



重庆专业市场通讯

2023年第03期
总第172期

主办单位：重庆市商品交易市场协会
2023年7月30日

本期目录

政务信息

- ◆ 商务部等13部门：全面推进城市一刻钟便民生活圈建设
- ◆ 国家发改委、商务部等：关于促进汽车消费的若干措施
- ◆ 市场监管总局公布《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》
- ◆ 重庆市委、市政府印发《质量强市建设实施方案》
- ◆ 商务部等13部门发布促进家居消费若干措施
- ◆ 《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准7月1日实施

协会传真

- ◆ 我会成功承办2023年川渝农批市场联盟产销对接大会
- ◆ 我会农批市场分会召开工作例会
- ◆ 川渝农批市场联盟协同发展共同宣言
- ◆ 川渝农批市场联盟协同工作机制

市场观察

- ◆ 又一个买菜平台，输给了菜市场

市内动态

- ◆ 龙文钢材市场召开首届高端智库会议
- ◆ 中农联·合川农贸城召开商家座谈会
- ◆ 重庆公路物流基地成功入选国家示范物流园区
- ◆ 国泰汽博城荣登中国二手车百强榜单



商务部等 13 部门：全面推进城市一刻钟便民生活圈建设

7月12日，商务部等13部门研究制定的《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划（2023-2025）》对外发布。到2025年，在全国有条件的地级以上城市全面推开，形成一批布局合理、业态齐全，功能完善、服务优质，智慧高效、快捷便利，规范有序、商居和谐的便民生活圈。

《计划》提出五方面实施重点，包括系统谋划设计，优化社区商业布局；改善消费条件，丰富居民消费业态；创新消费场景，增强多元消费体验；推动技术赋能，提升智慧便捷水平；促进就业创业，提高社区居民收入。

《计划》明确：补齐“一菜一修”。其中：支持菜市场（菜店）标准化、智慧化改造，拓展服务业态，提升环境、卫生和质量，促进放心消费、惠民消费。在政策保障方面，提出将超市、便利店、菜市场等纳入保障民生、应急保供体系，有条件的地方可对微利、公益性业态给予房租减免、资金补贴等支持。

《计划》提出，支持发展线上线下融合的即时零售模式，支持净菜进社区、进超市，发展“中央厨房+冷链+餐饮”模式，提升预制菜产品质量品质。

据悉，截至6月底，前两批80个全国试点地区积极拓展便民生活圈覆盖范围，累计建设2057个便民生活圈，服务社区居民4201万人。

国家发改委、商务部等：关于促进汽车消费的若干措施

近日，国家发展改革委等部门印发《关于促进汽车消费的若干措施》的通知。措施包括：优化汽车限购管理政策、支持老旧汽车更新消费、加快培育二手车市场、加强新能源汽车配套设施建设、着力提升农村电网承载能力、降低新能源汽车购置使用成本、推动公共领域增加新能源汽车采购数量、加强汽车消费金融服务、鼓励汽车企业开发经济实用车型、持续缓解停车难停车乱问题。

其中提到：加快培育二手车市场。各地落实取消二手车限迁、便利二手车交易登记等政策措施。鼓励汽车领域非保密、非隐私信息向社会开放，提高二手车市场交易信息透明度，完善信用体系。合理增加对二手车平台企业的抽检频率，抽检结果依法向社会公开。加强出口退税的政策辅导和服务，支持鼓励达到相关质量要求的二手车出口。

市场监管总局公布《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》

近日，市场监管总局公布《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》（以下简称《办法》），自2023年12月1日起施行。

“从农田到餐桌”，食用农产品质量安全与广大人民群众身体健康和生命安全息息相关，2022年9月，新修订的农产品质量安全法发布，对食用农产品市场销售提出了新的要求。为了衔接落实法律有关要求，市场监管总局组织对原《办法》进行修订，进一步规范食用农产品市场销售行为，保障食用农产品质量安全。《办法》共51条，主要包括：

《办法》强化市场开办者和销售者食品安全责任，规定市场开办者履行入场销售者登记建档、签订协议、入场查验等管理义务和销售者履行进货查验、定期检查、标示信息等主体责任；明确了地方市场监管部门与农业农村部门的案件通报和移送制度，细化了具体通报情形。

《办法》根据农产品质量安全法有关规定，将承诺达标合格证列为食用农产品进货查验的有效凭证之一，并鼓励优先采购带证的食用农产品；同时明确提出在严格执行食品安全标准的基础上，鼓励食用农产品销售企业通过应用推荐性国家标准、行业标准以及团体标准等促进食用农产品高质量发展。

