



商 联 信 息

安徽省商业联合会秘书处编

2019 年第 3 期

总第 165 期

目 录

●政策探营

各地要把发展品牌连锁便利店作为当前工作重点

破解痛点难点堵点 《优化营商环境条例》面向社会征求意见

●市场观察

中国经济迈向以服务经济为主导的时代

预计下半年消费市场将保持平稳有升态势

中国经济在正轨上奋力前行

数字化助推 农产品电商进入高质量发展新阶段

垃圾分类，这件天大的“小事”将带来 200 亿元商机

●商展会事

第 19 届亚太零售商大会暨展会将于 9 月在重庆举行

●商品知识

怎样喝水才健康

“临期食品”提出消费新话题

●短消息

各地要把发展品牌连锁便利店作为当前工作重点

来源：商务部

6月21日，全国品牌连锁便利店发展工作会议在北京召开。商务部副部长王炳南出席会议并讲话。

会议以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻落实中央经济工作会议精神和2019年《政府工作报告》有关部署，交流工作经验，明确工作重点和要求，全面部署推动便利店品牌化连锁化发展工作。

会议指出，便利店是最贴近老百姓、符合便利消费需求的零售业态，是服务民生的重要行业。发展品牌连锁便利店工作，是贯彻落实党中央、国务院决策部署，落实以人民为中心的发展思想，提升居民生活品质和消费便利性的民生工程。各地要提高认识，把发展品牌连锁便利店作为当前工作重点，抓紧组织实施。

会议强调，要把握新时期便利店发展的基本方向，坚持品牌化、连锁化、智能化发展，主动适应消费需求变化和现代信息技术发展趋势，加强商品经营能力、客户服务能力、物流配送能力及技术应用能力建设，打造贴近居民、服务民生的现代便利店。

会议要求，各地要按照“全面部署、重点推动、逐级延伸”的工作步骤，加强组织领导，以构建“一刻钟便民生活圈”为目标，以优化便利店布局、增加品牌连锁便利店数量、提高商品和服务供给水平等为工作重点，借鉴北京等城市做法，协调相关部门加强政策保障，确保品牌连锁便利店发展工作取得实效。

各省、自治区、直辖市、计划单列市、新疆生产建设兵团和副省级省会城市商务主管部门，部分零售企业代表和部内有关司局参加会议。

破解痛点难点堵点 《优化营商环境条例》面向社会征求意见

来源：中国商报/中国商网

7月14日，国家发展改革委牵头会同有关部门研究起草的《优化营商环境条例（征求意见稿）》面向社会公开征求意见。这是继外商投资法之后，又一部关乎营商环境建设的重磅法律。

优化营商环境“法治化”

近年来，各地区各部门在优化营商环境改革实践中已经具有一定经验，全国有四个省份出台了地方性的法规，包括辽宁、河北、陕西和黑龙江。同时，山东、四川等地也正在组织开展优化营商环境条例的立法调研。

其中，《辽宁省优化营商环境条例》针对招商引资中胡乱承诺、随意变更的现象，规定有关机关及其部门应当保持政策的连续和稳定，其依法做出的经济社会发展规划、行政许可决定、招商引资书面承诺等，不得随意改变；因公共利益或者其他法定事由确需撤回或者变更的，应当依照法定权限和程序进行。

针对行政执法检查过多过滥现象，该条例规定“未经批准的行政执法检查，不得开展”“对企业做出较大数额罚款和没收违法所得、非法财物，以及责令停产停业、吊销许可证或者执照等重大行政处罚，应当按照有关规定在 15 日内向本级政府法制部门备案”。

同时，上述条例还为保护企业合法权益作出 14 条禁止性规定，包括任何机关及其工作人员不得借用企业资金、强制或者变相强制企业参加各类社会团体，缴纳会费、活动经费及其他费用等。对破坏营商环境的责任和处罚，条例明确规定“情节严重的，将对有关工作人员给予引咎辞职、责令辞职、降职、免职、辞退或者解聘处理”。

西华大学副校长郑鉉表示，全国已经有四个地方出台了地方性的法规，但是参考价值还不够，这四个地方的营商环境条例本身的差异也比较大。地方政府实际能够做到的优化营商环境具体措施有限，很多的权限改革和创新还要靠国家来主导。在这种情况下，需要等待上位法出台，在顶层设计上推进营商环境优化。

此次国家发改委在发布《优化营商环境条例（征求意见稿）》时明确表示，对近年来部分地区在优化营商环境改革实践中形成的成熟经验，迫切需要通过立法予以系统固化。同时，也有一些实践中证明有效的改革举措，由于缺乏明确的法律法规依据，无法进一步复制推广。制定《优化营商环境条例》有利于将优化营商环境工作纳入法治化轨道，积极发挥法治引导、推动、规范、保障改革的作用。

“近年来，我国营商环境改革取得明显成效，但与国际一流水平仍然存在一定差距，一些长期困扰市场主体的痛点难点堵点问题仍然突出，迫切需要通过法治化手段予以解决。通过制定《优化营商环境条例》，保护市场主体权益，净化市场环境，优化政务服务，规范监管执法，加强法治保障，有利于彰显党中央、国务院持续优化营商环境的坚定决心，积极回应社会关切，广泛凝聚社会共识，切实增强市场主体信心和获得感。”国家发改委在起草说明中表示。

强调“法治保障”和“政府责任”

在全面落实党中央、国务院关于深化“放管服”改革、优化营商环境、促进民营经济健康发展等一系列重大方针政策，系统总结各地区各部门优化营商环境改革举措，借鉴国际组织和国外有效做法的基础上，《优化营商环境条例（征求意见稿）》（以下简称“条例”）聚焦当前市场主体反映强烈的营商环境突出问题，研究提出制度性解决方案。

