

苏府办〔2007〕7号

市政府办公室关于印发 苏州市商业网点布局规划的通知

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

经市政府同意，现将市贸易局、规划局、发改委、经贸委编制的《苏州市商业网点布局规划》印发给你们，请认真组织实施。

二〇〇七年一月三十一日

苏州市商业网点布局规划

第一章 总 则

第 1 条 为促进社会经济的快速发展，加快城市化的加快推进，提升苏州中心城市的地位，提高人民生活质量，并配合新一轮《苏州市城市总体规划》的修编，特编制苏州商业网点布局规划。

第 2 条 本规划的编制，遵循《中华人民共和国城市规划法》，按照商务部《城市商业网点规划编制规范实施手册》和《苏州市商业网点布局规划修编工作组织实施意见》编制。

第 3 条 任何单位和个人在本规划范围内进行各项建设活动，均应按照《中华人民共和国城市规划法》的有关规定，执行本规划。对违反本规划的任何单位和个人，依据有关法律、法规 and 规定予以处罚。

第 4 条 本规划由规划文本、规划说明、基础资料汇编和规划图纸四部分组成。规划文本和图纸具有同等法律效力。

第 5 条 本规划经苏州市人民政府批准后，由规划、商业行政主管部门共同负责执行。解释权归苏州市贸易局和苏州市规划局。

第二章 规划目的、依据

第6条 规划目的

大力发展商贸流通业，提升中心城区综合服务功能，增强城市的辐射力和凝聚力，形成结构合理、层级分明、功能完善、具有地方特色的商业网络体系，把苏州商贸流通业发展成为繁荣城市面貌、便利人民生活、强化城市功能、促进公平竞争的现代服务业产业。

第7条 规划依据

1、《城市商业网点规划编制规范实施手册》（国家商务部 2004 年）

2、《苏州市城市总体规划》初步方案汇报稿（中国城市规划设计研究院 2004.11）

3、《苏州市国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》（苏州市人民政府 2001 年）

4、《苏州市区商业网点布局规划》（2002 年）

5、《苏州市商业网点布局规划修编工作组织实施意见》（2004.9）

6、《苏州市区商品交易市场建设规划纲要（送审稿）》（2004.9）

7、《城市居住区规划设计规范》（GB50180—93）

8、现状基础资料调研

9、《苏州市商业网点布局规划》论证意见（2005.12）

第三章 规划范围、规划对象、规划年限

第8条 规划范围

与《苏州市城市总体规划》确定的都市圈（约2000平方公里）基本保持一致，共分四个层次。

第一层次：**古城圈层**，以苏州古城护城河为界，面积约14.2平方公里。

第二层次：**核心圈层**，东至东环路，西、南至京杭大运河，北至沪宁高速公路，面积约81.5平方公里。

第三层次：**中心城圈层**，以绕城高速公路为界，面积约1000平方公里。

第四层次：**都市圈层**，以城市总体规划拟定的都市圈范围为界，面积约2000平方公里。

第9条 规划对象

本规划是对商业网点，包括商业服务功能区、大型零售商业网点、商业街、批发市场、定点屠宰厂（场）的布局进行规划。

第10条 规划期限

本次规划期限为2004年—2020年，分三个阶段。

近期：2004年—2007年

中期：2008年—2010年

远期：2011 年—2020 年

第四章 规划指导思想与规划原则

第 11 条 规划指导思想

11.1 加快推进商贸业现代化建设步伐，提高城市组织、销售商品和提供服务的能力，以增强城市的综合竞争力，构建江苏省商贸大市，使商贸流通业成为苏州经济发展的先导性支柱产业之一。

11.2 坚持科学和创新的发展思路，与市场需求相适应，与城市建设相结合，通过扩大对外开放，推进体制创新、科技创新、业态创新和管理创新。大力发展连锁经营和电子商务，重点拓展商业建设的新空间，培育发展生产性服务业，实现苏州商贸业现代化、品牌化、信息化、国际化的新飞跃，逐步建成空间布局合理、网络体系完善、业态结构优化、服务功能齐全、方便居民生活的区域性购物天堂。

第 12 条 规划原则

12.1 与超前引导相结合。任何商业形态的布局、业态的设置在与社会发展阶段相匹配的同时，应具有前瞻性，起到超前引导的作用。

12.2 与城市发展相结合。根据城市的发展定位、发展方向、步骤及实施政策等来确定商业规划的布局、业态、规模、政策。

形成布局科学、结构合理、配置设施完善、具有较强的辐射能力和竞争力的网络格局，进一步强化中心城市的商业服务功能。

12.3 与经济发展相结合。根据经济发展状况、消费群体分布和购买力水平的分析，确定商业网点的数量、规模、档次，充分发挥商贸流通业的导向作用，促进一、二、三产业的协调发展。

