



重庆专业市场通讯

2022年第12期
总第169期

主办单位：重庆市商品交易市场协会
2023年1月16日

本期目录

政务信息

- ◆ 市商务委：开展汽摩配等专业市场及仓储场所安全隐患专项整治
- ◆ 市商务委：2023“爱尚重庆迎新消费季”在渝启动

协会传真

- ◆ 我会组织开展2022年度食品安全规范化农贸市场评估验收
- ◆ 我会组织参加“川渝好物进双城重庆展销周产销对接会”活动

产销对接

- ◆ 关于商请助销云阳南溪柑橘的函
- ◆ 铜梁区供销社探索蔬菜产销新模式

市场观察

- ◆ 传统菜市场转型升级的思考

优化升级

- ◆ 后疫情时代，专业市场转型升级的新方向

市内动态

- ◆ 我市举行侵权假冒伪劣商品统一销毁行动
- ◆ 市市场监管局召开农批市场质量安全管理提升工作研讨会
- ◆ 红星美凯龙二郎商场举办“智能智造创新总部基地战略发布会”
- ◆ 百安港农产品批发市场举行开业仪式
- ◆ 双福农贸城客商爱心捐赠暖人心
- ◆ 圣名国际时装城荣获疫情歼灭战“英勇团队”称号
- ◆ 协信汽车公园新能源商用车中心招商圆满完成
- ◆ 铠恩国际汽车城推行“山城有信”市场主体信用码



市商务委：开展汽摩配等专业市场及仓储场所安全隐患专项整治

近日，市商务委印发《关于开展全市汽（摩）配等专业市场及仓储场所安全隐患专项整治的紧急通知》，决定从即日起至3月底开展全市汽（摩）配等专业市场及仓储场所安全隐患专项整治。

《通知》强调：**一是认清当前严峻复杂安全形势。**春节假期即将来临，严防各类安全生产和火灾事故发生，深刻认识当前各类市场安全生产和消防工作面临的严峻复杂形势，时刻绷紧安全弦，统筹好发展和安全，严格落实《安全生产法》《消防法》《消防安全责任制实施办法》等相关规定，认真履行行业管理责任和企业主体责任，以极端负责的精神抓好安全隐患整治工作。**二是集中整治当前突出问题。**对相关市场开展集中整治，重点整治仓储场所违规存放易燃易爆物品、消防设施设备失效、日常安全管理等突出问题。**三是提升本质安全水平。**辖区内保有汽（摩）配等专业市场的区县，在当地政府的部署下，对较大规模的汽摩、汽配仓储销售集聚地实施综合治理。易燃易爆物品要采用符合货物防火等级的专业仓储地实施存放；要持续提升市场安全保障能力建设，推动各产权方实施消防设施、用电设备的改造提升；提高物业专管、商户自治，严格执行非营业时间断电、仓储地禁火管理，定期组织全员参与的演练培训，提高初级灭火和逃生技能；对同一区域仓库的商户形成自治，选取楼长，定期开展交叉检查，相互监督管理，推动商户自治互保，避免“一人失火、全楼遭殃”的局面。**四是统筹考虑“腾笼换鸟”。**部分汽（摩）配等专业市场相对基础较差、年代久远、管理散乱、隐患突出、风险极高，其产业形态同该区域发展定位不符，一旦发生火灾将造成恶劣影响。对于部分已陷入经营萎缩的汽（摩）配等专业市场，各区县商务主管部门要统筹该区域的发展和安全的，建议当地政府重新定位产业布局，运用“关、搬、改”等举措，综合区域布局、规划发展、产业更新等政策，推动市场提档升级，彻底消除安全隐患。

《通知》还要求各区县加强督导检查，对本辖区汽（摩）配、五金建材、家居服饰等专业市场开展拉网式排查，建立隐患排查整治问题台账，明确整改措施、责任人和整改时限，对思想认识不到位、问题整改不力、安全隐患突出的区县将进行通报问责，纳入平安建设和安全生产目标考核。

市商务委：2023“爱尚重庆·迎新消费季”在渝启动

12月28日晚19时，由重庆市商务委员会、四川省商务厅、重庆市文化和旅游发展委员会、四川省文化和旅游厅、重庆市发展和改革委员会、四川省发展和改革委员会、重庆市体育局、成都市商务局、成都市文化广电旅游局、重庆市渝中区人民政府、成都市锦江区人民政府联合主办的2022“成渝双城消费节”暨2023“爱尚重庆·迎新消费季”在解放碑步行街中心广场启幕。

现场，发布了富有巴蜀特色的国际消费目的地消费新场景。通过视频方式推介成渝两地风格街巷、人气市集、城市度假、滨江休闲、亲子研学、时尚运动、文商旅创、流量首店等富有巴蜀特色、国际潮流的消费新场景。

其中，重庆消费新场景包括解放碑-朝天门商圈、重庆光环购物公园、大九街都市文化旅游特色街区、鹅岭二厂文创公园、山城巷、重庆融创文旅城、来福士水晶连廊、南川大观原点、浮图关开往春天的列车、南滨路百里滨江黄金旅游带、武隆懒坝国际禅境艺术度假区、紫薇路商业街、戴家巷等。

成都代表性消费场景包括交子大道、玉林东路特色商业街区、成都大熊猫繁育研究基地、龙泉山城市森林公园丹景台、金马河运动休闲消费带、白鹿音乐旅游景区、REGULAR源野、成都十二月市时光街区等，引导川渝两地市民畅玩新场景、品味新味道、体验新乐趣。

与此同时，成渝60余个区县、上亿真金白银的暖心惠民活动也相继出炉。

除了主题活动丰富，各个区县还推出大力度惠民举措。例如，两江新区联动商家推出2亿元优惠、发放3千万元消费券，九龙坡区发放购物、文旅和体育三类消费券500万元，南岸区发放500万消费券以及北碚、南川、梁平、巫山、高新区等区县发放百万消费券。

