

桂林国际消费中心城市 培育建设规划（2023—2030）

第一章 总则

一、项目意义

国际消费中心是现代国际化大都市的核心功能之一，是消费资源的集聚地，具有强大的消费实现、引领和带动作用。深入贯彻落实习近平生态文明思想及习近平总书记视察广西“4·27”重要讲话和对桂林的重要指示精神，以“世界眼光、国际标准、中国风范、广西特色、桂林经典”为总体建设方针，加快培育建设桂林成为区域性国际消费中心城市，是构建“双循环”新发展格局中的重要一环，有助于桂林集聚国际消费资源、提升国际消费服务、激发国际消费需求、优化国际消费环境，对于促进国内大市场的形成、推动经济社会高质量发展、提高城市对外开放水平、满足人民日益增长的美好生活需要等方面具有重要意义。

2019年10月25日，商务部等14部门印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，指导推进国际消费中心城市培育建设工作，明确培育建设国际消费中心城市的六项重点任务。2020年10月29日，中共中央十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标的建议》提出“全面促进消费，培育国际消费中心城市”。2021年3月11日，十三届全国人大四次会议表决通过关于《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目

标纲要》的决议，明确提出“培育建设国际消费中心城市，打造一批区域消费中心”。2021年4月19日，自治区人民政府正式发布《广西壮族自治区国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，提出“建设南宁、柳州、桂林、北海等专业化、特色化、区域性国际消费中心城市”。2021年7月17日，自治区商务厅等十部门联合印发《广西培育建设国际消费中心城市实施方案》，提出“力争用3年（2021—2023年）时间，支持6—7个区域中心城市培育建设成为广西区域消费中心城市，形成一批具有较强影响力、集聚力和辐射力的区域消费中心，成为促进消费升级和经济增长的有力载体，示范带动全区培育建设专业化、特色化、区域性消费中心城市”。2022年1月14日，自治区商务厅评定桂林为广西区域消费中心城市试点城市。

为贯彻落实习近平总书记的重要指示精神，根据国家及自治区层面关于消费中心城市的文件要求，以桂林打造区域性国际消费中心城市为核心目标，以打造世界级旅游城市为统揽，结合桂林发展的实际情况，编制《桂林国际消费中心城市培育建设规划（2023—2030）》，明确发展定位及目标，提出主要任务及保障措施。

二、规划范围

本次规划范围包括桂林市各县（市、区），分别为临桂区、象山区、秀峰区、叠彩区、七星区、雁山区及灵川县、全州县、兴安县、永福县、阳朔县、灌阳县、龙胜各族自治县、资源县、平乐县、荔浦市、恭城瑶族自治县。

三、规划对象

本次规划对象包括消费空间体系、商业载体、商业品牌、旅游及康养产业、服务消费业态、特色消费品产业、交通物流及消费环境，其中服务消费业态包括住宿、餐饮、文化、体育、会展、教育等传统消费业态及免退税经济、电子商务、医美、电竞等新兴消费业态。

四、规划期限

本次规划期限为 2023—2030 年。

五、规划原则

（一）坚持政府引导、市场运作

遵循市场化发展规律，加强政府在顶层设计、规划布局、政策制定、公共服务领域的引导作用，大力发挥市场主体在资源配置中的资源整合及运营能力，激发市场创新活力，提升国际化发展水平。

（二）注重合理前瞻、持续发展

加强规划前瞻性预判及科学性引导，充分考虑规划对象与人口、经济、消费能力等要素指标的关系，以高质量、可持续发展为目的，避免盲目建设和重复建设。

（三）加强生态保护、彰显特色

在保持山水生态原真性和完整性的基础上，处理好城市发展空间和历史文化保护之间的关系，挖掘桂林山水特色及文化精髓与商业、旅游等产业跨界融合发展，打造具有国际影响、桂林特色的消费城市。

（四）统筹城乡布局、产城共融

坚持城乡区域统筹发展、优势互补，充分考虑桂林工业发展、乡村振兴的重要性及必要性，推动实现以城促产、以产兴城、产城共融的发展格局。

（五）强化项目支撑、注重落地

牢固树立“项目为王”理念，加快重大项目建设，制定切实可行的年度实施计划，明确建设时间节点，强化项目在规划落地中的支撑作用。

（六）开展公平竞争、强化审查

各类以提振消费为主要目的市场主体经济活动，在具体落实过程中须积极开展公平竞争审查，确保不发生排除、限制竞争的情况。

六、规划依据

（一）中共中央 国务院印发关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见（中发〔2018〕32号）

（二）国务院办公厅印发关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见（国办发〔2019〕41号）

（三）国务院办公厅印发关于加快发展流通促进商业消费的意见（国办发〔2019〕42号）

（四）国务院办公厅印发关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见（国办发〔2020〕32号）

（五）商务部等14部门联合印发的关于培育建设国际消费中心城市的指导意见（商运发〔2019〕309号）

（六）商务部办公厅关于进一步做好推荐申报国际消费中心

城市培育建设试点工作的通知（商办运函〔2020〕76号）

（七）广西壮族自治区人民政府办公厅关于印发支持打造桂林世界级旅游城市若干政策措施（试行）的通知（桂政办发〔2022〕60号）

（八）广西壮族自治区人民政府办公厅印发关于加快提振文化和旅游消费若干措施的通知（桂政办发〔2020〕37号）

（九）广西壮族自治区人民政府办公厅关于印发广西以新业态新模式引领新型消费加快发展实施方案的通知（桂政办发〔2020〕113号）

（十）自治区工业和信息化厅关于印发广西桂酒（白酒）振兴三年行动方案（2020—2022）的通知（桂工信规范〔2019〕11号）

（十一）自治区工业和信息化厅关于印发加快推进广西优势特色食品产业高质量发展实施方案的通知（桂工信食品〔2021〕418号）

（十二）广西壮族自治区体育局关于印发广西体育产业发展“十四五”规划的通知（桂体发〔2021〕16号）

（十三）桂林市人民政府关于印发桂林市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和2035年远景目标纲要的通知（市政〔2021〕9号）

（十四）桂林市人民政府关于印发桂林市综合交通运输“十四五”发展规划的通知（市政〔2022〕18号）

第二章 发展基础

一、城市综合情况

（一）旅游城市知名度高

“桂林山水甲天下”美誉深入人心，桂林旅游国际知名度与山水美景相得益彰，是宜居宜养的生态山水名城和底蕴深厚的国家历史文化名城。2022年，随着新冠疫情多点反复，全年接待国内游客10693.14万人次，同比下降12.60%，国内旅游总消费1277.39亿元，同比下降14.90%，旅游业受疫情冲击较明显。桂林是全国首批对外开放旅游城市、世界旅游组织首推的中国四大旅游目的地城市之一，改革开放至今已有180多批次外国元首、政府首脑及政要到访桂林。桂林是国际赛事和活动的重要举办地，成功承办2022年金砖国家旅游部长会议、连续成功举办联合国世界旅游组织及亚太旅游协会旅游趋势与展望国际论坛、中国—东盟博览会旅游展、国际山水文化旅游节等国际会展及赛事。

（二）经济社会稳定发展

作为广西北大门，桂林下辖6区10县1市，面积2.78万平方公里，根据第七次人口普查数据显示，全市常住人口达到493.11万人，是广西区域内面积和人口第三大的城市。2022年桂林实现地区生产总值（GDP）2435.75亿元，位列全区第三，按可比价计算，比上年增长2.5%，两年平均增长4.6%；三次产业中，第一产业增加值620.12亿元，同比增长6.0%；第二产业增加值527.63亿元，同比增长3.2%；第三产业增加值1288.00亿元，比上年增长0.6%，疫情后复苏效果明显。全市居民人均可支配收入31167元，经济发展迈上新台阶。

（三）商业贸易发展活跃

桂林商业网点主要集中在桂林主城区及阳朔县，发展较为活跃。2022 年，桂林社会消费品零售总额 932.95 亿元，同比下降 1%，批发、零售、住宿、餐饮业分别增长 20.1%、4.4%、—1.9%、1.0%；第三产业增加值占地区生产总值比重达 52.9%，成为经济增长主动力。在全区率先开展“33 消费节—桂林缤纷季”“2022 桂林漓江购物节”、惠民购车生活节、家电以旧换新、汽车下乡、网上年货节等线上线下各品类促消费活动，带动全市批发业各季度均保持两位数增长，零售、餐饮业也实现正增长。电商赋能、线上促销成效明显，组织“网上年货节”“33 消费节”“33 电商节”

“3·15 放心购”等网络促销活动，并策划一系列直播带货活动，取得良好成效，实现网络零售额 88.04 亿元，同比增长 23.8%；

“2022 年桂林漓江购物节”获评人民网“2022 国民消费·消费地标创新案例”。至今，桂林已与全球 178 个国家和地区开展了贸易往来，2022 年，全市外贸进出口总额达 95.7 亿元，同比增长 4.5%；目前全市共有 12 家免退税商店。截至目前，拥有罗汉果、米粉、马蹄等地理标志证明商标和地理标志保护产品 26 件，数量排全区第一。

（四）服务消费体系初显

桂林服务消费业态日趋多元，在餐饮、住宿、教育、文化、体育、会展等传统服务消费业态上萌发了免退税经济、电子商务、医疗美容、电子竞技、时尚消费等新兴服务消费业态。全市住宿业初步形成类型丰富、档次具有梯度的住宿体系，拥有星级旅游

饭店 48 家、星级乡村旅游区 28 家、星级农家乐 83 家。教育产业发展蓬勃，是广西科教中心城市，拥有高校 15 所，是首批获国务院批复建设的 3 个国家可持续发展议程创新示范区之一，拥有 1 个国家级中小学生示范性综合实践教育基地。文化发展位居全区先进行列，现有国家级文化产业示范基地 4 个，占自治区总数 50%，文化产业园区（基地）和文化企业数量居广西前列，2 家企业获自治区文化“双创”示范企业，2 家单位获自治区文化“双创”孵化示范基地，1 家园区、1 家企业分别获得自治区级文化产业示范园区、示范基地。在体育事业发展方面，桂林“十三五”期间举办了环广西公路自行车世界巡回赛（桂林段）、阳朔国际山地越野赛、资江漂流国际精英挑战赛等一系列重大赛事，成功创建 2 家广西航空体育飞行基地及 2 家广西山地户外运动营地。

（五）特色产业优势突出

桂林深入实施工业振兴战略和“桂林有礼·旅游商品”等品牌建设活动，其中 13 件旅游商品入选“中国好礼”名录，初步形成了以生态食品为基础、手工艺品为补充的特色消费品产业发展格局。桂林米粉、罗汉果、泡打粉产量占据全国同类产品半壁江山，吉福思、三花酒业、顺昌食品、西麦食品等一批大型特色食品企业集团脱颖而出，形成一批饮料、酒类生产加工生产企业密集区和稻谷、果蔬、肉类等农产品加工产业带。手工艺品产业颇具亮点，2021 年初桂林团扇入选全国特色手工产品，2022 年，桂林圆竹剖丝团扇制作技艺代表性传承人黄硕夫、黄可人父女的作品《鱼骨式壮锦团扇》和《三子团扇》两项获得“世界杰出手工艺品徽

章”认证，孵化诞生了集善斋、邱广初等企业和品牌，配备现代化生产制造设备，产品远销欧美、日韩、新加坡、马来西亚。

（六）交通物流初具规模

桂林已构筑四通八达的复合式、立体化便捷交通网络，区域交通枢纽地位凸显，物流产业规模持续增长。航空方面，2022年桂林机场全年飞行航线累计117条，起降2.0万架次，旅客吞吐量173.6万人次，货邮吞吐量0.7万吨。铁路方面，高铁营运里程420公里，占广西高铁通车里程近四分之一，桂林火车站图定开行动车组列车313趟，直接连通全国19个省市自治区，通达147个城市，在全区率先实现与香港高铁“一乘直达”。公路方面，截至2022年底，桂林公路总里程已达1.8万公里，“县县通高速”率100%，“乡乡通二（三）级公路”率98.5%。水运方面，2022年全市内河航道里程达620公里，水运项目建设进程稳步推进。市内交通方面，现有公交线网密度达3.5公里/平方公里，登记在册网约车数量4537辆。物流方面，2022年桂林全社会完成货物运输总量10943万吨，规划新建多个物流园区，物流基础设施不断完善，全市“一核两轴多点”的现代物流发展空间格局初见成效。

二、城市发展优势和特色

（一）商业标杆逐步建立

近年来，桂林商业载体建设较快，华润集团、万达集团、新城控股等多个知名商业地产企业购物中心成功落地。老城区改造提升速度加快，阳朔益田西街文化体验街区成为第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区，桂林东西巷、桂林融创旅游度假区成

功入选第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。通过改造逍遥楼、靖江王府、龙船坪等一批历史文化街区项目，新建融创漓江后海街、塔山渔坊悦坊等一批现代特色商业街区，为老城区商业发展储备新动能、激发新活力。新区“七纵九横”主干路网和“山环水绕”山水新城格局基本成型，随着“一院两馆”、新会展中心等优质配套资源投入使用，区域价值将显现。

（二）旅游资源得天独厚

桂林旅游资源丰富，A级景区数量高居广西之首，5A与4A级景区数量领先于长沙、厦门及三亚等城市，数量上具有明显优势。至2022年底，桂林共有A级景区100处，其中5A级景区4处，4A级景区48处，A级景区数量实现连年上升。桂林作为世界著名的风景旅游城市 and 历史文化名城，漓江被入选为全球15条最美河流之一，拥有桂林喀斯特世界自然遗产、资源八角寨世界自然遗产、兴安灵渠世界灌溉工程遗产、龙脊梯田全球农耕文化遗产等“四大遗产”，旅游业居全区领先地位。桂林可挖掘历史文化旅游资源繁多，遗址遗迹、名人故居分布广泛。桂林自然环境宜人，2022年，全市环境空气质量优良率91.0%。

（三）服务消费亮点频现

桂林美景美食引人入胜，桂林米粉、啤酒鱼、恭城油茶成为广为游客熟知的代表性菜肴。高端住宿设施颇具规模，汇集了众多国际高端酒店品牌，阳朔成为享誉国内外的高端度假酒店集聚地。桂林是广西区内重点建设的两大高校集聚区之一，教育资源丰富。文化特色突出，“印象刘三姐”“阳朔桂林千古情”成为

国际知名的文化演绎项目代表。消费业态不断推陈出新，阳朔在免税业态方面创新发展，阳朔跨境购（零关税）体验城实现线下体验、线上下单形式，对产品全球直采，以保税备案形式经海关批准报关进入综合保税区后进行销售。

（四）特色资源有效支撑

桂林特色资源丰富，为特色消费品产业提供了丰富的物质基础和文化内涵。物产资源丰富，地理标志证明商标和地理标志保护产品数量居全区第一，永福罗汉果、恭城月柿、全州禾花鱼、荔浦砂糖桔入选中国特色农产品优势区。文化底蕴深厚，2017年龙脊梯田成为全球重要农耕文化遗产，2018年灵渠入选世界灌溉工程遗产名录，截至2022年已有260项非遗项目列入市级及以上非遗代表性项目保护名录（其中国家级7项、自治区级104项）。桂林拥有桂林三花、桂林湘山酒2个“中华老字号”品牌。科创实力领先，桂林是广西科教中心城市，驻桂林高校广西一流学科建设项目（含培育）达19个，高新技术企业保有量达到358家，创新驱动和绿色发展获得国家高度肯定，是首批获国务院批复建设的3个国家可持续发展议程创新示范区之一。

