

## 2022 首届“吃货节”大型食品促消费活动实施方案

### 一、活动时间

线上活动：2022 年 5 月 11 日-5 月 20 日

线下活动：2022 年 5 月 11 日-5 月 29 日

### 二、活动主题与标识

“品健康美食，享优质生活”

活动标识：待定

### 三、组织实施

#### （一）主办单位

工业和信息化部工业文化发展中心

中国商业联合会

中国食品工业协会

#### （二）实施单位

各省（自治区）市商业联合会（总会）、商贸流通企业、运营机构、食品工业协会（联合会、行业协会）、食品生产企业、媒体机构等

### （三）组织架构

2022 首届“吃货节”大型食品促消费活动成立组委会，负责对活动进行统一领导、指挥、协调。组委会设立秘书处，下设宣传策划组、商贸流通组、产品资源组。

组委会主任：何映昆 工业和信息化部工业文化发展中心主任

执行主任：李宁 工业和信息化部工业文化发展中心副主任

副主任：徐坚 中国食品工业协会副秘书长

李宝 中国商业联合会副秘书长

马翔 工业和信息化部工业文化发展中心资源开发处负责人

秘书长：白彦升 工业和信息化部工业文化发展中心设计创新服务处负责人

副秘书长：陈长江 中国商业联合会会展部部长助理

曾黔 中国食品工业协会品牌战略工作委员会秘书长

宣传策划组：欧爽 工业和信息化部工业文化发展中心设计创新服务处

商贸流通组：何文钦 中国商业联合会会展部展览处处长

产品资源组：李贺斌 中国食品工业协会培训中心副主任

## 四、活动内容

### （一）产品供应和推介（产品资源组）

欢迎各有关单位参与 2022 首届“吃货节”大型食品促销消费活动。有正规食品生产和销售资质的企业均可通过线上官方组委会“全国吃货节”小程序提交报名资料。上报产品应在活动期间确定具有吸引力的优惠价格，确保活动期间的产品供应和品质保障；活动期间，组委会将搭建平台，协助企业与各相关渠道方进行对接，扩大宣传及推广力度。

### （二）线上促销活动（商贸流通组）

1. 组委会组织京东、阿里、拼多多等各大电商平台、国美真快乐等 APP、大型商贸企业网站等用户入口设立“吃货节”活动专区，加大消费者引流和推介力度，针对不同群体差异化的消费需求，推送独具特色的食品产品，重点突出营养和健康食品、地方特色食品、中华老字号食品、老年和婴幼儿群体食品等。

2. 组委会以直播购物、媒体购物等业态为载体和抓手，组织协调抖音、快手等大型短视频平台联动，讲好中国食品故事，积极开展“直播带货”“网红探店”等多种形式促销活动。

### （三）线下展销活动（商贸流通组）

1. 组委会联合中国商业联合会相关分支机构及代管协会、事业单位、各地商业联合会（总会）组织大型购物中心、

百货商场、超市、食品专卖店等商贸流通企业，加强“吃货节”活动宣传，以多种促销方式，举办各具特色的吃货节食品展销活动。

2. 加大营销力度，设立“吃货节”专柜专区，统筹安排乳制品、休闲食品、生鲜、酒水等强相关品类，灵活开展直接折扣、足额返券、消费满减、预定有礼等不同形式促销活动，立足线下消费体验优势，结合消费扶贫、健康生活等多种主题开展多层次食品营销，向目标消费群体发放“吃货节”优惠券，借助夜间经济、特色餐饮、亲子乐园等聚人气方式，提升双休日期间的客流量，拉长活动周期，保持消费热度。

（四）各地特色活动（宣传策划组、商贸流通组、产品资源组）

各地可依据自身情况举办新产品推介、采购对接会等活动。在“吃货节”期间集中组织多种形式的新产品发布活动，推介更多优质新食品，打造特色产品矩阵，提升消费者关注度和参与热情。各地商联会在商务、工信、市场监管等相关部门指导下，结合本地区消费者偏好和消费习惯，加强产销对接，组织有需求的食品生产企业、大型商贸企业、食品产业园等共同举办分会场（专场）活动，依托老字号企业开展特色食品展销会、产销对接会等活动。挖掘商旅融合等消费场景，重点推介当地群众喜闻乐见的特色食品，举办优质食

