

当前,我市正处在打造世界级旅游城市实现提升突破、推进经济高质量发展攻坚转型的关键阶段。滴水滔滔滋养一方沃土,一代代桂林企业家扎根山水之间,或坚守实业数十载,或携技返乡归故里,或攻坚科创破瓶颈。他们,以家国为念、以实业为本、以乡土为根、以创新为翼、以担当为责,生动诠释着新时代桂商的精神特质。

即日起,本报推出“情系滴水 扎根桂林”新时代企业家人物系列报道。记者走近数十名本土企业家,以细腻笔触记录创业故事,用真实镜头定格实干风采,全方位展现桂林企业家勇毅前行的精神风貌。以此营造尊重企业家、关爱企业家、支持实体经济发展的浓厚氛围,凝聚政企同心、携手奋进,全力推动桂林经济社会高质量发展的磅礴力量。

一粒燕麦的坚守 淬炼初心与格局

——访桂林西麦食品集团董事长谢庆奎

“时常有人问我,支撑西麦走过30多年的力量是什么?我的答案是:信仰!是对善意与诚信的信仰,是对勤奋精神的信仰。”

“我一生中最自豪的两件事:一是我选择深耕燕麦健康食品普利众生的事业;二是拒绝外资收购,守住西麦这个民族品牌。”

——今年6月底,在江苏举办的“新质企业家2026全球发展年会”上,75岁的西麦食品集团创始人、董事长谢庆奎在发言中感慨良多,他把自己半生创业浮沉与人生感悟浓缩为三个词:小我、大我、无我。三重境界,道出一位企业家的初心与格局。

7月30日,记者在位于桂林七星区的西麦集团总部大楼见到谢庆奎。眼前的他,完全看不出已是75岁的年纪。言谈举止间,满是岁月沉淀的沉稳通透和发自内心的笃定从容。

1994年在桂林创立“西麦”品牌、2001年成立公司、2019年在深交所A股挂牌上市成为“中国燕麦第一股”、2025年公司营业收入达22.4亿元……三十二载风雨淬炼,西麦从一个默默无闻的品牌破局成长,一步步跻身“中国第一燕麦谷物品牌”“全球第一的中国燕麦谷物品牌”。从桂林起步,到走向全国、享誉全球,西麦的逆势突围,正是桂林实体经济提质升级、突围崛起的生动范本。

一粒寻常燕麦,何以撑起中国本土燕麦品牌?答案就写在谢庆奎的创业故事里,更藏在他“小我”“大我”“无我”的人生格局之中。

“小我”立身

缘定桂林寻实业微光

“我们当初选择桂林,创立西麦品牌,正是看中这里名扬中外的山水风光,这是一片得天独厚的宝地。”采访中,说起与桂林的缘分,谢庆奎欣然道。

谢庆奎的家乡在广西贺州,是一名

地道客家人。“客家人以重教育、重家庭,敢闯敢干、不服输著称,我是在这样的环境和氛围下成长的。”他这样聊起骨子里的“奋斗基因”。

1958年,年仅7岁的谢庆奎遭遇家庭变故,一家人的生活举步维艰。年少的他早早扛起家庭重担,8岁下地劳作、挑水,16岁初中毕业便踏入社会,扛起全家生计。他干过赤脚牙医,开过牙科诊所、照相馆、运输公司、蜜果厂,直到43岁那年与桂林这座美丽的城市相遇。1994年,“西麦”品牌成功在桂林注册,并扎根这片山水之地。彼时国内大健康产业尚处于萌芽阶段,市场机遇与行业风险并存,西麦的创业之路从起步之初便充满挑战。

在谢庆奎看来,真正淬炼他人生的,是1995年那场保健品行业危机。那一年,谢庆奎身负2300多万元的债务,企业濒临破产,连生病住院都不敢让家人和员工知道。在那段时间里,有人劝谢庆奎把公司卖掉,但在他眼里,西麦就像是他悉心培育的孩子,怎能轻易放弃?后来,他采纳儿子的建议采取直营模式。于是,公司迅速砍掉全国五分之四的市场,在广西招聘下岗女工,在桂林打造“商嫂直营”模式,开创直营模式先河。

2000年,谢庆奎终于还清了银行的债务,企业逐步走出低谷,再次轻松启程。从2004年起,西麦发展走向正轨,开始了全产业链构建征程。经过20多年的努力,通过整合上下游资源,如今,西麦已经形成了“从田间到餐桌”完整的产业链闭环,生产基地从广西延伸至河北、江苏等地,还在澳大利亚布局了专属农场。

