

创新营销模式 四省联动 做强品牌

“齐鲁粮油”中国行走进郑州

□陈晓婉 于鹏

6月21日，第二届中国粮食交易大会在郑州开幕，山东省粮食和物资储备局携省内65家企业参会并成功举办“齐鲁粮油”郑州推介会。交易会现场，我省成交各类粮油产品1878.04吨，成交额570.44万元，“齐鲁粮油”公共品牌再度闪亮公众视野。

平台聚气

山东16市65家企业参展

第二届中国粮食交易大会由国家粮食和物资储备局指导，中国国际贸易促进委员会粮食行业分会、国家粮食交易中心、河南省粮食和物资储备局、郑州市人民政府共同承办。作为全国粮食主产区之一，我省企业参会参展热情高涨，齐鲁好粮油琳琅满目。

青岛喜我我食品有限公司第一次随“团”推介，负责人迟金艳告诉记者：“第一次跟团出省推介，能成交多少订单对企业不是最重要的，重要的是通过这种方式，这个平台把蕴含着传统文化的胶东花饽饽呈现在大家面前。”

同样看中这次机遇的还有喜我我的64家同行。本次交易会我省16市均组团参加，参展粮油加工企业达65家，涵盖中裕、发达、鲁花、十里香、金胜等众多国内知名粮油品牌，参展产品8个门类700余种，涵盖小麦粉及制成品、食用植物油、大米等产品。

“从优质粮油到加工制品，从机械设备到技术研发，从消费升级到粮食合作，交易会涉及产购储加销各个环节。通过展会，企业可以了解同行信息，把握同行发展趋势，感受企业的发展空间和空间，了解自己产品的市场潜力，确定企业正确的发展思路。”枣庄市粮食和物资储备局副局长蔡传文说。

据了解，在第二届中国粮食交易大会



△6月21日，山东、山西、吉林、四川四省粮食和物资储备局主要负责人和四省区域公共品牌吉祥物共同亮相第二届中国粮食交易大会，联合推介“齐鲁粮油”“山西小米”“吉林大米”和“天府菜油”区域公共品牌。

中，我省利用线上线下渠道组织的粮食专场交易中，线下成交各类粮油产品20.07万吨，成交额5.9亿元，贸易粮集中线上协商专场成交59.6万吨，成交额13.8亿元；在交易会现场成交各类粮油产品1878.04吨，成交额570.44万元。

品牌联动

吉鲁晋川四省联合推介好粮油

今年以来，“齐鲁粮油”已顺利走进北京、上海、福州。本届交易会期间，“齐鲁粮油”中国行郑州站成功举办。

与以往推介会不同的是，本次推介会“抱团闯天下”：山东联合吉林、山西、四川共同举办推介活动，签订四省品牌创新联盟合作协议，共同致力实现“资源共享、平台共建、品牌共荣”愿景，打出了“晋鲁川吉齐聚首，米面粮油全配齐”的联合品牌。同时，四省粮食和物资储备局

局长亲自出马，推荐各自省份的好粮油产品：吉林省重点推介了吉林大米，山西省推介了山西小米，四川省为天府菜油，我省则为面粉和花生油。“携手企业参加展会，四省联合推介品牌，是政府带动粮油企业“走出去”的战略体现，是增强省际和地区间粮油经贸合作的重要抓手，更是让优质粮油品牌家喻户晓、走向全国的快捷之路。”蔡传文感受很深，“粮油企业通过参展期间与各地经销商广泛接触，不仅可以物色合作伙伴，实现贸易合作向资本合作的有效过渡，还能通过展会有效提升企业形象，提高产品的知名度和市场竞争力。”

省粮食和物资储备局局长王伟华表示，下一步将重点做好“强、响、引、网”的综合文章，继续深入推进实施“优质粮食工程”，大力发展粮食产业经济，以更开放的姿态加强与兄弟省市合作，助力齐鲁粮油走向更广阔的市场。

打通线上

粮食电子交易平台

“好粮有网”首次亮相

推介会现场，我省与阿里巴巴共同开发建设的“专业性、区域性、公益性”粮食电子交易平台“好粮有网”(www.haoliangyou.net)首次亮相。“演员”们通过舞台剧的形式，将山东玉皇粮油食品有限公司通过平台实现一键成交的案例再现，形象演示了平台的功能和操作流程。

