



燕京啤酒
YANJING BEER

燕京啤酒 新闻纪实

YANJING PIJU XINWEN JISHI

李福成 主编

(上册)



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

燕京啤酒新闻纪实 (上、下册) / 李福成主编 .—北京: 中国轻工业出版社, 2004.3

ISBN 7 - 5019 - 4242 - 0

I . 燕… II . 李… III . 新闻报道 - 作品集 - 中国 - 当代 IV . I253.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 003254 号

责任编辑: 刘云辉

策划编辑: 刘云辉

责任终审: 杜文勇

封面设计: 李云飞

版式设计: 郭文慧

责任校对: 李靖

责任监印: 吴京一

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印刷: 北京工大印刷厂

经销: 各地新华书店

版次: 2004 年 3 月第 1 版

2004 年 3 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 69

字数: 1160 千字

书号: ISBN 7 - 5019 - 4242 - 0/TS·2512

定价: 88.00 元 (共二册)

读者服务部邮购热线电话: 010 - 65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010 - 88390721 88390722

网址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

30770Q0X101HBW

序 言

燕京啤酒集团董事长、总经理李福成

20世纪80年代，中国改革开放伊始，是创业的绝好机会；90年代，政通人和繁荣稳定，是发展的绝好机会。燕京啤酒实现了快速发展，得益于中国改革开放的好政策，使燕京建立了一套适应市场经济要求的新机制；得益于中国啤酒行业的大发展，给燕京提供了良好的发展机遇；得益于各级政府领导关心和支持；得益于各位专家的大力支持；更得益于广大新闻界朋友的大力支持和帮助。各位朋友，燕京人永远感谢你们！

80年代初，在首都新闻界《借问啤酒何时来？》的呼唤中，燕京啤酒厂破土动工了，在首都这个特大城市的郊区，萌芽、舒青、扎根、长叶，开出了让全世界啤酒业瞩目的花朵。

燕京啤酒集团诞生在改革开放的充满激情与活力的年代，市场经济的大潮使燕京啤酒集团经受考验，把握住了机会。通过内涵式发展模式，燕京啤酒集团内抓企业规模扩大，外抓国内国际市场，创出了中国驰名商标、形成了有特色的企业文化，初步建立起了现代企业制度，形成了国有企业经营管理一套有效的组织模式和管理模式。

1997年6月25日，燕京啤酒集团旗下的燕京啤酒股份有限公司的8000万A股在深圳证券交易所上市。同年5月，燕京啤酒股份有限公司加入北京控股有限公司，该公司在香港以“红筹股”身份上市。于是，燕京啤酒集团就有了“红筹背景、A股身份”。

1999年11月，燕京啤酒集团公司的啤酒产量在全国率先突破100万吨。

2003年，燕京啤酒集团总资产（不包括无形资产90亿元）达到75亿元，比创业时的640万元增加了1000多倍。燕京啤酒以单一品牌产量，进入世界前15强。

用德国克朗斯公司总裁宫喜德先生的话说“燕京的发展是个奇迹”，燕京用20年的时间走过了世界啤酒行业大型啤酒集团100年走过的道路。

在人们回忆和讲述燕京啤酒集团发展的动人故事的时候，让我们首先想到的是这些故事的记录者。这本书的出版，在看到燕京啤酒集团广

大员工艰苦创业、辛勤奉献的同时，是那些新闻工作者的身影和滴滴汗水。条条报道、篇文章，既是燕京啤酒集团走过风风雨雨的真实写照，也无不渗透着记者、编辑们的汗水与辛劳。

《人民日报》、《经济日报》、《北京日报》、中央人民广播电台、新华社、中央电视台、北京电视台等媒体长期关注燕京啤酒集团的发展，及时报道燕京啤酒集团改革，传递燕京啤酒集团快速发展的信息。《中国食品报》、《中国消费者报》、《中国质量报》等专业报刊大量报道了燕京啤酒集团的技术改造和产品开发的事例，是新闻媒体拉近了燕京啤酒与广大消费者的距离，拉近了燕京啤酒集团与社会各界的距离。

《人民日报》邵华泽社长、中央人民广播电台杨波台长、《经济日报》杜艾丰总编、罗开富常务副总编、《北京日报社》满运来社长和刘虎山总编……在百忙之中，亲自带着记者到燕京啤酒集团采访，不仅指导记者写出充满时代特色的出色报道，还为燕京啤酒集团的发展提出很好的意见和建议。他们认真负责、不辞劳苦的工作作风和亲切随和的长者风度，让我们不能忘记。

