广州市人民代表大会常务委员会关于广州市人民政府办理《发挥千年商都优势，做大做强广州商贸流通业的议案》实施方案的决议

（2003年10月31日广州市第十二届人民代表大会常务委员会第四次会议通过）

　　广州市第十二届人民代表大会常务委员会第四次会议，听取了市人民政府办理《发挥千年商都优势，做大做强广州商贸流通业的议案》实施方案的报告。经过审议，同意这个实施方案。　　会议要求，市人民政府要加强领导，精心组织，落实实施方案提出的各项措施，继续抓好商贸流通业的改革和开放，发挥广州岭南文化优势，做大做强广州商贸流通业。　　广州市人民政府办理《发挥“千年商都”优势做大做强广州商贸流通业的议案》的实施方案　　2003年4月28日，市人大常委会将吴榕凯、郑奕耀等11位代表提出的《发挥“千年商都”优势，做大做强广州商贸流通业的议案》（以下简称议案）交由市政府办理。接到市人大代表议案后，市政府高度重视，市府办公厅于4月30日召开了主、会办单位协调会议，确定了该议案由市商业局主办，市计委、经委、交委、规划局、国土房管局、工商局、地税局、科技局会同办理。5月12日，张广宁市长在市政府常务会议上对议案的办理进行了布置，要求主、会办单位认真承办，确保议案实施方案如期提交市人大常委会审议。市商业局接受任务后，在王晓玲副市长的直接领导下，立即成立了议案办理工作小组，成员由市商业局和市府办公厅、市委研究室、市政府法制办、有关会办委局及商贸专家组成。工作小组深入调研，先后多次召开专题座谈会，分别听取提出议案的人大代表、会办委局、商业专家组、大型商贸集团、部分民营企业、外资商贸企业、证券业等专业人士和代表的意见，研究确定了做大做强广州商贸流通业的基础条件、主要问题、指导思想和发展目标、主要对策、配套措施等思路。期间，工作小组赴上海、浙江考察学习两地发展现代流通业的经验和做法。在广泛征求意见的基础上，经各会办单位积极配合和认真办理，制定议案实施方案如下：　　一、做大做强广州商贸流通业的基础和条件　　（一）广州享有千年商都的优势。广州是一座有2200多年悠久历史的文化名城，在历史上籍地理优势开辟通商口岸，继而发展成为中国的著名商都。自秦汉起，广州就成为繁华的商都，两汉时期又成为海上“丝绸之路”的始发港之一，唐代的广州是中国“海上丝绸之路”第一大港，也是世界贸易大港。唐宋元明时期，广州的国际通商贸易由民间不断自发成型到纳入政府管辖。清朝康雍乾时期，广州是世界十大城市之一。广州“十三行”在鸦片战争之前独揽中国外贸近百年。广州作为中国最早对外的贸易通商口岸，从未关闭，历经千余年而不衰，在世界上曾经有过相当重要的地位。建国以来，广州是全国唯一的出口商品交易会所在地。改革开放后，广州在全国率先放开商品市场和商品价格，商业购物中心随着城市发展而转移，形成新、旧城区轴线和珠江滨水带中心商业区。广州商贸业一贯以海纳百川的大度，凝聚“人气”，营造外江商家纷至沓来、本地新秀百家争鸣的氛围，稳固确立华南地区商业中心的地位，有着发展现代化大商都、做大做强商贸流通业的深厚历史文化底蕴，是国内许多城市无法与之比拟的。　　（二）商品市场体系比较成熟。目前广州现代流通业以市场为依托，以商业区、专业街为主线，与全市星罗棋布的商业网点联结，国有、集体、私营、个体、外资等不同所有制商业企业的活力竞相迸发，要素市场比较发达，构筑较为完整的商贸业市场网络和不同层次的现代商贸业中心。2002年，我市社会商品销售总额3661.27亿元，比上年增长10.1%；全市社会消费品零售总额达1370.68亿元，比上年增长9.8%，剔除价格因素，实际增长13.3%，绝对值在全国十大城市中居第三位，占全省社会消费品零售总额的比重为27.3%。批发零售贸易业零售额973.32亿元，比上年增长10.55%。餐饮零售额达265.98亿元，同比增长10.86%；其中餐饮零售额、人均购买力等指标近几年均居全国十大城市首位。