《办法》针对群众反映“生鲜灯”误导消费者问题，增加对销售场所照明等设施的设置和使用要求；明确鲜切果蔬等即食食用农产品应做好食品安全防护，防止交叉污染。此外，结合食用农产品市场销售以个体散户为主的突出特点，按照“警示为主，拒不改正再处罚”的基本原则设置法律责任，将部分条款的罚款起点适度下调。

重庆市委、市政府印发《质量强市建设实施方案》

7月，中共重庆市委、重庆市人民政府印发了《质量强市建设实施方案》。《方案》提出，到2027年，全市质量整体水平明显提升，重庆质量品牌影响力显著增强，人民群众质量获得感、满意度明显增强，质量强市建设取得标志性进展，迈入全国第一方阵。其中：在实施消费品质量升级工程方面，**实施商品市场优化升级专项行动，拓展商品市场线上交易新形态**。鼓励优质消费品进口，推进内外贸产品同线同标同质。

商务部等 13 部门发布促进家居消费若干措施

近日，商务部等 13 部门印发《关于促进家居消费若干措施的通知》从大力提升供给质量、积极创新消费场景、有效改善消费条件、着力优化消费环境等四方面提出 11 条具体措施。

方案提出，在大力提升供给质量方面，需完善绿色供应链、创新培育智能消费、提高家居适老化水平。包括促进企业加大绿色家居产品研发力度，大力发展绿色家装、装配式装修；加快智能家电等家居产品研发；制定发布老年用品产品推广目录，加快制定家居产品适老化设计通用标准。

在积极创新消费场景方面，方案提出推动业态模式创新发展、支持旧房装修、开展促消费活动。包括鼓励有条件的地区有序发展二手家居流通产业；通过政府支持、企业促销等多种方式，支持居民开展旧房装修和局部升级改造；引导企业提高家居消费供给质量和水平，提供更多高品质、个性化、定制化家居产品。

在有效改善消费条件方面，方案提出发展社区便民服务、完善废旧物资回收网络、促进农村家居消费。包括引导家居企业、电商平台等下沉农村市场；深入开展绿色建材下乡活动，有条件的地区应对绿色建材消费予以适当补贴或贷款贴息；鼓励有条件的地区开展家电家具家装下乡。

在着力优化消费环境方面，方案提出规范市场秩序、加强政策支持。包括依法打击家居消费领域假冒伪劣、偷工减料、价格欺诈等行为；鼓励行业协会等探索实施家居行业“黑名单”制度；鼓励金融机构在依法合规、风险可控前提下，加强对家居消费的信贷支持。

《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准 7 月 1 日实施

《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准由国家标准化管理委员会审批通过，将于 2023 年 7 月 1 日实施。该标准是我国首个明确规定商品交易市场知识产权保护管理的推荐性国家标准。

国家知识产权局自 2014 年起推动开展知识产权保护规范化市场建设工作。截至 2022 年年底，全国共有知识产权保护规范化市场 115 家。

《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准结合我国商品交易市场知识产权保护的发展实际，在充分借鉴知识产权保护规范化市场建设已有经验的基础上

制定形成。该标准包括范围、规范性引用文件、术语和定义、管理职责、运营管理、知识产权侵权处理、资源保障、评价与改进等 8 章，适用于商品交易市场活动的相关方，包括建立并持续完善商品市场知识产权保护体系的市场经营管理者，为商品交易市场知识产权保护体系建设提供咨询的服务机构，针对商品交易市场知识产权保护体系提供评测的第三方机构。

《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准第 4 章“管理职责”明确商品交易市场经营管理者责任，包括最高管理者、要求商户作出承诺、知识产权保护方针、知识产权保护目标以及知识产权保护体系等 5 方面内容。

第 5 章“运营管理”对商品交易市场知识产权保护的实施提出具体要求，包括总体要求、市场准入、商品采购及销售管理、知识产权诚信管理等 4 方面内容。明确商户入驻环节、商户在商品采购及销售环节的具体要求，指导商品交易市场经营管理者制定知识产权诚信制度。

《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准第 6 章“知识产权侵权处理”包括侵权通知发出、侵权通知受理与处置、知识产权纠纷解决机制、知识产权维权援助等 4 方面内容，规范侵权通知发出的流程、渠道和要求，明确侵权通知处置及结论处理措施，推动商品交易市场建立知识产权纠纷解决机制和维权援助机制。

