内部资料

重庆专业市场通讯

2022 年第 07 期
总第 164 期

主办单位：重庆市商品交易市场协会
2022 年 07 月 31 日

本 期 目 录

政务信息
商务部等 17 部门：搞活汽车流通 扩大汽车消费
全国打击侵权假冒工作电视电话会议要点

权威发布
主城都市区继续保持全市商品交易市场发展龙头地位

协会传真
我会组织会员单位助销巫溪晚李
我会组织会员单位参加西洽会对接会
我会组织召开家居建材市场座谈交流会
我会现场调研专业市场停车难问题

市场警示
商品交易市场如何有效进行火灾风险规避?

市场观察
预制菜持续走俏，农贸市场如何在风口上入局?

转型升级
巴南鱼洞街道助推农贸市场美丽“蝶变”

市内动态
双福市场因疫情关闭 全市农产品供应稳定有序
交运集团调研旗下市场安全生产及稳经济发展、疫情防控等情况
红星美凯龙夏季促销持续发力
纵达食品城开展“庆七一·送温暖”主题党日活动
各商品交易市场陆续开展“夏日送清凉”慰问活动

政 务 信 息

商务部等 17 部门：搞活汽车流通 扩大汽车消费

汽车业是国民经济重要的战略性、支柱性产业，是稳增长、促消费的重要领域。2021 年汽车类商品零售额达 4.4 万亿元，占社会消费品零售总额的 9.9%，是消费市场的重要支撑。今年 4 月以来，受多重因素影响，汽车消费市场下行压力加大。商务部迅速贯彻落实，会同相关部门研究出台了 6 方面、12 条《关于搞活汽车流通 扩大汽车消费的若干措施》。

一是突出建设全国统一汽车大市场。《若干措施》聚焦通堵点、降成本、畅流通，破除新能源汽车市场地方保护，支持新能源汽车下乡，在全国范围内取消二手车限迁，优化完善二手车转移登记，有效促进市场互通、规则互联、供需互促，加快形成高效流通、梯次消费的全国统一汽车大市场。

二是突出优化汽车使用环境。《若干措施》聚焦人民群众在汽车使用方面的“急难愁盼”，加快完善汽车使用环境，推动汽车由购买管理向使用管理转变。比如，在解决城市停车问题方面，要求结合城市更新行动，积极扩建新建停车设施；合理利用人防工程、公园绿地地下空间等，挖潜增建停车设施。在便利新能源汽车充电方面，加快推进居住社区、停车场、加油站、高速公路服务区、客货运枢纽等充电设施建设，便利车辆充电使用。

三是突出促进绿色低碳循环发展。《若干措施》聚焦绿色低碳循环，支持新能源汽车购买使用，进一步提高新能源汽车销量占比；支持完善报废机动车回收利用体系，促进资源循环利用，从汽车销售和报废更新前后两端，引导汽车市场加快绿色转型升级。

四是突出促进汽车全链条全领域消费。《若干措施》聚焦新车销售、二手车交易、报废车回收、汽车平行进口、汽车文化旅游消费、汽车金融服务等全过程全领域，着力“拉动增量、盘活存量、畅通循环、带动关联”，全面释放汽车消费潜力。开展新能源汽车下乡活动，研究免征新能源汽车购置税政策到期后延期问题，拉动新车增量。支持二手车经销业务发展，促进二手车商品化、规模化流通，全面盘活存量。鼓励各地加快老旧车辆退出，开展汽车以旧换新，促进更新循环。支持发展汽车运动赛事、自驾运动等汽车文化旅游消费。

全国打击侵权假冒工作电视电话会议要点

【编者按】7月5日，全国打击侵权假冒工作电视电话会议在京召开，中共中央政治局常委、国务院总理李克强作出重要批示。国务委员、全国打击侵权假冒工作领导小组组长王勇出席会议并讲话。全市商品交易市场行业应及时传达学习会议精神，切实履行社会主体责任，建立健全内部管理制度并敦促全体从业人员严守法规，有效遏制售假行为，规范和提升市场经营环境。现将李克强总理批示和王勇国务委员讲话精神及《2022年度市打击侵权假冒工作要点》传达如下。

李克强总理批示指出：保护知识产权就是保护创业创新，打击侵权假冒事关人民群众健康安全。近年来，各地区各有关部门不断强化知识产权保护，坚决打击侵权假冒违法犯罪行为，有力维护了市场公平竞争和群众利益，但仍有大量工作要做。要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻党中央、国务院决策部署，坚持法规建设与打击惩治并举，强化统筹协作，层层压实责任，加强知识产权全链条保护，深入开展重点领域专项整治。进一步推进跨部门、跨领域、跨区域执法联动，积极运用“双随机、一公开”监管、信用监管等有效方式，深化国际合作，加快打造市场化、法治化、国际化营商环境，更大激发市场活力和社会创造力，为促进创业创新、推动经济持续健康发展、保障和改善民生作出更大贡献。

会议强调，要进一步统一思想，提高认识，准确把握当前打击侵权假冒工作面临的新形势、新要求。一是服务疫情防控，保障民生商品质量安全不容懈怠。二是优化市场环境促进消费增长需要持续加大力度。三是维护公平竞争保护知识产权的需要更加迫切。四是应对打压遏制、参与国际竞争的形势愈发严峻。

