

中商顾问 · 投资情报周刊

2014年05月11日-2015年05月17日

每周一发行

国务院转发关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见

国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见

新三板抢滩潮掀起九鼎“借壳”上市创新三板首例

4月互联网行业并购规模蝉联擂主



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、万亿地方债置换计划启动.....10

2、央行 11 日起再降息 0.25 个百分点.....10

3、国务院关于税收等优惠政策相关事项的通知.....11

4、国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见.....11

5、国务院转发关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见.....18

6、国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见.....22

7、三部委：健康险税优四直辖市首批试点 月薪 5000 每年减税 72 元.....26

8、关于开展商业健康保险个人所得税政策试点工作的通知.....27

二、经济观察.....28

“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、2015年1-4月份全国固定资产投资(不含农户)增长12.0%.....	28
2、2015年1-4月份民间固定资产投资增长12.7%.....	32
3、2015年4月份规模以上工业增加值增长5.9%.....	34
4、2015年4月份社会消费品零售总额增长10.0%.....	41
5、2015年1-4月份全国房地产开发和销售情况.....	44
6、50个城市主要食品平均价格变动情况(2015年5月1-10日).....	49
三、投资市场.....	50
1、新三板抢滩潮掀起 九鼎“借壳”上市创新三板首例.....	50
2、证监会铁腕出击新三板 中科招商“异常交易”遭调查.....	51
3、新三板股权众筹火爆 天使客积极布局抢占市场.....	53

◇ 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、第一波拆 VIE 风潮显现，风投、投行忙着拆 VIE.....55
- 5、“神创板”连续调整：高估值高泡沫，是撤退还是上车.....57
- 6、四月份 PE/VC 投资活跃度企稳 天使机构热情高涨.....58
- 7、PE 五虎竞技新三板：挂牌谋 LP 退出 同创伟业收益率暂居首.....60
- 8、股权众筹玩杠杆：百万领投基金撬动上亿投资 找接盘侠.....62
- 9、热论网企挂牌新三板：浪潮后潜藏暗礁 是鹰是猪待风停.....65
- 10、众筹开发地产真面目：募集资金有限 “圈客”意图明显.....70
- 11、上市公司掘金天使投资：“抄袭”式创业 全民 VC 泡沫来袭.....72
- 12、5.11 -5.17 一周并购事件.....74

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）



13、国内外一周风投事件统计.....75

14、证券市场一周回顾.....79

四、产业市场.....81

1、风电产业全面回暖 并网容量提前达标.....81

2、空调业价格战叫停暗战升级：未来转向综合竞争.....82

3、中国汽车业健康指标再亮红灯 库存能否消化成未知数.....84

4、稀土业整合再提速：5+1 格局深化.....86

5、盐业生产额度审批取消 垄断问题依然存在.....86

6、互联网冲击致彩电行业业绩下滑 转型迫在眉睫.....88

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)

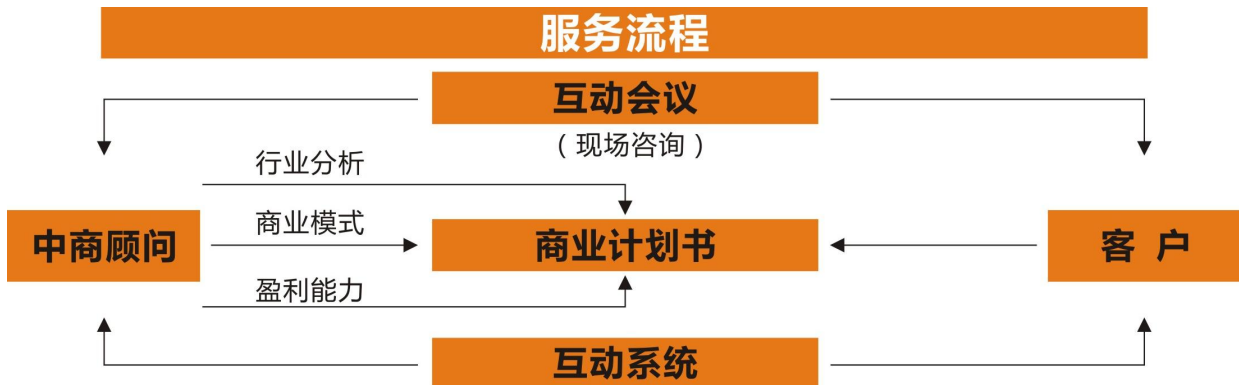
7、中国智能手机市场首现萎缩 手机价格战难再奏效·····	90
8、我国啤酒行业产销量高位回落 业内认为稳住增长信心足·····	91
五、环球市场·····	94
1、英央行宣布维持货币政策不变·····	94
2、澳大利亚新财年预算“定调”促增长·····	94
3、英国工业产值增速创六个月新高·····	94
4、欧元区经济迎暖春 增速反超英美创两年来新高·····	95
5、美国 4 月份联邦财政盈余创七年新高·····	97
6、澳大利亚羊毛价格出现大涨·····	97

投资咨询

可行性研究报告



商业计划书



- 7、英国央行维持货币政策不变.....98
- 8、德国3月外贸出口额1075亿欧元 达史上最高.....98
- 9、巴西官方公布4月份年通胀率8.17% 为2003年以来新高.....99
- 10、墨西哥寻求拓宽对华产品出口.....99
- 六、热点解读.....101
- 1、政府购买公共文化服务钱怎么花.....101
- 2、4月互联网行业并购规模蝉联播主.....102

一、政策法规

1、万亿地方债置换计划启动

5月14日消息，万亿地方债置换计划进一步明确。财政部、央行、银监会三部委在《财政部、中国人民银行、银监会关于2015年采用定向承销方式发行地方政府债券有关事宜的通知》（财库2015102号）中明确，可以采取定向承销的方式，由地方财政部门与特定债权人按市场化原则协商开展。各地针对2015年第一批置换债券额度的定向承销发行工作，应当于2015年8月31日前完成。与此同时，此前搁置的江苏一般债券发行重启，规模达522亿元，其中置换一般债券308亿元，新增一般债券214亿元。

采用定向承销方式发行地方债并纳入抵押品范围，利用央行的资产负债表的扩大化解置换债供给冲击，允许以地方政府债券为抵押换取流动性，类似中国版LTRO，有助于降低地方政府融资成本和无风险利率，利好经济和股市。

2、央行11日起再降息0.25个百分点

央行10日消息，自5月11日起下调金融机构人民币贷款和存款基准利率。金融机构一年期贷款基准利率下调0.25个百分点至5.1%；一年期存款基准利率下调0.25个百分点至2.25%，同时结合推进利率市场化改革，将金融机构存款利率浮动区间的上限由存款基准利率的1.3倍调整为1.5倍；其他各档次贷款及存款基准利率、个人住房公积金存贷款利率相应调整。

此次利率调整是发挥逆周期宏观调控工具作用。2015年一季度以来的经济运行所面临的下行压力、物价总水平保持低位，都决定了通过名义利率适度下调以实现实体经济部门的实际融资成本稳中有降的客观需要，以此稳定实体经济运行预期。综合考虑价格因素后的实际利率水平，此次利率调整体现了货币政策的稳健性。

3、国务院关于税收等优惠政策相关事项的通知

现就《国务院关于清理规范税收等优惠政策的通知》（国发〔2014〕62号）中涉及的相关事项通知如下：

一、国家统一制定的税收等优惠政策，要逐项落实到位。

二、各地区、各部门已经出台的优惠政策，有规定期限的，按规定期限执行；没有规定期限又确需调整的，由地方政府和相关部门按照把握节奏、确保稳妥的原则设立过渡期，在过渡期内继续执行。

三、各地与企业已签订合同中的优惠政策，继续有效；对已兑现的部分，不溯及既往。

四、各地区、各部门今后制定出台新的优惠政策，除法律、行政法规已有规定事项外，涉及税收或中央批准设立的非税收入的，应报国务院批准后执行；其他由地方政府和相关部门批准后执行，其中安排支出一般不得与企业缴纳的税收或非税收入挂钩。

五、《国务院关于清理规范税收等优惠政策的通知》（国发〔2014〕62号）规定的专项清理工作，待今后另行部署后再进行。

4、国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见

对外贸易是我国开放型经济体系的重要组成部分和国民经济发展的重要推动力量。在国际环境和国内发展条件都发生重大变化的历史背景下，保持我国外贸传统优势、加快培育竞争新优势是事关我国发展全局的重大问题。为巩固外贸传统优势、加快培育竞争新优势，实现我国对外贸易持续健康发展，推动我国由贸易大国向贸易强国转变，现提出如下意见：

一、充分认识加快培育外贸竞争新优势的重要性和紧迫性

经过改革开放 30 多年的发展，我国对外贸易取得举世瞩目的成就，2013 年跃居世界第一货物贸易大国，对于推动我国经济社会发展、提高国家综合实力和国际影响力、加强与世界经济融合发挥了不可替代的重要作用。当前，世界经济仍处在国际金融危机后的深度调整期，全球总需求不振，大规模国际产业转移明显放缓，世界科技和产业革命孕育新突破，贸易保护主义持续升温。我国经济正处于“三期叠加”阶段，经济发展进入新常态。今后一段时期，外贸发展既面临重要机遇期，出口竞争优势依然存在，也面临严峻挑战，传统竞争优势明显削弱，新的竞争优势尚未形成。企业

创新能力亟待增强，品牌产品占比偏低，同质化竞争较为普遍。参与国际贸易规则制定的能力有待提升，外贸体制和营商环境需进一步改进。必须适应新形势新要求，努力巩固外贸传统优势，加快培育竞争新优势，继续发挥出口对经济发展的重要作用。这既是巩固贸易大国、建设贸易强国的必由之路，也是促进我国经济持续健康发展的战略选择，对于实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦，具有重大而深远的意义。

二、总体要求

(一)指导思想。深入贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，认真落实党中央、国务院的决策部署，充分发挥市场配置资源的决定性作用和更好发挥政府作用，主动适应经济新常态，统筹考虑和综合运用国际国内两个市场、两种资源，着力调整优化贸易结构、转变外贸发展方式，提升我国外贸在全球价值链中的地位，提高外贸增长的质量和效益，实现外贸持续健康发展，推动我国由贸易大国向贸易强国转变，为国民经济和社会发展作出更大贡献。

(二)基本原则。

深化改革，创新驱动。深化外贸体制机制改革，营造创新发展环境。增强科技创新能力，创新商业模式和贸易业态，集成新的竞争优势，增强外贸发展的内生动力。

开放引领，互利共赢。以更大范围、更广领域、更高层次的开放，通过“走出去”与“引进来”相结合带动贸易增长，扩大与贸易伙伴利益汇合点，形成更加和谐稳定的发展环境，共创更大市场空间。

内外联动，持续发展。更加积极地促进内需和外需平衡、进口和出口平衡、引进外资和对外投资平衡，逐步实现国际收支平衡，构建开放型经济新体制。

统筹规划，分类指导。加强规划指导和统筹推进，因地制宜、分类施策，实现货物贸易与服务贸易、贸易与投资、传统产业与新兴产业、沿海与内陆协调互动发展。

夯实基础，重点突破。加强贸易与产业的结合，全面参与全球价值链、产业链重构进程，提高产业国际竞争力。

(三)目标任务。巩固贸易大国地位，推进贸易强国进程。努力提高新兴市场、中西部地区、一般贸易、服务贸易和品牌产品在我国外贸中的占比。力争到2020年，外贸传统优势进一步巩固，竞争新优势培育取得实质性进展。着力优化国际市场布局，推进市场多元化；着力优化国内区域布局，推动东中西部协调发展；着力优化外贸商品结构，提升出口附加值和技术含量；着力优化经营主体结

构，促进各类企业共同发展；着力优化贸易方式，推进对外贸易转型升级。

大力推动我国外贸由规模速度型向质量效益型转变，努力实现五个转变：一是推动出口由货物为主向货物、服务、技术、资本输出相结合转变；二是推动竞争优势由价格优势为主向技术、品牌、质量、服务为核心的综合竞争优势转变；三是推动增长动力由要素驱动为主向创新驱动转变；四是推动营商环境由政策引导为主向制度规范和营造法治化国际化营商环境转变；五是推动全球经济治理地位由遵守、适应国际经贸规则为主向主动参与国际经贸规则制订转变。

三、大力推动外贸结构调整

(一)推动国际市场结构调整。推动进出口市场结构从传统市场为主向多元化市场全面发展转变。深耕美、欧、日等传统市场。加大拉美、非洲等新兴市场开拓力度，综合考虑经济规模、发展速度、资源禀赋、风险程度等因素，选择若干个新兴市场重点开拓，逐步提高新兴市场在我国外贸中的比重。扩大先进技术设备进口，促进质量好、档次高、具有比较优势的产业和产品出口。

(二)推动国内区域协调发展。按照国家对重点产业布局和产业转移的总体部署，形成有利于发挥地区比较优势、产业链合理分工的新局面。鼓励东部地区重点发展高端产业、高增值环节和总部经济，提高贸易的质量和效益，发挥示范带动作用。支持中西部地区结合地方实际，积极承接东部地区产业转移，规模与质量并重提升。加快沿边开放步伐，有序发展跨境经济合作区，扩大与周边国家经贸往来。

(三)推动各类外贸经营主体协调发展。鼓励行业龙头企业延长产业链，提高国际化经营水平。推动优势企业强强联合、跨地区兼并重组和对外投资合作。加快形成一批在全球范围内配置要素资源、布局市场网络的具有跨国经营能力的大企业。鼓励创新型、创业型和劳动密集型中小微企业发展，支持企业走“专精特新”和与大企业协作配套发展的道路。支持有创新能力的外向型民营企业发展。

(四)推动外贸商品结构调整。加强对重点行业出口的分类指导。继续巩固和提升纺织、服装、箱包、鞋帽、玩具、家具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位。提升农产品精深加工能力和特色发展水平。强化电力、轨道交通、通信设备、船舶、工程机械、航空航天等装备制造业和大型成套设备出口的综合竞争优势，着力扩大投资类商品出口。进一步提高节能环保、新一代信息技术、新能源等战略性新兴产业的国际竞争力。扩大先进技术设备、关键零部件等进口，促进产业结构调整和优化升级。稳定能源资源产品进口，完善战略储备体系。合理增加一般消费品进口，引导境外消费回流。促进贸易平衡，继续对最不发达国家部分进口产品实施零关税待遇。

(五)推动贸易方式优化。做强一般贸易，扩大一般贸易规模，提升一般贸易出口产品的附加值，

增加品牌产品出口，发挥品牌增值效应，提高盈利能力。创新加工贸易模式，促进沿海地区加工贸易转型升级，向品牌、研发、分拨和结算中心等产业链高端延伸，稳妥推进有条件的企业将整机、零部件、原材料配套、研发结算等向内陆和沿边地区转移，形成产业集群，构建发展新格局。加快边境贸易创新发展和转型升级。

(六)大力发展服务贸易。推动服务贸易便利化。培育服务新业态，加强研发服务、技术转移等科技服务业发展。稳定和拓展旅游、运输、劳务等传统服务业出口;扩大金融、物流等服务业对外开放;重点培育和扩大通信、金融、会计等新兴服务贸易，提升服务业国际化水平，提高服务贸易在对外贸易中的比重。推进国内服务市场健全制度、标准、规范和监管体系，促进专业人才和专业服务跨境流动便利。积极发展服务外包。

四、加快提升对外贸易国际竞争力

(一)加快提升出口产品技术含量。加快运用现代技术改造传统产业，提升劳动密集型产品质量、档次和技术含量，推动传统产业向中高端迈进。利用资本市场大力支持传统产业收购兼并。着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系。加大科技创新投入，支持企业原始创新。鼓励企业以进口、境外并购、国际招标、招才引智等方式引进先进技术，促进消化吸收再创新。支持国内企业通过自建、合资、合作等方式设立海外研发中心。鼓励跨国公司和境外科研机构在我国设立研发机构。支持企业、行业组织参与国际标准制订，大力推动我国标准国际化，支持通信等领域的技术标准在海外推广应用。

(二)加快培育外贸品牌。研究建立出口品牌统计制度。引导企业加强品牌建设。推动有条件的地区、行业和企业建立品牌推广中心，推介拥有核心技术的品牌产品。鼓励企业创立品牌，鼓励有实力的企业收购品牌，大力培育区域性、行业性品牌。支持企业开展商标和专利的国外注册保护，开展海外维权。采取多种方式，加大中国品牌海外推介力度。

(三)加快提高出口产品质量。积极采用国际先进质量标准，建立国际认可的产品检测和认证体系，鼓励企业按照国际标准组织生产和质量检验。推动出口产品质量安全示范区建设。加快推进与重点出口市场检验体系和证书互认。加强重要产品追溯体系建设，完善产品质量安全风险预警与快速反应机制，建立完善出口产品质量检测公共平台，支持出口企业开展质量管理体系认证。加强出口农产品质量提升工作，加大对外技术质量磋商谈判力度，稳定出口食品农产品质量安全水平。严厉打击出口侵犯知识产权和假冒伪劣商品违法行为。

(四)加快建立出口产品服务体系。鼓励企业将售后服务作为开拓国际市场的重要途径，提升服务质量，完善服务体系。鼓励企业有计划地针对不同市场、不同产品，采取与国外渠道商合作、自建等方式，建设服务保障支撑体系，完善售后服务标准，提高用户满意度。积极运用信息技术发展

远程监测诊断、运营维护、技术支持等售后服务新业态。在境外建立电力、通信、轨道交通等大型成套设备的售后维修服务中心和备件生产基地，带动中国装备和服务出口。

(五)加快培育新型贸易方式。大力推动跨境电子商务发展，积极开展跨境电子商务综合改革试点工作，抓紧研究制订促进跨境电子商务发展的指导意见。培育一批跨境电子商务平台和企业，大力支持企业运用跨境电子商务开拓国际市场。鼓励跨境电子商务企业通过规范的“海外仓”等模式，融入境外零售体系。促进市场采购贸易发展，培育若干个内外贸结合商品市场，推进在内外贸结合商品市场实行市场采购贸易，扩大商品出口。培育一批外贸综合服务企业，加强其通关、物流、退税、金融、保险等综合服务能力。

(六)加强区域开放载体建设。深化中国(上海)自由贸易试验区改革开放，在全国复制推广改革试点经验。推进广东、天津、福建三个新设自由贸易试验区的建设，做好中国(上海)自由贸易试验区扩区等工作，并逐步扩大试点范围，形成各具特色的改革开放高地。积极探索开放平台转型升级的新途径，将国家级经济技术开发区、国家高新技术产业开发区、海关特殊监管区域等各类园区打造成为我国高端制造、物流、研发、销售、结算、维修中心。

(七)加快建设对外贸易平台。加快外贸转型升级基地建设，培育一批综合型、专业型和企业型基地。加快贸易促进平台建设，培育若干个国际知名度高、影响力大的国家级会展平台，打造重点行业国际知名专业展会。培育一批进口促进平台，发挥其对进口的促进作用。加强培育有国际影响力的证券、大宗商品及金融衍生品市场，提升参与国际市场竞争的能力。加快国际营销网络建设，鼓励企业在境外建设展示中心、分拨中心、批发市场、零售网点等。

五、全面提升与“一带一路”沿线国家经贸合作水平

(一)深化贸易合作。稳定劳动密集型产品等优势产品对沿线国家出口，抓住沿线国家基础设施建设机遇，带动大型成套设备及技术、标准、服务出口。顺应沿线国家产业转型升级趋势，加快机电产品和高新技术产品出口。加快与相关国家开展农产品检验检疫合作及准入谈判，扩大与沿线国家农产品贸易。扩大自沿线国家进口，促进贸易平衡。

(二)大力拓展产业投资。推动我国优势产业产能走出国门，促进中外产能合作，拓展发展空间。鼓励较高技术水平的核电、发电及输变电、轨道交通、工程机械、汽车制造等行业企业到沿线国家投资。支持轻工纺织、食品加工等行业企业到沿线国家投资办厂。开展农牧渔业、农机及农产品流通等领域深度合作。深化能源资源合作，加强海洋经济合作。支持境外产业园区、科技园区等建设，促进产业集聚发展。

(三)优化周边经贸发展格局。巩固和扩大电力输送、光缆通信等合作，加快形成面向中亚、俄

蒙、新欧亚大陆桥、东南亚、南亚等地区的国际大通道。以重点经贸产业园区为合作平台，着力推进重点开发开放试验区、境外经贸合作区、跨境经济合作区、边境经济合作区建设，共同打造若干国际经济合作走廊。扎实推动中巴经济走廊和孟中印缅经济走廊建设，指导我国企业有序参与建设活动。

六、努力构建互利共赢的国际合作新格局

(一) 加快对外贸易与对外投资有效互动。深化对外投资管理体制变革，实行备案为主的管理模式，提高对外投资便利化水平。加快推进签订高水平的投资协定，推动制订投资规则。大力推动中国装备“走出去”，推进国际产能合作，提升合作层次。着力推动家用电器、机械装备等行业有实力、有条件的企业加快境外产业合作，积极稳妥开展境外技术和营销网络等并购。深化国际能源资源开发和加工互利合作，稳步推进境外农业投资合作，带动相关产品进出口。创新对外投资合作方式，支持开展绿地投资、联合投资等，带动我国产品、技术、标准、服务出口。

(二) 进一步提高利用外资的质量和水平。稳定外商投资规模和速度，提高引进外资质量。创新利用外资管理体制，探索实行准入前国民待遇加负面清单管理模式。将承接国际制造业转移和促进国内产业转型升级相结合，积极引导外资投向新兴产业、高新技术、节能环保等领域。鼓励跨国公司在华设立地区总部、采购中心、财务管理中心，促进引资与引智相结合，进一步发挥外资作为引进先进技术、管理经验和高素质人才载体的作用。

