

国酒文化及其原产地的保护

卢 静

(贵州省轻纺工业设计院, 贵州 贵阳 550002)

摘 要: 国酒茅台以其悠久的历史、独特的酿造工艺、神秘的酿造环境、上乘的质量、深厚的历史文化而享誉海内外。茅台酒的魅力在于是唯一的、权威的,是不可克隆和复制的,具有极强的排他资源垄断性。所以,原产地资源的保护尤为重要。建议:(1)老厂划出红线区,严格保护、管理,新厂区按花园式工厂建设。(2)沿赤水河向上100公里范围列为保护区。(3)保护茅台镇的植物、植被和微生物环境。(4)控制居民数量。(津京)

关键词: 酒文化; 茅台酒; 微生物环境; 原产地保护

中图分类号: TS971; TS262.34; X17 **文献标识码:** C **文章编号:** 1001-9286(2002)05-0077-02

Culture of National Liquor Maotai Liquor and Protection of Its Production Place

LU Jing

(Guizhou Provincial Light and Textile Industry Design Institute, Guiyang, Guizhou 550002, China)

Abstract: National Liquor Maotai Liquor enjoys great fame throughout the world due to its long history, exclusive fermentation techniques, supernatural fermentation environment, unparalleled liquor quality and profound historical and cultural backgrounds. The glamour of Maotai Liquor is manifested by its unique and authoritative position. Being a monopoly, Maotai Liquor excludes the possibility of clone and imitation. Therefore, the protection of the production place becomes important. In view of this problem, several pieces of advices were put forward in this paper as follows: 1. Construction of new garden plant except provision of the red line zone in old plant for strict protection and management; 2. 100 kilometers range in circumference along with Chishui River defined as protected zone; 3. Protection of plants, vegetation and microbial environment in Maotai Town; 4. Control on local population amount. (Tran. by YUE Yang)

Key words: liquor culture; Maotai Liquor; microbial environment; protection of production place

贵州茅台酒历史悠久,是中国大曲酱香型白酒的鼻祖和典范,具有酱香突出、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香持久和饮不上头、食不口干、有益于健康的特点,是中国几千年历史文化结晶的一颗璀璨的明珠,销售范围不仅遍及全国各地,而且远销100多个国家和地区,深受国内外消费者的亲睐。“国酒茅台,喝出健康来”已成为家喻户晓的广告词。

茅台酒之所以被尊为“国酒”,是由其悠久的酿造历史、独特的酿造工艺、神秘的酿造环境、上乘的内在质量、深厚的历史文化以及在我国政治、外交、经济生活中发挥着无可比拟的作用,在中国酒业中的传统特殊地位等综合因素决定的,是长期市场风雨考验、培育的结果,是人民群众在实际的生活和体验中自然赋予的,是当之无愧的。早在2000多年前,茅台镇一带盛产的枸酱酒就受到汉武帝的赞誉,此后一直作为朝廷贡品盛名于世。1915年,在美国旧金山巴拿马万国博览会上,茅台酒一举夺得金奖,从此跻身世界三大蒸馏名酒行列,成为中华民族工商业率先走向世界的杰出代表。遵义会议后,工农红军四渡赤水,当地群众多次以茅台酒慰问毛泽东、周恩来等老一辈无产阶级革命家和红军战士,饮者无不加大赞赏。周恩来总理曾说“红军长征的胜利,也有茅台酒的一大功劳”。从1949年开始,每年的国庆招待会均指定茅台酒为国宴用酒。在日内瓦和谈、中美建交、中日建交等历史性事件中,茅台酒都成为加

