

2023年消费券活动方案标题 消费帮扶方案 (优质8篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

消费券活动方案标题篇一

根据《深圳市人民政府办公厅关于印发深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作方案的通知》（深府办函〔20xx〕5号）精神，为深入推进“五进一巡”活动，助力“海推海选 联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动产生的“百强好产品”、消费帮扶产品中的“圳品”进入千家万户，结合工作实际，制定本方案。

进一步擦亮“百强好产品”“圳品”品牌，推出一批品质优良、价格合理，深受市民群众信赖的好产品；通过整合挖掘社区“线上+线下”销售渠道，打通消费帮扶产品销售“最后一百米”；通过终端采购和消费，进一步促进消费帮扶产品品质提升和产业链完善；进一步营造“人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为”的良好氛围，实现消费帮扶由政策驱动向市场驱动过渡，将创建国家消费帮扶示范城市工作重心转向基层社区，体现“感恩改革开放，回报全国人民”的特区责任和担当情怀，以先行示范标准打造消费帮扶工作的“深圳样板”。

（一）优选好产品。

从消费帮扶“百强好产品”“圳品”中优选出一批品质优良、价格合理，适合家庭消费、市民群众信赖的好产品。试行一段时间后，扩大选品范围，从“入围好产品”及其它具有良

好的帮扶效应、取得一定帮扶成效，并能体现当地区域特色，对巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村振兴有促进作用的联农带农产品中遴选。好产品应具备完善的生产、供应、配送条件，具有一定市场竞争力，使用价值和价格均适合市民家庭。（责任单位：市乡村振兴和协作交流局、市市场监管局、海吉星消费帮扶中心、各区（新区）消费帮扶中心）

（二）整合好渠道。

市商务局负责引导、协调商超、电商平台等上架消费帮扶好产品；市住建局负责发动组织小区、城中村物业公司参与活动，销售消费帮扶好产品，并进行广泛宣传；市国资委、驻深中央企业负责引导自有物业企业和自营门店、加油站开设消费帮扶好产品展销区；市民政局（市社会组织管理局）负责协调各社会组织尤其是行业性协会、商会充分发挥自身优势，利用商业资源，发动会员企业在自营门店开设消费帮扶好产品展销区；市交通运输局引导物流企业与消费帮扶好产品生产企业针对消费帮扶产品物流、仓储等服务给予一定优惠，切实降低消费帮扶产品运输成本；市总工会负责发动各级工会和会员，积极参与活动；市乡村振兴和协作交流局、市政数局、海吉星消费帮扶中心负责加快推进“圳帮扶线上商城”与“i深圳”进行链接，发挥平台引流作用；所有终端销售渠道，统一设置活动标识，标明“消费帮扶好产品”；稳步推进社区消费帮扶“专区”、“专柜”、自营店、专营店建设，推动其持续健康发展。请各责任单位于20xx年6月2日前填写渠道推荐表（附件3），并做好组织发动工作。（责任单位：市商务局、市市场监管局、市住建局、市国资委、市交通运输局、市政数局、市总工会、市民政局（市社会组织管理局）、市乡村振兴和协作交流局、驻深中央企业、海吉星消费帮扶中心）

（三）提升好品牌。

市商务局指导、协调活动品牌创建工作，将活动纳入“促消

费”有关工作中：市乡村振兴和协作交流局组建消费帮扶专家顾问团和专家库，菜单式、组团式为活动提供咨询、策划等服务；引入专业的品牌策划和营销推广机构、售后服务和履约服务机构，助力消费帮扶好产品树立区域产品品牌；鼓励消费帮扶好产品申报“圳品”，提升产品品质；充分发挥前方派驻机构的作用，加强与当地和后方在消费帮扶好产品进社区工作上的协调联系和工作调度。（责任单位：市商务局、市乡村振兴和协作交流局、前方派驻机构、各区（新区）对口办、深圳标准促进会、海吉星消费帮扶中心、各区（新区）消费帮扶中心）

