

活动服务合同

甲方： 高州市农业农村局

代表人： 邬飞儒

地 址： 广东省茂名市高州市潘州街道教育路 47 号

联系方式： 0668-6663946

乙 方： 佛山顺德融媒有限公司

法定代表人（负责人）： 张昌华

地 址： 佛山市顺德区大良街道沿江北路 118 号之一（住所申报）

联系方式： 18988665413

甲、乙双方经过平等友好协商，依照《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规，现就双方 储良龙眼出高州 高州龙眼甲天下一—2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动 合作事宜达成如下协议，以资共同遵守。

第一条 活动概况

（一）活动项目： 储良龙眼出高州 高州龙眼甲天下一—2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动 ；

（二）具体内容：

- 1、推介会会场布置；
- 2、展销展示区搭建；
- 3、推介活动专业执行策划与执行（含项目所有落地执行以及项目宣传内容制作）
- 4、差旅会务接待；

5、全媒体宣传推广、电商直播宣传策划；

6、配套系列策划（以实施方案为准：全城地标巡展计划、答谢援建送龙眼行动、工会商超对接等）；

7、活动场地保障；

（三）活动时间：项目主要推广时间为 2026 年 7 月 25 日，项目最终结束时间为 2026 年 8 月 25 日。；

（四）活动地点：广东省佛山市；

（五）活动方案：执行方案及相关计划详见本合同“附件一 储良龙眼出高州 高州龙眼甲天下——2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动工作方案”，由乙方根据甲方要求策划、设计并经甲方确认后执行；

（六）项目筹备、执行自合同签订日至 8 月 25 日；乙方完成执行完毕后，甲方应当及时组织双方共同验收。验收标准：行业标准或其他标准。验收不合格的处理方式：根据《中华人民共和国民法典》等法律以及项目实际情况确定，甲方有权不支付合同价款给乙方。在验收时甲方对相关质量及数量有异议应及时提出，乙方应在 3 日内立即整改；若甲方逾期无异议则视为验收合格。

第二条 合同总额及付款方式

（一）合同总额为 ¥ 699,000.00 元（大写：人民币 陆拾玖万玖仟元整）。该合同总额含人工费、道具费、场地费、安全措施、安全责任赔偿费用、交通费、税金等一切乙方为了履行本合同项下委托事项所产生的费用以及实施《储良龙眼出高州 高州龙眼甲天下——2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动工作方案》的全部费用在内。除经过甲方书面确认的可增加的费用外，本合同总额不因任何事由增加，包括但不限于不可抗力、价格上涨

等因素。活动执行过程中，如确有需要额外增加列支，乙方需向甲方出具书面说明，经甲方书面确认后方可列入最终费用结算。

(二) 一次性付款——活动结束后甲乙双方按照合同约定作为验收标准，项目验收合格，甲方收到合同总额增值税发票后 30 日内，甲方必向高州市财政局申请支付乙方合同总额的 100%，即 ¥ 699,000.00 元（大写：人民币 陆拾玖万玖仟元整）。本合同资金实行财政报账制结算，最终拨付时间以财政部门实际支付时间为准。若因财政审批等原因导致款项未能及时支付到账，由此产生的任何损失，甲方不承担任何责任，但甲方有义务跟进和催办支付流程。

(三) 双方结算账户及发票信息如下表。乙方须按甲方要求及时开具足额正规的 ☐ 增值税专用发票 ☒ 增值税普通发票。本合同有效期内，如一方需要改变以下结算账户及发票信息，应提前十五天以加盖合同专用章或公司章的书面文件通知对方并征得对方书面同意。如一方未按本合同规定通知而遭受损失的自行承担，若使另外一方遭受损失的，应赔偿相应损失。

甲方名称	高州市农业农村局	乙方名称	佛山顺德融煤有限公司
纳税人识别号	11440981007132380W	纳税人识别号	91440606MAK6XMR783
开户银行名称	农商银行高州总行营业部	开户银行名称	兴业银行股份有限公司 佛山顺德大良支行
银行账号	80020000000948273	银行账号	393020100100116234

