

苏州市商贸业“十四五”发展规划

目 录

序言	1
第一章 “十三五” 时期苏州商贸业发展回顾	2
一、发展成就	2
二、存在问题	6
第二章 “十四五” 时期苏州商贸业发展机遇与挑战	10
一、发展机遇	10
二、发展挑战	12
第三章 “十四五” 时期苏州商贸业发展思路和目标	14
一、指导思想	14
二、基本原则	14
三、发展定位	15
（一）培育创建国际消费中心城市	15
（二）建设国内商贸流通示范区	15
（三）建设长三角商贸联动区	17
（四）构建全域商贸引领区	18
四、主要目标	18
第四章 “十四五” 时期苏州商贸业发展主要任务	21
一、系统优化商业网点布局	21
（一）提高城市综合体辐射能力	21
（二）推进中型商超转型升级	21

(三) 建设一刻钟便民生活圈	22
(四) 促进站点商业高质量发展	23
(五) 引导商业街区打造特色品牌	24
(六) 明确各地商贸业发展定位	25
(七) 提升商业网点科学布局水平	27
二、大力提升城市消费能级.....	28
(一) 强化高端消费供给	28
(二) 促进消费扩容升级	32
(三) 积极发展服务消费	34
(四) 提升餐饮行业水平	35
(五) 完善消费保障机制	35
三、提升商贸流通现代化水平.....	37
(一) 促进专业市场提档升级	37
(二) 推动零售企业发展壮大	38
(三) 引导商贸物流高质量发展	39
四、持续提高会展行业发展质量.....	40
(一) 大力发展会展经济	40
(二) 培育壮大会展业主体	42
(三) 推动举办高品质会展	43
(四) 优化会展业发展环境	44
五、加快发展电子商务.....	44
(一) 更好发挥电子商务促消费作用	44

(二) 推进电子商务创新集聚发展	45
(三) 培育建设跨境电商消费市场	47
(四) 完善电子商务支撑服务体系	48
六、持续优化商贸业营商环境	48
(一) 逐步完善商务诚信体系建设	48
(二) 完善商贸领域审慎包容监管体系	49
(三) 打造商贸业高质量发展服务生态	51
第五章“十四五”时期苏州商贸业发展重点工程	53
(一) 国际消费提振引领工程	53
(二) 数字商贸全面提升工程	53
(三) 重点产业集聚区建设工程	54
(四) 商贸龙头企业培育工程	55
(五) 供应链创新提升工程	55
(六) 商贸环境动态监测工程	56
第六章“十四五”时期苏州商贸业发展保障措施	57
(一) 加强组织领导	57
(二) 强化效能评估	57
(三) 提升监管水平	57
(四) 加大财税支持	58
(五) 加快人才建设	58

序言

本规划根据《苏州市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》和《江苏省“十四五”商务高质量发展规划》编制，重点明确“十四五”时期苏州商贸业高质量发展的指导思想、基本原则、发展定位、主要目标、主要任务、重点工程、保障措施，是全市各级商务主管部门履行职责、推动商贸业高质量发展的重要依据。

第一章 “十三五” 时期苏州商贸业发展回顾

一、发展成就。

“十三五”期间，苏州商贸业市场规模持续扩大，商贸空间布局不断优化，业态发展丰富多元，消费市场逐步壮大，流通体系日趋完善，为“十四五”时期苏州商贸业提质增效，实现高质量发展奠定了基础。

一是商贸业市场规模持续扩大，商贸综合实力明显提升。2020年苏州实现社会消费品零售总额 7701.98 亿元（见图 1），相比 2015 年增长 40.32%，消费规模位列全省第一名。“十三五”期间社会消费品零售总额实现了年均 7.0% 的快速增长。

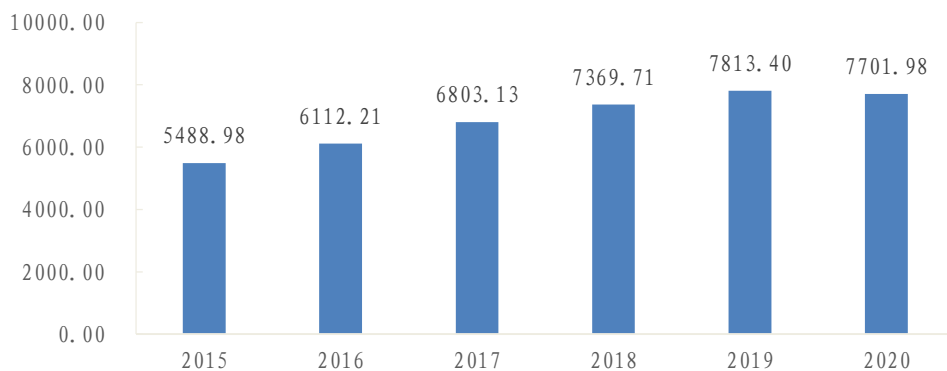


图 1 苏州市 2015~2020 年社会消费品零售总额（亿元）

数据来源：苏州市统计年鉴

二是商业网点布局不断优化，城市商贸功能进一步完善。随着城市现代化加快推进和轨道交通体系逐步完善，苏州商贸“多中心、网络化、群落化”的发展布局进一步凸显。各大商贸板块、商贸功能服务区以及新兴商贸功能区的差异化发展格局初步显

现，城市整体商贸功能得到有效完善。以苏州中心为代表的大型城市综合体客流记录和销售额不断刷新，功能和配套设施逐渐完善，成为苏州市民和国内外来苏消费者的必达地。截至 2020 年末，全市共有超亿元商品交易市场 103 个，实现成交额 9493.52 亿元。购物中心、百货商场、大型超市、仓储商店、家居建材商店、专业店和社区商业等多种业态蓬勃发展。商贸业供给侧结构性改革深入推进，各大商业载体转型升级明显加快，传统商圈转型升级初见成效。苏州以社区商业示范社区创建为着力点，加速构建便民生活圈。截至 2020 年末，苏州共有国家级社区商业示范社区 5 个，省级示范社区 15 个，市级示范社区 170 个。以“邻里中心”为代表的社区商业企业向全国输出服务，形成了苏州“社区商业强市”的品牌效应。

三是特色街区繁荣发展，消费供给日益多元。“十三五”期间，初步形成了以省级特色商业街为代表，省、市、区三级特色商业街有序发展，古镇风情街、专业商品街、现代时尚街、休闲娱乐街四类特色商业街系统发展的格局。高品位步行街建设取得初步成效，观前街获省级高品位步行街试点街区称号，昆山大渔湾湖滨风情商业街获省级高品位步行街培育街区称号。老字号企业不断壮大，截至 2020 年末，全市共有老字号企业 85 家（中华老字号 30 家，江苏老字号 45 家，苏州老字号 10 家），基本形成了“中华老字号”、“江苏老字号”、“苏州老字号”三级培育体系，涵盖餐饮、中医、家居、工艺美术、文化等多个行业，为市民和国内外游客提供了独具苏州特色的商品及服务。姑苏区、

工业园区、高新区等地夜生活消费商圈加速发展，商贸企业积极开展夜间经济示范点建设，“24小时不打烊餐饮店”等富有地域特色的夜间消费项目不断壮大，夜间经济发展初具成效。首次举办“双12苏州购物节”，联动上海举办“五五购物节”，累计推出近千场具有标志性的城市消费重点活动，让利金额超过260亿元，全市的消费环境、消费氛围得到极大改善。

四是网络零售加快发展，流通方式更加多样。2020年，全市网络零售额达2983亿元，“十三五”期间全市网络零售额增长近120%。“双12苏州购物节”“五五购物节”有力推动了电商头部平台和本地平台企业深度合作，带动苏州实体零售企业加快数字化转型；直播带货、网红IP、集合快闪等新业态新模式得到广泛应用；无接触消费深入推广，全市大型商场、综合体等商业载体实现了线上销售的大幅增长。“十三五”期间，苏州深入推进电子商务示范创建工作，加强优质项目挖掘、培育和储备。截至2020年末，全市共有国家级电子商务示范企业5家、示范基地1家，省级电子商务示范企业22家、示范基地9家，市级电子商务示范企业58家、示范基地14家，初步形成国家、省、市电子商务示范创建的梯次培育路径。跨境电商综试区建设成效显著，截至2020年末，综试区跨境电商B2B出口额累计超过360亿元人民币。

五是商旅文融合发展，协同效应逐步加强。“十三五”期间，全市大力创建特色商圈，推动商圈提质升级，在商旅文专业化、品牌化发展方面取得较好成效。苏州抢抓创建“国家全域旅游示

范区”的机遇，实施全域旅游发展战略，进一步挖掘全市旅游和文化资源，促进商旅文深度融合发展，助力打造“江南文化”商旅文消费品牌。大力开展“中国苏州美食节”、“轧神仙庙会”、购物节、展销会等大型活动，有效激发本地居民和外地游客的消费热情。着力打造文旅电商产业园、文化创意产业园、影视动漫产业园等特色商旅文融合载体，既有效推动商旅文产业融合，又充分挖掘特色商业载体的消费潜力。以苏州“一街三园”为特色，改造升级后的阳澄湖高速公路服务区成为全国特色服务区的标杆。

六是消费结构升级趋势显现，农村消费潜力进一步释放。家庭、健康、养老、旅游、文化等生活性服务消费和基于互联网的软件增值服务、网络游戏、影视音乐、在线教育等新兴虚拟性服务消费比重逐渐提高。2020年苏州入选国家体育消费试点城市。农村消费潜力进一步释放，2020年末苏州农村居民人均消费支出22129元，同比2015年末增长32.03%，成为苏州消费新的增长点。

七是流通体系逐渐完善，商贸综合能力明显增强。苏州开展国家供应链体系建设试点工作，物流标准化水平显著提升，社会化标准托盘循环公用支撑体系基本建成，全市物流成本进一步降低。各类供应链平台逐步完善，已形成一批可复制推广的商业模式，有效提升了不同行业供应链的协同整合能力。2018年，张家港市被商务部等8部门认定为国家级供应链创新与应用首批试点城市。2020年，商务部等8部门在《关于复制推广供应链创新与应用试点第一批典型经验做法的通知》中对试点城市张家港和试

