附件1

广州市建设国际消费中心城市

发展规划

（征求意见稿）

广州市商务局

2022年4月

**目 录**

[前言 2](#_Toc9585)

[第一章 发展基础与形势 3](#_Toc7590)

[（一） 发展基础 3](#_Toc8273)

[（二） 特色与优势 7](#_Toc12319)

[（三） 短板与不足 12](#_Toc27701)

[（四） 发展形势 16](#_Toc7330)

[第二章 发展目标与策略 19](#_Toc10172)

[（一） 规划原则 20](#_Toc4605)

[（二） 规划依据 21](#_Toc20093)

[（三） 发展定位与目标 22](#_Toc3428)

[第三章 主要任务 30](#_Toc241)

[（一） 实施尚品名品工程 30](#_Toc11570)

[（二） 实施提质升级工程 33](#_Toc3233)

[（三） 实施强能增力工程 40](#_Toc5866)

[（四） 实施通达便利工程 48](#_Toc16065)

[（五） 实施美誉扬名工程 51](#_Toc29147)

[（六） 构建共建共享体系 55](#_Toc7324)

[（七） 构建政策制度体系 57](#_Toc17500)

[第四章 发展布局 61](#_Toc14468)

[（一） 消费空间体系 61](#_Toc12159)

[（二） 城市商圈体系 67](#_Toc20261)

[（三） 各区发展指引 73](#_Toc9632)

[第五章 规划实施 78](#_Toc30814)

[（一） 加强组织保障 78](#_Toc23109)

[（二） 强化规划引领 79](#_Toc20507)

[（三） 推动重大项目落地 79](#_Toc24105)

[（四） 建立“监督-评估”机制 80](#_Toc24257)

[（五） 加大政策支持 81](#_Toc12388)

[（六） 扩大公众参与 82](#_Toc1574)

# 前言

培育建设国际消费中心城市是广州在我国“双循环”战略背景下，主动构建新消费格局、形成国内外“两个消费市场”的重要任务，是广东省促进粤港澳大湾区城市群联动联合、打造粤港澳大湾区国际消费枢纽、培育共享消费市场的有力抓手，对进一步激发广州市“老城市新活力”、推动广州市城市能级持续提升、实现广州市在全球城市体系中的地位跃升具有重大意义。

2021年7月，广州入选我国首批5个国际消费中心培育城市。商务部印发的《培育国际消费中心城市总体方案》明确了“构建全球多元融合的消费资源聚集地、建设具有全球影响力的标志性商圈、打造引领全球消费潮流的新高地、营造具有全球吸引力的消费环境、完善自由便利的国际消费政策制度体系、推动形成区域消费联动发展新格局”等六项建设国际消费中心城市的主要重点任务。2021年11月广州市印发的《广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案》进一步从实施“尚品”、“提质”、“强能”、“通达”、“美誉”五大工程，构建“共建共享体系”和“政策制度体系”等七个方面明确了广州未来5年的建设路径。

为贯彻落实习近平总书记对广东、广州系列重要讲话和重要指示批示精神，根据商务部《培育国际消费中心城市总体方案》、《广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案》等文件要求，编制《广州市建设国际消费中心城市发展规划（2021-2025年）》，明确消费空间布局、提出建设国际消费中心城市的重点项目库与各区发展重点。本规划基期为2021年，期限为2021-2025年。

# 第一章 发展基础与形势

培育国际消费中心城市，是抢抓全球消费市场发展制高点、打造全球消费资源集聚地、引领全球消费创新风向标的战略之举，是提升城市竞争力的关键举措，有利于广州推动高质量发展，提升城市发展能级，加快实现“老城市新活力”、“四个出新出彩”，更好满足人民日益增长的美好生活需要。广州作为国家中心城市和综合性门户城市、国际商贸中心和综合交通枢纽、粤港澳大湾区核心城市和RCEP地区几何中心城市，素有“千年商都”美誉，建设国际消费中心城市基础扎实、优势明显、特色突出。

## 发展基础

### **消费规模领先**

广州作为国家商贸中心城市和粤港澳大湾区中心城市，拥有良好的消费产业基础和广阔的消费市场。2020年，广州实现地区生产总值25019.11亿元，排名全国第四。广州是华南地区工业门类最齐全的城市，拥有全国41个工业大类中的35个，为消费提供了强大的生产供给。同时，广州作为“千年商都”，商贸业、运输业发达，并拥有珠三角广阔的腹地，因而形成了大规模的消费市场。“十三五”期间，全市社会消费品零售总额连续突破8000亿、9000亿，“十四五”开年之际突破万亿大关，2021年实现社会消费品零售总额10122.56亿元。批发零售业商品销售总量位居全省第一、全国前列。人均社会消费品零售额高于北京、上海、深圳等城市。

### **消费资源集聚**

品牌资源方面，本地老字号数量众多、特色明显，以广州酒家、陶陶居、莲香楼等为代表的“广州老字号”企业达到125家，品牌享誉国内外。依托“广州制造”，一批本土优质时尚消费品牌发展开始走在全国前列。近年来，广州在时尚消费品牌方面获得突破，诞生了完多个国货美妆品牌和服饰类设品牌，荣膺“天猫新国货美丽之城”。目前，广州有近3/4的天猫卖家主营美妆洗护等“颜值行业”，占国内化妆品企业备案数的比重超过50％。此外，广州的时尚资源较为丰富。广州有全国最大的设计师群体，集中了全国最多的设计学院。广东省服装设计师总人数超过10万名，其中近一半在广州。目前在广东工作的中国时装设计最高奖“金顶奖”获得者有10名，约占全国总数的3/5；“中国十佳时装设计师”有50名，约占全国总数的1/4，“广东十佳服装设计师”共180名。旅游资源方面，广州是中国首批24个历史文化名城之一，是中国古代海上丝绸之路的发祥地、岭南文化的中心地、中国近现代革命的策源地、当代中国改革开放的前沿地，历史底蕴深厚，旅游文化资源丰富。文化资源方面，广州现有博物馆62家、文化馆12个。截止目前，以世界一流标准打造的“四大馆”——广州美术馆、广州文化馆、广州粤剧院和广州博物馆已经有三个竣工完成，将形成文化设施精品聚集区，成为广州的新地标。广州医疗资源丰富，无论是从三甲医院数量、百强医院数量，还是从临床重点专科获评数量以及入选医院数量来看，都是稳居国内第三。教育资源方面，广州是南方高校最密集的城市、华南地区的科教中心。广州已拥有八十多所高等院校，还拥有多个国际级工程技术研究中心及国家重点实验室，在全球科研城市中排名第25位。

### **商贸基础雄厚**

广州作为“千年商都”，商贸业始终发展处于全国前列。2020年，广州限额以上批发和零售业实物商品网上零售额为1937.4亿元，同比增长32.5％，占社会消费品零售总额的比重从2019年的13.9％上升到2020年的21％。另外，线上消费规模持续扩大带动快递业快速发展，2020年全市快递业务量达76.2亿件，比上年增长20％，总量位居全国第二。专业市场构成了广州商贸基础的基本盘，全市有近600家各类专业市场，商户约80万户，从业人员超过150万人，年交易总额超过1万亿元。其中，具有全国或国际影响力的市场有300多个，白马服装市场、美博城、万菱广场、黄沙水产市场、芳村茶叶市场、狮岭皮具市场、新塘国际牛仔城、江南果菜市场等已成为细分领域的“领军市场”。此外，市场采购贸易已成为广州市继一般贸易、加工贸易之后的第三大出口贸易方式，2020年广州市场采购出口额达1588.9亿元，增长34.8%。跨境贸易再上新台阶，2020年中欧班列新增3条出口路线和2条进口回程路线，年度运营列数突破100列。广州跨境电商规模持续高速扩张，2020年广州海关累计监管跨境电商进出口总商品货值898.4亿元，进口额连续7年排名全国第一。根据《中国跨境电商综试区城市发展指数报告（2020）》，在全国105个跨境电商综试区城市中，广州位列各城市首位，发展总指数、发展规模指数居全国第一。进口商品基本覆盖所有省市，出口货物覆盖208个国家和地区。

### **交通流量巨大**

广州优越的地理与区位条件带来巨大的流量优势。广州处于珠江三角洲以及广东省的中心位置，毗邻港澳、临近东南亚，处在海上丝绸之路的核心区域。随着“一带一路”和“双循环”战略的实施，广州成为连接国际国内“两种资源、两个市场”的重要节点。

广州是集公路、铁路、航空、水运枢纽为一体的国际综合枢纽城市。客流方面白云机场2020年旅客吞吐量4376.81万人次，排名全球第一。货运方面，2020年广州社会货运量9.25亿吨，保持全国前列，其中白云机场货邮吞吐量175.95万吨，位居全国第二；港口货物吞吐量6.36亿吨，同比增长2.6%；铁路货运量1793万吨，开行出口中欧班列106列；公路货运量4.7亿吨、快递业务量76.16亿件，均位列全国前列。

## 特色与优势

### **“千年商都”的本底优势**

广州是世界仅存的2000年商脉传承不断的城市。商脉是广州千年商都的根与魂，孕育了一代代粤商。成千上万粤商在这里成长，传承商脉，并连通海内外，形成覆盖全球近200个国家的商业网络。这种商脉源远流长、基础深厚、实力雄厚、经久不衰，沉淀后构成了广州独特商贸基因，并促使广州形成良好的营商环境和深厚的商贸基础。作为国务院确定的城市定位中唯一明确为“国际商贸中心”的城市，广州突出的国际商贸功能为建设国际消费中心城市奠定良好基础，因而在建设国际消费中心城市等工作上被国家给予重任。

### **世界工厂的产地优势**

广州拥有全国41个工业门类中的35个，拥有全国规模第二大的广州开发区，是整个华南生产制造业的最主要产业链总部基地和供应链中心，在“前店”和“后厂”中起着循环链接的核心枢纽作用。“广州制造”最具特色和代表性的是纺织服装产业链，其规模大、品类全、产业链条完整。以全球规模最大的中大布匹市场集群（60多个布匹面料专业市场）和流花、十三行、沙河、石井四大服装市场集群（100多个服装专业市场）为纽带，形成了从面料辅料、时装设计、加工生产、批发零售、时装发布以及相关的产业链供应链配套体系。广州的本地服装产业链条长，涉及服装企业及关联企业在3万家以上，相关服装服饰品牌3000个以上，从业设计师超过10000名。此外，广州服装产业与珠三角地区的20多个服装专业镇和产业集群有着深度的合作关系，在原辅材料供应、产品设计、产品销售与展示等方面提供重要的支持。除了纺织服装，广州在珠宝、箱包皮具、美妆日化、茶叶、花卉等领域也形成了一批特色突出、集群效应明显的产业集聚区，孕育了多个新国货知名品牌，如完美日记、卡姿兰、Urban Revivo、欧时力、希音等，覆盖了美妆、日化、时尚、贸易等诸多领域。

### **岭南文化与华侨文化优势**

广州是我国首批24个历史文化名城之一，是我国古代海上丝绸之路的发祥地、岭南文化的中心地、近现代革命的策源地、改革开放的前沿地，历史底蕴深厚，旅游文化资源丰富，具备发展成为世界级旅游目的地的条件。广州拥有陈家祠、镇海楼、宝墨园、南海神庙、沙湾古镇、黄埔古港、余荫山房、广州十三行等历史文化景区，已培育出迎春花市、广府庙会、波罗诞千年庙会、广州国际龙舟赛等知名节庆文化品牌。作为岭南文化中心，新春花市年俗、早茶文化、玉器文化、饮食文化、广式服务等更是广州的传统民俗文化的亮点。广州是千万华侨的故乡，这些海外华侨大多从事商业贸易活动，共同形成了粤商这一群体。粤商具有崇商、重商的优良传统，其低调务实、敢为人先、开放包容的文化成为广州文化底色的一部分。

### **美食之都与粤菜大本营优势**

“食在广州”是广州重要的城市名片。广州的早茶文化、粤菜文化底蕴深厚、经久不衰，是餐饮消费的重要构成。广州的粤菜门店数量近1.2万家，占全国八分之一；广东百强餐饮企业中，集团总部设在广州的粤菜系企业达20个，广州的粤菜大本营地位稳固。广州餐饮业发展势头良好，2020年全市新设餐饮服务单位40745个，同比增长11%；住宿餐饮业全年完成投资49.2亿元，增速50.7%。广州餐饮门店数量全国第三，其中粤菜餐饮门店超过1.2万家，占全国粤菜门店数量的1/8，目前已经形成了以粤菜为主、多种菜系并存发展的多元化经营格局。广州餐饮网点布局总体较完善，是“食在广州”的重要空间载体。

### **国家中心城市的服务优势**

广州对内贸易、对外贸易服务优势显著。对内贸易方面，广州通过内贸流通体制改革试点、流通领域现代供应链体系建设试点、国家级示范步行街改造提升、跨境电商综试区、市场采购贸易方式试点、服务贸易创新发展综合试点等国家级试点工作，形成了多种可持续发展并且具有典型带动作用的商贸服务模式。外贸新旧动能转换加快，外贸结构发展更趋合理优化。对外贸易方面，外贸进出口年均增幅2.8%，2019年首次突破万亿元。跨境电商模式不断创新。在全国率先推出跨境贸易电子商务零售进出口信息化系统、“微警认证”系统、进口商品溯源“真知码”、退货合并打包、“空铁联运”等五大创新举措，有效破解数据应用对接难、消费者身份信息核验、质量安全追溯、消费者退换货、跨国运输等的难题。打造了业务总量最大、服务面最广、商品品类最齐全的跨境电商地方公共服务平台，进口商品基本覆盖所有省市，出口货物覆盖208个国家和地区。