玉皇粮油总经理张永琥是“演员”之一。他介绍，玉皇粮油一直以来都有开拓线上市场的想法，但碍于错过了电商发展的红利期，受制于流量、费用等种种问题，企业没有单独在网上开店。当得知省里打造“好粮有网”的消息，玉皇粮油从建设初期就参与进来，如今成为平台上第一个吃到市场蛋糕的人。

“粮油行业作为传统制造业的典型代表，在终端零售环节，通过互联网+技术逐渐引入B2B、B2C模式，竞争变得相对透明，保证一件商品的真正定价公开公正，不仅为消费者提供了更加全面的信息和更大优惠空间，也为企业开辟了新的营销渠道，降低了市场开拓成本，使企业扮演着简化产业链的角色。”张永琥说。

打造粮油产业“数字经济”是我省粮油产业的发展方向。“好粮有网”的应运而生，正是我省为打造“齐鲁粮油”公共品牌，促进传统粮油企业新零售转型结出的第一个果子。王伟华介绍，下一步我省将借助阿里巴巴在互联网经济上的优势，充分将大数据、云计算、人工智能、区块链等新一代互联网技术与山东的粮食产业进行融合，以新技术、新产业、新业态、新模式，推动传统产业转型升级，打造创新创业发展新平台。



6月21日，齐鲁粮油线上交易平台“好粮有网”在全国粮食交易大会上通过情景剧的形式对外亮相。平台是由山东省粮食和物资储备局牵头，按照市场规律，运用互联网思维打造的公益性、专业性的网上粮油批发市场(含零售)，是24小时在线且永不落幕的“齐鲁粮油”展销会。对于这个刚刚问世的“网上粮店”，网友们充满好奇。针对网友提出的问题，齐鲁粮油吉祥物“鲁果果”一一进行了解答。

网友“摘星辰”：以往哪怕销售额上亿元的粮油企业也没有太多电商化运营的经验。政府出资搭建了“好粮有网”平台以后，会带来哪些变化？

鲁果果：打造“好粮有网”平台之前，我们调研过这个问题，之前很多企业，包括一些已经做得非常大的企业，联系销售和订货还是以打电话、发微信等方式为主。近两年，很多企业已经意识到信息化和互联网的重要性，开始着手开发一些线上订货系统。我们希望这个平台能首先成为企业可信的在线销售和订货系统。其次，我们也可以根据企业需求进行开发建设，先由原来传统模式的线下业务转移到线上，通过信息化、网络化手段，优化管理模式，提升管理效率，然后把线上和线下打通，实现企业数字化转型。

网友“暖阳”：为什么要引入阿里云技术搭建平台？粮油企业对此是否认可？现在进展如何？

鲁果果：阿里体系等各大主流电商平台，是有一定门槛和需要支付费用的，而粮油加工业是一个体量庞大的产业，不可能全部装进去。全国2018年的粮油加工业总产值超过3万亿元，山东超过4000亿元，仅滨州一个市就上千亿元，都上阿里或者京东，是不可想象的。面粉加工业平均利润率只有几个百分点，全上电商也很难负担平台费用。因此，我们决定搞一个平台，由粮食部门牵头，财政部门支持，为粮食行业提供一个公益性、专业性的线上批发市场，如同政府搭建了一个免费的粮油批发市场，虽然条件不一定很好，但提供了一种基准的、普惠性质的公共服务。

目前看，企业对这个平台非常认可，也充满了期待。对于企业来讲，入驻平台的成本和门槛都非常低，只要是正规合法的粮油企业都可以进来。但由于这件事完全是个创新，我们需要重构企业的经营和销售组织方式，探索互联网时代新的商业模式，打通线上线下，实现新零售。对于阿里巴巴自身也是一种创新，此前无先例可循，因此平台建设任重道远，需要各方积极参与，共商共建、共管共享。

我们和阿里旗下的菜鸟物流、蚂蚁金服、阿里妈妈等几个板块都进行了深入对接，目前还在与天猫商城、零售通、天猫超市等线上平台进行接洽，希望在提供基础性服务的同时，对于纳入齐鲁粮油公共品牌项下的有品牌溢价的高附加值产品，全力推到这些主流电商平台上去，借助大平台的大流量进行大推广。