点企业江苏物润船联的经验做法进行推广。苏州开展国家绿色货运配送示范城市创建工作，开发建设“苏州城市货运配送公共信息服务平台”，不断完善“圈层式”城市绿色货运配送三级节点网络体系，形成独具苏州特色的城市绿色货运配送发展模式，打造“集约、高效、绿色、智能、安全”的“苏式配送”品牌。

八是商业环境持续优化，消费环境进一步提升。“十三五”时期，全市商贸行业安全生产水平持续提升，安全风险管控和各类事故防范能力不断增强，安全生产形势保持稳定。建立商贸业安全生产监管工作机制，落实各级干部“一岗双责”，建立安全生产工作领导小组。持续组织开展安全生产检查，督促燃气经营企业落实瓶装液化气用户购气实名制和服务配送制，全面使用苏州市瓶装燃气充装配送监管平台。强化单用途商业预付卡等领域监管执法，规范商家合法、诚信经营，加强商业预付卡消费风险提示。

二、存在问题。

一是消费领域供给侧改革进展较慢。受城市能级、体制机制等综合因素影响，苏州特色消费供给能力不足，对全球一线品牌的吸引力不强，首店首发经济与上海、北京、成都等地相比有较大差距。同时，城市配套环境不够完善，中心城区高端酒店数量偏少，尚无免税店。此外，在教育培训、旅游、文化、体育、医疗、养老等领域的供给仍有较大提升空间，人民群众的消费需求

还未得到充分满足。

二是商贸业数字化转型升级亟待提速。目前，传统商贸企业在利用数字技术实现跨越式发展方面存在较大难度。从企业自身来看，大部分企业数据应用能力不强，缺乏明确的转型方向；数据集中化程度不高，数据安全存在风险。从外部环境来看，行业协会对传统商贸企业数字化转型的组织力度还不够，商贸业数字化转型的生态圈还未构建成型。

三是实体商业竞争加剧，同质化问题凸显。商贸实体企业尤其是百货商场、大型商超等传统业态利润空间进一步压缩，转型升级压力增加，品牌差异化发展还有待加强。部分特色商业街的国有或集体资产占比较低，产权较分散，出现业态低端化、同质化等现象，街区业态调整面临较大困难。

四是商业布局与城市发展匹配度不高。近年来，苏州城市化进程加速推进，人口分布呈现新的特点，但商业网点更新提升未及时同步，部分地区出现商业网点聚集程度较高但消费人口支撑不足的现象。部分新建居民小区周边、城乡结合部等区域的社区商业发展不足，商业业态较为单一，体验性消费业态偏少。市区对各县级市的辐射带动能力有限，各大商贸载体尚未突破地理空间限制形成有机整体。

五是商贸业龙头企业严重偏少。2019年度中国零售百强名单显示，苏州仅有常熟一家企业入选零售百强。截至2020年末，全市拥有限上商贸企业5000多家，与南京、杭州等地相比，苏州中小型商贸企业仍占据主导地位，全国零售百强企业、电商百强企

业较少，缺少商贸流通龙头企业，全市未有进入全国商场销售额榜单 TOP50 的企业。

六是商贸业发展保障不足。促进商贸业发展的综合协调机制有待进一步加强。高端商贸人才的引进和培育还不够，商务部门、商贸企业与高校、科研机构的合作程度不深，对商贸行业基础理论和创新做法研究不足，促进商贸业发展的智力支撑有待进一步加强。商务部门在商业网点建设中的参与程度不高，落实商业网点布局规划缺乏刚性约束。

专栏 1：各市（区）商贸业发展存在的问题

张家港市传统商贸流通业所占比重大、结构不尽合理、数字化转型进程较慢；新型商贸业态发展步伐相对缓慢、占比偏小。

常熟市高品质商业业态供给不充分，凸显地域文化的特色商业影响力不强，地标型城市商业中心和高端商业载体有待规划布局。

太仓市商业街区的特色有待进一步挖掘提升，海运堤风情水街商业 IP 宣传力度不够，人民路综合商业街的休闲业态与配套服务发展相对不足。

昆山市商业网点布局与城市规划建设的协同性不强，商业发展集聚度偏低，高端供给相对不足，消费外流现象较为突出。

吴江区商品交易市场的供应链体系还不够完善，物流配送、电子商务、设计宣传等行业发展仍然滞后，商贸业自主创新和品牌化发展水平不高。

吴中区商旅文体农产业联动发展力度不足，区域内商业资源与旅游资源、人文资源等融合不够紧密，互动发展有待深化提升。

相城区大型商业综合体布局偏于集中，高端化特色化发展较为欠缺，同质化竞争现象较突出；邻里中心、便利店、标准菜场等便民配套还存在短板。

姑苏区城市更新进程有待加速，地标型商业载体建设不足，商业网点周边配套设施滞后，部分商业街区存在产品单一、同质化竞争、体验式沉浸式业态偏少等问题。

工业园区对海内外消费者的吸引力有待加强，金鸡湖商圈对标国际一流商圈仍有差距，存在商圈能级不足、国际化氛围不强、商业体同质化发展等问题。

高新区总部型商贸企业不多，汽车销售、大型商超等传统业态占比较高，商贸互联网企业等新型业态偏少，商贸业发展新动能有待加强。

第二章 “十四五” 时期苏州商贸业发展机遇与挑战

“十四五”时期是我市商贸业高质量发展的重要时期，既有有利于发展的外部环境和内生动力，又存在诸多不确定因素，机遇和挑战并存。

一、发展机遇。

从国际层面看，以5G、人工智能、云计算、大数据、数字经济、共享经济等为代表的新一轮科技革命和产业变革方兴未艾，为苏州商贸转型提供创新要素支撑。利用新兴技术推动苏州智慧物流发展和供应链创新，提升供应链整体效率，是苏州进一步推进供应链创新与运用试点的有效途径。《区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）》等高标准经贸规则正式签署，加快了商品和要素从流动型开放向规则等制度型开放转变，为苏州消费市场提供了更多的优质消费品，也为苏州消费品牌崛起带来了良好机遇。

从国家层面看，我国发展仍处于重要战略机遇期，经济发展韧性强劲、物质基础雄厚、市场空间广阔，经济长期向好的基本面没有改变。加快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，为商贸业发展提供了坚实的政策支撑。2020年，我国最终消费率达到54.3%，但与发达国家相比仍然偏低。随着人民生活水平不断提高，对消费的需求更加注重商品和服务的品质，更加注重消费环境和体验，消费更趋品质化、多元化。国家深入开展国际消费中心城市培育创建，陆续出台相关促消费

的政策措施，推动流通创新发展、促进商业繁荣。此外，国家坚持发展壮大民营企业，大力破解发展难题，为民营经济营造更好的发展环境，也是苏州加快培育本土商贸龙头企业、打造行业品牌、扩大商贸影响力的利好因素。

从区域层面看，在“一带一路”倡议、长江经济带、长三角区域一体化、自由贸易试验区、跨境电子商务综合试验区等国家政策叠加支持下，苏州商贸业发展遇到了前所未有的历史机遇。发挥沪苏同城新优势，融合上海全球消费资源，广泛聚集全球优质的市场主体、优质的商品和服务、加快培育发展自有品牌，有利于提升苏州商贸业发展“国际范”。大量商贸人才向长三角区域集聚，为苏州商贸业高质量发展、提高消费能级、完善商贸保障提供了智力支持。长三角一体化加强了区域内城市产业分工和资源共享，促进苏州与周边城市实现发展动能的更优配置以及商贸业的互联互通。

从城市层面看，苏州经济总量连续多年保持在全国前列，2020年全市实现地区生产总值 20170.5 亿元，位居全国大中城市第六位。全市常住居民人均可支配收入逐年递增，2020 年达 62582 元。社会消费品零售总额在全国的排名已从 2019 年的第十名跃居到 2020 年的第七名，消费市场潜力巨大。发挥独特的“江南文化”资源优势，借鉴成都、长沙等地经验，为苏州打造现象级商业现象、提升商贸业影响力赋能。而且苏州作为我国数字货币的重要试点城市，数字货币的推广有利于提升商贸往来的效率与信任度。此外，城市营商环境优势明显，在法治诚信方面，创新发布《苏

州市法治化营商环境建设指标体系》；在优化供给方面，苏州全球首发推介了“开放创新合作热力图”，形成资源配置最优保障，“苏州最舒心”营商环境为商贸业高质量发展提供了良好的发展基础。

二、发展挑战。

一是世界经济环境复杂严峻。全球经济和贸易增长疲软态势仍然存在，经济全球化遭遇逆流，国际上单边主义和贸易保护主义加剧，中美贸易摩擦具有长期性和复杂性。此外，新冠肺炎疫情影响广泛深远，对世界经济供给侧和需求端产生了前所未有的双向冲击，全球市场需求疲软。新一轮国际经贸规则竞争对我国外贸发展造成较大影响，苏州的开放型经济占比较大，2020年外贸依存度为110.7%，未来发展面临的不确定因素较多。

二是国内经济结构性、体制性、周期性问题交织。“三期叠加”影响持续深化，我国经济发展进入新常态，产业结构调整和优化速度加快，经济下行压力加大，拉动内需的迫切要求和居民消费动力不足的矛盾进一步放大。社会资源总体有限，技术创新和模式创新的要求不断提高，商贸业竞争日益加剧。上述问题对苏州商贸业高质量发展提出了更高的要求，消费潜力仍需进一步释放，传统商业企业活力有待加强。

三是苏州商贸业发展面临能级提升的严峻考验。长三角地区产业发展相似度较高，城市间的竞争较为激烈，苏州与周边行政

区域间的资源要素配置结构日趋雷同，商贸业发展面临“前有标兵、后有追兵”的竞争态势。相比上海、南京等地，苏州地标型商业载体偏少，高端消费供给不足，存在居民日常消费溢出、高端消费外流以及游客分流等现象，上海等地对苏州消费的虹吸效应明显。相比北京、西安、重庆、成都等地，苏州标志性商圈建设仍不足，中心城区首位度偏低，重点商圈的消费环境、智慧化建设、文化氛围等方面都有待提升。相比上海、广州等地，苏州消费还不能充分引领潮流时尚，首牌、首店、首发、首秀等效应还不明显，展会行业国际化水平不高。相比杭州等地，消费新模式、新业态发展还不充分，沉浸式、体验式、互动性消费新场景偏少。在国内外经济发展新形势下，全国各地对核心资源、改革红利和创新人才等方面争夺更加激烈，苏州商贸业面临与其他地区进行优质资源竞争的巨大挑战。

