

市 场 通 讯

2017 年第 05 期

(总第 214 期)

无锡市市场指导委办公室

无 锡 市 场 协 会

编印

2017 年 5 月 30 日

目 录

政府信息：一带一路是啥意思？一带一路有什么意义？

2017 无锡“消费促进季”活动开幕将持续至 6 月底结束

行业动态：四月份商品房成交面积环比下降

协会动态：市场协会调研组赴常熟等地调研

协会在江阴临江港口物流园区开展交流活动

会员风采：小豆子的大舞台-苏州金记食品有限公司

无锡市级地方储备稻谷竞价销售交易会圆满成功

金三角广场家居村深入开展市场环境整治行动

转型升级中的无锡五洲国际工业博览城

市场论坛：浅议专业市场招商攻略第五部分

行业研究：为什么你的商品市场通过电商转型不成功呢？

生活百科：这些年，我们被很多说法蒙住？

无锡市场网：<http://www.wxscxh.com>

无锡市场协会投稿邮箱：2480178758@qq.com

一带一路是啥意思？一带一路有什么意义？

5月15日北京一带一路峰会的召开，再次掀起新全球化的讨论热潮，来自30个国家的领导人和联合国、世界银行、国际货币基金组织负责人出席了圆桌峰会。与会嘉宾围绕“加强国际合作，共建‘一带一路’，实现共赢发展”主题，就对接发展战略、推动互联互通、促进人文交流等议题交换意见，达成广泛共识，并通过了联合公报。

认为，一带一路具有六大意义：

1、全球化转型，中式全球化全面登场。正如诺亚在2016年11月发布的2017年上半年投策报告所述，全球正在构建新的秩序格局，美式全球化低迷，而中式全球化正式登场，全球格局正在发生变化和转型。一带一路不仅包括贸易全球化，也包括基础设施建设等公共服务和文化的全球化交融；B07 金陵热线

2、一带一路带来经济学理论研究的新课题，我们提出国家带发展理论。传统的空间经济学主要讨论国家内部的城市带，而国际经济的地理分布蕴含着国家带的区域空间经济新理论，制度与公共品的交流，将与传统的商品服务进出口贸易交流一起推动全球经济的发展；

3、一带一路促进全球经济更加均衡发展。一带一路主要参与国家和地区大多是发展中和欠发达经济体，GDP占全球比重较低，一带一路将促进发展中国家地区的经济发展，缩小全球经济差距；

4、一带一路是人民币国际化的中国道路。英镑的国际化、美元的国际化都有自己的特色和历史路径，历史既有规律，也不会简单重复，一带一路涉及的贸易、基础设施、资本交往，将为人民币国际化带来历史性的独特机遇；

5、一带一路是包容式发展的探索实践。一带一路跨越制度的差异、宗教的差异、文化的差异和意识形态的差异，不是排斥的发展，而是和而不同的多元化发展，是人类发展的新的探索实践；

6、一带一路是绿色与发展的统一，是避免发展中国家先污染后治理陷阱的探索实践。一带一路提出绿色发展理念，提供绿色发展的科技支撑，有助于发展中国家探索发展与生态统一的新路径。

但一带一路也面临着四大挑战：

1、一带一路跨度大，地理、文化、宗教、政治、经济各不相同，达成具体共识难，持续共识难；

2、涉及区域矛盾冲突复杂，包括宗教、政治等诸多方面，风险应对难；

3、欠发达经济体资金、市场环境、教育基础与人才缺乏，经济规模小，起点低，对全球经济的推动比重还较低；

4、前期基础设施建设比重大，市场风险和非市场风险并存，投资收益不确定性较大，开始阶段适合国家队，私人投资参与须谨慎，参与企业的业绩短期内不会很快体现，要防止炒作和概念泡沫，要理性评估短期收益和长期效益的关系。

总的来说，一带一路是全球化新格局的开始，与历史上的马歇尔计划不一样，和 WTO 等国际贸易不是替代而是相互促进相互补充的关系，是人类文明发展多元化的有益尝试，具有长期的历史意义。（网络信息转载）

2017 年无锡“消费促进季”活动开幕 将持续至 6 月底结束

4 月 21 日上午，无锡消费促进季活动在苏宁广场北广场隆重开幕了。为促进无锡市民的消费，在春夏交替的消费旺季，无锡市商务局举办首次消费促进季活动，会同无锡商业联合会、无锡市烹饪餐饮行业协会、无锡市电子商务协会、无锡市老字号商会、无锡市汽车流通行业协会等，以“推动供给侧结构性改革、增强品质供给、释放消费需求”为主题，搭建供需对接平台，培育和推广无锡优质特色品牌，努力增强商品和服务有效供给，积极营造良好消费环境，不断满足居民个性化、多样化、品质化消费需求，促进消费规模扩大和结构升级。

