



中国对外经济贸易文告

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

2008 年第 28 期(总第 428 期)

中华人民共和国商务部 主管

中国对外经济贸易文告

商务部办公厅

2008 年 5 月 5 日

第 28 期(总第 428 期)

目 录

商务部规章及政策措施

1. 中华人民共和国商务部公告 2008 年第 24 号,公布关于原产于英国道康宁有限公司的进口初级形态二甲基环体硅氧烷的期中复审裁定 (3)
2. 中华人民共和国商务部公告 2008 年第 29 号 (6)
3. 商务部办公厅关于公布第三批全国社区商业示范社区的通知 (11)
4. 商务部办公厅关于 2008 年零售企业分等定级工作的通知 (14)
5. 商务部对外援助项目招标委员会通告 2008 年第 13 号 (29)
6. 商务部对外援助项目招标委员会通告 2008 年第 14 号 (32)

各部门和地方有关规章及政策措施

1. 中共山东省委办公厅、山东省人民政府办公厅关于印发《山东省文化产业发展专项规划(2007—2015)》的通知 (33)
2. 四川省人民政府令第 212 号,公布《四川省道路货物运输管理办法》 (44)
3. 四川省人民政府令第 219 号,公布《四川省对外劳务管理办法》 (48)
4. 海南省人民政府办公厅关于印发“十一五”水泥工业产业结构调整实施方案的通知
..... (53)

商务政府网站网址: <http://www.mofcom.gov.cn>

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

General Office of MOFCOM

May 5, 2008

No. 28 (Series Issue No. 428)

Contents

Rules and Other Measures of the Ministry of Commerce

1. Announcement No. 24, 2008 of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, Releasing the Interim Review Determination on Anti-dumping Investigation of Imported Dimethyl Cyclosiloxane Originated from Dow Corning Limited of the UK (3)
2. Announcement No. 29, 2008 of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China (6)
3. Circular of the General Office of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, on Releasing the Third Batch National Commercial Demonstration Community (11)
4. Circular of the General Office of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, on the Work for Classifying and Grading the Retail Enterprises in 2008 (14)
5. Notification No. 13, 2008 of the Tendering Board for Foreign Assistance Projects of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China (29)
6. Notification No. 14, 2008 of the Tendering Board for Foreign Assistance Projects of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China (32)

Department Rules and Other Measures of Government Departments and Local Governments

1. Circular of the General Office of the Shandong Provincial Committee of CPC, the General Office of the People's Government of Shandong Province, on Printing and Issuing the Special Program for the Development of Culture Industry in Shandong (from 2007 to 2015) (33)
2. Decree No. 212 of the People's Government of Sichuan Province, Promulgating the Measures for Administration of Road Transportation of Goods in Sichuan (44)
3. Decree No. 219 of the People's Government of Sichuan Province, Promulgating the Measures for Administration of Foreign Labor Service in Sichuan (48)
4. Circular of the General Office of the People's Government of Hainan Province, on Printing and Issuing the Implementation Program for Restructuring the Cement Industry in Hainan during the 11th Five-year Plan (53)

Website of MOFCOM: <http://www.mofcom.gov.cn>

中华人民共和国商务部 公告

2008年 第24号

中华人民共和国商务部于2006年1月16日发布公告,决定自2006年1月16日起,对原产于日本、美国、英国和德国的进口初级形态二甲基环体硅氧烷征收反倾销税。

2007年2月15日,英国道康宁有限公司就其所适用的反倾销措施向商务部提出倾销及倾销幅度的期中复审申请。

商务部经审查认为,申请书提出了倾销幅度降低的初步证据。2007年4月25日商务部发布立案公告,决定对英国道康宁有限公司所适用的反倾销措施进行复审。

复审调查范围是申请人的正常价值、出口价格和倾销幅度。复审调查的被调查产品与原反倾销调查相同,即初级形态二甲基环体硅氧烷。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号:29310000、38249090^①。

商务部对英国道康宁有限公司的倾销及倾销幅度进行了复审调查。根据调查结果,商务部向国务院关税税则委员会提出修改反倾销税的建议。依据《中华人民共和国反倾销条例》第五十条和《商务部倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》的规定,现将有关事项公告如下:

一、裁定

经调查,商务部裁定英国道康宁有限公司(Dow Corning Limited)的倾销幅度为:5.4%。

二、征收反倾销税

根据《中华人民共和国反倾销条例》的有关规定,国务院关税税则委员会决定,自2008年4月25日起,将原产于英国道康宁有限公司的进口初级形态二甲基环体硅氧烷的反倾销税税率调整为5.4%。

三、征收反倾销税的方法

自2008年4月25日起,进口经营者在进口原产于英国道康宁有限公司的初级形态二甲基环体硅氧烷时,应向中华人民共和国海关缴纳相应的反倾销税。反倾销税以海关审定的完税价格从价计征,计算公式为:反倾销税税额=海关完税价格×反倾销税税率。进口环节增值税以海关审定的完税价格加上关税和反倾销税作为计税价格从价计征。

四、行政复议和行政诉讼

根据《中华人民共和国反倾销条例》第五十三条的规定,利害关系方可以依法申请行政复议,也可以依法向人民法院提起诉讼。

五、本公告自2008年4月25日起执行。

附件:中华人民共和国商务部关于原产于英国道康宁有限公司的进口初级形态二甲基环体硅氧烷的期中复审裁定

中华人民共和国商务部
二〇〇八年四月二十四日

^① 根据《中华人民共和国进出口税则》(2008),商务部2005年第123号公告中被调查产品的税则号已由29310000,38249090调整为29310000,38249099。

中华人民共和国商务部关于原产于英国道康宁有限公司的 进口初级形态二甲基环体硅氧烷的期中复审裁定

根据《中华人民共和国反倾销条例》(以下简称《反倾销条例》)第四十九条和商务部《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》规定,2007年4月25日中华人民共和国商务部(以下称调查机关)发布公告,决定对英国道康宁有限公司所适用的初级形态二甲基环体硅氧烷(以下称被调查产品)反倾销措施进行倾销及倾销幅度期中复审调查。

调查机关对公司在复审调查期内是否存在倾销及倾销幅度进行了复审调查。根据调查结果,并依据《反倾销条例》第五十条和商务部《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》的规定,做出复审裁决决定如下:

一、调查程序

(一)原反倾销措施

中华人民共和国商务部于2006年1月16日发布公告,决定自2006年1月16日起,对原产于日本、美国、英国和德国的进口初级形态二甲基环体硅氧烷征收反倾销税。其中,英国道康宁有限公司所适用的反倾销税税率为13%。

(二)复审申请

2007年2月15日,英国道康宁有限公司向调查机关递交了复审申请书,请求对其所适用的反倾销措施进行倾销及倾销幅度期中复审。公司主张在申请提交前12个月内的倾销幅度已经降低,请求调查机关根据公司实际情况为公司确定新的倾销幅度。

(三)立案

调查机关对申请书进行了审查,英国道康宁有限公司提交的申请提出了倾销幅度降低的初步证据,符合《反倾销条例》第四十九条规定及商务部《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》第六条到第十条的要求。

2007年4月25日,调查机关发布立案公告,决定对适用于英国道康宁有限公司所生产被调查产品的反倾销措施进行倾销及倾销幅度期中复审调查。复审调查期为2006年1月1日至2006年12月31日。

(四)通知及利害关系方评论

调查机关按照《倾销及倾销幅度期中复审暂行规则》第十一条的要求将有关复审申请事宜通知了本案原申请人。相关利害关系方分别就申请书和答卷的公开文本提交了评论意见。公司根据调查机关的要求在规定时间内对公开文本进行了相应的修改。

就复审立案事宜,调查机关通知了英国驻华大使馆和本案原申请人并给予利害关系方提出书面评论意见和申请举行听证会的机会。调查期间,没有利害关系方申请举行听证会。

(五)问卷调查

2007年4月25日、11月13日,调查机关向英国道康宁有限公司发放了调查问卷和补充问卷,并在规定期限内回收了答卷和补充问卷答卷。

(六)实地核查

为核实公司提交材料的完整性、真实性和准确性,调查机关组成反倾销复审实地核查小组,于2008年1月28日—2月4日对申请人英国道康宁有限公司及其香港关联贸易公司进行了实地核查。

核查期间,公司的财务人员、销售人员和管理人员接受了核查小组的询问,并根据要求提供了有关证明

材料。调查机关全面核查了公司的整体情况、被调查产品同类产品的国内销售情况、被调查产品出口销售情况、生产被调查产品同类产品的成本及相关费用情况。对于实地核查中收集的证据材料和信息,调查机关进行了核对和确认。

(七)披露

根据《反倾销条例》第二十五条和商务部《反倾销调查信息披露暂行规则》规定,调查机关向有关利害关系方披露了倾销及倾销幅度期中复审裁定所依据的基本事实,并给予利害关系方提出书面评论的机会。

在规定时间内,英国道康宁有限公司提交了书面评论。

二、被调查产品和同类产品

本次复审产品范围是原反倾销措施所适用于的产品,即初级形态二甲基环体硅氧烷。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号:29310000、38249099。

经审查及实地核查,英国道康宁有限公司对中国出口和国内销售产品在物理化学特征、最终用途、可替代性和竞争性等方面没有实质不同。

三、倾销和倾销幅度

经复审调查,调查机关对英国道康宁有限公司的倾销及倾销幅度做出如下认定:

(一)正常价值

公司主张复审调查期内英国国内销售的被调查产品的同类产品与同期出口中国大陆的被调查产品完全相同,型号也无变化。经审查与实地核查,调查机关决定接受公司关于型号划分的主张。

调查机关审查了公司在复审调查期内被调查产品同类产品英国国内销售情况。复审调查期内公司被调查产品同类产品的国内销售数量占同期向中国大陆出口销售数量的比例大于5%,符合作为确定正常价值基础的数量要求。

调查机关对公司国内销售渠道进行了审查。复审调查期内,公司所有内销都是销售给国内非关联客户,并不存在关联销售。

公司答卷表明,公司生产被调查产品的一种重要原材料部分采购自关联公司。实地核查中,调查机关对该原材料购买价格进行了审查。经比较,这部分关联采购价格较非关联采购价格明显较低。公司在核查期间对此问题进行了口头解释和说明。调查机关在香港贸易公司核查时,公司又出示了某行业杂志关于不同市场价格的统计,但是公司主张由于涉及到商业秘密和知识产权问题,并未向调查机关提交纸质文本。调查机关认为,公司在核查期间提出的口头解释和相关材料未能证明公司与关联公司之间的原材料购买价格没有受到该关联关系的影响。调查机关决定以公司加权平均的非关联采购价格替代该部分关联采购价格,并据此对所有型号被调查产品生产成本进行了调整。

调查机关对公司国内销售的销售、管理和一般费用的分摊基础和方法进行了核查,决定接受公司主张的费用分摊方法。

调查机关根据调整后的生产成本及答卷中所报各型号销售管理和一般费用,对公司国内销售中低于成本销售的数量进行了测试。经测试,复审调查期内,有两种型号的被调查产品低于成本销售的数量占对应型号国内销售总量的比例超过了20%。根据《反倾销条例》第四条的规定,调查机关决定将上述两种型号低于成本销售的数量排除,以公司国内市场的正常贸易过程中的销售作为计算正常价值的基础。

公司在答卷中主张有两种型号的被调查产品没有英国国内销售,请求对这两个型号结构正常价值。经审查,调查机关决定以调整后的生产成本为基础,加上公司在国内市场正常贸易过程中销售同类产品实际产生的费用和利润,对上述两个型号结构正常价值。

经测试,公司另外两种型号的被调查产品低于成本销售的数量占其国内销售总量的比例不足20%,调

查机关决定采用公司所报国内销售作为计算其正常价值的基础。

(二)出口价格

调查机关对公司复审调查期内对中国大陆出口的被调查产品销售进行了审查。

公司调查期内对华出口通过关联公司转售给中国大陆的关联和非关联最终用户。对于销售给非关联最终用户的销售,调查机关以该非关联交易价格作为计算出口价格的基础。对于销售给关联最终用户的销售,公司主张该关联销售价格属于公平交易价格,能够真实反映市场情况。经审查及实地核查,调查机关决定接受公司主张,以公司所报销售价格作为确定出口价格的基础。

调查机关实地核查中发现,公司在答卷中主张的一种型号的被调查产品并非原产于英国道康宁有限公司。调查机关决定将该型号下的对中国大陆出口排除,以被调查产品其他型号的对中国大陆出口销售为基础,计算公司被调查产品的出口价格。

(三)调整项目

调查机关对公司的价格调整项目逐一进行了审查。经实地核查,调查机关决定接受公司有关调整项目的主张,在中国大陆出口销售和英国国内销售环节中扣除相关调整项目。

(四)价格比较

根据《反倾销条例》第六条的规定,调查机关对进口产品的出口价格和正常价值,考虑了影响价格的各种可比性因素,按照公平、合理的方式进行了比较。在计算倾销幅度时,调查机关分型号将加权平均正常价值和加权平均出口价格进行比较,得出倾销幅度,并以出口中国大陆数量为权重加权平均计算出该公司最终倾销幅度。

五、复审裁定

根据调查结果,调查机关裁定英国道康宁有限公司复审调查期的倾销幅度为 5.4%。

中华人民共和国商务部 公 告

2008 年 第 29 号

根据《机电产品国际招标机构资格审定办法》(商务部 2005 年 6 号令),商务部对参加 2007 年度资格审核的 157 家国际招标机构进行了审核。现将结果公布如下:

一、年审达到条件的甲级招标机构

中技国际招标公司

中招国际招标公司

山东正信招标有限责任公司

中机国际招标公司

上海宝华国际招标有限公司

中国技术进出口总公司
江苏省国际招标公司
山东招标股份有限公司
国信招标有限责任公司
神华国际贸易有限责任公司
浙江省国际技术设备招标有限公司
中钢招标有限责任公司
上海机电设备招标公司
重庆招标采购(集团)有限责任公司
中化国际招标有限责任公司
安徽省国际招标有限责任公司
深圳市国际招标有限公司
中化建国际招标有限责任公司
中仪国际招标公司
中国石化国际事业有限公司
浙江国际招(投)标有限公司
江苏苏美达集团公司
山东齐信招标有限公司
中国海洋石油总公司
安徽省技术进出口股份有限公司
青岛市招标中心
湖北设备工程招标有限公司
内蒙古招标有限责任公司
山东省鲁成招标有限公司
中国石油物资装备(集团)总公司(更名为“中国石油物资公司”)
中电技国际招标有限责任公司
江苏省海外企业集团有限公司
中国机械进出口(集团)有限公司
西北(陕西)国际招标有限公司
湖北省成套招标有限公司
中航技国际经贸发展有限公司
天津国际招标有限公司
河北省招标公司
江苏省设备成套有限公司
上海申信进出口有限公司
广东省机电设备招标公司
江苏省设备采购国际招标中心
河北省机电设备招标公司(更名为“河北省成套招标有限公司”)
沈阳招标中心

广东机械进出口国际招标有限公司(更名为“广东广机国际招标股份有限公司”)

湖南省招标有限责任公司

山西省国际招标有限公司

攀钢集团国际经济贸易有限公司

中国远东国际招标公司

上海国际招标有限公司

河南省机电设备国际招标有限公司

五矿国际招标有限责任公司

广东省机电设备招标中心

江西省机电设备招标公司

北京国际贸易公司

东风汽车(武汉)招标咨询有限公司

中信国际招标有限公司

北京国际招标有限公司

中航材国际招标有限公司

新疆招标有限公司

中国第一汽车集团进出口公司

黑龙江省招标公司

青岛采购招标中心有限公司

新疆新天国际招标有限责任公司

黑龙江省国律招标有限责任公司

中国电子进出口总公司

北京中成海达进出口有限公司

二、年审达到条件升为甲级的招标机构

中国通信建设总公司(更名为“中国通信建设集团有限公司”)

宁波中基国际招标有限公司

云南招标股份有限公司

中国电能成套设备有限公司

浙江荣大招标有限公司

黑龙江垦区采购招标中心

青海省机电设备招标中心

河南中旭国际招标有限公司

中金招标有限责任公司

中国自动化控制系统招标有限责任公司

三、年审达到条件的乙级招标机构

江苏舜天国际集团有限公司

安徽中技工程咨询有限公司

苏州国信集团国际招标有限公司

中国交通进出口总公司

河南豫信招标有限责任公司
贵州鹏业国际机电设备招标有限公司
天津市泛亚工程机电设备咨询有限公司
河南招标采购服务有限公司
内蒙古中实成套设备有限责任公司
湖南国联招标有限公司
上海圣博华康投资管理有限公司

四、年审达到条件升为乙级的招标机构

华电招标有限公司
安徽省招标中心
山东海逸恒安招标有限公司
甘肃省招标中心
河北中机咨询有限公司
新疆新建国际招标有限责任公司
厦门经发机电设备招标有限公司
河南省国贸招标有限公司
中国寰球工程公司
四川国际招标有限责任公司
辽宁省成套设备招标中心
甘肃中化建国际招标有限责任公司
中国科学器材进出口总公司

五、年审达到条件的预乙级招标机构

广东南电物资有限公司
甘肃机械国际招标有限公司
辽宁政兴国际招标代理有限公司
上海东松国际贸易有限公司
山西协诚工程招标代理有限公司
黑龙江省迈克招标有限公司
中国建材技术装备总公司
葛洲坝集团对外贸易有限公司
太原钢铁(集团)国际经济贸易有限公司
中国新时代控股(集团)公司
上海浦成机电设备招标有限公司
陕西省招标有限责任公司
河北瑞和项目管理集团有限责任公司

六、保留甲级资格的招标机构

福建省机电设备招标公司
广西壮族自治区机电设备招标中心
鞍钢集团国际经济贸易公司

中国邮电器材集团公司

吉林省招标有限公司

中煤招标有限责任公司

中国仪器进出口(集团)公司

中国水利电力物资有限公司

中国机械设备进出口总公司

七、保留乙级资格的招标机构

山西省招标有限公司

上海浦东国际机场进出口有限公司

广州市正阳招标采购服务中心

海南省机电设备招标中心

八、保留预乙级资格的招标机构

陕西省采购招标有限责任公司

武钢国际经济贸易总公司

河南省机电设备招标股份有限公司

中国冶金科工集团公司

东方航空进出口有限公司

广西云龙招标有限公司

广西区建设工程机电设备招标中心

中国光大对外贸易总公司

江苏省建信招投标有限公司

浙江省成套招标代理有限公司

九、保留甲级资格一年的招标机构

宁波市国际招标有限公司

十、保留预乙级资格一年的招标机构

中国教学仪器设备总公司

广东省电信器材公司

深圳市中正招标有限公司

青岛益佳经贸实业进出口有限公司

山东华标招标有限公司

福建华闽招标有限公司

中国原子能工业公司(更名为“中国原子能工业有限公司”)

