

总在万家灯火时

——写在“齐鲁农超”上线一周年之际

文/片 黄寿庚 范佳 李文璇
袁野 张中 王鑫 报道

共话平台共融发展 企业现场讲述“农超故事”

去年8月28日,由山东省农业农村厅指导,大众报业集团、鲁商集团联合建设开发的“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台正式上线,承担起山东打造乡村振兴齐鲁样板新模式、探索山东数字农业新路径,树立“好品山东”新品牌的重要使命。时间过去了一年,山东农产品品牌价值提升几何,从活动现场发布的《2024山东农业品牌传播影响力指数报告》(以下简称《报告》)中可窥见些端倪。

齐鲁晚报壹点智库副秘书长、首席研究员,山东省品牌建设促进会智库专家崔京良介绍,所谓“传播影响力指数”(INC指数),即从传播广度、传播热度、网络关注度、自有平台呈现度、电商活跃度、网络美誉度等六大方面来评价品牌传播效果。

《报告》显示,齐鲁农超在售的“好品山东”品牌的测评数量有23个,在网络关注度方面,德州扒鸡、金果食品达到了“全国普遍关注”水平;在“齐鲁农超”销售活跃度方面,瑞福油脂、中裕食品表现比较突出。

相关品牌“普遍关注”“表现突出”背后,“齐鲁农超”作为展销平台出力不少。在活动现场,瑞福油脂、金马宝力等优秀企业代表进行了优品优企分享,讲述企业品牌提升、数字化转型方面的经验心得。

瑞福油脂股份有限公司董事长崔瑞福介绍,作为“齐鲁农超”最早上线的品牌企业之一,公司始终坚守产品品质与技术创新,持续擦亮“崔字牌”的品牌底色。未来瑞福油脂将继续与“齐鲁农超”携手合作,持续提升产品质量及服务水平。

“非遗”美食鲅鱼水饺一直以来都深受众多食客喜爱,烟台好运来食品有限公司、独鲅一方品牌创始人鲅嫂徐巧玉称,“借助平台展会、传统媒体、自媒体的多种宣传方式,让鲅鱼水饺这份山东‘非遗’美食走进了更多家庭的餐桌,也让‘山东好品’传播得更远、更广。”

“感谢‘齐鲁农超’这么好的平台,帮助我们‘山东好品’推向全国。”聊城市高唐县吉祥豆食品有限公司总经理袁春红表示,通过与“齐鲁农超”平台一年的合作,公司“赵庄花生米”销量及回购率明显增长,品牌知名度也得到很大提升;与平台共同推出的联名款产品即将上市,未来将在产品研发、线下市场布局、线上销售及推广等方面展开深入合作。

与吉祥豆食品类似,山东省金马宝力生物科技有限公司与齐鲁农超合作开发的产品也即将上市。公司总经理马力则表示,入驻“齐鲁农超”平台一年来,通过平台的媒体投放、线下活动等多种方式,公司产品的购买率、复购率均有明显提升,“接下来,我们会持续与平台合作,推出农超自营产品,实现互利共赢”。

赋能超4500家企业 齐鲁农超运营有何秘诀

鲅鱼水饺、金马宝力等仅仅是通过齐鲁农超平台受益企业的“冰山一角”。作为山东省区域农业公共品牌自主平台,去年8月,“齐鲁农超”还未正式上线就已受到各类涉农主体的广泛关注;时间过去一年,现已成功吸引了超4500家企业入驻平台,涵盖了300多个山东知名品牌,上架了近5000件特色农副产品。

“成功赋能超4500家企业,得益于齐鲁农超平台全方位的资源整合和线上线下多渠道的主动出击。”刘红杰介绍,在线上,齐



“齐鲁农超2.0”将在产品、技术、渠道三方面进行升级与革新。

“我们把齐鲁大地的农产品汇集到这艘巨轮之上,让全国乃至全球的消费者,都能在平台上一眼纵览全部山东好品。”在8月28日举办的山东省农业高质量发展县域行暨“齐鲁农超”共融发展系列活动中,齐鲁晚报·齐鲁壹点副总经理、山东齐鲁农超科技有限公司董事长刘红杰表示。

作为山东省区域农业公共品牌自主平台,齐鲁农超自去年8月28日上线以来,通过全方位的资源整合和线上线下多渠道的主动出击,吸引了超4500家企业入驻,形成“政府+企业+新型经营主体+消费者”推广合力,为区域农业品牌价值提升赋能添彩。

站在一周年节点向前看,齐鲁农超有着更远大的愿景,在2.0版本中,平台将从产品、技术、渠道三方面进行升级与革新,“在未来,我们期待它承载着更多山东的农产品,乃至山东的万家灯火,传递给更多的人。”刘红杰说。

齐鲁农超形成了“一台多端”的新格局,布局了微信、微博、抖音、天猫、淘宝、京东、快手、鲁商生活,以及小红书、知乎等电商、社交、会员的全平台矩阵,搭建了直播间,并且依托大众报业集团官媒背书和鲁商集团的商业优势,实现了全网的全渠道传播。

截至目前,“齐鲁农超”平台已经开设起15个特色品牌馆,包括11个地市馆和山东省巾帼好品馆、鲁酒馆、山东国寿乡村振兴馆,山东军创好品推荐馆等。这些品牌馆有的是聚焦区域,展现一方农业特色,有的是聚焦行业,展现行业风采与动态,山东国寿乡村振兴馆更是依托驻村“第一书记”,采取产品和服务遴选推荐模式,建立山东国寿乡村振兴“产品库”,成为一次金融企业拥抱数字科技,助力乡村振兴的有益探索和尝试。