无锡市委、市政府高度重视扩大消费工作，在各方努力下，总体上我市消费市场持续保持较快增长势头，无锡人均消费在江苏处于前列。无锡作为

工商名城，商贸行业具有良好的基础，2016 年商贸流通行业增加值占 GDP 比重达 18.6%，对国民经济的基础性支撑作用和先导性引领作用日益增强，但也暴露出有效供给不足、运行效率不高等突出问题。当前，受经营成本不断上涨、消费需求结构调整、网络零售快速发展等诸多因素影响，商贸流通发展面临前所未有的挑战。市商务局已经制定了无锡市商贸流通业十三五发展规划，全年工作中将消费促进工作作为重点，主要目的是营造良好商业环境，大力支持商业企业加大促销力度和做大做强，不断提高我市商业发展水平和区域竞争力。

举办消费促进月，是实惠百姓的重要举措。在消费促进季期间，全市大型百货商场、超市、综合体、家电卖场、家具卖场等流通企业都将参与其中，各商家将拿出实实在在的优惠，开展各类主题促销活动，充分满足老百姓和旅游者的休闲购物需求。

消费季将持续至 6 月 30 日

此次活动从 2017 年 4 月 21 日开始，至 6 月 30 日结束。各行业企业参加活动积极性非常高，截止目前为止，已经汇总统计 190 个促销活动，主要按照五个层面组织开展消费促进季活动：

一是市级层面，4 月 21 日召开全市消费促进季活动启动仪式，统一组织动员，统一宣传发动，策划组织全市范围内大型主题促销活动。

二是市（县）、区结合自身消费热点、旅游等资源，组织开展各类特色促销活动，包括惠山区主办的 2017 惠山区商贸旅游促销春季展会，宜兴市举办的宜兴春季博览会、素食博览会等。

三是市级行业协会结合行业、季节特点，组织开展行业各类促销活动，主要包括 2017 第九届无锡汽车节、江阴市第二节大型车展、江阴市第十七届汽车购车节，第三届江苏厨师节、美食嘉年华等活动。

四是重点商贸企业联合促销活动。大东方、三阳百盛、华地、茂业、华联、新苏南、新东方等百货企业，苏宁、万达、海岸城、万象城、茂业天地、五洲商业等综合体，苏宁、国美等电器、宜家家居、华夏家居港、月星家居等家居商场，金桥食品城等市场、麦德龙、家乐福、沃尔玛、大润发等超市，西水东等商业街，结合五一、端午等时点要求，组织开展店庆、周年庆、节

庆、周末特价、年中促销各类打折、返券、抽奖促销活动。

五是线上促销活动。包括苏宁云商的 020 购物活动，无锡当当网的 4.23 书香节，无锡市电商企业在天猫、京东等平台上举办的男神节、家装节等活动。

众多商场参与消费季

一是活动时间长、参与范围广。以前我们在 4 月举办消费促进月，为期一个月时间，这次从 4 月份延长到 6 月。参与对象上，体现市、县（区）上下联动，政府、行业协会、商贸企业联动，购物与美食联动，线上与线下联动。

二是突出商品和服务供给。当前，居民大众化、个性化消费快速发展，品质化、品牌化消费显著增加，绿色消费、文明消费理念普遍形成。此次活动，各企业结合无锡消费热点及民俗文化特色，因地制宜地组织开展形式多样、内容丰富的促消费活动，商贸企业举办特色商品展、美食文化节、休闲购物节等各类活动，增加商品和服务供给，促进市场消费。大东方百货将从精致百货的角度出发，不断变革，以期引领新一轮的消费热潮。

三是突出线上线下融合创新。此次活动，着眼于推动零售、餐饮等企业实现线上交易和线下服务结合，提供智能化、个性化消费服务。苏宁云商今年提出了“智慧零售”的概念，就是运用互联网、物联网技术，充分感知消费习惯，预测消费趋势，引导生产制造，为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。支付宝、口碑、八方汇海岸城、无锡市烹饪餐饮行业协会等单位共同合作举办美食活动。

（无锡市工商管理局）

行业动态

四月份商品房成交面积环比下降

昨天，市房屋交易管理中心发布 4 月份无锡房地产市场运行总体情况，数据显示“银四”的商品房销售“量跌价涨”，商品房成交面积为 41.01 万平方米，环比 3 月下降 4.69%；备案均价为 10499 元/平方米，环比增长 1.60%。