第三章 “十四五” 时期苏州商贸业发展思路和目标

一、指导思想。

深入贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，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，坚定不移贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，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，加快建设现代化经济体系，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。紧紧抓住长三角一体化和新型基础设施建设的重大机遇，大力推动沪苏同城化发展，紧扣苏州培育创建国际消费中心城市的重要契机，加快推进商贸业的数字化、品牌化、专业化、国际化、绿色化发展，大幅提升苏州商贸业的全国辐射力和国际影响力，全面构建与苏州经济社会发展相协调的商贸业体系。

二、基本原则。

一是坚持趋势导向，因地制宜。紧紧抓住“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”“长三角一体化推进商贸业发展的重大机遇”以及“苏州培育创建国际消费

中心城市”等时代趋势，以“十三五”期间苏州商贸业发展现状为依据，促进便民商业均衡布局，高端商业提升能级，加快促进商贸业高质量发展。

二是坚持强化供给，突出特色。加快推进苏州商贸业供给侧结构性改革，持续提升运营的品质化、国际化水平，加速商业模式创新与应用，打造更多有吸引力的消费场景。进一步发挥苏州文化和产业优势特色，打造苏州商业的亮点和品牌，不断增强苏州消费市场海内外消费者的吸引力。

三是坚持守正创新，数字赋能。更加注重推动商贸领域创新发展，大力培育新产业、新技术、新业态和新模式，将科技创新、制度创新、管理创新和商业模式创新密切融合，促进商贸业数字化转型，加快发展动能转换，实现从跟随型发展向引领型发展的跨越。

四是坚持绿色发展，赢得未来。深入落实“碳达峰”“碳中和”等重大战略决策，把生态文明建设和可持续发展理念融入商贸业发展全过程，引领绿色生产，发展绿色商贸，大力推进高效流通、绿色流通，打造绿色供应链，倡导科学消费、绿色消费，拓展绿色经济发展空间。

五是坚持融合发展，商贸引领。发挥苏州丰厚的资源优势，促进商旅文深度融合发展，形成特色商旅文发展氛围。推动移动消费、数字消费、体验消费等成为引领城市商贸业转型发展的重要力量，丰富苏州商贸业发展新的内涵。

三、发展定位。

（一）培育创建国际消费中心城市。

打造具有国际影响力的知名商圈，推动各类商业载体转型升级。统筹推进综合性商圈建设、高品位步行街改造、商业综合体转型与消费场景营造，形成多层次的购物和休闲娱乐服务圈。发展首店经济、首发经济，吸引国内外知名品牌在苏州开设概念店、定制店和体验店等，支持在苏州开展新品首发活动。逐步扩大退税商店规模，探索开设市内免税店，引进国际品牌折扣店，扩大高端消费供给，创造在苏州买全国、买全球的良好消费体验，努力打造国际化消费资源集聚地。充分发挥苏州传统工艺美术的技艺优势，打造国际化的传统工艺美术产品，提供独特的制作体验服务，吸引来自国内外的传统工艺美术爱好者和消费者。大力推广文化消费，整合苏州文化旅游资源，打造特色消费场景，让苏州文化旅游资源成为扩大国际消费的动力源泉。创新商业业态和模式，提升城市消费的创新能力和综合吸引力。

（二）建设国内商贸流通示范区。

加快完善流通业基础设施建设，发挥苏州水网优势，持续优化“公铁水联运”。持续推进各类重点项目，支持网络货运的发展，进一步推动商贸物流绿色化、标准化、智慧化发展。推进供应链创新发展，提升供应链标准化、数字化水平，引导生产资料流通企业向上下游延伸。促进传统批发市场转型升级，重点提升

交易平台的效率和质量。做大做强常熟服装城、中国东方丝绸市场等一批跨区域、跨国别、辐射带动能力强的专业市场。有序引导大型连锁物流配送基地转型升级。鼓励零售业创新发展，积极引进和培育新零售项目。畅通商贸流通渠道，为苏州深入完善现代流通体系打下坚实基础。

（三）建设长三角商贸联动区。

把握长三角发展机遇，充分依托长三角区域一体化发展和上海全球城市功能效应，主动对接服务上海，推进沪苏同城化发展，进一步丰富拓展商贸领域合作，加快形成与上海配套协同又具备自身特色的发展格局。依托长三角区域便利的交通网络，推动苏州与苏锡常城市圈及长三角其他城市进行跨地区商业联动，开展跨区域商圈合作试点，积极推进苏锡常三地特色商业互补和重大设施互联共享，率先推动跨区域融合。进一步强化苏州文化体验等功能定位，打造苏州“文化旅游目的地”的形象。持续扩大“双12苏州购物节”“五五购物节”的辐射影响力，推动优质品牌走向世界。加强与区域内各城市合作，联合打造一批具有一定规模、产业配套齐全、功能完善的商贸产业聚集区。鼓励以龙头企业为引领，研究培育新模式、新业态，推动产业链协同合作，助推长三角商贸企业转型升级，实现高质量发展。

（四）构建全域商贸均衡发展引领区。

加强商业网点布局规划与城市空间规划、城市更新改造规划、交通建设规划及其他专项规划等相衔接，推动全市范围内形成“大型商业综合体—中型商超—一刻钟便民生活圈”三级发展格局。强化大型商业综合体国际化、高端化、品牌化定位，助推中型商超实现多功能、差异化转型升级，丰富一刻钟便民生活圈“家门口的幸福”功能和内涵。推进“站点商业—特色商街”纵横交错的线性贯通，优化站点商业配套和服务功能，推动商业街区多元化发展。优化各市（区）现有商业布局，引导传统核心商圈加快提质扩容，鼓励各地积极打造地标型商业中心。深挖不同商圈的潜力和特色，强化平台赋能，推进线上线下融合，实现商圈联动发展。提倡“商贸+”的融合创新模式，丰富商贸内容和价值。

四、主要目标。

到 2025 年，苏州商贸业美誉度进一步增强，城市消费能级全面提升，商贸业供给侧结构性改革取得显著成效，商贸业发展对全市经济社会发展和人民幸福感提升的带动作用更加突出，力争建设成为特色鲜明、富有活力的全国商贸流通中心。

——**商贸美誉度持续增强**。到 2025 年，苏州培育创建国际消费中心城市取得新突破，商贸业参与“双循环”卓有成效，成为服务华东、辐射全国，具有较强竞争力和美誉度的国际商贸城市。到 2025 年，全市建成一刻钟便民生活圈超 150 个。

——**城市消费全面升级**。到 2025 年，实现社会消费品零售总

额 10000 亿元，年均增长 6%左右；其中，批发和零售业零售额 9200 亿元，住宿和餐饮业零售额 800 亿元；拥有市级以上首店数量 1000 家。商贸业供给侧改革卓有成效，充分带动全市消费升级，高品质的产品和服务供给更加丰富多元。

——**商贸市场规模继续扩大。**到 2025 年，实现批发和零售业销售额 41500 亿元，其中批发业销售额 34700 亿元。网络零售交易额 5000 亿元，其中新零售占网络零售交易额比重较 2020 年末增长一倍以上。

——**贸易流通枢纽功能日益突出。**到 2025 年，在全国贸易网络中的枢纽地位明显提高，成为全国重要的商贸流通中心。

——**商贸企业竞争力显著提升。**到 2025 年，商贸业数字化转型再上新台阶，商贸总部企业数量取得突破性进展，品牌影响力进一步扩大。

表 1 “十四五”期间苏州商贸业发展指标体系

序号	类别	指标	单位	2020 年现状值	2025 年规划目标
1	消费规模	社会消费品零售总额	亿元	7702	10000
2		其中：批发和零售业零售额	亿元	7093	9200
3		住宿和餐饮业零售额	亿元	609	800
4	贸易额	批发和零售业销售额	亿元	31943	41500
5		其中：批发业销售额	亿元	26700	34700
6	电子商务	网络零售交易额	亿元	2983	5000
7		新零售占比网络零售交易额	%	2.05	5
8	首店	市级以上首店数量	家	200	1000
9	便民生活圈	一刻钟便民生活圈建设数量	个	-	150

注：一刻钟便民生活圈，是以社区居民为服务对象，服务半径为步行 15 分钟左右的范围内，以满足居民日常生活基本消费和品质消费等为目标，以多业态集聚形成的社区商圈（商务部等 12 部门于 2021 年 5 月联合开展城市一刻钟便民生活圈建设工作）。

第四章 “十四五”时期苏州商贸业发展主要任务

深入推进苏州商贸业供给侧改革，持续提升商贸业发展质量和效益，努力实现需求与供给的有效对接，不断满足人民群众多元化、高品质生活需要，奋力开创商贸业发展新局面。

一、系统优化商业网点布局。

（一）提高城市综合体的辐射能力。

鼓励和支持城市综合体在发展首店经济、首发经济等高端消费领域发挥辐射带动作用，加大新型商业模式的创新与应用，强化品牌展示和推广等功能，研究制定品牌引进和培育策略。加强与长三角其他城市开展跨区域商圈合作，丰富苏州大型、超大型城市综合体的娱乐、休闲、体育、文化等多样化体验功能。全面提升城市综合体的建筑品质、景观灯饰效果等，支持城市综合体在丰富供给、提升业态、活动策划、氛围营造等方面提升运营能力，探索引进文化艺术馆、文创体验店等业态，着力打造地标型商业载体。

（二）推进中型商超转型升级。

引导支持中型商超丰富完善业态，引进娱乐休闲类、体育运动类、教育培训类、时尚美学类等业态，强化差异化发展。引导

商场优化内部空间布局，完善动线设计，增强内部各区域的联动。引导商场拓展利用室外空间，塑造集互动体验、品牌发布、艺术展示、快闪活动等于一体的多功能复合型场景体验场所。在商业环境中融入娱乐、艺术、人文等多样化主题，形成可持续的差异化发展模式，持续提升商场人气。鼓励中型商超加强沟通交流，营造开放包容的良性市场氛围。