河北广通三德招标代理有限责任公司

宁夏天鹰电力物资有限公司

中国船舶工业物资公司

东方国际招标有限责任公司

中国南方航空进出口贸易公司

贵州省招标有限公司

十一、年审未达条件降为预乙级的招标机构

宁夏国际招标有限公司

十二、年审未达条件降为预乙级并保留一年的招标机构

三峡国际招标有限责任公司

十三、年审未达条件不予通过的招标机构

华东电力对外经济贸易公司

北京科技园拍卖招标有限公司

中国普天信息产业股份有限公司

中国铁路物资总公司

请通过年审及保留资格的招标机构携带资格证书副本于 2008 年 5 月 1 日前到我部(机电和科技产业司)办理有关手续。

招标机构应严格遵守《招标投标法》、《机电产品国际招标投标实施办法》(商务部 2004 年 13 号令)等有关法律法规及部门规章,按照“公开、公平、公正”的原则开展国际招标业务。对保留资格的招标机构,如 2008 年度招标业绩仍达不到年审要求,将按商务部 2005 年 6 号令等有关规定予以处理。

中华人民共和国商务部

二〇〇八年四月十四日

商务部办公厅关于公布第三批全国社区 商业示范社区的通知

商改字〔2008〕4 号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门:

为贯彻落实《国务院关于加强和改进社区服务工作的意见》(国发〔2006〕14 号),加快构建和谐社会的步伐,2006 年,商务部提出实施以“便利消费进社区,便民服务进家庭”为主题的社区商业“双进工程”,并将示范社区的创建工作作为其中一项重要内容。根据《商务部办公厅关于进一步做好 2007 年社区商业工作的通知》(商改字〔2007〕71 号),2007 年,经对各地上报的全国社区商业示范社区申请材料进行专家评审、抽查验收和网上公示,共确认第三批全国社区商业示范社区 100 个,现将名单公布如下:

北京市海淀区八里庄街道恩济里社区

北京市丰台区草桥欣园社区

北京市东城区和平里街道和平里六区社区

北京市石景山区八宝山街道玉泉西里西社区

上海市闵行区百联南方商城社区

上海市闸北区大宁国际商业广场社区

上海市长宁区古北国际社区

天津市河西区利民道社区
天津市北辰区双街新家园社区
天津市河东区第六大道社区
天津市宝坻区南三路社区
天津市蓟县独乐寺社区
重庆市渝北区双凤桥街道溜马山社区商业示范社区
重庆市渝北区龙溪街道龙湖社区商业示范社区
重庆市渝北区龙溪街道嘉州花园社区商业示范社区
河北省保定市北市区兰园社区
河北省石家庄市石纺一社区
河北省邯郸市亚太世纪花园社区
山西省阳泉市南煤社区
内蒙古自治区包头市青山区富强路街道办事处锦林社区
内蒙古自治区包头市昆区林荫办事处友谊 17 号社区
内蒙古自治区乌海市海勃湾区凤凰岭办事处长青社区
辽宁省丹东市振兴区临江街道办事处锦绣社区
辽宁省辽阳市宏伟区光华街道办事处富华社区
辽宁省葫芦岛市连山区渤海街道办事处滨河社区
辽宁省大连市中山区林海社区
吉林省长春市宽城区贵阳街社区
吉林省长春市二道区亚泰社区
吉林省长春市朝阳区义和路南社区
黑龙江省牡丹江市东安区紫云社区
黑龙江省哈尔滨市道里区爱建社区
江苏省南通市崇川区学田街道学田苑社区
江苏省无锡市新区旺庄街道春潮园社区
江苏省盐城市射阳朝阳街道虹亚社区
江苏省苏州市张家港杨舍城西街道万红社区
浙江省杭州市清波街道清河坊社区
浙江省绍兴市越城区府山街道水沟营社区
浙江省宁波市鄞州区钟公庙街道东湖社区
浙江省宁波市慈溪市浒山街道舒苑社区
浙江省宁波市江东区百丈街道演武天地社区
浙江省宁波市镇海区招宝山街道总浦桥社区
浙江省宁波市象山县丹东街道塔山社区
浙江省宁波市北仑区新碶街道牡丹社区
安徽省芜湖市弋江区禹王宫社区
安徽省黄山市屯溪区阜新社区
安徽省合肥市蜀山区梅源里社区

安徽省合肥市包河区包河苑社区
安徽省马鞍山市花山区南湖社区
安徽省淮北市相山区锦华苑社区
福建省福州市晋安区王庄街道砌池社区
福建省漳州市芗城区东铺头街道新华社区
福建省三明永安市巴溪湾社区
福建省泉州市鲤城区鲤中街道和平社区
福建省厦门市瑞景城社区
江西省南昌市青云谱区京山街道京山西社区
江西省南昌市东湖区八一桥街道大士院西区社区
江西省宜春市袁州区灵泉街道朝阳社区
山东省烟台市黄海社区
山东省威海市东北村社区
山东省淄博市般阳社区
山东省济南市吉祥苑社区
山东省济宁市半截阁社区
山东省青岛市崂山区石老人社区
河南省焦作市学生路社区
河南省焦作市解放区民主街道道清里社区
河南省洛阳市涧西区中泰世纪花园社区
河南省漯河市郾城区沙北办事处泰山社区
河南省商丘市应天花园社区
河南省周口市万基城市花园社区
河南省周口市星龙华缘社区
河南省郑州市二七区海河路街道办事处亚新社区
湖北省襄樊市檀溪社区
湖北省西昌市气象台社区
湖南省岳阳市岳阳楼区王家河街道枫树新村社区
湖南省邵阳市双清区东风路街道邵水桥社区
湖南省长沙市雨花区沙子塘街道野坡社区
广东省东莞市万江区新城社区
广东省佛山市丽日玫瑰商住社区
广东省中山市西区长洲社区
广东省阳江市城区城北街道南湾社区
广东省广州市天河区天河南街南雅苑社区
广西壮族自治区柳州市天鹅湖社区
广西壮族自治区柳州市桂中社区
四川省成都市武侯区玉林街道办事处黄门街社区
贵州省贵阳市南明区花果园街道办事处沙坡路社区

云南省大理市下关正阳社区
云南省昆明市五华区大观商业城社区
云南省玉溪市澄江县凤麓镇揽秀社区
云南省曲靖市陆良县中枢镇西门社区
陕西省西安市雁塔区二十所社区
陕西省西安市莲湖区锦园社区
甘肃省白银市平川区宝积路街道周家地社区
宁夏回族自治区吴忠市金星花园社区
新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市南纬路街道南三社区
新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市团结路街道领馆巷北社区
新疆维吾尔自治区克拉玛依市昆仑路街道幸福永安社区
新疆维吾尔自治区石河子市1号社区
新疆生产建设兵团农九师一六三团金边社区
新疆生产建设兵团农二师二十二团通达社区
新疆生产建设兵团农六师猛进社区

请各地商务主管部门继续高度重视社区商业示范社区的创建和培育工作,充分发挥示范社区的带头作用,对本地区全国社区商业示范社区实行动态管理,加强跟踪指导,同时加强省级社区商业示范社区的创建和培育工作。有关情况请及时报送商务部(商业改革发展司)。

特此通知

中华人民共和国商务部办公厅
二〇〇八年二月二十二日

商务部办公厅关于 2008 年零售企业 分等定级工作的通知

商改字〔2008〕15 号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及省会城市商务主管部门：

开展零售企业分等定级工作,是建设现代市场体系和发展现代流通的必然要求,是深入整顿和规范市场秩序的重大举措,是推进社会信用制度的有效手段,是提升服务水平和改善服务环境的具体途径。按照商务部对零售企业分等定级工作的整体部署和《商务部关于全面开展零售企业分等定级工作的通知》(商发改〔2007〕33 号)的要求,2008 年分等定级工作时间安排及要求如下：

一、百货店分等定级工作

2008 年百货店分等定级工作继续在中心城市展开,于 7 月底前完成达标百货店和金鼎百货店的评定工作。

(一)达标百货店上报(2007年—2008年2月底)

省会城市商务主管部门和直辖市、计划单列市的市辖区商务主管部门初审达标百货店,省级(省、自治区、直辖市及计划单列市。下同)商务主管部门复审并上报达标百货店。

(二)达标百货店验收(2008年3—4月)

《商务部关于全面开展零售企业分等定级工作的通知》(商发改[2007]33号)明确地方商务主管部门负责达标百货店的评定和管理,为保证各地对达标百货店评定的公平性、科学性和一致性,商务部选择部分地区、部分企业,按照《达标百货店规范》进行检查、验收。

(三)金鼎百货店审核认定(5—6月)

商务部零售企业分等定级评定委员会办公室会同专家组、有关省级评定委员会,按照《金鼎百货店规范》,分组、分区域对备选金鼎百货店进行评审。评定结果上报商务部评定委员会进行审核认定。

(四)达标、金鼎百货店公示(6—7月)

在商务部网站、各地商务主管部门网站、相关行业协会网站对达标百货店和金鼎百货店评审认定结果进行公示。

(五)百货店分等定级的总结表彰(7月中下旬)

召开新闻发布会,由商务部统一公布百货店分等定级结果,总结零售企业分等定级的工作经验,对达标百货店、金鼎百货店进行表彰宣传。

(六)发布《中国百货业发展报告》(7月)

委托中国百货商业协会会同清华大学零售业研究中心等有关机构,共同起草《中国百货业发展报告》。5月底前完成初稿,7月底前正式发布。

(七)制定百货店标准(12月)

有关百货店的标准已申报立项。年底前将结合百货店分等定级工作开展的实际,对相关标准内容进行修订完善,争取12月底前完成。

二、大型超市分等定级工作

2008年大型超市分等定级工作在中心城市和地级市展开,12月底前完成达标大型超市的评定工作。

(一)制定方案(3月底前)。根据商务部对大型超市分等定级工作的部署,各地商务主管部门结合本地实际,制定本地区大型超市分等定级工作方案。

(二)建立机构(3月底前)。在百货店分等定级工作机构的基础上,调整、健全本地零售企业分等定级机构,成立省级、市级(省会城市,地级市,直辖市和计划单列市所辖的区。下同)零售企业分等定级评定委员会,评定委员会下设办公室和专家组。建立零售企业分等定级工作联络员制度,省级、市级商务主管部门、大型超市都要设立联络员,并保持联络渠道畅通。

省级评定委员会名单于4月底前报商务部。

各省级、市级商务部门分等定级工作联络员名单(见附件1)由省级商务主管部门汇总后于4月底前报商务部。

(三)宣传培训(4月底前)。省级、市级商务主管部门要充分动员本地媒体,对零售企业分等定级工作进行深入的宣传,并对本地商务主管部门、企业相关人员进行工作部署和培训。

(四)大型超市摸底(4月底前)。市级商务主管部门按照《零售业态分类标准》(GB/T 18106—2004),对本地大型超市(面积在6000平方米以上的)进行摸底,建立企业档案,并形成书面材料报省级商务主管部门,省级商务主管部门汇总后于4月底前报商务部。

(五)组织申报(4—5月)。市级商务主管部门组织大型超市登录“中国零售业分等定级信息管理系统”(zglsty.mofcom.gov.cn)进行网上申报。要求:

(1)企业自愿申报。各地大型超市自愿参加零售企业分等定级工作。各地商务主管部门不得向企业收

取任何费用。

(2)申报名称规范。申报企业名称应使用单店规范的全称。同一个店使用的名称在各种报表中应一致。不要使用与集团公司相同的名称。

(3)严把企业准入关。申报的大型超市按照国标规定要6000平方米以上、成立开业一年以上。目前运营正常,没有诉讼情况和较大经济纠纷。

(4)上报材料真实。大型超市填报数据以财务报表数据为准。填报虚假材料的,一经查实,将取消申报资格。

(六)督导整改(5—6月)。省级、市级商务主管部门在指导大型超市申报过程中,结合本地区零售业发展的整体规划,对照《达标大型超市规范》(见附件2),针对大型超市反映出来的薄弱环节,指导企业进行整改。

(七)省市级审核评定(6—7月)。市级商务主管部门将本地达标大型超市报省级商务主管部门,省级商务主管部门经过复核后于7月底前报商务部。

评审程序:

(1)评定委员会办公室初审。按照《达标大型超市规范》和《达标大型超市规范操作手册》(见附件3),采用网上审核与实地审核相结合的方式。

(2)专家组评审。评定委员会办公室将初审结果送专家组评审。

(3)评定委员会验收。评定委员会组织验收组,对申报的大型超市进行实地验收;验收按照达标大型超市规范和操作手册,采取听、看、问、查等方式进行。

(4)评定委员会认定。召开评定委员会会议,对达标的大型超市评审结果进行认定,将达标大型超市评审结果报商务部。

(5)评审结果上报程序:市级商务主管部门填写零售企业分等定级审定表(见附件4),经省级商务主管部门审核后报送商务部。(网上填写的同时,还要填写纸质审定表并加盖印章后按程序报送。)

(八)商务部评定委员会验收(8—9月)。商务部评定委员会组织专家和有关省级评定委员会对达标大型超市进行检查、验收,验收结果进行网上公示。

(九)大型超市分等定级的总结表彰(11月)。召开新闻发布会,由商务部统一公布大型超市分等定级结果,总结零售企业分等定级的工作经验,对达标大型超市进行表彰宣传。

(十)撰写《中国大型超市》发展报告。委托中国连锁经营协会等单位年底前完成初稿。

(十一)制定大型超市标准。根据百货店分等定级工作经验,结合达标大型超市评定的实际情况,着手制定大型超市相关标准。

评定过程中的有关问题请及时与商务部(商业改革司)沟通。

联系人:梁志君 仇亚童 白冀民

联系电话:(010)85093752 85093754 85093760

传 真:(010)85093762

附件:1. 零售企业分等定级工作联络员登记表

2. 达标大型超市规范

3. 达标大型超市规范操作手册

4. 大型超市分等定级审定表

中华人民共和国商务部办公厅

二〇〇八年四月十六日

达标大型超市规范

一、安全	(一)食品安全	1. 执行《食品卫生法》及其他与食品安全相关的政策法规,有健全的食品安全管理制度,设立相应的管理机构和专门人员负责。 2. 食品运输、加工、储存、销售及垃圾处理流程,以及与食品经营工作相关的员工培训、操作、服务流程,符合《超市食品安全操作规范》的有关规定。
	(二)促销安全	3. 促销活动严格执行《零售商促销行为管理办法》,保障消费者安全。
	(三)消防安全	4. 执行《消防法》的有关规定,消防制度健全,设备完好。有完备的消防预案,对员工进行定期培训和演练。 5. 建筑、设备设施安全可靠,电力系统安全运行,没有意外事故发生。
	(四)设备设施安全	6. 店内合理设置警示标志、告知性标志,对顾客给予引导、提示。 7. 地面、墙壁、货架、通道根据不同商品区域特点选择材料和布局,保证安全。
	(五)企业安保	8. 治安管理部门健全,安全防范制度完善。有突发事件应急预案,并对员工进行定期培训和演练并保存记录。 9. 有专职安保负责人员。 10. 配备防盗设施,保证卖场商品和现金的安全。
二、服务	(六)制度保证	11. 有完善的商品、财务、营运、人事等管理制度,保证卖场维持良好的运营状态。 12. 有完善的服务体系和保证服务质量的规章制度,并正确执行。
	(七)商品服务	13. 商品品类丰富,执行《产品质量法》、《价格法》等法律、法规。 14. 有明确的商品退换货、保修等售后服务制度。
	(八)信息服务	15. 能够提供给消费者真实有效的商品价格信息、促销信息和服务信息。
	(九)人员服务	16. 工作人员均经过服务培训,行为规范,顾客服务有明确负责人。
三、环境	(十)经营环境	17. 执行《超市购物环境标准》,提供给消费者舒适、便捷的购物环境。
	(十一)设施设备	18. 有与营业面积及客流相适应的 POS 机、购物筐、手推车等保证正常经营必备的设施设备。 19. 设有顾客服务中心(服务台)、广播室、客用卫生间及停车场。 20. 无障碍设施符合《城市道路和建筑物无障碍设计规范》的要求。
四、诚信	(十二)消费者权益保障	21. 执行《消费者权益保护法》,维护消费者合法权益,定期进行消费者满意度测评。
	(十三)供应商关系	22. 执行《零售商供应商公平交易管理办法》,维护公平交易秩序,定期进行供应商满意度测评。

	(十四)监管部门	23. 工商、质检、卫生、税务等监管部门记录良好。
	(十五)员工权益	24. 执行《劳动法》，维护员工合法权益，定期进行员工满意度测评。
五、节能	(十六)制度保证	25. 有节能制度及相应措施。
	(十七)落实措施	26. 执行国家关于购物袋使用的相关规定。 27. 使用节水、节电、节材设备及技术。 28. 节能工作有明确的负责人。 29. 利用管理手段，推进节能工作。
	(十八)宣传教育	30. 对员工及消费者进行宣传教育，提高节能意识，推广节能产品。

说明：

1、本规范所指的“大型超市”，为《零售业态分类》中定义标准，即实际营业面积 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。

2、当年发生火灾、重大食品安全事故、重大商品质量事故、重大价格欺诈事故、重大环保事故、伤亡事故的大型超市一票否决。

3、仓储式会员店可参照本规范参加大型超市的分等定级。

附件 3

达标大型超市规范操作手册

一级指标 (5 项)	二级指标 (18 项)	三级指标 (33 项)	四级指标 (135 项)	分值	操作抽查 说明
一. 安全 (40%，80 分)	(一) 食品安全	1. 有完善的食品安全管理体系并有专人负责食品安全工作。	1.1 有明确的食物安全方针和实现食物安全需要的方法。	2	检查文件
			1.2 有根据自身规定形成食物安全文件的程序和记录。	2	检查文件
			1.3 有为确保食物安全管理体系有效建立、实施和更新所需的文件。	2	检查工作人员档案
			1.4 有专人负责和协调店内食物安全工作，并根据职责开展具体工作。	1	检查文件
			1.5 制定食物安全从业人员培训计划，组织食物安全从业人员参加各种上岗及在职培训。	1	检查培训记录档案
		2. 有食物采购、验收流程并有效执行。	2.1 采购生鲜食物索证索票，详细记录进货来源、品名、数量、日销售量。	2	检查记录文件
			2.2 有保证食物安全完整的进退货工作流程。	1	检查流程文件