地址	广东省茂名市高州市潘州街道教育路 47 号	地址	佛山市顺德区大良街道沿江北路 118 号之一(住所申报)
电话	0668-6684483	电话	18988665413

第三条 双方权利及义务

(一) 甲方权利义务

- 1、甲方保证拥有签订并履行本合同的必要资格资质。
- 2、甲方根据本次活动实施的实际需要确定委托乙方提供活动承办服务的项目、范围、内容及标准，并于活动方案中加以明确。并有权对活动方案提出建议以及监督，乙方应当接受。
- 3、甲方应当按照合同约定付款。如甲方要求增减项目的，应与书面通知乙方。双方确认的增减项目，乙方应积极配合执行，相关费用由甲方承担。
- 4、甲方应保证其所提供的资料信息内容的真实性、合法性、不侵害第三方合法权益。否则由此产生的责任由甲方承担，乙方因此遭受损失的，有权向甲方追偿。

(二) 乙方权利义务

- 1、乙方保证具备“乡村振兴咨询服务”的资质，符合采购公告对中介服务机构的资质要求。
- 2、乙方保证按约定以及甲方提出的要求的时间、规格、要求、质量（甲方至迟应于【2026】年【7】月【24】日提出要求，否则由此产生的额外费用由甲方承担）完成全部准备工作，包括场地搭建、场地布置、所有物料道具准备、演职人员到岗等；执行活动方案，向甲方提供活动承办服务以及提供项目推广的主要内容；活动结束后，按照甲方及场地方要求处理善后事宜（包括但不限于拆除设备、清除垃圾等）。并负责在活动

过程当中安全维护、安全措施和安全责任、安全费用，并且承担的安全事故的费用。

3、乙方负责各类活动包装、宣传品的设计、制作及发布以及相关费用，前述设计内容均需经甲方确认后，方可进行制作和发布。

4、乙方应保证其提供的服务以及提供的项目内容合法合规，不侵害第三方合法权益并保证不侵害第三者的知识产权。否则，由乙方承担全部的赔偿责任，如果引起造成甲方的经济损失，由乙方负责赔偿。

第四条 违约责任

（一）当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。对方有权不支付合同价款。

（二）甲方未能按期付款的，每逾期一天应当向乙方支付合同总价万分之三的违约金。违约金不足以弥补乙方损失的，以及诉讼费、律师费、执行费、差旅费、保全费用、鉴定评估费用、调查费用等维权费用的，乙方有权要求甲方继续赔偿。

（三）当乙方违约时应当根据违约情况向对方支付一定数额的违约金，违约金不足以弥补乙方损失的，以及诉讼费、律师费、执行费、差旅费、保全费用、鉴定评估费用、调查费用等维权费用的，甲方有权要求乙方继续赔偿。

第五条 知识产权与商业秘密

（一）乙方为履行本合同所形成并经甲方采用的活动方案、图片、文字作品等所有资料信息的知识产权在甲方支付合同全部款项后均归属甲方所有。

（二）一方在签订和履行本合同中知悉的另一方的全部信息（包括技术信息和经营信息等）均为另一方的商业秘密。除本合同规定之工作所需

外，未经对方事先书面同意，一方不得使用、披露另一方的商业秘密，不得擅自使用、复制对方的商标、标志、商业信息、技术及其他资料，否则应承担相应的侵权责任。

（三）本合同有效期内及终止后，本条款仍具有法律效力。

第六条 不可抗力及免责

（一）“不可抗力”是指本合同双方订立合同时不能避免且不能克服、不可预见或即使预见亦无法避免的客观情况，该情况妨碍、影响或延误任何一方根据本合同履行其全部或部分义务。不可抗力包括：自然原因的不可抗力，例如：地震、火灾、洪水、严重的传染性疾病等；国家机关原因的不可抗力：例如：法律、政策、行政指令、政府行为和国家政策发生根本性改变；其他不可抗力：战争、武装冲突、动乱、重大疫情等其他突发事件等。

