

南京市栖霞区农业农村局文件^A

宁栖农字〔2019〕116号

关于对区人大十八届三次会议第0021号建议 的答复

陈彦代表：

您在区人大十八届三次会议上提出的“关于加大农业嘉年华宣传力度，丰富与提高农产品的种类和质量的建议”收悉。我单位高度重视，会同区委宣传部、区文化和旅游局、八卦洲街道办事处等相关部门，认真调查研究，积极推动办理，现答复如下：

自2017年“中国·南京农业嘉华”主办地落户我区八卦洲以来，已顺利举办了两届。基础设施从无到有，逐步完善，八卦洲“陌上花渡”品牌越叫越响，生态环境、村容村貌得到大幅提升。2017年第十三届中国·南京农业嘉年华接待游客60万人次，综合收入4000万元，荣获“2017年度中国十佳品牌展览会”。2018年第十四届中国·南京农业嘉年华借助“首届中国农业丰收节”东风，实现了跨越发展，成为南京唯一入选全国

“首届中国农民丰收节”系列活动之一，荣获了“改革开放 40 年，中国优秀品牌展会奖”和“2018 年中国会展之星”等大奖，游客接待量达到 100 万人，综合收入 7000 万元。

虽然活动的整体发展形势较好，但南京作为省会城市和长三角特大城市的定位，旅游市场潜力巨大，游客接待数量、综合经济效益还有大幅提升的广阔空间。为此，今年区、街两级领导高度重视，及时谋划，加快推进。6 月开始，活动的宣传策划工作全面展开。针对不同受众群体，加大各类宣传资源有效整合，进一步加强第十五届中国·南京农业嘉华的推介力度。

1、在宣传时间上，分为预热期、引爆期和延续期三个阶段。一是突出主流媒体宣传。由宣传部门牵头联系新华日报、新华网、人民网、南京日报等十多家中央及省市等重点媒体参与宣传。二是强化自有媒体宣传。利用栖霞广电宣传平台、栖霞视点等自有媒体实施全程宣传报道。三是特色专栏宣传。区文旅局联系了《新消费导向》《法制现场》《直播南京》等知名节目，为活动量身定制专题宣传。

2、在宣传形式上，力求突破创新。一是进一步完善区属媒体“中央厨房”运作机制，依托“栖霞传媒院”，建立活动宣传联络机制，适时快速传递信息，切实提高宣传效率。二是充分利用自媒体平台，通过前两届微信公众号的运行，积累了大批“粉丝”群体，进一步通过策划 UGC（个人）和 KOL（意见领袖、网红）发声主推，形成一定的群体宣传效应。

3、在展销产品的布局上，进一步突出主题销售理念。一是结合商务部门“菜篮子”工程社区行活动，以“南京农业嘉华”为宣传主题，开展优质农产品进社区活动，进一步提升知名度和聚焦人气。二是继续设置中西对口帮扶地区、台湾地区特色农产品展区，结合VR技术，让游客体验农业农村、享受优质农产品的同时，收获更多的爱心奉献。三是推动本地农产品销售，提升本土农业品牌。设置八卦洲区域公共品牌展销区、电商平台销售区和特色农产品种植展示区，促进线上线下、销售推介有机结合。同时，开设旅游专线，错时发车，着力打造以南京农业嘉华主会场“陌上花渡园区”为中心的乡村特色旅游精品线路。

最后，衷心感谢您对南京农业嘉华活动的关心、支持！

联系人：陈斌

联系电话：85316970



栖霞区农业农村局办公室

2019年7月22日印发

(共印5份)

