目 录

一、对宏观经济形势的基本判断……1

二、指数概况……3

市场信用综合指数略有下降，季内稳定在 145.27……3

分类指数表现不一，其中交易活跃指数降幅较大……5

三、指数运行特点……6

各分类指数运行主要特点……6

四、指数应用与市场管理……9

钓鱼网站瞄向外贸新人……9

国际生产资料市场多形式引“凤凰”……10

欧洲客商依旧勒紧钱袋，南美客商脱颖而出很给力……12

欧美贸易壁垒愈演愈烈，形势不佳订单减少……13

有研究机构预测网购规模增速将放缓……15

五、专题分析……16

义乌市构筑现代物流对策研究……16

六、附录……22

季内总指数及分类指数月均值……22

1-3 月市场信用综合指数和分类指数一览表……22

经营户问卷调查……23

YMCI 走向趋势图……24

YMCI 简介……24

七、YMCI 数据来源……25

2013年一季度义乌市场信用指数分析报告

--综合信用指数季内微跌，稳定于145.27--

一、对宏观经济形势的基本判断

国家统计局公布的2013年一季度经济数据4月15日出炉。一季度国内生产总值 （GDP）探低位，累计实现118855亿元，同比增长7.7%，低于此前业界预期8%，弱于去年四季度7.9%。据了解，经济增长的内生动力恢复不足，是一季度经济增速小幅回落的主要原因。

投资、消费和出口作为拉动经济增长的三驾马车，从目前的经济结构来看，经济增长主要靠内需拉动，而且在内需中投资和消费贡献的比例在发生积极变化，消费对经济增长的贡献度在提升。当下消费已经占据半壁江山，超越出口和投资，成为GDP贡献率大户。一季度7.7%的GDP增长率中，有4.3个百分点是由最终消费贡献的，贡献率是55.5%；资本形成总额对GDP的贡献率为30.3%，拉动GDP增长2.3个百分点；货物和服务净出口对GDP的贡献率是14.2%，拉动了1.1个百分点。

总体来看，一季度开局比较平稳，为全年经济发展奠定较好基础。同时，未来中国经济存在多重内外风险，须积极防范化解。从国内看，面临房地产调控、产能过剩等制约；此外，地方政府债务问题凸显，扩大消费难觅新增长点，未来经济走势不容乐观。从国外看，当前美国经济数据阴晴不定，量化宽松货币政策何时退出，将左右国际市场

资金走向和大宗商品价格，且欧债危机仍在发酵，中国出口难以好转，势必给中国经济带来不利影响。

对此，决策层对我国宏观经济形势显然有清醒的认识。4 月 12 日，国务院总理李克强专门组织了由相关部门负责人、专家学者、企业家参与的座谈会，把脉当前经济形势。李克强表示，我国经济发展正处在“爬坡过坎”的关键阶段，必须远近结合，在有效应对好短期问题、保持经济合理增长速度的同时，更加注重提高发展的质量和效益，把力气更多地放在推动经济转型升级上来，放到扩大就业和增加居民收入上来。

在此背景下，处于中国经济改革开放的前沿阵地的义乌市，今年以来，国际贸易综合改革已渐入佳境，市场建设取得可喜成绩，各项工作已进入全面推进阶段。下一步，义乌市应认真贯彻中共十八大会议精神，把握国际国内经济转型发展机遇，推进市场升级，再创市场发展新优势，提升城市品位，增强城市综合承载力，促使国际生产资料市场、国际电子商务园沿着既定的发展目标而前进，

同时，为了早日建成“百万人口国际化商贸城市”努力奋斗。当前应全面贯彻落实党的十八大精神，实施“八八战略”，按照市委十三届四次全会的决策部署，以科学发展为主题，以加快转变经济发展方式为主线，以富民强市、社会和谐为根本目的，以国际贸易综合改革为动力，围绕“五个坚持”，打造“十大平台”，创新创优、提质提效，奋力推进“两区六城”建设，争当“两富”现代化浙江排头兵。

二、指数概况

（一）市场信用综合指数略有下调，季内稳定在 145.27[1]

一季度，义乌市场信用指数略有下降，YMCI 季内月均数从上季的 147.10 微降到本季的 145.27，下降 1.24%，高于近些年均值 140，处于正常（Normal）变动状态。详见表 1 和图 1。

表 1　季内月均市场信用综合指数比较

市场信用综合指数	报告期（本季度）月均分值	环比期（上季度）月均分值	报告期比环比期
YMCI	145.27	147.10	-1.24%

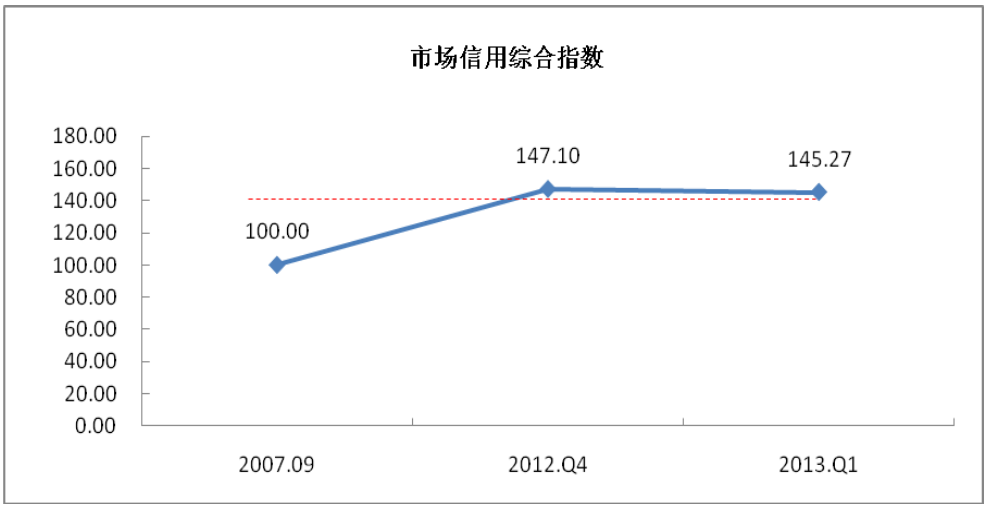


图 1　季度月均市场信用综合指数走势图[2]

