

市 场 通 讯

2017 年第 03 期

(总第 212 期)

无锡市市场指导委办公室
无 锡 市 场 协 会

编印

2017 年 3 月 30 日

目 录

- 政策信息：** 商务部等七部门发布推进重要产品信息化追溯体系建设指导意见
- 商务诚信：** 政府发力，电子商务信用建设指日可待
- 无锡工商局首次“易起来维权”3.15 网络直播吸引 10 万人互动
- 会员风采：** 新盛岸市场 3.15 盛大开业
- 走进广益佳苑集贸市场——访广益佳苑集贸市场总经理梁进华
- 鑫雅农贸市场——常州好邻里商投公司的民生工程
- 广益副食品城面貌焕然一新
- 旧 貌 换 新 颜——无锡旧货市场
- 市场论坛：** 浅议专业市场招商攻略
- 生活百科：** 这些姿势最伤腰，你是哪一种？

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

商务部等七部门发布推进重要产品信息化追溯体系建设指导意见

商秩发[2017]53号

各省、自治区、直辖市、计划单列市等监管部门：

推进重要产品信息化追溯体系建设，是惠民生、促消费、稳增长和推进供给侧结构性改革的重要举措，对提高供应链效率和产品质量安全保障水平、推动流通转型升级和创新发展、构建信息化监测监管体系、营造安全消费的市场环境具有重大意义。为进一步加快建设重要产品信息化追溯体系，按照《“健康中国2030”规划纲要》、《国务院办公厅关于加快推进重要产品追溯体系建设的意见》（国办发〔2015〕95号）及《国内贸易流通“十三五”发展规划》（商建发〔2016〕430号）要求，现提出以下意见。

一、指导思想、基本原则与建设目标

（一）指导思想。

全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，围绕统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，以保障民生为核心，以落实企业主体责任为基础，以信息化追溯和互通共享为方向，加强统筹规划，健全标准体系，创新发展模式，促进社会共治，建设覆盖全国、统一开放、先进适用的重要产品追溯体系，提升产品质量安全与公共安全保障能力，更好满足人民群众生产生活和经济社会健康发展需要。

（二）基本原则。

1. 统筹规划与属地管理相结合，兼顾地方需求特色。统一基础共性标准和建设规范，实现跨部门跨区域业务协同、资源整合、设施及信息开放共享，避免重复建设。做好已明确的重要产品追溯工作基础上，鼓励地方结合实际确定追溯体系建设的重要产品名录。

2. 政府引导与市场化运作相结合，发挥企业主体作用。在做好政府主导的试点示范工作和公益性追溯管理平台建设同时，强化企业主体责任，支持行业组织和企业自建产

品追溯系统，并与政府和相关机构实现追溯信息互通共享，促进公益性和市场化两类追溯平台有机衔接、协调发展。

3. 形式多样与互联互通相结合，注重产品追溯实效。坚持创新驱动，推进追溯理论、模式、管理和技术创新，鼓励追溯体系建设运行多样化发展。坚持追溯信息互通共享，统一优化公共服务，注重生产源头追溯信息的真实性、中间环节信息链条的连续性、消费端追溯信息获取的便捷性。

4. 试点示范与复制推广相结合，建立科学推进模式。以与群众生产生活密切相关、质量安全问题较多的产品为重点，选择基础较好的地区、行业和企业开展试点示范，先易后难，以点带面，及时总结可复制推广的经验，逐步扩大覆盖范围，提高运行效果。

（三）建设目标。

到2020年，初步建成全国上下一体、协同运作的重要产品追溯管理体制、统一协调的追溯标准体系和追溯信息服务体系；相关法律法规进一步健全；追溯数据统一共享交换机制基本形成，部门、地区和行业企业追溯信息初步实现互通共享和通查通报；重要产品生产管理信息化、标准化、集约化水平显著提高；追溯大数据分析应用机制进一步健全完善，追溯应急管理能力显著提高，追溯体系对群众安全消费、企业精准营销、行业管理优化、供应链安全保障及政府监测监管的服务能力不断增强。

国家重要产品追溯管理平台及食用农产品、食品、药品、农业生产资料、特种设备、危险品、稀土产品等分类产品追溯体系基本建成运行；有条件地方和行业探索推进婴幼儿用品、建材、家电和汽车零配件、地方特色产品等追溯体系建设；企业产品质量安全主体责任意识显著增强，采用信息技术建设追溯体系企业占比大幅提高；产品质量安全保障水平和品牌国际竞争力进一步提升；社会公众对追溯产品的认知度和接受度明显增强。

二、主要任务

（一）基本任务。（略，详见<http://www.12312.gov.cn/>）

1. 建立目录管理制度。2. 完善追溯标准体系。3. 健全认证认可制度。4. 推进追溯体系互联互通。5. 促进线上线下融合。6. 强化追溯信用监管。

（二）分类任务。（略，详见<http://www.12312.gov.cn/>）

1. 食用农产品追溯体系。2. 食品追溯体系。3. 药品追溯体系。4. 主要农业生产资料追溯体系。5. 特种设备追溯体系。6. 危险品追溯体系。7. 稀土产品追溯体系。8. 产品进出口追溯体系。

