

中商顾问 · 投资情报周刊

2015年08月10日-2015年08月16日
每周一发行

国务院关于促进融资担保行业加快发展的意见

国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见

2015年1-7月份全国房地产开发和销售情况

PE 新三板黄金时代：五虎争雄头牌九鼎

新三板教育企业挂牌潮：资本热捧

7月汽车行业产销延下行态势

旅游业投资逆势上扬

中商产业研究院出版



全国免费热线：

400-666-1917

《投资情报周刊》版权声明

版权所有。未经许可，本报告的任何部分不得以任何方式在世界任何地区以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载。

《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。

【本报告只授权内部使用】

全国统一服务热线：400-666-1917 400-788-9798

可研报告\商业计划书：400-788-9700

企业 IPO 咨询热线：400-788-9689

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（中国纺织科学研究院）

深圳地址：深圳市福田区中心区红荔路 1001 号银盛大厦 7 层（团市委办公大楼）

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

中商官网：<http://www.chnci.com/>

财经门户：<http://www.askci.com/>

E - mail：yubao@askci.com

公司简介

Corporate Introduction

中商咨询服务集团是中国领先的产业研究咨询服务机构。集团下辖产业研究、专项咨询和投融资咨询三个事业群，业务范围囊括行业研究、规划咨询、战略咨询、IPO 上市咨询、投融资咨询、品牌与营销咨询等六大领域，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。

目前中商产业研究院拥有分析师、咨询顾问、行业专家共计 350 余名，通过对产业数据和信息的深度挖掘、科学系统的分析整理，致力于为各级政府部门、高等院校、科研单位、以及国内外知名企业、金融及投资机构提供全面有效的解决方案。



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

十三五专题规划	招商规划咨询
产业规划咨询	地产项目规划咨询
园区规划咨询	区域发展战略研究
投融资规划咨询	

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	兼并重组咨询
立项与资金申请报告	财务顾问（风险投资）
民营银行筹建咨询	

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	地产项目营销策划

品牌与营销咨询

品牌诊断研究	品牌定位咨询
品牌策划咨询	品牌传播咨询

IPO 上市咨询

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

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

★ 目 录 ★

一、政策法规	4
1、国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见.....	4
2、国务院关于促进融资担保行业加快发展的意见	9
3、财政部：符合条件创投机构可豁免国有股转持义务	12
4、国务院办公厅关于推进城市地下综合管廊建设的指导意见.....	14
5、国务院法制办就非存款类放贷组织条例公开征求意见	18
二、经济观察	18
1、2015 年 7 月份规模以上工业增加值增长 6.0%	18
2、2015 年 7 月份社会消费品零售总额增长 10.5%	25
3、2015 年 1-7 月份全国固定资产投资（不含农户）增长 11.2%.....	27
4、2015 年 1-7 月份民间固定资产投资增长 11.3%	32
5、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2015 年 8 月 1-10 日）	34
6、50 个城市主要食品平均价格变动情况（2015 年 8 月 1-10 日）....	37
7、2015 年 1-7 月份全国房地产开发和销售情况	37
8、中国商业银行上半年实现净利润 8715 亿元	42
9、2015 年 7 月财政收支情况	43
10、7 月金融统计数据.....	46
三、投资市场	46
1、PE 新三板黄金时代：五虎争雄头牌九鼎 95%日子都不好过	46
2、新三板教育企业挂牌潮：资本热捧 再添两名新成员	50
3、证监会定股权众筹监管方向：或将备案 200 人仍是红线	51
4、二季度中资海外并购额同比增长六成至 325 亿美元	53
5、硅谷风投融资“怪圈”：初创企业估值走高 退出放缓	56
6、58 吞下赶集：通过基金收购其剩余股权 防被指垄断.....	57
7、IPO 什么时候重启：发审初审渐次恢复 九月前可能性不大	58
8、PE 巨头抢战互联网金融：借贷宝被疑传销 神秘融资 20 亿	60
9、互联网创投圈“浮夸风”：不乏水货投资人 高价公关费.....	63
10、股权众筹无缘新三板：监管禁止 此种类 PE 不得投新三板	64
11、上半年北京 PE 指数为 118.52 点 投资指数 106.41 点.....	67

12、证金公司“救市”满月：跻身 25 家公司前十大流通股东.....	68
13、8.10 -8.16 一周并购事件.....	73
14、国内一周风投事件统计.....	74
15、证券市场一周回顾.....	84
四、产业市场	88
1、7 月汽车行业产销延下行态势 新能源汽车现逆势增长.....	88
2、旅游业投资逆势上扬 预计全年将达万亿元.....	89
3、稀土行业整合提速 6 集团年底完成重组.....	90
4、我国快递业年增长近 50% 业内称其实才刚刚上路.....	91
5、北京冬奥带来冰雪产业黄金期 三类上市公司享大餐.....	92
6、7 月全国总票房 54.9 亿创纪录 影视业继续爆发.....	95
7、游戏产业去年收入超过 1100 亿 市场潜力无限.....	97
8、今年百货业关店潮汹涌而至 万达百盛等在列.....	99
五、环球市场	101
1、德国车企寻求进入巴汽车市场.....	101
2、日本打造农产品产地直送亚洲机制.....	101
3、俄经济创 6 年最大跌幅 第二季度经济萎缩 4.6%.....	102
4、新加坡全年经济增长预测被调至 2-2.5%.....	103
5、西澳羊肉出口量价齐升 中国仍为最大出口市场.....	103
6、巴西今年 7 月汽车产量同比下降 14.9%.....	104
7、六月份德国工业产出意外下滑.....	105
8、日本经济“赚钱本领”逐步回升.....	105
9、瑞士政府宣布取消对伊朗经济制裁.....	106
六、热点解读	106
1、全面解读《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》.....	106
2、国家统计局解读 7 月份工业生产数据.....	110
3、国家统计局解读 2015 年 7 月份投资数据.....	111

★ 目 录 ★

图表 1 2014 年 7 月-2015 年 7 月规模以上工业增加值同比增长速度 . 19

图表 2 2015 年 7 月份规模以上工业生产主要数据 20

图表 3 2014 年 7 月-2015 年 7 月钢材日均产量及同比增速 22

图表 4 2014 年 7 月-2015 年 7 月水泥日均产量及同比增速 22

图表 5 2014 年 7 月-2015 年 7 月十种有色金属日均产量及同比增速 . 23

图表 6 2014 年 7 月-2015 年 7 月乙烯日均产量及同比增速 23

图表 7 2014 年 7 月-2015 年 7 月汽车日均产量及同比增速 24

图表 8 2014 年 7 月-2015 年 7 月轿车日均产量及同比增速 24

图表 9 2014 年 7 月-2015 年 7 月发电量日均产量及同比增速 25

图表 10 2014 年 7 月-2015 年 7 月原油加工量日均产量及同比增速 . . 25

图表 11 2014 年 7 月-2015 年 7 月社会消费品零售总额分月同比增长速度
. 26

图表 12 2015 年 7 月份社会消费品零售总额主要数据 27

图表 13 2014 年 1 月-2015 年 7 月固定资产投资同比增速 28

图表 14 2014 年 1 月-2015 年 7 月固定资产投资到位资金同比增速 . . 29

图表 15 2015 年 1-7 月份固定资产投资主要数据 30

图表 16 2014 年 1 月-2015 年 7 月民间固定资产和全国固定资产投资增速
. 32

图表 17 2015 年 1-7 月份民间固定资产投资主要数据 33

图表 18 2015 年 8 月 1-10 日流通领域重要生产资料市场价格变动情况
. 34

图表 19 2015 年 8 月 1-10 日 50 个城市主要食品平均价格变动情况 . 37

图表 20 2014 年 1 月-2015 年 7 月全国房地产开发投资增速 38

图表 21 2014 年 1 月-2015 年 7 月全国房地产开发企业土地购置面积增速
. 39

图表 22 2014 年 1 月-2015 年 7 月全国商品房销售面积及销售额增速 39

图表 23 2014 年 1 月-2015 年 7 月全国房地产开发企业本年到位资金增速
. 40

图表 24 2015 年 1-7 月份全国房地产开发和销售情况 41

图表 25 2015 年 1-7 月份东中西部地区房地产开发投资情况 42

图表 26 2015 年 1-7 月份东中西部地区房地产销售情况 42

图表 27 2015 年 8 月 10 日-2015 年 8 月 16 日中国投融资事件统计 . . 74

图表 28 2012-2015 年 7 月上综指、深成指趋势图 85

正文

一、政策法规

1、国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见

旅游业是我国经济社会发展的综合性产业，是国民经济和现代服务业的重要组成部分。通过改革创新促进旅游投资和消费，对于推动现代服务业发展，增加就业和居民收入，提升人民生活品质，具有重要意义。为进一步促进旅游投资和消费，经国务院同意，现提出以下意见：

一、实施旅游基础设施提升计划，改善旅游消费环境

(一)着力改善旅游消费软环境。建立健全旅游产品和服务质量标准，规范旅游经营服务行为，提升宾馆饭店、景点景区、旅行社等管理服务水平。大力整治旅游市场秩序，严厉打击虚假广告、价格欺诈、欺客宰客、超低价格恶性竞争、非法“一日游”等旅游市场顽疾，进一步落实游客不文明行为记录制度。健全旅游投诉处理和服务质量监督机制，完善旅游市场主体退出机制。深化景区门票价格改革，调整完善价格机制，规范价格行为。大力弘扬文明旅游风尚，积极开展旅游志愿者公益服务，提升游客文明旅游素质。

(二)完善城市旅游咨询中心和集散中心。各地要根据实际需要，在3A级以上景区、重点乡村旅游区以及机场、车站、码头等建设旅游咨询中心。鼓励依托城市综合客运枢纽和道路客运站点建设布局合理、功能完善的游客集散中心。2020年前，实现重点旅游景区、旅游城市、旅游线路旅游咨询服务全覆盖。

(三)加强连通景区道路和停车场建设。加大投入，加快推进城市及国道、省道至A级景区连接道路建设。加强城市与景区之间交通设施建设和运输组织，加快实现从机场、车站、码头到主要景区公路交通无缝对接。加大景区和乡村旅游点停车位建设力度。

(四)加强中西部地区旅游支线机场建设。围绕国家重点旅游线路和集中连片特困地区，支持有条件的地方按实际需求新建或改扩建一批支线机场，增加至主要客源城市航线。充分发挥市场力量，鼓励企业发展低成本航空和国内旅游包机业务。

(五)大力推进旅游厕所建设。鼓励以商建厕、以商养厕、以商管厕，用三年时间全国新建、改建 5.7 万座旅游厕所，完善上下水设施，实行粪便无害化处理。到 2017 年实现全国旅游景区、旅游交通沿线、旅游集散地的旅游厕所全部达到数量充足、干净无味、实用免费、管理有效的要求。

二、实施旅游投资促进计划，开辟旅游消费市场

(六)加快自驾车房车营地建设。制定全国自驾车房车营地建设规划和自驾车房车营地建设标准，明确营地住宿登记、安全救援等政策，支持少数民族地区和丝绸之路沿线、长江经济带等重点旅游地区建设自驾车房车营地。到 2020 年，鼓励引导社会资本建设自驾车房车营地 1000 个左右。

(七)推进邮轮旅游产业发展。支持建立国内大型邮轮研发、设计、建造和自主配套体系，鼓励有条件的国内造船企业研发制造大中型邮轮。按照《全国沿海邮轮港口布局规划方案》，进一步优化邮轮港口布局，形成由邮轮母港、始发港、访问港组成的布局合理的邮轮港口体系，有序推进邮轮码头建设。支持符合条件的企业按程序设立保税仓库。到 2020 年，全国建成 10 个邮轮始发港。

(八)培育发展游艇旅游大众消费市场。制定游艇旅游发展指导意见，有规划地逐步开放岸线和水域。推动游艇码头泊位等基础设施建设，清理简化游艇审批手续，降低准入门槛和游艇登记、航行旅游、停泊、维护的总体成本，吸引社会资本进入；鼓励发展适合大众消费水平的中小型游艇；鼓励拥有海域、水域资源的地区根据实际情况制定游艇码头建设规划。到 2017 年，全国建成一批游艇码头和游艇泊位，初步形成互联互通的游艇休闲旅游线路网络，培育形成游艇大众消费市场。

(九)大力发展特色旅游城镇。推动新型城镇化建设与现代旅游产业发展有机结合，到 2020 年建设一批集观光、休闲、度假、养生、购物等功能于一体的全国特色旅游城镇和特色景观旅游名镇。

(十)大力开发休闲度假旅游产品。鼓励社会资本大力开发温泉、滑雪、滨海、海岛、山地、养生等休闲度假旅游产品。重点依托现有旅游设施和旅游资源，建设一批高水平旅游度假产品和满足多层次多样化休闲度假需求的国民度假地。加快推动环城市休闲度假带建设，鼓励城市发展休闲街区、城市绿道、骑行公园、慢行系统，拓展城市休闲空间。支持重点景区和旅游城市积极发展旅游演艺节目，促进主题公园规范发展。依托铁路网，开发建设铁路沿线旅游

产品。

(十一)大力发展旅游装备制造业。把旅游装备纳入相关行业发展规划，制定完善安全性技术标准体系。鼓励发展邮轮游艇、大型游船、旅游房车、旅游小飞机、景区索道、大型游乐设施等旅游装备制造业。大力培育具有自主知识产权的休闲、登山、滑雪、潜水、露营、探险等各类户外用品。支持国内有条件的企业兼并收购国外先进旅游装备制造企业或开展合资合作。鼓励企业开展旅游装备自主创新研发，按规定享受国家鼓励科技创新政策。

(十二)积极发展“互联网+旅游”。积极推动在线旅游平台企业发展壮大，整合上下游及平行企业的资源、要素和技术，形成旅游业新生态圈，推动“互联网+旅游”跨产业融合。支持有条件的旅游企业进行互联网金融探索，打造在线旅游企业第三方支付平台，拓宽移动支付在旅游业的普及应用，推动境外消费退税便捷化。加强与互联网公司、金融企业合作，发行实名制国民旅游卡，落实法定优惠政策，实行特惠商户折扣。放宽在线度假租赁、旅游网络购物、在线旅游租车平台等新业态的准入许可和经营许可制度。到2020年，全国4A级以上景区和智慧乡村旅游试点单位实现免费Wi-Fi(无线局域网)、智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等功能全覆盖，在全国打造1万家智慧景区和智慧旅游乡村。

三、实施旅游消费促进计划，培育新的消费热点

(十三)丰富提升特色旅游商品。扎实推进旅游商品的大众创业、万众创新，鼓励市场主体开发富有特色的旅游纪念品，丰富旅游商品类型，增强对游客的吸引力。培育一批旅游商品研发、生产、销售龙头企业，加大对老字号商品、民族旅游商品的宣传推广力度。加快实施中国旅游商品品牌提升工程，推出中国特色旅游商品系列。鼓励优质特色旅游商品进驻主要口岸、机场、码头等旅游购物区和城市大型商场超市，支持在线旅游商品销售。适度增设口岸进境免税店。

(十四)积极发展老年旅游。加快制定实施全国老年旅游发展纲要，规范老年旅游服务，鼓励开发多层次、多样化老年旅游产品。各地要加大对乡村养老旅游项目的支持，大力推动乡村养老旅游发展，鼓励民间资本依法使用农民集体所有的土地举办非营利性乡村养老机构。做好基本医疗保险异地就医医疗费用结算工作。鼓励进一步开发完善适合老年旅游需求的商业保险产品。

(十五)支持研学旅行发展。把研学旅行纳入学生综合素质教育范畴。支持建设一批研学旅行基地,鼓励各地依托自然和文化遗产资源、红色旅游景点景区、大型公共设施、知名院校、科研机构、工矿企业、大型农场开展研学旅行活动。建立健全研学旅行安全保障机制。旅行社和研学旅行场所应在内容设计、导游配备、安全设施与防护等方面结合青少年学生特点,寓教于游。加强国际研学旅行交流,规范和引导中小學生赴境外开展研学旅行活动。

(十六)积极发展中医药健康旅游。推出一批以中医药文化传播为主题,集中医药康复理疗、养生保健、文化体验于一体的中医药健康旅游示范产品。在有条件的地方建设中医药健康旅游产业示范园区,推动中医药产业与旅游市场深度结合,在业态创新、机制改革、集群发展方面先行先试。规范中医药健康旅游市场,加强行业标准制定和质量监督管理。扩大中医药健康旅游海外宣传,推动中医药健康旅游国际交流合作,使传统中医药文化通过旅游走向世界。

四、实施乡村旅游提升计划,开拓旅游消费空间

(十七)坚持乡村旅游个性化、特色化发展方向。立足当地资源特色和生态环境优势,突出乡村生活生产生态特点,深入挖掘乡村文化内涵,开发建设形式多样、特色鲜明、个性突出的乡村旅游产品,举办具有地方特色的节庆活动。注重保护民族村落、古村古镇,建设一批具有历史、地域、民族特点的特色景观旅游村镇,让游客看得见山水、记得住乡愁、留得住乡情。

(十八)完善休闲农业和乡村旅游配套设施。重点加强休闲农业和乡村旅游特色村的道路、电力、饮水、厕所、停车场、垃圾污水处理设施、信息网络等基础设施和公共服务设施建设,加强相关旅游休闲配套设施建设。到2020年,全国建成6000个以上乡村旅游模范村,形成10万个以上休闲农业和乡村旅游特色村、300万家农家乐,乡村旅游年接待游客超过20亿人次,受益农民5000万人。

(十九)开展百万乡村旅游创客行动。通过加强政策引导和专业培训,三年内引导和支持百万名返乡农民工、大学毕业生、专业技术人员等通过开展乡村旅游实现自主创业。鼓励文化界、艺术界、科技界专业人员发挥专业优势和行业影响力,在有条件的乡村进行创作创业。到2017年,全国建设一批乡村旅游创客示范基地,形成一批高水准文化艺术旅游创业就业乡村。

(二十)大力推进乡村旅游扶贫。加大对乡村旅游扶贫重点村的规划指导、

专业培训、宣传推广力度，组织开展乡村旅游规划扶贫公益活动，对建档立卡贫困村实施整村扶持，2015年抓好560个建档立卡贫困村乡村旅游扶贫试点工作。到2020年，全国每年通过乡村旅游带动200万农村贫困人口脱贫致富；扶持6000个旅游扶贫重点村开展乡村旅游，实现每个重点村乡村旅游年经营收入达到100万元。

五、优化休假安排，激发旅游消费需求

(二十一)落实职工带薪休假制度。各级人民政府要把落实职工带薪休假制度纳入议事日程，制定带薪休假制度实施细则或实施计划，并抓好落实。

(二十二)鼓励错峰休假。在稳定全国统一的既有节假日前提下，各单位和企业可根据自身实际情况，将带薪休假与本地传统节日、地方特色活动相结合，安排错峰休假。

(二十三)鼓励弹性作息。有条件的地方和单位可根据实际情况，依法优化调整夏季作息安排，为职工周五下午与周末结合外出休闲度假创造有利条件。

六、加大改革创新力度，促进旅游投资消费持续增长

(二十四)加大政府支持力度。符合条件的地区要加快实施境外旅客购物离境退税政策。设立中国旅游产业促进基金，鼓励有条件的地方政府设立旅游产业促进基金。支持企业通过政府和社会资本合作(PPP)模式投资、建设、运营旅游项目。各级人民政府要加大对国家重点旅游景区、“一带一路”及长江经济带等重点旅游线路、集中连片特困地区生态旅游开发和乡村旅游扶贫村等旅游基础设施和公共服务设施的支持力度。让多彩的旅游丰富群众生活，助力经济发展。

(二十五)落实差别化旅游业用地用海用岛政策。对投资大、发展前景好的旅游重点项目，要优先安排、优先落实土地和围填海计划指标。新增建设用地指标优先安排给中西部地区，支持中西部地区利用荒山、荒坡、荒滩、垃圾场、废弃矿山、石漠化土地开发旅游项目。对近海旅游娱乐、浴场等亲水空间开发予以优先保障。

(二十六)拓展旅游企业融资渠道。支持符合条件的旅游企业上市，鼓励金融机构按照风险可控、商业可持续原则加大对旅游企业的信贷支持。积极发展

旅游投资项目资产证券化产品，推进旅游项目产权与经营权交易平台建设。积极引导预期收益好、品牌认可度高的旅游企业探索通过相关收费权、经营权抵(质)押等方式融资筹资。鼓励旅游装备出口，加大对大型旅游装备出口的信贷支持。

2、国务院关于促进融资担保行业加快发展的意见

融资担保是破解小微企业和“三农”融资难融资贵问题的重要手段和关键环节，对于稳增长、调结构、惠民生具有重要作用。为主动适应融资担保行业改革转型要求，促进行业加快发展，更好地服务经济社会发展大局，现提出以下意见：

一、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，认真落实党中央、国务院决策部署，以缓解小微企业和“三农”融资难融资贵为导向，以大力发展政府支持的融资担保和再担保机构为基础，以有针对性地加大对融资担保业的政策扶持力度为抓手，加快发展主要为小微企业和“三农”服务的新型融资担保行业，促进大众创业、万众创新。

(二)基本原则。一是坚持政策扶持与市场主导相结合。对于服务小微企业和“三农”等普惠领域、关系经济社会发展大局的融资担保业务，尊重其准公共产品属性，政府给予大力扶持；对于其他融资担保业务，鼓励其按照市场规律积极创新发展，发挥市场在资源配置中的决定性作用。二是坚持发展与规范并重。加快行业法治建设，推进科学监管，促进融资担保机构合规经营，在严守风险底线的同时为发展预留空间；坚持发展导向，以规范促发展，把握好规范经营与创新发展的平衡。

(三)发展目标。推进融资担保机构“减量增质”、做精做强，培育一批有较强实力和影响力的融资担保机构，基本形成数量适中、结构合理、竞争有序、稳健运行的机构体系；省级再担保机构三年内基本实现全覆盖，研究设立国家融资担保基金，完善银担合作模式，建立健全融资担保业务风险分散机制；小微企业和“三农”融资担保业务较快增长、融资担保费率保持较低水平，小微企业和“三农”融资担保在保户数占比五年内达到不低于60%的目标；出台《融资担保公司管理条例》及配套细则，基本形成适合行业特点的监管制度体系；持续加大政策扶持力度，形成以小微企业和“三农”融资担保业务为导向的政策扶持

体系。

二、发挥政府支持作用，提高融资担保机构服务能力

(四)大力发展政府支持的融资担保机构。以省级、地市级为重点，科学布局，通过新设、控股、参股等方式，发展一批政府出资为主、主业突出、经营规范、实力较强、信誉较好、影响力较大的政府性融资担保机构，作为服务小微企业和“三农”的主力军，支撑行业发展；支持专注服务小微企业和“三农”、有实力的融资担保机构开展兼并重组，发挥资本、人才、风险管理、业务经验、品牌等方面的优势，做精做强，引领行业发展；以开展小微企业和“三农”融资担保业务为标准，加大扶持力度，支持融资担保机构扩大业务规模。

(五)加强融资担保机构自身能力建设。融资担保机构是行业发展的基础和关键，要加强自身能力建设，按照信用中介的内在要求，经营好信用、管理好风险、承担好责任，提升实力和信誉，做精风险管理；坚守融资担保主业，发展普惠金融，适应互联网金融等新型金融业态发展趋势，大胆创新，积极探索，为小微企业和“三农”提供丰富产品和优质服务，促进大众创业、万众创新；发挥“接地气”优势和“放大器”作用，为客户提供增值服务，提升客户价值，形成独特核心竞争力。

三、发挥政府主导作用，推进再担保体系建设

(六)加快再担保机构发展。研究设立国家融资担保基金，推进政府主导的省级再担保机构基本实现全覆盖，构建国家融资担保基金、省级再担保机构、辖内融资担保机构的三层组织体系，有效分散融资担保机构风险，发挥再担保“稳定器”作用。

(七)完善再担保机制。发挥政府政策导向作用，研究论证国家融资担保基金通过股权投资、技术支持等方式，支持省级再担保机构发展。各省(区、市)人民政府要按照政府主导、专业管理、市场运作的原则，推动省级再担保机构以股权投资和再担保业务为纽带，构建统一的融资担保体系；完善再担保机制，提升辖内融资担保机构的管理水平和抗风险能力，统一管理要求和服务标准，扩大小微企业和“三农”融资担保业务规模。

(八)改进完善对政府性融资担保和省级再担保机构的考核机制。对政府性融资担保机构，地方各级人民政府要结合当地实际降低或取消盈利要求，重点

考核小微企业和“三农”融资担保业务规模、服务情况;对省级再担保机构,坚持保本微利经营原则,不以盈利为目的,在可持续经营前提下,着力降低融资担保和再担保业务收费标准。

四、政银担三方共同参与,构建可持续银担商业合作模式

(九)建立政银担三方共同参与的合作模式。各省(区、市)人民政府要发挥作用,加大投入,积极探索适合本地区实际的政银担合作机制,鼓励有条件的地方设立政府性担保基金,实现小微企业和“三农”融资担保风险在政府、银行业金融机构和融资担保机构之间的合理分担;推动以省级再担保机构为平台与银行业金融机构开展合作,对银行业金融机构担保贷款发生的风险进行合理补偿,推动建立可持续银担商业合作模式。

(十)完善银担合作政策。银行业金融机构要根据政策导向,按照商业可持续、风险可防控原则,主动对接,简化手续,积极扩大、深化银担合作;在与省级再担保机构达成的合作框架下,对合作的融资担保机构,按照市场化原则,提供风险分担、不收或少收保证金、提高放大倍数、控制贷款利率上浮幅度等优惠条件;改进绩效考核和风险问责机制,提高对小微企业和“三农”融资担保贷款的风险容忍度。对银行业金融机构不承担风险或者只承担部分风险的小微企业和“三农”融资担保贷款,可以适当下调风险权重。

(十一)优化银担合作环境。中国融资担保业协会、中国银行业协会要在有关部门指导下,加快开展融资担保机构信用记录工作;银行业金融机构、再担保机构要根据信用记录,对合作的融资担保机构进行差异化管理,提高风险控制水平;银行业金融机构、再担保机构、融资担保机构要充分利用企业信用信息公示系统,促进银担合作稳健发展。

五、有效履行监管职责,守住风险底线

(十二)加快监管法治建设。融资性担保业务监管部际联席会议要加强制度建设,推动《融资担保公司管理条例》尽快出台,完善融资担保监管法规体系;加大监管指导和监督力度,切实维护监管法规政策的统一性、权威性,确保有法必依、执法必严、违法必究;加强行业基础设施建设,建立统一的行业信息报送和监测系统,加强对重点地区和领域风险的监测和预警;对监管部门履职情况进行评价,指导地方人民政府及时妥善处置风险事件;对失信、违法的融资担保机构建立部门动态联合惩戒机制。

(十三)明晰地方监管责任。各省(区、市)人民政府作为监管责任主体,要重视监管工作,加强人力、物力、财力等监管资源配置;处理好发展与监管的关系,一手抓发展,一手抓监管,两手都要硬。地方监管部门要创新监管机制和手段,积极探索实施分类监管,推进监管信息化建设,加强部门间信息互联共享和监管协同,提高监管有效性;对于辖内融资担保重大风险事件,要及时上报,妥善处置,坚决守住不发生区域性系统性风险的底线。

(十四)加强行业自律和人才建设。中国融资担保业协会要加强行业自律建设,积极承担部分行业管理职能,在行业统计、机构信用记录管理、行业人才培养和文化建设等方面发挥重要作用,为行业监管提供有效补充;制订科学合理的人才培养、储备和使用的战略规划,研究制定从业人员管理制度,提高人员素质,推进队伍建设。

六、加强协作,共同支持融资担保行业发展

(十五)落实财税支持政策。落实好融资担保机构免征营业税和准备金税前扣除等相关政策。综合运用资本投入、代偿补偿等方式,加大对主要服务小微企业和“三农”的融资担保机构的财政支持力度。

(十六)营造支持发展的良好环境。进一步研究完善相关企业会计准则,保证融资担保行业会计信息质量;健全融资担保机构信用记录,并纳入国家统一的信用信息共享交换平台;规范、有序地将融资担保机构接入金融信用信息基础数据库,加强信用管理;依法为融资担保机构进行抵(质)押登记,并为其债权保护和追偿提供必要协助,维护融资担保机构合法权益。各省(区、市)人民政府要继续开展对非融资担保公司的清理规范,加强管理,建立长效机制。

各地区、各有关部门要充分认识促进融资担保行业加快发展的重要意义,加强协调,形成合力。各有关部门要根据本意见要求,按照职责分工,抓紧制定相关配套措施,确保各项政策措施落实到位。各省(区、市)人民政府要制定促进本地区融资担保行业发展的具体方案并尽快组织实施。

3、财政部:符合条件创投机构可豁免国有股转持义务

财政部14日发布通知称,为提高国有资本从事创业投资的积极性,鼓励和引导国有创投机构和国有创业投资引导基金加大对中早期项目的投资,符合条

件的创业机构和引导基金经审核批准后，可豁免国有股转持义务。根据《国务院关于取消和调整一批行政审批项目等事项的决定》要求，对豁免创投机构和引导基金国有股转持义务事项不再进行审批。

通知指出，豁免国有股转持义务的创投机构资质应符合以下要求：1、经营范围符合《创业投资企业管理暂行办法》(发展改革委等 10 部门令第 39 号，以下简称 39 号令)或《私募投资基金监督管理暂行办法》(证监会令第 105 号，以下简称 105 号令)规定，且工商登记名称中注有“创业投资”字样。在 2005 年 11 月 15 日前完成工商登记的，可保留原有工商登记名称，但经营范围须符合 39 号令或 105 号令规定。2、遵照 39 号令规定条件和程序完成备案，且最近一年必须通过备案管理部门年度检查(申请豁免转持义务当年新备案的创投机构除外)，投资运作符合 39 号令有关规定；或者遵照 105 号令规定条件和程序完成备案，且通过中国证券投资基金业协会有关资格审查，投资运作符合 105 号令有关规定。

同时，豁免国有股转持义务的引导基金应当按照《关于创业投资引导基金规范设立与运作的指导意见》规定，规范设立并运作。

通知所称未上市中小企业应当同时符合下列条件：1、经企业所在地县级以上劳动和社会保障部门或社会保险基金管理单位核定，职工人数不超过 500 人；2、根据会计师事务所审计的年度合并会计报表，年销售(营业总收入)不超过 2 亿元，资产总额不超过 2 亿元。

通知明确，创投机构或引导基金投资于未上市中小企业，其投资时点以创投机构或引导基金投资后，被投资企业取得工商行政管理部门核发的法人营业执照或工商核准变更登记通知书的日期为准。同一创投机构或引导基金对未上市中小企业进行多轮投资的，第一次投资为初始投资，其后续投资均按初始投资的时点进行确认。被投资企业规模按照创投机构或引导基金初始投资时点之上一年度末的相关指标进行认定。

通知还指出，2014 年 12 月 3 日至此通知下发日，创投机构或引导基金已按《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》(财企〔2009〕94 号)实施国有股转持，经财政部会同社保基金会审核符合豁免转持政策的，实行回拨处理。回拨的国有股权包括：(1)由该创投机构或引导基金转持至社保基金会的国有股；(2)社保基金会持股期内因上市公司利润分配或资本公积转增等原因，由该部分国有股派生的相关权益，包括送股、转增股本及现

金分红等。

创投机构、引导基金或其国有出资人已按财企〔2009〕94号文件规定以现金替代方式履行国有股转持义务，经财政部会同社保基金会审核符合豁免转持政策的，实行回拨处理。回拨资金额按照创投机构、引导基金或其国有出资人缴入中央金库的资金额确定。创投机构和引导基金应于2015年9月30日前向财政部提出回拨申请，逾期将不予受理。

通知还称，财政部建立“黑名单”制度，将经核查或抽查发现不符合国有股转持义务豁免条件，且存在弄虚作假、虚假公示等恶意行为的创投机构和引导基金，列入“黑名单”，定期予以公告，并及时提交创投机构监管部门依照相关规定处理。

4、国务院办公厅关于推进城市地下综合管廊建设的指导意见

地下综合管廊是指在城市地下用于集中敷设电力、通信、广播电视、给水、排水、热力、燃气等市政管线的公共隧道。我国正处在城镇化快速发展时期，地下基础设施建设滞后。推进城市地下综合管廊建设，统筹各类市政管线规划、建设和管理，解决反复开挖路面、架空线网密集、管线事故频发等问题，有利于保障城市安全、完善城市功能、美化城市景观、促进城市集约高效和转型发展，有利于提高城市综合承载能力和城镇化发展质量，有利于增加公共产品有效投资、拉动社会资本投入、打造经济发展新动力。为切实做好城市地下综合管廊建设工作，经国务院同意，现提出以下意见：