此外，重庆百货大楼股份有限公司、阿里巴巴集团、重庆旅游投资集团、居然之家等10家重点商贸企业现场发布“惠民暖心消费”行动宣言，推出“天街妙会”新年IP活动、新春超值购物节、“过年逛京东”焕新购物季、千万消费红包补贴、“千万惠民”计划、“幸福置家、百亿补贴、新年焕新季”等主题迎新活动，带头为消费市场破冰、暖场，带头提振消费市场信心、带头回馈广大市民。

据悉，本次消费节从2022年12月28日至2023年3月31日，将持续三个月。

我会组织开展 2022 年度食品安全规范化农贸市场评估验收工作

根据市市场监管局《关于做好 2022 年度农贸市场食品安全规范化建设工作的通知》要求，受市市场监管局委托，我会作为第三方机构，并由我会菜市场分会牵头组织，组织对 32 个区县申报 2022 年度食品安全规范化建设初评合格的 92 家农贸市场进行了书面资料审查和现场评估验收。同时，对 12 个区县 15 家农贸（农批）市场食品快检室建设及检测数据情况进行了考核。

评估验收前，我会对各市场建设情况作了初步了解和分析，并进行了分类汇总梳理，形成若干评估验收表格；针对申报单位点多面广、申报材料量大且参差不齐的情况，决定采取分小组、分阶段、分片区评估验收的方式，对所有申报市场进行书面审查验收和现场评估验收，并及时制定了评估验收实施方案和工作办法。同时，精心遴选出 12 名业内专业人士组成评估验收专家组，于 2022 年 12 月 15 日召开《重庆市农贸市场食品安全规范化建设评估标准》及《重庆市农贸（农批）市场食品快检室建设与检测数据考核标准》培训工作会，并按照现场评估验收全覆盖的原则，制定了现场评估验收方案。

经书面审查评估后，专家验收组于元旦前后，利用半个月的时间，分成 4 个小组，分别对 32 个区县的 92 家市场进行了食品安全规范化建设现场评估验收，同时对 15 家农贸（农批）市场食品快检室建设及检测数据情况进行了考核。有关区县市场监管局、辖区市场监管所、街道办等分别参加和见证了所在辖区市场的现场评估验收工作。在现场验收过程中，专家组采取实地查看和查阅资料的方式逐项进行评估。并针对发现的问题及薄弱环节与市场负责人和属地市场监管局交换了意见，提出了具体整改指导建议。

2023 年 1 月 9 日，我会召开全体专家评议会，综合前期书面审查及实地评估验收情况，在充分尊重区县市场监管局、商务主管部门初评意见的基础上，作出最终评估验收意见，并确定了 2022 年食品安全规范化农贸市场合格名单。

本次评估验收采取全覆盖验收，体现了公平、公正、公开的原则；从工作开展及效果看，区县市场监管局和市场举办方均体现出主动性和能动性，建设工作扎实，管理措施得力，宣传氛围浓烈，创新亮点突出，开展效果明显；从消费者满意度看，增强了人民群众日常消费的安全感、幸福感、获得感。

我会组织参加“川渝好物进双城重庆展销周产销对接会”活动

为促进川渝经贸交流合作，助力“四川造”好物拓展市场，12月26日，由重庆市商务委、四川省商务厅、四川省人民政府驻重庆办事处主办，川渝农批市场联盟协办的“川渝好物进双城·精品川货重庆展销周”活动在重庆启动。

为进一步丰富两地消费市场供应，促进产销互通、贸易互动，服务两地消费者，此次“川渝好物进双城·精品川货重庆展销周”活动期间，面向一线市场、广大消费者、专业采购商等不同人群和消费渠道，主办方在重庆观音桥商圈举办了“川渝好物进双城·精品川货重庆展销周”启动仪式、进商圈、进市场3个系列活动，搭建多元化的川货市场拓展平台。

我会邀请了双福国际农贸城、观农贸批发市场、海领农产品交易中心、纵达万隆食品城、人道美食品公司、中农联合川农贸城、恒康茶叶市场、九村茶市、香满园农产品公司、重报电商物流公司、供销电商公司等相关市场、场内经销商及部门涉农行业协会、连锁商超、供应链企业等40余家单位参加此次活动。

会上，我会朱吉华秘书长发表致辞，表示将在重庆市商务委、四川省商务厅的指导和支持下，充分发挥川渝农批市场联盟作用，加强两地之间协同联动，共建共享平台资源，持续开展线上线下产销对接活动、应急助销保供协作、供应链体系建设等农产品流通领域的全方位项目合作，努力打造川渝农产品营销推介、合作交流的窗口，畅通两地农产品双向流通“最后一公里”。

据悉，本次活动四川组织了20个市（州）的118家四川高品质、有特色的品牌企业、龙头企业在重庆观音桥商圈步行街开展为期一周的精品川货展示展销。其中获得中华老字号、四川老字号、国家地理标志保护产品、地理标志商标、四川名牌等称号的产品107个，此外还有“川字号”品牌的十几个大类近千种特色优质产品集中展示。在产销对接会现场，14个市（州）的50余家企业，携四川特色产品开展产销对接会。通过产品展示品鉴、专题推介活动等方式，帮助四川企业深入了解市场需求，促进供采双方有效对接，开启川渝好物农产品高效对接的“直通车”。值得一提的是，本次活动还通过“展会+直播+短视频”形式，对百余种精品川货进行重点宣传和现场推广，以电商直播助力企业拓展市场。同期，“2022成渝双城消费节”也在重庆解放碑步行街和成都春熙路步行街同步开展，共同为进一步深化川渝两地互动合作，共建成渝地区双城经济圈加码助力。

产 销 对 接

关于商请助销云阳南溪柑橘的函

各有关单位：

为帮助本地农产品扩大销路，拓展市场销售主体进货渠道。市市场协会积极建立落实农产品产销对接市场流通工作机制，并不定期发布农产品产销对接信息，推进农产品产地与市场销售主体的无缝对接，助力乡村振兴和农民增收。

