



广州市人民政府公报

GAZETTE OF THE PEOPLE'S GOVERNMENT OF GUANGZHOU MUNICIPALITY

2023

第9期（总第942期）

广州市人民政府公报

2023 年第 9 期（总第 942 期）

2023 年 3 月 30 日

目 录

广州市人民政府文件

广州市人民政府关于印发广州市建设国际消费中心城市发展规划（2022—2025 年）的通知
（穗府〔2023〕6 号） (1)

部门文件

广州市商务局关于印发广州市支持商业网点建设若干措施的通知
（穗商务规字〔2022〕6 号） (61)

广州市人民政府文件

穗府〔2023〕6号

广州市人民政府关于印发广州市建设国际消费中心城市发展规划（2022—2025年）的通知

各区人民政府，市政府各部门、各直属机构：

《广州市建设国际消费中心城市发展规划（2022—2025年）》业经市委、市政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。实施中遇到问题，请径向市商务局反映。

广州市人民政府

2023年2月25日

目 录

第一章 发展基础与形势

一、发展基础

二、特色与优势

三、短板与不足

四、发展形势与趋势

第二章 发展目标与策略

（本文与正式文件同等效力）

- 一、规划原则
- 二、主要政策及规划依据
- 三、发展定位与目标
- 四、发展策略

第三章 构建产业型、流量型、服务型消费体系

- 一、构建产业型消费体系
- 二、打造流量型消费体系
- 三、打造服务型消费体系

第四章 优化消费空间品质

- 一、推动商圈品质提升
- 二、打造新型消费场景
- 三、推进商品市场升级
- 四、提升城市空间品质

第五章 提高中心辐射能级

- 一、建设国际综合交通枢纽
- 二、建设便利交通网络
- 三、打造全球贸易枢纽
- 四、构建湾区消费枢纽

第六章 提升消费国际化水平

- 一、扩大“千年商都”国际影响
- 二、汇聚全球消费资源
- 三、广聚国际消费客群
- 四、完善国际消费制度体系

第七章 发展布局

- 一、消费空间布局
- 二、城市商圈体系
- 三、各区发展指引

第八章 规划实施保障

- 一、加强组织领导
- 二、强化规划引领
- 三、建立“监督—评估”机制
- 四、加大政策支持
- 五、加强消费人才建设
- 六、扩大公众参与
- 七、推进重大项目落地

实施保障分工一览表

各区发展布局及重点片区建设指引表

市域消费空间体系布局规划图

城市商圈体系布局规划图

第一章 发展基础与形势

一、发展基础

（一）消费规模领先。

广州作为拥有约 1800 万常住人口¹的一线城市，2021 年城市接待过夜旅游人数 4307.73 万人次，其中，入境旅游者 164.77 万人次，境内旅游人数 4142.96 万人次²，具备广阔的消费市场。2021 年，广州地区生产总值突破 2.82 万亿元³，城市排名全国第四。“十三五”期间，全市社会消费品零售总额连续突破 8000 亿元、9000 亿元⁴，“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⁵。批发零售业商品销售总量位居全省第一、全国前列。

（二）消费资源集聚。

凭借广交会等平台，广州一直是优质名品的全国集散中心。珠三角成熟的工业体系为广州的消费市场提供了强大的产业支撑。在时尚消费领域，广州品牌培育屡

¹数据来源：《2021 年广州市国民经济和社会发展统计公报》

²数据来源：《2021 年广州市国民经济和社会发展统计公报》

³数据来源：《广州市人民政府工作报告（2022 年）》

⁴数据来源：2016、2017、2018、2019 年广州市国民经济和社会发展统计公报

⁵数据来源：《2021 年广州市国民经济和社会发展统计公报》

获突破，诞生了一批本土美妆和服饰品牌。据统计，广州化妆品企业注册登记数量全国第一，占全国比重 50% 以上，荣膺“2020 天猫新国货美丽之城”。广州本地老字号数量众多、特色明显，“广州老字号”企业达到 138 家，品牌享誉国内外。国际一线品牌的首店首发不断增多，太古汇、天环广场等高端商业综合体内首店数量领跑华南。

（三）消费载体众多。

全市商服类建筑面积约 6500 万平方米，其中零售商业建筑约 3300 万平方米⁶。广州有天河路、北京路等一批国内知名商圈；北京路成功创建全国示范步行街，是广州千年商都的重要展示地。天河路商圈经营面积、销售规模、市场主体数量、客流量等指标处于国内领先地位。全市有 551 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⁷。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、三元里皮具市场、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”。

（四）消费业态创新。

2021 年，广州限额以上批发和零售业实物商品网上零售额为 2209.07 亿元，同比增长 12.6%，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 21.8%⁸。跨境电商发展走在全国前列，广州跨境电商进出口规模已从 2014 年的 14.6 亿元增加到了 2021 年的 675 亿元，增长 46 倍，零售进口规模连续 8 年全国第一⁹。此外，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、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；广州跨境电商综合试验区发展总指数、发展规模指数居全国第一。

二、特色与优势

（一）“千年商都”的底蕴优势。

广州是中国古代海上丝绸之路的发祥地，广州港是世界唯一两千年长盛不衰的大

⁶数据来源：项目组根据广州市第三次全国国土调查统计

⁷数据来源：《广州蓝皮书：广州国际商贸中心发展报告（2021）》

⁸数据来源：《2021 年广州市国民经济和社会发展统计公报》

⁹数据来源：《跨境电商“广州模式”》，广州市商务局，

http://sw.gz.gov.cn/swzx/swyw/content/post_8697157.html

港。发达的海上贸易使得广州自古以来就是中国的商业门户，有着“千年商都”的美誉。凭借港口优势，作为中国南大门的广州在历史中实现了与东南亚、西亚、北非、欧洲的贸易和经济文化交流，对中华民族文化，特别是岭南文化的传扬起到了积极作用。两千多年历史孕育的广府文化、粤商文化，以其特有的开放、包容、创新、务实的精神气质，成为推动广州经济社会持续发展的深厚动力。成千上万粤商传承商脉，连通海内外形成覆盖全球近 200 个国家的商业网络，构成了广州独特商贸基因，促使广州形成良好的营商环境和深厚的商贸基础。

（二）“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。其中，代表性的纺织服装产业规模大、品类全、产业链条完整，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。此外，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。在汽车制造领域，2021 年广州市汽车制造业规模以上总产值达 6118 亿元，汽车总产量 296 万辆，居全国第一¹⁰，为汽车消费提供了强大的产业支撑。

（三）国家中心城市的服务优势。

广州是华南唯一的国家中心城市，在医疗、教育、体育等服务领域具备强大优势。医疗领域资源丰富，三甲医院数量、百强医院数量、临床重点专科获评数量以及入选医院数量，均稳居国内第三。在临床检测、医药研发、药材贸易等方面亮点颇多，已形成集研发、制造、健康服务、商贸于一体的医养产业体系。在教育领域，广州是南方高校最密集的城市、华南地区的科教中心；全市拥有 80 多所高等院校，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。在体育领域，广州 2010 年成功举办第 16 届亚运会，具有良好的体育赛事基础。

（四）地处大湾区中心的区位优势。

粤港澳大湾区消费市场庞大，是广州消费客源的核心腹地。据统计，疫情前粤港澳大湾区（2019 年）消费总量共计约 37800 亿元。粤港澳大湾区拥有强大制造业体

¹⁰数据来源：《2021 年广州市国民经济和社会发展统计公报》

系，可提供源源不断的消费货源。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。

（五）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，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，早茶文化、玉器文化、饮食文化、广式服务等更是广州传统民俗文化的亮点。广东省是我国著名侨乡，有 3000 多万海外侨胞，占全国海外侨胞人数一半以上，分布世界 160 多个国家和地区。广州作为广东省省会城市，吸引了众多侨资企业回乡创业发展，促进了与海外侨胞的经济和文化交流，形成了融合海外文化和本土文化的独特“侨乡文化”。侨乡的历史、文化、建筑、艺术等也成为广州重要的旅游资源，为广州建设国际消费中心城市提供了有力的支持。

（六）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。广州餐饮行业发展良好，行业规模大，是全国首个餐饮总收入破千亿元的“餐饮大市”；广州餐饮市场活跃度高，餐饮门店数量超 22 万家。2020 年全市新设餐饮服务单位 40745 个，同比增长 11%¹¹；广州餐饮菜系丰富度高，形成粤菜领先，川菜、湘菜追赶，多菜系并存发展的多元化格局，是名副其实的“美食之都”。此外，广州还是全国“粤菜大本营”。广州的早茶文化、粤菜文化底蕴深厚、经久不衰，全市粤菜门店数量超 3.8 万家，占全国 1/8¹²；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¹³；截至 2021 年 7 月，广州市培训认定“粤菜师傅”6653 人¹⁴，“粤菜师傅”工程稳步推进，进一步稳固了粤菜大本营地

¹¹数据来源：《广州蓝皮书：广州国际商贸中心发展报告（2021）》

¹²数据来源：《广州蓝皮书：广州国际商贸中心发展报告（2020）》

¹³数据来源：广东省餐饮服务行业协会《中国粤菜产业发展报告》

¹⁴数据来源：广州市人力资源和社会保障局

位。广州粤菜的繁荣还得益于强大的粤菜食材流通枢纽作用，一德路市场、黄沙水产市场等市场的食材流通量在全国领先，为美食之都和粤菜大本营提供了强有力的支撑。

（七）枢纽城市的流量优势。

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，素有“中国通往世界的南大门”之称，是集公路、铁路、航空、水运等国家级枢纽为一体的国际性综合交通枢纽城市。2021 年客运总量 468290 万人次，位居全国第三¹⁵；各类运输方式完成旅客运输量合计 22004 万人次¹⁶，其中白云机场旅客吞吐量 4026 万人次¹⁷。2021 年各类运输方式完成货物运输量合计 98175 万吨。其中公路货运量 53204 万吨，水运货运量 40765 万吨，铁路货运量 2292 万吨，民航货运量 119 万吨，管道货运量 1797 万吨¹⁸。

（八）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。2021 年全市重点场馆举办展览 388 场。重点场馆展览面积 683.81 万平方米，同比增长 57.2%。接待参观观展人数 648.43 万人次，同比增长 32.9%，场次和面积均居全国第二¹⁹。广交会已经举办 132 届，是名副其实的“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专业性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，位居入围 100 大榜单中国展览的首位。

三、短板与不足

¹⁵数据来源：2021 年全国中心城市客运总量统计，交通运输部综合规划司，

https://xxgk.mot.gov.cn/2020/jigou/zhghs/202201/t20220119_3637306.html

¹⁶数据来源：《广州市 2021 年国民经济和社会发展统计公报》

¹⁷数据来源：《广州市 2021 年国民经济和社会发展统计公报》

¹⁸数据来源：《广州市 2021 年国民经济和社会发展统计公报》

¹⁹数据来源：《广州蓝皮书：广州国际商贸中心城市发展报告（2022）》

(一) 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。

商业载体品质化不足。广州除天河区外，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 2022 年第二季度，广州优质零售商业²⁰总存量约 479.3 万平方米，位居国内一线城市第四，距离北上深的优质零售商业总存量有一定的差距。据第三方机构不完全统计，广州人均优质商业面积 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，中心城区商业设施和业态逐步老化，传统商圈日渐衰落；同时在电商的冲击下，商圈吸引力大打折扣。外围城区的商圈规模提升缓慢、吸引力不强，新增大型商业项目较少，吸引力及客流量未有明显提升。

优质商业运营商²¹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。根据戴德梁行数据显示，截至 2022 年，进驻广州的优质商业运营商项目数量合计 12 个，与上海（67 个）、北京（32 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、维多利亚广场、国金天地等），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。

