

陕西太白酒对联赏析

胡耿栋 杨全良 编著

中国酒文化博物馆 留念

太白陈香透镜外
酒德通風凝酒中

乙未秋月

中国酒文化博物馆 沈怡方
夏小雅 杨全良 胡耿栋 刘世范
范仲达 王全良 何良 白景春



陕西人民出版社

陕西太白酒对联赏析

胡耿栋 杨全良 编著

陕西人民出版社

(陕)新登字 001 号

图书在版编目(CIP)数据

陕西太白酒对联赏析 / 胡耿栋, 杨全良编. —西安:
陕西人民出版社, 2006
ISBN 7-224-07529-9

I. 陕... II. ①胡... ②杨... III. 对联—鉴赏—中
国 IV. I207.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 003460 号

陕西太白酒对联赏析

编 著 胡耿栋 杨全良

出版发行 陕西人民出版社(西安北大街 147 号 邮编:710003)

印 刷 西安新华印刷厂

开 本 890mm × 1240mm 32 开 9.5 印张 4 插页

字 数 218 千字

版 次 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印 数 1-5000

书 号 ISBN 7-224-07529-9/I·1201

定 价 20.00 元



陕西省太白酒厂厂前区鸟瞰图



1988年太白酒荣获第五届全国评酒会“国家优质酒”称号和银质奖章，以及20世纪90年代初期的太白酒系列产品



张吉焕厂长（左）陪同陕西省政协副主席庞家玉（右）视察工厂



张吉焕厂长（左一）陪同宝鸡市委书记吴登昌（右二）在太白酒厂成品包装车间品尝太白酒



在第四届国际酒文化学术研讨会上，厂长、党委书记张吉焕（右二）与日本酿造协会会长秋山裕一（右一）、日本酿造协会名誉会长木下祝郎（左一）、美国内布拉斯州林肯大学教授因纽曼（左二）在一起



2002年10月，俄罗斯经贸考察团来太白酒厂参观考察时，在厂陈列室留言



1983年10月，从太白酒厂制酒三车间所在地——眉县杨家村出土的6000年前的酒具，使我国名列世界三大酒文化古国之首



团结奋斗的厂级领导班子。左起：厂长助理董武全，副厂长包小卫，副厂长、党委副书记张智斌，厂长、党委书记张吉焕，副厂长胡建祥，副厂长胡耿栋

内 容 提 要

本书主要搜集了赞美太白酒的对联 2000 余副,按酒联的不同用途共分 14 个大类,融对联艺术与酒文化知识为一体,夹叙夹议,重点评析,并提供了各类酒联的具体内容和创作思路,既揭示了对联艺术与太白酒的色、香、味、格等“酒内文化”的关系,体现了太白酒无比丰厚的物质文化价值,又揭示了对联艺术与世俗人情、喜怒哀乐、悲欢离合、文学艺术等“酒外文化”的关系,并将诗词、书法、绘画、摄影等艺术融入其中,全面、系统地表现了太白酒异常丰饶的精神文化价值。从中可清楚地看到数千年来太白人锲而不舍的奋斗足迹,及他们奉献给社会的辉煌成果;又能管窥到中国酒文化源远流长的历史和博大精深的蕴涵,鉴赏中国对联、诗词、书画艺术的精妙奇趣。书中酒联涉及社会生活的各个方面,题材广泛,内容丰富,文笔优美流畅,雅俗共赏,具有较强的知识性、实用性和欣赏性。该书对用联者、撰联者、赏联者、酿酒者、饮酒者、用酒者、赏酒者以及从事史学、文学、社会学、民俗学之研究的学者,都可有所裨益。



序

□ 张吉焕

陕西省太白酒厂从 1998 年开始,连续七年保持经济高速增长,企业和产品取得了良好的社会效益:企业被评为全国“守合同、重信用”企业,中国白酒工业百强企业,全国酿酒行业百名先进企业,全国轻工企业经济效益型先进企业,中国商业品牌重点培植企业;系列产品被省政府认定为陕西“中华老字号”,洞藏太白酒和老字号太白酒被中国酿酒工业协会评为全国白酒质量优质产品;“太白”牌商标被省工商行政管理局认定为陕西著名商标。

