

市 场 通 讯

2017 年第 07 期

(总第 216 期)

无锡市市场指导委办公室
无锡市市场协会 编印

2017 年 7 月 25 日

目 录

- 领导讲话： 提高认识澄清误区，积极实施商标品牌战略
- 协会动态： 无锡市场协会农副产品批发市场分会召开半年度工作会议
- 会员风采： 新安感知市场多角度狠抓夏季安全生产
- 行业动态： 无锡市场 1-5 月份商务运行情况
2017 年上半年无锡各类商品市场运营情况抽样分析
- 行业研究： 2017 年家居建材现状给我们的启示
趋势动力： 传统批发市场的出路在哪？
- 商务诚信： 二手车市场维权难
- 生活百科： 一朵西兰花 5 种搭配 抗癌效果更好

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

提高认识澄清误区，积极实施商标品牌战略

国务院《“十三五”市场监管规划》明确提出，“实施商标品牌战略，提高产品服务的品牌价值和影响力，推动中国产品向中国品牌转变”。落实国务院重大战略部署，必须提高认识、澄清误区、找准定位，积极推进商标品牌建设，充分发挥商标品牌对经济社会发展的促进作用，推动我国经济转型升级、创新发展。

提高认识，深刻理解商标品牌战略的重大意义

实施商标品牌战略，是适应供给侧结构性改革、提升供给质量的迫切需要。随着经济发展进入新常态，传统发展模式下形成的供给结构已不能适应市场需求变化，有产量、缺品质，有产品、缺品牌，形成大量过剩产能，消耗大量社会资源。推动商标品牌建设，就是要抓住商标品牌这个载体，引导企业注重品质，培育品牌，提升产业素质，提高供给质量。

实施商标品牌战略，是适应消费升级趋势、推动消费增长的迫切需要。目前，百姓消费需求不再是简单的“有没有”的问题，而是能不能体现出个人消费品味，体现出自身的独特性。近年来，我国消费者出国购物、跨境购物趋势，充分显示出追求品质、追求品牌的消费热情。推动商标品牌建设，就是要适应消费需求的新变化、新趋势，培育让百姓放心消费的自主品牌，提振消费信心，促进消费增长。通过扩大新消费，带动新投资，培育新产业，形成新动能。

实施商标品牌战略，是适应经济全球化趋势、提升国际竞争力的迫切需要。经济全球化过程，不仅是商品服务的全球化，也是商标品牌的全球化。商标品牌是提升产品服务市场价值的助推器，是提升国际竞争力的通行证。目前，我国正在积极推动“一带一路”建设、国际产能合作和全球化进程。在这种大背景下，积极实施商标品牌战略，就是要以品牌建设为引领，推动中国制造向中国创造转变，推动中国产品向中国品牌转变，树立中国商品服务品质的新形象。

澄清误区，扭转商标品牌建设中的偏差

我国商标品牌建设是随着改革开放进程，在经济发展实践中逐步启动、逐步完善的。受传统观念影响，在我国从计划经济向市场经济转型过程中，在从

封闭经济向开放经济发展过程中，对驰名商标、著名商标、知名商标的理解和实践还存在一些误区和偏差。

首先，驰名商标是商标保护的法律概念，不是一种荣誉和商业宣传概念。目前，社会上对驰名商标的理解还有认识上的误区。驰名商标是国际通用的法律概念，目的是对相关公众熟知的商标进行法律保护。1884年生效的《保护工业产权巴黎公约》，第一次以国际条约的形式明确对驰名商标予以特殊保护。1995年世界贸易组织《与贸易有关的知识产权协议》，进一步将对驰名商标的保护扩大到非类似商品，并将服务商标纳入驰名商标保护范围。我国1985年加入《保护工业产权巴黎公约》，2001年加入世贸组织，开始负有保护驰名商标的义务。

国际上，对驰名商标的保护，遵循市场规则，实行“个案认定、被动保护”的原则，即通过对涉案商标进行驰名商标的认定来加以保护。上世纪80年代，我国引入驰名商标制度时，市场经济尚不健全，对驰名商标的认识还不清晰。在实践上，强调政府主导，采取“批量认定、主动保护”的方式，即通过政府部门事先认定一批驰名商标，再予以法律保护，形成“驰名商标就是一种信誉、一种品牌”的概念和社会影响。

在完善社会主义市场经济体制过程中，我们对驰名商标的认识逐步深化，将驰名商标的内涵回归到法律保护的本源，将驰名商标的认定回归到国际惯例。从2003年，我国将驰名商标认定修改为“个案认定、被动保护”原则，2013年新修订的《商标法》又增加“禁止宣传”原则，使我国驰名商标的实践真正与市场经济接轨、与国际规则接轨。但是，有的地方政府受习惯思维的影响，仍将驰名商标作为荣誉、信誉来宣传，甚至下任务定指标，实际上是一种不正当竞争行为，与驰名商标保护制度的宗旨相违背。

其次，政府评选认定著名商标、知名商标的方式，面临着政府“越位”的巨大风险。

一是政府“越位”影响政府公信力。一个商标品牌是否著名，不是由政府说了算，而是市场竞争中形成的，是消费者选择的结果。由政府组织评选认定，是用政府公信力、政府信誉为个别企业担保背书。运用行政权力介入微观经济事务，使政府承担了产品质量问题的无限责任，也存在着寻租的风险。

