

市场通讯

2026年第6期（总第323期）

无锡市市场指导委办公室

编印

无锡市市场协会

2026年6月28日

目录

- 政策信息：** 监管再升级！《广告引证内容执法指南》来了
附：《广告引证内容执法指南》全文
【专家观点】 准确理解和把握投资于人的要求
- 协会动态：** 深入会员一线 精准赋能发展——无锡市场协会走访无锡潮立供应链有限公司
关于筑牢安全经营防线 共建放心消费市场的倡议书
- 会员风采：** 智链赋能民生 诚信筑就未来——无锡潮立供应链发展纪实
金泰国际装饰城：纾困帮扶商户 共渡发展难关
- 会员动态：** 无锡市知识产权协会推出全方位知识产权赋能 OPC 企业服务
以练赋能，载誉前行 | 五洲国际工博城消防班组斩获区级比武竞赛优秀奖
茶香赴约 | 无锡中萃亮相中国（宜兴）茶业博览会
星光二十载 感恩“礼”尚来 | 无锡月星家居 20 周年庆盛大启幕

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

监管再升级！《广告引证内容执法指南》来了

明确适用范围。《指南》明确“广告引证内容”“引证广告”等概念及其应当遵守的一般性原则，强调广告主依法应当对引证内容等广告内容的真实性、准确性、合法性负责，并依法承担举证责任。

规范引证内容。《指南》针对实验测量、统计调查、文献资料等不同情形，细化不同类型引证内容的规范性要求，并对广告引证内容构成虚假广告的情形等作出分类说明，回应社会关切。

细化监管规则。对“大字吸睛，小字免责”的广告，从正反两个方面对广告内容作出具体明确的要求，并对借绝对化用语等导致消费者对其市场地位、竞争优势产生错误认知的违法情形作细化列举，以进一步健全广告监管制度体系。

下一步，市场监管总局将指导地方市场监管部门，结合当前正在开展的广告提示性用语乱象清理整治工作，进一步遏制“大字吸睛、小字免责”“先射箭后画靶”等违法广告，缓解广告主“营销焦虑”，引导其主动摒弃“文字游戏”式广告，切实防范通过制造所谓“萝卜坑赛道冠军”等手段加剧“内卷式”竞争。

（来源：无锡市场监管）

附：《广告引证内容执法指南》全文

市场监管总局关于发布《广告引证内容执法指南》的公告

依据《中华人民共和国广告法》等法律法规，市场监管总局制定了《广告引证内容执法指南》，现予公告。

市场监管总局
2026年6月3日

广告引证内容执法指南

为进一步提升商业广告（以下简称广告）引证内容监管执法工作效能，切实规范广告引证内容，依据《中华人民共和国广告法》（以下简称《广告法》）等法律法规规定，制定本指南。

一、本指南旨在为市场监管部门开展广告引证内容监管执法提供指引，供各地市场监管部门在工作中参考适用。

二、本指南所称的广告引证内容，是指在广告中引用广告主以外的自然人、法人或者其他组织生成、制作，并且与广告主所推销的商品或者服务（以下统称商品）有关的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等内容。

本指南所称的引证广告，是指含有引证内容的广告。

三、广告引证内容应当真实、准确、合法，不得引用虚构、伪造或者无法验证的内容，不得欺骗、误导消费者。

广告主应当对引证内容等全部广告内容的真实性、准确性、合法性负责，并依法承担举证责任。

四、广告引用的数据基于实验、测量、检验检测等方式获取的，出具相关实验结论、测量结果或者检验检测数据（含结果、结论等，下同）的机构应当具有相应的法定资质、专业能力，其计量器具、设施环境等应当符合法律、法规、规章、强制性国家标准、计量技术规范等国家有关要求。

实验、测量、检验检测等方法有国家标准或者行业标准的，应当符合国家标准或者行业标准规定；没有国家标准或者行业标准的，应当采用相关行业、领域普遍认可的方法。

五、广告中引用的统计资料或者调查结果应当通过科学方法取得，其统计和调查范围应当具有广泛性、合理性。采用抽样方式进行统计或者调查的，其样本应当符合科学性、代表性要求，其结果偏差应当在合理范围内。

六、广告引证内容应当准确，并与其所依据的实验结论、测量结果、检验检测数据、科研成果、统计资料、调查结果、文献资料等的意思表达一致。

七、广告中引用的文摘、引用语应当与原文意思表达一致，其引自的文献资料应当真实存在且可查询，其观点应当符合科学常识。

八、引证广告依法应当如实表明引证内容的出处。

前款所称的出处，包括开展实验、测量、检验检测、科研、统计、调查等机构名称（姓名），或者文献资料等的题目及其著者名称（姓名）等信息。

引自期刊的，应当表明期刊名称、期号、刊次等信息。

引自互联网网页的，应当表明访问路径。相关互联网内容或者访问路径变更的，应当对广告内容作出相应调整或者停止广告发布。

九、广告引证内容有适用范围和有效期限的，应当按照下列要求明确表示：

（一）引用的实验结论、测量结果或者检验检测数据等仅在实验室状态或者其他特定条件下方可复现的，应当对其具体复现条件作出明确表示；

（二）引用的检验检测数据仅对送检样品有效的，应当作出明确表示；

（三）引用的科研成果、统计资料或者调查结果等有特定的地域、行业等适用范围或者有效期限的，应当对具体的地域、行业等适用范围或者有效期限作出明确表示；

（四）其他应当对适用范围或者有效期限作出明确表示的情形。

十、通过文字、图片、音频、视频等方式表明广告引证内容出处、适用范围、有效期限等的，其文字的字体、字号、颜色等应当满足一般公众在正常情况下能够清晰识别的要求，其语音应当与广告的其他内容保持同等语速、语调及清晰度。

