

【发布单位】四川省人民政府
【发布文号】川府发[2009]40号
【发布日期】2009-11-06
【生效日期】2009-11-06
【失效日期】-----
【所属类别】政策参考
【文件来源】[四川省](#)

四川省人民政府关于印发《四川省西部商贸中心建设规划》（2009—2012年）的通知

(川府发[2009]40号)

各市（州）人民政府，省政府各部门：

《四川省西部商贸中心建设规划》（2009—2012年）已经省政府同意。现予印发，请结合实际，认真组织实施。

四川省西部商贸中心建设规划

（2009—2012年）

商贸中心是以商贸流通业为主体，融合其他现代服务业，通过商品和商业信息在中心城市的大量聚集和大规模交换有效带动周边区域经济发展的大规模服务性综合体。本规划所指西部商贸中心是以四川的中心城市为依托，打造辐射西部、面向全国、融入世界，对西部经济活动产生重大影响的综合性现代商贸中心。本规划编制的主要依据是《中共四川省委关于深入学习贯彻党的十七大精神的决定》（川委发〔2009〕32号），规划期限为2009—2012年。

一、发展现状

（一）产业基础。改革开放以来，随着本土商贸企业的崛起和省外国外商贸企业的大量进入，四川商贸流通业得到了快速发展。2008年四川批发和零售业实现增加值736.4亿元，社会消费品零售总额4800.8亿元。批发和零售业增加值占全省地区生产总值的比重达到5.9%，在繁荣市场，促进社会再生产顺利循环的同时，商贸流通业自身也成为四川国民经济的支柱产业之一。四川商贸流通业门类齐全、辐射范围大，具有成为西部商贸中心的良好产业基础。

（二）有利条件。

1. 经济规模较大。2008年四川生产总值（GDP）12506.3亿元，列全国第9位，地方财政收入列全国第8位。四川经济总量占西部地区总和的21.5%，是目前西部唯一地区生产总值超过10000亿元的经济大省。

2. 特色产品较多。四川拥有粮油、蚕茧、生猪、水果、蔬菜等多种优势特色农产品，同时拥有一批具备市场竞争优势的工业产品，如锅炉、发电设备、石油钻采设备、白酒、天然气、水电等。

3. 市场潜力巨大。四川是全国第三人口大省，随着城乡居民收入的不断提高，四川省内市场的潜力很大。与此同时，随着农产品和工业产品竞争能力的提高，四川商品在省外和国外也有广阔的市

场。

4. 占据重要区位。四川北连甘肃、陕西，东邻重庆，南接云南、贵州，西衔西藏、青海，是联结西南、西北的天然纽带，连接欧亚大陆桥和泛亚大铁路的西部主通道。

（三）制约因素。

1. 物流成本较高。四川地处西南内陆和长江上游，不沿海、不沿边，地形、地貌复杂。导致运输距离长、交通建设造价高，增高了物流成本，影响货畅其流。

2. 市场发育滞后。市场体系不健全，新业态、新型流通方式发展滞后，大型本土商贸企业数量较少，实力相对较弱。

（四）迫切需要。商贸流通是价值实现过程中最为关键的环节，四川只有成为商家聚集、货通天下的西部商贸中心，才能有效支持工业基地建设、带动物流业和金融业发展。按照建设西部经济发展高地的要求，四川迫切需要在2012年前建成西部商贸中心。

二、建设思路

（一）指导思想。按照加快发展、科学发展、又好又快发展的要求，依托特色优势、创新贸易方式、增强市场功能、完善基础设施，尽快把四川打造成为辐射西部、面向全国、融入世界的西部商贸中心。

（二）功能定位。

1. 聚集功能。以区域商贸中心城市为载体，吸引大公司、大财团和大商社设立分支机构，引导商品、资金、信息、技术以及现代管理等生产要素向商贸中心聚集流动，形成并不断放大聚集效应。

