

附件

步行街高质量发展工作指引

(征求意见稿)

2021年8月

前 言

步行街是促进消费升级的平台、推动经济高质量发展的载体、扩大对外开放的窗口。2018年，中共中央、国务院印发《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》，要求“通过改造提升推动形成一批高品位步行街，促进商圈建设与繁荣”。2019年12月，国务院常务会议专题部署推进步行街改造提升工作，提出要在一些城市开展试点基础上，合理有序推进步行街改造提升，促进形成一批人气旺、特色强、有文化底蕴的步行街。

商务部认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，印发《推进步行街改造提升工作方案》，自2018年起在部分地方组织开展步行街改造提升试点工作。各地科学规划布局，扎实有力推进，查找不足、补齐弱项、放大优势、创新思路，试点步行街呈现出良好发展势头，经济社会效益突出，示范引领作用明显，“小切口、大文章”特点充分显现，在促进消费升级、推动经济高质量发展、扩大对外开放等方面发挥了积极作用。

立足新发展阶段，坚持新发展理念，构建新发展格局，为步行街高质量发展提出了新要求、带来了新机遇。为建立健全步行街持续健康发展的长效机制，进一步推动步行街高

质量发展，打造创新流通、促进消费的重要平台，商务部在总结提炼试点步行街发展经验的基础上，对《推动步行街改造提升工作方案》进行了完善和深化，编制形成了《步行街高质量发展工作指引》，从街区规划、街区建设、商业配置、文化特色、智慧街区、运营管理、长效机制等方面提出具体工作建议，供各地结合实际情况参考使用。

目 录

一、 指引总则.....	1
(一) 编制目的.....	1
(二) 适用范围.....	1
(三) 基本要求.....	1
二、 街区规划.....	3
(一) 总体要求.....	3
(二) 编制程序.....	3
(三) 规划内容.....	5
三、 街区建设.....	8
(一) 总体要求.....	8
(二) 交通组织.....	8
(三) 街区景观.....	11
(四) 公共设施.....	13
四、 商业配置.....	15
(一) 总体要求.....	15
(二) 业态优化.....	16
(三) 品牌集聚.....	18
五、 文化特色.....	20
(一) 总体要求.....	20
(二) 文化保护与传承.....	20
(三) 商旅文融合发展.....	22
六、 智慧街区.....	24

(一) 总体要求.....	24
(二) 信息设施.....	25
(三) 智慧场景.....	26
(四) 智能服务.....	27
(五) 智慧管理.....	28
(六) 智能安保.....	29
七、 运营管理.....	31
(一) 总体要求.....	31
(二) 主要模式.....	31
(三) 营销推广.....	33
(四) 街区管理.....	33
八、 引领带动.....	36
(一) 总体要求.....	36
(二) 消费促进.....	37
(三) 区域联动.....	38
(四) 开放引领.....	39
九、 长效机制.....	41
(一) 总体要求.....	41
(二) 建设商户自律组织.....	41
(三) 建立众治共管机制.....	42
(四) 完善共建共享机制.....	43

一、指引总则

（一）编制目的

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，引导和规范各地步行街改造提升工作，加快培育一批人气旺、特色强、有文化底蕴的步行街，推动步行街高质量发展，特制定本指引。

（二）适用范围

本工作指引适用于指导社会各界开展的步行街建设和改造提升工作，既包括有关政府部门组织培育的步行街，也包括各类社会资本投资建设的步行街，同时为各类自然形成、自发组成的商业街、商圈提供参考和指导。其中：

综合型步行街，是指商业属性突出，经营业态包括购物餐饮、休闲娱乐、文化体验等多个方面，品牌种类丰富，能够满足多样性消费需求的街区。

特色型步行街，是指传统文化、地域特色鲜明，经营业态专业化、集聚度较高，商旅文融合程度高，以满足休闲体验类消费需求为主的街区。

（三）基本要求

1.遵循发展规律，不搞一哄而上。坚持从经济发展阶段和客观实际出发，立足步行街现有基础，在已有步行街中选

择发展潜力大、带动作用强的进行改造提升，进一步补短板、强弱项，严控数量，提高质量，不搞低水平遍地开花，防止一哄而上、大干快上。

2.尊重历史文化，不搞大拆大建。梳理步行街历史脉络，深入挖掘文化内涵，突出地方特色，注重文明传承、文化延续，坚持保护性开发利用历史文化资源，不搞大拆大建。把步行街发展与历史文化遗产保护融为一体，推动传统文化融入现代生活。

3.坚持市场导向，不搞形象工程。吸引社会资本参与步行街建设和商业运营，发挥政府引导作用，探索多方参与的共管共治机制和市场化运营模式。不搞大包大揽，充分发挥市场主体的积极性和主观能动性，政府不对步行街进行任何形式的评比和排名。

4.注重科学规划，避免盲目发展。以高标准规划引领步行街高质量发展，避免步行街盲目发展、越建越长。找准自身竞争优势，优化街区环境，提高商业质量，打造智慧街区，规范管理运营，着力提升便利化水平与舒适度，形成特色鲜明的发展格局，切实提高人民群众获得感和幸福感。

二、街区规划

（一）总体要求

根据城市国土空间规划和步行街高质量发展内在要求，充分遵循步行街发展规律，科学编制步行街发展规划，避免步行街盲目发展、越建越长，对街区商业功能、结构、空间布局和建设规模进行统筹设计，形成“一总多专”的规划编制和管理体系。

1.编制步行街发展总体规划。根据城市发展定位和城市更新改造要求，充分体现地方特色，由市、县（区）商务部门牵头，相关部门广泛参与，聘请专业机构编制步行街发展总体规划，由规划部门纳入“多规合一”体系。

2.分类编制各相关专项规划。按照总体规划要求，根据分类管理的原则，由各个部门组织专业力量，发挥各自职能，分别做好业态、交通、环境等专项规划或实施方案编制工作，有针对性地提出步行街改造提升的细化要求和具体举措。

3.建立科学的规划管理体系。广泛征求各方面意见，提高透明度和社会公众参与度。规划体系要与城市国土空间规划相衔接，符合国家、行业和地方有关标准。

（二）编制程序

1.准备工作

(1) 完善工作推进机制。成立规划编制和建设领导小组，明确人员结构和推进机制，有序推进各项工作落实。

(2) 统筹编制工作方案。明确规划的编制目标、方式方法、重点工作等内容，做好规划编制统筹安排。

(3) 建立公众参与机制。建立健全多方协商机制，扩大公众和社会各界参与程度。

2.调研分析

深入开展调研工作，了解步行街发展实际与合理诉求，掌握政府、市场主体及消费者等各方需求。收集相关经济、社会、历史文化、街区基本情况等方面的基础数据和资料，以及相关部门的规划成果、行业数据等，并对基础资料进行分类整理和初步分析。

专栏 2-1 调研分析主要内容

发展现状分析。步行街区所在区位分析，分析步行街区在市（县、区）所处的空间位置，以及街区在商贸流通、旅游发展中的层级和辐射范围，反映步行街区的地位和定位。

步行街区与城市发展的关系分析，分析步行街发展历史，厘清步行街发展脉络，了解街区风貌变化、民俗文化发展、商贸流通地位变化。

步行街区历史文化价值分析，深入挖掘历史文化资源，明确步行街区历史遗存保护范围、文保单位、历史建筑和特色风貌建筑、历史街巷、古树珍贵植物等的数量和位置信息，研究分析其文化内涵、价值和特色。

步行街区产业发展水平分析，从街区主力商业业态、商业空间形态、特色店铺、消费客群来源等方面分析街区商业发展特性；从经营现状、品牌构成、业态均衡度、建筑空间质量等角度评价街区大型商业设施发展水平以及酒店、金融等商务配套设施发展水平；从商业密度、业态结构、经营水平等角度评价主街及辅街发展水平。

步行街区改造提升基础分析，对街区尺度、用地现状、用地性质、建筑利用等情况进行分析，判断未来步行街可调整或改造的空间和方向。

步行街区交通组织分析，对步行街区内部及周边公共交通服务水平、车行系统、静态交通服务水平及慢行系统等发展情况进行分析，评估步行街区的交通可达性、停车及进出步行街区的便利性等情况。

步行街区公共空间质量分析，分析街区内部开放空间（包括广场等开敞空间和主辅街空间尺度等）、含建筑风貌在内的景观形象以及公共设施（绿化景观、环境与市政实施等）的配套情况，评估街区公共空间的发展质量。

相关规划分析。对上位规划等已有规划进行分析，明确本市（区、县）对步行街及所在区域在城市发展中的定位，以及对步行街的发展方向、发展方式等方面的要求。相关规划主要包括本市（县、区）国土空间规划、国民经济和社会发展规划、历史名城保护规划以及步行街所在区域控制性详细规划等内容。