从季内各月的走势看，变化曲线稳中有升。YMCI 一月为 150.59，二月降至 136.63，下降 9.27 个百分点，三月为 148.58，上升 8.74 个百分点，详见表 2 和图 2。

[1] 报告中的总指数和综合指数均指 YMCI，含义相同。有时变换称谓属行文方便之需要，特此说明。
[2] 2012.Q4 和 2013.Q1，分别指 2012 年第四季度和 2013 年第一季度月均值。其中：Q 代表 Quarter（季度）。

表 2　季内各月市场信用综合指数变化

指标名称	季内月平均	2013.01	2013.02	2013.03
市场信用综合指数	145.27	150.59	136.63	148.58

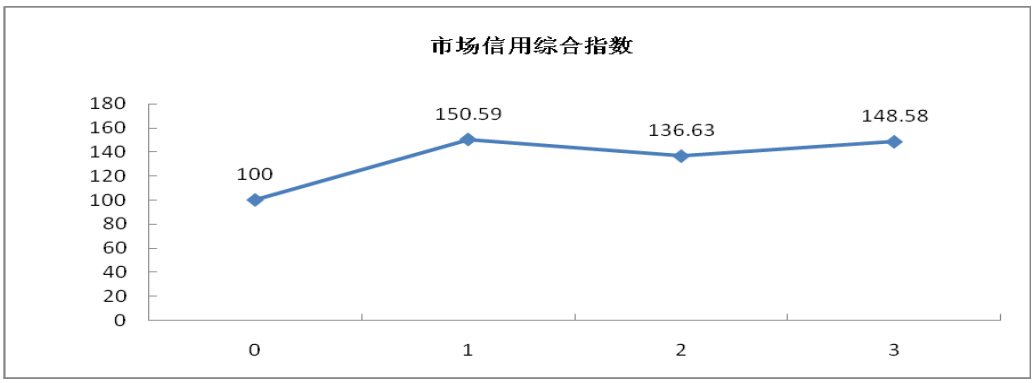


图 2　季内各月市场信用综合指数走势图

本季度 YMCI 有所波动，一月由于风险可控指数坚挺 YMCI 涨至 150.59，二月受春节休市因素的影响 YMCI 跌至 136.63，三月市场恢复平时繁华，YMCI 又升至 148.58。季内月均值报收于 145.27，远大于 110，“五色灯预警子系统”显示为“绿色灯”安全状况；季内月均数较上季月均数下降 1.24%，变化幅度处于区间（-5%, 0），“波动预警子系统”显示为“正常”（N, Normal）状态。

详见图 3 和图 4。

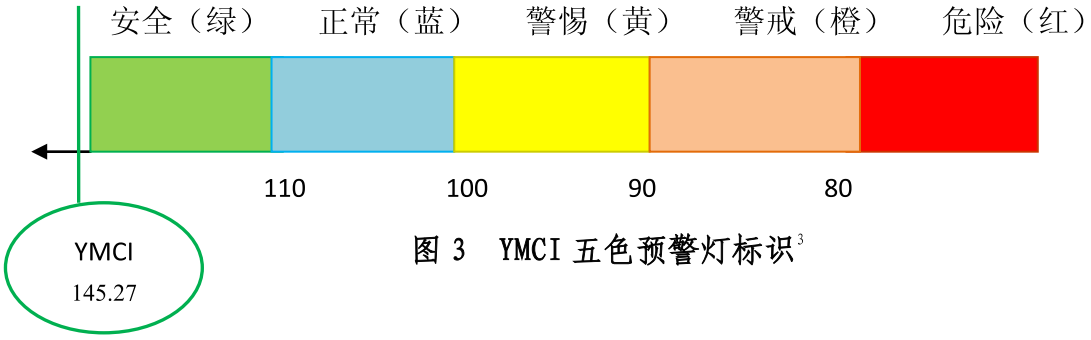


图 3　YMCI 五色预警灯标识[3]

[3]注释：五色预警灯形象化地表现了 YMCI 综合指数及分类指数变化水平，方便指数使用者观测和了解相关情况。

* YMCI 指数≥110　绿灯（S，security，安全级）
* 100≤YMCI 指数<110　蓝灯（N，normality，正常级）
* 90≤YMCI 指数<100　黄灯（C，caution，关注级）
* 80≤YMCI 指数<90　橙灯（W，warning，警戒级）
* YMCI 指数<80　红灯（D，danger，危险级）

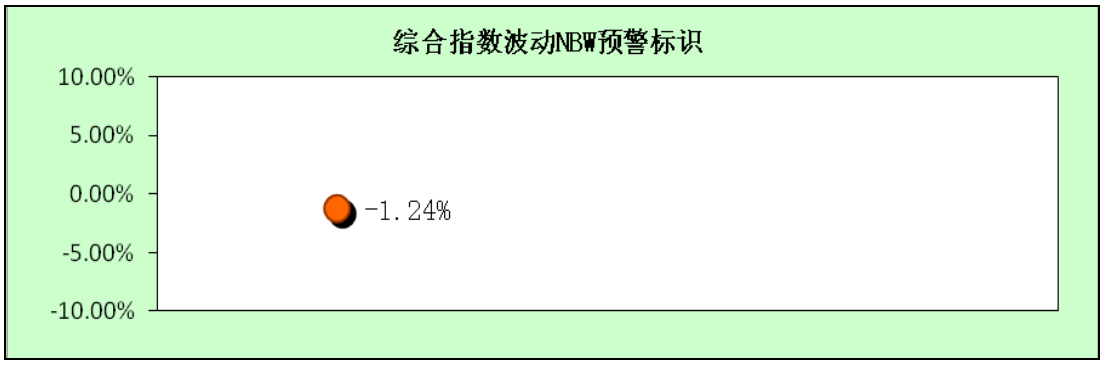


图 4　YMCI 波动预警标识[4]

（二）分类指数表现不一，其中交易活跃指数降幅较大

从监测的四大分类指数来看，本季度表现为三升一降。季内商品质量指数、客商满意度指数和风险可控指数月均值分别从上季的149.29、142.91 和 139.03 升至本季的 149.42、143.75 和 145.70，增幅分别为0.09%、0.59%和4.80%；交易活跃指数月均值从上季的152.02降至本季的 140.90，降幅较大，为 7.31%。从四大分类指数对总指数的贡献度来看，本季度交易活跃指数对整个市场信用综合指数影响最大。详见表 3 和图 5、图 6。

