



新华社
XINHUA NEWS AGENCY



新华指数研究院
XINHUA INDICES INSTITUTE

2025年上半年贵州水城刺梨产业 发展观察报告

中国经济信息社
2025年7月

目 录

一、产业综合情况观察	4
二、传播情况分析	5
(一) 媒体覆盖面广 央媒报道增加舆情曝光	6
(二) 全国多地聚焦水城刺梨发展	13
(三) 多渠道多维度推广矩阵产生集群效应	13
三、季度传播情况分析	14
(一) 一季度主流媒体关注推高水城刺梨全网声量	14
(二) 二季度“贵州特色产业指数矩阵”持续引发话题热点 ..	15
四、市场推广及营销动向分析	17
(一) 活动营销：多维场景联动强化品牌曝光	17
(二) 市场推广：全渠道赋能打造产销协同供应链	18
五、提质增效动向分析	20
(一) 产业发展：外拓规模增体量 内抓效能强根基	20
(二) 产业融合：农文旅融合添活力 大健康产业促升级 ..	20
(三) 战略合作：跨区域统筹谋发展 高效益整合创共赢 ..	21
(四) 招商引资：抱团发展补短板 资源融合创价值	21
六、潜在的市场机遇与挑战	21
(一) 机遇：消费趋势利好 国际市场潜力无限	21
(二) 挑战：产品同质化严重 海外市场仍待优化	22
七、竞品信息关注	22

(一) 云南产区：产业规模初显现 市场推广有特色	23
(二) 四川产区：种植加工夯基础 刺梨价值待挖掘	23
(三) 毕节市产区：刺梨高产夯基础 品牌影响需助力	23
(四) 安顺市产区：品种优势显特色 特色产品有价值	23
(五) 黔南州产区：历史积淀育良种 规模经营铸品牌	24
八、总结建议	24
(一) 强化新媒体深度运营，提升互动声量	25
(二) 深化品牌定位，强化“康养”IP	25
(三) 拓展国际传播渠道，深化“一带一路”合作	25
(四) 加强产品创新，丰富产品线	26
(五) 整合媒体资源，形成传播矩阵	26
(六) 强化舆情监测，及时应对市场变化	26

一、产业综合情况观察

2025年上半年数据显示，水城刺梨行业呈积极发展态势，产业链不断延伸，构建起“种植-加工-销售-文旅”全生态产业链；品牌价值持续提升，培育出“初好”等企业自主品牌。

期间，水城刺梨产业多渠道开展品牌宣传，强化品牌曝光度；全渠道布局，深化产销对接；不断扩张规模，加工能力与产品创新得到不断发展；农文旅与健康产业深度联动，有效塑造品牌IP；跨区域资源整合，产业链补链，成为乡村振兴与生态保护协同发展的典范。

在竞争格局方面，水城刺梨产业凭借丰富的营养价值、优秀品牌荣誉、不断提升的加工销售能力，及当地政府的大力支持，在市场形成了较强竞争力。此外，当下消费趋势利好，产业融合发展机遇广阔、国际市场拓展空间大；但同时水城刺梨产业也存在产品同质化严重、海外市场布局仍待优化等挑战。

为提升水城刺梨品牌影响力与市场竞争，还需从品牌传播、产品创新、市场布局三大维度发力：强化新媒体运营，加大种植、加工、功效等主题短视频创作力度，同时需进一步加强知乎等社区运营提高互动声量；深化“康养”IP定位；拓展国际传播渠道，例如针对东南亚市场制定策略并加强

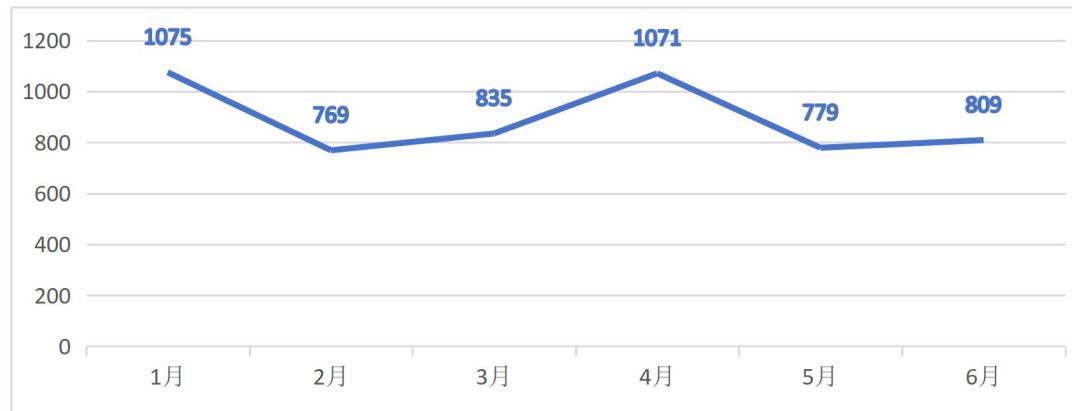
“一带一路”沿线合作；加强产品创新，开发功能性、高端及创新口味产品；不断整合央媒、地方媒体等资源形成传播矩阵；建立舆情监测体系以应对市场变化等策略，为水城刺梨行业打造良好的发展基础。

