

# 目 录

## 西藏自治区“十三五”时期商务发展规划

<b>第一章 “十三五”时期西藏自治区商务发展基础.....</b>	<b>1</b>
一、内外需统筹兼顾，招商引资跨越发展，商务促增长贡献全面凸显....	2
二、保供储备日臻完善，社区商业稳步发展，商务惠民生能力有效增强....	5
三、市场建设步伐加快，流通网络初具规模，商务建体系工作卓有成效....	6
<b>第二章 “十三五”时期西藏自治区商务发展形势.....</b>	<b>10</b>
一、国际发展形势.....	11
二、国内发展形势.....	11
三、西藏自治区发展形势.....	12
四、商务系统自身发展形势.....	13
<b>第三章 “十三五”时期西藏自治区商务发展战略.....</b>	<b>15</b>
一、指导思想.....	15
二、发展理念.....	16
三、发展战略.....	17
<b>第四章 “十三五”时期西藏自治区商务发展目标.....</b>	<b>18</b>
<b>第五章 “十三五”时期西藏自治区商务发展重点.....</b>	<b>20</b>
一、以内外贸协同发展的手段，巩固商务体系促进经济增长的贡献....	20
二、以便民、利民、惠民为宗旨，全面增强商务体系保障民生的职能	25
三、以市场体系建设为重点，强化商务体系支撑经济社会发展的作用	28
<b>第六章 “十三五”时期西藏自治区商务重点项目.....</b>	<b>33</b>
<b>第七章 “十三五”时期西藏自治区商务保障措施.....</b>	<b>34</b>
一、理顺体制机制.....	34
二、加强行业监管.....	35
三、完善产业配套.....	35
四、加大扶持力度.....	36
五、培养专业人才.....	36

## 西藏自治区“十三五”时期商务发展规划 规划专题

专题 1“十二五”时期商务发展贡献测算专题.....	37
专题 2“十三五”时期商务发展目标测算专题.....	45
专题 3“十三五”时期商务发展空间布局专题.....	51
专题 4“十三五”时期物流配送体系规划专题.....	60
专题 5“十三五”时期保供储备体系规划专题.....	68
专题 6“十三五”时期电子商务发展规划专题.....	74
专题 7“十三五”时期社区便民服务规划专题.....	81
专题 8“十三五”时期供销合作社发展规划专题.....	89
专题 9“十三五”时期口岸设施建设规划专题.....	98
专题 10“十三五”时期外贸转型升级示范基地规划专题.....	111
专题 11“十三五”时期对外经济合作规划专题.....	116
专题 12“十三五”时期定向招商引资规划专题.....	122
专题 13“十三五”时期会展经济发展规划专题.....	127
专题 14“十三五”时期大中型零售网点规划专题.....	136
专题 15“十三五”时期商业街（区）规划专题.....	152
专题 16“十三五”时期专业市场体系规划专题.....	162
专题 17“十三五”时期加油站网点建设规划专题.....	169
专题 18“十三五”时期盐务发展规划专题.....	174
西藏自治区“十三五”时期商务发展规划 名词汇编.....	178

# 西藏自治区

## “十三五”时期商务发展规划

“十三五”时期，是西藏自治区确保全面建成小康社会的宏伟目标胜利实现、确保全面深化改革在重点领域和关键环节取得显著成效、确保转变经济发展方式取得实质进展的决定性时期，也是深入贯彻落实党的十八届五中全会、中央民族工作会议以及中央第六次西藏工作座谈会精神，推进西藏自治区商务工作大发展的关键性时期。

“十三五”时期，为应对经济发展新常态，推进供给侧结构性改革，中央确立了“创新、协调、绿色、开放、共享”五大全新发展理念，发改委制定了“十大战略”、“十大制度”、“十大计划”、“十大工程”和“十大行动”以支撑“十三五”时期发展目标的实现。商务工作衔接生产和消费、沟通城市和农村、联系国内和国际，承载着供需联动、创新发展、绿色流通、普遍服务的历史使命，亟待发挥“经济转型发展新引擎、资源优化配置新动力、大众创业就业新平台、生态文明建设新领域、传播先进文化新载体”的主体功能。

本规划是西藏自治区国民经济和社会发展“十三五”规划的专项规划之一，旨在宏观指导和调控“十三五”时期西藏自治区商务发展，通过明确商务领域发展的预期目标、总体思路、重点任务和保障措施，推进全区商务工作在新时期实现跨越式发展，进而为带动和促进全区经济社会进一步健康发展提供重要的指导性意见。

### 第一章 “十三五”时期西藏自治区商务发展基础

“十二五”时期，是西藏自治区商务发展史上极不平凡的五年。在自治区党委、自治区政府的正确领导下，在中央和对口援藏省市的无私帮助下，全区商务系统紧紧围绕“扩消费、促增长、惠民生、调结构、保稳定”的国民经济和社会发展主题，抢抓历史机遇，面向国际国内两个市场、两种资源，积极促进内外贸统筹发展，在促增长、惠民生、建体系三条战线上取得了一系列重大成就，为“十三五”时期西藏自治区商务发展奠定了坚实的基础。

## 一、内外需统筹兼顾，招商引资跨越发展，商务促增长贡献全面凸显

“十二五”期间，西藏自治区紧紧抓住西部大开发、“一带一路”、面向南亚开放的重要通道、环喜马拉雅经济合作带等国家战略的重大发展机遇，通过实施一系列政策措施，着力扩大居民消费、拉动对外贸易、促进经贸合作、强化招商引资，凸显商务工作在驱动消费、投资、外需“三驾马车”，拉动经济持续快速增长方面的重要作用。

### 1、商业网点合理布局，节事活动日益丰富，城乡消费市场供需两旺

**商贸流通规模不断扩大，城乡消费齐头并进。**“十二五”期间，西藏自治区社会消费品零售总额从 192.40 亿元增长至 408.49 亿元，年均增长 17.13%，增速在全国各省区市中排名第一；社会消费品零售总额累计实现 1610.61 亿元，较“十一五”时期增长 1.4 倍，消费需求加速扩张的趋势凸显。消费率保持在 65%左右，消费拉动经济增长的能力稳步增强。城镇消费增至 336.35 亿元，乡村消费增至 72.14 亿元，城乡消费持续、稳定、快速增长。

**大中型零售网点集聚布局，快速扩张。**“十二五”时期，西藏自治区大中型零售网点数量快速扩张，业态相对齐备，截至 2015 年末，营业面积 500 平方米以上的大中型零售网点达到 102 个，其中，营业面积超过 2000 平方米的大型零售网点达到 37 个；全区共拥有连锁店和超市超过 3700 家，较“十一五”末增加了 1300 多家。各类大中型零售网点为西藏自治区消费品提供了高效的流转渠道，在便利居民生活，营造市场氛围方面发挥了重要作用。

**商业街区改造和建设力度进一步增强。**截至 2015 年，西藏自治区共建成商业街（区）72 条，覆盖旅游商品、酒吧餐饮、服装服饰、家居建材、电子通讯、汽配汽修等业种类别，主要分布在旅游接待量较大的拉萨、日喀则和林芝。“十二五”时期，商业街区数量有所增加，环境不断改善，在专业性、辐射力和主题凝练等方面都取得不同程度的进步。

**节事、促销活动有效促进市场繁荣。**“十二五”期间，西藏自治区各地市精心策划了拉萨“雪顿节”、日喀则“珠峰文化节”、山南“雅砻文化节”等各类节事活动，并配套举办了一系列消费节、展销会、物交会。各类节事活动和促销活动起到了丰富产品市场，吸引居民消费，打造消费热点的作用，有效促进了市场繁荣、购销两旺，实现了经济效益、社会效益“双丰收”。

“万村千乡市场工程”继续开展，农牧区消费环境有效改善。“十二五”期间，西藏自治区初步建立起以县城店为龙头、乡镇店为骨干、村级店为基础的农牧区现代流通网络体系，初步建成了包含 113 个配送中心、205 个乡镇商贸中心以及 8202 个农家店（其中，县级 401 个，乡级 869 个，村级 6932 个）的农牧区流通网络，使得商品配送中心覆盖率达到 100%，乡镇商贸中心覆盖率达到 30%，农家店县、乡、村覆盖率全部达到 100%，农牧民消费环境大幅度改善。

## 2、对外经贸扩容升级，口岸建设顺利推进，外需经济拉动显著增强

对外贸易规模实现突破，外贸发展方式加快转变。“十二五”期间，西藏自治区外贸累计实现进出口总额 702.94 亿元，是“十一五”时期的 3.7 倍。伴随着外贸发展方式不断转变，进出口商品附加值不断提高，外贸主体蓬勃发展。“十二五”时期，进出口过亿美元的企业从无到有，最高达到 8 家，有进出口业绩的企业数量峰值超过 100 家（2014 年），已形成国有企业、集体企业、民营企业平等竞争、协调发展的对外贸易新格局。

口岸设施建设取得实效，口岸通关能力显著增强。在国务院“加快边境口岸的开放和建设，加快连接南亚地区陆路大通道建设，积极促进与南亚区域贸易的发展”和中央第五次西藏工作座谈会关于“支持南亚贸易陆路大通道建设，开展吉隆口岸跨境经济合作区前期工作”的战略部署下，西藏自治区坚持“一千线、两基地、三出口”的南亚贸易陆路大通道战略框架，提出了“重点建设吉隆口岸，稳步提升樟木口岸，积极恢复亚东口岸，加快发展普兰口岸和日屋口岸”的口岸发展思路。“十二五”时期，以推动“大通关”建设为突破口，以依法把关、监管有效、方便进出、优质服务为出发点和落脚点，西藏自治区口岸设施建设投入稳步增长，口岸通关能力显著增强。“十二五”时期，全区以吉隆口岸联检楼及国门、樟木口岸检验检疫综合实验楼、拉萨航空口岸联检楼等 14 个一类口岸基础设施建设项目为标的，共计落实口岸设施建设投资 25140 万元。以口岸基础设施为依托，“十二五”期间，口岸通关能力峰值取得全面突破：口岸货运量达到 17.74 万吨（2013 年），口岸出入境人员达到 164.07 万人次（2013 年），出入境运输工具达到 42490 辆（架次）（2013 年），口岸进出口货值达到 130.25 亿元人民币（2014 年），占当年进出口总额的比重高达 94.04%。

边贸市场建设力度加大，边民互市贸易持续繁荣。“十二五”时期，西藏自治

区共落实 11 个边贸市场项目建设，投资合计 3660 万元。边贸市场的建设改善了边民互市贸易条件，促进了互市贸易发展繁荣。2015 年，全区边民互市贸易额达到 10.4 亿元，较“十一五”末增长 131.14%，对活跃边境地区市场，实现兴边富民目标发挥了积极作用。同时，经过多年发展，互市贸易结构也有所优化，正逐步由以虫草、羊毛等资源型产品为主转变为以啤酒、矿泉水等加工型产品为主。

**对外经济合作稳步推进，总量规模和投资领域不断拓展。**“十二五”时期，西藏自治区境外投资企业由“十一五”末期的 4 家增加至 22 家，对外投资实际金额超过 1000 万美元的企业达到 6 家，对外投资总额由“十一五”末期的 0.11 亿美元增加至 2.85 亿美元。对外投资总量规模不断扩大的同时，西藏自治区对外投资领域不断拓展，投资领域由传统的饮料、啤酒、矿泉水、食品、矿产勘探等扩展到住房建设、投资咨询、航空运输等。另外，“十二五”期间，全区共实施国际经济合作项目 36 个（涉及教育、交通、水利、扶贫开发等多个领域），实现项目金额 15.87 亿元。

### **3、招商模式不断创新，引资平台作用凸显，产业投资活力稳步提升**

**招商引资开创新局面，规模和质量不断提升。**“十二五”时期，西藏自治区加大了招商引资载体和平台的建设力度，各经济（技术）开发区、工业园区、会展平台均得到不同程度的发展，招商引资也经历了从“引资”到“选资”、从“数量招商”向“质量招商”的转变，招商引资工作在促进全区经济和社会快速发展中的作用日益突出。“十二五”期间，审批引进外商投资企业 32 家，累计实际利用外资 63821 万美元，是“十一五”时期的 4.4 倍；外资投资领域涉及有色金属冶炼及延压、旅游接待、食品加工、批发零售、融资租赁、建筑安装、医疗保健、商务服务、羊毛加工销售等多个行业；外资来源地扩展到香港、尼泊尔、英属维尔京群岛、开曼群岛、丹麦、加拿大、澳大利亚、台湾等国家和地区。

**招商引资载体建设步伐加快，产业集聚区作用凸显。**“十二五”时期，西藏自治区不断加大各地市产业园区的建设力度，园区基础设施得到进一步完善，发展规模得到进一步扩展，已成为招商引资的重要载体。“十二五”期间，拉萨经济技术开发区（国家级）依托西藏优势农畜产品资源，重点发展以藏医药、食品加工、环保科技等为代表的特色产业及以南亚为目标市场的出口加工产业，累计注册企业 2173 家，注册资金达 498.03 亿元；西藏文化旅游创意园被评为“国家级文化

产业示范（试验）园”，已签订正式开发协议项目 11 个，总投资 27.96 亿元。

**会展平台作用充分发挥，招商引资主动性显著提升。**“十二五”期间，西藏自治区先后组织各地市招商部门、产业园区和招商项目主体，参加了“西洽会”、“渝洽会”、“青洽会”、“厦交会”、“西博会”等国内外知名的大型投资洽谈会，并在内地许多省市举办大型自主招商活动，宣传推介西藏自治区的优势特色产业项目。2015 年，全区累计组织 78 家企业参加了尼泊尔第四届国际贸易博览会、第 117 届中国进出口商品交易会等 7 个国内外重要展会，现场销售产品 125.4 万元，签订产品销售协议 5000 万元，出口成交 2005.62 万美元。“走出去”招商顺利开展的同时，西藏自治区“引进来”招商工作也实现突破。

**招商引资模式不断创新，援藏招商工作成效初显。**“十二五”时期，西藏自治区充分发挥对口援藏的政策优势，积极开展援藏招商工作。如拉萨市与江苏省通力合作，探索“苏拉”经济合作招商新模式，将招商重点放在拉萨具有资源优势的太阳能光伏、藏药、藏毯及牦牛加工等产业上，取得了良好效果。

**统筹利用对外援助和国际援助，促进沿边对外开放。**2014 年，西藏自治区与商务部签署《关于合作加强对尼泊尔沿边援外工作备忘录》，成为国内唯一以受托管理方式负责组织实施援外项目的省份。在商务部支持下，“十二五”时期，共计组织实施各类援外项目近 10 个，总投资规模约 4.3 亿元人民币。同时，继续争取利用国际援助，实施受援项目 10 个，总金额约 388 万美元，涉及教育、卫生、交通、水利、扶贫等领域。通过统筹利用双向援助资金，西藏自治区弥补了发展资金不足，积累了对外合作经验，推动了沿边对外开放。

## **二、保供储备日臻完善，社区商业稳步发展，商务惠民生能力有效增强**

“十二五”时期，西藏自治区紧扣“保障民生、改善民生”的发展主题，大力规范市场秩序，探索市场保供稳价长效机制，完善社区商业体系，商务工作在“保民生、促发展”方面的作用日益突出。

### **1、商务执法全面加强，市场秩序规范化进展顺利**

“十二五”时期，西藏自治区商务执法工作持续推进，市场秩序得到进一步整饬。第一，“双打”工作成效显著。“十二五”期间，打击侵权假冒办公室积极把握“维护群众利益、推动社会进步、实现跨越发展”总基调，全面加强组织协调，健全完善机制，扎实开展了打击侵权假冒的多项专项整治工作。第二，商务执法全

面加强。全区每地市投入 100 万元，健全了“12312”商务举报投诉服务体系，初步建立了覆盖全区各地级市的“市场监管公共服务体系”，为商务执法工作提供了重要支撑。第三，诚信宣传全面展开。积极开展商务诚信宣传，倡导诚信经营，进一步增强了社会诚实守信意识。第四，市场秩序持续规范。先后着力开展了打破地区封锁、规范零供关系、规范盐业市场、药品流通整治以及严厉打击私屠滥宰等多项规范市场秩序的专项工作，市场秩序规范化建设取得全面进展。

### **2、保供储备日臻完善，市场应急调控力全面增强**

“十二五”时期，西藏自治区通过多种手段完善应急调控和保障供应体系，商品储备结构日趋合理，储备基础设施覆盖范围不断扩大。第一，及时修订了自治区级生活必需品储备管理办法，完善了自治区级商品储备；第二，全区重点建设了 11 处自治区级重要商品储备设施，覆盖所有 7 个地市，初步形成了国家和自治区两级生活必需品储备体系；第三，全区应急商品数据库增加了 12 家监测企业，进一步完善了市场监测预警体系，监测范围覆盖了 17 大类 53 个重要品种；第四，积极争取国家储备冻猪肉、牛肉、羊肉在我区的储备量，进一步丰富了储备品种，扩大了储备数量；第五，先后 4 次实施了平价肉市场投放，平抑肉价异常波动，保障市场稳定供应。

### **3、社区商业稳步发展，居民消费便利性大幅提高**

“十二五”时期，西藏自治区积极发展社区商业体系，取得突出成就。第一，大力推进社区农贸市场建设，实现了对全区 74 个县（区）大中型社区的全覆盖；第二，积极推进“双进”工程，以地市为单位组织实施了近百个社区连锁店的新建和改造任务，基本满足了各地市中心城区主要社区的购物需求；第三，依托国家早餐、再生资源、家政三类扶持资金，大力推进社区专业服务体系的构建和覆盖，以打造“一刻钟便民商圈”为目标，全面推进社区便民五大体系建设，即社区连锁超市体系、直营肉菜店体系、早餐摊点或流动餐车体系、社区再生资源回收绿色网点体系以及社区家政服务点体系，确保了民生工作落实到位。

## **三、市场建设步伐加快，流通网络初具规模，商务建体系工作卓有成效**

“十二五”时期，西藏自治区城乡市场体系与流通网络建设同步推进，为强化对内商品集散、扩大对外市场辐射，打通城乡市场、对接南亚市场，提升流通效率、促进普遍服务、推进流通现代化提供了重要的体系支撑。

### **1、专业市场体系初具规模，农畜流通设施得以完善**

截至2015年，西藏自治区已建成并投入运营的专业市场达到72个，已形成包括农副产品、工业消费品、各种生产资料、再生资源在内的门类齐全的专业市场体系，并且涌现了一批集散全区、辐射全国的重点专业市场。“十二五”时期，在中央和自治区专项资金的支持下，全区累计投资17080万元，重点完成63个农畜产品流通设施的建设和改造，以有效引导农牧业生产，促进农牧民增收。

### **2、供销合作体系建设正式起步，“新网工程”加速推进**

“十二五”时期，西藏自治区供销合作体系（“新网工程”）建设实现了从无到有的正式起步。各地市先后设立了供销合作社，加速推进“新网工程”建设进程，引导供销合作社组织和网点的恢复建设；整合中央财政补助资金，支持供销合作体系建设（“新网工程”）项目29个，累计项目投资额4394万元，覆盖农副产品、再生资源、日用消费品、农业生产资料等市场领域，有效缓解了农牧区市场体系发展滞后的问题。

### **3、物流体系建设力度加大，物资集散效率不断提高**

“十二五”时期，拉日铁路和拉林高等级公路建成通车，青藏铁路、青藏公路以及5个机场正常运营，西藏自治区干线交通运输条件得到显著改善；区内省道相连、地市相通、县乡村道相接的公路交通网络初步形成，公路通车里程达到7.83万公里；初步形成了公、铁、空三位一体的交通运输体系。随着综合交通条件的持续改善，西藏自治区加大了物流网络体系的建设力度。青藏铁路那曲物流中心建成运营，拉萨和日喀则综合物流园区建设加快推进，辐射全区的分级物流网络体系初具规模。目前，全区共有具备储运功能的货运站场8处；物流经营企业176家，其中商贸物流企业128家，第三方物流企业43家，品牌快递企业20家；邮政普遍服务网点682个，基本覆盖全区所有乡镇；快递（非邮）经营网点174个，覆盖全区7个地市和15个县。2015年，共计完成货运总量2478.19万吨。

### **4、现代流通体系加速发展，电子商务发展方兴未艾**

“十二五”时期，西藏自治区连锁商业体系快速推广，连锁经营范围从日用消费品、餐饮服务拓展到农资农机、农副产品、医药、图书等多个领域，有力推动了全区传统商业业态的转型升级。同时，西藏自治区大力发展电子商务这一新兴

流通方式，在建设电子商务平台、推动交易方式升级、带动特色主导产业发展、完善快递物流体系方面取得了长足进步：一是陆续建成一批第三方电子商务平台，如拉萨旅游网、西藏购物网、西藏农牧信息网、西藏特色产品电子商务平台等，积极推广本地品牌；二是积极利用具有广域辐射力的全国性电子商务平台，创新服务方式、提升购销效率，如西藏七芝堂实业有限公司获得了京东商城西藏馆线上运营权，形成了线上结合线下的立体高原特色农牧产品销售平台；三是鼓励拉萨市百货大楼、百益超市等传统流通企业积极转变固有发展模式，将传统渠道的触角向网络购物延伸；四是大力推动 5100 西藏冰川矿泉水、西藏金哈达羊绒等生产企业率先利用电子商务开拓市场，带动特色主导产业快速发展；五是加快以管理信息系统（MIS）、时点销售系统（POS）和电子订货系统（EOS）为代表的现代信息通讯技术在连锁零售企业中的普及应用，促进了商务流程改造和业态升级。截至 2015 年，全区电子商务企业达到 60 家，已实现全区 100 多种特色产品的线上推广。

### **5、再生资源市场体系逐步建立，绿色商务成效显著**

“十二五”时期，在中央和西藏自治区各项政策、资金支持下，西藏自治区再生资源回收利用体系建设取得长足发展，覆盖各地市的再生资源回收网络初步形成。截至 2015 年，西藏自治区已拥有报废汽车回收拆解企业 14 家；建成并投入运行 1 个再生资源集散交易市场和 2 个再生资源分拣中转中心，并对 60 个社区回收站点进行了标准化改造和提升，基本形成了以集散交易市场和分拣中心为核心，初级加工利用为目的，点面结合、“三位一体”的再生资源回收利用体系，商务绿色化、循环化发展成效显著。

经过“十二五”时期的投资和建设，西藏自治区初步奠定了商务事业良性发展的基本格局；但进入“十三五”时期，随着全面建成小康社会进入攻坚期，宏观经济运行全面进入新常态，供给侧结构性改革深入推进，作为衔接生产与消费、城市与农牧区、内地与南亚市场的重要经济纽带，西藏自治区商务体系在全面贯彻“五大发展理念”，推进流通领域供给侧结构性改革方面还存在一些亟需补偿的发展短板和亟需破解的发展难题。

**1、商务总体发展水平偏低。**西藏自治区产销体系满足需求、锁定消费的能力相对薄弱，全区消费市场的被辐射属性仍在延续，导致经济增长的消费需求动

力严重外流；流通基础设施不仅发展滞后，而且增速缓慢，不仅低于全行业固定资产投资增速，而且低于地区生产总值增速，流通设施的短板效应日趋显现；城乡市场体系建设差距进一步拉大，农牧区市场的普遍服务和保障供应能力亟需补偿；消费价格指数波动依然剧烈，其中食品价格波动构成主要动因，保障食品稳定供应仍是重中之重；流通领域的就业吸纳率远低于全国平均水平，流通产业在就业吸纳和产业扩容方面仍有潜可挖。

**2、物流基础设施相对薄弱。**由于发展基础、地理条件和投入资源等因素制约，西藏自治区在物流通道建设方面严重滞后，路网密度仅有全国平均水平的6%，且道路等级低，燃料价格高，单向运输比重大，物流成本居高不下；在物流园区、物流中心、配送中心等物流设施建设方面欠账过多，无法胜任支撑物流业跨越式发展的战略部署；加之分级物流节点覆盖有限，物流体系信息建设滞后，物流企业集约化程度低，国际物流通道不畅通等问题的复合作用，严重制约了西藏自治区内部的物流集散以及与内地市场和南亚市场的物资交换。

**3、专业市场集散能力有限。**一方面，现有专业市场绝大多数集中分布在各地市中心城区，有悖于大宗商品市场的空间布局原则，亟需搬迁整合，充分发挥市场的集聚辐射效应；另一方面，现有专业市场以农副产品、生产资料和工业消费品的集散交易为主，依托本地特色主导产业形成的产地型专业市场较少，对本地产业的支撑效应较差。另外，专业市场体系与物流基础设施之间缺乏协调与配合，也影响了大宗商品和重要物资在自治区范围内的高效集散。

**4、保供储备体系尚需完善。**西藏自治区现有的生活必需品储备仍以地市级为主，县级储备仍相对空白；尚未建立具备各市（地区）特色、更能反映居民消费特征的地市级生活必需品储备体系；同时，现有的生活必需品储备体系存在“重存储，轻流转”的不平衡发展；另外，受制于储备体系的设施规模和技术水平，现有储备体系的储备品种还无法拓展新鲜果蔬、藏畜活体等商品类别，无法适应城乡居民膳食结构升级的需求。

**5、城市零售商业有待升级。**“十三五”时期，西藏自治区各地市商业中心将经历由单中心向心发展向单中心离心扩散过渡的空间布局调整过程。在此过程中，各地市大中型零售网点业态结构偏低且布局过于集中，商业街区缺乏特色凝练和功能整合，商业综合体数量偏少且体验性不强等问题将逐步凸显。同时，社

区商业体系在空间布局便利性、业态配套必备性、社区覆盖全面性等方面也尚未达到“便利消费进社区，便民服务进家庭”的“双进”目标。

**6、电子商务发展存在障碍。**作为全国范围内电子商务发展相对滞后的地区，西藏自治区网络基础设施发展相对滞后，信用环境相对薄弱，电子商务应用意识不强；电子商务起步较晚，缺乏龙头企业和电商平台支撑，发展的外源性特征显著；电子商务发展缺乏大型物流设施和商务载体支撑，导致电子商务运营成本偏高。

**7、供销体系发展基础薄弱。**西藏自治区供销合作社组织体系发展严重滞后，历史遗留问题亟待解决，社有企业经营形势严峻，社会化服务体系和流通网络体系几乎处于空白，对农牧区的流通支撑能力和对农牧业的生产服务能力均非常薄弱，亟需大规模构建基层组织体系、完善流通基础设施、提升综合服务能力。

**8、外贸升级缺乏载体支撑。**西藏自治区外贸规模扩容和结构升级主要依托于口岸建设和外贸转型升级示范基地的载体支撑。从目前情况看，西藏自治区口岸建设还存在空间布局不合理、基础设施不完备、口岸功能拓展不足、口岸通关效率偏低、口岸建设资金投入有限等问题；同时，外贸转型升级示范基地建设和外向型产业体系发展还处于起步阶段，外贸转型升级示范基地覆盖范围较小，结构单一，对外贸扩容升级支撑不足。

**9、外资外经仍处起步阶段。**整体而言，西藏自治区对外投资规模有限，投资领域和经营范围相对狭小，需要扩大与深入；对外经济技术合作几乎处于空白状态，亟待填补；招商引资缺乏产业分工、区域协同和统一规划，容易导致招商过程中的恶性竞争和项目落地过程中的重复建设。

**10、会展经济发展尚未成型。**西藏自治区会展经济仍处在起步阶段，政府主导特征显著，专业化水平偏低；市场主体发育不足，第三方会展服务体系尚未建立；展会品牌知名度有限，区域性品牌展会匮乏；地方性的节事活动和物交会数量众多，具有一定的地区性影响，但缺乏广域乃至国际影响力。

## 第二章 “十三五”时期西藏自治区商务发展形势

“十三五”时期是西藏自治区全面建设小康社会的关键时期，也是深入推进供

供给侧改革、全面扩大沿边开放、加快经济发展方式转变的攻坚时期。“十三五”时期，西藏自治区商务发展面临着复杂的国内外形势和行业发展趋势，既存在难得的发展机遇，也面临诸多风险挑战。

## 一、国际发展形势

世界经济复苏乏力，国际贸易形势复杂，各种形式的贸易保护继续升温，将对我区外贸规模扩张和结构优化构成持续影响。为应对一般贸易持续下行的压力，亟需借助口岸开放和边贸市场建设，大力发展边境贸易和边民互市贸易，提振外贸活力。

西藏自治区对外经贸往来对尼泊尔高度依赖，受尼泊尔“4.25”地震波及，中尼口岸基础设施和边贸通道遭受严重破坏，将在未来几年内影响自治区外贸发展和跨境经济合作。但“十三五”时期，尼泊尔灾后重建和部区合作框架下援助尼泊尔项目又为自治区发展援尼工程承包和劳务合作创造了契机。为此，“十三五”时期，西藏自治区将在《关于地震灾后重建援助项目规划的谅解备忘录》和《关于定向提供现汇援助的协议》指导下，尽快修复樟木、吉隆口岸，升级日屋、普兰口岸，增设陈塘、里孜口岸，全面推动中尼贸易通道和跨境经济合作区建设，并大力发展援尼工程承包和劳务合作。

作为世界人口最多的两个国家，值中印建交 65 周年之际，中国和印度在经贸合作方面将进入全新的发展阶段，进而对西藏自治区对印贸易扩容和经济合作升级带来全新的发展机遇。“十三五”时期，西藏自治区将全面升级亚东口岸的设施和通道，大力发展边贸市场，力争开辟中印贸易新的增长点和大通道。

## 二、国内发展形势

“十三五”时期，我国将进入全面建成小康社会的决胜阶段，经济长期向好基本面不会改变，商务领域发展前景广阔，大有可为。

“十三五”时期，我国经济发展进入新常态，经济体系向形态更高级、分工更复杂、结构更合理阶段演化的趋势凸显，经济发展对内需特别是消费内需扩大的依赖将有所增强。而西藏自治区消费内需存在“四低二高”（人口规模增速低、城市化率低、农牧区消费便利度低、消费结构层次低，消费率高、物价水平高）的特征，在扩大内需促增长、调结构方面机遇与挑战并存，亟需加快推进城镇化进程，普及社会化生活方式，吸纳商旅人士补充相对薄弱的消费力。

“十三五”时期，我国将深入推进供给侧结构性改革，为经济发展和结构调整增添新动能。商务系统作为衔接生产和消费的中间环节，将在供给侧改革过程中承载供需联动、创新发展、绿色流通、普遍服务的重大历史使命。一方面，要全面提升商务系统的生产服务属性，在物流节点、专业市场、产业园区、会展平台建设和发展方面有所作为；另一方面，要大力发展便利性（社区商业、农牧区商业）、保障性（公益性专业市场、重要商品储备和投放体系）流通，提升消费保障度和市场控制力，全面优化商品销售渠道（零售网点、商业街区、电子商务），发展体验性流通，创造消费热点，升级消费结构。

### 三、西藏自治区发展形势

中央第六次西藏工作座谈会全面回顾了新中国成立以来特别是中央第五次西藏工作座谈会以来的西藏工作，指出了“十三五”时期西藏工作面临的发展形势，确定了新时期西藏工作的目标要求和重大举措，对西藏经济社会发展和长治久安做出了战略部署，也相应明确了“十三五”时期西藏自治区商务工作的指导思想和发展方略。

“中央第六次西藏工作座谈会”着重指出要“依法治藏、富民兴藏、长期建藏、凝聚人心、夯实基础”，并强调做到“五个结合”，即把政府作用与市场作用、借助外力与激发内力、对内开放与对外开放、新型城镇化与新农村建设、开发建设与生态保护更好结合起来，为“十三五”时期西藏自治区的商务工作明确了指导思想。

“中央第六次西藏工作座谈会”提出要“延续财税优惠、增加中央投资、强化金融支持、加强对口支援”，为“十三五”时期商务工作的开展明确了政策依托；

“中央第六次西藏工作座谈会”强调“突出抓好特色产业、基础设施、生态环保三项重点”，明确了“十三五”时期商务领域项目和工程设计的主要方向。

总体而言，“中央第六次西藏工作座谈会”为内贸流通工作确立了发展重点，即民生保障型流通、富民利民型流通、绿色环保型流通；为开放经济工作明确了战略方向，即坚持双向开放、统筹内联外通、强化通道建设。

## 四、商务系统自身发展形势

“十三五”时期，西藏自治区商务系统将面临前所未有的经济、社会和技术变革，亟需准确把握各方面深刻变化带来的行业机遇和挑战，增强机遇意识、忧患意识和责任意识，强化底线思维，积极进取，开拓商务发展新局面。

### 1、“面向南亚”开放格局对内通外联经贸体系提出的建设要求

在“西部大开发”、“一带一路”、建设“面向南亚开放的重要通道”等国家战略推动下，西藏自治区将构建“日喀则-拉萨”进而“西藏-西部地区-东中部地区”的纵向区域经济发展轴，形成以西藏自治区为枢纽的“中国-南亚”经济互联互通体系。这一布局将对“十三五”时期西藏自治区分级物流网络和专业市场体系的建设提出新的发展要求。

在“孟中印缅经济走廊”和“环喜马拉雅经济合作带”两大区域经济战略推动下，西藏自治区将围绕横贯阿里、日喀则、山南、林芝四地市的横向区域经济发展轴，在“十三五”时期打造并不断优化由口岸、边贸市场、跨境经济合作区乃至自由贸易试验区构成的开放经济发展平台。

纵横两条商务发展轴的叠加效应，将全面促进西藏自治区口岸通关、边境贸易、会展经济、服务贸易、经济技术合作区等内外贸一体化设施的建设和运行，进而推动全区商务事业和商务管理工作跨上新的发展平台。

### 2、“新型城镇化”进程对城乡一体化市场体系提出的建设要求

西藏自治区多数城市中心城区处于向心发展阶段，商业布局呈现“单中心”格局。“十三五”时期，多数城市将逐步过渡到离心发展阶段，城市多中心趋向凸显，但多数城市商业中心空间拓展受到地形和交通限制。同时，现有商业中心往往居住功能显著（底商为主），沿街布局居多，功能定位不清，同质竞争严重，改造升级困难。因此，“十三五”时期，西藏自治区各地市中心城区商业布局应贯彻如下策略：商业中心空间布局应强调前瞻规划、分步实施、渐进培育；商业中心功能定位应推动多中心发展，强化片区功能分工，实现商圈差别定位；商业网点建设应突出“极化发展”，全面推动大型网点的体验化和中小型网点的便利化。

同时，西藏自治区地广人稀、交通设施发展相对滞后，流通成本居高不下，导致农牧区农业生产资料和生活日用品市场体系覆盖严重不足，主要生活物资市场保障能力亟需加强，特色农副产品产地收购体系和再生资源回收利用体系有待

完善。因此，“十三五”时期，西藏自治区县域（含农牧区）商业布局应贯彻如下策略：突出农村物流配送体系、农牧区综合市场和乡镇商贸中心建设三大重点，争取做到市和重点区县普及以物流中心为核心的流通节点，区县和重点乡镇普及以农贸市场为核心的农牧区综合市场，乡镇和重点村普及以农家店为核心的乡镇商贸中心。

另外，西藏自治区目前城乡一体化市场体系建设基础非常薄弱。农副产品“购、加、销”体系尚未建立；工业品（农资、日用品）网点体系和配送体系尚未健全；城乡一体化共同配送体系尚无法支撑电子商务的普及和发展。因此，“十三五”时期，西藏自治区在城乡一体化市场体系建设方面应贯彻如下策略：构建三级生活消费品储备体系，形成覆盖城乡的储备投放体系；依托城乡一体化共同配送体系，建设覆盖城乡的电子商务体系；依托三级再生资源回收利用网点，打造覆盖城乡的再生资源回收利用体系；立足“产地市场-集散市场-销地终端”，建设特色农副产品市场集散体系。

### 3、信息技术变革对全渠道流通体系提出的发展要求

世界范围内信息技术、互通互联设施和物联网的发展和普及，推动电子商务快速发展，并基于其“去中心化”的趋势，对传统商品流通渠道形成了显著冲击。西藏自治区范围内，以拉萨市为代表的中心城市，这一冲击趋势已然显现。以此为背景，“十三五”时期，西藏自治区商务领域将面临三个方面的工作任务：

一是亟需夯实电子商务和“互联网+”的发展基础。具体而言，目前自治区范围内的电子商务发展仍存在显著的“最后一公里”和“最前一公里”问题，电子商务平台的复合服务功能不足，城乡一体化共同配送体系尚未建成，商贸流通业的信息化改造也不充分。

二是亟需明确实体商业体系的应对策略。在电子商务冲击下，以拉萨市为代表的区域性中心城市应推动城市商业“多中心化”布局，深化商业中心功能化、特色化建设，提升大型商业设施服务化、体验化特征，完善社区商业的便利服务体系和城乡共同配送体系建设。

三是亟需用好各项优惠政策推动电子商务跨越式发展。一方面，争取国家电子商务示范城市、电子商务示范县、国家信息消费试点城市、国家智慧城市试点城市，推动各地市电子商务的创新发展；另一方面，建设区域性电子商务平台，

拓展电子商务平台功能，建设电子商务园区，为电子商务创新和创业奠定平台基础。

综上所述，“十三五”时期西藏自治区商务事业的发展形势，机遇与挑战并存。消费拉动经济增长的长效机制有待完善，专业市场和商品储备体系的涉及品类和覆盖范围有待拓展，沟通“中国-南亚”的口岸设施、物流网络、会展经济、电子商务、经济合作区建设有待升级，协同内贸、外贸、外资、外经的管理水平和服务效率有待提高。这都需要在“十三五”时期坚持以科学发展为主线，进一步深化改革、扩大开放、创新发展思路，在市场基础设施、物流基础设施、口岸配套设施、电子商务设施、商品储备设施等领域筹划重大建设项目，为西藏自治区商务事业发展提供坚实有效的支撑。

### 第三章 “十三五”时期西藏自治区商务发展战略

#### 一、指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜，以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，全面落实党的十八届五中全会、中央民族工作会议以及中央第六次西藏工作座谈会做出的战略部署，始终坚持“依法治藏、富民兴藏、长期建藏、凝聚人心、夯实基础”的指导思想，全面践行“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，以服务民生为重点，以改革开放为动力，以提高商务发展质量和效益为中心，顺应“十三五”时期新的商务发展形势，加大供给侧结构性改革力度，完善“商务强区”的体制机制，突出前瞻性、战略性和指导性，在内外两个市场中拓展商务发展空间，不断增强内外需对经济发展和社会进步的拉动力，努力提升开放经济和和谐社会的发展水平，为推进西藏自治区国民经济和社会又好又快发展奠定商务基础。

**1、依法治藏。**重点推进商务立法、市场监管和追溯体系建设，维护健康有序的市场秩序，塑造诚实守信的营商环境。

**2、富民兴藏、凝聚人心。**重点突出普遍服务、兴边富民、体系建设、保供稳价、便利消费等方面的能力建设，巩固商务工作促增长、惠民生的作用与贡献。

**3、长期建藏、夯实基础。**重点加大对城乡市场体系、口岸配套设施、物流节点网络、商业中心和大型商业设施、社区服务体系、再生资源回收利用体系等的建设力度，为经济持续发展、社会和谐稳定奠定体系基础。

## 二、发展理念

“十三五”时期，西藏自治区将在商务工作中全面践行五大发展理念。坚持创新发展，增强商务发展动能；坚持协调发展，优化商务发展格局；坚持绿色发展，提升持续发展能力；坚持开放发展，实现多方合作共赢；坚持共享发展，突出商务普惠民生。

**1、创新发展。**面向商务发展动力问题，把技术创新和模式创新作为引领商务发展的第一动力，把专业人才作为支撑商务发展的第一资源。加快传统商业转型升级，突出电子商务引领发展；走创新驱动的外贸发展道路，提高出口附加值；通过引进来和走出去相结合，加强对外经济合作，促进开放创新。

**2、协调发展。**面向商务发展的不平衡问题，包括城乡不平衡、区域不平衡、国际国内不平衡、商流物流不平衡、实体虚拟不平衡等，着力消除短板，促进平衡发展，全面提升开放型经济的质量和效益。着力协调内外需，构建城乡统筹、区域平衡、竞争有序的大市场；有序对接供需，促进特色主导产业培育和居民消费结构升级。

**3、绿色发展。**面向商务发展与自然和谐的问题，强调低碳流通和再生资源回收利用，推动商务事业可持续发展。倡导绿色消费方式，扩大绿色产品和服务供给；发展绿色流通，鼓励流通环节节能减排，打造绿色供应链；引导绿色贸易和投资，保护“美丽西藏”的和谐生态。

**4、开放发展。**面向商务发展内外联动的问题，突出开放型经济建设条件下面向南亚市场的互联互通、平衡发展和合作共赢。完善沿边开放，推进双向拓展，高效衔接南亚与内地市场，高起点推动跨境经济合作，实现资源高效配置、市场深度融合，围绕“面向南亚开放的重要通道”加速培育对外经济合作新优势。

**5、共享发展。**面向商务发展过程中的公平性和整体性问题，突出商务发展成果的共享和商贸流通服务的普及，强调商务工作惠民生的取向。充分发挥商务系统在吸纳就业、保障供应、稳定物价、便利消费等方面的传统优势，有效挖掘商务系统在保障消费安全、带动产业发展、实现精准扶贫等方面的新兴功能。

### 三、发展战略

综合考虑西藏自治区商务工作面临的机遇与挑战，“十三五”时期商务工作应重点实施以下六大发展战略，即内外区域协同、地市合理分工、城乡体系对接、边中资源承接、虚实优势互补、点面互促发展。

**1、内外区域协同。**“十三五”时期，西藏自治区应以加速开放作为全区商务发展的重要主题之一，积极构筑开放平台、扩大开放领域。为实现这一战略目标，西藏自治区应在“孟中印缅经济走廊”、“环喜马拉雅经济合作带”进而“面向南亚开放的重要通道”等区域经济战略推动下，强化陆路口岸、边贸市场的辐射带动作用，以“共享共用”为主要原则加强内地城市和边境口岸城市的区域协同发展，发挥拉日铁路的交通优势和全区各地市的产业优势，立足吉隆口岸跨境经济合作区及拓展区建设，探索发展西藏自由贸易试验区，推动全区外贸、外经做大做强。

**2、地市合理分工。**“十三五”时期，西藏自治区各地市应依托各自区位条件、优势资源和产业基础，发展独具特色、分工合理的商业设施和流通节点。具体而言，拉萨市作为中心城市将着重强化以中高端零售、综合服务以及各种配套商业服务（包括旅游商业配套、行政商业配套、商务商业配套、节事会展商业配套等）为主要功能的商业体系，并为物流、专业市场、电子商务、再生资源回收利用等分级流通体系提供顶层节点资源。其他各地市着力完成中心城区综合商业服务中心改造升级，积极发挥各自比较优势，开展差异化商务建设工作。

**3、城乡体系对接。**“十三五”时期，西藏自治区应抢抓国家供销合作总社综合改革的历史机遇，以“搞活流通、扩大消费”为主要目的，通过系统整合万村千乡农家店及配送中心、乡镇商贸中心、城市再生资源回收利用体系、农超对接、专业合作社等流通体系建设成果，全力推动“新网工程”建设，大力发展以乡镇商贸中心、农牧区综合市场、县级物流节点、再生资源回收利用体系为代表的城乡协同的市场体系，畅通工业品下乡和特色农畜产品进城渠道，构建城乡一体化的供销体系和流通网络。

**4、边中资源承接。**“十三五”时期，西藏自治区各地市商业发展应秉承城市空间拓展规律，逐步拉开城市整体框架，以“分工明确、协调互促”为主要原则，构建“多主题、多中心、多圈层”的城市商业发展架构。具体而言，在中心城区核

心圈层发展以大中型零售网点、特色商业街为载体的零售功能区，提升商业档次和城市形象；引导市场集散和物流配送功能向中心城区外围圈层转移，加速专业市场和物流节点的集群化、规模化、高级化发展，促进批发、零售、物流分拨、统一配送的有机融合，充分发挥商业网点体系对城市空间扩容和功能升级的支撑。

**5、虚实优势互补。**“十三五”时期，西藏自治区应在大力发展实体商业网点的同时，以虚拟化的电子商务为突破口，实现虚实商贸流通体系的优势互补、协同发展，从消费经济、特色经济、开放经济、信息经济多个层面推动西藏自治区经济实现跨越式发展。一方面，鼓励大型零售网点逐步向购物中心发展，提供集购物、休闲、餐饮等于一体的综合性服务，强调消费体验性；同时鼓励中小型零售网点更加深入社区，优化产品和服务的种类，强化消费便利性。另一方面，通过完善电子商务支撑体系、搭建电子商务平台、建设电子商务产业基地、开发农牧区电子商务网络等多种手段，打破实体商业网点的地域限制，带动特色产业发展、挖掘城乡消费潜力、创新服务民生方式。

**6、点面互促发展。**“十三五”时期，西藏自治区商务事业的发展依赖于重点项目和重点工程的推进。“十三五”时期商务发展重点项目的遴选应强调点面结合，互促发展。一方面，要把分级市场体系建设作为“十三五”时期商务工作的基础性工作，加大投资力度，补偿市场体系和流通渠道的发展欠账，实现城乡一体化流通网络的覆盖，重点建设分级物流体系、农牧区综合市场体系、城市专业市场体系、乡镇商贸中心体系、再生资源回收利用体系、城乡一体化共同配送体系等，全面推进商务发展的“面上”工作；另一方面，要把重点设施项目建设作为“十三五”时期商务工作的前瞻性工作，加大投资力度，重点建设综合物流园区、电子商务港（园区）、外贸转型升级示范基地、跨境经济合作区及扩展区等，切实完成商务发展的“重点”工作。

## 第四章 “十三五”时期西藏自治区商务发展目标

综合考虑西藏自治区商务事业发展基础、发展形势和战略导向，立足于商务经济与自治区国民经济与社会发展总体目标保持同步并适度超前的定位，特就

“十三五”时期西藏自治区商务事业发展目标设定如下：

**表 1 “十三五”时期西藏自治区商务发展目标一览表**

类别		指标	考核期	目标值	年均增幅
内 贸	批发零售	社会消费品零售总额（亿元）	2020	≥720	12%
	电子商务	网络零售额（亿元）	2020	≥90	—
	物流配送	货运总量（万吨）	2020	≥4000	8.5%
外 贸	对外贸易	进出口总额（亿元）	2020	110	15%
		边民互市贸易额（亿元）	2020	21	15%
	口岸建设	口岸货运量（万吨）	2020	13	20%
		口岸进出口货值（亿元）	2020	95	20%
外资	实际利用外资规模（亿美元）	2020	5.7	20%	
外经	累计对外工程承包和劳务合作金额（亿美元）	累计	14	—	

### 1、消费内需持续扩容

社会消费品零售总额保持持续较快增长，网络零售规模逐步扩大。“十三五”期间，西藏自治区社会消费品零售总额年均增长率达到 15%，至 2020 年，社会消费品零售总额超过 720 亿元，较“十二五”末期增加 75%以上；至 2020 年，全区网络零售额突破 90 亿元大关，占社会消费品零售总额的比重超过 12%，与“十二五”末期全国平均水平相当。

商贸物流业促进城乡消费、拉动特色产业发展的水平进一步提升。“十三五”期间，西藏自治区将重点推进包括物流园区、物流中心和配送节点在内的，覆盖城乡市场的物流网络体系建设，大力发展城乡一体化共同配送体系，力争到 2020 年，全区货运总量突破 4000 万吨大关，年均增长率达到 8.5%。

### 2、外贸规模和结构同步优化

受“4·25”尼泊尔地震影响，2015 年西藏自治区对外贸易规模出现了明显下滑。但“十三五”时期，西藏自治区将重点开展跨境经济合作区及扩展区、边贸市场和物流体系、自由贸易试验区以及外贸转型示范基地等项目建设，推动对外贸易恢复增长。到 2020 年，进出口总额将恢复到 110 亿元以上，年均增长 15%。出口商品结构进一步优化，实现由纺织品、鞋帽等初级制成品为主的出口商品结构向以高附加值产品为主导的出口结构的转变，特色农副产品和特色工业品等出口占比显著提高。随着边贸通道的拓展和边贸市场的改造升级，边民互市贸易将

延续“十二五”时期的高速增长，以 15% 的年均增速测算，到 2020 年，边民互市贸易额将达到 21 亿元。

### 3、口岸通关能力逐步恢复

“十三五”时期，西藏自治区将重点完成口岸的灾后重建和功能升级，西藏自治区的口岸数量、等级将全面拓展，通关效率将逐步恢复到灾前水平。到 2020 年，口岸货运量将突破 13 万吨，年均增长 20%；口岸进出口货值将达到 95 亿元，年均增长 20%，增速高于进出口总额增速，推动口岸进出口货值占进出口总额比重从 2015 年的 66.89% 升至 2020 年的 85%。

### 4、利用外资和对外经济合作跨越发展

“十三五”期间，以国家级经济技术开发区等产业园区为载体，西藏自治区将积极推进面向境外的招商引资和面向国内的产业承接，到 2020 年，实际利用外资额规模达到 5.7 亿美元，年均增幅达到 20%；以跨境经济合作区、自由贸易试验区和对外援助项目为依托，西藏自治区将全面探索对外工程承包和劳务合作，“十三五”时期累计实现对外经济合作金额 14 亿美元，较“十二五”时期增加 5 倍。

## 第五章 “十三五”时期西藏自治区商务发展重点

“十三五”时期，西藏自治区商务系统将面向形成商务管理新体制、塑造商务诚信新环境、迈进商务开放新步伐、提升商务发展新水平，着眼于推进商务领域供给侧结构性改革，着力于“扩消费、促增长；惠民生、保稳定；建体系，提档次”三方面重点工作，积极进取、开拓创新，推动商务工作的发展速度和建设质量进一步提升。

### 一、以内外贸协同发展手段，巩固商务体系促进经济增长的贡献

以提升消费需求、推动出口贸易规模扩张和结构升级，扩大引进区外资金为重点，力争实现“内贸领域消费内需持续扩张，外贸领域出口外需扩容升级，外资领域定向招商扩大投资来源，外经领域国际合作增强经济活力”，形成内外贸并举、多点支撑、多元带动的商务发展新格局，有效发挥商务对经济增长的促进作用。

#### 1、完善商业体系建设，培育消费热点，切实拉动城乡居民消费

经过“十二五”时期的调整转型和“十三五”时期的建设发展，西藏自治区各地

市将构建由广域商业中心、区域商业中心构成的两级城市商业中心体系，形成“中心带动、轴线拓展、层次分工”的中心城区商业空间布局和“便利性商业、体验性商业、辐射性商业”三位一体的市域商业空间布局，进一步推动城乡居民消费需求扩张。

**优化商业网点空间布局，促进消费结构扩容升级。**依据城市商业辐射人口的测算，以商业中心为载体，规划大中型商业网点的配置数量和空间布局。完善住宿餐饮网点建设，满足西藏自治区不断增长的旅游人口的住宿餐饮需求。推动商业中心提档升级，凝练特色主题商业定位，支撑国际消费中心城市打造。

**将商业街区建成西藏自治区商旅服务的主载体和都市商业的增长极。**“十三五”时期，综合运用新建、搬迁、改造、提升等手段，有序调整各地市商业街区空间布局，重点推进商业街区整合工程，加快重点特色商业街区的建设和发展。到2020年，逐步形成以重点特色商业街区为龙头，特色突出、功能齐全、布局合理、类型多样、层次分明的商业街区体系。

**发挥节事活动的消费促进作用，培育消费热点和消费增长点。**“十三五”时期，通过物交会、消费节、购物节、商品展销会等一系列节事活动和促销活动，激活西藏自治区消费市场，集聚商流客流。第一，强化区域性品牌节庆活动，进一步发挥雪顿节、雅砻文化节、珠峰文化节等节事活动丰富居民生活、促进居民消费的作用。第二，加大消费节、消费促进月、购物节、物交会等促消费活动的实施力度，提供质优价廉，丰富多样的产品，满足居民各类消费需求。第三，充分利用拉萨国际会展中心等优质会展场馆资源，围绕特色产品和民族文化积极谋划自主品牌展会，承办“南亚特色商品博览会”等高水平国际性展会，打造产品展示、品牌发布、贸易洽谈的平台，促进特色产品销售。

