2016浙江金秋购物节组织方案

（修改稿）

为全面贯彻党的十八届三中、四中、五中全会精神和省委十三届七次、八次全会精神，围绕“拓市场、促消费、扩投资、创优势、优服务”的中心任务，按照《浙江省人民政府办公厅关于进一步做好扩大消费工作的意见》（浙政办发〔2013〕104号）“精心办好金秋购物节”文件精神和李强省长“要努力增加消费，不仅要培育信息、旅游、健康等新的消费热点，还要挖掘重大活动、节日、假期等消费节点”的重要批示要求，发挥消费在推动经济发展中的引领作用，拟于今年9月下旬-11月中旬继续举办“2016浙江金秋购物节”（下称“购物节”）。

本届购物节将以欢乐生活为中心，传递消费新理念为宗旨，着力推动商贸、信息、旅游、文化等消费领域融合，通过创新供给、优化环境、联合促销，大力培育品质消费、信息消费、文化消费、健康消费、绿色消费、时尚消费等热点消费，拉动消费需求，释放新兴消费潜力，推动传统消费提质升级，促进我省经济稳步发展。

一、基本原则

2016浙江金秋购物节以“新消费、新生活”为主题，政府搭台、企业唱戏、媒体助力，集聚多方资源，发挥企业主体作用，运用现代营销方式，扩大消费领域，挖掘新的消费热点，引导民众积极参与，培育新的消费潮流，进一步提升活动的品位，提高活动的绩效，打造全省性、综合性的欢乐消费盛会。

**（一）部门合作，政策扶持市场运作。**商务、经信、文化、新闻出版广电、旅游等部门联合举办，通过政策扶持与市场化运作相结合，形成政府、协会、企业、媒体等互动合作，增强活动实效。

**（二）三级联动，上下呼应形成覆盖。**通过统一主题、统一口号、统一LOGO，省、市、县三级联动，实现县域活动全覆盖。省组委会重点做好省级活动的组织实施，同时指导各地开展系列活动。

**（三）创新融合，跨界合作寻求共赢。**充分运用互联网营销、现代支付、银企合作等手段，将商圈联合促销，跨界互动，地域营销宣传和吸引外地消费串联，创新融合方式，开展抱团促销，扩大延伸消费。

**（四）注重体验，传递新型消费方式。**开展个性化、多样化互动体验，通过创新消费方式，引导企业与消费者融合互动，通过释放时尚、品质、智能、绿色等新兴消费需求，推动传统消费提质升级。

**（五）安全为本，确保活动取得实效。**严格执行《浙江省大型群众性活动安全管理办法》（浙江省人民政府令第333号）等相关要求，按照“承办负责，政府监管”的原则，分级管理，落实安全责任，做到事前有风险评估、事中有应急预案、事后有情况报告，在守牢安全底线的基础上，确保活动取得实效。

二、活动内容

聚焦服务、信息、绿色、时尚、品质、农村六大消费，突出部门融合和购物体验，继续办好已有的主题展会和促销活动，同时围绕主题，吸纳和开拓一批特色活动和展会。

**（一）启动仪式**

省市县三级启动仪式拟于“十一黄金周”前一周左右举办，省级启动仪式拟于9月下旬举行，各市原则上同时启动，启动仪式可以结合活动和展会，按照节约办会的原则，形成上下联动、简朴隆重的节庆氛围，提升金秋购物节的品牌影响力。

**（二）主题展会**

**1.商品消费板块：**包括展示我省制造业发展成就的“品质浙货展”（或“名品展”）；会聚传统文化魅力和品牌传承的第十三届中国中华老字号精品博览会；以品质时尚生活为主题的中国钟表珠宝展、中国国际女装展；引领消费升级的穿戴设备、智能家居等新兴生活消费品展、进口商品展、国际新能源汽车展和提升消费理念的乡村E站购展销；主客共享游客最喜欢的“浙江符号”旅游商品展；线上线下融合的旅游产品特卖巡展、特色浙货淘宝馆网络展；面向农村消费的家电、通信设备、汽车等耐用消费品进乡镇展。同期，各地结合实际举办各具特色的房博会、家装展、汽车展等上百场展销活动。

**2.服务消费板块：**包括以引导科学生活理念、倡导健康生活方式、提升老年生活品质为主题的第五届中国（浙江）国际养老服务业博览会；展示生活丰富性、文化多样性和精湛工艺的第八届浙江非物质文化遗产博览会；汇集浙江精品酒店、特色民宿、旅游景区、旅游线路的浙江旅游产品展卖节；汇集浙江餐饮业名店、名厨、名菜及原生态绿色食材的浙江餐饮美食博览会暨厨师节等。以“服务汽车生活”为主题，举办“服务家庭、服务小镇、服务乡村”的汽车后市场服务推广活动，引导城乡汽车消费新时尚。同期，省内各地也将举办相应服务消费类展会。

**（三）促销活动**

**1.万店千万豪礼大放送**

组织全省区域中心城市有代表性、有较大影响力的企业组成金秋购物节特约商户，提供 “满送”电子优惠券、实物奖品等，整合成“千万豪礼”联合大礼包，统一时间（拟与启动仪式同步），全省万家门店通过微信公众号、ibeacon设备、移动端发放，消费者通过扫描二维码、微信“摇一摇”等方式乐享千万豪礼。

**2.银联卡与重点商户联合营销**

浙江省商贸业联合会联合浙江银联发动商业银行和部分大型商贸、旅游、文化等市场主体、商圈、特色街区共同组织全省银联卡联合营销活动，开展特约商户刷银联卡“随机立减”和以“APPLE PAY”为代表的非触式支付优惠活动及相应的促销活动。

