第25号：关于激发消费潜能，做好消费主题活动效果考核的建议

（市六届人大四次会议）

关于激发消费潜能，做好消费主题活动效果考核的建议

第25号（财经类25号）

金安代表团：汤翠琳代表

案由：

近两年受经济下行影响，全民消费热情减弱、消费能力降低，捂住钱袋子减少日常消费，给不少行业带来严重影响。各级政府部门积极想办法、找对策去提振消费，激发消费潜能，促进经济良性循环。如：五五购物节、年货节、购车补贴等。

案据：

在提振消费信心同时组织各种促销费主题活动，发放消费券，这对于经济发展、营造消费氛围无疑是一件好事，但是随着活动的举办也会存在举办效果良莠不齐。有的活动消费券用完了，但是带来的转化效果不理想，在社会宣传面过窄，宣传效果没有达到；有的活动钱还没有花完。花钱不是目的，消费券用完也不是最终目标，举办活动最终目的是营造热闹的消费氛围，让全民看到并积极参与、积极消费，所

谓“气氛到位，肯定消费”。

同时举办的促销费主题活动主要集中于线下实体、商场，对于旅游业、电商和同城团购涉及较少。但目前有线下实体的企业有80%都有线上宣传渠道、电商店铺或者同城团购，而且宣传面更大，参加的群众更多。

建议：

1.扩大促销费活动宣传，加强活动举办“转化率”考核。在资金紧张的现在，钱不仅花在刀刃上，更要提高消费券所带来的转化率，让消费活动的举办起到事半功倍的效果。所以建议线上线下多平台多渠道扩大宣传面，将消费活动的氛围营造起来。同时在活动举办后也要对活动的举办进行复盘、考核，对于效果不佳的消费活动砍掉或改进，举办更多高转化、效果佳的消费主题活动。

2.建议线上线下的六安商家符合条件都可以参加相关消费主题活动，同时根据节气、六安产品特色举办相关主题网络带货活动，融入消费券的使用。如：春天采茶季、夏日水果季、冬日腊味季，邀请六安相关网络达人、MCN机构都来参与活动。不仅举办了六安特色消费活动，提振消费信心，更重要的是借助消费活动宣传六安。