

中国酒与传统文化

陳昊蘇敬題

徐少华 著



中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国酒与传统文化/徐少华著. —北京: 中国轻工业出版社, 2003. 7

ISBN 7-5019-3982-9

I. 中… II. 徐… III. 酒-文化-中国 IV. TS971

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 041244 号

责任编辑: 李亦兵

策划编辑: 唐是雯 责任终审: 孟寿萱 封面设计: 李云飞

版式设计: 王 欣 责任校对: 郎静瀛 责任监印: 吴京一

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京市卫顺印刷厂

经 销: 各地新华书店

版 次: 2003 年 7 月第 1 版 2003 年 7 月第 1 次印刷

开 本: 850 × 1168 1/32 印张: 14.75

字 数: 381 千字 插页: 2

书 号: ISBN 7-5019-3982-9/TS · 2369

定 价: 50.00 元

读者服务部电话: (咨询): 010-88390691 88390105 传真: 88390106

(邮购): 010-65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010-65128898

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部(邮购)联系调换

30043K1X101ZBW

作者简介



徐少华，男，1950年10月生，陕西省凤翔县人，大学文化程度，高级政工师。现任徐少华酒文化工作室总策划。曾任西北大学兼职教授、《中国烟酒茶》杂志和《中外酒文化》杂志常务副总编等职。炎黄文化、周秦文化发祥地的肥田沃土滋养了他厚实的文化底蕴，18年的戎马生涯造就了他军人的坚韧与执着。1987~2000年在西凤酒厂先后担任宣传部长、厂办公室主任等职。近20年来专心于中国酒文化和国际酒文化研究，近年来又专心研究文化营销。专著《西凤酒文化》和《酒与楹联》分获中国酒文化科技成果一等奖和中国北方民间文学二等奖；主编了《迈向二十一世纪的世界酒文化》和《文化酒论》，与他人合著有《中华大酒典》(210万字)、《中华酒文化大观》(90万字)、《西周酒文化与当今宝鸡名酒》；参与编辑了《中国大酒典》(250万字)、《中国酒经》(115万字)。另有多篇酒文化论文获国际奖和国内奖。在全国讲授文化营销课多场，并为茅台集团、五粮液集团、龙虎酒业公司、汾酒集团、西凤酒股份公司和广州南方名酒交易中心等国内多家著名酒类企业做过文化策划。一手成功地策划并组织了两次国际酒文化论坛会（2000年咸阳和2001年济南）。本人获“发展国际酒文化事业卓越贡献



下页

奖”(中国食文化研究会、日本国酿造协会)、“世界文化名人成就奖”(世界文化名人金像奖评委会等)、“中国酒文化研究卓越贡献奖”(中华酒文化研究会)和美国肯塔基州路易维尔市“荣誉市民”(路易维尔市议会)、“世纪英才”(人民日报海外版)和“陕西省优秀民间文学家”(省委宣传部、省文联)等荣誉称号。

序

由中国轻工业出版社出版的徐少华同志的新作《中国酒与传统文化》一书即将与广大读者见面了，这是使酒界同仁们高兴的一件好事，在此我们谨表衷心地祝贺。

我国是饮料酒的生产大国，年产各种饮料酒总量达 3200 多万吨，居世界第一位；同时我国也是饮料酒消费的大国，我国饮料酒总产量的 95% 以上是在本土销售。在我国饮料酒的构成中，除世界通畅型的酒类产品葡萄酒、啤酒等占有四分之三的份额外，其余所产 700 多万吨的酒类产品全部是由我国特有的白酒、黄酒等酒类产品构成的。而恰恰是这些我国传统的白酒、黄酒等酒类产品由于融合在了中华民族 5000 年的历史文明之中，因此时至今日仍是老百姓非常喜爱的，并且是不可或缺的饮品。

我国名冠世界最古老的三大酿酒发祥地之首。早在 6000 年前中国就有了以谷物酿制的酒，这比两河流域的中东地区酿制葡萄酒早了 1000 多年，较地中海南岸亚述人酿制啤酒早了 2000 多年。从概念上讲，一个国家的酿酒业的发展史必然与这个国家、地区的生产力和文化的发展休戚相关密不可分。酒的酿制给人类带来的不仅仅是欢乐，她也传承了一个民族的历史、文化和文明。挖掘、研究酒文化，不单单是把这些琼浆玉液和伴随她的那些美丽的故事、神话、传说重新展示在世人面前给人以享受，更主要的是让她为我们国家经济发展和精神文明的建设发挥她应有的作用。

徐少华同志所著《中国酒与传统文化》一书，是在借鉴诸多学科和学者的研究成果和观点的基础上，从酒与政教、礼俗、诗词、绘画等方面介绍和论述了中国酒与中国传统文化的融合和互动，



