

附件

城市商业网点规划资料汇编

一、《城市商业网点规划编制规范》补充说明

(一) 规划指标

1. 社会消费品零售总额

指国民经济各行业售给城乡居民和社会集团的消费品零售总额。

2. 人均社会消费品零售额

指社会消费品零售总额与城市常住人口之比。反映人均消费水平。

3. 零售业人均销售额

指零售行业销售总额与该行业从业人数之比。反映零售行业的劳动产出效率。

4. 零售业地均销售额

指零售行业销售总额与该行业网点营业面积之比。反映零售商业网点资源产出效率。

5. 消费拉动

反映城镇居民消费性支出对 GDP 的贡献。指 t 年城镇居民消费性支出增量与 t-1 年城市 GDP 之比；其中城镇居民消费性支出为城镇居民人均消费性支出与城镇人口的乘积。

6. 消费拉动率

指城镇居民消费性支出增量与城市 GDP 增量之比。反映经济增长率中消费拉动所占的份额。

7. 商业就业贡献

指 t 年商业就业人数增量与 t-1 年全社会就业人数之比。反映商业行业新增就业岗位对城市就业的贡献。

8. 商业就业贡献率

指商业就业人数增量与全社会就业人数增量之比。反映全社会就业增长率中商业就业贡献所占的份额。

9. 连锁经营比重

指连锁企业实现销售额与同行业实现销售额之比。反映连锁经营相对发展程度。

(二) 调查研究工作要点

调查研究包括现场调查、基础资料收集与整理两个方面。调查可以采取专访、现场调查、问卷调查和座谈会等方式。

1. 现场调查

规划的编制人员必须对城市主要商业网点的空间分布、组成结构、商业功能、新发展地区和与城市商业网点建设密切相关的城市路网形式、城市景观、文化景观等有明确的形象概念，必要时，应对重点样本进行深入考察。必须认真听取各方面的意见，进行必要的民意调查，注意发挥专家的作用。

2. 基础资料收集与整理

2.1 基础资料收集的内容

2.1.1 城市行政区划、总体规划、人口分布、路网、土地级别基准地价和必要的专项规划图；

2.1.2 城市总体规划及其相关规划；

2.1.3 城市社会经济发展计划；

2.1.4 城市服务业发展规划与计划；
2.1.5 城市商业网点普查资料；
2.1.6 城市统计资料；
2.1.7 市属各区县商业服务业发展规划与计划；
2.1.8 城市与城市商业发展历史方面的资料；
2.1.9 城市民俗特点和文化景观方面的资料；
2.1.10 城市常住人口、乡镇居民人口、人口分布状况等资料。

2.2 基础数据整理

基础数据整理应包括前 5 年和规划期内的预测数据。

2.2.1 城市经济数据

- (1) GDP 及其增长速度；
- (2) 第三产业 GDP 及其增长速度；
- (3) 社会消费品零售总额及其增长速度。

2.2.2 商业网点数据

- (1) 商业网点总营业面积和建筑面积；
- * (2) 商业网点建设总投资、年末净资产；
- (3) 商业网点按零售商店、商品交易市场、物流基地分类汇总的营业面积和建筑面积；
- * (4) 商业网点按零售商店、商品交易市场、物流基地分类汇总的建设总投资、年末净资产；
- (5) 规模以上商业网点总营业面积和建筑面积；
- * (6) 规模以上商业网点按零售商店、商品交易市场、物流基地分类汇总的建设总投资、年末净资产。

2.2.3 商业产出及贡献数据

- (1) 全市零售业人均销售额；
 - (2) 全市零售业地均销售额；
 - (3) 全市批发场地均销售额；
 - (4) 消费拉动及拉动率；
 - (5) 商业就业贡献及贡献率。
- (注：带*部分为可选内容)

3. 调查用表

表 1 社会经济数据调查表

指标	时间	1978	1980	1985	1990	1995	2000	2003
城市常住人口	万人							
其中：市区	万人							
农村	万人							
城市 GDP	亿元							
第三产业 GDP	亿元							
城市 GDP 增长速度	%							
第三产业 GDP 增长速度	%							
人均 GDP	元							
城市化水平	%							
社会消费品零售总额	亿元							
社会消费品零售总额增长速度	%							
批发零售业实现销售额	亿元							
餐饮业实现销售额	亿元							
其它生活服务业实现销售额	亿元							
批发零售业实现税收	亿元							
餐饮业实现税收	亿元							
其它生活服务业实现税收	亿元							

