

韶关市“品善美·韶城荟”促消费品牌培育 建设工作方案

(征求意见稿)

为贯彻落实国家、省、市有关促消费工作部署，全面促进消费升级，创建省区域消费中心城市，积极融入粤港澳大湾区国际消费枢纽，加快消费转型升级，推动消费潜力加快释放，满足人民日益增长的美好生活需要，推动我市贸易高质量发展，现就“品善美·韶城荟”促消费品牌培育制订方案如下。

一、目标任务

坚持“政府搭台、统一品牌、企业唱戏、全民共享”的原则，加强政银企联动协同，推动跨行业、跨领域合作，丰富市场供给，创新活动形式，放大活动效应，培育形成“政府搭建平台、商家丰富供给、全民乐享消费”的消费促进内生新动能，打造具有影响力、公信力、凝聚力的“品善美·韶城荟”特色促消费节庆品牌。到2025年，开展“品善美·韶城荟”主题促消费活动20场以上，实现重点商圈、重点零售企业覆盖率80%以上，“品善美·韶城荟”成为我市在省内及周边省份促消费的靓丽名片。

二、品牌名称及内涵

(一) 消费节品牌名称：**品善美·韶城荟**。

(二) 名称内涵：“善美之城”是展示韶关城市形象的名片，“品善美·韶城荟”寓意着待人和气友善的韶关将荟集韶城风物之美，打造精彩纷呈的促消费盛会（荟）。

三、品牌标识

(一) 方案一: 拟以韶关最具代表的历史文化商业街, 也是韶关的地标——百年东街为主题标识, 同时结合整体全市消费节主题, 增添适当的元素(如三江、善美韶关城市标识 shao 等), 最后通过水印或者线描的形式简练地表达, 图标 logo 整体凸显出韶关的城市特色和人文特征。

(二) 方案二: 拟以韶关最新建设对外迎接八方游客的代表地标——丹霞机场为主题标识, 通过丹霞机场对外开放、热情、包容的品牌形象, 意向式地表达韶关消费节涵盖“味、游、享、宴、品、娱”等各方面主题, 展示对外对内开放互联的消费理念。图标 Logo 将通过丹霞机场外形剪影或者简化版, 结合善美韶关(shao)标识、金黄色麦穗、购物车(寓意: 买卖、消费、购物)等元素进行设计制作。

四、品牌培育第三方机构

待定。

五、参与活动主体

组织本市消费平台同步参与, 包括: 省级步行街(商圈), 本地步行街(商圈), 夜经济消费聚集区(文旅部门评选)、大型商业综合体(3万平方米以上)、大型连锁经营企业(品牌), 以及在本市有影响力、推动力、凝聚力的消费载体、聚集区。消费平台将作为数据源, 体现活动取得的成效, 作为评价工作成效的重要依据。鼓励有条件的县(市、区)设立县(市、区)消费节品牌, 结合“购、味、游、享、宴、品、娱”等消费板块设计县(市、区)独具一格的消费节内容。

六、节日内容

在省“粤精彩·粤消费”促消费品牌带动下，以“品善美·韶城荟”消费节品牌引领全市促消费活动，逢节过节、无节促销，丰富消费领域供给，提升品牌发展内生动力。

（一）四季消费节。落实省商务厅统一部署，定期开展汽车消费节、“家520”购物节、金秋消费节、年货节等四季主题促消费活动，分别围绕汽车、家生活、美食、年货等打造消费热点，不断扩大省级消费节品牌影响力。

（二）文旅消费节。会同市文旅部门深入开展文旅促消费活动，以丹霞山研学基地为切入点，结合华南教育历史研学基地、红军长征粤北纪念馆、南雄珠玑古巷、翁源粤台兰花基地等全市特色文化旅游资源以及旅游景区景点，策划韶关研学旅游精品课程，打造韶关研学精品线路产品。大力发展乡村休闲观光旅游，打造一批精品休闲观光旅游线路，推进农村一二三产业融合发展。创建省级夜间文化和旅游消费集聚区，活跃特色商业和市场。擦亮“户外运动天堂”品牌，持续扩大穿越丹霞山50公里徒步赛、环丹霞山自行车赛、丹霞山山地马拉松赛、南粤古驿道定向大赛等活动影响力，形成城市IP赛事。

（三）夜经济消费节。6-8月，抓住暑期有利时机，发展壮大“夜经济”，刺激夜间消费，推进全市夜间消费集聚区建设，培育打造夜间经济示范街区，创新夜间经济业态模式、丰富夜间消费场景、优化夜间营商消费环境、打造暑期特色消费热点，掀起新一轮的消费高潮。

（四）县域消费节。6-9月，深入实施县域消费提升行动，

组织智能家电、新能源汽车下乡展销，提升县域消费供给。扎实推进促消费活动倍增计划，支持县级商务部门统筹本地文旅、农产品等资源开展主题促消费活动，扩大消费节品牌在县域影响力。