三、城市发展问题和不足

（一）商业同质竞争激烈

一是购物中心同质化程度较为严重，同区域、同商圈范围内的购物中心，如临桂区的万达广场、吾悦广场，在建筑形态、项目定位、业态规划、品牌选择、宣传推广上都同质性严重，商业项目缺少个性化标签，主题不突出，辐射范围狭小，缺乏让消费者

者产生目的性消费的动力。

二是商业街区特色不鲜明，购物型步行街面临空间受限、业态老旧、运营权无法统一等问题；美食型步行街面临桂林美食特点不够突出、本土品牌无法聚集、与夜间经济融合度不高等问题；历史街区面临文化特色不够突出、新场景新业态运用不足等问题。

三是品牌多样性欠缺，主要表现在同一个连锁品牌在同一个商圈内的出现频次高，容易给消费者造成消费疲劳，同时也侧面反映出桂林优质品牌数量少、品牌供给不足等问题。

（二）旅游体系和康养体系有待提升

一是旅游康养品牌形象有待提升，历史文化与康养资源优势未有效释放，旅游康养产品趋于单一，缺乏锐意开拓不同消费群体的旅游产品。二是旅游收入结构仍待提升，桂林在旅游收入上对门票依赖较深，旅游与商业功能分离，旅游景区内体验类项目创新能力不足，旅游景区缺乏新的稳定收入增长点。三是景区商业设施与旅游发展需求不匹配，商铺同质竞争明显，经营商品档次较低，旅游景区周边的商业街项目产权分散，无法有效对项目进行统一规划、统一招商、统一运营管理；商业经营内容同质化严重，品牌档次低，与主流市场消费趋势匹配度不高，商业经营模式过于粗放、没有特色，缺乏能够引流商业营销事件。四是市场主体实力仍待提升，桂林文化和旅游企业在前瞻性与实力方面与国内外先进水平企业主体相比差距较大，规划格局、开发品质、产品调性与运营模式亟待提升。

（三）服务消费活力不足

一是传统消费业态活力不足，住宿体系仍有较大提升空间，住宿业呈现酒店品牌本土化、城区住宿设施老化、全市高品质住宿服务缺失、住宿产品单一化、溢价水平有限、高端服务人才缺乏等不足，住宿业发展与市场需求不匹配；美食餐饮品牌化、连锁化发展滞后，缺乏具有影响力的美食集聚区与品牌；在新冠疫情影响下，会展与体育发展受阻。二是新兴服务消费业态发展缓慢，桂林免税载体与产品单一，免退税经济目前尚缺乏有效竞争力；电子商务受限于区位条件、物流成本高、加工制造业不发达等因素，发展受到较大制约；医疗美容、时尚消费、电竞赛事仍处于起步阶段。

（四）产业发展问题突出

一是产业结构不够合理，2022年桂林三次产业结构为25.4:21.7:52.9，“十三五”期间工业增加值年均增长仅2.6%，工业发展总体步伐偏慢，经济带动作用较为有限。二是产业链不够高端，以农产品种植等中低端环节为主，产业链条较短，“接二连三”融合发展程度有待提升，科教优势资源也没有很好地转化为产品创新优势，难以满足消费升级和贸易发展需求。三是产业布局缺乏科学规划，各县（市、区）在产业布局和项目落地上各自为战，同质化现象仍较普遍，产业园区大多推进缓慢，难以为产业发展提供有效载体。四是产业主体发展较慢，受桂林营商环境及物流、销售、人才等工业发展要素制约，对外较难招引大型龙头企业，对内较难扶持本地企业做大。世界500强企业进驻数量不足20家，与首批入选国际消费中心城市的重庆等城市进驻数量逾百家相比

差距明显。五是销售新模式创新不足，市场主体在互联网新媒体营销方面不够与时俱进，缺少品牌经营理念，电子商务销售渠道建设不足，缺乏电子商务龙头企业和第三方服务机构支撑，“互联网+”新业态新模式的发展较为落后。

（五）交通物流硬件不完善

交通基础设施建设仍不完善。一是综合城市交通网络有待完善，部分高速公路项目推进缓慢，全国性综合交通枢纽地位不够凸显。二是航空发展相对缓慢，面临国际航线缺失、国内航空线路较少、时间段安排不合理等问题。三是市内交通联动不足，桂林暂未实现空铁（轨）联运，桂林两江国际机场与桂林南站、北站、西站缺乏优质的换乘交通系统。

物流硬件设施有待提升。一是物流枢纽及物流园区现有硬件不足，缺乏规模化、综合型、专业性的大型物流园区，物流园区间的协同效应不明显，没有形成完整高效的物流网络。二是运输方式单一，物流枢纽节点要素集聚与整合能力较弱，基础设施建设不足，2022年桂林公路货物运输总量占总货运量比例高达99.7%，缺乏多式联运等新型运输组织模式。三是物流发展水平有待提升，冷链物流、绿色物流、智慧物流、专业物流的发展水平较低，缺乏物流龙头企业。四是物流成本偏高，相较于周边城市，桂林市货运总量不足，导致桂林物流成本偏高。

（六）消费环境及政策不够完善

桂林国际消费中心城市培育建设还存在国际消费环境和支持政策方面一些不足，需要进一步加强。一是城市公共服务配套体

系有待完善，桂林目前新能源充电桩数量不足，市区停车难问题也较为突出，生活品质有待提高；公交线路及出租车数量较少，轨道交通尚未成型，市内互联互通水平有待提升。二是营商环境仍需优化，物流、用电、金融成本偏高，人才支撑不足，对优质企业吸引力较低。三是服务能力亟待提升，医疗、教育、货币兑换等涉外消费服务不够便利，从业人员服务意识和跨文化交际能力仍需加强。四是配套政策有待完善，自由贸易试验区、综合保税区、跨境电商综合试验区等重大开放平台未能落位桂林，在融入对外开放格局上获得的政策和资金支持力度不足，城市的国际影响力也未能进一步提升。

综上所述，桂林拥有国际知名的旅游资源、优质多元的大型商业载体、文化彰显的服务消费亮点、特色鲜明的优势农产品及文创产品，具备建设区域性国际消费中心城市的基础和条件。与此同时，桂林仍存在一些问题和不足：商业特色不够突出，同质竞争激烈；旅游和康养在品牌形象、收入结构、商业设施、企业实力上存在不足；住宿、餐饮、会展、体育等传统服务消费业态面临质量不高、品牌不响等问题，医美、电竞、时尚等新兴服务消费业基础薄弱、发展缓慢；产业发展结构不够合理，一二三产业未能实现有效联动发展；交通物流硬件设施不完善；消费环境有待加强，支持政策力度有待提升。因此，桂林需以打造国际消费中心城市为契机，高标准制定目标及任务；以重点项目为抓手，集各部门之力确保项目落地。

第三章 发展定位及目标

一、指导思想

深入贯彻落实习近平生态文明思想及习近平总书记视察广西“4·27”重要讲话和对桂林的重要指示精神，坚持“创新化、专业化、特色化”发展理念，统筹考虑桂林产业发展、乡村振兴等重大工作，以“世界眼光、国际标准、中国风范、广西特色、桂林经典”为指导方针，以提升国际化水平及促进高质量发展为目标，持续增强消费对经济发展的基础性作用，培育经济发展新动能，将桂林打造成为全球知名、特色彰显、活力创新的区域性国际消费中心城市。

二、发展定位

世界级旅游消费中心。依托桂林世界级卓越自然山水优势，挖掘桂林历史文化内涵，打造旅游与购物功能协调发展的消费目的地，依托旅游休闲资源打造世界知名旅游目的地，构建山水游、文化游、康养游等旅游消费业态体系，推动桂林建设成为世界级旅游消费中心。

世界级文化体验消费中心。依托桂林世界文化遗产及非物质文化遗产优势，充分挖掘桂林历史文化、民族文化、红色文化等多元文化内涵，创新传承桂林历史文脉，推动商旅文融合、文化交流，建设成文化消费吸引力和影响力突出的世界级文化体验消费中心。

“一带一路”商旅文融合消费业态创新发展中心。依托桂林世界级旅游资源，充分挖掘桂林文化内涵，连接“一带一路”沿线

国家和地区商业元素及消费需求，大力推行商品与旅游、文化等产业跨界融合，打造商旅文深度融合的特色消费商圈及国际旅游购物中心，把桂林建设成为辐射“一带一路”沿线国家及地区的商品、旅游、文化融合消费中心，构建商旅文融合创新发展新格局。

特色消费品产业发展中心。立足桂林当地特色农产品、传统手工业产品等资源优势，做强做优生态食品、手工艺品等产业，加快一二三产融合和消费品产业企业集聚发展，推动产业实现规模化、标准化、品牌化，全力建设全国知名生态绿色食品产业基地、米粉生产基地、米香型白酒特色产区，打造彰显生态和文化特色的高质量消费品产业发展中心。

三、发展目标

（一）总体目标

至 2025 年，人口消费规模实现提升，城市国际化消费设施得到完善，全球化商业品牌供给不断加强，旅游服务消费供给达到国际前列水平，多元商旅文融合消费体系建立，桂林特色及城市形象成功树立，各项发展目标基本实现。至 2030 年，建设成为经济繁荣稳定、城市商业繁荣、特色资源荟萃、旅游消费强劲、消费体系健全、特色产业聚集的区域性国际消费中心城市。

（二）近期发展目标

经济发展指标稳步提升。力争至 2025 年，全市 GDP 年均增长 7.5%以上，经济增长速度高于全区平均水平，经济总量明显提升；人均 GDP 年均增速 6.8%，居民人均可支配收入增长 7.6%，社会消费品零售总额年均增长 8%以上，消费者购买实力与消费水

平进一步提升，全市常住人口数量年均增长 0.38%，消费总体市场与国际消费人群进一步扩大。

城市商业载体国际水准提升。力争至 2025 年，以十字街商圈、漓东商圈两大城市级商圈为核心，形成具有国际水准的商业基本格局；重点升级一批大中型购物中心，盘活存量商业资源，打造 5 个以上年营收超 10 亿元的大中型购物中心；重点升级改造一批商业街区，积极申报国家级街区认定，获得国家级旅游休闲街区、全国示范步行街、国家级夜间文化和旅游消费集聚区等荣誉称号 10 条以上。

全球消费品牌供给持续提升。力争至 2025 年，引入世界 500 强企业及高端品牌 10 家以上，引进桂林城市首店数量 50 个以上；“中华老字号”认定总数达到 5 家，“广西老字号”认定总数达到 20 家，“桂林有礼”品牌入选企业数量达到 200 个，拓宽线上及线下销售渠道，支持本土品牌“走出去”。

旅游康养国际竞争力增强。力争至 2025 年，国家 5A 级旅游景区和国家级旅游度假区总数累计 6 家以上，国家 4A 级旅游景区累计 50 家以上，旅游消费结构得到明显改善，多元化二次消费对旅游收入带动明显提升；旅游国际化程度明显提升，争取接待旅游总人数超过 1.5 亿人次，其中境外游客超过 350 万人次。

服务消费体系扩容升级。力争至 2025 年，引进国际豪华级住宿品牌 5 个，10 家民宿入选中国民宿百强榜，推动 3 个具有影响力的餐饮品牌进入广西区外市场；推出广受市场欢迎的 3 个文创 IP 系列；新增 2 个国家级研学实践教育基（营）地；免税店、离

境退税商店力争超过 20 家；争取获得 3 个国际性与全国性电竞赛事举办权。

特色消费品产业初具规模。力争至 2025 年，生态食品产业总产值超 250 亿元，全市培育形成粮食、米粉、特优水果、中药材等超百亿元农产品加工产业链，打造 5 个全国知名的桂林米粉、罗汉果或桂花精深加工产品等即食包装品牌，培育 3 个全国知名的手工艺品品牌企业，建成 2 个自治区级、10 个市级农产品加工集聚区。

（三）中远期发展目标

至 2030 年，建立国际水准的商圈体系，形成以十字街商圈、漓东商圈、临桂商圈三大城市级商圈共融发展的商业格局，适度开发新建一批独具特色、主题丰富的商业网点，实现桂林主城区 15 分钟便民生活圈全覆盖；实现“桂”字品牌国际化发展，“桂”字消费品牌成功实现“走出去”，首店品牌聚集度与引领度增强；世界级山水旅游名城基本建成，旅游核心竞争力进入国际同类旅游城市第一方阵，使桂林成为国际高端休闲旅游首选目的地之一；形成传统消费及新型消费业态兼具的全消费业态体系，建立一批免退税经济、电商、医美、电竞等新兴消费业态；健全具有国际化与现代化标准及凸显桂林特色的现代化生态食品加工产业体系，形成“一县（市、区）一特”“连县（市、区）成片”的生态食品产业协同发展格局，逐步把手工艺品产业培养成新消费热点和经济增长点。

第四章 主要任务

一、构建消费空间体系

（一）构建消费空间体系

依托桂林世界级山水资源、历史文化资源，特色消费品资源，结合桂林旅游发展规划，系统谋划桂林“一带、一心、多区”消费空间体系。

世界级旅游核心消费带。统筹谋划以桂阳旅游黄金通道沿线为黄金旅游带，充分发挥漓江风景名胜区、阳朔西街、遇龙河度假区等世界级旅游吸引物的品牌及人流效应，整合融创国际旅游度假区、愚自乐园等周边新景点、新业态，全面升级漓江国际休闲度假产业带，完善国际化旅游公共服务设施布局，满足国际国内游客的服务需求，打造成为世界一流的旅游核心消费带。

城市世界级多元化多体验消费中心。以桂林主城区为城市消费中心，构建特色鲜明的高品质城市商圈。重点将十字街商圈打造成为集国际旅游消费、特色文旅体验、高端商贸服务于一体的城市级桂林特色商圈；漓东商圈打造成为集中高端购物、活力时尚商业为主的时尚体验消费集聚区与国际消费城市核心区；临桂商圈打造成为高端商业商务、文化体验聚集、国际会议博览功能突出的城市级地标性综合商圈。打造标志性商业载体，建设特色化商业街区，满足国际国内游客及桂林市民的多样化需求，健全城市消费空间体系。

特色消费及产业融合发展功能区。依托永福罗汉果、恭城油

茶和月柿、全州干米粉和米香型白酒、兴安葡萄、阳朔金桔和画扇、荔浦芋头和衣架、灵川团扇、临桂五通镇农民画等特色消费品产业聚集区，挖掘桂林各县（市、区）产业集群特色与优势，加快建设一批以农产品加工和手工艺品制造产业为核心，集研发设计、标准化生产、集散加工、商贸流通、体验观光等功能于一体的特色产业载体，以文化旅游带动“桂林制造”，丰富“桂林有礼”特色商品供给体系，打造以特色水果、米粉、油茶、民族手工艺品的特色消费及产业融合发展功能区，形成一县（市、区）一拳头产品的协同发展总体格局。

（二）构建城市商圈体系

1.构建三大城市商圈

三大核心商圈以吸引全球游客与消费者为导向，通过差异化发展，形成组合优势，共同打造城市国际化消费新高地。引导核心商圈错位发展，继续提质扩容“十字街”商圈，融合历史文化，形成山水城市会客厅；加快建设漓东商圈，聚合消费客流新极点，形成中央活力消费体验区；加快建设临桂商圈，利用空港及新国际会展中心区位优势，形成城市中央商务区。

