

“齐鲁农超”即将“满岁”，听他们讲讲与平台共成长的那些事 “借助齐鲁农超，产品有了更多展示机会”



黄寿虞 济南报道

“创二代”线上转型 有了抓手

“‘齐鲁农超’是我们接触到的第一个线上平台，入驻平台后，公司线上转型才有了抓手。”谈及对“齐鲁农超”的初印象，山东省金马宝力生物科技有限责任公司（简称“金马宝力”）总经理马力如是说。

据介绍，金马宝力创立于2015年，是一家集健康食品研发、生产、销售于一体的高新技术企业。公司产品以微生态为主导，与农产品、中草药相结合，代表产品有益生菌豆奶粉、益生菌亚麻籽粉、泰山四宝浓缩酵素等。

2022年，留学归来的马力接手公司的管理运营，正式成为一名“创二代”。接手伊始，摆在她面前的首要任务就是“线上转型”。“之前父辈们一直在做线下渠道，我们线上转型的确是挺晚的。”马力说，“‘齐鲁农超’是我们接触到的第一个线上平台，看中平台有农业部门支持，主要功能在于助农，所以选择第一时间入驻。”

作为首批入驻“齐鲁农超”的企业，金马宝力享受到了平台多项优惠政策。与此同时，公司也将自身沉淀的社群用户转化为“齐鲁农超”平台的“首批试水者”，实现了商家、消费者、平台的三方共赢。“我们的益生菌豆奶粉等主打产品，持续好几个月都登上了平台热销榜。”马力说。

优惠政策之外，让马力感觉受益颇多的还有“齐鲁农超”平台举办的多场线下活动。“像是今年上半年在上海举办的农产品推介会，以我们企业自身体量是无法参与进去的，但借助‘齐鲁农超’的力量，我们得以获得展示的机会。”马力介绍，平台成立以来的多场线下活动，金马宝力基本都积极参与，品牌影响力得到显著提升。

入驻将近一年，金马宝力与“齐鲁农超”的合作即将进入新的阶段。马力透露，一方面，平台正在为商家对接直播、网红达

还有不足20天，“齐鲁农超”平台上线运营将满一周年。作为山东省区域农业公共品牌自主平台，“齐鲁农超”上线伊始即吸引了大量优质商家入驻，他们有的是身怀传统技艺的美食制作者，有的是力推企业线上转型的“创二代”，还有的是承担带领村民增收重任的村支书……如今，一年即将过去，他们如何与“齐鲁农超”实现共成长，山东农产品品牌含金量提升几何？



“齐鲁农超”携金马宝力、独鳌一方、悠小君等山东优品参加博览会。

人等资源，助其在销量、品牌声量方面获得更大提升，另一方面，金马宝力有意与“齐鲁农超”合作推出自有品牌，将更多的优质农产品推广出去。

煎饼背后的 农民增收好“丰”景

“我们这里属于丘陵山区，乡亲们都说‘山连山，坡连坡，巴掌地里种谷子’，但好在土层深厚，结构良好，素有种植小米的传统。”说起自家小米，临朐县辛寨街道朱家峪村党支部书记曾永总是底气十足。

2016年3月，为了应对土地撂荒，曾永牵头成立了鲁农家庭农场，一次性流转土地270亩，全部用于种植小米。最初，农场收获的小米仅做成品粮售卖，但随着种植规模不断扩大，他开始考虑农产品就地转化增值。“我们这里有摊煎饼的传统，所以就选择煎饼加工，一方面是为了让传统手艺传承下去，另一方面也能为留守群体创造更多就业岗位。”曾永说。

煎饼顺利产出，也注册了自己的品牌，

但真正售卖并不顺利。“现在卖煎饼的太多了，如何让消费者知道我们的产品好，如何通过品牌提升销量一直是我们在做但又很吃力的工作。”曾永说，去年8月，通过当地农业农村局，鲁农家庭农场入驻“齐鲁农超”开设了店铺，煎饼的品牌建设才进入新阶段。

通过“齐鲁农超”平台，鲁农农场的煎饼获得了更多品牌展示，而平台组织的多场线下活动，则为煎饼直达客户搭建起桥梁。曾永介绍称，“食品行业，单纯在线上推广是不够的，观感、口感都得在线下才能感觉得到。在平台组织的活动中，我们已经拿下多个B端客户，最近的一单有近2000份。”入驻“齐鲁农超”平台近1年，鲁农家庭农场收获长足发展，如今种植小米规模已达360亩，一年卖出煎饼15万斤。

做好小米生意的背后，是乡村振兴与农民增收的好“丰”景。“土地流转每亩能收入600元，在农场打工一年收入超过8000元，这些人多数都是留守人员，在此之前只有一亩三分地的微薄收入。”曾永说，“除了直接收入，农场还带动周边小米种植500亩，从种子到管理提供全流程支持，收获也

全部由农场收购，相较于大田作物，每亩可增收1000元。”

好物与消费者 零障碍互通

金马宝力与鲁农家庭农场是“齐鲁农超”助力农产品价值提升的一个缩影，在山东，通过平台获益的“好物”不止于此。主营赵庄花生米的高唐县吉祥豆食品有限公司近些年一直在寻求更为有效的销售渠道，去年下半年，公司入驻“齐鲁农超”。

“近一年来，我们感受到的是平台的灵活性和包容性，能够根据企业需求调整销售策略。同时，平台的专人服务也让我们的产品能更有效率地触及不同市场。”吉祥豆食品有限公司总经理袁春红说，“合作期间，公司产品销量明显增长，品牌知名度也得到很大提升。”

山东柒越酒业有限公司主营桑葚酒产品，在去年9月的一次展会上，公司董事长王秀红看到了有关“齐鲁农超”的推介，随后主动联系寻求入驻。“平台背景可靠，资源广泛、活动丰富，同时‘三零政策’给我们商家大大降低了成本。”王秀红介绍，目前公司产品基本都已上架，不仅让产品触及了更广大消费者，还能将当地的桑蚕文化传承发扬。

数据显示，截至目前，“齐鲁农超”平台已入驻企业超4500家，包含龙头企业、老字号品牌、地方特色产业、农业合作社、家庭农场等多种运营主体，其中，山东知名品牌超300个，涉及山东特色农副产品近2300件。此外，“齐鲁农超”还打造出“临沂馆”“鲁酒馆”“巾帼好物馆”“济宁馆”“淄博农产品馆”等多类特色品牌馆。

“齐鲁农超”相关负责人表示，作为山东省区域农业公共品牌自主平台，“齐鲁农超”一直致力于打造山东优质农副产品交易展示平台，承担打造乡村振兴齐鲁样板新模式，探索山东数字农业发展新路径，树立“好品山东”新品牌的使命责任。

据悉，为迎接周年生日，“齐鲁农超”自7月24日起发放为期一个月的百万消费券，平台全品类可使用。同时将于近期在潍坊安丘举办线下活动，聚焦山东农业高质量发展的关键环节和领域，共同探讨、学习发展过程中的先进模式和成功经验。

编辑：于海霞 美编：刘燕 组版：颜莉