12.4 与产业发展相结合。商业网点布局规划必须坚持与旅游、文化、会展、制造等产业的互相配合，联动发展，以创造新的市场需求，开发新的商业空间，提供新的商业服务，吸引更多的外来消费。通过与其它相关产业的结合，实现传统商业文化与现代商业潮流的有机组合，提升城市形象，促进商贸业和相关产业的共同发展。

12.5 与结构调整相结合。根据不同商业区域的特点，确定不同业态、类型的商业网点规模和数量，并注意大中型与小型、新建与改造、集中与分散、综合经营与专业经营相结合。尤其要注意大型与小型商业设施的结构关系。大型商店在竞争中处于强势地位，如任意发展，将影响中小商店的生存。为了满足消费者多层次和多样化的需求，创造更多的就业岗位，市区商业网点布局的各层次配置应做到总量适度、结构合理，保证基本消费，突出地域特点，鼓励业态多样化，努力做到大、中、小商业网点协调发展。

12.6 与效能发展相结合。商业网点的布局和发展，既要依托交通干线网络、快捷轨道交通系统，将网点建在交通便利之处；

又要避免商业网点的布局对原有交通的不利影响，特别是旧城商业网点的改造建设，应注重对交通的疏导和改善，尤其是停车等配套设施的建设。

12.7 与传承文化相结合。在商业网点的改造和建设中，要妥善保护商业老字号的历史文化遗产和风貌，并转化为商业资源，以历史文脉为底蕴发展现代商业，使传统商业与现代商业有机结合。

12.8 与城市环境相结合。现代商业网点的建设必须符合城市环境综合整治的要求，不具备卫生、环境要求的网点不应允许开业，必须满足居民便利购物，切实做到便民利民，不断提高居民的生活质量。

第五章 发展目标

第 13 条 总体目标

13.1 苏州市商业网点建设的总体目标：立足苏州中心城区，服务苏州市域，辐射长三角地区，依据苏州城市的特色，形成布局合理、功能完善的商贸格局，以适应社会、经济、文化、及城市的发展需要。

13.2 到 2007 年初步建成布局合理、管理规范、服务优质、竞争有序的江苏商贸大市，初步实现商贸流通业现代化；到 2010 年基本形成具有苏州特色的标志性商业格局，商贸流通业在长三

角地区占据重要地位；到 2020 年接近世界发达国家中等城市商业水平，使苏州成为流行时尚、著名品牌、新型服务的重要集聚地，成为极具特色的购物、休闲、旅游、度假胜地。

第 14 条 商贸业相关指标预测

14.1 苏州市区社会消费品零售总额预测

预测 2004 年—2007 年苏州市区社会消费品零售总额年平均增长 15%，2007 年达到 360 亿元；预测 2008 年—2010 年苏州市区社会消费品零售总额年平均增长 12%，2010 年达到 506 亿元；预测 2011 年—2020 年苏州市区社会消费品零售总额年平均增长 10%，2020 年达到 1312 亿元。

14.2 苏州市区批发和零售贸易、餐饮业增加值预测

预测 2004 年—2007 年苏州市区批发和零售贸易、餐饮业增加值年平均增长 15%，2007 年实现增加值 155 亿元；预测 2008 年—2010 年苏州市区批发和零售贸易、餐饮业增加值年平均增长 12%，2010 年实现增加值 218 亿元；预测 2011 年—2020 年苏州市区批发和零售贸易、餐饮业增加值年平均增长 10%，2020 年实现增加值 565 亿元。

14.3 苏州市区现代商业规模预测

预测 2007 年市区现代商业业态占市区社会消费品零售总额的 35.56%，总额为 128 亿元；2010 年占比达到 50%左右，总额为 253 亿元；2020 年占比达到 60%左右，总额为 787 亿元。

14.4 苏州市区零售网点营业面积预测

预测至 2007 年，人均营业面积 0.95 平方米，市区零售网点总营业面积控制在 224 万平方米左右；至 2010 年人均营业面积 1 平方米，总营业面积控制在 261 万平方米左右；至 2020 年人均营业面积 1.2 平方米，总营业面积控制在 364 万平方米左右。

第六章 规划理念

第 15 条 规划理念

15.1 现代商业理念。现代商业以连锁商业为标志，苏州商业发展必须大力发展连锁商业，推动连锁经营向更大范围、更深层次发展和延伸。

15.2 休闲商业理念。随着人们生活水平的提高和休闲游憩时间的增加，休闲经济将得到迅速发展，促使商业向休闲化方向发展。

15.3 网络商业理念。现代商业发展要充分发挥网络效应，建立高效率的商业运营体系。

15.4 景观商业理念。将商业网点的布局和发展与提升城市形象、美化城市景观相结合。

15.5 景点商业理念。景点商业网点要结合旅游景点的各自特色来开发和建设，构建网络化的旅游服务载体，增强旅游服务功能。

15.6 生态商业理念。贯彻可持续发展的要求，使商贸流通

业发展与人口、环境和资源相协调。

15.7 开发区商业理念。商业网点布局应按照开发区自身产业结构特点、企业集聚形态布局和工作人群、居住人群的消费特征进行配置。

15.8 站点商业理念。充分挖掘城市交通枢纽站点的商业价值，配置便捷的商业服务网点，适应乘客购物、餐饮、休闲、娱乐、服务等多种需求。

第七章 规划布局结构

第 16 条 苏州市区商业功能区按等级体系划分为市级、区域级、居住区级三级体系。

第 17 条 苏州市区商业中心规划布局结构特征为：标志性商业格局“一个板块二新二轴四带和 16 个商业服务功能区”。

17.1 “一个板块”：即古城核心商业板块，由观前、石路、南门三个市级商业服务功能区组成。规划整合这三个商业服务功能区，利用各自优势，错位发展，最终形成一个功能完善的古城核心商业板块。

