

大同市古城商业发展规划

大同市商务局

中商商业发展规划院

目录

第一章 总则.....	1
一、规划目的	1
二、规划依据	1
三、规划范围	2
四、规划期限	2
第二章 古城概况与商业发展评价	2
一、古城概况	2
二、古城商业发展现状	4
三、古城商业发展存在问题	16
四、古城消费客群分析	18
第三章 上位规划要求与案例借鉴	25
一、上位规划要求	25
二、案例借鉴	31
第四章 古城商业发展定位与目标	38
一、发展定位	38
二、规划原则	38
三、指导思想	39
四、发展目标	40
第五章 发展重点	41
一、保护为先，加强古城商业规模及业态发展控制	41
二、优化布局，构建“十字串联、点线结合”的古城商业发展格局	43

三、	文化传承，打造主题鲜明、底蕴深厚的特色商业体系	44
四、	品质提升，增强古城商业综合服务能力	48
五、	以人为本，推动宜居古城建设	50
六、	创新推动，发展新型商业业态和经营模式	54
七、	多方协同，打造富有活力的古城夜经济	55
八、	技术引领，构建智慧古城商圈	56
第六章	重点项目	57
一、	鼓楼东西街地方文化体验商业街	57
二、	教场街时尚品牌消费街	58
三、	下寺坡街婚庆主题消费及旅游休闲商业街	59
四、	代王府东西轴线平城文化体验街	60
五、	山西美食坊	61
六、	大同非物质文化遗产展示中心	61
七、	善化寺文化创意商业街	62
八、	社区商业中心建设与改造	62
第七章	保障措施	63
一、	强化组织协调保障	63
二、	加强统一经营管理	64
三、	严格市场准入	64
四、	强化政策要素支撑	65
五、	优化商业发展环境	66

第一章 总则

一、规划目的

为科学引导古城商业发展，凸显古城文化底蕴，增强古城发展活力，形成规模适度、布局合理、业态丰富、特色鲜明、经营有序的古城商业发展格局，打造展示大同地域文化特色与现代商业文明的窗口与名片，更好地承载当地居民及外来游客多层次、多元化的消费需求，推动古城复兴，助力大同古城“活起来、火起来”，特编制本规划。

二、规划依据

1. 《中华人民共和国城乡规划法》
2. 《城市商业网点规划编制规范》
3. 《大同市城市总体规划（2006-2020 年）》（2017 年修订）
4. 《大同市城市商业网点规划（2015-2030）》
5. 《大同古城保护条例》
6. 《大同历史文化名城保护规划》
7. 《大同市中心城区总体城市设计》
8. 《大同古城十字大街沿街建筑景观及风貌整治设计》
9. 《大同古城保护更新指引》
10. 《大同古城功能业态专题研究》
11. 《大同市老字号文化遗产的发掘、整理、利用和传承研究报告》
12. 其他相关规划及政策文件

三、规划范围

本次规划范围为大同古城城墙以内区域，占地面积约 328 公顷。其中包括两片历史文化街区，即广府角历史文化街区和鼓楼西街历史文化街区。

四、规划期限

与古城保护更新保持同步，同期推进商业设施入驻、改造与提升。

第二章 古城概况与商业发展评价

一、古城概况

大同位于山西省最北部，首批国家历史文化名城之一，中国九大古都之一，曾是两汉要塞、北魏京华、辽金陪都、明清重镇，城市地位先后经历了秦汉县城—北魏都城—辽金陪都—明清州府等一系列变化，在北魏时期城市地位达到顶峰，是当时中国北方的政治、经济、文化中心。

大同曾是南北朝丝绸之路的起点，北魏太武帝派使节出使西域，西域也派人东赴北魏都城，他们穿过甘肃河西走廊、宁夏、陕北，过黄河，经山西保德、河曲，最终到达平城（今大同）。大同出土的西域器物、银币、陶俑以及发现的胡人形象石雕、壁画等见证着中西文化的交汇融合。明代中后期，大同又成为万里茶道上重要的商贸城市，南来北往的商贾在此汇聚。在当今“一带一路”战略中，大同地处中蒙国际贸易走廊以及中蒙俄能源通

道上，是重要的向西开放交流门户和平台，未来随着大乌高铁、保大高铁的建设，大同将成为中蒙国际贸易走廊的黄金节点。

大同古城隶属于大同市平城区，地处平城区中部，是大同市历经中国朝代更迭与历史演变的见证者和承载者，是弥足珍贵的历史文化遗产和文化旅游资源，也是大同向外界展示的重要窗口。现存大同城墙为明洪武五年（公元 1372 年），大将军徐达奉命依辽、金、元旧城基础增筑新城，略呈方形，东西长 1.8 公里，南北长 1.82 公里，周长 7.24 公里，占地 3.28 平方公里。

2008 年，大同市全面实施历史文化复兴与古城保护工程，对古城墙包砖修复，经过 5 年的修复工作，修复后的东城墙建有瓮城、月城、吊桥、护城河，并建有城楼、月楼、箭楼各 1 座，望楼 12 座。南城墙不仅修复了瓮城、月城，还有关城和东西耳城。城墙上建有城楼、文昌阁、箭楼等古建筑楼阁 10 座，望楼 12 座，角楼 1 座。修复文物保护单位 11 处，修缮历史建筑 7 处，重建历史地标建筑 3 处，修复传统院落 108 处，新修道路 18 条，使得大同古城重现当年雄姿与风采。

目前，大同古城范围内拥有文物保护单位、不可移动文物 133 处，历史建筑近 50 处。古城及附近区域不仅文化氛围浓重，也是大同市商业繁华之地，拥有华林新天地、华宇购物中心、华林商厦、北方电器、苏宁易购等购物中心、百货店、品牌专业店等多处大型零售网点。由永泰门向南至迎宾路、永泰南路，布局有百盛购物中心、星茂汇、尚都、永泰广场等大型零售设施和众多写字楼、高端酒店，是大同最具代表力的现代化城市商业中心。

二、古城商业发展现状

（一）基本情况

通过实地调研和相关统计数据，截至 2019 年 8 月，大同古城内有各类网点 1067 个，网点总规模超过 30 万 m^2 ，涉及零售业、餐饮业、住宿业、批发物流业、社区及居民生活服务业、文化及休闲娱乐业、金融服务业以及其他行业等多个行业。

1. 网点类型

分类型来看，古城内现有零售网点 419 个、商品交易市场 1 个、餐饮网点 273 个、婚纱摄影网点 34 个、住宿网点 33 个、医疗保健网点 28 个、美容美发网点 26 个、文化休闲娱乐网点 22 个、中介服务网点 21 个、广告文印网点 20 个、维修服务网点 15 个、教育培训网点 10 个、金融服务网点 7 个、快递物流网点 6 个、彩票服务网点 5 个、典当拍卖网点 2 个、其他类网点 16 个。此外，古城还有 129 个因处于闲置、招商、在建状态而无法确定类型的网点。以商品销售为主要功能的零售网点是古城内数量最多的商业网点类型，网点数量占比达 39.3%；其次为餐饮网点，网点数量占比超过 25%；两者占比合计近 2/3，是古城主力商业设施。

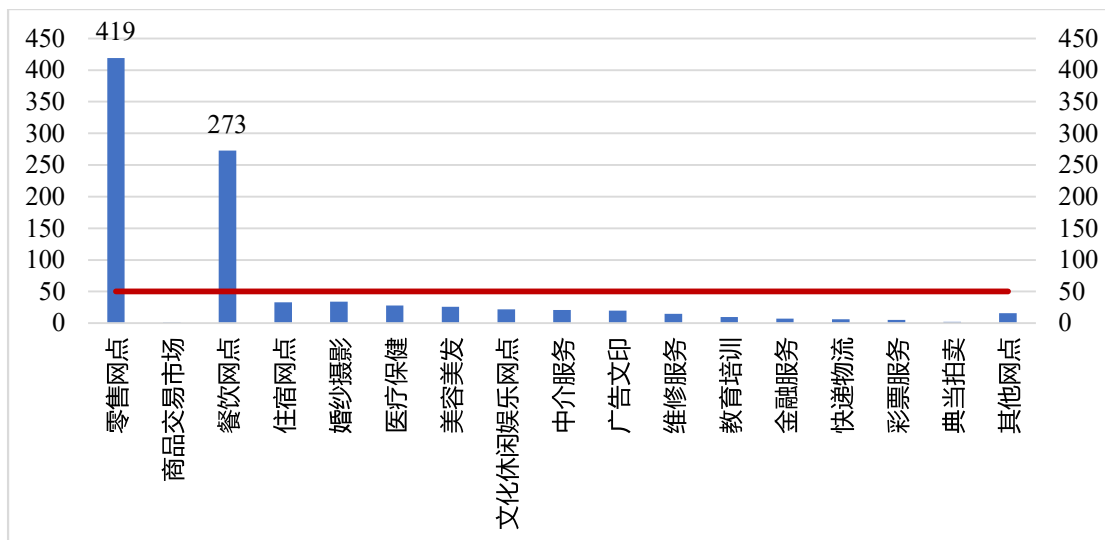


图1 大同古城分类型网点数量统计 (单位: 个)

从各类型网点规模来看, 零售网点规模最大, 约 18 万 m^2 , 占古城网点总规模的 50% 以上, 其次为商品交易市场规模, 5.41 万 m^2 , 餐饮和住宿网点规模也较大, 均在 3 万 m^2 以上。

总的来看, 零售网点是目前大同古城数量及规模占比最高的商业网点类型, 不论是网点数量还是网点规模都处于绝对领先地位。

而从零售网点内部来看, 419 个零售网点中, 有百货店 3 个、超市 4 个、专业店 221 个、专卖店 142 个、便利店 7 个、食杂店 40 个、马路市场 1 个, 以专业店和专卖店居多, 两者数量分别占零售网点总数的 52.9% 和 34.0%, 合计占比超过 85%。

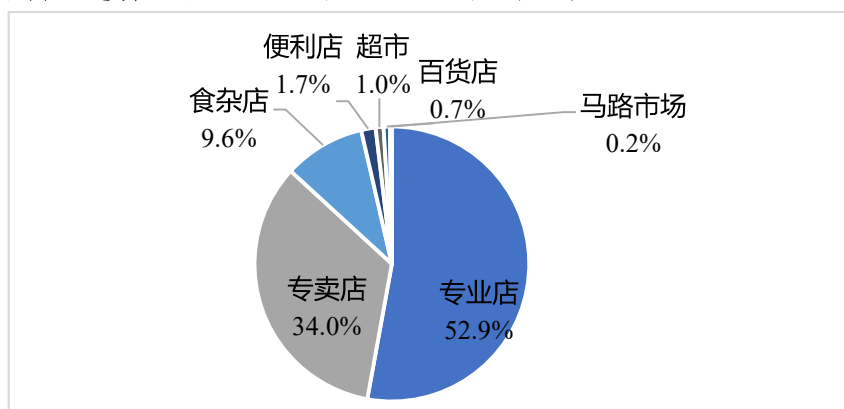


图2 大同古城零售网点各业态数量占比

2. 经营状况

古城现有网点中，正常营业网点 830 个，停业及闲置网点 226 个，正在招商及建设网点 11 个。正常营业网点数量占比为 77.8%，停业及闲置网点数量占比为 21.2%，正在招商及建设的网点数量占比 1.0%。停业及闲置网点中，中低端大众化商品销售网点及无特色的小型餐饮网点占据较高比重，经营状况差强人意。

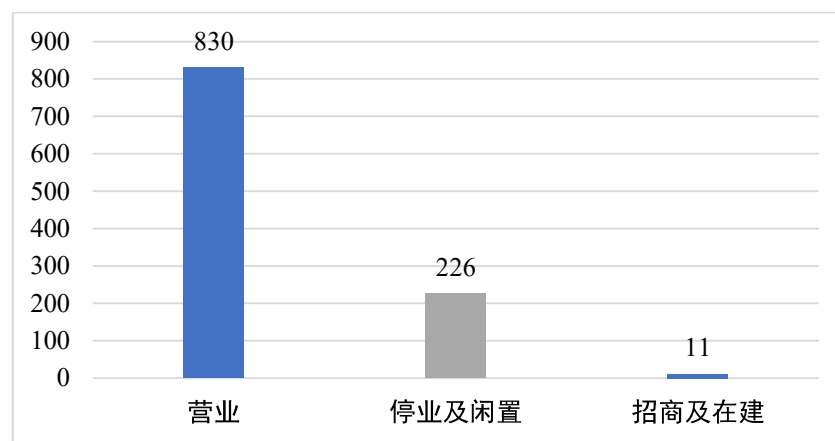


图3 大同古城现有网点分经营状态数量统计（单位：个）

以统计结果来看，古城内未正常营业网点数量超过 20%，加之古城正处于复兴更新阶段，大面积地块正在施工，古城内常住居民数量少、旅游产业发展尚不成熟，因此古城商业发展尚处于培育期，商业氛围和商业经营均有待进一步加强与完善。

3. 主要网点

古城现有 1000m^2 以上规模的网点 32 个，占古城网点总数的 3%，网点总规模约 24 万 m^2 ，规模占比为 70%。其中，零售网点 9 个，包括大富翁、华林商厦、新东方尚街 3 个百货店以及北方电器、苏宁易购、银星金店等 6 个专业店。商品交易市场 1 个，即潘家园古玩市场。餐饮网点 4 个，包括凤临阁、同和惠丰楼等地方老字号、地方特色餐饮网点。住宿网点 11 个，包括 1 个四星级酒店、3 个快捷酒店和 7 个民宿客栈。休闲娱乐网点 5 个，

以影院剧院为主。此外，还有 1 个婚纱摄影网点及 1 个正在招商网点。

表 1 大同古城主要网点统计表

编号	网点名称	所在街巷	商业业态/类型	面积(m ²)	经营状态
1	大富翁	教场街	百货店	52000	停业
2	新东方尚街	教场街	百货店	18000	营业
3	华林商厦	教场街	百货店	32000	营业
4	北方电器	教场街	专业店（电器通讯设备）	8000	营业
5	银星金店	和阳街	专业店（黄金珠宝）	5000	营业
6	苏宁易购	教场街	专业店（电器通讯设备）	2000	营业
7	丽盛名品广场	永泰街	专业店（服装鞋帽）	6000	营业
8	金泰珠宝	永泰街	专业店（黄金珠宝）	1500	营业
9	钟楼古街珠宝城	清远街	专业店（黄金珠宝）	1500	营业
10	中国大同潘家园	清远街	古玩市场	54118	营业
11	凤临阁	鼓楼西街	餐饮（地方老字号）	6000	营业
12	同和惠丰楼	永泰街	餐饮（地方特色）	4000	营业
13	紫泥 369 粗粮季	鼓楼西街	餐饮（地方特色）	1000	营业
14	鼓楼小吃城	九楼巷	餐饮（小吃）	10000	停业
15	花园大饭店	永泰街	住宿（四星级酒店）	6000	营业
16	云路庭院酒店	朱衣阁巷	住宿（民宿客栈）	2000	营业
17	九舍古韵民宿	县楼北街	住宿（民宿客栈）	1200	营业
18	文博苑	鼓楼东街	住宿（民宿客栈）	2000	营业
19	琵琶老店客栈	院巷	住宿（民宿客栈）	1000	营业
20	瑞天祥客栈	院巷	住宿（民宿客栈）	1000	营业
21	忆同年客栈	清远街	住宿（民宿客栈）	1000	营业
22	顺旅太空舱青年旅社	永泰街	住宿（民宿客栈）	1000	营业
23	欣燕都酒店	永泰门内街	住宿（快捷酒店）	1500	营业
24	今日九龙快捷酒店	和阳街	住宿（快捷酒店）	2500	营业
25	云中快捷旅店二部	和阳街	住宿（快捷酒店）	1500	营业
26	鼓楼剧院	九楼巷	休闲娱乐（影院剧院）	2000	停业
27	喜庆汇剧场	九楼巷	休闲娱乐（影院剧院）	2000	停业
28	喜人剧场	司令部街	休闲娱乐（影院剧院）	1000	营业
29	金库俱乐部	帅府街	休闲娱乐（KTV）	3000	停业

编号	网点名称	所在街巷	商业业态/类型	面积(m ²)	经营状态
30	横店华林影城	永泰街	休闲娱乐（影院剧院）	1000	营业
31	白宫婚纱摄影	武定街	婚纱摄影	2000	营业
32	好运达商铺	武定街		3000	招商