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二中、三中、四中全会精神，按照《国务院关于加强城市基础设施建设的意见》(国发〔2013〕36号)和《国务院办公厅关于加强城市地下管线建设管理的指导意见》(国办发〔2014〕27号)有关部署，适应新型城镇化和现代化城市建设的要求，把地下综合管廊建设作为履行政府职能、完善城市基础设施的重要内容，在继续做好试点工程的基础上，总结国内外先进经验和有效做法，逐步提高城市道路配建地下综合管廊的比例，全面推动地下综合管廊建设。

(二)工作目标。到2020年，建成一批具有国际先进水平的地下综合管廊并投入运营，反复开挖地面的“马路拉链”问题明显改善，管线安全水平和防灾

抗灾能力明显提升，逐步消除主要街道蜘蛛网式架空线，城市地面景观明显好转。

(三)基本原则。

——坚持立足实际，加强顶层设计，积极有序推进，切实提高建设和管理水平。

——坚持规划先行，明确质量标准，完善技术规范，满足基本公共服务功能。

——坚持政府主导，加大政策支持，发挥市场作用，吸引社会资本广泛参与。

二、统筹规划

(四)编制专项规划。各城市人民政府要按照“先规划、后建设”的原则，在地下管线普查的基础上，统筹各类管线实际发展需要，组织编制地下综合管廊建设规划，规划期限原则上应与城市总体规划相一致。结合地下空间开发利用、各类地下管线、道路交通等专项建设规划，合理确定地下综合管廊建设布局、管线种类、断面形式、平面位置、竖向控制等，明确建设规模和时序，综合考虑城市发展远景，预留和控制有关地下空间。建立建设项目储备制度，明确五年项目滚动规划和年度建设计划，积极、稳妥、有序推进地下综合管廊建设。

(五)完善标准规范。根据城市发展需要抓紧制定和完善地下综合管廊建设和抗震防灾等方面的国家标准。地下综合管廊工程结构设计应考虑各类管线接入、引出支线的需求，满足抗震、人防和综合防灾等需要。地下综合管廊断面应满足所在区域所有管线入廊的需要，符合入廊管线敷设、增容、运行和维护检修的空间要求，并配建行车和行人检修通道，合理设置出入口，便于维修和更换管道。地下综合管廊应配套建设消防、供电、照明、通风、给排水、视频、标识、安全与报警、智能管理等附属设施，提高智能化监控管理水平，确保管廊安全运行。要满足各类管线独立运行维护 and 安全管理需要，避免产生相互干扰。

三、有序建设

(六)划定建设区域。从 2015 年起,城市新区、各类园区、成片开发区域的新建道路要根据功能需求,同步建设地下综合管廊;老城区要结合旧城更新、道路改造、河道治理、地下空间开发等,因地制宜、统筹安排地下综合管廊建设。在交通流量较大、地下管线密集的城市道路、轨道交通、地下综合体等地段,城市高强度开发区、重要公共空间、主要道路交叉口、道路与铁路或河流的交叉处,以及道路宽度难以单独敷设多种管线的路段,要优先建设地下综合管廊。加快既有地面城市电网、通信网络等架空线入地工程。

(七)明确实施主体。鼓励由企业投资建设和运营管理地下综合管廊。创新投融资模式,推广运用政府和社会资本合作(PPP)模式,通过特许经营、投资补贴、贷款贴息等形式,鼓励社会资本组建项目公司参与城市地下综合管廊建设和运营管理,优化合同管理,确保项目合理稳定回报。优先鼓励入廊管线单位共同组建或与社会资本合作组建股份制公司,或在城市人民政府指导下组成地下综合管廊业主委员会,公开招标选择建设和运营管理单位。积极培育大型专业化地下综合管廊建设和运营管理企业,支持企业跨地区开展业务,提供系统、规范的服务。

(八)确保质量安全。严格履行法定的项目建设程序,规范招投标行为,落实工程建设各方质量安全主体责任,切实把加强质量安全监管贯穿于规划、建设、运营全过程,建设单位要按规定及时报送工程档案。建立地下综合管廊工程质量终身责任永久性标牌制度,接受社会监督。根据地下综合管廊结构类型、受力条件、使用要求和所处环境等因素,考虑耐久性、可靠性和经济性,科学选择工程材料,主要材料宜采用高性能混凝土和高强钢筋。推进地下综合管廊主体结构构件标准化,积极推广应用预制拼装技术,提高工程质量和安全水平,同时有效带动工业构件生产、施工设备制造等相关产业发展。

四、严格管理

(九)明确入廊要求。城市规划区范围内的各类管线原则上应敷设于地下空间。已建设地下综合管廊的区域,该区域内的所有管线必须入廊。在地下综合管廊以外的位置新建管线的,规划部门不予许可审批,建设部门不予施工许可审批,市政道路部门不予掘路许可审批。既有管线应根据实际情况逐步有序迁移至地下综合管廊。各行业主管部门和有关企业要积极配合城市人民政府做好各自管线入廊工作。

(十)实行有偿使用。入廊管线单位应向地下综合管廊建设运营单位交纳入廊费和日常维护费，具体收费标准要统筹考虑建设和运营、成本和收益的关系，由地下综合管廊建设运营单位与入廊管线单位根据市场化原则共同协商确定。入廊费主要根据地下综合管廊本体及附属设施建设成本，以及各入廊管线单独敷设和更新改造成本确定。日常维护费主要根据地下综合管廊本体及附属设施维修、更新等维护成本，以及管线占用地下综合管廊空间比例、对附属设施使用强度等因素合理确定。公益性文化企业的有线电视网入廊，有关收费标准可适当给予优惠。由发展改革委同住房城乡建设部制定指导意见，引导规范供需双方协商确定地下综合管廊收费标准，形成合理的收费机制。在地下综合管廊运营初期不能通过收费弥补成本的，地方人民政府视情给予必要的财政补贴。

(十一)提高管理水平。城市人民政府要制定地下综合管廊具体管理办法，加强工作指导与监督。地下综合管廊运营单位要完善管理制度，与入廊管线单位签订协议，明确入廊管线种类、时间、费用和责权利等内容，确保地下综合管廊正常运行。地下综合管廊本体及附属设施管理由地下综合管廊建设运营单位负责，入廊管线的设施维护及日常管理由各管线单位负责。管廊建设运营单位与入廊管线单位要分工明确，各司其职，相互配合，做好突发事件处置和应急管理等工作。

五、支持政策

(十二)加大政府投入。中央财政要发挥“四两拨千斤”的作用，积极引导地下综合管廊建设，通过现有渠道统筹安排资金予以支持。地方各级人民政府要进一步加大地下综合管廊建设资金投入。省级人民政府要加强地下综合管廊建设资金的统筹，城市人民政府要在年度预算和建设计划中优先安排地下综合管廊项目，并纳入地方政府采购范围。有条件的城市人民政府可对地下综合管廊项目给予贷款贴息。

(十三)完善融资支持。将地下综合管廊建设作为国家重点支持的民生工程，充分发挥开发性金融作用，鼓励相关金融机构积极加大对地下综合管廊建设的信贷支持力度。鼓励银行业金融机构在风险可控、商业可持续的前提下，为地下综合管廊项目提供中长期信贷支持，积极开展特许经营权、收费权和购买服务协议预期收益等担保创新类贷款业务，加大对地下综合管廊项目的支持力度。将地下综合管廊建设列入专项金融债支持范围予以长期投资。支持符合条件的地下综合管廊建设运营企业发行企业债券和项目收益票据，专项用于地下综合管廊建设项目。

城市人民政府是地下综合管廊建设管理工作的责任主体,要加强组织领导,明确主管部门,建立协调机制,扎实推进具体工作;要将地下综合管廊建设纳入政府绩效考核体系,建立有效的督查制度,定期对地下综合管廊建设工作进行督促检查。住房城乡建设部要会同有关部门建立推进地下综合管廊建设工作协调机制,组织设立地下综合管廊专家委员会;抓好地下综合管廊试点工作,尽快形成一批可复制、可推广的示范项目,经验成熟后有效推开,并加强对全国地下综合管廊建设管理工作的指导和监督检查。各管线行业主管部门、管理单位等要各司其职,密切配合,共同有序推动地下综合管廊建设。中央企业、省属企业要配合城市人民政府做好所属管线入地入廊工作。

5、国务院法制办就非存款类放贷组织条例公开征求意见

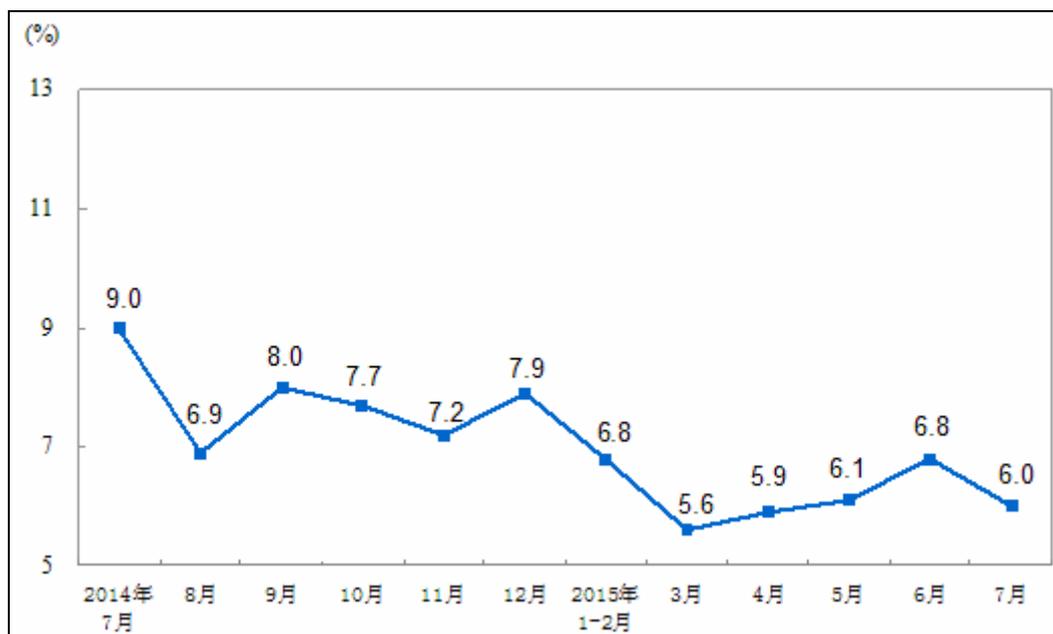
8月12日消息,国务院法制办就《非存款类放贷组织条例(征求意见稿)》向社会公开征求意见,旨在规范小贷公司及没有明确监督管理部门的其他非存款类放贷组织。明确了放贷、经营放贷业务的定义以及不属于经营放贷业务的情形。同时,规定网络小额贷款利用互联网开展业务的,将由银监会制定网络小额贷款的监管细则。由于典当行、证券期货经营机构、消费金融公司、汽车金融公司、贷款公司等非存款类放贷组织有明确的监管部门,因此不适用本《条例》。《征求意见稿》规定,非存款类放贷组织取得经营放贷业务许可证后,可依法在省内经营,不受县域限制。

二、经济观察

1、2015年7月份规模以上工业增加值增长6.0%

2015年7月份,规模以上工业增加值同比实际增长6.0%(以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率),比6月份回落0.8个百分点。从环比看,7月份,规模以上工业增加值比上月增长0.32%。1-7月份,规模以上工业增加值同比增长6.3%。

图表 1 2014年7月-2015年7月规模以上工业增加值同比增长速度



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分三大门类看，7月份，采矿业增加值同比增长5.6%，制造业增长6.6%，电力、热力、燃气及水生产和供应业下降0.2%。

分经济类型看，7月份，国有控股企业增加值同比持平，集体企业增长1.3%，股份制企业增长7.7%，外商及港澳台商投资企业增长2.6%。

分行业看，7月份，41个大类行业中有37个行业增加值保持同比增长。其中，农副食品加工业增长7.5%，纺织业增长8.0%，化学原料和化学制品制造业增长8.8%，非金属矿物制品业增长6.6%，黑色金属冶炼和压延加工业增长4.1%，有色金属冶炼和压延加工业增长13.0%，通用设备制造业增长4.0%，专用设备制造业增长4.8%，汽车制造业下降0.5%，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业增长7.7%，电气机械和器材制造业增长7.5%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长9.4%，电力、热力生产和供应业下降0.9%。

分地区看，7月份，东部地区增加值同比增长6.0%，中部地区增长7.4%，西部地区增长7.9%，东北地区下降1.9%。

分产品看，7月份，565种产品中有268种产品同比增长。其中，钢材9230万吨，同比下降1.9%；水泥21193万吨，下降4.7%；十种有色金属436万吨，

增长 9.3%；乙烯 146 万吨，下降 2.3%；汽车 156.2 万辆，下降 11.2%；轿车 70.8 万辆，下降 26.3%；发电量 5090 亿千瓦时，下降 2.0%；原油加工量 4354 万吨，增长 4.3%。

7 月份，工业企业产品销售率为 97.7%，比上年同期下降 0.1 个百分点。
工业企业实现出口交货值 9601 亿元，同比名义下降 2.5%。

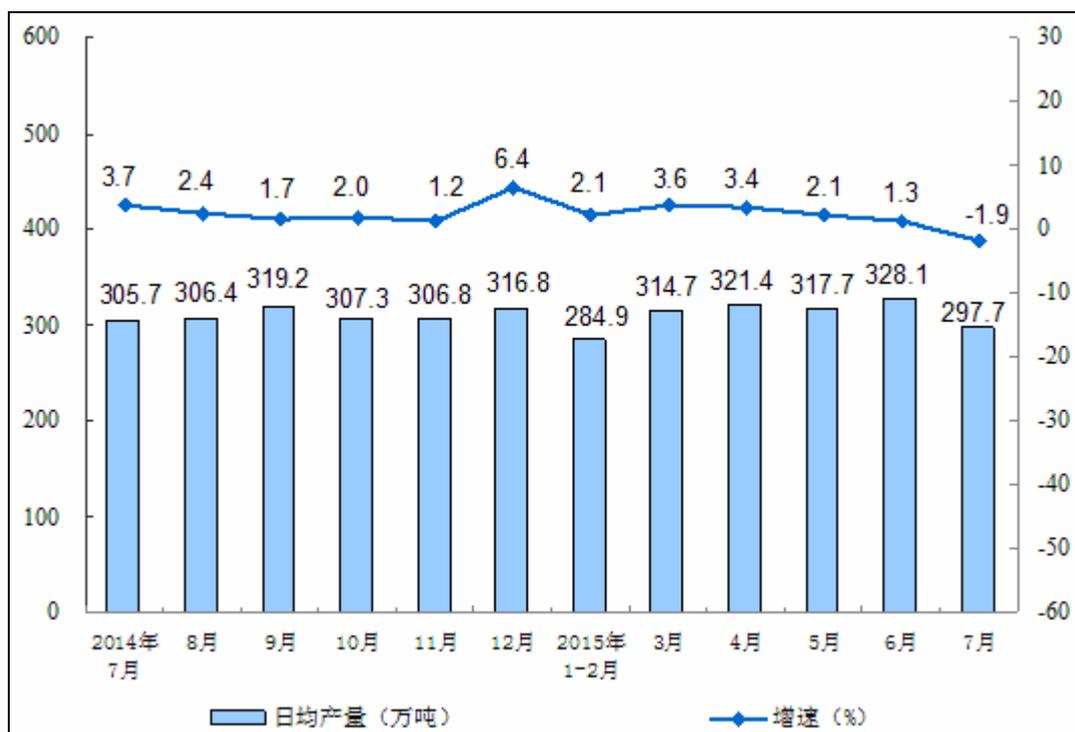
图表 2 2015 年 7 月份规模以上工业生产主要数据

	7 月		1-7 月	
	绝对量	同比增长 (%)	绝对量	同比增长 (%)
一、规模以上工业增加值	...	6.0	...	6.3
分三大门类				
采矿业	...	5.6	...	3.6
制造业	...	6.6	...	7.0
电力、热力、燃气及水生产和供应业	...	-0.2	...	1.8
分经济类型				
国有控股企业	...	0.0	...	1.6
集体企业	...	1.3	...	1.9
股份制企业	...	7.7	...	7.5
外商及港澳台商投资企业	...	2.6	...	3.6
主要行业增加值				
农副食品加工业	...	7.5	...	5.3
食品制造业	...	7.0	...	6.8
纺织业	...	8.0	...	7.2
化学原料和化学制品制造业	...	8.8	...	9.5
医药制造业	...	10.3	...	10.1
橡胶和塑料制品业	...	10.3	...	8.6
非金属矿物制品业	...	6.6	...	6.4
黑色金属冶炼和压延加工业	...	4.1	...	5.0
有色金属冶炼和压延加工业	...	13.0	...	10.9
金属制品业	...	7.7	...	8.2
通用设备制造业	...	4.0	...	3.6
专用设备制造业	...	4.8	...	3.0
汽车制造业	...	-0.5	...	5.8
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	...	7.7	...	9.5

电气机械和器材制造业	...	7.5	...	7.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	...	9.4	...	10.6
电力、热力生产和供应业	...	-0.9	...	0.9
主要产品产量				
布 (亿米)	61	3.2	395	3.4
硫酸 (折 100%) (万吨)	728	1.4	5126	4.9
烧碱 (折 100%) (万吨)	246	-3.9	1779	-1.5
乙烯 (万吨)	146	-2.3	992	-0.1
化学纤维 (万吨)	389	5.5	2699	10.3
水泥 (万吨)	21193	-4.7	129059	-5.0
平板玻璃 (万重量箱)	5926	-13.5	45640	-7.4
生铁 (万吨)	5733	-4.8	41427	-2.8
粗钢 (万吨)	6584	-4.6	47604	-1.8
钢材 (万吨)	9230	-1.9	65091	1.5
十种有色金属 (万吨)	436	9.3	2949	9.4
氧化铝 (万吨)	465	6.3	3288	12.0
金属切削机床 (万台)	6	-13.0	45	-5.7
汽车 (万辆)	156.2	-11.2	1385.9	0.2
轿车 (万辆)	70.8	-26.3	664.5	-9.3
发电机组 (发电设备) (万千瓦)	847	-20.9	7389	-7.4
微型计算机设备 (万台)	2043	-23.9	16559	-13.4
移动通信手持机 (万台)	14206	6.6	90479	-2.7
集成电路 (亿块)	97	5.0	607	8.9
原煤 (万吨)	30666	-3.1	210012	-5.3
焦炭 (万吨)	3757	-6.5	26394	-3.9
发电量 (亿千瓦时)	5090	-2.0	32208	0.4
火力发电量 (亿千瓦时)	3658	-3.1	24555	-3.0
水力发电量 (亿千瓦时)	1098	-3.8	5348	9.6
原油加工量 (万吨)	4354	4.3	30129	4.7
天然原油 (万吨)	1810	4.2	12413	2.4
天然气 (亿立方米)	101	3.2	731	2.6
产品销售率 (%)	97.7	-0.1(百 分点)	97.5	0
出口交货值 (亿元)	9601	-2.5	65360	-0.9

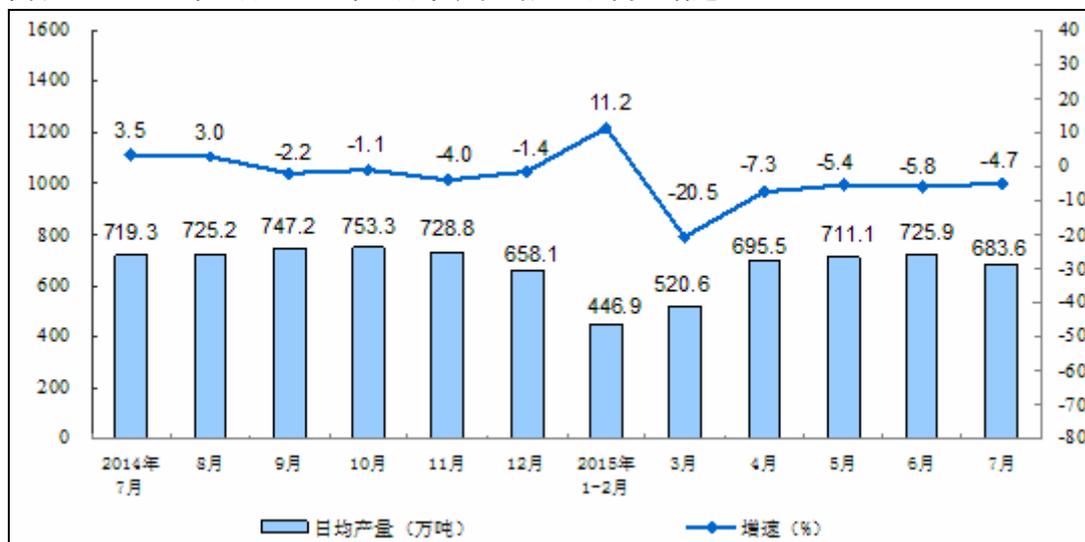
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 3 2014年7月-2015年7月钢材日均产量及同比增速



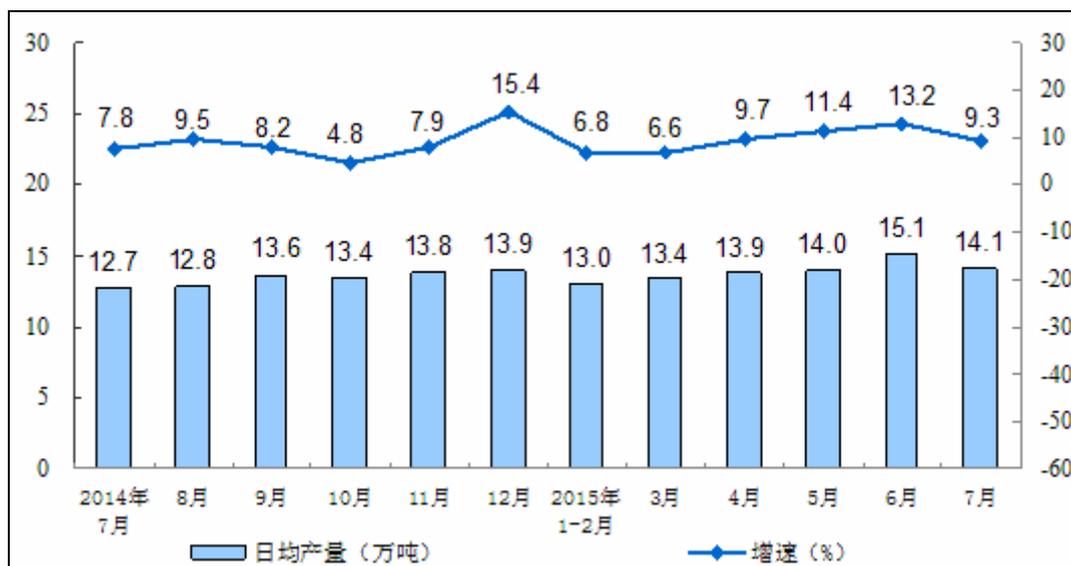
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 4 2014年7月-2015年7月水泥日均产量及同比增速



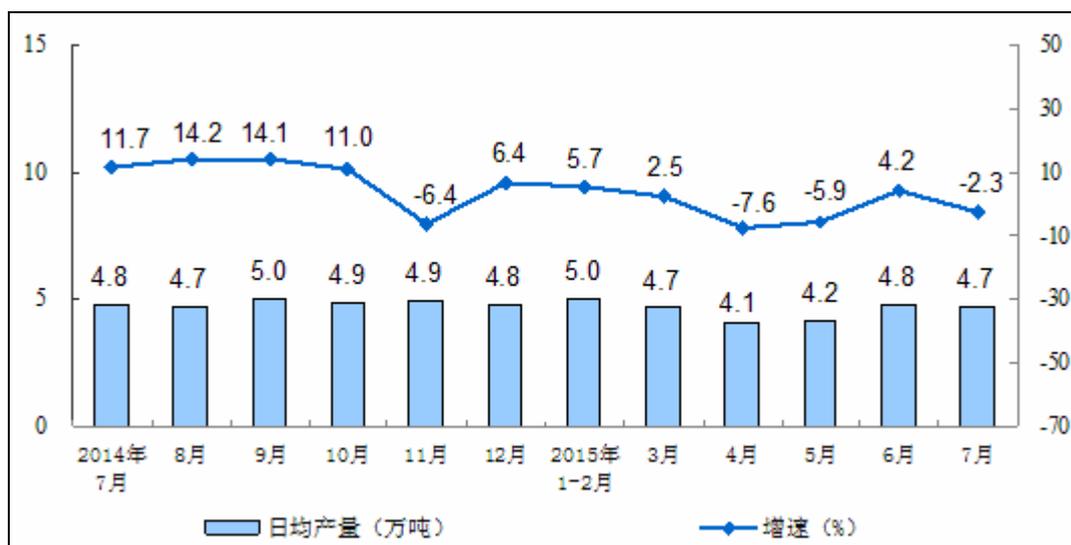
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 5 2014年7月-2015年7月十种有色金属日均产量及同比增速



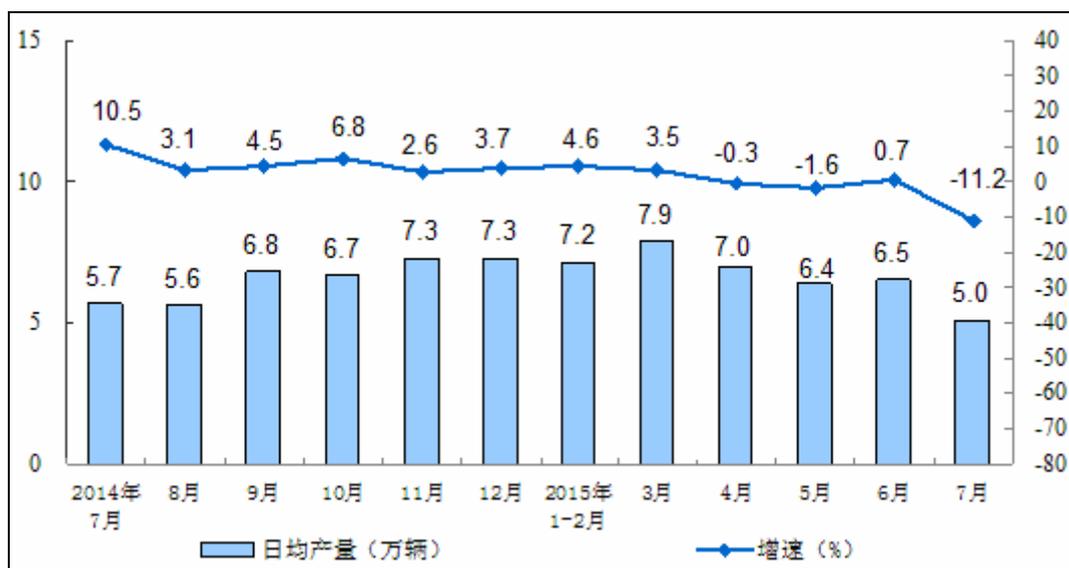
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 6 2014年7月-2015年7月乙烯日均产量及同比增速



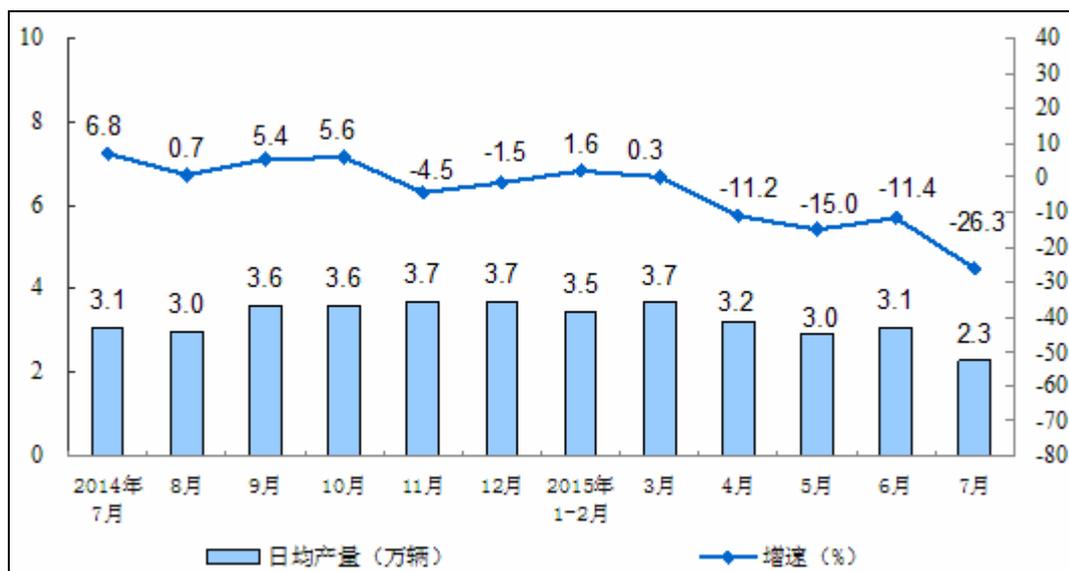
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 7 2014年7月-2015年7月汽车日均产量及同比增速



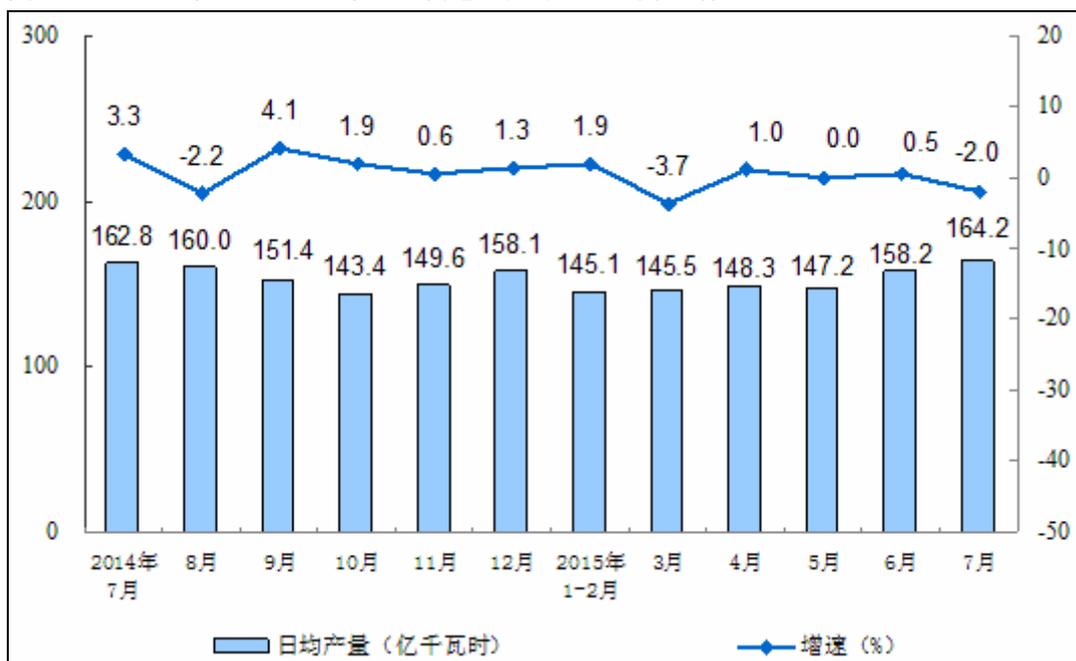
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 8 2014年7月-2015年7月轿车日均产量及同比增速



