

市 场 通 讯

2015 年第 06 期（总第 191 期）

无锡市市场指导委办公室

无 锡 市 场 协 会 编 印

2015 年 06 月 26 日

目 录

- 领导讲话：加快食品安全追溯体系建设
- 工作研究：省商务厅来锡开展“三解三促”活动
- 协会动态：无锡农副产品批发市场分会成立
- 市场动态：五洲国际第一五金馆重装升级成功
金三角再添新客 众品牌纷纷入驻
天天乐儿童天地市场举行火灾实地演习
- 市场风采：全国放心粮油示范批发市场
一访无锡新米市责任有限公司
- 市场调查：无锡城市综合体调查
我市副食品批发行业的困惑
- 市场论坛：加快培育流通领域核心企业
- 市场随笔：北京秀水街市场转型升级给我们的启示
- 生活百科：夏至节气养生小常识

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

加快食品安全追溯体系建设

——耿洪洲副司长在全国流通追溯体系建设培训班上的讲话

2015年5月27-29日,全国流通追溯体系建设工作培训班在甘肃省兰州市举办。市场秩序司耿洪洲副司长出席开班仪式并讲话。耿洪洲从四个方面分析了流通追溯体系建设面临的新形势。一是党中央国务院对追溯体系建设提出了新要求。习近平总书记、李克强总理多次作出重要指示,要求加快食品安全追溯体系建设。去年下半年,国务院下发《关于促进市场公平竞争维护市场正常秩序的若干意见》(国发[2014]20号),明确商务部牵头负责利用物联网建设重要产品追溯体系,形成“来源可查、去向可追、责任可究”的信息链条。二是《食品安全法》为追溯体系建设提供了新依据。4月24日,十二届全国人大常委会十四次会议表决通过了新修订的《食品安全法》,将于10月1日正式生效。该法明确规定,国家建立食品安全全程追溯制度,食品生产经营者应建立食品安全追溯体系,保证食品可追溯。国家鼓励食品生产经营者采用信息化手段采集、留存生产经营信息,建立食品安全追溯体系。这是《食品安全法》首次将鼓励采用信息化手段实现食品可追溯纳入法律条文,为追溯体系建设工作提供了新依据,也提供了强有力的法律保障。三是加快转变政府职能对追溯体系建设提出了新任务。李克强总理今年5月在全国电视电话会议上再次强调,在大量减少行政审批后,政府要更多转为事中事后监管,要积极运用大数据、云计算、物联网等信息化手段,创新监管机制和监管方式,推进智能化监管。信息化追溯是创新监管方式的有效途径,这要求我们进一步加快建设进度,运用物联网技术增强远程实时监控能力,运用大数据技术对追溯信息进行深入分析,不断提高监测、预警和处置的智能化水平,为事中事后监管提供有力支撑。四是互联网+的快速发展为追溯体系建设提供了新动力。企业在走向互联网+的过程中,线上线下业务融合发展,商流、物流、资金流与信息流相互交融,内部管理信息化水平大幅提升,为企业建设电子追溯体系奠定了坚实的基础。目前,参与追溯体系建设的企业信息化水平大幅提升,具备了走向互联网+的条件,意愿比较强烈,我们要积极支持引导这些企业将追溯体系建设与发展互联网+业务结合起来,使之相互融合,相互促进。随后,耿洪洲介绍了追溯体系建设工作进展情况,并对下一步工作提出了明确

要求。

一是加强进度管理，尽快完成建设任务。今年，前四批肉类蔬菜和前两批中药材试点省市务必完成建设任务，2014年确定的肉菜、中药材试点省市也要力争建成。前期，在省级商务主管部门督促推动下，部分城市已顺利通过中期评估和验收，但还有部分城市尚未完成，这些地区要切实增强责任感和紧迫感，倒排时间表，加快建设进度。第三批肉菜试点城市要增强责任感和紧迫感，抓紧执行联合采购合同。省级商务主管部门也要积极履行职责，抓好督促检查，尽快开展中期评估和考核验收。另外，部分地方2013年安排的酒类追溯试点项目也要抓紧验收。

二是狠抓电子结算，突破批发市场追溯瓶颈。批发市场是整个追溯体系的关键环节，也是当前工作的短板，必须下大力气予以突破。去年以来，各地在推进电子结算改造方面开展了大量的基础性工作，部分地方有了突破，但还有一些地方进展缓慢。前两批城市要集中力量进行攻关，确保尽快完成批发市场电子结算改造。后续省市要按照同步规划、同步实施、同步验收原则，统筹电子结算与追溯体系建设。

三是强化运行管理，确保追溯体系有效运行。各地特别是前三批肉菜和第一批中药材试点城市，要在保质保量完成好建设任务的基础上，适时将工作重心转移到强化日常运行管理上来，抓紧制定完善运行管理和运行考核制度，加大考核和奖惩力度，切实提高运行质量。尤其要针对制约追溯体系运行的突出问题，研究采取综合性解决措施。同时，要顺应互联网+发展趋势，树立大数据思维，积极探索追溯体系在商务诚信建设和电子商务领域的应用。另外，各地也要加强对酒类追溯试点企业运行情况监督，确保持续运行。

四是探索市场化运作，形成可持续发展机制。一方面，要创新试点项目建设、管理和运行模式，充分调动社会各方面的积极性，加快形成政府引导、企业运作和消费者监督相结合的试点工作推动机制。另一方面，要总结试点经验，探索建立第三方认证等市场化推广机制，鼓励越来越多的企业自觉参与追溯体系建设，培育追溯品牌，不断扩大追溯品种和覆盖范围。

