

市 场 通 讯

2016 年第 9 期

(总第 206 期)

无锡市市场指导委办公室 编印
无 锡 市 场 协 会

2016 年 9 月 30 日

目 录

政府信息：国家发展改革委部署加强 2016 年中秋、国庆期间

市场价格监管工作

行业动态：无锡楼市地价飙升 外地购房占比近七成

2016 年 8 月中国物流业景气指数为 54.3%

会员之窗：金九银十家居热 红星美凯龙备战十一黄金周

国联市场：用活载体，抓党建促发展

皮革城市场 2016 年最新动态

中储金属材料交易市场的城南分市场消防演练

诚信建设：省打击侵权假冒工作督查组来无锡督查工作

市政协调研无锡老字号发展情况

工作研究：再议市场经营管理模式

区域经济不平衡下，不要盲目追求第三产业占比

谁说实体店不行？看这家肉店如何颠覆传统

生活百科：手机辐射对人体的伤害研究

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

政府信息

国家发展改革委部署加强 2016 年中秋、国庆期间市场价格监管工作

近日，国家发展改革委发出通知，部署各级价格主管部门加强 2016 年中秋、国庆期间市场价格监管，规范节日市场价格秩序，优化节日市场消费环境，营造欢乐祥和的节日氛围。针对中秋国庆期间群众旅游、出行、购物活动密集的特点，通知要求各地加强对旅游、交通、零售等领域的监管，重点查处以下九类行为：

一、景区经营者不执行政府规定的价格水平或浮动幅度，擅自增设收费项目，通过违规设置“园中园”门票等形式变相提高门票价格，不按规定实行明码标价等行为；

二、酒店等旅游服务企业借“营改增”等名义捏造涨价信息、哄抬价格、扰乱市场价格秩序的行为；

三、景区内及周边餐饮、旅游人群相对聚集的餐饮区、特色小吃街以及位于“大众点评网”等餐饮点评网站前列的餐馆，景区内及周边旅游特产商店不执行明码标价相关规定的行为；

四、旅行社及旅游服务网站虚构原价、虚假优惠折价、不履行价格承诺等价格欺诈行为；

五、公路、铁路、民航、水运等交通运输行业超过政府定价擅自涨价、价外收费、误导性标价等行为；

六、高速公路收费不执行重大节假日免收小型客车通行费政策的行为；

七、出租汽车、租车服务公司不执行明码标价相关规定等行为；

八、高速公路施救服务公司，机场、火车站、高速公路服务区等相对封闭区域内商品及服务价格违法违规行为；

九、线上线下商品零售企业以及电子商务平台在打折促销过程中虚构原价、虚假优惠折价、模糊赠售、误导性标价、不履行价格承诺等价格欺诈行为。

通知强调，各地要进一步健全节日期间应急监管预案和工作机制，高度重视灾害天气与节假日叠加形成的市场价格监管压力，加大对商超、农贸市场等与群众日常消费密切相关场所的监测频次和监管力度，密切关注节日期间消费量大幅增加的粮油、肉、禽、蛋、菜、奶及月饼等食品市场和价格动态，一旦发现市场价格波动的倾向性、苗头性问题，及时采取措施有效化解，确保两节市场价格监管工作取得扎实成效。

欢迎社会各界拨打价格举报电话 12358，各级价格主管部门将安排专人值守，及时处置各类价格举报问题，维护消费者合法权益。

（国家发改委政策研究室）

行业动态

无锡楼市地价飙升 外地购房占比近七成

173 轮竞拍、溢价率 185.34%，最终楼面地价 18050.3 元/平方米——昨日无锡诞生的最新单价地王，经过了 3 个小时的竞价“拉锯”。同场拍卖的另一幅住宅用地竞价用时 1 个半小时，97 轮竞价后，溢价率高达 269.23%，楼面地价 13581.57 元/平方米，紧随新晋地王成为无锡单价第二高的地块。

位列“三线城市”的无锡，近期单价地王的刷新速度超出想象：先是 8 月 19 日土地拍卖创近万元地价新高，继而 8 月 22 日的土拍拍出无锡历史上第一幅万元地，半个月后，当地地价最高水平又噌噌噌地上窜了大几千元。

为揽两幅地，网上“拉锯”近 5 小时

9 月 8 日，无锡网上拍卖两幅住宅用地，当地国土局联合 365 淘房网、无锡世联行联合直播，拍卖从早上 9 点半持续到下午 2 点，近 5 小时网上“拉锯”在当地绝无仅有，19 家房企参拍、10 万网友观战，足以佐证眼下房地产市场之热。首先拍卖的滨湖区太湖新城一幅地块，万科、保利、华润、龙湖、金茂等大牌房企竞拍，短短 5 分钟，楼面地价就突破万元；21 轮时，地块溢价超 100%。因网上竞价太过激烈，当地国土网一度“瘫痪”。

173 轮时，加价激进的上海中锐地产终于以 33.1 亿元报价锁定胜局，此时地块溢价率已达 185.34%，楼面地价 18050.3 元/平方米，成为无锡新晋单价地王。