17.1.1 观前商业服务功能区（零售主导型）

· **范围：**北至因果巷、旧学前，南至干将路，西起人民路，东靠临顿路，规划用地面积约 52 公顷。

· **功能定位：**零售主导型商业服务功能区。形成以观前步行

街为主干，以美罗商城、人民商场等大型商厦为支撑，以玄妙观道教文化、老字号商店、地方戏剧为文化底蕴，集旅游观光、文化宗教、购物休闲、餐饮娱乐等功能于一体的市级传统商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：特色百货店（现有百货店改造，体现中、高档化，强调差别化经营）、专业店、专卖店、餐饮网点、文化娱乐设施。设置业态强调传统性、精品化，中、高档化。

适度设置：中型购物中心、超市、便利店、自动售货机、大型专业店。

限制设置：大型购物中心、大型综合超市、仓储式商场、各类市场。

17.1.2 石路商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：北临上塘街，南至爱河桥路，西起广济路，东靠护城河，规划用地面积约 30.9 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。以石路国际、亚细亚等大型商厦和杜三珍、近水台、沐泰山等老字号为主要支撑的现代与传统相结合的市级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：中、高档次特色百货店、专业店、专卖店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：超市、便利店、自动售货机、大型专业店。

限制设置：购物中心、大型综合超市、仓储式商场、各类市场。

17.1.3 南门商业服务功能区（零售主导型）

· **范围：**北临新市路，南至护城河，西起南园新村，东靠竹辉新村，规划用地面积为 12.4 公顷。

· **功能定位：**零售主导型商业服务功能区。以泰华商城、餐饮广场、购物广场、滨水广场和地上、地下商业街为主要支撑的市级现代休闲商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：特色百货店（中、高档次）、专业店、专卖店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：超市、便利店、自动售货机、大型专业店。

限制设置：购物中心、大型综合超市、仓储式商场、各类市场。

17.2 “二新”即两个新的市级商业服务功能区：工业园区的园区商业服务功能区和新区的狮山广场商业服务功能区。

17.2.1 园区商业服务功能区（零售主导型）

· **范围：**北临翠园路，南至钟园路，西起华池街，东靠星湖街，规划用地面积约 65 公顷。

· **功能定位：**零售主导型商业服务功能区。以新型业态、大型零售网点为支撑，打造引领时尚的现代市级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：购物中心、特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机。

限制设置：各类市场、仓储式商场。

17.2.2 狮山广场商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：北起金山路，南到吴前港，东自滨河路，西至长江路，规划用地面积约 87 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。以苏州乐园为依托，以淮海路商业街为主干，形成功能齐全的现代市级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：购物中心、特色百货店、大型专业店、自动售货机。

限制设置：各类市场、仓储式商场、大型综合超市。

17.3 “二轴”即商业发展横轴和商业发展纵轴。

17.3.1 **商业发展横轴**：通过景德路连接观前、石路两个市级商业功能区，并向新区、园区延伸，形成苏州市区东西向的商业发展轴线。

17.3.2 **商业发展纵轴**：以人民路为主线，结合轻轨站点的设

置，通过地上、地下空间相结合，并逐步向相城区、吴中区延伸，打造现代商业空间发展新模式，形成富有现代商业气息的城市南北向发展轴。

17.4 “四带”指环古城风貌休闲商业带、环金鸡湖风情休闲商业带、沿太湖旅游度假休闲商业带和沿阳澄湖度假休闲商业带。

17.4.1 环古城风貌休闲商业带：以护城河为核心，着重突出苏州古韵之休闲游憩，并结合多处景观节点，设置旅游观光、文化娱乐等商业设施，确立融休闲、餐饮、娱乐、观光、购物为一体的服务定位，打造具有苏州特色的休闲服务商业带。

17.4.2 环金鸡湖风情休闲商业带：以金鸡湖为核心，通过塑造滨水景观，完善商业设施，突出中西方文化交融，结合湖滨大道、文化水廊等景观节点，设置集商业、旅游观光、休闲餐饮业为一体的风情休闲商业带。

17.4.3 沿太湖旅游度假休闲商业带：依托太湖滨水资源，形成以滨水区为主要载体，辅以旅游度假、文化娱乐、餐饮等功能，打造苏州乃至长三角的沿太湖旅游度假休闲商业功能带。

