

<<燕京啤酒新闻纪实（上、下册）>>

图书基本信息

书名：<<燕京啤酒新闻纪实（上、下册）>>

13位ISBN编号：9787501942428

10位ISBN编号：7501942420

出版时间：李福成 中国轻工业出版社 (2004-03出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;燕京啤酒新闻纪实(上、下册)&gt;&gt;

## 书籍目录

《燕京啤酒新闻纪实(上册)》目录：1980年 借问啤酒何时来？  
 希望批准建设顺义县啤酒厂 1982年 顺义县啤酒厂采用国外锥形罐发酵新工艺新效果 副县长解决难题不推、不拖、不等！  
 顺义啤酒厂建成投产 顺义县啤酒厂为什么建设得快？  
 两个厂建设为什么一快一慢？  
 1987年 燕京啤酒厂产品全都达卫生标准 燕京啤酒厂改革工艺增效显著 燕京啤酒以独特品质成为俏货  
 1988年 北京燕京啤酒厂引进技术敢于创新 燕京啤酒厂旺季抓质量 淡季搞科研成效显著 1989年 燕京啤酒闯京城 1990年 燕京啤酒厂的MAX战略 燕京啤酒厂的MIN战略 去年产销量跃居北京第一 燕京啤酒厂积极走设备国产化道路 燕京啤酒誉满京华 燕京啤酒厂在竞争中崭露头角 燕京啤酒厂产销量居北京之首 潮涌“燕啤”正风流 燕京啤酒厂经营侧记 燕京啤酒厂舍本求质量 燕京啤酒厂异军突起后来居上 燕京精神——企业之魂 燕京啤酒亲兄弟 比翼双飞展宏图 1991年 吨酒耗电耗粮低于全国同行 1992年 燕京啤酒产量去年逾十万吨 放水养鱼好 燕啤效应名声，是靠质量“打”出来的 敢于叫板的“燕啤”人 燕京啤酒跃出国门获金奖 1993年 燕京啤酒厂请专家做顾问 “燕京啤酒”打出“胡同效益” 燕京啤酒厂的一招高棋 “燕京”巧抓销售称雄北京 李福成——突破啤酒专营网 京城啤酒时时有 李福成：从基层团支书到青年企业家 “攥紧拳头”打市场 “科技托我上青云” 无形的魔棍 燕京啤酒集团公司产量跃居全国第三 1994年 燕京啤酒公司负重行军“登泰山” 涓涓细流成大海 一枝杜鹃两色花 燕京啤酒攀高峰 众里寻他千百度 潮白河畔一明珠 啤酒的话题 外不合资 内不联营 市场中有学问 潮白明珠 “燕京啤酒”口味鲜以“鲜”取胜的李福成 1995年 创名牌上规模争当行业先锋 燕啤擎科技帅旗在内涵中求发展 “燕京”红红火火的发展之路 香醇美酒飘万家 燕京啤酒获国家方圆标志 燕京啤酒卖多少钱 大型团体操《酒海欢歌》排练演出工作总结 天上的豪门 地上的燕京 高扬名牌大旗 “燕京”请专家“三顾茅庐” 质量认证使燕京啤酒如虎添翼 燕京啤酒集团公司创名牌发展之路 燕京啤酒今年火爆 酒家促销鏖战急 群雄逐鹿招数多 走民族工业道路创中国啤酒名牌 燕京：不变的质量承诺 1996年 扎扎实实发展 民族啤酒工业 高唱民族志气歌 走向现代企业制度 北京首例工业企业集团之间大兼并“顺产” 本市首次企业集团大兼并 燕京啤酒组建大型企业集团 “燕啤”把1200多吨华斯啤酒倒了 1200多吨华斯啤酒是怎么造出来的？  
 1200多吨华斯啤酒该不该倒？  
 “燕京”兼并“华斯”的思考 燕京人再塑燕京一景 “燕啤”倒“华斯”好事引来憾事 “燕啤”兼并“华斯”之后 燕京巧拨兼并算盘 优胜劣汰 燕京啤酒全力开拓市场 职工为经理发奖 “燕啤”，追求清洁生产之路 中国啤酒市场 “燕京”品牌不败 “燕京”之路 狠抓管理科教结合 燕啤“雪球”这样滚大 燕京之路 气魄·风骨·精神 燕京集团后来居上 依靠自身能力发展企业 燕京啤酒集团公司老树开新花 坚持走自己的路 燕京啤酒为什么内不联营外不合资 “燕京”为什么不合资？  
 企业需要文化 第五届燕京啤酒节开幕式大型文艺表演《燕京飘香》排练演出工作总结 从“燕京”倒掉千吨啤酒说起 “燕啤”连续七年产量效益双第一 “燕京”特级营养酱油上市 啤酒，北京市场谁主沉浮 “燕京”，守住我们的北京 要问“燕京”为何“活”？  
 燕京啤酒通过国家质量认证 不下苦功花不开 利用集团优势 实现滚动发展 当总经理的高级政工师 燕京腾飞领航人 燕京要买最好的设备 1997年 少花钱多办事 燕京酱油 京城啤酒市场今夏难出新英雄 国产名牌：欲与洋啤试比高 燕京啤酒如何变成老大 “洋啤”得陇望蜀 “燕京”单打独斗 办好燕京啤酒节 喜迎回归更添彩 科学决策降低企业市场风险 化“国有”优势为市场优势 酿造生活美味 “中国啤酒大王”的崛起 燕啤商誉——5亿 滚动扩大规模 敢创市场名牌 发展民族工业 争创市场名牌 “燕京”筹划股票上市 北京燕京啤酒集团公司围绕市场发展壮大 从经营产品走向经营资产 燕京啤酒打科技牌 塑民族风骨挺国有“脊梁” 从“走街串巷”到跻身国宴 燕京啤酒滚动发展占天下 北京燕京啤酒集团公司自觉严把卫生质量关 燕京牌获驰名商标称号 去岁燕京兼并华斯今年产销又迈大步 依靠科技求进步 敢同强手争市场 院士做“谋士” “燕啤”更醇香 李福成与燕京啤酒 “燕京第九景”：高速增长的产品 品牌 “燕京啤酒” A股即将发行 国有资产大幅增值的优秀代表 燕京啤酒深市登场 不变的承诺：以产品质量论功过 高新技术与生产力结合的象征 现代企业管理创造最佳经济效益 大华北市场策略 燕京啤

