

“齐鲁农超”农业大平台上线正当其时

扎根山东更懂山东,上连市场下连用户

8月28日,由政府、企业和媒体携手成立的农业大平台——“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台(以下简称“齐鲁农超”)正式上线。该平台由山东省农业农村厅指导,大众报业集团、鲁商集团主办,齐鲁晚报·齐鲁壹点负责平台建设运营和维护管理,是官方指定的唯一区域农业公共品牌自主平台。

综观当前农副产品交易行业,相关商业平台已不鲜见,山东缘何要在此时推出“齐鲁农超”农业大平台?在相关业界专家看来,“齐鲁农超”的推出,符合山东作为农业大省的现实,该平台精选山东农业优品,聚合山东各类农产品加工企业,上连市场,下连用户,实现乡村振兴成果展示、宣传推广、产销对接、产品交易、质量管控、在线服务等六大功能的模块化运作,有利于山东省优质农副产品展示交易,助力乡村产业振兴。



“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台

乡村振兴—齐鲁样板、大省担当
和美乡村—农业创新、数字建设
互利共赢—政企共建、平台先行

品牌的扶持,促进区域创收。而在“齐鲁农超”上线后,通过其小程序,该平台所具备的一些优势初见端倪。

打开“齐鲁农超”小程序,简洁的页面设计将最直观的信息传递给消费者,预制菜品、酒水饮料、粮油调味、蔬菜瓜果等一级入口让消费者得以便捷选购所需商品。同时,在首页还设置有限时秒杀、当季热卖、山东手造等入口,在给予消费者优惠便利的同时,对于山东特色农产品也进行了展示。

对于入驻企业,“齐鲁农超”则给出了“三零”的优惠政策。据悉,所谓“三零政策”,即零元入驻平台、平台交易零佣金、全年零元服务费,即日起至2023年12月31日,“三零政策”将对山东各农副产品商家持续展开。入驻平台的绿杰股份有限公司是该政策的受益者,公司副总经理冯毅表示,“三零政策”有利于帮助企业降低成本、提升利润率。同时,他也对平台未来的发展充满期待,“平台的建设让山东农产品有了更统一的出口,有利于企业产品品牌形象的提升。”

讲好“三农”故事
助力乡村产业振兴

除了让山东农业优品、优品与消费者实现零障碍互通,“齐鲁农超”还将发挥平台的独特优势,进一步擦亮山东农产品的“金字招牌”。按照规划,平台还将通过政企合作运营的模式,从广度和深度方面挖掘山东乡村振兴工作的优秀案例、讲好山东“三农”故事,助力乡村产业振兴。

在于登杰看来,政府主导、政企合作运营尽可能保证了品牌建设环节要素齐全,其中,政府做好监管、政策推动及方向引导,企业做好市场化执行,至于媒体,则可为品牌建设提供独有的视角与资源。

“媒体对品牌打造有着丰富经验,未来可以通过政企深度合作,比如深入某一产业带,发掘典型案例,切实解决行业痛点,并进行可复制模式的提炼,从而讲好山东农业故事。”于登杰说道。

诚如于登杰所言,在“齐鲁农超”的发展规划中,深入产业带已经提上日程。8月28日,平台上线的同时,16市联动直播季也随之启动。齐鲁晚报·齐鲁壹点将布局全省,进行溯源直播,讲好“三农”故事,助力山东农业数字化转型,进一步擦亮山东特色农业“金字招牌”。

(记者 黄寿庚)

建设农产品区域公共品牌 亟需构建一个省级大平台

在山东省电子商务协会秘书长、山东省首席数据官联盟秘书长于登杰看来,“齐鲁农超”的推出符合当前山东农业发展的现实。作为农业大省,山东用占全国6%的耕地和1%的淡水,生产了全国8%的粮食、11%的水果、12%的蔬菜、13%的水产品。身居“农业大省”之位的同时,山东农业也面临着高质量发展之问,诸如产品品种老化、质量不稳定、品牌力不强、农业人才稀缺等问题也有出现。

“山东农业体量大,很多产品不愁卖,但农业产业链条长,比较复杂也是现实。”于

登杰表示,山东农业当前需要有一个省级平台去帮助各地农业实现更好的高质量发展。目前,现有的农产品商业平台,多数仅仅停留在销售层面,难以向农产品上游延伸,很难帮助产业带实现高质量发展。而“齐鲁农超”通过数据采集,向上可以进行品质、规模化等问题的反馈,向下可以通过数据提早预判市场行情。

山东深耕地理标志产业研究院院长、国家三产融合战略推进中心高级顾问李建超认为,省级平台对于农产品区域公共品牌的建设至关重要。“广东在农产品品牌建设上的‘12221’市场体系建设已经相对成熟,打响了一批‘粤字号’农业品牌,实现了从产品到品牌的转变。那么,山东的农产品品牌建设该如何发力?”他表示,“无论是广东还是山东,首先要构建起一个省级的统一口径在方法论上都是相同的,而齐鲁农超恰恰具备了这个特质。”

