



# 重庆专业市场通讯

2022年第11期  
总第168期

主办单位：重庆市商品交易市场协会  
2022年12月12日

## 本期目录

### 政务信息

市政府：出台支持个体工商户和中小微企业发展十二条措施

重庆银保监局：出台16条措施支持复工复产

市商务委：科学部署，统筹疫情防控保供稳链

市商务委：四项措施解决“网上买菜难、配送不及时”问题

市市场监管局：全力保障价格稳定，维护市场秩序

### 协会传真

致全市商品交易市场业主的公开信

### 抗疫保供

重庆商品交易市场行业11月抗疫保供纪实

### 市场观察

疫情放开，2023年家居建材市场回暖

### 市场研究

多级农产品市场仍是我国生鲜农产品供应链的主要流通体系

### 市内动态

市商务委主任章勇武检查三科农商城防疫保供工作

市市场监管局局长唐英瑜检查学田湾市场智慧化建设工作

重庆完成首批市场采购贸易方式通关出口业务

铠恩国际家居名都出台减租免费措施

中农联·垫江农贸城启动渝云1号仓工程建设

“数字哨兵”助力农批市场精准防疫



## 市政府：出台支持个体工商户和中小微企业发展十二条措施

12月，市政府办公厅印发《支持个体工商户和中小微企业发展十二条措施》（渝府办发[2022]122号），主要包括：

**加大信贷支持力度。**对受疫情影响较大的个体工商户和中小微企业在原有贷款利率水平基础上再下浮10%以上，对暂时失去收入来源的予以展期、续贷。

**加大再贷款再贴现投放。**加大对个体工商户发放信用贷款力度和对中小微企业开展票据融资支持力度。

**加大转贷应急周转资金支持力度。**阶段性减免中小企业使用政府转贷资金产生的资金占用费，执行时间至2023年6月底。

**加大融资担保支持力度。**对为中小微企业新增信用类融资提供担保，且担保费率不超过1%的政府性融资担保机构，给予1%—1.3%的担保费补贴。

**缓缴税款。**对受疫情影响不能按期办理纳税申报的个体工商户和中小微企业，依法准予延期申报；符合延期缴纳税款条件的，依法准予延期缴纳税款，最长期限不超过3个月。

**减免房屋租金。**对2022年承租国有房屋的服务业小微企业和个体工商户一律减免6个月租金。倡导民营产业楼宇、商场、市场运营方对小微租户适度减免或返还2022年11月场地租金。

**中小企业稳岗返还。**对坚持不裁员或少裁员的参保个体户和小微企业，给予该单位及职工2021年度实际缴纳失业保险费总额60%的失业保险稳岗返还。

**缓缴水电气费。**未能缴费的个体工商户和小微企业，在2023年第一季度前继续实行用水、用电、用气“欠费不停供”，缓缴期间免收欠费滞纳金。

**强化拖欠中小企业账款清理。**深入开展防范和化解拖欠中小企业账款专项行动，集中化解存量拖欠，严防新增拖欠；确因疫情影响无法按时验收导致款项不能支付的，鼓励开展线上验收，保障款项及时支付。

## 重庆银保监局：出台16条措施支持复工复产

12月，重庆银保监局出台16条措施支持复工复产，主要包括：

**一是提升消费信贷获得便利性。**研发投放差异化消费金融产品，在客户授权下通过银行流水等数据为客户精准画像，提供灵活便捷的金融服务。通过产品管

理主动倡导健康消费文化和习惯，引导合理借贷、理性消费。鼓励按照能减则减、能让则让原则，最大限度降低贷款综合融资成本，支持消费复苏。

**二是推动消费需求有效释放。**做亮“金渝惠”金融支持消费特色品牌，主动参与餐饮、休闲、文旅等消费促进活动，为各类主题活动提供便利的金融服务。以联合促销、联合贴息、发放消费券等方式，促进汽车、家电及电子产品等消费。。

**三是推进续贷和延期还本付息。**开展“结算户”转“有贷户”的首贷户培育行动，推广“自动续贷”“随借随还”等模式，加大对流动性困难企业的支持。对2022年第四季度到期的、受疫情影响暂时遇困的小微企业贷款（含个体工商户和小微企业主经营性贷款），还本付息日期原则上可延至2023年6月30日。

**四是加大减费让利降成本力度。**持续压缩融资链条和中间环节降低融资成本，用好再贷款、再贴现工具和各项贴息政策合理让利。按市场化原则对受疫情影响较大的个体工商户和小微企业在原有贷款利率水平基础上实施阶段性减息。

**五是做好金融消费者权益保护。**畅通消费者诉求反映渠道，优化客户咨询、投诉处理流程，完善复工复产金融服务政策答疑、需求响应和投诉处理的协调处理机制。及时受理延期还本付息等业务申请，积极回应政策落实过程中的客户投诉，解决问题、消除误解、争取理解，提高人民群众的满意度。

## **市商务委：科学部署，统筹疫情防控保供稳链**

按照市委、市政府的统一部署，市商务委迅速成立应急保供、生活物资保畅通保畅等多个专班，坚持协同防控、连续奋战、顽强拼搏，积极打通市场保供“动起来”的堵点和难点，坚决打赢疫情防控和应急保供战。

一是紧急出台《做好中心城区生活物资保供工作的通知》，明确重点生活物资供应场所正常营业、涉疫保供场所快速恢复营业、中心城区通行证互认互通等重点工作。要求城区菜市场、农贸市场、农批市场等重点生活物资供应场所，在做好疫情防控措施的基础上，保持正常营业。确因涉疫关闭的，按照“快封、快筛、快消、快解”的“四快”机制，快速排除风险、尽快恢复营业。

