

市 场 通 讯

2016 年第 8 期 (总第 205 期)

无锡市市场指导委办公室
无 锡 市 场 协 会 编印

2016 年 8 月 30 日

目 录

- 政策消息:** 商务部等 11 部门办公厅关于促进二手车便利交易 加快活跃二手车市场的通知
商务部市场运行司负责人谈 7 月份消费市场运行情况
- 行业动态:** 家具市场如何应对“全面二胎政策”
宝钢武钢重组顺利推进 首钢与河北钢铁合并呼声再起
- 会员之窗:** 梅村五洲国际广场疏散灭火救援实战演练
实体虚拟交融组合 伟达五金线上线下相得益彰
电子产品市场迎来开学季, 两“梦之岛”销售火热
- 诚信建设:** 市商务局召开商务诚信评级试点工作座谈会
在副食品行业经营户中开展商务诚信评级试点工作
- 工作研究:** 实体店不会倒闭, 未来它可能比电商还要疯狂 100 倍!!
浅谈交易市场业主担保商户融资模式
- 生活百科:** 夏季养生小常识
- 征稿启事:** 市场协会向各会员单位征集会员风采

无锡市场网: <http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱: 2480178758@qq.com

商务部等 11 部门办公厅关于促进二手车便利交易 加快活跃二手车市场的通知

各省、自治区、直辖市商务、发展改革、工业和信息化、公安、财政、环境保护、交通运输、税务、工商、银监、保监主管部门：

为促进二手车便利交易、活跃二手车市场，国务院办公厅印发了《关于促进二手车便利交易的若干意见》（国办发〔2016〕13号，以下简称《意见》）。现就贯彻落实《意见》有关工作通知如下：

一、促进二手车异地交易。已依法注册登记的小微型非营运载客汽车可以在本行政辖区或者拟转入行政辖区经销、买卖、拍卖和经纪。二手车交易市场经营者和二手车经营主体要按照《二手车流通管理办法》，重点审核二手车卖方是否拥有车辆所有权或处置权，确认卖方身份证明、机动车及牌证和税费凭证，按规定出具《二手车销售统一发票》。各地商务、公安、税务、工商等部门不得违反《二手车流通管理办法》，违规增加限制二手车办理交易的条件。各地商务、税务、工商部门要加强对二手车交易市场及经营主体的监督管理，维护市场秩序，保护消费者合法权益。

二、优化二手车交易登记程序。符合国家在用机动车排放和安全标准，在环保定期检验有效期和年检有效期内的二手车均可办理迁入手续，国家鼓励淘汰和要求淘汰的相关车辆及国家明确的大气污染防治重点区域（京津冀：北京、天津、河北，长三角：上海、江苏、浙江，珠三角：广州、深圳、珠海、佛山、江门、肇庆、惠州、东莞、中山等9个城市）有特殊要求的除外。各地商务部门要会同公安、税务、工商、保险等部门，选择具备条件的二手车交易市场设立服务窗口或站点，提供二手车交易、纳税、登记和保险一站式服务。对异地办理二手车交易的小微型非营运载客汽车，现机动车所有人凭《二手车销售统一发票》及相关资料，可以向交易地公安交通管理部门申请办理转移登记，向转出地公安交通管理部门申请转出车辆档案，不需要将车辆驶回登记地。公安交

通管理部门要优化服务流程，提高办事效率，快捷办理转移登记业务。

三、完善二手车税收征管。通过二手车交易市场、二手车经销企业、拍卖企业或经纪机构进行二手车交易的，应在以上市场、企业所在地或销售方所在地开具《二手车销售统一发票》。现行政策允许开具且购买方索取增值税专用发票的，销售二手车的一般纳税人可开具增值税专用发票，小规模纳税人可由主管税务机关代开增值税专用发票。税务机关要加强对二手车交易的税收征管。

四、加强二手车流通信息管理。各地商务部门要督促、指导二手车交易市场经营者和二手车经营主体认真核对机动车交易双方当事人或代理人的身份证明，准确采集原机动车所有人和现机动车所有人的身份证号码、手机号码、住址等信息，及时录入全国统一的信息管理系统。建立二手车信息联网核查机制，推进公安、商务部门系统联网，加强二手车交易和登记信息实时比对、核查，促进二手车来源可追溯、去向可查询、服务可监管，严防通过二手车从事违法犯罪活动。各部门要整合现有信息平台资源，加强互联互通和信息共享，并积极促进信息向社会开放，便于经营者、消费者和管理部门查询、使用。

五、加强二手车市场主体信用体系建设。各地商务、发展改革、环境保护、交通运输、税务、工商、保险等部门应按照职责范围依法采集市场主体的信用信息，逐步建立健全信用记录，及时纳入全国信用信息共享平台，并按照有关规定在“国家企业信用信息公示系统”以及“信用中国”网站予以公开。各地工商、市场监管部门要强化信用监管，严格执法，重点查处虚假宣传以及其他侵害消费者权益的行为。要引导行业加强自律，促进市场主体合规经营、守信交易，支持行业协会、二手车交易市场等以适当形式发布市场主体信用相关信息。

六、提高二手车金融服务水平。鼓励汽车金融公司业务产品创新。允许汽车金融公司在向消费者提供购车贷款(或融资租赁)的同时，根据消费者意愿提供附属于所购车辆的附加产品的融资。汽车金融公司开展购车附加产品融资业务时，执行与汽车贷款一致的管理制度。经银监会批准经营个人汽车贷款业务的金融机构办理二手车贷款的首付款比例，可在30%最低要求基础上，根据自愿、审慎和风险可控原则自主决定。支持保险

公司加快开发符合二手车交易特点的专属保险产品，提高二手车交易保险服务水平。

七、加快推动创新二手车流通模式。各地商务、交通部门要积极创造条件，加大政策倾斜力度，积极推动二手车流通模式创新。重点引导二手车经销企业开展品牌化、连锁化经营，提升整备、质保等增值服务能力和水平。要加强对二手车电子商务的指导和规范，引导和规范二手车交易企业线上线下融合发展，鼓励发展拍卖等交易方式。推动新车销售企业开展二手车经销业务，积极发展二手车置换业务。

