

市场通讯

2022年第9期（总第278期）

无锡市市场指导委办公室

无锡市市场协会

编印

2022年9月28日

目录

协会动态：舒策张会长在无锡市场协会八届三次理事会上的讲话

2022上半年工作总结及下半年工作计划

在线参考：浙江省市场行业发展的现状和趋势——浙江省市场协会

张志益会长在江苏省市场管理协会三届六次常务理事

会议上的发言

会员风采：使命在肩 勇往直前 凛冬散尽 星河长明

——记无锡皮革城2022年7月抗疫及复工复产

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

舒策张会长在无锡市场协会八届三次理事会上的讲话

各位领导，各位理事单位代表：

大家上午好！刚才章会长作了协会 22 年上半年工作总结及下半年计划的报告，协会上半年的工作按照年初的目标有条不紊地推进，也取得了良好的效果。这些成绩的取得离不开全体副会长、常务理事、理事以及会员单位的共同努力，离不开政府相关职能部门的关心帮助，离不开协会全体工作人员辛勤付出。在此我对各位的工作表示充分的肯定和衷心地感谢，对下半年的工作计划表示赞同。

2022 年上半年，我市经历了两轮新冠疫情的冲击，疫情防控形势复杂严峻，商品市场作为人员密集场所，防控压力骤增。为全力打好疫情防控阻击战，各会员单位、各市场，积极响应政府、协会号召，认真规范防疫操作流程，从细节入手，严防疫情扩散，以实际行动切实筑牢了疫情防控的“防线”，同时积极保供稳价，确保市场正常运营，担负起市场应尽的社会责任。真正做到了疫情来时严防死守，恢复生产时，“带牢口罩抓复产”，稳住了商户，稳住了市场，打好了疫情防控和保供稳价的攻坚战。在此我对大家在抗疫保供中取得的成效表示充分的肯定和由衷的钦佩。

2022 年是十四五规划实施的开局之年，章会长的工作报告里也对下半年的工作计划作了阐述。我希望各理事单位能够按照刚才通过的下半年工作计划，配合协会开展好各项工作，做到疫情要防住、经济要稳住、发展要安全。针对下半年的重点工作，特别是在数字化建设和限塑工作上，我提出两点要求：

1、围绕数字经济，推进科技创新。我们要在自身的平台上更好地引导我市商品交易市场数字化创新和应用的力度，加快推进商

品交易市场的数字化建设，更好地适应商品交易上分化融合的大趋势，促进商品交易市场在数字技术的推动下，加快转型升级的节奏。

2、围绕低碳经济，落实限塑工作。发展低碳经济既是政府的要求，也是企业的需求。下半年年，大家要进一步贯彻落实商务局下发的《关于开展“塑料污染治理示范市场”试点工作的通知》，更好地推动我市农贸市场改革发展创新工作的深入开展。

最后再次感谢全体副会长、常务理事、理事以及会员单位及在座各位对协会的支持、关心和帮助，也诚恳的希望大家能够向协会提供更多的宝贵意见和建议。同时也借今天的大会，祝与会的各位领导、各位代表、全体工作人员身体健康，万事如意，各个企业生意兴隆，蓬勃发展。

2022 上半年工作总结及下半年工作计划

(市场协会八届三次理事会)

各位理事，上午好！

2022 年是建党一百零一周年和十四五规划实施之年，为切实贯彻十九届六中全会精神，给广大会员提供更好的服务，创造更多的机会，使商品市场在新时代起好步。今年上半年，协会在提升服务功能、引导市场数字化建设，加强自身建设等方面积极部署，充分发挥了政府与市场的桥梁纽带作用，有条不紊地向年初既定目标迈进。上半年具体工作如下：

围绕市场发展，提升协会服务效能

宣传及信息服务：持续发挥“无锡市场网”、“市场通讯”、微信群三大信息平台的作用，为会员单位提供快捷的信息交流、会员宣传及资源共享。上半年，共搜集、撰写、发布协会动态 25 篇，政策信息 22 条，会员宣传 71 篇，数字智创文章 18 篇，商务诚信文章 16 篇、各类通知公告 17 篇，在线参考信息 8 篇，统计分析报告 2 篇，预测预警报告 1 篇。为市场了解用好政策，掌握市场运行态

势，提高企业经营效率，创新发展模式，更好地转型升级提供有价值的参考意见。目前市场网点击量超 16.5 万人次。

搭建为商品市场服务新平台：继去年在无锡市场网上设置“服务直通车专栏”，搭建要素市场为商品市场服务平台后，今年在市场网上开设“数字智创”专栏，提供的数字化发展方面的政策信息及案例予以发布，使商品市场在数字化发展，创新升级改造时得到信息、政策等方面的支持。

