

老酒新香

省（洋河）生物酿酒技术研究院

【简介】省（洋河）生物酿酒技术研究院现有技术人员 355 人，专职研发人员 92 人，下设有微生物实验室、功能酶制剂研究室及酒体风味物质研究室等实验室，主要从事白酒生产过程中的酿酒工艺标准化、功能微生物应用、循环经济、新产品开发等技术攻关。获得省部级奖励 2 项，发明专利 2 项，制定国家标准 2 项。

“白洋河下春水碧，白洋河中多沽客，行客年年任往来，居人自在洋河曲。”明代诗人邹辑的这首诗，道出了洋河大曲在当时的闻名遐迩。据史载，洋河大曲在唐代已享盛名；到明末清初，有九省客商在洋河镇设立会馆，竞酿美酒，洋河大曲风光一时。而到了 20 世纪 90 年代，鲁酒南下，皖酒东进，川、黔、湘名优酒纷纷兴起，一时间苏酒市场落入了历史的低谷。洋河酒厂的发展也同样陷入了困境。如何突破困境，洋河生物酿酒技术研究院走出了一条以“味”取胜的创新之路。

临危受命，老酒发新香

企业发展遭遇瓶颈，如何寻找突破口，从 20 世纪 90 年代末开始，就成了当时洋河公司研发部门所有研发人员最头疼的问题。

研发人员绞尽脑汁思索了很长时间，也毫无所获。

正当整个研发团队陷入绝境之时，有人突发灵感，说：“酒最主要的还是味，酒不是香水，酒还是要喝的，要喝就要在味觉上下工夫。”电光火石之间，新的研发思路呼之欲出。很快，该研发人员就向研发团队负责人提议，何不在酒的味道上做文章？一种既健康又舒适的酒种是否更会受到消费者的青睐？

这个充满希望的“酒味”思路像春风一样鼓动着研发人员。大家针对白酒的口味和舒适度展开了广泛的调研，大范围寻访最有代表性的白酒酒友，测试他们的口味，询问他们对白酒饮用意见，最终获得了4325人次的目标消费者口味测试结果和2315人次的目标消费者饮后舒适度试验结果。通过对结果的综合分析，研发人员得出了一个振奋人心的结论：白酒消费市场迫切需要一种高而不烈、低而不寡、绵长尾净、丰满协调，且饮时、饮后令消费者舒适的白酒。结合洋河酒自身的优势与劣势，“绵柔型”酒品的概念在洋河率先被提出。

被壮丽的梦想和美好的愿景所驱动，洋河人下决心研发“绵柔”香型酒。2000年，洋河成立了“绵柔型”白酒研发课题组，走出了传统白酒研发以“香”为主的套路，在“味”上做文章。

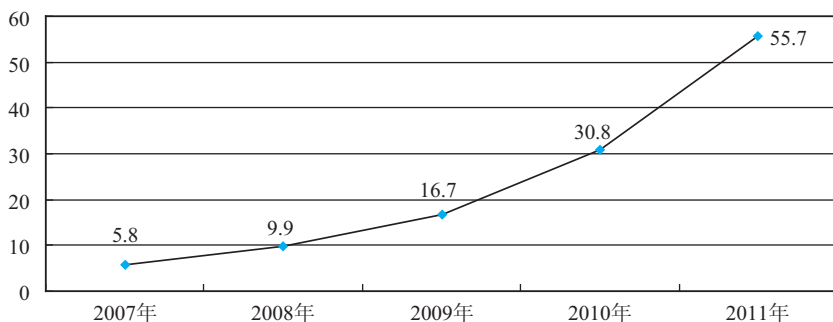
说起来容易做起来难。当时企业的研究所研究设备不齐全，人才也不充足。作为当时研发课题组的核心成员，周新虎见证了整个研发过程的艰辛。他说：“当时整个过程像雇佣军作战，不像现在有研究院，配备相应的研究室，是正规军作战。”

但一切困难在绵柔型白酒的市场潜力面前都成了“浮云”，每当想起自己的研发成果前景广阔，有可能改变中国白酒市场的格局，研发人员们所有的压力都转化为解决问题的动力。仪器设备

