**加快内贸流通创新推动供给侧结构性改革扩大消费专项行动典型经验和做法**

**（6方面55项）**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 序号 | 典型经验 | 主要做法 | 取得成效 | 代表性  地方 |
| （一）  促进流通信息化标准化集约化 | 1 | 以精选重点项目为抓手，全面提升商贸物流水平。 | 天津明确商贸连锁、电商物流、快消品生产、商贸批发、第三方物流五大行业作为推进物流标准化的重点，以点带面，突出龙头企业引领，加快物流标准化试点建设,形成推动托盘循环共用的五种模式。 | 商贸物流效率进一步提高，2017年天津市标准化托盘租赁使用量由48万盘增加至80万盘，增长67%，物流周转箱应用增加至4700余万箱，配送金额超过44.3亿元。 | 天津 |
| 2 | 发力信息化平台建设，促进产销两旺。 | 辽宁引导金社裕农供销集团在生产环节中，加强信息化标准化建设，加大流通基础设施网络建设和“互联网+”工程，通过运用数据技术，及时搜集、传送、交换各环节及市场信息，对全部生产要素进行资源分配，并建立了全程溯源系统。 | 金社裕农供销集团流通网点布局更加完善合理，全方位的O2O网络形成了覆盖盘锦市的新零售体系。设置快递配送网络点400个，实现全市城乡冷链配送全覆盖。集团旗下米业、河蟹、有机无公害特色农产品销量旺盛，年营业额达到了4.55亿元。 | 辽宁 |
| 3 | 创新推动共享托盘服务模式，促进流通信息化标准化集约化。 | 积极推进物流标准化建设，以试点城市和项目为基础，以托盘标准化及其循环共用为重点，通过试点示范带动，创新推动共享托盘服务模式，进一步降低物流成本，提高物流效率，促进流通信息化标准化集约化发展。 | 广州市标准化托盘占比从原来的23%提高到49%；仓库及设施设备标准化改造率达到40%；物流成本由原来约占企业平均营业收入的59.6%下降到28.5%。 | 广东 |
| 4 | 自建物流配送体系，打造新型连锁集团。 | 山东推动家家悦集团推行物流标准化，做实物流体系，推广标准载具，加快物流对接，强化源头直采，拓展海外采购，强化基地对接，加强质量检测，实行全程冷链控制，保障供给质量，全方位打造新型连锁经营模式。 | 家家悦集团推广笼车装卸、带板运输，物流成本降低了27%，实行全程化不倒筐载配，农产品损耗降低了23%，为全国50多家连锁超市企业提供进口商品配送服务，年配送额达6000万元。 | 山东 |
| 5 | 加强顶层设计，全面引导商品交易市场转型升级。 | 出台《江苏省商品交易转型升级指导意见》，以培育一批千亿级商品市场为目标，认定20家省级转型升级示范市场。推动市场由商品交易向供应链管理转型、由交易场所向综合服务平台转型；推进市场与产业、城镇互动发展；设立引导资金，搭建交流平台，培育传播新理念新思维。 | 2017年江苏省前50强商品交易市场总成交额达15438.6亿元，同比增长17.8%；20家转型升级示范市场实现成交额11089.5亿元，同比增长15.3%；出现南通叠石桥国际家纺城等一批转型升级示范市场。 | 江苏 |
| （一）  促进流通信息化标准化集约化 | 6 | 搭建区域新零售平台，助力实体企业创新转型。 | 山西省商务厅支持建立全球蛙区域新零售OMO平台，实现实体企业之间、员工与顾客之间、全球产地、基地、供应链之间的互通互联、实时互动，运用新零售技术打造云供应链共享体系，融合信息技术开展经济数据分析。 | 全球蛙区域新零售OMO平台于2017年10月正式上线，已有会员70多万，入驻实体店101家，包含60多个优质品牌、1000多家门店，业态包括了餐饮、母婴用品等。 | 山西 |
| 7 | 以标准化助推县域生鲜农产品物流发展。 | 河北支持恒骏物流，依托大槐树冷藏库房及恒温配送车辆资源，完成对宽城县域内冷链物流资源的整合，辐射大槐树农村电商所有村店；普及创新标准化物流设施，提高物流配送信息化水平，提供全新的物流客户体验，构建“城乡村三位一体配送网络”。 | 恒骏物流装卸效率提高，库房单位车辆装卸极限配置次数增加1.5倍，中转仓储平均仓储时间缩短10-15%，库房货物吞吐量和周转速度可提高1.2倍。货损货差率下降60%，产品破损率控制在0.5%，订单执行及时率提高12%，降低包装成本23%。 | 河北 |