要围绕中心服务大局，扎实做好当前打击侵权假冒各项工作。一是聚焦重点领域，守牢质量安全底线。持续严打防疫物资造假；要确保食品等重点民生商品安全；要加强农资产品监管；要严把工程材料质量关。二是统筹线上线下，优化各类消费环境。加强电商平台监管；规范直播带货、社区团购、盲盒消费等新型消费业态；持续规范农村等重点市场整治。三是强化法制保障，保持高压严打态势。进一步加大惩戒力度；进一步强化行刑衔接；加大重大案件督办，进一步提升震慑遏制效果；四是注重打扶结合，支持市场主体创新发展。要积极维护公平高效市场持续；要主动加强质量品牌公关服务；要有效完善企业创新服务体系。五是加强国际合作，服务高水平对外开放。妥善解决国际贸易相关知识产品问题；推进跨境执法协作；更好支持企业海外维权。

要进一步加强领导、完善机制不断加强打击侵权假冒工作活力。一是要压实各方责任；二是强化督导考核；三要提升监管效能；四要做好宣传领导。

权 威 发 布

主城都市区继续保持全市商品交易市场发展龙头地位

截止 2021 年末，全市商品市场（含综合专业市场、城区菜市场、乡镇农贸市场）共 2177 家，总经营面积 3219 万平方米，经销商 26.2 万户，从业人员 73.5 万人，交易总额 6578 亿元，其中：主城都市区（含中心城区、主城新区）1439 家、面积 2415.6 万平方米、从业人员 54.2 万人、经销商 17.3 万户、交易额 5988 亿元，分别占全市的 66%、75%、66.1%、73.8%、91%。其具体排序情况如下：

在市场数量排序上，江津区以 122 家排名首位。其次分别是永川区、合川区、九龙坡区、万州区、巴南区、渝北区、涪陵区、铜梁区、江北区。（见表 1）

表 1：市场数量排前 10 名区县

区县	市场数量（家）	排序
江津区	122	1
永川区	100	2
合川区	100	3
九龙坡区	94	4
万州区	91	5
巴南区	85	6
渝北区	77	7
涪陵区	77	8
铜梁区	75	9
江北区	64	10

在经营面积排序上，江津区以 248.7 万平方米位居第一。其次分别是九龙坡区、巴南区、高新区、万州区、江北区、渝北区、两江新区、合川区、沙坪坝区。（见表2）

表 2：市场经营面积排前 10 名区县

区县	市场经营面积（万平方米）	排序
江津区	248.7	1
九龙坡区	244.9	2
巴南区	221.2	3
高新区	192	4
万州区	179.3	5
江北区	140.7	6
渝北区	127.4	7
两江新区	118.4	8
合川区	112.5	9
沙坪坝区	110.5	10

在市场经销商数量排序上，渝中区以 19983 户独占鳌头。其次分别是九龙坡区、万州区、永川区、江津区、巴南区、合川区、江北区、渝北区、铜梁区。（见表 3）

表 3：市场经销商户数排前 10 名区县		
区县	市场经销商（户）	排序
渝中区	19983	1
九龙坡区	17840	2
万州区	15989	3
永川区	10756	4
江津区	10103	5
巴南区	9228	6
合川区	8986	7
江北区	8850	8
渝北区	8087	9
铜梁区	7821	10

在市场从业人员排序上，渝中区以 69531 人排名第一。其次分别是九龙坡区、高新区、江北区、万州区、江津区、渝北区、合川区、两江新区、巴南区。（见表 4）

表 4：市场从业人员数量排前 10 名区县		
区县	市场从业人员（人）	排序
渝中区	69531	1
九龙坡区	58385	2
高新区	45770	3
江北区	45505	4
万州区	38266	5
江津区	33224	6
渝北区	28876	7
合川区	28041	8
两江新区	26679	9
巴南区	23701	10

在交易额排序上，九龙坡区以 711.3 亿元高居榜首。其次分别是江津区、大足区、高新区、巴南区、渝中区、江北区、大渡口区、沙坪坝区、两江新区。（见表 5）

表 5：市场交易额排前 10 名区县		
区县	市场交易额（亿元）	排序
九龙坡区	711.3	1
江津区	596.3	2
大足区	519.2	3
高新区	513	4
巴南区	510.9	5
渝中区	435.6	6
江北区	402.2	7
大渡口区	368.3	8
沙坪坝区	326.2	9
两江新区	282.6	10

协 会 传 真

我会组织会员单位助销巫溪晚李

7 月 15 日，为帮助巫溪打通晚李销售渠道，我会发挥批发市场行业消费帮扶及农产品应急助销作用，组织会员单位双福国际农贸城、长寿三科农商城、海领农产品交易中心、万州百安港农产品批发市场及市场部分水果批发商赴巫溪参加巫溪晚李产销对接会。市商务委、巫溪县委县政府以及巫溪晚李种植企业（基地）、市级商协会、水果零售企业（商超）、电商企业等参加对接会。

在对接会现场，参会客商与巫溪晚李基地签订采购意向性协议 4 份，涉及晚李采购数量 2700 吨，金额约 1600 万元。

会后，各批发市场及水果批发商分别深入巫溪晚李种植基地实地了解晚李种植、挂果等情况，与乡镇政府、晚李种植企业、专业合作社、果农进行面对面对接，洽谈采购销售事宜。各批发市场均表示会动员场内水果批发商到巫溪采购晚李，并与相关乡镇建立合作机制，达成初步销售意向，为晚李销售拓宽渠道。

据悉，今年巫溪县晚李种植面积超过 13 万亩，挂果面积 8 万余亩，产量近 5 万吨。后期，我会将继续号召各农批市场和水果经销商到巫溪进行产销对接，帮助果农开拓销售渠道，解决卖果难问题。

我会组织会员单位参加西洽会对接会

7 月 21-24 日，第四届中国西部国际投资贸易洽谈会在重庆国际博览中心举行。本届西洽会以“走进西部、洽谈未来”为主题，采取“专题展会+高峰论坛+投资贸易活动”、线上线下相结合的形式举办。