二是联动交通、公安等部门，启动生活物资供应“绿色通道”协调工作机制，统筹办理重要生活物资运输车辆、应急加工企业车辆、邮政快递车辆通行证。对蔬菜等民生物资运输货车，在中心城区内取消通行证限制，全部实行见货放行，保障物流畅通。

三是指导大型农产品（食品）批发市场加大产销对接力度，通过基地直采等方式拓宽货源渠道，加大供货数量和频次，持续增加前端供应。并从11月5日开始，组织处室干部分赴全市重点农批市场，实地对各大农批市场疫情防控和保障供应工作进行指导督导。

## 市商务委：四项措施解决“网上买菜难、配送不及时”问题

在11月24日召开的重庆新冠肺炎疫情防控工作新闻发布会上，市商务委主任章勇武介绍，中心城区每天需要的生活物资总量14000吨，其中7000吨是蔬菜，还有米面油5000吨，水果1000吨、肉类1000吨，现在重庆本地的生产能力和供应能力，以及从市外调配的能力和量都大于中心城区市民自身需求。根据疫情防控管控的需要，各区都加强了流动性和聚集性的管控，部分地区出现了网上订单难，订了单以后送达也难的情况，同时，保供企业和保供人员也遇到了一些困难，主要是三个方面的原因形成的：一是因为部分市场、中心仓、大仓在疫情排查期间会暂停这些场所的使用，这样就导致一些订单难以执行；二是部分保供人员无法出行，造成保供运力不太足；三是一些保供企业预判不足、准备不足。

针对市民不能够出门买菜的问题，主要通过三个渠道来解决：一是正常的电商平台渠道，大概占比1/3；二是团购、代购的方式，占比也在1/3；三是线下线下门店在一些小区门口设了临时保供点，占了1/3。另外，各区街道、社区还因地制宜采取了各种各样的保供措施。

针对线上购买供货不足的问题，各电商平台、重点超市提升线上产能，释放更多的订单，同时推动线下关门重点商家在电商平台上恢复营业，增加供给能力。鼓励引导各企业提供多种价格、不同规格的蔬菜包、肉菜包，供市民选择。

针对保供人员力量不足、配送不及时的问题，推行保供人员电子通行证，确保连续三天三检的保供人员，持24小时核酸阴性证明可以正常上岗，顺畅通行。并通过各区县的支援和市外调配等方式，增强人员力量。有条件的保供企业安排保供人员集中居住，各个区也动员了一些企业开放自己的门店，为保供人员提供住宿服务，对确有困难的实行的是“两点一线”闭环管理，尽量减少人员的损失。

针对物流不畅导致保供效率不高的问题，重庆将继续执行中心城区内民生物资运输车辆全部见货放行，取消通行证限制，同时对返程放空的车辆可以凭驾乘人员的保供通行证放行，确保民生物资运输顺畅。

## 市市场监管局：全力保障价格稳定维护市场秩序

11月11日以来，市市场监管局启动应急响应，全力保障“菜篮子”“米袋子”“防疫物资”价格稳定。全市市场监管系统共出动执法人员17624人次，检查各类经营主体26036户次，督促网络交易平台下架并删除商品信息54条，指导调整商品信息40条，立案查办食品药品等案件40件，包括9件哄抬价格案件。

一、全面收集信息。强化现场巡查，增加基本民生商品价格和防疫用品的日常巡查检查频次。紧盯12345、12315热线和平台相关投诉举报，全面掌握群众关注的重点问题，累计登记处理涉疫投诉举报354件。强化网络交易监测，对各大电商平台和商超线上APP、小程序开展全面监测，累计监测民生物资类商品12.55万件次、防疫物资相关商品9.56万件次，发现涉嫌违法信息148条。

二、强化分析研判。成立市场秩序维护、投诉举报处理、舆情监测预警等9个专项组，把群众关注的重要民生商品价格信息作为重中之重，做到“日研判”“日分析”，提高监管执法的针对性和精准性。

三、分级分类处置。督促指导各区县市场监管局落实属地监管责任，共核查涉疫违法线索292条，其中有效线索269条，并建立线索分类处置机制。

四、加强督促指导。综合运用行政指导、行政约谈、提醒告诫、倡议倡导、企业承诺等方式，提醒相关经营者严格遵守价格、食品药品安全、产品质量等法律法规规定。向全市线上线下经营者发布《疫情期间维护市场秩序提醒告诫书》，向有关市场主体发放价格提醒告诫函3000余份。对销售蔬菜及生活必需品的网络平台加强行政指导，引导企业自觉履行社会责任，配合做好保供稳价工作。

五、加大执法力度。强化与发展改革、商务等有关部门信息共享，及时掌握线下价格信息，成立平台商品价格监测专班，建立监测提醒和互动预警机制，对线上平台重要民生商品开展线上价格专项监测。组建15个专项组下沉区县一线直接参与办案。对消费者反映问题比较集中的重点区域、重点环节、重点经营者开展专项检查，及时回应社会关切和百姓关注。

下一步，市市场监管局将持续加大价格监测监管执法力度，严厉打击囤积居奇、捏造散布涨价信息、哄抬价格等价格违法行为，及时公开曝光典型案例，发挥震慑和警示作用。

## 致全市商品交易市场业主的公开信

尊敬的各类市场业主：

三年来，受疫情等多重因素影响，我市商品交易市场行业面临交易逐步下滑、设施空置不断上升、运营收益大幅减少等困难局面，特别是11月9日以来，大多数市场闭市歇业近1个月，市场业主和商家都遭受重大经济损失，对市场前景甚为堪忧。对此，协会感同深受，更深知须冷静思考、沉着应对，同大家一道共克时艰、共渡难关，努力推动行业逐步复苏和持续发展。

