

# 市 场 通 讯

2013 年第 11 期（总第 172 期）

无锡市市场指导委办公室

无 锡 市 场 协 会

编印

2013 年 11 月 25 日

---

热烈庆祝无锡市场网正式开通上线

无锡市场网 <http://www.wxscxh.com>

## 目 录

政策信息：商务部办公厅关于做好婴幼儿配方乳粉质量安全有关工作的通知

市场风采：大手笔描绘新蓝图——江阴金三角广场家居村

风采人物：访无锡市好艺家国际家居装饰博览有限公司董事长程文才

行业资讯：百货业转型迫在眉睫 “寄生性生存” 或将终结

财经参考：我市召开电子商务工作推进会等十则

生活百科：冬季取暖应谨慎用暖手宝

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

## 商务部办公厅关于做好婴幼儿配方乳粉质量安全有关工作的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻落实《国务院办公厅转发食品药品监管总局等部门关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作意见的通知》（国办发〔2013〕57号，以下简称《工作意见》）要求，切实做好婴幼儿配方乳粉质量安全相关工作，现将有关事项通知如下：

### 一、高度重视婴幼儿配方乳粉质量安全工作

婴幼儿配方乳粉的质量安全关系下一代健康成长，关系亿万家庭幸福，党中央、国务院对此高度重视。《工作意见》明确了婴幼儿乳粉的质量安全工作目标，作出了具体部署，提出了明确要求，各地商务主管部门要切实提高认识，按照职责要求，加强组织领导，完善工作机制，加强与监管部门的配合，做好相关工作。

### 二、加强婴幼儿配方乳粉流通行业管理

（一）做好婴幼儿配方乳粉药店专柜销售试行工作。引入婴幼儿配方乳粉销售对丰富零售药店经营品类、扩大服务人群具有积极作用。各地商务主管部门要在充分发挥市场机制作用的基础上，引导有条件的药品零售企业开展婴幼儿配方乳粉专柜销售试行工作。要组织行业协会等相关单位，加强对试行企业的政策和业务指导，督促企业严格执行婴幼儿配方乳粉药店销售各项规定，保障质量安全。同时参照药品经营服务相关行业标准，加强销售人员培训，为消费者购买婴幼儿配方乳粉提供全面指导和服务。

（二）加强婴幼儿配方乳粉的进口管理。做好婴幼儿配方乳粉自动进口许可证的发证工作，为企业提供方便快捷的发证服务。督促进口企业按照大宗农产品进口报告和信息发布管理相关规定履行乳制品进口信息报告义务。引导企业把好进口产品质量关，严格执行进口和销售记录制度，诚信经营，合理定价，杜绝行业垄断等

不正当行为。建立和完善信息沟通机制，加强进口婴幼儿配方乳粉信息统计，为企业提供信息服务，并将进口情况及时通报相关主管部门。

（三）加强婴幼儿配方乳粉零售商供应商交易监管。清理零售企业对供应商的违规收费。零售企业对婴幼儿配方乳粉供应商，只允许收取经事先协商同意、订立合同并明确约定的促销服务费，不得收取其他任何费用。各地商务主管部门要通过联合抽查和专项抽查等多种方式加强监督检查，依法严肃查处违规收费等行为，对情节严重、影响较大的案件及时曝光。同时，要将零供交易监管工作与社会信用体系建设、商务诚信建设、行业信用评价等工作相结合，将相关企业和个人违法违规信息及时录入信用信息系统，推动信用信息互联互通，建立黑名单制度，完善奖惩机制，使诚信企业和个人得益、失信企业和个人受制。

（四）协助推动婴幼儿配方乳粉流通管理相关法规制度建设。按照《食品安全法》有关要求，积极配合农业、卫生行政、食品药品监管等部门做好婴幼儿配方乳粉相关法规和标准的制修订工作。按照婴幼儿配方乳粉销售有关规定及相关标准规范，引导销售企业规范经营行为，依法依规开展经营活动，保障流通环节婴幼儿配方乳粉质量安全。

### 三、充分发挥商务系统举报投诉作用

畅通 12312 等举报投诉渠道，鼓励和支持消费者参与婴幼儿配方乳粉质量安全监督。根据地方政府制定的食品安全有奖举报制度，落实有奖举报，保护举报人合法权益。发挥媒体监督作用，配合相关监管部门及时核查、处置媒体和消费者反映的违法违规行为。同时，要充分发挥行业协会的作用，促进行业自律，加强宣传教育、引导市场消费。

市场风采

## 大手笔描绘新蓝图

——访江阴金三角广场家居村

1988年初由10多个农民投资创办的江阴金三角建材市场，经历了风雨沧桑和改

制转制后不断走向成熟，在江南大地和华东地区声名鹊起，1995年曾在全国大中城市发展至19个连锁经营点、成交额超6亿元，江阴市金三角建材市场有限公司成为华东地区闻名遐迩和雄居全国建材行业之首的省级流通企业集团，“金三角装饰城”1999年被国内贸易部定为国家级建材市场。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。今年初，该市场更名为金三角广场家居村，在更高的起点上规划，在更优的服务上做文章，并引进国内外名牌精品提升市场档次，市场更显得恢宏气派，人气商气更加旺盛。最近，笔者实地浏览了该市场全貌，并采访了该市场办公室主任花国定。

