

# 2015年厦门市商贸流通业发展报告

## 一、流通行业发展基本情况

### (一) 企业数量平稳增长

2015年,全市流通业企业法人单位数20235个,比2014年增加1565个。从业人数28.94万人,增长2.43%。

表1 商贸流通业基本情况

行业	企业法人数量(个)			从业人员数(人)		
	2015年	2014年	增幅%	2015年	2014年	增幅%
批发与零售	5828	5349	8.95%	93323	99790	-6.48%
住宿和餐饮	317	288	10.07%	40245	40785	-1.32%
居民服务业	5059	4853	4.24%	84821	70123	20.96%
其他商务行业	9031	8180	10.40%	71083	71908	-1.15%
合计	20235	18670	6.13%	289472	282606	2.43%

### (二) 企业结构进一步优化

传统的批发与零售业、居民服务业企业数量增幅分别为8.95%,4.24%;住宿和餐饮业企业数量占10.07%,与上年相比平稳增长;而其他商务服务业企业数量占10.4%,也有较大增长。

### (三) 行业效益明显提高

2015年,全市商贸流通业企业实现主营业务收入2254.82亿元,比2014年增长2.52%,持续平稳增长。

### (四) 行业现代化步伐平稳有序

以零售企业为首的连锁化经营水平不断提高。零售企业连锁化经营水平

发展稳定，2015 年我市连锁零售企业门店 1501 个，实现销售额 253.68 亿元。

### （五）商贸流通业成为支柱产业

产业规模不断扩大。2011-2015 年，厦门市社会消费品零售总额分别为 800.28 亿元、881.9 亿元、974.5 亿元、1072.3 亿元、1168.4 亿元，厦门市社会消费品总额呈现逐年上升趋势，年均递增约 9%。2015 年全市商贸业实现增加值 450.7 亿元，同比增长 4.9%，分别占 GDP 和第三产业的比重达到 13.1% 和 23.3%。

区域商贸布局日益完善。从区域看，岛外商贸业增速加快，全市社会消费品市场向岛外拓展明显，改变了以往思明和湖里两区独大的局面。2015 年社会消费品零售总额增幅居全市前三位的是同安、集美和海沧，分别增长 20.3%、17.5%和 15.8%。其余各区的增长情况依次为：翔安增长 6.5%，思明增长 6.2%，湖里增长 5.2%。

消费市场繁荣活跃。批发零售业整体运行良好，住宿餐饮业增速有所放缓。2015 年批发业实现零售额 101.2 亿元，同比增长 29.8%；零售业实现零售额 931.5 亿元，同比增长 7.5%；住宿业实现零售额 22.1 亿元，同比下降 4.5%；餐饮业实现零售额 113.6 亿元，同比增长 7.6%。

## 二、主要行业发展情况

### （一）批发业

2015 年厦门市批发业企业共 3396 家，在全部企业中，按规模划分，大型企业占行业企业数量的 0.5%，17 家，中型企业占行业企业数量的 7.3%，248 家，小微企业占行业企业数量 92.2%，3131 家。按行业划分，其中食品、饮料及烟草制品批发 939 家，纺织、服装及日用品批发 1676 家，文体用品批发 596 家，计算机、软件及辅助设备批发 62 家，通讯及广播电视设备批发 46 家，贸易经纪与代理 77 家。全市批发业企业从业人数 42006 人，其中大型企业从业人数 6051 人，占比 14.4%，平均从业人数为每家企业 356 人，中型企业从业人数 8423 人，占比 20.1%，平均从业人数为每家企业 34 人，小微企业从业人数 27532 人，占比 65.5%，平均从业人数为每家企业

9 人。

2015 年厦门市批发业全年商品销售额 2142 亿元，销售额按规模划分，大型企业 266 亿元，占全部销售总额的 12%，中型企业 1005 亿元，占全部销售总额的 47%，小微型企业 871 亿元，占全部销售总额的 41%。

根据 13 家典调企业上报财务报表情况，按规模划分为大型企业和中型企业。其中大型企业 8 家，中型企业 4 家，限上小微型企业 1 家，对比 15 年和 14 年数据，可以看出大型企业购进额呈（11.66%）同比增长速度，而且全部是通过工业企业购进，销售额呈（16.08%）的同比增长速度，营业利润呈（77.39%）的同比增长速度，可见 15 年厦门市部分大型企业商品销售额有所提升，营业利润较去年相比回升不少。