### **枢纽城市的流量优势**

广州素有“中国通往世界的南大门”之称，优越的地理与区位条件带来巨大的流量优势。广州位于珠江三角洲以及广东省的中心位置，毗邻港澳，临近东南亚，处在海上丝绸之路的核心区域。广州是中国古代“一带一路”的重要节点城市，已经发展成为世界级的空港、海港和铁路枢纽，是中国陆地版图与东西方大动脉距离最近的综合性交通枢纽。随着“一带一路”和“双循环”战略的实施，广州逐步成为连接国际国内“两种资源、两个市场”的重要节点。广州积极打造国际航空枢纽，加快规划建设广州第二国际机场，与国内、东南亚主要城市形成“4小时航空交通圈”，与全球主要城市形成“12小时航空交通圈”。目前有45个国家公民享受到广州72小时过境免签政策，世界各地游客来穗更加便利。

### **广州地处大湾区中心的区位优势**

粤港澳大湾区是我国开放程度最高、经济活力最强的区域之一。近年来粤港澳合作不断深化实化，粤港澳大湾区经济实力、区域竞争力显著增强，已具备建成国际一流湾区和世界级城市群的基础条件。《粤港澳大湾区发展规划纲要》提出广州作为中心城市要在大湾区建设中发挥核心引擎作用，特别突出强调广州要“全面增强广州国际商贸中心功能”。珠三角一直是广州的直接腹地，其庞大的先进制造业为广州对内对外贸易、经济交流提供了坚实的产业基础，也为广州建设国际消费中心城市奠定了坚实后盾。广州正不断提高城市辐射力和带动力，加速推进“广佛同城”、“广清一体化”、“穗莞惠深度合作”，持续扩展广州都市圈的腹地范围。

### **以“广交会”为龙头的会展优势**

广州是我国三大会展中心城市之一。“广交会”已经举办了130届，是名符其实的“中国第一展”。广州国际照明展览会、中国广州国际家具博览会、中国（广州）国际建筑装饰博览会、广州国际美容美发美妆博览会等展会规模居同行业世界第一。根据《进出口经理人》杂志公布的《2019年世界商展100大排行榜》，广州有4个展览入围，包括中国（广州）国际建筑装饰博览会、中国国际塑料橡胶工业展览会、广州国际汽车展览会、广州国际木工机械、家具配料展览会，分别位居第2位、第8位、第35位、第83位。其中，中国（广州）国际建筑装饰博览会展览面积41.6万平方米，从100大榜单第4位上升到第2位，位居入围100大榜单中国展览的首位。

## 短板与不足

### **品质化程度不足，优质载体与运营主体规模有待进一步提升**

一是商业载体品质化不足。广州市除天河区外，各区优质商业存量规模及优质运营商数量均存在较大缺口。截至2021年第三季度，广州优质零售商业[[1]](#footnote-0)总存量约474.6万平方米，全国排名第四，距离北上深的优质商业总存量有一定的差距广州人均优质商业面积仅0.3平方米，与上海（0.8平方米）、北京（0.7平方米）差距较大。近十年间，中心城区商业设施逐步老化，在电商的冲击及以天河路商圈为首的核心商圈分流等因素影响下，部分传统商圈日渐衰落。中心城区以外的商圈规模提升缓慢、吸引力不强，近十年在黄埔、番禺、花都等行政区规划了7个重点商业功能区，但其中大型商业项目较少，吸引力及客流量未有明显提升。

二是优质商业运营商[[2]](#footnote-1)不足。相较于其他国内一线城市，进驻广州的优质商业运营商数量及运营规模均较少。截至2020年，相比于国内其他一线城市，进驻广州的优质商业运营商数量合计只有12个，与上海61个、北京30个有较大差距。广州现有核心商圈、核心地段主要商业存量由本地国有企业运营（包括天河城系列、广百系列、花城汇、维多利广场、国金天地等），优质存量商业则多由港资开发商运营（包括太古汇、天环广场、IGC天汇广场、K11等），总体而言运营主体较为单一，缺乏多元化运营特色，国内外第一梯队运营商大部分未能落地商业项目。

### **品牌化程度不足，消费知名度有待进一步提升**

一是国际品牌竞争力较弱。2021年数据统计显示，广州目前已进驻国际奢侈品品牌数量为97家，位居全国城市11名，奢侈品品牌门店数量为54家，位居全国城市第9名，奢侈品消费者总量占全国约1.50%，排名第9。2020年，广州新增首店数量53家，位居全国第2位，但是国际知名品牌首店数仅有6家，其余均为本土新兴品牌，知名品牌首店率远低于其他一线及新一线城市水平，这在一定程度上说明广州在国际知名品牌渗透率、首店品牌吸引力较低，与其自身城市经济人口地位不匹配。二是广州的特色产业品牌化转化不足。广州拥有大量的纺织服装、皮革皮具、美妆日化等产业集群和批发市场，但主要集中在低端加工、代工环节，产品低端化、同质化问题明显，缺少设计研发、品牌运营、展贸销售的高价值环节，导致大部分产品缺少市场竞争力。三是广州传统老字号发展存在短板。在发展规模上，广州的中华老字号有35个，排名全国第五，与上海（180个）、北京（116个）差距悬殊。虽然本土老字号数量众多，但经营模式单一传统，难以满足年轻人消费主力群体的个性化消费需求，很多本土老字号经营状况不容乐观。

### **国际化水平不足，国际消费力有待进一步提升**

一是广州入境游客数量与国内先进城市差距较大。2019年广州接待过夜旅游人数6773.2万人次，其中境内旅游者5873.7万人次，在全国排名第6。2019年，广州入境旅游者899.4万人次，入境旅客数量全国排名第2，但在入境旅游的构成上，绝大大部分是来自香港、澳门和台湾的游客，外国游客占比仅为38.5％。二是广州的国际消费吸引物的打造力度不足。广州暂无世界文化遗产旅游资源。从4A、5A级景区数量来看，广州5A级景区2个，4A级景区28个，与重庆、北京、上海等城市相差较大，也少于杭州、成都等城市。广州虽拥有一批具有国际影响能级和潜力的场景、事件、现象，但并未围绕消费构建具有承载力的消费吸引物，缺少足够的消费载体承接和释放国际游客的消费力，因而游客的消费支出和消费意愿不高。据初步测算，外国游客在穗消费普遍不足5000元，低于北京、上海等城市6000—8000元的水平。三是国际龙头企业和国际活动规模量不足。举办国际重点活动或赛事指标也是衡量城市国际化程度的一个重要方面。国际大会与会议协会（ICCA）发布的2019年国际协会会议数量显示，2019年广州举办国际会议数量仅17场。从举办的国际体育赛事数量看，广州举办国际体育赛事32场，处于国际消费中心培育试点城市的中游水平。总体而言，广州建设国际消费中心城市，国际知名度有待进一步提高。

### **体系化程度不足，消费链功能有待一步提升**

一是消费链条体系化程度不足。一方面是强大的产业体系未能转化成消费流量。广州的消费品生产企业普遍呈小而散状态，例如纺织服装、皮革皮具等消费品生产行业多为自发、分散的家族化经营，同质化问题较严重，缺少资源统筹和中长期战略规划布局。广州纺织服务业有若干大型的专业集群以及特色专业镇，但缺少在国内外有影响力的经过科学规划引导形成的超大型园区，几乎是分散在全市各区各地的各个街村级工业园或城中村，产业集聚效应较弱。尽管多年来在推进转型升级和鼓励打造“国潮品牌”以及“新广货”，但产业转型仍相对缓慢。另一方面，广州文化影视、体育、教育、医疗等服务行业消费功能的消费链条不完善，未能形成一体化的联动消费格局。

二是商业网点布局体系化不足。广州商圈布局呈现明显的单中心结构。仅有天河路-珠江城商圈具备辐射全市的能力，具有消费业态多元、功能复合性强、优质商业体量规模大（50万平方米以上）、优质运营商集聚度高（3个以上）、租金水平高于市场平均值等核心商圈特征。其他商圈能级不足，商业规模体量小、客流吸引力弱，难以吸引优质商业载体落地，导致在新品牌、新业态的拓展和提升上难以突破。此外消费与其他功能在空间缺乏有效融合组织。“广交会”展馆周边功能单一，难以形成有力的消费带动。空铁枢纽交通功能与消费功能结合不够紧密，从而无法有效截留过境旅客，过境人流无法转化为消费客流。

## 发展形势

### **双循环新发展格局下消费对现代流通体系建设作用增强**

习近平总书记提出“形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的战略部署。现代流通体系建设市支撑双循环发展新格局的重要抓手。我国经济格局已发生悄然变化，国内大循环已经成为主体，外贸依存度由2006年的64%下降至2019年32%，最终消费支出对GDP贡献率由2006年的43.2%上升至2019年的57.8%。消费对现代流通体系建设和双循环发展格局的形成是作用逐渐增强。未来消费供给水平和消费实现能力是拉动城市经济增长的重要动力和核心要素。作为国家中心城市以及活力全球城市，广州应在消费领域发挥全国性重要影响，为双循环发展格局贡献力量。

### **国家对国际消费中心城市建设的推进力度增强**

2016年以来，国家多次出台相关政策文件，持续推动消费领域发展和国际消费中心城市建设。商务部坚决贯彻落实党中央国务院决策部署，扎实推进培育建设各项工作。2021年7月19日，商务部组织召开了工作推进会，公布了首批试点培育城市名单（北京、上海、广州、天津、重庆），印发了《关于开展国际消费中心城市培育建设工作的通知》，全面部署培育建设工作。8月份，商务部发出《关于印发〈培育国际消费中心城市总体方案〉的通知》（商消费函〔2021〕395号）,联合国家发展改革委、住房城乡建设部印发了《培育国际消费中心城市总体方案》，明确“用5-10年时间，培育建设若干具有全球影响力、竞争力、美誉度的国际消费中心城市”的总体目标，提出了重点任务和保障措施。积极指导培育城市结合城市发展定位，编制了各具特色的实施方案。

### **粤港澳大湾区发展为广州消费资源集聚带来重大机遇**

2019年，《粤港澳大湾区发展规划纲要》对大湾区的战略定位、发展目标、空间布局等作了全面规划，是新时代推动形成全面开放新格局的新举措，对建设富有活力和国际竞争力的一流湾区和世界级城市群、打造高质量发展的典范、进一步提升粤港澳大湾区在国家经济发展和对外开放中的支撑引领作用具有至关重要的意义。《纲要》提出广州作为中心城市要在大湾区建设中发挥核心引擎作用，特别突出强调广州要“全面增强广州国际商贸中心功能”，对整合提升湾区产业与服务资源、集聚湾区消费要素、打造湾区消费枢纽是重大机遇。

### **广州“老城市新活力”背景下消费环境持续升级**

实现“老城市新活力”，在综合城市功能、城市文化综合实力、现代服务业、现代化国际化营商环境四个方面出新出彩，是习近平总书记2018年10月视察广州时的重要指示要求。近年来，为推进实现“老城市新活力”，广州充分发挥自身优势和有利条件，在拓展提升城市功能、加快文化品牌建设和现代服务业发展、营造有吸引力的营商环境方面取得的成效日益显著。广州市委十一届十一次全会提出要着力做强城市更新、人工智能的经济“双引擎”，通过城市更新优化城乡生产、生活、生态空间、服务构建新发展格局。在新一轮城市更新浪潮中，一方面原有商业物业功能可能需要大调整，如专业市场功能削弱而创意办公等功能强化；另一方面新城新区建设带来大量的商业物业正好可以为新一轮商业网点布局提供空间。此外，“十四五”期间，广州南站、广州新东站等一批交通枢纽的完善和新建，必然带来新的商业拓展和布局的机会；同时，番禺、南沙、黄埔、增城等区域交通路网正处于全面升级过程中，必然形成一批新的商圈、消费中心和商业旺地，对构建强大的国际消费中心城市新增长点亦是一个大机遇。

### **数字经济背景下新型消费快速发展**

数字经济是互联网、大数据、物联网、云计算、移动终端等新技术在产业、城市、商务和生活中的广泛应用而形成的经济形态。2003年的“非典”催生了中国电子商务；2020年以来新冠肺炎疫情推动了线上消费的“逆势增长”，全国性大规模的全民在线购物、在线消费、在线订制、在线会议、在线设计等“非接触经济”达到了前所未有的新高度。截至2020年11月，网购在整体社会消费品零售总额比重猛增5%以上、总占比超过30%，快递物流突破800亿单，人均超过50单。这也就意味着，中国在全球率先进入了数字经济新时代。在此背景下，有效整合客户数据、市场交易数据、市场资源数据以及经营数据等数据，打造新型“数智展贸”体系，及时拥抱数字经济与线上消费，是建设国际消费中心城市不可忽视的命题。

# 第二章 发展目标与策略

 以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，深入贯彻习近平总书记在庆祝中国共产党成立100周年大会上重要讲话和对广东系列重要讲话、重要指示批示精神，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，以推动高质量发展为主题，以深化供给侧结构性改革为主线，以改革创新为根本动力，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，锚定“国际”重要方向、“消费”核心功能、“中心”关键定位，坚持湾区联动、优势互补，供需互促、双向协调，大力实施尚品、提质、强能、通达、美誉“五大工程”，统筹用好国际国内两个市场、两种资源，着力提升供给的创新性、丰富性、适配性，携手港澳全面增强对全球消费的集聚辐射力、资源配置力、创新引领力，加快建成具有全球影响力、美誉度的国际消费中心城市，更好服务构建新发展格局，引领粤港澳大湾区高质量发展，加快实现老城市新活力、“四个出新出彩”。