### 在更高的起点上规划

花主任介绍说，金三角广场家居村由扬子江造船厂、锦澜建筑集团有限公司，长江投资集团3家单位为主要出资方，总投资37亿元，规划用地约370亩，总建筑面积70万平方米，分为六大地块。市场面积30万平方米，住宅25万平方米，酒店商务办公、商业步行街15万平方米。整个金三角广场以“一轴一核心两配套”为总体规划，“一轴”即形成引人入胜的商业景观轴；“一核心”即建材市场、独立式品牌步行街构成其核心功能区；“两配套”即综合商业配套和生活配套，集建材家居、商务办公、酒店影院、时尚街区为一体，使工作与休闲、园区与城市、经济与文化、人类与自然高度融合，共生共荣。具体业态规划分布：A区为广场的“城中之城”，由二栋高层梭形塔楼和一栋小高层半圆形群楼组成，拥有酒店、餐饮、办公、会议、展览等多项功能；B、C、D区组成综合建材市场，为金三角广场核心功能区，三大地块由1.5万平方米的三维多层次中心广场相连组成一个有机整体，其中B、C两大区主营陶瓷卫浴、五金建材、家具布艺等，地下均配有车库和设备用房。B区建筑还设有大卖场，影院等休闲娱乐设施。D区为10个独立式品牌主题馆和建材步行商业街，重点引入建材装饰各类高档品牌旗舰店或大型展示厅，分为商铺、联排式商业办公独立式商业办公等多种形态，配备有空中花园、商铺库房和地下商场。新建的金三角广场家居村宏伟气派，特色鲜明，在规模档次、软硬件设施等方面，均在华东地区或全国同行业称得上“一流”和“之最”。

### 为客商提供全方位优质服务

管委会每天召集市场管理人员召开晨会，掌握上一天的市场运转情况，有条不紊的安排好当日的工作，市场征收服务中心对前来咨询的每位客商热情接待，一杯热心茶，一张热心凳，一句热心话，温暖了众客商，服务中心还为经营者提供企业查名、验资、工商注册登记、税收政策、以及会计理财、法律咨询等一条龙配套跟踪服务；投入巨资进一步完善了新市场的仓储、水电、通讯、交通等基础设施，新组建物流公司和搭建电子商务平台。市场联防队实行昼夜 24 小时值班，从而为客商营造良好的交易条件，使经营者有高度的安全感。平时，市场上出现纠纷，工商管理人员及时帮助解决。近几年来，市场上客商和消费者的纠纷逐年下降，有效维护了消费者的合法权益，同时也提高了市场信誉。

### 引进名牌精品提升市场档次

花主任介绍说，近几年，随着市场经济的发展和周边同类市场的兴建，市场竞争日趋激烈，不少商家采取了“巨奖销售”或回扣手段，而改建扩建后的“金三角”决不靠这些手段推荐商品。市场高层通过调研后，选择引进名牌精品的路子。适应江浙沪一带众多房屋家居装饰高档化、花色品牌不断翻新的市场需求，把主攻目标定在组织销售“名特优新”的装饰材料上。近几年来，金三角市场组织了 50 多名采购员分赴全国 20 多个省市对 140 家产品质量优、花色品种全的建筑装饰材料厂家进行实地考察，收集建陶卫陶两大系列的所有名特优新产品，并通过签订互惠互让的协议，建立长期紧密的合作关系，从而使金三角广场家居村成了这些生产厂家在江苏的总经销商和代理商，并在以下方面成了“金三角”的鲜明特色和优势。一是产品更新快。国内各种建筑装饰材料新品精品一问世，只要一周时间，即可以在“金三角”市场货架上出现。二是产品种类多。目前市场上荟萃了全国 3000 多种名、特、优、新建材产品，集全国同行业主要品牌于一炉，甚至国际上 100 多种名品牌产品也在此亮相。影响大、销路好的主要品牌有“唯美”“马可波罗”“东鹏”“诺贝尔”“帝王”“九牧”等。三是商品价格公道，质量有保证。销售商向客户承诺，如发现这里的商品价格高于其他同行，退还差价；如发现假冒伪劣商品，便如数退款。“金

三角”市场多年培育起来的信誉，使得这里常年客户盈门，今年9月5日新市场开业后人气更旺，全国120多个县市的上千个大客户和建筑施工单位常年在此购物，在华东地区的客户中，三分天下占其一，成交额最高年份近20亿元，成了华东地区最大的建材装饰材料集散地。老字号、新起点。集聚老市场19载经营智慧和经验的金三角广场家居村的新目标：诚邀国内外家具品牌加盟，把市场建成一个经营集约化、管理电脑化、装运机械化，电子商务与实体店同时运行，年成交额超50亿元的建材装饰集散地，并与国际市场接轨，使“金三角”越发熠熠生辉。

