最关注

一个国际化大都市，保障食品供应、确保食品安全是基础，这些都需要依托农产品批发市场这个中间环节。在上海有这样一家新兴的批发市场，它采用现代流通方式和流通技术，能有效组织农产品货源，加强农产品的安全监管，这就是西郊国际农产品交易中心。历经5年多的建设和试运营，上海西郊国际农产品交易中心6月29日建成开业，成为长三角地区规模最大、现代化程度最高的一级农产品批发市场

西郊国际

构建农产品流通新格局

本报记者 沈则瑾

第一次去西郊国际的人都会对这里宏大的规模和一流的设施留下深刻印象。

西郊国际占地面积1658亩，总建筑面积45万平方米，三大功能区中主体是40万平方米的批发交易区，一个超大型、综合性、现代化的批发市场。4万平方米展示直销区里有部分国家和地区馆，更多的是各省区市馆，装修都极富地方风情，展示的更是国内外农产品中的精品名品。

此外，还有一个1万平方米的检测服务区，设有上海农产品安全检测中心，现场监管西郊国际交易市场每天进出的农产品质量安全。

承担西郊国际主要功能的批发交易区目前已投资25亿元，从西郊国际连续3年被列为上海市重大工程项目，可以想见西郊国际在上海未来经济生活中具有举足轻重的地位。

西郊国际以法国最大农产品集散市场伦杰斯市场为蓝本，借鉴欧美、日本等发达经济体的经验，冷链技术设施从法国成套引进，水果催熟设备从日本引进。

掩映在绿荫丛中的西郊国际交易大厅宽敞明亮，农产品冷链集装箱车穿梭而过，海关、工商、税务、检测机构已入驻交易大厅，来自国外和中国台湾地区的水果色彩缤纷……

作为上海市政府的一项重大民生工程，西郊国际在农产品供应保障、价格稳定和食品安全，建设上海国际农产品贸易口岸，创建上海农产品大流通新格局等方面正发挥着越来越重要的作用。

西郊国际采用光明食品集团国企控股的经营模式和“政府主导、企业主体、市场运作、社会参与”的指导方针，以提升、规范、整合为目标，大力促进农产品批发市场的传统转型、业态提升、能级扩大。

西郊国际副总经理张晓灵告诉记者，西郊国际将依托上海庞大的消费能力和现代快速交通体系，大力探索建立农产品大流通、大贸易、大服务的现代化平台，立足上海、辐射长三角、服务全国、连接海内外，成为上海国际贸易中心的配套功能平台。

记者了解到国家相关部委和上海为建设这样一个引领未来农商产业新格局的西郊国际倾尽全力。

上海市中心农产品批发市场大多环境脏乱差，还存在很多食品安全隐患。为了引导这些市场并入西郊国际，西郊国际将规划设计做得尽可能完善，例如，西郊国际周边5公里范围内有5条高速公路环绕，为了让西郊国际与上海和长三角紧密相连，上海市有关部门特意辟通了S26沪常高速市场专用匝道，使西郊国际的空运、海运、高铁和高速公路十分畅通，有力保障了西郊国际形成大物流、大商贸的格局。

其次，地方政府不仅以优惠价为西郊国际这样一个上海最大的公益性、现代化农产品批发市场提供建设土地，还给予各种政府扶持资金，列入商务部双百市场、农业部定点市场、上海市农业产业化龙头企业，国台办和农业部联合增挂“上海台湾农产品交易中心”牌子，商务部授予其“海峡两岸（上海）农产品物流交易中心”牌子。

还有，上海出入境检验检疫局和上海海关联合在西郊国际设立农产品进出口绿色便捷快速通道等。目前，西郊国际已成为上海进口水果和肉类的指定检验检疫口岸，实现一次开箱，快速通关，“一站式”完成检疫、仓储以及交易的全流程。

试运行以来，西郊国际已入驻了超过800家专营农产品批发的企业，形成了一个永不落幕的“农博会”，保障上海作为特大城市的农产品供应、稳定价格和形成上海国际农产品贸易口岸的功能已经显现。