二是政府选择性的支持扭曲了市场公平竞争。许多地方政府不仅评选著名

商标、驰名商标，还给予大量优惠政策，使企业产品获得进入市场的特殊通行证，这严重违背了市场公平竞争的基本原则。

三是政府替代市场的评定误导消费者的选择。广大消费者和商家因为有政府的信用背书，往往将著名、驰名商标作为选择的重要依据。这对消费者形成极大的误导，甚至使一些不法企业利用政府信用制造假冒伪劣商品欺骗消费者，带来严重的社会风险。

找准定位，积极实施商标品牌战略

“十三五”时期，是全面建成小康社会决胜阶段，是我国经济转型和体制完善的关键时期。要从发展全局的战略高度，把实施商标品牌战略作为发展品牌经济的重要支撑，促进经济发展质量和百姓生活品质的提升。

一是正确处理好政府与市场的关系。要坚持市场化改革方向，发挥企业作为商标品牌建设的主体作用，引导企业树立商标品牌意识，提高商标品牌的附加值和竞争力，培育具有全球竞争优势的自主品牌。

二是深化商标注册管理体制改革。围绕提高商标注册便利化水平，积极推进京外审查协作中心建设，提升审查效率。完善商标网上申请系统和商标注册全程电子化，加强商标数据共享，为申请人提供更加便利、快捷商标注册服务。

三是切实加强商标知识产权的保护。遏制商标恶意抢注行为，加大对驰名商标、地理标志、涉外商标、老字号商标等的保护力度。落实事中事后监管，深入推进商标信用监管。继续推动跨地区、跨部门商标执法合作，加大侵权违法惩戒力度。

四是努力完善商标品牌服务能力。促进商标品牌服务业规范发展，开展商标品牌创业创新基地建设。鼓励企业开展注册商标质权登记，推动商标品牌资本化运作。支持独立第三方对我国商标品牌开展社会化、市场化评价，建立客观、公平和国际化的商标品牌价值评价体系，加大商标品牌推广力度。

五是不断提升商标品牌国际化水平。主动参与商标领域国际规则制定，提高我国商标领域的话语权和影响力。围绕“一带一路”建设，引导企业在“走出去”进程中“商标先行”，加快培育以商标品牌为核心的国际竞争新优势。进一步健全企业商标海外维权协调机制，加大海外商标维权援助力度，为中国品牌构建更加公平便利的国际营商环境。

（作者为国家工商总局局长）

协会动态

无锡市场协会农副产品批发市场分会召开半年度工作会议

市场协会农副产品批发市场分会最近在天鹏食品城召开 2017 年度上半年工作总结大会，参加这次学习交流活动的有各类农副产品批发市场代表：天鹏食品城、盛阳(水产)食品城、北桥水产市场、金桥副食品市场、广益副食品商城、无锡粮油市场、无锡新米市、金桥参茸市场等我市农副产品批发市场的主要单位。市商务局、市工商局、食品药品监督管理局相关职能部门领导也出席会议并参与讨论。

会议首先由分会会长金桥副食品市场虞焕春总经理简要介绍 2016 年度由市信用办、市商务局、无锡市场协会倡导和推动的，并由第三方评级机构对金桥副食品市场 200 多户经营户开展商务诚信评级的情况，这次商务诚信评级工作取得了良好的成效，不仅增强了商户诚信经营的理念，也大大提升了金桥副食品市场的整体形象，并且促进了市场转型升级，也进一步传递了社会正能量。

会议接下来由天鹏集团许伟芳总经理向各位同行重点介绍了 2017 上半年度天鹏食品城的总体发展情况，市场成交情况。冻品市场较为平稳，市场调味品交易量日益增长；今年猪肉价格始终在低位运行，猪肉市场今年 1—6 月份成交头数增长百分之二十五，取得较好收益；海鲜市场是处于成长培育期，今年 1—6 月份成交量增长达百分之百。对天鹏的冻品、海鲜、副食品在食品安全方面、经营管理方面、索证索票方面市场也都做了大量的基础工作，对市场发展就创建智慧市场和精品食品展示区方面工作做了简单的介绍。天鹏食品城规范科学的管理模式和超前的经营理念，受到了其他类别的同行一致称赞，也得到了政府相关职能部门的充分肯定。

与会的其他市场经理也分别简要的介绍了自己市场半年来和目前的经营状况，及经营中存在的一些问题，大家就食品安全、商务诚信、市场转型升级开展了讨论，在交流学习中得到了借鉴，受到了启发，会议取得了良好的效果。

会议最后市食品药品监督管理局食品流通监管处张处长、市商务局市场秩序处雕处长就食品安全和市场经营户的诚信经营方面的工作做了指导性发言，

并向大家提出了今后这方面工作的要求。

(无锡市场协会黄滢撰稿)

会员风采

新安感知市场多角度狠抓夏季安全生产

为切实做好市场安全工作，全面提升夏季安全防范能力，市场公司结合实际，多角度着手，制定措施，并加强落实执行，为实现夏季安全生产提供有力保障。

安全隐患再摸排、再整治。组织消防专管员对市场内所有消防设备进行再次摸底排查，全面掌握市场内灭火器、防火卷帘门和消防栓等设备设施基本情况。对违规堆放货物、停放车辆，堵塞占用消防通道行为进行再排查、再整治。

安全宣传再行动、再深入。针对市场业主群体，开展夏季安全行车宣传，提高市场业主的安全行车意识。针对市场业主子女群体，组织观看系列安全短片，提高青少年的自我防范意识和应对突发事件的能力。