表 3 季内总指数及分类指数月均值

分类指标	报告期（本季度）月均值	环比期（上季度）月均值	报告期比环比期（±%）
综合指数(YMCI)	145.27	147.10	-1.24%
商品质量指数(CQI)	149.42	149.29	0.09%
交易活跃指数(TAI)	140.90	152.02	-7.31%
客商满意指数(BSI)	143.75	142.91	0.59%
风险可控指数(RCI)	145.70	139.03	4.80%

[4]注释：YMCI 波动预警子系统（NBW 预警系统）具有提示性预警能力，通过环比指标对比分析，反映本期 YMCI 综合指数及分类指数较上期变化的相关信息，NBW = 本期指数/上期指数*100% − 1。

* -5%≤NBW＜5%　NBW 为正常状态（Normal）
* NBW≥5%　NBW 为变好状态（Better）
* NBW＜-5%　NBW 为变坏状态（Worse）

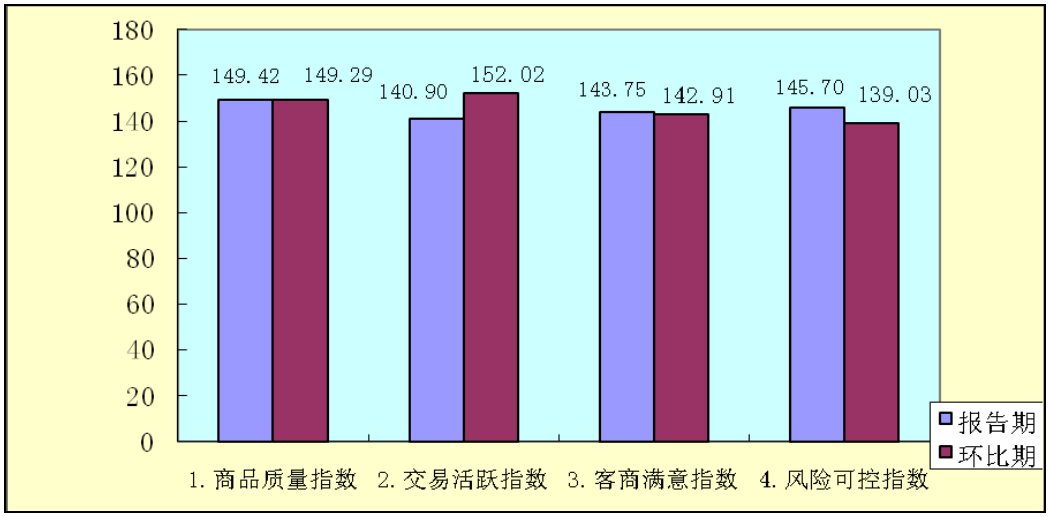


图 5 各分类指数报告期与环比期变化情况

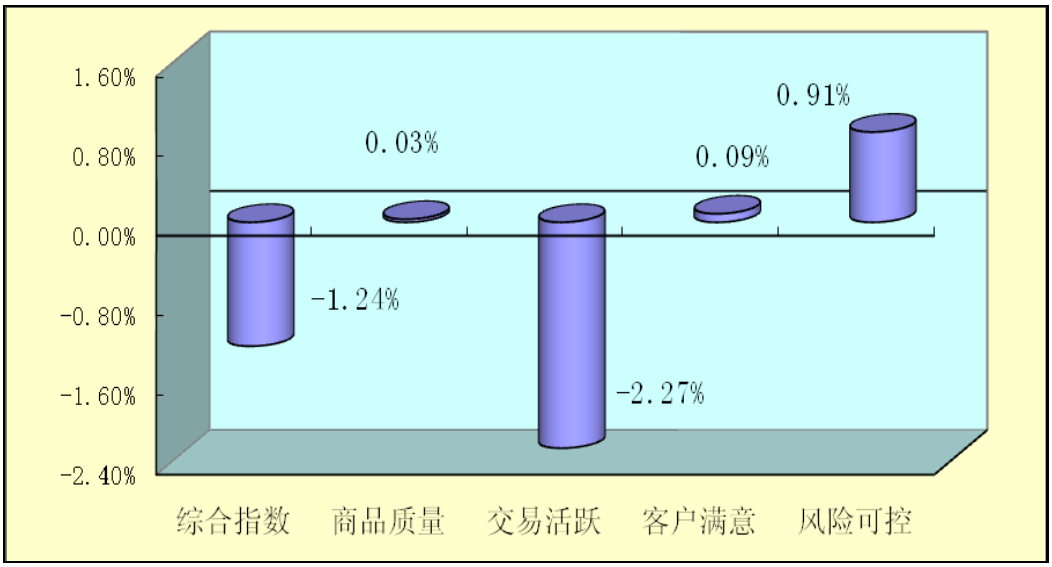


图 6 各分类指数对总指数贡献度

三、指数运行特点

商品质量是市场信用建设的核心。商品质量指数属于 YMCI 的龙头分类指数。本季度商品质量指数保持平稳，月均数从上季的 149.29 微增至 149.42，增长 0.09%。从各月情况看：

一月食品定量检测合格率为 98.07%，比上月 95.60%，增加 2.47 个百分点。主要受此因素影响，本月商品质量指数（155.63），较上月 150.81，增长 3.20%。

二月产品质量处罚案件数仅 1 起，比上月 5 起净减少 4 起。受产品质量处罚率这一指标的影响，本月商品质量指数（155.92）较上月（155.63）增长 0.19%。

三月产品质量监管处罚率和商品质量监管处罚率双增，产品质量处罚案件数 7 起，比上月 1 起净增加 6 起，商品质量处罚案件数 6 起，比上月 0 起净增加 6 起。受此影响，本月商品质量指数从上月 155.92，陡降至 136.72，降幅为 12.31%。

交易活跃指数反映了市场交易活跃的程度。本季交易活跃指数降幅较大，从上季月均 152.02 降至 140.90，降幅为 7.31%。从分月情况看：

一月正值春季前夕，大量客商返乡过年，市场销售规律性减少。本月小商品成交额 34.72 亿元，比上月 114.28 亿元，净减少 79.56 亿元。市场交易的锐减，导致交易活跃指数大幅下降。本月交易活跃指数 142.71，较上月 162.60，下降 12.23%。

