

酒文化

酒科学

酒常识

张向持 著

酒桌要

革命

公款吃喝何成「顽症」？酒桌乱象演绎多少世间忧伤？期盼文化清流，呼唤「灵魂」回归，振臂而鼓

涤荡浊流·还以清醇·祛除俗陋·回归文化

酒业革命

酒桌革命

酒民革命

行健康之商道，弃唯利之是图
倡节俭之风尚，破铺张之陋习
固节俭之理念，祛无度之危举

作家出版社

酒文化

酒科学

酒常识

张向持著

作家出版社

酒桌要 菜肴

图书在版编目 (CIP) 数据

酒桌要革命 / 张向持 著. — 北京 : 作家出版社,
2014. 10

ISBN 978-7-5063-7485-9

I. ①酒… II. ①张… III. ①报告文学 - 中国 - 当代
IV. ①I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 183049 号

酒桌要革命

作 者: 张向持

责任编辑: 郑建华 李 雯

装帧设计: 连鸿宾 朱文宗

出版发行: 作家出版社

社 址: 北京农展馆南里 10 号

邮 编: 100125

电话传真: 86-10-65930756 (出版发行部)

86-10-65004079 (总编室)

86-10-65015116 (邮购部)

E-mail: zuojia@zuoja.net.cn

http://www.haozuoja.com (作家在线)

印 刷: 三河市北燕印装有限公司

成品尺寸: 152 × 230

字 数: 270 千

印 张: 19.75

版 次: 2014 年 10 月第 1 版

印 次: 2014 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5063-7485-9

定 价: 39.00 元



作家版图书, 版权所有, 侵权必究。

作家版图书, 印装错误可随时退换。



前

言

把酒问青天



很早很早的时候，我们的老祖先大禹品尝到一种特殊的饮品，其味芳香，荡神惑意，于是惊曰：国之祸也！

被大禹视为“国之祸”的饮品便是“酒”。据考证，那是果类腐烂后产生的浆液，发现者名仪狄，乃帝女。

大禹“遂绝旨酒，而疏仪狄”，即下旨颁布禁酒令，并疏远仪狄。大禹甘为后人做戒酒的榜样，而后人薄效，商纣王“造酒池，可行舟”，果然喝掉了江山，应验了大禹之言。

“酒亡商纣”是先人留给后人的警告，但这样的警告并未切断中国酒文化继续向前发展的历史。尤其杜康又发明酿造了含有粮食成分的酒类，当以粮食为主要原料的“烧酒”（白酒）在唐末宋初出现以后，中国便真真切切沉醉其中了。

此后，“酒禁”不断，然屡禁不止，星更月移至今，天依然，人依然，酒依然。为何？

孟浩然有诗：开轩面场圃，把酒话桑麻。

李白有叹：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。

白居易有文：麦曲之项，米泉之精，作合为酒，孕和产灵。孕和者何？浊醪一樽，霜天雪夜，变寒为温。产灵者何？酒醕一酌，离人迁客，转忧为乐。

欧阳修有解：醉翁之意不在酒，在乎山水之间也。山水之乐，得之心而寓之酒也。

.....

酒中礼，酒中情，酒中乐，酒中灵，酒中之蕴历数不尽，实乃天地共厚之物，怎一个“祸”名而终？怎一个“禁”字了去？

酒是一种文化，这种文化已经融入了中国几千年的历史。“酒文化”是中华民族文化的重要组成部分，一方面，它的产生和发展与中华民族文化相融相随；另一方面，它也极大地丰富了中华民族文化的内涵。所以有人比喻说，酒是文化的酵母，文化是酒的灵魂。

历数夏、商、周、秦、汉，唐、宋、元、明、清，直到今天，酒与文化何时断缘？刘伶的《酒德颂》、白居易的《酒功赞》、王粲的《酒赋》、王绩的《醉乡记》、欧阳修的《醉翁亭记》、曹操的《短歌行》、李清照的《诉衷情》、关汉卿的《沉醉东风》……从这些数不清的文诗词曲中，我们所看到的不仅仅是妙笔佳章，更有中华民族对酒的钟情，以及酒在中华民族文化中的地位。尤其唐、宋时期，酒文为伍、酒香弥卷的局面使得酒与文化的融合空前鼎盛，“酒文化”对社会形成全方位的影响，这种影响直到今天仍经久不衰。

