



2022年第08期
总第165期

重庆专业市场通讯

主办单位：重庆市商品交易市场协会

2022年08月30日

本期目录

政务信息

◆市商务委等印发《重庆市县域商业建设行动专项资金管理实施细则》◆

权威发布

◆2021年全市农批市场发展成效凸显◆

协会传真

◆节电降耗，全市商品交易市场行业积极行动◆

◆8月，全市商品交易市场“抗疫”“经营”两手抓◆

市场观察

◆纺织服装专业市场运行受疫情影响严重，呈现多元化发展趋势◆

转型升级

◆红星美凯龙开辟高端电器蓝海◆

市内动态

◆重庆涉疫地区市民基本生活需求有保障，粮油价格总体稳定◆

◆国家统计局重庆调查总队完成农产品交易市场发展情况调研◆

◆重庆华南城积极驰援巴南新玉森林火灾◆

◆佰年供销智慧生鲜市场战高温、保障市民“菜篮子”◆

◆铠恩国际汽车城开展创建放心消费诚信市场专题培训◆

◆空港纵达城开展执行力专项培训◆

◆绿水河公司慰问一线民警◆

◆西南国际灯具城积极支援山火灾区◆

◆国泰汽博城捐献物资同心抗疫◆

◆乐邦水产市场疫情封闭期间，渔人湾火速响应、全力承接◆



市商务委等印发《重庆市县域商业建设行动专项资金管理实施细则》

近日，市商务委、市财政局、市乡村振兴局印发《重庆市县域商业建设行动专项资金管理实施细则》。该实施细则共 15 条，在资金管理使用原则、工作职责、支持方向和标准、项目申报、项目评审、项目确定、项目实施管理、项目验收以及监督管理等方面作出规定，并提出明确的支持内容：

一、县域商业建设行动专项资金。是指 2022-2025 年用于我市县域商业建设行动的中央财政补助资金以及市级财政资金。

二、补齐县域商业基础设施短板类项目。是指支持升级改造一批商贸中心、大中型超市、集贸市场等，完善冷藏、陈列、打包、结算、食品加工等设施设备。鼓励连锁商贸流通企业、电子商务平台等下沉农村，加强数字赋能，打造乡镇商业集聚区。

三、完善县乡村三级物流配送体系类项目。是指支持建设改造一批县级物流配送中心和乡镇物流分拨站点，完善仓储、分拣、包装、装卸、运输、配送等设施，增强对乡村的辐射能力。整合县域物流资源，开展共同配送，降低物流成本。

四、改善优化县域消费渠道类项目。是指加强龙头商贸流通企业培育，引导大型流通企业下沉乡镇和村社发展供应链，布局一批中心仓、前置仓、物流仓储等设施。支持本地商贸流通企业组建联合购销平台。发展购物、餐饮、亲子、娱乐、农资等多种业态，承接市民下乡和农民进城消费。

五、增强农村产品上行动能类项目。是指围绕农村产品上行，建设农产品交易市场或集散分拨中心，配备分拣、预冷、初加工、配送等商品化处理设施，加强标准和品牌应用，提高农村产品商品转化率。整合现有县乡村电子商务服务网点，统筹产品开发、设计、营销、品牌等服务，拓宽农村产品上行渠道。

六、提高生活服务供给质量类项目。是指引导农村邮政、供销、电商、商贸流通企业从传统批发、零售向综合性服务转变，整合购物、订餐、家政、职介、租赁、同城配送等服务，提高社区、村镇生活服务的便捷性和服务质量。支持商贸流通、电子商务、生活服务与现代农业、乡村旅游、加工制造等特色产业跨界融合，增强服务业推动生产、促进流通、扩大消费的功能。

2021 年全市农批市场发展成效凸显

2021 年，全市农批市场高质量发展成效明显。78 家农批市场营业总面积 410 万平方米，同比增加 8.5 万平方米；经销商 2.6 万家，同比增加 0.6 万家；从业人员 11.8 万人，同比增加近 1 万人；交易额 1611.5 亿元，同比增长高达 15.2%。市场运行的主要特点是：

一、亿元市场主导作用更加凸显。

全市亿元以上农批市场达 65 家，经营面积 371.3 万平方米，经销商 2.4 万家，从业人员 11.1 万人，实现交易额 1606.6 亿元，分别占农批市场总量的 83.3%、90.5%、92.3%、94.5%、99.7%。其中：交易额 10 亿元以上的市场数量 24 家，交易额 1485.7 亿元，占交易总额的 92.2%。（主要指标情况见表 1）

表 1：交易额 10 亿元以上农批市场 2021 年主要指标情况

序号	市场名称	经营面积 (万 m ²)	经营商家 (户)	从业人员 (人)	2021 年 交易额 (亿元)	2020 年 交易额 (亿元)
1	重庆双福国际农贸城	56	2458	10500	354	360
2	重庆明品福冻品市场	10	1220	20000	322.5	220
3	重庆观农贸批发市场	7	2266	20000	149.4	129
4	重庆万吨冻品市场	10	510	1530	150	120
5	重庆吉之汇农贸物流城	12	1111	4667	104	103
百亿级农批市场合计		95	7565	56697	1079.9	932
6	重庆渝南火锅食材冻品市场	1.9	363	800	55	50
7	新大兴国际农产品交易中心	10	450	2000	41.4	41.4
8	重庆三亚湾水产市场	9.3	380	1500	29	30
9	重庆海领农产品交易中心	6	800	3000	40	28
10	重庆万州区宏远市场	6	536	2010	27.5	28
11	华南城食品交易中心	13	444	904	22	21.7
12	菜园坝农副产品市场	7.7	1284	3800	21	16
13	国家级重庆生猪交易市场	1.3	—	—	20.7	0
14	渝黔綦江农博城	4.2	255	563	20	0

