

# 中商顾问 · 投资情报周刊

2014年11月24日-2014年11月30日

每周一发行

国务院关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见

国务院部署加快发展服务外包产业打造外贸竞争新优势

前十月中国国企利润增6.1% 负债总额超65.5万亿

围猎捕手BAT: 创客们绕不开的坎 结盟还是颠覆



中商产业研究院出版



全国免费热线:

400-666-1917

# 国际化专业调研机构， 涉外调查许可资格

## 丰富的成功案例，更贴近市场适用

中商已累计完成全国 30 多个省市区、上千家企业项目，协助企业成功获取征  
地立项，政策扶持，银行贷款，融资合作，案例可查

涉及农业，轻工，食品，机械，建筑，建材，医药，化工，冶金，旅游，电  
子，纺织，能源，市政，人防，节能，综合等



## 中商产业研究院行业研究报告

中商产业研究院立足北京与深圳，是由中国知名的资讯管理理论专家和竞争情报实战派携手创建的资讯机构，是国内专业的第三方市场研究机构和企业综合咨询服务提供商。

中商产业研究院发布的行业研究报告主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、行业协会、工商、税务、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员分析。

中商产业研究院拥有 10 年的行业研究经验，形成了自身一套独特的研究方法和产业评估体系；行业市场研究报告通过大量一手市场调研数据的专业分析，结合与国际同步的 SCP 科学分析模型，深入客观的剖析当前行业的总体市场容量、市场规模、竞争格局、进出口情况和市场需求特征，以及行业重点企业的产销运营分析，并根据各行业的发展轨迹及实践经验，对各产业未来的发展趋势作出科学的分析与预测。是企业了解各行业当前最新发展动向、把握市场机会、做出正确投资和明确企业发展方向不可多得的精品资料。

## 为什么选择我们？

**让您买得放心** 中商产业研究院从业多年，信誉良好，服务品质有保证；

**售前售后服务** 通过我们良好的资源，为客户提供最完善的售前售后服务；

**赠送增值服务** 购买我们研究报告，可获赠我们数据中心会员资格，全方面了解行业动态；

**节省时间费用** 平时工作的忙碌，使得大多企业高管没有时间对整个行业脉络进行一次系统的梳理，一份行业研究报告会让您对整个市场的脉络更为清晰；您在我公司购买多份报告能获得我们更高的折扣；

**报告更新及时** 我们拥有高素质的研究团队，密切关注各行业发展最新动向，汇集行业最新研究成果。



## 研究报告对企业的价值是什么？

- 全面、系统地了解行业的关键价值点、投资价值、发展前景；
- 准确把握行业的主要发展脉络及重点企业动态；
- 获得丰富的投资决策信息，提升投资决策的正确性；
- 获得深入的行业研究信息，拓宽客户对行业认识的视野与角度；
- 行业研究报告是对整个行业脉络进行一次系统的梳理，会让您对整个市场的脉络更为清晰，从而成为您做重大市场决策的有力参考；
- 如果您希望进入某个行业投资，阅读一份高质量的行业报告是您系统快速解一个行业最快最好的方法，使得您的投资决策更为科学，避免投资失误造成巨大损失。

## 公司资质 Qualification



## 版权声明

《中商顾问·投资情报周刊》为中商产业研究院制作，数据部分来源于公开资料。本公司力求报告内容的准确可靠，但并不对报告内容及引用资料的准确性和完整性作出任何承诺和保证。本报告只作为投资参考资料，报告中信息及所表达观点并不具有投资决策。

本报告包含的所有内容（包括但不限于文本、数据、图片、图标、LOGO等）的所有权归属中商产业研究院，其中，部分图表在标注有数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。中商产业研究院取得数据的途径来源于市场调研、公开资料和第三方购买。本报告内容受中国及国际版权法的保护。本报告及其任何组成部分（包括但不限于文本、数据、图片等）在用于再造、复制、传播时（无论是否用于商业、盈利、广告等目的），必须保留注明出处为中商产业研究院，如果用于商业、盈利、广告等目的，需征得中商产业研究院同意并书面特别授权，同时需注明出处。

本报告有关版权问题适用于中华人民共和国法律。我们保留随时解释和更改上述免责事由及条款的权利。



中国领先产业研究与咨询机构

中商产业研究院

## 中国细分市场研究领导者，在业界创造的 NO.1



# 目录

一、政策法规.....	10
1、国务院关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见.....	10
2、国务院部署加快发展服务外包产业打造外贸竞争新优势.....	16
3、五部委发布金融资产管理公司监管办法.....	17
4、国务院办公厅关于加强环境监管执法的通知.....	18
5、关于减免养老和医疗机构行政事业性收费有关问题的通知.....	22
6、关于新能源汽车充电设施建设奖励的通知.....	22
7、国家调整成品油等部分产品消费税政策.....	24
8、银监会取消 ABS 发行逐笔审批.....	24
9、保监会：禁止通过赠险虚增保费.....	25



# “十三五规划”研究领域及内容

## 宏观经济研究

国内外经济走势对本地经济影响及对策研究  
 国际金融危机对经济社会发展影响及对策研究  
 国际金融危机背景下国家宏观经济政策分析  
 十三五扩大消费需求的思路与对策研究  
 十三五期间固定资产投资与重点建设专案研究

## 资源环境

生态建设与环境保护的思路与对策研究  
 十三五时期推进循环经济发展的对策研究  
 生态建设和环境保护研究  
 十三五生态建设与环境保护的思路与对策研究  
 节能减排和低碳经济发展的目标、思路及措施研究

## 城乡区域研究

区域经济协调发展研究  
 加快推进城镇化战略研究  
 统筹城乡发展思路和对策研究  
 城乡经济社会一体发展目标、思路及对策研究  
 县域经济发展研究经济布局调整与重点发展区域及相关政策措施研究

## 产业研究

产业结构优化升级研究  
 信息产业发展的目标、思路及措施研究  
 新能源产业发展的目标、思路及措施研究  
 集群布局及产业集聚效应研究  
 国内外高新技术领域发展的新趋势、新特点，及其所带来机遇和挑战产业

## 科教文化

提高创新能力思路及对策研究  
 加强公共服务能力建设研究医疗卫生事业改革与发展的目标、思路及措施研究

## 服务内容

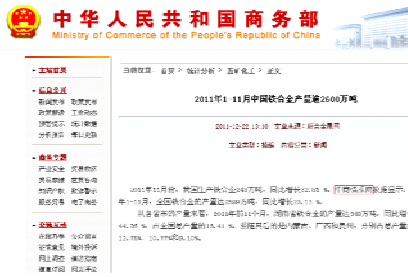
为政府、行业协会提供十三五规划相关课题研究  
 为企业进行十三五规划相关政策解读及建言献策  
 提供十三五时期中国经济及行业发展趋势分析服务  
 为投资者挖掘十三五时期的投资机遇和投资方向

二、经济观察	25
1、1-10月份全国规模以上工业企业利润总额同比增长6.7%	25
2、前十月中国国企利润增6.1% 负债总额超65.5万亿	30
3、保险行业总资产逼近10万亿大关	31
4、2014年第三季度支付体系运行总体情况	31
5、2014年10月份全国彩票销售情况	31
6、流通领域重要生产资料市场价格变动情况(2014年11月11-20日)	34
7、50个城市主要食品平均价格变动情况(2014年11月11-20日)	35
三、投资市场	37
1、围猎捕手BAT：创客们绕不开的坎 结盟还是颠覆？	37

# ◇ 中商产业研究院影响力 ◇

国家政府部门及权威媒体广泛报道与引用中商产业研究院专业研究结论

国内外主流财经媒体及国家政府部门大量引用中商产业研究院数据及研究结论,如央视财经、凤凰财经新浪财经、中国经济信息网、国家商务部、发改委、国务院发展研究中心(国研网)等。



中国首家自建数据库的咨询机构



- 2、资本围猎大健康: PE 垂涎布局 IT 巨头抢食 最佳投资周期.....38
- 3、新三板“拥堵”: 3 月 687 家申请 审项目变审券商.....41
- 4、股权众筹要来了:退出难题待解 天使并非人人能当.....42
- 5、可穿戴设备未达爆发预期:创业者给 VC 挖坑了? .....45
- 6、拿 VC 的钱有门道: 找个靠谱的人引荐 不骗投资人.....47
- 7、PE/VC 掘金节能环保: 城镇化弱水三千 工业 4.0 暗藏金矿.....49
- 8、IPO 注册制初稿完成: 拓宽退出渠道 创投迎新发展.....50
- 9、PE“星探”国企改革: 证监会挤泡沫 并购基金两大铁规.....51
- 10、文化娱乐钱多混乱: 并购失败率超过 50% PE/VC 如何谋划? .....53
- 11、PE/VC 争抢 90 后: 年老是耻辱 围猎下一个扎克伯格.....55

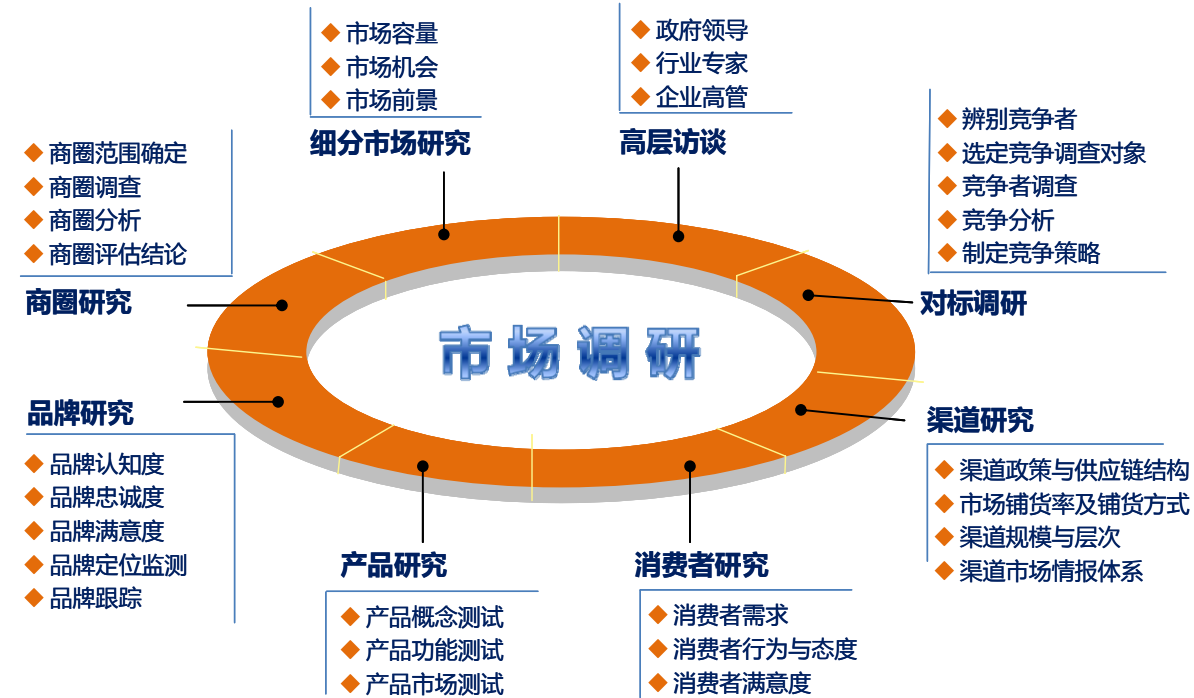
## 行业市场调研

专项研究（重点包括细分市场研究、高层访谈、对标企业研究、消费者研究）

满意度研究（重点包括员工满意度、客户满意度）

竞争对手调查（重点包括竞争对手产品、营销、研发、财务、渠道调查等）

企业产销调研（重点包括生产状况调查、销售状况调查）



12、11.24 -11.30 一周并购事件.....	56
13、国内一周风投事件统计.....	56
14、国外一周风投事件统计.....	59
15、证券市场一周回顾.....	60
<b>四、产业市场.....</b>	<b>63</b>
1、服务外包业获真金白银支持:政府拓宽购买服务领域.....	63
2、经济型酒店行业真实状况:利润依然相当可观.....	64
3、餐饮行业景气堪忧 高端餐饮依旧疲软.....	67
4、钢铁白名单第三批公布 全行业 15%产能面临淘汰.....	68
5、国内乳业面临不进反退危机 国产种牛牛不起来了.....	71



## 中商产业研究院案例

### 市场调研成功案例(部分)

中国西式微波食品市场调研  
中国压缩机市场调研  
中国贴片机市场调研  
中国微耕机市场调研

### 投融资咨询成功案例(部分)

进口消费品交易中心项目  
食品冷链物流中心建设项目  
物流园建设项目  
现代化医药物流配送中心建设项目

### 民营银行咨询成功案例(部分)

组建恒力银行咨询服务项目  
组建西京银行咨询服务项目  
组建西部科技银行咨询服务项目  
组建道生银行咨询服务项目

### 规划咨询成功案例(部分)

\*\*\*城镇总体规划项目  
\*\*\*现代农业产业总体规划项目  
\*\*\*现代农业养殖基地规划项目  
\*\*\*区域经济规划项目

### IPO 咨询成功案例 ( 部分 )

中华包装控股发展有限公司招股说明书(港交所 01439)  
鸿伟 ( 亚洲 ) 控股有限公司招股说明书(港交所 08191)  
中国食品包装有限公司招股说明书(韩国 KOSDAQ)  
常熟风范电力设备股份有限公司招股说明书(上交所 601700)

6、药价改革利好血制品行业 有价无市局面将改观.....	75
7、中澳自贸协定利好纺织业 双边贸易 99%为中国出口.....	78
8、力推网吧行业转型升级.....	78
<b>五、环球市场.....</b>	<b>80</b>
1、日本 2014 年税收或创新高 对财政重建作用有限.....	80
2、英国第三季度经济环比增长 0.7%.....	81
3、韩国消费者信心降至 14 个月最低 经济持续低迷.....	81
4、巴西电子商务规模今年将达 278 亿美元.....	82
5、美国五年期国债大受投资者青睐.....	82
6、韩国刷信用卡超过 2700 元将需出示身份证.....	83

# 投资咨询

## 可行性研究报告



## 商业计划书



7、罕见干旱重伤巴西农业大州.....	83
8、加拿大第四季度通胀出现上升势头.....	84
9、中俄食品领域合作商机陡现.....	84
10、丹麦推动出口成效显著.....	85
<b>六、热点解读.....</b>	<b>86</b>
1、解读：国务院常务会议加快发展服务外包产业新举措.....	86
2、中国互联网战略投资者产业布局分析.....	87

## 一、政策法规

### 1、国务院关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见

为推进经济结构战略性调整，加强薄弱环节建设，促进经济持续健康发展，迫切需要在公共服务、资源环境、生态建设、基础设施等重点领域进一步创新投融资机制，充分发挥社会资本特别是民间资本的积极作用。为此，特提出以下意见。

#### 一、总体要求

（一）指导思想。全面贯彻落实党的十八大和十八届三中、四中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，打破行业垄断和市场壁垒，切实降低准入门槛，建立公平开放透明的市场规则，营造权利平等、机会平等、规则平等的投资环境，进一步鼓励社会投资特别是民间投资，盘活存量、用好增量，调结构、补短板，服务国家生产力布局，促进重点领域建设，增加公共产品有效供给。

（二）基本原则。实行统一市场准入，创造平等投资机会；创新投资运营机制，扩大社会资本投资途径；优化政府投资使用方向和方式，发挥引导带动作用；创新融资方式，拓宽融资渠道；完善价格形成机制，发挥价格杠杆作用。

#### 二、创新生态环保投资运营机制

（三）深化林业管理体制改革。推进国有林区 and 国有林场管理体制改革，完善森林经营和采伐管理制度，开展森林科学经营。深化集体林权制度改革，稳定林权承包关系，放活林地经营权，鼓励林权依法规范流转。鼓励荒山荒地造林和退耕还林林地林权依法流转。减免林权流转税费，有效降低流转成本。

（四）推进生态建设主体多元化。在严格保护森林资源的前提下，鼓励社会资本积极参与生态建设和保护，支持符合条件的农民专业合作社、家庭农场（林场）、专业大户、林业企业等新型经营主体投资生态建设项目。对社会资本利用荒山荒地进行植树造林的，在保障生态效益、符合土地用途管制要求的前提下，允许发展林下经济、森林旅游等生态产业。



（五）推动环境污染治理市场化。在电力、钢铁等重点行业以及开发区（工业园区）污染治理等领域，大力推行环境污染第三方治理，通过委托治理服务、托管运营服务等方式，由排污企业付费购买专业环境服务公司的治污减排服务，提高污染治理的产业化、专业化程度。稳妥推进政府向社会购买环境监测服务。建立重点行业第三方治污企业推荐制度。

（六）积极开展排污权、碳排放权交易试点。推进排污权有偿使用和交易试点，建立排污权有偿使用制度，规范排污权交易市场，鼓励社会资本参与污染减排和排污权交易。加快调整主要污染物排污费征收标准，实行差别化排污收费政策。加快在国内试行碳排放权交易制度，探索森林碳汇交易，发展碳排放权交易市场，鼓励和支持社会投资者参与碳配额交易，通过金融市场发现价格的功能，调整不同经济主体利益，有效促进环保和节能减排。

### 三、鼓励社会资本投资运营农业和水利工程

（七）培育农业、水利工程多元化投资主体。支持农民合作社、家庭农场、专业大户、农业企业等新型经营主体投资建设农田水利和水土保持设施。允许财政补助形成的小型农田水利和水土保持工程资产由农业用水合作组织持有和管护。鼓励社会资本以特许经营、参股控股等多种形式参与具有一定收益的节水供水重大水利工程建设运营。社会资本愿意投入的重大水利工程，要积极鼓励社会资本投资建设。

（八）保障农业、水利工程投资合理收益。社会资本投资建设或运营管理农田水利、水土保持设施和节水供水重大水利工程的，与国有、集体投资项目享有同等政策待遇，可以依法获取供水水费等经营收益；承担公益性任务的，政府可对工程建设投资、维修养护和管护经费等给予适当补助，并落实优惠政策。社会资本投资建设或运营管理农田水利设施、重大水利工程等，可依法继承、转让、转租、抵押其相关权益；征收、征用或占用的，要按照国家有关规定给予补偿或者赔偿。

（九）通过水权制度改革吸引社会资本参与水资源开发利用和保护。加快建立水权制度，培育和规范水权交易市场，积极探索多种形式的水权交易流转方式，允许各地通过水权交易满足新增合理用水需求。鼓励社会资本通过参与节水供水重大水利工程投资建设等方式优先获得新增水资源使用权。

（十）完善水利工程水价形成机制。深入开展农业水价综合改革试点，进一步促进农业节水。水利工程供非农业用水价格按照补偿成本、合理收益、优质优价、公平负担的原则合理制定，并根据供水成本变化及社会承受能力等适时调整，推行两部制水利工程水价和丰枯季节水价。价格调整不到位时，地方政府可根据实际情况安排财政性资金，对运营单位进行合理补偿。

#### 四、推进市政基础设施投资运营市场化

(十一) 改革市政基础设施建设运营模式。推动市政基础设施建设运营事业单位向独立核算、自主经营的企业化管理转变。鼓励打破以项目为单位的分散运营模式，实行规模化经营，降低建设和运营成本，提高投资效益。推进市县、乡镇和村级污水收集和处理、垃圾处理项目按行业“打包”投资和运营，鼓励实行城乡供水一体化、厂网一体投资和运营。

(十二) 积极推动社会资本参与市政基础设施建设运营。通过特许经营、投资补助、政府购买服务等多种方式，鼓励社会资本投资城镇供水、供热、燃气、污水垃圾处理、建筑垃圾资源化利用和处理、城市综合管廊、公园配套服务、公共交通、停车设施等市政基础设施项目，政府依法选择符合要求的经营者。政府可采用委托经营或转让—经营—转让（TOT）等方式，将已经建成的市政基础设施项目转交给社会资本运营管理。

(十三) 加强县城基础设施建设。按照新型城镇化发展的要求，把有条件的县城和重点镇发展为中小城市，支持基础设施建设，增强吸纳农业转移人口的能力。选择若干具有产业基础、特色资源和区位优势县城和重点镇推行试点，加大对市政基础设施建设运营引入市场机制的政策支持力度。

(十四) 完善市政基础设施价格机制。加快改进市政基础设施价格形成、调整和补偿机制，使经营者能够获得合理收益。实行上下游价格调整联动机制，价格调整不到位时，地方政府可根据实际情况安排财政性资金对企业运营进行合理补偿。

#### 五、改革完善交通投融资机制

(十五) 加快推进铁路投融资体制改革。用好铁路发展基金平台，吸引社会资本参与，扩大基金规模。充分利用铁路土地综合开发政策，以开发收益支持铁路发展。按照市场化方向，不断完善铁路运价形成机制。向地方政府和社会资本放开城际铁路、市域（郊）铁路、资源开发性铁路和支线铁路的所有权、经营权。按照构建现代企业制度的要求，保障投资者权益，推进蒙西至华中、长春至西巴彦花铁路等引进民间资本的示范项目实施。鼓励按照“多式衔接、立体开发、功能融合、节约集约”的原则，对城市轨道交通站点周边、车辆段上盖进行土地综合开发，吸引社会资本参与城市轨道交通建设。

(十六) 完善公路投融资模式。建立完善政府主导、分级负责、多元筹资的公路投融资模式，完善收费公路政策，吸引社会资本投入，多渠道筹措建设和维护资金。逐步建立高速公路与普通公路统筹发展机制，促进普通公路持续健康发展。

(十七) 鼓励社会资本参与水运、民航基础设施建设。探索发展“航电结合”等投融资模式，按相关政策给予投资补助，鼓励社会资本投资建设航电枢纽。鼓励社会资本投资建设港口、内河航运设施等。积极吸引社会资本参与盈利状况较好的枢纽机场、干线机场以及机场配套服务设施等投资建设，拓宽机场建设资金来源。

## 六、鼓励社会资本加强能源设施投资

(十八) 鼓励社会资本参与电力建设。在做好生态环境保护、移民安置和确保工程安全的前提下，通过业主招标等方式，鼓励社会资本投资常规水电站和抽水蓄能电站。在确保具备核电控股资质主体承担核安全责任的前提下，引入社会资本参与核电项目投资，鼓励民间资本进入核电设备研制和核电服务领域。鼓励社会资本投资建设风光电、生物质能等清洁能源项目和背压式热电联产机组，进入清洁高效煤电项目建设、燃煤电厂节能减排升级改造领域。

(十九) 鼓励社会资本参与电网建设。积极吸引社会资本投资建设跨区输电通道、区域主干电网完善工程和大中城市配电网工程。将海南联网Ⅱ回线路和滇西北送广东特高压直流输电工程等项目作为试点，引入社会资本。鼓励社会资本投资建设分布式电源并网工程、储能装置和电动汽车充电设施。

(二十) 鼓励社会资本参与油气管网、储存设施和煤炭储运建设运营。支持民营企业、地方国有企业等参股建设油气管网主干线、沿海液化天然气(LNG)接收站、地下储气库、城市配气管网和城市储气设施，控股建设油气管网支线、原油和成品油商业储备库。鼓励社会资本参与铁路运煤干线和煤炭储配体系建设。国家规划确定的石化基地炼化一体化项目向社会资本开放。

(二十一) 理顺能源价格机制。进一步推进天然气价格改革，2015年实现存量气和增量气价格并轨，逐步放开非居民用天然气气源价格，落实页岩气、煤层气等非常规天然气价格市场化政策。尽快出台天然气管道运输价格政策。按照合理成本加合理利润的原则，适时调整煤层气发电、余热余压发电上网标杆电价。推进天然气分布式能源冷、热、电价格市场化。完善可再生能源发电价格政策，研究建立流域梯级效益补偿机制，适时调整完善燃煤发电机组环保电价政策。

## 七、推进信息和民用空间基础设施投资主体多元化

(二十二) 鼓励电信业进一步向民间资本开放。进一步完善法律法规，尽快修订电信业务分类目录。研究出台具体试点办法，鼓励和引导民间资本投资宽带接入网络建设和业务运营，大力发展宽带用户。推进民营企业开展移动通信转售业务试点工作，促进业务创新发展。

(二十三) 吸引民间资本加大信息基础设施投资力度。支持基础电信企业引入民间战略投资者。



推动中国铁塔股份有限公司引入民间资本，实现混合所有制发展。

（二十四）鼓励民间资本参与国家民用空间基础设施建设。完善民用遥感卫星数据政策，加强政府采购服务，鼓励民间资本研制、发射和运营商业遥感卫星，提供市场化、专业化服务。引导民间资本参与卫星导航地面应用系统建设。

#### 八、鼓励社会资本加大社会事业投资力度

（二十五）加快社会事业公立机构分类改革。积极推进养老、文化、旅游、体育等领域符合条件的事业单位，以及公立医院资源丰富地区符合条件的医疗事业单位改制，为社会资本进入创造条件，鼓励社会资本参与公立机构改革。将符合条件的国有单位培训疗养机构转变为养老机构。

（二十六）鼓励社会资本加大社会事业投资力度。通过独资、合资、合作、联营、租赁等途径，采取特许经营、公建民营、民办公助等方式，鼓励社会资本参与教育、医疗、养老、体育健身、文化设施建设。尽快出台鼓励社会力量兴办教育、促进民办教育健康发展的意见。各地在编制城市总体规划、控制性详细规划以及有关专项规划时，要统筹规划、科学布局各类公共服务设施。各级政府逐步扩大教育、医疗、养老、体育健身、文化等政府购买服务范围，各类经营主体平等参与。将符合条件的各类医疗机构纳入医疗保险定点范围。

（二十七）完善落实社会事业建设运营税费优惠政策。进一步完善落实非营利性教育、医疗、养老、体育健身、文化机构税收优惠政策。对非营利性医疗、养老机构建设一律免征有关行政事业性收费，对营利性医疗、养老机构建设一律减半征收有关行政事业性收费。

（二十八）改进社会事业价格管理政策。民办教育、医疗机构用电、用水、用气、用热，执行与公办教育、医疗机构相同的价格政策。养老机构用电、用水、用气、用热，按居民生活类价格执行。除公立医疗、养老机构提供的基本服务按照政府规定的价格政策执行外，其他医疗、养老服务实行经营者自主定价。营利性民办学校收费实行自主定价，非营利性民办学校收费政策由地方政府按照市场化方向根据当地实际情况确定。

#### 九、建立健全政府和社会资本合作（PPP）机制

（二十九）推广政府和社会资本合作（PPP）模式。认真总结经验，加强政策引导，在公共服务、资源环境、生态保护、基础设施等领域，积极推广 PPP 模式，规范选择项目合作伙伴，引入社会资本，增强公共产品供给能力。政府有关部门要严格按照预算管理有关法律法规，完善财政补贴制度，切实控制和防范财政风险。健全 PPP 模式的法规体系，保障项目顺利运行。鼓励通过 PPP 方式盘活存量资源，变现资金要用于重点领域建设。

（三十）规范合作关系保障各方利益。政府有关部门要制定管理办法，尽快发布标准合同范本，对 PPP 项目的业主选择、价格管理、回报方式、服务标准、信息披露、违约处罚、政府接管以及评估论证等进行详细规定，规范合作关系。平衡好社会公众与投资者利益关系，既要保障社会公众利益不受损害，又要保障经营者合法权益。

（三十一）健全风险防范和监督机制。政府和投资者应对 PPP 项目可能产生的政策风险、商业风险、环境风险、法律风险等进行充分论证，完善合同设计，健全纠纷解决和风险防范机制。建立独立、透明、可问责、专业化的 PPP 项目监管体系，形成由政府监管部门、投资者、社会公众、专家、媒体等共同参与的监督机制。

（三十二）健全退出机制。政府要与投资者明确 PPP 项目的退出路径，保障项目持续稳定运行。项目合作结束后，政府应组织做好接管工作，妥善处理投资回收、资产处理等事宜。

#### 十、充分发挥政府投资的引导带动作用

（三十三）优化政府投资使用方向。政府投资主要投向公益性和基础性建设。对鼓励社会资本参与的生态环保、农林水利、市政基础设施、社会事业等重点领域，政府投资可根据实际情况给予支持，充分发挥政府投资“四两拨千斤”的引导带动作用。

（三十四）改进政府投资使用方式。在同等条件下，政府投资优先支持引入社会资本的项目，根据不同项目情况，通过投资补助、基金注资、担保补贴、贷款贴息等方式，支持社会资本参与重点领域建设。抓紧制定政府投资支持社会投资项目的管理办法，规范政府投资安排行为。

#### 十一、创新融资方式拓宽融资渠道

（三十五）探索创新信贷服务。支持开展排污权、收费权、集体林权、特许经营权、购买服务协议预期收益、集体土地承包经营权质押贷款等担保创新类贷款业务。探索利用工程供水、供热、发电、污水垃圾处理等预期收益质押贷款，允许利用相关收益作为还款来源。鼓励金融机构对民间资本举办的社会事业提供融资支持。

（三十六）推进农业金融改革。探索采取信用担保和贴息、业务奖励、风险补偿、费用补贴、投资基金，以及互助信用、农业保险等方式，增强农民合作社、家庭农场（林场）、专业大户、农林企业的贷款融资能力和风险抵御能力。

（三十七）充分发挥政策性金融机构的积极作用。在国家批准的业务范围内，加大对公共服务、

生态环保、基础设施建设项目的支持力度。努力为生态环保、农林水利、中西部铁路和公路、城市基础设施等重大工程提供长期稳定、低成本的资金支持。

（三十八）鼓励发展支持重点领域建设的投资基金。大力发展股权投资基金和创业投资基金，鼓励民间资本采取私募等方式发起设立主要投资于公共服务、生态环保、基础设施、区域开发、战略性新兴产业、先进制造业等领域的产业投资基金。政府可以使用包括中央预算内投资在内的财政性资金，通过认购基金份额等方式予以支持。

（三十九）支持重点领域建设项目开展股权和债权融资。大力发展债权投资计划、股权投资计划、资产支持计划等融资工具，延长投资期限，引导社保资金、保险资金等用于收益稳定、回收期长的基础设施和基础产业项目。支持重点领域建设项目采用企业债券、项目收益债券、公司债券、中期票据等方式通过债券市场筹措投资资金。推动铁路、公路、机场等交通项目建设企业应收账款证券化。建立规范的地方政府举债融资机制，支持地方政府依法依规发行债券，用于重点领域建设。

创新重点领域投融资机制对稳增长、促改革、调结构、惠民生具有重要作用。各地区、各有关部门要从大局出发，进一步提高认识，加强组织领导，健全工作机制，协调推动重点领域投融资机制创新。各地政府要结合本地实际，抓紧制定具体实施细则，确保各项措施落到实处。国务院各有关部门要严格按照分工，抓紧制定相关配套措施，加快重点领域建设，同时要加强宣传解读，让社会资本了解参与方式、运营方式、盈利模式、投资回报等相关政策，进一步稳定市场预期，充分调动社会投资积极性，切实发挥好投资对经济增长的关键作用。发展改革委要会同有关部门加强对本指导意见落实情况的督促检查，重大问题及时向国务院报告。

