

# 走对路稳健行 “齐鲁粮油” 抢抓风口乘势而进

## 山东省粮食和物资储备局邀请新闻媒体共商“齐鲁粮油”品牌建设



2018年底，山东省粮食和物资储备局启动“齐鲁粮油”品牌建设，山东粮油正式步入品牌营销之路，步履坚定，目标明确！为了进一步深耕品牌建设，助推品牌价值提升，5月15日，“齐鲁粮油”品牌建设专题会议在山东省粮食和物资储备局召开，山东省粮食和物资储备局局长、党组书记王伟华主持会议。大众日报大众融媒品牌事业部主任于鹏，《山东新闻联播》主播、《品牌山东》制片人毛馨，山东日报新闻副董事长、壹点智库秘书长吕冰，就如何紧抓风口红利，赋能“齐鲁粮油”这一主题，建言献策。

大众日报大众融媒品牌事业部主任于鹏：

### 用“五个继续”持续为

### “齐鲁粮油”公共品牌赋能

2019年年初，山东省粮食和物资储备局与大众报业集团建立战略合作关系，大众日报组建了“齐鲁粮油”品牌传播项目团队，与省粮食和物资储备局积极沟通“齐鲁粮油”品牌传播需求及痛点，及时调研地市及粮油企业，了解山东粮油资源及分布情况，按照传播手段多

样化、传播形式有创意、传播内容有主题的要求，我们提出了“报纸传播+新媒体创意+智库服务+线下推广”的齐鲁粮油融媒传播方案。

应该说，2019年依托大众日报权威性、公信力进行的“齐鲁粮油”品牌传播，实施的全网营销、全渠道分发、全渠道追踪，初步提升了“齐鲁粮油”的品牌知名度、在行业内及全国范围的影响力。

2020年，是“齐鲁粮油”品牌打造的第二个年头，打造“齐鲁粮油”公共品牌写入省政府工作报告，大众日报将继续依托大众报业集团融媒资源优势，为“齐鲁粮油”公共品牌价值提升助力。用“五个继续”为“齐鲁粮油”公共品牌赋能：

继续做大品牌。按照“1+N+N”的模式，鼓励地市打造城市粮油品牌集群、精品产品品牌集群，形成品牌集群效应，成为“齐鲁粮油”强有力的品牌支撑。

继续做强产品。品销合一，才是最好的选择。“齐鲁粮油”品牌打造进入第二年，对外的传播要有具象的产品支撑。

继续做足渠道。选择适合的渠道，并进行生动化陈列，根据市场的需求，探索线上线下一体化全渠道营销模式，利用VR等现代技术，满足不同场景下的消费者个性需求。

继续做活市场。围绕省内市场、北上广等国内重点市场，开展如“齐鲁粮油”云上直播节、“齐鲁粮油”社区趣味运动会等丰富多样的粮油产品线上线下产销对接活动，拉近和消费者的距离，增强消费者和“齐鲁粮油”的产品情感联动。

继续做好阶段性品牌总结。发挥党报优势，做好深度报道及品牌总结。依托齐鲁粮油

品牌研究院，在为“齐鲁粮油”品牌打造做好智库服务的同时，为地市及企业品牌提供规划及传播服务。

《山东新闻联播》主播、《品牌山东》制片人毛馨：

### 从传播角度

### 看品牌的塑造及营销

品牌的本质是品牌拥有者的产品、服务或其他优于竞争对手的优势，能为目标受众带去同等或高于竞争对手的价值。一个品牌的建立，从消费者对其认知、产生信赖、有了情感，到最后融入甚至改变我们的生活。建设品牌可以起到提升价值、提高市场占有率、强调差异化以及成为核心竞争力的作用。而想要建设一个品牌，就需要做到长期性、阶段性以及战略性。

同样，对“齐鲁粮油”公共品牌的建设，也需要循序渐进。针对当前的传播发展趋势，可以通过打造VR全息影像云端交易支付平台，实现线上对企业进行参观浏览，对产品生产进行探秘监督，对产品形象包装进行增进行虚拟增强互动体验。这样的新技术、新手段，也是品牌建设和市场营销的新举措。

同时，还应打造“齐鲁粮油”公共品牌及“齐鲁粮油”个性品牌营销中心，从战略传播和企业发展的角度，对市场调研与分析、品牌定位、VI形象、产品设计包装、战略传播、市场营销、宣传推介等，进行全线跟进与指导，以此树立“齐鲁粮油”公共品牌和个性品牌。

山东日新传媒副董事长、壹点智库秘书长吕冰：

### 借助媒体“四全”特性

### 抓住“新基建”风口

从2018年底提出打造“齐鲁粮油”公共品牌以来，“齐鲁粮油”带着省内的优秀粮油企业走进大江北去做推介，打造了粮食智慧交易平台“好粮有网”。2020年更是通过多项公益活动提升了“齐鲁粮油”品牌的温度和美誉度，年初进幼儿园、敬老院、医院等慰问活动，让我们看到了“齐鲁粮油”的温度。尤其是在疫情期间，“齐鲁粮油”克服重重困难，共分三批累计公益捐赠45吨粮油产品，既体现了山东粮食产业大省的责任与担当，也传递了山东粮油加工企业的爱心与力量。