五是抓好宣传推广，进一步扩大追溯体系影响力。近期，商务部将结合全国食品安全宣传周，开展声势浩大的宣传活动。届时，将在中央电视台等媒体投放公益宣传片，开通“E追溯”微信公众号，组织超市体验等活动。各地要按照统一部署，积极参与到宣传周期间的活动中来。同时，也要结合实际，研究制定日常宣传计划，开展形式多样的宣传活动。另外，要推广应用二维码等技术，探索开发微信公众号、

手机 APP 等多样化查询方式，便利消费者查询，改善用户体验。

文章来源：商务部市场秩序司

工作研究

省商务厅来锡开展“三解三促”活动

6月10日至12日，省商务厅郁冰滢副巡视员率市场秩序处有关同志到我市开展“三解三促”活动，重点就规范市场秩序和行政执法工作进行调研和现场办公。郁冰滢副巡视员一行首先听取了我局市场秩序和行政执法工作汇报，并深入江阴市新桥镇，听取该镇相关情况的介绍，就乡镇一级如何开展商务综合执法工作进行了交流与探讨；实地调研了无锡朝阳农贸市场，共同研究探讨了该市场在开展肉菜追溯工作中遇到的新情况和新问题；现场考察了无锡金辉商业保理公司和无锡市商业联合会，着重研究探讨了商务领域诚信建设问题，特别就开展行业诚信评级指标体系的制定，进行了深入的研讨。郁副巡视员和省厅秩序处的同志边调研边交流边解决问题，并重点就开展肉菜追溯体系建设和商务诚信评级工作为我们提供了路子。市商务局副局长陈秀峰和秩序处有关同志参加了活动。

协会动态

无锡农副产品批发市场分会成立

2015年6月18日，无锡市场协会农副产品批发市场分会成立暨商务诚信评级试点动员大会在中国饭店21楼会议室召开。无锡市商务局、无锡工商局等职能部门的领导和代表以及全市粮油、蔬果、水产、副食品等批发市场的老总、代表共30人齐聚一堂，共谋农副产品批发市场的发展建设，共话农副产品批发市场的诚信服务。会议听取了农副产品批发市场分会筹备组的工作报告，选举产生了农副产品批发市场分会领导人选。会上，新当选的农贸市场分会会长虞焕春表示：“不辜负领导和会员对本人的期待，带领全体会员按照分会确定的目标开展好各项工作，促进交流合作、相互取长补短，达到共同发展的目的。”随后，虞会长就农副产品批发市场开展商务诚信评级工作进行了动员，提出了具体的实施方案。

无锡市场协会执行会长章永星在会上发表了讲话，他表示农副产品市场分会的

成立具有重要意义，既为农副产品市场主办方提供一个交流学习的平台，也为他们提供了一个向政府反映诉求提供合理建议的平台，同时配合政府相关职能部门开展好商务诚信评级工作，使自身不断得到提升。最后无锡市商务局市场秩序处欧处长就如何开展好商务诚信评级试点工作作了讲话，欧处长强调：“商务诚信评级工作已正式启动，无锡作为全省试点单位，主要在农副产品、美容美发、珠宝等商贸流通领域进行试点探索。农副产品批发市场分会成立后，制定商务诚信体系建设标准，开展商务诚信评级工作，对全行业发展有着重要的引领作用”。

市场动态

五洲国际第一五金馆重装升级成功

6月16日至18日，五洲国际工业博览城第一五金馆重装升级成功，为期三天的采购峰会里，第一五金馆内外人气爆棚，成交量惊人。本次第一五金馆重装升级获得了政府领导和行业专家的支持和关心，也赢得了商户和客户们的高度认可，数十位行业精英、近百家品牌经销商、上千件明星产品，共同缔造了这次难得一遇的采购峰会！本次第一五金馆重装升级分为三个层面，首先升级馆内购物环境，携手国内外知名品牌建立品牌旗舰店、专业工厂形象店，打造国内独有的品牌化、差异化、专业化的高端平台。其次，升级交易模式，建立线上交易平台，打通信息壁垒，构建线上线下完整的互动型交易模式。最后，升级合作方式，建立品牌商户联盟，加强沟通与团结，引领商户学习新知识，积极应对新常态的转型。

主办方陪同领导参观了重装升级的第一五金馆以及现场近百个品牌展位，并与品牌商交流互动，反响热烈。本次展会吸引了大批意向客户的到访并促成多笔订单，现场气氛火爆！为了引导商户学习转换思维，引领行业走向升级，第一五金馆还邀请中国五金品牌联盟秘书长以及行业专家与品牌商、经销商相聚到一起，举行2015长三角五金机电行业发展峰会，共同探讨五金行业的未来。

金三角再添新客 众品牌纷纷入驻

江阴金三角家居广场以定位中高档、服务精英人群而被市场熟知。其投资多元化、商业连锁化，吸引了国内外众多一线家居品牌投来橄榄枝。金三角家居不断整

合品牌资源，顺应市场潮流，把先进的家居理念和服务品牌不断优化，为人们带来了全新消费体验。

5月，索菲亚、舒达、老板、AO史密斯、金象地板、新标门窗、炫德硅藻泥、方太、老板厨房电器、A.O.史密斯热水器、帅康、奥田集成灶、嘉鑫木业、克兰斯吊顶、豪运达铜艺、上臣地板、王朝之家精品软装馆、芙乐莎墙布软包、欧派名家卫浴、乐浪卫浴、品格集成水槽等品牌纷纷入驻金三角家居广场。“老板电器在选择市场时非常慎重，经过多次考察才确定进驻金三角，今后，希望大家能携手并进，与金三角一起，再创造一个市场新时代。”老板电器王总说。

“与智者同行，与高人为伍，才能走的更远，飞得更高。金三角将不断吸纳商家精英，共创大业。”金三角陈总表示。作为家居流通业航母的金三角，扮演着家居行业品牌孵化器的角色。特别是金三角家居广场拥有多年的大型家居广场的成功运营管理经验、成熟的商业模式、丰富的行业资源，是金三角的“软实力”，为金三角家居广场在长三角家居流通业奠定了重要地位。