15	花枝农业蔬菜批发市场	4.8	211	452	18.8	22
16	正扬大市场	2	1000	2000	15	15
17	杨家店花椒市场	1.2	39	207	14	14
18	乐邦淡水鱼批发市场	2.6	56	130	14	10
19	重庆三科国际农贸城	50	160	650	13	8
20	潼南蔬菜批发物流市场	6.6	286	800	13	11
21	渝东北农产品综合交易市场	6.7	525	1575	11	11
22	荣昌农副产品批发市场	1.8	125	400	10.4	9
23	重庆粮油批发市场	1.2		222	10	17.8
24	重庆渔人湾码头	11.3	270	350	10	0.6
合计		242.6	14749	108060	1485.7	1243.8

二、主要农产品仍是我市消费支柱

据对 10 大骨干农批市场监测统计, 2021 年交易总量 711 万吨, 其中蔬菜、果品、肉类、粮油、冻品五大类主要农产品交易量 658.4 万吨, 占总量的 92.6%, 而蔬菜水果占比高达 76.4%。(10 家农批市场具体交易量见表 2)

表 2: 10 家综合农批市场 2021 年主要农产品交易量 (万吨)

市场名称	2021 交易量	2020 交易量	其中: 主要农产品交易量					
			蔬菜	果品	肉类	粮油	冻品	其它
双福国际农贸城	443.6	428.1	291.4	99.4	2.2	19.7	3	27.9
吉之汇农贸物流城	118	120	30	20	20	30	10	8
海领国际农贸中心	30	1.65	7.85	17.9	0.53	1.46	1.74	0.09
中农联合川农贸城	10	8	1.2	0.5	0	0.7	5.5	0.1
新大兴农副产品交易中心	36	40	14.4	5.4	0	7.2	3.6	5.4
重庆三科国际农贸城	21	3.6	14	1	1	3	1	1
潼南蔬菜批发市场	27.7	30	17	10	0.3	0.2	0.1	0.1
渝黔綦江农博城	14.9	0	3.9	1	0.3	1.9	0.3	7.6
渝东北农副产品物流商贸城	5.7	0	2.8	1.6	0.1	0.7	0.4	0.1
华南生鲜农产品市场	4.1	2.5	2.9	0.7	0.02	0	0.4	0.15
合计	711	633.9	385.5	157.5	24.5	64.9	26	50.3

三、供应链体系逐渐完善

一是产销对接进一步加强，建立了 20 多条农商互联供应链链条。二是农产品加工配送体系进一步完善，依托重庆双福国际农贸城，周边建成了 50 多家农产品分拣加工配送中心。三是冷链设施进一步健全，19 家农批市场冷链储存容量达 72.8 万吨，占全市总量 191 万吨的 38.1%，其中，农批市场自建冷链储量为 69 万吨，经销商自建冷链储量 3.9 万吨。（农批市场冷链设施见下表 3）

表3：重庆市综合农批市场2021年冷链设施情况

区县	市场名称	市场自建冷链储量 (吨)	经销商自建冷链储量 (吨)	小计
高新区	明品福冻品交易市场	380000	0	380000
大渡口区	万吨冻品交易市场	120000	0	120000
江津区	双福国际农贸城	25000	20000	45000
荣昌区	荣昌农副产品批发市场	32000	0	32000
南岸区	渝南食材冻品市场	20000	0	20000
江北区	重庆万戈冻品市场	15000	0	15000
合川区	中农联·合川农贸城	20000	1000	21000
江北区	重庆渔人湾码头	7500	3964	11464
江北区	重庆观农贸市场	1800	0	1800
永川区	吉之汇国际农贸物流城	12000	0	12000
黔江区	佰年供销智慧农批市场	10000	0	10000
渝北区	海领农产品交易中心	19400	0	19400
开州区	渝东北农副产品物流城	13067	2000	15067
长寿区	三科国际农贸城	300	5000	5300
綦江区	渝黔綦江农博城	923	3148	4071
潼南区	潼南蔬菜批发市场	1000	2300	3300
涪陵区	新大兴农产品交易中心	1800	1500	3300
丰都县	丰都县农产品批发市场	5700	0	5700
秀山县	华南生鲜市场	2500	0	2500
合计	19 家市场	689567	38912	728479

四、市场业态与空间布局趋于合理

一是以蔬菜、水果经营为主的综合农批市场36家，覆盖辐射全市及周边地区。二是生猪、冻品、粮油、食品、水产、茶叶等专业特色农批市场42家，这些特色各异市场在满足城乡居民消费升级的同时，对衔接产销、调节供求、沟通信息、促进农产品专业化生产起到了重要作用。三是中心城区内环以内大型农批市场整体外迁和功能性疏解任务基本完成，形成了双福国际农贸城、三科国际农贸城“1主1副、1东1西”市一级跨区域农批市场发展格局，空间布局更加优化。四是在建重庆新发地农批市场、万州三峡国际农产品市场、垫江中农联、农贸城、丰都千集汇农贸城等5家农批市场加快建设，璧山现货农产品中转站规划扩建。

