

2023年商业调研报告(优秀8篇)

辞职报告是一种书面材料，用于向雇主表达辞职意愿。在下面的范文中，你可以看到优秀开题报告的结构和内容安排。

商业调研报告篇一

近年来，随着我国商业银行争夺国内金融市场的竞争日趋激烈，客户经理制作为适应竞争需要而推行的一种全新的金融模式，越来越得到各家商业银行普遍青睐，已经成为各家商业银行竞争优质客户、营销银行产品和服务，提高经营效益的一种营销管理体系逐步推广开来。各家商业银行自推行客户经理制度以来，进行了多方面大胆的探索。

（一）我国商业银行客户经理制的现状

我国商业银行客户经理制度是商业银行经营发展的必然要求。在我国，各国有商业银行的部分业务岗位早就形成了客户经理的雏形，原来各专业银行的信贷外勤、储蓄外勤以及再后来出现的会计结算外勤、公存业务员等等，在严格意义上讲都具备了部分客户经理的特征，如具有相对独立的工作能力，较强的专业业务知识，良好的社会活动能力和相对超前的服务意识。这在当时的环境条件下为国有商业银行的对外联系、组织存款等作出了很大的贡献。

由于国有商业银行在体制上存在着种种限制，经营上条块分割，专业领域相对封闭等原因，而难以在整体上形成合力，缺乏全面突破能力。外勤业务人员又没有相对独立的业务权力，缺乏激励机制等，使国有商业银行专职客户经理难以诞生。

但是，国有商业银行在此基础上还是培养和储备了一大批优秀的外勤人才，包括现在在国有商业银行和其他股份制商业

银行重要岗位上任职的中上层管理干部，许多都是经过外勤岗位锻炼以后，能力得到了体现，才逐步走上领导岗位的。因此，客户经理制度在我国还是有一定基础的。

进入二十一世纪，特别是我国加入wto以后，内因外因迫使国有商业银行转变原有的经营理念、经营机制和经营方式。客户经理制度作为西方商业银行一种成功的经营模式，已逐渐被国有商业银行所接受，中国银行、中国建设银行相继于1997、1998年实行了客户经理制；中国工商银行、中国农业银行加大了研究和推行客户经理制的力度；光大银行、华夏银行等其他商业银行也都在研究客户经理制，并逐步开始施行。虽然，我国目前的国有商业银行客户经理制度正处于一种初期发展阶段，尚属于探索期，客户经理制度还缺乏必要的组织保障和制度保障，国有商业银行的经营机制和组织结构制约了客户经理制的发展，客户经理的主观能动性尚未得到完全发挥，有的规章制度制订的是否妥当还有待时间的考验。但国有商业银行对客户经理制度实施过程中出现的问题和经验进行了广泛的理论探讨和研究，为客户经理制度在我国金融业的存在和发展提供了许多理论依据。

（二）我国商业银行客户经理制的内涵

实施客户经理制的实质和根本目的，就是一切从客户和市场需求出发，建立以市场为导向、以客户为中心、以增强营销能力为动力的全行联动的市场营销服务机制，通过培植一个庞大、稳定的优质客户群体，实现商业银行效益最大化。从西方商业银行实施客户经理制的历史经验来看，真正的客户经理制必须包含以下几种核心理念：1、客户导向理念；2、营销一体化理念；3、核心客户综合开发理念；4、个性化产品和服务理念；5、金融服务创新理念；6、深化金融服务技术内涵理念。

推行客户经理制既是构建“以市场为导向、以客户为中心、以效益为目标”的现代商业银行运行机制的要求，也是建立

全方位、多层次市场营销体系的现实选择。

（一）实行客户经理制是银行客户关系变化的要求

我国成为wto成员后，商业银行面临的压力，不仅有来自外资银行的潜在竞争压力，而且还有客户对银行的现实需求压力。目前，最重大、最紧迫的压力就是后者，尤其是高端客户对国内商业银行的现实需求压力。如果认为目前国内对外资银行的开放是分区域、分阶段、分业务的话，国内商业银行为迎接挑战应还有一定的缓冲余地，那么客户的多元化需求无疑是最直接、最现实、最迫切的压力了。这是因为满足客户尤其是高端客户的多元化需求的银行是可以替换的，具体表现为其对某一家银行的依赖性减弱和忠诚度下降，尤其是在充分竞争的同业市场环境中更是如此；另一方面，客户对银行业务和产品需求也日新月异，越来越向多元化、差异化为特征的异质市场发展，而商业银行传统的“我有什么、你买什么”均质市场的服务体制已经不适应客户的需求了。高端客户的需求压力已经形成了咄咄逼人的市场倒逼，要求银行建立和稳固良好的银行客户关系，真正做到满足客户需求优于闭门制造产品后的推销。在这种情况下，建立和发展客户经理制显得尤为急迫。

（二）推行客户经理制是增强商业银行竞争力、提升服务的要求

商业银行传统的客户服务方式是“多面对一点”的分散型，即同一客户的不同业务需要与银行不同的部门联系。这种模式既不利于内部效率提高，又不利于提高客户的满意度，更不利于银行及时、全面掌握客户信息，很难适应市场竞争和客户发展的需要。因此，建立以市场为中心的客户经理制能有效地将“多面对一点”的松散模式转化为“一点对多面”的集约化经营模式，从而达到整合内部资源、降低内耗、增强竞争力和提升服务水平的目的。

（三）推行客户经理制是商业银行建立科学营销体系的要求

长期以来，国内商业银行还未完全建立和健全市场营销体系，业务、职能机构的设置主要按产品和专业划分，而按产品划分的自上而下的决策、运营、管理模式又进一步强化了职能分割、业务分离的状况，各部门只能分别向客户提供单一的金融产品，造成了部门之间的分割管理与客户日益增强的多元化金融服务需求之间产生越来越强烈的冲突，导致客户关系管理滞后，竞争力削弱。建立客户经理制能够突破制度性、机制性障碍，发挥整体功能，拓展市场领域，优化客户结构，强化客户服务，全面开发和营销金融产品。

（四）推广客户经理制是与国际金融接轨的需要

目前，金融市场逐步开放，外资银行已大规模地涌入我国与中资银行抢夺市场，我们越来越清楚地意识到国内银行与国际先进银行间的差距不仅仅表现在产品和风险防范上。在营销理念，营销人员和营销技术上的差距更加巨大。发达国家商业银行普遍实行客户经理制度。以客户、行业、地区和产品为线索的网状矩阵式的组织和经营架构使他们将营销资源集中起来，按客户类型和金融需求进行排布，以最大限度地适应市场变化，基本形成前台营销、中间风险控制和后台产品处理三大序列。前不久，花旗银行上海分行宣称，月储蓄存款余额达10万美元以上的储户就可以获得专业的理财咨询。如果不能及时学习借鉴外资银行的先进经验，我国的商业银行就难以与国际一流银行争高下。

（一）商业银行客户经理制出现的主要问题

由于商业银行客户经理制在我国实施时间不长，存在许多方面的不足，使得客户经理制在执行中存在较多的风险，主要有以下几方面：

1、道德风险，即与客户经理的职业道德相关的风险。由于客

户经理对外代表银行进行业务营销和客户维系，其营销和维系的客户比较固定，一般是几个或多个优质客户，长期代表某家银行与这些客户打交道，因而客户经理与其所服务的客户之间建立了一种十分密切的关系，经过长期的交往，企业对客户经理往往充满信任，同时，客户经理与企业部分管理人员之间将会建立起较为牢固的友情关系或利害关系。如果某个客户经理的职业道德差而银行又未能及时发现，就存在较大的风险。

2、素质风险，即与客户经理的个人素质有关。客户经理是银行业务的直接营销人员，如信贷客户经理一般还是信贷业务直接调查人员，因此客户经理的政策水平、业务水平、调查能力、分析判断能力等个人素质的高低决定着某些银行业务风险的高低。如信贷客户经理，如果对信贷政策、产业政策了解不够、贷前调查不够深入透彻、分析判断能力不强，那么就会给信贷资金带来风险。因为在发放贷款时，往往客户经理（兼信贷调查岗的职责）的调查结果对贷款的发放起到决定性作用，如客户经理调查不全或对有关政策了解不透，可能会让领导层作出错误决策，从而形成风险。

3、形象风险。由于客户经理对外代表银行进行业务营销和客户维系，并直接面对客户，对外代表一个商业银行的形象。如果客户经理在与客户交往过程中存在以权谋私、怠慢客户、言行粗俗等影响银行形象和银企关系的行为，会给银行带来客户流失风险。

4、操作风险。实施客户经理制度之后，银行经营管理体系被重组，原来的部门设置和职能分工被打破，新的机构设置和部门分工会带来一个时期的混乱，突出的表现就是营销部门内部缺乏明晰的业务运转线路，报告和负责体系紊乱，营销部门与产品部门及风险控制部门之间的运转不畅，相互推诿扯皮的事情时有发生，出现若干管理真空，容易出现业务操作上的风险。

5、财务风险。由于客户经理代表银行对外交往，一般拥有一定的营销经费，而各行对客户经理费用的管理还不完善、不成熟，对客户经理采买营销礼品及宴请客户的管理机制不完善，对客户经理公关费用管理不到位，存在客户经理利用公款大吃大喝、公款私用等财务风险。

6、挖转风险。客户经理是各行的营销精英，与优质客户关系十分密切，也是他行挖转人才的重点对象。如一个客户经理与某一大客户关系十分密切，而这个客户经理又被他行挖走，则该客户也可能随之转户，造成客户流失风险。

（二）商业银行客户经理制的问题分析

1、相关制度不够健全。目前关于客户经理管理的有关制度不健全，对客户经理的制约机制不完善。实施客户经理制必须要有完善的管理机制相约束，通过建立和完善管理机制来确保客户经理制的实施，目前商业银行在客户经理管理机制方面不健全、不完善，使基层行在管理客户经理方面无“法”可依，无规可循，客户经理的行为主要靠自我约束，从而容易产生风险。

2、整体素质有待提高。客户经理制的核心问题就是要培养和造就一支综合素质高、业务能力强、善营销、能公关的客户经理队伍，这也是关系到能否发挥客户经理制这一体制优势的关键所在。但是由于客户经理是银行内部人力资源的重新整合产生的，部分客户经理仍然带有原专业、原部门的烙印，所选拔的部分客户经理综合素质的不理想，不仅使得客户经理在对外营销和开拓中捉襟见肘，而且也使业务营销增加风险。

3、监督机制未能跟上。在银行的营销体制中，客户经理就相当于银行与客户的桥梁。目前的管理体制给予客户经理很大的灵活性和活动空间，监督机制落后容易使这种“一手托两家”的机制产生信息失真和监督失灵，而同时在某些方面客