人均可支配收入	元							
人均消费性支出	元							
其中：食品支出	元							

- 注：1. 城市常住人口指户籍人口和居住 1 年以上的流动人口，
 2. 第三产业 GDP 指第三产业增加值，
 3. 城市化水平指城市非农业人口与全市人口的比例，
 4. 人均可支配收入指一年内人们可用于支配的现金收入，
 5. 人均消费性支出指一年内人们可用于消费的现金支出，
 6. 食品支出指一年内人们可用于购买食品的现金支出。

表 2 商业产出及效率调查表

指标	时间	1990 年	1995 年	2000 年	2003 年
全市零售业人均销售额	万元				
全市零售业地均销售额	万元				
全市农产品批发市场地均销售额	万元				
全市生产资料交易市场地均销售额	万元				
全市生活用品交易市场地均销售额	万元				
消费拉动	%				
消费拉动率	%				
商业就业贡献率	%				

- 注：1. 全市零售业人均销售额指全市零售额/全市零售业从业人数，
 2. 全市零售业地均销售额指全市零售额/全市零售业营业面积，
 3. 表中的“地均”以“平方米”为基本单位计算。

表 3 已列入城市规划的商业建设项目调查表

序号	名称	区位	建筑面积 (平方米)	拟经营的业态	拟经营的商品结构	客户定位

表 4 大型零售网点调查表

名称	地址	业态	建筑面积 (平方米)	营业面积 (平方米)	建设投资 (千元)	建设 年限	营业额 (千元)	利润额 (千元)	就业人数 (人)

注：1.“大型零售网点”标准按当地的实际情况由当地主管部门确定，
2.如果一个建筑物内有多种业态，按销售额大小填列业态类型，
3.营业面积指营业店堂面积，不包括仓储、办公用房的面积。

表 5 商业功能区调查表

名称	区位	地位和功能	客流量	消费服务定位	大型零售网点数 量和营业面积	业态调 整重点	特色要求

表 6 商品交易市场调查表

名称	地址	类型	建筑面积 (平方米)	营业面积 (平方米)	建设投资 (亿元)	年成交额 (亿元)	就业人数 (人)
		小商品 生产资料 农产品 其它商品					

表 7 商业街调查表

序号	已有商 业街	名称	区位	辐射 范围	规模(长、 宽)	门店数	主要业态 /业种	形成 历史	文化特色	老字号

表 8 物流基地/物流配送中心调查表

序号	物流基 地/配 送中心	名称	区位	规模 (平方公里)	主要客户	辐射范围	运做方式	电子商 务设施/ 平台

注：指提供第三方社会化物流服务的物流基地或配送中心。

(三)专项分析内容要点

在现场考察和基础资料收集整理的基础上进行专项分析研究，专项分析研究报告提纲或结论应充分听取各方面的意见。

1. 现状分析要点

1.1 城市商业网点建设的成就分析；

1.2 城市商业网点建设的问题分析。

2. 发展目标与措施分析要点

2.1 商业网点总量、布局、结构的目标分析；

2.2 城市或指定区域优先或限制发展的网点类型分析；

2.3 发展现代流通方式的重点任务分析；

2.4 重点措施分析。

3. 布局、结构与规模分析要点

3.1 城市商业中心、区域商业中心、社区商业的布局、业态结构特点与合理规模分析

3.2 商业街的市场定位、文化特点与消费服务特点分析

3.3 批发市场分析

3.3.1 农产品批发市场均衡布局与发展农村农产品流通渠道体系的关联分析；

3.3.2 农产品批发市场技术改造的重点分析；

3.3.3 重要生产资料批发市场布局、特色及其与地方优势或支柱产业的关联分析；

3.3.4 生产资料批发市场技术改造的重点分析。

3.4 其他商品交易市场分析

3.4.1 布局、专业特色与规模分析；

3.4.2 地方特色商品交易市场的发展计划分析；

3.4.3 整顿与改造的重点分析。

*3.5 物流基地分析

3.5.1 建设物流基地的产业基础与区位优势分析；

3.5.2 物流基地在城市商品流通中的功能分析；

3.5.3 物流基地的基础设施定位与服务定位分析；

3.5.4 物流基地信息系统建设目标分析。

3.6 发展城郊商业的分析

3.6.1 城郊商业体系的特点分析；

3.6.2 城郊商业网点建设的目标分析；

3.6.3 发展现代流通方式的任務分析。

二、有关标准介绍

(一) 国家零售业态分类标准 (GB/T 18106-2004)

