

我们的故事,从武隆的禅山酒庄开始—— 百年乌江酒 白高粱酿出的乡愁醉意

重庆武隆东南,有一个山水隽秀的宝地——坐落在风光旖旎的石桥湖边的禅山。山峦叠嶂,碧水绵绵,禅香氤氲的禅山山麓,一座夸张、与常规风格迥异的建筑,赫然肃立山间,门厅的绿色迎门石上潇洒地刻落着“禅山酒庄”几个大字。

开坛香百里,洗瓮醉千家。还未入室,空气中早早弥漫起甘甜而又令人微醺的独特味道,这就是地下埋藏的酒窖散发出的独特清香。据悉,禅山酒庄在2019年首届“中国名酒庄”评选活动中,被评为全国七大“中国生态酒庄旅游示范基地”之一,其背后的故事同样历久弥香。

文人墨客钟爱过的“禅酒”

“禅山酒庄”的建筑是诗韵与雕塑的创意结合,延续了小青瓦建筑的南国小调,同时这里也有着用时间酝酿流传的千古绝唱。

回溯到公元659年,长孙无忌在前往黔州的扁舟中遥望长安方向嗟叹。唯有一身的抱负和志向在水花中翻滚低沉。然而,以为只是放逐,却没料到这一去便是永诀。长孙无忌到达现今江口镇,淳朴的当地乡绅仰慕其功绩政声,备上绵薄酒菜为其扫尘压惊,酒宴上的酒为当地土酒。然而,看着乡绅们热忱的眼神,品着口中苦涩难以下咽的土酒,长孙无忌心生感动,便将宫廷秘酒酿制方法娓娓道来。

好景不长,唐高宗让李勣、许敬宗重审谋反案,但许敬宗已被武媚娘暗中授意,弹指间,暗潮涌动,让袁公瑜在黔州逼令长孙无忌自缢。此时虽是七月,但已感受不到炎暑的炙热,反而多了些寒意。乌江边薄刀岭南麓令旗山下,长孙无忌接过百姓刚酿制成的热酒,苦涩滋味与人生何尝不是几度秋,一饮而尽后,回望一生遭遇,自己的命运也即将滚滚东逝。至此,当地百姓为了纪念长孙无忌,便把这种酒称为“禅酒”。

相传黄庭坚被贬这一带时,也十分痴迷这种“禅酒”。“禅酒”这个被政治与文化习俗孕育出来的佳酿,也让众多文人墨客尽折腰,不惜千金寻杯樽。“清而不薄,厚而不浊。甘而不嘞,



“禅山酒庄”建筑一角

辛而不齏。”乌江酒的香火,通过“禅酒”这条血脉,开始了岁月长河永不停顿的旅行。

当白高粱变为一款重庆美酒

很难想象,在历史长河的碎片中,“禅酒”能够传承至今,千年不过是历史长河的浪花一朵,但千年来,这酒香以及这段历史故事,却无时无刻不在滋润着乌江流域这块土地上的芸芸众生。

2011年,禅山酒庄创始人杜建波在机缘巧合下品尝到“禅酒”,由于时过境迁,酒的品质还是大打折扣。心中一束灵光闪过,何不酿制属于当地的品牌酒?真正的传承酒?

寻遍武隆的山脉河流,最终确定在平均海拔340米高的石桥乡。这里青山环抱,紫砂红壤酸碱适宜,水渍富含微量元素,冬季温暖少雨,夏季高温

湿润,风速流动缓慢,适宜大量微生物种群聚集繁衍。特色的气候、土壤、水质和微生物群造就了酿造美酒不可复制的自然环境。

一边琢磨酿酒工艺,一边寻求高人指点。杜建波踏上了寻找酿酒大师的路程。几年下来,他不下百余次去贵州寻找酿酒高手,精诚所至,终于受贵州大学轻工化工学院发酵专业客座教授、国家一级品酒师龙则河指点迷津,原粮由东北红高粱改为缅甸白高粱,将大容量的窖池发酵改为秘制的小罐发酵。