## **2、加强口岸与外向型基地建设，推动外贸外经做大做强**

“十三五”时期，西藏自治区将在“西部大开发”、“一带一路”、“面向南亚开放的重要通道”三大国家战略的推动下，通过口岸作业区建设、跨境经济合作区及扩展区建设、自由贸易试验区建设，实现资源的跨境流动和跨境合作，实现出口规模扩大和出口结构升级，提振外贸活力；借助外向型基地的培育，有效加大拉萨特色主导产业开放程度，提升出口商品附加价值；通过南亚商品城的建设，扩大商品进口，丰富产品资源，实现进出口的平衡发展。

**围绕口岸建设推动出口贸易增量提质。**“十三五时期”，遵循《国务院关于改

进口岸工作支持外贸发展的若干意见》(国发[2015]16号)要求,西藏自治区将加强口岸作业区(包括陆路口岸和航空口岸)建设,提升口岸的综合服务能力,为资源跨境流动和跨境合作创造设施条件。

第一,优化口岸开放节点布局。着力推进吉隆、普兰、拉萨航空口岸的设施升级和功能完善,积极促进樟木口岸的功能恢复和转型升级,切实加快里孜、陈塘、日屋口岸开放开发,全力推动亚东口岸恢复开放,形成以吉隆口岸、普兰口岸、拉萨航空口岸为重点,以樟木和里孜口岸为两翼,以陈塘、日屋口岸及亚东乃堆拉边贸通道为支点的“三重两翼多支点”口岸开放格局。

第二,完善口岸基础设施建设。针对各重点口岸的设施现状,加大口岸管理和服务设施投资力度,重点完善“一关两检”监管设施(包括口岸国门、联检设施、封闭隔离设施),形成标准化口岸设施体系,提高国家口岸形象和口岸运行规范性。

第三,加强边境贸易设施建设。依托各口岸和边境通道,加大边贸市场、物流加工中心、游客接待中心的配建力度,积极培育贸易主体,丰富贸易方式,开拓南亚市场,推动口岸贸易扩容升级。依托重点国际口岸建设口岸物流园区,提高口岸通关效率;依托口岸和边贸通道新建或改造提升边贸市场,巩固和扩大边境贸易规模;依托国际口岸建设游客接待中心,深化国际旅游合作,扩大旅游服务贸易规模;依托口岸和边贸通道举办边境物资交流会等多种形式的边民互市贸易活动,活跃边境贸易。

第四,依托吉隆口岸建设跨境经济合作区以及扩展区。充分发挥口岸的通关优势、拉日铁路的交通优势以及拉萨市和日喀则市的资源和技术优势,促进特色加工、旅游服务的跨境发展,增加出口产品附加值,推动西藏自治区出口贸易和对外经济做大做强。

第五,建立西藏自由贸易试验区。基于吉隆跨境经济合作区建设,前瞻性地启动以贸为主、贸工结合的西藏自由贸易试验区,推进贸易和投资的自由化,促进商品、服务、资本、技术、人员等生产要素在自治区和南亚诸国之间的自由流动,进而提升西藏自治区对外商贸物流能力,将西藏自治区打造成为连接南亚经济区和新丝绸之路的重要增长极。具体而言,西藏自由贸易试验区主要包括边境经济合作区(包含吉隆跨境经济合作区、冈底斯国际旅游合作区以及日喀则跨境经济合作拓展区)和拉萨核心功能区(包括拉萨空港跨境经济合作拓展区、拉萨

内陆港跨境经济合作拓展区以及柳梧中央商务区)。

第六，依托电子口岸建设工程，提升跨境电商通关效率。“十三五”时期，依托西藏自治区电子口岸建设工程，实现跨地区、跨部门、跨行业的对外贸易信息共享和联网核查，构筑新型、便捷的通关模式，创造低成本、高效率的通关服务环境，优化西藏自治区外贸出口的规模和结构。同时，依托西藏自治区航空口岸和“拉萨-日喀则”跨境经济合作区的建设和完善，循序渐进发展面向南亚市场的跨境电子商务，推动“国内优质产品走出去”和“南亚特色产品引进来”，将西藏自治区逐步打造成为我国跨境电子商务体系拓展南亚市场的基地和枢纽。

第七，建设外贸商品边境展示体验交易中心。充分发挥口岸和海外仓的区位优势，以“货运班列+跨境运输”为运输手段，以“O2M”为主要贸易形态，促进中尼贸易商务活动由东部沿海地区向口岸地区转移，推动贸易的便利化，将西藏自治区打造成为对南亚贸易的桥头堡。

**以外贸转型示范基地建设为重点，推动出口贸易转型升级。**充分发挥区位和资源优势，建设外贸转型升级示范基地。通过基地建设和运行推进特色农牧业、民族手工业、藏药材等特色主导产业发展，孵化龙头企业和重点品牌，提升出口产品附加价值和国际竞争力。同时，积极组织重点企业参与“汉诺威国际地毯博览会”、“广交会”、“尼泊尔国际贸易博览会”等国际性展会，面向国际市场推广西藏的民族特色产品和旅游文化形象，促进出口贸易扩容升级和外贸发展方式转变。

**以南亚商品商贸城为依托，扩大南亚商品进口，推动进出口贸易协调发展。**“十三五”时期，在柳梧新区建设南亚商品商贸城，设置南亚商品展销区、南亚文化旅游体验区，定期或常年举办“南亚商品博览会”，面向游客和本地居民销售南亚特色商品；扩大民族手工艺品，生活用品（如草垫子、毛毯、香水），特色食品（如咖啡、巧克力等），特色装饰品等南亚特色产品的进口，促进进出口贸易平衡增长；为区内外企业提供产品展示、品牌发布平台，将南亚商品商贸城打造成为西藏自治区外贸龙头企业的孵化器和集聚区；依托南亚商品商贸城，对境外游客购物加快实施“离境退税”政策，扩大旅游收入来源，增强城市旅游吸引力，推动拉萨市加快建设功能完备、服务优良、富有竞争力的国际消费中心城市。

**以援尼项目为契机，加快实施“走出去”战略。**“十三五”时期，着力加强对援尼项目的定向引导与质量监管，鼓励企业“走出去”，参与国际工程承包、劳务合

作和境外投资。

第一，加强援尼项目的定向引导与监督管理。根据商务部意见，明确以基础设施建设、尼泊尔北部灾后民生恢复、灾害防治能力建设、医疗卫生合作以及旅游业重振项目为援助的重点方向。加强对援外项目实施主体的资格管理，建立健全援外工程项目安全质量巡查制度，强化对援外企业和人员的培训和指导工作，力求提高援外项目工程质量。

第二，鼓励企业“走出去”，提高对外经济合作的规模与水平。积极争取商务部、财政部各类“走出去”专项扶持资金，通过实施中尼工业园、中尼国际产能合作、中尼能源互联网等项目，鼓励大型企业在资源开发、道路、交通、水利、电力、工程机械等领域“走出去”，支持西藏自治区优势企业扩大海外投资和开拓国际市场。

### **3、多渠道引进区外资金，加大项目建设力度，进一步夯实商务发展基础**

“十三五”时期，西藏自治区将进一步明确招商方向，突出差别化招商，完善开发区等招商引资载体建设，发挥会展活动在招商引资与对外交流中的平台作用，实现招商引资的新跨越。

**明确围绕特色主导产业发展的招商方向。**“十三五”时期，着力围绕特色农牧产品、旅游文化、特色工业、现代商贸服务业四大主导产业加大招商引资力度。

第一，大力推进特色农牧产品相关项目招商。围绕饮品、食品、药品等特色产业拳头产品，引进投资规模大、技术含量高、辐射带动强的大项目，完善产品深加工体系，提高农牧产品附加值，助力品牌做大做强。

第二，围绕打造国际旅游目的地的目标，加大文化旅游产业招商力度。着力推进西藏文化旅游创意园等文化园区建设和文化旅游产品开发。

第三，围绕高原特色生物及医药产业，民族手工业、建筑建材业等科技新兴产业加大招商力度，推动特色工业转型升级。

第四，突出现代服务业招商。积极拓展商贸物流、住宿餐饮、信息平台、电子商务等服务产业的招商渠道，强化招商引资向商贸基础设施的适度倾斜，以改造提升传统服务业，培育壮大新型服务业。

**明确各地市招商重点，突出差别化招商。**立足各地市产业基础和比较优势，采取针对性的招商引资，提高招商引资的实际效果。发挥产业园区的招商载体功能，推进招商引资项目落地。以拉萨经济技术开发区等产业园区为重点，加大纵

横交流与合作力度，横向促进西藏自治区范围内兄弟园区间合作，纵向推动西藏自治区与兄弟省市共建产业合作示范园区，使园区载体对招商引资规模扩大的贡献能力进一步增强。

第一，加强园区软硬件基础设施建设，提供良好招商引资环境。建立外来投资企业服务中心与投诉中心、外资审批一条龙服务体系、企业建设中的全方位服务体系和开工投产后的经常性服务体系。

第二，推进各园区转型升级，引导园区企业向集约化、绿色化、循环化方向发展，坚持供地量与投资额、产出效益、建设密度挂钩，提高土地投资强度，对技术含量高、经济效益好的项目优先保证用地。

**发挥市场主体作用，创新招商引资方式。**借助政府网站及时发布、更新招商信息；与中国招商合作网等网络平台合作，不断拓宽招商渠道；充分利用各类新闻媒体，多角度、多层次宣传报道西藏自治区招商政策、招商动态、招商成果、承接平台、投资服务等内容，全方位展示西藏招商引资的形象和潜力。主动融入川渝经济圈、陕甘青宁经济圈、大香格里拉经济圈等，面向四川、重庆、云南、青海等周边省市，强化在基础设施建设、产业发展、生态环保等方面的区域经济分工协作，做好区域内的定向招商引资和产业转移承接。充分发挥对口援藏的平台和桥梁作用，鼓励对口援藏的中央企业和地方龙头企业与西藏自治区本地企业开展合作交流，共同开展项目投资，探索“对口援藏、定向招商”的新模式。

**挖掘会展活动的招商平台作用和窗口功能。**“十三五”时期，进一步发挥会展业促进对外经贸交流，推广特色产业，引进吸纳外资的平台作用，推动西藏自治区充分利用国内、国外两种资源，提高产业竞争力和影响力。

第一，积极组织各地市招商部门、产业园区和招商项目主体，参加“西洽会”、“渝洽会”、“青洽会”、“厦交会”、“西博会”等国内知名的投资洽谈会，推介特色主导产业项目，实现定向招商引资

第二，进一步发挥“雪顿节”、“藏博会”等西藏自治区特色节事活动和品牌投资会展的招商平台作用，围绕特色主导产业，谋划主题投资洽谈会和项目推介会，促进技术交流、经济合作与项目招商。

## 二、以便民、利民、惠民为宗旨，全面增强商务体系保障民生的职能

“十三五”时期，西藏自治区将以社区便民服务体系建设作为商务“惠民生”的

重要着力点，以“便民、利民、为民”为宗旨，进一步加强社区便民服务的全面性、便利性和惠民性；以保障人民群众消费安全为前提，统筹市场供应和市场监管，保障市场繁荣与民生改善。

### **1、规范社区服务商圈与社区服务业态，强化社区服务便利性与全面性**

“十三五”时期，西藏自治区将主要依据交通距离和人口密度规划社区服务商圈，构建社区服务体系。各地市中心城区将全面普及“一刻钟便民商圈”建设，县城普及“半小时便民商圈”建设，县域乡镇普及乡镇商贸中心建设。面向市域范围内划分的便民商圈，配置“大型社区商贸中心”“中型社区商贸中心”“小型社区商贸中心”“乡镇商贸中心”四个层级的社区商贸中心，规范社区服务业态，为社区居民提供系统全面的便利服务。

### **2、突出“五大放心工程”，加强三大体系建设，强化社区服务惠民性**

“十三五”时期，西藏自治区将全面推进放心肉工程、放心菜工程、放心店工程、放心早餐工程和放心家政工程，为社区居民放心消费提供网点支撑。配合社区便民服务体系特别是社区商贸中心和乡镇商贸中心建设，西藏自治区将重点开展城乡一体化共同配送体系、再生资源回收利用体系、生活必需品储备体系“三大体系”建设。第一，以社区连锁便利店和乡镇农家店为末端共同配送点，针对城乡社区便民服务体系开展统一配送。第二，在现有标准化回收点的基础上，补充配建不足的再生资源回收利用基层网点，增设分拣中心（中转站），确保分拣中心覆盖所有区县。第三，以生活必需品储备体系为依托，面向社区农贸市场和便民肉菜店，加大储备商品投放节点的建设力度，形成覆盖县域所有乡镇的惠民销售点，形成包括肉类、鲜菜、瓜果和酥油等在内的生活必需品投放节点体系。

### **3、推进社区电子商务建设，创新居民便利服务方式**

以“互联网+”思维推动西藏自治区社区便民服务和电子商务的协同发展，依托社区商业网点体系建设，推进电子商务进社区工程，提供全天候、便利性服务，扩大内需、保障民生。通过电子商务拓展社区便利店（乡镇农家店）的商品品种和服务类别，通过社区便利店（乡镇农家店）拓展电子商务的配送终端，循序渐进地将家政服务、餐饮服务、旧货交易、再生资源回收、团购消费等特色服务纳入服务范围，全面便利居民生活消费。

#### 4、健全重要商品储备制度，提高保供稳价调控能力

“十三五”时期，西藏自治区将进一步提升应急调控和保障供应的能力，加强地市级储备设施建设，健全“国家-自治区-地市”三级政府储备与一定规模商业储备相结合，形成品种齐全、层次分明、分工合理、布局科学的生活必需品储备体系，提升市场应急调控能力，有效缓解农副产品生产和消费的季节矛盾，有效调控食品价格大幅波动的异常现象，为国民经济有序、健康发展提供市场保障。

第一，继续加大冷链仓储物流设施建设，特别是配合各地市特色农副产业发展加大冷链仓储物流设施的投资力度。“十三五”时期，建成覆盖全区各地市的冷链仓储物流设施，为储备商品向生鲜拓展以及肉类储备的规模扩容创造设施条件。

第二，依托逐步丰富的冷链仓储物流设施，逐步将储备商品类别从粮、油、肉、茶等领域拓展到鲜菜、瓜果等生鲜商品领域，并结合各地市果蔬生产能力，重点在产地区县建立果蔬冷链储运加工基地，形成果蔬产品的集中储备能力。

第三，加大对活体储备基地建设的政策扶持和资金支持，重点在各地市的主要牧业区县建设牛羊育肥基地，填补西藏自治区活体储备体系的空白；并积极培育集养殖、屠宰、加工、仓储、物流于一体的特色活体储备加工基地。

第四，在现有的惠民牛羊肉销售点的基础上，进一步拓展储备商品投放节点的建设力度。一方面形成覆盖各地市所有区县、所有乡镇的惠民销售点；另一方面拓展惠民销售点的商品类别，形成包括肉类、鲜菜、瓜果、酥油、茶叶等在内的生活必需品投放节点体系。

第五，建立和完善重要商品价格监测预警机制和应急调控预案，继续扩大监测体系覆盖的监测企业和监测品种；积极通过市场化手段引导流通企业参与商品储备，加强与周边省市储备体系和主产区的政府合作，进一步借助市场机制提升西藏自治区商品储备体系的应急保供和市场稳定能力。

#### 5、以强化市场监管为手段，维护市场健康有序发展

健全生活必需品、重要生产资料 and 重点流通企业监测体系，调整、优化监测样本结构，坚持市场监管和市场调控并重。规范市场秩序，开展商务诚信工作，探索和实施综合执法，切实履行好对流通领域的行业管理职能。

第一，在西藏自治区地市级“市场监管公共服务体系”基础上，增设区县级“市

场监管公共服务体系”，用好每区县 50 万元的建设资金，构建市县两级“市场监管公共服务体系”。

第二，启动“食安西藏”工程，全面推进肉菜追溯平台建设。在拉萨市深入开展食品特别是肉类蔬菜流通追溯体系建设工作试点的基础上，在各地市推进肉菜追溯体系建设，解决我区食品流通领域来源追溯难、去向查证难等问题，提高西藏自治区食品流通领域的质量安全保障能力。

第三，积极开展商务综合执法试点工作，继续推进打击侵权假冒专项整治行动，积极开展单用途预付卡管理、零供关系整治、零售促销规范等工作，切实打破地区封锁及垄断、强化药品流通以及商务领域食品安全管理，全面规范市场秩序。

### 三、以市场体系建设为重点，强化商务体系支撑经济社会发展的作用

“十三五”时期，西藏自治区将以搞活农牧区流通、扩大农牧区消费为目标，重构城乡一体化供销体系；构建“立足地市，辐射全区”的专业市场体系；以提升“中国-南亚”开放经济体系枢纽地位为出发点，构建西藏自治区分级物流节点体系和共同配送体系，大幅提升物流运作效率和市场辐射能力。

#### 1、发展供销合作体系，搭建农牧区社会化服务平台

“十三五”时期，西藏自治区将全面推进供销合作社综合改革工作，快速搭建县区级供销合作社组织架构和网络体系（“两体系”），即以自治区-地（市）-县三级联合社为主导，以现有农村专业合作社为依托，以社属企业为支撑，以基层供销社和农牧民专业合作社为重要载体的新型供销合作组织体系；以农牧区电子商务为依托，以电子商务园区为核心，以电子商务服务平台为抓手，以农牧区新型社会化综合服务中心为节点的农牧区现代流通服务体系。并以“两体系”建设为统领，全面整合自治区现有和规划建设的专业合作组织、农牧区产业体系、电子商务平台、农牧区综合市场、乡镇商贸中心、再生资源回收利用体系、万村千乡农家店及配送中心、农超对接体系以及分级物流节点体系等，打造具有西藏特点的面向农牧区、连接农牧业、服务农牧民的供销合作服务体系。

第一，打造农牧区新型社会化服务体系。适应四化同步发展要求，实施农牧区社会化服务惠农工程。创新农牧业生产服务方式，推进适度规模经营；延伸产业链条，促进农牧区一二三产业融合发展；稳步开展农牧区合作金融服务，拓宽

为农服务领域；启动实施农牧业社会化服务惠农工程，积极参与扶贫开发。加快形成规模化、综合性、可持续的为农服务体系，提高为农服务成效，使供销合作体系成为服务农民生产生活的生力军和综合平台。

第二，建设农牧区现代化流通网络体系。顺应西藏自治区农牧业产业升级和农牧民消费升级的大趋势，发挥供销合作社传统优势，加快服务创新、经营创新和业态创新。整合应用全区各类流通基础设施，完善新型社会化综合服务中心（“一中心”）节点体系；强化农副产品集散市场体系，深入实施“新网工程”；重点建设“两平台（农牧区电子商务服务平台和高原特色产品展示展销体验中心）、两园区（电子商务园区和特色产品精深加工产业园区）”，加快发展具有供销合作社特色的农牧区电子商务。

第三，强化供销合作体系的扶贫效应。加快推进重点贫困县乡供销合作体系建设，大力扶持商运大户，培育农畜市场体系。面向贫困村建立涉农惠农信息平台，整合涉农资源，推进信息共享，完善农村综合信息服务体系。探索建立“互联网+”和电商扶贫市场体系，开拓农畜产品电子商务，加强农产品网上销售平台建设。以供销合作方式发展乡镇商贸中心，让贫困群众参与管理、入股分红。

## 2、推动专业市场集群布局，提升市场集散运作效率

“十三五”时期，以“突出重点、示范带动、优化整合、集群布局”为发展方针，积极推进各地市中心城区专业市场的整合外迁与改造升级，建立起自治区级专业市场集散带与地市级城乡专业市场体系，大幅提升西藏自治区专业市场的运作效率和市场辐射力。

第一，推进自治区级专业市场集散带建设。“十三五”时期将重点打造以拉萨市为中心，联系西藏自治区七个节点（地市）的三条专业市场集散带：“拉萨↔日喀则↔阿里”专业市场集散带、“拉萨↔那曲”专业市场集散带以及“拉萨↔山南↔林芝↔昌都”专业市场集散带。

第二，优化地市级专业市场体系建设。“十三五”时期，各地市应配合中心城区和县域商业网点体系的建设，完成各地市专业市场体系的新建、改造和升级。首先，以地市为单位，加大专业市场投资建设力度，填补市场品类空白，形成品类齐全的市场体系。其次，依托各地市专业市场群建设，按照“入行归市”的专业市场管理原则，循序渐进完成中心城区专业市场的整合外迁，完成专业市场体系

在中心城区外围的集聚布局，共同提升城市专业市场体系的吸纳力和辐射力。第三，依据各地市的产品特色，鼓励发展一批具有广域辐射能力的产地型专业市场，以辐射全藏区域、服务商旅人士，促进本地特色产品向内地市场推广。

第三，加强农牧区综合市场体系建设。依托农贸市场、乡镇商贸中心、“新网工程”供销体系、农牧区配送节点等建设工程，大力推进农牧区综合市场体系普及。到“十三五”末，实现农牧区综合市场县域和重点镇 100%覆盖。在此基础上，以农牧区综合市场为节点，依托各县和重点镇的交通条件、资源禀赋和产业特色，大力发展产地型县域特色专业市场，以更好地引导县域产业和市场的快速发展。

### 3、构建分级物流网络，推进城市共同配送体系建设

“十三五”时期，根据“两屏两地一通道”的总体定位，以塑造串接中国-南亚-西亚-欧洲并融入丝绸之路的物流枢纽为导向，以“服务本市，集散全区，辐射南亚”为目标，着力打造覆盖西藏全区城乡的“完善、便捷、安全、绿色、智慧”的分级物流节点体系和城乡共同配送体系，统筹口岸物流、保税物流和特色产业物流发展，尽快建立和完善西藏自治区物流服务体系 and 物流信息平台，提高物流体系对国家重大战略实施以及对自治区经济社会发展的支撑能力，形成年物流作业量超过 4000 万吨的物流网络，推动西藏自治区物流产业实现跨越式发展，为全面建成小康社会提供物流保障。

第一，构建分级物流节点体系。以地市为节点，构建自治区级（拉萨市）、片区级（日喀则市、那曲地区、昌都市）、地区级（阿里地区、山南市和林芝市）三级物流节点体系，全面建成覆盖全区的综合物流服务基础设施网络。依托三条专业市场集散带，面向物资集散形成的物流需求，构建以拉萨“自治区级”物流节点为核心向“片区级”和“地区级”物流节点逐级分拨的全藏物资集散物流网络。依托青藏铁路、109 国道、拉日铁路、318 国道等物流通道，以拉萨、那曲和日喀则物流园区为载体，形成西藏联系内地市场和南亚市场的南亚大通道物流网络。

第二，打造城乡共同配送体系。按照《城市共同配送综合服务平台建设规范》的要求，实施各地市中心城区“123 城市共同配送体系建设工程”；并依托县区配送中心、“农超对接”网点以及覆盖各乡镇的标准化农家店，探索城乡一体化共同配送体系建设模式。

第三，兼顾口岸物流、保税物流和特色产业物流发展。“十三五”时期，规划在吉隆、樟木、亚东、普兰、日屋、陈塘等重点口岸和边贸通道建设口岸物流园区，全面改善口岸的出入境交通和物流基础设施条件；在拉萨、日喀则设立保税物流中心，推动西藏自治区成为重要的国际物流、仓储、配送、转运基地；重点支持30-40个特色产品加工物流项目，强化物流体系对特色主导产业培育的支撑。

第四，搭建公共物流信息平台，构建综合物流服务体系，优化物流基础设施和技术装备，大力培育3A级以上物流企业，提升物流业组织化程度和现代化水平。

#### **4、加强基础设施建设，推动复合电子商务跨越发展**

“十三五”时期，抢抓《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发[2015]24号文件）创造的发展机遇，以国务院《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（国发[2013]32号文件）为指导，以完善电子商务平台、带动特色产业发展、创新服务民生方式、拓展农村购销市场、提升跨境通关效率、增进政务管理水平为目标，借助平台、终端、集聚区和示范区建设，大力发展复合型电子商务。

第一，统筹电子商务平台建设，带动特色主导产业发展。“十三五”时期，依托西藏自治区优势产业和特色产品，着力打造电子商务综合平台，构建西藏自治区电子商务平台制高点，系统推介本地生产流通龙头企业以及旅游文化、特色农牧业、民族手工业、藏医药等领域的特色产品。

第二，推进电子商务进农村，探索农牧区电子商务的实现形式。“十三五”时期，以“特色本地产品走出去”和“优质消费品引进来”为核心，加强电子商务在工业品下乡和农产品进城双向流通网络中的应用，大力推进农牧区电子商务体系建设。

第三，建设电子商务园区，推动电子商务集聚发展。“十三五”时期，重点建设拉萨电子商务港（园区）项目（可与拉萨综合物流园区、综合保税区或保税物流中心（B型）项目合建），为电子商务运营和配套企业提供一站式服务。

第四，鼓励电子商务先试先行，争创电子商务示范基地。“十三五”时期，从区域（区县、乡镇）、行业、企业三个层面鼓励电子商务先试先行，推进试点示范工程。

## 5、优化再生资源回收利用体系，构建绿色流通体系

推进再生资源集散市场、再生资源分拣中心以及再生资源回收网点项目建设。鼓励在城镇社区试点发展电话收废、网络收废等再生资源回收新模式，有序发展家电和电子废弃物回收拆解行业，积极推进报废汽车回收拆解企业改造升级，形成并完善回收、分拣和交易一体化的再生资源回收体系，实现再生资源产业化经营、资源化利用和无害化处理。

倡导绿色消费，发展绿色流通。引导流通企业扩大绿色商品采购和销售，推行绿色包装和绿色物流，构建绿色供应链。开展绿色流通示范工作，培育一批集节能改造、节能产品销售和废弃物回收于一体的绿色流通企业。鼓励旧货市场规范发展，促进二手商品流通。

## 6、加强商业网点连锁经营，推动现代流通方式普及

“十三五”时期，西藏自治区应以组织化、集约化、信息化为方向，着力提升各地市商业网点体系的现代化水平。

第一，全面推广连锁经营和共同配送。推动零售网点统一品牌、统一管理、统一配送，促进零售网点体系集约化程度提升，实现商业主体做大做强，发挥商品流通主渠道作用，降低流通成本、维护市场秩序、保障消费安全。鼓励现有大型流通企业广泛采取直营连锁、特许连锁和自由连锁等模式，推进超市、便利店向城镇社区和农牧区发展。到2020年，全区300平方米以上的大中型超市连锁经营率达到80%以上，统一配送率不低于50%。实现中型连锁超市对县域市场的全覆盖。

第二，推进新型零售业态发展。加快传统零售企业资源整合，重点推进超市、便利店发展，鼓励发展“百货+超市”等复合业态以及仓储会员店、折扣百货店、一站式购物中心、大型城市商业综合体等先进业态。

第三，深入实施“互联网+流通”行动计划，加快云计算、大数据、互联网和物联网等技术在城乡商业网点运营中的应用，最大限度地实现全渠道流通。推广应用大数据分析、供应链管理、企业资源计划、客户关系管理等现代管理技术。

## 第六章 “十三五”时期西藏自治区商务重点项目

根据西藏自治区商务发展的战略思路和重点任务，“十三五”时期，西藏自治区将着力开展如下十大类重点项目和工程，以推动西藏自治区商务事业的跨越发展，支撑西藏自治区商务发展目标的实现。具体如表 2 所示。

表 2 西藏自治区“十三五”时期商务重点项目（含工程）规划表

<p><b>1、大型商业设施与先进业态建设</b></p> <p><b>1-1 大型零售网点增配工程</b></p> <p>1-1-1 城市综合体与购物中心新建</p> <p>1-1-2 百货店改造升级与大型综合超市增配工程</p> <p>1-1-3 大型专业店（市场、商业街）新建与加油站网络覆盖</p> <p>1-1-4 大型郊区业态新建</p> <p><b>1-2 商业中心与商业街整合提升工程</b></p> <p>1-2-1 中心城区多中心规划与建设</p> <p>1-2-2 重点商业街改造工程和建设项目</p> <p>1-2-3 特色商旅小镇建设工程</p> <p><b>1-3 专业市场整合搬迁</b></p> <p>1-3-1 专业市场群建设项目（与综合物流园区合建）</p> <p>1-3-2 主销区和集散地专业市场新建项目（品类补充）</p> <p>1-3-3 城区专业市场整合搬迁工程</p> <p>1-3-4 城区专业市场改造工程（与专业店新建联合推进）</p> <p>1-3-5 主产区专业市场建设工程</p> <p>1-3-6 农牧区综合市场体系建设（含工业消费品市场）</p>	<p><b>5-2 再生资源回收利用“三级”体系建设</b></p> <p>5-2-1 标准化再生资源回收点建设工程</p> <p>5-2-2 再生资源分拣中心（中转站）建设项目</p> <p>5-2-3 再生资源集散交易市场（环保产业园）建设项目</p> <p>5-2-4 报废汽车拆解中心改造升级工程</p> <p><b>5-3 社区（乡镇）商贸中心建设工程</b></p> <p>5-3-1 社区商贸中心升级工程</p> <p>5-3-2 乡镇商贸中心建设工程（与社会化服务中心合建）</p>
<p><b>2、分级物流节点体系与共同配送体系建设</b></p> <p><b>2-1 三级物流分拨体系建设</b></p> <p>2-1-1（地市）综合物流园区建设</p> <p>2-1-2（区县）物流中心建设（与地市级储备设施合建）</p> <p>2-1-3（片区/乡镇）配送中心建设（与共同配送体系和乡镇商贸中心合建）</p> <p><b>2-2 三级共同配送体系建设工程</b></p> <p>2-2-1 一级物流分拨中心建设（与片区、乡镇配送中心合建）</p> <p>2-2-2 二级公共配送中心建设（企业自建）</p> <p>2-2-3 三级末端共同配送点建设（与社区便利店体系合建）</p> <p>2-2-4 农牧区末端共同配送点建设（与农家店体系合建）</p> <p><b>2-3 特色产品加工物流推进工程（与农牧区综合市场合建）</b></p> <p>2-4“食安西藏”工程（含“冷链监控与追溯平台”建设工程）</p> <p>2-5 公共物流信息平台建设项目</p>	<p><b>6、供销合作社建设</b></p> <p><b>6-1 社会化服务中心建设工程（与乡镇商贸中心合建）</b></p> <p><b>6-2 农副产品集散市场体系建设工程</b></p> <p>6-2-1 农副产品产地市场建设工程（与农牧区综合市场体系合建）</p> <p>6-2-2 农副产品专业市场公益化改造项目</p> <p><b>6-3 供销合作社综合改革推进工程</b></p> <p>6-3-1“新网工程”四中心建设工程（与乡镇商贸中心、农牧区综合市场体系合建）</p> <p>6-3-2 供销社电子商务示范县建设项目</p> <p>6-3-3“供销合作社综合改革试验区”试点培育</p>
<p><b>3、生活必需品储备体系建设项目与投放节点建设工程</b></p>	<p><b>7、口岸设施与外贸平台建设</b></p> <p><b>7-1 口岸基础设施（含保税物流中心（B型））建设项目</b></p> <p><b>7-2 边贸设施建设项目</b></p> <p>7-2-1 边贸市场（含边贸物流中心）建设项目</p> <p>7-2-2 边贸通道建设项目</p> <p>7-2-3 边贸展示体验交易中心建设项目</p> <p><b>7-3 跨境经济合作区及扩展区建设项目</b></p> <p>7-3-1 吉隆跨境经济合作区建设项目</p> <p>7-3-2 跨境旅游合作区建设（横向）</p> <p>7-3-3 跨境商贸加工区建设（纵向）</p> <p><b>7-4 西藏自由贸易试验区建设项目</b></p> <p><b>7-5 南亚商品商贸城建设项目</b></p> <p><b>7-6 外贸转型升级示范基地建设工程</b></p>

<p><b>3-1 储备设施建设项目（与区县物流中心合建）</b></p> <p>3-1-1 冷链仓储设施建设（区、县）</p> <p>3-1-2 活体储备基地建设（牧区县）</p> <p><b>3-2 储备投放节点建设工程（与社区和乡镇商贸中心合建）</b></p>	<p><b>8、定向招商引资</b></p> <p><b>8-1 招商引资载体（产业园区和跨境经济合作区）建设项目</b></p> <p><b>8-2 招商引资活动组织与参与工程</b></p> <p>8-2-1 参与外地投资洽谈</p> <p>8-2-2 组织特色招商活动</p>
<p><b>4、电子商务建设项目与推进工程</b></p> <p><b>4-1 电子商务平台建设项目</b></p> <p>4-1-1 电子商务综合平台建设项目</p> <p>4-1-2 电子口岸与跨境电子商务平台建设项目</p> <p><b>4-2 电子商务示范工程</b></p> <p>4-2-1 社区电子商务示范工程</p> <p>4-2-2 农牧区电子商务示范工程</p> <p>4-2-3 电子商务试点示范工程（基地、企业）</p> <p><b>4-3 电子商务港（园区）建设项目（与综合物流园区合建）</b></p>	<p><b>9、发展会展经济</b></p> <p><b>9-1 会展设施建设项目</b></p> <p><b>9-2 大型品牌展会组织与参与工程</b></p> <p>9-2-1 举办大型品牌展会</p> <p>9-2-2 承办高端会议展览</p> <p>9-2-3 参与区外品牌展会</p> <p><b>9-3 节事活动和物交会组织工程</b></p>
<p><b>5、社区便民服务体系建设</b></p> <p><b>5-1“五大放心工程”建设</b></p> <p>5-1-1 农贸市场改造升级工程</p> <p>5-1-2“中央大厨房”建设工程（含“早餐工程”）</p> <p>5-1-3 家政服务呼叫中心建设项目与“三上门”服务工程</p>	<p><b>10、市场运行和秩序监管体系建设</b></p> <p><b>10-1 市场监管公共服务体系（含市场监测预警体系）建设</b></p> <p><b>10-2 特种行业（含盐务、成品油等）监管体系建设</b></p> <p>10-2-1 盐务监管</p> <p>10-2-2 成品油监管</p> <p>10-2-3 其他市场监管</p>

## 第七章 “十三五”时期西藏自治区商务保障措施

为有效推动“十三五”时期西藏自治区商务事业的发展，提高商务工作的效率和质量，实现商务发展目标，在全面加强党对商务工作统一领导的同时，着力为商务事业的建设和发展提供如下措施保障。

### 一、理顺体制机制

**1、完善电子商务推进机制。**由西藏自治区商务厅牵头，工信厅、发改委、工商局及各地市相关部门组成联合推进机构，全面推动电子商务搭平台、建园区、进社区、进农牧区、质量检验、商务认定、推进示范工程（区县、基地、企业）、实现跨境运营等工作，更好地引导和调控西藏自治区电子商务取得跨越式发展。

**2、健全物流综合管理机制。**依托西藏自治区物流工作领导小组和各地市物流工作领导小组，推动物流节点项目的投资建设，强化物流业管理与监督，建设物流信息化体系，并辅以前瞻性的扶持政策，保障物流业的健康、持续发展。

**3、完善招商引资促进机制。**延续《西藏自治区招商引资若干规定》提出的相关政策，协调各相关部门从财政补贴、税费减免、信贷支持、通关便利、关税返还、土地供应、户籍迁移、参政议政、工商登记简化、资源开发优先等方面，给予广大投资者全方位的政策优惠，引导区外资金进入特色主导产业和基础设施

建设领域。

**4、建立节事会展协调机制。**成立由西藏自治区政府分管领导任组长，各地市政府分管领导任组员的“会展业发展工作领导小组”，负责领导、组织、承办“藏博会”等现有大型品牌展会，并积极策划、引进新的优质专业展会；在会展冠名主办、资金扶持和配套服务等方面提供支持；协调会展产业资源，强化会展项目管理，提升会展服务水平。

## 二、加强行业监管

**1、制定地方标准和法律法规。**认真贯彻执行国家标准、行业标准，积极研究制定规范商品流通主体、市场行为、市场调控和管理等方面的地方标准和法律法规。引导和规范内外贸企业的交易和流通行为，创造公平、公正、公开有序的市场环境。

**2、健全规范、透明的商务管理体制。**以服务为宗旨，以效率为目标，进一步转变西藏自治区商务行政管理职能，加强商务行政管理部门的管理与服务功能，做到工作透明、程序完善、审批顺畅、信息共享，为西藏自治区商务发展提供优质服务。

**3、建立官方商务认定和质量检验机制。**为配合电子商务综合平台的顺利推进，西藏自治区商务厅应会同工商局、工信厅、农牧委、质监局等相关单位，对上网企业和上网商品进行官方商务认定、质量检验和质量监管，强化龙头企业、特色产品，特别是“三无”特色产品的公信力和诚信度。

**4、完善行业协会的沟通和自律机制。**组建零售企业、专业市场、电子商务、对外贸易等行业领域的商会和行业协会；通过行业协会加强企业与政府部门的沟通联系，充分发挥商会和行业协会在信息交流、价格协调、专业培训、行业自律等方面的积极作用；监督企业诚信经营，净化市场环境，规范市场秩序。

## 三、完善产业配套

**1、加强商业配套设施建设。**面向商业中心和大型商业设施，加强公共交通、停车设施、休憩设施、安全设施的配建；同时从外观形象、商业文化、经营特色、服务方式等方面强化商业设施的特色凝练，突出商业形象与城市文化和城市景观的协同。

**2、加快综合交通体系建设。**重点强化西藏自治区各地市内部和相互之间的物流接驳，畅通西藏自治区与周边各省份的交通联系，推动西藏自治区物流业跨

越式发展，实现“服务地市，集散全区，辐射南亚”的发展目标。

**3、完善物流会展产业链条。**培育物流配送和节事会展的上下游配套产业，完善物流会展两大产业链条，培育第三方、专业化的物流和会展企业，努力提升物流和会展服务水平，最大限度地实现物流和会展增值。

#### 四、加大扶持力度

**1、用好用活专项资金和政策。**第一，要充分利用中央政府、自治区政府和地市政府三级财政的专项资金，对具有公益性的重点商贸流通项目加大扶持力度。第二，要大力强化金融撬动，推广 PPP 模式，扩大社会资本在流通基础设施建设中的参与度。第三，要积极对接对口援藏省份，争取对口援藏资金对商贸流通项目的支持。第四，要依据不同流通功能所需流通设施的共性特征，引导来自不同部门、面向不同流通功能的专项资金集中流向具有共性的流通设施，以拓展重大流通基础设施的建设资金来源，避免重复建设与建设空白并存的发展误区。

**2、完善项目遴选和验收机制。**设置专业机构对物流和商贸企业申报的商贸流通项目实施全过程管理，在投资前、投资中和投资后对项目实施情况进行全程跟踪，以提高项目资金的使用效率。

**3、实施不平衡资金扶持政策。**针对不同地市市场发育程度的差异采取不平衡的扶持政策。对市场化程度高的中心城市，降低资金扶持力度，更多地依靠市场化的投资建设商贸流通体系。由此节约的扶持资金，以更大的比例投放给偏远城市，完善其设施体系，弥补其市场短板。

#### 五、培养专业人才

**1、加强人才引进。**创新人才引进机制，落实和完善各项人才激励政策，积极利用人才交流、技术援藏、兼职、顾问等方式引进国内外高素质人才。针对人才流动中面临的实际困难，在户籍管理、子女教育、配偶工作、医疗保障、住房保障等方面提供便利政策。

**2、做好人才培养。**针对不同商务领域的人才要求，有针对性地做好人才培养工作。全面提高人员素质，不断进行知识更新，扩大商务人才储备，增强企业利用先进流通设施的意识，提升企业参与国际经济合作的能力。

# 专题 1

## “十二五”时期商务发展贡献测算专题

“十二五”时期，在自治区党委、自治区政府的正确领导下，在中央和对口援藏省市的无私帮助下，全区商务系统紧紧围绕“扩消费、促增长、惠民生、调结构、保稳定”的工作主题，主动作为，扎实推进，抢抓历史机遇，面向国际国内两个市场、两种资源，积极促进内外贸统筹发展，为全区经济社会跨越式发展和长治久安作出了积极贡献。本专题将分别测算“十二五”时期西藏自治区商务发展在促进内需扩大、驱动经济增长、维持社会稳定等方面的经济贡献。

### 一、商务发展的扩大内需贡献

“十二五”时期，全区消费市场持续增长，2010年到2015年，西藏自治区社会消费品零售总额年均增长17.13%。以社会消费品零售总额年均增长率为原始指标计算社会消费品零售总额增长指数，测算结果如表1.1所示，可以看出：“十二五”时期，西藏自治区社会消费品零售总额增速不仅显著高于全国平均水平（增长指数大于1），而且相对周边省区增速也具有显著优势，商务发展的内需扩大效应显著。

表 1.1 2010-2015 年社会消费品零售总额增长指数对比

区域	社会消费品零售总额（亿元）		年均增幅（%）	增长指数
	2010年	2015年		
全国	156998.4	300931	13.90	1.0000
西藏	185.3	408.49	17.13	1.2324
四川	6810.1	13877.7	15.30	1.1017
贵州	1482.7	3283	17.23	1.2396
云南	2542.4	5103.15	14.95	1.0755
青海	350.8	690.98	14.52	1.0446
新疆	1375.1	2605.96	13.64	0.9813

注：增长指数以全国社会消费品零售总额年均增幅为基准计算。

### 二、商务发展的经济增长贡献

“十二五”时期，西藏自治区商务系统紧紧抓住扩大内需战略、西部大开发战略、面向南亚开放的重要通道建设、环喜马拉雅经济合作带建设等重大发展机遇，

通过实施一系列政策措施，着力扩大居民消费、拉动对外贸易、加强对外经济合作、强化招商引资，全力驱动“三驾马车”，在拉动经济增长方面的作用日益突出。

如表 1.2 所示，“十二五”时期，西藏自治区商务发展对经济增长的贡献表现出如下良性发展趋势：

**表 1.2 2010-2015 年经济增长“三驾马车”发展情况对比**

年份		GDP	最终消费	新增固定 资产投资	其中：流通产业	净出口
2010	规模（亿元）	507.46	326.50	254.30	76.20	47.80
	GDP 占比（%）	—	64.34	50.11	15.02	9.42
2015	规模（亿元）	1026.39	690.66	1342.16	381.18	15.91
	GDP 占比（%）	—	67.29	130.77	37.14	1.55
年均增幅（%）		15.13%	16.16%	39.47%	37.99%	-19.75%

注：流通产业包括交通运输仓储和邮政业、批发和零售业以及住宿和餐饮业。

（1）除受自然灾害影响显著的净出口之外，最终消费和新增投资两大经济增长动力的年均增幅均超过地区生产总值的年均增幅，为经济增长注入了持续的动力；

（2）商务系统在扩大内需方面的工作，推动最终消费在 GDP 中的比重由 2010 年的 64.34% 提升到 2015 年的 67.29%；

（3）商务系统在招商引资方面的工作，推动新增固定资产投资年均增长 39.47%，推动固定资产投资在 GDP 中的比重由 2010 年的 50.11% 提升到 2015 年的 130.77%；同时，商贸流通领域的新增固定资产投资由 2010 年的 76.20 亿元扩大至 2015 年的 381.18 亿元，为经济增长注入了直接的投资动力；

（4）在投资快速持续增长的前提下，最终消费率保持了 65% 以上的水平，巩固了消费内需作为经济增长主要动力的地位和作用。

与此同时，“十二五”时期，西藏自治区商务发展对经济增长的贡献也呈现出如下潜在问题：

（1）新增固定资产投资占地区生产总值的比重由 2010 年的 50.11% 扩大至 2015 年的 130.77%，意味着西藏自治区经济增长对外源性投资的依赖程度进一步加深；

（2）最终消费、新增固定资产投资和净出口占地区生产总值的比重由 2010 年的 123.87% 扩大至 2015 年的 199.61%，意味着西藏自治区经济增长动力远超出经济增长水平，经济增长动力外流进一步加剧；

（3）在流通基础设施尚不完备的前提下，流通领域固定资产投资增速低于

全行业固定资产投资增速，说明流通领域发展仍存在投资不足和设施滞后的问题。

### 三、商务发展的结构升级贡献

“十二五”时期，西藏自治区商务系统通过促进第三产业发展和保障城乡居民消费，积极推进产业结构和消费结构升级，为经济体系转型发展和结构升级提供了有效支撑。

#### 3.1 产业结构升级贡献

如表 1.3 所示，“十二五”时期，西藏自治区第三产业增加值比重虽有所下降，但基本保持在 54% 上下，产业结构区位商不仅高于全国平均水平，更显著高于周边省区。由此可见，一方面，西藏自治区第三产业仍在经济发展过程中发挥着举足轻重的作用，而商务系统在促进第三产业发展方面功不可没；另一方面，第三产业发展动力略显不足，亟需商务系统在需求挖掘、投资促进和价值实现等方面为第三产业发展提供支持。

表 1.3 2010-2015 年产业结构演进情况及周边省区产业结构对比

区域	第三产业增加值比重 (%)		区位商 (2015 年)
	2010 年	2015 年	
全国	—	50.5	1.0000
西藏	54.20	53.9	1.0673
四川	—	40.3	0.7980
贵州	—	44.9	0.8891
云南	—	45.0	0.8911
青海	—	41.4	0.8198
新疆	—	45.1	0.8931

注：区位商以全国第三产业增加值比重为基准计算。

#### 3.2 消费结构升级贡献

根据对各大类商品消费支出在总消费支出中所占比重的测算，“十二五”时期，西藏自治区居民消费结构演进具有如下特征：

(1) 食品消费支出比重（恩格尔系数）持续下降，说明生活质量持续改进带动消费结构不断升级；

(2) 恩格尔系数仍显著高于全国平均水平（35%），说明居民消费结构仍有待进一步提升，消费支撑经济增长作用的发挥仍具有较大潜力，商务工作促进消费升级的职能仍有待进一步挖掘；

(3) 家庭设备用品的支出比重逐渐上升, 说明家用电器普及率不断提高, 人民生活水平持续改善, 对更高层次、更高价值的消费需求正不断增加, 消费结构升级趋势明显;

(4) 服务消费的支出比重呈现下降趋势, 说明未来一段时期内, 商品消费仍将是居民消费的主流, 且商品消费结构升级将构成消费结构升级的主流, 需要商务系统在商品保障供应和供给结构升级方面提供支撑;

(5) 医疗保健、交通通讯、教育文化娱乐、其它服务等主要服务类别的消费比重均呈现下降趋势, 说明西藏自治区服务消费存在普遍的供给抑制, 需要进一步加大服务投资, 强化服务质量, 促进服务消费。

**表 1.4 2010-2015 年西藏自治区居民消费结构演进情况**

类别占比/指标	2010	2015	类别占比/指标	2010	2015
食 品	50.05%	39.7%	交通通讯	12.71%	14.1%
衣 着	11.97%	10.7%	教育文化娱乐	4.93%	4.4%
居 住	7.51%	19.1%	其它服务	4.98%	3.1%
家庭设备用品	3.88%	5.5%	恩格尔系数	50.05	39.7
医疗保健	3.99%	3.2%	服务消费	26.61%	24.8%

注: 服务消费包括医疗保健、交通通讯、教育文化娱乐、其它服务等类别。

#### 四、商务发展的市场辐射贡献

“商业辐射力指数”可以大致反映区域商业的市场辐射能力。

$$\text{商业辐射力指数} = \frac{\text{社会消费品零售总额}}{\frac{\text{人均消费支出}}{\text{人口}}}$$

**表 1.5 2010-2015 年西藏自治区商业辐射力指数**

	社会消费品零售总额 (亿元)	人均消费性支出 (元/人)	人口 (万人)	商业辐射力指数
2010	185.3000	9686	300.22	0.64
2011	219.0000	10399	303.30	0.69
2012	254.6433	11184	307.62	0.74
2013	322.2146	12232	312.04	0.84
2014	364.5084	15669	317.55	0.73
2015	408.4900	17671	323.97	0.71

该指数以 1 为参数值, 指数值为 1, 说明本地商业覆盖了全部的本地需求; 指数值大于 1, 指数越高, 说明本地商业辐射的外部需求越多, 即本地商业的市场辐射力越强; 反之, 指数小于 1, 指数越低, 说明本地需求被外部商业吸纳越

多，即本地商业的市场辐射力越弱。

如表 1.5 所示，“十二五”时期，西藏自治区商业辐射力指数始终低于 1，说明自治区市场体系的被辐射属性没有发生改变，本地市场需求仍处于被外部商业吸纳的态势；但商业辐射力指数由 2010 年的 0.64 提高到 2015 年的 0.71，说明西藏自治区商业体系虽然尚不具备对外辐射能力，但随着市场体系建设和商业网点布局的不断优化，商业体系满足本区居民消费需求的能力正在不断增强。

## 五、商务发展的便利消费贡献

商务发展对便利消费的贡献主要体现在商业的配置密度和对农村市场的普遍服务能力两个方面。

表 1.6 2010-2015 年商业配置密度和普遍服务能力演进情况

年份	流通产业法人 空间配置密度 (个/万平方公里)	流通产业从业人员 空间配置密度 (人/万平方公里)	社会消费品零售总额 的城乡结构 (比值)
2010	0.8629	26017.13	2.80:1
2015	1.6933	32432.87	4.66:1

注：流通产业包括交通运输仓储和邮政业、批发和零售业以及住宿和餐饮业；法人为限额以上法人；2010 年“城镇”数据为“城市”和“县”数据，“乡村”数据为“县以下”数据。

### 5.1 商业配置密度

通过流通产业法人（限额以上）的空间配置密度来衡量商业配置密度，可以看出，“十二五”时期，西藏自治区商业配置密度从 2010 年的 0.8629 稳步提升至 1.6933。考虑到限额以上法人数量不能充分反映以中小企业为主的流通产业的配置密度，采用流通产业从业人员的空间配置密度进行补充考察，可以看出，“十二五”时期，西藏自治区流通产业从业人员的配置密度从 2010 年的 26017.13 稳步提升至 32432.87，商业体系的服务强度全面增强，城乡居民的消费便利度普遍提升。

### 5.2 普遍服务能力

通过考察社会消费品零售总额的城乡结构，即城镇市场实现的社会消费品零售总额与乡村市场实现的社会消费品零售总额的比值，可以看出，“十二五”时期，西藏自治区城乡市场体系建设的差距进一步拉大。与全国范围内城镇化进程进入成熟期，城乡市场体系建设差距缩小的发展态势不同，西藏自治区目前正处于城镇化进程的快速推进期，城镇市场构成了市场体系建设的重点，城乡市场体系建设差距正逐年扩大。这就要求商务系统，一方面要继续加大城镇市场体系建设力

度,支撑城镇化进程的继续推进;另一方面要着力补偿农牧区市场体系建设力度,提高农牧区市场的普遍服务能力,为农牧区基本消费提供供应保障。

## 六、商务发展的物价稳定贡献

保障生活必需品供应,维护市场价格稳定是商务工作的重要职能。通过对物价指数变化的测算可以考察商务工作在稳定物价方面的贡献。如表 1.7 所示,“十二五”期间,西藏自治区物价整体水平基本平稳,消费价格总指数较“十一五”末期有小幅提升,商务“稳物价、保供应”贡献有所体现。但与此同时,物价指数也反映出“十二五”期间商务工作在保供给、稳物价方面仍存在一定的问題,具体而言:

表 1.7 2010-2015 年西藏自治区物价指数演进情况

	2010	2011	2013	2014	2015	变化幅度
居民消费价格总指数	102.2	107.3	111.2	114.4	116.7	14.5
非食品价格指数	101.1	104.0	105.3	106.9	108.3	7.2
服务项目价格指数	101.5	105.9	108.7	111.9	114.2	12.7
消费品价格指数	102.3	107.6	111.7	114.9	117.2	14.9
<b>食品类</b>	<b>104.5</b>	<b>114.0</b>	<b>122.8</b>	<b>129.3</b>	<b>133.3</b>	<b>28.8</b>
<b>肉禽及其制品</b>	<b>102.1</b>	<b>114.6</b>	<b>128.9</b>	<b>138.8</b>	<b>142.8</b>	<b>40.7</b>
<b>蛋类</b>	<b>103.5</b>	<b>112.4</b>	<b>119.5</b>	<b>126.8</b>	<b>129.7</b>	<b>26.2</b>
水产品	102.8	108.1	115.3	115.9	121.2	18.4
糖类	102.1	112.1	115.2	116.4	120.6	18.5
茶及饮料	100.7	103.1	106.2	109.5	112.8	12.1
<b>干鲜瓜果类</b>	<b>108.9</b>	<b>125.1</b>	<b>133.1</b>	<b>140.1</b>	<b>145.6</b>	<b>36.7</b>
衣着类	102.1	105.0	107.3	109.7	112.3	10.2
家庭设备用品	100.6	102.5	103.0	104.4	106.0	5.4
医疗保健	101.2	104.0	104.2	105.3	106.8	5.6
交通通信	99.8	102.0	102.4	103.0	101.5	1.7
文教娱乐	99.7	100.4	101.8	103.5	104.9	5.2
居住	102.8	109.3	112.0	114.7	115.5	12.7

