



重庆专业市场通讯

2023年第01期
总第170期

主办单位：重庆市商品交易市场协会
2023年3月6日

本期目录

政务信息

- ◆ 商务部：将继续稳定和扩大汽车消费
- ◆ 市政府：印发《重庆市废旧物资循环利用体系建设实施方案》
- ◆ 市政府：再出台36条政策包支持市场主体发展

协会传真

- ◆ 我会与市商务委市场处联合调研珠宝玉石产业
- ◆ 我会组织企业参加烟台海洋牧场优势产品宣传推介会
- ◆ 川渝农批市场联盟工作机制列入成渝市场一体化建设行动方案

市场观察

- ◆ 农批市场升级改造和预制菜产业启新征程
- ◆ 生鲜巨变：每日优鲜、叮咚买菜、盒马“分道扬镳”？

市内动态

- ◆ 双福国际农贸城春节“不打烊”，保障市民“菜篮子”
- ◆ 观农贸市场公司召开2023年经济工作会
- ◆ “供销肉食”全国首店正式开业
- ◆ 董家溪跳蚤市场后备箱集市街区试营亮相
- ◆ “渝贸全球 跨电赋能”助力“大足造”加快数字出海
- ◆ 市、区市场监管局调研助力铠恩汽车城信用建设
- ◆ 龙文钢材市场：“职工之家”打造温馨港湾
- ◆ 开州区：推动渝东北农副产品物流商贸城提质增效
- ◆ 渝派精品服饰城：赴杭州服装市场拓展交流



商务部：将继续稳定和扩大汽车消费

2月2日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，介绍2022年商务工作及运行情况。商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋表示，下一步，将继续会同相关部门，多措并举，着眼全产业链，突出关键点，继续稳定和扩大汽车消费，

徐兴锋表示，汽车是消费的“四大金刚”之一，在社零总额中一直占10%的比例，如果加上油，这两项占到社零总额约15%。2022年，我国新车销量2686.4万辆，同比增长2.1%，连续14年居全球首位。其中表现最亮眼的是新能源汽车，内销增长近一倍，增速为93.4%。外销增长1倍多，为131.4%。新能源汽车渗透率达到1/4。2020年印发的新能源汽车产业发展规划，提出到2025年新能源汽车销量达到新车销售总量的20%，现在已经达到25.6%，提前三年实现了国家规划目标。

国家对汽车消费的政策支持是一贯的。其中有三个关键时点。一是2022年8月1日，全国范围取消了“国五标准”二手车迁入限制，只要符合“国五标准”，在全国各省市就可以自由流通。迁入不再受限制。通过二手车流通，为一手新车打开市场空间。二是2022年10月1日，开始开具反向发票，通常卖东西是谁卖谁开发票，在二手车上，谁买谁开具发票。三是2023年1月1日，二手车由经纪模式变为经销模式，不再以个体户而是以公司为单位开展二手车经销。去年底，已经备案的二手车经销企业超过4万家，同比增长1.8倍。政策实效比较明显。

下一步，重点抓好以下四个方面工作：

一是稳定新车消费。推动汽车消费由购买管理向使用管理转变，开展形式多样的汽车促消费活动，稳住新车消费增量；**二是**支持新能源汽车消费。引导各地在牌照、充电、通行等各个方面，进一步优化使用环境，让大家使用起来没有忧虑；**三是**继续扩大二手车流通。要加快建设完善全国性的二手车信息查询平台，修订《二手车流通管理办法》，让车辆信息更加透明。让老百姓买二手车就像买新车一样放心。通过二手车盘活3.19亿辆汽车存量市场，促进汽车梯次消费；**四是**畅通汽车报废更新。要修订完善机动车报废管理规定，健全报废机动车回收利用体系，鼓励有条件的地方开展汽车以旧换新，促进汽车循环消费。

总之，通过政策激励、举措落实，让汽车消费一直保持在一个良好的环境下，从而发挥它对整个消费的拉动和带动作用。

市政府：印发《重庆市废旧物资循环利用体系建设实施方案》

近日，市政府办公厅以渝府办发[2023]12号文件印发《重庆市废旧物资循环利用体系建设实施方案》。

《方案》明确了**总体目标**：到2025年，我市率先建成基本完善的废旧物资循环利用体系。建成10个绿色分拣中心、2个交易中心，回收企业数量达8500家，可循环快递回收装置网点达5000个；再生资源加工利用量达1600万吨；城乡生活垃圾资源化利用率达65%；线下二手商品交易市场数量达300个，二手商品经营企业数量（含个体工商户）达1.6万个；再制造企业数量达1750个。

《实施方案》坚持因地制宜、统筹推进，创新驱动、分类指导，明确三方面重点工作任务。

一是健全废旧物资回收网络体系。包括构建多层次回收利用体系。着力提升源头分类和处理能力；合理布局废旧家具等大件垃圾规范回收体系；支持建设专业化报废汽车回收拆解利用中心和废钢铁加工利用基地；强化废旧物资回收行业智慧化建设，构建线上线下融合的逆向物流服务平台。

二是提升再生资源分拣加工利用水平。促进资源再生利用企业集聚化、园区化、区域协同化布局。协同四川省建立区域固体废弃物利用处置合作机制，推动成渝地区再生资源加工利用产业基地建设。