17.4.4 沿阳澄湖度假休闲商业功能带：以阳澄湖滨水资源为载体，着重突出休闲类的旅游、度假、娱乐等功能，结合本地特色餐饮，形成沿阳澄湖度假休闲商业功能带。

17.5 16个商业服务功能区

2个商务主导型商业服务功能区，1个会展主导型商业服务

功能区，1 个物流主导型商业服务功能区，1 个旅游休闲主导型商业服务功能区，11 个零售主导型商业服务功能区。

17.5.1 湖西商业服务功能区（商务主导型）

· **范围：**位于中新苏州工业园区一区的中轴线上，北起苏绣路，南至苏惠路，东起星港街，西至星生街；规划用地面积约 73 公顷。

· **功能定位：**商务主导型商业服务功能区。主要设置商业服务、金融贸易、保险、中介等现代服务业，以及高档商务办公，娱乐休闲等功能，并积极吸引跨国公司分部、外资银行进驻。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、大型综合超市、各类市场。

17.5.2 平江新城商业服务功能区（商务主导型）

· **范围：**位于平江新城内，北起新莲路，南至沪宁铁路，东起苏虞路，西至苏锦路，用地面积约 80 公顷。

· **功能定位：**商务主导型商业服务功能区，辅以与火车站相配套的商业服务功能。该功能区北区主要设置与商务活动相关的市级机关、科研信息等机构，共分四个区，其中西北片为金融保险商务办公区，东北片为商务办公区，西南片为商业金融、商务

办公区，东南片为行政办公、科研信息区，四区联合打造平江新城商务功能区。南区主要设置与火车站相配套的商业服务设施，如住宿、餐饮等。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型专业店、自动售货机、大型综合超市、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.3 湖东商业服务功能区（会展主导型）

· **范围**：位于园区金鸡湖东侧，在工业园区二区中轴线上，北起现代大道，南至旺敦路，西起金鸡湖路，东至华池街；用地面积约 54 公顷。

· **功能定位**：会展主导型商业服务功能区。以现代化的会展商务设施为依托，以综合型大型会展和一系列专业性品牌会展为主题，主要设置为会展服务的餐饮、住宿以及其它相关服务。

· 设置导向

鼓励设置：超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、专业店、专卖店、自动售货机。

限制设置：仓储式商场、购物中心、大型综合超市、各类市场。

17.5.4 太湖旅游度假商业服务功能区（旅游休闲主导型）

·**范围**：位于太湖旅游度假区核心区内，用地面积约 15 公顷。

·**功能定位**：旅游休闲主导型商业服务功能区。该功能区以两条商业水街为核心，主要设置文化娱乐、餐饮及体育休闲类项目，在业态上应以专业店及超市为主，并与旅游休闲相结合，使之成为服务于旅游人口及本区人口的度假中心。

· **设置导向**

鼓励设置：超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、专业店、专卖店、自动售货机。

限制设置：仓储式商场、大型综合超市、购物中心、大型专业店、各类市场。

17.5.5 金阊新城商业服务功能区（物流主导型）

·**范围**：北起虎新路，南至仓储北路，东起 312 国道，西至苏浒路，用地面积约 25 公顷。

·**功能定位**：物流主导型商业服务功能区。以白洋湾物流园及周边生态居住区为依托，重点改造商业环境，建设超市、专业店等新型业态，成为金阊新城内的区域级商业服务功能区。

· **设置导向**

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点。

适度设置：特色百货店、大型专业店、大型综合超市、自动售货机、各类市场、文化娱乐设施。

限制设置：仓储式商场、购物中心。

17.5.6 沧浪新城商业服务功能区（零售主导型）

· **范围：**北起宝带西路，南至太湖西路，东自规划新路，西至福运路，用地面积约 30 公顷。

· **功能定位：**零售主导型商业服务功能区。规划以美之国花园、雅典花园、盘蠡新村等居住人口为依托，重点改善商业环境和大力发展生鲜肉菜超市、专业店等新型业态。适度建设综合超市和百货店，使其成为该区的支撑，优化商业环境，成为沧浪新城区的区域级商业服务功能区。

· **设置导向**

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.7 黄埭商业服务功能区（零售主导型）

· **范围：**沿黄埭镇区埭南路两侧地块布置，用地面积 32 公顷。

· **功能定位：**零售主导型商业服务功能区。主要服务黄埭、东桥、望亭地区的居民。以黄埭镇现有商业为基础，积极发展生鲜肉菜超市、专业店等新型零售业态，成为相城区西部的区域级商业服务功能区。

· **设置导向**

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.8 渭塘商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：北起通成路，南至渭中路，东起珍珠大道，西至玉盘北路，用地面积约 50 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。主要服务渭塘与北桥地区的居民，以渭塘镇现有商业为基础，优化商业环境，积极发展超市（包括肉菜超市）、专业店等新型业态，适度发展大型综合超市和百货店，成为相城区北部区域的区域级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型专业店、自动售货机、大型综合超市、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.9 湘城商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：沿湘圆路、湘陆路两侧布置，用地面积约 20 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。以湘城、阳澄湖地区的居住人口为依托，以阳澄湖旅游度假人口为支撑，选择在交通便利和旅游度假景区之处建设主题专业店。重点建设超市（包