(二) 品牌化程度不足，消费知名度有待进一步提升。

国际知名品牌渗透率较低。根据戴德梁行数据统计，2021 年，广州进驻国际奢侈品品牌数量为 97 家，位居全国城市第 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。2021 年，广州新增首店数量超过 214 家，但国际知名品牌首店数仅有 8 家，其余以本土品牌为主，知名品牌首店国际化率较低，与自身城市经济人口地位不匹配。广州的特色产业品牌转化不足。广州拥有纺织服装、皮革皮具、美妆日化等产业集群，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，缺乏以品牌为引领统筹设计研发、运营销售等高价值环节，导致大部分产品缺少市场竞争力。广州传统老字号发展存在不足。在发

²⁰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 40000 m²以上的零售商业物业（涵盖购物中心及商业街区等）。

²¹优质商业营运商：根据戴德梁行报告的定义，主要包括第一梯队太古、恒隆、北京华联（SKP）、九龙仓、新鸿基、香港置地，第二梯队瑞安、新世界、三井、恒基兆业、华润置地、嘉里、希慎兴业投资、鹰君，第三梯队领展、凯德、大悦城、华侨城等。

展规模上，广州“中华老字号”有 35 个，排名全国第 5，与上海（180 个）、北京（116 个）差距悬殊。其他本土老字号企业经营模式单一传统，难以满足年轻消费群体的个性化消费需求，总体经营状况不容乐观。

（三）国际化水平不足，国际消费力有待进一步提升。

广州尚未充分挖掘自身的历史文化资源，未构建能形成具有强大吸引力的国际旅游消费目的地。广州暂无世界文化遗产旅游资源，5A 级景区仅 2 个、4A 级景区仅 28 个，与北上渝杭等城市存在较大差距。此外，国际交流活动的带动作用未充分凸显。疫情前，广州举办国际会议数量仅 17 场，举办国际体育赛事 32 场，处于国际消费中心培育建设城市的中游水平（2019 年）。国际交流活动少导致广州对国际人群的消费吸引较低。尽管疫情前广州入境旅客高达 899.4 万人次（2019 年），入境旅客数量全国排名第 2，但在入境游客的构成上，绝大部分来自港澳台地区，外国游客占比仅为 38.5%。

（四）体系化程度不足，消费链功能有待进一步提升。

消费链条体系化程度不足。强大的产业体系未能有效调动消费意愿。广州的消费品生产企业普遍呈现小而散状态，例如纺织服装、皮革皮具等消费品生产企业多为自发、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。广州纺织服务业产业集群大多分散在全市的村级工业园或城中村中，产业集聚效应较弱，尚未形成具有国内外影响力的超大型园区。另一方面，广州文化影视、体育、教育、医疗等服务行业的消费功能不完善，服务消费的模式尚不成熟。此外，消费与其他功能在空间缺乏有效融合。例如广交会展馆周边功能单一，未能有力带动游客消费。空铁枢纽交通功能与消费功能结合不够紧密，无法有效截留过境旅客，过境人流无法转化为消费客流。

四、发展形势与趋势

（一）发展形势。

形势一：新发展格局下消费对经济发展承担的基础性作用。

习近平总书记在党的二十大报告中提出，坚持以推动高质量发展为主题，加快构建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。把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性，

（本文与正式文件同等效力）

提升国际循环质量和水平；着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用。当前我国经济格局已发生悄然变化。我国外贸依存度由 2006 年的 64% 下降至 2021 年的 34%²²，最终消费支出对 GDP 贡献率由 2006 年的 43.2% 上升至 2021 年的 65.4%²³，以消费带动的国内大循环已经成为经济发展的主要支撑，消费对新发展格局的支撑作用逐渐增强，消费供给水平和消费实现能力成为拉动城市经济增长的重要动力。

形势二：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》（以下简称《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重要举措，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》强调广州作为中心城市要在大湾区建设中发挥核心引擎作用，特别突出广州要“全面增强国际商贸中心功能”，进一步提升对湾区产业与服务资源的整合能力、对湾区消费要素的集聚能力。2022 年，《广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案》提出加快广州南沙粤港澳重大合作平台建设，打造重大科技创新平台、培育发展高新技术产业、推动国际化高端人才集聚、增强国际航运物流枢纽功能等，为广州集聚消费资源、提升消费国际引领度，打造湾区消费枢纽核心城市提供了重要机遇。

形势三：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，是习近平总书记对广州的重要指示要求。近年来，为高质量实现“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。“老城市新活力、四个出新出彩”对进一步完善城市消费

²²数据来源：中国国际贸易促进委员会浙江省委员会，

http://www.ccpitzj.gov.cn/art/2022/7/27/art_1229557691_35239.html

²³数据来源：《消费市场提质扩容流通方式创新发展——党的十八大以来经济社会发展成就系列报告之七》，国家统计局，

http://www.stats.gov.cn/xgk/jd/sjjd2020/202209/t20220922_1888593.html

功能、营造国际化消费环境、打造特色消费场景、推动城市消费环境持续升级等有着重要意义。

（二）发展趋势。

趋势一：消费内容从实物消费向服务消费转变。

从先进国家的发展经历来看，美国在上个世纪五、六十年代人均 GDP 突破一万美元以后，全美的服务消费规模迅速提高。从上个世纪六十年代开始，美国商品消费（即耐用品与非耐用品消费）占比逐步下降，以医疗服务消费、体育消费、教育消费、文娱消费为代表的服务消费逐步攀升，并在上个世纪七十年代超过商品消费，成为美国居民消费支出的主要内容。

目前广州的人均 GDP 已经突破两万美元，相当于美国上个世纪八十年代的发展水平。但在消费结构上，广州服务消费规模占总消费支出仅约 40%，仅为美国同期发展水平的 2/3，服务消费仍有较大提升空间，服务消费是消费升级的主要方向。

趋势二：消费空间向功能复合化演变。

在消费者日益升级的消费需求的驱动下，消费空间功能混合化的发展趋势愈加显著。以购物中心为代表的传统消费空间开始植入展览、游憩、文教甚至康养功能，打造了诸如“博物馆+消费”“美术馆+消费”“公园+消费”“疗养+消费”等多种新型消费空间场景，消费空间不仅承担满足消费者日常购物的基本需求，也要承担消费者的娱乐、文化、艺术、体育、旅游等各项城市生活的精神需求。

趋势三：消费主体向 Z 世代、新中产、银发族等群体转变。

据统计，我国 1995—2009 年间出生的 Z 世代人口数约有 2.65 亿人，约占我国总人口数的 20%，已成为不可忽视的消费主体。2019 年我国 25 岁到 45 岁的新中产消费者已经超过 2 亿，已经成长为中国消费的“中流砥柱”。随着老龄化的发展，银发消费市场规模将不断扩大。截至 2019 年末，我国 60 岁及以上人口有 2.54 亿，占总人口的 18.1%。Z 世代、新中产、银发族成为我国未来消费的三大主体。

趋势四：消费热点向定制化、个性化、新国货延伸。

在数字经济迅速发展、年轻人独立意识增强的趋势下，消费者的个性需求被进一步挖掘，定制化消费将持续成为消费热点。随着中国制造持续升级，以 3C 数码、服饰、美妆、住宅家具等为代表的国货品牌逐渐赢得消费者青睐。疫情期间我国生

产企业逐步开拓国内市场，推动国货持续崛起。在短视频、直播等新媒介的推动下，消费热点持续向新国货转移。

趋势五：消费形态向数字化快速转变。

数字经济是互联网技术在产业、商务和生活中广泛应用而形成的经济形态。新冠疫情推动了线上消费的逆势增长，全国性大规模的在线购物、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。疫情的出现加速了线上消费的发展，2020年网购在社会消费品零售总额比重增加5%以上、总占比超过30%，快递物流突破800亿单，人均超过50单，我国在全球率先进入了数字经济新时代，催生了多样化的消费新产品、新模式和新业态。

趋势六：消费关系由以“物”为核心转变为以“人”为核心。

各类社交网络平台的建立使得消费者与商家之间得到前所未有的全方位交流，消费者的角色向“粉丝”转变，而消费个体之间的关系则以特定偏好为纽带和标记，在网络上逐渐形成“粉丝社群”，消费者多样化、个性化的消费需求与生产端、销售端实现了完美的对接。

第二章 发展目标与策略

深入贯彻落实党的二十大精神，坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的基本理论、基本路线、基本方略，深入贯彻习近平总书记对广东系列重要讲话和重要指示批示精神，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，坚持稳中求进工作总基调，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，加快高质量实现“老城市新

活力、四个出新出彩”。

一、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。

坚持科学规划、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。抢抓区域全面经济伙伴关系协定（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。

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，切实做到在保护中利用、在利用中发展。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。

坚持协同共建、相得益彰。深入落实《广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案》，抓住粤港澳大湾区发展重大机遇，强化交通对接、规则衔接、产业共建、环境共塑、消费共促，携手港澳把大湾区打造成全球最具活力和竞争力的国际消费枢纽。

坚持创新引领、供需互促。大力推进供给侧结构性改革，强化创新支撑、新品开发、品牌培育，发展新业态新模式，拓展新领域新场景，满足品质生活新需求，促进形成需求牵引供给、供给创造需求的良性发展格局。

二、主要政策及规划依据

（一）商务部等 14 部门《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》（商运发〔2019〕309 号）

（二）《商务部 国家发展和改革委员会 住房城乡建设部关于印发〈培育国际消费中心城市总体方案〉的通知》（商消费函〔2021〕395 号）

（三）《广州市人民政府关于印发广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案的通知》（穗府〔2021〕15 号）

（四）《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》（粤府〔2021〕28 号）

（本文与正式文件同等效力）

(五)《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》(穗府〔2021〕7 号)

(六)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

(七)《粤港澳大湾区发展规划纲要》

(八)《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》

(九)《广州市国土空间总体规划(2019—2035 年)》(在编)

三、发展定位与目标

(一) 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,构建国内大循环为主体,国内国际双循环相互促进的发展格局,统筹好消费需求侧和供给侧,兼顾好实物消费与服务消费,协调好线上消费和线下消费,依托广州强大的产业基础、交通优势和服务能力,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。

全球综合性国际消费中心城市。加快融入新发展格局,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华南市场的首选地。

商业活力绽放的千年商都。以场景营造重塑千年商都魅力,演绎现代精致生活,创造美好生活的广州样本。充分发掘海丝文化、岭南文化等传统文化特色,发扬华侨重商传统,以新消费为“老城市”注入“新活力”,实现“四个出新出彩”。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,挖掘传统商业历史遗址的价值,彰显商业活力与魅力。

引领中国现代消费潮流的标杆城市。充分发挥商都优势,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；引领消费潮流，挖掘广州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，把广州建成服务华南地区和全国、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。

汇聚区域资源的大湾区消费枢纽。引领湾区合作，深化穗港澳合作，强化广深“双城”联动，以南沙为极点推动与横琴、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。

（二）发展目标。

依托粤港澳大湾区产业发展大协同、创新资源大集聚、国际交通大枢纽、国际贸易大通道、消费潜力大释放优势，用好区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）机制，聚焦“国际”、紧扣“消费”、突出“中心”，围绕“产业型”“流量型”“服务型”特征建设国际消费中心城市，大力提升广州国际知名度、通达便利度、政策引领度，增强消费繁荣度、商业活跃度，更好汇聚全球消费资源、吸引全球消费人群。用 5 年左右时间，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、双向互济共进，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。

——**提升国际知名度。**吸引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、国际性会展会议举办、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。推动国际交往中心与国际消费中心协同共建，实现城市形象地位的国际传播力、影响力显著提高，成为近悦远来的著名全球城市。

——**增强消费繁荣度。**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，创新消费供给的智造名城。推动新业态、新模式持续快速健康发展，进一步巩固提升“电商之都”地位，促进文、商、旅、体、医、美（容）深度融合，数字艺术、数字创意蓬勃发展，提升城市消费能级，提升“乐玩广州”“美在花城”世界影响力，成为引领消费升级的时尚之都，建成满足多元需求的服务高地。

