

开放的大门越开越大①

1979年，《中外合资经营企业法》颁布；1980年5月1日，第一家中外合资企业北京航食成立——

“001号”合资企业，难忘的“新鲜空气”

本报记者 李 婕

今年是改革开放40年。40年来，中国成功实现从封闭半封闭到全方位开放的伟大变革。从第一家合资企业到第一家外商独资企业，从经济特区、首批开放城市到自贸区，从大规模“引进来”到大踏步“走出去”，从加入世界贸易组织到共建“一带一路”，中国对外开放的大门越开越大。

从今天起，本报推出系列报道“开放的大门越开越大”，回顾改革开放40年来那些重要的开放节点，聚焦对外开放的不懈探索和宝贵经验。对外开放是富民强国之路，也是合作共赢之路。坚持对外开放的基本国策，中国的发展道路必将越走越宽阔。

——编者



1980年，付燕君19岁，刚从北京市服务学校烹饪专业毕业。38年过去了，他还清楚地记得刚到北京航空食品有限公司报到的场景，连同眼前崭新一切带来的经久不息的震撼。

那仿佛是一扇新世界的大门。付燕君一头撞开了自己的职业生涯，而中国企业则第一次尝到来自外部的“新鲜空气”。

1980年5月1日，含着中外合资企业“001号”的“金钥匙”，中国第一家中外合资企业——北京航空食品有限公司诞生了。

38年，迎着改革开放春风而生，顺着时代发展潮流而进。他们的故事，也是改革和开放的注脚。

从“食堂”到现代化航食企业
——“生产车间里飘散着奶油和面包的香味，当时觉得真是香啊”

“当时觉得荣耀啊！”直到今天，付燕君仍然清楚地记得在第一家合资企业工作的自豪感和那种耳目一新的感受。“真是开了眼界。”他说。

作为第一家中外合资企业，北京航食有许许多多的创新和由内而外的不一样。而作为初涉职场的19岁青年，付燕君最直接的感受是“一水儿没见过的先进设备”。

上世纪80年代，厨房用火靠烧煤，平房里没有冷热水管，案板是木头的，更没有洗涤剂这样的清洁洗涤剂。但付燕君发现，在北京航食的工作间里，用的都是电煎锅、蒸汽汤锅这样的电器设备，冷热水管兼备，案台厨具都是不锈钢的。“连食材啥的包装都是进口的，以前哪有会见过！”他说。

改革开放提供了这样的机会。

1979年7月1日，《中外合资经营企业法》通过。中国对外开放迈出关键一步。

政策打开了机遇的空间。在当时，航空食品企业在大陆还是新鲜事物。香港人伍洁德、伍淑清父女怀着爱国热忱，带团队来到大陆，和有关部门接洽开办合资航空食品企业。几经沟通，1980年5月1日，中外合资企业“001号”——北京航空食品有限公司在北京挂牌成立。投资双方分别为：中国民航北京管理局，出资300万元，占股51%；香港伍洁德先生为代表的中国航空食品有限公司，出资288万元，占股49%。

在北京航食党委副书记李达晔看来，这让北京航食（前身）开始从“食堂做饭的”转向“现代化的航空食品企业”。中国民航也结束了没有配餐公司的历史。

李达晔也是80年代来到北京航食工作的。那个时候，西式糕点还是市场上的稀罕物。所以，对他而言，合资的北京航食带来的最初体验和嗅觉密切相关。

“生产车间里飘散着奶油和面包的香味，这是以前餐厅里没有过的，当时觉得真是香啊。”他说，后来，“香味”渐渐地飘散出来，市场上也出现了越来越多西式糕点和面包房。

“飘散出墙的清香”也好似一个隐喻。随着以北京航食为代表的第一批中外合资企业成立，越来越多外商进入中国市场。1986、1995年中国分别有了外商独资企业、中外合作经营企业，中外企业之间的交流合作日渐繁盛。

38年一直盈利
——企业机制新、技术标准新，合资为传统企业注入新活力

开风气之先是毫无疑问的。但北京航食



图①为1980年5月，北京航食成立仪式上，与会人员合影。
图②为1980年北京航食成立初期的配餐楼。
图③为北京航食成立之初的配餐间。



图④为生产部冷房摆餐。
图⑤为蟹钳鱼子海鲜。
图⑥为北京航食三期配餐楼全景。



日后的经营成绩，仍然超出预期。

合资之后，北京航食一方面加大餐食种类研发，中西兼顾，满足中外旅客的需要。到1987年，餐食种类达600余种，西餐占45%以上。另一方面在餐食质量、品种和卫生标准上迅速与国际接轨，改进餐食、饮料和用品的外观包装。生产业务量随之快速增长。成立合资公司8个月以后，日配餐量就翻了一番。

