

市 场 通 讯

2017 年第 04 期

(总第 213 期)

无锡市市场指导委办公室

编印

无 锡 市 场 协 会

2017 年 4 月 30 日

政策信息： 12315 互联网平台三大特点助力消费者极速维权

协会动态： 无锡市不锈钢行业信用评价试点正式启动

无锡市场协会生产要素市场赴江苏新沿海考察学习

无锡市场协会农贸市场分会内部交流

协会携市场代表赴北京参加中国商品交易市场发展论坛

会员风采： 江苏新沿海商品交易中心

蓬勃发展中的江阴金属材料市场

“2017 春风行动”系列招聘活动圆满收官

无锡摩托电动车市场

市场论坛： 浅议专业市场招商攻略第四部分

行业动态： 无锡商品市场 2017 年一季度运营情况分析

坚定信心真抓实干打好 2017 年钢铁去产能攻坚战

生活百科： 这些姿势最伤腰，你是哪一种？

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

政策信息

12315 互联网平台三大特点助力消费者极速维权

目前，由国家工商总局开发运行的 12315 互联网络投诉平台已经上线运行一个月。一个月内，市工商局共接到消费投诉、举报 341 条。12315 互联网平台的运行，进一步加快了消费投诉的处理速度，简化了处理程序，提高了维权工作效能。总体来看，呈现以下三大特点：

一是公开透明，加快消费投诉处理速度。消费者进入 12315 互联网平台登记页面后，能够及时看到自己投诉的基本情况、办理进度及处理情况。平台严格依照《消费者权益保护法》、《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》等法律法规的相关规定对处理期限、要求等信息进行公开，便于消费者掌握情况，也便于消费维权工作人员掌握办理时限，有利于消费投诉的快速调处。

二是精简流程，简化消费投诉处理程序。通过登录 12315 互联网平台，消费者在登记投诉、举报之后，对被诉方的行政区域进行选择，直接由对被诉方有管辖权的市场监督管理局进行接收，改变了以往拨打 12315 电话后，由市工商局 12315 中心进行被诉方属地分流的传统模式，省去了中间环节，简化了工作流程。

三是实时查阅，强化消费投诉处理效能。在以往的维权过程中，除消费者直接到属地市场监督管理局投诉以外，相关的证据材料需要转交给属地市场监督管理局，证据材料的移转、交接需要耗费一定的时间，往往影响调解工作的进程。在 12315 互联网平台中，消费者可以直接通过牌照、扫面等形式把文书材料直接上传到平台，工作人员在调解过程中可以直接在平台上查看相关证据，大大提高了维权工作的效能。

（无锡市工商管理局）

协会动态

无锡市不锈钢行业信用评价试点正式启动

3 月 28 日下午，无锡市场协会南方不锈钢分会成立暨不锈钢行业信用评级试点启动大会在新区工博园总部三楼会议室召开，南方不锈钢市场领导、商户代表及嘉宾共 90 人出席会议。会议选举产生分会领导机构，审议通过分会章程和相关规定，提出了分会下

一步的工作任务，南方不锈钢市场钱良董事长就开展信用评级试点工作进行了动员。市经信委信用办公室殷主任、市商务局市场秩序处雕处长、市场协会章会长、工博园过主任到会并讲话。

无锡市场协会继前年在农副产品批发市场、去年在金桥副食品市场开展信用评级试点，取得明显成效的基础上，今年确定在生产资料行业进行信用评级试点，试点放在南方不锈钢市场，在市场中遴选出 80 家企业经营户参与此次的信用评级试点。制定好符合我市不锈钢行业特点的信用评价体系，组织好对企业经营户的评估考核工作，建立南方不锈钢市场信用信息管理系统，努力推进和提高我市不锈钢行业的诚信水平。

（市场协会胡汉钧供稿）

无锡市场协会召开加快要素市场发展工作座谈会

3 月 30 日，市场协会要素市场发展工作交流座谈会在江阴周庄商品交易市场召开，江苏新沿海、人力资源市场、房产交易管理中心、企管培训中心、产权交易所、中小企业服务中心等单位领导和代表参加了会议。大家围绕人才服务、房产走势、金融借贷、产权交易、员工培训等课题进行了交流和探讨，并就如何相互合作、资源共享发表了各自观点，提出许多关于加快要素市场发展的建议。一些单位建议，今后要多召开此类交流座谈会，多联系、多沟通，共同寻找相互合作的方法途径，为加快要素市场的健康发展出力。与会者们听取了市场协会杨书记如何更好为会员服务的发言，听取了江苏新沿海高保君副总裁的情况介绍，参观了商品交易平台和操作模式。

（市场协会胡汉钧供稿）

无锡市场协会农贸市场分会内部交流

4 月 6 日，农贸市场分会组织分会成员参观了广益佳苑集贸市场和盛岸集贸市场，广益佳苑农贸市场作为基础设施不算太好的大棚市场，却屡屡在评级考核中获得高分，吸引了其他同行前来参观学习。交流会上，广益佳苑梁经理分享了自己的管理经验，如何把只有 14 个工作人员的广益佳苑集贸市场，打理的井井有条。制定严格的制度是前提，一人一事，把工作落实到实际是基础，奖惩分明调动起所有员工的积极性。引起了同行的一些共鸣。

随后大家又前往刚开业不久的新盛岸市场参观学习，在盛岸市场各会员单位讨论了目前农贸市场存在的主要问题，如马路市场到底如何解决、活禽屠宰的问题如何解决展开了讨论。张君君会长就如何体现农贸市场的公益性、加强农贸市场与品牌商户联盟，把农贸市场打造成有特色的农贸市场。

