

山东好品圈粉无数，用品质开拓全国市场 齐鲁农超要“走出去”更要“强起来”

记者 于泊升 边艺
天津报道

订单口碑双丰收 山东好品京津冀圈粉

“我们选择与齐鲁农超合作，核心是看中了山东农产品的品质与平台的服务能力。”北京某采购负责人说，齐鲁农超的农产品不仅都有全链条溯源，平台还能提供其他服务。“比如沾化冬枣，我们上午下单，下午就能收到从滨州产地直达的货，新鲜度有保障，消费者的复购率就会高。”

除此之外，京津冀核心采购商也纷纷与齐鲁农超达成签约意向。这次“好品山东·优特农产品”走进京津冀推介活动将推动山东农产品在京津冀市场的常态化供应，让“好品山东”成为京津冀消费者的“家常菜”。

不仅B端采购商认可，C端消费者的口碑也为山东农产品“加分”。

在齐鲁农超展台前，天津市民李女士刚买了一箱胶东刺参和两斤沾化冬枣，“以前买刺参总怕买到假货，这次在齐鲁农超展台购买，靠谱，老百姓吃着放心。冬枣也特别脆甜。”李女士说，她已经关注了齐鲁农超小程序，以后会直接在线上购买山东农产品。

记者现场随机采访的50位消费者中，有48位表示“会再次购买山东农产品”，其中“品质好”“可溯源”“口感佳”成为提及最多的原因为。“以前觉得山东农产品就是‘量大’，这次现场品尝后才发现，不仅量大，品质更好，而且品牌化程度越来越高。”来自河北石家庄的消费者王先生说。

筑牢市场根基 为“全国扎根”打底子

天津现场的“丰收”，并非偶然，而是齐鲁农超长期深耕市场的结果。

自2023年8月上线以来，平台通过“全国行”主动对接核心市场、“巡展”深入各类消费场景、“入驻商超”实现常态化销售，一步步为山东农产品“全国扎根”打底子。

齐鲁农超有关负责人告诉记者，“全国行”是齐鲁农超开拓省外市场的“主力军”。从北上进京，到南下入沪、入深，再到此次亮相天津，平台带着山东农产品走遍京津冀、长三角等核心消费市场，让“好品山东”逐步走进全国消费者的视野。

2025年1月，齐鲁农超亮相“好品山东”农产品走进京东暨京东年货优选活动，携山东数百农产品组团北上推动烟台苹果、莱阳梨等农产品进入京东“年货优选”清单；2025年4月，“沂蒙优质农产品走进上海·兰陵推介活动”中，平台统筹临沂县域农产品资源，与上海多家高端商超、餐饮企业达成合作，让兰陵大蒜、沂源苹果等农产品走进上海高端消费场景；2024年12月，“齐鲁农超·好品滨州”走进北京新发地，推动滨州农

10月17日至19日，第二十二届中国国际农产品交易会在天津国家会展中心隆重举行。10月18日，“好品山东·优特农产品”走进京津冀农产品推介活动在农交会上同步举行。此次齐鲁农超携山东16市的千余种农产品亮相农交会，不仅让“好品山东”在京津冀市场圈粉无数，也进一步推动“好品山东”品牌在区域市场的深度渗透，更用实打实的品质、消费者的认可，在全国扎下根。



“好品山东·优特农产品”走进京津冀农产品推介活动在农交会上同步举办。

品与北京采购商建立合作……

“巡展”则让山东农产品深入各细分消费场景，贴近消费者。据了解，齐鲁农超先后在政府机构、企事业单位、社区、商业中心等场景，举办山东好品巡礼活动。

“以前买山东特产要去超市，现在单位、社区里就有巡展，现场能尝、能买，特别方便，而且品质有保障。”参与过巡展的济南市民刘女士说。

“入驻商超”则让山东农产品实现“常态化扎根”，解决“消费者想买就能买到”的问题。2025年1月，齐鲁农超银座超市玉函店专区正式开业，专区内涵盖山东16个城市的百余种农产品。“专区开业以来，不少消费者专门来买山东农产品。”银座超市玉函店负责人说。

截至2025年10月，齐鲁农超已覆盖山东省内多个政府机构、鲁商集团、中国人寿等名企，交通银行、招商银行等金融机构，以及千佛山、明水古城等文旅地标。未来，京津冀、长三角市场、港澳都将陆续设立山东农产品供应点。

守住市场份额 市场热度转为持久销量

“天津农交会只是开始，如何转化为长期合作，把京津冀市场的‘热度’转化为‘常态’，才是守住市场的关键。”齐鲁农超有关负责人表示，为确保山东农产品“全国行”既“走得出去”，也“守得住市场”，齐鲁农超已建立“产销对接+物流保障+售后跟进”的长效机制，从合作对接、产品配送、售后反馈全流程发力，让采购商放心、消费者满意。