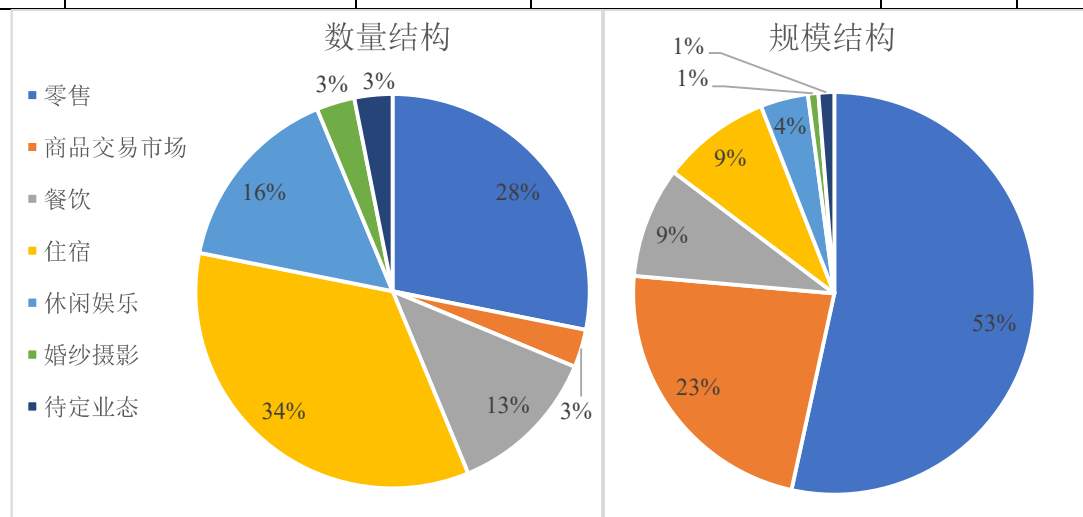


图4 大同古城主要网点数量与规模结构

依据统计结果可以看出，数量占比仅有 3% 的 32 个主要网点规模占比高达 70%，其业态、功能、定位、经营情况都对大同古城商业发展产生不可忽视的影响。

（二）空间布局

1. 整体布局情况

从商业设施空间分布上来看，根据调研统计，古城内的商业设施分布于近 40 条街巷当中，众多街巷不仅是古城交通组织的承担者，也是各类商业设施的承载者。

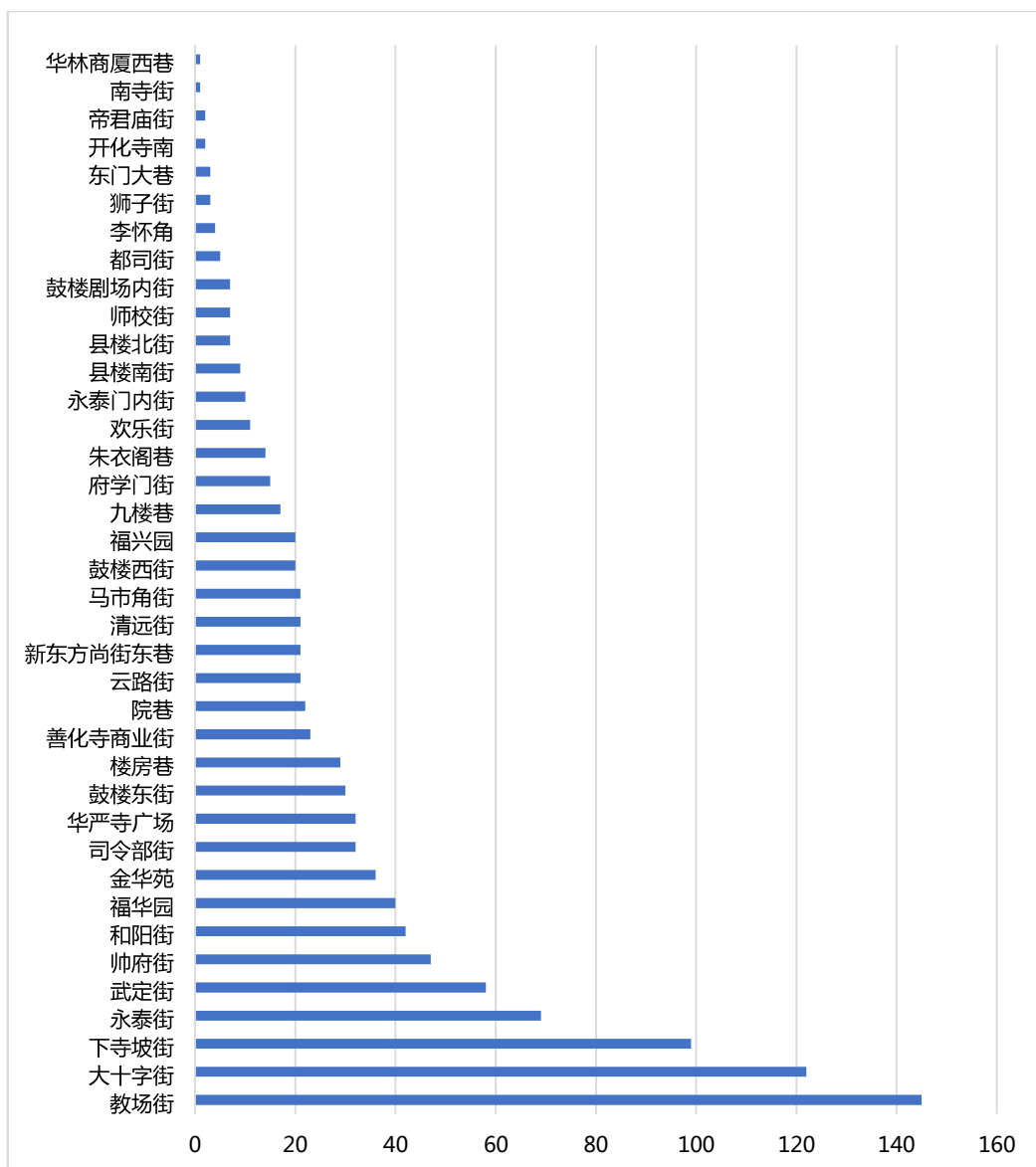


图 5 大同古城各街巷网点数量统计 (单位: 个)

注: 福华园、金华苑、福兴园为以居住小区为单位统计配套网点情况。

众多街巷当中,教场街、大十字街网点数量位居前列,分别拥有网点 145 个和 122 个。下寺坡街、永泰街、武定街 3 条街巷网点也较为密集,网点数量均超过 50 个。帅府街、和阳街、司令部街、鼓楼东街等街巷网点数量在 20-50 个之间,商业氛围也较为浓厚。

3. 零售网点分布

从零售网点的分布来看,网点总数排名靠前的大十字街、教场街、下寺坡街、武定街和永泰街等街巷零售网点的数量也较多。

其中，教场街有零售网点 113 个，下寺坡街有 64 个，教场街的零售网点比重更是达到了 78%，堪称大同古城内的“购物第一街”。其他大多数街巷零售网点数量并不多，有 30 条街巷零售网点数量不足 10 个，这也体现了零售网点空间分布较为聚集的特征。

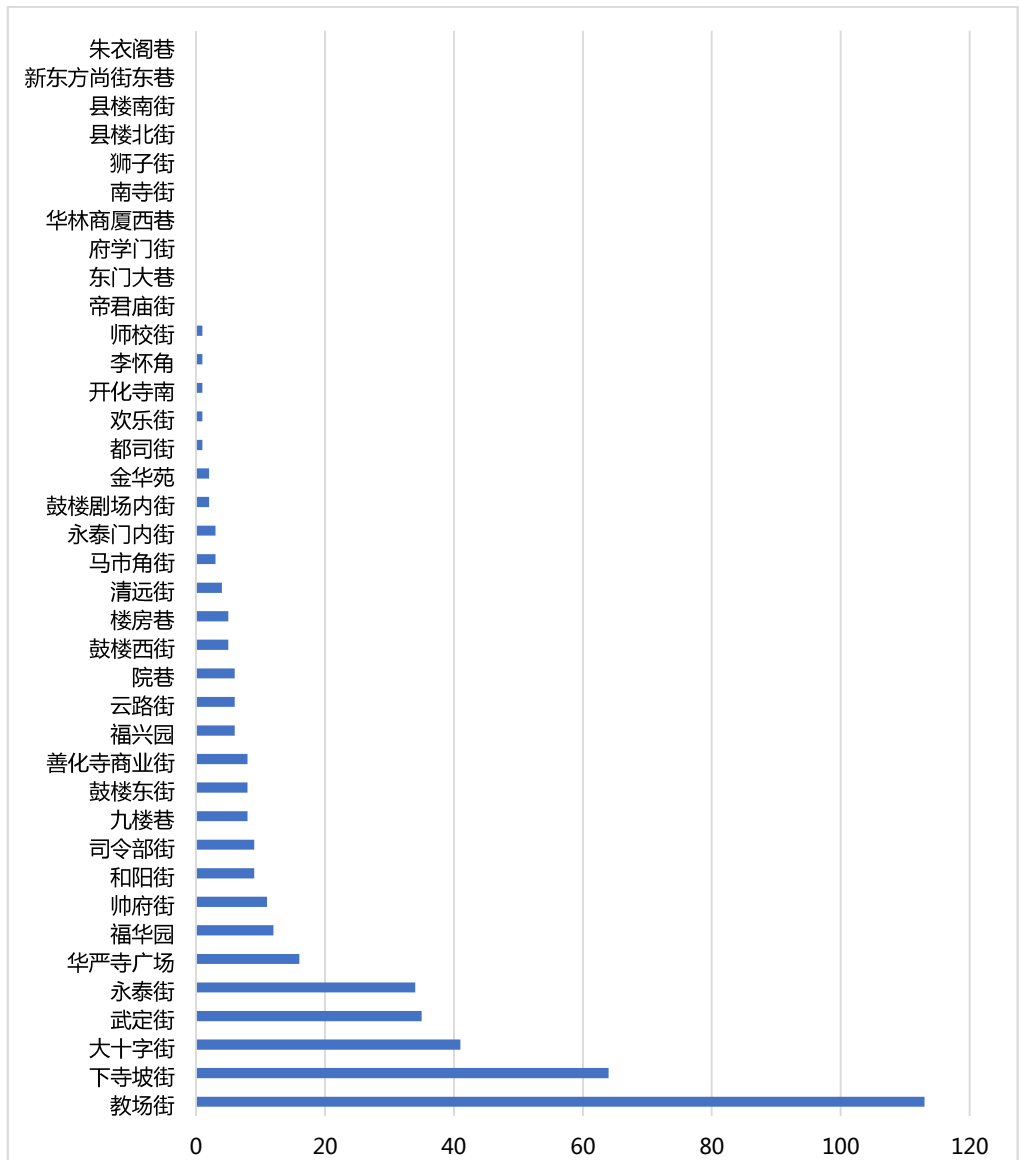


图 6 大同古城各街巷零售网点数量分布情况（单位：个）

4. 餐饮娱乐网点分布

在餐饮娱乐网点的布局上，各街巷的网点绝对数量差距相对较小，网点分布相对均衡。其中，大十字街、教场街、永泰街、帅府街等街巷基本可以满足“吃喝玩乐”的一站式消费体验，而

其他街巷或是只有餐饮网点，或是只有娱乐网点，功能上略显单一。另外从整体上来看，大同古城仅有娱乐网点 22 个，其中 6 个已经停业，跟 1000 多个网点总量相比，古城内休闲娱乐功能十分欠缺。

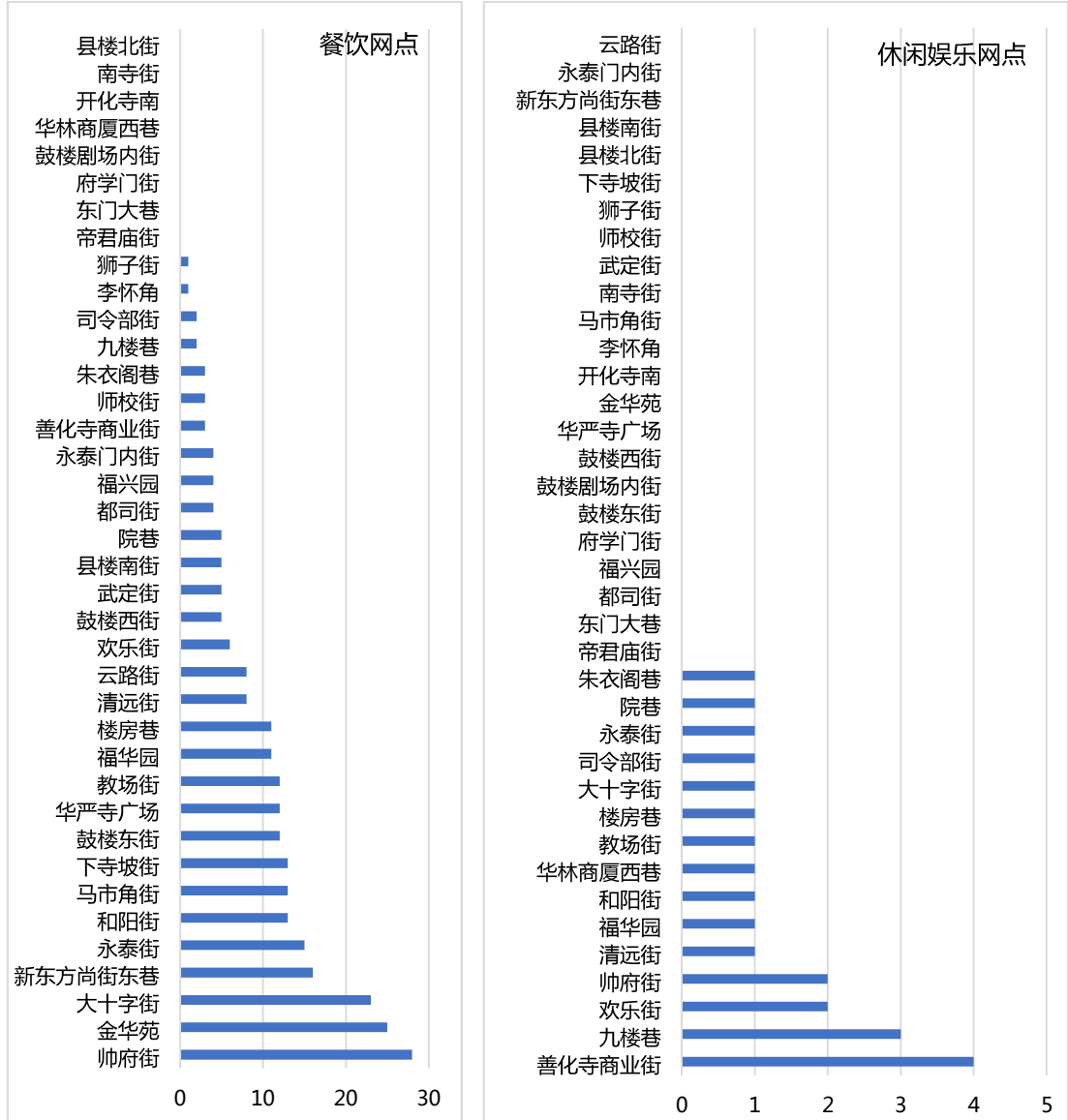


图 7 大同古城各街巷餐饮与休闲娱乐网点分布情况（单位：个）

5. 酒店住宿网点分布

作为文化旅游区，大同古城内的接待能力也较为有限，根据调研和第三方数据显示，现有古城内的酒店、民宿客栈共有客房不足 1000 间，可同时接待游客不足 2000 人。面对大同市日均近

20 万人的外来游客量，古城的住宿网点接待能力明显不足。从调研统计的 33 个住宿网点来看，大部分住宿网点位于古城的钟楼和鼓楼区域，以院巷、鼓楼东街最多，其他区域住宿网点则较少。

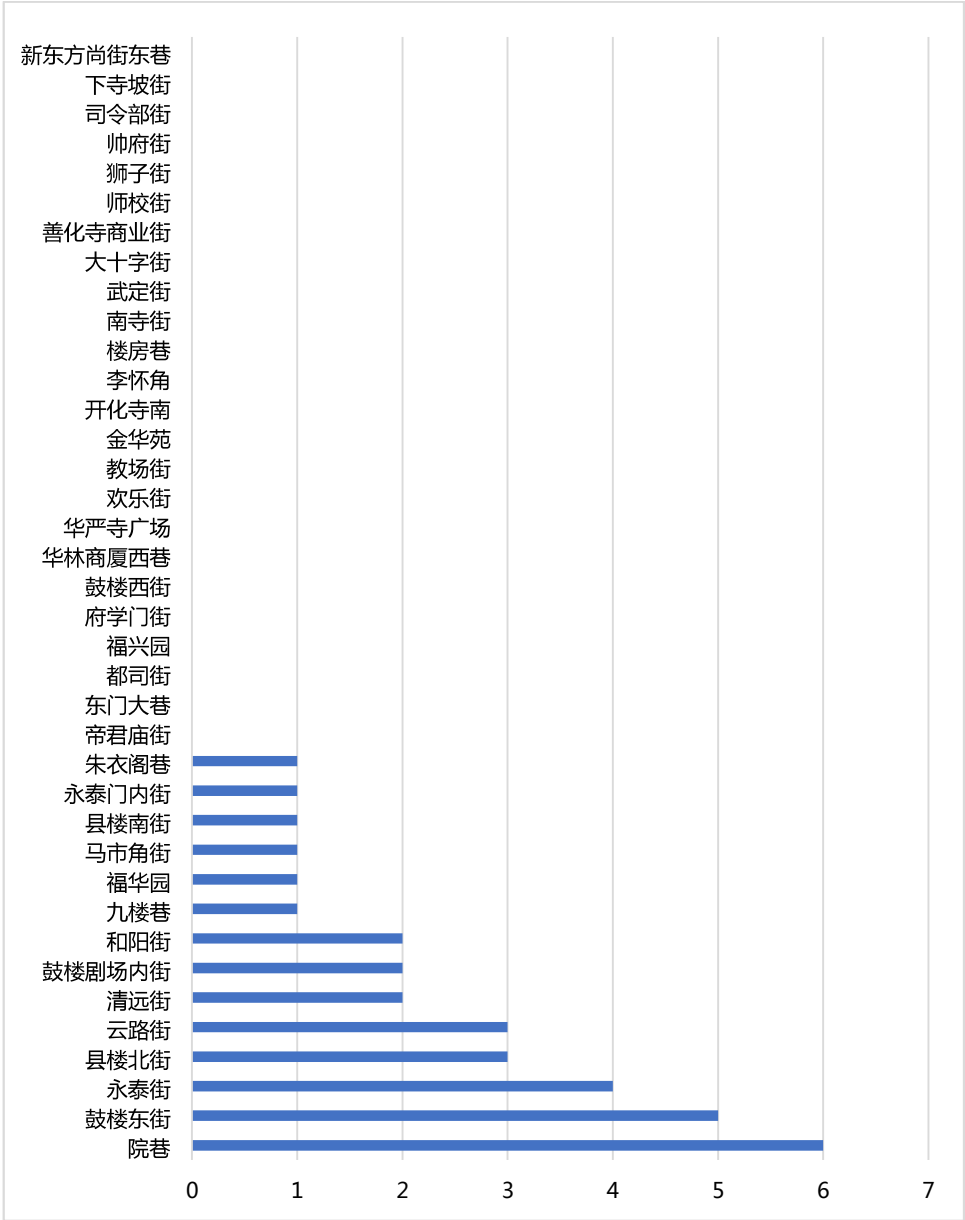


图 8 大同古城各街巷住宿网点分布情况（单位：个）

6. 其他类型网点分布

除了几大主力型网点之外，古城内还有很多生活服务型和其他类型的网点，这些网点大多靠近生活居住区域，分散布局在各条街巷中，少部分聚集发展，形成特色消费集聚发展态势。如婚