酒事千年，酒香万代，显示了酒寓于文化、寓于生活的价值。酒是人间尤物，它与天地共存，与岁月共伴。

可是，到了今天，人们对酒竟发出了“祸及生命、祸及健康、祸及家庭、祸及社会、祸及文化、祸及文明”的评判，“酒桌革命”成了不能不提的话题。似乎，人间琼浆混浊了、串味了，人之过？酒之过？



把酒问青天。

一问天：杜康留美味，人间欢愉添；贪杯多祸殃，当否责酒仙？
二问天：官场几杯酒，百姓四季汗；豪宴无平民，酒奢谁汗颜？
三问天：酒疯遍地起，大漠鼓船帆；谁解此中忧，挥刀断绳缆？
四问天：有酒好待客，适饮为酒贤；醉卧不知晓，伤身谁人怜？
五问天：酒中有风雅，千古多美谈；而今粗俗旺，文化几多钱？
六问天：前有琼浆颂，后有双刀剑；孰知杯中物，福祸在己端？
七问天：壶中乾坤大，执壶连江山；可否问酒政，记否大禹言？
八问天：杯中岁月长，举杯饮悠闲；我等月宫游，嫦娥可翩跹？





目 录

001 / 前 言 把酒问青天

001 / 第一章 今夕是“喝”年
——中国“酒疯”扫描

021 / 第二章 杯中几多愁
——“酒疯”的代价

063 / 第三章 壶中万顷田
——斩断公款吃喝

108 / 第四章 酒桌要革命
——把酒还给文化

135 / 第五章 酒业要革命
——向健康靠拢

176 / 第六章 酒民要革命
——改变不良习惯

198 / 第七章 送你一个“科普镜”
——鉴酒有招数

246 / 尾 声 借酒三问

300 / 后 记

第一章 今夕是“喝”年

——中国“酒疯”扫描

国人尚酒，举国酒盛，实乃一脉文化之象，本不为奇。然当今之奇在于“疯”，“疯势”肆虐举世惊。走遍东南西北，历数春夏秋冬，何人眼中不是一个醉醺醺的中国？中国人喝疯了！如此感叹绝非危言耸听，着实因象而生。

首都喝成“酒都”

2004年，贵州省仁怀市挂起“中国酒都”金字招牌，授牌者是地处北京的钓鱼台国宾馆。茅台在继巴拿马万国博览会夺取金奖之后，多次独揽国内国际金奖，蝉联历届国家名酒评比之冠、十四次荣获国际金奖，万般荣耀集于一身，王者风范显露无遗。在仁怀人眼里，是他们的茅台酒彰显了仁怀这座“世界上独一无二”的中国酒都。（作为县级市，仁怀现有酒厂506家，其产销量均占贵州省的半壁江山）

然而，仁怀人眼里的“世界上独一无二”几年后就被打破。2009年12月，“中国白酒之都”这块金字招牌也花落四川省宜宾市，授牌者乃中国轻工业联合会和中国酿酒工业协会。

无疑，贵州仁怀的茅台酒是中国白酒业的第一品牌，“国酒茅台”这一美誉已家喻户晓。四川宜宾的五粮液酒地位紧随茅台酒之后，而



它的产销规模却时不时排在茅台酒之前。

中国酒业的老大、老二都已“称都”，且各借媒体昭告示天下。“酒都”的国字招牌挂在两家门楼上，难免给人以打斗之嫌，这也是中国酒业多年来一直硝烟不断的景象之一，人们早已多见不怪。

2012年，围绕茅台酒正式申请“国酒”商标之举，中国酒业战事再起，河南杜康酒业率先问战，山西汾酒等众酒业群起攻之，爆发一个共同的声音：凭历史悠久、还是文化深厚？茅台酒凭什么独享“国酒”之誉？