五、市场现代化发展成效明显

一是线上交易快速发展，荣昌区依托生猪养殖产业优势，大力发展线上生猪交易市场，上线经销商达到17万多人，双福国际农贸城“双福到家”线上交易进一步拓展，电商直播基地建设正在加快推进。二是线上线下融合发展加快推进，重庆吉之汇国际农贸物流城、中农联、合川农贸城、佰年供销智慧农批市场等一批大型市场全力打造“云仓配”线上交易、线下统一配送的现代农产品流通方式，提高了农产品流通效率。三是信息化水平进一步提升，全市80%以上的农批市场实现了农产品交易、追溯体系、经营管理、检验检测等方面的信息化、智慧化。四是内外贸一体化发展起步，2021年10家骨干市场中有5家市场实现进口交易量13.3万吨，占10家市场交易总量的1.9%。

表 4：全市 10 家综合农批市场 2021 年农产品来源情况

市场名称	交易量 (万吨)	其中：农产品来源		
		市内 (%)	市外 (%)	进口 (%)
双福国际农贸城	443.6	16	82	2
吉之汇国际农贸物流城	118	12	88	0
海领国际农产品交易中心	30	30	65	5
渝黔綦江农博城	14.9	60	30	10
新大兴国际农副产品交易中心	36	40	59	1
重庆三科国际农贸城	21	35	65	0
中农联、合川农贸城	10	60	30	10
潼南蔬菜批发市场	27.7	30	70	0
渝东北农副产品物流商贸城	5.7	15	85	0
华南生鲜农产品交易市场	4.1	20	80	0
合计	711	19.8	78.3	1.9

节电降耗，全市商品交易市场行业积极行动

自 8 月 17 日以来，全市商品交易市场行业遵照市政府迎峰度夏电力保供紧急调度会议及《重庆市电煤电力保供工作专班关于做好全市商业用户节约用电的紧急通知》精神，坚守电网安全和民生用电底线，多措并举压降负荷、让电于民。

一、做好宣传，加强正向舆论引导。

一是按照市商务委工作部署，协会及时向全市商品市场行业印发《关于做好商品交易市场节约用电的紧急通知》，动员各市场特别是大型用电市场履行主体责任，在安抚、稳定商家经营的同时，落实好节约用电工作，为缓解电力紧张作出应有努力。同时，协会积极收集市场节电限电情况，整理上报相关部门。

二是各市场运营管理主体在采取各种措施节电降耗的同时，积极宣传政府节约用电精神，并引导场内经营商家、消费者共担社会责任，错峰用电、科学节电。

三是协会调研 30 余家大型市场节约用电措施和商家经营情况，经了解我市所有市场均具有很强的“节电意识”，并采取了适合各自市场实际的节电举措，场内商家都对这样的节电举动表示认同和支持，市场秩序秩序稳定。

二、多措并举，打赢保供电攻坚战。

一是各市场在确保商家正常经营、市民舒适购物的同时，依据实际情况采取缩短经营时间、关闭部分光源、电梯减半运行、分时分段调控广告灯箱、减少内部空调运行和调高温度等有效措施，确保实现企业日用电量下降 40% 的压减目标。

二是进一步深化节电方案降负荷，对用电情况进行实时监测，主动错峰避峰用电。如铠恩国际家居名都由原来的负荷设备总功率 12684KW 降至 4778KW 基础上，再降低至 3631KW，单日实现最大压降 70%；聚信美家居世纪城单日用电量下降 30% 以上；果园钢材市场于上午 11 点至下午 19 点，暂停提货业务及加工作业；居然之家非假期期间采取开市延迟一个小时（11:00）和闭市提前一个小时（18:00）的缩短经营时间的调整。

三是部分市场在保证市场交易、仓库储运正常运行的情况下，最大限度压降用电负荷。如赣江五金机电采购中心等市场在用电高峰期（8:00-11:00，18:00-23:00）禁止使用大功率用电设备及电器；永动机电市场等启动自备应急发电机应急措施。

三、主动作为，共同努力让电于民。

一是纳入民生保供、未纳入实施限电商业用户范围的大型农产品批发市场，在确保完全满足民生日常供应的情况下，主动调整高峰时段用电结构。如双福国际国际农贸城等白天关闭、夜晚减少照明灯；观农贸批发市场由原来的营业时间8:00-17:00调整为7:00-12:00；乐邦水产市场交易时间调整为每晚8:30之后至次日上午9:00之前。

二是未纳入限电范畴的市场，全力支持和响应政府号召，率先垂范，千方百计采取“保供电调控措施”，按照商业用电大户负荷控制的统一要求，尽最大可能为降低高峰时段用电负荷贡献一份力量。如陈家坪机电市场等将营业场所经营时间调整为上午8:00-12:00，24小时保障货物进出；临江装饰城、新时代家居建材市场、美每家家居建材市场等在采取一切能够节电措施的情况下，倡导从事加工定制业务的场内部分商家居家接单或错峰经营。