相较而言，二手房市场较为火热，成交量连续三个月上涨。业内人士分析认为，商品房市场的“冷静”是住房回归居住属性的表现，最近几项新政的出台也将进一步起到稳定房价的作用。

“银四”虽然是传统的楼市销售旺季，不过在全国楼市限购政策频频出台的大背景下，购房者及开发商都对新政的出台抱有一定预期，开发商并不急于推出新的楼盘，购房者也持一定的观望态度。受此影响，4月无锡楼市供销双降，商品房新增供应面积为18.89万平方米，环比3月下降59.49%，其中商品住宅新增供应面积下降超过五成。从成交量来看，商品房成交3720套，其中商品住宅售出2169套，环比下降23.55%。值得一提的是，一向是商品房销售主力军的商品住宅占比也降至今年最低值，仅不足六成。

从成交结构来看，售价在8000元至12000元/平方米的商品住宅占比为54.22%，占比有所增加。“今年以来，新房楼市降温效果明显。”易房置业总经理虞洪伟认为该数据体现了市民更青睐性价比高、用于居住而不是投资的住宅，与去年火爆的楼市相比，今年新房市场告别高涨、一直保持在平稳态势，逐渐回归理性。“无锡目前正处在‘稳房价、挤泡沫、严把控’的调控时期，各开发商应把房价稳定在一个合理的范围内。”

相较而言，二手房市场颇能体现传统“银四”的特点，成交面积超过98万平方米，30天内成交9551套，再次刷新二手房市场有史以来的纪录，其中97%以上为商品住宅。房地产协会秘书长沈洵分析认为，目前我市暂停对已拥有1套及以上住房的非本市户籍居民家庭出售新建商品住房，但对二手房并没有提出类似的限购条件，再加上新房价格上涨、供应量不足，限购政策对新房市场挤出效应，投资客抛售手中房产等，一系列因素刺激二手房成交攀升。在全市所有小区中，滨湖区万科城市花园、天鹅湖花园、太湖国际的住宅更受市民青睐。

不少市民关心的是，随着“限涨令”和《关于严格落实房地产市场调控的通知》等政策的出台，未来无锡楼市走向如何？房价是否会出现下跌趋势？业内人士表示，由于价格新政刚刚出台，限价政策执行细则尚未明确，部分操作规范还在完善，因此各开发商放缓了楼盘的销售速度。5月首周，无锡楼市的成交量减幅近五成。“新政的出台将稳定房价、合理引导预期，

而不是遏制房地产市场的发展。”沈洵表示，建议开发商和购房者都以理性的态度看待楼市。

(网络信息转载)

协会动态

市场协会调研组赴常熟等地调研

为贯彻市领导指示精神，促进我市商品批发市场创新转型发展，市场协会执行会长章永星、工商局市场合同处邵小东处长率调研组赴常熟进行市场调研。本次市场调研组由工商局、市场协会、市政府研究室、江南大学商学院等相关人员参加。

根据调研组计划，下一阶段将继续对义乌、南京、苏州和南通等地走访各地几个具有行业代表的优秀市场，根据各市场的经营范围、主要商品、市场规模、交易总量、批发交易比重、进场经营户数量和从业人员数量、历年新增投资等展开调研。此外还要学习市场创新发展的成功经验，包括：交易方式、市场管理方式、信息化建设、互联网+、电子商务、诚信和品牌建设等方面的好的做法。希望通过这次的调研活动能对无锡各类商品市场的规划布局、创新发展、转型发展、提档升级提出相关政策建议，为政府部门和有关市场决策提供参考。

(市场协会 黄莹)

协会在江阴临江港口物流园区开展交流活动

无锡市场协会工业生产资料市场专委会 2017 年工作交流会议于 5 月 17 日在江阴长江港口综合物流园区召开，参加会议的有市场协会相关领导、江阴市商贸管理办公室沈敏能主任，江阴长三角钢铁集团、无锡国联金属材料市场、无锡市南方不锈钢市场、无锡机电五金市场、无锡中储金属材料市场、无锡储运有限公司朝阳钢材交易市场、江苏鑫品金属物流、无锡宝鑫投资集团（友谊钢材城）、无锡伟达五金交电、无锡五洲国际工业博览城、江阴市纺织市场、江苏无锡设备调剂市场、无锡江南商品物资交易城等单位。