2. 辐射功能。依托商贸中心城市在商品、信息、资金、技术和流通网络等方面的优势，加强与周边省、区、市的市場连接与拓展，扩大在西部市场的影响力和辐射力。

3. 示范功能。推广先进经营理念、运营模式和流通技术，在提高西部地区流通现代化水平进程中发挥示范效应。

4. 展示功能。建设一流的购物、商务、会展和服务设施，形成西部最大的消费中心、新产品展示中心和流行时尚发布中心。

5. 服务功能。依托西部最优的软硬件设施和协同服务系统，为市场主体提供良好的创业环境。

6. 创新功能。加强政策引导，鼓励市场主体在流通模式、业态、管理、技术和服务等方面不断创新，成为西部地区流通创新的孵化基地。

（三）主要目标。

1. 总体目标。完善基础设施，优化商贸结构，创新流通方式，扩大流通规模，以中心城市为依托，打造具备聚集、辐射、示范、展示、服务和创新六大功能，辐射西部、面向全国、融入世界，对西部经济活动产生重大影响的全方位现代商贸中心。

2. 结构目标。优化贸易格局，推进对外贸易多元化，扩大省际贸易，促进经济繁荣。提升贸易结构，增加加工制成品输出，扩大先进技术和短缺资源输入，支持产业结构优化升级。

3. 布局目标。形成以成都为西部商贸中心，达州、攀枝花、泸州、宜宾、广元、康定和马尔康为

省际商贸中心，其他中等城市为省内区域商贸中心的布局框架，结合农村商贸流通网点的建设布局，在四川形成大商贸、大市场、大流通、大协作格局。

4. 增长目标。2009年—2012年全省批发和零售业增加值年均增长13%左右，2012年达到1200亿元左右。全省社会消费品零售总额年均增长15%左右，2012年达到8400亿元左右。建设10个年交易额超过100亿元、100个年交易额超过20亿元的大型批发交易市场、培育3户年销售收入30亿元以上的大型连锁企业。

三、建设重点

（一）批发贸易平台。通过发展商品的大型批发贸易促进商品跨区域、大范围、大规模流通，支持工农业生产，带动零售业和其他服务业发展，繁荣国民经济。

瞄准大批量生产销售的商品，重点发展以下大型批发贸易。

1. 以化肥、水泥、钢材、煤炭和机电设备为代表的生产资料批发贸易。
2. 以化肥、农药和农业机械为代表的农业生产资料批发贸易。
3. 以猪肉、粮油、蔬菜、水果、茶叶、中药材为代表的优势特色农产品批发贸易。
4. 以饮料、食品、鞋类、家用电器、装修装饰材料为代表的消费品批发贸易。

配合大型批发贸易，在成都建立核心商务区，完善配套设施和相关服务，吸引国内外大型商贸企业、采购中心和配送中心聚集。

专栏一 批发贸易平台建设重点项目

以成都平原城市群和川东北、川南、攀西城市群为重点，形成一批年交易额在100亿元以上的水产品、生产资料、建筑装饰材料、五金机电、消费电子、纺织服装、日用百货、中西药及医疗器械等大型批发交易市场。

（二）零售贸易平台。满足城乡不同层次的消费需求，引领消费时尚、创造消费热点、提升消费结构，扩大消费规模，积极推动经济发展。

1. 建设购物中心。发展集传统特色商业与现代购物、休闲、娱乐于一体的综合性、一站式消费服务，提供具有国际水准的商品和服务，提升城市品位和形象。结合旅游业发展，把成都建设成为西部地区购物天堂。结合城市发展规划和传统商业民俗文化，培育和形成具有地方特色的商业街、美食餐饮街、休闲文化街等。

2. 发展连锁经营。依托城市和重点骨干企业推动连锁经营在更大范围和更深层面上发展，培育一批跨省市、具有较强竞争力的大型连锁企业，大力推进连锁企业的集中配送和供应链管理。推动连锁经营向农村延伸，健全农业生产资料和农民生活资料的供应体系。

专栏二 零售贸易平台重点项目

1. 改造建设一批营业面积5000平方米以上的大型零售设施，在中等以上城市和重点旅游区建设一批集零售、休闲、餐饮、酒店为一体的现代购物休闲中心。

2. 形成网络化日用商品连锁经营体系和农业生产资料服务体系，实现日用生活消费品连锁经营覆盖全部县以上城市，农业生产资料连锁经营覆盖90%以上的乡镇。

(三) 服务贸易平台。发挥服务业比较优势，扩大服务贸易规模，实现服务贸易与商品贸易共同发展。

1. 发展高端服务。扩大服务外包，重点支持软件开发、技术研发、信息技术服务和业务流程服务等高端服务业的发展，提高服务贸易的附加价值。

2. 健全劳务市场。建立和完善劳务输出信息服务网络，改进劳务信息发布工作，搞好劳务市场的供需衔接。改善劳务输出结构，促进跨省劳务输出由工业和建筑业为主向农、工、商、建筑、运输、服务等多元化、特色化方向发展，扩大农村富余劳动力转移的规模和收益。