十一、引证广告中含有商品的性能、功能、用途、规格、有效期限、优惠条件等内容的，不得利用减小字号、改变字体、使用与背景相近颜色文字等可能使消费者难以辨明的方式，对商品的性能、功能、用途、规格、有效期限、优惠条件等进行限缩，或者作出不符合科学常识、不利于消费者的解释或者说明。

十二、广告引证内容涉及销量、销售额、市场占有率等事实信息的，应当真实、完整、准确。

前款所称事实信息，是指可以通过统计、调查等方式获取且可验证的客观信息。

十三、具有下列情形之一，在引证广告中使用“最高级”“最佳”，或者销量、销售额、市场占有率“第一”等用语进行宣传的，不属于《广告绝对化用语执法指南》第六条第六项规定的豁免情形：

（一）“最高级”“最佳”“第一”等用语所指向的地域小于省级行政区域的；

（二）“最高级”“最佳”“第一”等用语所指向的商品所属行业或者领域小于《国民经济行业分类》等国家标准、行业标准规定的行业分类的；

（三）“最高级”“最佳”“第一”等用语所指向的商品无专有的产品或者服务国家标准、行业标准的；

(四) 其他不属于《广告绝对化用语执法指南》第六条第六项规定的豁免情形的。

十四、具有下列情形之一的，应当认定广告内容虚假或者引人误解：

(一) 使用虚构、伪造或者无法验证的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等作为广告引证内容的；

(二) 通过篡改、部分引用、歪曲结论等方式，夸大对广告主有利的内容或者隐瞒对广告主不利的内容的；

(三) 广告中引用的文摘、引用语与科学常识明显不一致的；

(四) 引用的数据、结论等已被修正，但未按照修正后的数据、结论等更改广告内容，足以影响消费者判断的；

(五) 其他应当认定广告内容虚假或者引人误解的情形的。

十五、具有下列情形之一的，应当作为认定广告内容虚假或者引人误解的重要考量因素：

(一) 无法说明广告引证内容来源或者相关引证内容无法查询的；

(二) 引用的实验结论、测量结果或者检验检测数据仅在实验室状态或者特定条件下方可复现，但未在广告中对其具体的复现条件作出明确表示的；

(三) 引用的检验检测数据仅对样品有效，但未在广告中作出明确表示的；

(四) 引用的统计资料或者调查结果有特定的地域、行业等适用范围或者有效期限，但未在广告中对其适用范围和有效期限作出明确表示的；

(五) 广告引证内容不符合本指南第四条、第五条规定要求，无法保证内容科学性和真实性的；

(六) 其他应当考量的。

十六、市场监管部门发现广告主直接或者间接通过有偿新闻、学术造假等方式，发表、发布有关新闻、学术文献、科研成果等，再以其数据、结论等作为广告引证内容的，应当向同级新闻出版、科技等行业主管部门通报。

十七、除引证内容外，广告主也可以在广告中使用自证内容，并对其真实性、准确性、合法性负责，依法承担举证责任。

符合下列情形之一的，应当认定为自证内容：

(一) 广告主自行通过实验、测量、统计、调查等方式取得的数据、统计资料、调查结果等的；

(二) 广告中使用人工智能(AI)、深度合成等技术手段生成、合成的数据、资料、结论等内容的；

(三) 其他应当认定为自证内容的。

广告主委托他人通过实验、测量、统计、调查等方式取得的数据、统计资料、调查结果等，并在广告内容中使用的，应当认定为引证内容。

十八、在广告中使用自证内容的，可以不表明出处，但法律法规另有规定的除外。

广告自证内容应当符合本指南第九条至第十三条规定要求。

十九、自然人、法人或者其他组织接受委托，开展实验、测量、统计、调查等活动，并且明知或者应知其实验、测量、统计、调查等活动获取的数据、结论等用于广告的，应当认定为参与广告设计、制作活动，属于《广告法》第二条第三款规定的广告经营者。

前款所称的明知，是指通过合同约定或者其他方式，委托双方对将实验、测量、统计、调查等活动获取的数据、结论等用于广告有明确意思表示。前款所称的应知，是指有三次及以上接受他人委托开展实验、测量、统计、调查等活动所获取的数据、结论在广告中被引用。

二十、广告经营者、广告发布者应当依法查验广告证明文件，核对广告内容。

广告引证内容无出处，未对适用范围、有效期限等作出明确表示，或者与广告主、广告经营者提供的实验结论、测量结果、检验检测数据、科研成果、统计资料、调查结果、文献资料等不一致的，依法不得提供广告设计、制作、代理、发布服务。

二十一、违反本指南第八条、第九条规定的，应当认定违反《广告法》第十一条规定，依照《广告法》第五十九条规定查处；广告内容虚假的，还应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十二、违反本指南第十条规定或者存在本指南第十一条规定情形的，应当认定违反《广告法》第八条规定，依照《广告法》第五十九条规定查处。

二十三、存在本指南第十三条规定情形的，应当认定违反《广告法》第九条第三项规定，依照《广告法》第五十七条规定查处；相关内容虚假或者可能导致消费者对经营主体及其商品的市场地位、竞争优势等产生误解的，还应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十四、存在本指南第十四条规定情形的，应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十五、存在本指南第十五条规定情形，并且广告内容虚假的，应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处；存在