为帮助各会员单位拓展经贸合作对接渠道，根据第四届中国西部国际投资贸易洽谈会安排，并应主办方邀请，我会组织会员单位双福国际农贸城、观农贸批发市场、海领农产品交易中心、渝南冻品市场、纵达食品城、渝东北农副产品物流商贸城等参加了第四届中国西部国际投资贸易洽谈会期间举办的“重庆·宁夏经贸交流合作对接会”、“昌都市招商引资专场推介会”等。同时，各会员单位还参加了跨境物流与海外仓发展主题大会及重点品类招商推介等主题活动。

接下来，我会将充分利用各种重要节会平台的品牌效应及资源对接优势，积极推荐组织会员企业参加各类型的展会活动及经贸洽谈会，多形式、多渠道为企业提供合作交流平台，创造更多合作商机。

我会组织召开家居建材市场座谈交流会

7 月 26 日下午，我会召开部分家居建材市场座谈会，红星美凯龙、铠恩国际、建玛特购、聚信美、美佳美等 10 余家市场负责人到会，共同交流家居建材市场行业经营情况及当前面临的问题困难，研讨行业走势及应对措施。

会上，朱吉华秘书长通报了全市家居建材市场的规模发展情况，以及目前面临的市场人流锐减、撤场率增加、空置率扩大的困难现状。同时，通报了 2022 年上半年，全国规模以上家居建材卖场累计销售额达 6371.71 亿元，同比上涨 32.47%，我市铠恩国际、建玛特购、南川美佳美等市场续租率均超过了 90%以上，认为上半年建材家居市场开始表现出复苏迹象，行业的发展压力与希望共存。建议各市场顺应电商发展潮流、关注行业渠道通路新变化、助力商家稳定经营、做好当前打击侵权假冒各项工作。希望大家提振信心，在危机中找机遇，在困苦中找前景。

座谈交流期间，与会市场负责人分别介绍了各自市场的经营发展情况，并就今后的发展方向进行了交流讨论。铠恩国际将酒店用品调整为二手车业态；红星美铠龙开展系列营销活动，投入百万资金发放消费卷；美佳美将每年 10 场营销活动委托外包给第三方专业机构，利用“租金贷”帮助解决商家短期融资；聚信美建议协会多组织行业考察交流，开展专业市场培训；新时代建材市场逆流而上，新开茶园店，美每家通过租金减免、线上线下融合促进消费，并引进建材定制厂商入驻；大家一致认为，要在激烈竞争环境中内抓管理，外抓机遇，努力提升核心竞争力，把稳定商家、深化服务，促进销售作为当前重要工作来抓。

我会现场调研专业市场停车难问题

根据会员单位的强烈诉求，7 月 27 日下午，我会秘书长一行冒着炎炎烈日，分别前往陈家坪机电和渝南冻品市场，实地查看市场经营环境与停车现状，并就市场方提出的利用周边荒废绿化地和闲置场地改造增设停车位、缓解停车难问题的解决方案进行了探讨交流。

秘书长表示，主城专业市场停车难多年悬而未决，各方反映十分强烈。成为高质量发展的一大瓶颈，市场方提出的解决方案，具有一定的可行性和先行案例，且符合当前助企纾困的政策导向。接下来，协会将广泛收集相关情况，进行认真评估，将其合理诉求形成专题报告，提交相关部门，力争协调解决市场实际困难。

市 场 警 示

商品交易市场如何有效进行火灾风险规避?

【编者按】一场事故很可能导致创业夭折、破产、甚至要依法承担庞大的赔偿责任，负债累累，要用几年、甚至几十年来偿还。因此，作为商品交易市场的运营管理主体和经营主体，在创造利润、积累财富地同时，不仅要加强安全生产日常经营管理，还要对经营场所、重要环节做好隐患排查，制定防范措施，建立健全安全生产责任制和管理制度体系,以较小的成本转嫁较大的风险。

7 月 2 日晚，重庆石桥铺渝州交易城门市突发火灾。据了解，失火区域主要售卖油漆、防水材料、电线电缆等物资。此次火灾中有不少于 40 余商户受灾，所幸事发时交易城已经歇业，没有造成人员伤亡情况，但由于货物堆放，每户的货值起码是几十万，有的甚至上百万，估计受灾损失高达数千万元。

众所周知，沿街店铺一旦发生火灾，易燃易爆物品极易导致火势蔓延迅速，人员无法及时逃生；另外，店铺装修中经常使用大量可燃材料进行吊顶和分隔，这些材料燃烧时会产生大量的有毒烟气，也不利于逃生。

经营场所需要面临哪些风险？

《民法典》第 1198 条规定，宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。

因第三人的行为造成他人损害的，由第三人承担侵权责任；经营者、管理者或者组织者未尽到安全保障义务的，承担相应的补充责任。经营者、管理者或者组织者承担补充责任后，可以向第三人追偿。

（一）第三人因经营场所/公众场所事故致财务损失

第三人有权向经营场所/公众场所的经营者/管理者请求赔偿财产损失发生时的市场价格。

（二）第三人因经营场所/公众场所事故受伤

第三人有权向经营场所/公众场所的经营者/管理者请求赔偿一定数额的赔偿金，包括治疗和康复支出的合理费用、误工减少的收入、增加生活上需要所支出的费用、丧失劳动能力导致的收入损失等。

（三）第三人因经营场所/公众场所事故死亡

被抚养人/死亡受害人的近亲属有权向经营场所/公众场所的经营者/管理者请求赔偿一定数额的赔偿金，包括丧葬费、被抚养人生活费、死亡补偿费、受害人亲属办理丧葬事宜支出的费用和误工损失、精神上损害赔偿。

