



中药产品年货礼盒。

长治，这『箱』有礼了

(上接01版)

今年,长治日报社、长治滨湖文旅服务中心共同举办的“长治有礼”年货礼盒展销活动,共推出长治调味大礼包、中药文创大礼包、长治特产大礼包。其中,调味大礼包里汇聚了本地知名调味品,如潞州府陈醋、平顺花椒、旱地西红柿酱等,为家庭厨房增添了长治味道,无论是烹饪本地菜肴还是日常饮食都相得益彰;中药文创大礼包则是结合长治丰富的中药材资源,推出包含黄芪、连翘、潞党参等养生产品组合,满足人们健康养生需求,可作为馈赠长辈的贴心之选;特产大礼包将长治历史文化元素与土特产相融入,包含具有长治古建等元素的文创产品和上党腊驴肉、沁州黄小米、襄垣挂面等特色产品,满足大家多元需求的同时,还传播着长治特色地域文化。

新春将至,年味渐浓。把土特产装进“大礼包”,丰富的产品满足了消费者多元需求,不仅让市民选购的年货清单里多了新选项,还让“一次选择”变“多重好礼”,这样的假日消费新场景让大家获得了更好的消费体验。



“长治有礼”,让年味更有家乡味。

流通“向新”,多轨入市特产“上云端”

从“肩背手拿”到“人未归货到家”,“长治有礼”建集市。

各大APP里满屏长治年货的红色海报分外醒目,线上平台不停推送年货选购信息,直播间里各种主题的年货琳琅满目……年近了,大家都置办起年货,今年,长治日报社通过“i长治”微信公众号及视频号、山西新闻网长治频道微信公众号视频号、“长治有礼”抖音号,图、文、视频、海报和线上直播等多种方式向大家推介独具长治特色的年货礼盒。

长治特产“全打包”,长治年货“一键购”。

“以前大包小包购买云南这边的特产,回去后父母有的还吃不惯,今年看到朋友在微信朋友圈里转发的‘长治有礼’年货信息后,直接网上选购了咱本地特色,不费脑子也不费劲儿,我和年货都在路上……”。“90后”长治小伙小徐常年在云南打工,老人在家吃惯了“家乡味”,往年小徐好不容易从外地提回去的东西,家人还不一定喜欢,今年返乡过节,小徐所幸“轻装上阵”,在网上选购了“长治有礼”中药文创大礼包做年货,送健康也送祝福,心意满满当当。

物流纵横,年货飞驰,交织着温暖喜庆的问候和挂念。随着时代的变迁,如今已是线上线上双轨运行、年货无限量供应的“年货春运”新局面。

今年春节,“长治有礼”年货礼盒展销

活动为满足大家的选购需求,在线下设立了8个自提点,同时还在线上开启销售渠道,通过“i长治”微信公众号、抖音APP“长治滨湖文旅服务中心”团购渠道进行选购。

“一方面,我们会做好站点自取工作,确保市民能方便快捷地领取购买礼盒;另一方面,也会优化配送服务,保障货物及时、准确送达。”中国邮政长治分公司相关负责人表示,在此次活动中,邮政承担着线上线下的配送和销售角色,线下强服务,线上加速度,把年货和好运一起送到家。

品类全、质量优,既能保证源头正品,又能保证方便快捷,“长治有礼”年货礼盒的上线,让不少市民朋友和农民朋友尝到了“甜头”。



丰富的产品满足消费者多元需求。

卖点“出新”,做好产销双增“新文章”

从产品“上新”到流通“向新”,“长治有礼”背后的卖点是什么?

在刚刚举行的市委十二届七次全会暨市委经济工作会议上,强调要用好经济工作主抓手,进一步夯实高质量发展的根基,要促消费,做优消费产品,创新消费场景。同时对提高农产品品牌价值,做好“土特产”文章,推动文旅深度融合等方面提出明确要求。

“从市场反应看,一些家喻户晓的土特产在这个集中采购年货的特殊时期赢得翻红,一些‘小众’土特产年货一出场就迅速传播。”为本次活动提供线上技术支持的周游季GO平台在做好线上链接支撑,确保线上销售平台的稳定运行,着力优化用户购买流程的同时,也时刻关注着后台相关数据,连日来,关于“长治有礼”年货礼盒的网络平台搜索频次和点击量都在持续上升。

酒香也怕巷子深,好产品更需好营销。

“长治有礼”将富含地域特色的农特产品、包含长治文旅元素的文创产品、蕴含长治中医药文化的中药产品组成年货礼盒,“线上+线下”销售,土特产成“俏年货”,激活假日经济活力,推动乡村产业

振兴。

直播间里,主播一边品鉴“长治味道”,一边讲述“长治故事”,贩卖的不只是商品,更是其背后的文化,以“卖法”出圈,以“文化”引流,撬动的是文旅流量新密码,而“一揽子”打包销售的模式,助力农产品市场品牌联盟联动、共兴共富。

“精心选择类目、做好产品组合、认真打包售卖,这次有幸参与活动全流程,助力土特产占领年货经济‘新C位’,把祝福送到千家万户。”长治名优特产馆是本次指定的线下售卖点之一,谈起本次展销活动,馆里的负责人不禁竖起大拇指,“年货里还新添加了国潮文创,不仅让土特产成了‘抢手货’,还让年货更有特色,更有新意。”

“在土特产礼盒中,小米和小米酥、小米炒指等延伸产品打包在一起销售,这种产品组合售卖的形式,有效地把名优农产品‘链’起来。”山西太行沃土农业产品有限公司相关负责人告诉记者,在特色农业品牌化发展之路上,品牌叠加正在助力农产品叫得更响。

这个春节,在“长治有礼”赶一场大集,把“土味”年货带回家,让年味更有家乡味。