条例分为总则、市场主体、市场环境、政务服务、监管执法、法治保障、附则共七章。在“市场主体”章节中，从平等对待各类市场主体和保护市场主体合法权益两个方面，条例对市场准入、平等获取要素、招标投标和政府采购、保护自主经营权、保护财产权、保护知识产权、保护中小投资者、治理拖欠企业账款、完善纠纷解决机制等内容进行了规定。在“市场环境”一章中，条例主要围绕破解市场主体生产经营活动中可能遇到的痛点难点堵点问题，从便利生产经营，规范税费办理，公用事业、融资与人才服务三个方面，对企业开办、投资项目审批、登记财产、跨境贸易、办理破产、纳税、融资服务、鼓励创新创业、人才服务等内容进行了规定。同时，“法治保障”一章强调，各级人民政府及其有关部门制定规章、规范性文件，没有法律、法规依据，不得减损市场主体的合法权益或者增加其义务，不得设置市场准入和退出条件，不得干预市场主体的正常生产经营活动。

条例规定，各级人民政府及其有关部门和工作人员在履职过程中，因失信违约损害营商环境被司法裁判、行政处罚、纪律处分、问责处理的，相关信息应当纳入政务失信记录。

条例明确，各级人民政府及其有关部门不履行优化营商环境工作职责，存在拒绝、推诿、

拖延履行法定职责；违法限制市场主体准入或者退出，违法干涉市场主体自主开展生产经营活动、平等获取生产要素，违法侵害市场主体财产权和其他合法权益，违约拖欠企业账款；向市场主体强制或者变相收取不合理费用，将政府行政管理职能转化为有偿经营服务；违反规定设定和实施针对市场主体的行政许可、备案、证照、证明事项，违反规定设置政务服务事项办理条件、申请材料、办理环节，违反法定办理程序或者未在办理时限内办结等情形之一的，由上级机关责令改正；情节严重的，对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

“良好的营商环境必须建立在明确、稳定、统一、可遵循的法律上，才能让市场主体产生可靠的预期，提升对于市场的信心。”国家行政学院教授刘锐表示，近年来，我国法律的增量提质速度明显加快，仅国务院过去一年就提请全国人大常委会审议法律议案 18 件、制定修订行政法规 37 部，但法律数量增加、质量提升的任务依然繁重，宏观调控、产权流转、行政权规制等领域的法律还比较欠缺，计划投资法、行政程序法等对营商环境有重要意义的法律还没有出台。他表示，打造法治化的营商环境，必须加快重点领域立法，切实提高立法质量。

市场观察

中国经济迈向以服务经济为主导的时代

来源：中国新闻网

美团研究院院长来有为 7 月 15 日在中国新闻社“国是论坛—2019 年中经济形势分析会”上表示，上半年数据显示，中国经济正在迈向以服务经济为主导的时代。

中国国家统计局 15 日发布，上半年中国服务业业务活动预期指数为 60.3%，处于较高水平。1-5 月份，规模以上服务业企业营业收入同比增长 10.1%。服务业较快增长，尤其是现代服务业发展势头较好。

来有为表示，上半年的“成绩单”说明，服务业和消费已经成为中国经济增长的重要引擎。

与此同时，中国服务消费呈现出一些新特征和趋势。线上服务消费增速普遍高于线下服务消费增速，网络订餐、在线旅游等服务类网络消费保持快速增长势头。涌现出一些新兴服务消费领域，带动了中国服务消费增长，也促进了社会就业。比如，2018 年中国共享住宿房客数达 7945 万人，市场交易额为 165 亿元人民币，同比增长 37.5%。

他认为，中国应将发展服务业和促进消费作为重要的抓手，多措并举促进服务消费，推动国民经济在下半年继续保持平稳运行的态势。

来有为建议，国家应进一步放宽市场准入，鼓励和引导各类社会资本进入生活服务业；制定促进线上服务消费的行动方案，充分挖掘线上服务消费的增长潜力。

他还建议，中国要发展夜间经济，培育夜间消费新业态、新模式。据美团大数据，2019 年“五一”假日期间，主题乐园类景区夜场产品销量同比增长 53%，尤其受到 90 后、00 后等年轻群体的青睐。发展壮大夜间经济，不仅可以满足民众多样化、个性化的消费需求，还可

以延长经济活动时间，提高基础设施利用率，带动就业，具有重要意义。

预计下半年消费市场将保持平稳有升态势

来源：新华网

商务部市场运行司负责人7月17日说，上半年国内消费市场运行总体平稳，预计下半年将保持平稳有升态势。

这位负责人表示，上半年消费市场主要呈现几个特点——

基本生活消费旺盛。上半年限额以上单位日用品、中西药品、粮油食品和饮料零售额同比分别增长14.1%、10.9%、10.4%和9.9%。

服务消费稳健发展。上半年全国餐饮收入同比增长9.4%，全国居民教育文化娱乐和医疗保健消费支出同比分别增长10.9%和9.5%。服务消费占居民最终消费支出比重为49.4%，比上年同期提高0.6个百分点。

网络零售增长较快。上半年实物商品网上零售额同比增长21.6%，占社会消费品零售总额比重达19.6%。国家邮政局数据显示，上半年全国完成快递业务量277.6亿件，同比增长25.7%。据商务部大数据监测，“6·18”购物节期间，全国实物商品网络零售额同比增长27.5%。

乡村和中西部增速领先。上半年乡村消费品零售额同比增长9.1%，增幅高于城镇0.8个百分点。中西部地区增速保持领先，1至5月，江西、云南、河南、湖北、四川社会消费品零售总额增速均超过10%，高于全国平均水平。

