

天门市商业网点“十四五”规划

（2021-2025）

第一章 规划背景

一、规划目的

十四五期间，为顺应以内循环为主体的双循环发展趋势，适应天门经济社会发展和消费转型升级的要求，提升商业品质，提高消费能级，加快业态创新，需要对商贸服务业的网点进行梳理与规划。

根据区域发展环境、资源特色禀赋和发展基础条件，“十四五”期间商贸服务业发展要坚持集聚集约、结构清晰、层级分明、分工互动的基本原则，围绕新型城镇化和乡村振兴，打造商贸服务业新增长极，全面强化核心区域商业综合服务能力和辐射带动能力，强化专业市场的集散功能，强化乡村（社区）商业的串联覆盖作用，努力实现区域和城乡商贸服务业的联动发展。商业网点规划重点包括城区商业网点、乡村商业网点、市场建设等三大方面。

二、规划依据

1、商务部、建设部《关于做好地级城市商业网点规划工作的通知》（商建发〔2004〕18号）；

- 2、商务部《关于做好县级城市商业网点规划工作的通知》（商建函〔2007〕109号）；
- 3、商务部《关于进一步加强内贸规划工作的实施意见》（商建函〔2013〕875号）；
- 4、商务部《关于加快我国商业街建设与发展的指导意见》（商贸发〔2009〕158号）；
- 5、商务部《关于加强集散地农产品批发市场建设的通知》（商建函〔2013〕191号）；
- 6、商务部《关于促进商贸物流发展的实施意见》（商流通函〔2014〕790号）；
- 7、《零售业态分类》（GB/T18106-2004）；
- 8、《城市商业网点规划编制规范》（商建发〔2004〕180号）；
- 9、《标准化菜市场设置与服务管理规范》（商贸发〔2009〕290号）；
- 10、《天门市城市总体规划（修编）（2006-2020）》；
- 11、其他相关法律、法规、文件。

三、规划范围

天门市行政区域，面积 2622 平方公里。其中，中心城区包括天门市竟陵街道、侯口街道、杨林街道。

四、规划期限

本规划期限为 5 年，即 2021—2025 年。

第二章 规划的指导思想与原则

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，围绕把我省建成国内大循环重要节点、国内国际双循环战略衔接的总体布局，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，分层分类，因地制宜，实事求是，健全商业网络，提升城市消费品质，改善农村消费环境，以渠道下沉和农产品上行为主线，从供需两端同时发力，推动资源要素向农村市场倾斜，完善商贸服务流通体系，推动商业高质量发展，助力我市“创新先行、冲刺百强、谱写新篇”。

二、指导原则

（一）坚持以人为本原则

主动顺应消费需求升级大趋势，增强商业供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高供给质量和效率，更好满足需求、创造需求、引领需求，增强人民群众的获得感和幸福感。

（二）坚持区域协同原则

着眼于天门市在江汉平原地区和武汉城市圈区域性地位，坚持区域协调、错位发展，突出天门地域文化特色，明确天门市商业重点发展方向，统筹城乡商业设施布局和发展，避免重复建设、同质化竞争，引导商业空间合理发展。

（三）坚持可持续发展原则

立足天门建设区域性生活消费中心与商贸物流中心定位，注重规划的科学性和前瞻性，在满足社会经济近期发展需要的基础上，对标先进消费城市，强化规划引导，科学配置资源，推动空间布局向集约高效、城乡统筹协调发展转变，注重盘活存量与用好增量相结合，形成分工明确、布局合理、特色突出、集约生态的商业网络体系。

（四）坚持创新发展原则

以新供给引领新消费，以新零售激发商业转型升级新动能，促进跨界融合发展，支持新产业、新业态、新模式发展，放大创新引领效应和示范带动作用，推动传统商业向智能化、绿色化方向发展。

（五）坚持市场化原则

进一步深化改革，扩大开放，充分利用“两种资源、两

个市场”，发挥市场配置资源决定性作用，积极开展招商引资，调动市场主体投资商业发展的积极性。

第三章 城区商业网点发展规划

一、商业中心规划

（一）万达广场商业中心

1、区位

该商业服务中心位于东环路与陆羽大道交汇处，占地面积约 7 公顷，规划服务人口 15 万左右。

2、规划定位

此商业中心定位为集购物、餐饮、住宿、休闲娱乐服务于一体，以购物中心、连锁超市、专业店、专卖店等新型商业业态为主体的片区级商业中心。

3、建设规模

规划总建筑面积约为 15 万平方米，总投资约 6 亿元。

4、规划布局

商业中心附近片区有居民住宅区，为满足居民购物、休闲、餐饮等需求，规划配置 1 处综合购物中心（万达广场）、1-2 家大型超市、数十家知名品牌旗舰店，适度发展餐饮、休闲、文化娱乐设施，预计招揽 30 余家餐饮美食店，2-5 家宾馆酒店，10 余家特色体验型室内娱乐店，打造天门市品牌性、话题性商业中心。

5、规划引导

鼓励发展类：百货店（10家）、大型超市（1-2家）、旅游商品专卖店（5-10家）、旅游咨询服务网点（1-2家）、中高档宾馆酒店（1-5家）、商务会所（1-5家）；

适度发展类：餐饮娱乐网点（50家）、金融服务网点（5-10家）、文化休闲网点（10-20家）等；

禁止发展类：各类档次低、影响交通的商品交易市场、低档次露天菜市场以及环境污染较大的其他商业网点、控制住宅底商式的商业设施形态。

（二）东湖商业中心

1、区位

该中心商业服务设施主要集中在人民大道与东湖路交接处（包括老工人文化宫、宝安商城、中百仓储、东湖公园等），占地面积约15公顷，规划服务人口20万。计划以休闲文化为主题，建成集观光旅游、餐饮娱乐、休闲购物、体验消费为一体的特色商业综合体，形成功能齐全，结构合理的片区商业中心。

2、规划定位

本中心定位为以本地居民及外地游客为主要服务对象，集购物、餐饮、住宿、休闲娱乐服务于一体的区域商业中心。

3、建设规模

辐射半径5-10公里，大型零售网点规模控制在10万m²

左右。商业用地地块建筑密度为 55%，容积率控制在 2.0-3.5 之间。

4、规划布局

结合该区特点，应充分发挥其位置适中，发展基础较好、前景广阔等优势，招引大型商贸企业落户本区。鼓励做大做强，形成品牌，形成特色，提升中心城区整体品位。

5、规划引导

鼓励发展类：百货店（5-10 家）、大型超市（1-2 家）、中高档宾馆酒店（1-2 家）；

适度发展类：特色商业街（1-2 条）、餐饮娱乐网点（10 家）、金融服务网点（5-10 家）、文化休闲网点（10-20 家）等；

禁止发展类：各类档次低、影响交通的商品交易市场、低档次露天菜市场以及环境污染较大的其他商业网点、控制住宅底商式的商业设施形态。

（三）北湖商业中心

1、区位

该中心位于城北北湖生态湿地公园内，北临环北大道，南抵北湖大道，占地面积约 9 公顷，规划服务人口 15 万。

2、规划定位

依托北湖生态湿地公园，打造集购物、餐饮、影视、娱

乐于一体的商业综合体。同时，依托北湖教育产业园，建设与教育资源相匹配的商业设施。

3、规模要求

零售商业网点规模将达 8 万平方米，辐射范围为天门全市及周边县市。商业用地地块建筑密度为 50%，容积率控制在 2.0-3.5 之间。

4、规划布局

以构建特色生态旅游为重点，加快滨水景观带和周边风景林的建设。根据“三园三中心”规划建设，“三园”即北湖生态公园、文化教育园、侨乡风情园；“三中心”即饮食文化中心、商业中心、华侨名人风采展示中心。着力完善“吃、住、行、游、购、娱”六大要素，重点打造特色餐饮、主题酒店、经济型酒店、土特产和农副产品购物场所、民俗文化体验点、访问点、休闲娱乐场所，周边发展乡村旅游景区景点、特色村、休闲农业园区。

5、规划引导

鼓励发展类：鼓励合理设置文创精品店（5-10 家），匹配教育文化业布局；增加为度假旅游游客服务的假日酒店（1-5 家）、会议场所（1-2 家）、特色专卖店（10 余家）、中高档餐饮（10 余家）、信息服务网点（5-10 家）和金融服务等网点（5-10 家）。

适度发展类：适量发展酒店、居民生活服务的网点，与

社区商业中心的部分功能相融合。

禁止发展类：各类档次低、影响交通的商品交易市场、低档次露天菜市场以及环境污染较大的其他商业网点、控制住宅底商式的商业设施形态。

（四）城南商业中心

1、区位

城南商业综合体位于发展大道交接官路西北角地块，占地面积约6公顷，规划服务人口10万人。

2、规划定位

此中心定位为以购物带动餐饮，兼具住宿、休闲娱乐服务，以购物中心、连锁超市、专业店、专卖店等新型商业业态为主体的片区商业中心。

3、规模要求

辐射半径5-10公里，大型零售网点规模控制在10万m²左右。商业用地地块建筑密度为45%，容积率控制在1.0-2.0之间

4、规划布局

配置购物中心、超市、百货店等基本业态，鼓励开设专卖店、专业店，适度发展餐饮、休闲、文化娱乐设施，形成以品种齐全，结构合理的购物为主、餐饮休闲娱乐为辅的商业中心。

5、规划引导

鼓励发展类：大型超市（2-3家）、百货店（10家）、中高档宾馆酒店（1-5家）、商务会所（1-5家）；

适度发展类：餐饮娱乐网点（50家）、金融服务网点（5-10家）、室内文化休闲网点（10-20家）等；

禁止发展类：各类档次低、影响交通的商品交易市场、低档次露天菜市场以及环境污染较大的其他商业网点、控制住宅底商式的商业设施形态。

（五）高铁新城商业中心

1、区位

该商业中心位于沿江高铁天门站相邻区域，占地面积约10公顷，规划服务人口10万人。

2、规划定位

此中心定位为陆羽故里新客厅、生态文化新城区、城市发展新中心，以会展、休闲、娱乐、餐饮、住宿为主要业态，建设康养中心、连锁超市、专业店、专卖店等新型商业为主体的片区商业中心。