三、保障措施

（一）加强组织领导。

建立完善追溯体系建设协调推进工作机制。商务部会同有关部门建立部际联席会议制度，强化宏观指导，落实部门分工，加强法律法规、政策措施、标准规范等方面的协调配合，督促各项工作落实。各地完善领导机制，将重要产品追溯体系建设纳入工作考核指标。推动建立追溯行业组织。

（二）完善法规制度。

加快推进《农产品质量安全法》、《食品安全法实施条例》等相关法律法规和规章的制（修）订工作，完善重要产品追溯管理制度，细化明确生产经营者责任和义务。按照《产品质量法》、《食品安全法》、《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）》等要求，将追溯体系建设与构建社会诚信机制、强化企业主体责任、问题产品召回紧密结合，最大限度发挥追溯体系倒逼作用和服务功能。加快推动立法，实行依法建设，依法管理。

（三）营造发展环境。

鼓励大型连锁企业、医院、学校等团体消费单位优先选购可追溯产品。培育创新创业新领域，营造追溯体系建设的众创空间。加强追溯技术成果转化与知识产权保护，加快推动技术研发、系统集成、业务咨询、工程监理、大数据分析等追溯服务产业发展，为追溯体系建设运行、扩大应用提供专业服务。加大对贫困地区政策倾斜力度，推动形成“互联网+产品追溯+精准扶贫”的政策组合与市场化运作模式。

（四）创新支持方式。

加大政策支持力度，重点支持公益性重要产品追溯平台建设，以及完善标准、培育人才等追溯体系建设基础性工作。鼓励社会资本投入，采用市场化方式吸引企业加盟，为中小微企业提供信息化追溯服务。鼓励金融机构为开展追溯体系建设的企业提供信贷支持和产品责任保险。围绕重要产品追溯体系建设的重点、难点和薄弱环节，开展示范

创建活动。支持有条件的地区创新追溯模式。及时总结经验，适时向其他地区复制推广。

(五) 加强理论研究和人才培养。

加强追溯理论和应用技术的研究与交流。鼓励科研机构建立质量安全追溯技术及应用工程实验室，鼓励大学设立追溯专业院系及课程。建立完善追溯专业人才培养机制。鼓励成立重要产品追溯体系建设咨询机构和专家委员会，对追溯体系建设运行开展前期咨询论证和后期跟踪评估，促进重要产品追溯体系创新发展；建立发展重要产品追溯体系培训机构，培养多层次的追溯人才。

(六) 强化宣传教育。

加强社会舆论宣传，通过广播、电视、报刊等传统媒体和网络、手机移动终端等数字化新媒体广泛开展追溯宣传和大众科普，突出强调生产经营企业建设产品追溯体系的主体责任、行业组织推进追溯体系建设、加强行业自律的典型经验、消费者参与追溯体系建设的重要意义等；推动行业组织开展法律法规和标准宣贯，传播追溯理念，培育追溯文化，形成熟悉追溯、支持追溯、积极参与追溯的社会氛围；制定合理有效的激励措施，充分调动消费者和用户的参与热情，构建全面推进重要产品追溯体系建设的市场倒逼机制。

商务部 工业和信息化部 公安部 农业部
质检总局 国家安全监管总局 食品药品监管总局

(信息来源：中国市场秩序网) 2017年2月16日



政府发力，电子商务信用建设指日可待

2017年年初，国家发展改革委公布了《关于全面加强电子商务领域诚信建设的指导意见》，明确要加强电子商务全流程信用建设，建立实名登记和认证制度，完善网络交易信用评价体系，加强网络支付管理，建立寄递物流信用体系，强化消费者权益保障措施。

作为“互联网+”战略的重要实现形式，近两年，电子商务呈现出良好的发展趋势，已经成为经济发展中活力和创新力最强、社会影响力最广的朝阳产业。中国网购交易规模近年保持两位数的高增长，电子商务网络根植经济、社会、生产、流通等各个领域。

在电子商务全球化的发展趋势中，电子商务交易的信用危机也悄然袭来。与线下交易活动交易相比，电子商务开放度更高，随机性更强，监督管理难度也更大，这导致了在电子商务的快速发展过程中，网络失信问题日益突出。特别是虚假交易、刷单炒信、恶意查评以及滥用、泄漏和倒卖个人信息等违纪违规行为。这些行为在很大程度上制约了我国电子商务乃至全球电子商务快速、健康的发展，破坏了网络生态环境的正常秩序，侵害了消费者合法权益，已经成为政府关心、社会关注和百姓关切的焦点问题。

虽然如今很多大型网络交易平台都陆续建立了信用评价制度和信用体系，利用网络信息共享优势建立公开透明的信用评价系统，但也存在一些问题。政府如果引导不好，监管不到位，就会让电子商务深陷诚信的危机，造成不可估量的损失，因此电子商务信用体系意义重大、势在必行，任重道远。

为规范电商，维护消费者利益，近年来，“双十一”前夕，国家发改委都会公开发布《规范网络零售价格行为的提醒书》，并协调有关主管部门加强对电商平台及电商、物流等相关企业的监督管理，指导地方建立健全电子商务失信行为投诉举报和处理机制。

