

一盏琼浆蕴清魂

□ 索建光

酒乃五谷之魂魄，汾酒，则是这魂魄中最清冽澄澈的一脉。山西杏花村，这片孕育华夏文明的沃土上，六千年前的先民以高粱为笔，陶瓮为砚，将天地灵气凝作一缕亘古清香。当杜牧“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的诗句穿越千古，当现代诗行“杏花村里酿芬芳，国酒千秋青史彰”为之咏叹，汾酒早已超越一杯饮品的局限，融化为华夏血脉中流淌的文化印记。千年光阴流转，汾酒始终是



知己。北齐武成帝高湛致信侄儿，郑重推荐：“吾饮汾酒二杯，劝汝于酩酊两杯。”诗仙李白两访太原，沉醉于杏花村，留下“琼杯玉食青玉案，使我醉饱无归心”的感叹。鲁迅先生亦赞曰：“南绍北汾，名不虚传。”这些浸润着汾香的故事，让酒盏化作盛放民族精神的容器。

我与汾酒初遇，如同一场命中注定的邂逅。十岁那年，家中宴客余下的半瓶汾酒，被郑重置于红漆木箱之上。琥珀色的琼浆里，仿佛映出《水浒》好汉举杯的豪迈身影。彼时，第一口汾酒滑入喉间，灼热与回甘交织，竟与书中“大块吃肉，大碗喝酒”的痛快遥相呼应。这初次微醺，不仅开启了我对酒文化的认知，更令我初识汾酒“清、香、净”的品格——如吕梁汉子耿直的风骨，不加雕饰，直抵人心。

遥记师范校园的周末，常与同窗寻觅城郊的“汾酒老灶”。粗瓷杯里廉价的汾酒泛着涟漪，少年意气便随酒香浮漾。我们吟诵诗词，串联“竹叶青”的古老典故与“羊羔跪乳”的淳朴传说，胸中激荡着“不惜千金买宝刀，貂裘换酒也堪豪”的洒脱豪情。

步入职场，曾遇一位山西王姓经理，其酒桌言语颇具深意：“汾酒入喉三分醉，七分留待觅知音。”她以水代酒的豁达，恰似汾酒“后味净”的本真——纵使沉醉，心亦澄明。其劝酒词中暗含的

世情百态，亦如酒香般耐人寻味。

汾酒滋养的，岂止是善饮的味蕾？它更浸润着平凡人的肝胆与热肠。师范同窗杨文玉在宿舍遭流氓欺凌，众室友惊惶之际，我挺身而出，助其脱困。事后赞誉与不解纷至沓来：素日文弱的你，危急时何来如此勇气？我心中默答：爱饮汾酒者，血中已有其性——静如止水，烈如奔雷。

“杯中乾坤日月长，你我同销万古愁。”于懂酒之人，汾香玉液如一味良药，消融生活的霜雪；亦似一朵幽兰，馥郁了庸常的岁月。

我有一位本家叔叔，生于寒微，年少失学。早早成家后，独自扛起生活的重担。白日田畴挥汗，侍弄薄田几亩；夜深人静，昏灯下自学二胡，琴声幽幽。后来加入响工班子，以传统乐音为红白喜事增添别样氛围，也为家中添了活计。闲暇时，他仍不舍光阴，于矿山废料场拾捡铜铁木料，变卖补贴家用，如永不停歇的陀螺。经年辛劳，日子渐有起色，五个子女亦各有所成。叔叔爱酒，尤嗜汾酒。散装的质朴，

红盖黄盖的精巧，老白汾的醇厚，乃至二十年陈的馥郁，在他口中皆成至味。闲暇时，一杯白瓷汾酒，几碟家常小菜，微醺的神情便漾开了整个世界的暖意。

酒后，二胡便是心声。粗壮的手指拂过琴弦，竟生出奇妙的韵律。欢快处似高山流水，百鸟争鸣；哀沉时如泣如诉，幽咽婉转，道尽生活的艰辛与沧桑。

然而天道无常。前年，如山般健硕的叔叔骤然病倒。待我们兄妹探视，病魔已将他的形骸销蚀，吞咽都成煎熬。即便如此，他仍执意留饭，嘱咐婶取出珍藏的二十年汾酒相待。炕上，他执拗地要饮一杯。婶与堂弟小心扶起，酒盏轻触唇边，叔叔仰首，一饮而尽。刹那间，土灰的面颊浮起红晕，吃力而凄然地笑了——那是对命运最后的倔强，亦是对往昔深情的回眸。