组织协会各行业间交流合作：2022 上半年共召开生产资料市场、农副产品批发市场、要素市场、农贸市场、消费品小商品建材家居市场等行业的交流座谈会 6 场，累计调研、走访会员单位 20 余次，参会人员遍及五大行业市场。今年的春季，正值上海、苏州等地疫情外溢，疫情期间为响应政府号召，无锡市场协会生产资料市场分会工作交流会、农副产品批发市场工作交流会均采用线上腾讯视频会议方式举行。5 月 18 日，生产资料市场分会工作交流会主会场设在无锡中联金仓储物流有限公司（硕放不锈钢），在线上代表们做了各自市场的介绍，交流了当前生产资料市场经营及行业发展情况，同时在全球疫情导致物流不畅、大宗商品原材料上涨等挑战，深入探讨制造业全面复工复产确保物资供应对策。5 月 31 日，农副产品批发市场工作交流会主会场设在无锡市盛阳食品城有限公司，在线上各单位的代表分别就各自单位疫情期间的工作特色、物流保供、安全生产等方面的情况进行了总结汇报，讨论未来农批市场创新工作思路以及市场诉求，并就市场经营管理、市场数字化应用管理，保障全市农产品供应等提出自己的工作思路。6 月 8 日，在中国企业管理无锡培训中心召开了要素市场工作交流会。大家对 2022 年要素市场如何更好地为商品市场提供服务出谋划策，并承诺对协会在这这方面的工作给予支持。6 月 14 日，在无锡新安感知市场管理有限公司召开了农贸市场工作交流会。与会代表分别就各自公司经营情况以及在疫情期间的工作情况、复工复产情况、安全等方面的工作

进行了总结汇报，在市场经营管理、数字化建设方面的经验进行了交流，对农贸市场限塑做了再动员。6月23日在无锡五洲商业管理有限公司（五洲装饰城）召开了工业品、小商品、建材、家居、消费品行业交流会。与会代表介绍了各自单位的经营现状以及规划远景，就市场品牌经营、疫情下特色经营进行了交流，并参观了五洲国际惠生活广场项目。

通过各行业交流会，协会基本了解各市场在疫情影响下的经营运行情况，提高了协会每季度商品市场经济运营分析的客观性和准确性。上半年市工商联向市委市政府转发了我会一季度无锡商品市场经济运行简析，得到了市里的高度重视。我们每次召开的行业交流会包括线上会议，还得到政府相关部门高度重视，每次会议都有分管处室的主要领导或分管领导参加并讲话，一方面增进了政府部门与各市场间的交流，加深了了解；另一方面政府切实地了解当前各商品市场的困难与诉求。

第一时间将市场的诉求传递到政府相关部门，为政府决策提供参考的依据，同时做好政府、市场间的连接纽带。2022年1月18日在深入了解天鹏集团、盛阳食品城、崇安农贸市场等副会长、理事单位的市场供应情况后，出具“春节期间，锡城肉类蔬菜水产品供应量多价稳”的预测报告提报政府相关部门，为政府切实掌握市场供应情况，满足百姓的菜篮子供应提供了依据。年初对会员单位进行走访过程中，了解到位于梁溪科技城规划区内的朝阳集团、天鹏集团、金桥国际和盛阳食品城等会员单位按市政府要求搬迁。协会特于1月对这4家批发市场进行了深入调研，听取市场对搬迁的反映和诉求，并于1月28日把朝阳锡澄农产品批发市场等4家批发市场的现状调查及搬迁的政策建议报告提交市委、市政府主要领导，市委、市政府相关部门，梁溪区委、区政府。报告得到了市委主要领导的高度关注，并做出重要批示。协会主管部门市工商联转报了协会的报告。4月12日，为推动商品市场高质量发展，本着专业、

务实、创新原则，总结出《无锡市场协会推进商品市场优化升级的主要举措与成效》，第一时间将自身推进市场转型创新的做法与经验提交政府相关部门。6月底7月初，新冠病毒疫情来袭，商品市场作为人员密集场所，防控压力骤增。为全力打好疫情防控阻击战，严防疫情扩散，发挥行业自律作用，确保各市场正常运营，7月2日，无锡市场协会立刻发出了《关于全市商品市场做好疫情防控工作的倡议书》，从各个方面提醒各市场规范防疫操作流程，抓严抓细，切实筑好疫情防控的“防线”，保供稳价，担负起市场应尽的社会责任。各会员单位、各市场，积极响应，以实干的精神，用实际行动，打好了疫情防控和保供稳价的攻坚战。