第一、主动担当，减租降费。要贯彻落实市政府《关于印发支持个体工商户和中小微企业发展十二条措施的通知》（渝府办发[2022]122号），国有市场按要求减免6个月租金，倡导民营市场减免2022年11月租金。据协会初步统计，中心城区已有40多家市场出台减免租金和物管费半个月、1个月不等，还有不少市场也明确承诺减免租金。希望其它市场业主也积极响应，根据自身实际在力所能及范围内推出优惠扶持措施，帮助商家缓解暂时困难，稳定市场经营。

第二、大力促销，稳定经营。展望2023年，尽管我国经济发展仍然面临较大压力，但也面临促进消费政策以及重大项目投资、房地产业政策优化等诸多政策利好。各市场要准确研判形势，把握机遇，认真提出市场优化升级和长远可持续发展的规划方案。加强结构调整、模式创新与营销服务，特别是要抓住2023年元旦、春节契机，开展各种促销活动，营造浓郁商业氛围，帮助商家拓展业务，增强信心，看到希望，逐步走出经营困境。

第三、用好政策，助力发展。当前市政府、市银保监局已出台复工复产支持政策，接下来主管部门也将采取相应扶持措施，希望各市场业主加强政策宣传，帮助商家将政策落实到位。我会也将密切关注并及时收集反映行业诉求。继续呼吁和争取政府及相关部门对已经实施“免租减费”的市场，出台银行贷款降准、贴息以及税收减免、财政补贴等针对性更强的支持政策。

隆冬即将过去，春天不会很远！让我们坚定信心，同舟共济，克服一切艰难险阻，迎接行业复苏的美好春天。

祝各市场业主和广大商家生意兴隆、万事如意！

重庆市商品交易市场协会 2022.12

## 凝心聚力抗疫协防 齐心协力保供稳市

### ——重庆商品交易市场行业 11 月抗疫保供纪实

疫情就是命令，防控就是责任。自 11 月份本轮疫情发生以来，市商务委等政府部门闻令而动、迅速响应、主动担当、靠前服务，融合多方力量，统筹抓好疫情防控、市场保供等各项工作。全市商品交易市场行业积极参与、主动作为、踊跃行动，同心抗疫，用实际行动谱写了一曲慷慨激昂的抗疫保供战歌。

#### 一、担当作为，全力保供稳价惠及民生。

重庆市属国企以及全市重点农批市场、农贸市场疫情暴发之初就启动了生活物资应急保供工作预案，在严格落实疫情防控的条件下，充分发挥市民所需的蔬果、肉品等生活物资供给的战略保障作用，积极配合政府职能部门保民生、保供应、稳市场、稳物价，全力保障居民生活，助力打赢疫情防控攻坚战。

**重庆交运集团：**所属农产品批发市场自本次疫情以来，农产品入场交易量近 200000 吨。其中：

**双福国际农贸城：**秉承聚焦保供、以稳为主、只批发不零售、强化入场管理等要求，开通蔬菜、水果临时交易区，并逐步全面恢复市场交易，以全力满足市民蔬菜水果等商品需求。

**观农贸粮油批发市场：**提前部署，要求广大经营户在前期大量备货，特别确保米、面、油等基本生活必需品不断档、不缺货。疫情期间日均销售量达 1200 吨左右，比疫情前增加 400 吨，商户的总囤货量达到 15000 吨左右，完全能满足市民的基本需求，并联合市场监督管理所，对基本物资商品进行每日价格监控，对囤积居奇、恶意涨价者采取多方位打击和管控，在疫情期间，米、面、油等基本生活必需品做到了原价销售，稳定了全市粮油市场供应和价格。

**重庆公运集团：**共调配各类运输车 68 台次，运输渝南冻品市场冻品、肉类、火锅食材等生活必需品 255 吨，服务市场上百家经营户。

**菜园坝农产品市场：**全力保障场内蔬菜、水果、肉类、水产等 100 余家保供经营及货物转运。香满圆电商平台则充分发挥电子商务下单快、配送便捷的优势，日均无接触配送订单达 200 余单。

**重庆农产品集团：**全力保障惠民保供蔬菜包“畅快”供应。11月18日晚，紧急召开动员大会，广泛发动调配货源，开辟应急保供通道，共组织基地直采新鲜蔬菜120万斤驰援中心城区。同时，协调动员干部职工下沉车间，做好连续奋战。为减少蔬菜二次分装繁琐和中途疫情风险隐患，采取提前把各类蔬菜按配比分拣打包入袋、直接发放至市民手中。不仅解决了农民蔬菜滞销难题、也稳定了市场价格，同时也解决农民卖菜难、市民买菜贵的问题。

**重庆供销生鲜公司：**为保质保量完成抗疫保供任务，中央厨房车间员工和配送司机，积极响应公司号召，主动“工作在厨房、住宿在车间”，实行集中住宿、封闭管理，加班加点生产。成立物资保供运送队，做好生活必需品等物资的储备调运工作，及时补充货源储备，全力稳定市场供应。旗下佰年供销农贸市场南岸区国会山、江北区阳光丽苑等市场商家坚持吃住在市场的闭环经营模式，通过无接触配送方式，保障周边社区居民民生所需。

**三科农商城：**自11月12日承担重庆中心城区保供任务以来，每日交易量3000吨左右，是往日的三倍多。随着市场交易量的增加，长寿区组织相关单位干部入驻三科农商城，成立防疫保供现场指挥部，暂停零售交易，开辟一条由沪渝高速下道口直达商城的“绿色通道”，方便车辆闭环管理和精简核验程序。