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明
			2.3 食品验收场所、设备定期打扫,保持清洁、卫生。	1	实地检查
			2.4 退货过程中对确定威胁消费者健康的食品按国家有关规定处理或与供应商协议销毁,不直接退货给供应商。	1	检查退货记录
		3. 有效控制食品存储安全。	3.1 配备有食品出入库工作管理手册。	1	检查文件
			3.2 储存食品场所保持清洁卫生,定期打扫,无积尘、食物残渣,无霉斑、鼠痕、苍蝇、蟑螂,不存放有毒有害物品及个人用品。	1	实地检查
			3.3 食品分类、分架存放,定期检查,将过期、变质或腐败食品及时清理。	2	实地检查
			3.4 食品冷冻、冷藏储存符合相应温度范围,不得堆积、挤压存放。	1	实地检查
			3.5 食品有专用独立仓库或存储区域,按常温、冷藏、冷冻等不同储存要求存放。	1	实地检查
			3.6 散装食品入库前转移进带盖的食品专用周转箱存放。	1	实地检查
			3.7 建立有食品储存、报废和出入库台账,确保食品从采购、运输、储存到销售环节的可追溯性。	2	检查记录档案
			3.8 冷库货架、地面、商品包装箱和容器清洁,设备正常。	1	实地检查
			3.9 库存生鲜商品保留必要的间隔和回风空间。	1	实地检查
		4. 食品安全现场制作有加工操作规程及操作方法和要求。	4.1 明确规定食品加工操作程序、操作过程关键项目控制和设备操作维护标准。	2	检查文件
			4.2 明确各工序、各岗位人员要求及职责。	2	检查人员管理档案
			4.3 培训员工按加工操作规程操作,符合加工操作、卫生及品质管理要求。	1	实地检查
			4.4 食品加工场所及周围环境整洁、卫生,保持适当温、湿度。	1	实地检查
			4.5 配备合适的温湿度、防蝇虫、灰尘控制设施、设备,具备独立排水、排污设施。	1	实地检查

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明
			4.6 配备适当的加工、消毒及储存设备,加工用具及时清洗,定位存放,保持清洁。	1	实地检查
			4.7 食品加工过程中不使用对人体有害的工业用添加剂,食用级添加剂控制剂量,保证对人体无害。	1	实地检查
			4.8 加工前认真检查原辅料,不使用有腐败或变质迹象的材料,使用原辅料的品名、数量、批号、保质期等有完整记录。	1	实地检查
		5. 食品销售制定有详细的食品安全销售管理流程并遵循执行。	5.1 有食品销售手册,明确工作人员在商品销售过程中的注意要点。	2	检查文件
			5.2 食品销售配备相应陈列保鲜设备,清洁工具、设施适合,工作状况良好。	1	实地检查
			5.3 直接入口食品和不需清洗即可加工散装食品必须有防尘材料遮盖,设置隔离措施,并具有禁止消费者触摸标志。	2	实地检查
			5.4 食品包装材料不含影响食品质量及消费者健康有害成分,包装强度设计足够承受保质期内搬运、储存而不影响食品质量。	1	实地检查
			5.5 散装食品、超市重新包装食品,在盛放容器或隔离设施或包装上有符合要求的完整标签。	1	实地检查
			5.6 上架食品为消费者预留合理保质期。	2	实地检查
	6. 从业人员符合保证食品安全要求。	6.1 从业人员每年至少进行一次体检,所有从业人员经健康检查及培训,取得合格证明。	1	检查人员管理档案	
		6.2 从业人员保持良好个人卫生。	1	实地检查	
	7. 有食品安全事故应急处理机制的工作流程。	7.1 有明确食品安全问题应急机制和工作流程。	2	检查文件	
		7.2 设置有内部及外部食品安全质量监管和通报机制。	1	检查文件	
	(二) 促销安全	8. 执行《零售商促销行为管理办法》,保障消费者安全。	8.1 促销活动具备相应的安全设备和管理措施,保证安全通道畅通。	2	检查记录档案
			8.2 开业、节庆、店庆等大型促销活动有安全应急预案。	1	检查记录档案
			8.3 促销期间保证良好购物秩序,防止交通拥堵、秩序混乱等问题发生。	1	检查记录档案

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明	
			8.4 开业、节庆、店庆等大型促销活动按规定备案。	2	检查记录 档案	
	(三) 消防安全	9. 消防制度健全并有效执行。	9.1 有健全的消防安全管理制度和消防部门认可文件。	2	检查文件	
			9.2 设有负责消防的管理部门,并配备相应的专业人员。	1	检查人员 管理档案	
			9.3 有消防应急预案。	2	检查文件	
			9.4 实行消防责任制并落实到个人。	1	检查人员 管理档案	
			9.5 对全体员工进行消防知识培训,定期进行演练,有详细记录。	1	检查记录	
			9.6 建立消防档案,一年内无任何火灾事故。	2	检查记录	
			10. 消防设施适当,记录完整。	10.1 保证建筑物和设备设施的牢固稳定,保证电力系统的安全运行,有相应的检查记录。	2	实地检查, 抽查记录
		10.2 按规定配备消防设施、器材,定期检查,维护管理,保持完好,并有记录。		2	实地检查, 抽查记录	
		10.3 配备电力应急设备,在出入口、紧急通道、主要通道装置应急灯。		1	实地检查	
		10.4 安全通道出口数量、疏散距离等符合国家标准,并保持畅通。		1	实地检查	
		(四)设备设施安全	11. 经营场所设备符合安全要求。	11.1 货架由易清洗、有韧性材料制作,符合安全标准。	1	实地检查
				11.2 地面平整,必须分出高低层次的,高低部分过渡平缓,台阶式过渡有醒目提示。	1	实地检查
				11.3 地面选择防滑、防压、承重、耐磨、易清洗材料铺设。	1	实地检查
				11.4 墙面布景悬挂不超过墙壁承重能力。	1	实地检查
	12. 购物通道通畅,标示明确。		12.1 通道垂直平行交叉布局,宽度主通道不低于2.4米,辅通道不低于1.5米,并保持各个方向通畅。	1	实地检查	
			12.2 在安全出口、电梯、出入口、通道等设施设置疏散标志、导向标志、警示标志以及告知性标志,对顾客给予引导、提示。	2	实地检查	

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明
	(五) 企业 安保	13. 制度完 善, 设施 到位。	13.1 治安管理部门健全, 安全防范制度完 善, 有处理突发事件预案。	1	检查文件
			13.2 有专职治安管理负责人。	1	检查人员 管理档案
			13.3 遵循“顾客安全第一”的理念, 培养员 工处置突发事件的能力, 定期演练预案并 有记录。	1	检查记录
			13.4 配备监控装置等防盗防抢设施, 保证 企业及消费者财产安全。	1	实地检查
二. 服务 (19%, 38 分)	(六) 制度 保证	14. 有完善 的管理规范 和制度。	14.1 具备商品、财务、营运、人事管理的相 关制度。	2	检查整套 制度文件
			14.2 与总部实现电脑联网, 接受总部动态 监管。	1	实地检查
			14.3 建立各类设备使用、保养、维修和报 废制度。	1	检查文件 及记录
			14.4 有完善的服务体系和保证服务质量的 规章制度, 并正确执行。	1	检查整套
			14.5 有完整的商品退换货制度并严格 执行。	1	检查文件 及记录
	(七) 商品 服务	15. 商品丰 富, 陈列美 观, 方便顾 客选择。	15.1 商品品类丰富, 能够满足消费者 需求。	1	实地检查
			15.2 根据商品特性, 配备相应的展示陈列 设备。	1	实地检查
			15.3 货架密度适中, 便于顾客选择商品。	1	实地检查
		16. 有质量 保证制度并 执行, 严格 遵守《产品 质量法》 规定。	16.1 有商品质量保证制度。有专门的商 品质量管理部门或人员和有完善的奖惩 制度。	2	检查制度
			16.2 对商品进货、验收、上柜、销售各环节 严格把关, 保证产品质量。	2	实地检查 抽查制度
			16.3 销售商品或其包装上的标识真实、完 整, 提供给消费者准确商品信息。	2	实地检查
			16.4 不销售国家明令淘汰并停止销售的 产品和失效、变质的商品。	1	实地检查
			16.5 不伪造商品产地, 不伪造或冒用他人 厂名、厂址, 不伪造或者冒用认证标志等质 量标志。	1	实地检查

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明	
			16.6 抽检商品质量合格率 95%以上。	2	相关部门 抽查记录, 每高 1%增 加 0.2 分	
			16.7 保证促销商品及赠品的质量和售后服务水平。	1	实地检查 抽查记录	
		17. 经营商品 价格, 真实、 准确, 严格 执行《价格 法》等相 关法律 法规。	17.1 有商品价格管理制度和完整的价格管理档案。	2	检查文件 和记录	
			17.2 商品实行明码标价, 一货一卡, 价签填写内容真实、字迹清晰, 有价格员盖章。	1	实地检查	
			17.3 不使用虚假的或者使人误解的价格手段, 诱骗消费者进行交易。	1	实地检查 抽查记录	
			17.4 称重设备采用符合国家标准的计量器具, 定期年检。	1	实地检查 抽查记录	
			17.5 促销活动的宣传内容真实、合法, 不利用虚构原价或使人误解的标价形式欺骗、诱导消费者。	2	实地检查 抽查记录	
			17.6 促销活动有健全的内部价格管理档案, 如实、准确的记录促销价格资料。	2	实地检查 抽查记录	
		(八) 信息 服务	18. 提供与 商品经营有 关的信息 服务。	18.1 提供真实、有效的商品信息。	2	实地检查
				18.2 提供营业时间、服务措施、退换货规定、保修规定等与经营相关的必要信息。	2	实地检查
		(九) 人员 服务	19. 有良好 的服务意识 和 服务 水平。	19.1 工作人员(包括厂家促销人员)均经过服务培训。	1	实地检查 抽查记录
				19.2 员工(包括厂家促销人员)着装统一、整洁, 佩戴胸卡, 服务用语规范。	1	实地检查
	19.3 服务中心(服务台)配有专门服务人员。			2	实地检查	
	19.4 主要区域或楼层有明确负责人并明示, 可随时解决顾客购买商品过程中出现的问题。			1	实地检查	
	三. 环境 (21%, 42 分)	(十) 经营 环境	20. 布局合 理, 标识 明确。	20.1 商品出入口与顾客出入口分别设置, 便于消费者进出。	2	实地检查
				20.2 顾客出口设计保证方便未购物及少量购物顾客快速结帐。	2	实地检查

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明	
			20.3 对顾客出口、入口进行区分,标识清晰,便于消费者进出。	1	实地检查	
			20.4 对经营场所内不同区域及商品的导向性标志和告知性标志明确、清晰,对顾客给予引导、提示。	2	实地检查	
			20.5 各类公共标识符合《标志用公共信息图形符号》的规定。	1	实地检查	
		21. 环境整洁、卫生良好,执行《商场(店)、书店卫生标准》、《室内空气质量标准》的相关规定。	21.1 保持卖场空气流通,新风量在 30m ³ /h.p(立方米/小时.人)以上。	1	实地检查	
			21.2 营业场所光线充足,晚间营业有足够照明度。	1	实地检查	
			21.3 卖场内噪音控制在 60 分贝以下。	1	实地检查	
			21.4 温湿度执行国家及当地政府制定的相关规定。	1	实地检查	
			21.5 保持营业场所清洁,有专职保洁人员。	2	实地检查	
			21.6 设有客用卫生间,通风良好,清洁无异味。	2	实地检查	
		22. 垃圾妥善存放,及时处理。	22.1 垃圾密闭暂存,及时处理。	2	实地检查 抽查记录	
			22.2 所有废料严禁二次包装销售。	2	实地检查 抽查记录	
	(十一)设施 设备	23. 附属设施设备满足消费者需要。	23.1 设置与卖场面积和客流量相匹配的收银区面积和 POS 机数量。	2	实地检查	
				23.2 收银台设计便于客流移动,其中刷卡通道与非刷卡数量不低于 1:4。	1	实地检查
				23.3 设有客用卫生间、客用电话和广播室等服务设施。	2	实地检查
				23.4 设有顾客服务中心(服务台)及相关投诉电话。	2	实地检查
				23.5 多层店堂有电动扶梯、货梯。	1	实地检查
				23.6 有停车场或停车位(位于步行街视同有停车位)。	2	实地检查
				23.7 上下水设施及污水处理设施与经营规模相匹配。	2	实地检查

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明
		24. 库房分区合理,便于商品保存。	24.1 库存商品分类存放,标识清晰。	2	实地检查
			24.2 有专门破损商品区,及时清理变质、问题商品。	2	实地检查
			24.3 库存商品存放隔墙离地。	2	实地检查
			24.4 库存商品遵循先进先出、生熟分开原则存放。	2	实地检查
		25. 符合《城市道路和建筑物无障碍设计规范》的要求。	25.1 经营场所出入口、通道、电梯、卫生间、停车场等处设有无障碍通道,保持畅通。	2	实地检查
四. 诚信 (12%, 24分)	(十二)消费者权益	26. 执行《消费者权益保护法》,维护消费者合法权益。	26.1 执行对消费者的各项服务承诺。	2	实地检查 抽查记录
			26.2 设专门投诉接待部门或人员,有投诉完结记录,完结率100%。	1	实地检查 投诉记录。
			26.3 定期对消费者满意度进行测评。	1	检查测评 文件
	(十三)供应商关系	27. 执行《零售商供应商公平交易管理办法》维护公平交易秩序。	27.1 不对供应商向其他经营者销售价格或服务予以限制。	2	抽测供应商
			27.2 向供应商收取销售返利或促销服务费等,事先征得供应商的同意,订立合同。	2	抽测供应商
			27.3 收取的促销服务费登记入账,向供应商开具发票,按规定纳税。	2	抽测供应商
			27.4 执行与供应商协议约定的货款支付的期限。	2	抽测供应商
			27.5 定期对供应商满意度进行测评。	1	检查测评 记录
	(十四)监管部门认可	28. 监管部门检查记录良好。	21.1 在工商、质检、税务部门记录良好。	2	抽检记录
			21.2 在卫生、环保监督管理部门记录良好。	2	抽检记录
	(十五)员工权益	29. 执行《劳动法》,维护员工合法权益。	29.1 建立劳动关系超过一个月的员工,均签订书面劳动合同。	2	检查员工 劳动合同
			29.2 按期给员工缴纳国家规定的保险	2	检查保险
			29.3 有劳动保护和休假管理制度。	2	检查劳保 制度

一级指标 (5项)	二级指标 (18项)	三级指标 (33项)	四级指标 (135项)	分值	操作抽查 说明
			29.4 定期对员工满意度进行测评。	1	检查测评记录
五. 节能 (8%, 16分)	(十六)制度保证	30. 有具体节能制度保障。	30.1 水、电、气、包装物等主要能源消耗有节能目标。	2	实地检查抽检记录
			30.2 有关于执行国家关于购物袋使用规定的制度。	2	实地检查抽检记录
			30.3 制定节能操作规范。	2	实地检查
	(十七)落实措施	31. 有落实节能的措施。	31.1 有相应的部门或人员负责店内节能工作。	2	检查人员管理档案
			31.2 节能灯使用率60%以上。	2	实地检查
			31.3 冷冻冷藏等设备设施使用有节能型产品。	1	实地检查
			31.4 定期对空调、供热、照明灯进行检查、调试和维护。	2	检查记录
	(十八)宣传教育	32. 开展节能培训。	32.1 对员工进行宣传和培训,提高员工的节能意识和技能。	2	实地检查抽检记录
		33. 推广节能产品。	33.1 积极推广节能环保商品。	1	实地检查

说明:

- 1、本规范所指的“大型超市”,为《零售业态分类》中定义标准,即实际营业面积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。
- 2、当年发生火灾、重大食品安全事故、重大商品质量事故、重大价格欺诈事故、重大环保事故、伤亡事故的大型超市一票否决。
- 3、记分方法,总得分=Σ(每项四级指标得分)。
- 4、所有参评门店要求开业时间1年以上。
- 5、每项一级指标总得分低于该项总分70%的不予评定。
- 6、规范制度电子版文件存档等同于纸制文件存档。
- 7、满意度测评总部所做测评可作为门店测评依据。
- 8、仓储式会员店可参照本操作手册参加大型超市的分等定级。

商务部对外援助项目招标委员会通告

〔2008〕第 13 号

商务部对外援助项目招标委员会于 2008 年 4 月 18 日举行了 2008 年第 13 次例会。

现将会议情况和决议通告如下：

一、审定了援巴基斯坦巴中友谊中心项目施工任务的中标企业。该项目于 2008 年 4 月 14 日开标。上海建工(集团)总公司、广东省建筑工程集团有限公司、中国建筑工程总公司、青岛建设集团公司、中铁十四局集团有限公司、云南建工集团总公司、山西建筑工程(集团)总公司、烟建集团有限公司、江苏南通三建集团有限公司、北京住总集团有限责任公司、南京大地建设(集团)股份有限公司、二十三冶建设集团有限公司、北京城建集团有限责任公司、中国核工业华兴建设有限公司、中国十五冶金建设有限公司、广东新广国际集团有限公司、中铁四局集团有限公司等 17 家单位按时提交了投标文件。根据商务部 2005 年修订试行的《对外援助成套项目施工任务评标原则》，在坚持“无标底竞争”方式和“合理低价中标”原则的基础上，经技术标定性评审和经济标定量综合评分等两阶段评标，招标委员会决定将该项目施工任务授标予上海建工(集团)总公司承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发〔2006〕413 号)，上述授标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

二、审定了援汤加主岛干线公路升级改造项目施工任务的中标企业。该项目于 2008 年 4 月 14 日开标。中国对外建设总公司、江西省水利水电建设总公司、河北省水利工程局、中铁五局(集团)有限公司、山西建筑工程(集团)总公司、安徽省外经建设(集团)有限公司、中国土木工程集团公司、烟建集团有限公司等 8 家单位按时提交了投标文件。根据商务部 2005 年修订试行的《对外援助成套项目施工任务评标原则》，在坚持“无标底竞争”方式和“合理低价中标”原则的基础上，经技术标定性评审和经济标定量综合评分等两阶段评标，招标委员会决定将该项目施工任务授标予烟建集团有限公司承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发〔2006〕413 号)，上述授标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