婚纱摄影网点，共有 34 个，占其他类型网点比重的 20%，主要集中在下寺坡街和武定街区域。

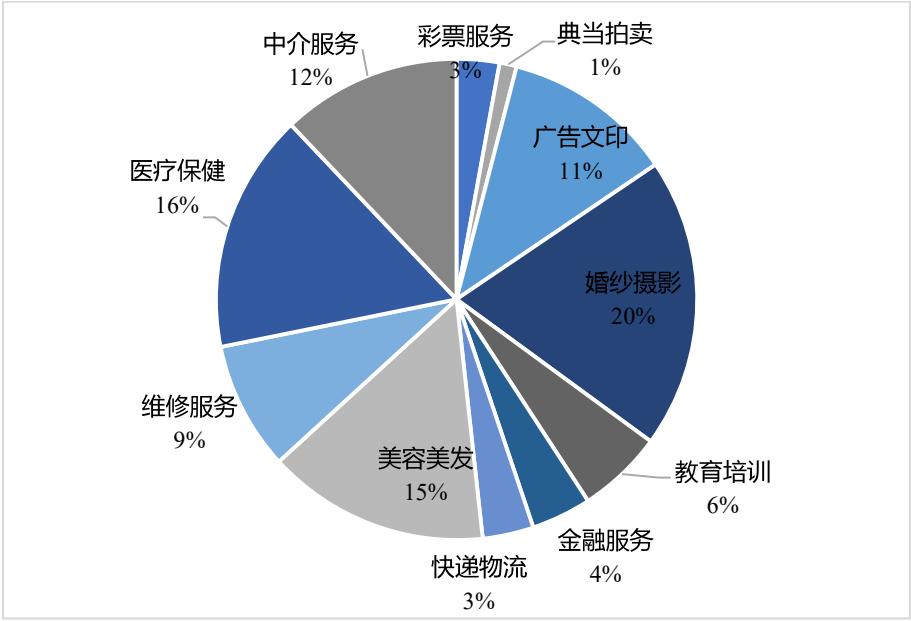


图 9 大同古城其他类型网点数量结构

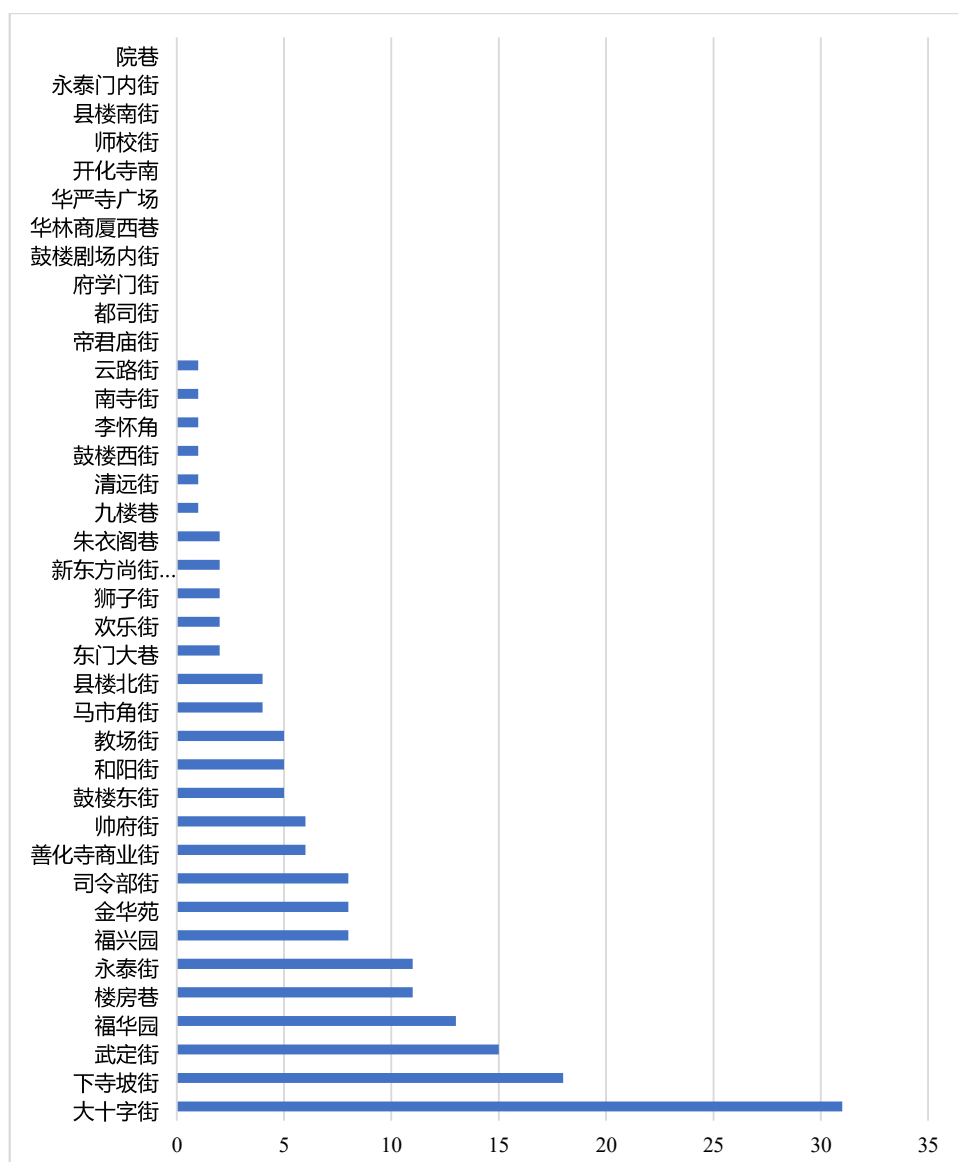


图 10 大同古城各街巷其他类型网点分布情况 (单位: 个)

7. 网点密度分布

从各街巷的网点密度分布来看,新东方尚街东巷、大十字街、鼓楼东街、华严寺广场、帅府街、院巷等 8 条街巷的网点密度较高; 另外, 云路街、下寺坡街、教场街、永泰街等 10 条街巷的网点密度也在古城平均网点密度之上; 其余的 20 条街巷网点密度则普遍偏低。根据各街巷的网点密度也可以直观地看出, 古城内商业的集聚程度整体上呈现南部好于北部, 西部好于东部的空间集聚特征。

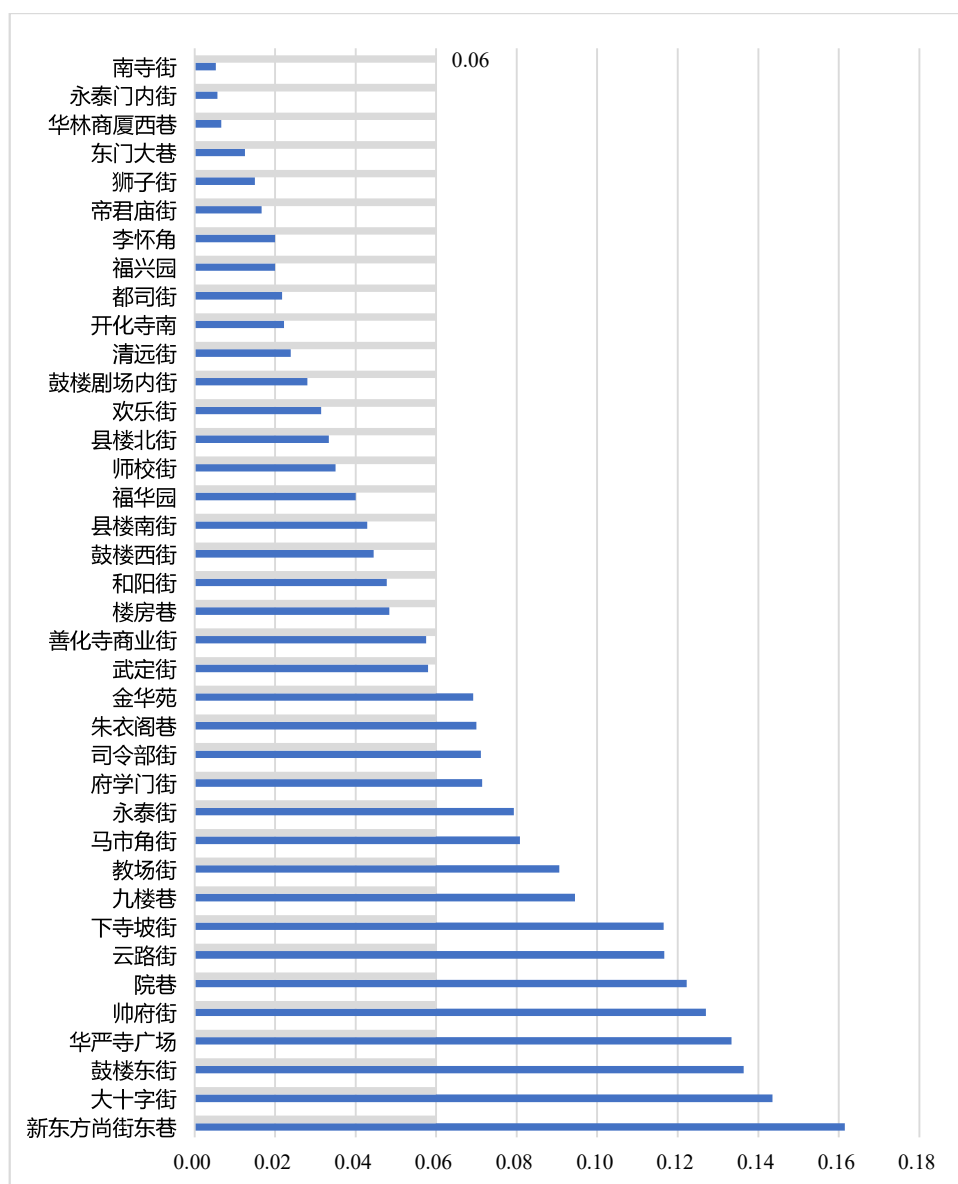


图 11 大同古城各街巷网点密度 (单位: 个/米)

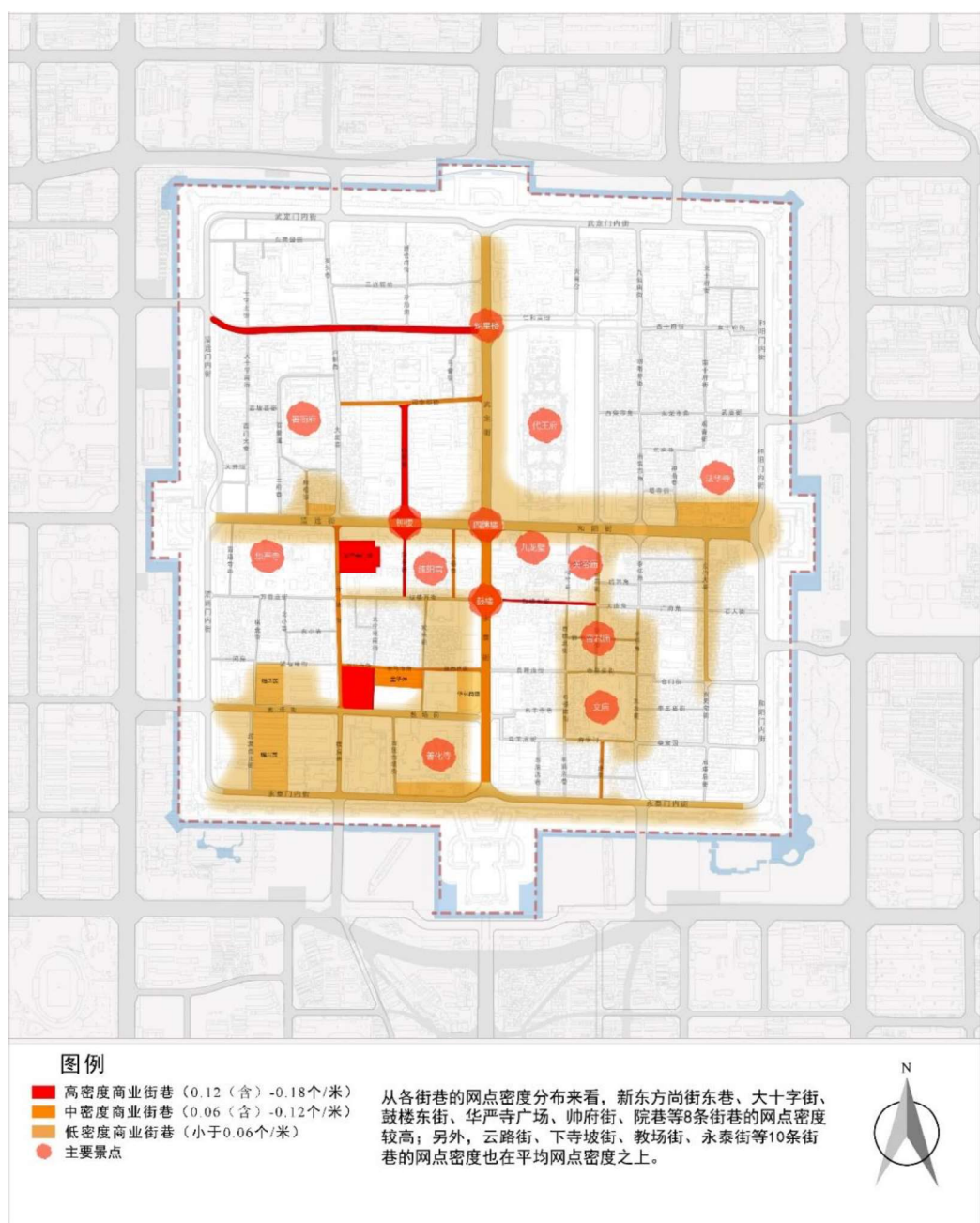


图 12 大同古城街巷商业密度分布图

三、古城商业发展存在问题

1. 商业布局空间性失衡

大同古城以武定街、永泰街、和阳街、清远街四条街为界限划分为四大片区。从现状商业网点的空间布局 and 密度分布来看,清远街以南、永泰街以西的古城西南隅是古城现状商业设施最为密集的区域,武定街、永泰街、和阳街、清远街沿线区域商业发

展也较为成熟，网点分布较为集中，是古城重要的商业发展轴线，同时也是古城重要的交通轴线。古城东北隅、东南隅以及西北隅由于古城更新修复工作正在推进，商业网点尚待配套与完善。

2. 商业网点功能性失调

在古城现有的 1067 个商业网点中，以零售类网点居多，其次为餐饮类、生活服务类网点，住宿类和休闲娱乐类网点数量较少，两者合计约 55 个，占古城现有网点数量的比重仅为 5%，严重制约了古城的商业综合服务功能及旅游接待能力的发挥。而从休闲娱乐类网点自身发展来看，现有 22 个休闲娱乐类网点中，有 6 个网点处于停业状态，除去停业网点，能够为古城居民及外来游客提供休闲娱乐服务功能的场所只有寥寥几家酒吧和影院，商业服务功能的不健全以及具有地方特色的休闲商业设施的欠缺是影响消费者在古城停留与消费的重要因素之一。

3. 商旅文融合发展有待加强

作为大同历史文化的重要承载区，除建筑风貌以及部分地方老字号餐饮、地方特色餐饮网点能体现大同古城历史文化底蕴外，其他商业设施多以大众化商品销售为主，缺乏能够彰显古城及大同地域文化特色的商品销售及休闲服务网点。以古城现有专业店、专卖店为例，现有专业店、专卖店多以中低端服装鞋帽、日用百货销售为主，对旅游消费的拉动作用较弱，文化旅游资源与商业的联动效应未得到有效发挥。此外，古城内部分商业设施采用现代建筑风格，建筑形态、建筑色彩同古城定位及文化底蕴不协调，不利于古城风貌延续及保护。

4. 商业存量利用存在压力

古城现有商业的整体开业率为 77.8%，仅从数量来看，空置率已经超过 20%。在古城部分区域商业繁华的背后，也藏不住部分区域商业的萧条。随着古城更新保护的继续推进，还将会有新的商业增量。不论是现有存量的盘活利用，还是增量的错位发展，都是大同古城商业发展中亟待解决的问题。

四、古城消费客群分析

大同古城作为大同市城市功能的重要组成部分，是大同历史文化名城的核心空间载体，同时还承担着城市商业副中心的重要职能，是文化底蕴深厚的大同市历史文化旅游区和城市特色商业功能区。对内来看，大同古城一方面要为古城内居民提供日常生活消费服务，另一方面，作为城市商业副中心，还将为大同当地居民提供特色消费、文化体验等商业服务功能。对外来看，古城应承载大同重要的旅游服务中心职能，作为来大同旅游游客的落脚点及重要旅游区，为其提供涵盖“吃住行游购娱”六要素的旅游休闲服务。

（一）城内居民

根据城市总体规划，未来古城内居住人口将达 4 万人，这一人群人口构成多种多样，按照年龄、收入等的不同可划分为多种类型。总的来说，古城内居民消费需求以日常生活消费、基础型消费为主，其消费载体主要为结合社区及房地产开发项目配套建设的社区商业设施，如综合超市、专业店、专卖店、菜市场、生鲜菜店、便利店、餐饮店、美容美发、维修、家政服务等。此外，古城内的中小學生群体除基本的消费需求和文化教育方面的需

求外，更钟情于有活力、充满刺激和挑战的休闲娱乐消费；上班族则对于高档及个性化的商品和服务的消费需求较为强烈；中老年人则对保健、养生、棋牌等休闲娱乐方式更为热衷。

（二）古城外的大同城市居民

伴随着古城外商业地块的开发及大型商圈、商业设施的崛起，再加上电子商务的冲击及居民消费需求、观念的转变，以传统百货店、零售商店为主力的古城传统商圈不再是城市居民购物、休闲消费的首选，古城商业的吸引力、影响力逐渐萎缩，古城商业经营面临困境。当前，古城外的大同城市居民前往古城消费的动力包括旅游休闲、特色文化体验以及古城特有的商品及服务消费需求，古城独特的历史文化底蕴以及以此为基础开发的特色商业服务设施将是吸引古城外城市居民前往古城消费的重要因素。因此，以历史文化为主要定位的古城商业发展不仅需要优质的商品和服务来应对网上购物的冲击，更需要鲜明的文化特色植入以及特色化的主题商业设施、独特的文化创意产业培育，以区别于大同市其他城市商圈，增强对古城外的大同城市居民的吸引力。

（三）外来游客

大同古城当前正处于更新建设阶段，古城内旅游产业发展及旅游休闲服务设施建设尚不完善，古城整体游客客源情况及消费倾向均缺乏系统的统计数据，因此在对古城外来游客客群分析时综合运用国内旅游客群数据及大同市旅游客群数据的相关统计分析，以对古城旅游客群的客源情况、消费倾向与偏好进行梳理，指导古城商业发展与配置。

1. 国内游客客源及消费分析

近年来，随着人们收入水平的提高、闲暇时间的增多，旅游休闲消费日益兴起。根据国家统计局以及相关机构发布的统计数据，东部地区是目前我国国内游客的主要客源地。分省来看，广东、江苏、河南、山东、北京、浙江、河北、四川是主要的客源地省份。分城市来看，北京、上海、广州、深圳、成都、重庆、苏州、杭州、郑州、武汉是主要的客源城市。

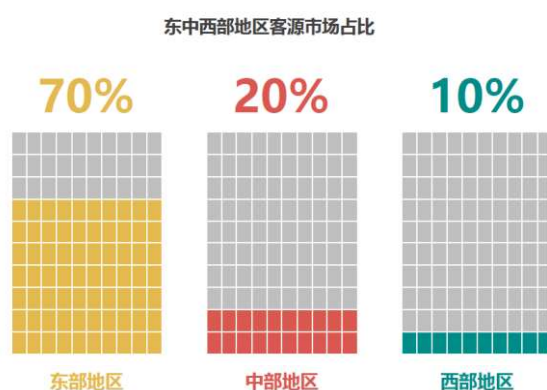


图 13 东中西部地区客源情况对比

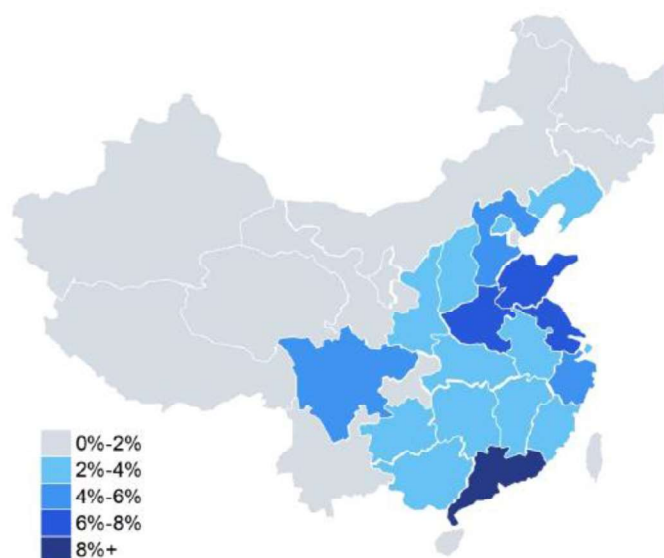


图 14 国内游客来源分布图

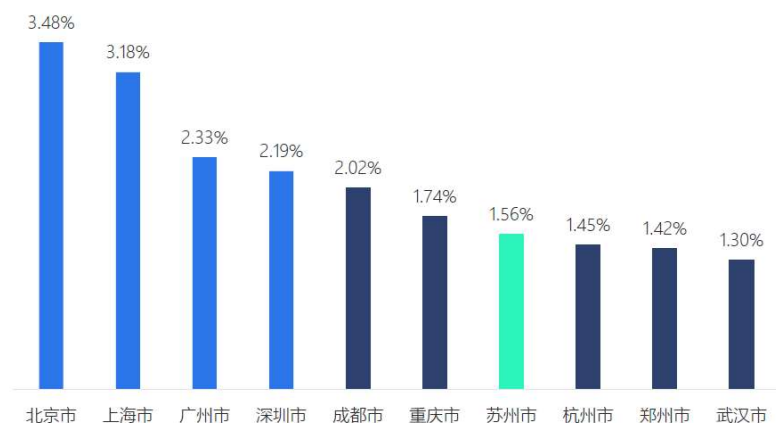


图 15 国内游客主要来源城市

另外从相关统计数据来看，周边城市客群是旅游目的地城市的主要客群，如以北京为目的地的游客主要来自天津、廊坊、保定和石家庄，以上海为目的地的游客主要来自苏州、杭州、无锡、南京。