| 8 | 打造“物流河北”平台，推动智慧物流配送公共服务。 | 河北支持唐山成联电子商务有限公司建设互联互通的智慧物流配送公共服务平台——“物流河北”，将平台方、发货方、承运方、银行方、保险方纳入统一服务体系。“公益化+市场化”服务模式，“信息+交易”双重核心功能，统一标准规范化运营和管理，省内城际间物流资源互联互通。 | “物流河北”平台实现信息流、资金流、商流、物流的智慧合一。城市互通，项目节点城市覆盖率达45%以上，服务10大类企业，5万余家用户，平台设置服务栏目近30个，具备信息发布与查询、电子交易等核心服务功能，精细化服务用户。 |
| 9 | 实施“互联网+流通”行动计划，营造消费热点。 | 深入实施电子商务示范创建工程，发挥示范城市、示范县、示范基地、示范企业引领带动作用，建立互联网与传统产业融合发展的生态环境，打造“湖南网购节”品牌，推广“互联网+特色农产品”模式，破解农产品上行瓶颈。大力发展跨境电商，以“互联网+外贸”实现优进优出。 | 2017年湖南省电子商务交易额突破8300亿元，同比增长37%；其中，网络零售交易额1550亿元，同比增长40%。“互联网+”促进农产品上行成效明显，阿里、京东、苏宁三大电商平台开设的20个县级特色馆和3个市州特色馆已累计实现农产品上行交易额超过15亿元。 | 湖南 |
| （二）  深化流通  体制改革 | 10 | 创新开展总消费统计，助力商务领域体制机制改革。 | 率先在全国以“市场总消费额”替代“社会消费品零售额”作为衡量消费供给水平的指标，将市场规模逐步扩大的服务消费纳入指标体系当中，切实反映首都经济社会发展情况。 | 北京市开展总消费统计工作为推进消费和经济转型升级提供准确可靠的决策依据，为加快建立现代统计体系发挥示范作用，为适时在全国推广总消费统计工作提供了可复制经验。 | 北京 |
| 11 | 大数据云监管，助力商务综合行政执法监管。 | 贵阳市商务局按照“信息化、数据化、自流程化、融合化”、“四步工作法”，搭建商务综合行政执法大数据监管平台，实现行政执法过程全记录，以大数据技术采集业务数据、进行风险分析。 | 对监管执法过程中产生的数据进行全程记录、融合分析，及时发现和控制可能存在的风险，完善监管执法体系，提升监管执法效能。 | 贵州 |
| （二）  深化流通  体制改革 | 12 | 以城市“三变”布局公益性惠民生鲜超市。 | 由政府提供网点，市区两级政府按1：1比例承担网点回租费用，“资源变资产、资金变股金、市民变股民”，由合作企业按规范要求投资建设并自我经营、自担风险、自负盈亏建设惠民生鲜超市。 | 贵阳市共建成惠民生鲜超市30个，有效解决了南浦路、未来方舟、花果园等20多个新老社区因公益性菜市场覆盖不足造成的“买菜难买菜贵”问题。 | 贵州 |
| 13 | 大力开展平行进口汽车试点，推动汽车消费增长。 | 出台试点工作管理办法，加强制度监管，强化信用监管，持续优化口岸环境，搭建了平行进口汽车服务和管理信息化平台，构建信息化监管网络，加强部门联动，做好服务工作。 | 2017年天津自贸试验区试点企业累计平行进口汽车10.3万辆，进口额53亿美元，同比分别增长94.3%和93.4%。 | 天津 |
| 14 | 推进城乡一体化流通体系建设，提升生活服务便利水平。 | 中卫市开展城乡一体化商贸流通体系建设试点，由荣盛商业连锁股份有限公司承担实施项目建设任务，建成现代物流仓储配送中心，完成信息化平台改造及电子商务平台建设。 | 建成了城乡一体化现代物流仓储配送中心6500平米，配套分拣、清洗、加工、包装、保鲜中心3300平米，建立完善了企业物流配送、食品加工体系，为中卫市40个乡镇442个行政村118万人口及周边群众提供了便民生活服务。 | 宁夏 |
