**商务部关于做好2020年全国“消费促进月”活动筹备有关工作的通知**

为深入贯彻落实党中央、国务院关于实施扩大内需战略、扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务的决策部署，抓细抓实《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》（国办发〔2019〕42号）、《商务部关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》（商消费发〔2020〕82号）等文件落地见效，商务部将组织各地利用“金九银十”的传统消费旺季，举办2020年全国“消费促进月”活动。现将有关事项通知如下：

**一、活动基本情况**

2020年全国“消费促进月”活动将由商务部和中央广播电视总台（以下简称总台）联合主办，在全国31个省（区、市）的百座大中城市，组织万家重点企业、主要电商平台，共同举办线上线下深度融合、商品服务同步促销、商旅文游购娱一体的“1+N”系列促消费活动，进一步释放被抑制、被冻结的消费需求，为全年消费加速回补注入新动能；进一步优化市场供给，提品质、增品种、创品牌、优服务，促进消费持续升级；进一步激活消费市场人气，加快推进商业秩序全面恢复，畅通国民经济良性循环，更好满足人民日益增长的美好生活需要。

2020年全国“消费促进月”活动整体命名为“百城万企促消费”；活动时间为9月9日—10月8日；活动统一口号是“乐享消费 美好生活”。“百城”以各地常住人口在100万以上的城市，以及各地社会消费品零售总额和增速排名靠前的城市为主体；“万企”由商务部组织各大电商平台、省级商务主管部门组织地市及相关商（协）会推荐商品服务优、信誉口碑好、活跃用户多、吸聚效应强、促销经验足的零售、餐饮、电商等各类企业组成，统一开展促销、引导、宣传活动；“1+N”为1场全国“消费促进月”活动启动仪式，以及多个地区、不同主题的促消费系列活动。其中，商务部将组织举办步行街出口产品转内销、“老字号”嘉年华、“千品万店美食荟”餐饮促消费等重点活动；组织重点电商平台企业，利用“8·18”、国庆假期等网络热销时段，创新举办丰富多彩的网络促销活动；各地结合本地实际，在各类特色活动板块中举办促消费活动，包括汽车家电等重点商品消费、品质家居消费、服饰精品消费、母婴产品消费、电子信息消费、绿色健康消费，外贸出口转内销、老字号国潮、进口优品消费，农产品扶贫消费、地方名特优新消费、文创消费、“宅经济”“夜经济”消费等。

本次活动将联动各地、协同各方，共同打造与常态化疫情防控相适应的、开放创新的消费促进新平台。一是接续全年。全国消费促进月活动将在1个月内集中举办，各地可在全国消费促进月统一框架下，适当延长活动时限，衔接各地拟于四季度推出的其他活动，有效承接往年同期的品牌活动，努力形成贯通全年、引领全年、拉动全年消费的积极态势。二是辐射全国覆盖城乡。活动主要在“百城万企”举办，鼓励各地将本地区消费领域有规模、有优势、有吸聚力的城市，以及有特色、有成效、有带动力的活动一并纳入、统一标识，城乡同步推进。三是涵盖全域。活动重点聚焦商贸流通领域，倡导线上线下融合，支持各地在确保防疫安全前提下，利用重点商圈、文体场馆等平台，结合传统节庆、周末大集、赛事展会等活动，打通商旅文、游购娱、吃住行各环节，引导上下游、产供销、内外贸企业和商（协）会广泛参与、合力促销。四是面向全渠道。活动将邀请总台等中央媒体对启动仪式及各地有特色有亮点的重点活动开展跟踪报道，加大对地方政府、企业促消费措施的宣传力度。同时鼓励各地积极引入新平台、新媒体、新场景、新技术、新业态、新模式，对活动进行造势宣传、推介运营。

**二、重点工作任务**

（一）做好重点资源遴选推荐。各地商务主管部门要按照“地方自主、企业自愿，广泛动员、优中选优”的原则，参照本次活动总体要求和特点，抓紧遴选确定拟参加全国“消费促进月”的重点活动、重点城市、重点企业，以及拟在9月9日启动仪式当天同步举办的活动及具体方案，尽快形成并报送推荐名单和活动方案（原则上各地推荐的重点城市不超过本地区地级市的50%，每个城市推荐重点企业不超过100家）。商务部将根据各地推荐情况，统筹精选公布本次活动的举办城市、活动内容、参加企业总目录，统一冠名全国“消费促进月”活动品牌。

