

“云推介”亮品牌

——“出村记”以新媒体矩阵挖掘大同农产品故事

本报记者 杜一博

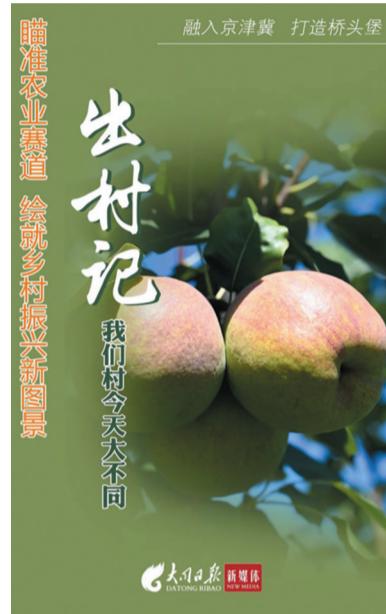


田地到餐桌，消费升级之后，消费者对农产品的期望变得更高，口味、营养、包装、品牌、乡愁……产业化会赋予农产品更多想象空间和市场机会。当下，从田间地头到消费者心头，经营者们的重点任务已经不仅是生产出优质的产品，还要满足消费者对农产品的个性化需求，借助互联网开创新的营销通路，绘就乡村振兴新图景。

金秋农事忙

秋风起，玉米地里叶片飒飒作响，翻起绿浪，葱绿色的玉米田一望无际，在蓝天白云映衬下显得格外美丽，空气中弥漫着玉米的清香，大同的玉米熟了。在落阵营村、周家堡村、下泉村、党留庄村、大北庄村……工人们手脚麻利，一拉一拽，一个个颗粒饱满的玉米便被掰下来放进筐里。胖嘟嘟、金灿灿，排排坐，它们还不知道在43个小时后将出现在千里之外的香港市场。清脆冰凉、汁水四溢，像脆脆的雪花，晶莹剔透，解渴生津。同样肥沃的土壤种出的梨，口感几乎无异，但在能否一口“爆汁”这件事上，云州区峰峪乡东马庄村梨园里的梨是相当“自信”的……《大同的玉米上了香港人的餐桌》《不用榨汁机就能一口“爆汁”的梨，它在这里》。

近日，大同日报新媒体推出专题“出村记”用全新的新媒体传播方式“瞄准农业赛道”，为您讲述“大同绘就乡村振兴新图景”的“三农”故事。专题主创李小龙说，“出村记”以数字传媒赋能乡村振兴，数字时代的



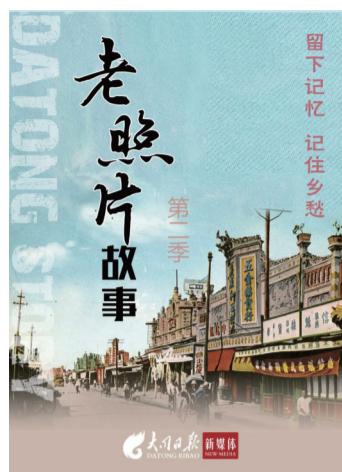
田园，遥隔千里，也近在指尖。“出村记”主讲大同“农事”，以微信公众号、视频号、抖音号、头条号等各类新媒体平台进行传播，让曾经被千山万水所阻隔的视线，借助千千万万个屏幕得以延伸。在这幅数字时代的田园图景上，助力家乡乡村振兴，让更多特色农产品走出村镇。

去乡村“掘宝”

前不久，在农业农村部公布的2023年第二批全国名特优新农产品名录中，我市“大同黄花”“云冈亚麻籽油”“灵丘苦荞茶”3个农产品入选。大同地处温带大陆性季风气候区，受季风影响，四季鲜明，优越的地理位置孕育了品质优良的当地特产。一方水土养一方人，每个地方的自然地理和人文历史是打造地理标志品牌的源头活水和不尽宝藏，需要从中提炼出独特的价值和内涵。这样才能与同类产品形成差异化定位，脱颖而出，具备市场竞争力。



新渠道、新平台、新模式，在拓宽农民增收渠道的同时，利用新媒体在当今社会中的巨大影响力，达到更新的农业表达形式，宣传农村文化振兴的附带价值。让大同的地理标志品牌引领地理标志产业、地方特色产业的发展，并赋能企业，继而谱写出更多精彩而生动的“出村记”，让村里的好东西走出去，走向城市，丰富市民的餐桌，让更多消费者找到专属大同的味道。



【老照片故事】

如今鼓楼东街的县长大院，当年我们的家

县楼北街11号院，是我从小住过的院子。上学、插队、当兵，直到结婚后才离开。我母亲在这个院子一直住到2006年拆迁。这个院子拆迁改造后被冠以“县长大院”，成了人们旅游打卡的地方。翻新过的院子基本完整地保留了几十年前的面貌，在我看来一砖一瓦一廊都透着亲切，都能勾起我儿时的回忆。当然这院子也给人们了解大同古民居保留了一个很好的样本。



【飞鸟翔集】

150期，完美收官！

9月10日，大同日报融媒微信公众号推出《这十年！是爱好，更是一条自我修行的道路》，这是《发现大同·飞鸟翔集》专题第150期，至此，这个坚守了三年的专题栏目完美收官。从2021年9月6日第1期开始，这个专题不仅盘点了飞临大同的鸟，记录下它们在大同的生存状态，为大同鸟建一份“户口簿”，同时也把主创团队成员爱鸟、护鸟的故事呈现给网友与读者。

本周上榜

大同日报·抖音号



- 山西大同首届“平城最美社工”“平城最美社区”大众网评9月19日18时正式开始
- 央视喊你上节目！大同赛区选手选拔开始
- 山西选手出战第二届全国技能大赛全部项目，大同结艺入列
- 动起来！文瀛湖风景区智能健身器材“上新”

大同日报融媒·微信号



- 9月19日至22日，云冈旅游专线临时交通管制
- 等你来打卡！大同10条“宝藏”丰收拍摄线路出炉
- 省级科普教育基地！大同市10家单位入选
- 约12万人次观展！大同这场文物展“火出圈”

大同日报·头条号



- 大同摇滚马拉松大赛举办期间，大同各大景区实行门票优惠
- “万千百十个计划”→提升大同残疾人幸福指数
- 周知！公交3路、12路，临时停运！
- 火出了圈！大同市区有片花海美极了

大同日报融媒·视频号



- 中国石窟文化联合研究生院成立大会暨首届研究生开学典礼在云冈研究院举行
- 总投资约70亿元！大同市又一重大产业化项目签约
- 大同这16个岗区，精细改造！
- 重要提醒！市区范围内供热试水陆续开始，家中要留人哟