“水是酒之血,粮是酒之肉,曲是酒之骨。”杜建波时时牢记酿酒精神。至禅山酒庄建设以来,从第一步工序选水开始,每一个环节都严把质量关。水体清澈通透,水质清冽清爽,这样酿出的酒才能芳香馥郁。高粱、小麦、大麦、稻米、糯米等原料更是经过多层筛选,对粮食的色、味、形和理化指标进行层层把关,确保用于酿酒的

粮食安全。而根据酿酒需求不同,还会对不同地区的优质粮源进行考察和研究,寻找更适合酿造美酒的粮食。所用的酒曲也保证精益求精,确保有丰富的酿酒酵母,这些微量元素是好酒的魂。

“即使是每一粒粮食、每一滴水源,都经过了反复、严格的检查”。杜建波深信:一杯好酒,水是它的根骨,而人心则是他的脉络。

武隆禅山酒庄的炼酒故事

“一粒稻谷,经过五百年的修行,化身为曲,在窖池里酝酿;再过五百年,它化身为酒,静静躺在陶罐中,藏身洞府。又一个五百年过去,它重见天日化身为一缕浓香,陶醉了眼前人。”以上这段文字,刚好道出“禅山酒庄”酿造好酒的“工匠”之心。

“禅山酒庄”采用传统的工艺酿制

美酒,严把恒温发酵质量控制点,同时将发酵时间延长,为保证酒质,还实行分段摘酒、分级入库和定期品评等工艺程序。传统的“工匠精神”强调的是继承,而新时代“工匠精神”强调的是在继承基础上的创新。正是这延续千年的传统工艺,经过不断的创新,使得禅山酒庄的酒定格为乌江流域特有的小曲清香型。

“粮、糠、水、曲、温、酸、糟、窖、搞、并,酿酒的10要素,虽然复杂却并不孤立。”杜建波坦言,酿酒不是一个容易的活儿,选料、制曲、起糟、拌料、蒸馏、摘酒等几十个环节,一个都不能少,每一步都要精心把控,容不得半点疏忽,哪一个环节出问题都会影响质量。

从库房下至3米以下的酒窖,500多瓮小罐错落有致,幽深的窖库酒香涌动。有的酿酒师傅在拌糟,有的将泥窖密封,一派繁忙景象。仿佛又回到了大唐盛世,他们用最淳朴的手艺,制作一杯杯晶莹剔透的“宫廷玉液”。

隐于地下的酒窖,常年处于16~26度之间的恒温状态,湿度在60~80之间,使原酒的“自然老熟”过程一直处于最佳状态,促进了原酒分子之间的缔合及品质的提升。

好酒都要经得起时间的淘洗,耐得住漫长岁月的寂寞,才能雕琢出悠远的醇香。从浸泡粮食开始到作箱糖化,直链淀粉和支链淀粉的微妙变化,最后再用特质的小罐进行发酵,禅山酒庄的酿酒流淌着匠心的血液。除此之外,分层蒸馏和分段摘酒都是酿出好酒的关键步骤。杜建波说,做好酒,就要坚持“两不要”,即刚蒸出来的酒不要,后期酒精度低的酒不要,这样掐头去尾,最后酿出的中断酒酒花饱满、香气舒适。“禅山酒庄”的小曲清香型白酒,经过多层酿制,酒气逐渐增浓、幽雅度快速增加、绵柔感不断增强。杜建波将这款酒命名为“百年乌江酒”。

