

山西省商务厅

加急

晋商建函〔2021〕158号

山西省商务厅
山西省发展和改革委员会
山西省工业和信息化厅
山西省农业农村厅
山西省市场监管局
山西省贸促会
太原海关

关于开展商品市场优化升级专项行动的通知

各市商务、发展改革、工信、农业农村、市场监管部门，各隶属海关，各市贸促会、有关协会：

为深入贯彻落实《中共中央 国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》《中共中央办公厅 国务院办公厅关于印发〈建设高标准市场体系行动方案〉的通知》等文件精神，推进商品市场创新发展，畅通国内大循环，促进国内国际双循环，商务部等7部门印发了《商品市场优化升级专项行动计划（2021-2025）》（商流通函〔2021〕159号），开展商品市场优化升级专项行动（以下简称：专项行动）。为推动我省商品市场优化升级，指导各市申报全国专项行动试点项目。现将有关事项通知

如下：

一、总体要求

（一）指导思想。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，按照高标准市场体系建设要求，充分发挥商品市场在流通中的枢纽节点作用，加强产业链供应链协同，提高流通效率，促进消费潜力释放，加快形成更加高效的现代流通体系，为构建新发展格局提供有力支撑。

（二）基本原则。坚持市场主导、政府引导。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，激发商品市场主体活力，加快创新发展。更好发挥政府部门在规划、标准、政策、监管等方面的作用，营造良好发展环境。坚持突出重点、分类指导。按照构建现代流通体系的总体要求，聚焦问题、补足短板、巩固优势，明确优化升级方向。按照农产品、工业消费品和生产资料市场不同特点，结合区域发展实际，加强分类指导。坚持以点带面、有序推进。完善部、省、市及商品市场四级重点商品市场联系机制，以每个地市重点联系3个以上商品市场为基础，兼顾商品市场类型与区域布局，选择有基础、有潜力、有意愿的地区分批开展试点，取得经验成效后逐步拓展、全面推进。

（三）主要目标。通过专项行动，将商品市场打造成为商品流通的重要平台、扩大内需的重要载体、优化供给的重要引擎，基本建成适应经济高质量发展、服务新发展格局的现代商品市场体系。到2025年，培育一批商品经营特色突出、产业链供应链服务功能强大、线上线下融合发展的全国商品市场示范基地，产销

衔接机制更加稳定，产业辐射带动作用更加显著，商品流通效率有效提升。有条件的地方培育一批区域性示范基地。

二、主要任务

（一）优化市场环境

1. 升级市场基础设施。完善仓储、分拣、加工、配送、冷链等物流设施设备，探索构建标准托盘、周转箱循环共用系统。推进电子交易结算系统、公共信息平台、大数据中心等数字设施建设，促进互联互通。鼓励设施设备节能改造，推进绿色市场建设。

2. 优化市场交易环境。鼓励商品市场完善信用记录、分级、激励约束等管理制度，探索构建以信用为基础的市场监管长效机制。指导商品市场持续优化交易服务，完善公平交易机制，畅通交易主体权益保护渠道。支持商品市场加强质量检测，提升产品质量安全。

3. 规范市场运营管理。推进商品市场标准化、规范化建设，鼓励结合实际制定市场建设、管理、运营、服务等相关标准。完善商品质量监控、知识产权保护、公共卫生防疫、安全生产监管等制度。健全应急保障响应机制，增强市场调节能力，有效发挥保供骨干企业队伍作用。

（二）提升服务能力

4. 提高综合服务能力。强化统计监测、指数发布等公共服务，完善交易结算、检验检测、仓储物流等基础服务，提升展览展示、营销推广、培训交流、信息数据等专业服务，拓展信贷保险、信用担保、仓单质押、融资租赁等金融服务，探索构建多层次、全方位的综合服务体系。

