

论中国古代蒸馏酒的起源和蒸馏工艺的发展

谢文逸

(四川省自贡市曲酒厂, 四川 自贡 643000)

摘要: 我国古代蒸馏酒的起源, 众说纷云, 莫衷一是。不少学者认为源于古代的炼丹术和炼金术。据相关资料表明, 在我国元朝以前就有蒸馏酒生产。古代炼丹中采用了“上、下釜”、“上、下罐”工艺与现代的蒸酒术有相似处。(孙悟)

关键词: 酒文化; 古代蒸馏酒; 起源

中图分类号: TS971; TS262(2) = 3

文献标识码: B

文章编号: 1001-9286(2001)03-0077-02

Discussion on the Development of Distillation Techniques & the Origin of Distillate Liquor in Ancient China

XIE Wen-yi

(Zigong Qujiu Distillery, Zigong, Sichuan 643000, China)

Abstract: The origin of distillate liquor in ancient China is still an unsettled enigma for experts. And some of them believe that it comes of ancient alchemy and spagyism. The correlative data also indicates that the production of distilling liquor started before Yuan Dynasty. And we could find similarities between modern distillation techniques and ancient techniques of “above pot, under pot” adopted in spagyism. (Tran. by YUE Yang)

Key words: wine culture; ancient distilling liquor; origin

1 众说之谜

我国古代蒸馏酒的起源, 有元说、宋说、唐说、汉说众说之谜。金代青铜蒸馏器的出土, 使宋说有了充分的根据。唐说的主要依据来自古诗和史记中的白酒、烧酒和酒露等方面的记述。而白酒有人论证为古代的一种酿造酒。烧酒虽可能为蒸馏酒, 但也不排除有烧开之酿造酒之可能。笔者收集了一些唐诗中有关酒类的资料, 认为唐代已有蒸馏酒是可信的。如: 唐朝王翰的《赠唐祖二》中的: “玉壶觞溢白露”。李贺的《江南曲》中的“酒杯若叶露”。鲍溶的《行路难》中的“尘生金尊酒如水”。白居易的《尝新酒忆晦叔二首》中的: “樽里看无色, 杯中动有光”, 以及他的《前有一尊酒行二首》中的: “玉壶美酒清若空”等。虽然, 唐代的过滤工艺得到了发展, 并出现了压滤工艺。但当时的滤酒工艺不可能滤得如水、如露、“若空”的酒液, 唐诗中的如水、如叶露、“清若空”和“看无色”、“动有光”的美酒, 应为蒸馏酒。关于汉说, 如汉青铜蒸馏器等考证无误的话, 我国蒸馏酒的起源则可推至汉代。

2 古代的蒸酒术源于炼丹术

无论我国还是外国, 在研究蒸馏酒的起源上, 不少学者都认为古代的蒸酒术源于古代炼丹术和炼金术。我国古代的蒸酒术源于我国古代的炼丹术, 在一些古籍中也有相关的记述。如宋朝扬万里的《诚斋集》的“新酒歌”中记述到: “颜色清澈, 酒性浓烈”的蒸馏酒——新酒, 它“来自太虚中”。1998年, 郭长海在《中国蒸馏史探源》中, 论证了它产生于金代东北第一道观金源乳峰太虚洞“太虚中”道家炼丹蒸馏法。关于我国的蒸馏酒源于古代的炼丹术, 在汉说的葛洪的《神仙传》中也有记述^[1]。其中载有东汉恒帝时, 神仙王远所述之美酒, “此酒方出天厨, 其味醇浓, 非俗人所宜

饮, 饮之或能烂肠……以斗水合升酒搅之, 以赐经家人, 人饮一升许皆醉……”我国古代常称修炼得道的道人为“神仙”, 这“此酒方出天厨”的“天厨”应是指道家的炼丹场所了, 这产自道家天厨的兑不少水也醉人的酒, 大概就是古代的蒸馏酒了, 这点和前面的推论和记述都相吻合。