户经理个人利益和部门、银行之间还存在着一定程度的矛盾，如果监督机制跟不上，有可能导致银行交易成本和交易风险加大。

4、营销定位不够明确。实施客户经理制度之后，银行整个内部资源被重新整合，客户经理或整合到单一部门或分散到相关部门，因此也带来了客户经理与本部门、部门与部门分工和配合问题。虽然在对外营销中客户经理代表银行整体，但在内部的具体业务流程中客户经理只能依照现有的框架代表相关部门，容易产生报告和负责体系紊乱，部门协调、运转不畅，甚至导致相互推诿扯皮，容易产生业务风险。

5、考核机制不够科学。目前，对客户经理的考核基本上是采用单个指标的量化考核，例如存款、贷款和中间业务数量，在这种考核体系中，客户经理关注指标的数量甚于指标的质量，因此出现了为完成任务而忽视了成本和风险的现象，这种粗放式的考核不仅不能有效地反映出客户经理的工作业绩，而且在一定程度上也加大了银行成本支出和造成风险问题。

（一）转变观念，正确把握客户经理制度的科学内涵

客户经理制作为商业银行的一种制度创新，是稳定优质客户群体的基础。尊重客户、以客户为中心，主动为客户服务是市场经济条件下对商业银行的基本要求。因此正确把握客户经理制度的科学内涵，实施客户经理制度是真正体现以市场为导向、以客户为中心的服务理念，变客户围着银行转为银行围着客户转的关键。

（二）整合流程，实现银行运作机制再造

从客户的需要看，银行传统的职能分工人为分割了业务流程，方便银行自身的内部管理而忽视了满足客户的需要。为此，应对银行传统的工作结构和工作方法从根本上进行重新思考和设计。应根据客户需求将分散在各个职能部门的工作，按

照最有利于顾客价值创造的营运流程重新组装，从而建立以客户为中心的流程组织，以期在客户满意、成本、质量和对市场的反应速度方面有较大突破，从而获得银行的持续竞争优势。重新整合业务流程，特别强调一些业务流程设计应尽量采取并行方式，提高效率。同时在设计业务流程时还应区分不同客户和不同场合，在业务处理上应有灵活性，而不是一概以标准化的流程来应付多样化的消费者。银行通过整合业务流程管理再造业务的综合化，对外将同一客户的各项金融服务统一由一个部门受理，同一客户的所有业务联系统一由客户经理负责提供制度保障，使得客户经理有条件专门负责与客户的沟通、客户的调查和客户的开拓以及替客户协调银行后台各部门的关系。

内部组织与协调机制的改革，必须把组织结构、人员、系统、工作程序及资讯科技等结合起来，推动在整个机构里都能体现到以客户为本的经营管理策略，为实施客户经理制提供必要的机制保障和生存空间。

（三）统一管理，建立客户经理服务中心

根据市场分析和客户分类，银行内部可以专设客户经理部门，进行统一管理，使得客户经理能专注于产品宣传营销，专注于受理客户提出的需求。可按照公司和个人业务分为两类客户经理，分别配备不同年龄、文化、知识等相应社会背景和资源的素质的人员。每一类客户还可以按照业务特点、行业或产品进行细分，同类客户可由一个客户经理管理，重要客户可以专门配备客户经理或客户经理小组。打破客户经理设置“官本位”化，取消客户经理的行政级别，高级、中级和初级客户经理根据服务客户需要设定，不再与行政级别相对应，不再套用行政级别名称。部门之间应建立工作承诺制，使客户经理对跨部门的需求能及时处理。各专业部门在本专业范围内应接受客户经理的委托和协调，指定人员办理负责办理客户经理委托事项。只要客户提出的金融服务涉及银行多个部门的，客户经理有权要求各部门予以业务协作。赋予客户

经理业务协调权，业务监督权、业务办理权、业务解释权及费用开支权。对重要客户的客户经理授以更多的处理业务权限，如有权直接向行长报告客户的要求和动向，特别是客户提出的一些特殊性需求（如银行尚未开办的业务、超越权限的业务等），并将对客户需求的处理意见代表银行答复客户。客户经理有责任向本部门和相关部門反馈市场信息、客户动向，为领导和业务部门制定经营管理政策提供准确可靠的依据。

（四）实施激励，构建市场化人才约束机制

建立商业银行客户经理激励约束机制的基本原则是：按照责、权、利相匹配的原则，将客户经理的收入与工作绩效紧密挂钩，合理拉开分配差距，克服平均主义，吸引高素质人才，以实现现代商业银行的发展目标。在业绩考核方面，一是依据贡献度为核心的考核指标评价体系，把各类客户经理的考核统一到一个平台，即利润之上，以解决客户经理设置、录用、激励、约束、评价、退出等一系列问题；二是要加大对客户经理业务经营的授权力度，但要做到授权有限；三是要根据绩效决定报酬。

（五）加强培训，全方位提高客户经理综合素质

客户经理是未来商业银行的精英，但是目前的客户经理因着工作经验、知识结构、分工机制等因素的制约，离真正能提供综合化的服务还有一定的距离。所以应加强客户经理综合素质的培训，造就一批不仅全面掌握银行业务知识同时也熟捻市场营销技巧的复合型的客户经理。通过培训和鼓励员工自学，使其具有相当学历和资历，了解有关的经济金融政策和产业政策，熟悉本外币存贷款业务及相关制度和办法，基本熟悉企业财务会计知识和法律知识，掌握一定的外汇、结算、出纳、储蓄、信用卡、理财等银行业务知识，能进行基本的计算机操作，从传统业务知识到金融产品创新，从单纯的业务技能到独挡一面综合素质的提高。在银行内部实行岗

位轮换制,以适应动态的市场行为对人才一专多能、才智结构复合的多维要求,还可以把业务骨干送往大专院校、大企业、大集团培训,及时补充和丰富理论及实践知识,不断提高理论和实际操作水平,促其快速成长。通过多层次多方位加强培训,为银行培养造就一批实干的高精尖人才。

商业调研报告篇二

流动性风险是商业银行经营过程中最主要的风险之一,在商业银行经营过程中,流动性风险是一直存在的。流动性风险是指银行无力为负债的减少或资产的增加提供融资,即当银行流动性不足时,它无法以合理的成本迅速增加负债或变现资产获得足够的资金,从而影响其盈利水平。任何一家银行如果出现流动性风险,就可能失去许多潜在的盈利机会,并且流动性风险具有联动效应,一旦流动性风险进一步加剧,极易导致存款人恐慌性地提兑存款,诱发挤兑风波,最终导致银行破产。流动性风险问题解决不好,不仅可能导致商业银行的破产清算,而且可能导致金融危机甚至整个国民经济的瘫痪。因此,如何有效管理流动性风险已成为商业银行风险管理的核心内容之一。

引起商业银行流动性风险的因素众多,包括银行资产与负债在量与期限结构上的不匹配、资本金不足、盈利水平低下、资金备付率不足、客户周期性资金需求变动、经济周期的影响、利率变动、中央银行货币政策变动、以及其他突发性因素等等。商业银行的任何一项经营活动不善都有可能最终导致流动性风险。但是,从商业银行经营管理的特点和各因素的可控性来分析,资产负债结构不匹配是导致流动性风险的最主要最直接因素。因此,商业银行流动性风险管理的实质就是通过对其资产和负债流动性的有效管理,促进其资产负债结构的合理配置,最终将流动性风险控制是可以承受的范围内。因而,有效地度量和分析银行的流动性并保持资产、负债和表外业务的潜在流动性以及设法及时获得流动性是商业银行管理流动性风险的基本内容。

（一）流动性风险管理意识淡薄。长期以来，国有商业银行承担着促进经济增长的宏观功能，有强大的国家信用支撑，因此人们总是将银行的命运与政府的支持联系在一起，认为政府会承担银行的一切风险，银行不会倒闭，也不会发生流动性危机。另外，源源不断的居民家庭储蓄存款是商业银行无流动性危机之忧的第二大原因。由于商业银行对流动性风险认识不足，风险管理还主要集中在信贷风险上，缺乏流动性风险自我控制的主动性和自觉性。

对下级银行资金需求的主动性管理不足。在决策程序的具体操作上，总行主要负责分行之间的资金调剂、参与债券市场交易、进行同业资金拆借，以便满足下级行当日或未来较短时间内用于保证支付的资金需求，分行一般局限于上下级行之间的资金调拨。决策程序体现为下级银行“倒逼”上级银行，上级银行基本上只是被动地接受下级银行资金余缺的现实，并被动地做出反应，而没有对下级银行净融资需求进行事前度量和预测，并采取事前的防范与控制措施以及部署相应的流动性计划和安排，缺乏对下级银行资金需求的主动性管理。

（三）流动性管理指标体系有局限性。目前商业银行资产负债比例管理中，流动性评价指标主要是备付金比例、资产流动性比例和中长期贷款比例。这些指标内容比较单薄，并不能全面反映银行资产的流动性状况，更没有反映银行的融资能力。而各银行又不顾自身实际去套用、追求这几项流动性指标，扭曲了流动性管理的本质。

（四）商业银行流动性管理缺位，流动性管理发展存在诸多制约因素。银行是高负债运作的特殊企业，其负债的不确定性和硬性约束都要求银行资产具有较强的流动性，流动性管理也就成为银行经营管理的首要任务和核心目标。流动性管理具有内生性，流动性管理的主体是商业银行，而非中央银行，它产生于商业银行业务活动的内在要求。我国的流动性管理表现出以中央银行监管为主的外生性特点。中央银行的

流动性监管与商业银行自身的流动性管理在目的、方式、效果上是完全不同的。目前我国以中央银行为主体的流动性管理体制，以固定不变的流动性比例作为常规的监管方式，过分强调中央银行的监管，忽视了流动性管理的内生性，严格意义上的流动性管理在我国仍然处于缺位状态。

（五）以四大国有银行为代表的我国银行体系存在许多流动性隐患。一是资产负债结构不合理，我国商业银行资产负债比率一直居高不下，超负荷经营；二是存贷款比例较高，对于全面衡量商业银行的流动性风险，该指标存在着一定的缺陷，不能反映出存贷款在期限、质量和收付方式等方面存在差异而产生的流动性风险程度；三是中长期贷款比重过高，并且继续增加趋势明显，资金使用日益长期化；四是活期存款占各项存款的比重较高，资金来源日益短期化；五是储蓄存款占各项存款的比重呈下降趋势；六是贷款质量较差，管理水平有待提高。