本指南第十五条第一项至第四项规定情形，并且不构成虚假广告的，应当认定违反《广告法》第十一条规定，依照《广告法》第五十九条规定查处。

二十六、违反本指南第二十条规定的，应当认定违反《广告法》第三十四条规定，依照《广告法》第六十条规定查处；构成虚假广告的，应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十七、市场监管部门开展引证广告监管工作，应当依据《中华人民共和国行政处罚法》《广告法》等法律法规规定，结合广告内容以及违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度、主观过错等，规范行使行政处罚裁量权。

对违法情节轻微，广告发布时间短、浏览人数少并及时改正，没有造成危害后果的，依法不予行政处罚。初次违法且危害后果轻微并及时改正的，依法可以不予行政处罚。

二十八、对当事人的违法行为不予行政处罚的，应当依法对当事人进行教育。

（来源：国家市场监督管理总局）

【专家观点】 准确理解和把握投资于人的要求

（作者：尹艳林 全国政协委员、全国政协经济委员会副主任）

2023年，习近平总书记在二十届中央财经委员会第一次会议上提出，“把‘投资于物’同‘投资于人’紧密结合起来”。在党的二十届四中全会第二次全体会议上，总书记再次强调，要“坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合”。“十五五”规划纲要立足中国式现代化建设全局对投资于人作出重要部署。投资于人，是党中央准确研判我国经济社会发展大势、着力解决发展不平衡不充分问题提出的重大战略举措，为“十五五”时期实施扩大内需战略、扩大有效投资提供了重要遵循，我们要深刻领会其重要意义和要求。

投资是推动经济社会发展的重要引擎。投资于人的提出，顺应我国经济社会发展进入新阶段的新要求，体现了我们党投资理念的重大转变。一方面，经过几十年的经济快速发展，我国传统基建投资的高峰已过，制造业面临转型升级，部分行业产能过剩，传统产业产能扩张性投资受阻。另一方面，我国教育、医疗、养老、托育等社会民生领域短板明显，扩大投资还有很大潜力，而且这些领域的短板不补上，不仅会成为民生痛点，还会制约内需潜力释放。政府投

资要更多地从经济领域转向社会民生领域，加大对与人民生活息息相关的社会民生领域投资，不断提升基本公共服务可及性和均等化水平，这是满足高品质生活需要、推动人的全面发展的必然选择。

当前，“投资于物和投资于人紧密结合”日益成为共识。但一些地方对投资于物和投资于人的关系还存在某些模糊认识，特别是对投资于人的理解尚存在偏差，有可能使政策导向不够精准甚至出现偏误，影响党中央决策部署的落地见效。目前，对于投资于人，仍有以下几点需要深化认识。

其一，投资于人也是投资，而不单纯是“对人的投资”。一种观点认为，投资于人是人力资本投资，主要包括教育、技能培训等。在经济发展中，人力资本固然重要，但并非投资于人的全部内容，也并非解决当前有效需求不足这一突出矛盾之所急。把投资于物和投资于人等同于“硬件”和“软件”的关系是一种误读。“十五五”规划纲要在“建设强大国内市场 加快构建新发展格局”部分明确提出坚持“投资于物和投资于人紧密结合”，目的就是以新需求引领新供给，增强国内大循环内生动力和可靠性。投资于人针对的就是扩大国内需求，投资是相对于消费而言，是扩大有效投资的组成部分，不能简单地理解为“对人的投资”。投资于人本质上是投资，是“既要见物也要见人”的投资。投资于物和投资于人是一体的，统一于“投资”之中，实现二者的紧密结合，就是强调优化投资结构，提高民生类政府投资比重，以便提高投资综合效益，更好发挥投资对满足民生需求的作用。

其二，投资于人是“用于人的投资”，而不是“用于人的支出”。一种观点认为，政策层面对投资的概念与范畴理解已大幅拓宽，不再局限于实物投资，提高农民养老金、提升公共服务等以往被视为“花费”的民生举措，都可以纳入投资范畴。这种把所有“用于人身上”的支出都称之为投资于人，是对投资范畴的过度泛化。投资于人是指用于人的全面发展的投资，而并非简单指支出于人。“投资”和“支出”，是两个不同的概念。从经济学概念上讲，投资是指经济主体为获得未来收益的经济活动，其核心是通过牺牲当前的消费，换取未来更大的价值回报。而支出，却恰恰可能包括用于提高个人消费的支出，比如财政转移支付、城乡居民基础养老金标准提高等。从实际经济运行来看，政府投资和政府支出也是两个系统，投资在发展改革部门，支出在财政部门，不是所有用于人的财政支出，都是投资于人。提高政府民生类投资比重和提高财政民生支出比重是两个不同的要求，前者是优化政府投资结构，后者是优化政府预算中财政支出结构，既是不同的概念范畴，也是不同的政策要求。

注重对教育、医疗、就业、住房等民生领域的投资，是投资于人的重要内

容。

其三，投资于人是“投资于民生”，不等于民生投入。一种观点认为，投资于人就是保障民生，就是要给老百姓发钱花钱。这无疑是对中央精神的误读。投资于人绝非简单的民生投入。2026年政府工作报告明确提出，“要持续用力优化支出结构，更加注重支持提振消费、投资于人、保障民生等方面”。显然，这里的投资于人是与提振消费、保障民生并列的，而并非单指与保障民生相重叠的项目。事实上，“十四五”以来，我国坚持把保障和改善民生作为财政支出的优先方向，民生领域财政投入占全国一般公共预算支出70%以上，全国一般公共预算安排民生支出规模近100万亿元。有的地方，特别是基层财政绝大部分都用于民生，也就是俗称的“吃饭财政”。在当前财政收支紧平衡，尤其是一些地方财力有限的情况下，如果将所有民生事项都当成投资于人，并且盲目追求高标准，这就不仅是理解上的偏差，也会导致政策上的偏差，在发展实践中还会造成不合理预期，给地方财政带来不应有的压力。