（四）营造好氛围。

市委宣传部统筹发挥宣传引导作用，动员各级各类媒体平台、公共交通设施、公共文化服务场所等做好活动宣传，在地铁、公交等载体公益广告时段，安排播出消费帮扶好产品进社区相关内容；市乡村振兴和协作交流局、海吉星消费帮扶中心组织策划一批宣传海报、宣传画，设计活动标识；市住建局、市城市管理和综合执法局根据业务职能，协调活动宣传海报、宣传画等进社区、进楼栋；各区（新区）对口办、各区（新区）街道、社区负责做好宣传海报、宣传画分发、张贴，配合协调各类进社区展览展销和宣传推广活动；各区（新区）对口办、各区（新区）消费帮扶中心、消费帮扶企业、深圳市消费帮扶直播互助社成员企业负责运用各类电商平台、社交新媒体、网络直播平台，“线上+线下”同步开展美食品鉴、产品展销、社区购物团等消费帮扶好产品社区推广宣传活动；报业集团、广电集团负责发挥自有媒体矩阵，积极参与消费帮扶好产品进社区宣传报道和互动。（责任单位：市委宣传部、市乡村振兴和协作交流局、市住建局、市城市管理和综合执法局、报业集团、广电集团、海吉星消费帮扶中心、各区（新区）对口办、各区（新区）街道、社区、各区（新区）消费帮扶中心）

（五）开展好监测。

发挥深圳在互联网、大数据、云计算等领域的信息化优势，优化升级深圳消费帮扶大数据管理平台，开发消费帮扶“百强好产品”及“圳品”认证的消费帮扶产品单项统计功能，对社区生鲜门店、社区服务超市、社区邮政网点、自营店、电商专区等渠道，采购销售消费帮扶好产品和通过“圳品”评定的消费帮扶产品数据进行统计监测。对纳入活动的产品价格、质量进行跟踪、监测，保障价格合理、质量稳定，对借机虚抬价格、以次充好、冒名顶替和出现质量问题的产品，及时将其从好产品名录中移除，并视情况作出进一步处理。

（责任单位：市乡村振兴和协作交流局、深圳海吉星消费帮扶中心）

（一）加强组织领导。

各区各单位和前方派驻机构要切实加强组织领导，明确责任领导和责任人员，协调解决工作推进中面临的困难和问题。各单位应于20xx年5月30日前将责任人报市乡村振兴和协作交流局（详见附件2）。

（二）加强考核激励。

将深圳消费帮扶好产品进社区工作落实情况纳入全市乡村振兴战略实绩考核范围，并定期公布排行榜，对表现突出的单位授予“消费帮扶爱心单位”，同时作为典型案例宣传推广。

（三）加强沟通协调。建立参与活动单位、企业联系机制，建立粤政易专项工作群，密切协作配合，加大活动推进力度，及时协调活动中产生的问题，确保各项措施落实到位。

（四）加强配套支持。

支持消费帮扶产品物流集中打包签约承运。对符合条件的采购深圳对口帮扶地区农特产品的电子商务平台企业，按照市商务局有关补贴政策给予奖励。

消费券活动方案标题篇二

2022年是党的二十大召开之年，是巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的关键之年。组织开展“消费帮扶月”活动，对进一步动员社会各界力量，凝心聚力推进乡村振兴具有重要意义。结合我市实际，制定本方案。

通过开展系列活动，进一步调动广大党员干部、社会各界参与乡村振兴的主动性和积极性，营造人人关心、关注、支持、参与乡村振兴的氛围，凝心聚力带动农民稳定增收，进一步巩固拓展脱贫攻坚成果，助力乡村全面振兴。以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

“自贸建设守底线 消费帮扶促振兴”

20xx年5月30日至6月30日

（一）发挥消费平台功能

充分发挥好海南乡村振兴网、海南爱心大集市两个重要消费帮扶平台作用，主动谋划、积极参与消费帮扶月活动。

1. 举办消费助农大集市分会场，丰富线下消费帮扶氛围。
（牵头单位：市供销社、市乡村振兴局；配合单位：各镇（区））
2. 积极举办线下集市分会场活动，组织各镇（区）推荐具有本镇（区）特色的品牌产品参与消费助农大集市活动。（牵头单位：市乡村振兴局、市供销社；配合单位：各镇（区））
3. 组织各帮扶单位参与海南乡村振兴网满减促销、产地直销等形式的线上活动，营造活动期间内良好的消费氛围。（牵头单位：市乡村振兴局；配合单位：全市各帮扶单位）

4. 指导各镇（区）在活动期间开展“一村一品”品牌推介活动，由各镇（区）收集上报优质农产品品牌，在活动会场预留展示场地进行集中展示。（牵头单位：市乡村振兴局、市供销社；配合单位：各镇（区））