现将《云阳县南溪镇柑橘产地销售信息》予以发布（附件1）。函邀各涉农商协会、农批市场、大型商超、配送企业、菜市场、电商平台及经销大户等及时对接产地，帮助宣传销售，最终供货价格、物流运输等请自行协商。同时，在与产地取得对接后，将落实情况按《重庆市农产品助销意向信息表》（附件2）进行填报，并反馈至协会邮箱（cqspsc@163.com）。

协会联系人：穆志旺 联系电话：（023-67726727、17783075544）

特致此函，请予支持为盼。

重庆市商品交易市场协会

2023年1月12日

附件 1： 云阳县南溪镇柑橘产地销售信息

1. 血橙产量 800 吨，未销售量 700 吨，价格 1.6 元 / 斤。
2. 伦晚脐橙产量 250 吨，未销售量 235 吨，2.5 元 / 斤。
3. W. 默科特产量 120 吨，暂未销售，价格 2 元 / 斤。
4. 纽荷尔脐橙产量 100 吨，未销售量 5 吨，价格 2 元 / 斤。
5. 椪柑产量 140 吨，未销售量 10 吨，价格 2.5 元 / 斤。

以上柑橘基本上都是 60 果，如有采购需求的单位，请提前与产地直接对接。

基地联系人：陈相灯 联系电话：13658365933

附件 2： 重庆市农产品助销意向信息表

采购单位：

联系人：

联系电话：

产品名称	产地	意向销售量 (斤)	采购时间	其它诉求建议

铜梁区供销社探索蔬菜产销新模式

铜梁太平镇的西郊菜园有将近 240 亩的蔬菜基地，一年轮番要种十几种蔬菜，预计年产超过 100 万斤。和其它蔬菜基地不同的是，这里不用等菜农上门收购，也不用自己去联系批发市场找买主。利用与铜梁区供销社的利益链接机制，这里的蔬菜全部运往铜梁供销集团相关超市、卖场。

据太平镇农业服务中心工作人员介绍，今年 9 月，太平镇为盘活闲置土地，引进业主在垣楼村成立起西郊菜园农业科技发展有限公司开发种植蔬菜，吸纳周边群众就近务工。虽然这里的土地平整、土壤优良，适合种植蔬菜，而且预计很快就能有收成，唯一的担忧是，能不能保障销路。

为此，铜梁区供销社通过引领创办，与西郊菜园共同成立起太平镇西郊菜园农村综合服务社，将基地作为供销合作社保供主体纳入全区供销集团销售渠道，积极推动产销“一条龙”服务。

譬如，即将开业的铜梁供销双鱼超市，面积近万平方米，将组织西郊菜园等部分供销合作社保供主体直接供货到店，以订单农业的模式彻底打消蔬菜种植业主的销售顾虑。

此外，铜梁区供销社还组织铜梁智慧农业公司，在农机服务、智慧农业方面对蔬菜基地提供保障，包括挖掘机、旋耕机、割草机这类机械设备，都主动联系上门服务。现在基地正在育苗，等春节过后移栽后就需要大量地膜，供销社已经及时送来了 150 亩优质地膜，让种植户提前做好了准备。

业主安心经营，周围的农户也放心在此务工。除了小时工，还有村民在这里成了领月薪的合同工人。每个月工资三千，过年过节还有加班费。如今在蔬菜基地务工，既能挣钱又能照顾家人，比以前光靠自己种地种菜轻松多了。

据介绍，未来西郊菜园除直供供销社超市外，还将与供销社合作，开发生态餐饮、发展黑鸡养殖，把西郊菜园打造为当地发展特色农业产业，助力乡村振兴的典型。

据悉，下一步铜梁将把供销社在西郊菜园的引领模式推广到各镇街，在有供销社参股的 20 多家种养殖合作社的发展上，持续做好政策、金融、信息服务，帮助合作社做大做强，推动当地集体经济和村民增收。

传统菜市场转型升级的思考

菜市场是城市形象的重要窗口之一，体现的是城市服务水平和市民生活质量。有句话说“如果你想了解一座城市的风土人情，就一定要去逛当地传统的菜市场”，菜市场往往展现了一个城市的生活习惯、文化风俗、城市面貌。豆瓣上有个拥有9万多“人间烟火客”的“菜市场爱好者”小组，他们在这里分享新鲜食材、市场面貌，给平静的生活增添了很多乐趣。菜市场是城市里最具烟火气、最富有人情味儿的地方之一，总是能让人们感受到市井民生的勃勃生机和生活的丰富美好。

然而，如今不少菜市场由于设施陈旧、灯光昏暗、摊位散乱、气味难闻、垃圾遍布等管理不到位的原因，往往被贴上“脏乱差”的标签，在一些发达地区，由于自身经营不善、城市发展需要、消费需求变化等原因，经常传出传统菜市场即将拆迁或者改建的消息。另外，各类超市、商场、线上电商平台等新零售业态逐步拥有了传统菜市场所具备的所有商品品类，且随着冷链物流等运输体系的完善，传统菜市场仅有的“新鲜”优势也被侵蚀。

菜市场真的要消失，被社会淘汰了吗？根据招商证券《菜市场行业深度报告》数据显示，传统菜市场依然是国内居民购买生鲜产品的主要渠道，占比约73%，超市占比22%，线上电商渠道仅占比3%。可见，菜市场依然有着无法替代的优势。如今，热爱做饭、懂得生活情趣的人也越来越多，菜市场作为城市生活的缩影，自然不应该停留在过去潮湿、闷热、杂乱和臭气熏天的形象里。

