

放足八年才能出厂,非遗技艺酿造 酒香能留大半天 这样的黄酒为何难觅知音

本报记者 叶晨 文/摄

从金华市区去塘雅镇,路经许多村庄,雨天不好走。驱车往义乌方向行驶约40分钟,浙牌酒厂到了。这是金华全市“资历最深”的黄酒厂之一,出产金华酒,其酿造技艺顶着国家级非遗的灿然头衔。董事长何学军是这家酒厂的“大当家”,也是这个项目的传承人。

见我们到来,何学军如数家珍般介绍了金华酒的历史,诸如发展于唐宋,鼎盛于元明等等。古时浙江流传有“晋字金华酒,围棋左传文”的说法,还把金华酒和书圣王羲之的书法、《左传》文章、围棋并称。但现实是,2019年浙牌酒厂的黄酒销售额仅100万元左右,老品牌和老酿酒人正面临着传承的阵痛。



古子城非遗馆内陈列的四十年“酒王”

八年陈酿才能出厂 用它洗手酒香能留大半天

塘雅镇是金华市金东区的工业小镇,浙牌酒厂在其中占地二十余亩,显得有点空旷。眼下不是酿酒的时节,愈发凸显厂区的寂寥。

不过,酿酒本身是一门需要静下心的手艺。何学军走在记者前头,身材微微发福,他有30多年的酒业从业经验,寂寞已是习以为常。在浙牌酒厂,何学军和六七位员工一起,半年就能完成全年的酿造“任务”,剩下的时间,他基本靠跑营销来打发。

金华酒是黄酒的一种,每年立冬后投料开始酿造,第二年开春后榨酒。酿酒的原料主要是糯米,这些必要元素都与传统黄酒的酿制别无二致。

唯独迥异的是,传统黄酒大多使用麦曲发酵,而金华酒用的是麦曲、红曲这种全国独特的双曲酿造技艺。

“我们酒厂是国家级非遗项目,金华市非物质文化遗产生产性保护基地,为了保证品质,酿造好的酒起码要储存八年以上才出厂。”何学军说,双曲酿造和陈年发酵,使得浙牌的金华酒拥有了醇香的特点。

“这股酒香经久不衰。”他取来一瓶20年醇的金华酒,开封后倒了三四毫升在记者手心,“你双手搓几下,等会去盥洗间好好洗个手,用肥皂、洗手液都可以,过大半天你再闻闻,酒香一定还在。”

古法酿造的陈酿酒打不开市场 非遗成了传统匠人的“压力”

长三角地区是黄酒销售的最大市场。据不完全统计,浙江、上海、苏南三地合计黄酒消费量占到全国总消费量的7成左右。

天下熙熙,皆为利来。在这个市场中,绍兴酒有多声名远播,金华酒就有多落寞。

“谁能想到黄酒市场品牌的逐鹿,会如此之快。”1988年北京首届食品博览会上,何学军作为当时金华国营酒厂的代表为金华酒捧回了金奖。短短三十年,长三角的黄酒市场几乎完全偏斜绍兴。“绍兴动用全城之力包装黄酒品牌的时候,金华错过了最佳的吆喝时机,造成知名度严重下滑。”

而且,金华酒酿造业还走了一些弯路。

“黄酒一直以来主打中低端市场,是很多人眼中的‘炒菜酒’,加上各地都在走工业化酿造,生产成本降低。我们也曾和本地或者绍兴的酒业打过价格战,可说到做量哪比得过绍兴酒呢。”在参观储藏酒

库的途中,72岁的方品玉忍不住补充道。

浙牌酒厂的厂长方品玉是何学军多年的老搭档,和酒打了二十五载的交道。“因为效益不好,酿造技艺也鲜有后生愿意学。”两人深谙,假如金华酒再走这个路子,恐怕接下来连传承都是问题。

为此,前几年浙牌酒厂停运了所有工业化生产设备,恢复古法纯手工酿造。“我们开始尝试做高端线路,出品的黄酒陈酿八年起步,还可以为客户进行定制。”他边走边介绍。

然而黄酒的市场长期的定位与本身知名度较小,是金华酒破壳重生过程中积重难返的困扰。方品玉坦言,近年的销售量仍比较低迷,去年黄酒销售额仅100万元左右。

在酒库的深处,方品玉指着几尊封口黄泥颜色很深的酒坛说,那是酒厂最好的“酒王”,已经尘封40多年了。“都是好酒啊。可惜现代人大多只知道标准化生产,很难理解传统酿造的可贵了。”光线灰暗的库房里,我们看不清老人脸上的神色。

方品玉至今记得,此前有监管人员来指导运营,看到工作人员用勺子从酒缸里取酒灌入瓶子,马上要求酒厂停止这类做法。“可传统酿酒不是用勺子舀酒吗?更何况我们酿的酒也是经过卫生检测才能出品啊。后来我们向市场监管局领导打报告,提出非遗生产性保护基地更需要保持手工罐装等传统工序,这才解决了问题。”

老酿酒人内心是矛盾的——做低端酒,对不起金华酒酿造技艺的非遗名头;做高端酒,生产和销售得不到支持和认可。“有时候非遗也是一种压力。”

线下非遗馆做直销 年轻人加入复苏大计

位于金华市古子城的金华府酒道情非遗馆是何学军的“心血之作”,这里原本是他打造的一家餐厅,用于拓宽黄酒直销。近年来,随着金华市政府对传统文化的继承与推广工作的重视,餐厅在他们的支持下逐渐发展成一家兼具参观与餐饮功能的非遗馆。

90后江苏女孩黄雅兰是非遗馆的运营负责人,5年前在杭州参加沙龙活动时认识了何学军,喝到了平生第一口黄酒。去年11月,黄雅兰选择来金华帮助何学军打理非遗馆。

“对金华黄酒的兴趣促使了这桩决定。”这个管理学专业出身的姑娘知道,金华黄酒通常受中老年消费群体欢迎,如果想要打开年轻化市场,需不断往里头添加文化基因。“今年1月份开始,我们培训餐厅服务员成为讲解员,为游客讲解金华黄酒的发展故事以及我们餐厅所在老宅的300余年历史,之后还会推出更多主题餐厅活动。”黄雅兰在做餐饮的同时,也希望面向食客游客,为金华酒打开销路。

这类直销模式,何学军觉得挺好,但他没有开分店的打算——原因很简单,没有余钱。

目前,浙牌金华酒的主要销售渠道,一靠非遗馆,二靠淘宝、拼多多的企业网店。记者上网查看了一下,488毫升的八年醇老酒卖38元,之前用来“洗手”的二十年陈酿只卖120元,三十年的五斤装珍藏陈酿会员价为4800元……但产品销售量却寥寥无几。

“接下来,我准备通过用电视购物、短视频平台促销等方式来提高销量。最近女儿说厂区用地有空余,不如建几栋工业用房,租给其他公司,一年几百万收入。这样一来,我们坚持古法酿酒的压力不会太大。可我还在犹豫,到底要不要做酿酒外的事。”下午,带记者回高铁站的路上,何学军像在说服自己似地喃喃自语。

“对了,你洗过手了吗?”他突然发问。

“之前非遗馆、酒厂里都洗过了。”

“那你再闻闻。”

从上午参观,到下午返程,足足有4个小时。我们的手上,金华酒醇香犹在。



何学军

