

2023-2024 第十二届上海零售风云榜



全家 FamilyMart

关键词：创新、便利、特色产品

全家就是你家，守护城市的一盏盏明灯。

中国大陆全家 FamilyMart 于 2004 年在上海成立，全国门店遍及上海、北京、苏州、杭州、广州、深圳、东莞等重点城市，门店数近 3000 家。

全家 FamilyMart 追求不断创新特色的商品与服务理念，始终保持着超过 2500 款商品、每年 70% 的商品更新率面向消费者提供便利生活，致力于为广大消费者提供一个 24 小时、体贴入微的便利环境，引领便利店行业最新潮流。作为便利零售行业的领导品牌之

获奖寄语

全家一直力求突破，致力于营销创新。现在的年轻人已经厌倦了传统的产品宣传方式，不再喜欢品牌教条式地展示自己的产品好在哪里，而是要在内容和形式上创新，以深度体验的方式展示自己的产品。

全家 FamilyMart- 首席品牌运营官 游仁宏



光明谷锦

上海市徐汇区虹梅路 1905 号甲楼

关键词：光明谷锦 只做当季鲜米

全力打造“上海市民首选、长三角区域知名、全国有影响力品牌”

光明农业发展（集团）有限公司（以下简称“光明农发集团”）于 2021 年 11 月组建而成的以粮食生产与经营为主业的专业化公司，形成了稻麦科研、育种、种植、加工、收储、销售为一体的全产业链，是上海地区规模最大、生产水平最高、最具完整产业链的粮食生产经营企业。

光明农发集团现有 35 万亩耕地，年产稻谷 16 万吨，拥有仓容 160 万吨

获奖寄语

在光明农发集团生态田园，有着生态良田、优质品种、智慧农业、智能谷仓、鲜稻现碾、鲜速物流等“六维锁鲜”体系，这里产出的大米，“光明谷锦 粒粒鲜”，光明农业发展集团向社会承诺“光明谷锦 只做当季鲜米”。

光明农发集团党委书记、董事长 陈斐然

一，全家 FamilyMart 不断优化消费体验，推出全新升级的第五代店，全面开启“一日三餐”策略，满足不同消费者在不同时段的多元需求。

2023 年，全家 FamilyMart 在内容营销方面不断创新，在抖音平台已联动多个零售头部品牌、整合双方品牌的明星及 IP 资源，开展了 30 场品牌专场直播，通过差异化内容输出，打造了品牌专属直播内容，构建品牌联动营销新生态。

优质的内容共创为全家便利店带来的是更高的到店率与核销率，通过内容营销，全家 FamilyMart 实现了“线上为线下导流”这一重要的商业闭环。全家便利店凭借自身品牌优势，拥有大量门店和优质产品，能够做到“即看、即点、即买、即得”。

消费者线上购买再到门店核销，通过店员引导能够形成私域流量，持续发展消费者复购，实现品牌合作共赢。

和日加工稻米能力 1600 吨。光明农发集团肩负着为光明食品集团推动集团农业产业化发展的重任，聚焦“种业、种植、米业”三大业务，着力推进全产业链协同发展、推进现代农业产业化经营。提升“种业辐射、种植引领、米业带动”三大能力，夯实上海市民“米袋子”保供坚强底板，努力提升现代农业产能。

光明农发集团秉持“大品牌、大单品、大渠道”理念，全力打造“上海市民

首选、长三角区域知名、全国有影响力品牌”。通过“鲜源、鲜域、鲜智、鲜仓、鲜艺、鲜速”六个维度锁住大米的新鲜。“光明谷锦”系列涵盖东北米、崇明米、苏北米等粮食主产地，可以满足不同层次、不同口感的消费需求，其最新推出的光明谷锦崇明月月鲜系列，依托“六维锁鲜”体系，以“当月生产当月卖，最佳赏味 30 天”作为特点，让上海市民一年四季吃上新鲜的大米成为现实。