3、规模要求

辐射半径5-10公里，大型零售网点规模控制在10万m²左右。商业用地地块建筑密度为50%，容积率控制在1.5-3.0之间

4、规划布局

配置会展服务、康养、超市、餐饮等基本业态，鼓励开设专卖店、专业店，大力发展观光、文化体育设施。

5、规划引导

鼓励发展类：会展服务（1-2家）、大型超市（1-2家）、购物中心（1-2家）、中高档宾馆酒店（2-5家）、商务会所（2-5家）；

适度发展类：餐饮娱乐网点（40家）、金融服务网点（3-5家）、室内文化休闲网点（5-10家）；

禁止发展类：各类档次低、影响交通的商品交易市场、低档次露天菜市场以及环境污染较大的其他商业网点、控制住宅底商式的商业设施形态。

（六）居然之家新零售商业综合体

1、区位

该商业综合体位于状元路与钟惺大道交接处西南角及小南湖北侧地块，占地约11公顷，规划服务人口10万人左右。

2、规划定位

建设以家具用品、家具建材、家装设计为主业，集生活超市、餐饮轻食、影视院线、精品零售、儿童天地等“吃喝玩乐购”于一体的大型商业综合体，打造本地化家具零售品

牌，整合家居家装全链条服务。

3、建设规模

辐射半径 10-20 公里，大型零售网点规模控制在 11 万平方米左右。

4、规划布局

合理布局家具用品、家具建材、家装设计等主要功能区，配套布局生活超市、餐饮轻食、影视院线、精品零售、儿童天地等。

5、规划引导

主要功能区：家具用品、家具建材、家装设计；

配套功能区：生活超市、餐饮轻食、影视院线、精品零售、儿童天地。

二、特色商业街规划

（一）规划目标

按照“彰显城市景观特色、突出城市文化底蕴、打造城市商业名片、引领城市商业发展”的思路，坚持改造与新建结合，构建天门市历史文化与现代文化和谐共存的发展蓝图。按照“提升现有商业街、创建特色商业街”的工作目标，以“一河四湖”（天门河、东湖、西湖、北湖、南湖）为重点，完善购物、餐饮、休闲、观光、娱乐等商业功能，加快提高景观环境品质，培育一批集聚效应显著、文化底蕴深厚、建

筑风格鲜明、基础设施完备、街区管理完善、拉动消费作用明显的商业街，形成具有现代生活气息与鲜明地方特点的商业街体系，凸显城水相依、城水和谐的水乡园林风貌，打造融合天门历史文化与现代创意特色的城市名片。

（二）规划规模

规划至2025年，天门市重点建设特色商业街达到10条，创造集购物、休闲、娱乐、贸易、服务于一体的精品步行商业街区，满足居民的消费需求和休闲要求，增强天门市的城市景观形象，促进天门市经济的拓展与繁荣。

（三）规划布局

根据天门市商业资源、山水特色、城市建设以及人口分布等情况，规划将按照精品文化旅游街、专业产品（服务）商业街、便民综合商业街的不同布置要求，依据“临水、靠景、便民”的原则，以东西湖、北湖旅游风情街与天门水街等项目建设为重点，倾力打造具有“一河两湖”特色的天门水乡商业休闲服务带和北湖渔米天堂旅游区、西湖陆羽茶文化游览区以及沿河古城游览区三大特色旅游区，并做到景不断线，商不断链，形成“丰”字型天门城市消费观光旅游网络。

十四五期间规划建设和改造升级10条特色商业街，其

中规划建设北湖商业步行街、城南商业街，改造升级陆羽步行街、新城美食街、金龙美食街、西湖茶街、文体用品街、家居布艺街、后濠陆羽文化街（陆羽巷子）、人民大道品牌商业街。

1、陆羽步行街

贯通竟陵唐街、印象西江天街、天门蒸菜美食街，建设改造天门陆羽步行街。形成集购物、餐饮、文化、休闲、娱乐等多种业态于一体的美食风情街。

（1）竟陵唐街。位于陆羽故园北侧，紧邻西塔寺，定位为涵盖古玩收藏、书法绘画等极具古典特色风情街。总建筑面积为5万平方米，容积率1.0，建筑密度55%，绿地率35%，形成集购物、餐饮、文化、休闲、娱乐等多种业态于一体的美食风情街。

（2）印象西江天街。位于陆羽故园西侧，定位为以茶叶展示、品饮、交易为主的茶文化体验一条街。

（3）天门蒸菜美食街。位于陆羽广场旁，定位为地方特色餐饮等大中型餐饮服务网点，天门蒸菜之乡的形象窗口。

2、北湖商业步行街。位于北湖生态湿地公园旁，依托北湖生态公园，打造集生态旅游、文化风情、水上乐园于一体的商业街，形成北湖渔米天堂旅游区。

3、新城美食街。位于公旺大街，紧邻天门新城CBD，形成特色美食一条街，综合网红经济、夜市经济、地摊经济等

多种业态于一体的文化美食街。

4、金龙美食街。位于竟陵金龙街，全长约3公里，紧邻天门北湖，拟吸引更多的天门各地美食餐包来这里落户，形成地方特色、传统风貌、观光休闲的特色美食一条街。

5、西湖茶街。位于西寺路，紧邻西湖，依托陆羽故园以及茶经楼等特色茶文化旅游景点，形成集茶文化体验和茶叶交易与一体的特色商业街。结合印象西江天街，形成西湖陆羽茶文化游览区。

6、文体用品街。位于鸿渐路、四牌楼街。规划建成以经营体育用品为主的专业街，依托东湖商业综合体，聚集发展文化用品、体育器械、运动服装类的专营街区，形成文化体育用品一条街。

7、家居布艺街。位于东湖路泰康大桥以南。依托官路家居广场、阳光灯饰广场等，聚集各类家纺物品，形成家居布艺为主要特色的商业街区。

8、后濠陆羽文化街（陆羽巷子）。位于文学泉路，定位休闲娱乐以及文化生活，预期发展成为主城区体现传统民俗文化和天门特色的文化旅游及休闲娱乐的文旅街区。

9、人民大道品牌商业街。位于人民大道中段，以升级改造传统门店经营为重点，发展专业店、专卖店、连锁店，形成品牌集聚的特色街区。

10、城南商业街。位于发展大道与接官路交汇处。依托

城南市级商业中心的建设，在核心处建设城南商业街，规划建设拥有世界品牌店。

（四）规划引导

要利用自身的区域优势、产业优势、历史文化优势和经济优势，打造一批各具特色的商业街。综合型商业街的培育，要注重把规模、经营、文化、特色、功能等要素进行整合，充分发挥购物、娱乐、旅游、商务、文化、休闲等多项功能为一体的商业街集聚作用；专业型商业街的培育，应强调特色化、专营化、规模化；对于新建商业街，要注重市场定位清晰和个性化设计，强调业态结构合理和服务功能互补，实现错位发展，集聚特色品牌。

对于商业街的规划设计，首先要对商业街业态布局的专业性有充分的认识，要引进专业的经营团队来进行专业化运作。要有正确的商业街运作理念。根据区域商业的发展状况、消费习惯、零售市场状况，明确服务对象和主流消费人群。研究所服务对象的生理、心理、物质、精神各方面的需求特点，进行总体业态规划和单项业态规划，高、中、低档合理搭配比例的规划，三者有机融合，能最大限度地满足主流消费群体对第三空间（购物休闲场所）的需求。

消费市场需求具有多元化、个性化、差异化的特征，同种业态要推行错位经营、特色经营和个性化经营，业态的选

择要“瞻前顾后”：既要有一定的消费前瞻性，引进国际、国内知名品牌，也要扶持老字号、“本土味”的名特产品。

步行街的长度控制在800m以内，宽度控制在20-30m左右。

完善综合功能，健全配套设施。要以营造人居环境、构建和谐环境为出发点，完善商业街的综合服务功能。在满足购物需求的同时，增强商业街的休闲和旅游功能，充分发挥商业街的集聚效应，完善各种人性化、无障碍等公共服务设施，以体现对消费者的人文关怀。并增强商业街及其周边区域的交通便利功能，营造舒适便利的消费环境。

三、零售商业网点规划

（一）规划目标

根据城市发展趋势和居民生活需要，科学配置大型购物中心、百货店、综合超市和专业店等零售商业网点，引导现有大型商业网点完善、改造、提升，积极稳妥建设城市商业综合体与购物中心，推动传统百货向专业化、新型化方向发展，合理安排大中型综合超市，适当发展专业店、专卖店等零售网点，完善购物功能，提升经营档次，增加消费服务设施，改善大型零售网点周边环境，多方面提高网点的品质，增强商业吸引力和集聚力，使大型零售商业网点在城市商业体系发挥主导与骨干作用。

（二）规划规模

规划至 2025 年，天门新设立各类零售网点 112 个，其中城市商业综合体 4 个、大中型购物中心 4 个、大中型超市 4 个、专业店 100 个。

（三）规划布局

1、城市商业综合体：大力发展城市商业中心

加强对万达广场、东湖、北湖、城南中心商业功能区购物中心的建设，规划建设北湖与城南 2 处大型购物中心。

2、大中型购物中心：整体控制大型百货店

天门中心城区大型百货商店的重点在于对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成为功能较为齐全的现代综合百货店。

天门城区百货店应根据人口发展规模，以发展中型百货店为主，并根据商业功能区的情况，将其布局在主要功能区内。规划于东湖与北湖商业功能区各新建 1 处百货商场，积极建设和完善在建百货项目，促进商贸业均衡发展。

3、大中型综合超市：积极发展大型综合超市

十四五期间，改造现有大型综合超市，规划于万达广场、东湖、北湖及城南商业区新建 4 处大中型综合超市。

4、大型专业店：有步骤地发展大型专业店

十四五规划期内，保留现有 5 处专业店，结合片区商业

中心发展，新建7处专业店，共发展形成大型专业店12个。

推动和鼓励特色经营，积极发展系列专卖和品牌商品专卖，引导经营者逐步构建品牌连锁经营体系，鼓励和促进专卖店和专卖连锁经营体系向高收入人居社区商业服务中心发展。特别要根据居民消费追求个性化的趋向，鼓励开设以经营国际、国内知名品牌为主的专卖店和发展连锁专卖店。