(三) 加快实施自贸区战略。继续维护多边贸易体制在全球贸易发展中的主导地位，以开放的态度加快实施自贸区战略，发挥自贸区对贸易投资的促进作用。尽早签署并实施中国—韩国、中国—澳大利亚自贸协定，积极推动中国—东盟自贸区升级谈判，推进中日韩、区域全面经济伙伴关系(RCEP)、中国—海湾国家合作委员会、中国—以色列、中国—斯里兰卡等自贸协定谈判和建设进程，稳步推进亚太自贸区建设，适时启动与其他经贸伙伴的自贸协定谈判。大力推动内地和港澳的经济一体化，继续推进两岸经贸合作制度化。加强顶层设计，积极同“一带一路”沿线国家和地区商建自贸区，加快形成立足周边、辐射“一带一路”、面向全球的高标准自贸区网络。

七、营造法治化国际化营商环境

(一) 优化公平竞争的市场环境。学习借鉴成熟市场经济国家的贸易规制，完善符合我国国情和国际惯例的外贸法律法规体系。加强外贸企业诚信体系建设，建立商务、海关、质检、工商等部门协调机制，探索建立进出口企业信用评价体系，以适当方式对外公布或推荐我信用状况良好的企业。加强知识产权保护，依法查处制售侵权假冒商品违法企业，建立诚信守法便利和违法失信惩戒机制。探索建立规范外贸经营秩序新模式，完善重点行业进出口管理和竞争自律公约机制。加强外贸及产业政策的合规性审查。加强双边对话与合作，促美欧等发达国家放宽对华出口管制。

(二)提高贸易便利化水平。加大贸易便利化改革力度，降低贸易成本。推进大通关建设，全面实现口岸管理相关部门信息互换、监管互认、执法互助。加快区域通关一体化改革，建立高效便捷的通关制度，推行通关作业无纸化。增强海关查验的针对性和有效性。加快电子口岸建设，推进国际贸易“单一窗口”建设。建立完善国际贸易供应链管理机制，推动实施“经认证的经营者”(AEO)国际互认。清理规范进出口环节经营性服务和收费，切实减轻企业负担。

(三)提升国际经贸规则话语权。推进全球经济治理体系改革，推动引领多边、区域、双边国际经贸规则制订。继续深入参与多边贸易体制运作，广泛参与出口管制国际规则和管制清单制订。积极参与全球价值链合作，加强贸易增加值核算体系建设，建立健全全球价值链规则制订与利益分享机制。

(四)积极应对贸易摩擦。建立应对贸易摩擦部门协调机制，加强贸易摩擦和贸易壁垒预警机制建设，强化贸易摩擦预警信息公共服务，积极提供法律技术咨询和服务，指导相关行业和企业应对贸易摩擦。积极参加多双边规则谈判，充分利用世界贸易组织规则，有效化解贸易摩擦和争端。分析评估国外贸易投资法律、政策及措施，调查涉及我国的歧视性贸易壁垒措施并开展应对。依法发起贸易救济调查，维护国内产业安全和企业合法权益。

八、完善政策体系

(一)深化外贸体制改革。完善外贸政策协调机制，加强财税、金融、产业、贸易等政策之间的衔接和配合。完善外贸促进政策和体系。根据安全标准、环保标准、社会责任等要求，依法完善商品进出口管理。加强外贸行政审批事项下放后的监管体系建设，强化事中事后监管。优化通关、质检、退税、外汇管理方式等，加快海关特殊监管区域整合优化，支持跨境电子商务、外贸综合服务平台、市场采购贸易等新型贸易方式发展。

(二)加强贸易政策与产业政策的协调。适时修订产业结构调整指导目录和外商投资产业指导目录。促进战略性新兴产业国际化发展，密切跟踪世界科技和产业发展方向，突破一批关键核心技术，加快形成先导性、支柱性产业。加强贸易政策和产业政策的互动，鼓励优势产业产能向外拓展发展空间。加快产业布局调整，推进区域协调发展。进一步深化国际产业合作，提高国际竞争力。

(三)完善财税政策。在现有支持政策基础上进一步丰富和完善支持内容和方式，加强对社会资金的引导，改善公共服务，促进优化对外贸易结构和布局，推动创新发展、品牌培育、产品和服务质量提升及国际营销网络、境外服务机构建设。促进边境贸易发展。完善支持服务贸易发展的政策促进体系。进一步优化进出口关税结构。逐步实施国际通行的退税政策，进一步完善出口退税分担机制。

(四)完善金融政策。鼓励金融机构为企业在境外提供融资支持。支持金融机构灵活运用流动资金贷款等方式，加强对有效益的企业的信贷支持。积极创新外汇储备运用，通过外汇储备委托贷款等多种方式支持企业“走出去”。研究建立融资保险长期制度性安排，强化对外贸发展的促进和保障作用。扩大人民币在跨境贸易和投资中的使用，继续完善人民币汇率形成机制。鼓励金融机构向企业提供更多的直接或间接投融资产品，开发适应实体经济发展需要的避险产品和风险管理工具，帮助企业有效规避汇率风险。大力发展政府支持的融资担保和再担保机构，完善银担合作机制，不断创新产品和服务。鼓励金融机构“走出去”，加快金融机构海外布局，提高为实体企业服务的能力。

(五)提高公共服务能力。加强对重点市场相关法律、准入政策、技术法规等收集发布。加快技术性贸易措施公共信息服务平台建设。发挥驻外使领馆在提供市场信息、应对贸易摩擦等方面的作用。深化商协会管理体制改革，推动其在行业信息交流、行业标准体系建设、组织企业参加国内外展会、推进行业自律等方面发挥更大作用。加强外贸人才培养，营造良好的外贸人才发展环境。大力发展职业教育和培训，提升劳动者职业技能。

九、加强组织实施

培育外贸竞争新优势是一项长期的、涉及面广的系统工作，各有关方面要加强协调，形成合力。商务部要会同相关部门制订培育外贸竞争新优势的行动计划，建立协调工作机制。各部门要抓紧研究制订具体工作方案。地方各级人民政府要结合本地实际，出台有针对性的相关措施，抓好政策落实工作。

5、国务院转发关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见

党的十八届三中全会提出，要完善文化管理体制，推动公共文化服务社会化发展。十八届四中全会提出，要深入推进依法行政，加快建设法治政府，依法加强和规范公共服务，规范和引导各类社会组织健康发展。今年《政府工作报告》对深化文化体制改革、逐步推进基本公共文化服务标准化均等化作出明确部署。政府向社会力量购买公共文化服务，既是深入推进依法行政、转变政府职能、建设服务型政府的重要环节，也是规范和引导社会组织健康发展、推动公共文化服务社会化发展的重要途径，对于进一步深化文化体制改革，丰富公共文化服务供给，提高公共文化服务效能，满足人民群众精神文化和体育健身需求具有重要意义。根据《国务院办公厅关于政府向社会力量购买服务的指导意见》（国办发〔2013〕96号）有关要求，为加快推进政府向社会力量购买公共文化服务工作，现提出以下意见：

一、指导思想、基本原则和目标任务

(一) 指导思想。以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，按照党中央、国务院决策部署，以社会主义核心价值观为引领，按照深入推进依法行政、深化文化体制改革和构建现代公共文化服务体系的目标和要求，转变政府职能，推动公共文化服务社会化发展，逐步建立起适应社会主义市场经济的公共文化服务供给机制，为人民群众提供更加方便、快捷、优质、高效的公共文化服务。

(二) 基本原则。坚持正确导向，发挥引领作用。以人民为中心，坚持社会主义先进文化前进方向，将政府向社会力量购买的公共文化服务与培育践行社会主义核心价值观相结合、与传承弘扬中华优秀传统文化相融合，发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用。

明确政府主导，完善政策体系。加强对政府向社会力量购买公共文化服务工作的组织领导、政策支持、财政投入和监督管理，按照相关法律法规要求，坚持与文化、体育事业单位改革相衔接，坚持与完善文化、体育管理体制相衔接，制定中央与地方协同配套、操作性强的政府向社会力量购买公共文化服务政策体系和管理规范。

培育市场主体，丰富服务供给。进一步发挥市场在文化资源配置中的积极作用，推进政府向社会力量购买公共文化服务与培育社会化公共文化服务力量相结合，规范和引导社会组织健康发展，逐步构建多层次、多方式的公共文化服务供给体系。

立足群众需求，创新购买方式。以满足人民群众基本公共文化需求为目标，突出公共性和公益性，不断创新政府向社会力量购买公共文化服务模式，建立“自下而上、以需定供”的互动式、菜单式服务方式，推动公共文化服务供给与人民群众文化需求有效对接。

规范管理程序，注重服务实效。按照公开、公平、公正原则，建立健全政府向社会力量购买公共文化服务的工作机制，规范购买流程，稳步有序开展。坚持风险和责任对等原则，规范政府和社会力量合作关系，严格价格管理。加强绩效管理，完善群众评价和反馈机制，切实提高政府向社会力量购买公共文化服务的针对性和有效性。

(三) 目标任务。到 2020 年，在全国基本建立比较完善的政府向社会力量购买公共文化服务体系，形成与经济社会发展水平相适应、与人民群众精神文化和体育健身需求相符合的公共文化资源配置机制和供给机制，社会力量参与和提供公共文化服务的氛围更加浓厚，公共文化服务内容日益丰富，公共文化服务质量和效率显著提高。

二、积极有序推进政府向社会力量购买公共文化服务工作

(一) 明确购买主体。政府向社会力量购买公共文化服务的主体是承担提供公共文化与体育服务的各级行政机关。纳入行政编制管理且经费由财政负担的文化与体育群团组织，也可根据实际需要，通过购买服务方式提供公共文化服务。

(二) 科学选定承接主体。承接政府向社会力量购买公共文化服务的主体主要为具备提供公共文化服务能力，且依法在登记管理部门登记或经国务院批准免于登记的社会组织和符合条件的事业单位，以及依法在工商管理或行业主管部门登记成立的企业、机构等社会力量。各地要结合本地实际和拟购买公共文化服务的内容、特点，明确具体条件，秉持公开、公平、公正的遴选原则，科学选定承接主体。

(三) 明确购买内容。政府向社会力量购买公共文化服务的内容为符合先进文化前进方向、健康积极向上的，适合采取市场化方式提供、社会力量能够承担的公共文化服务，突出公共性和公益性并主动向社会公开。主要包括：公益性文化体育产品的创作与传播，公益性文化体育活动的组织与承办，中华优秀传统文化与民族民间传统体育的保护、传承与展示，公共文化体育设施的运营和管理，民办文化体育机构提供的免费或低收费服务等内容。

(四) 制定指导性目录。文化部、财政部、新闻出版广电总局、体育总局制定面向全国的政府向社会力量购买公共文化服务指导性目录。各地要按照转变政府职能的要求，结合本地经济社会发展水平、公共文化服务需求状况和财政预算安排情况，制定本地区政府向社会力量购买公共文化服务的指导性目录或具体购买目录。指导性目录和具体购买目录，应在总结经验的基础上，及时进行动态调整。

(五) 完善购买机制。各地要建立健全方式灵活、程序规范、标准明确、结果评价、动态调整的购买机制。结合公共文化服务的具体内容、特点和地方实际，按照政府采购有关规定，采用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源等方式确定承接主体，采取购买、委托、租赁、特许经营、战略合作等各种合同方式。建立以项目选定、信息发布、组织采购、项目监管、绩效评价为主要内容的规范化购买流程。根据所购买公共文化服务特点，分类制定内容明确、操作性强、便于考核的公共文化服务标准，方便承接主体掌握，便于购买主体监管。加强对服务提供全过程的跟踪监管和对服务成果的检查验收，检查验收结果应结合服务对象满意度调查，作为付款的重要依据。建立购买价格或财政补贴的动态调整机制，根据承接主体服务内容和质量，合理确定价格，避免获取暴利。

(六) 提供资金保障。政府向社会力量购买公共文化服务所需资金列入财政预算，从部门预算经费或经批准的专项资金等既有预算中统筹安排。逐步加大现有财政资金向社会力量购买公共文化服务的投入力度。对新增的公共文化服务内容，凡适于以购买服务实现的，原则上都要通过政府购买服务方式实施。

(七) 健全监管机制。加强对政府向社会力量购买公共文化服务的监督管理，建立健全政府购买的法律监督、行政监督、审计监督、纪检监督、社会监督、舆论监督制度，完善事前、事中和事后监管体系，严格遵守相关财政财务管理规定，确保购买行为公开透明、规范有效，坚决遏制和预防腐败现象。财政部门要加强对政府向社会力量购买公共文化服务资金的监管，监察、审计等部门要加强监督，文化、新闻出版广电、体育部门要按照职能分工将承接政府购买服务行为纳入监管体系。购买主体与承接主体应按照权责明确、规范高效的原则签订合同，严格遵照合同约定，避免出现行政干预行为。购买主体应建立健全内部监督管理制度，按规定公开购买服务的相关信息，自觉接受审计监督、社会监督和舆论监督。承接主体应主动接受购买主体的监管，健全财务报告制度，严格按照服务合同履行服务任务，保证服务数量、质量和效果，严禁服务转包行为。

(八) 加强绩效评价。健全由购买主体、公共文化服务对象以及第三方共同参与的综合评审机制；加强对购买公共文化服务项目的绩效评价，建立长效跟踪机制。在绩效评价体系中，要侧重服务对象对公共文化服务的满意度评价。政府向社会力量购买公共文化服务的绩效评价结果要向社会公布，并作为以后年度编制政府向社会力量购买公共文化服务预算和选择政府向社会力量购买公共文化服务承接主体的重要参考依据。

三、营造政府向社会力量购买公共文化服务的良好环境

(一) 加强组织领导。政府向社会力量购买公共文化服务，是保障和改善民生的一项重要工作，事关人民群众切身利益，也是进一步转变政府职能、创新文化与体育管理方式的重要抓手。各地要高度重视，切实加强组织领导，建立健全政府统一领导，文化、财政、新闻出版广电、体育部门负责，社会力量广泛参与的工作机制，逐步使政府向社会力量购买公共文化服务工作制度化、规范化和科学化。

(二) 强化沟通协调。各地要建立健全政府向社会力量购买公共文化服务的协调机制，文化、财政、新闻出版广电、体育部门要密切配合，注重协调沟通，整合资源，共同研究政府向社会力量购买公共文化服务有关重要事项，及时发现和解决工作中出现的问题，统筹推进政府向社会力量购买公共文化服务工作。

(三) 注重宣传引导。各地要充分利用各种媒体，广泛宣传实施政府向社会力量购买公共文化服务工作的重要意义、主要内容、政策措施和流程安排，精心做好政策解读，加强正面舆论引导，主动回应社会关切，充分调动社会参与的积极性，为推进政府向社会力量购买公共文化服务营造良好的工作环境和舆论氛围。

(四) 严格监督管理。建立政府向社会力量购买公共文化服务信用档案。对在购买服务实施过

程中，发现承接主体不符合资质要求、歪曲服务主旨、弄虚作假、冒领财政资金等违法违规行为的，记入信用档案，并按照相关法律法规进行处罚，对造成社会重大恶劣影响的，禁止再次参与政府购买公共文化服务工作。

6、国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见

深化高等学校创新创业教育改革，是国家实施创新驱动发展战略、促进经济提质增效升级的迫切需要，是推进高等教育综合改革、促进高校毕业生更高质量创业就业的重要举措。党的十八大对创新创业人才培养作出重要部署，国务院对加强创新创业教育提出明确要求。近年来，高校创新创业教育不断加强，取得了积极进展，对提高高等教育质量、促进学生全面发展、推动毕业生创业就业、服务国家现代化建设发挥了重要作用。但也存在一些不容忽视的突出问题，主要是一些地方和高校重视不够，创新创业教育理念滞后，与专业教育结合不紧，与实践脱节；教师开展创新创业教育的意识和能力欠缺，教学方式方法单一，针对性实效性不强；实践平台短缺，指导帮扶不到位，创新创业教育体系亟待健全。为了进一步推动大众创业、万众创新，经国务院同意，现就深化高校创新创业教育改革提出如下实施意见。

一、总体要求

(一)指导思想。

全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，坚持创新引领创业、创业带动就业，主动适应经济发展新常态，以推进素质教育为主题，以提高人才培养质量为核心，以创新人才培养机制为重点，以完善条件和政策保障为支撑，促进高等教育与科技、经济、社会紧密结合，加快培养规模宏大、富有创新精神、勇于投身实践的创新创业人才队伍，不断提高高等教育对稳增长促改革调结构惠民生的贡献度，为建设创新型国家、实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦提供强大的人才智力支撑。

(二)基本原则。

坚持育人为本，提高培养质量。把深化高校创新创业教育改革作为推进高等教育综合改革的突破口，树立先进的创新创业教育理念，面向全体、分类施教、结合专业、强化实践，促进学生全面发展，提升人力资本素质，努力造就大众创业、万众创新的生力军。

坚持问题导向，补齐培养短板。把解决高校创新创业教育存在的突出问题作为深化高校创新创业教育改革的着力点，融入人才培养体系，丰富课程、创新教法、强化师资、改进帮扶，推进教学、

科研、实践紧密结合，突破人才培养薄弱环节，增强学生的创新精神、创业意识和创新创业能力。

坚持协同推进，汇聚培养合力。把完善高校创新创业教育体制机制作为深化高校创新创业教育改革的支撑点，集聚创新创业教育要素与资源，统一领导、齐抓共管、开放合作、全员参与，形成全社会关心支持创新创业教育和学生创新创业的良好生态环境。

(三) 总体目标。

2015年起全面深化高校创新创业教育改革。2017年取得重要进展，形成科学先进、广泛认同、具有中国特色的创新创业教育理念，形成一批可复制可推广的制度成果，普及创新创业教育，实现新一轮大学生创业引领计划预期目标。到2020年建立健全课堂教学、自主学习、结合实践、指导帮扶、文化引领融为一体的高校创新创业教育体系，人才培养质量显著提升，学生的创新精神、创业意识和创新创业能力明显增强，投身创业实践的学生显著增加。

二、主要任务和措施

(一) 完善人才培养质量标准。

制订实施本科专业类教学质量国家标准，修订实施高职高专专业教学标准和博士、硕士学位基本要求，明确本科、高职高专、研究生创新创业教育目标要求，使创新精神、创业意识和创新创业能力成为评价人才培养质量的重要指标。相关部门、科研院所、行业企业要制修订专业人才评价标准，细化创新创业素质能力要求。不同层次、类型、区域高校要结合办学定位、服务面向和创新创业教育目标要求，制订专业教学质量标准，修订人才培养方案。

(二) 创新人才培养机制。

实施高校毕业生就业和重点产业人才供需年度报告制度，完善学科专业预警、退出管理办法，探索建立需求导向的学科专业结构和创业就业导向的人才培养类型结构调整新机制，促进人才培养与经济社会发展、创业就业需求紧密对接。深入实施系列“卓越计划”、科教结合协同育人行动计划等，多形式举办创新创业教育实验班，探索建立校校、校企、校地、校所以及国际合作的协同育人新机制，积极吸引社会资源和国外优质教育资源投入创新创业人才培养。高校要打通一级学科或专业类下相近学科专业的基础课程，开设跨学科专业的交叉课程，探索建立跨院系、跨学科、跨专业交叉培养创新创业人才的新机制，促进人才培养由学科专业单一型向多学科融合型转变。

(三) 健全创新创业教育课程体系。

各高校要根据人才培养定位和创新创业教育目标要求，促进专业教育与创新创业教育有机融合，调整专业课程设置，挖掘和充实各类专业课程的创新创业教育资源，在传授专业知识过程中加强创新创业教育。面向全体学生开发开设研究方法、学科前沿、创业基础、就业创业指导等方面的必修课和选修课，纳入学分管理，建设依次递进、有机衔接、科学合理的创新创业教育专门课程群。各地区、各高校要加快创新创业教育优质课程信息化建设，推出一批资源共享的慕课、视频公开课等在线开放课程。建立在线开放课程学习认证和学分认定制度。组织学科带头人、行业企业优秀人才，联合编写具有科学性、先进性、适用性的创新创业教育重点教材。

(四)改革教学方法和考核方式。

各高校要广泛开展启发式、讨论式、参与式教学，扩大小班化教学覆盖面，推动教师把国际前沿学术发展、最新研究成果和实践经验融入课堂教学，注重培养学生的批判性和创造性思维，激发创新创业灵感。运用大数据技术，掌握不同学生学习需求和规律，为学生自主学习提供更加丰富多样的教育资源。改革考试考核内容和方式，注重考查学生运用知识分析、解决问题的能力，探索非标准答案考试，破除“高分低能”积弊。

(五)强化创新创业实践。

各高校要加强专业实验室、虚拟仿真实验室、创业实验室和训练中心建设，促进实验教学平台共享。各地区、各高校科技创新资源原则上向全体在校学生开放，开放情况纳入各类研究基地、重点实验室、科技园评估标准。鼓励各地区、各高校充分利用各种资源建设大学科技园、大学生创业园、创业孵化基地和小微企业创业基地，作为创业教育实践平台，建好一批大学生校外实践教育基地、创业示范基地、科技创业实习基地和职业院校实训基地。完善国家、地方、高校三级创新创业实训教学体系，深入实施大学生创新创业训练计划，扩大覆盖面，促进项目落地转化。举办全国大学生创新创业大赛，办好全国职业院校技能大赛，支持举办各类科技创新、创意设计、创业计划等专题竞赛。支持高校学生成立创新创业协会、创业俱乐部等社团，举办创新创业讲座论坛，开展创新创业实践。

