

# 政府、企业、媒体携手合作，助力山东农业数字化转型 山东上线农业大平台：齐鲁农超

山东农林牧渔业总产值稳居全国首位；拥有地理标志农产品数量占全国1/10，入选2022年国家品牌培育计划数量居全国首位……作为“全国第一农业大省”，这些傲人的成绩都浇筑了山东农业的底气与信心。

为擦亮山东农产品的“金字招牌”，推进山东农业数字化转型，8月28日，由政府、企业和媒体携手成立的农业大平台——“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台即将上线。该平台是由山东省农业农村厅指导，大众报业集团、鲁商集团承办，齐鲁晚报·齐鲁壹点负责平台建设运营和维护管理，是官方指定的唯一区域农业公共品牌自主平台。

平台将精选山东农业优品，聚合山东各类农产品加工企业，上联市场，下联用户，实现乡村振兴成果展示、宣传推广、产销对接、产品交易、质量管控、在线服务等六大功能的模块化运作，立足于山东省优质农副产品展示交易，助力乡村振兴。

记者 都亚男

## 作为“第一农业大省” 山东当之无愧

“一天不见鲁Q，吃菜就犯愁”，这是长三角地区老百姓常念叨的一句俗语，这里的“鲁Q”特指的就是山东临沂兰陵县的蔬菜运输车。兰陵县是山东的“南菜园”，更是长三角地区百姓的“菜篮子”。

每天挂着“鲁Q”牌照的兰陵货车，络绎不绝地运往长三角地区的菜市场，光是供应给上海餐桌的兰陵蔬菜每天就达500万斤。以至于，上海市场的每3个蜜桃中就有2个产自临沂，长三角城市每卖出3只咸水鸭，就有1只来自临沂。

除此以外，苍山蔬菜、蒙阴蜜桃、沂南肉鸭、苍南花生、平邑金银花……一类类各具特色的“沂蒙山”特色优质农产品，更是行销海内外。

被国务院命名为“中国蔬菜之乡”的寿光，拥有全国最大的蔬菜生产和批发市场，是全国最大的蔬菜集散中心。除了寿光蔬菜，潍县萝卜、昌乐西瓜、安丘大葱、诸城绿茶、青州银瓜等都是潍坊市的知名农产品。

作为农业大省，山东用占全国6%的耕地和1%的淡水，生产了全国8%的粮食、11%的水果、12%的蔬菜、13%的水产品，曾为全国贡献了农业产业化经营等山东经验，因此素有“全国农业看山东”之说。

山东依海而立，因海而兴，海岸线长达3505公里，约占全国的六分之一，蓝色海洋孕育了山东半岛，更孕育了独具风味的山东海鲜。

“入市子鱼贵，堆盘牡蛎鲜。”乳山生蚝在国内鲜品市场占有率、高端市场占有率均位居前列，产自乳山的单冻牡蛎肉、半壳牡蛎、牡蛎肽等产品畅销日本、韩国等15个国家和地区。

在乳山市东邻的荣成，不仅远在西伯利亚的天鹅每年来过冬，这里更是盛产鹰爪虾、牙鲆鱼、扇贝等鱼虾贝藻类海产品100多种。其中，全国一半的海带产量都来自于荣成，海参、鲍鱼等水产品产量均位居全国前列。

《本草经集注》曰：“阿胶出东阿，故名阿胶。”东阿阿胶的应用



在临沂市沂南县铜井镇大张庄村猕猴桃种植基地，农民采摘猕猴桃。新华社发



在荣成市爱伦湾海域海带养殖区，渔民采收海带(无人机照片)。新华社发

迄今已近3000年，而这一块小小的阿胶凝聚了无数的智慧结晶，要知道，一块东阿阿胶就拥有187项专利，一支复方阿胶浆则拥有49项专利。

除此以外，德州扒鸡、青岛啤酒、玉堂酱园、兰陵美酒、周村烧饼、崔字牌芝麻油、野风酥高粱饴等都是匠心独具的山东老字号品牌，山东正持续擦亮老字号的“金字招牌”，将产品推向更为广阔的国内和国际市场。

从全省农业品牌建设来看，山东拥有地理标志农产品351个，数量占全国的1/10；拥有全省“三品一标”产品达1.2万个；培育烟台苹果、金乡大蒜等省知名农产品区域公用品牌81个以及龙大、鲁花等企业产品、品牌700个；肥城桃、乳山牡蛎等8个品牌入选2022年国家品牌培育计划，数量居全国首位。

山东粮食总产连续9年稳定在千亿斤以上，粮菜果、肉蛋奶、水产品等产量均居全国前列，过万亿元的农林牧渔业总产值稳居全国首位，全省农产品出口额连续24年领跑全国……作为全国第一

农业大省，这些名列前茅的成绩都彰显了山东农业的底气与信心。

## 农产品公用品牌传播力 还有进一步提升空间

山东的优质农产品产地多、种类全，这其中叫得响的也不在少数，例如烟台苹果、章丘大葱、东阿阿胶，但其他山东农业品牌在全国认知度还有所欠缺。与此同时，烟台苹果、乐陵小枣近年来面临的同类竞争也在增多，市场份额拓展也遇到瓶颈。