消费价格温和上涨。上半年，居民消费价格同比上涨2.2%，涨幅较一季度扩大0.4个百分点，其中，6月份同比上涨2.7%。

同时，限额以上单位汽车、石油及制品、服装、建材、家具、家电零售上半年增速回落较为明显。

商务部市场运行司负责人表示，面对复杂多变的国际经贸环境，上半年我国消费市场表现出良好的成长韧性。下半年消费市场仍面临较大压力，但随着国民经济稳中有进，城乡居民就业稳定和收入保持较快增长，国家大幅度减税降费、扩大开放、完善促进消费体制机制、加快城镇老旧小区改造等政策措施进一步落实，居民消费潜力不断释放，预计下半年消费市场将保持平稳有升态势。

中国经济在正轨上奋力前行

来源：人民日报

“总体平稳、稳中有进”，这是国家统计局对上半年经济态势的总体判断。直观来看，四大核心指标虽有所波动，但仍在合理区间：GDP同比增长6.3%，二季度增速回落0.2个百分点；城镇新增就业达737万人，完成全年任务67%；CPI温和上涨2.2%；进出口贸易结构继续优化。应该说，8个字的评价标志中国经济仍在正轨上奋力前行，这是我们增加定力、适时调整的依据所在，更是我们增强信心、稳定预期的根源所在。

实事求是，永远是形势分析与政策制定的基本方法。今年二季度以来，确有部分指标出

现小幅波动，但总体上未滑出合理区间，位于年初预设的范围之内。更何况，取得这份成绩的内外部环境可以说是“今非昔比”。一方面，世界经济整体低迷，贸易扩张速度放缓，不确定因素持续增多，“你中有我、我中有你”是常态，谁都会或多或少受到这样那样的影响。6.3%的增速看上去略显承压，可放眼主要经济体依然是名列前茅，是比较扎实和可靠的，是经得起考验和比较的。

另一方面，“高质量”的比重更是不可同日而语。先看供给侧，高技术制造业增加值同比增长 9%，快于规模以上工业 3 个百分点，投资同比增长 10.4%，增速比全部投资快 4.6 个百分点，而代表先进产能的战略性新兴产业增速明显高于 GDP。再看需求侧，6 月社会消费品零售总额同比增长 9.8%，比 5 月又提高 1.2 个百分点，上半年消费对 GDP 贡献累计超六成。更重要的是，房地产业目前处于多年少见的平稳期，没有大起大落，这让老百姓预期更稳、更敢花钱了。供需双侧见证了更高质量的 6.3% 增长速度。

可见，中国经济没有“脱轨”，也不会“脱轨”。我们并不讳言各种风险挑战和下行压力，但同时各类预案和调控的“后手”已蓄势待发。展望下半年，中国经济平稳健康发展的支撑条件非常充足。第一条是上半年的不俗成绩，奠定了全年收官战的坚实基础。二是大规模的减税降费、“放管服”改革还在路上，大手笔的营商环境优化也将进一步释放活力，必会全面激发市场活力和社会创造力。三是基础设施投资潜力巨大，加大专项债发行力度接下来会大展身手。四是一系列重大区域战略稳步推进，东西南北纵横联动发展的新格局正在形成。有改革的全面深化，有调控的预调微调，有布局的空间优化，6%—6.5% 的区间底线我们守得住、守得牢、守得好。

当然，“总体平稳”的判断背后，也要看到长期累积的一些结构性矛盾在凸显，其中既有周期性因素，也有体制性制约，属于成长中正常的烦恼、发展中正常的困惑。比如 PPI 的基本平稳与 CPI 的涨势温和之间，实际上反映出生产企业的活跃度有待提升，尤其是制造业 PMI 连续两月持平，较 50% 的临界点稍低，亟待出台富有针对性的逆周期调节办法。联系到大学生毕业季的临近，稳就业的政策应当与调结构、去产能的政策相互协调好。此外，单位国内生产总值能耗同比下降 2.7%，生态、环保、教育等领域的补短板投资在上半年井喷，下半年如何“化优势为胜势”，同样事关发展的平衡与后劲。

发展不是数字的单纯增进，最终要用“以人民为中心”来检验。上半年直接关系“钱袋子”与幸福感的指标“居民人均可支配收入”，实际增长 6.5%，跑赢了 GDP 增速，而城乡居民人均可支配收入比值为 2.74，比同期缩小 0.03。就业、工资、民生的“进”才是真的“进”，“稳”才是真的“稳”。我国拥有独特的制度优势与丰富的调控经验，以及全球最大的中等收入群体、1.7 亿受过高等教育和拥有技能的人才资源，只要我们不为外界所扰，坚持正确航向不动摇，集中力量办好自己的事，就一定能巩固稳中向好的态势，完成全年经济社会发展任务，交出一份更精彩的答卷。

数字化助推 农产品电商进入高质量发展新阶段

来源：中国商报/中国商网

农产品电商是转变农业发展方式的重要手段，是精准脱贫的重要载体，也是农产品上行的重要渠道。近几年来，在国家政策以及资本等诸多力量的支持下，我国农产品电商得到快

速发展。并且在发展的过程中，随着市场与消费环境的变化，我国农产品电商也有了新的发展方向。

7月15日，中国农业展览协会农产品电商工作委员会、中国食品农产品安全电商研究院在北京工商大学召开了2019年上半年中国农产品电商形势分析会。参加此次分析会的有关关注并参与农产品流通工作多年的政府部门领导、有实地参与调研的行业专家，还有来自阿里巴巴、京东、供销e家等诸多电商企业代表，也有来自各地的农产品生产销售企业。大家围绕着2019年上半年农产品电商发展情况以及当下存在的问题，为农产品电商未来的发展指明方向。