提高消防意识 确保营运安全

——无锡市天天乐儿童天地市场举行火灾实地演习

每年的6月是消防安全月，为保证市场营运安全，根据《中华人民共和国消防法》的有关规定，坚持“预防为主，防消结合”的工作方针；确保无锡市天天乐儿童天地市场及南尖居民群众的生命财产安全，增强全员消防安全意识，了解、熟知疏散程序，提高自救逃生的能力，最大限度的降低、减少各类突发事件造成的损失，6月18日由兴源路消防中队和北大街街道办事处、以及无锡市天天乐儿童天地市场有限公司联合举办了一场消防演练。

此次演练得到了街道领导的高度重视和大力支持。北大街街道办事处副主任邓倩邓主任在百忙之中，亲自出席并观摩至演练结束。同时出席观摩此次演练的还有北大街街道办事处12个社区的主要负责人、以及天天乐市场全体职工和部分业主代表。

本次演练主要有三个项目构成，第一个项目火灾灭火及救援的演练：从发现火情，市场保安打“119”报警并使用灭火器进行初期灭火；到火势蔓延，消防队员进入火灾现场灭火，并在现场发现伤员开展救员；最后火势得到控制等等一系列灭火救援行动。在演练结束后的第二个项目中，消防中队队员向在场人员展示了各种各

样的消防设备，并详细介绍其作用和使用方法。第三个项目则是在消防中队的房队长主持下，由消防中队在市场外围进行了一次高压水炮发射过程演练。

市场风采

全国放心粮油示范批发市场

——访无锡新米市责任有限公司

无锡历史上曾是全国闻名的“鱼米之乡”，素有中国“四大米市”之首的响誉，又是中国民族资本家最早的发祥地之一。改革开放以来，米市成交活跃，业务遍及全国各地，全年年成交量在 100 万吨以上。为了适应粮食流通体制改革和新一轮市场改革发展的需要，全面提升无锡米市的功能和品位，无锡市政府决定对米市进行布局调整，以江苏无锡国家粮食储备库和无锡市粮油中转储备库为基础，无锡粮油中心批发市场为前身，资源整合，成立“无锡新米市”这一大型综合性粮油现货批发市场，并选址无锡国家高新技术开发区、京杭大运河畔——无锡市新区城南路 29 号。

2011 年 9 月 13 日，由江苏无锡国家粮食储备库和江苏无锡朝阳集团股份有限公司共同投资的无锡新米市有限责任公司正式落成，该公司总投资 3330 万元，为国有控股的大型综合性粮油批发市场。

“无锡新米市”大型综合粮油批发市场以无锡粮食科技物流中心为基地，地理位置优越，东靠京杭大运河，西临沪宁铁路，离沪宁高速和 312 国道 5 公里，离苏南国际机场 10 公里，同时拥有无锡唯一的铁路粮油专线（270M、450M 各一条，一次性可停靠车皮 40 节）、1.2 万平方米的内港池，交通便利，凸显公、铁、水联动的优势。市场一期占地面积 43800 m²，约 65.5 亩，固定资产 1.8 亿元，建有店铺、摊位 288 个，建筑总面积 8000 多平方米，办公用房和生活服务楼 150 余套，总面积约 7000 平方米，粮食仓库 28000 平方米，仓容 10.6 万吨，食用油库容量 1 万吨，其中业务洽谈室、化验室等其他配套设施一应俱全。不仅如此，在园区内，市场还配套有国家级质量检测所，进行粮油食品严格的质量保证与把控；以及一家大型的大米加工厂，所有生产设备均采用国外进口的先进生产线，能日处理稻谷 300 吨，年产 7 万吨优质稻米。

市场占地 150 多亩，建有店铺、摊位 300 余个，建筑总面积 8000 多平方米，办公用房和生活服务楼 150 余套，总面积约 7700 平方米，成品粮仓库 7000 多平方米，

其中业务洽谈室、化验室等其他配套设施一应俱全。同时设有无锡米市文化展览馆，体现了无锡悠久的米市历史文化。

“无锡新米市”以稻谷、小麦、大豆、玉米等大宗原粮、成品粮交易为主，减少流通环节，大幅降低了粮油进出交易成本。今后，交易市场成交量将能满足全市大部分的口粮供给，还可以辐射长三角及周边地区，为保障无锡地区粮食安全、激活区域粮食流通将发挥重要的作用。

“无锡新米市”自成立以来，以诚信为本，坚持“公开、公平、公正”的原则，在制度与政策上为客户服务，积极进行招商，从经营管理，制度管理，客户服务，品牌宣传等方面着手，做优做大市场。

加强经营管理。以租赁客户的经营需求为主，调整格局，合理分布大米、面粉、油脂、杂粮等客户的门面房位置，落实市场开门率与经营统计。同时在经营措施上给予方便，提供运输、装卸等优惠措施，并专门为市场客户开设“无锡新米市”网站（www.Wxrice.com），为客户免费收集发布全球的粮油供求信息。市场还会定期举办储备粮竞卖业务，提供代购代销、储存、中转、结算、运输、装卸等一条龙服务。

坚持规范管理。从入场协议签订，到经营秩序遵守，都有完善的制度保证。经营行为上，我们进行严格把关控制，尤其是短斤缺两等质量问题，若有投诉，一经查出严肃处理。自开业一年多来，就群众疑问，我方积极联系系国家级质量监督化验所进行抽样化验，结果证明产品符合规范无问题，几次工商执法部门的循例抽检，我市场也情况积极良好。技术手段上，为保证规范安全，我们采用先进的“感知粮食”信息化管理手段，如在管理人员与车辆进出时，我们采用射频识别电子功能，同时整个市场采用可视视频，进行有效地掌控管理，保证了进出市场人员掌控。

