

传奇“酒鬼”演绎品牌新经典

——“湘酒鬼”全力打造品牌八大创新概念

杨志琴

(北京东方樽咨询有限公司,北京 海淀 100086)

摘要: “湘酒鬼”全力打造的品牌八大创新概念:“绿色酒鬼、质量酒鬼、文化酒鬼、旅游酒鬼、务实酒鬼、规范酒鬼、诚信酒鬼和服务酒鬼”。2004年,“酒鬼人”的神圣使命是“重塑品牌、再造‘酒鬼’、创新形象、尽展‘湘酒鬼’全新风采”。“酒鬼”酒一经问世,即充满了独特的文化韵致与丰富的人文内涵,以极其浪漫而神秘的个性文化形象跃然而出,以鲜活而跃动的品名概念一扫传统酒类名称沉闷之风。“酒鬼”酒瓶堪称惊世之作,在返璞归真中显示出历史的厚重感,具有极高的审美价值。而今的“酒鬼”人高举文化大旗,大力度开掘“酒鬼”品牌文化的深层底蕴与丰厚内涵,张扬其独特文化个性,展示其巨大文化魅力,充分发挥“酒鬼”品牌形象传播的文化震撼效应。今年,将拍摄《酒鬼》企业文化》系列电视专题片,全方位的深度挖掘和集中展示“酒鬼”魅力,将“酒鬼”文化的探索与传播提升到一个更高境界。(庞晓)

关键词: 酒业经纬; “酒鬼”酒; 创新概念; 品牌

中图分类号: TS26; TS262.31

文献标识码: D

文章编号: 1001-9286(2004)03-0110-04

“Xiangjiugui” Group Create New Brand Classic

——“Xiangjiugui” Group Developed Eight Innovative Brand Concepts

YANG Zhi-qin

(Beijing Dongfangzun Consultation Co. Ltd., Haidian, Beijing 100086, China)

Abstract: “Xiangjiugui” Group developed eight innovative brand concepts by all might and main as follows: Green, Quality, Culture, Tourism, Realism, Standard, Faith and Service. In 2004, the Group aimed at realizing the objective of “remolding of brands, reproduce of Jiugui liquor, recreation of liquor image to display the brand new glamour of Xiangjiugui Group”. The birth of Jiugui liquor completely overthrew the dullness of liquor trademarks by its vivid name and had an affinity for consumers for its romantic and mysterious cultural charm and its special backgrounds. Especially, Jiugui Liquor bottle was regarded as a classic creation, it was of extremely high beauty value because it could express the long history of the liquor visually. Nowadays, full exploration of the cultural backgrounds of Jiugui Liquor and active exhibition of its cultural charm had shocked the market and produced favorable effects. This year, the Group intended to shoot documentary film series—Enterprise Culture of Jiugui Group, which could fully display the charm of Jiugui Liquor and advance further development of the exploration and spread of Jiugui culture.

Key words: liquor industry legend; Jiugui Liquor; innovative concepts; brand

《湘酒鬼,仍是一条汉子》,这是前不久湘西《团结报》一篇头版头条套红文章的醒目标题。

“酒鬼”的确是条汉子。2003年,它扛住了“非典”对企业主要市场的严重冲击、扛住了洪涝给湘西带来的沉重灾难、扛住了历时9个月艰难改制对企业正常运作造成的巨大影响,历经痛苦的体制变革,迅速遏止住企业连续下滑的惯性颓势,实现了当年经济效益的明显回升。

谁能说“湘酒鬼”不是一条汉子呢?而且绝对属于“铮铮铁骨”的那种!

不过,白酒竞争容不得丝毫懈怠。对“湘酒鬼”来说,2004年她肩负的神圣使命是:“重塑品牌、再造‘酒鬼’、创新形象、尽展‘湘酒鬼’全新风采”。

经过这些年风霜雪雨,曾经颇为耀眼的“酒鬼”品牌早已悄然蒙上一层尘垢,唯有重新打磨洗礼方可再现辉煌。但是,对一个固

有品牌进行重塑与再造,并不比开创一个新品牌轻松,甚至难度更大。它对重塑者的胆识、智慧与创造力无疑都是一次考验。

如何塑造“湘酒鬼”的全新风采?“湘酒鬼”似已成竹在胸:深度开掘、全面整合各种资源优势,坚实打造“绿色酒鬼”、“质量酒鬼”、“文化酒鬼”、“旅游酒鬼”、“务实酒鬼”、“规范酒鬼”、“诚信酒鬼”、“服务酒鬼”八大品牌全新经典概念。