会议首先听取了江阴长江港口物流园区范春燕副主任对园区的情况介绍：江阴长江港口综合物流园区由港口物流园和江阴软件园两大园区组成。其中港口物流园成立于 2003 年 3 月，是江苏省首批重点物流基地和江苏省首批现代服务业集聚区，也是江阴临港开发区发展现代港口商贸物流产业的主题园区和主要承载地。主要经营钢材、件杂货、煤炭、石化产品等大宗物资交易和物流配载。江阴软件园筹建于 2007 年 9 月，2008 年 6 月成为江苏省首家县级市省级软件园，2009 年 7 月通过国家火炬计划软件产业基地及骨干企业评审，是国家文化产业示范基地、国家级科技企业孵化器，也是江阴临港开发区发展软件和文化创意产业的主阵地。已建成电商创业孵化基地、三牛众创空间、苏南中关村科技成果转化中心等创新创业平台 9 个。目前物流园区正全力打造我市首个千亿级科技创新产业园区。

近年来，园区依托临港开发区的产业优势和独特的沿江港口优势、企业集聚优势、品牌优势，大力发展以港口货运、装卸、仓储、商贸、商务等为重点的现代港口商贸物流业和以软件信息、文化创意、电子商务等为主的新兴产业，园区产业规模、企业集聚和品牌建设都取得了明显成效。港口物流园先后获得无锡市五星级文明市场、无锡市商贸服务业先进企业、江苏省五星级文明诚信市场、中国物流示范基地等荣誉称号。江阴软件园先后荣获国家软件产业示范基地、国家文化产业示范基地、江苏省中小企业创业基地、江苏省大学生创业见习基地、江苏省创业孵化基地、无锡市级、省级、国家级众创空间等称号。

2016 年，园区共完成开票销售 850 亿元，实现税收 5.75 亿元，完成服务外包执行金额 1.73 亿美元，完成限上批零业销售额 240.8 亿元，完成自营进出口总额 2.9 亿美元，其中自营出口 1.37 亿美元，完成工商协议注册外资 2512 万美元。

今年以来，园区上下紧紧围绕“开票 1000 亿元、税收 8 亿元”的年度目标，抢抓开局、强攻产出，优化服务、狠抓落实，主要经济指标创出历史新高，在实现首季“开门红”的基础上，4 月份继续保持了较快的增长态势。1-4 月，共完成开票销售 385.78 亿元，同比增长 38.66%；实现税收 2.91 亿元，同比增长 48.86%；完成自营进出口总额 5764 万美元，其中自营出口

2227 万美元；完成限上批零业销售额 115.43 亿元，同比增长 23.06%；完成服务外包业务执行金额 4332 万美元，同比增长 75.24%；完成工商协议注册外资 129 万美元。

下一步，物流园区将继续以招商为龙头，以项目为生命，以服务为抓手，全力优存量、扩增量、提质量、促产量，着力做大总量提升质量，打造亮点创造特色，为率先建成我市首个千亿园区而努力奋斗。

接下来与会代表围绕市场发展、转型、升级的主题，分别介绍了各单位的经营情况和存在问题，并探讨了在现有经济形势下如何为企业寻找出路，让企业能成功转型、升级发展的可行之策。

与会企业都从自己的实践过程中捕捉在现实经营中真正发挥作用的运作模式，以更准确的经营思路为本单位进行结构改革、方式创新。无锡机电五金市场介绍了自己调整思路，走市场运作之路，逐步寻找到了一条适合自己的发展之路；无锡设备调剂市场成功从围墙内市场到围墙外市场的转型，结合线上线下服务方式，为企业增加新的发展亮点；无锡宝鑫投资集团（友谊钢材城）在钢材市场步入正常的良好的运营基础上拓展了友谊文化产业，在转型升级中走出了一条多元化发展的经营之路；其他单位也都一一介绍了自己目前的经营情况，大家通过交流，互通了信息，开拓了视野。

最后协会老会长浦文昌作了讲话，他分析了目前经济形势，并指出，转型、升级是顺应市场经济发展的必经之路，为实现经济振兴提供重要保证，在转型、升级中要有创新的理念。江阴长三角钢铁集团董事长无锡市场协会工业生产资料市场专委会会长王国安说，以后这样的活动要经常开展，给大家创造更多的学习交流机会。

（江阴长江港口物流园区 周琦）

会员风采

小豆子的大舞台-苏州金记食品有限公司

苏州金记食品有限公司成立于 2005 年 9 月，是一家集研发、生产、销

售、冷链物流、大豆基地为一体的大型现代化农产品深加工企业，是苏州市政府菜篮子和放心豆制品工程企业，也是中国豆制品行业协会副会长单位和苏州豆制品行业协会会长单位，是江苏省最大的豆制品加工企业。