八、加强部门协同配合。各地有关部门要充分认识促进二手车便利交易、活跃二手车市场的重要意义，健全工作机制，加强部门协作配合。要制定具体实施方案，细化政策措施，确保《意见》各项政策措施落到实处。需要当地人民政府出台政策措施的，要及时提出工作建议，积极推动相关工作。

各地有关部门贯彻落实《意见》情况要及时向国务院商务、发展改革、工业和信息化、公安、财政、环境保护、交通运输、税务、工商、银监、保监等部门报告。按照国务院办公厅有关要求，商务部将会同有关部门适时对《意见》贯彻落实情况进行督促检查。

商务部市场运行司负责人谈7月份消费市场运行情况

8月12日，商务部市场运行司负责人介绍了2016年7月份我国消费市场运行情况。

该负责人介绍，7月当月全国社会消费品零售总额达到2.68万亿元，同比增长10.2%，增速较上月回落0.4个百分点，扣除价格因素实际增长9.8%；环比增长0.75%。1-7月累计同比增长10.3%，与上半年持平。商务部监测的5000家重点企业零售额增速较6月份回落0.2个百分点。

该负责人指出，7月份消费市场保持平稳增长，主要有以下特点：

一是网络零售保持较高增长。据国家统计局数据，1-7月全国实物商品网上零售额同比增长26.1%，较上半年小幅放缓0.5个百分点，占社会消费品零售总额的比重为11.6%，与上半年持平。7月当月，商务部重点监测企业网络零售同比增长24.8%，增速比百货店、超市、购物中心分别高22.7、17.9和17.2个百分点。

二是居住、穿着和出行类商品增速较快。7月份全国限额以上单位销售类值中，受

房地产销售增长加快拉动，住房相关消费增长较快，建材、家具销售额分别增长 15%和 13.6%，较 6 月份分别加快 0.8 和 0.2 个百分点。服装类销售额增长 9.4%，较 6 月份加快 1.9 个百分点。汽车市场延续向好态势，汽车销售额同比增长 9.2%，其中，新能源汽车同比增长 162%。但是，受洪涝灾害天气影响，出行活动受限，石油及制品销售同比增速比 6 月份放缓 1.6 个百分点。

三是绿色智能家电销售旺盛。7 月份限额以上单位家电销售额同比增长 11.5%，较上年同期加快 3.5 个百分点。随着全国进入大范围高温天气，节能空调迎来销售高峰，商务部重点监测企业一级能耗空调和变频空调销售量同比分别增长 9.4%和 9%，比空调类销售增速分别高 0.8 和 0.4 个百分点；超高清 4K 电视销量同比增长 8.7%，增速比电视类销量高 6.6 个百分点。

四是消费价格基本平稳。7 月份居民消费价格总水平同比上涨 1.8%，涨幅已连续 3 个月小幅回落；环比上涨 0.2 个百分点。商务部监测的 36 个大中城市食用农产品价格同比上涨 1.2%，比上月缩小 3.1 个百分点；环比下降 2.3%。其中，白条猪肉平均批发价格为 25.3 元/公斤，环比下降 4.4%，同比上涨 15.7%，涨幅比 6 月份回落 16.1 个百分点，涨幅连续两个月收窄；受强降雨及高温天气影响，蔬菜价格有所上涨，7 月末 30 种蔬菜平均批发价格为 3.51 元/公斤，比 6 月末上涨 3.8%。

行业动态

家具市场如何应对“全面二胎政策”

随着“普遍二胎”政策的实施，有业内人士甚至估计，预计未来几年儿童家具依旧能够保持 10%以上的高增长。这些客户都是属于儿童家居产业的精准定位人群，未来的市场发展是巨大的。

市场份额将增加

儿童家具作为家具市场的一个独立品类，因其受众不同，无论是环保性能还是安全要求都与普通家具有着较大区别。不管是传统的“421”家庭模式，还是“普遍二孩”

放开之后的“422”模式，中国的儿童市场始终蕴藏巨大的蓝海。

随着儿童家具的市场刚需增加，越来越多的商家更加看重儿童家具行业的巨大潜力。业内人士认为，今后肯定会有更多的家具制造商涉足儿童家具行业。当前家居市场竞争异常激烈，传统成人家具的前行之路愈发艰难。在这种形势下，儿童家具无疑被许多商家视为“救命稻草”，更多的商家寄希望于抓住儿童家具新的发展契机，逆势而上，寻求突破。

多功能产品更受欢迎

多一个孩子，其实并不是多一双筷子那么简单，起码居住空间就是要解决的头等大事。这就需要注意儿童房的合理空间规划，按照房间层高，空间大小确定儿童家具的高度和形状。在这种形势下，多功能儿童家具将更受消费者青睐。

高低床、活动书桌都属于多功能家具，此类产品的优点是使用灵活。比如高低床，如果一个孩子使用，可以利用上面或下面床铺放置棉被等物品，在孩子开始独立睡眠阶段，父母也可以更好地陪伴。至于活动书桌，可以按照孩子的身高调节书桌的高度，适合不同年龄段的孩子使用。

一些设计科学的活动书桌充分运用了人体学的原理进行设计，键盘面板与电脑显示器之间有一个适当的距离，可以保护儿童的视力。同时，书桌的高度可在一定范围内进行调节，以满足孩子在不同年龄段的高度需要，而对于有两个孩子的家庭来说，这样的书桌不仅老大可以使用，老二也能舒适地使用。

家具质量更受重视

随着儿童家具市场份额的增加，未来儿童家具的质量会更受重视。首先是商场对儿童家具的把关会更加严格，目前我国早已施行了有关儿童家具的强制性国标，对儿童家具的定位做出明确要求。但是，仍然有一些低端市场的商家在打着“儿童家具”的招牌，未来这一现象必将得到有效改善。其次，随着居民对儿童家具的日益重视，未来儿童家具的制造商为了赢得客户认可，必将致力于改进工艺、提升产品性能，促进儿童家具行业稳步发展。

宝钢武钢重组顺利推进 首钢与河北钢铁合并呼声再起

今年6月底，宝钢股份和武钢股份同时发布停牌公告，据公告显示，两家公司各自的控股股东武钢集团和宝钢集团正在筹划战略重组事宜。当时，我国两大龙头钢企的联姻，被业内认为是近年来钢铁行业中最大规模的重组，掀起了钢企“联合去产能”和供给侧改革的大幕。