**海领(临空)国际农产品交易中心：**在双福农贸城、花枝蔬菜批发市场等主城农批市场突然封闭管控期间，抗疫保供两手抓，加强入口管控措施，投入“手持自动扫码机”和“渝康码识别人脸测温门禁闸机”科学、精准、高效防疫。

**中农联·合川农贸城：**加强进口冷链食品防控，实行提前24小时报备，严格执行赋码入库流程，对每件货物进行“渝冷链”赋码后方可入库销售。推行电子结算追溯系统，从商家入场证件拍摄上传、进货信息录入、到销货凭证出具，全程实现无纸化记录。

**万州百安港农批市场：**疫情期间保证了场内家禽定点屠宰中心24小时正常运营，并减半收取养殖户屠宰费用，保障了禽肉。蔬菜、水果、粮油、冻品等库存供应充足，价格稳定。

**新大兴国际农副产品交易中心：**派遣专人从进、销、存三方面对生活物资进行跟踪监测和统计，做足物资保供准备。日均准备各类生活物资3500吨。11月2日至12月2日（其中三天闭市），平均每天交易蔬菜343吨，粮油108吨，占平时正常交易量的90%，保证了涪陵区及周边部分区县的正常物资供应。

**吉之汇国际农贸物流城：**承担了永川区 90%以上的农副产品供应任务，每日保证 100 多台货运车辆，往返在周边各大市场及基地进行采购。商家均有配送车辆，能够第一时间将货物配送到指定地点，确保市场货源充足，物价稳定。

**綦江农博城：**为市场商户快速办理车辆通行证、工作证等，创新“白名单”工作制，持续加大补货量，米面油库存增加 20%-50%不等，保供周期增加到 20 天以上，蔬菜供应保供周期达 7 天以上。充分发挥渠道优势，与融媒体合作推出惠民直播活动，采用“线上直播下单，线下无接触配送”服务模式。

**渝东北农副产品物流商贸城：**承担了开州城区蔬菜、水果的批发中转功能，蔬菜储备 1000 吨、水果 900 吨，保持了正常储备和日常供应。

**秀山华南生鲜批发市场：**制定疫情防控及保供工作实施方案，积极对接农贸市场、超市，根据县内各大蔬菜种植户的情况，安排批发市场保供车辆将本土基地产销的蔬菜运送至各大商超，确保老百姓、种植户的蔬菜畅销。

## 二、戮力同心，积极奉献助力疫情协防

自我市 11 月发生疫情以来，未纳入保供的专业市场在坚决守住各自市场内“零疫情”的同时，按照“中心城区全域协同防控”的要求，迅速行动，动员广大商家关门歇业，实施静默管控，并组织志愿者积极投身疫情防控一线。

**海领国际工程机械交易中心：**对市场商户进行网格化管理，划分六个管控区，成立六个专项客服小组进行下沉管理，帮助市场两百多家商户货物转运，对滞留在市场的 600 多名商户员工进行耐心解释和妥善安置。在医疗资源紧缺的情况下，组织志愿者，参加社区核酸采集培训等相关工作，为社区和市场管理分忧。

**纵达万隆食品城：**党支部用实际行动展现市场的责任与担当，给辖区内坚守在防控一线的工作人员送去防疫物资，并动员组织市场党员、员工及广大商家积极响应政府、社区号召，投身到抗疫一线充当志愿者。

**铠恩国际：**党委组织全体党员同志加入巴南区志愿者队伍，参与风险区域路口管控支援服务、社区核酸扫码支援服务、重点人群通知联系工作、为封控不能外出群众配送物资、上门为高风险人群做核酸检测及信息采集等。

## 三、同心守望，爱心物资驰援抗疫一线

面对严峻疫情形式，各商品交易市场把援助工作作为份内之事、应尽之责，纷纷筹集生活物资支援我市抗疫一线工作人员及高风险区内人民群众。

**观农贸市场：**向江北区石马河街道金果园社区、玉祥社区、玉带山社区捐赠 10 吨新鲜蔬菜，100 件牛奶、方便饭、方便面等，并免费分发给社区居民。

**赣江五金机电采购中心：**筹集近万斤蔬菜和防疫物资，捐赠给镇敬老院。

**渝黔农博城：组织**近 20 家爱心商家，共捐助蔬果、肉类、日用品等总价值近 10 万元爱心物资，配送至多个街镇、社区、卡点、医院及封控小区等綦江抗疫一线。同时，携手綦江区融媒体中心“綦媒帮帮团”迅速组织保供爱心蔬菜包 1100 份，配送至红星安置房、綦齿社区、赶水镇、石角镇等高风险区域。

**朝天门港渝广场、圣名服装城、渝派服饰商城、大融汇商场**等尽市场所能，向朝天门街道一线社区捐赠了一批防护服、N95 口罩等急需的防疫医护物资。同时还动员爱心志愿者参与市场管控区维护秩序工作等。

**万州百安港农批市场：**向双河口街道、派出所、高速路口执勤人员、周家坝孤寡老人捐赠物资合计 3.5 万元。

**三亚湾水产市场：**组织商家向宝圣湖街道、派出所、市场监管所等抗疫一线人员捐赠了价值 6 万余元的 N95 口罩、消毒液、防护服以及其它生活物资。

**中农联·渝东国际农贸城：**在疫情封控实行期间，组织开展“万斤土豆送全城”爱心行动，为静态管理的业主们上门送土豆，确保日常居家食品供应。

#### **四、共克时艰，尽力而为商家纾困解难。**

为帮助市场商户纾困解难，各市场特别是民营市场积极响应政府号召，为商户拓展进销渠道、帮助协调社保税收减免等，并主动为商家减免房租和物管费。据初步统计，到 12 月 6 日，已有 40 余家市场出台了减免半个月或一个月租金和物管费的优惠办法，另有不少市场也明确承诺为商家减免租金和物管费。

#### **五、“疫”不容辞，协会同心携手助力抗疫**

11 月 10 日，协会向行业发布《关于进一步加强商品交易市场疫情防控工作的倡议书》，号召广大市场主体落实防控措施，做好生活物资的保供和稳市工作。

协会接到华南城金属材料中心、果园港钢材市场等反映的物资运输车辆通行证办理难题，协调对接市商务委、经信委、交通局等，帮助了解特别通行证办理流程。另外，协调对接佰年供销农贸市场，为方舱团餐企业配送蔬菜近万斤。