农产品电商进入数字化新阶段

农业农村部农业信息中心主任王小兵谈到，近两年来，我国农产品电子商务政策扶持力度持续加大，基础条件加快改善，机制模式也不断创新，为打赢脱贫攻坚战发挥了超常规的武器作用。并且，农村电商引领着农业农村数字经济的快速起步，为农业农村经济的高质量发展和加快实现农业农村现代化提供了新的动能。

在此背景下，我国农产品电商保持了快速增长。“今年上半年中国农产品电子商务延续去年的发展态势，在脱贫攻坚、乡村振兴战略的国家背景下，保持着高速的发展水平。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛表示。

洪涛进一步介绍，我国农产品电商自1994年以来经历了四个发展阶段，今年中国农产品电商进入了数字农产品电商新的发展阶段。目前我国有各类涉农电商平台30000多个，其中农产品电商平台有3000多个。25年来我国农产品电商形成了B2B电子交易等各种网络零售交易同时并存的电子商务模式，有综合性的电商、垂直性的电商、社交电商、跨境电商、体验性电商、产业互联网电商以及各种物流配送供应链，各种支付结算和网络金融等多种多样的农产品电商体系。

会上，王小兵以一个农产品电商扶贫的实际案例来印证农产品电商的重要性及其发展。地处长江中游南岸的湖北省黄石市中罗村主要种植苹果等经济林果。在这个村里面有一个63岁的老人，他从开始做农产品电商到现在，在五年间盈利了86万元。并且他还带领村里的22户村民开通了微商，目前村民的人均月收入达到了1800元。

阿里巴巴政府公共关系总监张瑞东介绍了今年天猫“6·18”大促期间的水果销售情况。“今年在整个‘6·18’期间线上水果消费的人次超过了1000万，同比增长了14.2%，消费金额同比增长了22%。”张瑞东认为，这个数据也从细微处反映了我国农产品电商的快速发展。

农产品电商仍存在诸多短板

尽管我国农产品电商得到了快速发展，但是目前仍存在诸多问题，如何解决这些问题，是当下农产品电商行业急需研究讨论的内容。

商务部原部长助理黄海表示，农产品流通一直是流通里的一个痛点和短板，尽管这几年有了很大的进步，但目前仍然面临着很多的困难。包括农村生产力的落后，生产关系的落后，长期分散的小农生产和市场的脱节，农村末梢的交通运输网络不足等。“尽管目前解决不了一些问题，但是我们还得上努力尝试。”黄海对农产品电商的发展依然有着很强的信心。

会上，王小兵也指出了我国农产品电商存在的问题。第一是农产品质量信誉问题突出。第二是分季包装、冷链物流建设滞后。第三是经营成本居高不下，正因为此农产品电商企业处在一个不断“生生死死”的循环之中。第四，农产品包装的环境污染问题值得关注。第六

是支撑农业高质量发展的作用有待强化。电商的作用不仅仅是作为产销对接的买卖，它的根本作用在于实现农业的标准化、组织化、规模化、品牌化。

参会的农产品电商平台代表也在用自己的亲身经历来说明行业的问题，农产品电商领域还有很多细小的问题制约着行业的发展，比如农民的契约意识很薄弱。“我们之前参与了一个枸杞的种植与销售项目，当时我们找到一个龙头企业去推广这件事。但是企业突然发现问题，它们找了很多门户，政府也提供了大量的补贴，但是农民的契约精神不强，枸杞大丰收的时候农民不会选择卖给产业龙头企业，而是谁给的价格高卖给谁。”中农富通公司北京富通大潮来有限公司代表亓德明表示，这对农产品电商行业来说也是一个困扰。

农产品电商将进入高质量发展阶段

未来的农产品电商究竟会走向何方？新的市场环境与技术的发展正在给农产品电商带来新的机遇。

王小兵认为，接下来，农产品电商将会沿着以下几个方向发展。第一，农产品电子商务将进入高质量发展的新阶段。第二，农产品电子商务将成为精准脱贫的新抓手，农产品电商对贫困地区直接和间接培育特色优势产业具有着至关重要的作用。第三，农产品电商将吸引大批的返乡下乡人员成为新农民。未来农民将成为别人向往的职业，农村成为美丽的家园。第四，农产品建设将与现代信息技术融合发展。电子商务在某种情况下就是一个互联网的技术和信息化的手段，在信息革命发展的今天，电子商务一定要跟物联网相连，包括人工智能、大数据、云计算等。农产品电商一定要与这些技术进行融合才会有生命力。

随着 5G 技术的到来，农产品电商也将迎来新的发展天地。有参会代表表示，5G 技术可能会让电商的购物场景发生一些颠覆式的变化。未来所有的农产品生产基地都可以通过布设 5G 网络，让所有的实景的农田和庄园都实现线上化。借助 VR 和 AR 技术让消费者身临其境，拉近消费者跟产品之间的距离。这也将是农产品电商未来的一个发展方向。

还有人对农产品电商未来的发展形态提出设想。农产品电商一定要有源源不断的动力来源。那么就不能只发展电子商务平台，更要落地。“互联网+”实体线上线下融合发展，也是今后一段时间农产品电子商务发展的方向。

另外，参会代表还一致认为，通过大数据精准的分析揣摩出每个消费者的需求，从而真正实现百分之百的精准匹配，也是未来发展的一个趋势。

“首店经济”在肥兴起

来源：安徽商报

新消费催生新概念。作为服务业领域的一个新晋热词，“首店经济”已经被安徽家电行业视为挖掘消费潜力、激发市场活力的重要创新手段。

新家电卖场更像一间“厨房”

