

# 中商顾问 · 投资情报周刊

2014年12月29日-2015年01月04日

每周一发行

国务院关于批转财政部权责发生制政府综合财务报告制度改革方案的通知

便利银行结售汇业务 促进外汇市场发展

2014年全球IPO盛宴：1155家公司首发上市

2014年通信业进入4G时代 多家民营获虚拟运营商牌照



中商产业研究院出版



全国免费热线：

400-666-1917

# 国际化专业调研机构， 涉外调查许可资格

## 丰富的成功案例，更贴近市场适用

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

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



## 中商产业研究院行业研究报告

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

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

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

## 为什么选择我们？

**让您买得放心** 中商产业研究院从业多年，信誉良好，服务品质有保证；

**售前售后服务** 通过我们良好的资源，为客户提供最完善的售前售后服务；

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

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

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





## 研究报告对企业的价值是什么？

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

## 公司资质 Qualification



## 版权声明

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

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

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

### 中国细分市场研究领导者，在业界创造的 NO.1

中国领先产业研究与咨询机构  
**中商产业研究院**



## 目录

- 一、政策法规.....10
  - 1、国务院关于批转财政部权责发生制政府综合财务报告制度改革方案的通知.....10
  - 2、精简审批事项规范中介服务实行.....16
  - 3、关于贯彻实施修改后的预算法的通知.....18
  - 4、关于取消、停征和免征一批行政事业性收费的通知.....21
  - 5、保监会批准保险资金设立私募基金 支持小微企业发展.....22
  - 6、央行明确将同业存款纳入存款统计口径.....22
  - 7、银监会拟定信托业新规.....23
  - 8、便利银行结售汇业务 促进外汇市场发展.....23
- 二、经济观察.....24



# “十三五规划”研究领域及内容

## 宏观经济研究

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

## 资源环境

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

## 城乡区域研究

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

## 产业研究

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

## 科教文化

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

## 服务内容

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

1、2014年12月中国制造业采购经理指数为50.1%.....	24
2、2014年12月中国非制造业商务活动指数为54.1%.....	26
3、12月房地产销售同比增近三成.....	28
4、流通领域重要生产资料市场价格变动情况(2014年12月21-30日).....	29
5、50个城市主要食品平均价格变动情况(2014年12月21-30日).....	31
6、11月全社会完成客运量16.8亿人 同比增5.2%.....	32
<b>三、投资市场.....</b>	<b>32</b>
1、2014全球IPO盛宴:1155家公司首发上市,7大投行赚翻天.....	32
2、P2P血腥年关劫:12月70家平台出事 央行5.5万亿充当救世主.....	33
3、房地产信托规模锐减七成 明年兑付高峰将至.....	36

# ◇ 中商产业研究院影响力 ◇

## 国家政府部门及权威媒体广泛报道与引用中商产业研究院专业研究结论

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



## 中国首家自建数据库的咨询机构



- 4、地产千亿并购潮：估值低迷加速洗牌，险资大鳄潜入 28 公司.....37
- 5、2015 年 P2B 网贷格局将超过 P2P.....40
- 6、P2P 野蛮生长这一年：有钱任性.....42
- 7、将被 O2O 模式改造的 6 大行业：衣食住行、变美、咨询.....43
- 8、互联网融资节奏快：烧 5 千万没反应 未来三方向猛烧钱.....47
- 9、被 VC 低估的风口：企业级迎春天 或是下一个百亿美元企业.....48
- 10、PE/VC 开始爱“吃药”：南京机构向医药业抛媚眼.....49
- 11、新三板红包助力券商业务：做市股票望破 100 家.....50
- 12、12.29 -1.04 一周并购事件.....53
- 13、一周风投事件统计.....53

# 行业市场调研

专项研究（重点包括细分市场研究、高层访谈、对标企业研究、消费者研究）

满意度研究（重点包括员工满意度、客户满意度）

竞争对手调查（重点包括竞争对手产品、营销、研发、财务、渠道调查等）

企业产销调研（重点包括生产状况调查、销售状况调查）



14、证券市场一周回顾.....55

四、产业市场.....57

1、中国机器人处于行业低端 蛋糕再大也吃不到.....57

2、2014 年通信业进入 4G 时代 多家民营获虚拟运营商牌照.....62

3、2014 年旅游业封杀令口水战不断 官方定调智慧年.....65

4、2014 年国产手机业集体逆袭 抄袭风波难终结.....67

5、2014 年食品业关键词：安全问题频发 转基因开闸.....69

6、2014 年中国电影票房跃升至 296 亿 同比增长 36%.....72

7、房地产销售年末强势崛起.....72

8、煤炭进入买方市场 传统定价机制发生变化.....73

## 中商产业研究院案例

### 市场调研成功案例(部分)

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

### 投融资咨询成功案例(部分)

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

### 民营银行咨询成功案例(部分)

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

### 规划咨询成功案例(部分)

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

### IPO 咨询成功案例 ( 部分 )

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

9、文化产业上演跨界并购大戏 盈利模式去电影化.....	74
<b>五、环球市场</b> .....	<b>77</b>
1、欧元区 12 月制造业 PMI 不及预期 欧央行压力大增.....	77
2、英国 2014 年 12 月制造业 PMI 跌至 52.5.....	79
3、美元强势上涨 企业应注意对冲汇率风险.....	79
4、巴西年末消费乏力 中国电商逆市增长.....	80
5、美国德州天然气项目搁置 成首个油价暴跌牺牲品.....	81
6、美国今年圣诞购物季销售额料创近三年新高.....	81
7、日本拟调降企业所得税 3.26%.....	83
8、俄罗斯 GDP 五年来首次萎缩 卢布回吐涨幅大跌逾 8.0%.....	83

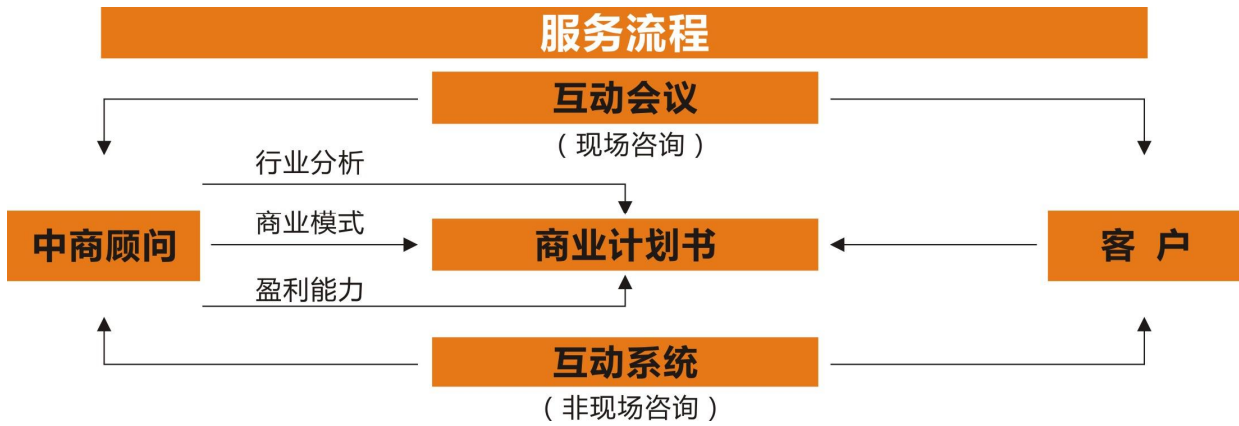


# 投资咨询

## 可行性研究报告



## 商业计划书



- 9、美国经济复活尚存变数.....84
- 10、日本家庭消费支出同比减少 2.5% 住宅修缮支出低迷.....85
- 六、热点解读.....86
- 1、财政部解答推进权责发生制政府综合财务报告制度改革.....86
- 2、解读：纵横联动促企业投资项目核准提速.....89
- 3、全年中企 IPO 募资 4071 亿元 聚焦明年 A 股注册制.....91

## 一、政策法规

### 1、国务院关于批转财政部权责发生制政府综合财务报告制度改革方案的通知

国务院同意财政部《权责发生制政府综合财务报告制度改革方案》，现转发给你们，请认真贯彻执行。

#### 权责发生制政府综合财务报告制度改革方案

按照党的十八届二、三、四中全会精神，根据新修订的《中华人民共和国预算法》和《国务院关于深化预算管理制度改革的决定》（国发〔2014〕45号）有关要求，为建立权责发生制的政府综合财务报告制度，全面、准确反映各级政府整体财务状况、运行情况和财政中长期可持续性，制定本方案。

#### 一、建立权责发生制政府综合财务报告制度的重要意义

我国目前的政府财政报告制度实行以收付实现制政府会计核算为基础的决算报告制度，主要反映政府年度预算执行情况的结果，对准确反映预算收支情况、加强预算管理和监督发挥了重要作用。但随着经济社会发展，仅实行决算报告制度，无法科学、全面、准确反映政府资产负债和成本费用，不利于强化政府资产管理、降低行政成本、提升运行效率、有效防范财政风险，难以满足建立现代财政制度、促进财政长期可持续发展和推进国家治理现代化的要求。因此，必须推进政府会计改革，建立全面反映政府资产负债、收入费用、运行成本、现金流量等财务信息的权责发生制政府综合财务报告制度。

#### 二、指导思想、总体目标和基本原则

##### （一）指导思想。

认真贯彻落实党的十八届二、三、四中全会精神，高举中国特色社会主义伟大旗帜，以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，按照党中央、国务院决策部署，加快推进政府会计改革，逐步建立以权责发生制政府会计核算为基础，以编制和报告政府资产负债表、收入费用表等报表为核心的权责发生制政府综合财务报告制度，提升政府财务管理水平，促进政府会计信息公开，推进国家治理体系和治理能力现代化。

## （二）总体目标。

权责发生制政府综合财务报告制度改革是基于政府会计规则的重大改革，总体目标是通过构建统一、科学、规范的政府会计准则体系，建立健全政府财务报告编制办法，适度分离政府财务会计与预算会计、政府财务报告与决算报告功能，全面、清晰反映政府财务信息和预算执行信息，为开展政府信用评级、加强资产负债管理、改进政府绩效监督考核、防范财政风险等提供支持，促进政府财务管理水平提高和财政经济可持续发展。

## （三）基本原则。

1. 立足中国国情，借鉴国际经验。在充分考虑我国政府财政财务管理特点的基础上，积极借鉴我国企业会计改革的成功做法，吸收国际公共部门会计准则、有关国家政府财务报告制度改革的有益经验，构建具有中国特色的政府综合财务报告制度。

2. 坚持继承发展，注重改革创新。积极吸收近年来完善现行政府会计制度、行政事业单位会计改革以及政府综合财务报告试编中取得的经验，注重制度创新，强化信息技术支撑，准确反映政府资产负债状况和运行成本，促进政府规范管理和有效监督。

3. 坚持公开透明，便于社会监督。按照政府信息公开要求，规范公开内容和程序，促进公开常态化、规范化和法制化，满足各有关方面对政府财务状况信息的需求，进一步增强政府透明度。

4. 做好总体规划，稳妥有序推进。科学合理设计改革总体框架和目标，指导改革有序推进。充分考虑改革的复杂性和艰巨性，先行试点，由易到难，分步实施，积极稳妥地推进改革。

## 三、主要任务

（一）建立健全政府会计核算体系。推进财务会计与预算会计适度分离并相互衔接，在完善预算会计功能基础上，增强政府财务会计功能，夯实政府财务报告核算基础，为中长期财政发展、宏观调控和政府信用评级服务。

（二）建立健全政府财务报告体系。政府财务报告主要包括政府部门财务报告和政府综合财务报告。政府部门编制部门财务报告，反映本部门的财务状况和运行情况；财政部门编制政府综合财务报告，反映政府整体的财务状况、运行情况和财政中长期可持续性。

（三）建立健全政府财务报告审计和公开机制。政府综合财务报告和部门财务报告按规定接受



审计。审计后的政府综合财务报告与审计报告依法报本级人民代表大会常务委员会备案，并按规定向社会公开。

（四）建立健全政府财务报告分析应用体系。以政府财务报告反映的信息为基础，采用科学方法，系统分析政府的财务状况、运行成本和财政中长期可持续发展水平。充分利用政府财务报告反映的信息，识别和管理财政风险，更好地加强政府预算、资产和绩效管理，并将政府财务状况作为评价政府受托责任履行情况的重要指标。

#### 四、具体内容

##### （一）建立政府会计准则体系和政府财务报告制度框架体系。

1. 制定政府会计基本准则和具体准则及应用指南。基本准则用于规范政府会计目标、政府会计主体、政府会计信息质量要求、政府会计核算基础，以及政府会计要素定义、确认和计量原则、列报要求等原则事项。基本准则指导具体准则的制定，并为政府会计实务问题提供处理原则。具体准则依据基本准则制定，用于规范政府发生的经济业务或事项的会计处理，详细规定经济业务或事项引起的会计要素变动的确认、计量、记录和报告。应用指南是对具体准则的实际应用作出的操作性规定。

2. 健全完善政府会计制度。政府会计科目设置要实现预算会计和财务会计双重功能。预算会计科目应准确完整反映政府预算收入、预算支出和预算结余等预算执行信息，财务会计科目应全面准确反映政府的资产、负债、净资产、收入、费用等财务信息。条件成熟时，推行政府成本会计，规定政府运行成本归集和分摊方法等，反映政府向社会提供公共服务支出和机关运行成本等财务信息。

3. 制定政府财务报告编制办法和操作指南。政府财务报告编制办法应当对政府财务报告的主要内容、编制要求、报送流程、数据质量审查、职责分工等作出规定。政府财务报告编制操作指南应当对政府财务报告编制和财务信息分析的具体方法等作出规定。

4. 建立健全政府财务报告审计和公开制度。政府财务报告审计制度应当对审计的主体、对象、内容、权限、程序、法律责任等作出规定。政府财务报告公开制度应当对政府财务报告公开的主体、对象、内容、形式、程序、时间要求、法律责任等作出规定。

##### （二）编报政府部门财务报告。

1. 清查核实资产负债。各部门、各单位要按照统一要求有计划、有步骤清查核实固定资产、无形资产以及代表政府管理的储备物资、公共基础设施、企业国有资产、应收税款等资产，按规定界

定产权归属、开展价值评估；分类清查核实部门负债情况。清查核实后的资产负债统一按规定进行核算和反映。

2. 编制政府部门财务报告。各单位应在政府会计准则体系和政府财务报告制度框架体系内，按时编制以资产负债表、收入费用表等财务报表为主要内容的财务报告。各部门应合并本部门所属单位的财务报表，编制部门财务报告。

3. 开展政府部门财务报告审计。部门财务报告应保证报告信息的真实性、完整性及合规性，接受审计。

4. 报送并公开政府部门财务报告。部门财务报告及其审计报告应报送本级政府财政部门，并按规定向社会公开。

5. 加强部门财务分析。各部门应充分利用财务报告反映的信息，加强对资产状况、债务风险、成本费用、预算执行情况的分析，促进预算管理、资产负债管理和绩效管理有机衔接。

### （三）编报政府综合财务报告。

1. 清查核实财政直接管理的资产负债。财政部门要清查核实代表政府持有的相关国际组织和企业的出资人权益；代表政府发行的国债、地方政府债券，举借的国际金融组织和外国政府贷款、其他政府债务以及或有债务。清查核实后的资产负债统一按规定进行核算和反映。

2. 编制政府综合财务报告。各级政府财政部门应合并各部门和其他纳入合并范围主体的财务报表，编制以资产负债表、收入费用表等财务报表为主要内容的本级政府综合财务报告。县级以上政府财政部门要合并汇总本级政府综合财务报告和下级政府综合财务报告，编制本行政区政府综合财务报告。

3. 开展政府综合财务报告审计。政府综合财务报告应保证报告信息的真实性、完整性及合规性，接受审计。

4. 报送并公开政府综合财务报告。政府综合财务报告及其审计报告，应依法报送本级人民代表大会常务委员会备案，并按规定向社会公开。

5. 应用政府综合财务报告信息。政府综合财务报告中的相关信息可作为考核地方政府绩效、分析政府财务状况、开展地方政府信用评级、编制全国和地方资产负债表以及制定财政中长期规划和其他相关规划的重要依据。

## 五、配套措施

（一）推动修订相关法律法规。推动修订《中华人民共和国会计法》、《中华人民共和国预算法实施条例》等，为推进改革提供法律保障。

（二）修订完善相关财务制度。根据需要，进一步完善相关行政事业单位财务制度和《行政单位国有资产管理暂行办法》、《事业单位国有资产管理暂行办法》等，保证改革顺利实施。

（三）进一步完善决算报告制度。进一步完善决算报表体系，侧重反映预算收支执行情况，与政府财务报告有机衔接。

（四）优化政府财政管理信息系统。构建覆盖政府财政管理业务全流程的一体化信息系统，不断提高政府财政管理的效率和有效性。

（五）加强政府财务报告编报内部控制。按规定建立和实施行政事业单位内部控制机制，设置充足的财务会计管理岗位，加强政府财务报告编报内部控制，保证政府财务报告真实、完整、合规。

## 六、实施步骤

建立权责发生制的政府综合财务报告制度涉及面广，技术性、政策性、敏感性较强，宜逐步推进。政府会计规则尚未全面建立之前，在现行政府会计制度的基础上，暂按照权责发生制原则和相关报告标准，编制出反映一级政府整体财务状况的财务报告，为加强地方政府性债务管理、开展政府信用评级等提供信息支撑。与此同时，加快推进政府会计改革，建立审计、公开机制和分析应用体系，落实相关配套措施，力争在2020年前建立具有中国特色的政府会计准则体系和权责发生制政府综合财务报告制度。

（一）2014—2015年工作。

1. 组建政府会计准则委员会。
2. 修订发布财政总预算会计制度。
3. 制定发布政府会计基本准则。
4. 研究起草政府会计相关具体准则及应用指南。



5. 制定发布政府财务报告编制办法和操作指南。
6. 开展政府资产负债清查核实工作。
7. 完善行政事业单位国有资产管理办法等。
8. 开展财政管理信息系统一体化建设。

(二) 2016—2017 年工作。

1. 制定发布政府会计相关具体准则及应用指南。
2. 开展政府财务报告编制试点。
3. 研究建立政府综合财务报告分析指标体系。

(三) 2018—2020 年工作。

1. 制定发布政府会计相关具体准则及应用指南，基本建成具有中国特色的政府会计准则体系。
2. 完善行政事业单位财务制度和会计制度、财政总预算会计制度等。
3. 对政府财务报告编制试点情况进行评估，适时修订政府财务报告编制办法和操作指南。
4. 全面开展政府财务报告编制工作。
5. 研究推行政府成本会计。
6. 建立健全政府财务报告分析应用体系。
7. 制定发布政府财务报告审计制度、公开制度。

## 七、组织保障

各地区、各部门要高度重视权责发生制政府综合财务报告制度改革工作，加强组织领导，明确

任务分工和责任，抓好工作落实，确保改革顺利推进。财政部要抓紧制定政府会计准则、政府财务报告编制办法和操作指南等，修订完善相关财务会计制度，并指导地方财政部门做好组织实施工作；审计部门要按规定组织做好政府财务报告审计工作。各部门、各单位要做好部门财务报告编报工作，有关部门要充分利用政府财务报告信息，按照职能分工做好相关监督考核工作。

## 2、精简审批事项规范中介服务实行

企业投资项目网上并联核准制度的工作方案

### 一、改革的必要性

2013年以来，为落实国务院关于加快转变政府职能、简政放权的工作部署，发展改革委同有关方面通过修订政府核准的投资项目目录大幅减少核准事项，通过修订核准办法努力提高办事效率，通过探索建立纵横联动协管机制加强事中事后监管，改革成效逐步显现。但是，企业投资项目核准仍然存在前置审批手续繁杂、效率低下，依附于前置审批的中介服务行为不规范、收费不合理等突出问题，根本原因是政府管理理念转变滞后，职能转变不到位，仍然习惯于以事前审批代替事中事后监管。因此，深化改革企业投资项目核准制度势在必行，刻不容缓。

### 二、改革目标和重点任务

按照实现“精简审批事项、网上并联办理、强化协同监管”的目标，改革的重点任务包括：一是精简与项目核准相关的行政审批事项；二是实行项目核准与其他行政审批网上并联办理；三是规范中介服务行为；四是建设投资项目在线审批监管平台，构建纵横联动协管体系。

### 三、重点工作任务及进度安排

(一)清理。清理原则：一是属于企业经营自主权的事项，一律不再作为前置条件。二是对法律法规没有明确规定为前置条件的，一律不再作为前置审批。三是对法律法规明确规定为前置条件的，除确有必要外，都要通过修改法律法规，一律不再作为前置审批。四是核准机关能够用征求相关部门意见方式解决的事项或者能够通过后续监管解决的事项，一律不再作为前置审批。五是除特殊需要并具有法律法规依据外，有关部门一律不得设定强制性中介服务，不得指定中介机构。

有关部门要按照上述原则，分别清理本系统正在实施的前置审批及中介服务(包括名称、依据、内容、流程、时限等)，提出精简审批事项、规范中介服务的意见，对确需保留在项目开工前完成的审批事项及中介服务(包括设定强制性中介服务、指定中介机构)作出说明，于2014年底前报送发展改革委、中央编办。

对属于企业经营自主权的前置手续，由发展改革委、中央编办确认后于2014年底前公布取消。

(二)确认。发展改革委、中央编办组织专家逐项审核，确认取消、整合、保留的审批事项及中介服务，以及需要修改的法律、行政法规和规章、规范性文件，于2015年1月底前送法制办和有关部门。

(三)修法。一是法制办提出修改相关行政法规的建议，于2015年6月底前按程序报批。二是法制办于2015年6月底前报国务院，由国务院提请全国人大常委会修改相关法律。如果暂时不能修法，由国务院向全国人大常委会建议暂停执行相关法律条款，同时抓紧推进修法程序。三是地方人民政府提请地方人大常委会修改相关地方性法规。

(四)公布。一是对没有法律法规依据的部门规章、规范性文件设定的前置审批及中介服务，有关部门于2015年2月底前通过修改部门规章、规范性文件予以取消。二是视工作进展情况，及时公布法律、行政法规和地方性法规的修改决定。三是对依据法律法规制定的部门规章、规范性文件所设定的前置审批及中介服务，有关部门根据修改后的法律法规对规章、规范性文件进行修改并公布。四是上述工作完成后，中央编办、发展改革委组织有关部门和地方，统一制定并公布保留的审批事项及其强制性中介服务事项目录。

(五)立法。发展改革委会同有关部门研究起草政府核准和备案投资项目管理条例，于2015年6月底前报国务院，实行新的网上并联核准制度，主要内容包括：

一是精简前置审批。只保留规划选址、用地预审(用海预审)两项前置审批，其他审批事项实行并联办理。对重特大项目，也应将环评(海洋环评)审批作为前置条件，由发展改革委商环境保护部、海洋局于2014年底前研究提出重特大项目的具体范围。

二是优化审批程序。其他确需保留在项目开工前完成的审批事项，与项目核准实行并联办理。对于在同一阶段同一部门实施的多个审批事项予以整合，“一次受理、一并办理”。各有关部门都要按照公开透明的要求，制定发布工作规则、办事指南，并公开受理情况、办理过程、审批结果等，主动接受社会监督。

三是规范中介服务。确立中介机构的市场主体地位，企业自主选择中介服务。编制行政审批所需申请文本等工作，企业可按照要求自行完成，也可自主委托中介机构开展，行政机关不得干预。行政机关委托开展的评估评审等中介服务，要通过竞争方式选择中介机构，一律由行政机关支付服务费用并纳入部门预算，严格限定完成时限。中介机构要不断提高服务能力和水平。有关部门要进一步规范中介服务市场秩序，对中介机构出具假报告、假认证等违法违规行为要依法严肃查处，造



成严重后果的，要依法从严惩处。

四是加强纵横联动，确保监管到位。坚持“各负其责、依法监管”的原则，建立纵横联动协管体系，将工作重心从事前审批转向事中事后监管。企业依法取得审批手续后，按照批准的建设方案，自行决定开工建设。结合企业信用信息公示系统，建立投资项目建设信息在线报告制度。对于未依法取得审批手续即开工建设的，有关部门要依法查处。建立企业和中介机构信用档案制度，向社会公开有关信息，将企业和中介机构信用记录纳入国家统一的信用信息平台。

(六)建网。“先横后纵”，在政府外网上部署建设投资项目在线审批监管平台。核准机关受理申请后生成的项目代码，作为整个项目建设周期唯一的身份标识，并与社会信用体系对接。

一是实现中央层面“横向联通”。发展改革委同相关部门加快建设中央层面的投资项目在线审批监管平台。有关部门根据新的核准制度要求，建立健全本部门在线审批监管平台，与投资项目在线审批监管平台联接，尽快实现“信息共享”，2015年6月底前开始试运行。发展改革委要会同有关部门通过这一平台，及时发布区域性、行业性发展规划和宏观政策、产业调控、国土、环保等方面信息，引导企业投资行为，接受社会监督。

二是实现全国范围“纵向贯通”。尽快确立满足保密要求的统一接口标准，协调有关部门按照统一标准分别建立本系统的在线审批监管平台并适时联通，形成覆盖全国的投资项目在线审批监管平台，加快实现“网上办理”，2015年底前开始试运行。

三是依托在线审批监管平台，实现纵横协同监管。投资项目在线审批监管平台设置电子监察功能，全程跟踪、及时预警、严肃问责。企业凭项目代码可实时查询办理情况，实现外部监督。

#### 四、组织落实

发展改革委同有关部门组成制度、技术专门工作小组，抓紧推动重点工作任务的落实。

### 3、关于贯彻实施修改后的预算法的通知

2014年8月31日第十二届全国人大常委会第十次会议通过了《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国预算法〉的决定》(以下简称《决定》)，并重新颁布了修改后的预算法(以下简称新预算法)，《决定》自2015年1月1日起施行。贯彻实施好新预算法是各级财政部门面临的一项重要工作，现就贯彻实施新预算法有关工作通知如下：

#### 一、充分认识新预算法颁布实施的重要意义

新预算法全面贯彻了党的十八大和十八届三中全会精神，充分体现了党中央、国务院确定的财税体制改革总体要求，以及近年来财政改革发展的成功经验，同时也为进一步深化财税改革引领方向，在预算管理诸多方面取得了重大突破。预算法是中国特色社会主义法律体系中的一部重要法律，是财政领域的基本法律制度。预算法重新颁布是国家法律制度建设的一项重要成果，更是财政制度建设具有里程碑意义的一件大事，标志着我国加快建立全面规范、公开透明的现代预算制度迈出了坚实的一步。

各级财政部门贯彻实施新预算法，要与学习贯彻党的十八大和十八届三中、四中全会精神紧密结合，站在依法治国、依法行政、依法理财的高度，充分认识预算法修改的重大意义，切实提高学习贯彻实施新预算法的自觉性和主动性，坚持有法必依、执法必严、违法必究，不断开创预算管理工作的新局面。

## 二、认真组织学习和宣传新预算法

各级财政部门要高度重视新预算法的学习培训工作，认真学习、全面理解新预算法，准确把握新预算法的精神、原则和各项具体规定。

各级财政部门干部，特别是领导干部，要带头学习和遵守法律，努力增强预算法治意识，自觉维护预算法的权威，牢记法律红线不可逾越、法律底线不可触碰，把新预算法的各项规定作为从事预算管理活动的行为准则，坚持学以致用，经常对照检查，严格依法办事，严肃财经纪律。

各级财政部门还要大力做好法律的宣传普及工作，采取多种方式广泛宣传新预算法，把新预算法作为“六五”普法的重要内容，除专门组织新预算法的培训外，在其他岗位培训、业务培训中也要安排这方面的内容。要及时向党委、政府领导汇报实施新预算法需要做的工作以及新预算法的精神和各项规定。要向各部门、各单位宣讲新预算法，使各部门、各单位负责财务管理工作的领导和工作人员了解、掌握新预算法的规定和要求，做好本部门、本单位预算编制、执行等各项工作。

各级财政部门法制机构和教育培训机构要具体组织好新预算法的学习、宣传和培训工作。财政部在“六五”普法验收中要把各地贯彻执行新预算法的情况作为重要考核内容。

## 三、全面做好新预算法的组织实施工作

新预算法对预决算的编制、审查、批准、监督以及预算的执行和调整等预算管理工作的全过程均作出了规定，对预算管理工作的许多方面提出了新的更高的要求，各级财政部门要严格按照新预算法的规定，积极、认真地做好组织实施工作，努力提高预算管理的科学化、规范化水平。

(一) 各级财政部门、各部门、各单位在预算编制过程中要将政府的所有收入和支出全部纳入预算，保证预算编制的完整性。要尽可能将预算年度中需要落实的重大政策、措施等，在预算草案中予以安排体现。要按照功能和经济性质分类，做好细化预算编制工作。要加大一般性转移支付力度，清理和规范专项转移支付，做好转移支付预算的提前下达和编制工作，建立健全专项转移支付的定期评估和退出机制。要切实加强地方政府债务管理，清理甄别存量债务，以规范的地方政府债务管理机制防范化解债务风险。要建立跨年度预算平衡机制，规范超收收入、结转结余资金的使用管理。

(二) 各级财政部门、各部门、各单位要严格按照新预算法有关预算公开主体、时限和内容等方面的要求，完善预算公开工作机制，规范预算公开工作流程，做好保密审查，及时、主动地回应公开工作中出现的情况和问题，确保预算公开工作顺利进行。

(三) 各级财政部门、各部门、各单位要加强预算执行管理，硬化支出预算约束。要认真贯彻勤俭节约的方针，严格控制各部门、单位的机关运行经费，严禁在预算之外或者超预算标准建设楼堂馆所。各级财政部门要督促收入征收部门规范征收行为，做到依法征收、应收尽收，不得将收费、罚没收入同部门利益直接或者变相挂钩。执行中确有必要进行预算调整的，要按照新预算法的规定，做好预算调整方案的编报等相关工作。

(四) 各级财政部门要严格规范国库资金管理，对政府全部收入和支出实行国库集中收付管理。要加强对财政专户的管理，对目前的财政专户进行全面的清理规范，新设立的财政专户须按照规定程序报批。要全面清理已经发生的财政借垫款，并按国家统一规定认真甄别，规范处理。

(五) 各级财政部门要加快建立健全预算绩效管理机制，全面推进预算绩效管理工作，强化支出责任和绩效意识，加强绩效评价结果应用，将评价结果作为编制年度预算草案、调整支出结构、完善财政政策和科学安排预算的重要依据。

(六) 各级财政部门要加强与同级人大有关专门委员会或者常委会有关工作机构的沟通，高度重视人大方面的审查意见，自觉、主动地接受人大监督。要自觉接受审计和社会公众的监督，积极落实审计整改意见和社会公众关切。各级财政部门要进一步强化内部控制，按照分事行权、分岗设权、分级授权的要求完善内控机制，要加强对各部门、各单位的监督指导，切实履行预算编制审核、预算执行监督等各项职责。

#### 四、及时加强配套制度的清理和建设

新预算法对预算管理工作的各个方面均提出了新的要求，财政部将在国务院的领导下，遵照十

十八届三中全会对预算制度改革的各项要求，根据新预算法的规定，抓紧预算法实施条例的修改工作，并及时提交国务院常务会议审议。

各级财政部门要按照新预算法的具体规定和要求，对以前制定的有关制度文件进行全面清理，重新梳理和完善有关制度文件的具体内容、工作流程等，对新预算法规定不一致的，要及时废止或者修改，凡与新预算法规定相违背的，一律停止执行。要抓紧制定相关配套制度，加强合法性审查并及时公布，切实满足预算管理实践的需要。