注重客户服务。一方面对市场各种经营行为进行严格规范管理，另一方面也为客户的实际情况考虑，进行积极主动的服务，让客户感受到我们的诚信与诚心。在硬件维护上，自客户门面租赁后，市场每天巡视沟通，保证及时得到客户的反馈情况，如有帮助及时与维护设施方联系，做到让客户满意。在软件上，为有需要的进场客商，提供安装程控电话、光纤宽带网络等一系列服务。在政策上，我市场与市局级机关相关部门紧密联系，在办理工商执照、交通运输证、幼儿入托上学等事宜，进行沟通协商解决了客商的实际困难。

搞好品牌宣传。为了扩大无锡新米市的影响力，市场在多种渠道上进行策划宣

传。一方面，市场是无锡地方上最大型粮油市场，经常性举办国家省市级大型活动，我方借由此契机，热情参与组织配合，与媒体人员积极联络，在省市级多家新闻媒体杂志上进行宣传报道，展示了米市的风采，扩大了无锡新米市的影响力。另一方面，作为无锡的新米市，新的米码头，以市场为依托，积极弘扬米市文化，积极筹建米市历史展厅，打造米市文化产业。

无锡新米市经过这一系列措施实效，自成立以来，获得多方关注，广受好评，获得了“全国放心粮油进农村进社区示范工程示范批发市场”、全省优秀价格监测定点单位、无锡市无假冒伪劣粮油商品经销单位等诸多荣誉。下一步，市场在整合资源优势方面有待进一步规范，在打造品牌理念和发展差异化经营模式上要下功夫，在同类市场竞争中逐步体现优势，为政府的粮食宏观调控服务、为粮油企业和种粮户增收提供交易平台与桥梁纽带作用，为保持国民经济持续快速协调健康发展作贡献。

市场调查

无锡城市综合体调查

——有的人气十足，有的开不了门

近年来锡城已营运的商场是“几家欢乐几家愁”。昨天上午，无锡又一家大型商业综合体——位于锡东锡城的润发购物中心正式开门迎客，锡东锡城从此也有了购物中心。从2013年迄今，无锡的城市综合体如雨后春笋不断冒出。让我们盘点一下，最近还会有哪些大商场、综合体即将开业。

润发之后，还有红豆万花城

与其他购物中心开业时的热闹非凡相比，润发购物中心昨天的开业仪式显得十分低调，现场也没有出现“人挤人”现象。这个大型购物中心共4层，一二层为大润发超市，总面积约2万平方米。除大润发外，一层还设有精品百货区、内衣区，二层设有潮流时尚区、饰品精品区、品牌集合店及豪味家餐厅。三层是休闲娱乐及餐饮区，计有大地数字影院、普乐迪KTV、儿童乐园、同庆楼和特色餐饮区。地下一层商业以百货和餐饮为主，其中包括一个美食广场、中华特色美食区及港台、东南亚特色美食区。但记者观察，目前的发现开铺率大约为50%，许多店铺还是铁将军把门。

据了解，无锡各个区域规模较大的购物中心大部分已按规划的时间开业了，如

锡南片的海岸城、万象城。北片的惠山万达。东片的荟聚、润发购物中心。记者从无锡市商务局相关人士处获悉，今年还有一家将要开业的大商场是位于老城区的红豆万花城，开业时间约在年底。

有多少综合体开不了门？

早在 2013 年，本报就曾报道“无锡建成和在建的城市综合体共有 33 个，总建筑面积约 1600 万平方米。”昨日经过盘点，发现当年放话宣布将推出的城市综合体中，茂业一百胜利门店、北塘区的盛唐·乐享城、惠山区的百乐时代广场、无锡明发商业广场以及后来开建的位于广南路 1 号的京东广场等至今都还没有开业。虽然未必都是烂尾楼，但其中一些项目确实出现了人去楼空，甚至出现了群体性纠纷的情况。

市商务局有关人士分析，尽管一些综合体未能如期开业的原因不同，但许多确实是因为招不到商所致。这在房地产商投资建设的购物中心中更加明显，这些匆匆入行者往往没有足够的品牌商铺资源，大部分是“第一次”。而绝大多数品牌经销商在考察商场平台时，对于初次合作的平台都要求先看成功案例。既没有资源、也没有成功案例，如果平台自身规模又不够大的话，招商成功的可能性就少之又少。因此，许多城市综合体在筹建阶段就要开高薪挖招商人才。但综合体这么多，掌握着资源的人才却有限。

开业的商场未必有生意

在本报 2013 年的有关报道中，就有专家预计：最晚到 2015 年无锡商业格局就会面临洗牌。如今观察无锡明显存在太多的城市综合体，真正是“几家欢乐几家愁”。荟聚、苏宁等综合体一到饭点就排队，人气十足。而老牌的保利广场现在却只能靠家乐福苦苦支撑，原本红火过的国际连锁品牌以及众多化妆品店纷纷关门大吉。崇宁路上一家号称“锡城第一家女性主题商场”，虽然几经改换门面，但依然生意惨淡，商场中有的店铺长年关闭。而曾经红极一时的新区新之城餐饮业，也人气低迷。

相比从前乐观的“辐射周边”的说法，如今无锡商业界人士更赞同的理念是无锡是个自给自足的城市。换句话说，无锡无法像上海等大城市那样吸引外地人消费，更多的商业只能依赖本地市民消费，还要提防因出境扫货、代购、海淘等造成的消费外流。单独按照无锡常住人口量计算所需商业面积的话，现有综合体已经远远超量。好在目前无锡规模较大的区域中心乃至市中心的综合体格局已基本稳定，接下来会是更多体量较小的综合体间的激烈竞争。

