

从田间到餐桌,以农产品盛会点燃消费动能

齐鲁农超新春年货会激活“一池春水”

2月8日,2026齐鲁农超新春年货会在山东国际会展中心闭幕,这场集结全省16市超千种特色好物的新春消费盛宴,为何能一开场便迎来客流高峰、实现购销两旺?它如何成为落实扩大内需战略、助力农业农村发展的生动实践,又为“好品山东”品牌建设注入了怎样的活力?

记者 于泊升 边艺 济南报道

购销两旺人气足 品质化消费需求突出

2月6日至8日,山东国际会展中心4号馆内,热闹的采购氛围随处可见,消费者在16市特色展区穿梭、选购,呈现出购销两旺的态势,也折射出当下农产品消费市场的新趋势、新特点。

记者在现场发现,契合新春走亲访友场景的奶制品、熟食以及礼盒装产品受到欢迎,成为采购的“主力军”。“我们带来的奶制品,一天就卖出一半,三天总销售额达1万多元,货品基本售罄,还接到不少预订。”山东黄河三角洲农高乳业有限公司现场负责人王峰说,作为东营的区域性乳企,该品牌在济南还处于推广阶段,本次年货会销量很理想。德州市参展的乳品企业也收获了不少订单。一家展商告诉记者,他们的新品鲜酪乳,3天卖出2000多罐。

记者发现,健康类好品同样受到追捧,蜂蜜、有机杂粮、养生茶饮、新鲜果蔬等健康类产品成为消费新热点。枣庄海石花蜂蜜业有限公司负责人薛晴天告诉记者,他们的甜蜜石榴蜜礼盒,满足了消费者节日馈赠与家庭自用的双重需求,本届年货会期间多次补货。而且今年明显感觉到,主动咨询封盖酿造周期、蜜源地环境的顾客在增加,消费者对品质的要求越来越明确。

水果类产品的销售同样可观。烟台展区的5000余斤栖霞苹果基本售罄,营收两万多元;淄博展区的文昌酥梨3天卖出1000多斤,成为本届年货会的新晋“网红”……

展会不仅是消费平台,更是产销对接的桥梁。在现场,参展企业不仅实现了产品销售,更对接了大量采购商、商超、电商平台,达成长期合作意向。从奶制品、熟食等产品热销到健康类产品走俏,本届齐鲁农超新春年货会现场集合16市的千种好品,不仅展现了山东消费市场的活力,更折射出当下消费升级的新趋势。

真金白银让利 线上线下激活节前市场

促消费的关键,在于让消费者得实惠、愿消费。本届齐鲁农超新春年货会推出商家让利、展会福利、线上线下联动的多重惠民举措,以“真金白银”的优惠,降低消费门槛、释放消费潜力。

记者在现场发现,参展商家让利诚意十足,优惠力度超过预期。为吸引市民采购、提升销量,参展企业纷纷推出实实在



齐鲁农超新春年货会上,健康类好品受到追捧。记者 王鑫 摄

在的让利活动,涵盖满减、折扣、买赠等形式,让市民享受到低于市场的优惠价格。

栖霞市道驾岭果蔬专业合作社负责人王鹏绩称,他们的新品种苹果均价约5元一斤,低于市场售价,以产地直供价让利市民,走量效果很好。曲阜市农业农村局现场工作人员介绍,他们组织的3家参展企业都推出了展会专属优惠价,带动玉米胚芽油、孔府煎饼、草药香囊销量提升。此外,现场多家参展企业推出“买一送一”“第二件半价”等活动。一位消费者感慨:“这样的优惠力度,比平时单独采购划算很多,一站式买齐全省好物,省时又省钱。”

除了商家让利,年货会现场还为市民准备了多重专属福利,涵盖消费赠礼、互动抽奖、打卡兑换等。山东齐鲁农超科技有限公司有关负责人介绍,主办方现场推出消费赠礼活动,购物满500元,即可获赠精美显眼包;消费满600元,更有实用小推车相赠。

为覆盖更多消费者、拓宽销售渠道,本届年货会创新推出“线上线下同频发力”模式。“齐鲁农超”小程序同步开启“线上年货节”,展会同款好品一键下单,足不出户就能购齐年货。这种双线融合的模式,既契合了当下消费者的购物习惯,又让年货会的消费影响力从展馆延伸至全省乃至更大范围,进一步释放了内需潜力。

国家地方政策加持 树促消费兴农新标杆

本届齐鲁农超新春年货会的成功举办,并非偶然,而是国家及地方政策精准赋能的结果。近年来,国家高度重视扩大

内需、促进农产品消费,出台一系列政策文件,为农产品展会的举办指明了方向。

此前,农业农村部等十部门联合发布《促进农产品消费实施方案》,明确要求释放多样化、品质化消费潜力,引领供需结构升级,创新节庆展会消费平台;2025年中央经济工作会议要求深入实施提振消费专项行动,扩大优质商品和服务供给。这些国家层面的政策,为齐鲁农超新春年货会的举办提供了根本遵循,也为农产品拓宽销路搭建了政策快车道。

前不久发布的2026年中央一号文件更是提出多措并举扩大乡村消费,支持乡村消费扩容升级,同时提到推动电商平台下沉赋能,规范农产品直播带货。

本届齐鲁农超新春年货会不仅进行产品展销,还启动了山东优特农产品新春直播季,贯穿整个农历正月,开展“十六城至味”源头直播,开设“新春年货会”线上专区,为电商直播能力不足的企业提供专业直播支持,这既是对强农惠农富农事业的支持,也是对培育壮大县域富民产业的助力。

