

财经·食安山东特别行动

每根火腿都可查“前世今生”

得利斯为推低温安全肉,产品销毁率曾高达百分之十几

文/片 王赞



食安山东 特别行动

主办:省食安办 齐鲁晚报
有奖举报电话:96706

在胶东半岛中南部,有一个村庄因一家企业而更名,这家企业是山东第100家上市公司山东得利斯食品股份有限公司。就是它,悄悄改变着人们吃肉的习惯和对于肉的认识。

上世纪80年代,高温肉制品盛行市场的时候,得利斯将能保留更多营养成分的低温猪肉制品第一次介绍给国人,尝试的代价巨大,产品销毁比例曾高达百分之十几。从低温猪肉制品到冷却肉,再到当下得利斯发力的发酵火腿,每一次都走在市场之前,而得利斯也为引导提升消费者的认识付了高昂的“培训费”。



得利斯集团总经理于瑞波介绍得利斯全程追溯系统。

>> 人要吃好肉,要先让小猪吃好

“要让消费者吃上好猪肉,首先要让小猪吃好。”得利斯集团总经理于瑞波告诉记者,得利斯从饲料源头抓安全营养,“建立了饲料研究所,针对不同生长阶段、不同性能的生猪饲料搞研发,并建立起饲料加工基地,确保了生猪在饲养环节安全,为产品质量与安全打下了坚实基础。”

饲料研发管控只是一环,猪

肉安全包含多个链条,从生猪的养殖、屠宰、猪肉加工到配送、批发和零售,环节众多,为从源头上保障肉类产品质量安全,得利斯集团以我国著名猪种“莱芜黑猪”为基础母本,运用现代生物技术与常规育种技术相结合的方法,培育出拥有自主知识产权的“欧得莱”品牌猪,瘦肉率达60%,肌内脂肪4%左右。

“保证营养的同时就是抓安全。”于瑞波说,为了确保产品安全,实现全程质量控制,集团先后建立起了农业、畜牧、食品、生物四大产业平台,形成了从农田到餐桌的完整产业体系,“公司在国家无规定动物疫病示范区建设优质肉猪繁育饲养基地,采取‘统一供种、统一饲料、统一兽药、统一防疫、统一技术服务、统一收

购’的‘六统一’管理,同时大力推广自然生态养猪法。”

于瑞波说,“在监管方面,我们更强调正面引导,比如最大限度保障养殖户利益,市场亏的时候他不亏,市场赚的时候他赚得更多。并且,在每个养猪场都有公司派去的技术员,给予技术指导的同时也起到‘监督员’的作用,及时发现问题及时纠偏。”

>> 每头小猪都有专属“成长日记”

可能很多消费者还不知道,得利斯每一块在市场上销售的冷却肉都能通过RFID技术,实现养殖—屠宰—加工—仓储—物流—终端的全程食品安全追溯。

在得利斯,小猪出生后就被高科技附身。记者在养殖场看到,仔猪

出生后就佩戴RFID电子耳标,记录生猪的用料、免疫、保健、用药等健康信息,伴随其生长直至出栏。

在生猪转入屠宰加工环节后,又换上了带有芯片的挂钩标签,记录屠宰加工过程中的全部信息。产品在运输过程中,采用

RFID冷链、GPS、GPRS等先进技术,实时监控运输过程中的路径、速度、温度等信息。

生猪的“成长日记”,消费者可以及时查阅。在得利斯超市,于瑞波演示了得利斯食品追溯系统中的终端查询系统。他随机拿起

一根得利斯火腿,用终端查询系统扫码,屏幕上立刻就显示出这根火腿在养殖、生产加工、仓储、运输等过程的详尽信息。

得利斯的产品进入人民大会堂、钓鱼台国宾馆等地方,这是产品质量过硬的一个侧证。

>> 钟情低温肉两亿元买“杀猪刀”

上个世纪的最后十年,得利斯干了两件事:1989年引进了国内第一条低温肉制品生产线,将低温猪肉制品第一次介绍给国人;上世纪90年代,提出“冷却肉”的概念,并在2000年花了两亿元引进德国的生产线,生产出的冷鲜肉几乎达到纯生可食的无菌程度。于瑞波告诉记者,“那时候一套国产产生肉

产线也就四五万元,大家都说得利斯花两亿元买了一把杀猪刀。”

这套生肉生产线,具备最先进的低压脉冲三点击晕、卧式真空采血、立式蒸汽烫毛、纵向横向桑拿按摩、气体火焰瞬间二次灭菌、快速冷却降温、脱酸24小时等工艺技术,保持了肉品新鲜,质嫩味美、营养价值高的优点。于瑞波

介绍,“冷却肉克服了热鲜肉、冷冻肉在品质上存在的不足和缺陷,始终处于低温控制下,大多数微生物的生长繁殖被抑制,肉毒梭菌和金黄色葡萄球菌等病原菌分泌毒素的速度大大降低。”