发展对标分析。围绕步行街区规模、功能、业态、环境、特点、公共设施等主要特征，选取国内外具有较高知名度和美誉度的类似步行街区进行对比分析，明确步行街现状发展问题及差距，总结步行街改造提升的基本思路 and 方向。

3.规划编制。注重专业化与综合性相结合，选择具有城市规划、商业规划、消费研究、商圈及步行街研究等背景，了解政策方向的专业机构，开展规划编制工作。

4.规划论证。形成征求意见稿提交相关部门征求意见，召开专家座谈会、挂网公示广泛征求社会意见，在必要情况下进行补充调研，修改完善后形成规划报批稿。

5.规划成果报批。规划报批稿提交当地人民政府报批。

6.规划成果公告。经当地人民政府批准后公开发布。

（三）规划内容

1.目标定位

（1）总体定位。在对街区现状、相关规划和对标案例分析的基础上，立足现实，面向未来，明确街区未来发展总体定位。

（2）发展目标。分别确定短期目标、中长期目标，定性目标与定量目标均应客观、清晰、合理，能够综合反映步行街发展的经济效益和社会效益。

2. 总体布局

(1) **四至范围**。规划平面图四至范围清晰，突出主街、联动辅街、协调发展。

(2) **规模尺度**。根据城市规模、消费特点、商业体量、辐射能力等，合理确定步行街长度、宽度和商业建筑面积等。

(3) **功能布局**。统筹街区空间发展结构，形成主题鲜明、各具特色的功能板块，实现功能互补、和谐统一。

3. 规划重点内容

(1) **完善商业功能**。提出主次分明、类型丰富的业态结构类型。合理确定各类业态所占的比重，满足消费者个性化、多元化消费需求。根据发展定位和业态选择，有针对性地制定品牌策略，提出品牌发展方向。

(2) **优化交通组织**。加强对规划范围内各交通要素的统筹与引导，提出构建便利、快捷、立体交通空间的主要举措，形成慢行交通系统的具体方案，设计流畅的商业动线，便利人流、车流、货流的集聚与疏散。

(3) **美化景观风貌**。提出与整体街区定位和目标相呼应的景观风貌形象，主题景观与商业业态、建筑风格相互协调，妥善处理人与空间、文化的关系，满足公众游憩、交往、观光等需求。

(4) **增强文化底蕴**。提出挖掘历史文化内涵的方式方法，塑造街区独有的文化内核，提升文化附加值，打造有历

史记忆、文化脉络、中国特色、地方特点的街区。

（5）打造智慧街区。围绕街区运营与管理的实际需要，提出加强先进技术推广应用、开发建设大数据平台、建立完善的客流监控体系等具体工作内容，提高步行街智慧化水平。

4.规划保障措施

（1）组织保障。提出建立完善的工作机制和政府协调机制的具体工作举措，统筹推进各项工作顺利开展。

（2）政策保障。根据地方发展实际，提出优化政策支持的方向，充分发挥政策导向和调控功能。

（3）管理保障。提出创新管理和服务模式的重点举措，建立政府指导、行业组织协调管理的共同治理模式。

三、街区建设

（一）总体要求

1.系统观念，统筹协调。结合城市国土空间、综合交通等规划，统筹推进街区公共空间功能、景观风貌设计，优化交通组织，完善公共设施，突出地方特色，不搞形象工程，实现街区整体设计和建筑风格与周边环境和设施协调。

2.立体开发，集中打造。按照功能综合化、空间人性化和交通立体化的原则，合理规划开发地下空间，完善地下交通、商业、车库、综合管廊等设施，促进街区地上地下空间综合利用。

3.以人为本，因地制宜。坚持以人为本理念，充分考虑到年轻人、老幼群体以及残障人士的需求，保留面对面人工服务，统筹推进自助服务设施、无障碍设施等人性化设施建设。坚持因地制宜，保护好历史文化和街区风貌，不搞大拆大建，防止一味追求仿古复古或求新求洋。

（二）交通组织

加强对街区规划范围内各类交通要素的组织和引导，统筹考虑车辆出入和过境需求，科学设计绕行方案和道路通行规则，确保车辆在步行街周边正常通行。合理确定纯步行区域与可通车区域，隔离步行空间与交通主干道，步行空间禁

止机动车和非机动车通行，人流、车流疏导有序。

专栏 3-1 隔离步行街与交通干道

重庆解放碑步行街加大交通路网升级改造力度，在邹容路、民族路、民权路、五四路、青年路等重点路段，用景观花钵隔离步行街与交通干道，不允许机动车和非机动车辆通行，为游客提供安全的活动空间；对临江门地下通道进行全新改造升级，对斑马线等进行定期喷绘和清洗，实现步行街与机动车道安全、便捷连接。

广州北京路步行街将保障街区安全与应急救援工作统筹考虑，在中山路口、广卫路口、大南路口、惠福路口等主要步行区与交通干道处均设置了可升降式防撞桩，在保障步行区域安全舒适的同时，确保工程车辆、救灾抢险车辆等便捷进入步行区域。

1.公共交通系统。配置乘坐便捷、可达性强、选择多样的公共交通系统。在街区周边科学布局公交站点、公交环线，扩大公共交通的覆盖面，提高公共交通通行效率。推动各类公共交通站点与商业设施结合设置，减少商业人流对周边交通的影响。合理配置公交港湾、出租车停靠点和非机动车停放点等设施。

专栏 3-2 改善公共交通环境

上海南京路步行街不断完善街区内外部交通配套设施和管理方式，优化公共交通、旅游巴士线路和站点，增设出租车候客点。截至 2020 年 12 月，南京路步行街共设有站点停靠的公交线路 10 条，轨道交通站点 2 个。

新加坡乌节路步行街以现金、建筑面积等奖励方式，鼓励业主增强地下空间、地面建筑、高空步行空间的连通性，使其与公共空间、公交站点、地铁站点之间密切联系，以加强街区步行系统的整体性与便捷度。同时，乌节路实施公交优先策略，在公交车站停靠后再从车站弯道重新启动离开的公交车授予路权，避免出现在车站弯道旁其它车辆不给公交车让路而导致公交车延误的情况发生。

德国慕尼黑内城步行街在街区两端设有两个主要的地铁站：玛丽亚广场站和卡尔广场站，不仅设有地铁线路，还设有服务郊区的城市轻轨站点，两个站均为三线换乘。地铁站出入口四通八达，不仅分布在步行街的两端，还设置在步行街的中间，游客逛街后可以直接下到地铁站，通过地下通道坐上地铁返回，同时也避免了游客大量聚集在步行街东西两个起终点。

2.慢行系统

建设联贯街区与各类配套设施、公共活动空间、周边路网的慢行系统，合理设置慢行交通廊道、慢行连接道，提高街区互通性。慢行系统应与公共交通系统有效衔接，实现交通方式的便捷转换。

专栏 3-3 打造连接周边路网的道路慢行系统

成都宽窄巷子步行街紧密结合沿街功能与慢行需求，建立以“三横三纵”为骨架的道路慢行系统，并在街区与通行机动车道路相连接的路口设置地下通道、过街天桥、无障碍设施和助力扶手，推进街区交通精细化管理，提升市民游客街头漫步体验。

北京王府井步行街提出打造自行车和步行交通分级系统，搭建三级步行和自行车道网络，共同构建了安全、连续、层次丰富、覆盖范围广的王府井地区自行车和步行交通网络，形成王府井慢行系统示范区。

宁波老外滩步行街通过实施“滨江三慢系统”工程，打通一期与二期之间的断点区域，有效延伸了主街长度，形成了连续的滨江公共慢行带，实现了沿江 1640 米纯步行贯通。同时，推进人民广场项目，打通美术馆到绿地中心地下空间，使老外滩核心区与绿地中心、来福士广场、钻石广场等商业综合体互联互通，实现泛老外滩区域内各空间的联动。

3. 停车场设施

(1) 合理设置停车场。整合街区范围内停车场资源，根据商业建筑面积情况调整停车场规模和车位数量，合理配置地面和地下停车场。

(2) 补充临时停车位。科学规划停车场的出入口位置和出入路线，合理规划临时停车区。灵活管理停车方式，根据实际情况在部分路段划设限时停车位。

(3) 完善配套服务设施。街区内有条件的停车场应设立新能源汽车充电桩，逐步引入智能信息化系统，完善停车配套服务设施。

专栏 3-4 多方位多举措解决停车难

西安大唐不夜城步行街将停车系统与大唐不夜城官方 APP 相结合，实时发布街区停车实况，科学引导游客就近停车，合理引流、增强市民及游客的游览舒适度及便捷体验度。同时，改造提升北广场停车区，优化北广场停车区的 101 个车位，其中包括 8 个大巴车和 9 个新能源车位，解决北广场旅游大巴及散客自驾游停车难问题。新增 577 个停车位，配套停车位增加至 6575 个，缓解街区“停车难”问题。