三是推动二手商品交易和再制造产业发展。包括拓展二手商品交易市场。完善重庆废金属交易市场，鼓励“互联网+二手”模式发展，加强交易行为监管，提高二手商品交易效率。推动线下实体二手商品市场规范建设和运营，加强对所用场地和交易过程进行监督和管理。鼓励建设集中规范的“跳蚤市场”，打造二手商品交易市场和交易专区。健全二手商品交易管理机制。健全二手商品交易规则，完善二手车、二手家电、二手手机等二手商品的鉴定、评估、分级标准，规范二手商品流通市场和交易行为。积极推动建立二手商品销售过程中的“售后服务”体系，推动二手商品诚信体系建设。完善二手商品评估鉴定行业人才培养和管理机制，培育第三方鉴定评估机构。

《实施方案》还提出了加强行业监督管理、加大财税金融支持力度、完善废旧物资统计制度体系、强化资源要素保障等四项政策保障措施，以及加强组织领导和广泛宣传引导等两项行动措施，为重点任务顺利实施奠定坚实基础。

市政府：再出台 36 条政策包支持市场主体发展

2月21日，市政府印发《进一步支持市场主体发展推动经济企稳恢复提振政策措施》，聚焦市场主体急难愁盼，提出36条政策措施，包括加大财税金融支持力度、持续扩大有效需求、促进创新发展、稳住外贸外资基本盘、降低物流成本、强化要素和服务保障力度6个方面，具体有以下四个特点：

一是注重“降成本”，帮助企业“轻装上阵”。以政府性融资担保为例，市级政府性融资担保机构今年新发生的政策性农担业务、小微担保业务融资担保费率原则上平均不超过0.8%，力争全年新增小微企业和“三农”主体融资担保业务规模超过250亿元。

二是注重“育主体”，帮助企业“茁壮成长”。36条政策措施涉及农业、工业以及商贸、文旅、物流、软件等服务业，重点是民营企业和中小微企业，覆盖面广。力争今年年底前上市企业后备库入库企业达到800家，高新技术企业要突破7000家，科技型企业突破4.8万家，新发展市场主体增长12.5%。

三是注重“扩内需”，帮助企业“开疆拓土”。例如3月1日至6月30日，个人消费者置换新能源乘用车的，给予每辆车1000元—3000元补贴，购买绿色智能家电的，给予支付额10%、最高不超过1000元的一次性补贴。在政府采购方面，进一步加大对中小企业的支持力度，政府采购中的小额采购项目，即200万元以下的货物、服务项目和400万元以下的工程项目，原则上全部给到中小企业。

四是注重“强保障”，解决企业“后顾之忧”。资金方面，一方面促进市场主体融资增量、扩面、降价，加大金融帮扶贷、乡村振兴贷发放，增加绿色信贷、债券、租赁等，推动绿色融资新增2000亿元；另一方面，抢抓国家政策窗口期；三方面发力全年新增资金“3个1000亿元”，即新增地方政府专项债券1000亿元以上、新增投放政策性开发性金融工具及贷款额度1000亿元以上、新增社会资本1000亿元以上。运输方面，对进出市内西部陆海新通道、中欧班列集装箱的主要装车点和集货点集装箱运输车辆，享受高速公路车辆通行费6折优惠。用能方面，分业施策切实做好企业煤电气等能源保障，优化能耗双控和节能审查措施，统筹保障重点项目建设合理用能需要。用地方面，更加注重探索和推广改革的举措，例如支持混合产业用地在合同约定的用途类型范围内进行用途转换等。用工方面，将以加大创业担保贷款和大力实施以工代赈为重点。

我会与市商务委市场处联合调研珠宝玉石产业

遵照市商务委章勇武主任指示要求，我会配合市商务委市场处组成4人调研组，于1月31日-2月1日对大足区、江津区、璧山区珠宝玉石市场以及相关的雕刻艺术、文化创意、旅游服务等情况进行了调研座谈，三区党委、政府及区级有关部门负责人参加调研座谈。

1月31日，调研组现场考察了大足石刻文化创意产业园区。该园区位于大足区三驱镇，规划占地面积8平方公里，计划投资209亿元，涵盖八大功能板块。一期工程于2019年开工建设，现已建成3平方公里的文创产业园，其中珠宝玉石、石雕石材加工贸易基地与艺术家小镇等项目基本建成，完成投资17亿元，招商签约项目19个、到位资金14.5亿元。有3家投资运营主体，签约入驻的石材、石雕、木雕等加工贸易企业162家，2022年实现产值20亿元，同比增长33.3%。成功创建市级文旅产业园区，正在申报创建国家级园区。与缅甸珠宝玉石合作进入实质性阶段。

2月1日上午，调研组考察江津珠宝玉石产业集聚区。目前，在白沙镇已建成原石交易区-江津晒玉交易市场、国家级大师工作室1个和4个专业玉器加工车间。在滨江新城正在建设西南地区总部基地“克拉中心”，经营面积3万余平方米，打造集珠宝展示交易中心、产品发布大厅、珠宝品牌展览交易区于一体的“中国西部国际珠宝城”。2月1日下午，调研组考察璧山专业市场规划建设情况，目前已成立璧山缅甸产品推广中心，发展缅甸珠宝玉石、农产品以及重庆新能源汽车的双边贸易，在现有基础上拟规划建设缅甸产品集散中心。