这更像一间“厨房”，而不是一间家电“卖场”。

今年 6 月 26 日，惠而浦家电全国首家厨电旗舰店在安徽省合肥市开业。在这间上下两层的旗舰店里，厨师在案台上埋头作业，参观者就在厨师的身边，一边吃着新鲜出炉的美食，一边欣赏厨房最新的“黑科技”。

惠而浦拥有“惠而浦、三洋、帝度、荣事达”四大品牌，但是为厨电产品开一家店，这

还是第一次。“这是惠而浦家电在中国开出的‘首家’厨电旗舰店。”惠而浦集团全球副总裁兼惠而浦（中国）股份有限公司总裁艾小明告诉安徽商报记者：“我们在这家旗舰店内，打造惠而浦厨电体验中心，为中国消费者呈现私家厨房的模样。”

值得注意的是，这里将引入从欧洲全进口的 W11 系列嵌入式厨电。除此以外，惠而浦在中国的首家厨电旗舰店内将展示冰洗及全品类厨房电器产品，我们希望它（旗舰店）全方位展现将存储、烹饪、处理、清洁等环节联动一体的整体化厨房解决方案。”

以“样板间”构建沉浸式消费场景

对于传统零售门店而言，产品销售是门店的主要功能。而对于苏宁云店来说，为消费者提供产品体验成为了主要使命。

苏宁易购的家电展区内设有各式体验区，就是方便消费者能够现场直观感受产品的魅力。譬如在豆浆机、电饭煲前，都会摆放着相应的食材，消费者可以直接动手操作产品，直接获得产品体验感。

“打破了传统线下零售场景的商品陈列方式，以全场景样板间的方式构建出沉浸式消费场景。”据安徽苏宁相关负责人介绍，苏宁要做的是，高度还原商品与空间之间的协调融合，将原有零售强调手感、实体的体验升级为集视觉、听觉、触觉、内在感受为一体的多维度消费体验。

线下店抢夺区域产品首发权

“跟传统的家电实体店不同，家电厂商新开的线下店更加注重体验性和互动性。”格力滨湖中海旗舰店店长李然告诉记者。

整个旗舰店分为上下两层，除了购物区、体验区和休闲区之外，还区隔出专门的独立儿童娱乐区和智慧厨房区。

“此外，我们还在二楼专门设立了一个影音中心展厅。”李然表示，影音中心专门用于承办各类活动。去年 7 月 12 日，格力电器四款新产品在安徽的首发就被选在格力滨湖中海旗舰店进行。“首发，将是未来家电线下店的新玩法。”李然告诉记者：“争取这些‘黑科技’的安徽的首次亮相，本身就会形成一种影响力。”

“首店经济”在肥兴起

这种新的开店模式也被称为“首店经济”。

首店经济，是指在行业内具有代表性的品牌或新潮品牌在某一区域开的第一家店，或者老店通过创新经营业态和模式形成的新店。

“将最新产品的发布引入线下店的运营，是新产品、新业态、新消费的创新体现，不仅是售卖产品，更是在推广一种全新的生活方式。”中国声谷首个智能产品展销体验中心的胡国成告诉记者。去年 7 月，中国声谷首个智能产品展销体验中心落户合肥，作为省内最早的智能互联网+新零售生态运营商，声谷展销店以平台型智能硬件为载体，构建起一个智能、互动、有趣的场景式营销环境，目前已在全国建成 11 家店铺。

2019 年，合肥庐阳区出台了《庐阳区商贸零售业转型发展政策》，支持发展首店经济。政策规定：对成功引进国际一线品牌和引进国内外知名品牌开设“全国首店”、“安徽首店”、“合肥首店”的企业给予最高 100 万元奖励。

“经济高度发达的城市，往往都是国际名品的汇聚地和辐射地，更是国际时尚消费的发源地和风向标。”安徽省社科院教授孔令刚表示：“首店经济，能摆脱商业项目同质化的现状，有效引导新型消费潮流，提高对新消费的认知度。” 朱亚婷 安徽商报融媒体记者 梁巍

垃圾分类，这件天大的“小事”将带来 200 亿元商机

来源：上海证券报

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日对垃圾分类工作作出重要指示。习近平强调，实行垃圾分类，关系广大人民群众生活环境，关系节约使用资源，也是社会文明水平的一个重要体现。

6月5日，国务院常务会议通过《中华人民共和国固体废物污染环境防治法(修订草案)》，要求加快建立生活垃圾分类投放、收集、运输、处理系统。会议决定将草案提请全国人大常委会审议。

垃圾分类，这件看似微不足道的“小事”，已成为政府关注的焦点。

关系十多亿人的生活环境

我们每个人每天都会扔出许多垃圾，这些垃圾通常是先被送到堆放场，然后再送去填埋或焚烧。无论填埋还是焚烧，都是对资源的浪费。不断地把有限的地球资源变成垃圾，又把垃圾埋掉或烧掉，将来的子孙在哪里生存？

可见，普遍推行垃圾分类制度，关系十多亿人的生活环境改善，关系垃圾能不能减量化、资源化、无害化处理。

垃圾分类处理是指，将垃圾按“可回收再使用”和“不可回收再使用”的分类法进行分类处理，通过垃圾分类处理可以回收垃圾中的可回收利用资源，减少浪费，同时减少填埋和焚烧垃圾所消耗的能源。