（二）任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件结束后五日内向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失。在取得有关机构的不可抗力证明或双方谅解确认后，双方可根据不可抗力事件对履行合同影响的程度协商决定延期履行、变更合同或解除合同，并免于承担违约责任。

（三）遭受不可抗力的一方未履行上述义务或不可抗力发生在一方违约前或违约后的，不能免除其违约责任。

第七条 法律适用及争议解决

（一）本合同受中华人民共和国法律解释和管辖，并不考虑法律冲突。

（二）双方约定，有关本合同的任何争议应由双方秉承善意友好协商解决。若双方协商不成，一方可将争议提交乙方所在地有管辖权的人民法院诉讼解决。

第八条 通知与送达

与本合同有关的通知、文件等均须采用书面形式发出，并由中国邮政特快专递（EMS）或专人送至双方的联系地址。EMS 寄出第三日（无论对方签收与否）与对方签收日中较早的日期视为已送达日期。一方的地址如发生变更，应于变更后七天内通知对方，未通知或延迟通知的，由其承担法律后果。

甲方联系地址：广东省茂名市高州市潘州街道教育路 47 号

联系人：邬飞儒 电话：13927583929

乙方联系地址：佛山市顺德区大良街道沿江北路 118 号之一

联系人：张昌华 电话：18988665413

第九条 其他

（一）本合同经双方法定代表人或授权代理人签字并盖章之日起生效。

（二）本合同一式肆份，甲方执贰份，乙方执贰份，具有相同效力。

（三）在执行本合同的过程中，所有经双方签署确认的文件（包括会议纪要、补充协议、往来信函）即成为本合同的有效组成部分。本合同未尽事宜或任何一方就本合同的任何条款要求修改，须由双方签订书面补充协议。补充协议是本合同的组成部分，与本合同具有同等法律效力，不一致之处以补充协议为准。

（四）采购合同中如有未尽事宜，双方协商一致后可以签订补充合同，但补充合同不得与《中华人民共和国民法典》和广东省网上中介服务超市相关管理制度相抵触。对于合同履行中出现的纠纷，双方应协商解决；协商不成的，通过诉讼的方式解决（按本合同第七条约定）。

（五）本合同有附件一份，是本合同的完整组成部分，与本合同具有同等法律效力。附件有：

1、附件：储良龙眼出高州 高州龙眼甲天下——2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动（拟） 以最终实施内容为准。

【以下无正文】

甲方（盖章）：高州市农业农村局

司

法人（授权）代表签字：



郭晓峰

乙方（盖章）：佛山顺德融媒有限公司



法人（授权）代表签字：

张昌华

日期：2026 年 7 月 22 日

日期：2026 年 7 月 22 日

附件：

储良龙眼出高州·高州龙眼甲天下 2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动 工作方案（拟）

一、策划背景

深入贯彻落实做好“土特产”文章工作要求，扎实推进“百县千镇万村高质量发展工程”，持续深化茂佛两市对口协作、农产品产销对接与文旅资源互通。高州储良龙眼作为国家地理标志优质农产品，被誉为“中国龙眼之王”，品质上乘，药食同源，兼具鲜果食用与食疗滋补双重价值。

佛山是广府文化、粤菜、咏春醒狮功夫核心发源地，岭南药膳、四季食补消费氛围浓厚；当前佛山西甲足球联赛火热开展，高州同步承办省运会相关赛事，两大体育流量 IP 为茂佛农文体融合发展提供绝佳契机。本次活动重新规划整体执行时序，提前线上预热宣传，7 月 25 日在佛山创意产业园举办线下品牌推介会暨龙眼展销启动仪式；之后持续落地风物巡城、西甲赛事联动、一线劳动者公益慰问、政企渠道对接、直播带货、高州省运采摘研学线路运营等系列长线活动，依托高州龙眼产业优势、桂圆药食同源养生价值、佛山本土文化与体育市场，打造一场农、文、体、旅融合推介活动，搭建茂佛两地常态化产销协作、农文旅长效发展平台。