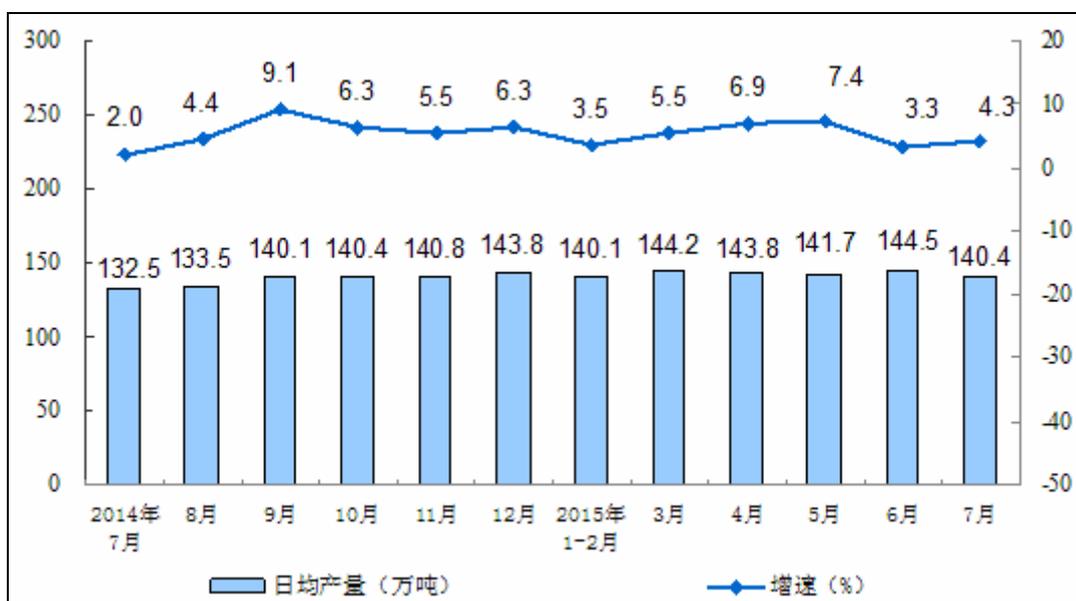
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 9 2014 年 7 月-2015 年 7 月发电量日均产量及同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 10 2014 年 7 月-2015 年 7 月原油加工量日均产量及同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

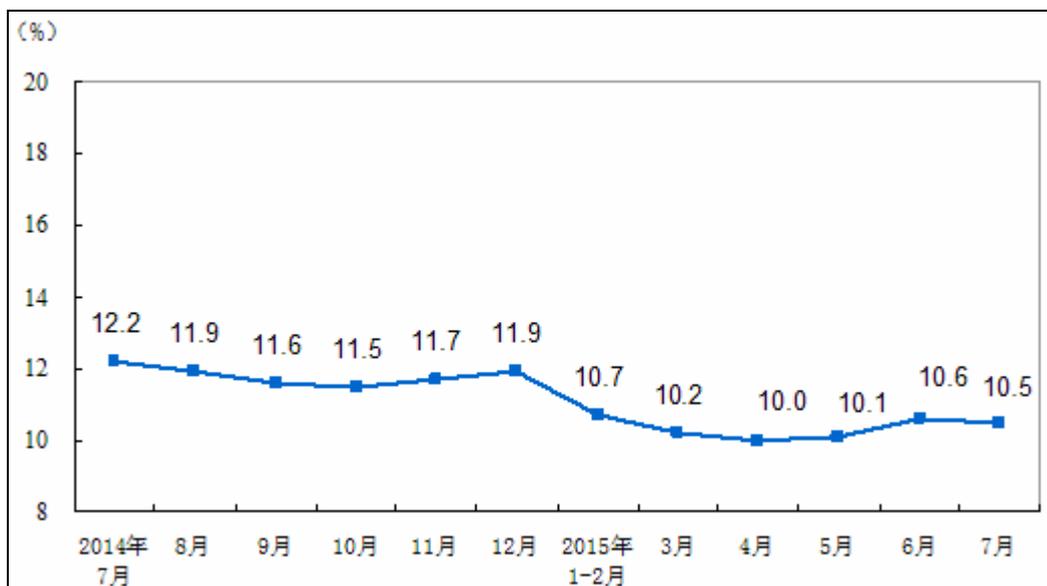
2、2015 年 7 月份社会消费品零售总额增长 10.5%

2015 年 7 月份，社会消费品零售总额 24339 亿元，同比名义增长 10.5% (扣除价格因素实际增长 10.4%，以下除特殊说明外均为名义增长)。其中，限额以

上单位消费品零售额 11005 亿元，增长 7.3%。

2015 年 1-7 月份，社会消费品零售总额 165916 亿元，同比增长 10.4%。其中，限额以上单位消费品零售额 77265 亿元，增长 7.3%。

图表 11 2014 年 7 月-2015 年 7 月社会消费品零售总额分月同比增长速度



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

按经营单位所在地分，7 月份，城镇消费品零售额 20996 亿元，同比增长 10.3%；乡村消费品零售额 3342 亿元，增长 11.9%。1-7 月份，城镇消费品零售额 142847 亿元，同比增长 10.2%；乡村消费品零售额 23069 亿元，增长 11.6%。

按消费类型分，7 月份，餐饮收入 2601 亿元，同比增长 12.2%；商品零售 21738 亿元，增长 10.3%。1-7 月份，餐饮收入 17597 亿元，同比增长 11.6%；商品零售 148319 亿元，增长 10.3%。

在商品零售中，7 月份，限额以上单位商品零售 10301 亿元，同比增长 7.2%。1-7 月份，限额以上单位商品零售 72612 亿元，同比增长 7.4%。

2015 年 1-7 月份，全国网上零售额 19363 亿元，同比增长 37.7%。其中，实物商品网上零售额 16141 亿元，增长 37.0%，占社会消费品零售总额的比重为 9.7%；非实物商品网上零售额 3222 亿元，增长 41.0%。在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长 44.1%、28.7%和 40.2%。

图表 12 2015 年 7 月份社会消费品零售总额主要数据

指标	7 月		1-7 月	
	绝对量 (亿元)	同比增 长 (%)	绝对量 (亿元)	同比增 长 (%)
社会消费品零售总额	24339	10.5	165916	10.4
其中：限额以上单位消费品零售额	11005	7.3	77265	7.3
其中：实物商品网上零售额	-	-	16141	37.0
按经营地分				
城镇	20996	10.3	142847	10.2
乡村	3342	11.9	23069	11.6
按消费类型分				
餐饮收入	2601	12.2	17597	11.6
其中：限额以上单位餐饮收入	705	8.1	4653	6.6
商品零售	21738	10.3	148319	10.3
其中：限额以上单位商品零售	10301	7.2	72612	7.4
粮油、食品类	1032	16.7	7270	13.2
饮料类	164	17.3	1067	14.3
烟酒类	292	15.6	2149	11.5
服装鞋帽、针纺织品	928	10.2	7303	10.6
化妆品	147	6.4	1129	8.9
金银珠宝	214	14.2	1764	6.2
日用品	386	11.8	2656	12.5
家用电器和音像器材	653	8.0	4481	10.3
中西药品	631	15.5	4314	14.6
文化办公用品	237	11.6	1547	13.9
家具	195	16.0	1274	16.5
通讯器材	271	29.8	1852	35.9
石油及制品	1556	-7.2	10452	-6.6
汽车	2721	2.5	19455	4.3
建筑及装潢材料	245	17.9	1524	17.5

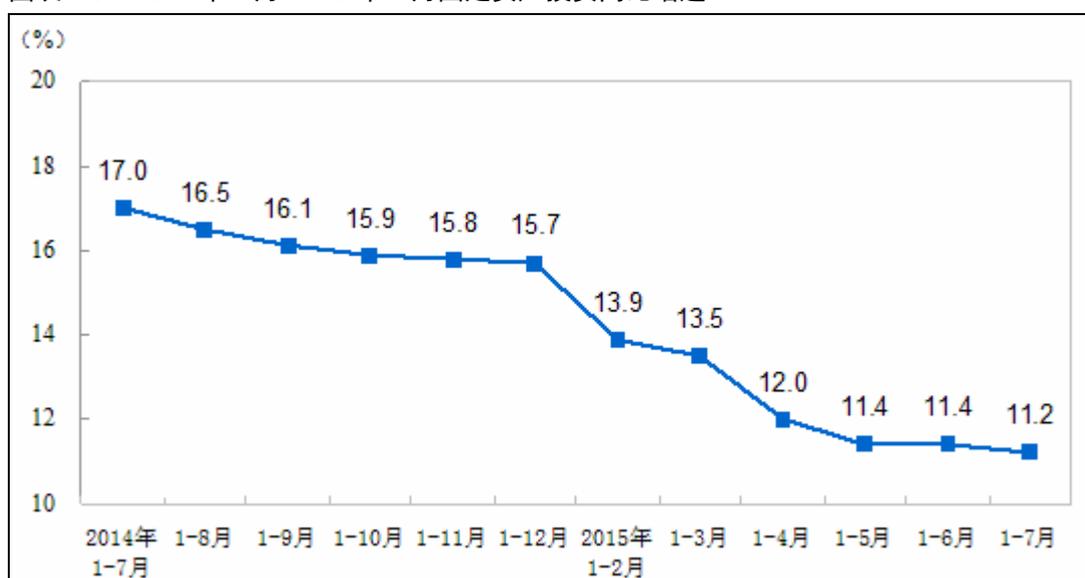
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2015 年 1-7 月份全国固定资产投资（不含农户）增长 11.2%

2015 年 1-7 月份，全国固定资产投资（不含农户）288469 亿元，同比名义增长 11.2%，增速比 1-6 月份回落 0.2 个百分点。从环比速度看，7 月份固定资

产投资（不含农户）增长 0.75%。

图表 13 2014 年 1 月-2015 年 7 月固定资产投资同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分产业看，1-7 月份，第一产业投资 7741 亿元，同比增长 28.2%，增速比 1-6 月份提高 0.4 个百分点；第二产业投资 118891 亿元，增长 9%，增速回落 0.3 个百分点；第三产业投资 161837 亿元，增长 12.1%，增速回落 0.3 个百分点。

第二产业中，工业投资 116639 亿元，同比增长 9%，增速比 1-6 月份回落 0.3 个百分点；其中，采矿业投资 6665 亿元，下降 6.5%，降幅缩小 1.2 个百分点；制造业投资 96755 亿元，增长 9.2%，增速回落 0.5 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业投资 13219 亿元，增长 17.4%，增速提高 0.3 个百分点。

第三产业中，基础设施投资（不含电力）49835 亿元，同比增长 18.2%，增速比 1-6 月份回落 0.9 个百分点。其中，水利管理业投资增长 16.6%，增速提高 2.1 个百分点；公共设施管理业投资增长 18.3%，增速回落 0.8 个百分点；道路运输业投资增长 19.9%，增速回落 2.3 个百分点；铁路运输业投资增长 10.9%，增速回落 8 个百分点。

分地区看，1-7 月份，东部地区投资 133940 亿元，同比增长 9.7%，增速比 1-6 月份回落 0.4 个百分点；中部地区投资 82075 亿元，增长 14.7%，增速回落 0.2 个百分点；西部地区投资 70399 亿元，增长 9.5%，增速回落 0.4 个百分点。

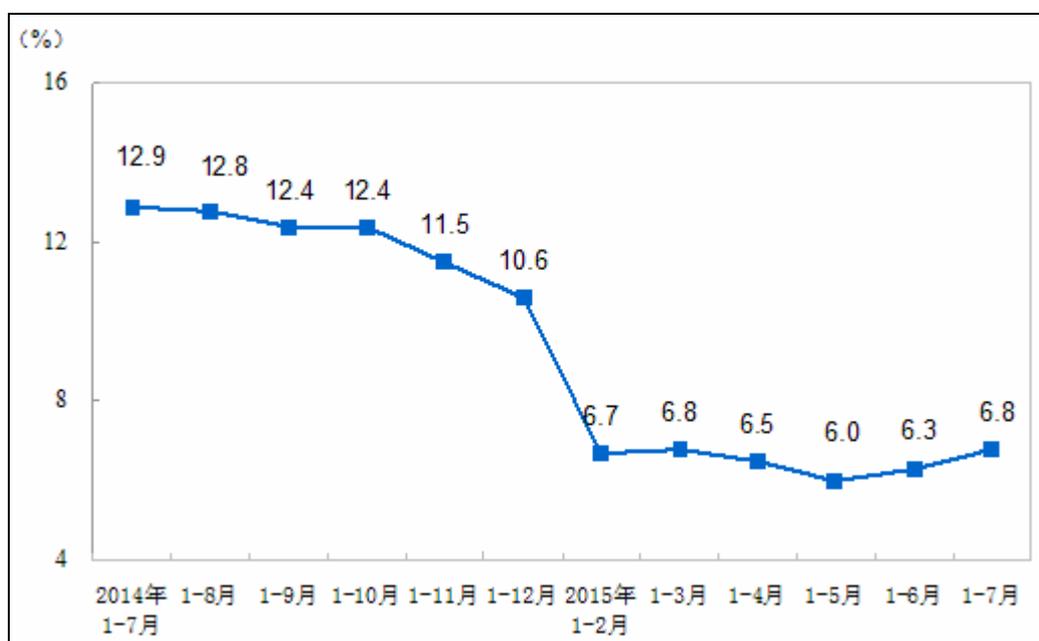
分登记注册类型看,1-7月份,内资企业投资 274763 亿元,同比增长 11.6%,增速比 1-6 月份回落 0.2 个百分点;港澳台商投资 6666 亿元,增长 6.9%,增速回落 2.2 个百分点;外商投资 6032 亿元,增长 1.4%,增速回落 1.9 个百分点。

从项目隶属关系看,1-7月份,中央项目投资 12144 亿元,同比增长 3.9%,增速比 1-6 月份提高 2.9 个百分点;地方项目投资 276325 亿元,增长 11.5%,增速回落 0.4 个百分点。

从施工和新开工项目情况看,1-7月份,施工项目计划总投资 807025 亿元,同比增长 4.2%,增速比 1-6 月份提高 0.5 个百分点;新开工项目计划总投资 227112 亿元,增长 2.4%,增速提高 0.8 个百分点。

从到位资金情况看,1-7月份,固定资产投资到位资金 312572 亿元,同比增长 6.8%,增速比 1-6 月份提高 0.5 个百分点。其中,国家预算资金增长 20.2%,增速提高 1.6 个百分点;国内贷款下降 4.2%,降幅缩小 0.6 个百分点;自筹资金增长 8.6%,增速与 1-6 月份持平;利用外资下降 23.9%,降幅缩小 7 个百分点;其他资金增长 4.5%,增速提高 2.1 个百分点。

图表 14 2014 年 1 月-2015 年 7 月固定资产投资到位资金同比增速



数据来源: 国家统计局、中商产业研究院

图表 15 2015 年 1-7 月份固定资产投资主要数据

指标	2015 年 1-7 月份	
	绝对量	同比增长 (%)
固定资产投资 (不含农户) (亿元)	288469	11.2
其中: 国有控股	90411	12.0
分项目隶属关系		
中央项目	12144	3.9
地方项目	276325	11.5
按构成分		
建筑安装工程	200474	12.6
设备工器具购置	54683	9.9
其他费用	33312	5.1
分产业		
第一产业	7741	28.2
第二产业	118891	9.0
第三产业	161837	12.1
分行业		
农林牧渔业	9534	28.4
采矿业	6665	-6.5
其中: 煤炭开采和洗选业	2130	-13.4
石油和天然气开采业	1588	1.1
黑色金属矿采选业	777	-16.8
有色金属矿采选业	795	-5.1
非金属矿采选业	1131	6.6
制造业	96755	9.2
其中: 农副食品加工业	5508	7.0
食品制造业	2668	17.0
纺织业	3149	13.1
化学原料和化学制品制造业	8315	6.8
医药制造业	3011	9.2
橡胶和塑料制品业	3481	8.8
非金属矿物制品业	9035	8.2
黑色金属冶炼和压延加工业	2293	-12.3
有色金属冶炼和压延加工业	3150	2.0

金属制品业	5073	10.6
通用设备制造业	7179	10.2
专用设备制造业	6625	8.1
汽车制造业	6113	11.3
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	1751	5.9
电气机械和器材制造业	6154	10.0
计算机、通信和其他电子设备制造业	4916	19.0
电力、热力、燃气及水生产和供应业	13219	17.4
其中：电力、热力生产和供应业	10047	15.8
建筑业	2667	4.3
交通运输、仓储和邮政业	24418	19.8
其中：铁路运输业	3366	10.9
道路运输业	14549	19.9
水利、环境和公共设施管理业	27494	18.2
其中：水利管理业	3689	16.6
公共设施管理业	22725	18.3
教育	3932	15.8
卫生和社会工作	2543	30.1
文化、体育和娱乐业	3572	10.9
公共管理、社会保障和社会组织	3707	13.1
分注册类型		
其中：内资企业	274763	11.6
港澳台商投资企业	6666	6.9
外商投资企业	6032	1.4
分施工和新开工项目		
施工项目计划总投资	807025	4.2
新开工项目计划总投资	227112	2.4
固定资产投资（不含农户）到位资金	312572	6.8
其中：国家预算资金	15765	20.2
国内贷款	35126	-4.2
利用外资	1707	-23.9
自筹资金	221548	8.6
其他资金	38426	4.5

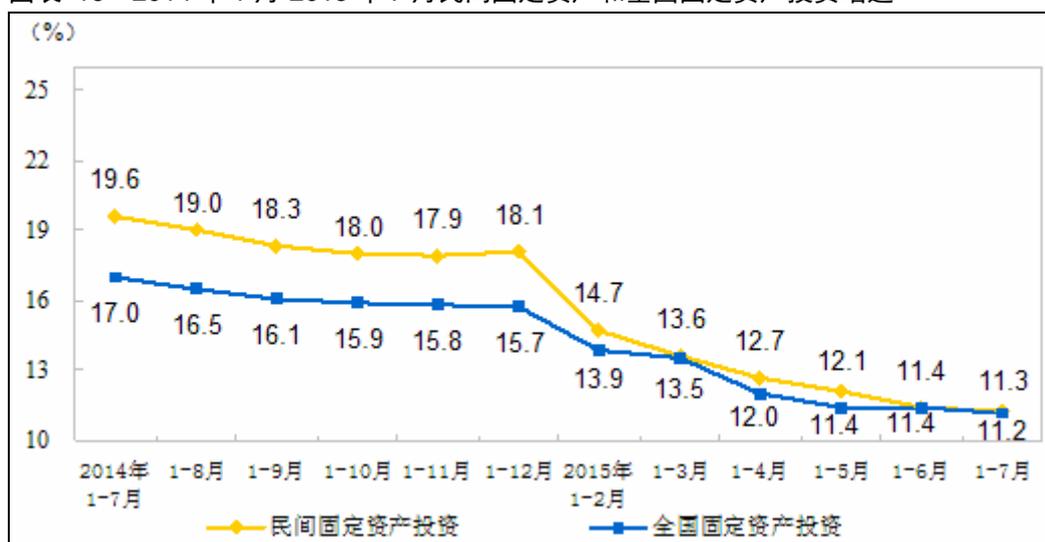
注明：不含农户

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

4、2015 年 1-7 月份民间固定资产投资增长 11.3%

2015 年 1-7 月份，民间固定资产投资 187534 亿元，同比名义增长 11.3%，增速比 1-6 月份回落 0.1 个百分点，比全国固定资产投资(不含农户)增速高 0.1 个百分点。民间固定资产投资占全国固定资产投资（不含农户）的比重为 65%。

图表 16 2014 年 1 月-2015 年 7 月民间固定资产和全国固定资产投资增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分地区看，东部地区民间固定资产投资 91451 亿元，同比增长 11.2%，增速与 1-6 月份持平；中部地区 59698 亿元，增长 15.8%，增速回落 0.2 个百分点；西部地区 36384 亿元，增长 5.0%，增速回落 0.3 个百分点。

分产业看，第一产业民间固定资产投资 6255 亿元，同比增长 31.6%，增速比 1-6 月份加快 0.2 个百分点；第二产业 94271 亿元，增长 10.4%，增速回落 0.4 个百分点；第三产业 87007 亿元，增长 11%，增速加快 0.1 个百分点。

第二产业中，工业民间固定资产投资 93262 亿元，同比增长 10.4%，增速比 1-6 月份回落 0.4 个百分点。其中，采矿业 3825 亿元，下降 7.5%，降幅比 1-6 月份收窄 0.4 个百分点；制造业 84672 亿元，增长 10.3%，增速回落 0.4 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业 4765 亿元，增长 33.5%，增速加快 0.7 个百分点。

图表 17 2015 年 1-7 月份民间固定资产投资主要数据

指标	1-7 月份	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
民间固定资产投资	187534	11.3
分地区		
东部地区	91451	11.2
中部地区	59698	15.8
西部地区	36384	5.0
分产业		
第一产业	6255	31.6
第二产业	94271	10.4
第三产业	87007	11.0
分行业		
农林牧渔业	7123	30.6
采矿业	3825	-7.5
其中：煤炭开采和洗选业	1211	-9.4
石油和天然气开采业	132	-22.2
黑色金属矿采选业	674	-17.8
有色金属矿采选业	601	-7.6
非金属矿采选业	1066	6.2
制造业	84672	10.3
其中：非金属矿物制品业	8638	9.2
黑色金属冶炼和压延加工业	1812	-13.6
有色金属冶炼和压延加工业	2713	3.8
通用设备制造业	6690	11.6
专用设备制造业	6050	11.3
汽车制造业	4558	9.0
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	1224	-0.8
电气机械和器材制造业	5495	8.7
计算机、通信和其他电子设备制造业	3263	23.8
电力、热力、燃气及水生产和供应业	4765	33.5
其中：电力、热力生产和供应业	3399	35.4
建筑业	1245	7.4
交通运输、仓储和邮政业	6327	23.9

其中：铁路运输业	154	1.0
道路运输业	2197	27.0
水利、环境和公共设施管理业	7209	26.8
其中：水利管理业	513	28.4
公共设施管理业	6253	27.4
教育	1101	12.6
卫生和社会工作	1023	60.0
文化、体育和娱乐业	2119	20.0
公共管理、社会保障和社会组织	1170	21.4

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

5、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2015年8月1-10日）

2015年8月上旬，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7月下旬相比，11种产品价格上涨，32种下降，7种持平。

图表 18 2015年8月1-10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	2199.7	154.2	7.5
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	2285.0	128.7	6.0
普通中板（20mm, Q235）	吨	2185.7	50.7	2.4
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	2240.0	36.2	1.6
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	3072.1	-14.9	-0.5
角钢（5#）	吨	2477.4	3.7	0.1
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	38518.2	-1023.2	-2.6
铝锭（A00）	吨	11975.7	-209.4	-1.7
铅锭（1#）	吨	13167.5	0.3	0.0
锌锭（0#）	吨	14902.3	-313.8	-2.1
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	425.0	5.0	1.2
烧碱（液碱，32%）	吨	590.9	3.0	0.5
甲醇（优等品）	吨	1924.8	-175.9	-8.4

纯苯（石油苯，工业级）	吨	5091.7	-197.2	-3.7
苯乙烯（一级品）	吨	8875.0	-411.1	-4.4
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	9205.4	-159.4	-1.7
聚丙烯（T30S）	吨	8270.9	-119.4	-1.4
聚氯乙烯（SG5）	吨	5288.7	-80.4	-1.5
顺丁胶（BR9000）	吨	9167.5	-511.7	-5.3
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	7420.0	-130.0	-1.7
四、石油天然气				
液化天然气（LNG）	吨	3754.1	-29.0	-0.8
液化石油气（LPG）	吨	3550.6	-33.9	-0.9
汽油（97#）	吨	7781.4	-225.0	-2.8
汽油（93#）	吨	6431.2	-195.1	-2.9
柴油（0#）	吨	4913.9	-126.2	-2.5
石蜡（58#半）	吨	7173.1	-77.5	-1.1
五、煤炭				
无烟煤（2号洗中块）	吨	891.7	-4.1	-0.5
普通混煤（4500大卡）	吨	328.0	-2.0	-0.6
山西大混（5000大卡）	吨	358.0	-2.0	-0.6
山西优混（5500大卡）	吨	410.0	-5.0	-1.2
大同混煤（5800大卡）	吨	468.0	-2.0	-0.4
焦煤（1/3焦煤）	吨	560.0	0.0	0.0
焦炭（二级冶金焦）	吨	707.5	-14.3	-2.0
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥（P.C 32.5袋装）	吨	239.4	-2.2	-0.9
普通硅酸盐水泥（P.O 42.5散装）	吨	247.7	-0.4	-0.2
浮法平板玻璃（4.8-5mm）	吨	1104.5	5.0	0.5
七、农产品				
稻米（粳稻米）	吨	4400.6	0.0	0.0
小麦（国标三等）	吨	2372.7	-4.9	-0.2
玉米（黄玉米二等）	吨	2316.8	-11.2	-0.5
棉花（皮棉，白棉三级）	吨	13163.7	-4.2	0.0
生猪（外三元）	千克	18.5	0.6	3.4
大豆（黄豆）	吨	4159.7	5.4	0.1
豆粕（粗蛋白含量≥43%）	吨	2734.8	-26.6	-1.0
花生（油料花生米）	吨	7733.3	0.0	0.0

八、农业生产资料				
尿素（小颗粒）	吨	1681.2	-58.8	-3.4
复合肥（硫酸钾复合肥）	吨	2814.0	0.0	0.0
农药(草甘膦，95%原药)	吨	18757.5	-28.6	-0.2
九、林产品				
人造板（1220*2440*15mm）	张	50.9	0.0	0.0
纸浆（漂白化学浆）	吨	4651.0	88.2	1.9
瓦楞纸（高强）	吨	2571.6	-14.4	-0.6

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

6、50个城市主要食品平均价格变动情况（2015年8月1-10日）

图表 19 2015年8月1-10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	6.18	-0.01	-0.2
面粉	富强粉	千克	6.05	0.02	0.3
面粉	标准粉	千克	4.76	0.00	0.0
豆制品	豆腐	千克	4.65	0.01	0.2
花生油	压榨一级	升	27.33	0.08	0.3
大豆油	5L桶装	升	10.06	0.04	0.4
菜籽油	一级散装	升	13.35	0.02	0.2
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	29.66	0.83	2.9
猪肉	五花肉	千克	29.88	0.82	2.8
牛肉	腿肉	千克	67.15	0.11	0.2
羊肉	腿肉	千克	62.34	-0.07	-0.1
鸡	白条鸡	千克	20.91	0.04	0.2
鸡	鸡胸肉	千克	20.61	-0.01	-0.1
鸭	白条鸭	千克	18.24	0.01	0.1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	9.89	0.52	5.6
活鲤鱼		千克	16.09	-0.02	-0.1
活草鱼		千克	16.15	0.00	0.0
带鱼		千克	32.74	-0.07	-0.2
大白菜		千克	3.32	0.05	1.5
油菜		千克	5.74	0.42	7.9
芹菜		千克	6.33	0.11	1.8
黄瓜		千克	5.52	0.68	14.1
西红柿		千克	5.54	0.28	5.3
豆角		千克	7.88	0.66	9.1
土豆		千克	4.08	-0.03	-0.7
苹果	富士苹果	千克	13.72	-0.05	-0.4
香蕉	国产	千克	5.98	0.00	0.0

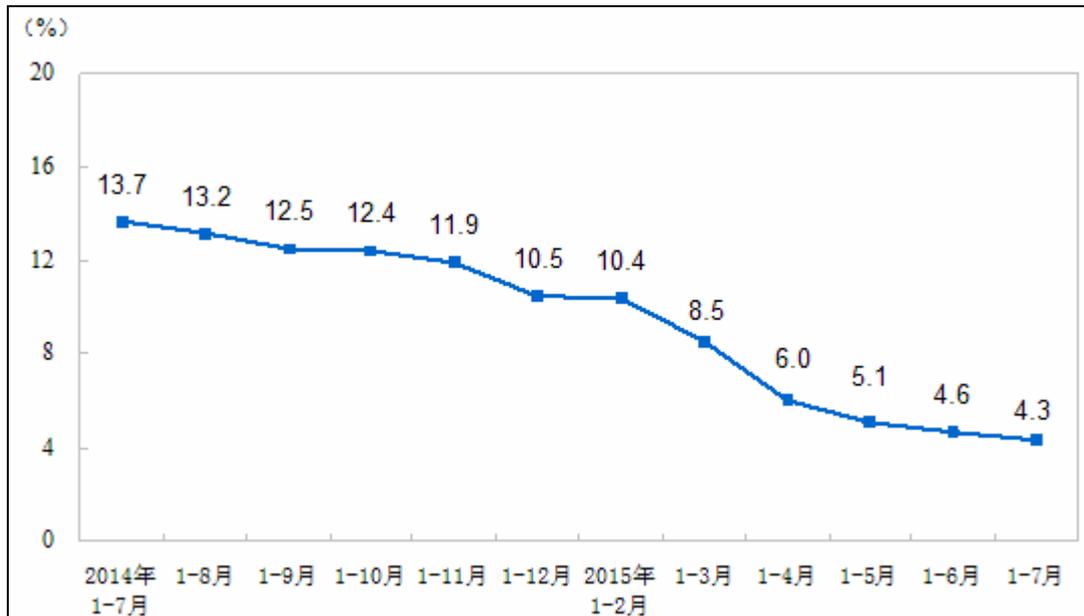
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

7、2015年1-7月份全国房地产开发和销售情况

一、房地产开发投资完成情况

2015年1-7月份，全国房地产开发投资52562亿元，同比名义增长4.3%，增速比1-6月份回落0.3个百分点。其中，住宅投资35380亿元，增长3.0%，增速提高0.2个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.3%。

图表 20 2014 年 1 月-2015 年 7 月全国房地产开发投资增速



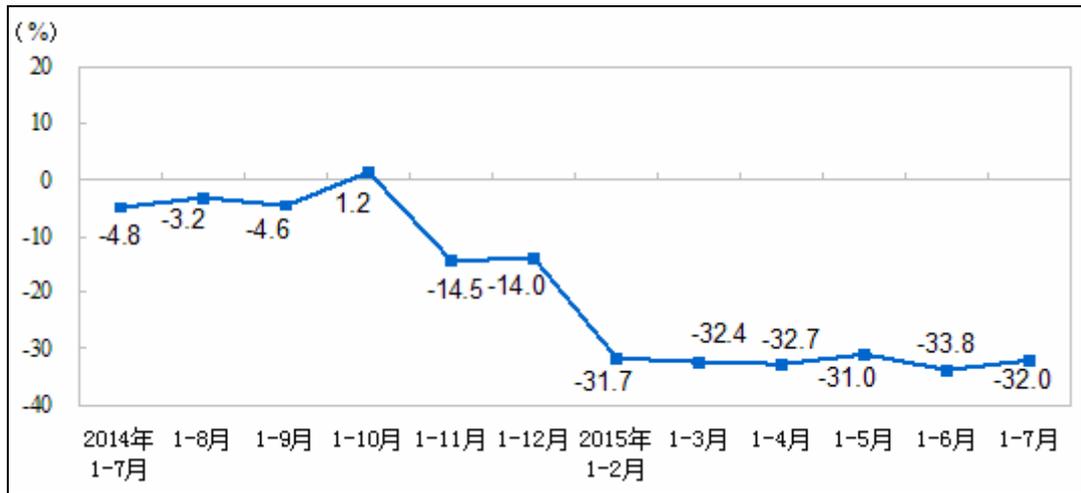
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

1-7 月份，东部地区房地产开发投资 30186 亿元，同比增长 4.7%，增速比 1-6 月份回落 0.2 个百分点；中部地区投资 10781 亿元，增长 3.9%，增速提高 0.3 个百分点；西部地区投资 11596 亿元，增长 3.8%，增速回落 0.9 个百分点。

1-7 月份，房地产开发企业房屋施工面积 654172 万平方米，同比增长 3.4%，增速比 1-6 月份回落 0.9 个百分点。其中，住宅施工面积 456008 万平方米，增长 1.0%。房屋新开工面积 81731 万平方米，下降 16.8%，降幅扩大 1 个百分点。其中，住宅新开工面积 56684 万平方米，下降 17.9%。房屋竣工面积 37833 万平方米，下降 13.1%，降幅收窄 0.7 个百分点。其中，住宅竣工面积 28077 万平方米，下降 15.6%。

1-7 月份，房地产开发企业土地购置面积 12113 万平方米，同比下降 32.0%，降幅比 1-6 月份收窄 1.8 个百分点；土地成交价款 3593 亿元，下降 25.6%，降幅收窄 3.3 个百分点。

