

# 杨官荣： 新一代中国白酒“酿酒大师”



说到杨官荣，不得不说到“G·R 官荣评分”。“G·R 官荣评分”是以杨官荣先生命名成立的专业白酒评分体系，成为衡量中国白酒质量的最高标准。

这是中国白酒业界最权威的质量评估体系，堪称“大师级标准”，比肩罗伯特·帕克国际葡萄酒评分体系。罗伯特·帕克（Robert Parker），曾被《纽约时报》评为“世界最具影响力的葡萄酒评论家”。他独一无二的葡萄酒评分体系已经成为一款新酒能否畅销的命运指挥棒。像罗伯特·帕克一样，杨官荣创立的“G·R 官荣评分”也在白酒行业产生了深远的影响。

如今，杨官荣已成为中国白酒行业技术工作者中的佼佼者，以及新一代的酿酒大师代表人物。他现在的身份是四川省酿酒工业协会直属单位四川省酿酒研究所副所长、总工程师，多届国家白酒评委，四川省酿酒大师，四川白酒专家组成员。

长江后浪推前浪，步中国酒界大师们走过的足迹，一路走来，杨官荣取得的成就，既是他对白酒的特有天赋，也是他艰苦磨练、勤奋好学的结果。

## 脱颖而出 难忘燃情岁月

“我一直有个目标，就是把四川白酒全面推向全国市场，这不仅仅指白酒产品，还包括川酒的技术工艺、品牌文化，以及川酒企业在发展过程中积累的经验与体会。”在杨官荣看来，川酒处于全国领先地位，是众多前辈专家及广大业界同仁共同努力的结果，而川酒技术人才队伍正呈现出年轻化趋势。

杨官荣毕业于四川省工商职业技术学院（原四川省轻工业学校）。在大学所学专业是食品发酵工业。参加工作以来，杨官荣做过白酒生产、尝评、勾兑、新品开发以及酒用添加剂研发、企业管理策划等工作。他师从于名酒厂技术掌门人，从工人到总工，由学徒到专家，凭借其在酒类方面特有的天赋，艰苦磨练，勤奋好学，从四川众多的白酒专业技术人员中脱颖而出。

“刚刚进入白酒行业的时候，跟普通农村孩子没什么区别，有一股咬牙吃苦的劲头。”当年，四川省酿酒研究所的工作条件并不优越，实验室的技术设备也不完善，杨官荣回忆着，“但是外部条件不是懈怠的理由，一切要靠自己去争取。”没有老师，没有酒样，这是当时最让杨官荣犯愁的问题，“想努力也找不到方向啊。”于是，他利用一切到外地出差的机会收集酒样，日积月累，家里也积攒了很多酒类样品，杨官荣就利用每天早晚的时间进行训练。“这段时间虽然很辛苦，但是走到现在回过头来看，却逐渐形成了我对酒的理解，专业技术水平也通过实践有了显著提高，应该说，这是一个非常基础、非常必要的过程。”

年轻时艰辛打拼、勤学苦练，那是杨官荣永远难忘的燃情岁月，幸运的是，始终有酒香与他为伴，正因如此，杨官荣对酒窖存感恩之情。

## 创新发展 时代赋予使命

杨官荣坦言，“我是在2000年成为国家评委的，当时只有26岁，属于比较年轻的国家评委，从那时起，郎酒、五粮液、丰谷等川酒企业陆续涌现出一批年轻的技术骨干人才，传统白酒要创新发展，这是时代赋予我们的使命。”

他连任多届国家白酒评委，先后被特聘为中国酿酒协会高级品酒师，国家职业技能鉴定中心高级考评员，全国酒类消费者争议商品检测中心高级品酒师，四川省酿酒协会理事，《四川酿酒》编辑等职。