安全管控再强化、再提升。加强用电管理，重点检查用电设备是否规范使用、线路是否有裸露和老化现象、闸门设备电气部分是否可靠有效。强化对二楼小商品市场的安全监管，加强对明火、吸烟等日常管理力度，营造安全生产良好环境。

(无锡新安感知农贸市场供稿)

行业动态

无锡市场 1-5 月份商务运行情况

1-5 月全市消费市场、对外贸易、服务外包保持增长，利用外资、境外投资同比下降。

一、消费品市场

1-5 月我市限额以上单位社会消费品零售额同比增长 6.8%，增幅比 1-4 月提高 1.8 个百分点。按消费类型分，1-5 月限上批发和零售业零售额同比增长 6.7%；限上住宿和餐饮业零售额同比增长 7.9%。分商品类别看，22 大类商品中

有 12 大类增长，其中增长较快的有饮料类、中西药品类、五金、电料类、石油及制品类、金银珠宝类，均在 10%以上。分板块看，锡山区限上社零额以 14.1% 的增幅排名第一，其他板块均实现了不同程度的上涨，其中在 8%以上的有滨湖区、梁溪区、惠山区、江阴市等，1-5 月同比分别增长 10.4%、8.9%、8.7%和 8.4%。宜兴市 1-5 月限上社零增长 3.1%，年内首次实现正增长；新吴区同比下降 2.7%，但降幅有所收窄。

二、利用外资情况

1-5 月，全市完成到位注册外资总量位居全省第 4 位，同比下降 14.06%，同比增幅低于苏南地区平均增幅 4.06 个百分点，高于全省平均增幅 4.98 个百分点；协议注册外资同比增长 19.36%；累计新设和增资项目 135 个，其中新设项目 98 个，同比增加 29 个。

一是服务业利用外资有所上升。1-5 月，全市完成服务业到位外资占全市比重 47.53%，较上个月比重提高了 1.62 个百分点。主要来源于房地产、物流仓储和软件业的大幅增长，分别占全市比重达 27.85%、7.46%和 1.25%。

二是重大项目单体投资规模不断扩大。1-5 月，全市新批协议外资超 3000 万美元的重大外资项目 17 个，较去年同期增加 7 个，累计完成协议注册外资同比增长 29.77%。新批重大项目平均投资规模同比增长 225.93%，其中，总投资超亿美元项目 7 个，较去年同期增加 4 个。

三是台湾省和离岸金融中心的投资持续增长。1-5 月，来自台湾省和离岸金融中心的实际投资保持逐月增长态势，分别完成到位外资同比增长 239.5%和 88.21%。

三、对外贸易情况

1-5 月，全市累计进出口同比（下同）增长 15.5%。其中，出口增长 11.5%；进口增长 21.8%。我市累计进出口、出口和进口增幅高于全国全省平均水平。以人民币计价，1-5 月，全市累计进出口同比增长 22.4%。其中，出口增长 18.2%；进口增长 38.9%。我市进出口规模继续位列全省第二，占全省进出口总额的 13.8%。

一是全市多数板块均实现进出口正增长，锡山惠山新吴增幅高于全市。5 月当月，全市进出口同比增长 12.3%，环比增长 6.4%。其中出口同比增长 9.7%，环比增长 4.1%；进口同比增长 16.1%，环比增长 9.9%。1-5 月，全市六大板块进出口同比出现增长。其中，锡山区、惠山区和新吴区进出口增幅高于全市平

均，累计进出口增幅分别为 15.7%、27.3%和 22.0%；惠山区和新吴区出口增幅高于全市平均，增幅分别为 27.9%和 17.8%；锡山区、惠山区和新吴区进口增幅高于全市平均，增幅分别为 45.0%、23.4%和 26.8%。当月，惠山区和新吴区出口分别增长 16.3%和 15.8%；宜兴市、锡山区、惠山区和新吴区进口增幅分别达到 24.9%、80.5%、29.4%和 17.7%。

二是 IT 等产业出口增长较快，光伏出口出现较大降幅。1-5 月，全市机电产品出口同比增长 10.5%，占全市出口的 64.1%。全市高新技术产品出口同比增长 7.2%，占全市出口比重 41.6%。全市重点监测的九大产业中，IT、钢铁、化工和船舶出口增长较快，同比分别增长 15.7%、19.2%、39.8%和 45.7%。IT 行业出口企业希捷、捷普和海太累计出口分别同比分别增长 37.5%、72.1%和 65.0%。中彩、联合铁钢和科玛金属累计分别出口同比分别增长 154.6%、98.2%和 18.9%。阿斯利康制药累计出口同比增长 664.9%。扬子江船业集团出口同比增长 34.8%，当月出口机动散货船 1 艘，出口金额同比增长 24.5%，当月出口机动散货船 3 艘，出口金额同比下降 41.5%。昱辉、尚德和海润分别出口同比分别下降 49.4%、51.7%和 85.7%。

三是主要进口商品进口增长，主要化工产品进口增长。1-5 月，我市重点监测的进口商品中，进口金额位列前三位的集成电路及微电子组件、铁矿砂及其精矿和医药品进口分别为同比分别增长 37.2%、10.6%和 3.4%。铁矿砂及其精矿进口价增量跌，价格同比增长 58.1%，数量同比减少 30.0%。乙二醇进口量价齐增，数量同比增长 17.1%，价格同比增长 33.0%。对二甲苯、苯乙烯进口价增量跌，价格同比分别增长 13.3%和 28.6%，数量同比分别下降 4.6%和 4.0%。