——**提高商业活跃度**。建成国际级、城市级、现代社区等层次清晰、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。

——**提升到达便利度**。国际综合交通枢纽能级显著提升，建立面向全球、四通八达、抵离便捷、接驳高效的立体交通网络。国际航线覆盖城市和地区数量持续增加，国内高铁联系度大幅提升，市内地铁通达便利程度显著提升。优化交通枢纽与商圈、商业街区、标志性景点等交通对接，促进商业服务设施与市政交通的便捷互联。

——**凸显政策引领度**。突出政府统筹协调，建立高效的组织领导和部门协调工作机制；遵循城市发展规律和市场规则，加强政策创新与规划引导，锚定“国际”重要方向、积极扩大内需、促进消费，从企业培育、营商环境、金融支持、用地供给、人才支撑等方面营造良好消费政策环境。

表 1 广州建设国际消费中心城市指标体系

维度	序号	具体指标	2021 年值	2025 年目标值	牵头单位
国际知名度	1	全球城市竞争力排名	中国社科院公布全球城市竞争力排名第 23 位	提升	市发展改革委
	2	入境游客接待量	164.77 万人	200 万人	市文化广电旅游局
		入境游客接待国别	212 个	214 个	市文化广电旅游局
	3	国际组织（机构）数量	4 个	5 个	市委外办
		世界 500 强企业进驻数量	330 家	335 家	市商务局

维度	序号	具体指标	2021 年值	2025 年目标值	牵头单位
国际知名度	4	国际国内重大国际会议数量	41 场	45 场	市委外办
		展会数量及面积	688 场 684 万平方米	690 场 1200 万平方米	市商务局
	5	世界文化遗产数量	0 个	0 个	市文化广电旅游局
	6	5A 级以上景区数量	2 个	3 个	市文化广电旅游局
	7	4A 级以上景区数量	28 个	38 个	市文化广电旅游局
消费繁荣度	8	社会消费品零售总额	10123 亿元	11765 亿元	市商务局
	9	居民人均消费支出	47162 元	48100 元	市发展改革委
	10	国内国际旅游花费	2886 亿元	6000 亿元	市文化广电旅游局
	11	服务业增加值	2.02 万亿元	2.53 万亿元	市发展改革委
	12	消费品进口额	765.3 亿元	780 亿元	市商务局
	13	批发零售业商品销售额	56679 亿元	60149 亿元	市商务局
	14	住宿餐饮业销售额	798 亿元	820 亿元	市商务局
	15	年营业额达百亿元的商贸企业数量	55 个	65 个	市商务局
	16	年营业额达亿元的住宿餐饮企业数量	54 个	63 个	市商务局
商业活跃度	17	标志性商业街区数量	42 个	45 个	市商务局
	18	国际知名商品和服务品牌进驻数量	2000 个	2200 个	市市场监管局、市工业和信息化局、市商务局
	19	中华老字号数量	35 个 138 个（广州老字号）	35 个 148 个（广州老字号）	市商务局、市国资委

(本文与正式文件同等效力)

维度	序号	具体指标	2021 年值	2025 年目标值	牵头单位
商业活跃度	20	免税店和离境退税商店数量	76 个	300 个	市商务局、广州市税务局、市财政局
	21	三星级及以上旅游饭店床位数	4.27 万个	3.5 万个	市文化广电旅游局
	22	第三产业固定资产投资	7381.6 亿元	3000 亿元	市发展改革委
	23	消费者满意度	根据中消协测评排全国第 28 名	排名全国 20 名以内	市市场监管局、市发展改革委、市商务局
到达便利度	24	国际国内航班通达城市数量	通航点 208 个	通航点 240 个	省机场集团
		国际国内航班通达航线班次数量	起降架次 36.25 万架次	起降架次 50 万架次	省机场集团
	25	高铁/动车直达城市数量	163 个	170 个	市发展改革委、中国铁路广州局集团
		高铁/动车直达车次数量	982 次	1080 次	市交通运输局、市发展改革委、中国铁路广州局集团
	26	地铁运营总里程	590 公里	900 公里	市发展改革委、广州地铁集团
	27	高速公路途经条数	40 条	49 条	市交通运输局
	28	网约车数量	12.05 万辆	21 万辆	市交通运输局
政策引领度	29	领导组织和部门协调机制	/	优化	市商务局
	30	规划、目标、实施方案	/	优化	市规划和自然资源局、市商务局
	31	政策创新和配套措施	/	优化	市委、市政府各部门

四、发展策略

策略一：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。弘扬岭南文化、华侨文化优势，焕发“千年商都”活力；依托产地优势，做强发展“服饰+美妆+珠宝+箱包”全时尚消费、壮大智能新能源汽车消费、提升家电家居消费、培育特色农产品消费；突出服务优势，加强“美食之都”“医养高地”“体育名城”的塑造，推动交通流量、会展流量、旅游流量高效转化为消费“留量”。

策略二：品牌化引领。

提升广州品牌综合影响力。实施“全球优品汇聚”行动，充分发挥广交会及各类专业展会等平台的引流作用，持续发力“首店首发”经济，增强对全球消费品牌汇聚能力。实施“广州名品创优”行动，实施老字号“振兴行动”，持续做大“老字号”品牌的影响力；积极培育“新广货”品牌，充分发挥本地产业集群优势，孵化凸显本地特色的新品牌。

策略三：国际化拓展。

扩大“对外开放”，实施“聚客源、聚机构、拓市场”行动。积极汇聚国际客源，申办高水平商务活动汇聚商务人士，举办综合专业性展贸会议吸引会展客群，打造精品级旅游景区吸引外来游客；积极招揽国际机构，重点吸引消费领域相关的服务机构与组织选址广州，打造区域性国际机构总部中心；积极开拓国际市场，充分利用传统媒体与网络平台，持续做好城市宣传，提升国际影响力。

策略四：品质化集聚。

做大优质商业载体的规模，围绕高水平商圈建设，加大优质商业载体的供给；依托各区已有商圈的基础，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商业运营商制定招商优惠政策，全面提升广州商业运营的服务水平。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”，避免消费空间需求与供给错配。

策略五：体系化整合。

促进产业链与消费链补强重整，对重点消费行业和领域进行链条诊断、价值评估和体系梳理，提升链条整体品质和能级，释放链条消费能力。强化产业链与消费

链协同融合，以专业市场和重点商圈为抓手，融入展示交易、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，推动功能单一的产业体系向功能复合的新型消费体系转型。

策略六：市场化推进。

充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，有序引导社会资本助力消费行业加速成长。建立消费产业基金，引导社会资本设立消费基金、创业基金、产业基金，投向新消费关键领域。协助优质消费企业通过并购整合的方式，扩大在重点消费领域的话语权；鼓励优质消费服务企业上市，扩大广州消费服务企业的规模与行业影响力。

策略七：数智化发展。

以数字化提升消费行业智能化水平。加快数字基础设施建设，整合算力、算法、数据、应用等资源，构建城市超算互联网体系，提高城市智能算力资源。推动超算资源互联互通与共享交易，为生产经营与消费活动提供多样化的算力服务，助力产业链、消费链数字化、智能化升级。持续推动网络消费升级与电子商务升级。以“互联网+消费”为主线，推动消费链条各环节实现“线上线下相互融合”；充分发挥广州作为传统贸易枢纽的流量优势，促进线下流量与线上流量相互引流，打造一批整合打通产业链、供应链和消费链的新型电商平台。

策略八：场景化塑造。

着力塑造线下消费新场景。促进历史文化资源、休闲游憩资源、体育健康资源、城市 IP 资源等与消费功能结合，打造趣味度高、沉浸感强、吸引力大的新型消费场景。积极开展线上消费场景的探索。大胆拓展人工智能、脑机接口、全息网络、实时渲染、情感 AI 等新一代技术的研发，加快元宇宙核心行业布局，进一步打通元宇宙产业链与消费链，探索数字资产的创建与交易、构建多元数字消费场景。

第三章 构建产业型、流量型、服务型消费体系

一、构建产业型消费体系

（一）做强时尚消费。

以纺织服饰、美妆日化、珠宝首饰、箱包皮具等特色产业为时尚消费基础，打造“服饰+美妆+珠宝+箱包”全时尚消费链条。依托花都狮岭皮具城、白云美博城、

番禺珠宝小镇等现有基础，持续提升产业规模、扩大消费影响力，打造“生产+营销+消费+服务”的产业消费集聚区，形成“花都皮具珠宝—白云美妆定制—海珠纺织面料—番禺服饰珠宝—黄埔美妆日化”全市时尚消费产业空间 T 轴。完善产业链配套、提升产业链价值，打造集设计研发、原材料采购、生产制造、营销推广、展览展示、批发零售等环节于一体的时尚产业链条。探索“新批发+新零售”“线上+线下”“商贸+文旅”等新模式、新业态，建设集时尚商品展贸展销、文化旅游、综合娱乐、数字创意于一体的时尚智慧商圈。

强化设计对时尚产业的价值带动作用。实施“十万设计师”集聚计划，引进一批具有影响力的国内外设计名师，强化 IP 研发、产品设计、工业设计的引领能力。结合数字经济、IP 设计等新概念，推动创意产业与旅游、科技、工业产品等融合发展，探索“IP 设计+线上消费+线下体验”的潮流消费新模式。强化线下 IP 衍生品与线上游戏的联动，建立线上线下的“潮流”消费产业链。

加强时尚产业宣传推广。扶持和打造一批具有国内国际影响力的品牌性时尚展会（节庆、活动），分类加大政策扶持力度。组织引导时尚企业“抱团”参加中国国际时装周、中国国际服装服饰博览会、国际时尚生活博览会以及米兰、伦敦、纽约时装周等境内外知名时尚展会。

（二）壮大汽车消费。

推动北、东、南三翼汽车产业集群与老城区汽车服务集群融合共生。打造“一核三片”的汽车产业空间体系。围绕汽车整车与核心零部件生产、自动驾驶技术研发、汽车金融服务、汽车营运服务等多产业环节持续发力。积极提升整车“智能化”集成技术、持续突破“车规级芯片”“车用传感器”等关键零部件设计，大幅提升汽车产品竞争力。

推动新能源汽车增量扩展。推动公共部门汽车载具全面新能源化。推进全市公交车辆、出租车全面置换为新能源车辆，加快党政机关公务车辆、国有企业公务车辆、市政作业车辆有序置换为新能源车辆。综合运用经济奖励、政策支持等多种手段鼓励私人部门购买新能源汽车，提升新能源车在私人部门的渗透率。

推动充换电等基础设施超前建设。推动政府机关、公共机构和企事业单位、新建住宅、办公楼、商场、酒店等配建新能源汽车专用车位和充电基础设施，支持环

卫、通勤、出租、物流、租赁、执法巡逻等领域加快建设充电基础设施。鼓励开展换电模式示范应用和商业模式创新，形成服务便利的充换电网络，健全完善全市充电基础设施建设运营服务体系。

推动汽车消费内容“向后拓展”。拓展汽车后市场服务板块，全面释放汽车后市场服务活力。推动一批汽车文化产业载体建设，大幅提升汽车数字增值服务规模，打造汽车消费交流社区。

（三）提升家居消费。

支持家具建材等传统行业进行创新。打响“广州定制家具”消费品牌，鼓励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，引导家居行业开设个性化定制服务。支持通过个性化定制、协同设计、参与式设计等新模式，提升家具行业定制化水平。通过优质家具商品供给，带动家具消费规模提升。

依托产业集群优势，全面提升家电产品“智能化”“节能化”“绿色化”水平。充分挖潜家电消费的存量置换潜力，积极开展家电“以旧换新”活动。加大对绿色智能家电、智能手机、可穿戴设备等的促销力度，推动家电升级换代。通过“政府支持、企业促销”方式，全面促进家电消费。

