

商务部规定超市商业半径为2公里 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/280/2021_2022__E5_95_86_E5_8A_A1_E9_83_A8_E8_c123_280495.htm 国家商务部日前对外发布了《零售业同业损害评估方法》（以下简称《方法》），并公开征集意见。该《方法》规定超市的商业半径为2公里，禁止在两公里范围内同时开两家大型超市。与此同时，记者获悉，该《方法》并不适用于家电卖场同业损害的评判，而商务部市场体系建设司标准处将会为家电卖场同业损害单独制定一套标准，有关方案正在起草中。据了解，此次商务部公布的《方法》是《城市商业网点规划条例》的配合补充标准，属于推荐性行业标准，旨在遏制零售业过密开店。该《方法》规定了8种零售业态的同业损害情况，即食杂店、便利店、折扣店、超市、大型超市、仓储式会员店、社区型购物中心、市区购物中心。同时《方法》还对以上8种零售业态的商圈半径进行了规定，如超市的商业半径2公里左右、仓储型会员店为5公里等。业内人士认为，虽然《方法》对于遏制零售行业过度竞争、防止市场垄断将起到一定的积极作用，然而一旦两公里范围内禁止同时开两家大型超市的限制作为硬性规定出台，就不得不考虑由此可能产生的负面影响。首先，这种硬性规定是否可行值得商榷。在一般的小城市，两公里范围内禁止同时开两家大型超市的限制，推行起来没有太大问题，但像在上海、北京这样的城市，可能就存在问题。其次，倘若在两公里内仅有一家大型购物中心，会不会导致局部垄断的局面出现？毕竟，购物中心扎堆虽然有其弊端，但它们之间的互相竞争将有利于良好的购物环境及实

惠的购物价格的形成，从而让公众从中受益。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com