2016年双十一前夕，在国家发改委新闻发布会上，阿里巴巴、腾讯、京东、58同城、滴滴出行、百度糯米、奇虎360、顺丰速运等企业代表共同签订了《反“炒信”信息共享协议》，在国家发改委、人民银行、中央网信办、商务部、质检总局等有关部门的指导下，联合开展反“炒信”行动，直击利用网络虚拟交易炒作信用“刷单”行为。这被看作是加强电子商务领域信用体系建设的一项重要举措。

“‘双十一’是强化电子商务诚信建设的一个重要切入点。准确了解广大群众对电子商务活动的期待和需求，把握网络促销过程中出现的失信问题及其自身发展规律，这对于促进电子商务健康发展至关重要。”国家发改委副秘书长许昆林说。

此次发改委公布的《关于全面加强电子商务领域诚信建设的指导意见》中，明确要加强电子商务全流程信用建设，建立实名登记和认证制度，完善网络交易信用评价体系，加强网络支付管理，建立寄递物流信用体系，强化消费者权益保障措施。

信用是电子商务发展的重要基础。“意见的突出特点是对信用体系建设各个环节、电子商务活动各个环节都做了明确部署，构建了全链条的电子商务信用体系，既针对现阶段的典型行为，也注重构建长效机制。”国家发展改革委经济研究所副研究员李清彬说。“意见针对电子商务领域存在的多种诚信缺失问题，多方协同、对症下药，构建完善电子商务领域的信用体系，有利于促进电子商务更健康发展，更大程度发挥其在扩大就业、引导创业、推进供给侧结构性改革等方面的推动作用。”

好的规则让坏人不能作恶，而坏的规则使好人变坏。不得不说，虚构信用是对电商生存之本的致命冲击。如今，各大电商已经走过了最初原始积累阶段，走出粗犷式交易，走向公平安全式交易是大势所趋。相信，此次《关于全面加强电子商务领域诚信建设的指导意见》的颁布，必然会不断完善交易规则，重塑可靠的信用评价体系，促进我国电子商务领域的健康发展。

（本文来源中国宏观经济网）

无锡工商局首次“易起来维权” 3.15 网络直播吸引 10 万人互动

今年“3.15 国际消费者权益日”期间，无锡市工商局紧紧围绕中消协“网络诚信，消费无忧”年主题，联手网络新媒体首次开展“易起来维权”3.15 网络直播活动，目前已吸引超 10 万人观看并互动。

3 月 13 日至 3 月 15 日，无锡市工商局、无锡市消委会通过网易新闻 APP 在全网开展“易起来维权”3.15 网络直播活动，实时直播了“网络诚信 消费无忧”大型广场活动及 2017 年“3.15”新闻发布会，并通过“图文+视频+街采”的形式，直播展示农贸市场、保险行业、汽车维修服务行业、保健食品市场、旅游景区等 16 项消费环境消费者满意度调查，向社会公开发布了 2016 年度无锡地区汽车销售和美容美发行业投诉量前 6 名的企

业，公示了年度十大消费维权案例、预付卡逃逸黑名单及消费环境建设白皮书，有效弘扬了 3.15 消费维权精神，扩大了 3.15 消费维权影响力，推进了消费维权社会共治格局的构建。

（文章来源江苏工商）

会员风采

新盛岸市场 3.15 盛大开业

盛岸市场自 2008 年落成以来满足了无锡北片市民日常的买菜需求。然而去年，一则“配合地铁 3 号线建设，盛岸市场要搬了”的消息引发了本地市民的关注。经过了一段时间的等待，盛岸新市场经过异地重建，于 3 月 15 日正式重新开业了。

面积更大，环境整洁

盛岸市场的新址位于运河西路上，在原丝绸印染厂的旧厂房基础上改造建成。来到市场内，看到蔬菜、熟食商铺分门别类井然有序，干净整洁的环境，价低质优的菜品吸引着各地的“马大嫂”们前来选购。

据了解，因为地铁建设需要，盛岸市场在 3 月 14 日晚上连夜搬迁，到了 15 日就立即开门迎客，虽然时间仓促，但目前老市场内的 400 多户商户已全部搬入了新市场，并没有影响到居民买菜。

相比老市场，新的盛岸市场面积达 1.1 万平方米，环境也更加整洁。市场前一片规划有序的停车位上停满了车辆。市场内部地面铺的是瓷砖，相比以前容易积水的水泥地面要干净不少，加上每个摊位头顶的明亮灯光，让摊位上的蔬菜更显诱人。

无锡盛岸市场总经理屠俊宏表示，盛岸新市场比老市场在各方面都有了升级，面积扩大了一倍，停车也更为方便，可同时容纳 170 辆车，大大缓解了之前老市场停车难的问题。同时新市场更加注重消防和食品安全，经营熟食卤菜的商户使用的全部是管道天然气，市场的通道也更为宽阔整洁。在原本的规划中，新的盛岸市场是要将原丝绸印染厂全部拆除重建，后来因为工期的原因，改为在原建筑的基础上进行改造。新的市场

摊位比以前增加了大约 15%，如今还有不少摊位都是空置着的，等这些摊位都入驻了商户，整个市场会更加繁荣。

品牌老店人气依旧

在盛岸品牌老店搬迁前，很多市民都担心他们心中的一些品牌老店会就此消失，如今看来这样的顾虑是多余的了。在新市场的二楼笔者看到，一些品牌老店都能找到，招牌使用的也都是老店名。商户们对新市场的环境、人流量都十分满意。一家品牌老店店主说，“老市场空间太小，之前就想扩大店面，但是四周早就没了位置，只能作罢。现在的店面本身就比较大，而且店门口的通道也比较宽敞，不会因为排队导致道路被堵。”