（一）全面实施资产负债管理。流动性风险不是单纯的资金管理问题，而是多种问题的综合反映，因此，应当从资产负债综合管理的角度来探讨流动性风险的防范。一是加强各级商业银行法人体制，强化经营系统调控功能；可以将银行系统内资金逐级、逐步集中，充分发挥资金管理行对于全系统内资金的调控功能，建立健全一级法人体制下的内部控制体系，规范各级银行的经营行为；建立应对流动性风险的内部决策控制、实施控制、事后监控和预警机制。二是建立高效、科学的系统内资金调控反馈机制，管理行及时根据各分支机构资金头寸情况，进行有效的资金调剂，建立起系统内资金预测、统计和分析的管理体制。三是实现各商业银行资金的优化配置。通过强化资金在各行全系统调拨，充分利用好有限的资金资源，实现资金在全系统的优化配置，以增强系统内资金的效益性和流动性。

（二）通过创新降低流动性风险。一是负债业务的创新，重点是通过主动型负债，增强负债的流动性。二是资产业务的

创新，包括在逐步增加优质信贷资产比重的同时减少信贷资产总量占比，开展低风险的中、短期投资业务等。三是中间业务的创新，通过提高商业银行的化水平，完善其服务功能，大力开办各种委托代理和中间服务业务，提高资产负债的总体流动性水平。

（三）建立资金合作救助机制。一是总行（分行）资金救助机制。二是当地央行资金救助机制。三是同业资金救助机制，总行应允许二级分行与当地国有商业银行建立资金救助合作关系，在特定的条件下允许二级分行向当地国有商业银行拆入资金解决头寸资金不足问题。

（四）优化资产配置，降低不良贷款率。首先，银行本身应提高资金运营水平，合理配置中长期贷款在银行资产中的比重，有效防范资产的流动性风险，并要鼓励金融创新，丰富金融工具和金融衍生品，鼓励提高银行提供差异化金融产品及水平，借以降低信贷资产比率，优化银行资产配置。其次，要采取有力措施建立有效的约束机制，继续完善审贷、放贷、贷后管理等业务流程，实行合理的考核及奖惩制度，成立独立的内审机构，并严格遵守相关规定，提高信贷管理水平，降低不良贷款比率，彻底走出不良、剥离、不良的恶性循环。

（五）增强风险管理的意识。风险管理是银行经营的一个永恒的主题，不能有丝毫的懈怠。为此，商业银行应加强风险防范教育，强化银行的风险意识，时刻敲响风险的警钟，牢固树立风险第一的思想，增强忧患意识，在经营中力求稳健，正确处理好安全性、流动性和盈利性的关系。在确保资金安全和正常流动的前提下，实现银行的盈利。由于流动性风险是银行其他风险的集中和最终表现，危害甚大，银行应对此有充分的认识和警觉，主动采取措施控制流动性风险。

（六）建立规模适当的多层次流动性储备，实现流动性与效益性的协调管理。一是面对银行间同业融资利率持续走低的局面，进一步加强市场营销，通过扩大同业融资规模，提高

资金运作收益。二是在债券市场收益率持续下降，长期利率风险凸显的情况下，为了积极防范利率风险，同时又能够消化更多的资金，要及时调整债券投资策略，合理安排债券投资期限结构，加大中、短期央行票据的投资力度。

（七）构建合理的流动性风险监管体系。国家货币当局应该根据商业银行的经营管理和市场状况，制定出科学合理的流动性监控指标体系，包括存款准备金率、不良贷款比率、流动资产比率、中长期贷款比率、行业贷款集中度等指标、并分别对不同的银行采取不同的要求。抑制经济过热带来的行业盲目扩张，以降低商业银行贷款的呆坏账风险，同时避免经济出现紧缩，使商业银行的经营呈现良性互动的局面。

商业调研报告篇三

商业城建成开业18年来，在促进就业、涵养税源、搞活流通、改善民生，带动相关产业，振兴一方经济，促进城市化进程等方面作出了积极贡献，实现了经济效益、社会效益双丰收和经营者、消费者、管理者多方共赢。但随着经济社会的快速发展，商业城已严重落后于整体经济的发展趋势，严重落后于周边同类型市场的发展水平，严重落后于人们日益增长的物质生活需求，改造提升迫在眉睫。

近年来，区委、区政府高度重视商业城的提升发展工作，主要领导先后批示要对商业城的提升改造作为重点课题进行专题调研。为此，从7月下旬开始，区政协会同区贸易局、商业城管委会等单位组成调研组，以专题座谈、实地走访、问卷调查等形式，开展了大量的调查摸底工作。先后召开了商业城经营户代表、业主代表专题座谈会，走访了政府有关部门和镇街，并赴、和等地学习考察，广泛征求了多个层面的意见和建议，在此基础上形成了《加快推进商业城提升发展的对策建议》。现将调研成果综述如下，供区委、区政府领导决策参考。

（一）基本情况

商业城于1992年建成开业，总占地400多亩，总投资8亿人民币，有各类办公和营业用房6000余间，经营户3400余家，从业人员3万余人。共设xx大市场和两条专业街，经营范围涉及五金建材、副食百货、服装箱包、粮油烟酒、机电家电、非机动车和旧货等。其中商业城开发总公司举办十个市场和两条专业街，民营举办六个市场，由管委会辖管。建成18年来，各项经济指标稳健增长，尤其是近三年来，年商品成交额均突破双白亿，占全区商品成交额40%左右，年创税收近亿元，先后获得多项全国性荣誉，三次被评为省重点市场，商业城已成为面向全国的一张金名片。目前，商业城有两级管理体制：一是商业城管理协调领导小组，为区政府对商业城实施管理协调的非常设机构，山区政府常务副区长、分管副区长、有关部门领导组成；二是商业城管委会，为常设机构，负责商业城的统一协调和管理，其主管部门为区贸易局。公安、城管进驻商业城，分别成立分支机构，实行双重管理。

（二）管理情况

xx年，商业城管委会成立后，努力克服硬件设施先天不足的困难，加大投入，强化监管，实现了商业城的稳定和持续发展。

为切实加强消防安全管理，近年来，通过加大硬件改造投入（近三年共计投入资金1200多万元），先后完成了商业城主要市场的消防设施改造，建立完善了一整套安全监控防范网络，通过人防和技防的有机结合，使城内火警数量逐年下降。

为使商业城环境面貌得到明显改善，通过开展整治月、巩固提升年、深化管理年和规范发展年等专题活动，抓住难点重点，实施专项整治，落实长效举措，整体形象得到改观。通过加大基础设施建设，规范整顿停车场，挖潜停车空间，加强交通疏导和专项整治，运用科学手段引导经营户文明停车等手段，有效地缓解了商业城的停车、行车压力。

（三）当前面临的问题

在肯定商业城发展成就的同时，我们也看到，当前商业城面临日益突出的发展瓶颈问题和矛盾，严重制约着商业城的持续发展，影响市场的正常运行。

目前的主要问题有以下三个方面。

1、硬件先天不足，整体环境较差。

（1）消防安全难以保障。消防设施缺少、建筑物连片且结构复杂、商住混杂、空间狭小、人口密集，给消防改造、火险发现、火灾救援、人员疏散等工作带来困难。虽经多年连续改造，但各类消防隐患仍难以彻底根除，每年均有火险发生，xx年高达9起。近年来靠市场管理部门严防死守，数量有所下降，但仍危机四伏，一旦火险发现或扑救不及时，后果不堪设想，商业城已经成为潜伏的火山口。

（2）停车难、行车难问题突出。商业城经营户现有自备机动车、电瓶三轮车3000余辆，日进出商业城车辆万余辆，而城内各类停车位仅1200多个，造成10多辆车争抢一个停车位的局面，停车位缺口较大。同时，城区主要道路贯穿商业城，加上火车南站扩容，各市场内交通拥堵严重，城内道路处于超负荷状态，遇节假日和销售旺季，情况更加严重，交通压力日显严峻。

（3）抗灾能力低下。因年代已久和建筑质量差，市场多处房屋出现沉降，墙体开裂，结构变形，管道破损，建筑物安全防控能力下降，极易发生安全事故，每逢台风、雷暴、大雪等天气，都会造成较大经济损失，经营者怨声载道，管理者提心吊胆。

2、经营模式传统，市场竞争力不强。

(1) 功能配套不足。城内仓储空间严重不足，物流水平低下。许多营业房因面积狭小，既成商品展示区，又成仓储区，店内货物堆放杂乱、随意侵占公共空间和过道，市场秩序混乱，管理难度较大。

(2) 专业化水平不高。因建成初期隆市需要，市场划行归市特征不明显，商品布局错综复杂，专业化水平低，核心竞争力较弱。

(3) 经营档次低下。十多年来，市场一直延续现货现金现场交易，这种小规模、低层次的经营模式，使得市场内知名商品品牌较少，附加值较低，高端消费外流。

3、产权分散，造成市场管理难。

(1) 日常管理难。一方面，现有的法律法规对产权式市场管理出现真空，市场管理依据不足，缺乏有效的管理手段。另一方面，政府相关职能部门对商业城块状管理和执法力度不够到位，导致商业城市场管理部门在处理矛盾和问题时较为被动，法律纠纷和信访事件不断，管理难、难管理问题突出。

(2) 市场培育难。产权分散，私有产权比例高达80%以上，导致市场管理部门无法实施统一招商、统一出租、统一管理。甚至出现二房东现象，哄抬营业房租赁价格，恶意、无序竞争，影响了市场的健康发展。

(3) 权利义务失衡。私有产权所有者只享受房产收益权，不承担责任义务。

尤其是民办市场，开发商建好市场一卖了之，商业城管理部门则承担了市场的房屋维修、设施维护、卫生保洁等，而经营者又以各种借口，对市场收费工作制造困难。随着硬件设施的逐年老化，维修、改造资金逐年加大，市场正常管理难以为继。

商业城建成18年，至今未进行大规模改造，受整体环境和发展空间束缚，经营规模、经营品牌、经营档次已明显落后于省内等地市场，更与经济社会发展水平不相适应。调研组认为，实施商业城提升改造工作，势在必行。

（一）巩固和提升商业城品牌价值的需要

从前期考察情况看，皮革城于xx年实现了新城搬迁，二期建成、三期建设、四期规划，并成功上市，开始面向全国布局，发展迅速。中国小商品城先后五次易址、九次扩建，现也成为绩优上市公司，步入高速发展阶段，年创税收达20多亿元，占全市的30%左右，成为地方经济的发展典范，不仅在全国，而且在全世界提升了的城市形象。中国科技五金城先后投资7亿多元，实施了新市场建设和老市场改造。濮院羊毛衫市场在改扩建的基础上，计划用5 xx年时间，建成一个功能齐全的现代化商贸城。上述市场通过改造和新建，完成了转型升级，实现了飞速发展。商业城与上述市场在同年代建成，累积18年发展，品牌效应明显，无形资产可观，在一定程度上代表着商贸产业的形象。但日前因各种因素制约，商业城在发展水平上已远远落后于上述市场，急需通过重建或异地新建，提升硬件设施条件，完善市场功能配套，打造新型经营业态，创新经营管理体系，重新焕发生命活力，以进一步巩固和提升商业城的品牌价值。

