



搭建“大卖场” 打造“大秀场”

首届钱江源国家公园年货节圆满落幕

1月15日,人民日报客户端刊发《开化味道:马金镇的镇干部卖特产勤吆喝,点赞》;1月16日,浙江日报第八版报道《开化乡镇街道别出心裁为村民“带货”干部当主播,带火土特产》……近日,“首届钱江源国家公园年货节”一词频频在各大媒体出现。

本次广受关注的年货节,由开化县供销社、开化传媒集团主办。1月11日—15日,在年货节现场县城荷花广场,人潮涌动,热火朝天,来自开化15个乡镇(办事处)、6家企业在此展示售卖自家的年货。

“生性不羁爱自由、茶香霸道很上头”“流浪的人儿啊思念着索面、千里万里也会带着它”……为拓宽农产品销售渠道,全县各乡镇干部还纷纷走到台前,热情吆喝。“这种推介形式对我们农民来说非常好,这几天每天都有人问我买面条,销量是以前的5倍。”马金镇姚家源村村民姚善锋深有感触地说。年货节的成功举办,不但为村民家中的存货找到了成千上万的买主,提升了百姓的幸福感和获得感,而且让开化的形象得到了进一步的提升。

据不完全统计,本次年货节线上线下总销售额突破200万元。

记者 余晓群/文 余问清 丰智慧/摄



搭建“大卖场” 农产品俏销助农增收

年货节期间,展会现场人头攒动,热闹非凡,丰富的品种、良好的品质,吸引了众多市民前来选购。大溪边展区味道醇香的高粱酒引人驻足、购买,日均销售额达1.5万元;杨林展区的晚米糕供不应求;华埠展区售卖的绿壳蛋、土蜂蜜等农特产品,吸引了一波又一波的顾客……各展区拿出自己的“看家”特产,受到了市民的青睞。

此次马金镇摊位五天总销售额达到14万余元,表现抢眼。“5天时间里,我们一共卖了近1.2万条豆腐干,每天收摊回家都要连夜赶制,不然第二天都不够卖。”商户胡卫梁说。

除了马金豆腐干深受欢迎

以外,索面同样是广大市民的心头好。农户姚善锋告诉记者,每天早上10时半,带来的索面就全部被抢完了,五天时间共出售索面1800斤。

不仅如此,年货节期间,还有一些农特产品每天卖脱销。“没想到,粉皮在城里卖的这么俏!”何田展区负责人段瑜告诉记者,5天时间何田共卖出1300多斤粉皮,总销售额近2万元。据了解,何田展区的粉皮都是从农户家收罗过来的,如今田畈村全村进入市场出售的粉皮全部售罄。本次年货节,村头、林山等乡镇展区的粉皮也全部卖完。

“千层糕还有吗?”“全部卖完了。”每天早上八点左右,市

民们在桐村展区排起长队,坐等千层糕的到来。“由于千层糕不易储存,而且要现做,所以量不是很多,没想到这么畅销。”商户洪永松相告,每次货到10分钟左右,千层糕就被抢完了。年货节这五天,他们展出的千层糕、碱水粽等农特产品日均销售额达1.5万元。

据悉,为确保首届钱江源国家公园年货节顺利有序开展,自2019年12月起,各乡镇、部门就投入精心筹备之中。“本次年货节的举办,主要是为开化农产品搭建一个集中展示和销售的平台,让开化市民一站式购买地道道的年货。”县供销社党委委员、副主任陈渝相告,本次年货节的效果超出了

预期。下一步,县供销社将搭建更多购销平台,让开化的农特产品销得更好,走得更远!

提及为何举办年货节活动,开化传媒集团党委副书记、总编辑詹元鹏介绍,新闻单位对开化县情比较了解,加上近两年开展的组团联村活动,每周到联系乡镇、联系村开展工作时发现,有很多名优特农产品散落在各地,同时各地单独去宣传推介成本很高,而且消费者想要采购各种农产品成本也较大。因此,在县委宣传部的指导下,开化传媒集团和县供销社一起策划组织了本次年货节活动。

“设计年货节活动时,我们充分发挥了媒体办会展的宣传

优势,报纸、广播电视、网站、新媒体全部发声,并且还专门注册‘寻味开化’抖音号,动员乡镇干部放下身段,主动吆喝,把属地的好产品推介出来,以增加消费者的可信度。”詹元鹏告诉记者,下一步,开化传媒集团将在“开化好地方”APP上开设商城,把全县的农产品全部上架。同时还考虑将年货节固化,使之成为开化特色展会,继续在服务三农、助农增收上发力。

打造“大秀场” 干部唱主角实干担当

年关将至,置办年货是家家户户必不可少的流程。为拓宽优质农产品销售渠道,增加农民收入,同时也为繁荣节日

市场,由开化传媒集团、县供销社联合“搭台”,乡镇干部“唱戏”,积极做好年货节的各项工作。

“每日三片姜,赛过人参汤”“赛过蜜饯,甜过初恋”“气糕气糕,越蒸气越高”,为帮助年货节宣传造势,开化传媒集团引导乡镇干部走到台前,录制创意短视频、直播带货,为自己的农特产品代言。

在视频推介中,各乡镇干部热情高涨,从脚本策划、推介方式等方面狠下功夫、频出奇招。马金镇党委书记和镇长亲自创作短视频剧本,打起快板唱起歌;桐村镇副镇长直接在线吃播,一口接一口……乡镇干部接地气、亲群众,一改往日严肃的面孔,让人大感新奇。

“短视频代言”成为乡镇干

部放下面子、扑下身子、为民服务的真实写照,也展现出乡镇干部务实亲民、敢做敢拼的作风和为群众解难题的担当精神。也正是乡镇干部们这一声吆喝,不仅为农家优质土货找到了销路,提高了销量,更是为农户解决了难题,促进农民增收、农村发展。

“以前大家要卖农产品,都是拿到开化、华埠去,一来一回耗费一天时间,卖得也不怎么样。”杨林镇村民金梅说,这次看到乡镇干部如此卖力地帮忙卖东西,心里非常感动。

为做好推介,乡镇干部纷纷深入一线,积极投身当地农特产品品牌塑造,大胆突破、亮相抖音、为民解难,不仅示范带动全县党员务实为民,也进一步增强了与群众的密切联系,

为乡村振兴注入信心与活力。

群众为乡镇干部放下身段、走进基层行动点赞,网友们也纷纷竖起大拇指。“就冲你们的实干精神,果断下单了!”“乡镇干部亲自为农产品代言,给力!”“有这样的父母官,我们真的很幸福。”

截至1月14日,开化传媒集团共推出年货节系列“短视频”25个,收获抖音粉丝上万名,视频总点击量超过190万,点赞量达19.5万,互动留言3000多条。

此次年货节不仅赢得广大网友的点赞,此举也受到央媒及省、市各大媒体的关注。据统计,人民日报、学习强国、浙江卫视等各大平台纷纷报道。开化好地方声名远播,年货节的意义已远超年货节本身。



广受媒体关注



书记镇长齐上阵