《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准第 7 章“资源保障”明确商品交易市场经营管理者应提供相关配套的资源，保障知识产权工作的有效实施，包括总体要求、组织保障。

第 8 章“评价与改进”包括概述、内部评审、改进与提高等 3 方面内容。明确商品交易市场管理者应建立知识产权管理体系评价制度，定期对知识产权管理体系的运行情况自我评估，也可委托第三方机构开展评估，着重评价知识产权管理体系运行的有效性。

《商品交易市场知识产权保护规范》国家标准实体内容重点规范商品交易市场经营管理者主体责任和义务，既兼顾实体市场与电商平台等不同类型的知识产权保护实际，又积极回应全球治理体系的复杂变化对商品交易市场知识产权保护提出的新要求，将对我国市场领域知识产权保护工作产生积极而深远的影响。国家知识产权局将加强业务指导，加大央地协同力度，积极引导各市场主体贯彻实施此标准，推动我国知识产权保护状况进一步改善，为营造市场化、法治化、国际化一流营商环境作出积极贡献。

我会成功承办 2023 年川渝农批市场联盟产销对接大会

7月10-12日，由重庆市商务委、四川省商务厅主办，重庆市商品交易市场协会、四川省农产品流通协会承办的川渝农批市场联盟产销对接大会成功举办，来自重庆市、四川省、山东省、吉林省、新疆维吾尔自治区、昌都市及所属市、州商务主管部门、川渝农批市场联盟成员单位、相关行业协会、农产品供应链企业、生产基地、加工企业、采购商、媒体等单位 290 余人与会共聚交流。长寿区戴明区长、潼南区李成群区长、市商务委李巡府副主任等领导分别参加有关活动。

会上，重庆市、四川省、吉林省、新疆维吾尔自治区、昌都市、长寿区、潼南区分别作了农产品产业及流通推介，7 家企业分别作了产品发布或采购需求；19 个川渝农批市场、2 个行业协会、4 个供应链企业、7 个生产加工企业分别签订了联保联供、互联互通、购销合作等协议 20 余项；并邀请全国农贸联会长马增俊作专家主旨演讲。会议编制并发放《宣传手册》，其中收录了川渝两地 126 家农批市场、种养殖基地、生产加工企业、供应链企业情况介绍，公布了重庆区县 300 余家特色农产品基地、加工企业的产品信息。

大会同期分别召开重庆市市场协会农批市场分会工作例会、四川省农产品流通协会理事会及川渝农批市场联盟一届二次理事会，并发布了 2022 年度重庆市、四川省农批市场行业发展报告，签署《深化川渝农批市场协同发展共同宣言》。同期成功举办了潼南区专场推介交流会；安排了参观考察三科农商城、潼南国家农业科技园区、双福国际农贸城。

本次大会是贯彻重庆市政府、四川省政府联合印发的《推动成渝地区双城经济圈市场一体化建设行动方案》和重庆市商务委、四川省商务厅签署的《川渝共建内陆改革开放高地战略合作协议》的具体体现。大会积极落实两地政府作出的“依托川渝农批市场联盟年会，带动市场信息共享、业务合作、产销联动”工作部署，以“畅通对接渠道·深化市场合作”为主题，以推进川渝农批市场联盟协同发展为抓手，进一步深化双方农产品产销对接协同、市场保供协同、信息沟通协同、监测统计协同，逐步推进实现川渝农产品产销一体化，引领推动双方农批市场协同发展和产销对接工作进入快车道。同时，大会为异地之间共建共享农产品生产流通资源，促进形成产销衔接更为畅通的农产品供应链体系提供了平台。

我会农批市场分会召开工作例会

7月10日下午，我会农批市场分会工作例会在长寿碧桂园酒店召开，33家会员单位有关负责人共50余人参加会议。

会上，通报了2023年川渝农批市场联盟产销对接大会筹备情况；传达了农批市场优化升级的相关政策以及市市场监管局印发的《食用农产品批发市场质量安全提升三年行动（2023-2025）工作方案（征求意见稿）》；重点分析了当前全市农批市场发展现状以及新经济市场格局下传统农业批发场所面临的挑战和机遇，并就农批市场未来数字化、精细化管理的发展趋势，进行了探讨。