根据测算结果，15 年厦门市批发业企业的连锁企业连锁经营交易额为 30.1 亿元，相比于 14 年的 26.3 亿元，同比上升 14.5%。15 年应交税金 61.8 亿元，14 年应交税金 56.9 亿元，同比上升 8.6%。15 年应付给职工工资总额 32.3 亿元，14 年 27.3 亿元，同比上升 18%。可见批发业作为传统老行业，对于税收和员工工资方面的贡献度仍然具有不可替代的地位。

## （二）零售业

2015 年厦门市零售业法人企业约 2432 家，其中，大中型法人企业 427 家，小微企业 2005 家；完成零售业销售额 740.9 亿元，同比下降 20%；从业人数 51317 人。其中，大中型法人企业从业人数 28811 人，占比 52.5%，完成销售额 506.9 亿元，占零售业的 68.3%，小微企业从业人数 24379 人，占零售业的 47.5%，完成销售额 233.9 亿元，占零售业的 31.7%。大中型企业实现主营业务收入 505.3 亿元，主营业务实现利润 61.3 亿元，完成利润总额 72.8 亿元。同时，成本却不断上升，2015 年营业、管理和财物三项费用合计 68.3 亿元，同比增加了 20.1%。

零售企业连锁化经营水平发展稳定。2015 年我市连锁零售企业门店 1501 个，实现销售额 253.7 亿元。POS 刷卡消费额 510.3 亿元。2015 年上交税金 16.64 亿元，同比增长 3%。

### （三）住宿和餐饮业

2015 年度住宿业限上企业已达 175 家，比上年增长 18 家，全市住宿业数量缓慢增加。2015 年住宿业零售额 22.09 亿元，比去年同期下降 4.5%。全年我市共接待国内外游客 6035.85 万人次，比上年增长 13.1%，旅游总收入 832.36 亿元，增长 15.3%。其中接待入境游客 317.26 万人次，增长 18.9%，入境过夜游客 202.63 万人次，增长 10.8%，旅游创汇 19.96 亿美元，增长 10.3%。接待国内游客 5718.59 万人次，增长 12.8%，过夜国内游客 2608.32 万人次，增长 11.8%，国内旅游收入 708.61 亿元，增长 16.2%。住宿业宏观经济增速放缓，大众市场的增长从经济型扩展到中端，民宿客栈业态发展形势较好，面向个人消费的高端酒店也极具市场，住宿业正处于结构性转型调整的关键期。截至 2015 年底，全市住宿业企业主营业务收入 33.9 亿元，其中大中型企业主营业务收入 20.4 亿元，主营业务利润 15.7 亿元，仅比去年同期增长 0.5 亿元，由于受国家政策条件的限制，15 年住宿市场呈现下滑态势。

2015 年餐饮业零售额 113.59 亿元，增长 7.6%，占社会消费品零售总额 9.72%。2015 年以来餐饮企业普遍遇到“四高一低”的困难，即“税费、原材料、人工、房租越来越高，利润越来越低”。据调研，餐饮业的平均利润下滑很大，已从以前的 8-10% 左右低至现在的 5%—8%，甚至更低，经营者迫切需要采取有效措施应对成本上涨和消费不足“两头受挤”的市场环境。

2015 年厦门市共接待 50 人以上的商业性会议 6328 场，比上年增加 2151 场，同比增长 51.5%；规模以上会议 188 场，比上年增加 75 场，同比增长 66.37%；1000 人以上的会议 61 场。全年境内外莅厦参会总人数达 135 万，比上年增长 57.64%，旅游的升温和会展业的发展直接拉动我市餐饮业的消费。

### （四）居民服务业

2015 年厦门市居民服务业企业和个体户共有 5059 家，人像摄影 928 家，占比 18.28%，家庭服务业 577 家，占比 11.41%，家电维修服务业 1528 家，

占比 30.2%，美容美发业 1158 家，占比 22.89%，洗染业 320 家，占比 6.33%，沐浴业 551 家，占比 10.89%。

2015 年居民服务业总营业收入 36.58 亿元，其中人像摄影营业收入 75248.5 万元，家庭服务业营业收入 77473.2 万元，家电维修服务业 29309 万元，美容美发行业 61450 万元，洗染业 32283 万元，沐浴业 90130 万元。