## 规划原则

**坚持政府统筹、市场运作。**发挥政府统筹作用，加强顶层设计和规划引导，完善联动协同各方的工作机制，完善相关政策、优化制度供给。遵循城市发展规律和市场规则，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，激发市场主体的创新活力。

**坚持传承文化、彰显特色。**坚定文化自信，注重千年商都传承、海丝文化延续，处理好城市消费空间拓展和历史商业文化遗产保护间的关系，切实做到在保护中发展、在发展中保护。加强城市消费空间风貌管控，营造传统与现代相映相融互促的国际消费中心城市风貌，体现城市精神、展现城市特色、提升城市魅力。

**坚持科学布局、世界一流**。对标国际一流，优化消费基础设施和公共服务体系布局，强化枢纽功能，打造消费地标，全面提升城市商业功能和消费环境。抢抓RCEP机遇，重点开拓东亚、东南亚市场，突出广州在粤港澳大湾区国际消费枢纽中的核心地位，形成强大国内外联动市场。

## 规划依据

### **上位政策及规划**

1. 《培育国际消费中心城市总体方案》
2. 《粤港澳大湾区发展规划纲要》
3. 《广东省国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》
4. 《广州市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》
5. 《广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案》

### **相关规划或资料**

1. 《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》
2. 广州市各行政区国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要
3. 广州市各市直部门第十四个五年规划
4. 《广州市国土空间规划（2019-2035年）》（在编）
5. 《广州市建设国际消费中心城市战略研究》
6. 《广州市重点商业功能区发展规划》
7. 各区推进广州市建设国际消费中心城市工作相关材料

## 发展定位与目标

### **发展定位**

适应新发展阶段国内消费升级和消费全球化发展的新趋势、新要求，以千年商都建设为着力点，统筹好消费需求侧和供给侧，兼顾好实物消费与服务消费，把握好新型消费和时尚消费，高站位、高质量、高效率、高标准将广州建设成为消费人群高度汇聚、消费文化繁荣发展、消费场景新型示范的千年商都，为活力全球城市建设注入新的动力，打造实现老城市新活力的新时代示范、四个出新出彩的代表典范、人民美好生活的广州样本，实现“广聚天下客、广卖天下货、广货卖天下”，成为全球综合性国际消费中心城市、引领中国现代消费时尚潮流的新标杆、“双循环”新发展格局下的消费增长极、粤港澳大湾区消费转型升级示范区。

**一是全球综合性国际消费中心城市。**提高广州高效对接国内外消费市场的互联互通能力，营造国际化、市场化、法治化市场环境，打造具有全球影响力和知名度的标志性商圈，集聚国际消费资源，增强“买全球、卖全球”的辐射力，把广州建成国际知名消费品牌进入国内市场特别是南方市场的首选地。

**二是引领中国现代消费时尚潮流的新标杆。**挖掘广州的时尚特质和文化底蕴，以时尚引领消费，以潮流助推消费，促进时尚与科技的紧密融合，把广州建成服务南方地区和全国、辐射全球特别是“一带一路”沿线国家的时尚商品、品牌、活动的展示发布中心和体验中心。

**三是“双循环”新发展格局下的消费增长极。**充分发挥广州作为“千年商都”的优势，拓展与国际消费市场紧密对接的通道，大力发展彰显本土特色和文化魅力的消费品牌和商品，打造国内知名品牌、原创品牌的全国性或区域性的首店、旗舰店，把广州建成面向国内外全面展示中国制造和服务品牌的重要门户。

**四是粤港澳大湾区消费转型升级示范区。**深化穗港澳合作，强化广深“双城”联动，推动与横琴、前海两个合作区的战略互动，整合区域高端消费资源，共建共享现代产业体系与优质生活圈，携手打造交通、产业、空间、政策协同的大湾区国际消费枢纽。

### **发展目标**

到2025年，基本建成“湾区制造”引领、全球资源荟萃，错位互补协同、城乡生态包容，文商旅体融合、岭南文化凸显，自由便利流动、交向互济共进，面向世界的数智化、时尚化、现代化国际消费中心城市， 焕发“千年商都”的经典魅力与时代活力。

**——汇聚全球消费资源的现代商都。**具有全球视野和国际品牌运作能力的国内外商业投资商、运营商来穗投资运管，打造国际知名品牌重要集散地，新品首发地，成为国际组织机构进驻、国际消费者游购，国际性会议举办，国际性赛事组织的首选地， 实现从“卖全球”向“卖全球、买全球”转变。

**——创新消费供给的智造名城。**制造业品质化、高端化、价 值化大幅提升，“湾区制造”“广东制造”品牌充分彰显，匠心独造的广州名品、名牌深入人心， “定制之都”“买在广州”闪耀世界，成为国潮好货重要诞生地、全球新品重要策源地。

**——引领消费升级的时尚之都。**建成国际级、城市级、现代社区等层次清晰，智慧人本、便利舒适的现代消费网络体系，建成一批具有全球影响力的标志性商圈，打造一批引领全球消费风向的名节名展，把广州打造成具有国际影响力的时尚文化交汇点、时尚活动荟萃地，建成具有国际影响力的时尚之都。

### **发展策略**

基于广州建设国际消费中心城市的现状条件，以发展定位和目标为导向，以“强规模、流量之优势，补体系、载体之短板，竖‘千年商都’之标杆”为路径，提出建设国际消费中心城市城市的五大策略：

**——**特色化发展。发扬壮大广州本土优势，打造具有广州特色的国际消费中心城市。延续广州“千年商都”文化，推动传统商业街区提质升级，推动专业批发市场根据各自的产业特点选择不同的场景化升级路径。依托产地优势，打造服装、珠宝、化妆品等消费产业集群。加强岭南文化、华侨文化、美食之都、会展之都塑造，打造城市形象品牌。

——品质化集聚。做大优质商业载体的规模，重点围绕“5+2+4”建设国际知名商圈，依托各区传统商圈现有基础推进商圈差异化、品质化升级；加大优质运营商引进力度，针对国内外第一梯队的营运商制定招商优惠政策，提升广州商业营运的整体水平；此外探索招商工作前置介入用地规划的工作机制，以“用地需求”引领“用地供给”，避免消费空间供给与消费空间开发需求错配。

——品牌化引领。提升广州品牌综合影响力。实施老字号“振兴行动”，做大做强“老字号”品牌；积极培育“新广货”品牌，充分发挥本地产业集群优势，孵化凸显土地特色的新品牌；办好消费类会展，强化国际知名品牌引流作用，增强全球消费品牌汇聚能力。

——国际化转型。进一步扩大“对外开放”，通过引进国际知名品牌商品、举办具有国际影响力的消费活动、建设国际一流水准的消费载体，全面提升对国外消费者的吸引力，提高在穗消费的国际人口。进一步 “修炼内功”，依托本地特色产业，培育一流企业，打造国际品牌。强化广州消费品牌、消费产品“走出去”能力，打造“内外兼修”的具有国际影响力的消费中心城市。

——体系化升级。强化产业链与消费链整合。以产业集群和专业市场集群为枢纽，以产业园区和重点商圈为载体，促进服装、珠宝、箱包皮具、美妆日化、茶叶花卉等特色专业集群从单一的产业区向综合的消费区转型，强化展示交易、设计研发、营销策划等新型功能，打造一批示范性新型消费园区。

# 第三章 主要任务

## 实施尚品名品工程

### **深挖产地优势，打造全球时尚名品原产地中心**

打造一批具有全球影响力的时尚产业链和产业基地。加快构建重点产业“链长制”，打造引领智慧消费的智能汽车、超高清视频、纺织服装、美妆日化等产业集群，推动提升消费品源头供给带动力。以现有的优势特色产业为重点，兼顾战略性新兴产业的培育扩张，构建一批具有鲜明广州特色的时尚消费产业链及消费体系。改造或新建一批新型的具有国内外影响力的大型时尚产业园区、生产基地或园区。深挖美博城作为国内及至亚洲最大的美容美发化妆品展贸交易平台的优势，扩大广州市美妆行业国际影响力和知名度。推动“白云美湾”美丽健康产业园等项目建设，提升产业规模、扩大影响力，打造“互联网+生产+消费+服务”的产业消费集聚区。

培育发展一批年产值超百亿、千亿元的时尚龙头企业。支持企业根据产业扩张需要“走出去”，构建线上线下融合的国内外连锁经营体系，在国外设立产品展示中心或销售中心。支持外贸加工企业、大型商业连锁企业、电商平台建立自营设计中心、新品研发中心、新品牌孵化中心等，打造自有品牌、孵化更多新品牌。实施10万名设计师集聚计划，大力研发和设计符合时尚消费趋势的新品名品，培育引进一批具有国际影响力的名师。做强做大广州国际时尚产业大会，擦亮“时尚之都”名片。

### **放大商都优势，形成全球尚品名品流通中心**

汇聚全球高端消费资源。大力引入国内外商品和服务品牌。支持全球消费品牌在广州设立旗舰店、全场景体验中心或服务中心，加大优品进口，提高消费国际化水平。培育发展高端消费品牌运营管理、客户管理、互联网服务等第三方服务主体，吸引中高端消费品牌企业设立总部。发挥“广交会”等展会、在穗世界500强企业、国际知名企业、产业链“链主”型外资企业的资源汇聚作用，吸引中华老字号、国际知名商品和服务品牌进驻，引入更多首牌首发，提升名牌效应。

打造全球优品贸易枢纽。高水平推进进口贸易促进创新示范区建设，布局一批国家级进口贸易平台，申报一批省级进口平台，打造全球优品进口贸易枢纽。推进全球优品国际分拨中心建设，吸引国际知名品牌商的销售配送中心落户广州综保区，打造全球高档消费品的国际销售配送中心。加快建设全球飞机租赁中心和汽车贸易综合服务枢纽，提升飞机进口规模和汽车消费层次。

激发“时尚之都”新活力。依托广州服装、皮具、美妆等时尚产业，联动国际贸易、专业市场、设计、制造、数字经济等产业要素，构建贯通大消费、全链条的世界级时尚产业集群消费。争取把广州钻石交易中心、广东省珠宝玉石交易中心打造成为国家级交易平台。发展免退税经济，支持企业申请免税品经营资格。探索在重点商圈、重要交通枢纽等消费节点地域开展市内免税店经营业务试点，支持国潮国货进驻免税店。发展保税展销体验消费及境外旅客购物离境退税服务，培育打造离境退税示范街区。

打造国际优质农产品流通中心。加强优质农产品国际推介，实施本地农产品品牌战略，以粤字号、名特优新农产品等发展培育优质特色农产品。培育一批省级乃至国家级知名农产品区域公用品牌。鼓励企业利用互联网、电子商务和新媒体等多种手段，宣传农产品品牌，扩宽销售渠道。扩大地域特色明显的优质农产品进口，建立稳定的供应渠道，形成具有国际竞争力的贸易链和供应链体系。支持本地优质农产品“走出去”，形成具有全球影响力的主要出口基地。

### **挖潜特色资源，打造全球消费潮流引领中心**

依托产业集群优势，引领定制消费。加快推进国家服务型制造示范城市建设，实施“国际定制之都”推广计划。支持开展大规模个性化定制、新型精益制造、协同制造、共享制造等新模式。支持定制企业设立连锁体验店和大型定制中心，支持商业定制和生产定制的深度融合，引导实体商业发展个性化定制服务，塑造知名的定制产品与服务品牌，构建完整的规模化个性化定制产业体系和发展生态。打响 “广州原创”、“广州设计”、“广州定制”品牌。

## 实施提质升级工程

### **建设国际知名商圈，加强高端消费引领**

打造国际大都市“一带两区一轴”世界级消费功能核心承载区。推动75公里珠江两岸全线贯通，打造珠江世界级消费服务业发展带。沿珠江前航道建设城市中央活力区，打造能级更高、功能更多、黏度更强的全球高端功能引领地、国际文化旅游消费中心地。充分发挥南沙国家新区、自贸区、粤港澳全面合作示范区“三区”叠加政策优势以及大湾区中心区位优势，打造文商旅消费融合创新的南沙滨海新城区。连片提升广州东站、天河体育中心、六运小区、花城广场、海心沙、海心桥、广州塔及周边地区、琶醍、环海珠湿地、海珠创新湾等消费地标、景观节点，将城市新中轴拓展提升为时尚消费地标集聚地。构建“5＋2＋4”的国际知名商圈体系，做强做大天河路—珠江新城、长隆—万博，培育金融城—黄埔湾、白鹅潭、广州塔—琶洲等5个世界级地标商圈。深化全国步行街改造提升示范，推动智慧化改造，建设广府活力区（北京路—海珠广场）、大西关（上下九—永庆坊）2个具有世界影响力的岭南特色商圈。加快建设广州北站—白云机场、广州南站、南沙湾（南沙国际游轮母港）、广州东部交通枢纽4个枢纽型国际商圈，形成聚合消费客流的新极点。