（市场协会黄滢撰稿）

相会在春天 相聚在北京

——协会携市场代表赴北京参加中国商品交易市场发展论坛

4月15日~17日，第十八届中国商品交易市场发展论坛暨2016年度全国商品交易市场表彰大会在首都北京天泰宾馆会议厅隆重召开。本次论坛由中国市场学会主办，中国市场学会批发市场发展委员会承办，中国商品交易市场信息网、中国商品交易市场专家指导委员会、天津市交易市场协会、南京市场管理协会、无锡市场协会等单位协办。来自全国100多个市场共千余名商户代表到会。我们无锡江苏友谊文化产业园、无锡梦之岛电脑通信市场、无锡华东商贸城、无锡盛阳食品城、常州市好邻里商业管理有限公司和无锡分公司共七家市场单位获得全国文明诚信经营示范市场，其中南方不锈钢市场获得全国转型升级示范市场，三名优秀商户获得全国文明诚信经营示范商户，其中三名参会代表获得全国商品交易市场优秀管理者荣誉，全体参会代表在无锡市场协会杨四方主任的带领下出席了本次盛会。

本次论坛以“转型升级·跨境发展·网络助力·合作共赢”为主题，围绕市场转型升级、内外贸功能培育、电子商务发展、文明诚信经营、标准化和品牌建设等内容，解读国家相关政策，总结市场发展情况，分享转型成功经验。专家们指出，当今环境的变化对商品交易市场转型创新发展提出了新要求，并提出以下建议：第一适应消费结构批发市场要升级；第二进一步做好市场细分精确找到市场定位。第三优化商品结构；第四提升商品品质和品牌价值，注重体验和展示等。

2017年是实施“十三五”规划的关键之年，商品交易市场转型升级仍然是其主题。当今电商冲击、市场外迁等给市场带来了前所未有的挑战和机遇。如何适应当前经济社会发展需求，利用信息化技术手段，改造市场，提升服务，拓展新空间，打造新平台，是当前市场转型升级亟需解决的问题。

会上，国家级的著名专家学者和重要领导不仅从全国的政策、经济高度上分析了中国经济发展形势和商品交易市场发展趋势，而且从转型升级、跨境发展、网络助力、合

作共赢等多个方面提出了方向性的指导建议。使来自全国各地市场和商户代表感受颇深、受益非浅。

一场盛会，一场学习；一份成长，一份收获。通过各种会议、座谈、报告以及市场的考察，我们无锡参会的代表们一致表示：会后要把这次盛会的精神带回去，将创建诚信市场、诚信经营户的活动搞扎实了，提高自身、提升自我。并一定把此次盛会上得到的重要信息带给每一个同行，带给每一位协会会员，让大家共同分享、共同提高，为无锡各类市场的转型升级、再续辉煌，贡献我们自己应尽的责任和力量！

（市场协会杨四方撰稿）

会员风采

江苏新沿海商品交易中心

江苏新沿海商品交易中心（以下简称“新沿海”），是2011年3月经江苏省工商行政管理局批准，经国务院部际联席会议备案通过，在江苏省金融办监管下开展大宗商品现货交易的大型交易中心。前身为江阴周庄金属合约交易中心，2015年10月正式更名为新沿海。总部位于江苏江阴周庄行政事业中心，现有办公场地面积近4000平方米，超过9万平方米的交易仓库、大型货物堆场及专属货运码头。

交易中心自成立至今，始终坚持“远见者稳进、稳进者远行”的运营理念，在各级政府和协会关心支持下，紧抓机遇，不断的发展壮大。在拓展业务的同时，始终不忘主动肩负起振兴地方经济，维护大宗商品行业可持续发展的重任。

在2016年经济新常态的时代风口下，以市场为导向，以发展为中心，紧紧围绕中国经济的转型发展，凭借多年大宗商品行业需求的了解，不断改革创新，于今年7月，正式创新推出“现货挂牌模式”，将金融资本导入实体经济，助力实体经济的多元化发展，实现互联网与金融的强强联合，为实体经济服务，开启大宗商品“互联网+”新纪元。

一个优秀企业的诞生，是社会孕育的结果，新沿海在不断开发壮大自己业务版图的同时，不忘以实际行动践行“心怀感恩”的价值观，学会感恩，热心公益事业，回馈社会。于2014年主动发起，集结社会爱心人士组建了公益组织——“益家人”。

“益家人”全称江阴周庄益家人公益坊，是一个多元化公益主题组织，涵盖公益助学、文化传承、运动健康、环境保护、关爱儿童等众多主题和领域。旨在凝聚爱的力量，关注弱势群体，弘扬社会主义道德风尚，促进和谐社会发展。

“益家人”以“一家人做益家事”为行动口号，秉承“传播爱心、服务社会”的行动宗旨，倡导“参与、互助、奉献、进步”的服务精神，信守“送人玫瑰、手有余香”的互助理念。定期举办不同类型的公益和传承活动，以切实的行动吸引和感召更多的“益家人”参与进来，携手创建一个更美好的家园。

公益是一种力量，照亮他人温暖自己！“益家人”创立至今，积极响应政府号召，开展各项公益活动，专注和致力于灾害援助、教育扶贫、助学、环保以及特殊群体关爱等公益领域，先后开展公益活动数十次，受到社会各界的关注与支持！

未来，江苏新沿海将进一步提升平台实力，创新模式，推动金融与实体经济的深度融合，释放自身价值，为助推大宗商品行业的健康可持续发展贡献力量。

（无锡新沿海交易中心供稿）

蓬勃发展中的江阴金属材料市场

江阴金属材料市场是一个融钢铁贸易、仓储、配送、金属加工、商务服务于一体的综合性大型钢铁专业市场。市场自 2000 年创办以来，得到了来自政府和社会各界以及各大钢铁生产、贸易企业的大力支持。面对激烈的行业竞争，市场以江阴区域经济发展的强大惯性为依托，以构筑“江苏省重点钢铁物流基地”为目标，以“做大做强，回报社会”为己任，坚持“诚信为本，服务兴企”的经营理念 and “合作共赢，让你先赢”的服务宗旨，不断加大投入，引进高管人才，强化内部管理，提升品牌形象，改善设备设施，完善服务功能，持续提高市场的物流整合能力、客户吸纳能力和营销扩张能力，使市场成为资源、资金、信息的汇聚中心和辐射中心，进而使以区位优势、资源优势、品牌优势为核心的经营优势兀立苏南、雄视华东，吸引了包括宝钢在内的全国各大钢厂和 400 多家钢铁商贸物流企业进驻，近百家销售过亿企业支撑市场业绩，旗舰地位造成定局。市场因此实现了“一年一个样，三年大变样”的跨越式发展。02、03 年市场年成交总额分别为 32 亿元和 58 亿元；04、05 年市场年成交总额双双突破 100 亿元，两度被国家统计局、商务部评定为“全国十大金属材料交易市场”；06、07 年市场年成交总额在高位攀升连续超越 150 亿元和 180 亿元，获得了“无锡市四星级文明市场”、“中国民营企业 500 强”的荣誉称号；08、09 年，市场年成交额双超 200 亿，达到 258 亿元，被评为“江苏省重点物流企业”、“无锡市重点物流基地”；2010 年，市场成交额再攀新高，达到 270 亿元，并连续第六年挺进“全国十大金属材料交易市场”行列。市场近 8 年成交