三、重新审定了援阿富汗主楼医院医疗设备项目的中标企业。招标委员会 2007 年第 38 次例会决定该项目授标中国第一汽车集团进出口公司承担。该项目评标结果公示期间，有质疑人对评标结果提出质疑。依据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》，部对外援助司即请有关单位就质疑内容进行了核查。根据核查结果，招标委员会 2008 年第 13 次例会研究决定，取消中国第一汽车集团进出口公司本项目中标资格，同时将本项目改授标予原性价比排列第二顺位的中国医药保健品有限公司(现已更名为通用美康医药有限公司)承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发〔2006〕413 号)，上述授标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

四、审定了向津巴布韦提供 4000 吨大豆项目第二轮招标的中标企业。该项目于 2008 年 4 月 9 日开标。国信招标有限责任公司、上海汽车进出口有限公司等 2 家单位按时提交了投标文件。在对各有效投标企业的投标报价、货物质量、供货与质量保证、包装、运输和投标书编制质量等内容进行量化评分的基础上，经采用性价比办法评标并对运输时限进行承诺性答疑后，招标委员会决定将该项目授标予国信招标有限责任公

司承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发[2006]413号),上述投标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

五、审定了援吉布提养路设备项目的中标企业。该项目于2008年3月28日开标。中国第一汽车集团进出口公司、中国海外经济合作总公司、中国宁波国际合作有限责任公司、中国出国人员服务总公司、天津经济技术开发区进出口公司、云南云天化联合商务有限公司、云南机械进出口股份有限公司、中国友发国际工程设计咨询公司、北京展华科技有限公司等9家单位按时提交了投标文件。在对各有效投标企业的投标报价、货物质量、供货与质量保证、包装、运输和投标书编制质量等内容进行量化评分的基础上,经采用性价比办法评标并对运输时限进行承诺性答疑后,招标委员会决定将该项目授标予云南机械进出口股份有限公司承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发[2006]413号),上述投标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

六、审定了援摩尔多瓦医疗设备和电脑项目的中标企业。该项目于2008年4月2日开标。广东新广国际集团有限公司、中国友发国际工程设计咨询公司、宁波宁兴控股股份有限公司、天津经济技术开发区进出口公司、中国轻工对外经济技术合作公司等5家单位按时提交了投标文件。在对各有效投标企业的投标报价、货物质量、供货与质量保证、包装、运输和投标书编制质量等内容进行量化评分的基础上,经采用性价比办法评标并对运输时限进行承诺性答疑后,招标委员会决定将该项目授标予中国轻工对外经济技术合作公司承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发[2006]413号),上述投标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

七、审定了援塔吉克斯坦公交车和城市清洁车项目的中标企业。该项目于2008年4月9日开标。中国第一汽车集团进出口公司、上海汽车进出口有限公司、江苏舜天股份有限公司、天津机械进出口有限公司、中国汽车工业进出口总公司、河南省轻工业品进出口集团有限公司等6家单位按时提交了投标文件。在对各有效投标企业的投标报价、货物质量、供货与质量保证、包装、运输和投标书编制质量等内容进行量化评分的基础上,经采用性价比办法评标并对运输时限进行承诺性答疑后,招标委员会决定将该项目授标予上海汽车进出口有限公司承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发[2006]413号),上述投标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

八、研究了援汤加塔布岛两个保健中心、瓦瓦乌岛王子医院和哈派中学维修项目施工任务的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式,邀请中国山东对外经济技术合作集团有限公司、江苏省建筑工程集团有限公司、新疆国际经济合作公司、威海国际经济技术合作股份有限公司、中国江西国际经济技术合作公司、中国沈阳国际经济技术合作公司、江苏省地质工程有限公司、中国对外建设总公司、中国建筑技术集团有限公司、江西省水利水电建设总公司、中国陕西国际经济技术合作公司、大连筑成建设集团有限公司、江苏江都建设工程有限公司、中国土木工程集团公司、烟建集团有限公司等15家企业参加投标。有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

九、研究了援委内瑞拉电脑设备项目的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式,邀请中成进出口股份有限公司、中国轻工业对外经济技术合作公司、中国海外经济合作总公司、中国出国人员服务总公司、宁波宁兴控股股份有限公司、中国武夷实业股份有限公司、天津莱特进出口有限公司、北京北大方正进出口有限公司、江苏省纺织工业(集团)进出口有限公司、宁波亿泰控股有限公司等10家企业参加投标。

有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

十、研究了援委内瑞拉乐器项目的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式,邀请中成进出口股份有限公司、中国轻工业对外经济技术合作公司、中国宁波国际合作有限责任公司、中国海外经济合作总公司、中意(辽宁)国际经济技术合作有限公司、中国出国人员服务总公司、北京中贸联进出口有限公司、伊犁州龙华进出口贸易有限公司、广东新广国际集团有限公司、北京北大方正进出口有限公司等 10 家企业参加投标。有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

十一、研究了援亚美尼亚农业机械设备项目的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式,邀请中国机械进出口(集团)有限公司、苏州恒润进出口有限公司、中国第一汽车集团进出口公司、天津机械进出口有限公司、江苏舜天股份有限公司、上海汽车进出口有限公司、河南省轻工业品进出口集团有限公司、国信招标有限责任公司、中纺联合进出口股份有限公司、河南豫光金铅股份有限公司等 10 家企业参加投标。有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

十二、研究了援古巴文教物资项目的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式,邀请苏州恒润进出口有限公司、中国机械进出口(集团)有限公司、中国电子进出口总公司、天津机械进出口有限公司、河南豫光金铅股份有限公司、中国第一汽车集团进出口公司、江苏舜天股份有限公司、荣盛石化股份有限公司、中国医药对外贸易公司、嘉兴良友进出口集团股份有限公司等 10 家企业参加投标。有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

十三、研究了援突尼斯电脑项目的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式,邀请天津机械进出口有限公司、江苏舜天股份有限公司、河南省轻工业品进出口集团有限公司、河南豫光金铅股份有限公司、通用美康医药有限公司、保利科技有限公司、荣盛石化股份有限公司、中国航空技术进出口广州公司、中国医药对外贸易公司等 9 家企业参加投标。有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

出席:

王世春

桑建国(徐加爱委派)

赛旦霞

陈惠之(吴喜林委派)

孙旭东(吴钢委派)

姚丹波(刁春和委派)

夏云贵(李荣民委派)

列席:

肖凤怀、何源、马欣

蔡春、廖青、张跃强、李浩、牛东旭、周瓦里、陈军营

商务部对外援助项目

招标委员会

二〇〇八年四月二十二日

商务部对外援助项目招标委员会通告

[2008]第 14 号

商务部对外援助项目招标委员会于 2008 年 4 月 25 日举行了 2008 年第 14 次例会。

现将会议情况和决议通告如下：

一、审定了援厄立特里亚艺术与社会科学院二期项目施工任务的中标企业。该项目于 2008 年 4 月 21 日开标。广东省建筑工程集团有限公司、中国建筑工程总公司、福建建工集团总公司、云南建工集团总公司、山西建筑工程(集团)总公司、中国成套设备进出口(集团)总公司、安徽省外经建设(集团)有限公司、烟建集团有限公司、广东新广国际集团有限公司、中铁四局集团有限公司、中国土木工程集团公司、中铁十四局集团有限公司等 12 家单位按时提交了投标文件。根据商务部 2005 年修订试行的《对外援助成套项目施工任务评标原则》，在坚持“无标底竞争”方式和“合理低价中标”原则的基础上，经技术标定性评审和经济标定量综合评分等两阶段评标，招标委员会决定将该项目施工任务授标予山西建筑工程(集团)总公司承担。

根据《商务部关于对外援助项目评标结果公示和质疑处理的规定(试行)》(商援发[2006]413 号)，上述授标决定经公示且有关质疑处理完毕后生效。

二、审定了与中国第一汽车集团进出口公司就向几内亚提供红旗轿车项目的议标结果和总承包合同价。

三、研究了援孟加拉化肥项目的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式，邀请中国中化集团公司、国信招标有限责任公司、江苏舜天股份有限公司和中国化工建设总公司等 4 家企业参加投标。有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

四、研究了援塔吉克斯坦上海合作组织峰会礼宾车辆项目的招标方式。招标委员会决定采取有限邀请招标方式，邀请上海汽车进出口有限公司、江苏舜天股份有限公司、国信招标有限责任公司、河南省轻工业品进出口集团有限公司、中国第一汽车集团进出口公司、中国汽车工业进出口总公司、中航技国际工贸公司等 7 家企业参加投标。有关发送招标文件等具体事宜另行通知。

出席：

赛旦霞(王世春委派)

郭本秋(徐加爱委派)

高 宁(赛旦霞委派)

陈惠之(吴喜林委派)

孙旭东(吴 钢委派)

姚丹波(刁春和委派)

赵董良(李荣民委派)

列席：

肖凤怀、朱艳琳、马欣

蔡春、廖青、张跃强、黄野、周瓦里

商务部对外援助项目

招标委员会

二〇〇八年四月二十九日

中共山东省委办公厅 山东省人民政府办公厅 关于印发《山东省文化产业发展专项 规划(2007—2015)》的通知

鲁办发〔2007〕35号

各市党委和人民政府,省军区,省委各部委,省政府各部门,各人民团体,各高等院校:

《山东省文化产业发展专项规划(2007—2015)》已经省委、省政府同意,现印发给你们,请结合实际抓好贯彻落实。

中共山东省委办公厅
山东省人民政府办公厅
二〇〇七年十二月十七日

(稿件来源:《山东政报》2007年第7期)

山东省文化产业发展专项规划(2007—2015)

为贯彻落实党的十七大和省第九次党代会精神,大力发展文化产业,加快建设文化强省,推动社会主义文化大发展大繁荣,根据《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》和《山东省实施〈国家“十一五”时期文化发展规划纲要〉的意见》,与《山东省国民经济和社会发展规划第十一个五年规划纲要》相衔接,制定本规划。

本规划所指的文化产业(即文化及相关产业),是指为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合,涉及九个行业,划分三个层次。(1)核心层:新闻服务,出版发行和版权服务,广播、电视、电影服务,文化艺术服务。(2)外围层:网络文化服务,文化休闲娱乐服务,其他文化服务。(3)相关层:文化用品、设备及相关文化产品的生产,文化用品、设备及相关文化产品的销售。

一、现状与趋势

(一)基本现状

1. 产业规模迅速膨胀。2006年,全省文化产业增加值604.4亿元,按可比价格计算比上年增长13.3%,占山东生产总值(GDP)的2.74%,对经济增长的贡献率为2.53%,拉动GDP增长0.37个百分点。全省文化产业法人单位30340家,从业人员105.2万人,与2004年相比,分别增加了20.2%和14.5%。文化产业从业人员数占全社会从业人员数的比重达到1.8%。全省文化产品出口1.3亿美元,进口1288万美元,实现贸易顺差接近1.2亿美元。

2. 产业体系基本形成。初步建立了门类齐全、功能完善、布局合理的文化产业体系。广播影视、新闻出版、印刷发行、文化旅游等重点行业实现突破性发展,成为文化产业的重要支柱。2006年文化产业核心层、

外围层、相关层实现增加值的比例为 16 : 14 : 70。

3. 结构布局不断优化。广播影视、新闻出版、演艺娱乐等传统文化行业加快发展;数字电视、网络文化、动漫游戏、旅游休闲、文博会展、广告设计等新兴文化产业迅速崛起;工艺美术品制造、机制纸及纸板制造、视听设备制造等相关产业规模较大。以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局初步形成。在演艺娱乐、网络动漫、印刷分销、院线建设、广告创意、影视制作等行业,民营资本投资活跃。全省依据特色区域文化资源和发展优势的产业空间布局逐步形成。

4. 品牌战略初见成效。山东(国际)文化产业博览会、中国(曲阜)国际孔子文化节、济南国际幽默艺术节、青岛国际啤酒节、潍坊国际风筝会、泰山国际登山节、烟台国际葡萄酒节、临沂书圣文化节、菏泽国际牡丹花会、中国江北水城文化旅游节等,形成文化节会品牌。一大批影视作品、戏剧作品、演艺项目、鲁版图书等,在全国产生较大影响。大众报业集团、山东广播电视总台、山东出版集团等 7 家国有文化产业集团实力不断壮大,成为带动全省文化产业发展的龙头。山东世纪天鸿书业有限公司、山东爱书人音像图书(集团)有限公司等民营集团,成为全省文化产业发展的新生力量。

5. 社会投资快速增长。在全国首次设计开发“山东省文化产业项目数据库”,征集文化产业招商项目 1500 余个,全省超亿元的在建文化产业项目工程达到 66 个。文化市场繁荣活跃,一批特色文化市场初步形成。文化中介组织、行业协会和人才队伍建设取得较大发展。

我省文化产业虽然取得较快发展,但还存在一些薄弱环节,与发达省市相比还有一定差距。一是总量偏少,规模偏小,文化产业增加值占全省 GDP 的比重不够高,对经济发展的贡献率偏低,文化产品和服务的供给与人民群众日益增长的精神文化消费需求不相适应;二是集约化程度不高,市场主体实力不强,大型龙头国有文化集团、民营文化企业、外向型文化企业有待进一步发育;三是文化资源优势向产业优势、市场优势转化的能力较弱,文化资源开发利用缺乏技术性、融合性、超前性,按照工业化、市场化标准进行产业开发、制造和营销的水平不高;四是产业结构不够合理,文化制造业所占比重较大,新兴文化产业发展相对薄弱;五是文化体制改革和机制创新不足,资本、产权、人才、信息、管理等文化要素市场发育相对滞后。

(二)优势条件

1. 党政高度重视。省委、省政府认真贯彻落实党中央、国务院关于文化体制改革和文化产业发展的方针政策,把深化文化体制改革、加快文化产业发展,作为贯彻落实科学发展观、实现文化资源大省向文化强省跨越的必然选择,作为繁荣发展服务业、调整优化产业结构、转变经济发展方式的重要途径,不断加大支持力度。省第九次党代会确立了繁荣发展富有山东特色的先进文化、努力建设文化强省的战略目标,进一步作出重要部署。各级党委、政府发展文化产业的意识不断增强,具有区域优势与地方特色的文化产业蓬勃兴起。

2. 文化资源丰富。我省是中华文明的重要发祥地之一,被誉为“齐鲁之乡、礼仪之邦”。文圣孔子、武圣孙子、科圣墨子、书圣王羲之、医圣扁鹊、工圣鲁班、农圣贾思勰、智圣诸葛亮等享誉海内外。鲁文化、齐文化、莒文化、东夷文化、黄河文化、泰山文化、运河文化、滨海文化、水泅文化、泉水文化、宗教文化、民俗文化、红色文化、现代文化等丰富多彩,交相辉映。泰山和曲阜“三孔”是我国最早被联合国教科文组织列入的世界自然文化遗产。全省拥有 29 个全国文化先进县,23 个中国民间艺术之乡,6 座国家级历史文化名城,27 项国家级非物质文化遗产,157 项省级首批非物质文化遗产,4107 处重点文物保护单位,1.3 万多处古建筑、古遗址,60 多万件馆藏文物,118 个县级以上专业表演艺术团体,75 个各类博物馆。我省已发展成为全国旅游经济大省,拥有全部 6 大类旅游资源。全省体育人口占总人口的 38% 以上,体育场地达 47362 个,总数居全国第二位。底蕴深厚、风韵悠长、类型丰富的齐鲁文化资源,是山东文化产业开发利用的重要基础。

3. 区位优势突出。我省是我国东部沿海经济发达地区的重要省份,位于黄河经济带与环渤海经济区的

交汇点,地处北京、上海两个经济文化中心之间,属于环渤海文化产业圈的重要组成部分,在全国经济和文化格局中占有重要地位,文化产业发展区位优势明显。我省与文化产业发达的日本、韩国隔海相望,地处东北亚经济区的核心区域,文化交流历史悠久,经济合作十分密切,有利于实现文化产业的跨国合作、转移与对接。

4. 经济基础雄厚。2006年,全省生产总值达到22077亿元,地方财政收入1355亿元,人均生产总值23794元,城镇居民人均可支配收入和农民人均纯收入分别达到12192元和4368元,城乡居民人均文教娱乐用品及服务支出分别为1202元和409元。城乡居民消费结构逐步升级,文化消费市场不断扩大,对文化产品和服务需求的拉动作用进一步增强。

(三)趋势展望

1. 文化产业将成为我省经济发展的支柱产业。随着文化体制改革的全面展开和逐步深化,城乡居民文化需求大幅度增长,公共文化服务等基础设施改善,经济社会又好又快发展,我省文化产业将步入高速增长阶段,对国民经济和社会就业的贡献率将不断得到提升。文化实力将成为经济社会综合实力的重要内容,文化经济的发展将决定经济社会发展的内在质量和可持续发展程度,成为全面小康社会建设目标顺利实现的关键。

2. 创意产业将成为文化产业发展的主导方向。“内容”是文化产业的核心和精髓,“创意”是文化产业发展的生命线和原动力。文化创意将成为我省文化产业发展的主导方向,推动传统文化产业的结构转型和优化升级,并与先进制造业日益融合,形成互为支撑、相得益彰的发展态势。

3. 文化与科技、旅游、资本的高度融合将成为文化产业的突出特征。科学技术特别是信息、网络等现代科技的迅猛发展,文化旅游业的蓬勃兴起,国有资本、社会资本的大量涌入,为文化产业发展提供了强大动力。提高文化产业的技术水平和科技含量,促进文化与旅游互利共赢,形成多元化、市场化、社会化的文化投融资格局,将成为实现文化产业由传统向现代转变,促进我省文化创新和业态更新,提升文化产业竞争力的重要途径。

4. 文化市场的对外开放将成为文化产业的推动力量。全方位、宽领域对外开放格局的形成,为全省文化产业的快速发展提供了巨大市场空间。跨地区、跨行业、跨国界经营的大型文化产业集团迅速成长,具有山东地方特色、原创性的优秀文化品牌逐步进入国际文化市场,推动齐鲁文化在中华文化走向世界进程中有更大作为。

5. 公益性文化事业和经营性文化产业将比翼齐飞、共同发展。公益性文化事业由政府主导,社会参与,不断增加投入,保障人民群众的基本文化权益;经营性文化产业由市场主导,面向市场需求,获得经济效益和社会效益双丰收。日益健全的公共文化服务体系和公共文化设施建设,为文化产业发展提供良好基础;不断发展壮大的文化产业,以更多的资源反哺公共文化服务体系建设,为促进公共文化服务发展提供重要保障。二者相互促进,共同构成先进的文化生产力。