爬完山到盛岸市场吃个早餐买个菜成为了很多老无锡人早晨的标配，在新的盛岸市场，各种小吃和特色食品吸引着四方食客慕名而来。有着多年历史的盛岸市场豆腐花店、阿五糕团店、阿三百叶店门前都排起了长队。傅老伯告诉笔者，当初传闻盛岸市场要搬迁的时候，他就担心这些店会不会也搬迁到其他地方，如今在新市场内看到这些店面仍在，他倍感亲切，“说到这些品牌老店就会想到盛岸菜场。”

在市场二楼，一家老牌熟食店重新开张后生意十分火爆，在不大的店面内部挤满了来买菜的市民，老板娘只能又请了两名帮工才勉强忙得过来。老板娘介绍说，她的店铺在盛岸市场经营了七八年，有着一大批老顾客，如今在新市场开张，生意一直比较好。不远处的一家鸡排店同样如此，加上开业后的一系列优惠，店铺门前排起了长长的队伍。不过有的店面则似乎需要从头再来了，在熟食店对面做蛋饺、肉酿面筋的朱师傅说，搬到新市场后，生意虽然不至于难做，但人气并不如从前了，“像我们这种摊位，品牌就是我们这个人，不是老顾客都不认识，要打响名气只能重新再来。”

屠俊宏总经理表示，目前新惠路两边的拆迁已经纳入议程，等到将来两边拆迁后，还会对新惠路进行拓宽，届时新市场将介于拓宽后的新惠路、凤翔路、运河西路之间，交通会更加便利。

（盛岸市场供稿）

走进广益佳苑集贸市场

——访广益佳苑集贸市场总经理梁进华

无锡市广益佳苑集贸市场是无锡市人民政府 2005 年为民办实事的项目，是崇安区人

民政府重点项目，街道为民办实事的责任项目。

崇安区广益街道按照我市建设大型城市的整体要求，在拆除外景简陋的原广丰集贸市场后办成无锡市广益佳苑集贸市场，作为广益佳苑经济适用房住宅小区的配套设施，解决周边地区4万居民的菜篮子问题。

在各级领导和相关部门的关心支持下，广益佳苑集贸市场于2005年5月筹建到2005年7月18日正式开业。集贸市场占地面积7713.2平方，建筑面积5502.2平方，营业面积3248.4平方，停车场面积3369.8平方。经营类别有：肉类、水产、禽蛋、豆制品、蔬菜、水果、南北货、鸡副产品、粮油、饮食、烟酒饮料、杂货小百货等15个大类，经营品种达1000多个。为了保护消费者利益，市场设有公平秤，商品流通追溯系统，蔬菜农药检测，电子显示屏安全监控系统等，对经营者进行监督，确保消费者的食品安全。

广益佳苑集贸市场现有管理人员17名，根据《江苏省集贸市场管理条例》和《无锡市农贸市场规范管理标准》，全面实行规范化管理，划行规市，划线设摊，亮证经营，明码标价。广益佳苑集贸市场的建成，主要满足服务于广益佳苑市民和周边地区的人民群众的蔬菜、副食品供应，大大方便了地区人民群众的生活，使农贸市场购物环境与城市建设发展相协调。

在全市内部综合考评中，广益佳苑集贸市场总是名列前茅，这是为什么呢？近日，笔者走访了广益佳苑农贸市场。梁进华总经理说市场虽然是大棚市场，但是买菜是要让人赏心悦目的感觉。比如我们虽然穿了一件旧的衣服但是只要是干净整洁的，就会给别人留下比较好的印象。市场还设有专门的调解室，以便疏导发生纠纷的人。保证市场秩序，市场设有保安专门的办公室，便于管理和休息。不仅如此，梁总对市场管理人员的要求也是很严格，办公室要像正规的企业一样，禁止吸烟、喝酒。优化了办公环境，严格了规章制度。市场的保洁工作也是层层问责，如果有脏乱差，要追究管理人员的责任，管理人员要问责保安，保安要问责经营户，一级扣一级，从源头上杜绝损害市场环境的行为，培养经营户主人翁意识。此外，市场内也禁止聚众赌博，全面提升农贸市场的整体环境。

问到梁总如何处理马路市场的问题，梁总分享了自己的一套做法。把外面的自产自

销的小摊贩吸纳进来，不收租金。但对这一类自产自销的农户要求，进入市场销售的各种蔬菜必须是非大棚种植的。这样不仅能满足不同消费层次的需求，能更多地吸引消费者到市场里面来购物，只有这样既解决了马路市场对市场的影响，也繁荣了市场。