5. 协调社区、商超、军营、企业等人流量密集区域，打造活动分会场，引导全员参与。（牵头单位：市乡村振兴局；配合单位：市供销社）

6. 持续推动消费帮扶“三专”工作，引导相关企业积极销售消费帮扶重点产品，推动布设消费帮扶有人专柜。（牵头单位：市乡村振兴局、市供销社，配合单位：各镇（区））

（二）组织定点帮扶活动

7. 各“双联双帮”单位要指派专人对接消费帮扶工作，并做好消费帮扶数据统计上报工作。有食堂、餐厅等有条件的单位可以根据实际情况和需求，与脱贫户或带贫合作社签订认购协议。各“双联双帮”单位、帮扶联系人开展走访帮扶活动，以线下消费、集中采购、订单预定等形式在定点帮扶村和帮扶对象家庭做好消费帮扶工作。（牵头单位：市乡村振兴局；配合单位：各“双联双帮”单位）

（三）积极动员社会力量

8. 协调市总工会、市工商联、市民政局、团市委等有关部门策划活动，积极开展帮扶产品采购活动，引导民营企业、志愿者、社会组织参与线上线下活动。（牵头单位：市乡村振兴局；配合单位：市供销社、市总工会、市工商联、市民政局、团市委、各镇（区））

（四）做好宣传引导工作

10. 各“双联双帮”单位要全面掌握定点帮扶村现有扶贫产品

信息，充分利用各自资源，发挥干部职工思路宽、交际广、渠道多的优势，为定点帮扶村农产品进行代言，拓宽销售渠道，确保所帮扶村无大规模产品滞销。各镇（区）要组织协调各类媒体，采取多种形式，大力宣传乡村振兴的先进典型、工作成效、经验和做法，通过宣传引导，营造良好氛围。

（牵头单位：市乡村振兴局；配合单位：各“双联双帮”单位、各镇（区））

11. 开展户外宣传活动。各镇（区）通过 led 电子显示屏等滚动播放乡村振兴公益广告；在主要路段和脱贫村挂横幅、贴标语、刷口号，启动宣传车、发放宣传册、开展政策咨询等活动。（牵头单位：市乡村振兴局；配合单位：各镇（区））

（一）加强组织领导。

全市消费帮扶月活动由市乡村振兴局、市供销社负责牵头工作。各镇（区）要积极配合，指定专人抓好落实。

（二）做好疫情防控。

根据自身疫情防控实际情况，鼓励以线上活动为主、酌情开展线下活动，线下活动期间要严格按照防疫要求做好保障工作，避免因线下活动开展增加疫情防控风险。

（三）加强信息报送。

各单位要认真统计消费帮扶月活动成果，重点是各级领导、“双联双帮”单位、帮扶责任人活动情况以及各级媒体宣传报道情况，于7月11日前分别报送市乡村振兴局和市供销社。

（四）强化督促落实。

为完善消费帮扶工作长效机制，我市将把各单位开展消费行

动的工作情况纳入年度考核内容。每月将根据各单位食堂采购情况和在编在岗干部消费帮扶工作情况进行了统计。

各“双联双帮”单位要指定专人认真做好消费帮扶统计工作，统计本单位及下属单位线上线下消费数据，每月20日下午下班前定期将本单位消费帮扶数据（即“琼海市爱心消费帮扶信息统计表”）报送至市乡村振兴局汇总，逾期未报视为本时间段内未有消费帮扶行为，以最近一次报送的数据作为其工作进展情况。

消费券活动方案标题篇三

为丰富公司职工业余文化生活，在全司范围内营造奋发向上、勇于拼搏、团结协作、沟通学习的良好氛围，通过开展职工擅长、爱好的各类文体活动来凝聚人心、提振信心，让全司职工以更加积极的态度、更加饱满的热情投入到工作和生活中，充分展示永昌人劳逸结合的新理念生活方式。经公司工会研究，并结合公司广大职工的兴趣爱好和特长，决定在全司范围内组建职工兴趣社团，特制定本方案。