山东省的相关政策也落地见效,为展会发展注入动力。近年来,山东省出台《传统消费升级行动计划(2024-2025年)》《关于进一步促进消费持续向好的意见》《提振消费的实施方案》等一系列政策,“好品山东”品牌进一步擦亮。同时,山东省持续推进乡村全面振兴,制定了《知名农产品区域公用品牌评价》《知名农产品企业产品品牌评价》标准。

“齐鲁农超”作为山东省农副产品展示交易官方平台,正是落实“好品山东”建设、打通农产品产销链条的重要载体,本

届年货会整合全省农业资源,让优质农产品直达消费端,既满足市民品质消费需求,又助力农业经营主体拓宽市场、提升效益,实现“市民得实惠、农民增收、产业促发展”的多方共赢。

全国展会热潮中突围 “齐鲁模式”彰显组团出击优势

放眼全国,新春年货会、农产品博览会、消费季等展会活动遍地开花,成为各地激活内需、促进消费、助力产业发展的重要举措,齐鲁农超新春年货会凭借官方背书、资源整合、模式创新、文化赋能的独特优势,为促消费、兴产业提供了可借鉴的实践样本。

近年来,各地纷纷举办各类展会活动,整合地方特色资源,搭建产销对接平台,拉动节日消费。从中央广播电视总台“办年货 赶大集”CMG新春消费季,到长三角农产品博览会、河北全国年货购物节、四川农博会,各地展会均以“线下展销+线上直播+文化体验”的模式,吸引市民参与,带动农业、文创、文旅等多领域消费增长。这些展会的成功举办,充分证明展会经济是激活内需、促进消费的有效途径,也为齐鲁农超新春年货会的发展提供了借鉴。

在全国展会经济的热潮中,齐鲁农超新春年货会全面集结山东16市特色农产品,涵盖生鲜果蔬、熟食粮油、奶制品、非遗文创、养生茶饮等全品类。这种全省资源的整合能力,让展会的品类丰富度与吸引力大幅提升。

此外,展会创新采用“政府指导、企业主办、媒体助力、电商赋能”的联动模式,整合政府、企业、媒体、电商多方资源,打通农产品从田间到餐桌的全链条。青岛宏昇开发建设有限公司总经理杨建国说:“这种模式让我们企业对接了大量采购商,首日一开展就迎来高峰,还有企业有长期合作意向。”

曲阜市农业农村局现场工作人员也表示,通过齐鲁农超以及历届新春年货会,当地打通了农产品产销对接渠道,提升了曲阜市“圣府粮仓”区域农产品品牌知名度。这种模式既提升了展会的运营效率,又拓宽了农产品的销售渠道,助力农产品出圈、农民增收。

山东大学社会学教授王忠武评价,齐鲁农超新春年货会以火热的产销态势、精准的政策落地、实在的惠民举措、创新的展会模式,不仅激活了山东新春消费市场,更助力农业农村高质量发展,擦亮了“好品山东”品牌。

山东优特农产品新春直播季启动

数字赋能山东好品,活动贯穿整个农历正月

记者 于泊升 边艺 济南报道

2月7日,山东优特农产品新春直播季在2026齐鲁农超新春年货会现场启动。本次活动由山东省农业农村厅指导,大众报业集团、鲁商集团主办,山东齐鲁农超科技有限公司承办。活动以“年味齐鲁·甄选好品”为主题,通过数字化直播矩阵,串联全省16市优质农产品资源,为山东特色农产品搭建起云端展销新平台,让地道齐鲁风味乘着数字化东风走进千

家万户。

活动现场,“齐鲁农超”发布了山东优特农产品新春直播季启动计划。据悉,本次直播季将贯穿整个农历正月,推出四大专项行动:组织专业团队走进16市核心产地,开展“十六城至味”源头直播,邀请县长、第一书记为家乡代言;联合入驻企业打造“爆款养成”计划,筛选潜力商品重点推广;举办“甄选好礼”主题促消费行动,开设“新春年货会”线上专区,推出限时折扣、满减优惠;为电商直播能力不足的企业提供专业直播

支持,助力品牌“破冰”。

启动仪式上,“齐鲁农超·鲁绿优品馆”同步揭牌上线。该馆由“齐鲁农超”与山东省绿色食品发展中心共建,这既是山东农业品牌化、标准化建设的重要成果,也是深耕绿色农业、赋能品质消费的坚实一步。

随着与会领导共同敲响启动鼓,山东优特农产品新春直播季正式拉开帷幕。现场同步开启多场直播,主播们带着镜头逛展,推介特色年货,直播间内互动热烈、订单不断。

据了解,“齐鲁农超”是山东农产品品牌汇聚、数字赋能、开放交流的重要窗口,入驻企业5600多家,在推动山东省农业品牌化、数字化发展,有效扩大农产品消费,提升农业竞争力等方面发挥着重要作用。此次直播季将通过全周期、多场次、广覆盖的直播形式,让品质与风味触达更多消费者。同时聚焦数字化升级,进一步打通从田间到餐桌的产销链条,让山东好品卖得更火、传得更远,助力建设现代农业强省。