（四）培育农产品消费。

深化推动农产品消费发展，为促进优质优价创造条件。巩固扩大优质农产品市场占有率，支持粤字号、名特优新农产品等向绿色健康化发展，推进品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，塑强一批品质优良、特色鲜明的精品区域公用品牌，增加产品附加值。针对中高端消费需求，研发生产科技含量高、文化内涵丰富、岭南元素突出的新型特色农产品。鼓励企业利用农产品博览会、交易会、展销会等平台 and 直播带货、网络营销等多种手段，讲好品牌故事，提升产品溢价能力。通过农产品消费带动绿色蔬菜、现代渔业、北回归线荔枝、生态畜禽、精品丝苗米产业链提质升级，促进农产品研发、销售、品牌一体化发展。

二、打造流量型消费体系

（一）扩大旅游消费规模。

持续提升4A、5A级景点数量与质量。对标国家A级旅游景区标准，加强老景

区改造创新，推动景区景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—沙面西堤等世界级旅游精品。

提升“乐玩广州”“美在花城”的全球知名度。吸引国内外消费者来穗旅游消费，来花城看花，来广州过年。持续做大国内来访旅客流量，积极拓展国际旅客规模。推动旅游景点景区持续升级，提升景区景点的空间品质；加强文旅资源的开发与利用，通过价值挖掘、保护利用、活化展示、体验创新，推动文旅资源与商业功能有机结合，挖掘在穗旅客的消费潜力、拓展国际游客在穗消费占比。

构建“一带三区五圈”全域旅游消费格局。一带指沿流溪河和珠江形成沿江旅游消费带，三区指北部生态康养消费区、中部都会历史消费区、南部滨海文旅消费区，五圈指依托北部从化温泉、流溪河沿线、从化马场、五指山风景区等形成生态康养消费圈；依托白云国际机场、广州北站等形成交通流量消费圈；依托天河路文商旅示范区、广州塔珠江黄金水段等形成都市地标消费圈；依托南华西街历史文化街区、永庆坊—沙面—西堤等形成岭南文化消费圈；依托南沙湿地公园、百万葵园、黄山鲁森林公园、邮轮母港等形成滨海旅游消费圈。

（二）促进会展消费融合。

以产促展，推动广州展会特色化、专业化、潮流化发展。依托广州特色产业资源，办好建博会、家博会、美博会、照明展、国际车展等专业行业展会；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。

以会促展，推动国际会议高质量发展。以广交会展馆四期建设为抓手，持续推进广州会展载体高质量建设。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。持续扩大广州国际会议规模和影响力。积极办好从都国际

论坛、全球市长论坛暨“广州奖”系列活动等大型国际会议，积极开展与国际会议组织合作，吸引更多国际重大会议落户广州。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。

以城促展，以琶洲为试点，推动会展场馆与周边城区联动融合，打造展城融合发展区，提高会展客流向消费客流的转化率。提高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，为展城融合发展区注入商业配套功能，支持会展消费功能融合发展。

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。

（三）强化电商赋能带动。

充分发挥广州作为国际性综合交通枢纽和物流中心的优势，依靠现代物流和供应链体系，扩大电商消费流量规模。推进电子商务园区建设与升级，促进电商物流业优化空间布局，推动传统物流园区转型升级。

发挥本地龙头电商企业导向作用，壮大龙头电商平台。加快传统电商的升级迭代，培育新的电商业态，打造一批综合性本地龙头电商企业，形成具有全国性影响力的消费服务平台。充分依托现有批发市场流通优势和产业基地生产优势，创新电商模式、打造一批新的电商聚集区。

实施直播电商“个十百千万”工程，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、深圳在跨境电子商务领域“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、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”。

（四）推动交通流量转化。

依托交通口岸枢纽，进一步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、南沙国际邮轮母港等口岸开设口岸免税店。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。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。

充分发挥全国综合交通枢纽的流量优势，打造功能复合的枢纽型消费场景，加大消费实现力度。建立城际铁路与地铁系统制式兼容、互联互通换乘体系，做好大湾区城际铁路及市内轨道交通协同，打造集交通、购物、观光、娱乐、教育等功能于一体的消费综合体，强化交通枢纽对人流的集聚与吸引。深化对交通客流消费潜力的分析，探索效率更高的转化机制。在交通枢纽中导入城市商业、商务、文化服务功能，把交通枢纽建成国际消费中心城市的展示窗口和消费窗口。

推进城市轨道交通站点 TOD（以公共交通为导向的发展模式）开发建设。依托交通枢纽建设一批国际领先的 TOD 项目，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，强化交通流量向消费“流量”变现。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，改善消费出行便利度。

三、打造服务型消费体系

(一) 擦亮“美食之都”名片。

提升“食在广州”含金量，提升广州美食消费丰富度。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；积极引进国内外知名餐企、品牌首店、餐饮电商平台，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。

重塑美食消费空间格局，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。引进世界知名餐饮企业，大力举办餐饮名节、名赛、展会。

扩大广州“美食之都”影响，实施“广州美食走世界”行动。推动餐饮企业“出海”，支持本地餐饮企业“走出去”，培育一批全国性、国际性餐饮集团；推动美食产品“出海”，以东南亚、美国、加拿大等广府华侨华人旅居地为突破口，推广广州美食；鼓励结合美食原材料、美食技艺、美食文化、食品制造基础大力发展预制菜，以预制菜的形式加大推广广州美食力度。推动特色食材药膳“出海”，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企业对外贸易。

(二) 打造“医养高地”品牌。

发挥广州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。

（三）展示“体育名城”风采。

建成世界知名的高端赛事聚集中心，完善“世界赛事、广州举办”的赛事品牌。积极申办国际国内体育赛事，提升在广州举办的体育赛事的国内外影响力，拓展体育消费，进一步发展广州马拉松赛、2023 年世界田联接力赛、广州南沙国际帆船赛、广州黄埔马拉松赛、全国露营大会、中国山马越野系列赛、中国（广州）体育产业创新大会等大型赛事和活动，增强广州体育经济影响力。打造“一区一品牌”的赛事矩阵。科学合理定位各区品牌赛事，办好黄埔马拉松、花都摇滚马拉松、从化国际山地马拉松、天河垂直马拉松、南沙国际帆船赛等赛事。结合广州市体育赛事整体规划，因地制宜在各区开展各类体育赛事，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，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。推进建设广州专业足球场项目、星之光数字体育产业

（本文与正式文件同等效力）

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，提升体育场馆与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，支撑周边商圈的发展。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。

（四）挖掘文化消费潜力。

创新信息消费。积极推进黄花岗—花果山数字消费创新应用高地建设。以黄花岗科技园区为载体，发挥区域内高端科研资源优势，着力引入培育新一代信息技术等高新技术产业，将黄花岗科技园打造成为人工智能与科技服务消费应用高地。加快建设花果山超高清视频产业特色小镇，培育 5G+4K/8K、高清影视、内容制作等数字文化消费创新平台。培育打造 5G 条件下更高技术格式、更新应用场景、更美视听体验的高新视频新业态，推动 5G+4K 超高清视频及边缘计算网络的规模化应用。

提升线下文化消费活力。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、海心沙等重点场馆周边环境，打造城市文化客厅。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。

推动线上数字文娱消费布局。加大引进文娱企业力度。积极引进全球电竞赛事组织、网络直播平台、游戏制作发行、影视音乐出品等文娱企业，加快培育本地数字文娱新兴企业，推动数字消费能级不断跃升。做强数字文化消费内容。鼓励发展泛娱乐、泛阅读、泛教育等多元业态融合的数字内容产业，支持围绕游戏、电竞、动漫、影视、演出等领域，打造具有国际竞争力的数字 IP。加快前瞻性产业布局。推动元宇宙相关产业布局，推进元宇宙相关技术和商业模式的产业化与规模化应用，

探索数字资产的创建与交易，构建丰富多元的数字消费场景。

第四章 优化消费空间品质

一、推动商圈品质提升

建设国际知名商圈。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 100 公里珠江两岸全线贯通²⁴，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，加快构建“5+2+4”的国际知名商圈体系。

推动传统商圈转型，鼓励各类传统商圈特色化、差异化发展。推动一批传统商圈发展新业态、新模式，加快发展“首店消费”、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。

二、打造新型消费场景

充分响应不同消费群体的需求，打造差异化的新型消费场景。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。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

²⁴资料来源：《广州市珠江沿岸高质量发展建设规划》

大宣传力度，完善商业配套，打造广州历史文化消费名片。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+”，打造线上线下相结合的进出口消费模式。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。

深入挖掘夜间消费潜力，加速释放夜间消费活力，打造夜间消费场景。依托北京路商圈、天河路—珠江新城商圈等重点商圈，围绕北京路、正佳广场、长隆旅游度假区、广州塔旅游区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、天德广场多个高品质夜间消费地标和夜间消费打卡地，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，布局打造若干个独具特色的夜间活动区。深化打造“YOUNG 城 YEAH 市”品牌，完善夜间消费协调推进机制。打造一批夜间消费分类地图、夜间消费名店榜单等，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。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”。

三、推进商品市场升级

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园区化、展贸化、电商化改造，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。

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。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。打造一批潮流地标，推动老城市市场群从交易场所向潮流地标转型。依托岗顶现有 IT 卖场，聚焦电子产品、电子元件交易，引入电子竞技体验、餐饮娱乐等多种业态，打造新型数字消费产品综合体；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。

四、提升城市空间品质

科学实施城市更新。以全面改造推动重要交通枢纽、重点商圈、重大功能平台周边空间连片整合，增加优质的商业载体供给，引导商业空间集聚发展，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；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。

以微改造实现城市公共空间“点亮提升”。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。针对国际消费中心城市重要的展示窗口，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有关规定，启动商业街区、商圈等区域户外广告和招牌综合治理，规范设置秩序，提升设置品质，优化宣传环境。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、卫生间等便民设施。

持续提升商业设施“绿色化”水平，强化商业配套对消费的支撑作用。全面落实生态设计理念，运用安全、健康、环保理念，坚持绿色管理，倡导绿色消费，保护生态和合理使用资源，打造节能降耗的绿色商场；强化商业项目的舒适度、便利度，提升商业项目的吸引力。

第五章 提高中心辐射能级

一、建设国际综合交通枢纽

加快推进空港、海港、铁路港“三港联动”，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

(本文与正式文件同等效力)

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。

优化现代物流枢纽网络。依托重大交通枢纽和重大产业园区，构建“5+10+N”物流枢纽布局，打造全球效率最高、成本最低、最具竞争力的国际物流中心。加快建设广州空港物流枢纽、南沙海铁联运枢纽、广州东部公铁联运枢纽。完善城市配送节点网络，健全乡村物流配送体系。推动形成陆海内外联动、区域协调互济的国际物流通道，拓展航空货运航线。

二、建设便利交通网络

建设“四通八达”的对外交通网络。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。

形成“无缝衔接”的内部交通密网。推进城市轨道交通建设，提升中心城区轨道线网密度，力争到 2025 年底地铁运营里程达 900 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。

三、打造全球贸易枢纽

打造全球优品进口贸易枢纽。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。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。

形成辐射全球的供应链中心。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，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、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。

建成连接内外“两个市场”贸易核心。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。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。扩大进口商品范围，协助更多国际商品“走进来”。争取港澳 OTC 药品进入跨境电商零售进口商品清单，争取跨境电商零售进口商品清单内的宠物食品扩大至直购进口渠道，探索平行进口排放整改实验，拓展整车进口品类等。

完善国内国外双循环相互促进的制度机制，更好利用广交会、进博会、海丝博览会等展会资源，协同推进大湾区内外贸发展平台功能。支持企业发展“同线同标同质”产品，引导企业对标国际先进标准生产内销产品。指引外贸类制造业企业研发适销对路的产品，增加面向国内市场的优质产品供给。