（三）建设一刻钟便民生活圈。

加快便民生活圈布局。到 2025 年，全市建成一批布局合理、业态齐全、功能完善、智慧便捷、规范有序、服务优质、商居和谐的城市便民生活圈，社区商业便利化、标准化、数字化、品质化水平全面提升，实现“家门口的幸福”——一刻钟便民生活圈高水平、高质量、全域覆盖，力争建成 150 个便民生活圈。

推动基础业态升级。坚持高起点、高标准做好菜市场建设改造提升工作，加快推进社区菜市场、生鲜店标准化、智慧化建设，丰富商品品类、保障食品安全、保持价格稳定、提升管理水平、优化购物环境，打造以菜场为核心的社区便民服务中心。

立足需求丰富业态。做优购物业态，努力满足居民基本生活所需的商品和服务。丰富服务业态，大力发展便利店、24 小时社区店、老年人康护所、社区食堂、幼儿托管点、培训教育点、照相文印店、宠物服务站等商业业态。拓宽休闲业态，鼓励和引导社区商业由过去传统购物、餐饮向休闲、文化、健身、娱乐等多

功能的综合性现代商贸发展，发展特色餐饮店、蛋糕烘焙店、社区书房、运动健身房、保健养生店、鲜花礼品店、茶艺咖啡馆等休闲业态，努力构建灵活快捷的服务方式、健全高效的便民体系，切实提升社区居民的幸福感和获得感。

积极培育市场主体。鼓励支持邻里中心等苏州本地社区商业企业提升运营管理水平，加快打造专业化管理团队，研究提炼社区商业的发展方向和服务标准，加快推进管理模式和管理团队走出去。鼓励支持苏州本土的餐饮、休闲、培训、健身、养老等企业，提升品牌意识，加大宣传推广，探索打造一批知名度高、认可度强的苏州便民生活圈品牌体系。

（四）促进站点商业高质量发展。

持续推进铁路商圈建设工作。加快苏州站、苏州北站等既有客运站点商圈提质升级，根据各站点客流特点优先满足过往游客、商务人士、创业者等目标人群需求。统筹开发和完善重点铁路站点地下、地上商业空间布局，加强站点与周边办公、酒店、娱乐、物流等项目的联动，激发地区商业潜力。加快引进兼具体验感、互动感、参与感的全新商业业态，打造集旅游、观光、休闲、度假、购物、娱乐等站城一体的城市综合体。推动苏州北站综合枢纽承接大虹桥会展+高端商务外溢，打造虹桥的分会场+组展商的会客厅，成为苏州商业新场景、城市新客厅的商旅文新地标。

分级分类完善高速公路服务区功能。根据高速公路服务区所

处位置和路段情况灵活提供休闲观光、商务会议、消费购物等场所，鼓励中高端业态进驻高速公路服务区。因地制宜打造多类型特色服务区，结合区位环境和实际建设需求，融合江南地域文化和人文特色，系统开发和改造一批以阳澄湖高速公路服务区为代表的网红打卡点。做好重点服务区与周边景区衔接、道路指引、文化和消费宣传等工作，打造苏州宣传地域文化、树立良好形象的窗口。

完善轨道交通重要节点及轨道交叉点的商业配套和业态。进一步强化轨道交通对商业的促进作用，优化轨道交通上盖商业建设，提前规划在建轨道交通线路交叉点及沿线的商业布局，对不同节点等级的站点及周边地区进行分类指导。促进苏州 TOD 综合体的建设工作，逐步形成城市 TOD、区域 TOD 以及节点 TOD 的多层次发展格局。推动轨道交通商业业态多元化发展，促进新零售与轨道交通商业结合。充分发挥轨道交通沿线的资源优势，在重要旅游资源站点打造差异化轨道交通空间场景，适当引进文创类业态进驻。充分发挥轨道交通的商业展示功能，促进轨道交通与上盖及周边商城的商业合作。

（五）引导商业街区打造特色品牌。

促进商业街区多元化发展。充分挖掘商业街区的景观与文化特色，推动商业街区错位发展，促进观前街、比斯特、淮海街、大渔湾等高标准商业步行街发展，加强商业街区业态与文化的配

套，在突出文化特色的同时塑造新时尚、打造新地标。

扩大商业街区的商业包容度。鼓励商业街区自主打造特色亮点，讲好商街故事，开发专属周边产品，将商街特色打造融入街区景观和商街氛围。推动商业街区运营与管理的一体化，缓解部分商街的产权压力，加快商业街区的业态调整，促进商业街区商业业态及管理的整体化发展。建立商业街区线上线下融合发展的新模式，实现传统商街与网上商街的融合，提升街区竞争力，引领和带动传统商业街区实现跨越式发展。

（六）明确各地商贸业发展定位。

依托各市（区）商贸业发展现状和优势，引导各地结合区域发展特色和消费市场特点，推动各类商业载体向“系统化、差异化、特色化”提升，形成“布局合理、功能齐全、特色鲜明”的商业网点建设体系，有效避免重复建设和无序竞争，构建各市（区）商业错位发展、相互促进的良好发展格局。

张家港市要持续推进主城区特色商业街和大型商业综合体发展，进一步优化商贸布局，为打造全面综合、优质均衡的现代化文明典范城市提供支持。

常熟市要围绕琴湖片区、昆承片区、声谷片区、辛庄南部片区、两大城铁片区等“六大片区”，高标准规划建设片区商业中心，着力打造地标型高端商业载体，加快老城商圈改造升级。

太仓市要充分发挥临沪、对德等优势，着力构建由城市商业主核、临沪商业带、沿江商业带等构成的商业网点空间体系，建设德国风情文旅街区 and 德国产品展示交易中心等。

昆山市要不断厚植临沪、对台合作优势，着力构建“市级-副市级-片区级-镇级”四级商业中心，强化商贸业对城市发展的支撑带动作用，全面提升城市商贸业美誉度。

吴江区要建设多层次商业体系，着力提升商品交易市场供应链水平，努力在长三角生态绿色一体化发展示范区建设中打造最具吸引力的商贸业高地。

吴中区要利用好山水人文优势，调优做强城市中心商贸区，持续提升商旅文融合水平，加快推进商贸业特色化、品牌化、智慧化、绿色化、数字化发展。

相城区要发挥虹桥国际开放枢纽北向拓展带建设、对日合作等优势，加快推进相城大道沿线商业带发展，大力培育高铁新城等市民消费新高地，着力打造市域商贸新中心。

姑苏区要深度挖掘“江南文化”独特资源，做优文商旅中心，做精苏式生活典范，差异化发展观前商圈、石路商圈和南门商圈，持续擦亮国家历史文化名城保护区金字招牌。

工业园区要增强商贸业发展“国际范”，提升高端消费供给水平和对海内外消费者的吸引能力，为建设面向未来的苏州城市新中心赋能。

高新区要充分发挥山水环境优势、产业支撑优势和发展空间优势，加快建设狮山、浒关、科技城等区域商业中心，打造

集商贸、产业、休闲娱乐等功能于一体的商业服务体系。

（七）提升商业网点科学布局水平。

充分发挥政府宏观调控作用，持续优化商业网点空间布局，加快建设布局优化、结构合理、功能完备、城乡一体的商业网点体系，推动各市（区）不断完善商贸业发展生态，更好满足人民群众消费升级和美好生活需求。

“十四五”期间，坚持总量适度、结构合理、相对集中、适度超前的总要求，坚持新建与改造、集中与分散、综合与专业相结合的原则，优化提升现有商业网点，打造地标性商业载体，着力提升商业品质，丰富商业业态，满足消费需求。根据《苏州市区商业网点布局规划》和各市（区）商业网点布局规划，探索以项目化方式实施推进商业网点规划，倡导各市（区）采取多种形式创新规划管理方式，加强规划的科学指导和刚性约束。

“十四五”期间，全市将合理规划和建设重点商业综合体，从严控制重点商业综合体的规模和数量，避免出现商业过剩和同质化竞争。张家港市中心商圈首位度较高，商业网点相对集聚，要探索打造城市商业副中心；常熟市基本形成多中心商业格局，要持续推动方塔商圈改造，加快推进世茂商圈品质提升，引进高端商业载体布局城市新片区；太仓市本土商业集聚区和临沪国际商业集聚区建设加速推进，要加快培育港城商业中心、

高铁商务中心、天镜湖休闲商务中心等商业副中心；昆山市商业网点较为分散，商业集聚度偏低，要持续增强城市商业中心标识度，集聚提升区域商业中心发展水平；吴江区基本形成以南北核心商圈为主、多个镇级商圈为辅的商业发展格局，要持续提升吴江太湖新城商业中心的影响力和辐射带动作用；吴中区大型商业网点建设相对分散，要加快推动长桥等地存量商业改造，推进吴中太湖新城、越溪等地网点补缺；相城区相城大道和高铁新城等地商业相对集聚、大型商业网点基本饱和，要推动现有商业项目差异化发展；姑苏区“三大商圈”发展格局清晰，要持续推进观前商圈美罗南扩等存量商业改造，加快华贸中心、仁恒仓街等地标性商业载体建设；工业园区环金鸡湖商圈集聚度高、大型商业网点基本饱和，要提升存量商业运营工作，探索错位竞争、差异化发展的路径；高新区狮山、浒关等区域商业集聚度高、辐射带动能力较强，要加快推动科技城等区域网点补缺工作。

专栏 2：全市商业网点现状情况

截至目前，全市共有 5000 平方米以上的商业网点 439 个，总建筑面积约 1700 万平方米。其中 5-10 万平方米的网点 41 个，总建筑面积为 281 万平方米；10 万平方米以上的网点 54 个，总建筑面积为 960 万平方米。