| 15 | 实施“商务双百送服”,推动商务经济发展。 | 百名商务干部联系百家企业，送理念、送政策、送对策、送要素（人才、资金、技术），确保送的理念新、政策准、对策好、要素实，创新拓展联系渠道，建立工作机制，强化部门协调。 | 通过实地调研、召开座谈会等形式调研服务企业1565家，其中商务厅领导班子实地调研服务企业200家，召开座谈会30场，收集意见建议288条，帮助企业解决问题259个，实现“干部走下去、问题收上来，措施落下去、服务跟上来”。 | 安徽 |
| （三）  建设统一  大市场 | 16 | 发展电子商务，打造内陆国际物流枢纽和开放高地。 | 创新发展城市电子商务，持续推进电子商务进农村，深化电子商务扶贫，建设现代商贸物流体系，构建三级物流配送体系，加快推进开放合作的国际物流体系建设。 | 2017年重庆市电子商务交易额突破10000亿元，网络零售额600亿元，均列西部地区第二位。重庆市涉农电商平台超过230家、涉农网商超过2.5万户，带动农村创业就业8万多人。 | 重庆 |
| 17 | 借力电子商务，助推农货出山。 | 腾冲市政府搭建平台，培育极边茶业、高黎贡山茶业等一批市县级“电子商务示范企业”，发挥龙头带动作用；培育特色“腾冲商城”，拓展农特产品进城通道，建设电子商务产业园区，促进集聚发展；探索“电子商务+旅游+农特产品”融合模式。 | 2017年腾冲市电子商务网络交易额13.3亿元，同比增长35.7%，网络零售额3.85亿元，同比增长41.3%。 | 云南 |
| （三）  建设统一  大市场 | 18 | 创新电商融合发展，拓宽产品流通渠道，促进农民增收。 | 赤峰市以推动工业品下行、农产品上行为主线，推动合作社与电商融合发展，推进合作社“走出田野、走进城市、走上餐桌”，适当自建电商平台，增加商品有效供给，创新物流配送机制，降低物流成本。 | 合作社年销售杂粮200多万斤，实现销售收入1000万元以上，社员人均收入达到1万元，高于赤峰市农牧民人均收入5个百分点。 | 内蒙古 |
| 19 | 以国家电商基地为核心，激发电子商务活力。 | 青海强化电子商务基地服务功能，配套资金支持，拓展线上功能，聚合政府资源，探索服务下沉和运营前移，助力外贸企业拓展海外营销渠道。市州县电商服务基地、服务中心以国家电商基地为示范模板，初步形成以基地为核心，连接市县乡村，集供应链服务、物流配送服务、电商营销、电商人才孵化等为一体的综合服务网络。 | 基地有40余项科研成果获得国家专利证书，共吸引91家传统企业入驻，构建五级物流配送体系，已覆盖35个县的297个行政村。 | 青海 |
| 20 | 开展公益性市场试点，增强民生保障能力。 | 天津采用政府投资入股的方式开展海吉星公益性市场试点建设。建立了完备的项目管理办法，明确项目工作目标、支持方向、投资评审、股本结构、过程管理、监督管理、公益属性管理、股权资本管理、制度建设管理等内容，为项目推进建设和确保公益属性提供了制度保障。 | 海吉星公益市场建立了冷藏库、冷冻库各一座，占地总面积约20000平米，设计托盘数20000个，建设完成4万平米的备用临时仓储转运场地，充分发挥市场保供、稳价、安全、环保等公益性功能。 | 天津 |
| 21 | 政企合作助力赣南脐橙上行销售。 | 将赣州的资源优势与知名电商的平台优势结合，政府高位推动、知名电商和著名网站联合推动，强化政企合作，着力推动赣南脐橙结亲联姻、靠大联强，搭好“大平台”、建好“大网络”、用好“大数据”，推动农产品上行。 | 2017年赣州市电子商务交易额突破500亿元，赣南脐橙网络销售额突破35亿元，帮助果农收入增长33%，带动了70余万农民脱贫致富。 | 江西 |
| 22 | 用电商平台为“三农”发展助力。 | 以“淘宝特色馆”为主导，推进农产品网络销售平台建设；以电商园区和淘宝村建设为重点，推进农村电商集聚发展；以“电子商务进万村工程”为抓手，推进农村电商服务体系建设。 | 2017年浙江省共有793个“淘宝村”，总数继续位居全国首位；全省已建成电商园区共301个，其中县域范围的园区110个，平均入驻企业超过80家，实现农产品销售额超100亿元。 | 浙江 |