二、传播情况分析

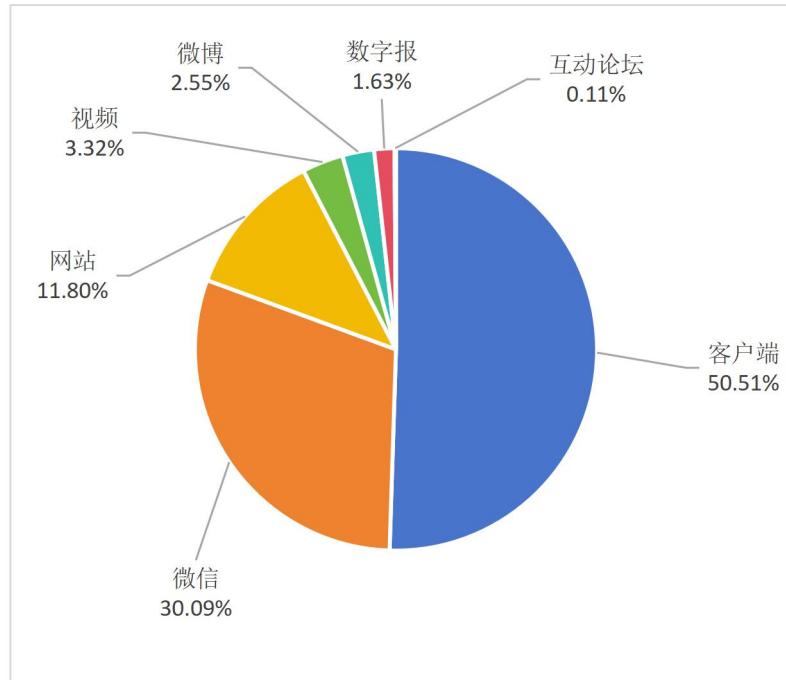
2025年上半年，公开网络平台中共监测到“水城刺梨”相关的信息5338条，其中新闻客户端是主要传播平台，共2696条（占比50.51%）；其次是微信1606条（占比30.09%）、网站630条（占比11.8%）、视频177条（占比3.32%）、微博136条（占比2.55%）、数字报87条（占比1.63%）、互动论坛6条（占比0.11%）。

受新媒体分布广、发稿便利等因素影响，来自新媒体的稿件数量明显多于传统纸媒，显示出自媒体平台传播强劲势头。

图：舆情走势分布图



图：舆情占比分布图



关键词云分布图显示，“刺梨”“康养”“水城”“贵州”“产业”“水城区”等词被提及频次较高。

图：舆情关键词图



排名	热词	提及量
1	刺梨	443
2	康养	406
3	水城	401
4	贵州	378
5	产业	283
6	水城区	276
7	六盘水	162
8	中国	129

据统计，2025年上半年，监测到与“水城刺梨”相关网络信息5338条（含转载评论，下同），相关话题网络互动声量643.98万（阅读数643.70万次，点赞数1960次，评论数751次）。

（一）媒体覆盖面广 央媒报道增加舆情曝光

网络监测结果显示，新华社客户端、新华网、新华财经、央视新闻、央广网、人民网、《光明日报》《工人日报》、中国新闻网、中国日报网、中国农网、中国农村网、国际在线、中国商报网、中国妇女网、《贵州日报》、多彩贵州网、动静新闻、贵州网络广播电视台、《贵州民族报》、澎湃新闻、《六盘水日报》、视听凉都、六盘水文明网、黔东南新闻网等在内的中央及本地主流媒体多次为水城刺梨发展助力宣传，强化宣传推广，有效提升品牌曝光量。

其中，新华财经报道阅读量可观，扩大了水城刺梨的宣传范围及在市场中的影响力，有助于打造水城刺梨品牌。报道涵盖水城刺梨的多个方面，向公众展示了水城刺梨从种植、加工到林下经济等完整产业链，凸显了产业发展的优势和潜力，增强市场对其产业发展的信心。此外，部分报道从农业高质量发展视角关注水城刺梨，有助于引导当地依据相关理念，优化刺梨产业发展模式，推动产业向标准化、现代化、高效化方向升级，促进水城刺梨产业可持续发展。

表：高阅读量报道

标题	来源	时间	链接	阅读量
走进乡村富民 产业：贵州水城 “凉都三宝”抢 跑春风里	新华财经	2025-3-17	https://bm.cnfi.c.com.cn/sharing/share/articleDetail/32543163	61.9万

