

苏州市人民政府办公室文件

苏府办〔2017〕133号

市政府办公室关于印发苏州市商贸业 “十三五”发展规划的通知

各市、区人民政府，苏州工业园区、苏州高新区、太仓港口管委会；市各委办局，各直属单位：

《苏州市商贸业“十三五”发展规划》已经市政府同意，现印发给你们，请认真贯彻落实。

苏州市人民政府办公室

2017年5月11日

（此件公开发布）

苏州市商贸业“十三五”发展规划

《苏州市商贸业“十三五”发展规划》是《苏州市国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》的重要组成部分，范围涵盖批发业、零售业、住宿业、餐饮业和会展业，以及与之相关的电子商务和物流配送等领域，主要是明确商贸部门工作重点，引导市场主体行为，是指导性、综合性规划，是商贸主管部门履行经济调节、行业管理和公共服务职责的重要依据，也是未来五年我市商贸业发展的宏伟蓝图。

一、十三五发展基础

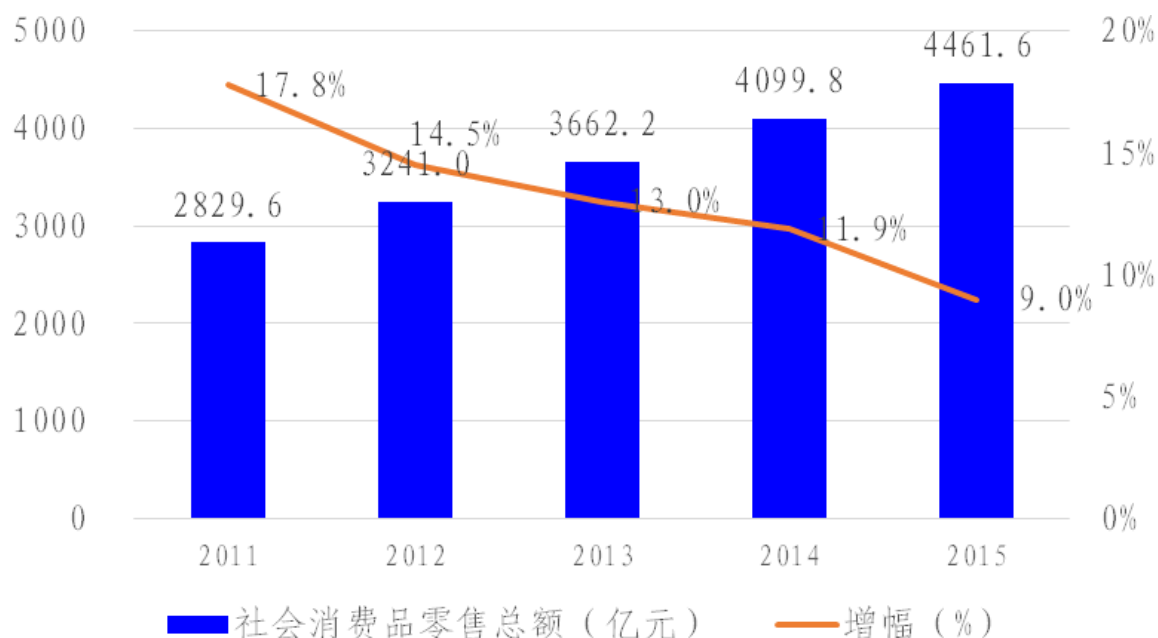
（一）发展现状。

“十二五”期间，我市商贸主管部门和企业积极应对复杂的宏观环境，采取多方面措施活跃消费市场，全市商贸规模持续扩大、对经济的带动效应日益突出，市场体系建设卓有成效，城乡商贸布局进一步优化。

市场规模持续扩大，对经济的带动效应日益突出。2015年，社会消费品零售总额达4461.6亿元，约为“十一五”期末的1.9倍。“十二五”期间社会消费品零售总额实现了年均13.2%的快速增长，较同期GDP增速高3.7个百分点；但社会消费品零售总额增速呈逐年下降趋势。2015年，商贸业实现增加值2353.8亿元，占全市GDP比重由2010年的15.2%提高到16.2%；商贸业实现税收284.0亿元，对全市税收收入贡献达到9.8%，成为我市重

要税源。

图 1：社会消费品零售总额完成情况



商贸空间持续拓展、布局加快调整，综合服务功能进一步增强。“十二五”期间，我市商贸业以城市轨道交通建设为契机，加速推进新一轮的扩容提级，多级化商圈发展格局基本形成。姑苏区围绕“一核四城”战略定位，打造“商贸商务高地”，加快观前调整、石路西扩、南门改造。平江、沧浪、金阊三个新城建设加快，初具规模，城市商贸核心板块消费吸引力持续增强。苏州工业园区以打造“中央商务区”为基点，提升高端商务集聚度，金鸡湖商圈规划超前，布局合理，业态先进，档次提升，引领时尚，成为城市和商贸发展的新亮点、新名片。高新区、吴中区、相城区和吴江区加快推进重点商贸项目建设，积极汇聚人气、商气。社区商业创新发展步入新台阶，以示范社区创建为着力点，

积极推进社区商业经营业态多样化、品牌企业连锁化、公共平台信息化、社区服务便利化。乡镇商业网点建设加速，一批商旅文复合型项目正在各乡镇兴起，商贸品牌、老字号和超市大卖场等连锁门店也纷纷抢驻中心乡镇。

商旅文融合发展，特色街区建设渐显成效。以创建商业特色示范街区为抓手，全面推动商业街区提级发展，在专业化、品牌化发展方面取得较好的成效。特色和著名商业街区的创建工作在全国处于领先水平，打造成为特色商贸旅游品牌。依托特色商业街和商圈，大力开展“中国苏州美食节”、“轧神仙庙会”、购物节、展销会等商旅文活动，促进商旅文项目的特色化、多样化、常态化发展和产业之间的深度融合。