额由 32 亿元增长至 270 亿元，市场业绩翻了 8 倍，平均年增幅达 40%；已累计上缴税费 5 亿多元，向社会提供 3000 多个就业岗位，还先后获得了“江阴市文明单位”、“无锡市重点培育专业市场”、“江苏省文明市场”、“中国企业诚信经营示范单位”等一系列荣誉称号。

为建设“强势市场”、“主流市场”，搭建更好服务于钢厂和钢贸企业的钢铁物流基地，在江阴市委、市府的关心支持下，江阴金属材料市场于 2008 年全面启动“改扩建项目”。该项目总投资 8.6 亿元。目前，已完成二个中心的建设，3 即“仓储加工中心”和“现货交易中心”。08-09 年，新建“3 万平方米钢结构室内仓库、4 万平方室外仓库和 6000 平方米营业用房”的“仓储加工中心”落成并投入使用，至此，市场仓储加工更具规模，可实现年吞吐 800 吨钢材。09-10 年，建筑面积为 5.8 万 m²的“现货交易中心”落成。新的现货交易中心按五星办公交易标准建设：不仅配套光纤网络、中央空调和新风系统；配套有自动扶梯（8 台）、观光电梯（4 台）和客货两用电梯（1 台）；而且配套全方位电子监控、自动报警系统和保安巡更系统。交易中心不仅每个楼层配套公共卫生间，每户商铺提供内卫，内部设有庭院绿化（大厅 968 m²，两个小厅各 450 m²）、景观天桥和特色景观；配套银行、咖吧、聊吧、多功能会议厅，还配套建有电子商务平台和星级服务体系。此外，地上、地下设有停车位共有 500 多个，完全满足现代商务停车需求。新建“现货交易中心”是目前华东地区最具现代气息的高档交易结算办公中心。

交易中心开业后，老市场的老房子全部都要拆除，并在此基础上进行 10 万 m² 钢贸大厦商和务楼群的建设，为进驻商户提供全方位的硬、软件服务。届时新建的“商贸一条街”和“钢贸总部中心”，“国际会所中心”、“电子商务中心”与“现货交易中心”、“仓储物流中心”交相辉映，一座“一街”、“五中心”的现代商务城将以蓬勃的雄姿屹立在城东物流园。新的商务城力争在三年内实现开票销售 500 亿，利税 5 亿元的目标，争取位列全国同行前五强。毋庸置疑，新的江阴金属材料市场将成为华东地区钢贸物流的新亮点。

(江阴金属材料市场供稿)

“2017 春风行动”系列招聘活动圆满收官

“2017 春风行动”系列招聘活动于 3 月 31 日圆满落幕。为了确保今年“春风行动”系列招聘活动取得实效，无锡市人力资源市场前期进行精心部署并认真组织实施，积极

对接各区人社局、总工会、妇联等相关单位，组织举办各类综合和专场招聘会，取得了良好成效。

节后招聘忙，企业需求同比增长幅度较大

随着经济发展，沿海与内地、城市与乡村的差距越来越小，又随着外资大型企业逐渐减少，更多外来劳动力选择了返乡就业或创业，而新生代外来务工人员随着物联网快速发展，就业观念也在发生着改变，就业方式更加多样化，使得长三角地区外来劳动力有逐年减少趋势。2017年“春风行动”期间，用人单位紧抓招聘黄金期，节后用工需求增长势头强劲。这一期间，市人力资源市场共举办了33场各类公益性招聘会，同比下降5%；参会企业共计3000余家次，同比上升39%；提供岗位共计8万个次，同比增长42%。

民营企业稳步发展，技工类需求扩大

2017春风行动期间，职位需求排名前五位的是销售类、技工类、仪器仪表类、酒店餐饮类、计算机类。民营企业的稳步发展，使技工类领跑招聘“大盘”，一些制造类企业存在较大的缺口，特别是高级技工更难招。某企业人事经理表示，钳工、车工、焊工等高级技工类人才目前最缺失，招聘市场很难招到合适的人才，有能力有经验的技工已退休，而年轻一代的技术跟不上，又不太愿意从事此行业。其实，目前技能人才在各行业经济领域中发挥着越来越重要的作用，专业技术人才需求数量不仅稳步上升，薪酬也不断提高，因此，求职者转变就业观念势在必行。

求职窗口热门岗位不变，技工类求职人员减少

春风行动期间，无锡市人力资源市场职业介绍窗口求职岗位排在前三位的分别是一线操作工、保安和驾驶员。车工、电工、焊工等技工类前台求职数同比下降了2.83%，这与国务院办公厅出台的支持返乡下人员创新创业政策有关，越来越多的有技术的进城务工人员将不再往外寻求发展，而是选择留在家乡，既可以享受相应优惠政策，又方便照顾家庭。随着经济发展，应聘的新成长劳动力有自己的想法，他们也在积极努力地勤学技能，希望收入能够更高。没有掌握用人单位所要求的技能的劳动者，也通过政府组织的技能培训班，如维修电工、焊工、计算机辅助设计绘图员等技能类工种积极进行培训。

