诗宋词的平仄间飘香，在元曲明清小说的叙事中流淌。

这份穿越时空的诗酒对话，至今仍在续写。



《人民文学》杂志社主编、茅盾文学奖、鲁迅文学奖获得者徐则臣，勾勒出了文学与酒之间深厚而微妙的精神地图。那一刻，他不仅是文学的掌舵者，更是酒香与文心之间的摆渡人。



“诗酒不分家”，徐则臣以这句古语为引，道出他作为写作者与酒初遇时心境。

他坦言自己并非善饮之人，却在阅读了作家们书写汾酒的篇章后，深刻意识到：酒，不仅是杯中之物，更是文学传统的血脉、创作情感的催化剂。于是他开始认真品饮、用心感受，试图在酒中寻找那些被历代文人反复吟咏的激情与灵感。

这种从“不懂”到“愿懂”、从“不饮”到“愿饮”的转变，正是文人与酒之间最本真的共鸣——一种从文字到生命体验的跨越。

他认为，文学与酒之间存在着两种深刻的精神同构：

一是激情的共燃。酒能迅速点燃身体深处潜藏的能量，让人对世界产生更强烈、



更鲜活的感知；而文学，恰恰需要这种被点燃的、蓬勃的内在力量。

二是匠心的呼应。在汾酒车间里，酿酒靠老师傅鼻嗅口尝，写作靠的是作家的感觉与直觉，都依赖于“身体的经验”。徐则臣强调，这种“手工性”正是匠人精神的核心，是文学与酿酒共同的生命线。

而对于传统技艺在当代的传承与转化。在高科技时代，酒魂如何不失？文学的根本如何不被形式淹没？

他的答案是：无论是酿酒中的数据量化

标准，还是写作中技术与形式的演进，真正传承的，是那种不可替代的技艺与精神。正如从毛笔到键盘，变的只是工具，不变的是对语言与情感的锤炼，酿酒技术的演变同样如此。

文学如酒，需要时间的沉淀与心灵的发酵；酒如文学，承载着土地的体温与人的情感。在徐则臣的眼中，二者终将在漫长的文化酿造中，合二为一。

当然，那是一种源远流长的香，一种穿越时空的醉。





梁鸿鹰的汾酒情结： 流淌在时光里的山河与文心

在中华文明的漫长画卷中，酒，始终是一脉不曾干涸的墨迹。

中国作协主席团委员、文学理论批评委员会副主任梁鸿鹰是第一次来到汾酒，他的声音里带着一种寻根的温度。

走西口时，他们家从山西去到内蒙古，但他说：“我的籍贯现在填的还是文水。”这句话里，藏着一代人跨越地理距离的乡土情结。在其家族记忆里，汾酒是最高礼仪，

是婚宴席上不可或缺的见证。

这份从血脉中流淌而来的认同，与眼前这片飘着酒香的土地悄然重合。

当亲历汾酒的生产，目光掠过酿酒车间，他看见的不仅是工艺，更是一种与文学相通的创造哲学。他说，“实际上，文学创作跟酿酒是一样的。”

酿酒要精选高粱、豌豆、大麦，文学要深入生活获取素材；酿酒讲究气温、器具、湿





度，文学追求文体、结构、表达；蒸馏提纯如同主题升华，品酒师舌辨优劣恰似评论家品评文字。

酿酒的“酝酿”需要时间的沉淀，文学的“酝酿”需要情感的发酵。

在他的叙述中，酿酒不再只是技艺，文学不再只是书写，它们共同指向人类对美好事物的创造与品鉴。

但这个时代“酒香也怕巷子深”，他道出了这个时代文化传播的真实现状——再深厚的底蕴，也需要被看见、被品读、被传颂。

汾酒的故事还在不断延展，他提及数学家华罗庚与汾酒的渊源，数学模型与酿造质量提升的往事，将文学的想象拉向了更广阔的科学和历史维度。从1875年的老作坊到

巴拿马太平洋万国博览会，从山西到江苏，从科技到人文，汾酒仿佛一条纽带，串联起无数值得书写的记忆。

他感慨“不知道从哪里下笔”，正是因为这片土地、这杯酒中，蕴藏了太多等待被唤醒的故事。

于梁鸿鹰的视角，他以一个归乡游子请安出发，一个写作者的洞察出发，最终抵达了对汾酒文化传承与创造的深刻理解。

当他站在杏花村的土地上，品着那杯70多度却依然温润的新酒，他品出的不仅是粮食的精华，更是一个民族千年不变的文化基因——在时间的酝酿中沉淀，在技艺的传承中升华，在品鉴的认同中永恒。

乡愁与文心：一杯汾酒的双重回响 | 汾酒采风季

醉美杏花村

题记：

当文字遇见酒香，便有了穿越时空的力量。

这一次，让我们跟随当代文坛最具温度与洞察的笔触，深入杏花村千年酒脉，寻访清香流淌的秘密。愿这些文字如引路的酒旗，带您走进一种文明品格的芬芳旅程。

品读汾酒，品读清香。





赵勇：酒香深处的记忆与叩问

踏入杏花村，一缕熟悉的酒香扑面而来，仿佛瞬间打开了记忆的闸门。

对于北师大教授、著名学者、散文家赵勇而言，这不仅仅是一次采风，更是一场寻根之旅。在酒香氤氲中，个人的成长印记、家族的温情片段与对汾酒未来的深沉叩问，交织成一幅真挚而动人的画卷。

作为山西子弟，赵勇的味蕾很早就与酒

结缘。

因父亲“馋酒”，他从小便在“尝一尝”的鼓励中，初识酒味。在那个物资尚不丰裕的年代，能喝上汾酒是“档次很高”的事，家中常备的是更为亲民的“杏花村”酒。

参观中，一款组合式小瓶酒瞬间将他拉回1981年——他考上大学，想感谢恩师，苦于没有像样的礼物。父亲后来不知从何处



得来一盒精致的汾酒组合，遗憾道：“你瞧瞧你太着急了，否则你把酒送过去多排场。”

这桩往事，至今忆起仍满是温情。汾酒于他，早已不仅是饮品，更是承载着父子深情与人生节点的情感信物。

参与封藏大典，给了他另一重震撼。

他盛赞其“隆重、紧凑、有档次”，认为这种极具仪式感的年度盛事，已沉淀为一种强大的企业文化，能凝聚人心、激发自豪，为汾酒集团“鼓劲”，是一件“很好的事情”。

作为一名常居北京的学者，赵勇直言更

偏爱清香型汾酒的口感，好友赵瑜也常以出口汾相赠。这份味蕾记忆与情谊联结，更让他对这一故乡品牌满怀关切。

这份牵挂之下，他发出了真诚的叩问与期许：“如何才能将汾酒的品牌高度进一步提升？”

他期盼着，在北京的餐桌上，汾酒能成为人们自然而然的选择，成为体面与品位的象征。这份期盼，既是游子对故乡的深情眷恋，也是学者对品牌发展的深邃洞察，为汾酒的品牌进阶之路，留下了引人深思的时代回响。



杜学文：酒香氤氲处，文心映清汾



杏花村里，织就着一场酒香、人情与文心的盛宴。

在这里，时间慢了下来，故事浮了上来。山西省文艺评论家协会主席、山西省作协名誉主席杜学文，以温润而真诚的话语，分享了此行从味蕾到心灵的触动，也道出了一位文化人对汾酒未来发展的殷切期待。