## 2、国务院部署加快发展服务外包产业打造外贸竞争新优势

国务院总理李克强 11 月 26 日主持召开国务院常务会议，部署加快发展服务外包产业、打造外贸竞争新优势，确定进一步加强传染病防治人员安全防护的措施，讨论通过《中华人民共和国大气污染防治法（修订草案）》。

会议指出，坚持改革创新，面向全球市场，加快发展高技术、高附加值服务外包这一“绿色产业”，促进大众创业、万众创新，推动从主要依靠低成本竞争向更多以智力投入取胜转变，对于推进结构调整，形成产业升级新支撑、外贸增长新亮点、现代服务业发展新引擎和扩大就业新渠道，具有重要意义。为此，一要发布服务外包产业重点发展领域指导目录，拓展行业领域。大力发展软件和信息技术、研发、金融、政府服务等领域的服务外包，推动向价值链高端延伸，为大学生等就业创造更多机会。二要支持服务外包企业开展知识、业务流程外包等高附加值项目，开拓新市场、新业务和营销网络，搭建具有国际先进水平的外包产业平台。三要鼓励服务外包企业专业化、规模化、品牌化发展，培育一批创新和竞争能力强、集成服务水平高的龙头企业，扶持一批“专、精、特、

新”中小型企业。支持企业特别是工业企业购买非核心业务的专业服务。政府部门也要拓宽购买服务领域。会议要求，要加大财税金融支持。增加服务外包示范城市数量，相应扩大对技术先进型服务企业减按 15% 税率缴纳企业所得税、对其职工教育经费不超过工资薪金总额 8% 部分实行税前扣除的税收优惠政策实施范围。试行国际服务外包增值税零税率或免税政策。通过金融、保险、融资担保等机构和政策性银行，以及支持上市融资等方式，拓宽服务外包企业投融资渠道。减少和简化审批，为服务外包企业提供通关、外汇管理、国际线路租赁、外籍中高端管理和技术人员出入境与居留等便利。同时完善监管，加强知识产权保护，保障国家安全。让中国服务再上台阶、走向世界。

会议认为，传染病防治人员是战斗在抗击病魔第一线、保卫群众健康的卫士。面对当前全球传染病疫情频发、传播风险上升的严峻形势，进一步加强对他们的安全防护，事关公共卫生安全，是政府和全社会的共同责任。会议确定，一是完善安全防护标准、规范，制定应急预案，加强培训和演练，从制度上防患于未然。二是强化防护设施建设和装备配置，落实感染监测、消毒隔离等措施，做好疫情调查处置、患者转运救治和遗体处理、实验室检测、医疗废物处理等关键环节的安全防护。三是科学规划和建设高等级生物安全实验室，提高病原微生物检测能力和防护水平，降低标本转运、保藏等环节的感染风险。四是建立卫生防疫津贴动态调整机制，对直接参加传染病突发公共卫生事件处置和援外疫情防治的人员给予临时性工作补助，对致病、致残、死亡人员给予工伤保险保障和抚恤。保护传染病防治人员健康安全，为亿万群众筑起阻隔疾病传播的“防护墙”。

会议通过《中华人民共和国大气污染防治法（修订草案）》。草案强调源头治理、全民参与，强化污染排放总量和浓度控制，增加了对重点区域和燃煤、工业、机动车、扬尘等重点领域开展多污染物协同治理和区域联防联控的专门规定，明确了对无证、超标排放和监测数据造假等行为的处罚措施。会议决定，草案经进一步修改后提请全国人大常委会审议。

### 3、五部委发布金融资产管理公司监管办法

11 月 29 日消息，银监会、财政部、央行、证监会、保监会近日联合发布《金融资产管理公司监管办法》（以下简称《办法》）明确，集团母公司（指资产公司总部及分支机构）及附属金融类法人机构应当分别满足各自监管机构的单一资本监管要求。其中，集团母公司资本充足率不得低于 12.5%。资产公司可分阶段落实本办法中风险计量及压力测试、数据管理及信息系统建设有关规定，但已改制资产公司至少应在 2020 年底前达标，未改制资产公司至少应在改制后 7 年内达标。资产公司应制定分步实施规划。

《办法》称，集团母公司应当建立资本的自救安排机制，以抵御系统性风险对集团的影响，提升集团监管资本的损失吸收能力。银监会在必要时可允许集团母公司根据逆周期管理的需要，适当调整资本监管要求，缓解资本监管的亲经济周期效应。另外，集团母公司应当促进资本工具的创新，加强对资本工具的有效运用和合规性的管理，拥有分红支付优先权的股票不得作为普通股纳入一级



资本。

《办法》要求集团母公司应当减少过度资本杠杆对整个集团造成的风险。防范集团母公司将发债或借入资金以股权或其他方式注资附属法人机构，以及附属法人机构将发债或借入资金以股权或其他方式注资集团母公司或其他附属法人机构对整个集团可能造成的不利影响。集团母公司应当加强对附属法人机构的审慎管理。集团母公司对附属法人机构的持股比例超过 20% 低于 50%，并获得实际控制权时，只有按比例分配的合格资本高于附属法人机构资本要求的超额部分才可用于弥补集团或集团母公司资本。

#### 4、国务院办公厅关于加强环境监管执法的通知

近年来，各地区、各部门不断加大工作力度，环境监管执法工作取得一定成效。但一些地方监管执法不到位等问题仍然十分突出，环境违法违规案件高发频发，群众反映强烈。为贯彻落实党的十八届四中全会精神和党中央、国务院有关决策部署，加快解决影响科学发展和损害群众健康的突出环境问题，着力推进环境质量改善，经国务院同意，现就加强环境监管执法有关要求通知如下：

##### 一、严格依法保护环境，推动监管执法全覆盖

有效解决环境法律法规不健全、监管执法缺位问题。完善环境监管法律法规，落实属地责任，全面排查整改各类污染环境、破坏生态和环境隐患问题，不留监管死角、不存执法盲区，向污染宣战。

(一) 加快完善环境法律法规标准。用严格的法律制度保护生态环境，抓紧制(修)订土壤环境保护、大气污染防治、环境影响评价、排污许可、环境监测等方面的法律法规，强化生产者环境保护的法律责任，大幅度提高违法成本。加快完善重金属、挥发性有机物、危险废物、持久性有机污染物、放射性污染物质等领域环境标准，提高重点行业环境准入门槛。鼓励各地根据环境质量目标，制定和实施地方性法规和更严格的污染物排放标准。通过落实环保法律法规，约束产业转移行为，倒逼经济转型升级。

(二) 全面实施行政执法与刑事司法联动。各级环境保护部门和公安机关要建立联动执法联席会议、常设联络员和重大案件会商督办等制度，完善案件移送、联合调查、信息共享和奖惩机制，坚决克服有案不移、有案难移、以罚代刑现象，实现行政处罚和刑事处罚无缝衔接。移送和立案工作要接受人民检察院法律监督。发生重大环境污染事件等紧急情况时，要迅速启动联合调查程序，防止证据灭失。公安机关要明确机构和人员负责查处环境犯罪，对涉嫌构成环境犯罪的，要及时依法立案侦查。人民法院在审理环境资源案件中，需要环境保护技术协助的，各级环境保护部门应给予

必要支持。

(三)抓紧开展环境保护大检查。2015 年底前，地方各级人民政府要组织开展一次环境保护全面排查，重点检查所有排污单位污染排放状况，各类资源开发利用活动对生态环境影响情况，以及建设项目环境影响评价制度、“三同时”（防治污染设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投产使用）制度执行情况等，依法严肃查处、整改存在的问题，结果向上一级人民政府报告，并向社会公开。环境保护部等有关部门要加强督促、检查和指导，建立定期调度工作机制，组织对各地检查情况进行抽查，重要情况及时报告国务院。

(四)着力强化环境监管。各市、县级人民政府要将本行政区域划分为若干环境监管网格，逐一明确监管责任人，落实监管方案；监管网格划分方案要于 2015 年底前报上一级人民政府备案，并向社会公开。各省、市、县级人民政府要确定重点监管对象，划分监管等级，健全监管档案，采取差别化监管措施；乡镇人民政府、街道办事处要协助做好相关工作。各省级环境保护部门要加强巡查，每年按一定比例对国家重点监控企业进行抽查，指导市、县级人民政府落实网格化管理措施。市、县两级环境保护部门承担日常环境监管执法责任，要加大现场检查、随机抽查力度。环境保护重点区域、流域地方政府要强化协同监管，开展联合执法、区域执法和交叉执法。

## 二、对各类环境违法行为“零容忍”，加大惩治力度

坚决纠正执法不到位、整改不到位问题。坚持重典治乱，铁拳铁规治污，采取综合手段，始终保持严厉打击环境违法的高压态势。

(五)重拳打击违法排污。对偷排偷放、非法排放有毒有害污染物、非法处置危险废物、不正常使用防治污染设施、伪造或篡改环境监测数据等恶意违法行为，依法严厉处罚；对拒不改正的，依法予以行政拘留；对涉嫌犯罪的，一律迅速移送司法机关。对负有连带责任的环境服务第三方机构，应予以追责。建立环境信用评价制度，将环境违法企业列入“黑名单”并向社会公开，将其环境违法行为纳入社会信用体系，让失信企业一次违法、处处受限。对污染环境、破坏生态等损害公众环境权益的行为，鼓励社会组织、公民依法提起公益诉讼和民事诉讼。

(六)全面清理违法违规建设项目。对违反建设项目环境影响评价制度和“三同时”制度，越权审批但尚未开工建设的项目，一律不得开工；未批先建、边批边建，资源开发以采代探的项目，一律停止建设或依法依规予以取缔；环保设施和措施落实不到位擅自投产或运行的项目，一律责令限期整改。各地要于 2016 年底前完成清理整改任务。

(七)坚决落实整改措施。对依法作出的行政处罚、行政命令等具体行政行为的执行情况，实施执法后督察。对未完成停产整治任务擅自生产的，依法责令停业关闭，拆除主体设备，使其不能恢

复生产。对拒不改正的，要依法采取强制执行措施。对非诉执行案件，环境保护、工商、供水、供电等部门和单位要配合人民法院落实强制措施。

### 三、积极推行“阳光执法”，严格规范和约束执法行为

坚决纠正不作为、乱作为问题。健全执法责任制，规范行政裁量权，强化对监管执法行为的约束。

(八)推进执法信息公开。地方环境保护部门和其他负有环境监管职责的部门，每年要发布重点监管对象名录，定期公开区域环境质量状况，公开执法检查依据、内容、标准、程序和结果。每月公布群众举报投诉重点环境问题处理情况、违法违规单位及其法定代表人名单和处理、整改情况。

(九)开展环境执法稽查。完善国家环境监察制度，加强对地方政府及其有关部门落实环境保护法律法规、标准、政策、规划情况的监督检查，协调解决跨省域重大环境问题。研究在环境保护部设立环境监察专员制度。自2015年起，市级以上环境保护部门要对下级环境监管执法工作进行稽查。省级环境保护部门每年要对本行政区域内30%以上的市(地、州、盟)和5%以上的县(市、区、旗)，市级环境保护部门每年要对本行政区域内30%以上的县(市、区、旗)开展环境稽查。稽查情况通报当地人民政府。

(十)强化监管责任追究。对网格监管不履职的，发现环境违法行为或者接到环境违法行为举报后查处不及时，不依法对环境违法行为实施处罚的，对涉嫌犯罪案件不移送、不受理或推诿执法等监管不作为行为，监察机关要依法依规追究有关单位和人员的责任。国家工作人员充当保护伞包庇、纵容环境违法行为或对其查处不力，涉嫌职务犯罪的，要及时移送人民检察院。实施生态环境损害责任终身追究，建立倒查机制，对发生重特大突发环境事件，任期内环境质量明显恶化，不顾生态环境盲目决策、造成严重后果，利用职权干预、阻碍环境监管执法的，要依法依规追究有关领导和责任人的责任。

### 四、明确各方职责任务，营造良好执法环境

有效解决职责不清、责任不明和地方保护问题。切实落实政府、部门、企业和个人等各方面的责任，充分发挥社会监督作用。

(十一)强化地方政府领导责任。县级以上地方各级人民政府对本行政区域环境监管执法工作负领导责任，要建立环境保护部门对环境保护工作统一监督管理的工作机制，明确各有关部门和单位在环境监管执法中的责任，形成工作合力。切实提升基层环境执法能力，支持环境保护等部门依法独立进行环境监管和行政执法。2015年6月底前，地方各级人民政府要全面清理、废除阻碍环境监

管执法的“土政策”，并将清理情况向上一级人民政府报告。审计机关在开展党政主要领导干部经济责任审计时，要对地方政府主要领导干部执行环境保护法律法规和政策、落实环境保护目标责任制等情况进行审计。

(十二)落实社会主体责任。支持各类社会主体自我约束、自我管理。各类企业、事业单位和社会组织应当按照环境保护法律法规标准的规定，严格规范自身环境行为，落实物资保障和资金投入，确保污染防治、生态保护、环境风险防范等措施落实到位。重点排污单位要如实向社会公开其污染物排放状况和防治污染设施的建设运行情况。制定财政、税收和环境监管等激励政策，鼓励企业建立良好的环境信用。

(十三)发挥社会监督作用。环境保护人人有责，要充分发挥“12369”环保举报热线和网络平台作用，畅通公众表达渠道，限期办理群众举报投诉的环境问题。健全重大工程项目社会稳定风险评估机制，探索实施第三方评估。邀请公民、法人和其他组织参与监督环境执法，实现执法全过程公开。

#### 五、增强基层监管力量，提升环境监管执法能力

加快解决环境监管执法队伍基础差、能力弱等问题。加强环境监察队伍和能力建设，为推进环境监管执法工作提供有力支撑。

(十四)加强执法队伍建设。建立重心下移、力量下沉的法治工作机制，加强市、县级环境监管执法队伍建设，具备条件的乡镇(街道)及工业集聚区要配备必要的环境监管人员。大力提高环境监管队伍思想政治素质、业务工作能力、职业道德水准，2017年底前，现有环境监察执法人员要全部进行业务培训和职业操守教育，经考试合格后持证上岗;新进人员，坚持“凡进必考”，择优录取。研究建立符合职业特点的环境监管执法队伍管理制度和有利于监管执法的激励制度。

(十五)强化执法能力保障。推进环境监察机构标准化建设，配备调查取证等监管执法装备，保障基层环境监察执法用车。2017年底前，80%以上的环境监察机构要配备使用便携式手持移动执法终端，规范执法行为。强化自动监控、卫星遥感、无人机等技术监控手段运用。健全环境监管执法经费保障机制，将环境监管执法经费纳入同级财政全额保障范围。

各地区、各有关部门要充分认识进一步加强环境监管执法的重要意义，切实强化组织领导，认真抓好工作落实。环境保护部要会同有关部门加强对本通知落实情况的监督检查，重大情况及时向国务院报告。



## 5、关于减免养老和医疗机构行政事业性收费有关问题的通知

为促进养老和健康服务业发展,根据《国务院关于加快发展养老服务业的若干意见》(国发〔2013〕35号)和《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》(国发〔2013〕40号)的规定,现就减免涉及养老和医疗机构的行政事业性收费事项通知如下:

一、对非营利性养老和医疗机构建设全额免征行政事业性收费,对营利性养老和医疗机构建设减半收取行政事业性收费。

二、上述免征或减半收取的行政事业性收费项目包括:

(一)国土资源部门收取的土地复垦费、土地闲置费、耕地开垦费、土地登记费。

(二)住房城乡建设部门收取的房屋登记费、白蚁防治费。

(三)人防部门收取的防空地下室易地建设费。

(四)各省、自治区、直辖市人民政府及其财政、价格主管部门按照管理权限批准设立(简称省级设立)的涉及养老和医疗机构建设的行政事业性收费。

三、各省、自治区、直辖市财政、价格主管部门要公布减免省级设立的涉及养老和医疗机构建设的行政事业性收费项目,对养老机构提供养老服务也应适当减免行政事业性收费,同时对本地区出台涉及养老和医疗机构的行政事业性收费进行全面清理,坚决取消违规设立的各项收费。

四、各地区和有关部门要严格执行本通知规定,对公布减免的行政事业性收费,不得以任何理由拖延或者拒绝执行。各级财政、价格主管部门要加强对落实本通知情况的监督检查,对不按规定减免相关收费的,要追究相关责任人的行政责任。

五、本通知自2015年1月1日起执行。

## 6、关于新能源汽车充电设施建设奖励的通知

为加快新能源汽车充电设施建设,推进新能源汽车产业稳步发展,按照《国务院办公厅关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》(国办发〔2014〕35号)等文件精神,中央财政拟安排资金对新能源汽车推广城市或城市群给予充电设施建设奖励。现将有关事项通知如下:

一、奖励对象是经财政部、科技部、工业和信息化部、发展改革委（下称四部委）批复备案的、成效突出且不存在地方保护的新能源汽车推广城市或城市群；其他尚未备案但推广效果较好的城市或城市群，可按程序报经四部委备案后，比照本通知执行。

二、京津冀、长三角和珠三角地区等大气污染治理重点区域中的城市或城市群，2013 年度新能源汽车推广数量不低于 2500 辆（标准车，下同），2014 年度不低于 5000 辆，2015 年度不低于 10000 辆；其他地区的城市或城市群，2013 年度推广数量不低于 1500 辆，2014 年度不低于 3000 辆，2015 年度不低于 5000 辆。推广数量以纯电动乘用车为标准进行计算，其他类型新能源汽车按照相应比例进行折算。不同类型新能源汽车折算系数见附件 1。

三、中央财政对符合上述条件的城市或城市群，根据新能源汽车推广数量分年度安排充电设施奖励资金，具体奖励标准见附件 2；对国家技术标准且日加氢能力不少于 200 公斤的新建燃料电池汽车加氢站每个站奖励 400 万元；对服务于钛酸锂纯电动等建设成本较高的快速充电设施，适当提高补助标准。

四、奖励资金与各城市新能源汽车年度推广考核结果挂钩。四部委每年组织对新能源汽车推广城市或城市群进行综合考核，考核结果为优秀的，适当上浮奖励资金，考核结果较差的，相应扣减奖励资金。

五、奖励资金由地方政府统筹用于充电设施建设运营、改造升级、充换电服务网络运营监控系统建设等领域，不得用于新能源汽车购置补贴等。纳入奖励范围的充电设施应符合相应国家和行业标准，具体要求见附件 3。

六、地方政府要加大支持力度，将中央财政奖励资金与地方投入统筹使用，结合本地新能源汽车推广应用情况研究制定具体落实办法；对快速充电等建设成本较高的设施适当加大奖励力度；鼓励创新投入方式，采取公私合营（PPP）等建设运营新能源汽车充电设施。

七、符合条件的城市或城市群，由当地财政、科技、工业和信息化部、发展改革等部门，按照本通知要求对推广的新能源汽车进行统计折算，编制奖励资金申请报告，提交上年度新能源汽车车辆推广信息，经省级财政、科技、工业和信息化部、发展改革部门审核后，联合上报四部委。四部委对各城市或城市群资金申请报告进行审核后按程序拨付奖励资金。

八、地方财政、科技、工业和信息化部、发展改革等部门须对本地申报材料的真实性、准确性负责，并加强资金使用的监督管理。对弄虚作假、违规使用资金的城市或城市群，将追缴扣回奖励资金，取消该城市或城市群新能源汽车推广应用资格。

九、本政策执行期限为 2013-2015 年；2016 年以后，财政部等四部委将根据新能源汽车推广应用规模和充电设施建设运营成本等情况，对奖励政策进行适当调整。

## 7、国家调整成品油等部分产品消费税政策

经国务院批准，日前财政部、国家税务总局联合下发《关于提高成品油消费税的通知》（财税〔2014〕94 号），调整了成品油等部分产品消费税政策。通知规定，自 2014 年 11 月 29 日起，将汽油、石脑油、溶剂油和润滑油的消费税单位税额在现行单位税额基础上提高 0.12 元/升。将柴油、航空煤油和燃料油的消费税单位税额在现行单位税额基础上提高 0.14 元/升。航空煤油继续暂缓征收。同时，自 2014 年 12 月 1 日起，取消气缸容量在 250 毫升（不含）以下的小排量摩托车、汽车轮胎、酒精的消费税；取消车用含铅汽油消费税，汽油税目不再划分二级子目，统一按照无铅汽油税率征收消费税。停止征收成品油价格调节基金。

当前，我国已成为世界上第一大石油进口国，石油对外依存度已接近 60%，且成品油消费量呈稳步上升的趋势。一些地区以臭氧、灰霾污染为特征的复合型污染日益突出，机动车尾气排放是造成空气污染的重要原因之一。适当提高成品油消费税，不仅可以促进大气污染治理，减少污染物排放，合理引导消费需求，促进石油资源节约利用，而且有利于促进新能源产业的发展，对于加快推进能源生产和消费方式变革，推动我国经济迈向健康可持续的增长模式将起到积极作用。

提高成品油消费税税额是国家及时把握当前较为宽松的能源供需环境和油价持续下跌的有利时机做出的重大决策。提高成品油税额的同时，国内成品油价格形成机制不变；提高税额的时机选择在油价下行时推出，确保不因提税导致油价上涨。提高成品油消费税的新增收入，将纳入一般公共预算统筹安排，主要用于治理环境污染、应对气候变化，促进节约能源，鼓励新能源汽车发展。此外，提高成品油消费税后，国家将继续落实和完善对困难群体和公益性行业补贴政策。

在提高成品油消费税的同时，还对现行消费税征收范围进行了适当的调整，将不宜继续征收消费税的小排量摩托车等部分品目取消征收消费税，是改革和完善消费税制度的重要组成部分。通过实施“有增有减”的消费税政策调整措施，将进一步增强消费税引导生产和消费、促进节能减排、调节收入分配的作用。

## 8、银监会取消 ABS 发行逐笔审批

11 月 26 日消息，银监会近日印发《关于信贷资产证券化备案登记工作流程的通知》（下称 1092 号文），将信贷 ABS 的监管由审批制改为备案制。银行业金融机构应在申请并取得业务资格后开展业务。其中，已经发行过信贷资产支持证券的银行业金融机构豁免资格审批，未发行过的机构需向银监会提出申请相关业务资格。业内分析人士认为，这是中国资产证券化市场的标志性事件，也预示着银行信贷资产证券化开始走上常规发展之路。

所谓信贷资产证券化，主要是指银行等金融机构将贷款资产打包，形成债券产品卖给投资者，通俗地讲就是“卖贷款”。通过此举，借款人能获得银行贷款，银行再将这部分贷款转化为资产支持证券出售给投资者，减少自身风险，进而提高整体融资效率。信贷资产证券化备案制的呼声由来已久，此前的审批制被认为大大制约了信贷资产证券化业务的发展速度。中金公司预计，随着产品扩容对产品认知程度的提升，加上高收益品种日渐稀少，需求端接受程度提升以及政策鼓励和部分银行自身发行需求等因素，再加上本次审批制转备案制之后，发行人积极性预计将有所提升，信贷资产证券化产品发行预计在 2015 年将保持今年的强劲态势。按 7 月以来单月发行量平均在 300 亿元左右计算，预计 2015 年整体发行量或在 4000 亿元左右。

## 9、保监会：禁止通过赠险虚增保费

中国保监会 11 月 24 日在保监会网站发布《关于规范人身保险公司赠送保险有关行为的通知(征求意见稿)》(下称《征求意见稿》)，保险公司通过赠送保险虚增保费的现象将被明令禁止。保监会在《征求意见稿》里明确规定：在人身保险公司赠送人身保险时，投保人对被保险人应当具有保险利益，所赠送的人身保险是以死亡为给付保险金条件的，应经被保险人同意并认可保险金额；人身保险公司应向投保人出具纸质或电子保险单，赠送团体人身保险产品的，应向被保险人出具纸质或电子保险凭证。目前保险公司赠险可以计入保费收入，代计为营业收入，并从财务费用列支，准备金从其他业务或利润中计提，这就导致少数保险公司通过赠险来虚增保费收入。新规出台后，这种现象将被杜绝。

## 二、经济观察

### 1、1-10 月份全国规模以上工业企业利润总额同比增长 6.7%

1-10 月份，全国规模以上工业企业实现利润总额 49446.8 亿元，同比增长 6.7%，增速比 1-9 月份回落 1.2 个百分点；实现主营业务利润 46283.5 亿元，同比增长 6%，增速比 1-9 月份回落 1.5 个百分点。

10 月份，规模以上工业企业实现利润总额 5754.7 亿元，同比下降 2.1%，而 9 月份为同比增长 0.4%。

1-10 月份，在规模以上工业企业中，国有及国有控股企业实现利润总额 12100.3 亿元，同比下



降 1.2%；集体企业实现利润总额 415.2 亿元，增长 1.5%；股份制企业实现利润总额 32626.5 亿元，增长 5%；外商及港澳台商投资企业实现利润总额 12045.3 亿元，增长 12.6%；私营企业实现利润总额 16491.7 亿元，增长 8.7%。

1-10 月份，采矿业实现利润总额 5257.4 亿元，同比下降 20.1%；制造业实现利润总额 40185.4 亿元，增长 10.6%；电力、热力、燃气及水生产和供应业实现利润总额 4004 亿元，增长 17.9%。

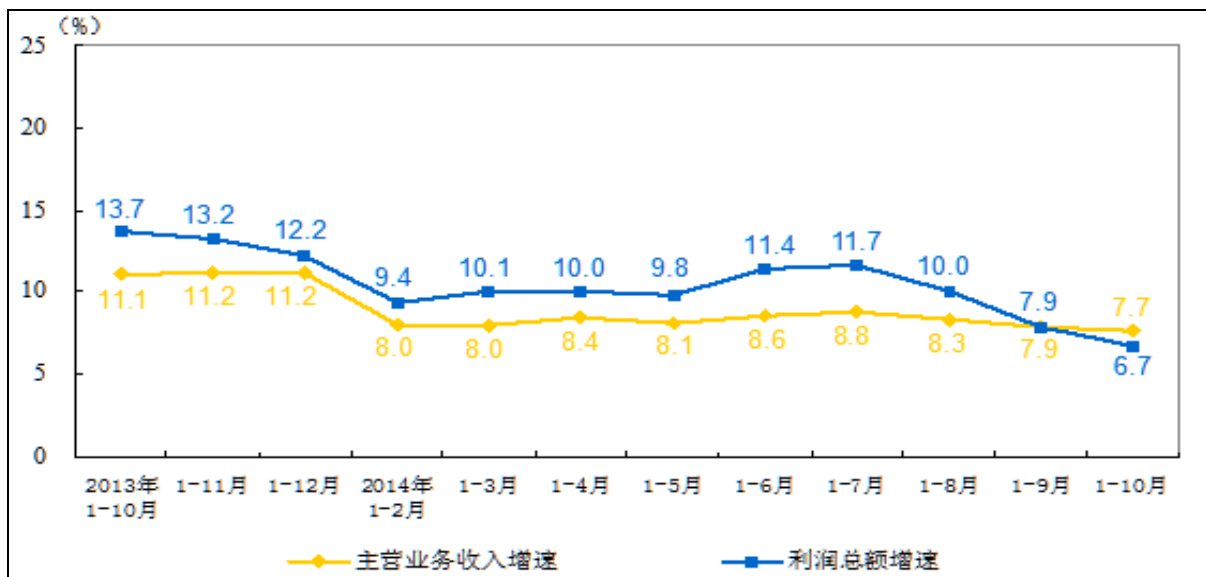
1-10 月份，在 41 个工业大类行业中，33 个行业利润总额同比增长，8 个行业下降。主要行业利润增长情况：农副食品加工业利润总额同比增长 1.7%，纺织业增长 6.8%，化学原料和化学制品制造业增长 6.7%，非金属矿物制品业增长 9.2%，黑色金属冶炼和压延加工业增长 6.9%，有色金属冶炼和压延加工业增长 8.8%，通用设备制造业增长 11%，专用设备制造业增长 0.7%，汽车制造业增长 19.6%，电气机械和器材制造业增长 16.7%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长 23.7%，电力、热力生产和供应业增长 19.7%，煤炭开采和洗选业下降 45.2%，石油和天然气开采业下降 11.5%，石油加工、炼焦和核燃料加工业下降 11.2%。

1-10 月份，规模以上工业企业实现主营业务收入 887921.9 亿元，同比增长 7.7%；发生主营业务成本 763775.4 亿元，增长 8.1%。

10 月末，规模以上工业企业应收账款 105569.4 亿元，同比增长 11.1%；产成品存货 37279.6 亿元，增长 14.4%。

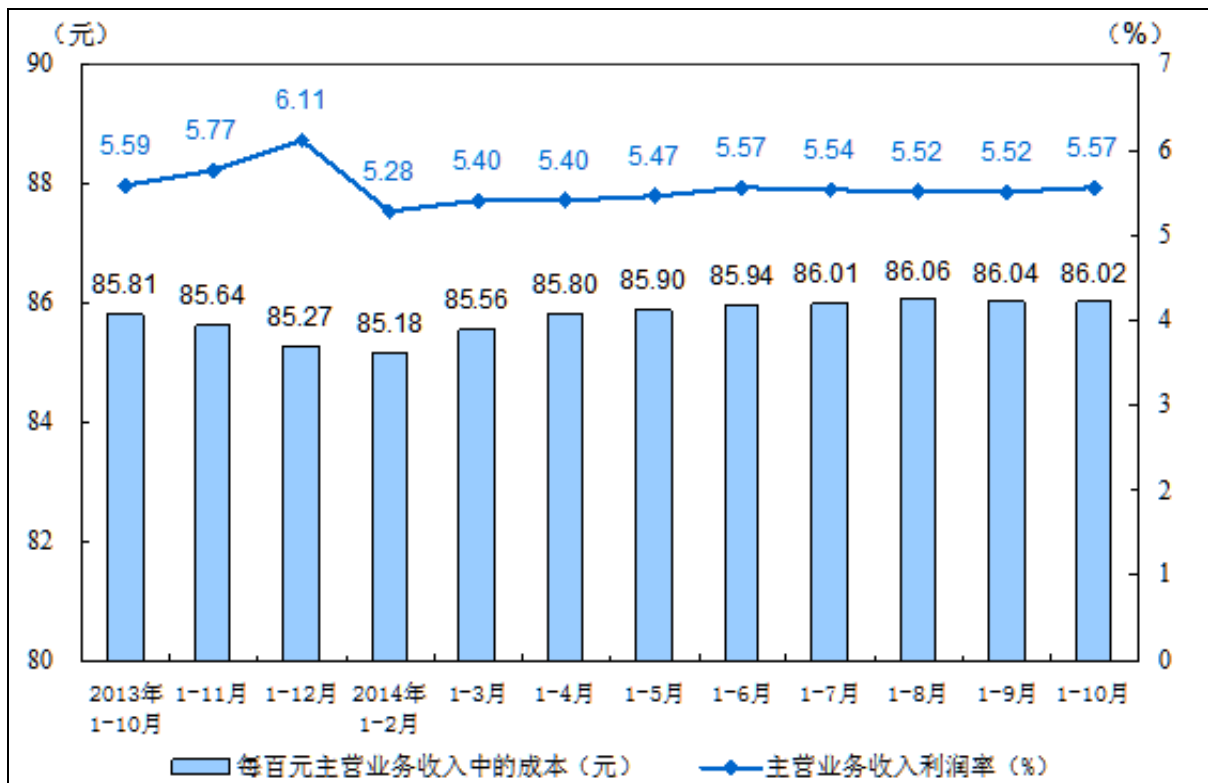
1-10 月份，规模以上工业企业主营业务收入利润率为 5.57%，每百元主营业务收入中的成本为 86.02 元，每百元资产实现的主营业务收入为 123 元，产成品存货周转天数为 13.7 天。