法律的生命力在于实施，各级财政部门特别是领导干部，要以改革的精神、法治的精神，重视贯彻新预算法，组织好各项预算改革工作，要用法治思维和法治方式推进改革，有效应对预算管理工作出现的新情况、新问题，全面提高依法行政、依法理财的能力和水平。省级财政部门要及时汇总本地区预算法实施中的有关重要情况和问题并报告财政部。

#### 4、关于取消、停征和免征一批行政事业性收费的通知

为进一步减轻企业特别是小微企业负担，经国务院批准，现将取消、停征和免征一批行政事业性收费政策通知如下：

一、自 2015 年 1 月 1 日起，取消或暂停征收 12 项中央级设立的行政事业性收费。

各省（区、市）要全面清理省级设立的行政事业性收费项目，取消重复设置、收费养人以及违背市场经济基本原则的不合理收费。

二、自 2015 年 1 月 1 日起，对小微企业（含个体工商户，下同）免征 42 项中央级设立的行政事业性收费。

各省（区、市）要对小微企业免征省级设立的行政事业性收费，具体免征项目由各省（区、市）人民政府确定。

免征有关行政事业性收费的小微企业范围，由相关部门参照《中小企业划型标准规定》（工信部联企业[2011]300 号）具体确定。

三、取消、停征和免征上述行政事业性收费后，有关部门和单位依法履行职能所需经费，由同级财政预算予以统筹安排。其中，行政机关和财政补助事业单位的经费支出，通过部门预算予以安排；自收自支事业单位的经费支出，通过安排其上级主管部门项目支出予以解决。各级财政部门要按照上述要求，妥善安排有关部门和单位预算，保障工作正常开展。



四、有关部门和单位要按规定到价格主管部门办理《收费许可证》注销手续，并到财政部门办理财政票据缴销手续。有关行政事业性收费的清欠收入，应当按照财政部门规定的渠道全额上缴国库。

五、对上述取消、停征和免征的行政事业性收费，各地区和有关部门不得以任何理由拖延或者拒绝执行，不得以其他名目或者转为经营服务性收费方式变相继续收费。

六、坚决取缔各种乱收费。凡未经国务院和省级人民政府及其财政、价格主管部门批准，越权设立的行政事业性收费项目一律取消。对按照法律法规和国家有关政策规定设立的行政事业性收费，实行目录清单管理。所有收费目录清单及其具体实施情况纳入各地区、各部门政务公开范畴，通过政府网站和公共媒体实时对外公开，接受社会监督。各地区、各部门必须严格执行目录清单，目录清单之外的收费，一律不得执行。各级财政、价格、审计部门要加强监督检查，对继续违规收费的部门和单位，要予以严肃查处，并追究责任人的行政责任。

## 5、保监会批准保险资金设立私募基金 支持小微企业发展

为深入贯彻落实《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》精神，近日，中国保监会批准保险资金设立私募基金，专项支持中小微企业发展。

根据相关方案，基金采用有限合伙制的组织形式，预计募集保险资金 20 亿元人民币，其中首期募集 5 亿元，主要以股权方式直接和间接投向相关中小微企业；重点选择符合国家产业政策、发展前景较好的消费服务、医疗健康等战略性新兴产业，为相关企业提供资本支持和增值服务。

保险资金发起设立专项基金投资中小微企业，是保险业贯彻落实国务院部署，缓解融资难、融资贵问题的又一实践探索，也是保险资金运用落实“宁波会议”精神的重要体现，有利于提升保险资金投资小微企业的主动性和针对性，进一步增强保险资金服务实体经济的能力。

## 6、央行明确将同业存款纳入存款统计口径

2014 年 12 月 29 日消息，中国人民银行日前下发文件要求，2015 年起，将非存款类金融机构存款纳入存款统计口径，包括证券及交易结算类存放、银行业非存款类存放、SPV（资产证券化中的特定目的机构）存放、境外金融机构存放等。上述存款应计入准备金交存范围，适用的存款准备金率暂定为零。

近期 T+0 货币基金等快速发展，造成一般性存款科目搬家，对银行存贷比造成较大压力，这是此次调整的主要原因。此次调整后，银行存贷比压力得到缓解，平均可降低存贷比 4—5 个百分点。

从中长期看，此次口径调整中长期的影响在于银行以市场化利率定价的同业负债占比将进一步提升，促进利率市场化的平稳过渡。如果同业存款按照法定存款准备金率缴纳准备金，可能需要下调存款准备金率 2-3 次以进行对冲。央行文件明确纳入存款口径的同业存款需缴纳准备金，但给予缓冲期安排，缓解了市场对于流动性的担忧。民生证券宏观研究院认为，非存款类金融机构存款纳入一般性存款，理论上可提高银行的潜在放贷额度，达到货币放松、降低融资成本的效果。

## 7、银监会拟定信托业新规

2014 年 12 月 30 日消息，《信托公司信托业务尽职指引》讨论材料已下发到各大信托公司，其中涉及信托产品设立、管理运用、终止清算各环节的尽职要求。此外，新的信托公司分类评级指引、信托登记管理办法等一揽子监管新规在征求各方意见后，正式文本将于近期出台。对此，业内专家表示，按照信托业风险处置“卖者尽责、买者自负”的原则，监管新规明确信托公司职责意在为打破“刚性兑付”做准备。针对近来销售市场出现低价“团购”信托等乱象，监管新规还将明确，信托公司应当按照有关法律法规要求，有效识别委托人身份，妥善保存委托人身份资料，并要求委托人对信托财产来源合法性作出书面承诺。

尽职指引材料的出台是一把双刃剑，从内容来看，对信托公司从产品发起到发行，到投后管理，直至最后到期兑付各个阶段提出要求和表明责任。这可以说是不仅对信托公司提出更高的要求，而且相信信托公司为了避免自身因未尽责而必须兜底的事情发生，在发行产品方面也会更加谨慎和严密。

## 8、便利银行结售汇业务 促进外汇市场发展

12 月 29 日消息，国家外汇管理局发布《国家外汇管理局关于印发〈银行办理结售汇业务管理办法实施细则〉的通知》（汇发[2014]53 号）。《细则》贯彻落实简政放权的改革思路，整合了银行结售汇市场准入、即期结售汇业务管理、人民币与外汇衍生产品管理、银行结售汇综合头寸等方面的相关法规，并调整了部分管理内容。主要包括：一是整合银行即期结售汇、人民币与外汇衍生产品业务的市场准入管理，简化银行结售汇信息变更备案程序。二是取消设置个人本外币兑换统一标识的要求，明确银行办理对私结售汇业务应在醒目位置设置个人本外币兑换标识。三是将银行结售汇综合头寸按日考核调整为按周考核，取消结售汇综合头寸与外汇贷存比挂钩的政策。四是下放银行资本金（营运资金）本外币转换审批权限，取消银行代债务人结售汇审批。五是明确银行办理结售汇业务“了解客户、了解业务、尽职审查”的原则性要求。

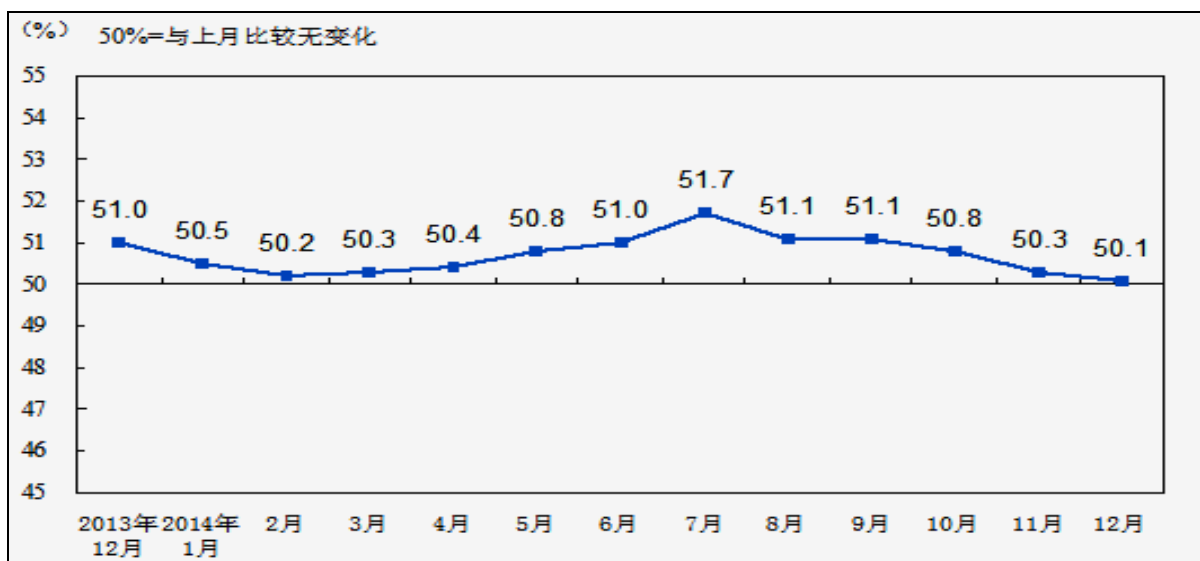
《通知》取消了结售汇综合头寸与外汇贷存比挂钩的政策，挂钩政策是当时特定环境下采取的临时性措施，现在的外汇形势环境已发生变化，可以回归常态政策，外管局此举旨在简政放松，赋予金融机构更多的市场自主权。

## 二、经济观察

### 1、2014 年 12 月中国制造业采购经理指数为 50.1%

2014 年 12 月，中国制造业采购经理指数（PMI）为 50.1%，比上月回落 0.2 个百分点，微高于临界点，表明我国制造业保持稳定运行的基本态势，但增长动力仍显不足。

图表 1 2013 年 12 月-2014 年 12 月制造业 PMI 指数



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分企业规模看，大型企业 PMI 为 51.4%，比上月小幅回落 0.2 个百分点，继续位于临界点以上；中型企业 PMI 为 48.7%，比上月回升 0.3 个百分点，仍处于临界点以下；小型企业 PMI 为 45.5%，比上月下降 2.1 个百分点，继续处于收缩区间。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数和新订单指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 52.2%，比上月回落 0.3 个百分点，继续位于临界点以上，表明制造业生产量保持增长态势，但增速略有放缓。

新订单指数为 50.4%，低于上月 0.5 个百分点，表明制造业市场需求增速小幅回落。

从业人员指数为 48.1%，比上月微降 0.1 个百分点，继续位于临界点以下，表明制造业企业用工量继续减少。

原材料库存指数为 47.5%，比上月下降 0.2 个百分点，持续低于临界点，表明制造业生产用原材料库存量继续回落。

供应商配送时间指数为 49.9%，比上月下降 0.4 个百分点，微低于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间变化不大。

图表 2 2013 年 12 月-2014 年 12 月中国制造业 PMI 及构成指数

	PMI					
	生产	新订单	原材料库存	从业人员	供应商配送时间	
2013年12月	51.0	52.0	47.6	48.7	50.5	
2014年1月	50.5	50.9	47.8	48.2	49.8	
2014年2月	50.2	50.5	47.4	48.0	49.9	
2014年3月	50.3	50.6	47.8	48.3	49.8	
2014年4月	50.4	51.2	48.1	48.3	50.1	
2014年5月	50.8	52.3	48.0	48.2	50.3	
2014年6月	51.0	52.8	48.0	48.6	50.5	
2014年7月	51.7	53.6	49.0	48.3	50.2	
2014年8月	51.1	52.5	48.6	48.2	50.0	
2014年9月	51.1	52.2	48.8	48.2	50.1	
2014年10月	50.8	51.6	48.4	48.4	50.1	
2014年11月	50.3	50.9	47.7	48.2	50.3	
2014年12月	50.1	50.4	47.5	48.1	49.9	

注明：单位：% 数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 3 2013 年 12 月-2014 年 12 月相关指标情况

	新出口订单	进口	采购量	主要原材料购进价格	产成品库存	在手订单	生产经营活动预期
2013年12月	49.8	49.0	52.7	52.6	46.2	45.1	49.4
2014年1月	49.3	48.2	51.0	49.2	46.5	45.7	51.3
2014年2月	48.2	46.5	49.4	47.7	47.8	45.1	61.8
2014年3月	50.1	49.1	50.3	44.4	48.3	44.8	62.7
2014年4月	49.1	48.6	50.6	48.3	47.3	44.9	59.6
2014年5月	49.3	49.0	52.3	50.0	47.1	46.0	56.2
2014年6月	50.3	49.2	52.0	50.1	47.3	46.2	54.8
2014年7月	50.8	49.3	53.0	50.5	47.6	46.4	55.3
2014年8月	50.0	48.5	51.9	49.3	48.1	45.9	57.9
2014年9月	50.2	48.0	51.2	47.4	47.2	45.6	56.0
2014年10月	49.9	47.9	50.7	45.1	47.9	44.7	54.1
2014年11月	48.4	47.3	50.5	44.7	47.2	43.9	52.2
2014年12月	49.1	47.8	50.1	43.2	47.8	43.8	48.7

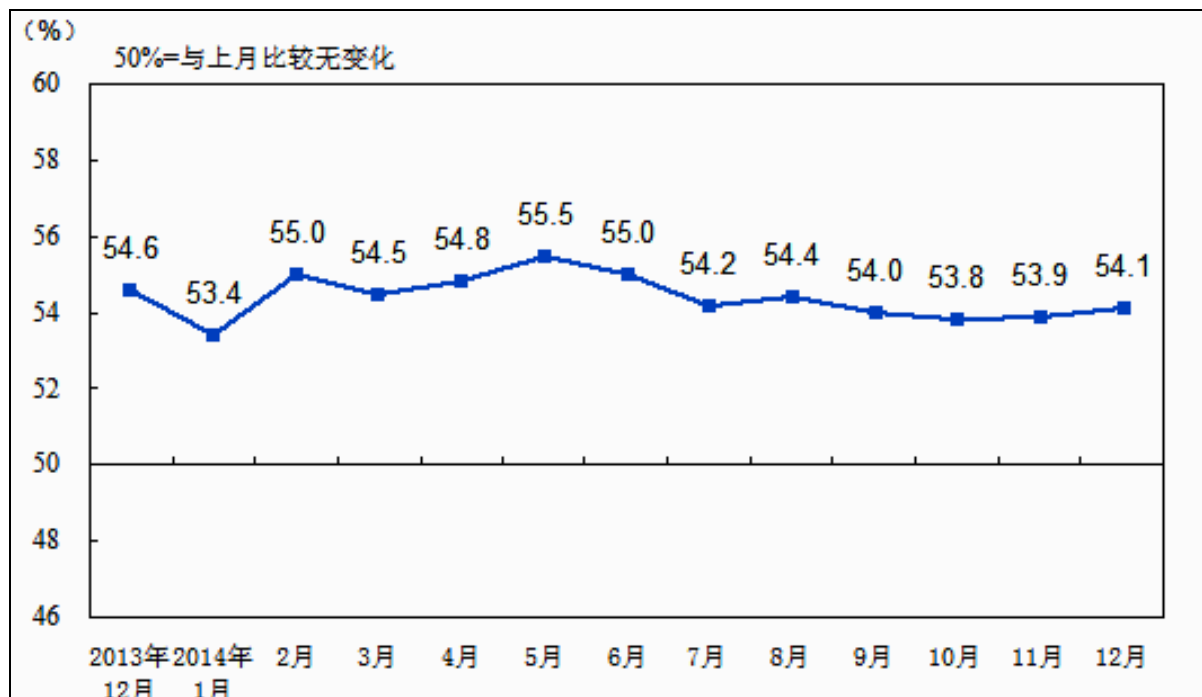
注明：单位：% 数据来源：国家统计局、中商产业研究院



## 2、2014 年 12 月中国非制造业商务活动指数为 54.1%

2014 年 12 月，中国非制造业商务活动指数为 54.1%，比上月上升 0.2 个百分点，高于荣枯线 4.1 个百分点，连续 2 个月小幅回升，表明非制造业总体保持稳中有升的发展态势。

图表 4 2013 年 12 月-2014 年 12 月非制造业商务活动指数



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分行业看，服务业商务活动指数为 53.3%，比上月上升 0.7 个百分点，表明服务业业务总量继续保持升势，且增速加快，其中邮政业、零售业、电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及软件信息技术服务业等行业商务活动指数处于较高景气区间，企业经营活动较为活跃；住宿业、餐饮业等行业商务活动指数连续位于临界点以下，业务总量继续减少。建筑业商务活动指数为 57.1%，比上月回落 1.8 个百分点，表明建筑业企业业务总量保持较快增长，但增幅有所收窄。

新订单指数为 50.5%，比上月上升 0.4 个百分点，高于临界点，表明非制造业市场需求有所增长，且增速加快。分行业看，服务业新订单指数为 49.6%，比上月回升 0.2 个百分点，但仍位于临界点以下。建筑业新订单指数为 54.0%，比上月上升 1.1 个百分点，高于临界点，市场需求呈增长态势。

投入品价格指数为 50.1%，比上月回落 0.5 个百分点，接近临界点，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平涨幅回落。分行业看，服务业投入品价格指数为 50.1%，与上月持平，微高于临界点。建筑业投入品价格指数为 49.9%，比上月下降 2.6 个百分点，落至临界点以下。

销售价格指数为 47.3%，比上月下降 0.4 个百分点，继续位于临界点以下，表明非制造业企业的销售价格总体水平持续回落。分行业看，服务业销售价格指数为 46.9%，比上月下降 0.2 个百分点，低于临界点。建筑业销售价格指数为 48.9%，比上月下降 0.9 个百分点，连续 2 个月位于临界点以下。

从业人员指数为 49.1%，比上月下降 0.4 个百分点，表明非制造业企业用工量继续回落。分行业看，服务业从业人员指数为 49.0%，比上月回升 0.2 个百分点，仍低于临界点。建筑业从业人员指数为 49.5%，比上月下降 2.8 个百分点，降至临界点以下，表明建筑业企业用工量减少。

业务活动预期指数为 59.5%，比上月小幅回落 0.2 个百分点，处于较高景气区间，表明非制造业企业对未来 3 个月市场发展预期继续保持乐观态度。

图表 5 2013 年 12 月-2014 年 12 月中国非制造业 PMI 主要指数

	商务活动	新订单	投入品价格	销售价格	从业人员	业务活动预期
2013年12月	54.6	51.0	56.9	52.0	51.1	58.7
2014年1月	53.4	50.9	54.5	50.1	49.7	58.1
2014年2月	55.0	51.4	52.1	49.0	50.9	59.9
2014年3月	54.5	50.8	52.8	49.5	51.4	61.5
2014年4月	54.8	50.8	52.4	49.4	50.2	61.5
2014年5月	55.5	52.7	54.5	49.0	50.9	60.7
2014年6月	55.0	50.7	56.0	50.8	50.4	60.4
2014年7月	54.2	50.7	53.4	49.5	49.3	61.5
2014年8月	54.4	50.0	52.2	48.3	49.6	61.2
2014年9月	54.0	49.5	49.8	47.3	49.5	60.9
2014年10月	53.8	51.0	52.0	48.8	48.9	59.9
2014年11月	53.9	50.1	50.6	47.7	49.5	59.7
2014年12月	54.1	50.5	50.1	47.3	49.1	59.5

注明：单位：%

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 6 2013 年 12 月-2014 年 12 月中国非制造业 PMI 其他指数

	国外新订单	未完成订单	存货	供应商配送时间
2013年12月	47.2	43.0	47.0	52.4
2014年1月	49.7	42.9	50.1	51.6
2014年2月	41.3	44.1	44.5	48.1
2014年3月	53.4	46.1	47.3	53.4
2014年4月	57.1	46.8	48.2	52.8
2014年5月	55.6	48.0	47.2	52.8
2014年6月	51.6	45.5	45.8	52.6
2014年7月	53.6	47.3	48.5	51.7
2014年8月	52.6	47.1	47.9	52.6
2014年9月	49.3	43.8	46.8	52.1
2014年10月	47.4	44.4	46.5	52.6
2014年11月	45.1	42.5	44.3	51.7
2014年12月	50.2	44.5	46.7	51.5

注明：单位：%

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 3、12 月房地产销售同比增近三成

截止目前，房地产销售主要数据如下：

#### 一手房销售

年初至今，48 个大城市中一手房累计同比下降 7.9%。一线、二线、三线城市分合计成交 16036 套、37607 套、22591 套，环比分别上升 32.6%、上升 0.7%、上升 14.4%，成交环比继续回升，同比大幅增长，累计降幅继续收窄。

#### 二手房销售

18 大城市二手房合计成交 16171 套，再创年内单周新高，环比上升 5.0%，同比上升 19.3%，申万跟踪 19 大城市二手房成交套数累计同比下降 29.8%。

年初至今累计同比下降 29.8%。一线、二线、三线城市分别合计成交 5645 套、8513 套、2013 套，环比分别上升 7.9%、上升 4.8%、下降 1.3%。二手房成交量环比稳中有升，累计同比降幅持续收窄。

土地溢价和库存

全国土地溢价率为 13.14%，住宅溢价率 18.54%，环比双双回升 0.13%。2014 年至今申万跟踪 45 大城市住宅土地累计成交面积 36317 万平方米，成交金额 10670 亿元，楼面地价达到 2938 元/平方米，同比上升 15%。

此外，近期的住宅库存和去化周期也都出现了下降。

4、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2014 年 12 月 21-30 日）

2014 年 12 月下旬，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 12 月中旬相比，9 种产品价格上涨，35 种下降，6 种持平。

图表 7 2014 年 12 月 21-30 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 (%)
<b>一、黑色金属</b>				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	2710.8	-65.9	-2.4
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	2798.1	-66.1	-2.3
普通中板（20mm, Q235）	吨	2974.2	-35.2	-1.2
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	3106.8	-25.2	-0.8
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	3710.7	-6.4	-0.2
角钢（5#）	吨	3037	-41.3	-1.3
<b>二、有色金属</b>				
电解铜（1#）	吨	46367.6	-283.8	-0.6
铝锭（A00）	吨	13102.6	-214.0	-1.6
铅锭（1#）	吨	12555.4	-484.6	-3.7
锌锭（0#）	吨	16670.4	91.8	0.6
<b>三、化工产品</b>				
硫酸（98%）	吨	350	0.0	0.0
烧碱（液碱，32%）	吨	554.7	-9.5	-1.7
甲醇（优等品）	吨	1876	-277.4	-12.9
纯苯（石油苯，工业级）	吨	4764.3	-114.3	-2.3
苯乙烯（一级品）	吨	7342.9	532.2	7.8
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	9921.8	517.4	5.5
聚丙烯（T30S）	吨	9536.2	224.5	2.4
聚氯乙烯（SG5）	吨	5891.9	-123.3	-2.0
顺丁胶（BR9000）	吨	9882	-528.0	-5.1



涤纶长丝 (FDY150D/96F)	吨	7668.8	-181.2	-2.3
四、石油天然气				
液化天然气 (LNG)	吨	5131.7	53.7	1.1
液化石油气 (LPG)	吨	3777.7	429.4	12.8
汽油 (97#)	吨	7610.7	-442.9	-5.5
汽油 (93#)	吨	7036.9	-286.1	-3.9
柴油 (0#)	吨	6309.2	-215.5	-3.3
石蜡 (58#半)	吨	7605.7	-19.7	-0.3
五、煤炭				
无烟煤 (2号洗中块)	吨	952.5	0.0	0.0
普通混煤 (4500大卡)	吨	420	2.9	0.7
山西大混 (5000大卡)	吨	455	0.0	0.0
山西优混 (5500大卡)	吨	525	-2.9	-0.5
大同混煤 (5800大卡)	吨	560	0.0	0.0
焦煤 (1/3焦煤)	吨	700	0.0	0.0
焦炭 (二级冶金焦)	吨	923.1	-0.9	-0.1
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C32.5袋装)	吨	295.7	-1.9	-0.6
普通硅酸盐水泥 (P.O42.5散装)	吨	306.7	-4.6	-1.5
浮法平板玻璃 (4.8/5mm)	吨	1227	23.2	1.9
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4221.6	-0.3	0.0
小麦 (国标三等)	吨	2549.8	-6.2	-0.2
玉米 (黄玉米二等)	吨	2236.9	-15.6	-0.7
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	13558.2	-170.9	-1.2
生猪 (外三元)	千克	13.2	-0.4	-2.9
大豆 (黄豆)	吨	4329.3	-26.2	-0.6
豆粕 (粗蛋白含量≥43%)	吨	3250.4	-50.9	-1.5
花生 (油料花生米)	吨	8191.7	-13.1	-0.2
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1635.1	9.9	0.6
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2861.3	-2.7	-0.1
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	23250	-125.0	-0.5
九、林产品				
人造板 (1220*2440*15mm)	张	51.8	0.0	0.0
纸浆 (漂白化学浆)	吨	4448.1	-20.1	-0.4
瓦楞纸 (高强)	吨	2560	-8.6	-0.3

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

5、50个城市主要食品平均价格变动情况（2014年12月21-30日）

图表 8 2014年12月21-30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	6.02	0.01	0.2
面粉	富强粉	千克	5.65	0.00	0.0
面粉	标准粉	千克	4.59	0.01	0.2
豆制品	豆腐	千克	4.53	0.01	0.2
花生油	压榨一级	升	27.15	0.04	0.2
大豆油	5L桶装	升	10.05	-0.06	-0.6
菜籽油	一级散装	升	13.50	0.02	0.2
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	24.83	-0.06	-0.2
猪肉	五花肉	千克	24.86	-0.07	-0.3
牛肉	腿肉	千克	67.20	0.08	0.1
羊肉	腿肉	千克	64.86	-0.06	-0.1
鸡	白条鸡	千克	20.65	0.00	0.0
鸡	鸡胸肉	千克	21.21	0.00	0.0
鸭	白条鸭	千克	17.67	-0.04	-0.2
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	11.45	-0.21	-1.8
活鲤鱼		千克	14.75	-0.07	-0.5
活草鱼		千克	16.24	0.00	0.0
带鱼		千克	31.34	0.06	0.2
大白菜		千克	2.30	-0.02	-0.9
油菜		千克	5.86	0.27	4.8
芹菜		千克	5.69	0.26	4.8
黄瓜		千克	7.96	-0.55	-6.5
西红柿		千克	6.10	0.16	2.7
豆角		千克	10.53	0.42	4.2
土豆		千克	3.92	0.03	0.8
苹果	富士苹果	千克	13.46	0.17	1.3
香蕉	国产	千克	7.23	-0.08	-1.1

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 6、11月全社会完成客运量 16.8 亿人 同比增 5.2%

11 月份，全社会完成客运量 16.8 亿人，同比增长 5.2%，增速比 10 月份提高 0.2 个百分点，完成旅客周转量 2169 亿人公里，同比增长 11.1%，增速比 10 月份提高 1.8 个百分点。

其中，铁路运输保持快速增长，完成客运量 1.7 亿人，增长 9.6%，完成旅客周转量 757 亿人公里，增长 7.7%；公路运输增速平稳，完成客运量 14.5 亿人次，同比增长 4.5%，完成旅客周转量 882 亿人公里，增长 11.7%；水路完成客运量 0.2 亿人次，增长 8.9%，完成旅客周转量 6 亿人公里，增长 8.7%；民航完成客运量 0.32 亿人次，增长 13.6%，完成旅客周转量 524 亿人公里，增长 15.3%。

## 三、投资市场

### 1、2014 全球 IPO 盛宴：1155 家公司首发上市，7 大投行赚翻天

对于全球 IPO 市场来说，2014 年是收获颇丰的一年。

这一年，1155 家公司首发上市，融资逾 2380 亿美元。按融资总额计算，这是 2010 年以来全球 IPO 市场表现最好的一年。

今年还出现了美国历史上规模最大的 IPO——中国电子商务巨擘阿里巴巴 9 月份于纽约证交所挂牌上市，筹集资金高达 250 亿美元。

这场 IPO 盛宴也带来了不少赚钱机会。高盛迎来了有史以来业绩最好的一年。数据显示，高盛参与了全球 109 家公司的 IPO，承销费净收入为 47.6 亿美元。

摩根大通紧随其后，涉足了 113 家公司的 IPO，斩获收入 40.3 亿美元。位居第三的摩根士丹利与前两名差距较大，承销收入近 3.72 亿美元。

投行通过承销新股赚取佣金，这笔费用按照新上市公司融资总额的固定比例来收取。在美国市场，大型 IPO 的承销费比例通常为 3%-5.5%——如果投行希望参与备受关注的 IPO，往往会下调这个百分比。

举例来说，在阿里巴巴创纪录的 IPO 过程中，承销商同意收取 1% 的佣金。降低收费通常都是物

有所值的，这样做既是为了和企业建立关系，也有利于投行今后的业务，比如随后的公司债券发行，或是其他大型 IPO。

此外，承销费并不是投行在 IPO 中的全部收入。通常，投行在 IPO 中所获得的收入远高于承销费，而且它们在新股上市交易后甚至赚的更多。上市当天，热门公司的股价经常飙升，从而超出发行价；投行就会将手中的新股抛出，直接套利。

所有这些都助于提升投行的 2014 年的财务表现。第三季度，花旗集团的承销收入同比增长了 51%，摩根大通的承销收入增幅为 24%。借助这部分收入的大幅攀升，花旗和摩根大通的总收入同比分别上涨了 9%和 5%。

投行不是今年 IPO 盛宴中的唯一的大赢家，尤其是牵涉到阿里巴巴时。雅虎得感谢阿里，后者让它不费吹灰之力就赚了近 94 亿美元。此外，阿里巴巴上市后，软银董事长孙正义也一跃成为日本首富

## 2、P2P 血腥年关劫：12 月 70 家平台出事 央行 5.5 万亿充当救世主

2014 年，注定是网贷行业不平凡的一年。在这一年里，P2P 网贷市场出现了群雄逐鹿的混战局面，而各平台在自身的经营领域里都大显身手，各有千秋。但在百花齐放的风光背后，却是“百雷争鸣”的险象频发。除了跑路、融资、上市、刚性兑付等，如何让 P2P 告别“无准入门槛、无行业准则、无监管机构”的三无时代，成功蜕变与升级，做到有规则可依、有政策可循、有标准可执、有制度可考，也一直是行业关注的焦点。

互联网金融，互联网是技术，金融是核心。这么理解貌似没错，但是如果只是把互联网当做一个技术手段，你就输了。

客观来讲，真正的互联网金融应该包括以下几个维度：1、互联网思维和互联网技术；2、平台商业模式和金融风险把控能力；3、合格投资人和合格投资制度；4、品牌的运作打造能力。

### 第一、互联网思维和互联网技术

互联网推动了新的商业模式、产品、服务、功能在金融业的出现，互联网金融既然是建立在互联网基础上的产物，所以考核 P2P 平台首先要看其是否真正具备互联网属性，而不是随便搞一个网络平台甚至买一套系统就开业了。互联网属性是什么，产品体验是王道，不论是想达到很好的口碑传播也好，还是颠覆传统理财方式和思维也好，必须要有很好的用户体验。互联网理财用户最关心的是什么，安全？高回报？简单便捷？都很重要！那么门槛来了，是否有专业的有丰富互联网经验



的核心人员负责平台的运营，是否有严谨的高水平的研发团队保证平台的安全、是否有深入了解投资人想法的产品开发人员随时优化平台功能和产品组合，是构成对平台互联网属性考核的核心所在。