在座谈交流环节，大家一直认为，在当前经济发展形势和行业发展趋势下，农批市场作为民生保供的重要载体，要“抓管理、抓创新、抓安全”，不断提高市场经营理念和管理水平，加强市场配套硬件设施改造提升，积极探索推进农批市场优化升级，努力为广大群众创造安全放心的消费环境。

川渝农批市场联盟协同发展共同宣言

川渝农批市场联盟一届二次理事会于2023年7月10日在重庆市长寿区碧桂园凤凰酒店举行。

双方认为，自川渝农批市场联盟成立以来，川渝两地商务主管部门、农批市场、农产品生产基地、农产品供应链企业的合作交流逐渐深入，采取了一系列为川渝双方农产品产销对接与协同发展的重大举措，取得了一些重要成果。

川渝一衣带水、川渝一家亲。双方开诚布公地深入探讨了下一步川渝农批市场协同发展工作，一致认为落实川渝两省市《推动成渝地区双城经济圈市场一体化建设行动方案》及两省市商务主管部门《川渝共建内陆改革开放高地战略合作协议》的重要性和必要性，川渝两地农批市场按照《川渝农批市场联盟协同工作机制》，采取实质性措施将市场协同发展工作提升到新的高度。现发表如下共同宣言：

一、双方承诺，要紧紧依托川渝农批市场联盟平台，进一步深化完善双方农批市场联系沟通机制。

1. 常态化组织各成员单位通过工作会、座谈会、促销会、网站、微信群等多种形式，加强双方农产品品类、价格、数量的信息沟通，建立起农批市场信息互通机制，为双方市场主体互利合作和农产品双向流通提供信息支撑。

2. 完善双方重点农批市场联系机制，深化监测统计合作，为职能部门实施决策和争取国家部委政策对西部省市倾斜性支持提供参考依据。

二、双方同意，进一步加强农产品市场保供协作，为推动成渝地区双城经济圈市场一体化建设贡献力量。

3. 利用好双方农产品市场优势资源，指导双方成员单位加强合作，在市场出现异常波动时，积极协调组织货源调进与调剂，互为双方产品进入市场提供便利，确保两地农产品市场供应和价格稳定。

4. 积极跟进服务双方农批市场、生产基地、供应链企业已签订的农产品生产、加工、供应等项目合作协议，确保合作项目落地见效。

三、双方决定，共同推进农产品产业链供应链建设合作，加快建设川渝农产品产销一体化。

5. 引导双方农批市场与农产品生产基地、专业合作社、农产品加工配送企业等生产流通企业加强合作，协同推进川渝农产品供应链体系建设完善。

6. 加强消费帮扶工作，引导双方农批市场深入帮扶地区采购农产品，签订长期稳定的战略合作协议。

四、双方决定，2024年农批市场联盟产销对接大会暨一届三次理事会在四川省成都市举行。

川渝农批市场联盟

2023年7月10日

川渝农批市场联盟协同工作机制

为贯彻落实党中央、国务院《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》精神，打造川渝农产品批发市场高质量发展高地，助力成渝地区双城经济圈建设，带动农业农村现代化和乡村振兴，经川渝农批市场联盟（以下简称联盟）一届一次理事会通过，特建立联盟协同工作机制如下：

一、建立联盟秘书处对接机制

（一）设立常设机构

联盟内设联合秘书处，分别设在重庆市商品交易市场协会秘书处和四川省农产品流通协会秘书处办公室。作为联盟的授权管理机构和常设机构，负责轮值期

间联盟的日常工作。

（二）加强相互沟通联系

不定期召开碰头对接会议（主要通过线上举办），相互交流通报工作情况，研究确定下步工作。

（三）发展联盟成员

首批联盟成员主要为两地的重点农产品批发市场，以后逐步吸纳两地相关的农产品批发市场、农贸市场、农产品供应链企业、生产基地、加工企业等。

二、建立联席会会议工作机制

联盟每年举办一次联席工作会议，并同期召开理事会，由全部理事单位参加，分别由重庆市商品交易市场协会、四川省农产品流通协会轮流主办，并征得行业主管部门的同意、指导和支持。会务费用原则上由当期主办方承担，并落实好具体会议事务。联席会的主要任务是：

