

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、吃面食的习俗;金胜粮油在做大市场份、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,相关负责人表示,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。