从“中国酒都”到“国酒”申标，茅台酒业在众人眼里尽显“独大”之态。

北京人似乎更不服：嘿，就一个酒，无非名气大、价钱高，你称“国酒”众家不服，胆敢“称都”不也离谱吗？麻秆再高也得看看粗细，别忘了北京是什么。

北京是“首都”，世人皆知。莫非，北京人言下之意，首都也是“酒都”？

若真如此，莫怪“首都人民”霸气，霸气来自底气，底气是靠许多“硬指标”支撑的，比较一番，或许就明白。

一比“酒量”——销售量。在中国，哪儿的人最爱喝酒，哪儿的人又最能喝酒？搜狐网对春节期间全国网民的饮酒数据调查显示，“最喜欢喝酒的省市”前十位北京位居榜首，其余名次是山东、河北、辽宁、江苏、河南、山西、安徽、上海与天津。中国酒业新闻网报道，2011年春节期间北京人豪饮了至少35亿元白酒，2012年2月10日人民网公布，北京春节喝掉几十亿元白酒，相信这些数字比2011年大。这只是一个春节，只是单项白酒的“战绩”，如果加上平时、再算上其他酒类品种，北京人一年能喝掉多少酒？如此之大的消费能力，恐怕无谁能比。北京是“海量”，当为魁首。

二比“酒柜”——酒品种类。河南人很自豪地说：中国的酒祖杜康出自俺河南，中国的第一滴酒是杜康酒，北京中吗？山东人骄傲地



说：中国的啤酒第一品牌是青岛啤酒，北京有么？不就有个燕京啤酒嘛。贵州人更底气十足地说：中国白酒第一品牌是茅台酒，价格最高也是茅台酒，最供不应求的还是茅台酒，北京的二锅头能比？北京人听后不屑一顾，说：光比这个？知道北京的“酒柜”有多大吗？据统计，北京有 1000 多家大中型超市及 4000 家小型超市，10000 多家名烟名酒店，四五家大型批发市场以及 4000 家左右的酒类经销商企业。这一数字表明，北京是个“大酒柜”。再看任何一家酒类柜台，绝对让人眼花缭乱，品种太多了——白酒、红酒、啤酒、黄酒、洋酒，国产的、进口的……北京酒类市场现有品牌数百，品种千多，仅葡萄酒产品就有 300 多个，经销商 800 多家。换个说法吧，全国各地、世界各地的酒类产品，如果在北京看不到，那就不是北京；如果在北京买不到，只能说明它停产了。一句话，北京的“酒柜”装满全世界的产品，而“称都”的仁怀、宜宾远远不及。

三比“酒缸”——餐饮业。北京市场约有近 3 万家餐饮酒店，说北京的餐饮业规模为全国之最，肯定没人怀疑。大大小小的酒店、餐馆都是喝酒的地方，夜里走进哪家无不酒气熏天，所以北京人都调侃说：咱这地儿不缺“气”，白天汽车尾气灌满肺，夜晚酒气塞满鼻。不妨说，餐饮业等同于一个“酒缸”，北京的“酒缸”有多大？依然是全国之最，外地难比。

四比“酒杯”——酒价。“一杯酒一头牛，一顿喝没小洋楼”，这是中国农民对当下酒宴奢侈之风的感叹。中国酒坛的“杯”与“价”结缘了。这绝非生拉硬绑的缘分，实为自然生发。当下的北京人已习惯这样问：又开怀畅饮了，多少钱一杯的酒？又喝了几头牛？北京人谈酒论价不以瓶计而以杯，一则说明在北京“天价酒”司空见惯，二则表明北京巨大的消费能力已经把许多酒种的价格都抬起来了。大官、巨富最集中，公务、商务宴请最频繁且规格最高，此等外地难比，故而一瓶数千甚至数万、十数万的“天价酒”摆上酒桌，这样的阔绰也只有北京常有了。此外，同样的酒，在北京的价格肯定比其他