注:价格指数以 2009 年为 100。

(1) 2010-2015 年,居民消费价格指数变动 14.5,食品价格指数 28.8,远高于非食品价格指数变动,说明食品价格波动仍是消费价格波动的主要动因,保障食品的稳定供应仍是稳定物价的重中之重。

(2) 2010-2015 年,居民消费价格指数变动 14.5,而服务项目价格指数变动 12.7,说明以本地供给为主的服务项目供应稳定性更高,而以外地输入为主的实体商品供应稳定性较低,由此可见,仍需进一步强化商务体系组织外地货源、保

障商品供应的能力。

(3) 2010-2015年,食品类价格指数变动28.8,远远高于居民消费价格指数14.5的变动量。究其原因,可以看出,肉、蛋、果、蔬等商品价格波动剧烈,亟需进一步强化相关商品,特别是果蔬和活体的储备和投放体系。

## 七、商务发展的就业吸纳贡献

根据对流通产业三大主要构成子行业-交通运输仓储及邮政业、批发和零售业以及住宿和餐饮业的就业人口测算,可以考察西藏自治区商务发展的就业吸纳贡献。

表 1.8 “十二五”时期商务领域就业吸纳能力演进情况

行业	西藏自治区		全国 (2015)
	“十二五”初	“十二五”末	
交通运输、仓储及邮政业	2.84%	3.23%	5.07%
批发和零售业	10.63%	11.47%	4.68%
住宿和餐饮业	4.53%	4.78%	1.58%
合计	<b>18.00%</b>	<b>19.48%</b>	<b>11.33%</b>

如表 1.8 所示,截至“十二五”末,西藏自治区流通产业共计提供就业岗位 51.79 万个,吸纳就业占比达到 19.48%,不仅高于同期全国平均水平(11.33%),而且高于 2011 年 18.00% 的水平。同时,“十二五”时期,流通领域三大子产业的就业吸纳率均呈现上涨态势,展现了各子产业仍存在可持续释放的用人需求空间。另外,相对而言,“十二五”末流通领域三大子产业的就业吸纳率,与同期全国平均水平相比差距较大,一方面印证了批发零售、住宿餐饮业仍是商务领域吸纳就业的主要流向;另一方面也说明交通运输、仓储及邮政业远未达到就业饱和,构成了“十三五”时期新增就业岗位的主要增长极。

## 八、商务发展的税收征缴贡献

以商品流转过程作为课税依据的营业税能在一定程度上反映商务体系发展的税收征缴贡献。

表 1.9 2010-2015 年商务领域税收征缴进情况

指标	2010	2011	2012	2013	2014	2015
税收贡献率(%)	28.15	24.80	21.70	25.46	19.41	21.72

注:税收贡献以营业税为研究对象。

如表 1.9 所示,2010-2015 年,营业税在总税收中的比重有所下降,虽然意

味着商务领域的税收征缴贡献有所下降，但也说明商务领域的税赋负担逐年减轻，总体流转成本有所降低，经营效益不断提高。

## 专题 2

# “十三五”时期商务发展目标测算专题

本专题将对“十三五”时期西藏自治区社会消费品零售总额及其结构、网络零售额、物流需求规模（货运总量）等指标的预期目标进行测算，并基于此规划西藏自治区“十三五”时期商务发展的各分项目标，引领自治区商务事业健康发展。

### 一、社会消费品零售总额及其结构测算

西藏自治区 2010-2015 年社会消费品零售总额基本情况如下表所示。

表 2.1 西藏自治区 2010-2015 年社会消费品零售总额增长情况

单位：万元

年份	社会消费品零售总额	行业结构		城乡结构	
		批发零售	餐饮	城镇	乡村
2010	1853000	1575166	277834	1503039	349961
2011	2190000	1842679	347321	1790119	399881
2012	2546433	2122811	423622	2117898	428535
2013	3222146	2697322	524824	2661045	561101
2014	3645084	3076032	569052	3030117	614967
2015	4084900	3375400	709500	3363500	721400
年均增长率	17.13%	16.47%	20.62%	17.48%	15.57%

#### (1) 社会消费品零售总额测算

由表 2.1 可知，2010-2015 年，西藏自治区社会消费品零售总额由 185.3 亿元增长至 408.5 亿元，年均增长率达 17.13%，高于同期全国社会消费品零售总额年均增长率超过 3 个百分点，显示出高速增长的气势。按照一般规律，伴随着一个时期的高速增长和增长基数的不断扩大，社会消费品零售总额增长率会有一些的下滑，因此在兼顾前瞻性和审慎性原则的前提下，本规划以 2015 年西藏自治区社会消费品零售总额为基数，以 12% 作为年均增长率，对 2020 年西藏自治区社会消费品零售总额进行估算。按照以上方法，西藏自治区 2020 年社会消费品零售总额将达到 720 亿元。

#### (2) 社会消费品零售总额行业结构测算

按照子行业类别，可以将社会消费品零售总额分为批发零售业零售总额以及

住宿餐饮业零售总额。由表 2.1 可知，2010-2015 年，西藏自治区批发零售业零售总额由 157.5 亿元增加至 337.75 亿元，年均增长率 16.47%，住宿餐饮业零售总额由 27.8 亿元增加至 70.95 亿元，年均增长率 20.62%，2015 年批发零售业和住宿餐饮业零售额分别占社会消费品零售总额的 82.63%和 17.37%。从行业特征来看，批发零售业主要为本地居民和被辐射人口服务，而住宿餐饮业不仅为本地居民、被辐射人口服务，还为旅游人口服务。考虑到现阶段批发零售业基数较大，占比较高，消费品输入受物流局限较为突出，且受到消费结构升级等因素的复合影响，因此适当调低批发零售业零售额年均增长率目标，以 2015 年数据为基数，以 11%为年均增长率目标，预测 2020 年批发零售业零售额将达到 570 亿元，占社会消费品零售总额的比重约 79%。考虑到人民消费水平的不断改善和旅游人口的不断增加，以及住宿餐饮业作为反周期行业在经济下行阶段的增长潜力，适当乐观预测住宿餐饮业年均增长率目标，以 2015 年数据为基数，保持高于批发零售业 4 个百分点以上的增速（15%）作为年均增长率目标，2020 年住宿餐饮业零售额达到 150 亿元，占社会消费品零售总额的比重约 21%。

### （3）社会消费品零售总额城乡结构测算

由表 2.1 可知，2010-2015 年，西藏自治区城镇社会消费品零售总额由 150.30 亿元增加至 336.35 亿元，年均增长率 17.48%，乡村社会消费品零售总额由 35.0 亿元增加至 72.14 亿元，年均增长率 15.57%，城镇消费品零售总额占全市社会消费品零售总额的比重为 82.34%，乡村消费品零售总额占比为 17.66%。城镇社会消费品零售总额增长率略高于农村社会消费品零售总额增长率，但基本保持了较快的、齐头并进的增长态势。

“十三五”时期，西藏自治区的城镇化进程将继续深入推进，城镇市场体系建设将更加完备，推动城乡消费差距继续拉大；与此同时，农牧区供销体系建设也将快速发展，促进城乡商品双向流动，特别是促进各类生活必需品向农牧区流动以及特色农牧产品向城镇流动，由此保障农牧区商品供应，实现农牧民增收，推动城乡消费的平衡发展。预计西藏自治区城乡消费差距“十三五”前期将继续扩大，后期则将有所缩小，最终城乡消费结构将大致维持 5:1 的现状水平。以此为依据，“十三五”期间，预计城镇社会消费品零售总额年均增长率目标为 11.5%，以 2015 年为基数，2020 年城镇消费品零售总额应达到 580 亿元，占全市社会消费品零售总额的比重约 80%；乡村社会消费品零售总额年均增长率目标为

14.5%，2020年农村消费品零售总额达140亿元，占全市社会消费品零售总额的比重约20%。

**表 2.2 西藏自治区 2020 年社会消费品零售总额及其结构目标**

年份		社会消费品零售总额	行业结构目标		城乡结构目标	
			批发零售	住宿餐饮	城镇	乡村
2015	规模（亿元）	408.49	337.54	70.95	336.35	72.14
	比重（%）	100	82.63	17.37	82.34	17.66
2020	规模（亿元）	720	570	150	580	140
	比重（%）	100	79	21	80	20
年均增长率（%）		12	11	14	11.5	14.5

## 二、网络零售交易额测算

电子商务中的网络零售在全国依然处于快速增长阶段，2015年全国实现网络零售额38773亿，占同期社会消费品零售总额的12.88%。与全国相比，西藏自治区电子商务发展尚处于起步阶段，因此有必要对全区电子商务（特指网络零售）发展目标进行前瞻性规划。考虑到西藏自治区现阶段基础设施建设速度的不断加快，居民消费水平和消费意识不断提高，各项政策对电子商务发展的关注度不断增强，因此可以预见全区网络零售将在“十三五”时期取得跨越式发展。预计“十三五”末期西藏自治区人均网络零售额将达到“十二五”末期全国平均水平。2020年全市网络零售额目标测算过程如下：

**表 2.3 2010-2015 年全国网络零售额基本情况**

年 份	2010	2011	2012	2013	2014	2015
全国网络零售额（万亿元）	0.50	1.18	1.30	1.84	2.82	3.88
人均网络零售额（元）	372.28	874.01	957.13	1353.25	2059.26	2834.66

（1）至2020年，西藏自治区人均网络零售额大致达到“十二五”末期全国平均水平，按2500元计算；

（2）网络零售人群为西藏自治区常住人口，辐射人口和旅游人口对网络零售额的贡献忽略不计，至2020年，西藏自治区规划常住人口约361.57万人，按360万人计算；

（3）西藏自治区2020年网络零售总额=人均网络零售额×常住人口，约为90亿元，占西藏自治区社会消费品零售总额的比重达到12.5%，与“十二五”末期全国平均水平相当。

### 三、货运总量目标测算

货运总量可以代表一个地区的物流需求总量，从另一个侧面反映了一定时期内该地区社会经济活动的总规模。因此，预测一个地区货运总量的增长情况，可以用该地区一定时期内地区生产总值、社会消费品零售总额和货运总量本身的增长率进行预测。2010-2015年西藏自治区地区生产总值、社会消费品零售总额和货运总量基本情况如下表所示：

表 2.4 2010-2015 年西藏自治区各项指标基本情况

年份	地区生产总值 (亿元)	社会消费品零售总额 (万元)	货运量 (万吨)
2010	507.46	1853000	996.37
2011	605.83	2190000	1043.74
2012	701.03	2546433	1144.00
2013	815.67	3222146	2314.51
2014	920.83	3645084	2397.54
2015	1026.39	4084900	2478.19
年均增长率	15.13%	17.13%	19.99%

由上表计算可知，西藏自治区地区生产总值、社会消费品零售总额和货运量年均增长率较为相近，综合考虑西藏自治区物流业进入跨越式发展阶段和国民经济进入新常态的复合影响，兼顾商品附加值提升对货运量增长的负面影响，保守预计 8.5% 作为 2015 年至 2020 年货运总量增长率目标，预计 2020 年西藏自治区货运总量将突破 4000 万吨大关。

### 四、其他发展目标测算

#### (1) 保供储备目标

“十三五”期间，西藏自治区将在已有的国家级、自治区级两级重要商品储备体系基础之上，建立、健全地市级重要商品储备体系，并着重增加对干鲜果蔬、藏畜活体等生活必需品的储备；三级储备体系商品储备规模应能满足常住人口 15 天消费需求。

表 2.5 西藏自治区“十三五”时期三级储备体系商品储备规模测算表

商品类别	“十二五”时期平均消费量 (千克)	15 天消费量 (千克)	最低储备量 (吨)
猪肉	8.17	0.335616	1185
牛肉	17.13	0.704110	2487
羊肉	3.40	0.139726	493

鲜菜	74.53	3.063014	10817
茶叶	2.23	0.091781	324
干鲜瓜果	21.07	0.865753	3057
酥油	—	0.375	1324
合计	19687		

至 2020 年，如表 2.5 所示，预计全区重要商品储备规模将达到 19000 吨以上，其中，羊肉储备约 500 吨（包含活体储备），牛肉储备约 2500 吨（包含活体储备），猪肉储备约 1000 吨，鲜菜储备约 10000 吨，干鲜瓜果储备约 3000 吨，茶叶储备约 300 吨，酥油储备约 1300 吨。具体测算依据参见“‘十三五’时期保供储备体系规划专题”。

## （2）对外贸易目标

“十三五”期间，西藏自治区将重点开展口岸和边贸通道、边贸市场和物流体系、跨境经济合作区及扩展区、自由贸易试验区以及外贸转型示范基地等项目建设，着力提高出口产品附加值，全面推进特色产品出口贸易的规模扩张和结构升级。具体而言，“十三五”时期西藏自治区对外贸易和口岸通关发展目标如表 2.6 所示，具体测算依据如下：

表 2.6 西藏自治区“十三五”时期对外贸易和口岸通关发展目标

指标	2014 年	2015 年	2020 年	年均增速 (以 2015 年基期)
口岸贸易额(亿元)	130.25	37.83	95	20%
出入境人员(万人次)	159.5	48.3	120	20%
进出口货运量(万吨)	14.23	5.15	13	20%
边民互市贸易额(亿元)	8	10.4	21	15%
进出口总额(亿元)	138.25	56.55	110	15%
口岸贸易额占进出口总额比重(%)	94.04	66.89	85.0	—

受“4·25”尼泊尔地震影响，2015 年西藏自治区对外贸易规模和口岸通关效率出现了明显下滑，“十三五”时期，对外贸易和口岸通关规模均以恢复性发展为主，测算依据主要以 2015 年数据为基础。

“十三五”时期，西藏自治区将重点完成口岸的灾后重建和功能升级，口岸数量、等级将全面拓展，通关效率将逐步恢复。以 20% 的年均增速测算，到 2020 年，口岸贸易额将达到 95 亿元。参照上述测算依据，可进一步预测“十三五”时期西藏自治区的口岸通关目标。到 2020 年，口岸货运量将突破 13 万吨，年均增长 20%；口岸出入境人数将达到 120 万人，年均增长 20%；基本恢复灾前水平。

“十三五”时期，随着边贸通道的拓展和边贸市场的改造升级，边民互市贸易将延续“十二五”时期的高速增长，以15%的年均增速测算，到2020年，边民互市贸易额将达到21亿元，较2015年翻一番。

随着口岸贸易额的恢复性增长，到2020年，西藏自治区的进出口总额将突破110亿元，年均增长15%，增速慢于口岸贸易额，将推动口岸贸易额占进出口总额比重从2015年的66.89%升至2020年的85%。同时，随着贸易规模的扩大，贸易结构将持续升级，逐步实现由纺织品、鞋帽等初级制成品为主的出口商品结构向以高附加值产品为主导的出口结构的转变。

### (3) 利用外资和对外经济合作目标

“十三五”期间，西藏自治区将以拉萨经济技术开发区、吉隆跨境经济合作区及拓展区等招商引资载体为依托，积极推进面向境外的招商引资和面向内地的产业承接，重点发展外向型产业体系；将以尼泊尔灾后重建和国际援助项目为契机，全面探索对外工程承办和劳务合作。到2020年，实际利用外资规模将达到5.7亿美元，年均增长20%；“十三五”时期累计实际利用外资额超过20亿美元，约为“十二五”时期的3倍；“十三五”时期，累计实现对外经济合作金额14亿美元，约为“十二五”时期的5倍。

## 五、“十三五”时期商务发展目标汇总

综上所述，特将“十三五”时期西藏自治区商务发展目标汇总如下：

表 2.7 “十三五”时期西藏自治区商务发展目标一览表

类别	指标	考核期	目标值	年均增幅	
内 贸	社会消费品零售总额（亿元）	2020	≥720	12%	
	社会消费品零售总额行业结构（亿元）	批发零售	2020	≥570	11%
		住宿餐饮	2020	≥150	15%
	社会消费品零售总额城乡结构（亿元）	城镇	2020	≥580	11.5%
		农村	2020	≥140	14.5%
	电子商务	网络零售额（亿元）	2020	≥90	—
		网络零售额占社会消费品零售总额的比重（%）	2020	≥12	—
	商品储备	商品储备总量（吨）	2020	19000	—
物流配送	货运总量（万吨）	2020	≥4000	8.5%	
外 贸	进出口总额（亿元）	2020	110	15%	
	边民互市贸易额（亿元）	2020	21	15%	

口岸建设	口岸货运量（万吨）	2020	13	20%
	口岸进出口货值（亿元）	2020	95	20%
	口岸出入境人数（万人）	2020	120	20%
外资	实际利用外资规模（亿美元）	2020	5.7	20%
外经	累计对外工程承包和劳务合作金额（亿美元）	累计	14	—

## 专题 3

# “十三五”时期商务发展空间布局专题

“十三五”时期，西藏自治区商务发展的空间布局主要围绕总体空间布局、城乡商业体系（包括城市商业中心、农牧区商业体系、城乡专业市场体系）空间布局、分级物流体系空间布局以及口岸与跨境经济区空间布局四个层面展开。

### 一、商务发展总体空间布局

“十三五”时期，西藏自治区商务发展主要围绕一横一纵两条区域经济发展轴安排总体空间布局。

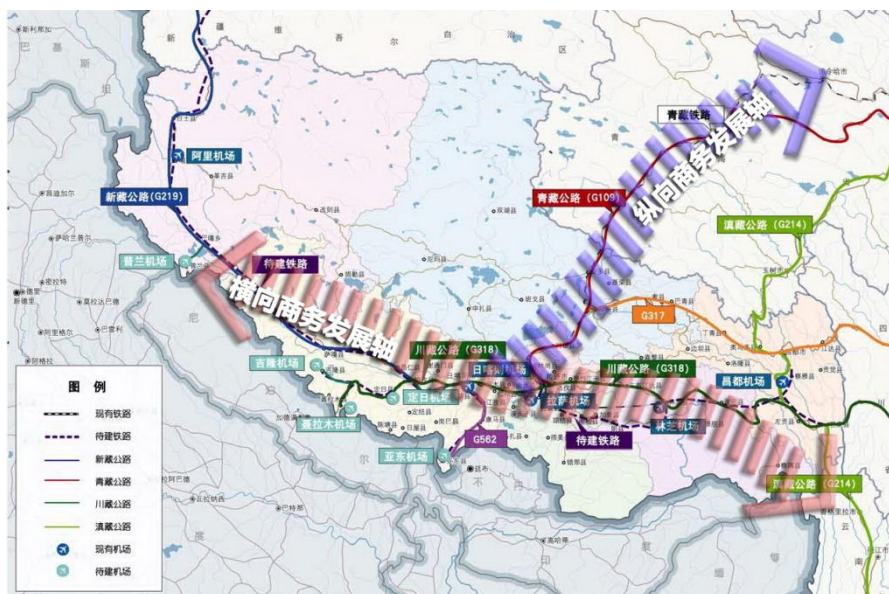


图 3.1 “十三五”时期西藏自治区商务发展轴

在“面向南亚开放的重要通道”、“西部大开发”、“一带一路”三大国家战略推动下，西藏自治区将构建“日喀则-拉萨”进而“西藏-西部地区-东中部地区”的纵向区域经济发展轴，形成以西藏自治区为枢纽的“中国-南亚”经济互联互通体系。

这一形势对“十三五”时期西藏自治区分级物流网络和城乡专业市场体系的建设提出新的发展要求。

在“孟中印缅经济走廊”和“环喜马拉雅经济合作带”两大区域经济战略推动下，西藏自治区将围绕横贯阿里、日喀则、山南、林芝四地市的横向区域经济发展轴，在“十三五”时期打造并不断优化由口岸、边贸市场、跨境经济合作区乃至自由贸易试验区构成的开放经济发展平台。

横纵两条商务发展轴的叠加效应，将全面促进西藏自治区跨境电商、电子口岸、会展经济、服务贸易、经济技术合作区等内外贸一体化设施的建设和运行，并有效支撑西藏自治区城市商业网点体系和农牧区市场体系的建设和完善，最终推动全区商务事业和商务管理工作跨上新的发展平台。

## 二、城乡商业体系空间布局

“十三五”时期，西藏自治区城乡商业体系建设将主要围绕城市商业中心建设、农牧区商业体系建设和城乡专业市场体系建设三条主线优化空间布局、强化城乡协同。

### 2.1 城市商业中心空间布局

经过“十二五”时期的调整转型和“十三五”时期的建设发展，西藏自治区各地市将构建由广域商业中心、区域商业中心构成的两级城市商业中心体系，形成“中心带动、轴线拓展、层次分工”的中心城区商业空间布局和“便利性商业、体验性商业，辐射性商业”三位一体的市域商业空间布局，进一步推动城乡居民消费需求扩张。

一般而言，城市商业中心的发展会经历单中心向心发展、单中心离心扩散、多中心向心发展三个阶段。“十三五”期间，伴随着西藏自治区城镇化进程的推进，自治区各地市城市商业中心将进入不同的发展阶段，应对各地市商业中心空间布局作如下定向引导。

**(1) 拉萨市。**“十三五”时期，拉萨市城市人口将持续集聚，城市框架将进一步拉开，城市商业中心空间布局将由“十二五”时期的单中心离心扩散阶段向多中心向心发展阶段演化，逐步形成“双核带动、两轴拓展、多心分工”的城市商业中心空间布局。具体而言：

“双核带动”是指“十三五”时期，拉萨市将在现有单中心（八廓街商业中心）基础上，逐步形成天海商业中心，并不断巩固和提升两大城市商业中心的辐射带动作用，形成辐射全区的广域商业中心，带动拉萨市商业街区 and 社区商业中心等的发展。

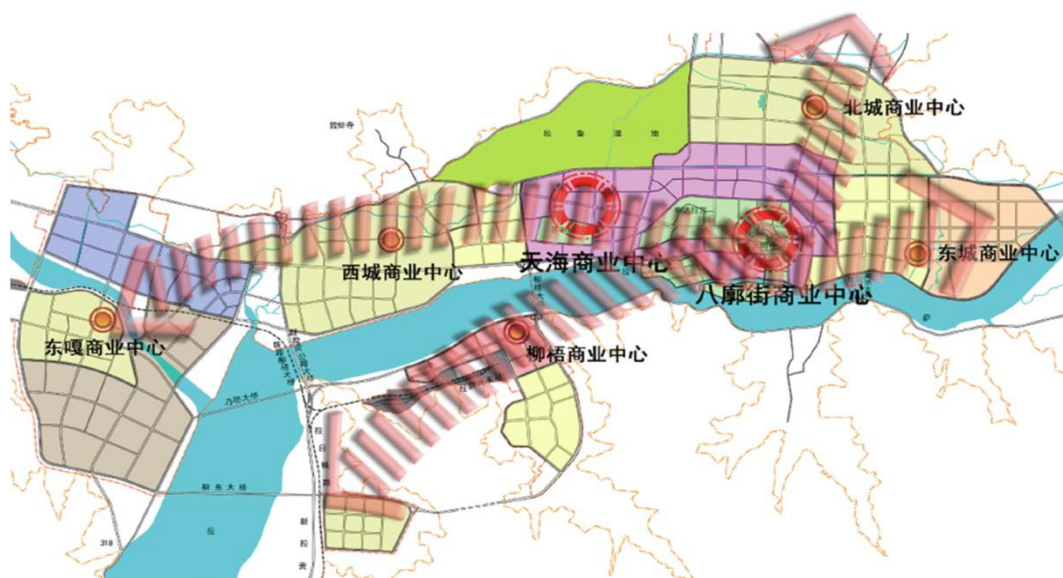


图 3.2 拉萨市城市商业中心空间布局

“两轴拓展”是指“十三五”时期，拉萨市区域商业中心将沿着贯穿东嘎新区、西城片区、中心片区、东城新区的“东-西”商业发展轴和贯穿北城片区、中心片区、柳梧新区的“东北-西南”商业发展轴沿商业氛围和级差地租的弱化方向向外扩散，逐步形成多中心的城市商业空间格局。

“多心分工”是指“十三五”时期，拉萨市核心商圈外围的柳梧新区、东城新区、北城片区、西城片区以及中心城区各县将根据各自功能定位发展与核心商圈相区别又相辅相成的区域商业中心。柳梧新区、东城新区将与自身功能有机结合，发展成具有一定辐射能力、配套服务特定功能的区域商业中心；北城片区和西城片区距离两大广域商业中心较近，将着重发展社区商业中心；周边各县随着人口不断集聚，也将逐步形成服务本地居民和旅游人口的社区商业中心。

**(2) 日喀则市、林芝市、昌都市、山南市。**“十三五”时期，日喀则市、林芝市、昌都市、山南市城市商业中心空间布局将由“十二五”时期的单中心向心发展阶段向单中心离心扩散阶段演化，逐步形成“一心辐射、轴线扩散”的城市商业

中心空间布局。

“一心辐射”是指“十三五”时期，日喀则市、林芝市、昌都市、山南市将继续巩固和提升地市级商业中心的辐射能力和带动作用，强化商业中心与专业市场和物流配送体系的联动，突出商业中心对各县商业中心和主导产业的带动。

“轴线扩散”是指“十三五”时期，日喀则市、林芝市、昌都市、山南市的商业资源将以地市级商业中心为核心，形成依托交通干线的商业资源扩散轴，逐步在中心城区外围乡镇和周边县域形成次级商业中心雏形。

具体参见下表 3.1。

**表 3.1 日喀则市、林芝市、昌都市、山南市城市商业中心体系**

地市	区域商业中心	商业资源扩散轴	次级商业中心雏形
日喀则市	桑珠孜区商业中心	203、204 省道以及 318 国道构成的 X 型商业扩散轴	南城商业中心；南木林镇、江孜镇、协格尔镇、萨迦镇、曲下镇、卡嘎镇（昂仁县）、嘎镇（谢通门县）、洛江镇商业中心；樟木、吉隆、亚东商业中心
林芝市	八一镇商业中心	拉林高等级公路和 318 国道构成的线性商业扩散轴	新城区域、永久区域商业中心；工布江达镇、朗镇、米林镇、鲁朗镇、扎木镇商业中心
昌都市	城关镇商业中心	317 国道和 501 省道构成 T 型商业扩散轴	扎曲河南商业中心；丁青镇、江孜镇、噶托镇、白玛镇、烟多镇、旺达镇、孜托镇、桑多镇、莫洛镇、草卡镇商业中心
山南市	泽当商业中心	拉林高等级公路构成的线性商业扩散轴	民族路商业中心；浪卡子镇、机场周边、安绕镇、隆子镇商业中心

（3）那曲地区、阿里地区。“十三五”时期，那曲地区和阿里地区城市商业中心空间布局将在“十二五”时期的发展基础上，延续单中心向心发展的走势，通过不同商业业种、业态的集聚发展，继续巩固地市级商业中心的辐射能力和带动作用；同时，依托交通干线和人口密集城镇，形成次级商业中心雏形。具体参见下表 3.2。

**表 3.2 那曲地区、阿里地区城市商业中心体系**

地市	区域商业中心	商业资源扩散轴	次级商业中心雏形
那曲地区	那曲镇商业中心	109 国道和 317 国道构成的 T 型商业扩散轴	普保镇、帕那镇、亚拉镇商业中心

阿里地区	狮泉河镇商业中心	219国道和301省道构成的T型商业扩散轴	普兰镇、托林镇、日土镇、革吉镇商业中心
------	----------	-----------------------	---------------------

## 2.2 农牧区商业体系空间布局

“十三五”期间，以促进县域经济发展为方向，与新农牧区建设相配套，全面健全和完善以乡（镇）为骨干，以村为基础的农牧区商业服务体系，实现农牧区提供基础消费和基础服务的“双基”商业设施全覆盖。具体而言，如下图 3.3 所示，按照西藏自治区农牧区的不同发展水平，就农牧区商业体系的空间布局作如下安排：

（1）农家店。“十三五”时期，实现农家店对西藏自治区全域所有乡村全覆盖，并积极推进农家店由商品销售向综合服务改造升级。

（2）配送中心。融汇邮政、油料、烟草、食盐四大基础配送网络，构建“多模式、同网络、共发展”的农牧区农资和消费品配送体系，解决农牧区配送率低、配送周期长、配送成本高的问题。“十三五”时期，实现配送中心对县区的 100% 覆盖，对“中等发展水平”以上地区乡镇的 100% 覆盖。

（3）乡镇商贸中心。依托农牧区经济合作组织，构建集基础消费品供应、社会化综合服务、特色农牧产品产地集散功能于一体的乡镇商贸中心体系。“十三五”时期，实现乡镇商贸中心对“中等发展水平”以上地区乡镇的 100% 覆盖，对“较低发展水平”地区乡镇 20% 的覆盖。

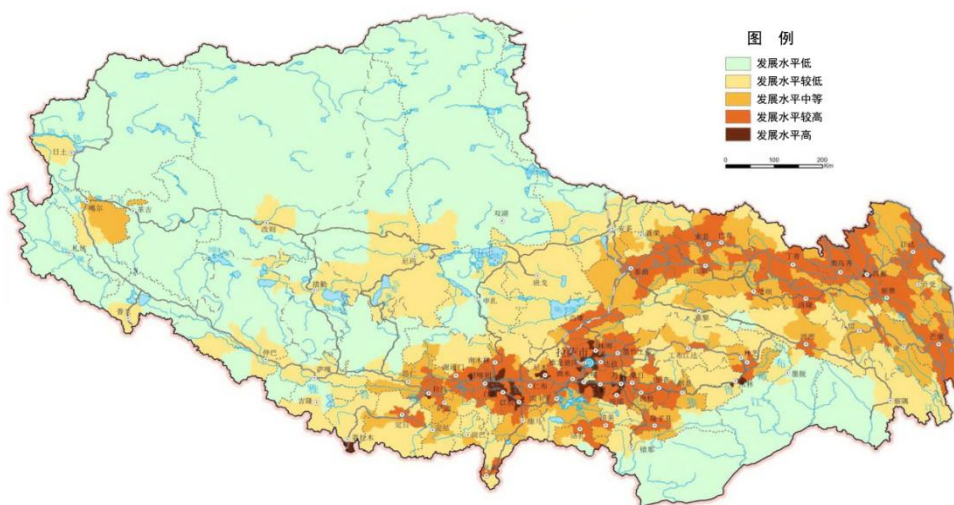


图 3.3 西藏自治区农牧区发展水平分布图

## 2.3 城乡专业市场体系空间布局

“十三五”时期，以构建“立足地市，辐射全区”的专业市场体系为发展目标，以“突出重点、示范带动、优化整合、集群布局”为发展方针，在积极推进现有城市专业市场整合外迁与改造升级的同时，有序发展农牧区产地专业市场体系，强化城乡专业市场体系的协同运作和辐射能力。如图 3.4 所示，到“十三五”末，形成以拉萨市为中心，联系西藏自治区七个节点（地市）的三条专业市场集散带：“拉萨↔日喀则↔阿里”专业市场集散带、“拉萨↔那曲”专业市场集散带以及“拉萨↔山南↔林芝↔昌都”专业市场集散带；形成包括城市专业市场体系和县域专业市场体系在内的“产地-中转地-销地”市场体系，有效衔接内地与自治区市场的商品供销；并依托各地市节点构建专业市场群，共同提升自治区范围内专业市场体系的吸纳力和辐射力。

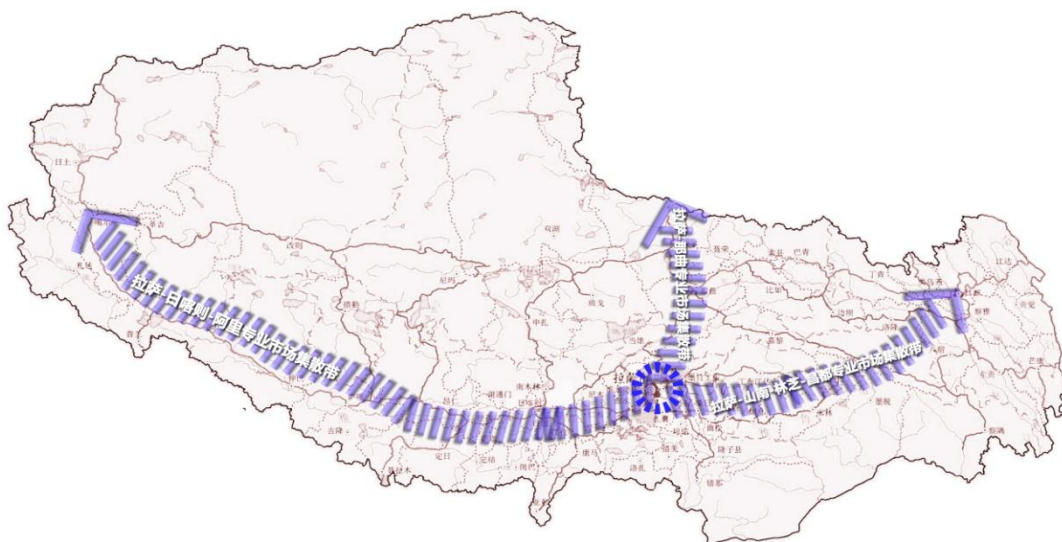


图 3.4 西藏自治区专业市场集散带空间布局

### 三、口岸与跨境经济区空间布局

“十三五”时期，西藏自治区将在“孟中印缅经济走廊”和“环喜马拉雅经济合作带”等区域经济战略推动下，强化口岸、边贸市场、边贸通道的辐射带动作用，以“共享共用”为主要原则加强内地城市和边境口岸城市的区域协同发展，发挥拉日铁路的交通优势和全区各地市的产业优势，依托吉隆口岸跨境经济合作区建设跨境经济合作区扩展区，并积极探索建设西藏自由贸易试验区，推动全区外贸、外经做大做强。由此将形成“三重两翼多支点”的口岸开放格局和“一核两向”的跨境经济区拓展格局，如图 3.5 所示。具体而言：

(1)“三重”，即重点推进吉隆口岸创新发展，将吉隆口岸建设成为西藏对外开放和现代化程度最高、运行最规范、辐射范围最广的国际性口岸；重点促进拉萨航空口岸融合发展，积极参与拉萨空港新区建设，扩展空中国际通道，增强拉萨市在中国面向南亚开放通道上的枢纽功能；重点推进普兰口岸提升功能，突出旅游服务贸易特色，扩大货物贸易规模，加快新唐嘎国际市场建设。

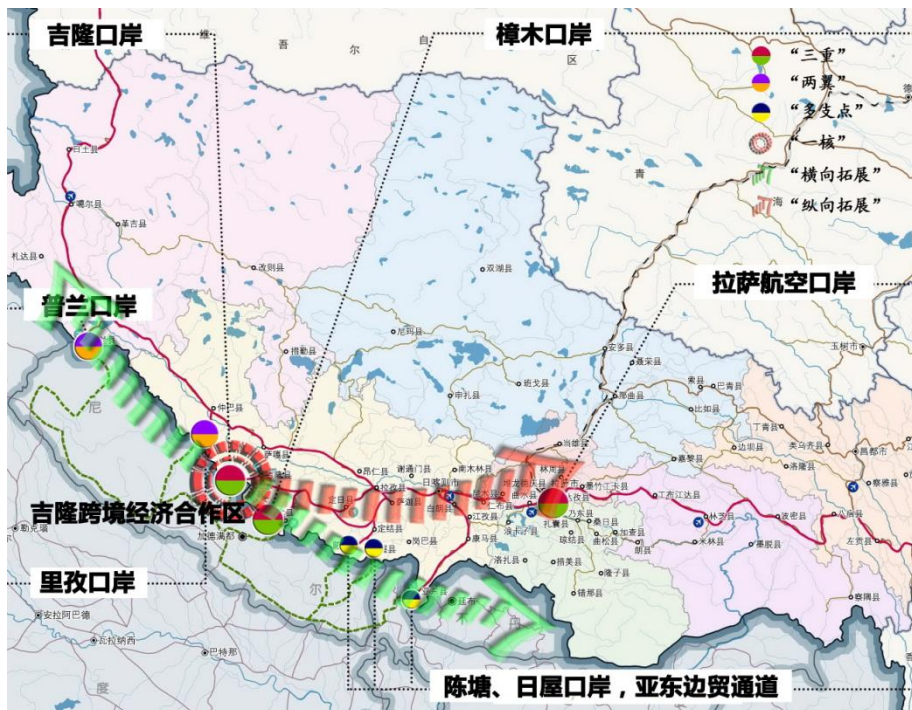


图 3.5 西藏自治区口岸开放和跨境经济合作区拓展格局

(2)“两翼”，即着力实施樟木口岸灾后重建和转型发展，促进旅游服务贸易发展，探索边境旅游合作区建设，提高贸易发展质量；充分发挥里孜口岸通道作用，尽快形成通关能力较强的对尼贸易通道。

(3)“多支点”，即尽快实现日屋、陈塘口岸开放，全力推动亚东乃堆拉边贸通道开放为国际性口岸，加快完善口岸管理和服设施，强化贸易通道和边贸市场，巩固扩大边民互市贸易，积极拓展口岸贸易规模；另外，积极挖掘帕里、绒辖、昆莎机场等后备口岸资源，为进一步完善西藏自治区陆空口岸群、实现全方位对外开放奠定口岸储备。

(4)“一核两向”，即以吉隆跨境经济合作区为核心，沿横向（边境口岸群方向）和纵向（“吉隆-日喀则-拉萨”贸易通道方向）两个方向进行拓展。横向拓展主要围绕跨境旅游合作区建设进行拓展。重点衔接樟木口岸灾后重建和转型以及亚东乃堆拉山口朝圣路线增开，探索在樟木、里孜、普兰、亚东等口岸和边贸

通道建立跨境旅游合作区，推广跨境游项目，塑造跨境精品旅游路线。纵向拓展主要围绕跨境商贸加工区建设进行拓展。重点依托日喀则综合物流园区、拉日铁路、川藏公路、拉萨机场、拉萨综合物流园区共同形成的交通优势，并充分借助日喀则和拉萨在人才、资本等方面的要素优势，推动自治区特色产业和对外贸易的发展。

#### 四、分级物流体系空间布局

“十三五”时期，西藏自治区将以“服务地市，集散全区，辐射南亚”为目标，构建由“综合物流园区（地市）-物流中心（区县）-配送中心（片区和乡镇）”构成的分级物流节点体系。

在地市综合物流园区级物流节点中，进一步面向全藏物资集散和口岸跨境经贸合作两大物流需求，形成了西藏自治区物流园区的分级规划和空间布局，如图 3.6 所示。具体而言：

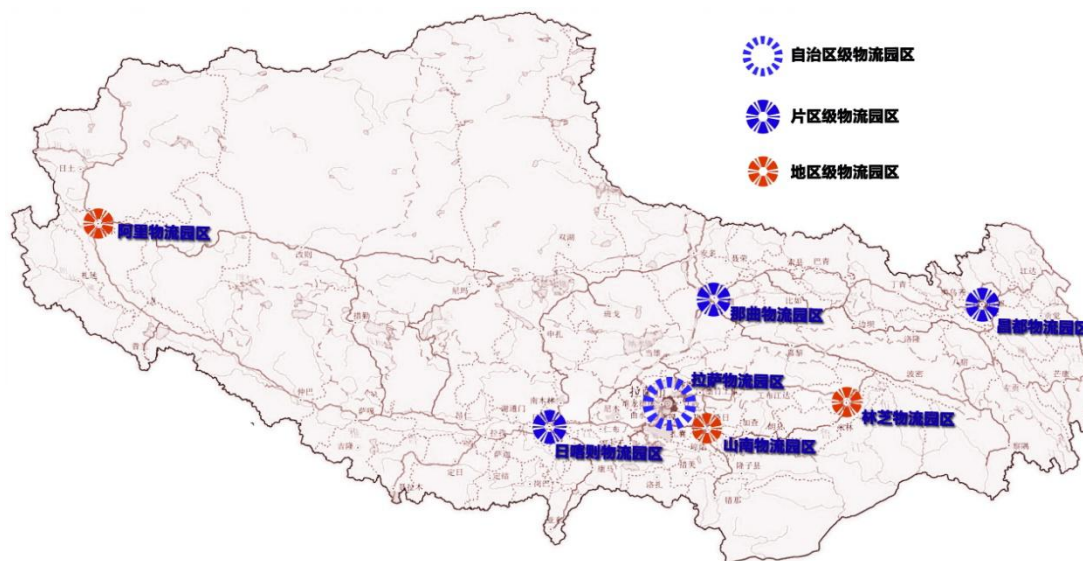


图 3.6 西藏自治区分级物流体系空间布局

##### (1) 三级物流园区规划

“自治区级”物流园区，即依托拉萨市突出的地理区位、交通优势，建设集仓储、加工配送、综合交易、货运服务等功能于一体的综合物流服务园区，将其打造成为西藏自治区实现物资大集散和支撑面向南亚开放重要通道的核心物流服务功能区。

“片区级”物流园区，包括以昌都市为节点，依托川藏公路、滇藏公路打通西藏自治区东部的对外联系的藏东片区综合物流服务载体；以那曲综合物流园区为节点，依托青藏铁路、青藏公路、川藏公路与内地建立联系，依托 301 省道向西辐射的藏西北片区综合物流服务载体；以日喀则市为节点，依托拉日铁路形成与拉萨综合物流园区密切联动，进一步向西南辐射，并有效衔接主要口岸和边贸通道的藏西南区片综合物流服务载体。

“地区级”物流园区，包括阿里地区、山南市和林芝市为节点，在自治区级与片区级物流节点的辐射下，重点面向本地区服务的综合物流服务载体。

### （2）物资大集散物流网络

依托三条专业市场集散带，面向物资集散形成的物流需求，构建以拉萨综合物流园区为核心的全藏物资集散物流网络。

### （3）南亚大通道物流网络

依托青藏铁路、109 国道、拉日铁路、318 国道等物流通道，以拉萨、那曲和日喀则物流园区为载体，形成西藏联系内地市场和南亚市场的南亚大通道物流网络。

## 专题 4

# “十三五”时期物流配送体系规划专题

西藏自治区的矿产资源、水资源、太阳能资源、高原特色生物资源十分丰富，但由于区内的需求规模相对有限，使得西藏本地出产的矿产品以及高原特色生物资源高度依赖内地省份的市场需求。与此同时，受自然要素禀赋以及经济发展阶段的限制，西藏自治区在商品供给，特别是农副食品、工业日用消费品供给方面也在很大程度上依靠内地省份。

“十三五”时期，伴随着“面向南亚开放的重要通道”、“西部大开发”、“一带一路”三大国家战略与“孟中印缅经济走廊”和“环喜马拉雅经济合作带”两大区域经济战略推动，西藏自治区将成为“中国-南亚”开放经济体系的重要枢纽。

然而，由于地处青藏高原，地形地貌复杂、基础资源缺乏、信息相对滞后等不利条件，给西藏自治区内部的物资集散、西藏与内地的物资交换以及西藏与南亚的贸易往来带来了诸多障碍，不仅制约了西藏自治区经济和社会的发展，而且影响了西藏自治区基于“面向南亚开放的重要通道”沟通内地与南亚市场战略价值的发挥。要实现西藏自治区经济跨越式发展的目标，发挥“面向南亚开放的重要通道”的突出战略价值，必须畅通商品出入西藏的通道，建设“集散全区，连接内地与南亚”的物流配送体系，全面提升西藏自治区的物流效率。

### 一、发展现状与存在问题

“十二五”期间，随着拉日铁路和拉林高等级公路建成通车，青藏铁路、青藏公路以及5个机场正常运营，西藏自治区干线交通运输条件得到显著改善，初步形成了公、铁、空三位一体的交通运输体系。为促进经济社会发展，保障人民不断提高的物质生活水平，依托不断完善的交通道路体系与现代物流技术手段，西藏自治区在物流体系建设、物流产业发展与物流效率提升方面取得了一定的建设成就。截至“十二五”末，全区共有具备储运功能的货运站场8处；物流经营企业176家，其中商贸物流企业128家，第三方物流企业43家，品牌快递企业20家；邮政普遍服务网点682个，基本覆盖全区所有乡镇；快递（非邮）经营网点174个，覆盖全区7个地市和15个县。2015年，共计完成货运总量2478.19万吨。

整体来看西藏自治区物流体系尚处于起步阶段，产业规模较小，业务类型单一，缺少龙头企业带动和大型物流设施支撑，还存在一系列亟待解决的问题。

**(1) 基础设施薄弱。**由于发展基础、地理条件和投入资源等因素制约，西藏自治区在物流通道建设方面严重滞后，路网密度仅有全国平均水平的6%，且道路等级低，燃料价格高，单向运输比重大，物流成本居高不下；在物流园区、物流中心、配送中心等物流基础设施建设方面欠账过多，难以满足物流业快速发展的需要；分级物流节点覆盖有限，物流网络仍不健全，制约了西藏自治区内部的物流集散以及与内地市场和南亚市场的物资交换。现有物流设施主要以货代园区和小型物流中心为主，并未形成功能齐备、组织完备、管理规范现代化物流园区；最大的那曲物流中心，预计2020年吞吐量达到310万吨，与西藏自治区的物流需求规模相去甚远。

**(2) 产业关联度低。**西藏自治区物流主要以货物运入为主、运出为辅，外省市进入西藏自治区的货运量为运出货运量的数倍；同时，运入产品以居民生活用品为主。可见，现有物流体系更多地服务于居民生活需要，虽然对商贸业、建筑业及矿产开采等行业有一定的支撑作用，但体量较小、深度不足，与西藏自治区各地区特色主导产业的关联度不高，对特色主导产业的扩容和升级的支撑作用有限。

**(3) 信息化程度低。**西藏自治区一半以上的流通企业未完全实现条形码化，电子数据交换系统(EDI)普及率低，RFID、GIS、GPS等先进信息技术未得到广泛应用，统一物流信息平台尚未搭建，严重影响了物流资源的优化配置和物流体系的高效运作。

**(4) 物流企业落后。**西藏自治区物流企业目前仍呈现“小、散、乱”的发展现状。除了登记注册的176家物流企业之外，物流行业主要有为数众多的货运代理企业(含个体工商户)构成；最大的物流企业年运输量仅1800吨左右；运输仓储作业原始，冷链储运设施匮乏，物流信息系统缺位，难以保证货物安全，物流市场秩序较为混乱。

**(5) 国际物流不畅。**西藏自治区海拔高、道路险、环境恶劣、气候复杂、公共基础设施落后等原因导致边贸市场交易时间不稳定、交易地点不固定，严重影响了国际物流的发展。同时，由于西藏是反分裂、反渗透的前沿阵地，对边境

地区人员流动实施较为严格的管控，给国际物流带来了一定的不便。另外，国际物流节点和基础设施建设的滞后，货币兑换窗口的匮乏，也会导致国际物流交易成本的增加。

## 二、发展要求

“十三五”时期，西藏自治区将把改善民生、凝聚人心作为经济发展的出发点和落脚点，坚定不移促进经济社会发展，坚定不移保障和改善民生，确保各族人民物质文化生活水平不断提高，全面建成小康社会，推动西藏自治区稳定发展。从这一目标出发，特对西藏自治区物流体系建设提出如下发展要求：

（1）支撑西藏自治区经济发展的总体战略。第一，物流体系作为生产服务体系，要秉承西藏自治区“十三五”时期特色产业发展指引，促进自治区供应链物流效率提升；第二，物流体系作为衔接城乡市场的通道，要与农牧区综合市场体系、城乡专业市场体系协同，促进自治区农牧区居民消费需求的释放和农牧区特色产业的培育；第三，物流体系作为城镇商业网点的支撑体系，要立足居民消费需求，为消费品分拨、连锁经营和共同配送提供物流支持。

（2）确定西藏自治区物流设施的合理规模。基于西藏自治区经济社会发展的统计数据，对2020年西藏自治区物流设施规模进行了测算，“十三五”时期，西藏自治区货运量将突破4000万吨大关，应按照货运规模确定物流设施的建设规模目标，设定顶级物流园区规模，进而配置分级物流节点，提升物流分拨效率。

（3）形成立体化物流疏运通道。围绕拉萨、日喀则、那曲等重要物流节点，以青藏、滇藏、新藏等国道为基础，青藏铁路、拉萨-日喀则-樟木延伸段、拉萨-林芝延伸段为支撑，以拉萨、日喀则、阿里、林芝等地区机场货运为辅助，构建公路、铁路、航空等方式互相配合的立体化的物流疏运通道。

（4）构建分级物流节点体系。以“服务地市，集散全区，辐射南亚”为目标，构建由“综合物流园区（地市）-物流中心（区县）-配送中心（片区和乡镇）”构成的分级物流节点体系。依托三条专业市场集散带，面向物资集散形成的物流需求，构建以拉萨综合物流园区为核心的全藏物资集散物流网络。以拉萨、那曲和日喀则物流园区为载体，形成西藏联系内地市场和南亚市场的南亚大通道物流网络。

(5) 打造城乡共同配送体系。实施各地市中心城区“123 城市共同配送体系建设工程”；并以电子商务进农村为契机，依托县区配送中心、“农超对接”网点以及覆盖各乡镇的标准化农家店，探索城乡一体化共同配送体系建设模式。

(6) 依托口岸和特色主导产业，建设口岸物流园区、保税物流中心，完善特色产品加工物流体系，强化物流体系对“面向南亚开放的重要通道”建设和特色主导产业培育的支撑作用。

(7) 大力培育 3A 级以上物流企业，搭建公共物流信息平台，优化物流基础设施和技术装备，提升物流业组织化程度和现代化水平。

### 三、建设重点

“十三五”时期，西藏自治区将根据“两屏两地一通道”的总体定位，以塑造串接中国-南亚-西亚-欧洲并融入丝绸之路的物流枢纽为导向，着力打造覆盖西藏全区城乡的“完善、便捷、安全、绿色、智慧”的分级物流节点体系和城乡共同配送体系，统筹口岸物流、保税物流和特色产业物流发展，尽快建立和完善西藏自治区物流服务体系 and 物流信息平台，提高物流体系对国家重大战略实施以及对自治区经济社会发展的支撑能力，为西藏全面建成小康社会提供物流保障。

#### 3.1 分级物流节点体系构建

“十三五”时期，以“服务地市，集散全区，辐射南亚”为目标，基于西藏自治区道路交通及产业体系发展，协同城乡市场体系与口岸及边贸市场建设，对西藏自治区分级物流节点体系及相应的物流设施作如下规划。

##### (1) 面向自治区物流的三级物流节点体系规划

以“集散全区，辐射南亚”为目标，以地市为物流节点，面向全藏物资集散和口岸跨境经贸合作两大物流需求，构建三级物流节点体系。具体而言：

- “自治区级”物流节点——拉萨，即依托拉萨市突出的地理区位、交通优势，建设集仓库存储、加工配送、综合交易、货运服务等功能于一体的综合物流服务园区，将其打造成为西藏自治区实现物资大集散和支撑“面向南亚开放的重要通道”的核心物流服务功能区。

- “片区级”物流节点——昌都、那曲、日喀则，即以昌都市为节点，依托川藏公路、滇藏公路打通西藏自治区东部的对外联系的藏东片区综合物流服务载体；以那曲综合物流园区为节点，依托青藏铁路、青藏公路、川藏公路与内地建

立联系，依托 301 省道向西辐射的藏西北片区综合物流服务载体；以日喀则市为节点，依托拉日铁路形成与拉萨综合物流园区密切联动，进一步向西南辐射，并有效衔接主要口岸和边贸通道的藏西南片区综合物流服务载体。

● “地区级”物流节点——阿里地区、山南市和林芝市，即以阿里地区、山南市和林芝市为节点，在自治区级与片区级物流节点的辐射下，重点面向本地区服务的综合物流服务载体。