图表 21 2014年1月-2015年7月全国房地产开发企业土地购置面积增速

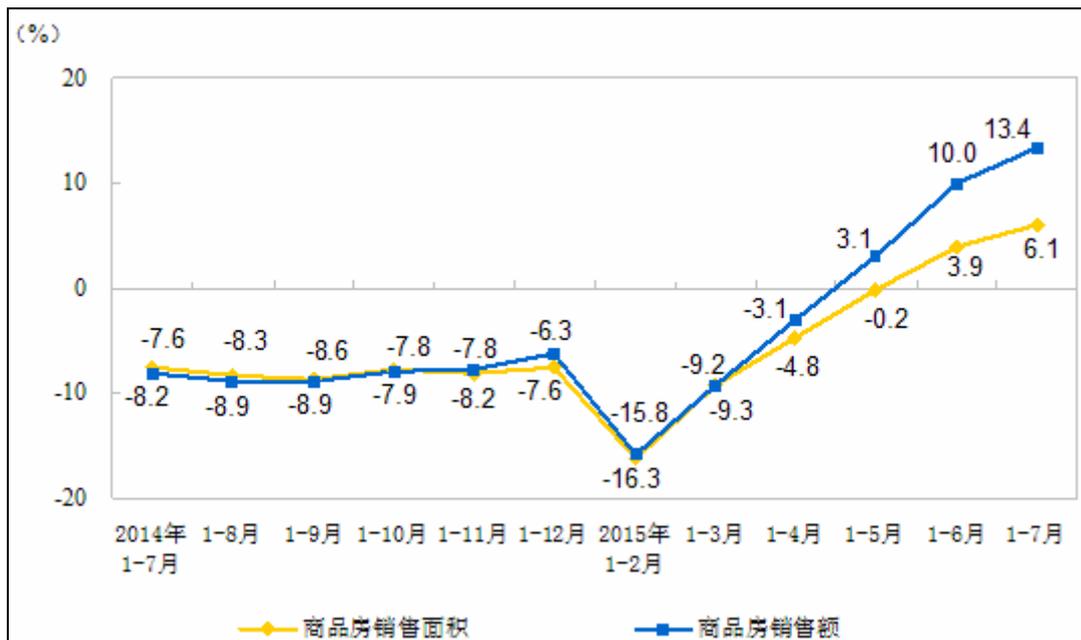


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

二、商品房销售和待售情况

1-7月份，商品房销售面积59914万平方米，同比增长6.1%，增速比1-6月份提高2.2个百分点。其中，住宅销售面积增长6.9%，办公楼销售面积下降0.4%，商业营业用房销售面积增长2.3%。商品房销售额41171亿元，增长13.4%，增速提高3.4个百分点。其中，住宅销售额增长16.8%，办公楼销售额增长2.1%，商业营业用房销售额下降1.9%。

图表 22 2014年1月-2015年7月全国商品房销售面积及销售额增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

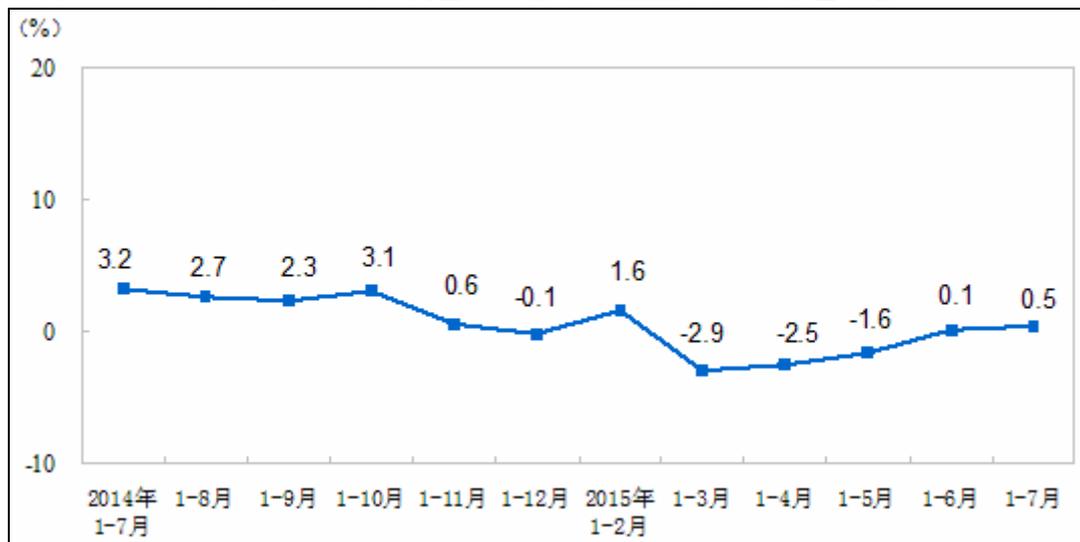
1-7 月份，东部地区商品房销售面积 28710 万平方米，同比增长 8.6%，增速比 1-6 月份提高 2.7 个百分点；销售额 25146 亿元，增长 19.6%，增速提高 4.3 个百分点。中部地区商品房销售面积 15698 万平方米，增长 3.3%，增速提高 2 个百分点；销售额 8057 亿元，增长 5.8%，增速提高 2.7 个百分点。西部地区商品房销售面积 15506 万平方米，增长 4.4%，增速提高 1.3 个百分点；销售额 7968 亿元，增长 3.8%，增速提高 1.3 个百分点。

7 月末，商品房待售面积 66259 万平方米，比 6 月末增加 521 万平方米。其中，住宅待售面积增加 221 万平方米，办公楼待售面积增加 98 万平方米，商业营业用房待售面积增加 136 万平方米。

三、房地产开发企业到位资金情况

1-7 月份，房地产开发企业到位资金 69301 亿元，同比增长 0.5%，增速比 1-6 月份提高 0.4 个百分点。其中，国内贷款 12515 亿元，下降 4.5%；利用外资 185 亿元，下降 24.5%；自筹资金 27761 亿元，下降 1.1%；其他资金 28840 亿元，增长 4.7%。在其他资金中，定金及预收款 16965 亿元，增长 2.4%；个人按揭贷款 8608 亿元，增长 12.5%。

图表 23 2014 年 1 月-2015 年 7 月全国房地产开发企业本年到位资金增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

四、房地产开发景气指数

7 月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为 93.03，比上月

提高 0.4 点。

图表 24 2015 年 1-7 月份全国房地产开发和销售情况

指标	绝对量	同比增长 (%)
房地产开发投资 (亿元)	52562	4.3
其中: 住宅	35380	3.0
办公楼	3264	13.5
商业营业用房	8021	7.6
房屋施工面积 (万平方米)	654172	3.4
其中: 住宅	456008	1.0
办公楼	29116	13.4
商业营业用房	88273	9.6
房屋新开工面积 (万平方米)	81731	-16.8
其中: 住宅	56684	-17.9
办公楼	3296	-14.8
商业营业用房	12076	-9.3
房屋竣工面积 (万平方米)	37833	-13.1
其中: 住宅	28077	-15.6
办公楼	1293	14.6
商业营业用房	4526	-8.2
土地购置面积 (万平方米)	12113	-32.0
土地成交价款 (亿元)	3593	-25.6
商品房销售面积 (万平方米)	59914	6.1
其中: 住宅	53009	6.9
办公楼	1270	-0.4
商业营业用房	3994	2.3
商品房销售额 (亿元)	41171	13.4
其中: 住宅	34884	16.8
办公楼	1586	2.1
商业营业用房	3895	-1.9
商品房待售面积 (万平方米)	66259	20.0
其中: 住宅	43055	18.1
办公楼	3081	43.3
商业营业用房	12540	18.9
房地产开发企业到位资金 (亿元)	69301	0.5
其中: 国内贷款	12515	-4.5

利用外资	185	-24.5
自筹资金	27761	-1.1
其他资金	28840	4.7
其中：定金及预收款	16965	2.4
个人按揭贷款	8608	12.5

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 25 2015 年 1-7 月份东中西部地区房地产开发投资情况

地 区	投资额 (亿元)		同比增长 (%)	
		住 宅		住 宅
全国总计	52562	35380	4.3	3.0
东部地区	30186	20254	4.7	3.8
中部地区	10781	7506	3.9	2.1
西部地区	11596	7621	3.8	1.6

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 26 2015 年 1-7 月份东中西部地区房地产销售情况

地 区	商品房销售面积		商品房销售额	
	绝对数 (万平方米)	同比增长 (%)	绝对数 (亿元)	同比增长 (%)
全国总计	59914	6.1	41171	13.4
东部地区	28710	8.6	25146	19.6
中部地区	15698	3.3	8057	5.8
西部地区	15506	4.4	7968	3.8

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

8、中国商业银行上半年实现净利润 8715 亿元

数据显示，上半年，商业银行实现净利润 8715 亿元，与去年同期持平；商业银行不良贷款率 1.5%，较上季末上升 0.11 个百分点。

银监会的数据显示，截至二季度末，我国银行业金融机构本外币资产总额为 188.5 万亿元，同比增长 12.75%。其中，大型商业银行资产占比 41.2%，股份制商业银行资产占比 18.59%。商业银行实现净利润 8715 亿元，与去年同期持平；商业银行平均资产利润率为 1.23%，同比下降 0.15 个百分点；平均资本利润率 17.26%，同比下降 3.4 个百分点。

银监会相关负责人指出，银行业信用风险总体可控，针对信用风险计提的减值准备较为充足。二季度末，商业银行不良贷款余额 10919 亿元，较上季末增加 1094 亿元；商业银行不良贷款率 1.5%，较上季末上升 0.11 个百分点；商业银行贷款损失准备余额为 21662 亿元，较上季末增加 835 亿元；拨备覆盖率为 198.39%，较上季末下降 13.59 个百分点。

此外，截至二季度末，商业银行加权平均资本充足率为 12.95%，较上季末下降 0.18 个百分点。商业银行流动性比例为 46.18%，较上季末下降 1.28 个百分点；人民币超额备付金率 2.91%，较上季末上升 0.61 个百分点；存贷比为 65.80%，较上季度末上升 0.13 个百分点。

9、2015 年 7 月财政收支情况

一、全国一般公共预算收支情况

（一）一般公共预算收入情况

7 月份，全国一般公共预算收入 14249 亿元，比上年同月增长 12.5%，同口径增长 9.1%。其中，中央一般公共预算收入 7059 亿元，增长 11.4%，同口径增长 10.8%；地方本级一般公共预算收入 7190 亿元，增长 13.6%，同口径增长 7.5%。全国一般公共预算收入中的税收收入 12287 亿元，同比增长 10.4%。

7 月份主要收入项目情况如下：

1. 国内增值税 2322 亿元，同比增长 3.2%。扣除营改增转移收入影响增长 2.3%。

2. 国内消费税 846 亿元，同比增长 23%。主要是提高成品油、卷烟消费税增收效应体现。

3. 营业税 1995 亿元，同比增长 16.1%。考虑营改增收入转移影响增长 15.3%，增幅比 6 月份提高 2.7 个百分点。分行业看，金融业营业税增长 19.5%，主要是资本市场服务、保险等营业税增长较快；房地产业营业税增长 12.7%，主要受商品房销售回暖带动。

4. 企业所得税 3934 亿元，同比增长 16.6%。分行业看，金融业企业所得税

增长 42.2%，主要是非银行金融企业本月预缴所得税增加；工业企业所得税下降 7.8%，主要是工业企业利润增速回落；房地产企业所得税增长 13.7%，增幅回升主要受近期商品房销售回升带动。

5. 个人所得税 713 亿元，同比增长 32.6%。其中，财产转让所得税增加 72 亿元、增长 1.5 倍；利息、股息、红利所得税增加 35 亿元，增长 52.2%。

6. 进口货物增值税、消费税 1131 亿元，同比下降 15.6%；关税 227 亿元，同比下降 15.9%。主要受当月一般贸易进口（按人民币）下降 11.9% 的影响。

7. 出口退税 963 亿元，同比增长 26.4%，主要是税务部门加快了出口退税进度。

8. 证券交易印花税 300 亿元，同比增加 254 亿元，增长 5.5 倍。

9. 地方其他税种收入情况：契税 280 亿元，同比下降 2%；土地增值税 260 亿元，同比增长 8.6%；城镇土地使用税 227 亿元，同比增长 15.5%；耕地占用税 51 亿元，同比下降 8.4%。受近月来商品房销售回暖带动，上述四项与房地产相关的税收合计当月增长 5.3%，增幅比上月回升 1.6 个百分点。

10. 非税收入 1963 亿元，比上年同月增加 433 亿元，增长 28.3%，同口径增长 1.9%。其中，中央非税收入 824 亿元，增长 66.9%，同口径增长 55.5%，主要是有关金融机构集中上缴收入增加；地方非税收入 1139 亿元，增长 9.9%，同口径下降 18.4%。

1-7 月累计，全国一般公共预算收入 93849 亿元，比上年同期增长 7.5%，同口径增长 5.4%。其中，中央一般公共预算收入 43008 亿元，增长 5.8%，同口径增长 5.5%；地方本级一般公共预算收入 50841 亿元，增长 9%，同口径增长 5.3%。全国一般公共预算收入中的税收收入 78793 亿元，同比增长 4.5%。

总的看，1-7 月全国一般公共预算收入同口径增幅比去年同期回落 3.1 个百分点，财政收入增长呈中速偏低态势。加上去年下半年中央财政收入基数抬高较多，今年后几个月财政收入增长压力仍然较大。各级收入征管部门要继续坚持依法征管、堵漏增收，同时严禁收取过头税、“空转”虚增收入等违法违规行为。

（二）一般公共预算支出情况

7月份，全国一般公共预算支出12732亿元，比上年同月增长24.1%，同口径增长22.4%。其中，中央本级一般公共预算支出2364亿元，增长48.6%，同口径增长48.1%；地方一般公共预算支出10368亿元，增长19.7%，同口径增长17.7%。当月财政支出增长较快，主要是加快部分重点支出预算执行进度以及落实调整工资标准。

1-7月累计，全国一般公共预算支出90020亿元，比上年同期增长13.4%，同口径增长12.1%，完成预算的52.5%，比去年同期进度加快0.6个百分点。其中，中央本级一般公共预算支出14461亿元，增长16.6%，同口径增长16.3%，完成预算的57.8%，比去年同期进度加快2.7个百分点；地方一般公共预算支出75559亿元，增长12.8%，同口径增长11.4%，完成代编预算的51.8%，比去年同期进度加快0.3个百分点。

在财政收入增长放缓的情况下，各级财政部门加强支出预算管理，积极盘活存量，民生等重点支出得到较好保障。1-7月累计，教育支出13218亿元，增长16%；文化体育与传媒支出1237亿元，增长8.2%；医疗卫生与计划生育支出6593亿元，增长19.2%；社会保障和就业支出11719亿元，增长21.4%；城乡社区支出8300亿元，增长17.5%；农林水支出7940亿元，增长15.4%；节能环保支出1783亿元，增长19.3%；交通运输支出6313亿元，增长17.8%。

二、全国政府性基金预算收支情况

（一）政府性基金预算收入情况

1-7月累计，全国政府性基金预算收入20396亿元，比去年同期下降33.9%，同口径下降29.9%。中央政府性基金预算收入2251亿元，增长0.6%，同口径增长5.5%。地方本级政府性基金预算收入18145亿元，下降36.6%，同口径下降32.7%，其中国有土地使用权出让收入15425亿元，同比减少9536亿元，下降38.2%。

（二）政府性基金预算支出情况

1-7月累计，全国政府性基金预算支出19557亿元，比去年同期下降23.2%，同口径下降20.5%。中央本级政府性基金预算支出1150亿元，下降19.8%，同

口径下降 17.8%。地方政府性基金预算支出 18407 亿元，下降 23.4%，同口径下降 20.7%，其中国有土地使用权出让收入安排的支出 15943 亿元，同比减少 5368 亿元，下降 25.2%。

10、7 月金融统计数据

8 月 11 日消息，7 月末，M2 余额 135.32 万亿元，同比增长 13.3%；M1 余额 35.31 万亿元，同比增长 6.6%；M0 余额 5.90 万亿元，同比增长 2.9%。本外币贷款余额 96.00 万亿元，同比增长 14.4%；月末人民币贷款余额 90.27 万亿元，同比增长 15.5%；当月人民币贷款增加 1.48 万亿元，同比多增 1.61 万亿元。本外币存款余额 137.92 万亿元，同比增长 12.9%；月末人民币存款余额 134.00 万亿元，同比增长 13.4%；当月人民币存款增加 2.17 万亿元，同比多增 3.14 万亿元。7 月份银行间市场同业拆借月加权平均利率 1.51%，质押式债券回购月加权平均利率 1.43%。7 月份跨境贸易人民币结算业务发生 6114 亿元，直接投资人民币结算业务发生 1215 亿元。

7 月社会融资规模环比大降 61%，但 M2 和新增人民币信贷远超预期。“宽信用”和地方政府债务置换推动 M2 增速升至 13.3%，较前月上升 1.5 个百分点；7 月新增信贷创六年来新高，主要是非银同业贷款增加较多，当月非银同业贷款增加 8864 亿元，可能因为资本市场波动，银行对证券公司授信较多；而企业贷款需求疲弱，实体经济信贷需求依然不旺，中长期贷款占全部信贷规模的 26%，票据融资占比 17%，短期贷款负增长。

三、投资市场

1、PE 新三板黄金时代：五虎争雄头牌九鼎 95%日子都不好过

自 2014 年 IPO 重启以来，PE(私募股权投资机构)摆脱了长达一年之久的退出烦恼，随着 2015 年新三板市场的日渐火爆，在制度红利的显现下，PE 进入了兴盛期。在新三板这块新的疆土上，部分 PE 巨头既增加了投资模式和退出便利性，又抢得了亲自“上阵”挂牌、增资扩股发展壮大的先机。行业人士认为，在 PE 面临转型压力的大背景下，新三板为私募股权机构提供了一个充满机遇的蓝海空间，有力推动了行业的纵深发展。

1 PE 巨头争相挂牌新三板

2014年4月，九鼎投资成为首家新三板挂牌PE机构之后，新三板俨然成为了PE的洼地。7月30日，继九鼎投资、同创伟业、中科招商、明石创新登陆新三板之后，又一家PE大佬硅谷天堂出现在全国中小企业股份转让系统有限公司(即“新三板”)中。至此，新三板私募机构已达到5家。

PE机构密集扎堆新三板，凸显了两者之间的紧密契合。以往私募股权机构难以达到A股上市的要求，目前仅有2011年以借壳方式登陆主板的鲁信创投。然而在新三板市场，PE机构却一直以“明星”身份出现，例如，最早挂牌的PE公司——九鼎投资常年日交易额排名第一，如今日成交量已高达亿元左右。

九鼎投资对PE板块的估值起到了标杆作用，私募机构加速登陆新三板，其目的是为了快速获得融资。而新三板多为中小企业，本身底子薄、市值低，投资者辨识度较低，因此，业绩稳定的PE公司自然受到市场热捧。

由于财务指标、稳健持续经营等条件的限制，PE机构很难通过IPO上市，甚至借壳上市也难以实现。但PE机构的业务决定了其需要在资本市场获得长期的大额资金，新三板的建立无疑为其打开了“绿灯”。成熟的PE机构可以通过挂牌新三板在资本市场公开募集资金，如发行股票、私募债等，打开了融资渠道。

中科招商并不是没有登陆A股市场的意愿，而且从目前登陆A股企业的盈利门槛上看，中科招商已经远远超过了“最近3个会计年度净利润超过3000万元”的要求。从监管层角度讲，现在私募上市的条件还不成熟。

对于PE为何热衷登陆新三板，有分析人士称：不管是证券类的阳光私募，还是股权投资私募，口碑都很重要。挂牌新三板可以带来知名度提升、融资便利、解决LP退出等好处，而且随着新三板转板机制的完善，这些PE就有了进入A股市场的可能，预计未来会吸引更多私募机构加入新三板。

随着新三板优势的不断凸显，私募机构对新三板的热情显然有增无减。数据显示，当前新三板定增企业和融资规模正飞速增长。据统计，仅今年一季度挂牌企业已经发布466次定增预案，预计融资总额达237.95亿元，超过2014年全年总融资额度。他表示，很多企业特别是中小企业一直存在融资难的问题，而新三板比起中小板和创业板，具有门槛低、挂牌时间快、成本低的优势。

5月4日，中科招商发布公告称，向具有做市资格的券商进行股票定向增

发，发行对象合计不超过 26 名，募资金额不超过 10 亿元，加上此前已通过定增募集资金的 90 亿元，这家 PE 公司半年内就在新三板市场募资 100 亿元，这样的融资能力再度让市场咋舌。某上市券商公司人士表示，这样的连续定增在主板市场都是无法做到的。

高额募资的能力甚至让一些公司改变了转板的想法。中科招商董事长表示，以前曾希望登陆新三板后再进行转板，但如今新三板的制度优越性已经体现，中科招商暂时不考虑转板计划。

2 加快建立大资管平台

PE 纷纷挂牌新三板，折射出行业转型发展的大方向。由于新三板解决了私募股权机构融资和退出的核心诉求，借助新三板资本市场，打造大资管平台是 PE 挂牌的核心动力。

目前新三板市场要给企业做市的话，首先要以参与定增的方式获得企业一定数量的股票，而 PE 在这方面存在天然的优势，许多 PE 在企业挂牌之前所获得的股票数量，就已经可以支撑其做市业务，未来如果放开推荐及做市业务，PE 将投行及券商业务揽于一身。

更重要的是，PE 可以借由推荐业务和做市业务将产业链延伸，甚至“变身”小投行。打通一、二级市场最终形成大资管业务，是 PE 巨头们近年来所一直追求的业务转型线，包括九鼎、红杉、鼎晖等老牌创投机构以及天星等投资新贵，都在加快建立二级市场业务平台。

3 月 20 日，中科招商正式登陆新三板，成为继九鼎投资后第二家在新三板挂牌的 PE。融资需求及业务转型或为 PE 寻求上市的主要因素。此前，中科招商发布公开转让说明书称，中科招商拟向不超过 30 名投资者定向发行不超过 5 亿股普通股，募集不超过 90 亿元资金，这也创下了新三板单次融资的最大规模纪录。

从中科招商拟募资 90 亿元的体量来看，引进战略投资者的意图非常明显，去年新三板 1231 家挂牌公司共计融资仅为 100 多亿元，其中还包括九鼎投资挂牌同时融资的 35 亿元。之前九鼎投资挂牌新三板并非为 PE 业务融资，而是为以后开展证券经营、公募基金等新业务筹备“粮草”。中科招商此次挂牌新三板，意在引进战略投资、扩大企业规模、促进企业转型，完成从专利技术基金、种

子基金、天使基金、VC 基金、PE 基金、证券基金到并购基金的全面资本覆盖，完成从技术、人才、产业与金融的大系统集成。

最近三年除了几家实力雄厚的公司，95%的 PE 日子都不好过。从“全民 PE”到行业寒冬，经历近 20 年发展历史的中国 PE/VC 行业进入到转型特殊时期，许多 PE 机构在“募、投、管、退”上，承受巨大压力及转型的困惑。

3 有望改变行业格局

可以预见的是，未来或许有更多的 PE/VC 机构跑步进入新三板，新三板这个资本市场的大变量对于 PE 市场格局有怎样的影响呢？行业人士指出，就整个行业而言，新三板的发展会对原有的 PE 行业进行重新构建，一些新兴的股权投资公司，会借助新三板获得快速发展的机会。

一位 PE 人士分析认为，新三板将会是利润在 1000 万元以上、估值为 1 亿至 10 亿元左右的企业的融资阵地，如果新三板发展得很好，其会对传统的 PE 格局带来深远影响：新三板远远不是带来新的退出渠道那么简单，其可能会改变成长期企业的融资方式，从而改变整个 PE 行业的格局。

从目前来看，作为 PE 界今年最大的风口，新三板将改变国内 PE 机构的市场格局。这种改变主要体现在以下方面：首先，原 C 轮、D 轮融资的企业可直接挂牌新三板融资，PE 机构的投资阶段前移。在这种情况下，原来主要投 C 轮、D 轮的大型 PE 机构将面临一定的挑战。一是可投资标的的数量减少；二是由于有挂牌新三板作为融资备选，企业在与 PE 机构融资谈判时对自身估值要价会提高。

其次，新三板、A 股的爆发将使国内资本市场成为首选退出方式，美元基金将失落。未来，人民币基金将成为 VC/PE 的主战场，美元基金将主要适合海外业务占比较大、海外知名度比较高的企业。目前已有许多原本在海外上市的企业，在拆解 VIE 结构回归 A 股或者新三板。但是，拆解 VIE 结构的过程较为复杂，耗时较长，回归国内的时间有一定的滞后。

再次，抢先投资新三板的 PE 机构享受制度红利，快速崛起。在新三板的兴起中，会有 PE 机构趁势快速扫货、批量投资新三板挂牌或拟挂牌企业。虽然这种做法存在一定的风险，也不排除会有少部分项目砸在手里，但是伴随着新三板制度红利的逐步释放，从总体来看，这些投资项目会享受制度红利带来的估

值提升，在大概率上会是一个赢的结果。

最后，抢先挂牌的 PE 将改变操作系统，借助新三板融资、退出功能，快速打造大资管平台。由于新三板解决了 PE 机构融资和退出的核心功能，挂牌新三板的 PE 机构相当于更换了新的操作系统，已不再仅限于单纯的股权投资范畴，而是快速打造大资管平台。

事实上，抢先挂牌的 PE 已经展现出了先发优势。九鼎投资登陆新三板后，进一步展开了新三板投资布局，先后控股九泰基金、参股瑞泉基金涉足公募基金，成立海外 GP 涉足境外资产管理，设立晨星成长计划开展个人风险投资业务，收购九州证券开展证券业务，收购金佰仕开展第三方支付业务。这一系列资本运作，凸显了 PE 机构挂牌新三板后搭建大资管金融控股平台的野心。

新三板能够代表未来中国的资本市场，能够吸引巨大的资金并让企业进行后续融资或并购重组，为创新性产品提供更多的融合度。对于 PE/VC 来讲，新三板的重要性不仅在于提供了快速的退出通道，还在于它的机制给大家提供了希望和可能。

2、新三板教育企业挂牌潮：资本热捧 再添两名新成员

2015 年以来，在线教育一直受疯狂的资本热捧，A 股市场在线教育、职业教育版块上半年纷纷出现多股涨停。在主板市场的带动下，新三板迎来了教育企业的挂牌潮。近日又有两家教育相关企业挂牌新三板，分别是青少儿英语教育内容制作商领航传媒和顺治科技。

领航传媒以青少儿英语教育内容的研发与制作为核心业务，并在此业务基础上形成了青少儿英语教育的内容研发制作、青少儿英语教育产品研发销售以及相关广告代理服务业务三大业务板块。领航传媒在 2013 年、2014 年的营业收入分别为 1.17 亿元、1.13 亿元，净利润分别为 917 万元、799 万元。

领航传媒制作的青少儿英语教育内容有《妈咪 GO》、《非常小孩》、《少年，人气王！》等。青少儿英语教育产品是“小动仔成长平板电脑”，同时代理销售好记星等各类电子词典。广告代理业务是青少儿英语教育内容制作业务的衍生业务。公司媒体广告资源的采购主要是通过通过与山东广播电视台签署《广告经营合同》的方式，取得山东广播电视台青少频道广告经营的独家代理权。

顺治科技的主营业务是家校互动、技术服务、通信代理以及为平台服务等。其中，家校互动的主要产品为以翼校通为基础应用，为老师、家长和学生开通平安信息、家校微博信息功能以及教育辅导、学生定制手机管理等增值应用功能。

技术服务方面，顺治科技与中国电信股份有限公司绍兴分公司合作的产品“绍兴教育视频云”为教师提供记录课堂的功能。

微平台服务业务方面，为企业建立属于自己的接口程序，主要分为微校园、微门店、微商盟三部分，分别为学校、校园中的商店及其他门店提供基于微信公众账号的综合性服务平台。

3、证监会定股权众筹监管方向：或将备案 200 人仍是红线

这两年，众筹不是一般的火，一帮打了鸡血一样的创业者，经常在一些公开场合为之鼓吹，什么要用众筹来改变世界、众筹是金融的未来之类的，不绝于耳。

股权众筹是众筹的一类，如果说商品众筹相当于大家凑钱买东西，不管值不值，最后还有商品会到投资者手上，比如众筹一片果园的苹果，基本上可以保证花了钱有水果吃。但股权众筹买的是未上市公司的股票，一般为小型创业公司的股权，这些股权一般是由专业风险投资机构投资的，在投资之前他们要经过一系列的调查，再做出投资决定，等股票上市后，他们再退出，以赚取利润。

但如果把这些股权拿到网络上分成份额销售，对于没有任何专业背景的散户投资者来说还不如赌博。因为赌博各方机会是一样的，但是创业公司不一定，他们绝大多数在一两年内就会死掉，对于连这家公司是干什么都不知道的投资人来说，结果只可能颗粒无收。

所以，如果股权众筹平台向公众开放，风险巨大。

虽然股权众筹风险很大，但是经不起忽悠，加上各级政府推波助澜，一时蔚然成风，各种众筹平台纷纷推出，要做成中国资本市场第五板，一时不谈众筹者不足语资本市场。

好在还有明白人，继上月央行等 10 部委明确证监会为股权众筹的监管机构，证监会开始对各类打着股权众筹名号的平台进行调查，8 月 7 日，中国证监会新闻发言人邓舸在例行新闻发布会上表示，证监会决定近期对通过互联网开展股权融资中介活动的机构平台进行专项检查，并发布了《关于对通过互联网开展股权融资活动的机构进行专项检查的通知(证监办发〔2015〕44 号)》。对于股权众筹的监管的方向基本确定，其中包括：

1、“公募”、“私募”分开监管

股权众筹融资主要是指通过互联网形式进行公开小额股权融资的活动，具体而言，是指创新创业者或小微企业通过股权众筹融资中介机构互联网平台(互联网网站或其他类似的电子媒介)公开募集股本的活动。由于其具有“公开、小额、大众”的特征，涉及社会公众利益和国家金融安全，必须依法监管。未经国务院证券监督管理机构批准，任何单位和个人不得开展股权众筹融资活动。

这一点被认为对当前市场上的股权众筹是一柄重剑，多数平台都要关掉。

其实不然，这里所说的是“公开募集股本”，也就是公募众筹，是对非特定投资者开放的股权众筹平台，证监会的态度很明确，“未经国务院证券监督管理机构批准，任何单位和个人不得开展股权众筹融资活动。”，这样看来，以后要想开展公募众筹，忽悠一般散户就不难么容易了。

那么其他打着股权众筹名义的股权众筹平台是什么呢？

证监会认为“目前，一些市场机构开展的冠以“股权众筹”名义的活动，是通过互联网形式进行的非公开股权融资或私募股权投资基金募集行为，不属于《指导意见》规定的股权众筹融资范围。”

意思是这部分属于“私募股权众筹”，根据《公司法》、《证券法》等有关规定，要采取非公开发行方式，发行对象累计不得超过 200 人，不得采用广告、公开劝诱和变相公开方式，且发行对象必须是符合一定条件的合格投资者。

公募与私募的主要区别在于股权融资的募集对象，前者是向不特定的投资者公开发行，后者是向特定投资者非公开发行。比如一些互联网股权众筹平台，大多数采取的是“领投+跟投”的模式，对于领投人与跟投人都设有一定门槛，比如 50 万起投、投资者总数在 200 人以内等。

2、私募股权众筹经营范围界定

将非公开股权融资或私募股权投资基金募集行为称为股权众筹，易引起市场和社会公众对股权众筹概念的混淆。

这是否就是说私募股权不合法呢？当然不是。

中国证券业协会于去年 12 月公布了《私募股权众筹融资管理办法》的征求意见稿，其中明确规定，私募股权众筹融资是指融资者通过股权众筹融资互联网平台以非公开发行人方式进行的股权融资活动。也就是上文所说的要向 200 人以内的合格投资者特定发行。

未来可能是根据 9 月 1 日起实施的《场外证券业务备案管理办法》，正式将私募股权众筹业务纳入并实施备案管理。

但是私募股权也不能因此就高枕无忧，此次证监会检查将摸排情况并及时纠正不合规的业务行为，检查的对象包括但不限于以“私募股权众筹”、“股权众筹”、“众筹”名义开展股权融资活动的平台。是否违反上述资金募集范围，各家私募股权融资平台还在从自身检查做起。

4、二季度中资海外并购额同比增长六成至 325 亿美元

受益于中概股私有化井喷，以及 TMT、不动产、金融三大行业并购的带动，2015 年二季度中资海外并购活跃程度远超去年同期，披露并购金额同比暴增超过六成达到 325 亿美元。

数据显示，2015 年二季度中国企业海外并购交易宗数为 128 宗，环比增长 7.56%，同比增长 72.97%；披露交易金额约为 325.48 亿美元，环比减少约 18.78%，同比增长 61.93%。