图 1 居民服务业各行业企业数占比示例图

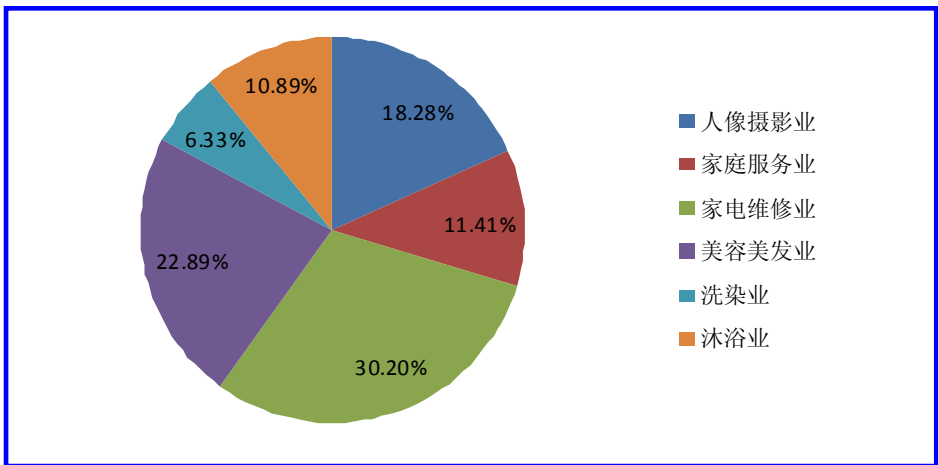
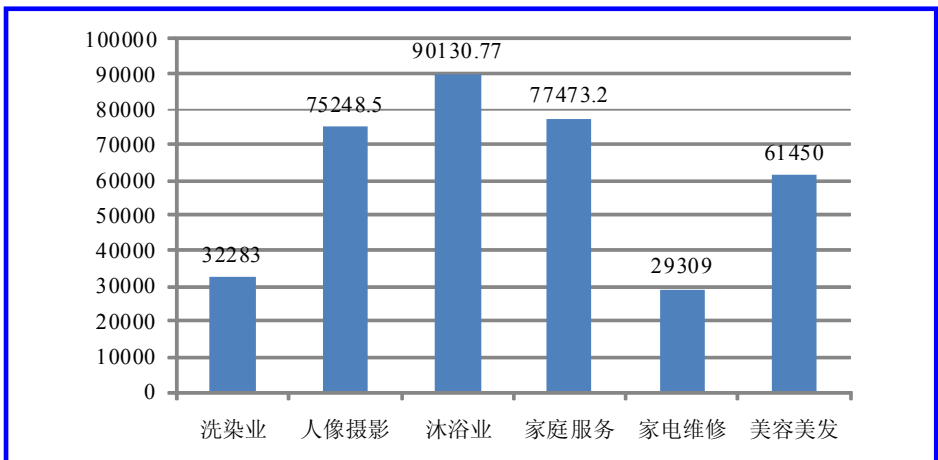


图 2 居民服务业各行业营业收入示例图

单位：万元



### 三、其他重点行业发展情况

#### (一) 电子商务

2015 年我市实现电子商务交易额 1914 亿元，同比增长 34.6%，其中：B2B 交易额 1378.2 亿元，同比增长 30%；网络零售（含 B2C 和 C2C）交易额 345.1 亿元，同比增长 40%，网络零售占社会零售品消费总额比重达到 29.5%，远远高于全国平均水平；城市生活服务类交易额 190.7 亿元，同比增长 66.8%；城市居民网购消费额 308.38 亿元，同比增长 14.6%。根据阿里研究院《2014 年中国电子商务示范城市发展指数报告》，厦门市电子商务发展指数排名全国第六位。2015 年跨境电商交易额达 1100 亿元，同比增长 50%，占外贸总量约 20%，全市进出境邮快件 2172 万件，其中出口 2037 万件，进口 135 万件，我市有 80% 的外贸企业运用跨境电商开展业务。

从 2013 年以来，厦门市政府多次出台加快电子商务发展文件，市财政每年安排 3000 万专项资金，用于扶持电子商务平台建设、专业园区建设、举办公共性活动，扶持专业服务和传统企业应用电子商务转型升级。之后，将电子商务列入现代服务业试点城市扶持范围。经过多年的扶持和发展，厦门市主要取得以下成效：

#### 1. 一批电商垂直平台异军突起

在垂直细分领域平台型企业呈现良好发展态势，涌现一批在全国具备一定影响力的电商平台，如万翔商城、美图、美柚、好慷在家、一品威客、醉品春秋、云宝商盟、保障网、易名交易等。