他对汾酒人的情谊感触颇深，感受到了一份超越礼仪的真诚。



尽管自言不善饮酒,杜学文仍怀着好奇品尝了珍藏数十年的老汾酒。那一口岁月的醇厚,带给他“很特殊、很不一样”的味觉体验,真切触摸到汾酒作为时间艺术的内涵。

在杜学文看来,汾酒之所以在中国酒业中占据独特而重要的地位,除了卓越的品质与悠久的历史,更在于其深厚的文化积淀。

“文化对塑造汾酒的形象,乃至塑造

山西的形象、中国酒文化的形象,至关重要。”他期望能借此契机,形成一种“长期的、有实质性的,并且是与众不同的合作机制”,让文学与美酒的对话走向更深、更远处。

言语质朴,心意深长。

在杜学文的讲述中,我们看到了一种更长久的文酒情缘的开端。当作家们的笔墨遇见汾酒的清香,当文化的自觉注入品牌的血脉,一段新的传奇,或许正悄然酝酿。

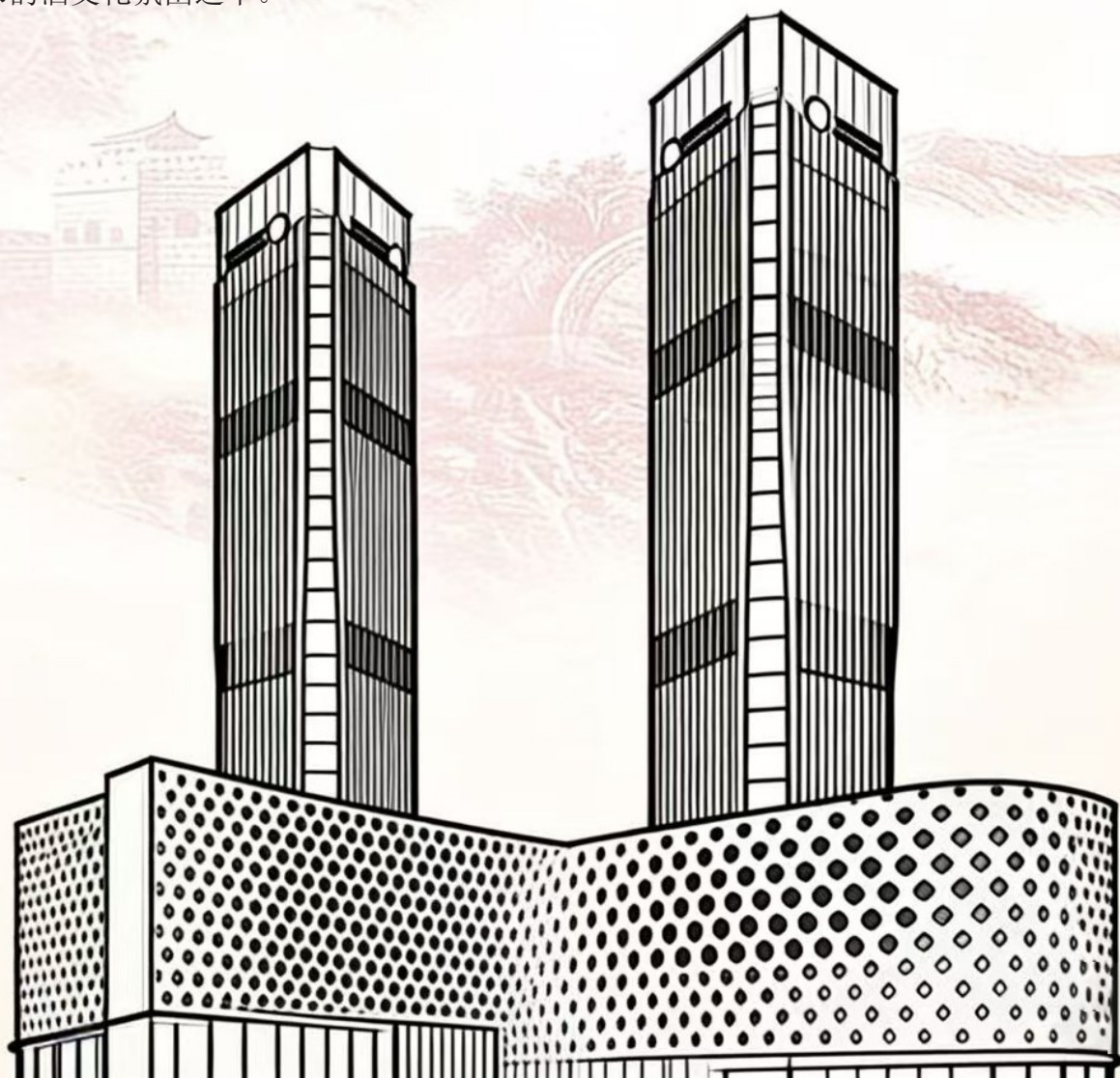


打卡汾酒地标 解锁醉美杏花

李 瑛

酒都杏花村宛如一颗璀璨的明珠，镶嵌在中华大地的历史长河之中。这里的每一寸土地都深深留存着独特而珍贵的历史印记，从古老的汾酒老作坊到传统的酿造工艺，无不诉说着汾酒千年传承的文化底蕴。那些被时光温柔晕染的景致，如同一幅幅流动的画卷，正透过一枚枚小小的印章，向你娓娓道来汾酒丰富而动人的故事。让我们跟随汾酒元素的特色地标，开启一场沉浸式的、关于汾酒文化与历史的时光之旅，探寻那些深藏于岁月之中的美好记忆。

漫步于杏花村，古朴的建筑错落其间，飞檐斗拱之上，仿佛萦绕着汾酒酿造时那醇厚的酒香。踏入其中，每一处细节都在诉说着汾酒酿造过程中的点点滴滴，令人不由自主地沉醉于这浓郁的酒文化氛围之中。





最早的酿酒发酵容器——小口尖底瓶

小口尖底瓶，通常指的是一种瓶型器物，其特征为小口细颈、斜肩鼓腹、瘦长体且底部呈尖状，故而也被称作小口尖底瓶。它是仰韶文化自始至终都在使用的标志性器物，在诸多仰韶文化遗址中均有发现。

作为仰韶文化的标志性器物，小口尖底瓶在仰韶文化的各个阶段，其形制存在显著差异。学术界也常依据不同样式的小口尖底瓮，来划分不同的文化期。葫芦形口、杯型口的小口尖底瓮属于仰韶早期；双唇口的属于仰韶中期；平唇口（亦称平沿口）的则为仰韶晚期。在杏花村遗址中，出土了小口尖底瓶，其为典型的双唇口样式，这也是将杏花村遗址确定为仰韶文化中期遗址的重要依据。



最早有明确文字记载的白酒——汾清酒



《北齐书》卷十一有两段记载如下：“河南康舒王孝瑜，字正德，乃文襄帝之长子。起初，他被封为河南郡公，待北齐受禅建国后，晋爵为王。他曾历任中书令、司州牧等职。”起初，孝瑜在神武帝的宫中长大，与武成帝年龄相仿，彼此情谊深厚……待到武成帝即位，对孝瑜的礼遇格外优厚。武成帝在晋阳时，曾亲手写下敕令：“吾饮汾清二杯，劝汝于邺酌两杯。”由此可见二人关系之亲密。

北齐武成帝高湛于公元561年至565年称帝。当时，北齐的国都有上都与下都之分，上都为邺城（今河南安阳），下都则是晋阳（今太原晋源区一带）。因高湛长期在盛产美酒的晋阳活动，便将上都邺城交由其侄子河南康舒王高孝瑜守护。为表达对高孝瑜的喜爱与嘉奖，他下旨让高孝瑜饮两杯“汾清酒”，以彰显厚待之意。

《北齐书》中武成帝高湛劝饮汾清酒的故事，是迄今为止关于汾酒最早且最为明确的文字记载，在中国众多美酒里，也是最早见诸史书的。于是，便有了汾酒成名史达一千五百年的说

法。

作为汾酒前身的汾清酒，以家书的形式被直接载入史书，并且是第一种有明确名称、以宫廷贡酒形式记载的白酒。

中国白酒第一枚注册商标——“高粱穗”商标



1924年8月15日，由时任农商部商标局局长李澄签发
的晋裕汾酒有限公司“高粱穗”商标，获准注册。

“高粱穗”商标图案由五株丰硕的高粱穗、23颗饱满的
红高粱以及一株绿色的高粱枝叶组成。

商标图案周边有“注册商标 TRADEMARK”中英文对照字
样，正下方有“汾酒 FENWINE”中英文对照字样，为高粱穗晋
裕汾酒走向国门、对外出口提供了标识，彰显了晋裕公司的
奋斗目标和远见卓识。