### **推动传统商圈转型，提升商业载体品质**

推动各类传统商圈特色化、差异化发展。推动环市东、白云新城、江南西、番禺市桥、南沙蕉门河、花都广场-城市中轴线、新华商圈、科学城、增城广场、街口=海塱商圈等、知识城环九龙湖一批传统商圈发展新业态、新模式，加快发展首店消费、小店消费、夜间消费等新业态，积极引进有引领性的旗舰店、概念店、定制店，引导中华老字号、广州老字号和特色品牌入驻，提升商圈品牌吸引力和业态活力。利用好产业和文旅资源，推动产业与消费有机融合，通过产业升级、环境提升，推动等特色商圈升级，打造具有广州范、烟火味的城市级商圈。推动传统商圈数字化升级。加强信息技术与产业、消费的耦合联动，推动5G网络、物联网等智慧基础设施覆盖重点商圈，利用云计算、大数据、人脸识别等软硬件技术创造消费新模式，开展海珠数字商圈建设等智慧化、数字化商圈打造行动。

### **打造新型消费场景，响应客群消费需求**

充分响应不同消费群体的消费需求，打造具有针对性的差异化的新型消费场景。根据“七普”的调查数据，广州市18-60岁人口合计超1300万人，占广州常住人口比例超过七成，是广州市最核心的消费群体。充分响应核心消费群体中Z世代、新中产、银发族等不同人群的消费诉求，探索多元化、定制化、个性化的消费新模式，挖掘元宇宙消费、电竞消费、医养消费等消费新热点，打造针对不同人群喜好的新型消费场景。

加强时尚与消费融合，发掘时尚产业优势，加快打造时尚消费设计链、产业链生态，引入“互联网+”消费新模式，推动实体商业数字化转型，支持时尚消费场所引入直播电商、创意设计、场景体验等新业态，向消费体验中心、文化时尚创意中心、产品和服务设计中心升级，打造中大国际时尚消费中心、狮岭时尚消费中心等时尚创意体验消费场景。

加强景观与消费融合，融合城市特色景观和高端消费载体，引入龙头商业项目、总部经济、金融服务、旅游休闲等业态，打造从化温泉度假区、广州花园、莲花山、聚龙湾（太古里）、海珠广场文化金融区、太古仓、珠江琶醍啤酒创意艺术区、南沙明珠湾滨水商业街等商业休闲融合式消费场景。

加强历史文化与消费融合，以广州市特色历史文化区域为核心，优化空间环境，加大宣传力度，完善商业配套，打造广州历史文化消费名片。以北京路、起义路、沙面—文化公园、东山口—新河浦、荔湾湖—恩宁路、陈家祠等打造文脉记忆场景。以沙面、长堤、海珠广场、二沙岛等打造艺术水岸场景。以特色骑楼、街巷为载体打造粤韵街巷场景。以新河浦、华侨新村、泮塘五约、龙津西、旧南海县等为载体打造新时代烟火生活场景。以西堤—长堤、江南西路—太古仓、恩宁路—十三行等打造繁华商埠场景。打造白云特色风情消费集聚区，建设面向全球特别是东南亚地区、集文商旅于一体、具有广州特色风情的消费场景。

加强贸易与消费融合，拓展进出口交易新业态、新模式，提升进出口商品体验、保税展示、免税消费等业态占比，依托“互联网+”，打造线上线下向结合的进出口消费模式。依托贸易平台资源，打造广州保税区红酒街、南沙进口贸易促进创新示范区、南沙进口汽车消费服务平台、海珠区离境免税店项目等贸易型消费场景，推动举办进口创新示范区专业商品展会等进口商品展示活动。

推动农业与消费融合，引入农产品直播带货、农业休闲体验、农产品交易平台等特色业态，打造南沙十四、十九涌特色海鲜消费市场、南沙东涌水乡风情街、南沙明珠现代都市农业实验园、南沙渔业产业园等农业型消费场景。

### **推动商品市场转型，延展消费功能链条**

充分利用广州在产业链和物流链上的优势，顺应传统批发市场转型的趋势，对传统批发市场实施国际化、园区化、展贸化、电商化改造升级，逐步减少现货交易，逐步增强研发设计、检验检测、品牌孵化、数字化交易、外贸综合服务等功能，分类推动一批批发市场转型。

一是打造一批时尚商圈，推动服装、珠宝、美妆等专业市场向时尚商圈转型。流花、矿泉市场群借鉴韩国东大门市场的转型路径，在批发市场中融入设计、会展、新品发布、展览、时装秀等功能，打造专业特色的消费体验中心、休闲娱乐中心、文化时尚创意中心、服务设计定制中心。二是打造一批产业平台，推动服装、纺织、茶叶、皮具等流通枢纽向产业平台转型。整合参与各方优势资源，提供产品研发、爆款打造、品牌升级等服务，完善特色行业直播基地体系，推动中大布匹市场向数字化、规范化、高端化、品牌化、时尚化的平台型商圈转型，着力将狮岭皮具、芳村茶叶等批发市场打造为品牌孵化平台、商品供应链平台、直播电商平台。三是打造一批潮流地标，推动老城市场群从交易场所向潮流地标转型。对标日本秋叶原、鹿特丹Markthal拱廊市场、阿姆斯特丹辛格鲜花市场等，将岗顶片区数字消费产品综合体引入消费电子、电子竞技体验、游戏娱乐等互动体验业态，依托江南果菜批发市场、增槎路水果龙头企业集聚优势，打造建设国际食材产业、果业总部集聚区。将芳村花卉市场改造成场景丰富、极具趣味的创意市集、直播电商网红点。

### **加强电商消费赋能，激活数字经济动能**

发挥龙头电商企业导向作用，培育壮大龙头电商平台。加速传统电商的升级迭代，培育新的电商业态，培育一批综合性本地龙头电商企业，打造具有全国性影响力的消费服务平台。利用批发市场、产业基地优势，打造一批新的电商模式及电商聚集区。

进一步推动实施直播电商“个十百千万”工程，加快推动直播电商、社交电商等新模式发展。推动内容制造、视频技术、直播场景等“一站式”直播基础设施建设，培育越秀直播电商产业带、红象直播双创园、花都直播电商基地、广英E.C.Park等一批直播电商基地，吸引优质直播电商平台、直播机构、MCN机构、直播电商经纪公司、直播电商服务机构入驻。

推动跨境电商高质量发展。充分发挥粤港澳大湾区、自由贸易试验区、国家跨境电商综合试验区叠加优势，建设广州空港、南沙港跨境电商国际枢纽港，发展跨境电商、“网购保税+实体新零售”，充分利用海关特殊监管区的政策优势，打造国际领先的跨境电商商品集散中心，打造具有全球影响力的跨境电子商务国际枢纽城市。加强与上合组织国家、“一带一路”沿线国家（地区）、区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）成员国的跨境电商合作，互设海外仓，在双方城市举办特色产品采购峰会。深化广州、深圳跨境电子商务领域“双城”联动，培育一批本土企业发展成为世界知名的跨境电商企业和平台，高水平办好世界跨境电子商务大会等高端论坛，吸引全球资源要素。推动形成营销、支付、仓储、物流、通关、结算等全链条跨境电商生态体系，为全球跨境电商规则制定贡献“广州智慧”。

### **打造夜间经济地标，激发多元业态活力**

依托北京路商圈、天河路-珠江新城商圈等重点商圈，在全市推动创建北京路、正佳广场国家级夜间文化和旅游消费集聚区、珠江琶醍啤酒文化创意艺术区、天德广场、南沙万达广州，南沙悠方广场、南沙盈港国际汇、远景路韩国风情街、安华汇城市多元购物中心文旅项目等多个高品质夜间消费地标和多个夜间消费打卡地，构建夜间消费新发展格局，打造全国夜间消费创新标杆。以珠江为轴线，结合30分钟生活圈布局打造若干个独具特色的夜间活动区。深化打造羊城夜市品牌，完善夜间消费协调推进机制，有效整合各大商圈、综合体等资源，策划举办系列夜间活动，推动夜宵、夜购与夜游、夜娱、夜赏、夜跑、夜读等融合发展，丰富夜间消费业态，推动“YOUNG城YEAH市”品牌化运作。鼓励食、住、行、游、购延时服务，支持商场、购物中心在店庆日、节假日期间开展“不打烊”等晚间促销活动。加大品牌连锁24小时便利店布局建设。优化提升线上夜间消费服务，支持开展22时后夜间到家服务，在居民集聚的生活区域发展餐饮外卖等“互联网+生活服务”。打造一批夜间消费分类地图、夜间消费名店榜单等，通过夜间消费精品活动提升“YOUNG城YEAH市”品牌知名度和美誉度，推动广州夜间消费再升级。

## 实施强能增力工程

### **激发文化旅游活力**

促进文商旅体娱深度融合，大力发展全链条全域型旅游消费，提升“乐玩广州”“食在广州”“美在花城”的全球知名度，拓展和吸引更多的国内外消费者前来广州消费。促进消费与旅游业融合，增加消费内容，提升消费品质，增加客单价和消费力。全方位拓展，不断提升国际消费者以及异地消费者在总消费中的占比。

推动景区点创新升级及组合联动，打造旅游示范引领集群。打造粤港澳大湾区北部生态文化旅游合作区、番禺国家全域旅游示范区、广州塔-花城广场-琶醍“广州文旅融合创新示范区”、广州市红色文化传承弘扬示范区、黄埔古港-南海神庙广州海丝文化板块、白鹅潭-太古仓-聚龙村-广钢遗迹公园近代工业旅游区等六大旅游发展高端示范板块和“珠江游”文化旅游融合发展带、北京路国家级文化产业示范园区、西关永庆坊-沙面西堤历史文化街区等七大世界级旅游精品。引导消费升级，加强资源开发创新，重视资源价值挖掘、保护利用、活化展示、体验创新，融入文化和旅游新业态。对标A级标准，加强老景区改造创新，丰富内涵，拓展项目，优化升级，焕发文化和旅游新活力。

优化提升大型公共文化设施功能，打造文化消费体验区。整合提升广东省博物馆、广州图书馆、广州大剧院、海心沙等场馆及周边环境，打造城市文化客厅。提前谋划广州美术馆、广州文化馆等文化设施运营管理，加快推动白鹅潭“三馆合一”等落地广州的省级文化设施项目，连片打造与国际接轨、服务辐射粤港澳大湾区、与广州作为全球区域文化中心城市相匹配的地标文化设施集聚区和国际文化体验消费区。将广州粤剧院、粤剧艺术博物馆打造成以广府戏剧曲艺为特色、有国际影响力的公共文化活动综合体、粤剧文化高地，搭建全球粤剧粤曲文化交流平台。

开展丰富文化活动，提升城市文化旅游吸引力。开展二沙岛户外音乐季、红游越秀系列活动、广府文化旅游嘉年华、中国动漫金龙奖、中国国际漫画节、广府庙会、中国(广州)从化户外休闲运动节等特色文化活动。

### **擦亮“美食之都”名片**

“食在广州”是广州打造国际消费中心城市的金字招牌。2018年，餐饮总收入和人均餐饮消费额广州均位列全国第一，美食消费基础良好。但目前广州知名餐饮企业数量仍不够多，整体业态以低端餐饮为主，餐饮行业的发展质量有待提升；高端餐饮呈现单中心集中分布的特征，11家米其林、16家黑珍珠餐厅几乎全部聚集在天河路-珠江新城商圈，其他商圈高端餐饮培育不足。擦亮“食在广州”品牌，通过提升餐饮行业国际化水平，将“美食广州”打造为国际城市旅游品牌，让美食作为国际游客的重要吸引物。

提升“食在广州”含金量。创新餐饮业态，鼓励本地餐饮企业新设或升级门店、设立中央厨房、拓展供应链等，引进国内外知名餐企、品牌首店、餐饮电商平台等，打造万国食坊-广州（中国）进口食品交易中心。推行“粤菜师傅”工程，实施餐饮名店、名厨、名品、名宴战略，提升餐饮行业品质。发展传统特色小吃，传承弘扬粤菜文化。引导餐饮潮流化发展，不断壮大钻级酒家、米其林、黑珍珠等餐厅规模，推动发展一批创意菜系品牌。

打响“世界美食在广州”品牌。沿珠江前航道打造一江两岸沿岸美食长廊，构建沿江餐饮消费地标。建设国际知名的餐饮消费集聚区，结合天河路—珠江新城、长隆—万博、金融城—黄埔湾、白鹅潭、广州塔—琶洲5个世界级地标商圈打造5个高端餐饮集聚区，结合北京路、大西关商圈打造2个岭南特色餐饮集聚区，结合广州外籍人口分布情况打造天河南日式美食集聚区、小北非洲美食集聚区、琶洲混合外籍美食集聚区。同时引进世界知名餐饮企业，大力举办餐饮名节、名赛、展会。

打响“广州美食走世界”品牌。支持餐饮企业“走出去”，培育一批全国性、国际性餐饮集团。以东南亚、美国、加拿大等海外华侨华人较多地区为突破重点，向全球推广广州美食。同时强化一德路、清平市场、万国食坊·广州（中国）进口食品交易中心等食材药材食品供应链建设。