二、工作目标

（一）深化品牌价值传播

围绕高州储良龙眼核心品质，深挖桂圆药食同源、四季食补、运动补气养生价值，结合佛山醒狮、咏春功夫、粤菜饮食文化，塑造高州龙眼“日常鲜果+滋补药食+运动补给”三重产品定位，通过专家科普、实景体验、全媒体全域传播，树立高州龙眼优质养生鲜果品牌形象。

（二）拓宽佛山全域产销渠道

推介会主会场集中对接政企工会、行业协会、商超零售、餐饮药膳门店、文旅旅行社，搭建现场产销洽谈平台，促成批量采购订单与长期稳定供货合作，提升高州龙眼佛山市场占有率。

（三）构建全域立体传播声势

整合央媒、省媒、市级主流媒体、体育、美食、养生、亲子垂类达人资源，分预热、主活动、长尾持续传播三阶段输出内容，覆盖全城、全网、全圈层人群，持续放大高州龙眼品牌声量。

（四）推动茂佛农文体双向联动

依托高州龙眼产业资源与省运会赛事资源，打造佛山市民专属高州龙眼采摘+省运观赛研学线路，融合田园采摘、桂圆药膳科普、省运赛事观览，吸纳佛山亲子家庭、企业团建客源；联动佛山西甲、功夫非遗 IP 双向引流，实现农产品外销、文旅客源互导双向赋能。

（五）树立民生公益品牌形象

面向城市一线劳动者开展龙眼公益派送活动，打造暖心民生话题，提升高州龙眼助农惠民的大众好感度与社会美誉度。

三、活动主题

储良龙眼出高州 高州龙眼甲天下—2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动

四、组织架构

指导单位：广东省农业农村厅、茂名市农业农村局

主办单位：高州市人民政府

承办单位：高州市农业农村局、佛山传媒文旅集团

支持单位：佛山市-茂名市对口帮扶协作指挥部，广东佛茂合作园投资开发有限公司

执行单位：佛山文化旅游发展有限公司、佛山顺德融媒有限公司

五、活动时间及场地

（一）整体时间排布

1. 预热周期：2026 年 7 月 24 日及之前
2. 线下品牌推介暨展销市集正式活动：2026 年 7 月 25 日
3. 长线持续运营周期：2026 年 7 月 26 日—8 月 25 日

（二）活动场地

佛山创意产业园（佛山市禅城区）

（三）场地功能分区

1. 品牌推介主会场
2. 高州农产品展示区、打卡点
3. 药食同源养生融合展示区、科普区
4. 集采洽谈区、全媒体直播区

六、参会人员

（一）广东省农业农村厅相关领导；

（二）茂名市农业农村局领导；

（三）高州市领导：王土瑞、王树斌、吴伟华、郭靖、汪广、赖建才、熊辉武同志；

（四）高州市有关单位：市委统战部、市财政局、市农业农村局、市市场监管局分管负责同志，市融媒体中心、广东果乡集团有限公司主要负责同志；

（五）龙眼主产镇(街道)：沙田镇政府、荷塘镇政府、分界镇政府主要负责同志，金山街道办、宝光街道办、镇江镇政府、长坡镇政府分管负责同志；

（六）高州市龙眼种植大户、合作社、龙头企业、产业协会代表；

（七）广州市高州商会、深圳市高州商会、珠海市高州商会、佛山市高州商会、中山市高州商会、东莞市高州商会负责人；

佛山当地农贸商会、水果批发商、商超、生鲜连锁、社区团购、电商平台、水果连锁企业采购负责人；

(八) 物流、冷链、金融、电商服务机构代表;