深友谊、融化历史坚冰的特殊媒介。党和国家领导人无数次将茅台酒当作国礼,赠送给外国领导人。迄今,中国驻外大使馆仍然规定,茅台酒是大使招待驻外国政府阁员以上官员的唯一用酒。因此,茅台酒一直享有“国宴酒、外交酒、庆功酒”等美誉。1975年,时任国务院副总理的王震在一次全国性的会议上正式宣布:“贵州茅台酒是国酒”。原全国人大副委员长朱学范为茅台酒题词:“国酒茅台,玉液之冠”。在历次全国名酒评比中,茅台酒均无可争议地荣登榜首;20世纪80年代,又被评为首批中国驰名商标(第一名)。2000年茅台酒作为历史见证与文化象征,被中国历史博物馆收藏。“国酒”茅台,犹如中国发给世界的一张名片,创造了“内销州省千户饮,外运五洲万人尝”的百年辉煌。茅台酒能够当之无愧登上中国白酒的顶峰,正是因为过去和现在,她都在中国酒文化大厦中占有重要地位,并作出了特殊贡献,是中国酒文化的奇葩,没有文化的背景,所有的辉煌都不可想象。

所谓“文化酒”,就是中华民族数千年文明史在酒文化领域的一种缩影和结晶,是人类社会历史发展过程中通过酒及酒的生产折射出的精神财富和物质财富的总和,是综合反映人类政治、经济、文化艺术、社会生活等以液态形式出现的一种特殊食品。能够称为“文化酒”,其品牌在其自身领域中应带有强烈的个性色彩,是唯一排他和权威的,至少应具有4个特征:历史悠久,工艺独特,对

收稿日期:2002-05-08

作者简介:卢静(1967-),女,河南人,大学,工程师,发表论文数篇。

社会政治、经济生活能产生较大影响,必须是健康酒、生态酒。以此为标准,茅台酒无疑是中华“文化酒”的典范。众所周知,作为中华民族工商业率先走向世界的代表,茅台酒之所以能80多年金牌不倒,创下畅销100多个国家和地区的辉煌,除了她有超凡脱俗的品质外,最根本之处,还与其拥有悠久深厚的历史文化内涵密不可分。无论是茅台酒酿造工艺和环境的不可克隆性,产品的绿色性、有机性,还是其在中国政治、外交、经济生活中所发挥的举足轻重的作用,具有的独特保健功能等,都是这一内涵充分而丰富的体现。品茅台酒,不仅是在品一种白酒、一种饮料,更像在品一种特殊的文化,是一种难得的精神体验。“绿色茅台”、“人文茅台”、“科技茅台”作为3个相关联的概念,是茅台酒面向新世纪,站在进一步深刻把握、充实发展“文化酒”内涵的宏观高度,对茅台酒所作出的基本品牌战略发展定位。

茅台酒之所以具有如此的魅力,最根本的原因就是其不可克隆、不可复制,具有极强的排他的资源垄断性,拥有得天独厚的酿造自然环境。20世纪70年代,遵照毛泽东、周恩来等党和国家领导人“茅台酒要搞到一万吨”的指示,国家有关方面组织专门队伍,在名城遵义市郊筹建了“茅台酒异地实验厂”,并依样画葫芦,从茅台酒厂搬来全套酿造工艺、优秀的酿造技师和发酵的大曲,但历经10余年,酿出的怎么也不是茅台酒。不仅仅是不过百余公里外的遵义,在山东、黑龙江,甚至台湾、日本,无数人感叹于茅台酒的珍贵,挖空心思偷师学艺,结果无不以南橘北枳而告终。数10年的研究显示,在茅台酒的酿造自然环境系统中,最特殊也即对茅台酒的不可克隆最具决定性的因素是其微生物环境。而这种环境的形成,是地理与历史两方面条件综合叠加、天机巧合的结果。茅台镇地处海拔400余米的低热河谷地带,气候冬暖夏热雨量少,加之两岸高山耸峙、地理特殊,极其适宜微生物的生长和繁衍,微生物的活动非常活跃,种类相对稳定。据初步分析鉴定,至少有200多种微生物对茅台酒主体——酱香的形成有着直接影响。此外,茅台地区的土壤、水质、原料等条件,也是其他地区的白酒生产所难以具备的。