## 第二、平台商业模式和金融风险把控能力

互联网金融近年的野蛮生长，造就了目前商业模式各异，运营思路的良莠不齐。那么，什么样的运营模式是符合历史潮流的，符合长期健康发展的，符合国家监管政策方向的。但目前看来，国内网贷平台的商业模式总体还是可以分为三大种类。

第一种是纯平台模式，比如国内最早创立的网贷平台拍拍贷。针对这类平台，评级要求网站充分披露借款人的信息，若不够充分的话，纯线上平台会有很多风险存在，也没有多大存在的意义。

第二种平台是 O2O 模式的平台，典型的有宜信成立的宜人贷。评级这类平台，要针对该平台的小额分散原则、风险保证金和垫付规则、逾期以及不良率的公示原则等等，从多个角度来确保评级的可靠性。

第三种模式即 P2N 模式，可参考积木盒子和礼德财富。P2N 模式要求平台的合作机构有准入的第三方评级，以及对平台对机构的授信、管理以及控制能力的考察等等。

随着网贷行业的发展，现今 P2P 平台都是将以上各种模式融合，同时持有自己的特色。单一模式的平台少之又少，所以评测的时候也要通过不同维度，而不是单一的标准。

不论哪一种形式，参考银监会创新监管部王岩岫主任的十条原则，包括不搞资金池、资金第三方托管、平台去担保化、利率合理化、信息透明化、贷款小额化等。那么有一些商业模式不符合以上几个大原则的平台，虽然在监管政策未出来之前也有自己的生存之道，长期来看，是不符合国家标准的，早晚会受监管门槛限制的，评级指标分数肯定要受影响。

## 第三、合格投资人和合格投资制度

其实就是所有鸡蛋不要都放在一个篮子的原理，一个有责任心的平台，必须给投资人适当的投资建议，建议其投资金额不要超过个人财产的一定比例，即使投资出了问题，对他个人生活生存影响比较小。再一个就是投资标的要分散，例如一个人有 10 万元，拿出 1 万元来平台投资，平台会建议他把 1 万元至少分十个标的来投，十个标的同时出事的可能性太低了，这样就把投资风险降到最低。

所以，兼顾企业收益的同时，对投资人定期进行投资风险教育，制定合理合规的投资制度，我

想也应该成为今后监管的一项细则和方向。

#### 第四、品牌的运作打造能力

据统计，目前正在运行的平台有近两千家，每个月都有新平台上线，要想脱颖而出，让投资人找到你，了解你，最终变成你的忠实粉丝，直接关系到平台的持续发展壮大直至融资上市。这时候企业的软实力——品牌的价值就体现出来了。

#### 风控模型过分夸大宣传

目前，虽然监管细则迟迟未落定，但业内已经有不少“风声”。中国银监会创新监管部主任王岩岫早在十月份就阐释了银监会对 P2P 进行监管的十个原则，P2P 机构不能建立资金池，要明确信息中介的边界，要落实实名制，坚持小额化，等等。

事实上，对一些老老实实的平台来说，监管政策在，或不在，都是严格按照大的趋势来规范自己的，之所以强烈呼吁监管细则出台，一是为行业正身请命，二是让浑水摸鱼之流无处遁身，确保行业正规化，标准化早日实现。

据统计，2014 年 1 月份至今，跑路的 P2P 平台基本上都是设立资金池的平台，而投资人的资金也“一去不复返”，追回可能性很低。因此，平台必须明确自己作为信息中介的角色，落实实名制，不得设立资金池，将平台信息做到公开透明。资金池容易滋生道德风险，投资人无法清楚看到自己的资金去向，平台也能够随意支配投资人的资金，从而容易导致平台携款跑路等严重问题。

目前在业内还没有绝对的、最好的风控模型，因为风控模型都是需要经过时间来长期检验的，只有时间才是检验风控模型的唯一标准，有些平台将自己的风控模型过分夸大宣传，最终还是无法经受时间考验。

平台的风控体系都是每个平台在做风控时候必须配备的。风控体系一般包含了平台对借款人信用状况、还款能力以及负债背景的详细调查，同时平台需具有反欺诈能力，并且必须明确考察借款人的反担保措施是否落实到位。另外，专业的风控团队也是风控体系不可或缺的重要部分，风控人员必须具有一定的风控实操经验，对各种项目具有很好的把关能力。

#### 存款统计口径调整或成 P2P 救世主

央行宣布于 2015 年开始调整存款统计口径，将原属于同业存款项下的存款纳入各项存款范围。据业内机构测算，调整后商业银行存贷比平均降幅将在 5%。其中，兴业银行降幅最高，达 11%。此

举意味着可释放约 5.5 万亿元的信贷额度空间。

既然此举能够释放如此之大的信贷额度空间，那么作为银行补充的 P2P 行业是否会受到冲击？其实，这不但不会产生冲击，相反，对于目前正面临着年关劫的 P2P 行业来说，还是一个大利好，甚至能够充当一个救世主的角色。

近日 P2P 行业正面临着血腥的“年关劫”。12 月 P2P 问题平台数已达 70 家，直逼去年全年的问题平台数。其实，在这个倒闭潮中倒下的，大多是那些日常经营不善或原本就有一些病弱的平台。最近，由于股市的火爆，大量 P2P 的资金出逃，又加上临近年关，很多企业资金周转不灵，一旦平台的贷款无法追回，便会压垮这些平台。

所以央行此次“放水”，能够有效解决部分中小微企业的资金周转问题，为他们增加一些过桥资金，这样的话其实也在变相帮助 P2P，或许能够帮助一些 P2P 避免最终倒闭的惨状。

### 3、房地产信托规模锐减七成 明年兑付高峰将至

今年四季度信托发行即将收官。数据显示，截至昨日，今年第四季度信托产品募集金额共计 2487.4 亿元，与去年同期相比减少了 15%。而从具体类别看，投向房地产领域的信托产品第四季度更是遭遇最冷“寒潮”，较去年同期大幅锐减了七成。房地产信托规模减少，一方面是源于发行端出于风险考虑主动收缩规模。另一方面，资管、发债等融资渠道的增加，也使得房地产类信托项目进一步减少。

#### 信托业资管规模庞大风险积聚

数据显示，今年第四季度，信托产品共计发行 4137 只，与去年同期的 2801 只相比虽然大幅增加，但由于平均发行规模大幅“缩水”，四季度信托募资规模总计 2097.33 亿元，与去年同期相比下降了约 15%。

据了解，近期市场上集合信托的数量确实有所减少，而业内人士将其归结于通道类以及房地产类项目的收缩。

作为以往信托资金配置的“主力”，四季度以来房地产信托规模的降幅确实最为明显。房地产信托第四季度融资规模 198.44 亿元，与去年同期的 661.91 亿元相比大幅锐减了七成。而其规模占比亦从去年同期的 26.61% 下降至 9.46%。

房地产信托本来是集合信托里的主流，但不少信托公司现在主动回避房地产类项目。另一方面，

优质的房地产公司现在已可以发债融资，再加上基金子公司等的竞争，因此走信托渠道融资的房地产项目减少了很多。

受 127 号文的影响，通道类的业务今年收缩幅度很大。此外，信托业当前的资产管理规模已近 13 万亿元了，规模庞大就会积累一定风险，因此无论从监管层、还是信托公司自身，都在有意识地加强风控，严格筛选，控制发行新产品。

#### 明年房地产信托兑付高峰将至

明年随着房地产信托兑付高峰的到来，信托融资规模的缩水或会导致房企资金链压力加大。不过，由于房企融资渠道拓宽，一方面，并非所有房地产项目都要通过信托来借新还旧，另一方面，基金、券商发行的资管项目，也可成为到期房地产信托的接盘者，因此预计风险相对可控。

值得注意的是，第四季度各投资类型信托收益率涨跌不一。其中，房地产信托收益率有所回升，在所有类别中重回第一。数据显示，今年第四季度发行的房地产信托预期平均年化收益率达 9.88%，与去年同期的 9.60% 相比上行 28 个基点。房地产信托收益逆市上升体现出该类产品风险溢价在走高。

对于投资者而言，资管房地产项目风险或会高于信托，在挑选产品时应优先考虑项目的安全性，在挑选产品时最好远离过剩行业的工商企业、中小房地产商以及负债率较高的区县等主体所发行的信托。

## 4、地产千亿并购潮：估值低迷加速洗牌，险资大鳄潜入 28 公司

继 2008 年、2011 年以后，房地产行业的第三个冬季正在逐渐蔓延。

数据显示，仅 2014 年 12 月 22 日当天，A 股市场共有 256 家公司停牌，房地产行业停牌 13 家，仅次于制造业和批发零售业，位居第三；A 股市场中因“筹划重大资产重组”停牌的公司有 112 家，地产行业有 8 家，占据 7% 比例。

今年以来 A 股和 H 股上市房企中，前十大股东为险资的数量达到 28 家，这一数字在 2013 年为 17 家。

从万科总裁郁亮的“白银时代”论点，到而今不少上市房企高管一致认同行业集中度越来越高的趋势可以发现：房地产行业的分化与整合，开始加速。

市场集中度 18%，并购是新常态

实际上房企整合一直都在蔓延，但今年以后变化可能会更明显一些。

数据显示，今年前十一个月以来，行业集中度加速提升，前十大的销售金额市场份额从 2013 年的 13% 提升到如今的 18%，而该数据在 2010-2012 年期间一直位于 10-12% 比例之间。

今年市场大行情下滑的情况下，大型开发商还是有 10%-20% 的增长，跟整个市场是完全反过来的。

根据目前情况来看，预计今年前十大的份额至少 15%，甚至会到 15%-17% 之间，前十强在目前几万家开发商的市场环境之下，已经拥有了不少资源，这是行业集中度进一步提高的表现之一。

集中度提高的其中一个表现，便是行业整合。

今年以来明显表现出的大规模行业整合，是因为今年的房企，整体来说比去年过得要艰难得多，就是日子不好过导致的并购进一步发展。

统计显示，今年以来截至 2014 年 12 月 25 日，房地产行业完成并购和正在筹划并购的案例有 203 起，根据不完全统计涉及交易金额达 1886 亿元。而在 2013 年有 200 起筹划并购的案例，涉及金额 1083 亿元，今年同比 2013 年并购金额增长七成。

这一数据在 2012 年以前，都并未过千亿，在 2012 年当年，出现 152 例并购，交易总计 453 亿元。

今年可能确实出现的次数多一点，但这应该是一个常态，也应该是未来的一个新常态。地产行业随着现在的发展，市场分化、企业分化、城市间分化，房地产集中度应该会越来越高。目前来看已经看得到这个趋势表现出来。

在早期，房地产行业没有门槛，任何企业都可以进入，而随着现今这一行业趋势的出现，专业化、产品差异化的企业会更有优势，这也是中型房企的竞争基础。

第三波并购浪潮可能会更持续

回望今年的房地产并购市场，在年初市场下行的情势下，房企间整合的形式、目的各异，也算是一番波澜壮阔。



据了解，在此前 2008 年、2011 年两次地产行业寒潮中，就已经陆续出现行业性调整。

并购潮应该是在 2008 年就开始了，就是每一次行业陷入低谷的时候，会出现很多地产企业退出、调整、转移。那么一些优秀的房企从中看到机会，就会出手。所以每一次行业下行都会出现并购调整的大浪潮，但现在必须要有白银时代的思维，这一次的调整可能更持续。

这次下行通道的并购可能跟前几次不一样。往年来讲，大部分的主动权在卖方企业，就是卖方有选择地退出，并非全盘抽离。但今年大部分要并购的企业，出发点是觉得在地产行业的发展空间不大了，所以选择全面退出。

往年主要的并购方式，是收购方为了进入比较看好的区域市场，通过收购，以相对便捷快速的方式介入。

以龙头房企万科为例，在 2005 年 3 月，万科在浙江市场受让当地头把交椅的南都集团通过中桥基建持有的在上海、江苏南都 70% 权益，和浙江南都 20% 权益，共耗资 18.58 亿元，当时创下国内房地产企业最大宗购并案例纪录，正凭借于此，万科打入此前尚未涉及的浙江房地产市场。

而如今，则主要是股权合作形成更好的互补竞争力的模式。

就在前不久，绿城中国长达七个月的出售股权事宜在出现一系列变化后终于落定。原本与绿城合作的融创中国退出交易，收购方此番换成中交集团。

中交是有资金、有实力，但是地产运营能力尚且不是很强；绿城的班子还是不错的，尤其在高端产品上的口碑和品质是业内公认的。中交愿意收购，实际上就是跟绿城的进一步合作。这是合则两利的事情，也是未来房企合作的一个方向。

类似的案例包括世联行近年来为了开拓 P2P 平台，而购买世联信贷 71% 股权等跨行业整合行为。

险资入股 28 家房地产前十大股东

除前述的跨界转型之外，不少地产公司也通过引入新股东的方式，进行不同细分领域的布局和转型。

现在并购重组有一个比较大的趋势，是保险公司在股权层面的介入。

而险资的入驻，无论是对险企还是房企而言，对于各自在养老领域的扩张都能带来帮助。

统计显示，今年以来，A股与H股上市房企的前十大股东名单中，出现了险资身影的地产公司共有28家。据统计，其中中国人寿保险成为8家房企前十大股东，中国人保寿险成为5家房企前十大，为险资企业中进驻地产最多的两者。包括远洋地产、荣盛地产、金融街、外高桥等在内的企业也在名单之列。而仅“万保招金”而言，目前已有8家险企进驻成为前十大股东。

险资有非常充沛的资金来源，也不会过多干涉地产企业的运营。近几年来，平安保险旗下子公司平安不动产的活跃，远洋地产与中国人寿的合作等，成功案例越来越多之后，应该会有更多的房企和险资进一步效仿。

就目前险资企业资金投向来看，大多数险资企业都有进军养老地产的计划，或者已经开始在养老地产领域布局。不排除今后险资会利用房企在房地产领域的优势开展养老地产市场的布局工作。

## 5、2015年P2B网贷格局将超过P2P

2015年网贷行业将会继续大浪淘沙，相比小额、分散、高风险的P2P，集中、高效、有产业链做支持的P2B会发展更快，针对核心企业周围的上下游企业做互联网渠道的融资平台，在2015年会有更多爆发。

产业链金融有五种典型融资模式。

一是经销商、供应商网络融资模式。利用核心企业的信用引入，对核心企业的多个经销商、供应商提供授信，这是供应链金融最典型的融资模式，目前主要运用在汽车、钢铁等供应链管理较为完善的行业，这些行业内核心企业和供应链成员关系紧密，并有相应的准入和退出制度。核心企业必须有供应链管理意识，对银行授信环节予以配合。

二是银行物流合作融资模式。银行与第三方物流公司合作，通过物流监管或信用保证为客户提供授信，合作形式包括物流公司提供自有库监管、在途监管和输出监管等，也有物流公司基于货物控制为客户提供担保的情形。银行借助物流公司的专业能力控制风险，可以通过与物流公司的合作发现并切入客户群，拓展业务空间。

三是交易所仓单融资模式。利用交易所的交易规则以及交易所中立的动产监管职能，为交易所成员提供动产质押授信的一种金融服务。该模式包括现货仓单质押融资和未来仓单质押融资两种形式。

四是订单融资封闭授信融资模式。银行利用物流和资金流的封闭操作，采用预付账款融资和应收账款融资的产品组合，为经销商提供授信的一种金融服务。

五是设备制造买方信贷融资模式。根据设备制造生产企业和下游企业签订的买卖合同，由商业银行向下游终端企业或经销商提供授信，用于购买该生产企业设备的一种金融服务。

而互联网金融在产业链中的角色，可以是新的“银行”，抵达银行触不到的角落。P2B平台与供应商、第三方物流公司、交易所、经销商等相关机构合作，帮助产业链上下游企业在互联网渠道融资。

目前涉足产业链金融的P2B平台，各有专注点。

一些从事产业链金融多年的传统金融机构正在发展互联网融资渠道，这是增量，有益无害。比如在行业内已经做了多年的传统金融机构金银岛，上线P2B平台金联储，打开互联网融资渠道，三个月来平台交易量一个多亿，对于这类体量已经很大的传统金融机构，互联网融资渠道是开拓成本并不高的增量。其中大多数投资客户是从线下的金银岛转移到线上的。线下金银岛的资金端都是金融机构，而金联储的资金端都是从市场来的，互联网提供了更有想象空间的市场。

线上平台金联储、革线下平台金银岛，某种程度上说，也是竞争对手。传统金融机构发展互联网金融业务，是自己革自己的命。

在大宗产品标准化方面有经验的传统金融金机构，容易控制平台的获客成本。涉足粮食贸易、煤炭贸易、矿石贸易的产业链金融服务平台金联储，每一单的交易量、交易金额都是大体量，针对B端企业做专业化网贷，规模容易复制、扩大，这意味着为B端企业服务的成本降低。

而消费金融以及2P的金融服务，网贷平台获客成本很高，道理类似于“和一个人交流的成本肯定小于一百个人”。所以一些P2P平台选择和小贷公司合作，降低成本。

在产业链金融行业里有多年经验、资源积累的传统金融，投入一些人力物力去做互联网金融，传统金融的资源基础是很大的优势，大型央企、国企的融资方自愿，是P2P平台没有的。在网贷领域，大资本、传统金融的进入，将会促使行业格局成型速度加快，草根逆袭的奇迹，将会越来越少。

大宗产品的标准化程度很高，这意味着产业链金融的平台对风控的把握度更高，做风控的成本要低很多。比如煤炭、粮食、矿石、有色金属、钢材、石油、塑料、橡胶、化肥等等，大宗产品各个品类的属性基本上一致，产业链金融的运作特点和模式非常接近，平台确定某一大宗产品的判断条件，这一套条件适用于所有同类的大宗产品，而消费品，比如包、化妆品、手机，标准参差不齐，

平台判断、评价这些消费品的成本也更高。

网贷公司的规模远远没有银行大，在一个方向做专业化，可以补充银行服务不到的领域，让平台做得更大。

一些新平台也在加入产业链金融的行列，它们背后往往有大型央企、国企投资，利用互联网平台为央企、国企产业链上的中小企业融资。比如最近上线的财行者、66 投资，无一不是抱央企大腿。

比如获得国企投资的财行者，为国企产业链上的企业完成融资的同时，帮助其它上市公司、金融资产交易所等获得互联网渠道的融资，操作方式实是票据质押，商票通的承兑人是国企、央企、上市公司等产业链金融的核心企业，商票由银行进行核实信息，银行以外的付款人承兑。

## 6、P2P 野蛮生长这一年：有钱任性

2014 年是 P2P 行业发展的第七个年头，这一年来频繁出现的倒闭、跑路等事件，让 P2P 成为年内互联网金融的“话题之王”。而年末 P2P 行业竞争更加激烈，各平台纷纷上演“烧钱”戏码，各类年末大促令投资人有些目不暇接。P2P 发展进入关键期，价格战已经开打，“拼爹”好戏陆续登场，此轮疯狂的年末促销战或将加速行业洗牌进程。但很多平台的“烧钱”方式也暴露出了行业的野蛮生长。

### 有钱任性

年底 P2P 抢客大战早已进入白热化阶段，为争夺客源、提升品牌知名度，各大 P2P 平台都使出浑身解数，希望通过各种途径在激烈的竞争中杀出一条血路。

多家 P2P 网站年终大礼诱惑力十足。例如，前期获得数千万美元风投的银客网就“烧”出了三重大礼。网站公告显示，即日起至明年 1 月 4 日期间，该平台将对投资用户直接进行现金奖励，该奖励最高可达年化 5%；投资人将有机会赢取“马尔代夫双人游”大奖；更加“烧钱”的是还会送出 100 台 iPhone6，可谓是目前 P2P 行业内声势最大的活动。据悉，本次活动该公司内部既定预算为 1000 万元，主要是在年底给予用户感恩回馈，也为明年的发展积蓄力量。此外，挖财猫、有利网、爱钱进、人人贷等也借年底节日较多的机会纷纷推出注册有礼、手机送不停、投资送“粮票”、“说吃就吃”等形式多样的揽客活动。

### 客户争夺战

P2P 平台如此任性的原因自然不光是有钱。目前 P2P 行业发展进入关键期，抢用户就是抢未来。

随着 P2P 行业的蓬勃发展，今年以来，除民营系 P2P 平台不断涌现外，银行系、国有企业系、上市公司系等正规军都介入 P2P 市场；陆金所、银豆网、翼龙贷等平台都有大额风投进入，加大了各 P2P 平台的混战力度。一些前期发展较好、较为稳健的平台获得了资本市场的认可，拥有强大的财力后盾，在接下来的市场推广中，这类平台无疑将大玩促销牌，想方设法吸引更多的用户加入。一些小型的 P2P 平台受影响较大，年底无力投放推广计划，而财力雄厚的平台则借机“烧钱”争抢用户，行业洗牌加速进行。

不可否认的是，这样的促销活动也有很大成效，数据显示，活动刚推出的时候，该网站每位投资者参与的直投项目金额大概都在 2 万元左右，而现在不少人为了获奖，纷纷加大投资金额，总金额排名第一的多达 56 万元，超过 5 万元的比比皆是。

### 野蛮生长

花大价钱促销打广告的 P2P 网站固然赚得了眼球和客户数量，然而，以“烧钱”的方式揽客无疑提高了 P2P 平台的成本。

目前 P2P 行业虽然一片热火朝天，但实际的盈利情况并不乐观。老牌 P2P 平台之一人人贷今年 9 月才宣布实现盈亏平衡，平保集团也曾公开表示陆金所仍未盈利。目前市场上排名较靠前的 P2P 平台几乎都还未实现盈利，整个行业还处在跑马圈地的阶段，大部分收入都花在了广告宣传和人才引进上。

而“烧钱”促销的方式会在一定程度上影响 P2P 平台的健康发展，也是不可持续的，因为当前 P2P 平台的利润十分微薄，亏损的平台不在少数，大肆投入资金会提高平台运营成本，并最终转化成投资者的投资风险。

临近年底，投资人既要看重优惠力度，更需关注平台的流动性风险，警惕人气下降但短期待收金额较高的平台。P2P 平台在“烧钱”推广的同时，不应忽视内控建设。努力提高 P2P 平台的风控体系实力，也是行业健康发展、确保用户能够安全地拿到甜头的关键所在。

## 7、将被 O2O 模式改造的 6 大行业：衣食住行、变美、咨询

无论是对行业巨擘还是草根创业者，O2O 都是惹人垂涎的香饽饽。但 O2O 并不像可穿戴设备和人工智能那样，曾经站在“神坛”让人高山仰止。O2O 是个非常接地气的概念，渗透你我生活的方方面面。它也并不是什么新词，但是这一理念在网络日益发达、人们生活方式以及生活态度深刻转变的社会环境下被激发出新的活力，也正是因此 O2O 将给多个行业带来新的发展活力。



首先将被 O2O 改造的几个行业总结下来大概有几个共同点：其一，受众也就是潜在用户对互联网接受程度高，在面对传统方式与互联网方式的选择上，更倾向于选择互联网渠道；其二，这些行业提供的服务或者产品都非常成熟，也就是有着非常体系化的服务模式或者说易于建立完善的服务体系，以及拥有大量的服务提供人员，简单来讲就是行业基础扎实；其三就是行业规模大并且存在较大范围的利润调整空间，使得此类 O2O 服务具备产出高性价比的产品或者服务的可能。

## 吃

对于工作繁忙的都市人来说，“吃”越难也越容易，难在选择太多，易在可以足不出户就能吃到心仪的食品。想要做菜却错过了买到新鲜菜品的时间，这也不难解决，只要网上下个单，自有新鲜蔬菜、果、肉送到你家中。这是最为典型的 O2O 模式，但同时也是非常基础的。对于餐饮行业来说，O2O 之于其发展的意义到底在哪里？或者说 O2O 能在餐饮发展中扮演什么样的角色。我们不妨从已经被炒得热得发烫的 O2O 概念里跳出来，作为一个旁观者来看看，怎么在“吃”上做 O2O。

先从外卖来说，线上下单支付，线下配送，这种形式的 O2O，在市场份额或者说收益上来说对于传统餐饮行业，所占比例小得可怜。要依靠外卖形式给传统餐饮业带来新的发展契机，这个力度还是略弱了一些。但是外卖形式的 O2O 服务还是非常有存在的价值的，是应该作为一种基础服务普遍存在餐饮行业中的，只不过目前市场已进入红海，在未来，将迎来逐渐筛选淘汰的一个发展阶段，外卖市场将呈现少数几家独大的市场格局。

那么 O2O 的概念如何让餐饮焕然一新？其实对于中国人来说，相比快捷的外送服务，大多数国人更希望在一个舒适的环境当中，享受周到的服务以及美味的佳肴。在满足口腹之欲的同时更能获得精神上的愉悦。但是如何找到距离合适、品质好、性价比高、有特色的餐馆，并且能够预定到位置，这是消费者们头痛的问题。其实很多团购网站确实实地在解决这些问题，但是服务上的差异以及口味是否真正适合自己，这些都很难保障，影响着用户的体验。

所以是时候该把 O2O 做深入了，根据用户的饮食习惯、喜好来推荐优质的餐厅、菜品，并且建立具备同类属性的社区，形成用户的自推荐，并将用户的体会、食后感等等反馈至餐厅，使得餐厅获得新菜品的研发方向，最终形成一个服务闭环，这才是 O2O 之于餐饮行业的新的意义。

## 住

在“住”这一行业，O2O 的应用大致包含 3 个方面：买卖房、租房以及家装。对于广大消费者来说，这 3 个方面所需要花费较高，都是需要非常谨慎地做决定的。在买卖房、出租房方面，O2O 的概念主要被用于提供信息来源方面，无论是买卖双方的哪一方都从中获得了巨大的便利。而装修方面，将是 O2O 理念为“住”带来的新的活力点。

装修是很多人头痛的问题，原因很简单就是 3 个字——不了解。没错，装修所要用的瓷砖、地板、墙漆、涂料——不懂；不同的设计风格的花费有哪些不同——不懂；哪里能找到靠谱的设计师和施工队——不了解。信息不对称、消费不对称，这么明显的问题不正是互联网要解决的最根本的问题吗？线下如此重要的领域不正是该 O2O 大展拳脚？的确，改变这种局面将是 O2O 带给“住”的新活力。但是可以预见，有什么的内容能够登上线上平台，这需要非常严格的审核机制以及评价体系；线下服务的质量以及进度和线上的匹配、联动等等方面是保证家装 O2O 平台服务质量的关键点。无论是线上还是线下，家装行业的 O2O 是非常“重型”的发展平台，但是一旦做成将在很大程度上促进家装行业的价格合理化、服务标准化。

## 行

人们对行的需求有两个，一是目的性需求即需要快速到达目的地，二是过程性需求，即更为在意路途中的体会。简单来讲就是日常出行和旅游。

大众的日常出行工具包括公共交通以及出租车和私家车，O2O 理念针对这 3 种不同的出行方式也体现着不同的作用，对于公共交通来说，需要为用户提供到站时间、运行状态等等信息方便用户选择；出租车行业，则更多的是体现预定的功能，而在私家车方面则是在路况以及道路选择上提供指导。O2O 在这些领域的应用，已经初见成效。通过国外一些经验我们看到，交通 O2O 平台与传统出租行业存在一定的竞争关系，这是挑战但同时对于无论是传统行业还是新兴行业来说都是刺激新型发展模式的推出的强劲动力。

对于旅游方面，其实在线旅游可以算是较早的 O2O 理念实践者。如今，乐于在线购票、预定酒店的用户已经占据市场一半左右。在移动互联网时代，O2O 将让在线旅游焕发第二春。

在线旅游平台对于用户来说应该是一个“旅行管家式”的存在，在出行前，根据用户对目的地的熟悉程度，推荐合适旅行路线、旅行日程以及适合居住的酒店等等，在达到目的地后，能够对线下服务有所把控，提升用户体验，并获得更为真实的数据帮助线上平台的调整与优化。这种更为贴近用户需求的 O2O 模式将会成为在线旅游新玩法。

## 美

“美”这一行业有着非常明确的用户群体属性，并且有着一定的刚性需求。但这一行业却是触网最晚，方法最为原始的一个行业。因为存在很大程度的主观因素，用户对于“美”的要求是最为严苛的，所以在线的如团购这种形式的 O2O 用户体验难以保障，当然也就很难为线下美容美发机构带来新的发展活力。对于大多数用户来说，主要还是依靠口碑相传以及“试错”这种形式来找到合

适合自己的机构或者个人来寻求美容美体服务。

而 O2O 理念将在很大程度上，拉近用户与提供“变美”服务的最直接提供者之间的距离，节省用户时间，提高发型师、美容师等服务提供者的收益。依靠完善的审核机制、作品展示、标准化的服务体系以及配套的交流社区都为用户提供更为真实的参考数据。让用户免于进店必接受推销的烦恼，更为自在地获得更贴近自身需求的美容美体服务。

## 衣

服装行业的疲软态势已现，而对于被遗忘很久的“裁缝”则迎来了新的发展契机。私人定制成了传统服装行业试水 O2O 的全新模式。有人怀疑这种“慢”消费适合现在的快生活吗？举个西服的例子，鉴于用户体型上的区别，对于合体要求十分高的西服套装来说，成衣的号码很难达到完全合身，而且价格高。而对于奉行 O2O 理念的服装定制平台来说，传统服装销售当中多级渠道产生的最终转嫁到消费者身上的这部分成本被省略掉。除了高性价比。用户还可以在面料的选择、服装的款式等方面与设计师有更深入的探讨，更多的表达自己的需求。而这部分走 O2O 模式的服装行业平台补充了目前服装行业的短板，其将作为丰富服装市场的新类别发展壮大。

## 询

专业咨询行业对于大多数人来说，并不像上面五个领域使用频次那么高，但是无论是法律咨询还是心理咨询，对于有需求的人来说都是会在问题处理过程中被用户依赖的十分重要的角色。但是行业本身内部复杂，外部的用户要找到可信赖的咨询师或者律师等则是难上加难，受骗经历也是屡见报端。在咨询服务的供需双方中，有需求的消费者往往是偏弱势的群体，而行业内部资历较老的律师掌握着大部分用户资源，由于时间及精力上的限制，这些资历老的律师再将客户转交给其他律师，在这样的一个服务体系中，用户基本没有什么话语权。而 O2O 理念的引入，使得“找”变得容易，同时更合理地分配了内部资源。O2O 将把这一“高冷”的行业带入高速发展的时期，用户的专业程度以及各类咨询师、律师等的成长速度都将被加速。

总的来说，O2O 理念本质上是促进资源的高效与精准对接，无论是 B2C、C2C 还是 B2B，真正解决用户需求，提供优质服务的平台才是好平台，最终能否成功，市场是最好的检验者。

今年，在中国科技产业火的概念有很多，O2O 就是其中最具发展潜力的概念之一，行业发展的速度有惊喜也有些“惊吓”，我们也看到一些泡沫论，但都湮灭在发展的大浪潮中。但是有不同的声音才是发展生态的正常生长状态，全是一种声音这未必是好事。互联网服务是基于用户对于快生活的需求产生的，但与快相反把产品、服务做稳、做沉是任何行业或者公司能够成就基业长青的根本动力。

## 8、互联网融资节奏快：烧 5 千万没反应 未来三方向猛烧钱

据报道，这几个月移动互联网行业天价融资不断：几天前，小米融资 11 亿美元，估值直逼 460 亿美元；上月初，滴滴打车获新一轮 7 亿美元融资；此外，市场传言美团融资 7 亿美元；大众点评融资 8 亿美元，快的打车融资 8 亿美元。一笔笔巨额融资成了新常态的背后，是新一年烧钱大战的开始。然而，这仅仅是因为“有钱任性”吗？