四、社区商业网点规划

（一）规划目标

以便民、利民、为民和满足居民综合消费需求为目标，按照“方便居民服务、优化商贸资源配置”的原则，大力推进“便利消费进社区，便民服务进家庭”为主题的社区商业“双进”工程，优化社区商业设施布局，健全社区生活服务体系，建立家政网络服务平台，创新利用信息化技术完善便民利民服务网络，鼓励连锁经营，打造包括物流配送、便民超市、平价菜店、家庭服务中心等在内的一刻钟便捷生活服务圈，形成门类齐全、服务便捷、分级明确的社区商业服务网络，满足社区居民现代生活需求。

（二）规划规模

规划到2025年，天门市城区形成30处社区商业网点，每个社区拥有商业服务设施不低于1000 m²，每千人拥有社

区商业服务设施 80-100 m²。

（三）规划布局

1、总体布局

结合中心城区片区居民分布情况，按照“方便居民服务，均衡资源配置”的原则，在规划期内，天门市城区形成 30 处社区商业网点。其中，近期以改造完善主城区社区商业 15 处，中远期结合北部新区和南部新城的建设，规划新建社区商业中心 15 处。

2、建设模式

原则上居民超过 3000 人的社区，应配置相应的社区商业网点，其规模根据人口数量、人口密度和购买力等因素来确定，并依照居民的生活和消费习惯进行社区商业中心的布局，80%的商业网点可相对集中，其它分散于社区内部。要积极引进超市、便利店等新型业态进社区，在消费水平较高的社区配套设置洗衣、美容美发、酒吧茶馆、餐饮娱乐、健身休闲等个性化消费的商业服务设施。新建社区商业应尽可能使商业设施与居住区分离，对于有底商的居住楼，底商禁止从事餐饮、歌厅等扰民经营；力争做到既便民、利民，又不扰民，充分体现商业网点规划以人为本的原则。

（四）规划引导

规划期内，优化社区布局不合理的商业网点，完善商业功能。新建社区应以 1 家规范化的中小型综合超市和 1 家社区菜市场或生鲜超市为中心，服务半径为 500 米左右，同时规划其它生活服务设施，满足社区居民日常生活需要；在城市社区中，每千人拥有社区商业服务设施基本达到 600—800 平方米，原则上按照购物 40%、餐饮 30%和其他服务 30%的比例进行设置。

社区商业网点主要由日常购物、生活服务和市政服务等三大类网点构成，以“便民利民、商居分离、持续发展、规模适应”为原则，应具备购物、维修、餐饮、理发洗衣综合服务、家政、现代服务六大功能。必备性网点包括生鲜食品超市、便利店、社区菜市场、餐饮、理发、书报店、药店、洗衣店、维修等；指导性网点包括文化、休闲、娱乐以及其他卫生、医疗等社区公共服务业态。

（五）规划建设标准

社区商业网点建设标准如下：

表 3-1 社区商业网点规划建设标准		
序号	网点类型	建设标准

1	便利店	按照 200-300m 的服务半径设置 1 处，每个社区配置 5-10 处，在中型超市、小超市的服务半径内，原则上不再另行设置。营业面积一般 50-150 m ² ，主要经营食品饮料、调味品、日用生活用品等即时消费商品，商品品种一般在 1500-3000 种，营业时间 16 小时以上。
2	生鲜食品超市	生鲜食品超市服务半径为 800m 左右，服务人口 2-3 万人；居住小区级生鲜食品超市服务半径为 500-800m，服务人口 0.5-2 万人。规模按 240 m ² /千人的标准配置。
3	餐饮店	原则单店面积在 80 m ² 以上，新建社区宜应有单店面积在 500 m ² 以上的连锁餐饮店。居民最远就餐距离在 600m 以内，周边交通便利，有存放车辆的场所。餐饮店与居民楼的距离宜在 10m 以上。能提供早餐、订餐及送餐服务，满足社区居民饮食多样化和特殊人群的需要，档次及价格与社区居民的消费水平相适应。营业时间在 12 小时以上，大型社区宜有一家以上的 24 小时服务店。
4	照像冲印馆	原则上每千人照相馆建筑面积在 10 m ² 左右，单店面积控制在 100 m ² 左右，最小面积在 20 m ² 以上。最远消费距离在 800m 左右。为居民提供照相、胶卷冲洗及数码照片的冲印、扩印、胶卷销售和立等可取的

		证件照等服务。营业时间在 12 小时以上。
5	美容美发店	在社区中商业设施相对较为集中的区域设置，每个社区一般配置 2-5 处。营业面积 30 m ² 以上，能提供美容美发及相关的服务，并能为老年人、儿童及残疾人等提供上门服务，营业时间 10 小时以上。
6	洗衣店	原则上按照 300-500m 的服务半径设置 1 处，每个社区一般配置 2-5 处。营业面积 50 m ² 以上（连锁分店 20 m ² 以上），能提供洗衣、熨烫和皮革衣物的清洗、上光等服务，营业时间 10 小时以上。
7	社区维修店	原则上大中型社区每千人维修店建筑面积在 10 m ² 左右，其中家电维修店建筑面积每千人在 4 m ² 以上；家电维修单店的建筑面积一般在 50 m ² 左右，最小面积在 20 m ² 以上。提供家电维修（含微机及外设维修）、自行车修理、汽车维修、修鞋、配钥匙等服务。营业时间在 12 小时左右。
8	医药店	原则上按照 300-500m 的服务半径设置 1 处，每个社区一般配置 2-5 处。营业面积 50 m ² 以上，经营品种包括 70% 以上的国家基本药物品种。
9	家庭服务	原则上家庭服务网点的服务半径在 1000m 左右。家庭服务网点提供家庭钟点工、家政服务、家庭护理等服务。
10	再生资源	原则上每千人回收站建筑面积在 6 m ² 左右，单个最

天门市商业网点“十四五”规划（2021-2025）

	回收站	小面积在 20 m ² 以上。提供居民生活性再生资源的回收服务及上门服务。营业时间在 8 小时以上。
11	金融服务 网点	原则上按照 500-800m 的服务半径设置 1 处，每个社区一般配置 1-3 处。营业面积 100 m ² 以上，能提供储蓄、汇款、代收费、兑换等基本的金融服务。

第四章 乡镇商业网点发展规划

一、乡镇商贸中心规划

（一）规划目标

建设改造一批乡镇商贸中心，推动购物、娱乐、休闲等业态融合，改善乡镇消费环境。引导乡镇商贸中心向周边农村拓展服务，有序发展共同配送和连锁经营，满足农村消费升级需求。

（二）规划规模

规划到 2025 年，全市 26 个乡镇新建或改造升级乡镇商贸中心，商贸中心建设改造升级面积不低于 2000 m²，每千人拥有商业服务设施 60-80 m²。

（三）规划布局

原则上每个乡镇应新建或改造升级一个商贸中心。建设规模根据人口数量、人口密度和购买力等因素来确定。建设地点应依照城镇发展规划、居民生活和消费习惯进行选址。配套设置购物、餐饮、文体娱乐、洗衣、美容美发、酒吧茶馆、运动健身、医药销售等个性化消费的商业服务设施。

二、村级商业网点建设规划

（一）规划目标

鼓励商贸流通企业输出管理和服务，通过技术赋能、特许经营、供应链整合等方式，改造夫妻店等传统网点，发展新型乡村便利店。结合电子商务进农村示范工程建设，丰富村级店快递收发、农产品经纪等服务，满足农民便利消费、就近销售需求。支持邮政企业建设村级邮政综合服务站点，发挥邮政网点资源优势，提高村级综合服务站点覆盖率，支持邮政乡镇网点巩固基层农资供应、农资配送、农产品收购等业务。支持符合条件的农村加油点升级改造为加油站。

（二）规划规模

规划到 2025 年，天门全市所有行政村建设一个综合商业便民网点。各村综合便民商业网点建设面积不低于 100 m²。

（三）规划布局

原则上每个村级综合商业便民网点辐射半径不大于 1000m。辐射半径超过此标准的，可增设便民网点。

村级综合商业便民网点主要由日常购物、便民服务、电商物流等三大类网点构成，应具备购物、维修、理发、快递等便利服务功能。

第五章 市场建设发展规划

一、专业市场建设

（一）规划目标

立足对接武汉城市圈，大力发展与武汉市场需求相配套的专业市场。在城市外围区域建设与交通枢纽、物流园区、工业园区相结合的专业市场集群。逐步实现由传统市场向以信息化管理、物流配送为主要标志的集约化市场转变，形成层次分明、布局合理、流通高效的商品交易市场体系。统筹促进区域互动发展，优化大型专业市场布局。扩大天门专业市场的区域影响力，建设武汉西重要农副产品集散中心，实现大型专业市场的可持续发展。

（二）规划规模

结合本地区及具体项目的实际情况，综合考虑其空间服务范围、货物需求量、距离与成本、规模效益等等多方面因素。一般而言，专业市场合理占地规模的建议值为1-10公顷，一般不超过50公顷。根据天门市产业布局和经济发展战略规划，结合现状专业市场实际情况，按照改造、升级、新建三种方式专业化、园区化发展。规划至2025年，天门市将重点建设7个专业市场，其中生产资料类市场3个，生活资料类市场2个，生活服务类市场2个。

（三）规划布局

规划期内，在“突出特色、集中打造、适度均衡”的布局原则下，以“城零郊批”为控制要求，重点调整中心城区内现有商品交易市场，引导城区内商品交易市场迁至城郊，推进发展较好的商品交易市场展贸化发展，形成7个专业市场区（集群）的商品交易市场空间格局，具体包括：

（1）服装辅料市场：拟选址武天高速天门出入口周边区域，依托天门市电子商务物流园，建设服装辅料专业市场，预计占地面积8公顷，主要功能是针对布艺轻纺加工类附件商品的批零销售。