应如何对火灾风险进行有效管理？

（一）通过加强日常生产经营管理，预防和减少火灾、爆炸事故的发生概率；并且增加设施设备、加强员工消防演练等方式，在事故发生时，最大限度降低损失的严重性。

1、注意布局和分隔，避免人货混居，保持疏散通道畅通；

2、提高建筑物的耐火等级，以及装修材料的耐火等级；

3、不违规经营，店铺内严禁储存易燃易爆危险化学品；

4、完善消防设备，按照规范要求安装自动消防设施，经常检查确保完整好用；

5、加强消防培训，提高自防自救能力；

6、用火用电要规范，按照有关电气规程敷设电气线路和设备，安装质量过关的漏电保护装置和用电保护装置。

（二）对事故发生造成的经济损失和经济赔偿责任，可以通过配置合适的保险进行风险转移。

1、财产基本险/财产综合险/财产一切险

火灾财产保险能有效将因火灾、爆炸导致的承保标的建筑、装修、设备、库存等损失转移给保险公司。

2、员工工伤保险/雇主责任险

给员工配置工伤保险、雇主责任险，一旦雇员发生工伤事故，可以有效转嫁雇主应承担的工伤赔偿责任风险。

3、公众责任险

因经营场所火灾爆炸事故导致的第三者的财产损失和人身伤亡，经营者应承担相应的侵权责任，依法应付承担的经济赔偿责任可以通过公众责任险进行转嫁。

商品交易市场集商品销售和短时货物储存于一体，具有占地大、跨度大、人员流动量大、货物多等特点。由于这类商品批发市场内的可燃物多，火灾荷载大，加之各项防火措施落实不到位，此类场所的火灾危险性较大。近年来，我市商品交易市场发生的几起火灾，均是消防安全重视程度不够，隐患排查不到位引起。因此，加强对商品交易市场的消防安全管理，势在必行，刻不容缓。

市 场 观 察

预制菜持续走俏，农贸市场如何在风口上入局?

近两年，预制菜这个概念开始频频登上各大网站的头版头条，成为名副其实的热词。而预制菜食品也随之出现在各大团购平台和超市的货架上，成为人们餐桌上的新选择。

什么是“预制菜”？

预制菜是以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料，经预加工（如分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味等）而成的成品或半成品。

如果按传统做菜模式，这个过程少则十几分钟多则数个小时，复杂菜式很快端上桌，这便是预制菜。

预制菜分类：即食、即热、即烹、即配，四种。消费者对预制菜的偏好依次为：即烹食品＞即热食品＞即配食品＞即食食品。预制菜运用现代标准化流水作业，对菜品原料进行前期准备工作，简化制作步骤，经过卫生、科学包装，再通过加热或蒸炒等方式，就能直接食用的便捷菜品，也被称为快手菜、懒人菜。

据《中国连锁经营协会 2021 年中国连锁餐饮行业报告》表明，目前我国预制菜市场主要包括四类：冷冻生制、冷冻熟制、冷藏生制和冷藏熟制。

自新冠疫情以来，“预制菜”潜移默化地渗透到餐饮市场和消费者的生活中，并在资本的助力和加持下，摇身一变成为热门话题和新晋风口。

爆火的“预制菜”是如何发展起来的？“预制菜”在国外发展如何？“预制菜”未来的发展趋势如何？预制菜又将何去何从？

“预制菜”的前车之鉴

预制菜传统也新颖。为延长蔬菜保质期，早在先秦时期就已有腌菜干菜，南北朝时出现“窖藏菜”。经过多年发展培育，已形成巨大市场规模、成熟市场机制及较高市场接受度。

“现在预制菜的火热是食品行业走向工业化、产业化的过程，整个产业链更加细分。种类比过去更加丰富多样，并不算升级，而是消费水平多元化的呈现，迎合了市场需求变化的一些新的趋势。”

预制菜经验对中国的启示

中国目前人口结构、核心经济指标（如劳动人口比、家庭人口结构、人均 GDP 等）与日本 70 年代末非常类似，且女性就业率一直高居全球榜首，经济社会的发展要求全面提升效率，便捷化的消费需求出现，将催生 C 端预制菜的发展。

现下，国内餐饮渗透率及连锁化率均已超过 70 年代的日本，预制菜渗透率旗鼓相当，预计未来十年中国的 B 端市场也会出现类似日本的黄金上升期。

业内人士表示，目前国内预制菜发展阶段跟七八十年代欧美、日本类似，伴随行业发展，消费者接受度会不断提升，未来市场是很不错的。

重庆抢抓预制菜产业“新风口”

众口难调，什么菜系更受消费者青睐？从叮咚买菜销售数据来看，2022 年春节期间年夜饭预制菜销量增长超 400%，深圳市民最喜爱的一道预制菜就是“巫溪川味腊肉”。除了腊肉，重庆香辣风味烤鱼也进入前十榜单。这表明着，川味预制菜的前景广阔。越来越多的地方政府和资本开始布局产业及上下游供应链。在西南地区，重庆走在前列。一方面看中了这片蓝海市场的潜力，另一方面来讲，抢夺名号，就是抢夺“金主”，对于地方经济和产业发展百利而无一害。

重庆梁平今年 5 月率先提出建设以川菜为主的“中国西部预制菜之都”，聚力打造预制菜产业园，出台了支持预制菜产业高质量发展的“10 条激励措施”，设立了总规模 10 亿元的预制菜产业发展引导资金，专项用于支持预制菜产业投资发展。6 月 27 日，中国西部预制菜产业园重点项目暨招商项目签约仪式在梁平区举行。其中冷链物流及国际食材分拨平台、食品辐照平台项目正式开工，中央厨房及三产融合项目等 24 个项目签约，累计投资达 45 亿元。