二月正值春节放假期间，春节因素仍在影响中。本月外商人数有明显下降。另外，本月小商品成交额 32.73 亿元，较上月下降 5.73%；资金流入量、资金流出量分别较上月下降 31.90%和 26.71%。受上述因素影响，本月交易活跃指数 120.88，较上月 142.71，下降 15.30%。

三月大量外商返回义乌经商，市场恢复平时的繁华，小商品成交额大幅回升，资金流入流出量双增。这些因素，推高了本月交易活跃指数，从上月 120.88 激增至 159.13。本月小商品成交额 54.06 亿元，较上月增长 65.17%；资金流入量、资金流出量分别较上月上升 37.40%和 29.27%。

客商满意指数主要反映市场参与者对市场信用的满意状况。本季度客商满意指数比上季度小幅提升，月平均指数值为 143.75，与上季度月平均指数值 142.91 相比，微升 0.59%。从分月情况来看：

一月消费者投诉案件为 415 起，比上月 385 起，净增加 30 起，从而推动客商满意指数微跌。本月客商满意分类指数为 142.29，与上月 143.12 相比，略降 0.58%。

二月消费者投诉案件和 12365 投诉案件均有所减少。本月消费者投诉案件为 170 起，比上月 415 起，净减少 245 起；本月 12365 投诉案件数 2 起，比上月 4 起，净减少 2 起。消费者投诉率和 12365 投诉率的降低，推高了本月客商满意分类指数从上月的 142.29，增至本月 147.31，略升 3.53%。

三月消费者投诉案件为 423 起，比上月 170 起，净增加 253 起；但与此同时由于本月 12365 投诉案件数 1 起，比上月 2 起，净减少 1 起。主要由于以上两种因素的相互抵充与运动，导致本月客商满意分类指数微跌，从上月的 147.31，跌至本月 141.64，跌幅为 3.85%。

风险可控指数反映市场交易行为过程中控制各种不确定因素的程度。本季度风险可控指数月平均水平为 145.70，与上季度月平均 139.03 相比，增幅为 4.80%。从各月情况看：

受工商注册新政的影响，一月新设企业数量从上月的 371 个猛增到 634 个，净增加 263 个。受此影响，风险可控指数大幅上升，从上月的 134.31 猛增至 159.83，增长 19.00%。

二月正处于春节放长假期间，受春节因素影响，本月新设企业数量明显下降，从上月的 634 个减少到 177 个，净减少 457 个。主要由于此因素，推动风险可控指数大幅走低，从上月的 159.83 降至 118.52，下降 25.85%。

三月新设企业数量大幅度增加，从上月的 177 个增加到 667 个，净增加 490 个。新增企业的增加，给市场注入新鲜血液，带来新生命力主体，是市场正能量推手。主要由于此因素，风险可控指数大幅上涨，从上月的 118.52 升至 158.75，增长 33.94%。

四、指数应用与市场管理

指数的编制在于应用，YMCI 理应为义乌市场管理与建设提供有力的帮助与支持。根据一季度掌握的有关市场信息资料和 YMCI 监测数据，提请广大经营户重视防范如下风险，切实应对市场建设与发展过程中出现的新情况。

（一）钓鱼网站瞄向外贸新人

网络钓鱼不是新鲜事物，但进来层出不穷，是外贸电子商务的一大威胁。一些不法分子通过仿冒网站，引得点击者上钩，骗取他们的邮箱账号、密码等信息，随之以被盗信息的业务员身份与其客户交流，让客户将货款转汇到他们的银行账户上，借机谋财。“尤其对外贸新人来说，缺少辨识能力，看到有链接时要谨慎。”不久前，在义乌国际商贸城经营饰品生意的杨女士如是说。

所谓钓鱼网站，就是一种网络欺诈行为。不法分子利用各种手段，仿冒真实网站的网页地址以及页面内容，或者利用真实网站服务器程序上的漏洞，在站点的某些网页中插入危险的 HTML 代码（描述网页文档的一种标记语言），以骗取用户的资料。

据了解，此前杨女士请了学电子商务的亲戚来帮忙维护商铺的网页，回复客户询盘。一星期后发现自己的邮箱不对劲。“后来发现是中了钓鱼网站‘埋伏’。当时，一个客户在询盘中附了网址链接，注明如需进一步了解本公司请点击该网址。出于好奇，杨女士打开网站后按要求输入邮箱账号、密码，结果却是一个产品促销页面。所幸她当时用的是刚申请的邮箱。”杨女士说，这不仅给她，也给外贸新人提了个醒，不要轻易去打开客户在邮件、询盘中发的链接。

近年来，集中在网络购物中的钓鱼网站呈现出扩大的趋势，外贸电子商务也逐渐成了重灾区。“前几年刚入行时，不良客户并没有这

么多，外贸电子商务接触到钓鱼网站也不是很多，形式也很单一，上一次当后基本不会再受骗。”杨女士说，“但这两年钓鱼网站明显增加。”

2013 年 1 月中旬，在北京召开的“2012 中国互联网产业年会”上，360 公司副总裁石晓红作了 2012 年中国互联网安全报告：钓鱼欺诈正取代网页木马攻击，成为个人电脑安全的首要威胁。去年，利用钓鱼欺诈和入侵服务器的攻击越来越多，钓鱼访问的次数比 2011 年增长超过 21.7%。

钓鱼网站的数量在不断增加，其形式也在演化，更具欺骗性，危害也不断升级。“少数不法分子具备一些外贸知识，他们和你说要下订单，然后让你下载一些文件，比如订单文件（有些订单需网上下载），而这些文件能避开杀毒软件的检测，他们利用病毒通过电脑远程监控，监视电脑中的账户密码等私人信息。可能会造成你和客户的经济损失。”杨女士说。

不法分子手段多，在外贸老手对钓鱼网站见怪不怪后，他们将目光瞄准了外贸新人。而外贸新人为什么容易受骗？杨女士表示，因为他们对外贸订单充满渴望，对钓鱼邮件和询盘心存侥幸，容易上钩。

我们建议，外贸新人不要随便打开别人给的网址，即使打开了，也不要随便输入邮箱账号、密码；时刻关注自己的邮箱是否有异常，特别是如果邮箱中一封本该是未读的邮件变成了已读状态时就需提高警惕，应及时修改邮箱密码及各项设置；定期联系客户，如果遇到要求变更账户，务必要跟供应商联系。