TMT、不动产和金融行业占据了二季度中资海外并购前三强，其中 TMT 行业的交易占当季总披露金额的 41.42%。美国、英国和荷兰是最受欢迎的中资海外投资目的地，其中中企在美国的并购最为活跃，共有 29 宗交易，占交易总宗数的 22.66%。此外，在该季度中概股私有化掀起热潮，涉及交易金额约为 125.31 亿美元，占总金额的 38.5%。

就交易类型来看，二季度股权并购依然占据主要地位，涉及金额约为 116.45 亿美元，占交易总金额的 87.87%。二季度有 9 宗单笔交易金额在 10 亿美元以上的交易，占当季披露金额的交易总宗数的 7.03%，环比增加近 4 倍。而交易金额在 1 亿美元至 10 亿美元之间的交易占比下降明显，由上季度的 30.95% 下降到 20.31%。

海外并购确定额 59.9 亿美元

在二季度中资海外并购 325.48 亿美元中，确定并购额为 59.92 亿美元，包括 44 宗新签约并购金额约为 52.75 亿美元，28 宗新交割并购金额 7.16 亿美元。确定并购额与 2015 年一季度环比下降 76.52%，与 2014 年二季度同比减少 58.49%。其中并购签约的交易金额环比减少 74.36%，同比下降 43.61%；并购交割的交易金额环比降低 85.50%，同比降低 85.90%。

按并购宗数来计，2015 年签约和交割的交易总宗数为 72 宗，环比增长 30.91%，同比增长 56.52%。其中并购签约的交易宗数环比增长 33.33%，同比增长 109.52%；并购交割的交易宗数环比增长 27.27%，同比增长 12.00%。

数据显示，中国企业在 2015 年二季度宣布的海外并购意向(公司承认介入并购但尚未宣布签约)共 5 宗，披露的潜在交易金额约为 7.16 亿美元。二季度完成“并购宣布”(公司宣布同意达成并购但尚未签约)的海外并购交易共 36 宗，披露的金额约为 239.45 亿美元。晨哨网还另外监测到 2015 年第二季度的 15 宗中企海外并购传闻(权威媒体广泛报道却未经买卖双方证实)，披露的交易金额约为 18.95 亿美元。

处于“并购宣布”、“并购意向”和“并购传闻”三个阶段的项目虽然均存在不确定性，但仍然是反映中国海外并购市场活跃程度的重要指标，故将三者总额统计为当季海外并购潜在额。2015 年二季度，中国海外并购潜在额约 265.56 亿美元。

中概股私有化涉资 118 亿美元

2015 年二季度中企海外并购中，股权并购 84 宗，披露的交易金额约为 109.68 亿美元，占 2015 年二季度中资海外并购总金额的 33.70%；资产并购 38 宗，披露的交易金额约为 90.49 亿美元，占 2015 年二季度中资海外并购的

27.80%;中概股私有化有 5 宗,披露的交易金额约为 125.31 亿美元,占 2015 年二季度中资海外并购总金额的 38.50%。

TMT、不动产、金融占据前三强

2015 年二季度,TMT、不动产、金融领域的海外并购在金额和宗数上均位列前三位。

数据显示,按披露的并购金额统计,TMT、不动产及金融在二季度中国海外并购披露总金额分别为 134.82 亿美元、53.43 亿美元和 48.00 亿美元,分别占当季总披露金额的 41.42%、16.42%和 14.75%。

按当季发生的并购交易宗数统计,标的在 TMT、不动产和金融领域的并购也最为活跃;总交易宗数分别达到 26 宗、24 宗和 11 宗。受全球 TMT 风起云涌的并购潮影响,2015 年二季度中国企业在 TMT 领域的海外并购飞速增长。此外,中概股私有化热潮也是使 TMT 行业交易金额占总交易金额逾四成的重要原因。

对美澳英并购最热

无论从并购规模还是并购宗数来看,成熟市场仍是 2015 年第二季度中国企业海外并购的首选目标地。按国别划分,从 2015 年二季度披露的并购金额来看,前十大海外并购目的地的并购总额占总披露金额的 90.52%。其中美国、英国和澳大利亚是中企对外投资前三大目的国,所披露的交易金额分别为 32.68 亿美元、25.20 亿美元和 20.79 亿美元,分别占当季总披露金额的 10.04%、7.74%和 6.39%。从 2015 年二季度披露金额的并购宗数来看,

美国、英国和澳大利亚的交易宗数依然排名前三位,分别为 29 宗、13 宗和 15 宗。本季度中企在英美投资呈现分散化趋势。除了和记黄埔对 Eversholt Rail Group 以及复星对 Ironshore Inc.两宗超过 10 亿美元的收购外,其余均为中小金额交易。涉及

TMT、汽车、能源矿产、医疗健康、机械设备、不动产、金融、文教娱乐等众多领域。与此不同的是,在本季度中企对澳大利亚的投资则相对集中,在总计 15 宗的并购中有 10 宗为对农业食品和不动产两大领域的投资,涉及金额约为 8.40 亿美元。

虽然美国、英国和澳大利亚是二季度中企对外投资前三大目的国，但是就实际交易金额来看，中概股私有化使得中国成为主要投资目的国(在统计时以标的主要资产所在地作为标的所在地)。在二季度 5 宗中概股私有化的案例中，中信证券股份有限公司、华兴资本、中国红杉资本对奇虎 360 的私有化的单笔交易金额就高达 99.13 亿美元，占交易总金额的 30.46%。在二季度之所以出现私有化浪潮，主要原因是中国股市回升以及在国外上市公司股价持续下跌。此外，中长期发展战略的需要和规避管制，提高效率也是推动中概股私有化的重要原因。

按目标区域划分，从 2015 年二季度披露的并购金额来看，前五大目标区域的并购金额占总披露金额的 83.44%。其中东亚和西欧位列前两位，金额分别为 145.41 亿美元和 42.14 亿美元，分别占当季总披露金额的 44.68%和 12.95%。从 2015 年二季度交易宗数来看，北美和西欧名列前两位，交易宗数分别为 35 宗和 25 宗，分别占当季交易宗数的 27.34%和 19.53%。

5、硅谷风投陷“怪圈”：初创企业估值走高 退出放缓

硅谷的风投家似乎陷入了某种“怪圈”：一方面面对着初创企业节节攀高的估值和上市(IPO)等退出活动的放缓令他们感到担忧，另一方面对初创企业的投资却又停不下来。

近日一份研究报告显示，由对硅谷地区风投家的调查结果所形成的硅谷风投家信心指数在今年第二季度已经跌至 2 年来最低点，该指数主要反映了硅谷风投业人士对未来 6 至 8 个月的想法。

但与此同时，风投对于初创企业的投资力度却没有丝毫的减缓。数据显示，第二季度，风投对美国初创企业的投资总额高达 192 亿美元，该数额与 2000 年第四季度的水平相当。

上述投资额中的绝大部分都进入到了初创企业融资的中后轮，使得上半年初创企业估值的中位数达到 3.1 亿美元，去年同期该中位数为 2.13 亿美元。

与此同时，10 亿美元估值以上的初创企业的数量也在不断增加。数据显示，目前在全球范围内，10 亿美元估值以上的“独角兽”初创公司数量已经达到 107 家，去年同期该数字为不到 60 家。

但在初创企业估值不断节节攀升的同时，却是 IPO 等退出活动的减缓。数据显示，今年第一季度，风投通过 IPO 退出的数量仅为 17 个，为两年来最低点，去年同期这一数字为 40 个。

不仅是 IPO 这样的退出方式发生锐减，通过企业并购、合并等方式退出的数量也大为减少，包括 IPO 在内，第一季度共有 181 起退出，而去年同期为 255 起。

红点资本合伙对现状公开表达了担忧，他表示仅仅为了适应 2014 年获得 4000 万美元以上的初创企业的投资，目前就需要 2 倍于 2000 年的 IPO 数量。

但也有不同意见认为，造成目前现状的原因是由于“投资科技行业的钱从公开二级市场转移到一级市场”。

这一说法被当前的一些市场行为所印证：很多过去投资于二级市场的共同基金、对冲基金等投资机构，都开始纷纷参与到风投领域，这种投资行为的“前移”在一定程度上造成了初创企业估值不断走高，同时 IPO 活动放缓。

6、58 吞下赶集：通过基金收购其剩余股权 防被指垄断

58 同城与赶集的合并已进入实质阶段，在赶集创始人杨浩涌入职 58 同城担任联席董事长、联席 CEO 之际，58 同城官方隐晦的发布了一则消息：58 同城间接收购了赶集剩余股权。

公告显示，58 同城于近期向一些私募股权基金贡献 4650 万股新增发普通股以及 2.724 亿美元现金，而这些基金中的一个财团已收购了 58 同城还未收购的赶集网剩余股权。

实际上，58 同城是以“有限合伙人”身份参与创立私募基金，相比此前直接收购赶集 43.2% 股权不同，此次 58 同城收购赶集剩余股权时采取间接收购方式，还留给其他基金空间。

据悉，赶集原有的投资人有一部分完全退出，也有一部分在拿到现金和股票后，又以 LP 的身份参与了对赶集剩余股权收购的交易，成为新公司的股东。

这宣告 58 同城与赶集合并完成。而之所以 58 同城不去直接收购赶集剩余

股份，主要是避免外界指责合并是在本地生活领域造成垄断，导致交易有可能通不过。

这就是 58 同城和赶集的一种技术手段，实际上，现在各种到家服务这么多，58 同城和赶集也不可能造成垄断，这只是 58 同城和赶集两方高层听取了律师的建议，防患于未然。

这并非没有先例，滴滴打车与快的打车合并之初，就遭到易到用车举报，指责合并后会造市场垄断，直接让这一交易陷入风口浪尖，滴滴快的现在也没公布任何“合并”交易细节。

据悉，58 同城近期还与腾讯旗下基金 Ohio River 在 2015 年 7 月达成一个协议，Ohio River 向 58 同城提供 4 亿美元的过桥贷款，年化利率为 5%，到期日期为 2015 年 12 月 20 日。

7、IPO 什么时候重启：发审初审渐次恢复 九月前可能性不大

8 月 7 日午间，甘肃电投公告，称在当日上午，证监会发审委对公司非公开发行股票申请进行了审核，并准予通过。紧随其后当日晚间，仙琚制药也公告，当天其非公开发行股票事宜通过了发审委审核。同时发布其再融资项目通过的还有创业板上市公司特锐德。

上述企业分别来自主板、中小板和创业板，其再融资项目的过会，在一定程度上标志着暂停近一个月的再融资发审之门正式开启。

而在经历了 7 日再融资发审会重启之后，据悉，监管层根据目前的市场稳定状况及 7 日当天有关再融资重启的压力测评后，将在近期也逐渐开启再融资初审会。

而随着初审会和发审会重启，再融资将逐渐恢复通畅，而再融资的初审会召开时点最快将在下周。

发审、初审渐次重启

负责 A 股 IPO 和再融资发审和核准的证监会发行监管部曾是在此次“股市大调整”之前最为忙碌的部门之一，自 7 月初以来，因暂缓 IPO 和再融资审核，

证监会发行监管部的不少领导和工作人员已休假。

而在证监会网站上，包括《发行监管部首次公开发行股票审核工作流程及申请企业情况》、《发行监管部再融资审核工作流程及申请企业情况》等原本每周都将照例公布更新的数据，截至目前都一直定格在7月3日。

据了解，8月初已开始要求有关工作人员和发审委员逐步收假到岗了。而在本周除了少数部门负责人外，大部分工作人员已基本恢复正常工作。

目前市场已趋于稳定，再融资暂缓是在极端的市場情况之下做出的特殊处理，为恢复资本市场的基本功能，再融资重启是很有必要的。

根据证监会再融资审核工作流程，证监会在受理材料后，上市公司需要经过反馈会、初审会、发审会、封卷、核准发行阶段。而近期以来，暂停的则主要是初审和发审环节，有关再融资项目的申报、反馈会依然在照常进行，而在7月初之前已经通过发审会的有关项目则依然按照“窗口指导”的要求在进行封卷、核准发行等。

8月7日重启是再融资发审会环节，初审会环节还是处于暂停中，主要原因一是希望在一两周内再融资的重启对市场有一个缓冲，目前再融资的发审会会以消化存量项目为主，既审核之前原本计划在7月中审核的项目为主；二是发行监管部门的有关负责领导及其工作人员将在下周全面休假回岗，初审会也将正式重启。

据了解，再融资初审会是由审核人员汇报发行人的基本情况、初步审核中发现的主要问题及反馈意见回复情况。而初审会是由证监会综合处组织并负责记录，发行监管部相关负责人、相关监管处室负责人、审核人员以及发审委委员共同参加。

小额融资项目先行

尽管再融资将全面重启，但这并不意味着再融资马上回归常态，更不意味着IPO重启。

据悉，监管层内部表示，在再融资审核重启之初，对一些融资额度较小的项目将可能提前，而对融资额度较大的，则可能采用押后等待审核时机的方式。

从8月7日上会审核的三家企业来看，其也并非是按再融资审核排队情况而定的。

其中，特锐德是排在再融资待过会审核的第三位，甘肃电投则排在第46位，而仙琚制药更在第70位。而这三家过会企业无一例外都是融资规模较小的。

其中甘肃电投拟以5.98元/股的发行底价非公开发行不超过3.02亿股，募资不超过18.1亿元。特锐德此次定增则为员工持股计划，并以12.55元/股的价格向该计划增发股份，认购总金额不超过5000万元。而仙琚制药则是拟以8.93元/股的价格，发行不超过9870.81万股，募集资金总额不超过8.81亿元。

8、PE 巨头抢战互联网金融：借贷宝被疑传销 神秘融资 20 亿

九鼎投资再次成为焦点，其旗下熟人借贷平台借贷宝近4天被质疑传销后，8月12日，借贷宝宣布已于6月20日完成20亿元首轮融资，但具体投资方名单并未公布。九鼎投资董事长表示：此次为股权融资，投资方名单需去全国企业信用信息公示系统查询，为避免虚假融资，发布会专门请到会计事务所的律师进行现场公证。

无疑，近4天来，借贷宝一直处于舆论的风口浪尖。8月8日，借鉴滴滴打车补贴模式，借贷宝“拉上好友抢红包，轻轻松松玩出钱”活动启动，称出资20亿元进行“借贷宝”的微信推广。

它采用二级奖励模式(即用户奖励总金额=自己推荐的新用户数(用户数A)*20元+用户群A推荐的新用户数*10元)。也就是说，你推广此软件给100个粉丝，你的收益是100*20=2000元。然后，你的100个粉丝每人再推广100人，你的收益100*100*10=10万。那么，最终你的总收益就是102000元。

可惜，之后系统一度瘫痪，遭遇质疑。9日，借贷宝更是发生了长时间的系统瘫痪，直至当日晚间22点，仍未恢复。

当天晚间，占股95%的九鼎投资发布了说明，针对央视新闻报道画面、“借贷宝是否传销”问题、“借贷宝诈骗、套取用户钱财”问题、“借贷宝绑卡输入银行卡密码是为了恶意套取用户的银行卡信息和个人隐私”的问题做了解释。

不过还是有报道称根据 2014 年年报显示，九鼎投资 2014 年实现净利润仅为 3.64 亿元。同时，根据全国企业信用信息公示系统查询，成立于 2014 年年底的人人行，其注册资本也只有 5 亿元，推广奖励居然是九鼎投资约 7 年的净利，以及注册资本金的 4 倍。有不少网友也表示，在下载、注册及实名认证后，并未得偿所愿拿到所谓的推广奖励。大家质疑其到底是创新还是传销的声音一直未减弱。

近日，九鼎投资董事长表示，对于需要提供交易密码的情况，用户提供密码时会直接跳转到银行类金融机构页面，资金托管在第三方支付公司鹰皇金佰仕网络技术有限公司(下称金佰仕)，借贷宝并不保留交易密码。

有分析人士认为借贷宝此举合理，首先，借贷宝没有强迫用户提供，用户想要拿钱，就得照做，如果觉得不合理，别拿钱就行了。其次，如果要在平台上发生借贷交易，就得确认用户身份、姓名、身份证、银行卡号、密码、手机验证码合一，才能确认。第三，支付平台、银行也有差异，有些需要提供，有些并不需要，第三方支付可以向银行发指令，银行反馈，最终验证密码对错。

营销过后还得回归金融本质

无论如何，这场事件单从传销效果来讲，做的是成功的。此前，没做广告，连一篇正式的媒体报道都没有，可以说是没花一分钱，就让舆论焦点集中在了借贷宝。在看优秀的创新移动金融产品的时候，不仅有互联网、移动的纬度，更要有金融的纬度，没有任何的场景谈到信息披露是如何能够通过移动方式做好，而只是通过搞一些理财节，粉丝节比较谁的流动性高、回报型强，这与金融实质是相悖的，这是行业的硬伤。

对于互联网金融或者 P2P 来讲，它的失败成本非常高，这个意义上讲，一个负责任的企业还是应该把风险放在第一位，这个风险一方面是负荷成本和各方面的运营成本是不是支撑你，让你的产品长期能够实现盈利的。

熟人借贷该如何玩转？

借贷宝的模式是熟人间单向匿名借贷，利用借款人实名、出借人匿名的方式，帮助出借人主动根据借款人的身份评估借款风险用以决策，使借款人达到快速融资、出借人安全高息理财和投资的目的，同时避免了实名借贷造成的见面尴尬。

同时，用户通过“零成本赚利差”模式，可根据自己朋友圈的借贷信息，设置低于借款人的利息一键转发借贷信息，以低息借入，高息借出，在不需要投入本金的情况下，实现借贷信息的周转，白赚利差。在这种交易模式中，赚利差的用户既是出借人，也是借款人，基于朋友圈直接进行借贷交易，省去中间环节。

当然，借贷宝并不算是熟人匿名借贷的先行者，熟信、朋友范都是这个市场的分食者。借贷宝这种一砸 20 亿的方法不是创业公司玩的起的，这种送钱方式可以将任何 App 推给 1000 万人，所以更重要的还是在产品上做创新。

对于熟人匿名借贷平台来说，低频和难以传播是其面临的两个难题，找用户很不容易。如果周围的人没有人用，很难发生交易。而且本来借钱就低频，用户留下来概率就很低，在熟人圈推广这个借贷工具也可能被误会带有目的性，难度较大。

所以这些平台就需要想办法降低门槛，而且留住用户，让用户可以在 App 里做更多的事情。通过熟人介绍的营销方式在短期内可能有一定效果。但从长远来看，还是要看平台的产品、服务、风控能力、规范性等一系列“硬功夫”。

新三板公司抢滩互联网金融

无疑，移动金融是蓝海，九鼎投资也做了重重布局，先是增资云计算平台象云，强化了借贷宝的后台技术能力，为大数据分析路线奠定了技术基础；随后收购拥有支付牌照公司金佰仕，保障用户支付体验；同时与律师事务所达成合作，欲打造“全方位立体追债体系”，九鼎投资还全资控股设立自有 P2P 品牌九信金融，借贷宝将与九鼎投资体系下的其他品牌达成战略呼应。借贷宝的上线标志着九鼎投资从传统金融业务向新型金融业务的转型。

事实上，转型的又何止九鼎投资。在两周前，新三板上另一 PE 巨头中科招商宣布进入互联网金融领域，它选择的是另一个方向-股权众筹，并推出云投汇股权众筹平台。对于中科招商作为领投人在云投汇发起的项目，如果项目在规定的期限内未能募集到目标金额的投资，中科招商将补齐差额，保证项目如期顺利完成融资。云投汇还成立 10 亿元“云投基金”为明星领投人进行领投配资。

从规模上看，成立于 2000 年的中科招商体量比九鼎投资要大，其所投资的

企业不但覆盖了各种行业，还在文化消费、健康医药、节能环保等重点行业实现了产业链布局投资。

据悉，中科招商不仅做 PE/VC 业务，还要开展全产业链布局，股权众筹正是这个产业链中的重要一环。2015 年，中科招商将全面发力互联网 PE。

不过，包括 P2P 和众筹在内的互联网金融多数很难看到盈利，原因在于线上的运营成本过高，渠道方抽走过高的收入分成，但是有分析认为如果依托于大平台在渠道和品牌的帮助，实现盈利也不困难。九鼎投资这类机构对自身产业链比较熟悉，拥有充足项目资源，具备一定的优势。

而对于 PE 介入股权众筹来说，线下项目端有成熟专业的团队，通过股权众筹方式孵化自己看好但不够成熟的初创项目，同时获取海量的互联网端用户，挖掘有限合伙人资源，也有优势。

不过，在当今政策环境下，这些平台也还存在信息披露不足、容易引发自融嫌疑等问题。在清科创投投资总监丁康看来，新三板公司布局互联网金融，很多为了为了做概念，完全不懂互联网金融，重要的还是要有金融行业的经验。

9、互联网创投圈“浮夸风”：不乏水货投资人 高价公关费

今年两会上，李克强总理的“互联网+”概念一出炉，很多互联网创业者仿佛打了鸡血似的，摩拳擦掌，准备大干一场了。干劲充足，情绪高涨自然是好，但如果情绪太过，精明过头，就会被金钱和浮名冲昏了头，就会出现所谓的“浮夸风”了。

犹记得前一段时间朋友圈被“3 位创业明星牛皮吹上天”的扒皮文章刷屏吧，具体是哪三位创业明星和哪三家创业企业，就不一一指出了，相信这些疯传的文章已经使这三位创业明星尝到了浮夸风带来的伤害了。但痛定思痛，我们不禁还是想要向深处挖一挖，到底是什么助长了互联网创投圈的浮夸之风呢？

1、互联网创投圈的资本玩家很多，鱼龙混杂，不乏水货投资人。

如今，互联网时代不仅创造了诸如 O2O、P2P、B2B、B2C 等众多模式，而且也挖掘出了很多潜力巨大的领域，如电子商务、智能硬件、物联网等领域。能够独具慧眼发现某个领域潜力巨大并愿意为之付钱的投资者当然是明智的投资

者。明智的投资者不仅手中握有巨额资本，更重要的是他们还有一颗冷静和理智的头脑和精明的眼光，其代表人物有徐小平、蔡文胜、沈南鹏等。试问像这些著名投资人的成功哪一个没有经过多年的投资经验做支撑呢？但再看看如今有的投资人，手中的确握有一些财富，觉得目前互联网项目投资很火，在对互联网行业和投资项目没有一点了解和接触的情况下便趋之若鹜，往里砸钱，我们称这样的投资人为水货投资人。这些水货投资人巨额资本涌入互联网创投圈，也就必然使一大批创业者情绪激动了，难免不产生浮夸之风。

2、为增加名气、赢得数据、博得资本青睐而造假，创业者自我迷失。

不得不承认，在这个创业火热的时代，除了那些把追求财富作为次要目标的真诚创业者们，还真有一批创业者名义上打着为了理想和情怀的幌子进入创业圈去求得融资骗钱，而后闪退，或者干脆做出一点点成绩再找个大佬干爹养尊处优了。为了这些目标，在企业还没有做出任何成绩之前，这些创业者或者频繁出现在媒体面前，混各种圈子，增加曝光度，提升知名度，或者为了 APP 下载量的瞬间提升进行刷榜，进行各种数据造假以蒙骗投资人，或者将融资几百万人民币对外公布成融资千万美金，以蒙蔽大众。这些做法和情况，在创业者自己看来，一切良好，但在外人看来却属迷失。

3、高价位的公关费，追求热点的跟风本质，使得媒体愿意去炒作。

90 年代，当南德牟其中“皮革换飞机、放俄罗斯卫星、把满洲里造成北方香港”的新闻上了报纸的头版头条，那时产生的轰动效应可想而知，这就是媒体的巨大威力。到如今的互联网时代，传统媒体、互联网媒体、自媒体、微博大 V 等媒体多种多样，其影响力肯定是 90 年代媒体威力的数倍。所以，如果有哪一家创业公司想要做软文公关或者推广宣传，所以，也就出现稍微有点影响力的自媒体都敢要价上万，更不用提其他类型的媒体了。另外，如果有创业公司刚成立没多久用户就过千万，就获得了资本上亿美金的青睐，估值就已高达几十亿美金，为追求速度，媒体很可能会不加辨别消息真伪就去跟风报道了。所以说，媒体的推波助澜也是造成如今创投圈浮夸风的原因之一。

10、股权众筹无缘新三板：监管禁止 此种类 PE 不得投新三板

近日，证监会表态将对通过互联网开展股权融资中介活动的机构平台(以下简称“股权融资平台”)进行专项检查，而目前股权众筹平台常见的模式均被证监会认定为不属于“股权众筹融资”的范畴，这在一定程度上影响到了股权众

筹平台与新三板的对接。也意味着，新三板公司从股权众筹平台获得融资的这条渠道将发生很大变数。

新三板将成“私募股权融资”

以前股权众筹对接新三板的实例来看，一些平台投资是将非特定投资人的份额打包成“私募股权投资基金”，然后再投向新三板的项目。

而近日证监会对股权众筹“公与私”的界定将影响股权众筹与新三板结合的生态圈，股权众筹平台对接新三板的项目也正式被划入“私募股权众筹融资”的范畴，新三板公司从股权众筹获得融资的这条渠道将发生很大变数。

上周五(8月7日)证监会发布的内容中，最重要的一点便是监管层首次明确了“股权众筹”和“私募股权众筹”的区别。

根据新闻发言人的表述，证监会对股权众筹的定义为：股权众筹融资主要是指通过互联网形式进行公开小额股权融资的活动。

一些市场机构开展的冠以“股权众筹”名义的活动，是通过互联网形式进行的非公开股权融资或私募股权投资等基金筹集行为，不属于《指导意见》规定的股权众筹融资范围。根据《公司法》、《证券法》等有关规定，未经国务院证券监督管理机构批准，任何单位和个人都不得向不特定对象发行证券、向特定对象发行证券累计不得超过200人，非公开发行证券不得采用广告、公开劝诱和变相公开方式。

事实上，证监会的一系列表态将股权众筹与私募股权众筹明确地进行了区分。与此同时，此次专项行动主要针对的便是，利用“股权众筹”平台来进行“私募股权众筹”的行为。据了解，此次专项行动的检查对象包括但不限于以“私募股权众筹”、“股权众筹”、“众筹”名义开展股权融资活动的平台。

据悉，通过互联网进行非公开股权融资的监管规定，证监会另外在研究制定当中。这也再次证明股权众筹的监管并不包含针对非公开股权融资的内容。

实际上据了解，此前股权众筹处于监管真空，很多平台在公开与非公开之间模糊不清频频踩线。

降门槛渠道关闭

今年 2 月 11 日，华人天地发布定增案，其中出现了深圳市众投一邦投资企业(有限合伙)(下称众投一邦)，该有限合伙的私募基金正是股权众筹平台众投邦为参与华人天地股权融资而设立的项目制企业，这也是股权众筹平台第一次参与已挂牌新三板企业的定增。而事实上，众投邦参与的便是新三板企业的非公开发行。

众投邦的创新也让众多股权众筹平台发现了新三板这块新大陆，一时间各家股权众筹网站上都能看到拟挂牌新三板企业的股权转让。

另外，股权众筹平台参与新三板投资的模式也与 PE 机构相类似。

例如，众投一邦执行事务合伙人为深圳市国富金源投资管理有限公司(下称“国富金源”)。国富金源作为主投方成立有限合伙企业管理众筹募集资金，同时负责对众筹企业进行尽调等工作。

用私募基金的方式理解，国富金源便是 GP，而众多参与众筹的投资者便是 LP。华人天地的案例中，公司通过股权众筹平台众投邦进行股权融资，预融资总额为 1200 万元，最后获投资 1304 万元。这其中，作为 GP 出现的国富金源领投 120 万元，余下的资金全部来自于个人投资者。

这一点也符合证监会认定的不在股权众筹融资范围内、通过互联网形式进行非公开股权融资或私募股权投资基金募集行为。

实际上，股权众筹平台的出现一度让新三板 500 万元的投资门槛一下子下降到了 10 万元，个别激进的平台甚至将这一门槛降到了 1 万元。

事实上，早在 2014 年 12 月，证券业协会就已经公布《私募股权众筹融资管理办法(试行)(征求意见稿)》，相对明确地划定了私募股权融资的范畴，并对其业务的开展提出相应的规范要求。其中设定“投资者累计不得超过 200 人；合格投资者的标准要求金融资产不低于 300 万元或最近 3 年个人年均收入不低于 50 万元”。

股权众筹平台天使客的创始人表示，自己的平台将倡导小额融资，并且严格将每个项目的股东人数控制在 50 人以内。

也就是说，此前股权众筹平台宣传的“降低新三板投资门槛”已无法兑现。

实际上，股权众筹平台没有这个优势之后，对于有能力的投资者来说，更愿意选择基金公司或者实力雄厚的私募机构的产品，而不是股权众筹平台。另外，公募基金专户产品的门槛也仅仅是 100 万，这相较私募股权众筹规定的 300 万金融资产的门槛还低一些。

11、上半年北京 PE 指数为 118.52 点 投资指数 106.41 点

北京市金融发展促进中心、中国股权投资基金协会、北京股权投资基金协会日前联合发布新一期北京地区私募股权投资行业发展指数(以下简称“北京 PE 指数”)。

2015 年上半年北京 PE 指数为 118.52 点，其中募资指数为 107.15 点，投资指数为 106.41 点，退出指数为 124.82 点，信心指数为 139.29 点。从指数走势来看，2015 年上半年行业发展呈现几方面特点：一是行业整体保持平稳发展，热度不减。指数显示，继 2014 年下半年行业发展迎来小高潮之后，2015 年上半年行业整体保持平稳发展，指数环比增长 1.37%，同比增长 8.74%。今年上半年，北京 PE 行业在政策利好、新三板快速发展等多重刺激下，行业发展热度不减。

二是募资指数环比略有上升，投资指数和退出指数环比略有下降，但仍高于去年同期水平。从分项指数走势看，今年上半年募资指数为 107.15 点，环比增长 1.01%；投资指数和退出指数分别为 106.41 点和 124.82 点，环比分别下降 5.45%和 2.90%。由于募资、投资、退出分项指标以募、投、退金额为计算基础，指数的环比下降表现为投资金额和退出金额略有下降。但是根据机构调研问卷结果，今年上半年发生的投资和退出的案例数明显上升，机构投资热情不减，退出渠道逐步拓宽。这表明今年上半年，单个投资案例金额降低，致使总体投资金额略有下降；机构退出渠道增多，特别是在新三板快速发展的影响下，单个投资案例退出金额也较往期有所下降，导致总体退出规模略有下降。由此可见，北京地区 PE 机构投资退出领域正在发生结构性变化。

三是行业信心较足，机构看好未来半年募资和投资时点。今年上半年，北京 PE 行业信心指数为 139.29 点，再创历史新高。行业信心调查显示，机构对未来半年行业发展预期信心十足，其中募资预期和投资预期信心达到历史高点，

表明在当前外部环境下，机构普遍看好未来半年基金募资、投资机遇。

12、证金公司“救市”满月：跻身 25 家公司前十大流通股东

证金公司从 7 月 6 日入场，已一月有余，通过多种方式潜入 A 股多家上市公司。

证金公司开启“扫货模式”，通过二级市场大举买入上市公司股票。高盛在近日发布的报告中提到，“国家队”可能已花费 8600 亿元-9000 亿元支持 A 股。不过，这一点并未得到证金公司的证实。

据统计，截至 8 月 8 日，证金公司已确认“进驻”的上市公司超过 60 家。截至 8 月 7 日，证金公司至少已位列 25 家上市公司的前十大流通股东。

梳理证金公司扫货的个股来看，部分获得证金公司入驻的个股走势明显强于大盘。以证金公司已位列第一大股东的上市公司梅雁吉祥来看，从证金公司入驻后，该股 4 日之内累计涨幅超过 40%。

涉及行业广泛

从 7 月开始，证金公司的一举一动都极受市场关注。

证金公司进场主要有直接进场和间接进场两种方式进行：直接进场，主要指通过中信证券旗下“四大金刚”营业部扫货；间接进场，则是向国内五家大型基金公司申购 2000 亿元主动型基金份额，曲线进入相应上市公司。

“四大金刚”，已成为业内的普遍称谓，主要指中信证券旗下北京总部证券营业部、北京呼家楼证券营业部、北京望京证券营业部和北京金融大街证券营业部等。

证金公司借道“四大金刚”频频现身沪深龙虎榜。据了解，上述 4 家营业部在近一个月内，分别登陆龙虎榜 222 次、83 次、195 次和 237 次，分别累计买入 370.53 亿元、120.23 亿元、328.74 亿元和 265.28 亿元的股票，合计超过千亿元之巨。