7 月 15 日，重庆预制菜产业大会在渝北空港工业园区内的中国西南(重庆)食品科技城举行。该项目由温州投资商和重庆皓元食品有限公司共同投资 10 亿元进行建设，总占地面积达 150 亩。按照规划，这里将打造成为集食品安全技术研发，绿色预制菜和特色预制菜研发、生产、销售及教学等于一体的新型平台化预制菜产业园区。其中，将重点聚焦重庆的火锅、特色菜、江湖菜、烧烤等地方美食，开发、生产、销售预制菜品，形成预制菜产业集群。

同时，巫溪、荣昌、合川等地也从细分赛道积极发力，正上演差异化竞争。荣昌区凭借成渝地区双城经济圈建设的区位优势，借力国家畜牧科技城建设，打造川渝地区“中央厨房”；巫溪县最大竞争力是口味预制菜，以烤鱼为代表；合川区建设重庆市火锅食材产业园，鼓励在中央厨房、预制菜等方面的研发。

“预制菜”的未来

在疫情反复的环境下，人们掀起了囤货热，被捧上天的预制菜自然也搭上了这波顺风车，但它却没有成为这波热潮的主角，对于有选择的人来说，预制菜并不是他们的首选。

预制菜的囤货遇冷据相关媒体报道，一些身在北京、深圳和二线城市的年轻人在受访时表示，他们囤货优先囤的是米面粮油、冷冻肉，其次是速食、干货、奶制品。因为可选择的菜品少、对健康度不放心、曾尝试过口感不及预期，此次并没有把预制菜加入囤货清单。因疫情而催生的预制菜风口，却没有成为消费者在疫情下囤货时的必要选择，这无疑给预制菜泼了一盆冷水。

其实不难理解，在食物方面争相囤货的人，可以分为两类，会做饭的和不会做饭的。对于会做饭的人来说，大多选择在团购平台和买菜平台上抢购米面粮油以及新鲜的蔬菜和水果；而不会做饭的人，则首选方便速食和即热盒饭等不用开火的食品。可见，预制菜在人们的认知里，并没有实现从热词向必需品的转化。

虽然预制菜没有成为大多数人的首选，但是在物资紧缺、选择变少的情况下，很多人开始尝试预制菜。据调查，在尝试预制菜的人群中，以年轻人为主力，这些年轻人对食品有一定的要求，不愿意经常吃速食产品，而自己做饭对他们来说又有一定的难度，所以这种情况下，预制菜就成为了很好的替代选择。

预制菜于 C 端

目前，预制菜的市场主要集中在 B 端，据相关数据显示，B 端市场才是预制菜的重头戏，去年贡献了 1800 亿元的份额，而 C 端才仅仅贡献了 400 亿元。虽然预制菜在 C 端市场有很大的野心，但奈何 C 端消费者对其保持谨慎的态度，市场反响一度非常平淡。而预制菜在面对 C 端市场时，自身也存在很多问题。首先是单价高的问题，目前市面市场上的预制菜，一份半成品净菜的价格是 8 元-20 元；冻品预制菜的家常单品价格从 20 多元到 50 多元不等，大菜、硬菜的单价在百元左右。这样的价格都快赶上中小城市大部分餐馆同等菜品的价位了。

预制菜于 B 端

而中小餐饮店，在外卖业务逐渐占比大的状况下，也开始向专门做预制菜的企业购买相应菜系，以减少成本、提高效率。。在当下快节奏的生活中，口味稳定的快餐已经成为大部分打工人的选择，顺应这个趋势，餐馆利用预制餐来保证出餐速度和一致口味，反倒能把生意做得稳定又长久。在 B 端，预制菜帮助餐馆提

高了效率，并且降低了人工成本，在菜品的成本和价格不变的情况下，餐馆也通过降本增效比之前获得更多收益。所以，预制菜在B端市场还是很有前景的。

总体来说，人们消费习惯发生改变，对于预制菜等便捷食品的需求倍增，同时餐饮企业普遍受波及程度较深，外卖业务成为中小餐饮店的主要收入来源，外卖的时效性要求餐饮店加快出餐速度提高效率，恰好预制菜符合需求，未来发展可有所期。

“预制菜”与农贸市场

不管是餐企还是消费者，对预制菜有采购需求，农贸市场作为生鲜集合，就应该提供采购功能。但是不同类型的农贸市场应有不同的市场业态布局设计，来应对不同的市场需求。

预制菜在批发市场：批发市场多对应ToB，B端市场才是预制菜的重头戏，餐企对预制菜需求量大，出货量比较稳定，市场可以多设计一些摊位边铺，甚至划出特定区域来售卖预制菜，在市场内营造良性竞争环境。

预制菜在零售市场：零售市场对应对应ToC，现在个人消费者对预制菜的态度比较暧昧，保持谨慎的态度，零售型农贸市场可以设置少量预制菜铺面，试试水，可与凉拌菜、卤味、冻品等等业态铺面放置在一起。

农贸市场对预制菜招商的要求

农贸市场在预制菜招商时，要注意对预制菜商家的甄别，可以从品牌、产品、安全等方面来把控。

品牌为主：一般新兴市场的规则规范还不够完善，行业规矩多靠自觉，而品牌一般会有门槛，有背书，是未知中一丝确定。

产品为王：预制菜说到底是是消耗类商品，是否回购，能否有稳定的销量，是长久发展的根石，产品硬，消费者喜欢，是王道。

安全把控：安全是食品的底线，虽然有品牌背书，但市场也不能放松监管，经营户的食品安全协议与承诺，市场的日常食品安全抽检等等。

预制菜是当下风口，但市场要想长远发展，要保持清醒，摸透自己的小市场，看清外面的大市场，不能在资本市场造的梦幻泡沫里迷失自己，成为风口的注脚。

如今，多地政府表示要支持预制菜产业，纷纷发布相关支持政策。预制菜与农贸市场可以是寄生关系，也可以是共生关系，农贸市场可以参与到预制菜的生产中去，就地取材，就近销售，创造市场自己的预制菜品牌。

