

百千万工程·茂名观察

下好荔枝营销先手棋,持续擦亮“荔乡”金招牌

特约评论员 蔡湛

茂名日报日前报道,市委书记庄悦群主持召开专题会议,要求全链条抓好荔枝生产销售工作,靠前发力做好生产管理,未雨绸缪谋划销售,努力实现全市荔枝增产又增收,持续擦亮“荔枝之乡”金字招牌。

春暖花开,又到荔枝出花好时节。在连绵起伏的全球最大连片荔枝生产基地,万亩荔枝林次第绽放金黄花朵,蜂飞蝶舞间酝酿着甜蜜经济,高州市以超过90%的来花率传递甜蜜信号,并启动一系列活动布局荔枝营销,从管护到销售全链条发力,让丰收愿景变为富民兴村的实景。

下好荔枝营销先手棋,要讲好荔枝文化故事,使千年荔乡成为传

播现代农业文明的新载体和“百千万工程”生动实践的大舞台。好花兆丰年,金黄荔花不仅催动产业脉搏,更绘就春日胜景,为开展丰富多彩的销售和文旅活动营造了良好氛围。从年初到北京举行推介会,荔枝白兰地、荔枝冰淇淋等深加工产品惊艳亮相,到连续多年举办赏花探蜜活动,吸引八方游人纷至沓来,下好营销先手棋以荔枝文化深挖多元价值,打造茂名荔枝金名片,拓展产业影响力。近年来,我市全面谋划科学布局做大做优荔枝产业,依托建设国家级大唐荔乡田园综合体、国家级荔枝现代产业园、广东省荔枝现代产业园的溢出效应,传播荔枝文化,打造名荔品牌,推动茂名

荔枝营销突围出圈。全省首个以荔枝为主题的开放式高速服务区基本建成即将起航,整合古荔园、中国荔枝博物馆、国家荔枝种质资源圃建设“柏桥荔博园”,打造“交农文旅”于一体荔枝之乡展示厅、会客厅、体验馆,为用活用好荔枝文化牌构筑了广阔平台。“春季赏花,夏秋摘果”,让乡村多元价值迸发,应当结合农业、文化、旅游特色,打好营销组合拳,以荔枝文化扩大荔枝产业市场,以消费扩容提质赋能乡村振兴。千年贡园、桥头水乡,各个景点串珠成链,高州市根子镇及周边地区形成集水果收购加工、观光旅游、民宿餐饮等为一体的荔乡产业带,仅今年春节假期就吸引了十多万游

客。目前,根子镇正着力打造沿路特色餐饮、构建乡村夜经济、开发文创产品,促进产业间的跨界创新和业态升级,让村民分享荔枝产业红利。可见,下好营销先手棋。要在荔枝文化这个产业灵魂上做好文章。千年荔枝文化是荔枝产业生生不息、欣欣向荣的根脉所在。守护传承文化根脉,是茂名荔枝得以突围破圈的深层密码,也是撬动今年荔枝营销更上一层楼、实现荔乡人对丰收期待的重要一环。

荔枝来花率超过九成,荔枝丰收有望,对荔枝营销提出了更高要求。未雨绸缪、抢先布局,才能应对荔枝大年态势,把产业优势转化为市场优势和效益优势。除了加强荔

枝壮花管理和病虫害防治,保障荔枝丰收和果品质量外,拓展销售网络和市场覆盖面也要及时有序布局。要创新丰富定制模式,推进荔枝定制扩围增效,使荔枝定制和文化传播有机结合,让茂名荔枝焕发新光彩。在今年初的北京推介会上,树龄分别为500年、600年、800年的三棵茂名古荔分别被外宾抢先定制。高州市一家果业公司为每款荔枝设计了不同包装,主打稀有和珍贵,尽管价格不菲,但产品预售一出场就被秒光。回顾茂名荔枝进阶升级路径从“按吨卖”“按车卖”到如今“按棵卖”“按颗卖”,荔枝价值被挖掘和提升,体现了文化赋能和营销创新的撬动效应。最近,茂名荔

枝大数据平台上线DeepSeek应用服务,为荔枝养护和营销提供了AI智慧智助手。以大数据和人工智能赋能荔枝产业能有效推动产业智能化升级,提升管理和营销的精准度和效率,因此,要以新质生产力赋能产业发展为引领,针对荔枝产业新变化,运用全媒体矩阵和新媒体、微短剧、粤剧等喜闻乐见形式,打造“520我爱荔”新IP,丰富体验场景,传播茂名荔枝特色,提升荔枝定制等营销文旅活动热度,让以荔会友等文旅活动融入更多地域特色和文化韵味,把线上“流量”变为线下“留量”,把人气转化为财气,为茂名荔枝营销开拓更大空间,把千年土特产做成百亿富民大产业。

● 热点评说

推动化橘红产业多元化发展

吴征远(高州)

据茂名日报报道,最近一场别开生面的助农带货直播在化州市陈春园化橘红展览馆举行。此次直播以“药食同源助力化橘红大健康产业多元化发展”为主题,积极推广优质中药材化橘红一系列新推出的食品产品,不仅为消费者带来了健康、美食的选择,更为中医药文化的传承与发展注入了新的生机与活力。

在当今竞争激烈的市场环境下,传统产业想要实现可持续发展,就必须寻求突破与创新。化橘红作为化州的特色产业,有着深厚的历史底蕴和独特的药

用价值,是化州当之无愧的“金招牌”。相关部门应在充分调研的基础上,以有效的举措推动化橘红产业多元化发展,实现产业升级,提升竞争力。

在这次直播活动中,主播精心挑选了多款产品进行推广,这些产品各具本地特色,每一款都蕴含着中医药文化的深厚底蕴。经过主播一番详细介绍,瞬间成了直播间消费者的热门之选。特别是化橘红果脯以其甘甜可口、老少皆宜的特点、精致的品质、包装和大众化口感,在直播间内大放异彩,赢得了不少国内外消费者的青睐,直播间短