二、指导思想和基本原则

(一)指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜,以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观,认真学习贯彻党的十七大精神和省第九次党代会精神,坚持解放思想、实事求是、与时俱进、开拓创新,牢牢把握社会主义先进文化前进方向,适应社会主义市场经济发展的要求,充分发挥我省丰厚的文化资源优势,以改革为动力,以创新体制机制、调整优化结构、转变发展方式、培育市场体系、壮大市场主体为重点,以科技和人才为支撑,以不断满足广大人民群众日益增长的精神文化需求为目的,进一步解放和发展文化生产力,促进文化产业超常规、跨越式发展,为建设文化强省提供强有力的产业支撑,为科学发展、和谐发

展、率先发展,在新起点上实现富民强省新跨越,建设“大而强、富而美”的社会主义新山东,提供精神动力、智力支持和文化条件。

(二)基本原则

一是坚持文化事业与文化产业相协调。正确处理繁荣文化事业和发展文化产业的关系,坚持一手抓公益性文化事业,一手抓经营性文化产业。依托文化事业单位的原创优势、人才优势和投资积累,加快文化产业发展;通过发展文化产业,为繁荣文化事业提供产业支持和创新动力,为发展社会主义先进文化提供基础和载体。

二是坚持社会效益和经济效益相统一。坚持社会主义先进文化的前进方向,巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位,牢牢把握党对文化工作的领导权,始终坚持把社会效益放在首位。坚持文化的意识形态属性和产业属性,遵循精神文明建设规律和市场经济规律,确保社会效益和经济效益,为社会提供丰富多彩的文化产品和文化服务。

三是坚持政府引导和市场推动相结合。有效发挥政府在推动文化产业发展中的组织、协调、引导、扶持作用,充分发挥市场在资源配置中的基础性作用,依靠市场机制吸引资本、技术和人才等生产要素,调动社会力量参与文化产业发展。

四是坚持发展与管理两手抓。建立健全文化产业法律法规,依法保护知识产权,制定公平竞争的文化市场规则,合理开发、有效保护、科学利用文化资源,把文化生产经营活动纳入规范化、法制化轨道,确保文化产业健康有序发展。

五是坚持改革与发展相促进。正确处理改革、发展和稳定的关系,维护人民群众的基本文化权益,积极稳妥地推进文化体制改革,以人为本,创新体制,转换机制,以改革促发展,以发展推改革,解放和发展文化生产力,让广大人民群众共享文化产业的发展成果。

三、战略目标

(一)总体目标

实施重大文化产业项目带动战略和大集团发展战略,加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设,培育文化产业骨干企业和战略投资者,运用高新技术创新文化生产方式,培育新的文化业态,加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系。到2010年,把文化产业培育成为我省经济社会发展新的增长点,文化产业增加值占全省地方生产总值的比重居全国前列,文化产业的创新能力、核心竞争力明显增强。到2015年,把文化产业培育成为我省国民经济的支柱产业,初步建设成为文化产业发达、文化产业布局合理、文化产业体系完善、文化市场繁荣有序、文化精品不断涌现、文化设施配套齐全、文化生活丰富多彩的文化产业强省,使我省成为我国东部沿海文化产业高地和环渤海文化产业圈的重要支点。

(二)具体目标

——文化产业快速增长。到2010年,文化产业增加值达到或超过1000亿元,占全省生产总值的比重达到或超过3%;到2015年,文化产业增加值占全省生产总值的比重达到或超过5%;全省文化产业增加值总量跻身全国前列。

——文化产业区域布局更加合理。初步建成一批在全国具有较大影响力、竞争力的孔子文化、影视剧制作、动漫游戏、印刷复制、广告会展等文化产业基地,基本建成鲁文化、齐文化、红色文化等产业园区,黄河文化、运河文化、滨海文化等产业带,初步形成东、中、西三大文化产业集聚区,最终构建成为特色鲜明、优势突出、布局合理的山东文化产业发展新高地。

——文化产业结构进一步优化。重点扶持和打造跨媒体、跨行业、跨地区,辐射全国、实力雄厚、竞争力强的旗舰式大型文化产业集团;组建一批“专、精、特、新”的中小文化企业;鼓励支持文化企业挂牌上市。广

播电视业、新闻出版业、影视剧制作业、印刷发行业、文化演艺业、动漫产业、旅游产业、体育产业、广告会展业、古玩字画与工艺品产业等得到优先发展。

——文化市场更加统一开放、竞争有序。建立健全门类齐全、繁荣规范的文化市场，城乡文化市场全面活跃，文化产品和生产要素实现合理流动，构建现代文化产品流通组织和流通方式，培育一批大型现代流通组织和区域文化产品物流中心，充分发挥市场在配置文化资源方面的基础性作用。

——文化产品丰富多彩，文化服务质量显著提高。生产一批具有齐鲁文化特色的精品力作，涌现一批具有自主知识产权和市场竞争力的文化产品，打造一批国内外具有重大影响的文化活动品牌和文化服务品牌，孔子文化品牌带动和文化“走出去”战略取得重大进展。

——文化产业人才结构进一步优化，高素质文化队伍不断壮大。培养一批适应文化产业发展需要的文化创作人才、文化经营管理人才和文化科技创新人才，涌现一批文化名人和知名文化企业家，形成结构合理、素质优良、富有活力的文化产业人才队伍。

四、区域布局

遵循整合资源、形成合力、发挥优势、注重实效的原则，与全省“一体两翼”、“五大板块”的战略规划相适应，在空间布局上按照“三区、三园、三带”的框架展开，构建具有鲜明区域特色、结构合理、效益显著的文化产业发展总体格局。

（一）三大文化产业集聚区

突出地方特色，发挥区域文化资源优势，重点建设三个文化产业集聚区，形成东、中、西特色鲜明、优势互补的山东文化产业发展长廊。

1. 以青岛为龙头，包括烟台、威海、日照、东营、潍坊，突出滨海文化和近现代文化资源与产品特色，打造东部文化产业集聚区。突出青岛龙头地位，衔接半岛城市群建设、制造业基地建设和环渤海地区综合开发，充分发挥海洋文化优势和邻近日韩、相对辽东的区位优势，突出“开放、融合、发达”的区域特色，进一步提高文化产品生产能力和文化服务功能，推进优势互补与和谐发展，实现文化生产要素的快速聚集和高效组合。加快发展新闻出版、广播影视、旅游休闲度假、文化演艺、创意设计、广告会展、动漫游戏等产业集群，力争成为全国文化产业开放程度高、发展活力强、最具核心竞争力的地区之一。

2. 以济南为中心，包括泰安、淄博、德州、莱芜、滨州，突出齐文化、泰山文化、黄河文化、泉水文化资源和产品特色，打造中部文化产业集聚区。结合济南省会城市群经济圈建设，充分发挥文化创意中心城市的教育、科技、信息、文化、资本的集成优势，重点发展新闻出版、广播影视、网络信息、动漫游戏、文化旅游、广告会展、文化演艺、休闲娱乐和现代物流等产业集群，进一步强化文化产业的集聚与扩散功能，促进中部地区文化经济加速崛起。

3. 以济宁为支点，包括临沂、枣庄、聊城、菏泽，突出儒家文化、运河文化、水浒文化、红色文化资源和产品特色，打造西部文化产业集聚区。与鲁南经济带建设和突破菏泽相结合，依托东方圣城、江北水城、红色文化名城、中国牡丹城等著名城市文化品牌，加强文化基础设施建设。加快推进中华文化标志城规划建设，发起成立专家咨询委员会，抓紧开展中华文化标志城规划创意征集和科学论证工作，加强建设项目可行性研究，形成总体规划方案，使规划建设的过程成为全民讨论、形成共识的过程。从历史文化遗产保护、环境整治、基础设施建设入手，在完善修编曲阜、邹城两个国家历史文化名城总体规划的基础上，以曲阜为重点，启动实施一系列孔子文化工程项目和基础设施项目，提升城市文化功能，为中华文化标志城建设奠定基础。培育壮大优势文化产业，重点发展文化旅游、工艺品制造、印刷物流、文化演艺等产业，建设孔子文化产业基地、红色文化园区、孙膑故里园区、中华祖源景区等，提高产业化运营水平，走出文化产业跨越式发展的新路子。

（二）三大文化产业园

突出历史文化特色，建设三大文化产业园，发挥特色文化产业群、产业链的集聚效应，推动文化资源优势向产业优势转化，形成特色鲜明、功能完善的文化产业发展增长极。

1. 鲁文化产业园。集鲁文化特别是孔子文化产品创意、科研、生产、服务、销售于一体，形成强大的集约优势。组建孔子文化产业集团，重点开发富涵孔子文化底蕴、创意新颖、深受市场欢迎的孔子文化系列产品，推动集团在国内外上市。保护开发曲阜明故城，进一步挖掘、提升和整合孔子文化资源。建设孔子文化博物馆，使之成为传播孔子文化的窗口。开展“孔子文化世界行”国际文化交流活动和对外贸易，积极参与国际文化产品市场竞争，扩大孔子文化的国际影响，推动孔子文化走向世界。

2. 齐文化产业园。整合齐国故都、聊斋故里、陶瓷名城、足球故乡、孙子故里资源，突出齐文化尚功利、重革新、兼容并蓄的文化精神，重点研发齐文化系列产品，包括齐文化剧目、动漫、影视、旅游、艺术品等，将丰富的人文资源优势转化为产业发展优势，形成以淄博为中心的齐文化产业园。

3. 红色文化产业园。充分利用沂蒙革命老区文化资源，重点开发山东红色旅游连线，打造以临沂为中心的红色文化产业园。突出生态、民俗、兵学、影视、书法和红色旅游特色，深度开发面向市场、贴近群众的革命文化产品，形成红色文化产业链。

（三）三大文化产业带

以文化为纽带，以产业为载体，促进沿线特色文化资源的集聚整合，形成三条文化产业带，拓展文化产业发展的空间领域。

1. 黄河文化产业带。以境内黄河为轴线，以两翼广大地区为腹地，与京津及黄河流域文化产业发展相对接，整合开发黄河沿线文化资源和民俗资源，用现代理念进行策划包装，加强沿黄文化产业区域协作，推动文化经济规模的快速发展，成为文化生产力高度聚集的带状经济区。

2. 运河文化产业带。以京杭运河山东段为轴线，以运河两翼广大地区为发展空间，以沿河丰富的文化内涵为基点，整合开发运河文化资源，把京杭运河沿岸的城市组群和广大农村，建成一个集文化开发、旅游观光、休闲度假、民俗风情于一体，特色突出、个性鲜明的文化产业带。

3. 滨海文化产业带。以青岛为龙头城市，以沿海丰富的海洋文化、渔民文化、科技文化内涵为基点，整合开发山城相连、海天一色，人文景观与秀丽自然风光融为一体的旅游胜地，促进文化与现代产业融合发展，打造适合人类居住的文化环境，成为符合现代人时尚需求，具有休闲、娱乐、游览、度假和展示功能的知名文化产业带。

五、产业结构

全省文化产业结构进一步优化，优势互补、资源共享、合作竞争、系统完整的文化产业体系初步形成，文化产业的核心层和外围层增加值大幅度提高，对文化产业发展的贡献率明显增强。

（一）产业发展重点

1. 广播电视业

做大做强山东广播电视总台，培育一批具有竞争力的广播影视市场主体。一是加快发展广播影视内容产业，打造名牌栏目、频道。推动生活、娱乐、体育类节目制播分离改革，吸引社会资本投资广播电视节目制作，提高市场化开发和公司化运作水平。着力提高广播电视节目制作的科技含量，推进广播影视制作、播映、存储、交易及影视衍生产品开发等领域的数字化，建设区域性节目制作中心和流通中心，确立山东广播电视在全国节目市场上的领先地位。二是大力发展广播电视数字新媒体产业，搭建有线数字广播电视平台，开发无线广播电视数字多媒体业务，积极开展数字广播、数字付费电视、手机电视、移动电视、互动电视、高清电视及其他业务。三是以资产为纽带，以行政推动与市场调节为手段，加快全省广播电视传输网络整

合。加快全省有线电视网络升级换代和数字化改造,努力实现全省县以上城区由模拟向数字化的整体转移。四是以齐鲁影视文化广场、青岛影视基地、临沂国际影视城等开发建设为突破口,建设以济南、青岛为中心的山东广播影视文化娱乐基地。五是加强广播电视广告经营与管理,全省广播电视广告增长比例和增加额度继续保持或跻身全国同级同类广电机构前列。尽快组建山东广电产业集团公司,作为山东广电核心企业。形成节目、网络、广告三大主业并举,相关产业多元化发展的广播电视产业发展格局,全省广播电视业综合经济实力继续保持全国同行业领先地位。

2. 新闻出版业

进一步繁荣发展报刊业。调整优化报刊结构,注重内涵发展,推进报刊业由数量型向规模型、特色型、品牌型、效益型转变。加强对重点报业集团的支持、培育力度,进一步壮大大众报业集团以及济南日报报业集团、青岛日报报业集团、烟台日报传媒集团、临沂日报报业集团的实力。发挥重点报业集团的拓展、带动能力,按照“做大做强主报主业,带动其他相关产业”的发展思路,以主业为平台,开发上下游产业链,加快跨地区、跨行业、跨媒体发展步伐,着力打造一批社会效益和经济效益显著、具有较强影响力的品牌新闻出版物、品牌报刊社和龙头企业。

图书出版重点是优化结构,创新品牌,用高新技术支持现代出版业的发展。努力提高一般书在图书总量中的比重、鲁版书在全国图书市场中的比重,形成畅销书群、长销书群和引进版书群协调发展的图书出版格局。完成列入国家和省规划的重点图书出版任务。完善重点出版项目扶持政策和双效书评估办法,加强对重点出版项目的投入与跟踪问效,提高一般书再版率,确保在全国图书评奖中获奖数量名列前茅。加快各类出版物数字化、网络化、电子商务化进程,积极发展网络出版,开拓出版领域,加强网络游戏和动漫出版,完成列入国家和省规划的重点音像、电子出版物出版任务。以“农家书屋”建设为载体,积极开发出版适合农村经济社会发展,农民买得起、看得懂、用得上的图书、音像电子等各类出版物,组织好服务“三农”出版物的出版工作。实施“中国图书对外推广计划”,完善版权服务体系,鼓励支持优秀作品通过版权输出走向国际市场。到2010年,山东出版集团体制基本理顺,母子公司结构基本成型,微观运行机制基本成熟,内部资源配置得到优化,初步建成出版主业突出、多业并举、体制完善、机制灵活、综合实力和核心竞争力保持全国前列的大型综合性出版集团,打造国内外有较强竞争力的出版品牌。

3. 影视剧制作业

采用合资合作、项目合作等多种形式,鼓励和吸引社会资本投资影视剧制作业,培育一批在全国具有竞争力和影响力的影视剧制作公司,提升电影、电视剧的生产能力和生产效益。创新影视剧生产、销售体制机制,增强内部活力和市场竞争能力。加强影视制作、发行、播映和衍生产品开发,扩大山东影视剧在全国的市场份额,积极开拓国际市场。加快影视剧的数字化进程,满足多种媒体、多种终端对影视数字内容的需求,形成山东广播影视产业发展新的增长点。

以城乡电影院线建设推动电影发行放映改革,支持多院线竞争发展。将新世纪电影院线和银星电影院线建成地域性品牌院线。组建山东鲁信影院发展有限公司(院线),通过新建、兼并、联合等形式,在济南、淄博、烟台、潍坊、临沂、威海、日照、泰安、东营、德州等城市建设10家不同档次和规模的影院,形成我省电影院线的知名品牌。开发建设现代化数字影城“齐鲁影都”,带动齐鲁影视文化广场和电影院线建设。大力发展社区和农村数字影院,在全省创建适合中低收入人群的低票价电影院线。在工商企业相对发达、人口密集的城乡结合部,建设一批高档次、多厅、多功能综合电影院和电影城。采取“企业经营、市场运作、政府花钱买服务”的办法,推动农村电影放映工程实施,在全省农村基本实现一村一月放一场电影的目标。

4. 印刷发行业

按照“合理布局、优化结构、提升档次、壮大实力”的原则,大力发展印刷复制产业。建设以济南为中心的出

出版物印刷产业基地,以青岛为龙头的山东半岛包装装潢印刷基地,以临沂为重点的印刷、物流基地。加快发展包装装潢印刷企业和可录类光盘企业,引进和发展外商投资印刷复制企业,建设一批规模大、竞争力强的大型印刷企业集团。积极运用数字化印刷、个性化印刷等国际先进印刷技术,优先发展高新技术印刷企业,鼓励发展“专、精、特、新”的印刷企业。到“十一五”末,全省年销售收入过亿元的企业达到40家,力争有三分之二的印刷企业达到设备先进、技术领先、效益良好的水平,使我省印制能力和水平保持全国领先地位。

山东省新华书店以加快连锁经营步伐为主线,强化主业经营,探索多元发展,构建以连锁总部为龙头,以城乡基层发行网点为依托的出版物经营格局。到“十一五”末,全省连锁门店达到500家,实现资产总额40亿元,年销售收入55亿元。建设山东出版物流中心及东、西、南、北四个分中心,形成覆盖全省、辐射周边的出版物物流配送体系。重点扶持规模较大、势力较强的民营发行企业,支持国有和民营出版物发行企业开展跨地区、跨行业、跨所有制经营,发展连锁经营、现代物流和网络书店等现代出版物流通系统。鼓励出版单位利用第三方物流,降低流通成本,提高流通效率。积极发展出版物发行电子商务、网络书店等各种形式的现代出版物交易系统。鼓励建设遍及全省的书报亭及公共信息服务网络。