（二）国际生产资料市场多种形式引“凤凰”

在国际生产资料市场建设工地，到处可以看见一派繁忙有序的建设场面，这个举全市之力推进的重点工程自去年 9 月开工以来，仅用

百日实现结顶。目前，室内装饰、室外景观等工程正争分夺秒的施工中。在建设的同时，市里一方面制定了各项招商政策，另一方面开展多形式的招商，组织 26 个招商小组重点针对产业基地、专业市场开展上门招商，大力招引“金凤凰”入驻。

国际生产资料市场是义乌推进市场转型升级的重大战略决策，也是义乌国际贸易综合改革试点和商贸服务业集聚区建设的核心内容之一。市场一期一阶段占地 525 亩，建筑面积 75 万平方米。

为了给市场经营户提供优质低成本的经商、生活环境，市里制定了国际生产资料市场一期一阶段的预招商、租金优惠、招商奖励、商位管理办法等政策。积极研究税收补贴、仓储物流、金融支持、住房保障、公共交通、子女入学、户口迁移、参展优惠、办证优惠等配套支持政策。在租金政策上，设立五年培育期，前三年按租金基准价的四分之一收取，后两年按租金基准价减半收取，打造市场低成本优势。在行业扶持上，对世界 500 强、国际知名的品牌企业、中国 500 强企业、国家级协会副会长单位企业等优势企业实行“一事一议”。

另一方面，组织方还加强了与同业公会、行业协会、科研院所等机构合作开展招商。采取自主招商、网格化招商、委托招商等多种形式进行广泛招商，特别将“浙商回归工程”作为招商工作的重点，力争引进一批行业领军企业。目前，已累计走访了生产企业 4155 家，具有明确入驻意向并已提供全套报名资料的生产企业有 1000 余家。通过委托招商已与开普动力、海天注塑、杭州叉车、巨星科技等一批行业标杆企业达成了初步入驻意向。

与此同时，还积极利用展会平台为国际生产资料市场一期一阶段招商。中国义乌国际装备博览会是由浙江省政府主办的专业新展会，也是国际生产资料市场招商的重要组成部分，在省经信委等上级部门

的关心指导下，目前《中国义乌国际装备博览会总体方案》已报送省政府审批。在展会筹备方面，借助专业机构招展招商，充分利用中国机电产品进出口商会与香港雅式公司的客户资源、拓展招商渠道展开全面合作。深入开展企业数据收集整理工作，梳理出国内招展备选企业名单、省内重点装备企业名单。在展会的筹备同时，还为市场“金凤凰”的招引储备了企业库。

（三）欧洲客商依旧勒紧钱袋，南美客商脱颖而出很给力

日前，塞浦路斯危机的爆发给欧洲经济前景蒙上了厚重的阴影，这使得全球经济的复苏变得更加不确定。如今，欧洲经济何时能够好转已经成为老生常谈的话题，但一次次糟糕消息的爆出让不少把产品出口到欧洲市场的义乌企业很是无奈。不过即便如此，义乌企业依然积极参加欧洲的各类知名展会，一边学习，一边寻求商机。前不久，在市商务局和义乌国际商会的组织下，20 家义乌企业参加了 2013 意大利 COSMOPROF 国际美容展。

在欧洲整体经济形势不容乐观的情况下，即使是在欧洲市场打拼多年、拥有一批老客户的企业都觉得经营起来有些吃力，更何况是“新手”，不过偏偏有一些企业“初生牛犊不怕虎”，跑到展会上认真学习、虚心受教，收获也不小。

以生产经营美甲产品为主的义乌尊龙工艺品有限公司王先生第一次参加意大利国际美容展，在此之前，虽然也有部分产品销往欧美市场，但基本都以在当地做生意的华人为中介。产品原来大多是通过在当地做生意的青田人进入欧洲市场的，主要走的是中低档产品。随着欧洲市场对化妆品的要求越来越严格，这种方式不仅有较大的风险，而且不利于公司产品的进一步提升。

在展会现场，通过与欧洲客商的直接接触，王先生对当地市场消

费者的偏好有了更深入的了解，也更加体会到生产标准和产品认证的重要性。“如果不是在现场亲眼所见，我还不知道生产美甲产品也有全自动设备了，这将有助于缓解劳动力短缺的压力。”王先生说，一旦资金条件允许，他会马上考虑引进这样的全自动设备。

目前，总体现状是欧洲客商“抠门”，而南美客商潜力较大。以往欧洲采购商一直以爽快著称，只要产品不错，对价格并不敏感，不过经济状况不佳让这些原本“阔绰”的欧洲客商也精打细算起来，不仅下单犹豫不决，对价格也是斤斤计较。不过值得庆幸的是，虽然欧洲客商不给力，但一些来自美国、南美的客商从中脱颖而出。“这些地方的客商对于产品的档次要求没有那么高，但需求量非常大。”据了解，特别是来自巴西的客商，表现尤为突出，这给公司的生产经营带来了一些信心。

（四）欧美贸易壁垒愈演愈烈，形势不佳订单减少

随着各地玩具生产企业陆续开工，市场里的玩具经营户们又开始忙碌起来。去年，无论是义乌的玩具生产企业，还是玩具市场经营户，日子都不太好过，大家期待着新的一年形势能有所好转。

目前义乌市有玩具生产、加工、贸易企业 3000 余家，其中生产企业 400 余家，义乌生产的发光发声和教育智能类、民族传统类、毛绒娃娃类、魔术梦幻类玩具在国内处于优势地位。玩具市场经营户主要经营来自广东、福建、江苏、山东等地的 10 万多种玩具，销售网络遍及国内各大中城市并远销欧美、东南亚、非洲、中东等地区，年出口额约占世界玩具贸易总额的 70%以上。

“其实 2008 年美国次贷危机时，我们的玩具出口基本没有受到什么影响，倒是这两年随着由次贷危机引发的欧债危机的蔓延，欧美国家消费者的购买力下降，间接影响到作为非生活必需品的玩具出

口。”义乌市玩具行业协会李会长如是说，义乌的玩具行业作为出口依赖性行业，金融危机蔓延、贸易壁垒升级、人民币升值、原材料价格上涨、用工成本增加等因素，对行业影响巨大。

