

编者按

“农,天下之大本也。”在全面推进乡村振兴的壮阔征程中,“齐鲁农超”应运而生。作为山东省区域农业公共品牌自主平台,“齐鲁农超”已成为推动山东从“农业大省”向“农业强省”跨越的重要力量。

在“2025山东名优特精农产品发布暨‘齐鲁农超’建设推进会”召开之际,齐鲁晚报·齐鲁壹点推出“齐鲁农超”上线两周年特别策划,深入产业肌理,聚焦市场开拓,从资源整合、渠道打通、品牌崛起等不同维度,讲述平台助力山东好品走向全国、迈向国际的精彩故事。

一平台“链”起十六市,助力“农业大省”向“农业强省”跨越

齐鲁农超扎根百县网罗山东全域好品

近日,在淄博市沂源县的种植园里,果农们正忙碌地将色泽诱人的桃子打包,以迎接“齐鲁农超大篷车”的到来。就在不久前,“齐鲁农超大篷车”项目启动,预计前往山东十六市的百余个区县,开始新一轮的溯源带货。从鲁西到胶东,从省城到沿海,百余区县的农产品将从家门口走向更广阔的市场,而这只是“齐鲁农超”助力乡村产业振兴的一个缩影。



建立合作种植基地,使分散的种植户融入更大的产业体系。

记者 于泊升 边艺 报道

全域整合破壁垒

“小农户”对接“大市场”

“多亏了‘齐鲁农超’,我们家的桃才不愁卖。”这段时间,沂源县果农李德胜总是满脸笑容,看着自家的桃子被搬上货车,运往全国各地,他的心里很踏实。李德胜种了半辈子桃,对自家桃子的品质充满信心,可桃子成熟时,销路却成了问题。“以前就靠一些商户来收,价格压得低,只能在本地和周边市场销售。”回忆起过去,李德胜有些无奈。“齐鲁农超”的到来,让他看到了希望。

“要实现乡村产业振兴,首先需整合资源,形成规模优势。”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称,他们以全域化资源整合为支柱,打破县域界限,致力于实现“一平台覆盖全省”。在桃产业发展上,这一理念体现得淋漓尽致。

近两年来,“齐鲁农超”先后前往蒙阴、安丘、微山等地,与当地政府、合作社及优质园区建立深度合作关系。2025年,“齐鲁农超”继续举办“桃桃季”线上主题活动,通过产区直播、品种产地科普、爆品推荐等创新营销方式,将蒙阴蜜桃、安丘蜜桃等集中展示。这不仅为这些地方名桃拓宽了销路,还塑造了“山东桃”高品质产业集群的品牌形象,让山东桃产业以整体优势参与市场竞争。

这种全域化资源整合模式,同样惠及滨州沾化冬枣。“齐鲁农超”通过溯源行,与滨州沾化冬枣种植农场交流合作,建立合作种植基地。邀请农场老板冯伟英作为“村村有好品·村村有红人”山东好品推荐官,将沾化冬枣推向更广阔市场,使分散的冬

枣种植户得以融入更大的产业体系,共享资源整合带来的红利。

据了解,“齐鲁农超”聚合近5600家优质农特产品企业,精选应季生鲜与地域特色产品,并深入政府机构、企事业单位、高端社区、商业中心等场景。

在济南工程职业技术学院党委副书记、院长吴学军看来,“齐鲁农超”的全域化资源整合,就像一个强大的“磁场”,解决了农产品产销对接难、品牌分散的问题,将分散的小农户与大市场连接起来。“‘齐鲁农超’的这种资源整合模式,打破了以往农产品各自为战的局面,让山东农产品能够以整体形象亮相市场,提升了市场竞争力。”

“齐鲁农超”深耕齐鲁大地,整合十六市各县域优企名品,截至目前已上线20个地市和主题品牌馆。

从“卖产品”到“建平台”

山东农产品附加值飙升

聚合资源后,品牌建设成了推广的重要一环。刘红杰介绍,“齐鲁农超”构建了品牌共生体系,注重品牌建设,助力企业品牌、区域品牌、平台品牌协同增值。在桃产业中,通过连续举办“桃桃季”线上主题活动,将蒙阴蜜桃、安丘蜜桃等地方品牌与“山东桃”产业集群品牌相结合,提升了品牌知名度和美誉度。如今,“山东桃”已成为高品质桃子的代名词,消费者一提到山东桃,就会联想到鲜美多汁、品质优良。

在数字化时代,农业发展离不开数字技术对品牌的打造。2025年5月,“齐鲁农超”线上开启“吃瓜节”。通过线上活动,对山东各色品种好瓜进行多角度宣推,利用直播等数字化手段,让消费者直观了解西瓜的种植环境、生长过程和口感特点,大大激发了

消费者的购买欲望。线上“吃瓜节”期间,西瓜销量大幅增长,不少农户通过“齐鲁农超”平台接到了来自全国各地的订单。

“齐鲁农超”还通过政媒企协同机制,借助政府政策支持和主流媒体传播力,进一步提升品牌知名度和美誉度。此外,“齐鲁农超”还积极开拓国内外市场,拓宽农产品销售渠道,提高农产品市场占有率。

“全域化资源整合、数字化驱动、品牌共生体系、政媒企协同机制、开放生态构建,是平台的五大支柱。”刘红杰表示,在政策支持、电商发展、助力消费等机遇下,“齐鲁农超”将持续整合全省资源,不断推动农业数字化、品牌化、市场化升级。

