

索引号:	11220000013544357T/2004-00122	分类:	商贸、海关、旅游、其他;通知
发文机关:	吉林省人民政府办公厅	成文日期:	2004年12月13日
标题:	吉林省人民政府办公厅关于转发省商务厅省建设厅制定的吉林省城市商业网点规划和建设指导意见的通知(吉政办发〔2004〕74号)		
发文字号:	吉政办发〔2004〕74号	发布日期:	2004年12月14日

吉林省人民政府办公厅
关于转发省商务厅省建设厅制定的吉林省城市
商业网点规划和建设指导意见的通知
吉政办发〔2004〕74号

各市州、县(市)人民政府,省政府各厅委、各直属机构:

省商务厅、省建设厅制定的《吉林省城市商业网点规划建设指导意见》已经省政府同意,现转发给你们,请认真按照执行。

吉林省人民
政府办公厅

二〇〇四年
十二月十三日

吉林省城市商业网点规划和建设指导意见

省商务厅 省建设厅

(二〇〇四年十一月九日)

近年来,随着城市化步伐加快和城市经济体系的日益完善,我省城市商业网点建设得到长足发展。目前,全省批发、零售、餐饮及服务业网点达54万个。其中:批发零售贸易业网点约35万个,餐饮业10万多个,服务业近9万个;生活消费品市场近2000个,生产资料市场近150个,城市集贸市场800多处。城乡居民每千人拥有网点近21个。主要城市人均拥有商业营业面积突破全国0.8平方米的平均水平。城市商业网点建设的发展,对繁荣市场,满足多层次消费需要发挥了重要作用。但在城市商业网点发展中也出现网点建设总体布局欠合理、中心商业集聚不经济的倾向。主要表现:网点建设单体过大过多;传统城市中心黄金地段、重要街区市口大型零售网点过密;服务网点发展不足,特别是与居民生活密切相关的中小网点发展缓慢;网点的组织化、集约化、现代化水平偏低,业态功能雷同,新型营销方式滞后。这种状况与未来城市商业发展趋势和入世后

的新形势不适应,由此带来的重复建设、资源浪费等一系列经济社会问题比较突出。为加强城市商业网点建设的宏观调控,健全商业网点发展的规制,促进城市商业的可持续发展,提出本意见。

一、规划和建设的范围及原则

(一)规划和建设范围:商业网点是指在行政建制的市、县(市)、镇内,从事为居民生产和生活服务的商品批发零售经营、餐饮经营及服务经营的固定场所。根据我省经济发展的实际情况,当前城市商业网点规划和建设的范围是地级城市(含延吉市)。要科学规划商业网点总量、中心区位、业态比例、街区设置,搞好大型零售商店、批发市场、商品交易市场、物流基地等大型网点的排布。

(二)规划和建设总的原则:贯彻科学发展观,紧紧把握城市商业未来发展趋势,适应市场经济发展要求和当地经济发展水平,构筑大容量、开放式、宽辐射的网络结构。商业网点建设应符合经批准的城市总体规划、分区规划和详细规划的要求,符合环境保护要求,与市场体系相匹配,兼顾市场公平竞争和保护投资者利益,确保城市环境治理和居民生活质量改善。具体原则:

1. 控制中心区与发展区级商业、居住区商业相结合。大中城市必须在城市分区规划的公共设施建设分区基础上,控制中心区域规模总量,倡导多业态发展,保证中心商业的通行化,不断促进区级商业、居住区商业功能的完善,使商业网点建设与城市综合开发同步推进。市级中心商业以完善配套网点和建设商业街为主,区级商业、居住区商业以建设购物中心、便民网点为主。

2. 点、线、面立体组合。商业布点要体现规模化、组织化,把发展规模化企业与中小企业灵活布点协调发展统一起来,组织大点疏密有度,合理聚散;布点连线要体现商业点之间的等级性和层次性,业态分工应错落有致,避免近距离的经营雷同;在流通半径所及的域面内要体现商业服务的网络化和功能的系统化,把握城市区域间商业功能的有机联系,体现商业最优服务规模。