李守仲、张广友、赵兴林、李志贤、胡家琪、郑波、徐文营、王增民、陈玉明、卢存岳、黎政祥、路文志等一大批优秀记者，这些长期深入燕京啤酒集团进行采访的记者们，在目睹和记录了燕京啤酒集团成长的同时，不少人相继走上了领导岗位。一握燕京手，永远是朋友。尽管有的记者因为工作需要，已经不再分管燕京啤酒集团的宣传报道工作；有的记者已经两鬓染霜，退居二线，但他们仍以自己独到的视角关注着燕京啤酒集团，为燕京啤酒集团发展出谋划策。他们的睿智、他们的坦诚，感染着我们，激励着我们，我们永远是真朋友，铁哥们！

燕京啤酒集团发展到今天，离不开新闻界的帮助。实践告诉我们：没有新闻界朋友的大力支持，就没有燕京的今天。让我们衷心地说一句：谢谢你们！

成绩只能说明过去。

进入新世纪，面对中国加入 WTO 的新挑战，燕京啤酒集团正在把工艺、技术、装备水平做强、做大，努力达到世界一流水准；把市场网络做强、做大，“巩固北京市场，扩大华北市场，开发全国市场，进入国际市场”；把燕京品牌做强、做大，由北京的知名品牌，发展成为全国的知名品牌，成为世界的知名品牌；把经济实力做强、做大，每年净资本积累 2 亿元以上。在“十五”计划期间，啤酒年产销量达到 300 万吨，进入世界啤酒行业前十强；积极开拓国际、国内两个市场，实现燕

京品牌的国际化提升；发展相关多元化产品，培养新的利润增长点，包括对生物工程和生物制药的研究和开发等。

此书收集的文章从不同的侧面真实地记录了燕京啤酒的成长过程，有的文章以独特的视角观察和分析了燕京发展的日日夜夜，有的记者朋友在燕京的发展中，为企业大声疾呼，有的为燕京的成功加油助威，有的在燕京的艰苦竞争中，为企业出谋划策，有的用自己的聪明智慧，认真总结燕京的经验与教训，有的用记者特有的敏锐目光，记录了燕京闪光的瞬间。

这 100 多万字的新闻纪实，凝聚了多少位新闻界朋友辛勤的劳动，他们不但真实地记录了燕京的发展历程，同时也有力地支持了燕京，从无到有，从小到大，由弱到强，燕京人不会忘记他们，我们永远感谢他们。我们不会让新闻界朋友失望！我们的目标一定能够实现！

我们希望新闻界一如既往地关注燕京啤酒集团的发展，继续得到他们的支持和帮助。

2003 年 11 月 11 日

《燕京啤酒新闻纪实》编辑说明

本书收集了1980年~2002年20多年各新闻媒体宣传、报道燕京啤酒的文章，全景式地反映了燕京啤酒从一个年产1万吨啤酒小厂到现在成为我国啤酒行业全国第一的发展历史。

本书按报道时间顺序编排，注重纪实性，在编辑时，对原文作者、原刊载单位和刊登时间尽量收齐，但由于涉及年份较长，有些已无从查找，故并未完全收齐。

为尽量保持原貌，没有对该书的体例强求统一，对于书中的数字，除明显错误外，小的差异均未做改动。

书中所收集文章大都发表过，只有几篇未曾发表，考虑到它们的史料价值，予以收录。其中有些文章内容相近，我们将它们合并起来，保留了原文作者、原刊载单位和刊登时间。

特此说明。

2003年12月

目 录

上 册

•1980 年•

借问啤酒何时来?	1
希望批准建设顺义县啤酒厂	2

•1982 年•

顺义县啤酒厂采用国外锥形罐发酵新工艺新效果	4
副县长解决难题不推、不拖、不等!	5
顺义啤酒厂建成投产	7
顺义县啤酒厂为什么建设得快?	7
两个厂建设为什么一快一慢?	9

•1987 年•

燕京啤酒厂产品全都达卫生标准	14
燕京啤酒厂改革工艺增效显著	14
燕京啤酒以独特品质成为俏货	15

•1988 年•

北京燕京啤酒厂引进技术敢于创新	17
燕京啤酒厂旺季抓质量 淡季搞科研成效显著	17

•1989 年•

燕京啤酒闯京城	19
---------------	----

•1990 年•

燕京啤酒厂的 MAX 战略	21
燕京啤酒厂的 MIN 战略	23

去年产销量跃居北京第一	25
燕京啤酒厂积极走设备国产化道路	26
燕京啤酒 誉满京华	27
燕京啤酒厂在竞争中崭露头角	28
燕京啤酒厂产销量居北京之首	29
潮涌“燕啤”正风流	29
燕京啤酒厂经营侧记	31
燕京啤酒厂舍本求质量	33
燕京啤酒厂异军突起后来居上	33
燕京精神——企业之魂	34
燕京啤酒亲兄弟 比翼双飞展宏图	36