考察期间，调研组与三区党委、政府及有关部门负责人进行了座谈交流。会上，协会秘书长朱吉华表示将积极支持三区发展珠宝玉石专业市场，要打破传统市场发展模式，推进与其他产业融合发展，要坚持错位发展、整合资源、互利共赢的原则，引导三区加强合作。市商务委市场处张卫华处长最后强调，要重点支持大足区加快建设产业园区，支持利用已建成的珠宝玉石加工贸易基地完善功能，招引江津玉、缅甸玉和国内相关珠宝玉石进行加工及销售。支持江津区现有原石交易区完善交易功能，拓展原石加工。引导江津以市场运作方式打造西南地区珠宝玉石总部基地，招引国内外珠宝玉石销售企业入驻进行批发零售贸易。

我会组织企业参加烟台海洋牧场优势产品宣传推介会

2月22日，2023烟台海洋牧场优势产品宣传推介会在重庆举行，受相关单位委托，我会组织相关行业商协会、专业市场、大型商超以及农产品供应链、生鲜加工配送、预制菜生产销售、电商平台企业等主要负责人100余人参加活动。

会上，重庆市商务委副主任彭和良在致辞中表示：开展东西部协作和消费帮扶是党中央着眼推动区域协调发展、促进共同富裕做出的重大决策。本次活动是落实消费协作的具体实践，既彰显了“全国一盘棋”的大局意识，又饱含着“鲁渝一家亲”的深情厚谊。烟台优势海产品推介进入重庆市场，可以更好地丰富重庆市农产品品种品类、更好地满足重庆市民高品质、多样化消费需求。希望两地企业珍惜机会，进一步加强有效对接，深化互利合作，将两地更多更好的特色优质农产品推介给两地人民，探索构建产销对接新模式，取得消费协作新成果，谱写东西协作新篇章。烟台市人民政府副市长梁勇在致辞中讲到烟台以高质量建设海洋经济示范区为目标，构建起现代渔业产业体系发展格局。烟台市海洋发展和渔业局局长孙华君着重介绍了烟台市现代渔业发展情况。

推介会上，烟台市31家知名企业参加推介活动，9家企业上台推介。活动现场参展企业展示了烟台最具特色的水产品，烟台23家企业与重庆采购商达成合作意向，我会会员单位渔人湾码头等重庆4家单位与烟台市3家企业签订合作协议。

川渝农批市场联盟工作机制被列入 《推动成渝地区双城经济圈市场一体化建设行动方案》

近日，重庆市人民政府办公厅、四川省人民政府办公厅印发《推动成渝地区双城经济圈市场一体化建设行动方案》。其中指出：科学规划商品交易市场，差异化布局内外贸结合的专业市场，强化市场间、优势产业间的产销对接。依托川渝农产品批发市场联盟年会，带动市场信息共享、业务合作、产销联动。

川渝农批市场联盟是为贯彻落实两地《共建内陆改革开放高地战略合作协议》，在重庆市商务委、四川省商务厅指导下，由重庆市商品交易市场协会、四川省农产品流通协会牵头，联合川渝两地62家农批市场发起成立，旨在搭建集信息共享、业务合作、产销联动等于一体的开放型、非营利的跨区域行业组织，共同推动川渝农产品产销一体化发展，以及川渝农产品经营合作和互联互通。

农批市场升级改造和预制菜产业开启新征程

21世纪以来第20个、党的二十大以来第1份指导“三农”工作的中央一号文件2月13日由新华社授权发布。全文共九个部分，一是抓紧抓好粮食和重要农产品稳产保供、二是加强农业基础设施建设、三是强化农业科技和装备支撑、四是巩固拓展脱贫攻坚成果、五是推动乡村产业高质量发展、六是拓宽农民增收致富渠道、七是扎实推进宜居宜业和美乡村建设、八是健全党组织领导的乡村治理体系、九是强化政策保障和体制机制创新。

其中，值得农贸人重点关注的信息有两条，一是“完善农产品流通骨干网络，改造提升产地、集散地、销地批发市场，布局建设一批城郊大仓基地”；二是“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平。培育发展预制菜产业”。

一、农产品批发市场升级改造

在一号文件中，产地、集散地、销地农批市场的升级改造，将是今年农贸市场升级改造的重点工作内容。完善农产品流通骨干网络，改造提升产地、集散地、销地批发市场，布局建设一批城郊大仓基地；农批市场是农产品流通的骨干节点，其市场的坪效直接决定农产品中转流通的速率；在农批市场升级改造的中，面积大、品类全，是农批市场的特点，仓储、人车货，则是农批市场设计需求。

1、时空设计

全时段、人车货，是农批市场与零售农贸市场的主要区别，时间与空间的立体设计、市场的流通布局则就是农批市场规划设计的难点与要点。

夜间的农批市场中，车来车往，人和货在此交换，车辆的流转、货物的装卸，让市场繁荣又繁忙。农批市场的车流动线的设计、区域分配的设计等，要根据每个市场的主要产品品类进行针对性设计，例如海鲜批发市场的排水、蔬果批发市场的仓储等。时间之外，市场空间中，停车难是限制很多市场客流的主要问题。人流、货流与车流的规划设计，是批发市场升级改造项目要重点设计去解决的问题。随着新能源的发展与政策优惠，市场停车场配备充电桩等等也是市场改造是需要迎合时代发展的设计需求；城郊大仓基地、物流冷链的发展，对批发市场仓储的要求进一步提升，尤其是产地农批的仓储条件；此外，农批市场全时段的运营下，会催生市场的住宿、餐饮等需求，市场配套也要随着市场进行升级改造。

