



又是一年瓜果飘香季

——写在周口日报社助农助企行动开展两周年之际

□记者 王晨晨

5月的周口,繁花开遍全城,而比繁花更动人的,是田野里渐次铺展的丰收图景。当节气的指针转向小满,麦穗灌浆,瓜果染香,周口日报社助农助企团队也迎来了属于他们的“收获季”——到5月18日,这支队伍已整整奔走两年。730个日升月落,他们用镜头对准田间,用流量连接市场,让无数藏在田间的好产品走向四方。如今,又是一年瓜果飘香时,蔬菜大棚里番茄缀满藤蔓,果园里树枝上的桃子日渐圆润,助农助企团队的成员也一如往昔地忙碌起来:架起手机直播带货的是他们,熬夜策划推广文案的是他们,穿梭在田间、工厂拍摄公益短片的也是他们。两年来,这趟满载希望的列车,从未偏离“为民”的轨道。

解决急难愁盼的“及时雨”

“真没想到,这么快就卖完了!”今年3月,商水县阳城街道姜庄村种植户陈学理望着地头的运输车辆,激动得热泪盈眶。就在几天前,他面对60亩亩约50万斤大葱滞销的困境,整日愁眉不展。得知情况后,周口日报社助农助企团队第一时间启动助农预案,迅速奔赴田间地头,详细了解大葱的生长周期、品质特点,精准梳理出市场需求回落、渠道单一、推广不足的三大症结。助农助企团队第一时间发布推广商水大葱的视频,紧接着推送相关宣传稿件,信息一经发布,社会爱心迅速汇聚。沈丘笑乐惠餐饮、茉莉餐厅、王留长餐饮等本地知名餐饮企业纷纷响应,“农户+企业”的稳定销售渠道被迅速打通,50万斤滞销大葱被争相认购,销售难题被全面化解。今年4月,商水县冯庄村1万斤小香笋的宣传视频上线仅2小时便被抢购一空,春日鲜味快速走进千家万户。这样的故事,只是团队两年征程中的一个个缩影。自2024年5月组建以来,周口日报社探索出“政府监管把方向、党媒宣传聚人气”的助农新路径,累计帮扶650余家农户,销售农产品2200余吨,用实实在在的助农行动解决农户产销难题。

畅通“云”销路的生动实践

如果说两年前助农助企团队还只是摸着石头过河,如今,带货视频、直播带货已成为他们日常工作的“看家本领”。从不温不火到网络爆款,助农助企团队的镜头让周口本土优质农产品,特色加工产品火遍全网。淮阳博洋九号甜瓜、郸城玉菇甜瓜凭借汁水饱满的诱人画面圈粉无数,黄桥桃花啤酒、龙湖荷花啤酒带货短视频发布后,在文旅节上借力“抱团出圈”,成为游客争相带回的网红手信。每一帧镜头都是助农助企的温度,每一次走红都是乡村振兴的力量。今年5月上旬,助农助企团队的直播间再次火热开播。“彩虹西瓜甜蜜上市,咬一口甜过初恋!”主播手持西瓜笑容满面地向观众介绍,订单提示音此起彼伏。这场持续数小时的直播,吸引超万人观看。西华县皮营街道北陶营社区的草莓番茄日销千斤,川汇区的五香变蛋供不应求,每场直播都化作助农助企增收的“及时雨”。

“以往常说‘酒香也怕巷子深’,优质产品往往因销售渠道有限难以走出乡村。如今,短视频带货、直播带货打破了这一困境,让周口优质产品直接面向全国大市场。”助农助企团队负责人介绍。团队大胆创新,构建“媒体+企业+农户”帮扶模式,将直播间搬到田间地头、工厂车间,让镜头聚焦产品的生长环境,生产

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

过程,以最真实、最直观的方式展现产品的魅力。截至目前,助农助企团队利用周口日报社旗下新媒体平台开展助农助企直播150余场,发布助农助企视频220多个,推送助农助企文章130多篇,真正做到了把平台流量实实在在转化为市场销量。

品牌塑造的多维度探索

助农助企,不能止步于“帮一时”,更要“管长远”。助农助企团队深谙此道。在2026年新春佳节来临之际,助农助企团队精心筹备的5款“99元春节心意”年货套餐,一经推出便受到市场热捧,短短数日就售出1000多套,成为市民置办年货的“新宠”。随后,团队还接到了20个大型团购订单,全部来自企事业单位,累计售出约2600套福利套餐。从西华的黑小麦馒头到商水的香酥芝麻焦馍,从项城的清真小麻花到鹿邑的观堂麻片,这些周口本土企业的优质产品,在团队的整合推广下形成矩阵,携手走向更大市场。选品并非坐在办公室里的“纸上谈兵”,而是用脚步一次次丈量周口的热土。两年来,团队积极与农户联系,与本地从事生产加工的中小企业对接,从原料源头到生产工艺逐一考察。选品会上,团队成员围坐一起,仔细查看外观、品尝味道、讨论价格、评估物流适应性。“要让每份套餐物超所值,都能代表咱周口的诚意。”一位团队成员如是说。在品牌塑造方面,团队还为优质农产品量身定制推广方案。以西华县皮营街道北陶营社区的草莓番茄为例,种植户张晓晨有15年种植经验,培育的草莓番茄酸甜适中、沙瓤多汁,但销售渠道单一,品牌知名度不高。团队深入调研后,为其量身定制“三阶品控+全媒体营销”方案:建立“种植户初筛—团队复检—第三方抽检”的品控体系,确保每颗番茄糖度达标、果形完整,并依托新媒体矩阵打造“小时候的味道”品牌,通过短视频展示种植过程、番茄品相、赏味品鉴体验。

