



奋力走在前

建设现代化强省会融媒特别策划

深耕笃行 “质”“量”齐升

喜旺：争创具有国际竞争力的民族品牌

如果要选取一个关键词来描述烟台喜旺集团，“深耕笃行”或许最贴切。

成立25年来，喜旺集团始终踏着时代的脉搏，秉承着“振兴民族食品工业 树立喜旺国际品牌”的理念，精耕细作、锐意创新，走出了一条“质”“量”齐升的平衡发展之路。

►喜旺连锁直营店。



精益求精 以匠心铸就高品质

一到过年过节，遍布山东各地的喜旺连锁直营店门前便会排起长长的队伍，这成为业内津津乐道的事情，被称为“喜旺现象”。而这种现象的背后，是喜旺人25年来对品质的严格要求。

在供应商的选择上，喜旺集团不仅会对原料样品试验、原料保质期等关键指标进行测试，对厂家的各项资质、生产储存现场等也会进行严格评审，评审过程重要项目实施一票否决机制。试验、测试和评审都通过了，才能投入使用，使用后的前三期产品由专人全程跟踪检查，无异常出现方可纳入合格供应商的范畴。

生产环节的标准同样严苛。喜旺集团的生产线均为无菌操作，所有员工每天都要进行全身消毒之后才可以进入生产车间。工人进入车间必须要更换经消毒的专用工作服，还需佩戴口罩、口罩等。

全自动中央清洗系统，每天两次清洗消毒；128个监控点，全面追溯生产过程的每一个环节。喜旺建立了“风险驱动+全过程控制”的管理模式，将预防管理贯穿到企业研发、采购、生产、检测、运输、销售的每一环节，不断打造匠心产品。

除了对生产过程的全程严密把关，喜旺集团还斥巨资打造了食品检测中心。早在2007年，实验室就被认定为国家实验室，检测数据国际通行，还承担多项国家科技支持项目。实验室所有的检测设备检测精密度都很高，例如对瘦肉精的检测精度可以达到0.1微克/千克，相当于1个小型水库滴入1滴瘦肉精，都可以测试出来。

在肉类冷链物流方面，喜旺公司率先创立了集冷冻贮存、低温加工、冷链（0℃—4℃）、直营连锁专柜销售为一体的经营模式。特别是运输环节的温度控制，能够保证全程0℃—4℃。为了保证冷链的高效运作，喜旺公司还成功开发了“温度采集系统和自动报警系统”，实时手机、监控各点温度，发现异常及时处置。全流程的质量控制体系，实现了产品从原料到成品的全过程正向可控、逆向可追溯。

这种精益求精的理念贯穿在喜旺经营的方方面面。在喜旺集团，达不到标准的成品一律不得销售。合格产品进入销售后，检测人员还会不定期抽样检测微生物指



喜旺烤肠热销日本Costco超级市场。



喜旺加拿大科研中心。

标，以确保入市销售产品的质量，实现从源头到终端的全方位监控。

专业专注 标准化引领行业发展

健康、美味、营养丰富，是喜旺产品备受消费者欢迎的原因，也是喜旺孜孜以求的目标。

25年的发展历程中，以科研创新为内驱力，喜旺品牌革新升级的脚步从未停歇。以前瞻性和国际性的视野，喜旺集团从成立伊始便将产品研发的因子烙印到企业的发展基因中，通过持续加大产品研发力度，直击行业技术短板，不断引领行业发展。

喜旺成立之初，低温肉制品工艺在我国还处在初级阶段。喜旺瞄准低温肉制品的未来发展趋势，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。

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。

引进高阻隔包装膜，用低温杀菌工艺代替常温杀菌工艺，实现了在不影响口味和外观的前提下，保证足够的保质期；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腌制而成的酱卤类肉制品，不仅口味独特，还具有丰富的营养，实现了外观以及内在品质的同步飞跃……

多年来，喜旺集团一直注重对新技术的研发和应用，与中国肉类研究中心、南京农业大学、中国农业大学等高校共同承担重大科研课题，先后被评为“国家认定企业技术中心”“国家猪肉技术研发分中心”“山东省企业技术中心”，承担了国家“十一五”“十二五”“十三五”科技支撑计划重大项目，获得授权专利130余项。