线上线下同发力，让“道不尽齐鲁粮油好”的标语深入人心，让山东的优质粮油产品有了一个共同的标签——“齐鲁粮油”，将规模优势、产业优势转化为品牌优势，为山东粮食产业新旧动能转换赋能。

“齐鲁粮油”品牌打造一年多的经验主要归结于科学性规划、系统性运营、创新性拓展等三个方面。对于下一步的品牌打造，我们应借助媒体“四全”特性，抓住“新基建”风口，加强品牌与产品的关联度。并顺应互联网、大数据发展趋势，抓住5G、物联网风口，借助“新基建”带来的窗口期，集中塑造“齐鲁粮油”品牌。在2020年关键性一年，优化内容与传播方式，加强品牌关联度，借助“全

息”传播手段，连通线上与线下。

山东省粮食和物资储备局局长、党组书记王伟华：

### 提升标准 创新方式

### 加强合作

打造“齐鲁粮油”公共品牌已列入2020年省政府工作报告和省常委会工作要点，并被评定为“中国粮油影响力公共品牌”，逐步叫响全国。山东省粮食和物资储备局有责任、有义务将这快金字招牌擦得更亮、叫得更响。

新闻媒体提出了很好的意见建议，比如优化传播内容和传播方式、连通线上和线下品销合一等。下一步工作中将认真吸收，用以指导工作：

一是提升标准。按照“1+N+N”的品牌战略规划，坚持高点定位，叫响“齐鲁粮油”公共品牌，创建地域特色品牌和产品，巩固提升企业品牌，建稳搭牢省级、区域和企业的金字塔品牌架构，引领山东粮食产业高质量发展。

二是创新方式。在疫情防控常态化的形势下，及时调整工作思路，创新工作方法，借助多种媒体和宣传平台，采取线上云展会、云直播、云推介等形式，推动线上线下融合发展。

三是加强合作。品牌建设需要新闻媒体的大力支持，山东省粮食和物资储备局将依托新闻媒体优势资源，加强沟通合作，共同做好品牌宣传推介，塑造“齐鲁粮油”公共品牌的良好声誉。

## 山区也念“造船经”，莒南开出“粮油航母”

李杰 晓妮

说起花生，不得不提“中国花生之乡”临沂莒南。莒南是全国最大的优质花生良种繁育基地、花生商品生产基地和出口贸易集散地。地势高，多丘陵，土质多为沙砾土，土壤通透性好，适宜花生种植。种出的花生个大粒饱，富含蛋白质、维生素E、维生素B等多种营养物质，深受消费者欢迎。

坐拥天然优势，如何做做大做强做优当地的粮油产业，莒南下了大功夫。近年来，莒南紧紧抓住实施“中国好粮油”行动计划契机，积极发挥实施主体作用，加强协调指导和监督管理，按照“龙头企业+产业链+产业集群”的思路，利用4家示范企业规模和技术优势，强化产业整合提升，形成以金胜、玉皇、兴泉、绿地等龙头企业为引领的省级粮油产业“航母集群”。

近日，由山东省粮食和物资储备局发起的“齐鲁粮油媒体采风团”走进临沂市莒南县，探究“中国花生之乡”孕育出的优秀粮油企业。



△在临沂金胜集团，参观者可乘电瓶车参观综合产能100万吨的透明化全自动花生油生产车间

不断加快项目推进、加大科技研发，充分展示“老字号，正青春”的发展活力。

新的活力，据山东玉皇粮油食品有限公司总经理张永堃介绍，他们在2019年新开发出“油滋U味”系列花生油、“嘻油纪”花生油、“油滋U味”黑花生油、“高油酸”花生油等优质新产品，备受消费者青睐。

### 做专做精

### 珍惜品牌美誉度

“做产品先做人，做好油才有好报！”从最初占地仅15亩的小厂区，到如今拔地而起的1000多亩产业园；从1.0的半自动化生产，到跑步进入2.0全自动化时代，历经多次提升改造，金胜集团的这个企业核心理念却一直没有变，质朴的话语中透露着山东人那股不服输的干劲和特有的厚道实在。

金胜品牌成功的关键在于实施聚焦化战略，区隔、突破现有竞争品牌的行业优势，打造核心产品的差异化。金胜还将研发技术不断应用于花生类产品，谋求在花生制品品类上有所突破，成为国内花生油及花生制品的中高端品牌。为了将品牌优势传播出去，金胜投资12亿元，打造“工业制造+农业生态”花生产业园，助力花生产业发展一路高歌，风生水起。