在线下,齐鲁农超聚焦区域农业公共品牌的包装升级,济宁市区域农业公共品牌“济宁礼饷”、安丘市区域农业公共品牌“安丘农耕”等成为区域农业公共品牌力提升的先行者。齐鲁农超通过参与汶上县西瓜节、鱼台小龙虾节、金乡大蒜节等IP活动,力求让更多消费者都能近距离感受山东农产品的魅力与品质。

此外,齐鲁农超还积极布局了线下体验店和展销活动,这一年里,其身影除了出现在省内各市、区县,还走出山东,到北京、上海、广州、深圳、长春等城市进行推介,甚至还漂洋过海去到日本、欧洲。

山东省农业农村厅党组成员、副厅长杨武杰表示,“齐鲁农超”平台上线运行一年来,平台用户、入驻商户、产品订单量持续增长,市场影响力、社会认可度不断提升,在推动我省现代农业品牌化、数字化进程,促进农业对外合作交流,深度打造山东农业竞争力、影响力等方面发挥了重要作用。

让“远洋货轮”驶得更远 齐鲁农超2.0版本发布

“在齐鲁农超成立一年之际,我们想用一艘远洋货轮来比喻它。它承齐鲁之礼,集山东好品,驶向全国,驶向大洋对岸,驶向每一个梦想的终点,让全国乃至全球的消费者,都能在平台上一眼纵览全部山东好品。”对于齐鲁农超的定位与远景,刘红杰用“远洋货轮”进行比喻,而要让这艘船驶得更稳更远,就离不开自我升级与革新。

活动现场,“齐鲁农超”2.0发布。对比来看,平台将在产品、技术、渠道三方面进行升级与革新。产品方面,齐鲁农超重点打造了“优品优企”板块,集中展示、销售山东众多的优质特色农产品。技术方面,“齐鲁农超”将深度嵌入到鲁商生活等主流平台,实现与众多行业的互通互联,建立起农超与各大平台的强链接。渠道方面,齐鲁农超引入了“全民推荐官”的机制,让平台的接触度在不同领域的客群中裂变传播,努力把“齐鲁农超”打造成每个人生活中“每日必刷”的线上平台。

“未来,‘齐鲁农超’将从讲好山东农业新故事、探索农文旅新模式,增加多元合作新契机等三方面,继续推动山东省农业高质量发展。”刘红杰说,“首先,我们将持续发力打造省、市、县三级区域农业公共品牌和乡村好品,助力县域经济高质量发展;用好大众报业集团融媒体优势和鲁商集团的渠道和市场优势,带领山东企业和品牌‘走出去’;继续加强与头部平台的深度链接,为山东好品架设更广阔的展示舞台。‘齐鲁农超’将着力打造自己的供应链,与更多优秀企业共建联名品牌。”

体验馆开业、电商大赛启动 齐鲁农超2.0值得更多想象力

在齐鲁农超2.0发布之前,“齐鲁农

超”首个线下店“生态(安丘)体验馆”已经开门纳客,通过平台与安丘的合作,未来齐鲁农超赋能区域农业公共品牌和乡村好品,助力县域经济高质量发展路径更加清晰。

8月中旬,负责运营“安丘农耕”区域公用品牌的安丘农投集团与“齐鲁农超”确立战略合作关系,二者通过在线上开设“齐鲁农超·生态农业安丘品牌馆”,线下打造“齐鲁农超·生态安丘馆,体验馆”的方式,实现产品展销“两条腿走路”。其中,线上“齐鲁农超·生态农业安丘品牌馆”内聚集了安丘大姜、安丘大葱、小米、蜜桃等安丘优质生态农产品品类60余个;线下建设的生态(安丘)体验馆达1200平方米,是全省首个“齐鲁农超”实体展示展销馆,已入驻16市的名优农产品1000余种,能够更好地实现全省优质农副产品与消费市场的有效对接。

潍坊市委常委、副市长,潍坊国家农综区推进办党组书记、主任吕珊珊表示,“齐鲁农超”作为全省区域农业公共品牌自主平台,上联市场、下联用户,让农业好品、优品与消费者实现零障碍互通,进一步擦亮了山东特色农业的“金字招牌”。

生态(安丘)体验馆开业的同时,由山东省农业农村厅、山东省总工会共同指导,山东齐鲁农超科技有限公司、水发集团有限公司、山东省农林水工会联合主办,山东农业发展集团有限公司协办的“2024首届山东省乡村振兴农产品电商直播技能竞赛”,也在活动现场正式启动。

发展农村电商,是创新商业模式、建设农村现代流通体系的重要举措,是转变农业发展方式,带动农民增收的有效抓手,是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑。本次竞赛的主题为“发展农村电商,助力农产品上行,打造农优特爆品,培养电商人才”,赛事集中于今年9月-11月份,使用的产品货盘均来自“齐鲁农超”平台。大赛将推动农村电商高质量发展,为县域经济发展夯实基础,提升山东品牌农产品的影响力,推动山东农业特色产业更快更好发展。

杨武杰表示,山东省农业高质量发展县域行暨“齐鲁农超”共融发展系列活动是一个新的起点,未来将进一步加强同各级各部门的协调配合,与大众报业集团、鲁商集团一道,携手推进“齐鲁农超”平台建设,使之成为创业创新的平台、联农带农的平台、合作共赢的平台,奋力打造我省农产品展示交易的金字招牌。