

本期专报：刘小涛书记、王颺秘书长

领军参阅 专报

第3期（总第85期）

2024年2月6日

苏州太湖书院 苏州太湖智库主办

市管重点新型智库

深圳全面规划商业发展 全球商超巨头接连布局

商业的繁荣程度，一定意义上反映了这个城市的发展活力和潜力。近年来在国际环境发生深刻变化的大背景下，商业发展成为促进经济稳定增长的一个重要抓手，深圳作为一座现代化的工业城市，其大手笔发展商业的做法，为我们提供了一种借鉴。苏州改革开放前，长期作为一种“消费城市”而存在，“小苏州”“上海后花园”是对传统意义上苏州的形象描述。改革开放 40

多年来，苏州外向型经济快速崛起，“工业大市”举世闻名，然而，商业发展似乎仍然处于“小打小闹”的境地，这是值得我们深思的。

一、深圳大手笔规划商业发展

去年底，深圳出台《深圳市商业网点规划(2023-2035)》，全面推进商业发展，全市将构建“四级多元”商业规划体系，形成“世界级—全国级—区域级—社区级”四级商业消费空间结构，在商圈现状及潜在辐射能级、体量规模、空间布局的基础上，统筹不同层级商圈和社区商业网点的空间布局，优化业态内容、打造方向，在全市整体构建“5+7+42+N”的商圈体系，满足不同维度消费者多层次消费需求。

本次规划期限为2023-2035年，近期末至2030年，远期末至2050年；规划范围为深圳市域范围（深汕特别合作区），规划区域面积约1997.47（468.30）平方公里。

建设5个世界级地标商圈，其中含括2个近期重点建设型世界级商圈（罗湖核心商圈、后海-深圳湾商圈）、3个中长期潜力培育型世界级商圈（福田中心商圈、空港会展商圈、前海·宝中商圈）。世界级地标商圈，商业体量规模一般超过100万平方米。以面向全球、辐射全国、引领大湾区为目标，服务全球超广域性和全国广域性消费人群。汇聚全球型、门户型、高端型商品、服务、品牌商家等，提供高端购物、金融商务、旅游文化、休闲娱乐等多元功能。依托内地、服务香港、面向世界，着力打造国内

外顶级消费资源汇聚、时尚潮流消费引领、标志性城市景观集合的世界顶级商圈。

建设 7 个国家级引领商圈，其中近期重点建设 3 个，包括蛇口海上世界商圈、龙华超级商圈、龙岗大运商圈；中长期潜力培育 4 个，分别是车公庙-下沙商圈、沙头角深港融合商圈、西丽高铁枢纽商圈和大鹏环龙岐湾。国家级引领商圈商业体量规模一般在 50-100 万平方米之间。主要面向大湾区及全国消费人群，匹配增强畅通国内大循环，打造国际国内旅游消费目的地的发展目标，承载涵盖购物餐饮、商务休闲、文化体验等的高能级、高品质、综合型消费功能，同时结合消费升级，嫁接时尚、创意资源，发展跨界型、体验型商业业态，打造高端品牌集聚、都市风范突出、商业功能与多种城市功能有机融合、具有亚洲影响力的消费体验地标。

建设 42 个区域级活力商圈，区域级活力商圈商业体量规模一般在 10-50 万平方米。基于深圳条带状城市形态，以面向本区域，服务大湾区为导向，深度融合区域文体、景观、产业等在地特色，商业消费功能凸显多元化、特色化。依托城际轨道等枢纽站点，支持商业功能跨市融合，形成综合购物、餐饮、文化、休闲、娱乐等各类业态齐全、功能复合的活力商圈。聚焦粤港澳大湾区一体化发展，建成体现深圳凝聚力、特色消费活力的区域商业中心。

建设 N 个社区级便民网点，社区级便民网点以满足社区居民商业消费需求为导向，在 15 分钟步行范围内配置兼具日常生活基

本消费和品质消费等多种业态，突出“便民、利民、惠民”的社区商业特点。同时支持商业功能与丰富的生活场景融合发展，形成新型体验与消费升级，建立消费者与商业场所的情感连接，激发消费活力，塑造宜居生活。社区级便民网点分为 15 分钟步行可达和 5-10 分钟步行可达。

二、全球商超巨头加速布局深圳

全球仓储超市巨头接连布局深圳，去年深圳新引进首店、旗舰店、新概念店超千家，消费活力持续释放拉动经济发展，全年社会消费品零售总额有望破万亿。刚刚开业的开市客深圳店，是其华南首家旗舰店、全国第 6 家店，购物面积达 1.5 万平方米。开业当天，热门商品销售火热。去年 6 月，这样的“盛景”也曾 在山姆会员店深圳前海店开业时出现，山姆前海店建筑总面积达到 6.2 万平方米，相当于 8 个足球场大。开市客最大的优势在于全球采购，结合量贩式包装与合理的价格，为会员提供极具性价比的产品。每一家开市客门店从装修布局到体验几乎都是一致的，无论在全球任何一家开市客门店，会员都能置身于原汁原味的美式仓储卖场。

全球超市巨头在深圳开店，仓储会员超市巨头接连在深圳开新店，看中的是城市经济实力和居民消费活力，瞄准的也不仅仅是深圳市场。粤港澳大湾区是中国开放程度最高、经济活力最强的地区之一。深圳作为粤港澳大湾区核心引擎城市之一，也是全国公认的经济中心城市，拥有巨大的经济潜能和深厚文化底蕴。

作为改革开放的先行者，深圳开放包容的市场环境，能够持续给开市客带来更为强劲的消费需求。

三、深圳有望跻身“消费万亿俱乐部”

近年来，深圳加快建设具有全球重要影响力的消费中心，去年，深圳出台了一系列促消费的政策，举办了“2023深圳购物季”系列活动，布局规划建设一批世界级商圈，新引进首店、旗舰店、新概念店超千家，消费活力和热度持续提升。即将站上“消费万亿俱乐部”的新台阶，深圳拿出务实举措和实际行动，进一步激发释放消费活力，让消费成为推动高质量发展、创造高品质生活的不竭动力。

2022年，深圳全市地区生产总值3.24万亿元，社会消费品零售总额9708亿元。2023年深圳社会消费品零售总额破万亿。更值得一提的是，深圳升级类商品消费保持较快增长，是仓储会员超市争夺的目标市场。

强大的消费力和高品质特色商圈“串珠成链”，为品牌首店提供了庞大的客户基础和市场空间，吸引的也绝不仅仅是全球仓储会员超市。

近年来，深圳购物中心呈现爆发式增长。深圳市商务局透露，深圳5万平方米以上的购物中心超过100个，年营收超30亿元的购物中心达8个。

深圳当前正在加快建设更具全球影响力的经济中心城市和现代化国际大都市，这就需要吸引更多国际知名消费品牌入驻，充

分利用国内国际两个市场、两种资源，激发有潜能的消费，培育壮大新型消费，充分发挥消费拉动经济增长的基础性作用。抓住国际知名品牌开新店的契机，深圳还将不断优化消费环境，提升商场设施、交通出行、物流供应等配套服务，服务好本地居民和外地游客，抓好市内消费和市外境外国外消费，推动线下消费和线上消费协同发展，让深圳更好逛、更好买、更好玩，给消费者留下美好的印象。

责任编辑：郭书颖 联系电话：18610038942 65519639（传真）

地址：苏州市吴中区胥口镇灵山路 609 号

共印：30 份