8月9日晚间，宝钢股份和武钢股份又双双发布公告，披露了重大资产重组的进展。据两家公司的公告显示，有关各方仍在就本次重大资产重组事项进行进一步筹划和论证，同时就有关事项与相关监管部门进行持续沟通。两公司已按照《上市公司重大资产重组管理办法》及其他有关规定，组织相关中介机构开展审计、法律及财务顾问等各项工作，就本次重大资产重组涉及的相关重要问题进行专项研究论证，目前相关工作正在积极推进中。

停牌期间公司将根据重大资产重组的进展情况，及时履行信息披露义务，每五个交易日发布一次有关事项的进展情况。待相关工作完成后召开董事会审议重大资产重组预案（或报告书），及时公告并复牌。

不过，两家公司均鉴于该事项存在不确定性，敬请广大投资者注意投资风险。

随着武钢、宝钢“联姻”的进展公告陆续发布，钢铁行业内又盛传出了河北钢铁和首钢要合并的消息。

事实上，钢铁行业的去产能工作已被列为今年中央经济工作会议首要任务，无论是“十三五”还是针对钢铁业的众多专项政策频出，都显示了国家对钢铁行业去产能的决心。

宝钢与武钢合并打响了供给侧改革的“第一枪”，而随着供给侧改革的深入，会有越来越多钢铁企业走上合并重组的改革道路。从长远考虑，钢铁企业合并增加行业对于上下游企业的话语权以及行业集中度。

在业内人士看来，一直以来，我国钢铁行业参与者众多，结构分散，企业规模参差不齐，产业集中度较低，许多技术水平较低的中小企业只能生产低附加值的钢材产品，在市场上的竞争力不够，也难以获得贷款，陷入经营困境。只有通过淘汰落后产能、消

灭僵尸企业、加强兼并重组，提高产业集中度，才能保证我国钢铁行业得以长期健康地发展下去。

数据显示，宝钢股份 2015 年生产坯材 2214 万吨，占我国钢材产量的 2%。武钢股份 2015 年生产粗钢 1539 万吨，占我国粗钢产量的 1.9%。两者均是我国钢铁产业的领军企业，其中宝钢股份生产的冷轧汽车板市场占有率达到 50%。

据中钢协近日对外发布最新统计数据，2016 年上半年，中钢协会员单位企业实现销售收入 1.29 万亿元，同比下降 11.93%，实现利润 125.87 亿元，同比增长 4.27 倍，亏损企业亏损额同比下降 22.8%。

从数据表现看，钢铁行业触底反弹，但钢铁行业面临的环境大格局并未改变，这些企业销售利润率仅为 0.97%，在工业行业中仍然处于较低水平。而且更为严峻的是，国家制定的去产能计划，目前时间过半，但完成任务情况尚未过半。去产能再度成为当下经济工作的一个重点。



谨记安全 杜绝隐患

—— 记梅村五洲国际广场疏散灭火救援实战演练

无锡梅村五洲国际广场建筑面积 5.4 万平方米，是一个集购物、休闲、餐饮、娱乐、文化、网吧、酒店于一体的大跨度大空间的人员密集场所，场所内物资集中，一旦发生火灾事故，火势蔓延速度快，极易造成人员伤亡和重大财产损失。

为提升梅村五洲国际广场员工的火灾防控和应急疏散逃生水平，进一步提高应急救援队伍处置突发事件的能力，近日新区消防大队在梅村五洲国际广场举行了一次大型疏散灭火实战演练，调动吴都中队 30 多名消防官兵和梅村五洲国际广场员工 100 多人一起参与演练。

演练假设匡记饺子餐饮后厨内发生火灾，烟火迅速向四周蔓延，大量人员受到火势威胁。火情应对：广场保安人员迅速启动疏散灭火救援应急预案，并拨打“119”请求

消防官兵救援；广场物业部微型消防站的队员闻警赶到火灾现场，利用灭火器和室内消火栓进行先期处置，并组织广场顾客有秩序地从安全出口紧急撤离；同时，支队指挥中心接到报警后，立即调集吴都中队共计4辆消防车，30余名官兵赶赴现场处置，救援力量到达现场后，第一时间向单位负责人了解现场情况，并制定警戒区域，成立现场指挥部，按照各自职责分工迅速展开疏散人员、抢救被困人员、内攻灭火、医疗救治等处置工作。经过近30分钟的奋力扑援，被困人员被全部救出，“大火”被成功扑灭，整个演练任务顺利结束。

演练结束后，吴都中队指导员进行了总结讲评，指出演练中存在的问题与不足，同时要求各单位进一步加强熟悉辖区防火重点单位和重点场所，强化实地演练，坚决预防和遏制重特大群死群伤火灾事故发生。期间，消防官兵还讲解了干粉灭火器的使用方法，组织商家员工现场体验油盆灭火，强化消防知识宣传教育，提高员工自防自救能力。

实体虚拟交融组合 伟达五金线上线下相得益彰

伟达五金创建网上商城40多个大类10万多种商品样样上网“进城”

“伟达商城，工业品一站式采购平台。”这不仅仅是一句广告词，而且还是无锡伟达五金有限公司一个老客户最近发出的一句赞语。

已有20年购买伟达五金机电商品的张先生，日前在自己手机上的“伟达五金”标志，点击进入顺序而看了起来。他发现该公司经营商品虽然已达到了40多个大类、10万多种，但很容易地就找到了自己所需的商品。于是，他尝试着用手机向“伟达”订购商品了。

第二天，他所订购的商品已经全部被送到了生产车间。“真方便。”张先生由衷地发出了一声感叹。当然，对伟达商城产生浓厚兴趣的还大有人在。伟达商城推出试营业一月有余，已经接二连三地有客户下单订购货物。

伟达五金创建于1992年，经过20多年的发展，实体面积超过1万平方米，仓储面积达2万多平方米，年销售额超3亿元。目前已成为苏南地区规模最大的五金机电商贸龙头企业。该公司是全国五金机电商会第一届、第二届常务副会长单位，第三届名誉副会长单位，全国五金机电商会副理事长单位、无锡市五金商会会长单位、无锡市场协会副

会长单位。去年 9 月，无锡伟达机电大卖场荣获“全国商贸流通服务业先进集体”称号。获此殊荣的企业，无锡仅两家，江苏省也只有 12 家。

据公司总经理吴叶平介绍，早在 2010 年就已经借助“淘宝”开展了网上交易，其用户总数达 9000 多家，地域涉及 10 多个省市，2014、2015 年的网上销售额近千万元。去年下半年，公司领导班子在进行产品结构调整、经营转型升级过程中做出了一个战略决定：建立网上“伟达商城”。