批发零售贸易和餐饮业网点达19.6万个，从业人员66.62万人。　　（三）营商环境逐步优化，商贸中心城市的地位日益显现。近几年来，我市不断改善城市环境，特别是加快道路交通设施建设，构建完善的立体交通网络系统，创造人流、物流、资金流快速流动的良好条件，进一步增强区域性中心城市的服务功能和辐射带动作用。广州面临做大做强商贸流通业的历史机遇，涌现一批规模大、辐射力强、在国内外有较大影响的大型专业批发市场。2002年，超1亿元的批发市场有95个，比上年增加16个，全年成交额为409.56亿元，比上年增长30.85%。越来越多的制造商、代理商、经销商、批发商来广州设立销售基地，国内外名店、名牌也纷纷落户广州，开设专卖店和专业连锁店，万客隆、吉之岛、百老汇和家乐福等跨国商业集团也看好广州市场，陆续“抢滩登陆”，初步形成了万商云集的良好局面。　　　 （四）现代流通组织形式加快发展。2002年我市连锁经营业得到较快发展，出现跨行业、跨所有制的投资主体多元化的连锁经营，引进国内外先进的连锁企业嫁接改造分散小型的连锁企业，拓展社区商业，7-11、OK等连锁便利店总数已超过100家。批发市场改造升级不断推进。广州美博城、广州（狮岭）皮具数码城等均成为全国行业内规模最大、功能最完善、现代化程度最高的专业批发市场。广州花卉博览园建成交易（拍卖）中心，广州国际玩具中心的建设正在顺利推进。具有深厚历史文化底蕴的北京路、上下九步行街等特色商业街，经过整治、改造和建设，品位提升，更具特色，有效地促进休闲消费市场发展。以宝供物流为代表的一批依托现代信息技术、具有全程物流服务功能的第三方物流企业，已经步入良性快速发展阶段。宝供物流集团去年被定为中国第二个物流示范基地，显现了第三方物流示范效应。　　二、广州商贸流通业存在的主要问题　　改革开放以来，广州商贸流通业取得较大的成就，随着入世后开放进程的加快，我市商业面临更多的机遇与挑战，竞争更趋激烈。但仍存在一些问题：第一，商贸流通企业单体规模偏小。我市商业贸易总量一直居全国前列，但2002年全国连锁超市100强，我市仅有广百、新大新两家，分别排在第50和57位，大型百货零售企业名列全国前茅的越来越少。第二，连锁业经营比例偏低。2002年全市连锁企业销售额占社会消费品零售总额的比重为13%，低于全省平均17%、上海的30%，与商贸中心城市的地位不相称。第三，商贸业规划相对滞后。由于规划的导向、规范作用发挥不够理想，造成商贸发展的前瞻性不够强，布局不尽合理。第四，营商环境有待进一步优化。交通管制与商品流通的矛盾有待于缓解，保护商业“老字号”的政策措施有待于完善和落实。　　三、做大做强广州商贸流通业的指导思想和发展目标　　指导思想是：以提高大都市国际竞争力为中心，以扩大消费需求为主线，以商业发展规划为指引，以发展广州商团为重点，以现代流通方式为主要载体，以改善优化营商环境为切入点，引入现代商业管理理念，建设岭南特色的现代商业文化，加快新区商业发展，打造现代化的商业功能区、圈、带，形成层次分明、分布合理的商业网点体系，努力建设现代化大商都。为此，确定近五年的商业发展对策为：建设一个中心，发展双源商贸经济，科学规划商业布局，实施五大策略，突出发展六种现代流通方式。即：努力建设带动全省、辐射华南、影响东南亚的现代化商贸中心，发展内源性和外源性双源商贸经济，科学规划“四线三圈、两轴一带”现代都市商业格局，实施品牌、科技、文化、绿色和诚信兴商五大策略，突出发展连锁经营、中高级批发市场、现代购物中心、特色商业街、物流业和会展业等六种现代流通方式。争取2007年实现如下目标：全市社会消费品零售总额达2166亿元，年均增长9.6%；全市商品销售总额达6270亿元，年均增长11.4%；连锁商业销售额达772亿元，年均增长34.1%，约占社会消费品零售总额的35%。　　