四是对美欧日和“一带一路”沿线国家出口和进口增长。1-5 月，在全市三大主要传统出口市场中，对美国、欧盟和日本分别出口同比分别增长 5.1%、2.8%和 9.3%。对“一带一路”沿线国家出口同比增长 15.7%。全市对俄罗斯、东盟、大洋洲和非洲出口同比分别增长 53.6%、20.8%、47.1%和 31.0%。

同期，全市自主主要进口市场欧盟、美国、日本和韩国分别进口同比分别增长 24.4%、19.1%、16.0%和 26.8%。从“一带一路”沿线国家进口同比增长 44.4%。自大洋洲和非洲分别进口同比分别下降 6.5%和 23.3%。

五是外资企业出口增速高于民营企业。1-5 月，全市外资企业进出口同比增长 20.6%，占全市进出口的 65.1%。其中，出口同比增长 11.7%；进口同比增长

32.0%。同期，全市出口前 20 位外商投资企业出口同比增长 37.3%，占全市出口比重 24.6%。其中，希捷、捷普等 15 家企业出口保持正增长。全市外商投资企业作为投资进口的设备、物品 0.30 亿美元，同比下降 56.2%。

1-5 月，全市民营企业进出口同比增长 7.4%，占全市进出口的 28.4%。其中，出口同比增长 12.1%，占全市出口的 33.8%；进口同比下降 2.4%。同期，全市出口前 20 位的民营企业累计出口同比增长 26.6%，占全市比重 8.8%，其中天晨船舶等 14 家企业实现了正增长。

六是加工贸易增速高于全市平均。1-5 月，全市一般贸易进出口同比增长 9.9%，占全市进出口比重 50.2%。其中，出口同比增长 8.2%；进口同比增长 12.7%。同期，加工贸易进出口同比增长 22.1%，增速高于全市平均，占全市进出口比重 42.4%。其中，出口同比增长 18.0%，进口 5 同比增长 28.4%。

四、“走出去”情况

1-5 月，全市共备案对外投资项目 23 个，中方协议投资额同比下降 56.6%，降幅较上月收窄 7.8 个百分点。从项目类型看，1-5 月，全市共备案研发类项目 4 个，营销类项目 4 个，生产加工类项目 10 个。对外工程承包和劳务合作方面，1-5 月，全市共完成外经合同额 2786 万美元，外经营业额 2851 万美元，共新派人数 35 人，期末在外劳务 991 人。

五、服务外包情况

1-5 月，全市服务外包业务合同总额同比增长 7.4%；执行金额同比增长 8.7%；离岸外包合同金额同比增长 17.7%；离岸外包执行金额同比增长 16.2%。

信息技术外包为主要业务类型，高端业务增幅较高。1-5 月，信息技术外包（ITO）、业务流程外包（BPO）和知识流程外包（KPO）离岸执行金额占比分别为 66.8%、2.83%和 30.4%。其中，信息技术外包仍占主导地位。高端的 KPO 业务保持增长态势，同比增长 20%以上。

离岸外包市场分布日趋合理。对美国、欧盟、香港、台湾等国家和地区离岸执行额占比较大，其中美国仍是我市最大的外包业务市场。1-5 月，我市承接美国服务外包离岸执行额同比增长强劲，约占全市总业务额的 16.9%；承接香港、台湾、欧盟、台湾离岸执行额占比分别达到 10.0%、9.9%、9.0%。

服务外包规模稳步扩大。1-5 月，我市新增服务外包企业 10 家，新增从业人员 1693 人。截至目前，我市共有 1658 家企业在商务部服务外包业务管理和统

计系统中注册登记，从业人员达到 18.6 万人，其中大学（含大专）以上学历占从业人员总数 70%以上。

六、开发区建设情况

1-5 月，全市开发区规模以上企业工业总产值同比增长 13.3%，地方公共财政预算收入同比增长 5.8%，全社会固定资产投资同比降低 1.6%；到位外资同比增长 34.6%，占全市比重 84.4%；外贸进出口同比增长 18.1%，出口同比增长 13.7%。全市 6 家国家级开发区到位外资同比增长 16.2%。同期，全市列入统计的 23 家特色产业园（PARK 园区）实现业务总收入同比增长 14.95%，其中主导产业销售收入占比达 85.85%；实现税收总额同比增长 1.07%，其中主导产业税收收入占比达 86.7%。

（本文来自无锡商务局网站）

2017 年 1~6 月份无锡各类商品市场运营情况抽样分析

2017 年上半年，全市各类商品市场运营趋于平稳态势，各市场加大投入，对老市场进行升级改造、提升市场管理档次、开展诚信经营活动、拓展多元化的经营思路、部分市场进行了转型升级的探索等方面有显著成效，经营状态均有所好转。据对 40 个样本市场的统计，市场经营面积达到 343.92 万平方米，商铺摊位 43602 个，从业人员 92223 人，其成交总额 1634.86 亿元，比去年同期总体增长 2.2%。下半年各类市场总体上将平稳增长，仍处在一个缓慢调整的过程之中。

（一）工业生产资料市场

以钢材（包括不锈钢）、工业五金、标准件、通用件、机械设备类为例：商品销售与去年同期以及一、二季度相比略有回升。2017 年 1-6 月份以江阴长江港口物流园、江阴长三角钢铁集团、五洲工业博览城、南方不锈钢市场、中储金属物流、无锡国联金属材料、江阴纺织、伟达五金、旧货市场、机电五金设备、鑫品物流、宝鑫投资 12 个市场为抽样信息采集点（单位），钢材及五金制品类商品成交额 1183.5 亿元，与去年同期相比增长 4.85%。其中：该行业中经营从业人员的增加特别明显。上半年虽然有所回暖，但该行业中有场无市的情况还是存在，总体情况不是很乐观。如江阴纺织市场商铺出租率从以往的 97%