#### 2. 一批电商服务企业渐成规模

涌现出 600 多家有相当规模的从事电子商务专业的企业，提供代运营、技术支持、仓储、园区管理服务等配套服务，如 258 集团、又一城、南讯网络、唐人在线等，部分企业连续三年获得“金牌淘拍档”称号。

#### 3. 一批电商品牌企业成长壮大

如卓雅、名鞋库、PBA、蓓蕾初华、七匹狼、安踏、浪淘沙等，这些企业凭借独特的商业模式强势增长，展现出极大的发展潜力和竞争力。

#### 4. 一批优秀的电商企业走出去

如壹零客在东南亚建设成全产业链的全球电子商务平台；乐麦采用“直营+分销”的模式将业务拓展到北京、上海、广州、福州等多个城市；季季乐在全国各地（包括台湾）建设线下展示中心，好慷在家、云宝商盟、保障网均在全国大中城市建立了线下服务网点。

#### 5. 一批专业园区建设方兴未艾

成长出一批专业园区，如软件园二期、跨境电子商务园区、海沧电子商务产业园、海西明珠电子商务园区、云创智谷等，为构建电子商务产业链、增强电子商务产业聚集度提供了坚实基础。

#### 6. 一批电商公共性活动颇具影响

主要依托并支持商协会及办会机构举办与电子商务相关的论坛、沙龙、比赛等活动，2015 年举办 50 多场，部分活动已形成品牌效应，如“九八”期间举办的全球电子商务大会、鼓浪听涛、电商剑道、全国大学生电子商务实战技能大赛、诚信电商评选、电商专场人才对接会等。

### （二）仓储物流行业

截至 2015 年底，我市仓储业法人企业共 333 家，同比上年增加 56 家，仓储业行业规模持续稳定扩大；法人企业从业人数 10438 人，同比上年增加 583 人，持续增加了就业机会。仓储行业主营业务收入合计为 238.0 亿元，同比下降 2.1%，其中中型企业主营业务收入为 38.0 亿元，占 15.9%。主营业务利润为 8.4 亿元，比上年减少了 1.2 亿元，其中中型企业为 7.2 亿元，占 84.5%。

结合我市城市共同配送体系，我市在仓储业方面的发展趋势为：一是发展物流信息化平台。支持企业提高信息化水平，建置仓储管理系统。二是鼓励第三方物流配送。扶持中小物流企业做大做强。鼓励仓储集聚化发展，集中物资、集中配送。三是出台产业扶持政策。保障物流仓储用地，鼓励企业“零增地”改造，鼓励集约用地。

### （三）会展业

2015 年，厦门市展览业在全球政治、经济、安全形势复杂多变的情况下，

面对实体经济下行压力加大、成本增加和全国展览项目几近饱和的激烈竞争环境，在市政府新的政策和激励下，发挥品牌展会的虹吸效应，引进新资源，研发新项目，扩大规模，提升质量，全面完成了发展规划目标。

全年全市共举办展览会 193 场，展览总面积达 191 万平方米，比上年增加 17.63 平方米，增幅达 10.15%；其中经贸类展览会 118 场，总面积 176.26 万平方米。全年共吸引来自全球 150 个国家和地区的客商 85258 名，国内客商 314744 名，观众总人次达 491.8 万，展览规模和境内外参观人次再创新高。规模在 30000 平方米以上的展览会有 14 场，与上年相比增加 4 场。

举办多年的投洽会、石材展、佛事用品展、工博会、茶博会、文博会、海西汽博会等规模场已超过 6 万平方米。投洽会、石材展、佛事用品展继续保持着同类展会在全球中规模最大的地位。厦门部分行业商协会和企业依托厦门及周边良好的产业和市场，首展面积即突破 10000 平方米，展现了良好的发展前景。较为突出的有：婴童用品展、猪业展、休旅展、艺术厦门、大健康展等。

全年全市共接待 50 人以上的商业性会议 6328 场，比上年增加 2151 场，同比增长 51.5%；规模以上会议 188 场，比上年增加 75 场，同比增长 66.37%；1000 人以上的会议 61 场。全年境内外莅厦参会总人数达 135 万，比上年增长 57.64%；在全年会议活动中，客商在厦停留约 540 万人/天，比上年增长 26.17%。全年全市达到政府奖励范围的会议 188 场，增幅达 66.37%。