陕西省太白酒厂成立于 1956 年。太白酒有着辉煌的历史:1963 年在陕西省第二届评酒会上,名列全省第一,被评为全国八大地方名酒之一;1973 年同古井大曲、剑南春一道被列为《中国名酒传》;1981 年荣获省优产品;1985 年被省政府授予“陕西名酒”称号;1988 年荣获“国家优质酒”称号、银质奖章。

产品质量加“三大文化”是太白酒的特色和



卖点。产品质量是指太白酒以顾客为关注焦点,开发适合顾客需求的理性产品,构筑了点多面广的销售网络和消费群体。“三大文化”是指内涵丰富的企业文化、历史厚重的太白酒文化和得天独厚的地域文化。

第一,太白酒产品质量及质量保证体系。太白酒选用优质高粱做原料,大麦、豌豆制曲做糖化发酵剂,采用太白山融雪水做酿浆、土暗窖固态续楂法发酵、混蒸混烧的老六甑传统生产工艺,新酒经品评分级入库、“酒海”贮存三年以上后科学勾兑而成。产品质量可浓缩为六个字,即:雪水、纯粮、陈藏。产品质量及质量管理体系取得了 ISO9002 认证标准,是 1996 年全国最早认证的一批,连续八年经国家方圆委复审、年检合格。其质量方针是:选雪水纯粮,集千古妙法,融现代科技,酿太白美酒,筑质量体系,保顾客需求,随时代俱进,与诗仙同辉。

第二,内涵丰富的企业文化。太白酒企业文化是我们在长期的生产经营实践中不断积累、总结、概括、提炼、升华而成的,是内涵丰富的企业文化。它包括了企业精神、企业格言、治厂方针、酒体发展方向、经营理念、营销策略、营销模式,以及近年来在管理制度方面形成的年度工作主题、发展战略、管理模式、工作机制等内容。

第三,博大厚重的太白酒文化。太白酒的历史比全国任何一种酒的历史都要悠久。1983 年 10 月,太白酒厂三车间所在地眉县马家镇杨家村出土了三个小陶杯、四个高脚杯和一个陶葫芦,经考古专家和“史前”学者鉴定,属新

石器时代仰韶文化早期偏晚时期的遗物，距今已有 6000 年的历史。它将世界酒文化的历史向前推进了 1000 多年，雄辩地证明了中国名冠世界三大酒文化古国之首，眉县被公认为中国最古老的酒乡。《诗经·大雅·崧高》有“申伯信迈，王饯于眉”句，讲的就是周宣王赶到眉地用太白酒为申伯饯行的故事。诗仙李白饮了太白酒，写下千古绝唱《蜀道难》。唐代礼部尚书王圭（今眉县人）陪同唐太宗李世民到太白山下汤凤泉避暑时，畅饮太白酒后欣然赋诗：“闻香十里远，隔夜知味长。何得此琼液，恒寒雪花浆。”宋代著名哲学家、教育家张载，在眉县居住的 40 多年里，讲学著述，离不开太白酒，他在诗作中有“雨声便早睡，酒力压新寒”等句。今故宫书画藏品当中有一幅明朝著著名书法家宋广写的草书，内容是：“天若不爱酒，酒星不在天。地若不爱酒，地应无酒泉。天地既爱酒，爱酒不愧天。正闻清比圣，复道浊如贤。圣贤既已饮，何必求神仙。三杯通大道，一斗合自然。但得酒中趣，勿为醒者传。”这首诗是李白《月下独酌》四首诗里面其中之一，经故宫专家考证后，在这幅书法作品右上方配上了诗名：“太白酒歌轴”，左下方配有释文。清初文学家、邑人李柏（字雪木）诗作 500 余篇，其中 64 篇有酒句。道光年间，金渠镇酿酒作坊以“广发号”（今太白酒厂前身之一）规模最大，酒肆以“醉中馆”著称西府。辛亥革命之年（1911），西安专营瓶装太白酒的万寿酒店，即自行设计使用“太白酒”瓶装商标，于 1937 年申请注册，经 1942 年当时的中央经济部商标局批准后，店主郝晓春在



《西安文化日报》发布了注册公告“注册商标‘太白酒’”和全国最早的、独一无二的金字塔式广告语：“冬、寒冬、届寒冬。万象凋零，凛冽西北风。太白酒酿最精，醇和香烈口同声。雪满三尺漏尽五更，一滴入肠便忘却坚冰。请试一盞君躬尔康温暖。”（金字塔广告语即：第一句一个字，第二句两个字，依次递增，呈金字塔状）。这则广告是我国近现代史上最早的酒广告语之一。