四、构建湾区消费枢纽

构建湾区产业联动新格局。加大穗港澳合作，高水平建设穗港、穗澳合作产业园，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；深化广州与湾区城市的联动，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；强化与省内其他城市在旅游、农产品、中药等领域开展广泛合作，强化产业对消费的支撑作用。

推动湾区消费联动发展。联动湾区内各大城市，推进多层次消费中心建设，强化穗深港、穗珠澳、广佛、广莞等城市间的合作，联合深圳共建湾区消费枢纽核心

双城，联动珠海、汕头、佛山、东莞、湛江市建设区域消费中心城市；开展湾区信用体系建设合作与交流，促进信用服务市场的互通、互认和互用，积极推动湾区消费市场共建共育。

发挥湾区消费示范引领作用。在商贸、会展、旅游等重要消费领域开展全方位的合作，促进优质消费资源协同共享。积极联动香港、澳门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。重点强化与深圳前海、珠海横琴在现代服务、消费金融、旅游休闲、中医药等领域联动。

第六章 提升消费国际化水平

一、扩大“千年商都”国际影响

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、离境退税商店等多元商业功能，形成广州购物新地标。

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。

提升国际交往中心影响力，传播“千年商都”城市品牌。持续发挥广州文化旅游境外推广中心作用，开展特色文化交流活动，加强国际旅游交流合作，推进城市整体营销。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，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。深化与国内外主流媒体、海外华文媒体合作，扩大涉穗宣传报道覆盖面，

推动开展更多跨境采访与交流，打造千年商都国际传播体系。借助广州市海外联谊会、广州欧美同学会、侨商组织等重点华人华侨社团组织力量，大力开展公共外交。精心策划海外华文媒体广州采访采风，展示广州国际消费中心建设发展成就。

二、汇聚全球消费资源

打造全球优质市场主体汇聚地。发挥广州的营商环境优势，吸引中高端消费品牌跨国企业在当地设立全球总部、地区总部及功能型总部，招揽具有全球视野和国际品牌运作能力的国内外商业投资商、营运商，大力培育本地中高端消费品牌运营管理、客户管理、互联网服务等服务主体。

打造全球优质商品与服务集聚地。发挥在穗“世界 500 强”企业、“链主”型龙头企业对消费链条的带动作用，吸引中华老字号、国际知名品牌进驻。大力引入国内外商品和服务品牌。持续发力“首店首发”经济，支持全球消费品牌在广州设立概念店、旗舰店或体验中心，提高消费国际化水平。

打造本土商品走向全球的推广地。依托根植本地的产业集群优势。发挥广交会等大型展会的辐射宣传作用，向全球推广“广州设计”“广州制造”的消费品，提升本土品牌的影响力和美誉度。实施老字号振兴计划，推动老字号营运开展数字化转型，支持老字号借用广交会平台全球推广，支持老字号企业挂牌上市扩大经营规模。

三、广聚国际消费客群

进一步吸引国际人群来穗旅游、工作、定居。将广州打造成为重要的国际旅游目的地、国际会展举办地、国际赛事承接地，加大对国际人群的吸引。加强粤港澳三地互联互通，加大广州与港澳的合作力度和广度，利用港澳优势加大对国际旅客的引流。持续扩大对外开放，提升国际旅客入境的便利度。对具有国际影响力的展会、文化、赛事活动入境人员提供签证办理便利。释放团队旅游、健康旅游签证便利政策效应。发挥广州 144 小时过境免签等通关政策作用，围绕广州白云机场、广州东站、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。持续推进高质量招商引资工作，加大对世界 500 强企业、战略性新兴产业相关企业的招引，创造高端高薪工作机会。探索针对国际人士、港澳同胞签发工作签证，提升在穗工作的外籍人口规模。推进国际化社区和粤

（本文与正式文件同等效力）

港澳大湾区优质生活圈建设，吸引国际居民在穗定居。建立健全在穗外国人员服务管理工作体系，完善基层涉外配套设施与服务能力。推进移民事务服务中心、外国人管理服务站建设，开展国际化社区建设试点，探索城市国际化治理新模式。积极开展社区文化交流与联谊活动，鼓励外籍人士参与社区治理，融入当地社群。

四、完善国际消费制度体系

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。出台便利外籍人员出入境、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。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。

以国际化标准完善广州消费制度建设。发布各类特色行业的“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的领先优势，鼓励龙头企业和连锁企业参与相关标准制定，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。

打造国际化营商环境。对广州南沙先行启动区鼓励类产业企业减按 15% 税率征收企业所得税，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，落实广州南沙先行启动区鼓励类产业企业减按 15% 税率征收企业所得税政策，积极配合好财政部、税务总局尽快制定出台企业所得税优惠政策，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，提供一定的财政支持，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”。

第七章 发展布局

一、消费空间布局

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—消费促进区—产业消费示范园区”消费空间格局。

（一）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、品质低碳智慧生活示范区。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，培育创意文化集群和新兴个性空间，形成更高能级、更高浓度、更高混合度的全球城市核心

（本文与正式文件同效力）

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、粤港澳大湾区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，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。

（二）打造消费促进区。

依托五大新城建设，打造新城消费增量发展区。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、东部中心、番禺南部创新城、从化生态示范城五大新城区域级消费集聚区，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。

依托现有各区消费中心，建设消费存量提升区，强化增存联动，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，规划打造番禺主城区、海珠西部、荔湾白鹅潭、天河北、科学城、黄埔西、增城主城区、花都主城区、从化主城区、南沙蕉门河地区等消费提升区，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。

推动特色资源与消费融合，建设消费特色培育区。充分利用广州山水林田湖草等生态资源、国家历史文化名城的文化资源、国家中心城市的文体卫资源、综合交通枢纽的流量资源、大湾区万亿级产业集群资源，统筹推动多种特色资源与消费融合创新，着重打造南站枢纽门户消费区、番禺长隆万博商旅消费区、海珠数字创新消费区、白云北部临空消费区、白云西部物流批发消费区、从化流溪河旅游度假消费区、庆盛粤港深度合作消费区等特色消费培育区。

（三）打造产业消费示范园区。

依托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。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。

二、城市商圈体系

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。

（一）建设 5 个世界级地标商圈。

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—珠江新城商圈作为一个整体进行谋划做大做强，布局业态完整、相互补充、舒适便利的消费产业体系，通过城市更新等方式

（本文与正式文件同等效力）

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。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：推进长隆旅游度假区与万博商务区联动发展，整体打造长隆—万博商圈。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”、引入国际品牌折扣店，开展古钢琴保税存储展示业务。

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，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。

（二）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。

（三）培育 4 个枢纽型国际知名商圈。

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（南沙邮轮母港）、广州东部交通枢纽 4 个枢纽型国际知名商圈，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、娱乐等功能于一体的消费综合体。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。

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（南沙邮轮母港）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、推动申请设立口岸出境免税店等业态，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场。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。

（四）打造若干满足人民群众需求的新型城市级商业中心。

提升优质零售商业消费服务水平，重点推进奥体、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—海墘、广州白云站等区级商圈加快建设、提质扩容。

（五）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。

三、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城市建设工作，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城区。

以北京路为引领，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，打造广府文化引领型国际消费城区。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。打造环市东高端名品集聚区，构建高端商业、高端体验、高端餐饮等为一体的代表广州高端精品品质的消费模式。以打造广州城市会客厅、广州消费新标杆、广州服务新样板为抓手，持续焕发环市东商圈的时尚活力、经典魅力和品质文化力，助力广州打造国际时尚之都。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城区。

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城区。

发挥荔湾老城文化底蕴优势，活化利用岭南文化资源，建设文化引领型国际消

费城区。用好用足荔湾传统文化、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城区。

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、金融城及周边商业消费功能区建设，培育创意文化集群和新兴个性空间，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城区。

依托白云区交通枢纽区位优势、白云新城总部集聚效应和时尚产业优势打造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城区。

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城区。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城区。

充分发挥空港、铁路港联动优势，建设商旅融合枢纽型消费城区。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。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，打造洪秀全历史文化游、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城区。

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升级，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城区。

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，将南沙打造成为粤港澳滨海型国际消费城区。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城区。

依托本区温泉和马场两大特色，促进康体特色消费。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，打造康体特色引领型国际消费城区。

(本文与正式文件同效力)

增城区：建设商旅文融合发展示范型国际消费城区。

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，打造商旅文融合发展示范型国际消费城区。

第八章 规划实施保障

一、加强组织领导

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，及时召开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。委托第三方机构开展培育建设国际消费中心城市监测评估服务，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各项工作的规划及实施提供长期性技术指导。

二、强化规划引领

强化空间规划引领。以广州市国土空间规划为依据，加大对大型商业项目的用地支持，优先安排商业用地的建设用地规模和指标。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。

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。

建立商务部门与规划建设管理部门的联动工作机制，协同推进商圈打造、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。

三、建立“监督—评估”机制

强化对规划实施效果的跟踪与评估。积极开展规划实施评估工作，建立“季度监测—年度评估”常态评估机制，组织开展规划实施中期节点评估工作，形成“常态+节点”“双评估”机制。

建立国际消费中心城市评估技术体系。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。

编制国际消费中心城市发展体检报告。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”国际知名商圈和市、区级传统商圈（商业街）等消费空间建设情况，对培育建设国际消费中心城市的工作进行评估总结。根据年度发展体检报告调整优化行动计划，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。

创新商业用地出让政策，优化土地出让机制。参照其他城市“双信封”土地出让的做法，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。

四、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。

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。

（本文与正式文件同等效力）

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。

加强资金保障，市、区业务相关部门每年在部门预算中安排资金支持培育建设国际消费中心城市。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按现行政策予以支持。

五、加强消费人才建设

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，吸引符合条件的取得内地永久居留资格的国际人才落户广州南沙²⁵。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。

六、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。

七、推进重大项目落地

推动重大项目常态化管理。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

²⁵资料来源：《国务院关于印发广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案的通知》

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城市长远发展的项目，纳入中长期消费项目库进行分类储备；围绕构建产业型、流量型、服务型消费体系，优化消费空间品质、提高中心辐射能级、提升消费国际化水平等工作，形成重点项目清单。

实施保障分工一览表

序号	任务分类	具体事项	详细内容	分管部门
1	加强组织领导	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	及时召开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。	市人民政府、市商务局等相关部门
2		开展培育国际消费中心城市年度监测评估	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。	市商务局
3		建立多部门联动协作、市区共同参与的工作机制	理顺市相关部门之间、市区各级组织之间的任务分工，明确各自的权责，建立精简、高效的工作推进机制，推动工作落地落实，确保工作进度成效。	市、区人民政府，市商务局等相关部门
4		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。	市、区人民政府，市商务局等相关部门
5	强化规划引领	构建培育建设国际消费中心城市的规划传导体系	各区编制培育建设国际消费中心城市的发展规划、提出各区的发展定位，明确近期落地重点项目。	各区人民政府、各区商务局、各区规划和自然资源局等相关部门
6		编制各区特色商圈建设方案	在落实“5+2+4”国际知名商圈体系布局要求的基础上，编制各区特色商圈建设方案。	各区人民政府、各区商务局、各区规划和自然资源局等相关部门
7		推进各区消费示范园区培育建设工作	依托各区产业集群优势建设具有引领性的新型消费空间。	各区人民政府、各区商务局、各区规划和自然资源局等相关部门

序号	任务分类	具体事项	详细内容	分管部门
8	强化规划引领	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。	各区人民政府、各区商务局、各区规划和自然资源局等相关部门
9	建立“监督—评估”机制	建立“季度监测—年度评估”的常态评估机制	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。 编制年度国际消费中心城市发展体检报告。重点监测社零情况、线上线下消费等核心数据，持续追踪国际级商圈和市、区级传统商圈（商业街）等消费空间建设情况。	市、区商务局及相关部门
10		创新商业用地出让政策，优化土地出让机制	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。	市商务局、市规划与自然资源局、各区政府、各区规划和自然资源局相关部门
11	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。	市商务局、市规划和自然资源局、各区政府、各区规划和自然资源局相关部门
12		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。	市地方金融监管局、市国资委、各区政府
13		加强资金保障	市、区业务主管部门每年在部门预算中安排资金支持培育建设国家消费中心城市。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。按现行政策予以支持。	市商务局、各区商务局等