“北京航食从成立的那一天就没有亏损过，一直是盈利的。”曾经在财务部门工作的李达晔对记者说。

这样的转变并不容易。在合资前的1979年，北京航食只是民航北京管理局运输服务部一个手工作坊式的配餐供应室，员工三十几名，日配餐量仅600多份。

今天回过头来看，中翼公司党委书记兼北京航食总经理布赫说，“合资的北京航食至少有两新，一是机制新；二是技术标准新”。这也是随后许多来华外商外资带给中国本土的启示。

机制新。在合资过程中，北京航食实行“董事会+总经理”的治理模式。在企业管理上，1996年，北京航食率先与职工签订用工合同；1999年，又在民航行业内率先建立起严格规范的全面预算管理制度。

技术标准新。1980年和1981年，汉莎航空公司曾两次对北京航食的餐食和用水等12个项目进行抽查化验，均给予了北京航食“卫生标准高”的肯定。

不过，正如后来许多外资在华经营成功都离不开中国市场的土壤和环境一样，北京航食快速发展的背后还有两条线索。

一是中国民航业的发展。1980年，中国民航全年旅客运输量仅343万人，到2017年，旅客运输量是5.49亿人次。快速增长的航空旅客量意味着巨大的市场需求。

二是中国餐饮业的发展。从1978年到2017年，中国餐饮业从业人数从100万增长到3000万，全国餐饮营收从54.8亿元增长到近4万亿元。而且，快速扩大的市场规模背后，对品质的要求也日益提升。“以前大家吃饱就行了，现在还要吃好，要吃得营养健康，对我们航空餐食也是机遇。”北京航食研发总厨刘江说。

到今天，北京航食有员工近3000名，日均配餐量超10万份，每日配餐航班超500架次。为德国汉莎、阿联酋、美联航、日航等30余家外国航空公司以及国航、东航、南航等多家国内航空公司提供机上配餐服务。2018年1-7月，销售收入超过7亿元。

“合资是非常成功的。既开创中国企业的先河，也受益于国家政策，北京航食是在改革开放的春风中成长壮大的。”李达晔说。

“001号”要做“百年老号”
——“001号”还要继续做产业模式的开创者和行业标准的参与制订者，做中华餐饮文化的全球传播者

如果说“001号”是历史的荣耀，那么它在38年后的今天还意味着什么？

意味着更大的期待和责任。“‘001号’也是我们背负的行业使命。”布赫说，在变化的市场环境下，北京航食还要继续争当产业模式的开创者和行业标准的参与制订者。

38年，北京航食深刻感受到“变化”二字。

实力的巨大变化。今天，北京航食已经

拥有一支被称为“联合国军”的厨师队伍，成员来自瑞士、日本、新加坡、巴基斯坦等多个国家；在生产车间，原材料早已实现“买全球”，澳大利亚的鲍鱼，挪威的三文鱼、意大利的奶酪等不一而足。“国家强大了，企业发展了。”付燕君说，北京航食发展越来越好，虽然还有不足的地方，不过是能靠自己的力量“再上一层楼”。经历了最初的快速学习，北京航食到了要依靠内生动力更进一步的时候。

市场竞争的变化。一方面，航空配餐公司早已不是独此一家；另一方面，虽然只是复杂航空系统中的一个微小环节，但是大家对餐食的感知明显，要求也高。“不像以前，现在大家见得多了，要求更精细了，菜品研发的难度也越来越高了。”刘江说。

顺应这些变化，北京航食也在不断变革。北京航食正在谋划从生产制造转向服务制造，实现从餐食设计到制作和供应商管理的全链条服务；正在参与航空食品行业安全规则、应急管理规则等方面的制订……

