



首届萝卜蔬菜文化节

小萝卜,大可为

目录 CONTENTS

01 活动背景

背景及目的
整体规划

02 前期筹备

素材挖掘准备
媒体对接规划/其他资源对接

03 活动执行

执行流程
执行亮点

04 后期推广

后期报道
后期推广建议





1

活动背景

- 背景及目的
- 整体规划



习近平总书记曾擘画：

“绿水青山就是金山银山”

划定生态红线 推动绿色发展


- 青山区与化工区的整合转型，青山区为青山市中心城区，独有的地理特性及历史背景，在青山绿水就是金山银山的理念下，在绿色与发展的协调下构建我们自身的一二三产业经济体系。
- 十三五规划收官年，作为青山市长江经济带绿色发展示范实施方案的重要板块，青山区长江北湖生态绿色发展示范区的突出作用
- 传承青山红色拼搏精神。从挺起共和国的钢铁脊梁的火红年代到践行绿水青山就是金山银山的新时代，从工业文明迈向生态文明。乙烯滩前白鹭飞，北湖绿城高质量农产品，这都是青山人在党的领导下奋斗出来的。这是老一辈红色精神的传承。

新旧动能转换 振兴乡村经济

青山区争做

“十四五规划”的先行者



An aerial photograph of a dense, vibrant green forest. A dark blue river winds through the trees, creating a central path. The lighting is bright, highlighting the texture of the foliage.