(本文与正式文件同等效力)

序号	任务分类	具体事项	详细内容	分管部门
14	加强消费人才建设	持续推进人才引进	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，吸引符合条件的取得内地永久居留资格的国际人才落户广州南沙。	南沙区政府、市商务局、市人力资源社会保障局按职责分工负责
15		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。	各区政府、市人力资源社会保障局、市商务局按职责分工负责
16		健全人才全方位服务机制	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。	各区政府、市人力资源社会保障局、市商务局按职责分工负责
17	扩大公众参与	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。	市人大常委会办公厅、市商务局等相关部门
18		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。	市人大常委会办公厅、市商务局等相关部门
19	推进重大项目落地	梳理形成中长期消费项目库	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。	市、区商务局及相关部门
20		梳理形成重点消费项目清单	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。	市、区商务局及相关部门

各区发展布局及重点片区建设指引表

行政区	空间布局及重点片区建设指引
越秀	<p>1. 建设广府活力区（北京路—海珠广场）岭南特色商圈。依托北京路步行街、海珠广场、天字码头等消费地标，建设凸显广州岭南特色历史文化底蕴的广州中央活力区。通过小规模、渐进式的有序更新，推动北京路等历史文化街区改造，打造具有高辨识度、高流量、高变现能力的“全球活力、千年城脉、广府商街”品牌。有序串接现代城市设施与历史文化资源，通过历史景观修复、虚拟现实等手段强化历史地标的现场感，引入文创空间、商务办公、民宿客栈等消费元素。</p> <p>2. 推进“环市东”优质生活商务圈提质扩容。以环市东高端商务、品质商业为核心，联合广州友谊商店、丽柏广场以及周边的星级酒店，构建商业互动平台，增加跨界合作，提供高品质生活服务。</p> <p>3. 支持流花服装商圈集群发展。以白马服装城、壹马服装城、红棉国际时装城、优衣仕时装城等市场为试点，争创国家级典型案例及标杆市场，将传统专业市场打造成为集线上线下新零售、艺术体验、摄影基地、服装批发于一体的主题商场和年轻消费群体社交展示新平台，着重以直播、短视频等方式开展全渠道营销，发展“线上拓展引流+线下体验交易”模式。</p> <p>4. 打造东山印象文旅消费聚集地。重点推进“东山印象”品牌，把新河浦打造成商旅文融合发展的精品历史文化街区。挖掘街区红色文化资源、东山风情洋楼、华侨文化遗产、广式生活体验等元素，逐步构建具有红色故事、东山传统、岭南风情的商旅文商圈。</p> <p>5. 打造粤港澳大湾区生命健康消费聚集地。以东山口为核心，加强生命健康领域国际合作，引进国际顶尖的健康医疗先进技术和尖端设备，提高创新区的健康医疗技术和服务水平，打造国际健康医疗消费聚集地。</p> <p>6. 建设黄花岗—花果山数字消费创新应用高地。以黄花岗科技园区为载体，发挥区域内高端科研资源优势，着力引入培育新一代信息技术等高新技术产业，将黄花岗科技园打造成为人工智能与科技服务消费应用高地。加快建设花果山超高清视频产业特色小镇，培育 5G+4K/8K、高清影视、内容制作等数字文化消费创新平台，集聚超高清影视、动漫、电竞等领域优质企业，提升超高清数字文化消费活力。</p> <p>7. 推进建设环二沙岛文化体育消费聚集地。通过“越秀国家体育产业示范基地（星之光产业园）”等重点体育消费项目，发展体育旅游、体育培训、运动康复等健身休闲消费。依托星海音乐厅、广东美术馆、二沙岛艺术公园、文立方等文化设施及二沙岛户外音乐季系列品牌文化活动，通过海心桥加强与海心沙融合过渡，吸引承接广州新中轴线客流，推动岛内文商旅消费融合发展。</p> <p>8. 打造中华广场商圈潮流现代商业区。以中华广场、地王广场、流行前线等重要商业设施为核心，总体功能定位为实惠和时尚并存，打造极具知名度的通讯产品展示销售中心和时尚前卫商品聚集地，及吸引消费者一站式消费的商圈。集合潮流消费、年轻客群的优势，引入潮牌经济、直播电商的新业态新品牌，加快商业业态转型升级，发展夜间经济、跨界经济、网红经济等新消费经济类型。探索发展策展式商业、沉浸式消费等多元化创新型消费模式，打造区域成为新消费样式的实验地，吸引更多年轻客群聚集，成为广州时尚年轻消费的聚集地。</p>

（本文与正式文件同等效力）

行政区	空间布局及重点片区建设指引
海珠	<p>1. 打造广州塔—琶洲世界级地标商圈。发挥数字经济产业优势，发展会议展览、商务办公、酒店住宿、购物休闲等中高端业态，以及夜间消费、创意设计、新零售等新业态。重点打造广州塔南广场项目，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，有效承接广州塔丰富游客资源，缓解广州塔商圈缺乏消费场所的问题。</p> <p>2. 以前后航道珠江带为重要载体，打造环岛消费金环。有序开发环岛碧道，串联太古仓码头、黄埔古港古村等众多海珠环岛文旅资源和交通节点，置入演艺中心、城市展厅、艺术馆等消费功能，积极推进广州美术馆、博物馆、科技馆等大型文化建筑的建设提升，展现海珠滨江人文历史底蕴，打造高品质滨江文旅消费公共空间。打造海珠“42 公里环岛黄金岸线”。</p> <p>3. 打造中大国际时尚消费中心，建设成海珠潮流时尚消费商圈。依托服装、布料产业基础及沉淀，引进时尚产业资源，推动包括原创品牌机构、时尚科技研发机构、知名设计师及打版师工作室等要素资源在商圈落地，鼓励纺织服装和设计师行业组织、特色服装产业集聚、专业市场和大型企业举办时装周、品牌商品秀等时尚发布和展示活动，建设世界级时尚产业企业总部集聚高地、世界级时尚创意设计中心、世界级时尚消费体验中心。</p>
荔湾	<p>1. 建设大西关（上下九—永庆坊）具有世界影响力的岭南特色商圈，坚持存量挖潜与增量拓展并举，串联恒宝广场、永庆坊、领展广场、沙面、上下九步行街等特色功能区块，提升消费体验。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，再现岭南园林、民俗、美食、非遗等老西关人文风情，打造最具老广州风情的城市庭园。</p> <p>2. 培育和做强白鹅潭商务区世界级商圈。依托白鹅潭地铁站综合场站及石围塘枢纽周边进行综合开发，通过大力引进国际知名购物中心、高端特色主题商场等商业载体，支撑白鹅潭打造现代商贸消费集聚区。依托信义会馆、1850、宏信 922、七喜等现有创意园区及珠江钢琴创梦园、广钢遗迹公园等升级改造项目，发展创意设计、音乐、影视动漫等数字文化消费业态。</p> <p>3. 建设医疗健康服务消费高地。加快国家呼吸医学中心（广东）建设，发挥好大坦沙国际健康生态岛、广州国际医药港为载体的功能，积极发展医疗服务、健康管理、健康养老、智慧医疗、健康金融、在线医疗等医疗健康服务业，打造岭南特色的医养结合休闲胜地，全力创建“一岛一港一带多组团”的大湾区医药健康综合试验区。</p> <p>4. 优化提升专业市场。做大做强做优茶叶、花卉、中药材专业市场。推动十三行服装市场群、站前服装鞋帽市场群、中山八童装市场群等时尚化提升。强化黄沙水产市场质量管理，探索以主题活动带动市场营销，加快推动黄沙水产新市场建设。</p>

行政区	空间布局及重点片区建设指引
天河	<p>1. 做大做强天河路商圈。优化商业结构布局，加快推进天河南一路一六运小区—黄埔大道升级改造，增强世界级城市中轴南北连贯性。整合天河路商圈及其周边地区商贸资源，优化拓展商圈发展空间，推动商圈业态转型升级，提升天河路商圈整体发展能级。优化商圈交通基础设施布局，强化商圈品牌和标志性景观建设，建设商圈高度统一的品牌识别系统，推动岗顶等重点片区改造升级，优化商圈环境品质，拓展商圈发展空间。</p> <p>2. 做大做强珠江新城商圈。大力发展总部经济，优先引导与跨境电商相关的软件开发、电子支付结算、税务保险、数据分析等服务型企业总部落户珠江新城，加快广州数字服务消费发展。发展“首店经济”。充分利用广州国际购物节、“YOUNG城 YEAH 市”等品牌影响力，大力支持天汇广场 IGC、K11 购物艺术中心、天德广场、高德置地广场等商贸载体举办各类节庆文化和消费体验活动。同时着力培育珠江新城商圈成为夜间经济集聚区，支持天德广场等载体聚焦国潮，不断增加夜间聚客元素，全面提升商圈夜间消费体验。推动海心沙整体升级。加强场地利用，建设时尚走秀、新品发布等高端文商旅融合功能和消费场景，把海心沙打造成为广州消费地标和形象展示的名片。</p>
白云	<p>1. 围绕白云新城地区，依托白云新城核心区与白云站（广州时尚之都）的空间衔接和产业融合优势，打造白云区国际消费集聚区。依托广州白云站高质量发展建设时尚之都，推动国际商贸与时尚创意集聚发展，聚焦于总部经济、时尚皮具、时尚服装等产业，打造以设计研发和展贸为核心功能，辐射大湾区的潮流时尚产业基地。</p> <p>2. 打造环白云山美丽健康产业集聚带，重点依托美丽健康产业园、和龙科技创新谷、南方医科大学南方医院等重大平台，发挥极点带动效应，推动化妆品、生物医药与健康产业特色化、高端化发展，以科技创新引领美丽健康产业高质量发展。打造广州“白云美湾”化妆品全产业链核心，建设成为中国化妆品产业高质量发展典范。</p> <p>3. 推进白云湖数字科技城商圈发展建成具有鲜明人工智能特色和数字经济特色的新型商圈。将民营科技园核心区建设为服务千亿级科创企业的一个商务商业配套消费中心，成为高品质高价值的产业聚集型商圈。</p>