一、组织机构及职责

（一）社团委员会委员名单

团长：

副团长：

组员：

职责：负责公司职工兴趣社团的总体协调和服务工作，兴趣社团下设各兴趣小组。

（二）兴趣总组组委会人员名单

组长：

副组长：

组员：

职责：

(二)负责审查各分组制定的活动计划和实施方案，监督指导各分组的活动开展；

(三)负责做好与公司工会、各生产部门以及相关部门的汇报和沟通工作；

(四)负责组织各兴趣小组组员开展学习、讨论，创新活动的思路和方法；

(六)负责做各兴趣小组活动过程中的安全保障工作；

(七)负责对活动中的涌现出来的优秀人员进行表彰；

(八)负责做好总体的协调和服务工作。

二、活动对象

公司内所有职工。

三、社团组建时间及活动地点

(一)组建时间：20__年8月至9月。

(二)活动地点：能在职工之家开展的项目活动场所定于职工之家。部分户外项目在职工之家内无法活动需到其他地方租借或租赁的，各兴趣小组组长可以书面形式向公司工会提出申请，公司工会将先对兴趣小组策划的活动方案并结合活动

的规模、方式、安全、所需资金或其它不确定因素进行研究，确定可以开展该项活动，后由公司工会出面协调活动所需场地。

四、活动内容

结合公司近几年所开展的各类文体活动及职工的兴趣爱好摸底调查情况，公司工会将初步组建以下五个类别的兴趣小组，如有广大职工擅长的其他活动项目而未列入在下述兴趣类别组建范围内，职工可与公司工会一一联系，在条件允许(擅长人数多、活动内容积极健康向上、不违背国家法律法规、活动项目不涉及赌博性质)的前提下可以组建新的兴趣小组。

文档为doc格式

消费券活动方案标题篇四

随着工作的深入，作为教师的我们深深体会到学生的学习兴趣保持是最好的辅导老师，为了激发学生学习的积极性及主动性，我们决定在全校范围内举行本年度英语竞赛活动。低段学生之间进行一次，中段英语手抄报评比，高段英语作文比赛。具体实施方案如下：

一、参赛人员：

我校各年级学生

二、参赛办法

2. 一、二年级以英语歌曲歌谣联唱及书写展示。

3. 三、四年级手抄报全体学生参加，每人上交一份自己办的手抄报，老师进行评选。评选出一、二、三等奖。

4. 五, 六年级将在11月23日下午同时在多功能教室举行, 各年级将有60多名学生参加. 五年级题目:mygoodfriend.六年级题目:myholiday.竞赛时间4: 30—5: 30。

三、评奖办法

为了大面积鼓励和激发学生的学习积极性, 分年级评出30名学生左右予以奖励。

奖项设一、二、三等奖

新宁路小学英语组

__ .11.17

消费券活动方案标题篇五

根据《深圳市人民政府办公厅关于印发深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作方案的通知》(深府办函[20xx]5号)精神, 为深入推进“五进一巡”活动, 助力“海推海选联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动产生的“百强好产品”、消费帮扶产品中的“圳品”进入千家万户, 结合工作实际, 制定本方案。

进一步擦亮“百强好产品”“圳品”品牌, 推出一批品质优良、价格合理, 深受市民群众信赖的好产品; 通过整合挖掘社区“线上+线下”销售渠道, 打通消费帮扶产品销售“最后一百米”; 通过终端采购和消费, 进一步促进消费帮扶产品品质提升和产业链完善; 进一步营造“人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为”的良好氛围, 实现消费帮扶由政策驱动向市场驱动过渡, 将创建国家消费帮扶示范城市工作重心转向基层社区, 体现“感恩改革开放, 回报全国人民”的特区责任和担当情怀, 以先行示范标准打造消费帮扶工作的“深圳样板”。

（一）优选好产品。

从消费帮扶“百强好产品”“圳品”中优选出一批品质优良、价格合理，适合家庭消费、市民群众信赖的好产品。试行一段时间后，扩大选品范围，从“入围好产品”及其它具有良好的帮扶效应、取得一定帮扶成效，并能体现当地区域特色，对巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村振兴有促进作用的联农带农产品中遴选。好产品应具备完善的生产、供应、配送条件，具有一定市场竞争力，使用价值和价格均适合市民家庭。