（二）促进经济科学发展的需要

有利于促进产业结构调整。市场产业低能耗、高就业、高效益的优势明显，对优化产业结构，促进社会经济健康发展助力巨大。从考察情况看，市在以市场为龙头，三产带动二产推动一产，全面提高区域经济的发展模式下，专业市场建设取得了巨大成功，不仅振兴了经济，更打响了在全国、全世界的品牌。实施商业城提升改造工作符合我区经济发展方式转变和结构调整的要求，有利于实现先进制造业和现代服务业两轮驱动，必将成为我区经济发展新的增长点和亮点。

有利于加快推进城市化进程。办一个市场，兴一方经济，富一方百姓，这是省内周边市场产业发达县市的共同经验。市以市场开发带动城市建设，在全国形成了较大影响力。区委十三届六次全体（扩大）会议作出了坚持城市化带动的战略决策，我们认为，实施商业城的改造提升，打造新的经济商圈，有利于进一步完善城市功能，提升城市品位，加快我区的城市化进程。

有利于打造产销互动发展格局。先进制造业需要现代化的市场产业相配套和依托。等地市场通过强劲的产业依托，形成了制造业和商贸流通业相辅相成的良好发展局面，产销两旺，发展前景广阔。当前，已形成了以工业为先导，多种产业共同繁荣的经济形态。实现商业城的提升改造，搭建好本区优质工业产品的展示销售平台，形成产销互动发展格局，既可推动我区工业制造业发展，又为市场产业发展增添强劲动力。

（三）顺应社会各界迫切要求的需要

近年来，社会各界关于加快推进商业城提升改造的呼吁日益强烈，省工商局领导在全省市场工作会议、省重点市场检查复评等场合，多次建议商业城尽快实施提升改造，以巩固和提升商业城现有品牌地位。各界人士通过人大议案、政协提案等途径，要求加快商业城的提升改造，保护现有市场资源。从询期组织的两次专题座谈结果看，支持异地新建的意见占77%，支持就地改造的意见占23%。而三次问卷调查的结果显示，支持异地新建的占61%，支持就地改造的占35%，其余4%为其他意见（维持原状等）。综上所述，要求提升改造的意见基本统一，且异地新建商业城成为主流意见。商业城管委会也曾委托具有国家一级资质的专业研究机构，对商业城提升发展作了专题研究，形成了《商业城发展研究报告》。

通过综合评价，该报告提出了以异地新建实现商业城转型升级的研究结论。

（一）加大提升改造的工作力度

商业城的转型升级事关民生保障和经济社会发展大局，影响深远，同时实际工作开展涉及面广，难度较大，任务艰巨，因此迫切需要区委、区政府加大对商业城提升改造的工作力度。

组建领导班子。建议把该项工作列入区委、区政府的重点工作，成立由区委、区政府主要领导挂帅，分管领导负责，各有关部门负责人参与的商业城提升发展领导小组，下设工作小组，协调、推进各项工作。

继续深化调研。建议区委、区政府主要领导带队，组织有关部门、镇街到兄弟县市进行学习考察，借鉴他们的成功经验，进一步统一思想，提高认识，坚定信心，加快推进商业城转型升级工作。

加快推进工作。目前区域内各类建设项目众多，土地资源日趋紧张，商业城项目必须抓住时机，加快推进。一方面政府牵头协调各有关部门和相关镇街，开展项目选址、土地规划控制和前期手续办理等各项前期工作。另一方面，对区域内在建大型市场进行规划控制，整合全区市场资源，以避免重复建设。

（二）明确提升发展规划定位

在前期座谈交流、考察取经，广泛听取各层面意见的基础上，调研组对就地改造和异地新建两个方案进行了分析比较。一致认为，就地改造弊大于利，主要存在产权主体利益难协调、现有空间难拓展、瓶颈问题难破解和与火车南站规划矛盾等问题。而异地新建利大于弊，可彻底解决当前面临的发展瓶颈问题，通过最优位置建设、最优方案规划、最优模式创建，既有利于加快城市化进程，又有利于提升市场的综合实力。对新商业城的发展规划问题，可从以下方面考虑。

打造符合时代要求的现代新型商业模式。以高起点、远规划、新配套和一次规划、分期建设为原则，建设集销售、仓储、物流、会展一体化，购物、休闲、娱乐、旅游一站式，有形无形市场相结合的市场集群和商贸中心，把新商业城打造成代表现代商贸发展水平的典范之作，使商业城真正成为向外界展示的金名片，立足、面向全省以至华东的辐射源。

建设中小企业发展平台。凭借其丰富的产品资源和优越的创业平台，业已成为全国、全世界网上创业者的沃土。我区现有中小企业2万余家，绝大部分为民营企业，资金实力雄厚，发展愿望强烈，而周边的绍兴、宁波、台州地区也有大批民营企业。在实施商业城提升改造时，可充分考虑这些中小企业的发展需求，为重点工业产品搭建一个集批发、零售和展示为一体的平台和窗口。

进行区域市场资源的科学整合。新商业城建设可与其它市场的规划、整合同步进行（如加大新农都、新世纪市场园区和农产品批发市场整合力度）。在保护现有市场的前提下，筛选更具发展前景、更能代表区域特色的专业市场，优先进驻新商业城，尽快兴城隆市。要避免重复建设，引导区域内市场从小而全向大而专的发展形态转变，提高我区市场的精品化、专业化水平。

（三）合理确定新城选址

针对商业城异地新建的选址问题，调研组实地踏看了宇围、新街、红山蜀山、临浦等地相关区块，提出了四个建议方案（见附件）。

经过分析比较，综合各方面因素考虑，调研组认为：

建议方案一、二新世纪市场园区区块、临浦王村区块距主城区较近，相对较有区位优势，容易迅速隆市和形成规模，但也存在拆迁压力大、成本高、新的交通问题和农保地调整等

不利因素。

建议方案三、四红山农场区块和区块较具发展潜力，可充分利用省市区发展战略优势，抢抓机遇，实现商业城的转型升级和加快发展，但均存在离主城区较远，导致经营户易流失和隆市风险。但无论选择哪一方案，新商业城建设应与全区市场资源科学整合相结合。因此，建议对新农都、新商业城及其它专业市场的建设进行综合规划，整合各自资源优势，避免重复建设和恶性竞争，集中力量，共同做大、做强、做精、做专我区市场产业。

（四）探索新型运作模式

商业城提升发展项目一次性投资较大，可借鉴、等地成功经验，遵循政府搭台、企业唱戏和自筹资金、自求平衡等原则，探索投融资、建设和经营管理等新的体制。一方面，可通过企业化操作，吸纳多个投资主体组建股份公司或企业集团，负责新商业城的开发建设。建成后，可学习省内外兄弟市场的管理经验，实行政企分开。市场的经营管理通过集团化、企业化操作来实现，同时逐步转变现有整理文章山商业城管委会的职能，成为专门的协调机构。另一方面，对老商业城搬迁后土地进行拍卖或再开发利用，结合火车南站规划，建立集居住、休闲和购物等功能为一体的新商业业态，提高土地使用效益和市场营销效益，以求新老市场建设的资金平衡。

（五）继续加强市场管理

在完成新商业城建设搬迁后，将存在5年以上的建设过渡期，因此在加大提升改造力度的同时，须继续加强市场管理工作。

1、强化现有管理体制。针对当前商业城存在的诸多管理和发

展难题，须进一步强化管委会的职能和机构定位。根据管委会实际所承担的职能，将商业城管委会调整为全额拨款的事业单位，以进一步加强对商业城的安全生产、市场秩序和国

有资产的有效管理。

2、完善部门联合执法体系。督促各职能部门按照以块为主的管理模式，明确

职责，落实措施，加大监管力度，确保平稳过渡。

商业调研报告篇四

随着我国对外开放和金融体制改革的不断深入，国内各家商业银行都在积极加快发展中间业务，中间业务无论从品种上、规模上都有了较大的发展。在为社会提供快捷、方便的金融服务的同时，也为银行带来了可观的经济效益。但是由于中间业务起步较晚，加上分业经营模式和重视程度不够等因素，目前中间业务的发展还是存在很多不足之处。

目前，国内商业银行由于受传统银行经营理论影响较深，在经营观念上仍存在一定偏差，没有对商业银行中间业务进行准确定位。经营重点一直都放在负债，资产规模的扩张及资产质量的提高上，中间业务在我国银行商业经营中长期处于从属地位，从经营战略上没有把中间业务作为银行三大支柱之一进行大力发展。现今各行为追求短期经营业绩，普遍把中间业务作为吸收存款和争揽客户的一种手段，许多中间业务诸如代发工资、信息咨询、上门收款、零残币兑换等业务成为多数银行的无偿服务。

我国的金融业实行严格的分业经营，商业银行的业务被限制在一个相当狭窄的范围内，使银行难以设计开发出跨领域、综合性、多方位的中间业务产品，难以提高业务的集约水平和档次，业务品种趋向同质性，层次较低，主要集中在日常操作简单的结算，代理类等劳动密集型产品上，高科技，高收益的品种较少。初步统计，目前我国银行的中间业务仅260余种，从开办得较成功的品种来看，仅有信用卡业务。代收代付业务和票据贴现业务近年来发展较快，而保管箱服务、

网上银行、财务顾问、个人理财业务等的影响还比较有限，新型金融工具如货币利率互换、金融期货与期权合约、远期利率协议、外汇等在国内的发展更是受到了限制。而在利用其经济金融信息、技术和人才等软件因素为客户提供高质量和高层次的服务方面还比较欠缺。

而西方商业银行中间业务范围广泛，种类繁多，尤其是实行混业经营以来，为满足客户各种需求，中间业务产品日新月异，层出不穷，凭借其在人才，技术，产品等优势给客户提提供高技术含量，高附加值系列的金融产品，据统计，外资银行所使用过的中间业务品种已达2万种，使现代商业银行成为名副其实的“金融百货公司”。

从规模上看，近年国内银行中间业务虽然发展较快，但由于没有作为一项主业务来经营，中间业务在银行的整个业务规模中占比例小，难以形成相应的规模效应。20__年上半年，中国银行集团中间业务净收入为75.33亿[1]元，中间业务收入占比为19%，同期中国工商银行的中间业务收入为50.5亿元，中间业务收入占比为12.6%，中国建设银行的中间业务收入为42.52亿元，中间业务收入占比为14%。而西方商业银行以中间业务收入为代表的非利息收入一般占总收入的25%以上，各大银行甚至已超过了50%，如德国商业银行60%以上的收入来自中间业务，美国各大银行中间业务收入比重均在50%至80%之间，且呈上升趋势。