龙虎榜显示，北京总部证券营业部买入金额前三名的分别是美邦服饰、中

国石油和平安银行；北京望京营业部买入前三分别为申万宏源、平安银行和西部证券；北京金融大街营业部买入前三则是西部证券、江苏三友和良信电器；北京呼家楼营业部买入前三是平安银行、长盈精密以及同花顺。

从证金公司的救市入场路线图来看，大盘股成为首选。

具体而言，在目前确认证金公司持股的上市公司中，总流通股本 10 亿股以上的大盘股占绝大多数，达 30 家左右；3 亿股-10 亿股之间的也有 10 余家；总流通股本在 3 亿股以下的，目前只有福瑞股份和广生堂。

从入驻的行业来看，证金公司似乎并无偏好，涉及行业广泛，从房地产到石油、军工等，如中国石油、中国人寿等都在范围之内。

之后，证金公司的身影又陆续出现在创业板和中小板，对投资者较为回避的高市盈率个股也并不避讳。如中小板的雅致股份、中联电气，市盈率高达 139 倍且位于创业板的同花顺，都由“四大金刚”买入。

从扫货的清单来看，指数型股票成为证金公司优先选择的标的。

据统计，截至 8 月 7 日，证金公司持股的上市公司数量超过 60 家，而其中沪深 300 指数成分股、中证 500 指数成分股、上证 180 指数成分股等也占到多数。

从题材来看，60 家上市公司中不乏热门题材股。在披露的 60 多家上市公司中，有 24 家为中央和地方国资委控制的国资企业。在当前热门的西藏概念股中，证金公司相中西藏城投、梅花生物；体育概念股则瞄准了如中体产业。

值得注意的是，证金公司在疯狂扫货的过程中，一些业绩亏损的公司也被其“吞下”。如 8 月 3 日公布证金公司成为其大股东的梅雁吉祥，其一季度净利润亏损 5000 余万元，半年业绩预告依旧为亏损，但依然在证金公司的“救援”名单当中。

证金公司的扫货思路有迹可循，比如大板块、对指数有影响的股票成为其目标。当市场可能触发创业板下跌的关键时候，证金公司也会选择入股对创业板指数影响较大的股票。

在间接入场方案中，证金公司则并未对外披露相关信息。据媒体报道，证金公司 2000 亿元救市基金明确规定只能接盘，不准追高，救市基金由基金公司操盘，但受证金公司干预。证金公司给基金公司划定一篮子股票，包含 700-900 只个股，每家基金公司的股票篮子不同，但并无规律可循。并且，救市基金与普通基金操盘分开进行，投资决策则由基金公司的投委会全部成员集体决策，基金交易员全部封闭，保证最高等级安全。

2000 亿救市基金的投向应该有考核标准，比如指定某些行业，某些股票群。就像是一个基金公司把一笔资金给基金经理，然后它会有风控措施，会考核业绩。

“证金概念股”

就市场表现来看，获得证金公司买入的部分个股在二级市场走势强于大盘。“证金概念股”由此成为热词，甚至助推个股市值短期内上涨，但亦有例外。

8 月 3 日，梅雁吉祥公布证金公司成为第一大股东。在此后的 8 月 4 和 8 月 5 日，梅雁吉祥连续创下涨停板，8 月 7 日继续涨停，4 日之内大涨 42.56%。

威孚高科、人福医药在宣布证金公司买入的消息后，走势同样不俗。江山化工在被证金公司进驻后连拉两个涨停板。

8 月 6 日晚间，亿阳通信发布公告称证金公司持有该公司股票，该股在 8 月 7 日一字涨停。

不过，新朋股份却是特例。7 月 27 日午间，新朋股份公布证金公司成为第六大股东后，当日该股却遭遇跌停，报收 10.6 元/股。

对于走势较好的股票，证金公司也进行了增持。威孚高科在关于回购股份事项中前十名股东持股信息的公告称，截至 7 月 21 日，证金公司累计持股 2707 万股，持股比例为 2.65%。7 月 29 日，持股数量增至 3337 万股。当天，威孚高科亦逆势上涨 3.38%，报收 26.00 元。

另外，截至 7 月 31 日，证金公司持有人福医药 4985.7701 万股，持股比例为 3.88%，成为第二大股东。当天，人福医药股价逆势大涨近 9%，收盘报收 18.18 元，对应其持股市值逾 9 亿元，达 9.06 亿元。

从长线来看，证金公司在部分个股上收益也较为可观。以持股比例已达“准举牌线”的三聚环保为例，证金公司自7月8日25.02元开始持有三聚环保。7月20日，该股创一年来最高价46.95元，刷新上市以来最高纪录。截至8月7日收盘，三聚环保股价仍保留在44.15元高位，以此计算，证金公司持有该股浮盈近50%。

由此，市场已将“证金概念股”视为“寻宝图”，部分公司也试图造势。

8月9日晚间，齐翔腾达发布公告称证金公司成为其股东，然而由于证金公司持股仅0.33%，尚未达到法律上披露的义务，实际上完全可免于披露。

‘证金概念股’助长了投资者追加投资的信心，但证金公司入市的主要目的是救市，提供市场流动性，而并非盈利，不排除会有部分投资标的会出现浮亏。

统计发现，除了浮盈明显的个股，证金公司的扫货清单中，也有不少出现浮亏。

以恒生电子为例，证金公司在7月6日买入价格为73.52元/股。截至8月7日收盘，该股价格为69.19元/股，浮亏5.8%。

7月6日，证金公司买入中国石油约2.23亿股，当日收盘价为13.01元/股。然而8月7日收盘，中国石油股价为10.67元/股。

从沪深龙虎榜统计上周5个交易日证金公司“扫货”记录来看，证金公司买入的26只个股中15只处于浮盈状态，8只处于浮亏状态。

处于浮盈状态的个股中，九阳股份、惠伦晶体、冀东水泥表现不俗，增值率分别为22%、15.13%和13.51%；而三联虹普、易尚展示、西安饮食等个股则跌破证金公司买入价格，分别浮亏13.08%、10.35%和10.22%。

另外，部分个股并不受证金概念的影响，即便被证金公司相中，依旧止不住下跌。

截至7月24日，证金公司分别持股新朋股份和富安娜382.85万股和

417.4521 万股，持股比例分别为 0.85%和 0.48%，分列第六大股东和第四大股东。

不过，新朋股份在截至 7 月 13 日的前十大流通股东榜中并未出现证金公司的踪影，由此推断证金公司入股时间应为 7 月 14 日-7 月 24 日之间。尽管如此，两只股票在 8 月首个交易日也未实现“开门红”。在当天，新朋股份一度大跌 9.74%；富安娜股价也大幅下挫逾 6%。

7 月 30 日，雅致股份发布的发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易实施情况暨新增股份上市报告书也显示，在公司最新的前十大流通股东中，证金公司累计持股 4107.5869 万股，持股比例为 2.19%，位居公司第四大股东。当日，雅致股份依然下跌 6.59%。

跻身 25 家“前十大流通股东”

证金公司扫货速度之快已引起市场关注，根据已经披露的信息来看，一个多月的时间里，已进驻超 60 家上市公司，甚至“重仓”部分上市公司股票。

据不完全统计，截至 8 月 7 日，证金公司至少已成为 25 家上市公司的十大流通股东（下称“前十大”）。其中 22 家上市公司通过公告或投资者互动平台，确认了证金公司为前十大流通股股东。另有 4 家间接承认证金公司已成为其“前十大”之一。

而据最新披露数据显示，证金公司已退出“前十大”。因此，主动确认证金公司身份的剩余 21 家。

另据 TCL 集团披露，截至 7 月 31 日，证金公司直接持有 4.16 亿股，占公司已发行全部股份的 3.40%。但 TCL 并未直接披露证金公司前列席“前十大”，但据其今年一季度末前十大股东排行榜来看，证金公司持股位列公司第二大流通股股东。

此外，华兰生物、三聚环保、锡业股份这三家公司此前已向媒体承认证金公司位列前十大股东事宜。

在 25 家公司中，中国人寿、中国中铁、伊利股份等 13 家为主板上市公司，齐星铁塔等为代表的 10 家中小板上市公司，还有福瑞股份和三聚环保 2 家创业

板上市公司。

在证金公司跻身前十大流通股东的公司中，南京高科和三聚环保的持股比例均为 4.9%，接近举牌线，证金公司分列第二大和第三大股东，而在持股比例仅 0.52%的梅雁吉祥，证金公司成为第一大股东。

此外，在人福医药、TCL 集团、南京高科、亿阳信通、天成控股等 6 家上市公司中，证金公司皆为第二大股东。

在富安娜、新朋股份和中国人寿等三家公司中，证金公司持股分别为 0.48%、0.85%和 0.07%，也已跻身前十大股东。

值得注意的事，伊利股份曾在 7 月 22 日盘后发布公告称，7 月 9 日，证金公司曾成为公司第二大股东，持股量 3.71 亿股，占比 6.05%。不过 7 月 17 日，证金公司持股已下降至 2.63 亿股，占比 4.28%。

而据了解，证金公司未卖出任何上市公司股票。证金公司负责人对媒体称，为维护资本市场稳定，近期证金公司在二级市场买入股票的应急操作过程中，确有部分股票持股比例达到或超过上市公司总股本的 5%，证金公司发现后，已及时将超比例股票划转至基金管理公司“特定多个客户资产管理计划账户”（即俗称的“一对多”账户）中管理，划转至基金管理公司的上述股票没有减持。

这似乎意味着，虽然证金公司已将一些股份转至“特定多个客户资产管理计划”账户（即“一对多”账户），表面上并非前十大流通股股东，但实际总持股还仍处“前十大”。因此，证金公司进军前十大流通股股东的公司可能远不止 25 家。

13、8.10 -8.16 一周并购事件

2015 年 8 月 10 日-2015 年 8 月 16 日中国投融资事件统计见下表

图表 27 2015 年 8 月 10 日-2015 年 8 月 16 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
永清环保	永清投资	环境污染防治专用设备制造	24169.18 万元	2015-8-13
趣分期	昆仑万维	互联网信息服务	2529.37 万美元	2015-8-11
福建创鑫科技	冠城大通	应用软件开发	6466.25 万元	2015-8-10
学大教育	银润投资	其他未列明的教育	36884.55 万元	2015-8-10
永辉超市	京东	其他综合零售	430000.00 万元	2015-8-8
泰富华悦	力高地产	物业管理	46600.00 万元	2015-8-7

数据来源：投资中国、中商产业研究院

14、国内一周风投事件统计

“开开会”获得天使轮数百万人民币投资

近日,为会展及大型主题活动提供高密度 Wi Fi 解决方案的开开会创始人张坚伟对外表示,已于去年 8 月获得中路资本数百万天使轮投资,目前开开会 A 轮融资计划也已启动。

开开会是高密度主题 Wi Fi 网络架设及运营服务,专为会展及大型主题活动(包括赛事、演出)提供高密度 Wi Fi 解决方案,并为参展商和主办方提供基于现场数据的 O2O 服务。开开会旨在通过互联网技术更好地挖掘参展商、主办方和参会人的多维度需求,让会展变得更有效率、更有价值。

“E 海鲜”获得天使轮数百万人民币投资

O2O 海鲜熟食外卖平台 E 海鲜获苏河汇百万天使投资,创始人耿永亮,曾就职于 24 券、阿里巴巴等知名互联网企业,原美团网上海地区负责人,有着 12 年互联网线上线下经验,是一个 O2O 连续创业者,在团队里负责项目把控、内外资源整合。

E 海鲜,一个以海鲜食品脂肪含量低的特点为切入点,将先进互联网科技与最新潮海鲜吃法(辣卤口味)相结合,打造 O2O 模式熟海鲜外卖第一平台。目前 E 海鲜有浦东体验店和浦西中央厨房,都是专业的测油温计,秒表,确保美食在制作的过程中都能量化、标准化,五星级大厨房保证出品质量和速度,安全环节层层把控

“缤果水果”获得数千万元 Pre-A 轮投资

水果 O2O 垂直电商缤果水果宣布于 7 月底完成了 Pre-A 轮千万级融资，目前企业估值过亿。据缤果联合创始人兼董事长陈子林透露，此次融资由盈信资本领投，新一轮的融资将主要用于：1、后端供应链建设；2、同城冷链网络优化；3、团队扩张；4、扩大缤果水果在珠三角的覆盖范围。

缤果水果是一家重 O2O 模式的水果垂直类电商，目标用户是年轻水果消费人群，主要集中在 20~40 岁之间的年轻女性。主要为客户提供以下价值：1，只提供优质水果且保证新鲜，二次筛选并独立包装；2，2 小时内送货上门；3，2 小时内无理由上门退换货，吃过也能退。通过自建物流来保障出色的用户体验，上线 1 年时间我们在当地销售额超越了精品水果连锁巨头百果园，用户月均消费频次 3.3 次，月复购率达到 60%，用户的忠诚度很高。

“房不剩房”获得 A 轮数千万人民币投资

房不剩房召开新闻发布会，宣布实现 A 轮融资数千万元，同时举行全国股权转让平台挂牌上市启动仪式。据悉，房不剩房以传媒为驱动力，创新实现从房地产营销到家装家居电商的独特运营模式，公司创立三年，净资产收益率接近 100%。房不剩房创始人聂勇表示，房不剩房用实践证明，互联网+家装不仅是可行的，TV+电商也是可行的，传统媒体需要转型，房不剩房提供了一个小而美的案例。

房不剩房是一个家装建材、家具家居品类的垂直行业电商平台，由房不剩房电视商城、网站商城、微信商城和《家装 GO》电视节目共同组成。房不剩房专注做从房地产到家装行业结合部的生意，这个结合部就是房不剩房追求的蓝海，让上游的闲置资源变为下游的黄金资源。隶属于深圳市房不剩房网络科技有限公司。

“小螺趣租”获得 A 轮 500 万美元投资

白领长租公寓品牌小螺趣租宣布完成 A 轮融资，规模为 500 万美金。此轮融资由光速安振领投，途家跟投。小螺趣租创始人、CEO 郭宇表示，融资金额将主要用于线上平台的生态布局，线下租房服务体验的完善。

小螺趣租是一家 O2O 租赁服务提供商，为都市白领创造高品质生活住宅和社交圈子，并提供相关互联网及智能设备服务。在成立半年多的时间里，迅速成为深圳规模第一的白领长租公寓。螺趣租大量借助 O2O、大数据、移动终端导入互动、智能家居等概念使资源得到更有效整合管理。其业务模式的逻辑是：做到合理分配资源，节省运营成本，把剩余利益让给租客。

“云汉芯城”获得 B 轮数千万美元投资

云汉芯城对外宣布完成近千万美金的 B 轮融资，由深创投(深圳市创新投资集团)领投，东方富海、丰利财富等多家机构跟投。据消息人士透露，去年 5 月云汉芯城已获得东方富海等投资机构的 A 轮投资，公司现正全力推进新三板挂牌上市的进程。

云汉芯城是上海云汉电子有限公司的电子商务平台，上线于 2011 年 3 月，是国内电子行业用户规模最大、产品覆盖最广、销售能力最强的垂直电商平台之一，在线提供“电子元器件、PCB、开发工具、仪器仪表”等器件与产品一站式采购服务，同时也是国内首家专注于原厂资源合作和硬件创新交流的电子工程师社区平台，预计 2015 年底注册会员用户数将超过 10 万，在线销售收入将超过 5 亿元。

“轻装上阵”获得天使轮 1000 万人民币投资

专注 O2O 家装的“轻装上阵”获得 1000 万元天使轮融资。而当下的 O2O 家装领域也已经不是蓝海了，竞争者比比皆是。雷军为布局家装领域投资了“爱空间”，今年“土巴兔”也获得了红杉资本和经纬创投等机构的 2 亿美金投资。

轻装上阵隶属于成都橙锦信息技术有限公司，是一家专注装修 APP 开发、专注于 O2O 家装服务的公司，旨在通过移动互联网，云计算等技术应用到装饰行业，把传统行业和互联网相结合，秉承“创新、求实、诚信、拼搏”的企业精神，致力为客户提供全面的家装解决方案，并且降低家装行业的运营成本，真正实现家装界互联网信息智能化，提高企业在网络科技时代的市场竞争力。

“七煌”获得 A 轮 6000 万人民币投资

七煌电竞在 2015 年 2 月获得了永宣联创投资 6000 万元的 A 轮投资。随着 MOBA 类游戏的以及其他游戏类型的逐步火热，电竞产业的专业化、职业化进程

发展顺利，而从中衍生出的娱乐化产品更是不乏商机。

上海七煌信息科技有限公司，成立于 2013 年 5 月，是一家以优化电竞产业结构、促进电竞文化多元发展为己任的新兴公司。公司现有员工 100 余人，集中服务于电子竞技的节目推广与电竞明星的打造。七煌旨在通过提供最优质的服务推动中国电子竞技行业的健康发展。公司从内容提供着手，提供优秀的游戏节目，宣传健康的积极向上电竞理念，公司会举办优质的电竞比赛，丰富节目内容，加强品牌打造，拍摄电竞主题电影，着力于电竞明星的打造和推动电竞产业的多元发展。

“迪蒙科技”获得 A 轮 5 亿人民币投资

P2P 网贷系统龙头企业迪蒙科技近期签订 5 亿元融资的一揽子方案。这是目前互联网金融产业链条非平台的最大笔 A 轮融资。

深圳市迪蒙网络科技有限公司创立于 2005 年，总部位于中国互联网的前沿阵地深圳，是国内首批研发 P2P 网贷系统的先行者。在深圳龙华新区拥有 10 万平方米的互联网研发孵化基地，是深圳市人民政府重点扶持的软件开发企业，连续四年被列为深圳市政府重大项目。深圳市迪蒙网络科技有限公司是中国首批国家级高新技术企业，工业和信息化部认定的中国互联网百强企业，拥有一流的研发团队及完善的服务体系。10 年来凭借技术创新与公司实力，一路载誉无数。除了服务于互联网金融领域，旗下还拥有华南地区规模最大的 B2B 电子商务平台——淘金地，被国家和省市列为重点扶持企业。

“住百家”获得 B 轮近两亿元投资

中国本土分享经济的代表，境外短租品牌住百家，今日宣布完成总额近两亿元人民币的 B 轮融资，由中信金石领投，Angel ababy 的 AB Capital、香港上市娱乐巨头中星集团、前阿里巴巴集团副总裁创立的优联资本、北京市朝阳区政府参与设立的创新梦工厂、海外华人组织的 2049 资本合投。

住百家是一个海外中文短租和特色旅游产品预订平台。深圳市背包客商务旅游咨询服务股份有限公司旗下，其前身是短租网站 Wi mdu 在亚洲的服务平台。住百家旅游管家 App，是专为国人设计的境外旅游短租一站式服务应用。住百家在全球 50 多个国家和地区拥有上百万套优质房源，全面覆盖了出境旅行的需求。不断更新的出境游新玩法，打造原汁原味的海外生活体验。特有的达人召

唤功能，让你能迅速匹配到属于自己的旅行达人，分享旅行经验，随时随地聊天，得到专业实用的旅行建议，更地道的安排你的旅行。

苏宁 10 亿元投资 PPTV

日前，苏宁云商和 PPTV 围绕“泛娱乐”产业宣布启动多项战略计划，其中包括投资制作 25 部左右影视剧、独立拆分 PPTV 旗下体育公司以及进军智能电视硬件等。据透露，PPTV 还将推出手机 PP Phone。苏宁今年年初规划在 PPTV 项目上投资超过 10 亿元，正式加入电视生态行业，同时推出三款 4K 智能电视新品，预计年销售量达到 100 万台。

PPTV 聚力是全球华人领先的、拥有巨大影响力的视频媒体，全面聚合和精编影视、体育、娱乐、资讯等各种热点视频内容，并以视频直播和专业制作作为特色，基于互联网视频云平台 PPCLLOUD 通过包括 PC 网页端和客户端，手机和 PAD 移动终端，以及与牌照方合作的互联网电视和机顶盒等多终端向用户提供新鲜，及时，高清和互动的网络电视媒体服务。

“速位”获得天使轮数千万元人民币投资

最新消息，速位获得英诺基金投资的千万级天使轮融资。目前，速位只进入了北京、重庆和成都三个城市，前期选择在互联网程度和人力成本都不高的二三线城市试点，而经过半年多的尝试和改进，速位计划在融资后，通过资本的力量向全国开始扩张。

速位是一家智能点单/取餐工具开发商，该移动应用可利用 APP 下单，将点餐排队分散到来餐厅的路上，用户进入餐厅后，可用智能手机扫描二维码取餐。主要为快餐业解决中午峰值时段效率。速位致力于用物联网和智能硬件改变人们的生活方式，解决快餐厅或者咖啡厅的排队现象。我们系统目的在于消灭等待经济，把排队的人流分散到餐厅门外去，分散到路上、电梯间、办公室，大家进入餐厅即可就餐，无需等待。这一切通过关联了用户手机及我们在餐厅设置的一个智能饭盒组成的系统可完整解决。大个头的智能硬件，占地一平米，1.6 米高。

“学吧课堂”获得数 Pre-A 轮数千万人民币投资

在线教育平台“学吧课堂”宣布完成数千万元 Pre-A 轮融资，本轮融资由

晨兴创投投资。对于本轮融资，学吧课堂方面表示将通过收集数据、升级技术等手段将产品完善。此外，学吧课堂还准备从题库入手，以游戏的形式对学生进行测试，增强 K12 人群的粘性，帮助他们提高学习兴趣。据悉，目前题库功能还在内测阶段，同时学吧课堂将在秋季学期与北京十一学校试点合作。

“学吧课堂”是一个面向 K12 学生的智能学习系统。它通过独特的个性化教学系统和人工智能技术，模拟教师一对一的教学过程，让同学们通过因材施教的个性化学习，倍增学习效果。学吧课堂成立于 2014 年 5 月，主打“让每个人都拥有最适合的老师”个性化教学概念。作为 K12 在线教育创业公司，学吧课堂从交互视频切入，创建以智能学习引擎为核心的个性化学习系统，为用户提供个性化服务。

“亚盛医药”获得 A 轮 9600 万人民币投资

亚盛医药宣布完成 A 轮共 9600 万元人民币的融资。此次融资由元禾原点和元明资本领投，倚锋创投，元生创投和磐谷创投等基金跟投。在之前的天使轮融资中，亚盛医药收到来自近期在香港成功上市的中国最大的生物制药公司之一，三生制药（1350.HK）人民币 2000 万元的战略投资。

亚盛医药是一家立足于中国的国际化创新型新药开发公司，专注于靶向肿瘤治疗小分子药物的研发。亚盛医药专注于原创药物研发，有多年原创小分子靶向抗肿瘤药物研发经验和成功记录。公司主要瞄准国际新型小分子靶向抗肿瘤药物研发热点及发展趋势，设计、筛选、评价、优化与研发具有自主知识产权的系列原创小分子靶向抗肿瘤药物，填补国内该类技术研究及市场产品空白，并进军国际高端医药市场。亚盛医药在基于靶向蛋白结构的药物设计与优化领域形成了多项核心技术，拥有四十多项国际发明专利，已成功开发近 10 项原创小分子靶向抗肿瘤药物进入临床前或不同阶段国际临床研究，所有在研项目均为新化合物结构的原创 1.1 类新药。

“美时美刻”获得 A 轮 1.2 亿人民币投资

摄影服务 O2O 平台美时美刻宣布完成 A 轮 1.2 亿人民币（约 2000 万美元）融资。美时美刻创始人兼 CEO 宋涛表示，希望通过资本的助推作用，快速推进国内摄影产业与互联网深度融合，促进行业大爆发，从而将美时美刻打造为国内最大的摄影服务平台。

美时美刻是一款基于 O2O 并垂直于儿童摄影行业的客户端应用，隶属于北京美好时刻信息技术有限公司美时美刻由在摄影连锁行业拥有超过十年创业经验的资深企业家宋涛先生创办，并在成立之初就获得数位国内顶级天使投资人的联合投资。公司拥有摄影行业线下资源以及来自 BAT 资深团队提供的线上产品和运营支持。

“酷锐视觉”获得 B 轮 1200 万美元投资

酷锐视觉宣布，已于数月前完成了来自人人公司的 1200 万美元 B 轮融资，目前融资款项已全部到账。据了解，此次是人人公司首次投资实体领域，人人公司董事长、首席执行官陈一舟表示，眼镜或将成为继手机之后一个新的风口。

KV 由美籍华人科学家梁俊忠博士创建于美国硅谷。2012 年以来来到中国，在香港、深圳、苏州等地设立创新与研发中心。公司自 2015 年起，由宝洁 (P&G) 市场部大中华区前品牌市场总监任亚平 Alan Ren 担任 CEO。本轮融资的引入，将加快 KV 在中国市场的发展速度。DR. LEUNG 是 KV 旗下首个以首席科学家梁俊忠名字命名的品牌，其致力于打破传统配镜的“经验主义”囿圈，用波前像差验光技术等数字化科技、海军战斗机飞行员视力做蓝本，定制标准化数字化的高清镜片。品牌涵盖了波前定制光学镜、波前近视太阳镜、波前渐进镜、儿童镜等各品类功能镜。

“上游信息” 3.636 亿人民币被收购

掌趣科技 8 月 12 日晚间公告，拟向刘智君非公开发行股份购买其持有的上游信息科技(上海)有限公司(上游信息) 30%股权；并向不超过 5 名其他特定投资者发行股份募集配套资金。本次交易前，上市公司已经持有上游信息 70%的股权，为了进一步扩大上市公司的业务规模，提高上游信息管理层刘智君与上市公司利益的一致性，上市公司决定启动对刘智君所持上游信息剩余 30%股权的收购。

上游信息科技(上海)有限公司成立于 2012 年，是国内最新锐的社交游戏及社交应用开发商之一。在成立的两年里，公司发展非常迅速，目前已在腾讯开放平台上成功运营首款大型策略游戏：时下最经典最好玩的中国塔防游戏——《塔防三国志》。

“天马时空” 26.776 亿人民币被收购

掌趣科技 8 月 12 日晚间公告，公司拟向刘惠城、邱祖光、李少明、杜海、赵勇、北京天马合力投资中心（有限合伙）、天津金星投资有限公司非公开发行股份并支付现金，购买其持有的北京天马时空网络技术有限公司（天马时空）80%股权。天马时空 80%股权交易对价为 267,760 万元。本次收购完成后，公司在移动网络游戏的研发、发行、运营方面的业务实力将得到较大增强。

北京天马时空网络技术有限公司成立于 2010 年，致力于为更广泛的手机移动设备用户提供最精良的游戏产品，最极致的游戏体验。公司拥有强大的技术研发团队，致力于研发移动设备游戏应用，并向海外市场积极拓展。2013 年前以研发 WebGame 为主，研发过 3 款 WebGame 产品，代表作品是传奇类页游《怒斩》。2013 年年中开始转向基于 Uni ty3D 的重度 ARPG 手游研发。

“云足疗”（上门帮）获得 Pre-A 轮 3000 万人民币投资

上门足疗 O2O 平台上门帮日前获得 3000 万元 Pre-A 轮融资，投资方为中路资本。据其创始人李智永透露，此次融资将会用于此轮融资将用于市场扩展、产品研发和提升用户体验等方面，近期将启动上海市场。此外，本月上门帮 APP 将正式更名为“云足疗”。说到选择“云足疗”这个应用名的原因，李智永表示，考虑到聚焦足部的护理养生，未来云足疗将围绕“足”做足文章，下足功夫。

云足疗是一个提供上门足疗的 O2O 平台，用户群主要定位于中高端白领人群。上门帮电子商务（北京）有限公司旗下产品。云足疗，提供足疗按摩、中医推拿等上门服务的 O2O 平台。平台聚集了一大批专业技术过硬、素质优良、服务态度一流的手艺人。用户可通过 APP、客服电话、微信平台实现在线查询和预约师傅，还能对服务进行评价，以便师傅更好的改进服务，提高服务水平。

“云财经”获得 A 轮 1000 万人民币投资

近日，云财经创始人黄拓透露，云财经在今年 7 月份完成了 A 轮融资，数额 1000 万，这笔融资将用于支持云财经的商业化运作。据悉，此次投资由老鹰基金领投，跟投机构包括康景投资、领筹资本。

云财经专注于财经、金融、证券领域的资讯集成与舆情监控，为股票投资者、金融机构和企业客户提供一个集成多种高价值的股票资讯的情报平台。珠海富讯网络科技有限公司旗下。

“美妙世界”获得 A 轮 2000 万人民币融资

成立于2014年12月的美妙世界于成立之初已完成A轮2000万人民币融资，其模式是将那些用心做美好事物的美食手艺人找到，为他们提供自己手艺的售卖平台。手艺目前以手工食物为主，小到美味到极致的小吃，大到私厨菜肴。

美妙世界，隶属于北京朋天下网络科技有限公司，其业务未来会延伸到衣食住行的各个方面。其自定义为，与当下难以保证质量与安全的食品完全不同，提供安全靠谱、追求品质的美食，其愿景是营造一个该价值观的人共同打造的美妙世界，提高国人的生活质量，改变中国人对生活幸福感的定义。目前，美妙世界 APP 日订单均为 200 单左右，客单价为 90 元左右，复购率在 60% 上下。

“乐投天下”获得 A 轮 3000 万人民币投资

乐投天下宣布，公司获得由安芙兰资本领投，京北投资等机构跟投，共 3000 万人民币的 A 轮融资。据介绍，资金将主要被用于业务扩张、营销推广和产品研发等领域。互联网金融平台乐投天下成立于 2014 年 7 月，主要通过互联网技术、风控体系和大数据分析等方式提供财富管家服务。

乐投天下是一家 P2P 模式的互联网投融资理财平台，隶属于中融智信投资管理(北京)有限公司，总部位于北京，是一家由 London Business School (LBS)、清华大学、中国人民大学等知名学府毕业且在金融和互联网领域工作多年的专业团队创建的创新型互联网金融公司，旨在通过互联网新技术、大数据分析为中国广大老百姓提供安全、快乐、高效的财富管理服务。

“福佑卡车”获得 A+ 轮 4500 万人民币投资

为货主提供城际整车货运服务的物流电商平台福佑卡车正式宣布完成由盈信投资机构投资的 4500 万元的 A+ 轮融资。此外，2014 年 6 月福佑卡车获得梅花基金 300 万元人民币天使投资，2015 年 3 月获得了 BAT 投资人的 300 万美元的 A 轮投资，加上本次的 A+ 轮融资金额，A 轮融资总额超过 6000 万元。

福佑卡车是北京福佑在线信息技术有限公司旗下的物流 O2O 服务平台。福佑卡车是国内唯一兼具传统物流与互联网背景的信息服务平台，福佑卡车致力于用科技和连接提升运输的效率。将货主、经纪人和司机通过福佑卡车的平台

进行连接,来完成货物与车辆的智能匹配与运输。

“五洲会海购”获 2 亿人民币战略投资

近日国内进口电商平台五洲会海购正式上线运营,并获得环球易购 2 亿元投资。

五洲会海购是一家 100%自营的进口电商网站,目前团队共有 200 余名员工,其中深圳总部主要负责运营、市场和产品;欧洲、美洲和澳洲则各有 10 余人的采购团队。网站的两大特色是 100%自营和供应链完全自控。货品保真上,五洲会采用 100%原产地品牌直采的供货方式,直接向国际品牌商和海外超市批量采购,确保正品正货,减少了不必要的中间环节与流通成本,让货品来源完全放心可靠。

“微鲸科技”获得 20 亿人民币投资

微鲸科技在上海召开新品发布会,创始人兼董事长黎瑞刚发布了微鲸科技的首款产品 55 寸 4K 互联网电视。他透露:这家新设立的公司名为微鲸科技,首期启动资金 20 亿元,主要来源于华人文化产业基金,以及阿里和腾讯;华人文化、阿里巴巴、腾讯、中央人民广播电台将从资本、政策、技术、内容、服务等方面进行深度合作,共同推出互联网电视产品微鲸电视。

微鲸科技是一家专注于家庭娱乐的互联网科技公司,由黎瑞刚先生和李怀宇先生于 2015 年 4 月联合创立,旨在为“微鲸一代”的年轻家庭提供最好的智能产品和服务。主打产品微鲸鱼电视。