桂林特色十字街商圈以中山中路与解放路两条街道十字路口为核心，为桂林市最具代表性的商圈。一是以丰富消费业态、提升消费体验、优化消费环境为重点，对微笑堂商厦、正阳步行街、正阳东西巷历史文化街区等现有商业进行提档升级、凝聚人气。二是发挥核心商圈的带动作用，将十字街商圈向南北双向扩容，南向西城步行街、龙船坪特色街区为代表项目的漓西象山片

区延展，利用漓江、宁远河两岸自然景观优势，整合周边象山景区丰富的文化旅游及游客资源，形成商旅文融合业态，并向西南继续拓展至以桂林万象城为中心的琴潭片区，丰富尊神庙等夜市业态；北进拓展融合桂林特色历史文化项目，在已有正阳北路—靖江王府—八角塘历史文化街区的基础上，延伸至新建桂林古宋城文化历史街区项目，合力打造成山、水、城、文融为一体的历史文化街区。通过以十字街商圈为核心，向南北不断提质扩容，最终形成国际旅游消费集聚、特色文旅体验、高端商贸服务于一体的桂林特色城市级商圈。

活力时尚漓东商圈以桂林国际会展中心为核心，联动塔山城市更新片区进行整体谋划。重点推动南城百货、高新万达广场、国贸益华城等传统商业中心提档升级，着力引导商业区优化经营结构，调整业态布局，提升经营层次，使其呈现合理规划梯次商业模式。以客世界广场、塔山漓江文化度假区（塔山城市更新片区）为支撑，开发体验式、互动式消费场景。培育塔山悦坊、渔坊为夜间经济主要场所，持续完善、丰富消费业态，推动消费扩能升级。结合会展中心、七星公园、桂海晴岚、桂林漓江歌剧院等文旅设施，加快推动都市时尚消费与商务商贸、休闲娱乐、文化旅游等产业融合发展，推进商圈整体消费融合升级，形成集中高端购物、活力时尚商业为主的时尚体验消费集聚区与国际消费城市核心区。

国际商务临桂商圈以临桂区山水公园为中心，临桂新区万达广场、吾悦广场等为核心商业区域，以优化提升片区现有运营主

体及运营品质为重点进行错位发展，形成与区域内政务、商业、商贸等客群相匹配的中高端餐饮、影剧院、咖啡厅、商务会所等商务配套业态。依托行政中心、商务中心、现代产城融合示范区的区域定位，发展集现代服务业、高端生活居住等功能于一体的现代产业发达、基础设施完备、生态环境良好的多功能集聚区，打造高端商业商务集聚、文化体验互动、国际会议博览等功能突出的地标性城市级综合商圈。

力争至 2025 年，十字街商圈向南北双向扩容，建设成为桂林特色风情与现代化商业共融的城市级商圈；漓东商圈持续赋能，打造成为辐射广西及东盟的桂林中高端商业地标，形成以十字街商圈、漓东商圈两大城市级商圈为核心的商业基本格局。至 2030 年，随着临桂新区产业发展、片区成熟、商业氛围逐渐浓厚，临桂商圈将建成集金融商贸、会展政务、综合购物、文化娱乐等于一体的综合型城市级商圈，桂林总体形成十字街商圈、漓东商圈、临桂商圈三大城市级商圈共融发展的商业格局。

2.构建一刻钟便民生活圈

一是制定实施方案，通过对社区周边商业发展基础、规划布局、人口结构、收入水平、消费习惯等情况进行摸底调研，结合全市“十四五”发展规划以及城市改造计划，制定一刻钟便民生活圈实施方案。二是选择先行试点，通过补短板、树样板行动，优化商业布局、丰富商贸业态、完善服务功能，提升社区一刻钟便利化水平，打造一批全市一刻钟便民生活圈建设试点先行示范区。重点结合城市更新、老旧小区改造等，整合便利店、菜市场、

早餐店、维修点等服务功能，鼓励社区便利店、超市等网点采取“一点多用”“一店多能”等方式，在确保安全卫生的前提下，适度搭载维修、打印复印、家政预约等项目，提供服务本地市民的多样化便民服务；提高社区商业配置标准，强化生鲜超市、快递送达设施（智能快件箱、快递快餐收发点）等“一站式”便民服务设施配置，并完善社区婴幼儿照护设施、卫生服务中心、体育运动空间、养老服务设施、共享停车位、无接触配送等基础设施，完善涉外医疗机构、出入境服务站和外籍人士社区服务中心等配套服务设施；因地制宜发展运动健身、保健养生、休闲娱乐、老年康护等业态，加快建设产业服务型、商旅生态型、文化教育型、居住生活型相融合的适应国际消费需求发展变化的新型社区商业场景。三是进行试点推广，在前期试点的基础上，通过“边试点、边总结、边推广成熟经验”的做法逐步将一刻钟便民生活圈建设范围扩展至全市，实现主城区全覆盖。

力争至 2025 年，实现先行试点经验在全市推广；至 2030 年，结合城市有机更新打通“最后一公里”，实现桂林主城区 15 分钟便民生活圈全覆盖。

二、打造标志性商业载体

（一）打造定位清晰档次分明的购物中心

1.打造国际化高品质大型购物中心

一是持续升级主力商业设施，保持业态活力。重点聚焦城市消费主力集聚区，继续升级发展。支持万象城丰富零售业态品类，利用华润集团的资源优势，引入首店、奢侈品牌、概念店等，同

时通过定期淘汰更新机制，保持万象城在商品、服务、客户、品牌等方面兼具国际性特征，展示桂林商业特色和消费文化，体现桂林消费体验最高水平，形成具有一定国际影响力的城市级商业综合体。支持客世界广场着力构建聚集国际国内精品、引领时尚消费潮流的商业载体，引入潮牌品牌集合店、生活方式集合店、创意零售等新型零售业态，打造沉浸式、体验式、互动式消费场景，加快向社交体验、时尚消费中心等领域拓展，更新保持客世界广场业态活力，形成城市级品质活力购物中心。

二是推进传统商业载体向体验式新型购物中心升级。鼓励一批传统购物中心向体验式新型购物中心升级，布局集餐饮购物、娱乐休闲、文化教育、运动健身等多业态聚合的新型购物中心。支持微笑堂作为传统购物中心代表，通过升级改造硬件设施和提升服务品质改善消费体验，通过“商场+地下商业街+通道”的组合优化串联交通流线带来更多人流；进一步培育壮大各类消费新业态、新模式，聚焦在主题性强的场景、文化体验等体验式业态，通过增强社交互动来引流。

2. 差异化发展大中型购物中心

一是引导核心商圈购物中心错位发展。围绕核心商圈商业网点布局，结合桂林发展实际，对大中型购物中心在改造提升、改变用途、业态变更、能级提升、功能完善等方面进行规划引导。支持临桂商圈中吾悦广场、临桂万达广场进行差异化发展，形成不同消费档次商业网点布局。支持吾悦广场提质升级，引导新兴业态发展，大力引入体验式业态，增加亲子及文化休闲类业态，

并周期性举办有影响力的活动，逐步形成城市级购物中心。支持临桂万达广场利用万达品牌优势招商，在品牌导入上与吾悦广场相互补充，形成区域级购物中心。持续壮大漓东商圈，提升改造现有大中型购物中心，形成多层次、多元化、特色化商圈。支持七星万达广场利用万达集团招商运营能力，持续引入新品牌及先进生活方式，打造成为最具活力的区域级大型购物中心。支持高新南城百货进行数字化转型，推动零售行业价值链重塑。支持国贸益华城以服务七星区居住人群为中心，配套设施满足居民寻求生活与文化交流的需求，延伸家庭活动空间，打造成高端邻里中心。新规划的七星区奥特莱斯桂林中心商城坚持“名品+折扣”的基本模式，通过与国际一线品牌直接合作，承接国际一线品牌过季特供正品及旧款新造产品，与周边购物中心形成相互补充、相互促进的商业格局。

二是推进文化、工业遗存和商业融合发展。鼓励新建的大中型购物中心在建筑形态、空间场景、业态布局上引入创新 IP，进行跨界融合。支持大型体育场馆、老旧工业厂区等改造为消费体验中心、健身休闲娱乐中心等综合性新型消费载体。引导大龙燕京啤酒堡城市综合体利用燕京（漓泉）啤酒厂历史及啤酒文化，与商业开发结合，打造成为新型消费体验中心。

力争至 2025 年，改造升级一批大中型购物中心，盘活存量商业资源，打造 5 个以上年营收超 10 亿元的大中型购物中心。至 2030 年，在遵循“控量、提质、增效”原则下，适度开发新建大中型购物中心。

（二）打造文化特色突出的商业街区

1. 打造体验式购物商业街区

一是空间拓展提升。继续优化现有购物商业街的空间布局和网点建设，引导街区以商业为主线，突出经营特色，科学调整优化经营业态，改善购物环境，提升购物商业街的品质并拓展其发展空间。充分利用桂林融创旅游度假区作为国家级夜间文化和旅游消费集聚区的契机，加强优化融创漓江后海街的街区环境、完善消费设施，打造成为桂林高端精品旅游路线必游地标。支持阳朔西街拓展功能，以阳朔西街为中心，延展至乌布小镇、戏楼、桂林千古情等特色商业街区，引导主题化、特色化发展，形成协同互补、多元发展新格局。

二是业态创新升级。通过城市更新、业态改造等方式盘活发展空间，对主街功能进行延伸和补充，从线到面，形成互补的商业生态。支持正阳步行街建设以社交为主题的休闲商业街，通过重点改造或新建一批高端电竞网吧、剧本杀店、桌游室等社交商业载体聚集人气；经营较弱的正阳广场可参考南宁万国广场改造思路，以“国潮国货”为概念，引入国潮运动品牌店，重焕新生。积极探索西城步行街发展新方向，适当引进博物馆、艺术体验、文化创意等业态，增强街区旅游休闲功能；植入非遗馆、桂菜馆、中华老字号等载体，增加多元商业场景；通过新场景、新业态植入，打造桂林旅游消费网红街区。

三是产权整合统一运营。鼓励特色街区采取统一回租等方式，依法整合街区物业运营权，促进街区业态布局调整和统一招商。

强化产业集聚功能，支持小香港商业城整合商铺资源，优化商业管理，借鉴北京秀水街改造思路，打造高性价比的服装“小店”集群。

四是支持街区智能化升级。通过数据导入线上导览平台，实现街区品牌、活动、游客服务与消费者需求端的信息共享，实现购物需求数字分析，指导街区业态动态调整与升级。加快数字化消费场景建设，运用数字技术丰富街区娱乐性、趣味性、游览性。

2. 打造主题化美食商业街区

一是凸显“桂林味”特色。深入推进文化宫美食街改造升级，以桂林特色餐饮、特色餐饮文化体验为重点，引导本土餐饮品牌、老字号小吃集中发展，形成本土特色餐饮集聚区；借鉴成都宽窄巷子在民间技艺上的展示，引入团扇制作、桂剧表演等技艺，以文化赋能实现商旅文融合，打造“食尚”文化展示新景点。

二是深度挖掘夜间消费潜力。依托桂林不夜城的城市形象，有效拓展消费空间，为市民游客创造美好夜间消费体验。以兴进塔山隆润天地一渔坊、兴进塔山隆润天地一悦坊为代表，发展“24小时不打烊”特色餐饮、茶饮、休闲餐吧、演艺吧等餐饮业态，提升餐饮消费活跃度；同时利用依靠漓江的地理优势，增加“夜娱”业态，引进具有吸引力的夜间文化娱乐演出、夜间灯光秀，聚集人气，逐渐形成桂林夜生活打卡地。

3. 打造特色化历史商业街区

一是深度挖掘历史文化资源。充分利用特色历史风貌和文化资源，以文化展示、文化体验、民间艺术、老字号、文化创意、

休闲娱乐等为主题，突出“一街一景一特色”，彰显特色商业文化。鼓励将宋代特色风格建筑融入古宋城历史文化街区建设中，重现宋代商业市井文化，积极引入“老字号”餐饮品牌，让古宋城历史文化街区成为桂林老字号集中展示地、承载体。支持兴安灵渠历史文化街区（财神庙街）提升改造，以“世界古代水利建筑明珠”美誉的灵渠、原址复建光绪年间的财神庙为核心吸引力，打造集住宿、餐饮、休闲娱乐、民宿体验、文化展示于一体的“轻”文“慢”旅商业标杆。鼓励新建荔浦永苏里文化旅游街，以荔浦永苏里人（早期荔浦人）的人文风情为基础，打造成为集美食体验、手工制作、文化演艺、休闲购物、特色住宿、产业集聚等功能于一体的荔浦地标性文化商业特色街区和生活体验街区。

二是融合拓展新场景。将各地历史文化、建筑风格融入特色街区建设和改造，塑造具有历史记忆、文化脉络、旅游特色、地方特点的特色街区，让“老街巷”成为“新商业”的承载空间。充分利用桂林东西巷国家级夜间文化和旅游消费集聚区的金字招牌，继续做优东西巷历史文化街区的特色建筑风貌，以“老桂林”记忆为内核，在保留原有街巷烟火气的基础上，加强历史文化元素与品牌旗舰店、音乐酒吧、特色餐饮等时尚文化资源的深度融合，推进业态特色化、品质化升级，打造成为集文化体验、旅游游览、购物消费于一体的城市商业街区地标。支持龙船坪特色街区提升改造，在传统建筑风格、码头特色、市井街巷的基础上，融入现代时尚及文化创意元素，让旅游美食消费常态化，成为外地游客必“打卡”、本地居民常去的地方。鼓励改造兴安灵渠水街，

以秦汉建筑文化开发“秦时明月”主题光影秀，以桂林米粉发源地打造桂系特色美食街，以灵渠文化为特色开发灵渠水街夜游灯光秀，打造成历史文化与非遗旅游相互融合的特色街区。

三是增强街区吸引力。通过打造具有辨识度的特色街区 IP 品牌，加强各街区的文化特点和辨识度；开展“造节庆”，广泛举办美食节、酒吧文化节、网红打卡节、潮流时尚节；打好“文化牌”，组织举办丰富多彩、形式多样的主题宣传、消费促进活动，扩大特色街区的知名度和美誉度。

力争至 2025 年，重点升级改造一批商业街区，积极申报国家级街区认定，获得国家级旅游休闲街区、全国示范步行街、国家级夜间文化和旅游消费集聚区等荣誉称号 10 条以上；至 2030 年，形成层次丰富、主题多元的商业街体系。

三、培育多元化消费品牌

（一）加强引进消费名品

1.加强国际知名品牌的引进

一是大力引进知名零售商，瞄准商贸流通行业世界 500 强企业及高端品牌进行精准招商；加强对知名零售商的引进，重点依托高端商业物业与国际大型零售品牌商建立战略合作关系，吸引国际一线品牌在桂林开设旗舰店，引导中高端境外消费回流。二是积极引进优秀商业运营商，招引一批具有全球视野和较强品牌运营能力的商业运营商，推动桂林品牌升级，拓展中高端消费服务。三是鼓励引进东盟优质品牌，加强与区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）国家经贸往来和跨境旅游合作，依托国际物流大通