今年年初，邀请专业 IT 公司设计了一整套软件程序，建立了一座功能强大的网上“伟达商城”，并建立了一支精干的队伍，将所经营的五金机电商品林林总总全部上网“进城”，为用户建立了一座强大的供货平台。

据说，该公司与大品牌供货商进行战略合作，在无锡建立一个相当于天猫式的工业品网络平台。经过半年多的紧张工作，“伟达商城”现已基本建成，四季度将正式投入运营。商城客户实行会员制，注册成为商城会员的客户，可以享受多项优惠。而原有的授信客户授信额度不变。

客户可以通过商品分类浏览商城全部商品，通过搜索引擎搜索自己所需要的商品，商城拥有充足的现货储备，线上线下统一价格，能及时满足客户的采购需求。该公司拥有强大的物流能力，在客户订购后将直接送货上门。凡送达前一天 16:00 前完成订购者，翌日就可以收到货物。

电子产品市场迎来开学季，两“梦之岛”销售火热

转眼又到一年开学季，对于许多准大学生来说，除了传统的文具和教辅书籍外，平板电脑、智能手机等电子产品成为他们开学季不可缺少的装备。

笔者走访了市区两家老牌电子市场“梦之岛通讯市场”和“梦之岛数码港”，一边是手机数码，一边是电脑通讯。不少准大学生在父母陪同下正在挑选“大学 2 件套”手机和笔记本电脑。该商城工作人员称，今年暑期手机的销量比去年同期增加了两成以上。三星、苹果等品牌手机开学季销量增加 35%，国产手机因性价比高和设计时尚，日销量平均增长 50%以上。

“开学要带笔记本电脑。”成为越来越多准大学生的口头禅。看到学生手中提着刚刚购买的笔记本电脑走出市场都乐呵呵，店家表示快开学了，买一台笔记本电脑带到学校去，不管是查资料、写论文还是上网娱乐都会方便很多，而且身边同学们都买，一起学习、玩游戏都可以。所以卖的很好

现代科技发达了，孩子们的学习工具也先进了，学校不少学习材料都是通过电子邮件、手机短信和网上告知的形式下发，而且大量学习软件和网校兴起，购买的学习工具落后很可能会影响孩子的学习。而且现在电子产品利润也比较透明，一般市民都会网上看到价格，再到实体店体验购买毕竟也是价值上千的东西，所以每到开学前，市场经营户都会忙的不亦乐乎。

诚信建设

市商务局召开商务诚信评级试点工作座谈会

8月4日下午，市商务局在无锡市场协会召开商贸流通领域商务诚信评级试点工作座谈会，共有农副产品批发市场、金银珠宝等6个行业交流他们参加诚信评级的主要做法、取得的成绩及需要解决的问题。无锡市场协会、无锡商联会及江阴、宜兴市商务局相关负责同志参加了会议。

2015年，市商务局指导无锡市场协会、商联会，对照诚信评级指标体系和实施办法，委托第三方信用服务机构，按初审、终审、公示、备案、复审等程序实施诚信评级试点工作。第一批试点已在农副产品市场，金银珠宝、美容美发、酒类流通、典当等183家企业展开，共评出AAA级企业（市场）64家、AA级61家、A级40家，B级以下企业18家。无锡市开展商务诚信评级的做法在市信用体系建设推进会上作了交流并得到了省商务厅的充分肯定。今年，无锡金桥副食品批发市场和典当行业诚信评级工作又陆续启动，为了总结经验解决问题切实提高第二批试点工作质量，市商务局组织参加评级行业负责人进行座谈交流，在制定标准、规范运作、加大宣传、扩大影响、注重运用上形成共识。

最后，市商务局副局长陈秀峰就调动企业参与评级积极性、保持评级客观性公正性和加大评级结果运用上提出了要求。

在副食品行业经营户中开展商务诚信评级试点工作

为加强社会主义市场经济法制与诚信建设，促进行业发展和行业自律，根据无锡市商务局《无锡市商务诚信体系建设工作方案》、《无锡市开展商务诚信评级试点工作指导意见（试行）》的要求，按照 2016 年全市商务重点工作安排，我市场协会在副食品行业开展商务诚信评级工作的基础上，将评级工作延伸到市场经营户，确定试点放在金桥副食品批发市场，经过六个多月时间的前期准备及现场评审工作，金桥副食品市场经营户商务诚信评级试点工作已圆满结束。

由无锡市商务局组织，市信用办、无锡市场协会、无锡金桥副食品市场的共同参与和配合下，江苏新世纪信用评级中心作为第三方独立商务诚信评级机构全程参与了此次商务诚信评级工作。在近六个月的工作中，我们以《无锡市商务诚信体系建设工作方案》为指导，以改善商务诚信环境，促进信用交易为目标，以完善商务信用制度为核心，以诚信评级为抓手，积极开展并切实抓好商务诚信评级试点工作。通过调查摸底、信息采集、征询市商务局、市信用办、金桥市场管理方及其他各方领导专家意见，市场协会委托的第三方评级机构，制定了无锡市副食品类经营企业商务诚信评级指标体系（个体工商户版、企业版）。指标体系的落地，经过了抽样调查、反复试评、平衡权重、几上几下，最后在金桥副食品市场遴选出的 142 家个体工商户，20 家公司，总计 162 家企业经营户参与此次商务诚信评级试点，在评级过程中掌握了主动申报和市场推荐相结合的原则，最终完成 159 家经营商户的商务诚信评级工作。

通过对专业市场经营户诚信信用评级的首批试点，我们已取得了一定的实践经验，在此基础上，我们将针对评审中存在的问题和不足加强研究探索，以高度的责任感和使命感，着力推进我市各类商品市场以及经营户商务诚信体系建设取得新进展、迈上新台阶。

工作研究

实体店不会倒闭，未来它可能比电商还要疯狂 100 倍！！

不是咱们“不会玩”，而是在未来能活好的店铺都这样玩！

老生常谈的一句话：实体店铺最大的优势无疑是电商带给不了的体验感。而实体店的出入无疑就是带给顾客无与伦比的到店体验感。能给顾客带来更加沉浸式购物体验的店铺，魅力可比网购大的去了！