（二）抓实各项活动实施落地。各地商务主管部门要在总结前期活动经验基础上，精心组织策划本地区“消费促进月”活动总体实施方案，统筹指导重点城市编制符合统一要求、彰显本地特色的细化实施方案，层层压实责任，确保方案逐条落实；要省市联动、政企协同，组织督促重点企业做好重点活动的前期筹备和全程实施。要兼顾本地区同在“消费促进月”框架内开展的其他促销活动，确保各级活动办细办实办出成效。要做好本地区促消费活动计划、预算安排与消费促进月总体安排的衔接，为本次活动争取力度更大、切入更准的政策措施，会同相关部门狠抓落地见效，切实做到因城施策、逐店落实。

（三）强化活动成效量化统计。各地商务主管部门要优化顶层设计，整合报送渠道，统一数据口径，搭建发布平台，积极推动与银行支付和第三方支付交易数据共享融合，在“消费促进月”活动期间，同步统计本地出台的支持政策措施、开展活动的场次、实现的销售总额、拉动的消费总量等可量化的成效，跟踪梳理活动中的消费亮点、典型案例，以及可复制可推广的经验，动态发布相关信息并及时向商务部报送。活动结束后，按要求尽快向商务部报送本地区“消费促进月”活动的全面情况和量化成效。商务部将汇总形成相关报告，通过多种渠道，对各地的好政策、好做法、好经验、好成效开展专题宣传和重点推广。

**三、主要保障措施**

（一）加强组织领导。本次活动是在常态化疫情防控中，坚定实施扩大内需战略，充分发挥消费对经济增长基础性作用的有力抓手，是今年扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务的一项重要举措，是推动形成国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进新发展格局的重要途径。各地商务主管部门要始终坚持以人民为中心的发展理念，高度重视，一把手亲自抓、负总责，精心组织、周密部署，组建工作专班，细化分工、明确进度、落实责任，充分发挥本地“消费促进月”总体谋划、因地制宜、因地施策、统筹协调、整体推进、督促落实作用，确保各项活动有序开展，取得积极成效。

（二）加强协作联动。各地商务主管部门要建立健全央地、省市、政企、部门的四级联动机制，加强部门协作沟通，推动工商、农商、银商合作，为制定活动方案、出台支持政策、获取统计数据等重点工作形成共识与合力。要用足用好内外贸发展专项资金，在符合使用范围和财务规定前提下，支持农商互联、电商进农村、出口转内销等工作开展。要通过市场化手段，充分调动行业商（协）会、中介组织的积极性、能动性、创造力，为活动出谋划策、造势宣传，进一步创新活动模式和内容，力争实现消费促进工作新突破。

（三）加强宣传引导。各地商务主管部门要商请宣传部门支持，主动用好中央、地方媒体资源，积极对接直播、短视频、互动视频等新媒体平台，以及直播电商、社交电商等新企业平台，提供丰富信息服务，多渠道多模式加大宣传力度，引导消费预期，倡导品质、绿色、健康消费新理念，为更好发挥活动成效，营造良好的社会舆论氛围。

（四）加强防疫安全。各地商务主管部门要落实属地责任，严守防疫安全红线，统筹疫情防控和活动安排，科学全面预判活动期间的防疫短板弱项，抓细抓实推荐企业防疫措施，确保做到“外防输入、内防反弹”。要高度重视活动安全，配合有关部门，加强促销活动安全管理，压实企业安全主体责任，有效防范促销场所发生踩踏、火灾等安全事故。要会同相关部门及时协调处理活动中的投诉问题，维护好消费者合法权益和活动秩序，坚决打击假冒伪劣行为。

（五）加强对接报送。各地商务主管部门要抓紧形成活动联络机制，明确活动主要负责人和处级联络员，加强与各方沟通联动，按要求将相关材料报送商务部（消费促进司）。请于2020年8月5日前报送联络机制名单（附件1）；8月15日前报送重点城市、重点活动、重点企业数量，以及9月9日启动仪式当天同步举办的活动方案（附件2）；10月15日前报送本地区“消费促进月”全面情况和量化成效。（附表请点击下方链接下载）。

相关材料请发至cuiwenjia@mofcom.gov.cn，并电话确认。如有涉及活动的问题及意见建议，请及时电话沟通。

联系人：消费促进司 崔文嘉、钱 滨

电 话：010-85093829、3837

传 真：010-85093852