不断调整业态适应市民需求

目前无锡商业业态中，有两种模式较为红火，一种是“大而全”，以城市综合体为代表；一种是“小而美”，以各种结合电商的便利店、社区商业为代表。前两年，众多大卖场喜欢追着城市综合体跑马圈地，其他行业的资本也纷纷跨界转入这一行。而随着城市综合体数量激增，同质化等问题越来越明显，大量资金又开始转投社区商业，像家乐福、华润、大润发等连锁大卖场也纷纷开出了社区便利店。

市商务局有关人士分析，社区商业着重满足人们的基本需求，而综合体则应该着眼于人们的改善型需求，除了商品外还要提供更多的娱乐、家庭聚会、休闲等功能。时下进口商品火爆，人们甚至要选择进口的油盐酱醋。这说明眼下的消费者并不是没有需求，而是对现有的商品、服务信心不足，满意度不够。如何像手机行业一样引领需求，而不是大家一窝蜂提供面貌雷同的产品及服务，怎样满足消费者的改善型需求，恐怕是诸多综合体需要进一步思考的问题。

（江南晚报记者 景玮）

我市副食品批发行业的困惑

近日，笔者走访了广益副食品批发市场，作为无锡市老牌副食品批发市场，市场的结构稍显陈旧，来来往往送货的车辆比较多，市场散客人流量较少。市场负责人尤总介绍说，现在副食品行业越来越难做：一是食品利润太低。一箱矿泉水只赚几毛钱，就算是利润尚好的酒类产品，一瓶也只有几元的利润，副食品产品批发主要要有量；二是行业竞争激烈。大型超市、同类市场的增加，一些批发商以前只需要为零售商预留好产品，坐等人家上门送钱取货。现在随着物流的快速发展、供货渠道的顺畅以及同质化竞争的增加，批发商不得不走上送货上门，快速分流产品的模式。一般每个星期会按照东西南北四个方向进行货物的配送，这无疑大大增加了销售成本。但目前市场主要是这样一个销售模式；三是企业效益不好。现在的企业日子普遍没有以前好过，逢年过节不再发放礼品。老百姓也是精打细算，能不买则不浪费多余的钱去消费，这也成为副食品批发行业间接萎缩的一大原因。

问及电商模式在副食品行业的发展，得知副食品行业利润低，电商很难做。更何况这边主要以批发为主，有的经营户年纪比较大，年纪轻的人也不愿接班，所以，电商做的好的也比较少，主要还是靠老客户以及固定销售点。

作为老牌的副食品批发市场，也不乏有做的成功的零售商。他们主要拥有良好的品牌和通畅的经销渠道，一些经营户甚至能年收入百万。众所周知，百姓对食品消费的品牌意识很强，一些知名的、历史悠久的老牌子往往受到消费者的青睐，所以很有市场潜力，利润可观。有的人则以为副食品行业都很好做，既没好的货源又没上下渠道，新的品牌又很难得到消费者的认可，往往入不敷出。所以市场负责人尤总在经营户入市前，也会对其批发的产品进行大体考察，并且提出一些建议让这些经验不足又着急赚钱的经营户参考，以确保他们能长久的在副食品行业中站稳脚跟、不断发展。

此外，市场最重视的还是诚信经营，食品安全放首位。市场定期与工商职能部门对 300 多家经营户实行轮训，引导他们不以次充好，不以假乱真。目前，市场因为诚信案件导致的市场投诉率非常低。（黄滢）

市场论坛

加快培育流通领域核心企业

流通领域是一个复杂、庞大的领域，它不仅要面对近四亿户的消费群体、上千万种的商品，2400 多万个经营企业和近 2 亿人的职工队伍，而且是一个多层次、多环节、多渠道的系统工程，培育核心企业，夯实流通主体，完善经营网络，这不仅有利于发挥流通功能，也是规范市场秩序、提高流通安全的主导力量。

国务院《关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》指出：“积极培育大型流通企业，支持有实力的流通企业跨行业、跨地区兼并重组”，“鼓励发展直营连锁和特许连锁，支持连锁企业经营网络。”这是对流通企业深化改革、转变发展方式，提出新的要求，明确新的任务。提高流通竞争力需要培育流通集团流通领域是一个复杂、庞大、又多变的经济过程，不仅要面对近四亿户的消费群体、上千万种的商品，2400 多万个经营企业和近 2 亿人的职工队伍，而且是一个多层次、多环节、多渠道的系统工程，培育核心企业，突出骨干集团，夯实流通主体，完善经营网络，这不仅有利于发挥流通功能，提高流通效益，更好地为生产、生活服务提供有力的组织保证，也是规范市场秩序、提高流通安全、维护消费者权益的主导力量。

同时，一批能够具有对内对外双向开拓的企业集团，它是中国走向世界市场的

中坚力量，是国力的具体表现，是造就走向贸易强国的基石。国际贸易竞争具体表现为集团实力的对抗，表现为产品质量和品牌的对比，表现为企业营销战略和经营理念的较量。其具体的标志，就是一个国家能有多少个企业集团进入国际市场。它在国际市场的竞争力和对抗性，在国内还表现在跨地区、跨行业的兼并和重组能力，能否充分利用国际和国内优质资源，进行有效的配置和运营，不断地扩大和增强自身的实力。具有竞争力的企业集团，不是以大小来衡量。只大不强，不会长久，又大又强，以强求大，才有坚实基础，才会长久。沃尔玛、家乐福并不可怕，可怕的是我们企业缺乏特色、缺乏竞争力，缺乏自信心，首先被自己所打败。发挥主导作用促进市场有序发展管理经济是国家的基本职能，任何国家都必须从维护自身利益出发，对经济运行进行必要的干预，所不同的是干预的程度，干预的重点和干预的手段，不同国家采取的途径和形式也是不同的。而我国作为社会主义市场经济国家，市场化不等于无序化、自由化，而是采取重点控制、适度干预，自由开放，有序竞争的方针。在商品流通方面，国家主要通过控股、参股形式，培育既要关系国计民生重要商品的流通集团，发挥其引导、主导市场、示范和模范作用，达到促进商品流通健康、有序、协调、稳定地进行，像中石化、中石油、中粮、中糖等大型流通集团，经营着进出口任务，参与国际市场竞争，显示中国流通企业的实力和竞争力，同时还肩负着对国内市场进行必要的调节、存储、平衡和协调的任务，是稳定市场，保证供给的中坚力量。