青山区由强调“工业生产”转向“生态发展”
青山绿水才能开门迎客

活动目的

新生态下发挥榜样的力量 打造名优农产品 激活经济发展

创建明星农产品品牌

打造青山区八吉府农产品，促进农业增收，农民增收。推进农业产业化组织程度，拓宽农产品生态链。



展现“好客”新形象

展现青山区“青山绿水”新形象，转变“老工业城区”刻板印象



产业融合样板展示

通过农产品节品牌的举办，以长江大保护绿色发展为纲要，展现青山区新旧动能转化与产业融合。





活动切入点



重内容 轻形式 小萝卜 大可为

重农产品赋能

创建农产品品牌，强化名优农产品体验。将农产品品牌创建与推广作为重中之重。

重区域形象提升

通过打造名优农产品品牌，以点带面，全面展示青山区“青山绿水”形象。

重传播效能

“高-央视 经济日报”
“中-青山媒体矩阵”
“低-网络社交媒体”
立体传播网，强化推广效能。

活动思路

小萝卜 如何大可为？

重磅媒体资源占领制高点 影响有影响力的人



经济日报、中央电视台农业频道等

小萝卜 如何大可为？

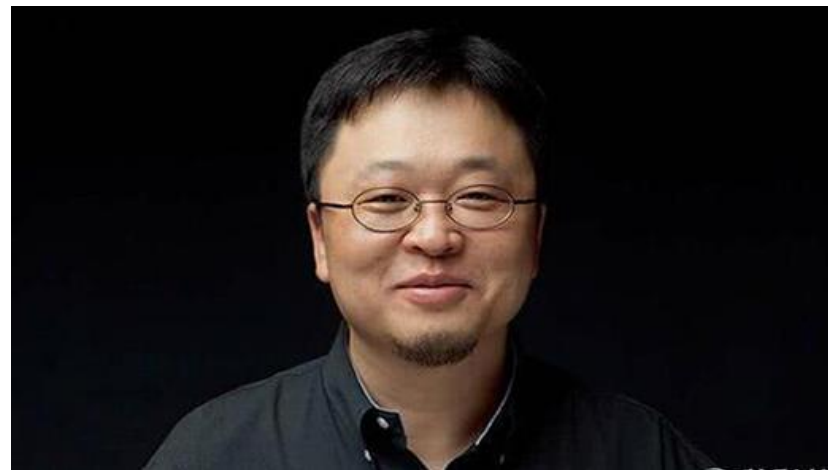
顶流IP话题互动 小萝卜大流量



#张文宏 助力青山农村经济#



#撒贝宁 为家乡农产代言#



#喊话罗永浩 青山人喊你卖萝卜#



整体规划

以“品牌”为核心 以经济为导向

“讲”好故事

- 品牌发布：名优农产品品牌发布授牌
- 农产竞赛：竞赛形式展农产优秀品质
- 农村论坛：农村经济发展转型研讨



以“人”的视角 入情入理

“备”好故事

素材挖掘准备：农产品、青山区

媒体对接规划：央视、省级、大众媒体

其他资源对接：农科院、名人、餐饮资源

以“树品牌”为核心、“促转型”为话题

“传”好故事

• 中央媒体：以品牌打造切入展现产业融合

• 省内媒体：跟随中央媒体二次传播

• 大众媒体：增加“青山萝卜”消费市场知名度



2

前期筹备

- 素材挖掘准备
- 媒体对接规划
- 其他资源对接



前期筹备规划

以“人”的视角 入情入理 备好故事

1. 素材挖掘
准备

名优农产品
品牌构建内部梳理

名优农产品
背景故事

青山区
农业经济发展素材

2. 媒体对接
规划

中央媒体
专题栏目报道

省级媒体
整合素材预热传播

大众媒体
IP合作+社交裂变传播

3. 其他资源
对接

农科院产品背书

名人前期对接

餐饮资源等整合

1. 素材挖掘-名优农产品品牌构建内部梳理

从产品、价格、促销、渠道、包装方面，全面构建“青山萝卜”蔬菜品牌

价格策略（Price）：

通过对市场需求的估量和成本分析，选择一种能吸引顾客、实现市场营销组合的策略，根据市场变化情况，灵活反应。

促销策略（Promotion）：

按照顾客在购买活动中心理状态的变化，适时展示商品以刺激顾客的购买欲望，激发顾客的购买兴趣，或强化商品的综合印象以促进顾客的购买行为。



产品策略（Product）：

明确企业能提供什么样的产品和服务去满足消费者的要求，是市场营销组合策略的基础，企业成功与发展的关键在于产品满足消费者的需求程度以及产品策略的导向性。

渠道策略（Place）：

包括渠道的拓展方向、分销网络青山和管理、区域市场的管理、营销渠道自控力和辐射力的要求。有效的渠道能够成功开拓市场、实现销售及经营目标的重要手段。

包装策略（Package）：

好的包装设计能使消费者很快就能把产品与企业联系起来，有利于产品迅速打开销路，同时又能让消费者很快记住品牌形象。

1. 素材挖掘-名优农产品背景故事

青山区新风貌的视频宣传片

《乡思·乡味》

乡思-展现青山的转变

钢铁工业
