附件2

天津市城市一刻钟便民生活圈建设指南

城市一刻钟便民生活圈（以下简称便民生活圈），是以社区居民为服务对象，服务半径为步行15分钟左右的范围内，以满足居民日常生活基本消费和品质消费等为目标，以多业态集聚形成的社区商圈。建设指南如下：

一、发展形态

便民生活圈由于历史沿革、地理条件、发展基础等原因，呈现不同的发展形态，主要包括：

（一）组团式或集聚式。以一个或多个商业综合体、购物中心、便民商业中心等综合性商业设施为核心，零散商业网点为补充，满足社区居民及部分流动消费者生活消费需求的商业发展形态。

（二）街坊式或街区式。沿社区周边道路相对集中配置商业设施，以满足社区居民生活消费需求为主的商业发展形态。

（三）分布式或分散式。受客观条件限制，利用分散的社区商业设施建设便民网点的商业发展形态。

社区是指以城镇居民相对集中的居住区，具体名称应根据发展形态和规划部门确定的道路、居委会、居住区名称等制定，格式为“XX社区一刻钟便民生活圈”。

二、业态种类

（一）优先配齐基本保障类业态。满足社区居民一日三餐、生活必需品、家庭生活服务等基本消费需求的业态，主要包括便利店、综合超市、菜市场、生鲜超市（菜店）、早餐店、洗染店、美容美发店、照相文印店、家政服务点、维修点、药店、邮政快递综合服务点（快递公共取送点）、再生资源回收点、前置仓等。至少包含12类。

（二）因地制宜发展品质提升类业态。满足社区居民休闲、健康、社交、娱乐、购物等个性化、多样化、特色化的更高层次消费需求的业态，主要包括社区养老服务机构、银行取款机、房屋中介服务、餐饮店、蛋糕烘焙店、书报亭、运动健身房、幼儿托管点、网吧电竞娱乐类、旅游服务点、保健养生店、鲜花礼品店、茶艺咖啡馆、宠物服务站等。

三、满意度标准

便民生活圈在服务基本民生、促进消费升级、畅通城市经济微循环方面发挥更大作用，居民满意度达到90%以上，具体包括：

（一）便利化程度显著提升。商业网点布局更加合理，功能业态更加齐全，数量符合实际需求，能够满足居民就近便捷消费的基本需要。在社区宣传栏、主要入口处、主要商圈等显著位置张贴或设置便民生活圈导视图等，方便居民消费查找。

（二）标准化建设加快推进。商业设施配置和服务供给更加规范，管理运营更加专业精细。

（三）智慧化水平不断提高。新技术新业态新模式在便民生活圈应用场景更加广泛，线上线下深度融合，数字化转型进度加快。

（四）品质化生活稳步提升。品牌连锁和特色化建设不断增强，商品和服务供给更加丰富、优质、安全，设施环境持续改善，传统消费加快升级，服务和体验消费比重不断扩大。

四、申报要求

“城市一刻钟便民生活圈”申报主体可以为街道、社区、物业公司、运营企业等，由各区商务主管部门会同相关部门组织实施，评审结果报市商务局备案，由各区商务主管部门授予“XX社区天津市城市一刻钟便民生活圈”。具体方案由各区商务主管部门负责制定并组织实施。

附件2所附表格

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 城市便民生活圈试点建设情况调查表 | | | | | | | | | | | |
| 试点生活圈： | | |  | | 区属： | |  | | 截至日期：2022年5月×日 | | |
| 运营主体（多选，打√） | | 街道 国企  民营企业 专业运营商  网点各自经营 另:是否有便民生活圈智慧服务平台 | | | | | | | 发展 形态 | 集聚式为主 街坊式为主 分布式为主 | |
| 社区商业中心（邻里中心）数量（座） | | | | |  | | | | 生活圈服务覆盖的居民数量（万人） | |  |
| 社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积的比例（％） | | | | | |  | | | | | |
| 分类 | 主要业态网点 | 商业网点（店铺）数量合计（个） | | 从业人数(万人) | 其中：品牌连锁店数量(个) | 各级政府财政投资补助额(万元) | | 社会投资额(万元) | 居民满意度（%） | 备　注 | |
|
| 合 计 | |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 基本保障类 | 便利店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 综合超市 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 菜市场 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 生鲜超市 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 早餐店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 维修点 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 洗染店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 美容美发店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 照相文印店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 药店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 家政服务 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 邮政快递综合服务点 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 再生资源回收点 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 其他 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 品质提升类 | 新式书店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 运动健身 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 特色餐饮店 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 养老站点 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 托育站点 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 保健养生 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 教育培训 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 休闲娱乐 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 其他 |  | |  |  |  | |  |  |  | |
| 说明 | 1.此表为调查明细表（与汇总表相对应），由街道（社区）填写现有存量数据，为方便汇总请勿改表格结构。计量单位均保留小数点后两位。生活圈可含一个或多个社区。 2.居民满意度指标：每个生活圈抽样调查不少于50份。 3.此表为地方开展“一圈一策”“缺什么、补什么”的依据，请认真搞好摸底调查。 | | | | | | | | | | |