风采人物

## 激情创业树信心 大胆创新展宏图

——访无锡市好艺家国际家居装饰博览有限公司董事长程文才

1988年从浙江温州来无锡创业的程文才，以鸿叶灯饰起家，在家居灯具行业里摸爬滚打十多年后，形成了澳达奇品牌连锁灯饰，并率先在灯饰行业里提出错位经营的理念，同时于1998年开始跨城市发展，到常州开设了一座2000多平米的澳达奇高档灯饰商场，弥补了华东地区高档灯饰的空挡，并逐步扩展到无锡、南京和苏州。经过十多年的终端销售经营后，公司董事长程文才深刻的体会到要在灯饰行业内做大就必须自己生产产品，既然要办厂，就该去灯饰行业最发达的地方办。于是在广东中山市投资一千万人民币创办了自己的灯饰生产基地，目前95%的产品远销中东地区。这一期间程文才完成了原始的资金积累，经营和管理理念也得以升华。

无锡这座美丽的城市深深地吸引着程文才，近二十年的发展和打拼逐步形成的锡沪路建材一条街，再次让他展现出对商业创新果敢的风范。2003年，程文才开始了第二次创业，注册成立了无锡好艺家国际家具，注册资金为2000万元人民币，租赁广益街道锡沪装饰材料市场的六间仓库进行改造，组建灯具专业市场——好艺家灯具专业市场，一期商场经营面积为3万平方米，并在2004年成功开业。在好艺家发展壮大期间，无锡崇安区政府对好艺家十分关注，崇安区区委书记蒋伟坚和广益街道书记夏杰伟多次在好艺家考察、调研，并就市场的发展前景及锡沪路商圈

的改造、提升与程懂董事长进行探讨，期盼好艺家快速发展、扩大经营规模，在锡沪路上建成一个中高端的建材消费场所，以弥补锡沪路无高端产品消费场所的空白。

历经 5 年多的精心打造，“好艺家”已成为无锡的家装材料精品品牌，年度销售额由开办时的 1 亿元跃升至 10 亿元，并先后荣获“中国建材家居市场百强价值品牌”、“中国诚信品牌市场”、“中国质量、服务、信誉 AAA 级市场试验基地”，成为一个品牌集约化招商招租、市场化经营、现代商场化管理、无纸信息化办公、商务酒店化服务的高档建材家居商场。

2004 年在广东佛山无锡投资说明会上，程文才与无锡市崇安区广益街道签订了好艺家国际家居二期 3.9 亿元的投资协议，并经过近八个月的努力，完成了基建和对地板、五金、门业、墙纸、艺术玻璃，橱柜、楼梯等行业产品的招商工作。2005 年十月份开业后使好艺家国际家居从单一的灯具市场成功转型为综合性的家居商场，把目标消费群定位于以高端家居需求为主的客群，把营销理念落实到提高顾客的舒适度、满意度、便宜度及商场诚信度等重要服务机制方面。为体现商家诚信，使消费者在好艺家国际家居能放心购物和享有超值的购物体验，好艺家国际家居先后推出了“购物零风险”的先行赔付程序和 VIP 贵宾卡制度，并设立 500 万元的赔付基金，从而有效规范商场经营秩序，得到了广大消费者的认可与认同。随着好艺家国际家居在锡城建材行业知名度的不断提高，好艺家的管理模式和经营方法得到了无锡市、区各级政府的高度重视，原无锡市委书记杨卫泽带领市、区政府领导也多次来到好艺家国际家居进行观察和指导工作，并要求区政府把“好艺家国际家居”作为无锡市的重点建材商场加以扶持。市委领导的关心支持，使程文才深受鼓舞，更坚定了创业创新的信心。

鉴于市、区各级领导的关怀和督促，也借助于锡沪路建材一条街美好的发展前景和好艺家国际家居的良好商誉，2007 年 5 月程文才发起成立了注册资金 3000 万的无锡好艺家置业投资有限公司，并成功拍下了紧邻锡沪路 XDG-2006-82 地块的 13 亩土地以建设全新的建材经营场馆。这一举措，标志着程文才跨越式发展的第三次创业又迈上了新征程。

为了宏扬企业“追求卓越，提升品牌”的发展理念和“让我们做的更好”服务理念，“好艺家国际家居”博采国内外家居行业之长，以全新理念、全新规划开始“二次战略发展”。又一座投资5亿元、面积达8万平方米、崭新的现代化家居购物广场于2009年9月竖立在锡沪路建材一条街的中心区域，并以全新的面貌展现在无锡市市民面前。

新落成的好艺家国际家居广场将保持原有的品牌优势和服务特色，运用网络平台和好艺家的宣传销售网络引导健康时尚的建材消费和品牌意识，与房地产、家装、休闲、餐饮及娱乐等行业的高端企业建立联盟，给消费者提供健康的、个性的、时尚的生活体验式服务，从而定位高端建材消费。