旧青山



乙烯滩前
白鹭飞

采访纪实风格 通过两代人的讲述
展现青山巨大转变

乡味-落脚名优农产

儿时
美食记忆



闯荡
乡味思念

故事讲述风格 通过“游子”味觉记忆
与归家乡味品尝 展现农产质量

1. 素材挖掘-名优农产品背景故事

青山区新风貌的视频宣传片《乡思·乡味》脚本规划

乡思篇—青山，每天不一样



采访纪实风格

通过对老钢铁工人与返乡创业新农人的采访，通过两代不同生活背景下人的回忆，折射出青山的红色精神与从“工业”向“生态”的时代转型

1. 素材挖掘-名优农产品背景故事

青山区新风貌的视频宣传片《乡思·乡味》脚本规划

乡味篇—团圆时刻 青山萝卜



故事风格

亲情+美食→最终落脚到“团圆时刻 青山萝卜”核心含义

年轻人 在外拼搏三餐外卖→父母电话叮嘱记得吃饭→年轻人说想吃家乡萝卜→回家团聚→

母亲亲手做萝卜美食（从田里挖出、洗净、用萝卜制作各种美味菜肴）→端上桌，一家其乐融融吃饭→落脚到团圆时刻 青山萝卜

1. 素材挖掘-青山区农业经济发展素材

抓人物典型 讲农业致富经

以青山区农业人物视角 讲述青山区农业发展

源起

做农业的初衷

障碍

发展中遇到的问题

政府

引导帮扶

传帮带

带领乡亲发展致富

社会效应

环境&产业融合



2. 媒体对接

三级媒体 提前对接准备 深挖素材 准备故事

中央媒体

与中央电视台农业频道建立沟通，
并初步确定专题片讲述方向



省级媒体

充分沟通，并从青山萝卜历史故事，
产品特性等方面搜集素材，
并进行前期软文预热



大众媒体

寻找省内强势美食IP如“好吃佬”
合作，充分利用社交媒体进行
病毒传播



2. 媒体对接-中央媒体

与中央电视台农业频道建立前期沟通，筹备专题片内容 央媒专题报道 提升高度深度

- 以“高质量农产品的产品”为切入点，深入了解背后的故事，展开深入多维度的呈现。展现“乙烯滩前白鹭飞”两区融合的生态绿楔。
- 介绍当地风土人情、历史变迁、人文地理、环境民生等情况，多角度介绍青山区城市新农村的发展与变化。
- 挖掘当地有趣的民风故事，从人物采访、历史回顾、田间采风等不同视觉讲述新农村的经济发展历程、生态环境的变化。
- 展现当地政府村民同心协力与时代发展、与自然环境拼搏奋斗的历程和取得的成绩。





2. 媒体对接-省级媒体

讲好故事 软文传播发散

在省内强势主流媒体上发布系列报导，以“农产品节”为切入点，通过软文，以专版、连载的形式打造新闻媒体传播矩阵，迅速打开本次活动的知名度和热度。

推荐媒体：长江日报、楚天都市报、青山电视台、以及各大主流自媒体的官方公众号等。

做好品牌，讲好故事，塑造品牌形象，多角度、多维度、有深度、有意义的讲述品牌故事
软性植入、情感营销，通过有温度的宣传链接品牌与消费者之间的情感，让青山的本土农产品更能走进人心。

- 公益事件：98抗洪时期八吉府菜农的艰辛、20青山抗疫八吉府蔬菜是全村的希望……
- 历史故事：建州民垵居民迁徙之路、建州菜苔种植保护区、八吉府的变迁之路等
- 产品故事：八吉府的村民不吃水果吃萝卜、青山本地人爱吃的菜苔原来是这里产的、这家餐馆的菜苔炒腊肉为什么卖得这么火爆？
- 健康故事：冬吃萝卜夏吃姜、被称为“小人参”的八吉府白萝卜你吃过吗？
- 地理特性：长江边沙地也能种也好蔬菜……

2. 媒体对接-大众媒体

抢流量，强化产品体验

联合《好吃佬》青山萝卜寻味之旅

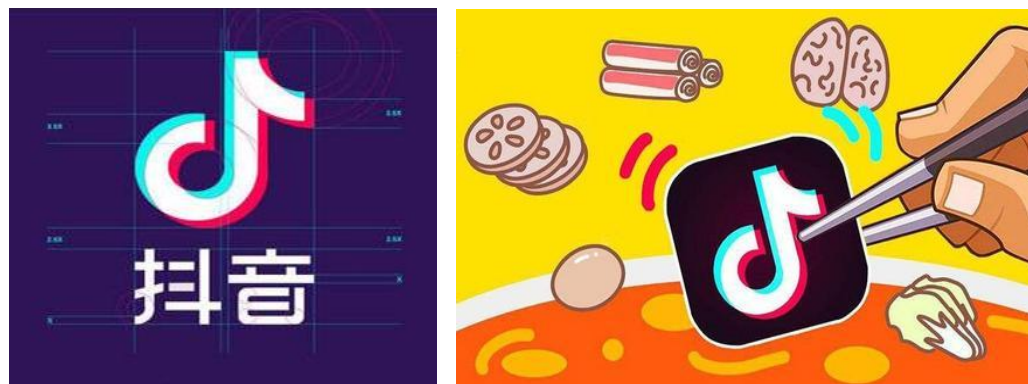
以寻找青山特色小吃为主题，反映当地的民风民情，了解当地农民如何利用萝卜这个简单的食材，制作出形式多样的特色小吃和菜肴，通过媒体发布寻找并评选青山区做萝卜最好吃的10家店。