与此同时，协会秘书处全体成员在居家办公期间，通过视频会议方式沟通研究行业抗疫保供工作，并通过微信、电话等方式，了解市场困难，帮助协调相关问题，及时宣传行业及企业抗疫事迹，传递抗疫新动态，凝聚抗疫正能量。

## 疫情放开，2023 年家居建材市场将逐渐回暖

临近年末，连续三年的疫情防控出现拐点，为全国社会经济回暖带来了曙光与希望。继北京、广州、重庆等城市纷纷出台优化疫情防控措施之后，多地相继宣布取消区域全员核酸，家居建材行业的经营环境或将得到改善。另一方面，随着房地产利好政策密集发布，预计地产行业景气将有所回升，促进此前延期的需求释放，将带动下流家居建材行业回暖。

### 市场修复可期

回顾过往三年，作为看重线下消费场景的家居建材行业而言，国内疫情扩散致使家居板块整体承压。

2020 年，疫情全面爆发，家居卖场、线下门店经营遭遇冰点时刻，家居行业如履薄冰，艰难前行。2020 年上市企业年中报业绩几乎一片“滑铁卢”，行业发展受阻。

2021 年，疫情防控步入常态化，线下销售恢复，疫后装修需求释放，家居建材行业迎来明显复苏，整体平稳。

2022 年全国疫情反复、消费能力转弱、房地产市场持续低迷，家居企业们的经营再遭困境。

为此，我们认为，伴随疫情防控政策放开以及地产政策持续松绑等多重利好释放，2023 年第四季度线下销售有望实现回暖，家居销售数据将有望改善。

借鉴过往来看，在前期政策推行力度不足或局势尚不明朗的情况下，家居行业会存在一定的观望期，家居市场或出现阶段性修复，家居市场回暖或将延后。

不过，总体来看，家居需求刚性，短期延迟性需求有望释放，随着未来居民消费能力和意愿向上修复，C 端市场修复可期。

### 市场逐渐回暖

当前，家居家装消费虽然在一定程度上受到了新冠肺炎疫情冲击等因素的影响，但在国民经济呈现稳中加固、稳中向好的态势下，上半年全国建材家居消费出现恢复性增长。从数据来看，2022 年上半年全国规模以上建材家居卖场累计销售额达 6371.71 亿元，同比上涨 32.47%。全国建材家居市场在疫情搅动、材料成本上升等因素综合影响下，仍然表现出十足的发展韧性。

伴随疫情防控效果逐渐显现，家装、家居的购买需求也陆续恢复。各大卖场商家为迎接消费旺季，开展了一系列返券、满减、买赠、补贴等活动。

中国建材流通协会行业研究部分析认为，疫情导致线下建材家居卖场客流减少，待疫情影响再次得到有效控制后，延迟的建材家居消费需求仍将释放，行业线上线下融合发展的趋势也不会改变。

### **政策利好释放**

家居行业持续维持高景气度，相关政策的推出也有望为行业提供发展机会。近日召开的国务院常务会议对于房地产层面明确提出，允许地方“一城一策”灵活运用信贷等政策，合理支持刚性和改善性住房需求。从此前的“因城施策”到现在的“一城一策”，对于刚性和改善性住房需求的支持力度再度加大也意味着地产销售及竣工有望逐步企稳。

受到市场整体波动的影响，当前家居卖场面临的压力比较大，下半年随着全国各地房地产政策频吹暖风，家居市场存在回暖的可能性。

工信部、住建部、商务部、市场监管总局于日前联合发布的《推进家居产业高质量发展行动方案》也为家居行业的发展指明了方向。方案提出，到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。此外，将在家居产业培育50个左右知名品牌、10个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立500家智能家居体验中心，培育15个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。

据悉，这是首个针对家居行业的国家级政策指导文件，意味着当前国内家居产业进入了前所未有的政策机遇窗口期，具有重大而深远的意义。中国建筑材料流通协会会长秦占学表示，方案中的“智能、绿色、健康、安全、数字化”五大关键词指明了适老、儿童、智能家居等高质量产品供给的方向，并提出了以家居环境便捷、舒适、健康、安全为方向，提高设计引领需求能力。

从消费趋势来看，家居建材消费升级的信号已经十分明显。随着高效统筹疫情防控和经济社会发展的决策部署，家居消费的刚性需求在不断释放。叠加国家各项稳经济促消费的政策逐步落地，将进一步激发建材家居市场消费活力。

### **加快转型升级**

新消费趋势的形成同样助推了家居行业转型升级。数字化浪潮重塑家居消费场景，智能家居也成为了行业未来的发展方向。作为家居零售区域龙头企业，富

森美近几年除布局建材、家具、软装、进口家居之外，一直积极丰富业态，持续引进智能家居行业的头部品牌，逐渐与传统优势家居品类形成互补。

## 2023 年展望

随着防疫政策的松动与地产利好，基本上可以确定 2023 年家居建材市场将迎来回暖。那么，2023 年的家居建材行业会有哪些发展方向呢？

### 一是整装将成为新趋势

近几年，消费者对整装、定制化需求的增长促使家装家居企业积极探索提供标准化、一体化服务，通过上下游资源的整合提高企业的竞争力。具体表现为，传统上游硬装企业向中下游扩张，家具销售企业由下游向中上游扩张，定制类企业也探索向上下游扩张。今年以来，多个家居头部企业纷纷落地整装，推动整装成为新风口。而在家居建材市场回暖的大趋势下，我们预计整装的火热势头会延续至 2023 年，将成为家居行业的发展趋势。

