



快乐时光

□ 本刊记者 王向龙/文

美味的果冻、香浓的奶茶、健康的海苔……近年来，喜之郎集团旗下的健康休闲食品，正持续刮起一股健康幸福的快乐风暴，成为国内众多消费者的首选休闲食品。

从40万元到近百亿元，旗下拥有“喜之郎”、“美好时光”、“优乐美”、“开心时间”等众多知名品牌和广受消费者喜爱的产品，喜之郎仅用了25年的时间。

喜之郎的成功，“秘诀”在哪？



从北京驱车沿京港澳高速一路向南，不到2个小时，便来到了河北喜之郎食品有限公司——喜之郎四大生产基地之一。一进工厂大门，就见满园童趣盎然：白色休闲小屋、童趣十足的货郎推车、披着点点雪花的红色草莓雕塑，错落有致地分布在草地上，令人如同走进了白雪公主与七个小矮人的世界；阳光活力的喜之郎小子，有的玩着滑板，有的骑着单车，还有的挥动着棒球棒……一个个生动的运动场景让你立即有要上场的冲动。

健康、阳光、快乐，是喜之郎给人的第一印象。



追求“零缺陷” 奉献最安全食品

晶莹剔透的果冻、芳香浓郁的奶茶、天然健康的海苔、香甜酥脆的糖果……喜之郎产品展厅里，琳琅满目的特色产品让人赞叹。这些优质食品的迭代创新，见证了喜之郎25年的发展历程——

喜之郎创立于1993年，始终专注

于果冻产品的创新和发展，先后推出了CiCi、水晶之恋等子品牌，逐渐成为果冻行业第一品牌。

2004年，喜之郎推出美好时光海苔，通过绿色天然的产品给消费者带来高品质健康的生活享受。经过几年的市场发展，美好时光成为国内海苔产品的领先品牌。

2007年，秉承喜之郎高品质传统的优乐美奶茶上市。产品精心臻选上等红茶和香浓牛奶，通过科学营养配比，让消费者享受到更香浓幼滑、口味醇正的奶茶。

2012年，喜之郎推出开心时间巧克力产品，以丝般柔滑的巧克力口感，搭配口感酥脆的饼干，让人在享受与众不同美味的同时，度过开心、快乐的休闲时刻。

短短25年间，喜之郎从当初一家投资仅40万元的企业，发展到如今销售额近百亿元，产品品类涵盖了休闲食品的多个领域，拥有喜之郎、美好时光、优乐美、开心时间等知名品牌和数十种畅销产品。

“很多人知道喜之郎果冻，却不知



果冻质量在线监控

道优乐美奶茶、美好时光海苔等也都是我们喜之郎的产品。”河北喜之郎食品有限公司总经理毛晓和介绍，喜之郎的成功，源于喜之郎对产品安全与品质的重视。自创立之日起，喜之郎就将“质量是喜之郎人的自尊心”作为企业的品质管理理念，致力于建设世界级的健康食品企业。正是这种一贯坚守品质、重视食品安全、追求产品零缺陷的不懈求索，喜之郎的产品才能不断赢得市场和消费者认可。

喜之郎对食品安全的重视，体现在每一个生产环节和每一个工作流程中。在果冻生产线上，煮料间调制完成的果冻经过充填机灌装到一个个果冻杯里，一杯杯果冻随着自动输送线进入杀菌设备进行杀菌，之后经过冷却、凝固、烘干等工艺。从杀菌、冷却到烘干过程全部采用自动化工艺，避免了人为因素造成的污染。

记者注意到，果冻灌装包装后的外观检验环节，每条生产线上至少都有一名与其他员工服装不同的人。河北喜之郎食品有限公司品质管理部部长景文权告诉记者，这是生产车间的现场品管员，负责督导员工作业时将公司的产品标准执行到位，避免出现不合格产品。他还介绍说，喜之郎注重对生产环节里每个细节的把控，比如对生产场所的卫生要求，除了“5S”管理外，还要对进生产场所的人员进行全面检查：每



自动化果冻煮料生产线

个人穿戴的手套、口罩、衣帽等都有非常严格的要求和标准，而且每隔两个小时，就有专人对生产员工进行全身吸附，确保生产现场不出现异物。为确保员工规范操作和生产时时受控，除现场人员管理外，喜之郎还在关键生产区域安装了150多个高清摄像头，每天可通过监控视频进行检查，为食品品质提供最大限安全保障。

在去喜之郎河北基地的路上，喜之郎北京分公司经理黄诚分享了这样一个故事——当初在河北选址时，喜之郎首先对很多县市的饮用水进行了取样测试。“我就受命用了1个多月的时间，到有关目标县市取水样，每到一处，不但要取水，还要拍下沿途取水的地标证据、环境状况等，最远到了易县。”黄经理说，最后公司将所有水样反复化验、对比，并送第三方质检机构测试，最终选在了水质最好的定兴县建厂。

