

# 解锁行业新态 创新生产密码

## 2025日本食品及添加剂行业考察

< 标杆考察·案例分析·精髓探究·全程解读 >

东进东出 5月19日 - 5月25日 7天6晚



一般社団法人亜洲六次産業化創生学院

# 行程特色

Investigation trip to Japan



百年匠心探秘——千疋屋水果美学与格力高百年工艺，诠释极致品质追求  
场景零售典范——三越食品层高端体验与东京站枢纽经济，解码精准营销  
供应链革新场——赤城乳业5S工厂与便利店鲜食管理，演绎高效精益之道  
行业前沿风向——IFIA展会聚焦健康添加剂与可持续包装，洞见未来趋势  
产学研深度融合——跨界专家全程解读，嫁接中日产业智慧与实践精髓



一般社団法人亚洲六次産業化創生学院

# 行程安排

Investigation trip to Japan

\*所有行程或根据实际情况作调整，  
以出行前发到各位手中最终方案为准

出行时间：5月19日-5月25日 7天6晚 日本（东京-埼玉-千叶）

日期	天数	城市	时间	日程	酒店
5月19日	第一天	国内 - 东京	上午	乘坐国际航班飞往东京成田国际机场	东京酒店
			欢迎晚宴	由随团主讲师介绍此行研学目的/行业概况	
5月20日	第二天	东京	全天	银座 <b>实体店铺</b> 考察 <ul style="list-style-type: none"><li>• 银座 <b>千疋屋</b> 考察 —— 一家专门从事进口和销售水果的日本百年零售商</li><li>• 银座 <b>零售业态</b> 考察 —— 三越百货食品层“满足顾客的味觉和心灵”</li></ul>	东京酒店
5月21日	第三天	东京	上午	考察 <b>东京站内</b> 日本旅游商品及特色点心 —— 日本特色商品、顶级特产汇聚地	东京酒店
			下午	考察 <b>日本24小时便利店及商超</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 商超：永旺超市、伊藤洋华堂等</li><li>• 便利店：全家、罗森、7-11等</li></ul>	



# 行程安排

Investigation trip to Japan

\*所有行程或根据实际情况作调整，  
以出行前发到各位手中最终方案为准

出行时间：5月19日-5月25日 7天6晚 日本（东京-埼玉-千葉）

日期	天数	城市	时间	日程	酒店
5月22日	第四天	东京	全天	观展 日本东京食品配料和添加剂展览会 <b>IFIA JAPAN</b> 时间：2025年5月21日-23日 地点：东京有明国际展览中心（南一/南二/南三馆）	东京酒店
5月23日	第五天	埼玉	上午	参观 赤城乳业 埼玉县本庄千本樱‘5S’工厂——日本最大的乳制品制造商之一	东京酒店
			下午	参观 江崎格力高 埼玉工厂（Pocky巧克力棒生产线）——世界知名百年食品巨头	
5月24日	第六天	千葉 - 东京	上午	参观 江崎格力高 千葉工厂（冰淇淋生产线）——世界知名百年食品巨头	东京酒店
			下午	（视情况而定）样品购买、市场走访、商务相谈	
5月25日	第七天	东京 - 国内	全天	乘坐国际航班由东京成田国际机场飞往国内	



# 行程亮点之考察篇①千疋屋Sembikiya

Investigation trip to Japan

- 参访内容：商品陈列与视觉营销（灯光、摆放方式、标签设计）、定价策略（高端水果的溢价逻辑，如静冈蜜瓜、晴王葡萄）、水果博物馆和艺廊、极致细节服务。
- 研学要点：价值塑造（如何通过故事营销，如产地故事、种植技术，提升产品附加值）；客户体验（试吃服务、定制化包装，如礼品盒，如何促进成交）。

千疋屋Sembikiya是一家专门从事进口和销售水果的日本零售商，**被誉为日本最贵的水果店**。它成立于1834年，最初只是一个水果折扣店，后来逐渐发展成为专注于销售奢侈水果的店铺。