全新的好艺家国际家居主要经营的品类有精品特色瓷砖、进口卫浴/橱柜、精品门业、地板、五金锁具、艺术玻璃、高档墙纸、精品软装和高档灯饰等，并以一线驰名品牌为主层面。通过整合并引进国际知名品牌（如GARDENIA、ORCHIDEA、IMOLA、KOHLER、INTERBATH HANSGRÖHE、INAX、SWAROVSKI、PANASONIC、PHILIPS、SIMON、OSRAM等），使“好艺家”成为一个拥有500个国际、国内知名品牌的国际建材营销中心，中国灯具灯饰的时尚潮流发源地和创新发布中心，建材商场百货化管理并集建材鉴别、生活体验、景观、购物、休闲为一体的精品建材展示中心。

同时，在公司的五年规划中，“好艺家”将立足于无锡并在苏州、常州、上海、杭州和宁波等地进行连锁拓展，充分发挥“好艺家”的品牌效应，使“好艺家”锡沪路店成为好艺家连锁企业的总部所在地，深深地扎根无锡、服务无锡。

行业资讯

## 百货业转型迫在眉睫 “寄生性生存” 或将终结

既没有购销资金、买手队伍，也没有买断经营，更谈不上自有品牌。百货企业不是致力于提高自身商品经营能力，而是通过收取租金、扣点及各种费用方式“寄

生性生存”，这背离了商业的本义，也使百货企业丧失了商品的经营能力。如此“自废武功”，已让中国百货业陷入与上世纪 90 年代初期日本百货业崩溃前面临的相似境地。

“今年零售市场的回落折射出了零售业的一大症结，即传统零售企业经营模式的落后。尤其在网络购物爆发式增长的反衬和冲击下，传统零售企业沦为‘二房东’的现象愈加严重。”在日前召开的中国百货业自营模式研讨会上，中国商业经济学会会长安惠民如是说。

目前经济大环境不确定因素多、消费市场增速持续放缓，电子商务对传统零售业态的蚕食日渐显著，百货店品牌同质化现象日趋严重，中国百货业正面临前所未有的危机。面对行业困境，参与中国百货业自营模式研讨会的国内零售领域专家、学者均认为，中国零售百货业必须正视行业联营模式的风险性和不可持续性，在业态模式和经营模式上积极探索、转型创新，才能突出重围。

## 黄金增长期已过

“1月-6月社会消费品零售总额同比名义增长 12.7%，回落 2.7 个百分点，这是 2005 年以来的同期最低名义增速。具体到零售企业，今年上半年，全国百家重点大型零售企业零售额增速同比回落 0.3 个百分点，其中服装类放缓 2.9%、粮油食品饮料烟酒等食品类放缓 6.3%、化妆品类放缓 3.2%、日用品类放缓 1.5%，成为‘重灾区’。”中国商业联合会副会长、中华全国商业信息中心主任王耀用一组最新的统计数据表明目前零售业呈现的低迷态势。

王耀在北京、天津、杭州等一二线城市部分高档商场中进行抽样统计，在 2006 年—2013 年 4 月的销售数据中发现，持续 6 年多的 30%—45% 的年增长速度，在 2012 年呈现负增长态势。不单如此，长春、上海、武汉、重庆等全国重点城市的商场零售额亦出现相似的增速下滑态势。

中国百货商业协会会长楚修齐也认为，长达 10 多年的零售业黄金高增长期目前已成“过去式”。“今年上半年，除了网络销售实现 8798 亿元，比去年同比增长

79.8%，实体店的增速都跌幅尤为明显，百货业增长 10.6%、专业店增长 6.8%、超市增长 8.1%。同时零售企业亏损的数目已明显增多，北京、上海等零售百货业尤其下滑严重。”

### 经营模式亟待转型

实际上，零售消费市场的回落只是愈加将行业的发展弊端暴露出来，“顽症”早已存在。“零售企业虽有商业的名号，但自身并不‘不做买卖’，既没有购销资金、也没有买手队伍，没有买断经营，更谈不上自有品牌。百货和超市都不再致力于提高自身商品经营能力，而是通过收取租金、扣点及各种费用方式‘寄生性生存’，背离了商业的本义，丧失了商品的经营能力。”安惠民认为。

而这种“自废武功”，让中国百货业已陷入和上世纪 90 年代初期日本百货业崩溃前面临的相似境地。首都经济贸易大学工商管理学院市场营销系主任陈立平指出，日本百货联营制在 90 年代产生严重的同质化问题，并伴随日元升值以及流通成本的提高，日本商品出现巨大的内外价格差。

现在，中国百货店售卖的商品价格高企也成为相当普遍现象。“在日本三越百货，最好的日本国产衬衫售价大概为 8000 日元，合人民币 500 元。而在北京等国内一线城市大城市的百货店，一件本土衬衫大概就要卖到 2000 元人民币。”陈立平说。在他看来，中国百货店商品的价格和价值已经完全背离。这是相当危险的信号，因为正是内外价格差的加剧加速了日本百货业的崩溃。

陈立平认为，百货店品牌同质化的现象日趋严重，80 后、90 后等新兴消费群体热衷网络购物，对百货店日渐疏远，这些变化让百货联营制的弊端更加显现。“与世界零售业的盈利趋势相左，中国百货业大行其道的联营制却仍以销售额至上为圭臬，我认为，中国百货业联营扣点的传统经营模式已经走到了尽头。”陈立平断言道。