(九) 各级媒体记者和网红达人等。

七、核心策划内容

(一) 全城前置预热

1. 全媒体分层预热投放

媒体提前发布活动预告通稿, 围绕龙眼药食养生、西甲联动、高州省运等主题开展预热报道; 高州、佛山全媒体平台同步推送活动福利、市集体验、研学预约信息。美食、养生、亲子、足球体育、非遗功夫类达人启动短视频种草, 持续更新预热内容。投放高州龙眼主题宣传海报在商圈大屏等。

2. 西甲赛事前置联动铺垫

对接“佛山西甲”赛事组委会, 在三水云秀山体育场布置高州龙眼主题打卡装置, 在7月25日主推介活动预告一吨龙眼派送计划, 提前锁定“佛山西甲”赛事流量。

3. 政企采购资源前置邀约

正式发函邀约佛山各级机关单位工会、国企工会、连锁商超、粤菜餐饮协会、养生馆、文旅旅行社采购负责人, 邀请其7月25日到场参与推介、对接采购合作。同步对接铁路、物流单位, 敲定龙眼冷链运输配套合作方案。

4. 线上互动话题蓄水运营

同步上线#功夫补气吃高州龙眼#到高州睇省运摘龙眼#西甲赛场清甜补给(待定)线上互动话题, 在7月25日启动面向全网征集龙眼养生食谱、功夫打卡短视频、观赛采摘

创意图文，选取优秀作品投稿参与者可领取龙眼礼盒福利。

(二) 7月25日 佛山创意产业园主会场全天核心活动

1. 品牌推介主会场完整流程

【16:00-19:00】高州特色农产品市集展销

【暖场 19:00-19:30】嘉宾签到入场，大屏幕循环播放高州城市宣传片、茂佛对口协作成果片、高州省运会专题短片（由高州提供）等暖场视频。

【推介活动】

(1) 19:30-19:33 开场节目《龙聚岭南，龙眼献瑞》

表演单位：佛山精武会

概述：相传古有东海祥龙巡游岭南高州地界，龙瞳坠土生根化为珍果，果圆核黑形似龙目，故名“龙眼”，是兼具祥瑞寓意与药食养生价值的岭南名果。本节目融合佛山传统文化舞龙以及非遗醒狮，开场画外音引入：“相传祥龙巡岭南，龙目落地生佳果，千年龙眼出高州、誉满湾区；今天祥龙瑞果跨越山海来到佛山，与本土醒狮非遗共生共舞，献瑞双城、共启盛事。”画外音结束后祥龙登台巡游，铺垫岭南佳果文化意境；高潮环节多头醒狮登场，吐纳献出“龙眼”，寓意高州龙眼联动佛山、双城共赢，为本次品牌推介会隆重启幕。

(2) 19:33-19:38 主持人开场串词

活动主持：佛山传媒文旅集团 朱文杰（国语主持人、

电视新闻主播，曾主持金鸡百花电影节、功夫电影周等大型项目）

概述：主持人开场，介绍活动背景意义、介绍出席活动领导嘉宾，引出下一环节。

（3）19:39-19:45 主办方领导致辞

概述：高州市领导致辞。

（4）19:45-19:47 创意短片《高州龙眼，岭南元气》

概述：采用 AICG+实景拍摄方式制作，高州龙眼结合佛山美食、功夫等元素，体现其药食同源，补气养血。

（5）19:47-19:55 药膳养生《龙眼药食同源》分享

概述：邀请医学专家围绕龙眼“益智”古籍记载与药食同源价值展开科普，结合鲜果、桂圆干货实物，针对运动人群、上班族、学生等不同群体，讲解龙眼日常食补搭配与简易养生用法，深挖高州龙眼康养文化内涵。

（6）19:55-20:05 主题分享：粤菜行业大师（龙眼药膳）

分享嘉宾：佛山市顺德区厨师协会会长、顺德青牛餐饮文化管理有限公司出品总监 王福坚

概述：佛山粤菜行业大师现场分享龙眼与广府名菜融合创新思路，现场推介龙眼鸡汤、龙眼咕噜肉、龙眼虾仁炒百合等菜式，讲解龙眼美食的制作方法，结合了高州龙眼与佛山美食两大 IP。