美国著名的青少年服饰连锁 Urban Outfitters 有一家旗舰店开在纽约曼哈顿的 Herald Square，占地达 5300 平米。

这家店的设计是颠覆性的。卖衣服已经不再是唯一的焦点，这里已经变身为彻头彻尾的“lifestyle center”（生活方式中心），顾客在里面有无穷无尽的事可以做，呆上几个小时不成问题。

在里面有：

- ▲ 咖啡屋 - 由合作商来自芝加哥的 Intelligentsia Coffee 提供，占地 80 多平米。
- ▲ 摄影作品区 - 这里还设有 Instagram 照片打印站。
- ▲ 往里走，才是这家店的主营业务服装——女装区。
- ▲ 在女装区还贴心的为疲倦客人准备舒适座位。
- ▲ 音乐区，销售耳机、音箱、唱机以及其他音响设备 - 为配合怀旧风，这里配备了超过 1000 种黑胶唱片 - 由合作商、来自加州的唱片店 Amoeba Music 精选，其中 400 种老唱片只能在这里买到。
- ▲ 来自洛杉矶的 Hairroin Salon 为顾客提供全套美发服务。
- ▲ 在理发店旁边是美妆品店。
- ▲ 然后是 Urban Outfitters 自家的巨大鞋区。
- ▲ Urban Outfitters 为新推出的健身服装品牌 “Without Walls” 在一层单辟出近 300 平米的空间。
- ▲ 旁边的书店主要提供烹饪和生活方式类书籍，还配备了几把阅读椅。

▲ 这里还专门展示艺术品，文具和明信片。

楼下是男装区。

男装区试衣间外的这台机器，可以在 Converse 球鞋上打印颜色。

下一层还有个礼品店，卖杯子、挎包等小礼品。

顶层售卖女装和内衣。试衣间大得漫无边际。试衣间外还有用于自拍的照相亭。

家居部门销售地毯、枕头、沙发等。

最后逛完店铺出门前，你还可以在这里修修自行车，打打气，自动售货机销售自行车零部件。

这哪是店铺，这简直就是哆啦A梦的口袋！贴心的服务，沉浸式的体验感应有尽有！！你在网店可以一逛就是 2、3 个小时，相信你在这家店能逛一下午吧！打造完美体验感的实体店你还能小看吗？

而这仅仅只是实体店体验感的其中一种！随着科技的进步和发展，在国外，现在很多商家都已经注重利用各种黑科技来打造自家的体验感。

阿迪达斯就和英特尔携手，推出了数字货架——虚拟鞋墙。据了解，被称为 adiVerse 数字货架是一种能让顾客触手可及所有鞋产品的虚拟鞋墙，它可以帮助消费者在店铺中浏览鞋并方便其购买中意产品。

这种解决方案对实体产品（鞋）展示进行了拓展，它可以在一个虚拟鞋架上展示各种产品。它利用数字世界丰富的沟通方式，并与物理世界中的产品互动相结合，创造出了一种独一无二的购物体验。

阿迪达斯的虚拟鞋墙，通过设计一台带触控屏和 3D 渲染效果的设备，得以在有限的门店空间内显示 2000 多款鞋子，不仅可以选择，还能直接下单。它为阿迪达斯在奥运会期间的整体销量带来 40% 的增长，而日本东京的一家门店销售额甚至得到 400% 的提高。

全球最大的美妆实体零售商丝芙兰也在北美门店使用了大量“黑科技”来增加店铺体验感。

该店位于旧金山鲍威尔街 33 号，与丝芙兰以往门店的最大不同体现在门店设计上，

在 8500 平方英尺的面积内，特设隔层区以便经营者观察整个销售楼层的情况。

12 个工坊区分别安装 Wifi、USB 接口、iPad 等电子设备，可供消费者现场观看美妆教学视频，在短时间内找到心仪商品。

丝芙兰香水 IQ 技术也率先在这里推出，该技术包含首次投入使用的丝芙兰独家传感技术 InstaScent，允许顾客自行体验 18 个气味族，神奇的是，一旦符合条件的香味评估完成，设备上的喷嘴就会喷出相应品类中的香氛气体。

在店铺内部他们还提供了更多的互动区域包括护发产品演示吧、流行趋势展示台等等，这其实就是在把店铺更多的空间留给顾客，让他们无拘无束的在店铺里感受产品，这其实也是无形当中增加了店铺空间的体验感，加强了品牌与顾客之间的互动。

在国外还有可以直接支付购买的橱窗：

▲ 顾客可触摸屏幕下单，商品将在一小时内由快递送达。

你看，实体店的玩法有这么多，体验感这么棒！怎么还天天唱衰实体店呢？！

咱们只要努力精进好自己，相信未来它会比电商还要疯狂 100 倍！！

这只是一个时间的问题，传统实体店一定会赢！

浅谈交易市场业主担保商户融资模式

日前，北京再担保公司与担保公司合作开展了北京知名市场——官园批发市场商户融资业务，对市场内小微商户所处融资环境及较为贫乏的融资模式有了切实的体会。联想到中小企业，尤其是小微企业融资难的世界性难题，通过对之前再担保公司开展过的马连道茶叶市场和水产市场等专业交易市场业务合作的回顾，笔者设想或许通过对大型交易市场的整体支持能够从另一个角度满足市场内商户融资需求，能够对市场内商户的融资困境起到一定的缓解作用。本文拟对北京交易市场业主担保商户融资进行粗浅研究，供大家共同探讨。

商以城在，城以商兴。城市的交易市场既是城市经济发展的原动力基础，也是城市综合竞争力的重要组成部分。随着近年来城市的扩张，居民生活水平的快速提升，交易市场快速发展。据统计，截止 2010 年末，全国交易额在亿元以上的商品交易市场 4500

多个，100 亿元以上的商品交易市场 70 多个，同期全国工商行政管理机关共登记登记个体工商户 3453 万户，资金数额 1.34 万亿元，从业人员 7097.67 万人。

就北京而言，商品交易市场从 1986 年起步至今，已有 22 年时间，现存各类交易市场 1000 多个。早在 2008 年末，亿元规模以上的商品交易市场就已达到 122 个，年交易额超过 1500 亿元，市场营业面积超过 1000 万平方米，市场内的商户容量超过 30 万户。如此大的体量，如何能够合理有效的提供融资担保支持，需要从市场内商户的具体情况说起。