（一）举办市场发展论坛或研讨会，邀请相关部门领导、农产品流通专家讲解宣传国家、地方政策、农产品生产流通发展思路、方向和举措等。

（二）组织农批市场之间合作交流，开展一对一或一对多友好合作，签订农产品产销对接及对口帮扶等合作协议。

（三）召开联盟理事会会议，审议理事会年度工作报告和工作开展情况，研究下年度工作任务，确定下一次会议主题和有关事宜，讨论联盟其他相关工作事项等。

（四）组织考察观摩举办地农产品批发市场、大型农产品生产流通企业运营管理经验，座谈交流联盟成员单位改革发展情况与利益诉求，协调解决相关问题。

三、建立川渝协作保供机制

（一）加强川渝两地农批市场保供协作，在市场出现异常波动时，协调双方有关批发市场组织货源调进与调剂，互为双方产品进入市场提供便利，确保两地农产品市场供应和价格稳定。

（二）建立协作保供信息沟通机制，引导联盟成员单位互通农产品价格、品类、数量等信息，为保供协作打下基础。

四、建立供应链协同合作机制

（一）合作推进农产品供应链体系建设，引导双方农批市场采取订单农业、产销一体、投资合作等方式，加强与生产基地、专业合作社合作，支持川渝双方农批市场合作举办农产品产销对接会、推介会、展销会和各类促销活动，扩大农

产品直采规模。

（二）整合川渝双方农产品上下游资源，建设包括供应商、采购商、物流商、经销商、贩运户以及加工配送中心、生鲜超市、社区菜场等相互联动、线上线下融合的网络体系，扩大川渝农产品销售规模。

（三）加强消费帮扶合作，组织川渝两地农批市场、经销大户优先采购和帮助销售川渝原贫困地区农产品，动员有条件的农批市场设立原贫困地区农产品销售专区，为其提供优惠及便利条件，拓宽和畅通农产品销售渠道，巩固脱贫成果。

五、建立研究培训及交流合作机制

（一）加强农产品生产流通发展课题研究合作，双方应为课题组调研、召开调研座谈会等提供方便，并共享课题研究成果。

（二）适时开展市场调研与举办培训活动，学习交流川渝两地农批市场现代化发展、供应链体系建设、产销对接等方面的经验做法，交流探讨有益于行业发展的新举措、新模式，寻求相互合作发展的新机遇。

（三）不定期开展联盟的宣传工作，反映川渝两地农批市场及行业发展动态、诉求，宣传推介典型市场与典型案例，提供行业资讯服务，为政府部门提供行业意见与决策参考。

六、建立重点骨干农批市场联系工作机制

（一）川渝双方各确定一批节点农批市场，加强重点培育，指导其创建公益性、智慧化与食品安全规范化农批市场，协助争取国家政策扶持。

（二）双方秘书处各确定至少 15 家重点农批市场作为统计监测对象，制定相应统计指标与报表，落实专人定期（原则上每半年）收集与汇总分析，上报各自主管部门，并及时反映农批市场运行情况、农产品价格、供求交易数量等变化信息，为政府决策提供依据。

（三）及时收集反映骨干农批市场合理诉求，争取政府关注支持，密切政企之间沟通联系。

（四）组织行业评优评强活动，制定标准指标，建立激励机制，原则上每两年开展一次对川渝两地农批市场及相关加工配送企业与经销贩运大户的评选表彰，并广为推介宣传。

川渝农批市场联盟

2020 年 12 月

又一个买菜平台，输给了菜市场

数日前，社交媒体上部分消费者之间传起了“叮咚买菜将撤离川渝”“正在打折清仓”的消息。5月22日，叮咚买菜宣布基于降本增效的考虑，于5月29日暂停成都、重庆两地的业务。

在此之前，叮咚买菜一年内已经相继撤出珠海、天津、厦门等10个城市，目前仅剩26座驻场城市，规模相比2021年的峰值37座城市缩水近30%。

此次撤退来得突然。据多家当地媒体报道，本次关停涉及100多个站点、1000多名员工，内部员工也是近期才收到通知，尚未确定赔偿方案。

而2022年第四季度，叮咚买菜刚刚实现盈利，单季度净利润4988万元，成为业内第一家真正实现全面盈利的生鲜电商企业。另一边，同样实现盈利的盒马近日官宣上市计划，更是让生鲜电商行业看起来未来可期。

但叮咚买菜在川渝地区的匆忙撤退，又明示了行业的不确定性。官宣当日，叮咚买菜股价下跌7.07%，对比刚上市时每股股价23.5美元，如今叮咚买菜每股只有2.8美元。似乎投资者们还在观望：当疫情导致的“全民下厨”时代结束，生鲜电商究竟还有多少商机？

