



政策铺路 好品出山

齐鲁农超“借东风”开启全国行

记者 于泊升 边艺 天津报道

“阳光雨露”精准滴灌 政策赋能打通“任督二脉”

“山东一直想把农业品牌做强，齐鲁农超跟着乡村振兴的政策走，农户的好东西才有机会走出山东。”一位长期与平台合作的寿光蔬菜品牌商感慨。

记者梳理发现，齐鲁农超的成长，一直与山东推进乡村振兴、做强农业品牌的政策导向同频共振。从省级层面的顶层设计，到相关部门的批示支持，再到省市县三级的协同联动，一系列政策举措如同“阳光雨露”，为平台发展提供了养分。

早在平台建设初期，山东省便将齐鲁农超纳入农业数字化发展与乡村振兴的重点工作，明确其“整合全省农业资源、打造区域公共品牌自主平台”的定位，相关部门多次作出关于推动齐鲁农超平台建设的批示，要求以平台为枢纽，破解农产品产销对接难题、提升山东农业品牌竞争力。

2024年至2025年，山东省农业农村厅更是多次联动齐鲁农超，组织开展全省乡村特色产业名优产品“大展评”“好品山东”系列推介等活动，为平台赋予政策背书与资源支持，让齐鲁农超带着山东好品走出去，具有公信力与竞争力。

齐鲁农超有关负责人告诉记者，在省级政策的支持下，各市、县（区）农业农村部门也与齐鲁农超紧密协同，为平台资源整合“搭桥梁、破壁垒”。

在去年12月齐鲁农超筹备建设“好品滨州”品牌馆时，滨州市农业农村局不仅筛选出沾化冬枣等数十种地方优品名品，还组织多家农业企业与齐鲁农超对接，协助平台完成产品溯源信息核验、企业资质审核等工作。

同样的协同场景，也出现在2025年4月“好品山东·优特农产品”展销推介暨上海推广中心启动活动中。上海市农业农村部门与山东省农业农村厅协同，山东省内16市农业农村局则同步筛选本地核心产品，最终由齐鲁农超携山东省16市好品与上海方面商超采购商见面。

“齐鲁农超不是一个平台的‘独角戏’，而是全省农业系统协同发力的‘大合唱’，政策的联动性，让平台整合资源更高效、开拓市场更顺畅。”山东财经大学教授庞晶表示，对比其他省份，山东对农业平台的政策支持更具系统性，不仅给政策，还推动省市县三级联动，帮平台打通资源整合的“最后一公里”，这让齐鲁农超从一开始就具备了全国竞争力。

数字技术精准“画像” 创新模式解“后顾之忧”

“以前卖莘县蔬菜，要么愁客源，要么愁物流，齐鲁农超有明确的模式，咱跟着走就行。”将与齐鲁农超一道前往“农交会”的莘县蔬菜某合作社负责人说。

如果说政策是齐鲁农超的“外力支撑”，那么自主创新的“5+4+4+1”模式，便是平台能够持续推动山东农品走出去的“内生动力”。

“乡村产业振兴不能‘蛮干’，平台发展必须有清晰的架构支撑。‘5+4+4+1’模式，就是齐鲁农超整合资源、开拓市场的‘施工图’。”齐鲁农超有关负责人说。

记者了解到，“5+4+4+1”中的“5”指全域化资源整合、数字化驱动、品牌共生

2025年10月17日至19日，第二十二届中国国际农产品交易会将在天津国家会展中心举办，齐鲁农超将携山东16市优特农产品代表亮相，展现山东农产品加工企业的创新实力和市场竞争力。

作为山东省区域农业公共品牌自主平台，齐鲁农超以省级战略为支撑，以地方协同为助力，以自身创新机制为抓手，扎实推进“全国行”，为山东农产品从“区域供给”迈向“全国品牌”打下基础。



▲齐鲁农超携滨州好品走进北京新发地。

◆山东优企优品参加齐鲁农超线下博览会。

打消了中小商家“入驻成本高、盈利没保障”的顾虑。

“以前也想把咱的沾化冬枣卖到外地，但入驻其他平台，光年费就要不少，交易还要抽成，小农户根本扛不住。齐鲁农超的‘三零’政策，真是帮我们解决了大问题。”滨州市沾化区冬枣种植户冯伟英，是“三零”政策的直接受益者。2024年，她入驻平台，不仅无需支付任何费用，还借助平台的“山东好品巡礼”活动，将冬枣带到北京、上海等地。

和沾化冬枣相同的案例，在齐鲁农超平台上并不少见。赵庄花生米此前因品牌知名度低、入驻平台成本高，产品仅在山东部分地区销售。经营企业通过“三零”政策入驻齐鲁农超平台后，平台不仅免费为其提供直播间、设计产品包装，还组织其参与上海推广中心启动活动，让赵庄花生米从“地方小吃”变成了“网红产品”，一度成为齐鲁农超平台上的明星热销商品。

据统计，截至今年10月，齐鲁农超已凭借“三零”政策聚合近5600家优质农特产品企业、商家。这些企业、商家通过平台，先后参与北京新发地采购交易会、上海推广中心启动活动、京东年货优选活动等“全国行”活动。

“‘三零’政策不是‘亏本买卖’，而是平台与商家‘长期共赢’的布局。只有让商家赚到钱、让农户得实惠，更多山东好品才能愿意走出去、走得远，齐鲁农超的平台价值才能真正体现。”齐鲁农超有关负责人说。

庞晶认为，从省级政策的顶层设计，到“5+4+4+1”模式的落地执行，再到“三零”政策的红利直达，齐鲁农超为山东农品走向全国铺好了路。

齐鲁农超有关负责人表示，随着“农交会”的进行，齐鲁农超还将依托政策优势，再次拓展市场，让更多“鲁字号”农品从天津出发，走上京津冀餐桌，为山东农业从“区域供给”向“全国品牌”升级注入动力。

红利直达农户 “三零”政策激活一池春水

齐鲁农超要带山东农品走出去，离不开众多农业企业、合作社与农户的参与。

“为了让更多市场主体共享政策红利与平台资源，平台推出针对商家的‘三零’政策。”齐鲁农超有关负责人称，零平台入驻费、零交易佣金、零营销服务费，