8月，全市商品交易市场“抗疫”“经营”两手抓

8月16日以来，重庆多地区发生本土疫情，按照市委、市政府疫情防控的有关要求，全市大部分商品交易市场主动暂停了交易或调整了经营时间，加强场地消毒和人员核酸检测。同时，为了尽可能减少对日用消费品、农产品供应的影响，各农批市场、城区菜市场均启动了应急预案。

在临时管控区内，沙坪坝区临江装饰城、大川建博城等市场在暂停经营的同时，极力做好商家稳定工作；九龙坡区绿云石都、恒胜医药城等“停业不停管”，保障经营商家错峰取货；巴南区铠恩国际、九龙坡区红星美凯龙、居然之家等主动履行主体责任，暂定或调整经营时间，配合辖区做好人员流调溯源工作。

在疫情防控方面，各市场严格按照《新型冠状病毒肺炎防控方案(第九版)》落实相关规定，制定了疫情防控工作方案，采取各种措施，全力保障交易场所的正常运营。比如，各专业市场减少人员聚集和流动，支持线上交易方式，同时加强场地分区分片管理和人员分类管理等；学田湾菜市场划设专用进出通道，要求市场经营者每周核酸2检，消费者“绿码”亮码进场，筑牢织密疫情防控网。

在市场保供方面，市商务委会同相关部门建立起保障协调工作机制；各农产品市场在严格疫情防控措施的前提下，加大产地货源对接力度，明确工作重心，安排专人保货源、抓防疫。目前我市农产品货源供应充足，价格稳定。

纺织服装专业市场运行受疫情影响严重，呈现多元化发展趋势

一、2022 年上半年专业市场总体运行情况

2022 年上半年，流通分会重点监测的 46 家纺织服装专业市场（含市场群）总成交额达到 5447.97 亿元，同比下降 8.70%。其中，6 家市场成交额同比上涨，占总成交额的 59.43%，平均增幅为 5.92%；40 家市场成交额同比下降，占总成交额的 40.57%，平均降幅为 24.05%。

1. 市场运行效率分析

从市场运行效率看，2022 年上半年重点监测的 46 家纺织服装专业市场平均运行效率（年化）为 48939.03 元/平米，同比下降 8.70%；平均商铺效率（年化）为 374.11 万元/铺，同比下降 8.67%。

2. 市场区域结构分析

从区域结构看，上半年，46 家重点监测市场中，东部地区专业市场成交额为 4866.02 亿元，同比下降 7.21%，占到专业市场总成交额的 89.32%；中部地区专业市场成交额为 421.84 亿元，同比下降 16.15%，占到专业市场总成交额的 7.74%；西部地区专业市场成交额为 160.10 亿元，同比下降 27.16%，占到专业市场总成交额的 2.94%。

3. 流通层级结构分析

从流通层级来看，46 家重点监测市场单位中包括 27 家产地型专业市场、19 家销地型专业市场。2022 年上半年，27 家产地型市场成交额达到 4931.93 亿元，占总成交额的 90.53%，同比下降 7.29%；19 家销地型市场成交额为 516.04 亿元，占总成交额的 9.47%，同比下降 20.29%。

4. 2022 年上半年景气指数

景气指数分析图

	管理者景气	商户景气
1-2 月	49.95	49.88
3 月	45.75	47.84
4 月	48.76	48.92
5 月	50.70	50.07
6 月	49.95	49.68

景气方面，2022 年上半年，纺织服装专业市场管理者景气与商户景气走势基本一致。管理者景气平均指数为 49.02，商户景气平均指数为 49.28，均低于 50 荣枯线，可见上半年专业市场运营管理者与商户的营信心整体不足，景气指数偏低。

二、2022 年上半年数据分析

1. 纺织服装专业市场受疫情影响严重

2022 年 3 月至 6 月，受疫情影响，上海、广州、杭州、沈阳、海城、绍兴、新疆等各地纺织服装专业市场经历了长时间闭市，全国纺织服装专业市场流通网络中的东北、西北、长三角、珠三角地区的重点流通集散中心都受到不同程度的影响，纺织流通整体交通网络受阻，导致 2022 年上半年整体成交额明显下滑。

市场恢复营业后，疫情影响的余波仍然带来较大的经营阻碍。批发业务方面，专业市场受周边疫情和交通管控的连带影响较大，散批客户量明显下滑；零售业务方面，受疫情影响，消费者在实体店购买服装服饰产品的意愿下滑，零售客流量锐减；线上业务方面，部分专业市场商户积极通过网店、直播带货等方式提升销量，但是仍然受到发货地、收货地等方面疫情管控条例限制，物流不畅通；货源方面，部分产地型市场面临工厂停工停产、熟练工返乡/隔离、无法如期交货等问题；商户方面，由于较长时间无法恢复至正常经营水平，导致全国纺织服装专业市场出现不同程度的商户流失、商铺空置现象。

2. 市场服务在探索中不断创新

上半年，市场商户面临巨大的经营困难，给专业市场的运营服务带来了新的挑战。纺织服装专业市场克服不利条件，积极进行增值服务，并结合实际情况不断探索，锐意创新，提升服务质量，在为商户纾困的同时也为市场平台打开全新的价值空间。