推进市场升级，引导数字化市场及双碳经济建设

发挥指导作用，提供政策及案例信息，努力引领数字市场发展

当今时代，数字技术、数字经济是世界科技革命和产业变革的先机，是新一轮国际竞争重点领域，党的十八大以来，党中央高度重视发展数字经济，将其上升为国家战略，党的十九届五中全会提出，发展数字经济，推进数字产业化和产业数字化，推动数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。省、市也纷纷出台各种相关政策、计划，力争抓住先机、抢占未来发展制高点。协会积极响应政府号召，结合会员实际情况，通过渠道，搜集了全国范围内在数字化创新方面具有代表性的十大案例，制作印刷了《中国商品交易市场数字化创新发展案例》，在会员代表大会上进行发放，方便各会员单位学习借鉴。同时，第一时间将党和政府的各项法规、政策、以上案例共计20条传递到市场网数字智创专栏予以发布，引导会员及时全面了解数字化建设方面的党情国情省情市情，使商品市场在加快创新升级改造时得到启迪。上半年协会走访了江苏港下双面呢市场管理有限公司、无锡中联金仓储物流有限公司（硕放不锈钢）、南方不锈钢市场、盛阳食品城有限公司、五洲国际商业运营有限公司等单位，就2022年市场加强市场数字化、

信息化建设工作方面进行探讨，形成共识，来更好的推动数字无锡在流通业的落实。

上半年，为了更好地贯彻落实 2021 年底商务局下发的《关于开展“塑料污染治理示范市场”试点工作的通知》，3 月协会带领农贸市场分会人员先后走访了芦庄、春城农贸市场，6 月 10 日在沁扬农贸市场，听取部分农贸市场对限塑工作的意见和建议，同时向市场宣传绿色环保理念，并建议市场在经营区增设可降解环保袋领取机，宣传和推广全面使用环保型或可降解塑料购物袋、菜篮子、布袋子，做治理塑料污染方面的示范市场。6 月 14 日在新安感知市场召开农贸市场工作交流会。会议上协会对农贸市场的限塑工作再次做了动员，鼓励市场积极参与，营造限塑的良好氛围。希望大家在限塑工作方面继续努力，使市场向健康、安全、绿色、规范的方向发展。

围绕党建引领，加强协会自身建设

加强党建学习，坚定理想信念。协会党员活动学习情况：1 月 17 日协会党支部召开全体党员会议，专题研究并制订了 22 年度支部工作计划。3 月 28 日，协会全体党员学习习近平总书记在《求是》杂志发表的重要文章《坚持走中国特色社会主义法制道路，更好地推进中国特色社会主义法制体系建设》，以及《无锡市贯彻落实法治政府建设实施纲要〈2021-2025 年〉实施方案》。5 月 23 日，全体党员就疫情期间各会员单位的抗疫工作情况进行交流。6 月 20 日，全体党员就扩大党建联盟，召开联盟成立会议的具体方案进行了沟通，对具体工作进行了安排，以保证 7 月 1 日由十家支部组成的党建联盟大会的顺利召开。

扩大党建联动，增强堡垒优势。7 月 1 日，在伟大的中国共产党成立 101 周年之际，以党建联盟为依托，坚持党建引领，充分发挥基层党组织战斗堡垒和共产党员先锋模范作用，在无锡盛阳食品城有限公司，成立了由中共无锡市场协会支部委员会与中共无锡盛

阳食品城支部委员会、中共无锡市梁溪区广益街道尤渡社区委员会、华夏家居港支部、中共无锡新安感知市场管理有限公司支部委员会、中共无锡市南方不锈钢市场支部委员会、中共国联金属市场物流联合支部委员会、中共无锡市五洲国际工业博览城支部委员会、中共江苏港下双面呢市场支部委员会、中共万力控股无锡皮革城支部委员会、中共广益街道尤渡社区崇安集贸市场支部委员会共十家支部组成的党建联盟，通过党建引领，利用党建工作平台，形成学习交流、优势互补、资源共享、服务双向、共建互助的深度合作，为加快推进无锡市商品交易市场可持续发展打下坚实基础。7月8日，无锡市场协会荣获由中国市场学会批发市场发展委员会颁发的“全国商品交易市场(社团组织)党建示范单位”荣誉称号。

下半年工作要点

下半年，为给广大会员提供更好的服务，创造更多的机会，让大家同心同向，共享发展机遇，协会将开展以下工作：

1、继续推进数字化市场建设，为会员搭建更多平台。协会计划组织会员到相关行业的先进市场学习、调研，借鉴成熟经验，开阔发展视野，拓宽创新思路。同时选择有条件的商品市场进行试点，邀请相关资深专家进行指导，使我市商品市场向数字化市场迈进。加快形成以数据驱动为核心、以平台为支撑、以商产融合为主线的数字化、网络化、智能化发展模式。

2、继续推进限塑工作，做好各环节沟通交流。低碳经济是未来发展的趋势，是新发展理念特别是绿色发展理念的落脚点。下半年，协会将继续按照市商务局“关于开展商品市场塑料污染治理试点工作通知”要求，各商品市场，特别是农贸市场要以限塑治理为切入点，加大宣传力度，市场在经营区增设可降解环保袋领取机，为市民提供方便，提倡绿色环保。力争到2025年底，无锡市农贸市场实现不可降解塑料袋零使用。