图表 1 各月累计主营业务收入与利润总额同比增速



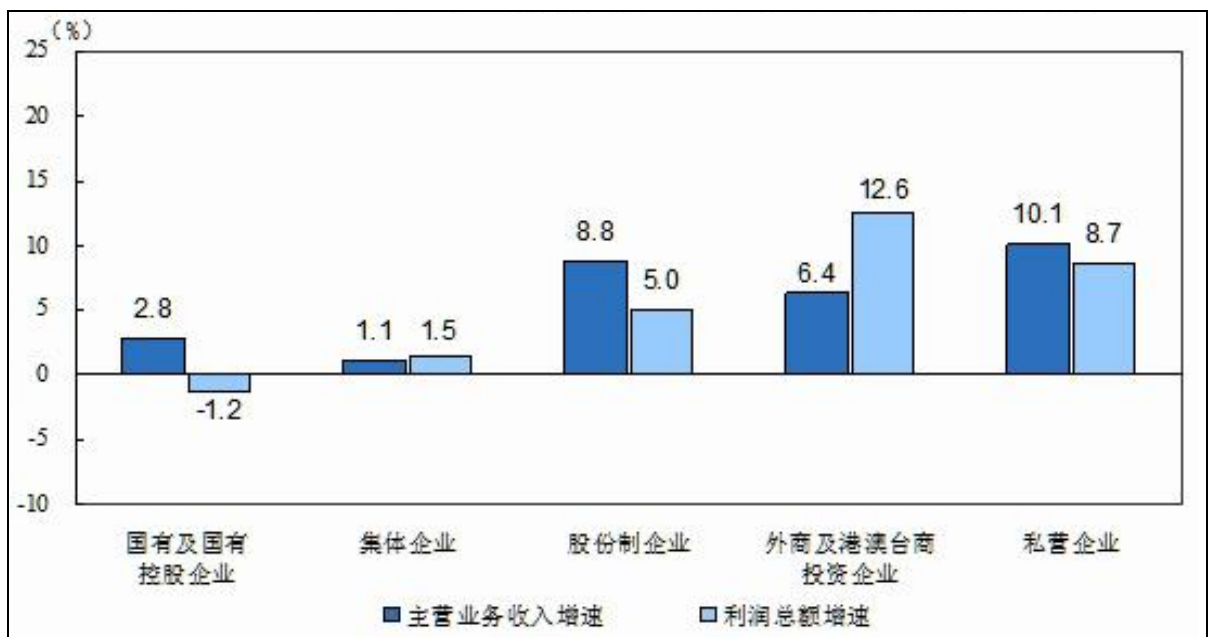
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 2 各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 3 2014年1-10月分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 4 2014 年 1-10 月规模以上工业企业主要财务指标

分 组	主营业务收入		利润总额		主营业务利润	
	本月止累计 (亿元)	同比增长 (%)	本月止累计 (亿元)	同比增长 (%)	本月止累计 (亿元)	同比增长 (%)
<b>总计</b>	<b>887921.9</b>	<b>7.7</b>	<b>49446.8</b>	<b>6.7</b>	<b>46283.5</b>	<b>6.0</b>
其中：采矿业	53086.8	-1.7	5257.4	-20.1	5105.4	-21.7
制造业	783001.5	8.7	40185.4	10.6	37824.3	10.2
电力、热力、燃气及水生产和供应业	51833.6	4.7	4004.0	17.9	3353.8	18.8
其中：国有及国有控股企业	210202.0	2.8	12100.3	-1.2	9832.6	-5.5
其中：集体企业	6266.9	1.1	415.2	1.5	397.9	-2.6
股份制企业	602563.3	8.8	32626.5	5.0	30498.3	4.2
外商及港澳台商投资企业	207523.5	6.4	12045.3	12.6	11435.6	12.4
其中：私营企业	298279.9	10.1	16491.7	8.7	16572.8	8.9

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 5 2014 年 1-10 月规模以上工业企业经济效益指标

分 组	每百元资产实现的 主营业务收入	主营业务收入利 润率	每百元主营业务收 入中的成本	产成品存货周转 天数
	(元)	(%)	(元)	(天)
<b>总计</b>	<b>123.0</b>	<b>5.57</b>	<b>86.02</b>	<b>13.7</b>
其中：采矿业	71.6	9.90	77.13	12.2
制造业	142.5	5.13	86.54	14.6
电力、热力、燃气及水生产和供应业	52.9	7.72	87.22	0.5
其中：国有及国有控股企业	73.9	5.76	82.77	15.2
其中：集体企业	141.3	6.63	85.50	13.4
股份制企业	129.3	5.41	86.10	13.7
外商及港澳台商投资企业	132.1	5.80	85.96	14.1
其中：私营企业	195.8	5.53	87.70	11.2

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 6 2014 年 1-10 月规模以上工业企业主要财务指标

分组	主营业务收入		利润总额		主营活动利润	
	本月止累计(亿元)	同比增长(%)	本月止累计(亿元)	同比增长(%)	本月止累计(亿元)	同比增长(%)
总计	887921.9	7.7	49446.8	6.7	46283.5	6.0
煤炭开采和洗选业	24793.8	-6.0	942.9	-45.2	842.2	-49.2
石油和天然气开采业	9728.3	2.4	2891.0	-11.5	2902.9	-11.6
黑色金属矿采选业	7792.6	-1.4	638.5	-16.7	594.6	-22.8
有色金属矿采选业	5026.1	4.0	445.2	-12.0	452.3	-10.9
非金属矿采选业	4185.3	8.4	291.0	5.2	293.9	5.0
农副食品加工业	50985.4	7.2	2157.9	1.7	2125.0	0.8
食品制造业	16430.2	13.1	1289.2	11.1	1250.9	11.9
酒、饮料和精制茶制造业	13158.6	7.5	1241.8	-3.2	1190.7	-4.4
烟草制品业	7689.5	7.2	1124.4	0.8	1117.7	1.2
纺织业	30955.6	7.7	1526.5	6.8	1503.2	7.2
纺织服装、服饰业	16690.8	8.6	919.6	13.4	895.9	14.4
皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业	11042.8	9.7	671.0	12.2	683.3	13.5
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	10608.2	12.1	619.1	7.2	624.5	8.5
家具制造业	5758.6	11.6	316.6	14.8	305.9	13.9
造纸和纸制品业	11029.8	7.0	514.9	2.9	489.6	2.9
印刷和记录媒介复制业	5276.3	10.2	386.8	12.9	369.0	11.4
文教、工美、体育和娱乐用品制造业	11766.5	12.6	578.8	14.4	568.4	15.0
石油加工、炼焦和核燃料加工业	33872.8	2.0	261.1	-11.2	235.5	-15.6
化学原料和化学制品制造业	67357.5	9.8	3101.7	6.7	2942.0	7.2
医药制造业	18576.4	13.1	1786.8	12.9	1650.6	10.9
化学纤维制造业	5911.5	4.5	184.7	14.4	167.4	14.0



橡胶和塑料制品业	24021.5	9.2	1356.2	7.0	1350.7	8.0
非金属矿物制品业	45908.4	11.3	3012.7	9.2	2902.2	9.8
黑色金属冶炼和压延加工业	62316.6	0.1	1043.8	6.9	1010.8	5.7
有色金属冶炼和压延加工业	40849.2	9.3	1019.4	8.8	914.8	9.3
金属制品业	28532.9	10.4	1433.3	10.6	1457.1	12.4
通用设备制造业	37594.6	9.4	2371.9	11.0	2283.3	10.2
专用设备制造业	27918.0	7.6	1632.4	0.7	1538.1	1.3
汽车制造业	53742.7	13.3	4726.9	19.6	3955.9	18.8
铁路、船舶、航空航天和其他 运输设备制造业	12166.1	15.3	709.1	34.6	665.5	39.6
电气机械和器材制造业	53451.2	9.8	2845.1	16.7	2644.6	16.8
计算机、通信和其他电子设备 制造业	67532.3	9.3	2627.5	23.7	2296.6	21.5
仪器仪表制造业	6470.7	10.6	497.9	8.9	467.5	8.8
电力、热力生产和供应业	46619.8	3.3	3609.7	19.7	3053.8	19.8
燃气生产和供应业	3878.2	23.9	297.3	6.0	244.4	2.2
水的生产和供应业	1335.5	9.8	97.0	-0.5	55.5	60.4

注明：主要行业

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 2、前十月中国国企利润增 6.1% 负债总额超 65.5 万亿

中国财政部 25 日发布最新数据显示，前十个月累计，全国国有及国有控股企业(以下简称国有企业)利润总额和已交税金同比增幅现回升，但成本增幅高于收入增幅，负债增幅高于资产增幅。

数据显示，1 至 10 月，全国国有企业总收入 393171.5 亿元，同比增长 4.5%；总成本 379754.6 亿元，同比增长 4.8%。实现利润总额 20843.3 亿元，同比增长 6.1%，这一增幅较前三季度的 5.9% 略有回升。

同样回升的还有企业应交税金。前十月累计，国有企业应交税金 31503.3 亿元，同比增长 7%。其中，中央企业 24504.7 亿元，同比增长 8%；地方国有企业 6998.5 亿元，同比增长 3.7%。

从前十月数据看，国企经营状况并不乐观。总成本中，财务费用仍是增长大头，增幅高达 18%，

远高于销售和管理费用分别 6%和 3.3%的增幅。

此外，负债增幅高于资产增幅。截至 10 月末，国有企业资产总额 1004111.7 亿元，同比增长 11.9%；负债总额 655129 亿元，同比增长 12.1%；所有者权益合计 348982.7 亿元，同比增长 11.5%。

### 3、保险行业总资产逼近 10 万亿大关

24 日晚，保监会网站挂出《2014 年 1-10 月保险统计数据报告》，报告称，银行存款 24642.68 亿元，占比 28%；债券 35735.05 亿元，占比 40.6%；股票和证券投资基金 8925.21 亿元，占比 10.14%；其他投资 18707.93 亿元，占比 21.26%。行业总资产 96477.08 亿元，较年初增长 16.40%，逼近 10 万亿。另外，行业净资产 10880.61 亿元，较年初增长 28.39%，增长势头迅猛。

### 4、2014 年第三季度支付体系运行总体情况

中国人民银行网站 11 月 25 日消息，2014 年第三季度支付业务统计数据显示，支付体系平稳高效运行，支付业务量持续增长，社会资金交易规模保持稳步增长态势。第三季度，全国共办理非现金支付业务 162.07 亿笔，金额 457.98 万亿元，同比分别增长 26.33%和 10.92%，笔数增速较上年同期加快 5.84 个百分点，金额增速较上年同期放缓 14.95 个百分点。第三季度，支付系统共处理支付业务 80.15 亿笔，金额 902.21 万亿元，业务金额是第三季度全国 GDP 总量的 59.80 倍。人民币银行结算账户数量稳中有升。截至第三季度末，全国共开立人民币银行结算账户 62.94 亿户，环比增长 3.84%，增速较上季度加快 0.08 个百分点。

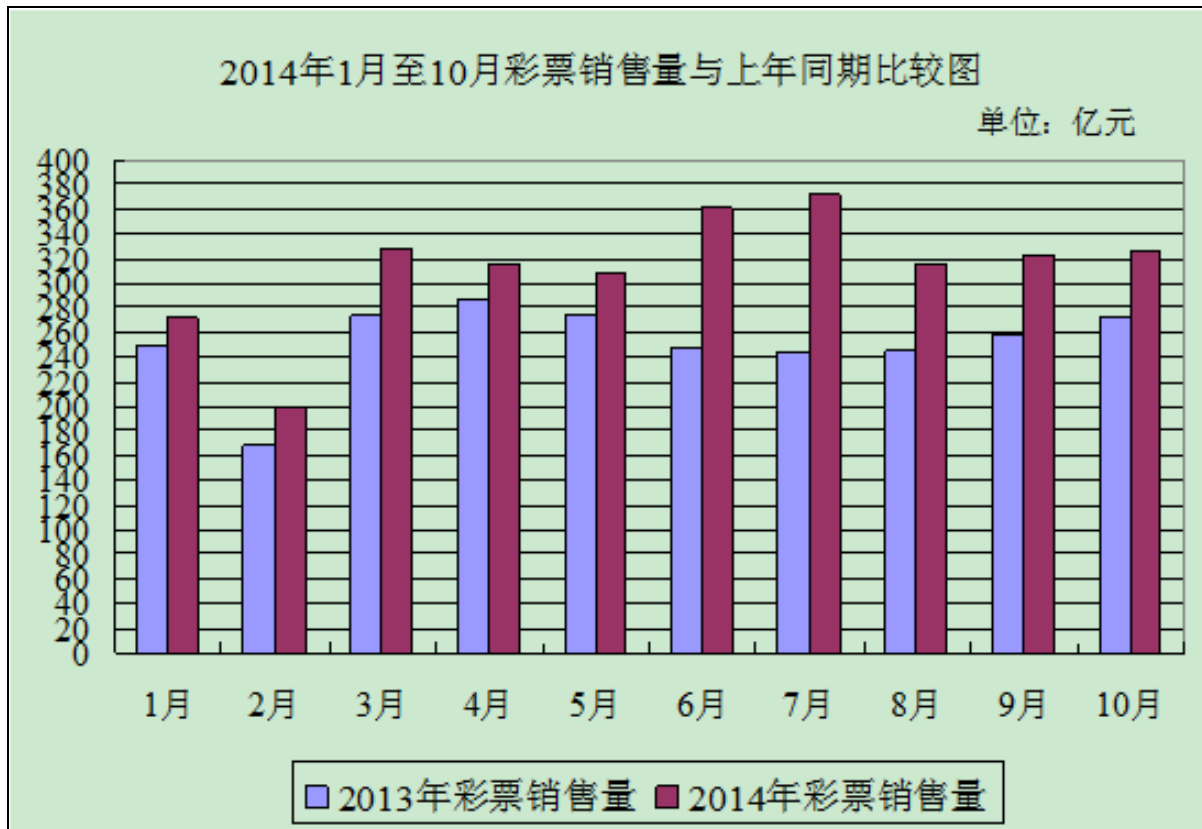
### 5、2014 年 10 月份全国彩票销售情况

#### 一、全国彩票销售情况

10 月份，全国共销售彩票 327.01 亿元，比上年同期（简称“同比”）增加 55.18 亿元，增长 20.3%。其中，福利彩票机构销售 177.48 亿元，同比增加 22.52 亿元，增长 14.5%；体育彩票机构销售 149.52 亿元，同比增加 32.65 亿元，增长 27.9%。

1 月至 10 月累计，全国共销售彩票 3121.08 亿元，同比增加 604.72 亿元，增长 24%。其中，福利彩票机构销售 1681.8 亿元，同比增加 246.28 亿元，增长 17.2%；体育彩票机构销售 1439.28 亿元，同比增加 358.44 亿元，增长 33.2%。

图表 7 2014 年 1 月至 10 月彩票销售量与上年同期比较图



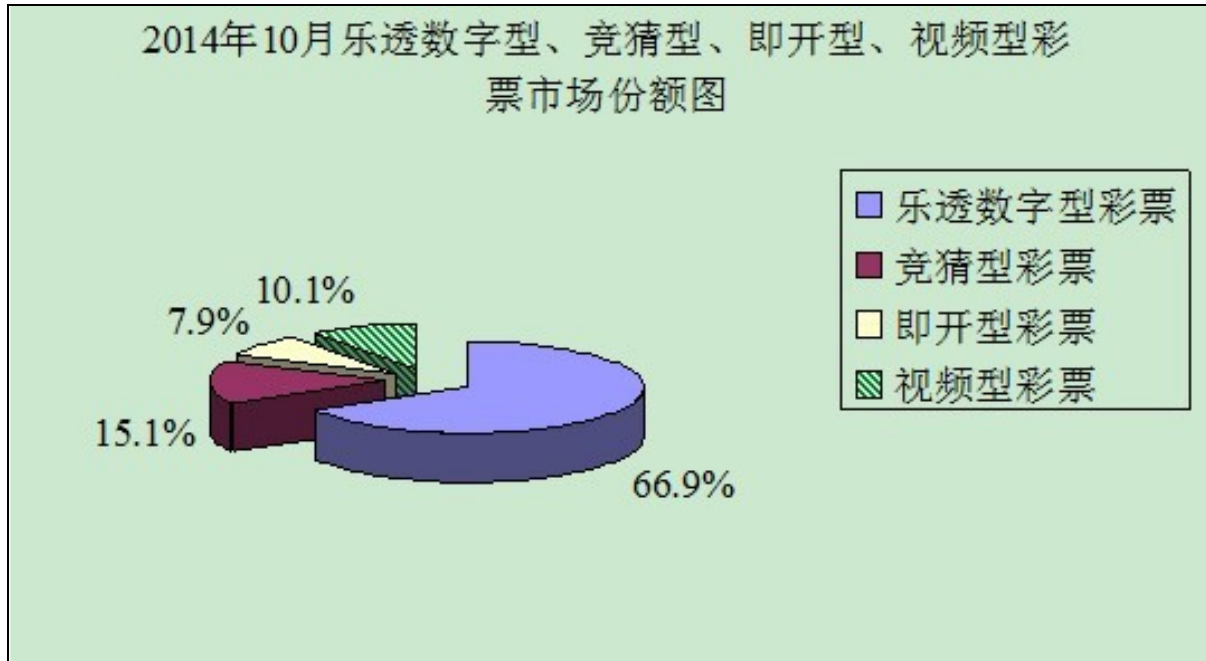
数据来源：财政部、中商产业研究院

## 二、分类型彩票销售情况

10 月份，乐透数字型彩票销售 218.76 亿元[1]，同比增加 33.79 亿元，增长 20.3%；竞猜型彩票销售 49.51 亿元，同比增加 15.29 亿元，增长 44.7%；即开型彩票销售 25.78 亿元，同比减少 1.66 亿元，下降 6.1%；视频型彩票[2]销售 32.96 亿元，同比增加 7.76 亿元，增长 31.1%。9 月份乐透数字型、竞猜型、即开型和视频型彩票销售量分别占彩票销售总量的 66.9%、15.1%、7.9%、10.1%。

1 月至 10 月累计，乐透数字型彩票销售 2021.38 亿元，同比增加 298.99 亿元，增长 17.4%；竞猜型彩票销售 506.32 亿元，同比增加 235.02 亿元，增长 86.6%；即开型彩票销售 284.77 亿元，同比减少 2.23 亿元，下降 0.8%；视频型彩票销售 308.60 亿元，同比增加 72.92 亿元，增长 30.9%。1-10 月份乐透数字型、竞猜型、即开型和视频型彩票销售量分别占彩票销售总量的 64.8%、16.2%、9.1%、9.9%。

图表 8 2014 年 10 月乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型彩票市场份额图



数据来源：财政部、中商产业研究院

### 三、分地区彩票销售情况

10 月份，与上年同期相比，全国共有 29 个省份彩票销售量均有所增长，其中，河北、山东、广东、浙江和重庆增加额比较多，同比分别增加 8.26 亿元、6.33 亿元、5.46 亿元、3.85 亿元和 3.43 亿元。

1 月至 10 月累计，与上年同期相比，全国各个省份彩票销售量均有所增长。其中，上海、广东、山东、江苏和湖南增加额较多，同比分别增加 49.05 亿元、47.28 亿元、36.14 亿元、36.05 亿元和 33.96 亿元。

各级彩票机构要密切跟踪分析彩票市场变化情况，切实加强彩票发行销售工作，确保彩票市场平稳运行。各级财政部门要进一步加强彩票市场监管，积极创造良好的外部环境，维护彩票市场秩序，促进彩票事业健康发展。

[1] 广义上讲，开乐彩属于乐透型彩票，为方便起见，从 2010 年起，将开乐彩销售量计入乐透数字型彩票销售量中。

[2] 目前视频型彩票仅包括中福在线彩票。

## 6、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2014年11月11-20日）

2014年11月中旬，据对24个省（区、市）流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，与11月上旬相比，16种产品价格上涨，30种下降，4种持平。

图表9 2014年11月11-20日流通领域重要生产资料市场价格变动情况

产品名称	单位	本期价格(元)	比上期价格涨跌(元)	涨跌幅(%)
一、黑色金属				
螺纹钢(Φ16-25mm, HRB400)	吨	2939.4	-11.5	-0.4
线材(Φ6.5mm, HPB300)	吨	2999.7	-17	-0.6
普通中板(20mm, Q235)	吨	3033	-14.4	-0.5
热轧普通薄板(3mm, Q235)	吨	3126.3	-6.6	-0.2
无缝钢管(219*6, 20#)	吨	3752.8	-6.3	-0.2
角钢(5#)	吨	3129.9	-5.5	-0.2
二、有色金属				
电解铜(1#)	吨	48004.9	-140.5	-0.3
铝锭(A00)	吨	13657.4	-139.4	-1
铅锭(1#)	吨	13505	-20.8	-0.2
锌锭(0#)	吨	16980.8	36.8	0.2
三、化工产品				
硫酸(98%)	吨	336.9	10.2	3.1
烧碱(液碱, 32%)	吨	600.8	-3.5	-0.6
甲醇(优等品)	吨	2338.8	7.7	0.3
纯苯(石油苯, 工业级)	吨	7212.5	-295.8	-3.9
苯乙烯(一级品)	吨	9443.8	-422.9	-4.3
聚乙烯(LLDPE, 7042)	吨	10882.7	-68.6	-0.6
聚丙烯(T30S)	吨	10780.1	-141.2	-1.3
聚氯乙烯(SG5)	吨	6017.5	15.6	0.3
顺丁胶(BR9000)	吨	12737	-556.3	-4.2
涤纶长丝(FDY150D/96F)	吨	8687.5	37.5	0.4
四、石油天然气				
液化天然气(LNG)	吨	4742.5	-39.3	-0.8
液化石油气(LPG)	吨	4998.1	-113.8	-2.2
汽油(97#)	吨	8666.9	-185.6	-2.1
汽油(93#)	吨	7947.3	-142.6	-1.8



柴油 (0#)	吨	6939.9	-110.3	-1.6
石蜡 (58#半)	吨	7890	-8.3	-0.1
五、煤炭				
无烟煤 (2号洗中块)	吨	944.2	2.8	0.3
普通混煤 (4500大卡)	吨	405	3.3	0.8
山西大混 (5000大卡)	吨	450	3.3	0.7
山西优混 (5500大卡)	吨	511.3	6.3	1.2
大同混煤 (5800大卡)	吨	550	3.3	0.6
焦煤 (1/3焦煤)	吨	700	0	0
焦炭 (二级冶金焦)	吨	922.5	1.5	0.2
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5袋装)	吨	300.3	-0.4	-0.1
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5散装)	吨	318.5	1.7	0.5
浮法平板玻璃 (4.8/5mm)	吨	1182.4	8.4	0.7
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4227.9	-0.7	0
小麦 (国标三等)	吨	2556	0	0
玉米 (黄玉米二等)	吨	2263.1	-0.4	0
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	14364.3	-239.3	-1.6
生猪 (外三元)	千克	13.9	0.1	0.7
大豆 (黄豆)	吨	4461.8	1.4	0
豆粕 (粗蛋白含量 $\geq$ 43%)	吨	3496.4	-71.9	-2
花生 (油料花生米)	吨	7968.8	182.7	2.3
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1602.4	-8.7	-0.5
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2864	0	0
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	24812.5	-1187.5	-4.6
九、林产品				
人造板 (1220*2440*15mm)	张	52.1	0	0
纸浆 (漂白化学浆)	吨	4484.6	-18.7	-0.4
瓦楞纸 (高强)	吨	2592.5	-7.5	-0.3

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 7、50个城市主要食品平均价格变动情况 (2014年11月11-20日)

图表 10 2014 年 11 月 11-20 日 50 个城市主要食品平均价格变动情况

商品名称	规格等级	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨跌(元)	涨跌幅 (%)
大米	粳米	千克	6.01	0.00	0.0
面粉	富强粉	千克	5.63	-0.01	-0.2
面粉	标准粉	千克	4.57	0.00	0.0
豆制品	豆腐	千克	4.51	0.00	0.0
花生油	压榨一级	升	27.04	-0.03	-0.1
大豆油	5L桶装	升	10.32	-0.15	-1.4
菜籽油	一级散装	升	13.65	0.02	0.2
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	24.97	-0.04	-0.2
猪肉	五花肉	千克	25.00	-0.05	-0.2
牛肉	腿肉	千克	67.13	0.09	0.1
羊肉	腿肉	千克	65.26	0.08	0.1
鸡	白条鸡	千克	20.81	-0.01	-0.1
鸡	鸡胸肉	千克	21.26	-0.03	-0.1
鸭	白条鸭	千克	17.85	-0.04	-0.2
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	11.90	-0.10	-0.8
活鲤鱼		千克	14.78	-0.03	-0.2
活草鱼		千克	16.30	-0.05	-0.3
带鱼		千克	30.86	-0.07	-0.2
大白菜		千克	2.35	-0.08	-3.3
油菜		千克	4.94	0.15	3.1
芹菜		千克	5.14	-0.09	-1.7
黄瓜		千克	6.04	0.75	14.2
西红柿		千克	5.29	0.16	3.1
豆角		千克	8.82	0.85	10.7
土豆		千克	3.73	0.02	0.5
苹果	富士苹果	千克	13.12	0.01	0.1
香蕉	国产	千克	7.77	-0.40	-4.9

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 三、投资市场

#### 1、围猎捕手 BAT：创客们绕不开的坎 结盟还是颠覆？

不论创与不创，BAT 就在那里。面对投资人，只要做的是互联网创业，创客们就要回答一个问题：BAT 做了，你怎么办。BAT 已成为创客们绕不开的槛儿。日前，在中国青年天使会和北京大学国家发展研究院 (BiMBA) 等单位联合主办的年度峰会论坛上，天使们说，别焦虑，在接地气方面 BAT 先天不足，所以大把银子甩出去收购 O2O 企业，抓紧时间累积门槛，“重度垂直，闭环为王”。

BAT 成围猎捕手

如果 IPO 太遥远，互联网创业企业通常把 BAT 并购也当作一条出路。近几年 BAT 除了是互联网的带头大哥，还扮演了另外一个角色，即投资者的角色，无数项目由 BAT 投资，高原资本董事总经理涂鸿川甚至表示，BAT 的并购与估值泡沫不无关系。

无论是出于发现机会还是消灭潜在对手，BAT 对于行业创业公司保持了高度关注，并成为行业并购的主导者。公开数据显示，阿里累计投入并购的金额已经超过 600 亿元。一起作业网联合创始人肖盾表示，BAT 背后的资源对创业者颇具吸引力，而对于 BAT 来讲则是进可攻退可守。

不过，并不是所有创客们都喜欢与巨头沾边。跟 VC 谈恋爱，是平等地恋爱。但是如果在 BAT 里面做个很不起眼的小的部门，就没有意义了。对于早期创业者找 BAT 没有可取之处，反而贴上了标签，丢掉了其他合作机会，达到一定规模，有话语权，然后再恋爱才能得到尊重。

机会在“重度垂直，闭环为王”

这是创客们需要考虑的问题：BAT 在那里了，你怎么办？前 91 无线 CEO、MFund 创始人胡泽民表示，不用想太多，该拥抱的时候尽量拥抱，该去颠覆的时候也不要犹豫。2013 年 10 月，百度以 18.5 亿美元收购 91 无线，这笔交易也是并购高峰到来的初始信号。在没有准备好，将强项做得“足够牛逼”，还是以先合作为主。

假如没有出售 91 无线，自己会努力将 91 生态化，打造一个产业链，从用户端到合作方到联盟，从广告主平台到开发者平台具备一个比较完整的闭环，让核心用户离不开。在其看来，只有如此才有资格在 BAT 江湖找到立足之地。

BAT 形成了完整的生态系统，可以结合生态系统，衍生出更大的张力出来。BAT 有天然的优势，

但是也有天然的劣势，他们在接地气方面先天不足，所以移动互联网 O2O 公司涌现之后，BAT 只能以投资和收购的方式合作，而无法直接去打掉他们。选择创业和投资的时候，应该寻找“重度垂直，闭环为王”的项目。也就是说在某一个细分领域，以线上运营体系建立消费者关系之后，建设强大的地面运营体系，这可以成就十亿规模以上的公司。

互联网解决的只是天空问题，其实更大的产业在地面。移动互联网创业者大多是从天空那个方向进来的，未来五年，几百万中小企业全面互联网化，他们具备了互联网思维和价值观以后，会形成客观的浪潮。创业者应该具备“天派”的能力，同时必须接地气，还有很多创业者会从“地派”转过来，大家融合起来。

天使人肯给银子了，天使投资持股比例业内标准是否有合理标准？

没有标准。不过，如果公司要一轮一轮融资下去，创业者又想控制话语权，15%到20%是比较有利的选择。另一条原则是双方舒服，看个人心态。还有一种更健康的方法，即典型的硅谷模式。当创业者的产品还看不到数据时，给天使下一轮 A 轮融资提供价格折扣。最重要的是双方彼此的心态，这需要智慧。

做天使人并没有想多少回报，最简单的(标准)是是否认可创业者和其团队。从实践上讲，很少单笔超过30%，除非里面有人能够成为联合创始人。而且创始人要给整个团队体系至少留出15%到20%的比例，一定要分享。骨干团队的稳定一是靠信念，二是靠股权。

不管做得多好，但是 BAT 做了，创业者怎么办？

最简单的答案是 BAT 不会做。BAT 现在策略跟以前有很大变化，以前是在某一个垂直领域建一个跟你相似的公司来 PK。这几年给我们的时间不多，快速建立门槛是当务之急。如果业务本身不是在 BAT 范围之内，问题不是很大。但是创业想法是个平台类的，确实要面对这些大公司的竞争。从时间窗口上要给自己足够的积累建立门槛。