道和跨境电子商务，不断丰富东盟进口商品供给，加深中国—东盟产业链、供应链、价值链融合，重点引入东盟餐饮、农副产品等优质品牌；依托中国—东盟旅游商品交易基地建设，积极行销东盟国家特色旅游商品，推动东盟特色品牌在桂林开设全球首店、亚洲首店、中国（内地）首店、西南地区首店、广西首店。

2. 聚焦国内人气品牌的引进

一是积极发展首店首发经济，重点在核心消费集聚区，吸引高端知名品牌、原创设计师品牌、定制品牌在桂林开设全国、西南及广西市场的首店，在桂林首发新品。二是鼓励传统业态首店创新，支持首创跨界的概念店、旗舰店、定制店、快闪店、体验店等独特业态，发挥首店经济作用，拉动相关大中型购物中心消费。三是壮大网红潮店品牌发展，加强潮流网红品牌导入，引进一批国内网红餐饮、书店、服装品牌。四是强化宣传力度与曝光度，加强对网红店铺推广支持，联合社交媒体加大对桂林网红店铺的宣传力度与曝光度，开展网红、潮店评比活动，对吸引人流量和消费作出杰出贡献的网红店铺做出相应奖励，促进人流消费与经济发展。

力争至 2025 年，引进国际品牌入驻数量超过 5 个，显著提升国际品牌供给；新增零售类品牌西南首店数量累计 5 个以上、城市首店数量累计 30 个以上；引进国内外知名品牌、轻奢品牌、新业态品牌在桂林设立 10 个以上全国性、区域性品牌首店。至 2030 年，强化国际知名品牌引流作用，持续增强全球消费品汇聚能力；继续增强首店品牌聚集度与引领度，推动桂林首店经济繁荣发展。

（二）打响“桂”字消费品牌

1. 培育“桂”字消费品牌

一是积极推动“桂林有礼”品牌发展，大力营销“桂林有礼”品牌和广西特产，积极培育桂林米粉、罗汉果、桂花糕、金桔、沙糖桔等特色农副产品品牌，以及桂林山水字画、鸡血玉、绣球、壮锦、彩绸等特色旅游商品品牌，扩大商旅伴手礼消费。二是培育本地网红品牌，学习和借鉴长沙在孵化本土网红品牌的成功经验，扶持一批具有国际水准的本土原创品牌开展新品首发，打造桂林本土特色新零售品牌。三是培育一批现代化、标准化的本土餐饮品牌，通过精准化营销，扩大桂林本土品牌区外影响力，大力推进桂林米粉、恭城油茶品牌化建设，鼓励具有市场影响力的新生代品牌提质扩容。四是扶持重点企业申报老字号品牌，通过挖掘、整合、认证传统品牌，协助重点“桂”字消费品牌企业申报国家老字号、广西老字号；重点扶持一批具有一定全国或区域知名度的优势品牌申报国家老字号品牌。五是壮大本土文化品牌，学习借鉴“西安大唐不夜城”“长安十二时辰”的文化运营模式，鼓励“印象刘三姐”“阳朔桂林千古情”等精品文化节目打造成为具有桂林特色的品牌 IP，并通过跨界合作、创意营销等手段，从品牌 IP 中孵化新产品和新内容，形成可复制推广至全国的运营模式。

2. 拓宽品牌供给渠道

一是拓宽品牌线下渠道，鼓励“桂林有礼·旅游商品”上平台、进景点、进机场、进高铁、进社区、进免退税店，提高“桂林有礼”品牌曝光度。二是拓展线上销售，积极与抖音、快手等直播

平台对接，提高品牌主体的网上销售；重点支持“桂”字消费品牌、老字号对接电商平台、买手平台和品牌营销渠道，创新营销模式。三是支持本土品牌“走出去”，鼓励本土品牌在粤港澳大湾区及西南区域设立门店或市场点，推广桂林特色产品；鼓励本土品牌“走出去”参展，在进博会、消博会、广交会等国内大型会展活动以及“一带一路”沿线国际和地区的展会活动上进行品牌宣传交流。

力争至 2025 年，“中华老字号”认定总数达到 5 家，“广西老字号”认定总数达到 20 家，“桂林有礼”品牌入选企业数量达到 200 个，拓宽线上及线下销售渠道。至 2030 年，继续做大做强“老字号”品牌，强化“桂”字消费品牌“走出去”能力，打造“内外兼修”的具有影响力的消费中心城市。

四、提升旅游体系和康养体系

（一）建立健全旅游消费体系

1.完善客群消费产品体系

顺应当下消费群体消费模式与消费习惯转变，加快推出适合后疫情时代的旅游产品，大力提升观光产品供给水平，打造全球“现象级”观光旅游产品，丰富观光旅游消费形态，增加消费收入。一是大力拓展旅游市场，通过制造热点营销事件，推出月卡、季卡、年卡等形式，提升桂林本地市民复游率；通过提升旅游服务供给能力，扩大对周边城市游客辐射力；通过联动景区、商家、OTA 平台，推出短途旅游套餐产品，推出面向粤港澳大湾区、湘桂滇地区游客优惠主题旅游活动；重点巩固粤港澳大湾区 4 小时

动车圈周末游、短途游客群，提升客群复游率；深度挖掘长三角、京津冀等市场，开发中南、西南城市新兴市场，增加与北京、上海、成都、重庆等城市直航航班；运用桂林与华东、华北、华西显著的环境、人文差异，发掘潜在商务游、山水度假游、民族风情游等产品；提前谋划后疫情时代国际旅游产品，加快海外营销，开发过境免签国际游客的精品旅游路线。二是加快提升桂林年轻游客比例，运用新媒体全渠道营销发展网红打卡地等旅游吸引物，加快设计“周末游”“微度假”“亲子游”“美食游”等新兴旅游产品。顺应年轻群体线上旅游计划趋势，推动旅游服务数字化、智能化建设，深化“一键游桂林”等旅游服务平台建设。三是深度挖掘老年游客团体需求，面向桂林目前以中老年为主的旅游客群，改良中老年低价跟团游产品，深入研究老年群体养生、疗养需求，加快旅游与康养融合发展，探索发展主要面向中老年群体的高端康养旅居、温泉养生等旅游产品。四是探索景区数字化发展，先行探索文旅元宇宙发展，打造一批以构建景区特色场景示范为主的沉浸式虚拟空间，集合休闲娱乐、度假、聚会、拓展、购物等强交互性体验，打造元宇宙体验式消费场景。

2.构造旅游二次消费体系

在全域旅游发展趋势下，完善国有重点景区门票价格形成机制，降低对门票经济依赖，以提升二次消费为目标，培育旅游收入增长点。一是加快形成商旅文融合格局，加快“文旅+商圈”异业联动与合作，把握象山公园等标志性景区免费开放后的商旅消费动能释放契机，探索景区连点成片、老城更新改造、商业调整

优化等措施实现商旅文业态融合共生、城旅一体的发展格局。二是打通景区内消费功能的割裂局面，优先鼓励标志性景区推出兼具设计感与品质感的文化创意类、零售食品类 IP 产品与文娱表演类 IP 服务。允许符合发展住宿、体育、文化等业态用地条件与管理规定的旅游景区发展商旅文体融合项目。三是提升景区商业品质，合理规划景区零售商店数量，提升景区零售商品独有性，降低商店同质化，对单一产权的景区商业进行统一规划与招商运营，提升景区商业辨识度与消费吸引力。

3. 壮大优秀高质市场主体

以提升桂林旅游与康养项目规划格局、提升项目品质调性、改善服务质量及避免无序开发与同质竞争为方向。一是打造世界级文旅投资开发运营主体，培育和引进具有国际视野与建设性服务能力的旅游康养市场主体，加快国际知名旅游开发集团和运营主体落户桂林，使市场主体开发运营实力与世界级旅游城市发展相适应。二是整合一批大型国有文旅骨干企业，通过资源整合、技术创新、战略调整、人才引进等形式，打造成为具有国内外影响力的旅游龙头企业。三是激发中小微文旅企业发展潜力，支持本土旅行社、民宿酒店、旅游商品类民营企业在垂直领域往精细化、现代化方向发展，成为专项服务领域下具有高服务水平企业。

4. 创新景区运营管理体系

一是大胆创新景区经营管理模式，探索景区所有权、管理权和经营权分离改革，推进旅游景区企业化经营与市场化运作。实行景区常态化退出管理机制，探索引入游客好评率评价机制，向

人流量不达标、好评率低的景区提出相关整改要求及视情节给予摘牌处理。二是以点带面、“避重就轻”运营模式，以小规模精品文旅公建配套及网红热点活动实现项目前期强势导流效果；减少短期内大规模投资投入大、维护成本高的重型旅游康养设施。三是推进可持续型商业模式，重视对旅游康养项目内容与体验的开发，以内容、创新、体验、服务为核心，向项目注入新的精神内涵，使游客口碑自成为裂变式营销推广。

力争至 2025 年，桂林旅游消费产品体系与旅游商业消费体系建设成果初步显现，二次消费对旅游收入带动明显提升。桂林旅游客群实现有效扩充，接待旅游总人数超过 1.5 亿人次，其中境外游客超过 350 万人次。至 2030 年，基本建成世界级旅游城市，城市国际化特征更加彰显，形成具有全球竞争力的旅游产业体系，旅游核心竞争力进入国际同类旅游城市第一方阵。

（二）保护升级世界级山水旅游名城

1.全面提升自然景区品质

一是维护自然生态资源，推进资源可持续利用，加强漓江生态环境保护，重点推进漓江干流岸线保护和修复工程，加快琴潭千亩荷塘湿地保护开发与秀峰区荷韵生态体育公园景观水系打造，保持山水生态的原真性和完整性，构建生物多样性生态景观资源。二是加快自然景区评比提质升级工作，发挥高等级景区在引流、促消费方面的引领作用，争取创建一批 5A 级旅游景区与五星级乡村旅游区。启动桂林龙脊梯田创建 5A 级旅游景区项目工作，并按计划节点推进八角寨景区、猫儿山景区提升改造工作，

争创 5A 级旅游景区。

2.丰富自然景区体验项目

加快纯自然观光景区向注重体验的复合型景区转换。一是提升原有项目体验，根据桂林水系景观特点，差异化打造游船线路与形式；积极引进国内外资深经营管理主体，探讨漓江游船多元化、定制化、高端化运营，推行漓江、遇龙河等水系分段游、分时游、分级游、分形游，探索开通象山景区一穿山、塔山—南溪山的游船线路及在安全水域开通乌篷船、桂林船上人家等游览形式。二是开发新型绿色环保体验项目，依托绿色环保体验项目建设、零碳旅游线路开发、绿色共享交通体系建设，探索打造绿色环保与旅游体验俱佳的零碳景区。支持桂海国际旅游度假区依托疏阔山水空间，开发低空飞行、水上乐园、山水实景演艺等低污染体验项目；支持迷山阳朔国际运动休闲度假区运用喀斯特地形地貌发展户外探险、丛林穿越，加快旅游与休闲运动有机结合。

3.打造综合性旅游目的地

一是探索农文旅融合，打造一产、三产融合发展新路径。支持悦桂情歌田园项目推动温泉酒店、田园民宿、生态食品产业园设施建设与招商，打造乡村旅游度假综合体。推动大美漓江田园综合体在发展花卉种植与观光游览功能的基础上，完善会展功能与物流加工载体建设。推动桂林雄森熊虎山庄搬迁扩建工程，升级打造集繁育养殖、保健品生产、旅游观赏科研一体的观光科研结合旅游项目。推动桂林日月泉生态农业观光园前期工作，打造精品型乡村旅游景区。

二是推动文旅项目适当增加商业载体。探索依托雁山区漓江西岸沿岸景观资源，打造集购物、旅游、文创于一体的山水生态旅游目的地。推动雁山融创文化旅游城二期项目主题乐园与酒店群建设。推进凤凰·山水逸境一期工程建设，落实康养住宿高端品牌引进工作，打造桂林标杆性高端旅游康养融合项目；将凤凰·山水尚境打造为具有国际理念、艺术人文与旅游融合发展的新型旅游目的地。推进禄坊生态城策划工作与磨盘山旅游度假区等综合性项目加快前期土地供应等工作，适时解决罗山湖体育旅游开发利用建设项目二期推进中遇到的困难。

力争至 2025 年，争取实现 5A 级旅游景区 6 个（含）以上，4A 级旅游景区 50 个（含）以上，自然景区有效建立层次丰富的旅游体验项目体系，自然景区游览与商业体验有效提升。世界级山水旅游名城取得突破性进展，综合实力大幅提升，具有全球吸引力的旅游产业体系基本形成，旅游国际影响力显著增强。至 2030 年，世界级山水旅游名城基本建成，旅游核心竞争力进入国际同类旅游城市第一方阵，使桂林成为国际高端休闲旅游首选目的地之一。

（三）传承构建世界级文化旅游之都

1. 塑造文化历史经典景区

发挥桂林历史文化名城优势，梳理桂林史前至现代文化脉络，挖掘与统筹四大文化旅游片区文化载体，保护开发为彰显桂林文化历史内涵的旅游目的地。一是打造红色文化旅游经典。高质量推进国家长征文化公园（广西段）建设，将其打造为全国党员干

部党性教育基地。高效运用国家专项资金做好红色文化保护与利用工作，对全州县、灌阳县、兴安县、龙胜族自治县等重要红色遗迹、文物进行重点保护开发，开发红色经典旅游精品路线与爱国主义研学课程。进一步改善红色文化景区服务设施，推进灌阳千家洞景区红军露营地建设完成。美国飞虎队桂林遗址公园按原场景进行陈设，打造以中小学研学为主的爱国主义教育示范基地。二是焕新桂林文化历史旅游目的地。将阳朔兴坪古镇、大圩古镇、榕津古镇等历史文化古建村落，榕湖北路—古南门等历史文化街区，五美堂公馆、李宗仁官邸等名人故居，兴安灵渠、靖江王陵国家考古遗址、甑皮岩国家考古遗址公园等历史文化遗迹合理保护开发，打造为文化历史旅游目的地。加强对兴安灵渠的历史文化研究和古迹保护，支持兴安灵渠申报世界遗产和创建国家5A级旅游景区。弱化将历史建筑、博物馆作为静态景点的发展模式，重点赋予历史文化景区游览故事主线与互动体验项目，通过消费文化历史主题下的餐饮、住宿、演艺、伴手礼等内容，建立起“可触碰、可互动”的旅游体验，全方位活化桂林文化历史景区。

2.新建文化旅游功能载体

加快现代化的文化娱乐建筑设计与特色文化内涵融合，满足新时代消费者日益增长的文化消费需求。一是建设高质量文化旅游公共服务设施。加快完成桂林歌剧院建设，并通过游客集散中心、商业街区等区域集聚人流，将桂林歌剧院打造为桂林文化地标。拓展会展场地面积，提高接待中心规格，将桂林国际会展中

心建设成为高端文化展览举办传播载体。二是创新打造文化消费载体。推动桂林临桂区六塘镇柚子湾《远去的恐龙》演出剧场项目复工，打造集剧场、生态园、博物馆于一体的恐龙主题文化综合体。鼓励阳朔·遇见地球村文化旅游项目通过打造文化创意内容和推进创意街、沉浸式展演馆、艺术酒店等设施建设，形成集文旅康养于一体的度假区。加快落实永苏里文化旅游街概念设计和投资方案。推进大河圩民俗旅游文化村一期招商工作与二期建设工程。建设桂林袭汇国际文化世界项目成为涵盖历史、艺术、考古等于一体的综合型文博产业园。

