年货节之“火”

本报记者 齐斐斐

1月13日夜，月光如银。沧州国际会展中心的万米展厅在经历了火爆的6天“好品沧州—2025中国（沧州）新春助农消费年货节”后，恢复了暂时的平静。市工商联、沧州日报社、会展中心的工作人员，一边指挥着安全撤展，一边讨论着这6天天气的“寒冷”与年货节的“炽热”。

“累计销售额530多万元，客流量8万多人次，媒体点击量1100多万。”“这次年货节的成功既是偶然更是必然，我们近年来的组织建设为活动的顺利开展夯实了基础。”“这是我这么多年见到的第一个这么接地气的展会，花钱少、办实事。”……

此刻，伴随着倾泻的月光，年货节的一幕幕像一个个美妙的音符，传唱着人们的每一份艰辛与付出、欢乐与幸福。

点燃 2000多个电话

累吗？每个人黑黑的眼圈儿足以说明；欣慰吗？那双黑眼圈下却依然闪着光的眼睛也足以表达。这场年货节的故事还要从去年12月讲起。

临近春节，市工商联积极响应全国工商联和省工商联“万企兴万村”行动号召，结合“消费帮扶新春行动”，决定组织“好品沧州—2025中国（沧州）新春助农消费年货节”活动，为商贸企业与消费者之间搭建购销桥梁，满足年货采购需求，共同营造“政府搭台、商家唱戏、全民乐享”的良好消费氛围，以消费拉动生产，带动市场，汇聚人气，为沧州的经济社会发展注入新的活力。

“过年了，为全市百姓加盘菜，商家增加销售，一站式买到好年货，开开心心过个好年。”朴素的一句话，却让市工商联的每个人付出了百分百的努力和全部的热忱。

市工商联在全市有20000多个会员单位、28家直属商协会。为了开展好此次活动，他们自去年12月就开始策划发动，确定场地、沟通商户、宣传报道，所有的工作都同步进行，并组织沧州国际会展中心、沧州日报社、县（市、区）工商联、直属商会召开线上线下调度会7次。开展招商，他们需要电话联系商户，确认参展、交费、沟通展位等问题，每个商家最少联系3次，共打接电话2000多个。

“我们一个星期打接了2000多个电话，为的就是让更多企业享受平台红利，真正把工商联的服务做好做实。”市工商联会员科的郜薇、王晓宇直到现在说话的声音都有些沙哑。她们刚刚参加工作一年，从接到组织年货节任务的第一天起，就负责起了文案的撰写、与商户的沟通等工作。在一个星期内打了2000多个电话，有时候一天连口水都来不及喝，她们经常会互相打趣地说：“就连搞对象都没这么用心过。”面对商户的观望，她们耐心说明情况；对于商户提出的各种担忧和问题，她们都予以回复和解决。

是啊，用心用情用爱才能把事做好，这是市工商联会员科一贯的工作标准。

市工商联党组书记李卫东说，对于参会商家，他们坚持严格筛选、优中选优，所有参展商品一定要符合“沧州好品”的标准；布展中，他们3次调整展位图，力求场地宽敞实用，为商户提供更多商品空间，给消费者营造更好的购物环境；面对寒冷，他们在入口处的设计上，采取了“U”型设计，避免了寒风直入；为营造新春的气氛，他们在各个展位上都挂起了红灯笼。仅用2天时间，就完成了260个展位的搭建和广告布置。对于安全保障，更是事无巨细。他们做好了场地每一处的安全检查，为每家商户都准备了灭火器，对每一条电路都进行了严格的排查，确保万无一失。大家都说，整个展会组织，有一个环节稍微一点点松懈，这个展会就很难办成。