千疋屋Sembikiya的创始人是大岛弁藏，他通过船运将越谷出产的农产品送往江户最繁华的地区，从而开始了千疋屋的历史。随着时间的推移，千疋屋积累了财政界人士、文人等人脉，同时拥有了官方的门路，再加上客户阶层不断提升，对所经销的水果也越来越讲究。由于对高品质水果的坚持，再加上平素照顾生意的上流人士的支持，千疋屋成为了德川将军家御用商人，之后转而走上高端品路线。

东京日本桥是传统的贸易中心，这对于让不同年龄段的顾客通过多种情境体验水果文化的魅力至关重要。



# 行程亮点之考察篇② 三越百货食品层

Investigation trip to Japan

· 研学要点：商品组合与选品策略（高端化与稀缺性、地域特产集群化）；通过视觉营销（布局 and 商品陈列、环保与奢华平衡、便携性设计）吸引顾客；结合本地和国际品牌，提供多样化的商品选择；通过限定商品和季节性产品吸引顾客；通过高品质的生鲜食品 and 熟食便当满足顾客的需求。



银座三越百货食品层是东京高级购物区银座的代表性食品卖场，主题是传递“喜爱”的价值，提供时令食材和美食，主打“精品化”“体验型”消费，聚焦高端客群（本地富裕阶层、国际游客）。这里网罗了来自日本各地知名与流行品牌的伴手礼名店，通常位于B1或B2层（日本百货惯例），集合了和洋菓子、生鲜、酒类、调味料、便当等全品类食品。

## 三大核心特色：

- 严选商品：仅入驻知名品牌、老铺或独家限定品。
- 场景化陈列：按节日、季节、地域主题动态调整。
- 试吃文化：几乎所有柜台提供试吃，强化购买冲动。

银座三越食品层是“商品力+体验感+数据化”的集大成者，适合食品经营者学习高端化运营和细节打磨。



# 行程亮点之考察篇③ 东京站内

Investigation trip to Japan

- 参访内容：地域特产（如北海道奶酪、京都抹茶点心；地域特产+站内限定款）的选品逻辑；包装设计（便携性、视觉冲击力、环保材料）；旅游限定商品（如何利用“限定”概念刺激消费）
- 研学要点：IP化运营（与动漫、地方文化联动的商品开发，如Hello Kitty合作款；便携便当盒、IP联名包装）；冲动消费设计（陈列位置，如靠近检票口、小型化包装）；场景化营销（便当适配通勤、礼品适配游客）；供应链效率（便当日配、自动贩卖机即时补货）



东京站食品商业是食品行业经营者必看的交通枢纽商业典范，东京站日本最大交通枢纽之一，日均客流量超50万人次，食品业态以“便捷性+地域特色+高端礼品”为核心。

主要分为3大区域：GRANSTA（站内地下商业街：主打便当、甜品、伴手礼）；东京站一番街（动漫IP联名食品、地方特产专区）；站内便利店（如NewDays，高频消费型商品）



东京站食品商业的精华在于“场景精准匹配”——通勤客买便当，游客买礼品，IP粉丝买联名款。建议经营者思考：如何在自己的渠道（如商超、景区店）复制“限定+便捷+故事化”模式？如何利用交通枢纽的高流量实现品牌曝光？



# 行程亮点之考察篇④ 24小时便利店及商超

Investigation trip to Japan

- 参访内容：商品组合与选品策略（精准分层定位、地域化选品）、鲜食供应链（每日多次配送、废弃率控制）、自有品牌开发（如7-11的“Seven Premium”系列）、服务扩展（ATM、快递代收、票务销售）。
- 研学要点：高效运营（人员排班、设备自动化，如自助收银、咖啡机）；本土化策略（针对区域需求调整商品，如办公区 vs 住宅区）。



あなたと、コンビニに、



日本是全球零售业最发达的国家之一，其商超（如永旺、伊藤洋华堂）和便利店（全家、罗森、7-11）在精细化运营、商品开发、供应链管理等方面具有标杆意义。

日本商超和便利店代表了“极致效率+精准需求匹配”，食品经营者可通过考察，学习高周转、低损耗的供应链管理；借鉴鲜食开发与会员营销的创新模式；优化商品陈列与顾客体验，提升复购率。