观色,闻香,品味,空杯余香萦绕……喂一小口,回味唇齿间,仿佛全身酒香弥漫,在你的肺部和四肢百骸间穿行,那独特的香气幽雅舒

适、酒体醇和、令人沁脾。百年乌江酒凭借这独树一帜的清香,受到众多学者、专家的青睐,更是本地消费者不可或缺的佳酿。

与青山绿水共欢,与日月星辰同醉。如今,酒庄集酿造、窖藏功能为一体,打造休闲观光酒业基地,建造白酒文化博物馆。

“对酒要有敬畏之心、耐心,要克服困难,只有经历日积月累的沉淀与坚守才能酿出好酒,所谓‘酿酒酿心’,做人要乐观豁达,尽人事听天命。”一方水土酿造一方美酒,杜建波希望上承盛唐智慧,下启饮者之好,让美酒源远流长。

他还说,一个企业家,不仅要有滴水穿石,锲而不舍的追求精神,也要做到“善其身,济天下”,特别是在这次抗击新冠肺炎阻击战中,为了向那些在湖北一线挥洒热血的医务工作者致敬,他经营的瑜珠花园酒店,愿意为他们提供终身免费入住。

吴乡樨

图片由武隆禅山酒庄提供



百年乌江酒

“初壹食午杯·我们的小康生活” 2020年重庆市公益广告大赛公告

参赛作品规格和要求

按照中宣部“大力建设公益传播平台,打造街头正能量”的要求,为进一步发挥公益广告在传播价值、提振信心、凝聚人心等方面的积极作用,充分展现重庆“决战脱贫攻坚、决胜全面小康”成果,鼓励创作城市提升、乡村振兴、民生幸福等题材内容的各类优秀公益广告作品,经重庆市户外公益广告领导小组批准,兹决定以“我们的小康生活”为主题,在全市举办公益广告大赛。现公告如下:

一、组织机构

指导单位:中国广告协会、重庆市户外公益广告领导小组(市委宣传部、市住房和城乡建设、市交通局、市城管局、市市场监管局)。

主办单位:重庆日报报业集团、重庆市户外公益广告办公室、重庆市广告协会。

支持单位:重庆初壹食午食品科技有限公司。

执行单位:重庆凯翔广告文化传媒有限公司。

大赛成立专家评审委员会。评委会由中国广告协会专家、市广告行业专家和市内高校专业教授等组成。评委会办公室设在重庆市广告协会。

二、创作主题

本次大赛以“我们的小康生活”为主题。具体呈现以下内容:

(一)时代精神

紧紧围绕党的路线方针政策和党中央重大决策部署,围绕习近平新时代中国特色社会主义思想 and 习近平总书记系列重要讲话精神中的经典言论、时代金句等,重点展示决胜全面建成小康社会,决战脱贫攻坚方面工作举措、成效等,充分体现

新时代建功立业精神。

(二)城市之美

围绕“山水之城·美丽之地”目标定位和“行千里·致广大”价值定位,结合成渝地区双城经济圈建设以及三大攻坚战、八项行动计划等全市中心工作,生动展示重庆城乡统筹发展、人民幸福宜居等内容。

(三)人文风采

围绕重庆人“坚韧顽强、开放包容、豪爽耿直的个性和精神文化”,着重展示重庆厚重人文风韵、多彩民俗风情以及巴渝文化、革命文化、三峡文化、移民文化、抗战文化、统战文化等地方特色文化,展示乐观向上、坚忍不拔的人文精神,展示有人文精神代表性的人物、意象、植物、民俗、非物质文化遗产等。

三、大赛时间

(一)征集时间:2020年6月22日—8月15日

(二)投稿截止日期:2020年8月15日

(三)网络投票、评选时间:2020年9月1日—9月7日

(四)网络公示时间:2020年9月23日—9月30日

(五)本届公益广告大赛评选结果和获奖证书颁授仪式将届时公布和举行。

四、参赛对象

关注公益广告事业、具备广告创作能力和素质的个人或团体、在校学生生均可按照要求创作参赛。

五、参赛作品类别

参赛作品分为:平面类(报纸、期刊、海报等);视频动画类(影视广告、微电影广告、短视频、动画等);互动类(移动端手机H5互动

广告、场景互动广告等)。详见附件(参赛作品规格和要求)