#青山萝卜挑战赛# 抖音话题挑战

在抖音上开设#青山萝卜的N种做法#话题，鼓励人们上传萝卜做法，并针对性的开展抽奖活动等

挑战萝卜的吃法@罗永浩@撒贝宁@张文宏



3. 其他资源-农科院产品背书

邀请中国农科院的专家 为八吉府乡的“青山萝卜”做调研背书

农业顶级权威 提升活动高度

1. 分析研究当地的农产品种植环境、土壤成份、萝卜营养元素等数据，从权威科学的角度佐证当地农业生产环境的优良性，展示青山区在保护农耕环境上的努力与成效，展现工业区边的良田沃土，并在活动现场授予报告结果。
2. 与青山市农科院、华中农业大学建立沟通对接，促成专业机构在青山区八吉府乡建立培养试验基地。帮助当地农民筛选改进更优良的品种，持续推动当地蔬菜种植产业的升级发展，为振新农村经济助力，并在活动现场与八吉府签订合作协议并授牌。



3. 其他资源-名人前期对接

邀请抗疫特别人物 张文宏为“农产品节”送祝福

20青山年，抗疫先锋张文宏，因“硬核”发声和“硬核”做法，引来了亿万人民的目光和赞誉，凭借幽默风趣、金句频出的接地气风格圈粉无数。

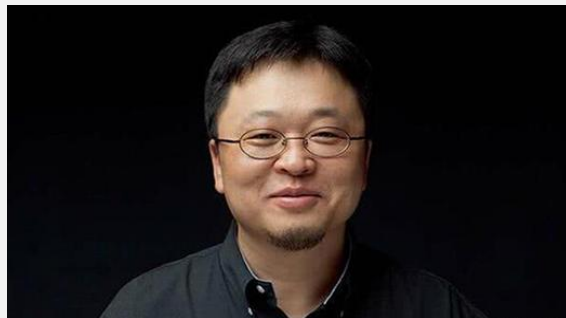
邀请张文宏主任为本次农产品节拍摄一段小视频。为活动送祝福，并点评萝卜的营养价值对健康养生的益处。



张文宏 复旦大学附属华山医院感染科主任



#撒贝宁 为家乡农产代言#



#喊话罗永浩 青山人喊你卖萝卜#

邀请湖北名人代言“建州萝卜”
喊话罗永浩，带货达人带货直播

3. 其他资源-餐饮资源

发现青山之美——饮食文化

餐饮资源如“外婆家、湖锦酒店、SHOTEL”等知名餐饮企业参与推广“青山萝卜”

1. 举办南北菜系大比拼活动，以萝卜为主题，邀请如“外婆家、湖锦酒店、SHOTEL”等知名餐饮企业的厨师以萝卜为主要食材，做几道名菜，展示萝卜在南北菜系里的不同做法。并邀请营养师活动现场点评八吉府萝卜的特色及营养价值。提前录制小视频，在活动当天播放。录制的小视频也可以作为宣传素材后期进行反复传播。
2. 以寻找青山特色小吃为主题，反映当地的民风民情，了解当地农民如何利用萝卜这个简单的食材，制作出形式多样的特色小吃和菜肴，通过媒体发布寻找并评选青山区做萝卜最好吃的10家店。





3

活动执行

- 执行流程
- 执行亮点





中期执行规划

以“品牌”为核心 以经济为导向 讲好故事

品牌发布

名优农产品品牌发布授牌

农产竞赛

竞赛形式展农产优秀品质

农村论坛

农村经济发展转型研讨

活动概述

蔬菜香 青山美

首届青山萝卜蔬菜文化节

- 活动时间：青山X（待定）
- 活动地点：推荐室内
- 活动内容：开幕仪式、农产品品牌发布会、授牌仪式、媒体发布会等
- 活动嘉宾：政府领导、新闻媒体、合作单位、KOL名人等



前期准备

- **流程确定：**活动当天的主要流程环节需要提前确认并在活动前一天彩排。
- **供应商选择：**选择活动执行供应商，提前进行活动细节沟通和执行方案的确定，执行公司进行场地排查和活动准备。
- **物资准备：**活动相关的物料、设备、宣传物料、设计、印刷品、各方人员联系等筹备工作。
- **人员筹备：**活动中需要提前安排的工作人员，主持人对接、礼仪接待人员、表演嘉宾等。

