

解码“鲁字号”农产品破壁出圈的山东智慧

“齐鲁农超”已汇聚近5600家优质农企，助力更多山东好品走向世界

近日，上海市民李女士在“齐鲁农超”小程序上，通过网购买了一箱安丘蜜桃。“没想到坐在家中就能选择山东好品，而且还有原产地保障，是正宗特产。”几乎在同一时间内，北京也有不少市民通过“齐鲁农超”选购山东好品。

自2023年8月上线以来，“齐鲁农超”平台已汇聚近5600家优质农企，举办近百场巡展活动，让更多“鲁字号”产品走出山东，走向世界。

►“齐鲁农超”产品展销活动。

记者 于泊升 边艺 报道

从田间到餐桌 山东好品“家门口突围”

8月的安丘，阳光洒满连绵的大棚。虽然不是草莓成熟的季节，但云岭莓溪地草莓种植示范园内却是一片繁忙景象。技术人员正在调试新安装的智能灌溉系统，为后面的草莓季做准备。

“多亏了‘齐鲁农超’，我们现在可以放开手脚安排生产。”种植户李师傅说，“‘齐鲁农超’把我们的产品从田间地头带到消费者门口，直接打开了销路，让产品走了出去。”

李师傅说的“走出去”，指的是“齐鲁农超”的山东好品巡礼活动。

2025年5月，端午佳节临近，山东省农业农村厅餐厅前，“齐鲁农超”山东好品巡礼活动火热开启。来自沂水、东营、莱阳、聊城、莱芜的数十种地域特色产品集中亮相，以“从田间到舌尖”的产地直供模式带来了一场山东农品的美味盛宴。

“齐鲁农超”巡展负责人张东平回忆，当天上午，活动现场人头攒动，多款特色产品成为“爆款”。

据了解，除了现场购买外，很多消费者还通过“齐鲁农超”线上小程序为家人朋友送去一份“节日心意”。“在单位就能买品质这么好的山东特产，我后来又从‘齐鲁农超’小程序上邮寄一份给外地的朋友。”参加巡展活动的消费者回忆。

这场端午前夕特色农产品盛宴的火爆现场，正是“齐鲁农超”平台价值的最佳印证。据了解，山东好品巡礼活动已在山东各地成功举办近百场，“齐鲁农超”正通过“巡展+体验+销售”的创新模式铺就山东好品从田间到餐桌的品牌增值之路。

张东平向记者介绍，今年1月，银座超市玉函店“齐鲁农超”专区开业，农超优选正式上架开售，山东好品琳琅满目、年味儿十足。这意味着“齐鲁农超”成功打入传统商超渠道，进一步扩大线下销售网络。

据悉，“齐鲁农超”通过聚合



“齐鲁农超”产品进社区。

全省优质农特产品企业，精选应季生鲜与地域特色产品，深入政府机构、企事业单位、高端社区、商业中心等场景，构建了立体的销售网络，目前已覆盖多个政府机构，鲁商集团、中国人寿等名企，交通银行、招商银行、北京银行等金融机构，以及千佛山、明水古城等文旅地标。

北京“扬名”沪上“圈粉” 山东好品成全国餐桌新宠

“谁能想到，现在在上海也能经常看到家乡山东的好产品。”在上海定居多年的孙先生还记得上半年的那场展销会，家乡的特产成了“沪上新宠”。

今年4月25日，“好品山东·优特农品”展销推介暨上海推广中心启动活动在上海“大洋晶典·天安千树”商城启幕。作为山东农副产品展示交易平台，“齐鲁农超”携黄河口烤虾、泰山黄精茶、山东大樱桃、临朐鹅肝等百余款平台优品重磅亮相，成为活动现场备受瞩目的“流量担当”，为沪鲁农业产销协作按下“加速键”。

据“齐鲁农超”品牌部负责人牛牧原回忆，当时商场开始营业后，“齐鲁农超”展台前就挤满了前来品鉴、选购的消费者。烟台葡萄酒、日照绿茶、平阴玫瑰制品、山东阿胶等“老字号”产品销量持续走高，山东小番茄、山东大樱桃、无抗鸡蛋等绿色食品更是被消费者成箱采购。“开幕仅半天，部分单品就

已售罄，只好紧急联系补货。上海市场对山东优质农产品的热情远超预期。”

除了南下入沪，“齐鲁农超”还带着山东好品北上进京。2025年1月2日，北京京东集团总部，“好品山东”农产品走进京东暨京东年货优选活动现场，“齐鲁农超”和来自山东的120余家农产品品牌企业的200余种品牌农产品组团北上。