2015 年，厦门市会议业发展迅猛，各种会议活动的举办不仅直接为厦门市带来了巨大的人流，促进了全市旅游会展业“千亿产业链”的发展，也对扩大城市影响，拓展城市功能、促进市场和产业要素集聚、引领高新技术产业的发展具有重要的意义。

#### （四）生产资料批发业

截至 2015 年底，我市生产资料批发法人企业共 6286 家，企业从业人员 47993 人。法人企业商品销售额 5539 亿元。生产资料批发销售额大中型企业完成 4697 亿元，占 84.8%。小微企业完成 842 亿元，占生产资料批发销售



额的15.2%。我市生产资料批发行业规模扩大迅速。

我市生产资料批发业资产合计1414亿元，本年生产资料批发业中流动资产1369亿元，主营业务收入338.1亿元，其他业务收入6.4亿元，营业利润9.8亿元，我市生产资料批发行业效益不高。

2015年，面对错综复杂的国内外形势，厦门市委、市政府主动适应经济新常态，积极应对经济下行压力，及时出台关于进一步加快产业升级的实施意见、实施“中国制造2025”行动计划，打造国际一流营商环境等重要指导性文件，加强企业服务，加快推动转型升级，全市经济呈现总体平稳，稳健有进的良好态势。

批发流通方式全面升级。主要体现在三方面：一是有色金属、钢材建材、精细化工、机电和装备器械等生产资料交易市场将建设电子交易平台，完善网络订单交易、产品展示、融资结算、区域交割、物流配送、信息管理等一体化功能，交易市场能级显著提升；二是大型批发企业将加强供应链管理，突破上游企业自产自销自购自储的传统格局，进一步增强对市场的掌控能力；三是批发商业组织化水平日益提高。一方面，大型批发企业通过联合、兼并、参股、控股等形式，逐步向大型化、综合化、集团化方向发展；另一方面，实力相对较弱、规模较小的地区性批发企业将向专业服务型贸易商和有限职能型批发商方向转型，形成专业性竞争优势。

#### 四、存在问题及原因

##### （一）消费升级导致传统市场萎缩

消费的发展取决于收入，十二五期间厦门居民人均可支配收入增长跑输GDP，更是远远跑输财政收入，相差6个多点，这不利于激活厦门的最终消费。

除此之外，厦门居民的消费结构也发生了明显变化。消费者需求层次从“吃饱穿暖”等传统消费向“医疗保健+教育文化娱乐”等新兴消费过渡，2016年上半年全市城乡居民生活消费性支出中，交通通信和教育文化娱乐分别占比14%和9.2%，位列第3和第4位，已超过衣着，仅次于食品、居住消费。

商品消费由生活必需品时代、耐用消费品时代，正逐步转向生活品质时代，消费层次不断升级，健康消费、高端消费、个性化消费增长强势崛起，对低端消费、大众化消费形成替代，十二五期间，烟草消费下行，年均增长 1.7%。通讯器材类及中西药品类年均零售额分别增长 35.7%，12.1%。同时耐用消费品告别高速增长阶段。截止 2015 年，全市乘用车保有量达 134.8 万辆，较 2010 年增长了近一番，汽车销售已近峰值，2015 年全市限额以上汽车销售额 258.4 亿元，同比增长-4.4%，五年来首次出现销售额负增长。

### （二）岛内外商业资源分布不均衡

岛内外商业资源分布不均衡，截止 2015 年思明区、湖里区社会消费品零售总额占比近七成，其余 4 区所占比重约 29%。

厦门商业网点近 70%分布在本岛，本岛商业又集中分布在思明区，形成了明显的集聚中山路与嘉禾路沿线单核心商业布局结构，岛内业态综合，大型商业业态密集，但岛外商业网点规模小，未形成完整的商业等级结构。

### （三）企业成本费用上升

包括税收、流通费用、人工费用和商场租金在内的各项成本逐年上升。与此同时，商品的价格却很难上去。各种成本上升成为了商贸流通业发展的主要矛盾。据此次调研厦门部分行业企业的房租、人工、水电、租金等成本占总成本的比例在 70%以上，整体成本呈逐年上升态势。

商业物业租金较高。特别是今年以来厦门房价高企，也直接影响商业租金水平，不少企业反映仅 2016 年春节后我市商业物业租金上涨近 1 至 2 成，目前店铺租金成本每年以两位数的百分比上涨，远超零售业 1%-3%的利润率水平。