新业态加速兴起，商贸企业转型探索活跃。我市商贸业以购物中心为主力推进快速发展和转型升级，连锁商贸持续发展，新的业种业态、新的商贸设施、新的商业模式不断涌现，发展速度、规模和水平保持全省领先地位。诚品书店等一批新型项目先后投入运营，在商旅文各产业彼此融合与促进中，有效地实现了客户资源和经济要素的集成共享。全市电子商务呈现迅猛发展之势，2015 年突破 7000 亿元。跨境电子商务服务试点稳步推进，全年备案登记商品近 1300 种，通关票数 13000 票。我市参与 B2B、B2C 和 C2C 的电子商务企业有 20 多万家，网上交易的企业数量省内排名第一，全国第六，被评定为国家电子商务示范城市。建成具有一定规模的电子商务产业园 20 多个，集聚了同程网、绸都网、婚

纱网和江苏化工品交易中心等在省内乃至国内具有一定知名度的网络销售平台。传统商贸业积极试水线上线下销售新模式，一大批新业态加快兴起。

商贸业环境进一步优化，诚信体系有效构建。全面完成覆盖大市的猪肉流通追溯体系建设任务，建立了“来源可查、去向可追、责任可究”的猪肉流通信息链条。坚持开展屠宰行业的专项整治，清理关闭压缩小型屠宰场点，引导并扶持猪肉经营企业开展冷链化、品牌化、连锁化发展。完善 12312 商务举报投诉热线服务，推动建立市、县两级商务综合执法网络。完善大型商场超市、农贸市场价格和销售信息的网上直报机制，市场监测体系不断健全。深入开展诚信经营示范创建工作，全面推进商贸业诚信体系建设，一批诚信经营示范单位在商贸行业起到了排头兵作用。开展创建“消费放心行业”、“消费放心场所”及“百城万店无假货”等一系列活动，打造“诚信苏州、消费天堂”品牌。

（二）存在问题。

实体商贸业增幅放缓，商贸业转型升级面临较大困难。购物中心、专业市场、百货商店、大型超市等实体商贸增速持续放慢，实体商贸业处于转型升级的阵痛期。互联网发展引发的商贸业革命方兴未艾，促进传统商贸企业实现 O2O 跨越式发展，存在相当大的难度。

消费结构处于调整期，消费市场缺乏突出的消费热点。金银珠宝、通讯器材、建筑装潢等过去几年的消费热点对全市消费市

场的拉动作用有所减弱，而旅游、医疗和文化等新兴消费热点还需要进一步发掘和引导。

局部区域商贸载体增量过快，大型项目趋于饱和。一些商圈或板块商贸载体建设已经超出了现实消费需求，有的商贸项目出现空置率高、招商运营压力大、坪效低等情况。

二、发展环境和趋势

“十三五”是我市商贸业转型升级、创新发展的重要时期，既有有利于发展的外部环境和内在动力，又存在诸多不确定因素，对全市商贸业而言，机遇和挑战并存。

（一）商贸业面临机遇和挑战。

1. 发展机遇。

中国经济实现消费驱动转型和迎接消费升级的机遇。“十三五”时期是我国确保实现全面建成小康社会宏伟目标最后冲刺的5年，面临经济新常态、产业转型升级、科技创新、社会转型等一系列的新形势、新任务和新挑战。经济增长动力实现由“投资驱动”向“消费驱动”转变，以传统消费提质升级、新兴消费蓬勃兴起为主要内容的新消费，特别是服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费等重点领域的快速发展，将引领相关产业、基础设施和公共服务投资迅速成长。积极发挥新消费引领作用，加快培育形成新供给、新动力，将为我市商贸发展拓展巨大空间。

商贸业创新和融合发展的机遇。全球新一轮产业和技术革命方兴未艾，互联网改变消费购物方式，移动消费、数字消费、体

验消费等逐渐成为引领城市商贸业转型发展的重要力量，商旅文创新融合深度发展。本着“城市即旅游、旅游即生活”发展理念，我市着力发展全域旅游。这些为商贸业引入大型商旅文综合体等新型项目，发展跨境电商、O2O、微商店等新型业态和模式带来了重大机遇。

苏州率先全面建成小康社会和基本实现现代化的机遇。“十三五”期间，我市将紧紧围绕“四个全面”战略布局，顺应国家供给侧结构性改革的新要求，适应经济发展新常态，坚持创新、协调、绿色、开放、共享等发展理念，统筹推进经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设，努力打造具有国际竞争力的先进制造业基地、具有全球影响力的产业科技创新高地和具有独特魅力的国际文化旅游胜地。我市经济社会的全面发展将有力支撑商贸业转型升级。

融入新一轮区域发展战略的机遇。“十三五”时期全球经济将步入稳定低速的复苏期，全球产业链、价值链加速重构，世界经济重心东移，中国将加速崛起成为全球第一大经济体。国家“一带一路”、长江经济带战略和新一轮长三角一体化战略的深入实施，将进一步凸显苏州的战略优势，苏州商贸业将有机会布局和打造成为面向世界、联动服务长三角的战略平台，商贸业国际化程度和辐射能力将进一步提升。

2. 面临的挑战。

经济增速放缓对扩大消费带来的挑战。国际经济环境依然十

分复杂，全球各经济区域表现呈分化特征；我国经济稳中向好的基础尚不牢固，增长的内生动力有待加强，结构调整、转型升级的难度加大，经济社会的稳定发展仍需加倍努力。因此，扩大消费的外部环境并不宽松。