一下子降到 70%，机电五金市场的成交额出现了大幅度的下降，同期相比下降 40%。然而，一度市场面临彻底关闭的友谊宝鑫钢材市场，通过转型升级，拓展经营，把一个将关闭的钢材市场带出了困境。上半年该市场出租率达到 99%，从业人员达到 2100 人，市场货存量也是满负荷，成交额成交量也创回暖后的新记录，他们的成功值得我们探索和研究。

（二）工业品、小商品市场

工业品、小商品、日用品、服装、家用电器电子类商品 2017 年 1-6 月份市场运营比较平稳，但市场之间、行业之间、商户之间存在的差异性较大，优胜劣汰将是这类市场发展趋势。以人和国际招商城、无锡皮革城（电动车）、华东商贸城、天天乐儿童天地、梦之岛数码港、梦之岛通讯市场、等该行业 7 个骨干市场为抽样统计信息采集点（单位），商品零售额 2017 年 1-6 月份完成 169.06 亿元，同期相比下降 2.5 个百分点。该行业总体均有下降态势，总体出租率在 85%左右，无锡皮革城出租率只有 73%，回到了刚开业的水平，一直处于满租的招商城出租率与去年同期相比下降到 87.5%。本行业虽然出租率总体都在下降，但摊位数和经营面积还略有增幅，其中皮革城新增 700 平方米，摊位总量增幅为 0.02%。该行业 7 个骨干市场经营户流动率平均在 3.2%左右，经营户相对有所减少，从业人员也相应减少许多。

本行业在市场转型升级的过程中，无锡华东商贸城通过优胜劣汰的经营管理策略，商铺的出租率保持在 95%以上，而网购冲击最大的电子产品行业的梦之岛数码港在市场转型的过程中已关闭电子产品三楼一层楼面转入其他业态。

据本行业商品市场相关报告显示，网购市场为满足用户日趋广泛的商品需求，不断进行品类拓展至小商品、日用品、服装、家用电器电子产品，其中服装鞋帽类产品居高不下。服装鞋帽日用品类的网购需求量大、复购率高，是电商企业争夺用户潜力最大的品类市场，下半年还有上升的趋势，值得引起实体市场高度关注。

（三）建材家居装潢市场

建筑装潢家居类市场通过引进国内国际大品牌（品牌市场）彰显特色、提升品位，提质扩容，销售规模有所回升。2017 年 1-6 月份，以五洲国际装饰城、无锡华夏家居港、江阴金三角、红星麦凯龙、金泰国际、锡沪装饰 6 个规模以上建材家居市场为抽样统计信息采集点（单位）的数据显示：只占居无锡三分

之一建筑装潢家居类市场的经营面积已达 89.41 万平方米，在建和改建的市场还有增加经营面积的趋势。6 个市场 1-6 月累计销售额为 60.56 亿元，环比上升 6.15%，同比上升 21%。抽样的这 6 个市场出租率在 92%~100%，经营户和从业人员同去年相比有所回升，提高了 3%。其中一直处于劣势的金泰国际也有 5.6% 的增幅，市场出租率由原来的 71% 上升到现在的 94.8%。

该行业的回升原因之一：三年之前约定的商品房、安居房、经济适用房的物业大量交付于业主，而投资性炒房这二年随着限购等相关政策逐步退出市场，大量的实际居住需求带来该行业的回升。原因之二：全市房产库存量仍处于较高水平，因此供大于求的状况将导致“去库存”仍是市场的主基调。

预测我市建材家居业下半年仍可能处于平稳状态。建议建材家居市场顺应房地产行业的发展变化，用信息化手段促进建材家居市场转型升级，全面展开“定制”满足客户终端消费新的商业模式。同时，在追捧高端市场时也不要忽视大众消费群体的需求，如何科学合理的对业态的定位，作为市场经营管理者来说值得探索。

（四）农副食品市场

农副食品类商品市场通过提质扩容，销售规模有所增长。无锡天鹏菜篮子工程有限公司、二大水产品专业市场、无锡米市和新米市、无锡金桥副食品、广益副食品、崇安寺农副产品批发市场等 8 个市场统计信息采集点（单位）数据显示，1-6 月其成交总额达到 200.33 亿元，比去年同期增长 9.2%。其中，农副食品类增速最快，同比增长 9.7%，特别是无锡天鹏食品与同期相比增长了 31.97%，水产品增长 5.9%。从粮油、食品、果蔬批发部份市场来看，商铺出租率在 95~100%，水产品市场商铺出租率也有较好的增长，成交额均在 8% 的增长水平。上半年，该行业市场已趋于稳健增长，经营户已无退场情况，市场整体运行状况良好。特别提出的是：该行业各市场在抓好市场经营管理的同时，在市场协会的助推下，抓好食品安全管理和经营户诚信建设。

该行业具体情况表现在：一是各大批发市场的车流量增长 8-20%，客流量增加不容小觑；二是实物量的增长并不多，因部份商品价格上涨而导致成交总额有较大的增幅；三是包装食品走绿色高端的趋势增幅明显，特别是进口食品购销两旺；四是在抓好肉类水产品的安全检测的同时都做好了食品进货追溯系统；五是在抓好食品安全工作的同时各市场都开展了经营户诚信等级的评定，并