● 物资大集散物流节点体系：依托三条专业市场集散带，面向物资集散形成的物流需求，构建以拉萨“自治区级”物流节点为核心，向“片区级”和“地区级”物流节点逐级分拨的全藏物资集散物流节点体系。

● 南亚大通道物流节点体系：依托青藏铁路、109 国道、拉日铁路、318 国道等物流通道，以拉萨、那曲和日喀则三大物流节点为载体，形成西藏联系内地市场和南亚市场的南亚大通道物流节点体系。

## （2）面向地市物流的三级物流集散体系规划

“十三五”时期，以“服务地市”为目标，构建“综合物流园区（地市）-物流中心（区县）-配送中心（片区和乡镇）”构成的分级物流集散体系。具体而言：

● 各地市分别依据“自治区级”、“片区级”和“地区级”的物流节点定位，规划建设集仓库存储、加工配送、综合交易、货运服务等功能于一体的综合物流园区。拉萨作为“自治区级”物流节点，面向全藏物资集散需求和南亚外贸物流需求规划综合物流园区规模（约 1500 亩）；昌都、那曲、日喀则作为“片区级”物流节点，分别承担藏东、藏西北和藏西南片区的物资集散需求，同时阿里和日喀则作为南亚大通道物流节点还承载南亚大通道外贸物流需求，综合考虑规划昌都、那曲、日喀则综合物流园区规模分别约 600 亩、1000 亩（总面积 8000 亩，分期开发第一期 1000 亩）和 1000 亩（总面积 12000 亩，分期开发第一期 1000 亩）；阿里、山南和林芝，面向本地区物资集散需求规划综合物流园区规模，分别约 200 亩、500 亩和 400 亩。

● 各县区配合地市级生活必需品储备体系建设、县域专业市场体系（含农贸市场）建设和本县区物资集散需求规划物流设施规模（10-100 亩，部分承担广域物流职能的物流中心，建设规模可扩大到 500 亩）并投资建设物流中心（可与县域专业市场、地市级生活必需品储备库等合建），承担地市级生活必需品储备、县域物资分拨集散和县域特色主导产业物流支撑职能。“十三五”时期，县区实现

物流中心覆盖率 100%。

● 各乡镇（中心城区片区）配合乡镇商贸中心（社区商业体系）建设和本乡镇（片区）物资集散需求规划物流设施规模（1-5 亩）并投资建设配送中心（可与乡镇商贸中心或社区商业共同配送节点等合建），承担乡镇（片区）范围内商品配送和产品收购职能。“十三五”时期，重点乡镇和中心城区主要片区实现配送中心覆盖率 100%。

● 在县区级物流中心建设过程中，突出冷链物流设施的配建，强化物流设施对果蔬、肉类商品储备的支撑。

### 3.2 城乡共同配送体系建设

（1）按照《城市共同配送综合服务平台建设规范》的要求，推进各地市共同配送公共信息平台建设。鼓励广大物流配送企业和连锁零售网点引入企业资源计划（ERP）系统，并对接共同配送公共信息平台，实现城市配送信息共享。

（2）以城市共同配送基础设施建设为抓手，按照城市共同配送“三级网络布局”的要求，以物流资源社会化、物流信息共享化、物流终端便利化为目标，实施“123 城市共同配送体系建设工程”，推动各地区中心城区商业网点共同配送率达到 50%。

● 一级物流分拨中心。以分级物流体系中的中心城区片区级配送中心作为共同配送体系中的一级物流分拨中心，承担各地市中心城区零售网点所售商品的一级分拨职能。

● 二级公共配送中心。面向各地市中心城区各片区，依托快递企业的分拣中心、连锁零售企业的配送中心、农副产品（生鲜）冷链配送中心、中央大厨房以及盐业、烟草和医药专业配送中心等五大类社会化配送节点，打造具有承上启下（每个一级物流分拨中心对应 4-5 个二级公共配送中心，每个二级公共配送中心辐射大约 10 个三级末端共同配送点）的商品分拨功能，具备仓储、加工、分拣、区域配送、信息管理等一体化配送服务功能的公共配送中心。

● 三级末端共同配送点（或门店）。原则上按照服务半径 1000 米（步行 15 分钟）的标准，以社区为单位布局末端共同配送点（或门店）。末端共同配送点须具有货车停车位以及必要的分拣和暂存服务功能，主要依托连锁经营的社区便利店或中型超市建设，实现“宅配”与“店配”、末端配送与社区服务融合发展。

（3）积极推进城乡一体化配送体系建设。依托乡镇配送中心（与乡镇商贸

中心合建)、“农超对接”网点以及覆盖全区所有村的农家店，探索城乡一体化配送体系建设，实现生活消费品和特色农副产品的双向集散，既解决城市居民“米袋子、菜篮子”的问题，也要解决工业品、快消品、药品等下乡的问题，畅通城乡流通体系。

### 3.3 口岸物流园区建设

西藏自治区拥有长达 4000 公里的边境线，分别与尼泊尔、不丹、印度、缅甸等南亚国家接壤，优越的地理位置为西藏发展同边境国家的经贸合作提供了广阔的空间。西藏自治区应抓住面向南亚开放的重要机遇，发展口岸经济、建设口岸物流园区，提高口岸通关效率，支撑边境贸易发展，扩大口岸沿边开放。“十三五”时期，规划在吉隆、樟木、亚东、普兰、日屋、陈塘等重点口岸和边贸通道建设口岸物流园区，全面改善口岸的出入境交通和物流基础设施条件。

### 3.4 保税物流中心

保税物流是集仓储、国际物流配送、运输、装卸搬运、检测检验、流通加工等于一体的新型物流设施。保税物流中心建设是西藏自治区对外贸易结构升级，促进外向型经济持续快速发展的重要支撑。“十三五”时期，规划在拉萨、日喀则设立保税物流中心，强化“南亚大通道”物流节点建设，推动西藏自治区成为重要的国际物流、仓储、配送、转运基地。

### 3.5 特色产品加工物流体系

根据西藏自治区产业布局规划，结合各地市特色产业发展的实际需要，依托物流园区、物流中心和配送中心等分级物流节点建设，在“十三五”时期重点支持 30-40 个特色产品加工物流项目。具体而言，依托各地市综合物流园区及县域物流中心建设，设立特色产品流通加工中心，吸引物流企业和商贸企业入驻，面向特色产品从事分拣、包装、组装等增值服务，提高特色产品的适销性；依托片区配送中心和乡镇配送中心建立特色产品配送网络，为特色产品流通加工中心和下游客户提供优质高效的双向配送服务。

### 3.6 物流组织化程度提升工程

(1) “十三五”时期，依托覆盖全区七地市的三级物流节点，搭建西藏自治区公共物流信息平台，加强物流信息化网络、信息资源共享机制、物流信息平台运作机制建设。

(2) 依托地市、县区和乡镇(片区)三级物流设施，开辟专项扶持资金，

加强物流配送和流通加工技术装备的配套力度，特别优先发展冷链物流设施；针对重点牧业县和重点牧区乡镇还要适当配建牲畜育肥基地，提高活体畜产品的储备和配送能力。

(3) 依托物流设施和信息平台，实施物流主体培育工程。“十三五”时期，重点培育 10-15 家 3A 级和 3-4 家 4A 级本地物流企业，推动西藏自治区物流产业实现扩容升级，跨越发展。

#### 四、保障措施

(1) 加快交通体系建设。重点推进西藏自治区交通网络及西藏自治区与周边省份交通枢纽节点的接驳，畅通西藏自治区内部各地市之间以及西藏自治区与周边各省份的交通联系。

(2) 健全综合管理机制。建立西藏自治区物流发展协调机构，协同各地市物流领导小组的工作方向，共同规划各地市分级物流节点和物流设施的投资和建设，统筹城乡一体化共同配送体系三级节点的组织和管理，推动物流信息平台搭建和物流行业监管，保障西藏自治区物流业的健康、持续发展。

(3) 强化项目引导扶持。面向重点物流配送节点项目提供必要的资金支持，在促进西藏自治区现代物流业发展的同时，引导物流业组织化和现代化程度提高，物流设施空间布局优化。为此需要建立一套完整的遴选、评估、审查、验收机制，聘请专业机构对各地市申报的物流项目实施方案或可研报告进行项目前期评估甄选，并加强项目中期和后期的执行监管。

(4) 完善行业协会职能。组建西藏自治区物流与采购联合会，积极发挥行业协会作用，开展物流统计调查，协助相关部门完善西藏自治区物流业统计指标体系建设，促进物流统计信息的准确性和及时性。按照国家有关要求，探索建立西藏自治区物流业统计调查与核算制度，定期发布全区物流业运行情况。

## 专题 5

# “十三五”时期保供储备体系规划专题

### 一、发展现状与存在问题

“十二五”时期，西藏自治区通过多种手段完善应急调控和保障供应体系，储备基础设施覆盖范围不断扩大，储备商品结构日趋合理，应急调控能力全面增强。

表 5.1 自治区生活必需品储备情况一览表

储备级别	序号	储备品种	单位	储备数量	储备地区	承储企业
国家级	1	康砖茶	担（100斤）	30000	拉萨	自治区贸易集团
自治区级	1	康砖茶	担（100斤）	20000	拉萨	自治区贸易集团
				10000	日喀则	日喀则地区盐业分公司
				2500	山南	山南市盐业分公司
				2000	林芝	林芝森绿特色产品经贸有限公司
				1700	那曲	色尼土畜产品进出口有限公司
				1500	阿里	阿里国有资产经营公司
				37700	合计	-
	2	金尖茶	担（100斤）	5500	拉萨	自治区贸易集团
				500	林芝	林芝森绿特色产品经贸有限公司
				5000	昌都	昌都市盐业分公司
				1300	那曲	色尼土畜产品进出口有限公司
				12300	合计	-
	3	白糖	吨	500	拉萨	自治区贸易集团
				50	日喀则	日喀则地区盐业分公司
				50	山南	山南市盐业分公司
				50	林芝	林芝森绿特色产品经贸有限公司
				50	那曲	色尼土畜产品进出口有限公司
				50	阿里	阿里国有资产经营公司
				100	昌都	昌都邦达工贸发展有限公司
	850	合计	-			
4	冻猪肉	吨	350	拉萨	拉萨润通商贸有限公司	
			50	昌都	昌都邦达工贸发展有限公司	
			400	合计	-	

	5	冻牛肉	吨	300	拉萨	拉萨润通商贸有限公司
				50	昌都	昌都邦达工贸发展有限公司
				350	合计	-
	6	酥油	吨	100	拉萨	拉萨润通商贸有限公司
				100	合计	-

(1) “十二五”时期，西藏自治区在全区各地市普遍建立了生活必需品储备基地，如表 5.1 所示。其中，拉萨市建立储备基地 4 家，昌都市 2 家，日喀则市 1 家，林芝市 1 家，山南市 1 家，那曲地区 1 家，阿里地区 1 家，共投入建设资金 15275 万元，其中中央预算内投资资金 2550 万元，初步形成了国家和自治区两级生活必需品储备体系。同时，进一步完善了生活必需品监测体系，增加了 12 家监测企业，监测范围覆盖了 17 大类 53 个重要品种。

(2) “十二五”时期，西藏自治区进一步扩展了生活必需品储备类别和储备规模。“十二五”时期，西藏自治区及时修订了新的自治区级生活必需品储备管理办法，在国家储备的基础上，拓展了自治区级商品储备。截至“十二五”末，如表 5.1 所示，已形成分布于全区七地市的生活必需品政府储备，其中康砖茶 37700 担，金尖茶 12300 担，冻牛肉 750 吨，冻猪肉 400 吨，冻羊肉 300 吨，白糖 850 吨，酥油 100 吨，保证了居民重要生活必需品的稳定供应。

(3) “十二五”期间，西藏自治区先后 4 次实施了平价肉市场投放，平抑肉价异常波动，保障市场稳定供应；并在此过程中初步构建了生活必需品储备投放节点，为市场应急调控提供相对可靠的网络渠道。

“十二五”时期自治区储备商品相关市场运行相对稳定，自治区保障商品供应、平抑价格波动的能力显著增强，对缓解偏远易灾乡镇的供需矛盾，应对重大自然灾害和突发事件的市场冲击，保证农牧区人民群众的基本生活需要产生了深远、积极的影响。但也应注意到：

(1) 西藏自治区现有的生活必需品储备设施仍以地市级为主，县级储备设施基本空白；储备体系还停留在“国家-自治区”两级体系的发展阶段，尚未建立具备各市(地区)特色、更能反映居民消费特征的地市级生活必需品储备体系(以县级储备设施为载体)，亟待完善“国家-自治区-地市”三级储备体系。

(2) 西藏自治区现有的生活必需品储备体系存在“重存储，轻流转”的不平衡发展。一方面，储备商品的轮换和投放缺乏覆盖广泛的投放节点支撑，影响了

储备商品“质量好、用得上”目标的达成；另一方面，储备体系缺乏与周边兄弟省区储备体系和内地主产区的联动，基于市场机制的商业储备体系尚未建立。

(3) 受制于储备体系的设施规模和技术水平，现有储备体系的储备品种还无法拓展新鲜果蔬、藏畜活体等商品类别，无法适应城乡居民膳食结构升级的需求。

## 二、储备测算与发展要求

为有效提升自治区生活必需品储备能力，控制和消除突发事件引发的主要生活必需品市场异常波动，满足城乡居民基本消费需求，保障市场价格稳定，特对“十三五”时期自治区重要生活必需品的最低储备规模和储备体系的发展要求规划如下。

### 2.1 储备商品规模测算

#### (1) 储备品种

西藏自治区城镇居民各大类生活必需品消费量统计数据显示，除粮食以外，鲜菜、肉类和干鲜瓜果是消费量最大的商品类别。其中肉类（包括猪肉、牛肉、羊肉）目前已经形成了国家和自治区两级储备体系；但鲜菜和干鲜瓜果尚未列入生活必需品储备体系当中，随着设施和技术水平的提升，有必要将其纳入生活必需品储备体系。本规划主要对已纳入国家和自治区级储备体系的肉类、茶叶、酥油以及拟扩储的鲜菜和瓜果的储备量进行测算。

表 5.2 “十二五”时期自治区城镇居民家庭食品平均消费量

商品类别	年消费量（千克）	商品类别	年消费量（千克）
粮食	108.6	家禽	3.7
鲜菜	74.53	糕点	2.6
干鲜瓜果	21.07	水产品类	2.4
牛肉	17.13	羊肉	3.4
猪肉	8.17	茶叶	2.23
鲜蛋	4.9	白酒	0.2
油脂类	8.18	啤酒	12.8

#### (2) 储备规模

参照“十二五”时期西藏自治区城镇居民肉类、茶叶、食糖、酥油、鲜菜和瓜果的人均消费数量，按满足城乡居民（2020年自治区规划常住人口数量361.57万）15天消费量测算，如表5.3所示，西藏自治区肉类最低储备量应达到4165

吨，其中，猪肉约 1185 吨，牛肉约 2487 吨，羊肉约 493 吨；鲜菜最低储备量应达到 10817 吨；干鲜瓜果最低储备量应达到 3057 吨；茶叶最低储备量应达到 324 吨（6480 担）。同时，按照《拉萨市副食品储备方案》中，每人每天 0.05 斤酥油的消费标准计算，自治区酥油最低储备量应达到 1324 吨。

表 5.3 西藏自治区生活必需品储备规模测算

商品类别	“十二五”时期平均消费量 (千克)	15 天消费量 (千克)	最低储备量 (吨)
猪肉	8.17	0.335616	1185
牛肉	17.13	0.704110	2487
羊肉	3.40	0.139726	493
鲜菜	74.53	3.063014	10817
茶叶	2.23	0.091781	324
干鲜瓜果	21.07	0.865753	3057
酥油	—	0.375	1324
合计		19687	

对照现有储备规模，可以发现：

- ①茶叶已达到最低储备规模，并有余量，可为自治区提供供应保障；
- ②肉类储备普遍存在数量缺口，需要继续扩大储备规模；
- ③以冻肉为主的储备形式不符合本市居民的消费习惯，更不符合城乡居民膳食结构升级的发展方向，须在现有储备基础上进一步增加活体储备形式；
- ④酥油储备量存在明显缺口，需进一步增加储备规模；
- ⑤鲜菜、瓜果储备存在空白，亟待建立生鲜储备体系。

## 2.2 储备体系发展要求

“十三五”时期，自治区将进一步增强应急调控和保障供应的能力，提升市场应对气候异常和价格波动的能力。在生活必需品储备和投放体系建设方面，要深入贯彻“政府委托、部门监管、分级负责、企业代储”的实物垂直管理体制，不断优化储备品种，确保必要储备规模，并通过投放节点体系和储备品配送体系的建立强化储备商品的轮换，实现储备商品“品种优、储量实、轮换勤、质量好、投放快”的发展要求。

根据“十二五”时期商品储备体系建设存在的问题及“十三五”时期商品储备体系新的发展需求，西藏自治区将建成“国家-自治区-地市”三级政府储备与一定规模商业储备相结合的生活必需品储备体系，提升生活必需品储备体系对本地独

特消费需求的针对性和适用性；加快冷链物流设施的建设，增强生鲜商品（鲜菜、瓜果）的大规模储备能力；推进牲畜育肥基地建设，填补活体储备的空白，全面强化新鲜肉类的保障供应能力；依托社区商业体系和乡镇商贸中心构建覆盖全区城乡市场的储备商品投放节点和配送体系，全面提升商品储备体系的应急保供和市场调控能力。

### 三、建设重点

“十三五”时期，自治区将在现有储备体系的基础上，从储备体系层级、储备设施建设、储备商品类别、商品储备规模和商品投放体系等方面进一步推动生活必需品储备体系的扩容和升级，建成品种齐全、层次分明、分工合理、布局科学、投放及时的生活必需品储备体系，有效缓解农副产品生产和消费的季节矛盾，有效调控食品价格大幅波动的异常现象，为国民经济有序、健康发展提供市场保障。

（1）加大县域储备设施的投资建设力度，并对偏远县给予特别投资倾斜。“十三五”时期，初步形成覆盖自治区所有区县的储备设施，为“国家-自治区”两级储备体系向“国家-自治区-地市”三级储备体系下沉并继续扩大储备商品规模提供相对完备的设施基础。

（2）继续加大冷链仓储物流设施建设，特别是配合各地市特色农副产业发展加大冷链仓储物流设施的投资力度。“十三五”时期，建成覆盖全区各地市的冷链仓储物流设施，为储备商品类别向生鲜果蔬拓展以及肉类储备扩容创造设施条件。

（3）依托逐步丰富的冷链仓储物流设施，逐步将储备商品类别从粮、油、肉、茶等领域拓展到鲜菜、瓜果等生鲜商品领域。“十三五”时期，结合各地市果蔬生产能力和消费需求，力争形成果蔬商品 1000 吨以上的集中储备规模。

（4）加大对活体储备基地建设的政策扶持和资金支持，填补活体储备体系的空白。“十三五”时期，重点围绕牦牛主产区建设牦牛活体储备基地，力争达到 5000 头牦牛的储备规模；重点围绕绵羊主产区建设绵羊活体储备基地，力争达到 5000 头绵羊的储备规模；

（5）进一步拓展储备商品的投放和配送体系。依托城市社区商业体系和县城乡镇商贸中心建设，构建覆盖全区城乡市场的储备商品投放节点；依托城市共同配送点和农牧区末端配送点建设，构建连接商品储备基地和商品投放节点的物

流配送体系。一方面形成政府调控下覆盖各区县所有乡镇的惠民销售点，另一方面拓展惠民销售点的商品类别，形成包括肉类、鲜菜、瓜果和酥油等在内的生活必需品市场投放体系。

(6) 建立和完善重要商品价格监测预警机制和应急调控预案。继续扩大监测体系覆盖的监测企业和监测品种；积极通过市场化手段引导流通企业参与商品储备，逐步增加商业代储的品种和规模，强化市场自身的应急调控能力；加强与周边省市储备体系和主产区的政府间合作，特别是与青海、甘肃、四川等藏区的牛羊肉和酥油生产、流通和储备体系进行有效对接，进一步借助市场机制提升西藏自治区商品储备体系的应急保供和市场稳定能力。

## 专题 6

# “十三五”时期电子商务发展规划专题

我国已将电子商务列入战略性新兴产业的范畴。发展电子商务是以信息化带动工业化，同步推进生产、流通和经济增长方式转变的重大举措。作为一种创新型交易方式，电子商务将全面推动覆盖购（收购、采购）、销（批发、零售）、储（仓储、分拨）、运（运输、配送）、管（监管、调控）等的商品流通全过程的流程再造和效率提升。在“丝绸之路经济带”、“面向南亚开放的重要通道”和“环喜马拉雅经济带”三大战略的叠加效应下，电子商务发展将从消费经济、特色经济、开放经济、信息经济四个层面推动自治区经济发展和社会进步取得新的突破。

“十三五”时期，依据《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号文件）的统一部署，贯彻落实《西藏自治区人民政府关于深化流通体制改革加快流通产业发展的实施意见》（藏政发〔2014〕44号文件）的发展要求，对自治区电子商务发展进行专题研究。

### 一、发展现状与存在问题

“十二五”时期，西藏自治区大力发展电子商务，在建设电子商务平台、推动交易方式升级、带动特色主导产业发展、完善快递物流平台等方面取得了长足的进步。

（1）“十二五”时期，西藏自治区陆续建设了一批第三方电子商务平台，如拉萨旅游网、西藏购物网、西藏农牧信息网、西藏特色产品电子商务平台等。这些第三方电子商务平台借助先进交易方式，积极推广本地品牌，仅西藏特色产品电子商务平台就完成覆盖全区 100 多种特色产品的上线推广工作，签订订单 4000 多万元，实现销售 2000 万元。

（2）“十二五”时期，西藏自治区百货商场、连锁企业、专业市场等传统流通企业积极转变固有的发展模式，将传统渠道的触角向网络购物延伸，拉萨市百货大楼、百益超市和圣美家超市先后开展线上销售业务，销售收入突破千万。西藏七芝堂实业有限公司获得了京东商城西藏馆线上运营权，并在北京开设了京东

商城西藏馆线下实体点 5 个,形成了线上结合线下的立体化高原特色农牧产品销售平台。

(3)“十二五”时期,西藏自治区大力推进生产流通企业加快电子商务应用,带动特色主导产业发展。5100 西藏冰川矿泉水、西藏金哈达羊绒制品、西藏天知生物、牦牛乳业、奇圣土特产等特色主导产业的代表性企业率先利用电子商务开拓市场,进而带动广大中小企业应用电子商务的步伐不断加快。

(4)“十二五”时期,西藏自治区广大连锁零售企业积极利用信息通讯技术改造商务流程,推动业态升级。目前,采用管理信息系统(MIS)、时点销售系统(POS)和电子订货系统(EOS)等现代流通技术的连锁企业已从日用消费品、餐饮服务拓展到农资、农副产品、医药、石油石化、机电、民航、邮电、图书等各个业种。

(5)“十二五”时期,西藏自治区快递物流平台发展迅速,为电子商务发展提供了坚实的统一配送平台。截至“十二五”末,快递(非邮)经营网点 174 个,覆盖全区 7 个地市和 14 个县,其中,拉萨市已实现乡镇全覆盖;邮政普遍服务网点 682 个,覆盖全区所有乡镇。

作为全国范围内电子商务发展相对滞后的地区,西藏自治区电子商务还存在一系列制约因素和发展障碍。

(1)网络基础设施发展相对滞后,农牧区互联网使用普及率低。

(2)电子商务运行管理机制尚不健全。西藏自治区层面综合电子商务平台建设运营由自治区工信厅负责,而国家层面电子商务的业务主管部门为商务部,导致电子商务平台建设与行业运行管理责任主体不一致,影响了全区电子商务工作的开展。

(3)电子商务应用意识不强,信用环境相对薄弱。在实体商业网点体系尚未完全覆盖的前提下,虚拟商务流程和销售方式的接受度有限。

(4)电子商务发展起步较晚,缺乏本地电子商务龙头企业和认知度较高的本地第三方电子商务平台支撑,电子商务发展的外源性特征显著,对自治区以外电子商务平台的依赖度较高。

(5)电子商务体系亟待系统构建。由于本地特色农畜产品和手工艺制品生产的商品化程度较低,缺乏商标、品牌、技术标准和质量合格证等,不利于进行大规模的网络推广,导致电子商务购销体系具有显著的输入性特征,不利于物流

成本的降低和购销效率的提升。在线支付，电子商务企业和从业人员的培育等也不能适应当前电子商务发展的需要。

(6) 目前连接自治区内外、覆盖自治区各地市、沟通城乡市场的分级物流尚未成型，城乡共同配送体系尚在建设当中，电子商务发展缺乏大型设施和载体支撑，导致电子商务物流成本偏高，制约了电子商务的辐射带动作用。

(7) 目前西藏自治区尚缺乏专门针对电子商务发展的战略思路引导和产业政策扶持，电子商务在推进生产、流通和经济增长方式转变方面的职能尚未充分发挥，电子商务在创新服务民生方式、拓展农村购销市场、提升跨境通关效率、增进政务管理水平等方面的价值亟待“十三五”时期深入挖掘。

## 二、发展机遇与发展方向

### 2.1 发展机遇

(1) 《西藏自治区人民政府关于促进内贸流通健康发展的实施意见》中指出要大力发展电子商务；着力培育本地电子商务平台，支持有条件的大型龙头企业电子商务平台向行业平台转化，加快发展藏药、青稞系列食品、民族民俗工艺品等特色产品电子商务，促进我区特色优势产业发展；拓展网络消费领域，鼓励商贸流通企业线上线下融合发展，推广“网订店取”、“网订店送”等新型配送模式，支持电子商务向农牧区延伸，推动居民服务、休闲娱乐、旅游、金融等领域电子商务的应用，加快电子商务进社区、进农村；支持社区开设网络购物投递场所，鼓励物流企业在乡村设立服务网点。这为西藏自治区“十三五”时期面向促进内贸流通实现电子商务跨越式发展指明了方向。

(2) 西藏自治区文化旅游、特色工业（民族手工业）、特色农牧产品等产业具有显著的地方特色和突出的发展潜力，亟需发挥电子商务的示范、先导作用，推广产品、塑造品牌、打造龙头企业。

(3) 在“孟中印缅经济走廊”和“环喜马拉雅经济合作带”两大区域经济战略推动下，西藏自治区将围绕横贯阿里、日喀则、山南、林芝四地市的横向区域经济发展轴，在“十三五”时期打造并不断优化由口岸、边贸市场、跨境经济合作区乃至自由贸易区（试点）构成的开放经济发展平台，开发开放诉求凸显，口岸通关和跨境贸易亟需得到电子商务平台和技术的支撑。

(4) 西藏自治区覆盖幅员辽阔的农牧区，亟需通过社区电子商务发展和农

牧区电子商务建设,创新服务民生的方式,强化城乡一体化流通体系的运作效率。

(5) 西藏自治区道路交通的改善、物流节点体系的建设和城乡一体化共同配送体系的规划,将为电子商务的发展提供优越的设施支撑和物流保障。

## 2.2 发展方向

“十三五”时期,西藏自治区要抢抓《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》(国发[2015]24号文件)创造的发展机遇,利用“丝绸之路经济带”、“面向南亚开放的重要通道”和“环喜马拉雅经济带”三大战略的叠加效应,以完善电子商务平台、带动特色产业发展、创新服务民生方式、拓展农村购销市场、提升跨境通关效率、增进政务管理水平为目标,借助平台、终端、集聚区和示范区建设,大力发展复合型电子商务。

## 三、建设重点

按照西藏自治区电子商务发展的总体要求,“十三五”时期,将围绕如下重点项目和工程推动电子商务体系的建设和发展。

### (1) 完善电子商务支撑体系,搭建电子商务发展平台。

“十三五”时期,要以国务院《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》(国发[2013]32号文件)为指导,全面加强西藏自治区电子商务基础设施建设。一方面要加强信息网络基础设施建设,提升互联网使用率,加快网络传输速度;另一方面要整合分级物流体系和城乡一体化共同配送体系,提高物流网络和物流企业的信息化程度,为电子商务发展提供高效率的物流支撑。

### (2) 统筹电子商务平台建设,带动特色主导产业发展。

“十三五”时期,统筹目前已构建的西藏购物网、西藏农牧信息网、西藏特色产品电子商务平台等第三方电子商务平台,依托西藏自治区优势产业和特色产品,着力打造电子商务综合平台,构建西藏自治区电子商务平台制高点,系统推介本地生产流通龙头企业以及旅游文化、特色农牧业、民族手工业、藏医药等领域的特色产品。具体而言:

● 依托电子商务平台,打造集“专业县区、专业乡镇、产业园区、优势农业、特色工业、连锁商业”于一体的产业项目和龙头企业推介平台。重点开展区县和重点乡镇特色产品及服务的网络营销,产业园区的网络定向招商和经贸洽谈,优势农业和特色工业龙头企业和合作经济组织的形象展示,以及龙头商贸流通企业

(如百益超市等)的在线零售。

● 依托电子商务平台，解决本地商品供给与广域消费需求之间信息“断裂”的问题，依托行业协会、本地龙头生产流通企业、农村经济合作组织甚至专业养殖户、农业经济人等，实现拉萨市乃至西藏自治区优质特色产品的网络展示、网络推广和网络订购。

● 为配合电子商务平台建设的顺利推进，西藏自治区商务厅应会同工商局、工信厅、农牧厅、质监局等相关单位，对上网企业和上网商品进行官方商务认定、质量检验和质量监管，强化龙头企业、特色产品，特别是“三无”特色产品的公信力和诚信度。

### **(3) 推进社区电子商务建设，创新居民便利服务方式。**

以“互联网+”思维推动社区便民服务和电子商务的协同发展。通过电子商务拓展社区便利店(乡镇农家店)的商品品种和服务类别，通过社区便利店(乡镇农家店)拓展电子商务的配送终端，循序渐进地将各类特色服务纳入服务范围，全面便利居民生活消费。“十三五”时期，鼓励龙头商贸服务企业搭建社区电子商务服务网络体系，一方面，通过电子商务进社区，推广生活消费品的“网订店取”、“网订店送”交易模式，改变居民传统的实体交易为主的消费习惯；另一方面，循序渐进地将家政服务、餐饮服务、旧货交易、再生资源回收、团购消费等特色服务纳入服务范围，全面便利居民生活消费。

### **(4) 依托供销合作体系，探索农牧区电子商务实现形式。**

贯彻落实《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》(国办发[2015]78)精神，配合商务部电子商务进农村综合示范工作，依托西藏自治区供销合作体系建设，“十三五”时期，以“特色本地产品走出去”和“优质消费品引进来”为核心，加强电子商务在工业品下乡和农产品进城双向流通网络中的应用，大力推进农牧区电子商务体系建设，切实做好如下三方面工作：

一是要充分整合乡镇商贸中心特别是农家店及其配送中心的网络资源，健全适应农牧区电子商务发展的网点服务支撑体系，构建农牧区生活消费品在线零售网络，依托农家店网点资源，实现农牧区“网订店取”、“网订店送”交易模式。大力支持农牧区商业网点信息化改造、农牧区物流节点体系建设，引导电子商务企业、物流快递企业下乡，完善农村电子商务配送服务网络。同时要加强农牧区居民电子商务经营和消费的培训教育和示范指导，逐步提高农牧区居民电子商务的

应用能力。

二是要专项实施“电子商务惠农工程”，以基层供销合作社和专业合作社为依托，指导并协助农业经纪人、专业种植（养殖）户等对接网络资源，逐步形成不同特色产品的网络专业市场，提升农牧业生产的商品化程度。

三是要依托西藏自治区在电子商务平台和内地重点城市设立的“西藏特色产品展销店”，整合“电子商务惠农工程”形成的产品信息，借助“市-县-乡镇”三级流通网络体系，培育“跨区域特色产品供销体系”，构建推动农牧区特色主导产业发展的网络营销平台。

#### **（5）建设电子商务园区，推动电子商务集聚发展。**

通过基础设施建设和优惠政策引导，推动西藏自治区电子商务聚集布局，培育电子商务平台和电子商务企业快速发展。“十三五”时期，重点建设拉萨电子商务港（园区）项目（可与拉萨综合物流园区、综合保税区或保税物流中心（B型）项目合建），兼容电子商务创业孵化器、电子商务平台运营中心、上网企业和上网商品商务认定和质量检验中心、电子商务和快递物流企业管理中心、“电子商务惠农工程”建设基地、电子商务统一配送仓储分拣基地等功能，为电子商务运营和配套企业提供一站式服务。另外，还要以地市专业市场或物流园区为载体，依托各地市供销合作社，发展特色主导产品电子商务园区，实现农牧区电子商务企业的集聚发展。

#### **（6）鼓励电子商务先试先行，争创电子商务示范基地。**

“十三五”时期，从区域（区县、乡镇）、行业、企业三个层面鼓励电子商务先试先行，推进试点示范工程。鼓励各区县积极探索电子商务便民惠农的创新模式，争创全国电子商务示范县；鼓励各特色主导产业积极探索网络营销模式，争创电子商务示范基地；鼓励各连锁商业企业积极探索电子商务进社区模式，鼓励各供销（专业）合作组织积极探索电子商务进农村模式，争创电子商务示范企业（组织），并针对示范县、示范基地、示范企业，优先给予物流基础设施和信息服务平台建设资金扶持。

#### **（7）依托电子口岸建设工程，提升跨境电商通关效率。**

“十三五”时期，依托西藏自治区电子口岸建设工程，实现跨地区、跨部门、跨行业的对外贸易信息共享和联网核查，构筑新型、便捷的通关模式，创造低成本、高效率的通关服务环境，优化西藏自治区外贸出口的规模和结构。循序渐进

发展面向南亚市场的跨境电子商务，推动“国内优质产品走出去”和“南亚特色产品引进来”，将西藏自治区逐步打造成为我国跨境电子商务体系拓展南亚市场的基地和平台。

#### **(8) 普及电子政务管理体系，打造西藏自治区商务之窗。**

“十三五”时期，西藏自治区商务厅将继续加大电子政务建设力度。在商务领域，积极应用商务部各类商务管理信息平台，推进直接面向地市商务主管部门、商贸服务企业以及社会公众的电子政务建设；并重点依托西藏自治区电子政务外网建设，打造西藏自治区商务宣传平台，不断提升商务管理工作的信息化程度。

### **四、保障措施**

(1) 用好用活现行资金和政策。用好现行资金与政策，对电子商务先试先行、电子商务集聚发展、电子商务平台建设、电子商务推进工程（进社区、进农村）、电子口岸和跨境电商等给予定向支持。

(2) 加强组织协调管理。加强特色产业、商业网点和物流体系对电子商务发展的支撑，整合体系建设、商贸服务、市场运行、秩序监管、供销社等各项商务管理职能，系统组织协调上述电子商务重点项目和工程在“十三五”时期的落实。

(3) 建立行业监管机制。组织电子商务行业协会，强化电子商务行业自律；推动网络仲裁、网络公证等法律服务与保障体系建设；并着力加强电子商务市场秩序监管，防范不正当竞争，严惩失信伪冒行为，打击电子商务违法犯罪活动。

(4) 建立运行监测体系。加强分行业、分地区、分类型的 B2B、B2C、C2C 电子商务交易规模和交易结构的监测统计工作，便于对行业主管部门、行业协会和企业设定的预期发展目标进行考核和评估，便于就电子商务的年度发展情况向上级汇报和向社会公布。

(5) 推动信用体系建设。建立电子商务信用信息管理制度，推动电子商务企业信用信息公开。对参与电子商务的消费者和产销企业进行信用管理，对参与电子商务的商品或服务进行商务认证，健全电子商务失信行为联合惩戒机制。

## 专题 7

# “十三五”时期社区便民服务规划专题

社区商业体系以社区为单位，为社区居民提供日用消费品和便利服务，是商贸流通体系保障民生的重要载体，是商贸流通领域贯彻科学发展观和建设和谐社会的具体体现。随着社区居民可支配收入的提高，消费需求和消费结构的升级，社区居民不仅需要繁华的商业中心，更需要网点齐全、业态合理、功能完备、布局便利的社区便民服务体系。本规划将依据社区商业全国示范社区评价规范，对“十三五”时期自治区社区便民服务体系进行专题规划。

### 一、规划对象说明

#### （1）按规模划分，社区可划分为：

大型社区：公建设施配套完整的聚居地，人口规模一般在 3 万人以上，基本上对应于各地市中心城区的片区或县城；

中型社区：人口规模约为 10000-30000 人，基本上对应于各地市中心城区的街道（办事处）或重点乡镇；

小型社区：人口规模一般在 10000 人以下，基本上对应于各地市中心城区的社区（居委会）或重点村。

#### （2）社区商贸中心

社区商贸中心是面向大中型社区或多个小型社区建立的，集购物、餐饮及其它便民服务等多业态于一体的商贸中心。

#### （3）示范社区商业发展要求

《社区商业全国示范社区评价规范》要求社区商业设施完备、业态齐全、网点布局便利社区居民消费，商业服务质量较高，满足社区居民的消费需求。

社区商业须满足居民餐饮、购物、维修、美容美发等多种与居民生活密切相关的服务需求。

社区宜有餐饮店、农贸市场（菜市场）、食杂店（便利店）、美容美发店、维修店、洗衣店、照相馆、再生资源回收站、家庭服务站、书店、音像店等业态。鼓励社区根据当地居民消费水平补充完善适宜的浴池、旅馆、专业店、专卖店及其他社区服务功能。

## 二、发展现状和存在问题

“十二五”时期，西藏自治区在商务部“双进”工程的推动和指导下，积极发展社区商业体系，在设施保障、网点建设、体系覆盖等方面取得了突出的建设成就。

(1)“十二五”时期，在设施保障方面，大力推进社区农贸市场建设。截至“十二五”末，西藏自治区已在全区 74 个县（区）建成了农贸市场，实现了对所有大中型社区（即街道和县城）的全覆盖；同时按照商务部《标准化菜市场设置与管理规范》要求，指导农贸市场的整改和提升，大幅提升了农贸市场的整体运营水平。

(2)“十二五”时期，在网点建设方面，积极推进“双进”工程，以地市为单位组织实施了近百个社区连锁店的新建和改造任务，基本满足了各地市中心城区主要社区的购物需求。同时为保证社区居民的生鲜消费需求，基于社区连锁网点，西藏自治区首先在拉萨和日喀则开展“农超对接”试点工程，试点的农产品种类繁多。目前已经实现了拉萨百益超市与曲水县聂当乡高科技园区蔬菜协会、曲水天合高原瓜果基地、堆龙德庆区岗德林蔬菜花卉基地的对接；拉萨圣美家超市实现了与蔡公堂乡白定村农村经济合作社、七一农场、巴扎酸奶的对接；乐百隆超市实现了与堆龙德庆区岗德林蔬菜花卉基地的对接；日喀则市也实现了四方超市、旺家福超市等 3 家超市的农超对接。

(3)“十二五”时期，在便民服务方面，西藏自治区各地市采取了包括“菜篮子工程”（如拉萨市城关区“菜篮子工程惠民平价蔬菜直销车进社区”工程）在内的多项措施，全面提升了社区平价购菜的便利程度。在服务网点建设的基础上，各地市大力推进社区专业服务体系的构建和覆盖，以打造“一刻钟便民商圈”为目标，全面推进社区便民五大体系建设，即社区连锁超市体系、直营肉菜店体系、早餐摊点或流动餐车体系、社区再生资源回收绿色网点体系以及社区家政服务点体系，全面提升了社区便民服务体系的组织化和规范化程度。

(4)“十二五”时期，西藏自治区各地市对再生资源回收利用体系进行了重点建设，形成了覆盖中心城区和重点乡镇的再生资源回收网络体系。其中，拉萨市作为商务部第二批全国再生资源回收体系建设试点城市，成就尤为突出：建成并投入运行了 1 个再生资源集散交易市场和 2 个再生资源分拣中转中心，基本形成了以标准化回收网点为基础，以集散交易市场和分拣中心为核心的“三位一体”的再生资源回收体系。同时，日喀则和那曲两地市建立了再生资源分拣中心，那

曲和阿里两地区建立了再生资源市场。另外，还形成了一批再生资源回收龙头企业，如那曲地区的德宝、鑫龙平安，日喀则康达、兴康，山南华胜、诺日滚仓，林芝永昌、彦堂等。

(5)“十二五”时期，西藏自治区以拉萨市作为早餐试点城市，确定了2家示范性企业按照《主食加工配送中心建设规范》的要求，建成了2个主食加工配送中心，推进了早餐经营规模化、规范化。各地市也相继推出了社区早餐工程，为城镇居民提供“便利、实惠、安全”的早餐服务，并通过食品安全检测系统、全程监控、可追溯制度的建设来保障早餐质量安全。

(6)“十二五”期间，自治区家政服务行业从起步摸索阶段逐步走向规范化、品牌化发展阶段。拉萨市、日喀则市和山南市基本建立了以家政服务网络中心为主，以培育家政服务企业、支持中小家政服务企业发展和培训家政服务人员为支撑，以规范家政服务行为和提升从业人员素质、技能为重点的家政服务体系。截至2015年底，西藏自治区共建成家政服务网络中心3家，大型家政服务企业7家，设立连锁门店23家，培训家政人员7572人。

经过“十二五”时期的建设和发展，西藏自治区社区便民服务体系还存在如下亟待解决的问题：

(1)农贸市场总量规模充裕，但布局和结构有待调整优化。第一，农贸市场过度集中于中心城区和县城，县域重点乡镇和一般乡镇农贸市场配置不足，农副产品消费缺乏便利性；第二，在新建社区，农贸市场建设滞后，不能满足本社区居民的日常便利性消费需求；第三，部分中心城区农贸市场规模偏大，兼具批发功能，物流需求较大，对周边交通和居民生活影响较大，亟需进行整合搬迁或升级改造（改造为标准化肉菜店或生鲜超市）。

(2)社区服务网点建设对必备性业态配套缺乏指导和调控。西藏自治区城镇居民消费结构具有显著的地方和民族特征，在社区服务需求方面，除了日用品销售、肉菜销售、家政服务、再生资源回收、早餐服务、美容美发、维修服务、药品销售等常规需求之外，还包括甜茶馆、沐浴店、酥油店等特色需求。

(3)社区专业服务体系尚未实现全面覆盖。从目前情况看，社区便利店系统尚未普及连锁经营和共同配送，家政服务体系缺乏统筹协调和信息共享，社区肉菜销售点和再生资源回收点的标准化程度和覆盖率不足，尚未达到“便利消费进社区，便民服务进家庭”的“双进”目标。

### 三、发展要求和建设重点

“十三五”时期，西藏自治区将以社区便民服务体系作为商务“惠民生”的重要着力点，以“便民、利民、为民”为宗旨，按“设施达标、服务便捷、业态齐全、体系完备”的要求，进一步要求各地市加强社区便民服务的全面性、便利性和惠民性，提升社区便民服务的体系化、集聚化和信息化程度。为此，“十三五”时期，西藏自治区将重点实施如下社区便利服务建设项目和工程。

#### (1) 规划社区服务商圈，强化社区服务便利性。

便利性是社区服务体系的基本特征。“十三五”时期，西藏自治区各地区将主要依据交通距离和人口密度规划社区服务商圈，构建社区服务体系。中心城区力争普及“一刻钟便民商圈”建设，县城普及“半小时便民商圈”建设，县域乡镇普及乡镇商贸中心。具体配建标准如下：

- 地市中心城区人口密集区服务人口超过 5000 人的商圈（按照 1 公里服务半径划定商圈），配置大型社区商贸中心；
- 地市中心城区人口较密集区服务人口 3000-5000 人的商圈（按照 1 公里服务半径划定商圈），配置中型社区商贸中心；
- 地市中心城区人口稀疏区服务人口 1000-3000 人的商圈（按照 1 公里服务半径划定商圈），配置小型社区商贸中心；
- 县城区服务人口超过 5000 人的商圈（按照 2 公里服务半径划定商圈），配置大型社区商贸中心；县域乡镇或县城区服务人口不足 5000 人的商圈（按照 2 公里服务半径划定商圈），配置乡镇商贸中心。

#### (2) 规范社区服务业态，强化社区服务全面性。

“十三五”时期，西藏自治区各地市将面向市域范围内划分的便民商圈，配置四个层级的社区商贸中心，规范社区服务业态，为社区居民提供系统全面的便利服务。具体而言：

- 大型社区商贸中心，配置商业业种 15 种以上，包括 1 个农贸市场或综合超市、2-3 家连锁便利店、1-2 套综合便民商业服务体系，并可引入各类专业店、生活休闲和娱乐设施。其中，农贸市场营业面积不低于 1000 平方米；综合超市营业面积不低于 500 平方米；连锁便利店营业面积约 100 平方米，经营商品品种不低于 2500 种；综合便民商业服务体系涵盖餐饮店（含早餐店、甜茶馆）、

酥油店、藏式家具店、沐浴店、便民药店、美容美发店、服装洗改店、维修店、废旧物资回收点等各类小型服务设施以及金融、邮政、快递等配套网点。

● 中型社区商贸中心，配置商业业种 12 种以上，包括 1 个农贸市场或综合超市、1-2 家连锁便利店、1 套综合便民商业服务体系。其中，农贸市场营业面积 500-1000 平方米；综合超市营业面积不低于 300 平方米；连锁便利店营业面积约 80 平方米，经营商品品种不低于 1500 种；综合便民商业服务体系涵盖餐饮店（含早餐店、甜茶馆）、酥油店、藏式家具店、沐浴店、便民药店、美容美发店、服装洗改店、维修店、废旧物资回收点等各类小型服务设施以及金融、邮政、快递等配套网点。

● 小型社区商贸中心，配置商业业种 8 种以上，包括 1 个便民肉菜店，1 家连锁便利店、1 套综合便民商业服务体系。其中，便民肉菜店营业面积 100 平方米左右；连锁便利店营业面积约 80 平方米，经营商品品种不低于 1500 种；综合便民商业服务体系涵盖餐饮店（含早餐店、甜茶馆）、酥油店、沐浴店、理发店、服装洗改店、维修店、废旧物资回收点等各类小型服务设施。

● 乡镇商贸中心，配置商业业种 8 种以上，包括 1 个农贸市场，1 家农家店、1 套综合便民商业服务体系。其中，农贸市场营业面积 200 平方米以上；农家店营业面积约 80 平方米，经营商品品种不低于 1000 种；综合便民商业服务体系涵盖甜茶馆、农资店、洗理店、农副产品收购加工点、废旧物资回收点等各类小型服务设施以及邮政网点。

### **（3）突出放心工程建设，强化社区服务惠民性。**

“十三五”时期，西藏自治区将全面推进“五大放心工程”建设，即放心肉工程、放心菜工程、放心店工程、放心早餐工程和放心家政工程，为社区居民放心消费提供网点支撑。

● 确保居民消费放心肉、放心菜，在地市中心城区社区和县城乡镇普及农贸市场或标准肉菜店；按照商务部的《标准化菜市场设置与管理规范》要求，继续加大农贸市场的优化整治，并逐步将中心城区部分农贸市场改造为生鲜超市；

● 加大社区食杂店的超市化改造，加速社区便利店和乡镇农家店的连锁化进程，推动城乡一体化共同配送体系的建设，力争“十三五”末，社区便利店和乡镇农家店的连锁率达到 50%；

- 以拉萨市试点经验为依据，全面推进“早餐工程”建设，每地市发展 1-2 家示范企业按照《主食加工配送中心建设规范》的要求，建设 1-2 个主食加工配送中心，支撑当地社区连锁早餐店发展；

- 依托家政服务网络中心构建家政服务呼叫中心（或电子商务平台），整合家政服务资源特别是家政服务骨干企业参与社区综合便民商业服务体系建设和推进送货上门、上门服务、上门接送的“三上门”服务工程。

#### **（4）设定设施配建规模，实现社区服务集聚化。**

“十三五”时期，大力推进社区便民服务体系由分散的沿街底商布局形态向集聚的社区配建布局转变。

- 按照不同级别的社区商贸中心设定社区商业设施的配建规模。大型社区商贸中心按照服务人口人均 0.6 平方米（不低于 3000 平方米）配建商业设施；中型社区商贸中心按照服务人口人均 0.5 平方米（不低于 1500 平方米）配建商业设施；小型社区商贸中心按照服务人口人均 0.4 平方米（不低于 500 平方米）配建商业设施；乡镇商贸中心按照不低于 500 平方米配建商业设施。

- 对已建成社区进行社区商业设施整治，亮化形象，补足营业面积，优化业种业态；对新建社区要强制商业设施配建，并尽可能杜绝沿街底商。

- 对乡镇商贸中心应统一规划建设标准，加强示范引导，积累运营经验，逐步完成普及。

#### **（5）加强四大体系建设，实现社区服务体系化。**

“十三五”时期，配合社区便民服务体系特别是社区商贸中心和乡镇商贸中心建设，重点开展“四大体系”建设，即城乡一体化共同配送体系、食品安全监控与追溯体系、再生资源回收利用体系、生活必需品储备和投放体系。

- “十三五”时期，大力推进城乡一体化共同配送体系建设。城乡一体化共同配送体系以社区连锁便利店和乡镇农家店为末端共同配送点，针对城乡社区便民服务体系开展统一配送。

- “十三五”时期，农产品及食品的运作效率以及质量安全问题越来越受到全社会的重视，在物联网环境下，开展“食安西藏”工程，建设食品安全监控和追溯体系无疑为自治区社区便民服务提供了良好的保障基础。

- “十三五”时期，依据国家和行业制定的再生资源回收利用体系建设标

准，继续优化再生资源回收利用的“三级”体系。在现有标准化回收点的基础上，按照每 500 户居民设置 1 个回收点的标准，补充配建不足的基层网点；按照每 30 个回收点设置 1 个分拣中心（中转站）的标准，增设分拣中心（中转站），确保分拣中心覆盖所有地市；基于现有的再生资源集散交易市场，进一步按照废旧金属、报废电子产品与机电设备等再生资源大类进行专业化改造升级，并可适时分拆和增设。

● “十三五”时期，继续推动生活必需品储备层级、类别或规模的拓展，具体发展思路参见专题 5。以生活必需品储备体系为依托，“十三五”时期将面向社区农贸市场和便民肉菜店，加大储备商品投放节点的建设力度，形成覆盖各地市所有乡镇的惠民销售点，并不断拓展惠民销售点的商品类别，形成包括肉类、鲜菜、瓜果和酥油等在内的生活必需品投放节点体系。

#### （6）引进电子商务系统，实现社区服务信息化。

“十三五”时期，以“互联网+”思维推动社区便民服务和电子商务的协同发展。电子商务可拓展社区便利店（乡镇农家店）的商品品种和服务类别，社区便利店（乡镇农家店）可拓展电子商务的配送终端，二者结合可实现“消费者省钱、社区店赚钱、电子商务落地”的共赢效果。

## 四、保障措施

（1）加强组织领导，完善工作协调。成立自治区-地市-县区三级社区便民服务体系发展领导小组，以地市为单位，会同商务局、住建局、财政局、规划局、民政局、工商局、物价局等政府部门，共同负责本地市社区便民服务体系的建设规划和协调领导工作。

（2）注重政策引导，加强资金扶持。切实抓好社区便民服务体系这项民生工程，通过房地产项目商业设施配建标准、农贸市场集中整治方案等政策手段加强设施建设；通过申请项目资金补偿农牧区商业设施建设资金，加强城乡一体化便民服务体系的建设。

（3）抓好示范工程，强化整体推进。由自治区商务厅统筹，由各地市商务局组织，以区县为单位遴选具备一定服务人口规模和商业设施基础的社区开展示范工程建设，取得建设标准和运营经验后，再以点带面逐步推开，实现当地社区

便民服务体系的整体推进。

## 专题 8

# “十三五”时期供销合作社发展规划专题

“十三五”时期，随着经济发展进入新常态，农业发展方式加快转变，农业现代化建设进入关键阶段，作为服务“三农”的合作经济组织，供销合作社改革发展面临着重大机遇，又面临着严峻挑战。

抢抓全国供销合作社系统综合改革的历史机遇，按照《中共中央 国务院关于深化供销合作社综合改革的决定》部署，“十三五”时期，西藏自治区供销社将立足自治区“三农”工作大局，以提升为农服务能力和供销流通效率为根本，集中力量在重点领域和关键环节取得突破，提高农牧区流通网络的现代化水平，重构西藏自治区城乡一体化、一二三产融合发展的农牧业社会化服务体系。