区域之间商贸发展同质化和竞争更趋激烈的挑战。伴随高端品牌及新兴业态在各大城市间被加速复制，城际之间的竞争日趋白热化，我市商贸业优质资源竞争面临巨大挑战。

消费结构转型的挑战。居民消费习惯发生变化，更加趋向个性化、娱乐化、大众化，对商贸企业的商业模式、业态组织等提出了新要求。数字消费、文化、生态、体验等个性化、智能化消费形式加速发展，新业态、新模式不断涌现给商贸转型发展带来新课题和新考验。

各类深层次矛盾的挑战。拉动内需和居民消费动力不足的矛盾，市场拓展和消费多元化的矛盾，繁荣活跃市场和规范管理的矛盾，企业转型升级和资源约束的矛盾等等，这些矛盾对我市商贸业发展将带来较大的挑战和影响。

（二）苏州市商贸业发展趋势。

商贸业稳步增长的趋势。“十三五”期间苏州商贸业将从快速增长逐步转向稳步增长，保持一定的增幅，但增幅将有所放缓。中产阶层及以上家庭将成为城市消费主导力量，对数字化消费、新型体验消费等将具有突出贡献。

商贸业态渐进分化的趋势。新兴业态加快兴起，传统商贸加

快转型升级。轻奢、快时尚品牌进一步占领苏州市场，购物中心、商业综合体等拓展逐步放缓，影院等休闲娱乐业态将得到快速发展，餐饮业创新发展势头仍将持续，知名餐饮品牌将继续抢摊苏州消费市场。大数据、移动互联等先进技术将得到更加广泛的应用。

电子商务加速发展的趋势。互联网使消费者购物行为发生了显著的变化，包括全渠道购物、时间碎片化、购物移动化、信息传播社交化等，这些变化将直接颠覆原先在某一固定时间、固定场所进行商贸消费的购物习惯。苏州市商贸企业应顺势而为，迎接大数据革命，探索实现商贸发展向 O2O 延伸、商业零售商向零售制造商转型。

商旅文进一步融合的趋势。山塘和观前既是商贸中心，又是旅游景点；园区的金鸡湖不仅是国家五 A 级景区，而且还集聚了圆融时代广场、月光码头、李公堤、东方之门等一批现代商贸设施。已建和在建的许多商贸项目如苏州中心、李公堤三四期、现代传媒广场、斜塘老街、奕欧来精品购物村、苏州湾水街都增添了旅游文化元素，成为各具特色的景观商贸。商贸项目将更加注重提高艺术、生态和人文类设计及业态，以此吸引更多的人气。

商贸格局深刻变化的趋势。新型城镇化深入推进和轨道交通规划建设提速，直接加强苏州与周边城市的联系，有助于苏州商贸业的对外合作和区域地位的提升。逐步形成的轨道交通网络，将明显提高全市商业的通达性和便捷性，重构城市商业发展新格

局。

城乡商贸同步发展的趋势。苏州是国内城乡差别最小的地区之一，城乡一体化水平全国领先，全市农民人均可支配收入持续快速增长，消费能力不断增强。新型城镇化、城市现代化、城乡一体化发展必将带动城乡商贸业的同步发展。

商贸环境持续优化的趋势。全市商贸业各职能部门之间的合作、互动将更为顺畅，商贸业政策体系更为完善，智慧商务进一步发挥作用，为各类消费者提供个性化、高效率和高便捷的商贸业管理服务。

三、发展思路和目标

（一）指导思想。

全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，以习近平总书记系列重要讲话精神为引领，围绕聚力创新、聚焦富民，高水平全面建成小康社会的总体目标，主动顺应国家供给侧结构性改革的新要求，牢固树立和贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，以“重创新、促融合、强品牌、惠民生、优服务”为着力点，加快推进商贸业的信息化、标准化、集约化和国际化发展，大幅提升苏州商贸业的辐射力和影响力，全面构建与我市经济社会发展相协调的商贸产业体系，努力把我市建设成为特色鲜明、富有活力的长三角地区商贸流通中心。

（二）主要目标。

至“十三五”期末，苏州商贸形成“业态更新，能级更高，

品牌更优，体验更佳，环境更好”的发展局面，长三角商贸流通中心建设取得初步成效。

——全市商贸规模稳定增长。社会零售商业健康和稳定增长，突出体验、精品和主题特色，业态及功能结构明显优化。商贸业对国民经济的贡献率进一步提高。

——商贸业竞争力和辐射力进一步增强。商贸总部企业、知名品牌企业、优秀电商企业加速集聚，大型专业市场、物流配送基地等载体的功能不断提升，全市商贸服务、商品集散能力和水平不断提高。

——商贸服务空间布局进一步优化。区域商贸亮点进一步凸现，商贸业纵横呼应、点圈联动发展，与现代化特大城市相适应的商贸业发展格局基本形成。

——全市商贸综合环境持续优化，城市商贸业品牌影响力进一步扩大，商贸、旅游、科技、文化等深度融合发展，环境氛围持续优化。

——全市流通模式不断创新，电子商务深入渗透到商贸流通领域，“智慧流通”新型商业模式不断创新发展，现代流通体系加速完善。

到 2020 年，具体定量指标为：社会消费品零售总额年均增长 8%；全市商品交易市场中成交总额亿元以上的市场个数达到 140 家；全市电子商务交易额年均增速力争达到 20%以上。

（三）发展战略。

1. 提质转型、创新发展。

加快推进商贸领域创新步伐，大力推动包括业态创新、管理创新、制度创新、营销创新、技术创新、人才引进等在内的全方位创新，着力提升我市商贸业现代化水平和综合竞争力，全市商贸业努力实现创新引领下的转型升级。