目前，国内大多数商业银行没有专门机构对中间业务的开发，运作进行系统管理，缺乏长远规划，协调与配合。在运作中，大部分商业银行仅限于下达中间业务完成计划，而对如何加强中间业务发展的组织，提高发展水平，还没有一套完善的管理办法和切实可行的操作程序，在人力、物力、财力上投入不足，使基层银行在中间业务市场开拓中被动性强，难度大。

由于我国现阶段实行的是分业经营的金融政策和体制，银行、

证券、保险这几个行业，都是严格分开经营的，业务不能交叉，三个市场处于相对分隔状态，三者都只能在各自行业内为各自的客户理财，而无法利用其他两个市场实现增值。因此商业银行提供的个人理财服务，还只能停留在咨询、建议或者方案设计方面，不能真正代理客户进行组合投资，银行理财服务中的核心业务即增值业务大都无法办理，所以，国内商业银行的个人理财业务呈现“叫好不叫座”的局面。

商业银行中间业务是集人才、技术、机构网络、信息、资金和信誉于一体的知识密集型业务，中间业务的开拓和发展需要一大批知识面广、业务能力强，实践经验丰富，勇于开拓、懂技术、会管理的复合型人才，尤其需要具备金融、法律、财会、税收等专业知识的中高级人才，如理财顾问，要求对银行、保险、证券、房地产、外汇、国内外经济形势都能比较全面的掌握，这些具有理论知识和操作技能的专业人才在我国金融界非常稀缺，从一定意义上讲这已成为商业银行拓展中间业务的“瓶颈”。另外，中间业务是一项集科学技术、电子智能和服务质量为一体的现代化金融服务业务，它的发展必须要有相应的“软硬件”为依托，而我国商业银行的中间业务技术服务手段则显得比较落后，科技化程度低。尽管也建立了电子联行、电子清算中心等支付结算系统，但系统覆盖面有限，速度也有待提高。相比之下，西方商业银行中间业务的服务手段科技化程度很高，软硬件设备、支付应用系统及管理信息系统先进，网络技术普及、发达，家庭银行、手机银行、电话银行、自助银行、网上银行等服务应有尽有，大大降低了成本，改变了传统银行的经营方式。

程中缺乏十分详细的、可遵循的行为和操作依据。

相关法律法规的不健全还突出表现在中间业务收费管理方面缺乏统一的标准。一方面，由于部分中间业务收费标准过低，导致银行成本与收益倒挂，削弱了其盈利能力，甚至出现亏损，经济效益不明显显然难以调动商业银行中间业务创新的积极性；另一方面，由于无明确、统一的收费标准，部分商

业银行不计成本，免费甚至代客户支付业务费用，进行无序竞争，影响了商业银行中间业务的健康、快速和协调发展。

商业调研报告篇五

深入贯彻国家和省有关安全生产法律法规，始终坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，努力构造“党委政府统一领导，职能部门齐抓共管，村履行职责，社会单位全面负责，广大群众共同防范”的安全生产网格化工作机制。通过强化监管责任和监管措施的落实，形成全镇安全生产监管工作制度化、规范化，确保全镇安全生产形势持续平稳。

把全镇安全监管网格化划分到位。既要科学合理，更要符合本镇实际，便于安全监管；把网格监管人员配备到位。既要保证人员数量满足需要，更要使其人员适应监管岗位要求，能够履职到位；把人员职责考核建立到位。既要使监管人员明白自己的工作职责，更要通过严格的工作考核，促进其自觉履职；把监管保障措施落实到位。建立网格监管经费保障机制，将其纳入镇政府每年财政预算，确保落实到位；把网格监管的制度制订到位。以制度管理网格监管人员，以制度规范网格监管工作运行，以制度促进网格监管工作的落实。

- 1、调查摸底阶段（7月1日-7月20日）。摸清生产经营单位底数、组织工作调研、谋划实施方案，明确安全监管、网格员，落实片区网格办公室。
- 2、组织实施阶段（7月21日-8月21日）。编制《镇网格化监管网络图》。培训网格监管员、网格员、安全员，编制流程，制订工作职责，工作制度和考核细则。
- 3、总结提升阶段（8月22日-8月31日）。对工作开展情况进行回顾总结，不断完善工作机制，保障网格监管工作规范运行。

成立镇安全生产网格化监管工作领导小组。

组长：

执行组长：

副组长：

领导小组下设办公室，办公室设在镇安监办内，兼任办公室主任。

领导小组负责安全生产网格化监管工作组织领导，确保安全生产网格化监管工作，按照要求在规定时间内全部推进到位。

1、落实责任。

全镇上下要充分认识开展安全生产网格化监管工作的重要性、必要性。各村、单位负责人是安全生产网格化监管的第一责任人，要切实负起责任、亲自谋划方案、亲自动员部署。网格化领导小组办公室要抓好工作调研、方案谋划等工作。镇安监办等行业监管部门要对安全生产网格化监管工作进行业务指导，确保网格化有序开展。

2、务实推进。

安全生产网格化监管工作要求高、专业性强，镇领导小组办公室要组织召开相关人员参加座谈会，多方征求意见；要组织专门班子深入基层、深入企业调查研究，摸清生产经营单位数量和分布情况及监管情况，为科学合理划分网格提供决策依据；要精心制订网格人员配备方案，配强网格负责人和网格监管人员；要认真研究制定安全生产网格化监管制度，确保建成后的网格监管工作规范运行。

3、通力协作。

安全生产网格化建设涉及的行业监管单位要按照管行业必须管安全的要求，积极参与安全生产网格化监管工作，要主动参与工作调研和方案谋划，要挑选能力强、业务精的人员充实网格监管，为全镇安全生产网格化的建成和运行作出应有的贡献。

商业调研报告篇六

近年来，随着芄城区旧城改造、城市扩容步伐的加快，城市居民居住环境有了较大变化，社区服务功能大幅提升，社区商业得到了较快发展，社区商业网点数量不断增加，经营业态和服务领域进一步拓宽。从调查看，目前，芄城区共有社区69个。各类社区商业网点近1000个，经营方式有餐饮、超市、各类中介、便利店、物流、食杂店、洗衣店、维修店、回收站、书店、冲印店、药店、家庭服务站、大众浴池等。社区商业发展主要呈现以下几个特点：

- 1、社区商业网点发展迅速，“双进工程”服务对象不断扩大。随着经济的发展和中心城区的不断扩大，社区商业服务对象也不断拓展，服务对象不仅面向广大居民，更侧重于为老人、儿童、残疾人、优抚等社会弱势群体服务，以及为下岗、失业人员的提供再就业服务。
- 2、社区商业网点呈多业态发展趋势。社区商业过去以商业零售业网点为主，仅限于食品、日用百货、美容美发等行业，近年来，一批新兴业态的社区商业网点应运而生，现已发展到几十个服务项目，如保姆、清洁维修、物业绿化、家教、技能培训、网络服务、婚庆礼仪、餐饮、保健、社区医疗、代理、中介服务等多个门类的便民利民服务项目。
- 3、新社区的各项配套服务设施、功能较为齐全。随着中心城区范围不断扩大，加速了新社区的建设，新社区的建设又带动了社区商业的发展以及周边商业中心的发展，其商业设施、网点分布、商品结构与服务功能均较为齐全，明显优于老社

区。

4、传统商业和服务业在社区商业建设中得到了充分发展。近年来，流通领域的市场化进程不断加快，社区商业应市场需求得到快速发展，大大小小的商业网点渗透到社区的大街小巷，并在社区内及其周边形成一定规模。同时，社区沿街各类小型商品市场得到发展，有蔬菜市场、干果市场、水产品市场等，为社区居民消费购物提供了便利。

1、社区商业发展缺乏科学规划和有效指导。目前，社区商业在发展中较多的商业网点与社区住宅混在一起，严重影响了居民的正常生活，并造成安全隐患和环境污染。其中建在居民楼底层或楼内的餐馆、酒店以及各类服务机构影响较大，形成的民企纠纷较多。社区商业与区域性商业中心在功能定位方面缺乏科学规划、合理分工和有效监督。

2、社区商业发展不平衡，老社区商业网点发展慢、基础差。在这次调查中看到，一些老社区商业设施简陋，功能不全，一般是利用自有房屋，或者临时搭建，甚至是违章建筑开办的。这些小店小铺以经营副食为主，商品单一、质量低劣，购物环境和卫生状况较差，造成社区居民购物不便，许多日常消费需要跑较远的路，且社区的服务功能不健全，与建设“便利消费进社区，便民服务进家庭”双进工程提出的社区商业发展目标差距较大。

3、社区商业基础设施较差，现代服务业不够发达。随着人们生活水平的提高，居民消费需求普遍提高，呈现出多样性、多层次的消费特点，社区商业低水平、低层次的服务状况与之不相适应，亟待改善。在调查中，有的反应社区没有停车场，车辆乱停乱放现象比较严重。有的反应社区没有蔬菜市场，居民买菜不方便。有的反应家政服务没有形成，居民寻求家政服务很不方便。有的反应社区商业网点不能仅依靠小店小辅、小商小贩提供商品和服务，要提高档次，保证质量等等。从反应的情况看，社区商业的服务功能普遍滞后于

居民的消费需求。因此，加强社区商业基础设施的规划和建设，拓展社区商业服务功能，是落实科学发展观，完成社区双进工程的重点工作。

1、应合理规划，完善社区商业业态。应由政府牵头，会同商务、规划、建设、房管、财政、城区、工商、税务等部门，研究制定网点改造规划。如：对社区商业的规模、结构、布局及标准、分类等做出明确规定。业态业种10种左右，建议包括配送餐饮连锁店、小型超市、菜市场、食杂店、美容美发店、维修店、洗染店、照相馆、旧货废弃物回收站、家庭服务、书籍音像店、药店等。

2、应采用公开招标等形式，确定有实力的企业参与社区商业建设。

一是选择、培育有实力的配送餐饮企业(由中心厨房统一配送至社区连锁店)进入社区商业示范区，实施包括“早餐工程”在内的大众化餐饮，保证居民在社区内就能够方便地吃到有保障、质量较好的早餐、快餐。

二是鼓励农副产品流通企业在社区新建和改造放心肉、放心豆制品、无公害蔬菜瓜果连锁店，建设生活保障型的商品配送中心，解决居民生活不方便、消费不放心、不安全的问题。

三是支持连锁企业进入社区新建或改造便民家庭服务网点，搭载各类便民、利民服务项目，让社区居民在家门口就能解决维修、美容美发、洗衣、家庭服务等多方面的生活需要。

四是支持和引导再生资源回收龙头企业进入社区，形成以社区、回收企业和集散市场为载体，符合城市建设发展规划、布局合理、网络健全、服务功能齐全、管理科学的再生资源回收体系。五是采取切实可行措施，通过资金、网点等一系列支持政策，鼓励企业采取收购、兼并、特许加盟等多种形式整合分散的社区商业资源，规范社区内的小型门店，实现