连锁商业要走中国化之路架构以国有资本控股、参股的股份制的流通企业为主导，以连锁化经营为主要形式，以引进外资为补充，允许大量个体户存在，建立多元化、多形式、多层次的流通经济结构，不仅体现了中国流通模式的客观要求，也是建立具有中国特色的流通体制的具体表现。第一，由于消费的多层次性、多变性和市场的广泛性，流通领域可以不要国有国营，一般情况下不能垄断经营，尽可能减少专营专卖。特别是零售环节，点多面广、业态复杂，市场变化大，面对的是多层次、多元化的消费需求，应以民营经营为主体，采取多种形式，架构不同业种，不同业态的连锁企业(集团)的网络终端，担当起市场供应的主体任务；第二，实现商业经营连锁化，不仅是时代的要求，世界性的现象，也是提高流通领域的规模化、网络化、组织化的重要措施。发展直营、连锁、扩大特许经营、鼓励加盟连锁的发展，不断提高和推动中国商业连锁化的进程，发挥其在零售市场的主体作用；第三，连锁商业要走中国化的道路，没有特色、就没有竞争力，就无法走出去，实现中国

商业的国际化。事实证明，用克隆进来的业态再一成不变地克隆出去，想占领国际零售市场的一席之地，没有不失败的；第四，中国连锁商业的发展，如果说以中国连锁商业协会成立为标志，那么十五年来我们向西、开放、引进、模仿、克隆。逐步做大，开创中国连锁商业的新时代，迎来辉煌的今天，那么今后十五年就应该向东、自立、自强、创新、发展，实现连锁商业中国化，形成中国商业的特色，发挥自己的优势，才能走出国门、走向世界，为中国从贸易大国走向贸易强国奠定基础。

中小商业企业是商业基础保护、支持、促进中小商业的发展，这是中国国情所决定的。如果说大型流通企业(集团)是共和国商业大厦的顶梁柱，是国家的形象，是国际市场竞争的排头兵、先锋队，那么，中小商业企业就是共和国商业大厦的基础、奠基石，它直接为广大群众服务，关系着群众的切身利益，与人民生活建立最密切、最直接、最广泛的经济联系，是一项谁也离不开的民生工程。没有顶梁柱不行，没有基础更不行，因此，第一，要实施大中小并举的方针，在扶持大型商业发展的同时，要密切关注中小型商业的发展，不歧视、不排斥、不忽视，实施扶持、保护和促进发展的方针，采取有力措施，促进不断成长和发展；第二，对城市商业的发展，科学编制商业网点规划，要统筹兼顾、协调发展，不要重大轻小，以大排小，只求高求大求洋，盲目发展，挤压中小商业的生存空间；第三，重视社区商业的配套建设，扩大社区商业的空间概念，它不仅仅是指新住宅区建设的网点配套，商业和综合发展设施面积占社区总建筑面积的比例不低于10%，还应包括传统社区(街道)商业的提升和改造，还要重视学校生活区、机关大院、部队大院和旅游景点生活区商业的建设、改造和完善；第四，地方政府要把社区商业建设纳入市政建设的重要内容，作为衡量城市发展的重要标志，增加商业基础设施建设的投入，完善物流配送体系，支持群众生活关系密的商业服务网点的发展，改善社区生活条件和服务设施。(作者：cnpfsc)

市场随笔

北京秀水街市场转型升级给我们的启示

最近，CCTV、BTV等媒体对北京秀水街市场转型升级做了相关报道：北京秀水街市场成立于1980年，一开始只有几家商铺。80年代，发展成不过200米、宽8米的露天市场。90年代中后期，许多老摊主的退出，新商户入驻后专卖各种外国名牌服

饰、手表、眼镜等仿冒商品，从此中外闻名。2005 年重装开业，进入“撤市入楼”时代，定位于北京涉外旅游市场。2009 年 — 2011 年，转而重视国内消费市场，培养自主品牌。2012 年全面改造升级，制定严格的选商标准，注重高端品质服务，上架的多是名牌，个性化商品，并实行“无理由退货”和“先行赔付”挂牌服务。2015 年，为彻底摒弃“售假”“低端”“旅游市场”的形象，秀水街市场计划“换血”改造、重新选商。

很多人不理解秀水街客流量这么大，为何还要转型升级？秀水街是一个有着前瞻性眼光的企业，她看到了中国商业与制造业未来的发展趋势，为了给顾客提供高性价比的商品，让顾客享受高品质生活，秀水街顶着所有不理解的眼光，又一次率先迈出了改革的步伐，闭市重张，全新选铺，打造中国首家国际化高端市场，B1 全层 4000 多平方米作为改革的开端。

秀水街市场已经过了 7 次改造，这次是全面换血改造，清退所有不符合要求的商户。筛选优质商户继续经营，对不匹配高端商品的店铺，按照各业态租金缴纳节点和租赁合同，逐一清退。并通过天天检查，月月清退的方式，彻底解决中低端商品的问题。

