

# 用工匠精神打造百年老字号品牌

## ——访北京一轻食品集团有限公司总经理李奇

□ 沈子君 本报记者李国梁



北京一轻食品集团有限公司总经理李奇接受本刊专访

一轻食品集团拥有113年历史的“义利”和83年历史的“北冰洋”两个老百姓熟知的老字号品牌。李奇认为,任何让百姓认知、认可、认同的,传承下来的优秀品牌都有它的独特优势,品质优先是关键,因为只有好的品质才能被消费者接受,才能赢得好的口碑。另外,还要关心消费者的需求,关注品牌的生存环境,正是因为我们不断听取消费者对品牌和产品的意见,我们的企业才得以持续发展。

“北冰洋”公司的前身可以追溯到1936年的北平制冰厂,曾经,北冰洋汽水在京城可谓风头无两,其冷食、饮料占据北京市场半壁江山,罐头产品远销国外,是北方食品工业龙头企业。北冰洋和百事可乐合资后北冰洋汽水逐渐被雪藏,并在1997年逐渐淡出。

2007年,经过漫长而艰辛的谈判,北冰洋终于被收回,并约定2011年后北冰洋饮料彻底解冻回归。2011年11月北冰洋汽水这一让北京消费者难以忘怀的味道食品正式上市,得到社会各界的鼎力支持和广大市民的关注与青睐,并在创新的厂商合作模式下实现了快速发展。北京的大街小巷、胡同里、报刊亭、餐饮店内到处摆的是北冰洋,这鲜香冰爽的果汁汽水儿已俨然成了北京特产的标志之一。

北京义利食品公司是著名的中华老字号企业,享有“面包王”的美誉。历经百余年经久不衰,其拳头产品“大果子面包”至今仍深受消费者喜爱,这一切源于一代又一代义利人对传统工艺的坚守与传承。“为保持大果子面包味道好、营养健康,‘义利’始终坚持传统的发酵工艺。虽然传统发酵工艺费时、费力、投入大,但是口味好、营养好、更健康,所以我们一直在坚持。”李奇强调,我们不仅在传承老的技术工艺,也要顺应消费新趋势,已研制出元气棒、蜜糖吐司等一系列新产品,现有的包装面包品种已达到几十种,中西糕点二百多种,让老字号企业在新时代焕发

新动能。

“食品安全是近年来国家和行业以及消费者都非常关心、关注、关切的重要话题。”李奇说,食品安全是民生工程、民心工程,对于食品安全治理问题,从长远的角度来说,还是要加强对从业人员的思想教育,提高从业者的道德和良知,同时,企业也要增强对食品安全保障体系的建设。一轻食品集团在食品安全管控过程中投入了大量的人力、物力、财力,单是检测设备方面投资就接近800万,对生产加工、物流运输等环节会不定期、不定时的抽查,尤其是对原料的把控,公司制定了一系列严格标准,不仅要确保原料安全,还要追求绿色、健康、纯真,例如,北冰洋汽水的原材料多是选用万州红桔。新的北冰洋将旧配方中的添加剂全部换成天然成分,努力做到优质的原料,不变的味道。

从传统生产到智能制造,近年来,北京一轻食品集团有限公司在坚守传统的基础上持续改革创新,让老字号在新时代焕发新生机,企业整体呈现高质量发展态势。经过近8年的发展,“北冰洋”已经再次打开了市场。百年品牌产品、国潮网红产品同台共舞,今年夏季,为迎接消费高峰的到来,“北冰洋”继去年推出塑料瓶包装汽水和核花恋蛋白饮料后,今年继续在包装设计 & 新品研发上下功夫。比如,推出造型更具时尚感的Sleek罐装汽水;与北京玉渊潭公园合作推出定制款汽水“小樱”,与景山公园合作推出“牡丹”专版汽水,打造新的IP产品。

李奇指出,一轻食品集团已开始全国布局,向国际化进军,自义利北冰洋(安徽)有限公司正式投产至今,“北冰洋”不仅热销全国,还远销美国、澳大利亚、法国等12个国家和地区。未来北冰洋将借助马鞍山生产基地,打开长江三角洲地区的市场,并准备在川渝地区、珠三角地区投资建设生产基地,满足各地消费者的需求。