括肉菜超市)、专业店等新型业态,成为相城区东部的区域级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置:专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置:特色百货店、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置:仓储式商场、大型综合超市、各类市场。

17.5.10 徐图港路商业服务功能区(零售主导型)

· **范围:**北起千禧路(春申湖路),南至阳澄湖路,东起铁西路,西至采莲路,用地面积约40公顷。

· **功能定位:**零售主导型商业服务功能区。该区以相城区家居批发市场群为依托,以区内的商业街为主干,适当布置中型购物中心及专业店,改善商业环境,发展新型业态,使其成为相城中心区的区域级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置:专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置:特色百货店、大型专业店、自动售货机、购物中心、家居类市场。

限制设置:仓储式商场、大型综合超市。

17.5.11 浒通商业服务功能区(零售主导型)

- **范围：**沿浒墅关北路、南路布置，用地面积约 14 公顷。

- **功能定位：**零售主导型商业服务功能区。服务对象主要为浒通现代化产业园区的就业人口及本地居民。本区宜优化商业环境，积极发展超市（包括肉菜超市）、专业店等新型业态，使其成为苏州新区浒通片区的区域级商业服务功能区。

- **设置导向**

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.12 木渎商业服务功能区（零售主导型）

- **范围：**位于旅游专线公路木渎段两侧沿线地块，用地面积约 30 公顷。

- **功能定位：**零售主导型商业服务功能区。以本区人口及周边风景旅游区人口为依托，重点建设超市（包括肉菜超市）、专业店等新型业态，适度发展大型综合超市，选择在交通便利和旅游景区之处建设主题型购物中心，成为苏州西南部的区域级商业服务功能区。

- **设置导向**

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型专业店、大型综合超市、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.13 越溪商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：北起翔北路，南到规划新路，东起明溪路，西至徐舍路，用地面积 17 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。作为吴中区西南片的中心，服务人口为教育园区南片人口及本区和周边人口，主要设置超市（包括肉菜超市）、专业店等新型业态，使其成为吴中区西南片的区域级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.14 东吴路商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：位于东吴路两侧，用地面积约 26 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。以南环新村、苏苑新村、龙港新村、水香新城等居住区人口为主要服务对象，对现有商业网点整合提升，发展超市、专业店等新型业态，增强商业功能，成为区域级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.15 钟南街商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：位于中新工业园区东片，北起现代大道，南至丽帆巷，东起锦溪街，西至钟南街，用地面积约 19 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。规划发展肉菜超市、专业店等新型业态，优化商业环境，培育商业氛围，成为工业园区东片的区域级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.5.16 研究生城商业服务功能区（零售主导型）

· **范围**：位于独墅湖东侧，用地面积约 65 公顷。

· **功能定位**：零售主导型商业服务功能区。主要服务人口为学生和本区居民。规划着重改善商业环境，发展新型业态，宜积

极发展超市、专业店等，使之成为区域级商业服务功能区。

· 设置导向

鼓励设置：专业店、专卖店、超市、便利店、餐饮网点、文化娱乐设施。

适度设置：特色百货店、大型综合超市、大型专业店、自动售货机、购物中心。

限制设置：仓储式商场、各类市场。

17.6 居住区级商业服务功能区：

17.6.1 居住区商业服务功能区是指商业一定程度集聚，主要配置居民日常生活消费必需的商业行业和生活服务业，服务对象主要为当地居民的居住区商业中心。服务居住人口规模达到3—5万人，服务半径200—500米，商业基本营业面积为2.5万平方米。

17.6.2 居住区级商业服务功能区可分为居住区、居住小区、组团三级。

17.6.3 新建居住区商业网点建设必须按照国家有关规范、规定按比例配建，同时还要适应市场经济运行要求，扩大经营门类，拓展服务领域；引进多元化投资，不断创新，采取多种经营方式；发展现代商业业态，推行连锁经营；结合实际，规模适当；统筹安排，合理布局；选址应为人流集中，交通便利地段。

17.6.4 设置导向

鼓励设置：居住区商业服务中心或邻里中心、居住区小型折扣店、便利店、超市、餐饮网点、肉菜超市、生活服务设施（包

括洗染、沐浴、理发、照相彩扩、票务、维修、住房中介等)。

限制设置：百货店、大型专业店、仓储式商场、专业市场、大中型购物中心、大型综合超市。

第八章 商业形态布局规划

第 18 条 零售网点规划

18.1 主要零售业态：苏州市区商业零售业态主要包括百货店、大型综合超市及仓储式商场、专业店及专卖店、购物中心、超市及便利店等。

18.2 零售业态规划目标：科学规划和合理确定各类零售网点的数量规模、经营结构、业态类型和空间布局，对现有零售网点加快改造升级，并根据城市发展要求和居民生活需要，合理布局 and 新建大型零售网点。