开幕式流程

活动时间	项目	内容	备注
08: 00-10: 00	准备	现场各环节工作准备	提前彩排
09: 55-10: 00	活动正式开始	开场表演+倒计时视频	表演+主视觉呈现
10: 00-10: 05	主持人开场	介绍出席的重要嘉宾	本土知名主持人
10: 05-10: 10	宣传视频	开场宣传视频（青山区新风貌视频）	视频播放
10: 10-10: 20	领导致辞	领导为本次活动致辞	重要领导嘉宾
10: 20-10: 25	新品牌、产品上市发布	领导为新品发布剪彩	剪彩嘉宾
10: 25-10: 30	授牌仪式	调研成果发布/基地授牌	中国农科院/青山农科院
10: 30-10: 35	签约仪式	采购单位签约	（拟定环节）
10: 35-10: 55	“最青山萝卜评选” 比拼	亩产/品质比拼	（拟定环节）
10: 55-11: 00	专家讲话	农业专家点评	（拟定环节）
11: 00-11: 20	南北美食大比拼	观看美食视频现场投票	视频播放 现场连线
11: 20-11: 40	振新农村经济发展论坛	专家、媒体、企业	三方座谈
11: 40——	嘉宾合影	媒体自由采访	活动结束

具体流程环节可根据实际情况进行灵活调整

活动亮点

现场农家氛围布置

提升“青山萝卜”品牌认知，打造高质量蔬菜文化节

- 文化长廊展板——现场设置展现青山之美，反映青山变化的历史文化长廊，通过展板加图文的形式，展现青山区的特色、人文、历史、农业、工业发展历史。
- 农产品布置——创意性农产品雕刻展示、讲述八吉府农产品农业基地以往的贡献及现在的发展情况。



活动亮点

“最青山萝卜”评选

强化青山萝卜质量认知，吸引农民参与

质量比拼

最高亩产、最大重量、最佳口感

技能比拼

拔萝卜比赛/萝卜雕花大赛/萝卜削皮大赛



活动亮点

发现青山之美——绿地田园

深化体验，实地感受青山变化

- 上午流程仪式结束后，下午可邀请所有嘉宾和媒体记者参观青山区八吉府乡的自然生态环境、考察当地生态青山、农耕民风、蔬菜田园，实地感受两区融合带来的变化。
- 嘉宾可亲自在田间拔萝卜，体验收获丰收果实的喜悦，品尝纯天然无污染的绿色蔬菜的原汁原味，同时可进行现场采访，让嘉宾向大家分享对青山现在的变化的体验和感受。



活动亮点

多渠道引流 让更多人“亲临现场”

- 央广新闻app、长江日报app现场直播、抖音直播，活动现场最大化传播
- 中国农科院专家讲述、抗疫明星张文宏视频祝福
- 组织农业专家现场座谈会，阐述农业生态环境及后续发展方向
- 农产品品牌现场发布





4

后期推广

- 后期报道
- 后期推广建议



后期延续规划

以“树品牌”为核心、“促转型”为话题 传好故事

1. 后期报道

头部媒体

以品牌打造切入
展现产业融合

省内媒体

跟随中央媒体二次传播

大众媒体

增加消费市场知名度

2. 后期推广建议

全国性媒体考察活动

常态化推广活动建议

绿色专柜、采摘节、论坛等

后期报道核心内容

两大 核心内容

- 一. 强调青山区由“工业生产”转向“生态发展”所取得的成果
- 二. 宣传“青山萝卜”品牌，拓宽青山农产品销售渠道及毛利，增加农民收入

- 通过“青山区八吉府乡首届农产品节”这一活动举办，向外界宣传青山区八吉府的绿色、生态农产品，打开市场知名度，同时让更多的人通过本次活动关注到青山区农村经济发展、关注到青山区为多元发展所做的努力。
- 落实明星农产品的头部媒体报道，传递在党的领导下，生态环境在科学的治理下，在红色精神的传承下，青山区从工业文明迈向了生态文明，实现了青山绿水红钢城的华丽蜕变。生态环境优越的同时，我们经济青山稳步向前，真正意义上呈现了产业融合。
- 农产品推向市场，通过品牌力，宣传农产品品质，拓宽农产品销售渠道、提升农产品价值，让农民收入增加。