“借贷宝”获得 20 亿人民币首轮融资

九鼎控股旗下借贷宝平台日前宣布,完成了 20 亿元首轮融资。而针对具体投资方,借贷宝并未透露任何信息。上述融资规模打破了目前 P2P 行业的融资纪录,此前,中国互联网金融行业获得的最大单笔投资是人人贷 2013 年底获得的 1.3 亿美元 A 轮融资。不过,借贷宝上线刚刚 2 个月,其融资额就已为 20 亿天价,且其并未公布具体投资方,引起众多争议。

借贷宝是由国内顶级私募机构九鼎控股倾力打造的互联网社交金融平台。公司的核心团队皆来自国内外顶级金融机构、法律机构,以及百度、阿里、腾

讯等顶尖互联网公司。借贷宝首创熟人单向匿名借贷模式（即借款人实名、出借人匿名），通过互联网人与人之间的连接机制，实现直接金融交易；利用熟人之间的天然关系，极大程度的减少甚至消除信息不对称；还利用熟人圈的声誉机制和信息收集便利，实现对恶意欠债者的天然约束与高效催收。

15、证券市场一周回顾

（一）股票市场

相较于前一段时间的剧烈波动，本周（8月10日-8月16日）沪深股指震荡幅度有所缩窄，上证综指周震幅为6%，趋于常态化波动。沪深两市成交量也有所恢复，日成交额重上万亿元区间。

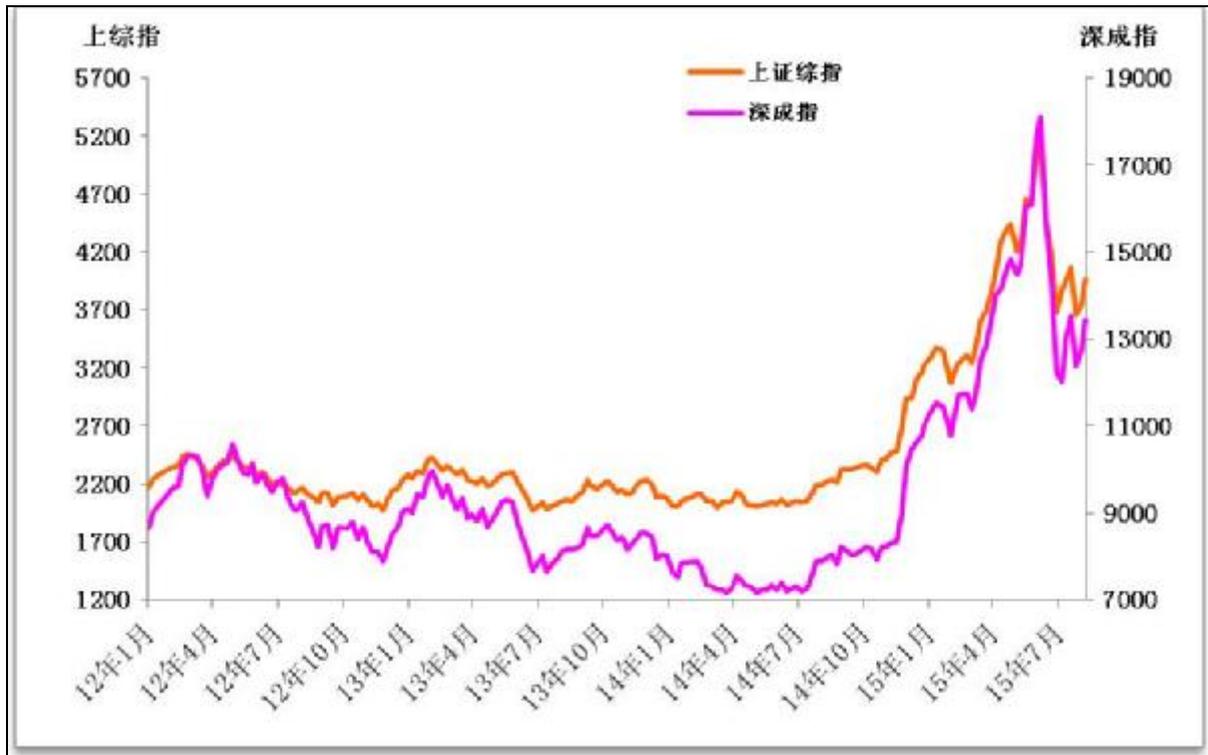
沪指在本周一（8月10日）以4.92%的涨幅收得开门红，随后两个交易日小幅收跌后，再录得两个交易日的上涨。在本周，沪指曾短暂突破4000点，报4000.68点。截至周五（8月14日）收盘，沪指报3965.33点，周涨幅5.91%。

深证成指在本周一报收4.31%的涨幅后，仅在周三（8月12日）下跌1.55%。虽然收红交易日比沪指多一个，但整体表现弱于沪指。截至本周五收盘，深证成指报13445.87点，周涨幅5.43%，周震幅6.15%。

本周创业板指数首日报得5.03%的涨幅，略高于沪深股指，但一周的整体表现并不如沪深股指，在五个交易日中仅收得两个交易日的上涨。截至周五收盘，创业板指数报2674.02点，周涨幅3.77%，周震幅6.56%。

三板做市指数延续前期低迷走势，在本周开出三个交易日的下跌。截至周五（8月14日）收盘，三板做市指数报1502.25点，周跌幅为0.87%。

图表 28 2012-2015 年 7 月上综指、深成指趋势图



数据来源：中商产业研究院

本周沪深两市最低日成交量出现在周四（8月13日），当日沪市成交 5787 亿元，深市成交 4977 亿元，两市合计 1.08 万亿元。最高成交量出现在周二，两市合计 1.34 万亿元。三板市场本周最低日成交额为 3.3 亿元，最高日成交额 6.7 亿元，其中做市转让的股票分别为 1.83 亿元、2.84 亿元。

两融余额在本周整体表现平稳。截至本周四，沪市两融余额 8851 亿元，深市 4876 亿元，两市合计 1.37 万亿元。与上周末（8月7日）的 1.32 万亿元相比，增加 553 亿元。

政策面上，监管层表示今后若干年，中国证券金融股份有限公司不会退出股市，其稳定市场的职能不变，但一般不入市操作。另外，证金公司已在 14 日通过协议转让方式向中央汇金公司转让了一部分股票，由其长期持有。

监管层还表示，将严厉打击保荐代表人借保荐机会违法入股行为，并拟于 8 月中旬对部分证券期货经营机构进行信息技术专项检查。

（二）债券市场

本周(8月10日-8月16日)资金面偏紧,央行在公开市场净投放50亿元,债市收益率上行,现券下跌。

1、公开市场

中国外汇交易中心公布的数据显示,8月14日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报1.6500%,较7日涨12BP,7天回购定盘利率收报2.4800%,较7日涨4BP,14天回购定盘利率收报2.6000%,较7日涨7BP;上海银行间同业拆放利率(Shi bor)周内大多下行,1周品种最新报2.4950%,较7日涨4.2BP,2周品种报2.5750%,较7日跌4.5BP。

本周央行在公开市场净投放50亿元,上周(8月3日一周)为净回笼50亿元。

本周资金面较上周收紧,主要因在人民币汇率贬值压力下,产生了资本外流的压力。一方面资本外流压力增大直接冲击外汇占款,另一方面,在资本外流压力增大之际,央行在公开市场买入人民币抛出美元同样加剧了资金面偏紧状况。但考虑到实体经济下行压力仍较大,资金面偏紧会导致融资成本上升,在汇率端压力减缓后,央行或会降准对冲。预计央行后续会增加公开市场投放力度,如果汇率压力减缓,资金面将重回较宽松态势。

宏观面上,7月宏观数据显示当前经济下行压力仍较大。

2、债市走势

在经济下行的大周期内,政策方向是放松的,宽松或是中期主旋律。预计未来货币政策仍有降息降准空间,特别是降准。在未来几个季度,预计会有更多地方政府债置换计划出台,一方面缓解地方财务风险,另一方面给地方政府在资金上纾困解忧。这些政策的落实需要货币政策放松,特别是降准的配合。因此,当前经济基本面仍支撑债市。

对于后市债市走势,在人民币贬值压力下,短期市场对资本外流的担忧或仍存,但考虑到国内债券市场的投资者以境内银行为主,人民币贬值引发资本流出债市的规模或有限。而在当前的经济状况下,维持适度宽松的货币政策仍有必要,央行或会采取措施对冲,因此,人民币贬值对债市的冲击或有限。长

期看，自本周二（8月11日）起，做市商要参考上日银行间外汇市场收盘汇率向中国外汇交易中心提供中间价报价，这将使得人民币汇率中间价更为接近市场价，这进一步推进了汇率市场化改革，对推动人民币国际化与吸引外国投资者进入债市都会起到正面作用，后续要看央行能否引导市场稳定对人民币汇率的预期。

具体操作上，目前影响债市的核心因素是汇率趋势，汇率贬值并没有到位，债券还没有调整结束，抄底尚早。而7月宏观数据疲弱引发利率下行，反而是可以降低债券杠杆的机会，毕竟高杠杆在资金逐步收紧的情况下是不安全的。

（三）基金市场

受A股IPO暂缓的影响，7月人民币私募新募集基金数量、新设立基金数量和募集金额均下降明显。与此相对应的是，受益于内地与香港基金互认，7月外币私募基金数量增多，创年内新高。

据统计，7月中外创业投资及私募股权投资机构新募集和新设立基金数共计101只，其中59只新募集基金，披露募资金额的52只基金，共募集金额38.86亿美元，42只新设立基金，披露目标规模的26只基金，计划募资157.82亿美元。

7月新募集私募基金中，外币基金数量增幅明显，是6月外币基金数量的5倍，创2015年以来外币基金数量新高。具体来看，7月新募集人民币基金共54只，募资金额为15.69亿美元，占比为40.4%；外币基金5只，募资总额为23.17亿美元，占7月募资总额59.6%。

外币基金募集数额快速上升与7月1日开始的香港与内地基金互认相关，基金互认使香港地区符合资格的基金可以“北上”进入内地市场。随着两地基金的“北上”和“南下”，两地资本市场的互通互融再度加强，这将促进两地经济交流，扩大两地基金的融资渠道。

对于投资人来说，中国大陆和香港的基金互认政策，一方面通过引入境外投资基金，为境内投资者提供丰富的投资产品，以及多层次的投资渠道；另一方面通过境内基金的境外发售，有利于吸引境外资金投资境内资本市场，为各类海外投资者提供更加方便的投资渠道，同时也有助于推动境内基金管理机构的规范化与国际化，培育具有国际竞争能力的资产管理机构。

可以预计，随着“内地和香港基金互认”的开闸，两地资本市场将深度盘活，有利于香港成为境内外基金产品的进出口平台，内地、香港两个市场将迎来多元化的长期投资时代。

四、产业市场

1、7月汽车行业产销延下行态势 新能源汽车现逆势增长

今年1至7月，汽车产销增幅分别为0.80%和0.39%，其中乘用车表现突出，产销分别提高4.01个和3.39个百分点。行业整体不及0.4%的销售增长与去年同期8.8%的增长率有较大差距。

乘用车领域中，我国自主汽车品牌的成绩格外亮眼。7月中国品牌乘用车共销售49.42万辆，环比下降13.42%，同比增长5.06%，占乘用车销售总量的38.95%，占有率比上月提升1.19个百分点，日系、德系、美系、韩系和法系乘用车市场占有率分别为20.23%、19.37%、11.54%、6.64%和3.06%。1至7月，中国品牌乘用车共销售467.88万辆，同比增长13.58%，市场占有率达到41.17%，远高于德系、日系、美系、韩系和法系乘用车的市场份额，在销售领域占据强势地位。面对严峻的市场态势，奇瑞汽车作为自主品牌中的领军企业，持续实行战略转型，建立全新的开发体系与开发模式，塑造入门级、中端、中高端和豪华品牌全面覆盖的品牌新架构，在销售、产品品质、满意度、效益、核心技术、国际合作等多方面都取得了较大突破。

相对于整体市场的萎靡，新能源汽车出现了逆势增长的情况。数据显示，7月新能源汽车生产19307辆，销售16884辆，同比分别增长2.2倍和3.3倍，其中纯电动汽车产销分别完成11252辆和8970辆，同比分别增长1.7倍和3.3倍；插电式混合动力汽车产销分别完成8055辆和7914辆，同比均增长3.4倍；1至7月新能源汽车生产95530辆，销售89549辆，同比增长2.5倍和2.6倍，纯电动汽车与插电式混合动力汽车发展齐头并进，产生互补效应。随着传统汽车市场的持续低迷，车企对新能源汽车的重视力度也在逐渐加大。2015年中国将成为新能源第一大市场，取代美国2014年11.7万销量第一的位置。包括北汽集团、上汽集团、江淮汽车等在内的多家车企都加大了新能源汽车领域的投资，推动新能源汽车成为市场发展的未来趋势。

2、旅游业投资逆势上扬 预计全年将达万亿元

国务院办公厅近日印发《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(以下简称《意见》),提出要拓展旅游企业融资渠道。

当前旅游供需矛盾突出,呈现供不应求的状况,主要表现在:旅游基础设施投入不足、历史欠账多,跟不上旅游发展需要;节假日安排不尽合理,旅游供需时空错配;缺乏相应的保障措施和条件,潜在的旅游需求难以转化为现实的旅游消费等。

满足旅游需求,不仅要投资基础设施这一“旅游硬件”,还要在旅游“软件”上,特别是放宽政策上面下功夫,以挖掘旅游消费新增长点。

根据《意见》要求,拓宽旅游企业融资渠道的方式包括:支持符合条件的旅游企业上市,鼓励金融机构按照风险可控、商业可持续原则加大对旅游企业的信贷支持;积极发展旅游投资项目资产证券化产品,推进旅游项目产权与经营权交易平台建设;积极引导预期收益好、品牌认可度高的旅游企业探索通过相关收费权、经营权抵(质)押等方式融资筹资;鼓励旅游装备出口,加大对大型旅游装备出口的信贷支持。

根据国家旅游局发布的数据显示,上半年全国实际完成旅游投资 3018 亿元,同比增长 28%,比第三产业投资增速高 16 个百分点,比全国固定资产投资增速高 17 个百分点。旅游业实现逆势上扬,充分体现出其对经济增长的拉动作用。

据统计,自今年以来,已有 193 家公司在 A 股挂牌上市,属于酒店旅游行业的公司仅有九华旅游一家。这也反映出在资本市场上,旅游产业仍有巨大的深耕空间。国家旅游局发布的全国旅游业投资报告预计,今年全年旅游直接投资将达 1 万亿元,未来三年将超 3 万亿元。

作为促进消费的重要抓手,旅游业的影响面非常大。据世界旅游组织统计,旅游产业每收入 1 元,可带动相关产业增加 4.3 元收入。旅游业能够影响、带动和促进与之相关联的 110 个行业的发展。

3、稀土行业整合提速 6 集团年底完成重组

从 2011 年至今 4 年间价格损去七成的稀土，在国内需求不足的情况下，已失往日风光。不过，稀土作为支撑相关产业发展的重要基础原料，发展空间广阔。为推动稀土行业转型发展，工信部一方面开展稀土行业两化融合示范项目，推动行业向高端转型；另一方面，工信部也推动相关企业整合重组工作。

据悉，稀土行业整合的速度将加快，6 大稀土集团按组建方案要求，已整合了全国 78 本稀土采矿证中的 77 本和 99 家冶炼分离企业中的 77 家企业，今年年底有望完成全部整合任务。

支持稀土行业两化融合

稀土作为支撑相关产业发展的重要基础原料，发展空间广阔。

例如，电动汽车、混合动力汽车、高速铁路、工业机器人等产业的发展，可以大幅增加稀土永磁电机、动力电池等稀土高端材料和产品的用量。另外，随着环保要求的提高，我国工业炉窑脱硫脱硝、机动车尾气净化、污水处理等可为稀土催化材料提供巨大的市场。

但是据业内专业人士介绍，目前稀土价格持续低迷，已经严重影响了行业的健康发展。从中国稀土行业协会网站获悉，去年以来，稀土价格指数持续下跌，已从 2014 年初的 174 左右跌至目前 114 左右。

我国稀土基础研究和高端应用产业化技术与国外相比，还有较大的差距。稀土材料和器件性能、质量稳定性都难以满足国防科工、战略性新兴产业等发展需求。

截至 8 月 10 日，工信部开展稀土行业两化融合示范项目完成申报工作。本次示范项目支持稀土数字化矿山、稀土冶炼分离智能工厂和稀土产品追溯体系三个方向。

工信部会同有关部门进一步加大对稀土产业发展的支持力度，继续在工业转型升级专项中安排资金，支持稀土行业“两化”融合、高端稀土功能材料和器件产业化等工作；加大对稀土共性及高端应用技术研发工作的支持力度，为产业升级提供新动力；推进包头等重点产区稀土产业转型升级试点工作。

年底完成全部整合任务

除向高端、智能制造转型外，稀土行业的整合也正加速推进。

据悉，今年上半年我国大集团主导行业发展的格局基本形成。工信部会同有关部门，积极推进中铝公司、北方稀土、厦门钨业、中国五矿、广东稀土、南方稀土 6 家稀土大集团的组建工作，已整合了全国 78 本稀土采矿证中的 77 本和 99 家冶炼分离企业中的 77 家企业，今年底有望完成全部整合任务。

6 大稀土集团正在按组建方案要求，进一步加快对整合全国所有稀土矿山和冶炼分离企业的重组进度，今年底前将实现实质性整合重组。

而在此轮国企兼并重组渐入热潮的背景下，以化解过剩产能、提高行业集中度为目标的企业整合也颇受瞩目。

工信部要求有关省加强对大型稀土集团组建工作的指导检查，目的是通过努力，形成若干家技术一流、装备先进、具有较强国际竞争力的大型综合性稀土集团。

4、我国快递业年增长近 50% 业内称其实才刚刚上路

据了解，近年来我国快递业以年增长近 50% 的速度呈现出快递发展的态势，成为拉动中国经济的新引擎。国家邮政局统计数字显示，今年上半年，全国快递服务业企业量累计完成 84.6 亿件，同比增长 43.3%，呈现出稳中有进、快速发展的态势。

虽然我国物流快递业发展迅速，但业内称，互联网+时代，物流快递行业才刚刚上路。为了描摹出更宏伟清晰的未来蓝图，需要全社会同心协力，顺势而为，只有这样，才能更好地诠释‘共享时代的云物流’这一时代命题。

为了加速物流快递业发展，第一，要以新技术的应用、融合为引擎，强力推进快递物流业的发展；第二，以诚信体系的构件促和谐，以优质服务促发展；第三，以综合创新的驱动提升行业的国际竞争力；第四，以全面覆盖为核心，以新增长极为中心，全面打造物流快递业的规范和繁荣；第五，希望以环保节能为要点，以信息安全为基，全面提升物流快递业发展的品质。

5、北京冬奥带来冰雪产业黄金期 三类上市公司享大餐

除去直接助推京津冀协同发展外，在中国经济面临转型的当下，体育产业属于朝阳产业，而冬奥会的举办无疑为其提供了一个重要契机，冰雪产业在中国将迎来发展的黄金时期。

“带动 3 亿人参与冰雪运动”

北京申办报告提出，如果北京申办冬奥会成功，将带动中国 3 亿多人参与冰雪运动。

经济水平达到一定程度之后，大家越来越喜爱冬季运动。随着我国现在的国力、社会经济等各方面发展起来，我们已经具备了发展冬季运动的时机和条件。

19 世纪末，北欧出现并逐步发展了冰雪运动，原因在于工业革命的成果基本解决了民众的温饱，使大家不再畏惧冰雪、畏惧严寒，而有条件借助体育器材享受冰雪、享受自然。可以说，冰雪运动的兴起，是经济发展到一定阶段人们冬季生活方式必然发生的一种积极而健康的转变。

而目前冬季运动在我国的普及率并不高，有很大的提升空间。

以滑雪运动为例，据统计，目前我国每年的滑雪人次在 1000 万左右，参与滑雪运动的人数在 500 万左右， 占总人口的比例仅约 0.4%，远低于其他国家。挪威滑雪人口约 100 万， 占总人口 500 万的 20%；美国滑雪人口约 800 万， 占总人口 3.178 亿的 2.51%。而占世界人口 19.4% 的中国，滑雪人口仅占世界滑雪人口的 2.8%。

研究显示，现阶段，我国滑雪人数(人次)的年增速大约为 20%~30%。假设随着国家政策的支持以及北京申冬奥的推动，这样的增速能够维持 3~5 年，届时在一个较成熟的市场状态下，保守估计我国滑雪人数将超过 1000 万人(相对于人口总量的渗透率也才不到 1%)，在每人每雪季滑雪 5~6 次的情况下，年滑雪人次将达 5000 万~6000 万，即跟美国现阶段的滑雪人口规模类似。

就在北京于 2013 年 11 月宣布申办冬奥会后，张家口地区两大雪场的游客数量较上年度便暴增了 80%，冬奥会对激发人们对于冬季运动热情的作用可见

一斑。

2015年2月16日，张家口崇礼雪场。

冰雪运动市场潜力将被释放

当更多的人选择投身冰雪运动后，将直接带动相关体育设施的建设。

据统计，目前，全球共有约6000个滑雪场，其中，美国占有840个，日本有滑雪场827个，中国则拥有437个滑雪场，其中350个为小型滑雪场。

我国目前的滑雪场主要依托东北山地资源而建立，集中在东三省。北京、河北，甚至长三角等地的市郊区域也有一批以服务当地游客为主的中小型滑雪场，高水准的滑雪场屈指可数。而全国31个省份中有29个开展了冰雪运动，相对成熟的300家滑雪场，合计年收入过百亿。

如果将眼界放宽，从全世界各地区接待的滑雪人次分布和全世界来自各地区的滑雪人员分布对比中可以看出，亚洲地区贡献了大约20%的滑雪爱好者，却只接待了全世界约14%的滑雪人员，这表明亚洲地区在滑雪设施、设备方面还有待提高，同时，这种不平衡也说明了亚洲滑雪市场的潜力。而在日本、韩国滑雪市场已经基本稳定的情况下，中国无疑是亚洲乃至全世界最具潜力的滑雪市场之一。

根据测算，在滑雪场基础设备方面，现有雪场设备升级和新建雪场设备购买有望带来100亿元左右的一次性需求。除去兴建的滑雪场外，现阶段我国个人滑雪用品市场估计在20亿左右，未来市场空间有望达到百亿人民币量级。

据不完全统计，目前中国滑雪市场每年产值约为120亿元，包括滑雪场、住宅交通、滑雪装备等。对比国际冰雪市场体量，中国市场的确有巨大的增长空间。

当然，冰雪产业带来的收益绝不仅限于上述项目。冰雪产业链很长，从器材、场地、赛事、培训，到相关上下游产业，如旅游、地产、娱乐等，玩法多，涉及面广，发展空间巨大。

三类上市公司将分享北京冬奥会“大餐”

2014年10月30日，国务院下发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，明确提出，以冰雪运动等特色项目为突破口，促进健身休闲项目的普及和提高。制定冰雪运动规划，引导社会力量积极参与建设一批冰雪运动场地，促进冰雪运动繁荣发展，形成新的体育消费热点。

而敏感的资本已经嗅到了政策扶持与冬奥会所带来的双重利好。

2015年5月19日，廊坊举办经贸洽谈会，在张家口“激情相约、助力申奥”冰雪产业推介会上，130个招商项目中，当日签约内资项目29个；总投资378.2亿元，签约外资项目3个，总投资4.47亿美元。

具有国资背景的影视制作公司华录百纳7月初宣布，与河北省在冰雪产业品牌赛事领域开展合作，将投入10亿元在河北张家口市打造多项极限冰雪赛事。

同样瞄准冬季运动营销领域的还有万达集团。今年2月，万达集团以10.5亿欧元买下盈方体育传媒集团70%股权，日前已完成交割。王健林曾公开表示，万达看中盈方在冰雪项目上拥有的丰富营销资源，在冬奥会项目所归属的7个国际体育协会中，盈方代理了其中6个体育协会的商业运营。

而主营户外用品的公司探路者今年也宣布全力拓展冰雪用品，冰雪项目相关产品规划是公司未来重要产品线之一。

据分析，三类上市公司将分享到北京冬奥会带来的投资机会。

首先是基础建设类。奥运场馆建设和基础设施投资将是主要驱动因素。建筑建材业、节能环保、房地产、交通运输业、通信电子等行业将会出现供给和需求双料增长，提升相关行业公司的业绩。

其次是消费服务类。奥运会前后，大批游客的到来将极大地刺激当地的旅游消费，旅游和服务行业迎来发展的良机。

再次便是获得特许经营权的公司。奥运特许权商品也将随着奥运会的到来而获得超额的销售增长，除了弥补奥运特许权费用之外，还将获得数量可观的净利润。

6、7月全国总票房 54.9 亿创纪录 影视业继续爆发

票房创纪录促影视业继续爆发

无论是不是影迷，近期很多人的朋友圈都被《大圣归来》、《捉妖记》、《盗墓笔记》、《煎饼侠》、《花千骨》等等国产影视刷屏。在暑期档一系列优秀国产影片的推动下，7月全国总票房创纪录地达到 54.9 亿元，日最高票房、日最高观影人次、周最高票房、国产片最高票房、国产动画片最高票房等多项细分纪录也在 7 月创下新高。

今年暑假电影市场的火爆超出不少业界人士的预期，下半年相关上市公司将继续迎来电影爆发期。政策面上，影视传媒行业也有不少利好政策支持。影视行业迎来黄金时代，这几乎成为业内共识。

基本面：影市迎来首个单月 50 亿

暑期档是国内电影市场最重要的档期之一，也是国产优秀影片最集中的档期之一。在暑期档一系列优秀国产影片的推动下，7月全国总票房高达 54.9 亿元，成为中国电影史上首个单月突破 50 亿元的月份，单月票房甚至相当于 2008 年加上 2003 年两年的票房，相当于 2002 年到 2005 年四年的票房。

不仅如此，7月的超高票房几乎全由国产电影创造，超过 95%的票房占比，让国产电影扬眉吐气。《捉妖记》、《大圣归来》、《煎饼侠》三片联手，贡献了 33.65 亿元票房，占比超过六成。

而截至 7 月 31 日，今年国内电影总票房达 258.53 亿元，同比增长 48.7%，其中国产片市场份额占 57.2%。

此外，类似《煎饼侠》、《盗墓笔记》、《花千骨》等网络 IP(知识产权)大卖，使得资本市场蜂拥追捧拥有优质 IP 存量的公司，寄希望于未来所投的企业能够复制出类似上述 IP 变现成功的案例。

催化剂：下半年再迎电影爆发期

今年暑假电影市场的火爆超出不少业界人士的预期，随之而来的 IP 争夺也更加激烈，甚至出现电影还在上映、上市公司便挟资本之力出手抢下 IP 的景象。

据公开信息统计，下半年上市影视公司将继续迎来电影爆发期，例如光线传媒参与制作或投资的电影有 12 部，华策影视有 11 部，华谊兄弟有 4 部。其中，《港囧》、《寻龙诀》等也拥有成熟的 IP 背景，其票房成绩值得期待。此外，华策影视近日在上海宣布启动新战略，意图彻底打通互联网和影视娱乐接线，从 IP 开发的最初即对剧目、电影、网络剧、游戏乃至电商衍生品等全产品线进行设计和一揽子运营。

政策面上，影视传媒行业也有不少利好政策支持。此前发改委发布信息消费、新型健康技术惠民、海洋工程装备、高技术服务业培育发展、高性能集成电路及产业创新能力等 6 大工程包。其中，影视娱乐正是信息消费的重要部分。

机构论市：影视业步入快速发展期

尽管暑期档的火爆已被看作近期影视股强势的原因，但长期来讲，影视行业的投资机会仍受到肯定。

电影院线和影院建设经历了数年的振荡整合，现已步入快速发展阶段。未来电影市场的竞争是生态和产业链的竞争，是影视集团的竞争。市场的进入门槛进一步提高，未来中国的影视巨头将仅剩 3-5 家，市场份额有持续向行业龙头集中的趋势，建议关注在市场整合阶段中，具有全面布局、不断向产业链上下游渗透、进行跨行业整合的影视公司。

个股掘金：密切跟踪转型整合龙头

光线传媒 2015 年为光线电影大年，下半年公司将有包括《港囧》、《寻龙诀》、《恶棍天使》等 12 部电影上映，涵盖国庆档、贺岁档等各个档期，其中《港囧》有望创国内单品票房纪录。9 月 18 日公司持有的天神娱乐股票将进入解禁期，按照目前市值投资收益超 10 亿元，预计解禁后公司有收回成本需求，投资收益将极大增厚公司业绩。

华谊兄弟 上半年公司参与投资的《天将雄师》、《奔跑吧兄弟》、《失孤》取得较好票房成绩；电视剧业务稳定发展；艺人经纪对相关服务、影院等业务利润贡献提高。

长城影视 在上半年国内影视板块一片火热的大背景下，IP 原创、培育及变现的市场价值重估一触即发，公司在行业内原创能力稳定且突出的优势将不

断显现。此外结合以往下半年是公司作品确认收入的较为集中阶段，公司股价有望上演“业绩+题材”的双重利好效应。

华策影视 公司是国内目前规模最大、实力最强的民营影视企业之一，已成为我国电视剧产业的绝对龙头。在并购以大数据为特色的克顿传媒之后，公司业绩大幅增长。公司下半年有望进入综艺、电影项目爆发期，带动全年业绩超预期。此外，公司新媒体转型推进快速，与百度、小米的合作也有望于近期深化。综合考虑公司在内容 IP 繁荣背景下的龙头地位以及可比公司估值水平，公司应享有平台型龙头公司估值溢价。

万达院线 长期来看，影视娱乐行业依旧繁荣无疑；但就短期而言，在行业高速发展的大背景下，作为院线龙头的万达院线是行业高速增长的最大受益者。

7、游戏产业去年收入超过 1100 亿 市场潜力无限

去年中国游戏产业营业收入超过 1100 亿元，是同期电影票房的 3 倍以上。专家认为，游戏产业的快速发展既得益于企业的创新创业，也得益于地方政府宽松的投资环境和高效的服务水平。在创业成本大幅降低的背景下，如何提高创意的市场竞争力，如何提高企业的存活率，需要游戏产业去破解。

8 月 2 日闭幕的第十三届中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)再次创下了纪录，本届展会共计入场人次 27.3 万，比去年增加约 2 万人次。

如今，办了 13 届的 ChinaJoy，已经成为和美国 E3、东京电玩展齐名的世界互动娱乐产业盛会，而经过十几年的积累，上海也被业界誉为国内首屈一指的互动娱乐创新创业高地。最新发布的《2014 上海游戏产业出版报告》显示，去年上海网游销售收入 377 亿元，占全国的 32.9%。

上海市新闻出版局副局长、ChinaJoy 组委会秘书长祝君波认为，上海成为游戏产业高地，既得益于“80 后”、“85 后”创业者自身的努力，也得益于上海的多元投资和文化创作、生产力量，以及政府的高效服务。

创新型企业向上海集聚

ChinaJoy 是玩家的乐园，更是游戏企业竞技的擂台。期间，盛大游戏发布了玩跨界最为如火如荼的《龙之谷》，举办了 3D 大作《传奇永恒》品鉴会。盛

大游戏的端游坚持无外挂、坚持无商城、坚持按时间收费。上市企业游族网络则公布了其财报，财报显示，2015 年上半年游族网络实现营业收入 65136.09 万元，比上年同期增长 63.6%，尤其是其海外市场持续高速增长，收入 29930.69 万元，同比增长 162.57%。

业内业外的人士都惊讶于游戏产业的发展。比如，去年中国电影总票房将近 300 亿元，让不少人欢欣鼓舞，可去年中国游戏的营业收入已超过 1100 亿元，是电影票房的 3 倍以上。而且中国电影票房中，有一半贡献给了从国外引进的片子，但游戏收入的 63.5% 归于国产游戏，今年上半年，这一比例上升到 75.7%。Chi naJoy 创办之初，几乎是海外引进游戏的天下，而现在，原创网游已占据绝对优势。上海的自主研发网游销售收入，年增长率更是高达 78.2%。

业绩的背后是艰苦的创新创业，是一批批创新型企业在上海聚集。一批在沪创业的游戏公司，经过几年的快速发展，有的年销售额达数亿元，有的则在海内外成功上市。2014 年，上海游戏出版产业新崛起一批收入过亿元的游戏企业，由 3 个人创业起家的莉莉丝科技就是其中之一。其研发的首款手机游戏去年 2 月在苹果商店正式上线后，刷新了各种行业指标和排行数据，长期保持畅销榜第一。