			1215501312/1?v= 1751878543564	
优品齐聚粤港澳大湾区 共话数字赋能农业产业链	新华财经	2025-4-18	https://bm.cnfin.com/share/article/Detail/338101361051099136/1?v=1751878191839	51.2万
市县长大湾区对话 酸涩的野果如何变成健康又好喝的饮品——水城区初好刺梨的精深加工之路	新华财经	2025-4-19	https://bm.cnfin.com/share/article/Detail/338315305523077120/1?v=1751877890714	51.1万
“凉都三宝”“出山入湾”亮相 2025 食博会 • 预博会	新华财经	2025-4-21	https://bm.cnfin.com/share/article/Detail/339137531918671872/1?v=1750321034425	45.5万
贵州特色产业	新华财经	2025-4-21	https://bm.cnfin.com/	45.3万

指数矩阵成果发布：看“小特产”如何走向大市场			c.com.cn/sharing/share/articleDetail/339057732420558848/1?v=1751877868743	
贵州特色产业指数矩阵即将发布,黔地农产品产销迎来“数字导航”时代	新华财经	2025-4-16	https://bm.cnfin.com/share/articleDetail/337239770373808128/1?v=1751878377913	44.9万
山海情缘,贵州风味!贵州展团亮相 2025 食博会 • 预博会	新华财经	2025-4-20	https://bm.cnfin.com/share/articleDetail/338433947535351808/1?v=1751877881035	44.6万
刺梨林下经济新模式——蚯蚓养殖	新华财经	2025-3-28	https://bm.cnfin.com/share/articleDetail/330351037116735488/1?v=1751877881035	41.9万

			1751878516485	
大湾区餐桌上 的乡村振兴密 码：解码第二届 乡村特色产业 大会新看点	新华财经	2025-4-16	https://bm.cnfin.com/sharing/share/articleDetail/337240117226168320/1?v=1751878260573	38.7万
“从贵州来 到 世界去”：借力 北京推介会，贵 州刺梨迈向国 际大舞台	新华财经	2025-5-7	https://bm.cnfin.com/sharing/share/articleDetail/344927489720000512/1?v=1750321048035	35.7万
贵州特色产业 指数矩阵成果 发布：看“小特 产”如何走向大 市场	中国金融 信息网	2025-4-16	https://www.cnfin.com/zs-lb/detail/20250416/4218313_1.html	15.4万
“从贵州来 到 世界去”：借力 北京推介会，贵 州刺梨迈向国	中国金融 信息网	2025-5-7	https://www.cnfin.com/zs-lb/detail/20250507/4228963_1.html	11.1万

际大舞台				
贵州刺梨汁列入全国首批传统优势食品产区和地方特色食品产业重点培育名单	新华社客户端	2025-6-13	https://h.xinhuaxmt.com/vh512/share/12587146?docid=12587146&newstype=1001&d=134fff4&channel=weixin	4.9万

图：重点报道截图



走进乡村富民产业：贵州水城“凉都三宝”抢跑春风里

新华指数 李珂 03-17 10:00 阅读量 61.9万

猕猴桃、刺梨、茶叶，被称为“凉都三宝”。近年来，贵州省六盘水市持续推动以“凉都三宝”为重点的特色产业高质量发展。近日，深耕刺梨、茶叶、红心猕猴桃种植领域的贵州初好农业科技开发有限公司、水城宏源、水城农业集团公司齐聚谋划新一年的工作，部署抓好农产品生产加工与销售，为六盘水市水城区“三农”建设和乡村振兴贡献力量。



刺梨林下经济新模式——蚯蚓养殖

新华指数 李珂,汪伟坚 03-28 10:39 阅读量 41.9万



新华财经
国家金融信息平台

打开

市县长大湾区对话 | 酸涩的野果如何变成健康又好喝的饮品—— 水城区初好刺梨的精深加工之路

新华指数 李珂 04-19 15:53 阅读量 51.1万 听全文



新华财经
国家金融信息平台

打开

山海情缘，贵州风味！贵州展团亮相2025食博会·预博会

新华指数 李志兰 04-20 12:43 阅读量 44.6万 听全文



新华财经
国家金融信息平台

打开

“京都三宝”“出山入湾”亮相2025食博会·预博会

新华指数 李珂 04-21 15:48 阅读量 45.5万 听全文

CRI online 贵州
国际在线 cri.cn

要闻 | 城市远洋 | 原创 | 视频 | 直观中国 | 老外在贵州

2025 “贵州刺梨·健康中国行”暨产业大招商推介会在北京举行

2025-04-29 11:48:22 | 来源：中央广电总台国际在线 | 编辑：罗淼 | 责编：赵滢溪

首页 > 指数 > 正文

“从贵州来到世界去”：借力北京推介会，贵州刺梨迈向国际大舞台

新华指数 | 2025年05月07日

阅读量：111222

（二）全国多地聚焦水城刺梨发展

从地域分布图来看，信息传播范围广泛，其中贵州作为水城刺梨产地，信息较为集中，传播量破三千条。信息还向北京、广东、上海、陕西、江苏等地扩散，实现信息地域全国化传播。