(7) 20:05-20:08 节目：《武动岭南 桂圆补气》

表演团队：佛山精武会

概述：结合佛山非遗咏春拳与龙眼补气养生理念进行，演员展示咏春招式，搭配龙眼食补场景表演，传递龙眼可缓解运动劳损、补充体能的实用价值，衔接药膳科普内容。

(8) 20:08-20:10 短片《茂佛双城 文旅联动》

概述：视频推介依托高州龙眼产业资源与省运会赛事资源，打造佛山市民专属高州龙眼采摘+省运观赛研学线路，融合田园采摘、桂圆药膳科普、省运赛事观览，吸纳佛山亲子家庭、企业团建客源。

(9) 20:10-20:15 茂佛双城文旅合作签约

概述：两城文旅代表企业代表上台，签订战略合作。

拟签约双方：茂名市国旅国际旅行社有限公司、广东佛趣游文化发展有限公司（佛山传媒文旅集团全资子公司）

(10) 20:15-20:20 “高州龙眼佛山推荐达人” 牌匾颁发

概述：邀请佛山商协会代表、优质合作企业、本地网红大V及主理人代表出席，成为高州龙眼推荐官。依托各代表自身行业资源、平台影响力与社会号召力，发挥圈层传播、渠道推广、口碑种草优势，全方位、多渠道对外宣传高州龙眼品牌形象与产品优势。通过政企民、线上线下联动推广，拓宽高州龙眼佛山市场销路，深化佛茂对口协作成果，以品

牌赋能产业振兴，助力“百千万工程”落地见效。

(11) 20:20-20:25 《储良龙眼出高州·高州龙眼甲天下——2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动》启动仪式

概述：邀请领导嘉宾上台，以“浇灌”方式启动，高州龙眼树徐徐升起，大屏幕显示“储良龙眼出高州·高州龙眼甲天下——2026 高州龙眼佛山专场品牌推介活动”正式启动。

(12) 20:25-20:30 结束串词

概述：主持人结束串词，嘉宾移步参观高州特色农产品市集。

(13) 20:30-21:30 乐队演出 活跃气氛

2. 药食同源养生融合展销区四大特色展位

(1) 岭南龙眼功夫养生融合美食展位

联动“佛山掌门人”佛山本土广府糖水师傅、新式养生茶饮主理人，以储良龙眼、桂圆肉为核心食材，现场制作桂圆莲茶饮、茶点，适配习武、运动人群的龙眼补气特调饮品，产品提供市民试吃。

(2) 高州龙眼全产业链展示

集中陈列带枝鲜果、分级精品礼盒龙眼、桂圆肉、桂圆膏、龙眼养生茶包等全系列产品；通过图文展板、实物陈列，科普龙眼国家地理标志认证、龙眼品种、桂圆药食价值、食补应用。

(3) 药食同源科普互动展位

现场科普桂圆食疗功效、夏季养生搭配；设置龙眼养生

趣味互动，参与答题市民可免费领取龙眼试食装。

（4）集采洽谈展位

设置龙眼联络点，为佛山机关、国企工会、商超连锁、餐饮协会、养生馆、文旅机构采购负责人解答疑问，配备专属对接工作人员，提供活动专属团购、企业礼盒定制、统一冷链配送、售后保障一站式服务，专人跟进批量采购意向与长期供货合作对接。

3. 高州特色农产品打卡区

设置高州特色农产品打卡区，以“龙船”承载着高州的龙眼鲜果、桂圆肉、荔枝干、龙眼干、茶籽油以及各式的农产品、地方特产，喻意高州特产走入佛山；市民打卡互动后，可免费领取储良龙眼鲜果试吃装；市民拍摄打卡视频、图文带活动话题发布社交平台，对优秀作品送赠龙眼礼盒装。