中锐地产 2007 年已进入无锡，见识了无锡房地产市场沉浮，长久的沉闷期时，与大多数驻锡房企一样，内心难免彷徨，但无锡房地产市场在今年“鲤鱼翻身”，据中国指数研究院数据，8 月无锡房价以 6.76% 的涨幅站上百城之首，划上了大大的惊叹号！“中锐”8 月 19 日就以 10353.15 元/平方米的高地价拿下了太湖新城闪溪河地块，昨日再下一城，出手更加豪气，有时一轮就直接加价 1 亿元，转而深耕的心理暴露无遗。

按照无锡市房协副会长杭卫的推测，18000 多元的地价，意味着未来房价会冲到 3 万至 3.5 万元的高位。而官方数据显示，无锡 8 月全市住宅均价 9198 元/平方米，以此考量，地王“面粉价”已是全市住宅“面包价”的近 2 倍！

也许受到新地王激励，接下来拍卖的梁溪区丁村管巷地块加价幅度及速度都更胜一筹，13 家房企报名竞拍，仅用 10 分钟，地块溢价率就达到 200%。1 个半小时 97 轮竞拍后，融侨地产以 14.4 亿元揽得地块，溢价率已高达 269.23%。

爆发性增长，外地购房占比近七成

“感觉无锡的楼市一下子从冬天到了夏天，而且是盛夏，中间没有过渡。”8 月 22 日无锡土地网上竞拍首出万元地块、首现 206% 的高溢价率时，无锡富力房地产开发有限公司总经理李明就发出了这样的感叹。

去年底，无锡全市住宅库存量约 900 万平方米，库存房源近 9 万套，去化周期 20 个月；而目前当地库存商品住宅 536 万平方米，约 3.5 万套房源，去化周期下降至六七个月。

据市房屋交易管理中心公布数据：传统淡季 8 月，无锡市区商品住宅成交面积却达 98.21 万平方米，同比增长 106.32%，环比增长 45.78%。截至 8 月底，今年无锡全市新房成交量超过 6.04 万套，已逼近 2015 年全年 6.19 万套的成交量。

官方数据还显示,8月无锡全市商品房备案成交的本地需求仅占三成,占比27.38%,比7月减少25.42个百分点;外地购买力占比则高达67.41%,比7月增加22.05个百分点。这些外来需求,多半抱着投资目的而来。

记者注意到,今年3月至7月,外地人在锡购房比例均在40%多,到8月却猛涨,的确非同寻常,背后的驱动力正是缘于8月地价的飙涨。8月22日,历经近400轮竞价、溢价201.36%,梁溪区一幅地块以10547.9元/平方米楼面地价拍出,当天下午,就有常熟等外地客户赶来买房。

融创无锡公司总经理顾国华分析认为,无锡房价长期徘徊在8000元/平方米左右,到今年6月冲上了9000元/平方米大关,并持续向上,这与目前无锡的城市价值有关,尤其最近提出了上海大都市圈格局的规划,从上海坐高铁到无锡最快仅29分钟,而无锡房价只有上海的1/6左右,与苏州房价相比,低出约一半。大城市群的融合,使得周边投资需求爆棚。

无锡市房协副会长沈洵也表示,无锡宜居度高,交通、教育、医疗等都比较发达,即便是地价攀高至1万多元/平,与周边地区比,仍是一个价格洼地。

在此之前,无锡致力于去库存,土地供应量逐年大幅缩减,客观上也使得供应量明显下降,而在需求猛然迸发之时,供需关系很快就逆转了。

靠投资支撑,三线市场还能火多久

眼下的无锡楼市充斥着楼盘涨价的信息,尤其是8月两场土拍地价冲高后,楼盘价格预期更是高涨,惜售待涨的、涨价逼定的越来越多。这似乎是一线城市和南京、苏州等二线城市楼市的“翻版”。不过,在无锡“异军突起”之时,苏州房地产市场已归于平静,投资渐趋冷却。按中指院数据,8月苏州房价出现年内首次负增长,以0.25%的环比降幅,列全国百城倒数第18位。苏州楼市库存出清周期已从2个月回升至5.9个月。

苏州楼市降温,与当地接连不断的调控尤其是外地人限购实施密切相关。业内认为,前期外来资本快速涌入带火市场,一旦需求泡沫渐消,市场自然就会回归本来价值。

相比之下，无锡房地产消费环境宽松，在流动性充裕的大市下，成为资本云集地。8月底，当地曾传出银行对外地人购房限贷的消息，但很快被辟谣。而当前无锡地王频出，也因此，业内普遍认为量价齐升的态势仍将在无锡延续。

值得指出的是，尽管无锡楼市的快速升温一定程度上是价值被低估的补涨，但是，自2010年以来，无锡人口增量便持续放缓，2015年人口增量仅为5年前的1/15，并已经连续两年维持这一低增长率，而在当地产业结构完善升级尚未完成的背景下，因投资资本驱动的人口导入到底能持续多久，还很难说。