取得了很好的效果；六是各市场对未来的发展和市场局部改造增扩面积都有不同程度的计划；七是作为该行业新兴市场的参茸市场，通过三年市场的培育期也已进入市场稳定的发展期。

该行业负面因素的影响同样不可忽视：一是经营户垫资压力上升；二是上游惜售炒作，收货越来越困难；三是市场用工成本的增加；四是经济环境使然，各类食品价格继续不停攀升；五是行业之间的同质竞争产生一些不利因素。

预测：下半年市场果蔬肉水产品的供应及销售均会保持在历年同期水平之上。

(五) 农贸市场

根据原行政区域抽样具有一定代表的农贸市场，如靖海、盛岸、亿丰、新安、稻香、春勤、周新等市场统计数据显示：市场经营面积共 6.94 万平方米，经营户 2098 户，摊位出租率在 95%左右，上半年 7 个市场成交额 21.4 亿元，成交量 4.7 万吨，同比增加 0.8%左右。

据不完全统计，部份市区农贸市场加大市场改造的力度，大大改善了老百姓购物环境。根据抽样调查和走访部份市场情况来看，市场摊位出租率均在 70~96%之间，个别的农贸市场已有三分之一的面积已处于堆物的仓库状态，市场萎缩和差异现象严重，这给我们政府相关职能部门也是一个信号，大量的闲置资源的浪费，农贸市场如何科学合理的布局，给我们提出了更高的要求。

目前，尚未改造的农贸市场经营环境状况还是不容乐观，管理水平与标准参差不齐，“脏、乱、差”的外部环境与马路市场仍是一个“老大难”的问题，难以解决，由此带来的食品安全问题更是令人担忧。

(无锡市场协会 杨四方 撰稿)

行业研究

2017 年家居建材现状给我们的启示

在过去的一年中，定制家具兴起、消费者对家具建材产品的环保要求更严格、互联网的加入，给家居建材行业带来了新的调整，2017 年，家具建材市场还会发生哪些精彩的故事？

未来家居建材市场走向

对未来家居建材业的趋势走向，从 2015 年开始，业界内外讨论的声音就没有停止过。从近三年看来，家居建材行业的整体走势可谓越来越低。很多人认为，这是受到了房地产政策变化的影响。很多一线城市都出现了程度不一的限购令，二手房的成交在近两年也呈现疲软态势。对家居建材行业来说，新房装修和二手房翻修，是主要业务的领地，如今，行业专家预测，市场很难恢复到五年前的鼎盛时期。

研究最新的政策文件不难发现，2017 年，中国房产行业的发展重心将在去库存上。很多人以为房地产目前的困境是因为供过于求，其实不然，因为房子作为日常生活的大件商品，并没有得到有效流通。一旦政府对房地产实行有效的干预，不难预测，二三线城市的房地产将会迎来一次小高峰，届时，装修也将迎来新的市场机遇。

技术创新对家居建材行业的改变

现在的市场，是以 90 后为主流的消费市场。90 后消费群体的特点，是注重自我个性的表达，以及对产品个性化的追求。常规卖场的销售形式和产品特点已经无法满足 90 后的需求，随着新技术的兴起，家居建材行业将迎来新的发展契机。

2016 年，很多商家都利用虚拟场景的手段，让消费者第一时间感受到产品所在的家装效果，以实现销售，加速产品流通。这就是风靡市场的 VR 技术。从家具定制到个性化设计，从瓷砖、地板等成品建材，VR 视觉虚拟技术日益成熟，很多消费者都在预先的效果中完成了购买行为。

有一点不可避免的是，商家加大对 VR 技术的使用，虽然可以利用新颖的销售场景抓住消费者，但随之相应的人工成本和设备成本的增加，也会是商家压缩利润、造福消费者的另一个挑战。

020 家装的未来与困境

根据最新的人口普查数据显示，85 后和 95 后的年轻人共计 2.27 亿，正在以每年 2000 多万的速度更新老的消费者，这些数以亿计的年轻人是互联网家装的潜在消费群体。可以说，真正的互联网家装时代并未到来。

真正说来，2016 年并不是家居建材行业发展最好的一天。但由于互联网家装的出现，家居建材行业受到了很多外界投资人的关注。装修是一个非常接地气的事情，也许在过去的五年时间里，没有人能把装修和互联网结合在一起。但随

着价格、材料、设计甚至施工时间的量化和组合化，家具建材行业除了给投资人带来惊喜外，也让消费者实打实得惊喜了一把。受到一些转型较为成功的互联网家装公司影响，可以预测，未来两年，将会有更多家居建材行业的传统公司寻求转型。

家居建材市场会面临涨价

2016年最后几个月，家居建材行业不难听到这些抱怨：橡木、松木等原木木材进货价格上涨30%、运输成本增加了20%、海绵、化纤等填充物短时间内进货价几乎上涨了一半。很多家具企业面临的压力突然增加，随之而来的，便是经销商面临的涨价危机。

家居建材原材料涨价，这几年其实并未停息过。因为涨幅并不大，因此并没有引发社会的关注和讨论。2017年，不排除某些原材料会继续上涨。随着原材料的上涨，生产商的生产成本变高，经销商想要拿货，必定面临着程度不一的涨价。

然而，即使原材料价格上涨，经销商也不可能第一时间提高零售价。只能压缩利润空间。但随着加工成本、人力成本和店面租金的不断提升，不排除某些品牌的产品会出现涨价行为。要知道，现有家电或家居市场的竞争非常激烈，经销商的利润已经经过了新一轮的压缩。想要提高利润，光凭涨价并无法胜出，很多经销商都懂得这个道理。因此，即使部分家居建材产品会出现价格上涨，涨幅也不会太大。