1. 范围

本标准规定零售业态的分类标准及其分类原则和各种业态的结构特点。

本标准适用于在中华人民共和国境内从事零售业的企业和店铺。

2. 术语和定义

下列定义适用于本标准。

2.1 零售业 Retail Industry

以向消费者销售商品为主，并提供相关服务的行业。

2.2 零售业态 Retail Formats

零售企业为满足不同的消费需求进行相应的要素组合而形成的不同经营形态。

3. 零售业态分类原则 Classification of Retail Formats

零售业态按零售店铺的结构特点分类，根据其经营方式、商品结构、服务功能，以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客和有无固定营业场所进行分类。

4. 零售业态分类 Classification of Retail Formats

零售业态从总体上可以分为有店铺零售业态和无店铺零售

业态两类。

按照零售业态分类原则分为食杂店、便利店、折扣店、超市、大型超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材商店、购物中心、厂家直销中心、电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭、电话购物等 17 种零售业态。

4.1 食杂店 Traditional Grocery Store

是以香烟、酒、饮料、休闲食品为主，独立传统的无明显品牌形象的零售业态。

4.2 便利店 Convenience Store

满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。

4.3 折扣店 Discount Store

是店铺装修简单，提供有限服务，商品价格低廉的一种小型超市业态。拥有不到 2000 个品种，经营一定数量的自有品牌商品。

4.4 超市 Supermarket

是开架售货，集中收款，满足社区消费者日常生活需要的零售业态。根据商品结构的不同，可以分为食品超市和综合超市。

4.5 大型超市 Hypermarket

实际营业面积 6000 平方米以上，品种齐全，满足顾客一次性购齐的零售业态。根据商品结构，可以分为以经营食品为主的大型超市和以经营日用品为主的大型超市。

4.6 仓储会员店 Warehouse Club

以会员制为基础，实行储销一体、批零兼营，以提供有限服务和低价格商品为主要特征的零售业态。

4.7 百货店 Department Store

在一个建筑物内，经营若干大类商品，实行统一管理，分区销售，满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态。

4.8 专业店 Speciality Store

以专门经营某一大类商品为主的零售业态。

例如办公用品专业店 (Office Supply)、玩具专业店 (Toy Stores)、家电专业店 (Home Appliance)、药品专业店 (Drug Store)、服饰店 (Apparel Shop) 等。

4.9 专卖店 Exclusive shop

以专门经营或被授权经营某一主要品牌商品为主的零售业态。

4.10 家居建材商店 Home Center

以专门销售建材、装饰、家居用品为主的零售业态。

4.11 购物中心 Shopping Center / Shopping Mall

是指多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体。

4.11.1 社区购物中心 Community Shopping Center

是在城市的区域商业中心建立的，面积在 5 万平方米以内的购物中心。

4.11.2 市区购物中心 Regional Shopping Center

是在城市的商业中心建立的，面积在 10 万平方米以内的购物中心。

4.11.3 城郊购物中心 Super-regional Shopping Center

是在城市的郊区建立的，面积在 10 万平方米以上的购物中心。

4.12 厂家直销中心 Factory Outlets Center

由生产商直接设立或委托独立经营者设立，专门经营本企业品牌商品，并且多个企业品牌的营业场所集中在一个区域的零售业态。

（注：无店铺零售业态参见《零售业态分类》GB/T 18106—2004）

表 9 有形店铺的零售业态

业态	基 本 特 点						
	选址	商圈与目标顾客	规模	商品(经营)结构	商品售卖方式	服务功能	管理信息系统
食杂店	位于居民区内或传统商业区内	辐射半径 0.3 公里, 目标顾客以相对固定的居民为主	营业面积一般在 100 平方米以内	以香烟、饮料、酒、休闲食品为主	柜台式和自选式相结合	营业时间 12 小时以上	初级或不设立
便利店	商业中心区、交通要道以及车站、医院、学校、娱乐场所、办公楼、加油站等公共活动区	商圈范围小, 顾客步行 5 分钟内到达, 目标顾客主要为单身者、年轻人。顾客多为有目的购买。	营业面积 100 平方米左右, 利用率高	即时食品、日用小百货为主, 有即时消费性、小容量、应急性等特点, 商品品种在 3000 种左右, 售价高于市场平均水平	以开架自选为主, 结算在收银处统一进行	营业时间 16 小时以上, 提供即时性食品的辅助设施, 开设多项服务项目	程度较高
折扣店	居民区、交通要道等租金相对便宜的地区	辐射半径 2 公里左右, 目标顾客主要为商圈内的区民	营业面积 300—500 平方米	商品平均价格一般低于市场平均水平, 自有品牌占有较大的比例	开架自选, 统一结算	用工精简, 为顾客提供有限的服务	一般
超市	市、区商业中心、居住区	辐射半径 2 公里左右, 目标顾客以居民为主	营业面积在 6000 平方米以下	经营包装食品生鲜食品和日用品。食品超市与综合超市商品结构不同。	自选销售, 出入口分设, 在收银台统一结算	营业时间 12 小时以上	程度较高