（协会 黄莹 撰稿）

无锡鑫雅农贸市场

——常州好邻里商投公司的民生工程

无锡鑫雅市场位于无锡市惠山区洛社镇雅西村，总建筑面积 16000 平方，有大型广场 8000 平方，共 3 层，主要为小区做配套，以便民为主题。

无锡鑫雅市场是一家专业从事社区商业投资，农贸市场建设管理和民生工程相关建设为一体的优秀民营企业：《常州市好邻里商业投资管理有限公司》投资开发的。这家企业主要投资有邻里之家，农贸市场，机动车检测，餐饮娱乐，停车场，花卉市场，购物广场等方面的建设、运营和管理，公司总部设在南京。在江苏南京，无锡，常州，镇江，扬州，徐州以及安徽的滁州等地有多个项目。公司团队多次获得各地政府的表彰，多次获得“先进集体”、“先进个人”的光荣称号。2016 年公司在无锡投资的鑫雅市场被无锡商务局评为：“示范创建优秀企业”同时获得 3 星级农贸市场的荣誉。

1、改造前。鑫雅市场从内到外十分老旧破败，遇到雨天一脚泥、晴天一身灰。地面污水横流、道路坑洼不平，广场变成垃圾场，市场内灯光昏暗，地面湿滑，整个市场业态布局混乱，经营管理方亏损严重。2016 年还被点名批评。

2、改造后。2016 年 7 月，我们对鑫雅农贸市场进行升级改造，总投入资金在 1000 万元。对市场进行全方位的升级改造，对业态布局做了彻底调整，并制定长效管理机制，主动配合地方职能部门对于市场周边的管理，充分借助现代化技术手段。积极主动关心帮助经营户解决实际问题。沟通通畅了，矛盾化解了，市场好管了。现在无论是明察或是暗访，不管什么时段，您走进市场，都是干干净净的，彻底杜绝了倚门出摊、乱摆乱放、占道经营等现象，经营户穿上了统一发放的工作服，用上了商务局统一发放的追溯系统电子秤，文明经营礼貌待客，不再有人打扑克，不再有人打赤膊，更不再有人乱扔垃圾。人人珍惜这个环境。保洁人员的工作量大大的降低了。现在大家都对鑫雅

市场啧啧称赞。

为使市场保持整洁的购物环境，必须要对市场实施长效管理机制，以此我们具体做了以下工作：

1、我们的管理人员：每天上午的 9：00 至 11:00，下午的 3：00 至 6：00 对市场进行巡查，发现异常及时改正，出现问题及时处理，对于经营户和客户提出的问题，第一时间给予解答，解决不了的及时上报，由上级部门对应解决。坚决不允许遇事不处理，遇事不管，遇事不上报。每个月市场管理人员对自己管辖区域向公司上报一份月报，主要是对市场一个月的总结。

2、公司设有暗访组：主要对各个城市的农贸市场，不定时、不定期的抽查，发现问题拍照取证，追究各市场区域管理人员职责，要求书面整改方案，公司根据暗访组提供的照片对各个区域的管理人员进行奖励和惩罚。

3、我们市场经常与镇里、村委、周边居民老百姓举办联谊活动，把便民服务集中到农贸市场的广场上来，如：为老人定期检查身体，为老人免费理发，为老百姓免费修理雨伞，免费修理家电等，让老人和工作比较繁忙的年轻人可以节约有限的时间和精力，在广场上就一次性解决问题，开展这样的活动使市场在周边居民老百姓心中有一个非常好的印象，更好地提升了市场的知名度。

以上是我们市场升级改造及长效管理方面的一些做法。以后，我们会积极主动地到各兄弟单位学习先进的管理经验，取长补短，不断完善我们的管理工作，打造购物、休闲、娱乐为一体的社区综合服务中心，满足居民日益增长的服务需求，让老百姓真正享受一站式服务，真正享受到快乐生活。

当然我们公司也会在 2017 年更加努力把鑫雅市场 3 星变为 5 星。实现我们公司的经营理念：“快乐生活、邻里相伴” 发扬公司的文化精神：团结、求实、进取；“为打造便民、利民、为民、服务老百姓”为目的宗旨而努力！

（鑫雅农贸市场供稿）

广益副食品城面貌焕然一新

位于江海高架的广益副食品市场，也是城区副食品批发市场的老牌子了，是批零兼

营副食品、日用小百货的大型批发市场，无锡市的重点市场。目前，市场拥有全国著名或知名品牌 200 多个，市场年成交额超过 10 亿元。市场多次获得市、省的文明市场称号，2015 年获得全国文明诚信经营示范市场的荣誉称号。

近日，协会相关人员走访了广益副食品市场，给人感觉市场面貌焕然一新。市场外围都装上了统一的新门头，一直延伸到内部所有的门面。干净整洁的形象代替了老市场陈旧的面貌。广益副食品城自开业以来，已经有二十几年的历史，是无锡人心中的老牌副食品批发市场。这次改造，广益副食品城一共投入了 80 多万元装修门面，这不仅给经营户和消费者改善了购销环境，也从整体上提升了市场的面貌。在改变市场购物环境的同时，市场全面开展了商务诚信活动，并取得了良好的成效。

广益副食品城尤总表示：这边的经营户比较稳定，市场形势良好，目前市场最主要还是安全消防这一块抓好，就能保证市场的正常运作。市场也会将这项工作作为头等大事来抓，日常管理中严格要求管理人员和经营户按照市场各项制度来执行，定期给经营户开展消防知识和消防法规的培训。