2. 文旅促商，融合发展。

依托和发挥我市丰厚的资源优势，促进商旅文深度融合发展，创新业态、丰富功能、扩大内涵、做优产业，促进形成特色的商旅文氛围，赋予苏州商贸业全新的内涵形象。

3. 两轴多极，联动发展。

依托商业网点空间布局基础，充分发挥城市轨道交通对商业布局的引导和聚集作用，沿轨道交通1号线、2号线、4号线打造多个高层次商业中心区，以城区东西商贸发展主轴和南北商贸发展次轴为架构，提升核心发展轴能级和促进各商圈错位联动，着力打造并尽快形成层次清晰、功能完善、各具特色的“两轴多极”商业发展格局，带动全市商贸业发展。

4. 惠民利民，绿色发展。

强化政府公共服务，全面整合内外资源，倡导绿色、低碳消费方式，合理规划布局，丰富消费业态，完善社区商业服务体系，为城乡居民提供全方位、多角度的特色服务，稳步提升全市城乡居民的生活质量。

四、商贸业发展的重点任务

聚焦业态、商圈、企业等核心要素，加快培育商贸业新供给，提升商贸业发展质量和效益，更好地发挥服务生产和服务生活的积极作用，努力开创商贸业发展新局面。

（一）创新商贸发展，激发商贸经济发展活力。

满足需求与创造需求并重，推动“商旅文体会”融合发展，创新发展商贸业态，扩大消费有效供给，积极倡导绿色消费，全面增强商贸业发展活力。

1. 推动商旅文体融合发展。

以展会集聚人气、以文化提升品位、以旅游扩大影响、以体育促进交流、以商贸拉动消费，打造商旅文体会特色活动品牌，大力促进商贸业与旅游、文化、体育等产业的深度融合发展。搭建一批资源融合的载体平台，打造具有较强影响力的联动示范项目，促进商旅文体的优势互补和联动发展。推动商贸业与高科技、信息服务、文化创意等产业之间的融合创新，鼓励发展以设计、定制、体验为特点的个性化和体验式新商贸模式。

2. 发展新型商贸业态。

引导购物中心进行差异化主题定位，增加体验型、服务型业态，实现商旅文体会融合发展。引导传统百货店提高自有品牌商品比例，向主题型自主经营百货发展。引导品牌专卖店通过创意改造，升级为旗舰店、品牌之家、沙龙等高端定制业态，营造体验式环境，增强与顾客互动，增加服务附加值。引导便利店增加服务内容、拓展服务品类、对接电子商务，发挥共同配送终端网

点功能。

设立一批境外旅客购物离境退税商店，拉动境外旅客在我市的购物消费，促进商务和旅游事业发展，全面推进中国（苏州）跨境电商综合试验区建设，打造跨境商品展销中心项目，鼓励保税展销中心连锁化发展。依托苏州已有的一定数量的“工厂店”，探索推动“工厂店”的集群化和景区化发展，促进城市轻工产品的在地销售和品牌化发展。

3. 扩大消费有效供给。

深入实施创新驱动发展战略，加快推进制度创新、技术创新、产品创新、服务创新，依靠创新加快新供给成长和传统供给改造提升。加快培育一批本土品牌商品和具有高端品牌价值的商业企业，扩大苏州商业在国内外的影响力。实施“苏州好礼”工程，培育一批优秀品牌产品和品牌商店，打造一批“伴手礼”拳头产品。推进高品质、便利化生活性服务消费，着力推进“互联网+生活性服务业”发展，布局一批集聚养老、家政等社区便民生活服务示范区。

4. 大力发展会展服务。

鼓励本土展会通过扩大办展规模、提高办展质量、申请注册商标保护、通过国际认证等提升影响力和品牌优势，培育一批有核心竞争力的本土品牌展会。大力引进一批国际、国内知名品牌展会落户本市，鼓励本市会展企业与国际知名会展企业开展交流与合作，提升我市会展业国际化发展水平。逐步建立会展业的市

场化管理制度，大力提升我市会展业的市场化水平。通过办展环境的进一步优化，着力打造区域性会展中心城市。

5. 培育新兴消费热点。

以扩大服务消费为消费结构升级的重点，大力发展文化、信息、健康、绿色等新兴消费热点，打造多点支撑的消费增长格局。挖掘和盘活我市的历史文化资源，努力增加地域特色鲜明的文化、演艺等服务供给，加强文化创意产品设计和开发。积极扩大信息消费，促进数字内容、动漫游戏、新媒体等发展，加快智能家居、可穿戴设备、虚拟现实技术等领域的研发和应用。提升健康管理品质，鼓励健康管理、体育健身、中医保健、高端医疗等健康产业发展。倡导发展绿色商贸，推广绿色低碳节能产品和绿色包装、绿色物流，完善再生资源回收利用体系、农贸市场有机垃圾分类和就地处置体系建设。

（二）深化互联网与商贸融合，创新发展模式。

顺应商品销售电商化、居民消费电商化以及各类服务电商化等“电商换市”发展趋势，鼓励模式创新，促进商贸业转型升级，集中力量推进电子商务加快发展。

1. 提升电子商务应用水平。

推动生产制造领域电子商务的普及应用，引导全市生产企业采取网络零售、在线批发、代运营等多种方式，全方位发展电子商务。加快专业市场电子商务发展，推动专业市场通过引导商户开设网店、市场自建电商平台、开展网上现货交易和发展电商园

区等方式，实现专业市场和电子商务的联动发展。引导百货店、专业店等传统商贸业态线上线下互动发展，鼓励实体企业由“柜台出租”向“参与经营”转变，采用“SOLOMO 营销模式+O2O”等创新商贸项目运营，提高商贸项目的运营水平和效益。