（2）建材家居市场：位于东湖路与钟惺大道交汇处。将现有的景天建材家居市场，规划升级建设成占地面积10公顷的建材家居专业市场，主要包括建材家居等产品的零售批发和建材物资的集散运输。

（3）五金机电市场：位于钟惺大道。将现有的新东方五金机电市场，规划升级建设成占地面积10公顷的专业市场，其主要功能包括五金机电、汽配零件等工业消费品的物流集散与批零销售。

（4）农业生产资料市场：位于天门经济开发区竟陵物流园，依托现有的农晟农业生产资料市场，规划升级建设成占地面积10公顷的农业生产资料专业市场，其主要功能包

括化肥、农药、种子、饲料、农机及配件的仓储与销售。

（5）二手车交易市场：以承天国际车城、陆宇汽车城为依托，统筹考虑城市人口分布、消费需求、环境保护及商业网点的空间布局，根据全市汽车保有量、二手车交易量和机动车发展趋势，科学设置交易网点 2-3 个，消除零星分散的经营模式，实行集中交易，确保二手车市场健康发展。

（6）再生资源回收市场：拟计划在侯口街道选址建设占地面积 10 公顷的再生资源回收专业市场，实现 85%以上的再生资源进行规范化的交易和集中处理。培育 5 家左右再生资源回收骨干企业，科学设置回收网点，提高分拣加工水平，推动再生资源回收行业从松散粗放型向集约型、规模型、产业型、效益型方向转化。

（7）花鸟宠物市场：拟计划在城南选址建设花鸟宠物市场。规划新建占地面积 5 公顷的花鸟宠物专业市场，其主要功能包括观赏性动植物及相关用具、设施的批零销售。

二、农贸市场建设

（一）规划目标

根据天门市中心城区、乡镇中心集镇和农村小集镇农贸市场分布和基础条件，分层级推进全市农贸市场标准化改造工作，逐步完成全市农贸市场硬件设施、经营管理的全面提升，形成基本、中、高档次农贸市场的层级，引进和推动形

成一批专业程度高的农贸市场运营机构，塑造天门市农贸市场新体系。

（二）规划规模

根据天门市实际情况，对现有农贸市场进行改造和升级、或迁建，再根据社区商业中心分布和商业设施配置要求，一个社区商业中心需配置一个农贸市场和便利果蔬店，规划至2025年，全市农贸市场总数达到80个。

（三）规划布局

规划期末，天门市主城区新建、改造升级10个农贸市场，中心集镇新建、改造升级15个农贸市场，小集镇新建、改造升级21个农贸市场。每千人拥有菜市场体量不低于200m²，天门市城区菜市场体量不低于4.5万m²，城区规划大型超市11个，生鲜部体量不低于3000m²，对不具备新建菜市场的新建社区和小区，以便民菜店为主。

（四）规划建设标准

农贸市场建设划分为1.0、2.0、3.0三级标准（详见表5-1-表5-3）。全市所有纳入改造范围的市场必须达1.0标准，各乡镇中心市场改造要达到2.0以上标准，推动本市主城区和部分乡镇中心市场达到3.0标准。

表 5-1：1.0 市场建设标准		
（一）场地环境		
序号	项目	标准
1	交通情况	与居住区和商业设施配套，有连接周边的交通条件
2	周围污染源	（1）市场外墙 1 公里以内无有毒有害等污染源，无生产和贮存易燃、易爆、有毒等危险品场所 （2）采用符合国家要求的钢混及钢结构或新型材料结构 （3）选择单体建筑或非单体建筑中相对独立场地高度 （4）高度大于 4 米 （5）楼层式市场设专用货梯 （6）自然采光条件良好，室内宽敞明亮
3	出入口	出口不少于 2 个，主出入口门宽不小于 4 米
4	通道	（1）主通道不少于 3 米 （2）购物通道不少于 2.5 米 （3）污物等其他通道宽度不小于 2 米
5	停车场	（1）设非机动车，机动车停车场和内部仓库 （2）停车场占商业用房面积的 20%以上

6	地面	<p>(1) 地面应平整，无明显突起</p> <p>(2) 地面铺设防滑地砖，符合吸水防滑要求</p> <p>(3) 地面的铺设便于冲洗和清洁，向通道两侧倾斜</p>
7	墙面	内墙及立柱 1.8 米以下贴墙砖，熟食间全贴墙砖
8	空间	<p>(1) 无乱拉、乱挂</p> <p>(2) 屋顶采用防霉涂料，吊顶采用 A 级防火材料</p> <p>(3) 室内空中仅悬挂证照、灯具线路，无其他管线</p>
9	分区设置	<p>(1) 分区集中，有明确的标识</p> <p>(2) 按商品种类划分设置交易区，同类商品区域集中，分区标识清晰</p> <p>(3) 含小餐饮集中便民服务区</p> <p>(4) 小餐饮区集中设置，1-2 家，周边无污染源</p> <p>(5) 熟食、豆制品、酱菜经营区柜台距公厕、垃圾房直线距离不小于 20 米</p> <p>(6) 营业面积大于 1500 平方米的市场，设内部独立公厕，达到城市公厕卫生标准二类。1500 平方米以下的市场，配置合用公厕</p>
(二) 设施设备		
序号	项目	标准
1	给排水设施	<p>(1) 经营用水保证水量,水压,用水卫生符合 GB5749 的规定，场内配置高压水冲洗装置</p> <p>(2) 各用水摊位有供水口。水产区供水到商位，肉</p>

	<p>类区供水到经营区，熟食经营区专间供水到加工间。市场内设置供水点供消费者使用。</p> <p>(3) 配备节水设施，设备符合国家规定</p> <p>(4) 暗管式排水。购物通道处采用暗道排水系统，设防异味上传设施，不得设明沟。设置排水沟，沟深不少于0.2米，宽度不少于0.25米，外露部分设格栅盖板，格栅间距1厘米，出口处设防鼠隔离网</p> <p>(5) 主通道与购物通道交叉处设窨井，窨井间距不大于10米，柜台内侧设地漏。有地库市场按照建筑要求另行设计</p> <p>(6) 场内上下水道畅通。排水槽无积水，无堆积物：水产、冰鲜禽类经营区的污水排放增设初级隔渣过滤设施</p> <p>(7) 柜台外地面排水槽宽度0.08米-0.1米，弧度深度0.03米-0.05米，用不锈钢材料或耐腐蚀、易清洗消毒的材料制作。并设地湖</p> <p>(8) 柜台内排水槽保持排水通畅，地面保持干燥，不堆积垃圾</p> <p>(9) 按环保要求设置过滤设施、污水处理设施，符合GB8978，菜市场污水隔渣过滤处理后接入城市污水管网。经营产生的各类污水、冲洗水等必须进入污水排放系统，做好雨污分流</p>
--	--

<p>2</p>	<p>供电设施</p>	<p>(1) 应配备符合用电负荷、安全的供电设施</p> <p>(2) 配电系统应配备漏电防护装置</p> <p>(3) 具有专业的配电维修人员</p> <p>(4) 布局以暗线为主</p> <p>(5) 用电摊位有使用方便的电源。各经营区域应配备带接地线的符合低压电器使用的电源插座，水产区域使用防水插座</p> <p>(6) 市场内环境照明供电设施配置应符合 GB50034 的规定</p> <p>(7) 柜台(操作台)上与灯照度应达到 200lx，肉类分割剃骨操作台灯光照度不小于 200lx</p> <p>(8) 场内通道应配备照明灯，各出入口应设置应急灯</p>
<p>3</p>	<p>通风设施</p>	<p>(1) 自然通风条件达标的市场，通风状况良好，场内窗户的设置保证空气顺畅对流</p> <p>(2) 自然通风如达不到要求，应采用满足通风要求的机械通风设备。建筑面积在 2000 平方米以下的市场应安装不低于 3000W 功率的低噪音排风机，应不小于 4 次/时换气。2000 平方米以上的每增加 100 平方米相应增加 300W 排风机设备，应不小于 6 次/时换气。排风机口布局的应按国家或地方环保要求设置。</p>

		<p>(3) 销售点应设置排风设施</p> <p>(4) 需要实施温控的食品专间须配置相应的通风及温控设施</p>
4	垃圾处理设施	符合《标准化市场环卫设施设置技术导则》相关要求
5	卫生设施	符合《标准化市场环卫设施设置技术导则》相关要求
6	消防安全设施	<p>(1) 建筑消防设施应符合 GB50016 和 GB50222 的要求</p> <p>(2) 菜市场应按照 GB/T17110 规定标准配置灭火器材</p> <p>(3) 除熟食区外，其他交易区内无生活用电和液化气设施。卤味、熟食交易区面积大于 35 平方米的，可以设置前店后厂</p>
7	信息管理及设备用房	集视频监控、智能支付、交易溯源、计量管理、价格监测为一体的智慧管理和服务模式
8	冷冻冷藏	(1) 商品保质保鲜有温度要求的，应采用温控设备或采取相应的措施，做到货到即时存入冷藏、冷冻

	设施	<p>设施，保证商品陈列、销售与加工、运输环节形成的冷链不脱节</p> <p>(2) 经营冷却肉应配备冷藏柜，温度保持在 0° C-7° C</p> <p>(3) 2000 平方米以上的菜市场应设置冷藏室</p> <p>(4) 冷冻肉及冷冻水产品应配备低温冷柜</p> <p>(5) 冰鲜水产品应配备冰台</p>
9	营业设施	<p>(1) 摊位柜台应按不同品类经营需要统一制作，整齐、美观</p> <p>(2) 冷冻、冰鲜水产品、鲜肉柜台应采用不锈钢台面。蔬菜柜台宜采用阶梯摆放式设计，柜台高度宜为 0.7m-0.8m, 以 0.1m-0.15m 呈阶梯上升，一般设计为三层</p> <p>(3) 每组柜台宜设商位数 4 个左右，每组柜台设 1 个-2 个宽度为 0.7m 出入口</p> <p>(4) 柜台高度应适宜，柜面及边缘挡水凸边使用面砖或不锈钢材料制作</p> <p>(5) 柜台面积按长 1.5m-2m、宽 0.75m-0.9m 设置，柜台高度宜以 0.7m-0.8m</p> <p>(6) 柜台立面应贴墙面砖，柜台靠通道外侧边沿应设挡水凸边，高度不低于 5cm</p> <p>(7) 柜台内应留有同一位置摆放电子秤，电子秤设</p>