资源共享，综合利用。

3、应鼓励和支持利用现代技术手段，创新服务体系。积极建设面向社区服务的信息服务平台，鼓励有条件的企业利用信息技术开展社区便民服务，发展网上交易、网上服务，补充现有网点的不足。鼓励有条件的企业建立客户需求信息系统，及时采集、分析、储存客户信息，为居民提供定向、快捷、周到的服务。大力提倡社区骨干企业开展送货上门、送餐上门、修理上门的“三上门”服务，延伸服务功能，提高服务水平。提倡和鼓励社区商业企业组建专职的便民综合服务小分队入户服务，同社区居委会、社区居民建立稳定、畅通的联系渠道，开展以为社区居民排忧解难为宗旨的便民有偿服务。

2. 商业调研报告

品牌化服务稀缺

社区商业，这一原本以自发式生长存在的商业模式，在城镇化的加速推进下，正在成为城市商业发展的选项之一。

为探寻社区居民的基本需求、社区商业呈现的热点和尚存空白，日前，北商商业研究院从北京东、西、南、北和中部选取了和平里社区、芍药居社区、望京社区、通州社区、房山长阳社区、大红门社区等12个有代表性的大型社区做调查。这12个样本中，既有老牌社区，又有通州、房山等新城社区。

根据问卷调查，随着购物习惯的改变，92%的受访对象表示，在家门口购物消费的频次增加，同时会定期到繁华商圈购物消费。在电子商务的迅速渗透下，北京的社区商业，已从功能单一的日杂百货为主，逐步发展为传统的餐饮、超市便利店、生活服务业与新兴的网络购物融合的服务体系。一些小区的夫妻店、传达室或者警卫室都主动或被动地兼职帮小区住户代收快件。

北商商业研究院通过对12个社区居民的调查采访发现，9个社区对连锁餐饮的需求，7个社区对家政服务的需求较高，其次是菜店这代表了社区商业整体面临的品牌化程度低的现状，美容美发、洗染、家政、便利店等都存在杂牌军的问题。

其实，北京市一直鼓励连锁经营企业加快向社区发展，鼓励品牌连锁经营企业参与社区商业建设，通过采取收购、兼并、直营连锁或特许加盟等方式整合分散的社区商业资源。早在20xx年，物美、京客隆等百余家企业入选市商务委推荐进社区的连锁企业。

调查中发现，在高成本压力和电子商务的冲击下，传统零售业在拥抱电商和下沉社区中找到了两种发展路径。调查中，一个突出的变化是，7-11、吉野家、肯德基等知名传统商业企业的身影开始出现在社区。不过，社区商业的市场培育期会比繁华商圈长，销售规模短期也难与区域中心媲美。但是，社区周边消费频次高，更注重便捷和性价比。

餐饮居社区商业之首

在选取的采访样本中，餐饮在社区商业各业态中占比，平均占比达到32%；其次是生活服务类(包含家政、洗染等行业)，占比为27.5%；位居第三的是美容美发行业，占比为13.33%。

但是，从调查的各类商业业态看，社区商业发展的自发性特点明显。餐饮业虽然成为社区商业主力军，但是，这些餐饮主要是不知名的小店，不仅更换频率高，服务质量也不稳定。

在对长阳、天通苑等以年轻消费群体为主的新社区调查发现，幼儿教育正在快速扎根社区，占比达到9%，成为社区商业业态的新成员。此前很多幼儿教育品牌会选择区域商业中心地带，但是，随着生育高峰的到来，新兴社区的很多年轻住户已经升级为三口之家。巨大的儿童消费市场成为商家掘金的新发力点。可以预测，单独二胎政策落地实施后，幼儿教育

将迎来更大市场。另外，随着老龄人口增加以及消费习惯的改变，社区送货上门、家政、代收代缴等服务需求增大。

此外，社区商业的物业主要来源于小区底商，受限于当初开发商的规划设置。这也造成了社区商业缺少规划的问题。

菜店覆盖面有待提升

针对社区商业调查发现的问题，北京商报官方微博面向近50万粉丝进行了“帮社区商业出新招”的调查活动。在参加调查的微博网友中，42%的网友对自己居住社区的农产品市场不够满意，其中超过一半的网友认为社区菜市场距离太远，不能满足日常的需求。还有近30%的网友对社区菜市场提供的水果蔬菜品质和价格不满意。

30%的网友不能满足于现有的社区便利店。反映问题较为突出的主要集中在通州、天通苑以及长阳等远郊区县的网友。部分网友反映，社区周围的小便利店和夫妻店商品数量有限，更新不及时。

从便利店的发展规律看，每3000人就需要一家便利店。例如东京，有近3700万人，几大便利店品牌的总数超过了4万家。北京市的常住人口在20xx年时就已突破了2000万人，照此计算，北京至少需要6700家便利店。据相关调查显示，北京的便利店还不到2000家，距理想状态下的店铺数量相去甚远。不仅如此，店铺的分布也极不均匀，以7-11官方发布的数据为例，其130多家店铺集中分布在朝阳区、海淀区和东城区，西城区仅有5家，通州区也只有1家，而其他区域则尚未开店。

在调查中我们也发现，在区域中心附近的社区，各类服务设施相对完善，但在部分老小区，由于物业设施和交通限制，一些便民业态无法进入。

3. 商业调研报告

最近几年，区经济社会发展迅速，单从财政收入方面讲，年达到45.4亿，相比年，五年翻了4.3倍。但在高速发展的同时，也面临着空间资源紧张的制约，由空间资源短缺引发了拆迁难等多种问题，可以说，空间资源短缺成为未来发展的难题。要突破物理空间资源的瓶颈制约，向地下发展是一条现实出路。

一、建设地下商业街的可行性

1. 浓郁的消费氛围所带来的人气保证

在地下商业街的建设方面，我们有两方面优势：一是路商圈长期以来浓郁的消费氛围，二是原来夜市的繁荣可以部分复制。这两方面的经验积累是地下商业街未来形成旺盛人气、强消费磁场的保证。

现在的，正在由黄金线向黄金块转变，从东面的出版大厦、饭店，到南面的翠琅大厦、乐业村、交行大厦，以及中心区，到西面的索菲特、中环国际、和泰大厦，再到北面的虹桥、国际商城等，连成一片。在这种经济发展趋势下，必然要求相应的消费配套设施的支持，要求原来的、路商圈由线到面全面发展。

2. 毗邻商务区所带来的消费能力保证

中央路、北路沿线可作为市的一个重要的生产型商务集聚区，在以后引进和发展总部经济、楼宇经济和现代商务等方面具有一定优势，符合发展现代服务业的总体布局，也符合总部型企业选址定位的要求。在这两条线上，有紫峰大厦、金峰大厦，再往北，有饭店、国际商城、出版大厦、南汽、时代超市等重要单位。而地下商业街相邻的模范马路科技研发街，则有14所和，具有发展科技产业的潜力。这几条线都拥有较强的消费能力，为地下商业街的发展注入血液。

二、地下商业街的定位思考

(一) 要与纵横交错的交通系统紧密相连

地下商业街成本高昂，空间仍然受到严格限制，它之所以能够存在，其优势就在于它与地面只隔几级台阶，不会给居民和游客带来距离感。畅通的交通系统是成功经营地下商城的重要条件。它一方面可以聚集客流，另一方面方便了消费者的生活、购物、旅游等。例如加拿大多伦多的地下商城，各种通道密如蛛网并呈辐射状，延伸到地上的许多饭店、公寓、银行、商场、写楼和大型停车场。地下商业街离湖、新街口、中央门汽车站和火车站都非常近，要充分发挥这一优势。

地下空间除了商业功能之外，还应该兼有行人通道的功能，即人车立体分流，把地面的一部分行人分流到地下。“停车难”是城市交通的日益突出的问题，可以考虑修建地下停车场。地下停车场容量大、用地少，布局合理，接近服务对象，特别是结合地铁站修建地下停车场便于换乘地铁到达城市中心，有助于减轻城市中心区的交通压力，提高了地铁的利用率，又减轻了汽车造成的公害，上海人民广场地下停车场就是一个成功范例。地下停车场如果能成为和两个方向的人流进入主城区的缓冲地带——在或地区以自驾车为主的交通形式，而在主城核心区以公交系统为主要交通形式，那么这样的设计导向从长远来说可能会取得成功。

(二) 地下商业街与地上要构成完整的体验环境

地上空间与地下商城相结合的形式可分为两类：一类是地下商城与地上商城相结合，可以创造更大的商机，共享彼此的客流，得到双赢的局面。例如在新街口地区，新百、大洋与地下商城都是消费场所，功能互补，在地上逛街购物，在地下吃饭休息。另一类是地下商城开发与城市景观建设的结合。近年来随着人们对城市环境、城市景观的重视，国内外均出现了一种新型的开发形式，即地上是城市绿地或休闲广场等市

民公共活动设施，地下部分则进行商业性开发。例如俄罗斯大型地下商城马涅什购物中心就是建在马涅什广场的地下。我们地下商业街要做大，就要充分发挥路广场与湖公园的吸引力。

(三) 确定合理的经营项目

通过提供合理的经营项目来满足顾客的各种需求，以提高竞争力。例如加拿大蒙特利尔市的地下商城，其建筑面积达91万平方米，每天通行人数超过50万，共有1.17万个商店。在这个地下城里，如果人们不愿走出去的话，可以在142家中任何一家饭馆或酒店里用餐、饮酒，在1024个商店里购买所需商品，在24家电影院和4家剧院里观看电影或看戏；地下城里还开办有26个银行网点，人们还可以参观2个大型展览和2个艺术长廊。

(四) 体现文化特点

要努力为市民与游客营造一种既适宜购物，又适宜休闲和文化体验的空间环境，与新街口地区单纯以购物为主的环境有所区别，充分彰显古都的文化特色。加拿大蒙特利尔地下商城所有的长廊里摆有各种花草树木，利用电灯光促其生长，所以尽管地面上大雪纷飞，地下花照样开，树照样长，花草树木间安置各种凳椅供游人、顾客休息。四季分明，夏天炎热、冬天寒冷，而地下商业街环境设计可以参照国外的一些做法。