“为解决市场营销活动中各链条信息不对称问题,全面提升销售效率,我们组建了专业信息技术开发团队,全力打造以厂商为特色的全供应链数字营销平台。”李奇介绍说,经过半年的努力,完成了以品牌商为中心的、具有自有知识产权的F2J、F2B、F2C全供应链数字营销平台的开发和上线实施,并获得了国家知识产权局颁发的软件著作权证书。

谈到社会责任,李奇表示,为方便百姓生活,从2011年开始,“义利”开始尝试做直营店,并且不断对店面进行升级改造,通过引进肉类食品、蔬菜、生鲜等产品,一改往日以自有产品销售为主的经营理念,产品内容更丰富,消费者采购更便捷。目前在北京已有150家直营店,未来

额均不低于2018年同期总量。

在谈到品牌价值时,李奇认为,品牌是一个企业良性发展的结果,是一个企业的价值呈现,是一个企业的文化符号,是一个企业的性格诠释。不同时期,品牌的内涵有不同时期的表达,企业未来发展不能透支品牌,在发展过程中,企业要知道应该淘汰和创立的产品。要尊重品牌历史、尊重市场规律、尊重消费者需求,从品牌传承和营销角度考量,使我们品牌更加接近、亲近消费者,增加对消费者的洞察能力、理解能力、沟通能力、价值共享能力。

李奇指出,100多年来,义利为民族食品工业和经济发展做出了许多贡献,实现了国内首个巧克力、面包、酥糖工业化,并创新推出果子面包、维生素面包、

威化巧克力、酥糖等一批经典产品,也获得了诸多殊荣:1915年,荣获巴拿马国际博览会金奖;1937年,再获上海国际展览会金奖;1988年,义利被评为“优秀食品老字号”;“义利”牌巧克力、糖果(酸三色、黄油球)、面包被评为“北京市首批名牌产品”,“义利”商标被评为“北京市著名商标”。2006年,义利被商务部评为首批“中华老字号”。义利大果子面包、维生素面包几十年畅销不衰,是国内面包类单品销售第一。公司还先后成立了商业连锁公司、文化发展公司、熟食连锁公司,从各方面发展推广老字号品牌和产品。

一轻食品人就是要用工匠精神打造好百年老字号品牌、维护好百年老字号品牌、传承好百年老字号品牌。



北冰洋生产车间



义利面包生产车间

的目标是:北京地区一至三公里范围内让直营店无缝分布,推动形成“一刻钟社区服务圈”。

同时,一轻食品集团深入原料产地,实地考察,直接采购,与新疆和田县拉斯奎镇、和田县巴格其镇建立了良好的对口扶贫协作地区农业特色产品采购合作关系,共同致力于探索产业帮扶模式。通过采购和田地区生产的优质核桃仁、葡萄干作为大果子面包的主要原料,实现资源互补,促进和田贫困县优势农业资源向规模化发展,提高农产品附加值。据介绍,2018年以来,专项采购核桃仁150吨、葡萄干200吨,合计采购金额560万元。2019年计划采购数量及金

### 李奇简介:

高级职业经理人,现任北京一轻食品集团有限公司总经理、北京市政协委员、北京民建市委委员、北京市老字号协会副会长、曾任北京市丰台区人大常委会委员,十二届全国政协委员,面包国家标准的起草者。曾荣获北京市优秀创业企业家、全国轻工行业劳动模范等称号。

他是“义利”、“北冰洋”两个老字号品牌的带头人,在他的带领下,一轻食品集团近年的产值以高于20%的速度增长,义利北冰洋又重新焕发了活力。在做好主业的同时,一轻食品开始打造商业旗舰店、努力培育文化产业和食品交易服务等新兴产业,使得一轻食品集团朝着科工贸一体化发展。未来北京一轻食品集团还致力于建造智能工厂、绿色工厂、文化工厂,在为首都市民提供放心产品的同时,给市民提供休闲娱乐的舒心场所。