### 一、发展机遇与面临挑战

从外部发展形势看，“十三五”时期，西藏自治区供销合作社改革发展面临重大机遇和严峻挑战。

从发展机遇看：

(1)《中共中央国务院关于深化供销合作社综合改革的决定》(中发[2015]11号文件)为西藏自治区供销合作社改革和发展提供了根本遵循，为在新的历史条件下继续办好供销合作社指明了前进方向，优化了供销合作社的政策环境。特别是文件提出的“允许上级社争取的同级财政扶持资金依法以股权形式投入到下级社”等优惠政策，有利于突破供销合作社基础差、底子薄的发展瓶颈，借助财政资金推进社有企业开展系统内外的联合合作，为着力构建自治区供销合作社主导的行业指导体系和社有企业支撑的经营服务体系，提供了有利的政策支撑。

(2)《国务院关于加快供销合作社改革发展的若干意见》(国发[2009]40号文件)、《中共中央、国务院关于全面深化农村改革加快推进农业现代化的若干意见》(中发[2014]1号文件)、国务院《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》(国发[2013]32号文件)、国务院《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力

的意见》(国发[2015]24号文件)、《中华全国供销合作总社关于加快推进电子商务发展的意见》(供销经字[2015]1号文件)等为加速西藏自治区供销合作社发展提供了政策依据和行动方案。现代信息技术的发展进一步为西藏自治区发挥后发优势,创新为农服务方式与供销流通手段提供了有力的技术支撑。

(3) 农牧业发展方式加快转变为供销合作社发展提供了重要机遇。适度规模经营稳步发展,农牧业发展方式加快转变,农牧业的多种功能日益凸显,一二三产业融合发展潜力巨大。农牧民需求升级则为供销合作社发展提供了广阔空间。供销合作社熟悉农牧区市场,了解农牧民需求,善于搞活农牧区流通的独特优势将得以凸显。

从面临挑战看:

(1) 农牧区市场竞争激烈。在西藏自治区供销合作社相对缺位的发展过程中,以家庭农(牧)场、农业大户、畜牧大户等为代表的新型农牧业经营主体发展迅猛,农牧区市场主体更加多元化,农牧业服务机制、流通组织方式、市场竞争格局已发生重大变化,基于互联网的电子商务模式创新不断加快,传统的供销合作社经营模式将受到一定的挑战。

(2) 农牧区产业基础薄弱。农牧区在通讯设施、道路交通、教育培训、消费结构方面都存在严重的发展滞后,会对西藏自治区发挥后发优势,应用以电子商务为代表的先进技术手段和商业模式推动农牧区社会化服务体系和流通网络体系建设带来挑战。

## 二、发展现状与存在问题

“十二五”时期,西藏自治区供销合作社综合改革有序推进,组织服务体系建设从衰退、停滞的状态重新进入了起步、发展的阶段。在自治区党委、政府以及全国供销合作总社的大力关心和支持下,西藏自治区供销合作社在努力做好农牧区商贸流通服务的同时,积极探索农牧业社会化服务体系的建立。

(1) 西藏自治区供销合作社恢复挂牌,重新构建组织结构。2012年2月28日自治区供销合作社正式挂牌成立,明确了商务厅直属副厅级架构。日喀则、林芝、阿里等地市先后成立了供销合作联合社。

(2) 为推进农牧区商贸流通业发展,在财政部、供销合作总社“新农村现代

流通服务网络工程建设项目（简称新网工程）”的大力支持下，截至“十二五”末，共计投入项目资金 4394 万元，支持供销合作体系建设项目 29 个，项目覆盖农副产品、再生资源、日用消费品、农业生产资料等网络建设。通过项目实施，使农牧区流通消费环境、基层供销合作流通基础设施得到了进一步改善，提升了农牧民合作经济组织的市场竞争能力，促进了农牧业增产增收，“新网工程”已成为自治区供销合作社指导、管理和促进农牧区商贸流通网络建设的重要手段之一。

但同周边其它省市相比，“十二五”时期，西藏自治区供销合作社的改革步伐和建设进程还存在一定的问题和障碍。

（1）供销合作组织体系非常薄弱。西藏自治区供销合作社的组织结构尚未搭建形成；历史负担沉重，负债庞大，人员老化；供销社资产权责不清，尚存的少数供销社和经营网点只能维持；农牧业社会化服务体系和农牧区现代流通网络体系几乎处于空白。

（2）农牧区一二三产业总体发展水平低下。农牧业组织化程度低，农牧产品加工和流通业发展滞后，农牧区合作金融基础薄弱，短期内无法支撑一二三产业融合发展的农牧业社会化综合服务体系的建设和发展。

（3）城乡一体化流通资源整合不足。在供销合作社缺位的发展阶段，西藏自治区各地市农牧区市场体系也具有一定程度的发育。特别是“十二五”时期，在国家发改委和商务部、自治区商务厅和各地市商务局的共同努力下，西藏自治区城乡流通网络建设已有所起步。而挂牌成立后的供销合作社，对现有的乡镇商贸中心体系、再生资源回收利用体系、万村千乡农家店及配送中心体系、农超对接体系的整合不充分，对繁荣发展的专业合作社系统的整合也不充分，错失了整合资源、快速发展的机遇。

（4）供销合作社建设资金相对匮乏。“十二五”期间，财政部、供销合作总社“新网工程”共为西藏自治区提供项目补助资金 2779 万元，用于农牧区商品流通网络和农业综合开发建设。相对于宏大的改革发展目标和极其薄弱的设施基础，如此规模的项目补助资金无法完全满足供销合作社的建设需要。

### 三、发展要求和重点任务

#### 3.1 发展要求

坚持走中国特色、西藏特点供销合作事业发展道路，坚持为农服务宗旨，坚持社会主义市场经济改革方向，坚持合作经济基本属性；主动适应西藏自治区经济社会发展形势和农牧区供销合作社发展基础，紧紧围绕“三农”工作大局，以密切与农牧民利益联结为核心，以提升为农服务能力和供销流通效率为根本，构建农牧业社会化服务体系，提高农牧区流通网络体系现代化水平，把供销合作社打造成与农牧民联结更紧密、为农服务功能更完备、市场化运行更高效的合作经济组织体系。

“十三五”时期，西藏自治区将全面推进供销合作社综合改革工作，按照中发[2015]11号文件“到2020年，把供销合作社系统打造成为与农牧民联结更紧密、为农服务功能更完备、市场化运行更高效的合作经济组织体系”的要求，坚持突出重点与全面覆盖并举，恢复重建与创新发展同步，大力推进供销合作社组织、服务、经营创新，全面强化供销合作社在农牧业现代化、农牧区社会服务和农牧区现代流通领域的作用。

### 3.2 重点任务

“十三五”时期，西藏自治区将快速搭建供销合作社组织架构和网络体系（“两体系”），即以自治区-地（市）-县三级联合社为主导，以现有农村专业合作社为依托，以社属企业为支撑，以基层供销社和农牧民专业合作社为重要载体的新型供销合作组织体系；以农牧区电子商务为依托，以电子商务园区为核心，以电子商务服务平台为抓手，以农牧区新型社会化综合服务中心为节点的农牧区现代流通服务体系。

以“两个体系”为统领，全面整合自治区现有和规划建设的专业合作组织、农牧区产业体系、电子商务平台、农牧区综合市场、乡镇商贸中心、再生资源回收利用体系、万村千乡农家店及配送中心、农超对接体系以及分级物流节点体系等，打造具有西藏特点的面向农牧区、连接农牧业、服务农牧民的供销合作服务体系。

为贯彻上述发展要求，完成上述总体任务，特就“十三五”时期西藏自治区供销合作社建设的重点任务作如下规划：

（1）加强基层组织体系建设。到“十三五”末，实现农牧区综合服务社覆盖100%的县。

（2）构建新型农牧业社会化服务体系。“十三五”时期，要积极推动农牧业

生产服务方式创新，加速农牧区一二三产业融合发展，探索农村合作金融，提升助农增收水平。

(3) 提升农牧区流通网络体系现代化水平。“十三五”时期，构建起立足农牧区、连接城乡、布局合理、功能完善、运转高效的现代流通网络体系。加大“新网工程”建设力度，形成县有配送中心、乡有乡镇商贸中心(或农牧区综合市场)、村有农家店的县乡村三级供销服务网络，覆盖全区 100%的县区和重点镇以及 50%以上的一般乡镇；依托农牧区特色主导产业，新建并改造升级产地型批发市场；加大农副产品冷链物流基础设施建设力度，构建城乡一体化共同配送体系；大力发展农村电子商务，形成具有供销合作社特色的农村电子商务经营服务体系。

(4) 优化供销合作社联合社主导的行业指导体系。“十三五”时期，在大力发展基层社和社有企业的同时，理顺联合社与它们之间的关系；大力发展行业协会，强化行业协会在供销合作组织体系中的行业指导价值；最终形成社企分开、上下贯通、整体协调运转的双线运行机制。

(5) 加强供销合作社自身建设。“十三五”时期，国家将出台供销合作社条例，推动供销合作社法的制定，全面规范供销合作社运行。在此背景下，西藏自治区供销合作社应不断完善监事会工作体制机制，不断提升干部队伍素质，健全监察督导机制和风险防控制度。同时，要不断加强管理水平，初步建立地市级供销合作社运行监测统计机制。

## 四、建设重点

按照上述发展要求和重点任务，“十三五”时期，西藏自治区供销合作社的业务工作将围绕如下两方面的建设重点开展。

### 4.1 农牧区新型社会化服务体系建设

适应四化同步发展要求，实施农牧区社会化服务惠农工程，加快形成规模化、综合性、可持续的为农服务体系，提高为农服务成效，使供销合作社成为服务农牧民生产生活的生力军和综合平台。

#### (1) 创新农牧业生产服务方式，推进适度规模经营

按照生态农牧业、智慧农牧业发展要求，创新农牧业生产服务方式。参与农

牧区土地（牧场）流转服务。充分发挥供销合作社组织网络优势，积极参与县乡村三级土地流转服务和管理网络建设。以基层供销合作社为依托，开展土地（牧场）流转信息发布、政策咨询等服务，引导农牧民依法采取转包、出租、互换、转让及入股等方式流转土地（牧场）承包权。

## （2）延伸产业链条，促进农牧区一二三产业融合发展

● 领办农牧民专业合作社。以市场需求为导向，积极领办农牧民专业合作社，发展区域性和产业型农牧民专业合作社联合社，引导带动农牧民发展当地特色主导农牧产品，强化供销合作社对农牧业生产的掌控和服务能力。

● 大力发展农牧产品加工业。积极培育发展农产品加工龙头企业，引导农牧民合作社参与农牧产品流通加工环节，让更多增值收益留在产地、留给农牧民。重点支持龙头企业和农牧民合作社发展农牧产品的产地初加工，如预冷、整理清洗、分级包装等，促进农牧产品保质，减损增效。

● 提升农牧产品分销能力。借助农牧区流通网络体系和电子商务平台，健全农牧产品产地分销体系，大力发展农牧产品电子商务，拓展产地直销渠道。

● 积极拓展农牧业功能。立足农牧业资源特色，统筹当地优势旅游资源，将农牧业生产、加工和分销体系与旅游、教育、文化、健康养老等产业深度融合，积极拓展农牧业观光旅游、体验式农牧产品销售等服务功能。

## （3）发挥供销合作社优势，积极参与精准扶贫

● 大力发展产业扶贫。围绕地方优势特色产业，领办农牧民专业合作社，以“龙头企业+农牧民合作社+贫困户”的精准扶贫模式，引导大型龙头企业加强与贫困地区农牧民的有效对接，使贫困户享受到更多加工、流通环节的增值收益。

● 积极开展电商扶贫。在总社“供销e家”的引领下，依托供销合作社电子商务平台，开展电商专项扶贫工作，为贫困农牧区名优特色产品搭建展示展销平台，促进贫困农牧区的优质特色产品销售，帮助贫困农牧民增收致富。

## （4）启动实施农牧业社会化服务惠农工程

启动实施农牧业社会化服务惠农工程，争取政策扶持和资金引导，重点推进农牧业生产全过程社会化服务机制创新。具体包括：

● 土地托管项目。以基层供销合作社为依托，加快建设“为农服务中心”，为农牧业经营主体提供全程托管或半托管服务。“十三五”期间，争取中央财政农

业综合开发资金，试点建设5个“为农服务中心”，实施土地（草场）托管服务，帮助农牧民节支增收，争创土地托管服务示范县。

● 产业融合示范项目。“十三五”期间，以特色农牧业为基本依托，以农产品加工、流通环节为引领，培育10-20项一二三产业有机整合、一体推进的产业融合示范项目。

## 4.2 农牧区现代化流通网络体系建设

顺应西藏自治区农牧业产业升级和农牧民消费升级的大趋势，发挥供销合作社传统优势，加快服务创新、经营创新和业态创新，整合应用全区各类流通基础设施，完善供销网络节点体系，强化农副产品集散市场体系，深入实施“新网工程”，加快发展具有供销合作社特色的农牧区电子商务。

### （1）整合流通基础设施，完善供销网络节点体系

● 建设新型农牧区社会化综合服务中心。强化资源整合，有效对接万村千乡农家店及配送中心、城市三级再生资源回收利用体系、农畜产品和农资专业市场体系等现有流通基础设施，重点整合农牧区乡镇商贸中心，推动新型社会化综合服务中心（“一中心”）构建，实现以日用消费品（含民族商品）农家店、农资销售点（含农机具修理）、再生资源回收网点、农畜产品收购加工站、餐饮（茶馆）店、电子商务服务站等为代表的基本供销和综合服务职能。

● 打造县域共同配送体系。以县区为重点，整合系统内外部终端网点和共同配送资源，担县域连锁经营共同配送职能，依托通过实施信息统一归集、车辆统一调配等举措，加快推进农产品进城和工业品下乡的双向物流配送体系建设，努力打造集约型的县乡村三级共同配送平台。

● 整合供销物流网络体系。依托地市级综合物流园区，整合地市、县区和乡镇三级物流节点体系，打造供销社现代物流节点和网络体系。全面提升供销社物流的专业化、社会化和现代化水平，开展面向农牧区电子商务、农资和日用消费品销售、农副产品收购和加工以及再生资源回收的综合物流服务。

### （2）整合产地市场资源，打造农副产品集散市场体系

● 加大农副产品产地市场建设力度。依托农牧区特色产品，新建或改造产地型农牧区综合市场，综合应用质量检验检测、电子结算、冷链物流等技术装备，提升农副产品批发市场的服务功能。“十三五”时期，实现农牧区综合市场对所有

县城和重点镇的全覆盖，打通农副产品集散的“最前一公里”。

- 强化农副产品专业市场资源控制。面向主销区和集散地，整合现有政府控股的农副产品批发市场资源，争取经营管理权，强化对农副产品专业市场资源的控制；依托“市-县-乡镇”三级流通网络体系，培育供销社系统内的地市级“重点农副产品批发市场”和县区级“示范农产品交易市场（农贸市场）”，打造农副产品集散主渠道。

- 参与公益性农副产品批发市场试点建设。以地市为单位，试点培育一批具有区域辐射能力的公益性农副产品批发市场，按照政府宏观调控要求，在应急保供、稳定价格、食品安全保障等方面发挥公益性示范作用。

### （3）深入实施“新网工程”，树立供销合作社新形象

- 以城乡一体化“新网”建设为主题，积极争取“十三五”时期国家级“供销合作社综合改革试验区”项目。

- 深入实施“新网工程”。“十三五”时期，要确保“新网工程”覆盖所有乡镇和重点村。依托农牧区综合市场和乡镇商贸中心建设，加快网络节点的抢滩布局，健全农资、农副产品、日用消费品、再生资源回收四大节点服务功能。

- 推动县级供销体系“四个中心”的构建。“十三五”时期，要重点依托县级农牧区综合市场打造供销合作社的“四个中心”，即农资销售和配送中心，农副产品收购、加工和物流中心，日用消费品销售和配送中心，再生资源回收和分拣中心。

### （4）依托供销体系建设，探索农牧区电子商务实现形式。

- 依托“一中心、两体系”，发展农牧区电子商务。依托新型农牧区社会化综合服务中心建设，释放农牧民供销合作组织体系、农牧区现代流通服务体系两体系的市场活力，积极争取中央促进服务业专项资金，探索农牧区电商的创新实现形式和盈利模式，争创全国供销社系统农村电商示范县。

- 建设“两平台、两园区”，构建自治区营销平台。依托以为农服务为核心的“供销e家”全国供销合作社综合性电子商务平台，高起点打造“农牧区电子商务服务平台”和“高原特色产品展示展销体验中心”两大平台，重点建设“电子商务园区”和“特色产品精深加工产业园区”两大园区，构建推动农牧区特色产品推广的创新营销平台。

## 五、保障措施

(1) 培训支持。结合自治区供销合作社建设的目标和任务，在建立供销合作社基层（县级、乡镇级）组织的过程中，针对各级供销合作社、各类专业合作社的管理者和社员开展专题培训，提升其对建立供销网络体系的信心，增强其利用供销网络体系的能力。

(2) 资金支持。争取并高效利用国家、自治区级别各类商务发展专项资金，推动自治区供销合作社的综合改革，促进供销合作社建设的各类项目和工程的高效实施。

(3) 土地支持。鉴于“新网工程”、社会化服务中心等供销合作网络节点建设需要占用大量土地资源，建议相关政府部门根据用地性质，在符合国家和自治区划拨用地条件的前提下，争取以划拨方式供地。

(4) 项目支持。适当增加供销合作总社农业综合开发、新型合作示范项目等专项资金的地方配套支持比例，统筹发改、财政、民宗、农牧、工信、农发、商务等各个领域的投资项目和优惠政策，给予供销合作社项目和工程特定的资金倾斜，补充供销合作社建设的资金来源。同时，对“十三五”时期规划的重大项目和重点工程，要建立完整的项目前期遴选、评估机制，以及项目中期监督、管理机制。

## 专题 9

# “十三五”时期口岸设施建设规划专题

西藏自治区地处祖国西南边陲，外与尼泊尔、印度、缅甸和不丹等国接壤，边境线长达 4000 多公里，是我国环喜马拉雅经济合作带的核心区域，是落实“一带一路”和“孟中印缅经济走廊建设”两大国家战略的重要载体。到“十二五”末，全区共有 5 个开放口岸（樟木、吉隆、普兰、日屋和拉萨航空口岸）以及 1 个重要的边贸通道（亚东乃堆拉边贸通道）；另外，2012 年中尼两国在《关于边境口岸及其管理制度的协定》中新增陈塘、里孜为双边性公路口岸。“十二五”时期，西藏自治区口岸和边贸通道设施建设取得显著成效，口岸贸易额和货运量大幅增长。在国务院“加快边境口岸的开放和建设，加快连接南亚地区陆路大通道建设，积极促进与南亚区域贸易的发展”的战略部署下，以中央第六次西藏工作座谈会确定的“面向南亚开放的重要通道”的定位为出发点，“十三五”时期，西藏自治区将继续强化口岸和边贸通道的服务、管理及配套设施建设，深入推进跨境经济合作区及拓展区建设，探索西藏自由贸易试验区建设。

### 一、发展现状和存在问题

“十二五”时期，在西藏自治区党委、政府的高度重视下，国家和自治区加大口岸设施建设的投资力度，西藏自治区口岸通关环境得以持续改善，贸易便利化水平得以有效提升，贸易规模不断增长，贸易结构不断优化，保持了良好的口岸运行态势。

**（1）基础设施持续改善。**“十二五”期间，中央及西藏自治区共投入约 2.5 亿元口岸发展专项资金，用于各口岸和边贸通道设施建设，重点完善了拉萨航空口岸、吉隆口岸、樟木口岸、普兰口岸等的“一关两检”服务和管理设施，扩建了日屋口岸边贸市场，口岸通关环境得到显著提升。

**（2）口岸贸易持续扩容。**“4·25”尼泊尔地震前的 2011-2014 年，西藏口岸进出口额（不含边境互市贸易）由 72.48 亿元增加到 130.25 亿元，增长 79.69%，占全区进出口总额的比重由 84.67%提高到 94.04%；同时，贸易结构继续改善，

饮料、服装、家电、日用百货、建材等高附加值出口产品比重有所增加，旅游服务贸易规模持续扩大，口岸货运量由 16.11 万吨减少到 14.18 万吨，单位货运量贸易额由 4.5 万元/吨大幅提高到 9.2 万元/吨。

**(3)口岸通关保持稳定。**不考虑受“4·25”尼泊尔地震的影响的 2015 年，2014 年西藏口岸出入境人员达到 159.5 万人次，出入境交通工具 38313 辆次，其中机动车 37932 辆次，出入境飞机 381 架次，口岸通关量相对稳定。

**(4)贸易便利化水平不断提高。**“十二五”时期，西藏口岸联检部门积极推进电子口岸建设，樟木口岸和拉萨航空口岸已开始应用电子口岸网络；同时，切实落实“三互”、“三个一”等贸易便利化举措，实施“属地申报、口岸验放”、“选择申报、口岸验放”、“属地申报、属地验放”等通关便利措施，积极参与“丝绸之路”经济带海关区域通关一体化改革。

在取得显著建设成就的同时，也应看到，同其他沿边省区相比，西藏自治区的口岸建设起步较晚，还处在初级发展水平，仍存在一系列的困难和问题。

**(1)口岸节点空间布局不合理。**西藏自治区以边境公路口岸为主，航空口岸为辅。现有边境公路口岸集中分布于日喀则市范围内，藏东、藏西地区分布较少。所有开放的公路边境口岸全部为对尼口岸，与其他周边邻国均未开放公路边境口岸，不利于依托口岸推动南亚区域贸易发展。

**(2)口岸基础设施建设不足。**“十二五”期间，虽然口岸设施建设取得重大突破，但口岸服务和管理设施（包括口岸封闭设施、海关监管、货物查验、仓储及其附属设施等）仍普遍需要进一步建设和完善。具体而言：拉萨航空口岸国际航线数量偏少，通道设施、查验和办公室设施尚未达海关、国检设施的建设标准；樟木口岸和吉隆口岸灾后恢复重建任务繁重，亟待分别配合口岸转型和口岸扩容升级重新规划和建设口岸设施；普兰口岸设施条件相对薄弱，互联互通程度较低，旅游服务贸易优势发挥缺乏设施支撑；日屋、陈塘、里孜口岸更是由于尚未完成关检机构和监管设施建设，导致无法正式运行。

**(3)口岸功能拓展缺乏设施支撑。**现有口岸设施主要集中于以“一关两检”为核心的通关服务和管理设施，面向跨境要素共享和经济合作的配套设施（如口岸作业区等）严重匮乏，无法支撑经济合作区的发展；同时基于口岸和交通干线的配套设施（如内陆港、保税物流园区等）尚未起步，更无法支撑跨境经济合作

向内陆地区延伸。

(4) 口岸通关效率相对落后。与其他沿边省区面向南亚地区开放的口岸相比，西藏自治区口岸的吞吐规模和通关效率相对落后，如表 9.1 所示，严重影响了西藏自治区贸易规模的扩大和开放程度的提高。

表 9.1 西藏与云南、新疆面向南亚地区开放口岸发展比较

类型	省份	口岸名称	出入境人员 (人次)	进出口货运量 (吨)	出入境运输工具 (架次/辆次)
航空口岸	西藏	拉萨贡嘎机场	39082	42	381
	云南	昆明机场	1963154	22111	16558
	新疆	乌鲁木齐机场	917586	18419	8414
公路口岸	西藏	樟木口岸	1425840	141089	31033
		吉隆口岸	10450	660	399
		普兰口岸	24589	0	0
	云南	瑞丽口岸	652631	3631070	2381126
		腾冲口岸	21434	3012414	135227
		磨憨口岸	519297	1582722	294665
	新疆	红其拉甫口岸	30665	51349	25883

(5) 口岸建设资金投入有限。由于西藏地处青藏高原，与邻国开放口岸均处于高山峡谷地带，受客观自然条件影响，口岸建设投入成本高、建设难度大。同时，由于西藏自治区经济发展较为落后，自身财力薄弱，口岸建设基本上依赖中央投资。而根据有关规定，中央预算投资仅支持国际性口岸建设。所以，西藏自治区口岸设施建设资金来源单一，规模有限，严重影响了口岸设施建设的进度和口岸功能的拓展。特别是双边性口岸，更是因缺乏投资来源导致设施建设严重滞后，长期无法正式运行。

## 二、发展机遇和面临挑战

“十三五”时期是西藏自治区落实中央第六次西藏工作座谈会精神，建设面向南亚开放的重要通道和环喜马拉雅经济合作带的全面启动期。在这一发展阶段，西藏自治区口岸建设既需要把握发展机遇，又需要应对严峻挑战。

从发展机遇看：

(1) 国家战略部署的政策推动。2015年8月，中央第六次西藏工作座谈会确定了西藏作为面向南亚开放的重要通道的发展定位。“十三五”期间，中央将加

大转移支付力度，推动西藏口岸和边贸通道设施建设，支持西藏对接“一带一路”战略，参与孟中印缅经济走廊和环喜马拉雅经济合作带建设，鼓励西藏跨境经济合作区和西藏自由贸易试验区建设，从而为西藏自治区口岸发展提供持续动力。

**(2) 全面对外开放的趋势带动。**“十三五”期间，我国全方位对外开放格局将得以延续。在这一趋势带动下，西藏自治区必将致力于加速口岸开放和设施建设，加强与周边国家的互通互联，普及口岸“大通关”模式，提高口岸通关效率和服务功能，扩大商品贸易、要素流动、经济合作的规模，推进沿边地区全面开放。

**(3) 和平发展边境态势的保障。**近年来，除持续深化的中尼关系以外，中印关系总体走向积极，两国经贸往来日趋频繁；缅甸持续推进经济区建设和民主化进程；不丹、孟加拉国、巴基斯坦、斯里兰卡等国与中国开展经贸合作的意愿强烈。这将为与南亚地区接壤的西藏自治区开放更多的口岸，为西藏自治区围绕边境口岸进行经济开发与开放形成需求保障，创造有利条件。

**(4) 交通物流体系的设施支撑。**“十三五”期间，西藏自治区将着力加强沿边横向通道建设，强化边境口岸之间的横向联系。同时，现有和规划建设的西藏自治区分级物流节点（主要包括那曲物流中心、拉萨综合物流园区和日喀则物流园区）和通道（主要包括青藏公路、青藏铁路、川藏公路、拉日铁路、拉林高等级公路等干线通道）体系，将明显提升口岸与自治区各地市乃至内地市场的交通联系，为内地市场与南亚市场的贸易往来和经济合作提供设施支撑。

**(5) 对外贸易持续扩容的需要。**2015年“4·25”尼泊尔地震对西藏自治区对外贸易发展造成了严重的负面影响。“十三五”时期西藏自治区外贸工作的重点将是尽快恢复灾前贸易规模，推动对外贸易重新回到良性发展轨道。为此，就要严格遵循《“4·25”尼泊尔地震西藏灾区灾后恢复重建总体规划》，大力推进灾后重建工作，特别是口岸设施及相关道路基础设施的建设。

从面临挑战看：

**(1) 地震灾害破坏严重。**“4·25”尼泊尔地震造成樟木、吉隆两大口岸基本瘫痪，进而导致2015年口岸贸易额同比减少70.96%，出入境人员同比减少69.70%，出入境交通运输工具同比减少62.68%，口岸通关能力严重受损，灾后重建时间紧迫。

**(2) 自然条件制约显著。**与国内大多数口岸相比，西藏自治区边境口岸的

地形和气候条件相对复杂恶劣，自然灾害多发，生态保护要求高，口岸建设条件较差，建设成本较高，建设与发展受到的客观制约更显著。

**(3) 边境国际关系复杂。**“十三五”时期，全球经济处于复苏阶段，国际贸易增长乏力，贸易摩擦不断加剧，将引发更为复杂的国际外交关系和地缘政治关系。而且，由于历史因素，中印两国之间的口岸开放还存在不确定性，将给面向南亚地区的沿边开放造成一定的障碍。

**(4) 互联互通设施落后。**西藏自治区边境开口岸多地处高山峡谷，口岸区域与中尼两国的交通干线之间的互联互通基础设施都相对薄弱，导致货物运输成本偏高，口岸通关需求薄弱。这就要求“十三五”时期，西藏自治区不仅要加大与口岸相关的国内交通基础设施的投资力度，还要同步加大与自治区重要口岸相连接的周边国家道路交通基础设施的援建力度。

### 三、发展要求和建设目标

着眼于建设面向南亚开放的重要通道、构建环喜马拉雅经济合作带、建立开放型经济新体制、完善全方位对外开放格局，“十三五”时期，西藏自治区将秉承“坚持开放带动、坚持设施先行、坚持全面统筹、坚持协调发展”的发展原则，重点推动口岸空间布局的优化、口岸基础设施的完善、边境贸易设施的建设、跨境经济合作区的建设和拓展、口岸贸易便利化的提升，最终实现各口岸优势互补、分工协作、特色发展，为西藏自治区实现全方位开放格局和边境贸易扩容升级奠定基础。

到“十三五”末，西藏自治区将推动口岸设施建设和基于口岸的经贸合作迈上新台阶。实现口岸布局优化、设施改善，贸易便利化水平有效提升，口岸贸易规模快速恢复并持续增长，口岸与腹地联动机制全面增强，口岸跨境经济合作有序拓展。并以口岸为依托，推动西藏自治区深度参与“一带一路”战略、孟中印缅经济走廊建设，在构建喜马拉雅经济合作带过程中发挥核心与支撑作用。具体而言，如表 9.2 所示：

**(1) 口岸布局优化、设施改善。**“十三五”时期，通过稳步推进原有口岸升级（包括灾后重建）和后备口岸新建，形成“三重、两翼、多支点”的口岸节点布局，完善口岸之间及口岸与自治区腹地之间的通道建设，加强口岸服务和管理设

施、边贸通道、边贸市场建设，实现目标贸易通道 100% 通达。

(2) 贸易便利化水平有效提高。强化关检合作，优化通关环境，促进贸易自由，实现口岸一站式服务平台和电子口岸平台全覆盖，推动口岸管理现代化水平、口岸监管能力和服务水平不断提高。

(3) 贸易规模恢复持续快速增长。基于口岸巩固扩大边境贸易规模，推动一般贸易稳步发展，填补加工贸易空白，促进跨境商旅服务快速扩张。依托口岸设施的建设，尽快回归外贸快速增长态势，切实体现面向南亚开放重要通道的贸易价值。到 2020 年，口岸贸易额将恢复到 95 亿元，口岸货运量达到 13 万吨，口岸出入境人数达到 120 万人次；“十三五”时期，口岸贸易额增速将高于进出口总额增速，推动口岸贸易额占进出口总额比重由 2015 年的 66.89% 升至 85%。

(4) 口岸跨境经济合作有序拓展。围绕吉隆口岸初步建成跨境经济合作区，并通过口岸与腹地交通通道和联动机制，逐步建设日喀则跨境经济合作区拓展区、拉萨跨境经济合作区拓展区，并最终建成西藏自由贸易试验区，由此全面增强口岸与腹地特色主导产业的联动机制，凸显口岸对区域经济发展的带动作用。

表 9.2 西藏自治区“十三五”口岸建设目标

指标	2014 年	2015 年	2020 年
口岸贸易通道通达率 (%)	—	—	100
口岸一站式服务平台普及程度 (%)	—	—	100
电子口岸普及程度 (%)	—	—	100
跨境经济合作区建成水平	—	—	初步建成
口岸贸易额 (亿元)	130.25	37.83	95
出入境人员 (万人次)	159.5	48.3	120
进出口货运量 (万吨)	14.23	5.15	13
口岸贸易额占进出口总额比重 (%)	94.04	66.89	85

## 四、建设重点

“十三五”时期，遵循《国务院关于改进口岸工作支持外贸发展的若干意见》（国发[2015]16 号）的要求，西藏自治区口岸设施建设的重点工作主要围绕优化口岸开放节点布局、完善口岸基础设施建设、加强边境贸易设施建设、建设跨境经济合作区和推进口岸贸易便利化五个方面展开。

### 4.1 优化口岸开放节点布局

面向环喜马拉雅经济带建设，结合口岸灾后恢复重建任务，全面统筹口岸开放节点，突出重点，特色分工，如图 9.1 所示。“十三五”时期，将着力推进吉隆、普兰、拉萨航空口岸的设施升级和功能完善，积极促进樟木口岸的功能恢复和转型升级，切实加快里孜、陈塘、日屋口岸开放开发，全力推动亚东口岸恢复开放，形成以吉隆口岸、普兰口岸、拉萨航空口岸为重点，以樟木和里孜口岸为两翼，以陈塘、日屋口岸及亚东乃堆拉边贸通道为支点的“三重两翼多支点”口岸开放格局。

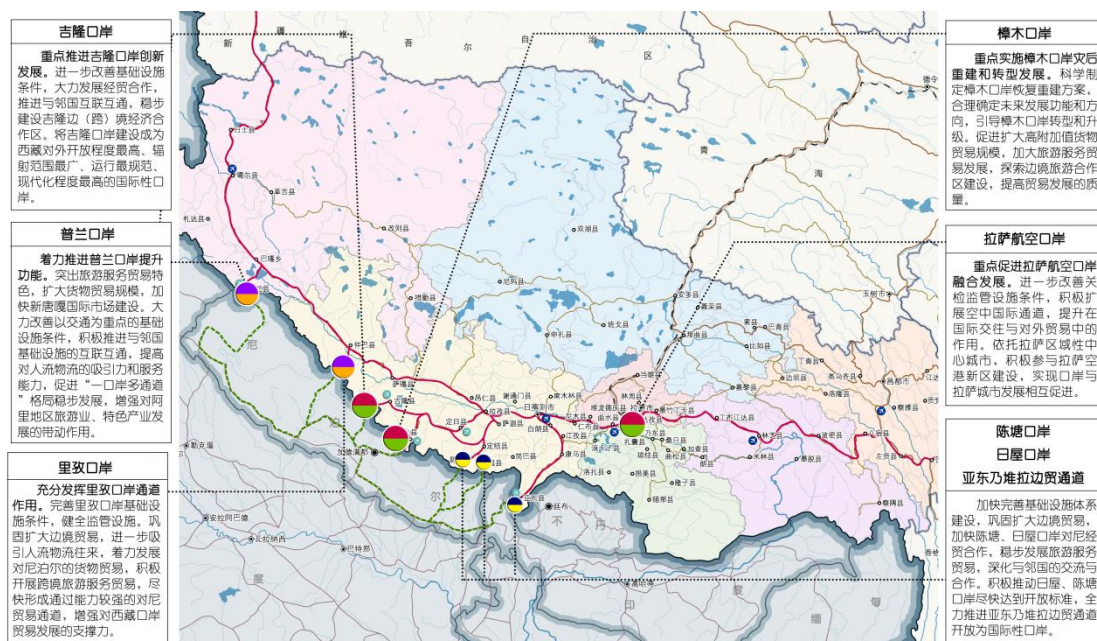


图 9.1 “十三五”时期西藏自治区口岸节点布局

(1) “三重”，即重点推进吉隆口岸创新发展，将吉隆口岸建设成为西藏对外开放和现代化程度最高、运行最规范、辐射范围最广的国际性口岸；重点促进拉萨航空口岸融合发展，积极参与拉萨空港新区建设，扩展空中国际通道，增强拉萨市在中国面向南亚开放重要通道上的枢纽功能；重点推进普兰口岸提升功能，突出旅游服务贸易特色，扩大货物贸易规模，加快新唐嘎国际市场建设。

(2) “两翼”，即着力实施樟木口岸灾后重建和转型发展，促进旅游服务贸易发展，探索边境旅游合作区建设，提高贸易发展质量；充分发挥里孜口岸通道作用，尽快形成通关能力较强的对尼贸易通道。

(3) “多支点”，即尽快实现日屋、陈塘、里孜口岸扩大开放，全力推动亚东乃堆拉边贸通道开放为国际性口岸，加快完善口岸管理和服务设施，强化贸易通道和边贸市场，巩固扩大边民互市贸易，积极拓展口岸贸易规模；另外，积极挖掘帕里、绒辖、昆莎机场等后备口岸资源，为进一步完善西藏自治区陆空口岸

群、实现全方位对外开放奠定口岸储备。

## 4.2 完善口岸基础设施建设

“十三五”时期，西藏自治区将针对各重点口岸的设施现状，加大口岸管理和  
服务设施投资力度，重点完善“一关两检”监管设施（包括口岸国门、联检设施、  
封闭隔离设施），形成标准化口岸设施体系，提高国家口岸形象和口岸运行规范  
性。

（1）吉隆口岸。结合灾后恢复重建，重点修复国门区的各类设施，畅通跨  
境经济合作区各功能区至国门的通道；改善口岸管理设施，配置符合标准、较为  
完善的海关监管设施和口岸检验检疫设施。

（2）拉萨航空口岸。配合拉萨贡嘎机场航站楼的改扩建工程，配置符合联  
检部门要求的查验通道和设施设备，提高货物和出入境人员的通关效率；深化关  
检跨区域、跨部门通关协作，积极参与丝绸之路经济带海关区域通关一体化；加  
强与区内其它机场的合作，积极拓展其它机场经拉萨至南亚的航线。

（3）普兰口岸。完善口岸联检设施，重点建设普兰口岸海关应急保障中心、  
边检应急及信息指挥中心、检验检疫活畜隔离检验区、货物查验区及丁喀、强拉  
检查站；研究建设普兰口岸至阿里昆莎机场的公路-航空联运和快速公路交通。

（4）樟木口岸。合理开展樟木口岸恢复重建，全面加强地质灾害综合防治，  
推动樟木口岸转型发展。重点修复樟木口岸友谊桥入境货物综合查验场、海关应  
急保障中心、检验检疫隔离中心等口岸管理设施；着重缓解物流、人流压力，促  
进旅游服务贸易发展，提高贸易发展质量。

（5）亚东口岸（新开）。全力推进亚东乃堆拉边贸通道开放为国际性口岸；  
重点建设亚东乃堆拉边贸通道出入境货物查验场、出入境检查检验及业务备勤用  
房。

（6）里孜口岸。重点改善口岸基础设施条件，建设里孜口岸国门及联检楼、  
入境货物查验场，配套查验区水电设施，实施动植物检疫隔离场、“一站式”服务  
平台、业务备勤用房、提升 219 国道及里孜口岸 58 公里的公路等项目。

（7）日屋、陈塘口岸。加紧完善口岸监管设施，实施日屋口岸国门、联检  
楼、动植物检验检疫基础设施、封闭设施、查验区水电设施、出入境检查检验及  
业务备勤用房、入境货物查验场等项目，建设日屋、陈塘口岸“一站式”服务平  
台基础设施及出境货物查验场，陈塘口岸国门、联检楼及查验区水电设施、入境  
货物查验场等项目。进一步改善基础设施条件，提升日屋口岸-车不达山口通道及

萨陈公路的道路等级，畅通贸易通道。

### 4.3 加强边境贸易设施建设

“十三五”时期，西藏自治区将依托各口岸和边境通道，加大边贸市场、物流加工中心、游客接待中心的配建力度，积极培育贸易主体，丰富贸易方式，开拓南亚市场，推动口岸贸易扩容升级。

(1) 依托重点国际口岸建设口岸物流园区，提高口岸通关效率，紧密对接内地货源（市场需求）与南亚市场需求（货源），积极扩大内地特别是西部地区经由西藏自治区口岸的贸易规模。重点面向西藏自治区不断发展的特色主导产业，如民族特色轻工制品、农畜加工制品、藏药产品等，不断提高本地产品在口岸贸易总额中的比重。

(2) 依托口岸和边贸通道新建或改造提升边贸市场。重点推进吉隆口岸、里孜口岸、陈塘口岸重点传统边贸点的边贸市场、边贸互市贸易市场通道设施建设，完成普兰新唐嘎国际市场、亚东仁青岗边贸市场的改造升级，充分发挥边境小额贸易和边民互市贸易在满足边民基本生活需求、增加边民收入、促进与邻国边境地区共同发展方面的重要作用，巩固和扩大边境贸易规模。

(3) 依托国际口岸建设游客接待中心，深化国际旅游合作，扩大旅游服务贸易规模。以增开乃堆拉山口的印度香客朝圣路线为契机，全力推进亚东乃堆拉边贸通道开放为国际性口岸。以吉隆跨境经济合作区建设、普兰口岸完善和樟木口岸灾后重建为重点，以里孜口岸、陈塘口岸的跨境旅游通道建设为补充，积极推进国际旅游合作区建设，大力推广跨境旅游活动，打造国际精品旅游线路。

(4) 依托口岸和边贸通道举办边境物资交流会等多种形式的边民互市贸易活动，尽可能延长交易期，活跃边境贸易。

(5) 以“海外仓+边境仓+保税物流中心（B型）”为节点，以“班列+跨境运输”的公铁联运方式手段，建设外贸商品展示体验交易中心，促进中尼贸易商务活动由东部沿海地区向口岸地区转移，推动贸易的便利化，将西藏自治区打造成对南亚贸易的桥头堡。

### 4.4 建设跨境经济合作区

“十三五”时期，西藏自治区将充分利用“丝绸之路经济带”、“环喜马拉雅经济合作带”和“孟中印缅经济走廊”三大对外开放战略的叠加效应，围绕重要口岸节点和通道，着力建设跨境经济合作区及拓展区，推动西藏自由贸易试验区建设

取得进展。

(1) 依托吉隆口岸先试先行，加快推进吉隆跨境经济合作区建设。先行开展吉隆口岸跨境经济合作区中方一侧基础设施（包含市政设施、查验设施、仓储物流设施、金融服务设施、旅游服务设施）建设。依托吉隆跨境经济合作区建设物流中心（含保税物流园区）、加工园区（含保税加工区）、旅游接待中心（含境外游客接待中心）、商品交易市场（含免税商品交易市场）等，重点开展国际商贸、物流、旅游、加工、工程承包等领域的合作，促进跨国要素整合，塑造基于两国资源、两国市场的特色主导产业，如跨境旅游服务业、民族传统手工业、农畜产品加工业等。

(2) 依托吉隆跨境经济合作区，加快推进跨境经济合作拓展建设。“十三五”时期，跨境经济合作拓展区建设主要沿横向（边境口岸群方向）和纵向（“吉隆-日喀则-拉萨”贸易通道方向）两个方向进行拓展。

● 横向拓展主要围绕跨境旅游合作区建设进行拓展。重点衔接樟木口岸灾后重建和转型以及亚东乃堆拉山口朝圣路线增开，探索在樟木、里孜、普兰、亚东等口岸和边贸通道建立跨境旅游合作区，重点建设冈底斯国际旅游合作区，打造旅游精品线路和无障碍旅游区，推广跨境游项目。

● 纵向拓展主要围绕跨境商贸加工区建设进行拓展。重点依托日喀则综合物流园区、拉日铁路、川藏公路、拉萨机场、拉萨综合物流园区共同形成的交通优势，并充分借助日喀则和拉萨在人才、资本等方面的要素优势，推动自治区特色产业和对外贸易的发展。具体而言，跨境经济合作拓展区主要包括三个分区：一是依托日喀则综合物流园区建立的日喀则跨境经济合作拓展区；二是依托拉萨空港产业园建立的拉萨空港跨境经济合作拓展区（含保税物流加工区）；三是依托拉萨柳梧新区南组团建立的拉萨内陆港跨境经济合作拓展区（含内陆港物流加工区）。

(3) 总结开发开放先行区发展经验，推动西藏自由贸易试验区建设。“十三五”时期，基于西藏自治区跨境经济合作区及拓展区建设，前瞻性地启动以贸为主、贸工结合的西藏自由贸易试验区，推进贸易和投资的自由化，最大限度地促进商品、服务、资本、技术、人员等生产要素在自治区和南亚诸国之间的自由流动，将西藏自治区打造成为连接南亚经济区和我国新丝绸之路的重要通道。具体而言，西藏自由贸易试验区主要包括边境经济合作区（包含吉隆跨境经济合作区、

边境跨境旅游合作区以及日喀则跨境经济合作拓展区)和拉萨核心功能区(包括拉萨空港跨境经济合作拓展区、拉萨内陆港跨境经济合作拓展区以及柳梧中央商务区/CBD)。

#### 4.5 推进口岸贸易便利化

贯彻落实国家有关投资贸易便利化的政策措施,进一步简化程序、增强透明、统一标准、完善规范、减少限制,促进西藏自治区口岸贸易便利化。

(1) 深化电子口岸建设。加强电子口岸的研发、运行和维护工作,探索“互联网+易通关”、“自助海关”等电子口岸应用形式。合理运用出入境预申报、移动短信服务、智能刷卡、指纹及脸部识别、电子车牌、GPS定位电子关锁等技术,全面提升口岸信息化水平。

(2) 落实“三互”改革。依托电子口岸平台,实现口岸管理相关部门信息互换、监管互认、执法互助。深入推进“单一窗口”、“一站式作业”,实行口岸管理相关部门“联合查验、一次放行”等大通关模式。加强与邻国口岸执法机构的机制化合作,推进“三互”的海关合作,加强检验检疫、认证认可、标准计量、统计信息等方面的多双边合作。

(3) 深入实施关检通关一体化改革和丝绸之路经济带海关区域通关一体化改革。强化跨部门、跨地区通关协作,到“十三五”末形成符合中国国情、西藏特点又具有国际竞争力的大通关管理体制机制。

## 五、保障措施

为保障“十三五”时期西藏自治区口岸设施建设的顺利推进和口岸通关的高效运行,特设定如下保障措施。

### 5.1 提高对外开放水平

贯彻落实中央关于加快沿边开放步伐、允许重点沿边口岸实行特殊方式和政策的要求,进一步解放思想,创新合作方式,扩展合作领域,提高对外开放水平。加强中印沟通磋商,深化中尼合作交流,积极探索中缅、中不经贸往来。主动开展口岸外事工作,务实推进与邻国形成政府、军方、民间多层次、多形式的沟通磋商机制。

### 5.2 改善口岸基础条件

加强口岸所在区域交通设施、供电设施、给排水管网、通讯设施和环卫设施

的投资力度，全面改善口岸基础条件，整体提升口岸发展的保障水平。重点突出衔接口岸地区的国省道公路、铁路、沿喜马拉雅山边境的横向国防战略通道、民航设施等项目建设，全面突破制约口岸发展的交通瓶颈。

### 5.3 加强邻国互联互通

加强与邻国的沟通协商，以多种形式参与邻国基础设施建设，提高与邻国基础设施的互联互通水平。支持和配合与南亚铁路网连接方案的研究论证；积极争取增加和开通西藏各机场到尼泊尔加德满都、印度新德里等邻国中心城市的航班；依托援尼项目，实施尼泊尔沙拉公路和阿尼哥公路升级改造工程，推动与普兰斜尔瓦通道、陈塘口岸、日屋口岸、里孜口岸对应的尼泊尔边境地区的道路及查验设施建设。

### 5.4 完善口岸支持政策

建立健全促进口岸发展的财税、金融、投融资、土地和人才政策。

(1) 财税政策。用好自治区口岸发展专项资金，充分发挥资金使用效益，提高资金使用效率。落实出口退税政策，确保退税及时到位。

(2) 金融政策。落实国家对西藏的金融优惠政策，支持国内商业银行、政策性银行支持口岸建设和发展；推行双边贸易投资本币结算进程；鼓励金融机构开展边境贸易出口业务承保和跨境贸易人民币结算业务承保。

(3) 投融资政策。强化口岸设施建设项目储备、遴选和实施监督，确保中央和自治区口岸建设、管理专项经费专款专用、高效使用；积极利用对口援藏机制，加强援藏资金对口岸设施和口岸城镇民生工程定向支持；鼓励项目实施主体通过银行贷款、地方债等方式拓展投资来源；组建专业性或综合性跨境经济合作区或自由贸易试验区投资公司，搭建投融资平台，吸纳国家基金和社会投资参与口岸基础设施及配套商业设施的建设。

(4) 土地政策。紧密结合口岸发展要求，在符合法律法规政策的前提下，适时进行口岸所在市、县土地利用总体规划的修编。在符合土地利用总体规划、国家供地政策的前提下，以节约集约用地为原则，对重点口岸、重大项目用地予以充分保障。

(5) 人才政策。重点培养、引进对外贸易、跨国经营、城市建设、生态保护、旅游开发等领域专业技术和经营管理人才。完善考核评价、选拔任用、交流配置、激励保障制度，创造有利于人才发展的制度环境。



## 专题 10

# “十三五”时期外贸转型升级示范基地规划专题

“十三五”时期，西藏自治区将以打造特色主导产业体系，实现经济跨越式发展为目标，充分挖掘民族文化特色和资源环境优势，推进外贸转型升级示范基地建设，带动外向型特色产业发展，促进精品特色产品出口，提升出口产品附加值，实现外贸规模扩容和结构升级。

### 一、发展现状与存在问题

“十二五”期间，西藏自治区将高原特色农牧业、民族特色手工业、藏医药、水资源产品等具有西藏特色的产业作为培育重点，积极开展外贸转型升级示范基地建设。

(1) 获批两个国家级外贸转型升级示范基地。2012年，“西藏日喀则市高原特色农产品基地项目”获批西藏自治区首个国家级转型升级示范基地；2014年，“西藏拉萨家用纺织品（藏毯）基地项目”获批为西藏自治区第二个国家级外贸转型升级示范基地。

(2) 形成外贸转型升级示范基地项目储备。除上述两个国家级外贸转型升级示范基地之外，“十二五”时期，西藏自治区还积极推进外向型龙头企业和出口产品生产基地建设，形成了西藏圣信工贸有限公司的高原特色牦牛绒羊绒（毛）出口基地、拉萨卓玛藏毯产品培育与进出口贸易基地和林芝市民族手工艺品出口基地等外贸转型升级示范基地项目储备。

(3) 培育外贸龙头企业，塑造重点外贸品牌。依托于外向型产业基地，西藏自治区塑造了一系列外贸龙头企业和重点外贸品牌。

总体而言，西藏自治区外贸转型升级示范基地建设和外向型产业体系发展还处于起步阶段，外贸转型升级示范基地覆盖范围较小，结构单一，对外向型经济的扩容升级支撑不足，导致西藏自治区外贸结构出现一定程度的失衡。

(1) 出口产品以服装衣着鞋帽类为主。“4·25”尼泊尔地震前的2014年，西

藏自治区共完成服装衣着鞋帽类商品出口 15.7 亿美元，占全年总出口额的 74.76%。说明西藏自治区外向型特色产业发展欠缺、未成体系，出口产品培育不足，缺乏具有国际市场竞争力的系列产品。

(2) 进口商品以医药保健品及饰品类为主。“4·25”尼泊尔地震前的 2014 年，西藏自治区共完成医药保健品及饰品类商品进口 6405 万美元，占全年进口总额的 41.59%，占全年消费品进口额的 75.28%。说明西藏自治区重点建设的藏医药和民族特色手工业尚未形成国际竞争力，亟需依托外向型基地建设提升国际市场影响力。

(3) 出口目标市场过于依赖尼泊尔。2015 年，在西藏自治区的出口目标国中，尼泊尔排名第一，占 84.26%，排名第二、第三的美国和新加坡，分别仅占 4.12% 和 1.2%。说明西藏自治区现有产业体系尚未形成为欧美市场普遍认知和认可的特色产品，需要在巩固南亚外贸市场地位基础上，加大以欧美市场为目标的外向型基地建设。

(4) 出口企业以民营企业为主。2015 年，西藏自治区出口总额中民营企业和国有企业分别占 94.76% 和 3.34%。说明发展外向型经济应以民营龙头为企业，依托外向型基地建设加大对民营外贸企业的扶持力度。

## 二、发展机遇

(1) “十二五”期间，西藏自治区的产业基础不断壮大。新型工业化进程加快，优势矿产资源采掘业、绿色食（饮）品业、新型建材业、藏医药业、民族手工业等主导产业全线推进，产业集群效应和规模效应初步显现，为打造具有国际市场竞争力的外向型基地，进而向国家和自治区级外贸转型升级示范基地升级，奠定了良好的产业基础。