第四，得天独厚的地域文化。太白酒始于周，盛于唐，兴于今。据县志载：太白酒厂所在地金渠镇宋代叫做太白乡。这从一个侧面说明太白山和李太白成就了太白酒，而太白酒又影响了地域文化。具体讲，太白酒之所以自古及今长盛不衰，实乃当地优良的水质、土壤、气候等自然条件宜于酿酒。“佳酿之地，必有名泉”。经省地矿厅鉴定，太白酒酿造用水属含锶偏硅酸重碳酸钙镁型优质天然饮用矿泉水。查其源头，乃是太白山顶峰大爷海流出来的大寒之水，渠水蜿蜒，过岩石、滤沙砾、穿泥土，使水质吸收了大量的矿物质，用它酿酒，有利于糖化发酵。这一带气候为北温带半湿润区，地处北纬 34°线，在专家确定的白酒生产“黄金线”上。特别是继 1983 年 10 月，太白酒厂三车间所在地眉县马家镇杨家村出土新石器时代大量酒器之后，2003 年元月再度出土了西周时期 27 件国宝级文物，其中，“逯盘”铭文有酒名两处。由此可见，太白酒不但得天独厚，而且得史独厚，物华天宝，荟萃一地，聚成名酒。

太白酒无论是生产工艺、产品质量还是企业文化、产

品文化、地域文化都具有个性化和特色化。这些特点构成了太白酒的核心竞争力。酒界泰斗周恒刚先生曾盛赞道：“太白陈香透瓶外，诗仙遗风凝酒中。”于是，我们对太白酒提出了中国历史文化名酒这一品牌定位。太白酒厂秉持“人诚酒醇、气正业兴”的企业信念，将太白酒的价值定位在理性消费酒的基础上，依靠卖点强化，创造差异，进一步光大中国历史文化名酒，为丰富广大人民群众的物质文化生活贡献自己的一份力量。

这几年，随着企业生产经营活动的成功开展，我们也适应时代的新要求，更加重视企业文化建设，在企业内部重视员工文化素质，营造文化氛围。在社会上开展了一系列文化活动，取得了良好的经济效益和社会效益。我们特别重视了对太白酒文化和太白企业文化的深入研究、系统总结和全面提升，先后出版发行了《凤型白酒生产技术》、《凤型白酒生产知识问答》、《太白酒文化》、《陕西省太白酒厂志》等书籍。本书就是太白酒文化书苑的又一新作。

本书收集与太白酒有关的对联 2000 余副（其中包括我厂在 2004 年举办的太白酒楹联大赛获奖作品），并将对联艺术与太白酒文化知识融为一体，分门别类，夹叙夹议，重点评析，很有新意。书中的酒联除过酒文化知识以外，还涉及社会生活的各个方面，题材广泛，内容丰富，雅俗共赏，具有较强的知识性和实用性。当然，书中不足之处在所难免，希望读者提出，共同修改提高，为太白酒文化建设和



中国酒文化建设尽力。

(本文作者系陕西省太白酒厂厂长、党委书记)

前 言

中国是世界上独一无二的对联王国。有人估计,对联至迟自五代诞生(另一说始于晋代),自明清盛行以来,在1000多年的发展过程中,至少产生过80—90万副对联,特别是最近30多年以来,就先后有40余本对联书籍问世。一副好的对联,不仅读起来节奏鲜明,铿锵悦耳,而且生动形象,意味深长,是鼓舞人们奋发向上的号角,传播中华民族优秀传统文化的艺术。若配之以俊逸若云、遒劲似松的书法,更能收到文情并茂、神形兼备之功,给人以思想和艺术美的享受。因此,它不仅在中国灿烂的文学艺术宝库中占据一定的地位,而且在世界文学艺术殿堂中放射着奇光异彩。20世纪80年代以来,国内外华人均十分注意对联的搜集和研究,对联学俨然成为一门新的学科。研究对联已经有全国性的组织,省市以下也有相应的机构,出版了专门报刊,有关对联写作知识的专著难以计数,有的学校开设了对联习作课,有的大学招收了研究生,这对于对联的研究和普及起到了很好的推动作用。