大型超市	市、区商业中心、城郊结合部、交通要道及大型居住区	辐射半径 2 公里以上，目标顾客以居民、流动顾客为主	实际营业面积 6000 平方米以上	大众化衣、食、日用品齐全，一次性购齐，注重自有品牌开发	自选销售，出入口分设，在收银台统一结算	设不低于营业面积 40%的停车场	程度较高
仓储式会员店	城乡结合部的交通要道	辐射半径 5 公里以上，目标顾客以中小零售店、餐饮店、集团购买和流动顾客为主	营业面积 6000 平方米以上	以大众化衣、食、用品为主，自有品牌占相当部分，商品在 4000 种左右，实行低价、批量销售	自选销售，出入口分设，在收银台统一结算	设相当于营业面积的停车场	程度较高并对顾客实行会员制管理
百货店	市、区级商业中心、历史形成的商业集聚地	目标顾客以追求时尚和品味的流动顾客为主	营业面积 6000-20000 平方米	综合性，门类齐全，以服饰、鞋类、箱包、化妆品、家庭用品、家用电器为主	采取柜台销售和开架面售相结合方式	注重服务，设餐饮、娱乐场所等服务项目和设施	程度较高
专业店	市、区级商业中心以及百货店、购物中心内	目标顾客以有目的选购某类商品的流动顾客为主	根据商品特点而定	以销售某类商品为主，体现专业性、深度性、品种丰富，选择余地大	采取柜台销售或开架面售方式	从业人员具有丰富的专业知识	程度较高
专卖店	市、区级商业中心、专业街以及百货店、购物中心内	目标顾客以中高档消费者和追求时尚的年轻人为主	根据商品特点而定	以销售某一品牌系列商品为主，销售量少、质优、高毛利	采取柜台销售或开架面售方式，商店陈列、照明、包装、广告讲究	注重品牌声誉，从业人员具备丰富的专业知识，提供专业性服务	一般

家居建材商店	城乡结合部、交通要道或消费者自有房产比较高的地区	目标顾客以拥有自有房产的顾客为主	营业面积 6000 平方米以上	商品以改善、建设家庭居住环境有关的装饰、装修等用品、日用杂品、技术及服务为主的	采取开架自选方式	提供一站式购足和一条龙服务，停车位 300 个以上	较高
购物中心							
社区型购物中心	市、区级商业中心	商圈半径为 5-10 公里	建筑面积为 5 万平方米以内	20 个-40 个租赁店，包括大型综合超市、专业店、专卖店、饮食服务及其他店	各个租赁店独立开展经营活动	停车位 300 个-500 个	各个租赁店使用各自的信息系统
市区购物中心	市级商业中心	商圈半径为 10-20 公里	建筑面积 10 万平方米以内	40-100 个租赁店，包括百货店、大型综合超市、各种专业店、专卖店、饮食店、杂品店以及娱乐服务设施等	各个租赁店独立开展经营活动	停车位 500 个以上	各个租赁店使用各自的信息系统
城郊购物中心	城乡结合部的交通要道	商圈半径 30-50 公里以上	建筑面积 10 万平方米以上	200 个租赁店以上，包括百货店、大型综合超市、各种专业店、专卖店、饮食店、杂品店以及娱乐服务设施等	各个租赁店独立开展经营活动	停车位 1000 个以上	各个租赁店使用各自的信息系统
工厂直销中心	一般远离市区	目标顾客多为重视品牌的有目的的购买	单个建筑面积 100-200 平方米	为品牌商品生产商直接设立，商品均为本企业的品牌	采用自选式售货方式	多家店共有 500 个以上停车位	各个租赁店使用各自的信息系统