## 形势与政策

### △我市召开电子商务工作推进会

为进一步完善我市电子商务发展环境，推动推进全市电子商务加快发展，11月13日下午，市商务局、市人力资源和社会保障局联合召开了电子商务工作推进会。会议内容主要是：加强“电子商务师”人才技能培训工作、完善“无锡网商联盟”的组织建设，发布电商“创业贷”金融产品、以及我市重点天猫店主通报了“双11”销量情况。各市（县）、区商务（服发）局负责人，无锡市重点电子商务企业负责人，中华老字号、无锡老字号企业负责人，无锡网商联盟会员以及部分“创业贷”资金申请人等参加了工作推进会。

会上，中信银行无锡分行刘少峰副行长致欢迎辞；市人力资源和社会保障局顾学年副局长做了2013“无锡技能·技工大赛”电子商务师的参赛事宜动员讲话；中信银行电商支行发布电商“创业贷”金融产品，中信银行负责人做“创业贷”宣讲和解答；市电子商务协会秘书长张凌介绍了我市“老字号”企业通过“锡货网上行”以及淘宝网触网转型实现电商发展的思路和情况。

9月份“无锡网商联盟”揭牌后，受到了电商领域的广泛关注，这次会议举行了无锡网商联盟第一次会员大会，进一步健全了联盟组织架构，大会选举出红豆网络科技有限公司总经理冯超、宅猫网总经理凌云、中信银行电商支行鲁力、无锡百思美贸易有限公司总经理张金民、远东买卖宝网络科技有限公司副总经理陈广森5人的联盟主席团，分别担任联盟主席、轮值主席和副主席，并发布联盟管理章程和加盟办法。

最后，市商务局负责人通报了全市跨境贸易电子商务通关服务平台建设情况，我市将成为全省有条件实施国办发[2013]89号文的地区，并对《无锡市电子商务发展支持资金管理暂行办法》进行了解读。

### △无锡市特色街区评审组莅临无锡皮革城指导特色街区创建工作

2013年10月22日下午，由无锡市发改委、锡山区商务区等领导同志汇同江南

大学教授共同组成的无锡市特色街区评审组，莅临万力无锡皮革城检查指导无锡皮革城申报市级特色街区的创建工作，并就创建工作的各项具体内容和要求进行了座谈指导。无锡皮革城副总经理王国宇率无锡皮革城街区创建工作小组成员热情接待了评审组领导。

在座谈会上，王国宇副总经理通过创建工作 PPT 资料向评审组领导详细汇报了无锡皮革城特色街区争创工作的各项业绩、运作情况及未来发展。他表示，无锡皮革城在锡山区主管部门领导和支持下，健全组织机构，成立了以党工委书记为组长的领导小组，制定了工作方案，上下一心，创新思路，以更加充实的文化内涵，更加多样的开展形式，更加丰富的创建载体，确保此次争创市级特色街区活动各项要求落到实处，真正取得实效。

评审组领导对无锡皮革城特色街区创建工作取得的各项成绩给予了肯定和鼓励，同时也对创建工作中的不足进行了指导、细化，要求大家，不要为了创建市级特色街区而创建，要主动深化创建意义，明确创建目的，把创建工作提升到企业发展、区域贡献、社会影响等更高层面上来开展，同时也是为无锡皮革城将来争取省级、国际级荣誉奠定良好基础。希望创建小组发散思维、创新工作，把无锡皮革城商旅文特色街区文化进一步挖掘好、用好，打响企业发展新名片，为无锡市特色街区增添一颗闪耀的明星。

### **△第二届“五洲好声音 K 歌大赛” 26 日圆满落幕**

10 月 26 日晚，由五洲国际控股有限公司主办的“乐享生活·唱响五洲”——第二届“五洲好声音 K 歌大赛”决赛在无锡梅村五洲国际广场正式唱响。

9 月初起，第二届五洲好声音同时在无锡梅村五洲国际广场、无锡广益五洲哥伦布广场、无锡新区五洲哥伦布广场、五洲国际装饰城、五洲国际工业博览城、无锡羊尖五洲国际广场、无锡五洲国际中华美食城、盐城五洲国际广场、建湖五洲国际商贸城、大理五洲国际商贸城等 9 大赛区启动报名和海选，18 名选手从 5500 多名参赛选手中脱颖而出，进入 26 日当晚的全国总决赛。

作为成功的商业地产运营商，五洲国际集团希望在专业领域改变城市的同时，

能丰富居民生活，激发城市魅力。“五洲好声音 K 歌大赛”活动正是致力于为时尚、活力的“好声音”提供展示舞台，让更多拥有梦想的人获得圆梦机会。伴随五洲国际全国化战略的发展，本届“五洲好声音 K 歌大赛”也在大理、江苏盐城等多个城市同步举办。此次全国项目联动的成功，五洲国际也表示，新一届“五洲好声音 K 歌大赛”将扩大至全国更大范围举行。