3. 完善基本功能与突出地域特色相结合。城市商业网点规划和建设,要配套完善服务功能,既满足本地居民的基本消费需要,又要突出产品特点、经营特色、服务特色和当地的旅游资源及人文特色。将传统商业街、旅游景区、城市中心区及市郊新兴商业中心区作为规划重点,结合社区规划进行布局,增强吸引力,拓宽辐射面。

4. 积极优化网店布局结构。充分考虑本地区和周边地区经济发展现状和消费水平,尤其是市场环境特点、现有网点竞争情况、交通设施条件,确定不同业态、不同类型的商业网点规模和数量。对竞争不充分的地区,适当增加网点;对竞争相对充分地区,应慎重增设大型商业网点;对同业竞争激烈的地区,严格限制新增大型网点,业态设置实行错位。

5. 坚持可持续发展和良性循环。城市商业网点建设必须坚持可持续发展战略,考虑长远目标,增强发展后劲和潜力,力求人口、经济、社会资源、环

境等要素之间的协调发展。城市商业网络要以城市为中心,以潜力巨大的农村市场为基础,以农村集镇为边线,以增强布局的整体功能,实现高效运转。

二、布局控制及标准

(一)商业中心。

商业中心是指位于城市中各个区域,相对集中分布的各类商业群体。一般城市商业网点规划布局,应根据区位特点、服务人口规模、地域条件的不同,把握三个层次:

1. 市级商业中心,是城市商业网点的核心。一般位于城市中心的黄金地段,占地面积大约在 2? D3 平方公里或 4? D6 平方公里,覆盖全市,集贸易、金融、信息、服务于一体,集合了一批知名度较高的大型综合商场,兼有老店、名店、专业店、特色店。以经营高档、高值商品为主,行业齐备,功能完善,能够满足全市居民特别是外来流动人口的多层次消费需要。市级商业中心是全市经济、社会发展水平的标志以及城市文明的窗口,代表着整个城市的形象。一般现代化大城市市级商业中心已超出了本市的服务区域,成为全省或是全国的商贸活动中心。随着城市发展,有的出现了次级城市商业中心,发挥对市级商业中心的补充作用。

2. 区级商业中心,处于整个城市商业服务网络的中间环节,发挥对市级商业区的分流作用。一般在居住人口 30000? D50000 人以上的居民地区考虑设置区级商业中心,服务对象主要是本市常住人口和部分流动人口,以中低档商品经营为主,兼顾多档次发展。节假日购物多,平日分散,顾客逗留时间较短。商业网点相对集中,建筑面积每千人 1000 平方米左右,有 1? D2 个大中型商场和若干专业店、超市,商业设施比较先进,服务半径 1000? D 1500 米。

3. 居住区商业中心,主要服务对象是居住区的常住居民,以便民、利民为主。经营与居民生活密切相关的日用必需品,提供居民日常服务。居住区可设置包括食杂店、超市、综合服务楼和集贸市场等网点在内的社区购物中心。按照商住分离原则,在居住区商业中心建设 1? D2 个具有一定规模的超市、中型规模的综合商场和一些专卖店。30000? D50000 人口的居住小区每千人商业服务设施建筑面积 700? D 910 平方米,商业网点服务半径 200? D 500 米;10000? D15000 人口的居住小区每千人商业服务设施建筑面积 450? D 570 平方米,服务半径在 300 米以内。另外,可配套设置直接服务居民生活的各类便民店,形成大集中、小分散的居民购物服务网络。

(二)商业街。

商业街是以市级商业中心为主轴,以专业分工为基础,发挥聚集效应,并以步行街路为主,集休闲、娱乐、游览、购物、餐饮、通行于一体,体现地方、民族、文化特色的商业群落。具体包括综合性和专业性两种。综合性商业街,主要在交通干线的一侧或两侧以及支线形成沿街一二层店铺相连的商业大街。专业性商业街,要依靠规划和政策引导,通过新建改建来发展,逐步形成系列化、专业