(本文来自市场经营决策参考)

趋势动力：传统批发市场的出路在哪？

在电商如火如荼的今天，传统企业、商业形态该如何适应如今的市场呢？

70、80年代的批发市场是很火热的，就算是10年前在中国的大中小城市，传统批发市场在销售业界里也很重要，像北京的动物园批发市场、天意批发市场等等。

传统批发市场通常兼具两个功能：

一、批发功能，主要是小规模批发，像10件~20件的服装，一箱袜子之类的。

二、零售功能，价格和批发相比略有差别。

传统批发市场植根在上游和下游都比较分散的商品领域，所以，基本是服装、鞋帽、袜子、办公用品、贺卡、户外商品、电脑配件之类的小商品。这些小商品的特点就是上游和下游的分销、零售都特别分散。来批发市场的很多小商人，像摆地摊的、郊区里开家小卖部的。所以，传统批发市场的特点就是：两头比较分散，中间很强大，就像是橄榄型。

还有一种状况像哑铃，两边很大，中间很小。比如 iPhone，由于品牌很强大，用户认知度很高，所以中间的批发市场不会很繁荣。

传统批发市场近些年受到来自互联网的冲击很大，传统批发市场原来的业务模块里销售衰减，是必然的趋势。

因为电商的起步就是从上游比较分散的商品类别开始的。

像淘宝早期时，休闲类的服装、箱包、鞋帽、床上用品、纺织家居、小文具、IT 周边配件等，都是电商在发展过程中很兴旺的类别。因为上游分散、组织货源容易，且单价也不是很高。

就这样，电商把很多上游的生产厂家从传统批发市场吸引了过来，而下游年轻用户也越来越多的被吸引到线上来。当这两边都被吸引到线上之后，传统批发市场必然会受到冲击。

近年来一些大中型城市在做城区改造，很多批发市场都迁移到了郊区，这都是对传统批发市场很不利的变动。即便是这样，也不代表传统批发市场就没有出路了，其实在今天他们有一个非常好的机会。像趋势动力针对传统批发于 2012 年依托趋势动力公司一个线上分销平台——多商网，形成一套以网络分销为主，结合实体批发的全新分销服务体系。

趋势动力观点：

一、传统批发市场还是继续做批发，只是从线下转向线上分销。如果是转为线上零售，跨度是有点大的，因为线上零售需要去研究如何描述商品、拍照，还要面对顾客的咨询，这都是之前不太涉及的方面。而转型为线上分销，完全是有这个能力的。

二、传统批发市场的经营者可以将自己打造成为线上网店服务的商品周转中心。

很多网店并没有很好的货源,像淘宝上超过300万家的网店,起码有60%~70%的店家都是在批发市场买来,再从网上卖的,这些店家可以成为网上分销的下游。

传统批发市场的任务就是为网店提供商品,为商品提供仓储,为销售做代发业务,来完成整个商品的流通周转。线上的淘宝店作为分销体,只要做好销售就可以了。像天猫、淘宝会为很多品牌方做TP(第三方代运营)。

所以,传统批发市场的线上转型是一个很好的机会,目前还没有太多人能抓住。趋势动力作为全程全网电子商务服务专家,全方位助力中小型企业转型,同时给予传统批发市场一个合作契机,开拓线上市场,实现网络分销。

(转载中国市场学会批发市场发展委员会网络文章)

商务诚信

二手车市场水很深 维权难

随着汽车保有量的增长,二手车市场越来越火爆,但这里面的水却非常深,入坑防不胜防。

陈先生在优信二手车平台花13万元买了一辆2011年的帕萨特,结果开了没多久就发现是事故车,车辆进过水,变速箱离合器也有问题,需要更换。“现在修车已经花了两万多,车基本上是开一天修两天。”

据陈先生介绍,因为车辆调过表(实际开了至少18万公里调成了6万),无法找大众公司报修,更换变速箱4S店要价2万。“这车总共才13万多点,修车还需要这么多钱。”

从6月7日开始,陈先生在微博上连续发布了24条博文讲述自己的经历,并@优信官微。不过,截至发稿,优信官微没有对陈先生的微博进行回应。陈先生称,给客服打了将近1个月电话,都说已经向上面反映,会给出解决方案,但是没有一个人给他回复过电话。

不是个例

值得一提的是,陈先生的遭遇并不是个例,搜索微博、贴吧等社交网络,会发现消费者在二手车平台买到问题车、车辆无法过户、押金服务费拒不退还

等吐槽比比皆是。百度输入“二手车 事故车”关键词，相关搜索结果有 1160 万个。

四个月前，车女士在优信买了一辆奔驰 c200，花了近 32 万元，三个月后发现车的发动机、安全气囊等都有问题。车女士到 4S 店重新检测，检测师傅称车辆曾出过车祸，四个车门也换过，如果发生翻车事故，现在的安全气囊是不会弹出来的。

车女士就此向优信反馈，一个多月了也没有收到具体的解决方案。车女士想将车出手，优信车行的人回收价只给 15 万元。其他车行的人想收车，车女士就必须提前把贷款还掉，三年的利息接近四万。

而优信这么做的底气在于“当时合同就是这么签的”。一位汽车圈的业内人士告诉 TechWeb，“二手车电商的合同条款有些确实是不平等的，明显多是在维护平台的利益。不止优信，瓜子二手车、人人车都是这样的。”

