

附件

特色商业街区建设指引

特色商业街区是城市商业体系的重要组成部分，也是承载城市历史文化、创新多元化消费场景的重要载体。为贯彻党中央、国务院关于大力提振消费、全方位扩大内需，完善现代商贸流通体系的决策部署，落实《城市商业提质行动方案》，引导各地发挥自身特色优势，培育一批商业和服务设施集聚、历史文化特征鲜明、新业态新模式新场景蓬勃发展的“小而美”“专而精”特色商业街区，构建与全国示范步行街（商圈）、一刻钟便民生活圈错位互补的城市商业发展格局，更好满足人民美好生活需要，制定本指引。

一、适用范围

本指引中的特色商业街区，是指依托本地商业基础、历史文化、产业资源、建筑风貌，形成地域特色鲜明、商业属性浓厚、建设运营规范、消费吸引力强的商业集聚区。根据街区的功能属性，主要分为三种类型：

（一）特色商业老街。立足地域历史文脉与建筑风貌，通过历史建筑、街巷肌理的保护性活化，融合老字号、非遗等文化业态与现代消费功能，打造商业与人文共生的城市记忆空间。

（二）空间再造街区。通过创造性改造与功能重塑，盘活工业遗存、闲置公共空间等存量资源，引入文创、潮流、科技等新业态，实现低效空间高效利用、重塑商业活力的特色街区。

（三）专业集聚街区。以餐饮、文创、潮玩等某一优势品类业态为主题，针对特定年龄段、性别、消费需求的人群，加强商业资源集聚，形成商业和服务产业链条，构建“一业为主、多能互补”的主题消费街区。

二、基本原则

坚持发挥市场在资源配置中的决定性作用，积极引导社会资本参与街区建设与运营，强化政府统筹协调和政策支持，探索建立多方协同、共管共治的治理机制。明确街区发展定位和目标客群，合理确定业态结构和空间布局，充分挖掘地域文化、产业特色和空间资源，推动街区在业态融合、建筑形态、文化体验等方面形成独特优势，提升街区的商业品质与服务品质，促进街区差异化、特色化、品牌化发展。坚持保护优先、合理利用，不搞大拆大建，防止低水平重复建设和同质化竞争。

三、建设内容

（一）明晰街区发展定位。

突出街区商业属性。依托历史文化、工业遗存、旅游资源等特色优势，通过对历史风貌、空间资源和优势产业的创

新利用，统筹推进业态融合创新、特色场景打造和规范运营管理，打造满足消费需求的高品质空间、展示城市独特魅力的重要载体，充分发挥在扩大内需、区域发展等方面的引领带动作用。

明确建设发展方向。深入挖掘地域特色资源，明确街区类型，精准定位发展方向，在街区商业业态、建筑风貌、景观设计、公共设施等方面全面融入主题特色，实现与周边乃至全国范围内同类街区差异化、特色化发展。

找准目标消费群体。根据特色商业街区主题定位，精准界定核心客群与辐射客群，明确目标消费群体构成和消费特点画像。根据不同客群需求，优化商业业态与配套服务，打造“本地客群常来、外来客群愿来”的客群生态。

（二）突出特色场景打造。

特色商业老街应结合地域历史文化资源，精准选定具有较强吸引力的特色文化主题，构建完整叙事脉络，将人文历史与民俗风貌有机整合，强化街区历史文化基底，打造特色消费场景。推动街区历史建筑修缮和微改造更新，通过对历史建筑、自然景观的保护性还原与活化，全方位构建沉浸式体验场景，将街区打造成为城市文化客厅和生活秀场。

空间再造街区应聚焦老旧厂房等工业遗产，以及闲置低效的公园绿地、文体场馆等公共空间创新利用与价值提升，通过闲置空间整体改造和背街小巷、建筑夹层等次生空间活

化利用，形成“大空间套小场景”的独特体验。加强人工智能、扩展现实等现代科技赋能，重点发展创意设计、文化艺术、技艺体验等新业态，打造受不同消费群体喜爱的消费、生活新场景。

专业集聚街区应以强化产业特色、提升专业服务、优化消费体验为导向，专注于餐饮、文创、潮玩、宠物、服装等特定内容主题或特定年龄段、性别、爱好的消费客群，整合市场资源，引导特色商品服务集聚。结合街区主题搭建景观小品、完善配套功能设施，形成主题鲜明、特色突出的消费体验和休闲娱乐场景，打造特定客群消费目的地。