图 16 热门旅游城市客源来源

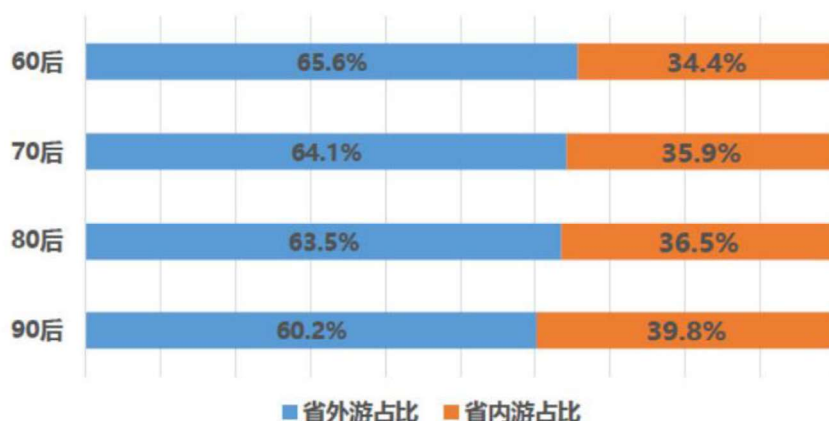


图 17 各年龄段消费者省内省外消费情况

从游客性别结构来看，2018 年，国内旅游客群中，男性占

比 53.1%，女性占比 46.9%，男性是国内旅游消费的主力人群。

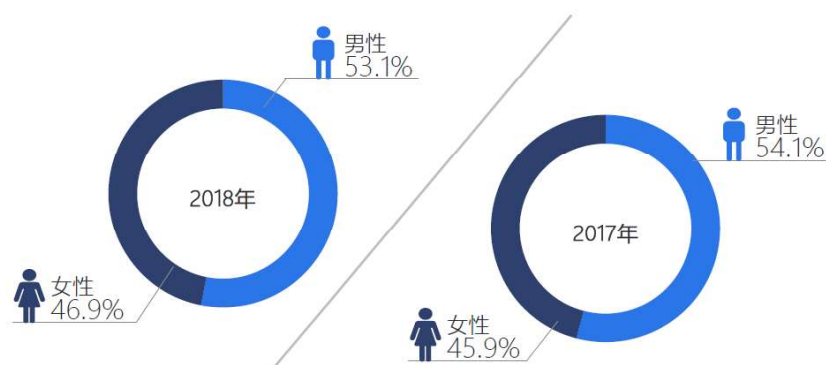


图 18 国内游客性别分布

从游客年龄结构来看，35 岁及以下游客比例达到 70.2%，中青年游客是国内旅游的主要群体。

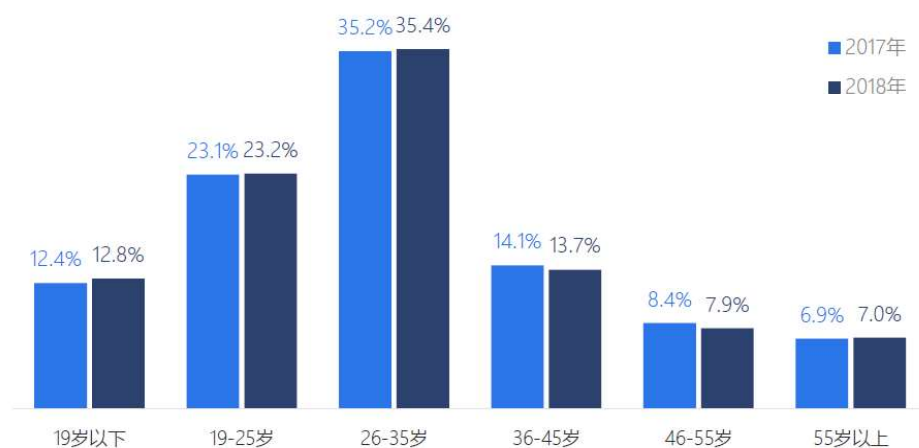


图 19 国内游客年龄段分布

从旅游目的地选择上来看，消费者的认知和见识突破传统观念，变得日渐丰富，单纯的游历、观赏已经不能满足消费需求。一个城市的文化和内涵，以及具备代表性的地方特色和地方符号变得更受关注。2018 年，全国文物机构接待游客约 120 万人次，较 2013 年总体增长超过 70%，全国博物馆接待游客约 10 万人次，较 2013 年总体增长约 75%。从 2013 年至 2018 年，地方特色美食消费笔数年均增长超过 20%。此外，目前国内第一、第二批共 403 个特色小镇中，50%为文旅类型特色小镇。

从旅游消费倾向来看，随着旅游消费不断升级，中国新兴旅

客热衷于深入了解旅游目的地文化，更愿意在当地餐饮和文化活动上消费，更加注重旅行体验和旅游消费的文化性、独特性、舒适性，愿意花费更多以获得优质体验。以旅游住宿为例，根据统计数据显示，经济实惠的价格仍然是消费者选择住宿场所的决定性因素，而随着经济条件和基础设施水平的提高，消费者对品质和舒适性也有了更高的要求，高品质的民宿和中高端的酒店越来越受到青睐。



图 20 2014-2018 年中国酒店行业收入分布图 (H 表示半年)



图 21 2016-2018 年民宿住宿方式渗透率变化图 (H 表示半年)

2. 大同游客客源及消费分析

近年来，大同市积极实施文旅振兴战略，以加快把文化旅游业培育成全市优势产业为主线，高起点谋划文化旅游产业发展，全力推进文化旅游振兴崛起。2019 年，全市全年接待国内外游

客 8397.36 万人次,同比增长 21.36%,日均接待游客 23 万人次。

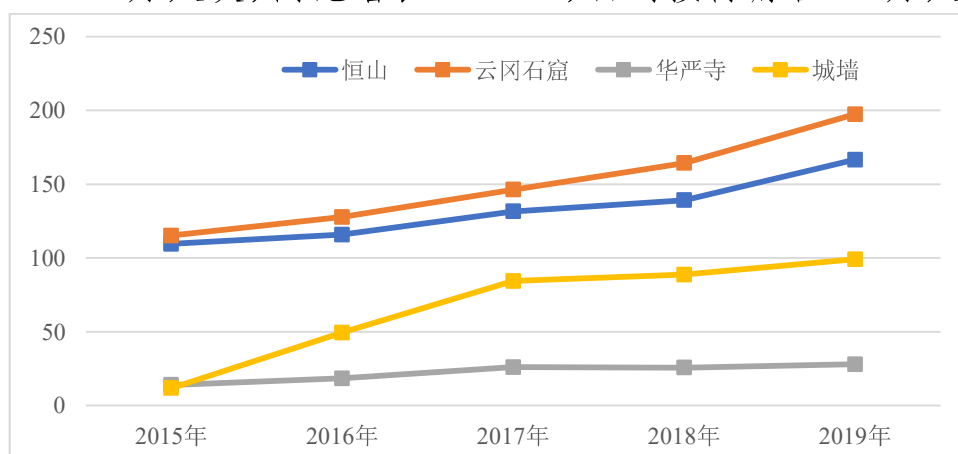


图 22 大同市部分景区近五年年接待游客数量 (单位: 万人次)

从游客结构及消费行为方面来看,以 2018 年和 2019 年大同市旅游行业统计数据为依据,当前来大同旅游的游客以山西省内游客为主,约占全部游客数量的 40%。省外游客则主要来自内蒙古、河北及北京等临近省市。从游客年龄来看,青年群体是大同旅游的主力客群,约占全部游客数量的 60%。其次为中年,约占全部游客数量的 30%。从游客性别来看,来大同的游客以男性游客为主,男女游客性别比约为 7:3。从游客逗留时间来看,游客在大同市平均逗留时间为 2.7 天。其中,单个景点的平均逗留时间基本在 2 小时左右。从游客消费水平来看,高端消费较少,主要为中低水平消费,其中又以中等消费居多。

结合国内及大同游客客源及消费分析,可以得出如下结论:

(1) 大同地处晋北,北接内蒙,东隔河北与北京相望,地缘优势明显,北京、河北两大国内游客客源省份为大同古城旅游产业发展带来巨大的潜在消费客群。(2) 山西省内及北京、河北、内蒙等周边省市男性青年游客将是大同古城主要的旅游目标客群。而根据相关统计分析,这一群体具备一定的消费能力,旅游目的地的自然文化景观的独特性以及旅游商品及服务质量是吸引其

前往的关键因素。因此，大同古城在商业发展方面应着重关注旅游商业档次和品质的提升，加强商旅文融合发展，培育一批能凸显城市历史文化内涵、展现地方文化特质的旅游商业服务设施，打造古城商业核心竞争力和吸引力。

第三章 上位规划要求与案例借鉴

一、上位规划要求

（一）《大同市城市总体规划（2006-2020 年）》（2017 年修订）

《大同市城市总体规划（2006-2020 年）》（2017 年修订）提出大同市城市性质为国家历史文化名城，国家重要的综合交通枢纽和综合能源基地，晋冀蒙交汇区中心城市。其城市职能包括以魏都平城文化为重点的国家历史文化名城，首都古都文化旅游圈重要节点，国际文化旅游重要目的地；国家重要的能源生产基地，煤炭循环经济示范基地，全国性的现代物流集散中心；晋冀蒙交汇区重要的商务商贸中心，能源技术和管理中心；山西省重要的装备制造、生物制药制造业基地；山西省重要的文化创新与旅游中心。

而大同古城作为大同市国家历史文化名城的重要空间载体，将以传统商业、行政办公、文化休闲、旅游服务和居住功能为主，以旅游、商贸等第三产业用地为主导，建设古城历史文化中心。同时古城还承担着市级商业服务中心的职能。

依托旧城更新，规划期内将积极改善古城人居环境品质，全

面提升商业贸易、文化旅游和现代服务功能，形成清远街、大西街到大东街东西向文化商业街以及大北街到大南街南北向文化商业街，形成以华严寺、清真大寺、九龙壁为中心的古城旅游观光服务区，构建古城商业文化中心。

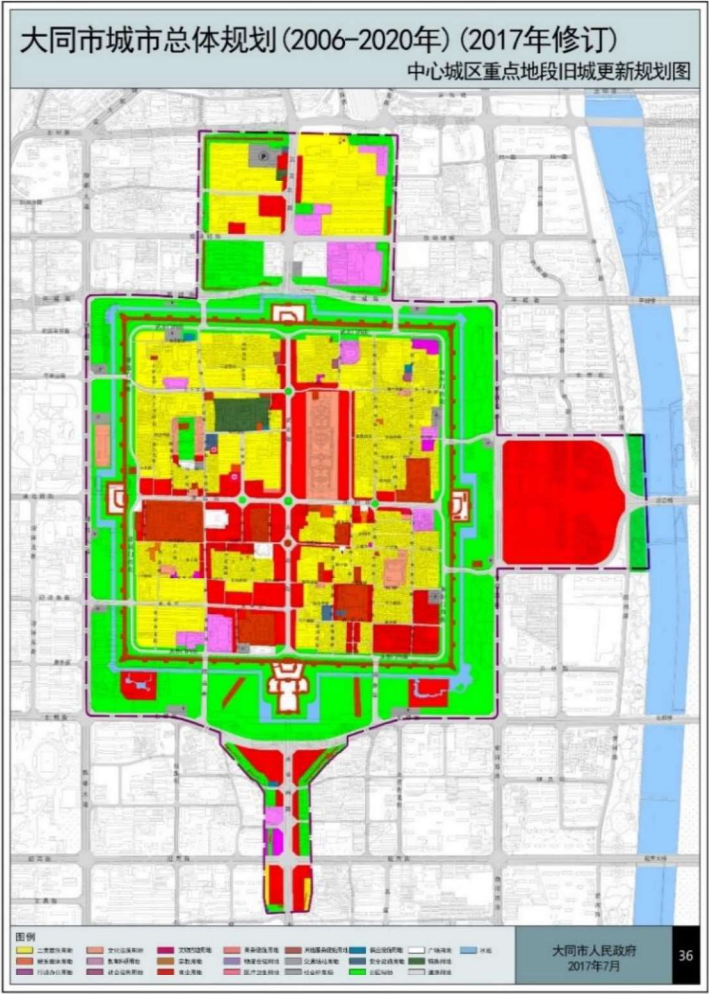


图 23 大同古城更新规划图

（二）《大同历史文化名城保护规划》

《大同历史文化名城保护规划》严格按照国家历史文化名城保护要求，提出保护古城、开发新区的保护发展理念。规划期内将积极开展大同市东、南部的新区建设，疏解古城功能，逐步形成新区新貌、古城原貌的城市空间特色，促进古城和新区的联动发展。

规划指出历史城区是城市功能的组成单元和城市生活的空间。其功能定位为文化旅游区、区域旅游服务中心、特色宜居地。历史城区在开发旅游的同时，应保护传统居住区，保留一定的原住民，传承生产、生活方式；在疏解人口的同时，要避免历史城区的功能衰退，保持适量的居住人口，促进历史城区的功能提升。注重服务业与文化产业的结合，以历史文化为资源来发展体验经济和创意经济。历史城区产业发展应以文化旅游产业、文化展示和传统特色商业为主，并引入文化创意产业、特色手工业及与旅游相关的服务业等，同时应保留为居民服务的其它产业，包括医疗、文化等公共服务业和娱乐康体、家政服务等。

大同古城是市域文化遗产展示利用的核心节点，重点展示古城传统格局和历史风貌，注重体现军事防御文化、多元建筑文化及宗教文化，此外，大同古城还将承担市域旅游服务中心的功能。

（三）《大同市城市商业网点规划》（2015-2030）

根据规划，到 2030 年，大同市中心城区将建成业态丰富、功能健全、底蕴深厚、特色鲜明的北方商业名都；辐射晋冀蒙、连通环渤海和西部地区的区域性商贸中心和流通节点城市。围绕这一发展定位，规划提出在大同中心城区构建“两轴三带、三组团多中心”的城市商业发展格局。

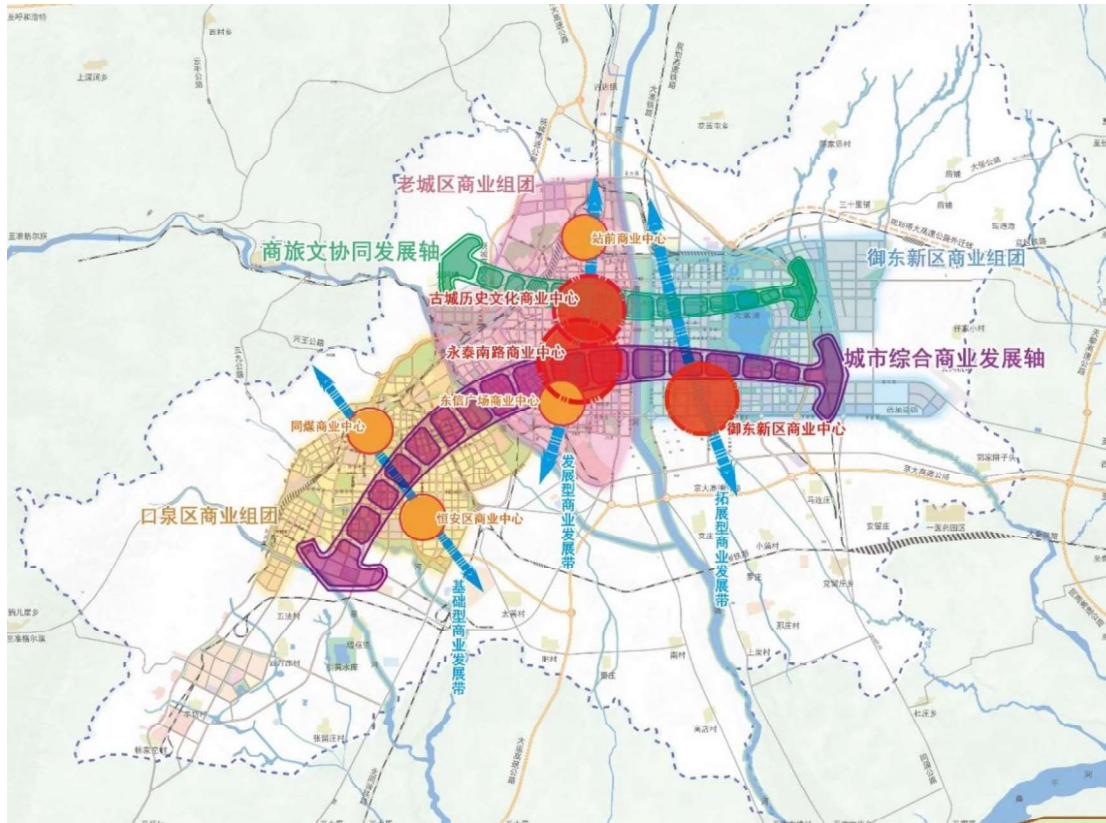


图 24 大同中心城区商业总体格局规划示意图

其中，大同古城作为城市商业的重要节点，将以历史文化资源为依托，按照商旅文协同发展的思路，建设特色购物、餐饮、休闲娱乐、文化体验、旅游服务等多种功能为一体的城市商业副中心，打造古城历史文化商业中心，成为服务于大同市民与海内外游客、展现大同历史文化及地方魅力的舞台和对外宣传的窗口。规划期内将加强对当地特色资源的挖掘，重点建设鼓楼东西街商业步行街。

（四）《大同古城保护更新指引》

根据《大同古城保护更新指引》，大同古城总体定位为“宜游、宜业、宜居”的特色城市片区。古城主体功能为文化展示、商业休闲、生活居住和商务办公。

围绕“宜游、宜业、宜居”的特色城市片区定位，古城保护

更新将从以下五个方面发力：(1) 完善古城基本功能；(2) 延续传统文化特色；(3) 优化功能业态布局；(4) 引导深度文化旅游；(5) 发展文化创意产业。

在完善古城基本功能方面，将推动古城人口结构优化，补充古城公共服务设施。

在延续传统文化特色方面，首先是**传统商业手工业的复兴**。对于古城传统商业手工业的复兴，将从保护和展示古城与传统商业手工业相关的非物质文化遗产；开展相关技艺展示、表演及销售，提升古城文化内涵以及鼓励老字号、商号的历史信息保护展示及经营模式创新方面入手。其次是**传统民俗活动挖掘**。按照社区参与为主体，旅游体验为扩展，衍生节庆为补充的思路，系统挖掘、展示、拓展古城传统民俗活动的深层文化内涵，并进一步融入古城整体功能和空间网络之中。

