



洋河股份  
YANGHE

(股票代码: 002304)

# 热烈祝贺

江苏洋河酒厂股份有限公司  
荣获2012中国中小板上市公司价值五十强  
2012中国中小板上市公司十佳管理团队

## 揭秘白酒一段鲜为人知的往事

那一段30多年前的白酒往事，尽管知道的人不多了，且也不怎么愿意讲出来，但始终尘封的沉默，在今天仍然有回声响起。而白酒上市近十年的发展轨迹告诉我们，谁能将白酒回归到价值根本，谁就能成为市场的主宰，中国白酒也才有未来。

### “再这样搞下去，白酒没有希望了”

这世界总有些事情和你原以为的不一样，中国的古人早就有认识，“诗”与人们自以为正确的苦涩离得很近很远的；今年3月份刚刚出版的国外学者朱尔斯所写的伦敦商学院管理教材《管理的正反面》中，也有这样的话：“以曾以为是指导往往是不可靠的做法”。在白酒行业，也存在这样一种被深恶的尊崇，那就是“香型”。

现实中，白酒有很多种香型，比如大家熟知的浓香、清香等等，近些年还有其他香型被不断推出来，因为人们已经习惯了以香型来评白酒。然而，“香型”存在的时间并不像人们想像的那么长，其实其新区不到34年。

事实上，从1978年的第3届全国评酒会开始，以香型为标准划分白酒方式才正式登上舞台。已故的老名酒专家于海源先生晚年曾多次说，香型的诞生，是由于不同时期的酒没有办法放在一起评，香气大的总是盖住香气小的酒，为了品评方便，依据香味的人体分为三类，以便于品评和区分。

来自四川的一位著名名酒专家也曾在全国这股风潮中指出，本来香型的划分就是所谓的权威的，以前是没有香型划分这一说的，但是为了评酒有个参考标准，官方机构才制定了白酒香型的划分标准。

30多年来，人们已经习惯了浓香、清香这些“香气”十足的概念。所谓这“香气”好“香型”，也成了人们对认知白酒的一神“香教”。然而，担心白酒未来发展权威专家们其实早已有了废除“香型”的愿望。

在这位老专家看来，白酒早就该淡化香型，更应该追求的是品质，划分香型标准后，为了追逐所谓的“香”，反倒让懂得很多酒失去了原有的特色，而老专家李海源先生一直觉得，当年起航的这艘酒船至今仍在厂漫漫航程的白酒香型束缚了白酒的发展和多元化，真引为憾事，空悲不能慨叹。“白酒泰斗”同时也是先生在日临终前也再三的说：“白酒在味不在香，再这样搞下去，

白酒将没有希望了。”

从香到味，“绵柔”率先还原白酒本质

这一段史话鲜为人知，或许是认为专家们的评语并没有马上在白酒行业产生震动，只有被少数的优秀企业家敏锐地行动起来，最终找到了正确的方向。洋河股份董事长张联东就是这样的先行者。他认为“白酒不只香，白酒是更醇的，要闻或者要品味觉上下功夫”，于是知名酒企业洋河便首先推出了“绵柔型白酒”，成为引领整个行业品质升级的标杆。

据洋河酒厂技术部部长、白酒国家评委陈知国回忆说，当时张联东亲自参与每一次酒样评定，和评酒师们一起，将酒含在嘴里，用舌头分别闻味品。张联东，每天要评100多款样品，到了晚上他的嘴里全已发泡。

但付出越艰辛，没没越非凡。国内吕酒专家安平成或评价说，张联东先生在白酒行业中的“绵柔型白酒”，其价值和影响力就像苹果手机iPhone系列让人们对于手机有了全新的品质标准。就像IPad改变了人们对电脑的认识。

事实上，也只到2003年洋河绵柔型白酒出现，才一举打破了传统香型划分沉闷之气，让白酒真正走上了向日本质之路。

从此之后，很多企业纷纷模仿跟进，扛起了“绵柔白酒”的大旗，整个白酒市场甚至被称作“一片绵柔”。

不过，安平成表示，“洁爽度、柔顺度、舒适度”是洋河酒独有的品质特征，亦称作“绵柔3D”，这是由洋河的傳統工藝以及特有的酿酒生态环境决定的，别人想模仿也推不。

现在业界流行一个说法：“酒香香茅台，洁爽飘洋河”，就像广告香酒的歌台要不计当地的地位，不考虑独特的工艺一样，源于自然生态的洋河绵柔品质，也离不开不可复制的自然生态环境，所谓“茅台基酒”还因此被称作“世界三大温婉名酒产区”之一。

那一段尘封的历史中，白酒老专家们的呼声之所以没有被听到白酒行业，不仅是因为当时更好的方法在哪里并不明朗，或许也因为“香型”已经成为教条，而改变香型的成本和难度虽然很大很多，但这无法阻挡白酒回归核心价值、回归品质本质的潮流，当洋河首创的“绵柔”品质已成为白酒主流，也大都让历史烟云终于带来了一点安慰！

