



- 截至目前
- 举行助农助企直播 52场
- 发布视频、文章等 100 多条(篇)
- 建立助农助企微信群 21 个
- 设立提货点 9 个
- 帮助果农、企业实现收益 60 余万元

政府部门+媒体 助农助企“有一招”

记者 邱一帆



助农助企团队成员在直播卖货。

11月22日上午10时许,周口市市场监管局与周口日报社联合成立的周口助农助企团队终于将准备好的阿克苏冰糖心苹果、铁棍山药、蜜薯等产品归置好,开始在微信群里发消息,通知客户领取。不一会儿,客户纷至沓来。

晚上7时左右,430箱阿克苏苹果已销售294箱。这已是助农助企团队第二次帮助远在新疆包地的周口老乡销售滞销的阿克苏冰糖心苹果。

尽管天很晚了,可是对于助农助企团队成员来说,工作还远远没有结束,他们还要选品、盘点,为第二天的销售做准备。“我们上架的产品都是经过精挑细选的,为了帮助农户和企业破解产品滞销难题,也为了给市民提供新鲜、健康的土特产。”团队负责人王慕晨谈起助农助企团队成立的初衷时说。

今年5月16日,西华县一果农种植的小吊瓜滞销,他向周口日报社求助。王慕晨了解情况后,立即和同事前往西华县,通过直播帮助该果农卖货。这次直播卖出小吊瓜1500多公斤,果农收入近万元,周口晚报微信公众号也收获粉丝500多人。

周口是农业大市,党报记者如何为乡村振兴添砖加瓦,是周口日报社新闻人一直思考的问题。经过这次直播,周口日报社决定成立专业的团队,进行直播带货助农。

说干就干!直播团队是现成的——抖音视频工作室成员个个都是专业的;产品也有了——不少农户和企业打来求助电话,要求帮其销售产品;目标客户也有了——周口晚报微信公众号拥有170万粉丝。周口日报社发挥主流媒体优势,

延伸服务链条,开展助农助企行动,还不是手拿把掐?!

但是,现实和理想总有差距。一场直播下来,团队感受到助农的不易。“我们的团队只有10个人,除了做好本职工作,还需要开品鉴会、选品、写脚本、做推广、发货……每一项工作都要仔细认真。”王慕晨说,“由于我们卖的大多是新鲜农产品,快递运输过程中容易出现水分流失、破损等问题。为了给市民提供良好的购物体验,我们决定稳扎稳打,先服务好中心城区,利用微信群提供实时服务,让客户自己就近提取所购产品。”

助农助企团队在周口晚报微信公众号等平台推广农产品,将网络粉丝转化为线下客户。“我们在微信公众号和团购微信群发布团购信息,设立了提货点,客户可自行提货。”团队成员王笑含介绍道。

将阵地转移到了线下后,助农助企工作“如鱼得水”。截至目前,助农助企团队举行助农助企直播52场,发布助农助企视频、文章等100多条(篇),建立助农助企微信群21个,设立提货点9个,帮助42户(个)果农、企业实现收益60余万元。

“这才是为老百姓解决问题的媒体!”“我深深感受到了周口日报社强大的社会影响力,也坚定了我从事农业的决心。”……助农助企团队为农户和企业解了燃眉之急,热度节节攀升。

周口助农助企行动,不仅破解了农产品销售难题,而且是周口市媒体融合发展的里程碑。“接下来,我们将上线微信小程序和官方APP,更好地收集农户和企业的求助信息,更好地服务客户。我们也要努力拓宽销售渠道,与周口的企事业单位加强联系,为乡村振兴助威加油。”王慕晨说。②15



助农助企团队成员在打包桃子。

周口助农助企

在行动

开栏的话

在广袤的周口大地上,每一次丰收都承载着农民的希望与梦想。然而,自然灾害、市场信息不对称等因素,时常让这份希望蒙上阴影。为了帮助辛勤耕耘的农民朋友,周口日报社联合周口市市场监管局,共同开展“周口助农助企行动”,旨在搭建起一座连接城市与乡村、生产与市场的桥梁。

在接下来的报道中,周口助农助企团队将专注于服务,充分发挥党媒资源优势,借助视频、海报、图文等多元化的融媒体传播手段,全力开展宣传报道工作,大力拓展传播广度与深度,积极拓宽农产品销售路径,助力企业品牌推广与资源对接,有效提升农产品的销售额、知名度与美誉度。