重庆解放碑步行街立足山城、江城特色地形地貌，积极推进地下环道建设，初步形成“一环、七联络、N 连通”的立体交通网络体系，实现与街区主要商务楼宇停车场有效串联，地上地下互联互通，大幅缓解了地面交通压力。其中，“一环”是指在地下 20 到 60 米的空间，开通一条单向双行循环道；“七联络”包括三进三出和一条双向进出道，分别连接北区路、嘉滨路、解放东路和长滨路；“N 连通”即通过多条地下连接支洞将解放碑核心区域的地下车库连成一体。地下环道整合了解放碑核心区域 26 个停车库，提供近 2.1 万个车位，减少地面约 30% 的交通压力。

（三）街区景观

1. 建筑风貌

（1）**整治提升建筑立面。**建筑立面、材料、色彩等应与整个街区风貌相协调。加强街区建筑立面整治，保持外立面干净整洁，无破损，无污迹。

（2）**清理美化店招广告。**建筑物外立面上的广告设施和招牌设置不遮盖建筑物外观轮廓，不影响建筑物本身和相邻建筑物采光、通风，不造成光污染。店招广告的字体、颜色等应与街区整体风格相协调。

2. 地面铺装。街区应结合地面实际状况，提出铺装优化解决方案，实现街区地面平坦、干净、平整、防滑，边角部位、窨井盖、雨篦周围无污渍、尘土、积水。按照海绵城市相关要求，使用环保、无污染、透水材料。

专栏 3-5 加强路面铺装景观设计

沈阳中街步行街的主街区域铺装采用具有历史感的、厚重的石材错拼，商业街前的步行区域铺装采用小尺寸石材错拼，纹理同主街区。街区借鉴波士顿

自由之路等成功经验，结合盛京皇城历史遗存、文化景点、特色街巷位置，形成“以沈阳路、中街路为主线，带动周边环形游线”的盛京皇城历史红线。

3.景观风貌

(1) 打造景观小品。合理增设景墙、挡土墙、廊架树池、花池、雕塑小品等景观小品，不滥建大型雕塑等文化地标，保护好历史文化遗存和景观风貌，不拆除历史建筑、不破坏地形地貌、不砍老树。

(2) 提升绿化景观。通过地面绿化、立体绿化等手段，丰富绿化层次，提高绿化水平，美化街区景观。尽量选用适合当地水土条件的特色植物品种，丰富四季景观色彩。

(3) 合理配置其他景观。结合街区实际，在街区主次入口、客群主要聚集处、重要商业设施户外开敞空间、“口袋公园”、“袖珍公园”、地下商业下沉广场等重要节点，形成符合其所在功能区段要求的风貌设计方案。

4.街区亮化

(1) 实施亮化节能改造。街区照明应遵循经济适用、绿色环保的原则，防止过度亮化。贯彻全生命周期的节能环保理念，选择和应用安全、节能、环保的亮化设施，推广环保照明技术。

(2) 合理丰富亮化内容。街区夜景亮化应以突出街区特色、展现本地文化氛围为主线，与街区商业业态、建筑风格相协调。节假日时可以增加节日亮化元素，根据需要还可以适当增加“灯光秀”等节目。

（四）公共设施

1.标识导示系统。分级设置街区标识导示系统，形成组合导示系统。结合地域文化特色，统一设计制定导示系统牌，标识用字应以国家通用语言文字为基础，在准确翻译的前提下可以同时附注外文。

专栏 3-6 完善标识导示系统

南京夫子庙步行街立足街区整体建筑风格，融入古典元素，完善标识导示系统设置。在步行街各出入口及主要节点增设各类标识设施，其中导览图标注中、英、日、韩四种语言文字，其他标识标牌标注中、英两种语言文字。

杭州湖滨步行街在东坡路、平海路、湖滨路等主要出入口布设全景导览图，按照国际惯例设计科学、多语种标识。

2.休憩设施。设置充足的休息座椅、坐凳等休憩设施。休憩设施的外观应与街区整体风貌相协调，融入街区文化要素，体现街区独特的文化特质，营造宜人、舒适的户外游憩休闲空间。

3.环卫设施

（1）合理设置垃圾箱。倡导垃圾减量，培养市民和游客减少垃圾产生、不乱扔垃圾的文明习惯。合理设置垃圾箱或探索移动清洁车管理模式。垃圾箱的外观需要融入街区文化要素，与街区其他户外家具统一风格。果皮箱、垃圾桶等垃圾收集容器按相关标准规范设置，无污迹，垃圾不满溢。

（2）合理布局公共厕所。根据街区客流量和实际需求，按照布局合理、整洁卫生、使用方便的原则，合理设置固定式公共厕所。重大节日或活动期间客流量剧增时，可灵活设

置活动式公共厕所。

(3) 优化吸烟区布局。合理划分吸烟区和非吸烟区，并有明确的指示标志。倡导无烟街区建设。

4.无障碍设施

(1) 优化无障碍接驳系统。轨道交通站点和公交站点应满足无障碍场站的设计要求。街区主要出入口应设置出租车无障碍优先候车区。

(2) 合理设置无障碍坡道。街区内的无障碍设施应与城市无障碍路线无缝连接，与人行通道有高度差处应设置缘石坡，解决台阶高度差问题。台阶起止处应设置补充照明和提示盲道。

(3) 完善无障碍标识系统。在主入口设置无障碍系统总览图，指示内容应包括无障碍通行系统和无障碍设施点位。在无障碍设施处应设置标示牌和方向指示牌。

(4) 建立无障碍公共厕所。公共卫生间内应独立设置可满足家庭异性和母婴照顾的无障碍卫生间，并应设置相应的引导标识。公共卫生间内应设置无障碍厕位、无障碍小便池和无障碍洗手台。

(5) 完善无障碍服务设施。建设完善的盲道系统和无障碍服务设施，如无障碍服务驿站、无障碍座椅等，对有条件的服务设施，设置低位服务柜台、信息屏幕显示系统、盲文或有声提示标识。

四、商业配置

（一）总体要求

立足地方经济社会发展基础，符合本地消费者和外地游客等目标客群的购买能力和需求特征，与所在街区整体定位相衔接，与消费升级趋势相适应。

1.突出特色化。合理确定街区业态定位，推动业态结构调整和升级，布局体验式、互动式、沉浸式新兴业态，引进国内外特色品牌，打造品质更好、更有特色的商品和服务，避免“千店一面”。

2.突出融合化。整合街区商业、文化和旅游资源，促进商业与文化、旅游、会展、艺术、创意、科技等跨界融合，培育消费新场景、新业态，打造沉浸式、体验式街区。

3.突出协同性。处理好传统与时尚、大型设施与特色小店、老字号与新品牌、本地品牌与全国及国际品牌之间的关系，合理配置商业业态和多元消费场景，满足不同消费群体个性化、多样化消费需求。

4.突出互补性。加强主街与辅街有机联通，引导主街和辅街商业项目实现错位经营，减少重复业态，形成优势互补。

专栏 4-1 形成特色化发展定位

广州北京路步行街结合主街和辅街历史文化及现状，突出差异化和互补性发展，布局发展“五力街区”。其中，北京路北段定位“国潮活力”，以老字号、非遗

以及传统国货为主；北京路中段定位“国际魅力”，主要引入国际零售品牌店铺入驻；西湖路定位“文化动力”，主要引入传统广府花市文化、汉服文化体验和文创零售产品；惠福东路定位“美食热力”，主要引入广府美食以及网红餐厅、跨界餐厅和主题餐厅；府学西街定位“动漫魔力”，打造动漫涂鸦空间，引入电竞、二次元文化体验。