日前，法制周末曾报道，有用户花 6.5 万元在瓜子二手车直卖网买辆二手车，去 4S 店修理时才发现，里程表被“动过手脚”，仪表显示 9166 公里，实际已经跑了 5 万公里。该车辆在高速上行驶时发生故障还险被追尾。

买二手车被“设计”过的买家不在少数，“二手车市场水太深”已经成为很多人的共识。调里程表、事故车整容、泡水车翻新等都是这个圈子里的潜规则。

圈内的潜规则

央视 315 前夕，北京市第二中级人民法院对近年来审理的涉及个人购买自用车辆的买卖合同纠纷案件进行通报。数据显示，纠纷案中新旧车各占半数，更改里程表占二手车质量纠纷的一半。而在业内，商家改表也早已是人尽皆知的潜规则。

据了解，里程、年限、车况是影响二手车交易的三个主要指标，因后两者改动成本较高，里程成为改动较多的一个。这也是在贴吧、微博上用户吐槽的重灾区。

在淘宝、58 同城、赶集网等网站上，花几十到几百元不等就能调里程表。比如，在淘宝上改一款奥迪 2011 款 a6l 的里程表需要 300 元，调改公里数可以自己随意决定。

关于二手车调里程表一事，此前，TechWeb 曾向瓜子了解相关情况，对方

表示，我们也没办法，很多都是车主自己改的公里数，因为要把价格提高。有些是检测不出来的。

不过，消费者对此却并不买账。在贴吧、微博中，不少网友反馈，瓜子、优信等二手车厂商作为中介平台，需要对平台上的商品质量承担责任。

乱象之下维权难

纵观网上用户的吐槽，买二手车遇到事故车，维权时基本都会遇到电商平台和车主“踢皮球”，相互推卸责任，很多用户最后都选择不了了之，因为诉讼的话，时间、精力都耗不起。

关于调里程表这块，根据我国《计量法》规定，破坏计量器具准确度和伪造数据，给国家和消费者造成损失的，可责令赔偿损失，没收计量器具和违法所得，并可处 2000 元以下罚款。

不过，北京中关律师事务所主任李青山在接受媒体采访时表示，二手车经纪公司确实在合同中对里程表数据“不确保”。

而很多消费者是在使用后发觉车辆里程数，以及维修程度与卖家所说的情况不一致，但因为不掌握确凿证据而无法维权，只能吃哑巴亏。

据了解，目前关于二手车价格的制定、交易细则等问题还没有相关规定可以参考。这也是这个行业容易出现问题的原因。

对于消费者来说，二手车市场的坑可谓防不胜防。中消协提醒消费者在选购二手车时一定要注意车辆手续是否齐全，汽车发动机编号、车架号与车辆行驶证等相关证书上是否一致等；仔细检查验车辆情况，最好与懂车的朋友一起验车；认真签订交易合同，不要只听经营者单方的口头介绍；最后要保存好车辆交易相关凭证，在产生消费纠纷时，消费者可以凭借手中的关键性证据以及合同约定的条款要求经营者赔偿。

(摘录转载网络文章)

生活百科

一朵西兰花 5 种搭配 抗癌效果更好

西兰花素有“蔬菜之王”的美称，含有丰富的蛋白质、糖、脂肪、维生

素和胡萝卜素等营养物质，营养价值位居同类蔬菜之首！然而，它最大的价值并不在于营养成分有多高，而是它强大的防癌功效！

怎么吃营养价值最高，防癌抗癌功效最好？90%的人在烹饪西兰花时，都是放在锅中反复翻炒，这是一种错误的方法。

西兰花中的主要抗癌物质是萝卜硫素，其中的黑芥子酶对萝卜硫素的抗癌作用极为关键。但是，在烹饪过程中黑芥子酶非常容易被破坏，而一旦黑芥子酶遭到破坏，萝卜硫素也就没有抗癌作用了。

所以，家庭烹调时一定要得法，以防其营养与抗癌有效成分丢失。据美国伊利诺伊大学科学家研究发现，将西兰花隔水蒸5分钟，当其变成亮绿色的时候，黑芥子酶保持得最好，其抗癌作用也最强。

5种搭配吃法让防癌抗癌效果翻倍

西兰花+西红柿

西红柿中含有极其丰富的番茄红素，对预防前列腺癌也有很好的效果，并能有效地减少胰腺癌、直肠癌、喉癌、口腔癌、乳腺癌等癌症的发病危险。将二者搭配起来吃，可以加强其防癌效果。

西兰花+芥末

芥末中的“芥子酶”是形成西兰花中防癌成分萝卜硫素所必需的酶，吃西兰花蘸点芥末，能使萝卜硫素在人体消化道内更好地吸收，从而增强抗癌效果。

西兰花+木耳

木耳中所含有的丰富的多糖体能分解肿瘤，提高人的免疫力，具有很好的抗癌作用。二者搭配，不但口感多变，还是抗癌的好搭档。

西兰花+胡萝卜

胡萝卜和西兰花一样，营养价值也很高，富含富含糖类、脂肪、挥发油、胡萝卜素及多种维生素，其中的胡萝卜素在人体内能转化为维生素A，可预防上皮细胞癌变。将胡萝卜与西兰花搭配起来吃，营养价值极高。

西兰花+大蒜

大蒜被誉为“天然的抗生素”，其中的某些功能活性物质具有一定的杀菌作用，所含得硫化合物和硒化合物对防癌也有积极的效果。将西兰花和大蒜搭配吃，可谓是强强联手，有很不错的防癌抗癌功效。