每一分关注都是对农民辛勤付出的最好回应,每一次行动都能为乡村振兴贡献一份力量。周口助农助企团队将凝聚社会各界的力量,共同为助农事业添砖加瓦,让乡村振兴的美好愿景在这片土地上加速实现。

11月4日,周口晚报微信公众号推文,开始销售阿克苏冰糖心苹果,每箱(5公斤)售价39.9元。助农助企团队全员化身推销员,发动亲朋好友购买。11月7日,500箱苹果运抵周口,当天卖出400箱,剩余的苹果也在2天内卖完。

“口感好,是正宗的冰糖心苹果。”“复购多次,已推荐给朋

媒体助力 苑庄冬桃香飘四方

记者 田亚楠

俗话说“一日三桃,容颜不老”。每年10月中下旬,当寒风渐起,冬桃便以其独特的甘甜和丰富的营养,赢得广大消费者的青睐。

10月初,周口助农助企团队在商水县黄寨镇曹楼行政村考察“黄寨蜜薯”时,被隔壁苑庄村一片生机勃勃的冬桃林吸引。碧绿的桃叶之间,一个个套袋的冬桃沉甸甸地挂满枝头。种植户苑长增热情地介绍道,这些富硒冬桃生长周期长达200多天,口感甜爽可口。说着,苑长增撕开套袋,掰开一个冬桃,果肉呈现出娇艳的玫瑰红色,令人垂涎欲滴。

这一“偶遇”,让冬桃在周口助农助企团队心里“种草”。团队成员深知冬桃的市场潜力,早在一个月前,就有多名粉丝留言,表示希望能吃到正宗的富硒冬桃。

在冬桃大量上市之际,团队成员多方考察后,最终选定苑庄村种植的冬桃。助农助企团队为冬桃量身制订宣传方案,



助农助企团队成员在准备中秋大礼包。

制作宣传海报,撰写推文,拍摄宣传视频。这些宣传举措如同强劲的东风,吹来了大量订单,仅仅2天,300公斤冬桃就销售一空。同时,苑长增的桃林也迎来大量顾客,冬桃销售一片火热。

“有了你们的宣传,这才1个月的时间,我的冬桃就卖的差不多了,真是太感谢你们了。”11月20日,苑长增对助农助企团队表示感谢。“每年这个时候,我都为冬桃销售而焦虑,今年在你们的帮助下,冬桃销售打开了新局面,也开辟了线上销售渠道,让我看到了冬桃种植的广阔前景。”苑长增说。②15

“薯”你好 “黄寨蜜薯”成爆款

记者 田亚楠

“最近总是找不到好吃的红薯,你们有推荐的吗?”9月25日,助农助企团队微信群里,让团队又一次行动起来。秉持以客户需求为导向的理念,团队迅速踏上寻找优质红薯之路。

我作为红薯种植大户,优质红薯在各县(市、区)都有种植。其中,“黄寨大嫂”种植“黄寨蜜薯”引起了助农助企团队的注意,这款红薯曾多次被媒体报道,其优良的品质早已名声在外。

走进商水县黄寨镇,近万亩红薯已开始收获,“黄寨大嫂”们忙碌的身影成为田地里亮丽的风景。团队成员将红薯样品带回,用空气炸锅烤制。烤熟后的蜜薯外皮酥脆,内里软糯香甜,翻沙流油,带有独特的焦糖风味,吃了让人回味无穷。

“就是它了。”团队立即订购250公斤“黄寨蜜薯”。随后,助农助企团队开启忙碌的宣传策划工

作,精心制作视频和宣传海报,并在粉丝微信群里进行预热,全力宣传和销售“黄寨蜜薯”,取得显著成效。第一批250公斤红薯仅2天便销售一空。

“我吃了几十年的红薯,你们卖的是唯一让我吃了不烧心的红薯。”“红薯还有吗,我想给父母买点。”一时间,

红薯好评不断,订单纷至沓来。口碑相传的口碑效应,使得“黄寨蜜薯”的销量持续攀升,众多客户纷纷回购,形成了稳定的消费群体。目前,助农助企团队每周销售“黄寨蜜薯”500公斤以上。