面对有效需求不足、供强需弱的突出矛盾，推动投资于物和投资于人紧密结合，是“十五五”时期扩大国内需求、建设强大国内市场的重要方向和战略任务。今年是“十五五”开局之年，政府工作报告将“人的全面发展”作为今年三大重点投资领域之一。要按照“十五五”规划纲要和政府工作报告的部署，把握好投资于物和投资于人紧密结合的切入点，着重在痛点、难点、重点、焦点、热点等方面发力，推动相关领域投资于人落到实处。

一是围绕社会民生领域的痛点加大投资。当前，要针对教育、医疗、“一老一小”等社会民生领域存在的痛点，切实增加民生领域政府投资。比如，针对高中学位供给存在区域不均、总量不足的问题，要增加普通高中学位供给，重点改善县域普通高中基本办学条件，缓解群众择校焦虑。针对医院住院条件难以满足患者需要的问题，要支持医院将4人间及以上病房改造为2—3人间。针对养老需求日益增加的情况，要支持公办养老机构提质改造，实施养老机构设备更新，同时加强公共设施适老化和无障碍改造。

二是围绕农业转移人口市民化的难点加大投资。科学有序推进农业转移人口市民化是“十五五”时期的重要任务。目前，农业转移人口市民化的一个难点，就是许多公共服务和社会福利政策与户籍直接挂钩，农业转移人口落户后，会直接增加当地政府财政支出，特别是教育、住房保障等方面的供给压力。应以人口流入地为重点，优化保障性住房供给，加强普通高中建设，增加普通高中学位供给，推动更多城市将符合条件的未落户常住人口纳入公租房保障范围，因地制宜放宽在流入地参加中考报名条件，更好地保障农民工随迁子女在常住

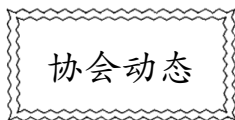
地平等接受基础教育等权利。

三是围绕培育发展现代化都市圈的重点加大投资。培育发展现代化都市圈，是“十五五”时期深入推进以人为本的新型城镇化的重要方向。构建城市间便捷高效的通勤圈，是形成梯次配套的产业圈和便利共享的生活圈的前提条件，是培育发展现代化都市圈的重点。应聚焦提高都市圈通勤效率，加快打通城际未贯通路段和瓶颈路段。比如，加快建成北京至滨海新区、深圳至大亚湾等城际铁路，利用既有铁路开行城际和市域（郊）列车，建设一批国家高速公路都市圈环线。

四是围绕高质量推进城市更新的焦点加大投资。城市更新是持续提高城镇化质量的重要举措。应加快城市基础设施生命线安全工程建设，推进老旧管网和危旧房改造等。“十五五”期间，这方面任务艰巨，工程量很大。比如，在老旧管网方面，要建设改造城镇燃气管网约20万公里、排水管网约17.5万公里、供水管网约17.5万公里、污水管网约10万公里、供热管网约12万公里。在危旧房改造方面，要改造城镇危旧房约50万套（间），改造老旧小区约11.5万个。同时，还要平稳有序推进城中村改造，更新改造约1500个老旧街区厂区。这些更新改造任务，投资规模大，都是改善民生的重大举措。

五是围绕文化旅游消费基础设施的热点加大投资。大力发展文化旅游业，让人民群众享受更高品质生活，是投资于人的重要方向。应加快完善旅游公共服务，改善旅游消费体验。加快旅游基础设施建设，进一步完善旅游服务中心（咨询中心）、旅游集散中心、旅游公共服务信息平台、旅游厕所等旅游公共服务设施。支持高质量户外运动目的地完善公共服务、应急救援等配套设施。实施好充电设施“三年倍增”行动，加快充电桩、停车场、旅游公路等消费基础设施建设。

（来源：求是网）



深入会员一线 精准赋能发展

——无锡市场协会走访无锡潮立供应链有限公司

为夯实会员服务根基，及时掌握会员动态，切实发挥协会作用，近日，无锡市场协会老领导章永星、秘书处安方携工作人员走进会员单位——无锡潮立

供应链有限公司开展实地走访调研，与企业管理层面对面座谈交流，围绕企业转型升级、产业链资源整合、供应链布局优化、上下游产业链延伸等核心议题，共谋企业高质量发展新思路、新路径。无锡潮立供应链有限公司董事长肖震宇、总经理杨燕及企业相关部门负责人参加座谈。

章永星在座谈中指出，无锡市场协会作为 5A 级社会组织，始终坚守服务会员、服务行业、服务政府的初心使命，在搭建政企沟通桥梁、整合行业资源、助力市场主体稳健发展等方面发挥着十分重要的作用。本次深入一线走访会员企业，旨在零距离倾听企业心声、精准摸排企业发展痛点、实打实提供帮扶指导。

结合当前商贸供应链行业发展新形势，章永星针对潮立供应链现有运营模式、整体战略布局、产业链延链补链融链工作进行了全面分析，立足行业发展大局，为企业品牌化升级、市场化深耕、智能化转型三大发展方向给出前瞻性、针对性指导意见，助力企业找准发展定位、明晰发展路径，更好地适配当下市场发展节奏。