### 二是存量房装修成为主要需求来源

近年来存量房装修成为家装家居市场的主要需求来源，且占比在持续提高。据贝壳研究院预计，到 2025 年，存量房装修市场规模将达 3.34 万亿元，占市场总规模的比重将超过 6 成。因而各大家居企业也在加紧拓展二手房、存量房业务。次新房将产生大量的家装需求，二手房、存量房业务将成为家居企业的重要业务来源。

### 三是大宗业务将反弹

随着房地产供给端情况改善，困扰家居企业已久的应收账款“暴雷”风险减弱，大宗业务也有望直接受益“保交房”迎来触底反弹。直到今年三季度，房地产客户引发的计提减值风险仍居高不下。不过，随着今年第四季度房地产政策大幅回暖，有机构预计家居企业再度大规模计提减值风险有望减弱，房地产供给端改善也为 2023 年家居建材大宗业务反攻吹响号角。

不过，竞争激烈依然是家居建材行业的大主题，在这个大主题之下，如何把握时代机遇，如何抢占市场先机，是家居建材企业在 2023 年依然需要应对的挑战。家居建材市场必须积极创新跟上当前市场变化的节奏，在不确定中寻找“确定”的机会，立足于产品质量和服务这一根本，解决消费者的“急、难、愁、盼”问题，同时，随着市场预期向好。必须增强度过暂时性困难的信心。

**市 场 研 究****多级农产品市场仍是生鲜农产品供应链的主要流通体系****我国生鲜供应链现状：上下游极度分散+中游多层次****上游：以“小农生产”为主，集中度低**

上游极度分散，农村经纪商层级无法避免。自古以来，我国农业生产即以个体“小农生产”为主，目前我国有 2.3 亿农户，经营耕地 10 亩以下的农户达 2.1 亿。生产经营非常分散，集中度较低。

受制于生产源头农户的分散性，以及各地生鲜品种、质量、价格不统一，农村经纪商需要对当地生产状况、语言等十分了解，且备受村民信赖的农村经纪商去各家各户收购生鲜，在一定程度上，起着整合生鲜的作用。因获取各地生产信息成本高及受到信任机制的影响，中间商很难跨越经纪商直接向农户采购，使得当前供应链无法避免地增加了农村经纪商层级。

**中游：损耗高、冗长交叉的多级批发模式仍占主流**

生鲜从农户到消费者至少经过 4 层的供应链。由于上游极为分散，为了满足农产品在不同区域和不同季节的需求，我国形成了以多级批发市场为主的生鲜流通体系，即分散的农户生产商品后，由经纪人收购，运输至批发市场，随后由批发商等分销至零售端农贸市场、超市等，最终到达终端消费者。由于供应链冗长，农产品经过每层环节的储存、运输、装卸后损耗较大，叠加运输成本、人工成本等，层层加价，使得产销两端差价较大，而当前生鲜零售终端毛利率普遍较低。

多级分销市场也使得从生产源头地到终端消费者的完整流通过程呈现出多元交叉的特点。零售商可从二、三级批发商进货，也可从产地、销地批发市场进货，资源整合能力较强的零售商如永辉超市会一定比例的直接与农户或合作社签订订单；多级批发市场也会从农户、产地、销地批发市场进货；生鲜在不同“角色”之间的流通多元交叉，没有统一规划，使流通效率下降，商品难以溯源。

生鲜直采电商频现，但盈利形势尚不明朗。近年来一些依托互联网而生的开放平台式供应链体系正在形成，如以京东买菜、美菜等为代表的农产品电商企业，通过收集下游小 B 端订单，整合上游农户资源，实现规模采购和运输。但总体来说，由于物流成本、资源整合成本高昂，目前电商盈利较低，普遍亏损。

目前来看，生鲜供应链仍以多级农产品市场分销模式为主，整合能力强的超市直采只占采购的一定比例，电商直采盈利能力较差，长期经营效果尚未显现。

### **下游：以农贸市场为主，超市、电商齐头并进带动直采**

当前生鲜零售以农贸市场为主，未来超市直采为必然趋势。由于超市生鲜购物环境整洁、其价格较农贸市场更有竞争力，消费者开始转变只去农贸市场购买生鲜的传统观念。从生鲜终端渠道销售数据来看，73%的生鲜通过传统农贸市场交易，仍稳居零售端市场主体地位，其零售摊位的分散性限制规模化采购，使中间商整合难度提升，增加了中游流通环节。我国超市生鲜销售占比仅为22%，远低于美国、德国、日本超市生鲜销售超70%的占比，还有很大增长空间。电商份额虽占比较小，但上升速度较快。近年来，中国生鲜电商市场交易规模约为1390余亿元，同比增长60%。未来随着超市生鲜销售占比进一步提升，将带动生鲜大规模采购，有助于其跨越多层中间批发环节，更大比例地向基地或源头农户采购。

### **国土辽阔，生鲜种类繁多，且产、销地分散**

中国生鲜种类繁多，中国蔬菜产量占世界蔬菜产量份额达60%以上。一个批发商通常只会运输某几种或十几种蔬菜，难以全品种覆盖运输。同时，为了方便农民种植经验可复制，各大产区倾向于种植一、两个核心品种，导致产品上市后销售压力很大，需要进行全国分销。由于生鲜季节性明显，单个销地需要全国各个产地轮流支撑以实现全年不间断销售，从而决定了中国的农产品市场是“产全国卖全国”。由于生鲜品种的多样，产、销地的分散等自然因素影响，大大增加我国生鲜在全国范围内的流通难度。