| 23 | 借力互联网做大做强健康产业。 | 陕西发挥电子商务示范企业作用，扶持专注于“互联网+特色农业+大健康产业”的高新技术企业森弗公司，以企业智慧云、大数据驱动下的产品供应链溯源体系为依托，开展健康产品、现代农业、精准扶贫、电商培训等方面工作，引领健康产业创新发展。 | 延长了大健康产业链，提升了产品附加值。土地流转使贫困户获得资产收入，园区就业使贫困户获得劳务收入，推行订单式农业使贫困户获得经营性收入，贫困户稳定增收。 | 陕西 |
| （三）  建设统一  大市场 | 24 | 高位推动、顶层设计，实现电子商务进农村全覆盖。 | 省政府主要领导推动，印发《中共安徽省委 安徽省人民政府关于推进“电商安徽”建设的指导意见》及配套文件，省级相关部门通力合作，安排省级专项资金2亿元，围绕物流配送滞后、农产品上行难、电商人才缺乏等“扩消费”瓶颈重点攻关；实施电商精准扶贫。 | 安徽省76个以农业经济为主的县（市、区，含1.4万余个行政村），实现电子商务公共服务中心、农村电商物流配送中心、乡村电商服务网点“全覆盖”。2017年76个县网络交易额950亿元，其中农村产品网销250亿元、增长40%；31个贫困县农村产品网销约140亿元。 | 安徽 |
| 25 | 创建三级电子商务示范体系，推动发展动力转换。 | 健全国家、省、市（县）三级示范创建体系，实行分级培育、择优逐级推荐；培育电子商务示范基地、示范企业，认定了第四批32个省级示范基地、107家省级示范企业；确定了第三批15个省级示范县。 | 2017年河南省电子商务交易额达12535亿元，增长24.9%；网络零售额2493亿元，增长30.8%。2017年河南省全省示范县电商服务站点已覆盖2790个贫困村，服务贫困户92.55万人次，帮助贫困户增收1.39亿元。 | 河南 |
| 26 | 培育自建优势产品电商平台，助力内贸流通扩大消费。 | 着力优化政策环境，深入挖掘培育自建优势产品电商平台和农村电子商务中观层面新增长领域，推动电商产业园区建设，加快实体零售企业转型升级步伐，实施电商精准扶贫。 | 2017年黑龙江省实现电子商务交易额2387.2亿元，同比增长22.7%，实现网络零售额225.9亿元，同比增长52.6%。全省自建涉农电商平台数量达到208个，占全省电商平台的67.5%。 | 黑龙江 |
| 27 | 发挥独特地理优势，推进内外贸融合，搞活大流通。 | 依托广西与东盟国家陆海相连优势，建立以南宁市为中心、沿海沿边区域性商贸中心为支撑、大型市场和物流园区为依托的内外贸一体化市场体系，建设中国-东盟商品交易中心，加大通关一体化建设，搭建中新互联互通南向通道，加快跨境电商转型引领。 | 一批传统外贸企业、内贸企业向内外贸融合发展转变。2017年广西进出口3547亿元，同比增长27.6%；南宁跨境商品直购体验中心采用O2O模式，线下面积达8000平米，商品涵盖50多个国家，线上线下销售超过1亿元。 | 广西 |
| （四）  增加商品  有效供给 | 28 | 多部门联动，拓宽农产品上行通道。 | 联合省扶贫办、省质监局、省卫计委等10家单位牵头成立了贵州绿色农产品促销专班，在省内依托农产品集配中心构建“泉水池”，在省外依托重点目标城市设立销售窗口构建“送水池”，以两个“水池”的集配和销售，面向省内外市场持续稳定供应优质绿色农产品。 | 2017年贵州省达成各类订单25227份，涉及金额266.26亿元，带动了51.27万贫困群众有效增收。其中，省外分销中心销售农副产品近18亿元，辐射带动了3.7万群众。 | 贵州 |
| 29 | 以零售创新转型为引领，大力促进消费增长。 | 充分发挥政策引领作用，调整商业结构、创新发展方式、促进跨界融合、优化发展环境、强化政策支持等五个方面提出16项工作任务,加强消费促进总体部署，实施中华老字号发展工程，组织开展各种促销活动，促进连锁经营模式发展。 | 2017年广东省累计完成社会消费品零售总额38200亿元，同比增长10%，消费持续成为经济增长的第一拉动力。 | 广东 |