一、交易市场内商户的自身特点：

1. 市场内各商户彼此独立

市场内的各个商户，从法律意义上，各商户都是独立的法人，保持各自的所有制、隶属关系、投资渠道，实行独立核算，按市场原则进行平等交易等方面。

2. 市场内商户间存在各种联系

同一交易市场内由于业务的同质性和日常接触的频繁性，各商户之间的联系复杂，且已在传统概念的基础上有较大的发展。从范围来看，已从上游工厂联系延伸到产业联系，不仅包括实体的商品物资联系，还包括非实体的信息联系，而且这种联系日益成为企业间联系的核心内容。

3. 市场商户整体呈现动态化

由于进入或退出市场的障碍较小，市场内的商户从总体看，总是处于不断的发展变化之中，同样市场也因此才能保持长久的活力。

4. 市场运行机制的基础是“信任和承诺”

不管是市场方对商户，还是商户之间，维持其相互间稳定的长期关系的纽带，正是信任和承诺。由此也使得市场内商户作为一个整体在面对外来竞争者时，拥有独特的竞争优势。如果没有这种信任和承诺，各商户就无法真正建立起稳定的分工与协作关系，甚至还会常常为相互间没完没了的经济纠纷所困，使得市场整体无法正常运营。

二、专业市场内商户融资担保的优势

交易市场内的商户通常是以某一主导行业或产业为核心，大量产业联系密切的中小

企业以及相关支撑机构在某一区域集聚。从马连道的茶叶城、西南郊水产市场到北京官园批发市场，市场内商户都表现出巨大的经济活力和强大的竞争优势。市场内的商户由于地理接近，产业相近，在共同的产业文化和制度背景下，产业关联及其支撑企业、相应支撑机构在空间上集聚，形成了与单个商户或中小企业截然不同的独特融资优势，主要表现在以下几个方面。

1. 信用优势

市场内的商户由于地域依附性和专业化分工与协作程度较高，与一般的单独中小企业相比具有独特的信用优势：一是市场内部的商业服务配套条件较好；二是行业细分较强，企业所需的人才、信息和客户在市场内部更容易获得；三是市场内对服务和辅助产品的需求量较大，能创造更多的市场机遇，有利于商户的发展；四是企业的根植性强，市场内的商户普遍依托市场这个产业环境，迁移的机会成本高，从而减少了商户的机会主义倾向，增大其守信度。交易市场内商户相对于单个企业具有整体信用优势。交易市场内的信用优势不仅是诚信经营的企业家信用、高质量生产的经营信用、合同签订与执行上的合约信用等三个层面信用的综合作用，而且更重要的是来自于交易市场特有的信用优势，即交易市场特有的交易环境，改变了交易的博弈规则，迫使交易主体在交易中倾向于选择守信行为。而且随着交易市场的发展，会有越来越多的商户在同市场内、市场外企业交易时倾向于选择守信行为，企业市场内的信用优势就逐渐显现。

2. 安全优势

在交易市场内，由于市场产业发展目标明确，众多企业围绕某一行业或产品系列发展，使得产业的风险具有一定的可预测性。而且由于地理接近，银行或担保公司能够对本地的企业状况比较了解，对商户的信息是准对称的。企业间的相互联系，如产品的质量、交货时间、资金结算等本身就是建立在信任的基础上，对市场内商户而言，维持声誉关乎企业的生存与发展，因此，企业市场内所结成的网络使企业逃避债务的可能性大大减少。从而大大降低了金融机构的融资风险。

此外，对交易市场内的商户提供融资服务，有利于通过市场内部行业间和行业内的资源重组、整合化解企业经营风险。同一市场内框架下的各企业间的竞争是良性竞争，

这样容易发挥出企业各自的优势。既有微型企业经营灵活的特点，又有小型企业具有一定生产能力的优势。小微、中小企业间达到一种共融，相互拉动和弥补。一旦出现某一企业退出的情况，其资产也很容易在同行业内部进行重组，使其在行业内部得到良好的“消化”。

3. 成本优势

银行或担保公司对小微企业的融资服务的成本一般比中型企业要高，这必然会降低其服务意愿。而市场内的小微商户往往超过 1000 家，在众多的商户或企业从事同一行业或同一种经营模式的情况下，担保公司通过对该行业或模式下的多家商户贷款，不仅从规模经济中受益，从而降低了信贷交易成本。而且由于在交易市场内能使内部商户的信息更加集中，更加透明，在一定程度上克服了信息不对称问题，这样银行就可以降低信息的搜寻成本，获得更多更完整的信息。因此，从金融机构的交易成本和信息成本来看，交易市场内的商户比单个企业具有明显的成本优势。

4. 发展优势

一般说来，当交易市场形成以后，即可以通过多种途径，如降低成本、刺激创新、提高效率、加剧竞争等，提升整个区域的竞争能力，形成市场整体竞争能力。这种新的竞争力是非市场型商户和市场外企业所无法拥有的。因为市场不仅仅降低交易成本，提高效率，而且改进激励方式，创造出信息、专业化制度、名声等市场财富。更重要的是，市场能够改善创新的条件，加速生产率的成长，也更有利于新企业的形成。

三、当前市场内商户融资的现状和渠道

由于信息不对称，缺乏抵押担保，商户融资难；面对快速发展的交易型和行业专属市场，银行和担保公司针对市场内商户的信贷业务却发展迟缓；市场管理方虽然长期管理市场内商户，掌握着大量企业信息，完全有能力、有条件对商户进行信息收集，但仍缺乏对商户经营行为信誉管理的硬约束。

因此，市场内商户和众多中小企业一样，很难从正规金融部门获得信贷支持，因此只能转而依靠内源融资和求助于非正规融资活动。据了解，市场内商户目前的资金来源首选以乡缘和血缘作为信用背景的非正规金融。而交易市场内同行业或相似运营模式的

环境加强了非正规金融活动的发展。在银行等正规金融供给不足的情况下，非正规融资活动成为一种有效的替代，大大促进了市场内企业的发展。从我们对北京官园市场内商户的简单调查可以看出，在企业日常经营资金来源中，亲友借贷和自我积累是第一位的资金来源；其次是非正规的私人借贷；最后才是正规的金融机构借贷，这也是占比重最小的一部分。