### **上、下游分散，阻碍中间商规模采购**

#### **从上游看，农户及合作社的分散极大增加了下游统采难度**

我国“小农经营”导致生鲜生产极为分散，合作社是目前与农户距离最近、最便捷的整合方式，但是规模均比较小，每个农民专业合作社平均50户/个（合作社）的整合度甚至远远低于美国1000户/个（合作社）的整合度，且美国农户人均耕地面积达1600亩，远超我国90%农户拥有的10亩耕地面积。若去除不达标合作社数量数据，每个合作社吸纳的农户数量更低。此外还有高达1.3亿的农户未入社。较高的生产分散度，使最靠近农户的无论是经纪商，还是批发商、零售商，必须与“千家万户”的农户面对面，大大增加采购成本，降低流通效率。

我国上游实质上仍以个体种植为主，农户经营的分散状况并未得到根本改

变。主要系：合作社管理、科技水平低，融资难，农民合作意愿受地域影响，追求政府补贴为主，一定程度阻碍了合作社的发展和规模壮大。

管理、科技水平差，合作社收益不大。合作社社员均是农户，缺乏科学的管理素质和技术创新观念，在内部运行、财务管理、科技运用、生鲜市场动向洞察、各种政策法规把握等方面都很匮乏，大大制约了合作社规范的快速发展。

融资难，资本投入少，技术落后，无法扩大规模。由于合作社组织结构松散、信用体系不健全使得担保责任主体不清晰，且融资时多以土地、劳动力、技术抵押，贷款变现难，融资公司不愿意借款，虽有政府补贴政策，但资金缺口大。

农民受地域、关系影响，合作意识不强，不愿意与外地农户合作，更愿意和相同村庄的附近村民联合入社，“一村多社”现象普遍，阻碍了合作社联合发展。

法规不健全，很多合作社形同虚设，只为享受政府补贴。很多合作社是因一些涉农企业为了各种财政扶持、税收减免与金融服务等优惠政策钻了法律的空子而成立，农民不了解合作社，无法享受到合作社的收益，使得合作社未取得实绩。

### **从下游看，小 B 企业的分散，使批发商难以满足众多门店、摊点的供应**

餐饮企业分散增加供应商采购难度。在餐饮市场我国 100 强连锁餐饮店门店数只占总餐饮门店数量的 6%，门店集中度、市场规模集中度上都远远低于国外。若去除中国的肯德基、百胜、星巴克数据，其门店集中度会更低。分散的餐饮门店因对各生鲜的品种需求多样、质量标准要求不一，一家餐饮店很难由一家批发商供货齐全，加大供应商采购难度。在生鲜零售端，农贸市场销售占比达 73%，大量分散的摊点、门店进一步冲击生鲜规模供应。

整体上看，上下游均具高度“分散性”，中间商既无法实现规模化采购，也无法实现规模化销售，若与中间商的流通呈现沙漏状，显而易见其整体效率非常低，稳定的多层级农产品分销体系反而纾解了上、下游流转不畅的局面。

### **生鲜供应链行业的新发展**

目前能达到以超市为中心的供应链模式的地市和企业较少，以永辉超市、家家悦等为代表；此外开放平台式的生鲜供应链体系还处于形成期，以永辉彩食鲜、美菜、宋小菜、善之农为代表的第三方供应链体系，以控货不控店的方式整合上游种植养殖基地，收集小 B 端订单，实现规模集采集运等。

综上所述，以农批、农贸市场为中心的传统供应链体系仍然是仍是我国生鲜农产品供应链的主要流通体系，且在未来相当长的时间内是无可替代的。

**市 内 动 态****市商务委主任章勇武检查三科农商城防疫保供工作**

11月2日，市商务委党组书记、主任章勇武一行检查指导重庆长寿三科农贸城防疫保供工作。

章勇武主任一行重点检查了重庆长寿三科农贸城的关键入口管控、车辆进场登记、外地车辆闭环管理、市民入场扫码、便民核酸检测点、市场网格化管理、商户口罩佩戴等情况；详细了解了市场的业态分布、交通网络、招商入驻、发展规划、运营管理等成果；实地指导了市场防疫保供、运营管理工作。

章勇武主任对市场的防疫保供工作表示赞肯，并指出：三科农贸城作为重庆市一级农产品批发市场，是全市的重大“菜篮子”工程，在重庆市农副产品正常流通、保供稳价上发挥着不可替代的积极作用。要从严从紧执行疫情防控相关规定，落细落实疫情防控措施。要加强市场信息化和智能化建设，运用智慧化手段提升疫情防控管理水平，强化线上线下协同联动，实现人防与技防相结合，提高防控措施的科学性、精准性、有效性。要在做好疫情防控的基础上，高效统筹好疫情防控和经济社会发展，做好市场供应保障，抓好货源调配、物资储备、价格监测，保持物价稳定，为维护好全市“菜篮子”市场秩序作出积极贡献。

**市市场监管局局长唐英瑜检查学田湾市场智慧化建设工作**

11月2日，市市场监管局唐英瑜局长、食品经营处彭川处长一行到学田湾大阳沟市场检查“智慧市场”建设工作。

唐英瑜局长一行听取了市场董事长罗大文对学田湾菜市场智慧化建设的工作汇报以及下一步的工作打算，并重点观看了对智慧溯源、农残检测、菜价公示、信息采集等环节的技术示范操作。

在检查过程中，唐英瑜局长支持，智慧市场突出体现在智慧公示、智慧称重、智慧溯源、智慧消费、智慧监管，从现场情况看，学田湾大阳沟市场智慧市场系统的运行井然有序，市场提档升级改造后购物环境得到了很大改善。

检查中还现场随机询问了商户使用情况及现场消费者感受，经营户表示，使用智慧秤更加方便、快捷，对自己经营起到了很大促进作用；消费者表示市场改造后干净、整洁，购物方便，有了统一的智慧秤不怕短斤少两，通过扫描购物小票还能够随时查询购买时间、商品明细、价格、摊位号等信息，普遍感到很满意。