3.提升旅游景区设施业态

以改善旅游观光环境与消费体验为目标，加快对一批文化历史景区进行基础设施建设与业态升级。推进永福县“三江六岸”文化旅游4A景区基础设施建设工程，落实运营方，提升县区项目水平。加快景区文化内涵挖掘和价值提炼，对兴安灵渠水街旅游商业街区进行概念性包装并加快商业街区规划招商，突出主题，丰富手工创意、文化艺术、特色美食等业态。

力争至2025年，桂林文化遗产有效利用率进一步提升，打造历史文化古村落、街区与历史遗迹成为广泛知名度的旅游目的地。世界级文化旅游之都取得突破性进展，综合实力大幅提升，具有全球吸引力的旅游产业体系基本形成，旅游国际影响力显著增强。至2030年，世界级文化旅游之都基本建成，城市国际化特征更加彰显，绿色高端现代化产业体系基本形成。

（四）推动建设世界级康养休闲旅游胜地

1.完善康养服务业态类型

紧抓国家健康旅游示范基地、国家森林康养基地等战略机遇，依托知名康养开发运营主体，打造一批环境宜人、高品质的康养消费载体，打造“漓水青山，养生桂林”康养服务品牌。一是对存量业态提升与转型。对桂林老旧疗养院原址提升，打造智能化健康养老示范基地，着重改善产业园疗养环境、内部医疗服务。推动南溪山医院医疗援越文化园建设，打造文化宣传与旅游一体化的项目。二是推动一批新型康养项目落地。依托瑶族民族特色，将中国健康好乡村打造为集中药种植、展览展示、医养居住于一体的康养旅游示范项目。加快完善县区康养旅游载体建设，推动阳朔·兴坪休闲养生度假区项目落地；支持荔浦江畔·悦乐庄康养中心、天誉养生谷提升康养住宿配套设施，带动荔浦康养服务质量提升；加快完成雁山草坪生态休闲旅游小镇前期规划设计工作。

2.改善康养医疗服务能力

加快建设高质量公共医疗康养服务机构，带动桂林医疗实力提升，推动桂林城市养老综合服务中心（一期）建设；加强与中南大学湘雅二医院的合作，全力推进中南大学湘雅二医院桂林医院国家区域医疗中心建设；加快推进市中医医院城北院区、桂林医学院附属医院漓东新院区、南溪山医院雁山分院建设。推动壮族、瑶族等民族特色养生保健机构开发和养生保健项目的服务质量提升。

通过进一步建设并提升一批康养休闲项目与医疗机构，力争至 2025 年，整体提升桂林康养行业档次。至 2030 年，打造一流

康养休闲旅游品牌，整体提升和优化康养休闲行业的服务水平、康养休闲产业业态、空间布局，建立与世界级旅游城市新定位相匹配的康养休闲胜地。

五、激活服务消费业态

（一）完善传统消费业态

1.提升住宿消费体系

以规范化、精品化、国际化为发展导向，使桂林住宿业体系与旅游业、商贸业、会展业发展相适应，打造品牌一流、服务一流的住宿业态。一是增加国际化高标准酒店数量。加快以特许经营、合资、自营、代管等多种方式方法引入国际知名品牌商、运营管理者，建设国际高端度假酒店群。完善桂林高品质酒店布局，使各城区、县（市）住宿业品质满足现代住宿需求，合理引导以原址重建、引入国际专业运营管理团队、设施装潢更新等形式，切实改善桂林城区内住宿设施陈旧、服务管理落后等问题；以品牌引入、装潢提升、加强服务人员培训等方式加快提升县（市、区）住宿业设施与服务。全方位多角度服务不同住宿客群需求，通过打造商务型、度假型、主题型、长住型、会议型、公寓型、精品型等不同类型酒店，引导酒店延伸发展餐饮、会议、商务、娱乐、游乐、运动、观光、体验、康疗养生等休闲娱乐功能。鼓励对空置存量建筑开发利用，探讨旧厂房、废弃建筑、历史村落等存量载体再次利用，合理转化为别具特色的住宿载体，保留建筑外观特色，提升内部居住舒适性与配套设施，打造具有国际品位，彰显桂林历史文化的山水艺术酒店。二是打造精品化特色化

民宿，完善精品化民宿布局。以阳朔遇龙河、漓江沿岸、秀峰桃花湾、龙胜龙脊梯田以及灵川大圩古镇、恭城莲花镇等区域为重点，推进精品旅游民宿连点串线成片发展，打造示范性民宿集聚区，运用“宿集”概念，引入知名连锁民宿，培育一批有特色、有创意、有档次的桂林特色民宿品牌集群。做好桂林本土民宿品牌化工作，打造“民宿桂林”品牌，通过提升服务标准与市场规范、完善人才培育体系、探索桂林民宿业行业发展规划、提升民宿建筑设计与装潢、注重媒体宣传营销等方法做大做强民宿行业。三是丰富与创新多元住宿业态，紧跟露营社交与消费热点。加快建设一批星级房车营地与露营地，提供完善的设施装备及全流程、全方位服务，打造一批具备社交功能的创新融合住宿业态。积极发展青年旅社、酒店公寓，打造一批具备国际服务能力的服务式公寓，在阳朔等深受外国友人喜爱的旅游区域加快建设一批面向国际背包客群体的青年旅社。

力争至 2025 年，桂林高端住宿供给量明显提升，引进 5 个国际豪华级住宿品牌，10 家民宿入选中国民宿百强榜，850 家宾馆实现挂牌三星（含）级以上。至 2030 年，桂林住宿体系和住宿服务达到国际一流水准。

2.擦亮餐饮消费招牌

一是打造美食集聚区，构建热门美食空间载体。依托十字街商圈、漓东商圈等热门商圈，阳朔西街、文化宫美食街、桂林悦桂坊风情街、通泉巷等美食街区空间，建设彰显桂林饮食特色的国际美食集聚区。二是打造“吃在桂林”餐饮品牌。提高桂林菜

的国际影响力和美誉度，积极申创“世界美食之都”，孵化具有代表性的 IP 餐饮品牌。三是加快美食跨界联动。加快发展美食快闪、新式茶饮、轻食餐吧等美食新业态和桂林美食跨界联名营销推广活动。四是提升餐饮企业实力。加强企业战略管理能力、市场营销能力、人才占有能力等核心竞争力提升，推动限上企业合资、企业并购、融资等方式整合有效资源，加快提升行业集中度，实现餐饮企业品牌化、连锁化、标准化、规模化发展。五是形成餐饮品牌建设配套支撑体系。注重构建现代化稳定安全的供应链，发挥桂林现代特色农业示范区创建工作优势，依托各级现代特色农业示范区（园、点）与水果、食品加工基地，保障餐饮食材供给端的安全稳定。六是全面提升市场营销能力。着力创新营销方式，建立网络与地推营销渠道，有效利用美食节庆与餐饮行业会展等线下宣传机会，扩大餐饮企业市外、区外市场影响力。七是改善用餐环境。加强餐饮摊贩与餐饮门店品质化、精细化、安全化、规范化建设，推动餐饮名店积极创建旅游标准化示范试点单位。加快知名饮食门店和知名美食街区进行店面环境提升改造，改善消费者就餐环境，打造观光、饮食、打卡一体的餐饮消费空间。

力争至 2025 年，推动 3 个具有影响力的餐饮品牌进入广西区外市场。至 2030 年，成功擦亮餐饮招牌，有效扩充彰显桂林特色的知名菜品菜系，美食成为桂林旅游消费重要内容。

3. 激发文化消费活力

一是创新发展文化载体。探索分类推进博物馆法人治理结构

建设，放宽文化场馆办馆自主权，盘活用好馆藏文物资源，做好博物馆文化创意产品开发和文化创意商业成果转化工作。提升东漓古村文化产业基地桂北民俗工艺体验活动质量，保留漓江流域传统建筑风格，打造非遗文化示范展示区。做好桂林国际文化创意产业园仓库改造升级与招商工作，打造自治区文化产业示范园区。依托桂林智慧谷文创产业园，有效整合桂林文化企业资源，引导文化类企业集聚发展。二是打造精品文化节目。以精品文艺节目为依托打造“民族演艺之都”，逐步形成中高端文化演出体系。支持各类文艺团体、演艺企业与景区合作，制作景区精品演艺节目。提升“印象刘三姐”“阳朔桂林千古情”等表演内容及形式，提升演绎节目创新性，打造具有市场影响力的演绎节目标杆。培育一批歌舞文艺精品品牌，积极推动桂剧《江姐》《燕歌行》《破阵曲》《欧阳与桃花》等精品剧目申报国家和自治区级文艺精品扶持项目。探索发展“西南剧展”主题舞台剧与建设桂林市戏剧创作基地。鼓励桂林博物馆、桂林画院等公共文化载体与知名媒体联手打造文化类网络直播与文化类精品影视综艺节目，探索拍摄以桂林抗战文化、红色文化为题材的电视剧。三是发展文化节庆活动。通过政府引导、市场主导，构建多层次、内容丰富、具有广泛市场影响力的文化节庆活动。做好桂林国际山水文化旅游节、阳朔渔火节、恭城油茶文化节、恭城月柿节、荔浦芋文化节、灌阳农具节等节庆品牌化工作，打造一批彰显桂林文化内涵的国际化文化节庆品牌，引入草莓音乐节等国内知名音乐节品牌，发挥节庆活动吸引人流量和助力城市推广的作用。依托优质出版社，

探索开设具有国际影响力的文化交流活动和知名文化沙龙桂林分场。创新漓江夜间游船音乐活动，运用夜间美景、洞穴天然回声和游船音乐活动建立起紧密联动，将低频率、浅层次的纯粹风光游升级为与游客视听感官紧密联系的新潮活动。四是支持文化创作新力量。汇聚社会资本力量，资助优质出版项目、创作计划和传媒、文化教育、文艺创作人才培养。通过举办文创商品大赛、参展评选等方式，认定一批重点文创扶持企业，推动漓江画派等桂林文化力量扩大影响力，打造桂林文化发展动能。积极开展文化新业务，积极探索港澳机构合资、合作、独资开展出版物版权交易业务，鼓励港澳投资者到桂林从事出版物发行业务。五是完善文化公共设施建设。完善县域公共文化场馆设施布局，推动县级博物馆、文化馆、图书馆项目建设，加强群众文化精神文明建设。

力争至 2025 年，文化创意产品开发体系基本建立，推出广受市场欢迎的 3 个文创 IP 系列，树立一批文化节庆与活动品牌，使桂林文化消费活力和公共文化服务水平大幅提升，实现公共图书馆、文化馆和博物馆全覆盖。至 2030 年，桂林历史文化资源商业价值充分挖掘，文化消费成为消费增长的新兴引擎。

4.拓展教育消费市场

一是壮大教育研究机构规模。加快推进桂林高校集聚区建设，加快探索设立国内外知名高等院校分校，推动桂林高校与国外知名大学合作办学，支持一批高校立项新增博士、硕士学位授予单位和授权点；充分发挥部分院校国家级专业技术人员继续教育基地优势，吸引就读学员，积极新办一批大专、中专与职业技术学院

校；依托教育研究机构建设加快导入教育研究机构人员与学生群体，壮大消费人群基础。二是提升基础教育消费吸引。丰富基础教育机构选择，引入国内外知名民间资本教育品牌、教育机构与师资力量。推动教育课程衔接 A—LEVEL、IBO 等国际课程认证，打造国际化的基础教育服务体系，满足国际化、高质量、多元化的教育需求。三是拓展教育培训内容。加快挖掘职业教育、兴趣爱好、文化非遗传承、成人终身教育等教育培训。发挥桂林高校学科优势，开发面向大众的培训课程。依托广西师范大学开展语言类、艺术类培训，依托桂林理工大学、桂林电子科技大学开展信息类培训。发展职业教育课程，推动职业教育衔接重点产业发展需求，促进产教融合发展路径与模式。大力发展兴趣爱好培训，丰富素质教育相关课程，探索将桂林传统文化与素质教育课程相结合。四是开发特色研学产品。结合研学资源，开发具有桂林地域特色的研学课程，设计多元化的研学路线。积极运用红色长征文化资源，加强红色文化研学基地建设。以全州县、兴安县、灌阳县为重心，打造以红军长征湘江战役纪念馆、红军长征湘江战役中央纵队界首渡江遗址公园、觉山铺阻击战纪念园、新圩阻击战陈列馆、纪念馆、战争遗址等革命场所为载体的红色研学主题教育精品线路。以湘江战役历史为背景，加快开发红色研学精品课程，讲学红军故事，弘扬宣传爱国主义精神和社会主义核心价值观。发展桂北农耕文化研学基地，升级发展东漓古村传统文化体验式项目，打造游览参观与项目体验相结合的中小學生研学产品。依托桂林丰富的古建古村落和山水风光优势，主动与全国各

大美术院校展开合作，推出一批美术写生研学基地、研学旅行路线。五是注重国内外学术交流。鼓励桂林高校加入国际国内学术和高校联盟，积极探讨与学术机构合作研究机制。鼓励本地高校加强与国内外友好学校开展短期交换和学术合作，大力争取举办学术论坛与会议。六是创新教育培训模式。支持教育培训信息化建设，鼓励线下教育培训机构开发终端应用软件，推出一批线上精品课程与教育教材，做大做强桂林线上教育市场。

力争至 2025 年，桂林依托丰富资源确立红色研学、美术写生研学、农耕文化研学等主题研学品牌优势，争取新增 2 个国家级研学实践教育基（营）地。至 2030 年，教育人才、教育载体与教育服务内容满足教育消费需求，桂林教育消费市场充分扩大。

5. 打造体育消费胜地

一是打造多元休闲体育空间。顺应体育休闲化与娱乐化潮流，把握户外运动与全民运动兴起趋势，推动桂林发展山地户外运动、水上运动、航空运动、民族体育等休闲体育。依托喀斯特地形地貌打造攀岩基地，树立桂林“攀岩胜地”形象。因地制宜建设户外运动特色基地，打造阳朔燕莎航空运动综合基地及桂林景秀航空体育飞行基地，开发低空旅游，结合九马画山、相公山、遇龙河段、油菜花田等经典景观路段，着重发展热气球、滑翔伞、直升飞机巡游等休闲体育项目。二是壮大国际化体育消费群体。支持桂林攀岩等户外体育俱乐部国际化发展，培育休闲体育消费客群基础。探索后疫情时代有序恢复资源漂流世界杯、资源漂流世锦赛（测试赛）暨国际漂流精英对抗赛、国际漂流精英挑战赛、

中国桨板黄金联赛、中国·阳朔 MaXi - Race 国际山地越野赛等赛事，积极寻求中央电视台等国内外媒体以直播、转播等形式扩大桂林户外运动赛事国际影响力，吸引国际参赛观赛人群。三是发展新兴体育内容。把握户外休闲运动热点，结合周末露营等新兴业态发展，做大飞盘、桨板、溯溪等新潮休闲运动消费，扩充都市体育消费内容。支持建设多元化体育业态，鼓励建设多元化健身俱乐部，扩充健身训练课程，丰富都市体育消费选择。四是完善公共体育设施建设。深化乡镇农民体育健身工程，实施平乐县体育公园建设，建设集球类、器械类、集训等为一体的多功能体育场馆，有效增加人均体育场地面积。推进全民健身运动进程，加快爬山步道、骑行道等公共设施建设，营造优良健身环境。五是做大做强体育企业。争取提高纳入自治区体育局体育产业项目库数量，做大体育产业规模。