更重要的是为最大程度上助农增收，市工商联为每一位参会商家争取了最大优惠补贴。

就这样，“好品沧州—2025中国（沧州）新春助农消费年货节”之火被一群人的担当和热情点燃。

众薪 近300家商户 1100多万点击量

1月8日凌晨，沧州迎来了入冬以来最低的气温，零下十几度且寒风呼啸。“天亮就要迎来年货节的开幕式了，大家都再把准备工作检查一遍，一定要打起12分精神！”市工商联秘书长张彦斌竖了竖衣领，双手搓了几下已经冻得通红的脸。他已经十多天没有睡过一个囫囵觉了，即使躺会儿，脑子里也都是年货节的各种汇报、传达和对接。

什么叫撸起袖子加油干？这就是；什么叫助农增收？这就是最生动的回答。

当1月8日的第一缕曙光照进红彤彤的年货节现场时，所有人都映红了脸，一阵阵欢声笑语回荡在偌大的展厅里。

开幕式上，市领导、省工商联、市工商联及相关部门负责人与大家齐聚一堂，共同庆祝年货节盛大开幕。早早就来到现场的老百姓看着琳琅满目的各色年货，都抢着买回去尝个鲜。

此次年货节汇聚了近300家优秀企业与知名品牌，涉及农产品，文旅产品等12大类、2000多种产品。产品特色主要体现的是传统与创新的结合，本地特色与各地名吃的结合。

一开幕，年货节便成了流量的聚集地。

作为承办单位的沧州日报社，通过多维度、全方位的报道，吸引公众关注，为活动的成功举办营造了良好的舆论氛围。此次活动，报社组织了60多名工作人员服务此次年货节展会的宣传报道，效果显著。在《沧州日报》《沧州晚报》以整版宣传12次，全市3000多辆出租车LED、100多辆公交车后屏同闪年货节，沧州电台105.8频道等众多平台，以新闻、软文、硬广、图片、视频等多种形式，参与报道。掌握沧州公众号、视频号、沧州晚报抖音号、年货节抖音总号、饿魔沧州抖音号、小红书、探店抖音号、吃货抖音号等10多个新媒体平台发送信息100多条，新媒体和传统媒体的受众和点击浏览量超过500万。

年货节的每一天，可以说每时每刻都会看到张彦斌和李昕媛的身影。经过几天与各个商户打交道，大家都认识了他们、熟悉了他们。活动期间，市工商联每天都会安排专人与会展中心上午、下午分时间段巡场。一是安全检查，消除安全隐患，二是了解并统计各商户出勤情况，及时与会展中心的工作人员沟通联系。就会展过程中出现的问题，及时沟通解决。对确实不适合参展退出的展位及时联系补充商家。他们充分用好参展商的微信群，每天早上6时到第二天凌晨1时会不定时在群里发布会展的相关信息，进行宣传，提升了参展商及观众的期待值；多次提醒商家注意消防和用电安全问题，确保会展期间的安全无忧；对表现优秀的展位商家进行鼓励，通过树立先进典型，以先进带后进，激发参展商的积极性与创造力。每日宣传的公众号文章和视频资料都会准时发至参展商群、县（市、区）群、商会群、执委群、活动群等30多个微信群，共同传递正能量，为年货节的成功举办营造良好的氛围。

沧州会展中心展览营销部经理刘勇说，此次活动，他们几乎全员“参战”。自去年12月中下旬接到筹备任务后，他们立刻组织了搭建队伍，布置占地10000余平方米的年货节。任务下达后，他们立刻选派十多个人没日没夜地赶工期，确保现场各个展位按时就位、各项措施安全到位。活动期间，他们每天晚上都要仔细检查现场的水电消防等设备，及时排除隐患。为服务好前来参会的企业，他们在门口准备了姜汤水，做好保温，保证商家和消费者随到随有；为让外来的商家感受到沧州的热情，他们还送饺子上摊儿，让商家感受到了异地的温暖与关爱。