地方贵，这是整体消费能力决定的，北京的这种能力有谁可比？所以北京的“酒杯”当属金银级别，外地赶不上。

无须再比下去，因为北京的优势是全方位的，首都成为“酒都”也是靠实力“喝”出来的，实不虚夸。

北京被网民排在“最喜欢喝酒的省市”之首，这一“美誉”令许多北京人哭笑不得，因为他们并非真的“最喜欢喝酒”，尤其不会喜欢到“全国第一”的程度。于是便有北京网友发《叫苦帖》：

东西南北中，全国对北京；
昨天家乡客，今天远方朋；
他属第一次，我乃屡次迎；
来客一杯酒，京民喝一瓮；
莫道“最喜欢”，只怕失热情；
京城“酒疯”起，京民多苦衷。

这位网友的“叫苦帖”的确极具代表性。下面的故事可以加深我们对《叫苦帖》的理解。

这是一对年轻夫妻，丈夫张展（化名）在国家机关某单位工作，妻子吴娟（化名）在驻京某部服役。结婚前几年，夫妻俩事业心都极强，决心晚育。事业终于有所成就时，双双年逾三十，于是决定要个孩子。他们哪里想到，实现这一美好的愿望竟然无比艰难。

妻子时常抱怨丈夫说：你总是醉醺醺回家，咋要孩子？如果硬要，不弄出个酒精胎才怪。必须减少应酬，最好戒酒。

丈夫觉得妻子的话有道理，便表态：坚决贯彻落实夫人指示。

表态虽坚决，“落实指示”却并不顺利。先说单位，领导交代的接待任务体现的是信任，这种信任不是随便就能获得的，所以总不能拿“封山育林”的理由拒绝领导吧？领受任务就得喝酒，还不能不尽力喝，酒桌上表现越好，领导越赏识，下次还落不下。问题是，他单



位在全国各地的“腿”太多，京外来人公务宴应接不暇，没个头呵。除了领导，还有同事，时不时邀请“捧场”，不去必落个“眼里只有领导”的大误会，还怎么共事？去就得喝，捧的都是酒杯。还有家乡那头，自己在家乡人眼里已混得有个模样、小有名气了，找上门者也越来越多，不接待行吗？稍有不周必背“摆臭架子”坏名，硬着头皮也得喝上几杯。不要再说社会上的朋友、婚宴喜宴之类，就这几头算来，把杯问盏之事减得下来吗？

妻子要求丈夫为要孩子而努力，其实自己也难以坚持。夫妻俩性格同样的热情，在单位同样被领导信任，同样的酒桌活跃分子，同样的隔三差五有应酬，突然变个样同样不容易。直到35岁，他们才喜得千金，那是夫妻俩彻底急了眼，抱定“宁可什么不要也得要孩子”之极大决心后的结果。

你或许认为这对夫妻起先意志不够坚定，但同时也不能不承认，首都北京的“酒疯”的确极有感染力且不易抗拒。

我们尤其不能否认：中国遍地“酒疯”，“疯源”就在首都北京。当茅台酒成为首都北京官场酒宴的“规格酒”后，全国各地的官场酒宴纷纷紧跟，硬把茅台酒喝成天价；当进口名酒拉菲、皇家礼炮等走红首都北京官场酒宴，便很快风靡全国各地的官场酒宴。北京对全国的示范和影响作用几乎是全方位的，“酒疯”自不例外。

就这般景象，对“首都喝成‘酒都’”还有异议吗？

酒水喝成“洪水”

酒类行业专家不无自豪地宣称：中国酒业发展到今天，已成“洪流滚滚”之势。的确，今天的中国，酒水肆如“洪水”，遍地横流，似乎势不可挡。

“洪水”是中国酒民喝出来的。



兰州有一网友声称：知道俺这里一年喝掉多少酒吗？不吹牛，一个西湖。

另一位西北网友说：大漠戈壁缺水，但不缺酒呀。一年到头，感觉喝下的酒不比水少。

西北人爱说一句话：酒嘛水嘛。视酒若水，西北人的豪气可见一斑。这种豪气自然产生极强的酒桌战斗力，相信与西北酒民交过手的人定有体会。

听到这样一个故事：

那年，陕西某县一位县领导带工作组进驻一个偏僻的贫困村搞“三个代表”试点，老支书说自己干了30年头一次见到县太爷来村里，还住下了，激动之情难以按捺。当晚，老支书搬出一坛自己酿造的五谷酒，对县领导说：喝几口辣水水，自己造的。