今年以来，西郊国际已完成2000多个集装箱的进口业务，预计全年可以突破5000个集装箱箱量，占上海进口水果、肉类箱量的50%以上。

目前，西郊国际有三大主打产品，一是菌菇类，日交易量达到140吨，占上海市场日供应量的40%，部分运往江苏浙江等省。二是精品蔬菜，交易品种达到140多种，主要供应各大酒店饭馆，占上海市场份额的三分之一。三是国际农产品，目前西郊国际已与20多个国家进行贸易，涉及100多个品种，例如北美车厘子，菲律宾香蕉以及其他国家和地区的各种农产品、红酒、乳制品、海产品等，精品水果已占上海市场份额的20%。

西郊国际在食品安全方面积极与现有食品安全追溯系统（二维码、电子标签、流通卡等）无缝衔接，构建起更加牢固的多道安全防线，在这里猪、牛、羊肉和蔬菜追溯系统不仅可以查询产品的产地来源信息，还可以跟踪每一批货物销售去向；每一批商品、每一笔交易都记录在信息数据库里；自建的安全检测站有快速检测、肉类监测、定量分析等功能。

“明年西郊国际全年交易金额预计达到70亿元，而随着远程交易、电子交易的开通，3年后西郊国际的全年交易规模可以达到200亿元。”张晓灵说，届时西郊国际可以通过网络交易平台直接进行资金交割，一些农产品还可以实现产地与销地的直接对接，减少中间流通环节。未来西郊国际还计划实施对农产品“生产+销售+远程交易+第四方物流”的互联网化管理，贯通农产品从田间到餐桌的全产业链信息管理。

电商为何偏爱自建物流

黄 鑫

观潮

前日晚上在京东商城上选购一款儿童玩具，比较后发现卖价最低的某第三方比京东自售的还要便宜5块钱，但是考虑到京东第二天上午就能送货到家，而第三方配送时间一般较长，并且如果玩具有质量问题退换货不如京东方便，所以最终还是选择了京东。物流对于电商有多重要，由此可见一斑。

几年前，当京东投入巨额资金开始打造自营物流时，业界还颇多争议。因为在电商发展初期，仓储、物流体系建设是投资最大的一块，将延缓其盈利时间表。而第三方物流相对已经成熟，使用起来成本低也便利，能大大降低电商的准入门槛。

但依靠第三方物流的电商平台也面临着诸多问题，比如送货慢、服务态度差以及配送过程中的商品安全和品质事件频发等。此外，自建物流还有利于更快地回笼货款。在电商之间产品门类和品质趋同、都在追求“大而全”，以及价格竞争激烈、时而爆发价格“大战”的背景下，电商自建物流在向消费者提供及时、安全和安心的配送服务方面已经显示出巨大的优势，并成为很多消费者选择在哪个电商平台购物的决定性因素之一。因此，越来越多的电商开始选择自建物流。

如今，自建物流已经不仅能助力电商企业自身的销售，还开始成为电商新的盈利点。随着电商自建物流体系日益完善和配送能力增强，将物流体系开放向社会提供服务成为很多电商企业的选择。

目前，不少电商的自建物流都已经拿到快递许可。京东商城的自建物流体系已经覆盖全国1170个行政区县，并于去年底正式开放第三方物流。据预测，到2015年，通过物流开放平台实现外部订单量能超过内部订单。截至今年6月，苏宁快递业务经营地域已增加至34个，实现全国性覆盖，并有望在今年年内开放物流体系。

通过物流体系开放，曾经是电商负担的物流体系将被打造为新的业务板块，从而使其从成本中心转变为新的利润中心，弥补电商业务盈利能力的不足。但快递业需要较长的成长期，特别是在国内快递业已经竞争白热化的状况下，电商物流开放之后如何提供有竞争力、与自售商品配送同等品质的物流服务，并成功转型社会化，还有不少路要走。

百家餐厅推广夏季美食

本报讯 记者李予阳报道：在国家商务部、国家食品药品监督管理总局、中国商业联合会支持下，中国烹饪协会联合全国39家省市级烹饪、餐饮行业协会组织百家大型餐饮企业万家门店将于今年7月至10月在全国范围内开展夏季大众美食促销季活动。