（三）多渠道多维度推广矩阵产生集群效应

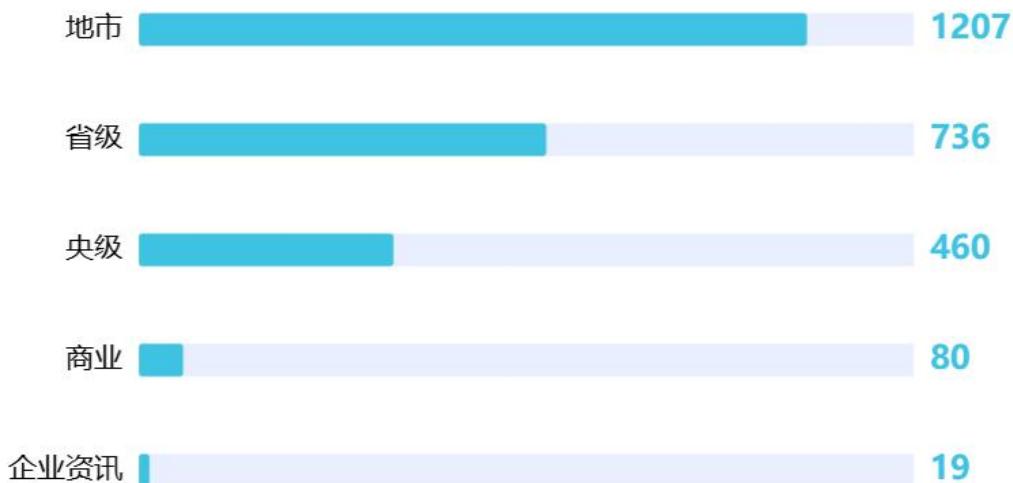
据不完全统计，监测时间段内共有333家媒体发布信息，总发文量逾2502篇。其中地市媒体和省级媒体协同发力，发布的信息量占比最高，代表性平台包括天眼新闻、动静新闻、《贵州日报》、多彩贵州网、视听凉都、《六盘水日报》、六盘水文明网、中国六盘水网等。其中，本地媒体凭借贴近性与受众信任基础，精准触达区域消费群体，高效传递水城刺梨产地优势、产品特性及文化内涵，以本土化传播的形式激活本地市场认知与消费潜力，助力形成“区域品牌—本地认同—产业深耕”的发展动能。

中央级媒体方面，新华社客户端、新华网、央视新闻、央广网、人民网、《光明日报》、《工人日报》、中国新闻

网、中国日报网、中国农网、中国农村网、国际在线、中国商报网等聚力报道，通过全国性权威传播矩阵，快速提升水城刺梨品牌的知名度与公信力，精准链接政策资源、市场需求及产业资本，加速其从区域特产向国家级地理标志产品的跃升。

商业及企业资讯媒体中，网易新闻、新浪网、百度新闻、凤凰网、大智慧等平台的积极关注，进一步提升了水城刺梨的品牌影响力。

图：媒体级别分布



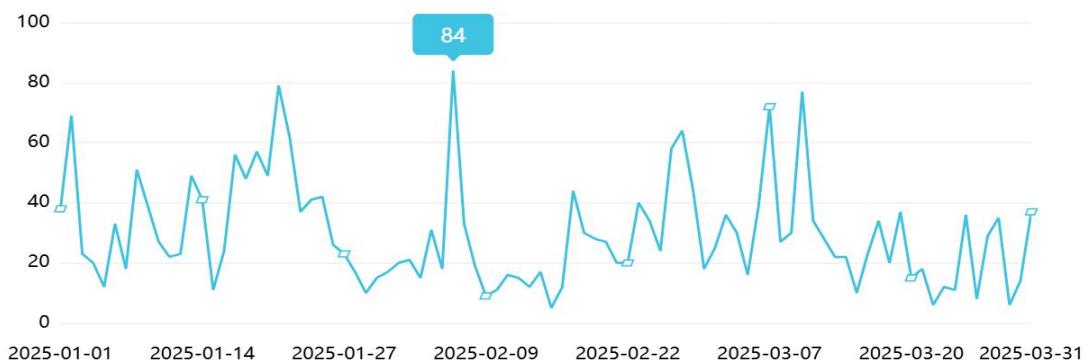
三、季度传播情况分析

(一) 一季度主流媒体关注推高水城刺梨全网声量

2025年第一季度，公开网络平台中共监测到“水城刺梨”相关的信息 2677 条。从传播平台看，新闻客户端是主要传播平台，共 1208 条（占比 45.13%），其次是微信 914 条（占比 34.14%）、网站 356 条（占比 13.3%）、微博 104 条（占