在优化功能业态布局方面，主要从功能业态布局、主题商业引导、文化产品策划和界面业态管控方面展开。首先从功能业态布局来看，未来古城南部区域以优化提升为主，北部区域以补充完善为主。在主题商业引导方面，规划提出古城未来商业发展既要满足居民日常生活，还应充分体现大同传统商业文化特色和未来文化旅游的需求。围绕这两方面的需要，古城将以大同非遗资源为核心，形成六大特色商业主题。(1)**宗教圣地感悟主题商业**，位于古城寺庙宫观周边，引导布局展现大同宗教文化的商业设施。包括造像、木雕、煤雕经版等相关商业，采用作坊与商铺相结合的方式；同时设置宗教文化讲坛、佛学道学研习所等。(2)**生活百工展示主题商业**，位于鼓楼西街、代王府文化区西侧、马市角

等片区，引导布局展现大同传统生活的商业设施。包括铜器、瓷器、剪纸等传统手工业作坊，铜火锅餐厅、茶馆等餐饮休闲店铺，将商业运营与传统艺术的活态演艺相结合。（3）**传统艺术体验主题商业**，位于代王府周边，鼓楼东街、府衙遗址周边等片区，引导布局展现戏剧、歌舞、建筑等的商业设施。包括道乐、梆子、鼓吹、数来宝、晋剧及乐器、服饰、面具等商铺作坊；同时设置茶社、剧场等体验场所。（4）**美食文化品味主题商业**，结合现状华严寺步行街、帅府街等餐饮集中区域的业态优化提升，引导布局具有大同传统特色的美食、特产等，以美食街、老字号、饭店、酒馆等形态为主。（5）**特色休闲住宿主题商业**，位于古城历史文化街区、东侧靠近城墙等片区，引导布局传统的四合院式客栈、园林式酒店、疗养吧等功能。（6）**现代大同创艺主题商业**，位于代王府文化区东北侧、老二中非遗公园、城墙等片区，引导布局体现大同传统与现代有机融合的时尚创意商业，包括酒吧、园林、实验剧场、车展、雕塑馆等功能形态。

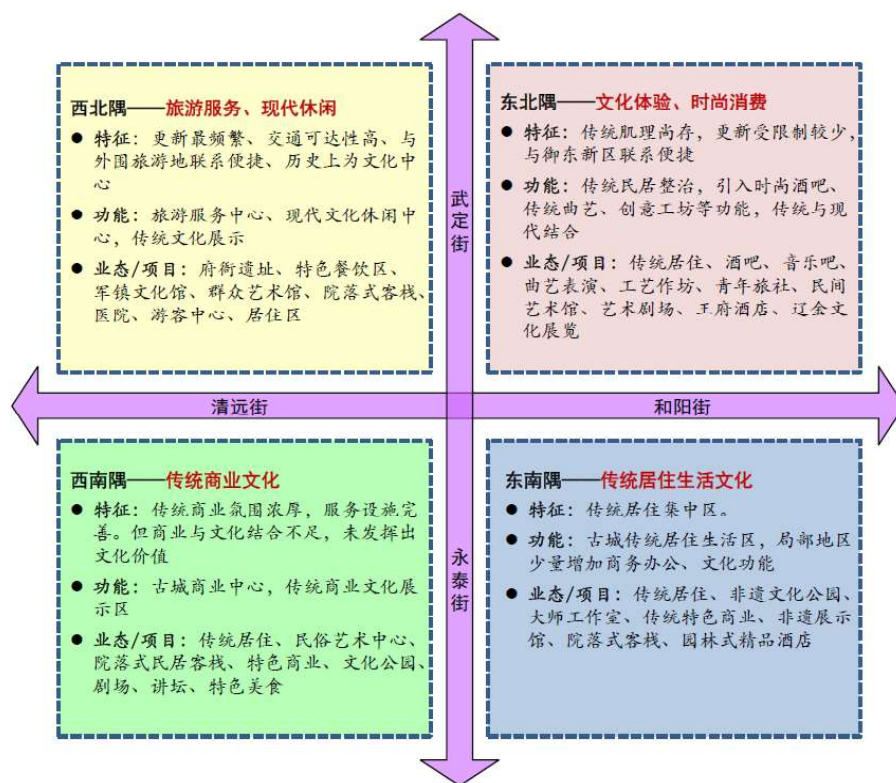


图 25 大同古城功能业态布局要求

二、案例借鉴

（一）丽江古城

1. 概况

丽江古城位于云南省西北部，占地 7.279 平方公里，由大研古镇、束河古镇、白沙古镇等构成，是世界文化遗产地、国家 5A 级景区、国家历史文化名城和全国文明风景旅游区，是全国著名古城旅游度假地。



2. 发展定位

世界级旅游目的地、体验之都、爱情之都、艳遇之都、小资

天堂。

3. 商业发展情况

丽江古城商业氛围浓重，核心区商铺超过 1000 家，商业经营总面积近 3 万平方米。商业业态主要以餐厅、酒吧、客栈为主，80%的商户经营者是外地人。业态比例为购物、餐饮、住宿、景点=48:13:38:1。

表 2 丽江古城各功能片区开发情况

片区名称	功能主题	旅游产品	商业发展
大研古镇	小资休闲、精致住宿	①木府古城博物院等景点；②四方街等四大商业街；③洗街、火把节等民俗。	商业氛围浓厚，购物与住宿比重相当。
束河古镇	旅居度假	①茶马古道博物馆等景点；②束河四方街；③骑马、火把节等民俗。	商业开发成熟，以购物和住宿为主，购物比重略大。
白沙古镇	观光休闲	①白沙锦绣艺术院等景点；②棒棒会、火把节等民俗。	旅游观光为主，商业开发不成熟。

4. 经验借鉴

丽江古城作为著名的旅游胜地之一，在国内外旅游者中拥有超高人气，其为国内古城的开发建设提供了众多可供借鉴之处，但其商业开发也存在体量大、同质化严重的问题，过度的商业化、各片区同质化的商业业态结构以及商业经营中的欺客宰客现象已威胁到古城的旅游形象和游客对当地文化的感知，古城吸引力有所下降。为此，丽江政府及古城管理机构从顶层设计、规范经营、文化提升等多方面推动古城商业转型升级，改善古城商业、旅游形象。

（1）加强顶层设计，规范商业业态发展。

坚持保护优先，制定和实施丽江古城保护管理的长远发展规划，优化商业空间布局，盘活现有资源。编制《丽江古城商业规划》，科学划分功能区，分类设置主题街区、主题院落、主题客

栈。明确丽江古城商业业态配比：酒吧、餐饮占 10%，旅游商品经营、食品、工艺品等占 40%，民族文化产品占 20%，客栈、散客接待服务及其他类占 30%，并积极推进落实；推进丽江古城商业业态提升工作，完成丽江古城商业业态分布调查工作以及《丽江古城 5A 级景区商业业态提升方案》编制。

（2）实施商户准入，加强商户经营标准管控。

2017 年 4 月，《丽江古城内经营项目目录清单》向社会公布并实施，《世界文化遗产丽江古城经营项目准入证》标识制度也同步实施；2018 年 2 月发布《关于对〈丽江古城市场经营项目准入退出管理暂行办法〉（征求意见稿）公开征求意见的通知》。2018 年 1 月开始，开展以“诚信经营、文明服务、热情服务、微笑服务、周到服务、安全生产”等为内容的商户经营承诺书工作，实施经营标准管控。持续做好古城商户经营跟踪检查工作，定期发布“红黑榜”。2019 年 4 月，《丽江大研古城市场经营项目准入退出管理暂行办法》开始施行，该办法对准入经营的项目、限入或退出经营的项目、禁入或退出经营的项目，开具了《丽江古城内经营项目目录清单》进行明确要求。

为加强对古城内客栈的规范化管理，2018 年 3 月，成立丽江市大研古城客栈经营者协会，制定《丽江市古城区大研古城客栈经营者协会章程（草案）》，秉承“以服务客栈为初衷，以便于管理为理念”，免费为丽江古城客栈协会会员提供维权、培训、金融支持、客栈文化宣传等各类服务，还提供免费法律咨询，协助解决行业内纠纷。

（3）提升文化内涵，实现 5A 景区建设与历史文化名城保

护相结合。

民族文化是丽江古城的血脉、根基、灵魂，特有的民族文化是体现丽江古城文化遗产价值的重要元素。通过资金支持、项目扶持、政策倾斜等方法措施，不断挖掘和注入新的民族文化元素，逐步建立民族文化原真性保护体系。实行商旅文融合发展之路，形成了“纳西古乐”、“丽水金沙”、“印象丽江”等文化演艺品牌；注重文化体验及消费体验，逐步恢复水洗街道、放河灯等传统生活习俗。

有计划地实施留住古城居民的政策措施。从 2003 年开始，每年安排 300 多万元用于古城居民生活补助发放；与美国全球遗产基金会合作，实施古城民居修缮工程；实施文化名人回落古城、地方民族特色店铺保护、名人故居修复等项目，建立一大批民族文化传播展演经营门店及民族文化示范窗口，营造良好的人文环境；开展直管公房清查收回工作，收回的公房以公租房形式出租给无住房或住房困难的纳西族群众，既保障了民生，又有效提高了古城内纳西族人口比例，保护了丽江古城的文化原真性。

（二）凤凰古城

1. 概况

凤凰古城位于湖南省湘西土家族苗族自治州的西南部，占地约 10 平方公里，分为综合服务区、夜间休闲区、主题购物区、特色餐饮区、生态观光区、其他区域。人口约 5 万，为典型的少数民族聚居区，为国家 4A 级景区。



2. 发展定位

以主题购物、夜休闲及苗族风情体验为主要功能的大湘西中部旅游中心、文化旅游产业发展中心。

3. 商业发展情况

凤凰古城内共有 4500 余家商家入驻，业态主要以客栈、酒店、旅游商品销售网点为主，占商业网点总数的 50% 以上。凤凰古城核心商业区包括虹桥文化街（以饰品销售为主）、酒吧街、旅游商品街（民俗工艺品销售为主）、旅馆街、现代商品街（以生活用品销售为主）五部分，有商户超 500 家，以旅游商品销售业态为主。核心区内几乎 90% 的房屋都被用作商业开发，出现了“过度商业化”的问题，古城本身的文化气息被破坏。同时，旅游商品同质低品滥价、酒吧泛滥。仅在 0.91 平方公里的凤凰古城核心区，就有 1000 多家卖姜糖的商店，280 多家卖银饰的店铺。

4. 经验借鉴

（1）采用市场主导型开发。2001 年，凤凰县经济发展陷入萧条，经济被迫转型。在“官办旅游”收效甚微的情况下，将凤凰古城特许经营权转让至企业，引入市场主体开发管理凤凰古城，并在 2001-2009 年期间，推出如旅游交易会、电视媒体宣传、大型节庆活动举办等营销方式，成功塑造“天上凤凰”品牌。

（2）重视古城遗产保护。多年来，“狂飙突进”式的商业开

发使古城不堪重负，古城遗产保护危机现状引发各方关注，保护性开发的呼声引发古城的庞大迁移计划和去商业化浪潮。古城管理者在凤凰沱江上游新建了“烟雨古城”项目，以拓展古城发展空间、疏解游客、改善旅游体验，促进古城良性、可持续发展。针对过度商业化的问题，古城管理者提出了“商业减法文化加法”政策，古城内的民居，凡是做与文化相关的业态，每年都将获得财政补贴；同时，政府还将尽可能为文化场所提供空间，以增加古城的文化氛围。

（三）台儿庄古城

1. 概况

台儿庄古城，位于京杭大运河的中心点，坐落于山东省枣庄市台儿庄区和鲁苏豫皖四省交界地带。古城肇始于秦汉，发展于唐宋，繁荣于明清，有“天下第一庄”之称（清乾隆赐）。古城占地2平方公里，为国家AAAAA级旅游景区，有“中国最美水乡”之誉。

2. 发展定位

世界文化遗产、国际休闲目的地、国家级文化创意产业园和海峡两岸交流基地。

3. 商业发展情况

通过统一规划，台儿庄古城形成了繁荣街、丁字街、顺河街、月河街、船型街等主要商业街区。其中，繁荣街为综合型商业街区，以民间工艺品销售、餐饮店等商业业态为主；丁字街以咖啡、西点等西式餐饮店为主；顺河街为美食一条街，主要发展以运河文化为背景的餐饮业，并适度发展酒吧、茶社等；月河街主要承

担陶瓷交易与展示功能；船型街则主要发展民间工艺品展示与销售网点。依托传统院落，台儿庄古城还发展了若干主题客栈、经济型酒店等，同时将本土曲艺文化引入古城，为古城消费者提供了丰富多彩的视听享受。

4. 经验借鉴

（1）注重文化保护与传承。台儿庄古城在开发建设中遵循“存古、复古、创古”的理念，不仅保留了传统的建筑记忆，通过非物质文化遗产博览园的建设，柳琴戏、运河大鼓、鲁南皮影等民俗文化也得到传承，景区内的民俗文化表演也已成为招牌项目。

（2）集团化运作管理模式。2016年，台儿庄古城旅游发展公司升级为集团公司，业务范围涵盖资产运作、交通服务、零售商贸、餐饮住宿、文化创意等。通过子公司的专业化分工，实现了古城旅游产业链上各行业的专业化运作，有效推动了古城旅游业、商贸业繁荣发展。

（四）启示

过度商业化、商业同质化是古城商业发展中必然面对的课题。过度商业化、商业同质化，不仅会严重伤害古城的气韵，也会破坏游览体验。当前我国古城千城一面，商业经营模式陈旧、内容单一的同质化现象十分普遍，已经影响到古城的口碑和人气。

为避免过度商业化与商业同质化，在古城商业开发过程中，首先应正确把握商业开发的“度”。必须承认古城复兴绕不开商业化、市场化的道路，但是部分古城出现了大规模重建、大量引进外来经营商的现象，再加上房地产开发的顺势推波助澜，大量外地人口的涌入、商铺林立、无特色旅游商品泛滥使得古城的原有

风貌遭到破坏、原有的古朴风格不复存在。古城中富有特色的民俗传统、民俗活动要么被肤浅的包装加以推广，要么随着古城的商业化而消逝湮没。原真性缺失导致古城的自然环境和人文氛围开始被同化，失去了古城特有的竞争力和文化魅力。

二是要突出特色，差异化发展。每个古城都有自己的特色，为古城塑造鲜明个性，是寻求差异化发展助力古城复兴的必经之路。传承久远的商号，原住民恬静闲适的生活方式都是对外来消费者构成独特吸引力的元素。出自原产地、原厂生产的商品，才是最正宗、最有味道的。此外，基于现代消费升级趋势的商业业态创新与文创IP打造也是塑造古城商业个性与魅力的重要途径。

第四章 古城商业发展定位与目标

一、发展定位

商旅文融合，打造古韵悠长的晋北传统商业文化体验中心和城市旅游休闲中心；延续自古繁华，建设与时俱进的城市商业活力中心。

二、规划原则

1. 保护优先，适度发展

坚守国家历史文化名城保护底线，保护优先，在保护古城传统风貌和历史格局的基础上，合理确定古城商业规模体量，注重老字号、非物质文化遗产等传统商业元素保护与传承，避免过度商业化、商业同质化对古城文化特质的不利影响以及对古城居民日常生活的干扰。

2. 文化筑基，特色发展

凝练古城历史文化特色及传统商业元素，突出文化传承、商脉延续，挖掘整合大同地方老字号商业资源和非物质文化遗产资源，引导古城商业特色化、主题化发展，打造古城商业核心竞争力和独特魅力。

3. 统筹兼顾，协调发展

统筹当地居民及外来游客不同消费群体消费需求，协调基础型商业与特色型、旅游型商业发展，构建科学合理的商业业态与功能结构。统筹古城保护传承与现代商业发展，协调传统商业文化与新兴商业业态发展，形成古今辉映、和谐共生的古城商业发展格局。统筹古城内外商业发展，围绕古城文化旅游资源，引导商业差异化、错位发展。

4. 把握趋势，创新发展

结合大数据、云计算、物联网等现代科技进步，顺应现代商业发展趋势，鼓励基于现代科技的商业创新与创意表达，增强消费的便利性与体验性，提高商业的组织化、现代化程度。

三、指导思想

以传承古城历史文脉、展示大同商业繁华为宗旨，依托古城独特的人文资源优势，面向当地居民以及外来游客两个消费群体，坚持新发展理念，坚持商旅文跨界融合，按照优化布局、提升品质、完善功能、彰显特色的基本思路，积极构建体现现代商业发展理念、适应现代消费需求变化的城市品质消费及日常消费体系，培育展现古城文化底蕴、体现地域文化精髓的特色商业及旅游商业体系，立体呈现古城丰富的文化内涵和市井生活风貌，改善古

城商业供给结构，满足人民群众美好生活需要，以商业复兴带动古城文化复兴、旅游复兴，助力古城保护更新。

四、发展目标

面向当地居民及外来游客两大目标客群，构建主客共享、规模适度、布局科学、结构合理、特色突出的商业服务体系。

——规划期内，古城内商业建筑规模控制在 50 万平方米以内，形成购物、餐饮、住宿接待、文化创意、生活服务等各类网点比例均衡的商业业态结构，购物类网点面积占比控制在 35% 以内。

——形成“十字串联、点线结合”的古城商业发展格局，延续武定街-永泰街和清远街-和阳街十字大街商业脉络，培育壮大鼓楼东西街、教场街、下寺坡街、代王府东西轴线、非物质文化遗产展示中心等若干商业街区及节点，完善社区商业设施配套，打造宜游、宜居、宜商、宜业的古城区。

——构建“丰富多元、智慧创新”的古城商业功能。坚持古城历史文化与现代商业经营理念相结合的思路，大力完善古城休闲娱乐、文化体验功能，积极培育服务消费、文化消费等新型消费热点，鼓励创新型商业、智慧型商业发展，增强商业设施的参与性、体验性。

——打造以“大同元素、平城文化”为核心的古城商业发展特色。深入挖掘地方文化底蕴，活化大同老字号、非物质文化遗产资源，形成老字号商业名店云集、地方非遗文化、民俗文化底蕴突出的古城特色商业发展之路。

第五章 发展重点

一、保护为先，加强古城商业规模及业态发展控制

1. 合理确定古城商业规模，引导古城商业适度发展

严格遵循国家历史文化名城保护要求，根据《大同市城市总体规划（2006-2020 年）》（2017 年修订）中中心城区历史文化名城保护规划和旧城更新规划对古城建筑高度和用地性质的规划控制，合理确定古城商业开发体量，对古城商业规模实行上限控制，以促进古城商业适度、有序发展。

以城市总体规划中旧城更新规划为依据，规划期内，古城规划商业用地面积为 52.5 万平方米。根据大同市城市规划管理技术规定（修改稿），商业设施、商务设施建筑密度以 45% 为上限，同时参照古城建筑高度控制，计算古城商业建筑规模上限为 49.7 万平方米，因此确定古城商业建筑规模上限控制为 50 万平方米。

而结合现场调研及收集资料整理，大同古城现有各类商业设施面积约 30 万平方米，在建拟建项目中商业建筑面积超过 20 万平方米，古城总体商业规模面临突破 50 万平方米上限、过量发展的风险。但古城目前处在古城复兴与保护更新阶段，部分现有商业设施所在地块面临着地块更新，现状商业设施规模尚有调整空间。规划期内，应以城市总体规划为准绳，严格遵循古城内土地利用规划，坚持依法、依规建设，做好现有商业设施调整与新建商业设施规模控制，引导各类外向服务型及综合服务型商业设施结合传统商业街区、重点商业功能区集中发展，日常生活服务型商业设施结合居住区布局，着重控制居住区内部及周边商业设施形态与规模，规范提升沿街小型社区商业设施，逐步取缔住宅