四、做大做强广州商贸流通业的主要对策　　（一）努力建设现代化商贸中心。大力发展广州商团，突出发展连锁经营、中高级批发市场、现代购物中心、特色商业街、物流业和会展业六种现代流通方式，构建现代流通体系，不断优化营商环境，推进商业“东推进、西延伸、南跳跃、北培育”工作，加快发展咨询、信息、广告、认证、评估、拍卖和典当等中介服务机构，鼓励中介服务机构走品牌化、连锁化发展路子。建设市内外营销网络，推销世界各地名牌产品，培育“购物天堂”，吸引更多的外地人来广州旅游、购物、餐饮及其他消费，更好地发挥我市商贸中心的聚集作用。推进中高级批发市场建设，吸引大珠三角、全省和华南地区的商品购销，增强辐射力和带动作用。积极主动与各地经协机构、商会、企业联系，推动有比较优势的商贸企业到国内外投资，加强与大珠三角其他地区的商贸交流，加强与华南地区和东南亚的贸易往来，增强广州现代流通业的竞争力和辐射力，努力把我市建设成为带动全省、辐射华南、影响东南亚的现代化商贸中心。　　（二）发展双源商贸经济。　　1.大力发展内源性商贸经济。第一，加快国有商业企业改革，增强国有商贸经济的活力和稳定市场作用。以资产和品牌为纽带积极培育商业“航空母舰”和“单打冠军”。第二，大力发展商贸民营经济，提高商贸民营经济水平。树立全社会商业发展观念，建立商业项目库，通过网上、新闻发布、招商引资推介会等形式，公布鼓励投资的重点领域和行业，引导社会各界加大对商业的投资。支持民营商贸企业做大做强，支持民营经济以资产为纽带，组建跨地区、跨行业、跨所有制乃至跨国经营的大企业集团，支持民营经济以控股、参股、收购、兼并、重组、租赁等形式参与国有企业的改革，支持有条件的民营企业上市，开展资本运作。大力扶持商贸民营企业发展连锁、专卖、代理、配送、旅游、餐饮、社区服务等现代服务业。　　2.大力发展外源性商贸经济。努力提高商业利用外资的质量和水平。积极利用外资重点发展现代物流配送业、专卖店、专业店、电子商务和大型购物中心。吸引外资改造传统服务业，推动展览、拍卖、租赁、典当等服务业的升级发展。发展总部经济和国内外采购中心。加强与著名商业跨国公司联系，积极吸纳知名企业投资广州，引进10家以上世界500强中的跨国商贸集团。吸引跨国公司在广州设立区域总部和国际采购中心，吸引世界顶尖品牌企业来穗投资，发展国际商贸业。同时，引导具有比较优势的商贸企业“走出去”。抓住机遇，加大宣传推介CEPA的力度，加强与香港贸易发展局等机构合作，建立长线协调机制，组织互动的系列招商、考察、洽谈等活动，为两地企业寻觅合作商机。　　（三）科学规划“四线三圈、两轴一带”现代都市商业格局。　　根据“东进、西联、南拓、北优”的城市发展战略和“两个适宜”的发展方向及“内、中、外”圈层结构特点，拉开商业网点布局，构建“四线三圈、两轴一带”大商业格局。　　拓展“四线”商业带。沿东南西北四个方向的快速轨道和快速干道交通放射线，实施“东推进、西延伸、南跳跃、北培育”的商业网点拓展战略。东推进：依托东部产业带的快速发展向黄埔区、广州经济技术开发区、增城市推进，发展为东部产业带和新城区服务的、充满现代活力和具有较强辐射力的东部商业带；西延伸：利用芳村区位优势，以现代物流业、商贸业、餐饮业、休闲旅游业等为重心，延伸商业发展脉络，打造连接和辐射邻近城市的西部商业带；南跳跃：充分利用地铁、轻轨和快速干道的建设优势，实施向番禺、广州新城、南沙等地的跳跃式发展，大力发展为现代新城区和临海产业区开发建设服务的南部商业带；北培育：依托国际新机场和“双快”交通网络，加快建设为大空港、大产业和新城区服务的国际物流园区、批发市场园区和零售服务商业功能区，科学规划北部各中心镇，培育和发展北部商业带。　　打造“三商圈”。