中国又是世界上独领风骚的酒文化大国。不仅酿酒历史悠久，酿造工艺精湛，各式美酒繁多，酒的生产量和消费量最大，而且酒与文化结合得异常紧密，自古就有“酒文一家”、“酒文天地缘”之说。酒联作为中国酒文化的一个重要组成部分，几乎与对联同时产生、同步发展、同样繁盛，在中华文化艺术中独树一帜，熠熠生辉。

在中国，对联艺术的发展和酒文化的发展必然地要融合互动，相得益彰，酒联就是在这样的背景中产生的。

所谓酒联，顾名思义，就是与酿酒、饮酒、用酒、酒名、酒具直接相关的对联。它既包括酿酒、赞酒等直接涉酒的对联，也包括在各种不同场合(如逢年过节、婚喜寿丧、待客题赠、诗词名胜等)间接涉酒、借酒寄情的许多酒联。前一类酒联，常用做酒厂、店馆的楹联，体现的是酒的物质文化价值，多与酒的色、香、味、格等联系，着重揭示对联艺术与“酒内文化”的关系。后一类酒联常用在各种社会活动和人际交往中，体现的是酒的精神文化价值，多与世俗人情、喜怒哀乐、悲欢离合、亲疏远近、文学艺术等相联系，着重揭示对联艺术与“酒外文化”的关系。后一类酒联与酒的关系虽不及前一类酒联那样密切，但是它应用范围广，使用频率高，创造数量多，更能体现中国酒文化异常浓郁的精神文化特点。

诗言志，酒传情。酒对人体具有兴奋和麻醉的双重功效，可以激发和强化饮者的情感。正是这奇妙的功效，使酒成了人类抒情寄志的绝佳载体，这正是酒文化借以形成的源泉。千百年来，人类借助酒对心理情感的冲洄激荡，演绎出了章章回回、绚丽多彩的酒文化。酒联就是博大精深的酒文化之海中的小小浪花，是浩瀚酒文化之林中的精致盆景。俗话说，以管窥天，以锥立地，寓见之小，所得之妙。以兹喻对联与酒文化之关系，庶几近之。

陕西眉县金渠镇太白酒，孕育于 6000 年前的本县杨家村遗

址,诞生于 3000 年前的西周时期。在数千年的成长过程中,它以厚重的历史内涵和文化底蕴,催发了无数文人的创作灵感,酒联就是太白酒艺苑的一颗明珠。历代的文人雅士、广大群众和太白酒厂员工品太白酒,抒无限情,酒发联兴,酒溢诗章,都做过无数雅俗共赏、情趣浓郁的酒联。在金渠、在眉县,以至于在陕西和全国不少场合的对联中,都能透出太白酒的种种幽香:或迎春、或过节、或贺喜、或祝寿、或哀挽、或庆捷、或招客、或赞酒、或斗智、或浇愁、或咏物言志、或状景抒怀、或抨击时弊等等。特别是 2004 年,太白酒厂在陕西省举办了一次太白酒联征集活动,受到广大对联爱好者的热烈响应,全省各地以及外省的 424 名对联爱好者踊跃撰联 3435 副,其中包括许多上乘佳作。所有这些酒联不仅具有一般对联言简意赅、对仗工整、音韵和谐、形式灵活、非常实用的共同特点,而且包括了丰富多彩的酒文化知识,为中国酒文化增添了颗颗明珠。酒入对联,联溢酒味,芳香醉人,流光溢彩。它使得中国酒文化知识和对联艺术交相辉映,相得益彰。将这一朵朵联花、一串串玉珠,编织成花环玉带,加以赏析,这对于繁荣社会主义先进文化,促进中国酒业发展,提高职工的文化素养和加强企业的全面建设,提高全民族的酒文化知识和饮酒品位,都是很有意义的。

本书所选酒联体现了对联的基本特征,即:对仗工稳、平仄相谐、音节铿锵,更有不少对联在此基础上刻意修辞,使对联更臻艺术佳境,妙趣横生,在机械对称中体现灵活自由。书中不少酒联在表现手法上运用了比喻、夸张、拟人、假借、镶嵌、反复、重叠、映衬、反问、双关、回文、顶真、排比、对偶、自对、隐匿、歇后、拆拼等修辞手法,本身富有一种字面上的对称美,声调上的韵律美,如诗如画,赏心悦目,读来妙趣横生,读后余香满口。为便于欣赏,略作评点,权作导游耳。而联中妙境,还有赖读者仁者见仁,智者见智,兹不赘