（二）业态优化

1. 业态优化方式

（1）**建立业态动态调整机制。**根据街区实际发展情况，动态编制鼓励、限制、禁止类业态的导则或目录，有序淘汰吸引能力弱的低端业态，引入符合地域特色的优质业态。

（2）**发挥国有企业带动作用。**鼓励公有物业带头改造，支持有关行政事业单位腾退，通过公产示范、大型商家带动等方式，增加商业设施供给，推进业态调整升级。

专栏 4-2 多方式加快业态升级

分级分类调整机制加快业态升级。南京为促进夫子庙步行街优化功能布局和业态结构，出台了《夫子庙秦淮风光带特色街区功能布局和业态管理规定》，公布特色街巷经营目录，梳理归类街区 400 余家企业，按照应该保留、可以保留、必须迁出三种业态类型分级调整，积极引进电影博物馆、汉服体验馆等一批情景式门店，打造沉浸式、体验式消费场景，多措并举推进业态提升。同时，协调步行街范围内省市属国资房产，通过产权购买、整体租赁、合作经营、股权参与等形式，引导和约束产权人出租行为，对愿意载体出售的，市、区政府通过国资实施收购，对愿意股权置换、合作经营的，通过区文旅集团开展洽谈合作。**福州**设置历史文化街区业态正负面清单，淘汰清退能力弱的低端业态，引入传统老字号、特色商业、民宿客栈等优质业态。建立科学管控评判制度，进一步优化街区业态分布，形成“文化入坊巷、商业南后街”的科学布局。同时，立足闽台历史文化和亲缘纽带，引入具有闽台文化特色的优质业态，构筑最综合、最有活力、台湾同胞最愿意来的特色坊巷。

示范带动加快业态升级。**哈尔滨**抓一个、带一片，加速推进中央大街业态调整升级。一是公产示范带动。对中央大街区域内 79 处、近 16 万平方米办公用房进行了业态规划，植入新业态，带动私有产权房主参与业态升级工作。二是大型商家带动。依托中央大街商会，突出欧陆风情总基调，引导松雷商厦、中央商城、金安国际购物中心等 7 户大型商家先期进行业态调整，建成西餐厅、酒吧等特色餐厅 15 家。三是试点区域先行。以西十三道街、红专街为业态升级试点，发挥西十三道街的地域优势，打造以休闲餐饮、社交聚会、涉外生活为主的时尚生活创意街区。

2.业态优化方向

(1) 提升业态适配性。综合型步行街应以购物中心、百货店为主力业态，设置各类品牌专卖店、专业店，鼓励发展老字号特色商业，打造集购物、餐饮、休闲、文化、娱乐、旅游、商务、酒店等业态丰富的综合性商业功能区。**特色型步行街**应依托历史底蕴、文化魅力、商品服务特色，集聚特色鲜明的零售商店、服务设施等，鼓励设置与步行街特色相关的专业店、专卖店，限制设置与其规划和特点无关的业态和业种。

(2) 优化业态结构。根据街区实际发展情况，合理确定业态组合结构与比例，满足多元化和个性化消费需求。建议**综合型步行街**零售业态占比不低于50%，不超过70%。**特色型步行街**主营行业特色店数量占街区内店铺总数的50%以上，主营行业销售收入占步行街销售总收入的50%以上。

(3) 推动业态创新发展。适应消费升级趋势需要，增加休闲娱乐、亲子体验、生活服务、文创艺术、文化展演等体验业态，举办各种新奇特、参与感强的活动，吸引更多年轻消费群体，满足新兴消费需求。利用现代信息技术，发展无人便利店、无人餐厅、快闪店、3D试衣间等零售业态，引领新业态发展，促进市民和游客便利消费、体验消费。

专栏 4-3 优化步行街业态结构

成都宽窄巷子步行街中的宽巷子重点引入川菜、川茶、川酒及具备本地特色文化标签类业态，窄巷子重点引入文创、民谣、艺术、书店类优质业态，井巷子

打造创意文化市集，南北沿线打造网红咖啡区，促进宽、窄、井三条巷子业态优化提升。同时，针对街区内餐饮企业数量多、集聚度高的特点，推动餐饮菜单标准化及餐饮企业诚信体系建设。

（三）品牌集聚

1.完善品牌招商管理机制

（1）加强品牌招商。研究制定具有针对性的品牌招商策略和支持政策，明确引进符合街区定位的品牌可享受的具体优惠和奖励并强化落实，提高对优质品牌的吸引力。

（2）规范品牌管理。建立品牌招商管理体系，制定品牌入驻、退出等管理规定。对散售型店铺招商制定鼓励、限制、禁止性业态导则或目录，有条件的步行街可以采用回购、返租等方式实行统一招商运营。

（3）创新招商方式。吸引境内外知名投行、产业基金和咨询机构开展市场化品牌招商，依据实际成果给予奖励，推动委托招商和代理招商。选准重点企业、品牌开展精准化招商，搭建平台、拓宽渠道，提高招商工作针对性。

2.引进符合消费定位的不同品牌

（1）综合型步行街。推进名品进名店、名店进名街联动，引进国际知名商业企业品牌、商品品牌和服务品牌，鼓励设立品牌首店、旗舰店、体验店，吸引一批国际高端知名品牌、原创设计师品牌等在步行街首发全球新品，打造品牌首选地、新品首发地。对本地品牌、原创品牌发展提供必要支持。有条件的街区可鼓励品牌企业开发具有“中国元素”的

定制商品，打造原创品牌集聚地。

（2）特色型步行街。引导街区增加体验型、服务型业态，注重国内外特色品牌、潮流品牌集聚。打造一批特色精品小店，推进“小而活、小而精、小而特”的经营导向，活跃街区商业氛围。

3.培育当地特色品牌和老字号品牌

在步行街适度集聚当地特色品牌和老字号品牌，丰富本地特色品牌商品供给，开展名优产品与品牌推广活动。积极弘扬老字号特色商业文化，鼓励老字号开展跨界合作，研发联名系列、文创系列、伴手礼系列商品。鼓励商业历史建筑有机更新，支持百年老店和传统名店改造升级，推动步行街中的传统店铺向老字号文化展示中心、定制体验中心转型。

专栏 4-4 推动老字号焕发“新活力”

天津金街步行街为街区老字号店铺建立动态管理档案，设立老字号专项资金，重点支持店铺内外整修、非遗技艺传承和数字化经营创新。通过策划制作传承匠心技艺的文创作品、组织品牌文化和特色商品展等方式，推动形成守正不守旧、创新不离宗、老字号融合发展的良好局面。

上海南京路步行街深化老字号“一品一策一方案”，落实“国潮”老字号促消费系列活动，开展新品发布、打折惠民、展演展示等活动。推动老字号与抖音、美团、大众点评等新媒体、新平台合作，优化老字号品牌宣传营销模式，进一步推动泰康、老大同、张小泉、王开摄影和朵云轩等老字号品牌时尚化年轻化改造。

五、文化特色

（一）总体要求

1.坚持保护传承和创新发展相结合。深入挖掘街区历史遗迹和文化资源，注重历史文化保护，不搞大拆大建。推动传统文化与现代商业结合，使现代的商业气息与历史的文化氛围融为一体，使消费者既能体验到现代元素，又能感受到城市的历史底蕴。

2.坚持特色发展与融合统一相结合。梳理街区历史脉络，发掘文化内涵，塑造有历史记忆、民族特色和文化传承的景观或设施，形成统一明确的街区商业、文化和旅游品牌，实现融合创新发展。

3.坚持文化价值和经济价值相结合。发挥老字号、非物质文化遗产在培育本地品牌方面的积极作用，通过举办形式多样的购物消费活动、文艺活动，讲好中国故事，实现文化价值和经济价值融合发展。

（二）文化保护与传承

1.文化挖掘。全面掌握步行街文化元素，明确步行街历史遗存保护范围、文保单位、历史建筑和特色风貌建筑、历史街巷、古树珍贵植物等的数量和位置信息，研究分析其文化内涵、价值和特色，弘扬传统文化精髓。盘点城市范围或

街区尺度内重要的民俗文化活动、传统节庆活动、商业文化资源等，分析总结街区历史文化底蕴和民俗特色。

专栏 5-1 充分挖掘步行街历史文化资源

沈阳中街步行街立足最大程度展现 400 年来的中街盛景，编制中街、通天街等 50 余个设计方案，坚持修旧如旧原则，采取政府统一规划、统一设计，结合建筑老照片，分别研究确定建筑立面提升改造方案的思路，对利民商场等 8 处历史风貌建筑进行修复，对楼体老雕塑、老牌匾等标识进行艺术性加工，通过巧妙的细节设计，充分展现中街历史文化。

2.文化保护。根据街区内文物保护单位、历史文化建筑、老字号原址原貌等情况，制定相应保护措施。以优化改造为主、拆旧新建为辅的“微改造”方式，进行保护修缮。同时避免一味仿古复古。加大街区国家传统工艺振兴项目和各级非物质文化遗产代表性项目保护力度。

3.文化传承。整合街区商业、文化和旅游资源，将步行街商业发展与历史文化传播、旅游购物消费相结合，发展工艺美术、创意空间、休闲旅游、文化传媒等产业形态，丰富消费体验。将科技元素与文化内涵、消费场景相融合，发展地方特色美食、手工艺品、老字号、非物质文化遗产等“直播带货”新消费模式，增加用户黏性，实现线上线下融合发展。

