

“盐之有味·丹顶鹤”盐城市巾帼电商直播大赛决赛启幕

20位女主播直播间里比高下

□吴静 记者 孙云茜/文 记者 邱欣泽/图



直播现场



评审现场

“各位直播间的朋友，大家好。我是‘盐之有味·丹顶鹤’盐城市巾帼电商直播大赛决赛的01号选手君君。欢迎大家关注‘盐之有味’官方抖音账号，关注‘盐之有味·丹顶鹤’品牌农产品，用直播的力量，为品牌加油，为兴农助力……”10月9日，“盐之有味·丹顶鹤”盐城市巾帼电商直播大赛决赛在“盐之有味”运营中心拉开帷幕。

经过一个多月的精心筹备和激烈的初赛角逐，20名女性电商直播选手从众多报名者中脱颖而出。10月9日至10月15日，她们将在“盐之有味”运营中心展开为期一周的激烈对决。

决赛期间，参赛选手通过抽签确定出场顺序，并统一使用“盐之有味·丹顶鹤”抖音账号，在指定的直播时段内进行2小时的直播带货。

她们需从主办方提供的产品名录中挑选3至5款产品进行推介，其中一款为抽签决定的指定产品。

专家评审团现场对选手的表现进行全面、客观的专业评估，他们将综合参赛选手的现场表现、观看人数、平均观看时长、有效订单数、转化销售额等数据，最终评选出一、二、三等奖。

本次大赛由盐城市农业农村局、盐城市妇女联合会以及江苏银宝控股集团有限公司联合主办，盐城市优质农产品品牌营销协会承办。大赛旨在通过挖掘和培养巾帼电商直播销售人才，汇聚更多流量关注盐城农产品，进一步提升“盐之有味·丹顶鹤”品牌农产品的知名度、美誉度和市场竞争力，共同推动盐城农产品走向更广阔的市场，为乡村振兴贡献力量。

特色农产品 香飘唐渎里



集市活动



门店销售

“金丝皇菊色泽金黄，饱满均匀，看起来不错！”10月1日，“盐之有味·丹顶鹤”特色农产品集市活动在大洋湾景区唐渎里美食街举行。不少游客品尝后，立即扫码下单购买。

特色农产品集市设置多个农产品展位，集中展示了丹顶鹤精品礼盒和非遗、老字号、地标优质农产品礼盒，以及一些文创产品。盐田稻有机大米、银宝精制海盐、神王黄泥螺、羿花乡菊花茶等优质产品琳琅满目、整齐排列，吸引了众多游客的驻足采购。

据了解，本次集市活动持续两天，游客现场扫码关注“盐之有味·丹顶鹤”公众号，还可领取定制丹顶鹤文创帆布袋。展区负责人表示，希望通过此次活动，向广大游客推介盐城优质农产品，让“盐之有味·丹顶鹤”和盐城美景一起留在游客美好记忆里。

国庆假期，位于市区金融城的“盐之有味”运营中心也是顾客盈门。店内，品种丰富的商品摆放整齐，市民边看边挑，或是大包小包装进私家车后备厢，或是现场直接打包寄到外地。

“假期准备回一趟宿迁老家，来买一些正宗大纵湖螃蟹和其他农产品。”正在付款的商女士说，这边的东西不仅品质有保证，而且品种齐全，

可以一站式买齐。顾客纷纷表示，“盐之有味”产品地道美味，能够反映盐城特色，作为馈赠亲友礼品非常合适。

“盐之有味”运营中心负责人介绍，店内每一个品牌、每一款产品都是优选而来。国庆节期间，为让利广大消费者，店内增设牛奶、食用油等促销商品活动区，活动区内商品最高九折。另外，店内消费满300元加一元换购抽纸一提，消费满500元送伴手礼一份。

“盐之有味”是盐城重点打造的农产品区域公用品牌。近年来，我市坚持品牌强农战略，不断加强“盐之有味”市级区域公用品牌建设，着力构建“1+9+N”特色农产品品牌体系。在此基础上，又注册“丹顶鹤”集体商标，围绕有机米、天然纯海盐、健康茶饮等精品系列，积极打造高品品质、高价值、高品位系列名品。

目前，“盐之有味”品牌运营方正进一步加大与9个县(市、区)单品品牌的联动和宣传推广力度，依靠培育、孵化高附加值地理标志商标和绿色、有机农产品品牌，不断扩大“盐之有味·丹顶鹤”品牌的知名度、美誉度，提升盐城优质农产品的市场竞争力。

胡勇 吴静 记者 邱欣泽



>小鹿生鲜

银宝央厨管理服务公司系江苏银宝集团所属国有全资企业，占地97亩，总投资2.5亿元。主要面向学校、社会团体、企事业单位提供学生营养餐、团餐、净菜和预制菜，采用全程冷链配送，食材食品安全、营养、健康、美味。致力打造从种子到舌尖产业链，从田间到餐桌供应链，成为学生餐研发中心、社会团餐生产基地、优质农产品的展示窗口，助力提升广大市民的生活幸福指数。



扫码了解更多