5. 强化产销衔接能力。鼓励农产品市场与生产基地、零售企业对接，发展订单农业，推进农商互联。鼓励工业消费品市场加强消费需求研判，通过以销定产和定制化模式，引导生产企业优化供给。鼓励生产资料市场结合区域资源禀赋和产业优势，提高市场竞争力，促进更高水平供需平衡。

6. 提升品牌孵化能力。引导商品市场拓展品牌策划、设计包装、孵化运营、宣传推广等功能，加强品牌培育与运营。指导商品市场通过品牌创建活动，吸引国内外品牌企业入驻，提升商品品牌化、特色化水平。鼓励有条件的商品市场与生产企业合作，开发自有品牌商品。

7. 拓展平台整合能力。引导商品市场与特色产业集聚区、物流园区、配送中心对接合作，整合生产、销售、金融、物流等资源和需求，通过自建或共建等方式，打造供应链综合服务平台，带动产业升级和效率提升。搭建开放平台与中小商户共享，探索建立利益联结机制，带动商户做大做强。

（三）促进创新融合

8. 引导市场业态创新。鼓励农产品市场加强业务流程优化，建立供求信息传导机制，引导按需生产。鼓励工业消费品市场创新营销方式，通过设立消费体验馆、新品发布中心、创意设计坊、电商直播基地等，推动跨界融合发展。鼓励生产资料市场探索交易模式创新，依法合规发展电子交易。

9. 促进市场协同联动。优化商品市场区域规划布局，支持产地型、集散型和销地型商品市场加强纵向联动。鼓励商品市场品牌输出，通过兼并收购、加盟合作、渠道下沉等方式，推进品牌

化、连锁化运营。指导商品市场按照区域产业发展定位，巩固差异化经营优势，促进市场横向协作。

10. 推动数字化转型。引导商品市场应用互联网、物联网、大数据、区块链和人工智能等现代信息技术，加快传统交易场景数字化重构。鼓励商品市场依托行业大数据平台，衔接匹配上游供应与下游需求，打通产业链各环节，打造适应数字经济发展的新型商品集散中心。

11. 推进内外贸一体化。指导商品市场加强主体培育、品牌建设和融合创新，深入推进市场采购贸易方式试点建设。支持有条件、有实力、有国际竞争力的商品市场“走出去”，探索与境外经贸合作区优势互补、联动发展。鼓励商品市场与跨境电商综试区、自由贸易试验区和自由贸易港协作，发展跨境电商。鼓励商品市场组织产销对接活动，按照“同线同标同质”要求，支持出口产品转内销。

三、保障措施

（一）加强组织领导。商品市场示范基地培育是建设高标准市场体系行动的重要任务，要高度重视。省级将建立商务、发展改革、工业和信息化、农业农村、海关、市场监管等部门和贸促机构共同参与的协调推进机制。各市要建立相应机制，制定实施方案（报省商务厅），在当地政府领导下加强对优化升级专项行动的统筹协调、支持引导和服务保障。

（二）开展试点探索。商务部等部门在具备条件的地区分批开展试点，适时开展绩效评价（评价指标见附件）。试点地区原则上应有列入商务部重点联系的商品市场，或农业农村部认定的国

家级农产品产地专业市场，并具备与商品市场相关的产业基础。太原市等具备申报条件的地级城市要把握发展机遇，发挥部门协调机制和专家队伍作用，积极申报国家试点。省商务厅将会同有关部门指导试点城市制定专项行动实施方案（参考要点见附件）。首批试点申报截止时间为2021年6月15日。

（三）加强政策支持。各市商务、发展改革、工业和信息化、农业农村、海关、市场监管等部门和贸促机构要因地制宜、精准施策，在规划编制、新型基础设施建设、创新创业、品牌建设、贸易便利化、电商直播、市场监管、产销活动组织、房屋租金、办展参展等方面给予相应的政策支持。

（四）强化支撑体系。各市要充分发挥行业协会、专业机构、高校智库等作用，加强统计监测、行业研究和培训指导。引导商品市场按照行业类型和经营特点，与现代流通企业、数字商务企业、农业企业、制造业企业等加强合作交流，组织开展多种形式的对接活动。