“2017 春风行动”系列招聘活动虽已结束，但无锡市人力资源市场将强化后续跟踪服务，根据活动期间了解和掌握的客户需求，深入开展各类就业援助活动，搭建更具针对性的供需对接服务平台，为用人单位和劳动者提供更加精准的求职招聘服务，建立起畅通的人力资源服务链和快速的服务平台。

(市人力资源市场供稿)

无锡摩托车电动车市场

无锡摩托车电动车市场雄踞无锡市锡山经济开发区，地处闻名全国的电动车生产基地，刚建立，便以优越的交通，科学建筑模式，迅速引来业内客商关注的目光，无锡统一、利民摩配市场及太湖交易市场先后整体搬迁至无锡摩托车电动车市场，市场资源充分整合，成为长三角地区突起最迅速的大型电动车市场。

无锡摩托车电动车市场总建筑面积达 20 万平方米，设立整车与配件专区，具备交流贸易、科研展示、仓储物流等诸多功能，是集批发、零售于一体专业化市场，经营项目囊括电动车整车、电机、蓄电池、控制器、充电器、车架组件、前叉组件、制动组件、传动组件、仪表、轮胎、车把、支架、飞轮、铝圈、头盔等，涉及产业链各个环节，形成优势资源互补，满足多元化采购需求的同时，更承载着展现业内新产品、新技术、新思路的重要使命。

目前市场内聚集聚集了爱玛、雅迪、麦德发、捷安特、绿源、新日、速派奇、小鸟、大陆鸽、雅马哈、本田、铃木、豪爵等众多电动车、摩托车等众多知名品牌。摩托车电动车市场快速崛起无锡，为电动车行业整合资源，稳固占领全国市场，进军全球市场奠定了坚实基础。

(无锡万力集团供稿)

市场论坛

编者按：俗话说：时移势易，臻技精艺，中国经济已今非昔比。中国百姓消费水涨船高。中国流通业态百舸争流，中国的市场，走出去又别开生面。这些内外环境的迭代进化势必要求中国商品交易市场转型升级。无锡市场协会在本通讯开辟市场论坛专栏，诚邀有识之士参与共同研讨。在实体和虚拟两个空间里融汇贯通。要在市场，商场化，服务化，品牌化，商圈化，电商化和国际化等方面探讨因地制宜，因企而制宜之论述，探索转型升级改造之路，探索管理营销造市之势。欢迎大家踊跃参与。

浅议专业市场招商攻略

无锡汇智市场发展研究所 杨四方

第四部分：专业市场的招商 7 个误区

1、盲目定位，不切合实际

定位过低会损害开发商的利益，而定位过高，则会造成商家今后的经营成本过高。

2、缺乏整体招商规划

商业项目的招商必须是符合项目定位的，而不是简单地以“满租”为原则。在项目开始招商前必须明确招商目标，包括招商业态的组合、主力店、品牌店等等。

3、招商期望值过高

在定租金价格的时候首先考虑的不应是自己的利润，应该先考虑经营者，只有经营者生存了，商场才能生存。

4、单纯依靠广告招商

招商的关键是沟通，是不能坐在家里守株待兔的。把广告作为招商的唯一手段，导致接触招商的客户面少。

5、过分强调市场环境的影响

市场竞争激烈确实是目前整个行业的行情，但是从另一方面看，越来越难做也表明着机遇越来越多。

6、缺乏持续经营的商业管理观念

招来了客户，还要注意协助客户经营，客户生存得越久，商场就越旺，以后招商就越容易，升值也就越快。

7、招商工作欠缺执行力

制定再完美的招商细节，推行招商负责制，招商人员必须进行专业培训。

就以上专业市场招商的误区我们来展开思考以下问题。

第一，我们招商签约的品牌越大越好吗？事实上国际性的品牌是不是都招进来好呢，我认为不一定！因为一个商业项目，他处在这个环境，地理位置不一样，他就适合不同的品牌在这个地方进行经营。他有不同的消费群体，有不同的购买水平，有不同的消费习惯，甚至我们说一个大的品牌，能不能在这里生存，不取决于你能不能招进来，主要是一个大品牌招进来，他跟市场环境是否适应。

所以我们认为招商不是大牌子就好，我们认为适合就好，就像我们很多人自身的条件就是一个农民工，我想招章子怡做老婆可以吗？他可能给我带来很多财富和荣誉，但我们适合不适合她，我们一厢情愿能不能解决问题，所以我们说招商的第一个误区，不是签的品牌越大越好

第二，签约的条件越高越好吗？很多人谈他招商条件，租金水准的时候，不是按照市场同比条件来的，首先算这个楼投资多少钱，现在卖了多少，投资回报率多少，一年要付出多少补贴，招商的时候能不能把收入补出来。有一个大型专业市场项目，卖了投资回报八个点，招商的时候一定要把租金做八个点，大家想一下，市场的租金是比较低的，想把租金补贴八个点，能补贴吗？很难。现有市场条件，只够现在八个点的 50%还不到，这八个点并不是招商有义务补贴，因为你前期销售已经吃进去了，应该拿出来补贴。如果一个品牌商是代理的，从商家拿货，一般带增值税票打四折到四点五折，要开税票只能是五到五点五折。他的租金，促销分摊：促销买一百送一百，再分摊 50%，他有多少毛利呢，他有装修费用，资金，要考虑经营成本，他能不能接受呢，不能一厢情愿，我们知道招商过程是招商，留商、养商的过程，只有让每个商户在那里真正的留住的，真正他们赚钱了，我们才可以赚钱，这是鱼水关系，这就是互惠双赢。

签约条件越高，招商难度越大，招商难度越大对我们开业越有影响，招商时间一延再延，导致开业时间延长，知道商业地产项目是一个养的过程，你首先应该把商户招进来养，就像种树一样，你不能今天种树，明天就拿篮子摘果子，而要尽可能让商场进入养商时期，所以签约条件越高越好吗？就不一定了。

第三，签约的品牌越新越好吗？我们认为一个商业地产项目或者说一个商业项目，新品牌的比例要有，但不能超过 30%，为什么呢？新的品牌让消费者从认知到接收到喜爱到忠诚，往往在一个市场需要有很长的培育时间，适应这个市场需要一个过程的。所以说一个商业项目，一个商场新的品牌不能比例过高。