杨官荣先后主持开发了誉为“山西第一浓”的洞宾系列酒，畅销三晋，并出口台湾；开发的“古蒸醇”酒在全国性产品鉴评会上获得一致好评；开发的“关东液”系列酒为关东酒的振兴树立了新的质量标杆。先后开发的生料酒调酒液，挽救了全国数百家农户的损失。并长期从事全国高级评酒师及职业技能鉴定的培训考核工作。

凭借扎实的白酒尝评勾调功夫，杨官荣先后多次组织和参与了白酒技术、产品鉴评会，并常年担任四川省内外多家酒厂的技术顾问。自2000年以来，杨官荣的研发成果不断。他研发了“青梅酒的酿制新工艺”已被某名酒企业采纳；研发了净爽王牌系列酒类绵爽改良剂，在酒界引起强烈反响；2004年又成功开发出“味之真”系列产品，从本质上解决了新型白酒浮香、欠自然的缺点，现已被全国几千家酒厂使用。

在钻研酒类技术工作的同时，杨官荣还非常重视酒类企业的管理、营销、策划、培训等方面的工作，利用年轻人精力充沛



长江后浪推前浪，步中国酒界大师们走过的足迹，一路走来，杨官荣取得的成就，既是他对白酒的特有天赋，也是他艰苦磨练、勤奋好学的结果。



的优势，业余进修工商管理、市场营销、企业会计等课程，并为全国众多酒厂提供了全面有效的咨询管理服务，并率先提出在中小企业培训成立品酒队伍，努力使中小企业的品控管理流程要达到一流名酒企业的水准，全面提升中国白酒的可饮性。

杨官荣先后独著了“青梅酒的配制”、“白酒的香味平衡和甜味剂对白酒口感的影响”、“净爽王在白酒中的应用”、“再论白酒的风味物质”、“六朵金花的风格浅析”等论文，分别在《酿酒》、《酿酒科技》、《四川酿酒》等杂志上刊登并多次在全国白酒行业研讨会上发表。

但这些成就距离杨官荣心中的目标还有很长一段距离，“年轻的资本就是有充足的时间和精力去汲取知识营养，精益求精地提高业务水平，让中国白酒这个古老的行业永葆青春活力。”

为着心中的目标，杨官荣孜孜不倦地充实着自己，在钻研酿酒技术的同时，他对酒类的管理、营销、策划、培训等工作也抱有浓厚的兴趣。利用年轻人精力充沛的优势，杨官荣业余进修了工商管理、市场营销、企业会计等课程，并为全国众多酒厂提供全面有效的咨询管理服务。正是基于在技术和管理方面的深刻认识和体会，杨官荣率先提出在中小企业培训成立品酒队伍的构想，努力推动中小企业的品控管理流程达到一流名酒企业水准，全面提升中国白酒的可饮性和综合质量水平。

## 倡导自律 理性对待生产

“中国白酒虽然每年都以不同的速度增长，但是，要想强势地发展下去，必须做到理性发展，即理性生产、理性流通和理性消费，三者缺一不可。”杨官荣如是说。

在杨官荣看来，白酒行业应回归理性。近几年来，随着人们生活水平的不断提高，理性地处理和对待问题逐渐成为人们生活的主旋律。同样，白酒行业在发展过程中也亟需回归。



综和实力的体现。反过来说，只有企业达到一定的高度才能产出真正意义上的高端酒。”

纵观高端酒的发展历程，真正称得上高端酒的还是以茅、五、剑为首的中国名酒企业所生产的高端产品。企业要理性地认识高端酒的概念，高端产品是企业自身品牌积累和能力达到一定程度时的自然产物。盲目地跟风高端酒，让不具备实力的企业陷入高端酒生产的误区中，反而阻碍了企业乃至行业的发展。

酒从出厂到进入消费者手中，中间要经过酒类流通领域的各个环节。但是，由于流通领域总体利润过高，导致酒品进入消费者手中时并不是物有所值。现如今，大量的概念炒作、铺天盖地的广告宣传和高额的进店费用等一系列流通领域的乱象，导致终端市场的白酒产品价格混乱，这在一定程度上阻碍了白酒市场的进一步扩展与壮大。