“我们食品生产所用的水都采用了国内最先进的反渗透水处理系统，饮用水经过精滤、离子交换、微米级过滤、紫外线杀菌、精滤后，可以为产品生产提供优质的纯净水。”景文



检验人员对批次产品进行检验

权说。

而对于产品的品质检验，喜之郎更是一丝不苟，要求做到零遗漏——对每批产品实行百分百检验。在工厂检测室里，高效液相色谱仪、气相色谱仪、BROOKFIELD质构分析仪等一应俱全，检测项目覆盖国内标准要求以及国际上领先产品标准要求的全部。“公司制订了严格的检验标准，要求食品安全投诉发生次数为零，市场成品质量事故为零。”检测室相关负责人介绍，检测人员每天按照标准规定对每一批次产品进行检测，并第一时间将检测结果反馈，以持续保证产品的安全品质。



**联手上下游
共建质量生态圈**

“追求更好更强，共创健康快乐的今天和明天。”喜之郎联手上下游合作伙伴，共同打造“大质量”理念，共同关注食品安全，一起为消费者提供安全、健康、美味的食品。

景文权介绍，喜之郎在所有的工厂



反渗透水处理系统



奶茶生产线一角



现场品管员（左一）在进行作业督导



质检员在进行原材料检验



都采用统一的食物安全体系方案，并建立了完善的品质保障体系，包括GMP生产质量管理规范、ISO9001质量管理体系等。同时，工厂全面实施了危害分析和关键控制点（HCAAP）体系。

食物安全首先取决于原材料供应的安全。为此，喜之郎建立了严格的筛选和审核体系——从供应商的物料风险评估、筛选到食物安全和质量跟踪，保障所使用的原材料完全符合喜之郎的食物安全要求和质量标准。

在供应商准入条件的设定上，喜之郎有着严格的标准：供应商必须要建立稳定有效的质量保证体系，其产品的加工卫生及质量安全应符合喜之郎的高标准要求；供应商应具有生产喜之郎原材料所需的工艺开发的能力，同时还应具备快速提升产能的潜力。在此标准的基础上，喜之郎采取日常品质跟踪和持续性评比的方法，推行供应商运行绩效评价体系。绩效考核表现优秀的供应商，给予相应的订单倾斜的激励；表现欠佳

的供应商，则有可能被淘汰。

更为特别的是，喜之郎还定期对供应商进行质量培训与辅导，以此来提高供应商的质量管理水平，从而进一步提升其产品质量。同时，他们还注重培养供应商的共同质量观念，将喜之郎“质量是喜之郎人的自尊心”的观念

深深烙在供应商的理念中。在这个共同质量理念的支撑下，供应商们也逐渐和喜之郎一样，把“为消费者提供安全优质的产品”作为自觉行为。

为了更好地保证食物安全，喜之郎建立了严格的进货查验检验制度和相应记录，确保生产所用原料、添加剂和食物相关产品符合食物安全标准的前提下符合公司的标准要求。同时，他们还建立了全面溯源体系，确保原材料和成品全部可追溯。

“质量不仅要形成管理体系，更要成为一种核心理念，让每个员工参与进来，成为品质的管理者。”河北喜之郎食物有限公司行政人

事部执行部长李忠泽介绍，为最大限度地保证产品质量，喜之郎经过3年时间专门制订了公司“宪法”——《质量手册》，并以《质量手册》为纲领，按照ISO9001、HACCP、SSOP的要求，制定了一套严密、科学、可行的程序文件及作业标准，通过大规模、全方位的培训，让每一位员工都能熟知并理解，以“后工序就是顾客”作为员工的质量理念，严格执行“不良品不接收、不生产、不放行、不流出”的“四不原则”，确保出产的食物安全可靠。

进入喜之郎的员工都要进行岗前培训才能上岗。他们按工种不同进行相应操作流程的培训，让每一位员工都熟知操作流程及作业标准。“员工培训分为3级，包括公司制度培训、车间管理培训和岗位培训，新员工培训时间不少于



每周百余种精美菜品，让员工开心满意



员工培训

7天，技术岗位不少于1个月。”李忠泽说，在公司的92个岗位培训里，分别制定了岗位作业分解表，内容包括步骤、要点和理由，每项工艺都有细致严格的标准要求，让每个员工在生产作业时都能按照标准。在生产过程中，生产组长、品管员、现管员还会现场进行相应的督导，确保生产流程和生产标准严格执行到位。

“公司对员工生活也积极关注，在生活上给予最好的条件外，组织各种文体生活和生产竞赛，让员工有一个良好的情绪和工作氛围，因为稳定的员工也关系到产品的生产质量。”在喜之郎，无论是管理人员，还是一线员工，都已经将食品安全作为了自己的首要职责。”

喜之郎还把质量管理延伸到经销商层面。他们在全国建立了省级经销商—市级经销商—县级经销商三级结构的销售网络，在每个地市都配备有专门的业务代理人员进行管理，派驻业务代表对经销商进行监督和服务，实现了对销售渠道的有效管控；在市场管理上，建立了市场调查和投诉反馈机制，以此来及时了解市场需求，积极处理消费者的投诉问题，从而为食品生产提供参照信息。