尽管外界热议不断，但最近融到巨款的几家“财主”却讳莫如深，多数对融资情况守口如瓶。

2014 年移动互联网市场真正迎来爆发。特别是 O2O 等热门领域：除了用户、市场规模扩大带来海量融资，业务模式也更多元化。

以大众点评为例，已从传统餐饮 O2O 转型为集团购，餐厅预订，广告推广，结婚亲子，酒店旅游，电影，外卖等 o2o 综合服务平台。移动端独立用户数突破 1.8 亿。

打车软件，也早已不专注于年初的“亿元补贴大战”抢用户；2015 年把目光投向更广的市场。

一是拓展专车业务；二是继续国际化，现在是香港，下一步是东南亚；三是城市出行外多一些尝试，比如尝试物流、快递，以及跨城市货运业务等新产品。

### 三大领域将成“猛烧钱”战场

不难发现，这轮密集融资的对象，多是背靠 BAT、同业竞争的死对头，融资节奏几乎是前后脚。眼下，各家“深挖洞、广积粮”的融资新常态背后，折射移动互联网的业务模式正“由轻变沉”，O2O、移动硬件和云存储，注定成为今后猛烧钱的领域。

宽带资本、云海创投合伙人吴盛刚指出：移动互联网多是规模拉动、大开大阖的商业模式，特别是 O2O 领域，线下人员、服务等成本更大：

烧 5000 万之前可能市场都没反应，等烧过一定值会效果递增，不到规模钱就白投。

市场竞争加剧，让企业获取用户的成本激增。特别在一些领域中，用户的入口，已从软件逐渐转向手机、智能家居等硬件，这对资本提出了更高要求。

就像目前智能盒子的市场，有些厂商的单个用户可能贴 30 块，甚至送盒子。一旦入口从软件转向硬件，整个商业模式到烧钱，将是质的变化。

除了市场补贴，一些直接涉及智能硬件的移动互联网公司在系统、硬件研发投入，与家电厂商合作付出的补贴也相当可观。但未来，更烧钱的恐怕是云计算带来的大数据成本。

一旦物联网，大量数据汇聚到云端；雷军说，两年后小米用户的各种数据存储和带宽成本每年将达 30 亿元人民币。钱不可能向用户收，这个钱必须投。所以，眼下融资潮在“没有最激烈只有更激烈”地进行中。

## 9、被 VC 低估的风口：企业级迎春天 或是下一个百亿美元企业

VC(风险投资)一向青睐消费级市场，陌陌赶在年底上市美国，锤子手机也能获得数亿元融资……站在拥挤的风口，拿着六七十分的产品，讲着近乎完美的故事，似乎就会有大把的金子从天而降。但是反观被 VC 低估的企业级市场，顶尖的人才，顶级的产品，刚性的需求，但凭什么企业级的技术控就没有春天？

其实从 2014 年开始，投资热潮已经蔓延到企业级市场，移动安全、云计算领域的企业首先受到追捧，但 9 月中国企业 OneAPM 获得成为资本、经纬中国 7000 万元 B 轮融资，却可以称得上是今年最具价值的企业级软件 VC 案。尽管，从融资金额来看，7000 万并不算突出，从涉及领域来看，APM（应用性能管理）目前的市场规模也远不及打着移动安全和云标签的企业级市场，但是之所以“最强”是从价值角度来看这一 VC 案未来的示范效应。

### 被严重低估的风口

从 VC 的角度来看，价值就是理性分析某个领域是被低估还是高估，这对 VC 意味着机会成本。一个投资过热的领域，初创企业成长时间被显著压缩，资金成了最重要的门槛，这意味着整个行业虽然前景无限，但就企业个体而言，成功概率将大大降低，VC 的风险也相应提升。

据悉，美国每年有 4000 家企业融资，200 家企业可以拿到一线 VC，但其中只有 15 家的年收入此后可以达到 1 亿美元的数量级，占有所有 4000 家企业年收入的 97%。如果没有投资到这 15 家，那么就意味着先前的投资付之东流。

企业级市场是被严重低估的风口。这个领域目前在中国 VC 界还远不如消费级红火，但市场价值却在迅速提升，其中 APM 市场有非常大的机会。

就在 12 月 12 日经纬中国投资的陌陌敲响纳斯达克钟声的同一天，美国企业 New Relic 也在纽交所上市，并且首日股票大涨 50%，估值接近 20 亿美元。其实，New Relic 和 OneAPM 一样都是同属



于 APM 领域的企业，而 OneAPM 在 9 月完成的 7000 万元 B 轮融资可谓在中国开了一个好头，尤其是在引入了 New Relic 广受推崇的 SaaS 商业模式后，APM 已经首当其冲成为 VC 青睐的企业级软件市场。据悉，OneAPM 的 C 轮融资将有望在 2015 年春天完成，它的价值就在于或将带动整个企业级软件市场的 VC 热潮。

### 体验经济的红利

各种应用软件，移动软件将线下的世界搬到了线上，人们的生活和工作也因软件而改变。但在体验为王的时代，在众多软件与应用背后，还急需一个背后的软件去支撑基础的性能管理工作。

看来，OneAPM 融资的价值还在于，它标志着互联网带来的体验经济红利终于在企业级软件市场姗姗来迟。可以说，从用户体验的角度来看，APM 起到了决定性作用。就 OneAPM 的客户群体来看，互联网企业绝对是最重要的客户类型之一。细分 OneAPM 的客户还会发现，它既有 NewRelic 聚焦的开发者 and 初创企业，也有 AppDynamics 定位的大中型企业，也就是说，OneAPM 采用的是集 SaaS 和传统软件为一身的商业模式。

由此可见，体验经济不仅决定着初创企业的生死，也在改变传统大中型企业的命运。尤其是码农身价的上涨也使企业开始考虑向软件来要效率。不论对于初创企业还是成熟的大型企业，APM 都将成为他们发展和转型道路上的标配。而短期内为 OneAPM 带来效益的是付费应用的大型企业和互联网企业，而且也只有在大中型企业实际应用过的软件，才能经得起稳定度、成熟度和功能丰富程度的考验。从长期来看，开发者和初创企业通过免费或者低廉的价格获得 APM 的 SaaS 服务，将成为与客户共同培育的成长型市场。

## 10、PE/VC 开始爱“吃药”：南京机构向医药业抛媚眼

面对癌症，人们努力了 150 年，还没有研发出绝对有效的灵丹妙药。

正因为此，高投入、高风险和长周期的生物医药产业虽然蕴藏着高回报的可能，PE（私募股权投资）和 VC（风险投资）却一直有些“讳疾忌医”，回避着这个领域。

然而，最近 3 年，“讳疾忌医”的 PE/VC 开始热衷于“吃药”了。

去年 6 月，落户江宁高新园的南京海融医药科技有限公司正式开张。可是，在“首仿药物研发”路上，没有土地、没有厂房的海融，一起步就遭遇了融资难的困局。

就在此时，“天使”来了一江宁科创投资集团主动送来了 100 万元的投资。国有投资平台的“领

投”，带动了其他投资机构的信心。很快，商业银行送来了信用额度，另有 4 家投资机构抛来了“媚眼”。

就南京而言，至少有两大推动力引导着 PE/VC 投资生物医药。

一是宏观政策引导和市场需求推动。从大处说，生物产业是国务院确定的重点发展的战略性新兴产业；从小处看，南京掘金生物医药产业，有着得天独厚的人才和产业优势。光是设有相关院系的高校，就有南京大学、东南大学、中国药科大学等 16 所，每年毕业的相关专业博士、硕士、本科生超过 4 万人。

二是研发技术的不断突破、大量专利药到期，打开了生物医药产业追赶先进的“窗口”，而南京的创业氛围，恰恰吸引了大量回国创业的年轻科学家。

## 11、新三板红包助力券商业务：做市股票望破 100 家

2014 年还未结束，监管层的政策“红包”就来了。证监会近日下发《关于证券经营机构参与全国股转系统相关业务有关问题的通知》（下称《通知》），支持券商依托新三板服务中小微企业，并实现自身的创新发展。

解决中小微企业融资问题，是今年的一项改革重点。新三板作为中小微企业的集聚市场，其活跃性、流动性也备受监管层关注。根据《通知》，券商在推荐企业挂牌、做市交易以及直接投资等方面，都将有更大的创新空间。

上述文件的下发表明了监管层一个明确的态度，即希望券商加大在新三板业务方面的人力、技术以及资金投入。

券商投入不足待解

《通知》要求各地证监局、全国股转公司以及证监会内各部门，对证券公司进行指导，帮助其提升服务能力、拓宽服务广度、扩大推荐队伍。

今年一年，新三板经历了扩容至全国、启动做市交易等多个里程碑事件，挂牌公司数量也突破 1500 家，总市值突破 4000 亿元。从市场发展的阶段看，现在已经基本走出了初创期。

不过券商对新三板并没有想象中的那样重视。在人员投入、技术投入、资金投入、研究支持等方面，都存在不足。单纯推荐一个企业到新三板挂牌，收益并不合算。企业挂牌成本在 100 万~200

万左右，这部分费用覆盖券商、会计师、律师的费用。收益不够丰厚，是券商不愿意太多投入的主要原因。

许多券商推荐企业到新三板挂牌，是为了在努力两三年之后，将企业推上市，然后收一大笔费用。因为推荐挂牌与推上市，券商付出的努力和成本差得并不多。为企业做市也可以赚钱，但是在成交不算活跃的情况下，也收不了太多费用。

券商这样的积极性，显然不是监管层想看到的。

《通知》提出，在推荐挂牌方面，证券公司要“高度”重视挂牌公司推荐业务，注重从投资人视角完善企业选择标准，提高人员素质和执业水平，着力打造满足中小微企业在全国股转系统挂牌、融资、并购等需求的“全产业链服务体系”。其次，允许已备案券商分公司直接开展推荐业务。

在做市业务方面，《通知》要求各单位指导证券公司积极开展做市业务，确保资金投入，提升做市水平，要求券商控制做市风险充分发挥市场组织者与流动性提供者功能，提升销售交易专业能力。

另外，《通知》还要求券商落实风险控制指标监管要求，并将执业情况纳入证券公司分类评价。证券公司参与全国股转系统业务过程中，因违法违规行为受到行政处罚、行政监管措施以及自律监管措施的，在分类评价时将予以相应扣分。

### 政策松绑助力

为了引导券商加大对新三板业务的投入，监管层也为券商预留了创新空间。政策放松的直接体现，就是扩大券商业务范围，允许券商探索多种收费方式。

在推荐挂牌业务方面，《通知》提出允许券商分公司直接推荐挂牌。

证券公司的分公司往往会将各地项目向公司总部进行推荐，然后由公司总部向新三板推荐。根据《通知》，现在改为直接由分公司向新三板推荐，同时“公司总部对内核、申报等环节进行集中管理，并在业务承揽、尽职调查、申报文件制作、持续督导等环节统一执业标准”，实际操作差别并不大，但体现出监管层希望帮助券商解决人力投入不足的问题。

另外，《通知》明确，允许主办券商探索股权支付、期权支付等新型收费模式，建立与挂牌公司互利共赢的长效激励约束机制。此前挂牌都是有补贴的，企业对中介机构费用也是直接以资金方式支付，没有听说过用股权支付的。

支持政策出台之后，预计很快会出现创新收费方式。通过“收费”获得的股权，应可以用作做市转让的“库存股”，对券商做市也提供了方便。

截至 12 月 22 日，新三板做市转让股票累计达 96 家，正在办理的申请做市企业 17 家，做市转让申请的平均审查周期为 5 个工作日，到今年底，做市股票突破 100 家已无悬念。

目前，做市商主要以自有资金与股票进行交易，做市商通过受让或增发等形式获取库存股，并持续在二级市场报盘做市，促进公司股权的逐步分散。做市商通过双向持续报价和交易，为市场提供流动性，并平抑价格波动。

为了激励券商积极做市，《通知》提出券商可以多渠道筹集资金，而且可以试点开展股票借贷业务——“经我会同意，证券公司可以试点开展全国股转系统挂牌股票借贷业务，对冲做市业务持仓风险”。

证券公司对新三板“爱不起来”的另一个原因是市场活跃度有限。

近期许多主办券商、挂牌公司、投资机构及自然人投资者向全国股份转让系统公司提出，“500 万元证券类资产”的准入标准过高，建议适当降低投资者适当性管理标准，以适应市场发展的需要。目前股转系统正在就降低门槛问题进行研究。

不过，监管层对新三板市场的定位就是有合格投资者门槛的机构投资者市场，因此门槛大幅降低可能性并不大。

为壮大机构投资者队伍，《通知》明确四类资金可以进入新三板。一是证券公司自营，二是券商客户资产管理业务资金，三是试点推出公募基金产品，四是经证监会同意的证券公司可以试点开展挂牌公司股票质押式回购等创新业务。

此外，证监会也支持合格境外机构投资者(QFII)、人民币合格境外机构投资者(RQFII)投资于全国股转系统挂牌股票。

今年以来，全国股转系统也在推动消除公募基金、券商资管产品的入市障碍。截至 11 月底，新三板专业投资机构共 2463 家，金融机构投资于市场挂牌证券的产品也已推出 15 个。然而，相比于 2011 年，由于发行缓慢、限制超募等因素，券商通过 IPO 项目收入囊中的钱已经大幅缩水。

以排名第一的广发证券为例，14 单 IPO 带来 6.21 亿元收入。与 2011 年排名第 1 的平安证券依靠 34 单 IPO 揽入 11.64 亿元收入相比，已是天壤之别。

## 12、12.29 -1.04 一周并购事件

2014年12月29日-2015年01月04日中国投融资事件统计见下表

图表 9 2014年12月29日-2015年01月04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
重庆单轨交通	北京交控科技	铁路机车车辆及动车组制造	10000.00 万元	2014-12-31
重庆单轨交通	重庆轨道交通集团	铁路机车车辆及动车组制造	40000.00 万元	2014-12-31
重庆单轨交通	渝富集团	铁路机车车辆及动车组制造	10000.00 万元	2014-12-31
重庆单轨交通	重庆机电控股	铁路机车车辆及动车组制造	34000.00 万元	2014-12-31
廊坊空港投资	朗森汽车	房地产开发经营	50000.00 万元	2014-12-30
廊坊空港投资	新奥文化	房地产开发经营	100000.00 万元	2014-12-30

数据来源：中商产业研究院

## 13、一周风投事件统计

### 手机物流召车平台“货拉拉”获得 1000 万美元融资

手机物流召车平台“货拉拉”日前宣布，获得 1000 万美元首轮融资。本轮融资由清流资本领投，极客邦、MindWorks Ventures、Sirius Venture Capital、Aria Group 及其他个人投资者联合参投。据悉，货拉拉于 2013 年 12 月推出，现已发展成为亚洲最大的手机物流召车平台。货拉拉创办最初的目的是要提供一个更高效透明的物流平台，从而改善到户交付及递送服务；至今已在亚洲已拥有最大的覆盖率，业务遍及香港、新加坡、曼谷、深圳、广州、台北等 6 个城市。

### 亿航无人机获得 GGV 资本 1000 万美元 A 轮融资

亿航本周宣布完成来自 GGV 资本的 1000 万美元 A 轮融资。亿航于今年四月获得来自乐博资本杨宁的第一笔天使投资，五月第一款产品 Ghost 正式发布，如今获得 1000 万美金，估值在短短 6 个月内翻了 25 倍，也许是今年中国硬件市场上成长最快的公司，关注早期创业公司的投资平台 PreAngel 也加入了此轮融资，此前亿航还获得知名天使投资人徐小平的投资。

### 3D 打印企业西通电子获百万美元的 A 轮融资

日前，总部位于珠海的国内知名 3D 打印企业西通电子宣布，获得了来自西证投资百万美元的 A 轮融资。据悉，这也是风投机构马年在国内 3D 打印领域的首笔投资。珠海西通业务涵盖制造，艺术、



教育、医疗等专用 3D 打印设备的研发以及个性化的 3D 打印服务。西通的服务客户包括百清华大学、中央美术学院，中山大学，北师大等。2014 年业内率先推出高精度桌面级 SLA 3D 打印机 引起轰动。

### “阅后即焚”社交应用 Snapchat 融资 4.86 亿美元

“阅后即焚”社交应用 Snapchat 在近日提交给美国证券交易委员会的文件中披露最新一轮融资详情。详情显示，Snapchat 获得了 23 家投资方，再融资 4.86 亿美元，消息称目前 Snapchat 估值甚至已经达到 200 亿美元。应用上线 3 年以来，其用户超过 1 亿(过去一年同比增长 55%)，如今平台上用户每天分享 7 亿张快照。如果按照照片分享数量计算，其受欢迎程度甚至超过了社交网络巨头 Facebook。

### 智能停车应用“无忧停车”获数千万元天使投资

无忧停车是提供停车服务的手机软件，可实现周边停车场车位查询、手机支付停车费、停车场内找车位等功能。它的前身是紫光百会科技有限公司，从事停车场智能管理的软硬件开发并提供系统集成解决方案。

### 页游开发商云游获空中网 1.2 亿港元投资

纳斯达克上市公司空中网近日宣布通过场外交易收购香交所上市公司云游控股约 889 万现有普通股，交易价格为 14 港元每普通股，总价约 1.24 亿港元（约 1600 万美元）。云游控股是中国网页游戏研发商和发行商，占有 24%的市场份额。云游旗下自营发行平台 91wan 已发行 79 款自研及代理网页游戏，拥有超过 2.07 亿注册用户。2014 年上半年，云游共运营 9 款移动游戏，其中 4 款为自主研发的移动游戏。

### 三胞集团战略投资奢侈品网购平台美西时尚

美西时尚是一家主打奢侈品时尚购物的电商网站，今日将获三胞集团战略投资，不过消息表示，此次对外投资尚还处于前期接触阶段，尚未签署任何书面协议或约定。据悉，一旦合作最终确定，三胞集团将借助控股的英国老牌高端百货公司弗雷泽 House of Fraser（以下简称 HOF）同美西控股旗下的奢侈品购物平台美西时尚结合，建立公司跨境电商体系，并整合资源进一步开拓中国时尚消费市场与进军 O2O 领域。

### 美国二手车交易平台 Beepi 获得 1270 万美元 B 轮融资

Beepi 是 P2P 模式的二手车交易服务平台，成立于 2013 年。平台上的二手车都有非常清晰的

各项指标的信息,由 Beepi 派专人去核实,然后平台亲自给予认证。Beepi 在周二宣布完成 1270 万美元 B 轮融资,投资者包括俄罗斯投资大亨尤里·米尔纳 (Yuri Milner) 和对冲基金高管斯科特·鲍默 (Scott Bommer),以及一笔创投平台 AngelList 有史以来数额最高的融资 (总额达 270 万美元)。在此前,Beepi 属于国内 P2P 二手车模式人人车的兄弟公司,其上周也刚刚获得雷军领头的 B 轮融资。

### 硬件产品公司亿觅获千万美元 A 轮融资

亿觅是一家“科技界的设计公司”,帮助独立的设计师将设计产品付诸销售生产。本轮投资由贝塔斯曼亚洲投资基金领投、蓝湖资本跟投。融资完成后,亿觅将围绕个人化品味消费电子产品推出更多的产品,同时通过亿觅 mc 硬件加速器帮助更多的工业设计师、互联网产品经理实现自己的硬件创业。

## 14、证券市场一周回顾

### (一) 股票市场

2014 年下半年,中国股市在市场半信半疑中掀起了一轮波澜壮阔的单边上涨。不过,由于中国经济下行压力仍在加大,且全球金融市场动荡多变,将使其上涨过程有很多不确定性因素。截至 2014 年 12 月 31 日收盘,上证综指收 3234.68 点,周涨幅 2.44%;深证成指收 11014.62 点,全周上涨 1.96%。

#### 1、回顾 2014 年股票市场

随着 2014 年最后一个交易日收盘涨 2.2%,沪市 2014 年完美收官,全年涨幅达 53%,为 2010 年以来首次实现全年大幅上涨,也是五年来首次跑赢全球其它主要股市。国际方面,美国股市在 2014 年表现出色,反映了美国经济逐步复苏的态势。欧洲经济形势严峻,全年坎坷低迷的经济发展之路在股市上反应的淋漓尽致,截至 2014 年收官,欧洲三大股指多数下跌,只有德指上扬。

当在 2013 年 11 月初对中国股市转为乐观时,处于历史低位的估值水平和多年持续跑输的行情已经在很大程度上反映了海内外股票投资者对中国经济极度的悲观预期,但却可能忽视了即将开始的全面改革给中国经济和企业带来的利好。对于那些认为房地产市场会硬着陆,不良债务危机由此爆发,中国经济即将硬着陆的人而言,2014 年中国股市的强劲表现已经用事实证明了其观点的谬误。

#### 2、新动力或推 A 股 2015 年继续上行

展望 2015 年,货币政策宽松及改革提速预期、资本市场进一步国际化以及居民理财资产的再配

置等，将为 A 股继续上行提供新的动力。

随着中国“宽财政、宽货币”的政策组合已拉开帷幕，制度红利的进一步释放带来市场偏乐观的预期，总体上 2015 年股市仍将是资金推动的行情。2015 年包括国企改革、财税体制改革、户籍制度改革、土地改革、金融改革等一系列改革措施也将继续降低中国市场风险溢价。市场人士普遍预计，2015 年中国利率仍将继续下行。利率从高位逐步回落将导致固定收益产品收益率下降，提升市场风险偏好，推动股票价值重估。

同时，随着中国金融市场改革的快速推进，期权市场推出、注册制改革、市值管理规范、资产证券化、多层次资本市场完善等改革创新将使投资者在 2015 年面临更加立体化、多元化的投资环境。

## （二）债券市场

中国中央国债登记结算有限责任公司 1 月 4 日公布报告显示，2014 年中国债券市场全市场发行了 12.28 万亿元人民币各类债券，同比增长了 41.07%，但同比数据较大的主要原因是 2013 年增长较慢，未来年度发行量可能会回落至 20%左右的正常值。

具体而言，2014 年在中央结算公司登记新发债券 1,366 只，发行量共计 6.35 万亿元，占债券市场发行总量的 51.75%；上海清算所登记新发债券 4691 只，发行量共计 5.54 万亿元，占债券市场发行总量的 45.1%。交易所新发债券 624 只，发行量共计 0.38 万亿元，占债券市场发行总量 3.13%。

2014 年中国债券市场取得多项突破成就，包括财政部正式每日公布中国关键期限国债收益率曲线；地方政府债券开启自发自还；部分合格机构投资者进入银行间债券市场开户；柜台债券业务品种增加；开启尝试做市业务；中债登开始为地方国库现金管理提供担保服务；中金所开展国债期货冲抵保证金业务等。

展望 2015 年，提出针对债市的几点改革建议：需适当增加短期限和超长期国债的发行数量；建议减少国债续发行的频率，增加关键期限国债的新发行频率；加大国债收益率曲线在存贷款定价及内部转移定价方面的应用等。

## （三）基金市场

自今年五月份启动的 A 股牛市，主要推动因素是流动性宽松和制度改革预期。在大盘蓝筹股大幅领先的 2014 年，由于多数基金未能及时从成长股思路中抽离，导致业绩多未跑赢沪深 300 指数。但更值得注意的是，2014 年主动股票型、混合型的平均收益率皆是近五年以来最高，总体来说，主动偏股型基金在 2014 年为投资者创造了比较丰厚的回报。

凭借 2014 年末最后两个月“大象起舞”的蓝筹行情，偏股型基金业绩排名较上半年大幅变脸，工银金融地产在年末狂飙突进，最终以年涨幅 96.87% 夺得冠军；海富通国策导向以 71.34% 排名第二，从三季报的持仓来看，其持股大部分集中在电子、军工以及阶段性的主题投资上；此外工银信息产业则以 62.52% 排名第三。

纵观 2014 全年只有少数主动偏股型基金下跌，截至 2014 年 12 月 30 日，608 只主动偏股型平均上涨 22.25%，35 只基金涨幅超过 50%，其中，371 只主动股票型平均上涨 23.60%，237 只混合型平均上涨 20.13%。

公募基金规模也随之水涨船高，截止 2014 年 12 月 30 日，公募基金规模上升至 40047.77 亿元，基金数量上升至 1894 只，均创历史新高。

展望 2015 年，A 股市场将会呈现类似美国 08 年以来的情形，即先通过量化宽松推动股市上涨，之后基本面复苏，市场演绎为基本面拉动。此外，改革预期也将推动市场前行，其中对资本市场影响最大的当属国企改革，A 股总市值 70% 是国有企业，国企改革若取得实质性进展，将对资本市场形成重大利好，不亚于股改对上一轮牛市的推动作用。

## 四、产业市场

### 1、中国机器人处于行业低端 蛋糕再大也吃不到

AGV 移动机器人到仓库取货，搬运给工业机械手自动装配，再传送到自动喷涂区，最后成品入库……车间没有工人，所有岗位均由机器人独立完成。如此场景，在沈阳新松机器人自动化有限公司(以下简称新松)的“数字化无人工厂”里，随时可见。

这仅仅是中国机器人产业化的一个缩影。经过上世纪最后 30 年的发展，中国机器人产业在进入 21 世纪后迎来新浪潮。

这是一个分水岭，中国机器人实现了由技术研发向技术应用的转变。尤其是在 2014 年，中国的机器人发展获得了前所未有的关注。

2013 年，中国以 3.7 万台的工业机器人销售量超过日本，成为全球第一大工业机器人市场。高

工机器人产业研究所的数据显示，2014 年前三季度，国内工业机器人销量继续高速增长，达到 3.36 万台，同比增长 32.5%，预计全年达到 4.5 万台。

“机器人革命”有望成为“第三次工业革命”的一个切入点和重要增长点，将影响全球制造业格局。机器人是“制造业皇冠顶端的明珠”，其研发、制造、应用是衡量一个国家科技创新和高端制造业水平的重要标志。

被寄予厚望的中国机器人，还有哪些待解的疑问？

市场空间还有多大

中国机器人产业化找准了时间点，正好处在国内市场趋向增长的节点上，避免了产业化过程中的各种阻碍，少走了很多弯路。

从“十五”开始，中国的机器人技术发展方向有了重要调整，从单纯的研发机器人技术向机器人技术与自动化装备扩展，并将中心任务定为：研发面向先进制造的机器人制造单元及系统、自动化装备、特种机器人，促进传统机器的智能化和机器人产业的发展。

“十一五”期间，国家更是将机器人技术的重点放在人机交互等共性关键技术的研发上，重点发展工业机器人自动化成套技术装备，应用于 IC、船舶、汽车、轻纺、家电、食品等重点工程和行业，以打破国外公司在大规模自动化制造系统中的垄断，加速机器人技术的产业化发展。

我国机器人从技术到应用的转化还需要时间，2000 年以后的应用转化是成功的，方向也是正确的。

中国机器人市场在上世纪 30 年的积累后迎来了持续释放的过程，未来必将爆发式增长。

近几年，中国工业机器人应用的推广主要基于人力成本的快速上升。能够实现自动化生产、智能识别、安卓系统操控的工业机器人，正成为不少装备制造企业解决人力成本上涨压力的利器。比如，全球最大的代工厂富士康此前就高调表示，将建设无人工厂。

有数据显示，2004~2013 年的十年间，中国制造业从业人员的平均工资增长了 3 倍。与此同时，工业机器人的价格却在激烈的市场竞争中不断走低，几年前 20 万元的机器人，现在只需要几万元。

更多的企业转而从用机器人替代人工。王田苗说，在生产者看来，用机器人少了很多麻烦。珠三角、长三角等中国传统制造业的聚集地，更多的无人工厂陆续出现。据国际机器人联合会的统计，



就每万名制造业工人的机器人保有量来说，韩国为 396 个，日本 332 个，德国 273 个，世界平均水平 58 个，而中国只有 23 个。

有机构预测，对比发达国家制造业机器人密度，中国在汽车、电子电气、食品饮料、化工、塑料橡胶、金属制品这六大工业领域，未来几年需要 108 万~240 万台工业机器人，占工

业机器人总需求量的约 70%。若以每台 20 万元计算，工业机器人产值空间在 3100 亿~6880 亿元。

中国以前的工业机器人应用领域主要集中在汽车制造业，范围很窄，但是近几年应用领域已经逐步拓展到金属加工、食品饮料等行业。

未来电子行业将成为重要的工业机器人市场，特别是电器制造、手机生产这一类工厂。而光电、钢铁、生化制药等行业，也会因生产环境的限制而有更多工业机器人应用。

国产机器人只能做外壳吗

据统计，截至 2014 年 9 月，中国机器人相关企业数量 428 家，其中 1~3 季度就增加了 175 家，占到总数的 41%。

一些企业看到机器人的市场前景就涉足这一领域，但很多企业根本就不具备生产能力，既无基础也无技术，就是打肿脸充胖子。

即使是一些有备而来的企业，也基本停留在组装、仿制阶段。很多企业就是把国外的产品拆开，按照产品构成买材料组装。9 个月间增加了 175 家企业，这肯定不正常。那些浑水摸鱼的企业如果只靠模仿、山寨，肯定成不了气候，反而会扰乱整个市场，甚至败坏国产机器人的名声。”不过，对于众多业内专家来说，国产机器人目前最突出问题还是无法掌握核心零部件技术。尽管在过去 40 年，中国投入了大量人力物力进行技术攻关，结果并不理想。

这是因为我们的研发与应用不对等，很多技术在实验室可能很完美，但在生产中暴露出各种问题。国产机器人的短板主要有二：应用系统开发不足，核心零部件缺乏。

我们在机器人应用系统设计上的经验少。机器人不是买回来就能用，而是需要二次开发。比如焊接机器人，工厂需要开发一套焊接的应用系统，才能让它工作。中国的很多机器人生产企业具备整机生产能力，但无法进行复杂的后期系统开发，“应用系统不仅代表技术实力，更具有高额的利润。

中国的机器人产业链还没有形成，即使像新松这样的公司，它的减速器、电机、轴承等机器人

的核心零部件也都是采用国外的。比如说轴承，我们也有企业生产，但是工艺和材质无法与国外相比。国产机器人中 80%~90%使用国外减速器，60%~70%使用的是国外电机、40%~50%使用国外控制器。

这等于说我们的国产机器人能做的就是外壳，核心部件全都是国外的。这就增加了成本，使得国产机器人在竞争中处于劣势。

中国机器人的核心技术和核心关键部件受制于人，基础配套能力滞后，整机面临空壳化。

是否会陷入“高端产业低端化”

分析报告指出，在 2013 年中国购买并组装的近 3.7 万台工业机器人中，外资机器人普遍以高端工业机器人为主，几乎垄断了汽车制造、焊接等高端领域，占比达 96%，而国产机器人则以搬运和上下料机器人为主，处于行业低端。

如果国产机器人未来 5 年内仍然找不到准确的市场定位，很快会被市场淘汰，再大的蛋糕也吃不到。

企业一定要找准定位，面面俱到很难与跨国公司竞争；还要转变发展模式，“关起门来”很难做大，需要学会整合资源、与外界协作；第三，千万不能走“高端产业低端化”的路，机器人集成的产业链很长，如果只做低端的加工制造，意义不大。

以新松、埃夫特、广州数控等国产机器人代表企业来说，它们或是机器人的最终用户，或是自动化零部件厂商，又或是机器人系统集成商，本身在产业链上的定位和发展策略是有所区别的。

一些厂商通过横向整合产业链，联合其他零部件厂商，自身专注于机器人整机的研发及下游应用的开发；另一些则通过自身在零部件方面的优势进行纵向整合，零部件自给自足，以成本和渠道优势占领市场；还有些企业定位于集成商，凭借成熟的解决方案销售整机。