# 行程亮点之考察篇⑤ 赤城乳业 埼玉县本庄千本樱“5S”工厂

Investigation trip to Japan

- 参访内容：日本规模最大的冰淇淋生产线（原料混合、杀菌、灌装、硬化）、质量控制（微生物检测、口感测试）、环保措施（废水处理、能源回收）
- 研学要点：规模化生产（如何兼顾效率与灵活性，如季节性口味切换）；冷链管理（从工厂到零售端的温度监控体系）



赤城乳业埼玉县本庄千本樱“5S”工厂是日本规模最大的冰淇淋生产工厂，处理能力最大约80,000kl/年，约占日本冰淇淋生产总量的10%。工厂于2010年2月13日竣工，生产和销售冷冻点心、冰棒，普通食品等。

赤城乳业秉承“可参观，可观赏，可沉醉”的理念，向来访者展示本庄千本樱“5S”工厂。工厂内部设有参观路线，参观者可以参观生产商品的工厂内部，还可透过隔离窗参观室内进行品质检查的情况。工厂的外部设计也颇具特色，银色代表水，蓝色代表苏打口味脆脆君，厂区内种植了许多椰树，从国道254线上可以看到巨大的脆脆君招牌在欢迎各位。

“5S”指的是“整理”“整顿”“清扫”“清洁”以及“素养”。赤城乳业设立了以社长为委员长的“5S”委员会，每日都在为贯彻“5S”而努力。公司不仅引入了与制药企业水平相当的卫生管理系统，在品质管理及环保措施方面也引入了最新的设备和系统，但公司最注重的是工作人员的道德观念。赤城乳业在员工教育和提高员工工作热情的活动上投入了大量精力。



# 行程亮点之考察篇⑥江崎格力高

Investigation trip to Japan



日本江崎格力高（Ezaki Glico）是一家拥有百年历史的食品巨头，以创新和全球化战略闻名，旗下明星产品**Pocky**年销量超**10亿盒**。

自1922年以来，在日本国内开始进行休闲食品的生产与销售，并且一直不断地推出具有独创性的产品。由于受到了日本全国消费者的喜爱，业务领域也在不断地扩大，现在除了休闲食品领域外，还拓展到“冰激凌”“酸奶”以及乳制品领域，“果汁、软饮料”领域，“欧风甜点”“婴儿奶粉领域”“加工食品领域”“健康事业领域”“商店、办公楼、邮购事业”“食品原料事业”。总计在10项事业领域中发展。

企业核心优势在于：技术创新（如Pocky的精密涂层工艺和自动化生产）、精准市场定位（地域限定款、健康化产品）、情感营销（IP联名、工厂参观体验）以及可持续发展（环保包装、废料回收）。

格力高通过细分市场策略（如咸味Pretz、儿童向Caplico）和本地化生产（如中国抹茶味Pocky）实现全球扩张，其成功经验为中国食品行业提供了重要启示——“小产品撬动大市场”需结合技术升级、场景化设计和用户共创，同时注重透明化生产和环保实践。



# 行程亮点之考察篇⑥ 江崎格力高 琦玉工厂 & 千叶工厂

Investigation trip to Japan

## 琦玉工厂

- 参访内容：巧克力涂层工艺（温度控制、均匀度）、包装自动化（高速流水线、异物检测）。
- 研学要点：产品创新（Pocky口味扩展逻辑，如地区限定款）；品牌营销（如何通过广告、IP合作维持年轻客群）



## 千叶工厂

- 参访内容：超低温环境下的生产管理（工人防寒措施）；冰淇淋膨胀率、口感测试。
- 研学要点：体验式营销（工厂参观如何转化为品牌忠诚度，如儿童互动区）；百年企业背后的经营逻辑