菜市场作为一种城市经济形态，折射着这座城市的精神风貌，展现着市民的生活面貌。它就像一部专题纪录片，记录着一座城市的变迁和发展。可随着时代的变化，菜市场的概念也在发生变化。人们的生活习惯、消费价值观、支付方式等都发生着变化，因此导致人们心中理想的菜市场也有所不同。菜市场对60后、70后来说是传统的农贸市场，他们对菜市场有着特殊的情感寄托，并且认为菜市场里的蔬菜新鲜、讲究时令，菜市场是一个充满生活气息的地方；80后，90后消费自由、崇尚个性，注重满足精神需求，他们心中对菜市场的定位是生鲜超市，店面光鲜亮丽、有跨地域美食和精制的品牌包装。

消费有新变化、行业有新形态，菜市场如何通过升级、改造甚至重建，吸引更多回头客，是摆在各方面前的一道难题。目前一些城市在菜市场改造升级方面

具有出色的创新实践。这些优秀的改造案例，对于菜市场的经营者、管理者可以带来一定的启示：

1. 着力提升菜市场“颜值”。着力解决农贸市场以往垃圾乱扔、污水乱排、摊点乱设、车辆乱停等现象。针对菜市场内卫生差的问题，督促市场内物业加强卫生管理，及时将垃圾、污水按照规定清理。加强市场周边巡查监管力度，发现有乱搭乱建现象第一时间予以教育制止，及时拆除各类影响市容环境秩序的违建设施。设置便民宣传信息栏，方便市民张贴招聘、出租信息确保市场周边环境整洁有序，努力打造整洁、安全、放心的现代化菜市场。

2. 延展菜市场社会服务功能。随着时代的变化，菜市场不应该仅仅是改变消费环境就能够适应新时代的要求，而是需要洞察现在消费者购物习惯，及时调整菜市场发展模式，改变过去单一的消费模式，从多元、便利、智能等多个维度同时发力，在买菜的同时也能满足一站式的其它购物需求，提升市民对菜市场的消费黏力，尽可能多的时间留住消费者。

3. 促进菜市场智慧化建设。推动菜市场实现“互联网+菜市场”的转型升级，深挖“智能支付、菜品溯源、配送到家”的功能，大力推动智慧菜市场建设，鼓励菜市场搭建智慧管理平台，实现市场集约化管理，支持传统菜市场对接社区电商平台，融合“线上+线下”模式，吸引年轻一代消费群体。增加电子交易屏，公开菜价信息、检测信息、消费者评价、商户处罚、邻里生活等内容，打造数字化、高效率、重体验的智慧市场。

菜市场不仅是一个生活场所，呈现的多是生活的本来面貌，体现的是城市管理服务的精细化水平。虽然传统的菜市场，正在不断消失。但是显然，城市是离不开菜市场的。菜市场，是一个城市生活的智慧发源地，就像是一个城市的本土素材博物馆，是一座城市人文的重要窗口，也承载着一方水土人情。将艺术与文化元素巧妙应用于菜场空间设计与布局，打造智慧菜市场的“网红”特质，确实在短期内吸引了一批年轻消费者。然而，要维持菜市场独特的烟火气、人情味和丰富的生态，还得靠长期运营，包括温暖的秩序规则、多样化业务模式、安全新鲜的食物、实惠合理的价格、灵活的供应链。想要为菜市场注入新的生机，要结合当下的实际情况，将消费者的需求纳入其中，以市民生活为中心构建以菜市场为中心的生活社区才能让菜市场更加鲜活。

后疫情时代，专业市场转型升级的新方向

专业市场是商业地产中特别的一类，它既单纯又复杂，垂直市场的运营有着自有规律。随着我国经济发展、社会进步和商业文明的创新实践，消费者结构、消费需求和消费方式逐渐多元化和多层次化，二者相互促进相互影响；人们消费理念和消费行为日趋成熟，逐渐从炫耀消费发展为自我消费，从符号消费发展为价值消费，从生活基础保障消费发展为精神休闲消费，从关注功能发展为关注服务体验，以不断满足人民美好生活需要为目标的新消费时代全面来临。

新消费时代的新趋势

1. 消费主体丰富。近年来随着经济发展、社会进步和文化开放程度的不断加深，我国的消费群体正在不断细分，年龄、性别、收入水平等原始的划分标准正在不断被精细化。从年龄看，成长于95后、00后的年轻Z世代，逐渐成为消费市场新势力。从区域看，三四线等下沉市场新生代成为增长新引擎。银发族、千禧一代，80后及其带来的新一波婴幼儿潮也都是重要的消费主体。

2. 消费内容精细。消费者的不断细分推动着需求端日渐个性化、多元化、小众化，涌现了文化消费、健康消费、定制消费、情感消费、信用消费、悦己消费、信息消费等细分消费内容。消费者对本土品牌认可度提高，国潮品牌、本土设计师品牌等也获得一批忠实粉丝。除传统购物中心、街边品牌专卖店外，品牌集合店、工厂直营店、小众精品店、生活馆、IP创意馆、进口馆、优品集合店等也迎来新的发展空间，为消费者提供个性化、差异化消费体验。

3. 消费习惯分级。我国消费市场正从批量消费转向多层次、多元化的分级消费新时代。鉴于消费者的年龄、性别、收入水平以及地域特征的差异化，不同消费阶段的消费者，消费理念千差万别；部分消费者倾向高品质、高知名度的高价商品和轻奢商品，愿意为优质服务体验付费；部分消费者不再迷信广告，更相信口碑推广，注重实用、高性价比，消费更趋理性；部分消费者依赖于直播、短视频等社交电商营销的刺激，存在冲动性消费；部分消费者逐渐选择缩减服装服饰等非必需品消费支出，一定程度上出现了消费降级现象。

