

品质川货“十百千万”网购节（德阳场） 活动方案

为促进我市电商行业发展，激活电商市场活力，营造电商发展氛围，做好商业服务，助力中小企业复工复产，按照《四川省商务厅关于组织电子商务企业参加品质川货“十百千万网购节”的通知》（川商电商〔2020〕3号）要求，围绕抗疫情、保供给、促扶贫、稳增长、创新电子商务供给场景，培养新型消费习惯，化解产品积压问题和打通产品上行渠道，制定品质川货“十百千万”网购节（德阳场）活动方案如下。

一、活动名称

品质川货“十百千万”网购节（德阳场）

二、活动主题

携手抗疫保供 同心稳产惠民

三、时间与地点

2020年3月2日——2020年3月22日

拟参与平台：德阳市电子商务协会、旌阳区电子商务协会、淘宝、天猫、字节跳动、拼多多、京东馆、微信等

物流支持：京东物流、顺丰快递、申通快递、百世汇通等。

拟参与本土重点企业：邛乐购、德小鲜、富江生活、阳光盛源、国合生鲜、洋洋百货、家事帮等。

四、组织架构

指导单位：德阳市商务局

支持单位：各县（市、区）商务局

承办单位：德阳市电子商务协会、各县（市、区）电子商务协会或电商行业联盟。

五、活动目标

- （一）带动德阳范围内企业发展电商的氛围。
- （二）梳理一批德阳市电子商务网红产品。
- （三）培养直播、“网红”经济雏形。
- （四）为企业打开线上营销途径，促成企业跨行业合作。
- （五）挖掘“头羊”企业和潜力企业。

六、活动内容

（一）爱心义卖，“直播+”引领网红经济

1. 活动时间：3月5日—3月20日
2. 拟参与平台：淘宝、天猫、字节跳动、拼多多、京东馆、腾讯等
3. 活动内容：

筛选一批适合电商的特色产品，开展“直播+商超”“直播+基地”“直播+工厂”等模式，倡议全民直播，发展网红公益服务，鼓励企业主动对接KOL达人、网红主播等内容团队带货；通过直播、短视频、图文等方式对产品

销售进行引流，进行电商扶贫，或按一定销售额比例，积极引导筹集捐款。

（1）足不出户，直击“直播+商场”

鼓励实体企业进行线上销售、线上体验，探索网上商城和“网络直播”购物新模式。引导线下商场超市利用抖音、淘宝进行直播，线上展示，同城配送，引导客户足不出户就能逛超市。

（2）城乡联动，发展“直播+基地”

一是依托社区电商与同城配送社群服务机制，鼓励社区电商主动联系农产品滞销基地或农户，到基地现场进行直播，帮助农产品简易包装，建立“一企+一基地”模式，搭建基地到小区的直通渠道。二是联合农业农村部门，列出农产品滞销清单，以县（市、区）为单位，鼓励农户集中搭建直播间，建立“一村一基地”模式，以短视频、软文、直播等方式直观挑选蔬菜。

（3）“直播+服务”，促电商多元化发展

鼓励教育、家政、咨询、策划公司、医疗等企业将部分服务向线上转移，通过开展“直播课程”等方式将服务数字化，促进电商行业多元化发展。

（二）县域联动，开展“电商+”工厂

1. 活动时间：3月1日—3月20日

2. 拟参与平台：淘宝、天猫、拼多多、京东馆、微信、邮乐购、融e购、德小鲜、富江生活、阳光盛源、国合生鲜、洋洋百货、家事帮等。

3. 活动形式：以县（市、区）为单位，筛选德阳品牌、米面粮油、农副产品、种养植基地等企业，分地区开设品牌专栏，积极动员平台内企业开展德阳商品打折、抢购、秒杀等促销；开展专区专栏优惠活动；利用“直播+”工厂、微信客户群带货等社交引流推广；创新物流配送模式服务；在物流费用减免、重点社区配送等方面发力。鼓励县（市、区）加大宣传，通过公众号、线上线下媒体等方式扩大通过KOL达人、短视频、图文等方式及时推广发布应季农副产品上市信息，扩大转发量、转播量、点赞量等“朋友圈”。聚集贫困地区，动员重点电子商务企业通过扶贫专栏、专区、直播带货等多渠道提供滞销农特产品流量支持，开通农户入驻绿色通道；积极发布供需信息，做好产销对接。匹配务实物流配送服务。

（三）大咖连麦，直播沙龙

1. 活动时间：3月10日-15日（待定）

2. 拟参与平台：成都百宝创意科技有限公司、抖音、腾讯等

3. 活动形式：组织内容电子商务细分领域大咖、一线实操者，提供针对性培训课程和服务，通过线上方式进行

疫情应对、复工复产、营销路径、社交销售、在线路演、在线问诊等远程直播服务，传授经验，分享知识。重点加大疫情严重地区、滞销地区商户的针对性帮扶，提供运营诊断等服务。

（四）明星电商产品评比

1. 活动时间：3月5日—5月5日

2. 拟参与平台：德阳市电子商务协会，各市州电子商务协会、德阳市各媒体

3. 活动形式：由德阳市电商协会牵头，各县（市、区）聚焦米面粮油、生鲜农产品、加工食品等类别，推荐2-3种适合开展电商业务的地方特产，开设专栏，进行线上投票。评选出“大众最喜爱的电商商品”，由德阳市电商协会颁发证书，予以宣传。

（五）加强产业对接

1. 活动时间：3月6日—3月15日

2. 拟参与平台：淘宝、抖音、饿了么、拼多多、美团、金商客、驴皮书、牛牛必达等

3. 活动形式：策划资源对接活动，组织传统品牌企业、代理商、外贸企业、工厂、农场主、连锁商超、社区综合服务店等机构，帮助企业精准对接、精准获客、渠道拓展，打开互联网全营销通道，实现企业线上线下业务拓展，塑造品牌影响力。

七、活动要求

（一）统一标识。参加活动的企业，网店店铺统一品质川货“十百千万”网购节字样。

（二）信息日报。与当地商务主管部门保持实时沟通，每天简单总结当日情况（包括数据、遇到的问题、需要商务主管部门提供的帮助等），商务主管部门对总结信息进行保密。

本方案按照政府组织、企业资源、市场化原则，市经信局、市商务局、市农业农村局、市邮政管理局与行业协会、公共服务平台和直播基地联合组织。