很值得酒业同仁一阅。

徐少华同志是 1987 年从部队转业到酿酒企业的，时值我国酒业生产和酒文化发展之机。10 多年来，少华同志独辟蹊径，潜心于酒文化的浩瀚墨林之中苦心钻研、耐得寂寞、锲而不舍、孜孜以求，其为中国酒文化的献身精神难能可贵。少华同志谦虚好学，他曾拜访了诸多国内酒业专家、学者，并得到了他们的鼓励、支持和帮助。在此《中国酒与传统文化》一书出版之际，我们希望徐少华同志继续沿着这条道路坚定不移地走下去，为中国酒文化的发展做出更大的贡献。

中国酿酒工业协会 理事长

耿兆林

2003 年 6 月 29 日 于北京



中国酒与传统文化



中国四大名酒

西凤酒



陕西西凤酒股份有限公司



陕西省太白酒厂领导班子合影（中间为党委书记、厂长张吉焕）

中国酒与传统文化



世界上最大的茅台酒实物广告造型



国酒茅台 喝出健康来!

聚山川之灵气，蕴日月之精华。
开酱香之先河，树白酒之典范。
国酒茅台，相伴辉煌。

CHINA MOUTAL

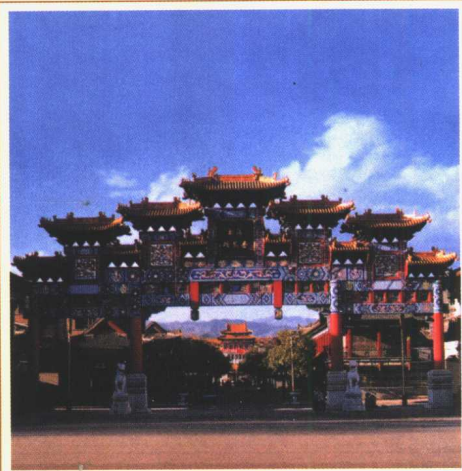
MOUTAL NATIONAL LIQUOR ABSOLUTELY TOP BRAND



全国重点文物保护单位——“中国第一窖”



中国酒与传统文化



汾酒

汾酒

汾酒

酒都杏花村

经过3000年的酝酿，
饱蘸传统，
历久弥香……



目 录

第一章 概论1

第一节 关于“酒文化”的研究2

第二节 中国酒文化——中国酒与传统文化 融合互动的结晶8

第三节 酒德酒礼——儒家伦理道德型的酒文化思想21

第四节 道家逍遥自由的人生哲学与中国酒神精神29

第五节 佛家戒酒与中国传统文化的改造融合40

第六节 酒政——酒与制度文化的产物49

第七节 酒器——中国传统文化的典型代表57

第八节 醉态文艺——酒与传统文化的融合与审美67

第九节 会通精神——中国酒与传统文化不断 发展的重要条件76

第十节 反思与展望82

第二章 醪礼酒事映社情

——酒与礼俗90

第一节 古代饮酒礼仪90

第二节 古代饮酒风俗97

第三节 节日酒俗103

第四节 婚丧酒俗111

第三章 我欲诗成醉墨翻

——酒与诗词118



第一节	先秦时期的酒诗	120
第二节	秦汉魏晋南北朝时期的酒诗	123
第三节	隋唐五代时期的酒诗酒词	131
第四节	宋金元时期的酒诗酒词	143
第五节	明清时期及近现代的酒诗酒词	152
第六节	名酒诗赞	157

第四章 壶中日月面面观

——酒与小说	168
--------------	-----

第一节	唐以前的酒小说	169
第二节	明代的酒小说	175
第三节	清代以来的酒小说	188

第五章 佳联巧对溢酒香

——酒与楹联	204
--------------	-----

第一节	赞酒类	206
第二节	酒厂类	210
第三节	店馆类	212
第四节	节俗类	216
第五节	婚庆类	219
第六节	祝寿类	222
第七节	哀挽类	226
第八节	文学类	228
第九节	名胜类	232
第十节	遣兴类	234
第十一节	谐趣类	237
第十二节	题赠类	240
第十三节	讽喻类	243

第十四节 慎饮类	246
第十五节 其它类	248
第六章 言简意赅词醉人	
——酒与成语	252
第一节 与酒名有关的成语	252
第二节 与酒器有关的成语	253
第三节 与酒色有关的成语	254
第四节 与酒香有关的成语	255
第五节 与酒量有关的成语	255
第六节 与菜肴有关的成语	256
第七节 与酒功有关的成语	257
第八节 与酒过有关的成语	258
第九节 与酒兴有关的成语	261
第十节 与酒喻有关的成语	262
第七章 酒酣书丹皆神助	
——酒与书画	266
第一节 酒与书法	268
第二节 酒与绘画	275
第八章 佐酒助兴显智趣	
——酒令概谈	293
第一节 历史悠久	293
第二节 大众酒令	296
第三节 文人酒令	301
第四节 酒令故事	317

