

400个品类的世界美食汇聚

## 光明带来一场全球美食的精华荟萃

新闻晨报记者 钱鑫

银蕨农场 Honest 诚实系列迷你牛肉芝士汉堡、Dairyworks 精选奶酪、新悦纯牧 JOYHANA 超高温灭菌搅打稀奶油、大西洋加那利净墨鱼、西南大西洋天使红虾等特色进口食品……覆盖澳大利亚、新西兰、西班牙、意大利、法国、英国、美国、加拿大等 30 个国家与地区，囊括肉类、水产、乳制品、粮油、酒类、休闲食品及商贸服务等近 400 个品类。

光明食品集团“THE SMART CHAIN 全球食品集成分销平台”展区面积 3096 平方米，是本届进博会农食展区的最大单体展台。在 2025 年第八届中国国际进口博览会，光明食品集团作为进博会的“八届全勤生”，再次以参展商、采购商、服务商的三重身份，全方位、全领域、全渠道深度融入进博舞台。

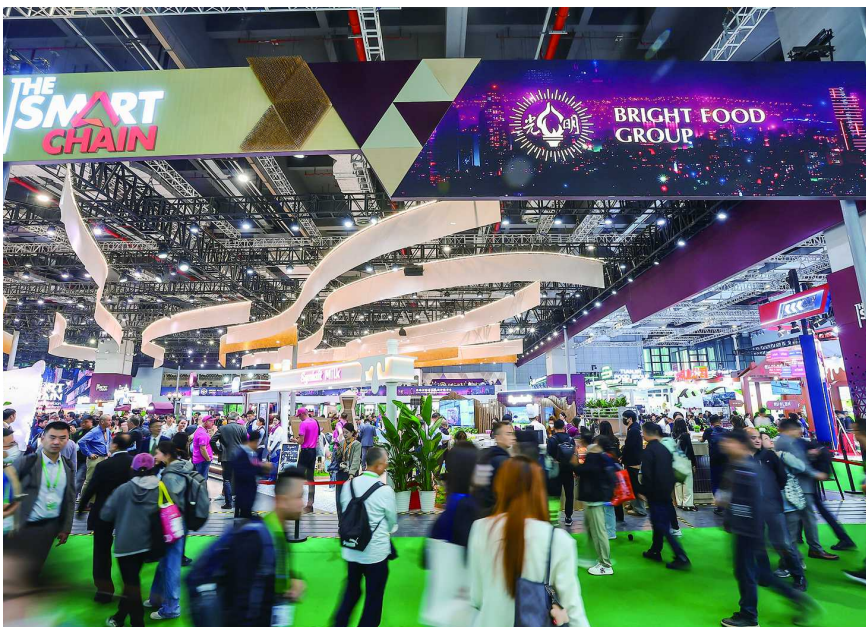
本届进博会，光明食品集团以“锻造主业供应链体系，展示供应链变革”为主线，集中呈现“THE SMART CHAIN 光明全球食品集成分销平台”的创新成果与战略布局。围绕商业供应链、大宗贸易供应链、城市服务供应链三大体系，集团以进博为窗口展示现阶段成效，探索供应链变革方向与“产业+服务”融合共生的生态圈业务链打通路径。

集团以“产业链筑基、供应链强链、服务链增值”融合，积极打造“产业+服务”融合共生生态圈，构建从田间到餐桌、从源头到舌尖的沉浸式互动体验，着力打造一场集品牌形象展示、世界美食品鉴、产业服务融合于一体的盛会，全面展现光明食品集团的国际化视野与品牌实力，呈现一场全球美食的精华荟萃。

## 四大沉浸空间

展区顶部，“风吹稻浪”的艺术装置在灯光映照下带来别样的田野氛围感。“稻浪”象征着现代农业种植端，创意地呈现了光明“从一产出发”的坚实根基，也勾勒出整个供应链的源头起点，传达着食品产业对于“丰收”最深的敬意与最浪漫的想法：来自大地，传递美好，汇通世界，照亮未来。