（责任单位：市乡村振兴和协作交流局、市市场监管局、海吉星消费帮扶中心、各区（新区）消费帮扶中心）

（二）整合好渠道。

市商务局负责引导、协调商超、电商平台等上架消费帮扶好产品；市住建局负责发动组织小区、城中村物业公司参与活动，销售消费帮扶好产品，并进行广泛宣传；市国资委、驻深中央企业负责引导自有物业企业和自营门店、加油站开设消费帮扶好产品展销区；市民政局（市社会组织管理局）负责协调各社会组织尤其是行业性协会、商会充分发挥自身优势，利用商业资源，发动会员企业在自营门店开设消费帮扶好产品展销区；市交通运输局引导物流企业与消费帮扶好产品生产企业针对消费帮扶产品物流、仓储等服务给予一定优惠，切实降低消费帮扶产品运输成本；市总工会负责发动各级工会和会员，积极参与活动；市乡村振兴和协作交流局、市政数局、海吉星消费帮扶中心负责加快推进“圳帮扶线上商城”与“i深圳”进行链接，发挥平台引流作用；所有终端销售渠道，统一设置活动标识，标明“消费帮扶好产品”；稳步推进社区消费帮扶“专区”、“专柜”、自营店、专营店建设，推动其持续健康发展。请各责任单位于20xx年6月2日前填写渠道推荐表（附件3），并做好组织发动工作。（责任单位：市商务局、市市场监管局、市住建局、市国资委、市交通运输局、市政数局、市总工会、市民政局（市社会组织管理局）、市乡村振兴和协作交流局、驻深中央企业、海吉

星消费帮扶中心)

(三) 提升好品牌。

市商务局指导、协调活动品牌创建工作，将活动纳入“促消费”有关工作中：市乡村振兴和协作交流局组建消费帮扶专家顾问团和专家库，菜单式、组团式为活动提供咨询、策划等服务；引入专业的品牌策划和营销推广机构、售后服务和履约服务机构，助力消费帮扶好产品树立区域产品品牌；鼓励消费帮扶好产品申报“圳品”，提升产品品质；充分发挥前方派驻机构的作用，加强与当地和后方在消费帮扶好产品进社区工作上的协调联系和工作调度。（责任单位：市商务局、市乡村振兴和协作交流局、前方派驻机构、各区（新区）对口办、深圳标准促进会、海吉星消费帮扶中心、各区（新区）消费帮扶中心）

(四) 营造好氛围。

市委宣传部统筹发挥宣传引导作用，动员各级各类媒体平台、公共交通设施、公共文化服务场所等做好活动宣传，在地铁、公交等载体公益广告时段，安排播出消费帮扶好产品进社区相关内容；市乡村振兴和协作交流局、海吉星消费帮扶中心组织策划一批宣传海报、宣传画，设计活动标识；市住建局、市城市管理和综合执法局根据业务职能，协调活动宣传海报、宣传画等进社区、进楼栋；各区（新区）对口办、各区（新区）街道、社区负责做好宣传海报、宣传画分发、张贴，配合协调各类进社区展览展销和宣传推广活动；各区（新区）对口办、各区（新区）消费帮扶中心、消费帮扶企业、深圳市消费帮扶直播互助社成员企业负责运用各类电商平台、社交新媒体、网络直播平台，“线上+线下”同步开展美食品鉴、产品展销、社区购物团等消费帮扶好产品社区推广宣传活动；报业集团、广电集团负责发挥自有媒体矩阵，积极参与消费帮扶好产品进社区宣传报道和互动。（责任单位：市委宣传部、市乡村振兴和协作交流局、市住建局、市城市管理和综

合执法局、报业集团、广电集团、海吉星消费帮扶中心、各区（新区）对口办、各区（新区）街道、社区、各区（新区）消费帮扶中心）

（五）开展好监测。

发挥深圳在互联网、大数据、云计算等领域的信息化优势，优化升级深圳消费帮扶大数据管理平台，开发消费帮扶“百强好产品”及“圳品”认证的消费帮扶产品单项统计功能，对社区生鲜门店、社区服务超市、社区邮政网点、自营店、电商专区等渠道，采购销售消费帮扶好产品和通过“圳品”评定的消费帮扶产品数据进行统计监测。对纳入活动的产品价格、质量进行跟踪、监测，保障价格合理、质量稳定，对借机虚抬价格、以次充好、冒名顶替和出现质量问题的产品，及时将其从好产品名录中移除，并视情况作出进一步处理。

（责任单位：市乡村振兴和协作交流局、深圳海吉星消费帮扶中心）

（一）加强组织领导。

各区各单位和前方派驻机构要切实加强组织领导，明确责任领导和责任人员，协调解决工作推进中面临的困难和问题。各单位应于20xx年5月30日前将责任人报市乡村振兴和协作交流局（详见附件2）。