（五）加强总结宣传。各市商务局作为牵头部门，要发挥协调机制和商品市场联系机制作用，推动专项行动取得可复制、可考核成果，总结创新发展经验模式和典型做法；组织市场互动交流，多渠道宣传报道，发挥示范引领作用，并于每年11月10日前将各市专项行动工作进展和典型案例，报送省商务厅。省商务厅将全省工作进展及案例情况报商务部。

附件：1. 专项行动省级协调推进机制联系人名单

2. 商品市场优化升级专项行动实施方案参考要点

3. 商品市场优化升级试点评价指标



(此件主动公开)

抄送：商务部。

附件 1

山西省商品市场优化升级专项行动 省级协调推进机制联系人名单

省商务厅市场建设处二级调研员 侯国樑 18935123102
省发展改革委经贸处二级调研员 文晓华 13903465758
省工信厅运行监测服务处副处长 于力波 13834040647
省农业农村厅市场与信息化处三级主任科员 郭宏 15536887469
太原海关综合业务一处二级主任科员 张宁 15103466872
省市场监管局消保市场处一级主任科员 孙鹏 13935160003
省贸促会贸易促进部部长 张利文 18935122588

附件2

商品市场优化升级专项行动实施方案参考要点

一、基本情况

(一) 地区特色产业发展情况。

(二) 商品市场发展现状。包括市场功能布局、商户规模结构、商品采购及销售区域、市场成交额、主要业务及服务、业务收入结构、基础设施建设、信息化发展、发挥流通功能和产业带动作用情况等。

(三) 存在问题和面临挑战。

二、专项行动目标

通过实施优化升级专项行动可实现的目标，包括商品市场自身发展水平以及产业带动成效，可考虑定性、定量等目标。

三、具体任务

明确拟参与优化升级专项行动的商品市场，坚持问题导向，聚焦专项行动任务和评价指标，列明具体任务清单，同时填报商品市场基本情况表（附后）。

四、实施路径

结合本地实际，制定详实的任务安排时间表（实施时间为1-2年）、路线图。

五、保障措施

包括但不限于规划标准、协调机制、支持政策等。

商品市场基本情况表

市场名称	所有制类型			□国有□集体□民营	联系人	联系电话	
占地面积	亩	投资总额	亿元		摊位数	个	
营业面积	万平方米	仓储面积	万平方米		金融服务机构	个	
已出租营业面积	万平方米	已出租仓储面积	万平方米		质量检测机构	个	
从业人员	人	商户总数	个		品牌孵化机构	个	
其中：管理人员	人	其中：公司制商户数 交易商	个		市场采购贸易方式试点	□是 □否	
冷链设施	总库容	立方米	总面积	平方米	供应链服务平台	□是 □无	
	高温库	立方米	市场覆盖率	%	公共服务平台	□是 □无	
	低温库	立方米	入驻企业数	个	产品辐射国内区域	货源省份数量 销往省份数量	
	冷藏车	辆	市场覆盖率	%			
项目	单位	2019年	2020年	项目	单位	2019年	2020年
成交总额	亿元			面积	平方米		
其中：电子商务成交额	万元			参展商	个		
营业收入	万元			订单金额	万元		
				场次			
利润额	万元			出口国家数量	个		
				出口额	万美元		