以中心城区为内核按区域功能向外分三层展开，按照“内精、中厚、外强”的发展要求，形成空间定位准确，圈层分工合理，地域特色鲜明的商业圈层结构。“内精”是移出不适宜在内圈层发展的业态，打造城市商业精品，提升商业层次，把内圈层发展成为凸显现代消费、高级商务及综合会展功能的核心大商圈；“中厚”是依托中圈层地缘优势，发展物流园区、批发市场园区和大型零售业态，使中圈层成为发挥“承内启外”作用、商业发展厚实、辐射功能强大的大商圈；“外强”是借助港口、机场、陆路交通网络，积极发展物流园区、批发市场园区和零售商业功能区，壮大外圈层商业实力，进一步扩大商贸中心城市的辐射力。　　强化“两轴一带”核心商业区。在新、老城区轴线和珠江两岸滨水带通过整合各种商业资源，引入创新理念，科学规划设计，在核心城区打造现代商都标志性的商业亮点。在越秀山至海珠广场的老城区和天河火车东站至海心沙的新城区两条中轴线上，着力打造以北京路商业街为主干的核心商业区和以天河城、正佳广场为主要节点的核心商业区。在珠江滨水带，着重突出休闲游憩特色、滨水景观特色、商旅互动特色和中西文化风情，通过两岸休闲风情商业街的建设，打造我市最亮丽的休闲服务带。　　（四）实施五大策略。　　1.实施品牌兴商策略。培育行业品牌企业，充分发挥商贸企业众多知名品牌的优势，以品牌为龙头，引进国内外资金、技术和管理，打造拥有品牌和自主知识产权、具有核心竞争力的商贸龙头企业。整合商业资源，组成多种经营战略联盟。保护和开发著名的商业老字号，更好地发挥商业老字号的带动作用。加强农、工、商、旅联合，通过采取行业推荐、社会评选、政府认定、统一标识的方式，挖掘、培育和发展广式糕点、糖果、沙河粉和岭南水果等国内外知名广州特产。发挥广州消费品市场的集聚作用，大力引进世界顶尖品牌，提升广州商贸中心城市的地位。　　2.实施科技兴商策略。加大对商贸的科技投入，推广商业标准化、信息化和自动化技术。第一，推广商业标准化。实施企业制度规范化、运作体系程序化、营销活动标准化，在商品规格、标识、包装、条形码、质量等方面推广国际标准，建立商业企业质量管理体系。第二，推广商业信息化。一是推进商业企业信息化。以大企业信息化带动、政务信息化推动、社会化服务带动等办法，实现大中型商贸企业和小型企业入网率达到90%以上，推动大中型商贸企业和小型企业的网站建成率分别达到90%和60%以上。二是建立IT系统，实现科技信息化管理。充分利用现有信息主干网络平台，建立商贸信息服务系统、有形交易市场和无形交易市场联网的电子交易系统、工商网络营销系统等电子商务基础服务平台，提高流通业管理水平。争取有70%以上的中高级批发市场建立信息化平台，实现网上远程交易。三是加快电子商务发展。组织科技攻关，建设安全可靠的电子商务运行支撑体系、区域性电子商务认证体系以及不同类型、支持多种模式的电子商务综合应用平台。大力推动企业对企业、企业对消费者的电子商务，建设网络化、数字化的商品流通体系及管理系统，普及与应用POS、条形码等电子信息技术。第三，推广商业自动化技术。应用现代科学技术，提高商品在加工、分拣、包装、仓储、配送等环节的自动化程度，增加商业的科技含量和附加值。　　3.实施文化兴商策略。着力打造特色商业文化、饮食文化和旅游文化品牌。发挥传统商贸业和饮食文化孕育独特的人文环境的优势，利用好能够创造大量商机的饮早茶、吃夜宵、逛花街等民俗。倡导主题消费、特色经营、饮食文化，实行传统商贸、餐饮、旅游业的有机结合。加快发掘广州古城、商都的历史文化精髓，注入岭南文化元素，明确特色、个性、品牌定位。突出西关文化、粤剧、古城和革命史等文化因素，提升和改造建设特色商业街，重点提升上下九路、北京路商业步行街，改造建设农林下路、一德路、滨江西路等商业街。　　4.实施绿色兴商策略。通过发展超市化和推进肉菜市场改造升级等手段，培育绿色市场，引导生产和销售企业树立绿色形象，推广绿色广告、绿色公关整合模式，开发绿色产品，采用绿色包装，提供绿色食品，确保产品安全、方便。