 **3.欢乐互动体验**

发动我省特色商业示范街区组织各具特色的活动，邀请购物节吉祥物、民间艺术团队、民间艺人进街区、商圈互动表演，商家提供消费抵用券，吸引消费者与其互动，形成店外休闲娱乐，店内消费体验的消费场景；由组委会办公室联合媒体组织消费者、记者、摄影达人等开展“金秋消费探秘”活动，通过网站、微信平台宣传商贸、餐饮、文化、旅游、制造类企业自行设定的消费体验项目，提升参与活动商家的人气，扩大金秋购物节的影响力；组织浙江美容美发盛典、时尚发布等活动。

**4.浙江旅游推广活动**

由省旅游局与浙江广电集团合作共同推出“诗画浙江”旅游推广活动，吸引更多旅客了解浙江、喜爱浙江，促进旅游消费；联合主流媒体推出“诗画浙江 美丽乡村”宣传推广活动，让广大群众充分体验乡村旅游美食餐饮、休闲娱乐活动，感受乡村自然气息。

**（四）“新消费”主题峰会**

邀请有关专家、业内人士、企业高层围绕新消费作主题演讲并现场研讨，梳理新消费理念，探寻新型消费模式。

四、组织实施

**（一）部署准备阶段（3月初-5月底）**

**1.成立组委会。**拟请省政府分管领导同志担任浙江金秋购物节活动组委会主任，浙江省商务厅厅长周日星同志任常务副主任，主办单位分管领导任副主任，省组委会办公室设在浙江省商贸业联合会，办公室主任由浙江省商贸业联合会会长担任，各主办单位牵头处室负责人担任组委会办公室成员。各市参照成立组委会，落实各项工作。

**2.明确责任分工。**购物节活动按照“统一部署、分级负责”的原则由省市两级组委会分别实施。省组委会办公室下设综合协调组、宣传联络组、活动执行组、统计信息组、安全保卫组，分别由各部门牵头处室和承办单位相关负责人组成，协调落实省市县三级活动安排，对口协调、统计、落实各类活动。

**3.衔接活动安排。**4月中旬完成活动调研策划，征求意见，对接今年购物节总体活动安排。4月下旬下发文件，对2016浙江金秋购物节的筹备工作进行全面部署；各地根据省组委会统一要求，结合当地实际进行具体策划。5月底前召开“2016浙江金秋购物节”推进会，通报2016浙江金秋购物节总体工作安排，落实各级组委会成员和活动负责人及联络人名单，部署组织筹备阶段的主要任务。

**（二）组织筹备阶段（6月初-8月下旬）**

6月，各部门、行业协会进一步细化活动内容，梳理推荐购物节的重点活动，各级组委会汇总确定重点展会、活动目录清单，各市县根据活动安排分头组织筹备。7月中旬，各市组委会向省组委会办公室报送购物节活动方案。8月中旬，下发全省购物节活动实施方案、宣传物格式及要求。

**（三）启动实施阶段（9月上旬-11月中旬）**

9月上、中旬启动活动宣传、召开“2016浙江金秋购物节”新闻发布会。省市组委会共同推进全媒体立体宣传，烘托氛围。拟于黄金周之前一周左右举办启动仪式，全省及各市同时进行隆重而简朴的启动仪式，形成联动，提升活动影响力。9月下旬-11月中旬全面开展金秋购物节活动。

**（四）总结评估阶段（11月中旬-12月中旬）**

11月底，各地组委会向省组委会办公室报送购物节主要工作、促销活动、成效（举办活动场次、参与企业数、销售额、同比增幅等）等；12月初，各地对活动的开展情况进行全面总结评估，并报省组委会办公室。12月中旬，召开总结大会。

五、活动要求

**（一）加强组织领导。**省组委会办公室制定活动相关标准，对参与活动的项目、企业进行评估总结。省级各相关部门、行业组织及各市组委会都要按照省组织方案的相关要求，将金秋购物节作为消费促进工作的重点任务来抓，充分调动协会、商圈、企业、媒体及专业机构资源，突出重点和亮点，提高活动实效。加强联络机制，与省组委会形成有效联动，共同把金秋购物节打造成全省有影响力的促销费平台。

**（二）强化责任落实。**省组委会要加强统筹协调，各市组委会要明确责任，全力配合，精心筹备。各地、各行业协会要充分发挥各自优势，组织丰富多彩的活动。各活动单位、企业、市场、相关协会要充分利用自有的宣传渠道，安排宣传联络员与省组委会办公室互通资讯，积极参与省组委会开展的自媒体联盟沙龙，形成自媒体生态圈，统一宣传，营造良好的活动氛围。各市、有关协会、商圈、企业等活动主体要注意活动开展过程中的图片、文字材料、活动方案收集汇总，整理归档并及时上报省组委会。

**（三）精心组织实施。**各有关单位要精心筹划，认真落实，应用各种新科技手段，创新各种活动载体、活动形式，创新营销模式，引导新的消费理念和消费方式。拟举办展会、活动的单位、协会、企业要紧紧围绕消费者的需求策划活动，按省组委会统一要求填写相关表格提前申报。百货商超、专业市场、餐厅茶馆、书店影院、宾馆景区、休闲娱乐等市场主体要充分运用互联网营销、现代支付、银企合作等手段，线上线下共同发力，创新营销模式，策划组织各种特色营销活动。

**（四）严格督促检查。**金秋购物节作为全省性的促销费盛会，既要取得活动实效，又要保证活动安全有序，各级组委会要高度重视，切实落实主体责任，根据承办单位负安全总责的要求，加强对活动的统筹指导，督促检查。特别要加强安全防范和排查工作，消除隐患，切实保障购物节安全有序圆满。