我国纺织服装专业市场开展最多、商户满意度最高的增值服务是引流拓展类服务，如订货会、采购节、跨区域交流对接等。近年来，人群集聚、交通和接待流程繁杂的活动的筹备难度和风险指数越来越高，最终成果往往难达预期。因此，专业市场尝试引入数字化工具，线上线下融合引流、协同拓展，取得了良好的成果。如广州红棉中大门红棉国际时装周直播基地邀请来自韩国、广州十三行、红棉时装城的网红大 v 们加入时装周直播阵营，掌握线上流量密码；柯桥中国轻纺城打造中亚纺织品专场网上交易会，完成一对一连线对接，帮助商户在无法正常开业的情况下开拓市场、保住份额。

三、市场商户呈现多元化发展趋势

一是商户结构多元化，除了传统的传统批发商户、多品牌代理型商户外，买手组货型商户、批零兼营型商户不断增加，大学生创业和服二代创新型商户更是不断涌现，为专业市场解锁线上线下融合的更多新模式、新场景；

二是经营产品多元化，专业市场逐渐在垂直品类中进行细分，如杭州四季青市场的女装类商户，经营品类涵盖杭派女装、韩系女装、欧风女装、大码女装、潮牌女装等各细分品类，年龄结构、设计风格、档次价格等均进一步多元化；

三是销售渠道多元化，专业市场商户通过直播探店、直播销售、电商供货、私域流量销售等方式，将线上、线下流量整合协同，以线上化的创新克服疫情带来的不便，实现了销售额的提升。

四、专业市场马太效应凸显

上半年，全国重点监测的 46 家纺织服装专业市场（含市场群）中，仅 6 家市场实现了成交额同比上涨，而这 6 家市场的成交额占 46 家市场总成交额的 59.43%，其中包含我国纺织面料、家纺、小商品等品类的千亿级龙头市场群。近年来，我国专业市场的集约化发展趋势日渐明显，纺织服装产业优质产能、优质商户、优质客源向实力雄厚的龙头市场集聚，推动龙头市场整合更多资源，创造更高价值。从未来趋势判断，集约化发展仍将是纺织服装专业市场结构调整的重点，在市场成交额稳定的情况下，市场总量或将继续精简。

五、结 语

可以预见，2022 年全年我国纺织服装类专业市场的关键词将是：维稳、创新、洗牌。

疫情以来，全国纺织服装专业市场商户总量持续下降，中小商户转行、放弃实体门店、为平衡成本迟迟不愿开门营业等现象日渐普遍，纺织服装专业市场通过创新定位、创新服务来提振商户信心，积极维稳。一方面，组织招商拓展、线上线下引流、开拓全平台渠道，为商户打开上下游的全新渠道，提升营业额；另一方面，积极与品牌运营、时尚设计、专业院校、知识产权等各类平台机构和组织合作，帮助商户修炼内功，提升自身竞争力。大浪之中，行业优质资源不断向创新能力更强、服务效率更高的各区域的龙头市场集聚，行业将进一步加速两极分化，行业洗牌也将成为下一阶段的主旋律。

红星美凯龙开辟高端电器蓝海 ——两年内打造 100 家万方智能电器生活馆

提起红星美凯龙你会想到什么？家居、装修？的确，红星美凯龙是全国著名的家居连锁卖场，是中国家居零售第一品牌。然而殊不知，早在三年前红星美凯龙就已经向“高端电器”领域进发，并取得了不俗的成绩。

近日，红星美凯龙家居集团执行总裁兼大营运中心总经理朱家桂在接受东方网专访时透露，在不到一年的时间里，红星美凯龙已在全国快速落地了超 100 家智能电器生活馆，电器品类总经营面积达 150 万平方米，面积占比达 8.4%，高端电器已是红星美凯龙第一战略品类。

朱家桂表示，在传统电器市场这片红海中，红星美凯龙开辟出了高端电器的蓝海，这里没有人打价格战，每个商户、每个品牌想的都是如何更好地服务中国高净值用户。而对于消费者而言，在红星美凯龙所见即可所得。

瞄准消费升级需求，已布局超百家智能电器生活馆

作为红星美凯龙操盘手的朱家桂拥着 12 年电器、10 年家居商场的从业经历，沉浸该领域多年的他洞察到：中国家电市场不断演化，诞生出巨大的高端化、品质化需求。

他介绍说，长久以来，中国高端电器需求如同一头房间里的大象，体积庞大，但行业却熟视无睹。电器行业近年来高端与低端的分化愈发明显，市场需求呈现出“总量平稳、但高端强劲”的特点。

同时，他认为，改造性住房，国家的二胎、三胎政策的出台，使得比较成熟的一二线城市有强大的家居改善需求，发掘并满足这方面的需求，可能就是下一个增长的契机。

此外，有报道显示，中国近 300 万的高净值人群人均持有可投资资产为 3209 万元，合计可投资资产规模高达 96 万亿元。朱家桂说，就算是除却高净值人群，中国消费者的需求也逐渐朝着高端化、品质化迈进；技术换代加上产品品类扩张，未被满足的新消费需求给足了中高端产品发展的空间。