BTV《观察》：秀水街扛起中国制造业改革重任，打造中国高性价比商品联盟，不仅解决企业与国家的问题，更为消费者提供高性价比商品聚集平台，树立正确消费观。同样的商品，市场价格一定比商场便宜，越是价值高的东西，市场价格越低，越有性价比优势，这就是高端市场竞争力所在，商场在萎缩，市场在成长，根源在此，大市场的趋势在此。

秀水街启动闭市改造，部分经营中低端商户，服务意识不强的店铺被“腾出”。秀水街市场正式启动“闭市选商”即腾退总共 1000 个摊位中 500 家从事低端买卖的摊位，今年 9 月将迎来新主人，其中多数将是主打原创设计，私人定制的国产自主品牌或者各类设计店、时尚买手店、代工厂商，外贸原单、经销商、设计师。新京报讯：“高仿”奢侈品、品质良莠不齐，秀水街曾经一些不良记录“将成为历史”。一半商户将被清退，进而转型为自主品牌，原创设计，私人定制等为主的高端市场。

以上引用介绍的北京秀水街市场转型升级的案例并不是让我们照抄照搬，只是让我们结合自己市场各方面的实际情况从中有所启示。

商品交易市场是商品流通的重要载体，三十多年来，国内各类商品交易市场建设快速发展，为搞活流通、扩大消费，衔接产销、调整结构，增加就业与税收，促

进城市建设和区域经济发展，均做出了重要贡献。目前商品交易市场存在的主要问题是：总体上仍为粗放型发展，数量型扩张，设施配套不足，交易方式落后，布局和建设缺乏科学规划，有的市场占地面积盲目求大，招商不足，出租率低；许多市场群定位不合理，同质化竞争严重，市场秩序混乱，绝大多数市场品牌集聚度和国际化程度不高等等。

对于商品交易市场如何转型升级、转变发展方式、改变商业模式，提出以下建议：

一、加快传统交易市场信息化建设步伐，实行线上线下市场有机融合。从信息发布、商品展示、订单处理、资金支付以及物流配送等方面积极利用信息化手段。现在很多市场都已经实施了线上线下结合的发展战略，效果初显，势头良好。还有一些商品交易市场对于采集的商品成交价格信息，在分析整理后，以信息指数的形式向外发布，范围包括生产资料（钢材等）、五金机电、装饰装璜建材、小商品、电子产品、女装、童装、针纺织品、蔬果农副产品等，深受业内欢迎。此外，还应大力推广实体批发市场的电子化交易及统一结算，继续支持食用农产品批发市场电子化追溯示范工程。

二、引进新的交易形式，实行品牌化经营，规范化发展。近年来，越来越多的市场重视品牌建设，引导经销商实行品牌化经营，改变市场低端形象，树立品牌市场声誉。很多商品市场已在国家工商局进行商标注册，以此促进商品交易市场的规范化经营和品牌形象传播。将市场摊位交易者由个体工商户向公司制法人转变，有利于市场规范化经营，很多地方的一些市场经营户已经主动寻求向法人企业转型注册，相关部门应从政策上予以鼓励支持。这是引导市场规范化经营的一个很好的途径。

三、加快大型商品市场国际化进程。这里有两重含义，一是推进市场同时开展内外贸业务；二是走出国门办市场。多年来，中国特色的小商品市场越来越多地走向全球，在中欧、南欧、中东、东南亚、非洲等地开办市场 200 个以上。随着中国推进“一带一路”建设，业内应敏锐地抓住中国商品交易市场走向世界出现的新机遇。

四、对城市中心区的区域性批发市场加快向外疏解转移。要通过迁址改造，在市场设施、信息化程度、交易功能、商品配送、食品安全追溯等方面实现全面提升。同时，应按照《国务院办公厅关于促进内贸流通健康发展的若干意见》（国办发

[2014]51号)文件要求,在加快商品批发市场转型升级中,推动专业化提升和精细化改进,拓展商品展示、研发设计、品牌孵化、回收处理等功能,带动产业集群发展。

五、对具有公益性质的大型骨干农产品批发市场,政府应当继续予以扶持,但也要防止批发市场建设中“泛公益化”大包大揽的倾向。总之,应当根据政府财力的可能与发挥示范引导作用的初衷,开展公益性批发市场建设,合理把握公益性市场与营利性市场之间的“度”。

六、市场根据自身的情况要么做龙头兼并重组回购;要么被兼并重组回购。但在转型升级的过程中,一定要做自己熟悉的行业。跨行业的转型风险是会很大的。

“天天想改行,永远做外行”,传统市场怎么转,转向哪里?四个字“深挖细耕”,无论是商业模式创新,管理创新,还是业态、服务、品牌创新都是从普转优,从优转特,从特转精。

市场形势严峻,危机是把双刃剑,凭借我们多年运营市场精准的眼光,以及灵活的决策机制优势,在市场调整期,通过资源整合,“化茧为蝶”,快人一步,踩准市场节奏,抓住市场错位发展机会,同样可以赢得生存发展空间。(杨四方)

生活百科

夏至节气养生小常识

夏至是24节气的第10个节气,在每年的6月21日或22日,自太阳黄经达90°时始。过了夏至,就到了一年天气最热的时候——三伏天,故夏至的养生保健尤为关键。那么夏至如何养生?今天教你夏至养生的13个小常识,大家可要牢记了!