短半个小时出单量就超过了800单,化橘红润喉糖也同样深受喜爱。这样的直播等科普教育,消费者对化橘红食品化会有更加直观和深入的了解,能有效推广化橘红药食同源后的新产品及新成果。

化橘红产业推出创新产品,可以借鉴已经成功推出的化橘红果脯、化橘红糖果、化橘红茶等产品的经验。继续开发化橘红酸奶、糕点,将化橘红融入化州美食,推出具有特定功效的保健品,如针对吸烟人群的清肺含片,针对慢性咽炎患者的化橘红口服液等。还可以研发

具有美白、祛痘、抗皱等功效的化橘红护肤品,以拓宽化橘红的应用市场。

销售渠道的多元化同样重要。化橘红产业应充分利用电商直播渠道,邀请更多知名主播进行合作,开展常态化直播带货活动。同时,搭建化橘红产业官方电商平台,提供线上线下购物体验。举办化橘红文化节、展销会等活动,吸引更多游客和消费者前来品尝、购买。

品牌建设与推广也不容忽视。首先,要统一化橘红产品的质量标准,从种植、采摘、加工到包装,每一个环节都严格把关,

确保产品质量的稳定性和可靠性。其次,设计具有特色的品牌标识和包装,突出化橘红的地域文化特色和产品优势,提升产品的辨识度和吸引力。还可以通过参加国内外农产品展销会、中医药展会等活动,展示化橘红的产品和文化,加强与国内外企业的交流与合作,拓展市场空间。

推动化橘红产业多元化发展,需要政府、企业、行业协会和社会各界的共同努力。通过产品创新、销售渠道拓展、品牌建设 and 政策支持等多方面的举措,助推化橘红产业高质量发展。

今日笔谈

怀知足之心 拥恒常之乐

邱德(化州)

“春有百花秋有月,夏有凉风冬有雪。若无闲事挂心头,便是人间好时节。”生活中,我们常被欲望驱使,在追求的道路上疲惫奔波,却忘了知足常乐的真谛。我认为,知足是通往快乐的密钥,怀知足之心,方能拥恒常之乐。

知足,是对当下生活的珍视与感恩,是在有限中发现无限的智慧。陶渊明“结庐在人境,而无车马喧”,他远离官场的纷扰,于田园之中,守着几亩薄田、一间草屋,却能悠然采菊,享受“山气日夕佳,飞鸟相与还”的惬意。他懂得知足,不被功名利禄迷惑,在简单质朴的生活里,寻得了内心的宁静与快乐。反观当下,许多人深陷物欲的泥沼,追求名牌、豪车、豪宅,即便拥有很多,仍不满足,为了更多财富与更高地位,日夜操劳、焦虑不安。他们被欲望吞噬,即便物质富足,心灵却被无尽的贪婪啃噬,难有快乐可言。

然而,有人认为知足会让人安于现状、停滞不前,难以取得更大成就,所以“知足未必常乐”。但这其实是对知足的误解。知足并非让人放弃追求,而是在追求的过程中,保持平和的心态,珍惜每一次收获,不过分执着于结果。屠呦呦几十年如一日投身科研,历经无数次失败,却始终对科研心怀热爱,对每一次微小的进展感到欣喜。她知足于科研过程中的点滴积累,最终成功提取青蒿素,为人类健康事业做出巨大贡献。她的快乐,源自对科研的热爱与对每一步成长的知足,这种知足不仅没有阻碍她前进,反而成为她坚持下去的动力。

在知足的基础上,我们应合理规划,积极进取。将大目标分解为小目标,每实现一个小目标,都能收获一份快乐与满足。这种快乐激励我们不断前行,使我们在进取的道路上充满动力。正如攀登高山,每登上一个台阶,就能欣赏到不同风景,我们为眼前风景而欣喜,也为离山顶更近一步而振奋。

“事能知足心常惬,人到无求品自高。”知足是一种人生态度,是对生活的热爱与珍惜。让我们怀知足之心,在知足中进取,在进取中知足,拥抱恒常之乐,书写精彩人生。

画里话外

规范养犬

图文 王少华 董戈

据央广网报道,近年来,随着一些犬只伤人事件的发生,养犬问题受到社会各方高度关注。近日,全国人大代表、四川雅安市教育考试院院长、雅安市雨城区第二中学校长度庆明表示,建议统一公布全国禁养犬、大型犬名录,把更多的危险性犬只纳入全国禁养犬名录。饲养人要犬只进行圈养和拴养,不得携带犬只进入设有禁止动物进入标志的公共场所,对拒不执行者依法进行处罚。

当今社会,宠物犬早已走进了百姓家庭生活,但随之而来的一些不文明的养犬行为也为他人和社会造成了困扰。社会呼唤文明养犬,这是每个养犬人的责任和义务,也是考验基层治理创新的一道必答题。一方面要设法唤醒养犬人的内心文明意识,另一方面要构建完善的法律依据和多方协同管理机制。制定全国统一的养犬管理法规,明确规定养犬人的权利义务和法律责任,就是从源头降低养犬风险的重要举措,也为各地养犬管理提供了法律依据。



文明健康 绿色环保 公益广告

公筷公勺 守护舌尖上的安全



爱我
茂名
茂名市文明办 宣