虽然中国机器人整机市场的需求远未饱和，但激烈的竞争已经压低了产品利润，且整机生产领域已涌入太多投机者，太过混乱，走整机生产和应用系统开发相结合的道路，是企业增加竞争力的一个方向。

比如，新松现在就已经形成以自主核心技术、关键零部件、领先产品及行业系统解决方案为一体的完整产业链，并将产业战略提升到涵盖产品全生命周期的数字化、智能化制造全过程。而更多具有代表性的国内机器人生产企业也都开始朝着这一方向努力。

相较整机生产，应用系统的开发更复杂，技术含量更高，如果在这方面拥有优势，那就能在市场站稳脚跟。

也有专家建议机器人企业布局一些还未完全开发的工业领域。汽车等传统领域已被国外品牌占据，国内企业应侧重开发一般制造业，如五金加工、橡胶和塑料、陶瓷、食品和医药等行业。

中国的制造业升级才刚刚起步，如果企业能够制造出符合某些特定行业的功能机器人，也会拥有很大的市场。

### 政策红利如何能够不盲目

从中国机器人过去 40 多年的发展历史来看，政府发挥着主导作用，甚至可以说没有政府的政策支持，中国机器人产业的发展要艰难缓慢得多。

从“七五”计划开始，政府在机器人产业发展上的投入和支持就有目共睹，机器人产业始终在享受政策红利。

2013 年 12 月 22 日，工信部对外发布《关于推进机器人产业健康有序发展的指导意见》，其中说，到 2020 年，我国要形成较为完善的工业机器人产业体系，培育 3~5 家具有国际竞争力的龙头企业 and 8~10 个配套产业集群；高端产品市场占有率提高到 45%以上；机器人密度(每万名员工使用机器人台数)达到 100 以上(目前为 23)。

而在 2014 年 11 月初，工信部将组织制订中国机器人技术路线图及机器人产业“十三五规划”。此外，2014 年的国家科技重大专项(简称 04 专项，即高档数控机床数字化设计关键技术与工具集研发及典型产品应用)也明确将重点支持机床机器人，推进其在汽车发动机、航天、航空、船舶、民爆等 6 个行业自动化车间的应用。

在中央政策的激励下，许多地方政府也陆续制定机器人发展扶持政策。

深圳市近日发布了《关于组织实施深圳市机器人、可穿戴设备和智能装备产业 2014 年第一批扶持计划的通知》，明确将重点支持包括智能控制焊接、重载搬运、柔性装配等工业机器人和自动化辅助设备，以及服务机器人、精密制造核心部件等领域。

广东东莞更是投资 27 亿元建设松山湖国际机器人产业基地。而在此之前，湖南长沙、四川、湖北、山东青岛等地已纷纷出台扶持政策，力捧工业机器人产业发展。

据统计，截至 2014 年 6 月，全国已建或拟建的机器人相关产业园(基地)36 个，产业园规划面积超过 2.8 万亩，到 2020 年的规划投资额超过 5000 亿元。而重庆则将机器人等智能装备产业集群确定为该市十大新兴产业集群之一，其两江新区、江津、璧山、大足和永川共五个区布局机器人产业。到 2016 年该市重点行业装备智能化率将达到 65%，智能制造装备产业规模达到 250 亿元；到 2018 年智能化率达到 75%，产业规模达到 400 亿元，最终形成“整机+配套”、“研发+制造+服务”全产业链的智能制造装备产业集群。舆论普遍认为，在国家和地方双重政策的支持下，机器人产业将迎来良好的发展契机。

不过，也有业内人士对此并不看好。

各地一窝蜂上马产业园并不能代表机器人产业化就会快速推进，投资太多反而可能带来产业泡沫，不利于整体发展。

## 2、2014 年通信业进入 4G 时代 多家民营获虚拟运营商牌照

对于通信行业来说，2014 年别具意义：4G 元年。4G 来了，风也来了，在各行各业做得风生水起的企业们，一夜之间钻进了虚拟运营市场。在接下来的日子里，通信市场将热闹非凡。

4G 已经伴随人们生活一年了。

一年后，人们还能记得当初宣传 4G 的创意海报：一张脸在 2G 下焦急等待，3G 下表情轻松惬意，4G 下由于速度太快而扭曲变形。

根据工信部数据显示，截至 2014 年年底，我国当年发展 4G 用户达到 9000 万，其中仅中国移动就发展用户 8000 多万，远远超出年初预定的 5000 万用户目标。另外，4G 网络的基站总数也超过了 70 万个。

在移动通信历史上，在发牌一年用户数达到 9000 万，还前所未有的。

2014 年是中国 4G 商用元年，它不同于 3G 时代更不同于 2G 时代，转型是在更高的起点上再次跃升。

在 4G 布局上，中国移动转型积极，力度明显大于从前。

在去年 12 月 25 日举行的中国移动 2015 年工作会议上，中国移动表示转型发展的潜力很大，机会很多，但时间窗口有限。2015 年要重点做好全面构筑 4G 领先优势、全面推进产品创新、全面推

进运营管理方式转型、全面推进改革创新、全面强化管理提升等五个方面的工作。

目前，中国移动已成为世界第一大 4G 运营商。

4G 的爆发，带来一系列的连锁反应。其中，受益最大的产业莫过于国产手机。

在 4G 的大潮中，国产品牌手机成功上位，占据了市场的大半壁江山，而随着洋品牌的衰落，未来这些厂商走向国际市场的路将更加平坦。

2014 年，因为 4G，手机发生了很多国际故事：中兴手机在年初因为领导人出访使用而备受关注，随后华为手机成为领导人出访时的国礼，俄罗斯领导人送给中国领导人的礼物竟然是中国制造的俄罗斯品牌手机。

民营

早前，民营通信一直在等风来。

终于，2013 年年底，风来了。截至 2014 年 12 月 26 日，距离工信部发放第一批移动通信转售业务牌照满一周年。短短一年时间内，共有 42 家企业获得了虚拟运营商牌照。

在这 42 家企业中，有互联网“代表队”的阿里巴巴、京东和小米；零售连锁“代表队”的国美、苏宁、迪信通、乐语和话机世界等；制造业“代表队”的海尔和富士康等，以及分享通信、巴士在线、蜗牛和星美影院等 22 个不同行业的“选手”。

按照工信部的规定，目前这些企业拿到的只是两年的试点批文，只有完成考核之后才能正式拿到牌照，做得好的企业可以继续，而做得不好的可能就会被淘汰。

除了这些企业，还有一些试图乘着这股东风弯道超车的“参赛者”。

去年 11 月 11 日“光棍节”当晚，微信正式上线了用于免费通话的微信电话本。该应用是一款智能通讯增强软件，能拨打免费网络电话，同时具有自动备份联系人、导入微信头像、群发短信和批量删除联系人等功能。

其实，在更早之前，全球第二大输入法公司触宝就已经推出了免费电话功能。和微信电话本相比，触宝的永久免费电话不用安装客户端，没有网络的情况下被叫方也可以接听。除此之外，触宝这个免费电话的触角伸得更远：提供生活黄页一站式服务平台，用户甚至可以用它进行春运抢票。



这些企业们，在各行各业已经做得风生水起，一夜之间纷纷涌向虚拟运营市场。这带来了虚拟运营市场百花齐放的繁荣景象，也将“逼迫”传统运营商进行自我改革。

## 降资费

在刚刚过去的 2014 年，曾经“贵如油”的流量，变得便宜了。

运营商降资费的第一枪，由用户数量超过 1 亿的广东移动打响。中国移动对 4G 资费套餐进行调整，降低 4G 套餐门槛，推动流量不清零和流量共享、赠送方案等测试。

比如一个用户花 10 块钱办理了流量共享，可以获得 100M 的私人流量，同时还将再得到 50M 至 100M 不等的流量，而这部分流量可共享给最少 2 人、最多 20 人共同使用。

这一年来，广东移动 4G 资费多次下调，入网门槛从 128 元降到了 58 元。紧接着，入网门槛下降这股潮水蔓延至全国各地。

在资费下调的基础上，运营商还推出了流量赠送，将更多的用户吸引至 4G 网络之下。

最具代表性的仍然是中国移动，从去年上半年开始，中国移动就放下“身段”，推出流量翻倍送活动。这个活动一直持续到 11 月份。12 月，中国移动又推出抢流量红包活动接力。

总的来说，在过去的一年，运营商降资费的动作就从未停止过。

传统运营商放下“身段”，与虚拟运营商的参与和搅局不无关系。

京东通信就曾在去年年初放出豪言：“我们的目标是力争 5 年内成为中国第四大运营商。”

在 4G 产业发展中，虚拟运营商是不可忽视的一股力量。不久前，蜗牛移动推出一款全新的 170 号段产品“199 免卡”，将月资费拉低至 2.42 元。此外，国美旗下的极信通信也在 50 个大中城市挥舞“优惠”大旗，试图赢得消费者青睐。

在接下来的日子里，是传统运营商保住正统地位，还是虚拟运营商后来居上，或许很快就能知晓了。

### 3、2014 年旅游业封杀令口水战不断 官方定调智慧年

旅游一词，总容易使人瞬间意淫爆棚，毕竟想得都很美好。可如果身处其中，便会发现，再美好的行程也会留下遗憾，甚至噩梦。索性，时间向前，我们有理由相信，未来更精彩。

残酷的市场竞争并不会因为携程是行业“大佬”而被“怠慢”。相反，如果不能打起十二分的精神来守住既得的市场份额，并积极开拓新的目标市场，就在那一眨眼的工夫，江湖里的其他“高手”就有可能分走原本属于你的一杯羹。

2014 年，OTA 原本“三国杀”的局面已然不再，“多国杀”成形，携程、艺龙、去哪儿、同程、途牛……他们各自寻找着“对手”，并在认为对的时候，“开火”抑或作秀。就连阿里也不愿错过这样的竞争大戏，而最终入局——“去啊”诞生。

数据显示，2014 年 Q3 中国在线旅游市场交易规模达 726 亿元，环比增长 15%，同比增长 20%……未来的风起云涌，只是时间问题。

与“战斗”一起被消耗的除了时间、精力还有大把的真金白银。

继去哪儿、艺龙持续亏损之后，携程在 2014 年第四季度运营利润率为-12%至-17%，出现上市 11 年来的首次亏损，而且亏损金额高达 4 亿至 5 亿元。

“大佬”尚且如此，其他各路“高手”的“财政”状况也可见一斑。在去年成功上市、且一直高调的途牛，在 12 月份又进行了一轮输血。虽然此后也与驴妈妈、京东，甚至携程达成了“战略合作”，但好故事是否能一直讲下去，还尚未可知。

与此同时，传统企业和互联网公司之间的矛盾和焦灼，在旅游行业里也同样存在。线上线下的融合、并购，也时有发生，总之，错过了时机，怕是想转型都来不及了。

#### 逆袭

说逆袭，多少有些“调侃”的味道。

去年 12 月，国家旅游局发布公告称，截至去年 11 月，我国内地公民出境旅游首次突破 1 亿人次。中国出境游人数从有统计的 1998 年的 843 万人次，到 2014 年破亿，在十几年的时间里，增速可见一斑。

出境游成为新热点的同时，中国也已逐渐成为全球最大的旅游客源市场。相反，来华旅游入境人数却在下滑。

同样是来自国家旅游局的数据，去年上半年，来华旅游入境人数总计 6231.38 万人次，同比下降 2.8%。已连续出现第三次半年数据负增长，与出境游的火爆形成了鲜明对比。

在出境游的热度居高不下的同时，我国政府的努力也不容忽视，总体来说，2014 年，我国在免签和签证政策领域取得了不俗的“成绩”。

在去年的 APEC 北京峰会上，中美两国达成了签证延长协议，美国总统奥巴马宣布将中国公民赴美商务和旅游签证有效期延长至 10 年。此前，包括加拿大、英国、法国、意大利、德国、

西班牙在内的多个国家已经给予中国公民 3 年、5 年甚至 10 年的长期多次签证。中国护照的含金量日益上升，使得出境游“说走就走”。

当然，这导致的直接后果是，为了争夺境外旅游的市场份额，各路“高手”不惜重金，再演“争夺”战。

“封杀令”、“口水战”，途牛和同程从两个 CEO 延伸至两个圈层的营销大战，最终也为出境游的“炙热”添了一把“干柴”。不得不说，二者真的是蛮拼的。

## 智慧年

“智慧旅游年”——这是国家旅游局确定的、2014 年的旅游主题。

不得不承认，移动互联、智能手机的兴起，正改变着人们的生活，也改变着人们的出行、旅游方式。旅游局则希望各地能够很好地利用这些先进的“技术”，推出更加“智慧”的服务方式，从而跟得上消费者的变化，也能为消费者提供更好的消费体验。

这期间，“私人定制”不仅成为可能，并以更多样化的方式“发生”并“发展”着。

在旅游行业，量身定制的旅游项目并不是 2014 年才有的产物，但此前的“定制”多是服务机构斥重金打造，是名副其实的“尊享”版。而如今，“定制”也可以是屌丝动动手指即可搞定的一次周末小聚，随性而小众，那就是一个私密的空间转移。

在服务商极有可能被甩开，又无时不在的当下。不论线上、线下，他们都试图用自己的“定制”打开消费者的钱包。就连一些在国外的中国留学生，趁着这股热潮都推出了“私人定制”服务，有

的甚至斩获不小。

事实上，这一年有更多的资本进入了旅游行业。最夸张的，莫过于万达集团。2014年，万达集团旗下的万达旅业，自成立之初，已经在全国收购了11家旅行社，以每月并购1家知名旅行社的速度，在疯狂布局。

虽然尚无法判断，其旅游板块未来将在万达“帝国”中扮演什么样的角色，但其对旅游行业，已然造成了一定的冲击和影响。

当然，2014年还是《旅游法》实施一周年。可这一年里，“投诉”并不鲜见。高速发展，并没能掩盖行业中有待规范的层面。好在还有2015，一切还有机会。

#### 4、2014年国产手机业集体逆袭 抄袭风波难终结

河东河西之差，对于国产手机来说，只需要10年。

用一句话来形容10年前中国手机企业或许是这样的：看着别人的大炮，研究自己的步枪。那时中国手机企业，拼命学习洋品牌已气喘吁吁，独立设计和研发更是无从谈起。那是一段国产手机集体失语的岁月。

10年间，国产手机从集体失语，走向了群体逆袭。中国手机企业已经能够自主设计和研发，并被市场认可。至此，中国制造宣告崛起。

而2014年，无疑是国产手机品牌蓄积足够能量，引起质变的一年。

过去的一年，是值得铭记的一年：4G商用的来临，带来了智能手机换机潮。以“中华酷联”（中兴、华为、酷派、联想）加小米为首的国产手机品牌，乘着这股东风，在国内外市场直逼三星和苹果的市场份额，浩浩荡荡地打响了“国产手机”逆袭反击战。

在这场逆袭反击战中，甚至还出现了青橙和一加这样时尚而大胆的品牌。

不得不说的是，相比于洋品牌的高端路线，国产手机品牌反其道而行之，多家厂商的“千元定制机”智能手机成为市场的拓市神器。

国产手机品牌的繁荣，离不开国内巨大的市场需求。目前，中国是世界上最大的手机市场，也是各大手机品牌竞逐的主战场。

数据显示，2013年，中国智能手机的增幅达到87%，预计2014年，中国智能手机市场规模将超过4亿部，占全球销量的30%左右。中国自主品牌推出的手机机型已达到700款，数量上位居世界第一。

## 抄袭

手机这个设计至上的行业，从来不缺少抄袭的桥段。

最近的一次，是国产互联网手机新秀百加声称，苹果的iPhone6“借鉴”了自己的产品。

不需要抱大腿，但需要一个澄清事实的机会。在iPhone6发布前，曾经尝试通过邮件的方式和苹果公司沟通，把可能侵权的信息告知苹果，未果。

早前，一名自称百加手机设计师的用户发长篇博文痛批iPhone6抄袭。百加V6与iPhone6相似度80%以上，而且早在去年4月就发布了，是目前唯一一款敢说没有抄袭甚至“借鉴”苹果的手机，如果说抄袭，你只能说苹果抄袭了百加。

连一直被抄的苹果都被指控，抄袭这场闹剧算是演到了淋漓尽致。而其他品牌之间的模仿秀，也构成了这场闹剧中的一个又一个情节。

“盗窃”，去年10月，在苹果设计主管纳森·艾维那里，小米收货了这两个字。

其实，从2011年8月首次推出智能手机以来，小米就被称为“苹果山寨手机”。随后，小米公开智能手机操作系统“MIUI 6”被指责为苹果“iOS 7”的翻版。

这两年来，每当有新品发布，小米科技CEO雷军也学着跟乔布斯一样，穿着黑色T恤和牛仔裤亮相。

此外，不久前世界第一的通信设备供应商爱立信，在印度对小米提起专利侵权诉讼。同时，三星也指责小米将于今年发布的新款手机，抄袭了三星于去年9月上市的Galaxy Note Edge。

集中在苹果和小米之间的口水战，仅仅是2014年手机行业抄袭风暴的一个缩影。

不知这场模仿秀，何时才能终结。



排座次

三星衰落，苹果乏力，国产手机崛起，这就是 2014 年手机行业的格局。

在过去的一年中，三星和苹果虽然依然占据着全球市场份额的状元和榜眼，但整体下滑已成为不争的事实。两家企业在智能手机全速增长的全盛时代的高额利润率也一去不复返。

近日，苹果发布的 2014 财年第四财季业绩显示，其在亚太和中国市场均出现低增长，在技术创新上乏力的论调也此起彼伏。不久前，三星发布的 2014 年第三季度财报显示，其营收下滑 19.7%，净利润则同比下滑 48.8%，两者均创 2012 年以来最低纪录。

不光是苹果和三星，寒风袭来，其他国际品牌的日子也同样不好过。

比如索尼，在几次辟谣要退出中国手机市场的消息后，最终还是向中国市场说了一句“再见”。曾经红极一时的 HTC，发了几款一两千价位的手机之后，也依然无力回天。

你方唱罢我登场。那边是国际大牌纷纷退后，这边自然是国内品牌快马加鞭。

走向国际，一直是国内品牌的一个梦。在国内赢得半壁江山后，不少国内品牌也开始打造海外市场。除了中兴、华为这样早早耕耘海外的厂商外，更有 OPPO、vivo、一加和酷派等新人，漂洋过海掘金。

虽然三星和苹果占着老大老二的位置，国产品牌也后劲十足，但是，目前还没有任何一个手机品牌的市场份额超过 20%。

手机市场需要一个领袖，只是不知道，领袖的产生，要经过几轮的震荡与厮杀。

## 5、2014 年食品业关键词：安全问题频发 转基因开闸

2014 年，食品行业发生了不少大事。这一年，食品安全问题首次被提升到政治高度，大批企业纷纷跳入生鲜市场蓝海，而前央视主持人崔永元拍摄耗资百万元的关于转基因食品的纪录片更是让民众加入了转基因食品安全性的讨论。

安全

在过去的 2014 年，食品安全或许是食品行业最热门的话题。

7月20日,麦当劳、肯德基等洋快餐的供应商上海福喜食品公司,因使用过期劣质肉而被调查。这一事件迅速在全国范围内引发巨大反响,肯德基、麦当劳被要求下架所有问题产品。

12月末,媒体又曝光了“病死猪”事件,据悉,病死猪流向了广东、湖南、重庆等7省市,目前,事件仍在进一步调查之中。

2014年,有关“毒”食品的新闻频频曝光,“毒豆芽”、“毒鸭血”、“毒腐竹”,“毒”食品层出不穷,不胜枚举。

接二连三的食品安全事件表明,我国食品安全环境还不尽如人意,监管仍有漏洞,被查处概率不高,助长了企业违法的侥幸心理。同时,中国食品安全违法成本低,罚款远比不上违法经营获利多,更不足以让企业因食品安全问题而关门破产,助长了企业的冒险心理。在发达国家,对企业食品安全生产违法的处罚动辄能让一个企业关门破产,并禁止其从事该行业资格,甚至有牢狱之灾。这样的处罚足以震慑食品违法生产企业。

从2014年5月国务院总理李克强召开国务院常务会议,讨论通过《中华人民共和国食品安全法(修订草案)》,到6月第十二届全国人大常委会初次审议、12月二次审议,《食品安全法》正在经历自2009年6月1日施行以来的首次修改。

2014年9月,习近平主席关于食品安全的文稿首次公开发表,他提出:“能不能在食品安全上给老百姓一个满意的交代,是对我们执政能力的重大考验。我们党在中国执政,要是连个食品安全都做不好,还长期做不好的话,有人就会提出够不够格的问题。所以,食品安全问题必须引起高度关注,下最大气力抓好。”食品安全问题首次被提升到政治高度。

## 生鲜

2014年,也许是生鲜电商的投资元年。一直被认为是防御品类的农业领域,突然有了火爆的征兆。大批的传统食品加工企业、餐饮企业纷纷布局食品电商,借机进入国内食品电商市场,意欲分享食品电商行业这块“大蛋糕”,而一些“外行人”也不甘示弱,纷纷布局生鲜电商。

以褚橙而名噪天下的本来生活网宣称1月拿到了新融资;3月,号称国内最大的鲜果网购品牌天天果园宣布完成由锆明投资领投的新一轮数千万美元的融资;5月,大名鼎鼎的亚马逊在上海宣布入股垂直生鲜电商平台美味七七,投资金额达2000万美元,帮助美味七七从上海开始拓展全国市场;8月,中粮集团旗下我买网宣布获得B轮融资1亿美元,IDG资本领投,是其历年来在电商行业的最大投资。A轮领投的赛富基金追投,加上A轮所投的3700万美元,我买网创下国内食品电商包

括生鲜电商领域的融资之最。

投资火爆背后，是不完备的冷链体系。

目前，我国冷链建设非常不完善，冷链流通率低，基础薄弱，平均冷链率不到发达国家的 1/5，市场上缺少专业生鲜物流服务公司。国内冷链物流所使用的冷库大多还是国有冷藏库，大部分使用期已经超过 15 年，工程设计标准低、工艺流程不合理，自动化程度也低，有的甚至还无法做到实时监控。

一些有实力的企业和电商也开始自建冷链物流公司。未来 3 到 5 年，生鲜食品仍将是热门的食品行业品类之一。

### 转基因

近年来，转基因问题逐渐成为最具争议性的话题之一，而在 2014 年，其引发的种种争论堪称历年之最。这一年，可谓中国转基因问题里程碑式的转折年。

3 月，崔永元耗资百万元的转基因纪录片问世，引发激烈讨论，赞扬者有之，咒骂者有之，不屑者有之。或许纪录片的拍摄思路和结论存在不严谨之处，但不得不承认，这样的思路代表了相当一部分国民的想法。

而跨国种业公司先正达在 12 月 22 日这一天对外宣布，其研发的转基因玉米品种 MIR162 获得了中国政府颁发的安全证书，可以正式对中国出口。

自 2013 年 9 月以来，中国拒绝了上百万吨的美国玉米进入国内市场，这些玉米被查出含有中国没有批准的转基因成分“MIR162”。对涉及的 125.2 万吨进口玉米及其制品，中国口岸检验检疫机构均依法作出了退运处理。

农业部对转基因问题的态度是在研究上要大胆，坚持自主创新；在推广上要慎重，做到确保安全。今后将遵循‘先是非食用，然后是间接食用，最后是食用’的步骤来稳步推进。从这里，可以看出国家研究转基因的决心。

12 月 22 日《食品安全法》全国人大常委会二审草案透露，今后生产经营者未按规定标识转基因食品的，将被没收违法所得和生产工具、设备等物品，最高可处货值金额五倍以上十倍以下罚款，甚至责令停产停业，吊销许可证。

中国此前启动了约 200 亿元的转基因作物研究重大专项，一些项目如转基因抗虫水稻“华恢 1 号”、杂交种“Bt 汕优 63”和转植酸酶基因玉米“BVLA430101”获得了农业部颁发的农业转基因生物安全证书，根据法律，安全证书的有效期为 5 年，上述三个品种的证书目前都已过期，是否续发还未可知，至于商业化种植更是遥遥无期，呼吁开闸的声音已经不时响起。

## 6、2014 年中国电影票房跃升至 296 亿 同比增长 36%

新闻出版广电总局电影局 1 日通报，2014 年我国故事影片产量 618 部，同比减少 20 部；全国电影总票房 296.39 亿元，同比增长 36.15%，其中国产片票房 161.55 亿元，占总票房的 54.51%。

全年票房过亿影片共计 66 部，其中国产影片 36 部；国产影片海外销售收入 18.7 亿元，同比增长 32.25%；全年城市影院观众人次达到 8.3 亿，同比增长 34.52%。

2014 年在进口大片特别是好莱坞强大的压力面前，国产电影压产量、提质量，不断提高创作水平，不断丰富类型品种，受到了市场和观众欢迎，以超过 54% 的份额赢得了市场主体地位，涌现出《智取威虎山》《归来》《亲爱的》等一批优秀影片。同时，一批青年电影导演的作品也引起社会广泛瞩目。

中国电影界坚持以人民为中心的创作导向，为多出优秀作品、繁荣电影市场做出了多种努力和尝试，讲述中国故事、弘扬中国精神、传播正能量成为中国电影的积极追求。

2014 年，影院建设继续保持快速增长，全年新增影院 1015 家，新增银幕 5397 块，日均增长 15 块银幕。目前全国银幕总数已达 2.36 万块。

目前，中国已成为世界第二大电影市场并不断缩小与北美市场的差距。据统计，2010 年，中国电影市场仅为 100 亿元，增长到 200 亿元用了 3 年，仅仅用了一年，又增加到了目前的近 300 亿元。

虽然票房不能完全反映电影文化的整体实力和水准，但是，繁荣中国电影市场、吸引更多观众观影、提高国产电影份额，在日趋开放的市场竞争中，对提升中国电影的话语主导权和文化软实力具有重要意义。

在看到成绩的同时，要清醒意识到中国电影面临的压力和挑战，如何进一步提高创作水平和质量、增强以内容为王的核心竞争力，是 2015 年乃至今后中国电影面临的首要任务。

## 7、房地产销售年末强势崛起

随着下半年一系列利好政策出台，年末的房地产市场呈现加速回暖迹象，预计明年二季度前后

房地产市场下跌将告一段落。

数据显示，截止上周四(12月25日)本月全国一手房累计成交248277套，同比增长27%，环比增长16%。根据德意志银行整理的中国40个主要城市周度成交量数据图可以看出，自今年10月份以来销售量(单位：千平方米)出现了快速回升，上周的销量更是超过了2013年3月的高点：

今年9月30日，央行发布房贷新政，放松了首套房的认定标准，实行“认贷不认房”，对改善型住房需求利好。新政发布后，楼市开始逐渐回暖，商品房成交量有所回升。

此外，11月21日，央行宣布降息，一年期贷款基准利率下调0.4个百分点至5.6%，惠及到刚需人群。一系列利好政策出台，购房者对市场的预期明显向好，房地产市场在年末出现了成交翘尾行情，成交量进一步上升。

今年9月份、10月份、11月份包括12月份头两个星期，我们看到房地产成交就像股市一样，房地产的成交突然结束下降过程，出现了一个爆发式的上升。

现在绝对的成交面积，已经超过了2013年的高点，这一加速看起来到现在为止还在继续。从房地产的成交和它与投资的历史关系来讲，可以说由房地产的下降所带动的经济的下降过程还没有结束，但是它正在接近尾声，在明年二季度以后，这一下降的力量一定会耗竭，甚至还会略早一些。

此外，从房地产市场的回暖、政府基建开支的走向，公共财政的走向甚至包括出口活动来推断经济也许已经在我们现在所在的位置附近开始筑底，明年上半年相对现在的情况应该就会逐步改善。在这个意义上来讲，盈利和基本面的趋势支持市场的上涨和回暖。

## 8、煤炭进入买方市场 传统定价机制发生变化

随着煤炭市场进入买方市场，市场供需结构发生改变的同时，传统的定价机制也正在发生着变化。

12月29日，神华集团在“2015年鄂尔多斯煤炭交易会”上与中能集团、京能集团、华电集团、大唐电力、内蒙古能源发电投资集团等5家集团签订了部分煤炭年度长协合同，但合同价格并未公布。

然而，由于对煤炭市场后市预判仍然存在分歧，虽然此次神华集团与发电企业签下了部分年度长协，也会有明确的协议价格，但下游仍有观望情绪，长协价还是要看最终的履约情况。



在煤炭价格处在高位时，这样的煤炭长期协议履约情况乏善可陈。现在市场急转直下，进入了买方市场，难免会有人对此长协能否按价履约并不乐观。

事实上，在当前的形势下，煤炭企业也要转变理念，探寻新的商业模式，寻找新路子。

过去这些煤炭企业都不知道‘销售’这个概念。随着市场结构转入买方市场，“卖煤难”使得第三方电子交易现货平台受到煤炭产业链企业的重视和使用。

通过第三方电子交易平台进行交易定价效率高，价格透明，而现货交易中心的优势还体现在‘资源聚合能力’，能够为购销客户提供金融、物流、结算等一整套服务，这使得买卖双方从交易到交割都更为顺畅，效率更高，交易更加透明公开。

此次神华集团将 2015 年的煤炭订货合同签订仪式放在内蒙古煤炭交易中心进行，业内猜测神华集团以后可能会将更多的购销放在第三方电子交易平台进行。

目前，山西、陕西、内蒙古等我国北方煤炭主产区都已经建立了煤炭交易中心。与此同时，动力煤期货及掉期产品也先后登陆郑州商品交易所和上海清算所。此外，焦煤期货、焦炭期货也在大连商品交易所上市。从整体上看，我国已初步形成了一个“现货—期货—衍生品”的煤炭电子化交易体系。

企业正在努力适应现在的环境，运力缓解，但整个行业产能过剩严重，企业压力很大，正在尝试各种在线市场，短期和远期都有。

随着煤炭市场化的推进，煤炭交易的一大趋势是电子化交易，无论长期合约还是短期合约，未来有望都通过第三方平台电子化交易来实现。

但随着国家环保标准越来越严格，对煤炭企业而言不仅要在销售方式上创新模式，也要更加深入研究煤炭下游需求，和下游电力企业等一起提高煤炭使用效率，创造一个更加绿色的煤炭消费体系，推动整个煤炭产业链的转型升级。

## 9、文化产业上演跨界并购大戏 盈利模式去电影化

各行各业的公司频频跨界，让一则脑筋急转弯在朋友圈里爆红——餐饮、畜牧养殖、乳制品、机械制造、烟花爆竹等不同行业的企业有什么共同点？答案是，他们都变成了影视公司。

2014 年，资本市场给文化产业并购点了一把火。但与 2013 年更多是同业并购不同，2014 年的

并购热潮大约一半属于跨界并购，做餐饮的、卖烟花的、造轴承的上市公司都纷纷跨入文化产业。

在跨界并购背后，暗藏着对财富追求的欲望与冲动。众多企业跨界转型，目的是希望通过收购带来公司市值提升，从而实现财富增长。

### 跨界背后的财富效应

作为文化产业中最具代表性的行业，影视行业并购的风潮起于 2013 年下半年，当时 A 股市场进行影视资产并购的，大多还是文化传媒类的公司。

例如，2013 年 7 月，华策影视宣布并购克顿传媒，交易金额达到 16.52 亿元，成为当时金额最高的一桩影视并购。同年 9 月，华谊兄弟宣布收购浙江常升 70% 的股份，同年 10 月，乐视网宣布收购花儿影视。