县领导品一口，说：好醇哩，赛过五粮液。

老支书听到夸赞极高兴，说：只听说五粮液是好酒，没喝过。乡里领导也说我这酒赶上五粮液，时不时提着塑料壶来家要，我很少给他们。不是心疼一坛辣水水，是看他们进村没正事，就知道提杆秤拿着麻袋收粮食，看不惯哩。

县领导进村只三天，喝光了老支书仅存的三坛酒，老支书暗暗心疼了，嘴却不软，说：酒喝光了，我高兴，全村人都说您是来送福，村边的小水库废了十几年没钱修，吃水、浇地都困难，这回准有指望。

县领导玩笑般说：您老人家是拿这辣水水换甜水水，可咱是贫困县，处处缺钱呀。缺水的事不是一下能解决的，最好解决的是辣水水，明天起我拿五粮液，好几百元一瓶，也好喝。

县领导驻村半个月，一千人马留下一百多个酒瓶子。老支书数着空酒瓶算细账：喝掉好几万元呵，差不多够修好小水库的旧坝了。

县领导带着工作组撤离后，老支书编了一首顺口溜：

黄土大高坡，处处缺水窝；



辣水遍地流，淡水不润坡。

酒嘛水嘛叫，咋就不叫渴？

人穷一辈辈，辣水也是祸。

这首顺口溜在当地风传开来，也传到省城某家晚报一位记者耳中，这位晚报记者对此极其敏感，连忙到实地采访，尔后写出一篇文章《地旱酒涝说明什么》，核心反映“酒疯”祸及政风问题。值班总编辑看后感到文章有些深度，但思忖许久决定不予发表，理由是：“地旱酒涝”在大西北极为普遍，理应警示，但文章涉及的问题过于敏感，不碰为好。

这个故事让人们领略到了什么？是“酒嘛水嘛”的西北人的嗜酒之风，还是“嗜酒之过”？或许能够领略到的东西不止这些，但最应该重视的当是“地旱酒涝”这一概括，其中值得领悟的内容实在太多。

放下西北，再看别处。

河南网友说：一个西湖不算啥，俺省人口一亿多，一年能喝多少酒？少说点，每天每人三两酒，倒进黄河醉死鱼。

说酒必提杜康，因为中国人一向视他为酒祖。这位酒祖的重要贡献是发明了真正意义上的谷物酒，发明地在河南。所以河南人总是很骄傲地说：中国的第一滴酒出在俺这里。河南人有所不知，他们的骄傲还不够分量，因为杜康奉献的也是“人类第一滴酒”。

白酒发源地！有了这一概念，我们对河南这片土地的想象空间便陡然增大了。暂不“想象”先看“盛景”，就知什么叫“倒进黄河醉死鱼”了。

河南好进酒场难混——河南人以酒待客“醉客”为尊，称之“醉美”，代指“最美”，即“最好”的意思。所以外地人做客河南逢酒多醉是常事，于是便有“酒场难混”之感叹。

喝水碗对嘴，不缺是酒杯——何解？贫困人家舍不得花钱买水杯，以碗替之，但家中不能没有酒具。为何？尚酒之风，好客之习。



挥手三六九，不管童与叟——此话指酒桌划拳行令，河南人叫“猜媒”。老年人成年人酒桌划拳不稀罕，毕竟酒坛磨练多年，此习何及少年？出生在酒乡，闻着酒香长，这叫熏染成习。乡村的小学生往返学校途中，结伴者边走边比划边吆喝，“猜媒”练的是“童子功”，所以酒桌上有童挥手成拳在河南便不足为奇了。

