走一线 看企业 主动做好自己的事

北京三元食品：

“金字招牌”如何铸成？

三元食品工作人员正在检测牛奶质量。（资料图片）

每天早晨六七点，一瓶瓶新鲜的三元鲜奶便通过遍布全北京市的300多个奶站，“抵达”70万户家庭、数百万市民的餐桌。目前，三元鲜奶的北京市场占有率已经达到90%。

近日，记者在北京三元食品股份有限公司旗下北京瀛海工业园采访时，亲眼见证了从奶牛养殖、挤奶，到牛奶加工、包装，再到将丰富的产品送上市民餐桌的全流程。

“1949年5月3日，老红军樊士成率队，从西柏坡沿京西骡马古道进京。当时，他们只有5辆马车、3头奶牛。恐怕没有谁能想到，就是这‘5+3’的寒酸‘配置’，最终孕育了今天的北京奶业。经过70年的发展，北京奶业早已发生了翻天覆地的变化。其中，三元成为北京人最熟悉的本地牛奶品牌，号称‘北京人的奶瓶子’。”北京三元食品股份有限公司副董事长、总经理张学庆告诉经济日报记者。

在三元食品生产车间，机械臂正在自动装箱。（资料图片）

加强管控 确保品质

“品质为先”是三元食品的初心。为此，三元食品专门构建了完善的食品安全风险监测系统。他们在国家标准规定的检测项目基础上积极探索新方法，开展了近5000项风险监测；充分利用产业链数据分析，确定关键控制点，严控食品安全。在生产设备升级换代的同时，他们始终对生产过程严格把关，比如对生产现场严格监督检查，工艺员要负责跟踪生产，等等。同时，严格一线员工操作规程，完善各项制度操作，坚持产品留样制、生产产品“品尝制”，以多维度、多方面、多层次的保障全面加强食品安全管控，为消费者提供安全、营养、健康的产品。

要确保产品品质，奶源是关键。“好牛才能出好奶。这一方面需要依靠育种，另一方面也得靠饲养。”三元食品相关负责人告诉记者，三元坚持走自控牧场的道路，通过饲料源头质检、疫病严格防控、精准饲喂的现代化管理模式，确保奶牛健康。目前，位于北京延庆的三元奶牛中心通过分子育种和大数据优选等，已经实现母牛年均单产量居全国首位的好成绩。

坚持创新 新品迭出

科技创新是三元食品高质量发展的核心动力。

近年来，随着行业科技创新能力的整体提高，我国乳业转型升级步伐明显加快。三元食品也是如此。不过，三元食品有个特别的优势，那就是可以依托其母公司——首农食品集团的全产业链优势，为创新发展提供“加速度”。

资料显示，目前首农食品集团已经建立起全国最大的奶牛基因库，成立了国家级奶牛胚胎工程技术研究中心，自主创建了世界一流水平的奶牛良种繁育体系，建立起全国首个奶牛育种自主创新联盟。在奶牛养殖方面，首农不仅自主创建了国内首个EDTM现代奶牛饲养管理体系，还利用基因筛选技术组建了国内首家A2奶牛专属牧场。

在位于河北定州的首农现代循环农业科技示范园，记者看到，转盘式挤奶机正在快速自动挤奶、制冷，既可大幅提高效率，还能节约大量人力；全自动立体库房由条形码识别系统、搬运机器人、码垛机械车、自动运行小车等组成，不仅能够减轻劳动强度，还能大大提高仓储效率。

2014年，三元食品正式筹建“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”，首次对我国母乳中的500多种功能成分定量。该数据库也因此被称为迄今为止最完善的“中国人母乳成分数据库”。

在三元食品的展厅内，新产品琳琅满目。其中，三元衡安堂166酸奶是三元食品最新推出的高科技优效酸奶产品。该产品由国家母婴乳品健康工程技术研究中心携西班牙、意大利专业机构创新研发。凭借独创的“1+6+6精研复合配方”，该产品对调节肠道菌群、恢复肠道健康有良好的辅助功能，因此一上市便受到消费者欢迎。

布局海外 开放合作

在苦练内功的同时，三元食品还积极谋划国际合作，并先后收购了加拿大百年乳企阿瓦隆、法国圣修伯特等企业。如今，阿瓦隆有机鲜奶已经上市，圣修伯特也在上海建立了子公司，产品已进入精研和包装设计阶段。另据了解，三元食品收购的北京艾莱发喜公司在新西兰投资建设的工厂进展顺利，旗下八喜冰淇淋品牌连续3年实现收入利润大幅增长，已成为国内高端冰淇淋领域领先品牌。