•1991年•

吨酒耗电耗粮低于全国同行	37
--------------------	----

•1992年•

燕京啤酒产量去年逾十万吨	38
放水养鱼好	38
燕啤效应	40
名声,是靠质量“打”出来的	45
敢于叫板的“燕啤”人	47
燕京啤酒跃出国门获金奖	48

•1993年•

燕京啤酒厂请专家做顾问	50
“燕京啤酒”打出“胡同效益”	50
燕京啤酒厂的一招高棋	51
“燕京”巧抓销售称雄北京	53
李福成——突破啤酒专营网	54
京城啤酒时时有	56
李福成:从基层团支书到青年企业家	57
“攥紧拳头”打市场	58
“科技托我上青云”	59
无形的魔棍	61

燕京啤酒集团公司产量跃居全国第三	62
------------------------	----

·1994 年·

燕京啤酒公司	64
负重行军“登泰山”	66
涓涓细流成大海	67
一枝杜鹃两色花	69
燕京啤酒攀高峰	70
众里寻他千百度	74
潮白河畔一明珠	77
啤酒的话题	78
外不合资 内不联营	79
市场中有学问	81
潮白明珠	83
“燕京啤酒”口味鲜	87
以“鲜”取胜的李福成	88

·1995 年·

创名牌 上规模 争当行业先锋	90
燕啤擎科技帅旗 在内涵中求发展	92
“燕京”红红火火的发展之路	93
香醇美酒飘万家	99
燕京啤酒获国家方圆标志	102
燕京啤酒卖多少钱	103
大型团体操《酒海欢歌》排练演出工作总结	104
天上的豪门 地上的燕京	107
高扬名牌大旗	113
“燕京”请专家“三顾茅庐”	114
质量认证使燕京啤酒如虎添翼	115
燕京啤酒集团公司创名牌发展之路	115
燕京啤酒今年火爆	117
酒家促销鏖战急 群雄逐鹿招数多	118
走民族工业道路 创中国啤酒名牌	121
燕京：不变的质量承诺	126

·1996年·

扎扎实实发展 民族啤酒工业	129
高唱民族志气歌	132
走向现代企业制度	134
北京首例工业企业集团之间大兼并“顺产”	143
本市首次企业集团大兼并	144
燕京啤酒组建大型企业集团	145
“燕啤”把 1200 多吨华斯啤酒倒了	146
1200 多吨华斯啤酒是怎么造出来的?	147
1200 多吨华斯啤酒该不该倒?	148
“燕京”兼并“华斯”的思考	149
燕京人再塑燕京一景	151
“燕啤”倒“华斯” 好事引来憾事	153
“燕啤”兼并“华斯”之后	154
燕京巧拨兼并算盘	156
优胜劣汰	158
燕京啤酒全力开拓市场	161
职工为经理发奖	162
“燕啤”，追求清洁生产之路	163
中国啤酒市场 “燕京”品牌不败	165
“燕京”之路	169
狠抓管理 科教结合	170
燕啤“雪球”这样滚大	171
燕京之路	172
气魄·风骨·精神	175
燕京集团后来居上	178
依靠自身能力发展企业	179
燕京啤酒集团公司老树开新花	180
坚持走自己的路	181
燕京啤酒为什么内不联营 外不合资	184
“燕京”为什么不合资?	195
企业需要文化	197
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	198
从“燕京”倒掉千吨啤酒说起	200
“燕啤”连续七年产量效益双第一	201
“燕京”特级营养酱油上市	202
啤酒，北京市场谁主沉浮	203
“燕京”，守住我们的北京	205
要问“燕京”为何“活”？	206
燕京啤酒通过国家质量认证	208
不下苦功花不开	208
利用集团优势 实现滚动发展	212
当总经理的高级政工师	213
燕京腾飞领航人	217
燕京要买最好的设备	226