（协会 黄莹 撰稿）

旧 貌 换 新 颜

——无锡旧货市场

2016 年 5 月 31 日通过多方协调，无锡旧货市场得到社会各界和全体经营户的支持成功搬迁至兴源北路 652 号。市场面积由原来的 500 平方米扩展到至今 5500 平方米，摊位由原来的 28 个发展到 232 个，从业人员由原来的 50 多人发展到现在的 600 多人，商品由原来的旧服装、旧自行车、旧日用品之类发展到二手手机、二手电脑、旧家电、旧家具旧自行车、旧厨具等六大类商品。交易额从原有的 1000 多万逐步提升到 1 个多亿。

1997 年，在市政协提案，市政府的关怀及政府各综合部门的大力支持下，我市首家也是全市唯一一家综合性的旧货市场挂牌开业，无锡旧货市场 2002 年积极响应市政府的市政建设所需，从原来的场所搬迁至兴源中路 78 号（永安商务楼），市场进行新的培育，至今已走过了 20 个年头。

20 年来，市场由开办到调整，由调整到发展，市场规模、商品结构还是经济效益及社会效益均发生了较大的变化。98 年加入全国旧货行业协会，为理事会单位，并从 2007

年始连续7年被评为全国旧货市场先进单位。并先后跻身于江苏省重点旧货市场、无锡市优秀特色市场行列。

2010年7月30日、11月25日市政府、市政协的主要领导及有关职能部门的领导，就我市再生资源回收利用网络体系建设视察，调研了旧货市场并作了重要指示，这是一件大好事，为旧货作为行业人，我们由衷感到高兴，政府为我们搭台，我们有信心、有决心唱好这场大戏。

总之，20年来，无锡旧货市场已培育为稳定成熟的综合性旧货市场，为我市市场繁荣、社会稳定作出了较大贡献。

一是提供就业机会，为政府排忧解难。市场自开办之初到现在，从业人员发展到600多人，其中解决本市的下岗、待业人员30多人。也有拖儿带女来锡的务工人员。这些人员经自身的努力打拼，不管是工作还是生活质量都发生了较大变化，他们深感是市场为他们提供了一份较为稳定的工作。反之，也是他们为市场发展起到了重要作用，为我市社会稳定作出了自身贡献。

二是为市民提供了二手货调剂交易的场所。随着市民的生活水平逐年提高，消费品的更新换代加快。剩余的二手货商品越来越多，弃之可惜，而市场为他们提供了调剂余缺的场所，满足了部分消费者的需求。另据全国旧货协会调查数，象作为无锡经济较为发达的中等城市旧货市场功能必不可少。

三是协助公安部门破案提供线索。犯罪嫌疑人自认为旧货市场是他们销赃的理想场所。但由于我们旧货市场措施得力，管理从严，与公安部门联网，逐一登记逐笔进入公安网络，以便公安部门查对监管。多年来。我们协助公安部门破案大小偷、销赃几百起。其中也有如2003年发生在我市田基浜一桩命案提供线索。2007年，在国家公安部、省公安厅及市公安局联合组成打击偷盗自行车的专项整治行动中，在来我市场监督检查中，曾获得他们的一致好评。

四据商务部有关文件规定指出，旧货流通是商贸流通的重要组成部分，是发展循环经济建设低碳社会的重要环节。现在全国旧货流通规模持续扩大，流通种类逐步增加，流通网络不断完善，流通模式不断创新，总之旧货流通的发展在满足人民群众需求，便

利消费，促进商品更新换代，扩大内需，促进中小企业发展，扩大就业，推动循环经济建设等方面发挥了重要作用。 (无锡旧货市场有限公司供稿)

市场论坛

编者按：俗话说：时移势易，臻技精艺，中国经济已今非昔比。中国百姓消费水涨船高。中国流通业业态百舸争流，中国的市场，走出去又别开生面。这些内外环境的迭代进化势必要求中国商品交易市场转型升级。无锡市场协会在本通讯开辟市场论坛专栏，诚邀有识之士参与共同研讨。在实体和虚拟两个空间里融汇贯通。要在市场，商场化，服务化，品牌化，商圈化，电商化和国际化等方面探讨因地制宜，因企而制宜之论述，探索转型升级改造之路，探索管理营销造市之势。欢迎大家踊跃参与。

浅议专业市场招商攻略

无锡汇智市场发展研究所 杨四方

第三部分：综合型专业市场定位

市场定位战略是指差异化竞争战略。主要可以从下列几方面区别差异，找出市场定位。1、地域市场战略 2、消费群细分战略 3、产品差异化战略 4、技术壁垒战略 5、创新营销模式战略。其法为：

方法一：采用错位交叉论证。

按照不同定位重点，综合各定位要素错位交叉论证，寻求定位支点、互斥点、专业市场综合体的主要特点；

方法二：定位侧重点要随运作改变。

结合市场运作不同阶段，专业市场综合体的主要功能，定位侧重点随之改变。

方法三：越级分析定位。

市场定位，还要从专业市场综合体的经营配置，从客户角度进行消费群分析，定位才能更到位，为以后市场营销运作做基础。

方法四：动态定位。

市场定位要根据专业市场综合体的开发要点，市场动态运作，而适时调整，灌于动

态理念。

具体操作从以下二个“规划”方面来讨论

一、项目市场定位规划

准确的商业环境调研和科学分析、掌握影响购物中心发展的静态和动态变量，是做好成功商业规划的前提。现代商业地产开发实际表明，购物中心的市场定位从某种意义上讲将比选择地段更重要。详细的调研，清晰的判断，宏观的统筹，果断的决策，是准确定位的要件，这样才能准确把握市场脉搏，确定不同类别的经营模式，避免同质性，创造最大差异化，从而引领市场。