2、批零兼营

当前部分农产品批发市场将批发业务和零售业务进行融合，批零兼营是当下农批市场设计的一个方向。

这是受美国批发市场的主导地位已被超市派到末端的影响。2004年欧洲农产品批发市场的经由量是50%，2014年已降到40%。尽管当前我国农产品批发市场发展情况比较乐观，但随着发展，我们也即将面临到这种境况，行业内许多农产品批发市场管理者已经意识到这一点，也开始尝试发展零售终端市场进行创新经营。

3、管理设计

农产品批发市场除了需要具备相应的硬件设施条件，在软件上及亟需升级。

农批市场的管理统计工作是一项十分庞大的内容，近些年，很多农产品批发市场进行了升级改造，引进电子结算系统、加强检验检测中心、信息中心、监控中心、结算中心、废弃物处理中心等五大中心的建设，使农产品批发市场的规模化和标准化程度得到提升，市场的管理工作效率也随之提升。

在数字化发展大背景下，农产品批发市场要加快转型升级，加强市场数字化管理，包括仓储物流、资产管理、经销商管理、车辆管理等，夯实市场运营基础，提高市场管理效率，提升市场现代化管理水平。

农批市场是接下来市场改造的首要项目，县域经济的发展是当下经济建设布局的重点，产地农批市场的升级改造随之成为重中之重。

产地农批市场一般属于县级中心型市场，是整个县域经济的重要窗口，主要起到集散的作用，在改造时要注意小农自产自销的情况。

二、预制菜产业规范化

这是首次将预制菜写入中央一号文件中，特别指出要“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业。”2020年，预制菜进入普通大众视野，三年来，全国各地在这条万亿赛道上不断探索。2022年，中国预制菜全行业产值已经超过4000亿元，预制菜产业呈现出百花齐放的态势，各地产业园区纷纷创立、新企业数量持续增长、新品研发层出不穷、消费认知不断强化。

预制菜市场规模不断扩大，由于众多商家在同一时间涌进预制菜赛道，食品口味参差不齐、原材料来源不明、食品安全缺乏标准、冷链物流无法保障等诸多问题也开始集中“爆发”，成为阻碍预制菜口碑，横亘在餐饮从业者和消费者之间的一道“屏障”。这次直接写入一号文件，纳入国家兴农计划，确实超预期，

这也是是预制菜产业走向更加规范化、标准化健康发展的重要信号。

1、预制菜在农贸市场

由上海农贸市场开始，逐步发散到苏南、浙北并逐渐由江浙沪向全国扩张。经过多年发展，预制菜已经成为江浙沪地区多个农贸市场和商超的标配，并设有专门的柜台。之前预制菜以B端购买力为主，现若将行业进行规范后，C端的消费信心也随之上涨，未来市场将会上涨；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。

2、预制菜在批发市场：

批发市场多对应ToB，B端市场是预制菜的重头戏，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。

3、预制菜在零售市场：

零售市场对应ToC，现在个人消费者对预制菜的态度比较暧昧，但随着行业规范，市场将会向好，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。

4、农贸市场对预制菜需求

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**：在行业规则规范还不够完善，行业规矩多靠自觉时，品牌是一道保障，因为品牌一般会有门槛，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。预制菜是当下发展的风口，但市场要想长远发展，要保持清醒，摸透小市场，看清大市场，不能在风口上乱了阵脚，成为风口的注脚。

今年的中央一号文件，是党的二十大以来第一份指导“三农”工作的一号文件，其中有常规动作，也有亮点，为今后农贸市场的发展工作做铺垫。

农批市场的升级改造，预制菜产业的培育，是亮点，也是两大主要工作，而县域经济、农产品电商直采、文化产业下乡等发展要求，则影响着农贸市场设计与升级改造的具体要求与设计细节。

生鲜巨变：每日优鲜、叮咚买菜、盒马“分道扬镳”？

此前，在疫情影响下，人们出门购物频次减少，传统买菜模式也受到了一定的冲击。在此背景下，既能够解决人们买菜难题又能够减少人与人接触的生鲜电商，赢得了众多消费者的青睐。而随着大量用户涌入其中，整个生鲜电商行业也迎来了高光时刻，各路玩家的争相入局更是为生鲜电商添了一把火。据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2021年生鲜电商交易规模达4658.1亿元，同比增长27.92%。

然而好景不长，2022年的生鲜电商好似踩下了急刹车一般，火热态势不再，不少生鲜电商平台更是举步维艰。回顾过去的一年，生鲜电商已然是经历了一波大洗牌，虽有不少玩家黯然离场，却也有不少玩家仍在积极求变。

生鲜电商生变

正所谓潮水来得快，去得也快，这句话放在如今的生鲜电商行业格外适用。短短几年，生鲜电商便经历了从热火朝天到进入凛冬的两级反转。较之以往，生鲜电商行业可谓是发生了巨大的变化。

首先，外界环境趋稳，消费者对于生鲜电商的需求回落。消费者对于生鲜电商需求量的暴增，很大程度上要归因于疫情。现如今，疫情的这一突发因素的影响已经逐渐褪去，人们的日常生活逐渐回归正常，线下餐饮、线下购物等也随之复苏。而随着外界环境的好转，人们对于生鲜电商的需求量也开始逐渐回归正常。