二、大力提升城市消费能级。

（一）强化高端消费供给。

打造地标型现象级商业载体。抓住消费升级风口，强化美罗商城、苏州中心、华贸中心、仁恒仓街等商业载体的高端消费定位，大力打造地标型商业载体。加快国际品牌、高端消费等要素资源集聚，吸引顶级奢侈品品牌和国际一线品牌的落地，促进奢侈品市场差异化发展，打造长三角高端消费地标平台，推动高端消费回流，稳在当地。鼓励传统商业业态加快模式创新，进一步拓宽直播带货、网红 IP、集合快闪等新业态新模式的应用，不断提高符合时尚潮流、满足高端化多样化消费需求的新产品、新业态和新服务。对标上海、重庆、长沙等地，强化文创产业、文旅资源与消费供给的融合发展，大力引进和培育现象级商业企业，赋予城市商业新的消费活力，形成消费增长新的引擎。

发展“首店经济”“首发经济”。强化市首店经济工作建设领导小组、联席会议机制和首店经济联盟作用，推进落实好市首店经济专项政策举措，大力发展首店经济、首发经济，加强引进首店、概念店、体验店、定制店等新兴消费运营主体。加大对首店经济的资金支持力度，鼓励各市、区在市级政策基础上出台叠加政策和“一事一议”措施，吸引更多的首店、顶级奢侈品品牌和国际一线品牌落地，加快培育建设首店经济示范区，全力打造首店经济生态圈。2025 年底，全市力争引进和培育市级以上首店 1000 家。

专栏 3：“首店经济”和“首发经济”

“首店”是一个区域吸引国内外品牌在该区域首次开设门店，是指在行业内有代表性的品牌或新的潮牌在某一区域开的第一家店，如全球

首店、亚洲首店、中国（内地）首店、区域首店，又或指传统老店通过创新经营业态和模式形成的新店，如概念店、体验店、旗舰店等。“首发”是指一个区域吸引国内外品牌在区域首次召开产品发布会、展会等。

“首店经济”与“首发经济”的本质是使品牌价值与区域资源实现最优耦合，以及由此对该区域经济发展产生积极影响的一种经济形态，二者反映的是一个城市消费市场的敏锐度和成熟度，折射出营商环境的舒适度和开放度。做大做强首店经济和首发经济，有利于持续激发城市商圈的活力，是城市间商贸业差异化竞争的“法宝”。

打造苏州消费“国际范”。鼓励各市（区）充分发挥苏州1.7万家外商投资企业、5万多名在苏州居住外籍人士等资源和优势，打造具有国际影响力的消费场景、消费环境，形成苏州发展国际化消费的强大合力。推动工业园区在环金鸡湖商圈打造“国际范”的消费场所和夜市，支持相城区、高新区、太仓市等地打造具有日本、德国等不同国别、地区特色的消费场所和风情夜市，广泛聚集全球优质市场主体和更高品质的商品服务，聚焦年轻群体、外地游客、外籍人士等，强化宣传推广，全力打造消费升级新高地，不断强化集聚辐射和吸引带动能力，引领消费潮流风尚。

打造新兴消费场景。加快新型消费基础设施建设，建立健全“互联网+服务”，加快社会服务在线对接，实现线上线下深度融合。大力发展智能体育、在线健身等体育消费新业态。拓展无接触式消费模式，探索推动智慧超市、智慧商店、智慧餐厅等新零售业态发展。积极发展“智慧街区”和“智慧商圈”，深化步行街改造提升工作，鼓励有条件的街区加快数字化改造，提供全方

位的数字生活新服务。

拓宽高端进口商品供给渠道。服务构建“双循环”新发展格局，抓住消费回流契机，积极争取市内免税的政策落地，支持有条件的龙头企业申请免税经营资质，鼓励企业与免税行业头部企业开展战略合作，加快市内免税店载体布局，共同建设苏州市内免税店。进一步增加市内离境退税商店数量，深化境外旅客购物离境退税服务，探索开展“电子退税”“即买即退”等便利化服务，创造在苏州买全国、买全球的良好消费体验，进一步扩大外来消费的吸纳能力。

大力发展夜间经济。进一步发展“夜食、夜娱、夜购、夜动、夜读、夜秀、夜宿、夜游”等八大夜间特色消费业态，打造“夜ZUI苏州”夜间经济品牌，推动“姑苏八点半”再续新篇，推出更多丰富多元的夜间消费网红打卡地和高端消费地标载体，掀起苏州夜经济发展的新高潮。充分发挥市场主体的积极性，组建“夜经济千企联盟”，打造夜经济供给生态体系。创新政府监管服务方式，打造兼具“国际范”“烟火气”的高品质夜市，开发具有城市文化特色的夜间体验项目，丰富夜间消费高端供给，满足不同消费群体夜间消费需求。探索打造“苏州夜间消费电子地图”，快速获取和整合全市各类夜间消费信息，打造“轻松一搜，夜ZUI苏州”的全新消费体验。

专栏 4：夜间经济

夜间经济是指从当日下午 6 点到次日早上 6 点所包含的经济文化活

动，包括购物、餐饮、旅游、娱乐、学习、影视、休闲等。城市夜间经济不同于一般意义上的夜市，而是一种基于时间分割的经济形态，是以服务业为主体的城市经济在第二时间和空间上的进一步延伸。总的来说，夜间经济的发展可以促进服务业的扩张，扩大消费，提高各种设施的利用率，增加就业机会，聚集财富、产业和人气，提高城市的竞争力和吸引力，扩大游客的消费空间，带动经济快速增长。

（二）促进消费扩容升级。

打造“苏州消费”品牌。进一步优化完善“上半年五五、下半年双12”的全年两大促消费品牌格局，充分发挥联动上海效应，集聚更多平台赋能，吸引更多企业踊跃参与，持续扩大“双12苏州购物节”“五五购物节”的影响力和知名度，将其打造成为辐射长三角城市圈、具备全国影响力的大规模消费节庆品牌，努力将“苏州制造”“苏工苏作”推向全国全世界，带动全市消费能级提升，构建苏州“消费福地”新的消费增长极。

深入挖掘消费市场潜力。鼓励企业开拓符合消费者特别是年轻消费者消费习惯和需求结构的消费领域，加快培育以传统消费提质升级、新型消费壮大发展为主要内容，文化、旅游、餐饮、购物、时尚、科技、体验、休闲、娱乐等元素交织互融的消费热点。增加城乡居民收入，减轻中低收入群体刚性支出负担，进一步完善社会保障制度，稳定和引导消费预期。支持汽车、家居等大宗消费，增强居民特别是中等收入群体和家庭的消费能力与消

费意愿，满足多元化消费的发展需求。推动连锁商业品牌向重点城镇延伸，加强农村消费网络建设，增加农村市场有效供给，让更多优质商品下沉至农村市场。

加快传统消费提质升级。发挥好数字经济新引擎的作用，引导传统实体企业强化供应链系统思维，鼓励企业充分利用现代信息技术发展新业态、探索新模式。传承优秀传统文化、促进老字号创新发展，完善老字号培育体系，加大对老字号抱团发展的支持，加强老字号推广力度，不断加快市场化、产业化、社会化、特色化进程。举办“江南忆·苏州老字号”等品牌宣传活动，促进传统文化与年轻潮流互动融合，提升老字号的文化价值和品牌影响力，提高消费者的认可度和满意度。推动丝绸、苏绣、核雕、苏扇等传统工艺美术保护、传承和创新运用，充分结合国内外文化消费群体的审美情趣和需求，加快推出传统工艺美术拳头产品。

依托出口转内销促进消费升级。完善促进出口转内销政策体系，鼓励企业发展“同线同标同质”产品。充分依托和利用苏州出口企业的供应链优势和产能优势，在消费品领域培育一批高端自主品牌，打造符合国内消费者需求的优质特色产品，不断扩大优质终端产品供给。探索搭建出口转内销平台，强化对出口转内销企业的支持力度，组织本地大型商业企业与外贸企业开展订单直采，支持企业开拓国内市场，培育一批内外贸融合发展的行业龙头企业。

（三）积极发展服务消费。

深化服务消费供给侧改革。进一步放宽服务消费领域的市场准入，持续引导社会力量进入服务消费重点领域，鼓励企业以连锁经营、加盟经营、特许经营等方式，整合服务资源，扩大服务规模，着力满足人民群众对信息、旅游休闲、教育培训、养老健康等服务领域的消费需求。

提升服务消费供给类型和品质。加快发展体育健身消费，引导市民积极参与体育健身消费，发挥体育场馆、体育综合体等对体育消费的促进和带动作用。加快发展家政服务业，优化家政服务业公共平台建设，规范家政服务业管理，推动服务内容精细化发展，建立健全家政服务领域技能评价标准，鼓励优质家政服务企业打造品牌。大力提升文旅消费水平，强化现有商业中心的文旅功能，加强对文创零售产品、动漫零售产品以及各类体验产品的供给，加强与苏锡常城市圈以及长三角其他城市商圈的文旅产品联动，全面提升实体商圈的文旅消费功能。大力发展古镇商业，扩大古镇商圈容量，促进古镇商业优化升级。

推动信息消费加速发展。聚焦区块链、5G、人工智能等新一代信息技术领域，挖掘和培育一批发展前景好、示范效应强的行业类信息消费、生活类信息消费、公共服务类信息消费项目，推动信息产品和服务向高端化、智能化、融合化发展，有效提高信息消费的供给能力。深度挖掘信息消费应用场景，倡导信息消费新理念，激发信息消费新需求。依法加强个人信息保护，规范信

息消费市场秩序，提高网络信息安全保障能力，推动解决信息消费中的难点和痛点，构建良好的信息消费环境。

（四）提升餐饮行业水平。

全面提升苏州餐饮影响力。研究发布“苏州市美食热力图”，探索开展苏州饮食系列评选活动，强化对苏州饮食文化的宣传推广。加大对餐饮企业的培育力度，鼓励引导本地餐饮企业在运营模式和菜品口味方面进行创新，鼓励餐饮企业与网红品牌、潮流品牌推出联合产品。推动餐饮企业“走出去”，推广连锁经营、网络营销、集中采购、统一配送等现代流通方式，提升产品和服务的标准化水平。

鼓励“餐饮+”融合发展。推动餐饮业与旅游、文化、健康等产业相融合，满足消费者多元化的餐饮需求。将十全街、淮海街等市内主要餐饮集聚区、餐饮名店纳入旅游体验项目。促进餐饮与线上平台深度融合，大力推广网络预订、跨店线上点餐和团购、厨师上门服务等新模式，推动全市规模以上餐饮企业发展线上业务。