（二）部分城市商业设施设置地方标准摘编

1. 上海市商业分级设置的级次和指标

表 10 上海市商业分级设置的级次和指标

分类	指 标							
	设置地域	功能定位	服务对象	客流量	服务人口	基本商业面积	基本设置业态与业种	配套行业
市中心商业区	城市规划的中心商业区；历史形成的商业集聚地	购物、文化娱乐、休闲、旅游并与金融、商务结合	国内外及本市消费者	50 万		30 万平方米	大型百货店、专业店、专卖店，文化娱乐、餐饮	旅馆、金融服务、旅游服务、展示、图书报刊、邮电业
区域商业中心	居民聚居区、商务集聚地、公共交通集散地周边	购物、文化娱乐、休闲	该地区及外来消费者	25 万	20 万	10 万平方米	购物中心、超市、百货店，文化娱乐、餐饮	旅游、金融服务、图书报刊、邮电业
居住区商业	人流集中，交通便利的地段	保障该地居民的日常生活，提供必要的服务	当地居民		5 万	2.5 万平方米	超市、便利店、医药店，菜市场、餐饮	生活服务、图书报刊、邮电业
街坊商业	街坊主要出入口，居民主要途经地	提供日常必须商品及便利服务	当地居民		0.4 万	0.06 万平方米	便利店、餐饮店，生活服务业	
专业街	商业中心周边，交通便利处	提供专门商品或专业服务	购买专门商品，寻求专业服务的消费者			街长 200 米以上，专业店 30 家以上	特色专业店、专卖店	配套服务
新城商业中心	城市规划的新城中心商业区；人流集中，交通便利的地段	购物、文化娱乐、休闲、旅游并与金融结合	新城居民，商圈辐射范围及外来消费者	25 万	20 万	12 万平方米	购物中心、百货店、超市、专业店、专卖店、餐饮、文化娱乐	旅馆、金融服务、旅游服务、图书报刊、邮电业
中心镇商业	人流集中地	购物、旅游、为农服务	本镇居民、周边村民及外来消费者		5 万	2 万平方米	超市、餐饮、小商品市场、农贸市场，农资供应	生活服务、图书报刊、邮电、文化娱乐业
一般镇商业	镇主要街区，农贸集散地周边	提供日常商品供应提供生活与为农服务	本镇居民，周边中心村村民		2 万	0.8 万平方米	超市、便利店，菜市场，餐饮，农资供应	生活服务、图书报刊、邮电、文化娱乐业

2. 南宁市商业街区建设要求

表 11 南宁市商业街区建设一览表

名称	商业服务设施营业面积 或总规模	若干网点类型	配套网点类型
城市商业中心区	40—50 万平方米	大型百货店(2-4 个)、专业店、专卖店、中型购物中心	大酒店、大宾馆、快餐店、娱乐、休闲服务设施
区域商业中心	10—15 万平方米	大型百货店(1 个)、超市、大型综合超市、综合式商场、专卖店、专业店	酒店、宾馆、快餐、饮食、服务、娱乐、休闲
社区商业中心	5 千-1 万平方米	综合超市(1 家)、食品超市或农改超、日杂店、小饮食店、快餐店等	美发美容店、书店、音像店、生活服务设施、邮局、储蓄所
特色商业街	不低于 1 万	在一条街内重点布局若干经营同类型商品的零售业态或具有鲜明特色的餐饮、服务业	生活、服务设施, 邮政、银行

3. 青岛市商业分级设置要求

表 12 青岛市商业分级设置

级次设置	级次设置要求							
	设置地域	功能定位	服务对象	客流量	服务人口	基本商业面积	基本设置业态与业种	配套行业
市级商业中心	城市规划的中心商业区、历史形成的商业集聚地	购物、文化娱乐休闲、旅游并与金融、商务结合	国内及市外消费者	15 万 ~ 20 万	—	10 万	大型购物中心、百货店、大型专业店、专业店、专卖店、文化娱乐、餐饮	旅馆、金融服务、旅游服务、展示、图书报刊、邮电业
区级商业中心	居民聚居区、商务集聚地、公共交通集散地周边	购物、文化娱乐、休闲	该地及外来消费者	10 万	15 万	5 万	大型综合超市、百货店、大型专业店、专业店、专卖店、文化娱乐、餐饮	旅游、金融服务、图书报刊、邮电业

居住区商业	人流集中,交通便利的地段	保障周边居民的日常生活,提供必要的服务	当地居民	—	5万	1万	中型超市、小超市、便利店、专业店,农贸市场、餐饮	生活服务、图书报刊、邮电业
县级市商业中心	周边各市的中心商业区;人流集中,交通便利的地段	购物、文化娱乐、休闲、旅游并与金融结合	县级居民圈辐射范围及外来消费者	10万	20万	5万	百货店、大型综合超市、专业店、专卖店、餐饮、文化娱乐	旅馆、金融服务、旅游服务、图书报刊、邮电业
乡镇商业	各乡镇人流集中地	提供日常商品供应;为农服务	本镇居民、周边村民	—	3万	0.8万	中型超市、便利店、餐饮、小商品市场、农贸市场,农资供应	生活服务、图书报刊、邮电、文化娱乐业
专业街	商业中心周边;交通便利处	提供专门商品或服务	购买专门商品,寻求专业服务的消费者	—	—	街长200米以上,专业店30家以上	大型专业店、专业店、专卖店	配套服务