中国烹饪协会会长苏秋成表示，为提振餐饮业，助餐饮企业走出低谷，中国烹饪协会在今年4至7月举办了首届大众美食促销季活动，3个月来，通过行业协会联动、企业共同参与，餐饮业5月份单月的增幅水平已经达到9.2%，比4月份高出了1.3个百分点，限额以上餐饮收入的回落幅度也有所减缓，从负2.8%上升为负1.8%。这充分说明在广大餐饮企业的共同努力下，餐饮业的下滑态势有所好转。

据中国烹饪协会常务副会长兼秘书长冯恩援介绍，活动内容更加贴近消费者需求，也更加注重对于产业平台搭建和行业引领功能的体现。包括维护诚信安全的餐饮消费环境层面的夏季美食安全宣传活动、公众营养健康知识推广活动、创建百家营养健康示范餐厅活动和优质诚信服务教育系列活动以及全国餐饮业信息化发展与需求情况调查活动。活动还将搭建餐饮旅游和农副产品互动平台，增强餐饮企业与消费者的互动。

电子消费很“热”

上图：7月11日，工作人员在英特尔科技芯体验全球巡展北京站预展活动上向参观者介绍展品。

英特尔科技芯体验全球巡展北京站于7月12日至14日在世贸天阶举办。活动中，参观者不仅可以试用各种英特尔芯片支持的最新科技产品，而且还能在现场体验多种多媒体艺术和互动游戏装置。

英特尔公司自2013年5月开始发起科技芯体验全球巡展活动，活动已陆续在纽约、芝加哥和东京等地展开。 新华社记者 孙瑞博摄

左图：7月11日，观众在电子展上体验手势识别空调。当日，以“‘慧’聚云端”为主题的2013中国国际消费电子博览会（SINOCES）在山东省青岛市举行，吸引了423家全球消费电子企业、近500家全球零售巨头及机构参会。

新华社记者 李紫恒摄

资讯速递

北京将建国内最大奥特莱斯

本报讯 记者齐慧报道：近日，京能集团与世贸天阶联合宣布，位于北京昌平区奥特莱斯广场将在年内动工，并将与五星级温泉酒店和全年无休的高科技游乐园共同构成北京第一座跨界城市综合体。

被命名为“乐多港”的昌平奥特莱斯项目计划投资40亿元，成为昌平生态旅游商务区的启动项目。建筑面积28.6万平方米的乐多港共分三大部分：奥特莱斯商业空间约16万平方米，有望成为国内最大、品牌最丰富的奥莱商业中心，多达6000个车位方便远道而来的外地消费者；拥有400间客房的五星级酒店，以温泉度假为特色，并提供完善的会议服务；占地7.6公顷的高科技文化体验区，借鉴美国环球影城街区式布局，而且游乐项目基本在建筑物内，可以成为全年无休的大型游乐场，摆脱北方户外游乐场的天气局限。

乐多港预计2015年初开业，届时将填补昌平高端商业的空白，满足北京消费升级的需求。

文化创意提升购物中心

本报讯 记者陈颐报道：日前在青岛召开的世邦魏理仕国际购物中心发展趋势论坛上，与会代表们解析了中国消费者行为趋势以及国际购物中心发展趋势，并提出：随着市场竞争的日趋激烈，青岛逐渐进入购物中心的发展成熟期，消费者对购物中心细节的处理将提出更高的要求。

贝诺建筑设计咨询（上海）有限公司总经理维伟安认为，未来，主题化、差异化竞争策略势在必行。品牌旗舰店数量将不断增长，购物中心的设计将以可持续性及高端产品/客户服务为目标，同时，购物中心文化将成为差异化竞争中不可或缺的重要元素。世邦魏理仕中国区商业服务部资深董事储祥昀指出，纵观整个中国市场，受益于消费者消费能力的提升，非生活必需品在2010年到2020年间将保持13.4%的年平均增长率。中国消费者对健康关注程度的提升带动了消费升级的商机，分析显示，新型消费者倾向于花钱购买更贵的商品和服务。

美丽中国低碳行启动

本报讯 记者林火灿报道：由国家应对气候战略研究和国际合作中心主办的“留住蓝色地球之美丽中国低碳行”大型公益活动日前在北京启动。这一活动旨在向社会普及低碳知识，宣传低碳发展理念，提高公众低碳参与意识。