### **△尚德游走死亡边缘：无锡尚德破产重整获临时清盘**

由于未能及时披露 2012 年财报，纽约证券交易所 11 月 7 日发布声明称，尚德电力已正式进入退市程序，其美国存托股票在 11 日开盘前暂停交易。

据了解，这已是尚德电力第三次面临退市危机，而尚德电力的麻烦远不止此。

10 月 14 日，因不满尚德电力的重整计划，其在美国的部分可转债持有人向美国纽约一家法院呈交了起诉状，寻求迫使尚德电力在美国进入强制破产程序。

一旦进入破产程序，尚德电力此前的诸多努力将付之东流，生死关头，尚德电力积极自救。

无锡尚德是尚德电力的核心资产，为了保住尚德电力的上市平台，无锡市政府最终决定让无锡尚德“破产重整”，在一系列的艰难运作下，目前已有企业出价 30 亿元接盘。

而尚德电力显然对这次重组充满信心，在其 11 月 6 日发布的一份公告中表示，公司已经和债权人工作组达成共识，包括实施重组计划。

重组方案的主要组成部分包括，未偿还债务转换成公司股票，和将引进新的战略投资者在重组过程中提供必要的资金。

## **国内外市场**

### **△华东商贸城电子商务日趋红火**

在今年各类市场景气度不很理想的形势下，华东商贸城的生意依旧十分红火，这得益于他们率先转型开拓市场交易新模式，即发展电子商务。近日，协会采访了华东商贸城副总经理王伟强，他传递了该市场发展的新信息、新经验。

王副经理介绍说，华东商贸城的电子商务经历了一个低迷—探索—逐渐红火的

的过程。去年底，商贸城管理层就意识到了开拓电子商务是市场发展的必然趋势，便于淘宝商学院联系，请来老师给经营户上课辅导。开始大多数经营户对网上交易兴趣不浓，即使是免费培训，首次培训也只来了 70 多人。这些“初吃螃蟹的人”经实践尝到了甜头，并影响了其他经营户，今年初又办班请淘宝培训，境况就大不相同了，不仅参训人数众多，而且不少人来了不想走，学了还想学。对经营户来说，赚钱是“硬道理”。市场上实行网上交易的商户生意显然红火，弥补了实体交易的不景气，尤其是经营鞋帽的商户“触电”后交易额倍增。前段“双十一”期间，浙江一位鞋帽经营户生意接踵而来，本人、老婆、孩子、和两位帮工忙的连午饭也顾不上吃，最多一天发出了 15 万元的货。还有其他实行网上交易的经营户一天至少 7-8 万元的交易额。更欣喜的是，鞋帽行业的经营户还带动了皮具、百货行业的经营户加入了电商队伍。王副经理掐指算了算，今年以来商城网上交易额约为 6 亿多元，占总销售额的 15%-16%。如今，华东商贸城管理层和多数经营户都认识到市场转型升级是必然趋势，发展电子商务前景广阔。王副经理向记者介绍了明年市场培育建设的设想，联手与淘宝办 3-4 期电子商务培训班，行业扩展至皮具、小百货、五金等行业，由商城开设一个五金网上交易平台，线上线下同步运作，由此扩大华东商贸城的影响和辐射面。

### **△无锡北桥水产市场大闸蟹购销两旺**

气温渐凉，螃蟹大量上市。自 9 月中下旬以来，北桥水产批发市场上螃蟹已进入销售旺季，其他品种如虾类、淡水鱼类交易量也基本达到一年当中的高位水平，预计购销两旺的景象将持续到春节。

日前，笔者在市场内散客交易区看见，一户经营户摊位上，几个大水箱内爬满了螃蟹，个头不小。“今年螃蟹售价与往年基本持平，3.5 两的公蟹和 2.5 两的母蟹 20-25 元/只，3 两的公蟹和 2 两的母蟹 12-15 元/只。”摊主告诉笔者，目前销量情况很好，看货订货的客户很多。“自 9 月中下旬以来，北桥市场的各类水产品已进入销售旺季，最受欢迎的就是蟹类，早先上市的品种有安徽、苏北蟹，现在本地太湖蟹也已大量上市。目前，仅蟹类日批发量就可达 6-7 万斤。”市场负责人介绍，该市场承担了全市 90%的水产品供应，为保证销售产品的优质优价，市场管理方特地到洪

泽湖、巢湖、微山湖等地考察，还全面实行先行赔付的保障制度，配备了省级“水产质量安全快速检测室”。

优质充足的货源、专业的管理、良好的口碑，该商场良好的发展前景引起了不少业内企业的关注。据悉，目前有十几家品牌生产企业、经销商有意向进驻该水产市场，其中不乏区域性龙头水产合作社。

### △我市前三季度经济运行情况

近日，市统计局与国家统计局无锡调查队发布前三季度的经济运行情况报告，前三季度实现 GDP5792.63 亿元，同比增长 9.3%，与一季度、半年度的增幅相同。统计部门表示，综合各主要经济指标来看，全市经济运行继续处于平稳增长区间。

9.3%的平稳增长中，含有“稳中有进”的特征——进入三季度，大部分经济指标增速有所加快。消费市场稳中有升，前三季度增长 12.4%，比上半年加快了 0.1 个百分点；对外贸易稳中回暖，全市进出口总额、出口总额均有回升，年内有望双双浮出水面。同时，金融信贷稳中小增，服务业投资、民间投资均有两位数增长。