| （四）  增加商品  有效供给 | 30 | 以加快消费载体建设为依托，以政策支持为保障，优化商品服务供给。 | 打造三级商圈体系，发展夜市经济，推动商旅文融合发展，促进线上线下深度融合，以开展促销推动商品供给结构优化，培育消费新兴增长点。在中央商务区、核心商圈、特色商业街、夜市经济方面加强规划引领，实现多规合一。加强资金支持，重庆市安排地方财政专项资金300万支持夜市经济、特色商业街、核心商圈建设。 | 2017年重庆市商业增加值占GDP比重达10.4%，是工业、其他服务业外的第三大行业。商贸服务业税收收入384亿元，同比增长11.6%，占全市税收总额比重达13.8%。 | 重庆 |
| 31 | 政策机制、人才培育、区位优势三位一体，创新零售发展新载体新模式。 | 出台《天津市商务委员会关于推进线上线下互动加快零售业创新发展的指导意见》等重要文件，形成良好政策氛围；开展“买手制及零售业转型创新”中高层管理人员培训和“新零售、新营销、新支付、新体验”实体零售创新转型培训；利用港口区位优势，推动保税展示交易平台、进口商品直营中心、跨境电商体验店等建设。 | 成长起一批创新体验化业态及项目：大悦城不断创新体验化主题街区建设，“骑鹅公社”掀起了购物中心创新主题街区风潮；实体零售智能化建设趋势明显，天津苏宁易购以大数据布局预测消费习惯和动态，为消费者优选高品质商品。 | 天津 |
| 32 | 强化政策扶持，以龙头企业带动，解决农产品流通“最后一公里”问题。 | 出台《关于推进鲜活农产品直供社区示范工程的意见》，专门安排省级商务发展资金，以大型流通企业为主导，以连锁经营和社区直供为特征，“线下”与“线上”相结合，建设鲜活农产品社区直供网络。 | 引导企业建设近2000个直供店（点），30多个生鲜加工配送中心，基本实现对农产品的可见、可控、可溯，有效降低了采购和运输成本。采用“电子商务+社区智能提货柜”模式的江苏随易信息科技有限公司已经走向全国，目前已成功入驻苏州、无锡、上海2300多个小区，服务16万户家庭，2017年生鲜销售收入4.5亿元，同比增长104%。 | 江苏 |
| 33 | 积极创新社区电子商务模式，构筑“互联网+流通”新格局。 | 突出大数据在商业活动中的应用，将现代信息技术与社区商业深度融合，实现了社区服务流程、渠道、营销、运营等环节的数字化、智能化，探索出可复制的“互联网+社区服务+流通”的社区电子商务吉林模式，推动了传统社区生活服务业转型升级。 | 吉林省内9个市州建立社区平台282个，销售总额达3000万元，同比增长165%。通过佳邻社区生活体验店进入社区的农产品增加到323种，全年实现农产品销售额216万元，其中来自贫困地区的农产品销售额达169万元。 | 吉林 |
| 34 | 以试点示范带动智慧商圈建设，大力推动消费升级。 | 通过“智慧商圈试点”和“国际消费城市示范区”建设，打造智慧商圈，全面推进商圈的营销智慧化、服务智慧化、管理智慧化，做强核心商圈，引导品牌集聚，引导业态结构调整和企业转型升级，着力打造代表上海参与国际竞争的商圈、商街。 | 各智慧商圈试点单位增长显著，2017年第一批7个试点商圈中，有五个达到2位数增长水平。其中，第一八佰伴商圈同比增长22.4%，南京西路商圈和中环商圈继续保持14%和13.1%的高速增长，淮海中路商圈和新虹桥商圈同比增长10.1%和11.9%。 | 上海 |
| （四）  增加商品  有效供给 | 35 | 政策扶持与线上线下融合双轮驱动，振兴“老字号”。 | 武汉市组织实施“老字号振兴工程”，出台《武汉老字号认定办法》，完善扶持政策，实施财政支持。计划分3年、每年投入财政资金500万元支持老字号发展；借力电商，与蚂蚁金服合作，打造吉庆民俗街、 “口碑街”等商业街，改造老字号网点，推动转型发展。 | 部分老字号企业实现快速增长，如老字号“马应龙”2017年前三季度盈利2.36亿元，同比增长13.94%。一批知名老字号加速发展壮大，如“老通城”等老字号恢复经营，再现市场；“蔡林记”等老字号重振雄风、开始发展壮大；“曹祥泰”等老字号改造升级，企业发展加速。 | 湖北 |