三、居住区商业服务设施规划设计规范介绍

(一) 社区与居住区的对应关系

社区是近期兴起的概念,它既指居住地界,也泛指社区管理、社区文化。在城市商业网点规划中,统一使用了“社区”这一概念。但在城市规划中,一直沿用的是居住区—小区—(街坊)—组团—邻里的梯级排列称谓(居住区分级控制规模见表12)。城市商业网点规划中的社区和居住区有以下对应关系。

大型社区——居住区。是指大规模、公建设施配套完整的聚居地,大体上人口规模为3万—5万人,用地规模60—120公顷,是城市规划中按功能分区规划的一片居住用地。大型社区的特点是有完整的为居民生活服务的公共建筑设施和公用工程设施。这类社区配置有大型公园、一定规模的中学、商场、菜市场,档次较高的文化、娱乐、体育设施等。规模越大,配置应更加全面完善。

中型社区——小区。一般人口规模为7,000—13,000人,用地规模为15—30公顷。配置较完备的日常生活公共建筑设施,如托幼、日用品商店、副食店、菜市场、餐饮、小服务业、文化娱乐、绿地广场、管理设施等,也可称之为综合性社区。

小型社区——组团。规模一般比较小,人口1000—5000人。用地约2—9公顷左右。其特点是单纯的聚居形式。小型社区只设置内向性的室内外公共交往空间——庭园、会所和管理设施等,一般不设置其他公共设施。

表 13 居住区分级控制规模

	居住区	小区	组团
户数(户)	10000—15000	2000—4000	300—700
人口(人)	30000—50000	7000—15000	1000—3000

资料来源：《城市居住区规划设计规范》(GB 50180—93)。

(二) 居住区商业服务设施设置要求

商业服务设施属于居住区公共服务设施的范畴，居住区配套公建的水平，必须与居住人口规模相对应。居住区配套公建的项目，应符合表 13 的规定；配建的指标，应符合表 14 中规定的千人总指标和分类指标的要求；人口规模和配套的商业网点的关系应符合表 15 的规定；配建公共停车场(库)的停车位控制指标，应符合表 16 的规定，且配建公共停车场(库)应就近设置，并宜采用地下或多层车库。

表 14 公共服务设施各项目的设置规定

类别	项目名称	服务内容	设置规定	每处一般规模	
				建筑面积	用地面积
医疗卫生	医院	含社区卫生服务中心	(1)宜设于交通方便，环境较安静地段 (2)10 万人左右则应设一所 300—400 床医院	12000— 18000	15000— 25000
	门诊所	或社区卫生服务中心	(1)一般 3—5 万人设一处，设医院的居住区不再设独立门诊 (2)设于交通便捷、服务距离适中的地段	2000— 3000	3000— 5000
	卫生站	社区卫生服务站	1—1.5 万人设一处	300	500
	护理院	健康状况较差或恢复期老年人日常护理	(1)最佳规模为 100—150 床位 (2)每床位建筑面积 30m ² (3)可与社区卫生服务中心合设	3000— 4500	—

商业服务	中西药店	汤药、中成药及西药等	(1) 服务半径：居住区不宜大于 500m；居住小区不宜大于 300m	200—500	——
	书店	书刊及音像制品	(2) 地处山坡地的居住区，其商业服务设施的布点，除满足服务半径的要求外，还应考虑上坡空手，下坡负重的原则	300—1000	——
	市场	以销售农副产品和小商品为主	设置方式应根据气候特点与当地传统的集市要求而定	居住区：1500—2500	——
	便民店	小百货、小日杂	宜设于组团的出入口附近	——	——
	其它第三产业设施	零售、洗染、美容美发、照相、影视文化、休闲娱乐、洗浴、旅店、综合修理以及辅助就业设施等	具体项目、规模不限	——	——
金融邮电	银行	分理处	宜与商业服务中心结合或邻近设置	800—1000	400—500
	储蓄所	储蓄为主		100—150	——
	电信支局	电话及相关业务等	根据专业规划需要设置	1000—2500	600—1500
	邮电所	邮电综合业务包括电报、电话、信函、包裹、兑汇和报刊零售等	宜与商业服务中心结合或邻近设置	100—150	——
社区服务	社区服务中心	家政服务、就业指导、中介、咨询服务、代客定票、部分老年人服务设施等	每小区设置一处，居住区也可合并设置	200—300	300—500
	养老院	老年人全托式护理服务	(1) 一般规模为 150—200 床位 (2) 每床位建筑面积 40m ²	——	——
	托老所	老年人日托（餐饮、文娱、健身、医疗保健等）	(1) 一般规模为 30—50 床位 (2) 每床位建筑面积 20 m ² (3) 宜靠近集中绿地安排，可与老年活动中心合并设置	——	——
	残疾人托养所	残疾人全托式护理	——	——	——
	治安联防站	——	可与居（里）委会合设	18—30	12—20
	居（里）委会（社区用房）	——	300—1000 户设一处	30—50	——