(六)改革教学和学籍管理制度。

各高校要设置合理的创新创业学分，建立创新创业学分积累与转换制度，探索将学生开展创新实验、发表论文、获得专利和自主创业等情况折算为学分，将学生参与课题研究、项目实验等活动认定为课堂学习。为有意愿有潜质的学生制定创新创业能力培养计划，建立创新创业档案和成绩单，客观记录并量化评价学生开展创新创业活动情况。优先支持参与创新创业的学生转入相关专业学习。实施弹性学制，放宽学生修业年限，允许调整学业进程、保留学籍休学创新创业。设立创新创业奖学金，并在现有相关评优评先项目中拿出一定比例用于表彰优秀创新创业的学生。

(七)加强教师创新创业教育教学能力建设。

各地区、各高校要明确全体教师创新创业教育责任，完善专业技术职务评聘和绩效考核标准，加强创新创业教育的考核评价。配齐配强创新创业教育与创业就业指导专职教师队伍，并建立定期考核、淘汰制度。聘请知名科学家、创业成功者、企业家、风险投资人等各行各业优秀人才，担任专业课、创新创业课授课或指导教师，并制定兼职教师管理规范，形成全国万名优秀创新创业导师人才库。将提高高校教师创新创业教育的意识和能力作为岗前培训、课程轮训、骨干研修的重要内容，建立相关专业教师、创新创业教育专职教师到行业企业挂职锻炼制度。加快完善高校科技成果处置和收益分配机制，支持教师以对外转让、合作转化、作价入股、自主创业等形式将科技成果产业化，并鼓励带领学生创新创业。

(八)改进学生创业指导服务。

各地区、各高校要建立健全学生创业指导服务专门机构，做到“机构、人员、场地、经费”四到位，对自主创业学生实行持续帮扶、全程指导、一站式服务。健全持续化信息服务制度，完善全国大学生创业服务网功能，建立地方、高校两级信息服务平台，为学生实时提供国家政策、市场动向等信息，并做好创业项目对接、知识产权交易等服务。各地区、各有关部门要积极落实高校学生创业培训政策，研发适合学生特点的创业培训课程，建设网络培训平台。鼓励高校自主编制专项培训计划，或与有条件的教育培训机构、行业协会、群团组织、企业联合开发创业培训项目。各地区和具备条件的行业协会要针对区域需求、行业发展，发布创业项目指南，引导高校学生识别创业机会、捕捉创业商机。

(九)完善创新创业资金支持和政策保障体系。

各地区、各有关部门要整合发展财政和社会资金，支持高校学生创新创业活动。各高校要优化经费支出结构，多渠道统筹安排资金，支持创新创业教育教学，资助学生创新创业项目。部委属高校应按规定使用中央高校基本科研业务费，积极支持品学兼优且具有较强科研潜质的在校学生开展创新科研工作。中国教育发展基金会设立大学生创新创业教育奖励基金，用于奖励对创新创业教育作出贡献的单位。鼓励社会组织、公益团体、企事业单位和个人设立大学生创业风险基金，以多种形式向自主创业大学生提供资金支持，提高扶持资金使用效益。深入实施新一轮大学生创业引领计划，落实各项扶持政策和服务措施，重点支持大学生到新兴产业创业。有关部门要加快制定有利于互联网创业的扶持政策。

三、加强组织领导

(一)健全体制机制。

各地区、各高校要把深化高校创新创业教育改革作为“培养什么人，怎样培养人”的重要任务摆在突出位置，加强指导管理与监督评价，统筹推进本地本校创新创业教育工作。各地区要成立创新创业教育专家指导委员会，开展高校创新创业教育的研究、咨询、指导和服务。各高校要落实创新创业教育主体责任，把创新创业教育纳入改革发展重要议事日程，成立由校长任组长、分管校领导任副组长、有关部门负责人参加的创新创业教育工作领导小组，建立教务部门牵头，学生工作、团委等部门齐抓共管的创新创业教育工作机制。

(二)细化实施方案。

各地区、各高校要结合实际制定深化本地本校创新创业教育改革的实施方案，明确责任分工。教育部属高校需将实施方案报教育部备案，其他高校需报学校所在地省级教育部门和主管部门备案，备案后向社会公布。

(三)强化督导落实。

教育部门要把创新创业教育质量作为衡量办学水平、考核领导班子的重要指标，纳入高校教育教学评估指标体系和学科评估指标体系，引入第三方评估。把创新创业教育相关情况列入本科、高职高专、研究生教学质量年度报告和毕业生就业质量年度报告重点内容，接受社会监督。

(四)加强宣传引导。

各地区、各有关部门以及各高校要大力宣传加强高校创新创业教育的必要性、紧迫性、重要性，使创新创业成为管理者办学、教师教学、学生求学的理性认知与行动自觉。及时总结推广各地各高校的好经验好做法，选树学生创新创业成功典型，丰富宣传形式，培育创客文化，努力营造敢为人先、敢冒风险、宽容失败的氛围环境。

7、三部委：健康险税优四直辖市首批试点 月薪 5000 每年减税 72 元

继 5 月 6 日国务院常务会议决定试点对购买商业健康保险给予个人所得税优惠后，5 月 12 日，财政部、保监会、国家税务总局联合发布通知，明确开展商业健康保险个人所得税政策试点，对试点地区个人购买符合规定的商业健康保险产品的支出，可视支出情况，将个税起征点每月最高提升 200 元。同时，选取北京、上海、天津、重庆四个直辖市全市试点，各省、自治区分别选择一个试点城市。

年均 2400 元的限额，也就是每个月能从税前列支 200 元，每个月减免的税收金额有限，因此购买健康险的成本不会大幅度下降。虽然这个税优政策直接给予个人经济上的优惠其实非常有限，但会让更多的人去了解健康保险，所带动的市场空间将是非常巨大的。此外，险企也会为了这个税收政策加强对产品的管理，使得产品的定价更合理。

8、关于开展商业健康保险个人所得税政策试点工作的通知

为贯彻落实《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》（国发〔2013〕40 号）精神，经国务院批准，现就开展商业健康保险有关个人所得税政策试点工作有关问题通知如下：

一、对试点地区个人购买符合规定的商业健康保险产品的支出，允许在当年（月）计算应纳税所得额时予以税前扣除，扣除限额为 2400 元/年（200 元/月）。试点地区企事业单位统一组织并为员工购买符合规定的商业健康保险产品的支出，应分别计入员工个人工资薪金，视同个人购买，按上述限额予以扣除。

2400 元/年（200 元/月）的限额扣除为个人所得税法规定减除费用标准之外的扣除。

二、适用商业健康保险税收优惠政策的纳税人，是指试点地区取得工资薪金所得、连续性劳务报酬所得的个人，以及取得个体工商户生产经营所得、对企事业单位的承包承租经营所得的个体工商户业主、个人独资企业投资者、合伙企业合伙人和承包承租经营者。

三、符合规定的商业健康保险产品，是指由保监会研发并会同财政部、税务总局联合发布的适合大众的综合健康保险产品。待产品发布后，纳税人可按统一政策规定享受税收优惠政策，税务部门按规定执行。

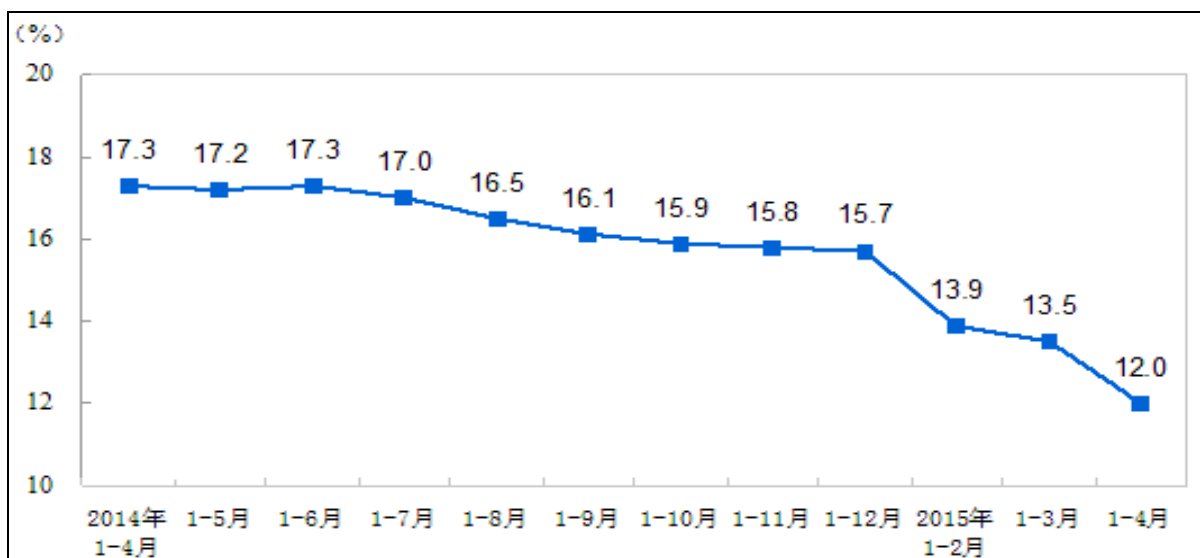
四、为确保商业健康保险个人所得税政策试点平稳实施，拟在各地选择一个中心城市开展试点工作。其中，北京、上海、天津、重庆四个直辖市全市试点，各省、自治区分别选择一个人口规模较大且具有较高综合管理能力的试点城市。各省级财政、税务和保监部门应及时研究制定试点工作方案，分别上报省级人民政府确定，并于 2015 年 6 月 30 日前联合上报财政部、税务总局和保监会审核备案。

二、经济观察

1、2015 年 1-4 月份全国固定资产投资（不含农户）增长 12.0%

2015 年 1-4 月份，全国固定资产投资（不含农户）119979 亿元，同比名义增长 12.0%，增速比 1-3 月份回落 1.5 个百分点。从环比速度看，4 月份固定资产投资（不含农户）增长 0.89%。

图表 1 2014 年 1 月-2015 年 4 月固定资产投资同比增速



注明：不含农户

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分产业看，1-4 月份，第一产业投资 2712 亿元，同比增长 26.4%，增速比 1-3 月份回落 6.4 个百分点；第二产业投资 49176 亿元，增长 9.8%，增速回落 1.2 个百分点；第三产业投资 68090 亿元，增长 13.2%，增速回落 1.5 个百分点。

第二产业中，工业投资 48465 亿元，同比增长 9.9%，增速比 1-3 月份回落 0.8 个百分点；其中，采矿业投资 2390 亿元，下降 7.8%，降幅扩大 3.7 个百分点；制造业投资 40819 亿元，增长 9.9%，增速回落 0.5 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业投资 5256 亿元，增长 20.3%，增速回落 1.1 个百分点。

第三产业中，基础设施投资（不含电力）20299 亿元，同比增长 20.4%，增速比 1-3 月份回落 2.7 个百分点。其中，水利管理业投资增长 15.1%，增速回落 0.7 个百分点；公共设施管理业投资增长 19.9%，增速回落 3.6 个百分点；道路运输业投资增长 21.6%，增速回落 2.2 个百分点；铁路运输业投资增长 20.9%，增速提高 6.0 个百分点。

分地区看，1-4 月份，东部地区投资 59613 亿元，同比增长 10.9%，增速比 1-3 月份回落 1.3 个百分点；中部地区投资 32244 亿元，增长 15.5%，增速回落 0.4 个百分点；西部地区投资 27256 亿元，增长 10.2%，增速回落 2.4 个百分点。

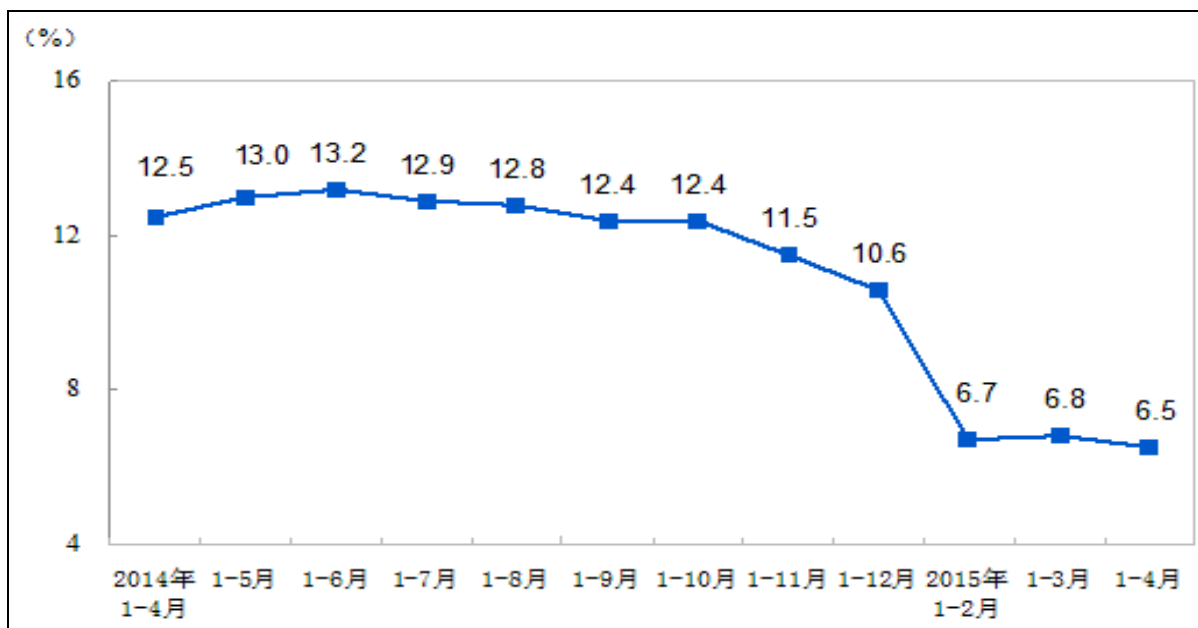
分登记注册类型看，1-4 月份，内资企业投资 113552 亿元，同比增长 12.3%，增速比 1-3 月份回落 1.5 个百分点；港澳台商投资 3102 亿元，增长 11.1%，增速回落 2.9 个百分点；外商投资 2925 亿元，增长 2.5%，增速回落 0.1 个百分点。

从项目隶属关系看，1-4 月份，中央项目投资 4996 亿元，同比增长 8.1%，增速比 1-3 月份回落 4.7 个百分点；地方项目投资 114982 亿元，增长 12.2%，增速回落 1.3 个百分点。

从施工和新开工项目情况看，1-4 月份，施工项目计划总投资 628444 亿元，同比增长 5.4%，增速比 1-3 月份回落 1.6 个百分点；新开工项目计划总投资 93329 亿元，增长 0.2%，增速回落 5.9 个百分点。

从到位资金情况看，1-4 月份，固定资产投资到位资金 146177 亿元，同比增长 6.5%，增速比 1-3 月份回落 0.3 个百分点。其中，国家预算资金增长 7.2%，增速回落 3.8 个百分点；国内贷款下降 2.1%，降幅缩小 1.6 个百分点；自筹资金增长 10.2%，增速回落 1.1 个百分点；利用外资下降 28.9%，降幅缩小 4.6 个百分点；其他资金下降 1.1%，降幅缩小 0.1 个百分点。

图表 2 2014 年 1 月-2015 年 4 月固定资产投资到位资金同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 3 2015 年 1-4 月份固定资产投资主要数据

指标	2015 年 1-4 月份	
	绝对量	同比增长 (%)
固定资产投资 (不含农户) (亿元)	119979	12.0
其中: 国有控股	36558	11.7
分项目隶属关系		
中央项目	4996	8.1
地方项目	114982	12.2
按构成分		
建筑安装工程	83575	13.2
设备工器具购置	22374	11.3
其他费用	14030	6.5
分产业		
第一产业	2712	26.4
第二产业	49176	9.8
第三产业	68090	13.2
分行业		
农林牧渔业	3342	26.6
采矿业	2390	-7.8
其中: 煤炭开采和洗选业	695	-19.2
石油和天然气开采业	647	0.2
黑色金属矿采选业	267	-11.9
有色金属矿采选业	280	-5.6
非金属矿采选业	431	6.7
制造业	40819	9.9
其中: 农副食品加工业	2056	9.4
食品制造业	1076	22.8
纺织业	1367	10.2
化学原料和化学制品制造业	3591	7.5
医药制造业	1233	11.7
橡胶和塑料制品业	1444	4.4
非金属矿物制品业	3706	9.9
黑色金属冶炼和压延加工业	995	-9.7
有色金属冶炼和压延加工业	1304	4.2
金属制品业	2155	13.2

通用设备制造业	3022	7.9
专用设备制造业	2788	8.3
汽车制造业	2542	8.4
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	750	3.3
电气机械和器材制造业	2726	11.9
计算机、通信和其他电子设备制造业	2303	19.1
电力、热力、燃气及水生产和供应业	5256	20.3
其中：电力、热力生产和供应业	4045	20.7
建筑业	848	1.8
交通运输、仓储和邮政业	10312	21.3
其中：铁路运输业	1392	20.9
道路运输业	6257	21.6
水利、环境和公共设施管理业	10756	19.4
其中：水利管理业	1525	15.1
公共设施管理业	8846	19.9
教育	1613	20.1
卫生和社会工作	1010	26.4
文化、体育和娱乐业	1480	8.9
公共管理、社会保障和社会组织	1394	11.0
分注册类型		
其中：内资企业	113552	12.3
港澳台商投资企业	3102	11.1
外商投资企业	2925	2.5
分施工和新开工项目		
施工项目计划总投资	628444	5.4
新开工项目计划总投资	93329	0.2
固定资产投资（不含农户）到位资金	146177	6.5
其中：国家预算资金	6516	7.2
国内贷款	18375	-2.1
利用外资	894	-28.9
自筹资金	101682	10.2
其他资金	18709	-1.1

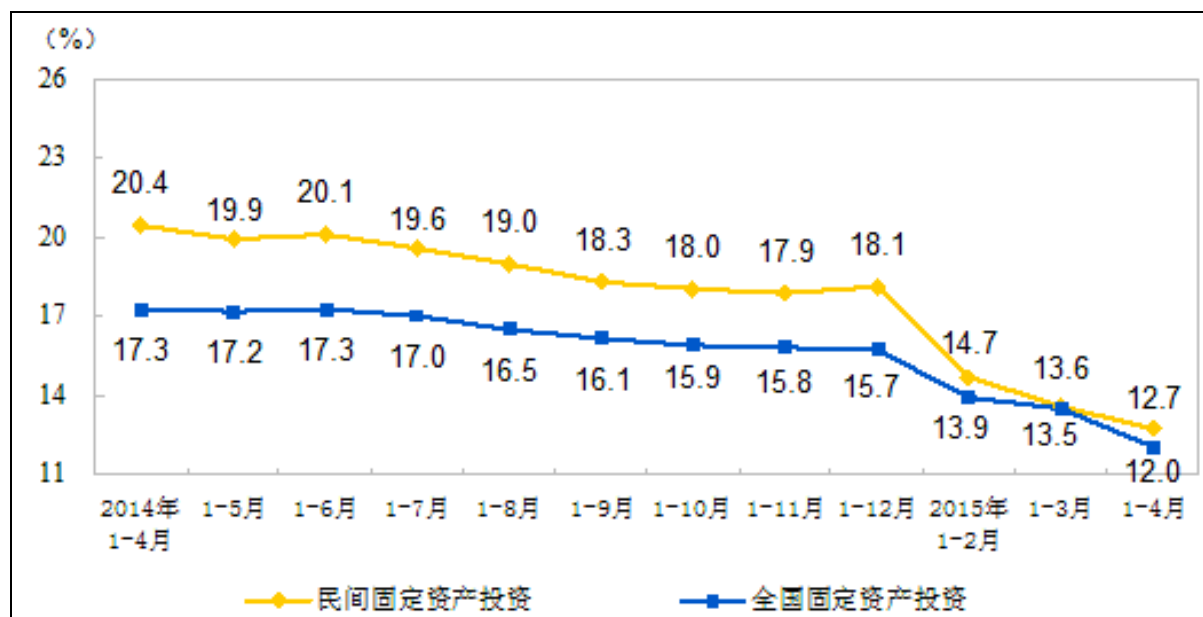
注明：不含农户

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2、2015 年 1-4 月份民间固定资产投资增长 12.7%

2015 年 1-4 月份，民间固定资产投资 78355 亿元，同比名义增长 12.7%，增速比 1-3 月份回落 0.9 个百分点。民间固定资产投资占全国固定资产投资（不含农户）的比重为 65.3%，比 1-3 月份提高 0.3 个百分点。

图表 4 2014 年 1 月-2015 年 4 月民间固定资产投资和全国固定资产投资增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分地区看，东部地区民间固定资产投资 40525 亿元，同比增长 12.8%，增速比 1-3 月份回落 0.8 个百分点；中部地区 23381 亿元，增长 16.9%，增速加快 0.2 个百分点；西部地区 14449 亿元，增长 6.2%，增速回落 3.2 个百分点。

分产业看，第一产业民间固定资产投资 2264 亿元，同比增长 33.7%，增速比 1-3 月份回落 4.2 个百分点；第二产业 38912 亿元，增长 11.6%，增速回落 0.6 个百分点；第三产业 37179 亿元，增长 12.7%，增速回落 1.4 个百分点。

第二产业中，工业民间固定资产投资 38589 亿元，同比增长 11.7%，增速比 1-3 月份回落 0.4 个百分点。其中，采矿业 1316 亿元，下降 9.6%，降幅与 1-3 月份持平；制造业 35453 亿元，增长 11.6%，增速回落 0.4 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业 1821 亿元，增长 36.3%，增速回落 0.3 个百分点。