公司先后投资 1.5 亿，对基建设施、冷链设施、大豆基地、标准化装备、食品安全检测设备、直销连锁等基础性设施进行大力改造和更新，着力推行 ISO9001、ISO22000、ISO14001 等组织系统标准化和运营系统标准化建设。同时，与南京农业大学、扬州大学以及新加坡卡思咨询公司等进行“产学研”半捆绑模式合作，成立省级豆制品工程技术研发中心，聘请南京农业大学教授组建江苏省研究生工作站，加强人才的外部引进和内部储备，促进产品研发和工艺创新，公司正以前瞻的眼光和稳健的步伐全力推动企业的转型升级与快速发展。

旗下拥有“老相食”、“老家”、“谷加谷”、“拉拉勾”等多元化品牌，经营范围涵盖生鲜豆制品、熟食豆制品、休闲豆制品、速冻食品、淀粉制品、蛋白制品、膨化制品，以及植物蛋白饮料等一百多个系列产品。公司已建立 2400 多家专卖连锁、自由连锁、特许连锁等直销网点和 2000 多家大中型团膳单位；KA 渠道全面拓展至欧尚、家乐福、麦德龙、大润发等大型国际连锁卖场，年加工豆制品、蛋白饮料 40000 余吨，销售网络覆盖江、浙、沪、京、冀、渝、皖等十多个直辖市、省，主营地江浙沪的客户对“金记”老相食品牌和产品质量满意度测试达到 95%以上。

经过几年的艰苦打拼，公司先后参与了三项国家行业标准的制定，承担了国家星火计划和省市科研项目建设 10 项，拥有 137 项国家专利和自主知识产权（授权发明专利 12 件），并荣获了中国驰名商标、国家级放心粮油加工示范单位、中国豆制品十强企业、中国豆制品行业质量安全和示范单位、江苏省质量奖、江苏省名牌产品、江苏省著名商标、江苏省豆制品技术研发中心、江苏省高新技术企业、江苏省农业科技企业、江苏省四星级数字企业、江苏省两化融合试点企业、江苏省信用管理贯标企业、农业产业化龙头企业、零投诉企业等多个代表质量、技术、管理的荣誉和证书，是业内公认的全国豆制品领导品牌。

公司一直围绕着“立足苏州、发展周边、锁定大城市、连锁全中国、

实现一体化”的战略目标；最终完成“聚焦传统豆业，打造千亿市场”的宏伟使命。

（苏州金记食品有限公司供稿）

2017 年第三次无锡市级地方储备稻谷竞价销售交易会圆满成功

受无锡市粮食局、财政局委托，无锡新米市有限责任公司于 2017 年 5 月 4 日举办了“2017 年第三次无锡市市级地方储备稻谷竞价销售会”。此次销售会共吸引了省内 20 多家粮油企业前来参与，其中不乏一些知名企业如益海粮油工业有限公司等。销售会自下午三点开始到四点半圆满结束，整个过程持续了一个半小时，客户热情之高涨、竞价之激烈前所未有。

本次竞价销售会实际成交市级地方储备稻谷标的 23 个，成交数量 24019 吨，成交金额 7065.602 万元，成交率 100%，平均成交价格为 2942 元/吨。其中江苏无锡国家粮食储备库城南路库区所售标的 6 个，成交数量 6631 吨，成交金额 1981.028 万元；平均成交价格为 2988 元/吨，比整体均价高出 46 元/吨，其中两个标的拍出了整场最高价 3000 元/吨，最低成交价格也有 2970 元/吨。

此次交易会之所以能够拍出如此高的价格，与销售时机的选择、原粮采购质量的把握、日常保管的得力以及对客户服务的到位是密不可分的。简简单单的几个数字直接反映出了对储备粮管理工作的重视，正所谓台上一分钟，台下十年功。

（无锡新米市颜琳琳供稿）

文明创建在行动

——金三角广场·家居村深入开展市场环境整治行动

2017 年 4 月以来，江阴市金三角建材市场有限公司对市场进行了专项督导，重点督查市场通道拥堵、乱停乱放严重、经营秩序不规范等重点问题。

金三角建材市场对 500 余商户进行全天候排查并纠正各种不文明行为，受到了广大消费者的一致好评。如今，经过工作组的长期疏导和督促，市场道路拥堵、垃圾成堆、摊点杂乱等问题得到了明显改善，经营面貌焕然一新。

在诚信建设的实践中，金三角建材市场制定经营业户进驻市场商业道德行为准则和职业道德规范，要求经营者诚实守信，信守合同，友好合作，公平竞争。

以业户诚信经营为主体，使诚信深入市场生产经营的全过程；

以教育引导为支撑，形成诚实守信的企业文化；

以有效监督为基础，实现诚信建设的规范化、程序化、标准化、制度化和社会化；

以完善制度为保障，提高诚信建设的实际效果，要求经营业户品质真质优、质价相符、杜绝各种形式的价格欺诈行为、严格遵守合同、履约践诺。

在建章立制、依法管理、打假治劣的同时，金三角建材市场广泛开展以文明经营、文明管理为主要内容的市场创建活动，建立长效监管制度。按照“管理规范、制度健全、质量优良、服务高效、经营手法、交易有序、设施完备、环境优美”的基本规范，加强市场建设和监管力度，积极创建国家级文明市场。