全国总动员

按照政府提出的垃圾分类工作目标及时间表：2019年起，全国地级及以上城市要全面启动生活垃圾分类工作；

到2020年底，46个重点城市要基本建成垃圾分类处理系统；2025年底前，全国地级及以上城市要基本建成垃圾分类处理系统。

各级地方政府对垃圾分类的重视程度前所未有。

比如，《上海市生活垃圾管理条例》即将正式实施，目前上海正稳步推进实现生活垃圾分类全市覆盖，其中包括全面“撤桶”、垃圾定时定点投放等举措，种种举措皆意味着上海将进入垃圾分类强制执行时期。

200 亿元商机

垃圾分类也带来无限商机。近年来，全国近千家新注册企业的经营范围涉及垃圾分类。在垃圾分类市场化进程期间，项目数量明显提升，千万级大项目亦是频频亮相。预计到2020年，垃圾分类市场投资额将超过200亿元。

数据监测显示，截至今年4月，全国各地共开标各类环卫运营项目近(含垃圾分类)4000个，中标企业总数超过2500家。这其中，根据可统计的数据，涉及垃圾分类的项目累计中标金额已超过5亿元。

包括启迪桑德、龙马环卫等在内的上市企业更是拿下不少城镇垃圾处理订单。

业内人士认为，随着固废管理行业市场化进程将不断加速，一些固废管理行业的发展重心逐渐从末端垃圾处理领域向上游垃圾分类投放、分类收运延伸。

有机构研报认为，我国垃圾收运处理配套设施有巨大完善空间，制度推行将有效带动环卫装备行业需求，并提高后端垃圾焚烧的处理效率，固废处理行业发展空间巨大。

第 19 届亚太零售商大会暨展会将于 9 月在重庆举行

来源：中国商报/中国商网

7 月 2 日，第 19 届亚太零售商大会暨国际消费品博览会新闻发布会在北京举行。

亚太零售商协会联盟副主席、第 19 届亚太零售商大会组委会主任、中国商业联合会会长姜明出席发布会并致辞，第 19 届亚太零售商大会组委会执行主任、中国商业联合会常务副会长兼秘书长王民在发布会上介绍了大会的筹备工作总体进展等情况。新闻发布会由第 19 届亚太零售商大会组委会执行副主任、中国商业联合会副会长傅龙成主持，第 19 届亚太零售商大会组委会执行副主任兼秘书长、中国商业联合会副会长张丽君，第 19 届亚太零售商大会组委会副秘书长、重庆市人民政府会展办公室常务副主任张建军出席会议并回答了媒体的提问。

据悉，经国务院批准，第 19 届亚太零售商大会将于今年 9 月 5 日至 7 日在重庆举办。姜明在新闻发布会上表示，此次亚太零售商大会时隔 14 年二度在华落地，再次印证了我国零售业的世界地位正在日益突显。这是亚太零售商协会联盟对我国经济国际影响力的高度认可，也是对我国深化改革、全面开放和实施“一带一路”战略成果的充分肯定。

与此同时，第 19 届亚太零售商大会的舞台会让中国贸易和亚太及世界贸易走得更近，实现共荣发展。王民表示，为了体现这样的指导思想，大会 Logo 设计也别出心裁地花了一些“心思”。本届大会 Logo 的基础图像是英文字母的 C，特别取了“中国、重庆、商业”三个英文单词的首字母（都是 C）；而周围众多小三角形状的块状图案则表示构成“商业零售业”的各种要素，它们逐渐聚集在一起，表示通过现代科技手段把众多元素有机组织起来，彰显当今商业新零售、新消费、新动力以及合作与共享的大会主题。

本届亚太零售商大会的主题是“新零售、新消费、新动能——合作与共享”，由主论坛和 13 个分论坛组成。据王民介绍，本届大会的参会人数预计将达到历届之最，约 4000 人将共赴重庆的亚太零售之约，其中国际（地区）的参会代表也将突破 1500 人。可以预见，此次论坛将成为中外零售界大咖进行高端对话与研讨的一次盛会。

据王民介绍，经商务部批准，与大会同期举办的国际消费品博览会的筹备工作，也在承办单位天津振威展览股份有限公司的精心组织下有序展开。同时，此次博览会拟设 1000 个以上展位，并分为零售商展区、智慧零售展区等六个展区，还将举办若干场商业项目推介会和合作洽谈会。

汇聚最前沿的行业信息流、最先进的零售变革新技术、最具创意的商品、最强大的市场集聚效应，本届亚太零售商大会不仅是零售大咖相聚的盛会，更是亚太零售商参与创新交易的新契机。张丽君在回答媒体提问时表示，第 19 届亚太零售商大会将努力搭建一个开放合作的零售业交流平台，共谋发展、共解难题，推动亚太国家和地区的零售业朝着共荣、共赢的方向发展。

据了解，亚太零售商大会是世界三大零售盛会之一，也是亚太地区颇具影响力的零售行业大会，每两年一次在亚太零售商协会联盟成员国（地区）轮流举行。

亚太零售商大会由亚太零售商协会联盟发起，该联盟成立于 1989 年，由亚太地区 19 个国家和地区颇具代表性的商业行业协会组成。中国商业联合会是于 1998 年经我国外交部批

准，唯一代表中国加入该组织的成员。联盟的宗旨是为推动亚太地区商业合作，促进地区零售行业发展做贡献。迄今为止，亚太零售商大会已成功举办了 18 届，对举办地提升消费、招商引资、扩大进出口等方面都有非常明显的带动力，同时，也促进了亚太地区零售业的交流合作与发展繁荣。