另外我们认为一个新的品牌要进入一个新的商场，前期有很多投资，市场开发成本，新品牌开发谈判，引进是需要费用的。在当地可能没有代理商，我们能不能做代理？对当地的市场还不熟悉，我们能不能给他提供市场的调研报告，我们对这个新的品牌提供什么样的支持和扶持？这些问题我们有没有准备，新品牌进来了以后，我们还会提供什么样的资金扶持，广告宣传，营销推广，促销计划，这些问题考虑了没有？所以我们认为品牌不一定越新越好，一个商业项目和商场，需要新品牌的比例，但不一定需要特别

多，超过 30%已很难接受了。

第四，配套的功能越全越好吗？现在商业地产项目，一方面规模越做越大，第二方面我们现在开发商都知道什么叫购物中心，什么叫 Shopping Mall，什么叫多功能。做一个项目都是高大上，里面购物、休闲、娱乐、餐饮、院线什么都有，超市、百货、家电、家居，什么业态都想放，什么功能都想有，这好吗？我们首先要考虑商业项目的定位是什么，符合不符合这个市场的要求，具有什么样的核心竞争优势，分析优势机会在什么地方，是不是要做大而全？物业条件够不够，说要做一个餐饮，看了物业后发现：水、排水、通风排烟、煤气管道、垃圾清运、都没有考虑。所以说我们要各种功能很齐全，物业条件具备，在前期设计中应充分考虑。比如有一个大型项目，想引进百安居，这个位置也适合，但百安居要求条件很硬，第一层高，我们能不能达到？第二个物流。我们知道百安居是用货柜送货的，你达不到能引进吗，他不会来的。你就是花钱降低条件他也不会来。我们都知道吸引顾客有两种办法，第一种就是功能全，多业态组合，是市场的集合效应，但是另外把一个单项做大，把一种业态做大了也是可以的。也就是说我们要凸现出我们的优势在什么地方，别老跟别人比规模比不过，比功能也比不过，但是可以把一个单项做大做好，所以说商业地产招商不是功能越全越好，应该突出优势和竞争力与众不同的地方。所以说功能配套不一定越全越好。

第五，就是签约的租期越长越好吗？有人说主力店签 20 年，肯德基签 18 年，商铺一次性签五年，这样好吗？不一定。我们都知道商业项目是一个不断适应市场，不断调整，再适应市场，再调整的过程，商业项目是需要不断的经营调整，所以说租期签很长，今后做调整工作很难。

我们都知道商业地产项目它主要是靠物业的升值，靠经营收益，租金收益来获取利益的，而中国目前大量商业物业一卖了之的这种做法是不对的，大家都知道不对，但是我们的国情和我们开发商实际的情况决定我们不能不这样为之，这是中国目前现状。所以如果我们的租期太长，我们的物业今后怎么处置？

我们租期太长，周期的增长有一个环比或者有一个递增率，每几年要有增长，周期签的很长，租约条件里面又没有确定的租金增长的递增率，市场租金今后行情发生了变化？一下子定下来几十年能行吗？所以说租约期不能过长。

租约签得太长符合不符合我们的赢利模式，我们有很多项目是卖了以后代返租回来

签一个投资回报，你每年要按照多少回报给投资户，周期长了，是不是回报时间要长，有没有这个条件来回报，举个例子，有一个大型的 Shopping Mall 购物中心，卖 10% 的投资回报率，回报周期是十年，他卖了十多个亿，他十年是不是回来十多个亿呢，他跟沃尔玛签了十多年的合同，其中免费赠送沃尔玛十年，跟北京燕莎签了十多年合同，免费提供燕莎七年。算一下这个物业他就赚钱了吗？他开发的目的是什么？这就像我们一个人刚开始吃好了，转过来全部吐出来了，不但没有营养，反而伤了身体。所以我们说租约的条件要合理设计。

第六，招商的时间越早越好吗？在武汉那边有一个大型项目，整个建筑面积 120 万平米，商业面积 40 万平米。他不是做商业项目的策划、定位，商业规划、商业布局，设计，他首先想到招商，招什么？他说可以把主力店引入进来，我说我来了以后你谈什么，放在什么位置，给他多大面积，给他什么物业条件保障，给他多少租金，双方责任权益是什么？所以在开始做梦的时候，就想招商的事情，这样可以吗？我们说一个商业地产是像植树一样的。第一要选好地；第二做好商业设备；第三招商。招商之前所有条件要确定，商业定位是什么，需要什么主力店，有什么功能？做了商业规划了没有，每个业态或者说主力店，或者不同的商家放在什么位置，他们之间是什么关系，是什么样的互补结构。设计招商条件没有，给他什么租金条件，什么样的期限，提供什么样的经营保障，都没有设计出来，你可以招商吗？一个商业地产项目不是一上来就招商，不是物业条件商业规划没有设计好就招商，招商是水到渠成的过程，各项工作都做好，招商工作就事半功倍，不是开始的时间越早越好。

第七，销售的物业不需要招商吗？有很多法人说，我们这个物业全部卖了，不需要招商了，组织开业就可以了，或者说销售公司就可以给解决了。我们说商业地产可以一卖了之吗，他是整个商业经营的开端，这跟住宅区别大着呢。住宅不管是年轻人，还是老人，还是文化人，大家都可以住宅消费，商业地产你买了以后，要考虑做什么，怎么做，品牌低，经验差可能不用你，用另外一家，因为商业、物业是需要今后经营的。所以我们说商业、物业不是一卖了之。

大家说卖的是自营户要不要招商？我们说自营户也是要统一的组织，统一的培训，统一的管理的。自营户经营的商品符合不符合定位，符合不符合布局，符合不符合业态要求，这一层楼全是卖服装的，他一个人卖食品行吗？他烤羊肉串可以吗？不可以的。自营户也有素质高和低的，有做过生意，也有没做过生意的，有做过这个生意的，有做