3. 加强劳务培训。建立各类职业培训基地，采取输出前培训、订单培训、就业后再培训等多种形式不断提高培训的针对性、实用性和有效性。

专栏三 服务贸易平台建设重点项目

1. 成都服务外包基地园，建成以服务外包和软件开发为重点的交易市场。

2. 成都服务外包培训中心，组建政府引导，企业、培训机构共同参与的服务外包人才转化公共服务平台。

(四) 商务信息平台。及时收集、发布各类商务信息，降低商贸活动的信息搜寻和货物储运成本。建立健全企业诚信体系，改善信用环境，降低商贸活动的谈判履约成本。

1. 完善信息网络。重点建设外贸公共信息服务体系、城乡市场监测服务体系、商业情报中心数据库和商业门户网站，建立网上直报系统，实现与大型商贸企业、批发市场联网，与地区的电信、数字电视、邮政等信息平台和全国相关信息网络对接，大力推进供应链管理信息系统建设。发展以数据库为核心的决策支持及运营系统，实现商品流和信息流的有效结合与信息共享。

2. 发展电子商务。大力推行网上交易、电子结算等现代交易手段，开发具有自主知识产权的电子商务信息管理系统。积极采用条形码、电视监控、射频识别（RFID）等先进技术，提高商贸流通的信息管理水平。

3. 建设征信体系。建立省内商贸企业的动态信用档案，促进诚信经营。

专栏四 商务信息平台建设重点项目

1. 完善四川公共商务信息网，提供内外贸一体化的商务信息。

2. 遂宁金家西部建材城，提供批发、仓储、配送、中转等建材交易综合信息。

(五) 会展经济平台。发挥会展经济在联系交易、整合营销、调节供需、技术扩散、产业联动和增加就业等方面的积极作用，活跃商贸流通。

1. 组织定期会展。精心组织具有全国影响的糖酒交易会，具有区域影响的西部博览会以及龙泉“桃花会”、西昌“火把节”、广元“女儿节”、康定“跑马山转山会”等各具地方特色的商贸文化活动。

2. 带动相关贸易。在糖酒会等会展活动中“搭车”开展软饮料和食品等相关商品的展销洽谈。

3. 推进常年展销。以优势商品为依托，设立长期展馆，推动会展经济常态化。

专栏五 会展经济平台建设重点项目

1. 成都国际汽车博览新城，形成西部最大的汽车展销场所。
2. 遂宁西部药都，形成西部中药材及医药工业的展销中心。
3. 川纺龙泉驿纺织服装城，形成西部最大的服装展销贸易城。

（六）远期交割平台。发挥期货交易价格发现和套期保值功能，促进资源合理配置和规避价格波动风险。积极争取在成都建立西部第一家期货远期交割的现货交易平台，配套建设实物交割点，降低实物交割的成本；带动远期合约交易，促进供求长期均衡。在远期交割平台的搭建中着重抓好以下工作：

1. 在成都和绵阳分别建设猪肉、油菜籽的期货交割点。
2. 积极推进化肥、天然气的远期合约交易。
3. 积极发展从事期货交易的市場中介组织。

专栏六 远期交割平台建设重点项目

成都市肉类物流交易中心，建成猪肉期货实物交割点。

2009—2012年期间，西部商贸中心建设计划实施50个重点项目。

四、商贸结构

（一）优化贸易格局。

1. 对外贸易多元化。继续扩大与美国、日本和欧洲等发达国家的双边贸易，稳定外需和积极引进先进技术。抓住人民币结算试点和2010年实行零关税的政策机遇，努力扩大与东盟各国的贸易，使我省对外贸易再迈上一个大台阶。