到 2014 年，影视行业并购更加频繁，越来越多的上市公司开始跨界并购影视资产。例如，餐饮公司湘鄂情(已改名“中科云网”)收购笛女影视，农业公司高金食品收购印记传媒等等。

跨界收购影视资产频频发生，一个原因是传统经济不景气，上市公司需要寻找新的利润增长点；另一个原因，则是资本市场对影视资产的热捧。

今年年中，一些上市公司接触影视资产之后，股价往往出现大涨。一个颇为极端的案例就是申科股份。今年 6 月，海润影视借壳申科股份的消息传出，让申科股份一口气拉出了 11 个涨停板。

在利益驱使下，一些上市公司仅从市值管理的角度，也倾向于收购影视资产。

如今一些公司的影视转型已然变味，以往往往是公司有转型需求，于是寻找资本支持，实施转型之后股价上涨，获得财富效应。而现在的情况却倒过来，公司实际控制人希望财富增值，出于市值管理的角度，希望收购资产进行转型。

### 影视收购暗藏风险

火爆的影视并购，让一些上市公司的做法越来越激进，影视并购的风险正在逐渐积聚。

2013 年的影视并购，支付手段大多是通过股权加少量现金。2014 年，在火爆市场氛围下，支付对价的方式也越来越倾向于使用现金，而对于上市公司来说，这种方式的收购风险要大得多。

一个极端的个案是中技控股。今年8月，中技控股斥资15亿元收购儒意欣欣影业。在出售儒意欣欣影业之后，公司原实际控制人柯利明将成为职业经理人，他和哥哥柯久明对公司2014年到2016年的业绩作出了承诺，否则用现金向上市公司补偿。

也就是说，考虑最糟糕的情况，柯氏兄弟拿到15亿元之后，可以对公司不管不顾，甚至从公司离职，即便每年向上市公司支付净利润补偿，三年下来最多也只支付3.9亿元。

早在几年前，一些项目制的地产公司就有过类似的资本运作模式。当时一些小地产老板，手上可能只有一个项目，一期开发完就有四五千万元利润，再过两三年二期三期开发完就没钱可赚了。但如果用市盈率估值成10亿元，用二期、三期的利润做业绩承诺，用换股的方式变成上市公司的股东，拿到股票就质押变现，三年后套现走人。

自从2010年证监会关上了地产公司借壳上市的大门，这种运作方式就在影视公司身上倒是屡试不爽。

#### “去电影化”或成趋势

越来越多资本涌入后，中国影视圈似乎出现了一个“怪现象”：市场繁荣背后，大部分公司盈利能力下降。

今年上半年，光线传媒成为电影市场的票房冠军，光线参投的6部电影上半年累计获得13.56亿元的票房。但根据公布的三季度业绩，光线传媒前三季度拿下23亿元的电影票房，但净利润却同比下跌逾15%。

究其原因，是光线今年电影的票房含金量和转化率相对较低。以票房大热的《爸爸去哪儿》为例，这部影片获得6.9亿元的高票房，但光线的投资比例可能小于5%，在光线投资模式中，往往是通过较低的投资比例，拿到影片的发行。

不仅是老牌公司，一些刚刚转型的新公司也面临类似的情况。国庆档《心花路放》票房超过10亿元，但按10亿元票房计算，影片背后最大的一家投资方北京旅游(已改名“北京文化”)在这部电影上只能赚到4000多万元，剩余的票款分别分给了影院、院线、制片方、发行方等等。

与影视圈“赚吆喝不赚钱”的现象形成鲜明反差的是，依附于影视传媒这一载体的文化产业却在悄然兴起。得益于对社会资本的开放，这块“蛋糕”正在发酵做大。

近几年，以民营电影公司华谊兄弟为代表，众多影视企业已经开始了“去电影化”的实践。电

影需要跟游戏、主题公园等业务形成协同效应，这样才能实现更好地盈利。

事实上，这也是迪士尼、环球等好莱坞几大电影公司的业务模式。可以预见，未来两三年，盈利模式“去电影化”将在中国成为趋势。

## 五、环球市场

### 1、欧元区 12 月制造业 PMI 不及预期 欧央行压力大增

北京时间 1 月 2 日晚间消息，去年 12 月份欧元区制造业活动增速不及预期，欧洲央行开启大规模量化宽松措施的压力越来越大。

数据显示，12 月欧元区制造业采购经理人指数从 11 月份的 50.1 升至 50.6，不及分析师平均预期的 50.8。这份数据也预示着 12 月份欧元区工厂活动差不多再次陷入停滞，年初向上的趋势已经褪去，下半年开始熄火。制造业产出的疲软，加之初值显示出来的服务业增长放缓，都意味着欧元区四季度 GDP 仅能增长 0.1%。每月公布的采购经理人指数涵盖了大约 3000 家制造业高管，如果该数据高于 50 则表明制造业在扩张，如果低于 50 则说明制造业在萎缩。12 月份欧元区制造业采购经理人指数创下 2013 年第三季度以来最低。

从各国家来看，爱尔兰、希腊和奥地利 12 月制造业 PMI 创 4 个月新高，德国创 2 个月新高；但西班牙、荷兰创下 2 个月新低，法国创 4 个月新低，而意大利更是创 19 个月新低。此外，此次调查发现，12 月份欧元区输入价格和出售价格进一步下滑，法国、意大利继续呈下行趋势，而德国维持适度扩张。

乌克兰危机和缺乏对欧元区领导人能恢复区域经济的信心似乎成为增加经济不确定性的催化剂，致使公司变得更加厌恶风险，继而撤回扩张计划。一些让人看到希望的迹象仍在持续显现，主要是在西班牙、荷兰和爱尔兰。在出口增长的支持下，它们的工业产出在增长。法国、意大利、奥地利和希腊则是另一番景象，订单下滑拖累了它们的工业产出。德国制造业的持续积弱仍然是市场担忧的主要来源，但是有迹象表明订单可能会重新增长，新增订单四个月来首次出现了增长。

油价下跌带来的成本下降，使得制造业企业得以削减价格，此外油价下跌有望刺激消费者开支。对于欧洲央行将在新的年里采取激进货币政策的预期在上升，尽管它需要先评估原有措施的有效性。欧元区整体 PMI 数据是支持欧洲央行采取更多刺激措施的，尽管部分决策者会认为爱尔兰、西

班牙等国的复苏迹象表明现行货币政策正在产生效果，在实施新措施前，需要耐心等待更多的数据。

德国 12 月制造业采购经理人终值 51.2，创下两个月新高，符合经济学家预期，是欧元区国家中的一大亮点，不过调查发现，随着新订单四个月来首次出现增长，德国产出增长缓慢加速，就业创近三年来第二强劲的增长，油价和能源价格下跌推动输入价格进一步走低。

12 月调查结果提供了一些让人宽慰的迹象，制造业 PMI 重回扩张区间，新增订单回归增长。而且，为了满足商业需求，企业们扩大了产出规模，雇用了额外的工人。但是，现在尚难以断定制造业是否再次重回快车道，抑或只是一个暂时性的亮点。油价降至 2009 年以来的最低水平，12 月输入成本进一步下滑。输入价格加速下滑对于制造业来说是个积极的进展，但是增加了未来几月更广泛的“去通胀化”的压力，德国通胀率可能从最近的 0.6%进一步下滑。

欧元区第二大经济体法国的情况仍然不容乐观，12 月法国制造业 PMI 终值从上月的 47.9 下滑至 47.5，不及分析师预期，调查发现，法国制造业产出以五个月以来最大的速度下滑，失业率以 8 月以来最快速度增长，而竞争压力持续拖累产出价格。法国制造业以疲弱态势收官 2014，产出和就业以更快的速度下滑。全球大宗商品价格下跌至少还给了制造业企业降价的空间，这也正是在日趋激烈的竞争压力之下它们正在做的。然而，停滞不前的需求继续拖累制造业的表现，制造业与政府提议的经济改革之间的斗争才刚刚开始，不太可能很快好转。

欧元区第三大经济体意大利 12 月制造业 PMI 降至 48.4，创 19 个月新低。数据显示，意大利 12 月制造业 PMI 48.4，为 2013 年 5 月份来最低，预期 49.5，前值 49.0。调查发现，法国产出、新增订单和就业均加速下滑，产出价格指数三个月来首次下降。

此前，在 12 月 16 日公布的初值数据显示，欧元区 12 月 PMI 均超预期。其中，制造业 PMI 初值 50.8，创 5 个月新高；服务业 PMI 初值 51.9，综合 PMI 初值 51.7，均高于预期及前值，并创 2 个月新高。由于欧元区核心国家表现仍不佳，此次 PMI 初值回升主要受其他国家表现提振。德国 12 月综合 PMI 初值创 18 个月新低，而法国私营部门经济活动已经连续 8 个月萎缩（PMI 低于 50 枯荣线）。德法之外的其他国家经济活动平均增速则创 5 个月新高。

数据显示欧元区需求有回升迹象，新订单出现增长，就业增长升至 5 个月新高。欧元区 12 月商业活动增长略有加速，但德国和法国的表现仍然堪忧，增长主要受其他国家表现提振。一方面，PMI 的回升表明欧洲央行刺激措施开始起效，而衡量现行措施的作用仍需更多时间。另一方面，PMI 回升幅度不尽如人意，德法两国又都表现疲弱，欧洲央行有必要将、批准额外刺激措施，但是在这么做之前需要保持耐心。



## 2、英国 2014 年 12 月制造业 PMI 跌至 52.5

英国市场研究机构 2 日公布的数据显示，2014 年 12 月份英国制造业采购经理人指数 (PMI) 为 52.5，低于前一个月的 53.3，也低于市场预期中值 53.6。

英国制造业采购经理人指数的回落主要归结于该行业的产出和新增订单数量的下滑，尽管该指数连续第 22 个月高于行业荣枯线 50。

数据还显示，2014 年第四季度的英国制造业采购经理人指数均值为 53.0，较第三季度的 53.1 有小幅回落，是过去一年半以来的最低值。

拖累英国制造业表现的主要还是在出口方面，因主要市场经济增长放缓，特别是欧元区经济持续疲软，影响到出口订单数量。

## 3、美元强势上涨 企业应注意对冲汇率风险

对于中国企业来说，在这种大环境背景下，2015 年有对外经济交往关系的企业应当多持有美元资产和收入，而回避美元债务，或者是对美元债务通过套期保值等方式对冲。

2014 年岁末来临，盘点全年的国际金融货币市场，主要表现之一就是美元的一马当先，而日元和欧元等多数非美货币则一泻千里。此外就是新兴市场货币的普遍下跌，其中又以卢布为最。而人民币汇率全年则呈现围绕中间价温和波动的态势，单向升值趋势已经逐渐被双向波动趋势代替，去年全年人民币对美元贬值约 3%，算是温和贬值。

相比其他国家货币均发生不同程度贬值的状况，美元指数在 2014 年下半年却一直气势如虹，根本原因是美国联储逐渐撤除量化宽松 (QE) 政策，还有欧元区不断加码的各种货币宽松政策、日本再次加码量化和质化宽松 (QQE)，以及全球由于原油、黄金等大宗商品价格下跌导致的商品货币下跌。2015 年，美元没有了撤除 QE 政策这个因素的支持，但是，欧元区和日本会继续推进各种宽松的货币政策，将会继续明显施压于欧元和日元，而国际原油价格现在看来还不知道底部在哪里，商品货币将继续弱势。另一方面，目前美国经济在全球表现亮丽，而对加息政策影响最大的劳动就业方面，每周初次申请失业金人数、每月净增非农就业人数等数据，都达到了多年来的最佳水平，而失业率已经稳居于 6% 以下。所以，美联储加息的时间，已经非常接近了。美元将受到这个重大利好的因素的支撑而在 2015 年独占鳌头。考虑到美联储极其可能在 2015 年开启加息的大门，受这些长期利好因素刺激，2015 年美元应该仍有大概率保持强势趋势。

对于中国企业来说，在这种大环境背景下，2015 年有对外经济交往关系的企业应当多持有美元

资产和收入，而回避美元债务，或者是对美元债务通过套期保值等方式对冲。相反，企业要回避欧元和日元、卢布等非美货币的资产，有这些币种的收入也要进行对冲，但是最好持有这些非美货币的负债。

从 2014 年的情况来看，主导过去人民币长期升值的基本因素还没有消失，主要是中国的外贸仍然是巨额顺差，尤其是中国对美出口顺差巨大，中国的外汇储备高达近 4 万亿美元等等，这些因素的存在，决定人民币在 2015 年不可能出现大幅贬值趋势，即所谓人民币贬值的“拐点”并未出现。但是，人民币过去单向升值的趋势确实已经到了强弩之末，因为中国的外汇储备已经有阶段性徘徊的态势，外贸顺差占 GDP 的比例已经不如前几年。再考虑到中国的经济增速已经从过去的超高速过渡到中高速，自然会体现到人民币汇率上。因此，人民币汇率在 2015 年仍然会是在目前的中间价的水平上，维持温和的、弱勢的震荡趋势。

因此，可以初步断定，在 2015 年，全球主要货币中，美元最强，而人民币次强且距离美元不远，其他主要非美货币将明显比美元和人民币疲软。企业可以多持有美元和人民币的资产与收入，而回避其这方面的债务；多持有非美货币的债务，而回避其资产。如果有较多美元债务或者是非美货币资产的，要通过套期保值等手段来回避汇率风险。

#### 4、巴西年末消费乏力 中国电商逆市增长

受经济放缓、通胀高企、信贷困难和雷亚尔贬值等因素的影响，巴西今年“圣诞季”消费出现 11 年来首次下降，不过以中国阿里巴巴旗下“阿里速卖通”为首的电商销却迅速增长，增幅高达 25%。

巴西信用评估机构 Serasa Experian 日前公布报告说，与去年同期相比，今年巴西“圣诞黄金周”（12 月 18 日至 24 日）期间全国零售业销售额萎缩 1.7%，为自 2003 年以来首次下降。

经济低增长、高通胀、以及家庭高负债使巴西 2014 年消费者信心指数创 2008 年金融危机以来的新低。今年巴西经济增长乏力，前两个季度出现技术性衰退；同时通胀高企，一度超过政府管理目标的上限，政府不得不多次加息至 11.75% 的高位。另外，巴西家庭的平均负债率已经达到家庭年收入的一半，高于 2008 年的三分之一，使巴西消费者对借贷更谨慎，对利率更敏感。

与此同时，巴西网购出现较大幅度的增长，中国电商异军突起成为年末消费季大赢家。巴西零售商协会（ALSHOP）数据显示，今年假日购物季网络零售市场销量高达 38.5 亿巴西雷亚尔（约合 14.5 亿美元），与去年同期相比增长 25%。巴西零售商协会称，今年 11 月 15 号到 12 月 24 号，巴西市场网络购物订单总数为 1030 万单。

在众多巴西电商中，中国电商阿里巴巴旗下的“阿里速卖通”成为最大的赢家，早在今年第三季度“阿里速卖通”订单量达 1100 万，远超第二名巴西老牌电商集团 B2W 的 720 万，已成为该国最大的网购销售平台。

支付宝和“阿里速卖通”让远在巴西的消费者电脑上轻轻点击几下鼠标，或者在智能手机轻轻点击就能从中国购买物美价廉的圣诞物品，受到众多巴西消费者的青睐。

## 5、美国德州天然气项目搁置 成首个油价暴跌牺牲品

据外媒报道，美国能源公司 Excelerate Energy 在德州的液化天然气(LNG)项目成为油价暴跌以来的第一个牺牲品。石油价格大跌，威胁到美国液化天然气出口项目的效益。

自 6 月以来，油价被拦腰斩半，彻底打破了开发商把低廉的美国液化天然气挤入价值较高能源市场的美梦，因为只有油价保持在高位，美国的天然气才具有经济效益。

据报道称，位于休斯顿 Excelerate 公司推进的年产 800 万吨液化天然气出口项目暂被搁置，该项目位于德州拉瓦卡港。该项目原计划在 2018 年开始出口。

对美国另外 13 个液化天然气项目的最终投资决定来说，Excelerate 的举动是个不好的兆头，这 13 个项目也还没找到足够的国际买家。

鉴于近来的全球市场状况，Excelerate 公司已经做出决定，目前这个项目不再符合进一步投资的条件。

严酷的经济状况使新的开发项目举步维艰。

由于新的厂商涌入市场，液化天然气项目的长期供应价已经由历史高点下跌，而市场本身早已因为需求放缓和产量增加而面临供应过剩问题。

## 6、美国今年圣诞购物季销售额料创近三年新高

在亚马逊和百思买等在线销售商的大举进军下，美国今年圣诞假期在线销售商继续夺取传统零售者的市场份额，而移动客户端成为了在线零售者的主要销售渠道。根据统计，今年美国零售业的圣诞节在线销售额同比增加 8.3%，移动端的网购流量占有所有在线购物流量的一半以上，达到 57.1%。

另据报道，预计美国今年的圣诞购物季可能创下三年来的最高假日销售额。

## 移动端成在线销售主力

IBM 的最新报告显示，今年圣诞购物季移动端流量在所有网络购物流量中的占比为 57.1%，高于 2013 年的 18.6%；与此同时，移动端的销售额约占圣诞节当日在线销售总额的三分之一以上，达 34.8%，同比增长 20.4%。

IBM 还指出，移动端中的智能手机所贡献的网络流量占全部网络流量的 40.6%，是来自平板电脑网络流量的 2.5 倍，而来自平板电脑的网络流量只占全部网络流量的 15.9%。

值得一提的是，今年圣诞节 IOS 用户的表现依然好过安卓用户。IBM 数据显示，IOS 用户的销售额约占在线销售总额的 27% 以上，而安卓用户仅为 7.6%；与此同时，IOS 流量约占全部在线购物流量的 39.1%，而安卓的流量仅为 17.7%。

在移动端销售发力的提振下，美国在线零售业在线销售额同比大增 8.3%，而与此相对的传统零售业的表现则继续不被业界看好。

眼下，沃尔玛和塔吉特等传统零售商正在忙于应对客流量的减少以及来自亚马逊等在线零售商的激烈竞争。即使这些传统零售商的销售额最终超过预期，但预计其盈利能力仍可能下降，原因是大多数商家在圣诞购物季期间在原先 30% 至 40% 的折扣基础上额外给出了 20% 至 30% 的折扣。

## 购物季销售额或创三年新高

近期美国乐观的经济数据可能会最终在假日购物季期间提振消费者信心。这包括上周美国商务部发布的三季度 GDP 创下近 11 年来最高水平，且眼下美国的就业增速达到 1999 年以来最高水平，汤森路透/密歇根大学 12 月消费者信心指数也攀升至 2007 年 1 月以来最高水平。

不过，今年圣诞节前最后一个周末的‘超级星期六’当日的销售情况可能最终并不能拯救整个购物季，但算上在线销售部分，预计整个购物季肯定不会惨淡。

如果超级星期六与圣诞节后一周的销售业绩能够得以保持，那么美国零售商在今年 11 月和 12 月的表现可能会符合该公司此前的预期。

预计，今年包括实体店和电商在内的超级星期六的销售额总计达到 230 亿美元，超过了黑色星期五的 200 亿美元。在美国，11 月和 12 月通常被称为年底购物季，过去 10 年，黑色星期五一直是美国最大的购物日。

不过全美零售业联合会(NRF)的预测则要乐观很多。预计得益于近期汽油价格的下降和美国宏观经济状况良好,今年11月和12月美国零售销售额将增长4.1%,预计今年美国年底购物季的销售总额预计将创近三年新高。NRF的最新调查还显示,今年44%的交易将通过网购完成。

标准普尔发布的最新研究报告显示,当前美国就业岗位的增加及汽油价格的下跌表明美国整体的消费环境正在得以改善,预计电商将成为今年购物季期间最大的赢家,整体销售额增幅预计在9%至10%之间。

## 7、日本拟调降企业所得税 3.26%

28日,日本政府与执政党基本确定了2015年度税制改革的全部内容,准备到2016年度将企业所得税的实际税率比目前至少下调3.26%。预计这一税制改革大纲将于30日获得通过。

政府计划从2015年度起用两年时间分阶段实施这一计划。改革大纲还新增了加大对上调工资企业减税力度的政策,以及扩大赠与非课税范围和活跃地方的对策。

在企业所得税率方面,已基本决定把目前34.62%的标准税率在2015年度下调2.51%,2016年度力争达到0.75%的降幅,并通过加强“外形标准课税”(以资本金、销售额和雇用人数等企业实际规模作为征税标准)来确保财源。政府希望通过上述先行减税政策和支援上调工资政策双管齐下,激活企业活力,实现经济良性循环。此前,日本首相安倍晋三的智囊就表示要尽快将企业所得税税率从30%下调到25%左右。

对于上调工资的企业,政府将放宽“所得扩大促进税制”的条件,让企业享受到更多优惠措施。在现行制度中,以2012年度发放的总工资额为基准,2015年度提高3%,2016年度、2017年度提高5%的企业为对象,享受企业所得税减额优惠。本次则修改为,若在2016年度增加4%即可成为减税对象。同时,还放宽中小型企业2016年度和2017年度工资上调条件,将增幅由5%改为3%。

## 8、俄罗斯 GDP 五年来首次萎缩 卢布回吐涨幅大跌逾 8.0%

俄罗斯政府29日发布的经济数据显示,俄罗斯国内生产总值(GDP)11月同比萎缩0.5%,这是俄经济2009年以来首次出现萎缩。

经济下滑的主导因素为加工业、建筑业、批发业、农业等多个部门增长收缩;目前拉动俄经济增长的部门为采矿业、零售业和电力、水利、燃气等行业。

据俄罗斯央行预测,今年俄罗斯经济将增长0.3%,2015年为零增长,2016年将增长0.1%。在采取提高出口商品竞争力等措施前提下,2017年俄罗斯经济有望增长1.6%。



另外受原油下跌和西方经济制裁双重打击，俄罗斯 11 月 GDP 自 2009 年以来首次萎缩，俄罗斯卢布周一下跌。与此同时，一直在努力支持卢布和经济的俄罗斯政府宣布援助银行的新措施。

卢布成为今年来世界上表现最差的货币之一，周一下跌了 8.15%，交投于 58.40 附近，回吐了上周部分涨幅。

## 9、美国经济复活尚存变数

随着美国政府财政紧缩的负面效应逐渐消退和个人消费等内生动力不断夯实，美国经济在年初因严寒天气而意外萎缩后一直强势回升，全年增长有望接近 3%。在世界其他经济体普遍复苏乏力的大背景下，美国不仅未受拖累反而展现较强韧性，成为发达经济体中表现最好的一个。

明年美国经济有望在内生引擎的推动下保持良好增长，但考虑到货币政策正常化和财政政策的不确定、强势美元以及海外市场疲软带来的影响，美国经济要突破 3% 以上的增长并不容易。中长期看，劳动生产率下降等因素将制约增长后劲。

美国商务部数据显示，前三季度美国实际国内生产总值（GDP）按年率增速分别为负 2.1%、4.6% 和 5%，尤其是第三季度增速创下 11 年新高。多数分析人士认为，当下复苏动能已达金融危机结束以来的最好水平，美联储也适时退出了长达 6 年之久的量化宽松政策。

此轮反弹的主因是占美国经济总量 70% 以上的个人消费反弹明显。个人消费支出前三季度增速分别为 1.2%、2.5% 和 3.2%，是经济增长的最大贡献方。眼下正值美国圣诞打折季，到美国人消费热情旺盛，电子、服装、餐饮等消费状况火爆，预计四季度个人消费将保持高位。

消费需求旺盛受益于就业好转后人均可支配收入提高，油价下跌提升居民消费热情以及普通家庭从房价股价上涨中获益。

今年美国劳动力市场表现可圈可点。劳工部数据显示，美国非农部门失业率已从 1 月的 6.6% 降到 11 月的 5.8%。非农部门今年前 11 个月新增就业总人数达 265 万，是上世纪九十年代以的最好表现。

此外，美国财政部数据显示，2014 财年美国联邦政府的财政赤字降至 4830 亿美元，为 2008 年以来最低水平，财政赤字占国内生产总值的比例也降至 2.8%，为 2007 年以来最低。

随着支撑经济的内生动力加强，美国经济有望在 2015 年延续良好复苏势头。国际货币基金组织

(IMF) 预计美国经济明年将增长 3.1%，美联储的预测区间在 2.6%至 3.0%，预测均在 3%左右。美国经济明年表现“再次令人失望”的概率已明显降低。

良好形势之下，预计美联储将于明年年中加息。明年经济面临的最大风险在于如何避免货币政策正常化对来之不易的复苏造成伤害，美联储对此需慎之又慎。他指出，楼市复苏刚刚摆脱 2013 年的下行波动，美元走强可能伤及出口，货币政策收紧会强化这些不利因素的影响。

新一届国会履职后给联邦政府预算案带来的不确定性将延续到 2016 年大选，这可能对经济构成风险。美国经济至少还需 4 到 5 年时间才能回到金融危机前水平。

21 世纪后几个影响人均经济增长的因素同时恶化，包括劳动参与率、劳动力技术水平、资本深化程度和衡量创新活动对产出促进作用的全要素生产率。这意味着美国经济增长将变得越来越难，想再实现稳定增长，推行有利于长期增长的改革将非常关键。

## 10、日本家庭消费支出同比减少 2.5% 住宅修缮支出低迷

据日本报道，近日，日本总务省公布的家庭收支报告显示，除去物价影响，11 月家庭实际消费支出同比减少 2.5%。由于日本 4 月提高了消费税率，家庭住宅修缮支出持续低迷。

据报道，12 月 26 日，日本总务省公布了 11 月的家庭收支调查报告。2 人以上的家庭消费支出为 280271 日元(约合 1.45 万元人民币)。除去物价影响，日本家庭实际消费支出较上一年同月减少 2.5%。由于 4 月日本上调了消费税率，低迷的住宅修缮支出持续下降。日本经济产业省同日发布的 11 月商业销售统计报告显示，零售业销售额较上一年同月增加 0.4%。

从 4 月日本上调消费税率开始，家庭收支调查的实际消费支出已连续 8 个月低于上一年。但是，截至 11 月前，减少幅度连续 2 个月缩小。11 月家庭实际消费支出同比减少 2.5%。其中，住宅修缮支出减少影响为 1.42 个百分点，占半数以上。

11 月零售业销售额较上一年同月增长 0.4%，为 116360 亿日元(约合 0.60 兆元人民币)，连续 5 个月超过上一年。由于汽油价格下跌，燃料零售业销售额同比减少 5.0%。但由于衣服和食品饮料的零售业销售额增长，整体超过上一年水平。

## 六、热点解读

### 1、财政部解答推进权责发生制政府综合财务报告制度改革

近日，国务院批转财政部《权责发生制政府综合财务报告制度改革方案》（以下简称《方案》），明确了权责发生制政府综合财务报告制度改革的总体目标、主要内容以及时间表、路线图等。财政部有关负责人就推进权责发生制政府综合财务报告制度改革有关问题回答了提问。

#### 1. 《方案》出台的背景是什么？

权责发生制政府综合财务报告通常也称为政府综合财务报告，是指反映各级政府整体财务状况、运行情况和财政中长期可持续性的报告。报告内容主要包括政府资产负债表、收入费用表等财务报表和报表附注，以及以此为基础进行的综合分析等。从国际上看，推行权责发生制政府综合财务报告制度改革，已经成为公共财政管理的发展趋势。

我国目前的政府财政报告制度实行以收付实现制政府会计核算为基础的决算报告制度，主要反映政府年度预算执行情况的结果，对准确反映预算收支情况、加强预算管理和监督发挥了重要作用。但随着经济社会发展，仅实行决算报告制度已经难以满足建立现代财政制度、促进财政长期可持续发展和推进国家治理现代化的要求，主要表现在：无法全面准确反映政府负债，难以为有效防范财政风险、促进财政长期可持续发展提供可靠的信息支撑；无法完整清晰反映政府资产，不利于强化政府资产管理、增强政府公共服务能力；无法科学合理反映政府成本费用，不利于降低行政成本、提升政府运行效率。近年来，一些人大代表、政协委员和很多专家学者纷纷建议对我国政府会计进行改革，建立全面反映政府资产负债、收入费用、运行成本、现金流量等财务信息的权责发生制政府综合财务报告制度。正是在这样的背景下，国务院批转了财政部权责发生制政府综合财务报告制度改革方案，将党的十八届三中全会关于“建立权责发生制的政府综合财务报告制度”的要求和新预算法关于“各级政府财政部门应当按年度编制以权责发生制为基础的政府综合财务报告”的规定落到实处。

《方案》出台只是改革迈出的第一步，后面还有很多艰苦细致的工作要做，我们将按照改革方案确定的时间表、路线图一步一步扎实往前推进。

#### 2. 权责发生制政府综合财务报告制度改革的指导思想、总体目标和基本原则是什么？

权责发生制政府综合财务报告制度改革的指导思想是：认真贯彻落实党的十八届二中、三中、四中全会精神，高举中国特色社会主义伟大旗帜，以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展

观为指导，按照党中央、国务院决策部署，加快推进政府会计改革，逐步建立以权责发生制政府会计核算为基础，以编制和报告政府资产负债表、收入费用表等报表为核心的权责发生制政府综合财务报告制度，提升政府财务管理水平，促进政府会计信息公开，推进国家治理体系和治理能力现代化。

权责发生制政府综合财务报告制度改革是基于政府会计规则的重大改革，总体目标是通过构建统一、科学、规范的政府会计准则体系，建立健全政府财务报告编制办法，适度分离政府财务会计与预算会计、政府财务报告与决算报告功能，全面、清晰反映政府财务信息和预算执行信息，为开展政府信用评级、加强资产负债管理、改进政府绩效监督考核、防范财政风险等提供支持，促进政府财务管理水平提高和财政经济可持续发展。

权责发生制政府综合财务报告制度改革的基本原则包括四项：一是立足中国国情，借鉴国际经验。在充分考虑我国政府财政财务管理特点的基础上，积极借鉴我国企业会计改革的成功做法，吸收国际公共部门会计准则、有关国家政府财务报告制度改革的有益经验，构建具有中国特色的政府综合财务报告制度。二是坚持继承发展，注重改革创新。积极吸收近年来完善现行政府会计制度、行政事业单位会计改革以及政府综合财务报告试编中取得的经验，注重制度创新，强化信息技术支撑，准确反映政府资产负债状况和运行成本，促进政府规范管理和有效监督。三是坚持公开透明，便于社会监督。按照政府信息公开要求，规范公开内容和程序，促进公开常态化、规范化和法制化，满足各有关方面对政府财务状况信息的需求，进一步增强政府透明度。四是做好总体规划，稳妥有序推进。科学合理设计改革总体框架和目标，指导改革有序推进。充分考虑改革的复杂性和艰巨性，先行试点，由易到难，分步实施，积极稳妥地推进改革。

### 3. 建立权责发生制政府综合财务报告制度主要任务是什么，这些任务之间关系如何？

《方案》提出改革的任务主要包括四个方面：一是建立健全政府会计核算体系。二是建立健全政府财务报告体系。三是建立健全政府财务报告审计和公开机制。四是建立健全政府财务报告分析应用体系。

这四项改革任务相辅相成。建立健全政府会计核算体系是前提和基础，在会计核算环节引入权责发生制，完善政府财务会计功能，为政府财务报告编制提供坚实的数据支撑；建立健全政府财务报告体系是关键，各级政府和部门需要编制资产负债表、收入费用表等财务报表，分别反映一级政府整体财务状况及各部门的财务状况；建立健全政府财务报告审计和公开机制是保障，政府综合财务报告和部门财务报告编制后，都要按规定接受审计，审计后的政府综合财务报告与审计报告依法报本级人民代表大会常务委员会备案，并按规定向社会公开，以保证财务信息的真实可靠、公开透明；加强政府财务报告分析应用是目的，以政府财务报告反映的信息为基础，系统分析政府的财务状况、运行成本和财政中长期可持续发展水平，促进政府预算、资产、负债和绩效管理加强，尤其