图表 5 2015 年 1-4 月份民间固定资产投资主要数据

指标	1-4 月份	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
民间固定资产投资	78355	12.7
分地区		
东部地区	40525	12.8
中部地区	23381	16.9
西部地区	14449	6.2
分产业		
第一产业	2264	33.7
第二产业	38912	11.6
第三产业	37179	12.7
分行业		
农林牧渔业	2576	32.4
采矿业	1316	-9.6
其中：煤炭开采和洗选业	405	-16.8
石油和天然气开采业	36	-32.2
黑色金属矿采选业	226	-11.9
有色金属矿采选业	204	-7.4
非金属矿采选业	401	4.3
制造业	35453	11.6
其中：非金属矿物制品业	3540	11.2
黑色金属冶炼和压延加工业	768	-11.8
有色金属冶炼和压延加工业	1113	6.5
通用设备制造业	2807	9.7
专用设备制造业	2552	13.3
汽车制造业	1891	9.3
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	530	-4.6
电气机械和器材制造业	2429	10.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	1470	23.7
电力、热力、燃气及水生产和供应业	1821	36.3
其中：电力、热力生产和供应业	1301	40.7
建筑业	421	4.0
交通运输、仓储和邮政业	2592	25.6

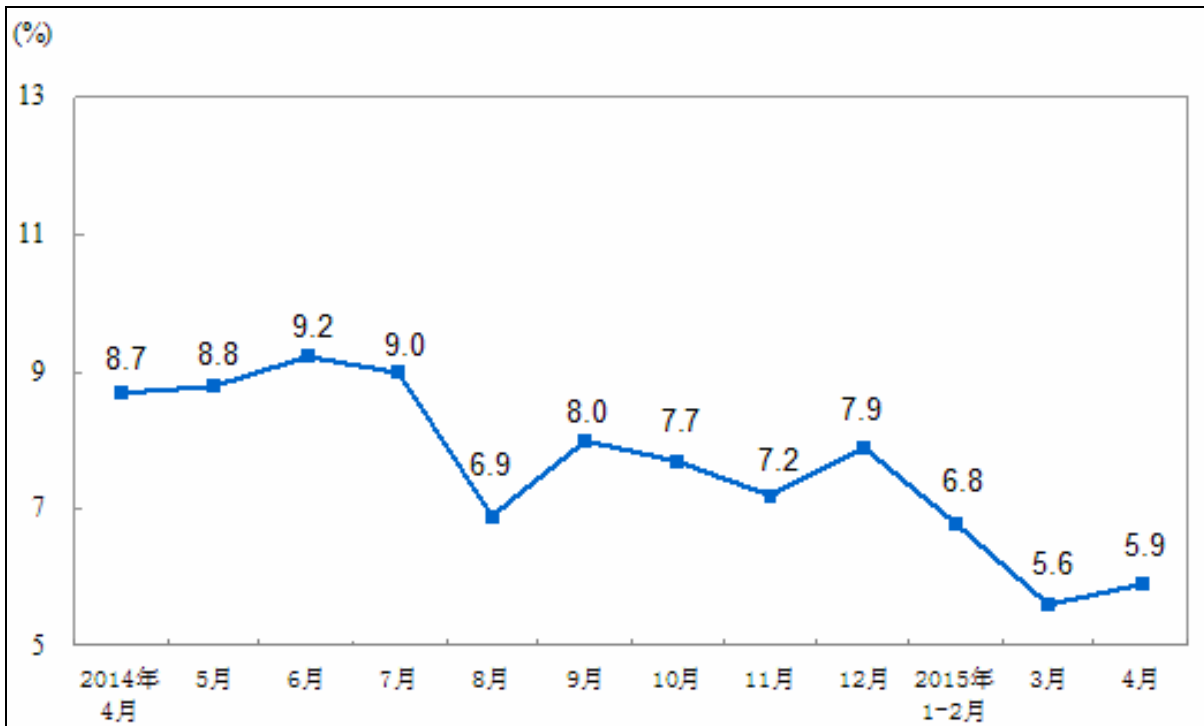
其中：铁路运输业	65	23.4
道路运输业	929	33.0
水利、环境和公共设施管理业	2917	29.6
其中：水利管理业	218	27.3
公共设施管理业	2541	29.5
教育	476	22.7
卫生和社会工作	399	56.5
文化、体育和娱乐业	860	16.2
公共管理、社会保障和社会组织	487	24.8

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2015年4月份规模以上工业增加值增长5.9%

2015年4月份，规模以上工业增加值同比实际增长5.9%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比3月份加快0.3个百分点。从环比看，4月份，规模以上工业增加值比上月增长0.57%。1-4月份，规模以上工业增加值同比增长6.2%。

图表6 2014年4月-2015年4月规模以上工业增加值同比增长速度



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分三大门类看，4月份，采矿业增加值同比增长2.8%，制造业增长6.5%，电力、热力、燃气及

水生产和供应业增长 2.0%。

分经济类型看，4 月份，国有控股企业增加值同比增长 1.9%，集体企业增长 0.4%，股份制企业增长 7.4%，外商及港澳台商投资企业增长 2.9%。

分行业看，4 月份，41 个大类行业中有 38 个行业增加值保持同比增长。其中，农副食品加工业增长 2.3%，纺织业增长 6.6%，化学原料和化学制品制造业增长 10.6%，非金属矿物制品业增长 4.2%，黑色金属冶炼和压延加工业增长 6.1%，有色金属冶炼和压延加工业增长 8.2%，通用设备制造业增长 2.6%，专用设备制造业增长 2.4%，汽车制造业增长 5.0%，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业增长 9.2%，电气机械和器材制造业增长 6.5%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长 10.2%，电力、热力生产和供应业增长 0.7%。

分地区看，4 月份，东部地区增加值同比增长 6.5%，中部地区增长 6.5%，西部地区增长 7.3%，东北地区下降 4.2%。

分产品看，4 月份，565 种产品中有 290 种产品同比增长。其中，钢材 9641 万吨，同比增长 3.4%；水泥 20865 万吨，下降 7.3%；十种有色金属 417 万吨，增长 9.7%；乙烯 123 万吨，下降 7.6%；汽车 209.6 万辆，下降 0.3%；轿车 96.6 万辆，下降 11.2%；原煤 29802 万吨，下降 7.4%；发电量 4450 亿千瓦时，增长 1.0%；原油加工量 4313 万吨，增长 6.9%。

4 月份，工业企业产品销售率为 97.7%，比上年同期下降 0.2 个百分点。工业企业实现出口交货值 9323 亿元，同比名义下降 2.9%。

图表 7 2015 年 4 月份规模以上工业生产主要数据

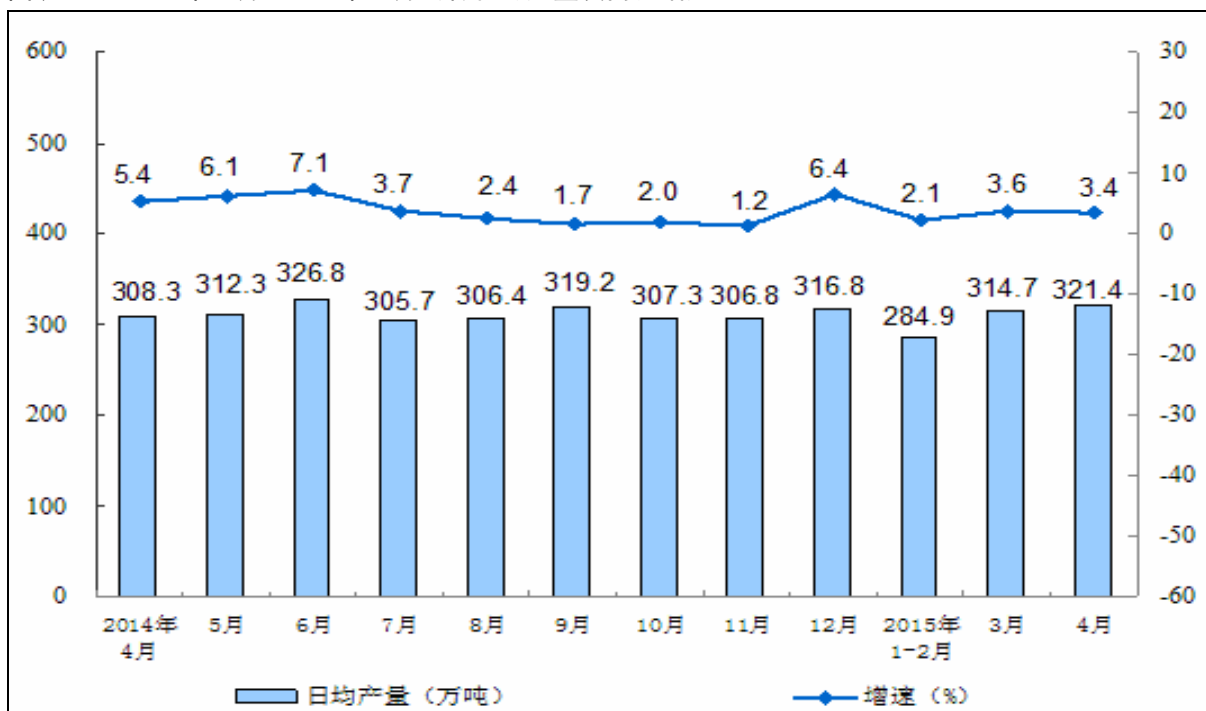
	4 月		1-4 月	
	绝对量	同比增长 (%)	绝对量	同比增长 (%)
一、规模以上工业增加值	...	5.9	...	6.2
分三大门类				
采矿业	...	2.8	...	3.1
制造业	...	6.5	...	7.0
电力、热力、燃气及水生产和供应业	...	2.0	...	2.2
分经济类型				
国有控股企业	...	1.9	...	1.7
集体企业	...	0.4	...	1.9
股份制企业	...	7.4	...	7.4
外商及港澳台商投资企业	...	2.9	...	3.9

主要行业增加值				
农副食品加工业	...	2.3	...	4.2
食品制造业	...	5.9	...	6.3
纺织业	...	6.6	...	6.6
化学原料和化学制品制造业	...	10.6	...	9.8
医药制造业	...	11.4	...	11.0
橡胶和塑料制品业	...	7.2	...	8.0
非金属矿物制品业	...	4.2	...	6.6
黑色金属冶炼和压延加工业	...	6.1	...	4.7
有色金属冶炼和压延加工业	...	8.2	...	10.6
金属制品业	...	7.3	...	8.6
通用设备制造业	...	2.6	...	3.6
专用设备制造业	...	2.4	...	2.0
汽车制造业	...	5.0	...	6.9
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	...	9.2	...	11.7
电气机械和器材制造业	...	6.5	...	7.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	...	10.2	...	11.5
电力、热力生产和供应业	...	0.7	...	1.1
主要产品产量				
布(亿米)	58	1.4	210	3.7
硫酸(折100%)(万吨)	747	5.1	2945	6.6
烧碱(折100%)(万吨)	251	-0.8	1009	-1.0
乙烯(万吨)	123	-7.6	566	1.5
化学纤维(万吨)	400	9.2	1469	11.1
水泥(万吨)	20865	-7.3	63616	-4.8
平板玻璃(万重量箱)	6142	-11.2	25324	-6.4
生铁(万吨)	5949	-2.1	23613	-2.5
粗钢(万吨)	6891	-0.7	27007	-1.3
钢材(万吨)	9641	3.4	36109	2.1
十种有色金属(万吨)	417	9.7	1631	8.3
氧化铝(万吨)	478	16.9	1875	15.2
金属切削机床(万台)	7	-1.4	26	-1.5
汽车(万辆)	209.6	-0.3	835.3	3.2
轿车(万辆)	96.6	-11.2	411.1	-2.8
发电机组(发电设备)(万千瓦)	992	-11.3	4446	0.6

微型计算机设备(万台)	2382	-10.5	9293	-12.6
移动通信手持机(万台)	12799	-5.0	49105	-3.4
集成电路(亿块)	89	9.3	321	10.4
原煤(万吨)	29802	-7.4	115026	-6.1
焦炭(万吨)	3743	-3.4	15012	-2.3
发电量(亿千瓦时)	4450	1.0	17593	0.2
火力发电量(亿千瓦时)	3409	-2.8	13919	-3.5
水力发电量(亿千瓦时)	702	11.5	2414	15.3
原油加工量(万吨)	4313	6.9	17052	4.9
天然原油(万吨)	1750	2.8	6974	1.8
天然气(亿立方米)	94	-2.9	430	3.3
产品销售率(%)	97.7	-0.2(百分点)	97.4	0.1(百分点)
出口交货值(亿元)	9323	-2.9	35735	1.1

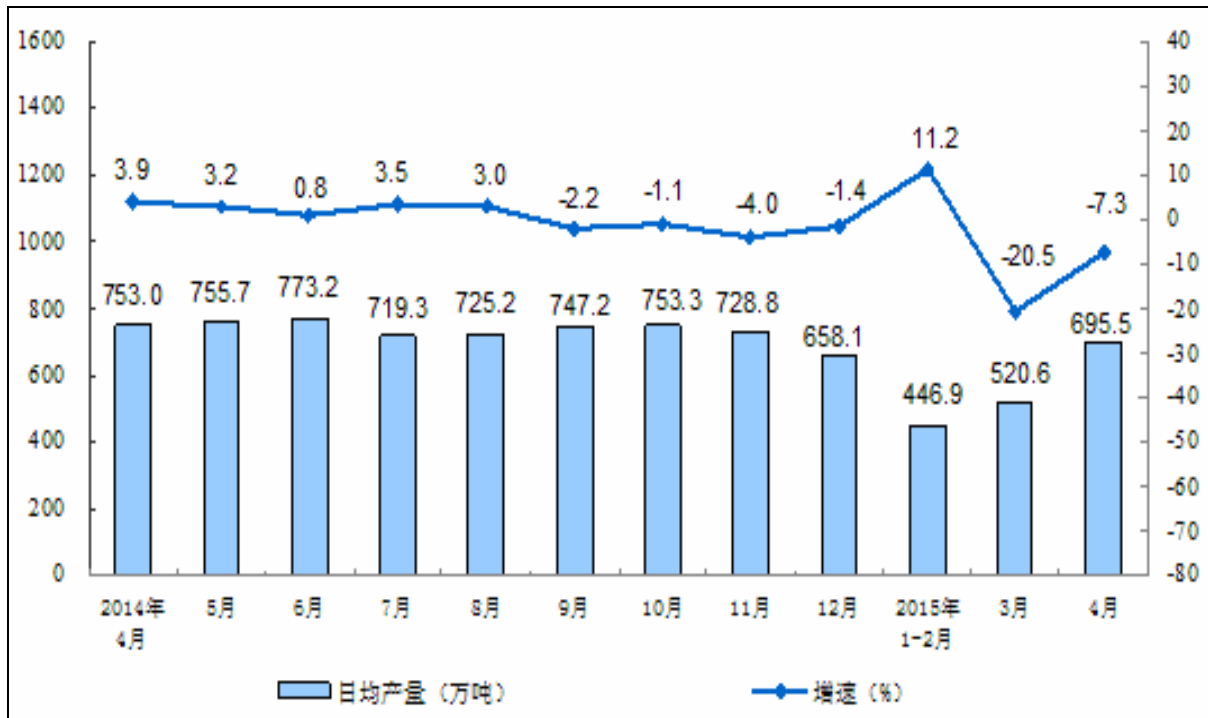
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 8 2014 年 4 月-2015 年 4 月钢材日均产量及同比增速



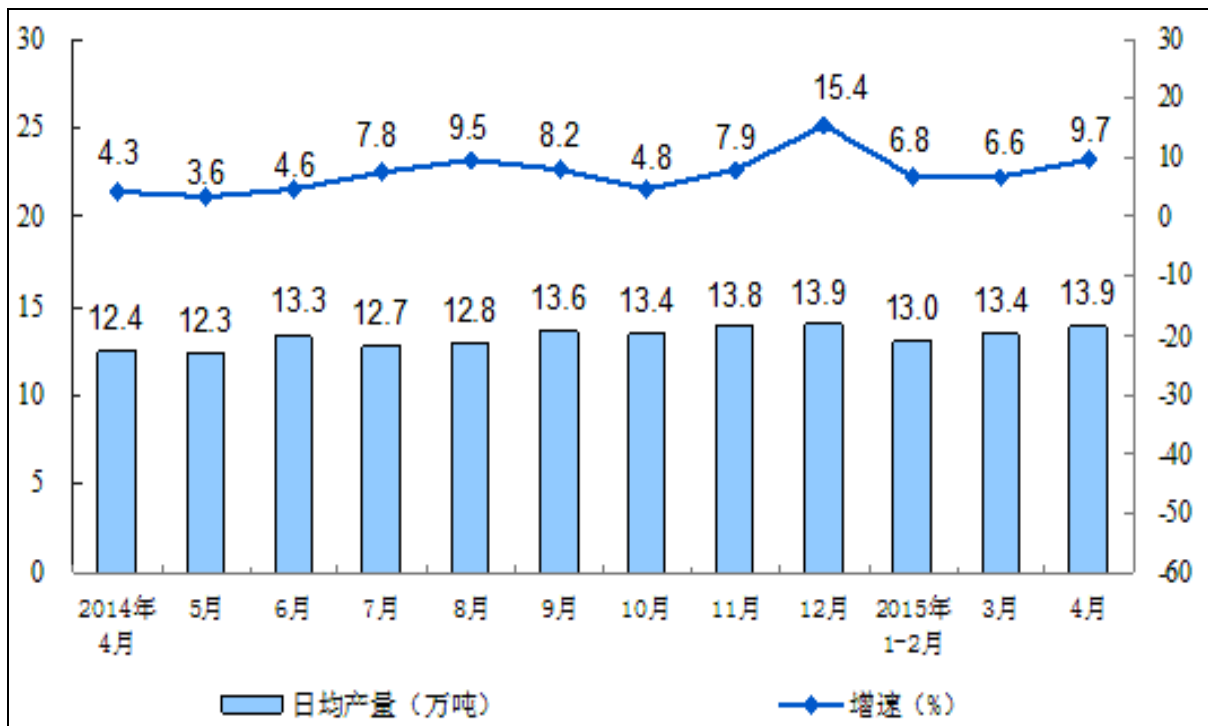
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 9 2014 年 4 月-2015 年 4 月水泥日均产量及同比增速



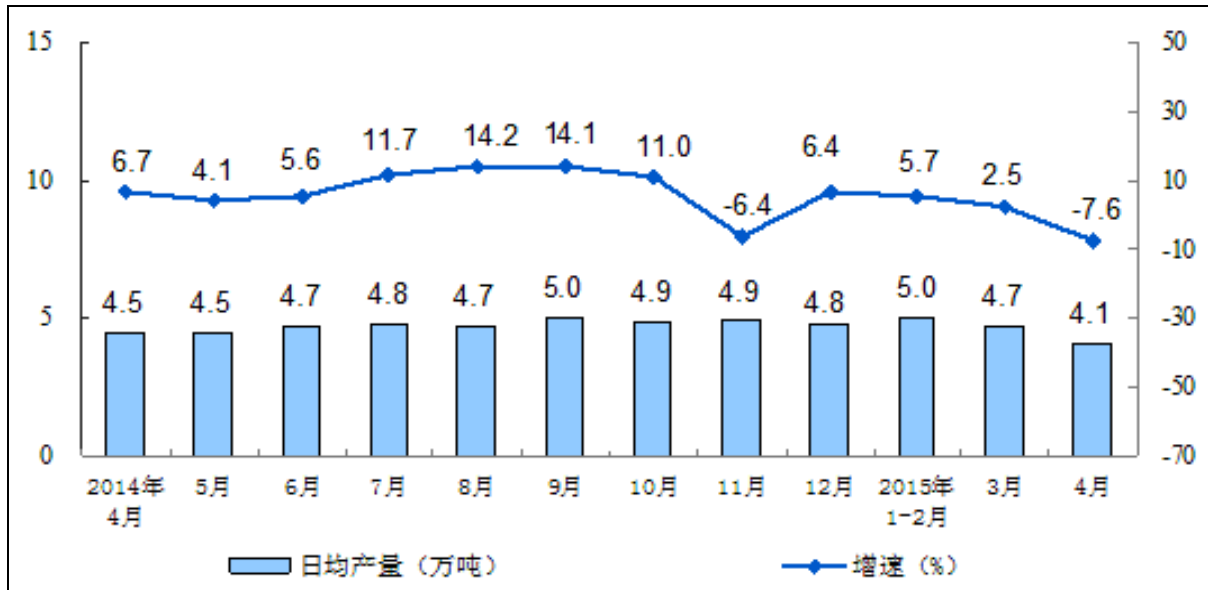
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 10 2014 年 4 月-2015 年 4 月十种有色金属日均产量及同比增速