前置仓模式盈利了？

几年前，生鲜赛道还是资本眼中的“香饽饽”。2014—2020年，每日优鲜和叮咚买菜都获得超10轮融资，其中不乏中金资本、红杉中国等知名投资机构。阿里、美团、拼多多等互联网大厂看中了其中的流量，也纷纷入局，抢夺市场。

如今，“生鲜电商不是一门赚钱的生意”却成了众所周知的事实。行业内各家公司竞争得“你死我活”，但大部分都是“卖得越多，亏得越多”。

生鲜生意，不好做。

就以每日优鲜为例，2019年—2021年三年间，其营收分别为60亿元、61.3亿元、69.52亿元，但净亏损却是29.02亿元、16.49亿元和38.49亿元。2022年，每日优鲜因股价持续低于1美元而多次收到退市警告，市值跌去99%，黯然退场。它所开创的前置仓模式，也受到了更多质疑。前置仓一度是生鲜电商最被看好的模式。生鲜保质期短，为了更快送达订单，平台在社区5公里范围内自建仓库，根据销售数据提前在前置仓备好货品，即时配送。但投资者最终发现了这一模式的

致命缺陷：成本过高。“极致的服务下卖的却是毛利极低的蔬菜瓜果，堪比用复兴号拉煤。”

生鲜的存储条件十分苛刻。

盒马也尝试过前置仓，但盒马小站仅运营一年就被放弃。其 CEO 侯毅更是断言，前置仓除了配送快没有任何优点，“是不可能盈利的”。

而仍然坚守前置仓模式的叮咚买菜实现盈利，似乎又为这一模式正了名。可仔细分析就会发现，叮咚买菜盈利靠的并不是前置仓的优势。

由于生鲜产品毛利率低，叮咚买菜力图寻找新的利润增长点，盯上了预制菜。

生鲜农产品的毛利率一般在 10%—15% 之间，而预制菜的毛利率却能达到 20% 以上。例如叮咚买菜 2021 年 4 月推出的自有品牌“拳击虾”，主打小龙虾半成品菜，券前毛利率就有 33.8%。

2022 年，叮咚买菜主要自有品牌预制菜销量同比增长超 2 倍，虽然只占总销售额的 11.5%，但明显拉动了公司整体的毛利率，使之达到了历史最高点 32.88%，同比增长 5.18%。

但这远远不够，叮咚买菜还在想方设法地“降本增效”。

2021 年 8 月，叮咚买菜进行战略调整，从“规模优先，兼顾效率”改为“效率优先，兼顾规模”，此后连续停止 10 余个城市的服务，放弃了效益不高的市场。

效率优先，意味着成本中占比最高的履约费用需要持续优化。履约费用即为了履行订单而付出的成本，2021 年及以前，叮咚买菜的履约费用率一度超 35%，2022 年则为 25.25%，2023 年一季度更是下降至 23.9%。

叮咚买菜的履约费用降低，一方面来源于关闭部分前置仓后租金、水电费及人力成本的整体下降，另一方面来源于骑手的配送效率提升。CEO 梁昌霖在 2022 年四季度财报分析会上称：“在一年半的时间内，我们一线配送人效提升 25% 以上，一线仓内人效提升 40% 以上。”

而配送效率提升，说白了就是骑手数量更少、每位骑手配送的单子更多了。据多家媒体报道，截至 2022 年 10 月，叮咚买菜单个站点的骑手数量从之前的十多名减为七八名。就以 2021 年四季度的上海地区为例，骑手日均交付订单量为 89.5 单，高于整体平均数 74.8 单，是叮咚买菜在当地盈利的关键。

并且，叮咚买菜还持续缩减营销费用。2022 年四季度，叮咚只花了 9100 万元用于打广告，相比 2021 年同期骤降 74.5%，而今年一季度营销费用则为 8750 万元。对此，官方解释为因品牌形象建立，获客成本下降。但也不难推断出，推广费用

减少意味着扩大用户规模的优先级降低了。

也就是说，叮咚买菜连续两季度的盈利，主要是靠“省”出来的。

然而，居高不下的成本，最终还是反映到了产品的价格上。川渝消费者得知叮咚买菜退出的消息后，有人为之惋惜：“舍不得，品质和配送速度都不错，疫情期间全靠它度过。”但更多的评价是它家产品太贵。多位用户表示：“我都是打折才买，正价从来不买，没想到把它拖垮了。”“我看到这个消息马上打开叮咚，发现都要歇业了，它还是没有朴朴超市便宜。”