肖震宇对无锡市场协会一行的到访表示热烈欢迎，衷心感谢协会对公司发展的关心和支持。同时，他全面介绍了公司主营业务、运营模式、核心竞争优势及发展规划。无锡潮立供应链有限公司成立于 2023 年，是一家以科技创新为核心驱动、以民生服务为根本导向的智慧供应链管理服务商。秉持“科技赋能产业链、构建产供销一体化数字生态”的使命，深耕民生食材供应链领域，打造“春城油菜花”APP，创新线上线下融合发展模式；打造“潮立黑臻猪”黑猪肉等特色农产品品牌并设立直营门店；参与协会牵头的乡村振兴国家地理标志“甘露青鱼”品牌推进。未来，公司将以科技为帆、品质为舵、诚信为基，深耕智慧供应链领域，聚焦多元融合，助力无锡民生服务与供应链产业升级提速。

最后，安方作小结发言。他表示，常态化走访会员单位、深化沟通交流、做实做细服务，是无锡市场协会一贯坚守的工作准则与核心工作内容。通过本次实地走访，真切看到了潮立供应链稳健经营的底气与未来发展的广阔前景，对企业发展理念与经营成果给予充分肯定。

基于行业发展大势与潮立实际经营情况，安方提出六点建议：一要转变经营管理思路；二要深挖自身经营特色；三要优化企业发展布局；四要密切关注民生民需；五要抢抓新能源产业发展机遇；六要完善线上配套服务，全方位提升企业综合竞争力。此建议得到了潮立供应链肖董及与会者的一致认同。

座谈会上，协会秘书处还就半年度常务理事会筹备、行业特色交流活动举办、会员资源对接等重点工作作了通报沟通。

下一步，无锡市场协会将持续紧扣走会员、强帮扶、聚合力工作主线，聚焦新型服务业、创新商贸市场等重点领域，优化服务体系，强化宣传推广，精准帮扶，赋能发展，为无锡商品交易市场高质量发展贡献更大力量。

(无锡市场协会秘书处)

关于筑牢安全经营防线 共建放心消费市场的倡议书

各会员单位、相关市场主体及经营商户：

2026年全国安全生产月主题为“人人讲安全、个个会应急——排查整治风险隐患”。安全生产事关人民福祉和发展大局，一丝一毫不能放松。为进一步压实市场主体安全责任，排查整治安全隐患，规范经营秩序，营造安全诚信的消费环境，无锡市场协会特发出如下倡议：

一、压实主体责任，守住安全底线

牢固树立安全发展理念，严格落实安全生产主体责任，健全消防安全、用电用气、设备运维等管理制度。市场管理方做好日常巡查监管，经营商户严守岗位安全规范，将安全管理融入日常经营，坚决防范各类安全事故。

二、狠抓隐患排查，消除经营风险

常态化开展安全自查自纠，重点排查消防设施、疏散通道、用电用气、仓储堆放、特种设备、食品安全、防汛防暑等关键环节。建立隐患台账，限期闭环整改，做到隐患早发现、早整改、清零见底，从源头筑牢安全屏障。

三、坚持诚信经营，规范市场秩序

严格遵守法律法规和行业规范，坚持依法经营、诚信经营。严把商品质量关、进货关、溯源关，做到明码标价、公平交易。坚决杜绝虚假宣传、价格欺诈、制假售假等行为，积极参与信用市场建设，自觉接受社会监督，维护良好市场口碑。

四、提升应急能力，强化安全素养

积极参与安全生产宣传培训和应急演练，主动学习隐患排查、消防安全、应急避险、初期处置等知识技能。完善应急预案，熟练掌握应急处置流程，全面提升从业人员安全意识和应急处置能力。

五、深化共建共治，凝聚行业合力

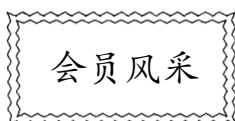
主动配合各监管部门检查整治工作，对问题隐患立行立改。积极推广安全管理先进经验，发挥行业自律作用，踊跃参与示范市场、诚信商户创建，共同

营造人人重视安全、人人守护安全的良好氛围。

安全为本，诚信为基。希望各市场主体切实履行安全责任、坚守诚信底线，共建安全稳定、规范有序、群众放心的商贸市场环境，助力无锡商贸行业安全高质量发展！

无锡市场协会

2026年6月16日



【编者按】 诚信是市场发展的重要基石。十余年来，协会与广大会员一起致力于诚信市场建设，取得了显著的成绩。为更好地展示会员形象与风采，推介诚信市场及其优秀理念，市场协会秘书处将立足第九届理事会，秉持“三服务”宗旨，围绕市场党建、特色经营、品牌发展、信用赋能、绿色低碳等主题，每期选择1-2个会员单位予以报道，敬请期待。欢迎大家踊跃投稿。投稿邮箱：2480178758@qq.com

智链赋能民生 诚信筑就未来——无锡潮立供应链发展纪实

在无锡加快构建现代流通体系、推进民生服务提质升级的浪潮中，无锡潮立供应链管理有限公司（以下简称“潮立供应链”）应运而生。公司成立于2023年，注册资本1000万元，是一家以科技创新为核心驱动、以民生服务为根本导向的智慧供应链管理服务商。自成立以来，公司始终秉持“科技赋能产业链、构建产供销一体化数字生态”的使命，立足无锡、辐射全国，深耕民生食材供应链领域，通过特色产品培育、创新模式实践、诚信体系建设，逐步成长为区域供应链行业的新生力量，为无锡市场高质量发展注入鲜活动能。