4. 全媒体直播带货专区

搭建活动专属直播间，采用高州产地种植从业者+佛山本地美食/运动达人主播直播模式，围绕鲜果零售、桂圆养生产品、省运采摘研学线路、工会集采专场开展全天常态化直播。结合现场展销实景、养生美食制作、专家科普、功夫展演实时取景，线上全域引流销售，拓宽云端销售渠道。

（三）7月26日—8月25日 长线持续运营落地内容

1. 养生风物巡城计划

组建由高州本地种植户、高州文旅达人、佛山本地探店达人、亲子体验官构成的风物巡展团，走进佛山五区核心城

市地标开展线下种草推广。

在地标打卡点位使用地道高州粤语科普桂圆药食功效、夏季食疗吃法，同步录制方言科普短视频；发起城市互动话题，邀请市民跟读高州方言养生推介语录，利用双城方言差异制造趣味传播素材。

各巡展点位设置鲜果免费试吃、养生科普手册派发点位，向市民普及桂圆四季养生知识，同步宣传高州龙眼省运采摘研学线路，持续锁定暑期亲子、企业团建客源。

线上持续更新地标打卡、龙眼产品科普、养生创意吃法短视频，持续征集龙眼养生创意作品，优秀内容持续在线上平台展播并发放龙眼礼盒福利。

2. 佛山西甲足球场龙眼专项派送活动

调配1吨高州储良龙眼运抵三水云秀西甲赛场，分两大板块落地派送：

一是球员专属补给，赛事中场休息时段，为参赛球队送上储良龙眼鲜果，为球员快速补充运动体力；

二是观赛市民福利，赛场外围派发龙眼免费试吃装，到场观赛群众均可领取。

同步拍摄球员品尝龙眼现场短视频、图文素材，打造#西甲球员的夏日补气鲜果 全网传播话题，联动体育媒体持续宣传。

3. 全城一线劳动者龙眼公益慰问行动

结合新闻策划，走进佛山各区域，面向高温作业的一线

劳动者，环卫工人、交通辅警、执勤交警、基层医护人员、建筑工人、社区志愿者、公交司机、基层消防队员等派送龙眼礼盒，开展“夏日送清凉·龙眼暖人心”公益慰问。

全程拍摄慰问纪实图文、短视频，联动本地官媒发布正能量新闻，持续提升高州龙眼助农惠民品牌形象。

4. 到高州、看省运、龙眼采摘研学线路常态化运营

持续对外推广佛山市民专属两日研学线路：首日佛山统一出发，前往高州储良龙眼基地体验田园采摘，参与桂圆药膳科普宴席，现场观摩高州省运会羽毛球、乒乓球赛事；次日参观高州农产产业展厅后返程（具体线路待定）。

线路面向佛山企业团建、亲子家庭、工会职工团长期开放预约，在佛山创意产业园、各大商超、社区服务中心张贴研学线路宣传海报，线上直播间同步推广研学线路。

5. 长效渠道深耕运营

（1）常态化工会集采：依托佛山工会惠民采购体系，将高州龙眼鲜果、桂圆养生系列产品纳入夏季职工福利采购清单，建立全年常态化供销通道。

（2）线下门店专柜铺设：推动佛山连锁商超、广府药膳餐饮门店设立高州龙眼专属展销专柜，搭建稳定线下长期销售阵地。

（3）常态化直播带货：联动“佛山掌门人”（佛山主理人官方品牌）每周开启线上直播间，持续上架龙眼鲜果、桂圆深加工产品、省运研学线路套餐，常态化承接线上零售、

企业团购订单。

（4）冷链物流长效配套：依托前期对接铁路物流单位开通龙眼专属冷链运输绿色通道，保障佛山市场全年鲜果稳定供货。

6. 内容长效传播运营

持续剪辑方言养生科普、功夫龙眼药膳食谱、西甲赛场活动花絮、省运研学实拍、公益慰问纪实短视频，在短视频平台、本地生活号常态化分发，沉淀高州龙眼养生、运动补给的品牌口碑；面向全市机关单位、工会、各行业协会定向推送活动成果、长期集采优惠政策、研学惠民福利，持续转化采购订单与文旅客源。