炽热 8万多客流量 销售额530万元

踏入年货节，炽热的气息扑面而来，瞬间将人包裹。摊位连绵不绝，似一条五彩斑斓的长龙。红灯笼高高挂，与摊主热情洋溢的笑容相互映衬。人们穿梭其中，手中袋子渐满，脸上洋溢满足。这边，卖糖果的摊主热情吆喝，瞬间围满孩子；那边，非遗美食热气腾腾，香气引得众人排队。讨价还价声、欢笑声、交谈声交织，奏响一曲炽热的年货节交响乐，每个角落都散发着对新年的热切期盼。

年货节上，这样炽热的场面每天都在上演。

在哈尔滨红肠的销售摊位上，几千斤红肠，3天就销售一空。大元集团旗下元硕公司从2021年开始流转了3000多亩盐碱地，从播种到生长，再到成熟、加工，所生产出来的面粉、挂面、窝头面等得到了老百姓的青睐。

沧州慧得鑫汽车装饰公司的史晋，19岁入行，21年来一直深耕在这一领域，7年前回到家乡创业。在此次年货节上，她的产品和服务得到了大家的青睐和赞赏，销售额达几十万。

年货节不仅是商品的交易地，更是情感的交流地。在这个特殊的场合，人们互相问候，分享着过去一年的收获和喜悦，也对新的一年充满了期待。大家虽然素未谋面，但在这一刻，却因为年货节而紧密相连，共同编织着新年的梦想。

在省级非遗大嫚花饽饽摊位前，很多人看着用面做出来的艺术品啧啧称奇。大嫚花饽饽是用鸡蛋、牛奶和面，造型各异，栩栩如生，喜庆吉祥，成为大家年货的必备品。“这让我感受到了小时候的味道，再加上这么漂亮的造型，不吃看着都高兴，过年就是图个乐呵啊！”市民张大妈拿着蛇年的面花福娃，高兴地说。

南皮广盛源调味品有限公司是一家拥有183年历史的老企业，历时183年的寨子醋已经传承至翟炳波，翟炳波也荣获2023年“省级工匠名师”荣誉称号。现场，人们品尝着十几种醋的味道，把这份香甜带回家。“还是这个味儿，天南海北我都记得，就吃咱本地醋。”市民高先生常年在外地做生意，年前回来正好赶上年货节，购买了好几趟，他觉得在这里不仅能找到传统的年味，还可以了解到更多商业信息，遇到更多合作伙伴。

年货节上，聚宝楼展位前人头攒动，前来品尝和购买熏肉的消费者络绎不绝。这几年，聚宝楼以其独特的熏肉技艺和匠心精神，成了沧州美食文化中不可或缺的一道美味。聚宝楼现在沧州市拥有10多家直营门店，并在省外开设了40家加盟店，形成了强大的品牌影响力。其核心产品——聚宝楼熏肉，以其独特的制作工艺和健康理念深受消费者喜爱，并成功入选沧州市非物质文化遗产。负责人肖焕说：“感谢沧州市工商联和沧州日报社的大力支持，有机会在年货节上展示聚宝楼的非遗美味，也让更多消费者了解了沧州的特色美食。今后将继续以品质为本，以文化为魂，推动地方特色美食走向更广阔的市场。”

在平台的直播间里，主播们热情洋溢地介绍着各种年货，与网友们互动频繁，粉丝量成百倍增加。他们用生动的语言和精彩的演示，让无法亲临现场的人们也能感受到年货节的热闹氛围。一位远在他乡的游子通过直播购买了家乡的特产，他说：“虽然不能回家过年，但能买到家乡的味道，也算是一种安慰。”

据统计，今年年货节流量达8万多人次，总销售额达530多万元。

延续 多封感谢信 期待又一程

年货节刚结束，市工商联就陆续收到了来自团体及各个商家的感谢信，言辞恳切，诚挚感人。

“此次活动让更多在沧山东人认识、了解了沧州市山东商会，纷纷竖起大拇指说你们为在沧州的山东人做了件大好事；在活动期间积极加入商会的企业有11家，为此，沧州市山东商会再次向市工商联表示衷心的感谢，并希望在市工商联的带领下为今后山东、沧州两地的经济建设作出更大的贡献。”山东商会的参会感悟很深。