		置位置应便于消费者查看，电子秤应经过校验 (8) 活水鱼摊位外设隔水墙，隔水墙应高于鱼池(盆)上沿 20cm
(三) 卫生状况		
序号	项目	标准
1	环境 卫生	<p>(1) 菜市场的环境卫生应符合 GB14881 《食品企业通用卫生规范》的要求。无可见废弃物和污渍。市场无乱吊挂、乱张贴及垃圾堆积等现象</p> <p>(2) 无明显异味</p> <p>(3) 场内卫生实行区域包干，明确包干责任人</p> <p>(4) 场外卫生应实行市容环境卫生责任区制度，设有专职卫生监督人员和日常保洁人员</p> <p>(5) 及时清理场地，垃圾桶应及时清理、并定期清洗</p> <p>(6) 对不可食品应有专人负责集中回收，统一处理</p> <p>(7) 废弃物需全部装入垃圾袋不得外露，随时将垃圾袋收集放到垃圾箱或垃圾房集中处理，并定期清洗，确保场内购物环境整洁有序</p> <p>(8) 水产品零售点在交易过程中所产生的水产品废弃物应当由菜市场集中收集并及时处理</p>
2	设施	(1) 鲜肉类、水产品、熟食类加工所有的操作台、

	设备 卫生	<p>切割用具及盛器均应每天进行严格清洗、消毒，并按规定位置加盖存放。菜市场应设有收集副食品废弃物的垃圾箱(桶)</p> <p>(2)活水鱼蓄养池应用消毒水定期进行清洗、消毒，其他蓄养用具应定期清洗</p>
3	人员 卫生	<p>(3)菜市场应设有专职食品卫生管理监督人员，并指定一名负责人为食品卫生责任人，建立从业人员卫生管理制度，每个相关从业人员均应持有有效的健康证</p> <p>(4)菜市场熟食销售及食品加工人员的个人卫生与健康状况应符合 GB14881《食品企业通用卫生规范》的有关规定。加工人员上岗时应穿戴白大衣、白帽、白口罩操作，操作前应在消毒水盆中清洗双手；收钱和找钱应使用专用盛盘和夹具，不得直接接触钱币。熟食从业人员不得留长指甲、涂指甲油，佩戴戒指、手链、手镯等饰品</p> <p>(5)不用手直接接触熟食等直接入口食品</p>
(四) 商品管理		
序号	项目	标准
1	进货 管理	<p>(1)场内商品进货商应向供货商索取产品的来源地证明、质量认证:证书或商品检验检测合格证和卫生许可证</p>

		<p>(2) 蔬菜应从“场地挂钩”的批发市场或从农产品生产基地进货</p> <p>(3) 鲜肉类必须从当地定点屠宰厂进货或从“场内挂钩”的批发市场进货，并附有与货物相符的检疫检验合格证明。未实行定点的鲜牛、羊肉等，必须经检验合格后方可，上市销售</p> <p>(4) 水产品进货应有产地质量检测机构核发的产品合格证或批发市场提供的产品合格证明</p> <p>(5) 豆制品和熟食制品必须向有营业资质和卫生许可的生产、经销企业进货，市场应索要随货同行的送货单等留存市场备案</p> <p>(6) 其他食品进货应有与货相符的食品卫生合格证明</p>
2	入市检测	<p>(1) 配置快速检测设备，并对入市蔬菜、水果的有机磷类氨基甲酸酯类农药残留含量等项目进行入市监测</p> <p>(2) 市场应每天核对进货商品与商品检疫检验合格单(证)，发现问题及时处理。质检人员应对各种单证进行真伪及有效期验证，对初次入场的经营者资质证明及其商品质量证书原件应留复印件存档，建立可追溯机制</p>
3	劣品	场内经营的商品出现有毒、有害、过期、变质等质

	清退	量卫生问题时，应及时下架封存，并报食品卫生管理部门处理，建立不合格商品退市机制
4	禁营项目	市场内禁止销售国家规定的野生保护动植物；禁止生产、加工和经营卫生部《集贸市场食品卫生管理规范》规定的禁营商品：严禁销售病死备禽肉、变质肉、注水肉、未经检疫肉和其他不符合食品安全卫生要求的肉类及其制成品：禁止场外加工的肉糜入市销售；场内不得销售现场制作的炒货食品。严禁销售和宰杀活禽
5	零售加工	<p>(1) 散装蔬菜上柜前应做洁净整理，包括去泥、去黄叶、去腐叶、去根，提倡净菜或半净菜上市</p> <p>(2) 需保鲜的蔬菜应使用保鲜膜包装，需捆扎的使用无毒材料捆扎</p> <p>(3) 天然食卤品的整理加工，肉类统货的分割剔骨，鲜活、冰鲜水产品的现场去头，去内脏、去鳞等加工服务，应使用符合卫生安全要求的刀具、刮器、绞肉机、容器等并在符合卫生要求的操作台(板)上进行</p> <p>(4) 菜市场内进行食品现场生产、加工的(包括半成品加工，和直接入口食品的加工)，必须符合卫生部《集贸市场食品卫生管理规范》的规定</p>
6	商品销售	<p>(1) 蔬菜水果，肉等商品应保持新鲜</p> <p>(2) 商品的品种应多</p>

		<p>(3) 蔬菜上柜销售前应加工整理，排列整齐，分类陈列。顶包装蔬菜排放应保持新鲜，整齐美观，方便销售。豆制品须分类陈列，摆放整齐</p> <p>(4) 熟食卤品，生、熟食品应分开放置，制作原料应符合食品卫生要求；室内应配备消毒设备，专用放置或展示容器(具)、冷藏与空调等设施，并符合食品卫生要求；有完善的防蝇、防鼠设施，做到无鼠、无蝇侵害。熟食等直接入口食物销售人员严禁直接用手接触食品。直接入口的酱腌菜应当加盖销售，并配备防蝇、防鼠等设施，做到无鼠、蝇侵害</p> <p>(5) 鲜肉经营场地内必须设有温控设施，其区域温度不高于 25℃。具有冷藏设施，符合产品相应的温度要求</p> <p>(6) 当天交易剩余的鲜肉、分割肉须进行冷藏保质，保管时间根据季节确定(肉类商品不得着地存放和接触有毒有害及有异味的物质，肉类销售中产生的不可食用肉应置于明显标识的容器内，由市场管理部门按有关要求集中处理</p> <p>(7) 冰鲜水产品柜台应在多孔不锈钢板上铺设散冰保鲜，并配置保鲜冷柜；水发水产品和需清水暂养的贝类应放在专门的容器中陈列销售；豆制品销售前后必须做好设施设备、及周围环境的清洁卫生工作，</p>
--	--	--

		<p>未销售完的豆制品应放入冷藏设施中贮藏。</p> <p>(8) 鲜肉经营宜设品牌销售区</p> <p>(9) 经营的预包装食品，其标签应符合 GB7718 的规定。</p> <p>(10) 腌制品应使用食用盛器，严禁使用化学和有毒有害的塑料桶。熟食卤品采用食品袋密封包装密封型容器包</p> <p>(11) 市场内禁止销售、使用厚度小于 0.025 毫米的塑料购物袋，提倡使用无毒、可降解的环保型包装材料。实行塑料购物袋有偿使用制度，明码标价，并在商品价外收取塑料购物袋价款，一律不得免费提供塑料购物袋。严禁使用非食用和非环保型塑料袋。</p>
(五) 经营管理		
序号	项目	标准
1	管理制度	<p>(1) 市场应当制定内部管理制度，包括：菜市场管理人员工作制度，菜市场管理人员岗位目标责任制度、市场经营者守则、食用农产品安全质量责任制度、不合格商品退出销毁制度、产品质量安全追溯制度，菜市场经营活动场内公示制度、市场档案管理制度、人员培训管理制度、环境卫生管理制度等</p> <p>(2) 市场应建立服务台帐、顾客投诉处理台帐、食</p>

		品从业人员健康检查登记台帐、计量器具台帐、校秤记录台帐、不可食用肉回收台帐等，并保留记录
2	质量管理	<p>(1) 不得销售掺杂掺假、以次充好、假冒伪劣、过期失效、变质等不合格商品</p> <p>(2) 鼓励市场经营者采购经销经过国家认证的有机的、绿色的、无公害的农产品</p> <p>(3) 市场应在场内明亮处设置检测室，检测室面积不小于 10 平方米，应配备专业的检测人员和检测项目所需的快速定性检测设备</p> <p>(4) 每日必须对上市商品抽样检测，并公布检测结果</p>
3	证照管理	<p>(1) 场内的经营者必须持有有效营业执照，经营豆制品和副食品等还必须同时领取卫生许可证，不许无照经营，或超范围经营，菜市场应统一审核、管理经营户的营业执照、卫生许可证等，确保证照齐全、真实、不过期</p> <p>(2) 随商品同行的合格证、检疫证、送货证、确定单等商品证（单），应由场内经营者自行保存备查</p>
4	价格管理	商品价格应公平、透明，明确公示，无价格欺诈等不正当行为
5	计量管理	(1) 市场内必须使用符合国家标准的计量器具，加强管理，定期校验，并向当地质量技术监督部门申