底商式社区商业设施，形成商居适当分离、规模适度的古城商业发展格局，避免外来游客及消费者对古城居民日常生活干扰。

表 3 大同古城部分在建拟建项目商业规模统计

编号	项目名称	位置	商业规模(平方米)
1	古城东北隅文化旅游产业项目 S1	武定街东侧	11588
2	古城东北隅文化旅游产业项目 S2	和阳门内街西侧	20949
3	代王府复建工程（东西轴线）	武定街以东，和阳街以北，西十府街以南	45989.26
4	古城西北隅项目	大十字街北侧、清远门内街东侧	36919.4
5	户部角项目	清远门内街以东，大十字街以南，大同潘家园以北，大同府衙以西	85440.8
6	清远逸居府院酒店	清远街北侧 S3-2 地块	10246.94
7	同人阁客栈	清远街北侧 S2-1 地块	8450
8	云冈酒店搬迁项目	永泰街以东，永泰门内街以北	--

2. 明确古城商业发展方向，制定商业项目准入退出机制

规范古城商业业态发展与引进，控制大众化零售商业比例，补充完善特色餐饮、精品酒店、主题民宿、大同地方特色商品、文化创意商品、旅游纪念品销售以及休闲娱乐网点，积极发展文化创意、传统文化技艺展示演艺网点，提升古城商业服务功能及特色。限制发展与古城文化底蕴不相符、影响古城人居环境、人文旅游环境的商业网点，逐步引导武定街电动车、摩托车销售网点迁至古城外，取缔马路市场、占道经营。

立足古城商业发展实际，采用政府宏观干预和市场自行调节相结合的方式，按照鼓励发展类、适度发展类、限制发展类、禁止发展类等类别制定并定期更新古城商业发展指导目录，制定古城商业项目准入退出管理办法，实行商业项目准入证管理制度与登记制度，严格规范古城商业项目的准入与退出。鼓励老字号、非物质文化遗产以及文创商品商店、地方特色餐饮、精品民宿等

特色网点发展，制定相应的租金优惠、装修补贴、税收减免等扶持政策。

专栏 1 丽江古城商业准入退出管理案例：

2019 年 2 月，《丽江大研古城市场经营项目准入退出管理暂行办法》经丽江市人民政府常务会议审议通过并向社会公布。该办法自 2019 年 4 月 1 日起施行，有效期至 2022 年 3 月 31 日。

办法明确了《丽江古城内经营项目负面清单》，分为限制准入类与禁止准入类两类。限制准入类，即不鼓励经营项目有 7 类，包括餐饮，手鼓，酒吧，珠宝、玉石、玉器、蜜蜡、琥珀，农贸市场，茶吧，化妆品等。禁止准入类则包括明火烧烤、歌舞厅、网吧、数码产品、桑拿按摩、美容美发、现代服饰销售等 16 类。办法中不鼓励的经营项目将被严格控制，原则上不再审批。而原已办理了《世界文化遗产丽江古城经营项目准入证》或《风景名胜区丽江古城准营证》的经营者，按规定将逐步对其规模、数量进行压缩，逐步引导其转项经营。对于办法中禁止的经营项目，在本办法实施前已有但未及时转项经营的，由古城保护管理机构及有关行业主管部门共同引导其转项经营或从古城内退出经营。

二、优化布局，构建“十字串联、点线结合”的古城商业发展格局

立足古城商业现状，遵循国土空间规划(或城市总体规划)、历史文化名城保护规划、古城保护更新指引等上位规划要求，规划古城内形成“十字串联、点线结合”的商业发展格局。

“十字串联”指以武定街-永泰街和清远街-和阳街十字大街作为古城商业发展主轴，是古城商业发展最为集中的区域，也是古城综合商业服务功能的承载区和古城商业对外宣传展示的重要窗口，为当地居民和外来游客提供全面的综合品质消费服务。同时，该十字大街作为古城道路交通组织的骨架，纵横双向串联古城多个商业街区（节点）。

“点线结合”指依托古城内部各地块开发，合理布局各类服务于当地居民及外来游客的商业街区及商业节点。包括鼓楼东西街地方文化休闲体验街、教场街时尚品牌消费街、下寺坡街婚庆

主题消费及旅游休闲商业街、代王府东西轴线平城文化体验街、山西美食坊、大同非物质文化遗产展示中心、西北隅大十字街社区商业中心、帅府街社区商业中心、东北隅社区商业中心和西南隅邱家角北街社区商业中心等。

三、文化传承，打造主题鲜明、底蕴深厚的特色商业体系

1. 复兴老字号商业资源，重现古城商业繁华

老字号是城市历史文化的载体，也是城市记忆的根基。它们与城市商业文明相伴而生，是城市风土文化的经典符号。大同自古就是山西北部重要商埠和货物集散地，商贸历史悠久。相关资料显示，清末至民国时期，大同的旧商号有 850 余家。其中以杂货店居多，近百余家。到上世纪四十年代，大同城内尚有老字号 200 余家，分布在古城的大小街道中。后由于历史原因，200 余家老字号一度全部消失。到 20 世纪 90 年代，老字号发展受到国家重视，大同老字号逐渐开始复兴，部分老字号得以重建。大同老字号涉及日用百货、绸布服装、食品糕点、副食调味、粮油 5 个主要行业，在多年的发展历程中积淀了丰富的内涵，成为大同人心中抹不去的记忆。

以“百年传承、大同记忆”为主题，挖掘整理大同老字号商业资源，建立健全老字号档案，全面掌握老字号发展历史和现状，做好老字号传统手艺、发展史料以及老字号纸质、照片、音像、实物、口述档案的征集、整理、记录和管理工作的。实施老字号重振专项行动，进一步完善老字号认定条件、认定程序和动态管理规定，规范开展“平城老字号”和“中华老字号”认定工作。重点在武定街、清远街、和阳街以及鼓楼东西街按照原址原型原貌

和异地原型原貌两种方式优先复兴一批有优势、有潜力的餐饮类、住宿类、特色商品销售类以及有非物质文化遗产价值的老字号商业店铺，营造原汁原味的老字号经营场景，激活老字号品牌价值，培育鼓楼东西街及武定街两处老字号聚集区，重现老字号传统风貌和商业繁华。引导老字号开展技术改造和营销模式创新，适应现代消费趋势变化，参与消费品“增品种、提品质、创品牌”（“三品”）专项行动，在政策、租金、税收等方面给予其适当倾斜。鼓励老字号店铺建设自身品牌微型展馆（展示墙），开设老字号文化展示及传统技艺体验活动，提升老字号商业活力与魅力，打造大同传统商业金字招牌。建设大同老字号博物馆，同老字号店铺自身微型展馆（展示墙）共同展示大同老字号起源、兴衰历程。

专栏 2 老字号博物馆案例：

（1）南京老字号博物馆

位于南京市老门东主街中央，由南京老字号协会开设，一期面积 280 平方米。博物馆共两层，一楼提供老字号品牌展示功能，二楼则提供场景式互动体验，消费者可以动手 DIY，体验、对比古老工艺和现代工艺。博物馆整合自明清以来，餐饮、百货、纺织、医药等诸多行业的南京老字号资源，采用时髦的“快闪”模式，每批进驻 10—20 家老字号企业，一个月轮换一次。

（2）鼓浪屿馅饼食品文化博物馆

博物馆位于中华老字号“鼓浪屿馅饼”食品厂一楼，于 2015 年 8 月正式对外开放，面积 2438 平方米。博物馆里不仅陈列着介绍鼓浪屿馅饼发展脉络的幕墙，还有还原鼓浪屿上馅饼店原貌的“街道”，以及供参观者进行馅饼制作体验的 DIY 室。

2. 活化非物质文化遗产，创意传承大同工匠精神

开展广灵剪纸、大同铜器、砖雕、雁北耍孩儿、灵丘罗罗腔等非物质文化遗产技艺展示、体验、研学等，适应现代人消费理念及消费观念，在保护非遗技艺本真性的前提下，引入非遗再设计理念，鼓励非遗技艺传承人结合新技术、新工艺推陈出新，在产品、服务等方面不断改进，形成基于传统技艺的原创商品、文创商品开发与定制，打造独具大同特质的“平城礼物”系列。

结合古城东南隅里坊巷项目开发及广府角历史文化街区建设，建设大同非物质文化遗产展示中心，设立非物质文化遗产、民俗工艺品传承人工作室，采用前店后厂的形式，建成集非物质文化遗产、民俗文化传承、保护、展示、传习、创作、表演、体验、交流等多种功能于一体的非物质文化遗产展示平台，打造非遗文化、民俗文化活态体验区。结合鼓楼剧院、古戏台等场所定期开展大同及晋北地区传统曲艺、戏曲等非物质文化遗产演艺。设立非物质文化遗产节，通过艺术巡演、技艺大赛、节庆表演等方式，开展丰富多彩的非物质文化遗产体验活动，传承大同非物质文化遗产精髓。

专栏 3 非物质文化遗产展示中心案例：

（1）海淀区非遗展示中心（北馆）

位于海淀区苏家坨镇稻香湖路 28 号，由海淀区文化委员会与北京稻香湖投资发展有限责任公司联合打造，建筑面积 5000 平方米，设有专门大师工作室和诸多展厅。通过活态展示、活态传承、互动参与、拓展开放等形式，打造集交流、展示、保护、体验、教学、展演为一体的非物质文化遗产展示平台。

（2）长沙市非物质文化遗产展示馆

位于橘子洲风景管理区内原橘洲客栈（该建筑曾为辛亥革命著名历史人物张孝准旧居），展示馆建筑面积 2023 平方米，分为主楼和副楼。主楼一层为主展区，二层为临展区和文创产品展示区。副楼为戏园，主要展演传统戏剧、音乐、曲艺等节目，并为观众提供具有长沙特色的传统小吃。展示馆围绕“家”的主题，秉持“一个人，一个家，一座城，非遗即生活”的策展理念，将主展区分为家堂、家艺、家音、家味、家节、家人六部分，带领参观者走进长沙人的老家，领略湖湘文化的魅力。

3. 注重文化元素植入，推动旅游商业主题化、差异化发展

顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势，以武定街、永泰街、清远街、和阳街四大街为分界，结合古城内人文景观资源分布情况，以文化引领各片区旅游商业开发，形成各片区旅游商业主题化、差异化发展的格局。

古城西北隅以官府文化为主题，结合大同府衙修缮工程，展示明代府衙建筑形制、明代官员等级制度和选拔制度等官府文化

特色。同时结合户部角城市休闲文化综合体以及餐饮基地项目，打造体现大同及山西省美食文化特色的餐饮消费区，适度开发大同及国内知名官府菜资源，辉映古城西北隅官府文化底蕴。

古城东北隅结合代王府复建工程，以展现都城、王府文化为主题，将北魏、辽金、明文化元素植入商业开发，合理设置主题文化展示展览馆、文化创意商店、传统手工业展示体验中心、主题酒店、客栈等，适度设置丝绸之路沿线国家及地区特色商品展示体验馆及特色餐饮网点，展示北魏平城繁荣、繁华风貌。以代王府为核心载体，集中展现明代藩王制度及明代王府文化。建设北魏、辽金历史文化博物馆，展现北魏、辽金时期朝代更迭、民族融合以及居民服饰、饮食、出行、社交等日常生活场景，重现鲜卑北魏生活场景；鼓励设置北魏、辽金及王府主题酒店、客栈，在内外部装饰装修方面、景观小品设置方面体现北魏、辽金及明代文化元素。

古城西南隅结合华严寺、善化寺、清真大寺、基督教堂等丰富的宗教文化资源，以鼓楼西街历史文化街区民居修复工程为依托，以“禅意养生”为主题，适度开发禅意主题民宿、素食主题餐厅、健康生活体验馆，衍生开发宗教系列用品文创商店，设置大同宗教文化博物馆、中医文化体验馆，集中展现大同宗教文化、中医养生文化底蕴，展现古城“宗教圣地”、“禅修康养”特色。

古城东南隅则以大同民俗文化、非遗文化展示体验为主，依托文庙、关帝庙、帝君庙、东岳庙等文物古迹，以广府角历史文化街区、里坊巷文旅项目以及云路街为空间载体，挖掘大同民俗文化精髓，积极引入非物质文化遗产传承人工作室、民俗工艺品

创作中心，建设大同民俗文化长廊，定期开展大同民俗文化演艺，开发相关的民俗工艺品、文化创意商品、旅游纪念品等。

四、品质提升，增强古城商业综合能力

1. 改善供给，推动古城现代消费升级

随着古城保护更新工程的继续推进，古城居民结构将发生变化，一部分原住民将继续居住在古城内，而一些具备一定消费能力的新古城人也将入住古城。顺应居民消费升级以及古城居民结构调整，规划期内，应适度增加高品质产品和服务供给，提升大众化商品及服务供给质量，在切实满足基本消费的基础上，不断提升传统消费品质，引领新兴消费发展，激发居民潜在消费。

鼓励引入国内外知名品牌专卖店、时尚买手店、跨境商品展示体验中心、品牌集合店、大同地方特色商业品牌店、中高档餐饮店以及无人零售等新型业态，积极发展儿童教育、亲子娱乐、文化创意、休闲体验类网点。倡导现代科技运用，提升商业设施的现代化、智慧化水平。盘活大富翁，推动华林商厦、新东方尚街由传统百货店向体验式购物中心方向转变，提升武定街、永泰街以及教场街商业业态及品牌档次，形成以品质消费、时尚消费为主要功能的商业轴线。

表 4 大同古城主要零售网点规划表

编号	网点名称	所在街巷	商业业态	面积(m ²)	规划意向
1	大富翁	教场街	百货店	52000	盘活资源，引入品牌消费、进口商品销售、儿童教育、亲子娱乐、餐饮休闲等业态业种，建设一站式主题购物中心。

编号	网点名称	所在街巷	商业业态	面积(m ²)	规划意向
2	新东方尚街	教场街	百货店	18000	改造提升，向体育、健身、康养主题购物中心方向转变。
3	华林商厦	教场街	百货店	32000	引入国内外知名品牌，开展品牌置换，完善餐饮、娱乐等服务配套，引导其向精品消费、休闲体验为主要功能的体验式购物中心方向转变。
4	北方电器	教场街	专业店	8000	规范发展，完善商品体验与消费服务功能。
5	银星金店	和阳街	专业店	5000	规范发展，完善商品定制、文化体验与会员服务功能。
6	苏宁易购	教场街	专业店	2000	规范发展，完善商品体验与消费服务功能。
7	丽盛名品广场	永泰街	专业店	6000	规范发展，提升消费体验与会员服务功能。
8	金泰珠宝	永泰街	专业店	1500	规范发展，提升消费体验与会员服务功能。
9	钟楼古街珠宝城	清远街	专业店	1500	规范发展，完善商品定制、文化体验与会员服务功能。

2. 开放合作，打造进口商品展销平台

当前，随着我国经济的快速发展、人们生活水平的提高，国内消费不断升级，市场需求走向高端化、品质化，消费需求由满足常规所需转向提升生活品质，高质量消费需求日趋规模化，刺激高品质的进口商品市场疯狂增长，进口商品消费成为我国传统商品消费领域的新热点。相关数据表明，近年来我国进口商品年增长率为 30%以上，到 2020 年，中国跨境电商进口商品市场规模将达 2450 亿美元。

适应我国城乡居民消费升级和供给侧提质需要，紧抓“一带一路”及大同跨境电子商务综合试验区建设契机，辉映大同古城北魏丝绸之路起点、中西文化交融之地的历史地位，加强同丝绸

之路沿线国家和地区以及发达国家商贸交流与合作，探索在教场街、武定街、永泰街结合大型商业设施或沿街商业铺面设置西域特色商品商店、丝路商品展示体验店、欧洲进口商品直购商店、跨境电商线下体验店等，扩大优质日用消费品进口，落实降低部分商品进口税率和跨境电子商务零售进口税收政策，减少中间流通环节，提升古城大众化商品消费品质与吸引力。

五、以人为本，推动宜居古城建设

1. 便民利民，合理发展社区商业

落实《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》中规定的“新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积比例不低于10%”的政策，按照《城市居住区规划设计标准》(GB 50180-2018)，依据居住人口规模合理控制社区商业规模，避免商业设施过量造成资源浪费。

表 5 社区商业服务设施规模控制指标（单位：平方米/千人）

	十五分钟生活圈居住区（5-10 万人）		十分钟生活圈居住区（1.5-2.5 万人）		五分钟生活圈居住区（0.5-1.2 万人）		居住街坊（1000-3000 人）	
	建筑面积	用地面积	建筑面积	用地面积	建筑面积	用地面积	建筑面积	用地面积
商业服务设施	320-450	350-550	320-460	200-240	-	-	-	-
社区服务设施	-	-	-	-	1070-1820	1710-2210	-	-
便民服务设施	-	-	-	-	-	-	80-90	50-150

结合居住用地布局和居住人口分布，统筹考虑与古城商业街区或节点功能互补，在地理位置适中、交通便利、人流相对集中的区域，合理布局社区商业中心，构建“5-10 分钟便民消费圈”。

新建社区的社区商业中心宜采用组团式块状布局，相对成熟的居住片区，可采用沿街式条状或点状布局。

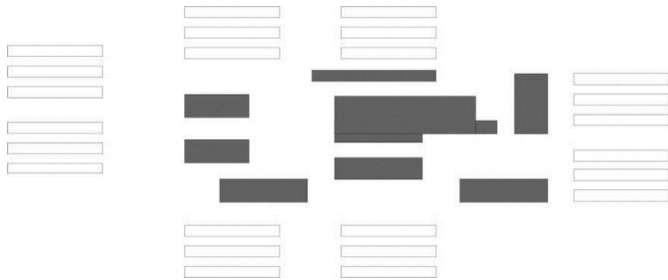


图 26 “组团式”社区商业中心示意图

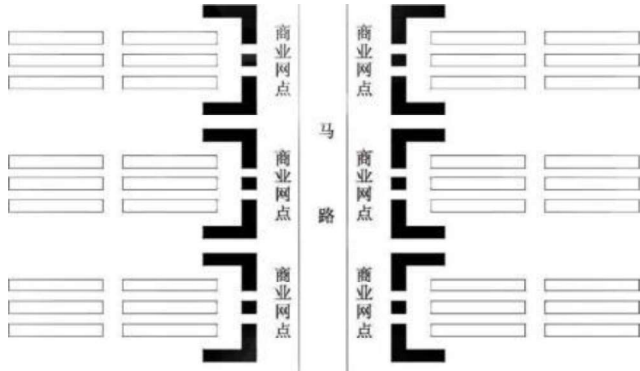


图 27 “沿街式”社区商业中心示意图

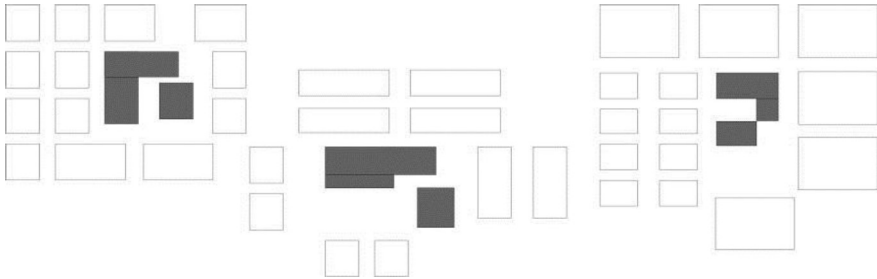


图 28 “多点式”社区商业示意图

规划期内，共规划建设 4 处社区商业中心，分别为西北隅大十字街社区商业中心、帅府街社区商业中心、东北隅社区商业中心和西南隅邱家角北街社区商业中心。其中东北隅社区商业中心依托新建的居住项目同时建设，以集中的组团式形态进行布局；其他区域宜结合现有商业资源，以沿街式形态进行布局。