四、市场内商户融资解决方案

通过对前述市场内商户的初步调查和分析，对于既要支持市场内的小微企业和商户的融资需求，又要满足金融机构相关风险控制要求这一矛盾，笔者认为，需要从市场方出发，综合市场管理方和市场内商户的各自优势特点，以满足金融机构的要求。具体模式如下：

1. 市场管理方/业主担保

其适用范围是以租赁市场门面而从事个体商业批发和零售的小微型企业或个体工商户，北京官园市场就属于这一类别。其核心内容是由该市场管理方为市场内商户贷款提供担保，再由个体商户以其向市场业主交纳的租赁门面保证金和自身经营的商品向市场业主提供反担保的融资方式。

该模式的前提是选择好的市场。即市场管理方担保贷款离不开市场，选准市场是此项业务成败的前提和基础。就目前市场运作而言，主要有二种：一种是出售产权式市场，体现为房地产商(业主)将市场建好后分门面出售给各商户，由商户自主经营或再转租给他人经营。这种市场业主一般只负责物业管理，对各商户缺乏必要的控制和约束。另一种是出租使用权式市场，如官园市场。体现为业主只将门面出租给商户，各商户在交纳一定的租赁保证金后，按业主要求入市经营。由于业主要考虑市场的声誉和生存发展前景，因此，必须对整个市场实施全面的规范化管理，业主对各商户控制约束力强，经营管理规范。因此，在确定市场时，应选择第二种。

对市场管理方/业主的审查是开展好此项业务的关键。对市场管理方的审查须严格按照金融机构第三方保证人的资格审查方式进行详细审查、摸底，确保其担保能力。在此基础上，应尽量简化手续，以最大限度的满足商户/小微企业融资需求急的特点。

2. 商户互保模式

在很大程度上，市场内就是一个大的社会关系网络。由于地理位置上靠近，交易行为大量发生在相互熟悉的企业之间、企业与生产机构之间。企业间的相互联系是建立在信任的基础上，声誉对企业很重要。因此对于单个商户实力有限或资产规模较小的情况下，采用多家商户互相提供融资担保的方式，能够从一定程度上改善单个企业条件的不足。

对于担保机构而言，选择市场内的企业作为互保体，能够降低交易成本，表现在以下两个方面：第一，社会网络节省了谈判、交易与管理费用。市场内网络有利于担保中介与借款者之间彼此增进合作，从而节省了协商、谈判、执行的时间与费用，减少了内部与外部交易的成本。第二，集群网络降低了信息获取成本。在市场内密集的网络中，企业相互了解，所知信息相差无几，通过社会关系可以减少交易搜寻成本，也大大减少了担保企业与借款者之间的信息不对称。

3. 商铺使用权质押担保融资

目前交易市场中商铺的所有权和使用权大部分是分离的。商铺使用权质押贷款是指商户向银行申请以专业市场商位的有期有偿使用权权利为质押物，以质押担保形式获得的短期流动资金贷款。目前国内其他地方已有一些品牌市场通过商铺使用权尝试质押贷款，如中国小商品城的商户可以向银行申请以其自营的国际商贸城市场商位的有期有偿使用权权利为质押物，以质押担保形式获得的短期流动资金贷款。据了解这项业务开展以来，不到半年就已吸引超过 10 多家银行，放贷总额已经超过 8 亿元，成为小商品城重要的经营服务项目。

4. 商会担保模式

该模式设计采用商会为商户提供全程担保，商户在申请贷款前，先要通过商会初审后获取商会担保，然后商户将摊位的使用权、存货、应收账款等其他资产或权利作为反担保的方式，即可从银行获得信贷资金用于日常经营周转。

该模式已在武汉市汉正街市场得以实施运行。据了解，汉正街市场管委会从 2008 年初开始尝试商会融资担保方式，目前汉正街市场总商会下设的 18 个行业商会，其中 5 家分商会作为试点进行融资工作。商会担保的具体模式是从分商会会费中拿出 500

万元作为担保资金存入银行，需要贷款的商会会员即可从银行得到一定额度的贷款金。商户的贷款额度由商会和银行共同考核认定，基本原则是“诚信企业优先，有行业影响力的企业优先，有发展潜力的企业优先。目前该模式下，已有包括工商银行等国有银行在内的五家银行加入，贷款额度累计达到 2000 万元。

5. 担保公司贷款模式

该模式的具体做法是，一是由市场方联合工商所、区消协、国税局和地税局组建市场信用评级小组，首先对商户经营行为、维护市场秩序、公平交易、消费者投诉状况、管理费缴纳和纳税行为等进行规范和评价，给予信用综合评级打分，然后将评价结果筛选推荐给担保机构。二是基于市场管理方对商户的信用评价和初审，担保机构建立市场信贷模式，并根据市场经营情况，总量核定合作额度，由担保公司担保。三是商户为担保公司提供反担保，包括要求商户采取库存货物仓、应收账款、店铺经营权质押等提供反担保措施。在市场管理方牵头下，与担保公司签订合作协议，市场管理方对信用评级和推荐商户的信息负责，并及时监督、反馈商户经营状况，协助追偿债务，担保机构承诺为推荐商户担保。

其中市场管理方利用商户中普遍存在的融资约束，通过建立信用评价和信用推荐制度，实现了对商户的经营行为、市场信用的管理和控制，构建了市场内商誉治理的硬约束机制。引导和监督企业维护商圈形象，避免了商户的有限理性和机会主义行为。同时，通过市场方的信息收集和信用推荐，实现了商户的信用增级，解决了融资担保约束。因此，担保公司担保模式具备一定的市场治理功能，是市场方参与该模式的内在动因，也是该模式成功运作的基本保障。在该种模式发展到成熟阶段，随着市场自身形象的提升，扩大了客户群体，亦增加了商户经营效益，商户仍是该模式下最大的受益者。

五、结论与思考

随着国务院于今年 11 月 1 日起《个体工商户条例》的正式实施，更加放宽了对个体工商户的限制，强化了政府部门的服务职责，为个体工商户提供了一个更加宽松的生存和发展环境，亦充分体现了中央鼓励、支持和引导个体经济发展的精神。