推进早餐工程提档升级。优化早餐网点布局、完善供应网络，探索推进早餐工程进地铁、进商务楼宇，推进中央厨房建设，提升流动摊点，支持“便利店+轻餐饮”“网订柜取”等模式发展，推动早餐供应更便捷、更丰富、更健康，更好满足市民群众生活需要。

（五）完善消费保障机制。

强化消费保障制度建设。探索推进重点领域产品和服务标准建设，研究开展新业态、新消费以及服务消费质量监测。完善守信激励和失信惩戒机制，健全守信“红名单”制度及严重失信“黑名单”制度，研究提出对失信主体实施联合惩戒措施。推进消费者维权机制改革，巩固完善企业消费纠纷处理机制，简化消费争议处理程序，落实经营主体消费维权责任。健全废旧家电、汽车、电脑、手机等耐用消费品回收处理体系。完善旅游、文化、体育、健康、养老、家政、教育培训等重点领域服务消费统计监测。健全质量安全风险监测评估制度，以大数据技术为支撑，完善产品、服务跟踪反馈评估体系。支持龙头企业按照相关要求开展追溯体系建设，逐步建立追溯信息共享交换机制。

深化放心消费创建工作。坚持“政府主导、企业自律、行业自治、群众参与、社会监督”工作原则，围绕日常消费、服务消费、新消费等重点领域，大力推进“正版正货”、服务质量承诺和线下购物7天无理由退货等制度落实。广泛深入推进线下购物无理由退货工作，组织引导消费品生产企业、大型商超、商业综合体、特色街区等经营单位承诺无理由退货，强化企业诚信经营主体责任意识，组织引导消费品生产企业积极加入“厂商一体化”无理由退货，鼓励引导更多总部型企业推行长三角跨区域异地异店无理由退换货。力争到“十四五”末，参加线下购物无理由退货承诺商户突破10万家，消费者调查满意率达90%以上。以农产品、农资商品、民宿旅游等行业领域为重点，深入开展美丽乡村

放心消费创建行动，逐步实现放心消费城市乡村、商品服务、线上线下、生产流通“四个全覆盖”，选树一批诚信意识强、消费环境优、示范作用好、社会影响大的放心消费单位，推动市场秩序更加规范、消费环境更加和谐、诚信体系更加完善。

三、提升商贸流通现代化水平。

（一）促进专业市场提档升级。

推动大型专业市场加快发展。以苏州入选首批全国商品市场优化升级专项行动试点城市为契机，加快推进大型专业市场数字化、品牌化、专业化、国际化、绿色化发展，大幅提升苏州专业市场的全国辐射力和国际影响力。牢牢抓住双循环新发展格局、长三角一体化、沪苏同城化等叠加政策和战略机遇，强化专业市场的产业属性和特色标签打造，发挥资源整合效应。不断优化市场环境，完善产业配套以及设施配套，打造专业市场的块状功能区，加强专业市场的智慧化管理。推动数字化转型，引导专业市场应用互联网、物联网、大数据、区块链和人工智能等现代技术，加快传统交易场景数字化重构。

提升服装和丝绸市场的现代化国际化水平。充分依托常熟服装城和东方丝绸市场的专业化和规模化实力，加快专业市场商流、物流分离，线上线下融合。加大现代物流配套公共仓的建设力度，组织物流园区、货运站场与专业市场对接。加强常熟服装城和东方丝绸市场与国内国际一线服装品牌的合作对接，培育和引进设

计师资源，对接设计师平台。深化与上海时装周的合作机制，充分发挥上海时装周的平台优势，探索与伦敦、米兰、巴黎时装周的合作，引导和培育服装和丝绸时尚消费热点，提高苏州服装和丝绸消费的国际影响力。

加强农产品批发市场建设。加强农产品流通企业培育和公益性农产品批发市场建设，支持苏州农产品现代物流园南环桥市场等关系国计民生的菜篮子市场进一步发展，持续推进智慧菜篮子工程网点建设。优化农产品现代流通方式，完善农产品加工配送、冷链物流、质量追溯、诚信经营、废弃物处理等重要功能，加快农产品品牌化、订单化和规模化发展。

规范和提升现有二手车交易市场发展水平。基于苏州当前二手车交易市场饱和的现状，“十四五”期间，全市范围内原则上不再新设二手车交易市场，着力做好现有二手车交易市场的提质升级，实现二手车交易市场管理、运营、信息建设集约化，引导市场品牌化发展，推进市场的专业管理和专业服务，鼓励有潜力、有优势的市场做大做强。

专栏 5：二手车交易市场现状

2020 年，全市共有在营二手车交易市场 30 家，二手车交易量约 33 万辆，交易量和交易额连续多年位居全省第一。与此同时，二手车交易市场竞争加剧，每个板块均有 2~4 家交易市场，市区二手车交易市场平均每家交易量仅 1 万辆左右，个别市场年交易量不足 1000 辆。

（二）推动零售企业发展壮大。

鼓励零售企业创新发展方式。大力支持自主品牌、定制化商品快速发展，深入发展连锁经营，培育壮大连锁龙头企业，推动连锁经营向多行业深层次发展。积极与大型互联网平台企业开展战略合作，融入新技术、新理念，探索打造智慧商圈，推进无人便利店、专卖体验店等新零售项目建设。鼓励零售商家转变销售模式，促进线上线下融合，激发商业发展新活力。改造传统业态，深入探索业态转型提升路径，强化供给侧结构性改革，创新商业模式。大力发展体验式商业，鼓励零售企业利用互联网技术推进实体店铺数字化改造，实现店面场景化、立体化、智能化。引导企业通过运营模式创新、业态融合、品类创新、主题营造、功能增值等方式促进传统业态改造提升，实现多种业态的有机衔接，推动以零售为主的单一商业功能向融合销售、体验、休闲、娱乐、定制等新型复合功能转变。

（三）引导商贸物流高质量发展。

推动商贸物流标准化建设和绿色发展。加强商贸物流标准研究，探索建立健全商贸物流相关标准规范，鼓励重点商贸流通企业参与国家、行业、团体标准制定。大力推广物流标准化设施设备应用，推动商贸物流企业对重要节点设施设备和物流信息系统平台进行标准化、智能化升级改造，提高物流链标准化水平，推动物流链的单元化、标准化和供应链各环节设施设备与信息数据

的高效对接。促进绿色流通发展，推广应用新型物流技术和装备，不断提升配送效率、降低配送成本，形成低耗高效、节能环保的新发展格局。推动物流包装、仓储、配送绿色发展，构建低环境负荷的循环物流系统。

推动商贸物流信息化智能化发展。大力发展流通新技术新业态新模式，推广先进运输组织方式。持续推进多式联运发展，鼓励支持多式联运企业开展模式和技术创新。加快发展网络货运模式，推广“互联网+”模式，引导无车承运人利用互联网手段，加速整合社会运力资源，巩固扩大物流降本增效成果。大力推行“统仓统配、多仓共配、社区物流”等仓配一体化的先进物流模式，进一步提升共同配送水平。推进物流领域全程透明、可视、可追踪的智能化管理，构建物流信息互联共享体系，加快实现物流活动信息的数据化。促进不同部门、不同交通运输方式之间的信息衔接，推动物流数据开放共享。

四、持续提高会展行业发展质量。

（一）大力发展会展经济。

优化会展场馆规划布局。进一步提升苏州国际博览中心、常熟国际展览中心、花桥国际博览中心等场馆建设水平，支持相城区建成苏州国际会展中心、中国进口商品展览中心苏州分中心、中日跨境商品展销中心，形成空间布局合理、规模结构完善、功能特色鲜明、配套设施完备的会展场馆体系。围绕专业会展、国

际会议、会展服务以及展贸一体，推动功能集聚。完善会展场馆及其配套设施建设，持续推进会展场馆周边轨道交通、市政道路等设施建设。统筹协调会展场馆资源，完善会展管理制度，健全运营评估体系，全面提升苏州会展场馆运营水平。

引导会展业协同发展。加快相城区高铁枢纽综合开发、配套发展，深入推进虹桥—相城沪苏合作商务会展区建设。立足长三角重点产业基础，充分用好虹桥中央商务区的国际化资源，加快在细分行业领域打造独具苏州特色的会议、展览、论坛项目。加快建设苏州国际会展未来城等会展场馆及相关配套设施，进一步提升苏州会展项目的承接能力，为共同构建国际会展之都的重要承载区提供有力支撑。推动苏州国际博览中心、花桥会展中心、狮山会议中心、太湖会议中心等场馆与虹桥国家会展中心的联动协调与资源共享，推动苏州会展国际化、专业化、品牌化发展。

专栏 6：虹桥—相城沪苏合作商务会展区

虹桥—相城沪苏合作商务会展区旨在服务长三角商务会展需求，是苏州发挥自身优势，积极融入长三角一体化发展的重要一步。虹桥—相城沪苏合作商务会展区位于苏州高铁新城中部片区，由苏州市国际会展中心和苏州国际会议中心（苏州阳澄湖景区配套酒店）两大中心组成。苏州国际会展中心融合展览展示、会议商务、文化交流、景观地标等多重功能，配套建设苏州国际文化体育艺术中心、苏州大剧院、多家五星级酒店等。苏州国际会议中心（苏州阳澄湖景区配套酒店）定位为富有现代江南水乡特色、生态节能智慧的大型国际会议酒店，致力于打造苏

州新地标。

提高会展业与其他产业的协同水平。依托苏州产业优势，重点培育先进制造、生物医药、纺织服装等具有国际影响力的重要展会，形成重点产业与重要展会相互促进、共同发展的格局。充分发挥苏州市文化产业的优势，布局大型文化产业交易会、文化创意展会等全球性和全国性的大型文化展会，充分整合已有文化展会资源，加强营销推广，实现对商贸和旅游的带动作用。探索出台展馆周边住宿、旅游及消费的指引，鼓励展馆周边酒店和商户制定针对大型展会的优惠套餐，鼓励会展场馆单位、宾馆饭店、景区（点）以及周边购物中心等各类主体在会展活动招徕、承办过程中形成合力，共同提升会展消费。