力争至 2025 年，以攀岩、低空飞行、水上运动为特色的三大休闲运动消费体系为抓手，使体育消费内容得到充分展开。至 2030 年，桂林在户外休闲体育方面确立国内领先地位，户外休闲体育国际化程度显著提升。

6. 创新会展发展模式

一是提升会展国际影响力。向国家、自治区各级各部门争取国际会议、国际艺术展、高端文化论坛、学术会议等在桂林举办，提高会展的国际展商、国际买家数量，增加展览面积。积极探索会奖旅游等高端会展形式，通过推动国际性大型会展及奖励旅游发展，提升桂林参展、逛展客商与旅游客群国际化程度。积极提

高企业主办型国际会展数量，加快与国内外策展办展企业主体洽谈，争取举办一批企业主导型会展与会议。加快高质量会展场地建设，完成桂林国际会展中心第一接待中心及会议中心主体结构建设，为高规格国际化会展会议举办提供载体支撑。提升会展主体策展、办展能力，引育国际展览与项目协会认证的企业，切实提升会展品牌核心竞争力。二是加快科技赋能会展发展。发展会展新场景、新业态、新模式，借助人工智能、5G、大数据等技术打造云上会议会展，提升会展节庆数字化、智能化水平，实现“闭馆不闭展”。三是做好本土会展品牌。结合各城区、县（市）的优势产业发展规划，支持桂林米粉、罗汉果、三花酒等优势农产品、轻工业产品品牌商及生产商开办展销活动。提升本土企业策展、办展能力，扩大本土文化艺术类展览影响力。四是优化会展流程。优化展会在线审批和备案管理流程，全面推行在线办理，推动实现“一网通办”；积极申请外经贸发展专项资金（会展事项），加大对高端会展的扶持力度，提高对会展国际化程度较高或“世界500强”“中国500强”参展商补助标准。

力争至2025年，桂林具备承办国际高规格会展会议的场地条件与会展会议接待功能，会展数字化建设取得成效。至2030年，实现会展业与旅游业、商贸业、特色农业等优势产业形成紧密联系、互相促进、共同发展的新局面。

（二）升级新兴消费业态

1. 壮大免退税经济体量

一是创新探索免税业态建设。创新提升免税业态，尝试引入

具备免税牌照资质企业并申请开设市内免税店。探索依托航空口岸建设，把握境外消费回流客群，增设航空口岸进境免税店，发展入境免税店“商店+线上选购直邮至家”等服务模式。发挥广西桂林阳朔跨境购（零关税）体验城优势，加快导入中国东盟购与俄罗斯馆等国家主题商品场馆，探索“线下+完税”+“跨免一体”+“线上免税直邮”销售模式。加快国际航班与免税牌照企业合作，发展“机上下单、下机直提”与搭乘航班直接购买等服务模式。二是提升免税产品吸引力。扩大两江国际机场免税店经营规模，丰富免税店商品品种覆盖范围，增加免税美妆护肤、箱包配饰类国际知名品牌，增加免税商品优惠促销活动。三是完善退税网点建设与优化退税流程。支持具有良好纳税信用等级零售商家企业加入离境退税商店名单。

力争至 2025 年，免税店、离境退税商店及退税代理机构总数力争超过 20 家，免税商品种类得到有效补充提升。至 2030 年，桂林免税消费业态完善，免退税服务网点密度增加、布局完善，免退税消费品质提档升级明显，有效满足游客旅游消费需求。

2. 夯实电商消费基础

一是建设电子商务载体，扎实建设全国综合性枢纽城市，解决桂林荔浦保税物流中心（B 型）项目建设推进困难，推动外贸转型基地升级发展。加快招引电子商务主体及上下游企业入驻园区形成产业集群。探索壮大跨境电商规模，申请桂林跨境电商综合试验区。发挥各大外贸转型升级基地作用，促进部分外贸主体向跨境电商转型发展。支持创建一批国家和自治区电子商务示范

基地、电子商务示范企业。二是创新电子商务业态。探索依托线下实体门店与线上跨境电商平台结合，打造跨境电商消费体验中心、进口商品直销集散中心。建设特色产品线上平台，结合桂林特色消费商品，支持桂林特色产品在电子商务平台设立名品专区。三是培育数字化企业主体。推进传统商家企业数字化创新，推动大型商业企业向全方位数字化转型，培育全领域、全流程的实体商业企业数字化经营能力。发展电商直播模式，加快集聚电子商务企业与主流直播平台。鼓励线上平台与实体商业深度合作，打造智能化、定制化、体验式的 O2O 模式。

力争至 2025 年，本土电子商务平台助力传统商贸转型发展明显，桂林荔浦保税物流中心（B 型）为桂林跨境电子商务发展提供重要载体支撑作用。至 2030 年，企业数字化转型发展成果显著，电子商务应用场景广泛，本土商品销售渠道依托电子商务发展得到充分拓宽。

3.集聚医美消费要素

一是提升医疗美容服务能力。通过现有医院搬迁升级、寻求与国内外知名医疗美容机构合作，以桂林分院、分支机构、加盟经营等形式引进知名医疗美容机构，推动医美产业园等项目落地。打造集一流医美产品生产区、国际医美人才培养基地与医美服务旅游休闲度假区于一体的医美产业园。依托桂林医学院附属医院整体搬迁项目，探索搭建公立医疗机构医美服务平台，发挥本土三级甲等医院领头作用，提升桂林医美服务水平。打造医疗美容机构品牌，优先支持一批优质美容机构在垂直细分领域上形成特

色化品牌。二是建立优势医疗美容服务内容。顺应医美注重安全、精细化服务趋势，丰富注射类填充、无创年轻化及激光美容等非手术类服务，安全发展美体医疗、口腔医疗、皮肤美容等手术类医美内容。三是远期形成“大医美”生态圈。加快第二、三产业联动，结合桂林生物医药与医疗器械两大支柱性产业，积极向医疗美容制造业上游延伸发展医美材料与医疗器械器材生产制造，支持驻桂林高校开设医美相关专业，发挥旅游康养自然条件优势，联动发展医美旅游、医美度假等服务消费。

力争至 2025 年，桂林初步建立起完整的医疗美容体系，在医美细分服务领域形成较强知名度，至 2030 年，初步形成桂林“大医美”消费生态圈。

4.肥沃电竞消费土壤

一是加快建设电竞载体。形成以电竞基地、电竞比赛场馆、电竞酒店、电竞俱乐部为主要支撑的电竞赛事载体。二是引育电竞赛事品牌。加快对接国际电竞职业赛事组织，争取落户国际性、全国性、区域常规与非常规赛事。探索电竞旅游模式，借助游戏知名 IP 举办大型线下电竞赛事吸引电竞爱好者比赛与游玩，推动电竞与桂林旅游、文化融合。三是加强电竞人才建设。依托丰富高校资源引导桂林理工大学、桂林电子科技大学等高校形成电竞社团及俱乐部，打造实力强劲的本土电竞战队。四是加快集聚电竞企业主体。充分给予电竞企业发展场地、运营等多方支持，加大引进国内头部游戏企业分支机构与电竞联盟力度。五是提升信息技术应用。借助 VR 与 AR、AI 等技术创新观赛媒介，拓宽电竞

观赛形式与提升参赛观赛体验。

力争至 2025 年，争取获得 3 个国际性与全国性电竞赛事举办权，电竞载体建设满足重大电竞比赛场地要求。至 2030 年，桂林人才储备和电竞团队建设与电竞发展相适应，电竞消费实现较大提升。

5. 孵化时尚消费内容

一是打造时尚消费空间。依托商圈、街区与大中型购物中心建设，通过引入国际知名品牌、培育本地品牌等手段，加快时尚消费元素汇聚。创新打造新型时尚消费载体，以桂林经典山水格局为吸引物，探索打造一批集旅游、摄影、酒店、租车为一体的时尚摄影基地。二是开拓时尚消费内容。推动商业、文化、娱乐、体育、美业体验服务（美容、美发、纹绣等）等多元时尚资源的深度融合。深挖年轻化的消费需求，顺应个性化、多样化消费主流，加快创新导入射击射箭馆、飞行体验馆、滑冰滑雪场、卡丁车格斗馆等体育运动类时尚业态，发展 VR 体验馆、密室逃脱、剧本杀、主题乐园等休闲时尚消费内容。拓展时尚摄影与宣传，与时尚杂志、品牌方、影视摄影、婚庆公司等达成合作，发展时尚发布会、品牌首发宣传、艺术展览与时尚拍摄、品牌发布会、婚纱旅拍、选美比赛、设计周等时尚活动。三是建设时尚产业重点领域。重点引进一批具有设计创新能力和国际影响力的文化艺术、服装设计、时尚摄影、市场营销企业、活动策划等时尚产业企业落户桂林，逐步形成时尚产业集群。四是注入本土时尚设计新血液，加快激发桂林高校与艺术协会团体设计活力，关注扶持

和推广民间手工艺发展，培育一批时尚设计领军机构与人才，提升桂林时尚力量。

力争至 2025 年，桂林实现基本集聚时尚消费要素，有效扩大时尚消费供给。至 2030 年，将桂林打造为汇聚国内外时尚潮流的时尚之都，时尚消费规模不断壮大。

六、加强特色消费品产业发展

（一）大力发展生态食品产业

1.健全现代产业体系

一是做强农产品精深加工。发挥桂林农产品质量优、规模大优势，依托龙头企业，全面提升农产品加工和精深加工整体水平，推动生态食品产业向标准化、品质化、品牌化方向发展。围绕特色食品精深加工等领域，推动网络接入、云资源、行业等信息化应用。重点发展桂林米粉、永福罗汉果、荔浦芋、恭城月柿、阳朔金桔等地方特色农产品加工，以及桂林三花酒、桂林辣椒酱、桂林豆腐乳、桂花茶、恭城油茶等食品加工，着力打造“一碗粉（桂林米粉）、一朵花（桂花食品）、两瓶酒（白酒、啤酒）”品牌，提升产品附加值。力争至 2025 年，力争生态食品产业总产值超 250 亿元，全市培育形成粮食、米粉、特优水果、中药材等超百亿元农产品加工产业链；至 2030 年，基本实现建成具有桂林特色的现代化生态食品加工业体系。

二是促进产业链式发展。发展生态食品产业联合体，支持生态食品加工龙头企业向前端延伸带动各类新型农业经营主体建设原料基地，向后端延伸建设物流营销和服务网络，打造涵盖种植

养殖、研发设计、生产加工、物流仓储、市场营销等环节的完整产业链条。以桂林生态食品产业促进文旅产业跨越提升，积极探索桂林特色生态食品销售网点、产业基地等融入乡村振兴项目、旅游景区、度假区、旅游休闲街区，推动有条件的企业开辟休闲农业、乡村旅游、工业旅游等一二三产融合发展模式，支持临桂区会仙旅游休闲食品科创小镇（桂林米粉产业园）、永福县罗汉果特色小镇、全州米粉产业园等生态食品产业园区，发展各类休闲观光、研学科普、零售购物、制作体验等业态。

2.建设特色产业集群

一是加强科学规划引导，推动企业进园入区。坚持“特色化、差异化、集群化”原则，科学把握桂林下辖的6区10县1市功能定位，依托永福罗汉果和恭城月柿中国特色农产品优势区，荔浦砂糖桔、阳朔金桔、兴安葡萄等一批主产区，以及桂林经济技术开发区和全州县两大米粉加工集聚区等，打造一批市县级生态食品产业集聚区；鼓励和引导重点企业和关联配套中小企业向特定优势区域、园区集聚，强化园区内部企业的分工协作，改变“小、散、弱”的发展现状，在各县（市、区）之间形成规模和集聚效应。力争至2025年，将桂林打造成为全国知名的生态绿色食品产业基地、全国重要米粉生产基地及米香型白酒特色产区，全市建成2个自治区级、10个市级农产品加工集聚区；至2030年，形成“一县（市、区）一特”“连县（市、区）成片”的生态食品产业协同发展格局。

二是加快重大项目建设，发挥项目支撑作用。牢固树立“项

目为王”理念，围绕规划提出的重点任务，加快推进桂林雁山区罗汉果“世界之窗”产业融合示范园建设项目、临桂区会仙旅游休闲食品科创小镇（桂林米粉产业园）、永福县罗汉果特色小镇、全州米粉产业园等项目建成投产，尽快落实广福乡柑橘协会配套产业园等项目投资，并谋划储备一批带动性强、投资额大、覆盖面广的生态食品产业重大项目。探索尝试开展生态产品及其产业园资产证券化，完善园区退出机制，实现可持续发展。力争至 2025 年，力争建成 5 个左右特色生态食品产业园区；至 2030 年，产业园区工业总产值占全市工业总产值比重大幅提升，产业集群辐射带动效应进一步凸显。

3.增强产品开发能力

一是扩大中高端产品供给。围绕消费升级的多元化需求，加大重要产品开发和精深加工关键核心技术攻关力度，积极研发如代糖产品、果脯果酱、果蔬萃取、速冻果蔬、脱水菜等科技含量高、附加值高的产品，以罗汉果、桂花、银杏等特色植物资源为基础的养生保健、食药同源加工食品和饮品，以及即食包装米粉等适合电商销售的产品，逐步提升“桂林制造”向产业链中高端位置发展；开发桂花糕、荔浦芋、禾花鱼等地方特色伴手礼系列产品及衍生文创产品，满足游客“食”“购”“游”需求。顺应“国潮热”趋势，改善产品包装设计，以桂林地域文化元素为设计和研发主题，为产品赋予桂林独有的文化价值内涵，提升桂林消费品整体形象。力争至 2025 年，打造 5 个全国知名的桂林米粉、罗汉果或桂花精深加工产品等即食包装品牌；至 2030 年，产品种类

丰富，能够满足桂林本地居民和外来游客的多样化消费需求。

二是推进“产学研”深度融合。鼓励企业加大对原始创新和自主攻关的研发投入，贯彻落实研发费用加计扣除政策，打造一批拥有自主产权、创新能力突出的企业。完善以企业为主体、产学研深度融合的技术创新体系，鼓励和引导本地企业与桂林农科院、广西特色作物研究院等本土农业科研机构、高校合作，联合建立各类“产业技术创新联盟”“校企联盟”等创新载体，以企业实际需求为导向，依托高校的优势学科和科研院所的专业实力，对食品生产的保鲜、贮存、加工、包装等重大共性关键技术的研发。推进桂林和粤港澳大湾区城市的协同创新，鼓励科创领军城市在桂林设立“科创飞地”，形成“创新研发—成果孵化—产业化落地”的跨区域协同创新生态链条。完善科技成果发布对接制度，充分发挥科技服务业的桥梁纽带作用，打通技术和科技成果供需对接渠道，促进高校和科研院所科研成果加快向企业转移转化形成标准或专利。

三是强化标准引领作用。深入实施标准化战略，鼓励大型龙头、骨干企业积极推进专利转化，参与或自主制定高于国际、国家、行业标准的先进企业标准，提升行业话语权；鼓励中小企业主动对标国际消费品质量标准，推动内外销产品“同线同标同质”，提高产品品质至国际先进水平。在现代特色农业示范区和现代农业产业园、优势特色产业集群、农业产业强镇等率先推行产地环境、生产环节、产品质量、加工流通、品牌打造、分等分级等全流程标准化。鼓励行业协会、科研院所、高等院校、产业技术联

