

12月5日晚，中央广播电视台《中国土特产大会：风物出圈记桂林米粉篇》助农售卖活动在我市举行。

据悉，为助力全国各地农业品牌建设，推动产业高质量发展，中央广播电视台总台联合农业农村部发起《中国土特产大会》融合传播项目。其中，推出乡村经营类特别节目《潮出道的快闪店》，旨在联动顶级社会资源，聚焦“新业态、新消费、新模式”主题，通过设计赋能、明星助农、电商销售、立体宣传，以“大屏+小屏”“线上+线下”形式，推进地方一二三深度融合，拓展乡村产业链，助力乡村振兴。

该节目的首站就走进桂林，围绕桂林米粉，聚焦文化历史、品牌打造、文旅点位、电商销售等方面，在全国打造人气爆款米粉产品，带动农民增收致富。

## 1 助农售卖活动吸引数万人到场

12月5日晚，在市民广场举行的《中国土特产大会：风物出圈记桂林米粉篇》现场助农售卖活动吸引了数万名观众到场助阵。助农售卖活动采用“售卖会+音乐会”形式，以明星嘉宾名字进行命名的“小马遇见大海”线下桂林米粉快闪店开店营业为背景，李七月、丁真、刘宇、邓佳鑫、张子墨、袁一琦等参加了首次拍摄的节目嘉宾邀请多位明星助农好友，在快闪店协助售卖商品和进行助农表演。

活动现场，“乡村助农团”将“小马遇见大海”品牌捐赠给了桂林市人民政府，桂林市供销社、市场监管局发布了此次明星助农限量款米粉的原材料和食品监管信息，还为节目嘉宾颁发了“桂林市助农大使”荣誉证书等。

在明星现场助农售卖互动和演唱会环节，场面十分火爆。其中，邓佳鑫和丁真展示了古法制作技艺。“桂林米粉之所以这么好吃，离不开精湛的古法制作技艺，也离不开优质的大米，这不得不提到桂林天然的好山好水。”邓佳鑫说，“桂林生产的大米富含天然矿物质，就是一个字强！”

助农售卖活动进行时，CCTV强农品牌计划·央小满官方抖音、视频号、微博、淘宝账号开启了全流程直播，线上销售明星助农限量款桂林米粉。此外，中央广播电视台《中国土特产大会》节目组，还邀请了抖音、微博、腾讯等多个平台对助农售卖活动提供公益流量支持。

接下来，中央广播电视台将继续通过新媒体矩阵和明星嘉宾的个人社交账号，发布节目花絮、精华片段、分集预告，在网络平台设立相关话题，提升节目讨论度，带动龙脊梯田文旅打卡热度和“小马遇见大海”系列常规款米粉的电商销售。



## 2 “乡村助农团”探访龙胜获点赞

今年10月初，中央广播电视台主持人李七月，邀请丁真、刘宇、邓佳鑫、张子墨、袁一琦等助农好友和艺术家组成“乡村助农团”，去到龙胜各族自治县，在龙脊镇梯田景区大寨村、马海村、长发村等地探访。

“乡村助农团”的行程充满了趣味。他们和当地村民同吃同住，一起体验稻米收割、古法米粉制作，推介梯田米的道地性、营养性，以及龙脊梯田的农耕文化、民俗特色和自然风光。连续多天的体验，不仅让他们感受到了桂林的美丽风光，更亲身参与到桂林米粉的制作中，从而增强了对这一传统美食的理解。嘉宾任务完成后，返回至龙脊镇大寨村驻扎地，根据众人口味，制定出一款独家配比的桂林米粉，并由明星与艺术家结合本地文化、自然风貌等元素进行设计定制款产品包装。

值得一提的是，龙胜以其独特的梯田闻名，实地探访期间，邓佳鑫、张子墨、袁一琦等纷纷在个人社交媒体上晒出了令人惊艳的龙脊梯田照片，引来不少网友点赞。

期间，中央广播电视台在央视频APP客户端、微博等多平台开展了直播宣传活动。在线观看人数超过510万，微博直播互动评论破100万。从10月5日中央广播电视台开始正式官宣节目，到10月11日拍摄结束，期间在全网各平台收获热搜、热榜15条，话题阅读量超过2.24亿。

记者马翔 文/摄