纳税额	万元			进出口贸易情况	进口国家数量	个		
物流配送量	万吨				进口额	万美元		
物流配送额	万元				跨境电子商务成交额	万元		

商品市场优化升级试点评价指标（农产品市场类）

序号	一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分细则	得分
1	政策保障 (20分)	规划布局	规划实施成效。	4	市场布局更加科学合理，差异化、特色化发展优势更好发挥，根据实施成效得1-4分。	
2		工作机制	协调推进机制建立情况。	4	建立地方有关部门和贸促机构共同参与的协调推进机制，加强统筹协调、支持引导和服务保障。建立工作机制且作用发挥突出得4分，未建立0分，作用发挥不突出酌情减分。	
3		产业带动	市场对产业发展带动能力及产业集聚效应。	4	产业区域特色鲜明，产业集聚优势明显，市场对产业发展带动能力强，第三产业增加值每提高3%，得1分，满分2分； 市场带动就业人数每增加2%得1分，满分2分。	
4		政策措施	政策支持及配套措施情况。	4	地方政府出台具体扶持政策和配套措施，支持市场优化升级。根据支持政策出台及落实情况酌情得分，满分4分。	
5		宣传推广	经验模式总结及典型做法宣传。	4	总结优化升级经验模式，采用多种方式宣传报道，根据实施成效得1-4分。	
6	环境优化 (20分)	基础设施	物流设施、数字设施、绿色市场建设水平。	10	仓储、分拣、加工、冷链等物流设施设备改造，推动标准托盘、周转箱循环共用，根据实施情况酌情得分，满分5分； 开展电子交易结算系统、公共信息平台、大数据中心等数字设施建设，每建设并投入使用一项得1分，满分3分； 开展设施设备节能改造，开展绿色市场认证，根据实施情况酌情得分，满分2分。	
7		交易环境	信用管理制度、公平交易机制及产品质量安全水平提升成效。	5	建立信用管理制度，建立并实施得2分，未达到要求或未实施酌情减分； 建立健全公平交易机制，完善交易服务，畅通交易主体权益保护渠道，推行食用农产品合格证，建立并实施得2分，未达到要求或未实施酌情减分； 建立产品质量检测制度，定期进行产品质量监督抽查，开展产品快速检测，建立并实施得1分，未达到要求或未实施酌情减分。	
8		运营管理	规范化标准化管理水平、制度建设及应急保障机制建设成效。	5	根据市场标准化建设情况，酌情得1-2分； 质量控制、知识产权保护、公共卫生防疫、安全生产监管等制度健全，流程规范，每建立健全一项管理体系且运行良好得1分，满分2分； 建立农产品价格日常监测分析与预警机制，发生价格异常波动时，根据政府调控要求，通过减免费用、组织货源等手段平抑价格，建立并实施得1分。	

序号	一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分细则	得分
9	能力提升 (30分)	综合服务	公共服务、基础服务、专业服务、金融服务等服务能力提升程度。	10	配合政府部门开展统计监测，按时准确报送信息，得2分； 发布价格指数，得2分； 具备基础服务，包括交易结算、检验检测、仓储物流等，满分2分，每少1项减1分，减完为止； 提供专业服务，包括展览展示、营销推广、培训交流、信息数据等，满分2分，每少1项减1分，减完为止； 拓展金融服务，包括信贷保险、信用担保、仓单质押、融资租赁等，满分2分，每少1项减1分，减完为止。	
10		产销衔接	公益性功能发挥、产销对接长效机制建设情况。	8	发挥公益功能，保障市场供应，政府入股或与政府签订应急保供协议，得2分； 平稳市场价格，市场内与当地居民生活密切相关的至少10种鲜活农产品价格低于本地物价部门监测平均价格的10%以上，得2分； 为市场内批发商户与生产基地、零售终端等搭建产销对接平台，得2分； 建立面向脱贫地区或欠发达地区的销售专档、专区，得1分； 积极参与消费帮扶，协助解决农产品滞销卖难，得1分。	
11		品牌孵化	品牌培育运营、品牌入驻及自有品牌商品建设情况。	6	品牌孵化等功能完备，根据实施情况得分，满分3分； 引进国内外知名品牌，根据实施情况得分，满分1分； 市场赋能商户开发自有品牌，根据实施情况得分，满分2分。	
12		平台整合	供应链综合服务平台建设及共享服务提升水平。	6	与特色产业集聚区、物流园区、配送中心对接合作，整合资源，建立供应链综合服务平台，根据运营成效得1-3分； 为中小商户提供公共平台共享服务，商户入驻率占20%得1分，入驻率每提升10%加1分，满分3分。	
13		创新融合 (30分)	业态创新	业务流程优化、信息传导机制建设及成效。	6	加强业务流程优化，建立供求信息传导机制，引导按需生产，根据实施情况酌情得1-6分。
14	协同联动		市场纵向联动和横向协作成效，品牌化和连锁化运营情况。	8	与相关市场建立联动协作机制，并产生产业链协同及辐射带动效应，酌情得1-4分。 市场品牌效应突出，通过品牌输出、连锁经营或渠道下沉对接县域经济，酌情得1-4分。	
15	数字化转型		传统交易场景数字化重构、新型商品集散中心建设成效。	8	应用现代信息技术，加快传统交易场景数字化重构，电子商务成交额占总成交额比重每提高5%得1分，满分4分； 应用行业大数据平台，与农业生产基地数字化对接，探索打造新型商品集散中心，根据实施情况酌情得分，满分4分。	
16	内外贸一体化		商品市场“走出去”、发展跨境电商、出口转内销工作成效。	8	在境外开设商品市场，根据实施情况得分，满分2分； 积极争取跨境电商支持政策，根据实施成效得分，满分2分； 组织出口转内销活动，根据实施情况得分，满分2分； 本地进出口贸易总额每提高4个百分点，得1分，满分2分。	
17	否决指标	否决项	/	/	近3年如有造成国内外重大影响的公共卫生防疫安全事件、安全生产事故、群体性事件等。	