当然，“面粉价”大幅高于“面包价”，房企的经营隐患实际也埋下了。

（无锡新传媒）

2016年8月中国物流业景气指数为54.3%

中国物流与采购联合会发布的2016年8月份中国物流业景气指数为54.3%较上月回落0.5个百分点；中国仓储指数为53%，较上月回落0.7个百分点；中国公路物流运价指数为96.9点，比上月回落4.5%。

中国物流信息中心副主任何辉认为：8月份，虽然物流业相关指数较上月有所回落，但仍保持在景气区间，且指数水平较高，显示出物流业务活动活跃。尤其是从中国仓储指数的品种看，钢铁、化工、建材、机械设备等的仓储吞吐业务量、期末库存量、库存周转速度指数等都维持在54%以上的较高水平，反映出当前生产、建设出现了回升。

资金周转率指数回落。8月份，资金周转率指数为49.8%，较上月回落2个百分点。显示出在当前M1和M2数据之间的“剪刀差”不断扩大，企业投资意愿转弱的情况下，物流行业受到货币流动性下降的影响。

企业仍面临较大成本压力。8月份，主营业务成本指数为52.9%，较上月回升0.2个百分点。显示出，物流企业业务成本增长压力仍较大。

价格利润持续低迷。8 月份,物流服务价格指数为 49.1%,较上月回升 0.2 个百分点;主营业务利润指数为 48.7%,较上月回升 1.2 个百分点。显示出物流服务价格和主营业务利润仍位于收缩区间,但降幅有所收窄。

从后期走势看,尽管新订单指数回落 1.2 个百分点,但仍保持 53.6%较高水平;业务活动预期指数回升 1.9 个百分点,为 60.5%。预示着后期随着传统生产、建设旺季的到来,物流活动有望保持回升态势。

(中国物流产业网)



金九银十家居热 红星美凯龙备战十一黄金周

俗话说金九银十,每年的十一黄金周市场都是各大卖场分秒必争之地,红星美凯龙锡山商场也是早早亮出自己的促销活动,携带各大家具建材品牌开始十一大促的蓄水。商场携手金科中心,金科世界城,长泰国际,观山泓郡,观山名筑,碧桂园,红豆人民路九号等几大小区物业联合宣传,在 10 月 1 日-3 日期间开展小区团购活动。团购小区业主凭活动邀请函可享受实付金额每满 1000 减 20,上不封顶的优惠,消费满 5000 元可获赠电视云盒一台。除此之外,十一期间,商场还设置了刮刮卡免单活动,顾客单笔实付金额满 5000 元即可参与免单抽奖,最高可享受 4999 元的免单!与往年的常规促销活动不一样的是,今年的十一黄金周,红星美凯龙锡山商场除了在促销力度上拿出了全年最大的优惠外,更是在活动形式上做了创新。炫彩魔球返现,就是其中一项最有意思的活动,顾客可以凭自己的运气,通过摸彩球,获得现金返现,吸尘器,除螨机,空气净化器等家居礼品。当然,任何一场活动,终极抽奖总是必不可少的环节,今年的十一,红星美凯龙锡山商场也是拿出了市场上最流行的电子产品 iPhone6S 来作为终极大奖的礼品。

作为无锡市场上老牌的家居卖场，红星美凯龙锡山商场在注重促销活动的同时更加注重现场的服务，全体商户营业员的迎送宾接待，每个馆大厅的经理导购，客服人员的流动茶水餐车以及商场外围停车场的车位预留，无一不透露出这个 16 年的老商场所具有的人文情怀。更重要的是让消费者在购物的同时，得到身心的愉悦，在享受活动优惠的同时，感受到更加真挚的服务。

当然，除了促销与服务，在全民娱乐方面红星美凯龙锡山商场在 10 月 1 日当天也是联合了无锡梁溪之声栏目共同开展了小主持人大赛暨全国十佳百优小记者选拔赛，10 月 5 日更是联合慕思寝具在商场内组织了一场歌手陈楚生的歌迷见面会。

这么多丰富的活动加上温馨优质的服务，相信红星美凯龙锡山商场今年的这个十一很不一样哦！

（市场张家国供稿）

国联市场：用活载体，抓党建促发展

今年以来，面对严峻的行业形势，国联市场党支部始终坚持“围绕经营抓党建，抓好党建促发展”的指导思想，将党建思想政治工作与经营中心工作深度融合，以抓好“两学一做”教育实践活动为抓手，以落实国联集团党代会精神为契机，强化党员和职工的理想信念，创建具有物资特色的企业文化载体，引导和规范员工从业行为，不断激发党员和职工工作活力，为公司破解经营困局、谋划企业发展、保障和谐稳定提供坚强的思想政治保证。

通过不懈努力，市场干部职工“永不言难”的精神得以激发，努力拼搏、爱岗敬业蔚然成风，企业面貌得到进一步改善，经营状况得到明显好转。截止目前，企业的主要经济指标均好于去年同期。同时随着中建材、浙江物产集团等世界 500 强企业的进驻，国联市场在无锡地区圆钢集聚区和主导地位得到进一步以强化，市场层次进一步提升。