鼓励社区商业设施同社区公共服务设施共同建设，着力发展集合商业、文化、教育、卫生、体育等多种功能于一体的一站式社区综合服务中心。社区商业主体特别是污染和噪音严重扰民的

设施尽可能与住宅分离，改变商居不分的布局形态。

2. 保基本、提品质，培育多元社区商业服务功能

结合《社区商业设施设置与功能要求》（GB/T 10455-2008）及社区人口规模，按照保障日常基本生活消费、提升品质生活消费的基本原则，合理选择社区商业网点类型，科学设置必备性网点和指导性网点。必备性网点包括综合超市、室内菜市场、便利店、药店等零售网点和美容美发、洗衣熨烫、家庭服务等；指导性网点包括文化娱乐、休闲健身、代购代订、邮政通讯、金融储蓄、专业店、专卖店等。积极发展小店经济，鼓励社区商业连锁化发展，引导品牌连锁便利店进社区，培育一批有特色、有品质，便民利民的邻里小店，提升居民消费品质。

表 6 社区商业功能与网点设置要求

网点分类	功能描述	主要网点类型	设置布局	规模/服务半径
日常购物类网点	满足居民的日常购物和生活消费需求	超市	均匀分布，保持适度间距	服务半径 1-2 公里
		便利店	步行 5 分钟内为宜	规模在 100 平方米
		社区菜市场	结合居住区人口规模合理布置	服务半径 0.5-0.8 公里，单体规模控制在 500-1000 平方米
生活服务类网点	服务于社区周边居民	餐饮、美容美发、洗染、家庭服务、再生资源回收	与周边居住区的情况相适应，合理分布	各项目根据需要自行确定合理规模
市政服务类网点	面向社区居民的市政服务网点	医疗保健	视具体情况而定	-
		金融、邮政、电信	宜在社区商业密集地布置	-

表 7 社区商业网点配置要求

人口规模	商业网点配置要求
2000 人	设置便利店、生鲜食品超市、药店、餐饮店等网点
5000 人	增设综合超市、服务类店铺、快递自提柜等
2 万人	设置中型超市、生鲜食品超市、各类专业店（医药、书店等）、餐饮店、快递

人口规模	商业网点配置要求
	自提点等
5 万人	设置社区型综合超市、生鲜食品超市、各类专业店（医药、书店、维修店、家政服务店、洗衣店等）、餐饮、旅店、文体场所
10 万人	设置大型综合超市、物流配送点等

规范标准化菜市场或生鲜食品超市等民生类网点建设。与古城保护更新、居住区和社区商业建设相配套，坚持改造与新建并举，按照服务半径 800-1000 米，90-150 平方米/千人的标准合理配置社区标准化菜市场或生鲜食品超市。新建标准化菜市场/生鲜食品超市在层数、高度、形体、色彩以及与其他用地、建筑的关系上，须符合古城保护更新与古城风貌保护要求。标准化菜市场/生鲜食品超市宜在社区商业中心集中布置，不宜与住宅建筑连体设置。规划期内，古城范围内共计规划布局标准化菜市场/生鲜食品超市 5 处。其中，古城西北隅 2 处，东北隅、西南隅和东南隅各 1 处。

3. 与时俱进，推动社区商业智慧化发展

引入“互联网+”理念，大力发展社区电子商务，整合各类社区商业资源，发展以社区生活服务业为核心的电子商务服务。引导电商企业与社区便利店、超市合作，开展快件自取、社区共同配送、电子缴费等服务，提升零售终端“最后一公里”的物流配送服务能力。鼓励企业拓展移动互联网和家庭物联网领域，探索全渠道融合发展的新模式，全面提高社区商业的信息化、标准化、规范化、集约化水平。

完善“一站式”便民服务功能，支持老旧小区利用闲置房屋、地下空间等打造多层次、多形式的便民服务点，将零散的社区服务资源进行线上线下整合，统筹建设和改造餐饮、住宿、家政、

洗染、美容美发、维修、物流、金融、文化、娱乐、休闲等生活服务网点，提高古城居民生活的便利性。

六、创新推动，发展新型商业业态和经营模式

1. 模式创新，发展新型商业业态

伴随着互联网、物联网、大数据、人工智能等新型技术不断出现，基于技术进步的商业创新也层出不穷。以智能化、体验化为切入点，线上线下融合、无人零售、跨界零售、绿色零售等新业态也风起云涌，这些新的业态和经营模式为消费者带来新颖而丰富的消费体验。大同古城在未来的商业发展中，应与时俱进，在已有项目的改造升级和新项目的建设过程中，积极引入智慧零售、虚拟现实消费体验、跨境购免税体验店等新的零售业态和经营形式，提升古城商业活力，打造历史与现代、传统与时尚交相辉映的魅力古城。

2. 融合发展，开创商业发展新思维

随着居民消费结构不断升级，单纯依靠商品销售的发展模式已无法满足消费者需求，文化、艺术、旅游等元素逐步融入商业建设和经营中，多行业、多领域聚合发展成为商业发展的突破口和新亮点。大同古城拥有深厚的历史文化底蕴和丰富的人文旅游资源，应大力发展文化创意商业、休闲体验商业、旅游商业等商业类型。规划期内，重点以文化、旅游、休闲、健康等为主题，打造主题化时尚消费中心，以特色吸引消费，促进消费；围绕文化和旅游资源，集中建设商旅文融合创意商业示范区，将大同古城打造成为集文化、创意、旅游、商贸等多方面资源的聚集地，成为创新融合发展的示范区、城市经济和社会发展的增长区。

七、多方协同，打造富有活力的古城夜经济

鼓励古城商业与文化、旅游、休闲等产业紧密结合，依托古城文化底蕴，融合光、影、游、展、演、商等多种元素，打造以商业消费为基础，文化、旅游为支撑，多方联动的夜间体验消费场景，塑造涵盖休闲、旅游、购物、餐饮、娱乐和住宿等内容的古城夜经济品牌。

引导古城内商业主体适当延长营业时间，开设夜间营业专区、24小时便利店和“深夜食堂”等特色餐饮功能区，鼓励商家开展形式多样的夜间促销活动，定期举办美食节、主题消费节等，培育多元化的消费习惯。鼓励有条件的景区(点)开发夜间旅游项目，丰富夜间旅游内容。利用古城内广场及城墙、城楼空间，定期举办电影节、古城灯会、庙会等会展节庆活动，促进古城人气聚集和夜间消费发展。利用鼓楼剧院、喜庆汇剧场、喜人剧场等开展夜间演出活动，规范酒吧、影院等经营服务场所，满足市民及游客多样化娱乐需求。积极引进知名连锁酒店，大力发展特色主题民宿和精品文化酒店，提升古城住宿接待能力和服务水平。鼓励商贸企业拥抱互联网，实行线上线下融合发展，完善商品配送服务，通过不打烊的数字经济助推线上夜经济发展。

完善古城夜经济支撑条件。加强城墙、主要街道及大型商业设施、商业功能区夜景灯光照明、景观营造。整合古城停车资源，合理设置夜间临时停车场(位)；优化公交线路设置，探索开设夜间班次，延长夜间运行时间，提升消费者夜间出行的便捷性。加强夜间食品安全、消防安全、交通安全及治安监督检查，消除夜经济消极影响，保障夜间消费安全。创新夜间特定时段、特定

区域管理模式，简化夜间活动审批手续，允许沿街商户利用户外及街面开展形象展示推广活动。

八、技术引领，构建智慧古城商圈

1. 统一规划，打造智慧古城商圈

深入实施“互联网+流通”战略，以便利古城居民和外来游客消费为出发点，以物联网、大数据、云计算等新技术为依托，以智慧基础设施建设和现代信息技术推广应用为路径，以智慧服务和智慧管理为重点，以大同古城为整体打造智慧商圈，将文化、商业、交通和旅游信息整合，构建覆盖整个古城地区的智慧商圈服务网络，实现古城商圈数据获取智慧化、消费智慧化、交通引导智慧化、公共服务智慧化以及管理智慧化，进一步优化古城商业发展环境，使大同古城成为线上和线下互动、古典和现代有机结合的智慧商圈示范区，并进一步成为山西省乃至全国的智慧商圈示范区。

2. 加强基础设施建设，为古城智慧商圈建设提供支撑

加强古城地区网络基础设施建设，打造免费 WIFI 网络、移动终端、户外智能触摸终端、高清摄像头、智能传感器等设备互通互联的物联网，实现古城内人流、物流、车流等方面的服务和各类文化活动、商业、旅游、交通等信息自动获取以及互联网与智能化应用的有效对接，全面提升古城智慧商圈商业的服务水平。

3. 政企合作，建设古城智慧商圈服务平台

政府主导，引进有实力的企业开展战略合作，整合商圈内景区及各类商铺等信息，开发古城商圈 APP，构建集古城信息索引（商业品牌、商业活动、文化活动、企业信息、交通信息等）、

信息推送（商业信息、文化活动、生活服务信息、预警信息、公益信息、政府信息等）、生活服务（公共事业费缴纳、公交卡充值、电话费充值等）等功能的智慧商圈线上服务平台，实现古城商圈信息（景区、商家、商品、服务、人流量、车流量等）的自动采集、实时共享，为消费者实时提供商圈内商品展示、促销活动、文化活动、优惠信息查询、网上订购、网络支付、网上预订、智能配送、公共出行指引、停车引导等服务，为商家和政府提供商业运行监管、监测预警等服务。

4. 加强管理，建设智慧商圈公共管理平台

建立古城商圈管理服务平台，通过大数据分析实时监测商圈运行情况，对商圈内产业分布、企业需求、楼宇租金、闲置资源等方面进行实时可视化管理，及时解决商圈运行中的各种问题，全面提升古城商圈管理服务水平。

第六章 重点项目

按照与大同古城保护更新同步建设、同步开发的原则，在积极推动云冈国际酒店搬迁、餐饮基地等现有商业类项目建设的同时，有序推动古城商业街区（节点）建设与改造，优化古城商业设施布局，提升古城商业功能与品质。

一、鼓楼东西街地方文化体验商业街

1. 区位与发展现状

位于古城中部偏南，鼓楼西街和鼓楼东街。

鼓楼东街、鼓楼西街是古城重点打造的主要面向旅游消费客群的游憩商业区，初步形成了以地方特色餐饮体验、主题住宿以及特色商品销售为主要功能的旅游服务街区。鼓楼东街及鼓楼西街已引入各类商业网点 41 个，在建商铺 9 个。现有 41 个商业网点中，有餐饮网点 17 个，以大同地方特色餐饮网点为主，其中不乏凤临阁、顺意凉粉、老大同凉粉、鼓楼东街老火锅等知名餐饮名店；住宿网点 5 个，均为民宿客栈；商品销售网点 12 个，销售商品涵盖纺织服饰、珠宝玉石、文体用品、食品烟酒等多个门类，体现大同或山西地域特色的商品销售网点有 3 个，分别为手工醋、大同礼物以及桐枫超市（特产商店）。

2. 规划要求

延续鼓楼东街、鼓楼西街传统商业街功能，以体现古城历史文化内涵，满足文化休闲消费需求为宗旨，积极发展老字号、主题民宿、文化创意商店、地方特色工艺品作坊等，吸引文艺创作者入驻，限制发展大众化服饰、商品销售等同大同及山西地域文化不相符的商业网点，凸显街区的休闲与文化体验功能。结合老字号重振专项行动，引入 5-10 家老字号品牌，鼓励其自主创新，适应现代消费需求，增强老字号商业的体验性与创新性，建设集老字号文化体验、特色商品与服务提供等功能于一体的老字号商铺，提升街区商业特色及旅游消费吸引力。

二、教场街时尚品牌消费街

1. 区位与发展现状

位于古城西南隅，教场街（永泰街以西）。

教场街是古城内主要的购物街区，根据实地调研统计，教场街拥有各类网点 145 个，包括华林商厦、大富翁商厦（已停业）、新东方尚街、北方电器、苏宁易购等大型百货店、专业店以及数量众多的小型专卖店、专业店。现有 145 个网点中，以各类专卖店、专业店为主，网点数量超过 100 个，约占街区网点总数量的 3/4，从品牌档次来看，绝大多数为国内中低端品牌专卖店、专业店。餐饮休闲等配套服务类网点发展不足，街区内共有餐饮网点 12 个，以快餐、小吃为主；休闲娱乐网点 1 个。总的来看，教场街商业发展呈现业态结构单一、品牌档次不高、配套功能有待健全等问题。

2. 规划要求

以“时尚、潮流”为主题，开展街区品牌置换与业态升级，鼓励设置国内外知名服饰、家居用品品牌，发展买手店、设计师品牌集合店。引导华林商厦、新东方尚街提档升级，提升商品消费品牌档次以及餐饮、娱乐等配套设施品质，打造以精品购物、主题消费为主题的品质消费场所。盘活大富翁商厦，积极引入特色商品购物、亲子娱乐、文化体验类业态，发展跨境商品、进口商品经营，建设集特色商品消费、主题文化体验于一体的一站式消费场所，满足消费者品质化、个性化、体验化消费需求。完善街区餐饮休闲网点配套，鼓励发展国内外知名网红餐厅、轻餐饮网点，提升街区餐饮消费吸引力。

三、下寺坡街婚庆主题消费及旅游休闲商业街

1. 区位与发展现状

位于古城西南隅，包括下寺坡街与华严寺广场。

该区域西靠华严寺，旅游休闲氛围浓厚，商业人气旺盛。现有各类网点 110 个，主要分布在下寺坡街沿线。网点功能以商品销售、婚纱摄影、餐饮服务为主，拥有专业专卖店 75 个，婚纱摄影网点 17 个，餐饮网点 13 个。

2. 规划要求

围绕婚庆主题消费及旅游服务两大主要功能，逐步调整街区大众化低端服饰销售网点，控制婚纱摄影网点数量增长，补充发展地方特色商品、餐饮消费及旅游服务网点。在空间布局方面，结合街区商业发展基础，实行分段发展引导。鼓楼西街以北区域，主要面向旅游消费群体，重点发展大同地方特色商品商店、禅文化创意商品店、旅游工艺品商店以及轻餐饮、素食、养生餐饮、主题客栈等，完善旅游咨询、接待等网点，限制发展大众化购物类网点。鼓楼西街以南区域，依托现状婚纱摄影网点及时尚服饰销售网点，限制发展大众化低端服饰网点，鼓励设置婚庆策划、礼服定制及婚庆用品销售网点，引入晋北传统婚庆习俗展示与体验，打造传统与现代交相辉映的婚庆主题一站式消费区。

四、代王府东西轴线平城文化体验街

1. 区位与发展现状

位于古城东北隅，代王府东西轴线。该街区处于待建状态。

2. 规划要求

以都城文化、王府文化展示为主线，合理设置王府主题酒店、北魏、辽金主题客栈、传统手工业制作体验中心、老字号餐饮网

点以及丝绸之路沿线国家商品展示体验馆等，开展北魏、辽金及明代民俗文化演绎，完善地方特色餐饮、特色旅游商品销售、旅游咨询接待等网点，形成以旅游休闲、文化体验为主要功能的平城文化体验街区。

五、山西美食坊

1. 区位与发展现状

位于古城西北隅，为待建项目。

2. 规划要求

结合户部角城市休闲文化综合体项目建设。整合山西各地知名餐饮名店、名吃，划分不同的地域板块，开展美食制作技艺展示体验，并引入山西各地民俗文化演艺，以美食文化展现山西各地不一样的风土人情，设置山西面食博物馆，建设以中华老字号美食、山西省非物质文化遗产美食品鉴为主的山西美食体验区，打造舌尖上的山西。

六、大同非物质文化遗产展示中心

1. 区位与发展现状

位于古城东南隅，为待建项目。

2. 规划要求

结合广府角历史文化街区及里坊巷文旅项目建设。科学设置大同非物质文化遗产展示展览馆、大同民间工艺展示展览馆，开设非物质文化遗产传承人工作室和民俗文化讲堂，采用租金补贴等方式，引入一批国家级、省级非物质文化遗产，打造以非物质文化遗产、民俗工艺品展示展演、互动体验、技艺交流与传承、

创意研发等多种功能于一体的非物质文化遗产展示体验中心。

七、善化寺文化创意商业街

1. 区位与发展现状

位于善化寺西侧，街区现有网点 23 个，其中，零售类网点 8 个、餐饮类网点 3 个、休闲娱乐类网点 4 个、生活服务类网点 4 个，中介及其他网点 4 个。

2. 规划要求

依托善化寺文化景观资源，以禅意休闲为主题，鼓励设置禅文化创意商品店，开发佛事用品相关的衍生工艺品、纪念品，适度发展茶馆、轻餐饮、素食等，调整生活服务类及其他网点。

八、社区商业中心建设与改造

1. 区位与发展现状

结合古城居住用地分布及城市居住区规划设计标准、社区商业配置要求等，在古城西北隅、东北隅、西南隅共计建设与改造社区商业中心 4 处，包括西北隅大十字街社区商业中心、帅府街社区商业中心、东北隅社区商业中心和西南隅邱家角北街社区商业中心。其中，西北隅大十字街区域、帅府街区域以及西南隅邱家角北街区域已初步形成社区底商为空间载体，沿街条状分布的社区商业发展模式，但网点规模、品质及服务功能均有待提高。古城东北隅则处于建设阶段。

2. 规划要求

西北隅大十字街社区商业中心、帅府街社区商业中心、西南隅邱家角北街社区商业中心以现有沿街社区商业设施为基础，逐

步推动社区商业服务品质与功能的提升；古城东北隅则依托新建的居住项目同步配套建设，在布局形态和发展模式方面，建议采用组团式布局形态建设邻里中心模式的现代社区商业中心。完善各社区商业中心必备性网点建设，适度配套指导性网点，打造便捷、安全、一站式的社区商业中心。

表 8 大同古城社区商业中心规划表

编号	名称	位置	规划意向
1	大十字街社区商业中心	大十字街及石头巷沿线	推动大十字街及石头巷沿线社区商业设施改造，形成以标准化菜市场、社区超市为主力业态的社区商业中心。
2	帅府街社区商业中心	帅府街沿线	盘活闲置商业设施，完善标准化菜市场、生活服务类网点建设。
3	邱家角北街社区商业中心	邱家角北街及周边区域	结合古城保护更新及旧城改造，逐步推动邱家角北街社区商业服务网点品质提升，完善居民日常基础性消费服务。
4	古城东北隅社区商业中心	古城东北隅北部	结合古城东北隅用地开发，新建以邻里中心为主要模式的社区商业中心。

表 9 大同古城标准化菜市场或生鲜食品超市规划表

编号	名称	位置	规划意向
1	大十字标准化菜市场	石头巷与大十字街交汇处东北	结合现有大十字便民市场改造建设标准化菜市场。
2	帅府街标准化菜市场	帅府街沿线中段	结合闲置商业设施，新建标准化菜市场。
3	东北隅生鲜食品超市	古城东北隅北部	结合古城东北隅开发，配建生鲜超市。
4	县隍庙街标准化菜市场	县隍庙街沿线	结合古城保护更新，新建标准化菜市场
5	邱家角北街标准化菜市场	邱家角北街与教场街交汇处	结合古城保护更新，配建标准化菜市场。