商品市场优化升级试点评价指标（工业消费品市场类）

序号	一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分细则	得分
1	政策保障 (20分)	规划布局	规划实施成效。	4	市场布局更加科学合理，差异化、特色化发展优势更好发挥，根据实施成效得1-4分。	
2		工作机制	协调推进机制建立情况。	4	建立地方有关部门和贸促机构共同参与的协调推进机制，加强统筹协调、支持引导和服务保障。建立工作机制且作用发挥突出得4分，未建立0分，作用发挥不突出酌情减分。	
3		产业带动	市场对产业发展带动能力及产业集聚效应。	4	产业区域特色鲜明，产业集聚优势明显，市场对产业发展带动能力强，第三产业增加值每提高3%，得1分，满分2分； 市场带动就业人数每增加2%得1分，满分2分。	
4		政策措施	政策支持及配套措施情况。	4	地方政府出台具体扶持政策和配套措施，支持市场优化升级。根据支持政策出台及落实情况酌情得分，满分4分。	
5		宣传推广	经验模式总结及典型做法宣传。	4	总结优化升级经验模式，采用多种方式宣传报道，根据实施成效得1-4分。	
6	环境优化 (20分)	基础设施	物流设施、数字设施、绿色市场建设水平。	9	仓储、分拣、加工、配送等物流设施设备改造，推动标准托盘、周转箱循环共用，根据实施情况酌情得分，满分5分； 开展电子交易结算系统、公共信息平台、大数据中心等数字设施建设，每建设并投入使用一项得1分，满分3分； 开展设施设备节能改造，根据实施情况酌情得分，满分1分。	
7		交易环境	信用管理制度、公平交易机制及产品质量安全水平提升成效。	5	建立信用管理制度，建立并实施得2分，未达到要求或未实施酌情减分； 建立健全公平交易机制，完善交易服务，畅通交易主体权益保护渠道，建立并实施得2分，未达到要求或未实施酌情减分； 建立产品质量检测制度，定期进行产品质量监督抽查，建立并实施得1分，未达到要求或未实施酌情减分。	
8		运营管理	规范化标准化管理及制度建设水平。	6	根据市场标准化建设情况，酌情得1-2分； 质量控制、知识产权保护、公共卫生防疫、安全生产监管等制度健全，每建立健全一项且运行良好得1分，满分4分。	

