**附件1：**

**2024年全国拍卖行业“服务消费季”活动方案**

**一、总体原则**

（一）协会搭台，企业唱戏

以全年拍卖消费季方案为引领，中拍协与地方拍协相配合、协企联动、部门协同、共同发力，全力做好全年消费季活动的组织筹备。鼓励市场主体结合自身活动安排与部署，以各种形式积极参与到全年活动之中，不断打造拍卖消费新场景、优化拍卖消费新布局、激发拍卖消费新潜能。

　　（二）活动引领，宣传支撑

一手抓活动，调动广大企业的积极性和创造性，打造一批示范效应强、触及群众广、带动作用大的促消费拍卖活动，持续扩大消费季品牌效应和影响力。一手抓宣传，完善优化消费季宣传支持，对积极参与消费季企业和地方协会给予宣传支持。

　　（三）以民为本，惠民利民

鼓励拍卖行业各类市场主体，开展线上、线下联动的多主题、多类型、多渠道促消费活动，为消费者提供更优质的消费场景、更实惠的消费体验、更贴心的消费服务、更舒心的消费氛围，真正做到让利于民。

**二、活动时间及地点**

（一）时间

1、出发点：全国拍卖行业“服务消费季”启动宣传

（2024年5月）

2、收官点：全国拍卖行业“服务消费季”年终总结

（2024年10月）

1. 地点

各省会城市、有条件的地级主要城市、部分骨干拍卖企业经营活动场所及网络平台。

**三、活动重点**

（一）主题重点

各省应统一以“2024年全国拍卖行业‘服务消费季’”的标识组织此次活动，并有机结合“全年乐享全民盛惠”主题。标识及宣传资料参见附件3。

（二）板块重点

文物艺术品、机动车与农副产品、网络拍卖等。

文物艺术品、机动车与农副产品是拍卖领域与消费相关最紧密的板块，各级拍协可围绕这三大板块联络各方举办消费季核心活动，例如举办宣传论坛会议、搭建消费平台，对于能够开展拍卖走进庙会、走进市场集市的藏品展览展示、鉴宝，农产品、民品拍卖，库存商品、二手奢侈品拍卖，以及群众性义卖、义拍等活动的企业，进行宣传扶持，并积极帮助对接、联络各方资源，促进活动顺利举办。

（三）宣传重点

各省（区、市）拍卖行业协会可在公众号等宣传渠道发布全国拍卖行业“服务消费季”启动通知及活动新闻，并建立专栏，持续收集各地方拍协和企业投稿消费季宣传稿件，鼓励各方投稿。

**四、工作要求**

1.请各地方协会在往届活动经验的基础上，本着勤俭节约，注重实效的原则，制定本省活动的具体实施方案，并在6月20日前报中拍协理论宣传部。

2. 加强活动期间的联络沟通。有关活动的动态、进展、新闻稿等，请各省及时按附件2形式报中拍协理论宣传部，我们将在中拍协官方网站、《中国拍卖》杂志等业内外主要媒体开设宣传周活动专题栏目，对各地宣传周活动内容进行实时、全面报道（凡2024年度举办的活动均可报送）；希望各省市发动协会、企业、媒体的微信、微博公众账号参与互动，持续扩大宣传范围。此外，各地还可根据当地情况，邀请商务、文化、工商等政府部门支持和参与。

3.注意总结工作。活动期间，各地方协会可以附件3形式向中拍协汇报月度、季度、半年度“活动成绩单”，中拍协将不定期发布阶段性总结成果。2024年12月，中拍协将针对年度有拍卖消费表现的地方拍协和企业进行年度数据、案例统计，形成全国拍卖行业“服务消费季”年终总结，并对此次活动中表现突出的地方拍协、企业和个人给予表彰。