(2) 西藏自治区高原特色农牧业区域化、规模化、专业化程度逐步提高，围绕高原特色农牧产品的深加工能力不断增强。同时，其它高原特色产品，如藏毯、藏医药、藏族手工艺品等具有显著的产品特色和较高的国际知名度。这些重点产品为打造具有国际市场竞争力的外向型基地，进而向国家和自治区级外贸转型升级示范基地升级，提供了充足的产品资源。

(3) 《国务院关于印发全国现代农业发展规划（2011—2015 年）的通知》（国

发[2012]4号)、《国务院办公厅关于支持外贸稳定增长的若干意见》(国办发[2014]19号文件)、《国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》(国发[2015]9号文件)等,为西藏自治区打造具有国际市场竞争力的外向型基地,进而向国家和自治区级外贸转型升级示范基地升级,提供了充分的政策依据。

(4) 西藏自治区“十三五”规划纲要明确提出要“实施产业强区富民工程,依托高原特色资源优势,促进产业聚集、联动、融合,大力培育具有地方比较优势和市场竞争力的产业集群”;同时要“改造提升传统产业。支持新技术、新工艺应用,加快藏药业、民族手工业、建筑业发展”。这些战略取向,为西藏自治区依托优势产业,打造外向型基地,推动外贸规模扩大,带动出口品类拓展,优化出口主体和目标国结构,增加自产产品出口,提高外贸产品附加价值,提供了明确的规划指导。

### 三、建设重点

“十三五”期间,遵循国务院关于外贸稳增长、调结构方面的有关要求和加快培育外贸竞争新优势的战略部署,西藏自治区应充分发挥和挖掘西藏民族文化特色和资源环境优势,大力培育外向型特色主导产业,依托龙头外贸企业和重点出口品牌,着力建设外向型基地,并择优打造外贸转型升级示范基地。

#### 3.1 基于外贸转型升级示范基地建设培育特色主导产业

(1) 特色农牧业。积极争取国家投资,按照“区域集中、规模做大、质量提升、效益提高”的工作要求,大力发展特色农牧业,并不断延伸加工产业链。按照《商务部关于做好外贸转型升级基地有关工作的通知》(商贸函[2015]998号)及其附件《商务部外贸转型升级基地培育工作方案》相关精神,结合自治区农畜产品生产基地建设要求,基于区域分工,打造优势突出和特色鲜明的特色畜禽产品产业基地群,包括畜禽良种繁殖基地、良种奶牛养殖基地、肉鸭养殖基地、半细毛羊养殖基地、藏鸡养殖基地、生猪养殖基地。

(2) 天然饮用水产业。打造天然饮用水产业基地,不断优化开采技术和生产工艺,健全高效营销、错位发展的涉水产业体系,塑造西藏自治区对外产业名片。

(3) 藏药材产业。按照布局集中、产业集聚和可持续发展的原则,加快藏药材标准化种植和加工基地建设,推行标准化种植技术,完善基地基础设施、开

辟藏药研发中心和育种中心、引进现代化生产工艺和技术设备，提升藏药材原料产业化、规模化生产水平。

(4) 民族手工业。以民族特色手工艺产品，如藏毯、藏香等为依托，以行业内生产规模较大、技术装备先进、资源综合利用水平较高的外贸龙头企业为核心，打造一批外向型基地，并推动相关基地向“高起点、规模化、长链条”方向发展，形成项目储备，择优重点打造国家级外贸转型升级示范基地。

### 3.2 基于外贸转型升级示范基地建设孵化龙头企业和重点品牌

外向型基地特别是外贸转型升级示范基地有利于基地内企业集聚发展，分工协作，形成完整产业链，提高产品的附加值。“十三五”时期，在围绕特色主导产业建设外向型基地特别是外贸转型升级示范基地的过程中，要重点强调如下工作要点：

(1) 鼓励龙头企业、优势企业联合开展基地建设，带动中小企业“抱团出海”，强化自治区特色主导产业和重点品牌的国际竞争优势；

(2) 以建成外贸转型升级示范基地为目标，加强外向型基地的分级建设，做到培育一批、成熟一批、认定一批、推荐一批，实现外向型基地规范建设、有序发展；

(3) 以西藏国家地理标志产品、西藏非物质文化遗产为基础，大力推进重点品牌建设，鼓励有条件的特色农畜产品注册商标和原产地标志，依托藏毯、藏医药、民族手工业等特色资源，积极申报国家绿色有机食品和国家地理标志产品，将特色产业优势转化为品牌优势和市场优势；

(4) 鼓励外向型基地向跨境经济合作拓展区、跨境经济合作区甚至是境外布局，鼓励龙头企业在海外市场建立区域性总部或办事处，积极了解目标国独特消费诉求，提高出口商品的适销性；

(5) 强调外向型基地行业类别的多样性。基地建设向具有文化传统和潜在优势，但龙头企业发育不成熟、产品缺乏国际竞争力的产业倾斜，逐步扩大外向型基地涉及的行业类别，推动自治区出口商品品类结构的拓展；

(6) 外向型基地建设与民营经济培育相结合。基地建设向具有规模优势和产品优势的民营企业倾斜，发挥民营企业的经营活力，推动自治区出口主体结构的优化。

## 四、保障措施

(1) 政策保障。制定出台西藏自治区加快外贸转型升级示范基地建设的鼓励政策，在完善基地基础设施，壮大外向型产业、孵化外向型产品和品牌、规范外向型基地运作、引进和培养外向型人才，拓宽外向型基地融资渠道等方面给予政策扶持。

(2) 资金保障。用好用足外经贸发展专项资金，加大财政投入力度；根据各特色主导产业的发展情况以及各地市、各区县优势企业的分布情况，采取扶持资金竞争机制，实行外向型基地建设择优扶持。鼓励创业投资机构和产业投资基金投资基地项目，支持信用担保机构向基地企业提供贷款担保，支持知识产权质押贷款。

(3) 人才保障。对基地创新人才予以资助，设立外贸转型升级示范基地发展创新奖和创新人才奖。政府、企业、高校、职业技术学校、科研机构等共同努力，通过多渠道、多方式引进和培养人才，逐步建立外贸转型升级示范基地创新人才支撑体系。

(4) 基础设施保障。依据外向型基地特别是外贸转型升级示范基地的特点和需求，充分保障基地建设和运营所需要的基础设施。加快完善基地外围道路、给排水、供电、供气、污水管网、通信网络等基础设施，统一规划和建设基地内部基础设施，增强基地的项目承载能力。

## 专题 11

# “十三五”时期对外经济合作规划专题

遵循“十三五”规划纲要的总体部署，我国将“采用境外投资、工程承包、技术合作、装备出口等方式，开展国际产能和装备制造合作，推动装备、技术、标准、服务走出去”，“支持企业扩大对外投资，深度融入全球产业链、价值链、物流链”。“十三五”时期，西藏自治区将以国家援尼项目向自治区倾斜为契机，充分发挥对外援助的先导作用，积极鼓励和引导我区企业“走出去”，推动西藏自治区对外投资、工程承包和劳务合作迈上新台阶。

### 一、发展现状与存在问题

“十二五”期间，在自治区党委和政府正确领导下，在商务部的大力支持下，西藏自治区对外经济合作工作主动参与国家重大战略，充分利用国家和自治区有关支持政策，努力开拓创新，强化属地监管，提升服务水平，取得了重要成效。

一是获商务部委托管理援尼北部地区项目。2014年，西藏自治区与商务部签署了《关于合作加强对尼泊尔沿边援外工作备忘录》，我区由此成为全国唯一以受托管理方式负责组织实施援外项目的省份。在商务部大力支持下，“十二五”时期，西藏自治区共计组织实施尼泊尔沙拉公路、梯姆雷边检站、学校、海关官员研修班等各类援外项目近10个，总投资规模约4.3亿元人民币。

二是对外投资规模和投资范围不断扩展。如表11.1所示，“十二五”时期，西藏自治区共计审批、备案境外投资企业22家，涉及总投资额2.85亿美元，同比增长近25倍。对外投资总量规模不断扩大的同时，西藏自治区对外投资领域不断拓展，投资领域由传统的饮料、啤酒、矿泉水、食品、矿产勘探等扩展到住房建设、投资咨询、航空运输等。

三是对外工程承包迈出步伐。“十二五”时期，西藏宏绩建设有限公司、西藏天路股份有限公司等5家单位取得了对外承包工程企业资格，并以承担援外项目为契机，在尼泊尔等周边国家积极承揽商业项目。

但从整体看，西藏自治区对外经济合作尚处于起步阶段，发展基础较薄弱，企业竞争力有限，主要表现为：取得对外投资和对外工程承包资格的企业数量较

少，境外经营企业和工程管理的经验不足，具有国际视野的复合型人才匮乏；缺乏有效的对外信息服务平台，对外投资规模整体偏小，经营范围较窄；对外承包工程以援外项目为主，尚未承接商业项目；尚无企业获得对外劳务合作资质，仅通过境外投资及援外项目外派人员。

表 11.1 “十二五”时期西藏自治区对外投资情况

序号	国别/地区	主体名称	末次核准时间	中方末次投资额(万美元)	中方总投资额(万美元)	经营范围
1	塔吉克斯坦	西藏珠峰工业股份有限公司	2011	4378	7378.0	铅锌矿勘探开采及销售
2	尼泊尔	西藏福尔农业发展有限公司	2012	100	100.0	蔬菜、花卉、水稻种植销售，农业技术咨询服务，进出口贸易
3	尼泊尔	西藏布达拉实业有限公司	2013	11.07	22.47	房屋建筑安装兼营钢筋、木材加工、建筑机械维修
4	英属维尔京群岛	拉萨烽源投资咨询有限公司	2013	650	650.0	商业咨询、投资服务、股权投资
5	缅甸	西藏中凯控股有限公司	2014	500	500.0	矿业投资、投资咨询、投资管理
6	香港	西藏高原天然水有限公司	2014	150	150.0	销售食品、高原天然水、饮料、瓶(桶)装饮用天然水
7	英国	拉萨经济技术开发区科汇投资有限公司	2014	100	100.0	股权投资；投资咨询、投资管理
8	香港	西藏睿誉丰企业策划营销有限公司	2014	5000	5000.0	企业策划、企业管理咨询、投资管理、市场调查
9	尼泊尔	西藏天利经济文化发展有限公司	2014	100	100.0	出版、策划、设计、产品开发、书刊印刷、文化交流、科技开发
10	开曼群岛	西藏揽胜投资有限公司	2014	100	100	财务顾问、咨询、产业投资、项目策划
11	香港	西藏自治区投资有限公司	2014	0.642	0.642	股权投资、对旅游、酒店、房地产、藏医药、高新技术产业、民族手工业投资开发
12	香港	西藏志远基金管理咨询有限公司	2014	1	1.0	企业管理咨询、投资管理、资产管理、投资咨询
13	香港	西藏联志恒享企业管理咨询有限公司	2014	1	1.0	企业管理咨询、投资咨询、投资与资产管理
14	尼泊尔	拉萨威萨斯商贸有限公司	2014	0.2	0.2	餐饮、食品
15	尼泊尔	西藏航空有限公司	2014	1875	1875.0	国际客货运输业务
16	美国	中化岩土投资管理有限公司	2015	1300	1300.0	芯片设计、软件开发、企业服务
17	毛里求斯	西藏泛非投资有限公司	2015-	1000	1000.0	控股、投资

18	塞舌尔	西藏藏能股份有限公司	2015	999.7134	999.7134	融资、投资、收购、兼并, 设备采购
19	香港	西藏劲邦劲达创业投资合伙企业(有限合伙)	2015	483	483.0	服装、服饰、化妆品、家具、日用百货的批发、零售
20	香港	西藏海思科药业集团股份有限公司	2015	7100	8000	药品、医药器械开发, 医药类产品销售及医药项目投资
21	美国	西藏海默尼药业有限公司	2015-11	200	200.0	医疗器械及医疗技术研发、生产、销售
22	瑞典	拉萨泛海新能科技有限公司	2015	577.5	577.5	凝血检测设备、试剂及质控制品

## 二、发展机遇与建设要求

“十三五”期间,我国将以“一带一路”战略为引领构筑新一轮对外开放格局,由此推动向西开放进程全面加速;同时,互联互通和国际产能合作作为“一带一路”建设的两翼,将构成新时期开展对外经济合作的重要着力点。新的发展形势将为西藏自治区对外经济合作带来难得的发展机遇。

**(1) 区域互联互通深入推进。**依托“孟中印缅经济走廊”和“环喜马拉雅经济合作带”两大区域经济战略的稳步推进,西藏自治区将以打造“面向南亚开放的重要通道”为目标,着力构建由口岸、边贸市场、跨境经济合作区、自由贸易试验区等组成的对外开放新平台。在此过程中,与邻国的道路、口岸、通信等互联互通设施逐步通达,区域经济一体化程度日益紧密,将为西藏自治区对外经济合作搭建优越的平台。

**(2) 尼泊尔灾后重建化危为机。**受尼泊尔“4.25”地震波及,中尼口岸和边贸通道基础设施遭受严重破坏。但世界各国和国际组织为尼泊尔灾后重建提供了大量援助资金,交通基础设施、民用建筑项目陆续立项实施。借助我国援尼项目对西藏自治区倾斜的发展机遇,西藏自治区企业将获得更多“走出去”参与国际工程承包的机会,并积累更多国际经济合作的经验。

**(3) 对外援助先导作用逐步显现。**按照《关于合作加强对尼泊尔沿边援外工作备忘录》要求,“十三五”时期,西藏自治区将在部区合作框架下负责组织实施尼泊尔北部地区援助项目。我区施工、勘察、设计、咨询等企业将以承担援外任务为契机,在受援国树立品牌形象,与相关部门和企业建立商务关系,为今后深度开拓受援国及其他国家的国际工程承包、劳务合作等市场奠定基础。

**(4) 企业国际竞争力不断增强。**在国家政策扶持下,我区完成备案的对外

投资和工程承包企业不断增加，经营领域不断拓展，企业实力逐步壮大，“走出去”愿望日益增强。随着国家推进国际产能和装备制造合作的政策日益完善，口岸、跨境经贸合作区、自由贸易试验区等平台不断完善，我区企业赴境外开展对外经济合作的前景将日益广阔。

“十三五”期间，西藏自治区将以“一带一路”战略为统领，积极参与面向南亚开放的重要通道建设，充分发挥对外援助在企业“走出去”中的先导作用，坚持“政府引导、企业主导、市场运作”的原则，大力促进对外投资、工程承包和劳务合作。在政府层面，需发挥规划引领作用，创新工作思路，完善政策措施，鼓励和引导企业充分利用国家优惠政策、整合区内优势资源，为企业“走出去”提供全方位的支持和服务。在企业层面，需树立积极进取意识，在政府引导下，充分利用国内国际两个市场、两种资源，以尼泊尔等周边国家为重点目标国，努力开拓国际市场；同时争取国家和自治区资金、政策等支持，稳步扩大对外投资、工程承包和劳务合作，不断提升国际竞争力。

### 三、建设重点

“十三五”期间，贯彻落实《关于合作加强对尼泊尔沿边援外工作备忘录》的精神，充分发挥西藏自治区区位、资源、科技、人文等优势，积极参与“一带一路”、国际产能和装备制造合作等重大战略，推动我区沿边对外开放，促进边疆安全稳定。借助国家援尼项目对西藏自治区倾斜的发展机遇，加强援尼项目监管，充分发挥对外援助的先导和示范作用，从能力建设和项目实施两个方面，大力推动西藏自治区企业“走出去”，参与对外投资、国际工程承包和劳务合作。

#### 3.1 构建对尼泊尔北部援助体系

在商务部指导下，以参与尼泊尔重建为重点，精心组织实施尼泊尔北部地区的援助项目。稳妥推进梯姆雷边检站项目，与商务部援外司协商承接一批公路、桥梁、口岸等基础设施项目，促进自治区与尼泊尔互联互通，配合面向南亚开放的重要通道建设。继续实施尼泊尔北部学校项目，配合落实物资援助项目，推动农业技术合作项目顺利立项并高标准组织实施，探讨开展卫生、文化、清洁能源等项目，改善当地民生状况，深耕尼泊尔民众对华友好土壤。通过“引进来”与“走出去”结合方式，做好对尼泊尔等国的人才培训工作，树立受援国与自治区友好

合作的关系。在全力做好政府援助的同时，委托社会组织扎根草根阶层，有针对性地提供物资和服务，加强与当地各阶层的交流，形成官民援助相济的发展格局。

### 3.2 提升对外投资规模和水平

全面贯彻落实国务院《关于推进国际产能和装备制造合作的指导意见》（国发〔2015〕30号），积极宣介商务部和西藏自治区关于促进对外投资的具体政策措施，引导更多有实力的企业申请资格备案或核准。引导企业跟踪有潜在商机的重点市场，通过驻外使馆经商机构等渠道提供信息服务，推动企业重点在“一带一路”沿线国家投资，用好境外经贸合作区、跨境工业园区等平台。以国发〔2015〕30号文件确定的重点领域为方向，鼓励自治区企业拓展投资领域。探讨将对外援助与对外投资相结合，立足做好援外项目的同时，在产业链上下游开展投资合作，带动境外资源能源开发。对于已在境外投资的企业，持续提供政策支持和信息服务，推动企业在当地不断发展壮大。

### 3.3 推动对外经济合作取得突破

举办优惠贷款和优惠出口买方信贷等专题培训班，加强政策宣介。鼓励和引导更多企业和机构获得对外援助、工程承包和劳务合作的资质。加强对援外企业的监管，要求企业按期保质保量完成项目，树立企业品牌形象，为承揽商业工程项目奠定基础。鼓励有实力的企业在驻外使馆经商机构指导下，探讨利用优惠贷款、优惠出口买方信贷等政策性贷款，与所在国合作实施公路、桥梁、电力等基础设施项目，重点开拓尼泊尔等周边国家市场。对于缺乏在境外承包工程经验的企业，引导其与国内大型企业组成联合体参与对外经济合作，积累经验，锻炼队伍。协助境外工程承包企业加强管理，维护劳务人员合法权益。

## 四、保障措施

（1）体制机制保障。加强西藏国际经济交流服务中心建设，充实人员队伍，规范管理流程，不断提升监管和服务水平。完善部区合作援尼项目工作协调领导小组机制，进一步明确任务分工，密切沟通协调，为援尼项目实施提供保障。建立对外投资协调机制，构建综合服务平台，加强信息共享，适当简化流程，帮助企业解决实际困难。建立自治区农业“走出去”等专项工作机制，整合区内资源，强化属地监管，支持境外资源开发。建立健全企业境外投资风险预警机制，引导

企业规避各类风险，提供应对突发事件的效率。通过搭建境外投资论坛、国际博览会等平台，促进中外企业合作交流。

(2) 政策保障。在商务部指导下，通过举办培训班、召开座谈会、印制手册等方式，加强对外援助、投资、工程承包和劳务合作的政策宣介。依据《对外援助管理办法》、《对外援助成套项目管理办法》等规章制度，制定西藏自治区商务厅管理援尼项目的内部规程，规范项目管理程序，防范廉政风险。在《国别援助指导意见》框架下，制定援助尼泊尔北部地区的相关规划，加强项目储备库建设。认真贯彻落实商务部有关对外投资、工程承包和劳务合作的规章制度，并结合西藏自治区实际情况，制订或修订专项规范性文件。协调发改、财税、金融、外事等部门，统筹制定西藏自治区鼓励“走出去”优惠政策。组织“自治区百企走出去”活动，在工业、农业、文化、交通等领域遴选有实力、有意愿“走出去”的企业，积极推动并扶持其赴境外开展投资合作。

(3) 资金保障。为鼓励我国企业参与“一带一路”建设和国际产能及装备制造合作，我国政府推动设立了“亚洲基础设施投资银行”和“丝路基金”，不断扩大对外援助和外经贸专项资金规模；修订了援外优惠贷款和优惠出口买方信贷管理办法，积极引导商业金融机构走出国门提供资金支持和服务。西藏自治区也为援尼项目、企业“走出去”工作的有序开展安排了配套资金。“十三五”时期，西藏自治区将继续巩固和深化同商务部的部区合作，并不断加强自治区政府相关部门及金融机构的横向协调，及时向企业传达国家和自治区有关政策，邀请专家进行政策解读，促进企业与政府部门及金融机构对接，用好用足国家和自治区支持“走出去”的各项资金。

## 专题 12

## “十三五”时期定向招商引资规划专题

在经济全球化进程持续推进、我国经济结构调整力度不断加大的背景下，“十三五”时期，我国东南沿海地区将普遍进入以“腾笼换鸟”为特征的产业结构升级和梯度转移阶段。这一阶段，一方面，东部地区将向中西部大量转移产能；另一方面，随着交通条件的不断改善，西部地区基于自身的资源优势、环境优势、劳动力优势和政策优势将形成强大的产业转移承接力。

《西藏自治区招商引资若干规定》指出，要“坚持‘优势互补、互惠互利、共同发展’的原则，鼓励国内外各类投资者来西藏自治区投资兴业，并给予一系列的优惠政策，如财政优惠政策、税收优惠政策、金融优惠政策、对外贸易优惠政策、土地使用优惠政策等等”。“十三五”期间，西藏自治区将着力完善软硬件环境，强化自身招商引资的“洼地”效应，围绕“十三五”规划确定的特色主导产业，开展定向招商引资，为西藏自治区的产业体系扩容升级和经济持续快速发展注入新的活力。

### 一、发展现状

**(1) 利用内资取得新成效。**“十二五”期间，西藏自治区对内地招商引资工作经历从“引资”到“选资”、从“数量招商”向“质量招商”的转变，招商引资在促进全区经济社会快速发展中的作用日益凸显。一方面，招商引资规模不断扩大，仅拉萨市就引进国内 500 强企业 17 家，引进投资规模上亿元的项目 77 个；另一方面，招商引资项目涉及的领域也不断拓宽，覆盖农畜产品加工、特色产品开发、旅游、文化、商贸、服务、科技、房地产、矿产开发等多个行业。

**(2) 利用外资迈出新步伐。**“十二五”时期，西藏自治区加大了内外贸一体化商务载体和平台建设的投资力度，经济技术开发区、会展设施和物流网络体系均得到不同程度的发展。基于不断优化的商务载体和平台，“十二五”时期，西藏自治区共实施国际经济合作项目 36 个（涉及教育、交通、水利、扶贫开发等多个领域），实现项目金额 15.87 亿元；审批引进外商投资企业 32 家，累计实际利用外资 63821 万美元，是“十一五”时期的 4.4 倍。

**(3) 以会展业为平台，招商引资实现新跨越。**“十二五”时期，西藏自治区大力推动会展设施建设，扶持会展经济发展。依据国务院《关于支持西藏经济社会发展若干政策和重大项目的意见》中“支持物流和会展基础设施建设”的总体思路，西藏自治区投资5亿元人民币在拉萨建成多功能会展中心，并在全区7个地市相继搭建了会展平台。拉萨雪顿节、日喀则珠峰文化节、山南物交会等为促进国内外经贸洽谈发挥了重要的平台作用。2015年，全区累计组织78家企业参加了尼泊尔第四届国际贸易博览会、第117届中国进出口商品交易会等7个国内外重要展会。会展经济的繁荣为西藏自治区充分利用国内、国外两个市场和两种资源，面向西藏自治区特色主导产业和名优产品，开展定向招商引资形成了巨大的推动效应。

**(4) 以开发区为载体，招商引资取得新进展。**“十二五”时期，各地市以开发区（包括经济开发区、产业园区、外向型基地等）为载体，推动招商引资领域和利用外资规模不断扩大。依托于开发区，西藏自治区在特色矿产、食品饮料、医疗保健、羊毛加工销售、融资租赁、旅游服务等多个领域形成了相对完备的产业体系，引资来源地也逐步扩展到香港、尼泊尔、英属维尔京群岛、开曼群岛、丹麦、加拿大、澳大利亚、台湾等国家和地区。

在取得显著招商引资成就的同时，也应看到西藏自治区在招商引资方面还存在一些亟需完善的问题。

(1) 招商引资任务分散，几乎所有行业主管部门都在参与本部门涉及领域的招商引资工作，缺乏统一、稳定的管理协调机构，不仅难以形成合力，而且容易导致招商遗漏和引资重复。

(2) 各地市间缺乏产业分工、区域协同和定向招商引资的统一规划，容易导致招商过程中的恶性竞争和项目落地过程中的重复建设。

(3) 招商引资的政策环境和服务环境还无法与内地省份相提并论，需要继续完善和优化。

## 二、发展要求

“十三五”时期，西藏自治区将坚持“一产上水平、二产抓重点、三产大发展”的经济发展战略，实施“产业强区富民”工程，依托高原特色资源优势，促进产业集聚、联动、融合，大力培育具有地方比较优势和市场竞争力的产业集群。为支持自治区产业体系扩容升级目标的实现，亟需继续加大定向招商引资的力度，完

善招商引资的工作机制，建设承载招商引资项目的产业园区，提高招商服务水平和项目落地能力。自治区商务主管部门，将坚持把招商引资作为扩大对外开放的主要抓手，主要依托会展节事活动和对外经贸合作，强化招商项目的宣传推广，不断提高利用外资的规模和质量。

### 三、建设重点

#### 3.1 明确主导产业定位，强调定向招商引资

“十三五”时期，西藏自治区将围绕“一产上水平、二产抓重点、三产大发展”的经济发展战略，明确定位特色主导产业，重点实施定向招商引资。

(1) 第一产业层面，西藏自治区将重点推进农牧业现代化。“十三五”时期，将重点围绕现代农牧业示范区和高原特色农畜林产品产业带建设开展定向招商引资，集中开发规模养殖业、木本油料种植业、林果业以及青稞、牦牛、藏系绵羊、藏猪、藏鸡、林下资源等特色农牧林产品；并着力推进特色农牧林产品精深加工，完善农牧业服务体系和质量安全保障体系，加速特色农牧林产品地理标志建设。

(2) 第二产业层面，西藏自治区将着力发展天然饮用水、藏药、民族手工业、建筑、能源矿产（包括清洁能源、盐湖资源、有色金属等）等五大支柱产业，并重点围绕上述产业的产业链延伸、品牌培育、技术改造、资源勘查等工作开展专项招商引资。

(3) 第三产业层面，西藏自治区将继续加大旅游、文化产业的招商力度，着力推进西藏文化旅游创意园等文化园区建设和文化旅游产品开发；同时，鼓励投资者全面参与服务业发展，并向连锁经营、物流配送、信息通讯、电子商务、商务服务等服务业领域适度倾斜。

(4) 鼓励国内外投资者以多种形式参与交通、水利、通信等城市（城镇）公共基础设施的开发和建设，以多种形式投资教育、科技、卫生、社会保障等社会事业，以多种形式与自治区科研、教学机构合作，设立研发中心。

(5) 以自治区定向招商的总体思路为依据，统筹协调，科学规划各地市的定向招商方案，开展地市、县区、园区三级差别化招商，加强监督执行，避免重复招商、恶性竞争。最终通过招商引资的流量调节效应，推动各地市之间的区域分工和产业协同。

### 3.2 创新招商引资方式，提高招商引资效率

(1) 运用信息技术和媒体资源。借助政府网站及时发布、更新招商信息；与中国招商合作网等网络平台合作，不断拓宽招商渠道；充分利用各类新闻媒体，多角度、多层次宣传报道西藏自治区招商政策、招商动态、招商成果、承接平台、投资服务等内容，全方位展示西藏招商引资的形象和潜力。

(2) 参与国内大型投资洽谈会。积极组织各地市招商部门、产业园区和招商项目主体，参加“中国东西部合作与投资贸易洽谈会”（简称“西洽会”，举办地：西安）、“中国(重庆)国际投资暨全球采购会”（简称“渝洽会”，举办地：重庆）、“中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会”（简称“青洽会”，举办地：西宁）、“海峡两岸经贸交易会”（简称“海交会”，举办地：福州）、“中国国际投资贸易洽谈会”（简称“厦交会”，举办地：厦门）、“中国西部国际博览会”（简称：“西博会”，举办地：成都）、“中国-亚欧贸易博览会”（举办地：乌鲁木齐）、“中国兰州投资贸易洽谈会”（举办地：兰州）等国内知名的投资洽谈会，推介特色主导产业项目，实现定向招商引资。

(3) 举办特色节事招商活动。进一步发挥“藏博会”、“雪顿节”等西藏自治区特色节事活动和品牌投资会展的招商平台作用，围绕特色主导产业，谋划主题投资洽谈会和项目推介会，促进技术交流、经济合作与项目招商。

(4) 开展区域产业协同招商。主动融入川渝经济圈、陕甘青宁经济圈、大香格里拉经济圈等，面向四川、重庆、云南、青海等周边省市，强化在基础设施建设、产业发展、生态环保等方面的区域经济分工协作，做好区域内的定向招商引资和产业转移承接。

(5) 探索对口援藏招商模式。充分发挥对口援藏的平台和桥梁作用，鼓励对口援藏的中央企业和地方龙头企业与西藏自治区本地企业开展合作交流，共同开展项目投资，探索“对口援藏、定向招商”的新模式。

### 3.3 完善招商引资载体，推动招商项目落地

“十三五”时期，西藏自治区将以完善招商引资载体为目标，进一步加大对内外贸基础性平台建设的资金倾斜。具体而言：

(1) 加强各地市经济技术开发区和产业园区建设。“十三五”时期，将重点提升拉萨经济技术开发区、格尔木藏青工业园区、达孜工业园区等园区的产业载体功能；推进拉萨高新技术园区、西藏空港新区、林芝生物科技经济技术开发区、昌都经济开发区（筹建）的开发建设；加强与对口援藏省市在产业园区建设和招

商方面的合作，积极建设援藏招商产业示范区。

(2) 推动吉隆跨境经济合作区建设和招商。吉隆跨境经济合作区将成为西藏自治区“十三五”时期外向型出口加工企业的主要载体，投入运营后将重点围绕特色农畜产品加工、民族手工业品加工、藏医药、跨境旅游服务等产业开展定向招商。“十三五”时期，将分三个阶段实施吉隆跨境经济合作区建设项目：

第一阶段：基础阶段。完善基础设施，提升贸易规模，实现吉隆口岸通关功能。

第二阶段：拓展阶段。首先，通过定向招商，形成特色产业聚集，实现聚集经济和规模效益，在此基础上，向国家申报建设吉隆边境经济合作区；同时，与尼泊尔协商建设境外（尼泊尔）经济合作区，并力求实现两个经济合作区功能互补、错位发展。

第三阶段：实现阶段。在吉隆边境经济合作区、境外（尼泊尔）经济合作区初具规模后，推动两国签订相关协议，对两个合作区进行功能整合，最终正式设立吉隆跨境经济合作区。

(3) 先试先行启动“西藏中尼自由贸易试验区”建设。以吉隆跨境经济合作区为基础，在跨境经济合作区横向、纵向拓展的基础上，形成衔接边境口岸群和“拉萨-日喀则”产业带的跨境经济合作拓展区。以此为平台，“十三五”时期，将启动“西藏中尼自由贸易试验区”建设，探索西藏自治区提升沿边开发开放水平，促进与毗邻国家经贸合作与投资交流的创新机制和政策体系。

## 四、保障措施

针对“十三五”时期西藏自治区的定向招商引资工作，可延续《西藏自治区招商引资若干规定》提出相关政策，从信贷支持、通关便利、关税返还、土地供应、户籍迁移、参政议政、工商登记简化、资源开发优先等方面，给予广大投资者全方位的政策优惠。

同时，积极推动招商引资载体也即产业园区的横纵交流与合作，横向促进西藏自治区范围内兄弟园区间合作，纵向推动西藏自治区与兄弟省市共建产业合作示范园区，使园区载体对招商引资规模扩大的贡献能力进一步增强。

## 专题 13

# “十三五”时期会展经济发展规划专题

### 一、规划对象说明

会展经济是以展览、会议、节事活动等为依托，由会展业统筹，餐饮娱乐、商务旅游、信息咨询、交通通讯、广告传媒等行业协同，集商品展销、经济合作、文化交流、招商引资等功能于一体的新兴经济形态，是现代服务经济的重要组成部分。会展经济的发展对拉动消费、扩大就业、巩固产业优势、促进对外开放、提升城市影响力和辐射力具有重要的作用。

### 二、发展现状与存在问题

“十二五”时期，西藏自治区以会展设施建设、品牌会展举办、节事活动带动为抓手，在大力推进会展经济发展的同时，对外展示了西藏优越的旅游资源、独特的传统文化和良好的投资环境。

**(1) 会展场馆建设取得突破。**“十二五”时期，为推动会展经济快速发展，西藏自治区投资 54072 万元人民币建成西藏首座综合性国际会展中心——西藏会展中心。西藏会展中心总建筑面积超过 33500 平方米，与原有的日喀则珠峰会展中心共同为西藏自治区会展经济的发展提供了基础设施保障，为国内外、区内外会展企业提供了集产品展示、贸易洽谈、旅游推介、招商引资、经济合作等功能于一体的大型展览平台。

**(2) 品牌会展凸显招商成效。**“十二五”时期，西藏自治区围绕中尼经贸合作、西藏特色产业和重大宗教节事等主题，着力打造大型品牌会展，如“中国西藏-尼泊尔经贸洽谈会”（简称“藏尼经贸洽谈会”，西藏自治区最重要的区域性国际展览会）、“中国西藏旅游文化国际博览会”（简称“藏博会”，西藏自治区规模最大的国际博览会）、雪顿节（集传统展佛、文艺汇演、体育竞技、招商引资、经贸洽谈、商品展销、旅游休闲于一体的传统与现代相结合的大型节事盛会）等，取得了显著的招商引资成效。

(3) 丰富会展活动扩大内需。“十二五”时期，西藏自治区每年都会组织一系列丰富多彩的会展、节事活动和物交会，如表 13.1 所示。各级、各类节事活动和物交会充分发挥了丰富销售渠道、吸引居民消费、打造消费热点的作用，促进了市场繁荣、购销两旺，实现了经济效益、社会效益“双丰收”。

表 13.1 西藏自治区各地市会展、节事活动和物交会一览表

地市	级别	时间	物交会名称	承办单位
拉萨	市	8月	雪顿节物交会	拉萨市商务局
	市	8月	雪顿节之藏式特色美食暨阿妈啦厨房擂台赛活动	自治区烹饪协会
	市	10月	拉萨市消费节	拉萨市商务局
	市	4月	“倡导节约，转型消费”餐饮住宿行业大型宣传活动	自治区烹饪协会
	市	10月	拉萨市国际汽车工业展览会	显高会展服务公司
	市	11月	拉萨冬季房地产展览会	立群商务会展公司
	县	8月	城关区嘎吉林青稞酒节	城关区商务局
	县	8月	当雄赛马节物交会	当雄县商务局
	县	8月	尼木望果节物交会	尼木县商务局
	县	7月	达孜望果节物交会	达孜县商务局
	县	7月	林周望果节物交会	林周县商务局
	县	7月	堆龙德庆望果节物交会	堆龙德庆县商务局
	县	7月	墨竹工卡望果节物交会	墨竹工卡县商务局
	山南	地区	8月	中国西藏雅砻文化
地区		12月	乃东县物资文化交流会	地区行署
县		7月	浪卡子达龙边贸物资文化交流会	浪卡子县商务局
县		9月	错那亚马容物资文化交流会	错那县商务局
县		8月	措美哲古镇牧人节	措美县商务局
县		12月	加查县物资文化交流会	加查县商务局
县		11月	隆子县物资文化交流会	隆子县商务局
县		8月	洛扎县物资文化交流会	洛扎县商务局
林芝	市	10月	雅鲁藏布大峡谷文化旅游节	地区行署
	市	9月	松茸美食文化节	墨脱县商务局
	县	12月	墨脱县物交会	墨脱县商务局
	县	5月	5.28黄牡丹旅游节	米林县商务局
	县	2、9月	朗县年货物交会	朗县商务局
	县	3月	林芝桃化文化旅游节	林芝县商务局
	乡	12月	里龙乡物交会	米林县商务局
	乡	9月	洞嘎镇物交会	朗县商务局
	乡	10月	仲达镇物交会	朗县商务局
	乡	7月	金东乡仁布圣水文化节	朗县商务局
	乡	4月	易贡油菜花节	波密县商务局
	乡	4月	松宗赛马节	波密县商务局
	乡	5月	百巴镇响箭赛马文化旅游节	林芝县商务局
	乡	8月	巴松措工布民俗文化旅游节	工布江达县商务局

	乡	3月	察隅县察瓦龙乡赛马物交会	察隅县商务局
	乡	4月	古玉乡桃花节物交会	察隅县商务局
	乡	4月	竹瓦根镇清水河神水节物交会	察隅县商务局
	乡	9月	下察隅镇物交会	察隅县商务局
	乡	7月	古拉乡物交会	察隅县商务局
	乡	7月	上察隅镇物交会	察隅县商务局
那曲	地区	8月	那曲地区羌塘恰青赛马艺术节	那曲行署
	地区	12月	那曲地区畜产品展销会	那曲地区商务局
	地区	8月	那曲地区魅力虫草节	那曲地区商务局
	县	12月	聂荣县畜产品展销会	聂荣县农牧局
	县	7月	双湖县可可西里文化艺术节	双湖县政府
	县	12月	双湖县畜产品展现会	双湖县政府
	县	9月	班戈县纳木错风情旅游赛马艺术节	班戈县政府
	县	12月	班戈县畜产品展现会	班戈县政府
	县	8月	拉日旅游文化节	嘉黎县政府
	县	7月	赛龙文化艺术节	索县政府
	县	7月	申扎县赛马艺术节暨物交会	申扎县政府
	县	12月	申扎县畜产品展销会	申扎县政府
	乡	8月	巴清县赛马艺术节	巴青县政府
	乡	11月	活畜交易	班戈县10个乡镇
	乡	10月	亚培西卓旺	班戈县沙漠寺
	乡	5月	赛马艺术节	嘉黎县10个乡镇
	乡	8月	江差日素	班戈县持君寺
	阿里	县	6月	噶尔县红柳花节物交会
县		8月	阿里象雄节普兰县物交会	普兰县政府
县		8月	日土县班公湖民俗文化旅游物交会	日土县政府
县		8月	措勒县扎日南木措文化旅游节物交会	措勒县政府
县		8月	革吉县那布民间物交会	革吉县政府
县		8月	改则县物交会	改则县政府
日喀则	市	8月	日喀则珠峰文化旅游节物交会	日喀则市商务局
	市	12月	日喀则后藏物资交流会桑珠孜交易会	日喀则市政府
	市	12月	日喀则后藏物资交流会拉孜交易会	日喀则市政府
	县	8月	萨迦县八思巴物资交流会	萨迦县政府
	县	8月	仁布县措拉嘎布文化节	仁布县政府
	县	11月	康马县冬季物交会	康马县政府
	县	2月	江孜县冬季物交会	江孜县政府
	县	8月	谢通门县赛马物交会	谢通门县政府
	县	8月	亚东县国际边贸旅游文化节暨帕里望果节	亚东县政府
	县	8月	定结县夏尔巴文化节	定结县政府
	乡	8月	南木林县芒热乡康那物交会	芒热乡政府
	昌都	市	10月	藏、川、青、滇四省毗邻地区康巴文化旅游艺术节
县		9月	芒康县茶马古道旅游文化艺术节	芒康县商务局
县		7月	类乌齐县仲确艺术节及物交会	类乌齐县商务局

县

8月

热巴艺术节及虫草交易会

丁青县商务局

**(4) 组织参展数量不断增加。**“十二五”时期，西藏自治区共计完成 60 个展会的组织参展工作，累计参展企业 618 家，出口成交金额 8566.9 万美元，签约招商引资项目 18 个，吸引投资金额 68.8 亿元人民币。国际展会方面，在德国汉诺威国际地毯博览会和中国品牌商品欧洲展（英国）期间，西藏藏毯、皮革、藏香、矿泉水、羊绒制品等品牌特色产品亮相欧洲市场，受到好评；在国内展会方面，先后组织产业园区和招商项目主体参加了“西洽会”、“渝洽会”、“青洽会”、“厦交会”、“西博会”等国内知名的投资项目展会，为我区项目单位和企业提供了展示、交流、合作的平台，促进了自治区特色主导产业的招商引资和市场开拓。

虽然取得了可喜的发展进展，但西藏自治区会展经济仍处在起步阶段，发展中还存在诸多的问题和挑战。

**(1) 政府主导特征显著，专业化水平低。**“十二五”时期，西藏自治区组织的 79 种展会、节事活动和物交会中，由地市、区县、乡镇三级政府参与主办或承办的达到 76 种，有专业的第三方会展公司或行业协会主办的仅 3 种。政府主导虽然有助于提高会展活动的组织和推广，却不利于会展专业化水平的提高，难以凸显会展活动特色，扩大会展品牌影响。

**(2) 市场主体发育不足，会展业未成型。**“十二五”时期，西藏自治区各类会展活动由政府主导，很大程度上源于本地会展企业发展的严重滞后。目前，全区专业的会展企业无论是数量还是质量都无法支撑会展经济的快速发展，同时与会展相关的策划、设计、施工、酒店、信息、物流、广告等多行业协调的会展服务体系也尚未形成，导致组展和推广能力不足，对专业参展商邀请不力，进而影响了会展品质提升和品牌塑造。

**(3) 品牌展会数量偏少，品牌影响力弱。**截至“十二五”末，西藏自治区仅有“藏尼经贸洽谈会”、“藏博会”、“雪顿节”等为数不多的几个大型品牌展会；同时，这些品牌展会的行业影响力和品牌知名度也显著逊于周边省份所举办的“西洽会”、“渝洽会”、“青洽会”、“西博会”等区域性品牌展会。

**(4) 县区级会展比重大，国际化程度低。**“十二五”时期，西藏自治区所举办的各类会展活动以地方性的节事活动和物交会为主，具有一定的地区性影响，但缺乏广域乃至国际影响力，尚未形成一个被国际博览会联盟（UFI）认证的国际专业化展会。这与西藏自治区作为面向南亚开放的重要通道和世界重要旅游目

的地的发展定位是不相符的。

### 三、发展形势与发展要求

《西藏自治区人民政府关于深化流通体制改革加快流通产业发展的实施意见》中指出，要“积极培育会展业经济，大力发展会展业，依托西藏会展中心等平台，积极开展区域性和国际性特色会议、展览展示、品牌发布、项目推介、文化展演、投资洽谈等商务活动，促进展馆、酒店、餐饮、娱乐、交通、旅游等配套联动，形成具有特色的会展经济”，为区内会展业的发展提供了政策基础与外部环境保障。

国际博览会联盟（UFI）认证国际专业化展会，重点关注展会的国外观众数、国外参展商和国外参展面积三大指标。西藏自治区作为面向南亚开放的重要通道，作为世界重要的旅游目的地，具有优越的国际化条件。一方面，面向南亚市场的开发开放，将推动西藏自治区成为中国内地和南亚诸国进行商品交流和经贸合作的首选区域；另一方面，西藏自治区丰富的人文、历史和自然旅游资源，配合相对完备的旅游接待体系，为西藏自治区发展会展经济特别是会议接待和节事活动提供了优越的条件。

鉴于上述，“十三五”时期，西藏自治区将依托优越的区位条件、不断完善的交通条件、持续开放的经济体系和丰富多样的旅游接待资源，坚持“专业化、特色化、国际化”的发展方向，坚持政府主导与市场运作相结合、坚持重点提升与全面推进相结合、坚持传统业态与新兴业态相结合、坚持自主办展与组织参展相结合，以展会组织为引领，以会议接待为重点，以节事活动为特色，培育具有广泛影响力的会展品牌，打造具备较强竞争力的会展产业，打造“一极（拉萨）、两翼（日喀则、林芝）、多节事”的会展经济格局，使会展业成为西藏自治区现代服务业的先导产业，努力将首府拉萨建设成为具有国际影响力的世界屋脊会展之都。

### 四、建设重点

#### 4.1 优化会展经济空间布局

“十三五”时期，从西藏自治区各地市会展基础设施、生态气候条件、旅游资源禀赋和会议接待能力出发，积极构建以首府拉萨为增长极，以日喀则和林芝为

拓展翼，各地市及重点县区依托当地传统文化和特色景观普遍开展节事活动的“一极、两翼、多节事”的会展经济空间布局。

(1) 拉萨市应进一步发挥“藏博会”、“雪顿节”等品牌展会和节事活动的带动引领作用，充分利用西藏会展中心优越的场馆资源，政府主导，市场运作，围绕净土健康产业、文化旅游产业、特色工业（藏药、民族手工艺品等）等特色主导产业，南亚特色产品及跨境旅游积极谋划自主品牌展会，加快培育一批面向国内外市场特别是南亚市场的专业性国际化品牌展会。

(2) 日喀则市利用珠峰会展中心的场馆资源，继续做大办好中国西藏-尼泊尔经贸洽谈会，凸显日喀则市沿边开放的经济优势；面向后藏地区，逐步扩大后藏物资交流会、珠峰文化旅游节等品牌物交会和节事活动辐射力和影响力；面向全国乃至南亚诸国推介日喀则“后藏文化中心，生态有机家园”的城市形象。

(3) 林芝市充分发挥在海拔、区位、气候、水文、地貌、景观等方面的独特优势，挖掘世界陆地垂直地貌落差最大，热带、亚热带、温带及寒带气候并存独特景观体验，借助“十三五”时期拉林高等级公路通车带来的交通优势，大力发展高端商旅服务和会议接待，打造西藏自治区面向全球的高端会议接待中心。

(4) 面向展会承办、会议接待和节事活动组织，完善各地市会展场馆体系。拉萨市、日喀则市在现有会展场馆基础上，继续完善功能配套；在吉隆跨境经济合作区和林芝市分别规划新建跨境经贸会展中心和国际会议中心，提升展会承办和会议接待能力；昌都、那曲、山南和阿里改善会议接待设施和节事活动场地；形成大中小结合、布局合理的会展场馆体系，以适应自治区会展业跨越式、多业态发展的需要。

## 4.2 强化大型品牌展会引领

“十三五”时期，继续巩固和提升现有品牌会展项目，培育具有广域影响力的专业性优质展会，带动第三方专业化会展企业以及会展产业群发展，增强会展业的专业化和集约化程度，推动西藏自治区会展经济从数量型增长到质量型增长转变。

(1) 巩固现有大型品牌展会。“十三五”时期，坚持办好“藏尼经贸洽谈会”、“藏博会”、雪顿节等传统、大型、品牌展会和节事活动，逐步扩大规模、提升质量、强化宣传，增强国际国内影响力，打造西藏自治区会展名片。

(2) 培育专业化优质展会。利用西藏自治区特别是拉萨市和日喀则市独特

的自然景观、浓厚的文化氛围和优越的区位条件，强化品牌会展意识，培育或引进一批在国内外具有较高知名度和影响力的专业化优质展会。在现有的汽车工业展览会、房地产展览会、青稞酒节等专业展会基础上，重点围绕西藏自治区主导产业和南亚诸国特色产品，强调政府引导、市场运作、整体宣传、分别推进，造就一批有特色、专业化、高品质的西藏会展品牌。

(3) 带动会展产业群发展。充分发挥品牌展会的会展业“孵化器”功能，推动第三方会展策划、信息咨询、法律服务、公关营销、广告宣传、展示设计、展览工程、交通物流、电子商务、翻译服务、印刷包装、住宿餐饮、旅游观光等会展产业群发展。鼓励第三方会展企业进行资质认证、管理体系认证、会展项目认证，培育一批专业化的会展龙头企业，协同会展产业链分工与合作，打造会展业集群。

(4) 提高会展国际化程度。以促进内地市场、西藏市场和南亚市场互动对接为目的，突出西藏风情和南亚主题，以汽车、特色农畜加工品、民族手工业品、家居用品、住宅、跨境旅游、文体用品、电子产品、藏医药等优势特色产品和优质商品或服务为主题，举办对南亚诸国具有较大影响力的专业化展会和消费品博览，强调吸引国外参展商和观众，促进尼泊尔、印度等国企业办展、参展，突出南亚产品、服务和文化特色，提高会展的国际化水平。

#### 4.3 打造高端会议接待平台

“十三五”时期，充分发挥西藏自治区特别是拉萨市和林芝市优越的区位、交通、自然、人文资源，积极举办高端会议，承办国际论坛，提供高水平会议接待服务；努力促进会议业与旅游业互动发展，尽快实现较高的国际化水平和收益能力，将会议接待服务打造成为西藏自治区会展经济发展的突破口和增长点，打造高端会议接待平台，塑造世界屋脊会议之都。

#### 4.4 丰富节事活动文化内涵

“十三五”时期，充分挖掘各地市、区县和乡镇三级传统节事活动资源，依托人文和自然旅游资源，立足文化传承和文化传播，与商品展销、旅游服务相结合，继续办好各种节事活动，丰富节事活动内涵，创新节事活动模式，改善节事活动场地设施，推进各地相关产业协同发展。以地市为单位，每地市打造1个具有典型文化主题和广域市场影响的节事活动，以区县（或重点乡镇）为单位，每区县

(重点乡镇)打造1个能够激发本地人民群众广泛参与的节事活动或物交会,形成以旅游和文化节事活动为中心、以地方民俗节事活动为基础的立体化节事活动体系,将西藏自治区打造成为常年节事活动不间断的世界屋脊节庆休闲之都。

#### 4.5 发展新兴网络会展业态

“十三五”时期,借助信息技术,依托优势特色产业和南亚特色商品,西藏自治区可基于电子商务平台,发展网络虚拟会展。新兴的网络会展可有效克服展馆资源不足、道路交通不畅、组展参展成本对会展经济的影响,无限延长展会时间、扩大展品规模。“十三五”时期,应鼓励各品牌展会、优质专业展会、地方性节事活动、特色主导产业龙头企业,依托西藏自治区电子商务平台,积极建立独立的虚拟展馆或展台,定期更新虚拟展品,常年展销、集中推广、统一配送。

#### 4.6 积极组织企业区外参展

“十三五”时期,西藏自治区将继续组织本地龙头企业和产业园区参加区外的大型展会和经贸洽谈,如“西洽会”、“青洽会”、“渝洽会”,面向内地市场推介藏毯、藏香、净土健康、手工业品等特色产品和优势项目;并积极参与“汉诺威国际地毯博览会”、“广交会”、“尼泊尔国际贸易博览会”等国际性展会,面向国际市场推广西藏的民族特色产品和旅游文化形象,推动定向招商引资和外贸扩容升级。

## 五、保障措施

### (1) 建立会展组织和协调机制

成立由西藏自治区政府分管领导任组长,各地市政府分管领导任组员的“会展业发展工作领导小组”,负责领导、组织、承办“藏博会”等现有大型品牌展会,并积极策划、引进新的优质专业展会;在会展冠名主办、资金扶持和配套服务等方面提供支持;协调会展产业资源,强化会展项目管理,提升会展服务水平。在自治区商务厅设置“博览事务局”负责会展经济组织协调的日常实务。

### (2) 加强会展策划和申办工作

强化大型品牌展会对会展经济的引领,必须重视品牌展会的策划和申办工作。博览事务局负责联系协调国家级和具有国际影响力的展会、会议、论坛项目,并配合承办城市(地区)市长(专员)带队向相关授权机构或主办单位申请或策划承办会展项目。建立激励与约束机制,对会展策划和申办工作有突出贡献的单

位、团体及个人进行表彰和奖励。

### **(3) 加大会展宣传和推广力度**

高度重视会展宣传推介工作，制定西藏自治区会展整体宣传推广方案。在政府间交流、国际经贸交流过程中，积极宣传品牌展会和特色节事活动；充分发挥各种新闻媒体的宣传和推动作用，发布会展政策，推介会展品牌，扩大会展影响；在主要交通通道出入口和大型公共设施周边设立大型户外广告进行城市和会展形象宣传。

### **(4) 完善会展规划和统计体系**

研究制定西藏自治区会展业发展专项规划，指导会展业建设和发展。同时，完善会展统计和评价体系，做好数据搜集与分析工作，为制定策划会展项目，出台会展政策提供依据。

### **(5) 加强会展设施和机构建设**

对大型会展设施建设提供政策和资金倾斜，完善各地市会议接待设施和节事活动场地，全面强化西藏自治区会展经济的设施支撑。同时，遵循专业化、国际化、市场化原则，大力培养和发展第三方会展服务机构，采取政府购买服务方式，不断提升服务机构的会展组织、承办、协调、管理等综合能力和水平。另外，以品牌会展项目为平台，强化会展管理团队和会展服务机构的会展策划和承办能力；以会展服务机构为抓手，培养和引进一批有会展知识、办展经验和组织能力的专业会展人才。