（市场吴煜萍供稿）

皮革城市场 2016 年最新动态

1、皮革城沿街商铺（沿芙蓉六路）传统业态进行转型升级。原箱包皮具、家纺等传统业态受市场经济大环境以及电商影响较大，退铺现象较多。现市场积极应对打造以轻餐饮、特色美食、主体餐厅为主的时尚餐饮街区，填补市场空白配套服务市场周边社区居住人群。目前市场已进驻知名品牌“N 多寿司”、“爱 8 寸”、“金年任”，开业以来广受好评，给市场周边消费者带来了便利，受到无锡餐饮业界的关注，更多优秀品牌正在商谈中。

2、皮革城双面呢服饰工厂直营特色街区招商中。近两年皮革城市场双面呢大衣趋于流行热销，来自省外浙江海宁的皮衣、皮草商家也纷纷布局双面呢服饰。今年市场把双面呢服饰作为特色业态进行整合，将市场 3 幢 4 幢一楼区域规划面积约 2000 平米，重点整对双面呢厂家进行工厂店招商。无锡港下双面呢作为本土制造基地有数百家工厂企业，目前无锡港下双面呢协会及部分会员厂家已多次前来考察，把皮革城作为双面呢生产厂家一个新的销售平台已经成为共识。目前已吸引首批工厂直营店十余家入驻，装修备货中，后续将有更多厂家进驻成为皮革城的一个新亮点。

3、皮革城二楼皮衣皮草区进行升级改造，打造皮衣皮草服饰体验馆。老市场装修多年很多区域已经老化，购物环境已经不能满足商户和消费者的需要。市场公司斥资重金对进行重新布局改造，一个新的形象、新的环境即将登台亮相。吸引了一大批新老客户关注，目前部分厂家和商户已经提前签约入驻。

4、“十. 一”国庆节活动。今年流行皮衣吗?今年流行什么皮衣?无锡皮革城 2016 年皮衣秋冬流行趋势将于 10 月向您展示，将汇集百家千款、以简洁、实穿的长款皮革大衣为主，经过人工细腻的加工，让皮革的剪裁更加多元化，柔软的质地上身更加舒适透气，保暖性能更佳。风衣款的长款皮衣超级时髦，经典的裁剪帅气又干练，穿上绝对气场十足。今年皮衣流行什么颜色?颜色鲜艳的皮革大衣非常适合秋冬搭配，简单的基础款内搭都可以穿出时髦感。除了经典的黑色皮衣，在今秋不妨尝试下其他颜色，绝对让你个性

又有范；

5、“元旦”活动。在感恩消费者对无锡皮革城的爱和热情关注的消费者方面，无锡皮革城将每年元旦举办“感恩节”，在这皮革销售的旺季组织商家拿出满满诚意回馈消费者，将最大的优惠反馈我们的VIP（微信会员），所以从现在起赶紧加入“无锡皮革城”微信粉丝吧

（市场赵静供稿）

预案充分 准备精心

——记2016年中储金属材料交易市场的城南分市场消防演练

为加强公司市场的消防安全，本着“预防为主，防消结合”的宗旨，落实“强化安全发展观念，提升全民安全素质”活动主题，城南库市场在公司领导指导下、各部门的精心配合下，举办了2016年度消防应急演练，市场、库房客户共百余人参与了演练。

此次演练取得成功的背后，却有很多的故事。为达到演练需要的烟雾效果，市场部与安办等部门反复讨论，从冰块、干冰、人工造雾器等材料的效果、可操作性方面多次探讨，本着效果好、成本低的理念，最终选择租赁舞台用人工造雾器6台，分两个楼梯各3台，遥控制造烟雾。

同时，演练当天7点30，市场管理部配合保卫部指挥车辆，配合保障部悬挂演练条幅，放置讲解灭火器使用所需的办公桌。并做好发动市场客户的工作，在前期张贴消防应急演练通知的基础上，在演练当天挨个办公室、库房通知，提高人员参与度。演练开始，与清洁工等做好引导并及时发放毛巾，指导客户用毛巾捂鼻，集中有序下楼，弯腰通过烟雾区；提升演练效果。

通过本次演练活动，提升了市场的消防安全管理水平，提高了保护员工生命及公司财产安全能力；增强了公司员工与经营客户的消防安全意识、自我防护技能，营造了“人人重消防、事事讲安全”的消防安全氛围，为推进品质服务、为今年冬季消防安全工作在全

公司全市场扎实全面展开打下了坚实的基础。

无锡中储金属材料交易市场由无锡中储物流有限公司公司始创于 1998 年，市场面积 3 万平米，位于梁溪区锡沪中路 383 号，市场内云集全国各大钢铁、有色生产企业及经销商 300 余家，年交易额 200 亿元。

通过改革重组中储发展股份有限公司(简称“中国储运”，证券代码 600787)隶属于大型中央企业中国诚通控股集团，在无锡物流中心下设的中储金属市场是无锡中储金属材料交易市场的城南分市场，位于新吴区城南路 32-1 号，开办于 2009 年，面积 4.7 万平米，拥有 551 间交易间。市场以各大黑色金属、有色金属厂家和大型经销商为主要客户群，无锡太钢、新疆农六师、马钢无锡销售等大型企业已抢先入驻，定位华东地区产品销售中心、物流配送中心。