| 36 | 着力突出本地特色，借力电商打造规模化产业。 | 评选特产核心品牌，打造广西特产“一市一品”；通过线上线下宣传、海外推广等方式打造地方特产“名片”；以 “壮乡产品网上行”、“跨境电商新发展”、“旅游电商新模式”三大主题，发展广西特色“壮族三月三”电商节，开展特色产品大促销。 | 柳州螺蛳粉、梧州六堡茶、百色芒果作为广西特产行销全国，销售量和销售额增长迅猛，知名度和影响力明显增强，有力促进了农业提质增效、农民就业增收和农村脱贫致富。企业不断壮大，品牌逐步树立，推动“小特产”做成“大产业”， 实现了经济效益和社会效益双赢局面。 | 广西 |
| 37 | 打造“消费在银川”城市品牌，激发大众消费潜力。 | 银川市政府制定促消费行动方案，划拨资金支持，倾力打造银川欢乐购物季；消费促进活动常态化，定期举办“同城百店消费促进月”、“激情之夏消费促进季”及“银川欢乐购物季”等主题促销活动。 | 2017年银川市实现社会消费品零售总额930.45亿元，同比增长7.6%。第二届“银川欢乐购物季”前18天，骨干商贸流通企业共实现销售额7.63亿元、同比增长10.96%，累计客流量为 1201.3万人次、同比增长8.27%。 | 宁夏 |
| 38 | 促进旅游跨界融合发展，提高消费水平，推动消费升级。 | 重点推动旅游+养老、旅游+文化、旅游+体育，精心谋划全域旅游，开展了“春季行动”、“暑期整顿”、“秋冬会战”三大旅游市场秩序整治行动，优化旅游发展环境，叫响龙江旅游品牌。 | 2017年黑龙江省共接待游客1.64亿人次，增长13.35%；实现旅游收入1909亿元，增长19.07%。其中国内游客1.63亿人次，旅游收入1876.62亿元，同比分别增长13.38%和19.31%；入境游客103.88万人次，旅游创汇4.8亿美元，同比分别增长8.54%和4.7%。 | 黑龙江 |
| 39 | 市场主导、企业主体、政府引导、社会参与，打造本地品牌。 | 以“享用三晋品牌、提升生活品质”为主题，倾力打造“山西品牌中华行”、“山西品牌丝路行”和“山西品牌网上行”活动。发挥政府引导作用，组团参加国内有影响力的综合性、专业性品牌展会，邀请媒体参加，提升山西品牌影响力。 | 2017年“品牌行”活动已举行超50站，覆盖全国除台湾外所有省会城市、直辖市、特别行政区，累计现场销售额超5000万元，签约销售合同30多个亿。山西省全社会品牌意识和关注度不断提高，品牌消费持续增长，培育了一批标杆企业。 | 山西 |
| （四）  增加商品  有效供给 | 40 | 打造地方特色节会，增加品质消费供给。 | 举办海南国际旅游岛购物节，按照“政府搭台、企业唱戏、市民实惠”模式，安排专项财政资金支持，联合多部门共同推动，设置主会场和分会场，组织零售、餐饮及电商企业开展主题促销活动，借助专业媒体多渠道宣传推广，线上线下同步推进。 | 首创全岛型特色节会，打造消费文化品牌，首届“海购节”当月，全省社会消费品零售总额增长12.9%；营造全业态、全方位的消费氛围，第二届“海购节”涵盖11大行业，参与企业超过3万家，销售额72.6亿元，通过创新购物提货模式，持续释放离岛免税政策效应。 | 海南 |
| （五）  提升生活  服务品质 | 41 | 创新发展平台型新模式，推动餐饮企业转型升级发展。 | 山东引导凯瑞集团打造品牌孵化发展平台、商业策划运营平台、金融IT资本投资平台和共享中央厨房平台；打造高速公路服务区品牌，设立“公共设施”、“导视系统”、“购物”、“休闲娱乐”、“餐饮”、“住宿”、“汽车服务”七大板块，拓展餐饮全产业链。 | 2017年凯瑞在全国拥有近310家门店，辐射到省内十七地市，已经成为一家涵盖酒店管理、酒店投资、酒店运营、酒店教育、冷链物流、食品加工、餐饮IT管理、资本运营、品牌孵化、酒店营建、商业策划、商业管理等产业的多业态企业。 | 山东 |