如果我提了这个问题，不是问你的这个问题本身，而是在观察。投资人希望通过一些问题的设计观察创业者的特质。包括对自己的业务是否梳理清楚，面对强劲对手如何应对，以及是否充满激情而又脚踏实地。

## 2、资本围猎大健康：PE 垂涎布局 IT 巨头抢食 最佳投资周期

1月23日，阿里巴巴宣布联手云锋基金，对中信集团旗下的香港上市公司中信21世纪有限公司进行总额1.7亿美元(约合10.37亿元人民币)的战略投资，收购中信21世纪54.3%股权。中信21

世纪旗下 95095 平台培育了近十年的“药品监管码”，其被解读为阿里巴巴这笔 10 亿元投资中最重要的资产，这也是目前我国仅有的药品监管码体系。目前，全国范围内只有中信 21 世纪拿到了第三方网上药品销售资格证的试点牌照。

中信 21 世纪在 2008 年发布的年报中描述，这个电子监管网公共物流信息平台，将创造每年 2000 亿元的价值空间。根据中信 21 世纪 2013/2014 年报，在药品品种方面，所有企业生产的国家基本药物(2012 年版)已全部完成赋码工作。此外，上述规定药品中的进口药物也相应实施了电子监管要求。在此基础上，电子监管还加速中国卫生医疗机构、药房以及其他药品零售店拓展。

“马云有个医疗梦”在业界早就传开，实现这个医疗梦，通过天猫布局成为不二选择，收购中信 21 世纪后，阿里巴巴将获得网上药品的销售权。更为重要的是，阿里巴巴也获得了中国医药[-1.07%资金 研报]界最大的数据资源库。

马云的“医疗梦”并不止于此。此次收购后，阿里云计算和中信 21 世纪将联手推进药品信息化平台建设，共同开发、建立一整套基于医疗和健康领域的信息化标准。此外，阿里巴巴旗下支付宝钱包大力进军医疗行业，推出“未来医院”计划，并打算花五到十年来改变医疗行业面貌。

据了解，除阿里巴巴之外，腾讯、谷歌、苹果、三星等 IT 巨头也在向健康医疗产业渗透。腾讯先后投资了丁香园、挂号网，布局在线医疗 O2O，腾讯正在尝试借助微信搭建“智慧医疗”计划，与阿里巴巴的“未来医院”计划抗衡。挂号网已于 11 月 15 日率先开展“用微医挂号返现金红包”活动。近期，腾讯与广州市卫生局联手推出广州健康通公众账号，实现全市 60 家医院预约挂号及支付。谷歌公司已经投资了基因诊断、远程诊断、医疗保健等公司。今年 7 月，谷歌启动 Baseline Study 项目，谷歌将匿名搜集基因和分子信息，他们希望帮助研究人员更早发现心脏病和癌症的各种迹象，进而推广预防措施。

#### PE 机构布局

从基本医疗需求向更高层次保健需求、生命质量需求迈进，为大健康产业提供了巨大商机。而由此带来的医药、器械、服务上下游行业市场的“蛋糕”，不仅引得医疗产业并购基金“垂涎”，同时引来相关行业“分食”，这一状况将会掀起大健康产业热潮。

据统计，今年 10 月，明确投资于医疗健康产业的基金有 9 只，占基金总数的 15%，其中值得关注的是浙江永强并购基金(有限合伙)、三江资本生物和医疗健康产业基金。

浙江永强并购基金(有限合伙)成立于 2014 年，目标规模 5 亿元，存续期 7 年，由浙江省科技风险投资有限公司负责管理，主要由上市公司浙江永强发起设立，重点投资领域包括休闲家居、节能



环保，也包括 TMT、电子商务、大健康等领域。三江资本生物和医疗健康产业基金同样成立于 2014 年，目标规模 1.5 亿元，由三江资本负责管理，这是三江资本发起设立的第二只医药基金，该基金主要投资于医疗器械、医药、医疗服务、医疗信息化和生物技术等领域，主要面向初创期和成长早期阶段的项目。

此外，10 月 28 日，中国长寿产业基金在南通如皋成立，该产业基金基于 54 个中国长寿之乡和 6 大世界长寿之乡的深厚文化及长寿产业的发展需求而设立，是南通市历史上首只基金，将致力于投资于如皋的长寿文化产业、健康产业、养老产业、食品产业、旅游产业等。

从上市公司近期披露的公告中，也可看出机构对医疗健康产业的热情。11 月 24 日公司收到深圳前海红杉光明投资管理中心(有限合伙)出具的《关于所持江苏鱼跃医疗设备股份有限公司股份不减持之承诺函》，红杉光明对公司的品牌影响力和发展潜力抱有信心，有志于与公司共同发展;基于此，红杉光明承诺，自股份过户之日(即 11 月 24 日)起 12 个月内，不在二级市场公开转让其持有的鱼跃医疗股份。达安基因 11 月 26 日公告称，公司全资子公司广州市达安基因科技有限公司拟与余江安勤创业投资中心(有限合伙)及深圳前海道远东富股权投资基金管理有限公司共同设立广州达安京汉投资咨询有限公司。达安京汉公司成立后，将作为普通合伙人参与成立广州达安京汉医疗健康产业股权投资基金(有限合伙)。根据约定，产业投资基金应将全体合伙人认缴出资总额 60%以上(含 60%)，投向广东省行政区域内的战略性新兴产业初创期和早中期企业，重点投向广东省的生物产业与健康产业相关领域内具有良好市场前景及成长潜力的优秀项目。

### 步入最佳投资周期

《生物产业发展规划》提出，到 2020 年生物产业发展成为我国国民经济的支柱产业，2013 年至 2015 年，生物产业产值年均增速保持在 20%以上。《医药工业“十二五”发展规划》提出，目前医药工业产业集中度低，企业多、小、散问题突出，造成过度竞争、资源浪费和环境污染。其将 2015 年的产业集中度目标设定为，前 100 位企业的销售收入占全行业的 50%以上。根据中国科技发展战略研究院估计，至 2020 年整个健康产业的潜力将达 10 万亿元。业界认为，目前，整个医疗健康产业处于投资人眼中最好的投资周期;伴随着产业集中度上升，行业内并购热潮将持续。

健康是一个具有无限发展空间、发展前景的朝阳产业。医疗健康已成为 VC/PE 眼中仅次于 TMT 的第二大投资热点。2013 年中国医疗健康产业投资案例创历年新高，达到 210 起。其中，医药企业投资案例占整个医疗健康投资案例的 40%。从投资金额来看，医疗设备和医疗服务领域整体投资规模和平均每笔投资金额上涨明显。2013 年中国医疗服务行业投资案例达到 29 起，平均投资金额在医疗健康领域最高，达到 1506 万美元。

可穿戴设备可能颠覆未来的医疗行业，成为移动医疗载体。随着移动互联网生态圈的形成，以

及移动终端设备的普及，医疗行业与互联网结合，移动医疗将逐渐显现出市场价值。而可穿戴设备的普及会加快移动医疗发展，开启医疗智能化时代，把医疗推向一个前所未有的空间，改变甚至覆盖传统医疗。

移动医疗领域短期基本上没有机会，长期来看有大机会。IDG 在医疗领域投资已有 10 年，投了 20 多家公司，已经有 6 家成功上市，投资领域比较广阔，包括制药、医疗器械和医疗服务，属于大健康行业的全覆盖投资。

### 3、新三板“拥堵”：3 月 687 家申请 审项目变审券商

新三板挂牌审核权力，正在向主办券商下移。

新三板扩容之后，挂牌企业迅速增加。特别是做市商制度推出以来，挂牌申报也一度出现高峰。今年 8~10 月，全国中小企业股份转让系统(俗称新三板)3 个月累计接收了 687 家股份公司的挂牌申请。数据显示，目前在审企业还有 732 家。

为了解决当前的“拥堵”问题，新三板正在探索创新机制，审查方式也从审项目，变成审券商，即以主办券商为单位，重点审查主办券商内控的组织和落实情况。

权力下移

股转系统将审核权力向主办券商转移，客观上是申报企业积压背景下的无奈选择。但是让主办券商负责审核项目、股转系统负责审核主板券商的内控，却恰恰有利于市场主体的归位尽责。

据统计，2013 年项目审核周期约为 44 个工作日，今年 8 月份以前挂牌审核平均周期为 38 个工作日。但是从券商和企业的角度，实际并非如此，项目从报送至股转系统，到最后成功挂牌，周期在不断加长。对此，股转系统方面此前解释称，38 个工作日是不含企业落实反馈意见的时间。而且个别企业审查耗时较多，主要原因也是企业落实反馈意见的时间较长。

在股转系统方面看来，主办券商在报送项目时，有许多共性的、事前的工作没有做到位，这也是导致后续审查费时、反馈落实周期长的原因。所以，探索一种机制创新让主办券商更多发挥作用，提高挂牌推荐工作的质量和效率，就成为股转系统试图解决的问题。

股转系统 11 月 25 日晚间公布了新的工作流程，即对于反馈回复的项目，股转系统将主办券商为单位，重点审查主办券商内控的组织和落实情况，进行集中讨论和会商，对反馈落实完毕且符合挂牌条件的企业进行快速审查处理。

门槛不提

今年以来，股转系统已累计接收 1600 余家股份公司的挂牌申请。为了尽快审核完毕“积压”企业，股转系统正在探索新机制提高审查效率。

将反馈意见如前所述进行标准化处理，实际上是让主办券商有一个自行审查的过程，将事后反馈程序前置，将企业相似性问题提炼出来，以提高整体审查效率。

由于目前的审核“拥堵”，券商也在对项目企业进行筛选。一方面考虑尽调成本，另一方面也考虑未来能否做市、且收益如何。对企业而言，新三板的遴选门槛有所提升。

主办券商基于终身督导、做市转让、后续服务等考虑，在遵循全国股份转让系统挂牌条件底线的基础上，采取市场化的手段遴选企业，券商的标准一般要高于全国股份转让系统的底线标准，这是市场主体的自主选择。

#### 4、股权众筹要来了：退出难题待解 天使并非人人能当

随着互联网金融的兴起及未来国内消费升级，由此带来的消费金融市场蕴藏着万亿级“金矿”。目前，电商企业、在线支付企业等纷纷涉足该领域，P2P 企业也在蜂拥而入，其中不少有实力的平台正努力拓展这一新的细分领域。

今年以来，由于监管层屡次提及，股权众筹一时间再成热点，依托互联网而起的股权众筹平台也引起业界关注。

据了解，股权众筹平台在国内出现的时间并不早，业界比较公认的众筹平台于 2011 年开始出现。不过，相较于近两年 P2P 网贷的热度，同样属于互联网金融领域的众筹显然低调很多。

上述现状与众筹本身的属性有极大关系，与 P2P 网贷不同，股权众筹并不适合普通投资者参与，其模式和属性也决定了这类平台发展速度并不会特别快。有众筹平台创始人也认为，平台不应该追求具体的发展速度，而是希望能够缓慢地增长。

此外，股权众筹难寻优质项目，且需要投资人具备一种专业能力。

以前期项目为主

据了解，在众筹网站上进行融资的项目，大多都是前期项目，一般会要求其融资项目处在较早的融资阶段，且融资金额并不高。

比如大家投的要求是，项目尚未引入 A 轮 VC 投资，融资金额在 20 万~1000 万元。深圳另一家股权众筹平台天使客的融资要求也类似，按照其官网介绍，天使客目前把众筹的阶段定位在 TMT 领域天使阶段和 TMT 领域 Pre-A 阶段。在天使阶段的项目，估值不能高于 1500 万元，以 500 万~1000 万元为主，出让股份集中在 20%左右。Pre-A 阶段的项目估值不得超过 4000 万元，出让股份在 5%~10%。

很多中小企业早期很难融到资。目前的早期天使投资和 VC 投资显然是跟不上的，所以这个行业仍有很大空间，尤其是近期国务院会议提出要“开展股权众筹融资试点”之后，这个行业应该还会有更多的进入者。

公开资料显示，大家投于 2012 年 12 月份上线，目前成功融资项目为 31 个，融资金额近 3000 万元。2014 年 5 月份上线的天使客至今总共做了 7 个项目，其中有一个项目在平台上融资之后，已经拿到了该企业的 A 轮融资。

大家投这个股权众筹平台也通过网上众筹完成了两轮融资，分别在去年 3 月和 12 月，融资金额分别在 100 万元和 300 万元。首轮投资完成后，投资者已经以 11 倍的价格退出了部分股权。这是一个很有意思的事情。作为众筹平台通过众筹融资，具有一定的代表意义。

平台多采用“领投+跟投”方式

由于股权问题，国内大部分股权众筹的股东都是通过成立有限合伙企业来完成对创业公司的投资，有限合伙企业作为被投创业企业的一个股东出现在股权结构中。由于有限合伙企业的人数限制，目前一个项目的投资者人数大部分控制在 50 人以内。

多数股权众筹平台的操作模式比较类似，先是融资者通过线上注册提交详细的商业计划书，众筹平台对项目进行初审，如果通过了审核，该项目才发到网上；随后投资者会和创业者有一定交流，进行合投，确认领投人和跟投人；接着待所有的意向都达成后，投资人将款项打入第三方账户；最后成立有限合伙基金，将资金打给融资方。

不过，在具体操作过程中，很多众筹平台在确定投资人的时候都采用“领投+跟投”的方式，领投人在里面承担较多的职责，因此对领投人的行业身份有一定要求。

大家投要求领投人要负责项目分析、尽职调查、项目估值议价、投后管理以及维护后期关系等事宜。企业对领投人都有一定的资质要求，比如须有创业经历或投资经历，或者在企业任职达到一

定职级和年限。同时，领投人的投资必须在融资额的 5% 以上。

领投人要多做很多事情，在有限合伙企业里面担任普通合伙人，相应的也有一定额外收益，但是不同平台的额外收益会有所不同。比如，天使客就规定，领投人在退出的时候可以获得 5%~15% 的利益分成。

### 优质项目普遍难寻

对于股权众筹平台来说，提供优质的项目显得非常重要。

一般来说，要求项目是比较创新的，而且创业团队已经为这个项目有所付出，做出了一些可以看到的业绩。若只是一个概念或想法的项目，基本上不能通过审核，更不可能成功融资。

越深入了解这个行业越觉得难做，要找到一个优质项目非常不容易，而且很多优质项目都会优先选择和机构谈，然后才和众筹平台谈，因此要在这中间找到优质项目需要专业能力。

除了选择项目之外，众筹行业还对投资人专业能力有一定要求。

众筹并不像债权投资或 P2P 网贷，会有一些行业担保，能够保证收回本金和利息。其实，众筹平台上最后能够成功的项目非常少，众筹行业具有一定专业性，要求绝大部分投资人能够看懂项目，了解项目的规划等内容。

事实上，众筹行业的风险并不小。石俊也坦言，股权众筹其实是一个风险非常高的行业，最后真正能够成功的项目非常少，因此投资者必须有比较清晰的认识。如果对项目不了解，即使投资者愿意投，我们也不敢要这些钱，担心后端出现问题。

不过，目前国内已经聚集了一大批产业投资者，每个行业都有很多高净值人群，因此众筹的投资人主要面向各行业的职业经理人和企业主。若能把他们发动起来做投资，这个数量非常大。

### 投资人退出难题待解

尽管国内的股权众筹平台已发展了 2~3 年，但整体发展速度并不快。

国内的众筹平台起步较晚，而且它面向不特定人群募集，很多人担心风险。

据了解，此前股权众筹面临最多的问题是法律风险，股权众筹面向不特定公众，因此很容易涉



嫌非法集资。

不过，随着近期监管政策的逐渐明朗，很多人在这方面的担忧应该会慢慢弱化。

与很多众筹平台类似，大家投对融资项目最后收取 5% 的服务费，但是目前的收入并不能支撑平台发展。

尽管盈利还未达到预期，平台短期内不会靠盈利发展，刚开始是赚不了多少钱，重要的是将平台做踏实，把每个环节都做好。

业界关注的另一个焦点，是众筹投资人怎样退出。目前大家投在这方面的设计有两种方式：一种是投资人单笔投资在有限合伙企业的份额转让，通过在大家投平台股权转让模块中进行，但是转让手续与资金交割统一由平台负责，这一交易平台可能在 12 月上线；另一种是有限合伙企业集体转让。

从最早开始做股权众筹的项目来看，目前国内的众筹发展最早的也就 2 年多，但很少听说有拿到下一轮风投的项目。

对于众筹平台而言，将规模做到多大并不是最重要的，有多少项目能够拿到下一轮资金，并让投资人能够赚钱退出才是更应该关注的问题。他们在一定程度上控制我们的项目上线速度，以保证投资人对项目有一定了解。

但目前很少有企业拿到下一轮风投，主要是在国内发展时间还不长，未来肯定会有很多机构能够拿到风投，形成较好的投资。

## 5、可穿戴设备未达爆发预期：创业者给 VC 挖坑了？

从 2013 年一些 VC 大举进入可穿戴设备产业以来，似乎整个产业并没有给投资者带来如期的爆发现象，其中部分项目更是由于资金压力而采取了 B 轮融资。其实在我看来，可穿戴设备产业今天的局面是科技产业发展过程的正常现象，无须过度担心。从 2012 年 4 月份谷歌眼镜发布之后，将可穿戴产业带入了大众的视野。2013 年可穿戴产业在移动互联网的趋势下站到了风口上，资本、人才、媒体、创业者们纷纷涌入，整个行业就如猪站在风口上。进入 2014 年，各种应用产品相继推出，有成功，有失败，其中一部分可穿戴设备较 2013 年的出货量增长了 500%，甚至更高。

对于一个新兴科技明星，在整个产业链都还未健全，商业模式都尚不清晰，大众都还没有清晰认知的情况下，可穿戴设备产业就已经进入了商业化探索的道路上。在股票市场上也同样，可穿戴

设备产业链相关的上市公司市盈率更是高达 50-100 倍。而这些资本在可穿戴设备产业链上的聚集，加速了产业链的完善，为可穿戴终端应用产品的普及提供了保障。

目前我们已经看到不论是芯片、传感器、电池、屏幕的厂商都由过去概念性的关注，转变为实际行动，比如一些传感器厂商，芯片厂商都为可穿戴设备推出了专用的方案或产品。从目前的情况来看，资本市场大致分为两条路线在挺进可穿戴设备产业。一条是公众资本市场路线，主要在股票市场上，通过公开的资本交易市场支持着可穿戴设备产业链相关企业的研发与创新，侧重于产业链环节；另外一条是 VC 创投路线，主要是通过对一些投身于可穿戴终端产品探索的团队进行支持，侧重于终端应用产品。

从目前实际的市场表现情况来看，用户应用普及率并没有达到投资人的预期，因此让一些投资者或投资机构出现了观望的态势。同样一些媒体，或业内外的人士也对可穿戴设备的资本活跃与市场活跃，两者之间目前所出现的节拍走调现象提出了各种各样的质疑。

但在我看来目前可穿戴设备产业并没有出现太大的问题，相比于手机产业而言，可穿戴设备的成长潜力越发明显。其中很关键的一个核心就是当万物智能化、数据化之后，可穿戴设备是唯一能连接人与物之间的智能钥匙。也只有这把钥匙能开启移动互联网时代的新商业模式，以及人的新生活方式。

尽管目前市场的表现情况与资本活跃度之间出现了音率不齐，但相比于其它新兴产业的培育而言，在我看来可穿戴设备产业是属于发育比较健康的产业。至少从 2012 年 4 月份可穿戴设备被谷歌眼镜带入到大众视野之前，整个科技领域的产业链商业化都是围绕着手机，以及智能家居在发展。可穿戴设备这个孩子从出生的那天起，没有母乳，连奶粉都没有准备好，整个产业链缺失。没有办法，只能从现由的产业链中东拼西凑，而具有顽强生命力的可穿戴设备在移动互联网的浪潮中，只用了短短两年的时间就实现了商业化。

虽然今天在商业化过程中还存在各种各样的问题，但随着产业链的成熟，以及从业人员的理性回归，商业化的道路将会越来越好。今天，已经不断有厂家为可穿戴设备推出专属的应用，比如芯片、传感器等，随着可穿戴设备的进一步延伸、细分，产业链也将会更细分更聚焦更有针对性。比如很快将会出现针对于智能手表的专属芯片，针对于智能眼镜的专属芯片，针对于智能鞋子的专属芯片等。

当可穿戴设备不断细分，不断延伸的时候，必然会带动市场需求的不断增加。对于投资者而言，我认为大可不必为可穿戴设备的前景担心。或许您所投的项目在今天看来并未带来如期的回报，这可能是在风口上站偏了位置，只要调整下位置，可穿戴设备产业必然会飞起来。因此，根本就不在给投资人挖坑一说，或许我们在可穿戴设备产业商业化的道路上脚会踩到石头、踢到石头，这是产

业发展过程中的正常现象。

同样对于正在观望的 VC 而言，2015 年将会是一个不错的进入时点，当然在选择项目与团队时，不可或缺的是关注产品的商业化路径。而对于可穿戴设备的商业化建议，我曾在书中，以及一些文章中都有提及，这里不再展开。可穿戴设备就如同一辆正在飞驰的磁悬浮列车，只要产品能站到可穿戴设备商业化的这趟磁悬浮上，后果将会很严重。

## 6、拿 VC 的钱有门道：找个靠谱的人引荐 不骗投资人

时下，风险投资家正担着过高的风险。而在这样的境况下，创业公司该如何筹集风投资金呢？找人引荐、清晰简洁地介绍自己的产品、做出完美的陈述、展示出产品的各项基本资料，还有，小心祸从口出！如果你能做到这些，就不用怕风险投资家不来找你了！

筹集风险资本可能已经变得有点艰难。风险投资家“现在正承担着过高的风险——这是自 1999 年以来前所未有的。”

创业公司的估值似乎在“回暖”。加上市场恐慌，股票交易市场在上月反弹前创下了两年以来的最低点，紧张的气氛在弥漫。

令人惊讶的是，有鉴于此，创业公司的高管仍会忽视一些融资的规则，这致使他们的任务变得更加艰巨。无论市场如何，创业从始至终都应该记住基础知识。

### 最好找一个靠谱的人引荐

风险投资家建议，初次接触最好是通过他人引荐。这对于那些在游艇上享用午餐的有钱人来说是十分有效的，但是对于其他人来说，闹出点动静就有可能奏效了。不论引荐与否，当真正踏出那一步时，你要做出明确的表示并且确保投资者和她的公司都对你的产品领域感兴趣。你不会把生物教科书发送给一位文稿代理人，所以不要把一款手机应用项目发送给一家清洁技术公司——即使他们之中有任何一个对你感兴趣。

### 递交的邮件介绍要简明

在你的邮件中，要做到表达明确和简洁。即使是那些非常聪明的人，也总是写出冗长而复杂的推广邮件，这着实让我惊讶。他们写的那些长邮件，对于常常收到成百上千封邮件的投资者来说，无异于是在请求他们：拒绝我。邮件的第一句或者前两句话就应该表明为什么这笔交易不容忽视。接下来应该表明自己的真实情况而非意见，这会使投资者想要了解更多关于你的信息。

讲述数据和产品的故事，不要发表评论

现在最难的部分来了。你需要一个真正好的故事。通过故事，我指的是清楚地解释出你产品的实际性的叙述，展现出(不要直接说出)为什么你的产品有需求还有为什么需求量会不断提高。

会面陈述要注重艺术性，清晰而简练

将艺术注入科技是一项艰巨的任务。当试图完成人类最凶残的发明之一——幻灯片时，如何结合艺术与科技就成了难点。

多数投资者的想法，就像最初的邮件一样，缺乏清晰和简洁。一位营销高管曾告诉我，他投资者名录中的 72 张幻灯片一张都不能删除。如果你拥有超过 15 张，那么你就强迫自己进行提炼精简了。有时候，冗长的和自以为翔实的铺陈，反而淹没了最核心的产品精华。

当然，这也不是让你可以追求简单。至少，你要确保已经涵盖了基础信息。你的产品是什么？它能解决什么问题？解释它是如何解决那个问题的。它是可有可无的还是必需的？市场足够大吗？

市场前景要大，这点不要谦虚

风险投资家只会坐在众多公司的董事会里，领取他们需要为他们的投资者得到的报酬。如果你的市场太小，或者你不能开拓足够的市场，那你就完了。从商业的而不是市场的角度考虑问题。不要发表“如果我们能够得到 1% 的市场就好了！”这样陈腐的观点。

说真话，你骗不了精明的投资人

给出关于竞争的清晰轮廓，不要隐瞒数据，不要解释你为何不同，这样一来，你的产品会成为很好的选择。你必须很好地解释你的商业模式以及管理团队是如何适应掌控全局的。

真诚比花哨更能获取理解

最后，小心祸从口出。你的陈述一向只有两种结果：推动交易和遭到拒绝。你说话并不是在销售。如果你有那种想法，那就要仔细考虑你邀请参会的人。我见过太多狂妄自大的人在会上就其重要性发表长篇大论，既占用了宝贵的时间，又引起了参会者的不快，而且很有可能使自己遭到拒绝。

在会面最后要留下一点时间——可以利用计时器来提醒你该结束了——并利用这段时间来了解

与会者是否有疑问或者异议。即使风投们已经准备离开了，也要再三和他沟通确定无疑问。然后跟进后续工作，不论他们是否继续。

如果你真的做到了上述所有步骤，那即使在另一个核萧条期逼近这种不太可能的情况下，你仍然有机会筹集到风险投资。还有，如果市场已经呈现出收紧状态，那你最好早些融资而不是滞后，如果你有选择余地的话。

## 7、PE/VC 掘金节能环保：城镇化弱水三千 工业 4.0 暗藏金矿

日前，国务院发布《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》，针对经济社会发展的薄弱环节，提出要进一步创新投融资市场机制等方式，并充分发挥社会资本特别是民间资本的积极作用。

《意见》中提出，要创新生态环保投资运营机制，鼓励林权依法规范流转，推进生态建设主体多元化，推动环境污染治理市场化，积极开展排污权、碳排放权交易试点。

近年来，在新城镇化建设下，城市空气环境污染，污水、碳排放等生态环保治理问题逐步显现。事实上，在政府大力推进社会资本介入国内经济“短板”产业的同时，节能环保产业依靠其巨大的成长空间，获得了 PE/VC 的持续关注。

### 城镇化发展存空间

日前，国务院发布《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》，针对公共服务、资源环境、生态建设、基础设施等经济社会发展的薄弱环节，提出进一步放开市场准入、创新投资运营机制、推进投资主体多元化、完善价格形成机制等方面的创新措施。

在整个城镇化过程中，节能环保产业对资源的再利用，以及原有粗放式发展产生的污染进行改善和优化，PE/VC 对节能环保领域的投资热情高烧不退。

目前，中国的环境污染状况是改革开放三十多年来经济发展过程中产生的，它不是一个突发性事件，所以未来的环境治理应该也是一个持续性过程。新型城镇化是在中国经济发展过程被植入了综合环境保护的大概念中。

那么，在城镇化发展当中，可以看到无论从生态保护，还是综合治理，以及产业集群的效应方面，都存在大量投资机会。



“工业 4.0 概念”对节能环保产业来说，意味着开启了极大的发展空间。在技术不断发展过程当中，节能环保技术和节能环保商业模式会不断往前发展。

数据显示，2014 年三季度，我国清洁技术行业共披露 6 起融资案例，融资总额为 3126 万美元。投中集团认为，政策面上把节能环保产业定位为国家的支柱产业，将使环保行业地位显著提高。从数据上看，相关节能环保行业上市公司将迎来快速发展周期，估值会进一步提升。

#### 鼓励民营资本进入

对于由政府主导的市场来说，有两个先天存在的问题，一是政府制定政策，有没有力量彻底推进；二是国企是否要自己买单。

政府在环境治理当中所起的作用是巨大的，而行政手段是非常高效的。这么多年来，节能环保市场多是由政府主导，多由政府埋单。

近年来，政府鼓励民营资本进入环保产业，但债务、重资产运作问题难以迅速解决，使得环保产业的发展具有特殊性。多年来，在政府引导下，我国城镇的环保布局基本完成，接下来环保企业是否可以良好运营，就成为了发展的关键。

从投资人的角度来看，环保领域投资应该从重资产投资提高到环保设施及治理的科技投资上来。利用科技含量去提高中国的环保产业效率。

下一阶段对环保产业的关注应该从重资产投资，政府埋单转到高科技和技术应用。同时，要加上未来环保企业管理模式创新，发现新的创业机会。

## 8、IPO 注册制初稿完成：拓宽退出渠道 创投迎新发展

目前证监会已牵头完成股票发行注册制改革方案初稿，拟于月底前上报国务院。

方案初稿月底前上报国务院

根据中央和国务院部署，证监会牵头成立了“股票发行注册制改革工作组”，发展改革委、财政部、人民银行、法制办、银监会、保监会、人大法工委、最高法院等单位参加。

目前证监会已牵头完成注册制改革方案初稿，并征求了部分保荐机构、专家学者及工作组成员单位意见，拟于 11 月底前上报国务院。

另外，根据《国务院关于第六批取消和调整行政审批项目的决定》，证监会于2012年9月23日取消了“保荐代表人注册”行政审批项目，改由中国证券业协会实施自律管理。

关于此项审批取消的意义，保荐代表人资格的取消并不意味着保荐制度的取消，而是保荐制度的完善，有利于进一步提升保荐行业的活力，强化事中、事后监管，推进股票发行注册制改革。

下一步，证监会将加快修订完善配套业务规则，进一步推动市场诚信和各方归位尽责，增强对违法违规行为的打击力度，促进市场健康有序发展。

### 创投企业退出渠道更多样

目前制约创投发展的关键因素在于项目的退出渠道，随着股票发行注册制改革和新三板的逐步成熟，创投的退出渠道更加规范化与多元化，使得创投企业将迎来新一轮发展机遇。另外，国家大力扶持科技创新产业，创投的孵化器作用也将日益突出。随着注册制改革的推行，创业投资行业将迎来更加稳定发展的黄金十五年。

A股市场中，除了钱江水利与大众公用之外，还有一些同样参股创投的公司。据统计，按照持股比例和每股所含创投资金排序，杉杉股份、综艺股份等公司位居行业前列，前者持有宁波杉杉创投公司100%股权，后者持有江苏省高科技投资公司53.85%股权。

杉杉股份以全资子公司杉杉创投为平台，开展拟上市企业投资、产业相关的收购兼并及金融股权投资。杉杉创投目前已实际管理近50亿元资金，公司参投的宁波银行、金安国纪、东吴证券等公司已完成上市，天跃科技、步长制药等公司完成了IPO预披露或新三板挂牌。

综艺股份持有江苏高科技产业投资公司(江苏省高投)53.85%的股份。江苏省高投成立15年来，公司净资产从最初的2000多万发展到20多亿的规模。在所投资的20多家企业中，已有8家成功发行上市，还有几家正在积极运作上市事宜。公司主要投资现代医药和生物工程、精细化工、新材料新技术、农业产业化、光机电一体化、电子信息、环保及资源综合利用等行业。