商品知识

怎样喝水才健康

来源：经济日报

炎炎夏日，大家饮水自然增多。但您可知道，喝水也有注意事项——世界卫生组织专家指出：每天饮水超过 4 升可能中毒，会导致大脑功能受损甚至死亡。那么，究竟如何喝水才健康呢？

水是万物之源，人体内 60%以上都是水。这些水对我们无比重要，他们能运输体内所需物质，也是各种生化反应的载体，比如出汗、排泄、呼气等。然而，如果饮水又多又快，也会带来危险——这主要与我们的肾脏代谢有关。

健康肾脏在正常状态下每小时可排出 800 毫升至 1000 毫升水（尿液），如果在这个程度内摄入水分，肾脏表示“毫无压力”。而如果在短时间内饮用了巨量的水，肾脏会来不及排出，导致多余的水大量进入细胞，造成低钠血症。

低钠血症，就是血液中的盐分不足，表现为血液中钠的浓度低于 135 毫摩尔/升。而血液中盐分减少，会导致细胞们变得“更加吸水”，一个个膨胀成球。这对于大脑来说非常危险，会导致脑水肿、大脑膨胀，进而导致脑组织受损，突发昏迷、呼吸抑制、脑疝甚至死亡。

生活中，水中毒的案例并不罕见，甚至还有导致死亡的案例。例如，一位女性患者在例行妇科彩超检查前 30 分钟内，饮水约 3000 毫升后发生急性中毒，短时间内出现头痛、恶心、呕吐后送医院抢救。因此，大家千万不要忽视短时间内大量饮水引起的中毒。当然，只要大家注意饮水量，发生中毒的可能性还是很低的，不用过于担心。

那么，每天饮用多少水才合适呢？我国国民膳食指南建议，成年男性每天饮水 1700 毫升，成年女性每天饮水 1500 毫升。当然，大家可以根据自身情况调整。比如，如果运动较多，流汗多，可以多喝；而在炎热的夏季，还需根据劳动强度和出汗程度适当增加。一般来说，普通杯子的容量约为 200 毫升至 300 毫升，一般全天饮水 6 至 8 杯即可。

目前，市场上出售的饮用水种类很多，白开水、矿泉水、矿物质水、纯净水，甚至还有磁化水、氢化水、富氧水等，让人眼花缭乱。究竟应该喝什么水呢？

其实，喝水的根本目的是满足机体需求。说白了，水主要是体内营养物质和代谢废物的搬运工，它只是一个载体，大家无论喝什么水，都不能把它当作营养来源，也不可能有多少神奇的功效。因而，只要符合国家安全标准的水，都可以放心饮用，不存在“哪种水更健康”的问题。对于普通家庭来说，烧开后的凉白开就是非常好的选择，矿泉水、纯净水也可以。

此外，喝水要注意少量多次。对于绝大部分健康成人来说，只要依据是否口渴来饮水，基本可以满足所需水分摄入。当然，我们也可以有意识地主动饮水。尤其是老年人感觉不敏感，更需要及时补充水分。此外，一些慢性病患者要注意多饮水，比如，泌尿系结石、痛风、

糖尿病患者等，能降低疾病风险。

最后要提醒的是，大家每天早晨起床后需饮用一杯水，以补充一夜流失的水分；而晚上入睡建议尽量不要饮用太多水，以免频繁起夜，影响睡眠。

（作者系食品与营养信息交流中心科学技术部主任）

“临期食品”提出消费新话题

来源：人民日报

标价 90 元的法国进口黑巧克力实售 39 元，澳洲奶酪薯片买一发三，泰国椰汁饮料半价促销……一段时间以来，不少临期进口食品折扣店生意火爆。临期食品属于安全食品范畴，临期不同于过期，实际上是处于即将到达保质期之前的临界期。剩余日期短则几天，长则数月，为购买者留出一定的享用时间，加上价格相对便宜，这些临期食品受到部分消费者的青睐。

作为商业上的一个消极概念，临期往往与库存、损耗联系在一起。处理临期食品，一直是令企业头痛的难题。在生鲜超市统一销毁的“隔夜肉”、甜品店打烊后丢弃的当日剩余糕点中，不乏品质尚好的临期食品。一方面，丢弃与销毁是对商品质量、新鲜口感的严格把控，是与消费者建立信任关系的重要举措，但不得不说，生产出来却卖不出去，无疑也是对资源的浪费。无论是为解决信任不对称、维护品牌信誉的付出，还是因为供需信息不对称、商品销售不畅而承担的沉没成本，如何在确保质量的前提下降低成本，成为企业关注的焦点。

在这个意义上，临期打折食品能成为一门另类的火爆生意就不难理解了。临期食品市场的出现，既盘活了企业库存，还以较低价格让更多消费者享受味觉体验。其本质是市场这只看不见的手，通过便利的零售网络发挥作用，降低了信息、信任不对称带来的问题，链接起长尾市场上的供需两端，将销售临界期转化为消费窗口期，从而激发出新的商业机遇。

处置临期食品是一个世界性问题。毕竟，在食物管理方面，仅仅依靠市场自发调节，不免出现低效甚至失灵的情况。据统计，全球每年浪费的食物价值达上万亿美元，重量超过 13 亿吨，而临期食品是其中的重要部分。法国政府曾出台法令，将临期食品捐赠给慈善团体；日本知名便利店品牌对消费者购买临期食品的行为予以奖励；而中国涌现出来的临期食品卖场无疑是一种新的有益尝试。以不同方式从数量庞大的临期食品中挖掘潜力，为减少资源浪费提供了空间。