（二）加强考核激励。

将深圳消费帮扶好产品进社区工作落实情况纳入全市乡村振兴战略实绩考核范围，并定期公布排行榜，对表现突出的单位授予“消费帮扶爱心单位”，同时作为典型案例宣传推广。

（三）加强沟通协调。建立参与活动单位、企业联系机制，建立粤政易专项工作群，密切协作配合，加大活动推进力度，及时协调活动中产生的问题，确保各项措施落实到位。

（四）加强配套支持。

支持消费帮扶产品物流集中打包签约承运。对符合条件的采购深圳对口帮扶地区农特产品的电子商务平台企业，按照市商务局有关补贴政策给予奖励。

消费券活动方案标题篇六

一、活动目标

使学生们了解商品消费维权知识，树立正确的消费观念，懂得了自己的权益受到损害时应该怎样去维护。

二、活动过程：

（一）整理队伍，报告人数。

（二）出旗，敬礼。

（三）唱队歌。

（四）宣布活动开始

主持甲、乙：“消费维权与我同行”主题中队会现在开始。

a□自认倒霉，下次不到这里来买书了。

b□同他讲道理，坚决要求更换。

c□向工商局举报。

d□找几个朋友把老板打一顿，然后要求更换。（指几名代表说明理由）

那么，从法律角度来说，哪些处理方式是可取的、合法的？想必大家心中已有答案了。

主持乙：下面请看小品《唐僧肉》，表演者：陈慧斌、桓滨、吴萌。

主持甲：通过这个小品，主要想告诉你们：以后碰到类似的事情，不能像模仿剧中的人物一样买那些三无产品，如果买了就要拨打“12315”保护自己的权益。

主持乙：下面请听三句半《热线12315》表演者：王芳芳、杨佳梓等。

主持甲：请听由刘微带给我们的歌曲《雾里看花》。

主持甲：同学们：科学、健康、文明的消费要从我们小学生开始做起。

(甲、乙)现在向同学们发出以下倡议：

1、认真学习消费知识，懂得科学、文明消费，做到理性消费，利用所学到的知识维权；

4、在日常生活中尝试理财，合理消费。使学生们懂得应该远离网络游戏，养成健康的消费行为和习惯。

主持乙：下面有请辅导员老师讲话，大家欢迎！

(五)辅导员讲话：刚才同学们以各种形式表现了自己对消费维权的理解和体会，希望同学们能引以为戒，提高自我保护意识，维护自己的合法权益，树立科学的消费观，做到依法消费。

(六)呼号。(准备着，为共产主义事业而奋斗！——时刻准备着！)

(七)退旗，敬礼。

消费券活动方案标题篇七

20xx年7月6日，迪庆藏族自治州人民政府印发了《迪庆州特色产品消费帮扶三年行动方案〔20xx—20xx年〕》（以下简称《行动方案》）。现将相关内容解读如下。

开展消费帮扶，这不仅是助力构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进发展格局的重要手段，也是巩固脱贫成果和助力乡村振兴的一件大事，更是进一步优化消费供给、释放消费潜力、促进消费增长的重要举措。为持续深入开展消费帮扶，培育壮大特色优势产业，促进消费回升和潜力释放，全面推进乡村振兴取得新进展，按照州第九次党代会、州委经济工作会议、州“两会”有关部署要求，结合迪庆实际，总结前两年消费帮扶（消费扶贫）活动经验，迪庆州商务局草拟了《行动方案》。

（一）调查研究阶段〔20xx年1月-3月〕，研究国家、省和其他地区消费帮扶政策举措，实地调研了迪庆州消费帮扶专馆、专柜、专区建设运营情况，采取实地调研和书面调研相结合形式，向消费帮扶电商平台、消费帮扶企业和其他市场主体开展了调研，做好起草文件准备。

（二）编制起草阶段。4月，结合前期调研情况，按照国家指导意见要求，认真学习吸纳迪庆州20xx年开展消费扶贫和20xx年开展消费帮扶工作经验，结合新文件中涉及消费帮扶政策制定内容，起草完成了《行动方案》初稿。

（三）修改完善阶段。5月，初稿完成后，先后征求了州直相关部门，三县市、开发区，省属驻州各单位等的意见建议。其中：共收到书面反馈70份，其余未反馈视为无意见，共反馈意见3条，采纳2条，未采纳1条，原因为部分部门以普通消