3、继续强化堡垒作用，丰富党建联盟活动。在下半年的工作中，

要通过联盟活动的有效实施，实现党建知识联学、优势资源共享、实践活动联办、党员队伍联建、市场建设联动、作风纪律联抓，扩大党建范围，深化党建举措，使党建工作引领市场创新，为市场的发展做贡献联盟，同时要力争涌现出更多的优秀支部与党员，更好地发挥党支部的战斗堡垒作用，以优异成绩迎接党的二十大的召开。

下半年，协会全体人员定会以奋斗的姿态，脚踏实地的干劲儿，进一步提高服务效能，提升服务能力，不断提高下属市场会员单位对市场协会工作的满意度，推动市场协会各项工作再上新台阶。

(无锡市场协会秘书处)

在线参考

浙江省市场行业发展的现状和趋势

张志益

各位江苏省市场同行，非常高兴受邀参加江苏省市场管理协会三届六次常务理事扩大会议，这是我到江苏交流的一个机会，刚听了两个市场的介绍很有启发，有很多新东西值得我们学习，下面我把浙江省商品市场情况给大家作一个介绍。

浙江省市场主要分为三大类，第一类民生市场，即农产品批发市场和农贸市场；第二类工业品专业批发市场；第三类是在省外由浙商创办的省外浙商市场。原来还有网上市场，大概五年前我们把单独的网上市场登记证取消了。

第一类民生市场，2011年浙江省新一轮农贸市场改造提升，现在还在做。民生市场我们做了几个定性，首先是民生性，其次是公益性，然后是社会性，这三性的定性决定了我们民生市场大体的定位；第二个功能定性，我们定了“两保一稳两化”，两保是保供应、

保安全，一稳是稳物价，两化是智慧化、规范化。对于农贸市场改造提升基本的功能性要求，用六点概括：地不湿、无异味、菜安全、价公道、计量准、可休息。为什么浙江省要花那么大精力对农产品批发市场和农贸市场改造提升，通过调查，70%以上菜篮子的供应是由农贸市场来完成的。在具体的改造过程中省财政每年给省市场监管局分配4500万专项资金，一级一级下发进行补助。浙江省市场协会专门制定了农产品批发市场和农贸市场的改造提升标准、等级要求等，效果比较好，三年的疫情防控中农贸市场起到了很大的作用。

第二类专业市场主要分三大类，第一类是产地型批发市场，如义乌小商品市场，浙江省本省产的产品占小商品市场的35%左右，全球56大类的商品它都有，还有绍兴轻纺城、永康五金城等市场；第二类是与产业配套的生产资料市场，生产资料市场浙江省市场数量不多，但凡是有产业基础的批发市场所在地都有一个相当规模的生产资料市场。大家都知道浙江省是一个资源小省，几乎没有大的资源，所有产品的配套、原材料的供应都要通过市场产生，浙江省的生产资料市场对浙江省中小企业的生存和发展起到非常重大的作用，不可或缺、不可替代的就是生产资料市场。生产资料市场的交易量占整个工业品专业批发市场的35.5%左右，而它的市场总数只占7%；第三类是中端型的工业品消费品市场，这类市场受网络市场的冲击非常大，也是消亡最严重的一类市场，我个人认为这类市场应该让它自然淘汰，政府的重点应该放在生产资料市场和产地型批发市场，给予重点的扶持和发展。本来还有网上市场，阿里巴巴我们登记了两个市场，一个天猫，另一个淘宝，最多时候网上市场批了198家，后来就不批了，因为网上网下融合以后所有的市场都可以进行网上交易，有很多大型市场做了自己的垂直网站，最后的结果都不理想。对于网上网下融合，发挥自己优势，把两大优势结合起来，达成交易最优最简单最便捷。

第三类省外浙商市场，浙江省一个重大的优势就是浙商，人的

优势，大批的浙商造就了浙江的不断发展、涌动的发展，目前浙江省各个地方都在讲浙里十年。

接下来基于专业批发市场的发展，有几个方面的思考与大家分享交流。

第一是定位，以前大家觉得商品市场就是一个交易中心，商品市场发展到现在，单纯的以交易为目的来代表市场是远远不够的，太简单太原始了。那怎么给它定位呢？从交易情况和实际调研来看，首先第一个定位，它是一个平台，市场不能简单的以一个物理场所给它定位，浙江省商品市场名称登记是有浙江省市场条例、地方立法的，所有商品市场要浙江省市场监管局发市场名称登记证，它才是一个商品市场，这有个定位问题。它不是一个具体交易的产品，它是承载了大量交易主体、集聚大量信息和功能的一个平台，来促成更好的交易。