		<p>报备案、按期做好每年一次的计量器具强制检定工作。票据、票证、商品标识、价目表等应当正确使用国家法定计量单位</p> <p>(2) 在市场显著位置设置公平秤</p>
6	人员管理	<p>(1) 市场管理人员应按照职责参加有关部门组织的岗前培训或轮训，经考核合格后持证上岗，并佩戴统一印制的胸标</p> <p>(2) 菜市场应建立经营者食品卫生及业务规范培训机制</p>
7	信用管理	<p>(1) 市场应建立场内经营者诚信经营档案，公开，公平、公正地管理场内经营者。场内经营者应诚信经营，培育良好的社会信誉，自觉抵制欺诈、违规经营、偷税、漏税、欠税等情况的发生</p> <p>(2) 市场举办者应开展优秀经营户或诚信经营户的评选表彰活动、对信誉差的经营者进行曝光公示，情节严重的，可以清退出场</p>
8	其它服务	<p>(1) 市场应设立宣传栏、公示栏，导图栏、供应区域标志</p> <p>(2) 菜市场应设立市场服务管理办公室、服务台、广播设施、顾客休息等服务设施</p> <p>(3) 市场应设置健康教育宣传专栏、健康温馨提示牌、电子屏。健康教育宣传专栏内容应结合不同季</p>

		<p>节特点宣传相关健康知识，每年至少更换4期</p> <p>(4) 市场出入口设置控烟提示语及灭烟台，市场内设醒目禁烟标识，设置人劝阻吸烟，无吸烟者、无烟味、无烟具、地面无烟蒂。有条件的市场设置室外吸烟区及引导标识</p> <p>(5) 菜市场应建立服务监督机制，定期对消费者进行满意度调查，征询消费者对菜市场的意见和建议，并限时制定解决问题的措施，及时反馈消费者</p> <p>(6) 菜市场应在显著位置设置投诉箱，公布投诉电话</p>
(六) 附加项		
序号	项目	标准
1	明码 标价	<p>销售各类商品应当按国家有关规定实行明码标价，标价内容真实明确、字迹清晰、货签对位、标示醒目：包装内商品标价签应当标明品名、计价单位、产地、零售价等主要内容，对于有规格、等级、质地等要求的，还应标明规格、等级、质地等项目</p>
2	先行 赔偿	<p>投诉处理应制度化，实行先行赔偿制度</p>
3	净菜 处理	<p>应考虑设置独立的净菜处理室，配备给排水设施、清洗水池。操作台及垃圾收集设施，在蔬菜上市前进行无泥沙、无刷叶，无根须、无过量水份处理</p>

4	循环用水	提倡在保证满足用水卫生标准的情况下使用循环用水
5	豆制品	提倡豆制品、半制成品销配备冷藏设施（未销售完的豆制品应放入冷藏设施中贮藏）
6	行情显示	有条件的市场可设立价格行情显示屏
7	清真食品	清真食品专柜的设置与运作必须符合国家及有关民族政策，经营清真类食品应符合清真食品供应的专摊、专人、专库、专车的要求
8	病媒生物防制设施	<p>（1）防鼠设施：夜间有食物存放的房间（包括卤菜店，米面店，干货店等）门、窗、墙面、吊顶等符合 GB/T27770-2011 规定</p> <p>（2）毒饵站：20-30 米安装 1 个灭鼠毒饵站</p> <p>（3）防蝇设施：菜市场（包括厕所）出入口，门、窗、墙面，顶部等符合 GB/T27772-2011 规定</p> <p>（4）灭蝇灯：明显有蝇的房间，安装灭蝇灯密度不少于 1 只/30 平米，电击式灭蝇灯不靠墙安装</p>
9	病媒生物	<p>（1）老鼠：室内外无明显鼠迹，符合 GB/T27770-2011 规定</p> <p>（2）蚊虫：无蚊虫滋生，符合 GB/T27771-2011 规定</p> <p>（3）苍蝇：垃圾堆放处（包括垃圾桶、钩背箱内部</p>

		<p>角落），厕所及室内无活蛆及蝇蛹，室内无明显苍蝇活动、符合 GB/T27772-2011 规定</p> <p>（4）蟑螂：无明显的活蟑螂、活蟑螂卵鞘及蟑迹，符合 GB/T27773-2011 规定</p>
10	消毒与病媒生物防制	<p>（1）消毒：按照武政办（2020）6 号文件规定开展消毒</p> <p>（2）病媒生物防制：聘请专业除害公司除四害，保留合同及施工单。或者安排人员兼职负责除四害，配备相关药械，保留施工记录，5-10 月至少 1 周 1 次清洗垃圾容器内部，不残留垃圾</p>

表 5-2：2.0 市场标准（满足 1.0 市场标准后）

序号	项目	标准
1	经营模式	市场运营方统一管理，提供统一服务，出租柜台，散户自主经营、分散结算
2	智慧化运营	<p>（1）市场内建立智慧化管理系统，包含档口管理、农残检测管理、食安追溯管理、价格管理、客诉管理、公示广告管理、交易数据接口等功能模块</p> <p>（2）实时跟踪和反映市场监管数据、监测数据、检测数据，证照资质数据、溯源数据、交易价格数据。</p> <p>（3）引入电商平台，利用平台技术，开展线上售</p>

		<p>菜业务</p> <p>(4) 预留大数据公共服务平台对接口，实时上传市场监管信息</p>
3	公益性示范	<p>(1) 政府投资建设，国有企业管理的自建自管模式</p> <p>(2) 政府投资入股，委托第三方机构监管的参建代管模式</p> <p>(3) 政府企业签订协议，企业按政府要求发挥公益功能的契约合作模式</p>
4	标识标签	<p>(1) 销售的肉类、蔬菜等食用产品使用统一包装、价格标签</p> <p>(2) 标签上应标明品名、计价单位、零售价等</p> <p>(3) 实现线上线下信息同步，内容真实，标识醒目</p>
5	品牌经营	<p>(1) 引进肉类、蔬菜、水产品、豆制品、熟食制品、南北货等主副食品品牌企业入驻</p> <p>(2) 品牌企业产品应符合相关法律法规规定</p>
6	基地直供	<p>(1) 设置本市、外地基地蔬菜直供专柜</p> <p>(2) 专柜蔬菜符合种植、批发（配送）、零售的三级蔬菜供应体系</p>
7	个性化配置	<p>(1) 实行“一场一策”设计，邀请专业设计、管理机构参与</p>

		(2) 鼓励设计，建设景观式农贸市场，结合市场特色，提供独创性服务
--	--	-----------------------------------

表 5-3：3.0 市场标准（满足 2.0 市场标准后）		
序号	项目	标准
1	经营模式	<p>(1) 超市化管理。引进规模化、连锁化、品牌化的运营商或推动现有运营商转型升级。实行“五个统一”，即“统一标识，统一管理、统一结算、统一服务、统一品牌”</p> <p>(2) 智慧化服务。在服务半径内，与社区、楼宇、院校合作，设置生鲜市场取货柜或自动售菜机，为社区居民提供网订柜取、购买特色主副食产品、24 小时售卖等功能，通过官网、手机 APP、小程序等为居民提供“订单式买菜”服务</p> <p>(3) 设置共享厨房，市场内设立共享厨房，为社区居民提供生鲜食品现场加工、餐饮订制、社区配送等服务，制作食品直销、厨艺培训、购物直播等节目，增加服务类型</p>
2	结算方式	(1) 出入口分设收银区，设置快速结账通道、未购物出口

		<p>(2) 收银区所有结账通道应提供刷卡、无现金结算服务</p> <p>(3) 设置自助结算服务区，使用人脸识别支付、扫码支付，NFC 支付等，实现无接触收银</p>
3	追溯完 备	<p>(1) 实现全场肉类、蔬菜二维码信息追溯，对接电子标签</p> <p>(2) 追溯信息包括产地、批发（配送）。零售等完整信息追溯链条，实现来源可查、去向可查、责任可究，方便消费者查询</p> <p>(3) 专人负责追溯信息管理，并与本市肉菜流通安全信息追溯系统对接</p>
4	公益性 专柜	<p>(1) 设置公益性平价菜供应专柜</p> <p>(2) 专柜每天至少销售 1 种公益性平价菜，并公示具体品种和价格</p> <p>(3) 应用互联网 APP 新模式，公布平价菜销售信息，提高消费者知晓率。</p>
5	供应链 完善	<p>(1) 设置统一物流配送中心</p> <p>(2) 配送中心应具备与其经营品种相适应的食品安全快速检测能力。并开展相关食品安全快速检测工作</p> <p>(3) 实现主副食品包装化、标准化、品牌化，冷链化的供应</p>

		<p>(4) 设置有本市场主要供应，对口扶贫基地农产品直供专柜，设立线上网订专区</p> <p>(5) 发展订单农业，根据市民需求向农产品企业下达订单，实行接单生产、以销定产</p> <p>(6) 销售扶贫地区精准扶贫农产品</p>
6	个性化发展	<p>(1) 鼓励与电子商务平台合作，实行跨国境产销对接，引进国内外知名品牌企业农副产品，实现24小时直供</p> <p>(2) 鼓励引进地标性特优农副产品（特色原产地肉、禽、海鲜等）等市场专属经营户，采取“引厂入店”模式，满足个性化购物需求。</p> <p>(3) 鼓励发展新结算技术，实现扫码进场、出场自动结算。</p> <p>(4) 鼓励运用无人机、机器人等，发展无接触配送。(5) 鼓励运用物联网技术，实时监测市场环境及设备，发展智能建筑。</p>
7	邻里服务	<p>(1) 结合社区服务中心建设，实现全部社区服务功能。(2) 鼓励引入时尚快剪、邻里匠心工坊、主题咖啡，邻里图书馆等休闲娱乐，社交服务功能。</p>

第六章 商业空间布局

一、总体格局

“十四五”期间天门市商贸服务业要做好“一环两街三市场”的商业空间布局（布局图见下图6-1）。

“一环”：商业中心环线。即在该环线上，依托城市主要干道，连接现有商业中心和打造未来商业中心。

“两街”：中心文化街区与中心商旅街区。合并规划已经有商业街和规划中的商业街形成两大中心商业街区。分别为以“天门美食与陆羽茶文化”为主题的中心文化街区和以“一河两湖”为依托的中心商旅街区。

“三市场”：北部农产品市场区、南部消费品市场区和东南部综合市场区。依托华西农商城的建设，于竟东路和北湖大道合围区域形成以农产品为主的专业市场区。依托高速出入口与天仙公路交通优势，建设商品集散市场，于南洋大道以南形成以婚庆、家具、小商品为主的现代消费品专业市场区。天仙公路出入口，利用交通和区位优势，东南产业片区结合棉花交易中心，规划布艺轻纺市场；结合承天国际车城，规划汽车综合市场区；合并规划东南部综合市场区。