## 专题 14

## “十三五”时期大中型零售网点规划专题

## 一、规划对象说明

## (1) 规模划分

根据营业面积可以对零售网点的规模等级划分如下：

- 大型网点：指营业面积在 2000 平方米以上的零售网点；
- 中型网点：指营业面积在 500—2000 平方米的零售网点；
- 小型网点：指营业面积在 500 平方米以下的零售网点。

## (2) 业态划分

本规划涉及的零售网点的业态形式主要包括：超市、大型综合超市、百货店（包含准百货店）、专业店、购物中心（包括其他大型郊区业态）等。

## 二、发展现状与存在问题

“十二五”期间，西藏自治区大中型零售网点建设在数量、规模、业态等方面均取得突破性进展，为消费品零售提供了销售渠道，在便利居民生活，营造市场氛围方面发挥了重要作用。经过多年建设和发展，西藏自治区各地市目前已形成业态相对完备的零售网点体系，其中大中型零售网点呈现集聚布局、快速扩张的发展态势。

表 14.1 西藏自治区各地市大中型零售网点数量和结构统计

地市	数量	规模结构		业态结构				
		大型	中型	百货店	大型综合超市	超市	专业店	购物中心
拉萨	46	23	23	8	9	16	12	1
日喀则	19	3	16	3	3	7	6	0
昌都	11	4	7	3	1	4	3	0
林芝	9	3	6	1	1	1	6	0
山南	6	3	3	2	1	3	0	0
那曲	5	1	4	1	0	4	0	0
阿里	6	0	6	0	0	5	1	0

合 计	102	37	65	18	15	40	28	1
-----	-----	----	----	----	----	----	----	---

(1) 大中型零售网点数量快速扩张。目前,西藏自治区共拥有营业面积 500 平方米以上的零售网点 102 个,其中营业面积 2000 平方米以上的大型零售网点 37 个,基本满足了城乡居民日益升级的生活消费需求。

(2) 大中型零售网点业态相对齐备。西藏自治区现有主要零售网点主要覆盖购物中心(包括面积小于 50000 平方米的“准购物中心”)、百货店(包括营业面积小于 6000 平方米的“准百货店”)、超市(包括大型综合超市)、专业店四种业态。从网点数量看,超市占据主流(53.92%),百货店(17.65%)和专业店(27.45%)分别从综合性和专业性(覆盖土特产、家电、手机、数码产品、儿童用品、服装等专业领域)两个角度强化了网点服务能力,购物中心(0.98%)则尚处于起步阶段,各种业态共同为城乡居民不同层次的消费诉求提供了渠道支撑。

(3) 大中型零售网点发展水平相对较低。除较为成熟的超市业态之外,其它大中型零售业态大都处于相对较低的发展水平。购物中心不仅数量较少,而且体量偏小(最大的神力时代广场仅 24000 平方米),综合服务能力有限;除拉萨百货、百益百货、城市百货之外,其他百货店尚未形成标准的百货经营形态,商品类别少,购物环境差,消费档次低;专业店多数集中于土特产销售,网点数量偏少,业种类别不全,经营专业性有限。除超市业态以外,百货店、专业店、购物中心多数处于非连锁化的单店经营状态;即使是连锁经营的超市业态,统一配送率也相对较低。

(4) 大中型零售网点空间布局过于集中。从地市分布看,拉萨市一个城市拥有全自治区 45%以上的大中型零售网点,特别是具有广域辐射力的购物中心、百货店和专业店,拉萨市占比分别达到 100%、44.44%和 42.86%。大中型零售网点过于集中于中心城市,会导致其他地市消费外流严重,干扰商业中心建设和商业氛围培育。从城市空间分布看,现有大中型零售网点呈现中心集聚,外围分散的布局特征,多数选址于各地市的核心商圈,城市外围片区缺乏大中型商业网点。以拉萨市为代表,核心商圈大中型网点密集布局,不仅导致激烈的同业竞争,还对市场秩序、市容环境和道路交通造成干扰;外围片区网点配置不足,不仅影响

城市框架的拉开、商业资源的扩散，还会给迁居新区的居民生活带来不便。

(5) 大中型零售网点缺乏新型业态。从业态结构看，西藏自治区目前的零售业态以百货店和超市为主。“十三五”期间，随着城市经济发展、居民消费结构升级，消费者对更多业种业态特别是体验性的新兴业态的需求会不断强化，需要超前规划、稳步实施。特别是辐射和引领全区消费的拉萨市，应适时引入仓储会员店、折扣百货店、一站式购物中心、大型城市商业综合体等先进业态，优化城市零售业态结构。

### 三、发展形势和发展要求

“十二五”时期,各地市城市空间不断拓展，区县城镇化进程快速推进，部分商圈发育相对成熟的地市以核心商圈为单一商业中心的大中型零售网点空间布局模式已成为城市商业发展和消费内需扩张的制约因素，亟待借助中心城区商业中心拓展的契机，逐步推动城市商业资源的扩散和大中型零售网点的布局调整；部分商圈发育相对滞后的地市正处于核心商圈健全和完善的发展阶段，大中型零售网点的数量、规模和业态结构都无法充分满足本地居民的消费需求，亟待借助商业中心巩固和提升的契机，逐步推动城市商业网点的数量扩张和结构升级。为此，“十三五”时期，西藏自治区大中型零售网点的发展应贯彻如下发展要求：

(1) 以人口和购买力分布为依据，合理配置大中型零售网点的数量，优化零售网点的业态结构，使大中型零售网点成为扩大城乡消费需求的重要渠道支撑。

(2) 商圈发育相对成熟的地市，面向日趋成熟的新兴商业中心扩散商业资源，推动大中型零售网点向外围商圈布局，充分发挥大中型零售网点的辐射带动作用；商圈发育相对滞后的地市，面向核心商圈提高大中型零售网点的配置密度，提升城市商业中心的综合服务能力。

(3) 强化大中型零售网点的配套设施建设，充分考虑不同零售业态消费人群的需求特点和消费行为特征，不仅提供满足特定消费者需求的商品和服务，而且提供完善的综合配套服务设施（如停车位、公交车站等）。

(4) 推动大中型零售网点的组织化程度，提升连锁经营率和统一配送率。

(5) 强化政府主管部门在大中型零售网点投资建设过程中的投资引导和政  
策调控，以突出规划抓手，监督规划落实。

#### 四、规模测算与数量控制

西藏自治区各地市商业网点与周边及外来消费需求存在联动，服务的目标顾  
客除了本地户籍人口之外，还包括辐射（被辐射）人口和旅游人口，因此测算西  
藏自治区商业服务人口当量是明确西藏自治区商业网点的数量定位和发展目标  
的前提。本专题将通过测算西藏自治区服务人口当量来确定规划期内全区大中型  
零售网点的数量。

##### 4.1 常住人口测算

2010-2015 年，西藏自治区各地市户籍人口分布如表 14.2 所示。

表 14.2 2010-2015 年西藏自治区各地市人口分布情况表

单位：万人

地 市	2010	2011	2012	2013	2014	2015	年均增长
拉 萨 市	48.46	49.38	50.37	52.01	52.73	53.03	1.819%
日喀则市	72.51	73.51	74.77	76.14	77.30	—	1.613%
昌 都 市	—	68.39	71.72	—	73.00	—	(2.197%)
林 芝 市	—	18.06	18.29	18.75	19.11	—	(1.897%)
山 南 市	34.12	34.90	35.23	35.56	(36.06)	—	(1.395%)
那曲地区	46.24	47.46	49.16	—	(52.26)	—	(3.106%)
阿里地区	—	9.41	9.69	—	(10.29)	—	(3.024%)
合 计	300.22	303.30	307.62	312.04	317.55	323.97	1.534%

注：表中括号内的数据为估算值。

根据西藏自治区各地市人口 2010 年以来的年均增长率，估算 2020 年各地市  
户籍人口规模，预测结果如表 14.3 所示。

表 14.3 2020 年西藏自治区各地市人口分布预测表

单位：万人

地 市	人口（2020 年）	地 市	人口（2020 年）
拉 萨 市	58.03	山 南 市	39.19

日喀则市	85.10	那曲地区	62.79
林芝市	21.39	阿里地区	12.30
昌都市	83.17	合计	361.97

## 4.2 辐射人口测算

### (1) 辐射人口测算技术路线

城市当期辐射（被辐射）人口测算的技术路线如下：

①基本假设：各地市商圈辐射（被辐射）人口主要来自于西藏自治区；自治区各地市人口单位消费性支出以基本相同的比例转化为社会消费品零售总额。根据现实情况，上述两个基本假设基本符合实际。

②根据自治区社会消费品零售总额和人口数量计算自治区人均社会消费品零售总额。

③根据自治区人均消费支出和人均社会消费品零售总额计算全区单位消费性支出转化为社会消费品零售总额的比例。

④根据地市人均消费支出和自治区单位消费性支出转化为社会消费品零售总额的比例计算每个本地市常住人口创造的社会消费品零售总额。

⑤根据地市社会消费品零售总额和每个本地市常住人口创造的社会消费品零售总额计算各地市社会消费品零售总额需要多少个常住人口创造。由此可知各地市常住人口规模当量。

⑥各地市常住人口规模当量减去当期常住人口规模可知辐射人口规模当量。

### (2) 当期辐射人口当量测算

按照上述技术路线，可计算各年西藏自治区各地市商业辐射人口规模当量，如表 14.4 所示。

从表中测算结果可以看出：

①总体而言，西藏自治区各地市除拉萨市之外，城市商业体系主要以满足本地需求为主，属于被辐射型城市，存在不同程度的消费外流。

②拉萨市商业辐射力逐年提升，对周边地市消费需求具有极强的吸纳能力；

③昌都市和那曲地区商业体系满足本地消费需求的能力有限，消费外流严重，城市被辐射属性非常显著；

④日喀则市和阿里地区商业体系基本可满足本地消费需求，但仍存在一定程

度的消费外流，且外流程度呈现逐步放大趋势；

⑤林芝市和山南市商业体系在满足本地消费需求的同时，对周边地区略有辐射，但辐射力正逐年减弱，正逐步进入被辐射城市行列。

表 14.4 西藏自治区各地市辐射人口测算基础数据表

地市	年份	人均消费支出（元）	社会消费品零售总额（亿元）	人口（万人）	人均社会消费零售总额（元）
拉萨市	2010	7266	88.45	55.94	15811.58
	2011	8076	105.14	57.61	18250.30
	2012	7681	124.55	57.92	21503.80
	2013	9053	144.11	60.12	23970.39
	2014	9741	180.33	62.62	28797.51
昌都市	2010	3984	15.15	—	10778.05
	2011	3668	17.95	68.39	12517.30
	2012	3872	20.90	71.72	13509.12
	2013	4999	24.39	—	14229.25
	2014	6764	(28.59)	73.00	21500.40
山南市	2010	3376	18.27	34.17	13010.99
	2011	3305	21.80	34.90	15048.24
	2012	4130	25.50	35.23	16770.53
	2013	4682	29.17	35.56	18079.32
	2014	6731	(34.09)	(36.06)	23221.38
日喀则市	2010	4086	35.01	72.51	13845.67
	2011	4150	40.88	73.51	16228.22
	2012	4839	46.20	74.77	17761.05
	2013	5441	53.08	76.14	18552.53
	2014	6775	66.03	77.30	24222.27
那曲地区	2010	3609	9.43	46.24	14035.43
	2011	4277	10.49	47.46	15587.09
	2012	4618	11.40	49.16	16547.32
	2013	4846	12.94	—	16897.79
	2014	6480	(14.38)	(52.26)	18002.34
阿里地区	2010	3615	4.36	—	13781.46
	2011	3882	5.03	9.41	15258.89
	2012	4196	5.51	9.69	15849.77
	2013	5648	5.88	—	16893.30

	<b>2014</b>	8365	(6.50)	(10.29)	26133.07
林芝市	<b>2010</b>	3940	12.32	—	10469.86
	<b>2011</b>	4271	14.94	18.06	11905.17
	<b>2012</b>	4709	16.93	18.29	12859.63
	<b>2013</b>	5955	18.99	18.75	13673.67
	<b>2014</b>	7972	(21.94)	19.11	21801.61
西藏自治区	<b>2010</b>	4326	185.30	30.02	6172.14
	<b>2011</b>	4730	219.00	30.33	7220.57
	<b>2012</b>	5340	254.64	30.76	8277.75
	<b>2013</b>	6275	293.22	31.20	9396.87
	<b>2014</b>	7317	364.51	31.76	11478.82

注：表中括号内的数据为估算值。

表 14.4 (续表) 西藏自治区各地市辐射人口测算基础数据表

地市	年份	自治区单位消费性支出的社零额转化率	各市单位常住人口创造的社零额(元)	各市常住人口规模当量(万人)	各市辐射人口规模当量(万人)
拉萨市	<b>2010</b>	142.68%	10367.13	85.32	36.86
	<b>2011</b>	152.65%	12328.01	85.29	35.91
	<b>2012</b>	155.01%	11906.32	104.61	54.24
	<b>2013</b>	149.75%	13556.87	106.30	54.29
	<b>2014</b>	156.88%	15281.68	118.00	65.27
昌都市	<b>2010</b>	142.68%	5685.01	26.65	—
	<b>2011</b>	152.65%	5599.95	32.05	-36.34
	<b>2012</b>	155.01%	6002.29	34.82	-36.90
	<b>2013</b>	149.75%	7485.41	32.58	—
	<b>2014</b>	156.88%	10611.78	26.94	-46.06
山南市	<b>2010</b>	142.68%	4816.50	37.93	3.82
	<b>2011</b>	152.65%	5045.45	43.21	8.30
	<b>2012</b>	155.01%	6402.09	39.83	4.60
	<b>2013</b>	149.75%	7010.93	41.61	6.04
	<b>2014</b>	156.88%	10559.99	32.29	-3.78
日喀则市	<b>2010</b>	142.68%	5829.85	60.05	-12.46
	<b>2011</b>	152.65%	6334.60	64.53	-8.98
	<b>2012</b>	155.01%	7501.59	61.59	-13.18

	<b>2013</b>	149.75%	8147.34	65.15	-10.99
	<b>2014</b>	156.88%	10628.04	62.19	-15.18
那曲地区	<b>2010</b>	142.68%	5149.10	18.31	-27.92
	<b>2011</b>	152.65%	6528.34	16.07	-31.39
	<b>2012</b>	155.01%	7158.09	15.93	-33.23
	<b>2013</b>	149.75%	7256.72	17.83	—
	<b>2014</b>	156.88%	10165.78	14.14	-38.11
阿里地区	<b>2010</b>	142.68%	5157.72	8.45	—
	<b>2011</b>	152.65%	5925.24	8.49	-0.92
	<b>2012</b>	155.01%	6504.86	8.47	-1.22
	<b>2013</b>	149.75%	8457.50	6.96	—
	<b>2014</b>	156.88%	13122.35	4.95	-5.33
林芝市	<b>2010</b>	142.68%	5621.76	21.91	—
	<b>2011</b>	152.65%	6519.24	22.92	4.86
	<b>2012</b>	155.01%	7298.66	23.20	4.91
	<b>2013</b>	149.75%	8917.68	21.29	2.54
	<b>2014</b>	156.88%	12506.63	17.54	-1.57

## (2) 规划期辐射人口预测

基于表 14.4 测算数据，可得到西藏自治区辐射人口规模当量的年均复合增长率，并进一步预测“十三五”末各地市的辐射人口规模。

①拉萨市辐射人口规模当量的年均复合增长率为 15.36%。出于谨慎性原则，综合考虑拉萨市周边城市商业体系不断完善形成了购买力回流以及电子商务发展造成的购买力分流，本规划采用 10%作为 2014-2020 年拉萨市辐射人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年拉萨市商业辐射人口规模当量为 115.63 万人。

②昌都市和那曲地区“十三五”时期的重点任务在于完善商业体系，强化本地消费需求的满足能力，减缓消费外流不断扩大的态势。大致规划 2020 年两地市被辐射人口规模当量较 2014 年减少 30%，由此可估算 2020 年昌都市和那曲地区的被辐射人口规模将分别达到 32.24 万人和 26.68 万人。

③日喀则市和阿里地区“十三五”时期的重点任务在于继续提升本地需求的

满足能力，到 2020 年实现本地消费需求不外流，本地被辐射人口规模当量下降到 0。

④林芝市和山南市商业体系“十三五”时期的重点任务在于优化升级本地商业体系，减少本地消费外流，到 2020 年争取确保本地消费需求不外流，本地被辐射人口规模当量为 0 的发展状态。

### 4.3 旅游人口测算

西藏自治区各地市均以旅游业作为支柱产业，因此要合理估算商业体系服务的人口规模当量，还需要对旅游人口当量进行测算。

#### (1) 当期旅游人口当量测算

旅游人口当量测算的技术路线如下：先根据当地游客接待人数和旅游收入计算游客人均消费；之后根据当地人均消费支出计算“游客-常住人口转化率”，最后再将游客人数转化为旅游人口当量。

按照上述技术路线，可计算西藏自治区各地市旅游人口规模当量，如表 14.5 所示。

表 14.5 西藏自治区各地市旅游人口当量测算表

地市	年份	接待游客人数 (万人)	旅游收入 (万元)	游客人均消费 (元)	人均消费支出 (元)	游客-常住人口 转化率	旅游人口当量 (万人)
拉萨市	2010	423.42	421120	994.57	7266	13.69%	57.97
	2011	514.42	511080	993.49	8076	12.30%	63.27
	2012	650.83	654809	1006.11	7681	13.10%	85.26
	2013	798.94	821602	1028.36	9053	11.36%	90.76
	2014	925.74	1116696	1206.27	9741	12.38%	114.61
	年均增长率	21.60%	27.61%	4.94%	7.60%	—	18.58%
昌都市	2010	—	—	—	3984	—	—
	2011	48.18	31946	662.95	3668	18.07%	8.71
	2012	71.80	47600	662.95	3872	17.12%	12.29
	2013	85.00	56000	658.82	4999	13.18%	11.20
	2014	120.00	100000	833.33	6764	12.32%	14.78
	年均增长率	35.54%	46.28%	7.92%	14.15%	—	19.29%
山南市	2010	92.40	24936	269.87	3376	7.99%	7.39

	<b>2011</b>	114.84	36000	313.49	3305	9.48%	10.89
	<b>2012</b>	139.00	47001	338.13	4130	8.19%	11.38
	<b>2013</b>	165.90	61016	367.79	4682	7.86%	13.03
	<b>2014</b>	196.80	75000	381.10	6731	5.66%	11.14
	年均增长率	20.81%	31.69%	9.01%	18.83%	—	10.82%
日喀则市	<b>2010</b>	110.68	85642	773.80	4086	18.94%	20.96
	<b>2011</b>	134.71	107467	797.79	4150	19.23%	25.90
	<b>2012</b>	180.00	174536	969.64	4839	20.04%	36.07
	<b>2013</b>	228.40	229019	1002.71	5441	18.43%	42.09
	<b>2014</b>	310.30	284594	917.16	6775	13.54%	42.01
	年均增长率	29.40%	35.02%	4.34%	13.47%	—	18.98%
那曲地区	<b>2010</b>	32.71	5741	175.51	3609	4.86%	1.59
	<b>2011</b>	35.00	6200	177.14	4277	4.14%	1.45
	<b>2012</b>	50.78	6339	124.83	4618	2.70%	1.37
	<b>2013</b>	65.00	7100	109.23	4846	2.25%	1.47
	<b>2014</b>	100.00	10000	100.00	6480	1.54%	1.54
	年均增长率	32.23%	14.88%	-13.12%	15.76%	—	-0.76%
阿里地区	<b>2010</b>	—	—	—	3615	—	—
	<b>2011</b>	—	—	—	3882	—	—
	<b>2012</b>	13.31	—	—	4196	—	—
	<b>2013</b>	20.334	26370	1296.70	5648	22.96%	4.67
	<b>2014</b>	36.22	47018	1298.16	8365	15.52%	5.62
	年均增长率	78.10%	78.30%	0.11%	23.34%	—	20.39%
林芝市	<b>2010</b>	—	—	—	3940	—	—
	<b>2011</b>	182.04	133038	730.83	4271	17.11%	31.15
	<b>2012</b>	229.00	185900	811.79	4709	17.24%	39.48
	<b>2013</b>	249.62	226300	906.58	5955	15.22%	38.00
	<b>2014</b>	278.36	258800	929.73	7972	11.66%	32.46
	年均增长率	15.21%	11.66%	8.36%	19.27%	—	1.39%

## (2) 规划期旅游人口当量测算

基于表 14.5 的测算数据，可得到西藏自治区各地市旅游人口当量的年均复合增长率，并由此预测“十三五”末西藏自治区各地市旅游人口当量规模。

①拉萨市旅游人口的年均复合增长率为 18.58%，综合考虑拉萨市“国家历史文化名城”和“具有国际影响力的旅游目的地和中转地”的发展战略，并兼顾战略性和谨慎性原则，本规划采用 10% 作为 2014-2020 年拉萨市旅游人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年拉萨市旅游人口规模

当量为 203.04 万人。

②日喀则市旅游人口的年均复合增长率为 18.98%，综合考虑拉日铁路通车对旅游业发展的促进作用，并兼顾战略性和谨慎性原则，本规划采用 12%作为 2014-2020 年日喀则市旅游人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年日喀则市旅游人口规模当量为 82.92 万人。

③林芝市旅游人口的年均复合增长率为 1.39%，综合考虑拉林高等级公路通车对旅游业发展的促进作用，并兼顾战略性和谨慎性原则，本规划采用 2%作为 2014-2020 年林芝市旅游人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年林芝市旅游人口规模当量为 36.56 万人。

④昌都市旅游人口的年均复合增长率为 19.29%，兼顾战略性和谨慎性原则，本规划采用 12%作为 2014-2020 年昌都市旅游人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年昌都市旅游人口规模当量为 29.17 万人。

⑤山南市旅游人口的年均复合增长率为 10.82%，综合考虑拉林高等级公路对旅游业发展的促进作用，并兼顾战略性和谨慎性原则，本规划采用 8%作为 2014-2020 年山南市旅游人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年山南市旅游人口规模当量为 17.68 万人。

⑥阿里地区旅游人口的年均复合增长率为 20.39%，兼顾战略性和谨慎性原则，本规划采用 15%作为 2014-2020 年阿里地区旅游人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年阿里地区旅游人口规模当量为 13.00 万人。

⑦那曲地区旅游人口的年均复合增长率为 -0.76%，说明该地区并非西藏自治区主要的旅游目的地，兼顾战略性和发展性原则，本规划采用 2%作为 2014-2020 年那曲地区旅游人口规模当量的年均复合增长率。以 2014 年为基期，经测算可得，2020 年那曲地区旅游人口规模当量为 1.73 万人。

#### 4.4 消费人口当量汇总

综上所述，可对西藏自治区各地市当期和规划期消费人口当量进行汇总，汇总结果如表 14.6 所示。

表 14.6 西藏自治区各地市消费人口当量汇总表（2014/2020 年）

地市	年份	常住人口 (万人)	辐射人口当量 (万人)	旅游人口当量 (万人)	消费人口当量 (万人)
拉萨市	当期（2014 年）	52.73	65.27	114.61	232.61

	规划期(2020年)	58.03	115.63	203.04	376.70
昌都市	当期(2014年)	73.00	-46.06	14.78	41.72
	规划期(2020年)	83.17	-32.24	29.17	80.10
山南市	当期(2014年)	36.06	-3.78	11.14	43.42
	规划期(2020年)	39.19	0	17.68	56.87
日喀则市	当期(2014年)	77.30	-15.18	42.01	104.13
	规划期(2020年)	85.10	0	82.92	168.02
那曲地区	当期(2014年)	52.26	-38.11	1.54	15.69
	规划期(2020年)	62.79	-26.68	1.73	37.84
阿里地区	当期(2014年)	10.29	-5.33	5.62	10.58
	规划期(2020年)	12.30	0	13.00	25.30
林芝市	当期(2014年)	19.11	-1.57	32.46	50.00
	规划期(2020年)	21.39	0	36.56	57.95

#### 4.5 大中型商业网点数量配置

按照国外的经验和我国城市发展的实践,人口的数量规模和集聚程度与商业网点的配置存在着特定的对应关系。通过对国内外资料进行整理,得出人口规模与商业网点配置对应关系表,如表 14.7 所示。从规划的角度出发,商业网点基本上可遵循上述对应关系进行网点数量配置。

表 14.7 城市人口规模与商业网点配置对应关系表

商圈消费人口规模	商业网点配置要求
达到 3 万人	设置中型超市、农贸市场(生鲜肉菜超市)、各类小型专业店(如服装店、医药店、书店等)等便利购物网点;中小型餐饮店、旅店等餐饮住宿网点;社区便利服务体系等。
达到 10 万人	增设大型综合超市等。
达到 20 万人	增设中型专业店、社区商业中心等。
达到 40 万人	增设大型百货店、中型购物中心、中型专业店等购物网点;增设各类中高档餐饮、星级酒店等餐饮住宿网点;增设大型文体娱乐设施等。
达到 60 万人	增设大型专业店、仓储会员店、奥特莱斯等郊区购物场所。
达到 100 万人	增设大型综合购物中心、高星级酒店等服务设施。

注:此表要求网点立地点所在片区的综合人口密度>1500人/公里<sup>2</sup>。

依据表 14.6 和 14.7 提供的测算依据,可对规划期(2020年)西藏自治区各地市主要大型零售网点的下限配置数量进行测算。其中,百货业态、大型综合超市和大型郊区业态测算不计旅游人口当量,中型超市和中型专业店业态测算不计辐射人口当量,大型专业店和购物中心测算覆盖所有类别的人口当量。具体测算结果如表 14.8 所示。

表 14.8 2020 年西藏自治区各地市大中型零售网点下限配置数量规划表

零售业态		常住人口 (万人)	辐射人口 (万人)	旅游人口 (万人)	汇总当量 (万人)	人口标准 (万人)	网点数量 (个)
大型 百货店	拉萨市	58.03	115.63	0	173.66	40	5
	昌都市	83.17	-32.24	0	50.93		1
	山南市	39.19	0	0	39.19		1
	日喀则市	85.1	0	0	85.1		2
	那曲地区	62.79	-26.68	0	36.11		1
	阿里地区	12.3	0	0	12.3		0
	林芝市	21.39	0	0	21.39		0
大型综合超市	拉萨市	58.03	115.63	0	173.66	10	17
	昌都市	83.17	-32.24	0	50.93		5
	山南市	39.19	0	0	39.19		4
	日喀则市	85.1	0	0	85.1		8
	那曲地区	62.79	-26.68	0	36.11		4
	阿里地区	12.3	0	0	12.3		1
	林芝市	21.39	0	0	21.39		2
中型超市	拉萨市	58.03	0	203.04	261.07	3	88
	昌都市	83.17	0	29.17	112.34		37
	山南市	39.19	0	17.68	56.87		19
	日喀则市	85.1	0	82.92	168.02		56
	那曲地区	62.79	0	1.73	64.52		22
	阿里地区	12.3	0	13	25.3		8
	林芝市	21.39	0	36.56	57.95		19
中型专业店	拉萨市	58.03	0	203.04	261.07	20	13
	昌都市	83.17	0	29.17	112.34		6
	山南市	39.19	0	17.68	56.87		3
	日喀则市	85.1	0	82.92	168.02		8
	那曲地区	62.79	0	1.73	64.52		3
	阿里地区	12.3	0	13	25.3		1
	林芝市	21.39	0	36.56	57.95		3
大型专业店	拉萨市	58.03	115.63	203.04	376.7	60	6
	昌都市	83.17	-32.24	29.17	80.1		1
	山南市	39.19	0	17.68	56.87		1
	日喀则市	85.1	0	82.92	168.02		3
	那曲地区	62.79	-26.68	1.73	37.84		0
	阿里地区	12.3	0	13	25.3		0

	林芝市	21.39	0	36.56	57.95		1
大型郊区业态	拉萨市	58.03	115.63	0	173.66	60	3
	昌都市	83.17	-32.24	0	50.93		1
	山南市	39.19	0	0	39.19		0
	日喀则市	85.1	0	0	85.1		1
	那曲地区	62.79	-26.68	0	36.11		0
	阿里地区	12.3	0	0	12.3		0
	林芝市	21.39	0	0	21.39		0
大型购物中心	拉萨市	58.03	115.63	203.04	376.7	100	3
	昌都市	83.17	-32.24	29.17	80.1		0
	山南市	39.19	0	17.68	56.87		0
	日喀则市	85.1	0	82.92	168.02		1
	那曲地区	62.79	-26.68	1.73	37.84		0
	阿里地区	12.3	0	13	25.3		0
	林芝市	21.39	0	36.56	57.95		0

## 五、规划重点与保障措施

### 5.1 大中型零售网点的数量增配

大中型零售网点的配置是政府引导和市场运作综合作用的结果。“十三五”时期各地市应根据大中型商业网点的数量配置标准，在现有网点体系的基础上，增加各类大中型零售网点的数量配置。根据上文测算结果，到“十三五”末，各地市大中型零售网点的数量增配规划方案如表 14.9 所示。

表 14.9 西藏自治区各地市大中型零售网点数量增配规划

地市		网点配置数量						
		百货店	大型综合超市	中型超市	中型专业店	大型专业店	大型郊区业态	购物中心
拉 萨	现状	8	9	16	10	2	0	1
	增配	—	8	72	3	4	3	2
昌 都	现状	3	1	4	3	0	0	0
	增配	—	4	33	3	1	1	0
山 南	现状	2	1	3	0	0	0	0
	增配	—	3	16	3	1	0	0
日喀则	现状	3	3	7	6	0	0	0
	增配	—	5	49	2	3	1	1
那 曲	现状	1	0	4	0	0	0	0
	增配	—	4	18	3	0	0	0

阿 里	现状	0	0	5	1	0	0	0
	增配	—	1	3	—	—	0	0
林 芝	现状	1	1	1	6	0	0	0
	增配	—	1	18	—	1	0	0

注：2014年网点数量并非规范业态的网点数量。

## 5.2 大中型零售网点的建设重点

以上表和2014年各地市大中型零售网点存量情况为依据，面向西藏自治区各地市“十三五”时期商业中心的建设和布局规划，特就各大中型零售业态的网点建设重点规划如下：

（1）百货业态各地市当前的配置数量基本达标，“十三五”时期的建设重点不在于数量扩张，而在于提质增效，将现有的规模不达标、商品不齐全、体验不充分的“准百货店”改造升级为真正意义上的“百货店”。

（2）大型综合超市和中型超市作为当前服务民生、便利消费的主力业态，在“十三五”时期将迎来网点数量的大幅扩张。在网点数量扩张过程中，要秉承“新建、改造两手抓”的原则，推动现有中小型、单店型的夫妻店、食杂店、农家店向中型以上、连锁发展、统一配送、规范经营的大中型超市改造升级，同步推动超市业态的数量扩张和质量提升，全面增强各地市便民零售网点体系的服务水平和销售能力。

（3）大中型专业店各地市当前的配置数量基本达标，仅需进行小规模的数量扩张。为配合各地市旅游业的发展，强化本地特色商品对游客的销售能力，“十三五”时期各地市将进一步强化土特产专业店的大型化、特色化发展；同时，为提升本地居民的消费结构和消费体验，“十三五”时期各地市还应积极引导大中型专业店向家居建材、家电、电子通讯产品等领域倾斜，丰富专业商品品种，提升专业消费体验；另外，为提升城市商业中心的商业景观和商业氛围，“十三五”时期各地市还要积极推动布局于商业中心的批发市场进行搬迁改造，向专业店方向升级。

（4）大型郊区业态和购物中心是城市扩展商业中心，提升消费体验的重要商业载体。“十三五”时期，仅拉萨市和日喀则市将具备发展大型郊区业态和购物中心的条件，建议配合城市核心商业中心的改造升级和外围商业中心的建设，新建仓储会员店、折扣百货店等尚处于发展空白的大型郊区业态，并谨慎发展中型

体验式购物中心，以满足城乡居民一站式的消费需求。

(5) 依托综合保税区核心区，规划建设免税店、保税店、跨境电商体验中心等高端零售商业业态，在满足本地居民高端消费的基础上，扩大旅游人口在自治区的消费支出，促进自治区内贸的转型升级。

基于上述建设重点，特就“十三五”时期各地市在大中型零售网点方面的重点建设任务进行规划，具体参见表 14.10。

**表 14.10 西藏自治区各地市大中型零售网点重点建设任务规划**

地市	地市						
	拉萨	昌都	山南	日喀则	那曲	阿里	林芝
城市商业综合体（包括大型郊区业态、购物中心）建设项目	4-5	—	—	1-2	—	—	—
百货店和专业店改造升级工程	√	√	√	√	√	—	√
夫妻店、食杂店、农家店的超市化、连锁化、统一配送化升级工程	√	√	√	√	√	√	√

### 5.3 大中型零售网点的政策引导

(1) 完善大中型零售网点的联席会议审核制度。由于大中型零售网点的开办影响面较大，因此各地市应建立大中型零售网点的联席会议审核制度，联席会议由市政府分管商业的领导牵头，各地市发改委、商务局、国土局、工商局等有关部门组成联合审议机构。通过联席会议制度，根据规划布局，更好地引导和调控大型商业网点的建设和发展。

(2) 全面推广连锁经营和统一配送。通过推动零售网点统一品牌、统一管理、统一配送，促进零售网点体系组织化程度提升，实现商业主体做大做强，发挥商品流通主渠道作用，降低流通成本、维护市场秩序、保障消费安全。

(3) 组建行业协会规范市场秩序。通过组建行业协会等中介组织，加强行业自律，规范商品定价，规范促销行为等；监督大中型零售网点诚信经营，不销售假冒伪劣产品，净化市场环境，赢得消费者信赖。

(4) 加强商业配套和商业特色建设。加强大中型零售网点公共交通设施、停车设施、休憩设施、安全设施的配建；同时从外观形象、商业文化、经营特色、服务方式等方面强化零售网点的个性和特色，突出商业形象与城市文化和景观风格的协同。

## 专题 15

## “十三五”时期商业街（区）规划专题

## 一、规划对象说明

商业街（区）指商业功能突出，具有一定长度（长度>100米），以零售、餐饮和服务为主要定位，各种商业网点相对密集（商业网点的密度 $\geq 50\%$ ）的街道（街区）。

## （1）按经营商品的种类划分

综合性商业街区：简称综合街，街内集聚经营不同种类商品的店铺，通常以大型百货店为骨干，集中多样化的专业店、专卖店组成。

专业性商业街区：简称专业街，街内集聚经营同类商品或服务的店铺。如餐饮街、酒吧休闲街、家具建材街、汽修街、通讯街、电子产品街、旅游产品购物街、土特产街、二手商品街、五金工具及金属加工街等。

## （2）按主导功能的种类划分

零售主导型商业街区：主导功能是商品零售，交易对象具有价值量高、物流诉求低的特点。

批发主导型商业街区：主导功能是批发集散，交易对象具有价值量低、物流诉求高的特点。

服务主导型商业街区：主导功能是专业服务，交易对象以餐饮休闲、旅游体验或其他类型服务为主，附加值高，要求消费者参与服务过程，具有承载城市文化、塑造城市景观的功能。

## （3）按接近方式的差别划分

普通商业街区：普通商业街一般没有交通限制，商业网点沿街分布但保留原街道的交通功能，如北京东路、林廓北路、江苏路、娘热路等。

步行商业街区：简称步行街，街内禁止任何车辆通行，消费者以步行的形式自由地进行观光旅游、餐饮购物、休闲娱乐等消费活动，如八廓街区。

## （4）按商业街区的规模划分

大型商业街区：商业街长度在 1000 米以上，或若干条商业街相互连接构成复合形态的商业街区。

中型商业街区：商业街长度在 500 米—1000 米之间。

小型商业街区：商业街长度在 100 米—500 米之间。

## 二、发展现状与存在问题

“十二五”时期，随着城市建设的快速推进和商旅产业的蓬勃发展，西藏自治区各地市商业街区改造和建设力度全面增强，街区环境不断改善，专业性、吸引力、辐射力等都有不同程度提高。

(1) 商业街区数量较多，分布广泛。截至“十二五”末，西藏自治区各地市共有商业街（区）72 条，如表 15.1 所示。其中拉萨市 41 条、日喀则市 13 条、昌都市 4 条、林芝市 4 条、那曲地区 5 条，阿里地区 4 条，山南市 1 条。

表 15.1 西藏自治区各地市商业街区数量与类别一览表

地 市	数量	主导功能			经营类型		规模		
		零售	服务	批发	综合	专业	大型	中型	小型
拉 萨	41	31	5	5	21	20	9	30	2
昌 都	4	4	0	0	3	1	0	3	1
山 南	1	1	0	0	1	0	0	1	0
日喀则	13	11	1	1	7	6	2	10	1
那 曲	5	3	2	0	3	2	0	3	2
阿 里	4	3	1	0	2	2	0	2	2
林 芝	4	4	0	0	3	1	2	1	1
合 计	72	57	9	6	40	32	13	50	9

注：零售与服务功能兼有的商业街计入零售商业街。

(2) 商业街区类别齐全、属性各异。72 条商业街（区）中，按经营商品的种类划分，综合街 40 条，专业街 32 条，涉及旅游商品、酒吧餐饮、服装服饰、家居建材、电子通讯、汽配汽修产品等类别。按主导功能划分，57 条为零售功能主导型商业街区，占据绝大多数，这与多数地市百货店和购物中心等大型体验性零售业态发育相对滞后有关；6 条为批发功能主导型商业街区，基本等同于沿街布局的专业市场，对道路交通影响较为严重；9 条为服务功能主导型商业街区，主要提供休闲娱乐和餐饮服务。按规模等级划分，中型商业街区 50 条，占据主流；大型商业街区 13 条，主要分布在旅游接待量较大的拉萨、日喀则和林芝。

(3) 中心城区商业中心高度密集，县域布局分散。各地市商业街主要分布在中心城区的传统商业中心；中心城区外围区域（包括新兴商业中心）零星分布部分汽修汽配、二手家具、餐饮服务等专业街区；县域范围多为一县一街，商业街区多沿贯穿县城的交通干线沿街布局，构成县城唯一的商业中心。中心城区传统商业中心周边商业街区集中布局有利于烘托商业氛围，但也会造成了中心城区商业用地利用强度高，不利于城市空间拓展、商业资源扩散以及商业街区自身特色化、景观化建设，对城市新区建设、道路交通疏导、基础设施配套、旅游资源开发等也会造成较大压力。

(4) 商业街区自发形成特征显著，缺乏重点打造和整合提升。具体而言：

第一，商业街区大型化制约特色凝练。拉萨、日喀则、林芝等城市约五分之一的商业街区长度在 1000 米以上，部分商业街区甚至超过 2000 米。中心城区商业街区的大型化必然导致商业街区发展方向较盲目，市场定位不明确，商业街区缺乏特色。县域商业街区规模过大，还会导致商业网点小型化，无法孕育大中型商业设施。

第二，商业街区多元化亟待分向导引。商业街区类型的多元化特别是商业街区的市场化，会引发商业街区经营混乱、定位模糊、管理缺位等问题。如以拉萨市慈松塘中（西）路二手家具街、娘热中路家具建材街为代表的批发主导型商业街，已严重影响了城市景观和商业氛围，干扰了交通通行和社区商业配套，亟需借助专业市场群建设的契机，扭转当前专业市场沿街分布引发的问题。

第三，商业街区干道化激化交通矛盾。各地市中心城区的商业街区很多承担着城市交通干线的职能；县域商业街区商业氛围最浓的路段往往集中在国道、省道周边，使得商业街区发展与交通组织的矛盾日益激化。

第四，商业街区缺乏统一的形象规划和设施配建，建筑风格多样化，街区主题不明确，与当地历史文化、宗教传统和民族特色关联度低，缺乏人文底蕴和特色体验，不足以成为西藏自治区商业文化的缩影和精华。

### 三、发展要求

总体来看，西藏自治区各地市商业街区发展存在着布局不够合理、层次有待

升级、与交通矛盾突出、挤占社区商业发展空间、景观效果薄弱、配套建设不足等问题，这就要求“十三五”时期，商业街区的建设引导应遵循如下发展要求：

（1）实现空间布局均衡。不仅要在中心城区传统商业中心进行商业街区重点布局，也要对新兴商业中心和县域商业中心进行前瞻性的商业街区配置，引导传统商业中心优势商业资源向新兴商业中心梯度转移。

（2）缓解道路交通矛盾。部分交易对象价值量低、物流诉求高，交通影响大的批发型商业街区或逐步搬迁到城市外围的专业市场群，或积极改造商业模式，实现商流与物流的分离。重点特色商业街特别是步行商业街的规划建设要重视周边路网和静态交通设施（停车场）的统一建设，以便于客流集聚和疏散，降低对城市交通通行能力的干扰。

（3）突出特色文化主题。精选重点商业街，通过特色化、风格化的主题定位，塑造独特客源群，增强核心竞争力；精心设计商业街区的景观风格，深度挖掘藏族传统文化精髓，凝练商业街区文化主题，强化商业街区消费体验，以文化元素提升商业街区品味。

（4）循序渐进分类推进。各地市商业街区建设要综合运用新建、搬迁、改造、提升等手段，针对不同类型的商业街区进行分向导引。在此过程中，要抓住重点，控制进度，循序渐进，分层推进。

（5）强化商旅协同发展。县域商业街区建设应同当地旅游资源开发深度协同，通过旅游资源吸引客源，通过商业街区提供的“吃、住、购、娱”等商业资源实现旅游收入。重点镇商业街区开发还可与乡镇商贸中心建设和特色小镇开发协同，通过多渠道拓展商业街区建设的投资来源。

（6）完善配套设施建设。“以人为本”，为商业街区配建相对完备的配套设施，包括交通设施（公共汽车站、停车场）；公用设施（路灯、公厕）；绿化设施（行道树、花草坛）；休息设施（座椅）；卫生设施（垃圾筒等）；信息设施（标志牌、引导图、报时钟）；景观设施（景观小品、喷泉、护栏）等。

#### 四、建设重点

“十三五”时期，西藏自治区各地市将综合运用新建、搬迁、改造、提升等手

段，有序调整商业街区空间布局，大力推进商业街区整合工程，加快重点特色商业街区的建设和发展。具体而言，规划期内将围绕商业街区建设开展如下4项重点工作：

#### 4.1 商业街区改造工程

“十三五”时期，西藏自治区各地市将在现有商业街区中挑选如下66条具有改造提升价值的商业街区实施商业街区改造工程（其余商业街区或并入重点商业街区整合提升；或取消商业功能，恢复交通功能），如表15.2所示，着力打造主题鲜明、特色突出、功能齐全、布局合理、类型多样、配套完备的商业街区体系。具体商业街区改造手段包括搬迁、改造和亮化提升。

表 15.2 商业街区改造工程规划一览表

地市	序号	名称	规划手段	地市	序号	名称	规划手段
拉萨	1	八廓街区	提升	拉萨	34	曲水县雅江路	提升
	2	朵森格路南段	提升		35	曲水县沿河路	提升
	3	朵森格路北段	改造		36	墨竹工卡县工卡路	提升
	4	丹杰林路	提升		37	墨竹工卡县南京西路	提升
	5	小昭寺路	改造		38	林周县甘曲路	提升
	6	德吉北路	提升		39	达孜县德庆路	提升
	7	德吉中路	提升		40	当雄县当曲河东路	提升
	8	北京东路	提升	日喀则	41	山东北路	提升
	9	北京西路	提升		42	雪强路	提升
	10	北京西路西段	改造		43	江洛康萨路	提升
	11	林聚路	提升		44	黑龙江路	提升
	12	江苏路	改造		45	青岛路	提升
	13	民族北路	搬迁		46	吉林路	提升
	14	天海街区	提升		47	珠峰路	提升
	15	林廓西路	提升		48	上海中路	提升
	16	林廓东路北段	改造		49	喜格孜步行街	提升
	17	林廓东路中段	提升		昌都	50	康巴风情休闲体验街
	18	林廓北路	提升	51		时尚购物体验街	提升
	19	娘热南路南段	改造	52		家居百货主题购物街	提升
	20	娘热中路	改造	53		昌都名品购物街	提升
	21	当热中路	改造	林芝	54	香港路商业街	提升
	22	太阳岛休闲街区	提升		55	林芝商业城	提升
	23	巴尔库路南段	提升		56	林芝精品服装步行街	提升
	24	巴尔库路北段	搬迁	山南	57	巴热街	提升
	25	金珠西路	提升	那曲	58	浙江中路	提升
	26	夺底中路	搬迁		59	辽宁中路	提升

27	扎基东路	改造	阿里	60	拉萨路	提升
28	慈松塘中（西）路	搬迁		61	和文化路	提升
29	罗布林卡路	提升		62	林廓路北段	提升
30	堆龙德庆县堆龙大道	提升		63	北京路	提升
31	堆龙德庆县团结路	提升		64	狮泉河路	提升
32	堆龙德庆县拉贡路	提升		65	格桑路	提升
33	尼木县人民路	提升		66	文化路	提升

**(1) 商业街搬迁。**对位于中心城区的低价值量、高物流诉求的批发型商业街区进行搬迁。具体而言，拉萨市民族北路、巴尔库北路的建材装饰街、夺底中路的木材加工街、慈松塘中路的二手家具街等4个街区，坚决采取搬迁方式，将这些沿街分布的商业网点分别迁入建材、木材、再生资源专业市场。

**(2) 商业街改造。**对位于中心城区的高价值量、低物流诉求的零售型商业街区进行业态改造，逐步过渡为大型专业店。具体而言，拉萨市朵森格路北段、小昭寺路、北京西路西段、江苏路、林廓东路北段、娘热南路南段、娘热中路、当热中路、扎基东路等9个街区应择机开展大型专业店改造。其中，小昭寺路、江苏路、林廓东路北段、娘热中路，可逐步改造为藏式服装专业店、电脑产品专业店、通讯产品专业店及家具专业店，由此实现商物分流，优化店内环境，提升经营档次。

**(3) 商业街提升。**对具有较强体验价值和景观效应的零售型和服务型商业街区进行特色化、景观化升级。具体而言，除上述13条商业街区以外的53条商业街区都需要进行整合、提升和亮化，以实现商业街区形象的提升、商业街区主题的塑造和商业文化氛围的营造。

#### 4.2 新建商业街区项目

“十三五”时期，西藏自治区各地市将在现有商业街区的基础上，围绕中心城区新兴商业中心、重要商旅目的地和重点县城高起点新建21条商业街区（综合街13条，专业街8条），如表15.3所示，以补充各地市原本欠缺的商业业种，向新兴商业中心集聚商业资源，提升城市综合商业服务能力，凝聚城市商业氛围。

表 15.3 新建商业街区项目一览表

地市	序号	名称	主体与特色
拉萨	1	柳梧商务街区（包括世纪大道、北京路中段、团结路、察古大道）	商务购物、休闲、娱乐综合街
日喀	2	普彰路旅游商业街（扎德路至几吉朗卡路）	旅游纪念品专业街

则	3	黑龙江路风情购物街(规划十三号路至规划十五号路)	精品购物综合街
昌都	4	康巴民族特色商业街(昌都东路,强巴林寺东侧)	民族工艺品展示销售、创意消费、餐饮休闲综合街
	5	滨水美食休闲街(滨江路)	特色餐饮、休闲综合街
林芝	6	工布老街综合商业街(工布商业综合体内部)	文化旅游、休闲、购物、餐饮综合街
	7	永久综合商业街(永久组团商业中心)	购物、餐饮、娱乐、旅游综合街
	8	巴吉街旅游文化精品街(林芝新区组团南部,巴吉街南段)	特色文化、旅游商品、休闲娱乐专业街
	9	林芝特色餐饮美食街(林芝新区组团东北部,工布民俗街北段)	林芝餐饮特色专业街
	10	林芝户外用品商业街(工布民俗街东侧)	户外用品专业街
山南	11	雅砻街商业街(三湘大道与湖北大道之间的民族路两侧)	商务、会议、宴请、休闲娱乐综合街
	12	昌珠街旅游商业街(昌珠寺附近)	宗教产品及文化休闲旅游专业街
	13	站前街民俗走廊(拉林铁路泽当站前广场)	山南市风俗民情展示综合街
	14	山南第一街(甲竹林镇)	农副产品及特色手工艺品旅游专业街
那曲	15	那曲商业步行街(东起辽宁路,西至拉萨路)	综合购物、休闲娱乐、文化体验综合街
	16	色尼河滨水阳光餐饮休闲街(色尼河北岸,西起滨河广场,东至罗布热地路)	亲水娱乐观光、休闲餐饮专业街
	17	羌塘文化旅游商业街(林廓路西侧,孝登寺以南、赛马场以北)	羌塘文化展示体验综合街
	18	高新区餐饮休闲街(高新区商业中心)	餐饮、休闲、娱乐综合街
阿里	19	狮泉河路综合商业街(狮泉河西路)	品质购物、休闲娱乐综合街
	20	格桑路主题购物休闲街(格桑路)	精品购物、休闲娱乐综合街
	21	象泉路高原圣地风情商业街(象泉路与噶尔南路)	民俗展示、旅游服务专业街

### 4.3 重点商业街区提升

“十三五”时期,西藏自治区各地市依托现有商业街区资源,依托传统商业中心、新兴商业中心、特色旅游资源、重要交通枢纽,着力打造代表当地商业发展水平、特色民族文化和综合服务能力的地标性重点商业街区 19 条,具体建设内容和提升手段如表 15.4 所示。

表 15.4 重点商业街区建设内容与提升手段

地市	序号	名称	建设定位	建设内容
拉萨	1	八廓街旅游商业综合街区	传统商业中心 特色旅游资源 重点商业街	整合现有八廓街区、朵森格路南段特产购物街、朵森格路北段服装服饰街、丹杰林文化旅游体验街、小昭寺和北京东路民族服饰街等商业街区,按照“宗教旅游景观、拉萨商业风格、特色服务体验、窗口示范作用”的定位,集中打造功能配套完善、商旅互动的八廓街旅游商业综合街区
	2	天海现代服	新兴商业中心	整合天海街区楼宇经济、德吉北路餐饮街、德吉中路休闲娱乐

		务综合商业街区	重点商业街	街、北京中路综合购物街，打造天海现代服务综合商业街区，是拉萨市现代体验型商业的代表
	3	柳梧商业街区	新兴商业中心 重要交通枢纽 重点商业街	新建柳梧商业街区，依托机场高速和拉萨火车站开展中央商务区（CBD）建设，重点开发商旅接待、商务购物、休闲餐饮三大功能，注重结合民族特色进行商业景观建设，打造高端民族商品消费中心和南亚商品集散中心，是柳梧新区的重要景观带和商业功能载体
日喀则	4	喜格孜步行街	传统商业中心 特色旅游资源 重点商业街	依托扎什伦布寺，强化街区旅游体验、特色购物、休闲娱乐的主题，搬迁农机、杂货等商业网点，整顿旅游纪念品商贩，全面改善街区形象，使喜格孜步行街成为日喀则市标志性的旅游购物步行街
	5	珠峰路-上海中路商业街区	新兴商业中心 重点商业街	整合提升珠峰路和上海中路两条现有商业街，面向北城商业中心的建设，通过完善基础设施、美化街道景观、集聚商业资源，淘汰低端业态，逐步提升该商业街的商业品味和辐射力，打造日喀则市现代体验型商业综合街
	6	黑龙江路风情购物街	新兴商业中心 重要交通枢纽 重点商业街	随着南城火车站的投入运营，面向南城商业中心的建设，新建黑龙江路风情购物街，打造兼具商旅接待、商务购物、休闲餐饮功能的精品商业街
昌都	7	卧龙街时尚购物体验街	传统商业中心 重点商业街	结合旧城改造，对街区进行整体亮化提升，采用藏东地区康巴传统建筑风格，打造藏东康巴风情浓郁的、集时尚消费、休闲娱乐为一体的“C”型消费街区
	8	康巴风情休闲体验街	特色旅游资源 重点商业街	整合昌都西路和昌都东路的商旅接待资源，依托强巴林寺的旅游资源和昂曲河的景观风情，采用昌都传统建筑，以康巴风情展示、体验为主要特色，打造集民族工艺品销售、康巴原居民生活体验为服务内容的，集特色购物、休闲娱乐、创意消费为一体的民俗特色休闲购物街区
林芝	9	工布老街	传统商业中心 重点商业街	整合工布老街、香港路、林芝商业城三大现有商业街区的商业资源，对商业街区景观进行改造提升，优化街区业态结构，增加配套设施建设，提升商业街档次定位，以工布文化为主题，引进工布历史文化展厅、工布文化旅游工艺品坊凝练商业街文化内涵，打造林芝市具有标志性的综合性商业街
	10	永久综合商业街	新兴商业中心 重点商业街	依托永久组团商业中心，建设集购物餐饮、休闲娱乐、旅游接待于一体的综合性商业街，强化配套设施建设，凝练商业主体，
	11	巴吉街旅游文化精品街	新兴商业中心 重点商业街	依托林芝新区组团商业中心，以林芝特色文化展示、旅游商品销售、休闲娱乐为主题，集成林芝地区旅游资源展示馆、手工艺品店、民族服装店、林下资源商品专卖店等业种业态，打造林芝市乃至藏东南地区标志性旅游服务商业街
山南	12	巴热街-雅砻街商业街区	传统商业中心 重点商业街	整合山南市泽当老城区巴热街、雅砻街两条商业街区的商业资源，统一街区形象和建筑设计，强化配套设施建设，打造以购物为主，集旅游、餐饮、娱乐、休闲等多功能于一体的综合性商业街，形成山南市对外展示藏南民族文化和民族风情的窗口
	13	昌珠街宗教产品及文化休闲旅游街	新兴商业中心 特色旅游资源 重点商业街	依托城市南部昌珠组团商业中心和昌珠寺宗教文化旅游资源，引入主营藏经、唐卡、经幡等西藏佛教文化用品的业种和业态，并适当配建休闲购物、餐饮娱乐等相关配套商业设施，将昌珠