平台建设为山东农业产业带来了附加值提升。“‘齐鲁农超’通过平台建设,让山东农产品从‘卖产品’向‘卖品牌’转变,提高了农产品的市场竞争力和附加值,为乡村产业振兴提供了持久动力。”吴学军说。

四位一体+四链融合

农产品流通“全链条焕新”

“从交易到生产决策,再到品牌包装和物流支撑,平台实现了农产品线下线上的高效流通。”青岛天祥食品集团有限公司负责人张帅表示,“齐鲁农超”的平台建设,为山东乡村产业振兴开拓了更广阔的空间,让乡村产业不仅有“农”味,更有科技味、文化味和商业味。

据了解,“齐鲁农超”构建了四位一体平台,包括交易中枢、数据中台、品牌引擎和生态枢纽,为农产品的销售和产业发展提供全方位支持。交易中枢建立便捷、安全的交易系统,提供交易撮合、在线支付、订单管理等服务;数据中台通过数据分析和科技赋能,实时监控市场动态,为农户和企业提供精准决策支

持;品牌引擎构建“1+16+N”的品牌建设架构,强化品牌塑造与营销推广;生态枢纽整合山东各地农副产品生产企业、合作社、农户等资源,建设涵盖物流、金融等服务资源的大农业生态。

安丘草莓大集的举办,就是“齐鲁农超”平台建设的成功案例。2025年1月22日,“齐鲁农超”县域行安丘站暨2025首届安丘草莓大集开幕。依托“齐鲁农超”平台的优势资源,向外宣推“安丘草莓”集群品牌,提升“安丘农耕”品牌影响力,以草莓产业为起点,共同打造“齐鲁农超·安丘样板”。当地草莓种植户表示,自从“安丘草莓”品牌知名度提高后,草莓价格有所上涨,而且销量更好了,大家的收入明显增加。

“我们还进行融合发展,拓展农业产业新空间。”刘红杰告诉记者,平台以“四链融合”为发展方向,通过推动产业链、供应链、创新链、价值链融合,为农业产业拓展“新空间”。

“齐鲁农超大篷车”项目便是融合发展的生动实践。2025年7月,“齐鲁农超大篷车”启程,穿越山东百县。在安丘首站,不仅进行了安丘蜜桃溯源直播带货,还专访科技富农的生动实践,见证优质农特产品走出乡村直达餐桌,捕捉乡村振兴之路上的奋斗瞬间。这一项目将农业与科技、文化、电商深度融合,通过直播展示农产品种植加工过程中的科技应用,传播当地农业文化,同时借助电商平台销售农产品,实现了产业链、供应链、创新链、价值链的有机统一。

“齐鲁农超”还与驻村第一书记合作,推动农业产业融合发展。邀请第一书记农产品入驻“齐鲁农超”小程序,参加山东好品巡礼、线下展会等活动,成立“寻乡味·第一书记在行动”专题。不仅帮助第一书记所帮扶的村庄销售了农产品,还带动了当地乡村旅游等产业发展。

在电商蓬勃发展的当下,地方政府也重视起农产品的线上展销路径,各类农副产品展销平台涌现。

在江西,“赣农宝”采用“政府背书+企业运营”模式,整合了江西省数十个县的特色农产品,具有官方信誉保障;在云南,腾冲市众腾农特产品展销中心依托党组织优势,联动19个乡镇合作社,汇聚千余种单品,助农带农效果显著;在四川,“天府云商”聚焦四川特色农产品,整合省内优质农业资源,全面提升四川农产品品牌知名度。

从综合性电商巨头的涉农业务,到专注于农产品领域的垂直平台,各地农副产品展销平台竞争格局日益激烈。

“乡村产业振兴,需要走融合发展之路。”刘红杰介绍,“齐鲁农超”作为山东省重点打造的农业数字化超级平台,在这片竞争红海中以其独特的模式和显著的成效,走出了一条差异化发展之路。

今年4月,为深入挖掘全省“土特产”资源,构建完善山东乡村富民产业培育体系,加力推动乡村振兴,山东省农业农村厅组织开展2025年全省乡村特色产业名优产品“大展评”活动,“齐鲁农超”开展网络投票、专家评鉴等,确定全省乡村特色产业名优产品榜单,为通过评鉴的产品颁发证书或奖牌,并在平台集中展示推广。

吴学军表示,“齐鲁农超”通过聚合资源、数字赋能、品牌塑造和融合发展,探索出了一条乡村产业振兴的新路径。它以“四链融合”为发展方向,以“5+4+4+1”为主要内容,构建起了山东农业数字化生态系统的市场化运营模式。随着“齐鲁农超”模式的不断完善和发展,将为山东乡村产业振兴注入更强大的动力。

为进一步促进农业农村消费,培育打造农产品精品品牌,推介展示山东名优特精农产品,全面提升“齐鲁农超”影响力,展示山东省在乡村振兴战略实施过程中取得的显著成果,“齐鲁农超”将于8月28日在山东济南开展“2025山东名优特精农产品发布暨‘齐鲁农超’建设推进会”活动,聚焦山东农业高质量发展的关键环节和领域,共同探讨发展过程中的先进模式和成功经验。

记者 于泊升 边艺