第五节 酒令与传统文化	333
第九章 异族醴俗千百态	
——少数民族酒俗简述	337
第一节 民族特色酒	337
第二节 北方少数民族的饮酒风俗	344
第三节 南方少数民族的饮酒风俗	351
第四节 少数民族酒俗的文化特点	380
第十章 中国酒与传统文化融合发展的新纪元	386
第一节 工艺科技研究促进了新中国酒业的巨大发展	386
第二节 酒文化研究与市场经济相结合的硕果	391
第三节 文化酒——中国酒与传统文化融合 发展的必然结晶	399
第四节 文化营销——促进中国酒业发展的新动力	401
第五节 中国酒文化的发展方向	413
第十一章 企业家纵论文化酒	417
迎接文化酒的春天	袁仁国 417
统治酒类销售的是文化	袁秀平 425
西风酒的文化价值探讨	张中屹 432
杏花村里酒如泉	郭双威 438
太白酒文化探源	张吉焕 445
参考文献	453
后记	458

第一章 概 论

中国 6000 年前就发明了人工谷物酒，她同发明啤酒的古埃及、发明人工（并非野生）葡萄酒的古巴比伦（今伊拉克）一起，被称为世界三大酒文化古国。历经数千年的沧桑巨变，如今，埃及的啤酒和伊拉克的葡萄酒早已风光不再，惟独中国酒仍以其精湛的工艺、独特的风格、最大的产销量和极其丰富的精神文化价值而在世界酒林中独领风骚。这是为什么？

对于这个问题，尽可以从历史、地理、自然、工艺、政治、经济、文化等方面探讨原因。中国酒文化这一新兴学科诞生十多年来，全国的专家学者也都从上述某一个或几个方面发表过许多真知灼见，本人不必鹦鹉学舌。本书想另选文化学的角度，以中西文化比较为背景，从中国酒与中国传统文化的结合点上，找出二者紧密联系、相互促进、共同发展的十一个主要方面及其历史脉络，从一个全新的角度和高度对中国酒文化加以研究。这个研究，既要力求将中国酒与中国传统文化的几个结合点说深说透，又要注意二者自身理论体系的系统性和完整性，还要揭示出二者联系的基础、本质以及相辅相成的辩证关系，从而使读者在全面、深刻认识中国酒和中国传统文化的同时，自觉地增强对本民族文化的自信心和提高酿酒、饮酒、用酒的科学知识和文化品位，充分发挥先进文化对于生产力发展的促进作用。

中国传统文化和中国酒文化都在世界文化中占有举足轻重的地位，因而，这样的研究，只能以整个人类文化的发展、变迁，特别是中西文化的冲突、融合作为大背景，以在现代化进程中走在前列的民族作为参照系；既不能盲目自尊，也不能无出息的自卑；不是以外国人的尺度来度量中国自己，更不是在中华民族的传统

框架里来反传统；不仅要理解我们只能如此，更要确认我们不能仅仅如此，从而在古今文化和中外文化的碰撞和比较中，在健康而清醒的批判中，自觉地弘扬本民族文化传统的精华，抛弃本民族文化的糟粕，大胆地学习其它民族文化的长处，扬弃其它民族文化的短处，在更高的智慧层次上达到对中国酒与传统文化的再认识和再弘扬，从而加快社会主义物质文明和精神文明建设的步伐。

第一节 关于“酒文化”的研究

“酒文化”一词，是我国著名经济学家于光远先生于1985年提出来的，他说：“广义的文化，应当包括酒文化。”近20年来，人们对酒文化概念的理解在不断深化，但至今仍有不少片面、浮浅的认识。深入思考和正确把握酒文化的内涵、功能和作用，深入研究和探索酒文化与市场经济发展的关系，对于我国文化建设和酒业发展来说，在理论和实践上都有重要的现实意义，对于全面研究中国酒与传统文化的关系也就奠定了基础。

一、酒文化的涵义

从理论上讲，研究酒文化应该从对文化的科学界定入手来进行。“文化”是指与自然相对而言的人文化，它是由有思想的人创造的，它是一个很大、也很复杂的概念。从1871—1951年的80年间，各国学者对“文化”所下的定义就达164种之多。“文化”这一概念的定义有广义、狭义之分，现在比较一致的意见认为：从广义上讲，文化是指“人类在历史发展过程中所创造的物质财富与精神财富的总和”（《现代汉语词典》2002年增补本1318页）。酒文化一词的“文化”，正是指这种广义的文化。从经济发展的现实来研究酒文化，有以下几点可作为研究的重要出发点：

1. 酒文化是一种历史的现象，并随社会物质生产的发展而发展，不同的社会条件和社会经济发展时期有不同的酒文化。
2. 经济与文化存在着复杂的紧密的联系。酒文化从物质生产