转 型 升 级

巴南鱼洞街道助推农贸市场美丽“蝶变”

农贸市场卫生环境事关群众的日常生活和饮食安全，也是展示街道治理水平和文明形象的重要窗口。今年以来，重庆市巴南区鱼洞街道紧紧围绕农贸市场环境卫生整治这个民生问题，助推兴隆农贸市场美丽“蝶变”。

摸准情况“找病根”

今年 6 月，重庆巴南区鱼洞街道化龙桥社区居民李阿姨来找社区书记郭敏反映，兴隆农贸市场存在主干道拥挤杂乱、市场内污水横流、乱摆摊屡禁不绝等问题。居民都很希望能对兴隆农贸市场进行整治，改变这样“脏乱差”的环境。

收到情况反馈后，鱼洞街道多次组织相关科室对兴隆农贸市场进行暗访督查，实地察看市场及周边环境、了解商户经营情况，征求群众意见建议，发现存在垃圾堆放、占道经营、乱停乱放、自贸区设置不合理等问题。

综合施策“开药方”

在街道组织的座谈会上，鱼洞街道党工委书记冯天华要求开展以街道牵头、社区配合、市场辅助的兴隆菜市场综合整治行动，通过升级改造、置换空间、规范管理、长效监督的方式，把问题解决在小处，把成效体现在实处。

在农贸市场整治过程中，鱼洞街道主要领导亲自抓、分管领导负责抓、责任科室具体抓，坚持每月督查、每月调度，凝聚街道、社区、市场、经营户四方合力，确保专项整治有力、解决问题有效。

对症治理“送良药”

针对环境卫生脏的问题，新增垃圾分类投放点 2 个、垃圾分类桶 8 个，加强对市场内环境卫生、清扫保洁、功能分区、安全隐患排查等管理。安装监控实时查看通道情况，派 5 名工作人员加强巡查和监管，及时清理占道行为。针对空间布局差的问题，新安装隔离桩、隔离球 400 米，调整自贸区经营范围 500 米，解决自贸区通风不畅、面积狭小等问题。

农贸市场的整治变化，管理规范了，市场路面宽敞、明亮，很多经营户‘亮照’经营、不短斤少两，环境干净整洁、道路通畅，文明标识随处可见，购物环境整洁有序。赢得了市场商户和群众的赞誉。

市 内 动 态

双福市场因疫情关闭 全市农产品供应稳定有序

7 月 20 日晚，因江津双福新区出现确诊病例，重庆最大的综合性一级农产品批发市场双福国际农贸城采取了临时性关闭措施，市商务委等相关部门及时采取了有力措施来保障市民的日常消费需求。

一是对双福市场交易功能进行有序转移。市商务委确定了渝北海领、九龙坡花枝、长寿三科、永川吉之汇、涪陵新大兴、合川中农联、万州百安港、黔江区佰年供销等为疫情保供重点批发市场，引导市内外前往双福市场的在途农产品运输车辆分流至以上市场进行交易。同时，疏导城区菜市场、超市等果蔬经营户和采购商就近到各农批市场采购交易。双福市场关闭期间，用于重点保供的批发市场进出车辆数量均有所增加，尤其是主城中心区的海领、花枝两个市场入场车辆较平时增加 1 倍以上，日入场蔬菜、水果量达到 4000 吨以上。

二是加大货源组织。重百新世纪、永辉等大型商贸流通企业加强农产品基地直采，增加备货数量，前移备货场地，加密补货频次，保障各大卖场货源充足。

三是进一步强化产销对接。启动八省（区、市）农产品市场联保联供机制、市内基地区县保中心城区供应机制。据统计，近 10 日以来，全市可以上市的蔬菜将近 80 万吨、应季水果预计 43 万吨，能够满足市民消费需求。

四是保障畅通物流渠道。加强各农产品市场周边交通疏导，保障农产品运输车辆通行顺畅；市交通局储备应急货运车辆 1300 台，按需调动保障应急运输；市商务委与四川、云南等周边省市加强保供应急协调，畅通省际间物流大通道。

五是加强市场监测。启动生活必需品日监测报告制度，及时掌握市场供应情况，分析预警调度。从监测的情况来看，各农批市场和大型商超、城区菜市场供应有序，价格走势比较平稳。

六是畅通投诉举报渠道。市市场监管部门采取明察暗访等方式，严厉查处囤积居奇、哄抬价格等违法行为，维护市场交易秩序；市商务委密切关注市场供给情况，及时回应群众关切，加强统筹调度。

另据悉，7 月 25 日凌晨，三科农商城因入场作业人员出现确诊病例后，及时启动防疫消杀程序及货物转运工作。截至 7 月 30 日，三科农商城解封，市场通过无接触转运方式，总共转运货物 2000 余吨，预计挽回经济损失 3600 余万元。

交运集团调研旗下市场安全生产及稳经济发展、疫情防控等情况

7月，交运集团主要负责人带领相关部室负责人一行分别到观农贸农产品批发市场、渝南火锅食材冻品市场、渝南汽车市场检查安全生产情况，调研稳经济发展、挖创新增值、抓疫情防控落实工作等。