根据义乌市玩具行业协会的统计，去年义乌玩具的国内外销量下降了 30%以上。

“这还是综合了外销和内销的总体情况，有些单纯从事外贸经营的生产企业或者经营户的情况还要更糟糕一些。”李会长介绍，去年他去美国拜访客户，发现当地以小额批发兼零售为经营模式的批发超市正悄悄流行，不少终端消费者都愿意跑去那里用接近批发价的实惠价格购买少量的玩具。“这其实侧面反映出，受经济形势和购买力的影响，当地人的消费习惯正在发生变化。”

伴随着欧美经济的每况愈下，欧美国家为了保护本国玩具企业，相应的贸易壁垒也愈演愈烈，由此，我国玩具出口欧美的门槛越来越高了，企业的出口成本也随之增加。值得注意的是，2011 年 7 月 20 日正式实施的《欧盟玩具安全新指令》，在当时被认为是世界上最严格、最苛刻的玩具安全技术法规，新指令要求所有进入欧盟市场的玩具必须贴附 CE 标识，还要求玩具制造商对玩具的潜在危害进行分析和安全评估。然而，这还远没结束，今年 7 月 20 日将正式实施的 EN71-3:2012，规定了玩具应符合的化学性能，不仅对特定重金属的限制从 8 种增加到 19 种，还首次提出禁用或限用 66 种致敏性芳香剂，并对生产玩具广泛使用的 15 种邻苯二甲酸盐表示高度关注。

“EN71 是欧盟市场玩具类产品的规范标准，而一旦 EN71-3:2012 正式实施，意味着所有销往欧盟成员国的玩具产品，必须通过 19 大重金属检测。”义乌市雪儿玩具有限公司销售经理王某说，新欧标于 2011 年 7 月提出，前后有两年时间让中国玩具生产商和材料供应商

进行调整，但即便如此，仍会有不少规模较小的生产商和材料供应商无法达到要求，这就意味着他们的产品将与欧盟市场“失之交臂”。

王某坦言，出口欧美的义乌玩具企业大多是贴牌加工，创新能力、抗风险能力较弱，对客户的依赖程度高，同时新欧标的项目在过渡期没有明确的检测方法，存在较多的不确定性。此外，新欧标实施以后，原材料和检测成本都将大幅提升，在国外客商掌握研发和销售两个产业端的情况下，企业利润空间被进一步压缩。

（五）据研究机构预测，网购规模增速将放缓

3 月 5 日，调研机构清科研究中心认为，随着电商行业政策风险上升，2013 年网上零售市场增速将减缓。在宏观经济整体走低的情况下，电子商务网上零售类业务借助产品价格优势逆势而上。据清科研究中心数据，2012 年中国网上零售市场交易规模突破万亿，达到 1.38 万亿元，较上年增长 68.72%。

多个迹象表明，政府今年将出台政策，从多个层面加强加深对行业的干预。清科研究中心认为，政府对行业的干预，无论是扶持还是监管规范，都将增加行业健康发展的风险。若将电子商务行业列入马云所谓的“国家战略”，推出系列产业扶持政策，必将扭曲行业供需结构。在政府扶持政策下，行业市场供给会出现超常规的增长速度，为以后行业萧条埋下伏笔。根据清科研究中心的预测，政府今年将出台关于电子商务行业的政策已是大势所趋，若相关税收政策于今年落实，网上零售类电商经营成本上升，产品价格上涨，整个行业的市场竞争力将受到影响。预计 2013 年中国网上零售市场交易规模增速将减缓至 40%-50%之间。

五、专题分析

义乌市构筑现代物流对策研究

物流是指为了满足客户的需求，以最低的成本，通过运输、保管、配送等方式，实现原材料、半成品、成品或相关信息进行由商品的产地到商品的消费地的计划、实施和管理的全过程。

物流最早是在二战中，围绕战争物资供应，美军建立的“后勤”为理论原型的。当时的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置，以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来，将“后勤”体系移植到现代经济生活中，才逐步演变为今天的物流。物流系统也可像互联网般，促进全球化。在贸易上，若要更进一步密切与世界联系，就得靠良好的物流管理系统。

关于物流的作用，概要的说，包括服务商流、保障生产和方便生活三个方面。随着科学技术的进步和经济的不断发展以及中国加入WTO，中国企业正面临着巨大的竞争压力，作为企业顾客服务的主要构成部分的物流服务已成为企业提升竞争力的关键。现代化的管理与现代物流企业越来越紧密地联系在一起，物流管理为企业降低成本、提高效率、服务客户提供了强有力的技术支持。现代物流管理正确的实施与策略已成为提升物流企业竞争力的关键所在，为此，强调构建现代物流管理具有十分重要的现实意义。

经过 30 多年的努力与更迭，如今的义乌市场，实现了从“鸡毛换糖”到“世界超市”的转变。作为全国乃至全球性的小商品流通中心，培育和加快发展现代物流业，对于进一步促进市场繁荣发展，加快建设国际性商贸城市至关重要。

从理论上讲，20 世纪 90 年代以来，随着科学技术的进步和经济的不断发展，消费呈现个性化、多样化的特征。企业面临着缩短交货期、提高产品质量和降低成本的压力。商品在进入成熟期以后，顾客对于商品的比较不仅仅放在质量方面，而更侧重于伴随商品购买所得到的服务，服务在顾客决策中已占据重要地位。面对激烈的市场竞争，越来越多的企业开始关注客户服务，去主动靠近顾客，并以顾客的需求和利益为中心，最大限度地满足顾客的需求，顾客服务成为企业竞争力重要表现。

作为顾客服务主要构成部分的物流服务，则成为企业提升竞力的关键。特别是随着网络技术的发展，企业间的竞争已突破了地域的限制，竞争的中心逐步转移为物流服务的竞争。目前许多大型制造业、零售业的跨国公司，为争夺全球市场，把物流服务作为自己的竞争优势。同时，它们也从高效率、优质的顾客服务中获得巨额利润。在日益激烈的市场竞争环境下，如何提升和确定企业的物流服务水平，保证企业长期竞争优势，显得越来越重要。这对于靠市场起家的义乌来说，更是义乌上下包括广大经营户和政府等共同需要探讨和解决的重大课题。