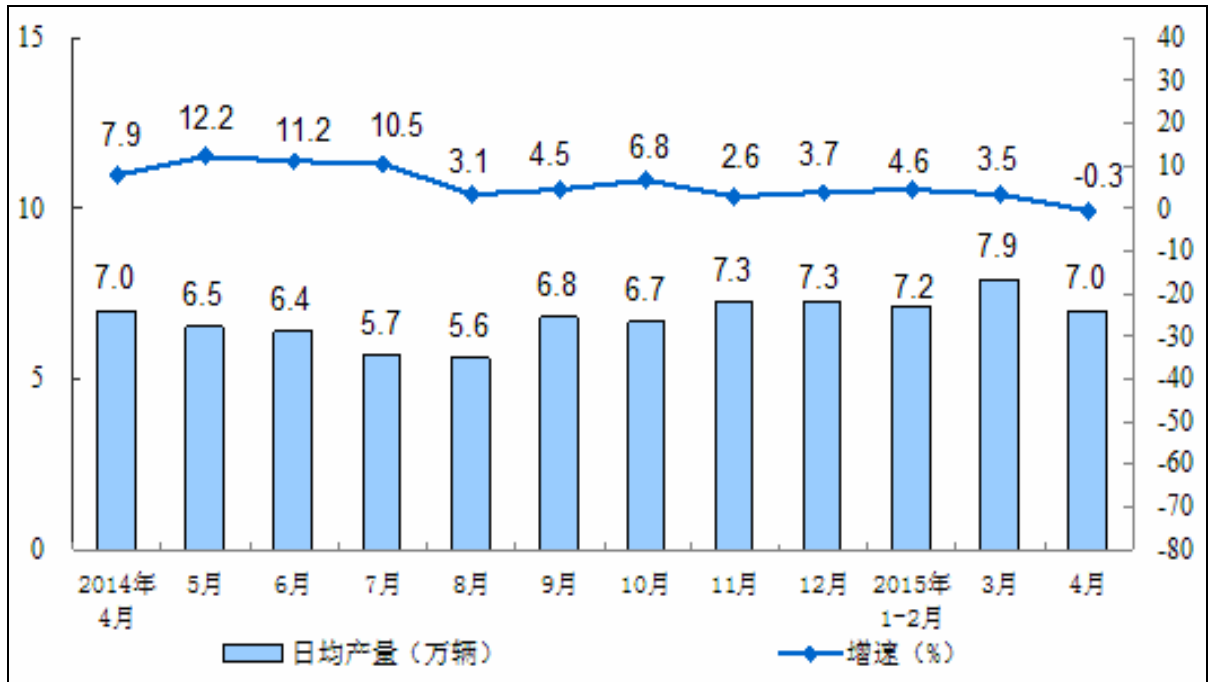
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 11 2014 年 4 月-2015 年 4 月乙烯日均产量及同比增速



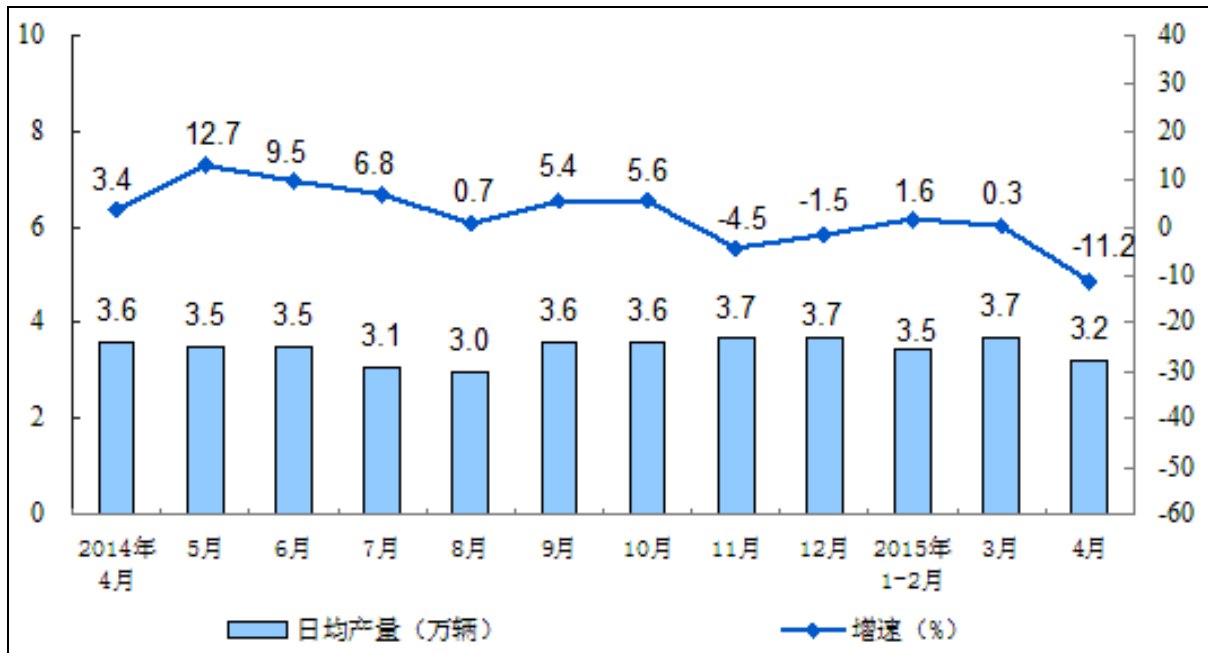
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 12 2014 年 4 月-2015 年 4 月汽车日均产量及同比增速



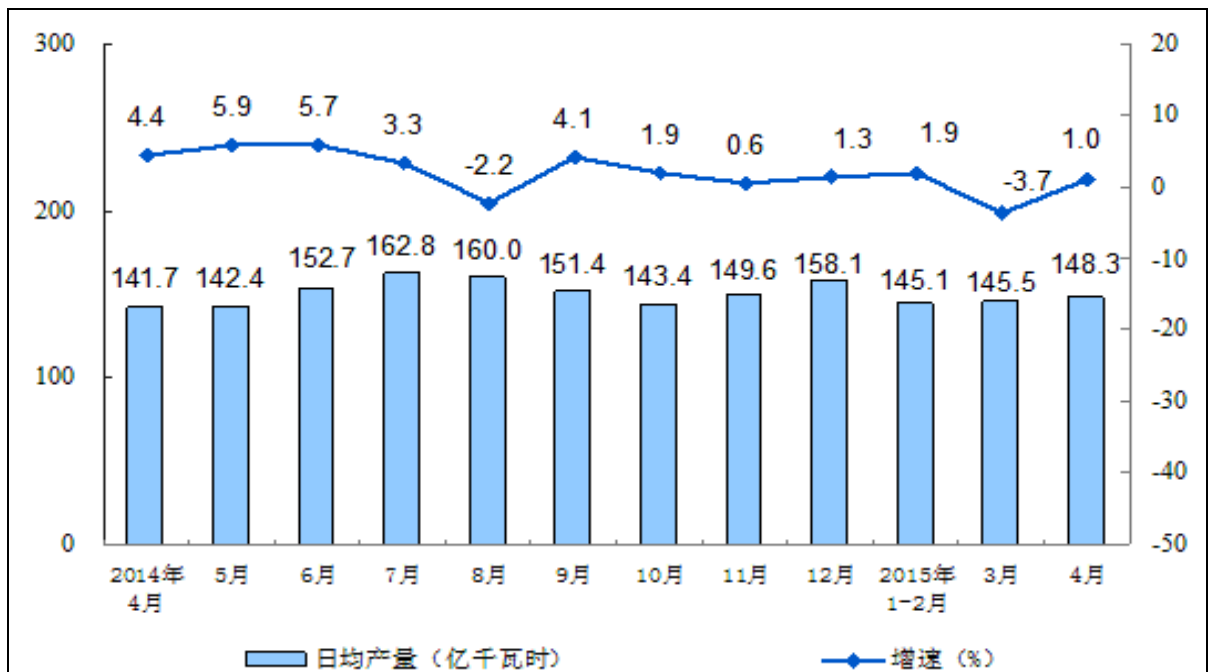
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 13 2014 年 4 月-2015 年 4 月轿车日均产量及同比增速



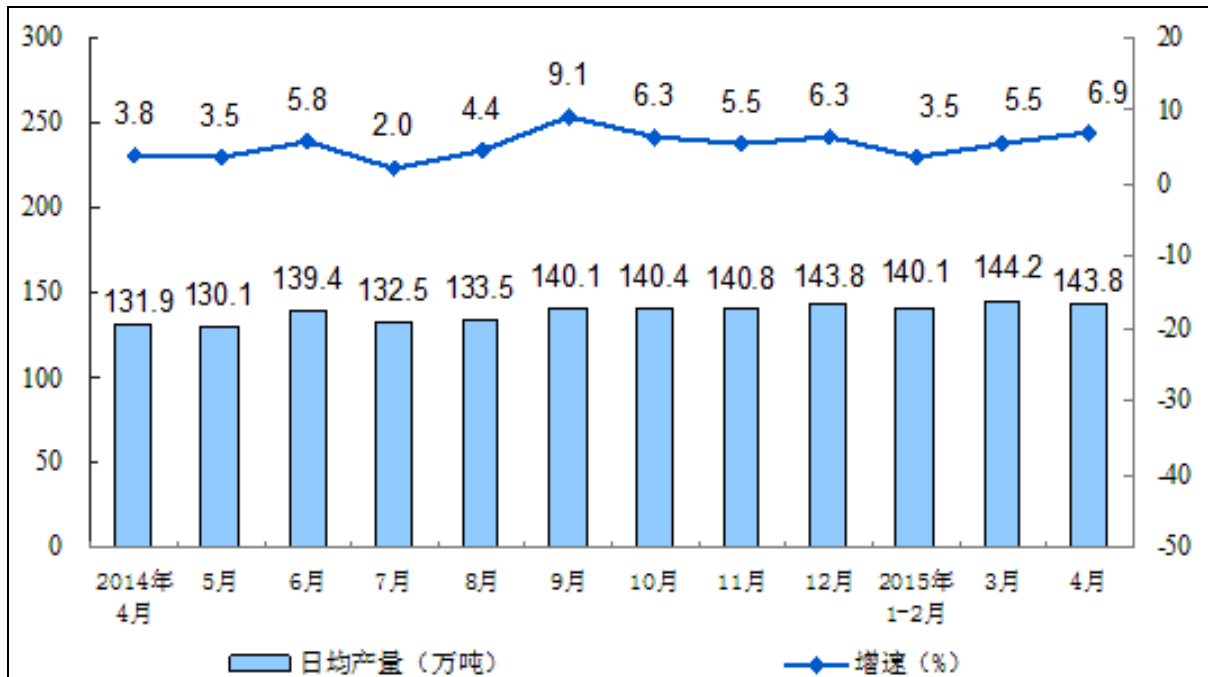
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 14 2014 年 4 月-2015 年 4 月发电量日均产量及同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 15 2014 年 4 月-2015 年 4 月原油加工量日均产量及同比增速



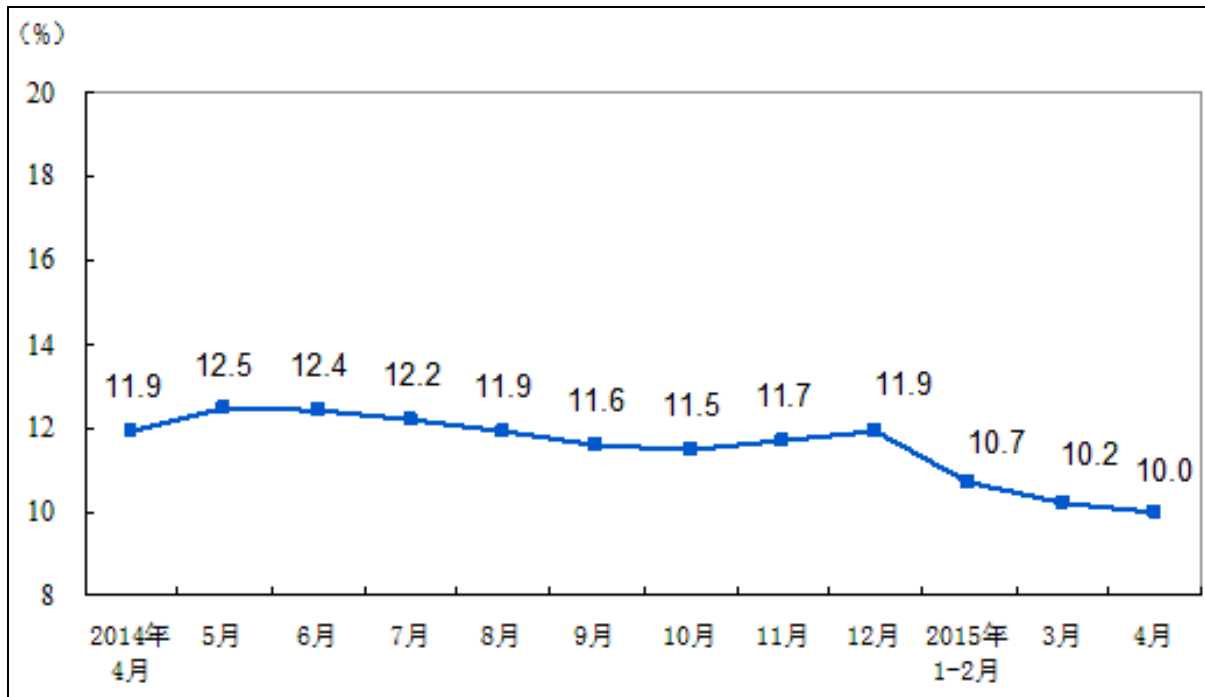
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

4、2015 年 4 月份社会消费品零售总额增长 10.0%

2015 年 4 月份，社会消费品零售总额 22387 亿元，同比名义增长 10.0%（扣除价格因素实际增长 9.9%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，限额以上单位消费品零售额 10564 亿元，增长 6.7%。

2015 年 1-4 月份，社会消费品零售总额 93102 亿元，同比名义增长 10.4%。其中，限额以上单位消费品零售额 43015 亿元，增长 7.5%。

图表 16 2014 年 4 月-2015 年 4 月社会消费品零售总额分月同比增长速度



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

按经营单位所在地分，4 月份，城镇消费品零售额 19348 亿元，同比增长 9.8%；乡村消费品零售额 3039 亿元，增长 11.4%。1-4 月份，城镇消费品零售额 80056 亿元，同比增长 10.2%；乡村消费品零售额 13046 亿元，增长 11.5%。

按消费类型分，4 月份，餐饮收入 2327 亿元，同比增长 11.7%；商品零售 20060 亿元，增长 9.8%。1-4 月份，餐饮收入 9785 亿元，同比增长 11.4%；商品零售 83317 亿元，增长 10.3%。

在商品零售中，4 月份，限额以上单位商品零售 9939 亿元，同比增长 6.7%。1-4 月份，限额以上单位商品零售 40457 亿元，同比增长 7.5%。

2015 年 1-4 月份，全国网上商品和服务零售额 10435 亿元，同比增长 40.9%。其中，网上商品零售额 8690 亿元，增长 40.3%，占社会消费品零售总额的比重为 9.3%；网上服务零售额 1745 亿元，增长 43.9%。在网上商品零售额中，吃、穿和用类商品分别增长 48.2%、32.4%和 43.4%。

图表 17 2015 年 4 月份社会消费品零售总额主要数据

指标	4 月		1-4 月	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
社会消费品零售总额	22387	10.0	93102	10.4
其中：限额以上单位消费品零售额	10564	6.7	43015	7.5
其中：网上商品零售额	-	-	8690	40.3
按经营地分				
城镇	19348	9.8	80056	10.2
乡村	3039	11.4	13046	11.5
按消费类型分				
餐饮收入	2327	11.7	9785	11.4
其中：限额以上单位餐饮收入	625	7.2	2557	5.9
商品零售	20060	9.8	83317	10.3
其中：限额以上单位商品零售	9939	6.7	40457	7.5
粮油、食品类	933	15.1	4123	11.8
饮料类	139	13.1	578	12.9
烟酒类	258	12.3	1270	10.3
服装鞋帽、针纺织品	961	10.9	4268	10.6
化妆品	148	9.3	645	9.9
金银珠宝	225	10.3	1046	4.9
日用品	354	11.8	1482	14.2
家用电器和音像器材	605	9.5	2385	12.6
中西药品	626	14.0	2396	14.8
文化办公用品	208	9.0	819	12.9
家具	178	16.4	664	15.7
通讯器材	259	34.9	994	37.2
石油及制品	1495	-7.4	5694	-7.3
汽车	2732	1.6	10935	5.3
建筑及装潢材料	217	18.7	773	16.6

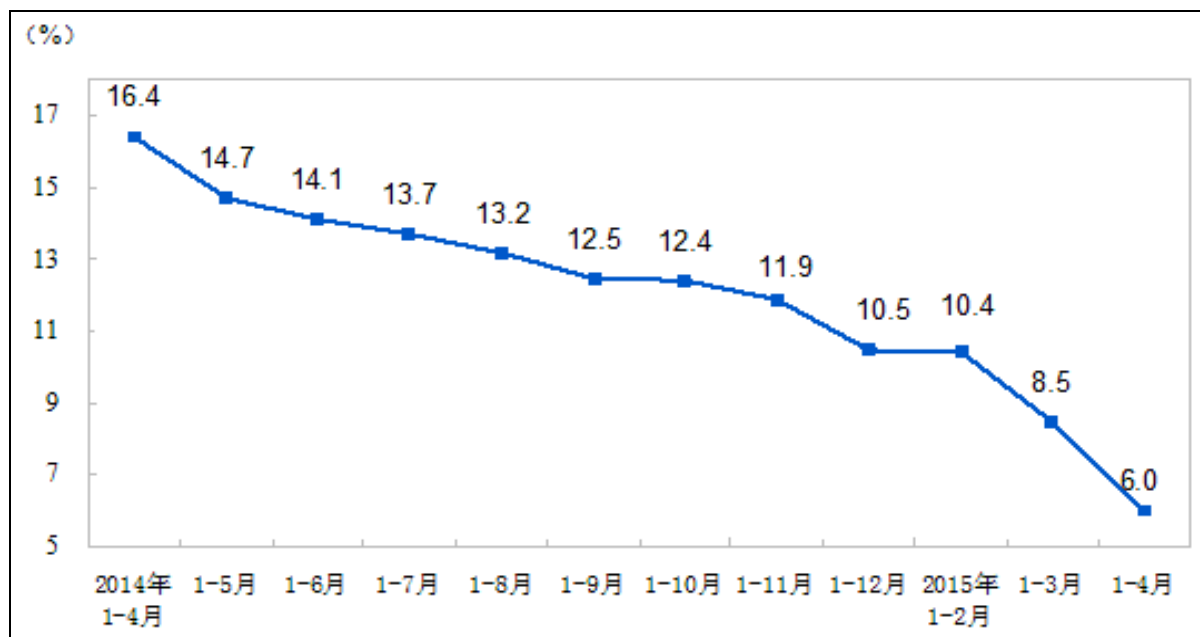
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

5、2015年1-4月份全国房地产开发和销售情况

一、房地产开发投资完成情况

2015年1-4月份，全国房地产开发投资23669亿元，同比名义增长6.0%，增速比1-3月份回落2.5个百分点。其中，住宅投资15870亿元，增长3.7%，增速回落2.2个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.1%。

图表 18 2014年1月-2015年4月全国房地产开发投资增速



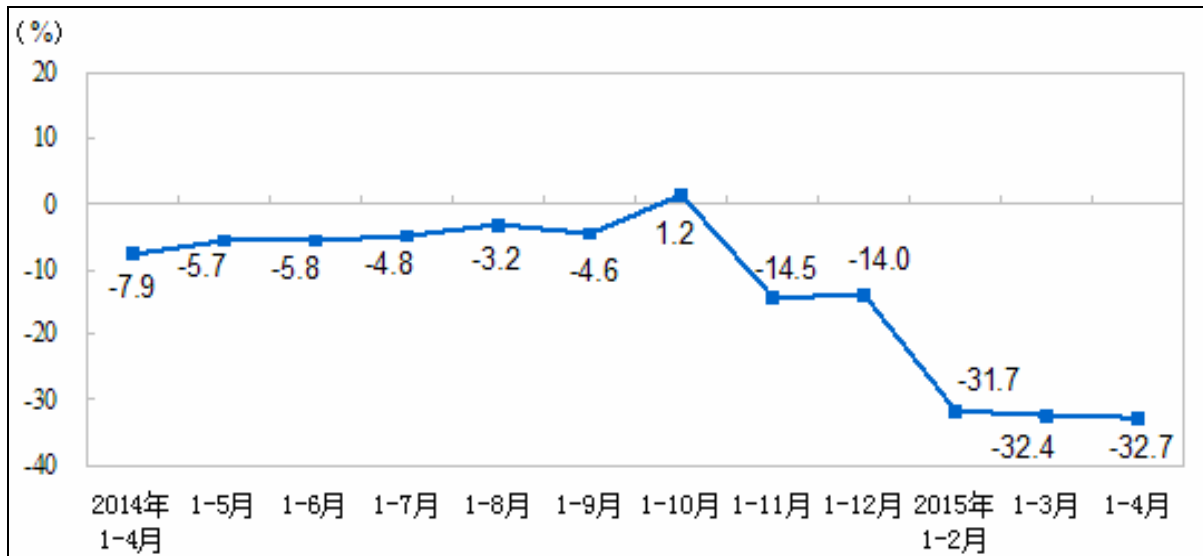
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

1-4月份，东部地区房地产开发投资14109亿元，同比增长6.6%，增速比1-3月份回落2.9个百分点；中部地区投资4517亿元，增长5.8%，增速回落1.1个百分点；西部地区投资5043亿元，增长4.6%，增速回落2.9个百分点。

1-4月份，房地产开发企业房屋施工面积599580万平方米，同比增长6.2%，增速比1-3月份回落0.6个百分点。其中，住宅施工面积418479万平方米，增长3.2%。房屋新开工面积35756万平方米，下降17.3%，降幅收窄1.1个百分点。其中，住宅新开工面积25081万平方米，下降19.6%。房屋竣工面积21210万平方米，下降10.5%，降幅扩大2.3个百分点。其中，住宅竣工面积15527万平方米，下降13.2%。

1-4月份，房地产开发企业土地购置面积5469万平方米，同比下降32.7%，降幅比1-3月份扩大0.3个百分点；土地成交价款1571亿元，下降29.1%，降幅扩大1.3个百分点。