正聊着“杀猪刀”,车来自得利斯生猪合作社的生猪运到公司,车一到卸猪台前,身着制服的

检验人员马上迎了上去,对生猪实施尿检,“这是在公司驻点的畜牧兽医部门检验检疫人员,如果在车上得不到尿液,会把猪放到待宰圈中,等一段时间后再尿检。”于瑞波告诉记者,公司对送到屠宰场的猪批批进行盐酸克伦特罗、莱克多巴胺(俗称“瘦肉精”)尿液检测。

>> 尝鲜的代价是高销毁率

尝鲜是要付出代价的,“最初推低温猪肉制品的时候,因为保存时间短,在夏季,产品的销毁比例最高的时候达到百分之十几,只能赔本坚持。”说起那段难日子,于瑞波说虽然他没有亲历,但

想起来都心疼。“那时冷链物流不发达,有一次,拉到青岛去的价值100多万元的产品,最后都拉回公司销毁了。”

在上个世纪80年代末,市场盛行的是高温肠。高温肉产品进入的

门槛低,产品技术含量少,获利丰富,投资风险小。这些得利斯集团董事长郑和平都清楚,但他一心守“冷”,他决心缩短加工期到市场终端的时间,确定了“市场到哪里,企业就办到哪里,地产地销”的基地型战略。于瑞波介绍,目前得利斯有山东、北京、西安、吉林四个基地,还在主要城市建了100家城市展示服务中心。

如许多企业一样,得利斯也一直在健全全产业链条,于瑞波说,“全产业链对得利斯来说,就是为了更安全。可能会有人觉得企业完善一条龙的生产是为了赚到各个环节的钱,事实上,这种全产业链

模式的投入成本很高,个别环节利润还不如直接销售来得高。”

经过21世纪的第一个十年,到了2011年,得利斯发力发酵火腿,制作也处处严苛:每根“帕路斯”火腿,都有“身份证”,可以溯源;每根都严格遵循意大利技术工艺,不添加任何香辛料和化学添加剂,极大地保存了猪肉的纯天然品质;选用散养放养、自然成长,有1/4野猪血统的欧得莱猪后腿为原料,该猪肉含有少见的饱和脂肪酸。

“哪怕是生产一根火腿,一块汉堡肉,都上升到提高全民营养的高度。”得利斯的员工这样通俗地概括企业理念。

●记者手记

郑和平:
得利斯村的“屠夫”

□王赞

桑葚还有点儿涩,韭菜正香,虞美人随意地四处开着。

这个初夏的镜头,在得利斯办公区是可见可闻的,办公区不远处,便是别墅式样的村居。

也是初夏,1951年的初夏,潍河东岸的西老庄村添了一个男孩,名叫郑和平。

郑和平并不介意别人说他是个“屠夫”,而他年少时的理想是要么当个将军,要么当个作家,要么当个记者。

“这个青年是个好青年,就是不怎么本分。”这是上个世纪70年代村里的长者对郑和平的看法。

如今年过60的郑和平,当年真有点象电影《我们村里的年轻人》中那位外号叫“七十三行”的木匠,文化不高的他还利用扒坟扒出来的楸木棺材板子做乐器,他做的二胡和革胡(代替西洋乐器中的大提琴)到青岛市场批发。

郑和平干的稀罕事可不只一件,他组织剧团也很像那么回事,创作的作品有话剧《马》、《潍河岸边》、吕剧《芦苇颂》、《联合》、《卖猪难》等……

《卖猪难》中就写了老百姓养了猪却卖不出去的故事,集中反映了当时普通老百姓的心声。剧本里那卖猪人“无语问苍天”的无奈,那种一心致富的渴望……郑和平说,这也是得利斯集团的构想,筹建之前的第一个动因。

在得利斯的办公楼里,可以看到郑和平写的四个毛笔字:“制欲感恩”,这是得利斯企业文化的浓缩。郑和平说这一切都是母亲的大爱与善教会他的。

男儿欲遂平生志,五更勤向窗前读。几十年,郑和平一直在读书。“城在园中,水在城中,楼在绿中,人在书中”,这,是诸城的样子,也是得利斯办公区的模样。

当年说过郑和平不安分的村里人,对郑和平又多了几句评语:郑和平干什么都很内行,他有时说句话还很幽默。



得利斯发酵火腿车间。

●名词解释

RFID技术

即射频识别技术,又称电子标签、无线射频识别,可通过无线电讯号识别特定目标并读写相关数据。

目前,射频识别技术应用很广,如:图书馆、门禁系统,食品安全溯源等。

齐鲁晚报 李岩侠品牌工作室策划

商者无域,大道至简。关于企业,关于行业,关于品牌培育和打造,关于创新、管理和品牌营销,关于商海、商事与商道,请讲出您所知道的精彩、艰难和感悟,记者愿与您一起探讨。

品牌企业QQ群:283169672 主持人:李岩侠 18678859550
邮箱:qwblyx@qq.com