过那个生意的。管理符合不符合我的规范、理念和我们是否相同，他有没有整体经营、协作能力，他的经营素质能不能达到我们要求？所以我们说我们需要对他们的品牌，对商户要重新进行引导、培训、调整、优化，如果说他的经营不符合我们的定位，就让他经营品种退出，由我们来推荐新的品种，如果经营素质不够，就进行培训，要引进新品种孵化，孵化之后再嫁接，这样才可能不放任自流，不能对自营户粗放式的、自生自灭式的管理。

还有一些商业街同样如此，同样需要不同定位，不同经营品位的定位，风格的定位，需要同样的商品的布局，服务的规范，营销的推广，文化的打造，所以我们说商业街也不是说你随便卖了以后，就可以自我经营，自生自灭。

第八，满足了主力商家的要求就好吗？我们很多人在招商过程中，唯主力店的意见为从是听，人家怎么说，他就怎么做。我们说主力店在中国被惯坏了，因为目前中国的主力店是处在一种强势的卖方市场，他就那么几家，现在大量开发商都希望引进他，真想引进他吗，想让他做托。我们知道万达引进沃尔玛给了很低的条件，沃尔玛就是万达的广告。我们很多开发商也懂得这一点，不管这个条件高或低，不管这个条约是什么，都签，这结果呢？可能也不会给你带来多少好处，我们都知道一个主力商家他的要求很多，位置、面积、物业的层高、住距、配套、电梯、设备用房、货区、办公区、理货区、停车场、费用的划分、租约的支付、保证金的支付、违约条款等其他的各项权利要求很多，你都能满足他。最后的结果，你满足他了，他活了你死了。

举个例子，安徽国际购物中心，引进的第一家外资商业家乐福大卖场。他一共九万多平米，家乐福把一楼最好的面积要了五千平米，二楼全楼层要了，他就不管你三楼怎么做，四楼怎么回事，家乐福活得很好，而这个老板活得很难。最后想重新调整，家乐福死活不同意，合约是这样签的，你没有办法。

第九，只要招商成功了就万事大吉了吗？很多人招商之后就说成功了，我说还很远，招商只是项目成功的开始，招商就像种树一样，这个树是绿的，过几天黄了几片，再过几天就更多了，如果你们放到苗圃里养会很好，有很多人认为招商工作是招完就完了。我们说招商工作只是商业经营的一个开始，后面的竞争还很激烈，市场是很残酷的，所以要问你的管理体系建起来了么，岗位设置，规章制度，义务流程，责任目标，有了么？其次，有没有自己的专业团队，这个团队能不能胜任各种管理？在整个商业竞争中能不能打出我们的优势出来呢？

后期的营销和推广工作，能不能跟上，商业他不是招完了就什么都可以结果，他后面还有营销推广工作，要不断做促销和宣传，要不断搞活动，不断的吸引顾客，因为只有人流才会带来商流和财流，不是招完就完了。

招商之后市场是需要培育的，我们刚才说的，就像一棵树一样，我们种下去就活了吗？这个还需要很多工作之后才可以收果子。这个和种菜不一样，果树是需要长期养护的过程。后面有没有资金再投资，所以跟大家建议一句，招商工作只是一个阶段，后面还有长期的经营管理，还有市场的竞争和洗礼，还有团队的打造。我们认为招商工作不是招完就完了。

第十，招商工作由自己做就好吗？这几年大家都知道，国内的商业管理顾问公司风起云涌，做过没有做过都在做，但是也有很多人，很多项目自己组织自己的队伍来做，说觉得请招商顾问公司成本高，费用大，不好掌控，自己找家里人来，自己亲自出马或者聘请几个人这样更好。实际上招商工作非常复杂，招商的成败对项目的成败起关键性作用，招商工作前期的投入，熟练的可以少一些，不熟练可以多一些，时间数可以缩短一些，效果会很好，所以说招商工作最好不要自己做，应该请有成功经验的，有成功案例的专业团队去做。

大家在选择专业团队的时候，看他做过什么，成功什么，听听他的经验介绍，他有什么样的人，他派到你这儿的怎么样，你不妨面试，考一下他，因为我们要评估一下我们自己能不能把握招商运营环节，招商不是登一个广告，打一个电话，签一个和约就解决问题。招商从前期的市场调查到品牌的定位和品牌的洽谈，品牌的签约，商品的陈列、上柜最后到开业，这是一个全过程，他绝对不是说认识一个客户就可以了，他要对整个项目的把握，对整个商业过程有掌控。还要有良好的商业资源，所以我们说能不能自己很好的把握商业招商的环节，有没有自己可以信赖或者说胜任的招商团队，什么叫有战斗力的团队，我们正规军和游击队不一样的，正规军有管理体系，而游击队可能是抓壮丁，东招一个，西招一个，他们的理念不一样，方法不一样，他们的认知问题角度不一样，他们的性格不一样，他们的协作精神不一样，有可能每个人都很强势，最后他就会变成一个弱势群体了。大家知道中国最怕的就是大家协作精神，每一个人都很优秀，最难就是合在一起，这是值得我们思考的问题，我们自己组织一个团队可以吗。还有我们有没有时间来管，有没有经理来管，我们很多开发商项目的负责人，很多开发公司企业目标是做滚动开发，他不是做一个物业，长期持有，长期经营的。

现在社会是大分工社会，一个商业地产开发的过程是分不同阶段的，工程建设的设计是设计院做，工程建设是工程公司做，销售是销售公司做，招商运营是专业的商业管理顾问公司做，物业管理是专业的物业管理公司做，每个人赚他应有的利润空间，这才可能是共赢。如果说我们什么东西都是自己做，这符合我们公司战略吗？不一定。招商需要什么，需要有商业资源。什么是商业资源？你掌握不掌握各种各样的商业关系，你们去谈能不能比别人去谈的条件更好，更优惠，更有成效，这些问题都是值得我们每个人深思的问题。

《第五部分：专业市场招商 6 步实操要点》在本通讯下期续接

行业动态

无锡商品市场 2017 年一季度运营情况分析

2017 年是实施“十三五”规划的重要一年，也是供给侧结构性改革的深化之年。1-3 月份作为无锡经济发展重要组成部分——无锡商品市场的全体经营者、管理者上下认真落实各级政府各项决策部署，积极适应经济发展新常态，进一步加大稳增长、调结构的力度，依据抽样数据显示，能够充分体现商品市场经济增长中的销售额、成交量、商铺的出租率都得到较快增长，保持了今年平稳向上的开局之季。