中国储运在无锡地区设立的无锡中储物流有限公司、中储发展股份有限公司无锡物流中心两家企业，均是华东地区知名的大型综合物流企业，江苏省重点物流企业，能够为全国各大企业在采购、生产、营销等供应链各环节提供现货市场、仓储运输、加工配送、贸易采购、监管融资、物流设计等全程综合物流服务，已成为东地区最大的有色金属和不锈钢产品物流集散中心、交易中心和配送中心。

(由市场胡晓伟供稿)

诚信建设

省打击侵权假冒工作督查组来无锡督查工作

8 月 16 日，省打击侵权假冒领导小组办公室主任、商务厅副巡视员郁冰滢率督查组来无锡督查打击侵权假冒工作情况。

督查组一行实地检查了无锡小天鹅股份有限公司，重点了解了出口拉美地区企业商品质提升、维权打假方面等情况；随后又检查了江苏信用行科技股份有限公司，了解

互联网企业质量控制、网站运行情况。督查组鼓励企业要继续加强产品质量管控，提升创新能力，提高品牌影响力，为无锡经济发展作贡献。与此同时，督查组还就做好打击侵权假冒工作提出了要求。

督查组一行还听取了无锡市打击侵权假冒工作情况汇报，了解了相关成员单位“双打”工作开展情况和存在的问题，并就下一步开展打击侵权假冒工作提出了要求。督查组对无锡今年以来开展互联网领域打击侵权假冒、中国制造海外形象维护“清风行动”无锡实施计划等专项整治及“双打办”等工作给予肯定，认为无锡打击侵权假冒工作特色鲜明、措施有力、成效显著。同时，也希望无锡今后要进一步加强组织领导，提高“双打”工作水平，同时要发挥各成员单位作用，切实加强市场监管，保护消费者合法权益，更好地为无锡经济社会发展提供有力保证。

（无锡市商务局）

市政协调研无锡老字号发展情况

8月29日下午，市政协副主席章一中率市政协相关成员调研视察无锡老字号企业发展和保护情况，市商务局局长汪行，分管副局长邓泉明陪同参加。

无锡市目前共有9家经商务部认定的“中华老字号”企业，18家江苏老字号企业，27家无锡老字号企业，主要涉及餐饮、百货、医药、洗染等行业。

调研组一行先后到穆桂英食品制造有限公司、玉祁酒业有限公司和真正老陆稿荐肉庄有限公司三家老字号企业进行实地走访。穆桂英是我市传统美食的一面旗帜，在发展过程中充分打好粽子、月饼等的“文化牌”和“创新牌”，在口味和品种上不断推陈出新，受到锡城消费者热捧。玉祁酒业传承“双套酒”酿酒工艺，近年来先后在无锡惠山古镇、荡口古镇、巡塘古镇等处开设玉祁酒坊体验馆，促进传统酿酒工艺文化的传承和发展，企业销售额也连年上升。真正老陆稿荐引进了“新鲜卤菜包装化技改项目”，运

用气调保鲜技术生产、真空冷却、封装熟食，确保食品安全和保持卤菜新鲜口味不变，增强了产品竞争力。

考察过程中，调研人员与企业管理人员边走边聊，充分了解了老字号企业在保障品质，创新发展过程中种种做法，对企业在生产经营过程中遇到的各种困难进行了询问和交流。在随后召开的座谈会上，市商务局领导汇报了我市老字号企业整体发展情况和政府的支持老字号企业发展方面出台的政策和采取的做法。

市政协副主席章一中指出，老字号既是宝贵的经济资源，也是重要的历史文化资源，联通着城市的记忆。要提高认识，做好老字号的挖掘、宣传工作；要积极调动老字号企业的发展积极性，加大对老字号的支持和保护，为传承、保护老字号提供有力支持；要通过宣传打造，让老字号的影响力继续在年青一代消费者心目中生根发芽，使这张城市“名片”更加闪亮。

（无锡市商务局网摘录）

工作研究

再议市场经营管理模式

这几年，各地房产企业的相关数据显示商业地产开发的专业市场，商业广场都趋于饱和状态。过去的几年，开发商急功近利，不具备专业市场的经营管理经验和能力，使得近十年来因经营模式不当出现的“空壳”“鬼城”等空置率问题应引起我们搞专业市场人士的关注，如何有效规避专业市场后期运营风险，保证整个项目长期稳定发展，作如下几点探索：

一、 具有综合运营能力是专业市场成功的保障。

开发经营企业的综合能力包括成熟的市场运作经验、专业经营管理团队、丰富的行业资源、商家资源、信息资源、管理资源以及强大资源整合能力。无锡五洲集团就是具

有这样能力的专业市场的开发运营的成功企业。他们先后在全国开发建设运营三十多家专业市场。他们有一套完整的、详尽的《市场运营管理实施方案》。这套方案将为市场的后期运营模式，选择正确的策略方针。而经营模式决定了市场的功能定位、业态规划、管理体系、市场发展目标以及具体的措施和方案