（一）整体商业定位细分、确定目标客户群、把握主体服务对象

1、定位内容：明确主体服务对象，确定目标客户群。2、定位原则：以目标消费者的真实、持久需求定位（参考年龄段、性别比、收入层次、文化层次、消费层次、消费倾向等调研数据）。3、定位过程：通过商业环境调查等不同方式的调查，汇总分析得到不同消费群的构成：A、核心消费群：商圈半径2公里范围内，约10万消费能力较强的高层收入固定居民消费群；主要需求的消费特征：业态需求——求综合型、一站式消费场所；业种需求——百货、食品、家电、服装、鞋类、箱包、化妆品、家私、珠宝首饰、书籍酒吧、茶坊、美容等；功能要求——购物、娱乐、休闲、运动、美食、观光等；消费者结构——收入稳定、消费意识超前的上层工薪族和生意人。

B、中心消费群：商圈半径5公里范围内，除核心消费群以外约20万的中高层消费人群；主要需求的消费特征：业态需求——综合型、一站式消费场所；业种需求——百货、家电、服装、鞋类、箱包、化妆品、珠宝首饰；功能要求——购物、娱乐、休闲、运动、美食、观光等；消费者结构——收入稳定、消费意识较高的中高层收入的消费群。

C、辐射消费群：商圈半径5-10公里范围以内的中高层居民人群消费和外来的旅游客源消费；主要需求的消费特征：业态需求——综合型、一站式消费场所；业种需求——百货、服装、化妆品、珠宝首饰、特色土特产；功能要求——购物、娱乐、休闲、美食、观光等；消费者结构——消费意识较高的中高层收入的市内及周边县市的居民。

（二）商业中心功能、规模定位

1、定位内容：明确商业中心功能规划和经营规模

商场的的基本功能无疑是提供商品的零售服务，但随着人们消费水平的提高，单纯的购物服务已难以满足顾客的需要，利用双休日和节假日进行休闲、娱乐型购物消费已成为一种趋势，因此，不少商场在主营零售业的基础上，往往有必要引入餐饮、娱乐及其他服务行业以方便顾客，带旺商场。

2、定位原则：以打造城市商业名片、引领商业主流为目标

一般商场规模越大，它所能覆盖的商圈范围就越大，但商场单店的规模越大，而受到一些因素的制约也越大，顾客购物疲劳度也受商场单店规模的制约。一般情况下，顾客在商场购物的时间不会超过3小时，超过这个时间就容易处于疲劳状态。如果在建筑风格、规模和环境氛围都很有特色的话，也可以作为现在流行商业业态 shopping mall 来开发，考虑引入购物以外其他商业用途，如餐饮、娱乐、休闲等服务型消费场所。可以很好地结合雕塑景观步行道融为一体共同营造城市景观文化亮点。

3、定位过程：结合商圈目标消费群、商圈人口和商圈竞争情况和商业建筑规划具体确定本商场的功能和规模。

根据“购物中心定位二八黄金定律”求证分析，购物中心商圈辐射人口数与购物中心零售服务面积的比为4：1。

（三）商业中心的经营档次与形象定位

商场的形象定位，实际上是商场经营企业的形象定位，因此，它随着商场的经营运作而持续存在并发挥作用。如何来确定商业中心的经营档次和综合形象，打造商业中心高档品牌和现代商业商圈，形成明显的差异化定位经营为目标。通过对商业中心品牌的定位界定商业文化内涵，建立超前的品牌形象（引领购物时尚、反映地域特色、精选服务对象、创新组合业态、综合形象鲜明且易推广传播等）。

建立独特而鲜明的商业组团形象不仅是竞争市场的制胜关键，而且是快速提升企业知名度和美誉度的重要手段，之所以从战略高度上系统设计和推出专业化商业组团形象是完全必要的选择，也是成就卖场无形的品牌资产根本。

二、项目整体业态规划

（一）业态规划的背景：

所谓的业态革命，是针对传统零售商业的单一化功能很难适应社会发展和消费需求的变革。其理论思想是：不断满足社会发展进步给人们带来的物质生活和精神生活的需要，人的日常生活主要分布于三个生活空间，即第一空间（居住空间），第二空间（工作空间），第三空间（购物休闲场所）。要提高人的生活质量必须从三个生活空间同时去考虑。而生活质量的提高又往往表现为第一、第二生活空间的逗留时间减少，第三生活空间的活动时间增加。因此，必须把提高第三生活空间的质量作为人们生活质量的关键点。现代商业业态的战略规划性恰恰表现在如何精心定位规划第三生活空间。

传统商业的卖场功能大多是以购物为主，这种单一化的功能定位已经越来越不适应社会发展的需要。从人的需求发展方向来看，有形商品的充分满足，会使需求向无形商品转移，即所谓的“离物”倾向。也就是说，在人们的消费生活中，休闲、文化娱乐、修养等方面的支出比重会大大增加。