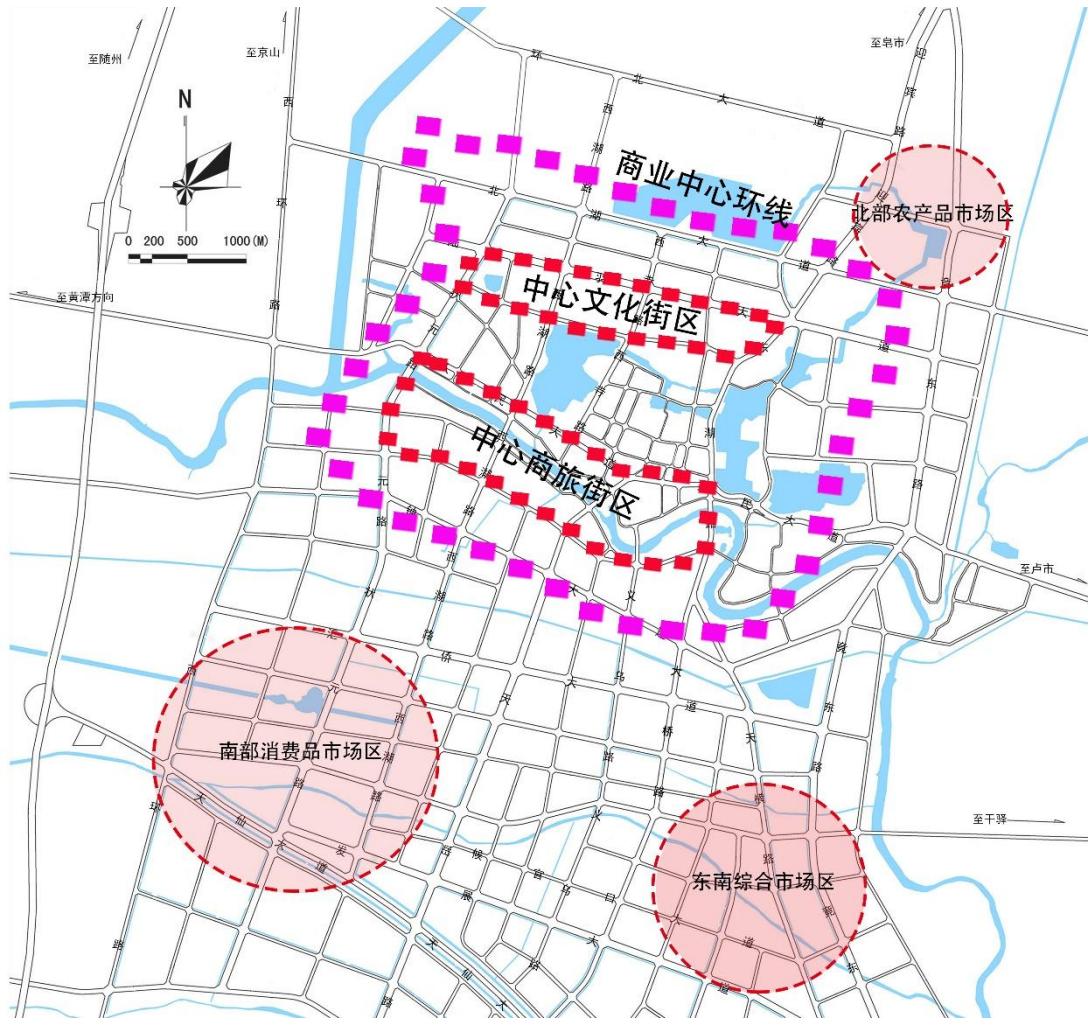


图 6-1 天门市中心城区“十四五”商贸业空间布局

二、主导业态布局

（一）批发与零售

现阶段批发与零售行业主要集中在城南片区，在接下来的规划中，会兼顾城北地区的发展，增加批发零售行业网点数量。同时，也要扩大城南片区网点规模。

（二）住宿与餐饮

本市住宿业集中在中心城区，根据城市总体规划及国土空间布局，规划建设一批精品民宿和休闲农庄，满足乡村旅游业发展需求；餐饮行业布局实体餐饮店与食品加工产业，发挥美食街区的虹吸效应，同时建设绿色饭店，提升天门美食品牌形象。食品加工集中在周边乡镇，主要引导进行规模化生产，制定规范“天门蒸菜”标准。

（三）社区服务业

社区服务业，以便民、利民、为民和满足居民综合消费需求为目标，按照“方便居民服务、优化商贸资源配置”的原则，满足人们日常的生活消费。社区服务业要下沉到我市每个社区，包括友好社区、孙湾社区、东湖社区、车湾社区、西龙社区、群力社区、接官社区、官路社区、鸿渐社区、陆羽社区、江河社区、庆云社区、公园社区等，形成居民便利服务圈。