最初的“高粱穗”商标图案，寓意“晋裕汾酒乃纯高粱酿
造之酒”。高粱通常只长一穗，本不孳生，而设计“五株”高
粱穗，取意汾酒酿造源自古法之“法酒正五齐之式”，并兼有“五谷丰登、五子登科”的美好寓意。

这枚中国白酒最早的商标，见证了汾酒“中华老字号”的传奇故事。

中国白酒作坊“活化石”——杏花村汾酒老作坊

杏花村汾酒老作坊（义泉泳酒坊遗
址）是清末至民国时期的重要文物古
迹，亦是山西杏花村汾酒厂的发祥地。
2008年，集团公司投资1300万元，在保
留原有建筑主要特点与功用的同时，对
汾酒老作坊遗址展开了大规模修复，并
恢复了传统酿酒生产线。

自2015年6月起，汾酒集团着手进





行保护性复原布展,完好留存了门市、账房、掌柜室、展览室、作坊、酒库等文化遗址。博物馆的落成,将成为我国研究古代白酒酿制技艺传承发展,全方位展现古代白酒生产、储藏、销售、管理等各运营环节的范例,也为汾酒文化旅游增添新景观。

2015年9月,坐落于汾阳市杏花村东堡卢家街的汾酒老作坊博物馆正式对外开放。这座占地面积达9000平方米的博物馆,是全国唯一一座现在仍在使用的集酿酒、贮存、销售为一体的古代酿酒遗存,被誉为中国白酒作坊的“活化石”。

汾酒老作坊于1993年列为县级文物化保护单位,2004年列为省级重点文物保护单位,2006年被国务院颁布为国家重点文物保护单位,2020年列为国家工业遗产,2024年国家文物局批复《中国世界文化遗产预备名单》,中国白酒老作坊(杏花村汾酒老作坊)位列其中。

四块牌匾

1918年,时任山西督军兼省长阎锡山得知杏花村汾酒荣获甲等大奖章后欣喜万分,大力倡导推广。同年2月6

日,他以省长名义发布《训令汾阳县知事晓諭商民改良汾酒办法文》。训令中提出的“五大措施”,涉及开发新包装、物流运输、商标、广告、国际化、整合生产资源一体化运作、市场营销、



品牌形象以及打假等方面的问题。并且,从战略层面预见了汾酒获奖后的发展态势,明确了山西杏花村汾酒的发展方向。该训令号召全省各行业向汾酒学习,以振兴民族品牌。阎锡山还赠予“义泉泳”“中外驰名”“名闻海外”“泉甘酒冽”“味重西凉”四块牌匾,以示祝贺。

这四块牌匾,每一块都承载着厚重的历史与赞誉。不仅是阎锡山对汾酒的高度认可与赞扬,更成为了汾酒发展历程中熠熠生辉的标志,见证着汾酒从地方名酒逐步走向世界的辉煌征程。

国家级酒文化学术活动示范基地——汾酒博物馆

汾酒文化首展于1984年，现汾酒博物馆成立于2007年，后经几次扩建逐步完善，是同行业中建馆最早，馆藏最丰富的酒文化专题博物馆。

馆内藏品主要为汾酒史料、实物、书籍以及历代酒器具，展示了从夏商至民国时期的历代酒器具，还有近现代文人墨客的书画作品，完整呈现了杏花村酿酒历史以及汾酒发展历程。

在这些跨越千年的珍贵藏品中，部分造型独特、工艺精湛的青铜酒器尤为引人注目，它们不仅是古代酿酒文化的实物见证，更承载着汾酒与华夏文明共生共荣的历史记忆。



龙形觥

商代晚期青铜罚酒器，器首呈龙头造型，背部饰有鬣纹，它不仅是古代王室的象征，也是王室常用的酒器。

这件罚酒器名为龙形觥，其独特的造型和精美的纹饰，彰显了古代工匠的卓越技艺。更为珍贵的是，龙形觥的出土，为我研究商代晚期的酒文化提供了重要实物资料，也进一步印证了汾酒历史的悠久与深厚。



饕餮纹爵



商代的饮酒器具中，以兽面纹为主的爵形器物在当时颇为常见。

饕餮纹爵便是其中的典型代表，它造型独特，以兽面纹装饰，线条流畅且富有张力，尽显神秘威严之感。其口沿外撇，前有流，后有尾，流与口之间有立柱，腹部一侧有鋈，下承三足，整体设计既



符合实用需求,又极具艺术美感。饕餮纹爵不仅反映了当时高超的青铜铸造技艺,更承载着商代独特的饮酒文化与礼仪规范,是研究商代社会生活与文化的重要实物依据。

鸟尊

晋侯鸟尊

西周时期青铜礼器、祭祀器物
出土于山西省临汾市晋侯墓。

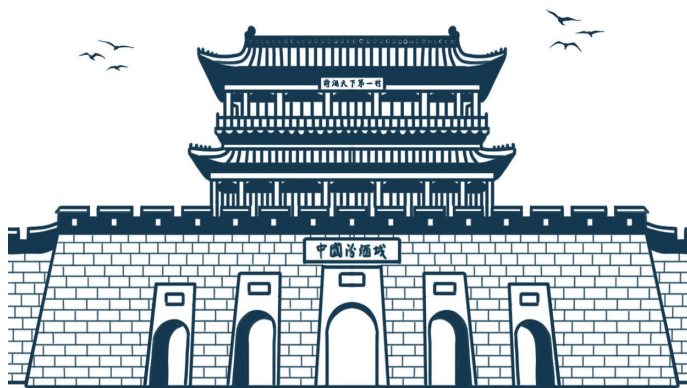


鸟尊是西周鸟形铜爵中的精华之作,它宛如一只昂首挺立的挚鸟,故而也被称作挚尊。因其头部造型为鸟,尾部造型为象,倒酒时鸟嘴会自动张开,归位时鸟嘴又会自动闭合。

鸟尊的设计不仅体现了古代工匠的巧思,更蕴含着深厚的文化寓意。鸟在中国古代文化中象征着吉祥与自由,而象则代表着力量与稳重,二者结合,使得鸟尊不仅是一件实用的酒器,更是一件富有象征意义的艺术品。其精美的纹饰和独特的造型,展现了西周时期青铜铸造技艺的高超水平,也为我们研究古代酒文化和礼仪制度提供了宝贵的实物资料。

中国最大的清香型白酒酿造基地——中国汾酒城

位于山西省吕梁汾阳市的中国汾酒城,占地面积达4.5平方公里,建筑面积为158万平方米。其整体建筑依据“外仿古,内传统”的理念设计建造,内部拥有100多座仿唐宋、仿明清风格的建筑。这里是一个融合了白酒生产、储藏、销售等各个环节,且集旅游、会展等多种产业于一体的白酒经营综合体,是目前全国首屈一指的白酒生产基地。



—— 中国汾酒城 ——

汾酒城四周环绕着近10公里的仿古城墙,城墙内是三层框架结构的城堡储酒库。此外,还建有18座钢结构高粱筒仓,每座筒仓的容量为6000吨,总共可储存高粱10万吨。

最早的瓶装白酒——永利威汾酒

1915年，汾酒在巴拿马万国博览会荣膺桂冠后，在美国等西方国家引起了广泛关注。诸多在华机构纷纷大量采购汾酒，甚至有美国商人专程前往汾阳购酒。始创于1876年的永利威酒业有限公司敏锐捕捉到这一国际市场需求，迅速向晋裕汾酒公司定制了大量汾酒用于出口，并收获了卓越的销售业绩。

