

统计分析

第七期

峨山彝族自治县统计局

2024年4月22日

峨山县 2023 年亿元以上商品交易市场 情况分析

一、在库亿元以上商品交易市场情况

2023 年，峨山县在库的亿元以上商品交易市场有：峨山滇中畜禽山货交易市场、峨山甸中集贸市场、峨山化念集贸市场、峨山西门建材市场 4 个市场。

（一）峨山滇中畜禽山货交易市场。位于锦山路，以销售粮油、食品类为主的其他综合市场，2023 年市场摊位数有 517 个，实现成交额 21866 万元，其中，粮油、食品类摊位数有 311 个，占总摊位数的 60.2%，实现成交额 10078 万元，占总成交额的

46.1%；种子饲料类摊位数有 41 个，占总摊位数的 7.9%，实现成交额 3778 万元，占总成交额的 17.3%；建筑及装潢材料类摊位数有 8 个，占总摊位数的 1.5%，实现成交额 1540 万元，占总成交额的 7.0%。

（二）峨山甸中集贸市场。位于甸中镇，以销售粮油、食品类为主的其他综合市场，2023 年市场摊位数有 715 个，实现成交额 17877 万元，其中粮油、食品类摊位数有 457 个，占总摊位数的 63.9%，实现成交额 9786 万元，占总成交额的 54.7%；烟酒类摊位数有 21 个，占总摊位数的 2.9%，实现成交额 1768 万元，占总成交额的 9.9%；建筑及装潢材料类摊位数有 4 个，占总摊位数的 0.6%，实现成交额 938 万元，占总成交额的 5.2%。

（三）峨山化念集贸市场。位于化念镇，以销售粮油、食品类为主的其他综合市场，2023 年市场摊位数有 431 个，实现成交额 14061 万元，其中粮油、食品类摊位数有 160 个，占总摊位数的 37.1%，实现成交额 5190 万元，占总成交额的 36.9%；日用品类摊位数有 46 个，占总摊位数的 10.7%，实现成交额 1430 万元，占总成交额的 10.2%；服装、鞋帽、针纺织品类摊位数有 41 个，占总摊位数的 9.5%，实现成交额 1360 万元，占总成交额的 9.7%。

（四）峨山西门建材市场。位于锦山路，以销售建筑及装潢材料类为主的生产资料专业市场，2023 年市场摊位数有 49 个，实现成交额 21635 万元，其中建筑及装潢材料类摊位数有 37 个，

占总摊位数的 75.5%，实现成交额 14910 万元，占总成交额的 68.9%；金属材料类摊位数有 5 个，占总摊位数的 10.2%，实现成交额 3216 万元，占总成交额的 14.9%；化工材料及制品类摊位数有 2 个，占总摊位数的 10.2%，实现成交额 3001 万元，占总成交额的 13.9%。

二、存在问题

（一）经营同质化较明显。目前我县商品交易市场经营缺乏特色，经营方式雷同，传统百货成为标配，在进一步细分市场、进行特色定位和差异化服务上做的不够，不同的市场之间没有明显的主题和定位区别，市场之间替代性强。

（二）重开发轻管理运营。开发商对项目后期运营的关注程度不够，部分市场在运行上还停留在招商，收租金等“低层次、物业化”水平，管理较为松散，组织现代化程度较低，难以开展市场整体的营销推广。

（三）线上线下融合不足。消费者的行为在互联网不可或缺的今天已经发生极大的改变。原本广告、促销就能吸引消费者的销售模式已经一去不复返。社交软件、分享、直播等形式日益成为消费者购买的决策因素。传统的市场更多的是提供一个集成的经营场所，吸引人流来进行消费活动。部分市场运营方仅仅认识到线上线下融合的意义，但实践中融合仍然处于探索中，线上和线下仍然处于割裂状态，没有将线上渠道的覆盖范围大、易扩张的特点以及线下服务优势综合运用起来吸引消费者，完成消费过

程。

三、对策建议

（一）因地制宜，新增与存量升级并举。主管部门要根据当地社会、经济发展的现状，科学规划、合理引导所在地区商品交易市场的建设和发展工作，优化空间布局。针对商品交易市场发展不平衡的现状，一方面应侧重现有商品交易市场的升级改造和品质提升；另一方面对商品交易市场发展较为缓慢的地区应适度新建优质、特色的专业市场，以满足当地居民消费升级的新需求。

（二）差异竞争，发挥各自优势。随着经济快速发展，城市内分区域的多核心零售业格局正在形成。商品交易市场市场应该把握这个趋势，在文化、特色、体验等领域进行深耕，以顾客需求为驱动，注重产品的差异化，服务的差异化，以及项目定位的差异化，根据所处地域特点，经济发展状况，结合居民的消费习惯，因地制宜调整经营模式，如位于以生活性消费为主的居民区的专业市场要以满足大众消费需求为本。

（三）顺应潮流，线上线下融合发展。商品交易市场在与电商竞争中，要通过资源整合，将线上和线下渠道的优势有效结合，最终提高消费者的消费体验。商品交易市场市场应充分利用新媒体优势，打造特定的 IP，或是与品牌联手，开展深度合作，赋予自身品牌新特色，吸引新的用户群体、挖掘新的消费需求、拓展品牌内涵，实现线上用户向线下用户的转化，最终使人气的提升转换为销量的提升，促进 IP 变现。

签发：郭 燕 审核：邹绍娇 拟稿：张晓芳
联系电话：0877-4011861