

責任編輯：歐展翹 美術編輯：梁國明

# 盛世華人

## 大公报 世界傑出華人專版



李錦記第三及第四代家族成員

# 開拓民族企業新天地

# 歷煉百年



▼李錦記集團主席李文達（左）接受第九屆全國政協副主席王文元頒發「中國烹飪協會特別貢獻獎」

最近，李錦記的電視廣告重現熒幕，清新的畫面配以現代而輕快的演繹，令人眼前一亮；悅耳的旋律伴着琅琅上口的歌詞，頓時喚起許多香港人對蠔油色香味美的集體回憶。

雷曼倒閉，股市跌宕，金融海嘯席捲全球，在這風雨飄搖的大氣候中，李錦記安然度過了創業120周年。靠發明蠔油起家，從一間零售小店發展成銷售網絡遍布全球超過100個國家的醬料品牌，李錦記集團主席李文達在接受大公報2008世界傑出華人專訪時，與本報記者分享了這個百年品牌承傳的秘訣。

李文達說：「『思利及人、永遠創業』的企業理念就是推動集團開拓新里程的原動力。」這個座右銘帶領李錦記走過120個年頭，期間雖然經歷過無數風浪，但公司一直恪守將家族企業持續發展成爲中華民族企業典範的理想，堅持執行100-1=0的管理模式，無論在產品、包裝、市場及管理理念上均要求不斷創新，終使李錦記發展成爲家喻戶曉的醬料王國和中華民族品牌。

說到在逆境中突圍，在競爭異常激烈的市場中脫穎而出，李文達表示關鍵在於保持自己獨有的經營模式和不斷提高競爭力。他說：「競爭對手實行的是理化管理，在品質上只求達標。但李錦記採用的是獨一無二的100-1=0的品質管理模式，稱爲垂直整合生產程序；採用原料從農田到成品一體化的食品安全管理鏈，一站式確保產品達到最高的安全可靠標準。我們對產品的要求不僅是達標，而是要超越標準，創造品質的新層面。這樣，我們的品牌定位不僅是優質，而是卓越，也是對消費者的最佳保障。」由於一向以品質超卓見稱，李錦記被委任爲

2008北京奧運會的奧運餐飲供應企業，爲來自世界各地的運動員提供安全可靠的美味醬料。

近期出現的一連串食品安全問題，多由生產過程的監控失誤或原料供應鏈肇事所引起，加上傳媒沸沸揚揚的渲染，令許多蜚聲國際的大品牌經年建立的聲譽頃刻間毀於一旦。不是嗎？過往有無數的例子告訴我們，不管你的字號有多老，斥資了多少鉅款來賣廣告做宣傳，只要在品質或經營上稍有差池，就會使品牌和商譽蒙羞，甚至會對企業造成無可挽救的局面。走筆至此，不禁對李錦記推行的100-1=0的品質管理模式肅然起敬。皆因100-1=0的最高持戒，就是以先知先覺、絕對無誤爲原則，再配以獨有的垂直整合生產程序，確保品質管理做到100分，不容許重蹈前人之覆轍；這才是竭力保護百年品牌的最高經營智慧。

次按及雷曼事件所觸發的全球金融危機，正好說明衍生工具銷售網引起的連鎖效應，同時也反映了金融市場監管的漏洞，假如雷曼和金融機構的監管者當天能仿效李錦記垂直整合加100-1=0的智慧，當可避免今天這場世紀之災。

前面提到要在競爭激烈的市場中跑贏對手，李文達的心得是：目標明確一致，還得懂得居安思危，不斷提高競爭力。他說：「一個企業要持續發展，一定要有一個核心目標和願景，然後大家一起朝着目標努力，只要心一致、行動一致，一定能做得到。」另外，他特別強調居安思危、未雨綢繆的重要，這也是李錦記逾一個世紀經歷多次國際經濟危機，業務依然穩健上揚、屹立不倒的關鍵。



▲李錦記集團主席李文達介紹美國全新包裝熊貓牌系列產品  
▶李錦記集團主席李文達分享品牌百年承傳的秘訣  
◀李錦記採用獨一無二的垂直整合生產程序，讓品牌成爲消費者品質與信心的保證



▲李錦記三十至七十年代位於中環大道中262號的辦事處



▲李文達獲著名的百森商學院頒發「傑出企業家學院獎」

▼李錦記於廣東新會的廠房佔地一千三百畝