在调研观农贸批发市场稳经济发展、挖创新增值、强安全管理和抓疫情防控等工作过程中，调研组详细了解了市场上半年经济运行成效和做法、存在问题矛盾、下阶段工作思路，对冻品业态培育、花海椒联盟经营、城市物流配送、食材终端消费等板块进行了分析，提出了后疫情时代下的观农贸经济大盘稳定相关措施和要求。希望市场在提升服务质量、深挖产业供应链、谋划联盟经营上持续发力，实现自身的可持续发展。并对下一步工作提出了要求：全力以赴稳经济大盘，改善市场交易环境，提升对客商服务质量，以供应链为突破口，打通上下游，连接产供销，实现农产品市场产业化、链条化发展；加快推进项目建设，提前做好功能需求摸底，为客商提供定制服务；持续强化安全管控，加快市场环境改造进度，进一步加强自身消防、疫情防控等常态化工作，筑牢市场生产经营防线。

调研组一行还分别深入各个市场交易城所、库房、消防监控中心及施工作业现场等，检查了市场设施设备运行、值班值守、岗位责任落实、施工安全措施落实等情况，听取了入场人员、车辆、货物查验等疫情防控措施落实情况的介绍。对安全生产工作提出要求:要深刻认识安全生产的重要性，深刻理解“一岗双责”的内涵，筑牢各层级安全生产意识，守住底线，杜绝各类安全事故发生；要针对当前气侯特点，结合市场交易形势，全面贯彻落实集团大排查大整治专项行动，实行隐患清单化动态销号清零，将排查整改措施落实到位，务求实效；要务必精心组织整改项目，把高温环境、高空作业、用电高峰等所有因素和环节考虑到位，做到方案准备到位、现场督促到位、应急措施到位，实行专人负责。

同时，调研组对疫情防控工作做了部署安排：学习贯彻国务院疫情防控第九版和市委市政府最新防控要求；严格落实疫情防控各项规定，不折不扣将各项规定落实到位；重点防控入口处的人、车、货等关键点，面上的人员排查、核酸检测等防控措措施要到位；全面开展自查自纠，查找薄弱环节，尽职履职，避免因工作疏忽出现漏洞；统筹抓好市场的生产经营工作，有序规范做好货物集中采购，围绕年度经营发展目标，提升市场服务质量，优化营商环境，稳定市场经营。

红星美凯龙夏季促销持续发力

进入夏季以来，红星美凯龙携主城五家商场并联合家居行业八大商协会，以及众多家居品牌资源，连续开展系列营销活动，不断刺激消费，促进消费增长，给持续低迷的家居行业注入了活力，提振了信心。

举办“艺术家居博览会”

7 月 1 日——7 月 26 日，联合川美优秀毕业生、艺术家等艺术资源，举办了城市艺术细胞培育计划——开放的六月优秀作品邀请展，共入选优秀作品 200 余件，分别在主城五大商场进行展示，将艺术设计与家居产品完美结合，让艺术走进商场，与市民近距离接触，满足了消费者对艺术生活的向往。现场对邀请展青年艺术家代表颁发了入选证书，并对一批深度聚焦设计、文化、艺术与生活的家居品牌进行了颁奖。

发放百万家居消费券

7 月 22 日，在红星美凯龙重庆至尊 MALL 正式启动家居消费券发放。首批自筹资金拿出 100 万元，让消费者无门槛领取，同时，开展#我家在重庆#的抖音挑战赛，邀请本土人气麻辣明星、网红达人，为品牌录制专属段子短视频绑定挑战赛话题，激活话题池，做到一个 2000 万级的大促曝光。结合抖音挑战赛，还将引流到“当红不让”年代秀直播， 发起“最受 70-00 后喜爱的家居爆款”投票。总之，以消费券为载体，多方联动，引爆嗨购狂欢。

举办“重庆西区家居行业发展峰会”

7 月 28 日，“问道渝西——重庆西区家居行业发展领袖峰会”在红星美凯龙二郎商场成功举办，多名行业大咖与资深人士，就渝西地区家居行业现状及未来发展机遇进行主题演讲，旨在从“政、产、学、研、商”等多个维度深度剖析重庆向西发展之势，并借这股强劲西风共同撬动重庆西区千亿级家居消费市场。红星美凯龙二郎商场作为重庆西区领航级家居卖场，深耕西区 8 年，始终致力于硬件提升、品牌引进、品类调整的精准营销，把优质家居设计产品及美好生活方式传递给广大消费者。下一步，二郎商场将联合西区价值力品牌，在 8 月 6 日为广大西区消费者打造“西区首届总裁放价日”，以最强品牌阵容、最优惠的力度、最劲爆的产品，回馈消费者。

市市场监管局组织各区县分局到明品福监管首仓考察学习

7 月 7 日，市市场监管局组织各区县分局到明品福冷链物流园进口冷链食品监管首仓考察学习。一行参观了进口冷链食品监管首仓、首仓闭环人员专用宿舍等工作现场，详细了解进口冷链食品登记报备、核酸检测、六面消杀等入库流程，以及首仓工作人员疫苗接种、定期核酸检测、专用宿舍等保障工作。

据悉，明品福冷链物流园进口冷链食品监管首仓于 2020 年 12 月建成并投入运行，严格落实统一检测、统一消毒、统一标识、统一驻仓、统一闭环管理的“五统一”防控措施，现已形成流程化、标准化、安全化的运营管控体系，为进口冷链食品的流通提供了安全保障。

纵达食品城开展“庆七一•送温暖”主题党日活动

7 月 1 日，为庆祝中国共产党成立 101 周年，进一步巩固拓展党史学习教育成果，牢记初心使命，喜迎党的二十大召开，纵达食品城党支部组织全体党员、纵达商业管理中心人员共同开展了庆七一·送温暖”主题党日活动。并未为新党员同志举行了入党宣誓仪式，其他党员同志重温了入党誓词。