其次，资本对于生鲜电商持谨慎态度，生鲜电商企业融资变难。生鲜电商生意本就难做，各路玩家的争相入局更是加剧了竞争的激烈程度，基于此，“烧钱换市场”便成为了许多生鲜电商企业争抢用户、扩大影响力的重要策略之一。不过，由于生鲜电商盈利难，因而许多生鲜电商企业难以实现“自我造血”，大都依靠于“外界输血”。

然而，如今的资本市场对生鲜电商的态度已经发生改变，生鲜电商领域投融资事件较之前有所减少。据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，截至2022年12月29日，中国生鲜电商服务商领域共有4起融资事件，融资总金额超过3亿元。与2021年相比，截至2022年12月29日，生鲜电商融资事件数同比下降50%，融资金额同比下降96%。

最后，生鲜电商从战略扩张转变为战略收缩。早些时候，为了迅速抢占市场，

不少生鲜电商玩家都大手笔进行了烧钱扩张，以通过扩大自身的业务覆盖范围，来获得更多客户。尽管烧钱扩张换来了用户的增长，却也拉高了生鲜电商们的成本，盈利难度一再增加。现如今，生鲜电商们一改往昔策略，不约而同地选择进行战略收缩，以降低亏损、寻求盈利。

回望 2022 年，生鲜电商行业环境发生巨变，需求、资本市场、运营策略等许多方面都有所变化。面对不断变化着的市场，生鲜电商行业的玩家们也各自走上了不同的发展道路。

每日优鲜“停摆”

在诸多玩家的动态中，每日优鲜无疑是最为引人注意的。2021 年，生鲜电商行业热度正高，每日优鲜、叮咚买菜这两位生鲜电商领域的头部玩家相继递交了上市申请。其中，每日优鲜早于叮咚买菜上市，成为了“生鲜电商第一股”。然而，仅仅一年的时间，每日优鲜就荣光不再，负面消息频出。那么，究竟是何种原因使得当初风头无两的每日优鲜走到如此境地呢？

一来，前置仓模式履约成本高，提升了每日优鲜的盈利难度。前置仓模式是生鲜电商的运营模式之一，由于仓储配送中心离消费者更近，因而能有效提升配送时效性，使配送时间能够缩短为 30 分钟内，也能让生鲜产品的质量有所保障。每日优鲜便是凭借首创的前置仓模式从众多玩家中突出重围，据了解，在最高峰时期，每日优鲜曾拥有约 5000 个前置仓。

然而，前置仓是实打实的重资产投入，除了前置仓建设费用外，还需要支付包括人工、配送等多项费用。据东北证券此前发布的研报测算，前置仓模式的履约费用是传统中心仓电商的 3 倍左右、平台型电商的 2 倍左右、社区团购的 6 倍左右。高昂的履约费用也拉高了每日优鲜的成本，使其难以摆脱亏损的泥沼。据招股书及财报数据显示，2018 年至 2021 年，每日优鲜的净亏损分别为 22.32 亿元、29.09 亿元、16.49 亿元、38.50 亿元。

二来，补贴等策略虽然换来了用户增长，却难以维持用户的粘性。此前，为了留客、拉新，每日优鲜等生鲜电商平台纷纷采用补贴等策略以吸客引流，这也使得营销费用高企。由于消费者习惯了补贴，因此对价格格外敏感，一旦优惠力度不足，极有可能发生转投其他生鲜电商平台的情况。不仅如此，采取前置仓模式的每日优鲜所负担的成本本就比其他模式的生鲜电商平台高一些，压力之大不言而喻。

生鲜电商的需求趋于平稳，竞争却仍在继续，加之前置仓模式“过重”，难以摆脱亏损、实现盈利，在内外因素的多重夹击下，每日优鲜已不复往日风光。

叮咚买菜“变道”

和每日优鲜一样，叮咚买菜采取的也是前置仓模式，二者一度被称为“前置仓双雄”。不过，尽管每日优鲜和叮咚买菜都采取了前置仓模式，双方的上市节点也相差无几，但如今两者的境况却大不相同。

一方面，叮咚买菜进行成本端优化，以缓解亏损。前置仓的大面积铺开，虽然能够在一定程度上促进业务发展，但受多方面因素影响，并非所有地区的前置仓都有足够的订单量。而前置仓属于重资产投入，前置仓数量的增加无疑会加重成本的支出。在此背景下，叮咚买菜进行了战线收缩，通过撤城减仓的方式优化成本端，以缓解亏损压力。据了解，自2022年5月开始，叮咚买菜已陆续裁撤多地业务，其中包括广东中山、珠海，安徽宣城、滁州等城市。

另一方面，叮咚买菜加码并深入预制菜领域，以寻求新的增量。盈利难是生鲜电商行业的固有难题，在此背景下，生鲜电商都在积极寻找新增量以解决盈利难题，叮咚买菜也不例外。其中预制菜就成为叮咚买菜瞄准的重要领域，并且频频发力。事实上，叮咚买菜在2021年初就入局了预制菜领域，2022年2月更是成立预制菜事业部，将之上升为公司的一级部门。

除此之外，叮咚买菜继续加强自有品牌建设，以提升自身的竞争力。当产品、服务相差无几时，价格往往会成为影响消费者选择的主导因素，因此建设自有品牌就成为生鲜电商们塑造差异化竞争优势的重要方式。叮咚买菜也持续加强自有品牌建设，比如，去年7月，叮咚买菜推出了自有精酿啤酒品牌“1972农场”，主打只卖24小时的“日日鲜”精酿原浆鲜啤。

