喜旺：全心全意做低温肉制品

直营模式保证肉质安全，打造低温肉制品的“中国名牌”

从西方发达国家的肉制品发展历程看，肉制品都经历了从高温向低温的发展趋势。据相关调查报告显示，中国的肉类发展目前已经出现了这种趋势，随着人们生活水平的不断提高，营养健康的低温肉食品正成为都市人们的选择，新的消费群体已经悄然兴起，未来低温肉制品将是消费的大趋势，喜旺18年来坚持做低温肉制品。

全冷链系统，充分保留营养

在肉制品行业，按加工及杀菌温度的不同，分为高温和低温肉制品两大类。高温肉制品的特点是保质期长，但加工过程中的高温处理，会使肉制品的营养损失，口味变差；低温肉制品则弥补了这一缺憾，但对原料肉、工艺、技术水平、环境卫生的要求也更为严苛。

目前，低温肉制品在我国还处在初级阶段。这是挑战，也是机遇。喜旺18年来坚持做低温肉制品，喜旺食品全部是低温肉制品。率先引进了尖端生产设备和加工工艺，起步之初就将全部产品定位在低温肉制品上，每年投入巨资，与高校和科研机构合作，抢占“研发中心”的制高点。而喜旺目前早已完成全冷链系统，做到了将鲜肉控制在全冷链的系统下，最大限度地保留了产品的营养成分。

这一关键技术的突破，让喜旺食品一跃成为国内为数不多的、能够自主掌握低温肉制品全套技术和工艺的食品企业，“喜旺”是中国首批低温肉制品“中国名牌”，集团研发中心被认定为“国家农产品加工技术研发专业猪肉领域分中心”、“国家认定企业技术中心”。喜旺，不仅仅是山东省第一个获得国家无公害产品标志的熟肉企业，也是山东省第一家加入世界肉类组织的企业。

喜旺的研发成果直击行业技术短板，缩短了中国肉制品与国际领先水平的差距，成为国家科研合作和推动行业发展的主要力量，并产生了重大的经济效益和良好的社会影响，通过高科技手段专注为市民提供健康食品。

传统民间配方，打造产品独特口味

如何做到让消费者吃到放心又健康的肉食品，喜旺公司有三大“绝招”：一是在制作过程中用先进的脂肪萃取工艺，将脂肪最大限度地分解出来，使产品香而不腻；二是在加工过程中配以20多种名贵中草药，调口味，增营养；三是与世界著名肉类科研机构合作，吸取国外先进技术，改造传统工艺，中西结合融会贯通。目前，喜旺食品分中式、西式两大系列，共600多个品种，兼顾到不同层次、不同年龄、不同口味的消费群体。

以喜旺的酱卤类肉制品为例，喜旺作为全国最大的传统酱卤类肉制品生产企业，实现工业化、连续化、标准化生产体系。多年来，公司围绕传统酱卤肉制品工业化生产技术、食品质量安全和食品营养保健等方面进行积极探索，将产品研发的重点放在营养保健上，充分挖掘了中国传统的民间独特配方，把传统中医药膳理论与发达国家食品营养科学配方相结合，结合西式先进生产工艺，利用20多种食用的中草药调制出陈香老汤煨制而成，同时在产品中加入了大豆蛋白、牛奶、蜂蜜等天然营养品及蔬菜、水果等食用纤维素，使产品营养价值丰富，口味独特，香沁人脾，无论外观、品味以及内在品质都实现了新的飞跃。

“像人体必需的氨基酸、维生素等等微量元素，都是我们抽检的指标和依据，以保证喜旺肉制品的营养健康。”工作人员介绍，对居民膳食结构了若指掌是喜旺科技人员的必备功课。在走廊墙上，醒目的居民膳食金字塔结构图彰显着喜旺以人为本的理念。

连锁直营，确保品质安全放心

喜旺直营店开到哪，“排队长龙”就出现在哪，烟台、青岛、济南……全省各地1000多家连锁直营店，到处都有消费者排起长队购买喜旺产品的景象，这被称为“喜旺现象”。究竟，喜旺的人气从何而来？成功背后又有着怎样的企业“秘籍”呢？