二、 自持物业产权是市场长远发展的根本。

商业地产项目有两种模式：一是炒商，二是炒铺。

炒商是炒市场的商气、炒名气、炒人气，炒的是市场的品牌价值，是考虑市场长远的发展为目的，是负责任的运作。对一些专业性质、行业需求明显的市场，只要有一定比例的自主物业产权掌握在运营者手中，才能稳定市场的经营主体，才能吸引龙头经销商、品牌商入驻，才能让市场业态组合，按事先设计的规划定位发展，才能最大的规避商家经营风险，有利于做大做强市场的商业品牌，有利于项目长远发展。

另一种是炒铺，是为了拔高商业物业售价，通过商业概念活动的炒作，制造短期兴旺假象，抬高售价，出售产权。这样提前透支运作资源，提前透支“放水养鱼”的市场扶持利润空间，其结果往往是投资者、经营者利益均得不到保障，而后期留下的经济、政治、社会隐患是不可忽视，而这种情况已经逐步的滋生蔓延，值得我们密切关注。

三、 整合行业资源是专业市场经营模式的创新之路。

专业市场的发展方向是产业链的优化和整合。通过对本行业的资源整合，包括对横向和纵向资源的有效整合，在本行业产业链优化发展的过程中，发挥专业市场的区域功能和平台功能，提升专业市场的上下游服务功能，才是市场立于不败之地的重要战略举措，中储无锡公司重组以后，在公司内部将区域性的资源整合发挥的非常成功，值得借鉴。

大型区域性龙头市场可以主动与产地市场形成战略合作关系，无锡的朝阳集团、天鹏集团借力产地市场的产品优势和市场拓展需求，发挥区域市场辐射功能和流通平台，走一条产销结合的市场专业共赢的发展道路。

区域性的专业市场要主动与大市场对接。充分利用大市场的商家资源、产品资源和商品集散功能。这对市场在转型提升区域性市场商品流通功能和区域分销能力是大有益处的。

综上所述，如何进行专业市场转型升级的大课题实施，如何做到专业市场的持续长远发展，我们认为：准确的市场定位是基础，成功的招商策略是桥梁，而完善并不断创新的经营商业管理模式才是市场的命脉。

（无锡汇智市场发展研究所 杨四方）

区域经济不平衡下，不要盲目追求第三产业占比

我国大部分地区，尤其是广大中小城市，在未来相当长的时间内，经济发展的主要驱动力还是第二产业。在这一背景下，不能盲目追求第三产业占比提升，而是要对由房地产带来的三产占比提升保持清醒头脑。与此同时，必须坚定不移地发展第二产业，夯实先进制造业，让包括生产性服务业在内的第三产业具备更加坚实的发展基础

近期，各地都晒出了今年上半年经济增速和产业结构的成绩单。第三产业占比提升，成为大多数地方产业结构优化的证明。对此，我们不能盲目乐观，而是要辩证分析。

无论经济学原理还是发达国家的发展实践都表明，随着经济发展和国民收入提高，第一产业在国民经济中的比重将逐渐下降，第二产业比重会上升；随着经济的进一步发展，第三产业的比重开始上升，甚至在国民经济中的占比将超出一半。

不过，这并不意味着每个地区都要把持续提升三产占比作为发展目标。我国经济发展的区域性特点突出，经济发展水平差距明显。目前，既有能够与国际顶尖水平相提并论的“北上广深”，也有经济发展相对滞后的西部地区。作为向消费社会转型的前沿阵地，“北上广深”在产业布局上完全可以围绕消费社会发展，持续提高第三产业占比和经济发展质量；对中西部省份等经济欠发达地区而言，城市化、工业化还处在初中期阶段，当前仍要集中精力发展第二产业，提高第二产业的聚集度和带动力。

从具体数据来看，目前部分地区的三产占比提升主要依赖房地产行业“一股独大”，三产结构欠佳，持续性不足。今年上半年，我国房地产行业贷款新增2.93万亿元，同比多增1.04万亿元，增速达24%，同比提升4.6个百分点，远超其他行业贷款增速。房地产行业的火爆程度，由此可见一斑。与此同时，今年上半年，我国制造业投资增速为-0.3%，历史上首次出现负增长。制造业投资一直是我国固定资产投资的主力，其增速下滑对我国经济增长的影响不可小视。因此，对房地产火爆带来的三产占比的“绝对提升”和制造业投资下降带来的三产占比的“相对提升”，都要实事求是地分析，不能笼统地看待，更不能被三产占比提升的“虚假繁荣”所迷惑。

在实践中，具备发展第三产业条件的一线城市率先明白了要辩证看待“第三产业占比提升”的重要。近日，深圳出台了全国首个区级工业控制线管理办法，划定工业控制线总规模70平方公里，保护先进制造业，防止房地产挤压制造业发展空间。目前，在金融、房地产行业的带动下，上海浦东第三产业比重已达75%，远远超过了65%的规划目标，但当地政府仍然对工业投资下滑的现象给予充分重视，要求全区深入分析原因并对症下药。其实，无论是深圳还是上海，发展第三产业的条件都可谓得天独厚，但其仍对工业下滑高度警惕，足以为其他地区提供借鉴。不仅国内城市如此，西方发达国家也是这样做的。即便提出“配第-克拉克定理”、同时已经进入工业化后期的欧美发达国家，仍然在加速回归高端制造业，它们以高端制造业为依托，大力发展生产性服务业，为服务业发展提供保障。