展区中央大街上，以“光明农场”为灵感原点，构筑了一处融汇东西的创意市集。集团旗下海外企业与光明农场企业共同携手参展，水产集团的海派海鲜、光明乳业的奶酪、糖酒集团的红酒等与崇明农场、上海农场、五



四公司等本土农场的新鲜食材，共同讲述着“从农场到餐桌”的品质故事，用味蕾环游世界，带来一场跨越山海的对话，完成一次跨越疆界的感官旅行。

光明厨房以“一心一意”的益民初心，传达始终如一的价值理念；以“一餐一饭”的健康营养，坚守始终如一的产品品质；以“一厅一堂”的明亮舒适，创造始终如一的空间体验；以“一点一滴”的光明温暖，践行始终如一的服务标准。以安全、标准、便捷、美味为核心，守护市民每日三餐，引领行业向高品质、高效率发展，为创造更美好的城市生活场景贡献力量。

依托集团全球优质食材基地与全产业链资源，光明厨房建立了涵盖食材采购、加工、配送及服务的全流程标准化体系，秉持食材“源头可溯、品质可控”原则，中央厨房加工恪守 HACCP 食品安全管理体系，智能冷链配送网络确保新鲜直达。目前，光明厨房服务网络已涵盖集团旗下城市服务公司、康养集团、“光明味来”学生餐等 16 个自营点位，并为 30 余家学校、社区、养老机构提供送餐服务，结合集团持股的博海餐饮服务超过 50 个企业食堂点位，形成了广泛的社会影响力。

## 从源头到餐桌的全链可视化

集团旗下各企业通过打造数字沙盘、互动屏幕、沉浸式体验等多元场景，全方位凸显产业链的协同效能与供应链的高效运转，为观众开启一场“从全球农场到光明餐桌”的沉浸式体验，生动呈现光明食品集团供应链的变革之旅。在这里，消费者不再是旁观者，

可以亲自感受、清晰追溯每一份食材从源头到餐桌的全链路历程。

糖酒集团展位以“创新科技，中西融合”为核心理念，通过现场展示装置，让观众直观感受来自广西的优质甘蔗，以及源自全球优质产区之一巴西的进口原糖，感受“中西原料融汇”的产业基底。糖酒集团携旗下最新产品与全球精选品牌联合亮相，以“进口品牌+自有品牌+战略合作品牌”的协同构建展陈体系。

城服公司展区通过嗅、听、闻三感体验、智慧屏交互、AI 互动来直观呈现食材从源头端、加工端、消费端的城市厨房全产业链服务能力。通过十八道工序讲述一颗咖啡豆的旅程，展现咖啡的全产业链，全面展示城服公司全方位、全场景、全链路、全数字、全感官的服务体系。

水产集团展位现场打造专属“海上沙盘”，同步举办“龙门‘芯’供应链发布”“ALTAMARA 品牌专场”“悦龙门”美食体验等活动，展现远洋渔业、海外基地、海鲜品牌、供应链及精深加工优势，全方位展现“渔场到市场”“海洋到餐桌”的高效产业链实力。

光明肉业展位以“THE SMART CHAIN 全球食品集成分销平台”为核心，集结旗下海外品牌银蕨、万安及上海梅林、爱森、苏食、联豪、大白兔、冠生园、正广和等国内品牌，共同呈现从肉类、糖果、调味品到饮品等多品类、全链条的食品产业生态。打通“从牧场到餐桌”的全产业链，通过严格的品控与智能化管理，确保从爱森冷鲜肉、联豪牛排的鲜美，到上海梅林、苏食午餐肉的安心，每份产品都品质如一。

光明乳业展位现场打造了“南岛牧场”和“都市厨房”两个场景，让观众和消费者直观感受从南半球牧场到都市餐桌的全链路新鲜之旅。不论是展台上绿意盎然的牧场场景，还是可体验烹饪的都市厨房，都让大家“看得见”新鲜的每一步。