1 绿色酒鬼

“酒鬼”酒是在最原始、最自然、最“生态”、最“绿色”环境里酿造出来的白酒。离开湘西就出不了“酒鬼”酒,这正是“酒鬼”在生态环境资源上的独有之处。

湘西地处云贵高原余脉武陵山区,属亚热带湿润季风气候,空气温润、四季分明、降雨充沛、热量充足,是微生物生长和酿酒的天然王国。

山如画水如诗的湘西奇山秀水,其环境资源的最大优势在于

收稿日期:2004-03-01

作者简介:杨志琴(1973-),女,江苏人,大专,专门从事白酒产业的调研、采访、宣传报道工作,发表了数十万字的酒类报道文章,在业内外具有一定影响和知名度。

它是一片尚未开发的处女地,半原始状态的自然生态环境极少受到现代工业污染。

湘西有最优质的黄壤,其铁、钙含量低,质地细腻、粘度适宜、持水性强,pH值一般在6左右,是南方特有的生产优质窖泥的首选泥种。而富含多种有益微生物的优质窖泥恰恰构成了“酒鬼”酒独特的风骨。

湘西还有最珍奇的泉水,随处可见“十丈一泉、百丈一井、千丈一瀑”的奇观,这些泉眼大多属于承压矿泉。特别是湘酒鬼公司内的“龙、风、兽”三眼泉,其水质清澈甘冽,无污染,是富含人体所需多种微量元素、品质极佳的天然矿泉水。它成为酿造“绿色酒鬼”的血液。

自然天成、保存完好的绿色生态环境,是“酒鬼”赖以孕育、生长和走向未来的珍贵资源,也是她自成风骨、先天优于其他酒品的巨大竞争优势。过去企业没有充分发掘这笔资源财富,是一大缺憾。而今打造“绿色酒鬼”品牌,无疑对“酒鬼”形象重塑与提升、对人们重新审视与认同“酒鬼”具有重大意义。

目前,“湘酒鬼”紧紧抓住湘西自治州实施“生态州建设”历史机遇,正努力加快公司生态旅游工业园建设、ISO14004环境管理体系认证和申请原产地保护的步伐,同时积极获取“绿色饮品环境合格”和“绿色食品”两大标志认证,以便为“绿色酒鬼”的打造奠定坚实基础。

2 质量酒鬼

“酒鬼”酒兼具“泸型之芳香”、“茅型之细腻”、“清香之纯净”、“米香之优雅”。正如酒界泰斗秦含章老先生评价的那样:“其原料特别、用曲特别、包装特别、风味特别,确是好酒”。

白酒的“色、香、味”体现了白酒的风味特征,而这种风味特征的支撑基础则是其微量骨架(含量)成分,微量成分的形成与气候、环境、曲泥、工艺流派密切相关,这正是“酒鬼”酒风格鲜明、品味个性化的重要基础。

“酒鬼”酒的酿造工艺堪称与众不同,其一是小曲培菌糖化工艺与大曲续糟泥窖发酵工艺相结合。前者不仅使接种的根霉大量繁殖,而且料醅网罗多种有益微生物,使酵母平均增加190倍、有益菌增加200倍;后者则是生产浓香型白酒的关键。小曲培菌糖化一经完成便进入大曲发酵过程,即清香继续往前走,在清香基础上又巧妙融入浓香,二者天然合一;其二是蒸粮、蒸酒分开,清蒸清烧,这是小曲清香型白酒香味纯正的可靠保证,不仅防止原料中的生味、异味窜入酒体,还有利于酸类物质的提取,更加突出酒体优雅的糟香;其三是特制大曲以小麦为原料,并采集湘西云雾山间百味异草,提炼其精华为佐料生产中偏高温大曲,从而有效控制酒醅酸度和酒体中的乳酸含量,利于乙酯形成,使“酒鬼”兼具浓型风格;同时,中高温曲又带有芳香族化合物,使“酒鬼”酒存贮陈酿后曲香明显、陈香突出;其四是溶洞与地窖贮藏,这种贮酒方法源于湘西古老的民族洞窖文化且一直流传至今。

白酒权威沈怡方先生认为:“酒鬼”酒生产工艺是在传承湘西民间酿酒工艺基础之上,以小曲酒为基础,大胆吸纳大曲酒中酱香与浓香型酒的酿造技术精华,将3种工艺有机揉和而形成的独特工艺。这使得“酒鬼”酒既保持了小曲酒的清雅、干爽和纯净,又具备了大曲酒的醇厚、丰满、馥郁与芳香。这正是“湘酒鬼”兼收并蓄、创制出独树一帜白酒酿制工艺的精妙所在。