| 42 | 以“洋家乐”为抓手，促进消费转型发展。 | 德清县以莫干山“洋家乐”生态旅游为抓手，以差异化发展、提前规划、选商引资为主线，引导本地居民自我提升、完善配套设施、统筹闲置资源，积极开发乡村旅游产业。 | 2017年莫干山乡村民宿接待游客188.7万人次，实现直接营业收入18.9亿元，增长29.4%。其中“洋家乐”实现营业性收入4.5亿元，税收超过3500万元，吸收相关行业从业人员1.2万多人。 | 浙江 |
| 43 | “三大活动”链接专项行动，探索扩大消费工作新路径。 | 开展“惠民购物全川行动”、“川货全国行”、“万企出国门”市场拓展三大活动，强化政策支持，成立四川省电子商务产业股权投资基金和小微电商创业扶贫专项基金，创新消费信贷，提升生活服务品质和优化消费环境。 | 2017年共组织2400家次企业赴北京等城市开展145场次市场拓展活动，累计成交额近60亿元；组织近9.3万家（次）企业开展各类促销活动近9500余场（次），促成销售（成交）额近9000亿元。 | 四川 |
| 44 | 以创新试验区引领，促进生活性服务业发展，释放消费市场潜力。 | 在长宁区设立“互联网+生活性服务业”创新试验区，出台了《支持“互联网+生活性服务业”发展的实施意见》等文件。成立上海互联网+产业联盟，整合线上线下资源。构建“天网”、“天眼”等网络监管新方式，成立“长宁区网络服务企业消费维权诚信联盟”，探索社会共治。 | 试验区“互联网+生活性服务业”企业数量、税收双增长。2017年2233家企业纳税50.54亿元，同比增长29.51%。设立30家“智慧微菜场”和社区共享冷链柜项目，民生服务明显改善。 | 上海 |
| 45 | 增加高品质产品服务供给，多策并举推动消费结构平衡发展。 | 实施“荆楚优品”工程、开展消费促进月、产销对接（农商互联）等活动；引导发展服务消费、品质消费、绿色消费和农村消费，搭建农餐对接交易平台；发展农村电商，促进农村消费。 | 2017年湖北省实现社会消费品零售总额17394.10亿元，增长11.1%。乡村市场消费品零售额2790.19亿元，增长11.6%，高于城镇市场0.5个百分点。住宿和餐饮业实现餐费收入1747.68亿元，增长12.4%。97家饭店被评为绿色饭店。 | 湖北 |
| （五）  提升生活  服务品质 | 46 | 破解行业发展难题，推进家政服务业升级。 | 针对家政企业主体规模小、从业人员技能水平低、市场秩序不规范和自律性差等问题，出台《家政服务业补短板实施方案》，开展示范性创建活动，推行“员工制”和“准员工制”并行发展；引导制订《母婴护理服务规范》等地方标准，开展省级家政服务标准化试点；推行《福建省家庭服务业行业公约》，推动家政服务诚信平台升级改造，加强诚信建设与监管；解决家政企业融资难问题，扶持企业做大做强。 | 家政服务供需两旺，形成了一批龙头企业，企业管理模式从以中介为主逐渐向员工制等多种形态转变；家政服务内容趋向多样化，体现出“新、优、精、细”的特征，满足多样化需求；家政服务业提供了大量就业岗位，缓解了就业压力；从业人员收益提高，社会效益凸显。 | 福建 |
| 47 | 抓好行业基础、加强政策保障，推进餐饮业转型升级。 | 印发《关于推动闽菜“走出去”的指导意见》，从打造闽菜品牌、扩大闽菜宣传、推动闽菜“走出去”、重视闽菜人才保障和统筹发挥政策合力等五个方面提出13条具体措施。通过设立中餐繁荣基地、召开研讨会、推介会，参加厨艺比赛等，推动餐饮行业走出去。 | 100多家福建品牌餐饮企业走向省外，10多家企业走向境外；商场等业态与餐饮业加快融合，向“百货+超市+餐饮+体验+文化娱乐”模式发展；老字号与时俱进，传统餐饮活力焕发。 |
| 48 | 以购物节为龙头抓手，打造节庆品牌，促进消费增长。 | 与“互联网+”、“旅文体会”、“商业街区”发展、安全消费深度融合，打造1张天津商业名片、1个“GO TIANJIN•购天津”消费理念和“线上线下互动助推消费者广泛参与”、“商旅文体跨界整合”、“依托商圈精准服务”、“京津冀购物区域互动”4大特色，打造多元融合主题活动。 | 在天津购物节期间，消费客流和商业主体营业额均取得明显增长，其中客流量同比增加9.1%，营业额同比增加11.86%，消费增长明显。 | 天津 |