说到底，现代经济是一个有机整体，三大产业之间的发展要良性互动，如果第二产业发展滞后，第三产业也难以持续健康。我国大部分地区，尤其是广大中小城市，在未来相当长的时间内，经济发展的主要驱动力还是第二产业。在这一背景下，我们不能盲目追求第三产业占比提升，而是要对由房地产带来的三产占比提升保持清醒头脑。与此同时，必须坚定不移地发展第二产业，夯实先进制造业，坚定不移地振兴东北老工业基地，让包括生产性服务业在内的第三产业具备更加坚实的发展基础。

（本文来源：经济日报 作者：中国银行总行研究部 贺强）

谁说实体店不行？看这家肉店如何颠覆传统，火爆上海滩！

一家小小的生鲜肉铺店 因为一只“烧鸡”而迅速爆红网络短短2个多月的时间，鸡的价格从48元/只涨价到108元/只，可仍然“一鸡难求”这就是上海著名的“网红”肉铺店——My Butchery

My Butchery 于今年5月20日在上海开业。主要贩卖来自世界各地的生鲜肉类产品，比如：澳洲谷饲肉眼、西冷牛排、巴西牛里脊，法式羊排等。就是这样一家面积不大的肉铺店，短短2个多月时间迅速”红遍“上海滩，许多人慕名而来，这是为什么呢？

一、单品爆款，一只烧鸡打响店铺品牌

My Butchery 虽然是一家生鲜肉铺店，但卖的最火爆的却是一只烧鸡。

这只烧鸡到底有多受欢迎呢？

在短短两个月时间里，My Butchery 的烧鸡价格从试营业的48元/只涨到现在的108元/只，价格整整翻了一翻！可仍然“一鸡难求”！

由于每日限量供应，希望每天晚上来一只，已经不太可能了，很多人都会提前预定。正常情况下，下午7点前就会卖个精光。所以许多顾客甚至会提前一天预定。

为什么 My Butchery 的烧鸡会如此受人欢迎？

1、确实好吃。My Butchery 做的是法式的“烤春鸡”，选用的是鸡龄在半年左右的童子鸡，是老板和大厨们精心挑选出来的。每只鸡在烤前，要腌制12小时以上。然后再给它们来个全身spa（黄油按摩），加入迷迭香、大蒜、蔬菜和厨师自制的酱料，烤1小时至皮金黄焦脆才能出炉，再加上搭配的烤土豆吸饱了烤鸡的香味和油脂，外焦里嫩、汁水丰盈，让人念念不忘。

2、互联网的口碑传播。My Butchery 的主要消费人群是年轻人和外国人，这类人群是互联网的主要使用人群。只要产品过硬，个性突出，他们会迅速分享到各个社交平台里，产生口碑效应。产生口碑后，各个微信公众号为了吸引粉丝，也都会撰文编写，从而进一步推广了店铺品牌，增加了店铺影响力。

由于 My Butchery 烧鸡的迅速蹿红，也带动了店里其他产品的销售，即使许多人去 My Butchery 没有购买到烧鸡，也会考虑买店里的其它产品。因此，以互联网传播为基础，突出的爆款产品为口碑，吸引客流，从而带动其他常规产品的销售，已经成为众多商家

必须去研究，且不得不去做的事情。

二、高颜值，吸引客流的关键因素之一

My Butchery 定位：打造一家年轻人爱逛的肉店。

因此为了更好的吸引年轻人，高颜值和个性化，成了 My Butchery 成功的关键因素之一。

1、高颜值的店面

My Butchery 开业以来，光凭门脸就吸引了不少路过的年轻人，大家抱着喝杯咖啡的愿望闯进来，抬头却都被一排刀唬住了，到最后，都乐滋滋抱得鲜肉而归。

为什么会出现这样的一种现象？

My Butchery 的店面设计区别于传统的肉铺店设计。更加简洁、时尚、现代，颠覆人们对肉铺的传统印象。

从外观看，My Butchery 更像是一间咖啡馆，而非一间肉铺店。窗台被设计成了吧台样式，年轻的下班族可以坐在这里点上一瓶啤酒，一只烧鸡，然后慢慢享受。猪”，“牛”，“鸡”，“羊”这几只动物图案在 My Butchery 不断重复，凸显了 My Butchery 的店面主题店里面的装修也有点像咖啡屋或蛋糕店，唯一的区别是贴的白色瓷砖，传统肉铺店里的挂猪头，也变成 3 只木制的动物头像来代替。

目前，My Butchery 80% 以上消费的都是年轻人。因此，店面的颜值决定定位的客户群，My Butchery 的时尚设计，颠覆了人们对肉铺的传统印象，所以更容易受到年轻人欢迎。