除此之外，“001号”还有自己的梦想——让富有民族特色的航空食品为世界人民服务。

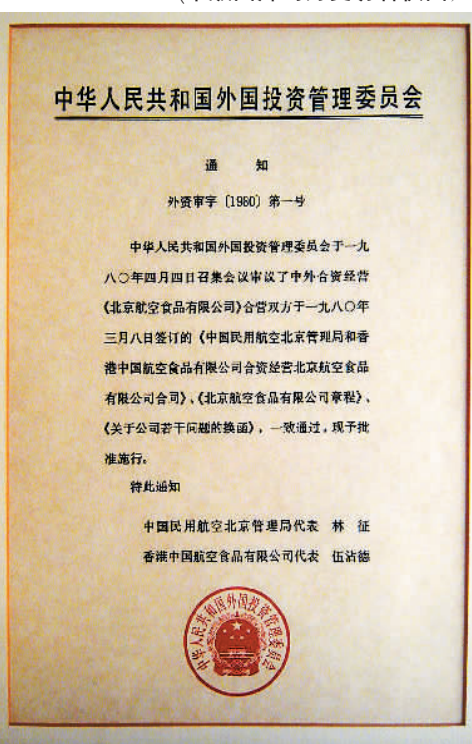
“餐食借着航空飞到五大洲，也是中华餐饮文化的传播者。”布赫说，他们正在考虑在飞机上做更多中华饮食文化的呈现。8月份即将飞往意大利的航班上，会有一碗热腾腾的来自中国的粥。

对于“001号”的延续和发展，北京航食看得清楚。“不是所有的店都能轻易成为百年老字号。”布赫说，或许不同的企业有不同的生命周期，但是我们要有所作为，要在实践中接受检验。

今年，付燕君57岁，是北京航食行政总厨。体验过北京航食一二三期越来越大的厂房；经历过配餐量从几百份到上十万份的增长；如今，他就琢磨着怎么应对航空公司和旅客越来越个性化、多元化的需求。

“001号”的发展、改革开放的巨变，对他而言，不断印证着入职时心头的期待——“肯定有发展前途！”

下图为第一家中外合资企业——北京航空食品有限公司的批复通知，具有历史意义的外资审字（1980）第一号。



开放带来巨变

李 婕

全国新设外商投资企业近3万家，6月当月，新设立外商投资企业5565家，这也意味着平均每天有超过150家外商投资企业落户中国。改革开放带来的机遇，企业用行动珍惜。

如果要问为什么能？则因为改革开放本身在深化；中国市场机遇在绽放；各类市场主体在携手奋进。

改革开放不断深化。从第一家中外合资企业成立起，中国引资政策不断完善，

外资企业已成为中国经济的一个重要组成部分。在进出口方面，外资企业进出口接近全国进出口总额的50%；在工业产值方面接近全国的25%；在就业方面提供了约10%的就业。新一轮对外开放，从注册审批流程简化到企业事项服务优化，中国以“放管服”改革等不断改善营商环境。改革在深化，开放在扩大。

中国市场机遇绽放。随着经济总量的增长，人均可支配收入的增加和居民消费

能力的提高，一个拥有近14亿人的消费市场正在不断释放着新的消费动能。此外，中国还有4亿人左右且快速增长的中等收入群体，消费升级主导着消费市场的新方向。对内深化改革，对外扩大开放，中国魅力无穷。不久之后，中国就要举办首届中国国际进口博览会，中国市场的机遇前所未有。

各类主体共同奋进。从可口可乐、肯德基、宝洁公司到大众汽车、通用电气、

IBM、摩托罗拉，这些较早进入中国的企业让许多国人第一次感受到了来自世界的商品和服务；也让许多中国企业有了学习和发展的方向。从中外合资经营企业到中外合作经营企业，各类合作和竞争方式让中外商之间互相学习，共同受益。正是在不同市场主体的共同奋进下，才有了行业的发展壮大，才有了源源不断的前进动力。

“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大。”过去，正是改革开放创造了神奇；未来，更要依靠改革开放继续书写伟大。



回溯改革开放40年，来华外商投资是一个很好的观察点。回到当初的“起跑线”上，更能直观感受对外开放的神奇力量。

看个体，它带来的是变革式的发展。就以“三资”企业（中外合资企业、外商独资企业、中外合作经营企业）中最早的中外合资企业“001号”为例，北京航食走过了快速发展的38年。从日配餐量几百份到超十万份；从“手工作坊”到现代化食品企业。中外交流互动带来的巨变，企业知道。

看群体，它发挥的是春风化雨般的效应。今天已经很难想象，在开放初期，中外合资合作需要多少勇气和魄力，但是时隔40年，我们看到外资企业像“雨后春笋”一般在中国生根发芽。今年上半年，