一、农副产品批发市场

以无锡朝阳锡澄果蔬批发市场、无锡天鹏菜篮子工程有限公司、无锡金桥副食品市场为龙头的我市舌尖上的三大规模最大的农副产品批发市场，1-3 月份销售总量总额同比增长 11%-13%，增速较上年同期增长 5 个百分点，取得近三年来最快增速。

三大市场，始终把食品安全放在首位，强化食品、肉类蔬菜瓜果的索票索证和食品检测的追溯体系建设；坚持诚信文明经营；大力发展电子商务；不断加大投入力度。

农贸市场作为老百姓菜篮子的终端，全市各农贸市场，均将“提升改造”放到了日常议程，均能积极主动参与。目前全市大部分农贸市场均为民营市场，发展参差不齐。农贸市场的“脏、乱、差”及市场外部环境依然没有得到有效解决。食品监测网络与检测技术及蔬菜肉品质量的安全追溯体系的建立仍未得到全面普及推广。同时，农贸市场经营者习惯于传统的管理模式和老的经营理念，安于现状，对推进商场化改造，质疑不

合乎现实，为提高出租率，大多农贸市场都出现了百货小商品服务类，把小菜场变为小型综合体市场。所以，政府及相关部门要积极因势利导与行政手段相结合，加快推进、总结推广好的经验。例如像盛岸农贸市场一样，改造一个，成功一个。确确实实使“商场化农贸市场”覆盖全市城乡社区。

二、生产资料市场（主要指钢材市场）

以江阴临江现代物流园、无锡国联金属材料市场、中储钢材市场、江阴贯庄金属材料市场、友谊宝鑫钢材市场、南方不锈钢市场等多家无锡钢材市场，1-3月的销售情况来看，均有好转回暖趋势。经不完全抽样统计数据显示，今年一季度销售额与同期相比增加17%，出现了大幅度的扭转，这是一个好的发展趋势。

三、建材装潢家居市场

改革开放后，专业市场像雨后春笋一样遍地开花，有的开发商自持经营，有的卖完商铺委托旗下或外部专业公司经营，还有的直接承包给物业公司，收取租金和物业费。有的是为当地产业升级量身定做，更多的是无规划的产物。直到最近几年，各大专业市场陆续亮相开发商及其管理者一改以往的开发模式，开始注重市场后期管理培育，以保证市场持久发展。

今年一季度，居然之家进军锡沪建材一条街。一个大型家居精品馆将加入客户资源争夺中，拉开了高端争夺锡城消费群体的序列。锡沪路上大众普通消费群体的最后一个建材市场也即将消失，将成为历史。

短短几年，锡沪路可谓大品牌云集，建材商场一个比一个高大上，让人欢喜让人忧。锡沪路形成高端建材精品商场这样定位没有错。据抽样数据显示，如华夏家具港、红星美凯龙等这样的品牌高端的建材家居城，今年1-3月份的成交情况同比增幅都在8%-19%；虽然金泰这样的中低端建材市场成交情况也有增幅，但两者相比，后者不如前者，也就是说无锡地区这一行业消费者的高端发展趋势是比较强烈的。

四、工业品小商品市场

本行业根据1-3月抽样的几个市场来看，工业品继续往上升趋势发展、如伟达五金、五洲工业博览城销售情况1-3月份都有很好的销售业绩，同期相比增幅都在6%-11%。

而小商品、日用品这一类，在专业市场中1-3月份统计数据显示下降幅度比较明显。根据产品和行业分类，越是接近老百姓生活用品的商品，下降幅度越大。不难想象，这个行业这一类商品主要是受网络销售冲击，这也是一个必然趋势。所以如何将这一行

业这一类商品尽快和电商融合起来，让实体店与网络店做到线上线下一体化，将是我们专业市场经营者管理者需要考虑的重要课题。

(无锡市场协会 杨四方撰稿)

坚定信心 真抓实干打好 2017 年钢铁去产能攻坚战

——钢铁去产能工作会议在京召开

为进一步贯彻落实习近平总书记在中央经济工作会议、中央财经领导小组第十五次会议上关于深入推进供给侧结构性改革重要讲话精神，落实李克强总理在《政府工作报告》中关于去产能的部署要求，做好 2017 年钢铁去产能相关工作，3 月 27 日，钢铁煤炭行业化解过剩产能和脱困发展工作部际联席会议在京召开钢铁去产能工作会议。国家发展改革委副主任林念修主持会议并讲话，工业和信息化部副部长徐乐江对做好 2017 年钢铁去产能工作做了具体安排部署，环境保护部、质检总局、银监会等部门和单位相关负责同志提出工作要求，河南、广东和中国宝武钢铁集团有关负责同志交流了化解钢铁过剩产能、打击“地条钢”等方面经验和做法，中国钢铁工业协会负责同志作了发言。

会议认为，化解钢铁过剩产能是党中央、国务院的重大决策部署，是推进供给侧结构性改革的重大任务。

会议指出，2017 年是钢铁去产能深化之年，也是攻坚之年，更是决胜之年。2017 年要化解过剩产能 5000 万吨左右、有效处置“僵尸企业”、淘汰落后产能、上半年彻底取缔“地条钢”等，这些都是必须完成的硬指标、硬任务。我们必须清醒地认识到，钢铁行业价格恢复性上涨、效益回升基础还不牢固，化解钢铁过剩产能的任务依然艰巨。

会议要求，要坚定不移按照党中央、国务院的安排部署，发扬踏石留印、抓铁有痕的精神，摒弃懈怠思想，克服畏难情绪，增强创新意识，继续攻坚克难，推进钢铁去产能工作不断走向深入。

会议强调，要深入贯彻落实中央经济工作会议、中央财经领导小组第十五次会议精神，以及《政府工作报告》关于去产能的要求，真抓实干，务求实效，打好 2017 年钢铁去产能攻坚战。在工作中，要着力抓好四个到位：