·1997年·

少花钱 多办事	228
燕京酱油	229
京城啤酒市场今夏难出新英雄	230
国产名啤：欲与洋啤试比高	233
燕京啤酒如何变成老大	236
“洋啤”得陇望蜀 “燕京”单打独斗	238
办好燕京啤酒节 喜迎回归更添彩	240
科学决策降低企业市场风险	244
化“国有”优势为市场优势	246
酿造生活美味	248
“中国啤酒大王”的崛起	250
燕啤商誉——5亿	252
滚动扩大规模 敢创市场名牌	253
发展民族工业 争创市场名牌	254
“燕京”筹划股票上市	258
北京燕京啤酒集团公司围绕市场发展壮大	258
从经营产品走向经营资产	260
燕京啤酒打科技牌	261
塑民族风骨 挺国有“脊梁”	263

从“走街串巷”到跻身国宴 燕京啤酒滚动发展占天下	266
北京燕京啤酒集团公司自觉严把卫生质量关	266
燕京牌获驰名商标称号	267
去岁燕京兼并华斯 今年产销又迈大步	268
依靠科技求进步 敢同强手争市场	269
院士做“谋士” “燕啤”更醇香	270
李福成与燕京啤酒	271
“燕京第九景”：高速增长的产品品牌	273
“燕京啤酒” A 股即将发行	275
国有资产大幅增值的优秀代表	275
燕京啤酒 深市登场	277
不变的承诺：以产品质量论功过	277
高新技术与生产力结合的象征	279
现代企业管理创造最佳经济效益	280
大华北市场策略	281
燕京啤酒集团产销全国第一	283
富有进取精神的年轻型员工人才结构	283
北京燕京啤酒集团废水处理工艺介绍	285
民族工业和民族品牌	287
国家重点扶持的独特优势	288
集团公司的综合实力支撑	289
“燕京啤酒”明日发行	291
燕京啤酒股票今日上网发行	291
燕京啤酒“九花”飘香	292
燕京啤酒：民族品牌崛起的典范	293
“青啤”何以负“燕啤”	302
燕京独占鳌头	303
燕京啤酒扶摇直上“酒”重霄	303
百姓名牌	308
燕京：民族啤酒工业的“旗舰”	313
燕京啤酒 国货当自强	321
“名牌”与“民牌”	323
燕京啤酒是怎么夺得全国第一的	323
燕京啤酒：“清爽怡人”的投资佳品	326

燕京啤酒 融进国企真情	329
燕京啤酒的“错位技术”	331
燕京 民族啤酒工业的骄傲	332
“三级跳”跳出了什么	334
让国有大中型企业活起来	341
股份制使“燕京”如虎添翼	342
燕京啤酒保持产销全国第一	343
燕京啤酒：发展前景光明	344
破解“燕京啤酒”之谜	348
“燕京”五年吸引外资 4000 多万美元	357
先期投入 提前运作 注重技改	357
燕京啤酒头把交椅坐得稳	359
燕京啤酒——未来市场中的长虹	360
燕京啤酒 香飘四海	364
如何实施收益再增 50%	366
创出民族名牌 燕京走向全国	368
今日“燕京”（一）	369
今日“燕京”（二）	371
今日“燕京”（三）	372
燕京之路	373
燕京的奥秘	375
燕京的名牌效应	376
燕京的凝聚力	377
燕京形象	379
燕京之魂	380
燕京方略	381
燕京胆略	382

·1998 年·

我的路	384
中国啤酒业的骄傲——“航母”已崛起	385
突飞猛进的速度——创业建奇功	388
名牌战略奥秘——质量是关键	391
竞争意识的觉醒——市场显神通	393

燕京精神的升华——企业之魂	396
科学管理的结晶——严中求真	399
企业文化的魅力——情系燕京	402
以实为本的品格——燕京风范	405
成就大业的保证——燕京“一班人”	408
技高一筹的资本运作——上市“红筹”股	411
抱定青山不放松——兴民族品牌	414
义智皆备的壮举——兼并“华斯”	417
塑造一流的人才——企业之本	420
跨世纪战略构想——放眼全球	423
市场造就的强者	426
民族之花芬芳浪漫	433
发展企业文化 繁荣群众艺术	434
燕京啤酒集团又创辉煌	437
燕京啤酒认准发展民族品牌	438
燕京啤酒节展示了高品位的企业文化和永攀高峰的企业精神	440
燕京啤酒：开思路开财路	441
“燕啤”老总感谢专家	442
德国“克朗斯”与“燕京”签约	443
不下苦功夫不开	444
“燕京定能成为世界响亮品牌”	452
燕京啤酒清香溢神州 品牌显优势	452
燕京啤酒善行者蓄力	454
加大科技投入 搞活国有企业	455
国外大军压境，燕啤“舵手”表示只能战死，不能投降	456
两种品质 不同风采	457
燕京啤酒：账龄法计提坏账第一家	459
燕京啤酒值得中长期关注	460
燕京啤酒何以稳操胜券	461
燕京啤酒 这里有个李福成	463
燕京啤酒占据北京超市半壁江山	465
燕京啤酒何以获准配股	466
燕京啤酒：配股为发展 提前有缘由	466
最大与最好	467