## 9、PE“星探”国企改革：证监会挤泡沫 并购基金两大铁规

如今，互联网大规模颠覆传统产业，新兴事物雨后春笋般遍地生长，而国家层面也在简政放权，大举将国企推向市场，国企改革带来的产融结合空间逐渐显现。PE/VC给国有传统企业拓出“星探”模式，助力传统企业在互联网冲击下迅速转型升级。

## 企业业务延展

在国企改革不断深化的背景下，产融结合、跨界经营新业态、由制造业向制造服务业转型的过程中，一些大型民营企业走在前头。

之前，国内对产融结合的理解仅停留在如何降低融资成本和提升资金效率方面，所以很多企业相继成立了财务公司，再后来为了应对经济周期的波动变化，开始涉足一些金融板块，辅助企业应对产业周期变化。如宝钢利用金融板块的支撑作用，即便在钢铁全行业亏损的周期中，宝钢仍实现盈利。

如今，产融结合模式则更倾向于如何促进产业发展，促进企业经营机制创新。在原有企业上，资本植入“星探”模式，助力企业向新领域延伸，产业从低端向高端推进。

正如今年 PE/VC 集中开垦的领域——并购基金，即有目标地做好项目的培育孵化，之后利用上市公司平台，完成资产注入，并完善上市公司产业链。

对于一家有产业背景的投资公司来说，长期保持竞争力非常具有挑战性。判断未来 5 到 10 年的产业成长机会，企业就可以开始清晰布局。对于博世中国来说，这个布局涉及到未来三五年企业如何快速增长，如何能够成为行业排名前三的关键点。利用并购基金，实现新业务拓展，即系统、精准地找到目标公司，然后完成收购任务。

而执行上述决定中，对于具有“星探”特质的并购基金来说，最重要的需遵守两个“铁规”。第一，清楚企业本身优势，除资金之外，能给投资的目标公司带来什么？第二，专注于为具有核心技术的企业提供孵化平台。

相比发达的欧美市场体系，国内更需要细分和专业化的发展道路。发展了三四百年的欧美市场经济已经完成细分领域提升，各业务领域之间的服务成本很低，在这种经济环境中未必需要产融结合。但在我国这种经济后发国家经济体中，产融结合是必需的。

## 资本牵线搭桥

相对于国企产业拓展和升级的自身驱动力，PE/VC 将目光聚焦于产业，而不仅仅只看一家企业独自的生存能力，即简单地财务报表和赚钱效益。

从前两年来看，很多 PE/VC 的资金基金定位于 Pre-IPO，但随着 IPO 进程高峰过去，市场泡沫被挤压，证监会审核 IPO 速度逐渐减慢。PE/VC 也把目光从企业本身转向于产业成长性。

目前对新兴和成长型的产业来说，投资根本并不完全是资金问题，更多是基于对产业大势的理解和判断。

对于当下的产业集团来说，产融结合第一阶段就是资本通过金融手段，比如说运用财务杠杆，对企业完成应对市场周期的金融服务；第二阶段是资本深度参与企业发展，来获得在产业提升时企业发展的回报，而企业同时利用资本效益实现自身不断升级。

正如和君资本目前基于产业资本打造的基金，主要是跟上市公司合作，这样能获得更多机会。

原本做餐饮企业的湘鄂情，如今正处于产业发展低谷，那么 PE/VC 就可以利用并购基金模式，将企业的业务转向市场蓝海的科技公司。对于二级市场来说，这些转变带来的股价提升，对于旧有产业来说，注入高科技，实际上是新的超越。何劲松认为，只有通过产融结合不断循环运作，才能更好地推动社会进步。

## 10、文化娱乐钱多混乱：并购失败率超过 50% PE/VC 如何谋划？

2012 年是电影公司上市，2013 年是手游并购，今年则更加多元化——游戏公司进军电影产业，电影公司也在并购游戏公司，文娱产业掀起了多点开花的投资热潮。一时间，文化娱乐领域充满了资本的布局，成为 PE/VC 关注的焦点。

但这似乎并不令人费解。中国的文化产业、政策与市场的边界不清晰，艺术家与资本融合的规则不是很清晰，商业模式与持续的盈利能力也不是很清晰，我们又处在互联网的时代，科技、软件、影视、娱乐高度渗透时期。产业正处于市场转型中，交织着四种矛盾。一些优秀的企业在政策、艺术家、市场、持续盈利能力和互联网的结合方面走出一条非常好的道路，从而形成千亿美元的龙头企业。

### 文娱产业投资热潮或处起步阶段

目前的热潮不过是起步阶段。美国文化娱乐领域的前六大公司都是 500 亿美元以上的市值，仅电影票房市场就超过 100 亿美元。反观国内，市值占 A 股的比例非常低，这和这个行业的成长前景，包括行业的地位还是有比较大的差距。从数字的角度来讲，中国的文化产业，包括其公司的资本市场表现也是刚刚起步。

起步阶段就会有起步阶段的特征。具体可以说是乱中有序。乱体现在两个方面，其一是已经完成的文化产业并购大概 700 多亿元，今年估计会达到 1000 亿元的规模；公开的专门针对文化产业方

面的投资基金在中国有 30 家左右，资金规模在 400 亿元，资金量是非常充足的。第二个乱的情况是，大量的跨界收购的背景是中国的影视产业没有完成工业化、本身不成体系。国外的并购案一般失败率在 50%左右，中国今年的失败率或较高。

但为什么说还是有序的呢？投资人包括上市公司都有自己的投资逻辑。一方面，随着中国人均收入超过 5000 美元，中国进入中产阶级的人会越来越多，消费者习惯正在改变，19 岁到 35 岁的人群占原先收入的 70%左右，影视产业发展就会比较快。另一方面，90 后的数量达到了 4 亿，这部分人群普遍以学生为主，普遍具有良好的文化产品消费习惯，这也是比较重要的方面。

### 互联网给文化企业提供更大平台

此外，互联网企业给各种各样的文化企业更大、更宽阔、更不受管制的平台。但是互联网企业不一样，有用户，然后是通道，自己来选择内容。这里面有很多的投资机会，所以还是有序的。

事实上，在电信网络、有线电视网络和计算机网络三网融合的大趋势下，互联网毋庸置疑地成为其核心部分。未来三网融合又将带来怎样的资本流向？

从三网融合来讲，关键是看市场的发展趋势和未来的用户，毕竟我们的服务对象是千千万万的普通用户。曾经在不同时期，文娱产业喊出过不同的口号，比如渠道为王、内容为王，但是市场的发展总是波浪式增长。

### PE/VC 精心谋划文娱行业

而对于现行中国文娱行业的背景，三大阵营的格局已经愈加清晰。其一是以 SMG(上海文广新闻传媒集团)为龙头的国家队代表，它们中马上会诞生千亿元级的航母企业；其二是以 BAT 为首的互联网巨头，他们从投资、运作等方式都具有互联网传媒的性质；其三则是以华谊为代表的大量的民营企业。在三大阵营下，PE/VC 还有哪些的细分投资机会，该怎样布局与谋划？

可以用三个词表达对这个问题的思考。第一个是居安思危。文化产业现在是生生不息的行业——一些公司表现的非常好，但在一些细分领域曾经取得了辉煌的成绩，今天却在走下坡路。一些传媒娱乐的企业有些公司曾经市值几十亿美元，现在却只有两三亿美元。

传统的影视受到新的营销方式冲击，音乐的发行也会变，我们的纸媒的阅读也受到新的挑战，像今日头条已经不把内容作为核心，而是把用户行为作为核心。居安思危是非常重要的，尤其是对于曾经在一些细分领域取得成功的企业，拥抱变化、实现转型会是非常难的事情，所以要居安思危——一些公司财务表现很好，但是说不定一个新的政策、技术、用户趋势就会将其打翻。



第二是要放眼全球。新型的人、新型的技术、新的企业组织方式、新的全媒体运营、新的体验方式，不同的因素都会促使新的模式出现。放眼全球就是要抓住这些机会、强化企业独有的核心能力。

第三是立足脚下。每个公司掌握的资源、团队是不一样的，像阿里巴巴到今天也是奋斗了 15 年。要及时调整，如果你不注意自身基因对新时代、新技术的适应，就可能真的要居安思危了。机会很多，挑战也很多，要谨慎行事。

## 11、PE/VC 争抢 90 后：年老是耻辱 围猎下一个扎克伯格

互联网创投市场竞争日益激烈，已经将赛场最大限度地前置了。

创投们发起了一场争夺 90 后的战争。IDG 发起了 90 后基金，红杉资本、真格基金、光速创投等都在加速对 90 后的投资。几乎所有主流投资机构都在发力，在他们看来这是一场争夺下一个扎克伯格的战争。

泡否创始人马佳佳、脸萌创始人郭列、一起唱创始人尹桑、伏牛堂创始人张天一等等，都是 90 后。互联网行业，年老是最大的耻辱。以往采访传统行业高管，多因年轻而怯场。接触互联网领域后，发现一些互联网创始人多是 88 后，也就是泛 90 后一代，却因年长而胆怯。

为什么是 90 后？

研究显示，目前中国大约有 2 亿左右的 90 后。90 后创业者代表着更年轻的文化，很适应互联网文化的极速变化。他们与以往群体存在巨大差异，很大程度是因为他们成长在互联网时代，可以称作互联网的原住民。原住民和移民差别在于，一种是本能、自然的思考方式，另一种是通过间接学习获得。

比起 90 后，80 后充其量只能算是互联网的“移民”。多数八零后频繁接触网络多是在高中至大学阶段，思维方式中仍带有固有的传统印记。80 后上大学之前，社会两极分化和技术裂变并不剧烈。

而相较 80 后，90 后最大的优势有两个。一是 60 后、70 后父辈多分享到改革福利，一定程度上保证了 90 后的生活。他们完全可以凭兴趣、爱好去做事以及规划人生。他们的成长期，恰好是中国经济最快速增长的 20 年，没有经历战争、社会动荡。相较而言，90 后心态多阳光乐观、喜欢创新、天马行空。

二是互联网，尤其是移动互联网的完全普及，90 后很早就触网。哪怕是生活在农村的 90 后高中生，人手一部几百块的智能手机，并不是一件困难的事情。互联网对 90 后而言，已经是生活的一部分。吃饭，上大众点评。买机票，上携程去哪儿。聊天，用微信。90 后获取信息和吸收知识的渠道很多，有着比较强的平等意识。

许多 90 后没毕业就开始创业，创投们把战场提前设置在了各大高校，只要有好点子，钱随时奉上。这也意味着 90 后的创业环境更宽松，大可不必一上来就赌上身家性命。

当然，90 后的创业多集中于互联网，尤其是移动互联网这些虚拟领域。以 IDG 的“90 后”基金投资项目，集中在娱乐社交类和技术类。在其他线下传统行业，90 后的创业壁垒仍然存在。

这场争夺 90 后的资本战争，也将深刻改变创投机构投资团队的年龄结构。按照一些创投合伙人的总结，一般而言，投资人比创始人大 10 岁左右是最佳年龄差。如此推算，接下来，PE/VC 机构将迎来大量 80 后合伙人或高管了。

当然，一代人有一代人的际遇。这股 90 后热潮，或多或少会有泡沫。毕竟，在任何一个时代，成功者都是少之又少。

## 12、11. 24 -11. 30 一周并购事件

2014 年 11 月 24 日-2014 年 11 月 30 日中国投融资事件统计见下表

图表 11 2014 年 11 月 24 日-2014 年 11 月 30 日中国投融资事件统计

标的方	买方	所属行业	融资金额	宣布时间
盛大游戏	N/A	互联网信息服务	16822.00 万美元	2014-11-27
盛大游戏	N/A	互联网信息服务	16822.00 万美元	2014-11-27
百佳（香港）	小南国	快餐服务	19500.00 万港元	2014-11-26
百佳（香港）	N/A	快餐服务	10500.00 万港元	2014-11-26
海口新城区建设	海岛建设	房地产开发经营	30466.00 万元	2014-11-26
天成药业	神奇制药	化学药品制剂制造	25500.00 万元	2014-11-25

数据来源：投资中国、中商产业研究院

## 13、国内一周风投事件统计

### 1、juiceup

JuiceUp 是由三个 80 后女孩联合创立的轻奢排毒蔬果汁品牌。JuiceUp 倡导的是一种健康时尚的生活方式，它建议人们定期用 6 瓶配方式的专业排毒蔬果汁取代一日三餐，让身体得到最大程度的净化与放松。自创立半年多以来，JuiceUp 用户数增长稳健，目前日订单达到 300 单，用户已经破万。随着 JuiceUp 的日订单数快速上涨，进货成本和生产成本也得到了再优化和降低。

投资方：今日投资

融资阶段：Pre-A 轮

融资金额：数百万(美元)

## 2、爱辅导

爱辅导创建于 2010 年 4 月，是一个网络远程辅导平台，创新性地利用平板电脑来连接学生和老师，从而让学生和老师可以跨越地域上的限制。老师可以给学生通过屏幕共享，实时讲解某个具体题目，并在学生上传的题目照片中做涂鸦批注，方便学生理解。这样的答题方式相较于目前市面上的答题软件来说，引入老师的参与，让一些能力不足的学生可以在老师辅导的情况下，理解知识难点，而不是一人在电脑屏幕前孤军奋战。

投资方：心元资本

融资阶段：天使轮

融资金额：100 万(美元)

## 3、Worktile

2013 年 07 月 21 日初版上线，致力于打造一款伟大的团队协作工具，用工具改变人们团队工作的方式，提升团队效率。工作随身带，多平台、云数据，随时随地与团队一起工作，项目、任务、文件、讨论、文档、事件、活动流、通知和日历，一个都不能少。

投资方：宽带资本

融资阶段：A 轮

融资金额：数千万(人民币)

#### 4、小荷特卖

小荷特卖(xiaoher.com)是专注于女装童装的特卖平台,拥有电脑版、手机版、iOS 和 Android 客户端。平台于 2014 年 4 月正式上线。能迅速完成融资,与闪购模式的受欢迎有关。小荷特卖模仿美国闪购网站 Zulily,在品类、人群、价位、模式、供应商等方面,小荷特卖都与 Zulily 非常相似。目前,这家成立三年的闪购网站 Zulily 已经于去年年底上市,成“美国闪购第一股”,市值超过了唯品会模仿的 Gilt。

投资方:光速安振创投领投、红杉资本跟投

融资阶段:A 轮

融资金额:数千万(美元)

#### 5、十年后

“十年后”是一个基于未来时间轴的社交网络,把时间可视化,让人们记录和分享关于未来的梦想,并和有趣的人进行交流。其于 2014 年 3 月入驻上海顶尖的科技创业孵化器 Innospace 并得到种子轮融资。

投资方:创新谷

融资阶段:天使轮

融资金额:数百万(人民币)

#### 6、美味不用等

美味不用等是一款餐厅排队软件,它能帮助用户远程查看餐厅进行远程排队,或直接到餐厅扫描二维码排队,当用户前面只有一定数量的顾客在等待时,通过微信提醒用户。目前“美味不用等”已经获得了百度、小米、支付宝、高德地图的接口,可以获得上述平台导入的流量。

投资方:经纬资本

融资阶段:B 轮

融资金额：2000 万(美元)

## 7、神盾快运

神盾快运坐标上海，其技术开发团队均来自于阿里巴巴、腾讯、盛大网络、百度、德邦、卡行天下、DHL 等国内外知名企业。上海有 5 万多的出租车，6 万多的货车，货车的空载率高达 50%，这对于司机本身、道路交通、城市空气质量等都有十分大的影响。现在滴滴、快的等打车软件可能在很多层面上改善了出租车司机的生活，可是那些数量庞大的货车司机呢？有多少司机空载而归，白白消耗油费；而对于企业货主和个人货主而言，快捷的找到一个价格合理又快速安全的运输方式，也是一个大难题。神盾快运的出发点就是基于此，希望通过建立神盾快运这个同城货运智能调度平台，为打通货主与车主之间的信息壁垒，减少货车空载率做一些贡献。

投资方：未透露

融资阶段：天使轮

融资金额：数千万(人民币)

## 8、捡人网

捡人网是一款覆盖旅游前中后阶段的旅游社交软件，为用户提供结伴旅游、目的地寻找当地人等。产品于 2014 年 5 月上线，主要面向 85 后及 90 后年青群体。

投资方：中路资本

融资阶段：A 轮

融资金额：1000 万(人民币)

## 14、国外一周风投事件统计

### 1、YikYak

Yik Yak 是一个匿名的基于地理位置的 BBS，纯文字+地图的形式，现已覆盖约 1300 个校园，用户可以随意发布任何想说的话，以及基于当前场景的事件信息传播，比如一场赛事、音乐会上的



趣闻等等。发布的每条帖会被 1500 米范围内的人看到，用户都可以对其投票——“点赞”或者“踩帖”。用户还可以设置能够看到这条信息的人数。

投资方：红杉领投

融资阶段：C 轮

融资金额：6200 万(美元)

## 2、伦敦版的“豆瓣同城”YPlan

YPlan 是一款仅限伦敦地区的应用，唯一的用处就是告诉伦敦人最近都有哪些有趣的活动，然后帮他们低价订票。YPlan 收集的活动类型各异，有小型音乐、剧场表演、喜剧演出甚至试吃试喝，有点像豆瓣同城，只是 YPlan 不单支持浏览发现活动，还能直接订票。

投资方：Octopus Investments、Wellington Partners 和 General Catalyst 领投，新进投资者 Nokia Growth Partners 参投

融资阶段：B 轮

融资金额：2400 万(美元)

## 15、证券市场一周回顾

### (一) 股票市场

本周（11 月 24 日-11 月 30 日），周五（11 月 28 日）大盘震荡上行，超级资金大量流入，总量资金有较大流出。指数继续上行，已经接近 2700 点，日线七连阳。截至 11 月 28 日收盘，上证综指收 2682.84 点，周涨幅 7.88%；深证成指收 9002.23 点，全周上涨 8.04%。

本周中国将再上新台阶，股票市场市值超越日本，成为仅次于美国的世界第二大股市。彭博社编辑的数据显示中国资本市场总额今年增加 33%，增长至 4.48 万亿美元(约合人民币 27.42 万亿元)；而日本市场资本总额自从去年十二月底下降了 3.2%，下滑到 4.46 万亿美元。中国在 2011 年日本大地震后已经成为仅次于美的世界第二大经济体。

据彭博社数据的分析估计，与日本东证指数的 14.5 倍市盈率相比，中国明年股市的市盈率将会

有 9.4 倍。今年 10 月份以后社会资金在选择投资渠道上发生了变化，更加关注股市，一方面是因为其他理财产品的投资吸引力下降，造成社会资金缺乏更有效的投资路径；另一方面，这个时间段股市出现了赚钱效应，很大程度上激发了市场的热情。

对于未来的市场，目前股市的赚钱效应激发了各资金方的关注和热情，中长期看市场将有所作为。短期看，由于资金进场太快，指数呈现加速上扬，存在调整的压力，因此，短期内出现震荡在所难免，但将属于强势震荡。

板块方面，近期表现突出的大盘蓝筹股，在目前市场资金充裕的环境下，将会出现板块轮涨的趋势，一个阶段性主题过后，下一个阶段性主题就酝酿产生，因此在接下来的操作上，建议寻找主题，关注逻辑合理、可持续的板块及个股。

具体来讲，互联网在未来将是一个比较持续的板块，在其下的各个垂直子领域都会产生创新性进步，如：金融、信息安全、游戏等等，该行业不断改变着人们的生活，并成功渗透到生产生活的方方面面，得到用户的认可，因此长期看好该板块。对于本周深受追捧的券商股，这属于阶段性主题，目前需要谨慎关注。

## （二）债券市场

本周（11 月 24 日-11 月 30 日）资金面较平稳，央行公开市场净投放 350 亿元，债市收益率下行，现券上涨。

中国外汇交易中心公布的数据显示，28 日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报 2.6800%，较 21 日涨 2BP，7 天回购定盘利率收报 3.4500%，较 21 日跌 5BP，14 天回购定盘利率收报 4.0000%，较 21 日涨 8BP；上海银行间同业拆放利率(Shibor)周内涨跌互现，1 周品种最新报 3.3220%，较 21 日涨 10.4BP，2 周品种报 3.6380%，较 21 日涨 1.5BP。

近期央行动作频频，继 21 日宣布降息后，25 日公开市场 14 天正回购利率再度下调 20BP 至 3.2%，为年内第四次下降，操作规模则进一步缩至 50 亿元人民币；27 日则时隔 4 个月再度暂停正回购操作。至此，本周最终实现资金净投放 350 亿元，为连续第二周实现资金净投放，上周（11 月 17 日）为净投放 100 亿元。对此，本周央行动作频繁，意在应对新股 IPO 及月末因素等，缓解短期市场流动性较紧张状况。

央行公开市场正回购利率下调及本周资金净投放小幅放量在预料之内，相对短期的操作，意在维持流动性平稳。此外，本轮新股申购网上网下冻结资金峰值近 1.12 万亿元。其中 27 日解冻 7371.3 亿元，28 日解冻 3780.7 亿元。新股冻结资金陆续解冻，加之月末还可能会有一些财政存款投放，

整体看月末市场流动性问题不大。

预计下周（12月1日-12月7日）市场流动性将恢复到较宽松状态，毕竟新股IPO的影响是短期的。此外，当前国内经济下行压力仍较大，有必要继续保持宽松的货币环境，虽然央行已经使用了一系列货币工具，但未来仍不排除降准可能。

对于后市债市走势，预计短期市场将维持震荡，收益率不会出现显著上升和下降，因预期当前国内经济及通胀短期内不会出现明显变化。

分品种看，首创证券固定收益部投资经理倪学曦表示，临近年末，机构或将趋于保住利润，现券市场或将相对平淡，但由于股市较强，转债市场或将继续上涨。

### （三）基金市场

股市本周（11月24日-11月30日）整体大涨，沪指创下三年新高，基金经理积极布局，入市热情高涨，仓位升至历史高位。

截至11月27日，偏股方向基金仓位明显上升，可比主动股票基金加权平均仓位为89.26%，相比上周（11月17日一周）上升1.17%；偏股混合型基金加权平均仓位为83.52%，相比上周上升1.37%；配置混合型基金加权平均仓位71.87%，相比上周（11月21日-11月23日）上升1.32%。

从具体基金公司来看，除金鹰基金公司外，其他基金公司保持高度一致加仓。大型基金公司方面，南方、博时、工银瑞信加仓幅度较大；中大型基金公司方面，景顺长城、汇添富、鹏华加仓幅度居前；中小型基金公司方面，纽银、泰信、国海富兰克林、长盛等加仓幅度较大，益民、长信、天弘等加仓幅度较小。

从具体基金来看，加减仓幅度较大的多为成长风格基金，但加仓幅度较大的多为偏好新兴成长行业配置基金，也有蓝筹风格基金，减仓幅度较大的多为偏好稳定成长行业股配置的基金。

## 四、产业市场

### 1、服务外包业获真金白银支持:政府拓宽购买服务领域

11月26日,国务院总理李克强指出,“今天国务院召开常务会议,专题讨论加快推进服务外包产业议题,就不能只重复过去的一些‘含含糊糊’的政策,必须要有新拓展、新举措!”

在政策实惠上,总理强调,思想要再解放一点,步子再快一点,要多给一些‘真金白银’。具体而言,对一些已经成熟的试点经验,要及时复制推广:企业优惠的条件要拓展,试点城市也要进一步扩大,让服务外包产业布局更加协调完整,带动更多地区转型升级。

中国服务贸易目前拥有广阔的发展空间,中国也正快速迈向服务经济时代,服务外包产业的前景十分广阔,将形成有效吸纳就业,促进大众创业的格局,成为我国经济持续增长的新动力。

向软件、金融等高端领域拓展

自2006年商务部提出服务外包“千百十”工程以来,近些年我国服务外包产业增长态势明显。

李克强指出,服务外包产业是我国经济结构调整,特别是对外经济结构调整的一个重要内容,也是我国产业升级的一个重要支撑点。

商务部数据显示,2013年我国服务外包产业(离岸+在岸)总规模已接近1.7万亿元人民币,占国民生产总值比重的2.97%,对国民经济增长贡献约0.8个百分点。

服务外贸产业的发展将改变我国以往单纯依靠货物贸易的现状。目前中国已成为货物贸易发展大国,未来货物贸易进一步增长的空间相对有限,服务贸易尽管相对起步较晚,但也拥有更大的发展空间,其中服务外包产业的前景十分广阔,已成为我国经济持续增长的新动力。

此外,服务外包产业对吸纳就业的作用明显。截至2013年底,中国服务外包产业累计吸纳从业人员近536.1万人,间接带动近1780万人就业,其中2013年新增就业106.5万人,占全国城镇新增就业人数的8.1%。从就业人员结构来看,中国服务外包行业大学(含大专)以上学历从业人员占比约2/3。

由于服务外包产业多与开发软件、研发技术等方面相关,所以能够更多地解决大学生就业。如果将服务外包的发展和高等教育结构的调整结合起来,将起到双向促进作用。

国务院常务会议指出，大力发展软件和信息技术、研发、金融、政府服务等领域的服务外包，推动向价值链高端延伸，为大学生等就业创造更多机会。支持企业特别是工业企业购买非核心业务的专业服务。政府部门也要拓宽购买服务领域。

对此，总理特别强调，政府部门也要不断拓宽“购买服务”的领域，只要不涉及、不影响国家安全，都可以将能够外包的业务委托给专业服务企业。

#### 加大财税金融支持

尽管服务外包产业发展势头强劲，但目前也存在一些问题。中国服务外包贸易政策与产业政策协调有待加强，在岸服务外包和本土发包业务发展严重滞后，服务外包龙头企业国际竞争力亟需提升，服务外包市场环境也有待进一步完善。

中国服务外包产业只有竞争力与性价比强于其他国家，才能获取更大发展，需要发展一批规模化的企业，形成品牌竞争优势，将品牌作为产品与服务推向国际市场的载体，使服务外包产业成为外贸增长新亮点，促进打造中国外贸竞争新优势。

对此，会议也要求，要支持服务外包企业开展知识、业务流程外包等高附加值项目，开拓新市场、新业务和营销网络，搭建具有国际先进水平的外包产业平台。要鼓励服务外包企业专业化、规模化、品牌化发展，培育一批创新和竞争能力强、集成服务水平高的龙头企业，扶持一批“专、精、特、新”中小型企业。

在具体优惠举措上，会议明确，要加大财税金融支持，增加服务外包示范城市数量，相应扩大对技术先进型服务企业减按 15% 税率缴纳企业所得税、对其职工教育经费不超过工资薪金总额 8% 部分实行税前扣除的税收优惠政策实施范围。试行国际服务外包增值税零税率或免税政策。

金融业不仅要为服务外包产业发展提供融资便利，金融业本身也要大力发展服务外包。

随着经济社会不断发展，服务外包涉及的产业相比过去已经有了很大幅度的拓展。以前我们觉得，‘服务外包’就是电话服务、国际通信服务，现在很多新的技术研发行业，也都成了服务外包的重要参与者。我们今天制定政策，要为未来的创新留下足够空间。

## 2、经济型酒店行业真实状况：利润依然相当可观

继如家、去哪儿网的“下架门”之后，关于“经济型酒店依赖 OTA 流量”、“经济型酒店利润极



低”、“过度依靠加盟店的粗暴扩张”、“借 OTA 流量招揽客源”等相关言论，再次将经济型酒店的发展困局推到舆论的风口浪尖。但事实上，经济型酒店数量占比依然最大，短期之内这一格局也很难被打破，而直销渠道对入住率的高贡献率以及成熟门店的庞大体量，使其利润依然相当可观。

#### 衰论一 每间房净利润极低？

尽管经济型酒店进入薄利期已成行业共识，且有声音认为经济型酒店每间客房每天仅有 5 元的极低利润，难以为企业带来大收益。

但事实上，近几年经济型酒店新开门店数量逐季度扩大，新开店摊薄了整体盈利水平。

行业中通常将经营超过 18 个月的门店归为成熟门店，虽然经济型酒店每间客房的纯利润并不高，但庞大的体量以及成熟门店近 90%的入住率，使得盈利状况依旧相当可观。

即使按照单房单晚 5 元左右的极低利润计算，有成熟门店庞大体量和高入住率的双重保证，利润依然相当可观。如家 2014 年三季度财报显示，其入住率高达 86.7%，通常情况下一间经济型酒店有 150 间客房，如果每间客房每天赚 5 元，则每个店面每天可赚 750 元，以 86.7%的入住率来算，则每个店面每天可赚 650.25 元。截止到三季度，如家酒店品牌共有 703 家直营店，排除体量庞大的加盟店，仅如家直营店三季度即可净赚约 4000 万元的利润。此外，如家 86.7%的入住率中实际上包含了时租房，而时租房的利润还要高于正常出租。

#### 衰论二 加盟费粗暴扩张牟取暴利？

伴随着各大酒店集团持续拓展加盟店、跑马圈地，有声音认为“加盟费为经济型酒店集团净利润主要来源”，甚至认为“如果除去加盟费，酒店几乎陷入亏损困局”。不可否认，加盟费的高转化率确实提供了净利润，发力品牌输出、换取管理合同的轻资产战略已成为不争的趋势，主流国际酒店集团旗下经济型酒店的发展模式均以加盟为主。

国际上的经济型酒店连锁集团加盟门店比例高达 50%-60%，但这个数字在我国目前平均仅为 15%。截止到 2013 年，华住加盟店占比 45%，直营店占比 55%，未来五年内华住要将加盟店发展到 70%，直营店 30%。大家可能会担心加盟店过多的管理问题，但是所有加盟店的 KPI 与直营店一样，且都是指派店长的直营式管理。

酒店快速扩张主要是增加加盟店数量以增加收入。全球规模快速发展的酒店集团都是轻资产运作，轻资产运作的原理就是树立品牌，对外输出管理或者接纳特许经营，以此作为主要获利手段。从如家和华住的财报都可看出，加盟管理是未来连锁酒店趋势，更多比例的收益来自加盟费。

此外，加盟店增多导致经济型酒店入住率下降。如家三季报显示，酒店入住率为 86.7%，同比下降 2.7%。华住酒店和锦江之星入住率分别下滑 1.6%和 2.15%。

酒店新门店需要一定时间的市场培育期。并不是加盟店拉低了入住率，而是新店占比越来越大，拉低了集团整体的入住率。随着经济型酒店越来越多，客源分流是必然趋势。以往经济型酒店 95%-100%的入住率放到全世界来说都是非正常状态。国际通行的标准是，入住率低于 60%的酒店就很难保本了。虽然现在入住率有所下滑，不过仍远高于 60%的警戒线。不可否认，经济型酒店还是现在中国酒店最好的模式，这个市场在回归正常速度。现在还有这么多人愿意加盟，说明经济型酒店还有盈利空间。