特色引领 创新驱动 构建智慧供应链新范式

潮立供应链打破传统供应链流通壁垒，以“特色产品树标杆、数字技术赋动能”为核心思路，形成了兼具差异化与竞争力的经营模式，让民生供给更高效、更优质。

在特色产品培育上，公司坚持“品质为先、源头把控”，打造了一系列口

碑过硬的核心产品，其中“潮立黑臻猪”黑猪肉更是成为民生食材中的明星产品，以“给孩子吃的黑猪肉”为核心定位，深受消费者青睐。该黑猪肉源自安徽桐城原生态山水间，养殖环境得天独厚，黑猪全程饮山泉、食百果，采用山林放养与五谷慢养相结合的模式，饲养周期超300天，全程无抗养殖，拒绝激素、抗生素添加，既保证了肉质的营养健康，更自带满口记忆香，是适合老人、孩子食用的优质食材。

依托无锡本地特色农业资源，公司同时与甘露青鱼产业园深度合作，将百年地理标志产品——甘露青鱼纳入核心产品线，严格遵循原生态养殖标准，全程把控各环节，助力传统渔业生态化、品牌化发展。此外，公司扎根河南、新疆等优质产区开展产地直采，携手双汇、雨润等肉类龙头企业，构建多元化、高品质食材供给体系，全方位满足民生需求。

在创新做法上，公司以数字化转型为突破口，重构供应链全流程运营模式。以春城农贸市场为实体依托，打造“春城油菜花”APP，创新线上线下融合模式，实现“线上下单、线下配送、门店自提”的全渠道闭环，便捷消费者采购。同时，将区块链、大数据技术深度应用于供应链全流程，构建全程追溯体系，实现从产地到餐桌的可视化管理，破解传统食材流通信息不透明、溯源难的痛点。优化冷链物流模式，依托智能算法统筹调度，通过专业冷链控温，确保食材新鲜直达，实现降本增效与品质保障双重提升。

公司布局六大核心业务板块，覆盖民生供给、政企服务、社区便民全场景，同时联合无锡朝阳集团等本地企业协同发展，整合产业资源，推动供应链各环节高效运转。

诚信筑基 坚守底线 彰显企业责任与担当

诚信是企业立身之本，更是供应链行业的生命线。潮立供应链始终将诚信建设贯穿经营全过程，以规范管理、严格把控、公开透明的举措，筑牢诚信根基，赢得市场、客户与社会的广泛认可。

公司建立健全全流程信用管理体系，构建涵盖供应商准入、合作评估、风险预警的完整机制，依托大数据动态更新合作方信用档案，将信用等级与合作额度、账期挂钩，倒逼供应链各主体诚信履约。在供应商筛选上，严格执行准入标准，全面审核资质、信誉与产品质量，目前已与数十家优质供应商建立长期稳定合作，合作纠纷发生率极低。

在产品质量管控上，公司坚守“安全第一”原则，建立严格质检流程，对每一批次食材抽样检测，重点排查农药残留、重金属等指标，合格后方可流通。同时，通过“春城油菜花”APP主动公开溯源信息、检测报告，让消费者买得

放心。此外，严格遵守市场监管法规，明码标价、公平交易，杜绝违规行为，维护市场秩序。

凭借扎实的诚信建设，公司客户满意度持续提升，树立了诚信经营标杆。同时，积极践行社会责任，坚持绿色低碳发展，推广循环包装、优化物流路线；深耕社区服务，开展便民惠民活动，以企业发展反哺社会。

党建引领 凝聚合力 推动企业规范健康发展

潮立供应链虽暂未设立党支部，但始终坚持以党建引领企业发展，深刻认识党建对高质量发展的重要作用，积极落实“两个覆盖”要求，推动党建与经营深度融合。公司主动对接上级党组织，学习党建政策精神，将党建融入发展战略、管理制度与企业文化，引导员工树立正确价值观。

公司注重员工思想政治教育，定期组织学习党的创新理论与法律法规，提升员工思想觉悟和职业素养；借鉴党建经验强化内部管理，完善决策机制，坚持规范运营。同时，积极参与上级党组织公益活动与志愿服务，凝聚发展合力，推动企业规范健康发展，力争早日达到设立党支部条件。

多元融合 谋划未来 绘就高质量发展新蓝图

站在新的发展起点，潮立供应链立足现有优势，结合行业趋势，聚焦多业态融合与转型升级，谋划未来发展蓝图，助力无锡民生服务与供应链产业升级。

在多业态融合方面，公司计划拓展业务边界，推动“供应链+”多元融合。借鉴“供应链+共享工厂”模式，整合本地农产品加工资源，实现食材精细化加工，满足个性化需求；探索“供应链+金融科技”模式，联合金融机构推出信贷产品，助力中小供应商解决资金难题；深化“供应链+社区服务”融合，完善15分钟生活服务圈，拓展养老配餐、食材定制等增值服务。

在数字化转型深化方面，公司将加大科技投入，优化“春城油菜花”APP功能，完善区块链溯源体系，实现全品类、全流程溯源；引入智能仓储、分拣设备，搭建三级仓储网络，提升物流效率，打通农产品流通“最后一公里”。

在产业协同与品牌建设方面，公司将深化与甘露青鱼产业园、江南大学等合作伙伴的协同，推进产学研融合；加强品牌培育，提升“潮立供应链”“百年甘露青鱼”知名度，打造区域知名品牌；依托无锡区位优势，辐射长三角，扩大市场覆盖面，提升核心竞争力。