认准一条道走下去	469
燕京啤酒 名牌 + 质量 = 效益	476
托起民族工业的希望	478
面向新世纪 燕京在腾飞	483
内强素质 外塑形象	486
“燕京”钟情新科技	488
燕京：造一艘啤酒业“航空母舰”	489
“燕京”酿出民族雄风	493

下 册

·1999 年·

燕京菊花啤酒新形象上市	497
燕赵风骨 民族品牌	498
燕京啤酒造船三步曲	501
“燕京啤酒”控股江西“吉安”	504
江西燕京啤酒有限责任公司成立	505
燕京如何赢得品牌	506
国企改革 希望在前	509
中国啤酒业 前景仍辉煌	510
抓住企业发展关键 加强产品质量管理	513
燕京啤酒：香溢九州	517
不唯虚 不唯书 只唯实	519
回顾 '98 展望未来	521
人才：企业万泉之源	523
风景这边独好	524
燕京再创环境“驰名商标”	527
叫好的青岛 叫座的燕京（上篇）	528
叫好的青岛 叫座的燕京（下篇）	534
关键的一年企业怎么办	544
李福成畅谈——加强班子建设	545
国企改革，并非无路可走	546
燕京航星遨游九州	548
“B”字瓶成啤酒业制胜筹码	554

啤酒厂的革新迷	557
“燕京”力现高档形象	558
燕京啤酒：酒中融入高科技	561
“燕京”双喜临门	563
敢为天下先	563
展燕京风采 观啤酒世界	568
突破燕京	570
透视“燕京”品牌意识	574
燕京啤酒是如何赢得市场的	576
“一节一会一个采摘月”给顺义人民带来了什么？	578
啤酒节与文化人	580
燕京：喝的是高科技附加值	582
把“燕京”做大做强	583
中华啤酒魂	586
创新——企业的生命	588
实现技术进步与开拓市场的统一	590
首都燕京——中国啤酒业的“航空母舰”	593
燕京啤酒：正步入快速增长期	597
全国最大啤酒生产企业控股湘啤	599
燕京啤酒集团公司抓质量动真格的	600
燕京啤酒 江西生根	601
燕京啤酒新品倍出	602
“燕京”：中国酿酒工业的骄子	603
燕京啤酒 民族工业的奇葩	611
卧薪尝胆	613
一条腾飞之路	615
光环背后的燕京人	617
燕京啤酒 将大大推动公司品牌知名度	619
“燕啤”兼并“衡啤”	620
燕京啤酒融进国企真情（上）	620
燕京啤酒融进国企真情（下）	622
永铸名牌	624
铸闪光的民族品牌	628
燕啤牌子值 31.86 亿元	631

啤酒·名牌·民族经济	632
中国啤酒业的骄子	641
燕京啤酒年产销量突破 100 万吨	644
燕京青岛双过百万吨	645

·2000 年·

北京喝的够“硬”	647
解读燕京	647
民族品牌铸丰碑	651
燕京 酿造大众的酒	653
2000 年北京市酒类市场调查	654
能工巧匠张海峰	655
有名气的青岛啤酒 有实力的燕京啤酒	657
中国啤酒业的骄子	662
燕京集团昂首步入新世纪	665
富而思进也是企业发展的内在要求	666
企业发展的关键在自身	668
李福成“感到不亏”有感	669
“无名”实现首季开门红	670
燕京啤酒集团咬定培训不放松	671
燕啤开展优质安全年活动	672
北京燕京啤酒集团产品和资本运营双管齐下	672
燕啤九年技改投入十七亿	673
志在一流 创民族品牌	674
实施“实地战略” 抢占消费市场	676
燕京现象引起众多企业关注	677
创名牌——国企发展的必由之路	678
铸民族品牌 创全国第一	680
燕京啤酒一百万吨是新起点	684
“燕京”名牌是如何打造的	685
企业创新的二十年	687
燕京 辉煌二十年 企业创新的二十年	689
勇攀高峰、争创奇迹的 20 年	705
燕啤实施低成本扩张	708