2002年7月25日，《天津今晚报》生活在线曾有相关报道。总部位于香港的永利威酒庄在上世纪20 - 30年代于天津设厂，销售过山西汾酒。其酒瓶上烧制有英文说明，该酒是迄今为止发现的最早的瓶装白酒，也是目前发现的最早的出口白酒实物。



中国第一养生酒——竹叶青酒

竹叶青酒以优质汾酒作为基酒，浸泡十二味中草药，采用传统工艺酿造而成，色泽纯净，口感丰盈。竹叶青酒融合中华医学、中国酿酒工艺、中华养生理念以及中国酒文化于一体，是中国酒生命力的象征。

这十二味名贵中草药并非随意搭配，每一味都经过千年配方的筛选与验证，它们不仅赋予竹叶青酒独特的色泽与口感，更承载着传统养生智慧的精髓。

竹叶青酒颜色金黄碧翠，晶体给人独特之感，饮后能让入心情舒畅、精神旷达，且具有润肝健体的功效。竹叶青酒中，砂仁性味：温、辛，有化湿开胃、温脾止泻、理气安胎的功效。丁香性味：辛、温，有温中降逆、补肾助阳的功效。



除了这些基于传统原料的养生功效外，现代科学研究也进一步揭示了竹叶青酒的多重保健价值。

国家卫生监督检验所运用先进的检测手段，经过严格的动物和人体试食实验得出的科学数据，进一步证明竹叶青酒具有促进肠道双歧杆菌有益菌群增殖、改善肠道菌群润肠通便肠道功能、增强人体免疫力等保健功能。



国家级非物质文化遗产

——杏花村汾酒酿制技艺

2006年5月20日,杏花村汾酒酿制技艺经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录相关名录,项目编号Ⅷ-59。

杏花村汾酒酿制技艺工序繁复,需历经粉碎、润糝、蒸糝、发酵、蒸馏、贮藏等主要工序酿成。首先,酿酒师傅将高粱置于石磨上粉碎成四瓣、六瓣或八瓣,粉碎后的颗粒大小可通过石磨上的进料口进行控制。接着,加水将其润湿,此过程称作润糝。原料经润湿软化24小时后,放入蒸锅蒸制80分钟,这一过程叫做蒸糝。蒸完之后进行冷散,冷散的方式是用木锹将原料扬到空中。待冷却到一定温度后,按比例加入粉碎好的曲,搅拌均匀后放入地缸发酵28天。发酵前,需用花椒水清洗地缸,以达到杀菌消毒的目的。发酵好的酒醅具有一定的黏稠度,随后加入稻壳、谷糠等辅料并搅拌均匀,使其变得疏松。所添加的辅料同样经过高温蒸气杀菌、消毒处理。之后,酿酒师傅将添加了辅料的酒醅一层层均匀地撒到蒸馏锅内,这一过程称为装甑。装甑的水平会决定出酒率的高低。装甑完成后进行蒸馏,蒸气经冷却后流出的即为大楂酒。出完大楂酒的原料再重复加曲、发酵、蒸馏等步骤,生产出的酒为二楂酒。大楂酒、二楂酒按比例兑好后,放入陶瓷缸酒库贮藏,便成为成品汾酒。

为更直观地展现这一系列传统酿制技艺的流程,可通过汾酒工艺流程图进一步了解各环节的关联与细节,感受千年酿酒智慧的可视化呈现。

毛主席版本《清明》诗



1959年，庐山会议期间，毛主席会见了阔别多年的贺子珍同志，席间用杏花村的老白汾酒款待。席后，毛主席还亲笔挥毫书写了《清明》诗，当时的作品被他的贴身警卫员汪东兴收藏起来。1991年，汪东兴随同华国锋同志回山西老家时，将其赠予汾酒，该真品现保存于中央档案馆内。

这首由毛主席亲笔书写的《清明》诗，不仅为汾酒增添了厚重的文化底蕴，更成为了汾酒发展历程中一段珍贵的记忆。诗作以独特的艺术魅力，与汾酒的悠久历史相互交融，使得杏花村汾酒

在文化层面上得到了进一步的升华，吸引着无数文人墨客与爱酒之人前来探寻这背后的故事。

而在汾酒的文化收藏中，另一幅与《清明》诗相关的艺术珍品同样承载着深厚的文化意义——这便是关山月创作的《清明诗意图》。

汾酒博物馆镇馆之宝——《清明诗意图》

在汾酒集团所收藏的众多书画作品里，出镜率最高的当属关山月的《清明诗意图》。这幅作品对于杏花村、对于汾酒而言，意义非凡。

关山月是当代岭南画派的代表人物之一，画作以写实与写意相结合著称，以深厚的艺术造诣和独特的绘画风格，于1978年盛夏为汾酒厂创作了《清明诗意图》，这幅画作以杜牧的《清明》诗为灵感，描绘了清明时节雨纷纷、行人问路的场景，不仅将杜牧的《清明》诗意淋漓尽致地展现出来，更成为诗酒文化结合的经典之作。



关山月《清明诗意图》



周总理批示

1949年5月,太原税务局接管汾阳杏花村公私合营义泉泳汾酒公司,并将其与杏花村晋泉公酒厂、德厚成酿造厂正式合并。6月,华北酒业专卖总公司山西汾阳杏花村地方国营汾酒厂正式挂牌,中华人民共和国第一个地方国营酿酒企业由此诞生。

7月,中共华北局派遣乔绍敏等人前往山西杏花村汾酒厂与清源葡萄酒制造厂,专项部署汾酒与葡萄酒的生产工作,为首届中国人民政治协商会议及开国大典的国宴用酒提供保障。当时,筹办国宴筛选用酒时,主要考量三个条件:必须是中国名酒、便于运输且能够足量供应。此时的山西汾阳已全境解放,汾酒厂也已恢复生产,山西汾酒与竹叶青酒恰好满足上述全部要求。于是经过各种艰苦努力,9月杏花村汾酒顺利运到北京,成为了中华人民共和国首款国宴用酒。

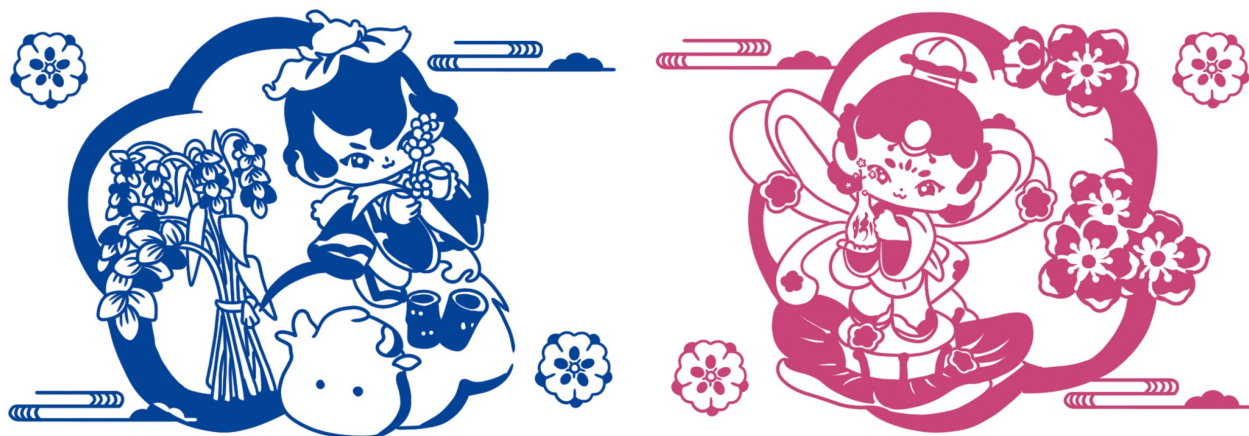


新中国成立后,对外交往工作逐步展开,接待宴请任务日趋繁重。时任中央人民政府办公厅副主任兼典礼局局长余心清先生草拟了《关于执行外国使节工作的改进办法》草案呈送周恩来总理,报告获得批复,总理对其中的每一款内容都作出了具体指示。