“作为有着70年悠久历史的乳企品牌，三元食品多次成为中国和北京市重大政治、经济、文化活动的乳制品供应商，承担着重要的服务供应保障任务。”张学庆说，随着首都“四个中心”功能定位的明确，首农食品集团和三元食品又主动作为，投资近20亿元先后在河北等地建立了多家牧场，并在河北新乐市建立起河北三元工业园，为疏解北京非首都功能和京津冀一体化发展承担社会责任。

统计显示，目前，三元食品拥有全资和控股子公司16家，在全球拥有17个生产加工基地，日处理鲜奶超2000吨，销售网络覆盖全国。

前不久，三元食品公布了亮眼的2019年半年度财务报告，实现营业收入41.73亿元，同比增长9.97%；净利润1.84亿元，同比增长47.32%。

位于北京通州的中以牧场。（资料图片）

位于北京草桥社区的“京工1961”店。 本报记者 李佳霖摄

7月1日，J-PARK京工时尚创新园正式开园。（资料图片）

京工集团：

便民与时尚齐飞

记者来到“京工1961”——京工服装集团草桥社区店的时候，工作人员正在为前来改衣裤的客人量尺寸。

“我已经改了好几次了。最近减肥效果不错，打算把原来的衣服改改，这可比买新衣服省不少钱呢！”家住北京草桥欣园小区的王玉玲告诉记者，在家门口的社区店改衣服，质量好、服务好，价格也合适，附近的居民都喜欢来这儿。

据京工集团相关负责人介绍，位于草桥的这家“京工1961”店面，是京工集团于两年前开设的首家社区店。目前，京工集团已在亚运村、世纪城、中关村等区域开设了6家便民“裁缝铺”。

“我们计划未来3年至5年内在北京开设20家。”这位负责人表示。

“京工1961”的名字寓意集团成立时间。1961年，京工集团的前身北京市服装鞋帽工业公司成立。目前，京工集团隶属于北京时尚控股公司，是其旗下六大集团之一。

“改衣利薄，但能更好地服务社区居民。”“京工1961”草桥社区店工作人员说，店面可以提供修衣改衣、服装订制、旧衣改造、羽绒服翻新、窗帘加工订制等60多项服务，价格均不高于市场价。例如，西裤改腰只要80元，裤子改短只要15元。

记者在价目表上看到，该店的服务内容不仅包括熨烫、改短、收放腰等“小活儿”，也有换“里子”这样的复杂项目，各类服务价格基本都在几十元左右。

“‘市民有需求，国企有担当’，作为首都国企，我们把便民服务作为社区店经营的核心内容。”京工集团党委书记、董事长李耀东表示，京工集团在产业转型过程中将目光投向了社区服务，通过在社区开设连锁店铺为市民服务，努力打造“京工1961”社区服务品牌。

“京工1961”在每家店铺都设有专门的修衣改衣区，配备平缝机、包缝机、烫衣台等专业缝纫设备，由拥有10年以上制衣经验的技师驻店。同时，社区店还尽可能多地提供便民增值服务，比如配备针线盒、雨伞、充电器、急救箱、图书等便民用品。

李耀东透露，待社区店开设数量达到一定规模时，京工集团将按照“零售+服务+互联网”社区服务模式，增加社区店线上服务，用户通过手机就能下单。

9月3日至9月10日，由北京时尚控股公司主办的2019北京时装周成功举办。“京工时尚创新园”作为北京时尚文化高地，成为这场时尚文化盛宴的举办地之一。

李耀东告诉记者，在产业转型过程中，京工集团主动融入全国文化中心建设，把发展文化创意产业作为未来工作重点之一。目前，占地面积2000平方米的京工时尚创新园已经开园。

“我们将着力打造一个有特色，专注于时尚创意产业，具有孵化能力的文化创意产业园。”李耀东说。

据介绍，园区主要功能为服务和孵化，即通过研发中心、时尚面辅料馆、LOFT工作室、T台秀场、艺术长廊、教育培训、公共服务配套、网红工作室8大场景服务时尚创意产业，特别是为入驻园区的服装品牌、设计师提供全产业链孵化服务。此外，作为北京时装周的分会场，有3场时装走秀活动在这里闪亮登场。

李耀东告诉记者，完全开放式的京工时尚创新园不仅致力于培养优秀的本土设计师，打造自主时尚设计品牌，还将以此带动京工集团的主业发展。同时，作为北京服装学院、北京联合大学商务学院、北方工业大学建筑与艺术学院等高校的校企合作基地，京工时尚创新园采取多项举措鼓励大学生创新创业。如今，“好学生”品牌已经在园区建立了工作室。

“未来，挖掘并复制可推广的产业模式将是京工集团发展文化创意产业的重要途径。”李耀东说。

本版撰文 李佳霖 本版编辑 韩 叙 秦文竹 美 编 高 妍