有需求，市场就会呼唤供给。朱家桂带领团队迅速捕捉到了这一市场风向，

并对电器市场进行了全面梳理、布局。

2018年，红星美凯龙成立智能电器事业部；2020年10月开始，红星美凯龙将智能电器确定为第一战略品类；2021年5月，红星美凯龙全球首家“智能电器生活馆”在上海开业落地，随后电器品类在全国开花，2021年共完成104家智能电器生活馆开业，成为“高端电器第一渠道”。朱家桂说，通过开设“智能电器生活馆”，红星美凯龙能够把分散在城市各个角落的高端电器产品聚合到一起，不仅可以满足消费者一站式购买的需求，还可以为设计师提供采风场所。

据了解，红星美凯龙上海全球家居1号店“智能电器生活馆”是全国首个也是目前上海经营面积最大、经营品类最全、进口品牌经营面积单体最大的高端电器生活馆，馆内汇集了海尔、西门子、ASKO、博世、美诺、福戈米兰、BWT、A.O.史密斯、方太、老板等60余家高端电器品牌。数据显示，去年入驻红星美凯龙智能电器生活馆的品牌平均销售增幅超过40%，开业至今销售额累计突破3亿，有的品牌单店销售额突破了3000万。

重新定义高端电器：即场景化、套系化、系统化

有了智能电器生活馆的硬件，软件上又该如何抓住高端消费人群，进行差异化定位呢？关于此，朱家桂则分享了他的战略逻辑：“我们将场景化、套系化、系统化作为定义高端电器的三个关键词。”

朱家桂说，“我们红星美凯龙智能电器生活馆打破了传统形式，因为‘场景’，我们将电器、家具、家装重塑成符合消费者体验的消费场景，场景成为消费者对于美好生活想象的物理载体，也只有这样的场景才能够符合更多高端消费者的需求。”

场景化即指电器产品打破了传统形式的割裂，围绕“家”的核心，将电器消费置入到家居家装的一体化场景之中，重塑用户的消费场景，电器成为家居的一部分，一体化地呈现让家居布置更科学、自洽；套系化指电器覆盖了冰箱、洗衣机、电视机等单件产品，电器产品一揽子解决方案，能够满足高端消费者的一站式需求；系统化则意味着电器可以前置到家装前期，以此满足消费者嵌入式、智能化的设计需求，给消费者带来舒适的综合体验。

朱家桂坦言，红星美凯龙定义的高端并非传统评价标准认为的“贵”就是“高端”，价格并不是划分电器产品档次的唯一标准，我们还需要考虑产品类型、服

务体验和营销模式等维度，最终的目的是让消费者在这里所见即所得。

切入高端电器赛道，红星美凯龙也给自己定下了 600-700 亿的高端电器年度销售目标。“目前在 7000 多亿的大家电市场中，高端电器市场占比在 30%左右，也就是说具有 2000 多亿的高端电器市场。”以这样的标准出发，朱家桂也定下了：“要在两年内累计打造 100 家超过 1 万平方米的智能电器生活馆。”

敞开大门，构建共创、共融、共生的生态

市场前景广阔，红星美凯龙也为合作伙伴敞开了大门。“我们希望和品牌们共同构建一个共创、共融、共生的生态。这种‘共创’，是红星美凯龙在高端电器品类上的另一个鲜明特质。”朱家桂说。

“如果细细体验过红星美凯龙的智能电器生活馆，会感受到这就是一个产业链上下游品牌方和经销商共同构筑的高端电器生态。”朱家桂表示，在这个生态中，红星美凯龙负责渠道，深度运营智能电器生活馆，成为链接商户和消费者的极佳桥梁；品牌商则专注产品研发和品牌形象的打造，不断带来刷新行业高度的惊艳产品；经销商侧重于销售，为消费者提供有温度的服务体验。

凭借新物种新打法，红星美凯龙的智能电器生活馆，从店态、服务、运营上对传统渠道构成了全方位的绝对优势。

朱家桂以海尔为例，他透露，目前海尔智家旗下场景品牌三翼鸟，已经实现在红星美凯龙体系内从 170 家到 270 家触点覆盖；通过双方建材渠道端的进一步整合，联合异业商户成立联盟，实现共享流量生态的搭建。2022 年上半年，海尔在红星美凯龙电器渠道取得了 70%以上的高增长。

朱家桂表示，红星美凯龙将在 100 家万方大店里组建 200 个跨品类联盟，把所有上游的前端流量入口牢牢跟电器品类予以绑定。同时，要在 100 个万方大店里组建 100 家设计师联盟，把优秀的设计师工作室牢牢团结在主题馆周围。其次，还要深耕 1000 个高端小区。此外，还通过“717”、“818”等造节营销活动，拉动万方大店最核心的百家主题馆的经营。

“未来，我们的高端电器生态将涵盖 300 家智能电器生活馆，总经营面积超过 300 万平方米；我们将与 200 多家来自全球各地的主流品牌达成合作，实现每年 600-700 亿的销售额，覆盖高端消费群体。”朱家桂展望，红星美凯龙会不断优化生态，为伙伴创造更多的价值。

重庆涉疫地区市民基本生活需求有保障，粮油价格总体稳定

8月3日以来，重庆多地相继出现新冠肺炎阳性病例，先后划定了多个临时管控区域。为了保障涉疫区县生活物资供应，市商务委主要采取了以下几个措施：

一是确保重要生活物资供应场所正常营业。按照有关预案要求，指导临时管控区域内生活物资生产、运输、供应的重点场所，在严格落实各项疫情防控措施的前提下正常营业，要求重百、永辉等大型连锁保供企业，组织区外人员、物资支援，加大备货数量，加密补货频次，确保不空架不空柜。