### **提升“会展之都”地位**

促进会展经济提质升级，打造世界领先的会展生态集聚区。推进“广交会”展馆四期建设，扩大“广交会”影响力、辐射面，完善周边消费配套功能，实现展城融合。加快广州空港会展中心二期、白云区国际会议中心二期等项目建设，聚焦国际会议、国际展会、商务洽谈等，打造会议、展览、商务、酒店、文旅、总部等一体的粤港澳大湾区临空标志性综合体，办好白云机场商务航空展，谋划提升国内、国际展会数量。办好建博会、家博会、美博会、照明展、国际车展等行业领先展会，做大粤港澳大湾区知识产权交易博览会，做强汽车、家具、建材、家电、餐饮等一批传统消费型展会，培育动漫、手游、潮玩、艺术、智能产品、定制服务等领域新型消费类展会，带动产业投资和高端消费，打响“国际会展之都”新品牌。

推动国际会议高质量发展，扩大广州国际会议规模和影响力，打造“国际交往中心”。加快建设琶洲国际商务消费中心、“一带一路”商务馆展贸中心、广州空港中央商务区空港会展中心、越秀国际会议中心、国际金融论坛（IFF）永久会址等项目，办好从都国际论坛、全球市长论坛暨“广州奖”系列活动等大型国际会议，与国际会议组织、国家和地区开展合作，吸引更多国际重大会议落户广州。

加强会展客流向消费客流的转化。完善以广交会场馆为代表的会场周边商业设施的配套，促进展城融合，挖掘会展客流的消费潜力。广交会年均接待会展客流近40万人，但长期以来庞大的会展客流的消费潜力并未有效挖潜，参展人群消费行为较为单一。应进一步提高广交会展馆周边商业服务业用地供给，放宽广交会周边用地的商业功能兼容性限制，为会展区注入商业配套功能，强化消费载体建设。打造琶洲展城融合发展区、塑造会展消费场景，增强会展客流的消费实现力。

### **打造“康养高地”品牌**

广州拥有三甲医院59家，二甲医院92家，排名全国前列;医学研究资源丰富，广东106个国家临床重点专科中的98个落户广州，已形成以检验检测、医疗器械、现代中药、保健食品为主导，精准医疗为新动力的产业体系。现有各类生物医药企业5800多家，其中包括123家药品生产企业、1244家医疗器械生产企业和1855家化妆品生产企业，总数保持全国第三，为发展医疗消费奠定良好的行业及产业基础。此外，广州地处亚热带沿海，全年气候温暖、光照充足，亦是打造“康养品牌”得天独厚的条件。

应进一步发挥医疗资源集中优势和中医药的国际影响力，吸引国际人群来穗进行医疗和康养消费。推动生命健康产业协同发展，打造粤港澳大湾区生命健康产业创新区。大力发展高端医疗、医学美容等医疗产业，建设广州国际医药港、国际医美中心、粤港澳大湾区精准医学产业基地、中新知识城肿瘤防治医疗集群、粤港澳大湾区生命健康产业创新区等一批具有国际竞争力的健康服务项目。着力培育健康体检、咨询等健康管理服务，鼓励发展互联网医疗服务新模式，推出岭南特色的中医药康养精品体验，促进广府文化、中医药文化、康养产业深度融合发展。活化提升中药中华老字号，发展“时尚中药”，打造“南药小镇”，擦亮“广药”品牌。

在空间上构建“北养-中诊-东检-西商-南特”的医疗消费总体格局。其中，“北养”依托广州北部白云机场、从化温泉等建设北部医养康养服务区，发展以医疗服务产业为主，包含商业、酒店和公寓配套设施的医养、康养综合体。“中诊”发挥中心城区医院、高校与科研机构集聚优势，重点发展医美、健康养老、康复疗养、眼科、口腔等医疗服务消费，打造中部医疗综合服务区。“东检”结合“两城一岛”（广州科学城、中新广州知识城、广州国际生物岛）化学药、现代中药和医疗器械、再生医学、体外诊断产品及检验服务产业优势，发展体检、疫苗、诊疗、复健等医疗服务，打造东部体检诊疗区。“西商”进一步培育国际医药港，建设集中药材、功能性食材、医疗器械、保健品、健康服务等多业态于一体的西部大健康商贸区。“南特”对标海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区建设经验，依托南沙自贸区政策建设特许医疗先行区，积极争取医疗器械和药品进口注册审批、临床应用与研究的医疗技术准入等优惠政策。

### **展示“体育名城”风采**

体育城市与国际消费中心有着共生关系，全球十大最佳体育名城大多是国际消费中心，广州体育产业规模约500亿元，低于上海，高于北京、天津、重庆，占GDP比重约为2%，与世界体育名城相比，仍存在较大提升空间。借助创建国家体育消费示范城市机遇，充分挖掘体育消费潜力，推进体育与文商旅创居医深度融合创新。通过打造一批国际性顶级大赛，形成一批具有国际竞争力的知名体育企业和自主体育品牌，落户一批国际体育组织总部或区域性总部，建成一批有国际竞争力的体育科研中心，使得体育产业成为广州市国民经济支柱性产业。

建成世界知名的高端赛事聚集中心。积极申办国际国内顶级体育赛事，提升世界田联接力赛、世界羽联巡回赛年终总决赛、广州马拉松赛、足球中超联赛、CBA联赛、国际龙舟邀请赛等国际国内重大赛事影响力，拓展赛事消费，进一步发展发展全国露营大会、中国山马越野系列赛、中国（广州）体育产业创新大会、广州南沙国际帆船赛、广州马拉松赛、2023年世界田联接力赛、广州黄埔马拉松比赛等大型赛事，增强广州体育经济影响力。支持香港马会从化马场建设和运营，争取开展速度赛马赛事试点。支持国家体育产业示范基地、体育旅游示范基地等建设，用好中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会，搭建体育资源共享平台。

完善重大体育场馆配套设施。全面整合传统和新兴体育活动资源，优化体育场馆布局，完善体育消费设施。加快建设广州专业足球场项目、星之光数字体育产业园、国家级青少年足球训练基地、广州市射击射箭中心等体育设施。注重在兴建、培育和提升城市商圈品质过程中融入体育元素，丰富体育消费场景。进一步优化体育场馆布局，提升体育场关于城市商圈的空间耦合度，充分利用天河体育中心、奥体中心等大型体育场馆的“引流聚客”效应，支撑城市商圈的发展。围绕市、区级体育中心、体育场馆打造集体育、休闲、餐饮、文化于一体的体育商业综合体。

## 实施通达便利工程

### **建设国际综合交通枢纽**

加快推进空港、海港、铁路港与数字港“四港联动”，形成“产业带动+流量承载”良性循环的交通枢纽发展模式。推进白云站片区、白云国际机场三期扩建工程建设，推进南沙大湾区商务直升机枢纽基地建设，共建粤港澳大湾区世界级机场群，吸引国际航空公司来穗发展、加密航线网络，提升“广州之路”辐射深度和广度，形成全球便捷交通圈。提升国际港口综合通过能力，为全球消费者和货物进出口提供便利高效服务。推进港口中欧班列常态化运营，畅通海铁联运通道。

加大对各种交通、旅游的客流的“截留”与转换化，增加驻穗停留时间，加大单次的购买量和消费总额，增强总体消费能力。加强对这些客流消费潜力的研究，探索加大转化机制，把交通枢纽作为国际消费中心城市的展示窗口、消费集聚中心、时尚品牌传播中心。

### **构建国内直达交通网络**

增加国内航线、航班数量，打造国内“空中快线”。建设“五主三辅”铁路客运枢纽，加快形成“多站布局、客内货外”的枢纽格局。落实高铁战略性通道建设，强化与周边省会城市和省内地市快速直达。加快推进广州都市圈城际铁路建设，构建以广州为中心的“极轴+放射”的大湾区城际轨道网络。完善骨架高速路网，加密珠江口过江通道，强化粤港澳大湾区内部衔接，扩充出省通道容量，提升对外辐射能力。加快推进琶洲港澳客运口岸建设。

### **提升城市公共交通便利度**

推进城市轨道交通建设，力争到2025年底地铁运营里程达800公里。探索建立城际铁路与地铁系统制式兼容、互联互通换乘体系，实现大湾区城际铁路公交化运营及轨道交通产业协同发展。在场站综合体内导入城市商业、商务、文化服务功能，让交通枢纽成为消费产业的展示贸易窗口。以重要商圈、城市景区、交通枢纽等为重点，优化局部交通微循环，完善智慧停车系统，改善消费出行环境。

谋划和打造一批具有国际领先水平的大型交通型商业综合体（TOD）项目，加大对商业基础设施的改造升级和超前规划，推动交通基础设施向“交通+商业+服务+消费”的综合型项目转型提升，形成国际消费中心城市建设的新增重要节点和集聚区。

### **加强物流供应链体系建设**

推进由广州空港物流枢纽、广州南沙港物流枢纽、广州东部公铁联运枢纽、广州铁路集装箱中心站公铁联运枢纽、广清空港现代物流产业新城等5个特大型物流枢纽，10个大型物流枢纽及N个物流骨干节点构成的“5＋10＋N”物流枢纽体系建设。加快建设南沙港区四期工程、东部公铁联运枢纽（广州国际物流产业枢纽）、南沙国际物流中心等重大物流基础设施，强化物流支撑能力。

结合全国供应链创新与应用示范城市建设，着力完善物流和供应链体系，培育一批供应链服务龙头企业。加快构建重点产业“链长制”，培育一批生产型、流通型、服务型的供应链龙头企业。建设南沙国际汽车口岸配套服务设施、京东亚洲一号广州花都物流园、玉湖国际冷链产品交易中心中国总部、德邦快递华南总部及智慧产业园、正创智慧新零售粤港澳大湾区产业总部基地、J&T极兔速递华南中心暨东南亚运营中心、南沙全球人道主义应急仓库和枢纽及其配套项目、粤港澳大湾区机场共享国际货运中心、全球优品国际分拨中心、骏德美食美酒分拨中心、华南医药公共保税分拨中心、南沙汽车贸易综合服务枢纽等专业供应链物流枢纽，提升供应链组织能力。加强互联网、大数据、人工智能等新技术运用，促进产业链、供应链高效协同。围绕电子、汽车、化妆品、医药等本地优势产业，引进和培育一批专业化电子商务企业，提升供应链服务能力。鼓励企业构建供应链平台，开展供应链金融创新，提高供应链服务总体水平。推动金融机构、核心企业、政府部门、第三方专业机构等各方加强信息共享。

## 实施美誉扬名工程

### **打响“千年商都”城市品牌**

千年商都是广州区别于其他试点的核心优势。在全球一线城市中，只有广州能称为千年商都。在国际消费中心城市培育建设中，要保护好、挖掘好、利用好最具广州特色价值的商业历史文化遗产，以场景营城重塑千年商都魅力，演绎现代精致生活，彰显千年商都的经济价值、人文价值、美学价值、民生价值，创造美好生活的广州样本，拉动消费，提升消费能级，为新经济发展赋能，提升广州作为千年商都的全球知名度和认同度。

一是要创新商业遗产保护利用，焕发千年商都新活力。通过“贴牌-编号-标准制定”等方式做好商业遗产保护与挖掘工作。定制广州商业文化主题线路，依托广交会旧址、沙面、十三行、南方大厦、粤海关大楼、长堤商业街、黄埔古港、南海神庙等海丝商贸历史资源打造千年商都海上丝绸之路文旅带，依托北京路、长堤大马路、人民路、上下九路、恩宁路、十三行路、高第街等商业历史街区打造千年商都商业街区文旅径。植入首店、粤菜馆、中华老字号、市内免税店等多元商业功能，形成广州购物新地标。

二是要以场景营城为核心赋予千年商都新价值。推进商业街区成片连片统筹改造，精细分类街道提升要素并进行针对性管控，打造古今融合的千年商都品质商街。推进广州华林玉器街、十三行服装街、江南大道北婚纱一条街等特色专业街业态升级、空间提质、景观提升，打造最具广州特色的专业时尚商街。通过新场景、新业态植入打造广州消费网红景点与潮流热点。强化批发市场产业平台建设，植入时尚潮流元素，打造一批时尚商圈、产业平台、潮流地标。着力以“绣花”功夫推进背街小巷整治示范与居住街区提升工作。

三是要打造千年商都城市品牌，形成广州对外宣传新名片。成立工作专班，组织开展编制“千年商都工程”工作方案与建设规划，统筹指导具体实施工作。着力推进千年商都标识系统、建筑风格、景观空间系列示范工作。建立千年商都城市品牌宣传推广机制，建立千年商都品牌推广专项资金，推动构建多领域、多层次、多渠道的千年商都城市品牌建设机制，通过城市宣传片、影视联动、赛事宣传、主题活动等方式加大宣传力度。

### **打造重大展会活动**

打造高端国际会议目的地，进一步办好国际会议，提升全球市长论坛暨“广州奖”系列活动的影响力，增强对海外目标人群的广州形象传播；办好从都国际论坛等高端会议，不断放大会议品牌效应。打造高端国际性交流平台，进一步扩大中国进出口商品交易会的影响力，引进聚集世界一流产业资源。举办专业性行业会展，进一步强化广州的行业影响力和引领力。承办更多国际知名赛节，办好广州民俗文化节、广府庙会等传统品牌活动，提升受众参与互动水平；创办广州国际美食节、荔枝文化旅游节、 “美荔定制”文化节等美食文化活动，提升广州美食知名度和影响力；举办中国动漫金龙奖、中国国际漫画节、二沙岛户外音乐季等文化活动庆典，深化电影、漫画、戏剧、演艺等领域品牌活动建设，提升广州文化软实力；申办更多国际高级别赛事，打造世界级赛事聚集地；精心维育本地体育赛事，扩大本地体育赛事的知名度和辐射力。

