

葱田不再“愁” 春笋有了“路”

——周口市市场监督管理局与周口日报社联合开展助农行动纪实

□记者 王慕晨 通讯员 潘厚军 白桦 文/图



陈学理(右)为顾客配送大葱。

春末的豫东平原,绿意盎然,生机勃勃。然而,丰收的喜悦背后,也曾因销路不畅,让不少农户愁容满面。

如何让好产品卖得出去,使农民增产又增收?周口市市场监督管理局与周口日报社联手组建广告助农助企团队(简称团队),探索出“政府监管把方向、党媒宣传聚人气”的助农新路径。他们提前谋划、精准施策,深入田间地头摸清农户急难愁盼问题,深挖农产品特色卖点,多措并举搭建产销桥梁,一举化解了大葱、小香笋的滞销难题,用实际行动为农户纾困增收,为乡村振兴注入温暖动能。

精准调研谋思路 找准症结定方案

面对农产品滞销难题,团队从不打无准备之仗。

得知商水县阳城街道姜庄村50万斤大葱和冯庄村1万斤小香笋滞销后,团队第一时间启动助农预案,迅速奔赴田间地头。

他们踏着泥泞走进大棚,详细了解大葱、小香笋的生长周期、管护流程、产量规模和品质特点,把从种植到成熟的全流程摸得一清二楚。他们与种植户陈学理、刘立民等人面对面交流,倾听心声,精准梳理出三大症结:春节后市场需求回落、销售渠道单一、宣传推广不足。

与此同时,市场监管部门主动靠前服务,对大葱、小香笋进行农药残留检测、品质等级核查,严把计量标准和价格关口,既找准了滞销的“病根”,也守住了品质的“底线”。

在此基础上,团队量身定制了“党媒宣传拓渠道+政企联动促对接”的双轨助农策略,聚焦销售需求,不搞虚功、只出实招,确保每一项举措都贴合实际、直击痛点,真正做到想农户之所想、急农户之所急。



王留长(右)与员工一同卸放小香笋。



当地网红通过直播推介销售本地大葱。



小香笋直供本地知名餐饮企业。

靶向施策出实招 双线发力破困局

思路清了,方向定了,关键在落实。团队双线并进,全力打通农产品销售“最后一公里”。

一线是党媒宣传,让好产品“被看见”。团队连夜整理调研信息,深挖大葱、小香笋“新鲜无公害、口感优良”的核心卖点,结合种植户的辛劳与困境,打造真实鲜活的宣传内容。针对大葱,通过周口晚报微信公众号、视频号等官方平台发布推文、视频,精准传递滞销信息与品质优势;针对小香笋,拍摄棚内长势、现场采摘等实景素材,制作接地气、有温度的宣传视频,第一时间上线发布。公益广告一经发

出,社会爱心迅速汇聚,优质农产品走出田间,走进大众视野。

另一线是政府联动,让好产品“有去处”。团队主动对接周口市餐饮与住宿行业协会,发出爱心助农倡议,精准匹配本地餐饮企业需求。在团队的积极协调下,该协会迅速响应,组织沈丘笑乐惠餐饮、茉莉餐厅、驰明餐饮、王留长餐饮等本地知名餐饮企业化身“助农主力军”,主动认购农产品。“农户+协会+企业”的稳定销售渠道就此打通,农产品从田间直达餐桌,农户再也不用为“卖给谁”而发愁。

爱心汇聚见实效 真情助农暖民心

精准施策、双线发力,成效立竿见影。

公益广告发布后,爱心企业、热心市民纷纷响应,50万斤滞销大葱被争相认购,销售难题全面化解;小香笋宣传视频上线仅两小时,1万斤便被抢购一空,春日鲜味快速走进千家万户。

“真没想到,这么快就卖完了!”陈学理激动地说,“感谢政府、感谢媒体,帮我们解决了大难题。”

这场行动,是周口市市场监管局与周口日报社政媒联动、精准助农的又一次生动实践。自2024年5月广告助农助企团队组建以来,双方充分发挥政府监管的保障作用与党媒舆论的引导优势,持续深耕

公益助农领域,累计帮扶600余户农户,销售农产品2000余吨,用实实在在的行动化解了农户的烦心事、揪心事。

从大葱滞销到热销一空,从春笋难卖到两小时售罄,团队靠的是前期精准的分析策划、接地气的务实举措、全方位的贴心服务。他们用行动证明:广告不仅是商业的工具,更是助农的利器;媒体不仅是信息的传播者,更是乡村振兴的推动者。

广告助力产业发展,周口正在探索一条可复制、可推广的新路子。下一步,团队将继续坚守初心、深耕一线,持续优化助农模式,以政府之力、媒体之能,为农户搭建更广阔的销售平台,为豫东乡村振兴注入源源不断的温暖动能。