据《国务院机关事务管理局大事记》记载,1951年,周恩来总理根据毛泽东主席的指示,对余心清的请示作出批示,其中明确要求国宴“一切招待必须是国货,必须节约朴素……”,并指出“如需用烈性酒则用汾酒”。

至此,凭借千年名酒的品牌声誉与“共和国第一国宴用酒”的崇高荣誉,汾酒正式被列入新中国国宴用白酒的国家目录。

汾酒文创 IP 形象——杏花花 汾宝宝



2022年12月12日,汾酒文创IP形象“杏花花”与“汾宝宝”在创建国家5A级景区暨汾酒文创高质量发展启动仪式上正式发布,以杏花村汾酒及牧童骑牛为蓝本提取特征,采用国际流行的年轻化手办盲盒风格进行诠释。

杏花花头顶杏花花苞,身着杏花裙摆,宛如杏花仙子。她高举青花汾酒花瓶,呈上一枝杏花,这代表着汾酒人盛情待客,寓意着荣幸至极、三生有幸、幸福永驻。

汾宝宝的原型源自汾酒本身以及牧童骑牛的典故。他的头发如醇厚的酒液,头顶杏花托寓意幸福降临。其服饰为青花汾样式,一手托着高粱,一手举杯致敬。红高粱是中华民族刚强不屈精神的核心,象征着伟大民族的血脉、灵魂和精神。牧童牛幻化成一朵祥云,象征着“牛气”,代表着汾酒的新气象,寄托着对品牌的美好祝愿。小竹节象征着竹叶青,也代表着一代代汾酒人不断攀登、意志顽强、众志成城、步步登高,最终汇聚成一片片生机勃勃的竹林。

一脉青碧，千年流香： 竹叶青酒酿造传承史诗

庞晓雨

酒，是时间的容器，是文明的酵母。在中国浩瀚的酒史星河中，有一颗星子，它不似烧酒的烈，不比黄酒的醇，却独有一份清雅绝伦的碧色与药香。它自《诗经》的草木间萌芽，在魏晋的风流中淬炼，于唐宋的诗盏里澄芳，又在明清的匠心与近代的科学中脱胎换骨。它，就是竹叶青——一款以汾酒为骨，以竹叶为魂，融汇了十余味草本精魄的传世佳酿。今日，让我们循着一缕穿越千年的青碧酒香，叩开时光的窖门，细品这部流淌着的酿造传承史诗。

第一章：杏花村头，传说与自然的初酿

一切伟大的传承，都始于一个充满生命力的原点。对于竹叶青酒，这个原点深植于山西汾阳杏花村那片被酒神眷顾的土地。这里，“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的千古绝唱，让



汾酒之名响彻寰宇。而竹叶青，便与这名盛千年的汾酒同根同源，共用着那一眼“味如醴，甘馨清冽”的神井之水。传说，正是这方水土的灵秀，孕育了最初的奇遇。

坊间流传着这样一个美妙的故事：古时杏花村酒会上，一家酒坊的两位伙计抬酒赴会，途中酷热难耐，于一片翠竹林边歇脚。口干舌燥之际，他们以竹叶为杯，取饮坛中酒，却不慎倾洒。情急之下，他们就近掬起石缝中渗出的清泉掺入坛中。谁知，这无意之举竟点石成金。当这坛“掺了水”的酒呈于会上，众人皆惊——酒色竟化为青碧，香气清幽扑鼻，口感迥异凡品，一举夺魁。酒坊主人循迹而至，买下这片竹林与泉眼，专研此道，终得美酒，因那抹动人的青色与竹叶之缘，故名“竹叶青”。

这传说固然浪漫，却揭示了一个朴素的真谛：最早的竹叶青酒，正是先民们观察自然、偶得灵感的产物。它源于最简单质朴的工艺——“以黄酒加竹叶合酿”。那竹叶的青青之色、淡淡清香，融入酒中，便是最初的风雅。这抹源自天地草木的青色，如同一粒文明的种子，从此落入了中华酒文化的沃土，静待着岁月的浇灌与升华。





第二章：汉唐风雅，诗卷中的青色流淌

当这抹青碧色淌入文采风流的历史长河，它便不再仅仅是杯中之物，而成了一种文化的意象、一种情感的载体。文字记载中的竹叶青酒，早在南北朝时期便已芳名远播。南梁简文帝萧纲以“兰羞荐俎，竹酒澄芳”的诗句，将其与祭品珍馐并列，赞誉其香气清澄。北周文学家庾信亦在《春日离合二首》中留下“三春竹叶酒，一曲鹍鸡弦”的名句，让春日宴饮的欢愉与离别的怅惘，都浸润在那竹叶酒的芬芳里。

至大唐，国运昌隆，文化鼎盛，竹叶青酒也迎来了它的黄金时代。它从宫廷苑囿流布至市井巷陌，成为诗人墨客灵感的泉眼。初唐的王绩写道：“竹叶连糟翠，葡萄带曲红”，一青一红，色泽对照间满是生动的生活意趣。一代女皇武则天游历山水，亦不免为它倾心，欣然赋诗：“酒中浮竹叶，杯上写芙蓉”。酒香与诗意交织，权力巅峰的威严也在此刻化作了对自然之美的咏叹。白居易、骆宾王、李峤等大诗人纷纷将其写入诗篇，或言其色“盈樽绿”，或赞其香“桂香浮”。更有甚者，佛门草圣怀素，竟在“十杯五杯不解意，百杯已后始癫狂”的竹叶酒香中，进入了恣意挥洒的创作境界。彼时的竹叶青，已超越了饮品的范畴，它是盛唐气象中一抹清雅的文化底色，是无数锦绣篇章里灵光乍现的催化剂。

第三回：宋元明清，技艺与哲思的沉淀

历史的车轮驶入宋元明清，竹叶青酒的传承，从文人的诗卷更多地转向了匠人的作坊与医者的药炉。在宋代，它已成为“宫廷内臣所用宫廷酒”，身价尊贵。文学巨著《水浒传》中，西门庆炫耀“那酒是个内臣送我的竹叶青”，一句话便道出了它在当时作为顶级奢侈品的社会地位。更重要的是，宋人朱肱在其酿酒专著《北山酒经》中，专门记录了“竹叶青曲法”，标志着其酿造技艺开始被系统总结与传播。

真正的飞跃，发生在明末清初。一位传奇人物的出现，为竹叶青酒注入了不朽的灵魂。他便是傅山先生——一位集思想家、书法家、医学家于一身的旷世大儒。傅山精通医理，心怀民生。在游历杏花村时，他见当地酒工酿造竹叶青，便依据中医“药食同源”、“寓医于酒”的智慧，对其配方进行了关键性的改良。他保留了清香的竹叶，更创造性加入了砂仁、紫檀、当归、陈皮、公丁香等十余味名贵中药材。这些药材并非随意堆砌，而是遵循中医君臣佐使的配伍原理，各司其职：砂仁化湿开胃，当归活血补血，陈皮理气健脾……傅山先生将良药隐于美酒，使竹叶青在悦人口腹的同时，更具备了“性平暖胃、舒肝益脾、活血补血、顺气除烦”的养生功效。

他挥毫题写的“得造花香”四个大字，至今仍镌刻在杏花村的碑石上，这不仅是对酒体香气的赞美，更是对这份“化药为香、融养于味”的至高工艺哲学的概括。从此，竹叶青酒完成了从“绿色酒”到“养生酒”的华美蜕变，其基本配方与核心理念得以定型，并随着晋商汇通天下的足迹，香飘四海。