“以前买山东特产都是托朋友代购，现在‘齐鲁农超’直接把源头好货送到家门口，线上下单又快又放心。”北京市民李女士回忆起当时的盛况，为“齐鲁农超”的便利点赞。

打造区域品牌，“齐鲁农超”正用山东好品抢占全国市场。记者查阅资料发现，截至2024年底，山东拥有绿色食品、有机食品、地理标志农产品有效标总数3999个，成功打造省级农产品知名区域公共品牌108个、企业产品品牌700个。“好品山东”品牌知名度越来越高，烟台苹果、莱阳梨、莱芜生姜等品牌享誉全球，“聊胜一筹”“泉水人家”“济宁礼食”等市级区域公共品牌越叫越响，东阿阿胶、德州扒鸡、临朐鹅肝等一批老字号、原字号、新字号企业品牌家喻户晓，山东好品畅销京津冀、长三角、大湾区。

在山东财经大学MBA教授李琪看来，北上进京和南下入沪是“齐鲁农超”开拓全国市场的重要步伐，也将为后续在国际市场上的拓展积累宝贵经验。

角逐全球市场 “农超”带鲁货“乘风破浪”

“我们的身影不仅出现在国内，甚至漂洋过海到日本、欧洲。”“齐鲁农超”品牌部负责人牛牧原说。

记者梳理发现，在日韩市场，山东好品深受欢迎。据青岛海关消息，今年1至7月，山东出口泡菜等蔬菜制品18.2亿元，同比增长5.2%，其中泡菜产品出口到韩国占90%以上。近几年，对日本、东南亚、北美等国家和地区的泡菜出口呈现增长态势。

据山东省农业农村厅消息，山东以占全国6%的面积和1%的淡水资源，贡献了全国8%的粮食、10%的肉蛋奶、11%的蔬菜、12%的水果、13%的水产品，连续26年稳居全国农产品出口首位。2024年，山东农产品出口额突破1648亿元，占全国22.5%。山东好品远销190多个国家和地区。

值得注意的是，山东在巩固日韩、欧盟、美国等传统市场的同时，也在加速开拓新兴市场。2024年，对共建“一带一路”国家农产品出口额达507.97亿元，占全省农产品出口额的30.8%。对中东出口同比增长19.58%，对荷兰、俄罗斯等新兴市场增速超24%。

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表示，“齐鲁农超”整合了山东十六市100余个县域的优企名品，成功上线20个城市和主题品牌馆。通过线上“一台多端”的电商、社交、会员全平台矩阵，以及线下体验店和展销活动，“齐鲁农超”将齐鲁大地的农产品汇集，让全球消费者能纵览山东好品。

据了解，为进一步促进农业农村消费，培育打造农产品精品品牌，推介展示山东名优特精农产品，全面提升“齐鲁农超”影响力，展示山东省在乡村振兴战略实施过程中取得的显著成果，“齐鲁农超”将于8月28日在济南开展“2025山东名优特精农产品发布暨‘齐鲁农超’建设推进会”活动，聚焦山东农业高质量发展的关键环节和领域，共同探讨发展过程中的先进模式和成功经验。

■延伸阅读

除了将农产品从田间地头推向市场，在打开销路的同时，“齐鲁农超”也注重与本地文旅融合。

7月25日至27日，“齐鲁农超·清照好物”夏日市集在济南市章丘区明水古城童趣广场举行。这场由明水古城与“齐鲁农超”共同打造的活动，以“清照文化+山东农产”为主线，创新“文旅+农业”融合模式。

这次合作是文旅与农业资源的“双向奔赴”。明水古城作为山东省文旅融合标杆项目，依托“千年古县·清照故里”的独特IP，以“泉+城+文化”为核心特色，融合泉水生态、历史人文与现代产业，已成为“泉城文旅新名片”。市集以“好品、好景、好玩”为核心理念，围绕“桃桃尝鲜”“山东特产”两大核心板块展开沉浸式体验，让游客从“看”到“尝”，再到“玩”，全方位感受山东特色农产与古城魅力。

为激活夏日消费活力，市集特别联合工商银行推出数字人民币支付专享活动。凡使用工行数字人民币个人钱包的用户，可在明水古城活动现场领取5元(满10元可用)、10元(满20元可用)的两个数字人民币红包，直接用于市集内山东鲜桃、特产选购等消费场景抵扣。

“齐鲁农超”与工商银行数字人民币的业务合作，在线上小程序及线下巡展活动中实现了针对全民的满减优惠政策，进一步推广方便快捷的数字人民币支付方式。

“文旅+农业”的创新模式，不仅拓宽了特色农产品销售渠道，也为山东省文旅深度融合发展探索出新路径，成为“齐鲁农超”平台的一大特色和优势。

“从田间地头的大棚到上海的高端商场，从明水古城的文化市集到现代化的超市货架，‘齐鲁农超’正以其创新模式，将山东好品源源不断地输送到全国乃至全球市场。”李琪认为，“齐鲁农超”通过“巡展+体验+销售”的模式，不仅打通了农产品上行的通道，更打造了山东农业品牌。这条从田间到全球的畅行之路，不仅展现了山东农业的高品质实力，更为中国农产品走出去提供了可借鉴的山东方案。

记者 于泊升 边艺

数字助推，
文旅与农业『双向奔赴』