费者的角度提的一些意见，不宜在全州性政策中体现。

（四）送审阶段。6月，按照要求，先后请示州政府常务会议和州委常委会审议。并经20xx年6月7日州人民政府第六次常务会议研究审议同意和6月27日九届州委常委会第30次（扩大）会议审议同意，由州人民政府印发实施。

（五）印发实施阶段□20xx年7月6日，经州委、州政府同意，下发了《迪庆藏族自治州人民政府关于印发迪庆州特色产品消费帮扶三年行动方案□20xx—20xx年）的通知》（迪政发□20xx□50号）

消费帮扶涉及脱贫群众切身利益，是一项重要的民生工程、暖心工程。制定实施《行动方案》，是贯彻落实国家发展改革委等30部委《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》的具体举措，是全州助推脱贫地区和脱贫人口持续增收致富的一种帮扶方式，对巩固脱贫攻坚成果、促进乡村全面振兴具有现实意义。

《行动方案》提出了近三年我州继续大力实施消费帮扶的指导思想、目标原则、行动内容和保障措施。从政策定位上看。消费帮扶政策是消费扶贫政策的延续和提升。“延续”主要体现在政策不撤、标准不降、力度不减；“提升”则主要体现在社会动员、支持手段、帮扶渠道、带动效果要实现多层次、多样化。推动消费帮扶政策逐步由脱贫攻坚期内的阶段性行动转变为巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接期内的常态化政策。消费扶贫是解决贫困地区农产品卖难等问题的应急式帮扶，较大程度促进了特定企业的产品销售和特定产品的消费。消费帮扶要更加聚焦脱贫地区的区域性主导产业，加强对特色主导产业相关产品和服务销售、流通、生产等环节的帮扶，有针对性地解决脱贫地区主导产业不大不强的问题，推动消费帮扶由特惠性政策向普惠性政策转变，从而实现脱贫人口和农村低收入群体共享政策红利。消费扶贫主要是帮助销售贫困地区农副产品，集中力量帮助贫困群

众脱贫。消费帮扶政策要逐步实现“帮销、促产、疏浚、解困”四大政策功能。“帮销”，就是要继续调动政府、市场和社会力量扩大消费；“促产”，就是要支持脱贫地区产品和服务优化结构、提质增效；“疏浚”，就是要解决脱贫地区产品上行外销的痛点难点堵点；“解困”，就是要在脱贫地区出现规模性农产品滞销时，发挥制度优势及时应对解决。

《行动方案》具体对照国家文件、全面落实州委、州政府部署要求，结合迪庆消费帮扶形势发展需要，以脱贫地区和脱贫人口为重点，立足巩固脱贫攻坚成果，细化实化消费帮扶工作举措，着力打通消费、流通、生产各环节痛点难点堵点问题，共提出了四个部分的内容。

第一个部分提出指导思想。实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的重要指示精神，落实国家30部委《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》，按照州第九次党代会、州委经济工作会议、州“两会”有关部署要求，充分挖掘各地区、各行业、各系统消费潜力，推动消费帮扶提档升级，促进产业发展，助力巩固脱贫攻坚成果，全面推进乡村振兴。

第二个部分提出来目标原则。主要是坚持政府引导与社会参与相结合、政策支持与市场运作相结合、线上平台与线下渠道相结合、集中发动与持续推动相结合，以消费帮扶带动产业发展，建立产品多元化销售体系，畅通产品与市场需求衔接渠道，推动企业持续发展、百姓持续增收。

第三个部分提出了行动内容。即方案明确的七大行动，一是单位、干部职工及群众百姓助销行动、二是超市、专馆、专区、专柜直销行动、三是电商平台营销行动、四是对口帮扶地区定向销售行动、五是产品品牌建设提质增效行动、六是农村物流提升行动、七是会展促销活动。

第四个部分提出了保障措施。提出了加强组织领导、凝聚帮

扶合力、完善激励机制、营造浓厚氛围四条保障措施，并提出将消费帮扶工作开展情况纳入州级和驻州单位定点帮扶工作年度考核体系。

消费券活动方案标题篇八

2016年全市“消费促进月”活动方案

来

w.5

k 3 2016年全市“消费促进月”活动方案

为贯彻落实省商务厅《关于组织开展2016年全省“消费促进月”活动的通知》（xx商办发〔2016〕x号）精神，进一步搞活流通，扩大消费，做好我市2016年消费促进月活动，特制定本方案。