而叮咚买菜长时间的自有品牌建设，也已经颇见成效。据了解，截止目前，叮咚买菜已经打造了“叮咚大满冠”、“叮咚王牌菜”、“良芯匠人”、“保萝工坊”、“叮咚好食光”等20余个自有品牌，可满足不同消费者的差异化食用需求。

盒马推开盈利大门

尽管同样在生鲜电商赛道打拼，盒马和每日优鲜、叮咚买菜的发展路径却并不相同。在生鲜电商行业发生变化之际，盒马则是传来了好消息。据盒马CEO侯毅日前发布的全员内部信表示，2022年是盒马新零售的成熟期，不仅盒马业绩保

持高速增长，其中主力业态盒马鲜生实现盈利。而盒马鲜生盈利消息的传出，对于低迷的生鲜电商行业起到了提振作用。

在商品方面，盒马持续进行商品建设，为用户提供多样化选择。生鲜电商的本质仍然是产品，产品品类齐全与否、产品质量过关与否是平台赖以生存的关键，对于消费者选择以及复购起着至关重要的作用。而盒马长期进行自有品牌建设，打造了更具竞争力的产品，提升了消费者对于盒马品牌的粘性以及认可度。据官方数据显示，截至2022年10月底，盒马的自有品牌商品类目已经达到1200多种，催生了10个销售规模过亿的“盒品牌”。

在供应链方面，盒马加码供应链建设，提升了效率进而减少损耗。不同于其他产品，生鲜产品易损、易腐的特点注定其颇为“娇贵”，因此盒马不断加码供应链建设、提升供应链能力，以提升物流效率，从而保证商品品质，最终为消费者带来更加优质的消费体验。

据了解，在生产环节，盒马已签约550多个农业直采基地、其中有100多个“盒马村”；在供应环节，盒马有56个常温和冷链仓、22个加工中心、10个鲜活暂养仓；在销售环节，盒马已开出300多家门店，覆盖全国27个城市。不仅如此，盒马还自建了供应链运营中心，其中位于武汉、成都的两座供应链运营中心已于去年7月全面投入使用。

小结

毫无疑问，生鲜电商是公认的难做的生意。高损耗、难保鲜、运输难、产地分散且分布不均等问题都增大了生鲜电商平台的运营难度，同时消费者体验也极易受到影响。不过，尽管困难颇多，却也并非毫无机会，盒马鲜生的盈利就释放了很好的信号。

尽管此前的风口已经过去，但经过近三年的市场教育，消费者已经被培养出了使用生鲜电商平台的习惯，生鲜电商行业依旧存在着巨大的发展潜力，生鲜电商们也仍有很多的发展机会。目前，生鲜电商已经告别了上半场的烧钱大战，精细化运营、供应链完善将成为下半场的主旋律。而随着生鲜电商领域的各路玩家不断进行调整、优化，此前掣肘其发展的难题也终将被一一攻克。

本文来源：腾讯自媒体_刘旷

双福国际农贸城春节“不打烊”，保障市民“菜篮子”

为了更好地保障市民的菜篮子，春节期间，双福国际农贸城 24 小时“不打烊”，随时满足市民的补货需求。同时，采用外调和储存的方式，与四川、贵州等地签订了合作协议，根据不同市场情况及时供应农产品，并与甘肃、云南、海南、黑龙江等地的 10 多家农业市场建立了蔬菜保供基地，充分保障了春节期间的农产品稳定供应，让年味越来越浓。

据双福国际农贸城相关负责人介绍，在春节期间，市场迎来了交易的高峰。主要体现在进场的吨位由日常的一万五千吨增至两万吨，进场的车辆由日常的两万台增至三万台。为了保证进来的采购商能够做到即采即走，市场对场内的各个交通要点增加了大量工作人员进行交通疏导。同时为了稳价保供，对场内的单品增强了每日的单价采购，并将每日的单价采购上报相关部门进行报备。

观农贸市场公司召开 2023 年经济工作会

2 月 28 号，观农贸公司召开第四届五次职代会暨 2023 年经济工作会。大会审议通过了《提质增效促经营，攻坚克难谱新篇，携手并进为公司稳步可持续发展赋能蓄势》行政工作报告，以及公司 2022 年工会委员会工作报告、工会经费审查委员会工作报告。会上还通报了 2022 年安全工作情况并部署了公司 2023 年安全工作，并分别与各经营单位签订了《2023 年经营目标责任书》。

公司党委书记、董事长喻东在讲话中讲到，2023 年是公司狠抓发展，提升效能的突破年，要围绕“提质转型”目标，主动求变，全力在四个方面谋求更大发展。一是强化创新意识，激发活力。在功能定位上创新、在专业市场的组织工作上创新、在市场交易方式上创新、在市场管理制度上创新。二是坚守安全稳定工作不动摇。将安全工作摆在日常工作首位来抓，坚持党政同责、一岗双责、失职追责的理念，确保公司全年无安全事故发生。三是狠抓内控管理，提高管理效益。全面梳理各项管理制度和规范，不断提升市场环境和服务水平，扩展品牌知名度。优化考核分配机制，严控费用成本。四是夯实党建工作，坚持党建和经营两手抓两促进。以党的二十大精神为引领，坚持党要管党，从严治党。“要抓好经营促党建，抓好党建促经营”，不断夯实党建基础工作。加大执纪问责力度，坚决纠治“四风”问题，厚植公司廉洁氛围。