2. 扩大省际贸易。以成渝经济区建设为契机，全面扩大川渝间的商贸交流。以灾后恢复重建对口支援为契机，提升与珠三角和长三角商贸交流的水平。利用地理优势加强与周边省区的商贸交流。

（二）提升贸易结构。

1. 扩大优势产品输出。扩大高新技术产品、成套设备、家用电器、特色农产品及其加工制成品输出，提升出川商品的附加价值。发展对外工程承包，带动商品、劳务和技术输出。

2. 增加短缺资源输入。继续扩大石油、粮食、木材等短缺资源进口，满足制造业发展和人民生活的迫切需要。

3. 推动进出货流平衡。发展精深加工，减少初级产品输出。根据淘汰落后产能的要求，适度控制铁矿石和煤炭等大宗货物输入。

五、空间布局

按照“辐射西部、面向全国、融入世界”的发展要求，加强西部商贸中心、省际商贸中心、区域商贸中心及农村商贸网点间的相互联系，构建各中心相互配合、层次清晰、布局合理、特色突出、功能完备、点线结合的现代商贸网络体系，扩大商贸流通覆盖范围，增强西部商贸中心的整体功能。

（一）西部商贸中心。以特大中心城市成都为依托，以大型批发贸易、会展经济、商务信息和服

务贸易为重点，充分发挥特大中心城市的集聚和辐射功能，带动重大装备、优势农产品、优势资源产品、高技术产品等优势特色产品走向全国、走向世界，吸引省外、国外工商企业来川发展，把成都建设成辐射西部、面向全国、融入世界的西部商贸中心。

（二）省际商贸中心。发挥省际结合部中心城市的功能，大力扩展省际间的商贸流通，建成以下省际商贸中心。

1. 以达州为依托，以秦巴山区绿色农产品、天然气化工产品为特色，辐射川、陕、渝交界区域的省际商贸中心。

2. 以泸州和宜宾为依托，以饮料食品、化工产品为特色，辐射川、渝、黔、滇交界区域的省际商贸中心。

3. 以攀枝花为依托，以钒钛、稀土、精品钢材和亚热带农产品为特色，辐射川、滇交界区域的省际商贸中心。

4. 以广元为依托，以秦巴山区绿色农产品、有色金属为特色，辐射川、甘、陕交界区域的省际商贸中心。

5. 以康定和马尔康为依托，以农畜产品、中药材、民族产品为特色，辐射川、藏、青交界区域的省际商贸中心。

（三）区域商贸中心。以绵阳、德阳、南充、遂宁、资阳、内江、自贡、乐山、眉山、广安、雅安、巴中和西昌等区域中心城市为依托，以区域优势产业为特色，建设省内区域商贸中心。

（四）农村商贸网点。以县城为中心，建制镇为主要节点，行政村为终端，建立覆盖全省的农村商贸网点。

六、保障措施

（一）改善金融服务。引导和鼓励各类金融机构开发适应商贸流通企业需要的金融产品，积极支持符合条件的商贸企业通过多种渠道筹措资金。

1. 扩大商贸贷款。凡主营业务突出的批发零售、餐饮住宿等大型流通企业和发展势头良好的商贸流通企业均可凭依法认定的无形资产作为质押申请商贸贷款。

2. 发展票据贴现。积极开展商业票据贴现业务，降低商贸企业融资成本，缓解企业流动资金压力。

（二）做强流通企业。

1. 培育龙头企业。培育一批在西部地区实力强、规模大、市场占有率高、引领西部流通业发展的商贸龙头企业，重点加大对本地流通企业的扶持力度，培育具有市场竞争力的大型连锁企业。

2. 推进产权改革。让零售企业通过参股、控股、兼并、收购、股权置换、跨区重组等方式加快规模扩张，提高经济效益，扩大市场份额。

3. 优化组织结构。发展特许加盟和连锁经营，进一步提高中小商贸流通企业的组织化程度。

（三）健全市场体系。完善市场功能，增强辐射能力，形成内外贸易一体化，“大市场、大流通、大商贸”的市场流通新格局。

1. 集约发展批发市场。实施“十百千”商品批发市场建设工程，依据商业网点规划，采取改造一批、转型一批、新建一批的办法，在中心城市集约发展大型批发市场，包括一批上档次、上规模的大型专业市场和再生资源、旧货交易、民族产品等特色突出的专业批发市场，形成大进大出、强力辐射西部的商品集散地。