7月26日，一场别开生面的会议在济南召开，山东省政协围绕“好客山东 好品山东”召开2023年第四次月度协商会。会上，菏泽市政协委员、山东银香伟业集团副总裁辛诚，说出了山东特色农业品牌建设的短板。

辛诚认为，“我省在发展特色品牌农业方面取得了一定成绩，比如章丘大葱、东阿阿胶、潍县萝卜、菏泽牡丹等农产品，享誉全国、走向世界，但在农产品生产、加工、销售，包括品牌打造等方

面，还存在不少差距，比如近年来部分农产品市场认可度下降，市场份额被挤压，产品名气下降，烟台苹果、沾化冬枣、乐陵小枣、日照绿茶等都遭遇了类似情况。”

对于山东特色农业品牌建设的短板，山东大学新闻传播学院教授臧丽娜也指出，品牌老化问题明显，突出的表现是品牌定位与市场需求不符，品牌形象力未能契合消费群体的审美趋向，品牌传播与营销转化脱节。此外，数字化背景下，农产品区域公用品牌的价值提升路径还不够清晰。

壹点智库Brand-C品牌数字实验室测评数据显示，上半年，山东省79个知名农产品区域公用品牌INC指数(即网络传播影响力指数)均值395.95，从横向对比来看，在9个行业领域中位居第5位，排名属于中等水平。

那么，怀揣如此之多“瑰宝”的山东，该如何打破窠臼，让山东特色农业品牌焕发无限活力？

“品牌创建说白了就是得到市场的认可。”山东省农科院质量标准研究所营养品质评价创新团队负责人、泰山产业领军人才王玉涛分析，“生产与市场信息不对称，在产品安全性与品质方面消费者无从辨别，消费信心不高，优质优价难以实现，品牌建设困难。”

臧丽娜建议，“首先要发挥政府与企业的协同作用，政府与企业协同发力，政府做好监管和政策推动，企业做好品牌管理和市场执行；二是，善用数字化工具，挖掘品牌新价值。”

## 政企媒携手 助力农业数字化转型

山东用多年的汗水打开了“全国农业看山东”的格局，接下来，如何继续精炼一张山东农业的“品牌名片”？

数字化是山东打造特色农业品牌的一条必经之路。在这种情形之下，建设一个透明权威的农业大平台，来实现产销两端信息对称，提升消费端的信任度，成为了当下山东农业品牌建设大局中一步不得不走的“大棋”。

8月28日，山东官方指定唯一区域农业公共品牌自主平台“齐鲁农超”即将上线，它是为了推进山东农业数字化转型应运而生的，也

能为山东特色农业品牌建设的蜕变增加助力。

“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台是由山东省农业农村厅指导，大众报业集团、鲁商集团承办，齐鲁晚报·齐鲁壹点负责平台建设运营和维护管理，是官方指定的唯一区域农业公共品牌自主平台。

“齐鲁农超”精选山东农业优品，聚合山东各类农产品加工企业，上联市场，下联用户，实现乡村振兴成果展示、宣传推广、产销对接、产品交易、质量管控、在线服务等六大功能的模块化运作，立足于山东省优质农副产品展示交易，助力乡村振兴。

“齐鲁农超”的诞生，将会与当下山东特色农业品牌建设产生奇妙的“化学反应”。首先，是品牌效应。这一农业大平台的建成，有利于讲好品牌故事，全方位、多角度进行多种形式的山东优质农产品品牌宣传推介，擦亮山东优质农产品的“品牌名片”。

第二，是聚合效应。在这里，各种各样优质的农产品可以进行集中展示、集中交易，形成永不落幕的山东线上优质农产品展示、交易“大集”。第三，是渠道效应。这个农业大平台可以通过聚合效应形成渠道优势、价格优势，让消费者买到物美价廉的山东优质农产品。

“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台将整合山东特色、优质供应链及地标农产品，从广度和深度方面挖掘山东乡村振兴工作的优秀案例，讲好山东“三农”故事，让好产品与消费者实现零障碍互通，营造良好的营商环境和消费场景。同时，通过资源整合降低农民和企业的推广成本，提升产品和品牌溢价，真正实现对山东本土农副产品品牌的扶持，促进区域创收。

此外，平台还将有效链接政府、媒体、企业，切实保证平台充分发挥“为农谋利，为民谋福，为商服务”的作用，实现“把最好的资源用在山东，把山东的好品推广出去，把最大的效益留在山东”。

从源头到餐桌、从产品到品牌、从把关到守护，从店商到电商、从传承到创新……一个真正属于山东人自己的农业大平台正在落成，“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台的上线，将进一步推进山东农业数字化转型，助力“好品山东”在农业领域率先突破。

编辑：马纯潇 组版：刘燕

**江铃轻卡优惠暑假**  
品质好车 感恩回馈

两年八万元免息 蓝牌车型三年十万免息

8.18万 轻卡回家

**奔赴热爱**  
江铃大道 中国皮卡全场景专家

五大车生权益

庆祝江铃福特轻客家族全球销量突破1200万

**江铃福顺官降啦**

至高降1.5万

最低9.98万

江铃汽车 山东江铃全顺汽车销售服务有限公司 地址：济南市市中区二环南路8355号 福特专营：87964833 JMC专营：87967545 匡山分公司：85668678 章丘店：18615212698 济阳店：15589909617 商河店：18753189391 平阴店：13361035986