18.3 零售业态规划布局

18.3.1 大型综合超市、仓储式商场规划布局

· **大型综合超市**：实际营业面积 5000 m² 以上，品种齐全，满足顾客一次性购齐的零售业态。根据商品结构，可以分为经营食品为主的大型超市和经营日用品为主的大型超市。一般设置在城郊结合部、交通要道旁和符合城市规划的大型居住区附近，经营服务辐射半径 2 公里以上，目标顾客以居民为主。

· **仓储式商场**：以会员制为基础，实行储销一体、批零兼营，

以提供有限服务和低价格商品为主要特征的零售业态。设置在城乡结合部的交通要道旁，经营服务辐射半径在 5 公里以上，目标顾客以中小零售商、餐饮业主、集团购买为主。

- 大型综合超市、仓储式商场设置导向

有序发展大型综合超市，适度发展仓储式商场。

古城圈层内不再新建、改建大型综合超市、仓储式商场；核心圈层严格控制大型综合超市和仓储式商场的设置，除已建、在建或已批项目外，不再设立；中心城圈层与都市圈层可根据区域经济发展进度及人口分布，在符合大型综合超市和仓储式商场设置原则的前提下相应发展。

18.3.2 购物中心布局规划

购物中心：多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一个建筑物、建筑群内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体。可分为大型购物中心、中型购物中心和小型购物中心。

- **大型购物中心：**设置在城市的市级、区域级商业功能区内，面积在 10 万平方米左右，商圈半径为 10—20 公里。

- **中型购物中心：**设置在城市区域级商业功能区，面积在 3-6 万平方米左右，商圈半径为 5—10 公里。

- **小型购物中心：**设置在城市居住区级商业功能区，面积在 2 万平方米左右，商圈半径为 500 米左右。

- **购物中心设置导向：**引导发展购物中心。大型购物中心布

局应尽量避免开居民住宅区和交通负荷太大的地区，且最好选择在有轻轨通达的地方；也可以布局在中心城圈层甚至都市圈层人口密度不高，但交通条件较好（特别是主干道汇集处和快速轨道交通通达处）的地方；对于中型购物中心，则选择服务人口较多的区域商业功能区布局；新开发居住区级商业功能区内鼓励设置小型购物中心（邻里中心）。

18.3.3 专业店、专卖店布局规划

- 专业店：以专门经营某一大类商品为主的零售业态。设置在市级和区域商业功能区，以及专业街、百货店、大型购物中心内，以有目的选择某类商品的顾客为主。

- 大型专业店：也称大型专业超市，采取自选销售和开架面售相结合方式，以销售某一大类或几个大类商品和提供相关技术、服务，满足一次性购全的零售业态，营业面积在 5000 平方米以上。设置在市级和区域商业功能区，城郊结合部，交通要道旁和符合城市规划的大型居住区附近，经营服务辐射半径 3 公里以上，以有目的选择某类商品的顾客为主。

- 专卖店：以专门经营或被授权经营某一主要品牌商品为主的零售业态。设置在市级和区域商业功能区，以及专业街、百货店、大型购物中心内。以中高档消费者和追求时尚的年轻人为主。

专业店、专卖店设置导向：合理发展专业店、专卖店。核心圈层以内（含古城圈层）有控制地设置大型专业店；中心城圈层可根据城市发展进度设置大型专业店，选址尽可能在大型综合超

市或仓储式商场附近；推动和鼓励核心圈层以内的专业店和专卖连锁体系向外圈层延伸。

18.3.4 百货店布局规划

百货店：在一个建筑物内，经营若干大类商品，实行统一管理，分区销售，满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态。设置在市级和区域商业中心，以及历史形成的商业集聚地，目标顾客以居民和流动顾客为主。

· 百货店设置导向：整体控制大型百货店。大型百货店适宜布局在综合商业街或购物中心内。苏州核心圈层内大型百货店发展应侧重原有百货店的改造升级和功能更新，把功能较为单一的传统百货店改造成为功能较为齐全的现代综合百货店；核心圈层外规划人口集聚区适当布置大型百货店。

18.3.5 超市、便利店布局规划

· 超市：开架售货，集中收款，满足居住区消费者日常生活需要的零售业态。设置以居住区（居住区）为主，适当在商业中心设置，经营服务辐射半径为 0.5 公里，目标顾客以居民为主。

· 便利店：满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态，不仅出售商品，也提供和出售服务，设置在商业中心、居住区（居住区）、交通要道以及车站、医院、学校、娱乐场所、办公楼等公共活动区，目标顾客以居民为主。