2. 统筹城乡市场建设。加快农村流通基础设施建设，规划建设一批与现代农业相适应的产地型农产品批发市场。深入开展“万村千乡市场工程”，构建农村现代流通网络。扎实推进“双百市场工程”，建立农产品现代流通体系。

3. 培育区域共同市场。加强区域协作，联合西部各省（市、区）实施区域经济协同发展战略，有效整合和利用现有资源聚集资本、技术和人才等生产要素，形成统一开放、竞争有序的市场竞争格局。利用西博会等平台，牵头建立区域经济协调发展的协调机制，充分发挥市场机制配置资源的作用，实现商品和要素的自由流动，在竞争和合作中确立四川在西部地区的竞争优势。

（四）提供政策扶持。

1. 用地政策。把大型流通基础设施建设项目纳入城市总体规划优先安排，在编制土地利用规划时对大型流通基础设施建设项目要预留土地指标，对公共服务设施建设项目实行定向挂牌，确保购物中心、大型批发市场、大型专业市场等重要商业设施项目用地规划的落实。

2. 价格政策。完善水电气价格政策，商贸流通企业用水、用电、用气价格与工业企业同价。

3. 税收政策。对列入西部大开发鼓励发展的重点流通企业，其所得税税率按15%执行，并积极向国家争取延长税收优惠期。在购置土地及国产先进设备、招收待业和下岗人员等方面提供相应的税收优惠。

4. 财政政策。省级流通业发展资金应重点用于西部商贸中心大型建设项目，采取财政贴息和直补等方式予以支持。各级地方政府根据需要安排流通业发展专项资金和引导资金，有条件的地方要进一步扩大投资规模。

（五）加强组织领导。

1. 建立协调机制。成立由省政府分管领导牵头，省委农办、商务、发展改革、工商、建设、国土资源、交通、财政、税务、金融、公安等部门为成员的协调机构，负责制订规划、协调推进，避免各级商贸中心低水平重复建设，确保西部商贸中心整体功能的形成和发挥。各市（州）、扩权试点县（市）也应设立相应的协调机构，协调解决当地商贸流通发展中的有关问题。

2. 加强制度建设。建立大型商业网点设施建设听证制度，依据城市商业网点规划进行布局调控。大力实施流通领域行业标准，提高流通领域和市场主体标准化、规范化和组织化程度。

3. 加强人才培养。强化流通业从业人员的培训机制，拓宽培训渠道，支持企业、行业协会和大专院校开展多方面、多层次的流通业技术人才培养与技能培训，引进与培养相结合，加快造就一支高素质、高水平、适应能力强的现代商贸人才队伍。

4. 加强督促检查。各地各部门要将构建西部商贸中心发展工作纳入重要议事日程，明确工作任务，完善工作措施，强化督促检查，及时分析研究解决工作中出现的问题，确保各项工作有序推进。

（六）加大开放力度。将西部商贸中心大型流通基础设施建设项目纳入对内对外招商目录，高起点、宽领域、大范围地引进资金、技术、管理和人才，加速西部商贸中心建设，建成一批多业态、大功能、高品位、现代化的大型商业服务设施。

（七）发展中介组织。鼓励和支持会计、审计、保险、法律、公证、劳务、人才等市场中介组织

的发展，提高服务质量，扩大服务范围，增强对西部商贸中心建设的支撑作用。

附件：四川省2009—2012年重点商贸项目表（略）

说明：本库所有资料均来源于网络、报刊等公开媒体，本文仅供参考。如需引用，请以正式文件为准。

[关于我们](#) | [联系我们](#) | [广告报价](#) | [诚聘英才](#) | [法律公告](#) | [建网须知](#) | [宣传先进](#) | [档案数字化](#) | [本网公告](#) |
[总编辑、主编](#)

京ICP证080276号 | 网上传播视听节目许可证(0108276) | 互联网新闻信息服务许可证(1012006040)

中国法院国际互联网站版权所有，未经协议授权，禁止下载使用或建立镜像

Copyright © 2002-2010 by ChinaCourt.org All rights reserved.

Reproduction in whole or in part without permission is prohibited