构建食品放心工程体系，开辟绿色通道，建立公路、铁路等运输工具合理连接的食品运输网络，实现高效率、无污染、低成本流通。提倡绿色消费，促进广州商业新发展。　　5.实施诚信兴商策略。打造广州商誉，建立较为完善的社会信用体系。营造良好的政府信用。各级商业主管部门在讲信誉的同时，严把商品进入市场的检测关，拓宽优质安全的商品进入广州市场的渠道，倡导诚信经营。发挥工商部门资源优势，建设信用资讯网络，加强窗口性商业街、批发市场、商圈和商业企业的诚信建设，全面实行信用信息公开。完善市场监督机制，建立健全以行业自律、新闻监督、群众参与的社会监督体系。用制度保证守信者得益，失信者受损，形成诚实守信的环境，增强广州营商投资的吸引力。　　（五）突出发展连锁经营、中高级批发市场、现代购物中心、特色商业街、物流业和会展业六种现代流通方式。　　1.突出发展连锁经营。规划引导，规模发展，规范管理，推动连锁经营向更大范围、更深层次发展和延伸，逐步确立连锁经营在商贸服务业中的主体地位。科学制定全市连锁经营发展规划，引导连锁经营向成品油、医药、烟草、汽车、农资、音像制品、图书报刊、快递、旅游、酒店等领域进一步扩张。引导便民利民连锁商业向珠江新城、白云新城、广州新城、广州经济技术开发区、大学城、南沙开发区、花都区等新兴社区发展，提高连锁经营水平。引导连锁企业以资本为纽带走合作经营道路，参股、控股、加盟加速扩张，做大规模。支持有条件的商贸企业采取品牌输出、并购、加盟等形式，开展跨省、市连锁经营，增强向外辐射服务能力，提升企业竞争力。整合广州连锁商业资源，积极培育拥有自主知识产权、主业突出、经营规模大、核心竞争力强、具有国际竞争力的大型连锁企业集团，3年内争取广百集团的经营规模扩展至100亿元，培育1－2个经营规模达到50亿元的食品龙头企业。发展百货连锁经营及专业店、专卖店、品牌店等连锁经营，加快餐饮、酒店、美容美发、洗染、照相、修配等服务业的连锁化改造。扶持大型生鲜超市连锁公司发展。争取2007年市内大型社区基本设有连锁便利店网点，通过新建、改造等方式，全市生鲜超市达200间，改造提档肉菜市场238间，完成城区内肉菜市场升级改造。　　2.建造一批中高级大中型批发市场。以构建“立足大珠三角，辐射国内外”的批发市场体系和形成“广州价格”为目标，以调整布局、示范带动、强化功能、规范管理为发展原则，按照中心城区、新城区、中远郊区的城市商业功能圈层布局，制定中高级批发市场总体发展规划。引导中心城区传统批发市场改变经营模式，强化展示和服务功能，探索由现货交易向展示交易转变，由单纯交易向多功能服务转变，提升批发市场的档次。新建的批发市场按城市发展规划的要求高标准建设。对符合城市规划的批发市场，按谁投资、谁受益的原则，引进先进经营方式，催生一批中高级批发市场。通过新建、改造一批规模大、辐射面广、示范性强的中高级批发市场，逐步实现重点批发市场的升级改造，积极实行竞价拍卖、网上交易等先进手段，不断提高档次，提高辐射力。鼓励发展商品批发代理业务，努力培育多元投资、专业经营的大型批发代理商。大力推动工商、农商联合，以及与外地产销企业联合，构建全国名特优新商品的批发代理经销网络。争取至2005年，在皮革皮具、花卉、玩具、美容美发用品、汽车、服装等行业建成6个以产业为支撑，集采购、展示、研发、信息发布功能于一体，具有现代化大型商贸采购中心雏形，年贸易额超过100亿元的示范性批发市场。新建18家批发市场、6个批发市场园区，优化整合11个批发市场群。　　3.建造现代化大型购物中心（Shopping-Mall）。适应消费模式变化趋势，参照国际大型购物中心建设标准，在城市外圈层高标准、高品位规划建设现代化购物中心。加快引进外资和吸纳民营资本的力度，推进大型购物中心的建设。