序号	一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分细则	得分
9	能力提升 (30分)	综合服务	公共服务、基础服务、专业服务、金融服务等服务能力提升程度。	10	配合政府部门开展统计监测，按时准确报送信息，得2分； 发布价格指数，得2分； 具备基础服务，包括交易结算、检验检测、仓储物流等，满分2分，每少1项减1分，减完为止； 提供专业服务，包括展览展示、营销推广、培训交流、信息数据等，满分2分，每少1项减1分，减完为止； 拓展金融服务，包括信贷保险、信用担保、仓单质押、融资租赁等，满分2分，每少1项减1分，减完为止。	
10		产销衔接	引导生产企业优化供给及组织商户产销对接能力。	8	发展以销定产、开展定制化经营、搭建线上线下对接平台，每开展一项得1分，满分3分； 与国内优质品牌商、大型零售企业和电商企业对接合作，每组织一场活动得1分，满分5分。	
11		品牌孵化	品牌培育运营、品牌入驻及自有品牌商品建设情况。	6	品牌孵化等功能完备，根据实施情况得分，满分3分； 引进国内外知名品牌，根据实施情况得分，满分1分； 市场赋能商户开发自有品牌，根据实施情况得分，满分2分。	
12		平台整合	供应链综合服务平台建设及共享服务提升水平。	6	与特色产业集聚区、物流园区、配送中心对接合作，整合资源，建立供应链综合服务平台，根据运营成效得1-3分； 为中小商户提供供应链平台共享服务，商户入驻率占20%得1分，占比每提升10%加1分，满分3分。	
13	创新融合 (30分)	业态创新	营销方式创新及跨界融合成效。	8	设立消费体验馆、新品发布中心、创意设计坊、电商直播基地等，每开展一项得2分，满分8分。	
14		协同联动	市场纵向联动和横向协作成效，品牌化和连锁化运营情况。	6	与相关市场建立联动协作机制，并产生产业链协同及辐射带动效应，酌情得1-3分。 市场品牌效应突出，通过品牌输出、连锁经营或渠道下沉对接县域经济，酌情得1-3分。	
15		数字化转型	传统交易场景数字化重构、新型商品集散中心建设成效。	6	应用现代信息技术，加快传统交易场景数字化重构，电子商务成交额占总成交额比重每提高5%得1分，满分3分； 应用行业大数据平台，与上游产业数字化对接，探索打造新型商品集散中心，根据实施情况酌情得分，满分3分。	
16		内外贸一体化	拓展市场采购贸易、商品市场“走出去”、发展跨境电商、出口转内销工作成效。	10	拓展市场采购贸易，根据实施情况得分，满分2分； 在境外开设商品市场，根据实施情况得分，满分2分； 积极争取跨境电商支持政策，根据实施成效得分，满分2分； 组织出口转内销活动，根据实施情况得分，满分2分； 本地进出口贸易总额每提高4个百分点，得1分，满分2分。	
17	否决指标	否决项	/	/	近3年如有造成国内外重大影响的公共卫生防疫安全事件、安全生产事故、群体性事件等。	