专栏 5-2 新技术新方式推动文化传承

杭州湖滨步行街邀请老字号非遗传承人做客“湖上直播间”等活动，成为老字号品牌、地方戏等文化元素与西湖自然风光、步行街商业氛围有机融合的全新平台。

成都宽窄巷子步行街挖掘一批川菜名师、民间艺人，为其接入抖音、快手、淘宝等线上直播平台，在宣传传统文化的同时，通过网络直播营销，提高企业网络销售和电商运营能力，活化了街区市场氛围。

（三）商旅文融合发展

1.推动历史建筑活化利用。加强文物和历史建筑合理有效的保护，为城市保留重要的历史文化纪念物和历史场所。支持有条件的街区活化利用历史建筑，引入博物馆、展览馆、剧场、新型商业设施并向社会开放，在弘扬传统历史文化的基础上，融入更多现代元素，满足年轻消费人群需求。梳理街巷肌理，在传统历史建筑中加入新景观小品、新节点元素，以现代形态诠释历史文化价值。

专栏 5-3 加强步行街历史建筑活化利用

武汉江汉路步行街大力推进历史建筑保护性开发利用，将省级文保单位江汉路人民银行旧址改为湖北首家金融博物馆，在九通卡广场节点周边建筑引进三联书店华中区首店，在江汉路沿江入口处原湖北盐业公司大楼引进江汉路一号文化中心等新型文创业态，在人民银行旧址附楼引进“一带一路”国家华中地区商品展销中心“江汉路世界馆”，街区历史文化承载能力明显提高。

天津金街步行街加快历史文物活化利用，将历史建筑与现代商业结合，打造星巴克文物级咖啡文化殿堂---星巴克臻选天津恒隆广场旗舰店。旗舰店所在的天津浙江兴业银行大楼，是享誉天津市的文物建筑和代表性城市景观，自1921年建成之初便坐落于天津最繁华的商业区内。星巴克旗舰店面对文物保护与创新改造的两难挑战，投入大量人力物力，完整地保存了百年前历史建筑的风貌，在保护中利用文物建筑，引进旗下高端茶饮品牌茶瓦纳(Teavana)及酒吧体验的 Bar Mixato，将体验创新融入百年文物建筑中，让人们不仅在其中享受美食美味、体验咖啡制作全过程，还能感受天津老工商城市魅力，体会新时代天津发展脉搏。

2. 串联周边文化旅游资源。加强与周边旅游资源、文化场所互动，做好旅游观光线路设计，连点串线、连线成片，打造旅游精品线路、文化体验场景。有条件的街区可开展跨区合作，通过品牌联播、产品互推、景点互展、游客导流等方式，推动文化和旅游资源跨区联动、客流融合共享，打造文化旅游产品集群。

专栏 5-4 打造商旅文精品线路

天津制定《天津市和平区全域旅游发展规划（2018-2025年）》、《金街地区文化和旅游融合发展实施方案（2019-2021年）》，加强金街商旅文融合发展顶层设计和政策保障，推出“购和平-文化旅游促消费十大主题游”精品线路，打造商旅文融合样板街区。

3. 讲好街区文化故事

（1）丰富特色产品和服务。推广地理标志产品、地方特色产品、非物质文化遗产产品，丰富传统技艺、特色服务体验，弘扬民俗文化传统，助力消费者感受地方风情。推动老字号围绕传统文化与地方特色内核，开发符合现代消费需求的产品和服务，推出限量款、高定款的特色文创产品。

（2）拓展各类文化活动。结合历史文化、地域民俗、节假日，举办购物节、展览会等形式多样的营销活动，打造街区文化活动IP。引入创意集市、沉浸式演艺、历史主题展示等形式，为消费者搭建与历史对话的窗口，全方位感受历史文化韵味。有条件的街区可举办线上线下相结合的“文化嘉年华”活动，助力消费者了解更多中华优秀传统文化。

专栏 5-5 打造步行街文化 IP

西安大唐不夜城步行街充分挖掘唐文化内涵，并融入到整体建筑景观打造中，辅以生动的互动体验，形成自己独树一帜的文化IP，达到“引流”效果。其中，《再回大雁塔》《再回长安》两大常态驻场实景演出，步行街上分布的《大雁塔水舞光影秀》《彩车巡游》等，以及每隔几十米不同形式的街头艺术、行为艺术、民谣演出、敲击乐演出、西洋乐器等互动性、趣味性和体验性表演形式，形成了大唐不夜城标志性打卡点，助力消费者触摸大唐文化内涵，感受时尚脉搏。

杭州湖滨步行街将西湖文化、南宋文化等元素渗透融入城市家具、装置艺术、公共文化平台中，与杭州文化相关的《白蛇》在东坡剧院亮相。新建成的杭州书房、“九里七星”之“追雪者”、“时间”等10余个街景文化小品也不定期举办展演。同时，湖滨步行街还举办音乐、街舞、行为艺术、歌舞快闪等各类活动，吸引众多市民和游客驻足欣赏，形成了“湖上市集”“睡前练会琴”等湖滨特色IP。

六、智慧街区

（一）总体要求

1.以人为本，需求导向。把服务政府、街区运营管理主体、商户和消费者需求，作为出发点和落脚点，综合运用大数据、移动互联网、物联网、人工智能等信息技术，对街区进行数字赋能，全面提升街区经营、管理和服务水平。

2.市场主导，多方参与。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，突出企业主体地位。更好发挥政府作用，鼓励和支持商业企业、科技企业、社会组织共同参与，探索建立多方共赢的市场化运作机制，凝聚街区智慧化发展合力。

3.因地制宜，有序推进。遵循街区发展规律和实际，结合城市发展现状与趋势，在把握智慧街区建设基本要求的前提下，统筹规划，突出重点，分步实施，注重实效，避免盲目建设、脱离实际。

4.统筹协同，开放共享。以建立街区智慧综合管理平台为依托，强化街区相关主体信息资源有效整合，实现与商业企业、消费终端、城市管理、公共便民服务等信息系统对接，促进数据资源规范采集、开放共享、高效治理。依法依规做好数据收集使用管理，切实保护消费者权益。

（二）信息设施

1.宽带基础设施。街区应具备完善的网络通信基础设施，鼓励率先建设和应用 5G 基础设施，布局有线网络和无线网络。在步行街核心公共区域、主要商店、场馆铺设无线访问接入点设备，实现无线宽带（WiFi）全覆盖，为商户和消费者提供免费 WiFi 接入服务。

2.智能感知设施。协同主要商户，在步行街主要出入口、停车场、主要商铺、大型商业综合体、大型文娱场馆、核心公共区域等铺设智能传感器、高清摄像头等智能感知设施，感知设备应具有网络接入功能，能自动感知、识别和采集街区不同来源的数据。

3.智慧管理平台。建设街区智慧综合管理平台，平台应与主要商户和消费终端对接，与城市管理、市场监管、消防、公安等相关部门对接，与街区智能灯杆、智能导示牌、广告牌系统、无障碍地图等智慧终端和服务系统对接，实现街区数字治理、商业智能分析等综合功能。

4.智能运维设施。在街区核心公共区域铺设能耗管理、空气检测、电气设备运行管理、火警检测预警等智能运维设备，打造安全、高效、便捷、节能、环保、舒适的智能空间。

专栏 6-1 打造街区智慧大脑

杭州湖滨步行街以 1 个智慧街区综合管理平台为核心，通过接入数字城管、市场监管、智慧消防、公安等 4 个部门的业务平台，设置智慧灯杆、智能导示牌、广告牌系统及无障碍地图等 4 种智慧终端设施，构建了涵盖街区数字

治理、智能出行、智慧商业、城市大脑四大业务功能板块的街区智慧大脑。

街区治理板块，包含人流管理、地域管理、事件管理三大模块。其中人流管理模块通过对步行街历史人流数据、节假日人流数据、天气等因素综合分析，智能预测人流峰值，提前作出安全部署；地域管理模块可实现消费者客源地分析、街区周边酒店资源客房入住情况实时查看等功能；事件管理模块与公安数据对接，可及时了解街区各类警情数量、占比，提高街区安全管理优化的针对性。

智能出行板块，接入地铁数据，实时监测步行街地铁站进出站人流数量；与西湖风景区合作，动态监测西湖水上码头人流数据，实现人流高峰预警功能。

智慧商业板块，每月汇总街区零售总额，首店、品牌店、历史文化店和新零售店数量、营业额等数据，与街区业态结构信息对碰；同时整合美团新零售店铺评价热度 top10、线上消费者画像等数据，实现街区商业资源的监测统计。