在大政策的背景支持下，无论是通过上述哪种模式，最终目的是能够建立信用评价和信用推荐制度，构建市场内治理的硬约束机制。同时。这种信用约束机制契合了金融机构信贷制度的要求，通过市场方信息收集和信用推荐，实现了商户的信用增级，将市

场方、商户和担保公司三方有机结合，打通了资金供应与资金需求之间的障碍，解决了融资担保约束。

但在实际操作中，上述模式仍然存在着一些问题：例如有些市场并未建立内部信息系统，融资企业的信用信息记录不全、不能较好发挥商圈的信息优势；出于行业性风险考虑，部分市场尚缺乏担保机构介入；商铺经营权等抵质押方式，缺乏法律支撑等。为此建议：一是加强对具有规模优势、行业特色和区域辐射影响的市场进行重点支持，逐步搭建以市场为依托的，集行政、商务、金融多渠道信用信息的企业信用服务平台，使其成为解决商贸企业融资困难的有效载体。二是对参与市场融资的担保机构向政府申请融资担保补助政策，给予风险补偿和贴息补助，培育商贸融资担保体系。三是协调有关行政部门，明确商铺经营权、优先续租权的法律属性，并进一步优化权力质押登记流程，支持市场内商户进行商铺经营权质押等多种融资方式。

相关资讯

生活百科

夏季养生小常识

一、夏季失水多，应多喝水

喝多点水，而且是温水比较好，每天要喝七八杯白开水。身体要随时保持水分和补充水分，水在人体内起着至关重要的作用，维持着人体正常的生理功能。水是人体不可缺少的重要组成部分，器官、肌肉、血液、头发、骨骼、牙齿都含有水分，夏季失水会比较多，若不及时补水就会严重影响健康，易使皮肤干燥，皱纹增多，加速人体衰老。另外矿泉水、冷茶，牛奶，苹果汁是理想的解渴饮料。

二、应时起居

夏季则宜晚睡早起，中午尽可能午睡。切记不能在楼道、屋檐下或通风口的阴凉处久坐、久卧、久睡。更不宜久用电风扇，因夏令暑热外蒸，汗液大泄，毛孔大开，易受风寒侵袭，吹的时间过久可能会引起头痛、腰肌劳损、面部麻痹或肌肉酸痛等。

三、饮食清补，多吃“苦”

在饮食滋补方面，热天以清补、健脾、祛暑化湿为原则。肥甘厚味及燥热之品不宜

食用，而应选择具有清淡滋阴功效的食品。

甘凉清润的食物：小麦、高粱、青稞、豆腐、白扁豆、黑芝麻、马铃薯、白菜、莴苣、龙须菜、菠菜、冬瓜、西瓜等。健脾养胃、滋阴补气的食物：菠菜、藕、茭白、西红柿、胡萝卜、鸡蛋、苹果、牛奶、葡萄、莲子、桑椹、蛤蜊，鹅肉、青鱼、鲫鱼、鲢鱼、大麦粉等。

祛暑利湿、清热解毒的食物：蚕豆、赤小豆、黄豆、生萝卜、茄子、白菜、芹菜、荸荠、薏苡仁、菜瓜、西瓜、冬瓜、丝瓜、黄瓜、甜瓜、苦瓜、菊花、荷叶、茶水等。

苦味食品中所含有的生物碱具有消暑清热、促进血液循环、舒张血管等药理作用。热天适当吃些苦味食品，不仅能清心除烦、醒脑提神，且可增进食欲、健脾利胃。苦瓜：取其未熟嫩果作蔬菜，成熟果瓤可生食，既可凉拌又能肉炒、烧鱼，清嫩爽口，别具风味。苦瓜具有增食欲、助消化、除热邪、解疲乏、清心明目等作用。此外，苦菜、茶叶、咖啡等苦味食品亦可酌情选用。应注意的是，食用苦味食品不宜过量，否则可能引起恶心、呕吐等症状。

四、补充盐分、钾和维生素

暑天出汗多，随汗液流失的钾离子也比较多，由此造成的低血钾现象，会引起人体倦怠无力、头昏头痛、食欲不振等症候。热天防止缺钾最有效的方法是多吃含钾食物，新鲜蔬菜和水果中含有较多的钾，可多吃些草莓、杏子、荔枝、桃子、李子等；蔬菜中有大葱、芹菜、毛豆等也富含钾。茶叶中亦含有较多的钾，热天多饮茶，既可消暑，又能补钾，可谓一举两得。人体夏季大量排汗，氯化钠损失比较多，故应在补充水分的同时，注意补充盐分。每天可饮用一些盐开水，以保持体内酸碱平衡和渗透压相对稳定。营养学家还建议：高温季节最好每人每天能补充维生素 B1、维生素 B2 各 2 毫克，钙 1 克，这样可减少体内糖类和组织蛋白的消耗，有益于人体健康。故在夏日应多吃一些富含上述营养成分的食物，如西瓜、黄瓜、番茄、豆类及其制品、动物肝脏、虾皮等，亦可饮用一些水果汁。

五、做些养心运动

夏季运动量不宜过大、过于剧烈，应以运动后少许出汗为宜，以免运动量过大、出汗过多损伤心阴。对于夏季依然坚持锻炼身体的人可以选择练太极拳、太极拳动静相兼，

刚柔相济，开合适度，起伏有致，身端形正不偏倚，正气存于内而风邪不可侵，与自然的阴阳消长相吻合，可谓夏季最佳的养心运动之一。

征稿启事

市场协会向各会员单位征集会员风采

各会员单位：

为了进一步加强市场的知名度、加强协会与会员单位的联系，现面向各市场征集会员风采即各市场新建项目、市场活动、市场荣誉等信息，稿件经审核采用后将在市场通讯、无锡市场网统一刊登。

市场新建项目主要能帮助介绍项目的政策优势、交通优势、资源优势、配套设施的优势，扩大宣传，增加影响力。

市场活动主要是吸引百姓、鼓励消费，主要是以某个大型主题为背景开展的系列活动。如“天鹏海鲜美食节”“五洲好声音”等。

市场荣誉的宣传可以有效的提高市场的诚信度、知名度、增加消费者信任感。

稿件应言简意赅，字数一般不超过 500 字。单位稿件需单位负责人审核签发，个人稿件需留有联系方式。

投稿邮箱：2480178758@qq.com

欢迎各会员单位踊跃投稿！

无锡市场协会

2016年8月25日