第七章 保障措施

一、强化组织协调保障

成立由市政府、相关职能部门及古城管委会共同组成的大同古城商业发展建设工作领导小组，形成统一领导、分工负责、上下联动的工作机制，建立各部门之间规划实施协调机制和衔接机制，充分发挥政府组织协调、规划指导及监督管理作用，有计划、分层次、分阶段推进古城商业建设和发展。其中，市政府负责全面统筹古城商业发展与建设，协调解决古城商业发展中遇到的重大问题与困难。市级各相关部门从各自业务职能入手，分别承担古城商业项目批复、用地审批及土地出让等工作。古城管委会则具体负责古城商业招商引资工作与古城商业运营的日常监督管理，协助重点商业项目落地，出具重点商业项目选址前置性意见，供相关职能部门参考。

二、加强统一经营管理

成立由政府相关部门与商家共同组成的大同古城商业发展协会，通过协会组织对商户进行统一管理和综合服务，尝试建立证照辅助办理机制、商户档案管理机制、分区分会服务机制、星级商户评选办法、商户培训等多种服务机制，多方位、多角度为商户营造便利的经营环境。控制古城及重点商业街区整体开发模式，避免开发商将店铺分割出租、出售造成布局不合理、同业竞争过度或店铺闲置、资源浪费等情况的出现。

三、严格市场准入

严格落实古城商业项目市场准入制度，加强商业项目建设和

发展引导，根据规划定期制订古城商业业态发展导则，明确古城商业发展的正负面清单，积极引入符合古城定位和发展方向的商业业态/类型，对不符合古城定位、发展方向或影响市容、交通和居民生活的业态/类型进行严格限制。探索建立 1000 平方米(含)以上商业项目听证制度，由发改、规划、商务、交通、消防等市级行政部门及古城管委会组成听证委员会，在新建项目土地投标(含征地)及现有项目改扩建之前，对项目设立的科学性、合理性和可行性进行论证，出具听证意见，作为项目审批的决策依据。

四、强化政策要素支撑

认真落实省、市支持服务业和商贸流通业发展的各类政策，重点在财政、税收、土地等方面对古城商业发展给予倾斜扶持。财政方面，积极推动设立大同古城商业发展引导资金，用于扶持老字号商业企业、非物质文化遗产传承人工作室、文化创意产业等特色类商业项目建设、现代流通方式运用、传统商业提档升级、民生性商业设施建设，并建立市级、区级两级财政投入稳定增长机制。创新财政资金的使用方式，以商业发展基金、资本投资运营公司、公私合营等方式，带动社会资本投入，支持古城商业发展。制订包括税收、门店装修补助等相关的古城商业发展扶持政策，鼓励和吸引知名商业品牌企业、文化创意企业进驻。用地方面，不得随意改变古城内用地性质，保障商业用地的储备和供应。税收方面，按照国家财税体制改革统一部署，推进生活性服务业营改增，减免生活服务业小微企业的营业税和企业所得税，支持小微企业做大做强，扶持小店经济发展。

五、优化商业发展环境

一是推进行政审批制度改革，简化审批流程、取消不合理的前置审批项目，提高审批效率。二是加快推进诚信体系建设，严厉打击制假售假、商业欺诈和侵犯知识产权的行为，大力倡导诚信经营、诚信消费，营造诚信兴商的良好氛围，促进信用交易发展，树立大同商业诚信形象。三是完善公众监督，建设古城商业网点诚信档案，让消费者为商户打分评级，通过公众监督促进商业产品质量和服务质量的提升。四是加强宣传推广，整合旅游、文化、商业等多种资源，利用多种媒体、多种方式广泛开展大同古城宣传推广活动，提升古城知名度和影响力，实现古城商业与文化旅游产业良性互动发展。

附：

丽江大研古城市场经营项目准入退出管理暂行办法

第一章 总则

第一条 为进一步加强丽江大研古城的保护和管理工作，严格规范市场秩序和维护丽江大研古城良好的市场经营环境，促进丽江大研古城商业经营行为健康、有序发展，依据《云南省丽江古城保护条例》《世界文化遗产丽江古城传统商业文化保护管理专项规划》等规定，结合丽江大研古城实际，制定本办法。

第二条 本办法所称丽江大研古城市场经营项目准入退出管理的范围，是指位于丽江市古城区，经丽江市人民政府批准的《世界文化遗产丽江古城传统商业文化保护管理专项规划》的规划范围，即丽江大研古城区域。

第三条 世界文化遗产丽江古城保护管理机构（以下简称古城保护管理机构）根据《世界文化遗产丽江古城传统商业文化保护管理专项规划》以及丽江市人民政府发布的《丽江古城内经营项目目录清单》的内容和要求，结合社会发展、市场规模和古城保护管理的需要，合理规划和确定古城内商品经营项目布局。

第四条 本办法所称“世界文化遗产丽江古城经营项目监管标识”（以下简称监管标识），是指根据《丽江市人民政府办公室关于在世界文化遗产丽江古城实行经营项目准入标识的通知》要求，对丽江古城内鼓励经营项目实行识别制度，对符合条件的经营项目给予监督识别的标识。世界文化遗产丽江古城经营项目监管识别措施具体由古城保护管理机构组织实施。

第五条 在本办法管理范围内从事经营活动的公民、法人或其他组织应当通过鼓励经营项目监管标识进行识别。

第六条 根据《丽江古城内经营项目目录清单》内容和要求，对其中鼓励经营项目类的扶持鼓励及倡导鼓励的经营项目列入准入经营项目，对不鼓励经营项目列入限入或退出经营项目，对禁止经营项目类的项目列入禁入或退出经营项目进行管理。

第七条 为保护和传承丽江大研古城传统商业文化，突出传统文化特色，按照《丽江古城内经营项目目录清单》中扶持鼓励的经营项目范围，对经营丽江民族文化遗产活动、东巴纸制作、加工、传承、展示，纳西族服装服饰的制作、展示、销售，知名人士、文化传承人、手工艺人开馆授艺等弘扬、展示传统文化特色的店铺，古城保护管理机构应当做好指导、扶持和管理工作。

第八条 符合丽江古城民族文化保护专项资金扶持范围的，依照《丽江古城民族文化保护专项资金管理和使用办法》及有关规定进行申报，给予资金和政策扶持。

第九条 经营者在本办法管理范围内从事经营活动的，应当遵纪守法、诚信经营、亮证经营、文明服务，切实维护好消费者的合法权益。严禁采取不正当手段竞争客源以及拉客、宰客、欺客等违法违规及扰乱古城旅游秩序、经营秩序的行为。

第十条 古城保护管理机构和相关行业主管部门应当严格按照有关法律法规和《丽江古城内经营项目目录清单》以及其他规定和要求，坚持民族文化特色经营方向，切实履行好丽江大研古城区域内市场经营项目的行政审批和行业监管等职责。

第二章 经营项目准入识别管理

第十一条 从事经营活动的公民、法人或其他组织，应当在监管标识核定的地点、期限、经营范围内开展经营活动。

第十二条 从事经营活动的公民、法人或其他组织取得监管标识，应当具备以下条件：

（一）经营项目符合《世界文化遗产丽江古城传统商业文化保护管理专项规划》《丽江古城内经营项目目录清单》以及丽江古城保护管理有关规定。

（二）有固定的经营场所，且经营场所符合丽江古城保护管理有关规定和要求。

（三）废水、废气、固体废物等废弃物的排放处理符合标准，配备相应的污染防治设施。

（四）噪音控制符合时段和分贝等控制要求。

（五）消防安全符合消防部门相关规定和要求。

（六）招牌的悬挂和样式内容符合古城保护管理相关规定和要求。

（七）符合法律法规的其他有关规定。

第十三条 监管标识的取得程序：

（一）拟从事经营活动的人员申请监管标识，向古城保护管理机构提出书面申请，进行办理登记。申请经营项目不符合要求的，按规定不需要或不能办理监管标识的，应当场书面告知申请人。

（二）申请人可以委托代理人办理监管标识。

（三）古城保护管理机构根据申请人提出的监管标识办理申请，对经营场所进行实地检查，就经营场所装饰装修、经营项目、消防设施、污染物排放、废弃物达标处理、环境卫生管理等进行检查并签署

意见。

（四）经现场检查合格后，申请人提交监管标识办理资料报古城保护管理机构审核。经现场检查不合格的，申请人按要求进行整改，经验收合格后方可提交资料，报古城保护管理机构审核。申请人提交的监管标识办理资料不齐全或不符合要求的，在审核时应当场告知申请人补正材料。

（五）将监管标识办理资料报局分管领导审核。

（六）提交局主要领导审批。

（七）发放监管标识、办理资料存档。

第十四条 古城保护管理机构自受理监管标识申请之日起 15 个工作日内进行核实，符合项目清单、项目布局的向申请人颁发监管标识，对不予识别的向申请人说明理由。

第十五条 监管标识正本和副本应当载明店铺名称、经营者姓名、经营地点、经营内容及规模、监管标识编号、批准日期、识别机关等内容；监管标识应当置于经营场所醒目位置。

第十六条 监管标识有效期的时限与《丽江古城内经营项目目录清单》的时限一致。

第十七条 经营项目的变更，应当符合《世界文化遗产丽江古城传统商业文化保护管理专项规划》和《丽江古城内经营项目目录清单》的内容和要求。

第十八条 监管标识变更经营主体的，首先应当通过市场主体登记审批机关的变更登记，经批准变更后，再向古城保护管理机构办理监管标识经营主体的变更。

第十九条 监管标识正、副本遗失或毁损的，经营者应当向古城

保护管理机构申请补领或者更换。监管标识正、副本不得涂改、倒卖、抵押、出租、出借、转让。

第二十条 旅游散客营业网点申办监管标识,应当以旅行社法人名义申请。

第二十一条 经营场所属于直管公房的,经营者申请监管标识应当以公房租赁人的名义申请办理。

第三章 经营项目限入、退出和禁入

第二十二条 古城保护管理机构对列入《丽江古城内经营项目目录清单》中的餐饮、化妆品、手鼓、酒吧等不鼓励经营项目列入限入或退出经营项目进行管理。

第二十三条 对不鼓励类经营项目进行严格控制,原则上不再审批;本办法实施前原已办理了《世界文化遗产丽江古城经营项目准入证》或《风景名胜区丽江古城准营证》的经营者,逐步对其规模、数量进行压缩,严格控制经营数量和规模,逐步引导其转项经营。

第二十四条 对列入《丽江古城内经营项目目录清单》的禁止经营项目,一律禁入不予识别。禁止在大研古城范围内经营的项目,在本办法实施前已有但未及时转项经营的,由古城保护管理机构及有关行业主管部门共同引导其转项经营或从古城内退出经营。

第二十五条 有下列情形之一的,应当取消经营项目监管识别:

(一)擅自变更经营项目、经营范围、经营主体,且在规定的时限内未办理工商变更登记和监管标识变更登记的;

(二)因经营项目调整为禁止经营项目的;

(三)经营主体自行终止经营的;

(四)因不可抗力导致准入项目无法实施的。

第二十六条 经营者办理监管标识注销手续的，古城保护管理机构应收回监管标识，并按程序办理监管标识注销手续。

第二十七条 拟从事经营活动的人员申办监管标识时，申请经营项目与民居修缮或装修审批时申请经营项目不一致的，一律不予识别。

第二十八条 古城保护管理机构根据丽江市人民政府适时调整并予以公布的《丽江古城内经营项目目录清单》，将其中的不鼓励类和禁止类经营项目列入《丽江古城内经营项目负面清单》，并向社会予以公告。

第四章 经营场所修缮装修

第二十九条 古城保护管理机构按遗产保护的规定要求负责对经营场所的修缮修建进行审查，配合规划等部门进行检查、监督和验收。

第三十条 对民居进行修缮和装修前，申请人必须在申请表内如实填写房屋的用途，对其修缮和装修后的用途，按照《丽江古城内经营项目目录清单》进行审查，对符合扶持鼓励类和倡导鼓励类经营项目的，方可按程序进行修缮和装修审批，修缮装修经验收合格后，方可按程序提出申请办理监管标识。

第三十一条 经营场所装修装饰风格应符合以下要求：

（一）店铺格局样式必须遵循丽江古城传统商业店铺的基本形式，对原有民居进行修缮时，不得破坏传统建筑风貌。

（二）店铺应选用可拆卸的木制六合门，也可选用能平开的木制六合门和老式柜堂门，**榻扇**应做有传统形式的雕饰。

（三）柜台和经营场所内的设置须与古城风貌相协调，禁止使用

与古城风貌不相协调的装饰材料和色彩进行装饰装修。

（四）经营场所不得选用铝合金窗、钢窗、塑钢窗等现代材料，应选用传统形式的木**隔**窗，不得采用全玻璃窗；不得采用现代材料制作的门。

（五）古城内的街道和门店内外广告的设置须符合丽江古城传统风貌及有关规定。

（六）经营场所地面应采用木质地板或青砖铺设，禁止使用釉面砖地面、花岗岩石地面、地板胶地面等材料，吊顶应采用石膏板或木质天花板。

（七）店铺的阶沿石或踏步石应采用当地的五花石和青石石材砌筑，严禁采用混凝土和水泥砂浆抹面的台阶。

（八）经营场所的木制作油漆应采用传统民居色调，选用铁红色或仿古色调，并且做到协调一致。

（九）经营场所招牌的标注应标记有中文、英文和东巴文字，应当符合相关规定，色彩文字格式等要规范化，做到一店一牌。

（十）店铺内不得有影响古城风貌的悬挂物及粘贴画等物（小黑板、小布旗、指示牌等）。

（十一）经营场所以及院内严禁搭建临时建筑物、严禁使用太阳能、遮光棚、遮雨棚等与古城风貌不协调的设施，禁止在天井内搭设楼梯，禁止随意改造民居建筑扩大经营面积，禁止民居外立面采用玻璃顶屋面和现代材料制作的玻璃阳光房。

（十二）经营场所内外禁止使用不协调灯具、灯箱。

（十三）经营场所内严禁安装使用大功率音响、调音台及功放设备。

（十四）经营场所应按照消防要求配备相应的消防器材。

第五章 日常监管

第三十二条 古城保护管理机构和各有关行业主管部门应当依法履行职责，密切协同配合，结合各自职能职责，加强日常监管，对违反法律法规规定的无证照经营户，应当及时依法予以查处。对不属于本部门查处职责的违法违规行为，应当及时通报有关行业主管部门。

第三十三条 经营者经营《丽江古城内经营项目目录清单》中不鼓励经营项目的，由古城保护管理机构及市场监督管理等有关职能部门按照各自职能职责做好经营者的转项经营引导工作。

第三十四条 经营者经营《丽江古城内经营项目目录清单》中禁止经营项目的，一经发现，由有关行业主管部门按有关法律法规的规定予以查处。同时，对拒不改正的经营者，将有关信息通报行业主管部门，列入旅游经营服务不良信息，并在媒体上进行公布。

第三十五条 经营者及其经营店铺被有关行业主管部门责令整改、停产停业的，按要求整改合格后，方可营业；对拒不整改的，由古城保护管理机构配合行业主管部门按有关法律法规的规定对其进行处罚并督促整改。

第三十六条 经营者对其商品的价格、性能、功能、质量、销售状况、用户评价等作虚假或引人误解的商业宣传，有欺骗、误导消费者等不诚信及不正当竞争行为，以及有其他扰乱古城旅游秩序及经营秩序等违法违规行为的，古城保护管理机构及有关行业主管部门依法依规对其进行查处，由查处部门记入不良信息记录，列入丽江大研古城旅游经营服务不良信息，并在媒体上进行公布；性质严重，构成违

法犯罪的，交由司法部门查处。

第三十七条 古城保护管理机构及丽江市古城区城市管理综合行政执法局按照委托的执法事项，依照监管标识识别事项对经营者的日常经营行为进行跟踪监督管理。

第三十八条 古城保护管理机构会同有关行业主管部门，在大研古城内开展丽江古城文明诚信经营示范户评定和丽江大研古城旅游经营服务不良信息的公布工作，对丽江古城文明诚信经营示范户和丽江大研古城旅游经营服务不良信息经营户及其店铺，每两个月在主流媒体上进行公布。

第六章 其他

第三十九条 对违反卫生管理有关规定的，由卫生行政主管部门依照有关法律法规的规定予以查处。

第四十条 经营者在经营过程中出现未按规定明码标价等违反价格管理有关规定的，由价格主管部门依照有关法律法规的规定予以查处。

第四十一条 侵犯旅游者、旅游经营者和旅游从业人员的合法权益及扰乱旅游秩序等违法违规行为的，由旅游主管部门依照有关法律法规的规定予以查处。

第四十二条 违反社会治安和消防安全管理有关规定的，由公安和消防部门依照有关法律法规的规定予以查处。

第四十三条 违反环境保护管理有关规定的，由环保主管部门依照有关法律法规的规定予以查处。

第四十四条 古城保护管理机构和有关行业主管部门及其工作人员擅自改变或不执行本办法规定，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊

的，报请上级部门对有关负责人和直接责任人给予相应的行政处分，涉及违法的，交由司法部门处理。

第四十五条 本办法自 2019 年 4 月 1 日起施行，有效期至 2022 年 3 月 31 日。

附录：《丽江古城内经营项目负面清单》

《丽江古城内经营项目负面清单》

一、限制准入类（适时调整）		
序号	不鼓励经营项目	备注及说明
1	餐饮	
2	化妆品	如胭脂、精油、精油皂等
3	手鼓	
4	酒吧	
5	珠宝、玉石、玉器、蜜蜡、琥珀	
6	农贸市场	如忠义农贸市场、北门农贸市场等影响古城风貌、市容市貌和存在安全隐患的大型农贸市场
7	茶吧、咖啡吧（国际品牌除外）	
二、禁止准入类（适时调整）		
序号	禁止经营项目	备注及说明
1	明火烧烤	
2	歌舞厅	
3	网吧	
4	电子玩具	运用电子技术、采用电子元器件等来控制动作或产生各种声光效果的电子机动玩具。如模型飞机、电子铁制品及塑料制品玩偶等
5	数码产品	如手机、电脑、电视机等
6	家用电器	如电暖炉、电饭煲、电饭锅等
7	影视厅	
8	电子游戏室	
9	现代家具	如皮沙发、现代材料制作的家具及办公桌椅等
10	洗涤、酿酒、蜡染加工	如餐具的洗涤、清洁、消毒及配送，服装干洗店、水洗店等
11	桑拿按摩、美容美发、美甲、纹身制作	
12	现代服装制作销售	如西服、羽绒服、运动服、现代休闲服装、现

		代 T 恤、现代皮鞋、旅游鞋等经营项目（民族品牌玉龙皮鞋不包含在内）	
13	现代建筑材料	如瓷砖、PVC 管、塑料管、油漆、水泥、钢筋等	
14	与丽江古城传统商业文化和风貌不符的经营项目	如索道、游乐场、马戏表演等	
15	存在安全隐患、威胁公共安全、破坏环境资源的经营项目	如液化气销售、危险品、危化品、剧毒化学品等	
16	国家法律法规规定禁止经营和销售的物品	如管制刀具、枪支、弹药、珍稀野生动物、盗版或侵权的物品及仿制品、未经授权的肖像、画像、姓名或签名的物品等	