城市大脑板块，集成街区治理数据，并与基于“城市大脑”开发的泊车系统对接，实时掌握步行街周围的停车场空余泊位数量、泊位历史使用数据等，提升街区周边交通管理水平。此外，接入数字驾驶舱，获取步行街经济发展状况、垃圾分类情况等数据。

（三）智慧场景

1.智能导游导购。运用小程序、APP、公众号、服务号、直播平台、多媒体互动屏等平台，围绕消费者“吃住行游购娱”，提供导航导览、游玩攻略、一码通行、热点推荐、服务评价等智能导游导购服务，提高消费者驻留率和消费水平。

2.智能支付。街区商户应积极提供移动支付服务，并充分考虑老年人特点，保留现金和银行卡支付，便利老年人消费。有条件的商户可发展刷脸支付等智能支付服务，实现快速便捷结账。

3.智能设施

（1）智能终端设施。根据街区发展需要，配置智能灯杆、多功能智能杆、智能导示牌、广告牌系统、无障碍地图、智能垃圾桶等智慧终端，推进街区设施智能化升级。

（2）智能自助设施。联动街区商户，设置自助手机充电设备、轮椅或婴儿车等自助租赁设备，以及智能售卖机器人、智能书吧等自助体验设施，便利消费者购物体验。

（3）互动体验设施。增加智能化互动体验设施，通过虚拟成像、互动投影、特色景观照明等为消费者提供沉浸式的交互体验。结合街区文化内核打造特色消费娱乐活动，创新数字消费场景，增强智能消费体验。

4.智慧门店。鼓励街区主要商户建设智慧商店，丰富智慧消费场景。结合实际探索发展无人超市、无人商店、无人餐厅等业态，打造无人技术应用场景，实现 24 小时自助无接触式便利化购物体验。

（四）智能服务

1.数字营销服务。协同街区主要商户，与各类电商平台对接，运用 APP、公众号、直播平台、多媒体互动屏等营销平台，为消费者提供促销活动、卡券线上发放和线下核销推广、信息发布、信息推送等精准营销服务。

2.智能停车服务。建设智能化停车设施，支持发展电子收费和先离场后付费无感停车，提供智能化车位管理、泊车位实时查询及路线导引、反向寻车等服务。整合街区周边停车资源，引导车辆有序分流，便捷消费者抵离。

3.信用信息服务。在依法合规前提下，探索建立基于大数据的商家征信体系，通过共享信用，提供中小商家征信服

务。在街区主要商铺设置信用二维码，消费者可通过二维码查询商户信用信息或投诉维权。

4.大数据应用服务。联动街区主要商户，在依法合规前提下，利用采集的客流和消费数据，结合人工智能算法及大数据分析模型，实施对街区消费特点和结构进行整体分析，预测消费和客流变化趋势，为街区经营管理，以及商户数据交互、商品营销、活动策划等提供支持。

专栏 6-2 构建数字孪生街区

武汉江汉路步行街利用 3D、VR 等技术，采用实景三维建模，对建筑、商铺、设备设施、标识标牌、地下管网等不同的图层进行标识和管理，形成直观可视化效果，将现实世界的街区实景、商品、服务、活动、支付等全方位线上呈现，增加虚拟消费场景，丰富消费体验。

在实体街区方面，设置 5G 无人售货车、洗地车、扫地车、智慧灯杆、智能眼控广告机等设施，应用手脉识别支付等技术，打造线下智慧场景。

对线上线下街区运用实景三维影像、AI 智能视频分析、5G 智能设备应用、VR 全景在线漫游、生物识别等技术，实时获取客流、商业、物联网数据，运用大数据分析，实现街区智能化管理。

（五）智慧管理

1.智能监测统计。建立商业信息平台（数据库），与街区经营主体对接，在保障消费者信息安全与商户商业秘密的前提下，对步行街客源、品牌、业态、商家经营数据进行动态统计，及时、准确把握街区商业存量、经营效益等情况，为商户和街区优化经营管理提供支撑。

2.智能分析管理。运用大数据分析和人工智能技术，整合多方数据源，对商圈人流动态、商家经营情况、业态景气程度、商业热区等开展智能化分析；对重要节庆日、重点活

动，开展专项分析，为商圈、商场、商户的运营决策以及街区管理提供信息服务。

3.综合集成管理。依托街区智慧综合管理平台，通过整合统一门户、统一接口和统一认证等方式，集成客流分析、商户管理、安全和应急管理系统等智慧化应用，实现数据共享、功能协同和有效集成，提升街区管理智能化水平。

专栏 6-3 强化智慧管理数据支撑

上海南京路步行街与相关技术公司合作，开发商业信息数据库软件，通过主力商户填报数据库客户端的方式，对步行街品牌数量、属性、业态分布等进行汇总统计，及时把握动态，为街区招商引资、业态调整以及日常运营管理提供数据支持。同时，搭建智慧商圈大数据分析平台，运用商业智能大数据分析、数据可视化等技术，对步行街客流情况进行实时监测、动态分析等，每月发布消费分析报告，对春节、五一、国庆等重要节假日以及购物节、旅游节等重点活动开展专项分析，强化商户运营决策、政府管理的数据支撑。

（六）智能安保

1.智能安防。在街区出入口、关键点位、大型综合体内铺设具有智能感知功能的超高清摄像机，建立包含实时监测、异常预警、防盗报警、智能分析等功能的智能安防系统，与公安部门对接，实现快速联动，提升街区智能安防水平。

2.智能消防。对街区消防设施、车道等进行智能监测，及时发现、预报火情并与消防系统快速关联。

3.智能巡更巡检。配置智能化巡检系统，具备通过视频巡更代替或补充人工巡更的功能，能够通过巡检机器人（AI安防机器人）、监控视频等实现智能化巡检。

专栏 6-4 线上线下联动实现街区智能安防

南京夫子庙步行街建立智能安防监测系统，通过线上采集监控，线下处置联动，对街区各个区域的应急情况进行监测，实现游客承载力预警、交通疏导预警、消防设施告警、应急事态处置、公厕管理预警、重点监控区域实时查看和投诉实时处置等方面的管理。

七、运营管理

（一）总体要求

1.因地制宜，积极探索。各地根据行政资源、市场培育情况，探索适宜街区实际的运营管理机构以及工作推进机制，推动政府、市场、社会各司其职、人尽其事、物尽其用，协同高效推动街区运营管理。

2.放管结合，提升效能。坚持市场导向，充分调动社会组织、国有资产管理公司等参与街区治理积极性，激活市场活力，加强事中事后监管，注重诚信体系建设，提高街区运营管理效能。

3.完善制度，规范管理。加强市场秩序、公共卫生、消费者权益保护、安全防护、应急管理 etc 制度建设，形成涵盖运营管理全流程的制度体系，不断提升运营管理水平，形成街区规范运行的制度保障。

（二）主要模式

目前步行街运营管理主要有以下几种发展模式，各地可结合实际情况具体实施：

1.通过政府统筹管理实现有效运行

（1）抽调制管委会。从市场监管、商务、综合执法等部门抽调人员合署办公，组成管委会或管理办公室，进行综

合管理。

(2) 专门性管委会。由属地政府设立步行街管委会或管理办公室，相关部门负责协调服务，通过联席会议等实现对街区的运营管理。

(3) 属地制管理。受上级政府部门委托，由属地街道或相关部门实施具体管理。管理内容包括基础设施、物业维护、整体宣传、品牌建设等。

2.通过组建平台企业实现市场化运行。整合街区国有资产组建国资平台，或成立产业基金整合分散物业，重点履行资产保值增值、为街区建设发展筹措资金等职能，提高对街区商业资源、地块开发等运营管理水平。

3.通过服务外包的形式实现市场化运作。成立或引入专门商业管理或物业公司，对步行街区的具体事务进行协调和日常管理。管理内容包括市容环境、公共设施、治安、交通秩序、公共物业等方面。

专栏 7-1 建立五级联动的运营管理机制

宁波老外滩步行街建立“市、区、街道、中心、公司”五级联动的工作机制。市级层面，建立以市长为组长的领导小组，并向全市发布《推进老外滩国家级步行街改造提升三年行动计划（2020-2022年）》；区级层面，建立老外滩开发建设指挥部，由常务副区长担任指挥长，建立街道、区商务局、区政府办等职能部门共同参与的联席会议；街道层面，统筹协调街道人力物力资源，以“交叉任职”的方式支持创建工作；具体运营管理层面，主要通过“政府+公司”的模式，由区老外滩管理服务中心、外滩公司负责日常运营管理和改造提升等工作，并引进专业的第三方招商运营公司进行招商和专业化、精细化管理，围绕老外滩招商、店铺、公共物业等项目内容，制定装修手册、活动开展、招商流程等规范要求。