人力成本也居高不下。调研中企业反映厦门商业企业的人员成本（含工资及社保）比福州及泉州人均普通高出 6%以上。商业用电成本并未明显下降。我市对商业用电与一般工业用电实行价格并轨实现同网同价，同价后商业电价每度下降约 1.8 分/度，今年以来又下调了基础电费 1.8 分/度，但由于对商业专变用户实行峰谷分时电价，大型零售企业普遍反映电费成本基本与此前

持平，未能实现调整用电价格降低企业成本的初衷。

#### （四）商业物业供需错位，库存高企

2015年6月，厦门商业库存总量为654.8万平方米，人均商业面积超过1.7，已超过香港1.5的人均商业面积，商业面积已达饱和，部分区域已经过剩，未来将进入商业物业面积增长速度远超人口增长速度的阶段，供地节奏过快导致市场库存积压风险，造成实体商业产能过剩，后市面临经营困难的局面。按2015年商业去化速度推算，目前可售存量去库存周期长达34.9年，厦门商业存在明显需求饱和和局部供应过剩现象。沿街店铺空置率出现新高，特别是面积较大和地段优势较弱的店面。

#### （五）受渠道端的冲击，传统企业转型乏力

近年来迅猛发展的电子商务把商流、物流、信息流、资本流高度统一起来，利用互联网快速地进行交易，利用现代物流进行快速的、门到门的配送，形成了很强的竞争力，对商流、物流、信息流、资金流相对分离的传统零售企业造成了很大冲击。市民对标准品、快消品的购买纷纷从“线下”转向“线上”。

### 五、发展趋势及政策建议

#### （一）发展趋势

近几年来，商贸流通业一直呈现蓬勃发展的局面。在居民服务业方面，“互联网+”让居民服务业更便捷。网上淘保姆、微信淘月嫂、手机预约……多种新服务模式大大丰富了家政服务行业的内涵。“互联网+家庭服务”正成为厦门传统家政业向现代家庭服务业转型升级的重要引擎。洗染业将进一步向洗衣厂实现绿色环保，生产运用高科技，管理运用国际先进的管理模式，员工朝着高素质、高学历发展。美容美发服务逐步向IT化发展，通过IT技术手段，提升发廊的工作效率、个性化服务，最终能够降低发廊的运营成本，提高客户体验。沐浴业发展呈现新的增长趋势并走在塑造品牌提高用户粘连性强兵之路。人像摄影业企业逐步由价格竞争转向服务、品牌竞争，婚纱摄影业品牌影响力逐步增强，为抵御风险，提高效益，不少企业开始了跨界经营的方式。家电维修业由于信息化时代的到来，不可避免的想到了家电维修与“互联

网+”相结合，这个行业确实过于传统，需要“互联网+”来融合。

## （二）政策建议

### 1. 完善商贸服务业政策加大支持力度

加大财政支持力度。建立和完善促消费奖励长效机制，充分调动各级政府和连锁、龙头企业的积极性。在原有商业流通发展资金规模基础上，加大支持力度，采取以奖代补等多种方式，对各级政府、商贸流通企业予以支持。

给予流通企业优惠政策。如：对农产品批发市场、按照本市物流发展规划外迁的物流及批发、连锁商业企业土地出让金按工业用地标准缴付；农产品批发市场享受农产品加工企业所得税优惠政策；将中小商贸流通企业视同小型微利企业，减按 20% 的税率征收企业所得税等。

研究制定促进批发业发展的政策，扩大批发零售的调控范围，积极促进零售额和批发额的增长。一是采取以奖代补的方式鼓励批发企业扩大规模；二是为中小批发企业融资担保提供政策支持；三是采取贷款贴息的方式支持中小批发企业发展；四是鼓励 B2B 电子商务发展和批发业信息化建设。鼓励餐饮业通过引进现代化经营方式，扩大经营规模，创新经营方式，努力提高其对消费市场的贡献。

### 2. 优化流通布局，推动区域协调发展

（1）稳步推进区域性商贸中心建设，增强集散辐射功能。依托厦漳泉同城化，立足厦门，服务于闽东南、闽西南地区，并辐射长江三角洲、珠江三角洲两大经济区之间地带，重点推进形成“一岛沿线多中心”层次分明的商业空间布局，打造厦门市级核心商业区，城市轨道交通沿线环湾海沧、集美、同安、翔安多级区域性商业中心建设，打造 3-5 个特色鲜明、区域辐射力强、具有一定品牌影响力的市级商圈，发展 3-5 个规模大、功能全、辐射广的二手车、农副产品、进品商品交易市场。