一、活动主题及目的
活动主题：增强供给能力，促进消费升级。

活动目的：通过开展行之有效、富有特色的消费促进活动，搭建供需对接平台，宣传推广品牌，深化交流合作，加强信息服务，引导生产供应，建立健全扩大消费长效机制，为增加市场有效供给、满足人民群众物质文化需求、促进消费结构升级作出贡献。

二、活动时间

2016年4月1日-2016年5月4日

三、活动组织

消费促进月活动由xx市商务局主办，各县（市、区）商务主管部门、有关商贸流通及餐饮企业、商业联合会具体承办。参与消费促进月活动的各县（市、区）商务主管部门和企业，可在活动期间使用“xx市2016年‘消费促进月’活动”字样，便于消费识别和监督，营造全市消费促进活动的强大声势和良好氛围。

四、活动内容及形式

（一）活动内容：各县市区商务主管部门要围绕“增强供给能力，促进消费升级”主题，积极开展改善消费品供给专项行动，以服务消费、信息消费、时尚消费、品质消费、绿色消费、农村消费为重点，紧密结合本地产业优势和风俗文化特色，因地制宜举办特色商品展、特色文化节、休闲旅游节等消费促进活动，促进消费结构升级，推动培育新供给新动力。

（二）活动形式：各类商贸流通企业要开展打折促销、优质服务、品牌营销等丰富多彩的惠民促销活动，促进消费增长；大型商贸企业要主动积极通过农商联手、工商联手、银商联手、文商联手及贸工农、产供销一条龙等方式，促进供需有效对接，建立长期、稳定的供销渠道，增加有效供给，提升供应能力；搭建内外贸融合平台，出口企业要拓展国内市场，促进出口商品与消费者对接。

五、活动要求

（一）高度重视。各县市区商务主管部门2

要高度重视全市开展的“消费促进月”活动，充分认识消费促进活动对助推供给侧改革、促进消费结构升级的重要作用，切实加强组织领导。

（二）结合实际。各地要发挥各自产业结构、消费市场方面

的优势，精心制定本地“消费促进月”活动方案，既要轰轰烈烈，又要扎扎实实。

（三）确定重点□xx城区大型商贸流通企业要发挥好龙头带动作用，形成可复制可推广的经验。各县市区要以中心城区分别选择3-5家企业重点跟踪，精心设计方案，抓好促消费活动组织。

（四）线上线下融合促销。各县市区要积极与省内重点电商平台协调沟通，动员电商平台与各市州重点活动有效对接，同步开展消费促进月活动，形成线上线下联合促销的良好氛围。

（五）推进活动机制化。各县市区要积极协调相关部门，形成消费促进工作合力；要积极协调公安、工商、质监、食药监等部门，加强市场监管；要积极争取财政资金支持和引导；要组织主要媒体，加大宣传力度，扩大活动影响。

（六）切实保障活动安全。各县市区要加强活动安全管理，完善活动安全预案，落实企业安全主体责任，确保消防、安全、疏散等设施完备畅通，标识鲜明准确，有效防范活动场所发生踩踏、火灾等安全事故。

六、工作要求

（一）加强组织领导□xx市商务局成立以朱延琳局长为组长，彭孝林副局长为副组长，局有关科室参加的“消费促进月”活动领导小组。各县（市、区）也要成立活动领导小组，制定方案，明确人员，落实责任，加强沟通和协调，并在3月28日前将活动方案和信息联络人名单、联系电话报送市商务局商贸服务科。

（二）加强活动宣传。各县（市、区）商务主管部门及参与企业要借助报纸、电视、网络、宣传页、公示展板等，广泛

发布各类促消费活动的内容、优惠方式、商品和服务等信息，大力宣传文明、健康、绿色、低碳的消费理念，积极倡导诚信、和谐的商业文化，吸引消费者踊跃参与活动，扩大活动影响，营造良好的舆论氛围，提振消费信心。

（四）做好活动总结。各县（市、区）商务主管部门要对本区域组织的促消费活动及时跟踪，对好做法和成功经验及时总结上报，在2016年5月10日前将消费促进月活动总结报送市商务局。

来

w.5 k 3