六、评选方式

(一)评委会对报送的参赛作品进行初审;

(二)初审入围的参赛作品在华龙网上进行大众网络评选;

(三)评委会对入围作品分类评审;

(四)作品评审以100分制计分,网络评选占比30%;专家评审占比70%。最终结果按得分高低决出金奖、银奖、铜奖、优秀奖。详见附件(参赛作品规格和要求)

七、作品应用

(一)广泛刊播发布。将大赛征集的优秀作品纳入我市公益广告宣传,充分用于全市重大主题的社会宣传和氛围营造,通过各级各类公益广告载体和平台发布。在“学习强国”客户端、上游新闻、华龙网以及区县融媒体平台上展播。

(二)推荐参评全国奖项。优秀作品将推荐参加“中国公益广告黄河奖”的评选。

(三)建立公益广告资源库。整合优秀获奖作品及设计者资源,建立全市公益广告作品和人才库,优先向有公益广告设计需求的部门和单位推荐,委托承担全市重大主题社会宣传设计工作。

(四)开展获奖作品巡展。

附件:公益广告大赛参赛作品规格和要求

重庆日报报业集团
重庆市户外公益广告办公室
重庆市广告协会
2020年6月22日

法律法规规定及行业规范。鼓励采用新思维、新形式、新媒介进行设计和创意。

(二)参赛作品应紧扣主题,创意独特,思想鲜明、艺术性高、时代性强。

(三)参赛作品必须原创,因抄袭、剽窃他人作品发生知识产权或版权纠纷等,由参赛者自行承担法律后果。

(四)参赛作品均不得在内容中显示或隐含参赛者的相关信息。

(五)参赛者报送同一主题、构思相近的多幅画面或视频,按一件(系列)参赛作品计算。

(六)获奖作品版权属于大赛主办方。主办方有权将其作品进行修改剪辑,作非盈利性发布,并不再支付稿酬。

三、参赛作品奖项设置(各项奖金均为税前金额)

(一)平面设计类

金奖:1名,奖金2万元+荣誉证书

银奖:3名,每名奖金1万元+荣誉证书

铜奖:5名,每名奖金0.5万元+荣誉证书

优秀奖:10名,每名奖金0.2万元+荣誉证书

(二)视频动画类

金奖:1名,奖金2万元+荣誉证书

银奖:2名,每名奖金1万元+荣誉证书

铜奖:3名,每名奖金0.5万元+荣誉证书

优秀奖:5名,每名奖金0.2万元+荣誉证书

(三)互动类(移动端、场景

互动)

金奖:1名,奖金2万元+荣誉证书

银奖:2名,每名奖金1万元+荣誉证书

铜奖:3名,每名奖金0.5万元+荣誉证书

优秀奖:5名,每名奖金0.2万元+荣誉证书

(四)组织奖

大赛设组织奖若干名,用于表彰在大赛组织活动中表现突出的单位或团体。

四、参赛作品报送流程及方式

(一)认真阅读《“初壹食午杯·我们的小康生活”2020年重庆市公益广告大赛公告》及《公益广告大赛参赛作品规格和要求》,按照主题要求进行创作。

(二)网上或线下提交作品。参赛作品可统一发送至大赛评审委员会作品提交专用邮箱;或采用邮寄、快递等方式报送;作品须附个人信息、联系方式、指导老师等信息。在校大学生由各学校组织收集作品初审后,统一报送大赛专家评审委员会办公室。

(三)作品报送及联系方式

邮寄地址:重庆市两江新区星光大道62号海王星科技大厦A区4-4

收件单位:重庆市广告协会专家评审委员会办公室

大赛办公室联系人:罗素明、陈尚清

大赛办公室联系电话:63810085;63833605

大赛办公室作品提交专用邮箱:2497004487@qq.com

大赛办公室邮政编码:401147