图表 19 2014 年 1 月-2015 年 4 月全国房地产开发企业土地购置面积增速

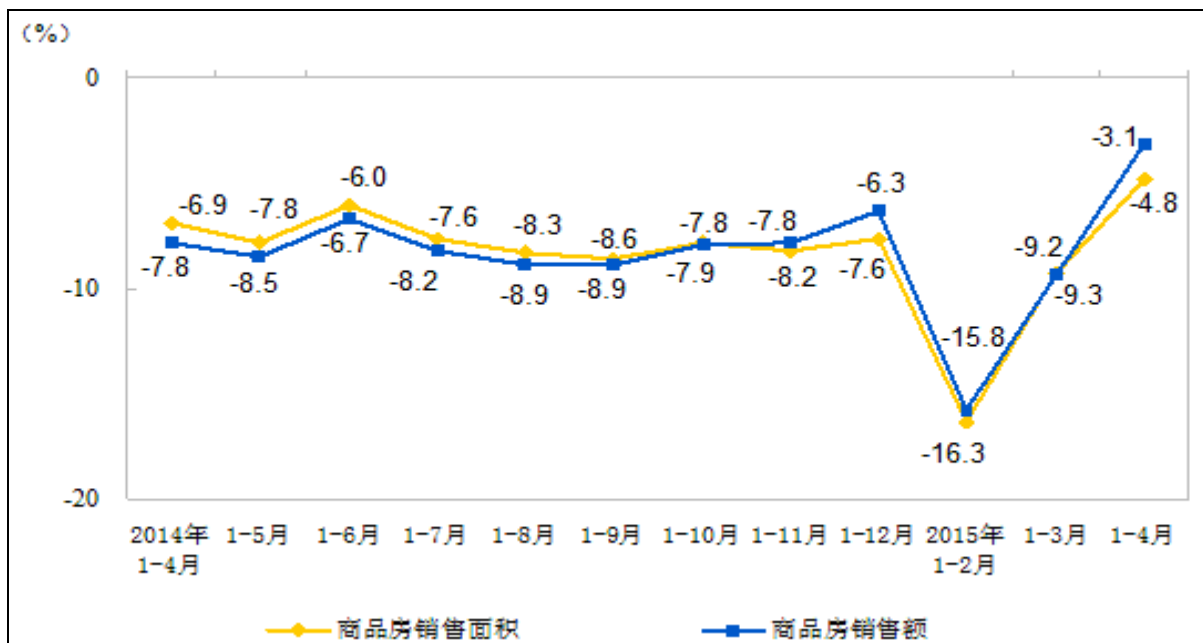


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

二、商品房销售和待售情况

1-4 月份，商品房销售面积 26385 万平方米，同比下降 4.8%，降幅比 1-3 月份收窄 4.4 个百分点。其中，住宅销售面积下降 5.0%，办公楼销售面积下降 13.6%，商业营业用房销售面积增长 5.2%。商品房销售额 17739 亿元，下降 3.1%，降幅比 1-3 月份收窄 6.2 个百分点。其中，住宅销售额下降 2.2%，办公楼销售额下降 13.3%，商业营业用房销售额增长 0.1%。

图表 20 2014 年 1 月-2015 年 4 月全国商品房销售面积及销售额增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

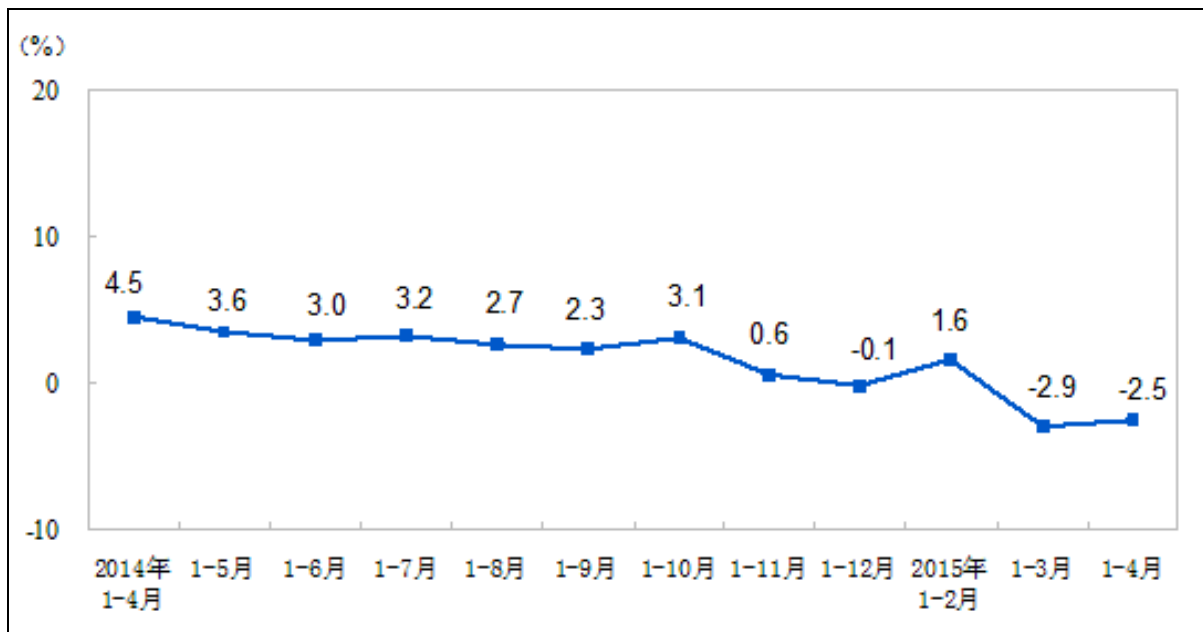
1-4 月份，东部地区商品房销售面积 12513 万平方米，同比下降 6.2%，降幅比 1-3 月份收窄 5.7 个百分点；销售额 10658 亿元，下降 2.8%，降幅收窄 8 个百分点。中部地区商品房销售面积 6828 万平方米，下降 6.4%，降幅收窄 4.5 个百分点；销售额 3469 亿元，下降 5.1%，降幅收窄 5.3 个百分点。西部地区商品房销售面积 7043 万平方米，下降 0.4%，降幅收窄 1.9 个百分点；销售额 3612 亿元，下降 2.0%，降幅收窄 1.9 个百分点。

4 月末，商品房待售面积 65681 万平方米，比 3 月末增加 682 万平方米。其中，住宅待售面积增加 330 万平方米，办公楼待售面积增加 63 万平方米，商业营业用房待售面积增加 201 万平方米。

三、房地产开发企业到位资金情况

1-4 月份，房地产开发企业到位资金 36279 亿元，同比下降 2.5%，降幅比 1-3 月份收窄 0.4 个百分点。其中，国内贷款 7341 亿元，下降 4.8%；利用外资 108 亿元，下降 6.8%；自筹资金 14386 亿元，增长 0.1%；其他资金 14444 亿元，下降 3.7%。在其他资金中，定金及预收款 8461 亿元，下降 6.2%；个人按揭贷款 4327 亿元，增长 2.1%。

图表 21 2014 年 1 月-2015 年 4 月全国房地产开发企业本年到位资金增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

四、房地产开发景气指数

4 月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为 92.56，比上月回落 0.55 点。

图表 22 2015 年 1-4 月份全国房地产开发和销售情况

指标	绝对量	同比增长 (%)
房地产开发投资 (亿元)	23669	6.0
其中: 住宅	15870	3.7
办公楼	1488	13.6
商业营业用房	3638	13.9
房屋施工面积 (万平方米)	599580	6.2
其中: 住宅	418479	3.2
办公楼	26648	17.0
商业营业用房	80258	13.6
房屋新开工面积 (万平方米)	35756	-17.3
其中: 住宅	25081	-19.6
办公楼	1376	-14.5
商业营业用房	5145	-6.5
房屋竣工面积 (万平方米)	21210	-10.5
其中: 住宅	15527	-13.2
办公楼	789	16.1
商业营业用房	2576	-6.4
土地购置面积 (万平方米)	5469	-32.7
土地成交价款 (亿元)	1571	-29.1
商品房销售面积 (万平方米)	26385	-4.8
其中: 住宅	23284	-5.0
办公楼	564	-13.6
商业营业用房	1782	5.2
商品房销售额 (亿元)	17739	-3.1
其中: 住宅	14916	-2.2
办公楼	686	-13.3
商业营业用房	1768	0.1
商品房待售面积 (万平方米)	65681	24.7
其中: 住宅	43146	23.7
办公楼	2916	42.4
商业营业用房	12277	23.4
房地产开发企业到位资金 (亿元)	36279	-2.5
其中: 国内贷款	7341	-4.8

利用外资	108	-6.8
自筹资金	14386	0.1
其他资金	14444	-3.7
其中：定金及预收款	8461	-6.2
个人按揭贷款	4327	2.1

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 23 2015 年 1-4 月份东中西部地区房地产开发投资情况

地区	投资额 (亿元)		同比增长 (%)	
		住宅		住宅
全国总计	23669	15870	6.0	3.7
东部地区	14109	9388	6.6	4.8
中部地区	4517	3152	5.8	2.9
西部地区	5043	3330	4.6	1.6

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 24 2015 年 1-4 月份东中西部地区房地产销售情况

地区	商品房销售面积		商品房销售额	
	绝对数 (万平方米)	同比增长 (%)	绝对数 (亿元)	同比增长 (%)
全国总计	26385	-4.8	17739	-3.1
东部地区	12513	-6.2	10658	-2.8
中部地区	6828	-6.4	3469	-5.1
西部地区	7043	-0.4	3612	-2.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

6、50个城市主要食品平均价格变动情况（2015年5月1-10日）

图表 25 2015年5月1-10日50个城市主要食品平均价格变动情况

商品名称	规格等级	单位	本期价格(元)	比上期 价格涨跌(元)	涨跌幅(%)
大米	粳米	千克	6.18	0.01	0.2
面粉	富强粉	千克	6.02	0.00	0.0
面粉	标准粉	千克	4.75	-0.01	-0.2
豆制品	豆腐	千克	4.63	0.00	0.0
花生油	压榨一级	升	27.16	0.00	0.0
大豆油	5L桶装	升	10.08	0.00	0.0
菜籽油	一级散装	升	13.32	0.00	0.0
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	23.81	0.21	0.9
猪肉	五花肉	千克	24.14	0.17	0.7
牛肉	腿肉	千克	66.87	0.05	0.1
羊肉	腿肉	千克	63.15	-0.30	-0.5
鸡	白条鸡	千克	20.80	-0.03	-0.1
鸡	鸡胸肉	千克	20.80	-0.20	-1.0
鸭	白条鸭	千克	18.17	0.01	0.1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	9.28	-0.01	-0.1
活鲤鱼		千克	15.84	0.02	0.1
活草鱼		千克	16.11	-0.03	-0.2
带鱼		千克	32.06	0.00	0.0
大白菜		千克	3.47	-0.25	-6.7
油菜		千克	4.70	-0.33	-6.6
芹菜		千克	6.17	-0.03	-0.5
黄瓜		千克	4.94	-0.46	-8.5
西红柿		千克	6.18	-0.24	-3.7
豆角		千克	9.68	-0.97	-9.1
土豆		千克	4.42	0.01	0.2
苹果	富士苹果	千克	14.21	-0.02	-0.1
香蕉	国产	千克	6.77	-0.07	-1.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

三、投资市场

1、新三板抢滩潮掀起 九鼎“借壳”上市创新三板首例

5月15日，九鼎投资以41亿元拍得江西中江集团有限责任公司(简称“中江集团”)100%的股权。

借力打通A股通道

根据公告，九鼎投资计划将原持有的部分资产注入该上市主体，具体注入方案正在筹划中。

此外，当前牛市下，A股市场的并购重组空前火热，引入“创投概念”的中江地产，后续的重组将值得期待。

持续布局各类资产管理业务

公开资料显示，自2014年4月挂牌以来，九鼎投资已成功完成先后两次共60亿元的定增。目前，九鼎其总股本为50亿，净资产110亿元。截至5月15日收盘，九鼎投资股价已达13.55元/股，市值直冲700亿元。无论从市值大小、股本数量还是交易情况来看，都在新三板位于“第一股”的位置。在其挂牌后，PE机构纷纷抱团抢登新三板，九鼎此次创新或将再次引发跟风热潮。

在战略布局上，九鼎投资已先后发起设立九泰基金、控股九州证券、成立九信金融、武曲星，并投资晨星成长计划、龙泰投资等，成功进军了公募基金管理、证券经营、互联网金融业务和个人风险投资、劣后投资等多个新的资产管理领域。

不止于此，在4月29日，九鼎投资再次发布公告称，将作为主发起人筹建设立一家民营银行，进军商业银行经营领域。

九鼎方面负责人对此表示，成为综合性资产管理机构是其长期战略目标，借力此次对A股上市公司的控股，九鼎将具备更加强大的资源、能力和体系，为出资人和企业提供更加全面的金融和产业投资服务。

有人欢喜有人愁

新三板火热的市场态势，让中小企业作为上市公司并购标的池的定位，面临着“枯竭”的尴尬

境地。

诸多中小企业主听闻“新三板定增被秒杀”、“新三板估值 40 倍以上”，便纷纷排队挂牌新三板，甚至四处打听“借壳”捷径。

值得注意的是，不仅非上市公司对新三板趋之若鹜，上市公司也在拆分公司加入新三板抢滩潮。

5 月 14 日，上海绿新 公告称，控股子公司上海绿馨电子拟在新三板挂牌。青山纸业 同日亦公告称，控股子公司恒宝通已完成在新三板挂牌相应手续。

另一方面，凭借高估值，新三板公司也不再甘为并购标的，亦开始进行主动并购，触角遍及新三板、中概股，乃至 A 股。

金润科技高调公布跨境入股纳斯达克中概股中网在线，整合对方庞大客户资源，实施全国中小企业采购交易服务布局。

5 月 12 日晚间，苗药做市标的公司威门药业亦公告称，与中钰资本管理(北京)有限公司共同发起设立 6 亿元的威门中钰健康产业并购基金(有限合伙)。基金投资方向为与威门药业战略发展规划相关的医药医疗细分领域。

5 月 15 日，九鼎投资更是以 41 亿元拍得江西中江集团 100%的股权，并间接控制中江地产 72.37% 的股份。

2、证监会铁腕出击新三板 中科招商“异常交易”遭调查

监管层压弹上膛，10 发“子弹”已经命中 4 发。

截至 5 月 14 日晚，三板做市龙头股中海阳、转板热门股现代农装、三板“蓝筹”中科招商，以及交投并不活跃的国贸酝领(430583)皆公告“中枪”，收到证监会《调查通知书》。

中科招商被查，标志着监管层正在对三板市场的热门标的进行逐一调查，亦是未来一段时间监管风向的指向标。

定增曾遭抢购

5月14日晚间，中科招商发布《关于收到中国证券监督管理委员会调查通知书的公告》，引起市场极大关注，证监会通知书内容为：“因你公司股票异常交易，根据《中华人民共和国证券法》的有关规定，我会决定对你公司进行调查，请予以配合。”

值得注意的是，中科招商是首家因“异常交易”被查的协议转让股，此外，良好的业绩和足够充裕的流通盘，使其被视为未来新三板市场最重要的蓝筹股之一。此番被查牵动着市场的神经。

中科招商4月30日发布的2014年年报显示，公司2014年实现营业总收入9.39亿元，同比增长35.21%；实现归属于挂牌公司股东的净利润3.61亿元，同比增长239.96%。

买中科招商就是买了一个三板指数，因为中科招商投资的很多企业本身就在挂牌新三板，可以充分享受三板长期牛市带来的收益；此外，中科招商本身流通盘足够大，市值和交易量之大会使其成为三板指数最重要的权重股，成为未来机构入场配置的良好标的。

事实上，中科招商并没有浪费自身良好禀赋及市场的投资热情，挂牌后的一系列定增计划手笔之大令市场瞠目。

今年以来，中科招商已通过三轮定增完成募集资金达90.37亿元，而5月4日发布的最新发行方案显示，中科招商还将募集资金不超过人民币10亿元。至此，中科招商年内于新三板市场就将募资超过100亿元之巨。

代持过户恐惹祸

由于《非上市公众公司监督管理办法》规定的“35人”限制，以及意向资金热情高涨，中科招商此前不得不将90亿元的定增计划分拆为3次进行，以期降低资金门槛。尽管如此，3月、4月两轮定增的最低资金门槛将近1亿元。

而这可能正是证监会所称“异常交易”的来源所在。

观察盘面，4月22日盘中，一单10万股的中科招商股票成交，成交价仅为1.01元，股价瞬间暴跌超过90%；收盘价以全天成交量加权平均计算收于4.86元，跌幅达90.98%，引起市场哗然。

盘后的转让公开信息显示，“肇事”交易双方为卖方磐安中广创业投资合伙企业（下称“磐安中广”），以及买方自然人刁君如。

而在此之后的4月30日和5月5日，中科招商又出现了两笔大额成交，成交价仅为18元，相

比平日成交价格 33 元左右近乎腰斩。

事实上，1 元和 18 元的交易价格，交易者都有着清醒的利益考量，而 18 元的价格刚好便是中科招商 3 月和 4 月两轮定增的价格。

由于门槛太高，为了抢到中科招商的定增股票，很多投资者选择让机构代持的途径。

机构拿到定增股票以后，最便捷的途径便是通过股转系统的协议转让互报成交确认，把股票从代持的机构过户到投资者手中。胆子大一点的就报个低价来避税，比如 1 元钱成交，想做得稍稍合规一点，就老老实实按照 18 元的定增价来过户。但是无论哪一个价格，都不可避免地会造成股价异动。

可作为佐证的是，中科招商 3 月中旬发布的《公开转让说明书》中显示，磐安中广参与了中科招商 3 月初实施的第二次定向发行，以债权出资获取 3908100 股，占发行后中科招商总股本的 0.29%。

无须讳言，从供求关系来看，这样的操作有着很强的市场需求。但是很多投资者就因此一直游走在违法违规的边缘。

证监会 12386 热线对此种操作的回复亦偏谨慎，“投资者与某公司之间拟进行的转让包含较大价外因素，可能会对股价造成较大冲击、误导其他投资者，从维护市场公平角度考虑，建议交易双方事先联系挂牌公司，发布相关公告后再行转让。”

中科招商事件正在持续发酵，但后续案件仍将一一露面。

据悉，“2015 证监法网专项执法行动”第二批案件，共涉及新三板市场 10 个相关案件。

值得注意的是，从当前新三板公司公告披露的调查函内容来看，中海阳、中科招商、国贸酩领涉及“异常交易”，现代农装涉及“违法违规”且已被“立案调查”。根据证监会的部署推算，后续还有 6 起案件即将披露。

3、新三板股权众筹火爆 天使客积极布局抢占市场

2015 年，新三板挂牌公司的融资环境大为改善，在高投资回报率驱动之下，券商、PE、股权众筹平台等都十分追捧，纷纷发行新三板产品，不少个人投资者也跃跃欲试想要曲线入市。在万众创新，大众创业的大浪潮下，天使客股权众筹平台发挥创新思维，将股权众筹与新三板结合，降低投

资门槛，给了普通个人投资人参与新三板投资的机会。

天使客股权众筹平台快马加鞭布局股权众筹与新三板的结合，为投资者搭建桥梁，极大地丰富了投资生态圈，给投资者带来了多层次资本市场的红利。

5月17日上午，由天使客股权众筹平台主办的“抢占新三板——股权众筹的新三板之道”大型论坛在深圳南山区科兴科学园会议中心成功举办。本次新三板众筹论坛，天使客股权众筹平台联合达晨创投、前海股权交易中心、国信证券、中信证券等多家机构联合主办，证券时报独家媒体战略合作，数十家媒体提供支持。论坛邀请创投行业明星大佬共同讨论新三板众筹实操。“新三板调查第一股”万人调查董事长何明龙、东北证券投行分公司副总裁郭晴丽、中信证券企融部总经理助理程宁伟、东方富海合伙人梅健、德恒律师事务所合伙人赖轶峰等嘉宾出席了论坛。

天使客不仅已经开展了对单个拟挂牌新三板项目的众筹，而且已经与几个机构成立了新三板领投基金，让更多的GP参与到拟挂牌新三板项目的筛选和投资决策中来。

今年以来，新三板市场获得了空前的飞速发展，市场规模扩张速度还在逐月加快。截至4月底，整个市场总市值突破万亿元，企业的募资金额在短短4个月内也一举超过去年全年的募资总和。依照目前态势，无论是整个市场的市值、估值，还是企业募资规模将继续攀升。

天使客股权众筹平台与新三板的结合，无疑创造了互联网金融领域的新投资热点，自2015年3月正式涉足新三板业务以来，天使客引入外部GP在平台发行新三板领投基金，将投资门槛降低到10万，遭到了投资人疯抢。短短2个月已有2个拟挂牌新三板项目融资成功。

其中，由著名风投机构红杉投资的中国版WeWork拟挂牌新三板项目“创富港”6万起投，上线20小时即筹满300万。而天使客独家拿到入股权的拟挂牌新三板项目“天涯社区”，3万元即可投资，项目上线即被秒杀，创下了1小时筹满最快记录。

受益于新三板市场的火爆，新三板近两年还将进一步吸引各路资金的关注。目前，天使客股权众筹平台已经成立新三板领投基金。天使客定位精品股权众筹、专注TMT领域项目，在创立之初就获得了德迅投资创始人曾李青先生、经纬创投创始人张颖先生以及架桥资本的天使投资。已经有2个项目成功拿到下一轮融资。一个是主打运动社交的滕米跑跑，在拿到我们投资后2个月又拿到君联资本的下一轮。另一家做餐饮O2O的公司百味联盟也在去年7月份拿到我们投资后不久也拿到了华兴资本的投资，估值翻3.3倍。

无论是之前天使客做的天使投资还是现在做的新三板众筹，其实就是在做一件事情，就是降低投资门槛。而新三板投资基金对于想要参与到新三板投资的个人来说是个不错的选择。

4、第一波拆 VIE 风潮显现，风投、投行忙着拆 VIE

随着电商“国八条”的落地，境外上市互联网企业拆除 VIE 架构回归 A 股成为关注焦点。谁有可能成为下一个暴风科技？也成为市场越来越关心的话题。

5 月 7 日，中国政府网公布了《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（以下简称《意见》，也称电商“国八条”），从八个方面推进电商发展，加快培育经济新动力。其中提到建立健全适应电子商务发展的多元化、多渠道投融资机制，研究鼓励符合条件的互联网企业在境内上市等相关政策。