叮咚买菜的扭亏为盈并没有令投资者迅速重燃热情，当它撤出川渝的消息传出，人们关注的重点仍然是它过去四年共计亏损 123 亿元。前置仓模式的可行性仍待证实，新的挑战又出现了：疫情过去后，线上买菜不再是一种“刚需”了，生鲜电商即使盈利了，还能持续盈利吗？

生鲜电商的对手，究竟是谁？

生鲜电商被称为中国电商领域“最后一片蓝海”。从 2016 年到 2022 年，国内生鲜电商市场规模由 623 亿元“狂飙”至 3637.5 亿元，足足增加了近 5 倍。

但这个赛道内卷严重。2016 年，中国农业生鲜电商发展论坛公布的数据显示，国内 4000 多家生鲜电商企业中，95%都处于亏损状态。天眼查数据显示，截至 2022 年一季度，规模以上生鲜电商平台存活率仅在 20%左右。

随着生活水平提高，人们对生鲜品质的要求也更高了。

前置仓模式下，吉及鲜、呆萝卜、每日优鲜均已陷入资不抵债的窘境。相比之下，朴朴超市对于扩张更为谨慎，成立 7 年仅入驻 7 座城市，但截至 2022 年 11 月也只有七成门店盈利。低成本的社区团购模式似乎也好不到哪里去。2022 年，滴滴旗下的橙心优选，以及社区团购头部玩家十荟团、兴盛优选纷纷爆雷，美团优选退出了西北四省以及北京市场。成立至今，盒马先后推出盒马鲜生、盒马 X 会员店、盒马邻里、生鲜奥莱、盒马 F2、盒马菜场等不下于十种商业模式，但其中一半都已经退场。

高损耗率是生鲜行业永恒的难题。从进货到分拣再到配送，每一个步骤都可能发生产品的腐烂或损坏。而低毛利则使得一切降低损耗的尝试都显得成本过高。

农产品总有自然损耗。因此，求生求变的生鲜电商企业，都开始发力预制菜。2022 年美团正式上线预制菜专区，今年，京东也发布了“预制菜计划”。据悉叮咚买菜正在向“食品电商”转型，目前已有 18 个预制菜自有品牌。盒马于 5 月 9 日发起预制菜生态联盟，还表示今年 10 月将开以预制菜为核心的门店。

看起来，生鲜赛道只是换了一批玩家、换了一些玩法继续内卷。但不可忽视的是，生鲜电商的对手，或许并不只有同行。今年一季度，叮咚买菜 App 总成交额下滑，财报给出的解释是疫情之后消费者不再普遍居家，需求有所下降。其实这也是整个生鲜电商行业面临的问题。

汪曾祺写逛菜市场：“看看生鸡活鸭、新鲜水灵的瓜菜、彤红的辣椒，热热闹闹，挨挨挤挤，让人感到一种生之乐趣。”像她这样的年轻人还有很多。近来，不少年轻人爱上了逛超市或菜市场，既省钱又解压。有网友表示：“在充满烟火气的场域看着琳琅满目的蔬菜瓜果，会很容易勾起购物欲，也不会花太多钱。”

天天用过几个不同的生鲜购物 App，但觉得品质不太稳定，价格也较高。如果从菜市场买菜、在家做饭，一天伙食费只要 20 多块钱，还能荤素搭配。正如有人调侃的一样：“自从去菜市场买菜，我的恩格尔系数下降了一半。”

何况，如今堂食、外卖的选择繁多，工作忙碌的白领们并不像疫情期间那样经常做饭，更减少了对买菜 App 的需求。对懒人而言，买预制菜再自己加热，可能还不如吃用料理包做好的外卖便捷。

自己动手做饭，对很多人来说费时费力。广州的阿芙就是这样的懒人。去年因疫情封控的一个月内，她在各种生鲜 App 下单了超过 1000 元的产品，但解封后，她很少下厨，当初买的预制菜还冻在冰箱里。“有时也想自己做饭，但一下班就感觉很累，还是叫外卖吧。”

生鲜电商真正的用户，还是以相对有钱有闲的年轻白领为主。有网友称：“有次心血来潮去菜市场，离开了买菜 App，我竟然变成了蔬菜‘文盲’，好多菜都不认识了，手足无措的我没逛多久就灰溜溜地跑了。”还有人总结，一些菜市场商家会“看人下菜碟”，只要看你穿得像白领，就会把价格报得更高。不想被坑的消费者宁可买得贵些，也要选择出品优质的买菜 App。