二是畅通线上渠道。及时向临时管控区居民推送有关平台线上采购方式，要求各平台丰富线上商品种类、备足线上商品数量、加大工作人员配备，及时处理居民订单。

三是做好供需匹配。指导涉疫区县商务主管部门每天定时分析主要商品购销情况，有针对性地制定应急保供措施，会同保供网点提前安排货物品类、补货数量、上货时间，确保全时段不断货不断供。

四是强化服务保障。动态完善保供企业一线工作人员“白名单”，按需发放生活物资车辆通行证，确保临时管控区内保供人员充足、运输通畅。

五是强化末端配送。按照临时管控区、低中高风险区管控要求，科学设置物资中转站和小区临时存放点，统筹企业、社区、物管、志愿者等力量确保生活物资及时配送入户，同时，要求社区特别关注独居老人等困难群体的生活物资保障工作。

六是强化市场监管。加大市场巡查力度，依法查处囤积居奇、哄抬物价、串通涨价等违法行为。坚持生活必需品日监测日报告制度，及时研判调度。

据悉，重庆持续高温、连晴干旱，蔬菜等农作物种植、养护成本上升，运输、分拣损耗加大，推动了价格上涨。猪肉价格在去年探底的情况下，当前正处于恢复性上涨周期。加之，今年全球大宗商品价格大幅上涨，输入性通胀压力持续加大。受以上多重因素影响，部分蔬菜、猪肉等农产品价格同比有所上涨。

为了保障供应、稳定物价，市商务委通过加大货源组织、加强产销对接、拓展供货渠道、前移备货场地等方式，保障了市场稳定运行。从当前监测的数据看，全市生活必需品货源充足、品种丰富，肉菜等农产品价格上涨的势头得到了有效抑制、同比涨幅收窄，蔬菜、禽蛋价格环比逐渐回落，粮油价格总体稳定。

下一步，市商务委将密切关注全市的市场运行情况，及时回应群众关切，加强统筹运行调度，保障市场供应稳定，满足广大市民生活消费需求。

国家统计局重庆调查总队完成农产品交易市场发展情况调研

8月，国家统计局重庆调查总队开展了农产品交易市场发展情况专题调研，通过摸清全市农产品交易市场发展现状，掌握市场转型升级过程中的制约因素以及运营中的问题和困难，收集管理部门、市场运营方、入驻商户等不同主体对农产品交易市场发展的建议，为制定推动农产品交易市场高质量发展的政策措施提供优质统计服务。

据悉，重庆总队主动与主管部门重庆市商务委取得联系，了解农产品交易市场发展情况，获取重庆一二级农产品交易市场名单、分布情况和交易额等相关数据，科学合理确定调研样本。调研涉及交易平台搭建，仓储、物流和冷链建设，金融支持，品牌打造等多方面内容，重庆总队集思广益，分类制定了主管部门、市场运营方、入驻商户的调研提纲，确保调研获取有效信息，做到“有的放矢”。

重庆总队深入交易市场、入驻商户，紧扣提纲交流，倾听市场呼声，获取农产品交易市场建设和运营中前瞻性、苗头性情况，了解掌握制约市场发展的相关问题。调研报告撰写紧扣调研提纲，逻辑框架清晰、问题观点准确、论证事实有力、案例典型鲜活，不仅呈现了重庆农产品交易市场的整体情况，也真实反映了当前农产品交易市场发展面临的问题和困难。

本次调研结果显示，重庆农产品交易市场发展态势良好，转型升级趋势明显，还存在用地困难、资金缺乏制约部分市场功能完善，城市规划配套和部分市场发展不能有效衔接，市场交易环节数字化转型受到掣肘等问题。

重庆华南城积极驰援巴南新玉森林火灾

重庆自入暑以来持续高温，经受60年来最为严峻的极端炎热、干旱天气，重庆华南城高度重视，严阵以待，积极备战，抗击各类灾害事故。

8月21日，重庆市巴南区界石镇新玉村所辖山林突发火灾，火势迅速扩大蔓延。重庆华南城各公司领导及党支部快速反应在园区管委会的领导下捐赠应急救援物资矿泉水一批，支援抗击火灾。同时，重庆华南城立即组织召开专项会议制定应急方案并成立以园区专职消防队为主导的华南城志愿者灭火队，在园区管委会的统一部署下，奔赴一线灭火救援，展示了重庆华南城企业担当精神的同时也展现了园区专职消防队员敢打硬仗能打硬仗的军人精神和过硬的职业素养。

百年供销智慧生鲜市场战高温、保障市民“菜篮子”

自8月重庆发生多起疫情以来，重庆面临持续高温天气，生鲜蔬菜储运难度增大，损耗量增多，保鲜成本增加。为了解决以上难题，重庆供销生鲜连锁有限公司以旗下的10个生鲜市场为依托，实施了多项举措，做好保供工作。

