

“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

“各位直播间的朋友们,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,为乡村振兴贡献更多力量。

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箱,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