第二个定位它是一个公共资源，不要看作是一个简单的市场主体。浙江省曾经也走过弯路，很多县里的领导讲到商品市场，让市场自己去调节，我们政府不管，让它自生自灭，所以在某一个地方无序的建了大量的市场，最后搞成无序竞争。我认为商品市场不是一个简单的主体和项目，政府必须要有序的规划，两只手都要硬，所以政府对市场布局和功能定位的规划和引导非常重要。浙江省当时提出，重点市场周边 50 公里以内不能建同类市场，并不是垄断，而是引导市场有序的经营发展，否则会造成无序竞争。九十年代初我去调研的时候，绍兴有一个村里面建了七个同类市场，我提出这样搞不行，交易市场互相之间要结合。后来这类市场果然出现了一堆问题。义乌它始终是一个平台，一任接着一任干，一张蓝图画到底，就是一个统一大市场的有序布局。所以义乌的发展就非常有序，非常快。你说义乌市场垄断吗？从来没有垄断，都是同一个平台，更是一个公共资源，政府如何把公共资源平衡好发挥好，那才是地方政府要研究的问题，事实证明就应该这样做。

第三个定位就是市场到底发挥什么样的作用。我的理解市场应该是引领生产、引导消费。你不要单纯的去看市场就是一个交易，要通过市场的交易、信息的汇集、各种各样的创新等等，去引领生产，告诉生产企业该生产什么样的产品，应该怎样生产；要引导消费，让消费者理性消费。浙江省召开很多的博览会，以前的订货会逐步的发展成为博览会，为什么？这也是一个市场发展过程，不是简单的交易行为，而是一个引领生产、引导消费的过程。所以市场真正要发挥作用，就要挑起两头即引领生产、引导消费，这是它的功能性定位，作用性定位。今年浙江省委省政府还召开了服务业大会，十年以前召开过，十年后重启，为什么？就是要发挥浙江省的服务业作用，来促进浙江经济的新一轮发展。

最后一个定位就是商品市场到底为谁服务，为大企业服务还是为中小企业服务。大型企业都有自己的产业链整体布局，供应链布局相对比较完备，所以生产资料市场是可以为大型企业做前端配套，而商品交易市场应该主要为中小企业服务。我对大企业做了一些深层次的调研，交流后觉得商品交易市场应当初心不改，继续为中小企业服务。商品市场还有一个重大变化，我把它定性为生产性服务业。我在浙江省做了一个大的突破，就是市场的用地，以前都是说要商业用地，不是商业用地我不给你批市场，现在要大面积的改，可以是生产性用地，可以建立非大型的（不大量占地）市场，比如说公共仓储物流型市场，可以用生产性用地，它是生产性配套必备的一项环节，所以我认为它是一个生产性服务业，不要单纯的看作是一个简单的商品流通服务业。以上是我和大家交流的商品市场如何来定位。

接下来跟大家交流的是如何拓展商品市场的功能。以前浙江的商品市场是交易部门，也就是交易中心，目前的理解应该是打造五大中心，商品市场要从管理市场走向经营市场，内容发生了重大变化。

什么是五大中心？第一当然还是交易中心，销售中心，但是交易中心发生了重大变化，以前大家说一手交钱一手交货，现在商品市场下一步发展趋势，除了终端性的零售市场以外，产地型批发市场很少有现货交易。因此一手交钱一手交货的时代已经过去了，钱货分离、人货分离将是市场发展趋势。今后不能单一看场内的直接交易，而要看通过市场促成达成的交易。市场作为一个信息传递、交流、比较、现场体验包括售后的运营中心，不一定是直接交易。

第二个中心就是信息汇聚中心。浙江很多的市场都在打造智慧化市场，过程当中就是信息汇聚，所以市场的信息一定要把握的非常全面。但全面把握难度很大，连一个交易额都统计不全，原因在哪里？税收是重要的环节，所以我跟税务部门交流说你们税务部门不要盯着市场里上报的交易额，就按照这个来交税，不一定是市场上的直接交易，它是促成相关交易额都在这里，现在慢慢的也在改变。对市场里信息怎么汇聚？从人的信息，客源的信息，商品的信息，上下游原材料的信息，价格形成的信息和后端信息，全链条全方位信息都要汇集起来，包括生产企业的信息。比如当地的生产企业，它的产品有多少通过我市场来促成交易销出去的，这个信息要掌握，才可以了解我这个市场在当地的群众心中的地位和作用，通过信息的关联，信息不要单一，要从人、物、货、人流，包括上下游供应链的关联度都要给它汇聚在一起，这是非常难的一件事，但是这肯定是今后市场能否举足轻重，能否决胜千里的重要环节，所以今后信息获取的完整性将会严重的影响和决定着你这个市场的决策能力。所以商品市场必须要进行智慧化应用，打造智慧市场、信息集成市场。