	物业管理	建筑与设备维修、保安、绿化、环卫管理等	—	300—500	300
--	------	---------------------	---	---------	-----

资料来源：《城市居住区规划设计规范》(GB50180—93)(2002年版)

表 15 居住区公建服务设施控制指标

单位：平方米/千人

	居住区		小 区		组 团	
	建筑面积	用地面积	建筑面积	用地面积	建筑面积	用地面积
总指标	1605—2700 (2165—3620)	2065—4680 (2655—5450)	1176—2102 (1546—2682)	1282—3334 (1682—4084)	363—854 (704—1354)	502—1070 (882—1590)
其中：教育	600—1200	1000—2400	600—1200	1000—2400	160—400	300—500
医疗卫生 (含医院)	60—80 (160—280)	100—190 (260—360)	20—80	40—190	6—20	12—40
文 体	100—200	200—600	20—30	40—60	18—24	40—60
商业服务	700—910	600—940	450—570	100—600	150—370	100—400
金融邮电(含银行、邮电局)	20—30 (60—80)	25—50	16—22	22—34	—	—
其 它	—	—	—	—	—	—

资料来源：《城市居住区规划设计规范》(GB 50180—93)

- 注：1. 居住区级指标含小区和组团级指标，小区级指标含组团级指标，
2. 总指标未含其它类，使用时应根据规划设计要求确定本类面积指标，
3. 小区医疗卫生类未含门诊所，
4. 市政公用类未含锅炉房。在采暖地区应自行确定。

表 16 人口规模与商业网点配置对应关系

人口规模	商业网点配置要求
2000 人	设置便利店、生鲜食品店、书报亭、医药店、餐饮店等网点
5000 人	增设综合超市、服务类店铺
2 万人	增设中型超市、生鲜肉菜超市、各类专业店(服装、医药、家电、书店等)、餐饮店
5 万人	增设社区型综合超市、生鲜肉菜超市、各类专业店(服装、医药、家电、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	增设大型、综合超市等。

表 17 配建公共停车场（库）停车位控制指标

名称	单位	自行车	机动车
公共中心	车位/100m ² 建筑面积	7.5	0.45
商业中心	车位/100m ² 建筑面积	7.5	0.45
集贸市场	车位/100m ² 建筑面积	7.5	0.30
饮食店	车位/100m ² 建筑面积	3.6	0.30
医院、门诊所	车位/100m ² 建筑面积	1.5	0.30

注：1. 本表机动车停车车位以小型汽车为标准当量表示，
2. 其他各型车辆停车位的换算办法，应符合表 17 的规定。

表 18 各型车辆停车位换算系数

车 型	换算系数
微型客、货汽车机动三轮车	0.7
卧车、两吨以下货运汽车	1.0
中型客车、面包车、2—4 吨货运汽车	2.0
铰接车	3.5

（三）典型城市居住区配套公共设施标准（试行）

表 19 东部城市居住区、居住小区公共设施标准 (试行) (80 年代后期)