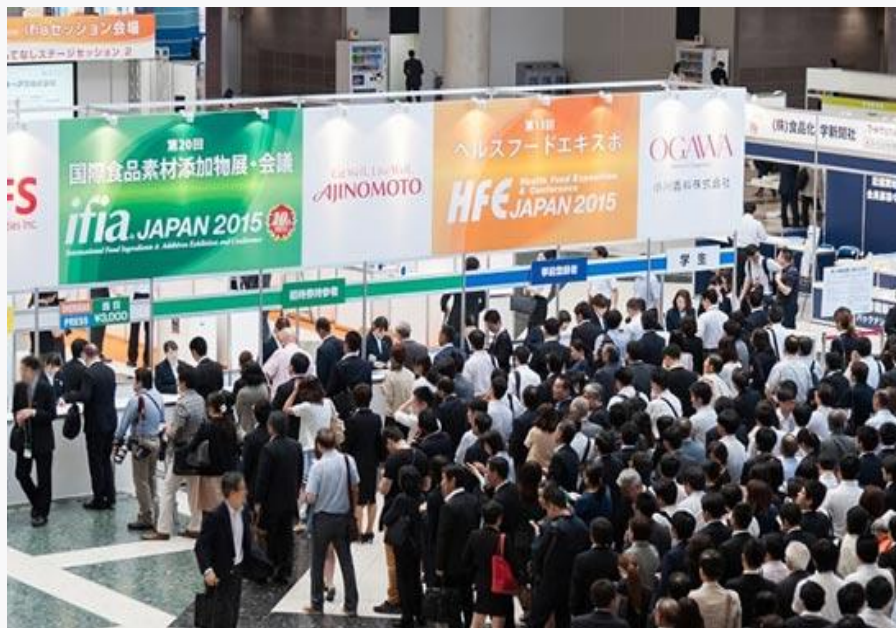


# 行程亮点之展会篇 东京食品配料和添加剂展览会IFIA JAPAN

Investigation trip to Japan

· 观展要点：趋势观察（健康食品，如低糖、功能性成分、植物基产品）、可持续包装（可降解材料、减塑设计）；技术创新（食品添加剂的安全替代方案，如天然防腐剂）；生产设备智能化（如AI质检、机器人分拣），等。

**ifia JAPAN**  
International Food Ingredients & Additives Exhibition and Conference  
国际食品素材/添加物展·会议  
日本食品添加剂展



东京食品配料及添加剂展览会（IFIA JAPAN）是日本领先的功能性食品配料及添加剂展览会。由EJK JAPAN展览公司和食品化学新闻社联合主办。该活动致力于日本食品添加剂和配料行业，高质量和参观者每年都吸引参展商回来。

展品范围：

- 食品添加剂、配料及原料（糖类，淀粉，山梨醇，脂肪替代食品，面粉，酵母产品，增量剂，色素，色素粘合剂，乳化剂，香料，润湿剂，营养添加剂，甜味料，功能性食品添加剂，脱水蔬菜等）；
- 健康食品及饮料（维生素，矿物质，欧米茄3，芦荟，小球藻，氨基葡萄糖，美容食品，减肥食品，低热量有机谷物茶类食品及藻类食品等）



# 行程亮点 之 讲师篇

Investigation trip to Japan



## 首席随团讲师 赵宇

日本地方政府（中国）交流平台 驻日首席代表  
亚洲六次产业化创生学院 创始人 代表理事  
中国多家行业领军企业 经营顾问

- ✓ 旅居日本三十年，精通中日文，深谙日本企业文化，多年来为中日企业商务交流尽心尽力，贡献良多。
- ✓ 在中国企业赴日游学考察领域，规划主导过50余场深度游学考察活动，地域触及日本40多个都道府县，考察产业涉及工业、农业、商业、服务业等。其广博而又富有趣味性的知识传播和把握精髓的深度解读令所有的到访者印象深刻、收获非凡。
- ✓ 在企业管理咨询领域，支持服务过30余家中国优秀企业，因其开阔的视野和创新思维，合作过的企业在战略规划、海外业务拓展、品牌塑造、企业文化建设等方面都取得了不同程度的突破和发展。

1996年，东和国际教育学院毕业

2000年，任日中起业家育成中心 -执行董事

2002年，任东北大学日本語培训中心 -部长

2006年，任札幌国际大学 -汉语教师

2010年，任北海道中华食品研究所 -社长

2017年，任中日产学投资促进中心 -日本企业管理与文化讲师

2018年-2019年，任知识创生学院 -代表

2019年-2022年，任亚洲六次产业化创生学院 -代表理事

2021年至今，株式会社スカイテック (Skytech Co., Ltd.) -代表取締役社长



一般社団法人亚洲六次産業化創生学院