第四章：近代新生，古法与科学的交响

穿越近代的烽烟，竹叶青酒的传承迎来了守正创新的崭新篇章。1948年，汾阳解放，百废待兴的杏花村汾酒厂，将恢复竹叶青酒的生产视为传承文化血脉的紧要任务。1949年，它以“国宴用酒”的身份，亮相于新中国的“开国第一宴”，其地位不言而喻。1950年代，它更成为国家重要的出口创汇产品，远销世界六十多个国家和地区，被海外友人誉为“仙酒”。

如果说傅山先生用中医哲学为竹叶青注入了灵魂，那么现代的科学精神则为其插上了腾飞的翅膀。1975年，一个意想不到的身影走进了杏花村——著名数学家华罗庚教授。他带着“优选法”与“统筹法”前来，与酒厂的老师傅、技术人员

一同攻关。他们用数学的精密逻辑，对药材浸泡的时间、温度等关键工艺参数进行了成千上万次的试验与优化。科学的力量与传统经验在此碰撞、融合，最终将竹叶青酒的优质率大幅提升。这场“数学与美酒的对话”，是现代科学对中国古老酿造技艺的一次深情赋能。

与此同时，一代代产业工人接过传承的薪火。从民国时期“义泉泳”酒坊的宗师杨得龄，到建国后“严把关”的标兵郝承万，技艺在师徒相授、口传心授中延续。这份执着，在当代非遗传承人郝持胜大师身上体现得尤为深刻。他子承父业，在配置车间沉浸三十九载，对每一味药材





的性状、每一道工序的火候都了如指掌。他深知，传承并非墨守成规，“人体的免疫力是在抗争中不断变化的”，因此配方与工艺也需在坚守核心的基础上不断微调与创新。2009年，竹叶青酒泡制技艺入选省级非物质文化遗产名录；2024年，“竹叶青”品牌更荣获国家“中华老字号”称号。这些荣誉，是对一个千年品牌生生不息的最好认证。

第五章：杯中宇宙，活态文化的绵长回响

如今，当我们面对一杯竹叶青酒，看到的已不止是酒。它金黄透明而微带青碧的酒体，是山河岁月的沉淀。那馥郁谐调、无一味突兀的复合香气，是“药食同源”东方智慧的精妙体现。入口甜绵微苦，温和无刺激，余味无穷的曼妙口感，则是工匠精神千百次打磨后的平衡艺术。

它是一卷可以品读的历史。从庾信的吟咏，到金庸笔下令狐冲与祖千秋论酒时对百年陈酿的向往，竹叶青酒始终活跃在中国文化的经典场景之中，成为文人侠客共通的情感符号。它是一种“活态”的文化。在郝持胜这样的传承人心中，它不仅是技艺，更是“中华民族的民族精神，凝聚着中华民族的智慧与情怀”。他们呼吁并致力于将其酿造技艺推向国家级非物质文化遗产的更高平台，就是为了让这份流淌的智慧被更系统地保护、更广泛地理解、更创新地传承。

举杯齐眉，但见杯中青碧莹然，仿佛截取了一段江南的竹韵，又浓缩了千年的光阴。它讲述着杏花村竹林旁的偶遇，回荡着大唐诗宴上的吟唱，铭记着傅山先生悬壶济世的仁心，闪烁着华罗庚教授科学探索的慧光，更凝结着无数无名匠人手掌的温度与毕生的专注。

这一脉青碧，自远古潺潺流来，穿越了无数个春秋的荣枯与朝代的兴替，至今未曾断绝，反而愈加醇厚、澄明。它流淌的，不仅是酒液，更是一个民族关于自然、健康、平衡与传承的永恒哲思。这，便是竹叶青酒——一曲酿在坛中、响彻千年的生命史诗。

李云：和汾酒一起扬眉吐气

内蒙古鄂尔多斯，“煤炭财富”“大漠草原”“成吉思汗陵”，这些标签总让外界对她有一种滤镜式的好奇；褪去滤镜，这里除了“羊煤土气”的资源之外，还有一群敢想敢拼、有血有肉的汉子。

身处其中，内蒙古红蒙羊肉有限公司（简称“红蒙公司”）总经理李云说，虽然市场调整还在持续，但他仍给自己定下了2026年增长20%的小目标，未来要和汾酒一起“扬眉吐气”。

“我和父亲下煤窑”

20世纪80年代，今日因耀眼GDP名扬中外的鄂尔多斯还是沙漠、风沙和贫瘠的代名词。

在鄂尔多斯下属的偏远农村，少年李云满眼皆是荒芜：徒步进城看一眼小县城的繁华就能兴奋许久，一日三餐能吃饱土豆、莜麦已很满足，村中乡邻能用上电石灯（一种通过电石碳化钙与水反应生成乙炔气体燃烧发光的照明工具）照明已是奢侈。从春到冬，风沙漫天是那个年代特有的记忆。

为了补贴家用，父亲一直坚持着半工半农的劳作方式。春夏种植土豆、小米，冬季农闲就下煤窑挣钱。就是在这样的环境下，农家子弟李云很早就承担起家庭责任。

彼时，对于农村人而言，冬季有充足的煤炭烧煤取暖是一件奢侈的事。

因为有父亲在乡镇煤矿当农民矿工的便利，每到冬季的假期，李云就要跟着父亲驾着畜力车到煤矿井下拉煤，以满足冬季取暖所需。

“那时候，回到家的第一件事就是整理电石灯。在幽深漆黑的巷道里，这盏灯就是唯一的光源。”李云回忆说，1984年他八岁了，那是他第一次走进地下的煤炭世界。

从光线充足的地面沿着巷道一步步下行，周围从昏暗直至漆黑，再到一片没有层次的黑



暗。少年李云辨不清南北，只有紧紧拽住前面的车架摸索着前行。头顶的巷道不时有水滴滴落，脚下一片泥泞，“就这样摸索着走出好几里地，才能到达工作面”。

这里，煤尘飞扬、阴暗潮湿，考验着每一个参与者的智慧和胆量。在这片黑色主宰的世界，李云深刻体会到了何为“吃着阳间的饭，干着阴间的活”。

待父亲挥舞着铁锹给畜力车装满煤炭时，返程的路就要李云和哥哥面对了。

冬季的鄂尔多斯高原北风呼啸，夹杂着风沙显示出粗犷的力量。遍布荒漠的梭梭草不起眼，却因为其抗旱、耐碱、锁沙能力强的特质而顽强地生长于此。

生长于斯的李云，自然也沾染了这片土地的性格——坚韧、顽强、长久。



“改变命运是我出发的动力”

鄂尔多斯土地贫瘠，地下却蕴藏着惊人的资源。这种反差透着一种厚积薄发的能力。

童年时，李云所在的村庄没有通电，没有柏油路，没有通客车，“随着神华集团对煤炭的大规模开发”，村庄有了稳定的电源，客车也能通达县城。

12岁那年，李云第一次见到火车。看到那个喷吐着白色蒸汽、满载着煤炭缓缓驶向远方的钢铁巨兽，他开始对外面的世界产生强烈的向往。

“走出去，去寻找和父辈不一样的生活”，李云说，这是他读书的第一动力。

和作家路遥《平凡的世界》笔下的孙少平类似，同样从农村出发，同样身在煤炭富集又土地贫瘠的高原地区，煤矿也曾是李云心生向往的地方。

17岁，初中毕业后，李云放弃高中，选择了一条最短路线——到伊克昭盟工业学校读中专，“以减少高中三年花费，毕业后挣钱养家”。

按照原本的设想，李云在中专毕业后，按照对口专业会进入一家煤矿企业，但个体的命运总是在时代大潮中浮沉。

20世纪90年代，适逢我国从计划经济向市场经济转型，国企改革下岗分流成为常态。李云毕业时，“很难在煤炭国企找到岗位”，转而去了一家乡镇企业锅炉厂办公室。

不过，这份“一眼能望到头的工作”并未维持多久。面临成家立业、赡养父母的现实问题，李云迫切需要改善经济状况。一次偶然机会，他加入鄂尔多斯一家酒厂，从此一脚踏入白酒江湖。

