

# 首届营销促销大赛举行 无锡农产品十强品牌出炉



8月10日,首届无锡市农产品品牌营销促销大赛决赛现场,来自冰清水产、宜兴大闸蟹、天资乳业、严家桥大米、丹凝茶叶、美栖花田、苏威鸽业等20家入围决赛的农产品品牌推荐官不仅带了琳琅满目的“拳头”产品热情吆喝,还声情并茂地阐述了各自品牌的创建历程、品牌故事及营销促销创意亮点,充分展现了无锡市农业品牌建设的成效。经过专家评委的综合评定,10家企业脱颖而出荣获首届无锡农产品品牌营销促销大赛“十强品牌”称号,10家企业分获网络人气、产品质量、科技创新、产业融合、最具潜力品牌示范奖等单项奖。

当天,无锡市农业农村局还与中国邮政集团有限公司无锡市分公司、无锡农村商业银行、苏南瑞丽航空有限公司签订品牌农产品营销促销战略合作协议,各方将通过创新农产品营销方式、共建服务保障体系,深化农业品牌培育、营销促销,合力打造地产特色农产品品牌。

## 差异化、多元化竞争迎合市场需求

作为无锡首个5G智慧农业示范项目,鸿山葡萄通过预装在葡萄园内的高清视频监控设备和传感器等基础设备,结合VR全景技术,让农户不用自己走进园子,就能通过手机或电脑观测葡萄的实时生长动态、外观等信息,并同步记录阳光、温差、种源、虫害等关键数据,为种植提供科学依据。

“陶都水芹”同扬州大学园艺与植物保护学院、江南大学结成产学研合作平台,形成一支“万石水芹”科技研发团队,“伏芹1号”“秋芹1号”“春晖”等不同季节水芹新品种和与之相配套的新技术相继问世,填补了国内空白,形成标准化生

产、产业化经营、品牌化营销的现代农业发展新格局。

不仅地产蔬菜水果越种越智慧,水产市场的含金“量”也越来越高。国内最早开成底层曝气增氧技术的基地、江苏省第一个物联网水产养殖示范基地、江苏省第一批特色优势种苗中心……在高科技生态养殖模式加持下,宜兴大闸蟹走出了国门,年出口销售额达6000万元。冰清水产以国际领先的河豚繁育技术和绿色生态养殖技术在河豚市场上“遥遥领先”;苏威鸽业历经十年自主选育的省内首个肉鸽新品种“苏威1号”弥补了我国优质高效肉鸽配套系缺乏的不足,也解决了长期依靠从国

外引种的“卡脖子”难题,让“小鸽子”飞出大产业。

“我们特别研发了花果香、高香型红茶,这也是江苏首个创新红茶。传统茶叶可能要20分钟才能浸泡出色香味,新款袋泡茶只要等上1分钟就能品到一杯好茶。”丹凝红茶创始人、无锡市茶研所所长徐群峰表示,为了让消费者更方便地喝到好茶,同时吸引更多年轻人爱上喝茶,丹凝红茶特别关注年轻消费群体的需求,在好茶叶、好技术、好泡法上积极创新转型,让茶叶的品饮方式更多样化。此外,还通过走入咖啡店、奶茶店,以期培养更多年轻客户。

## “线上+线下”、文旅“链”动产业附加值

集食用玫瑰种植、产品研发、生产销售、文旅康养于一体的产业综合体“美栖花田”采用“基地+品牌+市场”的营销模式,线下发展城市代理和单店经销,线上开通抖音、有赞商城,形成线下体验、线上复购的营销闭环。据统计,今年上半年该品牌直播曝光超百万人次,线下游客接待超20万人次,综合营收年均增速达35%。正在打造中、将于10月试运营的“沉浸式主播孵化基地”也有望成为新的营收增长点。

湖汶杨梅借助得天独厚的度假区分旅资源站上了更高的

发展平台,通过打造采摘游、特色市集等旅游打卡新热点,品牌知名度和影响力持续放大。据悉,湖汶杨梅将规划建设杨梅主题公园、杨梅展览馆、杨梅加工观光工厂等,让游客深入了解杨梅的历史、品种和制作工艺;还将在杨梅园中增设徒步路线、露营地等户外活动设施,满足不同游客的需求。驮龙湾杨梅园已和山西杏花村汾酒厂达成杨梅酒生产合作,将进一步扩大杨梅产销渠道;恒盛农业杨梅汁深加工项目设计年产能达2.5亿元,目前该产品已通过肯德基、古茗等知名客户食品认证。故乡情葡萄则