盟和社会组织积极参与国际标准化活动，增强产品和产业国际市场竞争能力。充分利用中国—东盟标准研究中心、中国—东盟标准和国外技术性贸易壁垒预警信息服务平台，建立标准信息、技术合作、人才交流、标准互认等合作交流机制。

4. 培育壮大市场主体

一是内培外引龙头“链主”企业。聚焦延链补链强链，创新招引模式，实行以商招商、产业链招商，积极推进全国优势企业集中入驻，发挥引进企业在产品开发、技术示范、信息扩散和销售网络等方面的辐射带动作用，推动产业集聚、效益提升。围绕技术改造、资金融通、品牌培育、市场开拓等重要方面，加强骨干企业指导帮扶；支持掌握生态食品产业链核心关键节点的生态型主导企业，通过强强联合、上下游整合等形式，集聚资金、技术、人才、信息等要素，组建大型企业集团，进一步做大企业体量、提升质量、增大品牌影响力。

二是引导中小企业特色发展。鼓励中小企业做深做精创意设计、营销服务、品牌孵化、电商销售等领域，培育一批发展速度快、创新能力强、产品质量优、经济效益好的特色食品“专精特新”中小企业，壮大一批在国内有影响力、引领行业发展的“小巨人”企业，打造一批技术工艺领先、预包装速食食品市场占有率位居国内前列的单项冠军，为行业发展树立标杆示范。推进中小企业上规入统，建立健全“四上企业”培育库，对列入培育库的企业予以重点培育扶持，并实施动态监测和管理。引导大企业与中小企业通过专业分工、服务外包、订单生产等多种方式，形

成“龙头+配套”的全产业链协同体系。

力争至 2025 年，形成一批产值超 100 亿元、50 亿元、10 亿元龙头企业，打造一批“专精特新”中小企业、隐形冠军企业，力争培育 1-2 家拥有全产业链的企业集团。至 2030 年，基本形成大企业引领中小企业发展、中小企业为大企业提供专业化支撑的产业链融通发展新格局。

5.拓展新兴市场领域

一是畅通商品流通渠道。引导大型生态食品企业联合国内大型物流企业、渠道服务商等开展合作，依托桂林福达农产品冷链物流园、桂林东站冷链物流园园区配套项目（三期）等项目，在原材料产地和产品加工基地，打造一批集信息发布、分选分级、品控溯源、品牌标识、包装冷藏、网络营销、冷链物流于一体的农产品集散中心、冷链物流中心、产品展销中心，实现产品生产、加工流通、消费的有效对接。加强对接与区内外大型农产品交易市场、社区农贸市场、加工企业、电商平台和社区学校等，发展中央厨房、生鲜速递、特产专卖、大中城市驻点批发、社区到点零配等农产品直销运营和各类专业流通服务。扶持企业和农民专业合作社开展电商直播营销，培育一批生态食品电商“网红”产品和主播，形成线上线下高效对接的流通渠道。

二是深化对外开放合作。深度参与国内大循环，主动对接粤港澳大湾区、长江经济带等地区，有效承接先进制造业体系转移；鼓励桂林特色消费品企业在外地设立分支机构、办事处，在全国主要农产品批发市场、知名大中型连锁超市、购物中心、交通枢

纽设立名特优产品展销专区，积极参与广交会、东博会、加贸会等大型国内商品博览会，拓宽企业产品销售渠道。积极拓展国际市场，加强对出口产品国际标准、检测和认证制度的引进和转化，增强企业对国际市场的适应能力；加强与 RCEP 国家、欧盟等国家和地区交流合作，加快建立完善桂林产品营销体系，支持桂林市建设中国—东盟旅游商品交易基地，规划建设西南特色产品交易平台，鼓励企业“走出去”建设出口商品海外仓、海外运营中心、跨境电商平台等，积极参加在国际具有影响力的专业展会，不断扩大“桂林制造”在国际市场的占有率。

（二）鼓励创新非遗手工艺产业

1. 深化非遗创新融合

大力推动非物质文化遗产创造性转化和创新性发展，做大非遗消费市场。一是推动设计现代化创新。紧抓桂林打造世界级旅游城市等重大战略机遇，充分发掘桂林山水、历史、民俗等丰富的文化底蕴，围绕桂林根雕、灵川团扇、阳朔画扇、临桂五通农民画、漓江山水字画、龙胜鸡血玉、兴安瑶绣等具有桂林地域特色的产品，支持企业运用现代设计语言进行创意改造和创新转化，加大工艺美术类、民俗艺术类、文化创意类、服饰装饰类、手工DIY等系列手工艺品开发，推动手工艺品产业向时尚化、个性化、精品化、创新化方向发展。二是探索产品现代化生产。鼓励企业实施技术改造，淘汰落后工艺和产能，引进计算机辅助设计、智能数控技术、3D打印等新型工艺、材料、设备和技术，促进工业化生产、时尚设计、个性化定制和民族传统工艺相结合。三是推

动产业跨界融合。引导手工艺品企业通过跨界联名、IP 授权等方式与服饰、美妆、文创、餐饮等行业国内外知名企业开展产业合作，实现定制化生产，扩大企业影响力；推动手工艺品与文化产业、旅游产业融合发展，依托龙胜各族自治县、资源县、灌阳县等地的非物质文化遗产开发，推出一批特色鲜明的非物质文化遗产主题旅游线路及研学旅游产品，依托桂剧、桂林渔鼓、刘三姐歌谣等非物质文化遗产资源，支持发展与桂林非遗相关的影视剧、综艺、动漫、游戏、直播等文化产品。力争至 2025 年，培育 3 个全国知名的手工艺品品牌企业；至 2030 年，逐步把手工艺品产业培养成新消费热点和经济增长点。

2. 引入现代经营理念

运用产业化、市场化、现代化的管理模式，对非物质文化遗产进行保护、开发、应用、推广等活动。一是推行以企业为主体的传承模式。加强文场、渔鼓、桂剧、彩调、团扇制作技艺等非物质文化遗产保护与传承，引导发展潜力企业做大做强，鼓励具有一定规模和条件的农户和个体工商户转型升级为企业，强化对桂林团扇制作工艺等重要非物质文化遗产系统性保护，探索在企业内建立新型师徒传承关系，保障手工艺品在产品研发、批量生产、营销推广等各个环节的人才储备，增强品牌综合实力和产业可持续发展能力。二是建设以平台为载体的商业形态。借鉴西安大唐不夜城和永兴坊“非遗文化”主题特色聚集区、苏州苏绣小镇建设“一街、一馆、一中心”产业集群的模式，加快桂林国际文化创意产业园建设和招商进度，改造一批老旧企业和破产工艺

品厂，推动各县（市、区）设立或完善集展览展示、制作表演、收藏培训、体验传习等功能于一体的非物质文化遗产保护中心、传承基地，开展非物质文化遗产培训、展示、交流、体验等活动，探索创立非遗文创产品集市，形成非物质文化遗产规模经济效应。

3.推广新型营销模式

一是善用“互联网+”营销模式。持续挖掘互联网平台使用场景，有效整合和运用新媒体资源，鼓励和组织企业使用国内大型电商平台、视频平台、直播平台进行集中宣传和销售，将桂林的传统手工艺品、非遗好物等打造成为网红商品和品牌。加强大数据技术和产业融合，推进建立生产和消费间的数据链路，运用数字营销网络和数据挖掘手段，关注国际国内消费热点，分析消费特征和消费趋势，将粗放的产品广告转变为精细的内容营销。

二是加强线上线下融合营销模式。重点依托商圈、大中型购物中心、特色商业街、旅游景区、非物质文化展示中心及两江国际机场，积极布局非遗手作体验店、非遗线下艺术生活体验展，售卖非遗衍生品。加快智慧门店建设，打造传统实体店转型为沉浸式体验场景，构建线上线下数字化协同营销体系。引导博物馆、文化展示馆等单位将民族传统文化、非物质文化遗产等与现代技术结合，以数字媒介承载文化遗产，发展馆藏文物“云展览”，用3D动画、全息全景等多媒体技术从图、形、音、文立体化展示和传播桂林多彩文化。

七、健全交通物流系统

（一）构建国际便捷交通网络

1.建设全国性综合交通枢纽

一是坚持把建设全国性综合交通枢纽作为消费发展的基础性工程。高标准建成畅通全市、贯通全区、联通全国、融通全球的现代化交通网络。加强各个通道之间交通联系强度，打造由“南向、北联”开放发展通道及“东融、西合”协同发展通道组成的综合立体交通网主骨架。二是加大对各种交通、旅游客流的“截留”与转换，增加驻桂停留时间，加大单次的购买量和消费总额，增强总体消费能力，把交通枢纽作为国际消费中心城市的展示窗口、消费集聚中心、文化传播中心。

2.构建国际国内直达交通网络

一是航空方面。打造世界级旅游航空枢纽。完善两江国际机场设施和航线网络，加快推进桂林两江国际机场集站坪配套设施扩建工程，支持在桂林航空拓展航线网络。增加国内国际航线、航班数量，重点开发面向东盟国家的国际航线和连接省会城市、重点客源城市、著名旅游城市的国内航线。二是铁路方面。强化与周边城市和省内地市快速直达。继续推动南宁经桂林至衡阳、怀化经桂林至湛江、桂林经郴州至赣州、桂林经贺州至肇庆等铁路列入国家中长期铁路网规划和国家“十四五”铁路发展规划。加快完成南衡高铁新桂林南站选址研究工作。三是公路方面。加快出省、连市高速公路和国家公路运输枢纽建设，加快推进灌阳至平乐、桂林至柳州高速改扩建工程（桂林段）、龙胜－峒中口岸公路龙胜芙蓉至县城段等高速公路项目建设；加快桂林至钟山（桂林段）、阳鹿路与贺巴路荔浦连接线、平乐至昭平（桂林段）、东

安经全州至灌阳、桂林外环、江永至桂林、融安经永福至阳朔（桂林段）、永福三皇至柳州（桂林段）等高速公路项目前期工作，实现实质性动工。进一步加大大省干线公路升级改造力度，提高连接旅游景区干线公路的技术等级和服务水平，切实改善旅游景区的通达条件。紧跟《桂林旅游公路发展规划纲要》，重点叠彩区、灵川县、阳朔县、兴安县、全州县、恭城瑶族自治县先行示范，分别打造“山水、红色、田园、古韵及生态”为主的旅游公路名片。四是水运方面，争取开工建设桂林港平乐港区珠子洲作业区码头一期工程，持续推进巴江口船闸改扩建工程项目前期工作和湘桂运河重点问题专项研究。

3.提升城市公共交通便利度

一是深入实施公交优先发展战略。构建以城市轨道为骨干、常规公交为主体的城市公共交通系统。以创建“国家公交都市示范市”为契机，大力发展常规公交，进一步加快推进公交场站、公交专用道等基础设施建设。二是探索建立城际铁路与城市轨道互联互通换乘体系。重点研究桂林大交通枢纽落址方案，谋划和打造具有国际领先水平的大型交通枢纽上盖物业（TOD）项目，加大对商业部分的改造升级和超前规划，推动交通基础设施向“交通+商业+服务+消费”的综合型项目转型提升，形成国际消费中心城市建设的重要节点。加快构建互联互通交通枢纽系统与重点商圈、商业网点、景区的换乘体系，加快提升自助游客到达各旅游与消费区域的便利性。三是增强市区至阳朔县、兴安县、临桂区、资源县、龙胜各族自治县旅游景区的客运服务功能。完成主

要旅游景区的通道建设和提升。加快漓江黄金水道延伸、通畅工程，加快环城水系扩展和旅游开发。完善漓江专用航道及桂江航道支持保障系统。在漓江两岸规划建设慢行交通，将人文景观、文化旅游及商业消费场所串联成线。

（二）提升现代物流运输体系

1. 完善商贸物流国家枢纽建设

一是以加快建设桂林商贸服务型国家物流枢纽为抓手，高效整合物流资源，推动物流高效集约发展。加快桂林储运物流园改扩建工程，推动大宗物资物流中心整合升级，布局建设中国—东盟商品交易基地、免税商品商贸物流中心以及桂湘粤黔交汇地区区域性农产品商贸物流中心；加快宁铁东站内冷链物流园二期工程和三期配套建设，打造现代商贸物流平台。二是以建设桂林商贸服务型国家物流枢纽为契机，优化物流园区布局。发挥各县（市、区）主要产业布局和区域优势，推动象山区、叠彩区、秀峰区等中心城区优化现有物流园区空间布局和功能定位，引导周边物流企业及现有城市环路沿线零散布设的快递物流企业出城入园；统筹布局物流体系，建设一批综合物流中心，重点建设苏桥无水港、桂林西物流中心、城北现代物流配送中心（一期）等一批物流园区，创建一批服务能力强、现代化程度高、特色鲜明的物流园区；建设阳朔县、资源县、灌阳县等十一县（市、区）县域物流基地、区域性商贸物流配送中心、末端配送网点等消费物流基础设施，构建便民服务网络。

2. 积极发展多式联运体系

积极推进中国—东盟多式联运联盟工程建设，大力发展公铁、公空、公水、铁水等多式联运，形成“通道+枢纽+网络”现代物流大格局。依托于桂林荔浦保税物流中心（B型）项目，提升桂林国际物流综合服务能力；依托桂林西货运站，加快建设桂林铁路港（西物流中心）；依托平乐港区珠子洲作业区，打通连接漓江、湘桂运河、桂江、洛清江水运网络，打造公水联运物流集聚区；依托两江国际机场，加快建设空港物流集聚区，加快建设空港物流产业园，形成空港物流集聚区。

3.大力提升物流发展水平

一是加快物流转型升级。鼓励大力发展冷链物流、绿色物流、智慧物流建设，积极发展以现代仓储为重点，干线物流为支撑，城市配送为基础，快递与货物运输并举，内贸与外贸并重的综合物流体系，支持推进桂林东站冷链物流园、桂林福达农产品冷链物流园（二期）、荔浦市智慧电商物流园等建设，满足居民生活消费、特色农产品、特色工艺品和生物医药产品生产流通等需求。二是培育和引进物流企业。大力培育本土龙头企业，扶持其进一步做大做强；加快形成一批具有国际竞争力的大型物流企业，构建覆盖城乡的物流服务体系。强化全产业链招商，谋划一批建链、补链、强链的物流项目，引进大型物流园区运营企业，吸引中国货代物流百强企业等知名物流企业在桂林布局区域性中心，提高综合物流能力。

力争至2025年，实现国内3小时、亚太地区6小时快速通达的航空物流网络；加强与渝新欧、蓉欧班列的高效衔接，推进“一

箱到底”运输模式，常态化运行“桂林—北部湾港”海铁联运班列；各县（市、区）物流中心全面建成运营；至 2030 年，桂林交通网络及物流体系全面搭建完成。

八、改善消费环境质量

（一）健全公共服务配套体系

1.促进公共服务设施融合

一是提升消费场所互联互通水平。完善市内主要消费区域的交通站点、城市候机楼建设，推动机场、车站到主要商圈、景区、商业综合体的交通方便换乘、高效衔接。二是夯实公共服务设施基础。推进主要商业区、旅游集散中心、两江国际机场、火车站、漓江沿线码头、景区景点等重点消费场所的电动汽车充电设施、公共厕所、无障碍设施等基础设施的布局和建设，加强桂林充电基础设施建设项目按自治区下达任务落实；优化商业街区、旅游景点等区域停车设施布局，梳理摸清全市道路内停车泊位，动态设置道路分时停车泊位。力争至 2025 年，完成充电桩建设任务 2670 个，全市 A 级旅游厕所数量达到 600 座及以上，中心城区内限时停车位应划尽划；至 2030 年，基本建成与桂林建设国际消费中心城市相适应、适度超前的公共基础设施服务网络体系。