当天，纵达食品城党支部所有党员同志、纵达商业管理中心人员组成的慰问小组，走访慰问了南山夕阳公寓，为敬老院的老人们送去关怀与温暖，并在送上慰问品后，与老党员们一起观看史剧、唱红歌，为党庆生。

据悉，长期以来，纵达食品城坚持以党建引领市场发展，以党建文化引领企业文化建设，积极探索“企业+党支部+协会”的创新工作模式，将党建工作融入到企业发展中，充分发挥党支部的政治核心作用，以高质量党建推动企业的发展。同时长期坚持以“回报社会”的态度投身慈善公益事业，积极履行社会责任。

“佰年供销”智慧生鲜市场花园新村店开业

7 月 8 日，“佰年供销”智慧生鲜市场花园新村店经过近 2 个月的改造升级后正式开业。供销生鲜公司自接手该市场以来，通过更换市场门头、内部整改装修等方式全力提升市场经营品质，让原本疏于管理的老旧市场重新焕发新活力；通过“年租金减免 3 个月”的方式促进招商，在丰富市场业态的同时进一步提高市场出租率。下一步，供销生鲜公司将继续加大招商力度，提高市场出租率，进一步丰富市场业态，为广大市民提供更齐全、更便捷、更安全的生鲜购物渠道。

各商品交易市场陆续开展“夏日送清凉”慰问活动

自 7 月以来，全市各类商品交易市场管理人员、经营商户战高温、保民生，始终坚守在一线，全力以赴保障全市老百姓日常生活消费需求。为此，交运集团、双福国际农贸城、陈家坪机电市场等分别开展了“夏日送清凉”慰问活动，为炎炎烈日下坚守市场一线的从业人员，送去防暑降温用品和贴心的关怀。

交运集团有关负责人一行分别到观农贸批发市场、双福国际农贸城开展了高温慰问、督查安全生产及疫情防控工作，看望慰问了高温酷暑中奋战在一线的员工，贴心地为他们送上防暑降温物品，详细询问了员工们的工作与生活情况，并反复叮嘱员工要提高夏日防暑意识，在保证安全生产的同时做好自我防护，确保以更好的状态投入到工作中。同时，要求市场要牢牢守牢安全底线，做好高温时节各项工作，普及好防暑降温和急救知识，确保广大一线职工的健康和安全。

双福国际农贸城、陈家坪家电市场开展“送清凉”高温慰问活动，用心用情关爱奋战在高温下的一线职工、经营商家，为他们送去藿香正气液、桶装水、西瓜等防暑降温慰问品，并向他们表达崇高敬意、致以诚挚问候。

据悉，市场一线从业人员在享受到一丝丝凉意的同时，均表示一定克服高温酷暑，维持市场正常经营秩序，为老百姓的日常生活保障需求服好务。

海领集团安全领导小组深入开展市场安全工作大检查

7 月 15 日，海领集团安全领导小组对海领国际工程机械交易中心和海领农产品交易中心实施 2022 年度年中安全大检查，切实将安全隐患和风险排查工作作为确保市场安全运营的重要举措，积极创建安全稳健的运营环境。

安全小组通过对现场设施设备运行状态、参数指标检查、抽查相应岗位工作记录和座谈了解等多种方式对两个市场开展安全检查，确保不留安全隐患死角。对照“两单两卡，双重防控制度和十五条硬措施”三个安全专项工作内容，详细查看了市场安全专项工作推进落实相关资料。重点检查配电系统、消防设施、冻库机房、中央空调、特种设备和房屋建筑等安全问题，并各责任部门及时消除安全隐患。

通过本次安全大检查，进一步增强了市场管理方的安全意识，逐步提升运营管理水平。下一步，海领集团将着重加强员工安全教育，岗位责任全力做好安全运营基础性工作，切实防范和杜绝各类安全事故的发生，保障市场人身安全和财产安全。

2022 中国海宁皮革城产业联盟首站在渝开启

上月 29 日，“2022 海宁中国皮革城城市产业联盟重庆站”活动在朝天门举行。来自海宁共 14 家优质企业，200+套女装，100+套男装绽放活动现场。朝天门街道、圣名国际服装城、大生商场、港渝广场负责人及客商 200 余家参加了现场活动。

活动当天，海宁 14 家优质服装企业 300+套最新秋冬时装一一陈列，服装潮流款式、行业流行趋势、海宁秋冬时装的独特魅力一站式呈现。现场企业、工作人员细心讲解、深度沟通交流，实现精准化对接。本次城市产业联盟重庆站以线下产品静态展示，客商现场讲解与交流，全新推出潮来平台线上产品展示与对接，以多角度多方位向广大重庆客商传递海宁当下最新最热产品。

据悉，“海宁中国皮革城城市产业联盟”是海宁中国皮革城带领优质品牌企业外拓全国重点服装产业，深度对接全国重点服装市场的重要产业活动。不仅更好的对外推荐海宁秋冬时装产品，让海宁时装“走出去”，也推动产销两地市场紧密交流，让对接市场更好的“引进来”，促进全产业协同发展，互利共赢。活动现场推出的潮来线上平台，汇聚优秀企业，精选优质产品，形成优选企业库，通过线上展示与对接，为广大客商提供更加丰富的产品选择，帮助市场商家精准快速的找到好企业、好产品。

欢迎扫描下方二维码关注我会微信公众号【重庆市场协会】

欢迎各行业市场踊跃来稿，来稿请传送至协会邮箱：cqspsc@163.com

欢迎访问协会网站并请提宝贵意见：http://www.cqscxh.cn

协会地址：重庆市江北区红旗河沟（南）世纪英皇南塔 25-05 号

重庆市商品交易市场协会秘书处　电话：67726727 联系人：王璇　杨艳