发挥广州区位优势和市场化程度高等商都优势，继续引进货仓商场、大中型超市、专业店、专卖店、便利店、仓储式专业超市等先进流通业态改造传统商贸业。同时，积极吸纳国内外知名企业投资广州。把在建中的总建筑面积为42万平方米的天河正佳广场，培育成市区内的现代化购物中心。抓紧推进天河东圃总面积为27万平方米的购物中心项目建设，在番禺、琶洲、白云区各规划建设一个现代化购物中心。　　4.推进特色商业街建设。按照“特色规划、特色文化、特色经营”的原则，把特色商业街建设纳入城市改造总体规划。科学定位，挖掘文化，提升档次，错位经营，形成地方特色浓郁的商业街群。积极吸纳社会资金投入商业街建设，以投资主体自主经营的方式滚动开发，市、区两级政府对商业街建设进行动态调控和配套扶持。采取改造升级和加快培育相结合的办法，推进建设36条商业街。每条商业街都力求体现自己的特色，凸现鲜明的主题经营和文化定位。重点抓好20条特色商业街（包括4条美食街）的建设和改造。农林下路商业街以经营穿戴类商品为主，引进国际顶尖品牌，提升经营品位。增强一德路商业街集散功能，建设成为影响东南亚的集购物、旅游、文化的海味、玩具、礼品特色街。北京路按照“现代都市特色、岭南建设风格、浓厚文化氛围、窗口示范作用”的定位进行改造，重点拓展南段，建设高标准、多功能、综合性步行街。规范商业街的经营管理，改变传统管理模式，以北京路、上下九路步行街为试点，建立商业街自律机构，建立良好的经营秩序和投资环境。　　5.推进现代物流配送体系建设。按照物流合理化、集约化和高效化的原则，依托黄埔、南沙、广州空港等3大国际枢纽型物流园区和芳村、白云、番禺、花都、增城等5个区域性物流园区的建设，积极开展招商引资。建立物流建设项目投资信息发布制度，引导多种投资主体参与物流业发展。采取合资、合作等方式，积极引进国内外先进物流企业，带动物流园区发展。建设物流的运输平台和信息平台，培育、扶持广州地区的大型物流企业集团，培育现代物流业成为广州重要产业之一。逐步建成以大型物流基地为核心、综合性物流配送平台和专业性物流配送中心为节点、覆盖大珠三角、辐射华南地区的物流网络。支持大型连锁企业、批发代理企业建设物流配送中心，引进国际自动化仓库管理模式，加快商品配送通道建设，完善配送中心运输网络，实现仓储立体化、搬运机械化、配送自动化，逐步使配送中心由企业内部商品配送转向社会配送，提供高效快递的配送服务。重点扶持发展一批第三方物流企业，逐步建立起开放式、网络化、社会化、高效畅通的商品配送体系。培育3-5家具有现代技术支撑、辐射力强、年营业额居全省前茅的第三方物流企业，做大第三方物流市场。　　6.培育国内外知名会展品牌。探索适宜广州会展经济发展的运作和管理模式，研究制订《广州会展业管理办法》，规范办展行为。理顺会展经济管理职能，整合各行业会展资源，引进先进办展理念，充分利用地缘优势，通过招投标、拍卖品牌会展举办权等方式，完善会展业办展机制，打造会展精品名牌，培育会展龙头企业。发挥琶洲、流花两个会展群体的优势，培育高素质的从业人员队伍，发挥“广交会”效应，大力发展会展经济。鼓励同类型的展会结盟，加强与国内外会展业的联系，增进与香港的会展合作；参加国际大会和会议协会等国际组织，创办具有国际、国内影响力的大型会展，提升广州会展国际知名度。力争在较短的时间内打造出一批具有行业特色、地方特色、产业支撑的会展品牌。加快培育服装、汽车、美食、美容美发、皮具、珠宝等知名会展品牌，扶持发展展览龙头企业，争取会展贸易额年均增长30％以上，实现每月1个大型国际展会在广州举行。　　五、做大做强广州商贸流通业的配套措施　　（一）建立广州市发展现代流通业联席会议制度。联席会议由分管商业的副市长担任召集人，市计划、经济、商业、农业、交通、财政、工商、国土房管、规划、外经贸、科技、物价、质监、协作、国税、地税等有关部门为成员单位，采取定期与不定期会议相结合的方式，协调解决现代流通业发展遇到的重大问题，研究落实支持发展现代流通业的各项政策措施。