



区域公共品牌建设是深化供给侧结构性改革、提高农业综合效益和市场竞争力的重要抓手。自2018年9月起，“齐鲁粮油”公共品牌就担起了这个责任。通过科学性规划、系统性运营、创新性拓展，两年多的时间，“齐鲁粮油”公共品牌被列入2020年省政府工作报告和省委常委会工作要点，连续两年被评为“中国粮油影响力公共品牌”，已在全国叫响。

在“齐鲁粮油”公共品牌引领下，省内粮油行业制定了严格的产品标准和规范，实现加工营销各环节的标准化，推动全省企业抱团发展，通过推动粮油产业的提档升级，带动现代农业的提档升级，形成了品牌共享、资源互通、抱团出镜、共创市场的发展格局。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 王颖颖



“好粮有网”上线仪式

担起粮油产业提档升级责任 “齐鲁粮油”公共品牌叫响全国

“1+N+N”模式，打造“齐鲁粮油”公共品牌

2018年9月4日，《关于推进山东粮油品牌建设的实施意见》提出以粮食供给侧结构性改革为主线，以实施“优质粮食工程”为抓手，以市场需求为导向，以扩大山东粮油品牌美誉度、知名度和影响力为目标，按照“1个公共品牌+N个地域特色产品+N个产业经营主体”的建设模式，打造“齐鲁粮油”公共品牌。

自“1”落地后，“N”也开始相继诞生。

2019年12月，山东粮油联盟大会为“粮油金三角”揭牌。“粮油金三角”是以“齐鲁粮油”和“1+N+N”品牌战略规划为基础创建的，代表着山东优质粮油产业集群、优质产能集群、优质品牌集群和优质产品集群。随着山东省第一个粮油区域品牌“粮油金三角”的发布，临沂“沂蒙花生油”、威海“胶东花饽饽”、德州“五星德粮”等区域品牌也相继发布。自此，山东以打造“齐鲁粮油”公共品牌为核心的一体化布局逐渐清晰。

随着公共品牌的打造，企业的品牌意识也正在觉醒。

“我们之前是只会磨面，别的真不懂。”临沂最大的面粉加工企业信和沂雪董事长李秀玲说。而如今李秀玲开起了信和沂雪产品形象店，帮助了当地百姓实现就业和再创业的同时，也向更多80、90后宣传了面食文化，培养了做面食、吃面食的习惯；金胜粮油在做大市场份额、做足业内口碑后，开始向“品牌”发力。打造以“花生”为主题，花生农业，花生工业，花生文化博物馆等七位一体，体验式工业旅游新模式成为其推广品牌的一大“抓手”；2011年，百年榨油史的山歌花生油也建成了国内首家榨油博物馆，又建立起占地1800平米的榨油体验馆及餐饮中心，为公司下一步打造全国真正意义上融社会实践、教育拓展的行业标杆，建设“综合教育服务平台奠定了坚实的基础，也扩大了品牌影响力。



展会现场，参展人员现场咨询 左庆 摄



金胜粮油的花生博物馆 左庆摄



面点大赛现场的精美作品 左庆摄

用行动说话，“齐鲁粮油”脚步不停歇

“齐鲁粮油”公共品牌自推出以来，一直强化省际间产销协作关系：举办山东粮油产业博览会，开展“齐鲁粮油”中国行，相继走进上海、福州、郑州、济南、重庆举行品牌推介会，携手16市粮食行政管理部门和鲁花、中裕、西王、发达等众多粮油加工龙头企业，共同推介宣传“齐鲁粮油”品牌，展示山东优质粮油产品，带动联盟企业销售收入增长9.6%；2019年6月18日，在第二届中国粮食交易大会上，山东联合吉林、山西、四川按照“品牌联动、区域联合、资源共享、渠道共建”的愿景，成立“粮油品牌创新联盟”，打出了“吉鲁晋川齐聚首，米面粮油全配齐”的宣传口号，合力开展宣传推介活动。

此外，还相继举办“齐鲁粮油”花样面点大赛，征集拍摄“千面粮人”品牌、文化和人物故事，开展“齐鲁粮油”进社区、进商超、车友团等系列活动，品牌展示推介形式更加丰富；组织“齐鲁粮油”驰援湖北公益活动，“齐鲁粮油”产业联盟企业分三批公益援助湖北45吨优质粮油产品……

围绕“打造优质粮油区域公用品牌”，山东省粮食和物资储备局党组成员、副局长李伟表示，“齐鲁粮油”在品牌建设过程中做了很多尝试和努力，经过全省粮食行业共同努力，“齐鲁粮油”赢得各级领导和社会公众的关注，初步形成了省级、市县、企业三级品牌战略融合发展的产业新格局。

“数字化”、“云端”，粮油产业也在不断“破圈”

作为传统产业的粮油产业，在“齐鲁粮油”公共品牌的带领下，正在变得越来越“不传统”。

在今年10月份举办的第三届山东粮油产业博览会上，“互联网创新展”充分展示了近年来粮油行业的数字化转型成果。

“我们计划的是三年分三步走，第一年，给粮油企业打造电商

平台；第二年推动企业数字化转型；第三年是推动产业互联网平台的建设。”山东省粮食和物资储备局规划财务相关负责同志介绍说，自2019年9月3日山东省粮食智慧交易平台“好粮有网”正式上线以来，经过一年的努力，目前入驻的省内400多家企业，除了头部企业在主流电商平台都已开店，其他大大小小的粮油企业，也都有了线上展销的渠道。“通过这一年，大家对电商，线上销售完全破冰了。”

除了带大家“上线”，这一年，省粮食和储备局还与淘宝大学合作，举办了7场各种类型的培训活动，从企业老总、电商运营到给粮油企业设计，全方位“上课”，帮助省内粮油企业学习“新玩法”。

而规划中的“第二步”——“企业数字化转型”，目前也已经步入正轨。“好粮有网”联合阿里云给省内首个数字化转型试点单位、德州发达面粉集团做的“原粮采购”数字化系统，2020年7月上线后，就迅速推广到其6个厂区。在两个月时间里，35万吨小麦，8亿元的交易金额全部在这一平台进行，“14000车的粮食有12000车在平台上自主预约匹配。进出厂的出库效率从1个小时，压缩到半个小时。效益非常明显。”采购做完了，下一步做生产管理，销售管理，一个传统企业在管理上就此“脱胎换骨”了。目前，也已与省内几家其他大的粮油企业对此表现出意向。

至于更长远的目标，相关负责人说，希望将“好粮有网”打造成山东乃至全国的粮食产业互联网平台，让这一平台能联通粮食行业方方面面的业务，同时也让企业把业务通过数字化线上管理起来。

接下来，“齐鲁粮油”公共品牌还会充分利用资源，建设齐鲁粮油体验店、社区店，打造天猫、京东旗舰店，组织更多粮油企业进驻“好粮有网”平台。依托国家级价值发布，提升品牌价值；着力将产研孵化中心打造成科技支撑产业发展的典型模式，完善山东粮油团体标准体系，推广团体标准的落地执行。同时与主流媒体合作，为企业提供品牌营销咨询和培训服务。