离开了茅台镇,也就酿不出茅台酒的关键之处就在于,试验者可以搬走茅台酒酿造的所有其他部件、配方,但无论如何也搬不走其微生物环境。

但是,随着茅台酒生产规模的不断扩大,茅台镇居民数量也日益增多,许多小作坊、小企业也在茅台镇周边应运而生。而大幅度的人口增长和企业的出现,势必导致一系列的环境污染问题,严重影响茅台镇赤水河流域的生态环境,影响茅台酒生产所需的水源,影响当地微生物菌群的生存环境,影响茅台酒的品牌效应。因此,2001年4月31日,国家质量技术监督局在钓鱼台国宾馆召开新闻发布会,宣布7.5平方公里的茅台酒酿造地受到原产地保护。要切实有效地保护茅台酒原产地,不仅是企业自身的事,也希望引起各级政府职能部门的重视,能以法规的形式予以明确,保护这一珍贵的自然资源,因为茅台酒不仅是贵州的,也是全国的、世界的。特建议:在老厂区规划出红线区域,禁止新建任何不符合规划要求的建(构)筑物,并对现有居民住宅进行逐步搬迁,使之结合到茅台镇的规划中去,解决人厂混杂的不利局面;在新区的规划范围内,同样严禁任何不符合规划要求的建(构)筑物的修建,并严格按照花园式工厂的要求进行建设;将新、老厂区赤水河对岸的山坡,从河边到山顶,列为生态保护区,全面进行退耕还林,搞好原生地环境绿化,禁止修建任何建筑物;将茅台酒厂沿赤水河向上100公里范围内,列为茅台酒厂用水保护区,禁止沿岸修建任何工厂、企业,不得增加新的排污口,其两岸两公里范围以内也不得修建任何建筑,并切实搞好绿化,作好赤水河沿岸的水土保持,保护好赤水河流域的生态环境;对茅台镇现有的植物种类作深入细致的调查、研究,找出其与周边微生物菌群的关系,并在绿化上,立足于传统的植物种类,不要盲目引进新的植物种类,以免破坏茅台镇的微生物环境,使之产生变异。茅台镇是全国22个重点小城镇建设试点之一,建议在仁怀市的总体规划中,限制茅台镇的无限制膨胀,将茅台镇居民数量控制在3万人以内,并关闭对茅台镇的生态环境带来影响的小企业、小作坊,以保护茅台酒生产的周边环境不受破坏。●

中国葡萄酒业四大趋势

据悉,1996年全国葡萄酒生产企业达500多家,2001年据统计尚存79家,行业趋势:

1.行业总体生产规模继续提高

由1996年的17万吨增加到2000年的30万吨,成为世界第八大葡萄酒生产国。

2.企业规模进一步扩大

出现了张裕、王朝、长城等产值超亿元的葡萄酒生产企业。

3.行业盈利能力增强

2000年葡萄酒行业盈利率为73.4%(指盈利企业数占行业数的比例),高于其他酒种。

4.行业的集中度明显提高

张裕、王朝、长城的市场占有率为50.6%,2000年上述3个企业的销售收入占整个行业的61.9%。(晓)

2002中国(济南)酒类产品 技术展览会将召开

本刊讯:由国家经济贸易委员会批准,中国工业经济联合会、中国国际贸易促进委员会山东分会、山东省食品工业协会主办,中国食品发酵工业研究所协办的“2002中国(济南)酒类产品技术展览会”将于2002年11月9日~12日在中国济南银座国际会展中心举行。该展会以“弘扬民族酒文化、开拓中华酒未来”为主题,以“交流合作”为宗旨,设有:酒类专家学术论坛、中国百强采购财团与生产企业联谊会、第二届中国酒类广告峰会、国际酒类新产品新闻发布会、全国品酒评酒大赛、酒类行业高级营销论坛会等主体活动,旨在为酒类产品生产企业提供一个交流与交易的平台,创造一个合作与发展商机,畅想营销思路,集思广义,探索酒类广告新风尚,寻求开拓市场捷径,以提高中国酒类产品的包装和质量,使中国酒类企业以更优的品质,更新的面貌,吸引外资和先进的技术设备,经营理念,以雄健的步子参与国际市场的竞争。

在国家经贸委、行业协会、宣传媒体及广大展商的支持下,“2002中国(济南)酒类产品技术展览会”将会取得圆满的成功!(孙悟)