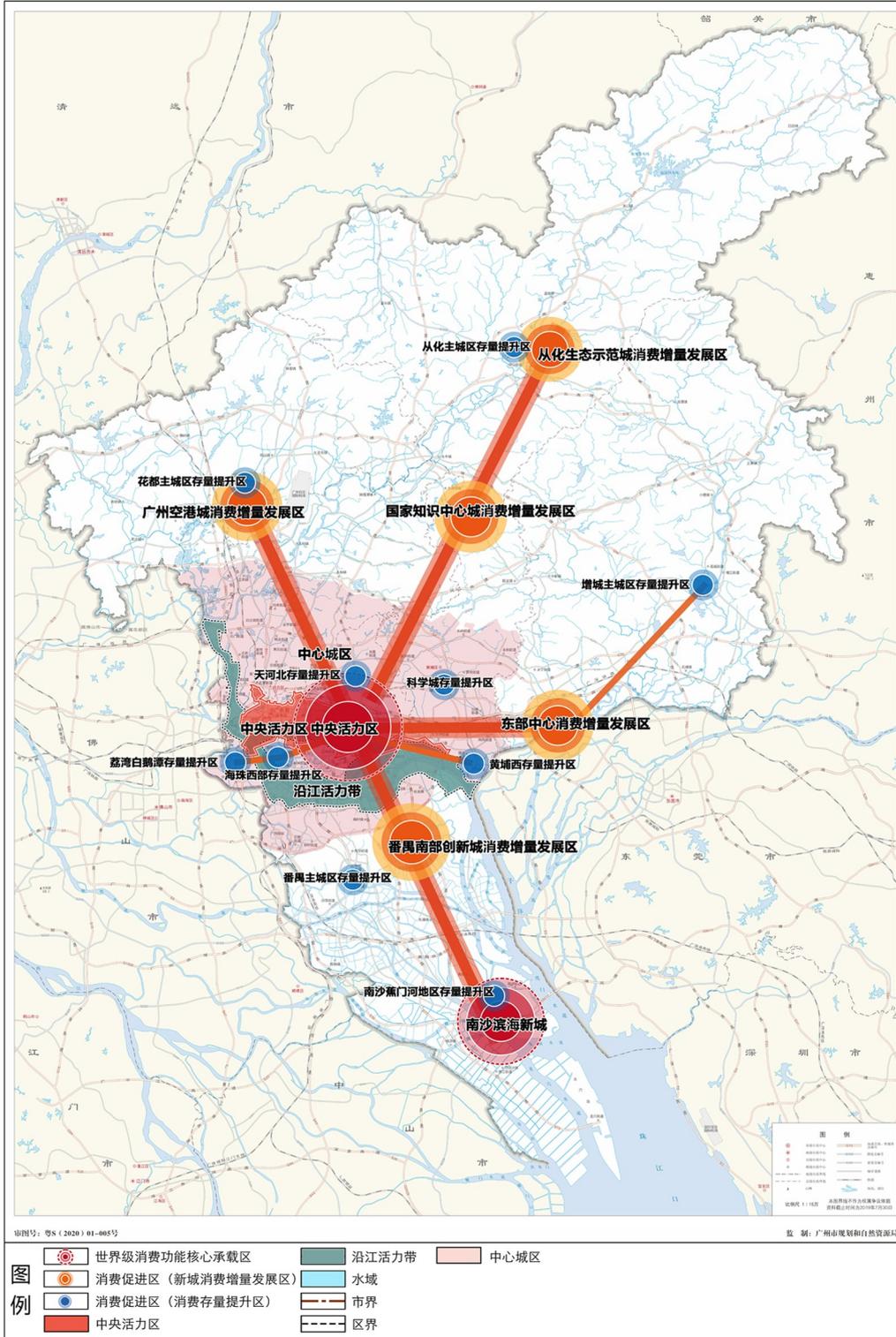
(本文与正式文件同等效力)

行政区	空间布局及重点片区建设指引
黄埔	<p>1. 培育黄埔湾世界级地标商圈。积极推进保利鱼珠港及广物集团联合开发商业，打造国际消费中心城市地标性项目。推进黄埔综保区建设。结合穗港澳出入境大楼、保盈商业广场的正式运作，探索设立“网购保税+新零售”、免税店、引入国际品牌折扣店。借力穗港智造合作区建设机遇，积极引进高端品牌商业综合体、国际知名品牌店等落户，营造多业态互动消费。</p> <p>2. 推进科学城、知识城商圈提质升级。推进科学城中心区大壮地块商业开发，积极对接知名商业管理公司，谋划打造五星购物中心，推进至泰—国创中心改造项目，打造具有餐饮、娱乐、购物、亲子度假等多元化商业综合体。</p> <p>3. 打造生物岛为生物科创生活集聚地。围绕中央核心区域和环岛滨水区域，打造官洲生命科学创新中心、全球顶尖生物医药研发平台、生物岛国际酒店为引领的珠江生态绿洲城市地标，强化岛屿空间序列特色和公共空间品质塑造，带动形成广州最具活力魅力的生物科创生活集聚地和标志地。</p> <p>4. 精心打造长洲岛“珠江国际慢岛”文化名片，推进长洲岛品质提升。活化利用黄埔军校、南海神庙等历史文化资源与黄埔老港等工业文化遗产，植入海丝文化馆、海丝会客厅、海事博物馆等新文旅消费场景。传承发扬“波罗诞”等民俗节庆活动，创新繁荣赛龙舟、广绣、貔貅舞、醒狮等非物质文化遗产的展现形式，开展“非遗+博物馆”“非遗+文旅”“非遗+互联网”等多元化传承利用，拉动非遗消费。</p>
花都	<p>1. 打造广州北站—白云机场枢纽型国际商圈。充分发挥在广州北站东广场规划建设大型免税商业综合体项目的先发优势和空铁融合大综合交通枢纽优势，争取设立市内免税店，以免税为核心产业引擎，布局离境退税网点，协同发展保税和跨境电商，探索三税融合的泛免税产业生态圈建设。</p> <p>2. 打造主城区总部经济商圈。以区政府东侧地块为载体，建设花都主城区商业商贸中心，布局国际五星酒店、国际品牌运营商业综合体等城市功能高端配套，打造区政府为核心的商业中轴线，吸引世界、中国 500 强企业和区域总部入驻，重点服务高质量消费人群，建设国际化中央商务区。</p> <p>3. 打造融创文旅城核心商圈。支持融创文旅城改造升级，推动融创秀场、酒吧街、多维影院等新业态建设，丰富夜间旅游体验，积极打造城市夜间经济地标。以融创文旅城为核心，以周边商业用地为载体，进一步集聚国际特色主题乐园，推动文旅项目高质量、多样化发展。</p> <p>4. 打造狮岭时尚消费核心商圈。推动狮岭皮革皮具城（国际）与富力国际环贸港一体化改造。组织举办国际皮具节、产品采购会、皮具箱包行业研讨论坛，发挥对外交流、研发设计、展贸展销功能，打通从产业链上游即原料辅材到下游成品市场，再到全国乃至全球市场的通路，成为集前端供应到销售渠道的全球采购中心，打造国际化时尚消费中心。</p>

行政区	空间布局及重点片区建设指引
番禺	<p>1. 打造长隆—万博世界级地标商圈。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示范区。依托万博商务区地下商业空间等商业综合体、新世界—广州地铁汉溪项目等系列 TOD 综合体项目、长隆度假区系列景区为重要载体，重点打造以文商旅体为主题，集全域旅游、时尚消费、娱乐休闲、特色餐饮、夜间消费于一体的国际消费核心商圈。</p> <p>2. 建设广州南站国际枢纽型商圈。持续提升广州南站枢纽能级，将广州南站打造成为全国交通、产业、消费融合发展的典范，世界一流火车站。发展场站综合体，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、新型商业等消费项目，植入城市商业、商务、文化服务功能，让枢纽成为消费产业的展示窗口和贸易窗口。</p> <p>3. 加快沙湾古镇、莲花山等历史文化文旅商圈建设。促进旅游业与沙湾历史民俗文化以及珠宝产业、自然生态等资源深度融合发展，不断提升“沙湾古镇—宝墨园—龙湾涌湿地”岭南文化生态旅游片区旅游发展水平。充分发挥莲花湾生态文化优势，依托水乡田园肌理，营造文化风景与功能融合的城乡空间格局。</p> <p>4. 发展时尚定制消费。加快推进珠宝为首的传统制造业转型升级。依托沙湾瑰宝小镇、大罗塘珠宝名镇，打造国内领先、世界一流的珠宝设计、展览、销售消费生态圈，推动“世界珠宝，番禺制造”向“世界珠宝，番禺创造，番禺销售”迈进。提升南村纺织服装专业镇能级。鼓励“带货达人”“网红主播”等整合消费者需求，参与纺织服装企业商品设计与品控环节，发展“网红定制”服装服务。</p>
南沙	<p>1. 以南沙湾（南沙邮轮母港）为枢纽建设 RBD 消费商圈。南部临港商务休闲区，建设办公为主、会展为辅、商业为配套的港城广场，打造临海而筑的商业基地、会展中心。中部邮轮旅游消费区布局融休闲、购物、娱乐、餐饮为一体的口岸商业街，发展国际一流口岸免税店，打造邮轮母港为依托的游乐世界、购物天堂。</p> <p>2. 以明珠湾滨水新兴商圈为载体建设湾区都市商业“新封面”。依托广州南沙国际会议展览中心、国际金融论坛永久会址、大湾区科学论坛永久会址等场馆，着力提升国际金融论坛、大湾区科学论坛等品牌会展、论坛的国际影响力。</p> <p>3. 以蕉门河为载体建设全天候消费商圈，打造国际消费资源集聚地和现代时尚文化创新地。全面做好夜间消费规划，开启蕉门河“一河两岸+餐饮休闲”夜间聚客引流新模式，打造地标性夜生活集聚区。</p> <p>4. 培育庆盛枢纽等新型消费商圈。发挥庆盛交通枢纽作用，借助粤澳合作葡语国家产业园、香港科技大学（广州）、庆盛科技创新产业基地建设良机，深化南沙与港澳在现代服务业领域合作，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。</p> <p>5. 发挥南沙港新型国际消费资源枢纽功能。依托南沙港建设民生消费品进口集散中心、大宗商品国际分拨中心。推动重点平台建设，加快完善食品、药品、钻石等消费品进口的软硬件环境，加快打造国际分拨中心、冷链物流分拨中心、全球优品分拨中心等分拨中心。</p>