### **完善相关标准体系**

发布特色行业的“广州标准”。扩大纺织服饰、美妆日化、皮革皮具、珠宝首饰、果蔬流通等特色行业等领先优势，鼓励龙头企业和连锁企业参与相关标准制订，发布指引行业发展的标准指数。

树立消费服务的“广州标杆”。对标国际一流服务标准，加强市场规范相关培训，提升服务技能和水平，发布地方标准或团体标准，明确规范国际消费的服务流程、服务方式、服务用语、服务行为。推行高端品质认证，推动实施内外销产品“同线同标同质”工程。对窗口型国际消费场所和消费网点，强调基本服务的国际化、标准化和口碑化，对商品陈列、招牌显示、店面设计、路牌指引、宣传导语等提出标准规范。

落实消费领域的“广州监管”。按照包容审慎和协同监管原则，完善消费领域新型监管机制，为新型消费营造规范适度的发展环境。建立贯穿市场主体全生命周期，衔接事前、事中、事后全监管环节的新型监管机制，加大对销售假冒伪劣商品、侵犯知识产权、虚假宣传、价格欺诈、侵犯个人信息安全等行为的打击力度，着力营造安全放心诚信消费环境。

### **提升城市环境品质**

持续推进城市更新，连片整合、开发重要交通枢纽、重点商圈、重大功能平台周边的空间，增加优质的商业载体供给，引导商业空间集聚发展，开展荔湾聚龙湾、岭南花卉综合体、芳村茶叶市场等一批城市更新项目，打造数个“更新改造促进商业提升”的项目样本。通过连片更新打造荔湾聚龙湾太古里“文商旅创居”管理示范区；结合五眼桥村旧村改造，打造岭南花卉综合体项目；以“政府收储+微改造”的模式，整合芳村茶叶市场及周边用地，促进芳村茶叶市场改造提升。

持续提升城市公共空间品质。针对珠江两岸、各级商圈、交通枢纽、旅游景点、城市主干道沿线等区域城市环境，打造多样化高品质公共空间。开展珠江两岸夜景提升工程、开展街巷旁小品类公共空间塑造工作等。针对国际消费中心重要的展示窗口，开展城市立面整治工程。依据《广州市户外广告和招牌设置管理办法》、《广州市户外广告设置专项规划》和《广州市户外广告和招牌设置规范》等规章和规范性文件，启动各区内商业街区、商圈等重要商业空间的立面整治，强化商业宣传氛围。

持续优化商业项目的配套支撑，强化商业项目的舒适度、便利度和，提升商业项目的吸引力。重点针对老城区内的商业街区、商圈等商业项目，增加停车场停车楼等停车设施、增加哺乳室卫生间吸烟室等便民设施。

## 构建共建共享体系

### **共建共享现代产业体系，提升消费链条组织水平**

深化穗港澳合作，高水平建设穗港、穗澳合作产业园，支持香港再工业化和澳门经济适度多元发展。引进港澳会计、精算、法律、知识产权、人力资源等专业服务业；推进医疗服务业跨境合作，携手港澳共建国际医学中心和大湾区生命健康产业创新区；加快建设广州国际马匹检测中心和马术运动综合体，构建穗港马匹运动及相关产业经济圈。

联动大湾区及粤东西北城市打造一批战略性新兴产业集群，引领打造“湾区制造”和“粤智能、广服务、粤健康”国潮“新广货”品牌。推进共建“广深惠”智能网联汽车产业集群、“广深佛莞”智能装备产业集群、“广佛惠”超高清视频和智能家居国家级先进制造业集群。加强与梅州、云浮、韶关、河源在旅游、农产品、中药等领域合作，支持佛山、肇庆、清远、云浮、韶关在汽车、智能制造、现代农业等领域强化对广州的产业配套，打造珠三角地区与北部生态发展区协同发展的绿色消费示范区。

### **共建共享国际消费市场，构建开放包容消费体系**

聚焦湾区所向、港澳所需、广州所能，携手打造国际一流湾区和世界级消费城市群。建设“一带一路”商务馆展贸中心，深化与“一带一路”国家合作交流。加强大湾区商贸、会展、旅游等重要消费领域合作，促进优质消费资源协同共享。探索广深“一会两地”等新模式，互相支持办好广交会、高交会等重大会展，加速创新消费产品市场推广。强化与深圳前海、珠海横琴现代服务、消费金融、旅游休闲、中医药等产业合作，争取开展跨境电商零售进口药品试点。联动香港、澳门、深圳开展跨境人民币业务、要素交易平台等金融创新合作，提升跨境消费金融支持便利度。

### **共建共享优质生活圈，挖掘湾区一体化消费潜能**

推进粤港澳大湾区优质生活圈建设，深化大湾区教育交流合作，高水平建设香港科技大学（广州），加大与澳门高校合作力度，加强技能技术人才培养、技能竞赛等职业教育合作，高水平建设世界留学目的地城市。深化医疗卫生合作，吸引港澳优质医疗机构来穗提供医疗服务。共建人文湾区，大力塑造湾区人文精神，提升文化产业经济社会效益，打造宜居宜业宜游多元文化融汇发展的人文城市。

## 构建政策制度体系

### **建立国际市场机制，提升全球消费位势**

构建适应国际消费中心城市发展要求的制度体系。打造让国内外消费者舒心的消费环境，加强与香港、澳门地区消费维权组织的交流合作与信息共享，探索建立粤港澳大湾区跨境消费权益共同保护机制。出台便利外籍人员入出境、停居留及促进外籍人员消费的政策措施。建设面向国际旅客团队的入境签证互联网申报平台，对参团入境人员提供签证办理便利。挖掘过境游客的消费潜力，发挥广州72小时过境免签、144小时便利签证等通关政策作用，围绕广州白云机场、广州南站、广州南沙口岸（邮轮码头）等对外交通枢纽，打造为过境旅客设计提供文商旅融合串联的短途旅游线路。设置多种支付方式、完善受理境外支付方式的环境。在重点景区、商圈设置可受理境外银行卡的终端设备，接入境外常用的如ApplePay、SamsungPay、PayPal等电子支付方式，完善外卡收单受理环境，提升支付便利度。

优化企业经营的营商环境，争取落实与深圳前海、珠海横琴一致的企业所得税优惠，提高企业落户广州南沙自贸区的吸引力和竞争力；推进广东自贸区“扩容”，争取将天河中央商务区纳入广东自贸区或联动发展区，促进国际一流企业进驻。加强对世界500强企业的定向招引，争取对在广州特定区域从事符合条件的产业企业减按 15% 税率征收企业所得税，吸引世界500强企业入驻，促进新一代信息技术、生物医药大健康、科技服务等重点产业发展。放宽健康医疗、整形美容、文化创意、休闲娱乐、教育培训、数字消费等新兴服务消费企业的准入和资质审批条件，提供一定的财税支持，促进新兴服务消费行业繁荣。制定市场主体经营行为管理负面清单，建立开放包容审慎执法机制。建立标准化市场管理模式，探索实施文商旅体娱等领域大型活动安全许可和商家“外摆”经营“一网通办”。

### **推动对外贸易创新，加快消费资源集聚**

发展外贸新业态，争取将市场采购贸易相关政策试点范围扩展至全市商品交易市场，将大湾区产品更便利地销往全球。争取钻石一般贸易进出口通关和税收优惠政策在广州落地实施，扩大钻石珠宝类产品出口规模。鼓励纺织服饰、美妆日化、皮革皮具等其他特色产品“走出去”，加大特色产品的外贸业务。争取对“走出去”的企业和产品赋予税收优惠和消费税后移办理政策。推进全球优品国际分拨中心建设，吸引国际知名品牌商的销售配送中心落户广州综保区，打造全球高档消费品的国际销售配送中心。高水平推进南沙进口贸易促进创新示范区建设，因地制宜布局建设一批服务全国的进口贸易平台，满足高水平消费需求。发挥全球溯源中心数字经济公共基础设施效能提升公共服务能力，探索形成货物贸易、知识产权、风险防控等数据流动规则，打造数字贸易国际新规则。协调解决进口贸易促进创新示范区建设配套政策支撑问题，扩大进口商品的范围，争取港澳OTC药品进入跨境电商零售进口商品清单，开展宠物食品跨境电商直购进口试点，探索平行进口排放整改实验，拓展整车进口品类等。

发展免税退税消费，支持企业申请免税品经营资格。争取广州市开设市内免税店，与口岸免税店、境外旅客购物离境退税业务一起，构成全方位免税消费服务体系。依托重要的对外交通枢纽，扩大免税消费的辐射力和影响力。扩大白云国际机场等口岸免税店经营规模，支持在广州东站、广州南站、广州北站、南沙国际邮轮母港等对外交通节点开设免税店，争取在‘天河路-珠江新城’商圈等重点商圈开展市内免税店经营业务试点。扩大免税店商品的覆盖范围，支持国潮国货进驻免税店。发展保税展销体验消费及境外旅客购物离境退税服务，培育打造离境退税示范街区。深化内地和港澳互利合作的税收优惠。支持会展业发展，争取对在广州举办的国家级展会展期内销售的合理数量进口展品，免征进口关税、进口环节增值税和消费税。

### **加大项目落地支持，保障空间载体支撑**

强化空间规划引领，依托广州市国土空间规划的编制，优先安排商业用地的建设用地规模和指标，加大对大型商业项目的用地支持。统筹安排各区商业用地，确保形成具有集聚效应的商圈分布。加快编制各区商圈提升规划及重大商业项目实施计划，明确商圈提升的思路、任务和工作，加快推进各区重大商业项目落地。结合城市更新工作，加大对商业用地的整合和安排。

建立商务部门与规划部门的联动工作机制，协同规划部门统筹推进商圈打造、供应链物流仓储、商业设施建设与城市更新、城市功能提升、产业转型升级工作，整合和集约使用现有土地资源。建立商务部门介入城市规划服务工作机制，优化商业消费相关设施审批流程，出台支持公益性设施兼容配置经营性场所的管理办法，鼓励土地用途与建筑功能复合利用,制定商业用地功能复合标准规范,为商业与自然景观资源、历史文化资源、交通枢纽、医疗健康设施等“跨界融合”提供政策支撑。

### **加强相关人才培养，强化消费人才赋能**

持续推进人才引进，实施人才绿卡制度。支持广州南沙自贸区利用自贸区政策优势，建设国际化人才特区，开展技术移民是定。加大复合型创新型商业人才培养力度，重点培养具有国际视野的国际品牌运营、商业营销管理、商业地产开发、时尚设计、专业经纪、专业公关、专业买手等高端专业人才。健全人才全方位服务机制，做好外籍高层次人才认定工作。打造国际知名人力资源服务机构，为消费人才提供强力支撑。鼓励支持消费人才参加国家职业资格考试，支持应用型本科高校和有关职业院校加强与相关行业合作，开展职业技能提升行动，培育消费新职业人群。

# 第四章 发展布局

## 消费空间体系

对标全球顶级消费中心城市，围绕“国际范、广州味、强强项、补短板、增供给、优环境”，结合广州国土空间总体规划深化提升，系统谋划广州“世界级消费功能核心承载区-市级消费中心-特色消费功能区-产业消费示范园区”四级消费空间体系。

**1.建设世界级消费功能核心承载区**

依托广州世界级的滨水岸线资源、历史文化资源、商贸展会资源，打造高端消费资源最为集中、广州特色最为彰显、空间品质最具魅力的世界级消费功能核心承载区，成为国际品牌集聚地、消费创新策源地、世界级旅游目的地。

**“一带”：依托珠江打造世界级消费服务业发展带**。依托珠江高质量发展带建设，以珠江两岸全线贯通和阅江路（广州塔-华南快速）等10个滨江示范段作为抓手，重点培育广州国际金融城、环海珠湿地、聚龙湾、国际生物岛、广州塔及南广场都会活力区、广州精品长堤等25个产业价值园区，打造集数字商贸、直播电商、特色文旅、休闲康养于一体的珠江世界级消费服务业发展带。

**“两区”：聚焦中央活力区和南沙滨海新城打造国际文化旅游消费地。**对标伦敦、巴黎等世界著名全球城市，中心城区重点沿珠江前航道培育中央活力区，打造全球高端功能引领地、国际文化旅游消费中心地、品质低碳智慧生活典范区。着力优化中央活力区功能和产业结构，提升商业商务建设量占比至40%左右，加快珠江新城、金融城、琶洲地区、广州塔周边商业消费功能区建设，培育创意文化簇群和新兴个性空间，形成更高能级、更高浓度、更高混合度的全球城市核心高端消费功能集聚区。

对标新加坡滨海湾地区等国际标杆，充分发挥南沙作为国家新区、自贸区、粤港澳全面合作示范区三区叠加政策优势以及大湾区中心区位优势，联动海南自由贸易港，依托南沙游艇会、邮轮母港、高尔夫球会、天后宫等高端消费资源，将南沙湾地区打造成为南沙国际滨海新城。优化用地功能、提升空间品质，引入全球知名的商业投资商、运营商和消费品牌，形成彰显岭南海洋文化特色的国际高端消费功能集聚区。

**“一轴”：拓展提升城市新中轴打造消费地标集聚地。**连片提升广州东站、体育中心、花城广场、海心沙、海心桥、广州塔及周边地区、琶醍、环海珠湿地、海珠创新湾等消费地标、景观节点，并向南联系南沙，在国际消费中心城市培育过程中发挥引领轴心、集聚轴心及辐射轴心的作用。