化、特色化,分工细密、品类齐全、挑选性强,能满足专业及特色消费需要的专营商品街。商业街不宜过长,一般以 600 米 至 1000 米 左右为宜。

(三)大型商业零售网点。

大型商业零售网点是万米至 10 万米以上规模的零售市场、大型购物中心。以购物为主,兼有餐饮、娱乐、停车场等设施,经营商品规格品种齐全,以高中档为主,配备先进的商业设施设备、优雅的购物环境。超市、大型超市、社区(市区)购物中心、百货店设置在市、区级商业中心。超市和大型超市的商圈半径 2000 米,以居民和流动顾客为主。社区购物中心商圈半径 5000? D 10000 米,市区购物中心商圈半径 10000? D 20000 米。百货店以追求时尚和品位的流动顾客为主。仓储式会员店、城郊购物中心、工厂直销中心设置在城乡结合部的交通要道。仓储式会员店商圈半径 5000 米,以中小零售店、餐饮店、集团购买和流动顾客为主。城郊购物中心商圈半径为 30000? D 50000 米,工厂直销中心面向重视品牌的有目的的顾客。

各类批发交易市场,重点设置在城区环路一带和靠近城市对外放射路等交通便利地区,形成覆盖城区、连接县镇、城市互补,辐射全国的不同层次的批发网络。对农副产品、日用工业品、生产资料三大类市场进行合理布局,形成统一开放、竞争有序的批发市场网络,不断完善城市经济体系。

(四)特种行业及汽车市场网点。

对拍卖、典当、旧货、租赁等特种行业,以及汽车市场流通,遵照“统筹规划、合理布局、适度竞争、规范发展、动态管理”的原则,搞好总量调控,实行动态管理。

三、基本工作要求

(一)正确把握城市商业网点发展的趋势和特点。

当前,在城市建设的高峰期,商业活动和网点在城市内部空间分布差异和空间流动方面呈现了新的趋势和特点:一是连锁经营迅速发展,已经成为城市商业活动由区域向国内乃至国际不断扩展的关键,连锁的区位、组织形式、配送方式已成为城市商业网点规划的重要内容。二是城市商业出现离心化和郊区化趋向,形成了城市商业活动的多中心、组团式的新格局。三是商业重心下移,以域内或周边社区群众为主要服务对象的城市社区商业进一步繁荣,已成为综合消费的载体和区域经济发展的重要力量,将改变城市居民的消费行为,也将深刻影响城市商业活动的网络结构。四是物流业加速整合,商品配送迅速发展。商品实体的转移、门到门的物流配送,成为商家争夺“第三利润源”的焦点。

(二)加强组织领导,搞好综合协调。

城市商业网点规划和建设是一项社会系统工程,涉及面广,情况比较复杂,工作难度大。务必高度重视,进一步提高对城市商业网点统一规划、合理布局重要

性的认识,切实加强组织领导,加大综合协调力度,提供有力的技术支持和必要的资金保障。

商务、建设、城市规划部门要在当地政府统一领导下,协调工商、交通、财政、土地、旅游、环保等部门和开发区政府,切实加强组织领导,及时研究协调和解决城市商业网点建设中出现的重大问题,尽职尽责,切实做好商业网点规划布局、立项、审核及实施工作。

要正确处理城市商业网点规划建设中的各种关系。立足本地经济实际,着眼未来发展,切忌急功近利,处理好近期利益与长远发展的关系;积极引进域外、境外商业资本和先进的管理技术、管理经验,注重发挥当地商业的比较优势,切忌墨守陈规、简单模仿,处理好内资商业发展与开放引进的关系;充分发挥城市商业网点在合理疏导人口密度,有效进行资源配置,灵活调整产业结构,持续改善交通状况,不断促进环境质量改善的重要作用,处理好商业发展与国民经济整体升位的关系。一定要以企业为核心设置网点,以市场为手段建设网点,以科学的方式管理网点,以战略的眼光规划网点。

(三) 强化规划职能,抓紧进行城市商业网点规划的编制。

要进一步明确城市商业网点规划部门职能,切实承担起国家所赋予的管理商品流通业网点规划建设责任。进一步研究商品流通业发展的政策,适应生产发展和居民生活水平提高的需要,会同城市规划行政主管部门强化规划、协调、监督和服务的职能。

各地商务部门要会同建设和城市规划部门,依据经批准的城市总体规划和商务部颁布的《城市商业网点规划编制规范》,编制城市商业网点规划,并经有关专家论证通过后,报城市人民政府审查批准,纳入城市总体规划统一组织实施。

