

以人为本：马家麦坊的成功秘诀

文 / 夏梦帆



马家麦坊旗舰店

从江米条、月饼到馍片，再到面包，马家麦坊始终以健康为核心，对产品进行更新换代，不断研发新产品以适应消费者的需求。在一系列创新的背后，是“企业一家人”的管理理念。

以健康引领品类创新

马家麦坊成立于2004年，位于河北省石家庄市栾城区，前身是1993年创办的建刚食品。经过二十余年的发展，马家麦坊现已发展成为一家集专用小麦种植、糕点研发、生产、销售为一体的综合性省级农业产业化重点龙头企业。主要产品包括面包、馍片两大系列，80多个规格品种，产品畅销河北、河南、山东、四川、甘肃、广东、内蒙古等20多个省、市、自治区。

1988年，马家麦坊创始人马建刚初中毕业后跟

随舅舅进入食品批发行业学习食品生产、销售方面的知识，6年的学习奠定了日后创业的基础。1993年，马建刚开始自主创业，创办建刚食品厂，主要生产江米条、月饼等糕点类食品。随着时间的推移，建刚食品厂的江米条逐渐在河北小有名气，成功打造了老北京江米条这一品牌。

二十一世纪初，人们的生活质量逐渐提高，对食品的要求不再只是果腹，更追求营养健康。2007年，马家麦坊开始摸索馍片的生产。“在北方，小麦是主粮，种植广泛，生产不受原材料的限制，而且馍片是地域性的消费品，当地人对馍片的接受程度较高。”马建刚说，“更关键的是，馍片健康，低油脂、低糖、非油炸，更加符合消费者的需求。”



馍片生产车间

2010年，马家麦坊开始研发面包，同样主打健康。马家麦坊的面包采用植物忽布制成发酵水，成品面包除了具有忽布特有的香气以外，忽布产生的酸性物质也能抑制霉菌的生长，从而延长面包的保



馍片烘烤

质期，减少其他添加剂的使用。在原材料的使用上，马家麦坊使用日本进口的高端油脂产品，通过大批量采购降低成本单价。



面包生产车间

马家麦坊的研发中心常驻科研人员 10 余名，并聘请河北科技大学、河北省科学院等大院校及科研机构人员担任研发中心的技术顾问。在“优质、创新、健康、时尚”生产理念的引领下，马家麦坊始终以消费者的健康为核心，对产品进行更新换代，淘汰营养价值低的品类，不断研发新产品以适应消费者的需求。

“企业一家人”的管理理念

积极、稳定的员工队伍是企业发展的基石，健康、良好的企业文化是公司长期稳健发展的灵魂和精神支柱。“不管是原料供应商、经销商还是员工，我们始终用‘企业一家人’的理念进行管理。”马建刚强调，人是公司的核心资产，通过“家”文化，营造公司平等、民主、团结、和谐的氛围。

马建刚指出，如果员工的思想不稳定、家庭不稳定，在生产中就非常容易出问题。食品企业是良心企业，也是高危企业，非常历练人性。没有人性难以成就匠心。

“我们注重对员工的关怀。食品企业的人员需求受节日影响波动较大，‘双节’期间订单量大，人员需求随之增多，但我们尽量维持员工的数量，保证他们工作的稳定性。”据了解，去年一整年，马家麦坊仅有 4 人离职。

马建刚强调，“企业一家人”的理念可以将个人的奋斗目标统一到企业所确定的总体目标上来，将个人的事业心化为具体的奋斗目标和行为准则，为企业的共同奋斗目标而努力。只有企业行为、领导行为、员工行为三者实现思想和行动上的统一，才能提高组织效能。协调与团结促使企业在运营中不断学习、创新，提高竞争力。企业的发展又使员工与员工之间、员工与企业之间变得更加融洽、和谐。

“无论是产品创新还是员工问题，关键都在于‘人’。要关注消费者，关注销售者，关注生产者。只有抓住核心，才能让企业走得更稳定、更长远。”马建刚说。■



马家麦坊产品