八、全媒体宣传推广体系

搭建央媒+省媒+市级主流媒体+垂直达人全层级传播矩阵，按照预热、活动引爆、长尾持续三个阶段全域布局宣传内容。

1. 预热阶段（7月24日前）

各级权威媒体提前刊发活动预告通稿，围绕茂佛对口协作、乡村振兴、龙眼药食养生、高州省运主题开展预热报道；佛山本地全媒体矩阵全渠道推送活动信息、试吃福利、研学线路。

2. 活动引爆阶段（7月25日）

活动现场全媒体直播设备，各级媒体到场全程采访报道，围绕功夫开场展演、产业专题推介、粤菜龙眼创新菜式、政

企集中签约、公益行动启动等环节产出新闻图文、短视频素材。邀约养生、美食、亲子、体育、探店垂类达人驻场全程打卡体验，达人同步开启城市地标科普短视频，全方位线上种草传播；佛山创意产业园内大屏、周边社区宣传点位同步投放活动主题物料，实现线上线下全域曝光。

3. 长尾传播阶段（7月26日—8月25日）

推出高州龙眼产业深度专题报道、茂佛双城农文体协作主题深度推文，分三大内容赛道持续输出内容：体育赛道产出西甲龙眼补给、运动养生科普内容；文旅赛道更新高州省运赛事、龙眼采摘研学实拍素材；民生赛道发布一线劳动者公益慰问纪实、工会惠民集采相关内容。面向全市机关、工会、各行业协会定向推送活动落地成果、长期集采合作政策、研学优惠福利，持续转化采购订单与文旅客源。

4. 媒体达人资源配置

拟邀请权威媒体包含新华社、央视频、南方新闻网、广东卫视、南方农村报等央省媒体，以及佛山+、佛山日报、广播、电视等本地官方平台；正能量达人矩阵覆盖养生科普、广府美食、亲子文旅、本地探店、足球体育、功夫非遗垂类博主。

服务内容

序号	类别		具体内容
1	活动策划与执行		方案策划、流程协调、材料撰写、会务执行等
3	高州龙眼品牌推介会（佛山专场）	场地租赁及搭建布置	场地及搭建（含 LED、音响、舞台、桌凳、环节道具、堆头、特装展销摊位、会场氛围布置、屏控及音控人员等）
4		活动设计 会务资料	活动主 kv 及延伸物料设计、宣传海报、龙眼购销手册设计制作
5		系列人员聘请	组织嘉宾 、采购商不少于 30 人
6			主持人、礼仪、醒狮功夫等节目表演人员等，不少于 10 人
7			官方媒体、自媒体达人、网红等，不少于 10 人
8		宣传片	制作与剪辑，可结合实景+AI 特效，不少于 2 分钟
9		活动直播	活动直播、专业摄影摄像设备及系列摄制、导播、编辑、修图等人员
10	“风物巡城”走进佛山核心城市地标开展线下种草推广		快闪演绎组织、现场表演（不少于 6 人，含服装及妆造）、摄影摄像跟拍、视频快剪等



11	宣传推广	专题报道	上送央媒、省媒，在高州、佛山当地主流媒体发布专题报道及宣传，推送不少于 10 篇原创图文
12		电商直播	邀请文旅达人、城市大 V 开展电商直播，不少于 5 场次
13		短视频	预热视频、花絮视频、打 call 视频等不少于 5 个
14		多平台推广	多媒体推广平台不少于 10 个
15	后勤及鲜果采买		嘉宾及供应商往返交通、住宿及工作餐（2 天），不少于 40 人
16			展销会伴手礼、结合“西甲”等重大活动现场赠送鲜果、答谢对口援建赠送龙眼、风物巡城线下宣传试食等项目，礼盒定制、鲜果采买及冷链运输等