

烹出好年味 惠农又惠民

02

潮流破圈+文旅融合 解锁推广“新玩法”

打破传统展销模式,让农产品走进潮流场景、融入文旅活动,是此次促消费活动的一大亮点。日前,在银川新年超级演唱会现场,“妙选银川”品牌展位惊艳亮相,成为舞台之外的另一道风景线。来自银川本地的乳制品凭借醇厚口感收获粉丝好评,枸杞原浆等养生农产品更是深受“养生达人”青睐,咨询、试吃、购买的人群络绎不绝。

体育赛事现场同样涌动着农产品消费热潮。2月11日,2026中国女篮热身赛(银川站)场馆外,“妙选银川”特色展位暖意融融,酸奶、肉类、果蔬等农产品整齐陈列,展商热情讲解产品优势,市民沉浸式试吃选购,购销两旺的火热场景,驱散了冬日寒意,涌动着浓浓的烟火气与振兴活力。

银川市农业农村局有关负责人介绍,此类创新模式将品牌推广与潮流文化深度绑定,成功触达更广泛的消费群体,实现品牌形象与消费场景的双向破圈。

商文旅农体酒深度融合,更让促消费活动焕发别样生机。2月6日至14日,“宁夏精品中国行(银川站)”暨“策马塞上·农屋有礼”年货大集在宁夏农旅产业园火热举办,威风锣鼓、非遗展演轮番上演,烘托出浓厚的新春氛围;“塞上冬趣,超维夜宴”主题活动将年货大集与冰雪游乐完美结合,市民游客既能用消费券一站式采购葡萄酒、枸杞、冷凉蔬菜等全矩阵“妙选银川”产品,又能体验冰雪乐趣,在“购年货、品农味、享冬趣”中,感受以文兴产、以旅带农的双向赋能。



农产品进机关,方便大家一站式选购。
记者 梁小雨 摄

03

品牌赋能+民生导向 激活振兴“新动能”

2月10日,在永宁县闽宁镇贺兰红酒庄内,2026年银川市“村BA”新春活动火热开赛,篮球赛事的激情以及舞龙舞狮、社火巡游、秦腔表演的民俗韵味,与“妙选银川”农产品展销的烟火气深度交融。

活动现场设置的农产品展销区、非遗体验区、暖冬炖肉品尝专区,吸引大量游客驻足,市民在观看精彩赛事、体验传统民俗的同时,还能便捷地品尝、购买葡萄酒、枸杞、牛羊肉等优质农产品,亲身感受“游山景、品农味、带特产”的全新消费体验,让农产品成为连接民俗与民生的重要纽带。

此次系列促消费活动,是市农业农村局推动“妙选银川”区域公用品牌建设、促进现代都市农业发展的的重要举措。活动创新采用“线上+线下”“引流+体验”“传统集市+潮流现场+文旅园区”的多元模式,不仅用110万元消费券直接拉动近千万元农产品销售,切实帮助农民增收致富,更在一场场展示、一次次体验中,持续提升“妙选银川”品牌在不同消费圈层的知名度、美誉度和市场影响力。

烟火气里藏民生,农产品中促振兴。市农业农村局有关负责人表示,将持续深耕“妙选银川”品牌建设,提升其在各消费圈层的知名度、美誉度和市场影响力,让更多人了解银川优质农产品、爱上银川特色风味,为全面推进乡村振兴注入强劲的消费动力。



马年装饰营造喜庆氛围。记者 海坤 摄

声音

烟火气是农产品的破圈密码

孙瑞亭

锣鼓敲响马年序曲,消费券点燃新春热情。当110万元真金白银化作近千万元销售额,当田埂上的土特产登上演唱会和体育场,银川这场新春农产品促消费活动,早已超越了简单的“卖货”逻辑,它更像是一场关于现代农业、品牌塑造与民生温度的全方位路演,也带给我们一些深层次的思考。

首先,从田间到餐桌,不仅要通,更要快。以往,农产品销售常面临“最后一公里”的梗阻:好产品藏在深闺无人识,市民想吃新鲜货却要层层加价。银川的做法,打破了这种隔阂。“市集搭台+机关联动”的模式,本质上是在重构城乡供应链。它用消费券做“黏合剂”,把农户的摊位直接搬到市民的家门口,甚至搬进机关食堂。这不仅仅是解决了“卖难”和“买贵”的问题,更是在倒逼农业生产端加速标准化、品牌化进程。当市民攥着消费券挑剔地选购时,农户必须拿出最好的品质,否则下次就没了回头客。这种市场化的筛选机制,比任何行政命令都更能推动产业升级。

其次,从传统到出圈,品牌要立,更要鲜活。农产品最怕什么?怕“土”,但银川这次玩出了新花样——让“土味”变成“潮味”。在演唱会现场卖枸杞原浆,在女篮热身赛场馆外推酸奶,这不仅是跨界,更是精准的“圈层营销”。它打破了农产品只能出现在菜市场、超市的刻板印象,将品

牌植入年轻人的生活方式中。当追星女孩喝着本地牛奶,当运动爱好者品尝着特色果蔬,农产品就不再只是果腹的食物,而是一种带有地域文化标签的时尚符号。

“妙选银川”品牌的打造,关键不在于名字起得多好听,而在于它能否融入当下的消费场景。让农产品走出“土特产”的舒适区,拥抱潮流文化,这才是品牌年轻化的正解。

此外,从“输血”到“造血”,消费要热,更要久。110万元消费券撬动近千万元销售额,这不仅是简单的杠杆效应,更是一次成功的促进消费的升级版。

值得注意的是,活动并没有止步于发放消费券这种“一次性输血”,而是通过搭建长期展销平台、建立机关单位采购机制,试图构建一种可持续的“造血”机制。乡村振兴的核心是产业兴旺,而产业兴旺的前提是市场畅通。银川通过这一系列组合拳,让农户看到了市场的真实需求,也让消费者建立了对本地农产品的信任。

烟火气,是城市活力的晴雨表,更是民生福祉的温度计。马年伊始,银川用一场热闹非凡的促消费活动告诉我们:农业也可以很潮,乡村振兴也可以很有“味”。这不仅是年货大集的热闹,更是现代农业发展理念的成果——让农产品回归商品属性,让市场成为资源配置的主角。