风格独特是“湘酒鬼”的一大法宝,但产品质量更为关键。它是企业树立品牌、赢得市场的根本。一个好产品要想占据高端市场、赢得消费者长久钟爱,内在质量比任何外在的东西都更重要。没有质量,一切都是空谈。

为此,他们下大力不断强化和提升“酒鬼”酒质量水平,加大科技投入,不断进行技术改造和设备更新,同时引进5名生物工程专业与医学博士、博士后,逐步形成一整套科学严谨的质量创新与保证体系,并在此基础上把现代生物工程技术引入传统白酒生产之中,深入研究微生物菌种和生产工艺与产品风味特质的有机结合。2003年,著名白酒权威沈怡方先生亲临“酒鬼”考察,特别对他们库存的3.5万吨基酒的质量给予了高度评价。应该说,这是他们打造“质量酒鬼”的雄厚根基。

3 文化酒鬼

“酒鬼”酒之所以充满独特文化韵致与丰富的人文内涵,正是湘西这块神奇土地上丰厚的人文资源与巫傩文化哺育和滋养。

湘西被喻为“醉乡”。其酿酒历史可追溯到春秋战国时期乃至更早。湘西人历来知酒善饮,对歌酒、陈女酒、拦门酒、开秧门酒盛行至今。

湘西是文艺之乡。文学巨匠沈从文和艺术大师黄永玉就诞生在“世界上最美丽小镇”——湘西凤凰。

湘西还是歌舞之乡。著名歌唱家宋祖英,带着她湘西山水的灵性、甜美的歌喉和少数民族的纯朴美丽走进了悉尼歌剧院和艺术最高殿堂维也纳,世界音乐大师谭盾深受湘西文化熏染,他一举夺得奥斯卡两项音乐金奖的《卧虎藏龙》主题曲,其创作灵感就来源于湘西民间的古、纯、真。

“酒鬼”酒以极其浪漫而神秘的个性文化形象跃然而出,以鲜活而跃动的品名概念一扫传统酒类名称沉闷之风,令人耳目一新。特别是她浓厚的浪漫色彩与神秘气息,使人们自然联想到湘西绮丽的自然风光与源远流长的湘楚文化之源。

出自艺术大师黄永玉之手的“酒鬼”酒瓶堪称惊世艺术珍品,在返璞归真中显示出历史的厚重感,具有极高的审美价值。他借助天才想象和精妙手笔,将天人合一、情韵天籁共生而来的艺术之美、将湘西人民乐观豪放的人文情怀以及湘西少数民族纯朴率真、崇尚自然的民族天性描摹得淋漓尽致。这种艺术化、拟人化包装设计为“酒鬼”酒最终奠定了“无上妙品”的至尊地位。

作为湘西人的儿子,刘虹对湘西少数民族文化充满深情。接手“酒鬼”后,他高擎文化大旗,大力度开掘“酒鬼”品牌文化的深层底蕴与丰厚内涵,张扬其独特文化个性,展示其巨大文化魅力,充分发挥“酒鬼”品牌形象传播的文化震撼效应。为给“酒鬼”品牌文化进行准确、全面、高水准定位,“湘酒鬼”向全国6大知名广告公司公开招标,经过对广告策划方案的多次研讨与论证,最终创作出“借山水胸怀,作惊世美酒——无上妙品中国酒鬼酒”这一颇具新意、气势磅礴的文化广告经典;艺术大师黄永玉是“酒鬼”文化的“设计师”,为请大师出山,阐释“酒鬼”真谛,刘虹先后在北京和湘西凤凰古城五顾“茅庐”,终于把黄老先生也请进了重振“酒鬼”文化雄风的“策划班子”。

今年,一系列“酒鬼”文化形象工程已开始顺利实施。首先是将湘泉城门前新修建的4.1公里高等级公路改造成为“湘泉大道”,两厢全部予以绿化和灯饰,并借助文化广告创意营造出浓郁的“酒鬼”文化氛围;同时在湘泉城门前辟建一片占地近200亩的“湘泉”文化主题公园,中间耸立一座高达5米的“酒鬼背”“酒鬼”巨型艺术浮雕;在湘泉城里,“酒鬼”文化碑林已开始兴建,黄永玉为“酒鬼”撰写18000多字的文学与书法艺术巨制《戡心中的列仙酒牌》,将被精心镌刻到一块近百米的巨型石碑上予以永久保存;在凤凰古城,由“湘酒鬼”投资兴建的《沈从文、黄永玉博物馆》也将于10月初竣工,届时沈老、黄老一生创作的艺术珍品以及“酒鬼”的精神文化也将同时展现在世人面前……