生产与销售的对接桥梁

农产品既要“卖得出”,更要“卖得好”“卖得久”。助农助企团队深刻认识到,一次性的帮扶只能解决眼前之困,从源头到终端的全链条赋能,才是乡村振兴的长远之策。2026年春节期间,助农助企团队帮助鹿邑县振伟食品厂、河南福元菜食品发展有限公司、项城市伊轩食品加工厂等10余家企业销售价值60余万元的节日产品。西华县喜俊喜家庭农场每年消化黑麦80万斤,其中50万斤加工成优质面粉、挂面,30万斤酿成黑麦美酒,产品种类从最初单一原粮扩展到八大品类。这条由农场负责人王春雨打造的黑麦产业链,成功带动百余人就业,70余户家庭走上致富路。团队没有停留在新闻宣传的层面,而是深度嵌入这些产业链条之中。他们主动对接企业,搭建产销对接桥梁;协助农户进行产品包装升级,提升附加值;利

用媒体的品牌背书,帮助地方农产品申报地理标志和名特优新产品。

政媒联动的“新样板”

两年来,助农助企行动的成功实践,离不开周口市市场监督管理局的有力协同和周口日报社全媒体平台的通力配合。市场监督管理局主动靠前服务,对帮扶农产品进行农药残留检测、品质等级核查,严把计量标准和价格关口,守住了品质与消费者的信任;党媒则发挥舆论引导优势和全媒体传播能力,让好产品“被看见”、好故事“被听见”。双路并进之下,“政府监管把方向、党媒宣传聚人气”的助农助企新路径日益成熟,成为可复制、可推广的政媒联动样板。5月14日至15日,2026年河南省广告助力产业发展(周口站)现场会召开,本次省级现场会首站落地周口,正是对周口日报社助农助企务实服务模式的高度认可。整场活动以周口日报社特色助农助企工作为核心展示内容,流程紧凑且极具示范意义。会上,助农助企团队负责人作典型交流发言,系统分享两年来助农助企工作经验;参会人员集中观看专项制作的助农助企宣传片。原定15日走进田间观摩直播带货现场的行程,因时间调整改为大屏实时连线。直播画面中,主播生动流畅推介西华彩虹西瓜,通俗易懂的讲解话术,瞬间吸引全场参会人员目光,会场内交流探讨声此起彼伏,不少参会人员随手记录,部分参会人员当场线上下单,直观展现出媒体助农的强大传播力、转化力。更为可贵的是,周口日报社助农助企行动与全市乃至全省的乡村振兴战略同频共振。今年5月,河南省人民政府印发《河南周口国家农业高新技术产业示范区高质量发展三年行动计划(2026—2028年)》,提出到2028年,周口国家农高区带动全省、服务全国的示范引领能力全面提升。助农助企团队作为媒体力量深度融入全市乡村振兴大局,正在从“助农卖菜”的应急帮扶,向“品牌塑造+渠道建设+全链赋能”的长效助农模式升级。

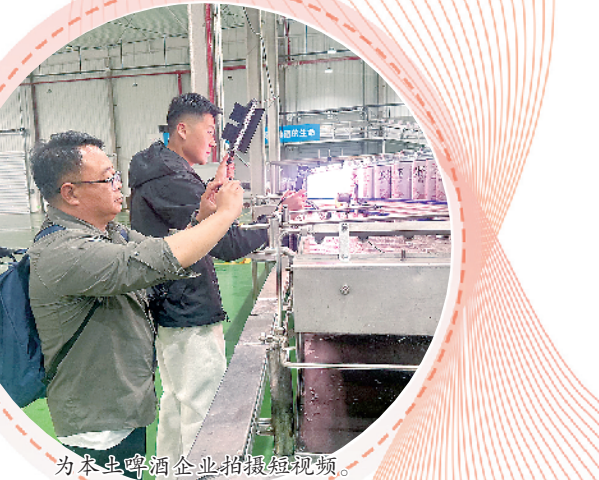
记者手记

5月的周口,瓜果飘香,丰收的喜悦写在每一张黝黑面庞的笑纹里。从淮阳的菠菜到商水的大葱,从西华的桃子到郸城的甜瓜,两年间,助农助企团队用脚步丈量了周口广袤的土地,用镜头记录了每一个田间地头的丰收故事。他们的奔波,让优质农产品不再“藏在深闺无人识”,他们的坚守,让“酒香不怕巷子深”的梦想照进现实。又一个5月来临,小满将至,瓜果飘香。助农助企团队脚步依旧没有停歇——直播间里,新的轮次早已排满;选品的路上,新的征程正在开启。这片沃土上,每一颗果实都承载着一个家庭的希望,而每一条推送、每一场直播、每一份订单,都在让这些希望更加触手可及。下一个瓜果飘香的季节,我们依然在路上。

本版图片由助农助企团队提供。



为玉菇甜瓜拍摄宣传短视频。



为本业啤酒企业拍摄短视频。



指导农户拍摄农产品视频。



帮产告助产业发周口站现场观摩助农宣传片。



了解非遗手工艺品市场情况。