第三个中心是打造创新设计和检测保护中心。浙江省大型市场里面都有设计创样中心，很多小商品的设计创样直接在市场进行交易，市场里面不一定是简单的交易商品，生产企业和摊位的设计创样跟直接交易挂钩。很多市场就是集设计创样于一体，在市场里面设计

创样，给固定加工厂加工，从这里进行销售。我给它起了一个名字叫创意经营，特别是快速变化的服装市场，服装类的小工艺品类，都非常适合新一代高智商大学生来创业，非常符合他们的一些设想，所以我们专门提供一批房间用于他们设计创样，如果没有的，还请进了国家级的设计创样中心入住。余姚塑料城，它是一个生产资料市场，中国改性塑料研究所就设在余姚，余姚的改性塑料非常好，占领了市场，它有发言权。现在的研究就是如何从市场单一的交易做成仓储式市场，做一些我们有优势的东西，通过销售终端来控制你的上游，我对你来进行服务。第三个除了设计创样信息，还有产品质量检测，比如说我们服装类的海宁皮革城，有中国皮革最好的检测中心，包括我们浙江省市场监管局的方圆检测集团。我们要求在各大重点市场去设检测中心，如华东珠宝城所有的珠宝方圆检测给检测证书，保证这个珠宝一定是正宗的，质量有保证。目前知识产权发展比较快，除了成立一个快速维权中心外，浙江首创创造了一个存证中心，在场内进行存证，在法律没有相应证据情况下，我们可以协调法院，知识产权就采信我们的存证，防止对于一些快速创样的仿冒，你如果仿冒我的东西我可以告你，使得市场里面快速推进创新，这些知识产权保护、标准实施、标准化推进等等，下一步市场的竞争和发展必须把这些要素提升起来，才能开发新产品。

第四大中心就是现代物流中心。市场没有畅通的物流，市场就缺乏竞争力。所有的市场必须要建一个现代物流中心，特别是公共仓的智能物流中心。我的理解，下一步市场很有可能就是一个公共智能仓，现代物流中心会替代商品市场。所以大规模的如义乌市场460万方的占地面积很大的专业市场，它一定要缩小，没有必要搞得那么大，大规模的市场今后就不是很适合了。

最后一个就是现代集成服务中心。市场主办方做什么？浙江省的主办方是不允许自己经营市场的，不允许经营市场怎么办？依托市场的资源做大规模的集成服务，这是你需要做的，至于怎么从管理

走向经营，你不能只当房东房客的关系收房租，作为一个市场，经营收入长期的、单一的靠租金维持必死无疑。你要想办法把收益中的租金比例逐步缩小，依托市场的资源去做相应服务的收益。比如浙江省舟山的船舶市场，这个船舶交易都在全国各地港口，他利用船舶市场资源和信息建了下属的四大公司。第一个价格服务公司，定价一只船到底多少价；第二个科技公司主要做数字化，做平台数字化推广；第三个船舶拆借服务公司，提供拆借船、拖船服务；第四个是技术服务公司，你要交船，我给你验船，这个船不符合交船标准和要求，验了以后出问题，我验的范围内我承担责任。这些公司的收入占到了它整个收入的75%，它摊位费就不需要了，它本身也是网上交易的一个市场，主要是依托市场的资源。第二摊位的经营权抵押给银行，市场担保，成立一个担保公司和再担保公司也可以拿佣金。资金也可以用它自己的小贷公司，我们浙江省市场监管局、市场协会可以让金融办独立的指标给我批小贷公司。这些金融服务，还有技术服务，还有存证服务等等，今后一定要去做你相应的增值服务，既做了服务，又赚了钱，又共同发展了，这就是我们五大中心。这五大中心不一定叫你建全，但是你要朝着这个方向，一步一步去做，然后使你的市场能够经营得更好。

下面我想给大家介绍商品市场对社会经济发展的贡献度怎么评价？

好多地方党委政府认为你这个市场占了那么大的地方，就这么一点税收，我不要你这个市场了。我当初党校读书跟他们县长书记交流的时候，跟他们讲了几个事例。

第一个我们浙江有一个水产市场，中国目前最大的水产城舟山国际水产城，大家喜欢吃的梭子蟹75%都在它手上，所以梭子蟹的价格定价权在这个市场。这个市场老总给我介绍了这么一件事，他一年吸引船舶，就是渔民到我们市场交易的船，为地方政府创收30个亿。我说你怎么算？他说由于我这个市场存在，外地的船要到我

舟山来交易，一般情况下在岸上要逗留一个礼拜时间，一艘船平均15-20个人，一个礼拜的吃喝拉撒这一笔消费留在这儿；第二个船的补给，船要补给冰、水、蔬菜，至少10天到半个月；第三船要加油。就这三大块，初步计算，20-30个亿的创收就留下来了。如果没有这个市场，有这些人到我这来吗？你说这个贡献算给谁？当然要算给我市场对社会的贡献度，你怎么说我市场没有贡献呢，这是第一个案例。