严把食品质量关的同时，喜之郎联手上下游合作伙伴，共筑质量生态圈，牢牢将消费者的健康、安全作为底线，为消费者生产、提供放心的产品。



不断创新 小食品有大情感

随着消费需求的变化，人们对食品的需求已不仅限于裹腹，还要吃得美味、吃得健康、吃出享受。面对不断变化的需求，喜之郎一方面通过研究市场新产品动态、产品特性和目标人群来寻找产品创新点。另一方面通过售后部门的消费者反馈来了解消费者对产品的需求点，始终如一地不断根据消费痛点进行创新，生产消费者喜爱的食品。

喜之郎的创新，采用内部集中研发为主、外部联合研发为辅的管理模式。内部自主研发主要通过公司研发人员的日常基础研究和市场考察、全体员工创新建议等方式展开。外部联合研发则是通过与高校进行产学研合作、引进国内外先进技术、与上游原材料供应商共同研究新型原材料等方式进行。

以消费者对健康食品需求的精准调研、分析为前提，喜之郎每年都会进行产品开发。他们在每一新产品创新立项后都要组建专门的研发团队，在产品开发阶段要不断进行小试、中试，进行小规模的产品风味、稳定性的评估，并不断优化和完善产品配方。产品推出后，研发部门还会持续跟进了解产品的市场



反馈，并根据市场需求对产品进行调整，包括新近推出的炼乳红豆奶茶以及巧克趣等，都是在基于消费者追求休闲食品营养、健康的前提下推出的——

开心时间巧克趣，产品由浓郁、丝滑巧克力酱和酥脆饼干条组成；其中巧克力酱原料油脂采用天然低反式脂肪酸油脂，营养健康。

优乐美炼乳红豆奶茶，产品中的奶粉、茶粉经过科学配比，并加入优质红豆，确保每一杯奶茶香浓，且营养搭配均匀。

美好时光岩烧海苔，选用天然优质的海产紫菜，经30余道工序严格筛选、精心制作而成，富含蛋白质、膳食纤维和钙、铁、磷等矿物质，是高蛋白、低脂肪、低热量的健康食品。

喜之郎源自英文“STRONG”的译音，并取其“强健”、“强大”之意。中文名称则洋溢着喜庆、吉祥、欢乐、亲切、活泼的气息，如旭日初升、如皓月永恒。喜之郎从创立之日起，就将“追求更强更好，共创健康快乐的明天”作为企业的精神境界。在吃得美味、营养的同时，喜之郎也将“享受生活，走向美好”的元素赋予在每一个产品上——

喜之郎果肉果冻，采用鲜美的大块果肉和爽滑果冻，创造出比以往普通果冻更丰富的营养和独特口感，棒球小子活泼、健康、快乐的形象，充分展现出昂扬向上、奋力开拓的精神，契合了人们追求活力、健康和快乐的情感需求，“喜之郎”也因而成为了果冻产品的代名词。





“水晶之恋”果冻，主打浪漫温馨和时尚，将消费人群定位于青年男女。由于其独特的品牌含义，一度成为情侣之间的定情信物，广受青年男女消费者的追捧。

喜之郎革命性推出的首个可以吸的果冻“CICI”，颠覆了人们对传统凝胶类果冻的认知。这种创新食用方式的果冻产品，让人们能随时随地享受生活带来的快乐，少男少女们可以在任何场合都可以随时“吸一下”，潇洒又时尚。

2004年，随着生活水平的不断提高，人们开始追求食品的天然性和健康性。喜之郎在充分调研消费者需求后，将健康天然的海苔产品作为公司重点产品开发生产，并独辟蹊径地为海苔产品创建了一个新的品牌“美好时光”，既结合了海苔食品绿色天然的特色，又能体验食用后的美好感觉，折射出一种天然、健康、活力、阳光的美好享受。



奶茶作为喜之郎成功的产品之一，目标定位于年轻消费人群，取名“优乐美”，意在突出年轻人追求优秀、快乐和美丽的天性。“优乐美”精心选择当时的人气歌手周杰伦作为品牌代言人，凭借周杰伦在少男少女们心目中无以替代的地位，优乐美奶茶随即受到热烈追捧——听歌只听周杰伦，奶茶只喝优乐美。

“开心时间”系列主打糖果、饼干类产品，将品牌命名与产品特点有机融合，从食用后



的感觉出发，恰如其分地满足了消费者的心理需求。借助健康、美好、快乐与分享的主题，延续喜之郎一以贯之的形象……

创新，是喜之郎发展之路上始终坚守的一条主线。正是多年来坚持在产品品类、产品形式、产品文化上的不断创新，喜之郎赢得了众多消费者的广泛认同。

25年的成长之路，是喜之郎专注品质之路、坚守品牌文化之路，正是这些专注、坚守，铸就了喜之郎的优质品牌健康产品。未来，相信喜之郎会继续专注与坚守，为消费者提供健康美味的产品，持续给我们带来快乐幸福的时光。●