据悉，目前义乌市拥有道路货运经营主体 10000 多个，拥有公路托运经营单位 452 家，从事卸货配送服务的经营单位 262 家。物流运输方式多样化，形成了对外运输直接拥有公、铁、空三大运输方式，与小商品市场相适应的较为发达的物流体系，成为浙江省运营最繁忙、业务量最大的四大物流主枢纽之一。目前，公路货运业务直达全国 30 个省（市、自治区）260 多个城市，年货物出运量超过 500 万吨；铁路行包专列开通了 6 趟，全国 20 多个铁路大站在义乌设立了中转托运站，年货物吞吐量 325 万吨；航空货邮量也逐年增加，驻义

乌经营的航空货代有 100 余家。国际物流发展势头强劲，目前在义乌设立办事处的船务公司有中海、法国达飞、以星、中外运、美国总统轮船、地中海航运等 15 家国际知名企业，有各类海运、外运、外贸代理 800 余家。

随着义乌市实施了货运市场开放，市场运价大幅下降，形成了“价格洼地”、“平台高地”效应，吸引了宁波、杭州、温州、衢州、湖州、绍兴等众多周边区域甚至上海等周边省市的货物到义乌中转，大大增加了货运总量。虽然运价低，但仍能保持适当的盈利，低价竞争优势较为明显。

与此同时，在调研中我们也发现，义乌的物流业发展依然存在着一些急需改善的问题。

一是物流企业蓬勃发展，但总体素质偏低。大多数物流企业从事单一功能的运输、仓储和配送，很少能提供物流策划、组织及深入到企业生产领域进行供应链全过程的管理。物流作业方式传统，经营管理手段粗放，货车箱式化、装卸作业机械化程度不高，未达到现代物流的标准和要求，基本上还处于以简单货物运输为主要形式的传统物流业阶段。物流信息技术应用水平低，物流企业技术装备、管理手段、服务网络和信息系统薄弱，大部分物流企业仍然采用电话或传真等方式进行业务信息联系，大部分物流场站没有公共信息平台。

二是物流国际化水平日益提升，但缺少物流现代服务体系支撑。相对于物流国际化发展要求，义乌市的物流服务在信息技术、人才、通关等支撑体系方面不够完善，也缺少众多的增值服务。特别是通关服务．现行的报关模式还不能完全满足全市国际贸易发展的实际需要，导致大量的国际货运到周边县市区报关、施封。另外，目前义乌在保税、口岸功能方面还有欠缺。

三是物流洼地效应明显，但缺乏完善的基础设施支撑。随着国际物流量激增，国际物流中心已超负荷运行，大部分物流业务均在场外。场站仓储设施不足，不仅严重制约物流业发展，也带来城市交通拥堵、噪声扰民、安全隐患严重等系列问题。

基于以上几点问题，我们对于义乌在建设现代化物流港方面，首先要思想上进一步重视物流工作，继续加强组织领导，并切实制定好适合义乌发展的科学的物流发展规划。义乌的商业是由小商品起家的，更应该以物流业的发展来促进商业的健康、繁荣的发展。发展物流是一项系统工程，需要发挥政府和行业协会的推动与调控作用，统一规划，合理布局，建立多功能、高层次、集散功能强、辐射范围广的现代物流中心，克服条块分割的弊端，避免重复建设和资源浪费现象，促进物流健康、有序发展，为物流企业发展创造良好的外部环境。除此以外，尚需要强化以下几点工作：

第一，引进绿色物流的管理理念。物流虽然促进了经济的发展，但是物流的发展同时也会给城市环境带来不利的影响，如运输工具的噪声、污染排放、对交通的阻塞等，以及生产及生活中的废弃物的不当处理所造成的对环境的影响。为此，21世纪对物流提出了新的要求，即绿色物流。绿色物流包括两方面：一是对物流系统污染进行控制，即在物流系统和物流活动的规划与决策中尽量采用对环境污染小的方案，如采用排污量小的货车车型，近距离配送，夜间运货（减小交通阻塞，节省燃料和减小排放），以及针对污染发生源、交通量、交通流等制定了相关政策；二是建立工业和生活废料处理的物流系统。

第二，加快物流技术开发与应用。现代物流是以物流企业为主，以运输和信息为平台，以信息技术应用为核心。涉及生产、流通和消费全过程的现代供应链管理系统。 物流的信息化、网络化和社会化

是现代物流的发展趋势。但长期以来，运输资源利用不当，业内沟通不畅，仓库浪费过量等现象，一直困扰着物流业的发展。基于互联网的GIS、GPS技术，在现代物流及供应链管理领域有着广阔的应用前景，对于物流企业优化资源配置，提高市场竞争力，将起到积极的促进作用。

第三，强化信息技术和服务支撑。现代物流业区别于传统运输仓储业的主要特征就是信息化。积极发展物流信息网络系统，构筑物流信息平台是义乌市发展现代物流的关键。为此，要充分利用义乌市信息基础设施较好、社会信息化程度较高等有利条件．整合物流信息资源，建立开放的物流公共信息查询系统、物流电子政务信息系统和物流电子商务信息系统，实现信息资源共享和物流在线跟踪与过程。同时，积极协调海关、检验检疫等部门，加快“大通关”、“义乌港”建设，扎实推进现代物流的大发展。

第四，重视物流人才培养，实施人才战略。与物流发达国家的差距，我们不仅仅是装备、技术、资金上的差距，更重要的是观念和知识上的差距。只有物流从业人员素质不断提高，不断学习与应用先进技术、方法，才能构建适合义乌的物流业。要解决目前专业物流人才缺乏的问题，较好的办法是加强物流企业与科研院所的合作，使理论研究和实际应用相结合，加快物流专业技术人才和管理人才的培养，造就一大批熟悉物流运作规律、并有开拓精神的人才队伍。物流企业在重视少数专业人才和管理人才培养的同时，还要重视所有员工的物流知识和业务培训，提高企业的整体素质。

第五，加快建设电子物流业。基于网络的电子商务的迅速发展促使了电子物流的兴起。很多相关的调查企业也预测了该行业的迅速增长。企业可以通过互联网加强了企业内部、企业与供应商、企业与消

费者、企业与政府部门的联系和沟通，相互协调，相互合作。消费者可以直接在网上获取有关产品或服务信息，实现网上购物．这种网上的“直通方式”使企业能迅速、准确、全面地了解需求信息，实现基于顾客订货的生产模式和物流服务。此外，电子物流可以在线追踪发出的货物，在线规划投递路线，在线进行物流调度，在线进行货运检查．可以说电子物流将是21世纪物流发展的大趋势，所以义乌需要捷足先得，加快建设电子物流业。