4. 消费渠道融合。随着线上线下融合发展的日益成熟，线上渠道与实体渠道之间的界限不断模糊，专业市场、百货商场、街边实体店铺等线下渠道积极打造

线上消费、线下体验新模式，苏宁、京东、唯品会等线上渠道平台转向线下实体店体验店铺的运营和回归。以社群形态和粉丝经济为基础的内容电商、社区超市、网红直播、品牌特卖、拼单购物等新兴营销方式取得快速发展，超过 80%的消费者已经通过全渠道进行购买决策。消费者购买渠道呈现全面碎片化状态。

后疫情时代的新变化

新冠疫情这场疫情暴露了人们传统生活方式和生活习惯中的一些不足，促使人们开始全面反思；新冠疫情打破了人们常规的出行、餐饮、购物、旅游等生活习惯，全面体验全新的生活方式，消费理念、消费选择和消费习惯由此产生了全新的乃至革命性的变化，必将衍生出新的消费趋势。

1. 更加注重商品服务品质。品质是产业安全和生命安全的基础保障。新冠肺炎疫情的爆发，会导致一大批价格导向的消费者，加大对产品品质和服务质量的关注；同时也会进一步强化原先的品质消费群体对更高质量的更多诉求，对购物环境、商品质量、专业服务等产生全新的期待和评价。

2. 更加关注绿色健康消费。近年来，随着人们生活水平的提高以及一系列安全事件的发生，人们对绿色、健康的生活方式和消费习惯逐渐有了更深的认识和理解，新冠肺炎疫情更是使人们将绿色健康放到了极为重要的位置，比如开始加大对环保面料和环保商品的需求；出于增强体质的需要，会增加运动服装品牌的消费；出于环境保护的要求，会希望产品包装、配送更加绿色环保等等。

3. 不断扩大自助便利消费。新冠疫情之下，“非接触式”消费走红。未来会有更多消费者认同并倾向于自助式消费，如自助下单、自助结算、自助物流等。疫情中很多企业面临“找人难”以及人力成本高等问题，也促使企业加大智能化应用和场景化体验环境建设，进一步引导消费者自助式、便利化和智慧化消费。

专业市场升级的新方向

专业市场和经营商户必须积极适应消费时代的新挑战和消费模式的新变化，围绕消费群体的全新需求，转型升级，创新发展，重构生产组织方式和流通商业模式，实现供应链渠道的专业化、智慧化、精准化和高效化。

1. 重视经营环境安全。专业市场是人员密集型场所，部分专业市场依然存在清洁卫生不到位，货物占道经营，商铺内货品堆压严重，车流、客流、货流混杂，消防安全隐患等一系列问题。随着后疫情时代的到来，无论是消费者、采购商、经营商户还是地方政府管理者，都会对专业的安全管理、环境秩序提出更高

的要求，安全仍将是专业市场最为重要的头等大事，安全管理将更为严格。各专业市场特别是中小城区的专业市场必须加快硬件升级改造，加大力度优化美化经营环境，建立健全安全管理的制度规范，切实提高安全管理水平。

2. 加速线上线下融合。传统专业市场较为依赖线下实体渠道，疫情对其造成了直接的冲击，倒逼专业市场不约而同加速线上渠道布局，纷纷加大档口直播营销，引导商户加速线上渠道销售的布局。后疫情时代，专业市场一方面需要继续精耕细作线下实体渠道，另一方面必须加快线上布局，构建全渠道营销体系，深化线上线下融合，真正构建线上销售、线下体验的双线融合新模式和新业态。

3. 加快智慧市场建设。新冠肺炎疫情让更多市场和商户企业认识到专业市场加大智慧应用、建设智慧商城的重要性和紧迫性；特别是尽快构建起电子商务应用、智慧物流、智慧停车、智慧消防等智慧化的管理体系，不断提升智慧化系统在重大安全事件的快速的应对能力，业已成为各地政府部门、专业市场管理者和经营商户的共识和共同意愿。场内客流的实时监测、客流管控措施等智慧应用的背后是专业市场更专业、更精准的综合运营管理能力的提升。

4. 加强平台联盟合作。实力雄厚的专业市场和经营户会具有更强的抗风险能力和调整应变能力。伴随市场竞争加剧，市场间、商户间的马太效应可能愈加明显。对于传统专业市场和中小商户而言，是加强自身的平台建设提升增值服务能力，还是纳入到更大的合作平台中、在合作中寻求共生共赢发展机会，已经成为每一个市场和商户必须认真思考的话题。对于具有良好发展基础的龙头专业市场和优质经营商户而言，加快资源整合，建立合作联盟，不断优化和拓展流通渠道，进一步提升行业主导力和话语权，已经成为后疫情时代的应有之义和必然之举。

疫情之下，专业市场在各地政府的帮助下均已采取了应急举措，如减免商户租金、加快线上销售等，获得先机；疫情过去，各地专业市场仍将有一个恢复、回稳的过程，重整雄风。更为重要的是，各专业市场必须从疫情中重新审视市场原先的战略布局、商户结构、渠道资源和要素投入，进一步思辨专业市场的定位、功能、作用以及未来发展方向和趋势；积极围绕智慧商城和产业大数据中心的建设，建立更紧密、更精准的供应链联动机制；重点推动以平台经济为纽带深入开展大中小企业协作，共建产业链的风险防范体系等等。在变化成为常态、当挑战成为机遇的新环境下，各专业市场需要对未来进行更缜密、更深入的思考，见微知著，未雨绸缪，对优化升级的道路有更清晰、更坚定的抉择。

我市代表团赴山东考察对接东西部协作工作

2022年12月12日至13日，重庆市副市长郑向东率重庆市代表团，赴山东省考察对接东西部协作工作。

山东省省委常委、常务副省长曾赞荣代表省委、省政府向重庆市代表团来鲁考察表示欢迎。他指出，鲁渝协作是习近平总书记和党中央交给山东的光荣政治任务，山东将深入贯彻习近平总书记关于深化东西部协作工作重要指示要求，认真落实党的二十大精神，聚焦重庆所需、山东所能，在产业合作、劳务协作、人才支持、消费帮扶等方面持续加力，进一步推动鲁渝协作工作走深走实。