“进中提质”是另一重特征。企业效益的改善表现“突出”。一方面是利润增幅提升，前三季度全市规模以上工业企业实现利润 410.81 亿元，增幅比上年同期提高 29.4 个百分点；另一方面亏损额大幅减少，前三季度全市规模以上工业亏损企业亏损额 79.37 亿元，增幅比上年同期下降了 78.6 个百分点。

三季度的经济运行数据中，还蕴含着“潜在增长”的后劲。统计部门提供的一组关于“投入”的数据均为两位数，反映出先进制造业、新兴产业、技改投入和服务业投资增长较快。1-9 月，通用设备、专用设备制造业投资同比分别增长 23.5%、51.2%；服务业投资 1822.70 亿元，增长 18.9%；占全部投资比重由去年同期的 59.7% 提高到 61.0%。现代服务业投资增势强劲，金融业增长 141.1%，水利、环境和公共设施管理业增长 38.2%，软件和信息技术服务业增长 73.7%，租赁和商务服务业增长 51.3%。

### △秘鲁批发市场欲罢市给政府施压，使其对中国服装征高额进口关税

近日秘鲁最大的服装批发市场嘎马拉(Gamarra)发言人迪奥黑内斯(Di ó genes)表示，该市场商人将罢市抗议进口中国服装，要求秘鲁政府提高中国产品进口关税。

他表示，面对中国服装低价销售至秘鲁国内市场，而且走私和二手服装泛滥等现象，该市场商人一直予以抵制，但秘鲁政府却毫不理睬。为此，该市场协会要求政府对中国服装产品施加高关税来保护国内产业及产业工人。另外，迪奥黑内斯还指出，秘鲁国内的大型商场正大量售卖中国服装，秘海关对进口中国服装也是“一路绿灯”，受贿现象严重。为此，嘎马拉将不允许中国产品的不公平竞争行为，因为这影响到 30 万市场的从业者。

2012 年 6 月，秘鲁国家竞争和知识产权保护局（INDECOPI）对中国服装和配饰产品主动发起反倾销调查，今年 7 月 17 日该局发布关键事实报告，认定中国输秘服装产品普遍存在倾销和秘鲁国内产业受到损害。

此前，针对中国服装产品低价销往秘鲁市场，致使当地相关行业受到重创的情况，秘鲁国内出现了两种截然不同的观点：一方认为这是中国产品的倾销行为，会打击本国纺织业发展，为安抚服装制造商必须对中国产品采取临时关税保护措施；另一方却认为，目前断定中国产品的倾销行为还言之过早，同时也应考虑到采取保护关税后对国内进口商的影响，如若不全面考虑而冒然决断，很容易引发中秘两国的贸易纠纷，最终还是不利于本国市场的发展。

### **△进口农产品对国内市场影响逐渐扩大**

近年来，进口农产品占国内农产品市场份额日益增大，对市场供求关系与价格的影响和引导作用逐渐增强，而且影响逐渐从大豆、白糖、稻米等品种，向棉花、玉米、小麦、油脂等市场扩展蔓延。

农产品市场全球化进度在不断加快，在当前国内部分农产品价格偏高、质量偏低的背景下，国内市场对进口农产品的需求较强。这也是近年来我国农产品进口数量激增的主要原因之一。

与国内农产品价格和质量相比，进口农产品优势明显。去年以来，国内棉花现货价格一度比配额进口棉花成本高 6000 元/吨，进口白糖成本较国产糖现货价格低 1000—3000 元/吨，从越南等国进口的大米成本较广西、江西、湖南等地大米现货价格低 200—500 元/吨。

此外，国内农作物多采用一家一户种植模式，农产品质量整体不高，不能满足加工企业要求。国内品质最好的小麦，如河北产“师栾 02—1”和河南产“新麦 26”，

质量才与进口美红春小麦和加麦相当。质优价廉的进口农产品在国内市场空间很大，并对国内农产品价格产生较大冲击。

今年国产小麦受到不利天气影响，高品质小麦供应不足，国内外不少机构预期我国小麦进口量将大幅增长。小麦是我国的主要口粮，今年小麦进口数量及进度已经成为市场关注的焦点。

## 专家视点

### △吴敬琏：当前最核心改革是理顺政府和市场关系

国务院发展研究中心高级研究员吴敬琏 19 日在《财经》年会上表示，当前最核心的改革在于理顺政府和市场的关系。十八届三中全会提出了非常好的改革总体设计和路线图，其中“市场起决定性作用”与“建立统一开放竞争有序的市场体系”构成了经济改革总体部署的总纲。

他指出，近年来不少反对市场化的观点表现强势。持这些观点的人认为，改革甚至医疗、教育等方面出现的问题根源都在于市场化；因此要强化政府对市场的驾驭和对经济、社会的管控。《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》不但肯定了市场的作用，还将其提到了很高的地位，这表明了党中央明确、坚定的态度。