（二）培育壮大会展业主体。

引进和培育大型会展企业。大力引进国际知名会展企业，引进一批国际知名会展主办单位、会展服务机构来苏设立分支机构。支持会展骨干企业通过并购重组等方式组建大型会展集团，支持市域内展览主体整合资源，积极申办国际性大型品牌展会活动。鼓励会展场馆运营机构、品牌展会主办单位通过模式复制、品牌输出等方式“走出去”，打造具有国际竞争力的会展领军企业。

完善会展业产业链。加快引进实力强劲的上游组展公司和下游服务搭建相关企业，加强产业链上下游企业间的信息沟通与业务融合，提升展览业综合服务水平。大力发展广告、物流、策划、

咨询、展台搭建等会展配套服务产业，培育一批专业化、国际化的会展配套服务企业，提升会展行业的整体竞争力。

（三）推动举办高品质会展。

提高会展国际化水平。支持中国国际纳米技术产业博览会、中国（苏州）电子信息博览会、苏州国际汽车交易会、苏州家具展览会、苏州文化创意博览会等本土展会做大做强，支持展会“走出去”，培育一批具有国际竞争力的品牌展会。支持有实力的国际性、国家级行业协会和商会在苏州办展，着力引进一批规模和品牌影响力位居世界前列的国际品牌展会。鼓励本市会展企业与国际会展组织、会展机构开展合作，努力增加国际组织认证认可的展览机构和展会数量。

推动会展业智慧化建设。支持场馆积极应用移动互联网、物联网、云计算等信息技术，提高场馆的科技含量与信息化水平，大力发展智慧展览。推动展览企业建立网络展会交易平台，实现实体展览与虚拟展览、线上与线下交易之间的互补。推进展览场馆和展览企业信息共享，促进企业互动、场馆联动，实现会展业创新发展。

推进绿色化会展落地。鼓励和支持重点展馆、重点展会开展绿色化会展试点，推动绿色展馆、绿色展会认证。探索制定绿色展装标准，建立展览垃圾回收机制，完善绿色展装配套服务支持

体系。

（四）优化会展业发展环境。

完善会展业服务和保障体系。探索建设会展服务园区，集聚一批高水平的会展服务公司，研究做好会展人才培育工作，不断强化场馆服务、设计服务、搭建服务、交通物流服务等配套功能，进一步优化苏州会展业软硬件环境。探索制定新的会展配套政策，优化完善政策支持方向和资助标准，统筹全市会展业财政扶持资金的使用，重点在展会培育、场租补贴、展会认证、品牌建设、绿色发展、国际会议、境内外组团参展等方面提供支持。积极学习借鉴进博会在展品进出境、人员进出境等方面的创新经验，研究在主要会展场馆设置海关监管作业场所，简化重大展览通关程序，探索建立重大展品绿色通道，为大型展会提供出入境便利服务。完善举报投诉受理处置机制，严厉打击侵权、假冒等违法行为，完善重点参展产品的追溯制度，建立健全参展商专利违法行为查处的协作机制、参展商违法行为线上线下追究制度，落实企业承诺制度和主体责任。建立会展巡查制度，推进会展业规范、安全发展，推进行业诚信体系建设。

五、加快发展电子商务。

（一）更好发挥电子商务促消费作用。

利用电子商务推动传统商贸企业数字化转型。支持传统零售企业、贸易企业运用大数据技术，通过网络购物平台，线上线下联动实现精准营销。鼓励发展网络零售平台和生活服务业综合消费平台，探索建立虚拟特色商业街区，持续提升社区商业智慧化水平。鼓励协会或企业集合苏州优势产业资源，在第三方平台开设苏州商城，销售“苏州制造”“苏工苏作”等优质商品，促进苏州优势产业电子商务应用。加快农产品电商品牌打造，支持农产品网购商城建设，完善农产品冷链物流服务体系，挖掘、培育和推广农村地区名优特色商品。到 2025 年，全市网络零售交易额达 5000 亿元，其中新零售占比不低于 5%。

支持外贸企业通过电子商务扩大内销。促进供给与需求高效对接以及线上线下深度融合，鼓励企业探索发展电子商务促消费、稳增长、扩内需的市场路径，加快形成“双循环”新发展格局。支持电商企业充分发挥平台优势，扩大在苏州的业务布局，支持各大电商平台积极参与苏州举办的大型促消费活动，帮助有需要的出口企业完成出口转内销的进程，实现合作共赢。

（二）推进电子商务创新集聚发展。

创新发展电子商务新业态。鼓励直播电商、社交电商、社群电商等新业态发展，着力培育一批头部直播机构等，支持 5G 直播电商产业基地建设，推动直播电商在商贸领域的深化应用。大力发展新零售，创新发展新消费，打造云逛街、云购物、云体验

等系列活动，开展重点商圈商街数字化营销试点，鼓励电商企业对重点商家和品牌给予入驻、流量、数据等方面的专项支持。

大力培育引进电子商务平台载体。支持制造业骨干企业通过专业化网络平台向品牌化、规模化发展，重点支持服装、医药、农副产品、家居建材、汽车等专业市场发展电子商务平台。鼓励文化、旅游、物流、金融、餐饮等服务领域打造一批专业电子商务平台。加大对本土电商企业的支持力度，鼓励本土电商企业做大做强，加速培育本地电子商务平台。大力推动国内外知名电商平台在苏设立功能性区域中心，着力引进国内外电子商务领军企业，加快集聚电子商务企业地区总部以及研发、金融、支付等功能性总部，积极引进大型商贸企业的国际电商总部。

打造一批专业化垂直电商平台。培育独具特色的专业化垂直电商平台，支持生产资料、生活消费品、生活服务等行业和领域垂直细分龙头企业开发电商平台，重点扶持一批产业链带动作用明显的本地垂直电子商务交易平台，争创一批部省级电商示范企业。

专栏 7：垂直电商

垂直电商是指在某一个行业或细分市场深化运营的电子商务模式。通常，垂直电商网站旗下的商品基本为同一类型产品，主要关注某些特定的人群或某种特定的需求，提供相关领域的专业服务。垂直领域的优势，在于能够提供更加符合特定人群的消费产品，满足某一领域用户的特定习惯，因此能够更容易取得用户信任，从而加深对产品的印象，形成独特的品牌价值。

推动电子商务集聚区建设。推动苏州各市（区）合理规划布局电子商务产业发展空间，聚合优势资源，打造一批具有一定规模、产业配套齐全、物流体系完善的多功能、多业态、多层次电子商务产业集聚区，建设长三角直播电商集聚区。鼓励各类电子商务示范基地打造总部引领、集聚发展、各具特色、优势互补、协同发展的电子商务产业集群。

（三）培育建设跨境电商消费市场。

加大龙头型企业招引培育力度。推动国内外知名跨境电商企业在苏州设立华东运营中心，加强对重点项目的招引以及对本地优质企业的扶持力度。鼓励各地从吸引重点进口电商发力，找准苏州市场的特点和定位，在本地形成若干特色品类跨境电商进口商品的集聚效应。

促进网购保税进口业务发展。积极培育跨境电子商务消费市场，拓宽国际消费品购买渠道，引导各地保税进口业务常态化发展，支持各地综合运用网购保税展示和网购保税进口政策叠加优势，创新建立网购保税新零售业务模式，促进网购保税进口业务稳定健康运行，实现消费者在家门口就能买到全球同价、全球同步进口商品的愿望。

支持电商企业加强模式创新。推动营销新模式在全市企业中的深入应用，以线上直播、在线宣传带动线下消费，实现线上引流和线下体验相互促进的消费新机制，鼓励电商企业在商

品分拣、贴标、退换货等方面进行服务拓展，提高自身竞争力，积极打造网购保税、直购进口及线上线下等全方位、多形态的跨境电商零售进口发展模式。

（四）完善电子商务支撑服务体系。

完善电子商务信用体系。加强网络交易风险防控工作，建立预警机制，制定防控预案，保障数据安全，维护企业与公众的合法权益。鼓励具备资质的信用调查、认证、评估、担保等中介组织对电子商务经营主体独立开展网络消费信用评价，探索建立政府主导与市场化运作相结合的电子商务信用体系，强化电子商务与其他领域信用信息的对接和共享，促进诚信交易。

拓宽电子商务投融资渠道。鼓励大型平台依法依规开展互联网金融、供应链金融、商业保理、消费信贷等服务。加强对电子商务企业的金融支持，推动开展多种形式的融资服务，鼓励银行、保险、基金等金融机构与电子商务企业开展深度合作，支持符合条件的电子商务企业挂牌上市。

建立健全电子商务统计制度和统计指标体系。探索建立电子商务统计网上直报平台，建立企业直报和第三方数据相结合的统计体系。鼓励行业协会、研究机构、院校等收集并分析电子商务相关数据，为企业运营、行业发展提供智力支持。

六、持续优化商贸业营商环境。

（一）逐步完善商务诚信体系建设。

完善商务诚信体制机制建设。加强制度体系建设，完善评信、用信机制。大力宣传诚信兴商相关政策举措和工作成效，普及信用知识，营造诚实守信营商环境。健全信用分级分类监管制度，完善“红名单”和“黑名单”制度，实施信用联合惩戒。用好商务诚信平台，归集家政服务、电子商务、对外劳务等商务领域的信用信息。鼓励行业协会建立和完善商务领域各行业信用评价标准，推动信用信息共享。

大力推进信用承诺制。鼓励和引导商务领域市场主体开展信用承诺，逐步扩大信用承诺使用范围，进一步加强信用承诺信息报送，在行政审批、资金补助、评先评优等事项中广泛应用信用承诺。

（二）完善商贸领域审慎包容监管体系。

营造安全稳定的市场发展环境。坚持“管行业必须管安全、管业务必须管安全、管生产经营必须管安全”和“谁主管谁负责，谁审批谁负责，谁监管谁负责”，推动完善行业主管部门安全生产监管权力清单和责任清单，推动建立职能明确、权责一致、边界清晰、条块结合的安全监管责任网络，推动落实安全法治和企业安全生产主体责任重点事项清单。从行业规划、产业政策、法规标准、行政许可等方面加强行业安全生产工作，指导行业加强