开发了干红、起泡酒、葡萄果冻、葡萄干、葡萄花束、葡萄蛋糕、葡萄巧克力、水果茶、葡萄藤编等丰富多样的衍生产品和深加工产品,葡萄附加值大大提高。

个性创意十足、互动趣味性强的IP形象和文创产品也成为增强品牌社交属性和附加值的有效措施。如甘露青鱼的“有鱼家族”IP周边已涵盖丝巾、餐具、香囊、对联等,为品牌传播助力不少;湖汶杨梅的“杨小梅”表情包、文创雪糕、联名饮料等将美食与文化相结合,让消费者感受到地域文化的魅力。(晚报记者 潘凡)

### 获奖名单

## 首届无锡市农产品品牌营销促销大赛十强品牌

冰清水产  
宜兴大闸蟹  
天资乳业  
蜜桃匠水蜜桃  
水军锅巴

GXQ(故乡情葡萄)  
湖汶杨梅  
严家桥大米  
益家康蔬菜  
鸿山葡萄

网络人气品牌示范奖:万阳园林特产品Jnpro(健安普)  
产品质量品牌示范奖:丹凝茶叶、南茗苑  
科技创新品牌示范奖:江阴河豚、苏威鸽业  
产业融合品牌示范奖:美栖花田、甘露青鱼  
最具潜力品牌示范奖:大浮醉李、陶都水芹

## 高温天不想做饭—— “不开火”预制菜火了

本报讯 今年持续高温,“不开火”预制菜火了。昨天采访了解到,“凉菜”“冷吃”“微波即食”成为不少市民的就餐选择,相应的预制菜产品销量攀升。

“天气太热,回家就彻底不想动弹了,所以多买些预制方便菜在家,不想烧就能解决一顿。”昨天中午,市民张琳在大润发长江北路店利用午休时间采买食材,只见购物车里有凉面、凉皮、清水莲藕、沙拉等开袋即食或简单凉拌就能吃的食物。“像这个开盒即食的桂花糖藕,不需要过多处理就可以轻松端上餐桌。还有去皮荸荠、藕片等净菜,买回家只要简单烹饪就行了!”记者发现,消费者的购物车里都放着一些凉菜预制品,有些年轻人更是全套预制菜装车。

超市生鲜部门负责人顾女士表示,高温天气下,不少消费者舍弃明火加工的中式烹饪,选择“轻巧做饭”,风味毛豆、手撕鸡、凉拌菜凉皮等季节性产品都是最近店里的明星产品。“既可在休闲时当零食吃,又能在正餐时简单调制就能上桌,开盒即食类产品尤其受欢迎。”

外卖小哥也感受到“不开火”预制菜的热潮。外卖员温建国告诉记者,以前送的午晚餐都是各家饭店的粥粉面饭,现在多了不少纯凉菜冷菜订单,超市代购与跑腿单也明显多了,有时能达到外卖单的一半,代购的商品多是超市即食类熟食和微波炉加热即食的商品。“有些是想要临时换个口味,还有些就纯粹想方便速食,或者边吃饭边休闲。”

据了解,预制菜正成为不少市民的餐食解决方案。叮咚买菜平台数据显示,入夏后,开袋即食、加热即食类的预制菜需求明显增加,“凉菜”“冷吃”关键词搜索量较上季度同期增长130%。平台预制菜相关负责人表示,除了简单方便的沙拉、凉粉、凉面等经典美食,白斩鸡、盐水鸭三宝、香糟基围虾毛豆双拼等冷吃新品销量不俗。如一次能吃四种海鲜的青花椒辣卤海鲜桶,原料包含基围虾、花螺、花蛤、蟹钳,不仅富含优质蛋白,还凉爽开胃,回购率很高。

考虑到吃不惯冷餐的“中国胃”,锡城商家充分利用预制菜的优势,推出了“微波即食”系列的“叮叮菜”。这些预制菜的包装大多采用环保无害的特制“叮叮袋”,无论是大菜还是小炒,都只需在微波炉里加热几分钟,即可享用肥肠鸡、鱼香肉丝、咖喱牛腩、响油鳝丝、红烧牛肋条、酱爆猪肝、宫保鸡丁等各式美味热菜。在线下超市和外卖平台,此类预制菜的销售正在不断攀升,助力锡城预制菜整体销量同步增长。(天易)



## 37.6°C

8月12日,市民穿戴防晒服饰出行。

当日,锡城天气炎热,最高气温达到37.6°C。据市气象台预报,今天我市依旧是晴热高温,但是今天后期到明天我市将有一次雷阵雨天气过程,气温将有所下降。(还月亮 摄)