

# 绩溪县 2024 “‘绩’会难得” 文旅惠民 消费季活动方案

（征求意见稿）

为贯彻落实上级促进文旅消费工作部署，进一步释放文旅消费潜力，助力文旅高质量发展，更好体现有为政府职能，根据《关于进一步优化消费券发放加快激发有潜能消费的通知》、《“2024 徽动消费促进年”行动方案》（皖商办流通函〔2024〕9号）精神，拟于2024年7月至2024年10月开展“‘绩’会难得”文旅惠民消费季活动。

## 一、活动主题

“绩”会难得

## 二、活动时间

2024年7月至2024年10月

## 三、主办、承办和合作单位

主办单位：绩溪县人民政府

承办单位：绩溪县文化和旅游局

合作单位：上海赫程国际旅行社有限公司（携程平台）、中国电信绩溪分公司（翼支付APP）

## 四、参与对象

绩溪县内重点酒店、民宿（农家乐）、餐饮企业，3A级及以上收费旅游景区，旅行社（具体名单详见附件）。

## 五、活动内容

### （一）与携程平台合作发放优惠券 60 万元。

2024 年 7 月至 9 月，消费者通过携程平台搜索绩溪县城市名或者通过绩溪文旅消费券活动专辑页，进入绩溪文旅产品列表页，点击选择产品，并选择日期后下单。

针对酒店、民宿（农家乐）发放优惠券 40 万元，采用折扣立减券方式，享受订单金额在携程平台原有优惠基础上再七折立减（最高立减 300 元）；

针对景区门票发放优惠券 20 万元，采用折扣立减券方式，享受订单金额在携程平台原有优惠基础上再八五折立减（最高立减 20 元）；

活动期间，同一用户（同一UID）限使用1次优惠，优惠不可叠加使用，已领取但未在有效期内使用的券码过期作废，消费券需提前24小时领取下单方可享受优惠。

注：享受订单金额在OTA平台原有优惠基础上再七折立减。举例：龙川景区全价票75元，OTA平台优惠价64.5元，在64.5元的基础上享受八五折优惠即54.8元

### （二）与翼支付平台合作发放优惠券20万元

2024年9月至10月，消费者通过翼支付APP，登录活动专区领取消费券（数量有限，领完即止）。

消费券采用满减方式，享受订单金额满50减15元、满100减30元、满200减60元（单笔订单金额最高立减60元），每人每周限抢一次，单次消费仅限使用一张消费券，每张消费券有效期7天，消

费者可到县内线下参加活动的餐饮经营单位使用消费券抵扣消费

。

### （三）针对来绩旅游团队兑现奖补资金 20 万元

2024年7月至10月，团队组织县外来绩游览1个4A级及以上收费旅游景区、2个3A级收费旅游景区或者1个研学基地的，且在绩实际住宿一晚（酒店、民宿均可）及以上的，单团16人（含）-29人的，给予500元/团补助，单团30人（含）及以上的，给予1000元/团补助。

补助周期内（补助周期为2024年7月至10月，以各团队申报的过夜旅游团队成团日期抵达绩溪日期为准），各团队每月月底申报一次，总补助资金20万元发放完毕或活动期满即止。补助资金待活动审计完成后，一次性拨付至各团队。

## 六、资金分配及经费来源

### （一）资金分配

1、与携程平台合作发放优惠券 60 万，其中 3A 级及以上收费旅游景区计划分配资金 20 万元，县内重点酒店、民宿（农家乐）计划分配资金 40 万元；

2、与翼支付平台合作发放餐饮优惠券20万元；

3、针对来绩旅游团队兑现奖补资金 20 万元。

### （二）经费来源

文旅消费券总资金100万元由县级财政保障。

备注：为保障资金使用合法合规，预留1万元用于活动审计，消费券发放期间每月底将根据实际核销带动情况对各版块分配金额进行动态调整。

## 七、宣传方案

在开展绩溪文旅惠民消费季活动的同时，匹配线上线下营销推广活动。

### （一）线上营销方案

1. 用户推广：将平台流量精准转化为绩溪县消费游客。搭建线上绩溪县文旅惠民消费活动专区，聚合旅行内容、酒店产品、优惠券包，用户可在线上一站式查询、领取、预订。同时，将旅行攻略内容和产品同步展示，可以缩短用户决策周期，刺激出游。

2. 商家推广：发动平台分销渠道推广绩溪县文旅优惠活动。匹配平台文旅消费券旗舰店、超级目的地频道、酒店促销频道活动推广位，针对该次惠民消费活动进行联合推广，进一步扩大曝光量。

3. 媒体宣传：组织主流媒体在活动期间持续开展集中报道，联合各类新媒体平台进行互联网传播和全渠道渲染报道。

### （二）线下营销方案

1. 活动宣传：通过以举办活动、发文、会议等形式引导文旅经营单位和市民游客参与活动。

2. 活动加持：借助绩溪县第十届徽菜美食文化旅游节、2024安徽“10.20”文旅惠民消费季活动，大力宣传推广文旅惠民消费活动，加大宣传营销力度。

3. 商户合作：组织所有参与活动的商户签署承诺书，发动线下商户通过实体店海报、led大屏等方式，同步开展宣传推广。

## 八、活动保障

为保障资金安全，平台设置反羊毛党识别监控系统，黑名单限制、异常订单预警等风控措施。针对本次惠民消费活动，设置单个UID、身份证号、手机号领用券次数。具体举措如下：

1、用户端：系统识别到机刷、众包任务、刷单、刷点评的用户会实时拦截；有效用户身份识别、批量注册模型防控、支付频次调控、享补次数（含份数/订单数）限制；

2、商户端：系统会结合商户优惠券量激增、负利、黄牛集中，图谱模型识别商户的风险；参与活动商家所售产品的抬价预警（30%）、订单异常监控、大促功能锁定等；

3、人工识别：三高（产量高、原价高、补贴金额高）订单核查、补贴比例溢出订单核查。