金三角建材市场有限公司总经理陈永良深有感触的说：市场连着千家万户，只有职能部门监管到位、市场主体责任人恪尽职守、经营者积极参与，三方合力，才能出品牌、创口碑。部门牵头、市场配合、商家自觉，市场的经营秩序一定会越来越好，人气也会越来越旺。

为此，根据江阴市委市政府创建“文明城市”推进工作的部署，金三角广场与全体商家共同发起“金三角市场与商家共建文明诚信市场”活动，金三角市场与商家决心用自己的实际行动营造文明诚信的市场经营氛围，努力提升市场文明健康良好形象。

为推动此项活动深入开展，江阴市金三角市场与市场全体商家共同发出如下倡议：

一、提高文明意识，增强社会责任感。全体商家要积极参与到市场诚信文明大行动中来，不占过道、通道、主马路二侧设摊经营，不在过道、消防

通道、公共区域乱堆杂物，清理卫生死角，养成良好卫生习惯，向各种不文明行为宣战。

二、开展优质服务，营造和谐氛围。全体商家在经营活动中要做到“说文明话、办文明事、做文明人”，文明服务、微笑服务、热情服务、尊老爱幼、礼貌待客，为顾客提供优质服务，用文明行为赢得社会认可，提升自身形象。商家、导购人员要强化服务意识，提高服务水平，提升服务质量，打造一流的服务环境。

三、文明停车、从我做起。商家自有车辆(汽车、电瓶车等)积极停放地下车库，顾客专用车位留给消费者，大家相互监督，开展评比，对于占有顾客专用车位不文明行为的商家给予曝光处理，市场通报批评。

四、消防宣传、隐患排查。为切实提高市场自身火灾防控能力，全面推动市场整体消防建设，市场和全体商家共同加强消防安全“四个能力”建设：检查消除火灾隐患能力、扑救初起火灾能力、组织疏散逃生和消防宣传教育能力。

点滴行动汇成文明大潮，知行合一协力争先，全体市场商户一起行动起来，从自己做起，从小事做起，除陋习、讲文明、树新风、展形象。共同巩固提升全国文明城市创建成果，贡献自己的一份力量，为金三角市场增添一道靓丽的风景！

(江阴市金三角建材有限公司供稿)

转型升级中的无锡五洲国际工业博览城

五洲工博城位于无锡市新区金城东路与纺城大道交汇处，总投资 50 亿元，被中国商务部列为重点培育市场项目，江苏省及无锡市两级政府列为 2008 年重点项目。本项目以欧美发达国家现代工业品流通模式为蓝本，依托无锡近代工业、制造业悠久的产业历史和雄厚的产业基础，集“国际展览、产品交易、会议展览、物流配套、商务办公、产业服务”等功能于一体。集工业品采购、物流、销售与服务四位一体的全球性供应链服务平台，目前分成四大板块。

交易区（一、二期）

五洲国际工业博览城 2009 年初开工建设,2009 年 7 月一期盛大开业运营,2010 年 9 月二期开业运营,经营面积 20 万平方米。目前市场汇聚了 50 多万种工业品,2000 多家商家,主要经营机电五金、酒店用品、电器、家居灯饰等。产品包含陶瓷餐具、厨房设备、不锈钢制品、酒店制服、酒店家具、客房电器等众多品类。市场内部商户及常驻人口 30000 人,内部需求旺盛。

第一五金（三期）

第一五金展馆,位于崛起最快、经济最活跃的锡东新城与无锡新区双区的黄金交汇点,坐拥长三角物流中央枢纽,交通便捷。总建筑面积达 4 万平米。第一五金共 1-4 层,规划品类保罗精品五金、精品机电、通用机械、轴承、电器、安防劳保等四万多个品种。

第一五金采用第六代展厅式经营平台形式,超越传统市场,实现所有机电五金精品的一站式采购。致力打造成为全国五金机电高端专业市场的典范。史丹利、德力西、美瑞五金、世达、沃尔特等行业巨头云集,携众商户完成交易额突破百亿,稳居同类市场前列。

第一五金展馆硬件设施一流,地处沪宁高速出口,交通便利,三公里范围内辐射梅村、羊尖、安镇、查桥、硕放、坊前、新区等无锡富裕乡镇。

香江家居（四、五期）

无锡香江家居品牌工厂批发城,隶属于香江集团,香江集团创建于 1990 年,产业包括家居流通、房地产开发建设、铝业和金融投资。地处金城东路 301 号五洲国际工业博览城内。