国内互联网企业如阿里巴巴、京东、百度等在境外上市，重要的原因在于所获得的投资是美元，且大都是 VIE 结构，无法满足境内上市要求。VIE (Variable Interest Entity) 结构的全称为“可变利益实体”，国内也称作“协议控制”，即上市实体和业务实体分离时，境外上市的实体通过协议控制境内的业务实体。

不出意外，电商“国八条”将掀起互联网企业境内上市热潮。而且，境外上市互联网企业拆除 VIE 架构回归 A 股也会兴起。需知，作为首个拆除 VIE 架构回归 A 股暴风科技连续涨停，估值暴增，无疑是吹响了“归来吧”的号角。

据了解，除基本完成私有化以及股价结构变更的千方科技、完美世界、分众传媒等公司外，包括久邦数码、世纪佳缘都在筹备拆除 VIE，这些公司都被市场解读为有回归 A 股的计划或意愿。一场中概股回归 A 股的浪潮正在发生，预计会持续到 2017 年。我们投行目前已经受理了近 20 家美股上市公司拆除 VIE 的项目，相当于在国内 IPO 最高峰时所受理的 IPO 项目数量。

第一波拆 VIE 风潮显现

公开资料显示，目前，在纽交所和纳斯达克上市的 200 多家中概股中，有 95 家用了 VIE 架构。以往国内企业赴美国上市，往往是美国模式和中国故事组合，但现在国内一些企业的创新模式在美国找不到对标范本，价值不容易被理解，比如游戏、中医等行业；另外，2011 年中概股遭遇做空风波后，大批中概股交易量寡淡失去再融资功能，在美维持上市的费用每年高达 200 万美元。反观 A 股，目前正是上攻市场，天时、地利、资金的配合让 TMT 企业热得发烫，无论品牌套利还是资本套利，都有足够空间和机会。去年下半年以来，该券商受理了近 20 家中概股公司回归 A 股市场的项目，另外还有一些非上市公司拆除红筹架构的项目，这一数量是该券商 2014 年投行业务新股发行数量的数倍。

拆除 VIE 风潮还可以从风投处得到显现，经纬所投 230 多家企业中有 110 多家企业是美元架构，

但是过去几个月以来，其中 40 多家正在拆除结构，准备回归国内资本市场。

未来 A 股市场上的互联网企业数量将比目前有 10 倍甚至 30 倍的增长。

企业回归目的是跨市场套利，但并不是所有行业都存在被低估现象。这波中概股私有化中，动力最大的是游戏企业。

拆 VIE 最快需要 6 个月

海外上市的 VIE 公司回归 A 股需要走私有化、解除 VIE、借壳或 IPO 登陆 A 股三个步骤。

私有化有两种主要操作方式，一种是一步合并，通过关联方和上市公司注册新公司，把上市公司合并为新公司的子公司完成私有化，这种方式需要股东大会审批；另一种是比较激进的要约收购方式，大股东和关联方按照商定对价收购小股东股票，通过董事会决议方式即可完成合并，所需的时间更短，但往往成本较高。从过程来看，私有化需要解决的问题很多，拆去 VIE 只是技术上问题，千方科技 2012 年拆除 VIE 用了 10 个月，未来还会越来越快，如果股权结构清楚、股东不存在异议、历史沿革清楚，最快 6 个月就可以完成。

顺利私有化后，接下就需要通过国内基金接盘外币基金股份的方式拆除 VIE。最佳方式是把国外的股权结构原封不动复制到境内主体，即行业所称“镜面反射”，更有利于通过证监会审查。同时拆除元 VIE 结构中外商投资企业（WFOE）与实体企业之间的控制协议。

中概股回归 A 股市场还需要考虑合规性的问题。中概股普遍存在股权激励行为，但在 A 股上市前需将股东人数压缩到 200 人；另外，很多中概股存在关联交易现象，登陆 A 股之前必须清理；在实际操作中还有一个难题是 A 股对企业历史沿革审查比美股严格，对企业在成立之初开始的股权结构、工商登记资料等要求材料详细，中概股初创阶段的不规范，也容易造成回归的障碍。

另外，中概股回归还可能涉及补税的问题。在收购 WFOE 股权时，由于股权转让价款很多时候比 WFOE 的注册资本要高，则差额部分需要由受让方代扣代缴 10% 的预提所得税，完税后才能向外汇管理部门申请核准，购汇汇出境外。同时，WFOE 如果是生产型企业，享受了外商投资企业的企业所得税优惠政策，存续期不足 10 年的变更为内资公司后，涉及补缴税款问题。

已到回归最佳窗口期？

与 2011 年中概股遭遇集中做空而引发被动私有化浪潮及回归相比，目前，中概股属于主动回归，且就形势来看属于最佳“窗口期。”

从市场层面看，A股高估值带来的套利空间，让中概股公司、风投机构、券商投行都看到了机会。公司和风投看到的是股权溢价，而在并购重组中比较活跃的券商，手里储备了大量的壳资产，在注册制登场时间未能确定的窗口，借壳上市虽然成本稍高，却是最快途径。

在政策层面，国内监管层也在采取措施推动中概股回归A股。目前证券法修订草案征求意见稿取消了对企业上市盈利的条款，鼓励有创新能力的未盈利公司上市融资，这无疑是给互联网公司登陆A股市场砍掉了硬门槛。

5月7日，上海证券交易所发布报告提出，积极扶持战略新兴产业，支持互联网企业在境内上市。设立不同于传统行业的战略新兴产业板，真正为这些初创的、新型业态的、新商业模式的企业给予资本市场服务。

中概股在A股排队肯定是等不及的，目前筹备私有化的公司更多的还是采用借壳或产业并购的方式回归。目前，市场对注册制推出的预期普遍比较乐观，主流的预期是注册制能够在年内推出，从时间推算来看，互联网企业有可能第一批受益注册制。

5、“神创业板”连续调整：高估值高泡沫，是撤退还是上车

5月14日，沪深股指延续震荡，而被封名“神创业板”的创业板则继续下挫，继周三跌幅近1.8%，再次收跌近1.6%至3141.59点。其中大牛股乐视网更是跌停，近19亿元主力资金跑步离场。

在创业板指数高企之下，此时市场不得不面临一个问题，创业板应该逐步撤退还是继续买？

高估值高泡沫

在多数业内人士眼里，这一波创业板的疯狂确实是有理由的。

创业板之所以会这么牛，和整个宏观经济在转型，高层自上而下支持创新型经济有关，创业板的成长性明显更符合转型方向，正是因为如此“互联网+”等概念才会如此火爆。

除了自上而下的原因，自下而上市场主动做出选择的原因更为重要，比如机构投资者对风险的偏好，使得资金更多涌入创业板，从而成为创业板行情的最大推手。

不过“神创业板”太贵是市场有目共睹的，目前看上涨的空间已经并不多了。神创业板未来可能就

像断了线的风筝，没有了估值这根线的约束，任性飞起来。但断线的风筝掉下来的形态，就是粉身碎骨。不管多好的股票，也有节奏；再好的业务，也需要时间来实现业绩。如果未来两年要创业板等待业绩兑现，不如先出来。

投资者在逐渐降低创业板配置的同时，应该更加精心挑选真正的成长股，创业板的配置要逐渐下来了。

创业板飘红背后，是板块各家企业分化严重的业绩支撑，这种脱嵌式增长在新常态经济下岌岌可危。新常态背景下，企业经营绩效在股价中的作用日益突显。经济新常态意味着仅凭估值投资获取超额收益的时代在逐渐逝去。

还能上车？

持“且战且退”人士的多趋向认为，创业板估值太高，无法支撑如此高市盈率的创业板。但坚定看多的卖方机构更不在少数。

新规发布之后，市场的风险偏好将进一步提升，利好成长股和改革转型股。分析师称，债务置换的过程中，中央政府对地方债提供了流动性支持，意味着如果地方债券违约，银行可以不断拿地方债去央行融资，造成央行持有地方债的事实。央行通过这样的方式对地方债适当兜底，是对“违约风险”的货币化，将改善投资者的风险评价，提升市场风险偏好，利好成长股和创业板。

而针对创业板5月下旬的走势，上证综指5月空间有限，因为即将到来的新股申购将冻结资金3万亿。这意味着大盘指数将继续震荡，这会造成机构投资者没有耐心，资金会继续流向创业板，风险偏好不会下降。预测，创业板指数5月份还有5%~10%的上涨空间。

增量资金入市的牛市成长股、价值股均有机会，创业板代表的成长股是本轮长牛主角，类似2005~2007年牛市的地产链。不过从短期风险收益比角度，可以略均衡，关注主题催化的价值股机会。

6、四月份 PE/VC 投资活跃度企稳 天使机构热情高涨

今年以来，PE/VC 投资活跃度持续活跃。数据显示，4月PE/VC投资规模和案例均保持年初以来的活跃度。值得注意的是，在相关政策的激励下，今年以来天使机构参与热情明显升温，一季度投资金额和案例均同比大幅上升。

PE/VC 4月投资活跃度企稳

2015年4月共发生投资案例176起,披露金额案例数137起,总投资金额达18.35亿美元,平均投资金额1,339.62万美元。4月VC/PE投资共涉及17个一级行业,从案例数来看,互联网、电信及增值业务、IT分列前三位,分别完成54、19和18起融资案例;分别占比30.7%、10.8%和10.2%;累计占比51.7%。投资金额方面,互联网、金融和娱乐传媒分列前三位,投资金额分别为4.31亿、3.94亿和2.54亿美元,分别占比23.5%、21.4%和13.8%;累计占比58.7%,由此可见,投资市场集中度较高。

从投资规模上看,规模低于1,000.00万美元的小额投资98起,占披露金额案例数的71.5%,共计1.8亿美元,金额占比9.8%;投资额在1,000.00万美元到3,000.00万美元之间的案例数共27起,共计5.16亿美元,金额占比28.1%;规模大于5000.00万美元的案例共12起,共计11.39亿美元,金额占比62.1%。综合来看,投资规模较上月相对变化不大。

从投资地域上看,2015年4月共发生投资案例176起,分布在北京市、上海市、深圳市、广东省(除深圳)和浙江省等25个省市。其中前三甲分别是北京市、上海市、深圳市,案例数量占比分别为34.7%、11.4%、8.5%,金额分别为4.41亿美元、3.31亿美元、2.15亿美元,占比分别为24.1%、18.0%、11.7%;从案例数上来看,北上广深累计占比63.1%,市场集中度较高。浙江省和安徽省投资案例数紧随其后,分别达到13和10起,但金额占比相对较小,分别为4.7%和1.2%,究其原因,位于上述两省的受资方均处于初创阶段,例如车能贷、云匠网和掌上糖医等。

天使机构热情高涨

据统计,2015年一季度国内共349家初创企业获得来自天使投资机构的天使投资,披露的金额超过2.59亿美元。投资案例方面,同比上升93.9%。披露金额同比增加214.2%。从平均金额来看,2015一季度的平均投资金额约为74.09万元美金。相比2014年平均每起投资金额约为68.67万元美金,增加约7.9%。依托国家政策的大力扶持和国内创业环境的日趋完善,创业者的创业成功率有一定程度的提升。相应地,天使投资者对创业者也更加有信心,不再过度拘泥于投资金额的苛求,而是给了创业者更大的发挥空间和资金支持。

统计显示,2015年一季度天使投资机构完成募集25只天使基金,共募得金额4.07亿美元。一季度,新募天使基金中出现许多由政府 and 天使投资机构合资成立的一批政府背景天使基金。例如深圳市龙岗区政府出资,力合天使创投管理的龙岗力合天使创业投资基金和西安经济开发区成立的5000万元人民币天使投资基金。所有披露的新设立以及新募集的天使投资基金均为人民币基金。

7、PE 五虎竞技新三板：挂牌谋 LP 退出 同创伟业收益率暂居首

一直以来，私募股权机构给市场以居于幕后的印象，而这一神秘面纱自去年九鼎投资登陆新三板之后，就被市场慢慢揭开。

目前，在新三板的名单中，已经可以找到 5 家私募股权机构的身影，这些大佬有着怎样的商业模式？各自发展资金规模如何？拥有怎样的战绩？

中科招商体格最大

如今，在股转系统中露面的私募股权机构已达到 5 家之多，分别为九鼎投资、中科招商、硅谷天堂、同创伟业以及明石创新。

从公开信息看到，就登陆新三板的主体而言，明石创新设立最早，该公司设立于 1999 年 11 月 22 日，至今算来都快 16 年了，不过就体型上来看，尚为“幼虎”级别。明石创新公开转让说明书显示，该公司注册资本 35.31 亿元，第一大股东高少臣是第二大股东唐焕新的子女，两者合计持股明石创新 76.59% 股权。按照明石创新的介绍，截至 4 月 27 日，该公司共管理 8 只已有实缴出资且处于管理期的私募股权投资基金，按照认缴金额计算，上述基金的认缴总规模约为 68 亿元，其中实缴金额约为 5.4 亿元。2014 年，明石创新归属于母公司股东净利润 1.31 亿元，基本每股收益 0.15 元，目前员工 30 人。

相比之下，同创伟业、硅谷天堂、九鼎投资、中科招商这 4 家的体格就大了许多。资料显示，同创伟业设立于 2010 年 12 月 27 日，注册资本 4000 万元，控股股东为成立于 2000 年 5 月的同创投资，持有同创伟业 37.5% 股权。据悉，同创伟业在管基金和募集中的基金共 21 只，合计认缴资金约为 113 亿元，实缴资金约为 81 亿元。业绩方面，2014 年同创伟业营业收入和归属于挂牌公司股东净利润分别为 1.05 亿元和 3846.42 万元，基本每股收益 1.28 元，员工 70 人。

硅谷天堂和九鼎投资则分别成立于 2006 年 8 月 23 日和 2010 年 12 月 10 日，注册资本分别为 5.5 亿元和 40.7 亿元，2014 年两者实现营业收入分别为 3.71 亿元和 6.88 亿元，归属于母公司股东净利润分别为 1.45 亿元和 3.49 亿元，基本每股收益则分别为 0.30 元和 0.2 元。据悉，截至 3 月 31 日，硅谷天堂管理的基金共计 123 只，基金认缴总金额为 120.64 亿元，实缴总金额为 111.94 亿元。九鼎投资截至 2014 年 12 月 31 日，按照认缴金额计算，公司管理私募股权基金总规模为 310 亿元，实缴规模 214 亿元。硅谷天堂的员工 220 人，九鼎投资截至 2014 年末员工 490 人。

体格最为庞大的“猛虎”要数中科招商。该公司设立时间为 2000 年 12 月，是老牌 PE。虽然中科招商在其年报中没有显示最新的基金规模数据，但其公开转让说明书中却显示，截至 2014 年 8 月

31 日时，该公司在管基金就已经有 111 只，基金认缴规模约 607 亿元，到账金额约 274 亿元，实际在管基金约 252 亿元。所以从认缴规模和实缴规模来看，中科招商暂列五者首位。2014 年中科招商营业收入和净利润分别达到了 9.39 亿元和 3.61 亿元，年底时员工人数也达到了 416 人之多。

同创伟业收益率暂居首

所谓私募股权机构，即通过私募方式向基金出资人募集基金，将募集的资金投资于企业的股权，最终通过股权的增值为基金赚取投资收益，公司则向基金收取管理费以及管理报酬。管理的水平，自然要看寻找项目的眼光是否精准。要说退出项目的 IRR (内部收益率，指项目投资实际可望达到的收益率)，实际上这几家 PE 在伯仲之间，同创伟业略胜一筹。

据公开信息显示，同创伟业管理的基金累计投资项目共 194 个，其中投资项目中退出 41 个，完全退出 29 个，已报证监会审核项目 7 个，目前在管的项目约 153 个，其所投资标的中，集中于大消费和大健康这两个领域，在退出项目中，涉及的上市公司有登云股份、佳创视讯、博彦科技等。据同创伟业测算，其完全退出的 29 个项目金额 6.89 亿元，退出金额 18.04 亿元，综合 IRR 达到 35.97%。与此同时，同创伟业还测算了其在管项目的估值，综合 IRR 为 28.05%。

硅谷天堂方面，截至 3 月 31 日，公司累计投资项目共 193 个 (不含 FOF)，其中 82 个项目已实现完全退出 (包括 10 个直投资项目)，目前在管项目 111 个。根据该公司的测算，过往已经退出项目的综合 IRR 为 31.08%，目前在管项目的综合 IRR 为 28.66%。九鼎投资方面，其年报显示，截至 2014 年末，该公司所投资项目已经完成退出 36 个，退出金额 38 亿元，该 36 个已经退出项目的综合 IRR 为 31.9%；在管项目 193 个，计算得到综合 IRR 为 30.1%。而中科招商截至 2014 年 8 月 31 日的数据显示，其投资项目累计达 233 个，32 个实现了完全退出，综合 IRR 为 27.23%，在管项目 201 个，综合 IRR 为 22.01%。

至于明石创新，该公司投资倾向于大消费 (大农业、大健康) 和战略新兴行业，其管理基金累计投资项目共 22 个，目前完全退出了 5 个，当中涉及的上市公司有勤上光电和德力股份。由于其公开转让说明书中并没有给出综合 IRR，所以暂无法与上述公司对比，不过上述两个 IPO 退出的项目，IRR 分别为 20.17% 和 101.97%。

需要指出的是，各家 PE 的退出方式逐渐变得多样化，以前是 IPO 为主，现在通过新三板退出的也不少。最典型的比如同创伟业，虽然其 194 个项目中，通过新三板退出的只有 1 个，但是其已挂牌新三板项目有 2 个，拟申报新三板的就达 74 个，算下来，计划以新三板为退出渠道的项目占比高达约 40%，IPO 渠道居次。

挂牌可谋 LP 退出和企业融资

需要指出的是，一贯运筹帷幄的私募股权机构，从幕后走向台前，有着各种各样的考虑。

比如说九鼎投资，在挂牌之初，曾推出一个定增方案，向 138 名股东共新增发行股票 579.799 万股，每股价格 610 元，需要指出的是，这次大多数发行对象为公司管理的基金的出资人(即原有 LP，有限合伙人)，通过认购增发股份，原有 LP 持有的基金份额将兑换成九鼎投资的股份。对于这种做法，有接近公司人士曾指出，“换股”模式，是公司 with LP 双方协商的结果，部分基金出资人希望与公司一起成长，并持有公司股份；根据公司的业务发展规划，也更愿意接受未来有较大价值增长的基金份额；另外，随着新三板流动性的改善，基金份额换成股份，也可以改善 LP 的流动性。显然，这种创新做法，给 LP 多提供了一条退出的渠道，而这或也是九鼎投资挂牌的原因之一。

另外如中科招商在 2 月份挂牌时，即刻向 32 名投资者发行了 2.79 亿股，实际募集资金 50.3 亿元，其中，个人客户 11 名，认购规模 12.6 亿元，占比 25%；机构 15 名，认购规模 21.2 亿元，占比 42%；产品 6 只，认购金额 16.2 亿元，占比 32.2%。之后的 4 月份，中科招商再抛定增方面，计划募资不超 35.1 亿元。5 月 4 日，中科招商再一次抛出了募资 10 亿元的计划，由此，中科招商挂牌以来的募资计划规模就达到了 90 亿元之巨。显然，新三板这个平台，成了中科招商最重要的资金补给渠道。

借助融资功能的，并不仅是中科招商一家。九鼎投资此前也推出过另一个定增计划，融资 22.5 亿元壮大资本，明石创新也有消息称其登陆新三板的同时将展开定增，募资金额不超过 70 亿元。

8、股权众筹玩杠杆：百万领投基金撬动上亿投资 找接盘侠

很多众筹平台都开始在紧锣密鼓成立 领投基金，一般基金规模至少在千万级。目前对股权众筹是支持和鼓励的态度，但关于股权众筹的监管具体的政策还没出来。

在“领投+跟投”的众筹投资模式刚刚露出“庐山真面目”，很多股权众筹平台再次推出“领投基金”，想趁机攻下新的“山头”，抢占市场。所谓“领投基金”，有些平台亦称“主投基金”，就是让一定资质的创投公司或者创投人士，先在平台募集一只 1000 万—5000 万元的领投基金，一般发起机构出资 2%—10%，在基金成立后再以 10%—20%去领投具体筹众项目。以发起机构出资 2%规模为 5000 万元的领投基金为例，发起机构只要出资 100 万元左右，在基金成立后按项目融资额度领投 20%分散投资至各个项目，平台投资者跟投每个项目的 80%，这只 5000 万元的基金能够将投资至项目的资金体量扩大至 2.5 亿元。整个过程中，顺利实现资金杠杆两次放大，资金杠杆高达上百倍。

领投基金的盛行有利于行业的发展，也是未来股权众筹的发展方向。不过，由于目前没有明确

的监管政策，项目跟投者的门槛设置如果过低，如以万元以上可参与跟投的话，按私募投资 100 万元起的投资标准，可能存在风险。资金杠杆太高，意味着领资机构投入的资金相对减少，由于资金投入少和募集资金过于容易，投资人有可能对投资项目的选择和管理上有所松懈，散户跟投者的权益保护问题需要被重视和有所保护。

“领投基金”热潮涌动

日前，深圳新三板股权众筹平台众投邦与创投机构创东方联手推出“新三板主投基金”，由创东方作为基金发起人，在众投邦平台上招募条件合格的投资人参与众筹投资项目。基金总规模为 5000 万元，GP 创东方认购不低于基金规模的 2%，众投邦作为 LP 认购不低于基金规模的 3%，对外募集 4750 万元。基金作为主投方在众筹平台上进行总额不超过 2.5 亿元的项目投资。