据介绍，重庆供销生鲜连锁有限公司旗下10个生鲜市场有蔬菜、水果、肉类、干货等农产品共计上万个品种，极大的满足了辖区周边居民的生活所需。公司加强与市内外多家农民专业合作社、蔬菜种植基地的合作，采用基地直采直配的方式，直接将田间地头的新鲜农产品供应到市场，满足市民餐桌的新鲜蔬菜不断档。此外，为了抵御高温天气的影响，在农产品配送的过程中，部分环节结合了冷链运输的方式，如蔬菜保鲜库、冷链运输车等，使农产品损耗降低了15%左右。

据了解，为加强食品安全管理，供销生鲜公司在各个市场配备检测室和智能农残检测设备，建立常态化快速检测机制。每天随机检测10个以上农产品样品，并在市场内信息公示屏公布检测结果，为市民提供透明的农产品检测信息。

在稳价方面，公司对下属各个市场所销售的商品进行价格监测，严控商户哄抬物价等行为，如农产品价格出现异常积极应对，自有蔬菜保鲜库里的临时应急蔬菜储备，适时投放市场，保障供应平抑价格，真正地将实惠让利于市民。

截至目前，供销生鲜公司下属的10个市场，每天的蔬果交易量约3500吨。目前货源充足、价格平稳，确保了高温期间市民“菜篮子”的供给。

铠恩国际汽车城开展创建放心消费诚信市场专题培训

8月12日，铠恩国际汽车城开展全员创建放心消费诚信市场专题培训。会上，铠恩国际常务副总、党委书记薛岩明分享了创建放心消费诚信市场的意义、目标、标准、任务和持续改进相关内容，肯定了前期工作取得的成果，指出了需要改进的问题，对如期实现第二阶段的目标提出工作思路和要求。

据悉，铠恩国际汽车城自2021年10月正式开业以来，对照“创建组织有力、经营行为规范、消费维权高效”的标准，积极创建放心消费诚信市场，努力践行“每车必检、亮码销售、回购保障、先行赔付”的承诺，设立1000万先行赔付基金，成立消费维权服务中心、人民调解室，引导规范商家诚信经营，共同构建放心消费环境，切实推动行业健康发展，力争成为重庆乃至全国的创新典范。

空港纵达城开展执行力专项培训

8月16日，空港纵达城开展了执行力专项培训，各部门相关人员参加了此次培训。本次培训，特别邀请专业培训师通过“划分责任”、“落实责任”、“追责制度”、“奖罚机制”四个方面，系统阐释了执行理念、原则和方法。

培训过程中，培训师以系统性、实用性的理念和具体案例，阐释如何提升执行力；同时采用游戏方式，有效提高了大家参训积极性。

通过学习，参训人员表示受益匪浅、收获颇丰，不仅提升自身执行力，而且体会学到了保障团队高效运行的方法。

绿水河公司慰问一线民警

8月以来，重庆连日高温，加之疫情防控的双重压力，为一线公安民警的工作带来了严峻的考验。

8月19日上午，在公司董事长陈凤琼的带领下，重庆绿水河生态农业开发有限公司旗下菜市场管理团队赶赴大坪派出所，为长期在一线工作的公安民警送去了爱心降暑物资，表达关心和慰问，感谢他们的无私奉献和付出。

西南国际灯具城积极支援山火灾区

8月24日，知悉北碚虎头村发生山火，中共西南国际灯具城（时代灯具）支部立即联系市场商会及商家代表进行商议，紧急倡议市场商家筹措资金购买物资慰问在抗灾一线的战士官兵及积极参与服务的志愿者。

据悉，在市场党支部、商会的牵头下，在市场大部分商家支持下，在短短3小时内筹措资金1万元，并购买慰问物资驰车送往灾区现场。

国泰汽博城捐献物资同心抗疫

8月26日，国泰汽博城再次向丰文街道办一线医疗人员捐赠了上万元的牛奶、检查手套、消毒液、帐篷等防疫物资。这是2020年2月新冠病毒疫情爆发以来，国泰汽博城捐赠价值4万余元的防疫物资后的，又一次社会担当和奉献。

据悉，8月份，汽博城有182人次参与社区抗疫志愿服务，并暂定车管站业务，长期抽调2名关键岗位干部至封控区天星桥街道参与一下防疫工作。

乐邦水产市场疫情封闭期间，渔人湾火速响应、全力承接

8月18日，沙坪坝区因疫情防控需要，对井口乐邦水产批发市场实行临时性关闭3天的处置。来自湖南、湖北各大淡水鱼产地的物流车辆（每日荷载约15万斤的鱼类，无法进入预定目的地）滞留在高速路上。水、冰、食物等必要物资严重紧缺，运输人员也亟待安置。

时间就是金钱，每一秒钟的流逝都代表着货损的进一步增加，这不仅是对商户们血汗的销蚀，更会波及到整个重庆民生供应体系。渔人湾码头火速响应，紧急安排场地、筹措物资、组织防疫力量、组织秩序和安保团队，迅速联络井口乐邦水产市场主管单位，主动协调将物流车辆全部转移到渔人湾码头海鲜市场。

据悉，来自各产地的鱼产品运输车辆通过在渔人湾码头的经转，不仅第一时间补充了必要物资，大大减少了货损，更提供了宽阔的场地卸货、发货。期间，每天到渔人湾码头海鲜市场的上下游物流车辆累计超过300辆以上，将突发事件对重庆民生保障的影响降低到了最小程度。

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