2004年,“湘酒鬼”还要投拍《“酒鬼”企业文化》系列专题片,从湘西的自然环境、民风习俗到“酒鬼”酒的诞生发展及其品牌文化的独特内涵,予以全方位深度挖掘和集中展示,将“酒鬼”文化的探索与传播提升到一个更高境界。

近一个时期来,酒界盛行“文化风”,但大多数人是在“玩”文化、炒文化,拿“伪文化”当幌子招摇过市。而“湘酒鬼”却是在认真研究“酒鬼”文化,其目的是要深入挖掘其内在的真正文化精髓,并且把它延伸到企业文化当中去,最终在企业文化中形成一种企业精神,而这种精神将成为企业和品牌未来发展的核心竞争力。

4 旅游酒鬼

湘西,号称“中华第一旅游走廊”。这里,山水风光奇特,民族风情浓郁,历史文化丰厚。

湘西是土家族、苗族、汉族以及回、瑶、侗、壮等民族生息繁衍的家园。千百年来,他们用自己的勤劳勇敢和聪明才智创造了本民族灿烂的历史文化。那神话般传奇的民族起源,那艰苦卓绝的民族迁徙,那英勇不屈的拼搏斗争,那古朴奇特的民俗风情,那浩瀚如海、瑰丽多姿的民间文学艺术,铸成光辉千秋的湘西精神、湘西文化和楚湘风韵。正是这种弘扬着楚湘文化精髓的人文景观及自然风光,造就了湘西州得天独厚、丰富多彩旅游资源,使之成为中外旅游者观光揽胜、度假休闲、探险猎奇的最佳目的地之一。

奇山秀水、怪石稀树、珍禽异兽、幽洞深潭,各种自然生态景观遍布湘西,其中被列为“活化石”植物和国家一级保护动物的就有几十种,湘泉城更是钟灵毓秀,它三面环山、丛森茂密、土质温润、溪流潺潺。

湘西堪称工艺品之乡。这里的织锦、刺绣、服饰、腊染、扎染、编织、陶瓷等工艺品无不闪烁着中国优秀传统文化的绚丽光彩。

湘西又被称作名胜古迹之乡。有国家历史文化名城凤凰古镇、中国南方长城、黄丝桥古城、华夏洞王奇梁洞、“天下第一漂”永顺猛洞河、千年古镇王村芙蓉镇、国家自然保护区小溪、土司王朝八百年故都老司城、吉首德夯苗族民俗文化村、“中南第一大峡谷”古丈坐龙溪、龙山里耶战国古城址和皮渡河、花垣古苗河和边城茶洞、保靖西溪园、泸溪沅水风光等。

可以说,“酒鬼”酒品牌能够成功,除她承载了中国传统白酒工艺精华、得天独厚的资源优势之外,更多的还得益于她诞生在这片美伦美奂的风光与风情文化之中。湘西的山水风光、风土人情、文化艺术、历史传奇,早已融入“酒鬼”酒博大的艺术造化之中,她是湘西文化的浓缩与集大成。

倡导“旅游酒鬼”,借助旅游文化、旅游营销与“酒鬼”的互动,有效带动“酒鬼”文化的弘扬与传播,这是“酒鬼人”探寻“酒鬼”文化深厚底蕴、开掘“酒鬼”品牌丰厚内涵、展示“湘酒鬼”独特魅力风采的一项重要举措。旅游资源可以说是“湘酒鬼”得天独厚的宝贵财富,尽快将它转化成为企业决胜市场的巨大竞争优势,无疑是“酒鬼人”的一大制胜之道。

据悉,围绕“旅游酒鬼”概念的打造,目前“湘酒鬼”已开始着手全方位规划从张家界、凤凰古城到王村芙蓉镇的“大湘西”综合旅游项目,它集旅游、观光、探秘、休闲、娱乐、购物为一体,除开展日常旅游接待外,更在“五一”、“十一”、“春节”旅游黄金周期间大展宏图,为“湘酒鬼”独特的文化营销运作增添无穷魅力,同时,伴随“‘酒鬼’工业旅游园”项目的规划和运作、湘泉大道的开通与文化营造、“湘酒鬼”主题文化公园的兴建和“酒鬼背”“酒鬼”巨型艺术雕塑的矗立、“酒鬼”文化碑林的落成以及黄永玉《心中的列仙酒牌》百米巨碑的展示,特别是《沈从文、黄永玉博物馆》的竣工布展以及《湘酒鬼文化馆》的扩建完成,湘西“酒鬼”文化旅游系列活动