安全管理工作，促进行业健康发展。推动商贸服务行业业态创新、管理创新、制度创新、营销创新、技术创新、人才引进等全方位创新，着力提升商贸业现代化水平。推动龙头企业培育和示范带动，促进产业结构转型升级，持续优化商贸综合环境和市场竞争力，提升企业本质安全水平。

完善市场准入负面清单制度。全面实施国家最新发布的市场准入负面清单，及时发现和解决市场准入不合理的限制和隐性壁垒，提升市场准入的透明度和便捷性。完善与市场准入负面清单相适应的准入机制、审批机制、事中事后监管机制、社会信用体系和激励惩戒机制、商事登记制度等多项机制，系统集成、协同高效推进市场准入制度改革。

专栏 8：市场准入负面清单制度

市场准入负面清单制度，是指国务院以清单方式明确列出在中华人民共和国境内禁止和限制投资经营的行业、领域、业务等，各级政府依法采取相应管理措施的一系列制度安排。市场准入负面清单制度是一项逐步深入、不断完善的系统性工程，需配合多方面的配套改革和具体工作，主要包含六大方面的工作：一是优化清单动态调整机制；二是联动破除市场准入隐性壁垒；三是开展放宽市场准入试点；四是完善清单信息公开机制；五是推动与网上审批事项无缝衔接；六是完善事中事后监管机制。

建立市场监管容缺容错机制。实行包容审慎执法，在法律的范围内，充分考虑违法行为的特点，按照宽严相济的思路，以教育引导为主，通过后续监管及服务来实现依法治理和经营者合法

经营的目标。坚持过罚相当和综合裁量的原则，鼓励和引导违法企业改正轻微违法行为，对企业广泛运用行政提示、行政告诫和行政建议等非强制性手段，审慎、合理、适当使用行政处罚手段，促进企业守法诚信经营。

（三）打造商贸业高质量发展服务生态。

搭建商贸企业沟通交流机制。充分发挥市场主体和第三方行业协会等作用，探索建立走访调研、研讨交流、圆桌会议等多项机制，搭建商贸领域的政企沟通平台，积极引导相关政府部门、商贸行业企业家、行业协会代表以及各领域专家学者等为苏州商贸业发展献智献策。充分响应市场主体发展需求，努力破除商贸业发展障碍，形成推动苏州商贸业发展的强大合力。

加强创新创业载体建设。加快促进专业市场、产业聚集区、大型商圈等商贸流通业载体转型升级，提高与创新创业服务孵化的结合力度，大力发展以时尚设计、电子商务、新零售为方向的各类孵化器，做大做强众创空间。鼓励商贸业龙头企业借助自身优势，围绕主营业务构建全产业链的“双创”孵化体系，提供优质的孵化服务。加大对农村电商等战略性“双创”载体、运营绩效卓越“双创”载体的支持和奖励力度，促进“双创”载体高质量发展。

优化创新创业服务体系。加快促进企业管理、财务咨询、市场营销、人力资源、法律顾问、知识产权、检测检验、现代物流

等第三方专业化服务高质量发展，推动创业服务优化升级。充分发挥“苏州创新创业平台”的服务功能，促进各类“双创”高速流通，强化平台对“双创”项目的培育和引导。

第五章 “十四五”时期苏州商贸业发展重点工程

着力国际消费提振引领、数字商贸全面提升、重点产业集聚区建设、商贸龙头企业培育、供应链创新提升、商贸环境动态监测等六大工程，聚焦关键领域、重点环节提升苏州商贸业发展水平，推动苏州加快建设特色鲜明、富有活力的全国商贸流通中心。

（一）国际消费提振引领工程。

培育创建国际消费中心城市，开展苏州“卖全球”计划，加强“苏州有礼”产品多层次体系打造。探索举办“苏州有礼”评选大赛，鼓励苏州老字号、文创、传统工艺美术企业等多元市场主体参与比赛，丰富“苏州有礼”的产品门类及产品使用场景，推出不同使用场景的系列产品，打造全国知名的伴手礼品牌。加快苏州“买世界”进程，加速顶级奢侈品品牌和国际一线品牌的落地，提升苏州国际化消费水平。优化离境退税服务，合理规划全市离境退税定点商店布局，争取国家部委支持开设市内免税店。提升国际化消费服务水平，完善消费场所国际化标识，设立国际居民服务台，推出具有双语设置的便民服务网络终端，创造良好的国际化消费体验。

（二）数字商贸全面提升工程。

探索发展智慧超市、智慧商店、智慧餐厅等新零售业态，推动全市重点商超、特色街区实现数字化升级，积极打造“智慧街区”和“智慧商圈”示范区。鼓励商贸企业加快数字化转型进程，利用数字技术推进市场拓展、精准营销和优化服务，建立社会化、市场化的数据应用机制，培育一批数字化转型示范企业和专业市场。鼓励物流龙头企业搭建面向中小企业的信息服务平台，探索加强不同部门、不同运输方式之间的信息衔接，加快推进物流活动数据化。积极推广数字人民币使用，以“双12苏州购物节”“五五购物节”等大型消费节庆活动为契机，深入挖掘线上消费场景。持续拓展大型购物中心、重点文旅景点、头部连锁品牌等线下消费空间，进一步丰富购物、餐饮、民宿等数字支付内容。

（三）重点产业集聚区建设工程。

加快建设商贸业重点产业集聚区，发挥集聚区内与集聚区间的规模效应和溢出效应。推动各地发挥产业集聚优势，支持在电子商务示范基地、电子商务集聚区内加快基础设施建设，培育和引进大型电子商务平台，重点扶持一批带动作用明显的本地垂直电子商务交易平台。大力发展直播电商，加快直播电商产业基地建设，孵化和引进一批网红品牌和带货达人。鼓励有条件的地区建设全球进口商品示范基地，加强品牌专业市场建设。支持各地结合区域优势和特点，以振兴传统产业、实现传统工艺传承保护为目的，集聚上下游产业链的传统工艺，规划建设产业园和特色

小镇，促进传统工艺美术与现代产业融合发展。

（四）商贸龙头企业培育工程。

在批发零售、住宿餐饮、电子商务等领域，推动实施龙头企业培育计划，主动提供全方位、定制化的诊断及跟踪服务，实现商贸企业的“优中培优”。引导更多企业实现从“体量优势”到“质量优势”的转变，发挥龙头企业对苏州商贸业高质量发展的示范带动作用。研究建立商贸龙头企业培育专项工作机制，加强对企服务和扶持工作的领导，协调解决工作中出现的重大问题，建立联动服务机制。研究建立企业培育库，有针对性地做好潜在优势企业的摸底工作。探索组建企业培育联合辅导工作站，政府和社会团体共同构建全方位的企业辅导网络，对符合条件的入库企业提供全面专业的咨询诊断和指导。

（五）供应链创新提升工程。

充分发挥供应链创新在提升商贸业流通效率等方面的重要作用，支持张家港建设国家供应链创新与应用示范城市，以供应链创新与运用助推商贸业高质量发展。探索建设以大数据支撑、网络化共享、智能化协作为主要特征的智慧供应链体系，加快引进和培育一批商贸业供应链项目和企业。发挥供应链金融对商贸企业的支撑作用，支持商贸企业加强与银行等金融机构的合作，加

加大对上下游中小企业的金融支持力度。发挥政府作用，以“政府引导+市场化运营”的方式，探索搭建商贸供应链服务平台，完善政府部门与市场主体之间数据信息的互联互通机制，创新供应链数据使用方式，提高供应链内各环节效率。

（六）商贸环境动态监测工程。

探索建立常态化、动态化的监测评价体系，在重点商圈、街道设立商贸环境监测点，研究开展苏州商贸业营商环境满意度评估工作。探索提升商贸环境监测的信息化水平，研究搭建苏州市商务系统信息化平台，科学评估商贸业发展现状，建立预警报告机制，实现监测数据的有效对接和协同共享，及时准确反映苏州商贸环境现状。

第六章 “十四五”时期苏州商贸业发展保障措施

强化组织领导、效能评估、科学监管、财税支持、人才建设等要素保障，建立保障规划实施的长效机制，确保规划目标和主要任务全面完成，促进苏州商贸业高质量发展。

（一）加强组织领导。

健全商务工作统筹协调机制，推动各部门分工协作、信息共享、监测联动，形成促进商务发展的合力。加强与省商务厅、长三角城市商务部门的沟通交流，加强工作研究，重视商贸业新业态、新模式的发展，及时协调解决商贸业发展过程中的问题和困难，营造良好的企业发展环境。积极关注国家、省市重大产业政策与发展战略，提升商贸业新兴领域的产业发展和政策研究能力。

（二）强化效能评估。

联合企业、协会、研究机构等共同参与，对关键环节、重要节点、大型项目开展跟踪监测和分析。完善重大项目落地协同推进机制，做好重点企业、重大项目的跟进。加强规划实施管理，组织开展中期评估和终期实施评价，适时对规划目标和任务进行动态调整，提高规划和政策的针对性、可操作性和实效性。

（三）提升监管水平。

全面提升全市商务工作信息化、数字化发展水平，建设运行苏州市商务系统信息化平台。搭建 1+10 的层级框架，实现大市范围内商务数据的联通共享。依托苏州市政务信息化平台，进一步打通部门间的数据壁垒，加强数据的共享与应用。实时掌握各地商业网点的布局、市场主体信息等数据，通过大数据和信息化技术动态了解企业运行情况、行业发展态势，精准分析企业和市场发展需求，加强全市商贸业发展的分析、预测、预警工作，为各级政府部门精准制定政策措施提供决策参考。

（四）加大财税支持。

加强财政资金对商务领域的支持力度，重点投向消费升级、内贸流通、新零售、消费场景提升等领域。鼓励创业投资机构和产业投资基金投资商务领域创新项目，努力为创新创业提供全链条保障服务。支持企业开展融资租赁、信用担保、质押贷款等贸易融资，拓宽商贸企业融资渠道。认真落实各项财税政策。

（五）加快人才建设。

落实相关人才政策，进一步完善商贸人才引进机制，支持电子商务、会展业、物流仓储、供应链等领域创新驱动发展。继续加强与高等院校、专业机构、行业协会的合作，加强营销策划、创意设计、广告宣传、公共联络等方面的人才培养力度。完善商贸业人才考核激励和监督约束机制，打造高素质商贸人才队伍。