科技研发提升了产品品质，高品质的产品又推动了销量的增加，依托深耕行业，喜旺的发展走上了一条“质”“量”并重的可持续

发展道路。而随着大健康趋势深入人心，来自消费者端和国外品牌冲击的双重竞争压力，也让喜旺意识到，技术赋能品牌，不应是一家独秀，而应该是百花齐放。

基于此，喜旺集团积极参与行业标准的制定和起草，通过以标准定品质，推动整个行业的提升。喜旺公司在标准化建设方面的成果，不仅为企业的长足发展增强了竞争力，真正实现了用标准创造效益的目标，也为山东省标准化事业做出了贡献。多年来，喜旺集团通过技术创新、管理创新、营销创新，带动了肉制品行业的整体进步。

守正创新 围绕消费者需求发力

作为一家食品企业，喜旺集团对自身发展一直有着清晰的定位——围绕消费者需求发力，为消费者提供更好的服务。

站位全球，敢为人先，由一个几人的小厂华丽蝶变为全国肉类行业50强企业，创新早已成为喜旺最重要的基因之一。坚持把消费者的需求作为企业发展的出发点，深入研究市场需求，创新商业模式，丰富产品种类，喜旺在创新发展的道路上加速奔跑着。

以喜旺的酱卤类肉制品为例，喜旺实现了工业化、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，同时在产品中加入了大豆蛋白、牛奶、蜂蜜等天然营养成分及蔬菜、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。

以连锁直营紧密对接消费需求，目前已拥有传统酱卤肉制品、西式肉制品、轻快餐、速冻制品、调味品、水产品等六大系列产品，在售产品290多种，拥有1个中国名牌、2个山东省著名商标，注册商标350余个，喜旺出品，必属精品。

多年来，喜旺集团致力于低温肉制品的发展，坚持做高品质产品，秉承连锁直营的经营理念，严把产品质量关，不断丰富产品线，赢得无数消费者的信赖。近年来，企业更是将部分店面全新升级，开启旗舰店时代，新增现烤热卖的产品，坚持现烤现做，当天加工、当天售卖，保证了产品的质量

与口感，丰富消费者的选择，全面满足市场需求。

应时而动 致力打造民族品牌

在国内，依托连锁直营优势，喜旺积极践行企业责任，投身制造业强市、公益慈善等重大战略和社会事务中，仅去年疫情期间，就捐款200万元和5000余箱肉制品，海外分公司向国内捐赠医用手套10万副，高标准防护服2000余套。喜旺集团被共青团中央授予“全国青年文明号”。

向外，喜旺集团以优良品质开拓国际市场，加快建设全球著名的食品企业集团。为了实现“成为全球食品企业集团”这一愿景目标，响应国家“走出去”的号召，2004年12月，喜旺集团在加拿大阿尔伯塔省成立了分公司Siwin Foods Ltd.，成为中国肉制品行业第一家走出去建厂的中国企业。自此，喜旺向外的步伐日益坚实。

喜旺依凭海内外联合研发平台，喜旺专注于营养、健康的研究，并将中国百年传统滋补健康配方和意大利、德国、法国等国的工艺技术相融合，努力借鉴吸收西方发达国家先进的肉制品加工技术和经验，产品得到不同国家、不同文化背景消费者的广泛认可。

纵览喜旺集团向外拓展的时间表，不难发现企业的勃勃雄心：2004年，喜旺成立加拿大分公司，成为中国首家在海外建厂的肉制品企业；2013年，获得加拿大阿尔伯塔省肉食品评比第一名；2014年，按照北美最高标准兴建厂房，通过全球最严食品安全体系SQF认证，并获得中加合作卓越企业奖；2017年，开辟日本市场；2018年，独揽加拿大肉类行业领军奖；2019年，进驻美国市场，并被世界肉类组织认定为“双金成员”；2021年，进驻西班牙市场，开启了进军欧洲市场的序幕……

凭借先进的科研技术和匠心品质，喜旺在海外积累了大量粉丝，产品遍布加拿大全国，成功进驻日本、美国和西班牙市场，集团全球化战略布局坚定从容。

（孙毅）



扫码下载齐鲁壹点 找记者 上壹点

编辑：彭传刚 美编：马秀霞 组版：刘燕