叔叔的一生，犹如一杯浓烈的汾酒，五味杂陈。他以辛劳诠释生存的意义，以一杯杯汾酒浇化生活的块垒，用二胡的弦音装点尘世的琐碎。他的杯酒人生昭示：生当尽力尽兴，死亦要洒脱从容。这不仅是他的人生态度，亦是汾酒深蕴的精神内核。这一杯酒中，映照出生活的万千气象，也参透了生命的本真。

酒桌之上，方显人生百态。酒品映照人品，饮酒亦是识人。有人仰头倾杯，快意恩仇；有人细啜慢品，余味悠长；有人察言观色，择人而饮；更有偷梁换柱者，以水代酒，冷眼旁观他人醉态迷离。酒后的众生相更是纷繁：信口开河者，妙语如珠者，默然独隅者，手舞足蹈者，乃至嚎啕痛哭者……这些醉后真言，如一部无字经书，向我展示着人心幽微的图卷。

当禁酒令与健康理念重塑世风，汾酒却在坚守中焕发新生。从“中国白酒产业奠基者”到“清香鼻祖”的蝶变，从“活态文化博物馆”迈向“国际化清香标杆”的跨越，汾酒以“清字当头，一清到底”的品格，诠释着传统与创新的哲思。昔日酒桌消散的豪情，今已化作三晋大地上连绵的高粱，化作酿酒师指尖流传千年的古法，更化作每个华夏儿女心中对那份纯粹之美的永恒向往。

疏离喧嚣酒宴，我常于杏花村酒坊前静立。目睹新酒在陶瓮中无声酝酿，忽有所悟：汾酒的真谛，不在于觥筹交错的豪饮，而在于那“清”字的品格——清者自清，一如中华文明历经冲刷而葆有的澄澈本心。真正的饮者之乐，或许不在杯盏多寡，而在于以酒盏为镜，照见天地人心；以酒香为引，续写千年文脉。这清韵悠长的启示，正是汾酒馈赠给我们最珍贵的琼浆。

□ 高鹏

作为拥有千年历史的名酒，汾酒曾四次名扬天下，杜牧“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的诗句更让其酒文化深入人心。秉持“以情酿酒、以情待人”亲情化经营理念的汾酒集团，在全球化市场竞争加剧、消费群体需求迭代的当下，正围绕产品创新与文化传播探索年轻化营销新路径，以适应市场新变化，培育消费新潜能。

当前，年轻消费群体逐步成为酒类市场消费主力，其消费偏好向低度、时尚、健康方向转变，加之酒驾禁令严格执行与健康饮酒理念深入人心，传统白酒的消费场景和市场空间迎来新的挑战，拥有千年历史的汾酒也面临着同样的市场考验。在此背景下，汾酒立足消费需求变化，从产品端发力进行创新升级，精准对接年轻群体的饮酒习惯与需求。在产品形态与度数上，汾酒规划开发低度化、小包装产品系列，聚焦年轻人“适量、健康、不浪费”的消费诉求，拟推出小瓶款型，将酒精度数控制在38度左右，降低饮酒门槛的同时，满足年轻群体独饮、小聚等多元场景的消费需求。在口感与健康配套上，汾酒还将对部分产品口感进行优化，打造“绵甜爽净、低刺激”的风格，减少辛辣感以契合年轻消费者的味蕾偏好；同时围绕“酒+健康”生态布局，推出沙棘汁等具有解酒功效的配套饮品，打造“饮酒+护胃”的组合体验，回应当代人对健康饮酒的深层需求。

在文化传播方面，可通过打造“杏花村IP”，结合国潮、短视频、沉浸式体验等形式，推动品牌文化破圈。例如开发联名文创产品、开展“云游杏花村”线上活动，让传统文化以更生动、互动的方式触达群体。

传统酒企唯有持续关注消费趋势变化，通过产品与文化双向创新，才能真正实现品牌的时代化传承与可持续发展。汾酒作为中国白酒的重要代表，其探索路径也为同类传统品牌提供了参考。

从「牧童遥指」到「Z世代」
传统品牌如何「圈粉」年轻一代？

