“2020青岛农业农村百日消费季”活动安排表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **活动主题** | **开展时间** | **活动内容** | **预期目标** |
| 1 | 大力发展休闲农业和乡村旅游 | 举办三大节庆活动 | 4-6月份 | 7个涉农区市，举办樱桃节、蓝莓节、茶叶节等农业节会，带动60个采摘园、20个田园综合体、100个美丽乡村参与。 | 增强市民消费信心，促进休闲农业消费。预计接待游客50万人以上。 |
| 2 | 发布休闲农业精品线路 | 4月份 | 发布5条精品旅游线路：崂山城阳即墨滨海休闲农业乡村旅游带；西海岸休闲农业旅游带；胶州洋河慢生活休闲农业旅游带；莱西大沽河休闲农业旅游带；平度田园旅游带。 | 增强市民消费信心，促进休闲农业消费。预计接待游客100万人以上。 |
| 3 | 培育休闲农业和乡村旅游重点镇村 | 4月份 | 培育20个休闲农业和乡村旅游重点镇村，发展“农业+”旅游、文化、创意、康养、教育、民宿等新业态。第一批10个中国美丽休闲村（镇）：崂山区晓望社区、东麦窑社区；城阳区棉花社区、青峰社区、山色峪社区；即墨市西姜戈庄村；西海岸新区大泥沟头村、王家台后村；胶州市纪家庄村、玉皇庙村。 | 扩大农村消费市场，增加农民就近就地创业机会，满足城乡居民美好生活需要。 |
| 4 | 开展农产品线上促销活动 | 组织“直播销货” | 4月20日左右 | 以“网红直播”为牵引，开展“无接触配送服务”，培育“生鲜电商+冷链宅配”，推进原产地线上销售模式建立。 | 预计观看直播500万人次。 |
| 5 | 组织“短视频带货” | 4月-6月 | 以短视频传播为手段，拉近年轻群体与农产品距离，实现农产品消费时尚化、年轻化。 | 构建网红经济+视频带货模式，实现农产品消费时尚化、年轻化，预计浏览量600万。 |
| 6 | 组织“社群营销”农产品进社区 | 4月-6月 | 通过益农信息社、电商平台和微信群等线上渠道，以“线上+线下”立体化营销模式为主，建立青岛农产品“便利+生鲜+线上超市+即时达”的新零售模式。 | 构建“社群带货”模式，实现线上+线下模式打通，产地直供。 |
| 7 | 组织农产品产销对接活动 | 大力发展集团消费 | 4月-6月 | 联合市教育局、市市场监管局开展地产农产品出村进校园活动。 | 以学校食堂采购为突破口，突出大宗采购、集团消费的长期性、稳定性，大力发展订单农业、产销一体等农产品产销模式。 |
| 8 | 促进“产销联手、合作共赢” | 4月-6月 | 依托社会资源和专业机构建立产销对接机制，组织农产品团体采购活动，推动重点农产品生产基地与盒马鲜生、日日顺、京东、天猫等大型销售平台签约，实现基地直供。 | 借助产销两端各自优势，促进“生鲜电商+冷链宅配”“中央厨房+食材冷链配送”等新业态发展，开展 “无接触配送”和“不见面消费”。 |
| 9 | 组织农产品展销对接会 | 4月-6月 | 组织农业龙头企业、合作社、家庭农场等在市民集聚区域、市民广场及大型商超组织2次农产品展销对接会，实现送“集”进城、送农产品上门，丰富市民的菜蓝子，增加农民收入。 | 计划组织2次农产品展销对接会，每次2天，参加展销主体30家以上。 |