无锡香江家居品牌工厂批发城,于 2014 年 5 月开业,将传统家居模式转变成工厂总部直营、厂家批发模式,从根本上开源节流,减少中间环节,降低物流运输等成本费用。

香江家居工厂批发城,所采取的工厂总部直接批发,在这里消费者是直接面对工厂交易的,省去了中间流通环节,价格普遍低于市场价 50%—70%,吸引了大批的采购商、经销商及消费者。

正处开发阶段（六期）

目前五洲国际工业博览城已开发至六期，五期工程已全面竣工，项目采用全新的展馆式设计布局，硬件设施完善，规划创建华东首家异业联盟展销平台，涉及行业范围广泛，多种业态并存。无锡首家联合办公平台、无锡首家智能家居联盟体验馆，国产汽车城市展厅、综合医疗服务中心、高端商务办公等，“一带一路、携手并进，合作共赢”。

项目六期已全面进入施工阶段，地处纺城大道、金城东路两条主路交汇处，位置优势得天独厚。项目采用国外先进的设计理念，底部为精品商业街区，上层为多层 高端商住公寓，整体呈现“回”字环形结构，人流、车流动线明显。后期将打造无锡首家进口工业品街区，整合国外强势厂家入驻，集产品研发、涉及、展贸为一体，区域顶级商务办公为之服务配套，立足华东，辐射全国。

（五洲国际工业博览城 吴来高）

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

第五部分：专业市场招商 6 步实操要点

商业地产作为为房地产开发中的一个细分市场，其开发利润丰厚的好处显而易见。然而商业地产在物业交付的时候只是整个运营部分的正式开

始，能否持续健康地运营才是决定一个商业地产项目是否成功实现价值的关键。

招商工作作为商业地产运营的重要部分，从一开始就举足轻重，毫不夸张地说，招商工作的成功与否又是评判商业运营是否成功的唯一标准。就招商工作过程中的操作要点作如下简述。

1、市场调查

市场调查是招商工作的第一步。两个调查的方向：1、目标市场：最先要做的是对目标所在市场的调查，这主要包括对项目周边的交通人流、居民收入，消费习惯和消费层次等等；2、竞争对手：另一个调查的方向是周边商铺目前的经营业态、经营状况、租金水平、经营面积等。这两方面调查非常重要，它决定着项目的发展和前程。

2、项目分析

项目的分析包括项目产品本身的分析，如项目的物业形式分析（街铺、商业群楼、综合市场、商业街、社区商业等）；物业产品分析（铺面或铺位、开间、进深、楼层）；市场分析（租金、租期、优惠办法）。这部分要考虑的是项目适合引进怎样的商家，将来要做成怎样的一个商业物业，怎样才能制订合适的招商政策等。

3、商业定位

要充分考虑项目所在区域消费习惯、经济发展水平等因素来决定在对项目进行商业定位时，商业定位要充分考虑到项目所在区域的消费习惯、经济发展水平等因素来决定你经营什么类型的产品，是抵档、中档还是高档。还是更精细一点的东西，只有定位准确，才能在招商过程中找准目标，才能有的放矢地制定招商计划，免做许多无用之功。

4、业态组合

业态组合首先要明确各种商业形态的分类，再根据各分类的特点进行业态组合。目前各地房地产项目开发中的商业物业日益放量，商铺的分类主要有这几种：商业街商铺、市场类商铺，住宅底层商铺、百货商场购物中心铺、交通设施商铺、街铺和铺位；除此外，餐饮类、百货类、电子类、服装

类等经营业态如何组合排列，都需要我们对项目进行业态组合和布局划分，搞清楚你准备开发的项目业态在行业中所处的地位。

5、招商推广

通过广告媒体宣传；人员推广；直接上门拜访。业态布局划分之后，就要根据这个布局划分来进行招商。招商的方式主要有几种，一种是通过广告媒体宣传，这是目前采用较多的方式，使看到广告后的客户会来电来访，通过他们对项目的了解又间接影响其他客户；第二种是人员推广，包括向外派发海报，海报的内容会更广泛更详细更能吸引人。还有第三种就是直接上门拜访。

通过这几种方式告诉他们这个商场的地理位置、经营模式等，要想尽一切办法让客户到现场来，这是非常关键的一步，因为有时候有些客户只在电话里听你很模糊地说而没有实地去看，他们的印象就不是很深刻，你讲过以后也就算了，时间一长都忘了，所以无论是采取何种方式一定要把客户搬到现场来，到了以后依据实物再详细地介绍。