汾酒有血脉基因

欲戴王冠就要承受其重。2002年，在白酒行业摸爬滚打了多年，李云受朋友之邀开始“五人组”创业。

“我负责全盘，统筹运营；有一个大姐负责财务，其他三人负责销售、配送。”李云说，“五人组”一开始就选择代理汾酒旗下的开发产品。

当年，顾客进店不能自带酒水，餐饮渠道就成了白酒销售的重中之重。

街灯亮起、食客聚集。每晚7点左右，李云就和团队一起驻守在鄂尔多斯的大小饭店，“和



饭店老板沟通现场销售、顾客反馈情况,及时解决问题”,一有合适机会就面向消费者现场推销或者免品。待食客一番觥筹交错、满意离去后,已是深夜时分。此时,月亮早已偏西。

那些年,鄂尔多斯凌晨的街头是李云经常看到的风景;明月星辰是他回家路上的常客。

处在环山西带上的鄂尔多斯,本就和山西血肉相连。历史上,处在黄河几字湾上的内蒙古、山西隔河相望,山西忻州一带乡民“走西口”的目的地就是内蒙古。相似的地理环境,延续百年的人员往来,让这里的人们从骨子里就对汾酒有一种亲近。

在李云的记忆里,小时候“汾酒是大众口口相传的名酒、好酒,谁家能存上几瓶老汾酒,那是一件很有面子的事”。

和汾酒深度捆绑

2009 年,通过销售汾酒开发产品完成原始积累的李云决定“跳起来摘桃子”。

夫妻二人携手组建自己的公司,申请汾酒竹叶青专卖店,持续、系统地开发、耕耘市场。

彼时,名酒全国化还在推进。在鄂尔多斯中低端白酒市场,内蒙古地产酒竞争激烈,汾酒扩围也面临着一定压力。

对此,李云选择和汾酒深度捆绑。

其间,他从玻汾入手培育消费者,从口味、菌群、品牌认知等多个维度收获消费者的青睐。

开拓终端、维护终端、成就终端,这是李云对终端网络的质朴总结。在他看来,“经销商依托终端快速扩大汾酒市场占有率,在此期间又给终端创造了更多价值”,这是维护客情最有力的证明。

2024 年,鄂尔多斯 GDP 为 6363 亿元,同比增长 6.4%,人均 GDP 达 28.53 万元,连续多年居全国第一。人口只有 220 余万,GDP 却常年保持中国前列,这给鄂尔多斯奠定了消费底气。

李云的观察也印证了这一论断。

“在消费升级的带动下,汾酒在鄂尔多斯的销售品类从玻汾、老白汾,一路上升到青花系列。”李云说,从 2015 年一直到近年,青花 20、青花 30 销售额占比达到 60% 以上,消费者从内心对汾酒品质、品牌充满信任。尤其是青花 20 更是消费者公认的首选产品。

在鄂尔多斯当地，虽已是寒冬，但各大高档酒店承接婚宴依旧火热。酒店大堂、门厅处显眼的汾酒品牌推广，也佐证着当地人对汾酒的喜爱。

“三精”和“21 条”

作为红蒙公司的掌舵人，李云始终保持着对市场的敏感和警醒。

近些年，公司体量增大、人员增加、市场扩大，他把管理视为打开市场的重要手段。这当中既要下“笨功夫”，也要有“巧思维”。

“市场要精耕细作，费用要精打细算，工作要精益求精。”李云说，“三精”的核心是精细化管理，给客户创造更大价值。

如何把“三精”落在市场的要害之处？李云的“21 条”应运而生。

在红蒙公司，每一位业务人员跑终端都要随身携带“21 条”，其中包含商品库存、陈列、扫码确认、宴会介绍、客户建档等诸多细致严密的信息，“日积月累、日久天长，公司对终端的了解、认知、沟通”，就能从中体现出来。

即便对于汾酒厂家的营销费用，他也有一番“精打细算”的考量。

从业务人员设计、申报营销方案开始，红蒙公司就要求其列明费用预算其后在执行中动态调整。

“好钢要用在刀刃上。公司不会因为费用是汾酒支出，就纵容员工大手大脚地花钱。”李云说，以品鉴活动为例，按照规定一桌费用为2000 元。当参与顾客少时，1000 元就能满足需求。这时，公司会把剩余的 1000 元退还给汾酒。

把汾酒传给下一代

鄂尔多斯，意为众多的宫殿。历史上，这里曾是成吉思汗眷恋的地方。

12 月中旬的一场寒潮、降雪，让鄂尔多斯感知到美食的精妙。当杀猪菜手把肉等一众草原硬核美食上市的时候，汾酒也成了商务宴请、亲朋聚会的实力担当。

每到此时，李云和团队就开始进入忙碌又充实的季节。

回顾和汾酒走过的季节，李云说，汾酒已融入了他的家庭生活、工作圈层。

女儿放学回家，李云夫妻谈论的是汾酒季报、同业竞争；岁末年初，从汾酒全球经销商大会



上乘兴而归的李云，总要和妻子讨论今年得失、来年规划；餐桌上，李家的餐具、碗碟时时有汾酒元素呈现。

耳濡目染中，女儿已经对汾酒有了深度认知；日久天长，红蒙公司已经和汾酒建立起一种共商共荣的联系。

仓廪实而知礼节，衣食足而知荣辱。完成物质积累后的李云更注重个人、公司的提升和家族传承，他希望女儿将来能继承汾酒事业，“把和汾酒的合作、感情延续下去”。

追逐星辰大海

李云说，做汾酒 10 多年，除了物质财富的增加，更可贵的是，“公司品牌形象的上升、个人能力的提升，家庭事业的跃进”。

从最初的夫妻专卖店经营模式，到精细化、条线化、数字化的股份制公司运营。跟随着汾酒势能、趋势的节奏，李云和团队也在脱胎换骨。

在厂商合作方面，汾酒集团给地聘人员发放基本工资、缴纳社保，稳定了员工预期，成为后续销售工作的“定海神针”；借助“汾享礼遇”数字化模式的推行，经销商摆脱了传统低效、滞后的管理模式，把终端、业务人员、费用纳入一张网，把所有的弹药集中到市场终端，激发出强大的竞争合力。

李云说，在汾酒改革、复兴的大背景下，经销商也在这艘巨舰的引领下进行数字化转型、管理迭代升级，以适应未来的风云变幻。

2025 年 11 月初，李云跟随汾酒团队到上海参观第八届中国国际进口博览会。“国际交流、大咖开讲、行业前沿”，凡此种种，李云在见贤思齐的同时，也感受着做汾酒经销商的荣耀。

陪伴汾酒 10 余年，红蒙公司有效终端数量跃升至 3000 余家，且还在继续攀升；公司营收从 1000 余万跃升到 2 亿有余；2025 年，在存量市场竞争加剧的情况下，公司顺利完成年初设定目标，部分产品实现较大增长。

2026 年，李云给自己定下增长 20% 的小目标。

市场调整、政策变化、消费多元，在直面市场客观条件的同时，李云凭借“清香白酒典范、四大名酒之一、国际主流香型”的价值判断，坚定看好汾酒，并渴望和汾酒一起追逐星辰大海。