郑向东代表重庆市委、市政府对山东多年来的倾情帮助表示感谢。他表示，山东在农业装备制造、现代设施农业、打造乡村振兴齐鲁样板等方面积累了许多好经验、好做法，希望双方在山地农业机械制造、现代蔬菜产业园区建设、高山蔬菜育种等领域进一步加强合作，推动鲁渝协作向宽领域、全方位、多层次协作拓展。

我市举行侵权假冒伪劣商品统一销毁行动

2022年12月16日，我市举行侵权假冒伪劣商品统一销毁行动。

启动仪式在重庆市同兴垃圾处理有限公司举行。市市场监管局有关负责人、市打击侵权假冒工作领导小组28家成员单位联络员及权利人代表参加了这次行动。销毁行动对公安、农委、市场监管、海关、烟草等部门查获的侵权假冒伪劣商品进行分批次销毁。商品包括普通口罩、卷烟、书籍、食品、纺织用品、儿童玩具、服饰、农资等10个大类、近300个品种，数量达50万件，重量超过130吨，货值5000万元，采取焚烧、填埋等方式统一销毁，符合环保相关要求。

下一步，重庆市将对标我市打造知识产权强市的目标任务，根据全国打击侵权假冒工作领导小组的统一部署，在市委市政府的坚强领导下，进一步完善打击侵权假冒工作机制，持续加大打击侵权假冒工作力度，不断加强跨部门跨区域协作，加强行政司法协同保护，紧密结合双城经济圈建设，对侵权假冒商品生产、流通、销售各环节实施“无缝打击”，加强宣传和失信惩戒，推动社会共治，营造安全放心的消费环境，切实提升人民群众满意度和获得感，不断提高知识产权保护的社会满意度，激发全社会创新创业创造活力。

市市场监管局召开农批市场质量安全管理工作研讨会

2022年12月16日，重庆市农批市场质量安全管理工作研讨会在长寿区召开，相关区县市场监管局、重点农批市场有关负责人参加会议。市市场监管局食品经营处处长彭川，市商务委市场体系建设处副处长叶创出席会议并分别讲话，对农批市场的食品安全、溯源管理、智慧监管等事项作出安排。

会上，与会10个区县市场监管局、农批市场有关负责人围绕“压紧压实食品安全主体责任，提升信息化追溯覆盖率、严格落实食品安全管理制度”以及下一步如何推深做实农批市场管理水平和食品安全水平做了介绍。

据悉，近年来，市市场监管局深入贯彻习近平总书记关于食品安全的重要指示批示精神，严把从农田到餐桌的每一道防线，把流通环节食用农产品质量安全作为重中之重，不断创新监管方式，加大监督检查力度，通过抓牢准出准入衔接，严把“入市关”，创新实施“透明快检”，严把“质量关”，搭建智慧监管平台，严把“追溯关”，大力开展监督检查，严把“责任关”，开展示范引领行动，严把“自律关”等措施，全力守护人民群众“舌尖安全”，取得明显成效。接下来，市市场监管局将对农批市场在食品安全规范化建设、快检室建设、智慧溯源系统应用等方面加大监督考核，并对做出一定贡献的市场给予奖励和补贴。

会后，与会代表一行实地参观考察了长寿三科农商城，并现场感受和体验了市场在食品安全规范化建设经验做法。

市政府口岸物流办一行考察华南城钢材市场

2022年12月14日上午，市政府口岸物流办、重庆北车务段市场部、重铁物流有限公司等单位相关负责人一行来到华南城钢材市场考察，就铁路运输等对钢材贸易商家达到降本增效的话题进行研讨。

考察过程中，针对距离铁路东环线南彭站的通车时间逐步临近，一行和市场负责人就铁路对大宗物资运输进行了交流，建议有市场统一集中大型钢贸企业，量大从优，这样会有效的降低商家货运成本。

一行在参观完华南城钢材市场后，同时提到华南城钢材市场占据了有利的地理位置，“公、铁、水”三线联运，极速接驳西南各大板块，也有效降低商家的货运成本，是钢材贸易商家的首选之地。

百安港农产品批发市场举行开业仪式

2023年1月1日，万州区重点“菜篮子”民生项目——百安港农产品批发市场正式开业。万州区委区政府、有关部门领导以及市市场协会等相关协会负责人、市场商家代表等参加开业仪式。

开业当天，吸引了众多市民到场参观采购。现场了解到，前来采购的商家，不仅有城区的零售商、餐饮企业和大型食堂，而且还有周边的乡镇，来自云阳、开州、梁平等地的商家。

据悉，百安港农产品批发市场占地348亩，总投资10.8亿元。市场集水果、蔬菜、肉类、水产、粮油等农产品专业品类、大型冷库、定点屠宰中心、水果分选加工中心、仓储物流配送中心、批零中心、电子商务中心、美食体验等为一体。入驻商户经营方式多为产地直销。市场全部建成后，预计可容纳农产品经营户2千家，农产品年吞吐量超150万吨，涵盖全品类农产品年交易额超100亿元。

果园港助力“重庆造”汽车抢占南美市场

2022年12月23日，搭载着90辆重庆造汽车的西部陆海新通道专列，从重庆两江新区鱼嘴铁路货运站缓缓驶出，将于2天后抵达广西北部湾港并出海，预计将于明年1月底抵达厄瓜多尔瓜亚基尔港。本次重庆（果园）西部陆海新通道“重庆造”汽车出口专列的顺利发运，是果园港国家物流枢纽主动探索“整车跨境物流”多式联运服务的重要一步，将助力“重庆造”汽车抢占国际市场先机，为西部陆海新通道沿线汽车企业“出海抢单”拓展新渠道。