品进社区等独具特色的营销活动，与相关地方性食品展览会、交易会等活动深度融合，因地制宜举办各项促进食品消费活动。

#### （五）文化交流活动（宣传策划组、商贸流通组、产品资源组）

1. 举办“中国食品品牌价值振兴30人圆桌论坛”。组织相关重量级行业专家、领袖企业家、新锐企业家共同参与。同时邀请知名媒体、监管部门等共同探讨中国食品品牌振兴策略及发展趋势等，推动中国食品品牌全球竞争力的提升。

2. 全国范围征集有一定知名度及影响力，有一定基础的成熟活动加入“吃货节”配套活动，包括展会、论坛、主题大会、研讨会等。鼓励“吃货节”期间商贸各方合法合规的商品贸易与流通，组委会将大力营造能够促进品牌方与各渠道方在“吃货节”期间正当的合作与商务往来活动。

#### （六）宣传推广（宣传策划组）

##### 1. 媒体宣传

（1）组委会联络各大主流媒体、新媒体平台形成媒体矩阵，对“吃货节”的各阶段进行滚动、持续宣传；建立“吃货节”官网及“全国吃货节”小程序；在新浪、抖音、快手等平台设立“吃货节”专栏，对“吃货节”进行重点报道、持续更新；设置部分活动话题及榜单。

(2) 举办首届“吃货节”新闻发布会和启动仪式；对重点食品生产及流通企业进行跟踪报导。

(3) 国家级主流媒体发布“吃货节”大型食品促消费活动目录，助力配套活动的举办，提升活动影响力。

## 2. 主播平台宣传

(1) 在全国范围内培训“吃货节”专属主播，宣扬积极向上的消费观；

(2) 协助重点城市、企业开展线下“吃货节”活动，配合主播带货的合作需求，与线上直播形成联动。

## 五、时间安排

(一) 4月初，制定“吃货节”实施方案，下发工作通知，相关协会、地方和生产流通企业启动筹备工作。

(二) 4月份，召开新闻发布会，媒体宣传推广全面展开。各地区及单位报送具体工作方案，完成生产组织、协议签署、直播带货筹备、平台宣传预热等工作。

(三) 5月份，组织有需求的食品生产企业、商贸流通企业举行“吃货节”专场对接活动，确定主推产品和促销方式，完成生产组织、协议签署、上线上架、直播带货筹备、平台宣传预热等工作。5月11日，举办“吃货节”启动仪式，发起倡导营养健康、杜绝浪费的食品消费观念的倡议。各地执行承办单位确定本地“吃货节”开幕时间、地点后提前报

组委会秘书处，以便安排相关领导出席开幕式。各协会、地方商联会和食品生产、商贸流通企业举行多种形式的食品促消费活动。

（四）6月份，收集汇总各地“吃货节”实施情况材料，统计各地“吃货节”数据，梳理总结此次活动经验和成果。

## 六、工作要求

（一）提高思想认识，加强行动部署。各有关单位要深刻认识办好2022首届“吃货节”活动是贯彻落实党中央国务院决策部署，响应国家扩大内需、促进消费的重要举措，积极参与到“吃货节”活动组织工作中，与组委会做好工作衔接。

（二）加强分工协作，做好疫情防控。各地食品生产、流通领域主管部门和协会组织密切配合、各司其责，指导食品生产和商贸流通企业积极参与“吃货节”活动，及时协调解决企业遇到的困难；组织开展多种形式的工商对接，帮助生产流通企业创新促销模式。积极动员广大新闻媒体加强宣传，提升消费热度。制定活动安全管理应急预案，严防突发性安全事故的发生。落实防疫要求，做好疫情防控工作。

（三）倡导营养健康、杜绝浪费的食品消费观。倡导科学饮食，以营养健康为目标，注重膳食均衡。引导理性消费，杜绝食品浪费。要严把食品、服务质量关，严格落实食品安全主体责任，坚决杜绝假冒伪劣商品进场销售，保障消费安全。

(四) 创新活动形式，优化消费环境。要紧紧围绕服务百姓生活，促进食品消费的中心任务，创新“吃货节”的活动形式，丰富活动内容，提升服务品质。

## 七、组委会联系方式

宣传策划组（工业和信息化部工业文化发展中心）：

白彦升 13910537134 010-68209920

欧爽 13701321190 010-68205540

电子邮件 baiyansheng@miit-icdc.org;

商贸流通组（中国商业联合会）：

陈长江 13910668610 010-65133322 转 1426

何文钦 18910704206 010-65133322 转 1426

电子邮件 chen.changjiang@cgcc.org.cn;

产品资源组（中国食品工业协会）：

曾黔 13488869073 010-63366467

李贺斌 13701381920 010-63366467

电子邮件 704896582@qq.com