| 49 | 深入推进以市场化方式发展养老服务产业。 | 建立社会化、市场化、商业化发展养老产业的长效机制，形成了“医养结合”、“连锁型居家社区养老”和“候鸟式养老”等产业模式，推动养老服务与医疗、金融、旅游等关联行业的融合，延伸产业链条，带动养老服务产业与上、下游产业链共同发展。 | 养老服务产业基金总规模达到18亿元，其中中央财政出资6亿元，省财政出资0.5亿元，募集社会资金11.5亿元，基金储备项目267个。市场化养老模式丰富了社区养老服务，提升了服务质量，提供了多种养老服务模式。 | 吉林 |
| 50 | 以建设特色美食商业街区为抓手，培育消费新热点。 | 印发《陕西省特色美食街区改造和建设暂行规范》，规划3～5年建设20～30条特色美食商业街区；实施项目资金支持，颁发“陕西特色美食街”匾牌；建设非遗美食博物馆，开设了汇集省内107个县特色农副产品的购物中心。 | 已形成西安永兴坊等20余条具有一定市场影响力的特色美食商业街区，加强了与旅游、文化的融合发展，在促进旅游、活跃市场、带动消费方面发挥了积极作用。 | 陕西 |
| （五）  提升生活  服务品质 | 51 | 统一规划管理，积极打造商旅文融合特色商业街。 | 成都市统一规划特色商圈，集中招商，开展营销推广，推动特色商圈间协同错位发展；引入国有旅游公司投资建设特色商业街区，积极打造商旅文融合特色商圈，在挖掘旅游文化内涵、保留历史风貌的基础上推动商业、旅游和文化融合发展。 | 成都市打造了春熙路、锦里、宽窄巷子、远洋太古里、成都国际金融购物中心等一批特色商业街和品质商圈，成为中西部地区业态最丰富、品牌聚集度最高的特色商圈，成为推动消费升级的重要载体。 | 四川 |
| （六）  优化消费  环境 | 52 | 协同创建以商务信用为核心的现代流通治理模式。 | 会同市发展改革委联合发布了《上海市商务诚信公众服务平台管理办法》；制定征信用信地方标准，建立商务诚信公众服务平台，推动政府监管和企业经营用信。 | 初步构建了市场主体自治、行业自律、政府监管、社会监督的共治格局，阿里巴巴、红星美凯龙等28家平台型企业成为公众平台市场信用子平台，发布了全国首份市场信用奖惩清单，遴选芝麻信用和正信方晟开展商务信用综合评价。 | 上海 |
| 53 | 以保护知识产权为重点，营造诚信市场，改善供给环境。 | 通过品牌经营、转型升级，瞄准供给侧提升品质，提高知识产权保护水平，用品牌战略推动品质提升，用“互联网+”思维推动结构改革，用政企协作之力推动社会共治。 | “秀水街市场”升级为“秀水街商业管理公司”，发展更加规范化、专业化，累计清除不达标店铺600多家，引入民族品牌、原创设计和品牌集合店等各类优质商户260多家。 | 北京 |
| 54 | 实现追溯体系在消费环节全覆盖，推动肉菜流通追溯体系建设。 | 湘潭市成立由市长任组长的肉菜流通追溯体系建设领导小组，划拨追溯专项工作经费，建成集线上功能、线下流程于一体的追溯系统和业务管理系统。 | 企业积极性提高，实现提质增效。瑞丰农产品批发市场投入300多万元，绿丰保鲜蔬菜配送有限公司投入40余万元；智能追溯叉车秤使得绿丰蔬果配送中心减少运输车辆5台，每年节省油耗开支4万多元。 | 湖南 |
| 55 | 突出打击侵权假冒区域协作，为“一带一路”建设营造良好环境。 | 河南发起丝绸之路经济带打击侵权假冒区域协作，沿线10省（区、市）签署了区域协作框架协议，启动打击侵权假冒“丝路清风”专项行动；建立工作会商制度、执法联动机制和资源共享机制，加强中欧班列商品、对外投资合作产品、跨境电商产品、各类口岸进口产品的监管，强化知识产权保护。 | 在协作机制下，2017年山东查获出口涉嫌侵权假冒汽车配件1.4万余件，与河南、新疆、甘肃等省市协查办理专利案件20余件；甘肃省食药部门接收陕西维权援助中心移送专利侵权案件1起，向山东省知识产权局移送专利侵权案件10起。 | 河南 |