2.加快智慧消费城市建设

加速推进在全市主要商业区、公共设施、旅游集散中心、两江国际机场、火车站、漓江沿线码头、景区景点等区域的光纤宽带、免费 Wi-Fi、5G 基站等新型基础设施建设。积极利用物联网、大数据、云计算、人工智能、虚拟现实等新技术，开发智慧

零售、智慧旅游、智慧教育、智慧医疗、智慧养老等多个智慧城市应用场景，提升商圈、商业综合体、特色街区的智能化及数字化水平。力争至 2025 年，实现新型基础设施主要消费场所及交通枢纽全覆盖；至 2030 年，零售、餐饮、旅游等消费领域数字化智慧化应用水平大幅提升。

（二）营造良好城市营商环境

1.做好“店小二”企业服务

强化主动服务企业发展的意识，推动政府机关在市场中的角色由“管理者”转变为“服务者”，打造更加开放包容的营商环境。一是建立健全安商服务机制。借鉴浙江、深圳等发达地区的安商思路，专人对接帮助企业办理工商注册、税务登记、外汇资本金账户设立等手续，并协调水电、厂房等相关事宜，确保企业和项目快速落地。二是持续深化商事制度改革。大力开展“一件事一次办”“异地事一地办”“复杂事一诺办”“中介事一站办”“烦心事一键办”等行政服务机制，进一步提高全程电子化办照率，在更大范围实现电子营业执照深度应用，提升企业满意度和获得感。三是持续开展企业纾难解困行动。建立常态化的市场主体意见征集机制，搭建政企沟通网上平台，积极组织走访企业，形成问题清单，定期召开企业项目协调会，逐个销号解决问题。

2.深入落实“放管服”改革

一是放宽新业态新模式市场准入条件。探索放宽健康医疗、整形美容、文化创意、休闲娱乐、教育培训、数字消费等新兴服务消费企业的准入和资质审批条件，鼓励外商投资消费服务及周

边相关产业，进一步营造便利化的市场准入环境，实现与全球消费体验同步。二是实施包容审慎监管机制。放松户外广告和外摆位管理，允许有条件的购物中心、街区、沿街店铺、广场、公园开展外摆位经营和促销活动，支持自动售货机、无人售货超市发展，研究探索社区团购、直播带货等新业态监管路子，对新经济、新业态和新模式市场主体，持续深化“包容审慎”监管和“两轻一免清单”的实施。

（三）提升国际化服务供给水平

1.建设国际化服务业标准体系

对标世界一流、国际水准、国内领先，有序推进与国际标准相衔接、具有桂林特色、符合桂林城市定位的服务行业标准体系建设，推动桂林消费服务质量向规范化、品质化升级。联合行业协会、企业等多方力量，积极探索开展商业零售、餐饮住宿、展会、文旅、医疗康养等重点行业领域服务的地方性标准制定和修订工作。持续开展标准化试点示范工作，组织实施一批国家级、自治区级、市级标准化试点项目，推动荔浦市、灌阳县、龙胜县等广西旅游标准化示范单位建设。力争至 2025 年，在重点行业领域新增服务质量行业规范或标准 3—5 项，培育一批标准化示范企业；至 2030 年，实现重点行业领域服务质量行业规范或标准全覆盖，全市消费标准化服务水平显著提升。

2.营造国际化便利化消费氛围

一是提升出入境便利化程度。对具有国际影响力的展会、文化、赛事活动、到桂林就诊的入境人员提供签证办理便利。二是

提升城市涉外服务水平。在全市主要商业区、公共设施、A级旅游景区、度假区、星级乡村旅游区等主要消费场所规范设置多语种导视标识标牌，在重点公共服务窗口设立国际居民服务台，推广国际语言无障碍服务终端系统；加快引进国际高标准消费配套，落地一批知名国际学校、国际医院等国际化消费设施，满足外籍人士在桂林旅行、工作、学习和生活消费需求。三是推进国际化结算和货币兑换平台建设。提高国际信用卡支付便利度，增加社会外币代兑服务点，提高入境人员外币兑换、支付与结算的便利性；推动桂林成为数字人民币试点城市，加大以人民币为“锚货币”的智慧金融设施布局力度，落地数字人民币线下“硬钱包”操作终端投放于核心商圈、机场等交通枢纽。力争至2025年，改造公共场所国际化标识工程基本完成，便利化服务和设施得到优化，数字人民币试点城市实现落地；至2030年，国际化消费便利度进一步提升。

3.着力培育国际化服务品牌

做强“桂林山水甲天下”旅游品牌，做大“桂林有礼”特色旅游购物品牌，打响“养生桂林”康养品牌、“吃在桂林”餐饮品牌、“漓江画派”“画说桂林”等文化品牌、“桂林有戏”“桂林有缘”等演艺品牌，加快培育其他服务行业品牌。鼓励行业协会、权威机构发布重点商业品牌、优质服务商店等各类榜单，建立商业零售、餐饮住宿、展会、文旅、医疗康养等重点行业领域“优质服务企业名录库”，在十字街商圈、漓东商圈和临桂新区商圈打造一批放心消费单位，形成一批支撑桂林国际化高标准服务行业

品牌体系的企业品牌。力争至 2025 年，桂林系列品牌进一步发展壮大；至 2030 年，“桂林服务”形成品牌效应，服务业实现高质量发展。

（四）完善消费者权益保护机制

1. 完善消费监管制度

一是大力推进消费安全建设。持续深化桂林放心旅游、放心网购、放心餐饮、放心市场创建活动的做法，突出民生领域，全域推动放心消费创建，稳步提升消费者消费安全度、消费放心度、消费满意度。二是持续深入开展放心消费创建工作，推行《放心消费创建指南》等广西地方标准、农贸市场食品安全“十规范”规定和“1+1+2”（一套体系+一套标准+双随机监管）诚信计量建设。严格落实明码标价制度，助力消费体验升级。建立健全重要商品质量追溯体系，探索建立特色商品无理由退货制度。三是加强对社交电商、直播带货、跨境电商的检查指导。组织电商培训，提升依法经营、诚信经营意识，对相关从业人员进行规范和引导，推动网络交易环境健康发展。

2. 畅通消费维权渠道

推进 12315 与 12345 双号并行后续工作，新发展一批在线消费纠纷解决 ODR 企业，并逐步提高 ODR 机制的活跃度。及时受理分流处理各类投诉举报案件，做到“第一时间受理、第一时间处理、第一时间反馈”，建立高效便民的消费投诉处理机制。探索搭建跨境电子商务消费者维权中心，与境外消费者组织和品牌企业开展双多边合作，建立快捷的消费纠纷解决机制。优化入境游

客消费维权机制，开通入境游客维权绿色通道。力争至 2025 年，桂林在全国消费者满意度测评排名提升 5—10 名；至 2030 年，在全国消费者满意度测评排名达到中上等水平。

（五）加强城市品牌形象推广

1. 树立特色鲜明城市品牌形象

深入挖掘桂林优势与特色，凝练桂林丰富的桂林山水、历史、民俗等文化内涵，制定统一品牌形象、口号、主题曲、宣传片，在“桂林山水甲天下”的世界级旅游城市形象基础上，打造个性鲜明、国际友好、兼具方便与安全度的国际消费中心城市形象，提升桂林作为国际消费中心城市的品牌知名度和影响力。

2. 拓展国际国内营销推广渠道

一是强化政府牵头组织宣传。将国际消费中心城市建设工作纳入城市宣传内容，发挥与新华社合作共建的桂林国际融媒体中心强大的国际传播能力，向海外讲好桂林故事，展示桂林美好、真实的国际形象；将桂林国际消费中心城市形象符号利用灯箱广告、LED 屏幕以及电视广播栏目等展示媒介，广泛投放于桂林两江国际机场、火车站、国内外城市的旅游集散中心。

二是加强媒体营销推广。通过与国内外主流媒体进行战略合作，充分利用知名媒体及国内外知名社交媒体平台，多渠道设立桂林新媒体官方账号，定期策划热点话题，加强与营销号互动，增强桂林城市曝光度；系统梳理桂林的自然景观资源、历史人文资源、非物质文化遗产资源、特色美食及物产资源、主要消费目的地等，通过公共交通和慢行交通等多种便捷的交通方式有机串

联，形成一张整合的“桂林消费地图”和多个符合现代消费人群消费习惯和消费需求的精品旅游消费线路，以全新的互联网思维对外推介；与网红博主、行业大咖等社交网络 KOL（关键意见领袖）深度合作，策划开展“线上+线下”同步推进的旅游营销事件和活动，通过软文、短视频与直播等形式创作城市特色内容，运用 POI 功能为桂林的线下消费场所进行引流，打造多个网红打卡点。

三是活用赛事节会及企业活动。借助联合国世界旅游组织及亚太旅游协会旅游趋势与展望国际论坛、中国—东盟博览会旅游展、桂林国际山水文化旅游节、广西公路自行车世界巡回赛（桂林段）、桂林国际马拉松赛、资江漂流世锦赛等国际会展及赛事等大型国际展会、节事平台，开展城市形象宣传推广活动，进一步提升桂林城市品牌的国际影响力；引进国内大型活动运营商、公关公司、策展企业，开展电竞赛事及草莓音乐节、啤酒音乐节等时尚潮流节事活动，提升桂林对年轻群体的吸引力。

四是重视旅游营销宣传。桂林景区景点内容营销，讲好桂林旅游新故事，加深对游客消费心理、消费数据分析，打造景区景点精细的营销内容。积极策划网络营销，制造话题、事件，探索与知名综艺节目跨界合作，将桂林景区作为综艺节目举办地，通过寻找营销合作伙伴，有针对性地开展视频号、抖音宣传营销活动，达到营销宣传裂变效果。

五是重视教科书的宣传作用。加强与各大教材出版社及教材编写委员会的沟通联系，推动桂林的著名景点、人文历史、文化

遗产、形象口号和城市荣誉编入教材，强化“桂林山水甲天下”等城市形象推广。

力争至 2025 年，每年创意策划 1—2 个在国内和国外主要客源城市有影响的事件营销；至 2030 年，形成传统媒体为基础、新媒体为重点、赛事节会传播为助力的城市营销矩阵。

第五章 保障措施

一、加强组织保障

（一）建立领导小组

建立市级部门协作工作机制，成立桂林国际消费中心城市培育建设领导小组，市政府主要领导任组长，相关市直部门及县（市、区）人民政府一把手为成员，负责桂林国际消费中心城市培育建设相关重大项目的统筹协调，集中解决工作推进中遇到的困难，高效推动相关重大项目顺利实施。领导小组下设办公室，办公室设在市商务局，由市政府分管副秘书长和市商务局局长担任办公室主任。

（二）明确职责分工

结合国家 14 部门工作要求及桂林各部门各单位职能，分解工作任务。建立以市商务局作为办公室、相关市直部门作为服务单位、县（市、区）人民政府作为管理单位的工作机制，按照《桂林市人民政府关于广西区域消费中心城市培育建设申报材料》的工作任务，由办公室负责落实领导小组各项决策部署及相关重大项目具体统筹实施，由相关市直部门负责对相关重大项目推进落

实给予服务保障，由县（市、区）人民政府负责对相关重大项目的具体实施给予协调推进，保障具体责任单位按时按质按量完成项目建设。建立县区联动机制，相关服务单位应对管理单位在项目执行过程中遇到的问题做到及时跟进、及时处理、及时解决。

二、落实政策扶持

（一）加大资金保障

加大财税政策支持力度，切实发挥政府财政资金的导向作用。加大对重点商圈、夜间经济消费街区、特色街区等重点消费场所周边市政配套设施建设支持力度。市直相关部门要认真对照国家、自治区相关文件要求，加强与上级部门沟通，对上积极争取政策，用好各类产业发展资金，加强相关资金统筹力度，加大对消费类重点领域、重大项目和重大活动的支持力度，形成合力，共同推进国际消费中心城市建设。积极发挥能动性，积极探讨项目建设与发展的多元融资方式，以多层面、多渠道、多举措形式，鼓励政府与企业联合开发项目，适当引入社会资本、个人资本，支持通过 PPP 等模式实现政府与市场主体联合开发项目。对部分商业、旅游、文化等领域项目，进一步放宽准入门槛与引入竞争机制，引导民间资本、外资依法进入文化和旅游产业，构建多元化、多渠道投融资体系。

（二）加强企业扶持

创新融资机制，充分利用多层次资本市场，发行各类股权、债权融资工具，扶持一批大型国有文旅骨干企业、特色消费品龙头企业向世界一流企业发展。支持设立的桂林国际消费中心城市

发展的股权基金、创投基金、产业发展基金，投向具有发展潜力的中小企业、重要领域、示范项目、重大活动等。出台精准有效的惠企政策，打好多措并举“组合拳”。聚焦新业态新模式，适当给予政策优惠和招商引资奖励，吸引国内外优质消费性服务业企业进驻。深化旅游、文化企事业单位改革。整合市属国有旅游企业改革，打造强大的旅游“旗舰”，深化桂林国有文化企业改革，推进公司制股份制改造，建立健全现代文化企业制度，推动国有文化企业做到社会效益与经济效益相统一。

（三）强化资源保障

加大土地要素保障，落实好自治区土地优惠政策，加强国土空间规划与城市商业网点规划衔接，控制商业用地总量，深入推进低效和闲置用地盘活。强化水、电、气保障，继续深入贯彻落实自治区出台的电力体制改革政策措施和优化营商环境各项优惠政策，降低用电成本，加快供气供水基础设施建设，提高供应保障能力。

（四）做好人才支持

夯实人才要素保障，坚持人才内培外引并举，结合广西师范大学、桂林理工大学、桂林电子科技大学、桂林旅游学院等本地高校资源，通过校企联合培养、人才政策，加快将桂林高校人才资源有效转化为社会商业、旅游、文化、产业多领域人才。加大对商贸流通、文化旅游等现代服务业人才引进力度，依托“漓江学者”培养工程和“海创基地”平台，加强中高级经营管理人才、文旅创新型尖端人才等人才引进。加强商务领域重点产业相关专

业学科建设，探索与粤港澳大湾区、东盟国家的人才培训合作，丰富高层次人才与桂林企业的智力对接活动。

三、严格监督考核

（一）监督考核

根据任务分工和要求，出台《桂林国际消费中心城市培育建设重大项目工作考核办法》，建立考核评价体系，明确考评对象、考评主体、考核指标和计分方法。由办公室负责考核办法的具体实施，同时利用第三方评估、社会监督评价等方式科学评估实施效果，公开社会监督窗口，接受各方面监督。

（二）严格奖惩

考核结果与考核对象的工作绩效相挂钩，并作为评价领导班子工作实绩和选拔任用干部的重要参考。严格奖惩机制，对年终考评综合排序前三名的单位，由领导小组通报表扬；对年终考评综合排序后三名的单位，由办公室通报批评。