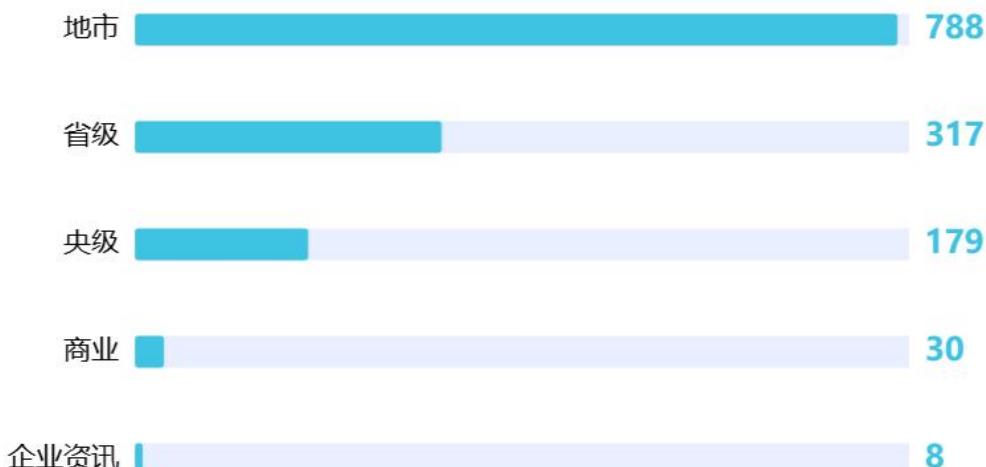
比 3.88%）、视频 49 条（占比 1.83%）、数字报 46 条（占比 1.72%）。

图：舆情走势分布图



期间，相关话题网络互动声量 276.85 万(阅读数 276.79 万次，点赞数 310 次，评论数 263 次)。

图：媒体级别分布

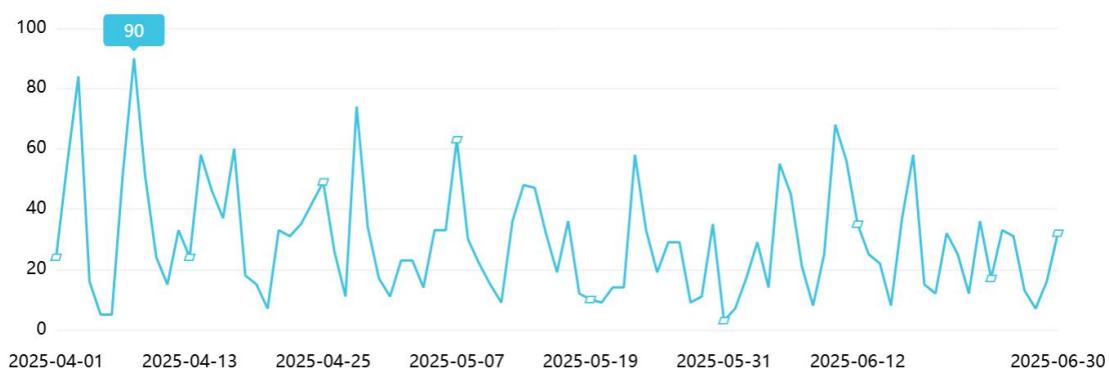


共有 138 家媒体参与了信息发布，总发文量逾 1322 篇，其中地市媒体 788 篇、省级媒体 317 篇、央级媒体 179 篇。

(二) 二季度“贵州特色产业指数矩阵”持续引发话题热点

2025年第二季度，公开网络平台中共监测到“水城刺梨”相关的信息2661条。从传播平台看，新闻客户端仍是主要传播平台，且占比提升至1488条（55.92%）；其次是微信692条（占比26%）、网站274条（占比10.3%）、视频128条（占比4.81%）、数字报41条（占比1.54%）、微博32条（占比1.2%）、互动论坛6条（占比0.23%）。