### 衰论三 中档品牌取代经济型品牌？

自 2012 年以来，如家、华住等以经济型酒店起家的酒店集团，纷纷推出中档品牌。中档品牌将取代经济型品牌的声音甚嚣尘上。结合经济型酒店告别黄金期的现状，在舆论声中，经济型酒店几乎成为了一个行将就木的行业。

但事实上，在酒店业大佬眼中，中档酒店是一个主动和被动的战略选择，无论如何，中档酒店都不可能复制经济型酒店的扩张模式，经济型酒店的门店数量仍然会在这些集团中占比最大。中档酒店是一个重新定位的产品，而不是快捷酒店的升级。从一个品牌的设计到完善，商业模式、投资模式、运营模式以及顾客营销模式的建立，没有两年不行。在没有完善之前就去扩张不是一个好策略。最后还要看模式是否有回报。经济型酒店一年可以开到几百家，但中档酒店一年只可能开到 50-70 家，近几年内很难有经济型酒店一样的增速。华住的全季是中档酒店中比较出色的品牌，但到今年底也不过才有 120 家门店。

事实上，华住、如家、铂涛等酒店集团均没有放弃对经济型酒店的扩张。公开资料显示，如家曾在 2011 年底启动 5000 家门店扩张计划，铂涛也预计在 2018 年将门店扩张至 4500 家。汉庭理想中的门店数量在 8000 家左右。

为什么现在还有这么多人在投资经济酒店？就是因为还有不错的盈利。以前大概有 30%的年回报，现在最起码也有 20%的年回报，差一点也有 17%、18%。在中国的投资环境里，远高于社会平均回报。

十年前经济型酒店大幅扩张，迎合的是中国的中产阶级。目前，中国的中产阶级消费水平已经提高，为保留老客户，经济型酒店集团推出了中档酒店品牌。另一方面，经济型酒店在一二线城市饱和，已无法拿到优质物业，但中档品牌却有发展的空间。而在一二线城市无法继续高速扩张的经

济型酒店，目前已经向三四线城市下沉。经济型酒店挤掉的是低级招待所一类住宿单位的市场，而事实上，其在三四五线城市的渗透才刚刚开始。

#### 衰论四 严重依赖 OTA 流量？

如家从去哪儿网下架之后，去哪儿网一度宣称其是如家最大的流量来源，甚至有媒体抛出离开去哪儿网，如家将何枝可依的疑问。但事实上，经济型酒店并非极度依赖 OTA 流量。

几大经济型酒店中，如家分销渠道仅占 8%，而这 8%当中还有旅行社分销、OTA 分销等等渠道，去哪儿网的分销量对于如家来说仅为小头。华住在日前披露的季报中也显示，超过 90%的客房销售量来自华住直销渠道。而 7 天集团在更名铂涛之前，受 OTA 价格战影响，为掌握自主定价权，曾一度宣称退出预订分销渠道，100%依靠直销。

据了解，国内拥有一定规模的经济型酒店集团，直销比例通常都在 80%-90%之间。

事实上从 2009 年至 2012 年，经济型酒店依靠 OTA 的分销比例在逐年缩小。据劲旅咨询统计显示，2009 年如家的携程分销占比为 3.8%，到 2012 年这一数据为 1.3%。2009 年汉庭的携程分销占比为 4.2%，到 2012 年这一数据为 0.8%。

酒店官网、OTA 和全球酒店分销系统(GDS)三种渠道中，通过酒店官网预订的成本最低，约 5 元每间夜；通过 OTA 预订的成本最高，达 30 元每间夜，是官网直销的 6 倍。对于经济型酒店而言，酒店官网是最具有成本效益的销售渠道。酒店集团在资金方面没有压力的情况下，只要稍微调整渠道模式，加强直销尤其是在线直销渠道，平均房价和盈利水平均有机会获得提升。

### 3、餐饮行业景气堪忧 高端餐饮依旧疲软

近日，中国烹饪协会发布《2014 年 1~10 月全国餐饮市场分析报告》，报告指出，2014 年 1~10 月，全国餐饮市场呈现出一波三折、曲折前进的运行态势。整体看，餐饮行业景气仍然堪忧，高端餐饮依旧疲软，大众化需求旺盛。

报告显示，2014 年 1~10 月份，全国餐饮收入 22591 亿元，同比增长 9.7%，增速较去年同期上升了 0.7 个百分点，与社会消费品零售总额增幅(12.0%)相差 2.3 个百分点，差距也较去年大幅收窄。限额以上单位餐饮收入 6595 亿元，同比增长 2.0%，比去年同期提高了 3.7 个百分点。

分月度来看，餐饮市场走势可谓一波三折、跌宕起伏。全国餐饮收入以 5 月为分水岭，增幅在 1-5 月节节攀高，并于 5 月达到峰值 11%之后，从 6 月开始逐月下滑，8 月跌至最低谷。限额以上餐

饮收入增幅更是在 8 月急剧下滑至负增长，双双显露出中程乏力的疲态。受益于“金九银十”餐饮市场的火爆，9 月、10 月餐饮收入与限上收入再度强势回升。在餐饮业步入冲刺时期的四季度，希望可以趁热打铁，点燃这“冬天里的一把火”。

跌宕起伏的餐饮行业虽然在“金九银十”实现收入上升，但整体来看景气度仍然堪忧。中烹协报告支持，餐饮行业用工情况不容乐观。根据中国人力资源市场信息监测中心发布的数据，2014 年一季度，全国住宿和餐饮业用人需求保持增长，但是二季度、三季度却持续下降，同比分别猛跌 15.7%、8.5%。这反映出餐饮行业景气状况依然不太理想。

具体到高端餐饮及大众餐饮领域，高端餐饮依旧疲软，大众化需求旺盛。目前，高端餐饮转型依旧不易。中央“八项规定”出台后，公务接待、公款消费直线下降。高端餐饮虽然积极转型，但是受大环境影响，再加上摆脱中高端餐饮结构框架、与市场形成契合点并非一日之功，而房租、人工等成本又持续走高，这些都使得其大众化转型之路困难重重。部分高端餐饮在转型之后降低了人均消费水平，上座率有所回升，但是企业利润却明显下滑。

高端餐饮转型不易也可从一些上市公司的业绩中看出。根据财务报告，全聚德三季度营收 5.23 亿元，同比下跌 4.88%，净利润 5649 万元，同比仅增长 1.68%。西安饮食虽然三季度营收实现了 1% 的同比增长，但净利润同比下跌 42.15%。

大众化餐饮由于刚性需求而增长比较稳定，更因其经济实惠、方便快捷的特点越来越得到市场的认可和欢迎，成为推动整个行业企稳回暖的中流砥柱。据上海市餐饮烹饪行业协会抽样数据统计，上半年上海市点心小吃和团餐营收分别大幅上升 12.66%、21.08%。

值得注意的是，国际资本开始看好中国餐饮。在中央限制三公消费后，餐饮市场被挤掉了泡沫，开始回归理性，餐饮行业逐渐获得投资者的认可与青睐。不仅联想控股旗下的弘毅投资基金，欧洲最大私募基金 CVC、路易威登集团旗下的私募股权基金等国际资本也都看好中国餐饮市场，纷纷选择国内品牌餐饮企业进行收购。

对于 2014 年全年餐饮形势，中烹协指出，全年来看，整个餐饮市场在波动中前行，预计全年有望保持稳定增长态势，限额以上餐饮维持正增长。但是，餐饮行业转型升级、结构调整还处在“摸石头过河”的实践阶段，再加上食品安全、营改增、标准工时、消费争议、餐饮环保排放等问题层出不穷，行业发展完全走出困境需要做好充分准备打持久战。

#### 4、钢铁白名单第三批公布 全行业 15%产能面临淘汰

在对钢铁产能的清理中，除设置“黑名单”外，工信部的“白名单”统计，也已进入收尾阶段。

11月25日，工信部正式公布符合《钢铁行业规范条件》的第三批企业名单(即白名单)，共计147家钢企入围。至此，2012年以来，工信部分三批累计公告305家规范企业名单。

随着第三批名单正式公布，85%的钢铁产能已经统计在案，未进入名单的企业，遭淘汰的可能性大增。

值得注意的是，由于审批核准制度滞后于市场需求，致使政策调控产能的成效不佳。

据工信部的相关统计，从2005年《钢铁产业发展政策》发布以来，国家审批的钢铁项目不足1亿吨，但全国钢铁产能却增加了7亿吨以上。在一位业内人士看来，多年来相当一部分产能游离在监管之外。

国家曾尝试通过审批限制钢铁产能，但却陷入越淘汰越多的怪圈，如今行业进入寒冬，市场手段显然更为有效。

#### 白名单超编过百家钢企

8月25日，工信部公布符合《钢铁行业规范条件》企业(第三批)名单的公示，全国149家钢铁企业在列。在3个月后，工信部再次发布的名单中，入围企业已减少至147家，南平市双友金属有限公司、福建三金钢铁有限公司和首钢长治钢铁有限公司等3家企业落榜的同时，福建罗源闽光钢铁有限责任公司增补上榜。

进入白名单，并不代表企业就有了“免死金牌”，工信部将继续对入围企业保持规范生产要求，并在2年左右核查一次，实行动态管理。

而在2013年，工信部已先后公布了两批白名单，共158家钢企入围。其中，首批名单在2013年4月2日公布，宝钢、鞍钢、武钢和沙钢等45家企业入围，主要是一线企业。

值得注意的是，在2013年12月6日公布的第二批名单中，共包含113家企业，包括上述一些钢铁大集团的下属企业，以二线企业为主。不过，在第二批名单中，因企业环保不达标，河北新金钢铁与广东阳春新钢两家企业被踢出了白名单。而在第三批名单中，这两家企业则再次入围。

目前规范的约束执行力虽然极强，但对于符合规范的企业，也会给予再次申请的机会。

今年初，工信部初步考虑将这三批名单所纳入的企业数量控制在200家以内，争取把行业内



80%~90%的钢铁产能纳入进来。

目前 305 家进入名单，意味着‘白名单’已经超编。若在未来的监管中达不到要求，将有企业被移出白名单。

设置白名单的初衷在于规范管理，未进入名单的，遭淘汰的可能性大增。

一批资不抵债的钢企已经走在淘汰的路上。海鑫和川威就是首批倒下的钢企。再加上明年新《环保法》实施，可以预见市场淘汰力度将更强。

有两亿吨左右过剩产能

在钢铁产能的整顿与清理中，潜伏存在的钢铁产能让监管部门更为挠头。

2013 年中国钢材实际消费量为 6.93 亿吨，供大于求 1 亿吨。

2012 年年底，国家发改委、工信部和中国钢铁工业协会摸底中国钢铁行业实际产能，虽然三部门得出的数据不一样，但大致在 9.5 亿吨~9.8 亿吨。即有两亿吨左右过剩产能。

以钢铁第一大省河北为例，2013 年河北省曾明确提出，到 2017 年底，全省钢铁产能削减 6000 万吨，到 2020 年再削减 2600 万吨。该淘汰产能的计划应该不成问题，河北省隐藏的产能可能在 5000 万吨以上，这些主要是没有审核通过的黑户。在钢铁重镇唐山，就官方统计数据来看，唐山市只有 40 多家钢铁企业，但是，光丰润区就有 200 多家小企业。

全国钢铁年产能已经达到了 13 亿吨，但经国家发改委、工信部等审批的只有 5 亿吨，其余 8 亿吨产能早已达产。

工信部方面也曾表示，一些大型国有钢铁企业也存在大量未经审批自行建设的钢铁项目，钢铁行业宏观管理是一道难题。

国家发改委最新数据显示，今年 1~10 月，全国粗钢产量 68535 万吨，同比增长 2.1%，增速同比减缓 6.2 个百分点；钢材产量 93447 万吨，增长 4.7%，减缓 6.9 个百分点。

值得注意的是，钢铁行业利润率在 2012 年陷入 0.04%的冰点后，钢铁固定资产投资增速已放缓了脚步。

数据显示,钢铁投资额从 2003 年的 1402 亿元猛增至 2013 年的 5060 亿元,增幅 261%。但在 2013 年,速度已慢了下来,2013 年较 2012 年微增 5 亿元。考虑到国家产业政策的调控以及钢铁企业的钱紧,加之不明朗的市场需求,预计 2014 年全年钢铁投资额较上年会有小幅下调。

## 5、国内乳业面临不进反退危机 国产种牛牛不起来了

我国奶牛养殖已面临多重困局,并严重影响乳业健康发展和国际竞争力提升。尽管我国乳业在“三鹿事件”后知耻后勇,苦练内功,取得了长足进步。然而,“三鹿事件”带来的信任危机远未结束,“海淘”国外奶粉、进口乳粉热销的情况依旧在婴幼儿乳粉市场上演。

而国产乳粉销路不佳之外,良种繁育体系不健全,牧业人才匮乏,贷款融资困难,生产和流通成本高等因素更是成为当前制约我国乳业发展的瓶颈。

### 国内奶牛配种退化

近年来,我国奶牛总体质量较差的面貌仍没有得到根本转变。目前我国真正的良种高产奶牛数量仅占奶牛存栏总数的 1/5,奶牛平均单产量为 5 吨,仅是美国的 1/2 左右。

好牛下好犊,好牛产好奶。使用奶牛进口冻精繁育的犊牛,在遗传性能、生长发育、产奶数量及质量、基因血缘等方面都要优于传统方式繁育的奶牛。

与发达国家相比,我国在奶牛品种遗传素质和选育技术上还存在很大差距:一是奶牛品种改良工作指导思想不明确,缺乏稳定的育种目标。基层牧场和牧民存在“不选种,不选配,重表面,轻数据”等问题。二是始终未建成规范的良种奶牛繁育体系,生产性能测定、后裔测定、品种登记等工作流于形式,甚至不少地区记录数据存在造假行为。三是奶牛群体遗传改良体系不健全,机制不完善,迄今尚未形成自主培育和选育优秀种公牛的能力。

多年来,我国使用的种公牛主要依赖进口,过去一头种牛的上船价是 600 美元,近年来由于中间商炒作,在澳大利亚的上船价已经涨到一头 2500 美元。尽管如此,我国也快要澳洲的种牛买光了。我国只有培育自己的种源,才能摆脱国外的控制,才能真正参与国际乳业竞争。

### 高端人才每年缺口超 70%

我国畜牧业优化升级需要大批养殖、防疫、饲料加工、食品机械维修、市场营销等一系列专业人才。据不完全统计,我国畜牧兽医行业高端技能型人才每年缺口在 70%以上。

《广东省畜牧业“十二五”发展规划》显示，“十二五”期间，广东省畜牧业每年需新增技术人员 1 万人以上，广东省现有畜牧兽医专业技术人员 2 万多人，其中系统掌握养殖和疾病防治技术的操作技能型人才仅占 30%左右，其中大专以上学历的比例不足 10%，有近 1.5 万人需接受再培训。

在山东省高校毕业生畜牧兽医类 2013 年就业招聘会上，国内外 600 多家畜牧企业提供了 2.2 万个岗位，应聘者与岗位需求达到 1: 7。即使涉农企业开出的条件很诱人，不少应届毕业生还是选择了离开。养殖场大多在偏僻的郊区，工作封闭，很少与外界沟通，不到半年他就辞职了。

当前我国畜牧业人才教育存在三大问题：一是畜牧专业教材更新缓慢，教学内容陈旧，与生产脱节。二是毕业生普遍存在工作能力不强，专业操作能力不熟练。三是职业素养有待提高，不少学生欠缺积极正面的职业心态和正确的职业价值观，到单位工作不久便跳槽。

随着乳业企业的加速整合，缺乏合格的大型牧场管理人员将成为我国畜牧业现代化面临的重大挑战。

#### 利润大部分被金融机构赚走

金融机构对乳业贷款支持普遍不足。银行贷款大多是‘事后诸葛亮’，养殖场一般都是先通过民间借贷应急，然后才通过银行贷款来偿还。4 月份以来奶价一直走低，民间借贷难度加大，银行更不敢贷款给奶农了。

贷款难主要难在牧场没有抵押物。由于各地土地确权工作进度不一，内蒙古、山西多地牧场都没有土地证，银行不予评估放贷。即便办下了贷款，还贷周期与奶牛的生产周期也不配套。一般奶牛场从基建到买牛到最后产出效益，最低需要 3 年。这些用于基础投资的贷款，银行都要求一年就要还本付息，只能先找小额贷款公司垫资还贷。

贷款手续费用高、利息高也占去了奶农合作社的大部分利润。目前银行贷款利率大多在 11%上下浮动，而且抵押评估和公证等费用都给牧民增加了不小的负担。养牛的利润大部分都被金融机构赚走了，现在净利润率不到 10%。

#### 成本高企 四成乳品加工企业亏损

“三鹿事件”暴露的乳品质量安全问题，一度掩盖了我国乳业长期以来产业结构扭曲的问题。这两年矛盾开始逐渐凸显。

一方面，我国的奶牛养殖规模程度偏低，一些大型牧场饲养成本偏重，实际利润偏低；另一方

面，我国的奶牛养殖成本优势已不存在，收奶价格已大大高出全球平均价格，这导致了近四成的乳品加工企业处于亏损状态、奶粉越来越依赖进口。

农业部数据显示，2009年至2013年间我国主要饲料产品价格呈逐年上升趋势，年均涨幅达10%。其中，作为奶牛养殖最为重要的原料，玉米、豆粕价格近年来总体上呈现波动上升的走势。

随着我国工业化、城镇化程度逐步提升，农业劳动力等生产要素成本不断上涨。据北京农业部门监测，京郊农村劳动力26个农产品品种平均成本由2009年的43元/工日提高到2013年的81元/工日。

农村劳动力价格增长太快，五年前每天50元，现在给100元都很难招到人。国际奶业经济学会公布的数据显示，2013年全球原奶均价折合人民币3.08元/千克；美国、新西兰和欧盟的原奶均价都在3元/千克以下，而我国一度突破了4元/千克大关。

在激烈的市场竞争环境下，各企业都不遗余力打造销售渠道，金字塔式的销售模式、返点销售、高强度广告宣传厮杀等屡见不鲜。贝因美公司2013年年报显示，营业总利润大幅增长，达61亿元，但归属母公司股东的净利润仅为7亿元；而经销渠道费用竟然高达10亿元。

国内乳业重量不重质 面临“不进反退”危机

专家：警惕牧场过度规模化

“三鹿事件”以来，我国乳业在技术装备水平、检验检测能力、自有奶源建设、科研创新水平等方面提升显著，但由于发展速度过快也积累了很多矛盾，在国际乳业巨头的冲击下，面临“不进反退”的危机。部分专家、企业负责人、畜牧部门管理者建议多措并举，推动我国乳业理性发展，并从“数量扩张型”向“质量效益型”转变。

首先，继续提升规模化养殖水平，发展适度规模养殖，警惕过度规模化。万头牧场面临三大风险，一是饲料压力大；二是成百吨的废水无害化处理难度大；三是防控疫病的风险大。我国应提倡适度规模养殖，即产奶牛在30头到1000头左右，最适合我国国情。

应采用符合标准的家庭牧场与大型牧场相结合的方式，让所有散养的奶牛尽快全部进入专业牧场或规范化养殖小区。

二是巩固强化自有奶源，走专业化、现代化发展道路，加强产业一体化建设。应在适合养牛的地方养牛。奶源基地建设的原则是在适合饲养奶牛的区域养牛，最大限度地发挥区域优势；让善于

养奶牛的人养牛，发挥人才优势；发挥产业链的优势，支持企业养牛。奶牛饲养要走专业化、规模化、现代化的道路，达到降低成本、增加产量、保证质量、增加效益的目的。

要对规模化的牧场和部分龙头乳制品企业给予政策和资金扶持，通过大型牧场和龙头企业的带动促进整个行业规模化和产业一体化建设。不断淘汰散户和设施水平落后、生产能力弱的牧场。通过相关优惠政策来引导优势乳企收购淘汰牧场，达到自建自有牧场的目的，保证奶源安全。

建议在养殖环节，出台全国牧场建设总体规划，对全国市场需求分布与适合养殖奶牛区域总体布局。同时由国家职能部门对牛奶产量进行调控，包括奶产量提前预测、加工能力预测、市场销售预测，最大程度避免社会资源的重复投入。

三是完善生鲜乳价格协调机制和不合格生鲜乳处理机制。当前，国际生鲜乳价格对我国市场影响较大。国际市场价格高，企业就高价抢奶，越界抢奶，导致本土奶源紧张，原料奶、乳制品质量存在安全隐患；国际市场价格低，企业压级压价甚至拒收，导致本土奶源过剩，奶农杀牛倒奶，这是我国乳业发展不成熟的表现。

可根据奶料比建立合理的价格形成机制，通过最低保护价来保护奶农利益。建议通过实行交易参考价和政府指导价相结合的双轨机制以及第三方配套检测机制，维护奶农利益，保障奶源安全稳定。

此外，生鲜乳进厂前要进行批批检验，企业对不合格生鲜乳拒收在所难免。生鲜乳购销双方是一种商业关系，牛奶的所有权属于奶农，企业没有处置权，出现“奶荒”时，奶农出于经济利益会将拒收的生鲜乳转卖给其他乳企，这种行为存在极大的安全隐患。同时，企业拒收不合格生鲜乳也易引发纠纷甚至冲突。

专家建议，国家应尽快制定“不合格生鲜乳处理机制”，建议由农业、畜牧、工商、食药监等部门组成常态化督导执法组，对不合格生鲜乳进行强制回收，并移交专门处理机构或场所进行无公害环保处理。有条件的地区还可将无公害处理过的生鲜乳投用到工业、农业、畜牧业等行业作为绿色原料使用，既节约了成本，又不浪费资源。

四是加大对乳品全产业链条的补贴力度。目前，国家对部分乳品实行了初加工产品 13%的增值税优惠政策，但这一政策并没有扩展到更多的乳产品。一些乳企负责人建议，将奶制品全面纳入农产品补贴范围；参照《企业所得税法实施条例》中有关蔬菜、谷物等种植企业标准；同时，在用地、运输等环节给予补贴和支持，使乳企能适时降低成本以补贴扶持奶农。

优质饲草料是奶业转型升级的重要支撑。专家建议国家加大对饲草种植企业的扶持力度，在草



种、农机等方面对饲草种植企业进行适量补贴，并在税收制度上有所倾斜，增加饲草种植企业的比较效益，使乳企能适时降低成本，最终使广大奶农获益，保障奶源安全稳定。

此外应增加对于养殖户或养殖场的购牛补贴。一方面，对于经营压力大又有需求购买良种奶牛的养殖户至少给予差异化的引种补贴，从而通过鼓励养殖户买好牛、养好牛，有计划地支持他们使用高产奶牛种源，改良低产牛，提高奶牛单产，从根本上提升中国奶业的产奶质量；另一方面，针对已完成土建的养殖场，根据其建设及存栏规模发放购牛补贴，从而提高现有养殖场的满载率，缓解养殖场建设的资金压力。

从国家层面拉动乳制品消费需求，通过自上而下的乳制品消费项目，给予乳业消费者相应的政府补贴，如发达国家那样给予年轻父母奶粉补贴，从而在有效提升人口素质的同时，带动乳制品行业的持续健康发展。

五是按照“政府引导、第三方组织搭台、消费者全面参与”原则，建立第三方评价体系，让更多的国内消费者了解我国乳业的真实情况，重振消费者对于婴幼儿奶粉行业的信心。

应有效调节资源配置，提高乳业市场透明度和信息的有效性。建议构建以市场信息开放为依托的第三方评价体系，在该体系下，政府部门通过自身的职能和角色转变，积极扶持优势乳品企业，主动服务消费者，突破买卖双方信息不对称的困境。此外，政府通过行政权力促进企业自律、规范行业竞争、增加市场透明度，为消费者提供一个更加健康的市场。

企业应严格遵循公正、真实、准确、全面四项原则，在自己的官方网站上定期、及时地公布相关奶源、生产等环节的信息，以方便消费者对企业实施监督。企业还可以通过举办丰富多彩、寓教于乐的宣传活动，引导消费者积极参与，形成良性互动，增强消费者的知情权，同时邀请国际第三方评估机构对我国乳企进行客观公正的评估，提振消费者信心。

## 6、药价改革利好血制品行业 有价无市局面将改观

2015年临近，药价改革进程似乎已明显加快。除了广东、上海等地释放药价放开信号外，日前，又有消息称国家发改委已向各省物价部门下发征求意见稿，讨论全面放开药品价格。

消息透露，血液制品、国家统一采购的预防免疫药品和避孕药具、一类精神和麻醉药品，以及专利药等药品将率先改革。在业内看来，“压抑已久”的血液制品将率先受益。

血制品刚需市场明确，但行业长期高景气度并没有给企业带来高收益。影响血制品企业发展的两个关键分别是浆源和价格，但目前都处于“两头受限”的情形。而在药价放开后，产品能依靠供

求关系进行市场化定价，面对市场更加主动，血制品有价无市的局面也可能因此改观。

#### 传闻药价放开 血制品企业或受益

随着广东、上海等地对药价放开的消息传出，国家发改委关于药价改革的消息也甚嚣尘上。

有消息称，国家发改委已向各省物价部门下发征求意见稿，讨论全面放开药品价格。更引发市场关注的是，血液制品、国家统一采购的预防免疫药品和避孕药具、一类精神和麻醉药品，以及专利药等四项药品或成为中国药品价格改革的排头兵。

据发改委及卫计委药政司多位官员证实，发改委领导提议放开药品最高零售指导价的制定，涉及多种不同类型包括医保目录内药品、血液制品、国家统一采购的预防免疫药品和避孕药具、一类精神和麻醉药品、专利药。

具体到细节，血液制品计划于 2014 年底前试点放开价格管制。而医保类药品的价格方案或于 11 月报国务院审批，有望于 2015 年实施。

然而，药价改革并非一夕之功，药品价格改革牵一发而动全身，短期内很难实施，不是单个部门对政策进行调整就能完成的。

按照现有招标体系，一款药品需经过地方基药与非基药招标环节中标后才能进入当地医院销售。在招标过程中，招标部门制定入市价，再由药企在这一价格范围内继续竞价，择价低者中标。在此过程中，企业间“价格战”往往十分惨烈，甚至有企业不惜“赔本赚吆喝”。因此，即使最高零售价放开，但地方招标价格仍岿然不动，实际上对大多数药品价格丝毫没有影响，对大多数药企也难以形成实质性利好。

不过，如果改革顺利推行，血制品和麻醉药生产企业将更容易从这次药价改革中受益。据悉，在医院采购的所有药品中，只有血制品与麻醉药无需经过地方招标而直接进入医院销售。如果国家发改委放弃定价权，那么这两类产品确实可以由企业自主定价，无地方招标价格限制之忧。

这两类企业可以依据成本和市场供需自由定价，将最先受益于药品价格制度的调整。血制品刚需市场明确，但行业长期高景气度并没有给企业带来高收益，产品未能依靠供求关系进行市场化定价，令行业内的公司在巨大的市场面前十分被动。

无独有偶，中信建投日前指出，在现有招标规则下，药价放开对大部分品种缺乏实际意义，而更有利于不受招标限制的血液制品、定点生产药品和没有招标历史的首仿药、专利药。

就目前来看，血制品 A 股企业估值存在被低估成分，即便如华兰生物、天坛生物、博雅生物这样的行业龙头，其动态市盈率也长期低于 30 倍。

供需矛盾突出 “有价无市” 局面待解

据悉，影响血制品企业发展的两个关键分别是浆源和价格，但目前都处于“两头受限”的情形。

据了解，血制品公司开设血浆站需要获得省级卫生厅的批文。由于观念上的问题，有的地方政府不愿成为“卖血大省”或认为省内存在卖血现象会损害形象，因此不仅在开设新浆站上比较谨慎甚至抵触，还有可能一下子大量关停省内的血站。2011 年 7 月 15 日，贵州省就将原有的 20 家左右单采血站减为 4 家。华兰生物原有的 6 家血浆站中有 5 家被关停。

全国范围内血液制品供需依然高度失衡，临床用药局面紧张。浆源内生增长缓，新浆站审批进展很慢，“浆源为王”的局面至少还会持续 3-5 年，并且据此决定企业的地位。

除此之外便是血制品受限制的价格，在这价格背后，是难以忽略的供需矛盾。中商情报网发布的《2014-2017 年中国血液制品行业研究报告》指出，由于中国血液制品市场需求旺盛，2013 年中国进口人血白蛋白批签发总量达到 1439 万瓶(折合 10g/瓶)，同比增长 24.1%，占同期人血白蛋白批签发总量的 53.4%(2012 年为 45.3%)。从国内血制品行业的发展来看，早在 1985 年之前，血液制品主要以进口为主，之后为了防止艾滋病的传入，禁止了部分血液制品的进口，转为以国内自产为主。

与绝大多数行业不同，血液制品的供求矛盾不在于需求端，而是产品供给高度紧缺，有价无市。目前血液制品的投浆量和需求呈现高度失衡，行业需求短期内无法满足。

此外，由于中国人口基数大，社会步入人口老龄化、血液制品适应症不断增加刺激中国血液制品下游需求不断扩大。

供需之间的紧张关系，也刺激了血制品的价格上涨。不过，由于血制品基本都被纳入基药目录，在过去两年，发改委曾两次上调部分血液制品的最高零售价。以 10g/瓶人血白蛋白为例，提价前最高零售价为 360 元，提价后达到 378 元，提价幅度为 5%，但业内分析指出“相对血浆源的采集难度和成本提升，5%的价格涨幅并不能覆盖企业相关成本”。

实际上，在血液制品价格升高的背后是职业卖血者的辛酸、艾滋村的悲痛、病患一药难求的无奈。有业内人士分析指出，这几年来，国家卫生计生委陆续地把更多的血液制品纳入国家基本药物目录无济于事。只要厂家不参与基药投标，医院就无药可用。病患急于寻找“救命药”，只能通过关

系和其他信息找到厂家，按照厂家在基药目录外形成的市场价格交易。

开放血制品价格后，可能会促进企业更加市场化的竞争，缓解紧张的供求关系，未来进行市场化改革也将是一个必然的趋势。当然，仅仅通过价格放开也未必一定能改变‘有价无市’的局面，还需要血制品企业突破原料瓶颈，进行并购整合等努力。

## 7、中澳自贸协定利好纺织业 双边贸易 99%为中国出口

近期，中澳自贸协定达成协议，澳大利亚对中国所有产品关税最终均降为零，而中国对澳大利亚绝大多数产品关税也将最终降为零。

预计我国长期出口远大于进口的制造业，如纺织服装，将从中受益。

据悉，去年中澳纺织类双边贸易额已达 50.4 亿美元，其中中国向澳大利亚出口额为 50 亿美元，占比达 99%。

中国的纺织企业大体可以分为外贸第三方企业以及工厂企业，纺织类工厂企业不需要像外贸第三方企业一样，经过第三方中介才能将产品卖到澳大利亚，因此，若五年以后澳大利亚关税降为零，这类企业可以直接受益，减去 10%到 20%的税收成本，他们可以拥有更多的利润以及更大的竞争优势。