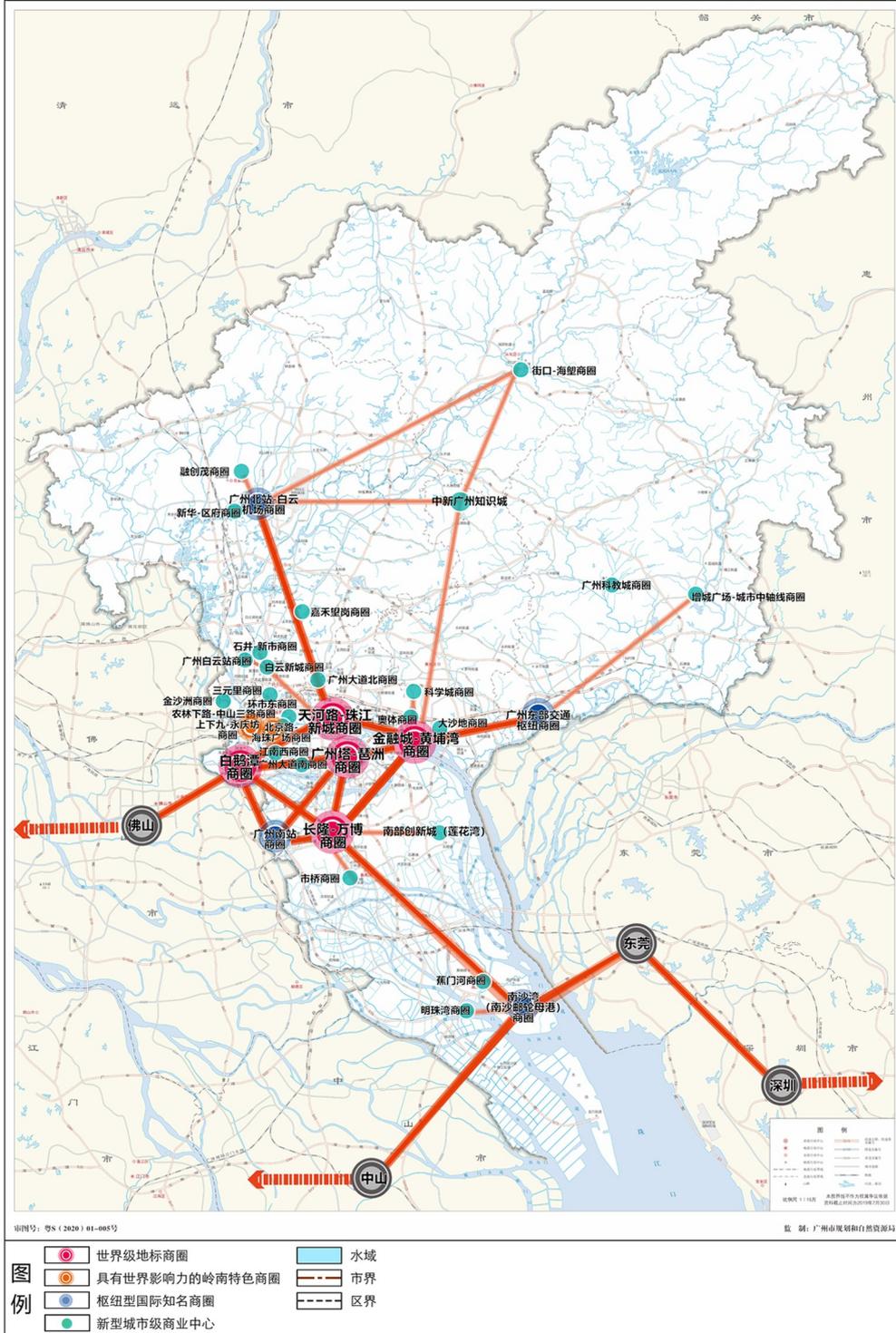
行政区	空间布局及重点片区建设指引
从化	<p>1. 打造温泉总部集聚区。利用丰富且优质的生态和温泉等资源，依托以“天人山水”健康产业园、流溪温泉度假区等康养休闲项目，打造一批温泉、康养相结合的旅游精品路线和旅游产品，挖掘疗养康复、美容保健、温泉养生、森林康养等健康消费。依托从都国际会议庄园，办好从都国际论坛，打造国际高端会议度假目的地。持续提升从都国际会议中心、世界生态设计大会的国际显示度和品牌影响力，引入更多高端论坛会议和赛事活动，加快建设集会展、商贸、旅游、创意等为一体的高端会议会展产业综合体。</p> <p>2. 发展高端体育消费。以香港赛马会从化马场为载体，通过“养马+训马+赛马”马产业链发展，举办高端赛马活动，带动赛马旅游及周边地区相关消费。充分发挥全国唯一“无马疫区”的区域优势，以及香港赛马会从化马场平台优势，谋划马术主题酒店、马术运动公园、马术运动综合体等设施配套，对标世界标准高质量策划组织系列马术赛事和马术运动，争取速度赛马赛事试点，打造世界级穗港马产业经济圈。</p> <p>3. 大力发展乡村旅游消费。依托从化特色小镇、特色村建设及“三个主题六条线路”的乡村振兴精品线路，通过发展健康养生、民俗创意、研学旅游等文化乡村旅游新业态，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。</p>
增城	<p>1. 建设广州东部交通枢纽，建设枢纽型国际商圈。提升交通能级和城市功能，主动服务广州、深圳两大都市圈，将增城打造为广州东部产业转移、人才流动、资本集聚、信息交换、物流运输的主要节点，成为具有区域影响力的广州东部综合枢纽中心。加强总部经济招商，瞄准国内外知名总部企业的职能总部、区域总部和民营企业总部、独角兽企业等展开精准招商。推动保利国际金融总部、新世界华南区域总部、雪松投资全国总部等一批总部楼宇项目，加速形成楼宇经济集群效应、品牌效益。</p> <p>2. 打造西部科创健康服务片区。吸引高端医疗资源向 21 号线沿线健康服务产业带集聚，引进国内外优质专科医疗资源，培育中医诊疗、特定专科医疗、精准医疗、专业康复等康养领域消费。</p> <p>3. 打造北部生态旅游示范区。以派潭白水寨风景名胜区为核心，重点建设华侨城白水寨创意山水文旅小镇和创建国家 5A 级景区，依托温泉酒店、精品民宿、美丽乡村、农业公园等，融合发展文化创意、智慧康养、生态旅游、文化创意、现代农业，为大湾区城市群提供以康养休闲为重点的高品质生态产品、生态服务，高标准建设北部生态旅游示范区。</p>

广州市建设国际消费中心城市发展规划 市域消费空间体系布局规划图



(本文与正式文件同等效力)

广州市建设国际消费中心城市发展规划 城市商圈体系布局规划图



公开方式：主动公开

GZ0320220106

广州市商务局文件

穗商务规字〔2022〕6号

广州市商务局关于印发广州市支持 商业网点建设若干措施的通知

各区人民政府，各相关部门、相关企业：

《广州市支持商业网点建设若干措施》已经市人民政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。实施过程中遇到问题，请径向我局反映。

广州市商务局

2022 年 12 月 28 日

广州市支持商业网点建设若干措施

第一条 为贯彻落实《广州市人民政府关于印发广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案的通知》（穗府〔2021〕15号）、《关于推进广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作实施方案》（穗字〔2022〕11号）等文件精神，加快培育建设国际消费中心城市，推进广州市商业网点高标准建设，提升商贸主体能级，促进商贸流通业提质扩容，制定本措施。

第二条 推进商业功能区（街）智慧化建设。鼓励各区开展智慧商圈建设，推

（本文与正式文件同等效力）

进设施、服务和管理的数字化、智能化改造，逐步完善各项智慧化应用。对各区智慧商圈建设的有关公共平台建设、智慧化智能化提升等项目，单个项目给予不超过投资额 20% 的奖励，支持金额不超过 100 万元。

第三条 鼓励商业功能区（街）争创示范。鼓励各区推动辖内商业功能区（街）争创国家、省级商务部门示范商业功能区（步行街）。对获得国家、省级商务部门示范商业功能区（步行街）的，给予 50 万元奖励。

第四条 鼓励大型零售商业项目建设。鼓励国内外知名运营商、市场主体应用新技术、引入国际设计，新建大型零售商业网点或对传统场所改造为新型零售商业载体，打造沉浸式、体验式、互动式消费场景。对新建投资额 5000 万元以上或改造、扩建投资额 1000 万元以上，项目建设期不超过 3 年的，单个项目给予不超过投资额 20% 的奖励，支持金额不超过 300 万元。

第五条 支持专业市场改造提升。支持市场主体投资新建、改造提升专业市场，鼓励市场结合所属产业链供应链实际，通过引入研发设计、个性定制、品牌孵化、电子商务、创业培训、展示展贸、集中结算、商品指数、智慧仓储、冷链物流、对口帮扶等创新产业服务、完善服务设施、提升服务功能。对新建投资额 1000 万元以上或改造提升投资额 200 万元以上，项目建设期不超过 3 年的，单个项目给予不超过投资额 20% 的奖励，支持金额不超过 200 万元。

第六条 支持专业市场数字化转型。鼓励专业市场应用数字技术提高运营能力，对应用大数据、云计算、人工智能等数字技术，通过链接与专业批发市场关联产业、关联主体、关联环节，培育数字化转型模式，形成数字化转型解决方案，推动专业市场创新提升的项目，单个项目给予不超过投资额 20% 的奖励，支持金额不超过 100 万元。

第七条 支持专业市场举办行业引领性活动。鼓励专业市场运营主体、行业协会根据产业生态、行业特点和服务定位，举办有行业引领性的采购对接、设计、发布等活动，带动传统优势产业优化升级。对上述活动项目给予不超过投资额 20% 的奖励，支持金额不超过 50 万元。

第八条 鼓励现代化商贸物流设施建设。鼓励市场主体投资新建、改建、扩建具有集货、分拣、配货、加工等功能，应用标准化物流载具，使用高标准仓、自动

化分拣、无人搬运设备等智慧化物流设施的现代化商贸物流基础设施、城乡商贸物流配送中心（含冷链配送中心）。对新建投资额 3000 万元以上或改建、扩建投资额 2000 万元以上，项目建设期不超过 3 年的，单个项目给予不超过投资额 20% 的奖励，支持金额不超过 300 万元。

第九条 培育重点供应链服务企业。鼓励在农工商三大领域培育专业供应链服务企业，围绕具体行业形成专业化供应链服务体系，形成行业供应链核心竞争力。对按照《广州市重点供应链服务企业认定办法（试行）》（穗商务规字〔2022〕2 号）认定为广州市重点供应链服务企业的，给予 30 万元奖励。

第十条 支持肉菜农贸市场升级改造。对新建和升级改造效果好、示范作用明显的市场，项目建设期不超过 2 年，单个项目给予不超过项目投资额 30% 的奖励，支持金额不超过 50 万元。纳入广州市农贸市场升级改造和综合治理工作方案任务的肉菜农贸市场升级改造建设项目，则按农贸市场升级改造和综合治理有关政策执行。

第十一条 支持县城综合商贸服务中心、乡镇商贸中心建设。鼓励市场主体在涉农区新建或改造购物中心、综合商贸中心等商业网点，提高综合服务能力，带动乡村商业发展。对新建投资额 500 万元以上或改造、扩建投资额 200 万元以上的县城综合商贸服务中心、乡镇商贸中心达到《县域商业建设指南》中提升型功能的，项目建设期不超过 3 年，单个项目给予不超过投资额 20% 的奖励，支持金额不超过 100 万元。

第十二条 市委、市政府明确要求的，对国际消费中心城市培育建设有较大促进作用的项目，可予以重点支持。

第十三条 本措施涉及的财政资金管理按照《广州市促进商务高质量发展专项资金管理办法》（穗商务规字〔2022〕3 号）执行。项目实行申报方式，经审核、评审、遴选、公示等程序，对符合条件的项目给予支持。

第十四条 符合本措施的同一项目、同一事项若同时满足广州市多个扶持政策的，按“就高不就低”原则自行选择，但不得重复获得奖励、补助，另有规定的除外。涉及“不超过”“以上”的数额均含本数。

第十五条 本措施所涉及的名词解释：

（一）商业功能区（含特色商业街区），是指以零售业态为主导的，由若干个商

（本文与正式文件同效力）

业综合体和商业设施构成商业集聚区，并以商业集聚区为中心向周边扩展，形成具有一定消费力、集聚力和辐射力的空间区域，通俗称“商圈”。

(二) 大型零售商业网点，指营业面积在 5000 平方米以上的百货店、大型超市、仓储会员店、专业店和购物中心等零售实体店铺。

(三) 专业市场，根据国家统计部门《中国商品交易市场统计年鉴》划定的市场分类，专业市场指主要进行某一领域商品的交易活动的现货市场。

(四) 涉农区指白云、黄埔、花都、番禺、南沙、从化、增城区。

第十六条 本措施自印发之日起实施，有效期 5 年。

公开方式：主动公开

《广州市人民政府公报》简介

《广州市人民政府公报》是由广州市政府办公厅主办并公开发行的政府出版物。《广州市人民政府公报》主要刊载广州市政府规章和行政规范性文件，是政府信息公开的重要载体。根据《中华人民共和国立法法》等有关规定，在《广州市人民政府公报》上刊登的政府规章和行政规范性文件文本为标准文本，与正式文件具有同等效力。

《广州市人民政府公报》创刊于1949年12月，曾用刊名《广州市政》《广州政报》。自创办以来，《广州市人民政府公报》发挥了传达政令、宣传政策、指导工作、服务社会的作用。

《广州市人民政府公报》发行方式为免费赠阅，赠阅范围包括广州市直机关，各区人民政府，街道办事处、镇政府，居委会、村委会，重要交通枢纽，各级图书馆等。《广州市人民政府公报》在广州市政府门户网站“广州市人民政府”（<http://www.gz.gov.cn>）设置专栏刊登，并开设广州市人民政府公报微信小程序、公众号，公众可登录网站或扫描下方二维码查阅。



主 管：广州市人民政府
主 办：广州市人民政府办公厅
编辑出版：广州市人民政府公报编辑部
总 编 辑：李 妍
编 辑：梁 捷 助理编辑：杨小敏
赠 阅 范 围：国 内

国内刊号：CN44-1712/D
邮政编码：510032
地 址：广州市府前路1号市政府8号楼
电 话：83123138 83123238 83123438
网 址：<http://www.gz.gov.cn>
印 刷：广州市人民政府机关印刷厂