“绝境从不是终点,而是自我重塑的起点。”谢庆奎笃定认为,做企业从来不是光靠运气,只有在绝境中守住本心的定力,才能穿越风雨,走得更远。

“大我”立业

以家国情怀守民族品牌

“我一生中最自豪的两件事:深耕燕麦普利众生、守住属于中国的民族品牌。”谢庆奎在多个公开场合这样说,话语间充满自信。

当西麦燕麦的市场份额持续攀升、稳居国内燕麦行业首

位,成为家喻户晓的国民健康品牌时,亮眼的发展成绩引来国际巨头的关注。

2008年,一家拥有百年历史的美国食品巨头出价2亿元欲全资收购西麦;2010年,创立于1897年、历经五代家族传承的美国标杆企业携9亿元优厚条件谋求控股。彼时谢庆奎已是花甲之年,很多人劝他,为什么不放下一切享受人生?又一次,谢庆奎面临选择。

一边是唾手可得的巨额财富、安逸顺遂的晚年生活,一边是深耕半生的实业、风雨同舟的员工、悉心呵护的民族品牌。谢庆奎思索许久,最终明晰了自己的思路:财富皆是浮华,事业承载责任。一旦品牌易主,追随多年的员工将前路未卜,深耕本土的中国燕麦民族品牌或将陨落。

于是,谢庆奎毅然拒绝外资控股。最终,美国百年企业打破其全球并购惯例,首次以小股东身份与西麦合作,创造了其全球合作史上的特例。而在2016年西麦筹备上市关键期,对方再度出价12亿元谋求控股权,面对巨大利益诱惑,谢庆奎初心不改,再次断然回绝。2019年,西麦成功上市,成了“中国燕麦第一股”。

在谢庆奎心中,西麦从来不是可以议价变现的资产,而是倾注半生心血的事业,是需要用心守护的“孩子”。多年来,在谢庆奎的带领下,西麦坚持“诚信、创新、毅力、务实”的企业精神,致力于将燕麦打造成为像牛奶一样家喻户晓的健康产品。

不仅如此,西麦还始终秉持企地共生、员工共荣的发展理念,深耕乡土、反哺本土。企业上市后,148名员工共享原始股红利,公司持续推出多期股权激励政策,让每一位奋斗者共享企业发展成果。

“无我”传承

用心浇铸百年长青基业

如今,已过古稀之年的谢庆奎依然忙碌,虽然不再负责具体经营,但他作为“西麦大家长”,始终放不下企业的各项事宜。“工作即是事业养生,活到老、学到老、干到老。”他说,“不是因为我不愿意退休,而是因为我希望西麦能够走得更远。”谢庆

奎总是和员工们说:“做企业就像养孩子一样,从一开始就要持之以恒倾注心血、精心培育。”

相较于规模扩张,谢庆奎更执着于企业精神传承与百年基业长青。如今,他逐步退出一线经营管理,聚焦三大核心使命:坚守企业长期战略方向、搭建完善的人才梯队、守护传承企业向善务实的文化根脉,为企业永续发展筑牢根基。在他看来,唯有不问血缘、以德才为先的传承机制,西麦才有机会跨越周期,成为百年长青基业。

“只守‘小我’,遇风浪便会溃不成军;心怀‘大我’,方能抗住低谷和诱惑;抵达‘无我’,才能拥有生生不息的前行力量,何为无我?不再执着企业规模、个人名望,财富得失。”——这是谢庆奎对自己人生经历的精辟总结。

深耕桂林三十余载,谢庆奎是桂林营商环境持续优化、实体经济提质增效的亲历者、受益者,更是积极推动者。这些年,他见证了桂林不断完善产业生态、升级政务服务、厚植实业发展沃土,包容开放的城市底蕴、持续向好的营商环境,为西麦从小到大、从弱到强的跨越式发展提供了坚实支撑。

特别是近年来,在桂林全力建设世界级旅游城市、推动经济社会高质量发展的进程中,大健康产业与文旅产业深度融合、潜力巨大,企业扎根于此、深耕主业,既是时代机遇,更是使命担当。

在谢庆奎看来,时代浪潮是倒逼企业经营者持续进化的契机,他希望所有新时代的企业家,都能在时代变革中不断打破自我局限,放下小我、扛起大我、奔赴无我,坚守实业初心,以新认知、新格局、新担当,做强中国本土产业,践行实业报国的使命。

从桂林起步,以一粒燕麦生根,三十二载时光淬炼,西麦的成长突围并不是偶然,而是一场始于初心、成于格局、忠于信仰的长期奔赴。

一粒燕麦虽微,承载的是深耕实业的赤诚;岁月征途虽远,不变的是普利众生的初心。谢庆奎表示,未来,西麦将继续扎根桂林,坚守实业初心、在国民大健康的赛道上步履不停、向阳而行。

记者张苑



←谢庆奎(受访者供图)

→位于桂林七星区的西麦食品集团总部。
记者张苑 摄