史晋作为一个从农村走出来又回乡创业的人，怀着无比激动与感恩的心情，写下了感谢信：“回到家乡创业，我深切地感受到了沧州日新月异的变化。城市基础设施日益完善，商业氛围愈发浓厚，人们的生活水平显著提高。此次汽车美容能够入选年货清单必备项目，这一现象让我深受触动。这不仅体现了沧州消费者对生活品质的追求，更彰显出沧州这座城市的独特魅力与活力。”

沧州女企业家协会会长在活动后写道：年货节为沧州女企业家协会的姐妹们搭建起相互交流的平台。期间，部分姐妹的企业借助这个优质平台，得到了全方位的推广宣传。企业的特色产品得以展示，品牌知名度大幅提升，市场渠道不断拓展。这不仅为企业带来了实实在在的经济效益，更重要的是，给予了女企业家们极大的鼓舞与信心。通过搭建助农平台，将女企业家的力量与农业发展紧密相连，促进了城乡经济的协同发展。

三里春堤合作社的李欢和哥嫂为组委会送来了锦旗，感激之情溢于言表，“作为参展单位，我们深切感受到了组委会对活动各个环节的用心和负责。在这场年货节上，不但收获颇丰，还提升了合作社在沧州本地及周边地区的知名度。组委会还搭建了优质的资源对接平台，积极为我们牵线搭桥，帮助我们与众多供应商、采购商、合作伙伴进行深度交流与洽谈，促成了多项合作意向，进一步拓宽了销售渠道，拓展了业务发展空间，为合作社后续的可持续发展注入了强劲动力。”

对于海兴碱地扶贫梨负责人来说，此次年货节的感触更深。他们是工商联一直以来的关注项目，在发展中，各级工商联都给予了他们更多指导和服务。他们曾多次参加工商联组织的助农增收活动，每次都收获满满。此次来参加年货节，海兴南齐的碱地梨、茴香更是受到人们的热捧，希望这样的活动多多举办。

为什么年货节如此之“火”，市工商联这个平台凝聚了广泛的民营企业家，一个良性平台的形成并非一朝一夕。近几年，在商业发展浪潮中，市工商联深化银企、法企、政策、人才四个对接，擦亮“领航工程”“沧商力量”“护企同行”“民营建设”四个品牌，搭建了各种交流平台，为企业拓展业务渠道，促进了各种资源的高效对接与共享，以“用心用情”为全市广大非公企业照亮了前行的路。特别是自去年6月制定了“兼职副主席副会长轮值制度”，每月由1名企业家副主席和1名企业家副会长担任轮值领导，负责开展深入主题调研、全面政策宣讲、贴心企业走访、宝贵经验分享、积极建言献策以及高效合作对接“六个一”活动。

“轮值机制的诞生是源于对工商联工作更深层次、更广维度的考量。其目的就是打造一个充满活力的互动平台，让企业家们从幕后走向台前，充分施展才华，切实发挥主体作用。”沧州市工商联副主席赵国政说，自轮值机制启动以来，企业家们积极参与，主动担当作为，精心策划每一场活动，真正调动了企业家参与管理的积极性，对带动更多企业发展起到了很大的积极作用。截至目前，分批次组织近500名民营企业家开展座谈、走访、学习等大小活动共计40余次，帮助企业对接项目12个，落地项目7个，涉及总金额超3000万元。这一活动充分调动了企业家参与工商联工作的积极性，进一步增强了民营企业家的向心力和凝聚力，为工商联带来了新的活力，实现了工商联与企业家双向赋能、共同进步。同时，这些举措也进一步夯实了市工商联的组织建设基础。

此次年货节的成功举办，是市工商联深度精准服务的集中体现，也是用大型展会拉动全市消费内循环的一次成功实践。市工商联表示将坚持每年举办，让年货节之“火”燃得更旺，让这场承载着经济繁荣、文化传承、世代情感的聚会更加炽热澎湃、曲韵无穷。