

# 高州市农业农村局

---

## 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**

### **1、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。

### **2、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。

### **3、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。

### **4、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。

### **5、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、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**

（建议）佛山创意产业园

（备选）岭南新天地鲤鱼广场（祖庙崇敬门）

### **（三）场地功能分区**

- 1、品牌推介主会场

- 2、药食同源养生融合展示区、科普区
- 3、集采洽谈区
- 4、全媒体直播区
- 5、咏春醒狮非遗打卡互动区
- 6、研学线路预约服务点等

## **五、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；佛山本地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围挡、打卡装置，预热7月25日主推介活动及赛场万斤龙眼派送计划，提前锁定赛事流量。

#### **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#功夫补气吃高州储良龙眼 #西甲赛场清甜补给 #高州省运摘龙眼 线上互动话题，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，优秀作品将在 7 月 25 日主会场大屏循环展播，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

##### **第一章 启幕·龙果醒狮 功夫开场**

活动暖场时段，循环播放高州龙眼产业发展宣传片、茂佛对口协作成果短片、佛山西甲赛事集锦、高州省运会筹备专题短片。

特色开场表演：醒狮采青表演搭配咏春集体武术展演，表演结束后武术演员现场品尝储良龙眼，主持人现场科普传统养生知识：龙眼补气益血，习武、运动后食用可快速恢复体力，打造功夫文化与龙眼产品融合标志性场景。

主持人依次介绍到场领导、行业专家、采购渠道嘉宾、媒体代表，正式启动本次高州龙眼走进佛山品牌推介活动。

##### **第二章 推介·优品臻藏 双城共振**

高州市相关领导上台致辞，介绍高州储良龙眼产业发展现状、

产业升级、助农富民成效，同步介绍高州承办省运会相关规划，阐述茂佛农文体资源互通、产销协作的发展意义。

高州农业农村局开展产业专题推介，系统讲解储良龙眼地理标志品质标准、全产业链供应链体系、品牌建设成果；现场对外发布佛山市民专属高州龙眼采摘研学精品线路，线路包含省运会赛事观览行程。

邀请持证药膳、中医养生专家上台分享桂圆药食同源文化、夏季食补方案，重点讲解运动、劳作后食用龙眼的养生功效，输出专业科普内容。

### **第三章 共享·文体共生 多维赋能**

设置三组行业主题分享环节：

第一组，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，现场展示龙眼炖鸡、桂圆乳鸽、龙眼广府糖水、龙眼养生特调等创新菜式，讲解家庭简易龙眼药膳制作方法。

第二组，佛山西甲赛事代表介绍西甲赛场储良龙眼专项派送执行方案，打造“湾区足球专属补给鲜果”联动合作。

第三组，文旅机构代表推介茂佛双城研学、企业团建惠民产品，详细讲解高州省运观赛+龙眼采摘两日研学线路行程、配套服务与预约政策。

### **第四章 共建·长效共赢**

佛山商超、餐饮、工会、文旅行业采购代表依次发言，分享市场消费需求与长期合作愿景。

开展优质合作渠道授牌仪式，为到场合作单位授予“高州龙眼佛山推荐合作渠道”牌匾。

举办集中签约仪式，高州龙眼生产企业与佛山工会集采平台、连锁商超、餐饮机构、文旅旅行社现场签订长期产销、客源输送合作协议。

现场同步启动两大全民惠民行动：佛山西甲赛场万斤龙眼公益派送行动、佛山一线劳动者夏日龙眼慰问行动。

全体领导嘉宾共同推杆，正式启动7月26日后全系列长线运营活动。

## 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

联动佛山本土广府糖水师傅、新式养生茶饮研发人员，以储良龙眼、桂圆肉为核心食材，现场制作桂圆莲子养生羹、龙眼润燥茶饮、桂圆桃胶甜品、低糖龙眼烘焙小点，同时研发适配习武、运动人群的龙眼补气特调饮品，所有产品免费提供市民试吃，同步现场零售礼盒、散装产品。

### （2）高州龙眼全产业链展示展位

集中陈列带枝储良鲜果、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，科普储良龙眼国家地理标志认证、产业规模、桂圆传统药食价值、现代食补应用，同步展示高州省运会配套产业资源、龙眼采摘研学文旅线路完整资料。

### （3）药食同源科普互动展位

由持证营养师、资深药膳师驻场值守，现场科普桂圆食疗功效、夏季养生搭配方案，针对市民夏季燥热、体虚乏力、失眠、运动劳损等问题提供专属食补建议；设置龙眼养生趣味问答互动，参与答题市民可免费领取桂圆伴手礼。

### （4）集采洽谈展位

独立封闭式专项洽谈空间，定点接待佛山机关、国企工会、商超连锁、餐饮协会、养生馆、文旅机构采购负责人，配备专属对接工作人员，提供活动专属团购定价、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、咏春醒狮非遗互动打卡区

独立设置非遗体验空间，摆放咏春木人桩、迷你手工醒狮头供市民体验打卡；市民完成木人桩体验、醒狮手工互动后，可免费领取储良龙眼鲜果试吃；市民拍摄打卡视频、图文带活动话题发布社交平台，可额外兑换龙眼养生小样礼品。

#### 4、全媒体直播带货专区

搭建独立活动专属直播间，采用高州产地种植从业者+佛山本地美食/体育达人双主播直播模式，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，同步开放高州龙眼省运采摘研学线路线下预约通道，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、佛山西甲足球赛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，为全部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，赛场外围设置龙眼免费试吃、礼盒小样派发点位，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**

分多批次走进佛山各区域，面向环卫工人、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。

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，线上直播间同步售卖研学套餐。

## 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：每周固定时段开启线上直播间，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。

## **六、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、西甲联动、高州省运五大主题开展预热报道；佛山本地全媒体矩阵全渠道推送活动信息、市集试吃福利、研学预约通道。美食、养生、亲子、足球、功夫非遗类达人同步开启城市地标科普短视频，提前蓄水造势；广佛地铁、商圈户外大屏投放活动主题视觉物料。

### **2. 活动引爆阶段（7月25日）**

活动现场架设多机位全媒体直播设备，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。邀约三十余名养生、美食、亲子、体育、探店垂类达人驻场全程打卡体验，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**

权威媒体包含新华社、央视频、南方网、广东卫视、南方农村报等央省媒体，以及佛山日报、佛山+、佛山广播、佛山电视台等本地官方平台；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、功夫非遗六大垂类博主。

活动费用预算表：

| 序号 | 类别                       |              | 具体内容                                                 | 金额（元）  |
|----|--------------------------|--------------|------------------------------------------------------|--------|
| 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                                 | 50000  |
| 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） | 200000 |
| 4  |                          | 活动设计<br>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                       | 40000  |
| 5  |                          | 系列人员聘请       | 组织嘉宾 、采购商不少于 30 人                                    | 50000  |
| 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                           | 30000  |
| 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                       | 40000  |
| 2  | “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             | 50000  |
| 10 | 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         | 60000  |
| 11 |                          | 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                         | 35000  |
| 12 |                          | 短视频          | 预热视频、花絮视频、打 call 视频等不少于 5 个                          | 25000  |
| 13 |                          | 多平台推广        | 多媒体推广平台不少于 10 个                                      | 20000  |

|     |         |                                                                   |        |
|-----|---------|-------------------------------------------------------------------|--------|
| 14  | 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                                   | 50000  |
| 15  |         | 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 | 50000  |
| 合 计 |         |                                                                   | 700000 |