他认为，现有市场经济体制存在三个缺陷：一是条块分隔导致市场碎片化；二是存在许多垄断行为、行政干预行为和行业保护行为，妨碍了市场竞争；三是发展不平衡。《决定》要求全面开放，建立消除条块分隔、对所有主体开放的市场体系；要求建立一个竞争有序的市场，在规则的基础上进行竞争，形成法制基础上的市场经济；要求建立统一开放、竞争有序的市场，既包括商品市场，还包括要素市场，进而构成完整的市场体系。

### △王德生：传统零售业转型步履艰难

商务部流通业发展司副司长王德生日前透露，电子商务的快速发展给传统商业领域带来革命性的变化。据商务部监测，今年前三季度全国三千家重点零售企业网络购物同比增长 34.7%，大部分企业已开始“触电”。

王德生在“第十五届中国连锁业会议”上说，目前我国零售业已进入创新转型

的关键时期，面对多重挑战。首先是成本费用持续上涨的压力，据商务部典型调查数据显示，2012年全国零售企业平均费用上涨8.3%，其中房租和人工费用是推动费用上涨的主要因素，连锁百强企业平均房租上涨21%，人工费用上涨20.5%。

其次是经过近三十年的高速增长，我国消费市场已经告别20%左右的高增速。今年前三季度，我国社会消费品零售总额同比增长11.3%，进入平稳增长的新阶段。

再次是电子商务等新型商业模式带来巨大挑战。虽然大部分实体企业已开始“触电”，但受出租柜台、联营扣点模式形成的惯性制约，传统零售企业转型提升步履艰难。即便是在发展很快的网络购物领域，同样面临着物流的瓶颈，盈利前景也有诸多挑战。

王德生表示，商务部将从两方面入手，为零售业加快改革、创新发展营造良好外部环境：

一是推动零售业加快模式创新，研究通过试点示范等多种方式支持和引导企业开展供应链资源整合，O2O商业金融等方面的交流与合作。

二是促进商贸物流发展。第三方物流是当前基于互联网营销的零售企业普遍面临问题。商务部将加强部门协调，大力培育第三方物流企业，为物流业发展营造良好的政策环境。

生活百科

## 冬季取暖应谨慎用暖手宝

随着天气转冷，暖手宝、电热毯等价格相对便宜的取暖用品也进入了一年一度的热销时节，省质检院电器产品检测中心副主任郭艳萍接受采访时提醒消费者，电热毯的使用寿命建议不超过6年，而价格更为低廉的暖手宝虽然有相关国家标准，尚缺乏强制性管理，既不是CCC目录内的产品也不实施生产许可证管理，最好谨慎

使用。

### 暖手宝进入热销季

充电 10 分钟便能保温数小时，价格低廉的暖手宝近几年越发走俏起来，随着天气转冷，暖手宝又进入了一年一度的热销季节，扬子晚报记者昨天在一家小商品市场看到，该市场在售的暖手宝花色繁多，价格则从几块钱至数十元不等。至于价格为何悬殊较大，商家则各有各的说法，有的摊主表示价格差别主要是由加热器材和导热液的材质决定的，而有的摊主则表示，暖手宝内部的材质差别不大，价格主要取决于外面绒布的材料和做工。

值得注意的是，在暖手宝热销的同时，有关暖手宝爆炸伤人的负面新闻也时有发生。但记者在采访中发现，不少消费者在选购暖手宝时，往往只看重花色与价格，却忽视了最为关键的安全因素。一位正在选购暖手宝的女士表示，自己也看过暖手宝爆炸伤人的新闻，所以在购买暖手宝时一般不会选择太过便宜的，在她看来，几十块钱一个的暖手宝质量还是比较可靠的。

### 充液暖手宝漏液易触电

郭艳萍介绍说，目前市场上销售的暖手宝主要分为充液式和电热元件式两种。对于充液的暖手宝来说，电极是不应用来直接加热液体的，但从以往的抽检情况来看，很多不合格产品都“栽”在了“这个项目上，不少充液暖手宝在电极通电后直接对袋中的液体加热，加热时间短、液体膨胀快，一旦漏液极易导致触电危险。

有的摊主在销售时还表示自己经销的暖手宝有防爆装置。但有实验显示，打开充液暖手宝以后可发现商家所说的防爆装置，就是溶液达到规定温度时能够自动切断电源的热敏电阻，除此之外还有两根电线，两个小铁钉，以及 pvc 隔热层和花样不一的外包装，造价非常低廉。

### 尚缺乏强制性管理需慎用

如何辨别暖手宝是充液式还是电热元件式呢？如果暖手宝摸起来有一个非常明显的弧形线圈装置，就是采用电热元件加热的暖手宝；如果暖手宝内能摸到两根小拇指粗细的管子，那就是充液式暖手宝，最好不要购买。郭艳萍提醒说，目前暖手

宝虽然有相关国家标准，尚缺乏强制性管理，既不是 CCC 目录内的产品也不实施生产许可证管理，最好谨慎使用。由于生产“门槛”较低，市场上甚至还有“三无产品”在销售，建议消费者谨慎选购、使用暖手宝。