此外，公司将持续坚守诚信理念，完善诚信体系，履行社会责任，推动绿色供应链发展；加强专业人才队伍建设，提升企业运营管理水平。

智链万物，赋能民生；诚信致远，共筑未来。未来，无锡潮立供应链将以科技为帆、品质为舵、诚信为基，深耕智慧供应链领域，推进各类创新，构建

高效优质安全的数字生态，与无锡市场协会等各界伙伴携手共赢，为无锡民生服务提质升级和区域经济高质量发展注入更强动力。

（来源：无锡潮立供应链管理有限公司）

金泰国际装饰城：纾困帮扶商户 共渡发展难关

当前，建材行业消费市场持续疲软，叠加房地产行业优化转型，建材实体商贸行业面临前所未有的经营压力，专业市场商户经营举步维艰，生存压力大幅攀升。

在此背景下，部分大体量的建材家居类市场也出现了商户退铺增多、商铺出租率下滑的局面。有的整体出租率仅为 75%，市场整体经营活力回落较大。市场内入驻商户作为经营主体，直面客流不足、销量下滑、入不敷出的经营困境，经营压力巨大；而商铺业主因商户退租、租金下调、空置率上升，租金收益大幅缩减，资产收益受损。市场管理方处于商户与业主之间的关键衔接位置，肩负着稳商户、稳市场、保业主收益的双重责任，经营管理工作面临极大挑战。

如何激发市场活力，稳住经济底盘，像一道难解的考题，考验着市场管理者的智慧和水平。

金泰国际装饰城作为无锡城南核心建材专业市场，整体建筑面积 9.8 万平方米，商铺经营面积 7.5 万平方米，经营品类齐全，涵盖瓷砖、地板、门业、灯具、小五金、家具、墙纸窗帘、板材、墙漆涂料等全品类家装、工装装饰材料，是城南片区极具影响力的建材交易核心载体。市场鼎盛时期商铺出租率高达 96%，商户入驻饱满、经营氛围浓厚，是区域内建材行业经营标杆市场。

为有效破解当前发展难题，金泰国际装饰城管理方立足市场实际情况，拓宽思路，主动出击，为切实缓解商户经营压力，稳定市场经营基本盘，留住优质经营商户，盘活市场经营氛围，平衡商户生存与业主权益，经过综合研判、多方权衡，正式出台了一系列的租金减免纾困举措，精准帮扶商户渡过难关：

一是全面协调全体商铺业主，积极沟通协商争取扶持政策，对市场内商户统一实行年度租金减免两个月的优惠政策，切实降低商户门店运营成本，减轻商户资金压力。

二是针对市场自持物业板块，加大帮扶力度，对自持家具经营区域商户实行年度租金减免三个月的专项扶持政策，以更大力度让利商户，提振商户经营信心。

下一步，金泰国际装饰城将持续关注市场经济动态与商户经营状况，坚守服务初心，主动担当作为，持续优化市场经营环境、多措并举引流聚客，全力稳住现有商户资源，与全体商户、业主同舟共济、共渡行业寒冬，合力推动市场稳步回暖、稳健发展。

以诚信聚合力，以共赢谋未来。或许，金泰国际装饰城转型升级尚需稳步推进，但市场管理方始终心系商户，急商户之所急、忧商户之所忧，出台实打实的租金减免扶持政策，切实为经营减负纾困，与商户同心共渡难关。这是金泰国际装饰城的发展理念，更是脚踏实地的走心实践。市场愿与众商户一道同舟共济，行稳致远，再创辉煌！

(来源：金泰国际装饰城 翁学南)

会员动态

无锡市知识产权协会推出全方位知识产权赋能 OPC 企业服务

为抢抓人工智能产业发展机遇，落实本地《人工智能 OPC 企业市场准入便利化服务指引》政策要求，助力人工智能 OPC 科创企业高质量发展，无锡市知识产权协会日前正式发布 OPC 社区专属知识产权赋能服务举措，聚焦 OPC 企业发展痛点，打造从确权、布局、风控到资本化运营、长期运维的全周期服务体系，让 OPC 企业“拎脑入驻、轻装前行”。

针对 OPC 企业多为小型科创主体，普遍存在技术实力突出、固定资产薄弱、知识产权管理能力不足等问题，市知识产权协会联动知识产权保护中心及专业服务机构，量身打造定制化赋能方案，五大类核心服务全面落地，精准破解企业知识产权发展难题。

一、数据知识产权登记辅导：让数据成为可流通的无形资产

依托成熟的登记服务经验，协会提供数据知识产权全流程登记辅导，涵盖数据资产挖掘、材料筹备、代理申报等一站式服务，大幅提升登记成功率。完成合规登记的数据知识产权，可依法用于作价出资、增资入股，帮助企业盘活数据资源，将脑力成果转化为有形资产，真正实现数据要素商业价值落地。

二、专利布局与高价值培育：从技术创新筑牢竞争壁垒

围绕 AI 算法研发、模型训练、智能应用等全环节，推出系统化专利服务：

一是专利导航，明确创新方向，提前规避研发风险；

二是专利申报布局，开展技术交底书撰写辅导，高性价比完成国内外专利规划与申报；

三是高价值专利培育，深挖核心创新点，搭建专利组合，构筑企业专属技术护城河；

四是知识普及，每季度开展知识产权培训，提升企业全员保护意识与实操能力。助力企业从单纯的技术研发，转向“技术+专利”双重防护，稳固市场核心竞争力。

三、侵权风险预警与防控：全维度排查，守住经营安全线

聚焦 AI 行业合规与侵权风险，建立立体化风险防控机制，为企业发展保驾护航：

一是 FTO 侵权分析，产品上线前开展自由实施检索，从源头规避专利侵权风险；

二是开源合规指引，针对 MIT、Apache、GPL 等主流开源协议提供专业解读，规范开源模型商用行为；

三是同业动态预警，实时监测竞品专利、技术、诉讼动态，及时推送风险报告；

四是快速维权通道，打通侵权投诉、证据保全、行政调解全环节，缩短维权周期、降低维权成本。

四、成果转化与资本化服务：打通产变现“最后一公里”