（三）营销推广

以扩大客流量、知名度、影响力为目的，以促进商旅文融合发展为导向，以服务企业、商户、消费者为宗旨，塑造街区鲜明的品牌形象。

1.提升街区品牌形象。突出市场差异性、文化独特性、历史渊源性，打造生动亲和的街区形象。通过参与街区交流、举办节庆活动，持续扩大街区知名度、美誉度和影响力。

2.强化危机公关处理能力。建立舆情应对常态化工作机制，形成科学合理的危机公关处置流程，及时消除负面影响，维护街区形象。

3.注重步行街社会责任。与政府有关部门以及社会各界建立紧密融洽关系，通过参与社会公益与行业交流等，树立良好街区形象。

4.建立街区品牌识别系统。建立街区品牌识别系统，提炼广告宣传语，在主出入口、核心空间、关键节点等醒目位置突出街区视觉标识，提高品牌影响力。

（四）街区管理

在国家法律框架下，相关部门各负其责，建立健全市场秩序、消费者权益保护、公共卫生、安全防护以及突发应急事件处置等管理制度体系，提高步行街规范管理水平。

1.市场秩序

（1）加强街区诚信经营管理。完善街区诚信经营管理

制度，推动街区商户认真履行公平交易、明码标价、禁售假冒伪劣伪劣以及“三无”商品等责任义务，打造无假货步行街。

（2）加强知识产权保护。积极开展知识产权保护相关法律法规宣传，在醒目位置搭建大型宣传牌，提高街区商户自律意识。畅通知识产权投诉渠道，在醒目位置张贴投诉电话，及时处置知识产权投诉。

2.消费者权益保护

完善消费者权益保障体系，强化市场监管效能，深入推进 12315 体系建设，高效便捷提供消费维权服务。积极落实消费环节经营者首问责任和赔偿先付制度，建立消费维权快速响应机制，及时受理和依法处理消费者诉求。

3.公共卫生

（1）基本要求。遵守有关法律法规、部门规章、卫生标准和从业规范等，在醒目位置悬挂有效《食品经营许可证》原件，实施亮证经营，张贴明显的禁烟标识和举报电话。

（2）日常管理。指导商户开展公共卫生岗位培训，加强公共卫生管理，营造舒适就餐环境，杜绝非法购买、烹饪、食用野生动物行为，做到文明用餐，杜绝浪费。

（3）资格资质。室内公共场所空气质量符合国家卫生标准和要求，中央空调的通风系统符合有关卫生标准。餐饮、食品加工产生的排污排烟符合国家环保要求，取得相应的资质。

（4）动态监管。鼓励运用大数据、5G、人工智能等新

型信息技术，建立健全公共卫生监测体系。

4.安全防护

(1) 消防安全。遵守室内外有关防火安全规范，落实消防安全责任制，明确消防安全责任人，设立必备的消防通道、紧急疏散通道、安全出口并有明显规范的标志，配备必要的消防设施和器材，严禁易燃、易爆等危险品进入、展示和存放。加大消防安全宣传，提升公众消防安全意识。

(2) 治安安全。完善治安管理制度，建立应对突发事件、治安防范、反恐维稳、日常保安工作体系，有效预防偷盗抢砸、寻衅滋事、强买强卖等治安、刑事案件发生。

(3) 食品安全。遵守有关食品安全的法律法规，定期开展食品安全整治、宣传、警示、教育活动，鼓励开展可追溯体系建设，实现对食品供货商、产地等的有效溯源。

5.应急管理

(1) 规范突发事件应急预案管理。在重要节假日、大型活动举办期间，制定相应的安保方案和应急预案。

(2) 加强拥挤踩踏事件安全防护。在主要路口、影剧院、复杂地形地段、易拥堵区域设立醒目标志，设置治安亭、报警点、防爆设施和应急避难场所。鼓励通过信息指示牌、广播等，及时准确发布人群密度警示信息。

(3) 加强疫情防控。贯彻预防为主的卫生与健康工作方针，坚持常备不懈，将预防关口前移，避免小病酿成大疫。完善重大疫情防控体制机制，健全公共卫生应急管理体系。

八、引领带动

（一）总体要求

1.消费引领，互促共荣。发挥步行街促进消费的平台载体作用，结合传统消费旺季和重点节假日，组织各类街区、商圈和商户科学有序开展促消费活动，形成街区与商圈联动发展、线上线下共同发力的促消费机制，激活街区人气商气，充分释放消费潜力。

2.以街带区，联动发展。发挥好步行街对城市更新改造的带动作用，立足主街、拓展辅街，把周边的商业资源统筹起来，把街做“宽”做“厚”，推动步行街从带状向网状、从平面化向立体化转变，实现“以街带区”“以街兴市”，促进城市高质量发展。

3.创新体制，开放引领。发挥步行街在商业领域改革先行先试作用，简化审批程序、下放审批权限，放宽营销活动和商业外摆限制，充分释放街区活力。发挥好步行街开放窗口的作用，积极引进国内外特色品牌，吸引各类资本投资，为国内外商业企业营造良好的环境。

4.示范引领，以点带面。充分发挥典型步行街的示范带动作用，及时总结步行街发展的好经验、好做法，建立街区交流平台和学习机制，推动各街区互相借鉴、互相启发，形

成以点带面、全面提升步行街高质量发展水平的格局。

（二）消费促进

1.消费活动。发挥消费活动的聚客作用，举办系列具有较强影响力的主题促销活动、美食节、老字号嘉年华、文化创意展示展销等消费活动和文艺活动。鼓励有条件的街区联合开展消费促进活动，充分释放消费潜力。

2.消费场景。结合街区发展实际，积极发展夜间消费、云端消费、后街消费、创意消费，激发街区发展活力，打造新业态、新消费集聚的消费场景。

3.消费服务。鼓励街区管理主体、经营主体协同共建，持续提升商业、文化、公共服务等设施服务水平；引入国际服务标准，提升服务品质；建立定期评估和动态更新机制，适时升级、更新服务设施，全面、持续提升街区消费服务水平，不断优化消费体验，推动消费扩容提质。

专栏 8-1 系列消费促进活动释放需求潜力

广东以 21 个地市步行街为载体，推出专题促销、夜间消费、美食嘉年华、出口转内销、老字号国潮等形式多样的消费促进活动，积极开展消费促进月活动，实现多条步行街、数百个商圈共同响应，千家商城联动、万家企业参与，全面释放消费潜力。

激发夜间消费活力。鼓励步行街适当延长营业时间，丰富夜间消费场景，增设 24 小时便利店等夜间消费场所，打造夜间消费集聚区；鼓励汽车企业延长夜间营业时间，举办夜市购车会、尾箱市集等主题活动；举办灯光节、音乐节、啤酒节、露营节、沙滩文化节、露天夜市、夜间演出等文化创意活动，聚集人气，带动消费。

举办出口产品转内销系列活动。组织外贸企业集体展销,依托步行街、重点商圈等载体拓宽适销对路出口产品内销渠道，推出科技创新和时尚潮流的升级类消费品，增强互动性和体验性，通过“线下展示+零售”“线上批发+采购”模式，引人气聚商气。

积极推动老字号发展。挖掘老字号文化内涵、现代元素，开展老字号系列

主题促销活动，通过非遗市集、文创产品等，讲好老字号故事，提升老字号品牌影响力。

打造地方特色美食名片。组织步行街头部餐饮企业、连锁餐饮企业，培育打造美食街、美食广场等餐饮集聚区；结合广府菜、潮汕菜、客家菜三大菜系特点，通过达人探店、名厨直播、名菜打榜等方式，举办系列餐饮消费促进活动，挖掘餐饮消费潜能，擦亮“食在广东”名片。

积极推动跨界融合。整合各地市资源，共同开展商旅文体娱跨界融合促消费活动，增加商圈消费体验性、娱乐性和趣味性，进一步释放消费潜力。各地市依托本地商业步行街、传统历史文化街区、文化创意产业园区，举办各类夜间时尚演出秀、文化创意设计成果展、潮流服装秀等时尚类消费活动，激发时尚消费需求，引领消费潮流。

（三）区域联动

1.推动周边区域同步改造。与周边区域联动，同步开展改造提升工作，优化基础设施建设水平，完善功能配套，美化环境，打造舒适、美观、便利的城市空间。

2.协同带动商圈提质升级。与周边商圈联动，通过统筹规划、组团式招商、商业资源共享、信息数据互通等方式，带动周边商圈优化升级，提升商圈服务水平和辐射能力，推动周边区域消费提质扩容，打造消费集聚区。