将向人们充分展示其真正文化酒品牌无与伦比的巨大文化感召力;此外,今年“湘酒鬼”还将精心策划一次具有极大震撼效应的“旅游和‘酒鬼’”大型文化营销宣展活动、与自治州政府合作隆重举办首届“酒鬼欢乐节”,与中央电视台联合举办一场明星荟萃的现场直播综艺节目、与湖南卫视共同策划录播2005年新春联欢晚会,借助这一系列规模盛大的文化运作以及与权威媒体的高端合作,逐步将“湘酒鬼”的文化传播推向高潮,让“旅游酒鬼”概念深入人心。

5 务实酒鬼

“酒鬼”是个大品牌,但“湘酒鬼”今年的市场运作却不搞贪大求全、遍地开花,而是攥紧拳头、重点出击、各个突破。2003年,北京是企业的标杆市场,今年他们将集中精力再造第二、第三个“北京市场”。2004年“湘酒鬼”的市场拓展方针就是要切实贯彻“务实战略”。过去“酒鬼”做市场浮夸多、务实少。今年他们提出一个口号:“沉下去”。也就是在企业几大重点目标市场上,实现“网络下沉”、“终端下沉”,真正沉到地级市场、县级市场上,做深做透、稳扎稳打、步步为营。

过去“酒鬼”做市场还有一个特点,叫做“一招吃遍天下”。今年他们彻底改变策略,采取“一地一策”,针对不同市场实行“差异化运作”。营销部和策划机构同时下到各办事处,像对待“投资项目”一样对每一个市场精心加以调研、策划和论证,务求科学严谨、确保一举成功。前不久,记者在酒鬼酒销售公司采访时看到,偌大一个营销部只留下一人值班,其余统统“沉”到市场上搞调研、搞策划去了,公司上下气氛紧张、热烈而又严谨、务实。

今年,“湘酒鬼”市场运营团队进行了全面调整和强化,一批长期在市场一线指挥作战、具有丰富终端实战经验的精英人才被委以重任,以傅耶成总经理为首的新一届销售公司领导班子积极贯彻刘虹董事长“务实酒鬼”的倡导,锐意进取、大胆创新、整肃作风、强化团队战斗力,提出了2004“执行年”的响亮口号,并制订出一系列求真务实、科学有效的营销战略创新举措,真正体现出“务实酒鬼”的全新风范。

6 规范酒鬼

刘虹曾立下誓言:从他担任董事长那天起,“酒鬼”杜绝一切不规范运作,绝不再犯原则性的发展错误,从资产到运营真正把“酒鬼”的根基夯实!

如何夯实“酒鬼”?记者在采访中了解到,自2003年企业彻底改制以来,“湘酒鬼”已严格按照现代企业制度要求,认真规范了法人治理结构,建立健全了公司董事会、监事会,完善了各项会议制度,成立了决策委员会、薪酬考核委员会、监督审计委员会,从而确保了公司严谨、有序、规范地运行。湘酒鬼公司过去政企不分、产权不明、利益不清的顽症痼疾已被彻底根除。

改制后的“湘酒鬼”,其最大优势在于:它有一个全新的体制、有一个稳定的经营层、有一套规范、严谨的运营机制、有一个持续、长远的发展规划。全新的现代化管理手段和经营理念将从根本上夯实企业,真正打造出一个名副其实的“规范酒鬼”来。

7 诚信酒鬼

过去有句话叫“沉默是金”。在今天的商品社会,尤其是市场经济条件下,“诚信”才是真正“金”。有人说:成功者,往往表现为特别善于为他人的利益和方便着想。的确,这是诚信的基础,也是诚信的至高境界。诚信者才能成功。

在一次高层干部会上,刘虹指出:诚信是一个人安身立命、一

个事业走向成功、一个企业兴旺发达的根本。不讲诚信的人、不讲诚信的企业无前途可言。所以在未来竞争中 ,我们一定要着力打造 “诚信酒鬼 ”这块金字招牌。

“诚信酒鬼 ”,首先就是要做到质量诚信,“童叟无欺 ”,对消费者要认真负责 ;第二要做到合作诚信 ,对客户、对经销商信守合同、兑现承诺 ,要以诚相待 ;第三还要做到金融诚信 ,要规范经营、遵纪守法。