在启动仪式上，来自文艺界的志愿者们写下了“低碳心愿”，呼吁公众共同参与“留住蓝色地球”活动。据介绍，“留住蓝色地球之美丽中国低碳行”将历时3至5年，活动期间将陆续推出公益微电影、公益歌曲、城市环保音乐之旅、低碳与气候科普校园行、环保骑行、低碳美丽中国论坛等活动。

市场发现

点评： 只有想不到，没有“网”不到，互联网总能给我们带来新的生活体验。悄然兴起的网上名牌商品租赁和寄售服务满足了不少人的需求，其实类似的新消费服务在互联网和现实世界都有很多。毕竟，人们的消费需求在不断升级，新的消费体验，不仅让消费者尝了“鲜”，对于商家而言，先行一步，引导消费，提升服务，才有可能从这个日益饱和的市场中突出重围。

名品上网租 闲置可寄售

本报记者 林火灿

苏恒女士是北京一家公司的职员，在网上购物是她最大的乐趣。尽管网上销售的名包比商场里便宜不少，但对于苏恒这样的普通白领而言，想给自己添置一个名包还是有些“费劲”，更别说拥有多个名牌包了。

不过，苏恒最近注意到，主营奢侈品的电商寺库网最近推出了免费租包的消费体验活动，消费者只需预存5000元或10000元的押金，就可以在寺库网免费挑选一款名包无偿使用，并且每个月可以更换一种款式。

在选中自己喜欢的包后，苏恒预存了10000元押金，很快就开始了消费体验。“一个月后，我可以再到网上挑选一款包，也可以选择终止租用合同，把包还回去，就能把10000元的押金全额拿回来了。”苏恒说。

寺库网总裁李日学告诉记者，奢侈品在某种程度上代表着一种消费时尚，但冠上“奢侈”之名以后，容易离消费者太远。通过免费租包体验活动，可以拉近消费者与名牌包袋的距离，最终把潜在的消费需求充分挖掘出来。

在开展免费租包体验的同时，寺库网还把租包与其长期主营的名包寄卖业务紧密联系起来。李日学介绍说，寺库网通过名包寄卖业务，已经积累了大量的用户群体。依托已有的网络平台，顾客不仅能够购买到一线品牌的包袋，还能把自己手中闲置的名包拿到寺库网上寄卖。

“通过这种互动模式，我们让顾客既是消费者，又是我们的供应商，这有利于使奢侈品得到最大程度的流通，帮助企业防范库存积压的风险。”李日学说。

记者了解到，近年来，随着电子商务的快速发展，主营奢侈品的电商也越来越多。但由于“曲高和寡”，加之竞争激烈，不少奢侈品电商都打起了“价格牌”，努力通过降价让利的方式吸引消费者。

不过，低价竞争策略虽然给消费者带来不少实惠，但疯狂打折、促销也使奢侈品的独特、稀缺、高贵的形象大打折扣，不仅伤害了奢侈品品牌，电商的日子也不好过。在以打折谋发展的道路上，已经有不少奢侈品电商或者倒闭，或者退出奢侈品领域，有的还在举步维艰地苦熬。

寺库网颇有“独辟蹊径”之意。在竞争中，寺库网在整合奢侈品品牌，突出价格优势的基础上，实现了从奢侈品售卖商向高端消费品服务商的转型，把打造服务平台作为企业的未来发展方向。免费租包体验活动，正是寺库网在向服务商转型中的一次尝试。

李日学表示，目前，寺库网已经基本形成奢侈品的购物、体验、品鉴、保养和寄卖服务。依托上述各环节的专业化服务，寺库网帮助顾客建立起了品牌认同感和信任度，很多消费者从线下购买转变为线上购买，也吸引了消费者以更便捷的方式参与闲置奢侈品寄卖。

未来，寺库网还将打造更加专业系统的服务平台，形成独特的服务模式，满足消费者的个性化需求。“我们并非倡导无节制的高端消费，而是要引导消费者形成新的消费理念，追求更高品质的生活方式。”李日学说。

本版编辑 徐 涵 童 娜