一是思想认识到位。要从与党中央保持一致的高度，从讲政治的高度，深刻认识化解钢铁过剩产能的严肃性、必要性和紧迫性，确保中央的决策部署和要求落到实处。

二是任务完成到位。要把握好“三条线”：第一条线是“底线”，要确保完成 5000 万吨左右的去产能任务；第二条线是“红线”，要彻底取缔“地条钢”；第三条线是“上线”，

要密切关注钢材市场价格，防止市场出现大起大落。

三是工作举措到位。要不回避工作中的重点难点和风险点问题，深入实际，调查研究，积极制定应对预案和有效措施。要细化落实化解钢铁过剩产能相关政策文件，结合实际，因地制宜，务求实效的开展工作，确保化解钢铁过剩产能工作顺利推进。

四是落实责任到位。要切实将地方主责落实到位，建立健全有效工作机制，将压力层层传导到基层、到企业，做到“盯住看、有人管、马上干”。要引导企业自觉遵守法律法规和产业政策规定，按时完成既定的去产能任务。

会议强调，要更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，进一步增强“四个意识”，牢牢把握稳中求进的工作总基调，坚持供给侧结构性改革主线，勇于担当，攻坚克难，扎实推进，全面完成党中央、国务院交办的去产能任务，以优异的成绩迎接党的十九大胜利召开。

(网络信息摘录)

生活百科

这些年，我们被很多说法蒙住？

1、牙龈出血，缺维生素 C？

真相：维生素 C 被称为“抗坏血酸”，如果严重缺乏会得坏血病，该病的一个表现就是牙龈肿胀出血。但是，牙龈出血的真正原因是牙龈的炎症，牙菌斑里的细菌代谢产生有毒物质，刺激牙龈组织形成炎症，炎症状态下的牙龈充血脆弱，受到机械刺激后就很容易出血。

2、感冒了，多喝水？

真相：研究发现，并没有足够的证据证明多喝水可促进感冒痊愈，相反，不少病例由于饮用了大量水分，导致体内电解质不平衡，引起低钠、低钾血症，出现恶心、呕吐、头痛、嗜睡，甚至昏迷。

在身体没有任何脱水迹象时，不建议饮用大量水分来对抗感冒。同时，因为消化功能下降，大量饮水使胃酸稀释，更加重了胃的负担。

3、用洗洁精洗，会更干净？

真相：洗洁精只是一种表面活性剂，只能冲洗掉细菌，不但将细菌消灭不了，其本身还易被细菌污染，有些细菌甚至以洗涤剂为营养，加速繁殖进程。

一般清洁剂需按照 1：500 的比例掺水稀释后使用，而人们洗碗筷则很少按比例，这样更容易造成残留危害健康，因此要注意用清水反复冲洗。

4、喝骨头汤，能补钙？

真相：不少人会熬骨头汤来补钙，但是中山医学院营养系学生做过实验，拿一斤猪肩胛骨、3斤水煲1小时，结果发现这锅汤平均每100毫升里，仅含钙1.2毫克。

往汤里加醋能促进钙的溶出，但效果也不乐观。检测显示，每100毫升醋骨汤里，含钙比煮汤高些，但仍不足以用于补钙。

5、牙痛不是病？真相：“牙痛不是病，疼起来要人命”，这都疼起来要人命了，还能不算病？

牙痛本身就是各种牙病的信号，龋齿、牙髓炎、牙周炎、根尖周炎、智齿冠周炎、牙本质过敏以及三叉神经痛等疾病均可引起不同程度的牙痛。牙病是危害身体健康和影响生活质量的常见病、多发病。

6、皮肤出油，要补水？

真相：选择一些补水护肤品来改善油光是错误的。皮肤出油，是因雄激素、皮脂腺活跃度高等方面的原因。

生活习惯、饮食、精神状态会影响皮肤状况，如熬夜、压力大；过多进食油腻性食品、甜食、刺激性食品，都会导致皮脂分泌过多，让皮肤油乎乎的。所以出油肌肤的饮食原则是清淡，减少刺激性食品。

7、结婚生孩子后，就不痛经了？

真相：看到女儿痛经，很多妈妈会说等你结婚生完孩子就好了！有些痛经，生完孩子真能好，这只是对一部分人有效。痛经分为原发性和继发性。原发性痛经可能与内分泌失调、子宫发育等有关；而继发性痛经，是妇科疾病引起的，如子宫内膜异位症、子宫腺肌症、盆腔炎等。子宫口太窄的人、内分泌失调的人经过生产和内分泌一次大调理后，痛经会好。

8、口腔溃疡，要补维生素C？

真相：嘴里生溃疡，很多人就会说缺乏维生素C了，多吃点维C含量高的水果，但是猛吃水果也不见好。原因是缺的并不是维生素C，而是维生素B2。

当身体缺乏维生素B2时，皮肤黏膜就会发生炎症，表现为口角发生白色糜烂、裂口和张口出血，伴有疼痛和烧灼感。如果不及时补充维生素B2，久而久之会形成口腔溃疡，再拖下去，还可能遭到细菌感染，会引起喉咙痛，干涩等症状。维生素B2缺乏经常与其他B族维生素缺乏同时发生，所以口腔溃疡后补充B族维生素效果更好。

9、吃酱油，皮肤、伤口会变黑？

真相：许多人会担心，吃酱油等有颜色的东西会让伤口变黑。酱油的颜色是大豆麦麸等发酵后的红曲色素所造成，红曲色素连同一起吃进去的鸡蛋、稀饭、馒头、蔬菜等食物，最终都会被人体分解代谢为二氧化碳和水，也可以参与合成各类氨基酸或脂肪酸，成为人体组织的重要原料。

皮肤颜色的深浅，实际是由黑色素的多少所决定。黑色素是由酪氨酸，而不是红曲色素合成。酪氨酸可能来自酱油，也可能来自一同吃进的白米饭、鸡肉、豆腐等。就算一点不吃酱油，也不耽误黑色素的合成。