产业链上持续诞生新企业

产业的持续兴旺，给企业带来的不仅是成果，更是强烈的危机意识。据悉，盛大游戏选择了 1 万多个样本进行了深入调研，发现电影与 PC 端游的用户体量最大、覆盖度最高，进行手游改编的潜力最大。而 PC 端游契合手游由轻而重的发展趋势，在画面、音效、动作、玩法等方面优势明显。端游公司只有充分发挥在游戏研发中的成熟经验，才可以迎来发展的“第二个春天”。

如果游戏从业者把进入大公司视为“安逸稳定”，再厚的家底也会被吃完，应鼓励创新，让掌握核心竞争力的年轻人当上老板。目前，包括巨人、盛大在内的沪上网游巨头，不仅组建投资联盟，同时还鼓励企业员工内部创业，把创意项目变成创业型公司。

产业内的充分竞争，让上海的企业家生成了前瞻性的战略眼光。一个个已经成熟的大型游戏公司都着手在企业内部培育创新因素，让自身的产业链不断拉长。比如，游族网络在做大做强游戏业务的同时，就跨界到电影领域，正致力于将硬科幻小说《三体》搬上大银幕，目前，该电影的前期拍摄已经完成，

进入了后期特效制作阶段。

与游族的横跨不同，盛大游戏更注重内部创新团队的养成。盛大游戏在业内最早启动中小团队扶持计划，至今共投入扶持资金超过 10 亿元，投资、入股或采取其他方式扶持的中小开发团队和创业公司总计已超过 50 个。小团队能快速适应市场变化，降低试错成本，而公司提供的配套团队，则能帮助创业者实现创意转码。过去，盛大游戏靠着一部引进游戏撑起 90% 产值，现在公司每年都会推出约 20 款新游戏，自主研发产品的产值比例较从前增加了 30%。作为创意产业，需要更多触角接触市场，而人才作为创新核心，对于企业发展至关重要。

上海企业能够全力拼内功，也在于外部环境的持续优化。在保证质量的前提下，上海已将游戏审批报备流程进一步简化，审批时长缩短了 50%，最快一个月就能完成游戏审批，降低了游戏企业的运营成本。有人才、有资金，有创业氛围，还有办事高效率的政府，在这样的市场环境中，企业有劲使得出。

过去开发一款客户端游戏需要 3 至 5 年，投资上千万元。到了手机游戏时代，一款游戏的开发周期仅为几个月，成本也只需百万元。但是相应的，每年有数以万计的新游戏诞生，能赚钱的却不到 1%。在创业成本大幅降低的情形下，如何提高创意的市场竞争力，如何提高企业的存活率，是需要互动娱乐产业破解的题目。

8、今年百货业关店潮汹涌而至 万达百盛等在列

对传统百货业而言，今年是最困难的一年，密集的关店潮汹涌而至，几乎无一幸免。据《2015 年上半年主要零售企业关店统计》报告显示，截止到 2015 年 6 月 30 日，中国主要零售企业(含百货、超市)在国内共计关闭 121 家，其中百货业态关闭 25 家。

万达要关近半百货店

近日，国内最大的连锁百货商店万达百货传出了要关闭国内 40 多家店的消息，占到万达百货所有门店的近一半。截至 2015 年万达百货在全国共有门店 90 多家。据万达集团内部下发的文件显示，万达百货将关闭济南、唐山等多个地区共 40 多家严重亏损的门店，剩余的上海宝山等地区的个别门店将进行调整，压缩经营面积。

而在业内人士看来，万达百货大举关店颇有些壮士断臂的勇气，万达试图通过砍掉不盈利板块快速转型，百货业态的衰落大家心里都有数，只不过还有很多人在挣扎，而万达集团掌门人王健林的执行力比较强，转型步伐迈得大。

在业内人士看来，城市新区和中小城市的招商难，扩张中的万达广场不得不建立自有主力店品牌，作为主力店来为招商“撑场”，这些主力店除了万达百货还有万达院线、万达酒店、万达宝贝王、大歌星 KTV 等，当其定位为支持招商时，盈利能力就是第二位的。“万达百货历史上是万达广场商业配套的重要部分，如同大歌星一样，确切的定位更多的是聚拢人气……万达百货在历史上的使命其实已经完成”，财经专家水皮指出，随着万达广场商业形态的多元化，各种品牌旗舰店进驻以及步行街的配置，百货还构成了同业竞争，所以调整关店，腾出空间来租赁经营势在必行。

“百货店”逐渐远去

在电商的冲击下，零售业中最传统业态的百货业几乎沦为试衣间。在零售业界，百货店逐渐被具有更大体量，更强聚客能力的购物中心取代，“百货店”这个曾经以满足消费者购物为主要目标的传统业态在逐渐离我们远去。有分析人士指出，传统百货业将会成为下一个实体书店，消失在街头。

从 2003 年以来，中国百货业经历了近十年的黄金发展期，顺风顺水的环境使得百货业轻易就能保持每年两位数的增长，也客观上造就了百货业的不思变化。在新的形势下，百货业的转型之心比谁都迫切，百货业目前的转型主要集中在全渠道 O2O 及加大自营比重上，全渠道 O2O 不仅能打通线上线下，还可以积累大数据。而放弃过往联营的模式，加大自营比重则意味着利润的大幅增长。

百货业只是一个缩影，在新兴消费模式兴起的背景下，“倒闭潮”成为 2015 年国内零售业唯一的关键词。中国百货商业协会统计显示，从 2012 年开始出现的中国百货行业关店潮，到 2015 年有愈演愈烈之势，截止到 2015 年 4 月份，全国共有近 180 家内外资实体百货零售店关店。

五、环球市场

1、德国车企寻求进入巴汽车市场

据 8 月 12 日报道，因看中巴基斯坦汽车市场的巨大潜力，德国车企奥迪拟寻求进入该国市场。由于巴未采用欧盟尾气排放标准，并且缺少生产汽车所需的金属铝等重要材料，通过全散件进口组装模式建设汽车厂无法实现。

目前巴政府正在酝酿新的汽车政策，新政策可能会允许汽车企业以半散件进口组装的形式组建汽车厂。奥迪在巴负责人表示，如果此项政策落实，奥迪将第一个进入巴汽车市场。

根据巴汽车制造商协会的数据，2014-2015 财年巴本地组装汽车销售 151134 辆，相比于 2008-2009 财年的 82844 辆增长了近一倍。然而，巴国内市场几乎全部被日系车占据，除了丰田、本田和铃木外，很少见到其他品牌的汽车。

2、日本打造农产品产地直送亚洲机制

日本农林水产省将与永旺和日本全国农业协同组合联合会（简称 JA 全农）等展开合作，构建出口日本国产品牌农产品的新机制。将从产地向亚洲富裕阶层家中直接配送北海道蜜瓜等水果和大米，最短仅需 5 天时间。由于在海外出现“和食”（传统日本料理）热潮和日本国产水果备受欢迎，今年 1~6 月日本农产品与食品出口额达到 3546 亿日元，创出了历史新高。日本政府也将积极利用此次的机制，力争提前实现 2020 年达到 1 万亿日元的出口目标。

亚洲富裕阶层很多都在当地的高级超市等处购买日本产食品。如果利用新机制在互联网上购买食品，可以配送至自家。通过省去贸易公司和当地复杂的流通渠道，新鲜食品的配送将成为可能。

首先将自 8 月中旬起开始对香港产地直送出口。香港是日本农产品出口的最大市场。

此外，在当地运营购物中心（SC）的永旺将在调查当地消费者需求和偏好的基础上搭建网站。而 JA 全农将利用涵盖日本全国各地农协的网络，向网站

提供青森的苹果、山梨的葡萄、新潟的大米等地的品牌农产品。

在接受订单之后，JA 全农将从日本全国各地农协收购农产品，通过雅玛多运输和全日空的物流网，配送至消费者家中。

现在日本也有针对海外的农产品网购。但此次的新机制利用 24 小时运营的冲绳物流基地“冲绳货物中枢”，能够大幅节省时间。最快的话收获的第二天或者下订单后的 5-6 日就可以送到消费者手中。比如在日本青森傍晚采摘的苹果，第 2 天早上就能送抵香港。

日本全国农业协同组合联合会与日本约 700 个地方农协相连，农产品的产品线也将比现有从事日本农产品出口的业者丰富。品类数最初约为 20 个，但今后还将开始经销日本酒和品牌牛等，在 2016 年度将增加至 50 个品类。此外，还将讨论拓展新加坡和马来西亚等市场。

在价格方面，北海道蜜瓜 3 公斤加上配送费大概 1 万日元（按现在汇率约合人民币 498 元）左右，虽然有些贵，但认为亚洲的富裕阶层可以接受的价格。

新的农产品出口机制是日本农林水产省呼吁民间企业一起制定的。据悉，今后将呼吁更多的企业参加。

关闭国家中药材流通追溯体系全国农产品流通体系建设管理信息平台汽车贸易管理与汽车市场商务部酒类流通管理药品流通行业管理生产资料流通商贸流通行业统计重点流通企业监测中药材流通分析商务部肉类蔬菜流通追溯体系

3、俄经济创 6 年最大跌幅 第二季度经济萎缩 4.6%

俄罗斯联邦统计局 10 日公布的数据显示，受国际油价下跌等因素影响，今年第二季度俄罗斯经济同比萎缩 4.6%，衰退程度重于前一季度。

数据显示，第二季度俄罗斯国内生产总值降幅为 6 年来最大，大幅高于前一季度的萎缩 2.2%，也高于官方预期的萎缩 4.4%。

分析人士指出，由于国际油价重回下跌轨道，俄卢布近期再现大幅贬值，这给俄罗斯经济走出衰退增加了不确定性，而西方国家对俄制裁将继续加大俄经济下行压力。

世界银行 6 月份预测，今年俄罗斯经济将萎缩 2.7%，并将于 2016 年实现 0.7% 的微弱增长。据国际货币基金组织估算，西方制裁给俄罗斯带来的经济损失将达到其国内生产总值的 9%。

为了应对经济颓势，俄央行今年以来已五度下调基准利率，将基准利率从 17% 降至 11%。

4、新加坡全年经济增长预测被调至 2-2.5%

据新加坡 8 月 11 日报道，新加坡贸工部调低对全年经济增长的预测，从 2.0% 至 4.0% 调至 2.0% 至 2.5%。

根据最新的经济第二季的经济调查报告，新加坡第二季经济增长 1.8%，较预估的 1.7% 高 0.1 个百分点，也高于分析师之前的预测。路透社向 11 名经济师收集的第二季经济同比增长预测中位数为 1.5%。

新加坡贸工部表示，全球经济今年上半年的表现比预期疲弱。全球经济增长在下半年预料会逐渐回升，但各经济体的增长步伐不一；发达经济体预料将加速增长，而区域经济的发展前景整体上则较为疲弱。

全球经济上半年的表现比预期疲软，虽然初步数据显示新加坡经济第三季将保持疲软，但全年应该能取得 2% 的增长，因此贸工部调整后的预测是实际的。

预计，新加坡经济增长将保持疲软，不能排除出现连续两个季度环比萎缩的可能性，就业、贷款增长、贸易和消费者价格数据都显示经济表现滞缓。

5、西澳羊肉出口量价齐升 中国仍为最大出口市场

据西澳政府网站消息，在近期举办的“羊产业动态”研讨会上，现场发布的最新一期“肉羊行业现状报告”显示，过去 2 年里，西澳肉羊供应量和价格均出现大幅上涨，显示肉羊需求增速已经超出供应增速。中国仍是西澳最大羊肉出口市场。

报告显示，西澳肉羊价格坚挺、市场需求旺盛，产业前景呈乐观态势。根据去年 7 月至今年 5 月期间产业数据，2014-15 年度主要羔羊肉和普通羊肉

(羊胴)指数价格较 2013-14 年同期升高 60-65 澳分。

报告还显示, 2013-14 年西澳羊肉出口产值膨胀势头目前仍在持续。2014-15 年羊肉均价上涨弥补了出口量下滑造成的影响, 羊肉出口总值约达 3.17 亿澳元。2014-15 年度活羊出口量增长 1%, 加之阉羊均价上涨 15%, 推动活羊出口总值升高 21%。阉羊平均出口报价为 91 澳元 / 头, 比去年同期升高 12 澳元。羊毛方面, 西部市场拍卖综合指数 (WMI) 为 1,132 澳分, 比 2013-14 年升高 34 澳分。

西澳肉羊养殖数量似乎已经稳定, 绵羊和羔羊总量约稳定在 1,400-1,500 万头, 而其它州肉羊数量总体呈下降趋势。随着羊产业重心从羊毛向双重产品——羊毛和肥羔转变, 产业结构已经发生变化。相关数据表明, 西澳公羊数量有所降低, 而母羊和羔羊数量有所升高。2014 年中期, 西澳拥有约 1,440 万头羔羊和肉羊, 其中育种母羊数量约达 800 万头。目前西澳与超过 50 个海外国家和地区开展羊肉出口贸易。

数据显示, 西澳 2014-15 年对其 5 大羊肉出口市场羊肉出口量占全年羊肉出口总量 55%, 出口份额分别为: 对中国出口占比 22%、对沙特阿拉伯 10%、对阿拉伯 8%、对美国 7%、对马来西亚 7%。数据还显示, 2013-14 年西澳出口活羊约 180 万头, 基本全部由中东市场消化; 2014-15 年, 西澳活羊出口量与上年度基本持平, 目前科威特仍为西澳最大活羊出口市场。

6、巴西今年 7 月汽车产量同比下降 14.9%

根据巴西汽车生产商协会公布的最新数据显示, 今年 7 月份, 巴西汽车产量为 21.5 万辆, 比去年同期下降 14.9%, 创 2006 年以来当月新低。

数据显示, 今年 7 月份, 巴西轿车和轻型车产量为 20.67 万辆, 同比下降 13%。卡车产量为 6600 辆, 下降 46.4%, 大客车产量为 1900 辆, 下降 35.8%。今年前七个月, 巴西汽车产量为 149 万辆, 同比下降 18.1%, 为 2006 年以来同期最低水平。其中轿车和轻型车产量下降 19.2%。

巴西汽车生产商协会称, 今年以来, 巴西汽车制造业不景气, 通用、福特、本田、现代和奔驰等厂家纷纷裁员和减产。今年 7 月份汽车行业有 1200 人失业, 过去 12 个月汽车制造业人员失业率达到 9.7%。近日, 通用又宣布将有 7000 名员工离岗休假。目前巴西汽车行业从业人数为 13.57 万人。

与此同时，巴西汽车市场需求不足，销量持续下滑。今年7月份，巴西汽车销售量为22.76万辆，同比下降22.8%。今年前七个月，巴西汽车销售量为154.65万辆，同比下降21%。今年7月份巴西汽车库存量达34.48万辆。

不过，今年以来巴西汽车出口表现不俗。数据显示，今年前七个月，巴西汽车出口量达22.53万辆，同比增长10.7%。

该协会预测，今年巴西汽车总产量将下降17.8%，销售量下降20.6%，而汽车出口量将增长1.1%。

7、六月份德国工业产出意外下滑

六月份德国工业产出意外下滑，凸显中国等新兴经济体增速放缓对德国经济增长的潜在风险。

德国经济部称，扣除季节和通胀因素影响，六月份德国工业产出环比下滑1.4%，其中出口下滑1%、进口下滑0.5%。从行业看，制造业产出下滑1.3%、建筑业下滑4.5%、能源行业增长2.3%。巴伐利亚银行（BayernLB）经济学家Stefan Kipar表示，中国经济放缓对出口驱动型的德国经济产生了潜在风险，但未来是否影响德国工厂订单还需进一步观察，目前德国经济前景仍呈现积极态势。德国央行预计今年德国将实现强劲增长，主要由于就业率创新高从而将有力拉动消费。经济学家预计，二季度德国经济环比增速将升至0.5%，超过一季度的0.3%。

德国经济部表示，二季度德国工业总产出与一季度总体持平，工业生产状况继续向好，鉴于近期工业订单增加以及企业信心增强，未来制造业产出将小幅上扬。德国经济部数据显示，六月份德国工业订单增长2%，其中欧元区以外投资品订单增长8.8%，位于汉堡的空客SAS公司近期获得135架单通道飞机订单。

8、日本经济“赚钱本领”逐步回升

据报道，日本财务省8月10日公布2015年上半年度(1至6月)国际收支数据，其中计算日本与其它国家物品与资金互换的“经常收支”为81,835亿日元盈余，时隔两年上半年首次出现顺差。其原因在于，原油价格下跌、其它国家经济缓慢复苏导致出口额减去进口额得出的贸易收支赤字缩小。

从半年度数据来看,以日本东部大地震之前 2010 年下半年度(95,692 亿日元)以来的盈余水平做参照,可见日本的“赚钱本领”在逐步回升。2014 年上半年经常收支为 4,977 亿日元赤字,是 1985 年之后首次跌至逆差的一年。

经常收支中,日本在企业海外投资子公司所得红利、债券收入等第一所得收支与去年同期相比增加 26.1%,盈余 105,114 亿日元,是继 1985 年之后半年度统计中的最大金额。

9、瑞士政府宣布取消对伊朗经济制裁

8 月 14 日消息,瑞士政府 12 日宣布,将于 13 日起正式取消对伊朗相关经济制裁,成为伊朗核问题全面协议签署后第一个宣布取消对伊朗制裁的西方国家。瑞士政府决定取消的制裁包括针对伊朗政府的贵金属交易禁令,以及对涉及伊朗石油化工产品贸易、原油及石油产品运输和相关保险业务的强制性汇报等。瑞士已经自去年 1 月起暂停对伊朗实施上述制裁。此外,瑞士政府还宣布将放松针对伊朗的金融管制措施。伊朗公民在瑞士银行进行转账的金额上限将提升为之前的十倍。

取消对伊朗制裁一方面表达瑞士对落实伊核问题全面协议的支持,另一方面也说明瑞士对伊核谈判各方提出的建设性方案充满信心,瑞士希望未来与伊朗进一步加强在政治和经济领域的交流。并且,随着伊朗的国际制裁逐步解除,石油、天然气蕴藏丰富将给伊朗带来新的发展机遇。

六、热点解读

1、全面解读《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

旅游业是我国经济社会发展的综合性产业,是国民经济和现代服务业的重要组成部分。通过改革创新促进旅游投资和消费,对于推动现代服务业发展,增加就业和居民收入,提升生活品质,具有重要意义。

8 月 11 日,国务院办公厅印发《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(以下简称《意见》)。

《意见》针对旅游发展面临的瓶颈制约问题,提出促进旅游投资和消费增

长的有效措施。主要有以下内容：

一是实施旅游基础设施提升计划，改善旅游消费环境。政府加大对旅游公共产品和服务的供给，既能补短板、惠民生，又能扩需求、促发展。针对我国旅游市场秩序不规范、旅游基础设施建设滞后和公共服务设施短缺等影响旅游消费增长的基础性问题，《意见》提出着力改善旅游消费软环境、完善城市旅游咨询中心和集散中心、加强连通景区道路和加快停车场建设、加强中西部地区旅游支线机场建设、大力推进旅游厕所建设等五项内容。以上内容既与游客体验直接相关，也是旅游公共服务的短板。通过实施旅游基础设施提升计划，为游客提供更加放心、便捷、舒适的旅游消费环境。

二是实施旅游投资促进计划，开辟旅游消费市场。扩大旅游投资规模，改善旅游投资结构，能为稳增长、扩内需、调结构发挥重要作用。针对当前制约旅游新产品新业态发展的投资障碍和政策瓶颈，《意见》提出加快自驾车、房车营地建设、推进邮轮旅游产业发展、培育发展游艇旅游大众消费市场、大力发展特色旅游城镇、大力开发休闲度假旅游产品、大力发展旅游装备制造业、积极推动“互联网+旅游”等七项内容。以上内容是当前及未来游客消费和社会资本投资的热点领域。各级旅游和相关部门将以扩大旅游产品供给、优化旅游产品结构为核心，通过放松管制、破除制约新业态发展的制度障碍入手，推动落实支持旅游新产品开发和新业态发展的政策措施，以满足游客快速增长的大众化、个性化旅游消费需求。

三是实施旅游消费促进计划，培育新的消费热点。提升旅游休闲消费，培育旅游消费新热点，不仅能挖掘国内潜在旅游消费，还能吸引部分高端旅游从境外回流。《意见》从满足游客消费新需求、培育消费新热点的角度出发，提出丰富提升特色旅游商品、积极发展老年旅游、支持研学旅行发展、积极发展中医药健康旅游等内容。通过培育市场需求大、发展前景广的旅游消费新热点，做大做强国内旅游消费市场。

四是实施乡村旅游提升计划，开拓旅游消费空间。我国乡村旅游资源丰富、市场空间广阔，已成为城镇居民“5+2”生活模式的重要载体，成为国内旅游发展的主战场。为改善乡村旅游发展环境、促进乡村旅游转型升级、进一步发挥乡村旅游增收富民作用，《意见》提出坚持乡村旅游个性化、特色化发展方向，完善休闲农业与乡村旅游配套设施、开展百万乡村旅游创客行动、大力推进乡村旅游扶贫等四项内容。

五是优化休假安排，激发旅游消费需求。调整休假安排对于激发旅游消费热情、扩大旅游消费规模的作用立竿见影，对抵御当前经济下行压力效果显著。目前，不少地区和单位在落实带薪休假方面取得了很大进展，但总体还存在推动力度不够、落实进度比较缓慢等问题，需要各级政府加快实施。针对当前带薪休假制度落实缓慢、游客集中出游带来的弊端等问题，《意见》提出落实职工带薪休假制度、鼓励弹性作息、鼓励错峰休假等三项举措。

《意见》提出在稳定全国统一的既有节假日前提下，各单位和企业可根据自身实际情况，将带薪休假与本地传统节日、地方特色活动相结合，安排错峰休假。主要目的是通过鼓励有条件的地区实施错峰休假，避免大量游客集中出游，为游客提供更有品质的旅游活动，提升游客满意度，激发游客消费热情。同时，在严格遵守相关法律法规前提下，有条件的地方和单位可根据实际情况，依法优化调整夏季作息安排，为职工周五下午与周末结合外出休闲度假创造有利条件。主要目的是在不影响各单位和企业正常生产经营活动前提下，集中居民休假时间，释放旅游消费潜力，促进旅游消费增长。以上错峰休假和弹性作息是鼓励性和倡导性政策，非强制性政策，也不能全国一刀切，各地各单位在严格遵守法律法规前提下，可根据自身实际情况自愿实施。

六是加大改革创新力度，促进旅游投资消费持续增长。加强改革创新是激发旅游投资和消费增长潜力的重要举措。针对长期制约旅游业发展的资金、土地、信贷等问题，《意见》提出加大政府支持力度、落实差别化旅游业用地用海用岛政策、拓展旅游企业融资渠道等三项举措。国家旅游局将会同相关部门推进旅游项目产权与经营权交易平台建设。积极引导预期收益好、品牌认可度高的旅游企业探索通过相关收费权、经营权抵（质）押等方式融资筹资；推动落实差别化旅游业用地用海用岛政策；推动设立中国旅游产业促进基金，鼓励有条件的地方政府设立旅游产业促进基金。支持企业通过政府与社会资本合作（PPP）模式投资、建设、运营旅游大项目。

贯彻落实《意见》的主要打算和举措

国家旅游局将按照国务院的统一部署和要求，会同各有关部门，抓好各项意见的贯彻落实。

（一）抓好《意见》的解读、宣贯和落实工作。按照《意见》要求，进一步细化工作措施，制定实施线路图和时间表，明确分工；出台国家旅游局贯彻落实国务院《意见》的具体实施方案；在8月18日召开的全国旅游局长研讨班

上，在全国旅游系统做好《意见》的宣传贯彻；积极配合有关部门抓好《意见》的贯彻落实，推动出台相关政策措施，把文件落到实处。

（二）实施旅游基础设施提升计划。从今年开始，计划用3年时间，通过政策引导、资金补助、标准规范等手段新建和改建5.8万座厕所，150万个停车位，支持重点景区、重点旅游区以及交通站点的游客咨询中心和游客集散中心建设，支持少数民族地区、丝绸之路沿线、长江经济带等重点旅游区建设1000个左右自驾车房车营地，支持沿海地区合理建设邮轮游艇码头。

（三）开展乡村旅游扶贫工作，引导乡村旅游消费。一是加强乡村旅游调研，研究制定《关于促进乡村旅游持续健康发展的若干意见》，目前正在征求相关部门意见，征求意见后将报送国务院；二是筹备召开全国乡村旅游提升与旅游扶贫推进大会，推出乡村旅游“千千万万”品牌；三是贯彻落实中办、国办印发的《关于创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的意见》，加大实施“乡村旅游富民工程”；四是开展乡村旅游村官培训，重点推进精准扶贫工作，启动旅游规划扶贫公益行动。到2020年，在全国建成6000个以上乡村旅游模范村，形成10万个以上休闲农业与乡村旅游特色村，300万家农家乐，乡村旅游年接待游客超过20亿人次，受益农民5000万人。“十三五”期间，通过发展旅游将带动全国17%的贫困人口实现脱贫。

（四）挖掘旅游投资潜力，扩大旅游消费供给。一是广泛动员社会资本投资旅游业，国家旅游局于5月15日召开首次中国旅游产业促进座谈会，通过颁发“中国旅游产业杰出贡献奖”，与国家开发银行等6家金融机构签订合作协议等措施积极引导社会资本投资旅游业。二是积极协调财政部，设立中国旅游产业促进基金，以中央政府财政资金为杠杆，撬动更多的社会资本投资建设休闲度假产品建设。

（五）大力开发休闲度假旅游产品，提升旅游休闲度假消费。国家旅游局将会同相关部门通过政府引导，鼓励新型市场主体开发富有特色的旅游商品，提升旅游购物消费；撬动社会资本建设一批研学旅行基地和符合老年人需求特点的老年旅游产品，积极培育青少年和老年人旅游市场；支持有条件的地区建设中医药健康旅游示范产品，开辟中医药健康旅消费市场；推出一批国家旅游度假区，启动旅游休闲区标准制定工作；完善与自驾车相配套的休闲度假公共服务体系建设。

2、国家统计局解读 7 月份工业生产数据

7 月份，全国规模以上工业增加值同比实际增长 6%，增速较 6 月份回落 0.8 个百分点；1-7 月份，规模以上工业增加值同比增长 6.3%，与 1-6 月份持平。

7 月份全国工业生产增速回落的主要原因如下：

一是外需低迷，出口下降。7 月份，海关统计的出口同比下降 8.9%。从出口重点商品看，纺织纱线、织物及制品、服装及衣着附件和鞋类等出口降幅扩大，导致这些行业的工业品生产增速有所回落，其中化学纤维产量增长 5.5%，增速较 6 月份回落 6.1 个百分点；梭织服装增长 2%，回落 1.7 个百分点；鞋下降 8%，降幅扩大 6.8 个百分点。

二是受投资、房地产需求减弱影响，部分投资品生产进一步下滑。7 月份，粗钢产量同比下降 4.6%，降幅较 6 月份扩大 3.8 个百分点；钢材产量由 6 月份增长 1.3% 转为下降 1.9%；平板玻璃下降 13.5%，降幅扩大 9 个百分点。此外，建筑工程用机械、载货汽车等下降幅度也呈进一步扩大势头。

三是部分消费品生产下降。7 月份，轿车产量下降 26.3%，降幅较 6 月份扩大 14.9 个百分点；卷烟产量由 6 月份增长 1.4% 转为下降 4.3%。

此外，去年 7 月工业增长基数较高；部分地区受台风等天气原因影响，工业生产增速回落幅度较大，如浙江省 7 月工业生产增速为 2.5%，比上月回落了 3.5 个百分点。这些因素也导致了 7 月份全国工业生产增速回落。

7 月份工业生产增速出现回落，一方面表明工业经济企稳的基础还不牢固；另一方面，工业月度之间增速出现一定的波动也属于正常现象。1-7 月份工业生产累计增速与上半年持平，总体仍属平稳态势。特别需要指出的是，7 月份工业经济结构调整仍在取得积极进展。

一是高技术产业增加值增长有所加快，7 月份，高技术产业增长 9.6%，增速较 6 月份加快 0.4 个百分点。医药制造业增长 10.3%，增速较 6 月份加快 1.8 个百分点；计算机、通信和其他电子设备制造业增长 9.4%，加快 0.2 个百分点。

二是支撑工业转型升级的高端细分行业仍然保持了较快增长。7 月份，航空、航天器及设备制造行业增加值增长 34.6%；城市轨道交通设备制造增长

19.7%；通信设备制造增长 15.5%；雷达及配套设备制造增长 12.8%；电子器件制造增长 13.1%。

三是符合消费升级方向的新兴产品快速增长。7 月份，在汽车产量总体下降的情况下，运动型多用途乘用车（SUV）增长 32.9%，新能源汽车增长 3 倍以上；动车组增长 104.7%；智能电视增长 47.1%；智能手机增长 31.7%；光纤增长 47.6%；太阳能电池（光伏电池）增长 21.7%；光电子器件增长 21.5%。

3、国家统计局解读 2015 年 7 月份投资数据

2015 年 1-7 月份，全国完成固定资产投资（不含农户）288469 亿元，同比增长 11.2%，增速比 1-6 月份小幅回落 0.2 个百分点，基本保持平稳增长的态势。与此同时，投资结构继续优化。

一、第一产业投资持续高速增长

在国家政策的支持下，第一产业投资保持高速增长态势。1-7 月份，第一产业投资 7741 亿元，同比增长 28.2%，增速比 1-6 月份提高 0.4 个百分点，比去年同期提高 3.1 个百分点。其中，农业投资 3803 亿元，增长 40.4%，林业投资 1090 亿元，增长 21.9%。

二、高技术产业投资保持较快增长

1-7 月份，全国高技术产业投资 16643 亿元，同比增长 16.4%，比全部投资增速高 5.2 个百分点。其中，高技术制造业投资 10572 亿元，同比增长 13.1%，比全部制造业投资增速高 3.9 个百分点；高技术服务业投资 6071 亿元，增长 22.8%，比全部服务业投资增速高 10.7 个百分点。

三、工业技术改造投资增速有所提高

1-7 月份，全国工业技术改造投资 42276 亿元，同比增长 12.9%，增速比 1-6 月份提高 0.2 个百分点，比全部工业投资增速高 3.9 个百分点；工业技术改造投资占全部工业投资的比重为 36.2%，比去年同期提高 1.2 个百分点。

四、消费品制造业投资增速有所提高

1-7 月份，全国消费品制造业投资 26035 亿元，同比增长 11.8%，增速比 1-6 月份提高 0.2 个百分点，比全部制造业投资增速高 2.6 个百分点。其中食品制造业投资增长 17%，纺织服装、服饰业投资增长 26.5%，家具制造业投资增长 19.2%，文教体育用品制造业投资增长 24.8%，印刷业和记录媒介的复制业投资增长 15.4%。

五、基础设施投资中民间投资快速增长

随着基础设施领域对民营资本进入条件的不断放宽，基础设施投资中民间投资增长较快，比重不断提高。1-7 月份，全国基础设施投资中民间投资 11246 亿元，增长 24.7%，比全部基础设施投资增速高 6.5 个百分点。民间基础设施投资占全部基础设施投资的比重为 22.6%，比去年同期提高 1.2 个百分点。

六、六大高耗能行业投资增速回落

1-7 月份，六大高耗能行业投资 34323 亿元，同比增长 6.3%，增速比 1-6 月份回落 1.2 个百分点，比工业投资增速低 2.7 个百分点。其中，石油加工、炼焦及核燃料加工业投资下降 15.6%，降幅比 1-6 月份扩大 4.3 个百分点；黑色金属冶炼及压延加工业投资下降 12.3%，降幅扩大 0.9 个百分点；化学原料及化学制品制造业投资增长 6.8%，增速比 1-6 月份回落 1.6 个百分点；非金属矿物制品业投资增长 8.2%，回落 1.5 个百分点；有色金属冶炼及压延加工业投资增长 2.0%，回落 1.8 个百分点。

公司优势

Business Advantage

研究团队

资深全职研究分析师 200 余位，其中博士学位 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：问卷调查/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。



中国细分市场研究领导者，在业界创造的 **NO.1**



十年高端商业智慧整合 助力中国企业变革创新

中商产业研究院期待与您更深度的合作！

服务热线：400-666-1917

400-788-9798