客户来了以后我们还要和他把这个项目解释清楚，通过这个客户引来更多的商家，这些客户很多是老乡关系的，像浙江、温州、福建一带都是这样，通过一个客户的介绍，一个带一个，可以引来很多的客户资源，这里面的道理这些商户也都懂，你要告诉他单单一个人做是做不旺一个场子的，只有大家一起做才能做旺，他往往不会说我一个人来就行了，他会去告诉别人的，所以客户带客户这这也是一个传播的途径之一，我们要善于多渠道地去挖掘客户。

6、商业物业管理

有配套的规范市场管理体系和旺场措施，给商户以安全感和信心。最后一个要点是商家招进来以后的物业管理，一个场子要做旺，市场环境非常重要，开发商必须有配套的规范的市场管理体系和旺场措施，如水电配套、物业管理、形象统一宣传等。这样才能保证商户的正常经营，在洽谈的时候会给商户安全感和信心。所以，我们要把过去的物业管理上升到具有商业运营能力的综合物业管理能力上来，只有把商业运营这一块做好了，物业管理才会轻松驾驭。

行业研究

为什么你的商品市场通过电商转型不成功呢？

为什么你的商品市场通过电商转型不成功呢？为什么你的商品市场电商网站赚不了钱？为什么……？成功需要量身定制，失败则有迹可循。也许你走进了商品市场转型电商的五大误区。

1、首先就是价格问题。

这是永恒不变的话题。了解点的都知道，现在建站建电商平台价格参差不齐，便宜的几千，贵的甚至几百万。如果你以为现在科技那么发达，建个网站很便宜，那么其实是一个很大的误区。便宜的一定是模板网站，今后无法拓展，安全性更不用说了。大多情况下，商品市场都需要定制型网站或者定制型电商平台。如果对建站价格太敏感，你会忽略网站本身的功能效果及今后功能的可迭代升级。当然，建站还是量力而行，在自己的预算范围内选择最合适的方案，但必须是原生代码，今后可拓展可迭代。

2、转型电商就是为了增加销售额

传统商品市场转型电商不光是为了增加销售额。传统市场的盈利来源大多是商户的租金，这种盈利模式比较单一。成功转型后，带给商品市场的价值还有很多，比如代运营收入、排名收入、线上铺位收入，广告服务收入、会员服务费、供应链金融服务收入、物流服务收入等等。如果单纯用增加销售额的思维模式去经营线上商城，其实还是处于传统的经营模式。

3、不是保守就是激进

传统商品市场主导者往往保守、被动、缺乏创新，这样的商品市场变革很难，因为管理模式已经固化。待有转型意识后，盲目的变革就成了“找死”，它比保守式的“等死”风险更大。竞争激烈导致了商品市场老板们的“居危思危”的心态，战略也容易极端，从而忽略甚至埋没了已有业务的优势。一味地喊着“改造”，还不如做好变革前的一切部署。第一阶段：完成商品市场电商规划，如电商模式定位；第二阶段：完成资源投资，如网站功能、

IT 平台准备、仓储物流、人员团队；第三阶段：完成营销策略，如产品规划、渠道营销等；第四阶段：完善用户体验，如服务保证、个性化推荐等。

4、电商仅为渠道战略

电商是一种渠道战略，它最大的体现就是量的飞跃。如果把线下业务仅当作最底层的销售策略，而非商品市场的发展战略，就一定容易忽视品质问题，这就涉及到了消费行为的全过程：消费者满意度、品牌策略等，就会轻视咨询反馈、供应链管理、企业形象、在线增值服务等能给核心业务带来变化的机遇。

商品市场在转型前要先进行专业的规划分析，了解自身企业适合哪种类型的转型，再根据自身的短板制定相对应的转型计划，不要固守陈旧模式，也不宜急于求成，稳中求胜才能步步为营。

5、实体市场只是卖货场所

把实体市场只当成卖货场所是一个很大的误区。互联网时代，一方面，一类实体市场可转型为大型展厅、品牌旗舰店，让消费者感受现场气氛、向专家咨询、体验产品；另一方面，还有一类实体市场可转为交易提货点，因为顾客已从网上了解研究了产品，在网站选购，而到实体店提货。

因此，实体市场通过建设更大的仓库，建设更智能的配送体系和客户数据集成系统。同时，实体市场应该提供更为个性化、更为精准的服务，如实施视频展示、互动应用和提供个性化咨询，让消费者更好地体验。互联网时代消费者必然要求越来越透明，传统的商品市场必须趁势而为，而不是逆势固守！

（网络文摘转载）

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。

6、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。

7、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。