六、附录

（一）附表

季内总指数及分类指数月均值

分类指标	报告期（本季度）月均值	环比期（上季度）月均值	报告期比环比期（±%）
综合指数(YMCI）	145.27	147.10	-1.24%
商品质量指数(CQI)	149.42	149.29	0.09%
交易活跃指数(TAI)	140.90	152.02	-7.31%
客商满意指数(BSI)	143.75	142.91	0.59%
风险可控指数(RCI)	145.70	139.03	4.80%

1-3 月市场信用综合指数和分类指数一览表

分类指标	报告期（2013.01）分值	环比期（2012.12）分值	环比增长
综合指数(YMCI）	150.59	149.89	0.47%
商品质量指数(CQI)	155.63	150.81	3.20%
交易活跃指数(TAI)	142.71	162.60	-12.23%
客商满意指数(BSI)	142.29	143.12	-0.58%
风险可控指数(RCI)	159.83	134.31	19.00%

分类指标	报告期（2013.02）分值	环比期（2013.01）分值	环比增长
综合指数(YMCI）	136.63	150.59	-9.27%
商品质量指数(CQI)	155.92	155.63	0.19%
交易活跃指数(TAI)	120.88	142.71	-15.30%
客商满意指数(BSI)	147.31	142.29	3.53%
风险可控指数(RCI)	118.52	159.83	-25.85%

分类指标	报告期（2013.03）分值	环比期（2013.02）分值	环比增长
综合指数(YMCI)	148.58	136.63	8.75%
商品质量指数(CQI)	136.72	155.92	-12.31%
交易活跃指数(TAI)	159.13	120.88	31.65%
客商满意指数(BSI)	141.64	147.31	-3.85%
风险可控指数(RCI)	158.75	118.52	33.94%

（二）经营户问卷调查

义乌市场信用指数（YMCI）经营户有奖问卷调查表

（2013 年 03 月）

本问卷为义乌市人民政府企业信用工作领导小组办公室为打造公平、公正的市场环境，维护交易者的合法权益，提升服务质量而设置的。您的回答信息将会被保密，调查结果将用于科学研究，谢谢您的配合！

义乌市人民政府企业信用工作领导小组办公室

义乌市工商行政管理局信息管理办公室

本问卷共 7 个问题，请在你选择的答案前打 √。

1. 市场内存在销售假冒伪劣商品、不合格商品和傍名牌、低价倾销、虚假宣传等情况吗？

☐A 基本不存在（154）　☐B 存在，但较少（121）　☐C 存在，非常多（25）

2. 根据您的了解，目前市场摊位租金的变化情况？

☐A 租金在增加（131）　☐B 租金基本不变（135）　☐C 租金在下降（34）

3. 请您客观评价，当前义乌市场经营户自身的诚信状况如何？

☐A 经营户绝大多数讲诚信（166）　☐B 经营户大多数讲诚信（121）
☐C 经营户不讲诚信情况时有发生（13）

4. 根据您的了解，外商对义乌市场总体信用状况的满意程度？

☐A 外商非常满意（119）　☐B 外商基本满意（167）　☐C 外商不太满意（14）

5. 本月货款赊销金额占商品销售额的比例是：

☐A 小于 20%（122）　☐B 20%-50%（153）　☐C 50%以上（25）

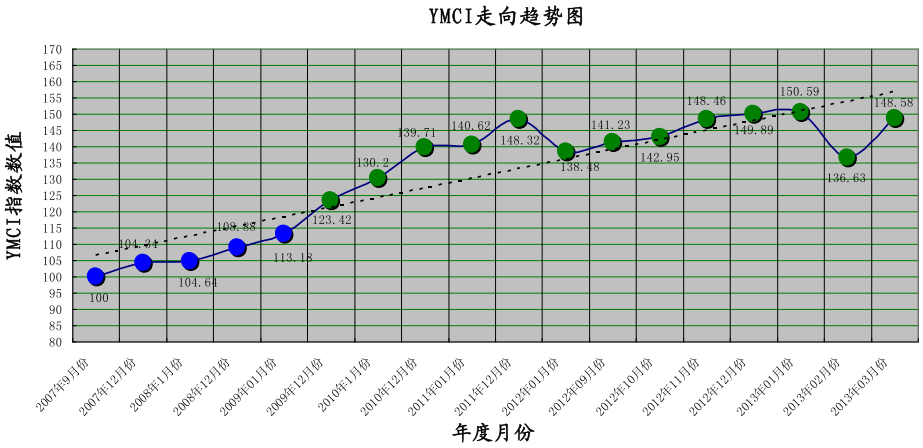
6. 本月经营成本与上月相比变化情况：

☐A 减少（113）　☐B 变化不大（5%以内）（147　☐C 增加（5%以上）（40）

7. 您的经营资金能否满足当月生意需要？

□A 可以（145）　　□B 有一定缺口（123）　　□C 缺口很大（32）

（三）YMCI 走向趋势图



（四）YMCI 简介

义乌市场信用指数（Yiwu Market Credit Index），简称 YMCI，由义乌市工商行政管理局和北京大学中国信用研究中心研发编制，是一套反映和量化义乌市场信用变化发展趋势和特征的指数体系。YMCI 模型先后经过二次优化，由 27 个指标、4 大分类指数构成，采用了五色灯和 NBW 两个预警系统。

YMCI 是国内首个市场信用指数，该指数自 2007 年 9 月运行以来，较好地反映和预警了义乌市场信用的发展变化，已成为指引义乌市场主体走向诚信经营的“风向标”，是监督市场信用状况变化的“晴雨表”。YMCI 的编制和发布，有利于市场分类监管指导，有效增强和提升了义乌市场信用的水平和竞争力，是义乌市场经济“软实力”的一大象征。

七、YMCI 数据来源

一、YMCI 部门共享数据由以下部门提供（排列顺序以提供更新数据先后为序）：

1、义乌市工商行政管理局

2、义乌市公安局

3、义乌市小商品指数中心

4、义乌市质量技术监督局

5、中国银行业监督管理委员会金华监督分局义乌办事处

二、YMCI 经营户问卷调查数据由国际商贸城一期、二期、三期经营户抽样提供。

YMCI 数据采集：吴忆晗

YMCI 数据校验：骆明君