5. 文化演艺业

深化文艺院团改革,培育市场主体。按照“一团一策”的原则,整合现有艺术院团及演出场所资源,着眼文化与旅游、科技、媒体、资本、市场的融合,引进战略投资者,合理安排股本结构,采用整体转制、部分剥离、兼并重组等多种形式,推动一般艺术院团及演出场所改革创新。支持和引导国有艺术表演团体,以市场运作的方式进行艺术创作、生产和营销。采用演出季制、月票制、通票制、会员制等多种方式,培育观众群体。发挥齐鲁文化底蕴深厚优势,在重点文化旅游城市,打造国内一流、观赏性强、具有较高知名度和市场号召力的大型旅游演艺品牌,使之成为山东的“文化名片”。大力支持积极健康的大众化娱乐项目和经营活动,优化演艺娱乐业结构,提升演艺娱乐项目的文化品位和科技水平,引导演艺娱乐业向超市化、连锁化、规模化、品牌化方向发展。健全现代演出体系,组建山东演出联盟,吸引全省主要艺术院团、演出中介和演出场所自愿加盟,打造演艺剧目创作生产、营销推介、演出场所等完整的产业链,促进全省演出市场网络体系的形成。按照市场需求定制、配置演艺节目,实现演出联盟经营的良性循环和健康发展。实行演出场所院线制,促进演出场所连锁经营。按照体育场、体育馆、音乐厅、大剧院、小剧场等功能类型,分门别类组织演出院线,逐步构建覆盖全省演出市场的演出院线体系。依托大众网,开辟“山东演艺在线”,及时发布演艺资讯,搭建信息共享平台。建立演艺中介组织,发展文化经纪、演出策划、咨询评估、市场调查、票务代理等文化中介组织,规范经营行为,提高文化产品和服务的市场化程度。完善演出资质认证体系,推行演出职业经理人制度、制作人制度、经纪人制度、领衔主演制度或明星演员制度等现代演出市场制度,逐步确立现代演出市场模式。

6. 动漫产业

加强动漫产业基地建设。与国家信息通讯国际创新园、济南高新区齐鲁软件园、青岛惠谷软件园等园区建设相结合,重点建设济南动漫基地、青岛国家动漫创意产业基地、青岛创意100产业园、烟台动漫产业发展基地、临沂动漫城、山东雪野文化创意基地等。充分发挥基地孵化、提升、集聚、创新四大功能,培育新兴企业,吸引国内外优秀企业,推动本地资源与外来企业、资金、项目相结合,促进动漫产业“产、学、研、服”一体化发展。推动核心技术研发。加大对动漫产业基础性、战略性和前瞻性核心技术和产业化支持力度,鼓励软件园区、动漫基地与高等院校、科研院所联合,整合优化资源,建立共享机制,搭建动漫游戏产业公共服务平台,为产业发展提供技术支撑。构筑动漫产业链。充分挖掘齐鲁优秀文化资源,研发和制作原创性的具有自主知识产权的动漫产品。推动动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、电子出版物(含互联网游戏作品)、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种的开发与生产。鼓励文化企业生产制作与动漫

形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品。建立动漫原创产品评选、奖励和推广机制,积极支持动漫原创产品推广活动,培养引导公众的创意兴趣和消费习惯。整合教育、培训、研发、孵化、营销等各种动漫产业资源,构建完整的动漫产业体系。把动漫人才培养纳入全省教育发展规划,重点培养复合型、创新型、技能型、操作型人才,建立动漫产业研发、制作及经营管理高端人才培养体系。健全高层次人才的引进、奖励制度,建立人才保障体系。逐步形成以动漫产业基地为中心、市场主体多元、动漫产业链相对成熟的产业体系,促使动漫产业成为我省文化产业的主要支柱之一。

7. 文化旅游业

加强文化与旅游产业的有机融合,积极发展文化旅游业。重点打造“文化圣地、度假天堂”品牌形象,重塑“山水圣人、黄金海岸”两条文化旅游主线。构建“九个文化旅游区”:以泰山、沂蒙山和泉城为载体,构建山泉文化旅游区;以“三孔”为载体,整合孔子、孟子、曾子等儒家文化旅游资源,构建儒家文化旅游区;以黄金海岸为载体构建海洋文化旅游区;以古运河为载体构建运河文化旅游区;以黄河为载体构建黄河文化旅游区;以齐国故都和孙子故里为载体构建齐文化旅游区;以潍坊国际风筝会和杨家埠木板年画为载体构建民俗文化旅游区;以梁山、郟城、东平湖和阳谷景阳冈为载体构建水浒文化旅游区;以沂蒙山革命根据地、枣庄铁道游击队、孟良崮战役、莱芜战役、济南战役、鲁西南战役、胶东抗日根据地、渤海革命老区为重点,开发与自然、文化相结合的红色旅游产品,构建红色文化旅游区。加大文化旅游区基础设施投资,在济南市集中规划建设博物馆、美术馆等一批全省性文化标志工程的同时,统筹规划建设青岛现代艺术中心、烟台市文化中心、潍坊市文化艺术中心、临沂市文化艺术中心、济宁市大剧院、菏泽大剧院、蒙山沂水大剧院、滕州墨子文化城、惠民中国孙子兵法城等一批区域性文化旅游标志性建筑,增加景区的文化内涵。规划建设济南市芙蓉街区、朱家峪旅游度假区、牟氏庄园旅游区、江北水城旅游区、羲之故里书圣文化园、曲阜尼山圣像大型旅游景区、周村古商城、烟台山、朝阳街开埠、蓬莱水城、莱芜雪野景区等一批文化旅游项目。在重点旅游景区和旅游城市,策划打造适合长期演出、反映不同景区主题、丰富游客夜生活的演艺精品。把文化旅游业培育成为我省国民经济的主导产业,实现由文化旅游资源大省向文化旅游产业强省的跨越。

8. 体育产业

建立和完善适应社会主义市场经济体制要求,符合现代体育运动规律,门类齐全、结构合理、规范发展的体育产业体系。积极发展竞赛表演、体育培训、体育彩票、体育传媒、体育中介、体育旅游等产业门类,探索体育运动项目面向社会、面向市场、良性循环的运行机制。加快体育健身娱乐业发展,鼓励开办各类体育健身休闲俱乐部,发展群众喜爱的运动项目,引导群众加大体育健身运动消费。大力发展健身器材租赁、健身康复、信息咨询、体质测试和健康评估等经营活动。打造我省体育用品知名企业和知名品牌,促进体育相关产业发展。加强体育设施建设,推动体育场馆多元化经营,强化无形资产运作,提高竞技体育服务水平。加快济南市奥体中心、德州市体育中心、潍坊市体育中心、济宁市体育中心、临沂市奥体中心、滨州市体育中心、莱芜市体育公园、聊城体育公园、菏泽演武馆等一批体育重点项目建设,集中力量办好青岛奥帆赛、第十一届全国运动会、山东省第二十二届运动会等重大体育比赛,适时举办山东省体育用品博览会。抓住举办北京奥运会帆船项目和第十一届全运会的机遇,培植新的竞争优势,增强全省体育产业实力。

9. 广告会展业

广泛吸收社会多元投资,加快烟台、潍坊、济宁、临沂、菏泽等一批会展场馆建设。培育品牌会展,提高会展业竞争力。做活节庆活动,丰富文化内涵,提高城市知名度。办好山东(国际)文化产业博览会等重点文化展会,打造集“节、会、展、演、赛、论”为一体的特色节会。在全省培育出10个具有国际影响力、20个具有全国影响力的名牌节会,形成定位准确、主题突出、特色鲜明、梯次发展的会展业格局。

充分发挥市场机制作用,推动广告资源的合理流动和科学配置,加快广告业结构调整,提高规模化、专业化

水平。积极促进网络游戏广告、移动电视广告、手机短信广告等新型广告媒体的发展,拓展广告业发展空间,建立影、视、声、平面、户外、互联网、移动通讯等全方位、多门类的广告媒介体系。打造旗舰广告企业,培育一批知名广告品牌,初步形成结构合理的广告会展人才队伍,广告会展业现代化、国际化水平居全国前列。

10. 古玩书画与工艺品产业

加强基础设施建设,加快建设山东省文博中心。加强古玩书画和工艺品市场建设,依托济南英雄山文化市场、青岛文化街、临沂古玩城等,打造古玩书画市场;依托淄博陶瓷制造业和淄博陶瓷琉璃艺术节,打造陶瓷琉璃市场;依托曲阜孔子文化商品进出口基地,打造孔子书画工艺品市场;依托潍坊国际风筝会、中国江北水城文化旅游节、菏泽国际牡丹花会等,打造民间民俗工艺品市场。发掘我省历史文化资源和传统民间艺术资源,研究开发具有齐鲁文化特色的民间艺术系列产品,加大对民间民俗产品的扶持力度,培植一批工艺美术品品牌。鼓励社会资本兴办古玩书画和工艺美术产品生产企业,通过规模化、集约化方式,整合生产要素,扩大生产能力,打造龙头产品,形成辐射全国、面向海外的民间民俗工艺品生产基地。发挥高等院校和科研院所优势,建设工艺品产业研发基地和工艺美术馆,集中研发具有鲜明齐鲁特色、市场前景广阔的工艺美术品。鼓励兴办拍卖企业,支持发展高端拍卖业,提升行业附加值。支持利用闲置厂房规划建设艺术集聚区,吸引国内外艺术家、收藏家和文化机构入驻。促进艺术品销售与家居装饰、文化旅游的结合,开拓艺术品新的消费市场。

在突破发展十大重点产业的基础上,全省各地根据自身资源特点和发展基础,本着“有所为有所不为”和“量力而行”的原则,突出有个性特点的文化支柱产业门类,确立文化产业发展的布局和重点,形成重点推进的文化产业集群,打造优势产品、拳头产品、特色产品和名牌精品,主动与全省规划的三大集聚区、三大产业园、三大产业带相对接,形成合力,优势互补,协同发展。

(二) 产业发展方向

1. 重点突破内容产业

以创意为核心,汲取齐鲁文化资源优秀元素,创造文化产品著名品牌,引领文化消费时尚。强化图书报刊、广播影视、艺术演出等传统产业的内容制作能力,大力提升动漫游戏、广告会展、文化娱乐、旅游休闲等创意能力,加快发展工业设计、工艺设计、软件设计、包装设计、建筑设计、园林设计、服装设计等生产性文化创意产业,提高我省内容产业的创意水平和综合实力。

2. 优先培育新兴产业

优先发展高科技含量、高附加值的新兴文化产业门类,集中力量支持和突破高科技重点产业和重大项目。加强数字技术、数字内容、网络技术和安全播出等核心技术的引进和自主开发,推动各类文化载体的信息化、数字化、网络化建设。以浪潮集团、海尔集团、中创集团等为主体,在数字化装备、网络化系统、多媒体技术、软件技术等领域,集中力量开发具有国际竞争力的高质量文化电子信息产品,打造数字技术文化产业基地。在数字电视、手持终端、数字影院、智能儿童玩具、柔性显示器件等数字内容产品上加大开发力度,融合出版、报刊、广播电视、音像电影、通信网络等多种媒体形态,不断扩大我省数字产品的市场空间。加强宽带通信网、数字电视网和下一代互联网开发建设,实现信息服务的宽带化、个性化、智能化。加快推进“三网融合”和数字公共文化信息服务亭建设,普及数字广播电视业务,形成覆盖全省的共享型、集约化信息网络体系。推进新闻网站资源整合,建成与我省地位相称、具有较强竞争力和影响力的综合性网络媒体集团。

3. 着力发展民俗文化产业

把我省丰富的民俗资源作为文化产业着力开发的重点,大力实施“文化富民”工程。加强对非物质文化遗产的普查保护和市场开发,打造山东非物质文化遗产著名文化项目品牌。以文化创意为基础,以齐鲁大地非物质文化遗产为基本资源,结合时尚流行文化元素,创造丰富多彩的具有自主知识产权和文化特色的

内容产品,形成在国内外影响广泛的“齐鲁风”新民俗文化潮流。建立非物质文化遗产档案和数据库,鼓励和支持非物质文化遗产项目的展览和演示活动,加强对优秀传统文化典籍、技艺的推介、演示和讲授。利用数字化技术,对历史悠久、具有鲜明地方特色的鲁菜艺术、三大秧歌、山东梆子、莱芜梆子、枣梆、柳子戏、柳琴戏、吕剧、山东快书、山东琴书、山东杂技、鲁锦艺术、梁祝传说等非物质文化遗产项目,进行市场开发、策划包装、宣传营销,促进优秀传统文化资源的产业化经营。对春节、元宵节、清明节、端午节、七夕节、中秋节、重阳节等传统民族节庆活动的内容、风俗、礼仪等民族文化的基本元素,进行多种媒体介质形式的产业开发,推出更多具有山东地方特色、百姓喜闻乐见、引领大众消费的著名文化产品和服务品牌,在全国创立齐鲁文化礼仪范式和服务特色标准体系。

六、保障措施

(一)加强组织领导

各级党委、政府要从贯彻落实党的十七大精神和省第九次党代会精神、建设文化强省的战略高度,深刻认识发展文化产业的重大意义,切实把文化产业发展列入重要议事日程,把文化产业建设的目标任务纳入经济社会发展的总体规划。省及各地文化体制改革和文化产业发展工作领导小组,要定期研究、协调解决文化产业发展中的重大问题,形成党委领导、政府管理、行业自律、企业自主经营的领导体制和工作机制。

建立长效工作机制。把文化产业发展作为评价地区发展水平,衡量发展质量和领导干部工作实绩的重要内容,纳入对各级党委政府领导班子和领导干部的考核体系。

建立完善文化产业统计制度。全面开展文化产业统计工作,定期发布文化产业统计数据分析报告,发挥文化产业统计在政府决策和公共服务中的信息、咨询、监督职能。加强文化产业统计队伍建设,不断提高文化产业统计工作的质量和水平。

(二)深化文化体制改革

认真贯彻落实《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见》(中发〔2005〕14号)和《省委省政府关于印发〈山东省深化文化体制改革工作方案〉的通知》(鲁发〔2006〕20号),积极稳妥推进文化体制改革。遵循区别对待、分类指导、因地制宜、逐步推开的原则,大众报业集团、山东广播电视总台、山东出版集团、省博物馆、省艺术馆及省直艺术院团等为省直改革试点单位,济南、青岛、莱芜、临沂、滨州等为改革综合试点市。综合试点市和试点单位要全面推开改革试点工作,非综合试点市也要积极试点,围绕推进文化事业单位改革、深化文化企业改革、加快文化领域结构调整、培育现代文化市场体系、健全宏观文化管理体制等主要任务,努力取得实质性进展。

(三)完善文化经济政策

贯彻落实《国务院办公厅关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个规定的通知》(国办发〔2003〕105号)等中央提出的一系列文化经济政策,落实省委、省政府关于事业单位改革的配套政策和《省政府办公厅印发关于深化文化体制改革加快文化产业发展的若干政策的通知》(鲁政办发〔2007〕92号),设立文化产业发展专项资金,切实解决好文化事业单位转企改制过程中的财政税收、投资融资、资产管理、土地、人员分流安置、收入分配等问题。新建文化设施用地坚持节约集约用地的原则,要纳入土地利用总体规划和年度用地计划,并尽量在城市规划和村镇规划建设区范围内布局。省和具备条件的市可组建文化产业投资公司、中小文化企业融资担保公司,发展孵化器、风险投资、创业投资等新型投融资工具,积极培育和推进一批竞争力强、发展前景好、符合上市条件的文化企业申请上市融资。设立“省级文化产业发展突出贡献奖”,把文化创意产业优秀项目评选纳入省级精神文明建设“精品工程”,充分发挥其对文化产业发展的导向作用。

(四)加强人才队伍建设

加强文化产业领域高层次人才培养。大力培养、造就和凝聚高层次、创新型文化领军人才,加强对优秀

民间文化人才的挖掘、保护和利用,建立文化产业高端专家人才队伍,形成推动文化产业跨越式发展的人才优势。注重培养文化资本运营、文化经纪代理、文化产业经营管理和文化科技创新人才,加大文化产业人才培养力度,建立多层次、多渠道的文化产业人才培养体系,培养一批既熟悉宣传文化业务,又懂经营、善管理的优秀文化产业人才。

加强高等院校文化产业人才培养和学科建设。根据文化产业发展需求增加文化产业相关专业设置,形成优势学科。推进中国海洋大学、山东大学、山东师范大学、山东工艺美术学院、山东社会科学院等国家级和省级文化产业基地建设,培养更多的优秀文化产业创新人才。

完善人才选拔、聘用、激励机制。建立文化艺术专业人才库和文化经营管理人才库,逐步推行人事代理制度和人才网络化管理,充分发挥市场在人才资源配置中的作用,加快人才聚集,引导文化人才合理、有序流动。建立健全人才评估和激励机制,尽快健全技术、管理、品牌等参与收益分配的具体办法,实行一流人才,一流待遇。在文化企业积极试行企业家年薪制和股票期权制,建立与现代企业制度相适应的收入分配制度。

(五)加强文化产业立法工作

研究制定《山东省文化产业促进条例》,通过法定程序逐步将文化经济政策上升为法律法规。开展文化法制宣传,保护知识产权,提高依法行政、守法经营和维护文化权益的自觉性。加大执法力度,规范执法行为,提高执法水平。理顺政府管理部门的职能分工,避免多头管理、重复审批。制定和完善文化服务的法律法规,保障文化产业健康发展。

四川省人民政府令

第 212 号

《四川省道路货物运输管理办法》已经 2007 年 4 月 3 日四川省人民政府第 114 次常务会议通过,现予发布,自 2007 年 5 月 25 日起施行。

省长: 蒋巨峰

二〇〇七年四月二十四日

(稿件来源:四川省人民政府提供)

四川省道路货物运输管理办法

第一章 总 则

第一条 为规范道路货物运输、道路货物运输站场、货物运输代理和货物运输配载经营活动,维护道路货物运输市场秩序,保护道路货物运输当事人的合法权益,根据《中华人民共和国道路运输条例》和《四川省

道路运输管理条例》，结合四川省实际，制定本办法。

第二条 凡在四川省行政区域内从事道路货物运输（以下简称货运）、道路货物运输站场（以下简称货运站场）、货物运输代理（以下简称货运代理）和货物运输配载（以下简称货运配载）经营的单位和个人（以下简称经营者），应当遵守本办法。

从事国际货运代理的经营者按照国家有关规定执行。

第三条 县级以上交通行政主管部门主管本行政区域内的货运、货运站场、货运代理和货运配载经营的管理工作，县级以上道路运输管理机构负责具体实施管理工作。

第四条 道路运输管理机构应当按照道路运输发展规划引导道路货物运输的发展，鼓励经营者提高服务质量、扩展服务领域，适应经济建设和人民生活的需要。

第五条 鼓励货运实行集约化、规模化、专业化经营，促进集装箱、封闭厢式、多轴重型和罐式等专用车辆和节能环保车辆的发展，倡导大宗物资单位在选择承运经营者时通过招投标形式确定。

第二章 经营许可

第六条 货运经营申请人应当依法向道路运输管理机构申请货运经营许可。

从事普通货运和一、二、三级大型物件运输以及货运站场经营的，向所在地县级道路运输管理机构申请；从事四级大型物件运输、专用运输和危险货物运输经营的，向所在地市（州）道路运输管理机构提出申请。