协议签署后，国内乳业巨头伊利、蒙牛纷纷布局澳大利亚，国内纺织企业不太可能出现大规模去澳大利亚投资设厂的现象，主要是澳大利亚在人工成本、消费市场等方面没有突出的优势。

数据显示，去年我国纺织服装业在全球的出口量达到了 2800 多亿美元，但对澳大利亚出口额仅为 50 亿美元，占全部出口量的 6%左右。因此从行业的整体情况来看，收益有限，并不会产生特别大的影响。

## 8、力推网吧行业转型升级

11 月 24 日，文化部、工商总局、公安部、工信部联合发出“促进互联网上网服务行业健康有序发展”相关通知，调整网吧行业管理政策，全面放开网吧审批，并力推网吧行业转型升级。

文化部同时出台《关于推动互联网上网服务行业转型升级的意见》，作为四部门通知的配套文件。意见提出，推动上网服务场所逐步发展成为适合不同消费群体，兼具上网服务、社交休闲、竞技娱乐、电子课堂、远程服务、电子商务等功能，在公众文化生活中起积极引领作用的社区信息服务平台和多功能文化场所。

曾经，网吧的审批遭遇冻结。

2002年9月，国务院颁布《互联网上网服务营业场所管理条例》，确定了对行业管理的基本思路 and 措施。

据了解，10余年来，文化部会同工商总局、公安部、工信部等10多个部门，先后下发10多个规范性文件，对违规经营网吧实行严管重罚，连年开展集中整治和打击。在相当长时间里，绝大多数地区基本停止新批上网场所。

随着宽带入户以及智能手机基本普及的不断推进，网吧行业开始逐步萎缩。

《2013中国互联网上网服务行业年度报告》显示，截至2013年底，我国互联网上网服务企业总量为13.5万家，终端台数1180万台，从业人员97.8万名，用户1.19亿人。保有量较2012年下降0.7%。与此同时，2013年，受移动互联网的冲击、经营成本上扬及用户规模下降等因素影响，行业全年市场收入总规模为520亿元，同比2012年下降3.2%。用户的流失及现有用户进入的频率减少，对我国上网服务行业的盈利产生冲击，一些维持传统商业模式的网吧经营艰难，转型升级迫在眉睫。

对于今年6月份在中国香港上市的联众游戏而言，网吧政策的松绑有望让其找到O2O的路径。

11月26日，联众游戏在上海与网鱼网咖签署股份收购协议。根据该协议，联众正式入股中国最大的网吧连锁机构网鱼网咖，收购其10%的股权。

一个是在线网游企业，一个是线下连锁网吧，这一“合作”颇有跨界的意味。联众未透露此次政策松绑是否会带来更多的机会，但认为入股有益于协同“互联网上网服务行业转型升级”的未来战略。根据协议，联众游戏拥有在网鱼网咖目前200家网吧内棋牌游戏线上打通线下的优先权，而联众游戏恰恰是老牌棋牌网站，棋牌游戏是其核心。

入股网鱼网咖源于联众对网吧行业发展的信心，特别是率先转型的网吧企业，而联众未来发展也要借道网吧。

截至目前，网鱼网咖拥有约260万注册付费用户，海外门店也正在规划中。在联众看来，进网吧的群体可以参与线上棋牌游戏竞技，也可以在指定区域观看棋牌赛事直播，欣赏名家对弈。联众的棋牌游戏、棋牌教育等线上内容将结合线下竞技赛事、赛事转播等整合性服务内容，使得网吧体验有所提升。



## 五、环球市场

### 1、日本 2014 年税收或创新高 对财政重建作用有限

据报道，日本 2014 年度国家一般会计税收预计将达到 51 万亿日元左右，有望创出 1997 年度 (53.9 万亿日元) 以来时隔 17 年的最高水平。受益于所得税和法人税的强劲增长，14 年度税收有望比日本政府的最初预期增加 1.5 万亿日元左右。但如果除去因 4 月消费税税率由 5% 提高至 8% 而增加的 4.5 万亿日元税收，14 年度的税收则与 13 年度 (47 万亿日元) 基本持平，对财政重建的作用有限。

日本政府在编制 2014 年度年初预算的 2013 年 12 月，曾设想 2014 年度的税收预估为 50 万亿日元。而 2014 年度实际税收有望超过 2000 年度 (50.7 万亿日元) 和雷曼危机之前的 2007 年度 (51 万亿日元)。

对税收增加作出贡献的是所得税和法人税。据日本经济产业省的调查，东证一部 (相当于主板) 上市企业的 90% 提高了工资。即使是中小企业和小微企业，也有 60% 以上进行了某种程度的加薪。所得税税收截至 9 月实际达到 6.8 万亿日元，增幅达到 6.6%。

此外，法人税也由于企业业绩持续改善，极有可能超出预期。上市企业 2014 财年 (截至 15 年 3 月) 的合并经常收益有望逼近雷曼危机之前的 2007 财年创出的历史高点。

据了解，日本财务省为了编制补正预算案和 2015 年度年初预算案，自 11 月起启动了税收预估的调整工作。将根据 11 月集中发布的企业 9 月中期财报等数据详细计算税收，在编制补正预算案之前将修改税收预估。

税收的增加部分将成为紧急经济刺激对策的财源的一部分。日本政府计划向地方政府发放补助金，后者将以此发行商品券或补贴购买 (冬季取暖用) 煤油的低收入群体。如果加上 2013 年度预算的剩余等，作为补正预算的财源，至少能确保 3 万亿日元。

由于 7 至 9 月国内生产总值 (GDP) 快报值连续 2 个季度陷入负增长，日本政府已决定将原定 2015 年 10 月消费税税率提高至 10% 的再增税计划推迟 1 年半。2015 年度税收与进行增税的情况相比，将减少 1.5 万亿日元。

为了达成使财政赤字幅度相比 2010 年度减半的 2015 年度财政重建目标，税收的增长必不可少。与此同时，日本政府必须通过成长战略推动企业业绩和收入的改善，以增加税收。

## 2、英国第三季度经济环比增长 0.7%

英国国家统计局 26 日公布的修正数据显示，今年第三季度英国国内生产总值(GDP)同比增长 3.0%，环比增长 0.7%，均与之前公布的初步数据一致。

数据显示，由于低通胀刺激了居民消费，英国第三季度家庭消费支出增长强劲，环比增幅为 0.8%，高于第二季度的 0.6%；政府支出环比增长 1.1%，高于第二季度的 1.0%。

不过，受俄罗斯和西方国家关系持续紧张影响，英国第三季度企业投资环比下降 0.7%，为去年第二季度以来首次下降，表现远逊于上一季度的环比增长 3.3%。

此外，英国第三季度出口环比下降 0.4%，进口环比增长 1.4%。分析人士指出，英国出口主要受欧元区经济增长低迷拖累。

第三季度经济修正数据表明英国就业人口实际薪酬水平停止下降正促进消费并推动整体经济复苏。此外，消费者和企业信心增强以及近期油价下降都将刺激经济增长。

## 3、韩国消费者信心降至 14 个月最低 经济持续低迷

据报道，韩国银行(央行)26日发布的“11月消费者动向调查”资料显示，韩国11月消费者信心指数(CSI)为103，环比下滑两点，创下自去年9月以来时隔14个月的最低值。虽然韩国政府采取提振经济的措施，央行再次降息，但消费者信心却回落。

消费者信心指数反映消费者对经济状况的综合心理状况，高于100表示消费者看好经济前景，低于100则相反。

韩国11月的消费者信心指数比受“世越号”沉船事故影响的5月还要低，5月该指数为105。8-9月，韩国政府发布扩张性财政政策和下调基准利率措施后，消费者信心指数升至107，但10月以来连续两月再度下滑。

10月，韩国央行将基准利率下调到2.0%，该利率是2009年2月(2.00%)以来的最低水平，但消费者信心却更加萎缩。

韩国央行认为，央行将今年经济增长预期从3.8%下调至3.5%、美国宣布将终结第三轮量化宽松计划(QE3)、日元迅速走软，这些都是导致消费者信心萎缩的主要原因。不仅如此，韩国对外出口前景不明朗也给消费信心带来负面影响。

在构成 CSI 的六个项目中，除了家庭收入预期指数外，其他五个项目均下滑。当前经济状况的景气评价指数为 74，环比下降 5 点。对 6 个月后经济状况的景气预期指数为 87，环比下滑 4 点，创下 23 个月来的最低值。

家庭收入预期指数(99→97)、反映当前生活状况的家庭经济评价指数(91→90)、消费支出预期指数(109→108)也均下滑。房地产价格预期指数为 119，环比下滑 5 点。对 1 年后的预期通胀率为 2.7%，与 10 月持平。

#### 4、巴西电子商务规模今年将达 278 亿美元

巴西今年在线购物的销售额将达到 696 亿雷亚尔（约合 278 亿美元），与去年相比增加 21%。

数据显示，其中使用平板电脑和智能手机等移动装置购物额达 73 亿雷亚尔，比去年增加了 50%。到 2015 年，巴西在线销售额将进一步升至 929 亿雷亚尔，用移动装置购物将达 151 亿雷亚尔，分别增长 33%和 106%。

目前巴西电子商务的规模大大超出想象，而以移动装置购物的增长趋势更是高得惊人。其中，巴西人在网上购买机票规模之大，在其他国家是少有的。

此外，Paypal 还对该国 800 多名 18 岁以上居民进行调查，以分析他们网购的特点与习惯。调查显示，巴西人通过互联网进行购物，主要是为了节约时间和更加方便，这部分人占了被调查者的 48%，而寻求更便宜价格的人占 36%。

另外，在最近 12 个月中，有 50%的人仅在国内网站购物，46%的人会选择国内外网站，而只在国外网站购物的占 4%。在国外购物的主要选择中国和美国网站。

据报道，美国电商巨头 eBay 今年 5 月开办了葡文网站后，正在研究在巴西本土设立网购销售平台。而中国阿里巴巴自 2010 年进入巴西之后，其旗下的速卖通在当地发展迅速，今年第三季度订单销量达 3.3 亿雷亚尔，成为该国最大的网购销售平台。

#### 5、美国五年期国债大受投资者青睐

11 月 25 日消息，美国发行总值 930 亿美元的固定利率国债，其中总值 350 亿美元的五年期国债标售需求强劲，主要投资者为大型基金管理公司、外国央行等间接投资者。

据悉，在本次五年期国债的标售份额中，间接投资者的购债份额为 65.05%，大大超过其他投资

群体;与联邦储备局进行直接交易的主要债券商(即华尔街的 22 家公司)的购债份额为 25.08%;小型债券交易商和其他的直接投资者的购债份额为 9.87%,较十月份下降了 10.50 个百分点。

有分析称,这是 2004 年 9 月以来,间接投资者第二次作如此大份额的购债行为,而主要债券交易商的购债份额降至历来最低。

本次美国国债的标售总投标倍数为 2.91,为三月以来最高。

## 6、韩国刷信用卡超过 2700 元将需出示身份证

据报道,韩国日前新出台的信用卡使用条款规定:从下月月末开始,持信用卡在韩国国内商家刷卡消费时,如果金额超过 50 万韩元(约合人民币 2700 元),则必须出示身份证来证明本人身份。

据报道,韩国信贷金融协会和信用卡公司们共同修改并制定了包含上述规定的信用卡标准条款。韩国国内所有信用卡公司和经营信用卡的银行均适用于上述条款,该条款将于下月 30 日开始正式实施。

据悉,此项新规定的制定,是为了在顾客信用卡丢失时防止高额金融事故的发生,并将顾客的损失减到最低。值得注意的是,这项法规仅适用于信用卡,在借记卡使用条款中并没有写入刷卡 50 万韩元以上需出示身份证的条款。

## 7、罕见干旱重伤巴西农业大州

在遭遇 80 年不遇的大旱之后,今年巴西农业重要产区圣保罗州可能遭受 50 年来最大损失。

据统计,圣保罗州一些主要农业产地 10 月的平均降水仅 26 毫米,远低于 120 毫米的正常水平。高温和干旱直接影响了圣保罗州咖啡、甘蔗、玉米、大豆等作物的生长和收获,将给该州农业带来数百万雷亚尔的损失。

其中咖啡和甘蔗是受旱灾影响最严重的两种作物。以咖啡为例,干旱导致收获的咖啡豆体积变小且形状不规则,而那些 2012 和 2013 年种植的咖啡则基本颗粒无收。农业经济研究所的调查显示,甘蔗的受灾情况比咖啡更严重,预计将比去年减产 9.4%。

虽然圣保罗州的大豆受灾减产,但由于其他州的产量可弥补这一损失,所以大豆整体供应不会受到影响。但持续的气候变化可能在未来令巴西农业严重受损。巴西气候变化研究所预测,到 2020 年,巴西农业生产将因干旱损失 70 亿雷亚尔(约 27 亿美元);到 2050 年,巴西全国 10%的农作物种植区将因气候影响而消失。

## 8、加拿大第四季度通胀出现上升势头

加拿大统计局 11 月 21 日公布的数据显示，进入第四季度以来，加拿大通胀出现上升势头，10 月份消费价格指数（CPI）同比上升 2.4%，创 2012 年 3 月以来最大升幅。

报告显示，10 月份构成加拿大 CPI 价格指数的 8 大指标均出现上涨，而住房和食品支出上升是推涨当月通胀的主要原因，涨幅均为 2.8%。报告还说，10 月份加拿大央行核心 CPI 同比上涨 2.3%。

根据加拿大央行对构成 CPI 指标的划分，食品、住房和交通等 8 大价格指标是 CPI 价格指数的主要组成部分。

加拿大第四季度通胀水平开始上升，超出加拿大央行和市场的预期。不过，加拿大蒙特利尔银行 21 日发布的一份分析报告认为，总体而言，物价上涨压力仍属温和。

## 9、中俄食品领域合作商机陡现

以肉果菜为代表的中俄食品领域合作商机巨大，这也是参加“2014 中国黑龙江——俄罗斯滨海边区经贸合作项目暨猪肉果菜对接会”的中俄企业的共同判断。

3 个月前，作为对美国和欧盟制裁的回应，俄罗斯政府出台了食品进口禁令，将来自澳大利亚、加拿大、挪威、欧盟和美国的肉类、鱼类、奶制品、水果和蔬菜等农产品列入了进口黑名单。这意味着，以进口为主的俄罗斯食品市场陡现巨大空缺。

针对俄罗斯市场出现的新变化，中国政府提前研判，迅速组织企业赴俄对接洽谈、考察市场，此次共有中俄企业、政府部门官员 500 多人参加对接会。省商务厅厅长孟祥君说，俄罗斯农产品巨大的市场缺口，将在未来一年给中国果菜肉生产企业与出口企业带来巨大市场机遇，可为扩大中俄经贸合作注入新动力。企业应抓住这次市场机会，避免短期行为，以质量和诚信赢得长期市场。

上午开始的对接会，一直到 16 时中俄企业仍在热烈地洽谈中。拿着厚厚的一沓中方企业资料，俄罗斯食品经销商谢尔盖仍然意犹未尽。超市的供货合同一般为两年，这就是说未来两年俄罗斯市场将不会有禁运的西方食品出现，而食品供货存在长期性稳定性，这就意味着，很多西方食品供货商将长久退出俄罗斯市场。这就需要我们积极寻找新的稳定的供货国。

作为我国恢复对俄猪肉出口首批获得俄方认证资格的两家企业之一，望奎双汇北大荒食品有限公司副总经理张亮芳成为众多俄罗斯买家关注的人物。从 10 月 12 日起，公司已经对俄出口 1800 吨猪肉，目前来找谈，他们的俄罗斯买家众多，但他们希望通过对接会找到有实力、有信誉的合作伙



伴，从而在俄罗斯市场赢得良好口碑，赢得长期市场。

俄罗斯农业部门也正在与白俄罗斯、土耳其、厄瓜多尔、智利、巴西和阿根廷等国开始商讨食品进口问题，多个国家也正在采取措施拓展俄罗斯市场。

为中俄企业合作搭建良好平台，解决合作中的实际困难，商务部门积极应对竞争。除组织对接会外，11月19日，省商务厅组织企业培训，学习俄罗斯社会经济发展规划、投资政策、法律规范、优先合作等领域课程；同时，孟祥君还会晤俄罗斯滨海边区相关多位官员，就农产品跨境运输，打通向俄远东出口的快速通道，与俄罗斯“滨海一号工程”有效融合等展开务实的交流。

口岸城市也在积极行动。东宁县副县长告诉我们，该县打造对俄果菜等鲜活农产品出口绿色通道，现已建成果菜海关监管仓库4万平方米，开通了中俄果菜品海关监管互认机制，这意味着，从东宁口岸出口果蔬，俄罗斯口岸免检。这一政策的落地，使得经由东宁出口的果蔬产品，第二天就能出现在俄罗斯海参崴的餐桌上，在运输时间和费用上都具有明显优势。

在对接会上，俄方还传递了一个强烈的信号，俄罗斯不仅要扩大中国果蔬肉食品的进口量，更希望有实力有技术的中国食品企业到俄罗斯投资建厂。滨海边区第一副州长乌索尔采夫在对接会致辞时表示，滨海边区已经在税收、海关政策等方面做好了细致的优惠的准备，敞开大门欢迎中国投资者。

沃洛佳是俄肉类加工企业的老板，他准备在对接会上寻找中方的合作伙伴共同投资建厂，他认为，中企在肉类加工方面无论是管理还是生产技术方面都具有成熟经验，希望共同合作提高俄罗斯肉类生产能力，以满足本国需求。他表示，尽管此次前来的大多是对俄出口食品的企业。但他并不失望，合作总是贸易先行，他相信紧随其后将有中国的投资商看好俄罗斯的食品市场，他期待着这方面的合作。

在俄罗斯开展农业种植合作的新友谊农场场长表示，企业已经准备明年在俄建养猪厂、面粉厂、饲料厂、豆油加工厂等，从单一的种植向养殖、加工全产业链转变。

机遇总是青睐有准备者，俄罗斯食品市场陡现巨大商机，从政府部门到企业，黑龙江在行动着。

## 10、丹麦推动出口成效显著

11月26日消息，近年来，由于丹麦私人债务占可支配收入比例位居世界前列，一些国际机构对丹麦经济的稳健性表示了忧虑，促使丹麦政府决心调整经济结构，把出口行业作为振兴经济的重要支柱。经过持续努力，目前丹麦的出口已经取得一定成绩。2013年，丹麦出口总金额超过1万亿

丹麦克朗，为丹麦带来逾 72 万个就业机会。丹麦就业人口中，每 4 人中就有 1 人涉及出口行业。

丹麦出口形势的走强，离不开政府和业界合作制定的出口战略。政经结合、公私合作是促进丹麦出口增长的重要途径。在产业界大力推动出口的同时，丹麦外交部和相关部门合作拟议了 40 个出口工作倡议，将向新兴市场和发展中国家派出约 20 名领事，以推动丹麦产品出口，与此同时，丹麦还计划为出口战略拨付 1.55 亿丹麦克朗的推广经费。

## 六、热点解读

### 1、解读：国务院常务会议加快发展服务外包产业新举措

11 月 26 日召开的国务院常务会议对加快发展服务外包产业、打造外贸竞争新优势作出部署。在货物贸易传统竞争力削弱的背景下，推动中国服务外包发展，对形成外贸发展新亮点、促进国内现代服务业发展以及扩大就业渠道意义重大。

与备受关注的“中国制造”相比，“中国服务”对很多人仍相对陌生。事实上，我国服务外包产业起步较晚但发展迅速，目前已成长为仅次于印度的全球第二大服务外包国。

统计显示，今年前 10 个月，我国共签订服务外包合同 150217 份，合同金额和执行金额分别为 818.4 亿美元和 611.8 亿美元，同比分别增长 26.3%和 33.4%。

同时，与人们传统观念中“服务外包”就是电话服务、数据服务不同，我国服务外包产业向高端业务拓展态势明显，生物医药研发、产品技术研发、工业设计等高附加值的知识流程外包与提供商业解决方案的业务流程外包占比日益增大。

受国际金融危机冲击、产业发展进入转型期等多重因素影响，近两年我国服务外包总体增速有所放缓，但仍明显高于同期货物贸易和宏观经济整体增速，是最有活力的经济领域之一。发展服务外包产业，有利于形成我国对外贸易的新亮点和促进经济转型的新支撑。

更重要的是，作为现代服务业的重要组成部分，服务外包产业对中高端人才的集聚效应明显。截至 2013 年 11 月底，我国服务外包行业已吸纳从业人员 511.3 万人，其中大学(含大专)以上学历 344.2 万人，占从业人员总数的 67.3%。服务外包产业已经成为解决大学生就业的重要渠道。

不过，伴随全球宏观经济环境变化，我国服务外包产业同样也面临着人力资源成本与发达国家差距缩小、主要国际市场萎缩、国内外竞争加剧、企业经营压力增大等一系列挑战。

以信息处理和知识生产为主要内容的服务外包产业与传统产业有本质不同，现行以制造业为核心的政策支持体系很难直接移植。例如，与制造业有设备、厂房等有形资产可以充当抵押物不同，服务外包企业最重要的资产是人力资源，很难评估、抵押，加大了企业融资难度。

这意味着要从国家层面重新统筹规划适用于现代服务业发展的新型政策体系。26日的国务院常务会议提出发布服务外包产业重点发展领域指导目录，鼓励服务外包企业专业化、规模化、品牌化发展，为我国服务外包业自身转型升级指明了方向，同时会议提出的通过金融、保险、融资担保等机构和政策性银行以及支持上市融资等方式，拓宽服务外包企业投融资渠道等新举措，瞄准了服务外包企业的“痛点”，具有很强的针对性。

国务院常务会议还提出，增加服务外包示范城市数量，扩大税收优惠政策实施范围，试行国际服务外包增值税零税率或免税政策。并要求减少和简化审批，为服务外包企业提供通关、外汇管理、国际线路租赁、外籍中高端管理和技术人员出入境与居留等便利。

这些措施受到了服务外包企业的普遍欢迎。“真金白银”的税收优惠政策减轻了企业的经营压力，有利于当前，而简化审批、逐步建立以人才为核心的产业发展促进体系，则意在长远。

印度服务外包产业发展出一批规模大、实力强的大企业，通过不断地收购兼并占有市场和人才。此前由于受到外汇审批、资金等方面的限制，中国企业在这方面差距较大。因此希望有关部门尽早出台细则，将通关、外汇管理以及人员流动方面的便利措施落在实处，提高中国服务外包企业“走出去”参与国际竞争的能力。

## 2、中国互联网战略投资者产业布局分析

2014年，中国互联网行业风起云涌。在规模上，BAT均已基本进入千亿美元级别；在投资并购的布局上，三巨头也是一路高歌猛进，稳坐第一集团。而在BAT身后，小米、奇虎360、京东、唯品会等成长迅速，已均跻身百亿美元俱乐部，组成第二集团；尤其是小米和奇虎360，近年来在投资并购方面频频出手，形成与BAT争抢布局未来市场之势。

数据显示，从2005年至今，BAT、小米、奇虎360已披露累计投资规模大约是240亿美元，据估算，五家公司历史总体的投资规模应在300亿美元以上。这五家市值排名居前的中国互联网企业，作为战略投资者，也在中国TMT领域的投资保持着很高的水准和活跃度。本报告选取这五家公司作为中国互联网企业的代表，对其进行产业投资布局的特点以及趋势进行横向的对比和分析，探寻中

国互联网战略投资者产业布局的现状和思路。

1. 基本情况对比

在 PC 互联网时代，BAT 原本各自为战。人们对 BAT 比较普遍的了解是：百度专注于搜索，阿里专注于电商，而腾讯则专注于即时通讯。而自 2010 年左右开始，三巨头的体量在逐年快速增长、并在各自所专注的领域形成近乎垄断的优势之时，移动互联网时代也逐步来临，中国互联网行业似乎要迎来一轮大规模的重塑。

图表 12 BAT、小米、奇虎 360 的市值、营收规模、营收结构对比

	腾讯	阿里巴巴	百度	奇虎360	小米
成立时间	1998年11月	1999年9月	2000年1月	2005年9月	2010年4月
上市时间	2004/6/16	2014/9/19	2005/8/5	2011/3/30	未上市
上市地点	香港联交所	美国纽交所	美国纳斯达克	美国纽交所	N/A
市值 (截至2014/11/25)	1506.23亿美元	2851.53亿美元	854.70亿美元	91.78亿美元	估值400至500亿美元
营收规模 (2014Q3)	32.20亿美元	27.42亿美元	22.03亿美元	3.76亿美元	N/A
营收结构 (2014Q3)	游戏81.0% 营销和广告12.3% 电子商务2.3% 其他4.4%	国内电商80.6% 国外电商9.6% 云计算1.7% 其他8.1%	营销和广告99.3% 其他0.7%	营销和广告53.6% 网络增值服务45.9%	有资料称，2013年94%的营收来自手机销售，1%来自移动游戏等服务

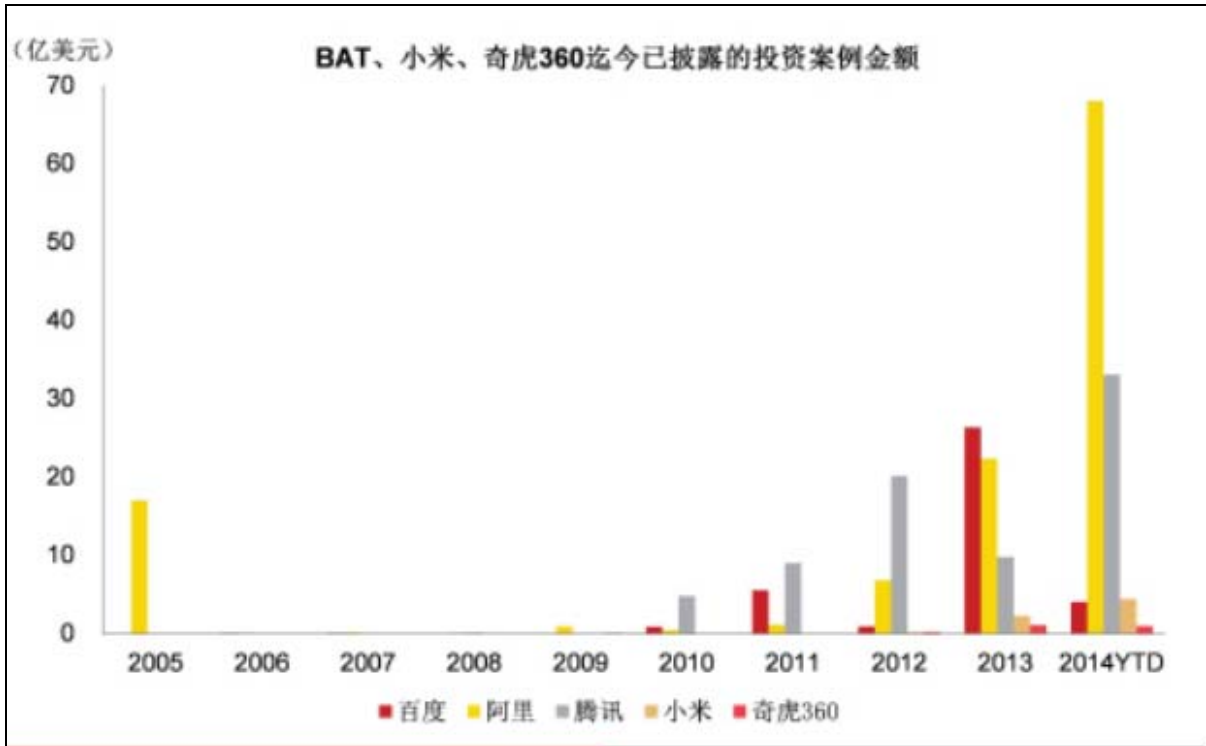
数据来源：投资中国、中商产业研究院

在移动互联网浪潮的格局重塑过程中，规模最大的 BAT 无疑还是强大的竞争者。腾讯和阿里的市值均逾千亿美元，百度也有接近千亿美元的规模。而 BAT 之外，小米的迅速崛起使其估值不断创造新高，而最新一轮的融资估值更是将有可能达到 400 至 500 亿美金。奇虎 360 也有近百亿的市值。尤其是在近两年，小米和 360 作为 BAT 之后第二集团的代表，投资布局较为活跃。

从营收的结构来看，五家企业的营收仍然主要来自其各自的传统优势业务：腾讯八成收入依然来自游戏，阿里七成以上的营收来自国内零售电商(淘宝、天猫、聚划算)，而百度更是几乎所有收入的仍来自依托搜索服务的营销和广告，小米由于成立时间较短，主要精力还是放在手机端，360 的网络增值服务主要是游戏，也是依托其安全产品线——浏览器和应用市场，来进行流量的导入和变现。

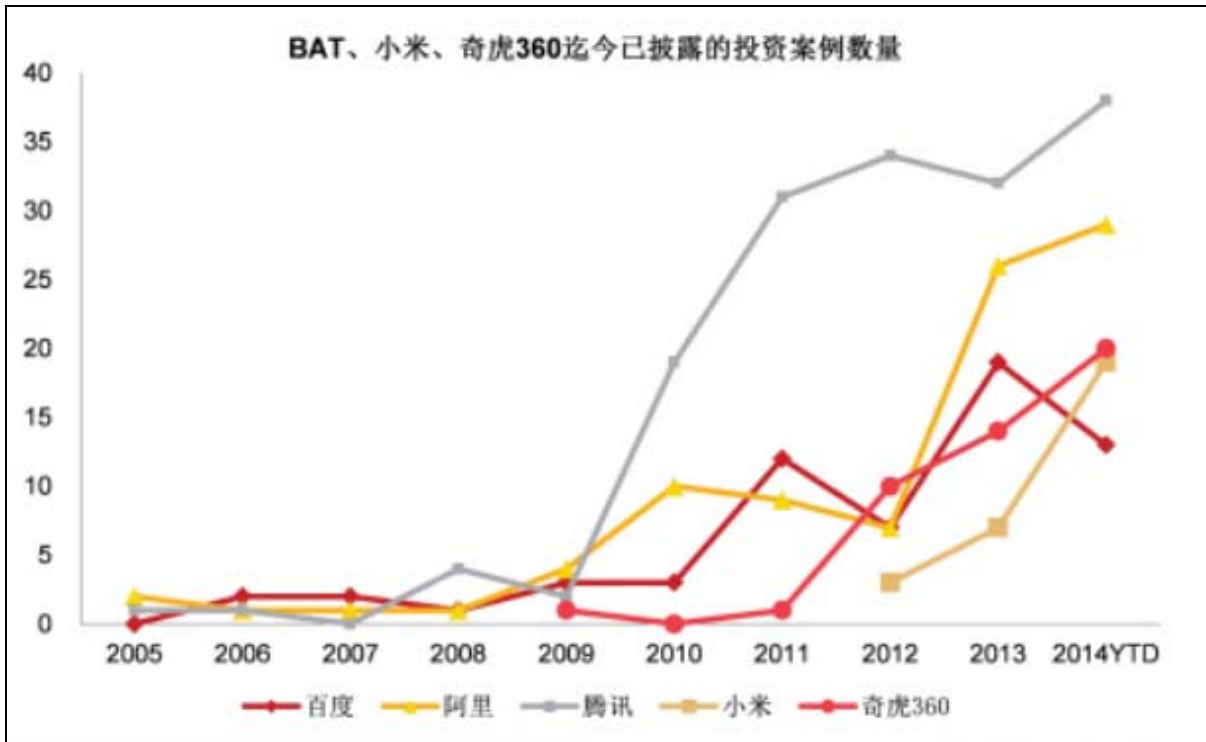
这体现出，第一，这些互联网巨头在自身发展早期阶段的布局仍以加强自身业务为重，仍然一切都围绕主营业务进行；第二，产业链上其他环节的建设需要时间，一个完善的生态系统的构筑需要时间；第三，多数的布局均为入口布局，如何将其变现依然是个重要课题。