城区主要商业网点布局如图 6-2 和 6-3 所示。

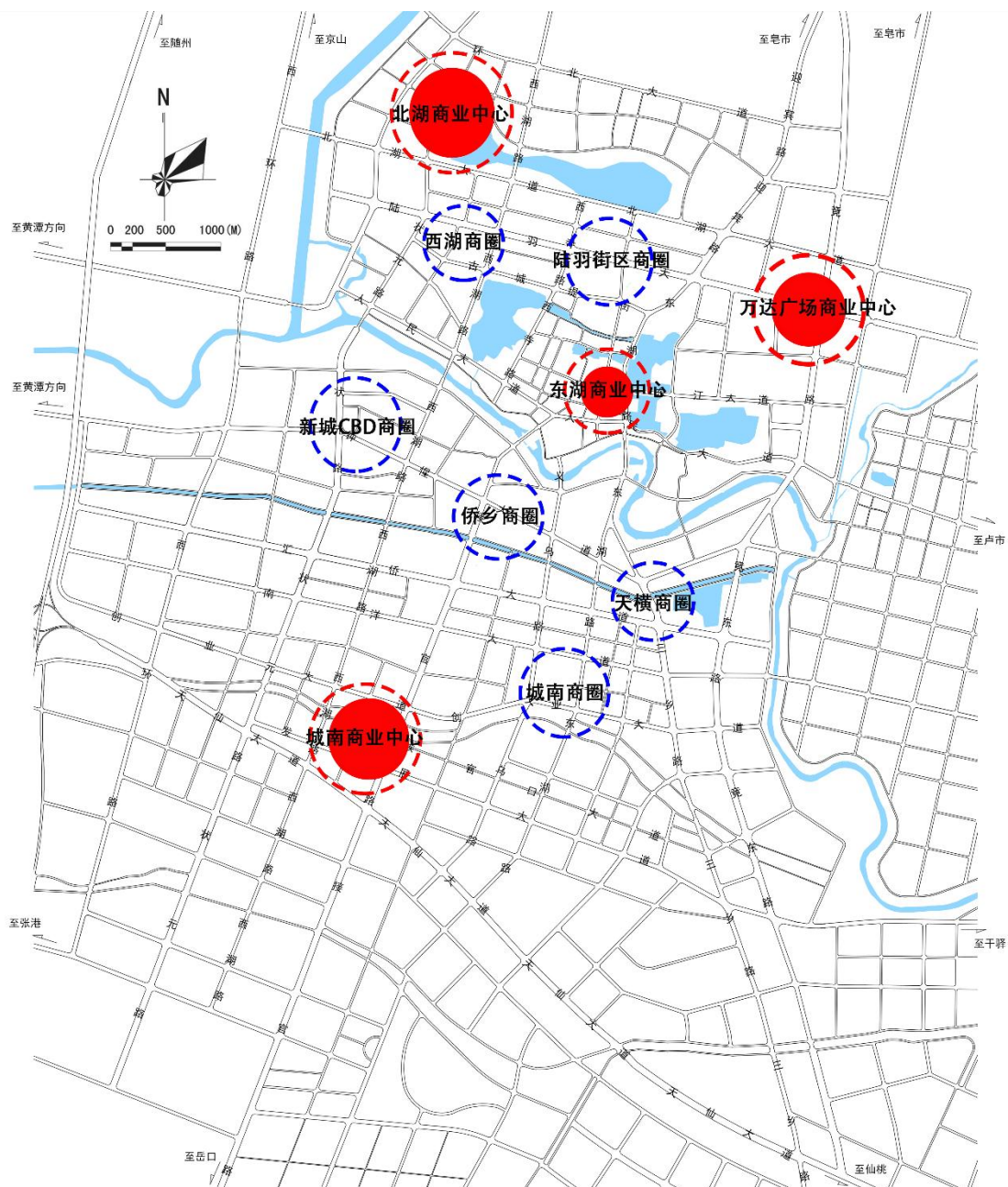


图 6-2 天门市城区“十四五”商业中心布局

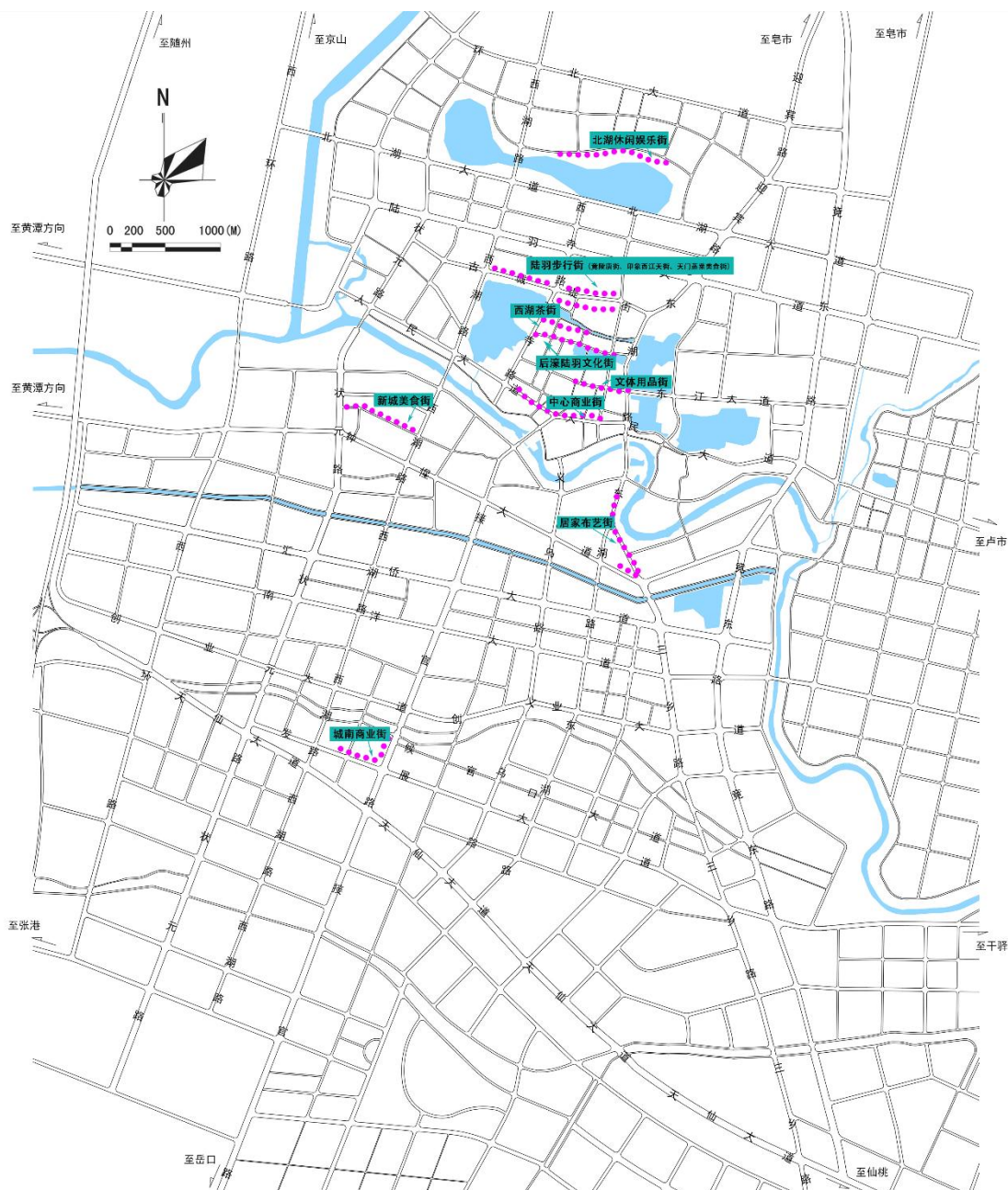


图 6-3 天门市城区“十四五”商业街布局

（四）乡村服务业

乡村服务业依托农村电子商务服务网点建设，在我市下辖 26 个乡镇全面布局乡村服务业，主要以农业社会化服务为主，为农村经济和农民生活提供全方位、综合性的服务，提高农业生产的专业化、商品化、现代化和综合发展能力，

助力乡村振兴，推进美丽乡村建设，提升乡村消费品质，如图 6-4 所示。

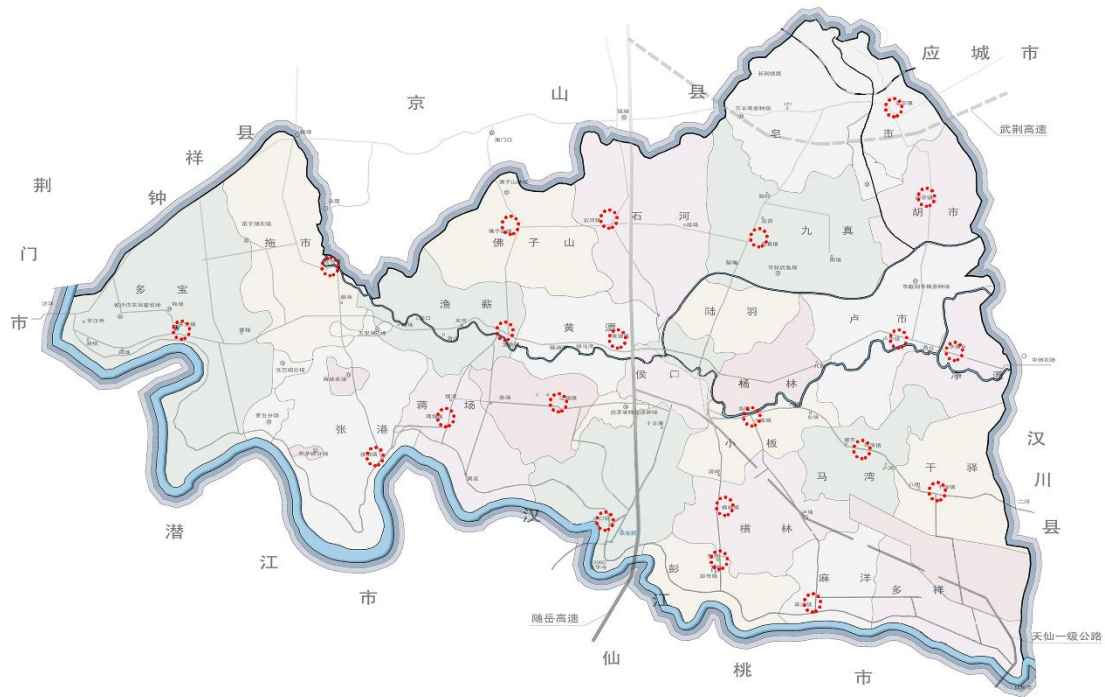


图 6-4 天门市“十四五”乡镇商贸服务中心布局图

（五）电商物流业

依托天门市电商产业园建设市级电子商务公共服务中心，在全市 26 个乡镇镇区各建 1 个电子商务综合服务站，在全市 528 个行政村中选择性建设 270 个村级电子商务综合服务站。完善电商配送体系，建设 3000 m² 以上公益性市级物流仓储分拣运营中心。在市、镇、村电子商务综合服务中心、站点基础上增设物流配送功能，融合建设市、镇、村三级物流网点，实现“一网多用”，健全电商网络销售渠道。引导、鼓励、支持企业通过电商平台销售产品，实现电商销

售全覆盖，着力扩大产品销售量。支持实体商业加快数字化、智能化改造和跨界融合，构建“5G+”消费生态。引导实体零售企业搭建电商平台，提供“体验店”、“预售+自提”、“社区团购”等服务，发展各类“云消费”，促进实体商业“线上+线下”融合发展。

第七章 保障措施

一、规划实施管理

（一）加强规划衔接

对商业网点规划指导实施，协同推进商业网点的存量优化和新增建设项目工作。商业网点规划应与天门市国土空间规划体系、国民经济发展规划衔接，需结合商业规划，充分考虑商业网点的发展需求，保障商业设施建设空间。结合商业网点规划和重点项目库，制定年度实施计划，提出发展目标、指标、项目和措施，确保商业空间建设有序推进。

（二）加强政府组织领导

成立商业网点建设领导小组，统一领导和协调商业网点建设有关工作，协调解决有关重大问题和重大事项；领导小组办公室设在市商务局，具体负责研究落实商业网点建设的日常工作。推动上下联动，各县（市）区要高度重视，成立对应工作机构，制定具体政策措施，加快推进工作开展。

（三）强化商业建设管理

项目开发建设时，相关商业设施用地、建筑等指标需严格按照公共服务设施配套标准及规划导则要求配建，对其用地或建筑实行预留或保留的，未经批准不得擅自改做他用。

新建或改扩建 3000 平方米及以上的大中型商业设施项目应征求商务主管部门意见，由商务主管部门依据商业网点规划进行合规审查，必要时可会同相关职能部门组织召开听证会，对其设立的可行性进行论证。

二、权益保障制度

（一）优化营商环境

完善知识产权、品牌专利和消费者权益保护制度，为企业提供舒适的营商环境，为消费者提供放心的消费环境。对存量商业设施的改造和运营放宽标准。建议涉及既有建筑的改造时，以消防、市政等方面以明显改善现状为标准，降低验收要求；在保障公共安全情况下，放宽对临街店铺装潢装修和户外营销活动限制，取消不必要的店内装修改造审批程序的要求；放宽户外活动、店外经营限制。

（二）优化平台建设

围绕规划发展目标和主要任务，谋划布局和实施一批重大载体平台项目建设工程。对纳入总规划的重大工程项目，通过下放、集中审批和管理权限，提高商业建设和经营审批效率，降低商业企业成本，激发市场活力、调动市场积极性，优先保障规划选址、土地供应和融资安排。加大招商引资力度。将重点商业网点项目纳入主要招商引资范畴，鼓励各类

资金进入商贸领域。完善招商引资优惠政策，根据投资规模、税收贡献等给予配套的优惠及奖励。

三、项目支撑保障

（一）鼓励商业聚集区引入运营主体

提高运营水平，鼓励在商圈或商业街层面建立由政府部门、运营企业、商户、属地居民和设计师组成的联合管理运营机制，提升运营水平。

（二）合理引导“户外经济”

建议由市政府公布允许设置临时外摆摊点的生活性街道名录；允许具备外摆条件，且有统一运营管理的特色街区、商业体外广场和开放式公园，可申请临时外摆摊点。特殊时期城市管理执法部门要坚持柔性执法，在不影响行人的情况下，允许在居民居住集中区开辟临时摊点摊区，允许流动商贩在一定时间和区域经营。

（三）加快专业人才培养

制定专业人才优厚待遇政策，设立商贸流通业人才发展专项资金，在住房、医疗、教育等方面，强化人才奖励与保障制度，培养和引进商贸流通领域人才。积极鼓励院校与企业合作建立人才实训基地，支持各类教育培训机构开展技能

型人才再培训，提高住宿餐饮业、商贸物流业从业人员的整体素质。

（四）增强技术创新能力

加快建立推进电子商务发展的工作机制，围绕电子认证、网络购物、网上交易和支付服务等主题，推进物联网、展贸技术、云计算等现代信息技术的运用，鼓励商业企业建立和完善企业供应链管理系统。