2、高颜值的产品

中国有一句古话，叫“秀色可餐”。可见，产品本身的颜值，也直接决定了消费者是否购买，决定着产品的销量。

因此，产品本身的展示及包装也就变得极其重要。

My Butchery 的肉并没有像传统的肉店那样挂在勾上，或者放在案上。

而是都整齐的放在玻璃展柜里，在内部灯光的照射下，再配上店铺的环境，每块肉更像是一个个奢侈品，让肉本身散发出一种贵气。（同是进口肉，具说 My Butchery 要比进口超市的要便宜）不仅如此，在包装上，My Butchery 也费了一番功夫。My Butchery

不仅卖生肉，也做一些熟食外卖。My Butchery 的外卖盒设计也极其的简单醒目，上面印的动物头像，不仅告诉你这是什么肉，也凸显了 My Butchery 的店面主题。让人一看，就知道是 My Butchery 的外卖。

最好的产品包装设计，不一定要花哨，但一定要用最简单的话语，符号，图像，来直接表达自己最核心的东西，让消费者一眼就能看明白。

3、高颜值的员工

员工的形象也是一个店面品牌形象的展示，员工不一定要帅，但一定要有气质，这也直接决定着店面的活力。看到 My Butchery 的员工，你很难将他们与传统卖肉的画等号。他们不仅穿着统一的制服，而且每个人身上都透露着一股范儿，是很难在其他肉店所看到。My Butchery 的创始人嘉豪认为：谁说卖肉的不能潮？不但要潮，而且要潮的接地气。

三、多元化经营，打造“无肉不欢”的生活方式

My Butchery 除了主要卖生肉、烧鸡以外。My Butchery 还经营一些法国的进口啤酒、葡萄酒、罐头、奶酪、腌肉、烤肉酱等等。虽然产品看似多元化，但让人感觉，My Butchery 似乎不仅仅是在经营一家肉铺店，更是在经营一种“无肉不欢”的生活方式，让人更好的体验吃肉的感觉。为什么这么说？比如：一瓶进口啤酒+一只烧鸡，是许多人去 My Butchery 吃烧鸡的经典搭配

以上鲜活的案例给了我们做商业,做专业市场人的一个什么启发,值得我们借鉴和思考!

(摘编网络文章 无锡汇智市场发展研究所)

生活百科

手机辐射对人体的伤害研究

在这信息科技高速发展的时代，手机已经越来越普遍，但是新的问题又出现了，手机辐射究竟对人体能造成多大伤害成了跨世纪悬案，至今没人能给一个明确的说法。研究结果：手机电磁辐射会引起神经衰弱、食欲下降、性欲减退、心悸胸闷、头晕目眩、

精神不振等病症，甚至可能诱发脑部肿瘤，手机使用者死于脑癌的机会较高，患脑外肿瘤的机会更增加两倍。危及生育能力，造成胎儿畸形。多用手机容易使人衰老，就好像常吸烟的人衰老得快一样。手机的低度辐射会加速细胞的活动。而医学界相信肿瘤、心脏病及老人痴呆症是由辐射引起的。当细胞受到影响，生物的防御系统就会启动，产生蛋白质“黏附”在细胞上，用以保护和修补细胞。而对于用量大的手机使用者来说，过多的蛋白质反而会“黏结”细胞，阻碍自然的修补程序。细胞会慢慢地不能如常运作，新陈代谢作用变得呆滞。如果细胞修补活动过剧，就会出现过早衰老的现象。

解决手机辐射问题：

尽量离身体远一点

随着无线通讯技术的发展，使用手机的人越来越多，而手机带来的相关健康问题也引起了人们更多的关注。手机的辐射到底对人体有多大危害，如何把危害的程度降到最低，成了手机用户最关心的问题。

当人们使用手机时，手机会向发射基站传送无线电波，而无线电波或多或少地会被人体吸收，这些电波就是手机辐射。一般来说，手机待机时辐射较小，通话时辐射大一些，而在手机号码已经拨出而尚未接通时，辐射最大，辐射量是待机时的3倍左右。这些辐射有可能改变人体组织，对人体健康造成不利影响。

手机别放枕头边

据中国室内装饰协会室内环境监测工作委员会的赵玉峰教授介绍，手机辐射对人的头部危害较大，它会对人的中枢神经系统造成机能性障碍，引起头痛、头昏、失眠、多梦和脱发等症状，有的人面部还会有刺激感。在美国和日本，已有不少怀疑因手机辐射而导致脑瘤的案例。去年7月，美国马里兰州一名患脑瘤的男子认为使用手机使他患上了癌症，于是对手机制造商提起了诉讼。欧洲防癌杂志所发表的一篇研究报告也指出，长期使用手机的人患脑瘤的机会比不用的人高出30%。使用手机超过10年的人患脑瘤的几率比不使用手机的人高出80%。因此，人们在接电话时最好先把手机拿到离身体较远的距离接通，然后再放到耳边通话。此外，尽量不要用手机聊天，睡觉时也注意不要把手机放在枕头边。

回复通知：为了解统计本刊收到情况，请各位领导、朋友，收到本刊物后，请以微信、QQ、短信、电话等形式知会收到。谢谢各位支持！

协会微信各群均可、协会QQ：2480178758 协会电话：82724586、
手机电话：13665117004 13328112863