这也是3天内从果园港发运的第2趟汽车出口专列。目前，包含上汽大众、别克、雪佛兰、凯迪拉克等在内的众多汽车品牌均已入驻果园港国家物流枢纽。得益于枢纽区“前港后园”的港口物流园模式和枢纽区基础设施不断完善，以及口岸通关效能显著提升，果园港国家物流枢纽也将为重庆和两江新区汽车企业的整车出口更强有力的物流支撑。接下来，果园港将不断提高发运班列的运行效率和覆盖范围，助力重庆汽车企业扩大海外“朋友圈”，加深与“一带一路”沿线国家的经贸合作力度，帮助重庆汽车企业进一步开拓市场。据统计，今年前11个月，重庆市出口汽车26.1万辆，同比增长41.4%，出口量居全国第5位，出口货值198.8亿元，同比增长73.4%。其中，两江新区出口整车占全市的60%。

红星美凯龙二郎商场举办“智能智造创新总部基地战略发布会”

2023年1月12日，“智能智造创新总部基地战略发布会”于红星美凯龙二郎商场启幕。九龙坡区副区长何渡、市、区商务委相关领导、红星美凯龙重庆营发中心总经理吴幼宁以及相关行业协会、泛家居主流媒体等共计200余人参加。

会上，区商务委主任余健翥作开幕致辞；区政府副区长何渡先生为二郎商场荣膺“2022年九龙坡区现代服务业五十强”进行授牌；松下住空间、豪爵世家、欧诺曼、宏典商贸、海派健身以及重庆本酷科技等8大品牌，作为首批入驻的合作伙伴，分别与二郎商场签订入驻协议，共同打造家居智能智造创新总部基地。

据悉，红星美凯龙二郎店作为九龙坡区重要的招商引资项目，自2014年落户以来，已逐渐发展为重庆首个集家居、健身、汽车、餐饮、娱乐等多元业态为一体的生活体验中心。如今，二郎店对于智能智造创新总部基地的打造，无疑将会吸引更多优质智能智造企业扎根于此，形成规模化的消费新高地。

发布会现场，红星集团招商中心定制事业部总经理李占强、腾讯家居重庆站总经理杨传书、本酷科技发展公司总经理王善平、二郎商场总经理支建分别发表主旨演讲。李占强表示，在消费者愈发追求个性化的当下，如何做好设计并将其完美展现，如何提高门店经营的转化率和转化质量，是定制企业谋求发展的关键；杨传书在分享中提出，2023年将是衣食住行中“住”这一民生课题回归的元年，随着前端市场趋于冷静，消费者对“住”的理解，已经完成了从“房地产”到“居住空间”的转变，目前家居行业正式进入存量市场，主流消费客群迈向年轻化，定制产品和智能产品将成为家居行业的重要增长点；支建认为，二郎店绝不只是专业卖场，而应该是一个以泛家居业态为核心的城市综合体，通过链接工厂、经销商和消费者生活的方方面面，从而使其发挥更大的社会价值。同时针对定制腰部企业：希望能够为其提供一个硬件、服务、运营、租金更优的共创平台，并依托红星美凯龙独有资源优势和培训体系，帮助其快速成长，从而走向全国。

为更好地赋能合作伙伴，二郎商场智造创新总部基地还同阿里巴巴、本酷科技等互联网服务商搭建了合作平台，以帮助入驻企业们更好拥抱互联网。王善平在《穿越寒冬，蓄势待发》的主题分享后表示，本酷科技将发挥电商运营、抖音直播运营等数字化服务优势，为定制家具品牌商们拓宽更广的现代化销售渠道。

港九两江物流开展复工安全消防大检查

2022年12月7日上午，两江物流公司党委书记、董事长李象龙带领相关部门负责人，对市场内各区域开展了防疫、安全和消防大检查。

检查组一行首先来到C闸口，认真查看了闸口防疫检查情况。随后在加工厂检查和详细询问生产、消防和防疫闭环管理落实情况，在调度中心慰问了坚守公司的员工，查看了生产调度情况。最后对露天场桥货场的堆码，以及宿舍消防进行了检查。

李象龙指出，一定要充分认清当前的复杂形势，并高度重视。他要求：一是要坚决按照上级要求继续做好防疫的各方面工作，落实各项责任，加强闭环管理，防止疫情反弹，细致有效地做好复工复产工作；二是在安全生产管理上，必须压实生产部门、班组和员工个人的安全责任，同时开展全面的安全隐患大排查，及时整改，确保平稳的安全态势；三是要根据冬季的特点开展消防专项检查。各部门要对生产现场、工作环境、员工住宿等地方的消防设施、电器使用、线路等进行严格检查，杜绝各类火灾隐患，加大巡查，确保公司的消防安全。

海领集团开展节前安全检查

为有效消除各类安全隐患，确保春节期间集团下属两大市场的安全形势稳定，海领集团董事长胡朝海带领集团安全办开展节前安全生产大检查。

胡朝海董事长一行重点检查集团旗下海领工程机械市场、海领农产品交易中心两个市场的消防设备状态和应急处置能力、配电设备、特种设施设备，还现场随机检查了市场商户消防安全意识及预防措施。

检查现场，除了查阅了各岗位安全资料，同时对做好春节前后的集团安全工作提出了四点要求：一是要牢固树立市场安全运行理念，秉承安全第一，加强重大安全隐患的排查，注重安全防护的细节管理，任何时刻不放松，严防死守，杜绝安全事故的发生。二是要严格贯彻落实集团公司安全管理方针，建立和完善各项安全管理规章制度，层层落实安全责任制，落实到每个岗位、每个流程及时排查消除隐患。三是集团公司安全办要推进“回头看”监督措施，加大安全监管力度，督促公司、分子公司和市场各部门整改落实到位。四是两个专业市场物业管理方，要多沟通交流管理理念，相互借鉴和学习现场及设备安全管理亮点工作。