类别	项目	一般规模 (m ²)		千人指标 (m ² /千人)		所需数量 (处/万人)	设置区域	
		建筑面积	用地面积	建筑面积	用地面积		居住区	居住小区
医疗卫生	卫生站	35—50	—	6—10	—	2		
	门诊所、卫生院	2000—3000	2000—3000	55—70	55—70	0.2—0.25		
	医院	15000—18000 (300床)	22500—24000 (300床)	250—300	350—400			
邮电银行	储蓄所	150		10—15		0.5—0.7		
	银行分理处	750—1000		15—20		0.2		—
	邮电所	150—300		10—15		0.5—0.7		
	邮电支局	1500—2500		25—30		0.1—0.2		—
商业服务	废品回收站	200—300	500—1200	6—8		0.3—0.5	—	
	副食店、食品店			80—100		3—4	—	
	蔬菜店	75—120		30—35		3—4	—	
	基层综合商店			40—60		1	—	
	粮油店	150—250		30—40		1—2	—	
	百货商场 (店)	900—2000		30—40		0.2—0.3		—
	肉菜市场	1000—2700		70—90		0.3—1		
	小商品市场	400—800		20		0.25—0.5		—
	书店	200—300		10—15		0.5		
五金交电商店	300		6—10		0.2—0.3		—	

照相馆	100—200		8—10		0.5—1		——
中西药店			10—12		0.3—0.5		——
洗染店			4		0.3		——
日用杂货店	200		20		1		
理发店			20		1—2		
综合修理店	180—540		18		0.25—0.5		——
自行车摩托车修理	120—150		12—15		1		
饭店、点心店	800—1200		40		0.3—0.5		
小饭铺	120—200		60		3—6	——	
出租零售摊位			120—180				

注： 为居住区级须设置的项目
 为居住区级可能设置的项目
 为居住小区级须设置的项目
 为居住小区级可能设置的项目
 ——为不必设置的项目

表 20 中部城市居住区级（3—5 万人）公共建筑及服务设施规划定额指标（适用于中小城市）

类别	项目	数量	每处一般规模		千人指标	
			建筑面积 (m ²)	用地面积 (m ²)	建筑面积 (m ²)	用地面积 (m ²)
医疗卫生	厂矿职工医院	1	4000—6300	8000—13500	126—133	266—270
	街道卫生院	1	1200—2100	2400—4500	40—42	80—90
商业 饮食 服务 修理	百货商店	1—2	675—1200	1125—1800	22.5—48	37.5—72
	副食品店	1—2	450—600	900—1250	15—24	30—50
	食品店	1	210—500	300—750	7—10	10—15
	文化用品店	1—2	180—300	300—500	6—12	10—20
	服装鞋帽店	2—3	180—300	300—500	12—18	20—30
	书店	1	225—400	300—600	7.5—16	10—24
	中西药店	1—2	300—500	12—15	6—12	10—20
	土产日杂店	2—3	225—400	300—600	15—24	20—36
	农贸市场	1	210—300	2100—3000	6—7	60—70
	饭馆	1—2	300—600	600—1200	10—24	20—48
	饮食店	2—3	180—240	300—400	12—14.4	20—24
	旅店	1—2	1500—2500	2250—4000	50—100	75—160
	理发店	1—2	120—195	200—300	4—6.5	6—12
	照相馆	1—2	180—300	225—375	6—12	7.5—15
	洗染店	1	90—180	135—300	3—3.6	4.5—6
	废品回收店	1—2	60—120	90—200	2—2.4	3—4
家用电器修理	2—3	6—120	90—200	4—7.2	6—12	

表 21 中部城市小区级（1 万人）公共建设及服务设施规划定额指标（适用于中小城市及县镇）

类别	项目	数量	每处一般规模		千人指标	
			建筑面积 (m ²)	用地面积 (m ²)	建筑面积 (m ²)	用地面积 (m ²)
金融邮电	储蓄所	1	50—80	100—160	5—8	10—18
	邮电所	1	75—120	120—200	7.5—12	12—20
商业 饮食 服务 修理	综合百货店	1—2	250—350	400—600	25—70	40—120
	综合副食店	1—2	150—240	300—500	15—48	30—100
	食品店	1	100—180	200—360	10—18	20—36
	菜市场	1	300—500	600—1000	30—50	60—100
	土产日杂店	2	120—180	200—300	24—36	40—60
	饮食店	2	60—100	150—240	30—48	
	理发店	2	30—48	60—100	8—9.6	12—20
	废品回收站	1—2	30—60	60—120	3—12	6—24
	自行车修理	2	30—50	60—100	6—10	12—20
小型综合修理	2	50—100	75—160	10—20	15—32	

四、商业网点图形表达

(一) 颜色

已 有：黄 色

近期规划：红 色

远期规划：桔红色

(二) 商业网点图形

1. 百货店

2. 超市

3. 便利店

4. 购物中心

5. 家居中心

6. 农产品批发市场

7. 生产资料批发市场

8. 小商品交易市场信息

9. 城市商业中心区

10. 区域商业中心区

11. 商业街

12. 物流中心