“我们的产品被选中,是你们对我们的认可。”看着络绎不绝的采购车,黄寨镇曹楼行政村党支部书记苑海涛高兴地说,“你们围绕我们的产品,整合媒体资源,形成推广合力,帮我们打开销路,为我们乡村全面振兴和地方经济可持续发展提供了支持。”②15

上图:助农助企团队成员在搬运红薯。

为4万公斤苹果破滞销困局

记者 田亚楠

近日,周口助农助企团队接到了一位果农的求助。求助人马新华是郸城县秋渠乡人,20年前他和妻子去新疆包地,在阿克苏地区温宿县种植苹果。今年苹果丰收,但销路成了问题,眼看着苹果成熟,还有4万公斤没有销路,他非常着急。

助农助企团队立即视频连线马新华确认信息。阿克苏冰糖心苹果皮薄肉厚、味甜汁多,被称为新疆的“水果皇后”。收到寄来的苹果样品,鉴定其品质和口感确如其名,助农助企团队当即订购500箱,约2500公斤;随后策划宣传方案,撰写推文、制作视频和海报,并主动联系运输车辆。

11月4日,周口晚报微信公众号推文,开始销售阿克苏冰糖心苹果,每箱(5公斤)售价39.9元。助农助企团队全员化身推销员,发动亲朋好友购买。11月7日,500箱苹果运抵周口,当天卖出400箱,剩余的苹果也在2天内卖完。

“口感好,是正宗的冰糖心苹果。”“复购多次,已推荐给朋



助农助企团队成员在搬运苹果。

友。”……众多好评激发了销售潜力,漯河、驻马店,甚至北京、甘肃等地的人也线上下单。500箱苹果卖完后,助农助企团队又订购1000箱。

市场的大门一旦打开,订单便源源不断。自助助农助企团队帮忙宣传以来,广东、安徽、江西等地的批发商陆续联系马新华。

“你们是真的助农,太感谢了。”11月14日,马新华致电周口日报社,表达谢意。马新华告诉记者,目前苹果已所剩不多。“你们的帮助让我有了继续种下去的信心。我希望明年还和你们合作。”②15

媒体也是乡村振兴的一支生力军

田亚楠

自今年5月开始,周口市市场监管局和周口日报社联合成立的周口助农助企团队,积极开展公益助农助企行动,为农产品打开销路。这一行动不仅展现了媒体的社会责任与公益精神,还有力助推了乡村振兴。

媒体公益助农行动的首要意义在于切实解决农户面临的农产品销售难题。在广大农村地区,尽管农产品丰富多样、品质优良,但因地理位置偏远、信息不畅、销售渠道有限等因素,往往出现“丰产不丰收”的困境。周口日报社发挥自身在信息传播、社会影响等方面的优势,将优质农产品精准推送给消费者,让农户辛勤耕耘的成果得以转化为实实在在的经济收益,为乡村产业的持续发展注入了强劲动力。

其次,媒体能够在城乡之间构建起一座交流的桥梁。城市居民通过媒体的宣传,深入了解农产品背后的故事,增加对农业生产的认知与对农民辛苦的共情,让他们在购买农产品时多了一份对

“三农”的关怀与支持。而农户也在与媒体的互动合作中,接收到城市的消费需求与温暖回应,增强与外界沟通联系的信心。这种城乡互动的良性循环,有助于打破城乡二元结构的壁垒,让乡村与城市在共融共享中实现共同繁荣。

此外,媒体这支生力军,在乡村振兴中还可以有更大的作为。比如,利用其多元化的传播渠道,挖掘人文资源,推进乡风文明建设;宣传乡村振兴的政策,吸引更多优秀人才到乡村创业就业;报道乡村发展的成功案例和典型经验,推动形成城乡融合发展新格局……媒体作为乡村振兴的宣传者、政策的解读者、故事的讲述者、成效的见证者,发挥应有的作用,能够为乡村振兴以及中国式现代化提供新引擎、新动能。

推进乡村振兴需多方协同形成合力,媒体具有天然的资源聚合能力,通过实现乡村振兴各资源要素的有机整合,产生1+1>2的融合效应,必将加快乡村振兴的步伐。②15

本版图片由周口助农助企团队和记者田亚楠提供



周口日报助农直播

公益·周口助农助企

热线: 18839448122

周口市市场监督管理局 周口日报社 主办