

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

# 产品技术渠道升级，“齐鲁农超2.0”上线

李文璇 潍坊报道

8月28日，山东省农业高质量发展县域行暨“齐鲁农超”共融发展系列活动于潍坊安丘盛大启幕。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作年度工作汇报，对“齐鲁农超”的发展历程进行了回顾与展望。

一年以来，“齐鲁农超”为广大中小企业和新型经营主体赋能，成功吸引超4500家企业

入驻平台，涵盖300余山东知名品牌。刘红杰表示，在线上“齐鲁农超”已形成“一台多端”的新格局，布局了电商、社交、会员的全平台矩阵；打通B端销售，迄今已完成交易金额近2000万元；在线下，“齐鲁农超”着力打造区域农业公共品牌的包装升级，大力发展线下展销活动，并在安丘市打造了首家线下店——“齐鲁农超”生态（安丘）体验馆。这一年里，“齐鲁农超”的身影出现在省内各

地市、区县，以及北京、上海、广州、深圳、长春等城市，甚至漂洋过海去到日本、欧洲。

刘红杰介绍说，象征着产品、技术、渠道三方面升级与革新的“齐鲁农超2.0”，在今天与大家见面。其中，产品方面，重点打造“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，将“齐鲁农超”深度嵌入鲁商生活、省政府采购云平台等主流平台，建立起“齐鲁农超”与各大平台的强链接；渠道方面，引

入“全民推荐官”机制，让平台的接触度在不同领域的客群中裂变传播。

“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村材好品，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’；其次，在保持现有业务模式稳定发展的基础上，积极探索农文旅融合发展模式；最后，继续加强与京东、天猫等头部平台的深度链接，组织开展优质农产品进机关、进高校、进国企、进金融机构等活动，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，推出‘第一书记品牌馆’，并在济南和日照规划建设更多线下体验店。”

## 4500家“山东好品”企业借助平台走向全国

“齐鲁农超”共融发展研讨会在潍坊安丘召开

记者 袁野 范佳  
李文璇 潍坊报道

8月28日，山东省农业高质量发展县域行暨“齐鲁农超”共融发展系列活动在潍坊安丘举办。以农业为引擎，聚平台之力，作为系列活动的一部分，“齐鲁农超”共融发展研讨会于当天下午召开。

研讨会上，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，发布由“齐鲁农超”联合齐鲁晚报壹点智库共同推出的《2024山东农业品牌传播影响力指数报告》。报告中指出，截至2024年7月，山东公共品牌中，得益于全国现象级“热点事件”，淄博烧烤和章丘铁锅的网络关注度十分亮眼。而在山东知名农产品品牌领域，日照绿茶、莱阳梨、烟台苹果和菏泽牡丹等也表现出了不俗的品牌热度。

“齐鲁农超”作为山东省区域农业公共品牌自主平台，上线伊始便吸引了大量名品优企聚势而至。研讨会上，来自平台的优秀企业代表进行了优品优企分享，讲述了在鲁企农业数字化转型上的经验心得。

“非遗”美食鲅鱼水饺一直以来都深受众多食客喜爱。研讨会上，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表示，鲅鱼水饺能够成为“齐鲁农超”平台的优品爆品，离不开平台的大力支持与推广，“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’美食走上了更多家庭的餐桌，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，作为一家集研发、加工、销售于一体的现代食品烘烤、油炸加工企业，通过与“齐鲁农超”平台一年的合作，销量及回购率明显增长，品牌知名度也得到很大提升。

作为“齐鲁农超”最早上线的品牌企业之一，在研讨会上，公司董事长崔瑞福分享了多年来瑞福油脂坚守产品品质与技术创新，持续擦亮“崔字牌”的品牌底色。他表示，未来瑞福油脂将继续与



鲅嫂徐巧玉表示，借助“齐鲁农超”平台，非遗鲅鱼水饺成为优品爆品。王鑫 张中 摄

“齐鲁农超”携手合作，持续提升产品质量及服务水平。

山东省金马宝力生物科技有限责任公司总经理马力则表示，入驻“齐鲁农超”一年以来，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。”她说。

作为“世界菜篮子”，安丘为山东农业发展注入了绿色动能。

在活动现场，安丘市委副书记谭明带来了“齐鲁农超·安丘样板”精品（生态）农业专题分享。“我们期待安丘和‘齐鲁农超’在农业领域开展全方位、多层次、高水平合作，实现共建共享共赢。”谭明说。

据了解，“齐鲁农超”与安丘农投集团于8月15日举办了主题为“耕深行远 势启新章”的战略合作发布会并确立战略合作关系。这次合作不仅有助于扩大安丘农业区域品牌的知名度和竞争

力，推动安丘地域农业产业的升级，更在推动乡村振兴战略的实践中写下浓墨重彩的一笔。

自去年8月28日上线以来，“齐鲁农超”平台以其坚定的步伐，深耕于乡村振兴的齐鲁大地，致力于塑造一个充满活力的农业发展新模式。通过一年的努力，平台入驻企业已超4500家，越来越多优质农产品通过“齐鲁农超”走到台前，将山东的优质农产品推向更广阔的舞台。



记者 李文璇 潍坊报道

28日，活动现场，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，发布和解读了《2024“山东农业品牌”传播影响力指数报告》。

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6大方面来评价品牌传播效果。这次的报告以2023年8月至2024年7月为数据周期，将山东农业品牌分为山东公共品牌、山东知名农产品品牌等七大类，共测评了292个品牌单元。

山东公共品牌的测评单元共有128个品牌，其传播广度与传播热度均值，分别为2.14和2.26，处于标准级（3级）。其中，表现最为突出的是“淄博烧烤”“章丘铁锅”和“好客山东”，“淄博烧烤”和“章丘铁锅”的网络关注度都达到了“全国普遍关注”的水平，这两个品牌之所以表现特别亮眼，是因为出现过现象级的热点事件；“好客山东”的热度分值达到了5.02，说明其信息互动的效果较好。

山东知名农产品品牌的测评总数为79个，INC指数均值为423.64。从月度数据来看，日照绿茶、莱阳梨、烟台苹果和菏泽牡丹都曾经荣登过月度榜单的榜首，前十榜单中，烟台苹果、菏泽牡丹、章丘大葱表现相对突出。在区域综合性农业品牌中，排名前五的品牌有济宁礼饗、泉水人家、淄博农产品、青岛农产品、食域滨州。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。

此外，还公布了鲁酒品牌、肉类企业、“齐鲁农超”十六市优品优企的传播影响力指数。崔京良建议企业要从多方面入手提高品牌传播的广度、热度与网络关注度。

2024『山东农业品牌』传播影响力指数报告发布