让好产品与消费者 实现零障碍互通

根据平台定位,“齐鲁农超”将整合山东特色、优质供应链及地标农产品,让好产品与消费者实现零障碍互通,营造良好的营商环境和消费场景。同时,还将通过资源整合降低农民和企业的推广成本,提升产品和品牌溢价,实现对山东本土农副产品



齐鲁农超数字员工“小超”同步上线。

16市优品都来“齐鲁农超”了

企业代表现场推介农特产品,共同助力乡村产业振兴

在8月28日举行的“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台上线活动中,来自山东16个市的政府、企业和行业协会代表都来到了现场。他们带着各具特色的代表性农特产品,推广地方农产品区域公共品牌,交流农业品牌建设经验,共同助力乡村产业振兴。

特色农产品亮相 吹响金字招牌

活动现场,“齐鲁农超”农产品体验区淄博专区展示了得益牛奶、周村烧饼、巧媳妇调味料等淄博代表性农特产品,吸引了不少观众驻足了解。

“这次我们带来了酱油、食醋、料酒、蚝油等调味品。”巧媳妇食品集团有限公司有关负责人向记者介绍。据了解,淄博有13个品牌入选首批“好品山东”品牌榜,长江以北产能最大的调味品企业之一巧媳妇成功入选。

目前,淄博市正在打造农产品区域公用品牌“淄博农品”,展示淄博代表性农产品得益牛奶、沂源苹果、博山猕猴桃、七河香菇、黛青山软籽石榴等。淄博市农业农村局围绕擦亮、叫响“淄博农品”金字招牌,强化措施,加大力度,聚力打造一批农业精品品牌,叫响淄博市农产品区域公用品牌。

“齐鲁农超”农产品体验区潍坊专区,山东凯欣绿色食品股份有限公司董事长张莉在推介此次参展的果蔬制品。张莉介绍,



入驻企业代表与“齐鲁农超”平台签约。

作为一家以出口型为主的食品企业,希望参加此次农超平台能拓展国内销售渠道。

“今天我们潍坊来参展的有3家企业,分别是新和盛食品有限公司、凯欣绿色食品有限公司、得利斯集团有限公司。”潍坊市农业农村局产业发展与规划科科长迟慧娟介绍,参展的3家企业在潍坊皆具代表性。

迟慧娟介绍,潍坊的农产品种类全,品质优、特色鲜明,潍坊农产品希望通过“齐鲁农超”平台,能够更好地宣传和销售潍坊优质农产品,将潍坊的农产品推向全国各地,真正实现农业品牌精品“香溢四方”的目标,也进一步擦亮“全国农业看山东,山东农业看潍坊”的“金字招牌”。

每一口都是真材实料 深加工农产品各具特色

在“齐鲁农超”农产品体验区烟台专区,绿杰股份有限公司品牌宣传部长贾冰正在推介特色产品苹果醋,“今天给大家分享的是烟台苹果深加工氯结发酵型的苹果醋饮料,这个产品没有任何香精色素、防腐剂。”贾冰介绍,该款苹果醋是将烟台苹果进行了两次发酵,历经360天的陈酿,释放了苹果中的营养成分和天然风味。

好的产品一定离不开好原料。贾冰提到,公司自有1000亩的苹果种植基地,“我们采用的是最新的品种,引进了立体栽培技

术,实现了苹果的精深加工。”绿杰的苹果醋配料表果汁含量大于60%,这也意味着,大家喝的每一口苹果醋都是真材实料。贾冰表示,借助齐鲁农超平台,希望让更多消费者认识绿杰、了解绿杰,尝到绿杰,把更多的健康和快乐送给大家。

“此次我们带来的是牡丹深加工产品,有牡丹籽油、牡丹茶等。”在“齐鲁农超”农产品体验区菏泽专区,菏泽商圣农业发展有限公司总经理蒋宜波手拿牡丹籽油,正在向大家推介。蒋宜波称:“非常荣幸能够作为齐鲁农超平台上线签约的菏泽企业代表来到现场,希望通过齐鲁农超线上平台,向社会推广菏泽牡丹。”

在“齐鲁农超”农产品体验区临沂专区,豆黄金食品有限公司总经理张玉在向人们介绍公司生产的鲜腐竹。“大家可能觉得腐竹都是干的,2014年我们公司研发了鲜腐竹,没有任何添加剂。”张玉介绍,其公司是一家生产豆制品的公司,已和全国前百强餐饮企业中的97家达成了合作。

“以前都说酒香不怕巷子深,但现在酒香也怕巷子深。”张玉称,销售和展示渠道,平台对于企业发展至关重要,“齐鲁农超”作为官方指定的唯一区域农业公共品牌自主平台,为企业提供了展示产品的渠道,“我们会逐步上线更多产品,让更多消费者通过平台了解企业。”

(记者 杨璐 徐宁 李家澍 时培磊 路董萌 田汝晔 高广超 张雨鑫 于民星 张琪 岳致呈 见习记者 袁秋征 张瑞雪 鹿青松 胡玲玲 孔亚捷)