是为地方政府发债提供一套可靠的信用评级依据，有利于地方债市场的持续健康发展。

#### 4. 下一步建立健全政府会计准则制度方面有什么考虑？

政府会计准则制度是编制政府财务报告的重要依据，是规范政府经济业务和事项的会计确认、计量、记录和报告的标准体系，在权责发生制政府综合财务报告制度改革中具有重要的基础作用。下一步，在建立健全政府会计准则制度方面主要做好两个方面的工作：

一是制定政府会计基本准则和具体准则及应用指南。基本准则用于规范政府会计目标、政府会计主体、政府会计信息质量要求、政府会计核算基础，以及政府会计要素定义、确认和计量原则、列报要求等原则事项。基本准则指导具体准则的制定，并为政府会计实务问题提供处理原则。具体准则用于规范政府发生的具体经济业务或事项的会计处理。应用指南是对具体准则的实际应用作出的操作性规定。

二是健全完善政府会计制度。政府会计科目设置要实现预算会计和财务会计双重功能。预算会计科目应准确完整反映政府预算收入、预算支出和预算结余等预算执行信息，财务会计科目应全面准确反映政府的资产、负债、净资产、收入、费用等财务信息。条件成熟时，推行政府成本会计，规定政府运行成本归集和分摊方法等，反映政府向社会提供公共服务支出和机关运行成本等财务信息。

为了加快推进政府会计改革，建立健全我国政府会计准则制度体系，财政部成立了政府会计准则委员会，由部领导担任主席，会计司、国库司等多个司局参加，办公室设在会计司。在委员会组成上，下一步还将吸收相关部门和单位的人员参与，并将组建咨询专家组，以充分发挥专家力量，广泛调动社会资源。

#### 5. 政府财务报告包括政府部门财务报告和政府综合财务报告，这两者的区别是什么？

两者的区别主要体现在以下几个方面：一是编制的主体不同。政府各部门负责编制本部门的财务报告，政府财政部门负责编制政府综合财务报告。二是反映的对象不同。政府部门财务报告反映本部门的财务状况和运行情况。政府综合财务报告反映一级政府整体财务状况、运行情况和财政中长期可持续性。三是报送要求不同。部门财务报告应报送本级政府财政部门，政府综合财务报告应报送本级人民代表大会常务委员会备案。

6. 权责发生制政府综合财务报告编制涉及各级政府及其所属部门和单位，财政部将采取什么方式确保报告编制工作规范有序开展？



政府财务报告编制工作专业性、技术性、操作性较强。为保障我国政府财务报告编制规范有效开展，我们在制定政府会计准则制度的同时，将制定政府财务报告编制办法，对政府财务报告的主要内容、编制要求、报送流程、数据质量审查、职责分工等作出规定。同步还要制定政府财务报告编制操作指南，对政府财务报告编制和财务信息分析的具体方法等做出规定。

#### 7. 介绍一下权责发生制政府综合财务报告制度改革的时间表和路线图？

建立权责发生制的政府综合财务报告制度涉及面广，技术性、政策性、敏感性较强，改革将按照先进行试点、由易到难的原则，分阶段、分步骤、分重点逐步推进。在政府会计规则尚未调整完善之前，在现行政府会计制度的基础上，暂按照权责发生制原则和相关报告标准，编制出反映一级政府整体财务状况的财务报告，为加强地方政府性债务管理、开展政府信用评级等提供信息支撑。与此同时，加快推进政府会计改革，建立审计、公开机制和分析应用体系，落实相关配套措施，力争在2020年前建立起具有中国特色的政府会计准则体系和权责发生制政府综合财务报告制度。2014年-2015年，重点是建立健全政府会计准则体系和财务报告制度框架体系，清查核实政府资产负债信息，开展政府综合财务报告信息系统建设，为编制政府综合财务报告奠定制度、信息和技术基础。2016年-2017年，在前期准备的基础上，开展政府综合财务报告编制试点。2018年-2020年，在试点工作基础上，全面开展政府综合财务报告编制工作，建立健全政府财务报告分析应用体系，制定发布政府财务报告审计制度、公开制度等。

#### 8. 下一步将采取哪些措施保障改革顺利推进？

权责发生制政府综合财务报告制度改革是一项长期、艰巨复杂的系统工程，为保障改革顺利推进，主要将采取以下措施：一是加强制度建设。推动修订《中华人民共和国会计法》、《中华人民共和国预算法实施条例》等法律法规，抓紧制定政府会计准则、政府财务报告编制办法和操作指南，以及修订相关财务制度、会计制度，进一步完善决算报表体系等，为改革提供制度保障。二是加强技术支撑。开发统一、高效的信息系统，保证财务报告数据质量，提高工作效率。三是加强人员培训。将通过大力加强专业培训、完善相关学科建设等，为改革提供必要的人力保障。四是加强组织保障。积极与相关部门沟通合作，按照职责分工抓好任务落实，确保改革按照《方案》规定稳妥、有序推进。

## 2、解读：纵横联动促企业投资项目核准提速

《精简审批事项规范中介服务实行企业投资项目网上并联核准制度的工作方案》29日对外公布，进一步明确了企业投资项目审核改革的路线图和时间表。

目前我国对投资项目采用审批、核准、备案三种管理方式。其中，审批适用于政府投资项目；

企业投资项目中，对于《政府核准的投资项目目录》内的实施核准，目录外的则进行备案。今年11月，随着新版《政府核准的投资项目目录(2014年本)》发布，大幅度取消下放了核准项目，中央层面核准项目比上一次又减少40%，进一步扩大了企业投资自主权。

但在实践当中，部分企业反映，投资项目核准仍然存在前置审批手续繁杂、效率低下，依附于前置审批的中介服务行为不规范、收费不合理等突出问题。

根据相关部门规章，企业进行投资项目核准需要向核准机关报送申请报告，附送城市规划、项目用地预审、环境影响评价等相关文件。这些文件的审批，分属于规划、国土资源、环境保护等多个部门。同时，申请报告应包括资源利用和能源耗用分析、经济和社会效果分析等内容，这些需要相关中介机构来完成。

在项目管理中，存在着多头对下、政出多门、各行其是的现象，客观上影响了企业投资项目的实施进度。

对此，工作方案提出继续精简与项目核准相关的行政审批事项，明确属于企业经营自主权的和法律法规没有明确规定为前置条件的，今后一律不再作为前置条件。今年年底前，发展改革委、中央编办将公布取消的属于企业经营自主权的前置手续。

中介服务有时也成为一些企业投资项目核准中的绊脚石。政府核准的项目确实少了，但企业要做的评估评审项目仍然很多，林林总总的前置服务耗费大量的精力和财力。

工业和信息化部中小企业发展促进中心日前发布的《全国企业负担调查评价报告》指出，部分行业协会垄断着行政审批的前期资格选拔、审计、评审等职权，加重了企业负担，影响了盈利。

为解决这一问题，工作方案明确提出要规范中介服务——编制行政审批所需申请文本等工作，企业可按照要求自行完成，也可自主委托中介机构开展，行政机关不得干预。行政机关委托开展的评估评审等中介服务，要通过竞争方式选择中介机构，一律由行政机关支付服务费用并纳入部门预算，严格限定完成时限。

建立健全完善配套的投资管理统筹协调体制与机制，是解决现存问题的关键。应当明确国家有关部门的工作职责，实现政府各部门之间、中央和地方之间、企业之间对投资项目的管理政策配套与信息共享，形成合力。

明年要抓紧建设投资项目在线审批监管平台，确保2015年底前实现纵横贯通的网上并联核准、联动协管。

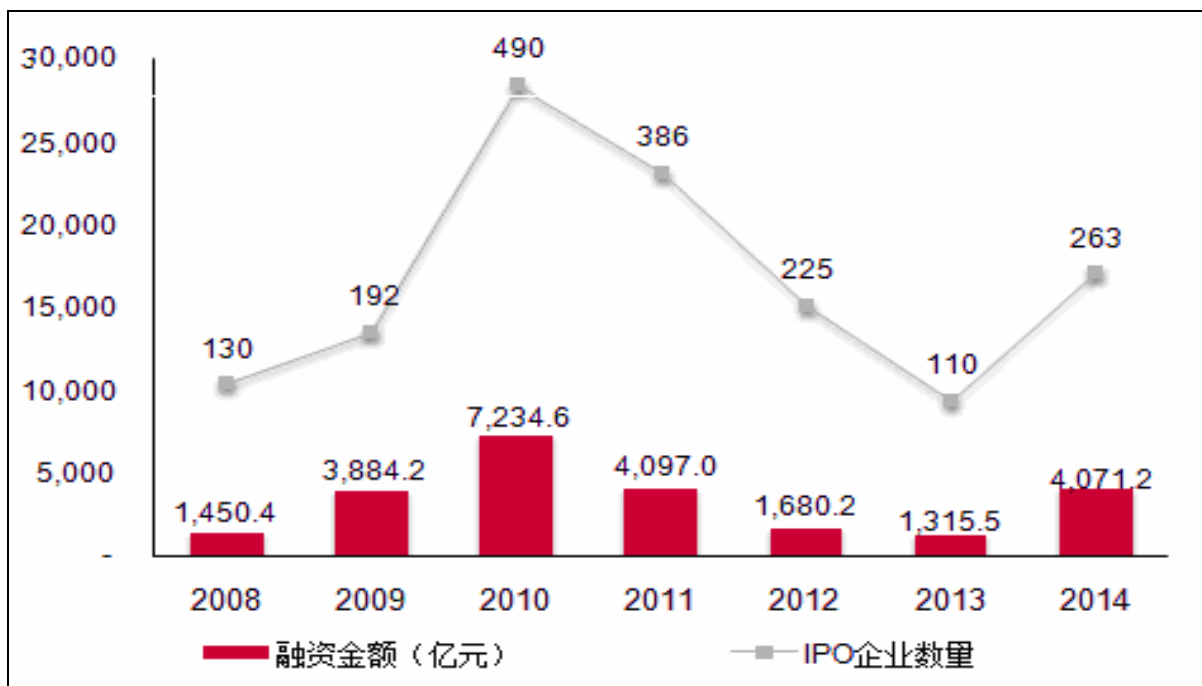
纵横联动，不仅会提高效率，还能确保监管到位。工作方案提出，建立协管体系，将工作重心从事前审批转向事中事后监管。同时，建立企业和中介机构信用档案制度，向社会公开有关信息，将企业和中介机构信用记录纳入国家统一的信用信息平台。

### 3、全年中企 IPO 募资 4071 亿元 聚焦明年 A 股注册制

2014 年，中企 IPO 在数量和金额上均较去年有大幅度的增长。全年共 263 家中企上市，同比增长 139.09%；募集金额 4071.22 亿元，同比增长 209.48%。年初 A 股 IPO 重启，全年 A 股 125 家上市，募集金额 786.56 亿；港股市场 108 家上市，募集金额 1506.15 亿元，募资金额较去年增两成；美股市场全年 15 家中企上市，较去年增加 7 家，阿里巴巴集团三季度在美上市，创全美最大 IPO。

今年全年，IPO 中企近四成有 VC/PE 背景，退出规模猛增，退出回报率翻倍。有 VC/PE 背景 IPO 中企共 115 家，占比 43.73%；IPO 融资规模 2595.36 亿，占 63.75%；退出金额 5999.12 亿元，同比增长 1391.1%；退出回报率 7.8 倍，同比增长 158.27%。阿里巴巴集团上市，使软银退出超 3000 亿元。

图表 10 2008 年-2014 年中国企业全球资本市场 IPO 规模



数据来源：中商产业研究院

今年，阿里巴巴集团上市为本年中企 IPO 最大单，IPO 大单数量香港主板最多。在 IPO 规模超 50 亿的上市中企共 10 家，阿里巴巴集团以 1538.4 亿元为本年中企最大 IPO；万达商业以 227.35 亿元、港灯以 189.8 亿元位列第二、第三。在 10 家超 50 亿元 IPO 中，港交所主板占 7 单，数量最多；

国信证券以 69.96 亿元 IPO 规模为 A 股市场 IPO 最大单。

图表 11 2014 年中国企业 IPO 融资规模 50 亿元以上企业

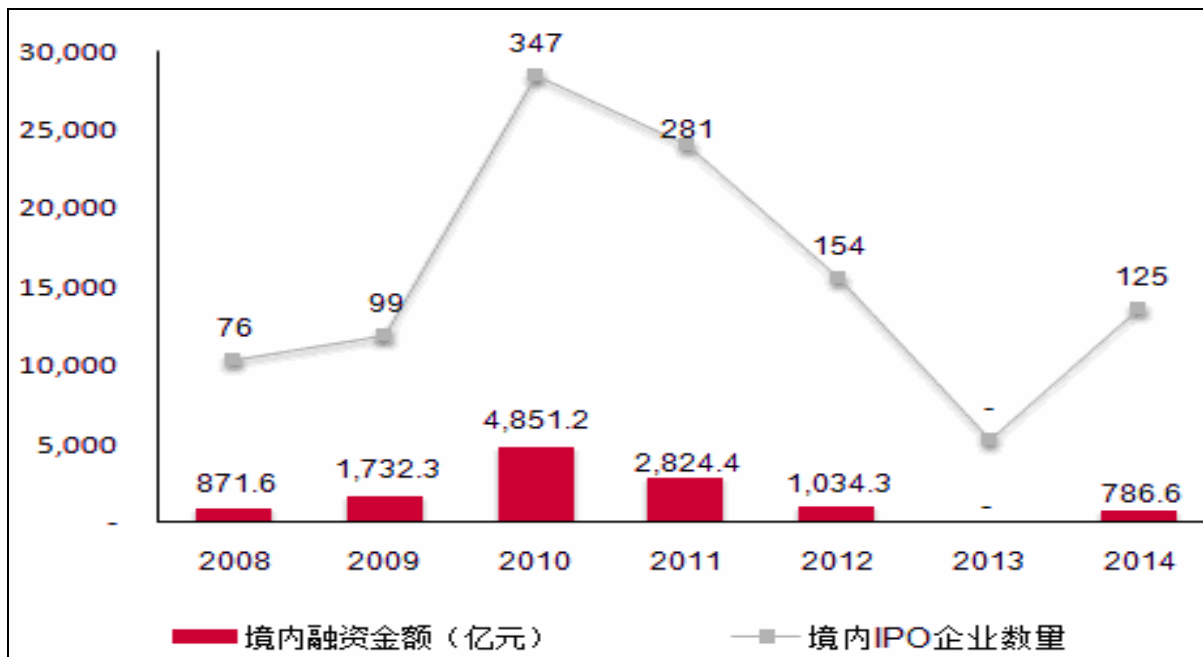
企业	股票代码	行业	IPO日期	融资金额 (亿元)
阿里巴巴集团	NYSE.BABA	互联网	2014-09-19	1538.4
万达商业	03699.HK	房地产	2014-12-23	227.3
港灯	02638.HK	公用事业	2014-01-29	189.8
万洲国际	00288.HK	农林牧渔	2014-08-05	126.6
京东	JD	互联网	2014-05-22	109.8
北京汽车	01958.HK	汽车行业	2014-12-19	87.0
盛京银行	02066.HK	金融	2014-12-29	82.0
中国北车	06199.HK	制造业	2014-05-22	74.9
国信证券	002736.SZ	金融	2014-12-29	70.0
哈尔滨银行	06138.HK	金融	2014-03-31	69.3

数据来源：中商产业研究院

年初 A 股 IPO 重启 逾今 125 家中企实现 A 股上市

2012 年 10 月，证监会开展声势浩大的 IPO 自查与核查运动，A 股 IPO 暂停，此次为 A 股开始以来的第八次 IPO 暂停。2013 年 12 月 30 日晚间，纽威阀门等 5 家已过会企业率先获得 IPO 的发行批文。至此，A 股告别史上最长 IPO 暂停。

图表 12 2008 年-2014 年中国企业境内资本市场 IPO 规模

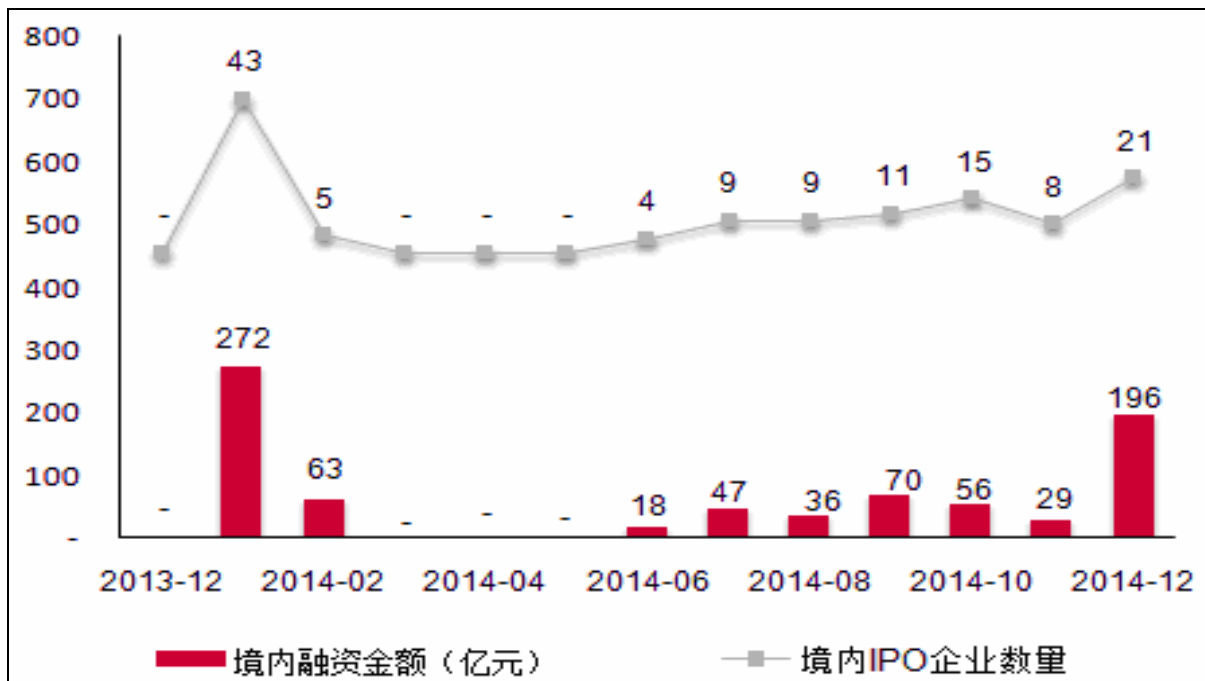


数据来源：中商产业研究院

A 股 IPO 重启当月便有 43 家企业实现上市，2 月份以后，A 股 IPO 进入 3 个月的空档期，6 月份以来，A 股 IPO 出现连续增长。

12 月份，A 股 IPO 数量 21 家，融资规模 195.52 亿元，国信证券 12 月 29 日中小板上市，募集 69.96 亿元，创全年 A 股 IPO 融资额最高。截至到 12 月 31 日，A 股市场共 125 家企业上市，募集资金额 786.56 亿元，平均募集金额 6.29 亿元，A 股完美收官。

图表 13 2013 年 12 月-2014 年 12 月中国企业境内资本市场 IPO 规模



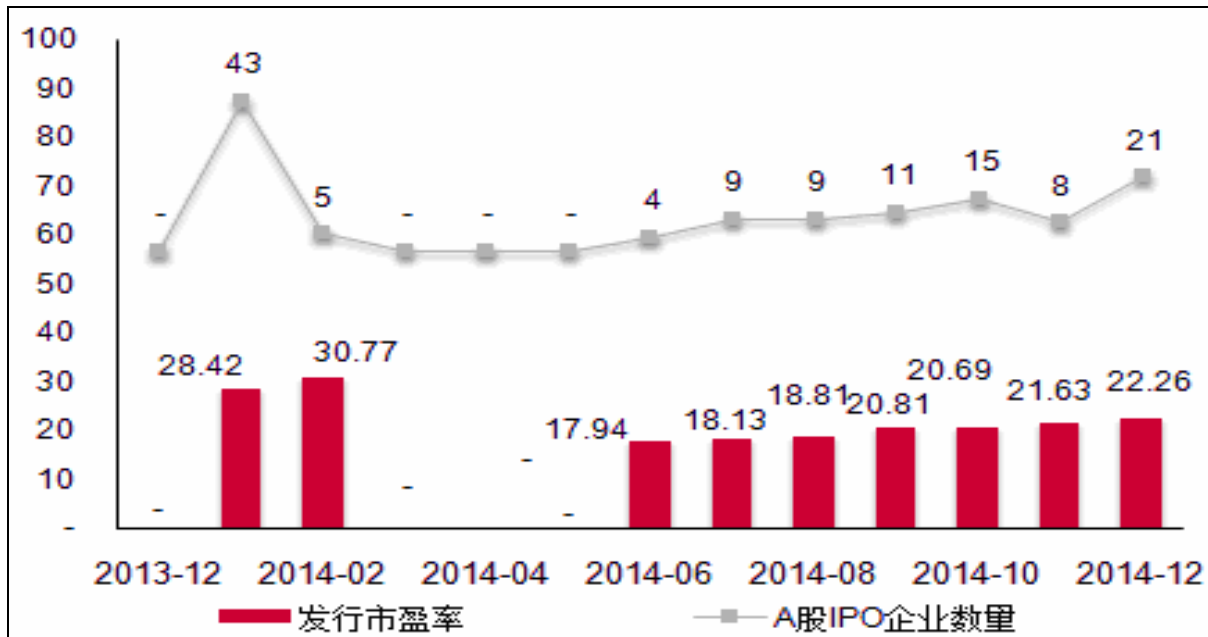
数据来源：中商产业研究院

在上市板块上，上交所 IPO 融资规模领先，创业板 IPO 企业数量最多。2014 年全年，上交所共 43 家中企上市，募集金额 342.18 亿元，平均募集金额 7.96 亿元；中小板上市 31 家，募集金额 222 亿元，平均募集金额 7.16 亿元；创业板上市 51 家，募集金额 222.37 亿元，平均募集金额 4.36 亿元。

全年，A 股 IPO 持续保持热度。平均发行市盈率为 23.7 倍，在 A 股发行市场上属于较低水平，较低的 P/E 使得新股上市当天多数触及涨停。在 125 家 A 股上市企业中，120 家首日上漲达到 44% 以上，占比 96%。发行价经历了 1、2 月份的高值以后，A 股步入 3 个月的空档期，6 月份 A 股平均发行市盈率低于 20，此后新股发行 P/E 在 20 左右徘徊，并稳重有升，新股定价趋于理性。预计明年 A 股 IPO 热度不减，发行市盈率有望持续上升。



图表 14 2013 年 12 月-2014 年 12 月 A 股市场 IPO 平均市盈率



数据来源：中商产业研究院

截至 2014 年 12 月 25 日，中国证监会受理首发企业 654 家，其中，已过会 38 家，未过会 616 家。未过会企业中正常待审企业 591 家，中止审查企业 25 家。

证券发行由审核制向注册制迈进。2014 年 11 月底，证监会已向国务院上报了注册制改革的初稿。

预计 2015 年初，整个 IPO 注册制的蓝图会颁布；在 2015 年下半年左右，证监会可能将有关的审批权限放给交易所；2016 年，如果正式通过《证券法》的修改，则该年为注册制开启元年。A 股市场 2015 年约有 220 宗的 IPO 上市，融资额达到 1350 亿元人民币。在这个过程中，倘若 2016 年注册制获正式推进，目前 600 多家企业里还是会有三分之二的企业在 2016 年注册制实施后完成 IPO。

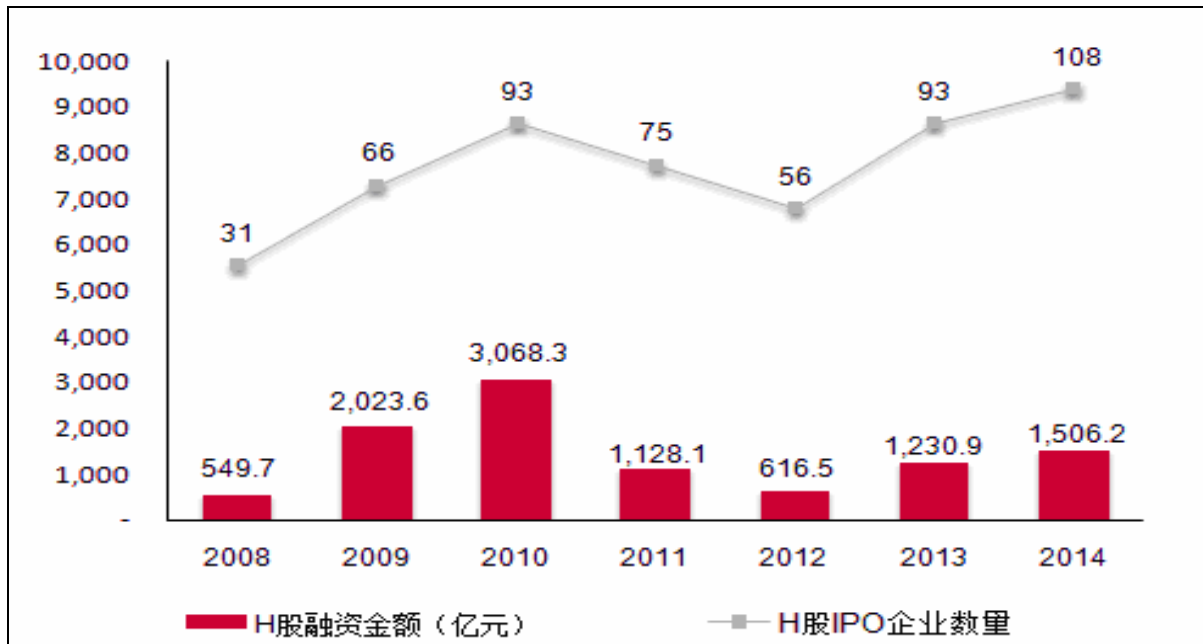
未来注册制一旦开启，证监会将不对发行人做实质性审核，A 股将进入以信息披露为核心的时代，发行效率也将大大提高，A 股 IPO 将在中企 IPO 中扮演越来越重要的角色。

#### 108 家中企港交所上市 融资规模增长两成

去年 A 股市场冰封，众多企业扎堆港交所上市，今年年初 A 股开闸，对中企港交所 IPO 造成一定的冲击。2014 年 1-11 月共 92 家中企在香港上市，募集金额 1051.46 亿元，比 2013 年全年下降 14.58%；平均募集金额 11.43 亿元，比 2013 年全年下降 13.65%。

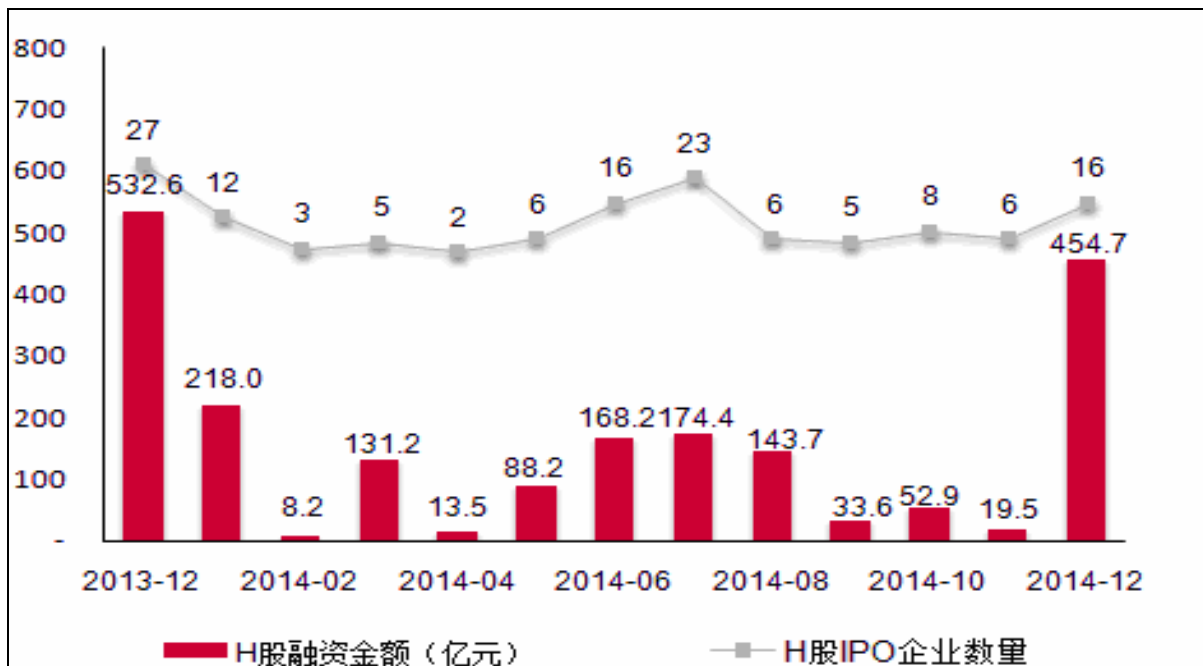
随着 12 月份，万达商业、北京汽车、盛京银行等悉数登陆香港主板，本月港股市场中企 IPO 规模达到 454.69 亿元，创全年单月融资规模之最。截至 2014 年 12 月 31 日，全年共 108 家中企港交所上市，融资规模 1506.15 亿元，同比增长 22.36%；平均融资金额 13.95，同比增长 5.36%。

图表 15 2008 年-2014 年中国企业香港资本市场 IPO 规模



数据来源：中商产业研究院

图表 16 2013 年 12 月-2014 年 12 月中国企业香港资本市场 IPO 规模



数据来源：中商产业研究院

12月23日，万达商业于港交所主板上市，发行价48港元/股，募集288亿港元，发行市值高达2147.9亿港元。万达商业上市融资超过了港灯IPO的241.27亿港元，成为本年港交所IPO规模最大的一单。万达将与百度、腾讯联合设立万达电子商务公司，一期投资50亿元，将协助万达集团拓展O2O业务。