（2）合理规划城市流通基础设施布局，打造与厦门产业和服务相适应的商贸集聚区。紧密结合城市轨道交通、道路交通发展，加快打造区域商贸核心区，提升区域性商业中心区，推进社区商业配套建设，积极构建层次分明、

特色明显、分工明确的商贸服务空间布局。优化发挥思明区、湖里区商贸业基础设施完善、商业网点密集等优势，以市场为导向，采取渐进发展方式推动传统商圈转型升级提质增效。加快示范带动作用，鼓励中山商圈、富山-嘉禾商圈、SM商圈打通商业休闲产业链，丰富商业业态，提升商业服务层级，营造商业消费氛围，最大化打造一站式休闲消费体验商圈，建设为具有区域辐射性的商业核心区。支持和鼓励邮轮母港商圈、会展商圈、集美新城商圈依托港口、会展、文化旅游功能发展特色商圈，打造特色商贸增长极。支持海沧区、集美区、同安区、翔安区基于环境容量、轨道交通发展以及人口消费承载能力、因地制宜发展马銮湾商业中心、杏林北部商业中心、厦门新站商业中心、集美北部商业中心、同安新城商业中心、大同商业中心、马巷商业中心、新店商业中心、大嶝商业中心等多个区级商业中心；稳妥推进二手车、生产资料、农副产品等专业市场向岛外区域转移，形成产业集群。加强大型物流节点和公共物流配送设施系统性布局、协同性建设，提升物流配送的集约化水平，加快建设形成岛内外一体化、岛外组团各具特色又相互协调的城市商业新格局，提高岛外新区整体商业聚集力。

(3)完善微利经营的流通设施建设保障制度，推动社区商业便民化发展。落实新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积的比例不得低于10%的政策，优先保障农贸市场、社区菜市场 and 家政、养老、再生资源回收等设施用地需求。鼓励引导社区商业业态融合创新发展，提升社区商业服务水平。结合社区规模大小，以为社区生产生活提供适当的生活配套为原则，根据各社区人口结构构成和产业集聚特点，加强社区商业服务配套。推动社区商业多层次精准发展，在商业成熟区域做到15分钟便民商圈全覆盖，即居民出家门步行15分钟可满足便利性购物、餐饮、副食品、蔬菜水果、日常生活用品的购物需求以及休闲、健身、美容美发等综合服务需求，推动社区商业多业态化、品牌化、连锁化、体验化发展；在人口3万人以下的非城市核心社区及新兴社区，重点推动形成满足基本生活消费需求的社区服务网络，基本实现社区居民生鲜类购物、餐饮、维修、美容美发和再生资源回收等基

本生活需求。

### 3. 加快创新推动商贸流通转型升级

(1) 整合两岸资源与服务优势，制定完善冷链物流技术规范，推广冷链物流技术应用新模式，完善提升城市城际共同配送体系。进一步完善“3+10+N”城市共同配送(分拨中心、配送中心、末端配送点)“三级网络体系”。完善形成前场城市/城际分拨中心、翔安城市/城际分拨中心和湖里城市分拨中心三大共同配送分拨中心，重点在湖里区、海沧区、集美区、同安区、翔安区等具有层次化、网络化的配送中心，重点服务半径 3-5 公里。重点推进落实新建公共建筑、住宅区、商业楼宇以及其他有条件的区域的智能自提柜的设置。

(2) 鼓励连锁经营发展，大力发展社区连锁便利店，规范和拓展便利店代收费、网订店取等便民增值服务。鼓励企业技术与业态创新，推动传统批发零售企业转型升级。鼓励实体企业发挥线下服务与体验优势，与线上企业开展线上深度合作。鼓励连锁零售企业面向上游供应商、物流服务商和下游消费者，提高供应链综合管理水平，逐步发展成为具备较强区域资源整合能力的企业集团。

(3) 加快骨干型商贸流通企业培育工作，推动企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，着力培育一批具有国际竞争力、区域资源整合力和品牌影响力的企业集团，积极发展为批发零售业提供配套支持的营销服务、供应链服务等新模式，形成若干具有区域性和全国影响力的内外贸融合批发零售服务企业。加快建设开放创新、内外贸融合发展的现代批发零售服务体系。