

工业和信息化部司局简函

工消费函〔2021〕885号

关于组织开展“2022全国网上年货节”的通知

各省、自治区、直辖市工业和信息化主管部门：

为充分发挥消费品工业在扩大内需战略中的作用，促进2022年一季度消费品工业平稳开局，商务部、工业和信息化部联合相关单位在2022年春节期间举办“2022全国网上年货节”活动。现将有关事项通知如下：

一、加强组织协调

各地工业和信息化主管部门要把开展“2022全国网上年货节”作为贯彻落实党的十九届六中全会和中央经济工作会议精神的具体举措和重要抓手，根据《“2022全国网上年货节”工作方案》（见附件），加强与当地商务部门、邮政部门、消费者协会等相关单位协调，结合当地市场特点和消费习惯，精心策划，周密部署，扩大宣传，认真实施，确保“2022全国网上年货节”活动顺利开展。

二、指导企业参与

各地工业和信息化主管部门要指导生产企业认真做好各项准备工作，根据市场需求，重点保障生活必需品、居民防疫物资和特色年货商品供应，积极对接电子商务企业，创

新形式开展促销活动。密切跟踪活动开展情况、企业销售情况和相关舆情动态，及时协调解决企业遇到的问题。强化指导和部门协同，切实维护消费者合法权益。

三、及时总结成效

各地工业和信息化主管部门要及时总结实施效果，分析消费增长新亮点，提炼消费升级新特征，挖掘可复制可推广的典型经验，2022年2月18日前将活动总结报工业和信息化部（消费品工业司）。

联系方式：

肖 鹏 010-68205665/66016906（传真）

邮 箱：xiaoduyu@miit.gov.cn

附件：“2022全国网上年货节”工作方案

工业和信息化部消费品工业司

2021年12月28日

抄送：中国轻工业联合会、中国纺织工业联合会、中国商业联合会、中国食品工业协会。

附件

“2022 全国网上年货节” 工作方案

为贯彻落实党的十九届六中全会和中央经济工作会议精神，着力强化产业商业协同，持续激发市场主体活力，在 2022 年春节期间，商务部、工业和信息化部联合相关单位，举办“2022 全国网上年货节”活动，掀起开年消费热潮，服务构建新发展格局。活动安排如下：

一、活动时间

2022 年 1 月 10 日-2 月 7 日

二、指导单位

商务部、中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、国家邮政局和中国消费者协会共同指导。

三、组织形式

秉承“政府指导、企业为主、市场化运作”的组织原则，指导各地开展配套活动，并组织有影响力的电子商务企业、品牌企业、快递物流企业积极参与。创新“1+N”的组织模式，初步选择辽宁、上海、江苏、浙江、福建、广西、云南、厦门、青岛共 9 个配套活动丰富、特色突出的地方作为分会场，央地联动、形成合力。各参与企业根据活动安排，统一时间、统一标识、统一行动、统一宣传。

四、活动内容

(一)丰富节日市场供应。活动期间，鼓励地方和平台在保

障生活必需品货源充足的同时,围绕经济转型发展、居民消费升级等要求,丰富年货供应。一是增加绿色、智能、个性化的商品和服务。二是鼓励开展“数商兴农”专场,促进农产品上行、工业品下行,扩大春节期间乡村旅游、休闲农业等服务供给。三是增加充满正能量的文学、影视等数字产品,丰富群众春节期间精神生活。四是鼓励设置“冰雪”专区,促进冰雪商品和服务消费。五是推动“丝路云品”上平台,举办上合组织国家特色商品电商直播活动,增加优质进口产品供给。

(二) 培育壮大新型消费。推动直播电商、社交电商等新业态持续健康发展,鼓励电商平台向生产企业延伸,依托消费大数据,与生产企业合作,加快传统线下供给端数字化改造和转型升级,发展个性化定制柔性化生产。深化大数据、云计算、人工智能等技术应用,赋能实体商业,加快线上线下融合,激发市场活力。

(三) 优化网络购物环境。指导电商企业严格遵守《电子商务法》《反垄断法》《反不正当竞争法》《网络交易监督管理办法》《个人信息保护法》等法律法规,严禁销售假冒伪劣商品、侵犯知识产权和个人隐私等违法违规行为,建立高效投诉处理机制,快速响应消费者需求,保护好消费者权益,进一步提高消费者满意度。

(四) 严格落实防疫要求。指导相关企业强化线上消费防疫措施,规范商品入库、分拣、配送等环节防疫程序,特别加

强冷链全过程防疫措施。指导线下企业开展线上经营,健全防疫管理,对设施设备、营业场所、经营商品等做好卫生防疫,落实好安全生产。

五、实施步骤

(一)前期筹备。

2021年12月7日-31日,向地方商务、工业和信息化主管部门印发关于开展2022全国网上年货节工作通知,指导开展网上年货节筹备工作。

2022年1月4日-1月9日,开展活动预热。

(二)活动实施。

2022年1月10日-2月7日,商务大数据平台会同有关第三方监测机构,对网上年货节促销情况进行实时监测。加强与相关部门和地方信息共享,促进互学互助,增强活动效果。

(三)总结成效。

2022年2月7日-10日,全面总结工作情况及成效,掌握消费趋势,挖掘消费亮点,为进一步培育壮大新型消费提供支撑。