**2.扩容提质建设市级消费中心**

**一是建设五大新城消费中心。**以高端消费功能集聚为核心，联动周边现有城区，打造国家知识中心城、广州空港城、东部山水城、番禺南部创新城、从化生态示范城五大新城消费中心，加快建设综合性新城商业中心，集聚优质消费资源，优化商业布局，形成层次分明、布局合理、功能完备、业态先进、错位发展的新城商业体系，创新“消费+人文”“消费+生态”“消费+艺术”“消费+智能”业态，打造生态绿色、创新融合、多元包容的消费新场景。

**二是依托现有市级商业中心以“绣花”功夫提质升级存量城区消费中心。**依托现有市级商业中心，强化增存联动、储改结合，推动成片连片综合整备，通过城市更新调优做强存量地区消费功能，重点提升商业质量，优化消费环境，增强文化氛围，规划打造白云新城、科学城、番禺市桥、花都城区、从化城区、增城城区、南沙蕉门河等存量提质型消费中心，推进商旅文体融合发展，强化对周边城镇的服务与辐射带动作用。

**3.培育特色消费功能区**

**建设广州南站枢纽门户消费区。**重点发展场站综合体，加快南站地下空间、陈头岗综合体、南站恒大足球场等重大项目开发建设，打造高质量发展的世界级文商旅消费目的地与都会区。

**建设番禺北部商旅特色消费区。**重点以万博商务区、广州长隆旅游度假区为核心，打造粤港澳大湾区文商旅融合发展典范区。

**建设南沙南部滨海消费区。**持续推进粤港澳大湾区精准医学产业基地、南沙水鸟世界-湿地公园、南沙渔业产业园、恒大文旅城等重点项目，着力发展新能源汽车、主体乐园、生物医药与大健康、数字经济相关产业。

**建设庆盛粤港深度合作消费区**。充分借助粤澳合作葡语国家产业园、香港科技大学（广州）建设良机，加快导入更多港澳优质消费产业资源，培育发展平台经济消费、共享经济消费、体验消费等新消费业态。

**建设海珠数字创新特色消费区。**重点依托沥滘等连片城市更新及琶洲总部集聚区等产业平台建设，发展会议展览、商务办公、酒店住宿、购物休闲等中高端业态以及夜间消费、创意设计、新零售等新型消费业态。

**建设白云北部临空时尚消费区。**重点依托白云湖数字科技城、美妆产业制造、临空区位等优势，通过数字经济和商贸商业体系的相互促进和融合发展，推动化妆品、生物医药与健康产业特色化、高端化发展，打造环白云山美丽健康产业集聚带。

**建设白云西部物流批发消费支撑区。**重点依托农副产品专业批发市场群与物流资源集聚优势，巩固发展江南果菜批发市场等农产品交易市场，培育优化中央大厨房体系，统筹公路货运场及物流用地，按照高效配置、整合资源的原则，推动商品交易市场数字化转型，建设世界食材交易中心。

**建设从化流溪河特色消费区。**重点依托生态环境优势和乡村历史文化特色资源，大力发展乡村旅游消费，实现农业与休闲观光、农耕体验、文化休闲、科普教育、健康养生等消费深度融合。

**建设花都西部时尚消费区。**重点推动狮岭皮革皮具城（国际）与富力国际环贸港一体化改造，融入对外交流、研发设计、展贸展销功能，推进专业市场向高端服务型、总部型、展贸式、电商化、国际化和创业创新型等现代市场转型发展，打造狮岭时尚消费核心商圈。

**4.打造产业消费示范园区**

**挖掘广州各区产业集群特色与优势，建设服装、珠宝、箱包皮具等“产地型”消费示范园区。**依托番禺服装和珠宝产业集聚区、花都狮岭皮具集聚区、白云美妆产业集聚区、荔湾茶叶花卉产业集聚区等，加快建设以特色制造产业为核心，集研发设计、商品贸易、生产配套、组织营运、体验观光等功能于一体的“产地型”消费示范园区，形成一区一示范的总体格局。

**依托广州商贸业优势，加快批发业转型发展，建设“流通型”消费示范区。**推动批发市场园区化、展贸化、电商化改造，重点推动中大布匹市场、白马服装批发市场等升级为“流通型”消费示范区。支持“流通型”消费示范区搭建自主可控的电子商务和供应链平台，增强直播带货、检验监测、品牌孵化、数字化交易、外贸综合服务等“赋能”功能。

**发挥广州会展业优势，建设“会展型”消费示范区。**加快推进“广交会”展馆四期建设，扩大“广交会”影响力、辐射面，完善周边消费配套功能，实现会展消费“互促互融”。加快广州空港会展中心二期、白云区国际会议中心二期等项目建设，聚焦国际会议、国际展会、商务洽谈等，打造会议、展览、商务、酒店、文旅、总部等一体的粤港澳大湾区临空标志性综合体。

## 城市商圈体系

切实加强规划引领，构建“5+2+4+N”的总体商圈布局体系，推进广州城市商业空间集聚发展、复合发展、品质发展，着力破解优质零售商圈单中心集聚、外围商圈发育不足的短板，提升消费空间的系统性、标志性、引领性，塑造消费新场景、新地标。

**1.建设5个世界级商圈**

做强做优天河路-珠江新城、长隆-万博商圈，逐步有序培育金融城-黄埔湾、白鹅潭、广州塔-琶洲商圈，引进国际知名购物中心、高端特色主题商场、国际一线品牌体验店等新型高端业态和顶级奢侈品牌，打造具有全球影响力和美誉度的标志性商圈，树立全球消费潮流标杆。

**天河路-珠江新城商圈**：将天河路-珠江新城商圈作为整体进行谋划，通过城市更新等方式提升南北中轴商业连贯性及整体景观性。加快培育壮大市场主体，积极发展“首店经济”、夜间经济、直播经济，引进优质增量。争取创建离境退税示范区，推进天河路商圈开展“即买即退”试点。加大文体消费供给，引入国内大型体育赛事或文化演出，培育建设具有全球影响力和美誉度的世界知名商圈。

长隆-万博商圈：推进万博-长隆互联互通、联动发展，开发推广万博-长隆旅游路线。加快长隆“旅游+文化+体育”项目、汉溪大道“两公里商业长廊”等重点项目建设。大力吸引国际国内知名品牌在长隆-万博商圈设立品牌首店、旗舰店、总代理、免税店等，加快楼宇招商引资，引入总部型、头部型企业，推进总部经济、商店经济发展。

**金融城-黄埔湾商圈：**依托广州国际金融城地上岭南风情街、地下百万级商业空间综合体，大力发展定制消费、文化艺术消费等新业态，以及连锁经营、品牌专营等现代商业模式，建设移动支付数字商圈，高起点打造涵盖文化旅游、购物餐饮、休闲娱乐、创新体验等功能于一体的大湾区商业中心标杆、世界级商业中心典范。积极推进保利鱼珠港、新溪旧改等重点项目，建设一批特色化新型城市综合体，谋划地标性夜间经济集聚区，完善高端酒店、商贸休闲、医疗养老、文化传媒、演艺表演等功能布局。推进黄埔综保区建设，探索设立“网购保税+新零售”、免税店、引入国际品牌折扣店，开展古钢琴保税存储展示业务。将城市新中轴拓展提升为时尚消费地标集聚地，打造广州国际消费中心城市核心承载区。

**白鹅潭商圈：**强化商业街区、商圈相关城市更新政策支持，统筹城市更新地区商业功能布局，植入休闲、娱乐、运动、文化等多元要素，广聚全球高端商贸业名企，大力引进国际知名购物中心，高端特色主题商场，鼓励国内外知名时尚品牌在白鹅潭商务区设立全球性，全国性和区域性品牌首店、旗舰店、体验店，打造国内外知名品牌橱窗。依托信义会馆等现有创意园区及珠江钢琴创梦园、广钢遗迹公园等，着力发展会展、演艺等现代融合性文化产业，打造别具风貌特色的珠江黄金西岸滨水时尚文化创新平台。

**广州塔-琶洲商圈：**以珠江为纽带推进广州塔-琶洲东西向联动发展。大力推进建设广州塔南广场项目，加大商业资源投放，补足商业空间缺口，发展以时尚购物、特色餐饮、数字文化、影视休闲为主的消费业态，集聚海内外奢侈品牌和离境退税商店，打造集高端购物、美食休闲等于一体的高端商业综合体。发挥琶洲数字经济产业优势，发展会议展览、商务办公、酒店住宿、购物休闲等中高端业态。推进地上地下一体化开发，增加商业空间供给，培育夜间消费、创意设计、新零售等新业态。

**2.打造2个具有世界影响力的岭南特色商圈**

高质量改造提升广府活力区（北京路—海珠广场）、大西关（上下九—永庆坊）岭南特色商圈，推动设施改造、业态互补，凸显鲜明广府文化、岭南文化特色，培育集历史风貌、品牌购物、文化创意、美食品鉴、休闲娱乐和交互体验于一体的公共空间，增强特色商业街区吸引力。

**广府活力区（北京路—海珠广场）商圈：**推进北京路二、三期改造工程，打造“全球活力、千年城脉、广府商街”品牌，建设集商业购物、文化体验、精品娱乐、特色餐饮、旅游休闲等功能于一体的高品质全国示范步行街。将北京路步行街南拓至天字码头，整合大南路、泰康路、文明路、玉带濠-高第街等特色街区、里坊，打造高品质文商旅融合发展新地标。

**大西关（上下九—永庆坊）商圈：**成片连片整合永庆坊、泮塘五约、上下九步行街、沙面等重点区域，着力提升步行街业态和消费体验，塑造岭南魅力、民间韵味、先锋时尚、都市活力交织共荣的全球消费旅游目的地。整合上下九步行街周边锦纶会馆、玉器街等文商旅资源，加快华林禅寺扩建工程，擦亮岭南第一街品牌。继续推进荔枝湾景区品质提升工程，加快泮塘五约、西关文化生活馆、陈廉伯公馆等片区重要节点活化运营，打造最具老广州风情的城市庭园。

**3.培育4个枢纽型国际特色商圈**

依托海陆空交通枢纽，重点建设广州北站-白云机场、广州南站、南沙湾（南沙游轮母港）、广州东部交通枢纽4个国际特色商圈，发挥集聚辐射国际国内，引领带动湾区作用。

**广州北站-白云机场商圈：**加快白云机场、广州北站空铁联运体系建设，打造广州北站免税核心商圈，培育建设集交通、购物、观光、娱乐、教育等功能于一体的消费综合体。争取在花都选址率先开设市内免税店，做大做强免税经济、夜间消费、新零售、文商旅融合等消费新业态，发展跨境电商、海外仓、保税物流、保税+新零售等业态，加快推进跨境电商零售进口试点等项目建设，在新设口岸设置“离境退税”商业网点。

**广州南站商圈：**大力发展场站综合体，加快南站地下空间等重大项目开发建设，合理布局引进与南站高铁枢纽高度关联的特色餐饮、高端酒店、新型商业等项目，建设引领消费升级现代商业设施。统筹推进南站周边地区高速铁路、城际铁路、城市轨道交通、高速公路建设，优化区域内部交通微循环体系，促进不同交通运输方式无缝衔接。规划打造旅游复合型商业、免税示范街区，特色旅游综合体、文化艺术空间等，强化“购物中心+艺术中心”等功能，建设兼具交通、娱乐、生活、休闲等功能的城央车站。

**南沙湾（南沙游轮母港）商圈**：依托南沙游艇会、邮轮母港、高尔夫球会、天后宫等高端消费资源，发展邮轮经济，带动“船、港、城、游、购、娱”一体化发展，形成国际消费、国际商务、国际交往的核心功能区。培育特色购物街、免税店等业态，依托背山面海的生态景观资源，打造显山露水、活力多元、彰显岭南海洋文化特色的国际高端消费功能集聚区。

**广州东部交通枢纽商圈：**以科技产业、城市服务、会展商务三大引擎打造广州东部轨道客运门户，持续提升广州东部枢纽交通基础设施体系通达程度。支持保利国际金融广场、新世界华南总部、城投雪松发展总部等总部项目集聚，推动东进广场、凯达尔广场等在建商业综合体加快投入运营，通过政策引导，吸引优质企业及项目进驻，打造一批精品聚集、服务优质、环境舒适、接轨国际的标志性商圈。规划布局大型城市购物中心、高星级酒店及会展中心等，发展会展旅游。

**4.打造若干满足人民群众需求的新型城市级商业中心**

着力破解优质零售商圈单中心集聚、外围商圈发育不足的短板，高标准建设培育国家知识中心城、广州空港城、番禺南部创新城（莲花湾）、东部山水城、从化生态示范城五大新城商业中心，提升外围新城的优质零售商业消费服务水平。推进奥体、环市东、农林下路-中山三路、广州大道南、江南西、市桥、南部创新城（莲花湾）、大沙地、科学城、中新广州知识城、白云新城、金沙洲、广州大道北、石井-新市、嘉禾望岗、融创茂、新华-区府、明珠湾、蕉门河、增城广场-城市中轴线、广州科教城、街口-海塱等区级商圈加快建设、提质扩容、更新升级。

**5.发展国际化新型社区商业**

丰富线下体验点、快递配送点、智能取餐点、新式书店、无人便利店、智慧菜市场等新业态，加强出入境服务站、外籍人士物业服务窗口等国际化社区设施配套，实现社区商业品质化、智慧化、国际化发展。结合城市有机更新打通“最后一公里”，建设多元功能集成、线上线下融合、消费便利舒适的综合性社区商业服务中心，实现城区15分钟便民生活圈全覆盖。提高社区商业配置标准，强化生鲜超市、快递送达设施（智能快件箱、快递快餐收发点）等“一站式”便民服务设施配置，打造具有广州特色的5分钟便民生活圈。