· 超市、便利店设置导向

核心圈层与古城圈层：加大超市结构调整力度，鼓励发展 1000

平方米以上，生鲜食品占有较大比重的超市门店。广泛采用连锁经营和特许经营的形式，以超市便利店为主，改造整合传统小型商业网点。

中心城圈层与都市圈层：超市的设置应与大型综合超市和仓储式商场保持一定距离，新建城区设置邻里中心的，可将超市设在邻里中心。

第 19 条 商业街规划布局

19.1 商业街规划目标

适应苏州经济社会发展和城市空间的需要，合理布局商业街，完善商业街类型结构，挖掘商业街文化内涵，提升购物环境，加快商业街的改造建设，大力发展时尚商品街区、服务性街区、旅游休闲街区、室内商业街等现代商业特色街。

19.2 商业街布局原则和建设导引

19.2.1 商业街要符合城市发展和城市规划的要求。

19.2.2 商业街布局要注重处理好与交通的关系。

19.2.3 商业街要注重配套设施的建设和购物环境的完善。

19.3 商业街按经营品种分类

商业街按经营品种分：专业商业街和综合商业街。

19.3.1 专业商业街规划

规划 15 条专业商业街：皮市街花鸟鱼虫特色街、玄妙观苏州小吃街、养育巷装璜专业街、凤凰街餐饮街、十全街酒吧休闲街、南门餐饮街、虎丘路婚纱街、山塘旅游风情街、葑谊路酒吧休闲

街、李公堤商业水街、阳澄湖浅水湾餐饮街、淮海路商业街、镇湖绣品街、太湖度假区休闲街、木渎明清街。

19.3.2 综合商业街规划

规划 12 条综合商业街：观前步行街、景德路商业街、人民路地下商业街、南门步行街、平江新城商业街、人民路北段商业街、石路步行街、东苑街商业街、沧浪新城商业街、琉璃街商业街、渭星街商业街、徐图港路北侧商业街。

19.4 商业街按交通限制分类

商业街按交通限制分：普通商业街和步行商业街

19.4.1 普通商业街规划

规划 17 条普通商业街：皮市街花鸟鱼虫特色街、景德路商业街、养育巷装璜专业街、凤凰街餐饮街、东苑街商业街、南门餐饮街、人民路北段商业街、十全街酒吧休闲街、平江新城商业街、沧浪新城商业街、虎丘路婚纱街、葑谊路酒吧休闲街、阳澄湖浅水湾餐饮街、渭星街商业街、徐图港路北侧商业街、淮海路商业街、镇湖绣品街。

19.4.2 步行商业街规划

规划 10 条步行商业街：观前步行街、玄妙观苏州小吃街、人民路地下商业街、南门步行街、山塘旅游风情街、石路步行街、琉璃街商业街、李公堤商业水街、太湖度假区休闲街、木渎明清街。

19.5 重点商业街规划

至 2020 年，规划苏州市区有规模、有影响的重点商业街 13 条：皮市街花鸟鱼虫特色街、观前步行街、景德路商业街、玄妙观苏州小吃街、人民路地下商业街、凤凰街餐饮街、十全街酒吧休闲街、南门步行街、平江新城商业街、人民路北段商业街、山塘旅游风情街、石路步行街、琉璃街商业街。

19.6 商业街实施步骤

苏州商业街布局和改造建设的规划按照近期、中期、远期三个阶段分步实施。

19.6.1 近期完成建设的商业街：玄妙观苏州小吃街、南门步行街、东苑街商业街、南门餐饮街、山塘旅游风情街、景德路商业街和徐图港路北侧商业街，提升皮市街花鸟鱼虫街、观前步行街、养育巷装璜专业街、凤凰街餐饮街、十全街酒吧休闲街、石路步行街、虎丘路婚纱街、葑谊路酒吧休闲街、阳澄湖浅水湾餐饮街、李公堤商业水街、淮海路商业街、镇湖绣品街、木渎明清街的档次。

19.6.2 中期完成改造建设的商业街：平江新城商业街、沧浪新城商业街、渭星街商业街、太湖度假区休闲街。

19.6.3 远期完成改造建设的商业街：人民路地下商业街，人民路北段商业街、琉璃街商业街。

第 20 条 批发市场规划布局

20.1 批发市场规划目标

以“统筹规划、合理布局、减量增效、完善配套”为发展思

路，以“突出重点、示范带动、优化整合、分步实施、强化功能、规范管理、政企互动、共同推进”为发展原则，建设一批起点高、功能强、辐射广的批发市场群体，最终形成以批发市场群为骨干，以重点特色批发市场为补充的层次分明、布局合理、流通高效的有形市场体系。

20.2 批发市场空间布局引导

古城圈层、核心圈层——控制发展区

中心城圈层——重点发展区

都市圈层——引导发展区

20.3 批发市场群布局原则

20.3.1 在中心城圈层和都市圈层布局

20.3.2 在交通干道附近

20.3.3 有较充裕的土地储备

20.4 批发市场群规划

20.4.1 **相城区家居批发市场群**：位于相城中心区 227 省道两侧，在现状蠡口家具批发市场群的基础上整合、提升而成，发展成为以汇海隆、新天地等家具市场为核心，以中翔家电、日用品市场为重点的批发市场群。