后期报道-强调青山区转型之路

中头部媒体报道提升活动的高度
强调青山区“生态化”转型之路成果

經濟日報




長江日報

经济日报
半版专题报道

中央电视台农业频道
专题报道

对内联合青山市宣传部
通过其主管的媒体发布专题报道



后期报道-强调“青山萝卜”品牌

省级+大众媒体资源互通互融 全方位宣传及打造“青山萝卜”品牌

- 借助政府资源、地方媒体、自有媒体，全方位、有节奏、高频次的持续传播；
- 充分借助青山区内的户外媒体\政府、企业网络官媒等，提升活动的影响力；
- 整合传统媒体与新媒体组合传播，互融发布，提升活动的知名度和社会关注度；
- 结合电视、电台+网络直播带货，公众号自媒体+两微一抖官方号的媒体组合作为宣传补充。

后期推广活动建议

组织全国性媒体考察活动 形成二次传播 让“青山萝卜”成为青山青山区的一张“网红”的名片

- 邀请并组织全国交通广播电台的记者到八吉府乡来参观考察，举办拔萝卜比赛等活动
- 通过全国的交通电台将本次活动的后续再次炒热扩散，形成全国联网传播，打造成一社会热点事件，将青山区的农业发展成绩通过电台电波传播到全国各地。





后期推广活动建议

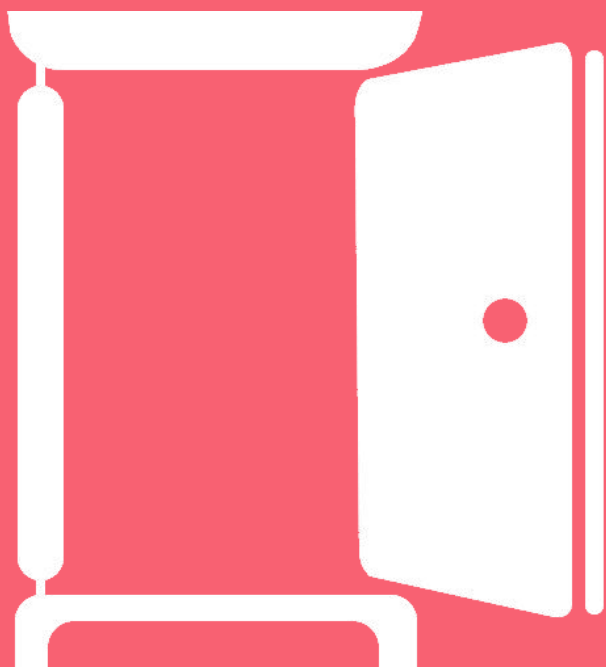
线上线下相结合 宣传常态化

- **长期合作：商超设立青山八吉府绿色蔬菜专柜**
 - 根据“青山萝卜”的市场定位，在全市商超建立代表性宣传摆放柜台，推广品牌美誉度。从保鲜与美观度考量包装，从而提升品牌价值感。
- **定期开展：青山区蔬菜采摘节**
 - 宣扬回归田园，打造绿色健康生活，组织开展蔬菜采摘节、萝卜丰收节等活动，号召社会各界组织团体及市民积极参与，丰富业余生活，让更多的市民走进青山，关注青山，爱上青山。
- **专业论坛：农村经济发展研讨会、蔬菜营养科普课堂**
 - 组织专家团队到蔬菜基地考察、并通过媒体进行宣传发声，提升品牌公信力和美誉度。推动当地农村经济发展，邀请媒体及相关嘉宾开展研讨会，引起社会各界关注。
- **社区活动：农业新品种擂台赛、素食美味烹饪大赛**
 - 以政府和媒体的名义发起各种以蔬菜为主题的社区活动，丰富社区活动；如与《好吃佬》、《经济直播》等老百姓喜爱的栏目合作等；跟社区、学校、福利院等组织建立联系和互动，开展不同主题的活动，以产品带动区域经济发展。



谢谢观看

期待与您携手共创美好未来！



营销任意门
www.yxrym.com

你的营销军火库



营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、
营销案例、行业资讯!

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 | 资源对接
每年超100G资料分享, **每天持续更新.....**

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 短视频 /
整合营销 / 种草营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会
电商运营 / 新品上市 / 节日营销 / 自媒体营销 / 年会 /

快消、汽车、金融、地产、美妆、护肤、文旅、互联网、电商、服饰、
游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门个人微信



网站

便捷搜索

在线查看

随意下载