（三）优化街区业态布局。

推动业态品质升级。合理布局商品品类与服务功能，打破传统零售或餐饮为主的单一业态结构，发展“零售+”“餐饮+”复合型功能，满足多元化、个性化消费需求。因地制宜培育品牌专卖店、折扣店、快闪店、买手店等新业态，以首店、旗舰店、主题店等增强街区差异化竞争力。

促进业态融合创新。围绕街区定位，深化商旅文体健融合发展，积极引入文化体验、创意零售等新业态，打造集购物体验、休闲娱乐、社交互动等功能于一体的新型消费空间。加快数字技术应用，完善智能导引、精准营销、云上购物等新模式新场景，着力推动“商业+创意”“科技+体验”跨界融合，引入多业态复合型经营模式，增强商业供给的多样性

与互补性。积极引入与街区特色产业紧密关联的衍生服务业态，延伸产业上下游链条，“一站式”满足消费需求。

优化业态结构比例。结合街区发展实际，动态优化业态配置组合与结构比例，构建与街区定位相适应的业态准入与调整机制，制定鼓励、限制、禁止的业态清单，有序淘汰与街区适配性较差、定位不符、经营低效的业态，引入符合街区特色的优质业态。

（四）引领优质品牌集聚。

实施品牌精准招商。聚焦街区核心定位，优先招引与地域文化、业态特色高度契合的行业龙头品牌、标杆企业，发挥其引领带动与客流集聚效应。制定首发经济扶持政策，重点吸引国内外知名品牌、新消费品牌在街区开设区域首店、概念店或旗舰店，并推动首店向总店、总部提升，促进品牌集聚发展。

加强特色品牌培育。建立本地特色品牌、老字号品牌和新消费品牌的培育机制，丰富本地特色商品服务供给，开展特色产品与品牌推广活动。鼓励通过品牌跨界联名合作，推动产品创新与业态升级，提升街区吸引力。

提升街区品牌形象。结合街区特色和发展定位，制定街区品牌推广计划，设计街区品牌形象 IP，系统规划设计街区标识导览系统、景观小品，开发特色文创产品。加强街区品牌营销和推广，构建全媒体传播矩阵，策划举办主题市集、

文化展演、节庆促销等品牌活动，提升街区整体品牌影响力。

（五）创新经营管理模式。

根据街区实际情况，可积极探索不同运营模式：

政府主导改造模式。由政府或国有企业牵头负责街区规划设计、资产管理、基础设施改造与整体环境提升，待空间品质与承载能力提升后，通过公开招商、租赁合作等方式引入市场主体开展商业运营，政府重点把控街区定位、业态导向与公益属性，确保改造成果服务于城市发展与民生需求。

社会化专业运营模式。通过公开招标方式，引入具备商业运营、资产管理等专业能力的第三方运营机构，负责街区招商、业态规划、日常管理、营销推广等全流程运营工作，通过专业化运作提升街区资产价值与商业活力。搭建集企业服务、产业促进、资源共享于一体的综合性服务平台，为入驻商户提供“一站式”支持。政府部门聚焦宏观监管、政策支持与风貌保护，与第三方运营机构、商户共同形成“政府监管、专业运营、市场运作”的分工格局。

管委会协调治理模式。由政府相关部门、产权方、主要商户及专家代表等共同组成街区管理委员会，负责统筹街区发展规划、管理制度制定、重大事项决策与公共事务协调，构建“政府引导、多方参与、共享共治”的常态化治理模式。管委会通过定期议事、分工落实与监督反馈，推动形成权责清晰、运行高效、共建共享的治理格局。

（六）强化政策措施保障。

各地商务主管部门要指导试点街区构建权责明确、运行高效的长效管理架构，积极协调有关部门、专业机构等对街区发展予以支持，及时跟进试点工作开展情况，确保各项任务有序推进。试点实施过程中，要充分听取商户代表、周边居民和消费者的意见建议，总结提炼典型做法，切实增强工作实效。要依托智慧化管理平台建立数据采集与分析机制，重点跟踪客流量、营业额、业态丰富度、品牌更新率及消费者满意度等核心指标变化，通过数据分析指导街区开展规划调整、业态优化与精准营销。要筑牢安全生产底线，提升风险防范与应急处置能力，确保街区安全有序运营。