另外一家龙头企业山东玉皇粮油食品有限公司，也有着响当当的品牌：山东老字号、山东知名品牌、中国花生油加工企业10强、玉米油加工企业10强……作为始建于1950年的老字号，玉皇并没有停留在荣誉上止步不前，而是做专做精，

### 做好研发

### 差异竞争做出特色

“酒香也怕巷子深”，如何进一步打响品牌，拉近和消费者之间的距离，各个企业也是使出浑身解数。

据山东绿地食品有限公司总经理彭冰冰介绍，为了满足不同消费群体的需求，公司新开发了“五谷三香”系列高端产品，在保证高质量、好口感的前提下，主打营养、健康牌。

金胜则是除了在线下发力，还在线上打造了“鲜油坊”等品牌，“这厢有礼”礼盒等一上线，就成为了爆款。介绍起公司自主研发的高端系列产品，金胜食品营销有限公司总经理邹业飞信心满满：“我们率先推出原生初榨花生油、高油酸花生油、煎炸专用调和油和花生红衣提取物原花青素四款高端产品，填补了国内空白。”除此之外，一些花生制品也纷纷上线，比如花生酥、麻辣花生、芥末花生等，已经成为炙手可热的网红产品。

玉皇也不甘落后，在传承的基础上焕发出

### 严把质量

### 筑牢竞争力根基

一个品牌能不能做长久，产品质量至关重要。就拿花生油来说，花生在生产运输过程中产生的黄曲霉毒素严重危害人们的健康。如何才能保证在不破坏花生品质、香味和营养的前提下，去除黄曲霉毒素成为各个企业攻坚的重点。金胜集团先后投资800多万元，历时两年时间，最终攻克这项技术难关，同时，这项技术也获得了国家发明专利。

为确保产品质量过硬，山东兴泉油脂有限公司也下了大力气。山东兴泉油脂有限公司总经理李子松介绍，公司投资2000余万元，对研发中心进行技术升级改造，配置了国际先进的检测设备，对所有产品实行全过程监督检测。兴泉还充分利用地势落差优势，打造了可储存10万吨成品油的全地下自然恒温库，确保存储油品质稳定。

### 整合产业

### 龙头引领产业集群

企业做大做强，也离不开政府的支持。近几年，莒南按照“龙头企业+产业链+产业集群”的思路，利用以上4家示范企业规模和技术优势，强化产业整合提升，形成以龙头企业为引领的省级花生产业集群。

以粮油骨干企业为龙头，按照“企业+基地+合作社+农户”的生产模式，莒南通过自建基地、合同基地、协议基地等方式，扩大优质花生生产基地面积，形成连片开发、规模种植格局。莒南还引导粮油骨干企业与农户签订种植收购合同，实行统一供种、统一施肥、统一管理、统一收购；每年列出专项资金补贴粮油良种种植，重点推广抗病能力强、产量高、生长期长的优质品种；全面推广机械化播种、收获作业，提高了花生产量和质量。

### 抱团出海

### “好粮有网”助力产业转型

单打独斗不如抱团出海！去年9月3日，山东省粮食和物资储备局与阿里巴巴举行战略合作签约仪式，“好粮有网”同时正式上线，为粮油生产企业、粮油品牌企业，提供基本的互联网基础设施和营销平台，让这些可以借助互联网的力量与用户和客户互动。另外通过粮油周边生态，为企业提供商业生态上的支援。帮助整个粮油产业实现数字化转型和产业升级。莒南的这些花生粮油龙头企业都是这个平台的受益者。

相信在“齐鲁粮油”公共品牌、“好粮有网”粮油智慧交易平台带动下，莒南粮油企业一定会收获像莒南花生一样优质、饱满、坚实的品牌硕果。

### 行业快讯

## 我省启动粮食行业数字化转型试点

近日，全省粮食行业首个数字化转型试点项目在夏津县启动。

按照企业综合实力强、信息化基础好、协作配合度高等标准综合评判，山东省粮食和物资储备局确定发达成面粉集团股份有限公司作为全省粮食行业首个数字化转型试点单位，阿里云将组成专家团队依托“好粮有网”智慧交易平台，围绕原粮采购、销售订货、质量追溯、物流协同、供应链金融以及互联网创新应用等生产经营的各链条，构建全数字化管理体系，发挥示范引领作用，打造山东面粉行业数字化转型标杆。

阿里云全球技术服务部资深总监李力表示，阿里云方面对“好粮有网”项目高度重视，将进一步强化项目管理，增加资源投入，确保“好粮有网”二期项目高质量交付，真正构建起开放融合共生的粮油生态系统。

据了解，“好粮有网”智慧交易平台是“齐鲁粮油”公共品牌建设的重要组成部分，是专业化的粮油线上B2B2B+B2C批发零售市场。平台二期建成后，将实现原粮交易、物流信息共享、供应链金融、产品溯源、全域营销中心、数字门店等功能，建立基于平台的共享协作模式，促进粮油产业链延伸，打造粮食产业生态圈，推动企业互联网经济发展。

## 买好粮好油 上好粮有网