相比菜市场，一些年轻人更喜欢明码标价的超市。叮咚买菜退出川渝后，有消费者遗憾地评论：“只能说川渝有时间做饭的年轻打工人群体还是少了，撑不起叮咚的业务。”生鲜电商力图在餐饮外卖与农贸市场、超市之间切割出一片市场，但这块“蛋糕”可能并没有想象中那么容易到手。

2023 年，生鲜电商企业有的扭亏为盈，有的战略收缩，有的大胆扩张，行业加速迎来洗牌。而谁能活下去、怎样活下去，仍然没人能看得清楚。

来源：《新周刊》

龙文钢材市场召开首届高端智库会议

6月29日，龙文钢材市场召开产业互联高端智库会议。上海交通大学、重庆人工智能研究院、上海宝信软件公司、上海欧冶金诚信息公司、重庆钢铁集团以及龙文集团的相关负责人参加会议。

会议开始前，与会嘉宾前往龙文钢材市场内的业务受理大厅。通过这块大屏幕，可以实时监控和管理相关交易，各位嘉宾也对龙文有了初步的了解。

会上，龙文集团董事长刘红就公司发展战略、市场定位等各个方面的成果和经验进行了详细介绍，重点强调了对于现阶段行业的发展思考。各位与会专家围绕“云计算和工业互联网领域的创新技术和解决方案”、“企业如何实现自我转型升级？”等进行了分享。同时，与会嘉宾还进行了互动交流，展开了“头脑风暴”，提出了一系列有价值的问题和意见。

此次高端智库会议的成功举办，不仅进一步展示了龙文市场在行业内的重要地位，也彰显了公司对创新技术和行业发展的持续关注和投入。

据悉，近年来，龙文市场一直专注于以产业互联网为基础，建立线上线下相结合的平台经济生态。为主动适应新形势，把握新要求，寻求新突破，龙文集团有意打造一个真正服务于实体企业的线上数字平台，从而实现钢贸业服务体系化。不久后，市场打造的数智化仓储产业服务平台“钢联网仓”将投入使用。

中农联·合川农贸城召开商家座谈会

7月17日，中农联·合川农贸城召开商家座谈会。市场有关负责人及市场商会代表与投资客户、租赁客户代表参加会议。

会上，市场相关负责人分别向商家代表通报了农贸城未来的战略发展以及市场运营管理体制和未来的市场周边商业环境发展趋势；详细介绍了搭建线上线下互动的火锅食材市场营销平台，助力合川火锅食材产业链全系展销落定和一站式农批市场的发展目标。同时向经营商户展示了中农联合川后期的招销思路

在座谈会中，与会代表积极提出问题和建议。通过座谈会，加深了商家之间的了解与合作，建立了更紧密的联系。大家对未来市场的发展前景更加乐观，并决心以更高的热情和创新精神，为我们的行业发展贡献更多的力量。

重庆公路物流基地成功入选国家示范物流园区

近日，国家发展改革委、自然资源部联合发布了新一批 22 个国家示范物流园区名单，重庆市南彭贸易物流基地（重庆公路物流基地）成功入选，成为重庆市第三个国家示范物流园区。

据悉，重庆公路物流基地国土空间规划范围约 1202 公顷，是国家级公路物流枢纽、重庆国际商贸物流中心、西部陆海新通道重要承载地、成渝地区双城经济圈公路物流枢纽和东盟贸易服务总部基地。

据市发展改革委相关负责人介绍，重庆公路物流基地成功获批国家示范物流园，将有助于我市更好地建设商贸物流枢纽，进一步完善西部地区物流运行体系，打造现代产业融合联动发展样板，赋予 RCEP 区域发展新动能，进一步强化国际交往合作，助推全市西部陆海新通道建设。

国泰汽博城荣登中国二手车百强榜单

7 月 3 日，中国汽车流通协会主办的“2023 年中国二手车大会”在成都顺利召开。大会还发布了 2023 年中国二手车百强排行榜榜单，重庆国泰鑫汽博城荣登百强排行榜第 74 位。

据悉，本次会议以“拓新路，启新程”为主题，全国各地 1000 余名二手车行业人士与会共襄盛举。大会设置了《中国二手车行业发展论坛》、《二手车出口论坛》、《新能源二手车论坛》、《二手车交易市场论坛》等。

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