



聊·胜一筹!
聊·胜一筹! 2025绿色农品博览会
BETTER AGRICULTURAL PRODUCTS FROM LIAOCHENG



▲在东西协作展区,来自青海刚察的推介人员身着特色民族服装,向群众介绍区域特色产品。 ■ 尹腾淑



▲展会现场。 ■ 刘宾

绿潮奔涌处,感受乡村振兴的脉动

「聊·胜一筹!」2025绿色农品博览会侧记

■ 本报记者 尹腾淑

旌旗招展,宾客云集;钟灵毓秀,物阜民丰。初冬的晨光洒在大地上,聊城市体育公园篮球馆前人头攒动。11月8日,以“天赋两河 地道佳品”为主题的“聊·胜一筹!”2025绿色农品博览会(以下简称农博会)如约而至。

本次农博会汇聚了来自全市各县(市、区)、市属开发区的特色产品,12个展区一县一主题、一展区一亮点,既是对东西协作的温情助力,又是一次集“展、销、品、玩、播”于一体的沉浸式体验,真正让“地道佳品”走进千家万户,共同描绘出一幅现代农业高质量发展的生动图景。

源源不断的订单

印证市场的热度与口碑

“补货的车还在路上,展柜又空了!”在临清展区,临清市非物质文化遗产“临清绿豆糕制作技艺”代表性传承人邢西红一边招呼顾客,一边对记者说。

不到三小时,她准备的百余斤绿豆糕便销售一空。擦着额角的汗珠,邢西红笑容满面:“挂上‘聊·胜一筹!’的牌子,就像有了‘通行证’,顾客认这个牌子,我们心里也踏实!”

农博会各个展区内,琳琅满目的特色农产品是当仁不让的主角,承载着丰收的喜悦与产业的活力。东阿展区的“明星”产品——姜楼胡氏豆腐皮,展商马不停蹄地补了三次货;冠县展区的灵芝孢子粉、灵芝切片等系列产品前,咨询、购买的顾客络绎不绝;阳谷五更炉熏鸡等地理标志产品前,也排起了长长的队伍。

一批批旋即售罄的货品,一张张满载而归的笑脸,是市场对“聊·胜一筹!”品牌产品最直接的肯定,印证着其背后强大的市场号召力与消费者信任度。2016年“聊·胜一筹!”品牌推出以来,市委、市政府始终将其作为农业高质量发展的重要抓手,以系统性举措推动品牌从无到有、由弱变强。在品牌培育上,不断健全完善配套政策,明确了“以区域品牌带动企业集体闯市场”的发展思路,推动运营模式实现从“政府主导”到“市场主导、国企运营”,再到“市场主导、国企运营、多方联动”的转变,为品牌市场化发展奠定了坚实基础。

合作共赢的桥梁

彰显平台的效能与价值

本次农博会不仅是消费购物的狂欢节,更是商贸洽谈、合作共赢的大舞台。在冠县展区,冠县吴记恒昌食品有限公司负责人李玉正与来自河北的采购商相谈甚欢,并初步达成了长期供货意向。

从“小作坊”到品牌企业,在乡村振兴战略的引领下,冠县吴记恒昌食品有限公司已成长为一间拥有自有品牌的标准化企业,产品热销全国各地。在这家企业的展台上,果味八宝饭、冠县酥肉等独具地方特色的产品格外“吸睛”。“能够参加这次展会,是我们企业的荣幸与骄傲。”李玉正希望这样的农博会能持续办下去,成为聊城一张亮丽的名片,不仅为农业发展、农民增收、乡村振兴搭建起广阔的平台,也给企业带来更多实实在在的效益。

在冠县展区,小朋友们在工作人员指导下体验灵芝孢子粉采集;

在阳谷展区,现场烹制的特色美食散发着阵阵香气。各个直播区内,主播们热情洋溢地推介着“两河佳品”。这种线上线下联动的立体营销,让地道农产品以更生动的形式走进千家万户。

品牌的根基植根于乡土,动力则源于创新。“聊·胜一筹!”品牌推出以来,市委、市政府不断完善“政府引导、市场运作、媒体助推、国企协同”创新模式,为品牌市场化发展奠定了坚实基础。如今,“聊·胜一筹!”旗下已汇聚107家授权企业,1390个“三品一标”产品,19个重点区域公用品牌,形成了声势浩大的“聊城绿色家族”。

智慧火花的碰撞

驱动品牌的深化与超越

此次农博会现场,以阿胶、桑黄、灵芝为代表的“聊城新三宝”格外引人注目。即食阿胶糕、桑黄精萃胶囊等精深加工产品,彻底颠覆了人们对农产品的传统认知。

是农业,也不止是农业。在“聊城新三宝”各个展区,阿胶化作即食糕块,桑黄化作精萃胶囊,灵芝成为孢子粉。传统与现代在这里“握手”,让农产品在这里完成从“饱腹”到“养生”的华丽转身。

“我们不仅要卖原料,还要卖健康、卖品牌。”临清金耳展台现场负责人指着独立包装的产品介绍,“这是推动品牌从初级农产品向高附加值产品升级的关键一步。”据介绍,临清金耳属于珍稀食药同源。它不仅是当地的有机标志产品,还是舌尖上的“植物燕窝”,更是承载齐鲁风物、运河文明与健康使命的金色文化符号。

品牌的价值,在交流与碰撞中得以升华。记者从现场获悉,“聊·胜一筹!”品牌授权产品年销售额已突破110亿元,连续多年领跑全国地市级农产品区域公用品牌。这个数字,在农户那里是源源不断的订单,在企业那里是开拓市场的信心,在聊城农业版图上则是高质量发展最直接的体现。

“我们不仅要卖产品,更要讲好聊城农产品背后的自然生态与匠心故事,让‘聊·胜一筹!’从品质保证升级为情感连接和文化认同的品牌符号。”国兴集团党委书记、董事长姜士宪说。这场关于品牌提升的智慧激荡,为“聊·胜一筹!”区域公用品牌的未来发展注入了新的动能。

绿潮奔涌,活力迸发。这场农品博览会,既是聊城现代农业发展成果的集中检阅,也是乡村振兴脉动强劲的有力证明。从市场热度的“温度计”,到商贸合作的“连接器”,再到品牌提升的“助推器”,“聊·胜一筹!”这一愈发闪亮的金字招牌,引领着聊城的优质农产品走出山东、走向全国,在希望的田野上谱写更加绚烂的丰收篇章。

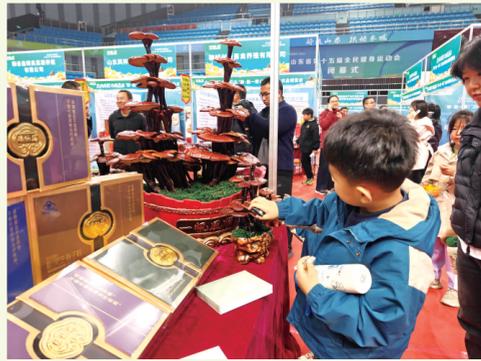
▼活动启动仪式现场。 ■ 刘宾



于集镇兴军家庭特种养殖场展出的鸵鸟肉产品及鸵鸟蛋工艺品。 ■ 尹腾淑



聊报小记者在活动现场参观体验。 ■ 尹腾淑



造型独特的灵芝盆栽成为小朋友关注的焦点。 ■ 尹腾淑