（二）业态战略规划：

主力业态定位、科学业态配合、合理租户组合的目的是制造购物中心内张弛相间的兴奋点，实现顾客尽可能多的消费诉求。

主力业态定位，即将核心主力店和主力店选择作为购物中心规划前期工作的核心内容，是为购物中心开发、招商和经营创造条件，保障持续经营成功的关键。

核心主力店和主力店是拥有国内外知名品牌、商誉和口碑的连锁或单店的目的性商店，具有极强的消费号召力，开业之地往往人气聚集、商气鼎盛，产生巨大的广告效应和经营收益，使购物中心更具活力。

（三）业态规划组合定位：

1、在商业规划中，一般选择大型综合（量贩）超市、大型百货店为核心主力店。在社区型购物中心的商业规划中，量贩超市是购物中心商业规划首选业态。量贩超市是零售业发展的方向之一，其销售的是大众化生活必需品，面向最广泛的消费群体，对区域分布的限制少，与项目开发中规划的不同规模的购物中心易于结合，带旺地段人流和商圈升值。

2、选择连锁百货超市、食品超市、名品专门店、连锁餐饮、娱乐店为主力店

主力店应是业界知名业种代表，主力店的规划布局一要避免与核心主力店经营同类商品的楼层或商品档次，二要有利于丰富购物中心内业态和业种。一般而言，购物、餐饮、娱乐、运动等业种都应分别引入主力店，分布在购物中心的不同区位或楼层，并在周围聚合一批同业种店铺，形成一个局部购物中心的消费主题。品牌服饰应布局在精华区人流动线入口，品牌快餐店则宜布局于购物中心各区结合部。

规划时应对各业种主力店多准备几家招商对象以供选择，避免招商布局规划时资源不足而出现“饥不择食”的盲目性。在多业态组合的购物中心内的主力店，所规划区域可多选几家使用意向差别大的业主，利用整体利益引导、自营铺面置换、租金收益提高等综合手段，务必实现整体规划。

3、选择商圈内有消费需求的百货精品店、餐饮店、娱乐店、综合服务功能店（银行、邮政、美容美发、音像、洗衣、彩扩、家政等）作为专门店及普通店。

专门店及普通店业种配比与租户组合规划，以市场调查确认的商圈业种分布统计和消费者需求分析为基础。业种配比和租户组合（指经营商品品种的数量、重叠率、档次组合）除配合核心主力店和主力店的布局外，应预留调整空间。

在规划中根据各楼层业种的档次，目标顾客的层次，合理安排相应档次的餐馆店。针对方便购物顾客放松精神状态的零星娱乐、小吃业种，宜规划在购物业种转换接合处。同时在规划中要预测商铺分级、入伙的租金底线，并设想怎样使用注资、联营、承包、扣点等招商合作手段。

4、大型和特殊的娱乐业种应该放在购物中心顶部高层或纵深区域，以活跃购物中心立体纵深区域，且易于错时营业和区隔管理。免费的公共娱乐设施可穿插分布。

以上4法和2规划，阐述了综合型专业市场定位的一个理论概念，需要进行大量的实例加以论证。在此对其也只是一个抛砖引玉的作用，恳请各位有识之士来共同探讨，提供不一样的观点和运作成功经验，与大家共同分享。

投稿邮箱：2480178758@qq.com

《第四部分：综合型专业市场的招商7个误区》在本通讯下期续接

这些姿势最伤腰，你是哪一种？

腰酸背痛，很大一部分原因是姿势不对，不管是站立、坐着还是躺着，正确的姿势会减轻腰部的劳损，反之则会加重劳损。

1、“葛优躺”最伤腰

劳累了一天回到家，如同一滩烂泥先“瘫坐”在沙发上！

此时的姿势是：斜靠或者半斜靠在沙发上，头向后仰靠沙发背，屁股往后挪，身体陷在软或较软的沙发上。或者看电视、玩手机、pad、看书也是如此，总以为这个姿势最舒服，但最舒服的并不一定是最健康的，真相却是这种姿势最最伤腰！

专家点评

“葛优躺”的姿势会造成腰椎受压、无承托力，呈悬空或屈曲状态，颈椎前屈，整体下沉，身体的中轴线跟着后移。坐久了，腰部会感到明显酸痛、疲劳，轻则腰肌劳损，重则腰椎间盘突出、脊柱畸形。

2、久坐不动伏案工作

很多人，一进办公室，大多数时间都保持一种姿势：弯着腰或者佝偻着背，低着头，盯着电脑……一坐就是好几个小时，时间长了会感到腰部酸痛。这类人群以白领办公室一族居多，同时一些司机也容易中招。

专家点评

久坐伏案族出现腰痛，是一种慢性劳损过程，主要是由于长期的姿势不良引起的。《黄帝内经》有“久坐伤肉”之说，久坐时整个上身力量都压在了腰椎及周围的肌肉、韧带上，时间长了会感到腰痛、腰酸，容易腰肌劳损，严重导致腰椎间盘突出。

3、久站久立负重搬运

如果是长时间的站立，或是劳动强度大的负重劳动，也常出现腰部问题，如一些商场的售货员或是从事体力劳动的搬运工，一天下来腰也劳累的不轻，有的不注意还会导致严重的腰椎间盘突出。

专家点评

久站久立、负重搬物同样会加重腰间的负担，如果造成腰椎间盘突出，最明显的症状就是反复腰痛，有的人还会出现下肢麻木、疼痛，甚至更严重的大小便失禁。