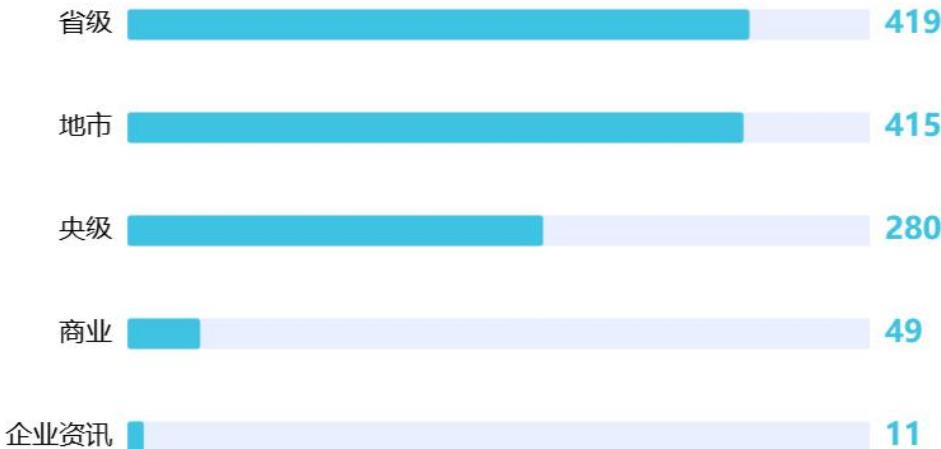
图：舆情走势分布图



期间，相关话题网络互动声量367.14万（阅读数366.92万次，点赞数1650次，评论数488次）。

共有192家媒体发布了信息，媒体总发文量逾1174篇。其中省级媒体419篇，地市媒体415篇，央级媒体280篇。

图：媒体级别分布



四、市场推广及营销动向分析

2025年上半年，贵州水城刺梨通过活动实现营销破圈、市场推广提质增效、科技创新赋能产业发展、品牌建设铸牢根基，实现了从“深山野果”到“健康符号”的跨越。贵州省以刺梨产业为核心，带动乡村振兴与生态保护协同发展，为贵州特色农业高质量发展提供了样本。

(一) 活动营销：多维场景联动强化品牌曝光

1. 大型展会与推介会

4月2日，水城区在贵阳举办“2025早春农特品牌推介暨发耳樱桃旅游节新闻发布会”，将刺梨作为“凉都三宝”之一重点推介，通过“生态+产业+品牌”三位一体模式，结合地理标志认证、直播电商等渠道提升知名度。4月18日，初好刺梨亮相第九届中国国际食品及配料博览会等三大展会，同期参与“第二届乡村优势特色产业大会暨市县长大湾区对话”，现场展示刺梨气泡水、原浆等产品，吸引国

际客商关注。6月15日，“2025贵州刺梨产业融合助力消费升级推进会”在广州举行，促成多份合作协议签订，推动刺梨产品对接粤港澳大湾区市场。

期间，新华财经、天眼新闻等多家媒体聚焦关注，相关报道如《市县长大湾区对话 | 酸涩的野果如何变成健康又好喝的饮品——水城区初好刺梨的精深加工之路》《“从贵州来到世界去”：借力北京推介会，贵州刺梨迈向国际大舞台》《“凉都三宝”“出山入湾”亮相2025食博会·预博会》等引起广泛关注。

2. 体育赛事跨界合作

5月24日，初好刺梨独家冠名“2025六盘水马拉松”，在赛事现场设置专属补给站，为3.2万名参赛者提供刺梨饮品补给，进一步将品牌与“健康生活倡导者”形象深度绑定。赛事通过线上线下联动传播，进一步扩大品牌影响力。

《六盘水日报》、天眼新闻等媒体发布相关报道，如《【天眼视频】六盘水马拉松燃情启幕！初好刺梨携手助力 跑出无限激情》《恰风华正茂 凉都未来可期》等。

（二）市场推广：全渠道赋能打造产销协同供应链

1. 电商与供应链合作

4月28日，2025“贵州刺梨·健康中国行”暨产业大招商推介会在北京举行。新华财经刊文《“从贵州来到世界去”：借力北京推介会，贵州刺梨迈向国际大舞台》对推介

会进行全方位的报道，文章阅读量达 35.7 万次。报道提到，作为贵州刺梨的重要合作伙伴，东方甄选 2024 年刺梨原汁销售额近 1 亿元，好评率达 99.55%；下一步东方甄选将继续发挥电商平台和直播间的连接作用，助力贵州刺梨产业发展，为贵州刺梨和贵州特色好物发声。在此次推介会上，京东集团计划通过降低运输成本、拓宽销售渠道，助力刺梨产品实现优质优价。

会上，贵州初好农业科技开发有限公司与北京汇源集团、贵州刺力王生物科技有限公司与君德（北京）供应链管理有限公司、贵州金维宝生物技术有限公司与家有购物集团分别签订战略合作协议。此次签约推动京黔两地企业携手，共同助力贵州刺梨产业高质量发展。