双福农贸城客商爱心捐赠暖人心

2022年11月以来，疫情肆虐重庆，按照江津区防疫指挥部和交运集团部署安排，双福农贸城有效应对复杂严峻的疫情形势，扎实开展防疫保供工作。封控期间双福公司想尽办法帮助客商安全转运货品、减少大家损失，为滞留在场内期间客商提供基本生活保障，12月8日，蔬菜市场运营周转箱的客商陈虹向双福公司赠予N95口罩6000支、矿泉水80件、饮料100余件、面包50箱，为感谢疫情防控以来市场为客商朋友们做出的努力和付出。

疫情无情，人间有爱。一份份物资，不仅体现了团结与爱心，传递了关爱与温暖，彰显了众志成城、携手抗疫的责任和担当，也凝聚起了公司与广大客商朋友并肩战“疫”、守望相助的强大力量。

渝黔农博城组织向医护人员送暖心关爱活动

2022年12月15日，渝黔农博城负责人一行来到綦江区人民医院，向医护人员送上暖心大米，以此表达渝黔农博城对医务人员们崇高的敬意。

据悉，渝黔农博城作为疫情防控期间重点保供单位，感同身受、心怀感恩，此次携旗下晒谷场农业出品的“瀛山香”品牌高山大米，为白衣勇士们送上一份暖心关爱，表达诚挚感谢。

圣名国际时装城荣获疫情歼灭战“英勇团队”称号

众志成城战疫情，携手共进渡难关。2022年11月，新冠肺炎疫情在重庆呈蔓延之势，在党中央的号召下，各相关部门第一时间尽锐出战，全力以赴冲锋在战“疫”第一线。圣名国际时装城及商户在朝天门街道的指挥下，支持抗疫工作，为防止疫情蔓延做出了卓越贡献。日前，朝天门街道党委张雨副书记、党建联盟负责人李园主任为圣名国际时装城授予了疫情歼灭战“英勇团队”称号。

朝天门街道有关负责人表示：此次朝天门疫情歼灭战，街道政府、社区、企业与个体工商户齐心协力，共克时艰，也积极配合，阻止疫情继续蔓延，体现责任担当，发挥党员先锋模范作用，密切联系群众，做到群防群控，以身作则，始终坚守在一线、奋斗在一线、冲锋在一线，让党旗在疫情防控一线高高飘扬，以实际行动为党旗增光添彩。

协信汽车公园新能源商用车中心招商圆满完成

2022年12月9日，重庆协信汽车公园推出一期经营场地集中选租签约，34户经营场地和店面合计近8000 m²全部完成选租签约。

据悉，2022年在疫情和经济大环境影响下，中国商用车行业销量大幅下滑，重庆商用车销量更是降低超过50%，协信汽车公园项目的招商经营也面临极大压力。在此背景下，市场经营团队协同行业主机厂、经销商深入研究政策和发展趋势，积极在危机中寻求机会，发现在“双碳”战略的持续发力下，2022年前三季度新能源商用车逆势增长，重庆地区轻微卡品类增速尤为明显。协信汽车公园商用车市场紧抓机遇，10月底快速启动新能源轻微卡市场规划，11月在疫情封控期间通过电话、网络等多种形式开展招商蓄客。

据了解，协信汽车公园新能源商用车中心是重庆首个商用车新能源及轻微卡专业市场。未来还将以行业发展和商家需求为中心进一步扩大经营规模并深耕更多商用车细分市场，实现品类最全、品牌最多、产业链完整的商用车产业集群的发展愿景。

铠恩国际汽车城推行“山城有信”市场主体信用码

为更好创建放心消费示范市场，铠恩国际汽车城在市、区市场监管局和商务部的指导下，率先在全市二手车市场开展“山城有信”市场主体信用码运用推广，通过“一企一码亮身份，一扫一查知信用，一车一检保质量，一诉一策促放心”举措，实现亮码经营、亮码承诺、亮码消费，共同维护和打造公平有序、诚实有信的二手车交易市场环境。

据悉，铠恩国际汽车城推动山城有信市场主体信用码在市场全面落地生根开花，形成了市场监管局牵头、市场主导推动、经营者规范使用、消费者监督的社会共治局面，真正打响了汽车城诚信市场旗号，成为重庆诚信经营、透明消费市场的一面旗帜和标杆。下一步，铠恩国际汽车城将通过政府监管部门与市场方、经营者、消费者的联动机制，把“山城有信”市场主体信用码逐步扩大至更多商家，覆盖更多市场主体，同时逐步摸索采用商家诚信积分、亮码经营奖励政策等，不断提高优质服务、规范管理，提升市场信用监管效能，营造透明诚信消费环境，为维护市场交易秩序助力。

市农产品集团获 2022 中国农业企业 500 强第 283 位

近日，“2022 中国农业企业 500 强榜单（公示版）”面向社会正式发布，重庆农产品集团始终坚持为农为民服务的根本宗旨，大力推进水果、肉食、粮油、冷链和社服五大产业链建设，经过不懈努力，最终位列榜单第 283 名，较 2021 年排名上升 36 位。据了解，中国农业企业 500 强评选是由中央主要新闻单位之一“农民日报社”发起的评价活动，是社会各界了解农业经营主体发展和乡村乡村振兴的重要窗口，主要根据参评农业企业营业收入，参考利润和信誉等其他指标，进行综合实力排名。

热烈祝贺市市场协会副会长、龙文钢材市场董事长刘红 荣获重庆市第五届人大代表履职贡献奖先进个人称号

2023 年 1 月 4 日上午，重庆市人大常委会印发了《重庆市人民代表大会常务委员会关于表彰重庆市第五届人大代表履职贡献奖先进集体、先进个人和优秀代表建议的决定》（渝人发〔2022〕27 号），龙文钢材市场董事长刘红荣获“重庆市第五届人大代表履职贡献奖先进个人”称号。

重庆市商品交易市场协会恭祝全体行业同仁及会员单位 新春快乐 阖家幸福 万事顺意 行稳致远

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

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