## 各区发展指引

聚焦珠江高质量发展带、中央活力区、五大新城与交通枢纽地区，结合各区特色资源与发展基础，开展各具特色、差异化推进的国际消费中心培育建设工作，推动一批新场景、新地标示范项目建设与落地，实现各区协同互补、相互促进、共同提升。

**越秀区：建设广府文化引领型国际消费中心**

以北京路为引领，联动环市东商圈。依托广府文化资源，通过建设高品质文商旅融合发展新地标，打造国际消费中心城市核心区。以北京路创建全国示范步行街为引领，打响“全球活力、千年城脉、广府商街”品牌。打造北京路惠福美食花街、环市东餐饮集聚区、沿江路西餐酒吧街等美食地标。做大做强夜间消费，依托沿江路厚重的历史文化底蕴和丰富的夜间消费产品，打造沿江路夜间经济示范集聚带，打造北京路、环市东、海珠广场三大“夜广州”消费地标，创建国家级夜间文旅消费集聚区。促进新型消费发展壮大，重点发展文旅、体育、健康、会展等产业，打造高品质文商旅融合发展新地标。

**海珠区：建设数字会展平台型国际消费中心**

依托数字经济特色和广交会特色，建设数字会展平台型消费中心。打造一轴一环两平台的消费结构，一轴包括广州塔-新中轴-海珠湿地，一环为环岛消费金环，两平台包括数字经济平台及广交会平台。以琶洲电商企业总部、互联网经济企业总部为龙头，以人工智能和数字经济为核心动力源，大力发展平台消费经济，提升数字消费水平。用好广交会的平台优势，发挥国际会展资源优势，推进广交会展馆四期项目建设，推动国际汽车展、广州设计周等具有国际影响力大型展会举办，建设国际会展型消费中心。

**荔湾区：建设岭南文化引领型国际消费中心**

发挥荔湾老城文化底蕴优势，活化利用岭南文化资源，建设文化引领型消费中心。用好用足荔湾优秀传统文化、名人资源，强化文商旅融合发展。将深厚岭南历史文化资源与商圈、旅游街区等串珠成线、连片成面，从艺态、形态、业态等突出岭南历史文化和珠江风情特色。整合荔湾区西关文化、老字号、骑楼、美食等资源，鼓励引进剧场影院书店、艺术展示空间、手艺人街区等，打造集文化交流、商务服务、公寓居住、商务办公、娱乐休闲度假等功能于一体的商旅文融合综合体。

**天河区：建设国际消费中心核心承载区**

对标伦敦、巴黎等世界著名全球城市，打造国际消费中心核心区，成为全球商品、服务、品牌的输出地。着力优化中央活力区功能和产业结构，加快珠江新城、金融城、周边商业消费功能区建设，培育创意文化簇群和新兴个性空间，形成更高能级、更高浓度、更高混合度的全球城市核心高端消费功能集聚区。充分发挥广州经济第一区的优势，做大做强天河路-珠江新城世界级地标商圈，优化发展空间建设世界级城市中轴。

**白云区：建设活力时尚特色枢纽型国际消费中心**

依托白云区综合城市交通枢纽区位优势和白云新城总部集聚效应和时尚产业优势打造消费活力时尚特色枢纽型国际消费中心。利用美妆、服装、皮具等时尚产业基础，着力提升现有商圈、批发市场品质，把握设计之都建设带来的新契机，形成国际时尚产业集聚区。推动智能家居、时尚服饰、灯光音响等优势产业创新发展模式，加快与新技术、新材料、文化、创意、时尚等融合，增强中高端消费品供给能力，培育全国乃至全球知名品牌。探索个性化定制、柔性制造等服务型制造新模式，打造“全球定制之都”核心节点。

**黄埔区：建设数字科技引领型国际消费中心**

依托区内新一代信息技术产业优势，打造数字科技引领型国际消费中心。依托广州第二中央商务区（黄埔片区）和广州人工智能与数字经济试验区（鱼珠片区）建设，培育壮大数字娱乐、游戏软件等新型消费产业，支持共享经济、平台经济、直播电商等新业态发展，实现消费数字化转型提升。强化珠江岸线改造提升，活化利用历史文化遗产与工业遗产，打造一批集休闲、文化、旅游、生态于一体的新型消费场景。

**花都区：建设商旅融合枢纽型国际消费中心**

充分发挥空港、铁路港联动优势，建设商旅融合枢纽型消费中心。加快空铁联运体系建设，提升枢纽能级，打造全球航空客运的重要节点，争取扩大过境免签城市范围，延长过境停留时间，发展免税、文旅、跨境电商等新业态。充分利用产业和资源优势，以融创文旅城为核心，以山前旅游大道为主线，开发多样化的旅游产品，打造秀全历史文化游、芙蓉嶂会议休闲游、高尔夫度假休闲游、特色小镇深度游、狮岭皮具体验游、汽车工业游等，吸聚国内外客源，提供便利而丰富的消费体验。

**番禺区：建设时尚经济引领型国际消费中心**

依托广州南站枢纽，扩大长隆等热门旅游景点能级，充分利用历史文化旅游资源，促进珠宝等传统产业提升，打造文商旅产多元融合发展的消费中心节点。促进商圈经济提质升级，加快长隆-万博世界级地标和广州南站枢纽型国际商圈建设。以南大干线建设串联特色消费空间，聚焦发展文化旅游、高端酒店、时尚休闲、美食餐饮、文体演艺等消费产业。凸显多元融合特色服务消费。持续办好中国国际珠宝首饰流行趋势发布会、广州国际美食节、番禺国际珠宝节等活动，联动长隆旅游度假区、莲花山旅游区、沙湾古镇、余荫山房等热门旅游项目，汇聚优质客源带动区域消费提质升级，擦亮番禺珠宝、服装、美食、文旅等多张消费名片，打造文商旅体多元融合发展型消费中心。

**南沙区：建设粤港澳滨海型国际消费中心**

对标新加坡滨海湾地区等国际标杆，充分发挥南沙作为国家新区、自贸区、粤港澳全面合作示范区三区叠加政策优势以及大湾区中心区位优势，联动海南自由贸易港，依托南沙游艇会、邮轮母港、高尔夫球会、天后宫等高端消费资源，将南沙打造成为南沙国际滨海新城。以打造粤港澳全面合作示范区为契机，导入港澳特色的餐饮购物、教育医疗、文化娱乐等消费资源，打造国际、港澳知名品牌的集聚地。借助综合保税区、国家进口贸易促进创新示范区政策优势，探索形成商品分拨中心、跨境电商基地等新模式。

**从化区：建设康体特色引领型国际消费中心**

依托本区温泉和马场两大特色，建设康体特色引领的国际消费中心。促进住宿业与温泉旅游行业、特色小镇、大型文旅项目联动，支持体育旅游、康养旅游等新业态发展。办好从化赛马会，丰富周边功能和业态，开发赛马消费及相关旅游产品。结合乡村振兴和美丽乡村建设，开发建设运营特色民宿，打造国际康体旅游型消费中心。

**增城区：建设商旅文融合发展示范型国际消费中心**

以广州东部交通枢纽为核心建设商旅文融合发展示范型国际消费中心重要节点。沿增江画廊打造南北融合的文商旅消费带。北部重点建设华侨城白水寨创意山水文旅小镇，依托精品民宿、温泉酒店、农业公园等，积极开发文化旅游综合体；南部重点打造广州东部枢纽和东部山水新城，高标准建设优质商业设施，聚合优质消费资源、消费客流、消费热度。结合文化底蕴，推动商业项目一镇街一特色，打造一批网红打卡点，推动新业态新模式发展，打造城乡融合特色国际旅游服务型消费中心。

# 第五章 规划实施

## 加强组织保障

坚持全市统筹、部门协同、上下联动、形成合力。加强市、区培育建设国际消费中心城市工作领导小组的领导统筹，原则上每季度召开1次会议推进培育建设工作，研究解决工作中遇到的重难点问题。委托第三方服务机构按年度监测评估培育国际消费中心城市的工作成效，督导有关任务与建设指标的落实。

建立多个部门联动协作、市区共同参与的工作机制，理顺市相关部门之间、市区两级组织之间的任务分工，明确各自的权责。建立健全精简、高效的工作推进机制，对培育建设国际消费中心城市实行“任务项目化、项目清单化、清单责任化”管理，切实抓紧抓实抓出成效。

建立专家顾问咨询机制，搭建涵盖专业机构、企事业单位、行业代表的专家技术咨询委员会，为国际消费中心城市的各项工作的规划及实施提供长期性技术指导。

## 强化规划引领

完善培育建设国际消费中心城市的规划传导体系，强化市层面发展目标与重点任务的压实和传导。各区根据自身发展条件与发展设想，制定培育建设国际消费中心城市的近期发展规划，进一步对接市级发展规划的要求，突出自身的优势、提出特色化的发展定位、明确近期落地的重点项目，形成“1+11”的国际消费中心城市发展规划体系。

加快推进各区特色商圈建设方案编制，在落实“5+2+4” 国际知名商圈体系布局要求的基础上，形成各区自身的商圈发展体系；加快推进各区消费示范园区的培育建设工作，依托各区产业集群优势建设具有引领性的新型消费空间；编制各区特色商业街区综合提升及特色消费场景规划，依托交通枢纽、特色专业市场、文体、医养、美食等资源优势，打造一批具有示范性的商业街区与消费场景。

## 推动重大项目落地

建立重大项目常态化管理机制。根据“建立中长期消费项目储备库-筛选年度消费项目-确定年度重大项目”的方法，分梯次动态审核筛选，分先后、分重点推进重大项目。

坚持“规划先行、计划引领、列表督办”的原则，梳理形成一批关系国际消费中心长远发展的项目，纳入中长期消费项目库进行分类储备；围绕五大工程及两大体系等主要任务，将千年商都品牌打造、商圈规划与建设、产业型消费园区策划与转型、特色商业街区改造与提升等等建设工作列为年度消费项目进行优先督办；针对投资额度高、集聚人流力度强、影响力广泛、对广州消费能级提升带动力大的重大项目，设立项目推进实施的“加急清单”和“绿色通道”，集各部门之力确保其快速落地。

## 建立“监督-评估”机制

强化对规划实施效果的追踪与评估。积极开展规划实施评估，建立“月度监测-季度体检-年度评估”的定期评估机制。围绕商务部国际消费中心城市建设总体方案制定的主要发展目标指标，明确体检评估的主要指标、调查方式、工作组织机制等内容，提出体检评估方案，建立国际消费中心城市评估体系。围绕建设国际消费中心发展目标体系，重点监测社零情况、线上线下消费等核心数据，持续追踪“5+2+4”国际级商圈和市、区级传统商圈（商业街）等消费空间建设情况，对相关指标进行收集、分析和评估，编制年度国际消费中心城市发展体检报告。根据评估结果调整相关实施策略与行动计划，及时修正下年度的工作重点，持续实现规划动态维护，强化规划实施效果。

## 加大政策支持

创新用地管理政策，适度放宽用地兼容性，支持商业功能融入其他用地，适度放宽商业用地的容积率、建筑密度等强制性指标的限制，支持灵活的商业空间设计和多样化、复合化的消费场景打造。

创新商业用地出让政策，优化土地出让机制。参照上海、深圳等城市“双信封”用地出让的做法，鼓励通过“方案比选+用地竞价+竞自持”结合的方式推进商业用地出让工作，保障商业项目顺利落地与长期营运。

加大金融政策支持，引导社会资本设立消费领域股权基金、创业基金、产业基金，投向新消费关键领域、重点领域、薄弱环节和应用示范项目。鼓励商业银行开发符合消费型经济特征的融资产品，大力发展商圈融资、供应链融资等创新型融资方式。

加大财政支持力度，每年安排预算支持培育建设国际消费中心城市等相关工作，重点促进商贸流通与消费升级、专业市场优化、重点商圈（步行街）改造提升，为重点商圈开展国际竞赛规划、引入优质商业项目资源、组织对外交流合作等各项工作提供专项资金奖励或支持。

## 扩大公众参与

进一步扩大公众参与的深度与广度，提升规划公众参与水平。搭建全过程、全方位的公众参与平台，保障公众及时获取规划信息并有效反馈意见，鼓励和引导社会组织成为代表公众参与规划实施的主体，引导公众积极为城市发展建言。建立多类型的公众参与形式，采用问卷调查、专家咨询、主题沙龙、主题活动、成果宣传等多元化的形式，激发公众参与的热情，推动更多公众、更广泛参与到建设国际消费中心城市的行动之中。

1. 优质零售商业：根据戴德梁行报告的定义，特指集中自持型（非散售型）、统一经营面积在5000㎡以上的零售商业物业（涵盖购物中心及商业街区等）规模总量。 [↑](#footnote-ref-0)
2. 优质商业营运商：根据根据戴德梁行报告的定义，主要包括第一梯队的太古、恒隆、北京华联（SKP）、九龙仓、新鸿基、香港置地，第二梯队的瑞安、新世界、三井、恒基兆业、华润置地、嘉里、希慎兴业投资、鹰君，第三梯队的领展、凯德、大悦城、华侨城等。 [↑](#footnote-ref-1)