



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，但那段尘封的往事，在今天仍然有回音响起。白酒也用了近半生的发展轨迹告诉人们，谁能将离地回到价值根本，谁就能成为市场的主宰，中国白酒才有未来。

“再这样搞下去，白酒没有希望了”

这世界总有些事情和你原先以为的不一样。中国的古人早就有识见：“道”与人们自以为正确的道理常常是相悖的；今年3月份刚刚出版的国外著名学者写的《哈佛商学院管理教材《常识的真相与谎言》中，也有这样的道：“以常识为指导往往是不可靠的做法”。在白酒行业，也存在这样一种被误读的道理，那就是“香型”。

现实中，白酒有很多香型，比如大家熟知的浓香、酱香等等，近些年来还有其它香型被不断提出来，因为人们已经习惯了以香型来评判白酒。然而，“香型”存在的时间并不像人们想像的那么长，其实也就区区不到34年。

事实上，从1979年的第3届全国评酒会开始，以香型为标准划分白酒的方式才正式登上舞台。已故著名白酒专家于海意先生晚年曾多次说，香型的提出，是由于不同香味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，依照香味的大小分为两大类，以便于品评和评比。

来自四川的一位著名白酒专家也曾在国外这段往事时指出，本来香型的划分就是对错的权威证明，以前是没有香型划分这一说的，而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、酱香这些“香气”十足的概念。所谓这“香型”对“香型”，也变成了人们对认识白酒的一种“常识”。然而，担心白酒未来发展的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，白酒早该淡化香型，更应注重的是品质，划分香型标准后，为了追求所谓的“香”，反倒是使得很多酒失去了原有的特色，而老专家于海意在生前一直觉得，当年起草的这份标准至今仍在广泛蔓延的白酒香型束缚了白酒的发展和创新，并引以为憾事，空死不能释怀。

“白酒在味不在香，再这样搞下去，白酒没有希望了。”

从香到味，“酱香”率先还原白酒本质

那一段鲜为人知，或许是因为专家们的呼吁并没有马上在白酒行业产生轰动。只有极少数的优秀企业家敢独辟蹊径，最终找到了正确方向。洋河股份董事长张雨柏就是这样的先行者。他认为“白酒不是香水，白酒是蒸馏酒，蒸馏就要在味上下功夫”，于是将各酒企业洋河酒厂推出了“绵柔型白酒”，成为引领整个行业品质升级的标杆。

张雨柏酒厂技术部部长、白酒国家评委陈耀国回忆说，当时张雨柏亲自参与每一次酒样品鉴，和评酒师们一起，将酒香在嘴里，用舌尖去品味酒品。张雨柏说，每天要评100多种样酒，到了晚上他的嘴里全是酒味。

但付出终有回报，张雨柏非凡。国内品牌专家张雨柏评价说，张雨柏率先在白酒行业提出的“绵柔型白酒”，其价值和影响力就像苹果 iPhone 系列让人们有了全新的品质体验，就像 iPad 改变了人们对电脑的认知。

事实上，也只有到2003年洋河绵柔型白酒出现，才一劳永逸地打破了传统香型划分的历史，白酒真正走上了回归本质之路。在张雨柏之后，很多企业纷纷效仿跟进，掀起了“绵柔白酒”风潮，整个白酒市场甚至被称作“一片绵柔”。

不过，张雨柏表示，“绵柔型、柔和型、舒适型”是洋河酒独有的绵柔特征，并非“绵柔3D”，这是张雨柏的独创工艺以及特有的酿造生态环境决定的，别人想模仿也模仿不了。

现在业界流行一个说法：“酱香看茅台，绵柔看洋河”，感觉得出张雨柏的茅台并不开当地的地窖不假和独特的工艺一样，源于自然生态的洋河绵柔品质，也离不开其不可复制的自然生态环境，张雨柏也是因此被称作“世界三大名酒产区”之一。

那一段尘封的历史中，白酒老专家们的声音之所以没有触动白酒行业，不仅是因为当时更好的方法在那里并不明确，或许也因为“香型”已经深入人心，而改变香型的成本和难度虽然会大得多，但无法阻挡白酒回归核心价值、回归品质本质的潮流，张雨柏首创的“绵柔”最终已成为白酒主流，也为张雨柏历史终于带来了一点安慰！