（五）商圈消费节。鼓励重点商圈、商业综合体经营主体积极开展主题促消费活动，积极探索与成品油、汽车、家电、**家居**、文娱等行业的异业联动，提高现代化、高端化服务元素融合，打造一批高品质、多元化、有特色的示范商业街区。支持重点商圈、商业综合体统筹资源，常态化开展全场联动、满额立减、随机抽奖等惠民促消费活动，进一步做大做强“品善美·韶城荟”促消费品牌，增强品牌吸引力。

（六）金融消费节。发动市内商业银行常态化开展金融惠民促消费活动。联合市人民银行支持中国银联广东分公司、韶关各银行和支付机构配套组合形成资金投入，适时面向全体在韶人员（包括市外来韶人员）发放“约惠韶城、粤来粤好”惠民消费券。

（七）新品消费节。鼓励支持市场主体聚焦绿色、健康、智能、时尚等热点，适应消费升级新常态，积极开展新品首发、新品上市、新品发布会等以“新”为主的各类主题活动，优化消费市场供给。

七、三年计划安排

（一）筑牢品牌培育基础（2023年）。制定《韶关市“品善美·韶城荟”促消费品牌培育建设工作方案》，创作品牌标志并发布，确定品牌运营单位。开展市级品牌消费节主题促消

费活动 6 场以上。探索政策引导、项目带动、环境优化等方面措施举措，支持市场主体使用并融入品牌，强化品牌意识。坚持以消费者为中心，探索提升品牌价值和服务效益。

（二）提升品牌运营水平（2024 年）。制定出台消费节品牌运行实施方案，开展市级品牌消费节主题促消费活动 8 场以上。探索建立完善消费节品牌建设评价标准和管理规范。加强与主流新闻媒体合作，策划品牌推广活动，组织开展专题报道，讲好品牌故事，提高品牌传播声量。鼓励网络新媒体开展品牌推广，采用图文、话题互动、视频、直播等形式多渠道、跨圈层传播。鼓励利用新型户外媒体开展品牌宣传。

（三）扩大品牌推广输出（2025 年）。制定出台消费节品牌运行提升方案，开展市级品牌消费节主题促消费活动 10 场以上。逐步建立完善消费节品牌建设评价标准、准入机制及管理规范。探索推动品牌赋能，推动我市消费节、文旅、农产品品牌融合，讲好韶关故事，逐步扩大消费节品牌影响力。

八、实施步骤

（一）制定实施方案。3 月底前，根据《打造广东“粤消费·粤精彩”1+21 城市促消费节日品牌矩阵行动方案》，结合我市实际制定城市消费节品牌三年创建方案。

（二）制定活动计划。4 月底前，科学谋划 2023 年年度促消费活动计划，确定活动主题、筹备主体、重点项目等内容。

（三）实施和评价。2023 年 4 月-2025 年 12 月“品善美·韶城荟”城市消费节品牌按“6-8-10（场）”每年递进合计举办不少于 24 场市级消费节活动，每季度不少于 2 场。每年年末，

市商务局将会组织专业品牌培育机构进行成效评价，对活动成效好、品牌效应强的活动主体给予通报表扬并宣传其经验做法。

（四）资金申报与下达。根据省商务厅统一安排，市商务局组织 2023 年符合条件的“品善美·韶城荟”品牌促消费活动项目入库申报，经局党组会议审议通过后向省商务厅推荐入库。省厅资金 2024 年以事后奖补形式下达后，市商务局按照入库项目按程序拨付资金，资金专款专用。资金先行安排奖补一年，后两年资金支持视具体情况延续。

九、宣传推广

（一）项目前期。成立活动品牌推广专项工作组，拍摄制作具有地域特色的活动品牌宣传片，制作活动系列品牌标识，含主题口号、标识、活动吉祥物等。

（二）项目中期。根据每个消费节庆活动的举办内容，拟定全媒体宣传实施方案，依托主流媒体的公信力和权威性，通过图、文、短视频以平面、视频、直播、微访谈、H5 新媒体小程序、海报等多种宣传形式展开执行。组织以韶关日报为主，本地较有影响力的自媒体为辅，依托抖音平台及多个新媒体微信公众号、微博号、网站等集中开展活动宣传及参与活动促销、营销。

（三）项目后期。进一步让消费节活动品牌持续发酵，组织实施系列评选活动，如最受欢迎产品、最受欢迎企业、消费能手等，旨在通过活动进一步提升各层面的参与度、关注度。

十、工作要求

（一）加强组织领导。市商务局牵头成立“品善美·韶城荟”促消费品牌培育工作领导小组，领导小组定期召开工作调度会，协调研究工作中遇到的重大问题。各县（市、区）商务部门要研究制定本辖区具体工作方案，抓好组织实施，确保各项任务落实到位。

（二）加强政策支持。积极争取省级消费节庆品牌培育资金。市级财政设立发展内贸促消费专项资金，重点用于支持发展培育商贸流通领军企业，打造消费集聚区，壮大新型消费，举办“品善美·韶城荟”主题促消费活动等。

（三）强化调度考核。加强消费统计分析，优化社零统计样本范围，做到科学纳统，应统尽统。建立健全工作调度机制，实行月调度、季通报、年考核，常态化推进消费市场增长。