20.4.2 **横塘建材批发市场群**：位于新区横塘镇，在现状批发市场群的基础上整合、提升而成。市场群内重点发展各类建材、办公、家庭装饰材料。

20.4.3 **白洋湾-浒关生产资料批发市场群**：位于现金阆新城

和浒关片区内，以物流为依托，在原有批发市场功能转换的基础上，建设以生产资料和物流配套为龙头的批发市场群。

20.4.4 东环南路农副产品批发市场群：位于东环南路东方大道附近，以各类农副产品批发为主导的批发市场群。

20.5 重点特色批发市场规划

重点特色批发市场是苏州市有形市场的重要组成部分，批发市场的改造升级是存量调整优化的主要内容，允许现有符合城市总体规划的重点批发市场继续发展，要求不断提高管理层次和经营水平，并逐步按照“批发市场布局、改造和建设导引”进行整合，引进批发市场建设论证制度，对批发市场的新建、改造、整合、迁移进行调控。

第九章 规划实施措施

第 21 条 苏州市区商业网点布局规划是苏州市城市总体规划的重要组成部分。坚持商业网点建设和城市总体规划建设相结合，统一开发，统一管理。

第 22 条 政府规划行政部门应把市区商业网点规划以及各种商业形态的专业规划，纳入城市控制性详细规划和修建性详细规划，以保证规划的整体性、配套性、可操作性。

第 23 条 苏州市商品流通行政管理部门是苏州市商业网点的主管部门，各区人民政府和高新区虎丘区管委会、工业园区管

委会所属的商品流通行政管理部门是本行政区域内商业网点的主管部门。各级商品流通行政管理部门，负责本行政区域内商业网点的日常管理工作。

第24条 在规划区域内，新建、改建和扩建大中型商业网点，在建设用地上、规划选址、建筑设计和开发建设等方面须按照《苏州市区商业网点布局规划》和国家的相关规范执行。

第25条 在国家商务部正式颁布《城市商业网点管理条例》后，参照条例制定《苏州市商业网点管理办法》，并通过必要的程序批准实施；在此之前，新建大型零售商业设施项目采用相关部门召开论证会的形式批准建设。批发市场项目按照市政府批准实施的《苏州市区批发市场规划和建设纲要》遵照执行。

第26条 在国家商务部正式实施《城市商业网点管理条例》后，建立大型商业设施项目的听证制度。新建、改建、扩建零售商业单体建设项目，建筑面积5000平方米以上的，应当在立项前申请市商业流通行政管理部门组织听证会，听取行业组织、周边商业单位、居住区组织、消费者代表以及专家等方面的意见。零售商业建设项目立项管理部门应将听证意见作为立项审批的依据；规划行政主管部门应将听证意见作为颁发零售商业建设项目《选址意见书》、《规划许可证》所需审核的要件之一。在苏州市区规划范围内改造和新建各类批发市场，也须履行听证程序或会审程序。

第27条 居住区的开发建设单位，应按照市区商业网点规划

和《国家居住区规划设计规范》，配套建设居民日常生活必需的商业网点，并符合交通、环保、消防等方面的国家标准和规定，由规划部门按审批报建程序具体实施。

第28条 依据本规划，采取市场经济的运作方法，按照谁投资、谁受益的原则，鼓励和引导各种经济成分的投资采用多种方式，参与各类商业网点建设。重点鼓励国内外著名企业集团采用先进的经营方式、管理模式和信息手段建设大中型商业零售网点和各类商业形态（购物中心、批发市场、街区开发等）。

第29条 规划所确定的商业网点用地，未经市政府批准，任何单位和个人不得改做它用。对不按照规划建设的，由市规划行政部门按有关法规进行处罚。

第30条 积极支持各区搞好商业网点建设，鼓励各区对本区内相对薄弱的商业设施建设，采取差别政策，优先发展。

第31条 定期发布建设指南。按照本规划和商业发展重点，滚动提出商业网点建设的阶段性目标，定期发布建设指南，向社会公布阶段性的鼓励、允许发展和限制、禁止的设施项目的类别，引导社会投资。

第32条 商业街规划建设。传统商业街区应进一步提升改造；新建区域，要建设发展各类现代商业街。为推动商业街管理水平的提升，实行市级商业特色街命名制。

第33条 强化行业管理。通过建立行业协会，完善行业章程，对本行业的商业网点设置，行使指导、监督、建议和协调的权利，

并实现行业自律管理。

第34条 本规划在具体实施过程中，应随着城市经济社会发展变化而适时进行动态调整，不断充实更新，以切实保持规划的科学性、权威性、指导性和可操作性，更好的发挥规划的宏观调控功能。

主题词：商业 网点 规划 通知

抄送：市委办公室，市人大常委会办公室，市政协办公室，
市法院，市检察院，军分区，市各民主党派，市各人民团体，市工商联，各大专院校。

苏州市人民政府办公室

二〇〇七年二月一日印发

共印：二〇〇份