聚焦轻资产企业融资、增资难点，推动知识产权与资本市场深度融合：

一是作价出资代办，一站式对接评估、协议签署、工商变更，减轻企业现金实缴压力；

二是信息公示服务，规范企业非货币资产出资公示，提升市场公信力；

三是专属知产质押融资，联合本地银行推出“OPC 知产贷”，凭数据知识产权登记证书即可申请低门槛信用贷款；

四是产业成果对接，定期举办对接交流会，推动专利、数据成果落地产业化。让创新知识产权真正转化为企业发展资本。

五、长效陪伴式综合服务：一站式通道，全周期托管运维

摒弃一次性服务模式，为企业提供长期陪伴式保障：

一是专属绿色通道，组建 OPC 知识产权专项团队，简化办事流程，实现一站式高效服务；

二是专家智库支撑，集结资深律师、专利代理师，提供全维度专业咨询；

三是驻点上门服务，每月开展“知识产权门诊”进园区、进社区，面对面解答企业疑问；

四是全生命周期托管：负责专利年费监控、法律状态追踪、竞品分析等琐碎事务，让企业专心深耕技术创新。

此次知识产权赋能服务，构建起数据确权—专利布局—风险防控—资本转化—长期运维的完整服务闭环。未来，无锡市知识产权协会将持续依托政策优势与行业资源，不断优化服务内容，全力赋能人工智能 OPC 社区企业，助力大科创主体敢创新、能竞争、快发展，为锡城科创产业发展注入强劲动力。

（来源：无锡市场监管）

以练赋能，载誉前行 | 五洲国际工博城消防班组斩获 区级比武竞赛优秀奖

赛场砺精兵，实战强本领！6月15日，在新吴区江溪街道应急消防处置比武竞赛中，五洲国际工博城消防班组凭借扎实功底与沉稳发挥，成功斩获江溪街道2026快速处置队比武竞赛优秀奖，尽显队伍过硬素养。

为以最佳状态迎战本次赛事，班组全员高度重视、全力以赴，利用空余时间开展短暂且高效的专项集训。勤学苦练，熟练精进消防器材操作、突发火情应急处置、团队协作救援等核心技能，夯实实战基础。

竞赛现场，面对各路参赛队伍的强劲比拼，队员们凭借娴熟的操作技巧和默契的团队协作顺利完成比拼，充分展现出过硬的应急实战能力。

以赛促练。未来，五洲国际工博城消防班组将持续深耕消防练兵、锤炼实战本领，全力筑牢五洲国际工博城消防安全防线，守护市场平稳运营！

（来源：无锡五洲工博城）

茶香赴约 | 无锡中萃亮相中国（宜兴）茶业博览会

6月13日—15日，2026中国（宜兴）茶业博览会在宜兴窑湖国际会展中心盛大开启。无锡本土老品牌无锡中萃食品应邀参展，携匠心好物与健康饮品，赴这场名茶、名陶、名泉的江南之约。

融合创新，匠心造饮！本次展会无锡中萃食品携全线产品亮相。旗下中萃

健康饮品系列，特别甄选国家地理标志认证的宜兴龙池山红茶作为茶底，承千年阳羡茶文化底蕴，结合现代饮品制作工艺，打造独具特色的新式茶饮。

共品醇香好茶，体验别样新鲜风味。中萃，等你！

（来源：无锡中萃食品有限公司）

星光二十载 感恩“礼”尚来 | 无锡月星家居 20 周年庆盛大启幕

从 2006 到 2026，无锡月星家居深耕锡城家居市场二十载。为感恩广大市民一路相伴，近日，商场以“星光 20 载 美好不等待”为主题，开启 20 周年感恩庆典活动，6 月 5 日-6 月 21 日多重惠民福利、暖心活动轮番上线，以满满诚意回馈全城新老顾客。

本次店庆福利力度十足，多重优惠直击家装需求。6 月 5 日至 18 日，消费者仅需 20 元即可购买周年庆专属礼包，一键解锁感恩好礼、万斤龙虾趣味打卡、现场幸运抽奖等多项专属权益。活动期间，顾客提前下定，单笔消费满 8000 元，至高可领取 400 元购物卡，实打实让利家装消费。同时，全场家居爆款产品限时放价，一价到底，活动全程保价，年度超低优惠，助力市民轻松焕新家居空间。

本次庆典打造多场暖心特色活动，氛围感满满。6 月 19 日 16:00，商场举办 20 周年庆切蛋糕仪式，现场免费派送庆生蛋糕，邀请全城顾客共享甜蜜，共贺商场二十周年华诞。同时，商场安排工作人员上门回访二十年资深老客户，送上专属感恩回店卡，致谢老客户长久以来的信任与陪伴。此外，商场特设高考学子专属礼遇，6 月 19 日高考学子凭本人身份证到店，即可免费领取精美礼品一份，为逐梦少年送上美好祝福。

惊喜抽奖嗨翻全场，6 月 19 日 16:30，周年庆幸运大抽奖准时开启，海量神秘好物现场派送，多重惊喜好运不停。

二十载初心不改，新征程步履不停。此次周年庆，无锡月星家居以超值优惠与暖心服务回馈市民厚爱。未来，商场将继续坚守品质服务，甄选优质家居好物，陪伴锡城万千家庭打造理想美好生活。

（来源：无锡市场协会秘书处综合编辑）

（声明：本刊转载内容仅作公益分享，版权归原作者所有。如相关内容侵犯了您的权益，请联系我们进行删除。感谢。）