附件3-3

商品市场优化升级试点评价指标（生产资料市场类）

序号	一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分细则	得分
1	政策保障 (20分)	规划布局	规划实施成效。	4	市场布局更加科学合理，差异化、特色化发展优势更好发挥，根据实施成效得1-4分。	
2		工作机制	协调推进机制建立情况。	4	建立地方有关部门和贸促机构共同参与的协调推进机制，加强统筹协调、支持引导和服务保障。建立工作机制且作用发挥突出得4分，未建立0分，作用发挥不突出酌情减分。	
3		产业带动	市场对产业发展带动能力及产业集聚效应。	4	产业区域特色鲜明，产业集聚优势明显，市场对产业发展带动能力强，第三产业增加值每提高3%，得1分，满分2分； 市场带动就业人数每增加2%得1分，满分2分。	
4		政策措施	支持政策和配套措施情况。	4	地方政府出台具体扶持政策和配套措施，支持市场优化升级。根据支持政策出台及落实情况酌情得分，满分4分。	
5		宣传推广	经验模式总结及典型做法宣传。	4	总结优化升级经验模式，采用多种方式宣传报道，根据实施成效得1-4分。	
6	环境优化 (20分)	基础设施	物流设施、数字设施、绿色市场建设水平。	10	仓储、分拣、加工、配送等物流设施设备改造，每新建或升级改造一项且运行良好得1分，满分4分； 开展电子交易结算系统、公共信息平台、大数据中心等数字设施建设，每建设并投入使用一项得1分，满分3分； 开展设施设备节能改造，每改造一项节能设备且运行良好得1分，满分3分。	
7		交易环境	信用管理制度、公平交易机制及产品质量安全水平提升成效。	5	建立信用管理制度，建立并实施得2分；未达到要求或未实施酌情减分； 建立健全公平交易机制，完善交易服务，畅通交易主体权益保护渠道，建立并实施得2分；未达到要求或未实施酌情减分； 建立产品质量检测制度，建立并实施得1分；未达到要求或未实施酌情减分。	
8		运营管理	规范化标准化管理及制度建设水平。	5	根据市场标准化建设情况，酌情得1-2分； 风险控制、公共卫生防疫、安全生产监管等制度健全，每建立健全一项管理体系且运行良好得1分，满分3分。	

序号	一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分细则	得分
9	能力提升 (30分)	综合服务	公共服务、基础服务、专业服务、金融服务等服务能力提升程度。	10	配合政府部门开展统计监测,按时准确报送信息,得1分; 形成较强影响力的价格指数并定期发布得1分,被国内机构采用得1分,被国外机构采用得1分,累计不超过3分; 具备基础性服务,包括电子交易、仓储物流等,满分2分,每少1项减1分,减完为止; 提供专业服务,包括营销推广、产业数据、信息资讯等,满分2分,每少1项减1分,减完为止; 拓展金融服务,包括信贷保险、信用担保、仓单质押、融资租赁等,满分2分,每少1项减1分,减完为止。	
10		产销衔接	价格影响及促进供需平衡能力。	10	搭建线上线下对接平台、定期发布供需信息、促进商户与采购商对接并建立长期合作关系,利用区域资源禀赋积极参与商品定价,根据实施情况得分,满分10分。	
11		平台整合	供应链综合服务平台建设及服务提升水平。	10	与特色产业集聚区、物流园区、配送中心对接合作,整合资源,建立供应链综合服务平台,根据运营成效得1-5分; 为中小商户提供公共平台共享服务,商户入住率占20%得1分,入驻率每提升10%加1分,满分5分。	
12	创新融合 (30分)	业态创新	模式创新及电子交易依法合规开展情况。	8	依法合规发展电子交易,创新服务模式,带动市场交易额每增长5%,得2分,满分8分。	
13		协同联动	市场纵向联动和横向协作成效,品牌化和连锁化运营情况。	8	与相关市场建立联动协作机制,并产生产业链协同及辐射带动效应,酌情得1-4分。 市场品牌效应突出,开展品牌输出、连锁经营,酌情得1-4分。	
14		数字化转型	信息技术应用及新型商品集散中心建设成效。	8	应用互联网、物联网、大数据、区块链和人工智能等现代信息技术,应用一项得1分,满分5分; 搭建行业大数据平台,探索打造新型商品集散中心,有效匹配上游供给与下游需求,根据实施情况得分,满分3分。	
15		内外贸一体化	拓展市场采购贸易、商品市场“走出去”。	6	拓展市场采购贸易,根据实施情况得分,满分2分; 在境外开设商品市场,根据实施情况得分,满分2分; 本地进出口贸易总额每提高4个百分点,得1分,满分2分。	
16	否决指标	否决项	/	/	近3年如有造成国内外重大影响的公共卫生防疫安全事件、安全生产事故、群体性事件等。	