伊 利

内蒙古呼和浩特

伊利文化是健康产品、健康运营、健康愿景三位一体的健康文化。它护航伊利和谐发展，引领行业健康成长，更引擎人类美好未来。

伊利，滋养生命活力

伊利集团稳居全球乳业领先阵营，也是中国规模较大、产品品类较全的乳制品企业。同时，伊利为 2008 年北京奥运会提供服务的乳制品企业；为 2010 年上海世博会提供服务的乳制品企业。在发展历程中，伊利始终坚持“国际化”和“创新”两个轮子，固守“质量”和“责任”两个根本，以高品质、高科技含量、高附加值的多元化产品，赢得了消费者的高度信赖。

品质，视如生命

伊利将品质视为生命，致力于生产 100% 安全、100% 健康的乳制品，将质量管理工作战略升级为“质量领先 3210 战略”，聚焦“全球最优品质”，持续升级全球质量管理体系，将

严苛的质量管控标准贯穿于全球产业链，保证零食品安全事件。

全球，有容乃大

国际化是伊利集团的重要战略。目前，伊利在亚洲、欧洲、美洲、大洋洲等乳业发达地区构建了一张覆盖全球资源体系、全球创新体系、全球市场体系的骨干大网。

创新，改变未来

伊利一直坚持和推动创新战略，已经建立了多个领先的技术研发和产学研合作平台，持续推动行业创新。并紧紧围绕国际乳业研发的重点领域，整合海内外研发资源，开展全产业链创新合作，先后研发和推出了安慕希、金典、QQ 星、畅意 100%、金领冠、畅轻、巧乐兹、伊利牧场以及冰工厂等众多明星品

牌，赢得消费者高度信赖。

伊利始终致力于推动中国母乳研究，引领中国乳品行业在针对中国人群特别是中国母婴营养研究工作上进入了系统化、规范化的发展时代。并且建立更前沿、更准确的母乳成分检测方法，形成具有伊利自主知识产权的母乳科学研究数据。

责任，温暖社会

伊利秉承“平衡为主、责任为先”的伊利法则。2017 年 11 月 6 日，伊利对企业社会责任管理体系进行全新升级，将“健康中国社会责任（CSR）体系”构筑为面向未来的“共享健康可持续发展（CSD）体系”，英文翻译为“World Integ rally Sharing Health”，简称“WISH”体系，意为“美好生活”。



蒙 牛

关键词：绿色领先、双碳战略、责任担当

在碳排放总量和碳排放强度等方面实现领先，不断践行绿色低碳、普惠包容的可持续发展之路。

国家工业和信息化部发布关于公布 2023 年度绿色制造名单截至目前，蒙牛旗下共有 30 家工厂获评“国家级绿色工厂”，在行业中树立起可持续发展标杆。

1 月 5 日，工信部公布 2023 年度绿色制造名单，蒙牛乳业 3 家工厂成功入选国家级绿色工厂，发挥了绿色制造示范作用。累计创新项目共计 219 项，涵盖建筑、能源、工艺、包装、仓储等多个方面。蒙牛在绿色产业方面取得的成果，离不开其多年来对“绿色领先”的坚持。早

获奖寄语

面向未来，蒙牛将继续践行国家队责任担当，全面推进 GREEN 可持续发展战略，为全产业链注入更绿色、更有韧性的可持续发展新动力，守护人类和地球共同健康。

在 2021 年，发布“GREEN 可持续发展战略”，从可持续的公司治理、共同富裕的乳业责任、环境友好的绿色生产、负责任的产业生态圈、营养普惠的卓越产品，并通过 15 个议题、28 个具体行动，全方位推动产业链上下游的“GREEN”可持续发展转型。

作为中国领军乳企，蒙牛积极围绕国家“双碳”政策，制定了“2030 年实现碳达峰，2050 年实现碳中和”的双碳战略目标，围绕生产、原奶、包装、运输、

产品以及碳抵消 6 个环节，制定 15 大关键举措，明确降碳路径，分三个阶段持续推动绿色低碳发展，在碳排放总量和碳排放强度等方面实现领先，不断践行绿色低碳、普惠包容的可持续发展之路。

基于 ESG 方面的优异表现，蒙牛获得国内外权威机构的一致认可。成为中国唯一一家取得“AA”评级的综合型乳制品企业，为行业最高等级。此外，在“央企 ESG·先锋 100 指数”中，蒙牛位列第三位，为食品饮料行业最高排名。

