

# 甬舟合作共谋金塘新发展

## 舟山市金塘管委会来甬招商,斩获百亿元大项目

舟山与宁波一衣带水,渊源深厚。随着“一带一路”建设的推进,义甬舟大通道日渐完善、舟山宁波港一体化优势逐步夯实,宁波与舟山的区域经济合作也迈入新时代。昨天,舟山金塘管委会在宁波举行全产业招商推介会,与宁波企业家共谋海上门户金塘发展。

凭借良好的港口岸线、区位、交通等优势,金塘现是中国(浙江)自由贸易试验区建设的前沿阵地,是浙江省委省

政府确定的宁波舟山港一体化发展的主要突破口和示范区,也是舟山建设江海联运服务中心的重要区域和节点。根据规划,金塘将建设成为浙江舟山群岛新区国际化、现代化的物流枢纽岛,重点发展以国际集装箱中转、储运和增值服务为主的港口物流业,打造油品等大宗商品中转储运基地,建设综合物流园区。

推介会共有14个项目现场签约。其中6个为具体投资

项目,涉及基础设施、房地产、旅游、跨境出口等方面,项目总投资超百亿元。同时,金塘管委会还与宁波物流协会签署了合作备忘录。

宁波企业信福力旅游投资发展有限公司斥资一亿元在金塘投资金塘生态海滨海度假村项目。该公司负责人阮海波表示,金塘目前的交通区位优势非常突出,它既是甬舟跨海大桥的桥头堡,也是未来甬舟城际铁路的首站,并将开通直

航普陀山的海上旅游航线,在杭州湾第二大通道日臻完善的新时代将是一块宝地。

同时,为加快推进宁波舟山港区联动,宁波舟山港股份有限公司与金塘管委会将在金塘一同打造中澳现代产业园(舟山)项目配套码头项目。该码头按3万吨级(牲畜)规模建设,设计年吞吐能力45万头;项目远期将根据中澳现代产业园澳洲活牛年加工处理量的增长,以及中澳现代产业

园产业发展规模的扩大,再增建1个配套码头,年吞吐能力达到90万头。

“金塘背靠国家战略,区位优势突出,集装箱港航物流产业、港海洋新兴产业、中澳现代产业园、全域旅游综合开发、舟山江海联运金塘物流园区、中国螺杆菌小镇等平台十分欢迎宁波企业前来洽谈投资。”金塘管委会负责人表示。

记者 乐晓立

# 直播营销成农产品销售新渠道

## 宁波多地区县领导轮番上阵为当地农产品“吆喝”



左图：象山县委常委、县政府党组成员干维岳（右二）和网红一起推广象山“红美人”。

右图：奉化区副区长陈锦杰（前排左二）和网红一起推广奉化水蜜桃。

记者 鲁威 摄

## 多地政府领导网络直播推介农产品

扎上围裙,撸起袖子,挥动长柄铁勺烹制雪菜年糕汤……上周六,鄞州区副区长朱晓丽与“网红主播”通过网络直播为宁波本地雪菜农户助威。

副区长上线直播推广农产品引起了不少网友的关注,马上吸引了数十万人次的点赞和评论。网友的评论

丝毫没有受到主播的“领导”身份影响到,有网友打趣道:“没想到副区长也可以这么时尚。”也有网友表示,看了直播,被宁波的雪菜圈粉。当然,不少网友也不忘边看边去电商平台下单。

今年,我市参加“网络现场直播”的区县领导并不少。7月中旬,奉化区副区长

陈锦杰和“网红主播”一起到奉化区林家村的桃园里,为当地桃农呐喊助威。

11月下旬,象山县委常委、县政府党组成员干维岳也和网红一起到晓塘乡和石浦镇,现场直播为象山农特品牌“红美人”和象山梭子蟹“吆喝”。

## “直播”正成农产品电商销售新渠道

奉化水蜜桃的直播吸引了50多万名网友参与,负责该次活动销售的店铺获得了1.09万次点击量。

象山“红美人”柑橘直播当天,2500公斤“红美人”在短短3小时就被网友抢购一空。

鄞州雪菜直播也获得50余万人次网友点赞,一小时就售出两万多包雪菜。

而今年,慈溪杨梅也借助网红直播的形式吸引客流,带来了一波庞大的关注度。据后台统计,当天各平台慈溪杨梅销量达500余件,总计900余公斤。

网络直播为宁波的农产品销售带来不少红利。“对大多数消费者来说,比起其他产

品复杂的生产加工环节,他们对农产品的源头环节更感兴趣。诸如雪菜是怎样制作的,水蜜桃、‘红美人’柑橘是怎样种植采摘的,当这些环节通过原产地户外直播的形式向消费者展示出来后,就其真实性直观性而言,无疑比单纯的文字图片介绍更具优势。”今年直播农产品承办方淘宝特色中国·宁波馆负责人汪勇这样说。

他认为,原产地直播让农产品电商赢得了发展先机。直播活动过后,产品的转化率很高,不少消费者能客观地看到水果或者农副产品的采摘、制作过程,更容易接受,这对电商店铺的产品转化率来说是

一个不错的增值渠道。

网络搭台,领导代言农产品的形式引起了不少宁波农户和农企的关注。“如今消费者都青睐新鲜、自然的特色农产品,但或许是途径有限,消费者难以接触到真正的‘土货’,农产品的增值点一直比较难体现出来,而网络直播能更好地给农产品电商赋能。”参与活动的某网商负责人说。

不过,该负责人也表示,农民对本地农产品很熟悉,但是语言表达能力不一定行,因此需要能说会道、会策划活动的“草根网红”。这就需要政府部门以及相关企业加强对基层农户在网络销售等方面的培训。

## 仅热闹还不够,更要保证产品质量

“地方领导干部如县长愿意站出来为当地特色农产品代言,确实是个好事情。说明这些领导在关心农民手里的农产品销售情况。此外,他们用时下流行的网络手段推介当地农特产品,从传播形式和手段上是值得推广的。”宁波市市场营销协会朱美燕表示。

“当然,地方领导干部代言当地农特产品,一定要重视自己所代言的产品质量。”朱美燕认为,优质农产品销售要和标准化种植管理以及良好的供应链紧密相连。如何真正做到满足消费者对当地产品的期待值,这显然也是各地政府部门和电商需要深入思考的问题。

“我们也关注到了这一点,直播为宁波的特色农产品带来了流量和红利,因此在农产品品质把关上要有相应的标准,做到符合消费者的预期值。”汪勇说,“网红”直播的发展势头十分迅猛,背后拥有一个庞大的消费客户群。对于各地优质的农特产品可以说是新的发展机会。“目前我们已经联合供销社等部门挑选宁波本地的数十个农产品品牌,计划明年继续用网红直播的形式推广。从长期发展来看,我们还要针对部分农特产品进行历史人文等方面的深入挖掘和推广,打造更多的农产品‘网红’。”

记者 鲁威



“美女+直播”,这样的关键词本身就能够让人产生无限的遐想。近年来,农产品直播如火如荼,从草根达人到网红们,都给售农产品的电商销了一把火。

今年,奉化、鄞州、象山等地的区县领导也纷纷“加入”直播,和网红一起为本地的农特产品代言“吆喝”,引来大量网友围观和点赞支持。

对于网红直播卖农产品,投入产出究竟如何呢?这股“直播经济”究竟能火多久?