网友“含化片”：这样一个打通全产业链的平台，会给粮油市场带来什么样的好处？

鲁果果：山东省粮食行业体量巨大，单靠一个支撑肯定不能推动整个产业的转型升级，还是要向品牌化方向迈进。因此打造这个平台，从一开始就明确了定位，做业务中枢和数据中枢。最核心的是帮助企业掌握数据，包括销售、生产等各环节数据等。只有把业务中产生的数据和信息采集整理出来，让企业发展理念从最传统的攒钱，到攒技术，再到攒品牌同时攒数据，实现企业数字化转型，构建形成产业互联网，这样不管是从企业内部的逆向赋能，改进生产、采购等各环节，还是从整个行业发展，都能实现以数据为基础和支撑。希望在不久的将来，我们能通过这个平台，在企业端构建起产业互联网，在政府端打造出粮食和储备智慧大脑，更好地实现产业发展、粮食安全目标！



齐鲁粮油 高质量发展我来谈

主办：山东省粮食和物资储备局

一个馒头引发的品质和品牌思考

□周学泽

在城里吃得好馒头不容易。

每次回到农村老家，我总会买一大包村里蒸的馒头放到后备箱拉回来。村里的馒头好吃，散发着小麦本色的清香，不甜不腻、不干不湿、松软适度，百吃不厌，越嚼越香。

城里的馒头，味道各种各样的都有：有的初吃还好，但吃两次就再也吃不下去；有的馒头白煞煞的，但并不松软，吃起来有点散；有的馒头放不长时间，就长黑点；有的馒头放很长时间也不坏。要说这些馒头和老家的馒头有什么区别，我只能凭感觉说，它们没有了小麦原始的味道，添加了什么东西不得而知，但肯定不是原汁原味做的。

老家拿回的馒头，一般一周时间就吃完了，每当吃完的时候，就产生一丝惆怅：又得买城里的馒头了。这真是一件无

奈的事，因为不能不吃馒头。

山东小麦种植历史悠久，据查从新石器时代就开始种小麦了，而且小麦品质上乘。用专家的话说，优点很多：一是山东气候非常适合小麦生长，山东地处北温带，临渤海、黄海，在小麦抽穗、灌浆的季节，雨水丰沛，故小麦在生长期有充足的水分；收获季节，干热风会对小麦的质量产生不好的影响，但山东收获季节也基本不受干热风的影响。二是我国小麦大多均匀性不好，但山东以订单生产保证优质小麦连片规模种植，小麦质量非常均匀，特别利于加工。三是山东小麦面筋含量在全国属于中等偏高水平，恰好能够做馒头。

你看，山东小麦品质很好，但市场上却很难买到味道清香的馒头。人们若想吃到的馒头，只能从市场上买来面粉，自己做。但自己做如今也面临两个难题：一是大家平时工作较忙，没有时

间做；二是越来越多的年轻人已经不会做馒头。

由做馒头中产生的问题，想到粮油的品质和品牌塑造。粮油产品从地头到餐桌要经历一个从种植业到制造业的过程，这个过程中的任何一个环节出现问题，都影响到粮油的最终品质。比如，小麦在地里种植时很好，但加工成面粉再发酵制作馒头的时候出现问题，“再好的小麦”也让“不好吃的馒头”毁了；再比如，粮油作物在种植环节出现污染，后边的加工制造再精细，产品再好看，也无法满足最基本的食品安全要求。

因此，保障粮油品质，是一项系统工程。首先，种植的源头要做好，种子、灌溉、农药，每一个环节都不能马虎。其次，要建立专业化的粮食产后服务体系，加强对粮食质量的检验检测，保证流通环节的安全。同时，在粮油加工环节，必须是绿色工序，保证口感，起码不能添加有

损健康的物质。

从品质到品牌是一个水到渠成的过程。品牌，意味着名声，意味着被更多人熟知和欢迎，意味着对市场份额的占据，意味着巨大的经济利益。大家都希望自己的粮油产品在市场上树立起品牌，能够从市场中获得最大的经济效益。但是，品质做不好，何以求品牌？品质做好了，何用愁品牌？

山东是我国粮食生产、流通、加工和转化大省。同时，山东许多粮油产品做得不错，既有品质，又在全国甚至世界上打出了品牌。这是山东打造“齐鲁粮油”品牌的基础和底气。但一个馒头，仍然让我们看到了自己的短板。“提品质、创品牌”，我们能否从馒头做起，这看似是小事，实际上是天大的事，在山东甚至北方谁能不吃馒头呢？



小暑

倏忽温风至，因循小暑来



齐鲁粮油
QILU GRAIN AND OIL