三、繁荣商圈的路径设计

(一) 在发展空间方面，建设哑铃型空间结构

路商圈的服务职能不仅局限于城北地区，还是新街口商业中心的有效补充；服务对象也不仅是本市人口，还服务于部分外来人口。因此，商业中心应当抓住地铁通车和一些大型设施

建设的机遇，逐步扩展商业中心规模，转移空间商业街区发展重心，调整商业街区内部空间结构。当前，路商业中心主要沿路、和北路形成“两横一纵”的单核心空间结构，虽然在和的发展带动下向街区化发展的趋势，但是发展重心仍然偏于西侧北路交叉口附近。在未来的发展中，可结合地下商业街的建设，形成商业中心东部地区围绕门地铁站周围的商业服务新核心，最终形成由商业街联系北路交叉口周边地区和中央路门地铁站周边地区这两个大型商业核心的哑铃型的商业中心空间结构，而地下商业街正是打造哑铃结构的轴线，因此显得尤为重要。

(二) 在商业结构方面，加强文化娱乐与现代服务业发展

目前商圈的结构尚不够完善。一是表现在缺乏高层次专业服务。专业化、高层次的商业文化设施对于完善商业中心功能、调整商业中心结构意义重大。专卖店虽然不少，但服务层次有待提高，与副商业中心的地位不相称。二是文化娱乐业所占比较小。目前基本以商业和餐饮业商家为主体，大约占85%左右，而文化娱乐业仅占1.8%，这对发挥商圈的休闲功能较为不利。三是商业设施布局重心仍然偏重于路交叉口附近，大型商业网点主要集中在步行街以西的区域内，东段缺少大型商业网点，并且因为大面积的军事用地使得该地段进深很浅，造成了西热东冷的现象，门地铁站的人流集聚优势没有得到利用。而地下商圈的建设，为解决这些难题创造了有利条件。可以预见在不久的将来，东部地区可以于门景区形成集商业服务和旅游观光于一体的城市公共服务中心。

(三) 构建交通系统方面，加强环形机动交通系统建设

随着商圈的发展，人流必将不断增加，对交通系统提出更高要求，需要构建内外联系紧密、换乘枢纽完备、层次结构清晰的综合交通体系。规划以地铁1号线和5号线为主要对外交通线，这两条线均经过商业中心地区。地铁1号线经过门，地铁5号线经过北路，其路站就位于北路和路、的交叉口，也就

是地下商业街的起点)，交通极为便利。建议对商圈周边道路进行功能分类，并对以交通功能为主的道路进行改造拓宽，同时结合商圈内部非商业用地的改造和置换，建设相应的停车场地。建议首先拓宽北侧的童家巷和南侧的文云巷，与中央路、湖北路和云南路共同构成一个闭合的机动交通环，在靠近一侧，结合可改造或置换的用地建设停车场库，这样可以大大减轻东端的交通压力。而且以东路段将与已经建成的步行街和丁家桥灯光隧道形成一横一纵两条步行街空间轴，这种十架结构可以为邻近商家创造新的繁荣。这样，再结合地铁1号线和5号线，街区内部街巷整理和停车网点布局，形成内外交通功能鲜明、人车空间界限清晰、停车换乘便捷的商业中心综合交通体系。

商业调研报告篇七

为全面贯彻落实中央、市县开展医药购销领域商业贿赂专项治理工作，摸清在医疗部门医药购销领域商业贿赂的特点规律、形式和主要环节，使治理医药购销商业贿赂工作有序进行。全县公务员共同的天地www使治理医药购销商业贿赂工作有序进行。我县卫生系统于5月下旬开展了问卷形式的调研活动。本次调查由县卫生局组织，并拟制问卷内容。活动进行中，各医疗卫生单位和广大医务人员积极配合，使本次调查活动得以顺利、圆满地完成。现将调查结果总结如下：

调查时，采用问卷调查方式，以县直医疗卫生单位的医务人员为对象，调查问卷共设计有×××个方面的内容：

- 1、对中央和我县开展的治理商业贿赂专项治理工作是否了解？
- 2、如何理解“商业贿赂”的含义？
- 3、商业贿赂的行为要点是什么(或包括哪几个方面内容)？
- 4、商业贿赂的主要方式是什么(或包括哪几个方面内容)？

- 5、如何区分“商业贿赂”和“正常商业行为”？
- 6、对于日益渗入社会生活的商业贿赂，你的态度是？
- 7、你觉得商业贿赂在哪个领域最严重？
- 8、你认为治理商业贿赂当前最重要的是：
- 9、您遭遇过商业贿赂吗？是受害者还是获利者？
- 10、你认为医药购销行业存在商业贿赂的原因是什么？
- 11、医药购销行业发生商业贿赂的形式和特点有哪些方面？
- 13、医药购销领域商业贿赂专项治理工作有哪五个方面内容？分几个阶段进行？
- 14、卫生医疗领域治理医药购销中的不正当行为，进行自查自纠的时间从哪一年开始？
- 15、如何有效治理医药购销行业的商业贿赂？
- 16、您认为治理商业贿赂要靠谁？
- 17、您的职业是：
- 18、对卫生系统医药购销行业商业贿赂专项工作有哪些建议？

本次调查共发放《治理医药购销商业贿赂调查问卷》×××份，收回调查问卷×××份，收回率为××%。从收回的问卷中了解到，×××份问卷调查对象的比例为：单位领导×××份，占××%；科室负责人×××份，占××%；医护人员×××份，占××%；医药购销人员×××份，占××%。

(一) 医务人员对治理医药购销贿赂的了解和认识情况。

- 1、了解、知道“治理医药购销商业贿赂专项工作具体内容”的占××2；
- 2、了解、知道“商业贿赂的主要方式”的占××3；
- 3、对于商业贿赂的态度是“必须坚决铲除”的占90
- 4、了解、知道“医药购销行业发生商业贿赂的形式和特点”的占83；
- 5、了解“医药购销领域商业贿赂专项治理工作内容”的占××4；
- 6、对“如何有效治理医药购销行业的商业贿赂”能正确选题的占××2。

(二) 医务人员对治理医药购销贿赂的建议。

本次收回的问卷中，对卫生系统医药购销行业商业贿赂专项工作提出建议的共×××份，占××2，主要内容归纳如下：

- 1、强干部职工思想教育，加强个人自律和自查自纠工作。
- 2、加强立法，确保查处工作有法可依。
- 3、建立长效机制，不做表面文章，不走过场。
- 4、改革和完善医疗体制，逐步提高技术劳务性服务价格，政府要努力增加对医疗卫生事业的投入。
- 5、整顿和规范医药价格秩序，健全药品集中招标采购机制。
- 6、对涉案人员严肃查处，对典型案件要予以曝光，惩一警百。

根据调查结果表明,我县卫生系统广大医务人员对治理医药购销领域商业贿赂的知晓率占××2。医务人员普遍能正确认识、理解并参与治理医药购销领域商业贿赂活动。

通过此次的问卷调研,对了解掌握我县医药购销中商业贿赂的表现形式、特点、规律、发生原因,以及摸清在医疗部门医药购销领域商业贿赂的特点规律、形式和主要环节发挥了较大的作用,更进一步地促进了我县卫生系统治理医药购销商业贿赂工作顺利开展。

二〇〇六年六月五日

商业调研报告篇八

近年来,区委、区政府高度重视商业城的提升发展工作,主要领导先后批示要对商业城的提升改造作为重点课题进行专题调研。为此,从7月下旬开始,区政协会同区贸易局、商业城管委会等单位组成调研组,以专题座谈、实地走访、问卷调查等形式,开展了大量的调查摸底工作。先后召开了商业城经营户代表、业主代表专题座谈会,走访了政府有关部门和镇街,并赴、和等地学习考察,广泛征求了多个层面的意见和建议,在此基础上形成了《加快推进商业城提升发展的对策建议》。现将调研成果综述如下,供区委、区政府领导决策参考。

(一) 基本情况

商业城开发总公司举办十个市场和两条专业街,民营举办六个市场,由管委会辖管。建成xx年来,各项经济指标稳健增长,尤其是近三年来,年商品成交额均突破双百亿,占全区商品成交额40%左右,年创税收近亿元,先后获得多项全国性荣誉,三次被评为省重点市场,商业城已成为面向全国的一张金名片。目前,商业城有两级管理体制:

二是商业城管委会，为常设机构，负责商业城的统一协调和管理，其主管部门为区贸易局。公安、城管进驻商业城，分别成立分支机构，实行双重管理。

（二）管理情况

xx年，商业城管委会成立后，努力克服硬件设施先天不足的困难，加大投入，强化监管，实现了商业城的稳定和持续发展。

为切实加强消防安全管理，近年来，通过加大硬件改造投入（近三年共计投入资金1200多万元），先后完成了商业城主要市场的消防设施改造，建立完善了一整套安全监控防范网络，通过人防和技防的有机结合，使城内火警数量逐年下降。为使商业城环境面貌得到明显改善，通过开展整治月、巩固提升年、深化管理年和规范发展年等专题活动，抓住难点重点，实施专项整治，落实长效举措，整体形象得到改观。通过加大基础设施建设，规范整顿停车场，挖潜停车空间，加强交通疏导和专项整治，运用科学手段引导经营户文明停车等手段，有效地缓解了商业城的停车、行车压力。

（三）当前面临的问题

在肯定商业城发展成就的同时，我们也看到，当前商业城面临日益突出的发展瓶颈问题和矛盾，严重制约着商业城的持续发展，影响市场的正常运行。目前的主要问题有以下三个方面。

1. 硬件先天不足，整体环境较差。

（1）消防安全难以保障。消防设施缺少、建筑物连片且结构复杂、商住混杂、空间狭小、人口密集，给消防改造、火险发现、火灾救援、人员疏散等工作带来困难。虽经多年连续改造，但各类消防隐患仍难以彻底根除，每年均有火险发

生□xx年高达9起。近年来靠市场管理部门严防死守，数量有所下降，但仍危机四伏，一旦火险发现或扑救不及时，后果不堪设想，商业城已经成为潜伏的火山口。

(2) 停车难、行车难问题突出。商业城经营户现有自备机动车、电瓶三轮车3000余辆，日进出商业城车辆万余辆，而城内各类停车位仅1200多个，造成10多辆车争抢一个停车位的局面，停车位缺口较大。同时，城区主要道路贯穿商业城，加上火车南站扩容，各市场内交通拥堵严重，城内道路处于超负荷状态，遇节假日和销售旺季，情况更加严重，交通压力日显严峻。

(3) 抗灾能力低下。因年代已久和建筑质量差，市场多处房屋出现沉降，墙体开裂，结构变形，管道破损，建筑物安全防控能力下降，极易发生安全事故，每逢台风、雷暴、大雪等天气，都会造成较大经济损失，经营者怨声载道，管理者提心吊胆。