第二个义乌，义乌由于小商品城存在，它的物流非常发达，所有的快递义乌都有，而建了所有快递以后，第一快递业发展了，义乌就又一个产业形成了。第二，所有快递的成本义乌是最低的，一个县级市它的快递量远远超过省会城市，全国排名所有的省会城市加起来义乌市排名第四。义乌快递的成本是周边其他地方成本的1/3，你1块2毛钱的快递他4毛8就够了，给义乌企业创造了多少的成本降本。快递业发展了，你说这不是市场的功效吗？没有这个市场会有你快递业吗？

还有一个台州二手车市场，台州二手车市场周边形成了大量的为二手车服务的汽车装潢、装饰、维修这些企业的集聚，没有这个二手车市场有这些企业集聚吗？所以我们商品市场贡献度向党委政府要讲清楚，不是单看场内的直接交易，要看综合评价，市场有直接贡献度、间接贡献度和关联贡献度，都要算到这个市场。

我在做一个商品市场跟当地经济社会贡献度评价体系，大体框架我已经拉好了，可以让每一个市场自己去评价。第二个贡献度评价体系有一个很重要的好处，除了表明市场的贡献以外，很重要的好处是比较，市场的发展，发展在哪里，还是落后了，落后在哪里。我今年贡献度是98，我明年只有96了，这两个点少在哪里？如果我这个市场98，那个市场95，那个市场93，那我们比一比我们的贡献度差在哪些地方？

基于这样的考虑，我觉得最后要汇聚集中一点，就是优化以后

的降本率，降低成本，如果你这个市场所有的中心也好，管理也好，无法给你降低交易成本，增加效益做不到，那都是空的，说的再好也没用，竞争力就是优化服务降低成本。

最后一个功能就是经营功能，我们怎么去提升我们的市场经营户，下一步要花大力气重新出发来提升我们场内经营户。因为互联网出现以后，减少了中间环节，所以市场里面的小批发户就无法生存了，二道贩子根本就不可能存在，那么市场内将会怎么样？我以工业专业批发市场为例，可能就是总经销、总代理和生产企业，为市场绝对的主体。浙江省现在是网上网下融合，都说直播带货，市场父母经营的时候，把子女培养起来直播。比较典型的华东珠宝城做得非常好，逆势上涨，原来摊位空置率有30%，现在一摊难求，网络经营很好，一开始就让他做网络直播标准，然后做一条龙服务。

以上就是我们浙江省在商品市场当中发展的一些基本情况，思考的一些问题，给大家做一个介绍，供大家参考，谢谢大家。

本文是浙江省市场协会会长张志益在江苏省市场管理协会三届六次常务理事扩大会议上的发言录音稿（浙江省市场协会应建民、无锡市场协会杨四方 根据录音整理，未经本人审阅）

会员风采

使命在肩 勇往直前 凛冬散尽 星河长明

——记无锡皮革城2022年7月抗疫及复工复产

2022年6月29日，在常态化核酸检测中，市场一废弃工棚中，私自入住的一名民工出现了异常，让一直以来都严格遵守各项防疫措施的市场始料不及，突遇疫情挑战。市场在接到通知的第一时间，立即根据上级防控及领导部门的要求，做出一系列快速应急措施以面对突如其来的情况。

应急指挥、全力备战。疫情伊始，街道领导第一时间在市场内成立了“云林街道皮革城疫情防控（临时）指挥部”，快速开启应急指挥体系，由平转战、争分夺秒，以求以最快速度遏制疫情蔓延。市场管理方也及时成立内部防控工作小组，召开紧急专项会议：严格执行落实疫情防控各项要求；及时安抚市场商户配合核酸检测及隔离准备；划分领导责任，全体员工随时待命，保障市场基础设施的正常运作；全面了解并尽力解决经营户在此期间的各项困难和问题；及时对各项防疫物资进行采购补充和储备；勠力同心、全力以赴，相信党和政府。

流调溯源、转运隔离。作为无锡市现代服务业的重点项目，停工停业一天，就意味着有上千的家庭一天没有收入，所以用最快速度回击战疫，是对所有商户最好的支持。想要实现社会全面清零，市场第一时间恢复营业，首要工作就是对所有市场人员进行快速安全转运隔离。指挥部争分夺秒流调溯源，夜以继日、马不停蹄地排查密接、核实人员、协调车辆和隔离点，250辆转运大巴、450多名消、警、医护及政府工作人员，对6000多名市场经营户及其家属，在短短的一天一夜，实现了全部安全、有序、成功转运隔离。