不仅如此，为扩大展销覆盖面，齐鲁农超同步开设“线上农交会”专区，并联合社保银行卡推出支付满减活动。“未能到现场的消



农交会山东展区挤满前来选购的消费者。

费者和还想回购‘农交会’现场产品的消费者，都可以通过齐鲁农超小程序的‘农交会’专区继续选购，平台提供配送到家服务。”齐鲁农超有关负责人告诉记者。

在山东农产品走向市场、品牌升级的过程中，齐鲁农超扮演着多重关键角色，成为连接产地与市场、农户与消费者的核心纽带。

对农户而言，它解决了“种得好、卖不出”“卖得出、价不高”的痛点——通过整合16市农产品资源，统一制定品质标准、搭建销售渠道，让分散的农户无需再为找客源、谈合作奔波，既能保障农产品销路稳定，还能借助平台品牌效应提升价值，切实增加收入。

对采购商来说，它是“放心采购平台”，全链条溯源解决了农产品品质不稳定的难题，定制化物流与专属跟进服务，省去了采购商对接多个产地的繁琐，大幅降低合作成本与风险。

对消费者而言，它是“品质筛选官”，从千余种农产品中精选优质产品，线上线下多场景覆盖，让消费者无论在社区、商超还是家中，都能便捷买到“靠谱、新鲜”并且能溯源的山东农产品。

更重要的是，对“好品山东”而言，它是“推广实践者”，通过全国行、巡展、商超入驻等举措，将区域品牌推向全国，推动山东农产品从“量大”向“质优+品牌强”转型，为山东农业高质量发展与乡村振兴搭建了桥梁。

对于未来发展，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宿可伟表示，平台将持续依托资源整合能力与数字化服务优势，构建更畅通的产销对接渠道，助力山东农产品拓展市场空间，与全国各地建立稳定、长期的贸易合作关系，为乡村振兴与农业高质量发展注入更多动能。

“从天津的‘惊艳亮相’，到长效机制的建立，齐鲁农超正在用实效证明，山东农产品不仅能‘走出去’，更能‘守得住市场’。”山东财经大学教授庞晶认为，齐鲁农超的优势在于，不是“一锤子买卖”，而是长期深耕，通过“渠道开拓+机制保障”，让山东农产品在全国市场稳步扎根，这不仅为山东农业高质量发展注入动力，也为全国农产品“走出去、守得住”提供了可借鉴的“山东经验”。

参展产品约2.5万种，吸引采购商和专业观众5万余人……以“塑强品牌助振兴 提振消费增活力”为主题的第二十二届中国国际农产品交易会17日至19日在天津举行。记者在农交会了解到，在各类科技的加持下，现代农业有了新的样貌。

在本届农交会现场，各类科技感十足的农业装备无疑是最吸引眼球的亮点之一。一项项农业“黑科技”，让“指尖种田”和“云端养殖”成为现实。

在农业科技展区，中国农业科学院农业信息研究所带来的食用菌采收机器人吸引了众多观众。据介绍，这款食用菌采收机器人通过构建能自主换层、高效采收的食用菌采摘机器人系统，抓取成功率约94.6%，成套设备可实现24小时连续采摘作业，单台套采收效率“相当于2名熟练人工”。

参加了多次农交会的天津宝坻蒜农尹义对农业装备带来的变化感触颇深。记者见到他时，他正在展台前给观众介绍着自家的“六瓣红”大蒜。他说，“六瓣红”大蒜是宝坻“三辣”之一，虽然口感很好，但对栽种时机要求很高。“传统大蒜种植需要人工选种，现在我们用‘蒜种分瓣分选机’替代人工，装满一袋优质蒜种只需不到10分钟，效率相当于人工选种的200倍。”尹义说。

农业装备提升了播种、采收等环节的效率，以大数据为代表的数字技术也正在推动生产方式发生新变革，在现代农业领域发挥着不可替代的作用。

在大屏幕上能够清晰看到水温、溶解氧、pH预测值等关键数据，在“云上”操作就能实现“智能投喂”，既能减少养殖人员工作量，还能为养殖者提供专业的养殖建议。中国联通(广东)智慧海洋军团产品经理宋晓英介绍，依托“渔书”智能体和“元景范蠡渔业大模型”，管理3万立方米水体只需要3名工作人员。

记者了解到，本届农交会集中展示了物联网、云计算、大数据、人工智能等信息技术在农业农村领域的最新应用场景，不少参展企业也计划在本届农交会期间发布一批智慧农业研究成果。

第二十二届中国国际农产品交易会见闻 科技让农业有了新样貌

据新华社