2. 加快跨境电子商务发展。

深入开展跨境电子商务综合试验工作，在建立“六体系两平台”基础之上，加快建设“四大中心”，打造跨境电子商务完整的产业链和生态圈。支持和引导本地跨境电子商务产业向规模化、标准化、集群化、规范化方向发展。培育一批影响力较大的公共服务平台、竞争力较强的外贸综合服务平台和知名度较高的交易平台。支持跨境电子商务企业围绕技术、物流、服务创新商业模式，加强与境外企业合作，通过规范的海外仓、体验店等模式融入国外零售体系，逐步实现经营规范化、管理专业化、物流标准化和监管科学化。依托“苏满欧”班列开通运营，加快发展对俄、对欧等国家或地区的跨境电商业务；大力发展对日、对台等地的跨境电商。

3. 发展农村电子商务。

加强农村地区电子商务基础设施建设，组织企业与农户利用电子商务联动经营，开拓市场、发展经济和助力精准扶贫。引导农产品经营户开展“网上直销”和“时令预订”等业务，鼓励发展农产品“网订店取”业务。加快推进电子商务与乡村生态旅游和农业休闲观光融合发展，促进生态休闲经济、养老/生经济、农

村文化创意产业等新业态发展。支持经济薄弱村依托电子商务对接大市场，引导困难群众依托电子商务平台就业创业实现就地脱贫，鼓励扶贫项目依托电子商务对接扶贫力量，发挥各类社会扶贫力量的积极作用。深入推进农村电商服务站点改造提升、电商专业村和创业园区平台建设和农村电商物流配送体系建设。

4. 健全电子商务支撑体系。

抓好电子商务产业基地建设，提升发展和规划建设一批定位清晰、布局合理的电子商务、跨境电商、电商物流产业园区。加强电子商务领域的技术研发与应用，不断提高电子商务平台应用能力和关键产品的创新开发和装备能力。

5. 完善电子商务服务体系。

加快构建电子商务服务体系，支持电子商务服务业做大做强，引导电商服务商通过入驻产业基地等方式集聚发展。加快市县电子商务公共服务平台建设，加大电子商务基本公共服务的覆盖范围。优化电子商务支付服务环境，支持并引导银行机构、支付机构开展适合电子商务特点的支付产品和服务；探索推进电子商务跨境人民币业务和跨境电子商务外汇支付业务试点。大力支持和推动电商创新创业，加大对电子商务创新创业的扶持力度，引导社会资本广泛参与电商众创，做好创新成果转化和推广。

（三）健全流通体系，提升商贸资源配置能力。

促进传统专业市场转型升级，发展国际商品采购中心，完善农产品安全流通体系、生产资料和工业消费品流通体系等的建设，

加快建设辐射长三角地区的商贸物流网络和连锁物流配送基地，建设区域内重要的商品集散地。

1. 促进传统专业市场转型升级。

加快全市专业市场升级改造，加快平台经济发展，促进批发市场等的转型发展。采用信息化手段，鼓励发展新型贸易平台，逐步向集展示、设计、定制、交易、供应链管理、金融服务、售后服务为一体的专业服务平台升级。在钢铁、丝绸、化工、木材、粮油等大宗商品交易领域，加快发展形成一批整合资源、集成服务、辐射长江经济带、链接国际的大宗商品交易和资源配置平台。

2. 大力发展国际商品采购中心。

着力发展总分销、总代理，鼓励苏州企业成为国内外知名品牌产品的国内总分销商、总代理商。吸引拥有大宗知名品牌产品的国内总分销权、总代理权企业落户苏州。推动国际知名消费品和工业品的总代理和总经销在昆山、工业园区等保税区聚集，推进内外贸一体化、批零一体化，更好地发挥商贸中心集聚功能，打造国际商品和制造业采购中心。积极探索在保税区、保税港区建设文化艺术产品、高新技术产品和高档消费品的保税展示与交易平台。

3. 完善农产品现代流通体系建设。

完善农产品批发市场发展规划，加快推进南环桥等重点农产品交易市场的迁建或提升工作，高标准建设集交易、集散、结算、展示、配送、检测管理、信息发布等功能于一体的现代化农产品

交易市场。完善农产品供应体系，鼓励农产品批发市场和经营商向产业下游供应环节深度发展，积极谋求与相关农产品生产区域的合作，整合供应资源，进一步提高市场集中度和辐射面。认真落实商贸部门的食品安全工作职责，切实做好流通领域食品安全工作。

4. 健全生产资料和工业消费品流通体系。

坚持专业化分工与产业化协作相结合，创新生产资料和工业消费品经营模式。以供应链为纽带，推进产业融合，引导生产资料流通企业向上下游延伸，探索形成集原材料采购加工、产品开发、商品销售、物流配送服务于一体的经营模式。大力发展以本地产业为依托、辐射能力强的特色商贸片区和专业市场、批发市场集群，推进批发市场与会展业的融合，鼓励“前展后场”经营模式。推动物流金融和供应链金融的创新发展。

5. 加快发展连锁物流配送基地。

引导连锁商业配送中心的聚集，鼓励发展以满足城市商贸配送为主的物流园区，推动商贸物流的社会化发展，促进第三方配送和共同配送，降低商贸物流成本。加快金阊物流产业基地等载体的开发建设，吸引国内外大型连锁经营企业入驻并建立物流配送中心，共同打造连锁商贸物流配送基地，建设以苏州为核心的一小时都市圈商贸物流配送体系。

（四）壮大市场主体，增强商贸业综合竞争力。

培育和发展一批本地优秀商贸企业，继续吸引一批国际顶尖

商贸企业，发展一批商贸业集成服务商，引导商贸企业推动内外贸一体化发展，鼓励有条件的企业“走出去”，全面提升我市商贸业发展活力和市场辐射能力。

1. 培育一批本地商贸龙头企业。

培育发展一批主业突出、核心竞争力强的大型商贸流通企业，鼓励其扎根苏州。鼓励企业通过参股、控股、兼并、收购、托管和特许经营等方式，实现规模扩张，进一步做大做强。加强商贸品牌建设，鼓励服装服饰、食品餐饮、机械设备、工艺礼品、家具、纺织原料及制品、农渔产品等优势产业加快自主品牌发展，通过品牌的自主化、集聚化和高端化来提升商贸经济的整体竞争力，扩大“苏州品牌”在国内外消费市场的影响力。