经批准的城市商业网点建设发展规划和年度计划不得随意变更,确实需要变更的,应当按照原审批程序报批;经批准的商业网点建设用地,不准随意变更和占用,确需变更的,按有关法律、法规办理土地使用权变更审批手续;市区临街建筑物和住宅楼需要按比例配建商业网点的,应当符合城市规划的要求;商业网点建设不论资金渠道和隶属关系如何,必须纳入城市商业网点规划,实行统一管理。

(四) 建立城市商业网点建设经济需求论证制度。

由商务部门牵头,与建设及城市规划等部门组成商业设施建设审议委员会,对规模以上的商业设施建设,采取听证会等形式进行经济需求论证。广泛听取规划、交通、卫生、环保部门和行业组织、消费者代表、社区组织及专家诸方面的意见。对新建的 2000 平方米以上的大中型商场、超市、餐饮服务项目,以及 5000 平方米以上的商品批发市场建设,须经当地网点管理部门履行听证程序,否则计划部门不予立项,规划部门不予核发建设项目选址意见书,工商部门不予核发营业执照。对外国投资者在境内设立企业和网点,按《外商投资商业领域管理办法》(商务部令 2004 年第 8 号)执行。

(五)突出重点,注重实效,整体推进。

1. 发挥中心城市的示范带动作用。各地级城市要加快制定网点规划的步伐,明确大型百货店、综合及专业仓储超市、连锁店、综合及专业商品交易市场、物流园区的发展定位,并实施有效监控。对大型商业设施建设项目的听证程序,作出具有法律效力的规定。其他城市也要从实际出发,做好规划,使全省城市商业网点规划和建设有一个比较健全的规制。

2. 大力推广应用现代流通方式和技术。根据《国家重点鼓励发展的产业、产品和技术目录》,加速重要商品物资的现代化仓储设施网点、贸工农一体化经营网点、重大旅游度假项目和专项旅游项目、租赁服务网点建设。引导和鼓励现代化物流配送中心、加工中心和代理经营配套设施及网点建设,积极推行商业连锁经营,引进新型业态和技术,大力发展便民、利民的连锁超市等新型商业组织形式。限制传统大型百货店的发展,适时调控大型超市发展,避免大型超市建设重蹈大型百货店的覆辙。

3. 进一步规划繁荣社区商业。把社区商业建设作为区域经济发展的一项战略重点,改革土地批租方式,在居住区周边单独划出商业用地,对社区商业设置实行定量控制,规定必备业态和指导性业态,切实加强社区网点规划;鼓励大型商业集团参与社区商业开发,把先进业态、连锁网点、品牌化的商品引到社区;引导有条件的城市发展社区购物中心,满足居民多样化需求;加快传统商业的结构调整,不断扩大服务领域,用现代商业理念和手段,完善城市社区服务体系。

4. 切实加强对中小城镇商业网点规划建设的政策引导。协调有关部门给予必要的政策扶持。按照省政府关于加强农村市场流通网络建设的要求,分级抓好县(市)城、重点集镇商品市场和网点建设,落实相关政策,促进县域开发和小城镇建设。

(六)做好城市商业网点规划和建设的基础工作。

1. 加强对新型营销业态的规范管理。贯彻国家有关零售业态分类标准、零售业态分类规范意见。城市商业网点管理部门要制定相应管理办法,加强商品价格监测和质量监督,反对低价倾销和不正当竞争,使之健康有序发展。

2. 加大宣传力度,搞好信息预测,引导投资方向。各有关部门要定期发布宏观经济信息,如大商场经济效益情况、商品市场铺面供求、价格情况及有关政策等信息,引导投资方向,以减少投资的盲目性。

3. 建立健全商业网点统计制度。各城市特别是大中城市,要创造条件抓紧进行商业网点普查,进一步摸清社会商业的网点情况,为政府决策提供可靠依据。同时,利用现代信息技术,建立城市商业网点档案,进行动态管理。积极开发利用商业地理空间信息系统,逐步实现信息共享,提高城市商业竞争力,更好地为城市经济发展服务。