专栏8-2 以步行街为突破口，带动周边区域提质扩容

重庆以解放碑步行街为核心，推动区域联动发展，打造3.2公里城市级休闲景观大道，连接朝天门、解放碑、十八梯三大城市节点和两岸滨江带，串联47个历史文化景点，推动文商旅融合发展，打造代表重庆母城特色的“半岛文旅通廊”。重点对步行大道沿线的27处关键节点进行优化，提升沿街建筑立面形象，增设旅游服务网点，改善沿街绿化景观，美化街道家具，建立统一的城市空间标识系统。带动周边3.5平方公里的两江四岸核心区全面提升，着力彰显“山城”“江城”的独特魅力。

专栏 8-3 文化和旅游资源联动，深化成渝合作

成都宽窄巷子步行街与重庆洪崖洞签订战略合作协议，两大城市地标级商业街围绕“共享新机会·共拓新消费”主题，在品牌联播、市场营销、产品互推和游客导流等领域开展深度合作，进一步推动更多城市资源联动，共建互为客

源地和目的地的营销矩阵。两地以“隔空对话”方式，在街区内打造展示对方景点形象、城市文化、消费旅游活动等主题场景，共同举办“成渝来打卡”活动。同时，还共同推出“成都好耍·重庆好玩”三日网红之旅等丰富多彩的创意活动，在促进两地资源与客流融合共享的同时，让游客能对两地的人文风情进行全方位体验。

（四）开放引领

1.打造国际消费场景。依托中国传统文化、街区历史记忆、城市文化脉络、地方民俗特色，挖掘街区文化内核，塑造文化商业 IP，打造弘扬中华文化和地方特色的国际消费场景；推动美术馆、博物馆、展览馆等文化设施与国际接轨，引入国际展览，举办特色国际文化交流活动，提升步行街对国际消费群体的吸引力。

2.促进国际资源集聚。有条件的街区应积极引入国际高端、知名品牌，推动国际商业运营商、国际品牌贸易商、国际知名设计师、国际专业服务机构等资源集聚。

3.培育国际化新业态。结合街区实际，积极发展离境退税商店，有序发展市内免税店、跨境电子商务展示店，引进国际潮牌买手店、海外品牌私人定制店等新业态，为街区提升国际化商业氛围。

4.加强国际化运营管理。有条件的街区应积极探索贸易便利化、投资便利化等政策应用空间，对标国际先进水平，着力构建更加开放的营商环境，做好步行街招商引资，提升街区国际化管理水平。跟踪商业领域新产业、新业态、新模式

式，建立国际知名商业街和品牌交流合作机制，持续推动步行街国际化商业资源动态更新。

专栏 8-4 离境退税政策持续创新

2019年2月，离境退税“即买即退”服务在上海率先试点落地，位于南京路步行街的新世界大丸百货成为首批三家试点商店之一，符合条件的境外旅客在试点退税商店购物，获取《离境退税申请单》后，可在试点商店领取现金退税款。享受“即买即退”服务的旅客离境时，需先向海关办理退税物品验核，再到离境口岸办理相关确认离境手续，整个流程简明便捷。

2020年5月1日，上海首个离境退税“即买即退”集中退付点在南京路恒隆广场启动，不同于早期在试点商店办理退税业务，集中办理模式下的“即买即退”业务可在商场内的集中退付点办理。

上海离境退税“即买即退”服务增强了南京路、上海市国际消费吸引力，促进中国特色的商品和老字号“卖出去”。

九、长效机制

（一）总体要求

1.以商户自治自律为重点。加强商户自律组织建设，完善组织功能，优化决策机制，倡导商户自治，强化沟通协调，提高公共服务供给能力，推动形成多方参与、众治共管的街区运行机制。

2.以多方投入为基本保障。探索组建市场化的街区资产管理机构，推动建立街区发展基金，充分调动金融机构、社会资本参与街区建设与运营的积极性，减轻财政负担，形成“造血”长效机制。

3.以合作共享为根本要求。加强街区资源统筹配置，推动招商资源共享、市场资源共享、促销资源共享，形成“以大带小、以强扶弱、优势互补”的街区发展格局，推动步行街高质量发展。

（二）建设商户自律组织

建立健全联盟、商会、协会等自律自治组织，维护各方合法权益，搭建政府与市场、社会沟通的桥梁纽带，及时向有关部门反映意见和诉求，增进街区各利益群体之间的联系、了解与合作，促进形成“商户发起、集体决策、分别投入、共同获益”的长效机制。

1.发起主体。由步行街沿街主要商户、产权所有者、物业、沿街住户等街区利益相关方组成。

2.主要职能。加强沟通合作，搭建招商引资、品牌引进、连锁经营、跨界融合、创新转型等交流合作平台，创建互利共赢的合作机制。加强自律制度建设，建立规范有序的竞争机制，维护各方合法权益。定期开展街区商户、消费者调查、商户培训等，持续提升街区管理和发展水平。

3.运行机制。建立日常联络工作机制，定期组织内部全员大会，对街区运营和发展相关事项进行协商，促进街区更好地发展。

专栏 9-1 充分发挥行业组织在街区可持续发展中的重要作用

英国伦敦牛津步行街成立“牛津街商会”，负责对整个街区进行协调服务。牛津街商会参考现代公司的治理模式实行董事会制，首先由街区内各成员选举出董事会，再从董事会中推举出执行主席，每五年换届一次。牛津街的行业规范、商业标准等规章制度以及整体营销与品牌宣传均由商会负责制定，外来品牌进驻步行街需要商会的批准许可。同时，商会密切配合伦敦政府的工作，不仅对街区的改造与建设提供大量的实质性可行建议，而且每年在牛津街规划建设和提升改造时还会提供资金支持。

（三）建立众治共管机制

1.促进行业自律。广泛发动商户参与街区自治，自觉维护市场秩序，签订《自律公约》，从准入条件、经营规则和管理奖惩等方面推动商户进行自我约束，引导街区商户由“被动管理”向“自我管理”转变。

2.强化自我管理。调动街区商户自觉维护街容街貌的积极性，完善街区日常管理志愿者队伍，全面推进网格化管理，

明确划分责任田，建立长效街区巡视与处置机制，完善市容秩序通报制度，探索形成持续改善的内生动力。

3.加强沟通交流。搭建政企沟通桥梁纽带，及时宣传政策、普及政策，及时反映街区商户、居民核心诉求，协调解决各个利益群体间的突出问题。与国内外知名步行街建立常态化交流机制，促进街区间跨街互动、协调发展。

4.推进规范服务。在商业流程、服务流程等方面广泛应用国际标准、国家标准、行业标准，参与制定团体标准，加快形成统一的街区管理和服务规范体系，全方位提高街区服务水平。

（四）完善共建共享机制

1.强化对街区自我调节的指导。完善街区品牌和业态的引导与管控机制，牵头编制沿街商铺业态导则，明确商户入驻事前广泛征求意见要求，建立定期评价、有进有退的考核管理机制。提高街区统计分析能力，从街区运营管理情况、业态、坪效、经济效益等方面，定期发布监测数据分析报告，为街区运营决策提供有益参考。及时发布预警，指导商户调整经营策略、业态品牌结构，助力街区形成自我完善的调节机制，为步行街自我调节提供有力支撑。

2.提高要素资源集聚供给能力

（1）完善市场投资建设机制。发起成立街区发展基金，吸引街区商户、金融机构、社会资本等广泛参与，引入专业

团队，按照市场化方式，用于街区环境设施以及重点商旅文项目的债权、股权投资，建立市场化运作的多元投建机制。

（2）深化“银社”合作。与金融机构深度开展合作，根据商户信用状况，为企业提供个性化的金融解决方案，支持小而美、小而优的特色店铺发展。

（3）加强人才要素供给力度。协助引进商业运营、管理、营销和设计规划等领域专业人才，建立常态化培训机制，加强对街区运营管理团队的日常培训，持续提升街区经营分析及实操水平。

3.提高商业资源导入能力。牵头搭建统一的招商服务平台，形成整体招商服务格局，拓宽品牌招商渠道，注重项目优化布局，提升街区的整体品牌效应。招商平台具备三大主要功能，分别是：充分发挥品牌与商户的桥梁纽带作用，积极对接品牌资源；联合相关部门和第三方机构，为商圈入驻品牌商户提供包括证照办理、装修报批、消防咨询、活动申请等配套服务；与专业招商机构紧密合作，为品牌公司落户提供工商注册、办公选址、政策申请等相关落地服务。

4.推动商业资源共享。引导街区商户在联动促销等方面资源共享，开展联合促销、联名打卡、联网直播，形成合力，错位互补。结合重要节庆和促消费活动，强化有特色、有亮点的街区营销活动和主题活动，营造街区整体商业氛围，实现步行街持续繁荣发展。