光明产投展位以冷链服务流程为主线，设置多温仓储模型、智慧无人仓和中央厨房加工中心模拟场景、智慧系统展示区及咖啡品鉴互动区。在“光明全球新质好咖啡”主题日中，特邀往届获奖单位现场制作，结合冷链储运实景展示，让观众在沉浸体验中理解品质背后的供应链保障。

## 线上线下联动活动

本届进博会，光明食品集团致力于为观众打造一个“从展

馆直达餐桌”的完整体验，同时为产业伙伴构建一个开放协同的平台。产业协同层面，集团秉持平台化、开放式原则，链接全球优质品牌与本地城市服务网络，倡导各业务单元与合作伙伴围绕产品共创，餐饮与社区场景、团餐与团购等多元需求开展交流与对接。同时积极推动线上线下融合发展，逛展的同时，消费者可以在进博现场下单，享受配送到家服务。以“好逛、好吃、好买”为主线，与“观展、品鉴、互动、购物”无缝衔接，观众可以通过参与“光明进博美食之旅”打卡活动，一键进入“光明好选·进博专区”选购心意商品。

## 环球美味，集萃一堂

上花集团将展位打造成“花卉空间体验馆”，其中三大核心场景，精准匹配不同人群需求：可移动花园满足年轻群体对自由组合与场景变换的需求；适老花园专为银发族设计，是一个适合出行、康复、社交的互动空间；柚佑疗愈花园为高压人群提供即时解压方案。

糖酒集团带来以产学研合作，创新研发的“菁活”植物活性水，历经数年技术攻关，通过对甘蔗资源的深度开发，将以往易被忽视的天然精华，蜕变为清甜回甘、天然健康的全新饮品。该产品是一款完全提取于甘蔗的植物细胞水，0 糖 0 卡，更助力人体高效吸收与代谢。

光明国际带来满元椰子水，NFC 非浓缩还原、天然健康，能快速补充电解质和水分；安格斯牛排脆，采用整块安格斯牛排原切烘烤而成，香脆可口，配料表仅有牛肉和食用盐，健康又美味。

水产集团带来南极磷虾狮子头、大西洋加那利净墨鱼、西南大西洋天使红虾、大西洋红宝石斑等“海派海鲜”系列产品，涵盖远洋自捕与全球优质集采高蛋白海产品。重点推荐“海派海鲜—金枪鱼肉酱”，精选自捕野生金枪鱼，大块肉鲜香入味，佐餐百搭，轻松畅享高品质蛋白。

光明肉业银蕨农场将纯净新西兰的草饲牛羊鹿肉带到现场，重点展示冰鲜牛肉、冰鲜羊肉、Reserve 珍藏系列牛肉和特色小羔羊、Honest 诚实系列迷你牛肉芝士汉堡以及其他牛羊鹿原切电商零售畅销产品。

光明乳业新莱特带来“宝藏展品”——Dairyworks 精选奶酪，现场展示 Dairyworks 旗下两大核心零售品牌。Dairyworks 以“便捷化、场景化”为核心，专注打造即食型奶酪零食，以及便捷的餐食解决方案与食材，让消费者在碎片化场景中轻松享受奶酪美味。Talbot Forest 主打“精致品鉴”定位，面向追求高品质生活方式的人群，提供层次丰富的高端奶酪产品。

农发集团带来两款代表未来趋势的战略新品，“搭饭”系列鲜食米饭选用自主研发的金奖稻种“沪软玉 1 号”，以全产业链的严谨，还原米饭最本真的味道，让“好米”变成触手可及的“好饭”，以时尚、环保的瓶装设计颠覆传统，倡导“吃多少、装多少”的低碳生活，从传统的“满足温饱”向提供“健康生活解决方案”的品牌升级。



广告