促进和保护老字号发展。弘扬精益求精的工匠精神，在保持老字号的原汁原味的同时，不断创新以适应新时期消费需求的变化。实施“老字号+互联网”工程，促进线上线下融合发展，适应互联网时代的商业营销发展趋势，大力培育老字号“网红”，使老字号成为消费时尚。加快推进“一照多址”、产权保护等制度创新，促进老字号健康发展。支持老字号创新经营管理模式，建立现代企业制度；鼓励对接资本市场，支持老字号做大做强。

2. 引进一批国际顶尖商贸企业。

以总部经济为核心，突出“招大引强”，加快引进国内外知名商贸业企业区域型总部、功能型总部。积极引进和集聚商贸、旅游、文化等行业龙头企业，带动全市商贸服务业跨越式发展。

加快引进国际顶尖商贸企业，制定国内外高端商贸企业目录和引进措施，优先向入选企业推介商贸资源。鼓励商家和企业在全类型商贸聚集区、大型商贸设施内引进国际著名商贸品牌。

3. 发展一批商贸业集成服务商。

顺应商贸流程再造趋势，引导龙头商贸企业逐步由单一贸易功能向采供、货运、配送、贸易、金融、信息等服务功能拓展，形成一批具有生产基地、制造加工、物流配送、终端销售控制能力的商贸集成服务商。引导企业加快转变管理理念，推广新型价值链管理模式，鼓励企业实施以消费者需求为起点实现产品创意设计、原材料采购、质量管理、生产控制、物流配送、分销促销联动、销售售后服务等供应链一体化管理。支持本市大型商贸企业利用国内外资本市场加快发展，进行跨地区、跨行业的收购兼并、资产重组，实现资源优化整合，提高我市商贸服务的综合竞争力。

4. 推动内外贸一体化发展。

允许保税区加工贸易企业先行内销保税进口料件或成品，再集中办理内销申报征税手续，解决区内货物内外销税负不一问题。扩大进出口贸易经营权和一般纳税人资格适用范围。探索企业在保税区内开展保税展示交易业务。支持保税区内建立大宗资源能源商品交易平台，稳定大宗商品供求和价格，提升对大宗商品国际定价的影响力。做强东方丝绸市场、常熟服装城等专业市场平台功能，以“市场采购+外贸出口”等方式推动内贸和外贸的一体

化发展。

5. 鼓励有条件的企业“走出去”。

鼓励大型商贸企业实施“走出去”战略，积极向外拓展。鼓励具有竞争优势的商贸企业通过参股、控股、承包、兼并、收购、托管、重组、特许经营等方式，实现对外拓展，引导支持商贸龙头企业做大做强。支持发展基础较好的商贸企业通过上市融资、债券融资等方式筹措资金，加快发展。鼓励各行业优秀企业通过连锁经营，整合社会分散资源，提升行业组织化水平。鼓励企业利用连锁经营、专业批发、分拨配送、展览展示、电子商务等形式，积极开拓国内外市场。

（五）加强规划引导，构建商贸业发展新格局。

1. 完善商业网点规划布局。

做好新一轮商业网点规划的修编工作，加强与城市总体规划、区域规划、专项规划的衔接，发挥商贸业规划指导和调控作用，推动商贸业与人口、交通、市政、生态环境之间的协调发展，尤其要重视新城区、轨道交通、社区商业等方面商业网点规划，促进我市商贸设施的规范和有序发展。

2. 强化中心城市商贸功能。

吻合新一轮城市总体规划“一心两区两片”的城市空间布局结构，强化中心城市商贸功能，加快构建“多中心、集聚型、超广域、网络状”的特大城市商贸业发展新格局。

（1）古城商贸核心板块。将古城保护和商贸发展相结合，

进一步激发文化活力，整合观前、石路、南门三个商圈的商贸资源，利用各自优势条件，错位经营、差别竞争，推进“一核”的整体打造，建设兼具历史文化特色和现代时尚风采的国际化商贸核心区。观前商圈定位为集购物、餐饮、文化休闲、旅游功能于一体的区域旅游型核心商圈，苏式文化的城市 RBD(旅游商业区)。进一步推进“西进北扩东联”和特色功能空间打造，继续推动原东吴丝织厂地块、察院场地块的改造和承德里、平江路、太监弄一碧风坊等特色街区的打造。石路商圈定位为现代与传统相融合的城市 CBD(中心商贸商务区)。加快推进新兴商务楼宇群开发建设，引领高端商贸商务创新发展，着力推动石路商圈向立体化空间拓展，加强与山塘、阊门等传统历史文化片区互动。南门商圈定位为以时尚精品生活为主导，以休闲游憩功能为辅助的现代 LBD(休闲商业区)。推进人民路两侧商贸地块和商贸载体的开发建设，依托泰华商城等旗舰商业，推动商圈南扩，增强商圈高端商贸服务。强化南门商圈与民国风情街区、吴门印象、古城护城河风貌景观带的互动，完善现代休闲商贸功能。

(2) 东部综合商务城板块。坚持国际化、时尚化、智能化、体验化的定位来整合提升环金鸡湖商贸资源，以体验型消费、文化型营销、智慧型商务为引领，满足不同消费者多层次的综合消费需求，加快结构调整、布局优化、功能提升，打造地标性、生态化、复合型的环金鸡湖城市级商贸中心。湖西 CBD 地区以苏州中心、东方之门等地标型项目为引领，集聚国际商务活动、精品

