

高青县政协委员提案

提 案 号： 第 019 号

提案类别： 经济建设

案 由：关于提升高青县特色农产品产销对接效率的
建议

提案者信息：

王光凯 特邀界 黑里寨镇党委副书记 15253374333

伊善岭 农业界 高青昊铨蔬菜水果专业合作社负责人
15689014888

提交日期：2026 年 2 月 2 日

一、问题与现状

高青县地处黄河冲积平原，得天独厚的自然条件孕育了丰富的特色农产品资源，黑牛、大米、蔬菜、水产等特色农产品年产量超 20 万吨。然而，丰富的产能背后，产销衔接不畅的问题日益凸显，成为制约产业发展的关键瓶颈。

从销售渠道来看，传统线下模式仍占主导。据有关调研数据显示，全县约 40% 的农户仍依赖“走村串户叫卖”“集市摆摊零售”等零散方式销售农产品，部分偏远乡镇农户甚至面临“丰收愁卖”的困境。流通环节的低效进一步加剧了损失，农产品从田间采摘到消费者手中，需经过收购商、批发商、零售商等多层中转，加之缺乏专业保鲜设备和冷链运输体系，导致蔬菜、水产等鲜活农产品损耗率高达 15%-20%。

线上销售渠道的建设同样滞后。当前全县农产品线上销售额占比仅 12%，远低于全省平均水平。多数农户缺乏电商运营技能，不熟悉网店开设、产品推广、订单处理等流程，即便尝试线上销售，也因缺乏专业指导导致订单量寥寥。更突出的是，全县农产品缺乏统一品牌包装，“高青大米”“高青黑牛”“高青菠菜”等优质产品多以“散装”形式售卖，难以形成市场辨识度，最终陷入“优质不优价”的尴尬境地。

二、原因分析

产销衔接不畅的背后，是农产品生产、服务、品牌三大体系的结构性短板。其一，规模化种植不足，标准化程度低。

全县农产品种植仍以散户经营为主，难以形成批量供货能力，无法满足大型商超、电商平台的集中采购需求。同时，缺乏统一的地方产品标准，农户在种植过程中随意使用化肥农药、采收时间参差不齐，导致农产品品质不稳定，部分产品因农残超标、规格不一被市场拒收。

其二，农村电商服务体系不完善。村级电商服务站覆盖率仅 65%，且现有服务站多以“代收快递”为主，缺乏农产品上行的核心功能，既没有专业的摄影设备用于产品展示，也没有冷链仓储设施用于保鲜存储。电商培训资源更是匮乏，远不能满足农户的实际需求。此外，县域内缺乏统一的线上展销平台，农产品线上销售分散在淘宝、拼多多等第三方平台，难以形成集群效应。

其三，品牌培育力度不够，市场竞争力弱。长期以来，全县对农产品品牌的打造缺乏系统性规划，既没有统一的品牌战略，也没有持续的市场推广投入。“高青特色农产品”的区域公共品牌尚未形成影响力，各农产品“各自为战”，品牌认知度低，无法体现优质农产品的价值，市场溢价能力薄弱，难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

三、对策与建议

为破解产销衔接瓶颈，激活特色农产品产业潜力，建议从生产标准化、服务一体化、品牌集约化三个维度发力，构建“产供销”协同发展的新格局。

一是推进规模化种植，筑牢标准化生产根基。由县农业农村局牵头，整合土地资源、技术资源和资金资源，重点培育 3-5 家大型农产品规模化种植合作社，实现规模化种植。同时，加快制定产品标准，明确种植养殖过程中的投入品使用、采收标准、质量检测等要求，建立“从田间到餐桌”的全程质量追溯体系，通过标准化生产，确保农产品品质稳定，为产销衔接提供质量保障。

二是完善电商服务体系，打通线上销售渠道。由县商务局牵头，推进村级电商服务站全覆盖，并对现有服务站进行升级改造，加大电商培训力度，制定年度培训计划，邀请电商平台运营专家、本地电商创业带头人开展“手把手”教学，重点培训网店装修、产品上架、直播带货、客户服务等技能。同时，搭建县域农产品线上展销平台，整合全县优质农产品资源，统一入驻、统一运营、统一推广，打造“高青特色农产品”线上集散中心。

三是强化品牌培育推广，提升市场溢价能力。由县市场监管局、文旅局联合牵头，打造“高青特色农产品”区域公共品牌，设计统一的品牌标识、包装模板，根据黑牛、大米、蔬菜、水产等不同品类特点，推出系列化包装，突出“黄河流域生态产品”的品牌定位。加强品牌质量管控，对使用公共品牌的产品实行严格的准入和抽检制度，确保品牌信誉。积极组织企业参加中国农产品交易会、山东国际农产品博览

会等省内外大型展销会，并利用抖音、快手等新媒体平台开展品牌直播推广，提高“高青特色农产品”的市场知名度和认可度，使公共品牌产品溢价率提升 30% 以上，推动优质农产品实现“优质优价”。