只有理性地规范流通领域的各种经营行为，才能提高白酒产品的性价比，才能市场上立足并长远的发展下去。如今，酒类流通领域缺乏一种理性的、统一的行业标准。大量的概念炒作虽然不切实际，但是由于没有标准，让一些“欺骗”行为变得并不是欺骗。“标准不统一便不存在欺骗。”

杨官荣解释道，“就像世界上的模特选拔赛一样，有的冠军在我们看来不怎么好看，但是他就是冠军。为什么呢？就是评选标准不一样。”

## 价值回归 呼吁理性消费

对于酒类流通领域来说，针对某一个概念如果有一个理性的、统一的标准存

在，那么，就可以缩减在这个概念上的炒作费用，进而让消费者受益，如此，才能推动白酒行业健康迅速地发展。

白酒的生产与经营归根结底是为了让消费者享受白酒、消费白酒。白酒行业要想科学持续地发展下去，应该大力提倡和引导理性消费。而科学地认识白酒，认识白酒文化，正确地定位白酒，是实现理性消费的前提。

杨官荣说，“作为消费者，首先应该理性地认识酒的存在。酒是一种饮品不是药，对酒能治病的说法要有一个清醒的认识，但是，也不能完全否定酒的药用价值，比如说，少量饮用白酒，确有舒筋活血的作用，关键是要把握一个度。”

其次，消费者要理性地认识自己的消费能力。“喝不起五粮液，我们可以选择五粮液春；喝不起国窖1573，我们可以选择泸州老窖特曲，也可以喝尖庄。毕竟这些名酒企业生产的中、低端酒低价却不低质。”杨官荣进一步解释说，这些酒比起那些贴牌的酒之所以价格低，是因为少了许多炒作和运作费用，其质量是值得信赖的。

对于白酒行业来说，消费者能够理性地认识白酒并理性地消费白酒，将是一个加快白酒行业发展的助推器。因此，企业要注重引导消费者的理性消费。

在激烈的市场竞争中，白酒行业的理性发展是根本。只有将理性的观念切实落实到生产、流通和消费三环节中，白酒行业发展才能现实快速、持续、健康的发展。

近年来的市场繁荣在一定程度上遮掩了白酒行业的浮躁。“但这种繁荣在很大程度上是由非理性竞争、炒作和投机行为产生的泡沫。”杨官荣说，有些企业为求快速发展，盲目地扩大生产，以牺牲质量稳定性的代价换取眼前利益，在他看来，这无异于舍本逐末的慢性自杀，甚至会对整个白酒行业带来恶性影响。“白酒的长远发展必须以质量为本，靠广告和炒作固然可以领一时风骚，但时间已经证明，那些经得住市场风浪的，在行业中扮演着中流砥柱的骨干企业，无不是以品质打动消费者。”

再比如市场秩序的混乱。受传统行业特殊性的影响，中国白酒的产业集中度不高，也由此导致了行业整体效益不高，而营销宣传费用乃至一些不规范竞争的成本却越来越重，压得企业难以腾出力量钻研技术、提高酒质。“中国白酒应该以理性态度去寻求整合发展，调整产业结构，规范企业市场行为，把全行业共同的发展目标深深植入每家企业的思维意识中，尽早矫正酒业流通市场上的畸形病态。”

尽管中国白酒眼下面临着系列的问题，但杨官荣对白酒行业的明天充满了信心和期待，“白酒行业正从感性时代走向理性时代，未来的白酒之路将是一个更加宽广的实力竞争平台，短期炒作和投机行为将逐渐被市场抛弃，品质、品牌等核心竞争力决定了企业的成败命运。”杨官荣分析说，随着行业理性程度越来越高，白酒的质量水平将不断提升，这正是产品核心价值的回归，经过这样的良性循环，白酒产业将迎来真正的黄金时代。

（本刊据相关媒体刊文与公开资料整理报道）