商业服务、时尚生活消费、繁荣城市景观等功能，成为体现都市形象和时尚氛围的综合性商业商务功能集聚区。湖东商业文化区（CWD）和白塘东南部综合商贸区（BGD），加快商贸模式创新、营销宣传创新、品牌结构优化，打造会展文化商业区、都市综合商业区和景观休闲商业区等不同主题的商业集群，形成辐射长三角的商贸中心。环金鸡湖滨水区域，结合李公堤特色商业街区等项目，进一步整合资源、调整业态、优化布局，进一步增强消费体验功能和文化休闲功能，成为具有活力的商业商务中心、观光休闲中心和文化活动中心。

（3）狮山商贸服务板块。突出科技和生态两大品牌，不断丰富商贸业态，把狮山商贸板块打造成为极具现代都市气息，集商贸商务、金融服务、科技服务、文化休闲和高品质居住于一体的核心立体商圈和现代化商贸中心。加快扩大增量、注重盘活存量，推进重点商贸项目的开发建设和招商运营工作，引导各个大型商贸项目错位招商、协同发展。

（4）元和商贸服务功能区。加快完善交通枢纽商贸、休闲旅游区商贸、特色商业街区等商贸功能集聚发展。创新商业地产开发运营模式，促进商业地产业、商贸服务业繁荣和可持续发展。

（5）吴中商贸服务功能区。接轨和融入人民路商贸中轴，提升现有大型商贸设施的业态丰富度和商贸载体运营水平，促进商气、人气、财气进一步聚集，打造商贸和商务集聚、服务功能完备的现代化服务业集聚区。

（6）建设各具特色的新兴商贸功能区。积极推进平江新城、金阊新城、沧浪新城，以及浒通、木渎、黄埭和渭塘等具有较大潜力的重点商贸服务区发展，依托大型交通枢纽、商贸、旅游、大型居住社区等项目，科学和有序发展都市购物中心、大型超市、各类专卖店，以及零售、餐饮和娱乐等业态，打造特大城市商贸功能新地标和节点。提高专业特色集聚度，深入打造特色街区。传承城市历史文化和塑造区域特色相结合，把历史建筑、地域风貌和人文精神有机地融入特色商业街区，提升街区品位，优化街区环境，促进商贸发展。增强特色商业街在业态、商品、服务、营销和其他配套设施等方面的特色性，提升知名度和美誉度。

3. 转型升级县（市）商贸。

坚持城乡一体、均衡发展，以新型城镇化、城市现代化为导向，全面完善以“城区商业中心、中心镇商业和社区商业”为核心的县域实体商贸布局。县域商贸业发展应与各县总体规划相衔接，按照全市统一部署，分类推进、分别指导，形成不同的发展模式和特色。根据各中心镇路网交通、人口规模、产业基础等不同条件，建设综合服务型、产业主导型、交通枢纽型等各具特色的中心镇商业。深入推进“万村千乡市场工程”和村委会综合服务站建设，形成以连锁企业为骨干、标准化农家店为基础的农村商贸服务网络。

4. 提升社区商贸服务品质。

以就近满足居民日常生活需求、为社区居民营造便利、舒适、

和谐的社区生活环境为目标，规划建设与改造提升并举，完善社区商业“51020”便民生活圈。强化“便民、利民和服务社会”的宗旨意识，对于满足居民基本生活需求的社区商业网点，从服务半径均衡布局的要求出发，科学化空间布局；与周边社区的社区规模、人口结构，以及居民的消费水平、消费习惯、消费方式相适应，合理化建设规模和业态组合，消灭服务盲区，提高服务效率。鼓励企业依托物联网、大数据等先进技术搭建云服务智慧社区平台，整合社区各类商业网点和生活服务网点信息，为居民提供一站式服务。

5. 完善轨交配套商贸体系。

编制苏州轨道交通商业发展规划，加强对城市轨道交通商业发展的前瞻性预测，对大型换乘枢纽站、换乘站、一般车站等节点等级和周边用地功能进行分类指导，因地制宜发展轨道交通站点商业。探索成立轨道交通站点商业开发指导机构，明确各部门的职责，开展统一协调管理，推动苏州轨道交通商业高水平发展。

增强轨道交通站点商业空间与轨道交通车站的连接度，推动轨道交通站点与站点商业的统筹规划和联合开发，设计出互惠双赢的公共空间节点，打造舒适的休闲空间，提高整体环境品质，使站点商业呈现丰富性和适宜性，提高站点空间的使用效率和开发效益。

（六）创造良好消费体验，打造“消费目的地”。

结合我市大力推进“全域旅游”发展战略，构建完善的商贸

发展环境，提升商贸行业服务品质，推动智慧商贸发展，鼓励举办商贸节庆活动，全方位营造良好的消费体验，扩大我市商贸业的辐射范围。强化商贸行业宣传推广力度，塑造我市商贸整体形象，打造“消费目的地”。

1. 提升服务品质，培育“商贸品牌聚集城市”。

加强我市零售业、餐饮业、休闲娱乐业、批发业、会展业等商贸流通领域各行业的标准制定。鼓励行业协会和企业采购、供应链、品牌管理、规划设计、顾客服务和宣传推广等环节制定规范与标准，全面提升全市商贸企业经营管理和服务水平。加大国内外知名品牌引进力度，重点培育和发展一批本地优秀商业品牌，发展具备国际影响力的商贸企业和商业旺区，进一步强化商贸流通业的品牌发展环境，使苏州成为“商贸品牌聚集城市”，全面提升商贸业的辐射能力，进一步扩大消费需求。