## 重庆完成首批市场采购贸易方式通关出口业务

12月9日，重庆首批以市场采购贸易方式出口的货物，通过“单一窗口”成功申报，在永川海关完成采购地海关通关手续办理。

据了解，市场采购贸易方式是一种新型贸易方式，是指由符合条件的经营者在经国家商务主管等部门认定的市场集聚区内采购商品的、单票报关单商品货值15万（含15万）美元以下，并在采购地办理出口通关手续的贸易方式。

该种贸易方式为专业市场“多品种、多批次、小批量”外贸交易创设，具有通关快、便利化、免征增值税等特点，对外贸出口具有极大促进作用。

重庆首批以市场采购贸易方式出口的货物有两票，总价值15.5万美元，主要包括五金工具套件、家用厨具餐具、日用家居塑料件等物品，近期将搭乘中欧班列（重庆）出口至波兰。这也标志着以市场采购贸易方式出口的外贸新业态新模式在重庆正式启动。

据市商务委相关负责人介绍，自今年9月大足龙水五金市场获批市场采购贸易方式试点以来，市商务委会同市发改委、市财政局等相关市级部门，指导大足区加快推进试点落地工作，完善试点软硬件设施建设，搭建联网信息系统，积极推进首单首试。重庆海关靠前指导，扎实推进制度建设、流程设计、平台搭建、人员培训等试点前期各项准备工作。市税务局、重庆外汇管理部等相关部门对上积极争取部委支持，对下为龙水五金市场贴身服务、量身打造政策。随着该试点在重庆顺利落地，为新形势下重庆外贸发展提供了新平台、赋予了新动能。

## 三亚湾智慧农贸集市开展安全经营整治宣传

11月3日，为规范市场秩序，三亚湾智慧农贸集市联合三亚湾水产商会开展市场整治宣传动员活动。

会上，宝圣湖市场监管所负责人就疫情防控、合法经营、食品安全、经营自律等方面作了发言。三亚湾水产市场发展办公室负责人指出了市场管理、消防安全、监督巡查工作存在的不足。辖区市政、市场物管部门有关负责人也分别就占道经营、违规停车、疫情防控等方面提了意见和建议。

市场负责人表示在疫情防控、食品安全、用电用气、车辆停放等方面存在的问题一定整改到位，并积极配合有关管理部门的工作，共同打造一个繁荣、安全的三亚湾智慧农贸集市。

## 铠恩国际家居名都出台减租免费措施

近日，铠恩国际宣布为商户减租免费，帮扶商户减少损失，共渡难关。

据悉，铠恩国际为促进商家稳定与市场持续发展，从企业自身实际出发，在前期对全市家居市场的调查与形势研判基础上，从底层逻辑到顶层设计，从市场业主到经营商家，从最好预期到出现最坏结果，提出了减轻商家经营压力的可行性方案，决定免收 2022 年 11 月租金及管理费；同时，从 2023 年元月 1 日起，对重新签定 2023 年度租赁合同的商家减免 6 个月的租金及管理费。

另外，铠恩国际在致商家的公开信中提到，市场始终坚持“定位招商、错位经营、合理规划”的原则，积极采用兼顾产品功能、品牌、档次，错位细分、划行归市、形象重塑，探索新型经营模式，赋能商家，抵制恶性竞争等升级措施，营造高质量、可持续发展的经营环境和氛围，用更好的产品质量和服务水平满足消费者的需求。同时，针对商家在经营过程中资金不足，融资困难等，铠恩金惠小贷公司也即将推出金融服务方案，为有资金需求的商家朋友，及时提供快捷可靠的资金支持。

## 中农联·垫江农贸城启动渝云 1 号仓工程建设

11 月 7 日，中农联·垫江农贸城举行了渝云 1 号仓工程启动仪式。

据市场负责人介绍，现在启动建设的渝云 1 号仓工程，是中农联·渝东国际农贸城核心板块之一，总投资达 4 亿。项目采用领先全球的冷链保鲜技术，建设渝东片区最大冻库群，储存货量总量达 8 万吨。

启动仪式上项目承建方负责人、业主代表、商户代表相继进行了发言，均表达了对渝云 1 号仓动工的喜悦之情，并对项目尽快建成投用充满了期待。

## “数字哨兵”助力农批市场精准防疫

在市商务委和市大数据局的大力支持下，特斯联“数字哨兵”在重庆双福国际农贸城、渝北海领农批市场、涪陵新大兴农副产品批发市场、长寿三科农商城等多个农批市场启用，日均核验超 5 万人次，通过智慧防疫，防范“输入”风险，最大程度上解放了市场人力，助力精准科学防疫。

据悉，市民使用渝康码、身份证在一台智能设备上扫描后，只要 2 秒，系统屏幕便显示出健康码、核酸检测和通信行程等内容，核验无误后，门禁自动开闸放行，整个查验通行过程十分高效。

## 海领工程机械市场举行“119 消防安全宣传日”活动

11月7日，海领工程机械市场组织开展消防安全培训及实战演练活动。

活动现场，消防教官结合当前消防安全形势、引发事故的危害以及典型案例，重点讲解了办公场所、高层建筑等预防火灾事故措施，对火灾发生的原因、火灾发生时如何报警以及消防逃生器材的正确使用等进行了讲解。在实战演练中，模拟楼层发现火情，物业安防、巡逻等接警、赶赴现场确认、按火灾按钮进行灭火等联动处理，现场参演人员有序撤离等环节。让参训人员熟悉各种灾害环境下正确处理方式，掌握灭火器材的操作步骤及方法，提升遇到火灾时应变能力。

通过此次消防实战演练，提高了商户和员工的消防安全知识、应急救援及能力，确保市场安全有序的发展。针对发现的消防安全隐患，市场将建立防火安全隐患整改台账，明确分工，专人负责及时消除火灾隐患。

---

欢迎扫描下方二维码关注我微信公众号【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](mailto: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