3 古代的炼丹、炼矿术和蒸酒术的内在联系

自秦汉以来, 我国就已出现了炼丹术。特别是进入西汉以来, 由于当时的封建统治者为了取得长生不老药, 促进了炼丹业的盛行和发展, 使汉代有一个炼丹业的旺盛期。古人在炼丹取汞中, 采用了“上、下釜”法, 这类炼丹法出现在东汉狐刚子的《五金粉图诀》中, 一直在我国古代的炼丹取汞中沿用。如后来北宋苏颂的《图经本草》中记载的炼丹取汞中的“上、下罐”法等, “下火上凝”法中的“上、下釜”和“上、下罐”法(此外, 还有“上火下凝”法)是加热下部的丹砂, 产生的汞蒸汽上升而冷凝于上釜或上罐上, 上釜或罐就成了简单的原始的空气冷凝器。秦汉期间出现并发展起来的炼丹取汞的蒸馏术, 自然可能被采用于一些酸败酒的处理和酒醪的蒸馏上, 进而出现前述的汉说中出自“天厨”的蒸馏酒。“上、下釜”和“上、下罐”的蒸酒器, 在《居家必备己集》据说它要早于《本草纲目》中还有记述。其中的“南番烧酒法(番名阿里乞)中”写有: “一切味不正之酒, 装八分一甕, 上斜放一空甕, 二口相对……”所蒸馏之酒“其色甚白, 与清水无异”。它的蒸馏原理及装置和炼丹取汞的“上、下罐”是基本一致的, 冷凝的酒液从上斜放的空甕的低部边穴安的竹管中引出。出土的金代青铜蒸馏器也是炼丹取汞的“上、上釜”的改进型, 只不过它在起冷凝作用的上釜下沿有向内卷的一圈汇酒槽, 冷凝的酒液沿四壁集合于四周的汇酒

收稿日期: 2000-10-30

作者简介: 谢文逸(1950-), 男, 四川自贡人, 大专, 助理工程师, 发表论文多篇, 其中获第五届中国酒文化研讨会3等奖一项、中国环境科学优秀论文数篇。

槽内,从酒流出。古人在长期的使用和改进中,发现了这种“上、下釜”的空气冷凝效果差,进而出现了水冷凝,即在上釜加上了盛冷却水的部分。这种装置,也称“水火鼎”。如元人许有壬在《至正集》中的《咏酒露次解忍齐韵》的序中有:“世以水火鼎炼酒取露”。从“水火鼎”、古代炼丹取汞的“上、下釜”、“上、下罐”和古代蒸酒术早期的“上、下釜”、“上、下罐”有着相同的蒸馏原理和蒸馏装置上,看到了我国的蒸酒术和古代的炼丹术确实有着密切的内在联系。后来,炼丹取汞法在长期的发展中得到了改进。例如,在《齐民要术》(朱)中有:“釜上用铁打成一曲弓溜管”。这类装置,在元末《墨娥小录》的“抽汞法”中也有记述,但它是在上覆的乌盘肩边插入竹筒。这是我国古代从传统的下上流向的“上、下釜”中出现了左右流向的蒸馏趋向。这种转变也反映到了我国蒸酒术的发展中,出现了由下上走向的天锅式向类似“曲弓溜管”的导筒左右走向的分体式转变。

4 我国古代蒸酒术的产生和发展

综上所述,我国蒸馏酒的产生来源于我国古代的炼丹取汞的蒸馏术。尽管日本西谷尚道在《日本烧酒的商品知识》上的“世界蒸馏器的传播途径”中,认为世界蒸馏器最早产生于埃及(3~7世纪),并由叙利亚于元代传入中国^[2]。但是,前面有关我国古代蒸馏酒的起源以及蒸酒术和古代炼丹取汞的蒸馏术关系的论述,

都说明了元代以前我国已有蒸馏酒生产,并早就有带有我国特色蒸酒术和炼丹取汞的蒸馏术。就其“世界蒸馏器传播途径”上的蒸馏器的附图上,从其结构和蒸馏原理上,也充分说明了产生于阿拉伯的蒸馏器有别于我国古代传统的“上、下釜”类的蒸馏器(有的研究者还认为,阿拉伯的蒸馏术由我国丝绸之路传入)。我国出土的汉代和金代青铜蒸馏器以及一些古籍中原始的双罐蒸馏和奶酒蒸馏都属于这类蒸酒器。汉代蒸酒器由于结构复杂,蒸馏损失大,和我国古代醴酒一样,逐渐消亡。长期流传并发展至今的是我国传统的“上、下釜”为基础的天锅式蒸馏器。在蒸酒上,和双罐蒸馏器一样,它开始也采用空气冷凝,发展到金朝,才出现了冷却效果更好的水冷凝。天锅冷凝在形式上还有“座锅式”和“倒扣式”两种。“座锅式”冷凝产生的酒液集流于锅底,滴入锅底盛酒器中,下从酒流中流出;而“倒扣式”是冷凝产生的酒液流向锅的四周下沿的酒槽中汇合后,从酒流中流出。我国自古采用的天锅蒸酒法一直流传发展至今,直到20世纪50年代,在固态甑蒸馏上,才被冷凝效果更佳的分体式所取代。

参考文献:

- [1] 王远条. 古今图书集成·博物汇编神异典第232卷,神仙部列传九[M]. 中华书局,民国23年影印本第508册.
- [2] 西谷尚道. 日本烧酒的商品知识(上)[J]. 酿酒科技,1994,(5): 60~63.