<<燕京啤酒新闻纪实（上、下册）>>

酒集团产销全国第一 富有进取精神的年轻型员工人才结构 北京燕京啤酒集团废水处理工艺介绍 民族工业和民族品牌 国家重点扶持的独特优势 集团公司的综合实力支撑“燕京啤酒”明日发行 燕京啤酒股票今日上网发行 燕京啤酒“九花”飘香 燕京啤酒：民族品牌崛起的典范“青啤”何以负“燕啤” 燕京独占鳌头 燕京啤酒扶摇直上“酒”重霄 百姓名牌 燕京：民族啤酒工业的“旗舰” 燕京啤酒 国货当自强“名牌”与“民牌” 燕京啤酒是怎么夺得全国第一的 燕京啤酒：“清爽怡人”的投资佳品 燕京啤酒融进国企真情 燕京啤酒的“错位技术” 燕京 民族啤酒工业的骄傲“三级跳”跳出了什么 让国有大中型企业活起来 股份制使“燕京”如虎添翼 燕京啤酒保持产销全国第一 燕京啤酒：发展前景光明 破解“燕京啤酒”之谜“燕京”五年吸引外资4000多万美元 先期投入提前运作 注重技改 燕京啤酒头把交椅坐得稳 燕京啤酒——未来市场中的长虹 燕京啤酒香飘四海 如何实施收益再增50% 创出民族名牌 燕京走向全国 今日“燕京”（一） 今日“燕京”（二） 今日“燕京”（三） 燕京之路 燕京的奥秘 燕京的名牌效应 燕京的凝聚力 燕京形象 燕京之魂 燕京方略 燕京胆略 1998年 我的路 中国啤酒业的骄傲——“航母”已崛起 突飞猛进的速度——创业建奇功 名牌战略奥秘——质量是关键 竞争意识的觉醒——市场显神通 ..... 《燕京啤酒新闻纪实（下册）》

章节摘录

版权页：“企业参与市场竞争，促使企业及时推出适销新产品”“如果没有几年前的燕京啤酒‘抢’占销售市场，在几年后的啤酒大战中，燕京啤酒再想拥有市场，那才叫难乎其难！”

李福成的理由是，企业走向了市场，企业才能准确地“号”中市场的脉搏。

10多年前，燕京啤酒和许多国产啤酒一样，有一种奇特的异味，这就是“双乙酰”在作怪。

找到了问题的症结，公司聘请专家攻关，按专家指点，采用电子计算机控制发酵，使啤酒中的“双乙酰”含量迅速从百万分之0.15下降到百万分之0.05以下。

去除了啤酒中的异味，燕京啤酒上了档次。

为了改变啤酒保存期短带来的隔周愁、隔月愁，“燕啤”不惜重金，从德国引进烛式过滤机及PVPP精滤系统，替代了土法上马的棉饼过滤机，使啤酒的色质变淡、清亮透明，保质期延长至半年。

在1985年以前，“燕啤”只有12度普通啤酒一个品种。

根据国际市场的发展趋势和北京地区啤酒市场的调查研究，“燕啤”集团发现，市场对啤酒的需求呈多元化的发展趋势，如不开发新品，就难以应付竞争激烈的市场。

在轻工部发酵研究所专家、教授的指导下，利用德国酵母菌种，采用新的糖化、发酵工艺，生产出了适合北京人口味的11度清爽型啤酒，深受消费者青睐，当年就产销37万多吨。

经过近十年的发展、完善，现已成为占北京市场总销量85%的拳头产品。

此后，又开发出特制干啤、生啤等9个系列品种。

包装也由单一的大瓶酒，增加了小瓶、2升桶装和30升桶装啤酒，易拉罐啤酒灌装线包将于今年第三季度投入使用。

“拥有了名牌，仍需一丝不苟，才能立于不败之地”燕京啤酒走向了全国，而李福成心里更清楚赢得市场与巩固市场的个中关系。

吸收国外先进的生产技术、生产工艺，燕京啤酒厂将国产大麦全部改用进口大麦，引进成套的过滤、灌装、质量检测设备，在发酵工段采用电子计算机控制发酵全过程。

发酵温度升降准确，避免了人工控制造成的误差，从而保证了这些不同风格啤酒的不同口味，品质始终如一。

在内部管理上，加大质量比例系数，大胆行使质量否决权，做到产品出厂合格率达到100%。

瓶瓶质量一流的啤酒，如果在装卸过程中意外漏气，则很快会造成这瓶啤酒的氧化混浊。

在燕啤集团，送酒装卸细心得近似“苛刻”，绝不放过一瓶有质量问题的啤酒到市场上。

如果哪位装卸工拿回一瓶有质量问题的啤酒，当月给予重奖。

正是这种精益求精的精神，自1987年始，燕京啤酒连续获北京市优质产品称号，并赢得第31届布鲁塞尔国际精品博览会金奖。

“燕京”牌商标被评为北京市著名商标。

<<燕京啤酒新闻纪实(上、下册)>>

编辑推荐

《燕京啤酒新闻纪实(套装共2册)》由中国轻工业出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>