第七条 受理四级大型物件运输经营申请的道路运输管理机构，应当组织专家对车辆、管理人员、技术人员进行核实和综合评审。

第八条 从事集装箱运输经营的，应当符合国家和我省规定的条件，驾驶员应当具有驾驶汽车列车的从业资格，牵引车辆的牵引能力应当在 20 吨以上并安装实时动态行驶记录仪，半挂车辆应当具有转锁装置。

第九条 从事危险货物运输经营的，应当具备国家规定条件，并按照国家和我省有关规定进行危险货物运输企业安全生产状况评估。

危险货物运输企业应当实行公司化经营。

第十条 从事货运代理和货运配载经营的，应当具备下列条件并依法办理工商营业执照后方可经营：

- （一）有固定的办公场所，必要的通讯及计算机设备；
- （二）有与其业务相适应的专业人员和管理人员；
- （三）有健全的业务操作规程和管理制度。

第十一条 从事货运代理和货运配载经营的，应当自开业之日起 15 日内向所在地县级道路运输管理机构备案，并提交以下备案材料：

- （一）货运代理、货运配载备案申请表；
- （二）组织机构代码证、工商营业执照和税务登记证明原件及复印件；
- （三）法定代表人身份证复印件；
- （四）房屋产权证明或房屋租赁协议；
- （五）业务操作规程、管理制度文本。

第十二条 货运经营者设立从事货运经营的分公司，应当向分公司设立地县级道路运输管理机构提出申请并提交以下材料：

- (一) 申请人的组织机构代码证、营业执照及其道路运输经营许可证正、副本原件和复印件；
- (二) 分公司使用的土地、房屋的合法证明；
- (三) 分公司安全管理制度文本；
- (四) 分公司负责人任职文件和身份证复印件。

道路运输管理机构应当在收到上述材料之日起 15 日内进行核实,对符合条件的,核发该分公司道路运输经营许可证副本。经营者取得分公司经营许可证副本后应当到原许可的道路运输管理机构办理相关手续。

第三章 经营管理

第十三条 货运经营者应当使用符合国家和我省有关能源消耗以及环境保护规定的车辆从事货运经营,提高运输组织化程度,减少空车行驶,节约能源。

对不符合前款规定的车辆,货运经营者应当按照国家和我省有关规定进行改造或者报废更新。

第十四条 货运经营者应当按照国家和我省有关规定对货运车辆进行维护和检测,确保货运车辆技术状况良好。

货运车辆维护分为日常维护、一级维护和二级维护。日常维护由驾驶员在出车前、行车中、收车后负责执行;一级维护和二级维护由机动车维修企业执行。一级维护间隔里程不得超过 2500 公里;行驶里程不便统计的,以间隔时间 1 个月为准。二级维护间隔里程不得超过 15000 公里;行驶里程不便统计的,以间隔时间 3 个月为准。

货运车辆进行二级维护后,货运经营者应当将车辆二级维护情况及时记入车辆技术档案,并妥善保存二级维护竣工出厂合格证。

第十五条 货运承、托双方应当按《合同法》的规定,订立运输合同。货运代理经营者应当分别与托运人和承运人签订运输合同,明确各自的权利和义务。

第十六条 货运经营者不得承运法律、行政法规禁止运输的货物。

法律、行政法规规定应当办理有关手续后方可运输的货物,货物托运人应当按照国家规定办理相关手续,货运经营者应当查验并随车携带有关手续。

第十七条 货运经营者运输大型物件,应当制定道路运输组织方案,四级大型物件承运人应当将经专家论证的道路运输组织方案报送有关部门备案。涉及超限运输的,应当凭道路运输经营许可证复印件、车辆道路运输证到公路路政管理机构办理《超限运输车辆通行证》等有关手续。

第十八条 危险货物运输经营者应当建立危险货物运输调度管理制度,按照调度管理制度安排符合条件的车辆和人员运输危险货物,并按规定签发道路危险货物运单。

未经危险货物运输经营者组织调度,危险货物运输车辆不得擅自承运危险货物。

第十九条 运输危险货物时应当随车携带符合汽车运输危险货物规则要求、与所运货物相一致的《道路运输危险货物安全卡》,车辆应当按照国家规定悬挂危险货物运输车辆专用标志,严格按照危险货物运输规程运输。

在危险货物运输过程中发生燃烧、爆炸、污染、中毒或者被盗、丢失、流散、泄漏等事故,驾驶员、押运人员应当立即向当地公安部门和所属运输企业报告。

第二十条 货运经营者使用在外省(直辖市、自治区)注册的车辆,在我省境内从事货运经营活动 1 个月以上的,应当持该车的道路运输证向驻在地县级道路运输管理机构申请办理备案手续,领取《外省籍车辆

驻川经营备案卡》，按我省的规定缴纳规费，进行管理。

《外省籍车辆驻川经营备案卡》应当随车携带，与该车道路运输证同时使用。

第二十一条 经营者应当聘用符合规定条件的从业人员，制定从业人员年度培训计划，定期对从业人员进行安全及职业道德教育、业务知识、操作规程和应急处置培训。

危险货物运输经营者应当健全危险货物运输驾驶员、押运员和搬运装卸管理人员的招聘、培训、考核、奖惩、淘汰等制度，对驾驶员实行统一管理。

实行货运车辆驾驶员、危险货物运输从业人员职业化管理和从业资格管理制度。货运车辆驾驶员和危险货物运输从业人员应当按照国家和我省有关规定取得相应从业资格后方可从业。

第二十二条 货运经营者应当加强安全管理，配备与经营规模相适应的专职安全管理人员。

危险货物运输企业(单位)应当按照每 20 辆车 1 名专职安全管理人员的标准进行配备，专职安全管理人员最低不得少于 3 名。

第二十三条 道路运输管理机构应当对经营者的经营条件、经营行为等进行监督检查。经营者应当接受道路运输管理机构的监督检查。

第二十四条 道路运输管理机构应当建立货运经营者质量信誉考核制度，定期对其经营条件、经营行为、安全管理和服务质量等进行考评，并向社会公布，考评结果作为对货运经营者扩大经营范围、货运企业评级的依据。

第二十五条 危险货物运输经营者应当依法购买承运人责任险。

第二十六条 道路运输管理机构应当受理道路货物运输质量投诉，按照货物运输合同的约定及相关规定调解质量纠纷。

第四章 法律责任

第二十七条 违反本办法规定，有下列行为之一的，由县级以上道路运输管理机构责令经营者限期改正，可以处 200 元以上 1000 元以下罚款：

- (一) 承运依法应当办理而未办理准运手续的货物的；
- (二) 危险货物运输经营者未按规定签发道路危险货物运单的；
- (三) 未经危险货物运输经营者组织调度，危险货物运输车辆擅自承运危险货物的；
- (四) 承运危险货物的车辆未随车携带与所运危险货物相一致的《道路运输危险货物安全卡》的。

第二十八条 违反本办法规定，有下列行为之一的，由县级以上道路运输管理机构责令经营者限期改正，拒不改正的，可以处 200 元以上 1000 元以下罚款：

- (一) 经营者未按规定对从业人员进行培训的；
- (二) 从事货运代理和货运配载经营，未到道路运输管理机构备案的。

第二十九条 违反本办法规定，危险货物运输经营者存在下列重大安全隐患之一的，由县级以上道路运输管理机构责令限期改正，处 2 万元以上 5 万元以下罚款；未按要求改正的，由原许可机关吊销道路运输经营许可证：

- (一) 未按规定建立危险货物运输调度管理制度的；
- (二) 安排不符合条件的车辆运输危险货物的；
- (三) 安排不符合条件的驾驶员、押运人员、搬运装卸管理人员从事危险货物运输的；
- (四) 未按规定配备安全管理人员的；

(五)存在其他重大安全隐患的。

第三十条 违反本办法规定,设立分公司未按规定申领道路运输经营许可证副本的,由县级以上道路运输管理机构责令限期改正,可以处3000元以上1万元以下罚款。

第三十一条 经营者违反本办法规定,其他法律、法规、规章已有处罚规定的,从其规定。

道路运输管理机构在监督检查时发现无照经营行为或者货运代理和货运配载经营者不具备相应条件仍从事相关经营的,移交工商行政管理机关处罚。

第五章 附 则

第三十二条 本办法所称货运站场是指以场地设施为依托,为社会提供有偿服务的具有仓储、保管、配载、信息服务、装卸、理货等功能的综合货运站场、集装箱中转站、物流中心、停车场等经营场所。

本办法所称货运代理是指经营者受他人委托提供代办运输手续、代提、代运、代发货物服务的经营活动。

本办法所称货运配载是指以提供车、货信息,代车方组货、代货方组车的经营活动。

本办法所称专用运输是指使用集装箱、冷藏保鲜设备、罐式容器等专用车辆进行的货物运输。

第三十三条 本办法所称大型物件的认定及等级划分按照交通部《道路大型物件运输管理办法》规定标准执行。

第三十四条 本办法自2007年5月25日起施行。1991年1月8日四川省人民政府令第18号发布,1997年12月29日四川省人民政府令第103号发布的《四川省公路货物运输管理暂行办法》同时废止。

四川省人民政府令

第 219 号

《四川省对外劳务管理办法》已经2007年11月6日四川省人民政府第133次常务会议通过,现予发布,自2007年12月18日起施行。

省长:蒋巨峰

二〇〇七年十一月十六日

(稿件来源:四川省人民政府提供)

四川省对外劳务管理办法

第一章 总 则

第一条 为加强我省对外劳务管理,规范对外劳务经营企业的经营行为,维护对外劳务市场秩序,保护劳务人员的合法权益,促进对外劳务经营活动健康有序发展,根据国家有关规定,结合我省实际,制定本办法。

第二条 四川省行政区域内从事对外劳务经营活动,适用本办法。

从事对外劳务经营活动的企业应当是具备相应资格的对外劳务经营企业,包括对外劳务合作经营企业和境外就业中介机构。

对外劳务合作经营企业是指依法登记注册、具有对外劳务合作经营资格,从事与国(境)外允许招收和雇佣外籍劳务人员的公司、中介机构或者私人雇主(以下称境外用工单位)签订合同,并按照合同约定条件有组织地招聘、选拔、派遣我国公民到国(境)外为外方雇主提供劳务服务并进行管理的经济活动的企业法人。

境外就业中介机构是指依法登记注册,具有从事为中国公民境外就业或者为境外雇主在中国境内招聘中国公民到境外就业提供相关服务资格的企业法人。

第三条 县级以上商务主管部门负责本行政区域内对外劳务合作经营企业的管理工作;县级以上劳动保障行政部门负责本行政区域内境外就业中介机构的管理工作。

公安、外事、工商、财政等部门按照各自职责分工,负责对外劳务经营活动的相关管理工作。

第二章 经营管理

第一节 资格许可

第四条 对外劳务经营企业应当按照国家有关规定经国务院商务主管部门或者国务院劳动保障行政部门批准,取得对外劳务合作经营资格或者境外就业中介经营资格,在许可的经营范围内从事对外劳务经营活动。

未经批准,任何单位不得从事对外劳务经营活动。

第五条 境外企业、自然人及外国驻华机构不得从事直接招收劳务人员以及与对外劳务经营相关的活动。

第六条 对外劳务经营企业应当按照国家有关规定缴纳备用金,并依法接受省商务主管部门或者省劳动保障行政部门的经营资格年度审核。

未通过经营资格年度审核的经营企业不得继续从事对外劳务经营活动和签订新的对外劳务合同,但仍应当承担本企业已派往境外的劳务人员的后续服务及管理工作。

第二节 业务备案

第七条 对外劳务经营企业凡在四川省行政区域内组织招收劳务人员,应当持对外劳务经营资格、业

务内容等相关材料到省商务主管部门或者省劳动保障行政部门办理备案登记手续。

第八条 对外劳务经营企业之间合作开展对外劳务经营活动,实行对外签约企业负责制,由对外签约企业按照本办法第七条规定办理备案登记手续。

第九条 具有对外承包工程经营资格的企业为其在境外签约的承包工程项目(含分包项目)招收、派遣劳务人员,应当按照国家有关规定和本办法第七条办理备案登记等手续。

第十条 对外劳务经营企业可以委托其他劳务中介服务机构代为组织招收、培训劳务人员。受委托的劳务中介服务机构应当要求委托方提供其备案登记手续,并以委托方名义对外宣传和招收劳务人员。

第三节 合同规范

第十一条 对外劳务经营企业开展对外劳务经营活动,应当遵守国家 and 省有关规定,依法订立、履行对外劳务合同,诚实守信、不得以不正当手段进行竞争。

第十二条 对外劳务合作经营企业应当与境外用工单位签订境外劳务委托招收合同,与劳务人员签订境外劳务中介合同,并指导劳务人员与境外用工单位签订境外劳动雇佣合同。

第十三条 境外就业中介机构应当与劳务人员签订境外就业中介服务合同,协助、指导劳务人员与境外用工单位签订境外就业劳动合同,向劳务人员出具境外就业确认书。

境外就业中介机构应当按照国家规定将境外就业中介服务合同和经其确认的境外就业劳动合同报省劳动保障行政部门备案。

第十四条 本办法第十二条、第十三条规定的对外劳务合同应当包括合同期限、工作内容、劳动报酬、境外保险、违约责任以及不可抗力和意外事件等内容,涉及劳务人员劳动报酬、福利待遇、劳动保障等内容应当真实、一致。

境外劳务中介合同和境外就业中介服务合同应当具有由对外劳务经营企业承担境外用工单位违约责任的约定。

第十五条 直接对外签约的对外承包工程企业(含分包企业)在派遣的劳务人员赴境外项目现场前,必须与劳务人员签订境外劳务派遣和雇佣合同,合同内容应当符合本办法第十四条规定。

第四节 对外劳务保险

第十六条 对外劳务经营企业和劳务人员应当与依法经国务院保险监督管理机构批准、具有经营相关对外劳务保险业务资格的保险公司签订对外劳务保险合同。

第十七条 对外劳务经营企业应当按照所在国(地)政府规定,要求境外用工单位投保以劳务人员或者其指定人员为受益人的境外医疗、境外人身意外伤害保险(含因境外犯罪事件、恐怖袭击、战争等造成的劳务人员人身意外伤害保险)并支付保险费。

如境外用工单位不能办理前款规定保险的,对外劳务经营企业必须在国内投保以劳务人员或者其指定的人员为受益人的境外医疗、境外人身意外伤害保险并支付保险费。

本条第一款、第二款规定保险的保险金额不得低于国内同期同行业同工种相应保险的保险金额。

第十八条 境外劳动雇佣合同或者境外就业劳动合同生效后,对外劳务经营企业应当投保以劳务人员或者其指定的人员为受益人的境外劳务人员出入境交通意外伤害赔偿责任险并支付保险费。

第十九条 劳务人员离境前,应当按照国家有关规定投保以对外劳务经营企业对受益人的境外劳务履

约保证保险并支付保险费。

第二十条 本办法第十七条、第十八条和第十九条中规定的保险责任期限应当与境外劳动合同或者境外就业劳动合同的期限一致。

第五节 其他规定

第二十一条 工商行政管理机关应当依据对外劳务经营资格证书副本、营业执照复印件和备案登记手续为对外劳务经营企业办理劳务人员招收广告手续,并会同公安机关、商务主管部门或者劳动保障行政部门查处对外劳务人员招收活动中的违法行为。

第二十二条 公安机关办理劳务人员出入境证件时,应当依据国家和我省有关规定查验申请事由的相关材料,对符合条件的、劳务人员凭备案登记手续或者境外就业确认书办理出入境证件。

第二十三条 国境卫生检疫机关应当按照国家有关法律法规规定对劳务人员进行出境前检疫,对检疫合格的劳务人员,准予其出境。

第二十四条 劳动保障、工商、公安、外事等部门按照各自职责分工,配合商务主管部门开展对外劳务的统计工作。

第二十五条 对外劳务经营企业应当按照国家有关规定对劳务人员进行出境前培训。

对外劳务经营企业应当公开收费项目、标准及依据,按照国家有关规定向劳务人员收取培训费、管理费或者中介服务费,出具税务机关印制的票据,并不得向劳务人员收取其他任何费用或者要求其提供任何形式的担保。

第二十六条 劳务人员应当自觉履行合同,遵守所在国(地)的法律,尊重所在国(地)的公共道德和文化习俗。

第三章 监督管理与应急处置

第二十七条 县级以上商务主管部门、劳动保障行政部门应当依据各自职责对对外劳务经营企业经营活动实施监督检查,并建立监督检查档案和违法行为记录等管理制度。

省商务主管部门或者省劳动保障行政部门应当将监督检查档案作为实施经营资格年度审核的考核依据,对记录的违法行为情况予以公布,对有多次严重违法记录的企业,应当报请国务院有关部门撤销其经营资格。

第二十八条 省商务主管部门或者省劳动保障行政部门依据国家和我省有关规定实施经营资格年度审核时,对未通过年审的企业,应当报请国务院有关部门撤销其经营资格,并通报公安机关和工商行政管理机关。

第二十九条 我省实行境外劳务纠纷或者突发事件处置的联席会议制度。联席会议主要职能是负责协调处置我省对外劳务纠纷或者突发事件,并根据纠纷或者事件情况,提出向国家有关部门报告的建议或者处置意见。联席会议成员单位由省人民政府确定。

第三十条 境外劳务纠纷或者突发事件包括:

(一)对外劳务经营企业在开展对外劳务经营活动中,在国(境)外发生的涉及劳务人员与对外劳务经营企业之间、劳务人员与境外用工单位之间需要由政府出面协调的劳资纠纷;

(二)劳务人员或者劳务管理人员人身安全受到严重威胁、遭遇重大伤亡和财产损失、劳务人员大规模

群体性事件；

(三)因政治、战争、恐怖活动、重大自然灾害等不可抗力原因造成的紧急事件以及其他侵害对外劳务经营企业或者劳务人员合法权益需要由政府出面协调的事件。

第三十一条 联席会议根据需要,针对具体事件成立专项应急处置临时工作机构,牵头统一协调、处置境外劳务纠纷或者突发事件。

临时工作机构的责任人按照主要责任企业经营资格的批准机关,分别由省商务主管部门或者省劳动保障行政部门的负责人担任。

第三十二条 境外劳务纠纷或者突发事件由对外签约的对外劳务经营企业负责处置,劳务人员国内户籍所在地人民政府应予支持。

对外劳务经营企业所在地的县级以上商务主管、劳动保障行政部门应当协调、指导、督促对外劳务经营企业依法处置境外劳务纠纷或者突发事件。

中央驻川企业派出的劳务人员发生境外劳务纠纷或者突发事件,由中央驻川企业在国务院商务主管部门或者国务院劳动保障行政部门的指导、协调下负责处置,劳务人员国内户籍所在地人民政府予以支持。