				街打造成为宗教氛围浓厚，在山南市具有重要影响力的宗教文化休闲旅游街
	14	站前街民俗民情展示走廊	新兴商业中心 重要交通枢纽 重点商业街	依托拉林铁路泽当站站前广场周边商业街区，将民族风情合理融入现代建筑，以山南市特有的风俗民情资源为内在底蕴，又有别于以巴热街为代表的传统藏式商业街区，发展特色旅游工艺品店、藏式旅馆和藏式茶吧等餐饮休闲娱乐场所，打造展示山南市民族风貌的景观走廊
	15	甲竹林镇山南第一街	重要交通枢纽 重点商业街	在拉萨贡嘎机场所在地甲竹林镇建设山南第一街，定位为西藏自治区“窗口街”。山南市誉称“藏民族之宗，藏文化之源”，享有“第一位赞普、第一块农田、第一个村庄”等诸多第一。在街区内建设“第一个村庄、第一座宫殿”等微缩模型或者林卡，供旅游者游憩、鉴赏，在有限的空间和时间里向外来旅游者展示最美的山南。街区内，主营西藏、山南特色农副产品，藏式服装、饰品、地毯、氍毹等民族手工艺品为代表的旅游纪念品；同时还应配套相应的餐饮、住宿、休闲、娱乐等基础设施，以满足空港中转中心和镇域商业中心发展的需要。
那曲	16	那曲商业步行街	传统商业中心 重点商业街	引导街区向商业步行街方向改造，采用藏式风格建筑形态，积极引入主力店铺，完善餐饮、休闲、文化娱乐等配套设施，形成集综合购物、品质休闲、生活消费、文化体验等功能于一体的综合性步行街，打造凝聚那曲地区商业精华的标志性商业街区
	17	羌塘文化旅游商业街	特色旅游资源 重点商业街	突出那曲传统文化特色，引入那曲地区藏式建筑元素，将赛马文化、佛教文化贯穿整个街区，传承历史脉络，鼓励发展品牌专业店、特产专卖店、特色手工艺品专卖店、藏族用品专卖店等网点，配套建设旅游服务、特色餐饮、休闲娱乐等网点，打造以羌塘文化展示体验为主题的旅游休闲商业街
阿里	18	狮泉河路综合商业街	传统商业中心 重点商业街	整合狮泉河路和格桑路两条现有商业街的商业资源；引入藏式建筑元素，对街区进行整体改造，改变现状底商式商业形态；引入商业街区主力店铺，提升商业氛围和商品品质，增强商业的凝聚力和吸引力；鼓励中高档餐饮、休闲、娱乐网点的发展，完善丰富街区综合服务功能；打造阿里地区地标性的藏式风格综合消费街区
	19	象泉路高原圣地风情商业街	新兴商业中心 特色旅游资源 重点商业街	突出雪域高原圣地的自然、人文风貌的感官冲击，以阿里地区藏式建筑为主体建筑，以传统藏传佛教文化为基调，以高原文化展示、修禅体验为主题，配置传统文化演艺、特色餐饮、旅游商品等综合服务项目，打造藏西重要的旅游服务节点、商、旅、文相互融合的特色街区、阿里特色名片式街区

#### 4.4 商业街区协同开发

“十三五”时期，为拓展商业街区建设、改造、提升项目和工程的资金来源，发挥商业街区建设、改造、提升的复合效应，要从如下五个方面强化商业街区与其他项目商业、交通、旅游设施的协同开发。

**(1) 协同商业街区搬迁与专业市场群建设。**做好公共服务并制定相关配套措施,充分发挥中心城区批发型商业街区搬迁至专业市场群的疏导作用,解决搬迁商户的后顾之忧。

**(2) 协同商业街区改造与大型专业店建设。**对经营家具、建材、通讯、电子、图书等展示性商品为主的专业街进行大型专业店改造的过程中,一方面要积极建设与大型专业店匹配的商业地产,另一方面要引导由于底商经营环境无法实现经营升级的经营主体迁入大型专业店。

**(3) 协同商业街区建设与交通设施配套和改造。**针对客流量大的重点商业街区的建设和运营,研究解决商业街区周边行车不畅、停车难、行人过马路难等问题的可行性方案;加强停车场、过街天桥、地下通道等交通设施的配套。针对大型重点商业街区建设,还应就相关道路的通行管制等做专题规划。

**(4) 协同商业街区建设与旅游资源开发。**除了中心城区面向商旅人士建设民族宗教、自然景观旅游主题商业街之外,在具有优质旅游资源的县区和重点乡镇,也可协同商业街区建设和旅游资源开发,通过旅游资源吸纳商旅游客,通过商业街区凸显旅游风情,实现旅游收入。

**(5) 协同商业街区建设与区县商业中心及乡镇商贸中心建设。**作为区县商业中心的重要载体,区县商业街区的功能定位和文化内涵应与该区县的主导产业定位和地方文化底蕴保持一致,并通过区县商业街区建设推动区县商业中心商业功能和辐射范围的拓展。重点乡镇建设商业街区,为克服商业设施和商业主体不足的问题,可考虑协同商业街区和乡镇商贸中心建设,以沿街分布的方式打造具有综合服务能力的乡镇商贸中心,并通过不断的改造提升,逐步构建成型的商业街区。

## 专题 16

# “十三五”时期专业市场体系规划专题

### 一、规划对象说明

专业市场是指在一定区域内形成的，以一种（类）或几种（类）有连带性的商品为主要交易对象，以批发为主要经营方式，按照市场规律运行的商品交易场所。

国家商务部专业市场分类标准根据经营品类将专业市场区分为 22 类专业市场，包括纺织品服装鞋帽市场、食品饮料烟酒市场、药材药品及医疗器械市场、家具市场、小商品市场、文化音像书报杂志市场、旧货市场、机动车市场、金属材料市场、煤炭市场、木材市场、建材装饰材料市场、粮油市场、干鲜果品市场、水产品市场、蔬菜市场、肉食禽蛋市场、土畜产品市场、农业生产资料市场、电子市场、通讯器材市场和花卉市场。

从专业市场的功能看，专业市场可划分为三种不同的类型，销售地型的专业市场、产地型的专业市场和集散地型的专业市场。

### 二、发展现状与存在问题

截至“十二五”末，西藏自治区已建成并投入运营的专业市场（不含农贸市场）达到 72 个，其中，拉萨市 30 个，日喀则市 11 个，昌都市 2 个，林芝市 2 个，山南市 11 个，那曲地区 13 个，阿里地区 3 个，具体分布情况如表 16.1 所示。

表 16.1 西藏自治区专业市场分布一览表

地市	数量	市场类别			空间分布	
		农副产品	生产资料	工业消费品 (含再生资源和旧货)	中心城区	县域
拉萨	30	6	8	16	28	2
昌都	2	2	0	0	2	0
山南	11	3	3	5	11	0
日喀则	11	1	5	5	11	0
那曲	13	2	2	9	13	0

阿里	3	0	2	1	3	0
林芝	2	0	1	1	2	0
合计	72	14	21	37	70	2

(1) 西藏自治区目前已初步构建了包括农副产品、工业消费品、生产资料、再生资源等在内的门类齐全的专业市场体系,并在不同地市依托当地特色主导产业和交通区位条件塑造了一批辐射全区乃至全国的重点专业市场,如那曲虫草交易市场、冲赛康市场、天海建材市场、经开区钢材专业市场、娘热路农副产品批发市场等。

(2) 从专业市场分布来看,现有专业市场绝大多数集中分布在各地市中心城区,县域分布极少。同时,城市重要交通通道周边是专业市场分布比较集中的区域,特别是旧货市场、钢材市场、金属加工市场、工程机械市场大宗商品市场等多沿城市交通干线分布,不仅违背了大宗商品市场的空间布局原则,制约市场本身的良性发展,同时也对道路交通、城市景观、社区商业配建和居民生活便利性造成了负面影响,亟需搬迁整合,充分发挥市场的集聚辐射效应。

(3) 专业市场种类和数量有所欠缺。一些关系国计民生的专业市场品类,如药材药品及医疗器材市场、图书音像市场、花鸟市场等目前在自治区各地市均处于空白;不少与企业生活和居民生活关系密切的专业市场品类,如建材市场、通讯市场、家具市场等,在个别地市尚未配建;同时,目前运营的市场中,以农副产品、生产资料和工业消费品的集散交易为主,依托本地特色主导产业形成的产地型专业市场较少,对本地产业的支撑效应较差。

(4) 布局于各地市中心城区的专业市场与选址于中心城区外围的物流园区及物流中心之间缺乏协调与配合,多数专业市场仍以传统物流方式为主,不仅制约了专业市场自身的发展,阻碍了西藏自治区第三方物流的发展,也影响了大宗商品和重要物资在自治区范围内的高效集散。

### 三、发展要求与建设重点

#### 3.1 发展要求

“十三五”时期,西藏自治区专业市场体系的主要建设要求如下:

(1) 加速构建品类齐全、覆盖全藏的专业市场体系。“十三五”时期,以城乡专业市场体系空间布局规划为指导,构建“立足地市,辐射全区”的专业市场体

系。一方面，积极推动城市销地和中转地专业市场补充门类；另一方面，有序发展农牧区产地专业市场体系；由此强化城乡专业市场体系的协同运作和辐射能力。到“十三五”末，形成以拉萨市为中心，联系西藏自治区七个节点（地市）的三条专业市场集散带：“拉萨↔日喀则↔阿里”专业市场集散带、“拉萨↔那曲”专业市场集散带以及“拉萨↔山南↔林芝↔昌都”专业市场集散带；形成包括城市专业市场体系和县域专业市场体系在内的“产地-中转地-销地”市场体系。

（2）促进专业市场集群化、规模化、中高级化发展。以地市为单位，促进大型专业市场群建设，推动中心城区大宗商品专业市场向专业市场群搬迁，形成集群布局。同时，依托专业市场群的先进设施和装备，推动专业市场向中高级化方向发展，提升市场功能和集散效率。

（3）突出市场的专业化、特色化发展。与各地市特色主导产业有机结合，建设具有鲜明特色的产地专业市场，推动专业市场专业化、特色化，建设一批对行业产品价格、地方传统文化、对外经贸合作有重要影响的专业市场。

（4）强化与物流配送体系的融合发展。引导专业市场群与物流配送节点融合发展，在物流园区中整合专业市场，实现物流体系与市场体系的相辅相成。

（5）推动农牧区综合市场对县和重点镇的普及，配合“新网工程”供销体系建设，打造覆盖广大农牧区的重要消费品集散和特色农产品收购体系。

### 3.2 建设重点

“十三五”时期，以“突出重点、示范带动、优化整合、集群布局”为发展方针，积极推进各地市中心城区专业市场的整合外迁与改造升级，建立起自治区级专业市场集散带与地市级城乡专业市场体系，大幅度提升西藏自治区专业市场的运作效率和市场辐射力。具体来说，一是要完善各地市专业市场群建设；二是要落实中心城区专业市场整合搬迁；三是要填补主销区和集散地专业市场空白；四是将部分展示销售型专业市场改造为大型专业店；五是要依托农牧区综合市场建设，构建产地型特色专业市场体系。

#### （1）自治区级专业市场集散带建设

从道路交通体系来看，西藏自治区对外物资流通主要依赖于青藏铁路与青藏公路完成，自治区内主要以公路运输为主。由于拉萨市地处自治区内公路交通的枢纽位置，具有自治区级物资集散的道路交通安全优势。未来，随着自治区内铁路网

络的进一步完善，那曲地区有望成为自治区铁路运输的核心枢纽。因此，从交通体系来看，当期能够在自治区内实现广域辐射效力的只有拉萨市，未来那曲地区市场辐射效力将得到大大提升；同时，日喀则市是我国面向南亚开放重要通道的核心节点，山南、林芝和阿里紧邻不丹、印度和尼泊尔，以这四个地市为节点大力发展口岸经贸合作和边境互市贸易也对专业市场体系提出了全新的发展要求。

有鉴于此，“十三五”时期将重点打造以拉萨市为中心，联系西藏自治区七个节点（地市）的三条专业市场集散带：“拉萨↔日喀则↔阿里”专业市场集散带、“拉萨↔那曲”专业市场集散带以及“拉萨↔山南↔林芝↔昌都”专业市场集散带。具体而言：

- “拉萨↔那曲”专业市场集散带主要完成内地市场大宗商品向西藏自治区的输入和西藏自治区特色产品对内地市场的输出，并兼顾大宗商品向西藏自治区西北部的集散；

- “拉萨↔日喀则↔阿里”专业市场集散带主要完成大宗商品向西藏自治区西部地区的集散，并承担面向南亚开放重要通道的商品集散职能；

- “拉萨↔山南↔林芝↔昌都”专业市场集散带主要完成大宗商品向西藏自治区东部地区的集散，并通过川藏线形成与内地市场的商品交互。

从产业体系来看，西藏自治区物资供应除部分依赖于内地供应外，也具有一定的物资自给能力，部分产品销往内地乃至国外。从各地市的生产体系来看，那曲地区、阿里地区、昌都市牧区面积广阔，畜牧业商品化程度较高；林芝市则林果经济发达，藏猪藏鸡等养殖业发展良好。

有鉴于此，从全区商品高效集散的目标出发，可以对西藏自治区级专业市场节点作如下功能定位：

- 拉萨综合交易市场群，主要承担自治区与内地物资联系的集散与分拨功能；
- 日喀则外贸市场群，主要承担自治区与南亚市场物资联动的集散与分拨功能，乃至中国面向南亚的综合市场服务功能；
- 林芝木材交易市场群，主要面向自治区开展木材交易；
- 那曲、阿里和昌都藏畜专业市场群，主要面向西藏自治区北部、西部和东部地区开展藏畜产品的集散，在满足区域市场需求的同时，形成向内

地市场的辐射。

## (2) 地市级专业市场体系建设

“十三五”时期，各地市应配合中心城区和县域商业中心和市场体系的建设，完成各地市专业市场体系的新建、改造和升级。

首先，以地市为单位，加大专业市场投资建设力度，填补市场品类空白，形成品类齐全的市场体系。具体而言，西藏自治区目前与生产、生活关系较为密切的专业市场品类包括：农副产品、工业消费品、建材家具、生产资料（含大宗商品和工程机械）、汽车汽配（含二手车）、旧货和再生资源等。对于上述品类专业市场尚不齐全的地市，“十三五”时期应首先填补市场品类空白，形成全面覆盖主要生产、生活物资的专业市场体系。具体而言，“十三五”时期各地市专业市场品类补充规划，如下表 16.2 所示。

表 16.2 “十三五”时期各地市专业市场品类补充规划

地市	主要品类空白	补充建设规划
拉萨	无	其它品类（如图书文体用品市场和花卉市场等）
昌都	工业消费品、建材家具、生产资料（含大宗商品和工程机械）、汽车汽配（含二手车）、旧货和再生资源	工业消费品、建材家具、汽车汽配（含二手车）、旧货和再生资源
山南	农副产品、生产资料（含大宗商品和工程机械）、旧货和再生资源	农副产品、生产资料（含大宗商品和工程机械）、旧货和再生资源
日喀则	本地特色产品、旧货和再生资源	旧货和再生资源
那曲	建材家具、汽车汽配（含二手车）	建材家具、汽车汽配（含二手车）、藏畜产品
阿里	农副产品、工业消费品、建材家具、生产资料（含大宗商品和工程机械）	农副产品、工业消费品、建材家具、生产资料（含大宗商品和工程机械）
林芝	农副产品、工业消费品、建材家具、生产资料（含大宗商品和工程机械）、旧货和再生资源、本地特色产品	农副产品、工业消费品、建材家具、生产资料（含大宗商品和工程机械）、旧货和再生资源

其次，要依托各地市专业市场群建设，按照“入行归市”的专业市场管理原则，循序渐进地完成中心城区专业市场的整合外迁，完成专业市场体系在中心城区外围的集聚布局，共同提升城市专业市场体系的吸纳力和辐射力。具体而言，“十三五”时期，具备构建专业市场群的地市如表 16.3 所示。

表 16.3 “十三五”时期各地市专业市场群建设规划

地市	专业市场群	涵盖市场类别
拉萨	羊达-乃东专业市场群	农副产品、钢材、大型机械（包括工程机械和农机）、建材（包括大宗建材和装饰建材）、金属加工（包括铁器电焊和铝合金加工）、再生资源、药材、小商品等市场
	达孜-百淀专业市场群	木材、花卉、农副产品、二手车、旧货交易等市场
昌都	加卡专业市场群	工业消费品、建材家具、汽车汽配（含二手车）、旧货和再生资源等市场
山南	城东专业市场群	汽车汽配（含二手车）、农副产品、生产资料（含农资农机、工程机械、五金电气）、旧货和再生资源、基础建材、生猪屠宰等市场
日喀则	综合物流园区专业市场群	木材、粮油副食、五金工具及金属加工、二手家具、民族用品、钢材等市场
那曲	北郊特色专业市场群	建材家具、藏药材、日用消费品、农畜产品等市场
	高新区专业市场群	大宗工业品、生产资料等交易市场
阿里	镇南专业市场群	汽车汽配、生产资料、家具建材、再生资源、农畜产品等市场
林芝	火车站组团专业市场群	林木水果、农副产品、建材家具等市场

另外，西藏自治区各地市有着各自不同的资源禀赋、主导产业和特色产品。“十三五”时期，将依据各地市的产品特色，鼓励发展一批具有广域辐射能力的产地型专业市场，以辐射全藏区域，服务商旅人士，促进本地特色产品向内地市场推广。具体而言，“十三五”时期重点建设的产地型市场类别如表 16.4 所示。

表 16.4 “十三五”时期重点产地型市场建设规划

地市	产地型市场建设类别
拉萨	虫草交易市场、藏药交易市场
昌都	虫草交易市场、藏畜产品市场
山南	藏药交易市场
日喀则	边贸名优特商品市场、民族用品市场
那曲	虫草交易市场、藏畜产品市场、藏药交易市场
阿里	藏畜产品市场
林芝	林木水果市场、虫草交易市场

### （3）农牧区综合市场体系建设

依托农贸市场、乡镇商贸中心、“新网工程”供销体系、农牧区配送节点等建设工程，大力推进农牧区综合市场体系普及。到“十三五”末，实现农牧区综合市场县域和重点镇 100%覆盖。在此基础上，以农牧区综合市场为节点，依托各县和重点镇的交通条件、资源禀赋和产业特色，大力发展产地型县域特色专业市场——如当雄农畜产品交易市场、林周土特产批发市场、尼木县民族特色手工艺品

批发市场等——以更好的引导各县的产业和市场的快速发展。

#### 四、保障措施

(1) 建立专业市场用地审批和管理机制。一是新建专业市场在具体布局、用地、规划等审批按相应的规定由职能部门操作。二是逐步解决专业市场用地的历史遗留问题，经规划确定保留和升级改造的专业市场，尚未取得合法土地使用权的应尽快补办手续；现属临建的可提出转变为永久性用地的申请，由职能部门审批后办理相应手续。

(2) 组建专业市场行业协会。通过行业协会加强企业与政府部门的沟通联系，加强行业内部的自律，增强内部管理功能，提高专业市场的整体竞争实力。

(3) 做好专业市场搬迁、改造、新建的立项论证工作。做好市场预测、选址及交通评估、环境评估等方面的论证，提出切实可行的工作方案、可行性研究报告。

(4) 扶持“龙头”专业市场的发展。除鼓励项目主体采取多渠道筹集社会资金外，地方财政要在符合整体规划的前提下，在用电、用水、治安、环卫等方面给予适当优惠，扶持“龙头”专业市场和专业市场群的建设与发展，使“龙头”专业市场在市场建设、管理、发展等各方面都成为全市专业市场的示范典型，推动全市专业市场的健康、快速发展。

(5) 加强专业市场的配套设施建设。强化专业市场与物流配送设施、交通设施和商务金融设施的协同发展。推动物流园区与专业市场群、物流中心与专业市场的共建。为专业市场群配建不少于 20 米的内部干线，并按不低于 1 标准车位 / 100 平方米营业场地的标准配建停车位。

## 专题 17

# “十三五”时期加油站网点建设规划专题

### 一、发展现状与存在问题

“十二五”时期，西藏自治区通过多种手段严格市场准入，加强加油站总量控制和布局优化，有效抑制了加油站的重复建设和无序竞争。截至 2015 年底，西藏自治区现有加油站网点空间分布和所有制结构如表 17.1 所示。具体而言，“十二五”时期，西藏自治区加油站网点的建设运营取得了如下进展和成就：

表 17.1 西藏自治区加油站网点情况一览表

地市	网点数量（座）			所有制结构（座）					
	2010	2015	增减变动	中石油		中石化及其他国有		民营	
				2010	2015	2010	2015	2010	2015
拉 萨	58	61	3	28	29	8	13	22	19
日喀则	43	40	-3	27	26	0	0	16	14
昌 都	36	35	-1	16	13	0	0	20	22
林 芝	27	27	0	9	10	0	0	18	17
山 南	30	28	-2	17	16	0	0	13	12
那 曲	38	38	0	16	17	0	0	22	21
阿 里	20	20	0	5	6	0	0	15	14
<b>合 计</b>	<b>252</b>	<b>249</b>	<b>-3</b>	<b>118</b>	<b>117</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>126</b>	<b>119</b>

（1）截至 2015 年底，提前完成了“十二五”规划确定的 50 座加油站的建设计划，并通过优胜劣汰将加油站总量控制在 249 座，较“十二五”初 252 座加油站减少了 3 座，全面优化了空间布局和运行效率。

（2）2015 年，全区加油站网点完成单站日均成品油销售量 10.72 吨，较 2010 年 4.41 吨的销售量增长 143.08%，年均增速 19.44%，说明全区加油站网点运行效率显著提升，有效带动了成品油终端销售的供需两旺。

（3）“十二五”时期，全区加油站网点所有制结构一定程度上实现了“国进民退”，中石油、中石化及其他国有控股的加油站网点增加了 4 座，民营加油站网点减少了 7 座，国有控股加油站的比重由 2010 年的 50% 增加到 2014 年的 52.21%，从所有制结构上确保了成品油供应的稳定和安全。

（4）“十二五”时期，民营加油站主要由处于相对中心位置的拉萨和日喀则

(合计退出5座)退出,而在相对偏远的山南、林芝、那曲、阿里(每地市退出1座)基本上保持了稳定态势,昌都甚至出现了民营加油站增加2座的发展态势。这说明民营加油站在填补市场空白,推动成品油便利购买方面仍具有重要的价值,需要在一定时期、一定范围内鼓励发展。

“十二五”时期,西藏自治区加油站网点建设取得全面进展,从总量、结构和布局三个层面优化了成品油流通的效率和规范性,形成了竞争有序的成品油流通秩序;但从当前经济持续快速发展、机动车保有量稳步提升、交通流量日益扩张、质量安全和社会稳定要求不断提高的发展形势出发,当前的成品油网点建设和管理仍存在如下亟待改善的问题:

(1)全区加油站网点单站日均成品油销售量年均增长19.44%,远高于“十一五”时期5.34%的增速,说明加油站服务半径存在缩小的潜在可能,配建密度需适度提高;

(2)各地市中心城区加油站空间布局仍有待调整优化,需要继续适度疏解人口密集区和公共设施周边的加油站网点,并沿交通干线增加加油站网点的配置;

(3)部分县城和重点乡镇加油站网点仍存在规模小、站容差、档次低、设施相对落后等问题,管理隐患突出,安全形势严峻,不能满足《成品油零售企业经营技术规范》要求;

(4)在重点乡镇加油站尚未完全普及的前提下,随着城镇化进程的持续推进,新兴乡镇的加油站配建需求也在不断凸显;

(5)距离县城、重点乡镇以及交通干线较远且人口规模较小的偏远乡镇,不具备加油站配建的经济可行性,但具有成品油便利消费的社会必要性,存在严重的加油站布局空白;

(6)成品油销售市场秩序仍有待整饬,以避免进货渠道混乱,掺杂造假、缺斤少两等扰乱市场秩序和竞争环境的违规行为。

## 二、需求测算与发展要求

### 2.1 加油站网点需求测算

根据国内外经验,加油站网点的配建数量和密度的主要受城市经济发展水平

(GDP 总量) 和机动车保有量两大因素影响。本专题将大致测算“十三五”末西藏自治区的成品油终端销售规模, 进而预测加油站网点的潜在需求量。具体测算过程如下:

(1) 根据城市经济发展水平 (GDP 总量) 和机动车保有量增长率预测 2020 年成品油终端销售量。如表 17.2 所示, 西藏自治区 2010-2015 年地区生产总值年均增长 17.31%, 机动车保有量年均增长 11.19%, 本专题以二者的算术平均值 14.25% 作为年均增长率预测依据, 以 2015 年成品油终端销售量 97.47 万吨为基础, 得到 2020 年成品油终端销售量预测值为 189.73 万吨。

表 17.2 西藏自治区成品油终端销售量预测

年 度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	年均增长率
地区生产总值 (亿元)	507.46	605.83	701.03	8154.67	920.83	1026.39	17.31%
机动车保有量 (辆)	220307	257765	273779	312967	334732	374457	11.19%

(2) 2010-2015 年, 西藏自治区加油站网点单站日均成品油销售量年均增长 19.44%, 远高于“十一五”时期 5.34% 的增速。考虑到加油站数量扩容和布局密度提升对单站日均成品油销售量的影响, 大致设定 2015-2020 年单站成品油销售量年均增长 10%。

(3) 以 2015 年加油站网点单站日均成品油销售量 10.72 吨为基础, 测算 2020 年加油站网点单站日均成品油销售量为 17.26 吨。

(4) 基于 2020 年成品油终端销售量预测值和加油站网点单站日均成品油销售量预测值, 测算 2020 年加油站网点的潜在需求量约为 300 座, 较 2015 年底 249 座的现状需增加约 50 座。

## 2.2 加油站网点发展要求

“十三五”时期, 西藏自治区将面向成品油保障供应和便利消费继续提高加油站网点的配建密度和市场覆盖; 在此过程中, 将继续严格市场准入, 积极推动对服务半径大、消费便利度低的偏于乡镇的加油站配建, 对运行绩效差、选址不合理的加油站的置换和替代, 对经营不规范的加油站的改造和升级, 避免加油站网点的重复建设、市场空白和无序竞争, 构建与国民经济和社会发展相适应, 布局合理、功能完善、操作规范、运行安全的加油站网点体系。

“十三五”时期, 加油站网点的具体发展目标如下:

(1) 保持加油站网点单站成品油销售量稳定增长，推动加油站运营效率不断提升，到“十三五”末加油站网点单站成品油平均销售量不低于 5000 吨/年；

(2) 同步推进加油站网点的数量扩容和结构升级。一方面，取缔重复布局、绩效较差、违法违规建设、存在重大安全隐患的加油站；另一方面，面向现实需求积极配建优质、规范的加油站网点。到“十三五”末，加油站数量控制在 300 家以内；

(3) 加大加油站经营规范性的检查力度，严格执行违规加油站的退出机制，规范成品油流通的市场秩序；

(4) 提高加油站网点对偏远农牧区的普遍服务能力，提升偏远乡镇农牧民的成品油消费便利度，保证偏远农牧区在 50 公里半径内能布局至少 1 座加油站；

(5) 提高加油站对国家和自治区重大施工项目的支撑和保障力度。

### 三、建设重点

“十三五”时期，西藏自治区加油站网点建设领域的重点工作如下：

(1) 加油站网点改造升级工程。“十三五”时期，针对现有加油站网点，特别是县域加油站网点继续实施加油站网点改造升级工程。对布局密度过大，对道路交通有干扰，与社区、学校、医院、军事设施、文物古迹、公共场所、重要交通设施、水利工程距离过近的加油站进行搬迁，异地重建；对不符合加油站技术标准和设施条件的加油站进行改造升级。

(2) 加油站空间布局优化工程。“十三五”时期，主要依靠存量调整和流量引导的方式完成加油站空间布局优化。一方面，配合各地市城市总体规划布局以及城市发展需求，逐步疏导中心城区及周边存量加油站空间布局，扩大加油站服务半径；另一方面，配合交通设施的建设 and 新兴城镇的发展，引导新增加油站向城际交通干线、新兴城镇选址。到“十三五”末，基本保持中心城区加油站数量稳定，实现县及重点乡镇加油站 100%覆盖，基本实现高速公路每百公里 1 座加油站，国道每百公里 3 座加油站，省道每百公里 2 座加油站。

(3) 加油站所有制结构调整。“十三五”时期，继续通过增加中石油、中石化全资或控股的加油站比例，推进加油站网点体系的规范运行。新增网点和异地重建网点，优先由中石油、中石化及其他国有企业承建并运营。到“十三五”末，

推动国有控股加油站比重达到 60%以上。

(4) 偏远乡镇加油站配建工程。“十三五”时期，将着力提高加油站网点对偏远农牧区的普遍服务能力，提升偏远乡镇农牧民的成品油消费便利度。针对距离县城、重点乡镇以及交通干线较远且人口规模较小的偏远乡镇，考虑到这类区域不具备加油站配建的经济可行性，但具有成品油便利消费的社会必要性，政府应履行普遍服务的义务：一方面，积极引导民营资本投资新建并运营加油站；另一方面，对该类加油站给予一定的政策优惠和资金补偿。到“十三五”末，完全填补农牧区加油站布局空白，基本保证偏远农牧区在 50 公里半径内能布局至少 1 座加油站。

(5) 重大项目供应保障。面向国家和自治区重大施工项目，增设临时加油点，以保障施工进度。项目施工结束后，完成临时加油点的裁撤。

(6) 加大市场秩序整饬力度。对已经审批多年仍未开工建设，开工建设多年仍未投入运营的加油站进行清理；对无证经营、违规建设、不规范运营的加油站要坚决依法予以取缔；加强新建、迁建和改扩建加油站项目的审批管理，保证安全建设，安全经营；进一步完善成品油管理信息系统建设，强化市场运行监控，做好市场供应保障。

## 专题 18

# “十三五”时期盐务发展规划专题

### 一、发展现状与存在问题

“十二五”期间，西藏自治区积极强化盐务行业管理，完善专营体系，维护市场秩序；延续和完善“碘盐推广，消除碘缺乏危害”的补贴政策，提升碘盐覆盖率；深化盐业体制改革，推动盐业总公司适应市场机制和经济社会发展的需要；加大营销网络和技术改造的投入，推进食盐流通现代化。

(1) 继续巩固和扩大了“十一五”期间碘盐推广成果。“十二五”时期，农牧区碘盐配送达到 15338.4705 吨，较“十一五”时期 12837.662 吨的农牧区碘盐配送规模增长 2500 余吨。“十二五”期间，农牧区碘盐配送率保持 100%，碘盐覆盖率由 91.2% 提升至 97.45%。

(2) 继续实施农牧区食用碘盐财政补贴政策，进一步完善了碘盐推广协调合作机制，确保了“碘盐推广，消除碘缺乏危害”工作持续有效的开展。

(3) 全区碘盐营销骨干网络已经形成。截至“十二五”末，已基本建设完成以拉萨食盐加碘厂为核心、以拉萨、日喀则、昌都、那曲、阿里、山南、林芝七地（市）碘盐配送中心为纽带，广域辐射、便捷配送的碘盐营销网络。

(4) 食盐生产和仓储能力全面提升，为碘盐市场提供了供应保障。截至 2015 年，自治区盐业总公司年生产能力提升至 20000 吨，较“十二五”初期产能扩大了 7000 吨，按每人每年食用碘盐 5.5 公斤计算，已基本满足自治区食盐消费需求；全区碘盐配送中心库容达到 9800 吨，已达到食盐市场供销和政府食盐储备的库容需求。

(5) 盐业市场秩序得到进一步规范。在各级政府和相关部门的共同努力下，食盐质量监管不断加强，盐业行业监管措施不断完善，“食盐加碘，消除碘缺乏危害”知晓率和合格碘盐食用率大幅提升，制售假冒食盐等违法行为得到遏制，食盐市场环境不断改善。

“十二五”时期，西藏自治区盐务工作在碘盐推广、产能提升、营销网络建设、

市场秩序维护等方面取得了一定成绩，但仍然面临一系列亟待解决的问题：

（1）群众自觉食用碘盐的认知基础薄弱。受群众碘缺乏危害认知不足、民族烹饪习惯、“盐粮交换”传统等不利因素影响，西藏自治区仍有部分区县碘盐覆盖率较低，持续巩固消除碘缺乏危害成效面临挑战。

（2）民间土盐采售活动有待规范。秉承“盐粮交换”传统，依托丰富盐湖资源，西藏自治区个别地区民间自采井盐、湖盐制造并销售土盐的活动时有发生，低附加值土盐冲击食盐市场存在隐患。

（3）盐业市场尚未形成统一管理。盐业市场包括食盐、工业盐、畜牧用盐、生活用盐等多个细分市场，而国家盐业管理相关法规目前仅就食盐市场进行了统一规范管理。工业盐市场放开，监管工作滞后，会导致假冒食盐概率增大，对食盐安全造成隐患。

（4）食盐供给全面市场化的条件尚不具备。西藏交通不便、气候恶劣、地广人稀、配送成本高、群众收入低、盐业企业自我发展能力弱，加之乡村一级食盐市场发展不充分，“十三五”时期仍不具备食盐供给全面市场化的条件。

## 二、发展要求

“十三五”期间，西藏自治区盐务工作将秉承国家《盐业体制改革方案》（国发[2016]25号）的指导思想，始终以保障和改善民生作为工作的出发点和落脚点。立足西藏自治区严重缺碘的环境条件，面向全国明确放开市场、放开价格的宏观背景，继续实施并灵活运用农牧民食用碘盐补贴政策；建立政府储备和企业社会责任储备组成的全社会食盐储备体系，确保食盐供应安全；完善盐业监管法规体系，建设食盐电子追溯体系，规范食盐供销渠道管理；推动本区盐业企业做优做强，构建食盐产销主渠道，持续巩固“食盐加碘，消除碘缺乏危害”的工作成效。

## 三、建设重点

由于自然环境严重缺碘的客观条件不可改变，西藏自治区盐务工作的中心任务仍是“巩固碘盐推广成果，全面、持续消除碘缺乏危害”。“十三五”时期，西藏自治区将遵循国家在坚持食盐专营制度基础上推进供给侧结构性改革，有序放开食盐市场和食盐价格要求，建立全社会食盐储备体系，提升本区盐业企业自身造

血功能，为食盐供销市场化提供支撑，为持续提升碘盐覆盖率奠定基础。

(1) 完善碘盐推广补贴政策。“十三五”时期，要积极做好政策宣传工作，继续对农牧民食用碘盐实施财政补贴。深入开展“食盐加碘，消除碘缺乏危害”宣传教育，强化群众自觉食用碘盐的认知基础。开展碘缺乏病监测体系建设，培训专业技术人才，提高监测数据的准确性、广泛性。

(2) 构建食盐产销主渠道。以自治区盐业总公司为龙头，以碘盐配送为平台、市场需求为主导、批发专营为保障，主动对接县乡商贸主体，培育食盐零售市场，完善食盐产销主渠道功能。按照国家食盐定点生产、批发企业规范条件，支持自治区盐业总公司完成升级改造。大力支持自治区盐业总公司依托现有营销网络，发展电子商务、连锁经营、物流配送等现代流通方式；依托西藏优势特色产品，加强与区外盐业企业的交流合作；开展综合性商品流通业务，拓展非盐多种经营，形成双向流通，实现市场交融，增强自治区盐业总公司的自身造血能力。

(3) 建设盐务监管体系。一是按照食盐专营法律法规和各级盐务行政管理职能，实行政企分开，努力确保机构、人员落实到位。二是加强执法队伍建设，“十三五”期间，完成七地（市）盐务执法队伍建设，建立健全执法管理制度，规范盐政执法行为。三是各级盐务管理机构及其执法人员业务经费纳入各级财政预算，确保经费满足开展工作需要。

(4) 落实碘盐推广目标责任制。深入落实自治区人民政府与各部门、各地（市）行署（人民政府）签定的碘盐推广目标责任书，健全碘盐推广目标责任制和部门协作长效机制。

(5) 加强盐业市场监管。及时根据国家盐业法规和改革方案，修订地方盐业法规体系。放管结合，建立责权利相统一的食盐市场准入机制。放开工业盐市场，建立配套监管体系。规范食盐经销企业登记注册管理，建立食盐生产、批发企业及其负责人和高管人员信用记录，纳入国家统一的社会信用体系，实现证照监管信息的互联共享，做好信用惩戒信息推送，实现多部门联动惩戒。盐业主管部门、公检法机关、工商、食品药品监管、卫生等职能部门要加强沟通协作，完善行政执法与刑事司法衔接，针对制售假盐开展专项治理，从严打击违法违规行为，逐步建立完善覆盖食盐生产、销售、使用全环节的监管机制，持续净化食盐市场秩序。

(6) 发挥资源优势，拓宽产品范围，开拓南亚市场。“十三五”时期，继续加大对自治区湖盐、井盐资源的勘探评估工作，依托西藏自治区优越的湖盐、井盐资源，推动盐业总公司拓宽产品线，除食盐以外，开发工业用盐、生活用盐、畜牧用盐产品系列，一方面满足自治区自身需求，另一方面通过面向南亚开放重要通道和边境贸易开发南亚市场。

(7) 加大畜牧用盐推广力度。“十三五”时期，在碘盐实现普及的基础上，面向自治区畜牧业大力推广畜牧用盐。具体手段包括优化畜牧用盐配方，推广畜牧用盐使用技术，依托农牧区食盐分销网络推广畜牧用盐，设立畜牧用盐政策补贴等。

# 西藏自治区“十三五”时期商务发展规划

## 名词汇编

**保税物流：**指在海关监管区域内，包括保税区、保税仓、海关监管仓等，从事仓储、配送、运输、流通加工、装卸搬运、物流信息、方案设计等相关业务，企业享受海关实行的“境内关外”制度以及其他税收、外汇、通关方面的特殊政策。

**边民互市贸易：**是指边境地区边民在我国陆路边境二十公里以内，经政府批准的开放点或指定的集市上、在不超过规定的金额或数量范围内进行的商品交换活动。

**大中型零售网点：**营业面积在 500 平方米以上的零售网点，业态形式主要包括：超市、大型综合超市、百货店（包含准百货店）、专业店、购物中心（含其他大型郊区业态）等。

**电子商务：**以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）上以电子交易方式进行交易的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

**定向招商引资：**企业或地方政府在招商引资过程中，结合自身或本区域内资源条件，通过明确招商产业、市场、渠道，实现针对性招商的新模式，是数量型招商向质量型招商转变的体现。

**恩格尔系数：**是食品支出总额占个人消费支出总额的比重。一个家庭收入越少，家庭收入中（或总支出中）用来购买食物的支出所占的比例就越大，随着家庭收入的增加，家庭收入中（或总支出中）用来购买食物的支出比例则会下降。推而广之，一个国家越穷，每个国民的平均收入中（或平均支出中）用于购买食物的支出所占比例就越大，随着国家的富裕，这个比例呈下降趋势。

**分级物流网络：**物流活动在通道和节点上进行，这些通道和节点形成了物流网络。从全社会的角度看，物流网络中的节点通常分成三个层级，各层级节点承担着不同功能：一级物流节点（物流园区）具备集货、分拨、中转、储存、流通加工、配送、信息服务等功能；二级物流节点（物流中心）具备集货、分拨、中转、储存、流通加工、配送、信息服务等之中的 4 项以上主要功能；三级物流节点（配送中心、货运站场）具备配送、中转、信息服务或集货等之中的一项或多项功能。

**供给侧结构性改革：**指在调整经济结构，使要素实现最优配置，提升经济增长的质量和数量。需求侧改革主要着力于投资、消费、出口三驾马车，供给侧改革主要着力于劳动力、土地、资本、制度、技术创新等要素。供给侧结构性改革，就是从提高供给质量出发，用改革的办法推进结构调整，矫正要素配置扭曲，扩大有效供给，提高供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高全要素生产率，更好满足广大人民群众的需要，促进经济社会持续健康发展。

**共同配送 (Common Delivery):** 也称共享第三方物流服, 指多个客户联合起来共同由一个第三方物流服务公司来提供配送服务。它是在配送中心的统一计划、统一调度下展开的。共同配送是由多个企业联合组织实施的配送活动。共同配送的本质是通过作业活动的规模化降低作业成本, 提高物流资源的利用效率。共同配送是指企业采取多种方式, 进行横向联合、集约协调、求同存异以及效益共享。

**国际消费中心城市:** 即带动周边、服务全国、联系世界的消费目的地。国际消费中心城市应能提供丰富且多元化的商品和服务, 能创造优质安全舒适的消费环境, 能形成与国际接轨的城市管理体系。

**“互联网+”:** 即“互联网+各个传统行业”。但这并不是两者简单的相加, 而是利用信息通信技术以及互联网平台, 让互联网与传统行业进行深度融合, 创造新的发展生态。它代表一种新的社会形态, 即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用, 将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各领域之中, 提升全社会的创新力和生产力, 形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

**会展经济:** 是指因会展活动的存在和会展产品的交易而引发的经济活动以及为促进会展业的发展和促进会展产品交易而引发的经济活动。一般而言, 会展经济包括展览、会议、节事活动、奖励旅游四种主要形式。

**节事活动:** 是节庆、事件等精心策划的各种活动的简称, 包括特定的仪式、演讲、表演和节庆活动, 各种传统节假日以及各种创新事件活动。

**净出口:** 当出口大于进口, 这个差额称为顺差; 当净出口为负时则称为逆差。贸易差额又称净出口、贸易余额, 是指一国在一定时期内(如一年、半年、一季、一月)出口总值与进口总值之间的差额。

**进出口总额:** 指实际进出一国国境的货物总金额。进出口总额用以考察一个国家在对外贸易的总规模。进出口总额包括: 对外贸易实际进出口货物, 来料加工装配进出口货物, 国家间、联合国及国际组织无偿援助物资和赠送品, 华侨、港澳台同胞和外籍华人捐赠品, 租赁期满归承租人所有的租赁货物, 进料加工进出口货物, 边境地方贸易及边境地区小额贸易进出口货物(边民互市贸易除外), 中外合资企业、中外合作经营企业、外商独资经营企业进出口货物和公用物品, 到、离岸价格在规定限额以上的进出口货样和广告品(无商业价值、无使用价值和免费提供出口的除外), 从保税仓库提取在本国境内销售的进口货物, 以及其他进出口货物。

**经济技术开发区 (Economic and Technological Development Zone):** 是中国最早在沿海开放城市设立的以发展知识密集型和技术密集型工业为主的特定区域, 后来在全国范围内设立, 实行经济特区的某些较为特殊的优惠政策和措施。从发展模式看, 增加区域经济总量是其直接目标, 以外来投资拉动为主, 产业以制造加工业为主。

**口岸:** 口岸原意是指由国家指定的对外通商的沿海港口。现在, 口岸已不仅仅是经济贸易往

来（即通商）的商埠，还是政治、外交、科技、文化旅游和移民等方面的外来港口；同时口岸也已不仅仅只设在沿岸的港口，还可以通过铁路、公路或航空直达一国腹地。按批准开放的权限划分，可将口岸分为一类口岸和二类口岸；按出入境的交通运输方式划分，可将口岸分为港口口岸、陆地口岸和航空口岸。

**跨境电商：**是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

**跨境经济合作区：**是指在沿边地区由两国或两国以上政府间共同推动的享有出口加工区、保税区、自由贸易区等优惠政策的次区域经济合作区。

**冷链：**是指某些食品原料、经过加工的食品或半成品、特殊的生物制品和药品在经过收购、加工、灭菌、灭活后，在产品加工、贮藏、运输、分销和零售、使用过程中，其各个环节始终处于产品所必需的特定低温环境下，减少损耗，防止污染和变质，以保证产品食品安全、生物安全、药品安全的特殊供应链系统。

**离境退税：**是指对境外游客在退税定点商店购买的随身携运出境的退税物品，按规定退税的政策。

**绿色流通：**从广义上说是指减少资源消耗和减少环境污染的商品流通活动。绿色流通的实质是以环境保护为导向，直接或间接促成污染消减的环保取向型商品流通过程及活动。

**PPP (Public-Private Partnership)：**即政府和社会资本合作，是公共基础设施建设中的一种项目融资模式。鼓励私营企业、民营资本与政府进行合作，参与公共基础设施的建设。该模式下，政府对项目中后期建设管理运营过程参与更深，企业对项目前期科研、立项等阶段参与更深。政府和企业都是全程参与，双方合作的时间更长，信息也更对称。

**区位商：**在区域经济学中，通常用区位商来判断一个产业是否构成地区专业化部门。区位商是指一个地区特定部门的产值在地区工业总产值中所占的比重与全国该部门产值在全国工业总产值中所占比重之间的比值。区位商大于1，可以认为该产业是地区的专业化部门；区位商越大，专业化水平越高。

**肉菜追溯：**在肉菜食品安全管理中，通过信息技术实现对肉品、蔬菜从“繁殖饲养（种植）-屠宰（采摘）-加工-冷冻-配送-零售-餐桌”全流程各个环节的可追踪性与可追溯性，确保肉菜食品供应链每一个环节的信息准确性。

**“三驾马车”：**从支出角度看，GDP由投资、消费、净出口三种最终需求构成。因此，通常把投资、消费、净出口比喻为拉动GDP增长的“三驾马车”，是对经济增长动力生动形象的表述。

**商务认定：**商务部门对进入电子商务交易过程的无品牌商品所做的品质认定。

**商业街（区）：**商业功能突出，具有一定长度（长度>100米），以零售、餐饮和服务为主要定位，各种商业网点相对密集（商业网点的密度≥50%）的街道（街区）。

**商业网点：**根据商业网点建设规划管理需要所界定的从事商品流通，为生产经营和生活服务的单体商业经营场所或同一区域内统一开发、统一经营或统一管理的综合商业经营场所，包括大中型零售商店、综合市场、专业市场、物流节点、餐饮住宿及其他生活服务业设施等。

**商业中心：**商业中心是指在一定区域范围内组织商品流通的枢纽地带。从城市商业发展的空间布局角度出发，城市商业中心可划分为不同的等级。根据辐射范围、服务对象、规模体量以及功能定位等因素的不同，大致可以将城市的商业中心等级体系分为广域级、片区级、社区级。

**社区便民五大体系：**是社区连锁超市体系、直营肉菜店体系、早餐摊点或流动餐车体系、社区再生资源回收绿色网点体系以及社区家政服务点体系的统称。

**社区商业：**以社区为单位，为社区居民提供日用消费品和便利服务的商贸流通体系。社区商业要求设施完备、业态齐全、网点布局便利社区居民消费，商业服务质量较高，满足社区居民的消费需求。

**社会消费品零售总额（Total Retail Sales of Consumer Goods）：**批发零售业、住宿餐饮业及其他行业直接出售给城乡居民和社会集团的最终消费品零售额。

**“双打”：**打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作的简称。

**“双进”工程：**推动“便利消费进社区，便民服务进家庭”的社区商业建设工程的简称。

**外贸转型升级示范基地：**是国家和地方重点扶持和发展的集生产和出口功能为一体的产业集聚体，是培育信息、营销、品牌、质量、技术、标准、服务等出口竞争新优势的重要载体，是促进外贸发展方式转变和优化出口商品结构的重要抓手，是实现出口稳定协调持续发展的重要推动力量。示范基地分为三类：专业型示范基地、企业型示范基地和综合型示范基地。

**万村千乡市场工程：**由商务部 2005 年 2 月开始启动，通过安排财政资金，以补助或贴息的方式，引导城市连锁店和超市等流通企业向农村延伸发展“农家店”，构建以城区店为龙头、乡镇店为骨干、村级店为基础的农村现代流通网络，满足农民消费需求，改善农村消费环境，促进农业产业化发展。

**网络零售额：**是指企业(单位、个体经营户、个人)通过公共网络交易平台(包括自建网站和第三方平台)实现的商品和服务零售额。商品和服务包括实物商品、虚拟商品和服务类商品。

**五大放心工程：**是放心肉工程、放心菜工程、放心店工程、放心早餐工程和放心家政工程的统称。

**消费价格指数（CPI， Consumer Price Index）：**是居民消费价格指数的简称，是一个反映居民家庭一般所购买的消费价格水平变动情况的宏观经济指标。它是度量一组代表性消费商品及服务项目的价格水平随时间而变动的相对数，是用来反映居民家庭购买消费商品及服务的价格水平的变动情况。

**消费率：**又称最终消费率，是指一个国家或地区在一定时期内（通常为1年）的最终消费（包括居民消费和政府消费）占当年GDP的比率。其公式为：消费率=最终消费/GDP×100%。它可以反映了一个国家最终消费对经济增长的贡献。

**“新网工程”：**为健全农村市场体系，发展适应现代农业要求的流通产业，全国供销合作总社决定实施“新农村现代流通服务网络工程”（简称“新网工程”）。“新网工程”旨在大力发展农业生产资料现代经营服务网络、农副产品市场购销网络、日用消费品现代经营网络和再生资源回收利用网络。

**新型城镇化：**以城乡统筹、城乡一体、产业互动、节约集约、生态宜居、和谐发展为基本特征的城镇化，是大中小城市、小城镇、新型农村社区协调发展、互促共进的城镇化。

**一刻钟便民商圈：**是指在社区居民步行一刻钟范围内满足居民在商业服务、生活服务、文体娱乐等方面的服务需求，实现“小需求不出社区，大需求不远离社区”。

**再生资源回收体系：**以回收站点、分拣中心和集散市场为核心的“三位一体”再生资源回收利用体系。

**自由贸易试验区：**自由贸易区是指在国内关外设立的，以优惠税收和海关特殊监管政策为主要手段，以贸易自由化、便利化为主要目的的多功能经济性特区。其核心是营造一个符合国际惯例的，对内外资的投资都要具有国际竞争力的国际商业环境。自由贸易试验区是自由贸易区的试点建设区域。

**中国经济“新常态”：**即中国经济当前发展所表现出的三大特征：一是从高速增长转为中高速增长；二是经济结构不断优化升级，第三产业消费需求逐步成为主体，城乡区域差距逐步缩小，居民收入占比上升，发展成果惠及更广大民众；三是从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。

**专业市场：**是指在一定区域内形成的，以一种（类）或几种（类）有连带性的商品为主要交易对象，以批发为主要经营方式，按照市场规律运行的商品交易场所。从专业市场的功能看，可划分为三种不同的类型：销售地型的专业市场、产地型的专业市场和集散地型的专业市场。