“供销肉食”全国首店正式开业

2月2日上午，重庆市农产品集团旗下全国首家“供销肉食”门店正式开业。集团负责人及各部门、各二级企业相关负责人、客商到场参加了开业仪式。

据悉，“供销肉食”门店由重庆市农产品集团下属农产品进出口公司倾力打造，位于重庆市规模最大、入驻商户最多的明品福冻品交易市场，专门从事肉类产品批发与零售业务，经营产品丰富多样，包括牛肉、猪肉、羊肉、鸡鸭肉等畜禽产品，水产及其副产品30余种。

据了解，在贯彻落实党的二十大精神开局之年，“供销肉食”门店正式运营，标志着肉食品产业发展迈出了新步伐、展现出新气象，为市农产品集团布局肉食产业链、推动转型发展注入了新动能。

另悉，市农产品集团将绘蓝图、抓落实，准确把握市场行情，灵活转变经营策略，开启终端零售渠道建设的新征程，全面赋能生鲜门店经营。未来3年，市农产品集团将立足重庆、面向全国，开设10家“供销肉食”门店，为全国人民提供优质蛋白产品，满足人民群众的美好生活需要，切实践行“为耕者谋利、为食者造福”的初心使命！

董家溪跳蚤市场后备箱集市街区试营亮相

1月14日，董家溪跳蚤市场后备箱集市街区试营亮相。

据介绍，“备嘉董礼”后备箱集市街区设置了超过100米的便民摊位区，免费提供给市民摆摊设点，主体占地面积1000余方，实体搭建面积超过3000平方，包括了集装箱直播区、主体灯饰区、后备箱集市摊位区、花街展销区和活动舞台区，可容纳超50辆车主同时策展。该集市以董家溪跳蚤市场为依托，以丰富“夜间经济”、充实“内容经济”、呈现“体验经济”、提升“文化经济”为主线，以新时代新型市场运营方式——汽车后备箱为载体，通过打造董家溪后备箱集市创意街区，打造重庆二手市场新地标，激活夜市消费，点亮城市新业态。

据悉，在集市筹备工作中，江北区城管局按照“主干道严禁、次干道严控、背街小巷规范”的管理要求，引导商家企业科学合理设置规范经营摊点，做到“放”而不乱、“活”不扰民。同时，坚持以服务为先、管理为要，全面推行“721”工作法、柔性执法等审慎包容监管方式。

“渝贸全球 跨电赋能”助力“大足造”加快数字出海

2月28日，“渝贸全球 跨电赋能”跨境电商助力产业带出海行动首站活动在大足区电商产业园启动。活动集聚大足区刀具、五金工具、农用机械等行业30多家企业，组织3家跨境电商采购商参与对接交流，助推大足五金产业“出海”。来自亚马逊公司、菲欧坦(重庆)数据科技有限公司和瑞丰德永控股集团有限公司的行业专家，围绕五金工具类产品的“出海”机会，生产企业、传统外贸企业如何通过跨境电商实现转型发展等主题分享了“跨境干货”。

据悉，大足是中国西部的五金之都，大足五金拥有千年历史，以刀、剪、锁为代表的多个花色产品远近闻名，出口至俄罗斯、欧盟、东南亚等70余个国家和地区。2022年大足区跨境电商交易额达3762.69万元，同比增长129.31%。

大足区商务委负责人表示，跨境电商是互联网时代发展最迅速的跨境贸易方式。下一步，大足将充分发挥市场采购贸易方式试点优势，推动跨境电商和市场采购贸易融合发展，将“大足造”推向国际市场。

据了解，“渝贸全球 跨电赋能”跨境电商助力产业带出海行动由重庆市商务委策划。从今年2月开始，活动聚焦九龙坡汽摩配、江津机械工具、万州灯具、奉节眼镜等区县特色产业，每月组织一场或多场活动，预计全年举办20场以上。同时，活动创新结合宣传培训活动和跨境电商采购商探厂活动，推动更多传统外贸企业、生产企业提升数字化经营水平，实现全球业务拓展和品牌打造。

市、区市场监管局调研助力铠恩汽车城信用建设

2月，市、区市场监管局分别专题调研铠恩国际汽车城信用建设工作，一行现场考察了铠恩国际消费维权中心，了解先行赔付的制度流程、信用码运用推广、商家注册登记、标准化建设人民调解室等相关情况，并走访了部分商家。

调研组一行对铠恩国际信用建设的重要举措及相关成效给予了充分的肯定，也提出了明确的指导意见，表示将全力支持铠恩创建全市信用建设示范点，力争申报成为国务院创新激励项目。

据悉，铠恩国际汽车城在市、区市场监管局指导下，率先在全市二手车市场运用推广“山城有信”市场主体信用码，实现亮码经营、亮码承诺、亮码消费，切实推动放心消费诚信市场创建工作。

龙文钢材市场：“职工之家”打造温馨港湾

年初，龙文钢材市场“职工之家”开馆，使的龙文钢材市场的 300 余家商户、1000 余名职工有了一个集健身、阅读、休闲、交流于一体的场所。

据介绍，龙文钢材市场“职工之家”占地面积达 2000 平方米，目前设有职工书屋、健身活动中心、心理辅导室、爱心妈咪小屋等，配备各类电器、桌椅、淋浴区域和储物柜，配套设施完善，功能齐全，充分满足了会员职工的多样化需求。该“职工之家”是龙文钢材市场根据自身特点，充分利用区域优势建设共享职工之家，服务各类职工群体的落地之举。目前，“职工之家”已面向重庆龙文钢材市场全体商户及龙文集团职工开放，得到广泛赞誉和好评。