第三十三条 处置境外劳务纠纷或者突发事件中有关部门及有关人民政府的职责分工、处置程序等按照省政府关于境外劳务纠纷和突发事件应急处置的有关规定执行。

第三十四条 各级财政部门对有关政府部门处置境外劳务纠纷或者突发事件的工作经费给予支持。

第四章 法律责任

第三十五条 违反本办法第四条、第五条规定,未取得对外劳务合作经营资格或者境外就业中介经营资格,擅自从事对外劳务经营活动的或者不按照许可的经营范围从事对外劳务经营活动的,由工商行政管理机关、省商务主管部门、省劳动保障行政部门依照《无照经营查处取缔办法》查处,对劳务人员造成损害的,应当承担赔偿责任。

第三十六条 违反本办法第六条规定,不按规定缴纳备用金的,由省商务主管部门责令对外劳务合作经营企业限期改正,逾期不改正的,可处 30000 元以下罚款;或者由省劳动保障行政部门依照国家有关规定对境外就业中介机构予以处罚。

第三十七条 对外劳务经营企业违反本办法第十二条、第十三条、第十四条和第十五条规定的,由省商务主管部门或者省劳动保障行政部门责令限期改正,对劳务人员造成损害的,应当承担赔偿责任。

第三十八条 劳务人员违反对外劳务合同或者无正当理由解除合同,对对外劳务经营企业或者境外用工单位造成损失的,应当分别依照我国和境外用工单位所在国(地)的法律承担赔偿责任。

第三十九条 对外劳务经营企业违反本办法的其他行为,有关法律、法规、规章对处罚另有规定的,从其规定。

第五章 附 则

第四十条 从四川省行政区域内向国(境)外派遣的劳务性质的研修生适用本办法。

第四十一条 本办法自 2007 年 12 月 18 日起施行。1999 年 6 月 24 日四川省人民政府令第 128 号发布施行的《四川省对外劳务合作管理办法》同时废止。

海南省人民政府办公厅关于印发“十一五”水泥工业产业结构调整实施方案的通知

琼府办〔2008〕13号

各市、县、自治县人民政府，省政府直属各有关单位：

《海南省“十一五”水泥工业产业结构调整实施方案》（以下简称《实施方案》）已经省政府同意，现印发给你们，请认真贯彻执行。

一、各市、县政府和省政府各有关部门要站在科学发展的高度，充分认识进一步调整水泥工业产业结构，淘汰落后水泥生产能力，对落实我省节能减排任务，具有重大意义。

二、各有关市、县政府要按照淘汰计划所确定的时间、目标和要求，细化实施方案，成立专门机构，建立责任制度，逐级分解任务，切实把工作责任落实到各有关单位和个人。

三、受省政府委托，由省工业经济与信息产业局与各有关市、县政府签订淘汰落后水泥生产能力责任书。

四、各有关市、县政府要积极帮助被关闭的立窑水泥企业解决实际问题，认真做好下岗职工的安置工作。针对相关情况和存在问题要及时向省应对气候变化及节能减排领导小组办公室（设在省工业经济与信息产业局）报告。

五、各级政府的有关部门要密切配合，通力协作，运用可行的市场手段，采取必要的行政措施，确保《实施方案》落到实处，努力实现我省“十一五”水泥工业产业结构调整的总体目标和基本任务。

海南省人民政府办公厅

二〇〇八年一月三十日

（稿件来源：《海南省人民政府公报》2008年第3期）

海南省“十一五”水泥工业产业结构调整实施方案

一、主要目标和总体要求

（一）主要目标。

1. 总量目标。到2010年，全省水泥总产能预期目标1400万吨/年，“十一五”期间年均增长18%，其中，新型干法水泥设计生产能力达到1200万吨/年，占85.7%。

2. 节能降耗与资源综合利用目标。到2010年，日产4000吨以上新型干法水泥生产线技术经济指标达到：吨水泥综合电耗小于90千瓦时，吨水泥熟料煤耗小于110千克标准煤，水泥单位产品综合能耗比2005年下降30%，采用纯低温余热发电的生产线达100%。

3. 环保目标。水泥行业污染物总量控制达到减排要求，污染物实现达标排放。

4. 立窑水泥产能淘汰目标。“十一五”期间淘汰立窑水泥产能 250 万吨,占全省立窑水泥产能的 61.4%。

5. 散装水泥推广目标。到 2010 年,全省水泥散装率达到 40%以上。

6. 布局目标。全省形成以昌江工业开发区为主的新型干法水泥熟料生产基地,市县合理布局粉磨站、中转库或商品混凝土搅拌站的水泥工业产业格局。

(二)总体要求。以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,全面贯彻落实科学发展观,加快建设新型干法水泥骨干项目,分阶段淘汰落后水泥生产能力,转变水泥工业发展方式,优化水泥工业产业布局,加强节能减排,促进发展循环经济,提高水泥工业产业集中度和行业整体竞争力,实现全省水泥工业又好又快发展。

二、推进计划

(一)新型干法水泥生产线建设计划。

1. 2006 年—2007 年,建成昌江华盛第一条日产 5000 吨新型干法水泥生产线,新增新型干法水泥生产能力 200 万吨/年。

2. 2008 年—2009 年,建设昌江华盛第二条日产 5000 吨新型干法水泥生产线、昌江国投第三条日产 5000 吨新型干法水泥生产线、昌江叉河两条日产 2500 吨新型干法水泥生产线,三条生产线均同步配套建设余热发电项目,合计新增新型干法水泥生产能力 600 万吨/年。

3. “十一五”末,根据水泥市场供需情况,适时上马建设昌江华盛第三条日产 5000 吨新型干法水泥生产线。

(二)淘汰和改造(转型)立窑水泥生产能力推进计划。

分阶段淘汰全部立窑水泥生产能力。目前,全省立窑水泥生产能力合计有 407 万吨,“十一五”期间,淘汰立窑水泥生产能力 250 万吨。淘汰落后水泥产能的原则:一是窑径小于 2.2 米的立窑水泥生产线;二是窑径小于 3.0 米的立窑水泥生产线;三是已停产的立窑水泥生产厂家;四是排放不达标或没有自备矿山资源或远离矿山资源的立窑水泥生产企业和生产线。

推进计划:2007 年——2008 年,淘汰和改造(转型)立窑水泥生产能力 102 万吨,拆除(转型)生产线 8 条;2009 年,淘汰和改造(转型)立窑水泥生产能力 88 万吨,拆除(转型)生产线 10 条;2010 年,淘汰和改造(转型)立窑水泥生产能力 60 万吨,拆除(转型)生产线 6 条。

(三)散装水泥推广计划。

“十一五”期间,全省水泥散装率平均每年提高 5 个百分点,到 2010 年水泥散装率达到 40%以上,水泥散装量达到 320 万吨以上。

三、主要政策措施

(一)集中布局,分类指导。

1. 集中布局。根据全省工业布局规划,水泥工业熟料生产线项目集中在西部工业走廊,重点布局在昌江工业开发区,省内其他地区不再批准新建水泥熟料生产线项目(包括日产 4000 吨及以上的新型干法水泥生产线项目)。根据市场需求,合理布局建设若干个水泥粉磨站和中转库,各市县根据市场需求,在市区、县城城区外建设商品混凝土搅拌站,禁止在市区、县城城区内搅拌水泥制品。

2. 引导有条件的立窑水泥生产企业改造成粉磨站。优先考虑规模大、符合建设条件的现有立窑水泥生产企业改建成粉磨站或转产新型墙体材料等国家鼓励的产业,鼓励立窑水泥生产企业采用与新型干法水泥生产企业联营或购买熟料等方式,利用直径 2.2 米及以上磨机生产水泥。立窑水泥生产企业改造为水泥粉磨站(在拆除立窑后)并达到利用废料比例和达到环保标准要求的,享受资源综合利用免税优惠政策。

3. 培育大企业集团。鼓励大型水泥骨干企业采取兼并、重组、联合等方式实现规模化发展。鼓励新型干法水泥生产企业通过兼并、重组等方式淘汰现有落后水泥产能生产线,省政府在项目核准、土地审批、资金补贴以及环保、规划、生产许可证发放等方面给予支持。

(二)建立淘汰落后水泥产能目标责任制和退出机制。

1. 建立淘汰落后水泥产能目标责任制。根据淘汰立窑水泥产能计划,省政府与立窑水泥生产企业所在的市、县政府签订淘汰落后水泥产能责任书,明确产能淘汰的时间、目标和要求,落实相关责任。有关市、县政府要根据省政府确定的淘汰计划,制定立窑水泥产能淘汰、转型的具体实施方案报省政府。

2. 停止立窑水泥企业享受资源综合利用优惠政策。自2008年9月1日起,停止立窑水泥生产企业享受资源综合利用免税优惠政策。

3. 严格水泥生产许可证证书管理。按照国家产业政策和水泥产品生产许可证实施细则发证具体要求,根据省政府确定的淘汰计划,实施水泥产品生产许可证换发证审查,对进入淘汰期计划的水泥生产企业,自淘汰期起,一律不予受理水泥产品生产许可证换发证申请,并注销或撤回原有证书。依法查处无证水泥生产企业。

4. 加大差别电价实施力度。凡列入2010年前淘汰落后水泥产能名单的生产企业,其电价在已执行的电价基础上,自2008年起到2010年,适当提高电价,加价增加的电费收入依照国家有关规定使用,全额用于支持全省水泥工业产业结构调整。

(三)严格水泥行业市场准入,加强监督检查。

1. 严格控制新上水泥行业固定资产投资项目。根据国家产业政策,对违反国家产业政策未经核准自行建设的水泥项目,由政府投资主管部门责令关闭,各级政府有关部门不予发放土地使用证、营业执照、排污许可证、水泥生产许可证。

2. 严格水泥产品市场准入。严格执行混凝土结构设计标准和规范,凡不符合质量标准的水泥产品,禁止在市场销售。禁止立窑水泥进入省重点工程、建筑物主体结构工程和商品混凝土搅拌站。外省的立窑水泥产品,禁止进入岛内销售。

3. 加强监督检查。严禁水泥生产企业将已淘汰的落后设备转向其他企业,加强对水泥产品质量标准、水泥生产企业执行环保“三同时”制度、排污许可证制度、工业产品生产许可证管理条例等的执法检查,加强对现有水泥生产线污染源管理,逐步实现水泥生产线烟气污染物在线监控,对污染物排放不达标企业依法限期治理,逾期不治理或治理不达标的,依法责令关闭。

(四)加强资源管理,提高资源利用水平。

1. 加强石灰石矿产资源管理。水泥生产线必须有可开采30年以上的资源保证,矿山生产能力、服务年限要与矿产资源储量相匹配。严禁大矿小开、一矿多开,并对民采民运的供应方式进行有效监管。石灰石矿产资源配置优先满足新型干法水泥生产需要。根据落后水泥产能淘汰进度计划,控制石灰石矿产资源的供应,加强矿山资源税费征管。严禁在自然保护区、风景名胜区以及主要交通要道两侧等禁采区范围内新设采矿点,已经开采的要强制关闭,并恢复原有地貌和植被。加强石灰石矿山资源勘探,规范矿山开采,禁止乱采乱挖,取缔无证开采。提倡贫富矿合理搭配使用,减少石灰石矿山资源浪费。

2. 提高资源节约和综合利用水平。推广纯低温余热发电技术,鼓励新型干法熟料生产线同步建设低温余热发电,进一步提高水泥生产线对电厂粉煤灰、脱硫石膏和钢厂炉渣等固体废弃物的综合利用率。落实鼓励发展散装水泥的有关政策,加大城市禁止现场搅拌混凝土的监管力度,加大在农村推广散装水泥的工作力度。

(五)发挥行业协会作用,加强行业自律。

水泥行业协会要主动做好市场信息服务,加强行业产销监测分析,密切关注行业发展动态,及时发布市场供求信息,引导企业投资决策。积极推广先进企业的技术和管理经验,指导和帮助企业改进管理,加强节能降耗和提高企业竞争力。利用行业协会优势,加强行业自律工作,维护公平、公正的市场竞争,促进水泥工业持续健康发展。

(六)做好职工安置工作。

积极稳妥做好关闭立窑水泥企业后的职工安置工作,确保关停落后产能工作的顺利进行。鼓励立窑水泥生产企业转产并给予转产企业必要的优惠政策;立窑水泥生产企业所在地市县政府以及农垦总局要相应制定安置方案,多渠道想办法解决下岗人员的安置问题;对国有立窑水泥企业关闭、转产需要安置下岗职工经费问题,根据国家和省有关政策,由同级政府按规定办理。

有关市、县政府要根据本方案制定相应的实施细则及分年度淘汰企业名单报省政府办公厅、省工业经济与信息产业局和省发展改革委,并抄送省国土环境资源厅、省建设厅、省质量技术监督局等单位。省工业经济与信息产业局将会同有关部门适时对各市、县淘汰落后水泥生产能力的工作情况进行督察,并将督察结果向省政府报告。

附件:海南省“十一五”淘汰落后水泥生产能力计划表

海南省“十一五”淘汰落后水泥生产能力计划表

序号	市 县	水泥厂简称	生产能力 (万吨)	窑 型	立窑窑径	投产年份	拆除生产线 台数	拆除生产线 时间	备 注
2006—2008年淘汰的生不能力(线)			101.8						
1	澄迈县	海岛实业发展公司	10	粉磨站		1995	1条	2006年	已转产
2	定安县	定安金双龙水泥厂	8.8	立窑	2.5米	1998年	1条	2006年	已改为粉磨站
3	白沙县	白沙双龙实业公司	8	立窑	2.5米	1996年	1条	2007年	正在改成粉磨站
4	三亚市	三亚华盛天涯水泥厂	30	立窑	3.2米	1980/1996年	3条	2007年	生产线已拆除
5	儋州市	儋州蓝洋水泥厂	5	立窑	2.2米	1985年	1条	2008年	已停产
6	澄迈县	昆仑水泥有限公司	40	粉磨站		1997年	1条	2008年	已停产
2009年淘汰的生不能力(线)			88						
1	琼中县	大江南琼中水泥厂	5	立窑	2.5米	1982年	1条	2009年	
2	白沙县	白沙凯达实业公司	16	立窑	2.5米	1992年	2条	2009年	已停产
3	三亚市	三亚华盛天涯水泥厂	20	立窑	3米	1980/1996年	2条	2009年	
4	儋州市	儋州华昌水泥厂	10	立窑	3米	1994年	1条	2009年	
5	昌江县	叉河水泥厂	27	立窑	3米	1966/1983年	3条	2009年	
6	屯昌县	屯昌中能水泥厂	10	立窑	3米	1996年	1条	2009年	
2010年淘汰的生不能力(线)			60						
1	保亭县	保亭水泥厂	10	立窑	3米	1982年	1条	2010年	
2	东方市	东方双吉水泥厂	20	立窑	3米	1997年	2条	2010年	
3	儋州市	儋州双吉水泥厂	20	立窑	3米	1993年	2条	2010年	
4	东方市	东方红岭水泥厂	10	立窑	3米	1984年	1条	2010年	
合 计			249.8						

中华人民共和国商务部政府网站 (WWW.mofcom.gov.cn)

——中国商务领域门户网站

中华人民共和国商务部政府网站(www.mofcom.gov.cn,以下简称网站)是中国政府发布商务政策法规,公布经济信息,提供公共商务信息服务的官方网站和重要平台。

网站实行“单位组网、网站组栏”的管理模式,拥有包括商务部机关、中国驻外经商机构、驻各地特派员办事处等单位在内的 300 多个子站点,全方位地为公众提供公共商务信息服务。网站作为中国商务部的对外窗口,实现了与国务院各部委、各进出口商会、全国县级以上商务主管部门、经济技术开发区等近 5000 个网站的链接,日平均点击 300 多万次,已经成为海内外商务界人士了解中国商务政策、获得最新商务信息的首选网站,成为面向世界的中国商务领域的门户网站。

网站设有新闻发布、政策发布、地方经贸、驻外报道、经济信息、网上政务、重要专题、统计资料、商务数据库、网上广播和公众留言等栏目,及时、全面地报道最新国内外商务新闻、动态;直接权威地公布新制定或清理修订的中国商务法规政策;准确公告商务部组织机构;及时发布中国商务统计数据等政务信息。

网站为中英文双语,随时为世界各国、各地区从事商务管理和经营活动的各类机构和企业,提供了解中国商务领域政策和市场信息的机会。网站在中国政府上网工程中被评为“政府上网工程最佳网站”。

网站由中华人民共和国商务部信息化司主管。

网站地址:www.mofcom.gov.cn

联系电话:(010)65121919

传 真:(010)65198455

地 址:北京市东长安街 2 号

邮政编码:100731

《中国对外经济贸易文告》简介

《中国对外经济贸易文告》(以下简称《文告》)的前身为《中华人民共和国对外贸易经济合作部文告》,创刊于1993年,2002年6月经国务院批准更名。《文告》汇集刊登全国人大、国务院、各地方和各部门已按现行规定公布的所有有关或影响货物贸易、服务贸易、与贸易有关的知识产权(TRIPS)和外汇管制的法律、法规及其它措施等相关信息,并作为我国政府向WTO及其成员通报咨询和WTO对我贸易政策审议的官方刊物。

同时《文告》还承担商务部公报的职能。根据《中华人民共和国立法法》的相关规定,在《文告》上公布的由商务部制定的有关国内外贸易和国际经济合作方面的规章文本为标准文本,具有法律效力。

《文告》是了解中国国内外贸易和国际经济合作相关法律、法规、规章和其他措施的官方指定刊物,由商务部办公厅负责编辑,每周出版1—2期,不固定页码,全年出版不超过80期。

从2004年起《文告》简体中文版通过商务部政府网站(www.mofcom.gov.cn)向全社会免费赠阅。

《中国对外经济贸易文告》办公室联系方式:

地址:北京市东长安街2号 邮编:100731

电话:010-65198095,65198096

传真:010-65198094

Email:gazette@mofcom.gov.cn

主管部门:中华人民共和国商务部

主办单位:中华人民共和国商务部办公厅

编辑发行:《中国对外经济贸易文告》办公室

国内统一刊号:CN11-4893/D