“中华瑰宝”龟龄集系列酒世纪行

本刊讯:“中华瑰宝”龟龄集系列酒世纪行——首次组团赴全国春季糖酒交易会。以龟龄集保健酒为核心,共计28个新产品构筑而成的龟龄集系列酒全新家族,以其崭新的品牌创意、包装形象和产品内涵在世人面前一展风采。

2000年12月18日,山西广誉远龟龄集酒业有限公司宣告成立,那亚峰——这位观念超前、极富市场运作与搏杀能力的企业经营专家正式出任总经理。这家公司的诞生,标志着“广誉远”在追求观念创新基础上对企业营销体制市场化运作进行了一次大胆探索。它依托真正的市场营销专家为企业实施营销运作,通过产销分离以及对市场运营机制的全新整合,以市场带动产品,以产品推动企业,最终实现企业经营运作的市场化发展。

那亚峰认为,龟龄集酒历来被誉为中华民族的历史瑰宝,必须重塑其品牌,提升其价值。首先把它打造成为与汾酒、老陈醋具有同等声望和身价、能够真正代表山西省形象的名牌精品;继而让它重归中国保健品产业“尊者”行列,恢复其精品尊严与王者风范;此外,必须尽快为龟龄集系列酒界定全新的产品定位。龟龄集酒不仅拥有“内服益寿谁第一,山西太谷龟龄集”的历史评定,而且获得“延缓衰老、增强免疫、抵抗疲劳”的现代医学科学鉴定。无论其设计理念、产品功能还是现实市场需求,龟龄集酒都不仅是药,而且更是一种中华民族历史最悠久的传统保健品经典。21世纪人类的主题是健康与长寿,因此我们的新产品宣言应该是“喝酒要喝健康酒,健康来自龟龄集”。要让广大消费者真正认同龟龄集酒其“餐桌化”大众保健饮料酒的全新形象,使龟龄集系列酒在关爱消费者生活享受的同时呵护其健康。为实现上述目标,那亚峰强调要以现代市场经营理念为指导,通过品牌推广、文化传播、网络营销、终端市场拓展以及双赢战略的启动与实施,最终形成龟龄集文化保健酒“概念营销”的全新市场运营模式。这种“概念营销”的真谛在于:我们推广的绝不仅仅是一种酒,同时还是一种独特的历史与皇家文化意境;一种真诚的厂商双赢互利承诺原则;一种关爱生命、呵护人类健康的现代消费时尚。

以龟龄集保健酒为龙头的28款系列产品,价格定位从28元到880元,针对不同销售市场和消费人群设计出各种不同的功能取向与档次层次,目前已开始在太原市和整个山西省市场上全面铺开,并奔赴成都全国春季糖酒交易会,以其国宝级传世名酒的独特魅力进军全国市场。

与龟龄集系列酒同时闪亮登场的还有喷涂着“中国龟龄集酒”标志的十余辆崭新的南京依维柯。这些最新购置的依维柯是广誉远龟龄集酒业有限公司为开辟省内市场、装备经销商队伍而实施的一项大手笔投入。凡是公司选定的经销代理商,协议一经签订当即赠送一部南京依维柯作为其日常销售运输工具。这既是对经销商队伍运作水平和面貌的彻底改观,更是龟龄集酒产品形象与企业实力的塑造和体现。

龟龄集酒营销政策的制定充分体现了市场化运作的特点,除赠送依维柯外,他们在省级及当地电视台播放足够力度的广告,给予经销商相当程度的促销自主权等,都是公司签约时给予经销商必不可少的重要优惠条款。而特别值得一提的是,在产品铺市的头3个月,公司还特为当地经销商聘请6名专职业务人员协助开展业务,一切费用由公司承担。正如那亚峰所言:与经销商合作,关键在一个“诚”字,绝不是把产品卖出去,把款收回来就万事大吉。我们的酒销到哪里,我们的营销服务就必须跟踪延伸到哪里,直到消费者开启酒瓶、饮后满意为止。我们不仅要让经销商挣钱,而且要帮助他们有效运作,真正把钱挣到手。

随着市场竞争的日趋激烈,考察一个经销商实力如何,关键要看其终端营销网络是否健全,售后服务能否到位。为此,广誉远龟龄集酒业有限公司经过两轮严格的终端市场调查,从终端市场上最终选定了一批名符其实的营销高手作为自己的代理经销商,这些商家无一不是市场营销运作的实力派代表。他们的加盟将使龟龄集系列酒的市场拓展如虎添翼。(杨志琴)