图表 13 BAT、小米、奇虎 360 迄今已披露的投资案例金额



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 14 BAT、小米、奇虎 360 迄今已披露的投资案例数量



数据来源：投资中国、中商产业研究院



据统计，从 2005 年至今，BAT、小米、奇虎 360 已披露累计投资规模大约是 220 亿美元，投中研究院估算，五家公司历史总体的投资规模应在 300 亿美元以上。

不难看出，这五家公司开始进行大规模的投资并购，始于 2009 至 2010 年这段时间。需要说明的是，阿里在 2005 年投出的金额较大，是由于其在当年用 17 亿美金对雅虎中国进行了资产收购。而小米成立时间较晚，于 2012 年前后才开始进行投资的布局，并在短短的两年间里进行了大量的投资。2014 年小米已经投资了近 20 个案例，共 5 亿多美金，我们预计未来小米应该会扮演越来越重要的角色。

## 2. 总体战略对比

BAT、小米、奇虎 360 在总体的投资布局战略思路上，有如下四个共同点：

第一，对现有擅长领域的巩固，加强核心业务，力求形成协同效应。

第二，对未来机会的判断，在新业务和未知领域提前进行布局。

第三，产业链其他环节的建设，构筑完善的生态系统。

第四，设法寻找流量变现的方式。互联网企业体量的增大，会为其带来流量的导入和制造能力的增强，而当前布局的多数入口还未能实现变现。如何将流量进行变现需要持续进行探索。

同时，各自也保持一些不同的特点：

百度：相对保守，依赖搜索变现，战略投资为主

BAT 当中，与其他两者相比，百度相对更加保守一些。以搜索引擎为支撑的广告收入一直是百度营收的绝对来源，而在内部和外部探索新业务方向时，主要以战略投资为主，形式多为收购和控股，一方面可以引进人才，一方面可以卡位新的业务。总体来讲相对比较保守，近几年在腾讯和阿里疯狂展开布局的时候也是不温不火。

阿里：积极构筑电商生态链，布局广泛

阿里巴巴一直侧重于构筑完善的电子商务的生态链，覆盖物流、数据服务、电商的交易支付、供应链金融等领域。

阿里可以算是 BAT 当中最为活跃的投资者，自 2013 年起加大力度投资，投资金额在这五家中居首，十分活跃。投资方向比较杂乱，标的物从国内到国外，既有上市大公司，也有初创早期的公司。

腾讯：开放平台战略，游戏是重头，重战略前瞻

腾讯对于自己有经验的领域，会选择自己来开展业务。但对于那些相对不熟悉的领域，在缺乏对行业里具体做法的了解，缺少相应线下业务能力的情况下，腾讯更多地采用的是开放平台。

腾讯的开放平台战略始于 2011 年，主要有两种做法：一种做法是在特定行业里选择最好的平台型合作伙伴，在其所在的行业里已经积累了大量成功的经验，并且建立起了强大的生态系统，比如滴滴打车、大众点评、京东等等；另一种做法是围绕在特定行业的生态系统来开展业务，为行业中的参与者提供平台并开展相应业务，可以使用腾讯的社交平台、支付系统、广告网络等等。

游戏领域一直是腾讯投资的重点，据投中研究院统计，单是已对外披露的案例就有 40 个之多，涉及 30 亿美金以上。

2011 至 2012 年间腾讯开始加大国内外投资力度，在国内投资成长期甚至上市公司为主，或者直接收购，以布局卡位为主，侧重战略上的前瞻性。

小米：比 BAT 更易适应移动互联网，专注移动生态圈建设

2010 年才成立的小米在战略投资这件事上并不含糊。据统计，仅进入 2014 年以来，小米以及雷军的顺为基金已经投出 18 个案例，涉及智能硬件、地图、手机浏览器、互联网金融、在线旅游、媒体资讯、本地生活服务、文化传媒、医疗健康、游戏等等多个领域，表现极为活跃。由于小米诞生于智能手机以及移动互联网开始蓬勃发展的 2010 年，会比诞生于 PC 互联网时代的 BAT 转身更容易，也更容易专注于移动互联网生态圈的建设。

奇虎 360：投资额度偏小，安全永远是布局重点

奇虎 360 的投资并购布局也在 2011 年左右开始加速，据投中研究院统计，迄今已披露的案例数量大约是 40 多个，但是投资额度普遍不高，多数在千万人民币级别。

与小米广泛布局的思路不同的是，奇虎 360 的投资主要覆盖在安全业务、游戏、移动互联网领域，专注以安全为切入点进行展开。

### 3. 趋势判断

BAT、小米、奇虎 360 乃至整个中国互联网行业在未来几年内的趋势，有以下几个共性：

第一，总体趋势的核心都是全面深入移动互联网。

第二，移动互联网时代，O2O 的加速布局。未来如何更快与线下结合，将会是各巨头业绩增长重要看点。

第三，垂直领域的投资。围绕用户在教育、文化、娱乐、医疗健康、金融等垂直领域的进行投资布局，闭环建设依然是重点，提高用户粘性，满足用户更高层次的需求。

第四，现有业务短板的建设。比如，在支付环节一直处于劣势的百度要并购快钱，阿里在社交领域的不断尝试，腾讯和百度联手万达试水电商。

第五，与物联网、云计算、大数据等技术结合的空间依然广袤。智能硬件的发展目前主要受技术瓶颈制约，但软硬件结合必将是未来趋势。

此外，作为五家企业当中唯一还未上市的小米，在投资并购是需要考虑为未来的 IPO 铺路。一方面可能会考虑到投资收益，即选择营收利润比较好的标的；另一方面会着重布局移动互联网的各个平台，构建完整的生态圈。

## 公司简介 Corporate Introduction

中商顾问咨询服务集团是由中国知名的资讯管理理论专家和竞争情报实战派携手创建的，是国内领先的研究及咨询服务机构。集团下辖行业研究、专项咨询和投融资咨询三个事业群。中商业务范围主要覆盖了细分产业市场研究、项目可行性研究、市场调研、企业 IPO 上市整体解决方案、专项市场解决方案、产业规划咨询、产业园区规划咨询、产业园区运营管理咨询、政府招商促进、企业发展战略规划、营销咨询、管理咨询等，为全球商业领袖提供高价值决策咨询服务，经历十余年发展积累，公司在行业处于领先地位。

目前中商拥有分析师、咨询顾问、行业专家共计 350 余名，致力于为各级政府部门、行业协会、国内外知名企业、金融及投资机构提供全面有效市场咨询解决方案。



# 产品与服务 Products and Services

## 行业研究报告

行业外部发展环境	行业产品市场分析	行业商业模式分析
行业国际市场发展情况	行业下游需求市场分析	行业前景预测
行业产销规模/市场规模/市场容量	行业区域市场分析	行业投融资策略分析
行业市场竞争格局/竞争对手运营情况	行业投资建设情况	

## 市场调研

专项研究（重点包括细分市场研究、高层访谈、对标企业研究、消费者研究）  
 满意度研究（重点包括员工满意度、客户满意度）  
 竞争对手调查（重点包括竞争对手产品、营销、研发、财务、渠道调查等）  
 企业产销调研（重点包括生产状况调查、销售状况调查）

## 产业规划咨询

十三五规划专题	招商规划
产业规划	地产项目规划
园区规划	区域发展战略研究

## 投资咨询

可行性研究报告	项目建议书与预可研报告
商业计划书	兼并重组
立项与资金申请报告	

## 地产策划

地产项目战略定位研究	重点板块专项规划
地产项目概念性规划	地产项目可行性研究
地产项目总体规划	

## 品牌与营销咨询

品牌诊断	对内实施
品牌价值塑造	对外营销

## IPO 上市咨询

上市一体化咨询解决方案	上市前细分市场研究
募投项目可行性研究	新三板挂牌咨询服务
香港 IPO 行业顾问	

## 战略咨询

管控管理咨询	风险管理咨询
运营管理咨询	品牌与营销管理咨询



## 公司优势 Business Advantage

### >> 研究团队

资深全职研究分析师 200 余位，其中博士学历 4%，硕士 40%，本科 50%，双学士学位 6%，聘请各行业资深专家、学者、分析师、律师、财务顾问等 100 余位

---

### >> 数据来源

国家机构：国家统计局/海关总署/商务部/发改委/工信部等

行业协会：各行业协会/企业联合会等

专业机构：商业数据库等

市场调研：问卷调研/企业深访/专家座谈/会议调研等

---

### >> 研究优势

中国首家真正自建数据库的研究咨询公司

中国首家真正运用采访中心的行业研究机构

---

### >> 客户服务

世界 500 强企业、国家部委、国内行业领先企业、高等院校及科研院所等

---

### >> 合作资源

全：研究报告全面、系统，质量稳居行业前列

专：每个行业的分析均由业内专家指导，专业性高

精：针对客户的需求，有针对性地进行分析、切实地解决客户问题

---

### >> 报告质量

售前：专业性强、认真听取客户需求，针对不同的问题推荐相应的报告

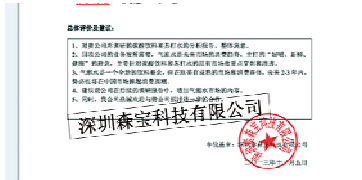
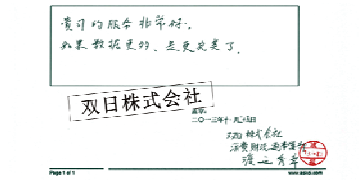
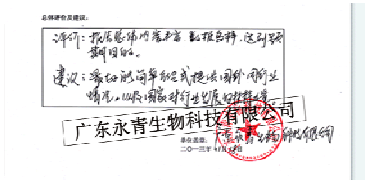
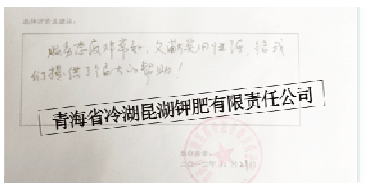
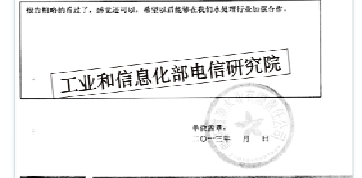
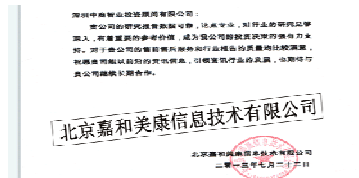
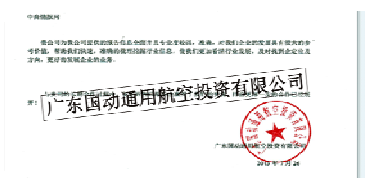
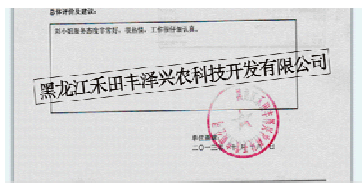
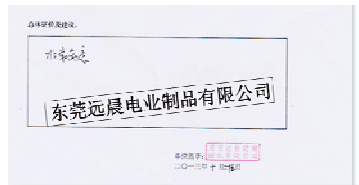
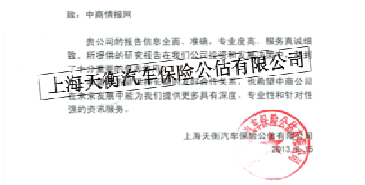
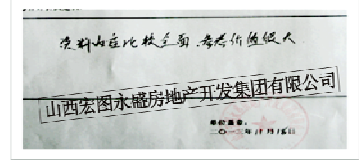
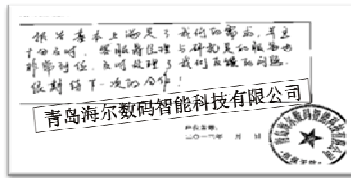
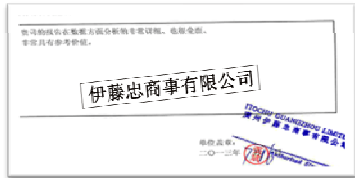
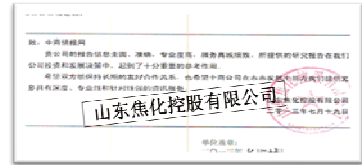
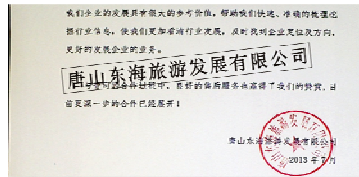
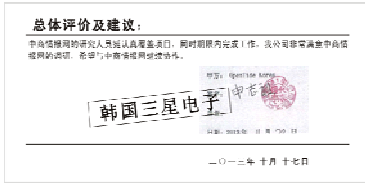
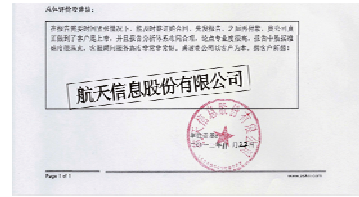
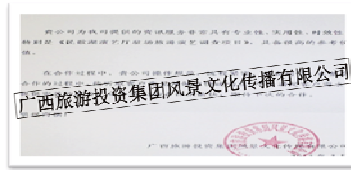
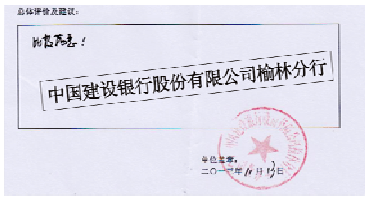
售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化

售后：定期电话跟踪回访，确保客户 100% 满意

## 部分尊贵客户



# 客户评价



# 洞悉现在 把握未来

## 《中国行业研究及投融资战略咨询报告》

这不是普通的教科书，这是一套帮助企业作出正确决策的商业报告！

行业	专题	行业	专题	行业	专题
农副产品	饲料	食品	烘焙食品	采矿业	煤炭
	食用油		糖果		洁净煤
	制糖		速冻食品		矿产勘探
	肉制品		乳制品		石油天然气开采
	肉牛		调味品		天然气
	肉羊		酱油		液化天然气
	水产品加工		食醋		煤层气开发
	淀粉		食用油		铁矿石开采
	大米		味精		铜矿开采
	农批市场		营养保健品		金矿开采
	茶叶		食品添加剂		油砂
	农产品加工		盐业加工		油田服务
	苹果		罐头		油气工程
	粮食加工		休闲食品		钛工业
农业	生猪养殖	酿酒	奶粉	炼焦	钒工业
	畜牧业		冷饮		高岭土
	有机农业		白酒		城市矿产
	水产养殖	啤酒	页岩气		
	种子	软饮料	葡萄酒	肥料	炼焦
	渔业产业链		黄酒		焦化
	绿化苗木		保健酒		沥青
	花卉	软饮料	新型煤化工		
	农资连锁	造纸	果汁	肥料	化肥
	生物育种		茶饮料		磷肥
	林业建设		含乳饮料		钾肥
	农药	造纸	氮肥		
	林业产权交易	生活用纸	复合肥		
	海洋经济	纸浆	有机肥		

行业	专题	行业	专题	行业	专题
基础化学	硫酸	医药	制药	医疗	美容机构
	烧碱		化学原料药		整形美容
	纯碱		中药材		医院后勤
	氯碱		中药饮片加工		月子中心
	电石		中成药		医药零售
	甲醇		生物制药		医疗机构
	有机硅		OTC 市场		医院
	磷化工		诊断试剂		康复医疗
	盐化工		疫苗		口腔医院
	工业气体		体外诊断试剂		传染病医院
	特种气体		生物技术		肿瘤医院
塑料制品	塑料薄膜	医药	血液制品	医疗器械	专科医院
	泡沫塑料		氨基酸		民营医院
	塑料管道		维生素		社区医疗
	塑料管材		医用高分子材料		中医医疗
	降解塑料		抗体药物		妇幼医院
	PPR 管材		眼科用药		健康体检
	塑胶件		妇科药物		医药研发外包
	PET 瓶		皮肤病药物		医疗信息化
	改性塑料		咽喉用药		医疗器械
	塑料制品		糖尿病用药		轮椅
	塑料包装		抗感染药		医疗诊断设备
	氟塑料制品		医药包装		口腔科用设备
	生物降解塑料		抗高血压药		机械治疗设备
	日化产品		化妆品		化学纤维
洗涤用品		麻醉用药	家用医疗电子设备		
口腔清洁用品		抗生素	工程塑料		
香料香精		青霉素	PVC 行业		
护肤品市场		注射液	环氧树脂		
洗发护发用品		纤维素纤维原料	改性塑料		
牙膏		锦纶纤维	膜产业		
药妆		腈纶纤维	聚氨酯		
气雾剂		涤纶纤维	合成材料		
植物提取物		氨纶纤维	丙烯酸树脂		



行业	专题	行业	专题	行业	专题
专用 化学品	民爆	建筑工程	疏浚工程	房地产业	房地产
	民用爆破器材		停车场建设		珠三角房地产
	花炮		建设建设		北京房地产
	成品油		海洋工程		成渝地区房地产
	催化剂		海洋工程装备		主题公园及旅游地产
	碳纤维		智能变电站		开发区
	油田化学用品		通信工程		商业地产
	信息化学品		电力工程		产业园区建设
	汽车精细化学品		加线和管道工程建筑		工业地产
	氟化工		建筑安装		物流园区
	林产化学品		水利工程		高新技术产业园
	胶粘剂		膜结构		智慧城市建设
	多晶硅		塑料工程		智能建筑
水务环保	水务	工程爆破	建筑节能		
	自来水	机场建设运营	建筑装饰		
	污水处理	公路养护	物业管理		
	工业废水处理	路桥工程	保安服务		
	再生资源	医疗建筑工程	房地产中介服务		
	固体废弃物处理	水利与港口工程建筑	文化产业园区		
	噪声与振动控制	工程勘察设计	仿古建筑		
	大气污染治理	工程承包	城市投资		
	环境服务	工程监理	城市建设规划		
	节水灌溉	工程设计咨询	化工园		
	海水淡化	化工设计	商务会所		
	城市环保	工程咨询	主题地产		
	城市污水处理商机	地质工程	医药园区		
城市环卫	土壤修复	现代农业园区			
文体用品	文化用品	城市规划	电子商务产业园		
	文具制造	城市园林绿化	中央商务区		
	体育用品	印刷业	房地产信息化		
	训练健身器材	书、报、刊印刷	楼宇自控系统		
	乐器	标签印刷	应急通信系统		
	玩具	防伪	物流信息化		
	游艺机	烟标印刷	地理信息系统		

行业	专题	行业	专题	行业	专题	
金融	保险业	商业服务	电子认证	零售	零售	
	寿险		会计师事务所		家电零售	
	财产保险		移民服务		家具零售	
	汽车保险		劳务派遣		钟表零售	
	医疗保险		会展		女鞋零售	
	互联网金融		招投标代理		童装零售	
	资产管理		婚庆/产权交易所		便利店	
	银行业		人力资源服务外包		超市	
	城市商业银行		家政服务		批发市场	
	农业商业银行		检测		成品油批发	
	村镇银行		疗养院		百货	
	信用卡		社区护理		连锁经营	
	房贷		食品检测		超市连锁	
	中小企业贷款		科技中介服务		农资连锁	
	银行信贷		票务代理		对外贸易	
	小额贷款		SPA 水疗		特许经营	
	供应链金融		礼品		加油站	
	汽车金融		婚姻服务		免税业	
	航空金融		财务公司		电视购物	
	农村金融服务		婴童用品		网络团购	
	融资租赁		法律服务		仓储业	
	担保		知识产权代理		旅游 餐饮 住宿	餐饮
	拍卖		电子认证服务			连锁餐饮
	信托		景观设计			酒店
典当	留学服务	旅游				
传媒	教育培训	高等教育	旅行社			
		民办教育	经济型酒店			
		学前教育	主题酒店			
		早期教育	产权式酒店			
		网络教育	酒店			
		职业培训	旅游景区			
		IT 培训	高校后勤			
		专业培训	烟草	烟草制品		
		汽车驾驶培训		卷烟		

行业	专题	行业	专题	行业	专题	
交通运输	高速公路	纺织	纺织	物联网	物联网	
	ETC		毛纺织加工		第三方支付	
	港口码头		针织		互联网	
	海运		印染		移动互联网	
	水运		无纺布		云计算	
	内河水运		帘子布		网络购物	
	公务机		家纺		信息系统集成	
	直升机		床上用品		电子商务	
	航空维修	服装	服装		服装电子商务	
	航空客运		女装		食品电子商务	
	民用飞机		男装		电子政务	
	民航		童装		服务外包	
	客运		高端童装		数据中心	
	公路客运		运动服		信息安全	
	铁路客运		羽绒服		北斗卫星导航	
	通用航空		休闲服		3D 产业	
	管道运输	内衣	油墨原料		油墨	
	高铁	物流			颜料	
	智能交通	快递			染料	
	轨道交通	车联网			OA 设备	
	危险品运输	物流	钢铁物流	涂料	涂料	
	管道运输		煤炭物流		防腐涂料	
	城市公交		烟草物流		汽车涂料	
	交通规划工程建设		商贸物流		建筑涂料	
	皮革制品		合成革	医药物流	涂装	钛白粉
			皮革服装	冷链物流		热镀锌
			箱包	粮食物流		涂装
	制鞋		制鞋	港口物流	燃气	城市燃气
皮鞋		钢铁贸易	热力生产和供应			
塑料鞋		煤炭贸易	LNG			
女鞋		国际货代	LPG			
运动鞋		汽车经销	橡胶制品	轮胎		
童鞋		农产品冷链物流		橡胶管、板、带		
制鞋机械		供应链管理		橡塑密封件		

行业	专题	行业	专题	行业	专题
人造板及家具	人造板	电力	电力	家用电器	小家电
	家具		火力发电		家用厨房电器
	高端家具		水力发电		电风扇
	木制家具		风力发电		家用空调
	金属家具		核电		家用音响设备
	办公家具		余热发电		美容保健电器
	软体家具		海上风力发电		家用电器配件
	地板		电力供应		太阳能器具
	家具零售		电网运营		冰箱
铁路运输设备	铁路运输设备	电力	智能电网	家用电器	洗衣机
	铁路机车车辆		农网改造		彩电
	高端装备		电动汽车充电站		智能电视
	铁路机车车辆配件		电力环保		燃气灶
	铁路专用设备及器材		生物质能发电		吸尘器
	铁路车轴		垃圾发电		热水器
	城市轨道交通设备		分布式能源		燃气热水器
船舶制造	金属船舶	电力	新能源技术装备	家用电器	电热水器
	船用配套设备		新能源市场		浴霸
	船舶修理		光伏发电		热泵热水器
	游艇		太阳能发电站建设		太阳能热水器
	船舶电子		天然气发电		抽油烟机
电子元器件	电子真空器件	电力	煤电矛盾与解决方案	家用电器	消毒柜
	半导体分立器件		煤电一体化		电饭锅
	集成电路		光伏建设一体化		电磁炉
	大屏幕拼接系统		电力铁塔		豆浆机
	印刷电路板/PCB		珠宝首饰		净水器
	工业自动控制系统	珠宝首饰	黄金	家用电器	榨汁机
	数控系统		奢侈品		智能家居
	功率器件		饰品		兽药
	集成电路封装	电信	移动运营市场	兽用药品	动物保健品
	覆铜箔板		3G		兽用疫苗
	LED		移动支付		宠物用品
	REID		通信设备	印刷设备	制浆及造纸设备
	IC卡		广电设备		印刷机械

行业	专题	行业	专题	行业	专题	
文化娱乐	文化产业	非金属 矿物制品	水泥	电机制造	发电机及发电机组	
	图书出版		水泥制品		电动机	
	数字出版		轻质建筑材料		微电机	
	博物馆市场		建筑石材		微特电机	
	体育场馆		防水建筑材料		防爆电机	
	影院		隔热隔音材料		交流电机	
	电子出版		平板玻璃		伺服电机	
	网络游戏		技术玻璃		柴油发电机组	
电线电缆 光缆	电线电缆		玻璃纤维		电子 外部 设备	风电机组设备
	光纤光缆		汽车玻璃			风机塔架
	绝缘制品		玻璃钢			照相器材
	光通信器件		建筑陶瓷			摄影设备
	光传输设备		艺术陶瓷			数码摄影机
	特种电缆		卫生陶瓷	金融电子支付设备		
	电线电缆材料		日用陶瓷	LCD		
	热缩材料		餐厨用具	UPS 电源		
	绝缘子避雷器		耐火材料	教育电子产品		
	电池制造		电池	石墨及碳素制品		电子阅读器
铅酸蓄电池			复合超硬材料	触摸屏		
干电池			泵及真空设备	投影仪		
锂电池			液压、气压动力机械	数字电视机顶盒		
动力电池			阀门	农业机械		
小型二次电池			压缩机	园艺机械		
氢能源			液压支架	拖拉机		
钴酸锂			水泵	锅炉		
太阳能电池			混凝土泵	内燃机		
薄膜太阳能电池			炼油化工设备	水轮机		
金属 加工 机械	锻压机床		非金属 加工 专用 设备	木工机械	锅炉及原 动机制造	汽轮机
	金属切削机床			模具		工业锅炉
	金属成型机床	混凝土机械		余热锅炉		
	焊接设备	水泥机械		单缸柴油机		
	数控机床	橡胶机械		柴油机组		
	激光加工设备	注塑机		塑料机械		汽车发动机
						核电设备



行业	专题	行业	专题	行业	专题
汽车及摩托车制造	汽车	金属制品制造	硬质合金	工业用炉	烘炉熔炉及电炉
	专用汽车		不锈钢		电炉
	校车		氧化铝	金属冶炼及加工	钢铁
	汽车改装		铝型材		钛合金
	汽车零部件		电解铝		马口铁
	摩托车		铜加工		无缝钢管
	摩托车零部件		新材料		不锈钢管
	电车		稀土永磁材料		焊接钢管
	汽车维修		切削刀具		机械装备用钢
	客车		集装箱		铜产业链
	SUV		金属压力容器		铝冶炼
	重卡汽车		金属包装容器		锡冶炼
	电动汽车		金属门窗	镁产业链	
	混合动力汽车		金属结构	铅锌冶炼	
	新能源汽车		金属炊具	金冶炼	
	汽车车桥		铁塔	银冶炼	
	汽车变速器		钢结构	钨钼冶炼	
	汽车轮毂		马口铁包装容器	稀土金属冶炼	
	制动器		锯切	有色金属冶炼	
	离合器		保险柜	钢铁转型	
减震器	搪瓷制品	风机包装等通用设备制造	风机		
汽车座椅	建筑幕墙		制冷空调		
再制造	热处理		电动工具		
汽车租赁	公共安全设备		包装机械		
汽车后市场	交通安全机械		衡器		
汽车电子	轨道交通装备		离心风机		
自行车	自行车		安防	干燥设备	
	电动车		视频监控设备	分离机械	
	包装		包装	生物识别技术	空分设备
			纸制品包装	信息安全	冷链装备
瓦楞包装		防伪	制冰机		
药用包装		光学仪器	地源热泵		
纺织机械	纺织机械	光学仪器	眼镜	中央空调	
	缝纫机械		镜头	商用中央空调	

行业	专题	行业	专题	行业	专题
输配电机 控制设备	配电开关控制设备	环保设备	环境污染防治设备	轴承齿轮 传送部件	轴承
	配变电设备		水污染防治设备		传动和驱动部件
	电容器		消防器材		齿轮
	电力电子元器件		环保设备		减速机
	变压器		除尘设备		风电齿轮箱
	高端电力变压器		脱硫设备		链传动
	配电变压器		生态厕所		联轴器
	电力变压器	起重运输	起重运输设备		工业制动器
	电力自动化		起重机		电气传动产品
	风电变流器		电梯		线性传动产品
	风能逆变器		工业自动化		钢铁铸造 有色金属合金铸件 粉末冶金 大型锻件 压铸
	光频器		叉车		
	超级电容器		港口设备		
	无功补偿装置		塔吊		
	防爆电器		机械停车设备		
	高压开关		工业机器人		
	高压罐式断路器		物流设备		
	低压电器	建筑机械	建筑工程机械	矿山、 冶金 机械 制造	采矿、采石设备
	真空断路器		建材机械		凿岩机械
	空气断路器		工程机械		石油钻采机械
	金属封闭式开关		石油钻采设备		冶金专用设备
	电磁触变器		铲土运输机		破碎粉磨设备
	继电器		挖掘机械		洗选设备
	继电保护设备		压路机		液压支架
电力联接产品	隧道掘进机		电工仪器仪表		
连接器	装载机		试验机		
通用 部件 制造	照明电器		照明器具		仪器 仪表 制造
		弹簧	车用仪表		
		紧固件	电子测量仪器		
		汽车紧固件	导航设备		
节能	新材料	镇流器	钟表		
		节电产业	传感器		
		工业节能	科学分析仪器		
		节能服务产业	智能传感器		
合同能源管理		电子信息材料	智能卡		
			自助服务终端		

# 中商产业研究院

北京 · 深圳 · 香港 · 上海

始于 2003 年

盘点一周资讯 · 把握经济前沿

全国免费服务热线： 400-666-1917

IPO 咨询咨询热线： 400-788-9689

可研报告\商业计划书： 400-788-9700

北京地址：北京市朝阳区东四环中路 41 号嘉泰国际大厦 B 座 13 层

深圳地址：深圳市福田区红荔路 1001 号银盛大厦 7 层

香港地址：香港皇后大道中 183 号中远大厦 19 楼

电 话：( 0755 )25407296 25193390

传 真：( 0755 )25407715 25654878

网 址：<http://www.askci.com/>

邮 箱：[askci@askci.com](mailto:askci@askci.com) [yubao@askci.com](mailto:yubao@askci.com)