民以食为天，食以安为先。保证临期食品质量，才能让人们买得放心、吃得安心。我国工商管理部门曾明确，临期食品在售卖前应向消费者作出醒目提示；一些地方针对不同食品设置了“食品保质期临界”的标准和明确期限。此外，有关部门还应制定临期食品回收、交易规范，及时检查临期食品商店的经营资质和进货渠道，督促企业严格执行进货查验记录和保质期标识，对于不法商家隐瞒临期食品信息、翻新销售过期食品等行为严惩不贷，为临期食品交易筑牢根基。

当然，作为流通环节中的止损手段，临期食品打折销售是对资源的再次配置，如果成为多数人的消费选择，或将损害原价商品的销售。因此，从厂家生产、商户进货层面入手减少浪费才是治本之策。可喜的是，随着大数据、云计算等技术与食品生产、消费场景的深度融合，基于历史数据和用户偏好作出消费预测成为可能。借助技术的翅膀，一个按需生产、科

学订货、供需趋于平衡的市场格局将更加可期。

短消息

●7月19日上午，合肥百大集团在包河区政务会议中心二楼10号会议室，与包河区政府签署标准化及示范性菜市场战略合作协议，随后百大周谷堆公司与同安街道朱岗社区签定了珠光南苑菜市场合作协议。包河区政府区长、副区长、同安街道党委书记以及百大集团党委书记、董事长刘浩、副总经理余絢、集团营运总监、周谷堆公司董事长王皓等相关领导出席签约仪式并见证项目签约。

合肥百大集团作为市属国有企业，旗下周谷堆农批市场承担着全市乃至全省农产品流通的主渠道职能，并始终以促流通、保供应、惠民生为己任，致力于打造“基地+农批+菜市场+加工配送”的农产品产业新格局。2018年以来，百大集团大力推进农产品流通主业产业链延伸，着力打造合家悦品牌标准化、示范性菜市场，已先后进驻合肥新站区、瑶海区等，目前已签约19家标准化菜市场，9家有投入运营。此次与包河区菜市场战略合作协议的签订，标志着百大合家悦菜市场项目正式入驻包河区。

●7月17日，安徽商之都股份有限公司在5楼会议室召开2019年上半年经营分析会。公司领导班子成员、各直属（控股）公司、分公司，百货及购物中心事业部，总部各部室负责人参加会议，副总经理王正主持会议，商之都党委书记、董事长张盛作重要讲话。

会上，百货事业部、电器、超市业态分别从5个方面做汇报：一是主要经营数据和指标；二是异动情况及原因分析；三是结合年初签订的《经营管理目标责任书》内容汇报各任务指标完成情况，遇到的困难、采取的对策等；四是取得的经营举措亮点、创改工作开展情况；五是下半年工作计划。

此次会议邀请不同业态的代表门店，就自身在应对市场竞争中采取的有效举措、创新项目、成功经验进行分享。分享内容包括招商调改、品牌调整、创新营销、服务提升、主动拓客、门店陈列、氛围营造和团队建设等多个方面，内容丰富、可执行性和复制性较强，让参会经营单位都有所思考和借鉴。

总部财务资产部、经营发展部就上半年整体经营情况做分析汇报。公司领导班子成员结合上半年经营工作情况作总结发言，并对各块下半年的发展提出具体要求。

最后张盛董事长作重要讲话，提出四点指示和要求，一是提振信心，明确指标，找准路径，坚持问题导向并找出解决方案；二是目前创改工作有所建树，但任重道远，各经营单位可结合创新试点进行相关工作推广；三是精细化管理，建立制度、规范流程、加大监管；四是做好对供应商、对员工、对顾客的服务。

●全国自2019年6月以来，分类垃圾桶、分类垃圾袋、分类垃圾标签等商品销量一路飙升，其中分类垃圾桶人气最旺，同比增长高达3200%，和5月相比销量增长422%，许多店铺甚至因出现缺货而实行限购政策。“之前一天产量四五千只，现在生产线全开，每天1万多只。”浙江鑫鼎塑业有限公司董事长陈爱华说，公司生产上百种规格的分类垃圾桶，6月起已停开别的产品线专做分类垃圾桶，并引入更先进的注塑机提高效率。

支付宝的数据显示，“垃圾分类回收平台”目前可支持上海5000多个小区，武汉、北京、

苏州等更多城市也在逐步接入中。70%“卖垃圾”的是35岁以下的年轻人，旧衣物、旧家电、废纸塑料是下单频率最高的，用户平均7天下一次单，复用率超过7成。“大家更重视垃圾分类的意义，正把它变成生活的一部分。”支付宝城市服务总经理朱春勇说。

●2019年4月27-29日，安徽省商业联合会党支部开展红色文化教育活动。党支部书记侯敏带队，全体党员、入党积极分子一行10人，赴江西红色革命根据地井冈山你、英雄之城南昌学习考察，缅怀革命先烈，实地感受红色文化。

●6月30日，在党的第98岁生日来临之际，安徽省商业联合会党建指导员张光建、执行会长刘浩等一行14人前往安徽逸通集团一通皮具贸易有限公司开展调研及党员学习活动。

发送单位：省商务厅、省民政厅、省工商联、省企业联合会、省消费者协会、省财贸工会、省商业协会、省、市新闻单位；各市商务局、商业联合会；中国商业联合会、中国百货商业协会、中国连锁经营协会、中国商业企业管理协会、中国流通行业管理和思想政治工作研究会等；各省、市商业联合会、长三角地区百货协会（商会）联席会议成员单位；
本会名誉会长、顾问、会长、副会长、各会员单位。

秘书处：

地 址：合肥市芜湖路 258 号 5 号楼 4 楼

邮 编：230001

电 话：0551-62658284

网 址：<http://www.agcc.org.cn>

E-mail: anhuishanglian@sohu.com