后勤保障，助力抗疫。转运隔离完成之后，更要重视并防止病毒的遗留及苗头，市场内部还留有两百多名因老弱病残孕等原因无法至隔离点的人员，还有部分为保障市场水、电、消、安全、卫生等运行的工作人员。为尽快使市场复工复产，还面临全面消杀、静默管控、留守人员的生活物资运送、市场风险排查、人文关怀等一系列亟待完成的事情：市场准备了充足的一次性医用口罩和手套、体温计、消毒液、防护服、消毒器材和急备药品；每天协助医护人员对留守人员进行健康监测；协助进行抗原及生活物资发放；对市场进行大规模消杀清扫，保证不留一处死角；对市场封控的围栏多次进行巡检，保障管控区域内外的人员安全；成立专门的人文关怀小分队，对隔离人员家中的宠物和花草按时喂养和浇灌，使其能够安

心配合隔离；积极配合安排 6000 多隔离结束人员的接送和“7+3”政策下市场内隔离期间的物资、抗原、分配及发放、健康监测等一系列任务。经过 7 月半个月高温防护服下的汗水中奋战，本次抗疫获得阶段性胜利。

复工复产，砥砺前行。在成功完成抗疫阶段性胜利之时，市场疫情防控工作小组在第一时间对本次防疫进行了总结，全方位了解本次抗疫中遇到的困难，在反复斟酌研讨后，对之前的防疫工作中不足之处进行了改进，以本次突发疫情为经验，制定了更加全面的、更加匹配本市场的防疫措施，使市场在以后经营中对突发疫情有了更明确的防疫方案，也为疫后复工复产做了充分的准备。

强化防疫培训、宣传。在接下来的工作中，市场更加重视疫情防控宣传工作，要带头成为疫情防控的践行者和宣传者。搭建了更加立体式的宣传矩阵，开通短信提醒功能，利用宣传海报、公告栏张贴、现场讲解宣传、微信工作群、朋友圈、抖音平台等多种渠道进行防疫知识的宣传和普及，并分别开设了防疫小常识类、病毒传播类、个人防护类、市场防疫类、防疫政策类等多种形式的专项培训课堂，使市场所有从业人员从思想上能够有更深刻的认知，做到疫情防控时时在心中，要严防严控不放松，为实现全民参与防疫，加强群防群控而努力。

严格落实各项防疫政策。建立防疫物资专项管理制度，设专人负责，有严格的采购验收流程，对物资的数量、规格、质量、名称、保质期限等做到台账明晰、安全存放、及时补充、准确把控；提升预防消杀意识，强化防疫闭环管理，对进出市场的人员、车辆，制定了严格的防控查验和登记备案流程，设立了外来车辆装卸专区和闭环消杀通道，复工复产同时，对市场进行了全面的消杀、曝晒、打扫、清洗，不放过任何一个角落和缝隙，确保每一点每一处都清消到位；对市场经营人员，每日市场巡检时，挨家挨户查验口罩佩戴、店内消杀、门铃码、健康码、行程码、核酸时效、疫苗接种等

落实情况，时刻提醒，日日督促；同时，市场还加强了环境卫生提升、市场定时消毒消杀制度、市场进场严格的扫码及查验要求，做到了防疫无小事，安全在心中。

以人为本，再现市场的责任和担当。疫情，是一场危机，也是对市场的一场考验。本次抗疫市场投入了大量的人力财力，经营也受到了巨大冲击，商户流失率增大，租金收益降低，市场整体十分萧条，长路漫漫，举步维艰，很多问题和矛盾也随之而来：商户需要减租免租、员工需要激励安抚、市场需要恢复人气。市场在第一时间主动召开商户接待会议，面对面倾听、一对一解决、一家一家安抚、一户一户关怀，给予了租期让利、物业费让利、管理服务升级等多项优惠政策，使所有受疫商户满意而归、交口称赞；与此同时，市场领导没有忘记在疫情期间不分昼夜、逆行奋战的员工，尽管没有租金收入已经捉襟见肘，但还是准备了奖金红包，以慰每一位为抗疫工作奉献过的工作人员；而当营运广告部员工的身影在市场每个角落开始忙碌的时候，则是市场为恢复旺市做出的又一努力，一笔笔的广告投入、一幅幅崭新的宣传喷绘布、一张张美丽的夺眼海报，以及不起眼的小门牌、小灯箱的更换，都是市场对复工、复产、复市的决心。

点滴微光，可成星海，在这里，每一个行动背后都有一个感人的故事，每一个人物身上都演绎着一段人间至爱。人民至上、生命至上是党和政府给予我们的安全感；迎难而上、无惧无畏则是市场给予商户的坚强依靠。致敬每一个奋斗在抗疫一线平凡而又伟大的工作人员，他们都是用生命在履行着自己的信仰，用大义和大爱共同谱写着新时代的中国梦.....

通过市场工作人员和全体业主商户万众一心的企业精神.市场开始逐步恢复昔日之场景。

(稿件来源：副会长单位 无锡皮革城有限公司)