2. 完善商贸服务设施。

以消费者为导向，全面提升商贸服务设施和消费环境品质。重点解决各商贸板块区域的交通问题，综合考虑车流、人流、商品流的组织、优化和停车等问题，以满足商贸业对交通网络合理性的要求。注重提升商贸街区生态景观、环境卫生、建筑容貌、公共安全等品质形象，联通与优化商贸空间整体环境，营造开放休闲、人文艺术氛围，重塑苏州“购物天堂”美誉。

3. 推动城市智慧商贸发展。

推进重点商圈和商业街 WIFI 全覆盖，依托原有实体店、货

源、配送等资源开展网络营销，建立微店或专业网络购物平台，进一步发展集网络订购、电话订购和城市配送为一体的同城购物。采用 SOLOMO+O2O 相结合的模式进行新型商贸项目运营和老项目的优化提升，即利用二维码、云计算等信息技术，融合移动端、PC 端、门店端三大入口，提供多种融合线上线下的产品和服务，重点发展主题网上商城及 APP、苏州都市生活 APP 等；设置智能导购屏，汇集主要商家商品和服务信息，帮助提升客户商圈体验。

4. 鼓励举办商贸节庆活动。

以苏州国际旅游节、苏州美食节及元旦、春节、五一、国庆、中秋等节庆假日为重点，整合资源，开展形式多样的促进消费活动。加快商旅文体会产业联动，扩大会展会务消费、旅游购物消费、文体休闲消费等外来消费。

5. 重视城市商贸整体营销。

紧紧把握“历史文化名城”、“风景旅游城市”等城市特征，整合知名商业街区、新型业态、国际顶尖品牌、特色商品、消费环境等商贸资源，塑造消费中心城市形象。重视营销推广对商贸流通业的带动作用，充分利用新时代的网络、手机、杂志等新兴媒介，创新各种营销方式。结合传统宣传方式，实行线上线下双线营销。注重商贸业与传统文化、优势产业、旅游产业的互补性，深入挖掘产业之间的结合点，整合各类宣传资源，实施联合宣传推广。

五、规划实施的保障和举措

“十三五”时期商贸业的健康发展，事关城市经济社会发展全局，要综合采用各类措施，完善发展机制，营造发展氛围，确保本规划目标和战略任务全面完成。

（一）加强组织领导，完善科学引导。

积极建立内外部联动机制，加强同省商务厅、周边其他城市商贸部门的沟通、合作，加强同国内外知名商圈、商业街的对接，及时了解商贸发展新动态、新导向。对接国家、江苏省重大产业政策与发展战略，提升商贸业新兴领域的产业发展和政策研究能力，科学制定现代商贸、电子商务等产业发展规划，以及商圈建设、街区改造等专项规划，稳步推进实施。加强与行业协会、商会和其它中介服务机构的合作，充分发挥社会力量在调查研究、企业服务等方面的重要作用。建立健全商贸政策落实、项目开发运营等的跟踪与评估机制。

（二）规范市场监管，健全诚信体系。

优化商贸执法体系，加强对执行情况的检查和评估，加强对拍卖、典当、商业特许经营、再生资源回收利用、零售商促销、单用途商业预付卡等的监管，切实做到有法必依、执法必严、违法必究。创新信息化监管方式，强化对全市市场运行和各类重要商品供需情况的监测分析，及时发布权威信息。提高预测预警水平，加大大宗商品以及重要和敏感商品的市场预测预警力度。充分利用肉菜追溯体系等各类信息系统数据资源，加强市场秩序动态分析研判，提高市场监管效率。建好用好 12312 举报投诉网络，

畅通社会公众举报投诉渠道。推进商贸诚信机制建设，立足长效管理，加强企业商贸诚信机制创新，加大商贸诚信品牌宣传和普及，营造良好的商贸业诚信发展氛围。推动企业共享和互认信用评价信息，逐步建立失信企业市场限期禁入机制。

（三）扩大招商引资，强化项目管理。

强化产业招商和实施专业招商。强化政策指导，建立专业招商团队，瞄准现代商贸重点领域实施集群式招商。积极接轨北京、上海、杭州、广州、深圳等商贸业发达城市，强化宣传策划，细化招商工作流程，构建专业招商渠道。着力推动与相关商贸服务专业机构、协会、商会等的合作，联合开展定向主题招商，加快突破关键运营商、重大项目的引进，形成产业集聚带动效应。加强高品质商贸资源招商，探索土地出让方式创新，设置开发商入驻、项目规划准入门槛，要求竞标者带规划设计方案、带功能使用要求、带基础设施条件，引进知名商业地产开发商，有效避免城市建设和产业发展脱节带来的二次招商难题。

（四）优化政府服务，改善营商环境。

简化审批程序，降低运作成本，不断调整和完善相关措施，在市场准入、财政支持、政府购买等方面给予优秀企业特别是新兴商贸业态全力支持，为全市商贸业发展提供良好的环境。坚持工作创新，改善工作机制。建立企业信息跟踪系统和服务体系，通过QQ群、微信群、座谈会等形式，建立企业需求档案，为企业和商户入驻提供咨询指导服务。搭建商贸、市场监管、税务等职

能部门，以及房地产商、经营户之间良好的沟通平台，加强在商贸营销活动、对外产品宣传和向外业务拓展等方面的联合，打好联盟的“组合拳”。

（五）加快人才培养，建设人才队伍。

完善紧缺和高端商贸人才引进机制，加快引进营销策划、广告宣传、秘书文案、公关联络、物流仓储等相关人才。加强与高等院校、行业协会合作，加大力度开展多样化的现代商贸业务培训，围绕发展现代商贸服务业工作重心，分期分批对商贸干部和重点企业负责人、特殊岗位人员进行培训，培育一批具有现代经营管理知识、开拓创新精神和引领商贸经济发展能力的优秀人才。建立健全商贸人才队伍考核激励和监督约束机制，建设高素质商贸人才队伍。