2. 国际市场拓展

1 月 24 日，天眼新闻报道，水城区刺梨“出海”，优势产业“跨”出新活力，贵州初好农业科技开发有限公司董事长陶浩表示，“我们不断做强自主品牌，将目光瞄准国际市场，逐步打开贵州刺梨产品在老挝的市场，并将继续沿着‘一带一路’走出去，把东南亚作为重点开拓的区域，为贵州刺梨产品走出国门、迈向国际作出应有贡献。”此外，4 月 2 日，六盘水市水城区在贵阳举行的 2025 早春农特品牌暨发耳樱桃旅游节新闻发布会上提到，初好刺梨产品已进入“一带一路”市场，并在老挝设立海外展销店。

五、提质增效动向分析

2025年上半年，贵州水城刺梨以产业规模化、产品高端化、融合多元化、政策精准化、合作国际化为核心，构建起“种植-加工-销售-文旅”全产业链生态。其依托独特地理环境，通过科技赋能、政策扶持和战略合作，推动刺梨从“深山野果”向“健康符号”跃升，成为乡村振兴与生态保护协同发展的典范。

（一）产业发展：外拓规模增体量 内抓效能强根基

2月21日据水城融媒消息，2025年1月，贵州初好农业科技开发有限公司（以下简称“初好公司”）被认定为国家级高新技术企业；2024年冬季，该公司再获国家级绿色工厂称号。3月17日，新华财经报道《走进乡村富民产业：贵州水城“凉都三宝”抢跑“春风经济”》提到，初好公司依托14条加工生产线、13大加工标准，构建起康养系列、果汁饮料系列等五大类20余款产品体系，年加工能力达8.4万吨。

（二）产业融合：农文旅融合添活力 大健康产业促升级

4月2日，天眼新闻报道《水城早春 领鲜一步·水城区：让山地农业成为乡村振兴的“黄金名片”》称，六盘水市水城区在贵阳举行“‘2025早春农特品牌暨发耳樱桃旅游节’新闻发布会”。会上提到，水城区探索“农旅+

研学”新业态，打造刺梨采摘体验等文旅项目，延伸产业链附加值；通过建设刺梨主题园区等举措，推动农文旅深度融合。

（三）战略合作：跨区域统筹谋发展 高效益整合创共赢

5月7日，新华财经报道《“从贵州来 到世界去”：借力北京推介会，贵州刺梨迈向国际大舞台》回顾了4月28日在北京举行的“贵州刺梨·健康中国行”推介会相关情况。会上，初好刺梨与汇源集团签订战略合作协议，借力其品牌资源拓展全国市场；与东方甄选、京东集团合作成果显著——2024年刺梨原汁销售额近1亿元，好评率达99.55%。同时，会上还促成多份合作协议签订，助力刺梨产品对接京津冀市场。

（四）招商引资：抱团发展补短板 资源融合创价值

据新华财经报道，4月28日，2025“贵州刺梨·健康中国行”暨产业大招商推介会上，水城区通过京黔协作平台，吸引汇源集团、君德供应链等企业签约，推动刺梨产品研发、销售等领域合作。

六、潜在的市场机遇与挑战

（一）机遇：消费趋势利好 国际市场潜力无限

健康消费趋势利好：随着人们健康意识的不断提高，消费者对富含营养、具有保健功能的食品需求持续增长。刺梨富含维生素C、SOD等多种营养成分，能够满足消费者对健康食品的追求，在健康食品市场具有广阔的发展空间。

产业融合发展机遇多：可以与文旅、大健康等产业深度融合。在大健康领域，开发刺梨保健品、功能性食品等，拓展刺梨产品的应用场景，进一步挖掘市场价值。例如盈州贾西村依托刺梨基地发展“刺梨之乡·康养农旅”乡村振兴特色带，实现了刺梨产业与文旅产业的协同发展。

国际市场拓展空间大：“一带一路”倡议为刺梨产业带来了国际市场机遇。水城刺梨已进入“一带一路”市场，未来以东南亚为重点开拓区域，有望进一步扩大国际市场份额。刺梨独特的营养价值和风味，在国际市场上具有一定的竞争力，能够满足不同国家消费者的需求。

(二) 挑战：产品同质化严重 海外市场仍待优化

市场上刺梨产品同质化严重，多集中于原汁、饮料等初级品类，缺乏差异化竞争；深加工技术待突破，高端产品开发受限，稳定性、口感等细节需优化；国际市场拓展中，面临海外渠道建设、标准认证等挑战，且在全球产业链中品牌话语权不足，需进一步提升产品竞争力与品牌认知度。

七、竞品信息关注

2025年上半年，刺梨产区中较受关注并可能与水城刺梨形成竞争的有：云南产区、四川产区、毕节市产区、安顺市产区、黔南州产区等。

(一) 云南产区：产业规模初显现 市场推广有特色

云南是刺梨的重要产地之一，虽然种植规模和产量整体可能不及贵州部分主产区，但也具备一定的产业基础。云南宣威市在2016年引进刺梨植株，种植了无籽刺梨品种。云南在特色农产品的开发和市场推广方面有自身特色，其刺梨产品可能会在部分区域市场与水城刺梨形成竞争，尤其是在西南地区的市场份额争夺上。