2. 经营模式传统，市场竞争力不强。

(1) 功能配套不足。城内仓储空间严重不足，物流水平低下。许多营业房因面积狭小，既成商品展示区，又成仓储区，店内货物堆放杂乱、随意侵占公共空间和过道，市场秩序混乱，管理难度较大。

(2) 专业化水平不高。因建成初期隆市需要，市场划行归市特征不明显，商品布局错综复杂，专业化水平低，核心竞争力较弱。

(3) 经营档次低下。十多年来，市场一直延续现货现金现场交易，这种小规模、低层次的经营模式，使得市场内知名商品品牌较少，附加值较低，高端消费外流。

3. 产权分散，造成市场管理难。

(1) 日常管理难。一方面，现有的法律法规对产权式市场管理出现真空，市场管理依据不足，缺乏有效的管理手段。另一方面，政府相关职能部门对商业城块状管理和执法力度不够到位，导致商业城市场管理部门在处理矛盾和问题时较为被动，法律纠纷和信访事件不断，管理难、难管理问题突出。

(2) 市场培育难。产权分散，私有产权比例高达80%以上，导致市场管理部门无法实施统一招商、统一出租、统一管理。甚至出现二房东现象，哄抬营业房租赁价格，恶意、无序竞争，影响了市场的健康发展。

(3) 权利义务失衡。私有产权所有者只享受房产收益权，不承担责任义务。尤其是民办市场，开发商建好市场一卖了之，商业城管理部门则承担了市场的房屋维修、设施维护、卫生保洁等，而经营者又以各种借口，对市场收费工作制造困难。随着硬件设施的逐年老化，维修、改造资金逐年加大，市场正常管理难以为继。

商业城建成xx年，至今未进行大规模改造，受整体环境和发展空间束缚，经营规模、经营品牌、经营档次已明显落后于省内等地市场，更与经济社会发展水平不相适应。调研组认为，实施商业城提升改造工作，势在必行。

(一) 巩固和提升商业城品牌价值的需要

从前期考察情况看，皮革城于xx年实现了新城搬迁，二期建成、三期建设、四期规划，并成功上市，开始面向全国布局，发展迅速。中国小商品城先后五次易址、九次扩建，现也成为绩优上市公司，步入高速发展阶段，年创税收达20多亿元，占全市的30%左右，成为地方经济的发展典范，不仅在全国，而且在全世界提升了的城市形象。中国科技五金城先后投资7亿多元，实施了新市场建设和老市场改造。濮院羊毛衫市场在改扩建的基础上，计划用5—xx年时间，建成一个功能齐全的现代化商贸城。上述市场通过改造和新建，完成了转型升

级，实现了飞速发展。商业城与上述市场在同年代建成，累积xx年发展，品牌效应明显，无形资产可观，在一定程度上代表着商贸产业的'形象。但目前因各种因素制约，商业城在发展水平上已远远落后于上述市场，急需通过重建或异地新建，提升硬件设施条件，完善市场功能配套，打造新型经营业态，创新经营管理体系，重新焕发生命活力，以进一步巩固和提升商业城的品牌价值。

（二）促进经济科学发展的需要

1. 有利于促进产业结构调整。市场产业低能耗、高就业、高效益的优势明显，对优化产业结构，促进社会经济健康发展助力巨大。从考察情况看，市在以市场为龙头，三产带动二产推动一产，全面提高区域经济的发展模式下，专业市场建设取得了巨大成功，不仅振兴了经济，更打响了在全国、全世界的品牌。实施商业城提升改造工作符合我区经济发展方式转变和结构调整的要求，有利于实现先进制造业和现代服务业两轮驱动，必将成为我区经济发展新的增长点和亮点。

2. 有利于加快推进城市化进程。办一个市场，兴一方经济，富一方百姓，这是省内周边市场产业发达县市的共同经验。市以市场开发带动城市建设，在全国形成了较大影响力。区委十三届六次全体（扩大）会议作出了坚持城市化带动的战略决策，我们认为，实施商业城的改造提升，打造新的经济商圈，有利于进一步完善城市功能，提升城市品位，加快我区的城市化进程。

3. 有利于打造产销互动发展格局。先进制造业需要现代化的市场产业相配套和依托。等地市场通过强劲的产业依托，形成了制造业和商贸流通业相辅相成的良好发展局面，产销两旺，发展前景广阔。当前，已形成了以工业为先导，多种产业共同繁荣的经济形态。实现商业城的提升改造，搭建好本区优质工业产品的展示销售平台，形成产销互动发展格局，既可推动我区工业制造业发展，又为市场产业发展增添强劲

动力。

（三）顺应社会各界迫切要求的需要

近年来，社会各界关于加快推进商业城提升改造的呼吁日益强烈，省工商局领导在全省市场工作会议、省重点市场检查复评等场合，多次建议商业城尽快实施提升改造，以巩固和提升商业城现有品牌地位。各界人士通过人大议案、政协提案等途径，要求加快商业城的提升改造，保护现有市场资源。从前期组织的两次专题座谈结果看，支持异地新建的意见占77%，支持就地改造的意见占23%。而三次问卷调查的结果显示，支持异地新建的占61%，支持就地改造的占35%，其余4%为其他意见（维持原状等）。综上所述，要求提升改造的意见基本统一，且异地新建商业城成为主流意见。商业城管委会也曾委托具有国家一级资质的专业研究机构，对商业城提升发展作了专题研究，形成了《商业城发展研究报告》。通过综合评价，该报告提出了以异地新建实现商业城转型升级的研究结论。

（一）加大提升改造的工作力度

商业城的转型升级事关民生保障和经济社会发展大局，影响深远，同时实际工作开展涉及面广，难度较大，任务艰巨，因此迫切需要区委、区政府加大对商业城提升改造的工作力度。

1. 组建领导班子。建议把该项工作列入区委、区政府的重点工作，成立由区委、区政府主要领导挂帅，分管领导负责，各有关部门负责人参与的商业城提升发展领导小组，下设工作小组，协调、推进各项工作。

2. 继续深化调研。建议区委、区政府主要领导带队，组织有关部门、镇街到兄弟县市进行学习考察，借鉴他们的成功经验，进一步统一思想，提高认识，坚定信心，加快推进商业

城转型升级工作。

3. 加快推进工作。目前区域内各类建设项目众多，土地资源日趋紧张，商业城项目必须抓住时机，加快推进。一方面政府牵头协调各有关部门和相关镇街，开展项目选址、土地规划控制和前期手续办理等各项前期工作。另一方面，对区域内在建大型市场进行规划控制，整合全区市场资源，以避免重复建设。

（二）明确提升发展规划定位

在前期座谈交流、考察取经，广泛听取各层面意见的基础上，调研组对就地改造和异地新建两个方案进行了分析比较。一致认为，就地改造弊大于利，主要存在产权主体利益难协调、现有空间难拓展、瓶颈问题难破解和与火车南站规划矛盾等问题。而异地新建利大于弊，可彻底解决当前面临的发展瓶颈问题，通过最优位置建设、最优方案规划、最优模式创建，既有利于加快城市化进程，又有利于提升市场的综合实力。对新商业城的发展规划问题，可从以下三方面考虑。

1. 打造符合时代要求的现代新型商业模式。以高起点、远规划、新配套和一次规划、分期建设为原则，建设集销售、仓储、物流、会展一体化，购物、休闲、娱乐、旅游一站式，有形无形市场相结合的市场集群和商贸中心，把新商业城打造成代表现代商贸发展水平的典范之作，使商业城真正成为向外界展示的金名片，立足、面向全省以至华东的辐射源。

2. 建设中小企业发展平台。凭借其丰富的产品资源和优越的创业平台，业已成为全国、全世界网上创业者的沃土。我区现有中小企业2万余家，绝大部分为民营企业，资金实力雄厚，发展愿望强烈，而周边的绍兴、宁波、台州地区也有大批民营企业。在实施商业城提升改造时，可充分考虑这些中小企业的发展需求，为重点工业产品搭建一个集批发、零售和展示为一体的平台和窗口。

3. 进行区域市场资源的科学整合。新商业城建设可与其它市场的规划、整合同步进行（如加大新农都、新世纪市场园区和农产品批发市场整合力度）。在保护现有市场的前提下，筛选更具发展前景、更能代表区域特色的专业市场，优先进驻新商业城，尽快兴城隆市。要避免重复建设，引导区域内市场从小而全向大而专的发展形态转变，提高我区市场的精品化、专业化水平。

（三）合理确定新城选址

针对商业城异地新建的选址问题，调研组实地踏看了宁围、新街、红山蜀山、临浦等地相关区块，提出了四个建议方案（见附件）。

经过分析比较，综合各方面因素考虑，调研组认为。建议方案一、二——新世纪市场园区区块、临浦王村区块距主城区较近，相对较有区位优势，容易迅速隆市和形成规模，但也存在拆迁压力大、成本高、新的交通问题和农保地调整等不利因素。建议方案三、四——红山农场区块和区块较具发展潜力，可充分利用省市发展优势，抢抓机遇，实现商业城的转型升级和加快发展，但均存在离主城区较远，导致经营户易流失和隆市风险。但无论选择哪一方案，新商业城建设应与全区市场资源科学整合相结合。因此，建议对新农都、新商业城及其它专业市场的建设进行综合规划，整合各自资源优势，避免重复建设和恶性竞争，集中力量，共同做大、做强、做精、做专我区市场产业。

（四）探索新型运作模式

商业城提升发展项目一次性投资较大，可借鉴、等地成功经验，遵循政府搭台、企业唱戏和自筹资金、自求平衡等原则，探索投融资、建设和经营管理等新的体制。

一方面，可通过企业化操作，吸纳多个投资主体组建股份公

司或企业集团，负责新商业城的开发建设。建成后，可学习省内外兄弟市场的管理经验，实行政企分开。市场的经营管理通过集团化、企业化操作来实现，同时逐步转变现有整理文章由商业城管委会的职能，成为专门的协调机构。

另一方面，对老商业城搬迁地进行拍卖或再开发利用，结合火车南站规划，建立集居住、休闲和购物等功能为一体的新商业业态，提高土地使用效益和市场经营效益，以求新老市场建设的资金平衡。

（五）继续加强市场管理

在完成新商业城建设搬迁前，将存在5年以上的建设过渡期，因此在加大提升改造力度的同时，须继续加强市场管理工作。

1. 强化现有管理体制。针对当前商业城存在的诸多管理和发展难题，须进一步强化管委会的职能和机构定位。根据管委会实际所承担的职能，将商业城管委会调整为全额拨款的事业单位，以进一步加强对商业城的安全生产、市场秩序和国有资产的有效管理。

2. 完善部门联合执法体系。督促各职能部门按照以块为主的管理模式，明确职责，落实措施，加大监管力度，确保平稳过渡。