如何做到产品营养又健康呢？喜旺集团相关负责人介绍，喜旺有“三招”：一是在制作过程中用先进的脂肪萃取工艺，将脂肪最大限度地分解出来，使产品香而不腻；二是在加工过程中配以20多种名贵中草药，调口味，增营养；三是与世界著名肉类科研机构合作，吸取国外先进技术，改造传统工艺，中西结合融会贯通。国外专家盛赞说“吃喜旺，身体棒！”

拥有了过硬的产品，赢得了上佳口碑，喜旺品牌在扩张之路上一路前行。从第1家连锁店开到第50家连锁店，喜旺用了两年半的时间；从51家扩大至第500家，喜旺竟也只用了两年半时间！如今，喜旺连锁店在全省遍地开花，已经有一千多家。

而真正让喜旺走遍天下的，是连锁直营的营销策略。这种模式使喜旺公司拥有终端控制权，从根源上确保产品品质安全放心。

喜旺的直营连锁方式不但不允许加盟，营业员也是由公司统一配置，上岗之前都要接受统一的培训和训练，考试通过后才能开始工作。这不但保证了日常工作按照统一的质量标准进行操作，也确保了终端销售中产品始终如一的品质。

相关链接

低温肉制品营养更丰富

低温肉制品是指使肉制品处于较低温度(0-4℃)环境下抑制微生物生长。低温肉制品最大限度地保留了原料肉的风味物质和营养成份，防止了传统肉制品加工下可避免的成份流失；肉质鲜嫩，口感良好，无肉类煮制后固有的“渣”感；肉类蛋白变性适度，易于为人体消化和吸收，营养利用率高；食用便捷，家庭可贮存备用。

需冷藏存放和冷链销售，即产品要在0-6℃下冷藏。

高温肉制品是经过121摄氏度高温蒸煮的包装肉制产品。由于高温蒸煮使袋内肉制品消毒彻底，所以在常温下有较长的保质期，缺点为一般有点罐头味。另外，由于高温制作，也使产品中的一部分营养成分降低。因此，常常可以看到高温肉制品的配料中常常加入了更多的调味料如香辛料、水解植物蛋白、味精、I+G、酵母抽提物来强化口感。

目前西方国家居民以低温肉制品为主，由于国人的消费习惯及先入为主的影响，目前国内还是以高温肉制品为主，但低温肉制品是肉制品消费的潮流。因低温肉制品对原材料及加工工艺和存储方式要求极为严格，最大限度的保证了肉制品的营养和风味，所以低温肉制品价格相对较高。

企业文化

树立“为人类健康”核心价值观

企业文化是企业在长期生产经营过程中逐步形成与发展的，并带有本企业特征的经营哲学，是企业个性意识及内涵的总称，也是一个企业的灵魂和基石，会给企业的发展和竞争带来无比的动力。喜旺人是这么想的，也是这么做的。

记者在喜旺工厂内看到，井然有序的厂区，整洁的园区道路两旁修剪齐整的冬青、松树和长绿灌木，一片生机盎然。园区正对大门一面巨大的五星红旗墙，墙上“扬中华志气　树喜旺品格”几个大字格外引人注目。

进入办公大楼，首先映入记者眼帘的是电子大屏幕上不断滚动的公司理念：“为——人类更健康的生活”、“个人是价值创造的主体，快乐来自创造价值的过程”……让人一下子就触摸到了喜旺文化的脉络。

据喜旺集团相关负责人介绍，喜旺是一个朝气蓬勃的团队，员工平均年龄只有25岁，管理层具备本科学历的占90%以上。集团内部处处洋溢着团结互助、奋发向上的精神风貌。公司将“为——人类更健康的生活”作为使命，把员工的可持续发展视为企业源动力，并把这一理念融入到公司的经营哲学中，倡导“个人是价值创造的主体，快乐来自创造价值的过程”理念。