



8月1日清晨,浙江省湖州市嘉乐比景区内,两车扶沟西瓜完成卸货,浙江收货方验单签字,这场跨越千里的爱心接力,在汗水与笑意中画上阶段性句号。

但句号并不意味着终结。

回望这场由周口日报社发起、“潮新闻”协同联动、在浙周商火速集结的跨省助农行动,数百吨西瓜分批次从豫东平原直抵长三角,不仅解了瓜农的燃眉之急,更在不经意间撬动了——一个值得反复思考的命题:一次成功的应急助农,如何转化为长久动能?临时认购的“救火模式”怎样升级为常态化产销通道?扶沟西瓜是一次精彩开篇,周口众多优质农产品如何接续走出中原、扎根长三角、走向全国市场?

一场试验, 验证三重可行之路

豫浙携手助力西瓜销售的这次尝试,像一场精心设计的压力测试,结果证明了三件事。

市场的大门是敞开的。长三角消费者愿意为远道而来的扶沟西瓜买单。企业采购、社区团购、商超直采——各个环节对周口农产品并无陌生隔阂,反而透露出一种欢迎的姿态。

协同的链条是有效的。“媒体搭台、乡贤牵线、市场唱戏”,周口日报社发挥党媒公信力与跨区域协调能力,“潮新闻”拓展浙江本地渠道资源,在浙周商群体迅速响应——从信息发布到需求对接再到物流落地,每个环节都有具体的责任人。这不是临时拼凑的草台班子,而是有章法的协同作战。

乡情的纽带是真实的。50多万在浙周口游子,在这场行动中不仅是买家,更是传播节点和渠道触点。一句“家乡的西瓜熟了”,在微信群聊里接龙认购,传递的是一份舌尖上的乡愁。这种情感连接,是任何商业广告都无法替代的独特优势。

然而,认清现实同样重要。

西瓜成熟期短,采摘、运输、销售环环相扣,错过窗口期便只能烂在地里。这场行动虽然圆满,却终究是对“销路不畅”的应激反应。如果年年等瓜熟、等困来、再出手,助农便永远困在“救火”的循环里,疲于奔命,治标不治本。



湖州景区采购的扶沟西瓜整齐摆放,即将赠送给游客。

征途未止 四季接力

周口好物如何从「一季救急」走向「四季常青」

□记者 张猛 王嘉晨 田亚楠 李龙周 张迎春 文图



周口日报社助农助企团队走进杭州市萧山区天悦社区磋商长期产销合作事宜。

四季接力,一份待出征的“周口好物清单”

西瓜即将退场,但舞台不会空置。

周口的物产版图上,还有太多名字等待登场。西华的桃子、川汇区的葡萄,在夏秋之交接力接棒;商水的蜜薯、淮阳的酥梨、扶沟的设施蔬菜,为秋冬供应填满档期。更不必说逍遥镇的胡辣汤、邓城的猪蹄、沈丘的牛肉、淮阳的黄花菜——这些全年可储、四季可销的深加工特产,才是真

正具备长期市场韧性的“压舱石”。

一个清晰的农产品矩阵呼之欲出:鲜果当“前锋”,以时令稀缺性制造市场话题;耐储存农产品和预制食品做“中场”,凭借稳定供应维系渠道粘性;品牌化的传统美食作“后卫”,以文化认同拉动复购。春夏秋冬,各有所出,源源不断,方能跳出“靠天吃饭”的被动局面。

角色重塑,从“救火队”到“常驻代言人”

跨省助农行动尾声,在浙周商代表陈红于、路新威、宋保辉、黄功成等人接受采访时,一个共识被反复提及:过去那种“听到家乡受灾,赶紧掏钱认购”的方式值得肯定,但不可持续。真正的乡贤情怀,不是逢年过节的“打赏式买单”,而是扎下根来,做周口好物在长三角的“常年代言人”。

周商代表计划依托商会平台,借助周口日报社助农助企团队,建立一份动态更新的长期供货清单,主

动对接浙江社区团购平台、企事业单位员工福利采购、连锁商超生鲜专柜,变“偶发认购”为“常态供应”。与此同时,周口日报社将继续扮演跨区域协调者角色,联动“潮新闻”等媒体伙伴,持续输出周口农产品的品牌叙事——不是“滞销了,救救我们”的悲情求助,而是“这是我们家乡的好东西,邀您品尝”的从容分享。

助农,从不是一场季节性的公益行动,而是一项365天不停歇的产业推介事业。

双向奔赴,不止“走出去”,更在“引回来”

好物出山,只是故事的上半场。

更值得期待的下半场,发生在产品销售之外的纵深地带。在浙周商一边把周口农产品推向长三角市场,一边也在持续审视家乡营商环境的细微变化。不少人已经开始谋划,将自己在浙江积累的成熟产业模式、供应链管理经验和外部客商资源带回周口,让“卖产品”延伸为“带产业”。

这便是一种更深层的双向循环——农产品向外走,资本和人才向内流;外面的人尝到周口的甜,家乡的人尝到发展的甜。当“天下周商反哺桑梓”从一句情怀口号转化为具体

的投资意向和落地项目,乡村振兴才拥有了内生的、可持续的动力。

一瓜启路,四季可期。

扶沟西瓜的千里旅程暂时画上句号,但豫浙同心搭建的产销桥梁依旧畅通,且正在加固、延长。周口日报社将持续当好那根穿针引线的连心中枢,联动天下周商,推动助农模式由短期应急帮扶转向常态化产业赋能,让更多中原沃土孕育的好物跨越山海,走向更广阔的市场,为周口经济高质量发展持续注入乡贤力量。

瓜香虽暂落,坦途当永续。这条路,才刚刚开始。