不完善，一些实验数据难以精确，他们便多次试验进行比较验证；专业技术人员少，他们就加班加点，请教专家。这帮研发勇士们在酿造微生物种群及绵柔型酿造工艺上，进行了不断的技术研发与创新，通过多种原料合理配比、多粮种高温制曲、原辅料清蒸等方面反复分析与实验，逐步突破了绵香型酒的技术关键点。

“三年磨一剑”，白酒绵柔香型的“庐山真面目”，终究被研发人员从神秘的微生物世界中揭露出来了。2003年，中国首个绵柔型白酒——洋河蓝色经典震撼问世。绵柔型白酒这一根生机无限的“救命稻草”，果然成了洋河酒厂实现复兴奇迹的第一块基石。

“蓝色经典”品牌的雄起，创造了白酒行业单个品牌的销售奇迹，洋河蓝色经典单个品牌年销售就破10亿元。江苏洋河酒厂也因此速见复兴、渐越时流。国民党前主席连战、亲民党主席宋楚瑜先后率团来访南京时，江苏省委都是用蓝色经典作为宴请用酒，蓝色经典被评为“最受消费者欢迎的品牌”。



2007~2011年江苏洋河酒厂利润总额增长情况（亿元）

再接再厉，创造新市场

“绵柔型白酒”发展战略虽大获成功，但在研发过程中，公司

也因研发实力不够强大而吃了不少亏，一些专业性问题不时成为研发工作的拦路虎，影响了产品开发进度。

于是，洋河酒厂开始筹划研发队伍“正规军”——建立大型、专业的研发机构。2008年7月，洋河酒厂获得国家人力资源和社会保障部批准设立博士后工作站。在公司之前研究所和新设立的博士后工作站的基础之上，2009年，以洋河酒厂为依托单位的省级重大研发机构“江苏省（洋河）生物酿酒技术研究院”获江苏省科技厅批准建设。研究院建有1.4万平方米的研究院主体大楼，技术人员逐步发展到355人。

近年来，研究院针对工业化、规模化条件下的白酒生产全过程质量控制关键技术瓶颈，通过传统工艺和现代生物技术研究的紧密结合，重点围绕白酒生产过程中的酿酒工艺标准化、功能微生物应用、循环经济、新产品开发等重大攻关方向，在功能性酶制剂、多种微生物体系研究、酶与微生物的连续生产与固定化技术、循环经济研究、酿造工艺自动化生产项目等关键技术方面取得重要突破，较好解决了企业甚至行业在酿造发酵、勾兑调味、酒体设计、质量控制和产品质量批次稳定性等方面难题，先后完成了150多个科研项目，形成了一批能够转化应用生产的新技术、新成果。

在这些技术成果基础上，洋河酒厂成功开发出“绵柔苏酒”、梦3、梦6、梦9等系列绵柔酒产品，而自绵柔型白酒推向市场之后，洋河酒厂年销售额连续保持50%的增长速度，如今绵柔型白酒的销售额已占公司总收入的70%。到2011年，洋河酒厂实现年营业总收入127.4亿元，成功闯入中国白酒市场三强，重振江苏酒业。

洋河开发绵柔型白酒系列产品的成功，如焰火般地照亮了新千年中国白酒行业的天空，盛大的洋河焰火表演之后，众多白酒企业纷纷加入演出，陆续推出了自己的绵柔型白酒。中国的白酒市场也在洋河酒厂研发机构这只妙手的推波助澜下，从传统的浓香、酱香平分天下悄然跃进到“浓、酱、绵”三足鼎立的新时代。

>>>>>>>>>>

【评析】没有绵柔型白酒的成功研发，就没有洋河酒厂的成功复兴。而其研发机构能获得成功，重中之重就在于进行了广泛的市场调研，获取了充足的一手信息，真正掌握了市场的需求，成功找到了中国白酒市场的空白点与增长点，依靠技术创新创造了一个新的白酒香型，并借此重塑品牌，使公司起死回生，更开创了一个全新的市场，带动了行业的进步。

>>>>>>>>>>

【公司】江苏洋河酒厂股份有限公司始建于1949年，是国家大型白酒骨干企业。目前，企业资产总额已达187.96亿元。2011年企业实现营业总收入127.4亿元，位居全国白酒行业前3名。