喝酒不“排外”，不断换品牌——除了老品牌杜康酒，河南本地还有张（弓）宝（丰）林（河），这几种酒都是历史悠久的老字号，河南人最喜爱。但河南酒民喝酒不“排外”，对外地产品也很给面子，无论什么香型、什么档次，只要到了河南市场都会火上一阵子。这些年，外地酒不断进军河南自然是因为河南这个销售市场太大，酒民太有战斗力。遗憾的是，外地酒在河南的境遇几乎一样，也就年把好光景，之后便坐“冷板凳”。原因并不复杂，上家产品在河南火起来，下家产品也追进来，河南酒民见新不恋旧，后来者便坐上“热炕头”。

四川一家酒厂的代理商撤离河南时留下网帖：河南酒风盛，人多钱袋松；外地有新酒，谁来都欢迎；奉劝甬恋战，一年就不中。一位河南酒民听传后立刻跟帖：新酒年年有，品牌年年换；河南酒桌大，谁来谁赚钱；该来还要来，老兄甬悲观。后来有传河南人“一年喝倒一个牌子”，竟把河南酒民“年年换品牌”的巨大战斗力与“新酒一出现假酒立马见”联系起来，实在不贴题。

无须再赘，仅就以上“盛景”，足见河南尚酒之风。

另有四川网友说：我们全省正规酒厂15000多家，不在册的、小作坊式的数目更多，一年产酒量倒进三峡水库能把水变成低度酒。

“川酒”之誉无人不晓，作为全国酒类产品第一产销大省，四川酒民有足够的资本显示骄傲。早有一句话形容四川：“川酒遍地流，川妹四处游”，于是有人把四川高度概括为“酒色之地”。这一概括绝非贬义，实指“川酒”的美味与“川妹”的美色是四川的两大骄傲。不表“川妹”，只说“川酒”，实有谈不尽的话题。

其实，对于“尚酒之风”，以上谈了西北、谈了河南，再谈四川



虽也不失精彩，但还有更多的地区或许难于臣服，因为现今已是“遍地酒疯”，连江、浙、上海一带都觉得本地酒坛“北方化”了，而且敢叫“长江水多没有酒多”，还会谁服谁？所以不去一一细述也罢。

我们只需明白一点：到了全国酒民们“拿酒比水”的时候，就无法不承认中国“酒疯”之狂了。

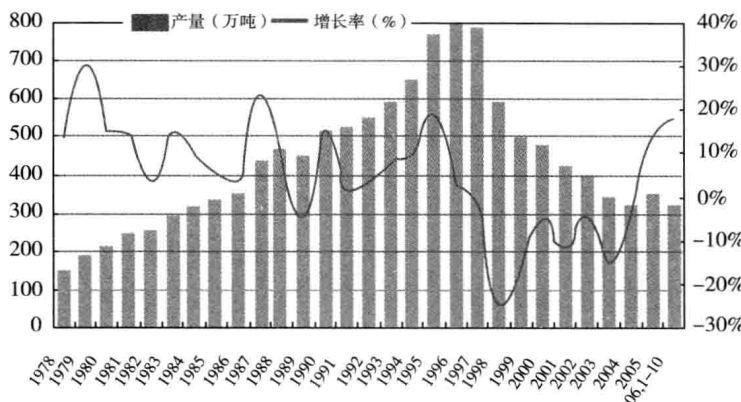
“夕阳”成了“骄阳”

80年代初，中国的经济学家们把白酒业列为“夕阳行业”，并预言：市场萎缩、产量大减，必为白酒业不可改变的趋势。

他们的依据是：大量朝阳产业、新兴产业的出现必将吸引更多的资金投入；人口大国对粮食的巨大需求必将限制白酒的粮食原料；社会文明程度的提高必将引导人们的消费向教育、健康转变等。

如此推断，中国白酒业的“黄昏”近在眼前。

然而，30年已过，中国白酒业非但未见其衰，反而呈现蓬勃发展之势。30年来，我们看到的是，朝阳产业、新兴产业的发展丝毫没有



1978-2006 年我国白酒产量及增长率

来源：国金证券添加日期：2008-04-09