(二) 四川产区：种植加工夯基础 刺梨价值待挖掘

四川西部凉山地区、川北、川东地区有刺梨分布，在刺梨的种植和加工上也有一定发展。随着刺梨市场的逐渐扩大，四川产区也在不断挖掘刺梨的产业价值，其产品可能会在全国市场上与水城刺梨产区形成竞争关系。

(三) 毕节市产区：刺梨高产夯基础 品牌影响需助力

毕节市的大方、黔西等地刺梨分布密集、产量高。该地区刺梨产业也在不断发展，在种植规模和产量上具有一定竞争力，且当地也在推动刺梨的深加工和品牌打造，试图在刺梨市场中占据更大份额，对水城刺梨产区的市场拓展构成挑战。

(四) 安顺市产区：品种优势显特色 特色产品有价值

安顺市拥有特有品种金刺梨，以其光枝无籽，果味清香爽口、酸甜适度区别于普通刺梨，并在当地大力推广种植。安顺市也在积极发展刺梨加工产业，利用独特的品种优势开发特色刺梨产品，与水城刺梨产区在产品差异化方面形成了一定的竞争态势。

（五）黔南州产区：历史积淀育良种 规模经营铸品牌

黔南州是贵州刺梨人工培育最早的地区，现有种植面积中 50%以上已达到初果期和盛果期，采摘面积达到全省采摘面积 40%以上，略高于六盘水市。其龙里县被誉为“中国刺梨之乡”，获得国家地理标志保护产品认定，在刺梨种植历史、品种培育和品牌建设方面有一定优势，种植的规模化和产业化发展较早，在市场上具有较高的知名度，与水城刺梨产区形成竞争。

八、总结建议

综上所述，2025年上半年，水城刺梨产业通过活动营销破圈、市场推广增效、科技创新提能、品牌建设铸魂，实现了从“深山野果”到“健康符号”的跨越；以产业规模化、产品高端化、融合多元化、政策精准化、合作国际化为核心，构建起“种植-加工-销售-文旅”全产业链生态。未来，随着“一带一路”市场深化与健康消费升级，水城刺梨有望进一步释放产业潜力，成为全球刺梨产业链的重要参与者。在

接下来的发展中，建议：

(一) 强化新媒体深度运营，提升互动声量

针对视频传播占比仅 3.32% 的现状，加大短视频内容创作，如制作水城刺梨种植过程、加工工艺、健康功效科普等短视频，在抖音、快手等平台推广，吸引年轻消费群体。

互动论坛占比 0.11%，可加强在知乎、豆瓣小组等社区平台的运营，发起刺梨健康话题讨论，提高用户参与度，增加品牌互动声量。

(二) 深化品牌定位，强化“康养”IP

结合“康养”高频关键词，进一步明确品牌定位，围绕刺梨“维 C 之王”的健康属性，开展精准营销。例如，与健康类 KOL 合作，发布刺梨养生科普内容，提升品牌在健康消费领域的认知度。

打造“康养+刺梨”特色品牌活动，如举办水城刺梨康养文化节，强化品牌与健康生活方式的关联，提升品牌附加值。

(三) 拓展国际传播渠道，深化“一带一路”合作

针对东南亚重点市场，制定专门的海外传播策略，利用海外社交媒体平台、参加国际食品展会等方式，宣传水城刺梨的独特优势和产品特色，提高国际市场知名度。

加强与“一带一路”沿线国家的企业合作，如在老挝展销店的基础上，进一步拓展其他国家的销售渠道，建立稳定

的海外销售网络。

(四) 加强产品创新，丰富产品线

依托初好刺梨的研发能力，继续加大新产品开发力度，如开发刺梨功能性饮品、保健品等高端产品，满足不同消费群体的需求，提高产品附加值和市场竞争力。

关注市场消费趋势，结合消费者口味偏好，推出更多创新口味的刺梨产品，如刺梨与其他水果的混合饮品，扩大市场份额。

(五) 整合媒体资源，形成传播矩阵

进一步整合央媒、地方媒体、商业媒体等资源，构建全方位、多层次的传播矩阵。加强与主流媒体的深度合作，策划系列专题报道，持续提升水城刺梨的品牌影响力。

利用本地媒体的地缘优势，开展更多本土化传播活动，如组织媒体走进刺梨种植基地、加工企业进行实地采访，增强本地消费者对品牌的认同感和信任度。

(六) 强化舆情监测，及时应对市场变化

建立完善的舆情监测体系，实时关注市场动态和消费者反馈，及时发现并处理潜在的舆情风险。例如，关注竞品动态，针对竞品的市场策略及时调整自身的营销方案。