为打造 “诚信酒鬼 ”,“湘酒鬼 ”今年将在几大重点目标市场上着手布建 “酒鬼 ”专卖直销网络 ,并在本土市场上与省政府及相关部门紧密合作 ,全面实施 “放心酒工程 ”。同时狠出重拳 ,打击假冒伪劣、净化市场环境。通过一系列专供直销运作 ,他们将建立起一整套质量诚信运行体系和保证制度 ,让 “诚信酒鬼 ”落到实处。

8 服务酒鬼

市场经济说到底就是服务经济。每个人、每个企业都要通过服

务他人而获得生存、信誉与发展 ,更要通过提升服务水准赢得更大的市场占有率。

“服务酒鬼 ”,就是要在企业内部架构一套独具 “酒鬼 ”文化与管理特色的标准化服务体系 ,培养和营造一种现代化的全员服务意识与全程服务机制。

“标准化服务体系 ”,是一种从原材料采购到产品设计、生产管理、质量监控、市场营销 ,贯穿于整个企业经营运作各个环节的全流程、标准化管理服务体系。这套服务体系须有几大要素作为支撑 :一要具备 “全员 ”意识 ,要人人富有责任感 ;二要独具特色 ,要具备个性鲜明的专业化服务 ;三要制订一系列与之相配套的服务标准 ;四要建立一个 “全流程 ”机制 ,每一个环节都要有具体的制度作为保证。

我们相信 ,借助上述 8 大品牌创新概念的打磨与洗礼 ,“湘酒鬼 ”这块沉甸甸的金字招牌必将再次熠熠生辉。 ●



关于举办白酒分析测试技术提高培训班的通知

各有关单位 :

随着白酒行业竞争的日趋激烈 ,国家规范白酒市场竞争秩序 ,引导白酒业健康发展 ,白酒业实行 “生产许可证 ”制度 ,从而促进了白酒企业在生产设备、工艺设备、检测手段和技术工艺条件、质量管理体系、关键岗位人员素质等条件方面的完善及强化。

为了推动白酒行业的发展 ,充分发挥分析测试技术在白酒行业中的作用 ,我所将于 2004 年 5-6 月在中国酒城——泸州 ,举办 “白酒分析测试技术提高培训班 ”,现将有关安排通知如下 ,请贵单位派员参加为谢 !

- 一、培训时间 :6 天。
- 二、培训地址 :四川泸州华明酒业集团三楼。
- 三、收费标准 :培训费 600 元/人。食宿统一安排 ,费用自理。
- 四、授课老师 :
- 1、陈周平 高级工程师——四川泸州华明酒业集团公司技术顾问 ,原泸州老窖酿酒科研所所长 ,享受国务院特殊津贴人员
- 2、陈 功 高级工程师——四川省食品发酵工业研究设计院副总工程师
- 3、江月军 工程师——四川泸州宝光药业有限公司
- 4、杨晓诚 工程师——四川泸州华明酒业集团公司质量部部长
- 5、蒯 莉 工程师——四川泸州泰斗酿酒厂质检科科长

五、授课内容 :

第一章 化学分析基础

- 第一节 检验常用化学分析方法
- 第二节 容量分析基础
- 第三节 实验结果分析及数据处理

第二章 原材料、中间品检验

- 第一节 酿造用水的检验
- 第二节 粮食及其他淀粉质原料的检验
- 第三节 糖化发酵剂检验
- 第四节 白酒中间品及食品添加剂检验
- 第三章 白酒成品检验
- 第四章 气相色谱基础知识
- 第五章 填充柱色谱在白酒分析中的应用
- 第六章 毛细管色谱在白酒分析中的应用
- 第七章 数据处理机 ,色谱工作站在白酒分析中的应用
- 第八章 气相色谱仪常见故障的判断及排除
- 第九章 实验 :分析测试自带酒样

四川泸州市技术情报研究所
2004 年 3 月 26 日

通讯地址 :四川省泸州市高新区转盘科技大楼六楼泸州市科技情报、研究所 吴贵阳 (先生)收 邮编 :646000
电话 :0830 3193508 2889688 13808285068 (传真)3179015

回 执

单位 :				(盖章)
姓名	性别	年龄	职称 (职务)	备 注
通讯地址				
联系人				
电话 (传真、手机):				