据悉，龙文钢材市场始终以为商户和从业人员办实事为落脚点，积极营造团结、和谐的良好氛围，让“职工之家”真正成为企业与职工之间的桥梁纽带，凝聚智慧和力量积极推动市场高质量发展再上台阶。

璧山区：“三举措”加强农贸市场食品安全监管

为进一步规范农贸市场食品及食用农产品经营秩序，璧山区市场监管局切实加强农贸市场食品及食用农产品质量安全监管，取得良好成效。

坚持示范引领。以文明城区、卫生城区等示范创建活动为引领，扎实推进食品安全规范化农贸市场、智慧农贸市场等创建活动，不断从硬件设施、管理规范、消费环境等方面，切实提升辖区农贸市场食品及食用农产品质量安全管理水平。截至目前，全区已创建食品安全规范化农贸市场 9 个，智慧农贸市场 4 个。

压实主体责任。督促市场开办者和场内经营者落实责任。要求农贸市场开办者完善食品安全管理制度，配备食品安全管理人员，加强对入场经营者的监督管理，按要求设置快速检测设施设备，加强对入场销售食用农产品开展快速检测。要求场内经营者认真落实进货查验等义务，严把所食品及食用农产品安全关口。

严格监管执法。加强与农业农村等部门的沟通协作，共同推进食用农产品“治违禁、控药残、促提升”三年行动，推动食用农产品产地准出与市场准入的有效衔接。聚焦农贸市场内畜禽肉、水产品、时令蔬菜等重点品种，加大监督抽检和快速检测力度，依法从严从快惩治农药残留超标、兽药残留超标、进货查验制度落实不到位等违法违规行为。

开州区：推动渝东北农副产品物流商贸城提质增效

近日，市市场监管局印发的《关于 2022 年度农贸市场食品安全规范化建设评估验收结果的通报》中提到，渝东北农副产品物流商贸城通过评估验收。

据了解，目前，该市场入驻商户 200 余户，开州区 70%以上的农产品经由渝东北商贸城流通。日均销售量达 500 吨以上。长期以来，开州区市场监管局通过送资金、送技术、送知识、开通绿色通道等多种服务手段，推动商贸城提质增效。

送资上门，财力支持到位。安排专项资金作为农贸市场规范化建设资金，为市场制作并张贴各项食品安全管理制度及相关信息公示牌 185 个，印制规范化食用农产品标识标签 3 万张。同时，向经营户发放进销台账相关宣传资料等近万份。

送技上门，信息技术紧跟。全程参与市场快检室建设，并上门帮助市场培训快检工作人员；每天将食品快检信息及时向公众公示；鼓励指导经营户建立电子进销台账、收集产品电子信息，确保产品溯源更规范、更便捷。

送教上门，宣传监管不缺位。在市场开展培训 3 次，参培人数达 300 余人次。督促市场开办者与商户全部签订了食用农产品质量安全协议，建立入场销售者档案。同时，通过食品抽检、现场核查、专项检查等方式加强日常监管。

服务发展，绿色通道暖人心。开业之初，区市场监管局开启绿色通道，安排专人负责，通过市场集中办、上门指导办、网上便捷办等多种便利措施，为市场经营者办理证照。在日常监管过程中，该局工作人员还现场指导市场经营者规范填写标识标签内容、完善相关资料等。

渝派精品服饰城：赴杭州服装市场拓展交流

2 月 26 日，渝派精品服饰城及部分商户参加 E7 杭州时装中心盛大开放暨品牌男装签约仪式，并赴四季青服装市场、杭派精品服饰城、四季常青服装批发市场进行深入拓展交流。

在考察中，渝派商户与杭州服装市场的商户们均表示将加强合作，资源互补。同时，渝派商户还向杭州市场商户展示自有品牌特色，与杭州各市场商户讨论设计、版型、工艺、宣传等行业各发展环节，大家对交流活动给予了肯定。

此次活动使得渝派商户更深入了解了杭州客商的需求，并以此为契机，紧随市场趋势不断完善自身，强化市场优势，提升品牌核心竞争力。

涪陵区：菜市场提档升级 “菜篮子” 拎出幸福感

自建设全国文明城区以来，涪陵区加大各农贸市场环境卫生整治力度，实现农贸市场提档升级，为市民营造干净、舒适的购物环境。

在涪陵区农贸市场可以看到，宽敞明亮的市场里，摊位整齐划一，地面干净整洁，门头统一规范，市场设有公平秤，杜绝缺斤少两现象。除此之外，部分市场公厕和楼梯都安装了无障碍设施，整个市场焕然一新。

据悉，近年来，涪陵区通过建设全国文明城区进一步完善城镇基础设施、公共服务和管理水平，累计投入 2000 余万元，完成了 26 个农贸市场的升级改造，建筑面积 5 万多平方米，从业人员达 11000 余人，实现年销售额 12 亿元，标准化农贸市场达标率达 98.2%，市民的获得感、幸福感不断提升。

欢迎扫描下方二维码关注我协会微信公众号【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.cqspxh.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