联席会议办公室设在市商业局，负责日常工作。　　（二）健全商贸业法规体系。加大依法治商力度，健全商贸业政策法规体系，制订行业准入、连锁经营、批发市场、物流市场和各种商业行业的管理办法，健全食品安全监督的管理规定。加强执法队伍自身建设，分期分批轮训执法人员，提高商业执法水平。　　（三）强化商贸业做大做强的政策措施。一是贯彻执行省委、省政府《关于大力发展现代流通业的意见》（粤发[2002]1号）和市政府《印发＜广州现代物流发展规划纲要＞的通知》（穗府[2003]18号）的规定。二是加大财政对商业的支持力度。市财政每年安排肉菜市场升级改造和新建生鲜超市扶持基金，用于肉菜市场升级改造和新建生鲜超市项目。三是参照国际做法，对参加国外（境外）展览会的企业，给予参展经费补贴。　　（四）提高政府行政效能。提高政府各部门的公共服务意识，推行服务承诺制。严格依法行政，减少办事程序，规范行政审批，公开政务信息。　　（五）提高交通通达能力。加快新白云国际机场、广州港、市内道路网、公路网、公共停车场的建设，发展完善与周边城市城际轨道交通，缩短广州与周边城市的空间距离，为现代流通业发展提供良好的硬环境。加强商业区、商业街、购物中心、批发市场的公交、地铁、长途客货运的交通接驳，加强货车、承运点、批发市场与市区出入口的衔接，加速城市货物快速流通。　　（六）加强对商业资源的保护。城市规划兼顾营商环境的和谐与统一，城市拆迁中减小对营商环境的负面影响。在城区进行地铁、高架路、道路的建设改造，力争保留沿线具有岭南风情人文景观特色的传统商业带。在老城区规划建设中，对需要拆迁的著名商业“老字号”按保护历史文化名城的要求，尽量在原址安置，采取保护措施而不失去特色。　　（七）搞好商贸业的资本运作。加强与广州证管办、广东省内的证券公司、国际性投资机构及相关部门的沟通，更好发挥友谊公司的再融资作用，推动广百股份等条件基本成熟的优质企业尽快上市。通过引入战略投资者和社会资本，促进有一定基础和优势的其它流通企业做好上市的准备工作，将符合条件的商贸企业纳入上市的候选对象。力争到2007年，全市流通领域上市公司达3家以上。　　（八）以人为本，积极引进和培养现代流通业人才。利用中国南方人才市场、中国留学人员广州科技交流会等渠道，建立人才市场化流动机制，大力引进人才，优化我市流通业人才结构。借助省内外高等院校的力量，建立联合培训基地，加快培养现代流通业急需的人才。营造吸引人才的宽松环境，在大型国有流通企业建立健全对经营管理人员的长效激励机制和绩效评估体系。　　（九）整顿和规范市场经济秩序，不断优化营商环境。抓住直接关系人民群众切身利益、群众反映强烈、社会危害严重的突出问题，打治结合，禁疏并举，大力开展打击制假售假、商业欺诈、非法传销等行为。建章立制，从体制、机制、制度上解决问题。以流通领域食品准入为核心，抓好构建食品放心工程体系，将食品监管关口前移，抓住生产源头，制定规范标准，严格市场准入，实现生产销售全程监控。强化市场整顿执法力量，建立高效精干的执法队伍，坚持“重典治乱”，创造安全规范、竞争有序的良好市场环境。　　（十）进一步发挥商贸业行业协会的作用。结合政府职能转变，将行业协会能够承担的职能从政府部门中分离出去，赋予行业协会在价格协调、行业标准、资质审查、信息交流等方面职能。鼓励新兴行业、优势行业组建行业代表性强、运作规范、适应形势发展需要的行业协会，促进行业协会的调整、规范、提高，逐步形成代表性强、能动性大、科学规范的商业协会网络。建立健全协会核心人员的推选机制，提高人员素质，提高运作水平。加强与香港行业协会的交流合作，更好发挥行业协会沟通政府和企业的桥梁、纽带作用，强化行业自律、协调和行业管理。