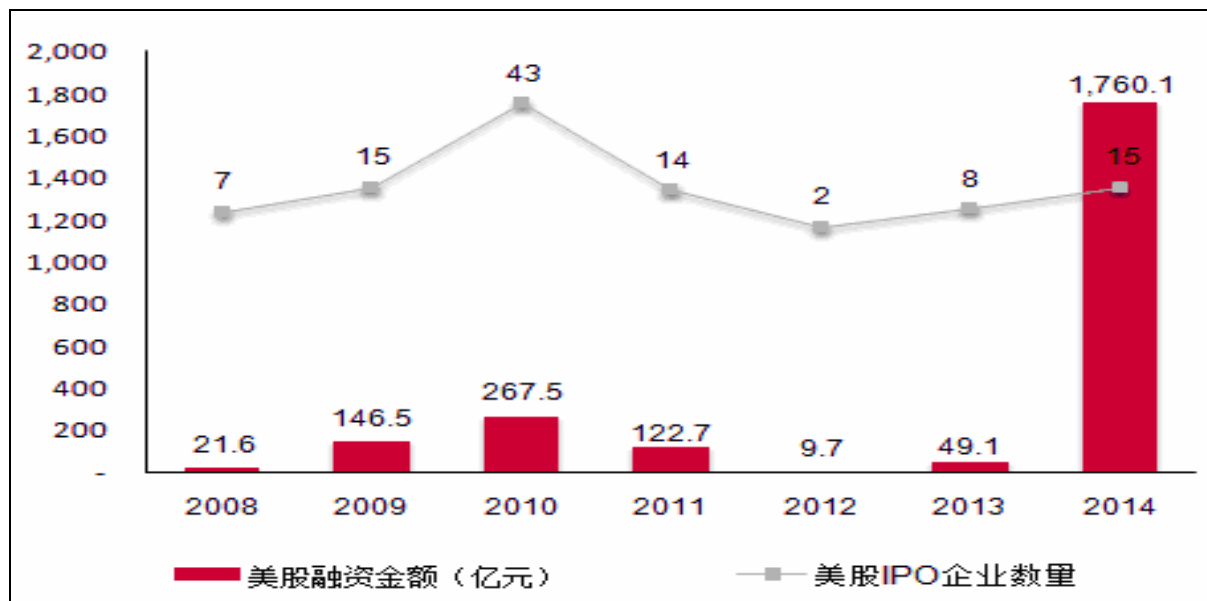
中企香港上市仍以港交所主板为主，IPO大单多、平均募资金额约为A股IPO的两倍。2014年全年，中企港交所主板IPO89家，融资规模1489.92亿元，占同期中企港股市场IPO总规模的98.92%。今年香港市场IPO超100亿元的有3单，而同期A股市场最大一单——国信证券IPO规模69.96亿。港交所IPO平均募资金额13.95亿元，A股IPO平均募资金额仅6.29亿元，相差近1倍。

本月11月17日，期待已久的沪港通正式启动。然而沪港通并没有出现人们想象的港股买卖活跃的现象，反而沪股涌入大量外资入盘。11月17日首日，沪股额度130亿元消耗殆尽，触及单日额度限制；港股使用额度17.63亿，不足港股总额度的20%。北热南冷的现象，将为上交所资本市场提供长期外资的支持，对内地IPO长期利好。因此，短期来看，香港市场将继续作为中企IPO的主要融资市场；长期来看，A股市场在中企IPO上将扮演越来越重要的角色。

美股市场中企IPO15家 阿里巴巴集团上市使中企美股融资规模暴增

2014年1-12月，共15家中企美国资本市场上市，募集金额1760.07亿元，比2013年全年增长3485.41%，平均募资金额117.34，比2013年全年增长1812.22%；扣除阿里巴巴集团融资规模，1-12月，中企赴美上市融资规模221.71亿元，同比增长351.64%；平均融资规模15.84亿元，同比增长158.08%。

图表 17 2008年-2014年中国企业美国资本市场IPO规模



数据来源：中商产业研究院

2014年9月19日，阿里巴巴集团在纽交所上市，发行价68美元/ADS，IPO规模217.67亿美元，创全美最大IPO。9月22日，阿里巴巴集团承销商行使超额配售，超额配售48,015,900ADSs，合计32.65亿美元，至此，阿里巴巴集团IPO总规模达250.32亿美元，超越农业银行，成为世界历史上最大IPO。

在美上市中企仍以科技股为主，在15家上市中企，14家涉及互联网科技，涵盖电子商务、手机游戏、在线旅游、网络社交、IT技术培训等。

中概股在美上市，使得这些主要业务在国内的科技公司，资本市场的价值却由美国分享。主要原因是大多赴美上市中企往往亏损，不能满足国内A股上市例如三年连续盈利等苛刻的条件。对此，今年5月30日，证监会透露，正在研究拟支持尚未盈利的互联网和高新技术企业在新三板挂牌一年后到创业板上市。

倘若未来政策落实，将会引导科技类公司回流A股上市，这无疑有利于A股市场培育具有成长潜力的互联网科技企业，也将提高A股市场的长期投资回报，促进国内资本市场长期健康发展。

图表 18 2014年美股上市中国企业

企业简称	CV一级行业	业务类型
一嗨租车	汽车行业	汽车租赁
天华阳光	能源及矿业	新能源
阿里巴巴集团	互联网	电子商务
创梦天地	电信及增值	手机游戏
迅雷	互联网	数据传输加速
智联招聘	互联网	招聘网站
京东	互联网	电子商务
聚美优品	互联网	电子商务
途牛旅游网	互联网	在线旅游
猎豹移动	IT	手机安全软件
乐居	互联网	电子商务
微博	互联网	网络社交
爱康国宾	医疗健康	医疗服务
陌陌	电信及增值	网络社交
达内科技	教育及人力资源	IT教育培训

数据来源：中商产业研究院

制造业 IPO 数量最多 互联网行业融资规模最大

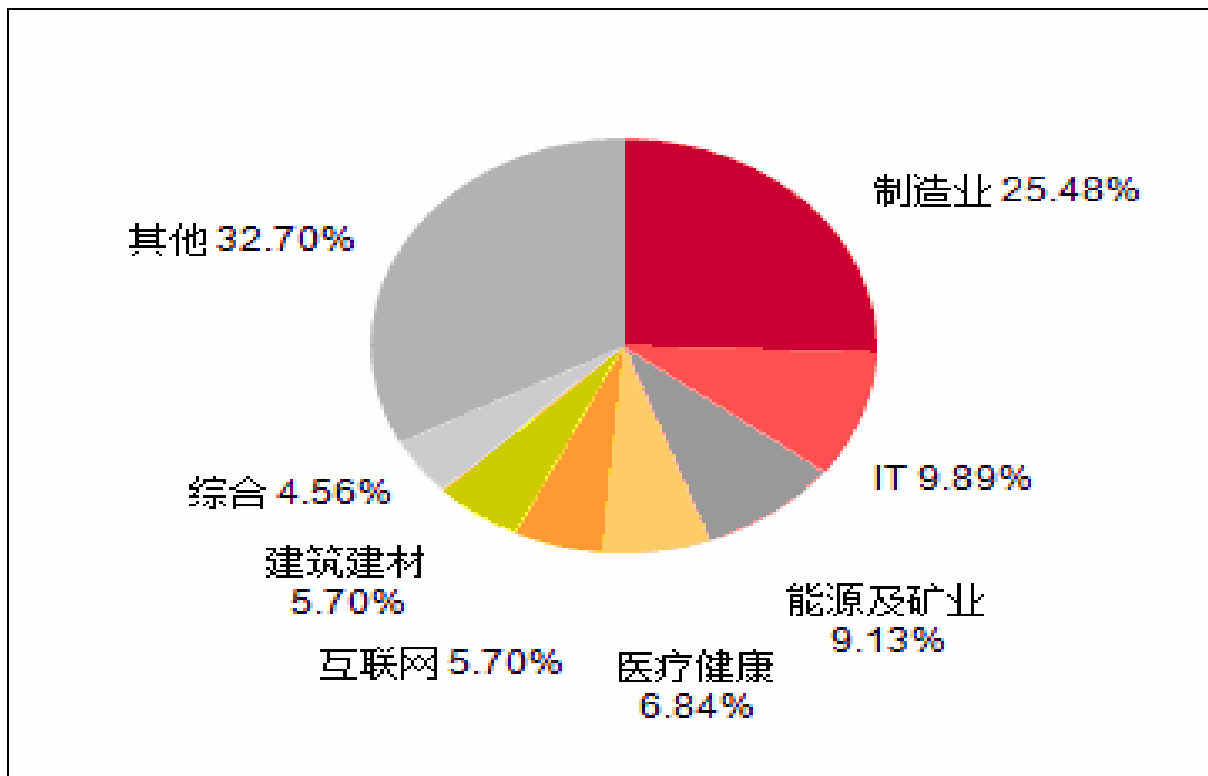
2014 年全年，在 125 家 IPO 中企中，分属于制造业的数量 67 家，为 IPO 数量最多的行业；在融资规模上市，创 IPO 历史融资规模最高的阿里巴巴分属互联网，使得互联网行业为本年 IPO 融资规模最大的行业。

在国民经济中制造业细分领域众多，企业类型和数量最多的当属制造业，这在 IPO 企业也不例外。今年全年，中企 IPO 数量仍以制造业数量最多，以 67 家占据总数的 25.48%。制造业企业 42 家于 A 股上市，占制造业 IPO 数量的 62.69%，但由于制造业 IPO 企业规模较小、融资规模不大，因此制造业融资总规模屈居第二。IT 行业以 22 家、能源及矿业以 18 家位居第二、第三位。

融资规模最大行业为互联网行业，过半互联网企业在美上市。全年，互联网中企 15 家实现 IPO，其中 8 家于美上市；融资规模占全行业 43.12%，其中阿里巴巴集团融资规模超 250 亿美元，并占据前全年中企 IPO 总规模的 37.79%（扣除阿里巴巴集团因素，互联网行业融资规模占全年中企 IPO 规模 8.57%）。制造业以 9.02%、房地产以 8.04%分属第二、第三。

值得一提的是，在全年 8 家中企房地产企业，悉数在香港上市，这反映了今年内地房地产不景气对房企在内地上市造成不小的负面影响。

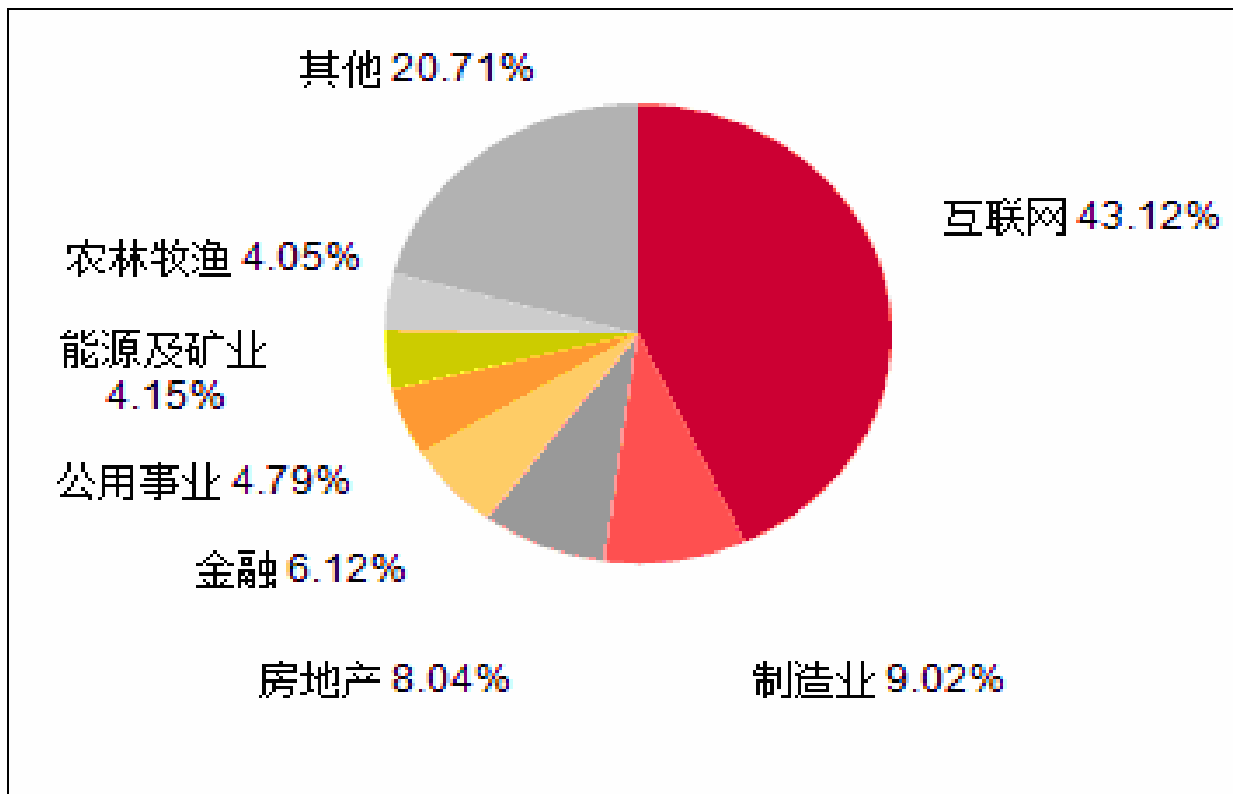
图表 19 2014 年中国企业 IPO 规模按行业分布



注明：按数量 数据来源：中商产业研究院



图表 20 2014 年中国企业 IPO 规模按行业分布



注明：按金额

数据来源：中商产业研究院

香港主板为 中企 IPO 主力市场 沪深 IPO 募资仅香港市场一半

2014 年，中企 IPO 募资主要 7 个市场板块进行。香港主板市场为中企 IPO 主力市场，沪深 IPO 仅为香港市场一半。（纽交所因阿里巴巴集团 IPO 因素导致 IPO 募资最大，比较价值不大）

今年全年，共 108 家中企香港市场上市，其中香港主板市场 89 家，融资金额 1489.92 亿元，占全部中企 IPO 规模 36.6%。2013 年内地 IPO 暂停，大量中企赴港上市，今年 A 股开闸，但 IPO 排队企业数量庞大，上市过程缓慢，不少 A 股 IPO 排队企业赴港实现上市，香港主板在中企 IPO 数量上位居各交易市场第一。并有万达商业、港灯、万洲国际、北京汽车等 IPO 大单，在今年中企 IPO 超 50 亿元的 10 家企业中，香港主板独占 7 家，显示了香港主板市场在中企 IPO 中的重要地位，今后香港主板市场仍是中企海外上市的最佳地点。

在 A 股 IPO 市场，上交所表现突出。上交所吸引中企 IPO 募资规模位居第三，优于深圳中小板和创业板，但与香港主板相比差距较大，平均募资规模仅约为香港主板市场的不到一半。今年全年累计有 125 家中企在 A 股上市，占据所有中企 IPO 数量的 47.53%，但 A 股市场 IPO 募资规模均较小，上交所 IPO 平均募集金额不到 8 亿元，创业板仅 4.36 亿元，远远落后于香港主板市场。A 股 IPO 规

模超 50 亿元的仅国信证券一单，IPO 募资金额 10-50 亿元企业仅有 13 家，近 9 成企业 IPO 规模在 10 亿元以下，未有 1 家企业 A 股 IPO 超过 100 亿元。反观香港主板市场，3 家企业 IPO 超 100 亿元，其中万达商业 IPO 超 200 亿元；24 家企业 IPO 募资 10-50 亿元。

在纳斯达克市场，9 家中企上市，IPO 规模最大的为京东，IPO 规模 109.75 亿元；纽交所 IPO 规模 1581.99 亿元，阿里巴巴集团 IPO 独占 1538.36 亿元，其余 IPO 规模均不大。

图表 21 2014 年中企各主要交易板块 IPO 情况

交易板块	IPO 数量	募资金额 (亿)	平均募资金额 (亿元)
NYSE[美国]	6	1581.99	263.67
HKEx[中国香港]	89	1489.92	16.74
SSE[中国大陆]	43	342.18	7.96
ChiNext[中国大陆]	51	222.37	4.36
SZSE[中国大陆]	31	222.01	7.16
NASDAQ[美国]	9	178.08	19.79
HKGEM[中国香港]	19	16.23	0.85
其他	15	18.44	1.23

数据来源：中商产业研究院

Q4 中企 IPO 数量最多 Q3 上市融资金额最大

2014 年各季度，Q4 中企 IPO 数量最多，为 81 家；Q3 上市融资规模最大（主要贡献由于阿里巴巴集团 Q3 上市）。

2014 年 Q1，年初 A 股开闸，当月便迎来 A 股 IPO 高峰，1 月份共 43 家中企 A 股上市；此后 2、3 月份，由于证监会开始的严查，A 股 IPO 相对冷清；港股市场 IPO 也主要集中在 1 月份；美股市场 Q1 无一中企上市；全季度实现中企 IPO 70 家，IPO 募集资金 697.37 亿元，其中 A 股 48 家，IPO 规模 334.93 亿元；港股略胜一筹，20 家 IPO 中企，募集 357.65 亿元。

2014 年 Q2，因证监会启动严查和补充财务报表，A 股市场突然遇冷，全季度 A 股仅 4 家上市；于此同时，港股、美股发力，Q2 港股中企 IPO 24 家上市，募集 269.79 亿元；美股 Q2 较为活跃，京东、聚美优品、新浪微博等 10 家中企登陆美国市场，募集共 191.29 亿元。

Q3 在全年各季度中 IPO 募集规模最大，全季度 IPO 规模超 2000 亿元，阿里巴巴集团 IPO 为主

要贡献（阿里巴巴集团 IPO1538.36 亿元，占全季度 IPO 规模 74.66%）。同时，本月 A 股重新活跃，有 29 家企业实现 IPO，募集 153 亿元；港股本季度持续发力，共 34 家中企在港实现上市，万洲国际、神州租车均在本季度实现上市。

Q4 在全年各季度中 IPO 数量最多，达到 81 家。10 月份，A 股 IPO 稳步进行，美股归零，本月 A 股 IPO 募集金额与港股各占半壁江山；11 月份，A 股、港股 IPO 募集金额均出现萎缩，导致 11 月份 IPO 金额跌至 61.65 亿元。

进入月底，中企 IPO 出现冲刺高潮。12 月当月，A 股市场 IPO21 家，募资近 200 亿元，仅次于年初 1 月份。其中国信证券 12 月 29 日中小板上市，募集 69.96 亿元，为全年 A 股 IPO 最大单。港股本月，迎来万达、北汽、盛京银行等大单，万达 12 月 23 日香港主板上市，募集 227.35 亿元，为本年港股最大 IPO；12 月份，港股 IPO 募集金额为 454.69 亿元，为本年度港股 IPO 金额最多的月份。

浙江企业 IPO 规模最大 北京、广东等地 IPO 数量居前

2014 年全年，IPO 企业主要来自东部地区。来自浙江杭州的阿里巴巴集团 Q3 实现 IPO，使浙江成为本年中企 IPO 募资最大的省；广东省以 46 家企业实现 IPO 居数量第一。

本年，浙江省本年共 22 家企业实现上市，募集资金 1647.11 亿元（扣除阿里巴巴集团 IPO 因素，21 家企业 IPO 募资 108.75 亿元，逊于北京、广东、辽宁等省），为各地区 IPO 规模最大省。除阿里巴巴集团在纽交所上市、中国新城市等 3 家登陆香港市场，其余均于境内 A 股市场上市；浙江上市企业以制造业、食品饮料、能源与化工、建筑建材等传统行业为主。

来自北京的 41 家企业实现 IPO，募集近 800 亿元，在 IPO 募资规模位居第二。于浙江不同，北京地区上市的企业过半分属于互联网、文化传媒、IT、医疗健康等新兴行业，在美股上市的 15 家企业中，北京地区独占 9 家。京东、微博、保利文化、爱康国宾、聚美优品等赴美上市中概股企业均来自北京，显示了北京地区在互联网等高科技新兴产业的绝对优势地位。

图表 22 2014 年各地区 IPO 情况

地区	数量	IPO 规模 (亿元)	平均 IPO 规模
浙江	22	1647.11	74.87
北京	41	799.11	19.49
广东	46	337.45	7.34
中国香港	32	233.43	7.29
辽宁	9	175.96	19.55
河南	5	156.62	31.32
江苏	24	129.61	5.40
上海	17	114.29	6.72
黑龙江	2	82.59	41.29
山东	5	77.29	15.46
陕西	4	58.90	14.73
福建	17	52.53	3.28
重庆	5	44.55	8.91
湖北	5	22.85	4.57
湖南	4	21.50	5.37
海南	1	19.30	19.30
河北	4	17.75	4.44
天津	4	14.88	3.72
安徽	3	11.22	3.74
四川	3	11.18	3.73
广西	2	9.90	4.95
内蒙古	1	8.43	8.43
云南	1	7.94	7.94
吉林	2	7.56	3.78
新疆	1	5.81	5.81
甘肃	1	1.68	1.68
中国澳门	1	0.97	0.97
江西	1	0.80	0.80
总计	263	4071.22	15.54

数据来源：中商产业研究院

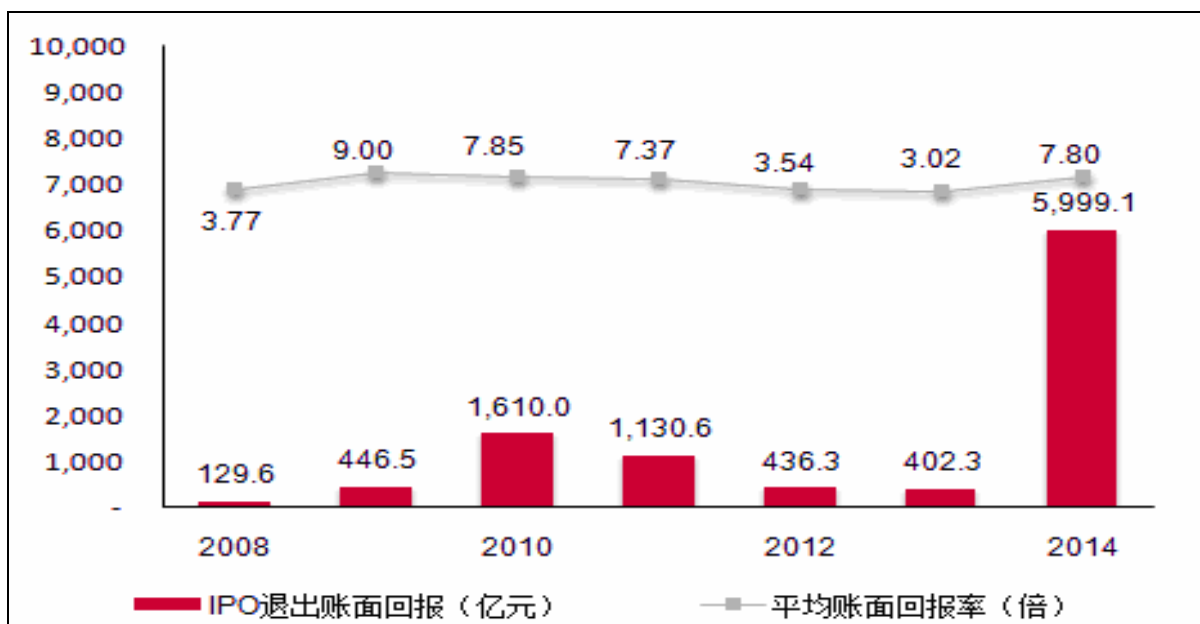
广东省以 46 家 IPO 企业数量位居各省第一；募资金额 337.45 亿元，不及浙江、北京。在地理位置上，广东毗邻香港，获得较大便利，全年赴港上市广东企业共 17 家，为内地各省赴港 IPO 数量之首。此外，江苏以 24 家 IPO 企业数量位居 IPO 数量内地各省第三，在融资金额上逊于辽宁、河南。

全年 115 家 VC/PE 背景中企上市 退出回报率 7.8 倍

2014 年全年，超四成 IPO 中企有 VC/PE 背景。共 115 家有 VC/PE 背景的中企实现上市，占全年中企 IPO 总数的 43.73%；募集 2595.36 亿元，占全年所有中企上市募集资金总额 63.75%。

2014 年度，机构退出活跃，IPO 退出金额、退出回报率双双大增。共 195 家 VC/PE 机构通过企业上市实现退出，退出金额 5999.12 亿元，与 2013 年全年相比增长 1391.1%（扣除阿里巴巴集团上市退出金额 4223.7 亿元后，同比增长 341.29%）；平均退出回报率 7.8 倍，与 2013 年全年相比，增长 158.27%。

图表 23 2008 -2014 年 VC/PE 机构 IPO 退出账面回报情况



数据来源：中商产业研究院

在退出上，A 股退出回报情况较低，美股退出回报较好。今年 A 股 IPO 开闸以来，证监会不断通过改革制度和严查，A 股发行价格整体走向理性，市盈率在 20 倍左右，处于较低水平；另外，A 股 IPO 退出企业以制造业、建筑建材、能源与矿业等传统行业为主，而这些行业退出回报相对 IT、互联网等高科技要低很多，因而机构在 A 股的整体退出回报不高。A 股 IPO 企业中，75 家有 VC/PE 背景企业，占全年 A 股 IPO 企业总数的 60%；募集金额 421.53 亿元，占 53.59%。有金额显示的，为 VC/PE 机构带来 211.61 亿元的账面回报，平均每笔账面回报率 2.93 倍，退出回报率较低。

香港市场历来中企 IPO 退出回报均不高，神州租车香港上市为君联资本带来 343.53 倍的回报，拉高了香港市场整体的 IPO 退出回报率。全年港股 IPO 企业中，28 家有 VC/PE 背景企业，占全年港股中企 IPO 企业总数 25.93%，募集金额 442.16 亿元，占 29.36%。有金额显示，为 VC/PE 机构带来 641.18 亿元账面回报，比 2013 年全年增长 158.62%；平均每笔账面回报率 9.27 倍，比 2013 年全年增长 482.5%。



美股股市场，中概股热度不减，加上赴美中企多为高科技新兴行业，发行价定价较高，往往为 VC/PE 机构带来较高退出回报。2014 年全年美股 IPO 中企中，12 家中企有 VC/PE 背景，占全年美股中企 IPO 数量 80%，募集金额 1731.67 亿元，占 98.39%。有金额显示的，为 VC/PE 机构带来 5146.33 亿元的退出回报，比 2013 年全年增长 3232.89%；平均退出回报率 35.3 倍，比 2013 年全年增长 375.18%。其中聚美优品上市，为险峰华兴创投带来 315.68 倍的退出回报；阿里巴巴集团上市为软银带来 271.23 倍的退出回报。

图表 24 2014 年部分 VC/PE 机构退出回报

企业	上市板块	退出机构	退出回报率 (倍)
神州租车	香港主板	君联资本	343.53
聚美优品	纽交所	险峰华兴创投	315.68
阿里巴巴集团	纽交所	软银集团	271.23
聚美优品	纽交所	红杉中国	87
京东	纳斯达克	老虎基金	55.4

数据来源：中商产业研究院

## 公司简介 Corporate Introduction

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

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



## 产品与服务 Products and Services

### 行业研究报告

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

### 市场调研

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

### 产业规划咨询

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

### 投资咨询

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

### 地产策划

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

### 品牌与营销咨询

品牌诊断	对内实施
品牌价值塑造	对外营销

### IPO 上市咨询

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

### 战略咨询

管控管理咨询	风险管理咨询
运营管理咨询	品牌与营销管理咨询

## 公司优势 Business Advantage

### >> 研究团队

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

---

### >> 数据来源

国家机构：国家统计局/海关总署/商务部/发改委/工信部等

行业协会：各行业协会/企业联合会等

专业机构：商业数据库等

市场调研：问卷调研/企业深访/专家座谈/会议调研等

---

### >> 研究优势

中国首家真正自建数据库的研究咨询公司

中国首家真正运用采访中心的行业研究机构

---

### >> 客户服务

世界 500 强企业、国家部委、国内行业领先企业、高等院校及科研院所等

---

### >> 合作资源

全：研究报告全面、系统，质量稳居行业前列

专：每个行业的分析均由业内专家指导，专业性高

精：针对客户的需求，有针对性地进行分析、切实地解决客户问题

---

### >> 报告质量

售前：专业性强、认真听取客户需求，针对不同的问题推荐相应的报告

售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化

售后：定期电话跟踪回访，确保客户 100% 满意

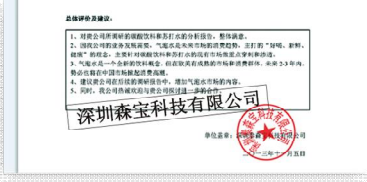
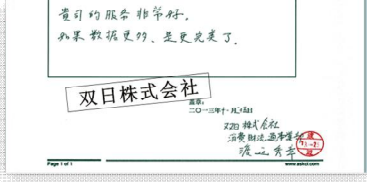
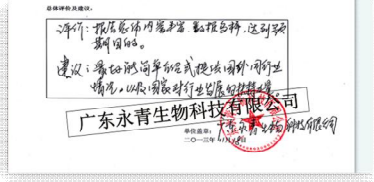
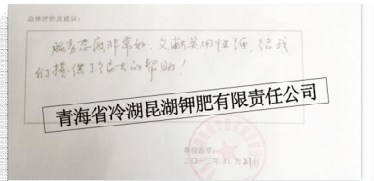
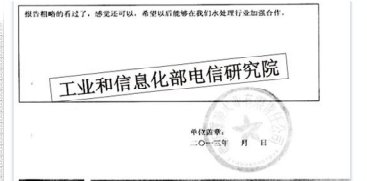
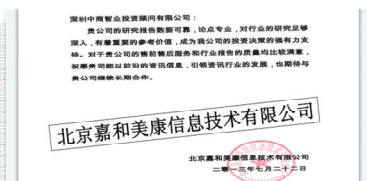
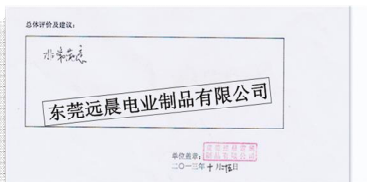
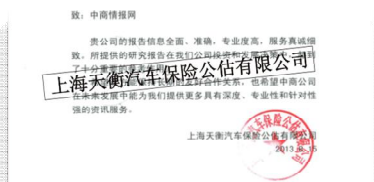
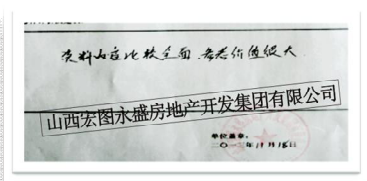
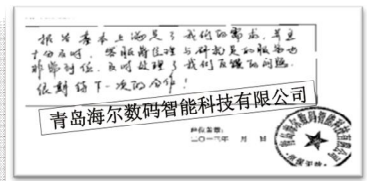
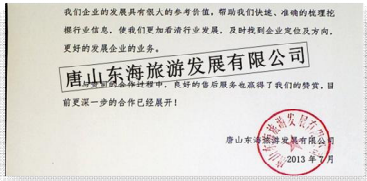
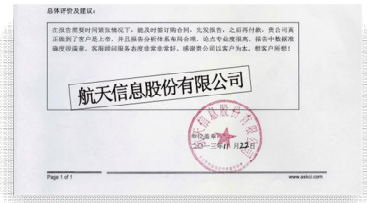
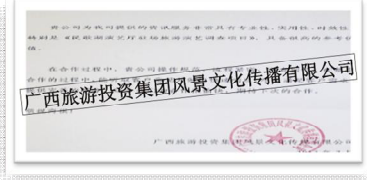
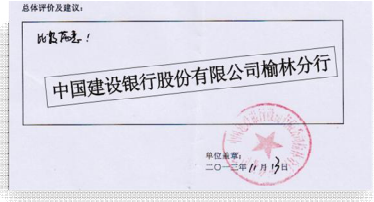
---

## 部分尊贵客户





# 客户评价



# 洞悉现在 把握未来

## 《中国行业研究及投融资战略咨询报告》

这不是普通的教科书，这是一套帮助企业作出正确决策的商业报告！

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

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

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

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



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

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

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

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

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



# 中商产业研究院

北京 · 深圳 · 香港 · 上海

始于 2003 年

盘点一周资讯 · 把握经济前沿

全国免费服务热线： 400-666-1917

IPO 咨询咨询热线： 400-788-9689

可研报告\商业计划书： 400-788-9700

北京地址：北京市朝阳区东四环中路 41 号嘉泰国际大厦 B 座 13 层

深圳地址：深圳市福田区红荔路 1001 号银盛大厦 7 层

香港地址：香港皇后大道中 183 号中远大厦 19 楼

电 话：( 0755 )25407296 25193390

传 真：( 0755 )25407715 25654878

网 址：<http://www.askci.com/>

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