来源：《一起战斗吧》杂志

汾酒与汾阳：从诗酒叙事到产城融合 | 跟着汾酒邂逅每一座城市

醉美杏花村

题记：

一壶酒，承载的是一方水土的精魂；一座城，流淌的是千年岁月的回响。

当汾酒的清香穿过时光，与每一座城市的独特气息相遇，便开启了一场关于风土、记忆与情感的对话。

我们以酒为媒，循着清冽的甘醇，去触摸城市的脉搏，聆听故事的低语。这不仅是一场风物的探寻，更是一次与山河、与故人、与自己的温柔重逢。

诗酒叙事+名酒风华+酒城共兴，汾酒与汾阳的羁绊在时代演进中持续更新。

从仰韶时期的小口尖底瓮到“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的家喻户晓，再到5次蝉联中国名酒、跻身“世界十大烈酒产区”，汾酒与汾阳文脉相契、产业相融、共生共兴。



汾酒与汾阳的诗酒叙事

酒因城而生，城因酒而兴。这个故事最绚烂的章节，源于杜牧以直白生动的场景勾勒，让汾酒与杏花村的形象深入人心，成为跨越千年的文化记忆锚点。

古往今来，历代文人为汾酒留下的诗词文赋多达3000篇，构建起一套具有普世价值的“诗酒文化传播体系”，让汾酒从汾阳的河谷盆地走向更广袤的华夏大地。



由此，汾酒不再只是汾阳的酒，汾阳也不只是一座汾河边的小城。汾酒成为承载文人情感、时代气象的精神载体，而酒香浸润的汾阳，也成为诗酒文化交融共生的历史名城。

另一方面，当汾酒之名传遍华夏大地，其领先时代的酿造技艺和无可替代的卓越品质，成为凝聚人流的磁场，吸引八方来客齐聚汾阳。

因酒汇聚的人流带动了城市繁荣，酒肆、驿站、商铺应运而生，逐步形成成熟的产业生态。而后，这一生态不断与城市的商贸、交通等功能深度耦合，深度绑定城市发展脉络。



在千百年时光里，不同地域、不同身份的人群往来与交流，不仅打破了地域文化壁垒，为汾阳注入开放包容的城市特质，更让诗酒相伴的生活方式融入城市日常，催生出独有的浪漫气质，使汾阳的文化个性更加鲜明。

汾阳独特的气候与水土酿造了汾酒，而汾酒奠定了汾阳的诗酒底色，铸就了城市物质根骨，塑造了其精神气质，两者相辅相成，书写了中国诗酒史、城市发展史的独特篇章。进入新时代后，这种共生关系也显现出强大的稳定性与延续性。



新时代的酒与城

1949年，汾酒登上开国第一宴，拉开新时代的序幕，而汾酒与汾阳，也迈入了被新时代塑造的全新阶段。

70余年的奋斗征程中，汾酒不仅在1952年至1989年的五次全国评酒会蝉联中国名酒，取得辉煌成就，还从多维度奠定汾阳发展根基。

经济层面，作为清香型白酒龙头，汾酒贡献了大量产值与税收，为城市基础设施建设、公共服务提升提供了稳定的财政支撑。

产业层面，围绕汾酒形成的包装、运输、原料加工、文旅等上下游配套，构建起完整的酒产业生态链，不断优化汾阳的产业结构。

就业层面，汾酒及配套产业提供大量优质就业岗位，持续吸纳本地劳动力，助力“企业发展—人口流入—城市繁荣”的良性循环。

在汾酒的带动下，白酒为汾阳贡献了50%的GDP、60%的税收、40%的就业岗位。2024年，汾阳市规上工业总产值达354.71亿元，白酒产业贡献了271亿元，占比高达76%，带动1239户关联企业发展，吸纳超6万人就业。



汾阳也不断为汾酒的发展注入活力。汾阳市相关负责人介绍，汾阳已经推出“一点两轴三片区”文旅总规划，“一点”即以遗址为原点；“两轴”包含“产业发展历史轴”与“文化演绎历史轴”；“三片区”即诗意杏花村、文旅杏花村、产业杏花村。

该负责人还透露，目前，该规划已完成汾酒大道、清香大道、汾阳市博物馆等建设项目，并启动牧童街诗酒文化园等项目。

汾酒在发展，城市在蜕变，两者交相辉映。前者已不再是单纯的文化符号范畴，而是深度融入城市肌理脉络，驱动城市前行的重要引擎，后者则持续搭建优质发展环境，完善产业配套，让这份酒城共生关系愈发稳固绵长。这场双向奔赴，正打开一个崭新的未来。



酒墨 Wine and ink

齐香
smell together

《书画里的汾酒》

启功风骨入墨盛誉汾酒

王 婧

启功先生，字元白，亦作元伯，乃雍正皇帝第九代嫡孙，中国当代著名教育家、古典文献学家、书画家、文物鉴定家、红学家、诗人、国学大师。身为满族爱新觉罗氏，他却对“皇族”身份淡然处之。

改革开放后，不少爱新觉罗子孙以皇族后裔为荣。然而，启功先生多次强调：“我姓启名功。”因此，无人敢在其名前冠以“爱新觉罗”之姓。

启功先生之淡泊，可见于其担任中国书协主席的缘起。彼时，他身为北师大教授，由首任主席舒同举荐，理由质朴而务实：“他有时间，可以干点事。”

先生不仅淡泊名利，更以幽默自嘲见长，境界超然。1978年，时年66岁的启功，历经妻子、母亲与恩师相继离世的半世艰辛，在悲痛中挥就一首诙谐精炼的《自撰墓志铭》自嘲。1984年，启功先生就任书协主席，值书协成立十周年之际，他所撰祝辞亦贯穿着自嘲精神。这份豁达与淡然，正是其深厚修养的体现。

尤为可贵的是，先生从不嘲讽他人。曾有收藏家持其“作品”请辨真伪，启功观后知是赝品，却未点破，只风趣道：“哎哟，这比我写得好！”



汾酒好並小讓中山益胃健
脾子日醒舉杯後不唱陽
笑盛舉滿人間 調寄望江南

山西杏花村汾酒廠補壁

一九八四年 初夏 啓功



汾酒博物馆珍藏的启功先生墨宝，正是其1984年任书协主席后所书。先生素有“诗书画三绝”之誉，特为汾酒填词一阕《调寄望江南》：“汾酒好，并不让中山。益胃健脾千日醒，举杯从不唱阳关，盛誉满人间。”

此作创作于启功先生72岁书法巅峰时期。其字简洁优雅，瘦劲如竹，又不失丰润，用笔以中锋为主，线条挺拔且富有弹性，运笔灵动，撇捺舒展，兼具力度与韵律，颇有宋徽宗瘦金体的风姿。结字主要是纵向取势，字形偏长，纵向笔画挺拔舒展，横向笔画短促内敛，形成视觉纵深感。墨色虚实相生，通过笔画粗细对比与留白处理，营造“疏可走马，密不透风”的意境，如行书中连笔与断笔的巧妙穿插。章法布局用单字长线调节，字距疏朗如清风拂面，整体呈现出“星罗棋布，气脉贯通”的和谐美感。其笔下的“汾酒”二字，挺拔隽永，疏密有致，墨色饱满，神完气足，一气呵成。

词作短短二十七字，熔铸了三处典故：“不让中山”1974年河北平山县中山王墓出土两种封存完好、酒香犹存的千年古酒，印证中山国酿酒技艺之高超。“千日醒”典出中山国酿酒师狄希所酿“千日酒”，饮之可醉千日。“从不唱阳关”反用王维“劝君更尽一杯酒，西出阳关无故人”诗意，点明汾酒乃欢庆之酒、凯旋之酒。

末句“盛誉满人间”，则是对汾酒声名与品质的至高赞誉。启功先生风骨入墨，盛誉汾酒，惜墨如金，字字珠玑，尽显诗词圣手与书法大家的深厚功力。





山西杏花村汾酒集团有限责任公司
官方微信公众号



山西杏花村汾酒集团有限责任公司
官方抖音号



山西杏花村汾酒集团有限责任公司
官方微博号

扫码关注汾酒集团官方账号
获取更多资讯



中国酒魂 清香世界