1、适当锻炼身体

锻炼的时间最好选择在清晨或傍晚天气较为凉爽的时候进行,场地可选择在河湖水边、公园庭院等空气清新的地方,锻炼的项目以散步、打太极拳、做广播体操为好,剧烈的运动不宜做。

2、外出采取防晒措施

此时节,公众应避免在强烈的阳光下暴晒,外出时,应采取防晒措施,如打伞、戴遮阳帽、涂防晒霜等;随身要备有人丹、藿香正气水、十滴水、清凉油等。另外,从服装的颜色上来讲,最好穿红色的衣服,因为红色的衣服可大量吸收日光中的紫

外线，进而保护皮肤，防止皮肤老化甚至癌变。

3、节气针灸

“冬病夏治”并非只有“三伏贴”一种疗法，夏至的节气针灸也是很有效的“冬病夏治”手段，对于冬季易发的呼吸系统疾病和骨关节病效果不错。根据中医学天人相应理论，夏至是人体阳气最旺的时候，因此夏至的养生要注意保护阳气，慢性呼吸道疾病患者，夏天容易因吃寒凉食物导致胃痛、腹痛、腹泻的患者，可以在夏至前后 15 天适当开展夏至节气针灸治疗。

4、清淡饮食多吃蔬果杂粮

夏至时节气候炎热，人的消化功能相对较弱，因此，饮食宜清淡不宜肥甘厚味，要多食杂粮以寒其体，不可过食热性食物，以免助热；冷食瓜果当适可而止，不可过食，以免损伤脾胃；厚味肥腻之品宜少勿多，以免化热生风，激发疮疹之疾。

5、冬至饺子夏至面

民间的百姓们在这一天吃夏至面(冬至吃饺子)。为什么同样是面食，却有饺子和面之分?这些其实也是有讲究的。专家称，面食是高热量的，饺子用面包裹起来，这也就意味着把热量也包裹了起来，这就符合冬至主藏的意思。而夏至节气，与冬至相反，要把阳气放出来，同样是面食，可面切成条后，就意味着把热适当地放出来了。另外，面汤最好要放盐，吃面要学会喝面汤。

6、要清凉

这个多指穿着及生活环境。夏季不要穿得太厚，很多年轻人喜欢穿牛仔服饰，夏季不适合穿这种衣物。衣服颜色尽量以浅色为主，这样才能少吸热。衣服的布料尽量选用棉质及亚麻，这样容易吸汗和透气。居室宜清凉，早晚室内气温低，应将门窗打开，通风换气。中午室外气温高于室内，宜将门窗紧闭，拉好窗帘。阴凉的环境，会使人心静神安。

7、忌夜食生冷

夏季夜短，年事稍长之人，或体质稍弱者，腹中常冷，不易消化饮食，生菜、瓜类等，本为夏季忌食之品，夜间尤其要注意食用此类食物。夜间亦要注意不要吃肉、面、生冷、粘腻之物，否则可见腹胀、吐泻交作等病症。

8、晚睡早起睡午觉

此时节，公众起居调养应顺应自然界阳盛阴衰的变化，宜晚睡早起，而老弱者则应早睡早起，尽量保持每天 7 小时左右的睡眠时间。从这天开始，一定要睡午觉。

夏至阴生，在中医理论中，午觉是以阳养阴，子觉是以阴养阳。只要能合上眼睛一会，就能达到很好的养阴效果。

9、每天 2000ml 水防头痛头晕

夏至时节，大多数人会有全身困倦乏力以及头痛头晕的症状，严重者可影响日常生活和工作。究其原因，首先是由于这一时节气温高，人体只能通过排汗来散热，使人体内的水分大量流失，此时若不及时补充水分，就会使人体血容量减少，大脑会因此而供血不足，进而造成头痛头晕。造成头痛头晕的另一种原因是，人体出汗时体表血管会扩张，更多的血液会流向体表，这种血液的再分配可使血压偏低的人血压更低，从而发生头痛头晕。

10、静息调心

根据中医五行理论，夏天是养心的季节。三国琴师嵇康是著名的养心学家，他认为夏季炎热，更宜调息静心，应“常如冰雪在心”，即“心静自然凉”。听慢音乐是一个调息的好方法。音乐中的音符也含有阴阳五行的元素，和节奏快的音乐能增强体内阳气、助人兴奋的效果相反，舒缓音乐可以帮助呼吸慢下来，让心脏得到休息。

11、温水洗澡

每日温水洗澡也是值得提倡的健身措施，不仅可以洗掉汗水、污垢，使皮肤清洁凉爽消暑防病，而且能起到锻炼身体目的。因为，温水冲澡时的水压及机械按摩作用，可使神经系统兴奋性降低，体表血管扩张，加快血液循环，改善肌肤和组织的营养，降低肌肉张力，消除疲劳，改善睡眠，增强抵抗力。

12、忌夜卧贪凉

不可晚上睡觉整夜开空调冷气，这种习惯易导致伤风、面瘫、关节疼痛、腹痛腹泻，对身体的损伤是严重的。对小儿甚至不要在其睡着之后扇风取凉，否则，易于罹患手足抽搐、口噤不开、风痹等病症，人们往往不知其害，所谓爱之深，则害之甚。谚语有“避风如避箭，避色如避乱，加减逐时衣，少餐申后饭”的养生口诀，均可以理解为夏季的养生要求。

13、绿豆胜冰消暑烦

中国人在夏天的时候喜欢喝传承了成百上千年的绿豆粥，那就是一剂消暑的好方。绿豆性甘寒，能入心经和胃经。夏天体热小便黄赤的时候喝起来效果最好。很多人不知道煮绿豆的时候要不要把豆衣去掉。其实绿豆衣也是一味中药，药效跟绿

豆一样，只是稍弱而已。所以作为一般清热消暑之品的话，不用特意将豆衣去掉。喜欢吃甜的人还可以加些蜂蜜，对热毒的痈肿也有很好的效果。但绿豆毕竟是寒性的，体质虚弱的人不宜多食。久服会把体内的虚寒坐实，这样以后就更不容易调理了。

最后提醒，到了夏至，各家各户就要开始准备一些防暑药了。金银花、菊花、荷叶、仁丹、藿香正气水、清凉油、无极丹、避瘟散等防暑药宜常备身边，预防中暑，安全度夏。