在这个基金设置中，按 2% 的比例计算，主投机构创东方认购额 100 万元，便能在平台运作 2.5 亿元融资总额的投资项目，资金杠杆高达 250 倍。创投行业人士认为，通过主投基金发起方出资不低于基金总额 2%，在基金成立后作为项目主投不低于融资总额的 20%，两次的资金撬动能够让发起机构有效地提高资金的使用效率，而庞大的资金体量和经验丰富的创投机构参与将使股权众筹进入发展的“快车道”。

在跟投标准和收益设置上，众投邦的主投基金跟投人最低投资额为 100 万元，按 10 万元的整数倍递增，不超过 300 万元，拥有资源及项目判断能力的投资人优先考虑。基金的主要收益来自投资收益和分享基金主投项目所产生的收益分成。年化收益低于 10%，GP 不收取业绩报酬；年化收益在 10% 以上，GP 收取 20% 的业绩报酬。

据统计，近期已有大家投、原始汇、天使客等平台都推出“领投基金”，旨在通过资金杠杆将资金量放大从而实现平台流量的积聚及投资项目的增加。很多众筹平台都开始紧锣密鼓成立领投基金，一般基金规模至少在千万级，基金再分散去领投撬动巨大的跟投资金。领投基金的盛行有利于行业的发展，也是未来股权众筹的发展方向。

由于每家平台的项目类型、体量和投资定位不一样，领投基金的规模和杠杆也都不一样。据了解，大家投设立的“领投基金”规模为 500 万元，领投人出资 5%，基金分散投资项目时再以融资额度 10% 领投；天使客成立的“新三板领投基金”规模 1000 万元，领投机构出资 500 万元占 50%，单一项目投资规模原则上不超过合伙企业认缴出资总额的 20%。其中天使客领投基金领投机构占比 50%，天使客相关工作人员表示，相对而言低杠杆对于跟投者来说也意味着低风险。

当前市场上的一般创业投资基金，领投机构占比在 5% 左右，最甚者最低可至 1%，对基金管理方出资额没有硬性规定，因为创投最看重的是管理方的项目投资能力及管理能力。同时，作为平台的

众投邦在此次基金发行中跟投 3%，亦是由于平台看好主投资基金而愿意跟投增信背书。

分散风险还是找“接盘侠”

一方面，领投基金能够快速募集大量资金，缓解传统创投行业的募资压力；另一方面，领投基金还能帮助跟投的散户投资者分散和降低投资风险。同时，有利于解决原来“领投+跟投”模式中优质领投人的不足，以投资管理机构线上化的基金投资方式或将是股权众筹未来发展的方向。以创投机构的专业能力带领投资人选择项目进行主投，进行判断决策、投后管理、资源对接等，投资质量会更高。

让专业的人和机构做专业的事，同时通过分散投资减小投资者的风险，这是领投基金的创新点也是其出发点，领投基金将是股权众筹未来的主要方式。事实上，最大的风险是在基金分散领投项目的跟投者，对于项目跟投者而言，项目跟投者的风险并未有所规避，而领投基金杠杆的加大和过度，有可能会使投资管理公司抱着广撒网的心态而在项目筛选上有所松懈，意味着项目的散户跟投者在单一投资某个项目时风险反而增大，可能沦为项目的“接盘侠”。资金杠杆太高，意味着领资机构投入的资金相对减少了，由于资金投入少和募集资金过于容易，极有可能造成投资管理人对投资项目的选择和管理上有所松懈，散户跟投者的权益保护问题需要被重视和有所保护。

像大家比较熟悉的天使投资项目，成功率大约是 10%，其余 90% 投资是要损失的。如果是以基金的形式去分散投资，10% 的成功项目可能覆盖 90% 的损失。事实上，创投机构在线下投资早已采取基金模式。当前的“领投基金”去领投项目进行众筹时，项目跟投者的风险跟领投基金跟投者的风险是完全不同等级的。

此外，在股权众筹平台上的部分项目是由于不能顺利获得风投的情况下才转战众筹平台，项目风险加大。同时，大部分“领投基金”的投向是限定在所在平台的项目，而平台能否有足够的项目源去消化还存疑。一般情况下，只有通过分散投资才能分散，对股权众筹来说尤是，但一般的个人投资者很难有那么大的资金体量去做分散投资。此时跟投者就需要具备有投资经验和了解相关项目的的能力去筛选和规避风险。

作为平台需要从多方面做好降低风险的工作。以众投邦为例，首先在主投机构门槛的设置上，要求基金管理公司必须是清科排名前 50 名的机构或者是在某个行业有很好的投资成绩，加强入驻公司和团队的把握。其次对投资项目进行筛选，入选项目主要有两个渠道，一是由平台团队寻找的优质项目，另一个是基金管理方推荐的项目，而这些项目必须放置在平台上由投资者检阅。另外，一般而言跟投者门槛设置为百万起投，投资人本身具备较高的风险意识和能力。

平台在信息披露上需要督促主投机构发布投资项目的情况和进展，让投资者及时了解，对于平

台来说，需要把平台做大将机构吸引过来，打造专业的投资机构平台，而作为大型投资管理公司也会维护自己在投资界的声誉。

新三板投资成“热饽饽”

目前，大部分平台包括原始汇、天使客、众投邦成立的“领投基金”投向新三板。在新三板受到热捧之后，股权众筹的投向和投资项目的退出渠道也都指向新三板。新三板个人投资者 500 万元的门槛将不少非高净值客户挡在门外，平台通过股权众筹的方式让平台投资者可以参与投资，对已经上市的新三板企业做新三板定增、新三板交易等相关业务。

此外，“领投基金”的投向还包括拟挂牌新三板的企业。以众投邦“新三板主投基金”为例，主要投资于众筹平台项目，包括新三板上市、新三板定增、新三板交易、转板、并购、IPO 项目等。展开业务的方式包括主要包括两种：一是直接由新三板拟挂牌企业出让部分公司股权，投资者自行认购；二是股权众筹平台设立专门的新三板基金，由众筹平台作为领投，并汇集个人投资者的资金，以有限合伙企业的方式参与到项目中。

监管部门一直没有降低新三板的投资门槛，说明投资新三板需要专业能力，按明年达到挂牌上万家的数量，到时上市企业的分化将远远大于主板。届时将更凸显专业投资者的价值，平台通过投资机构成立基金进行分散投资可减小风险，未来成立“新三板基金”或成为未来最主要的一种方式。

新三板企业作为非上市公众公司，股东人数可突破 200 人。这为潜在投资者提供了投资入股可能以及足够数量的股票交易受让方，是众筹模式的绝佳载体。不过，如果门槛降得低于股权私募的 100 万门槛，有可能存在监管风险。与此同时，新三板企业的良莠不齐，散户跟投者的风险识别和判断力还较为薄弱，加之众筹平台调低投资门槛，投资者的风险承受能力有待考验。

9、热论网企挂牌新三板：浪潮后潜藏暗礁 是鹰是猪待风停

国内资本市场震感明显的“地壳运动”正加速拉扯出一个十年前初露头角的板块——新三板，默默无闻多年之后，眼下其浮出地表面积增长速度之快与模式创新大受关注，甚至被一部分人比作中国的纳斯达克。加上近期市场红利的催化与政策制度的支持，新三板挂牌企业从 2014 年 6 月的 800 多家骤增至 2015 年 5 月的近 2400 家，其中作为“新兴贵族”的互联网企业尤其与新三板形成相互追捧之势。近日曝出天涯、世纪佳缘等也将挂牌新三板(难得出现大家都熟悉的纯互联网公司上新三板)更掀起了话题浪潮。

在这一背景下，早期挂以中外合资之名的互联网企业也纷纷调马回枪，拆分 VIE 架构回国上市

顺理成章地大热起来，顺势更拉动国内互联网初创企业风涌新三板，一时间互联网企业很忙，券商很忙，投资者很忙。

似乎有点热得太过……那么，是新三板泡沫来了？互联网企业挂牌新三板可能带来高估值的同时，又都有谁在承担什么样的风险？在撤销财务指标这一道门槛之后，是否会造成风口上新三板“猪”与“鹰”齐飞的现象？挂牌过程中，目前最棘手的环节出现在哪里？信息披露等问题是否会成为互联网企业挂牌新三板头上悬着的达摩克利斯之剑？

一，互联网企业为何风涌新三板

1，监管机构支持力度增加，转板及交易机制逐渐完善

为什么新三板诞生近十年无人问，而如今却成了包括互联网企业在内众行业所青睐的“爆款”？

事实上，新三板早在 2013 年便引起了市场的重新关注，这一年证监会相继颁布的关于转让系统问题等三大文件使新三板挂牌企业试点迅速扩大至全国范围。就在 5 个月前，证监会又开放证券投资咨询机构与私募等金融机构的参与，证监会主席也公开表示，转板方案也是今年金融改革的重要工作之一。这些对于新三板而言无疑是重大利好。

此外，2014 年做市商制度的推出使市场趋于规范，也成了互联网企业风涌新三板的一个关键因素，做市商制度出来之前，市场上的交易相对来说非常少，但出现以后就好多了，所以现在有很多信托公司与投资公司合作发基金，对于互联网企业而言，融资通道更顺利。眼下新三板每天新增十余家挂牌公司的场面前所未有——此前没有这么多企业标的投放市场，对国内市场而言，既不缺资金，也不缺项目，缺的正是是一个平台。而平台的出现与规范正是其爆发式成长的原因之一。

2，挂牌无盈利要求的门槛

此前，对于国内互联网企业而言，早期在审核制的背景下，想在国内上市面临的最突出门槛便是较高的财务指标——绝大部分互联网企业早期不盈利（而只是烧钱）是制约其在国内登陆主板或创业板的主要症结，也是这个原因，很多互联网创业公司早期拿美元风投；但在新出台的注册制则大大放宽了这一要求——符合条件但尚未盈利的互联网和科技创新企业可以挂牌新三板。

二，什么样的互联网企业适合新三板

1，拿到 B 轮融资以后的企业

总体来说，互联网公司特别适合上新三板。一般企业出于某些目的，常常有“两本账”，而互联网公司的核心则主要在用户方面而不是财务，所以一本账就足够了。并且，互联网公司很多早期拿的都是美元融资，在财务等方面本身也会做得很规范，这些都利于其挂牌新三板之后的进一步发展。

但是，是否所有互联网企业都适合挂牌新三板？

不是。

如果公司早期尚未发展到相对成熟的阶段，最好不要挂牌，融到 B 轮的公司更适合上新三板，A 轮太早（还在组织用户的阶段）——除非是很“明星”的企业。新三板上企业的估值大部分是看营收利润、PE 值，融到 B 轮的公司虽然正在烧钱没什么利润，但在中国一般能拿到 B 轮融资的在垂直行业里其实已经做得非常优秀了。同时“避免 C 轮死”，新三板也给了这个机会。

2，“有概念”、“有利润”的企业

虽然在注册制背景下，互联网企业在新三板挂牌不再有利润门槛的限制，但实际上，很多投资者仍然更看重有利润的公司。据悉，于去年下半年挂牌新三板的点点客现在市值已经达到 30 亿，而投资者看好的除了其连接微信框架与移动互联的概念外，更看重“8000 万营收”与“2000 万利润”的账本。

三，互联网企业挂牌新三板面临哪些挑战与风险

从目前来看，挂牌新三板的企业以传统科技公司（比如做软件与线路集成等）公司居多，另外包括医药、新能源等行业。互联网企业与其相比，有自己需要独自面对的问题与挑战。

1， 券商的门槛

如今从一定角度来看，券商在新三板的主导权越来越明显。

互联网企业挂牌新三板面临的第一步挑战是券商环节——券商是否会接纳你。一般而言，只要是券商环节能够通过的，股转中心也没有问题。

不过，由于券商行业相对较谨慎，所以虽然新三板看似有着巨大的市场发展机遇，但在对拟登陆新三板的企业过滤过程仍较“挑剔”，而且目前来看，券商也在逐渐提高新三板拟挂牌项目和做市项目的门槛。

此外，过去很少有互联网公司在国内资本市场上市，这也客观导致了券商对互联网企业的三大模式（盈利模式、商业模式以及业务模式）不大熟悉，因为不熟悉所以会在面对互联网企业的时候采取比较谨慎的态度。

从另一方面其实也应该看到，国内券商目前正在积极地面对这种挑战，比如向投资界取经，包括学习国外投行的先进经验。过去券商对互联网企业多少都会有些看不清或看不懂的情况，造成距离感，但随着研究的逐渐深入，这个情况会逐渐好转。

事实也是如此，现在如国信证券、申银万国等都在积极主动运作。国内某食品电商平台副总裁在采访过程中也提到，就在几天前，某证券公司曾主动联系其运作登陆新三板事宜。

2， VIE 架构的拆分

据统计，目前在纽交所和纳斯达克上市的 200 多家中概股中有近百家采用的是 VIE 架构。由于此前国内资本市场对上市所设定的高门槛以及 IPO 阴晴不定等原因，对国内互联网企业而言，早期选择拿美元融资已经成了常态，甚至百分之七八十在 A 轮都是拿美元融资。这导致 VIE 架构的拆除（即将外资全面退出中国外商投资限制行业）也变成了互联网企业重回国内资本市场的关键性问题——股权怎么变。近日传出天涯社区正谋求新三板上市，而此前正是拆除 VIE 架构搁浅而耽误了大量时间。

对于一家有巨大成长潜力的互联网公司，早期美元基金往往是不愿退出的，所以在拆除 VIE 架构的过程中，不免要涉及补偿协议等问题，兑价很难办，对于企业创始人来讲要面临一个很大的责任便是如何说服美元基金投资者退出，而最后是否可以顺利谈成都是未知——真正优质的公司回来并不容易。不过也有双币结构的基金，在拆除 VIE 架构的过程中可以聪明地将美元换作人民币，如 IDG 并未完全退出暴风科技正是如此操作。

现在新三板或许会对美元基金的 VC 造成一定影响，一方面，将会有越来越多的互联网企业一开始便选择在国内上市而放弃 VIE 架构，所以 A 轮能不拿美元就不拿。

但同时也考虑到，目前国内市场又确实存在这样一个难点：A 轮人民币基金相对仍然比较少，风险较大，知名的 A 轮人民币基金如达晨创投、深创投、同创伟业等其实对互联网企业的投资仍然比较谨慎，另外如 IDG、红杉等虽然有人民币基金，但往往会拿人民币基金投偏中后期的项目，早期仍会选择用美元基金来投。

3， 信息披露要求下的急功近利

作为全国性证券交易场所，在新三板挂牌的公司从法律上被纳入非上市的公众公司范畴，既然是公众公司则需要满足信息披露等要求。虽然披露有分层分布，但对于互联网企业而言，保密性有时会受到一定影响。有研究表明，信息披露或许也会在某个时间点导致挂牌的互联网企业股价变动导致负债率提升而受到资本市场的干扰，造成企业管理人员、股东出现急于扭转短期局面而忽视长久发展的动作。

不过互联网公司挂牌新三板，一般不会签业绩(收入)对赌，最多签用户对赌，所以短期内的波动而使资本方出面对其干扰应该不会出现。不过不排除用户数据的水份存在(毕竟对于真实性没有明确的第三方监控)，也有可能出现“黑天鹅”事件。

那么目前正有风口之势的新三板上短期又是否会出现“猪”与“鹰”齐飞的可能?

在注册制条件下，一定时间内或许会存在这种情况，但不会长期持续。新三板市场最终会是一种优胜劣汰：比如未来有一万家公司挂牌，那么其中八千家其实是没人关注的。别人看不懂你，业绩一般，又没有太多概念，肯定没有敢去买，没有买则没有交易。从这个角度看，互联网公司一般都是比较活跃的——尤其是面向C端用户的企业——相对应该还不错。”

4，泡沫发酵剂还是净化器

虽然眼下新三板很热，但不能把它当作常态。

客观数据也显示，从2014年6月挂牌800多家骤增至2015年5月挂牌近2400家，资本市场的热捧让新三板从无人问津到红的发紫。那么，真的出现了泡沫?

如果以静态观点看，无疑是出现了泡沫。在新三板挂牌的企业毕竟规模比较小或比较早期，很多商业模式和盈利模式等等还不是非常清楚，甚至有些企业刚刚摆脱生存危机或尚未摆脱。所以前景还不大明朗的企业得到过高估值会给投资者带来很大风险。加上新三板制度还不是特别健全，很多人目前还没有感受到估值泡沫所带来的危险。不过随着新三板制度的进一步完善加上投资者的逐渐成熟，这种泡沫很难持续下去。除此之外，他认为做市商制度本身也的确容易导致单边上涨或单边下跌，这种单边式的交易特征在市场行情好的情况下容易把股价推得很高、把估值泡沫吹得很大，一旦市场风气转变，比如四月下旬出现的单边下行趋势。现在估值泡沫虽然存在，但也经历了四月份的一定挤压。

四，互联网企业挂牌新三板的期待视域

1， 并购与借壳事件增多

将会出现更多主板公司从新三板公司中挑选并购对象的情况。以前是信息不对称，且谈判成本太高。但是现在企业在新三板上的信息会分类化，比如哪些属于制造业、哪些属于医疗类、哪些属于新能源，觉得估价还可以，双方便可以坐下来谈。其中借壳现象很多，而这其中一大部分都是互联网公司。

据悉，目前“壳价”已经在 1000 万以上——排队挂牌者众，市场上壳资源僧多肉少。

2. VC 助推与企业青睐

经纬中国创始合伙人几天前公开透露，经纬迄今投资的 110 多家企业中，就在过去几个月里已有 40 多家正在拆除 VIE 架构准备回归国内资本市场。未来 A 股市场上互联网企业数量将比目前有 10 倍甚至 30 倍的增长。同时易凯资本 CEO 也认为优秀创业公司选择 A 股或新三板必成难以逆转的趋势。

被问及未来是否考虑挂牌新三板的问题，喜马拉雅电台联合创始人表示，还是优先偏向选择国内上市。这一方面和目前的高估值有关，但最重要的原因是根据公司自身的产品特点来判断——作为文化传媒企业，且 90% 以上的用户都在国内。所以从业务扩展的角度考虑，会考虑在国内上市。

据悉目前正寻求挂牌新三板的具有代表性企业除天涯和酒仙网外，还有艾瑞咨询、世纪佳缘、绿狗网、百合网与沪江网等，除此之外还有一批知名度相对较弱的互联网企业。但前景如何，仍是那句话：打铁还需自身硬。

否则，再完美的苍蝇也不过是苍蝇，再坚强的泡沫也不过是泡沫。有一天风停了，便区别出了猪与鹰。

10、众筹开发地产真面目：募集资金有限“圈客”意图明显

尽管很多开发商提出了众筹概念，但截至目前，这一模式并没有解决项目开发的融资问题，还停留在“圈客”阶段。保利地产将联手民生银行推出名为“利民保”的理财产品，购买产品的用户可以用优惠价格锁定项目开盘时的售价，并享受封闭期内的理财收益，即使用户不购房也可享受由民生银行提供的保底收益。更早之前，包括当代置业等房企也推出过类似产品。

但调查发现，这些众筹更大的功能提前“圈客”，对解决开发资金作用并不大。

锁定意向购房者

今年4月，保利地产与民生银行共同宣布推出一款名为“利民保”的互联网金融产品。保利地产相关人士表示，“利民保”的推出是为了解决在不动产投资中，客户、开发商与银行三者的资金压力难题，实现共同盈利。

据悉，“利民保”的操作模式为投资人购买银行提供的理财产品，银行在扣除服务费用成本后把资金贷给地产商，地产商由于节省了融资成本，因此可以通过价格让利将房屋的优先购买权给予投资人。在整个环节中，投资者能以更便宜的价格购买到房产，银行降低了贷款风险，地产商也提前锁定自己的目标客户，并且可实现开盘热销的效果。

根据保利的设想，“利民保”实为一款为意向购房者提供保底收益的期权产品。以一套总价177万元的公寓为例，客户只需要花总价20%的金额购买对应的理财产品，即能以150万元的定制总价锁定项目开盘后的价格，产品有半年或一年的投资封闭期。待项目开盘后，若房价没有上涨，客户行使优先购买权便可获得封闭期内的理财收益与27万元的折扣收益；若房价出现上涨，除了上述收益外，用户还能获得相当于5倍杠杆的房价上涨收益；即便房价跌破了锁定的开盘价格，客户不行使购买权，也能收回本金并获得由民生银行保底的4%年化理财收益。

保利地产表示，“利民保”将首先参与保利地产在广州国际金融城的综合体项目——保利金融中心，未来将陆续参与到公司旗下的商业项目，但目前“利民保”的具体细节仍在细化当中。

通过理财产品搭配购房优惠来锁定意向购房者，保利并非首家。去年9月，万科联合平安集团推出一款名为“平安万科购房宝”的理财产品，搭配了上海万科的4个楼盘，若理财产品购买者最终决定购房，可享受专门的购房优惠。由当代置业与北辰实业联合开发的北京一项目也推出金额分别为10万元、20万元、30万元的理财产品，持有期约6个月，到期后投资者依次享有优先选房权。

预售环节提前

对于地产商而言，通过与金融机构合作发行面向购房者的理财产品，有利于在市场供过于求的情况下寻求营销模式的创新。

根据现有的预售制度，正在开发建设商品房需要在证件齐全的前提下，才能通过认筹等方式圈定意向购房者，但通过发行理财产品“圈客”相当于将预售环节提前，在开工建设前就能把意向客户圈定。

以往房子不愁卖的时候，开发商无需花那么多心思找客户，但现在市场不好了，越早圈定客户

意味着项目的去化率越有保障，所以开发商更愿意尝试这种新的营销手段。对于购房者而言，他们往往也有金融理财的需求，尤其是真正有意向买房的客户，如果产品符合他们的需求，通过购买理财产品还能获得增值收益。因此，众筹模式对于提高客户转化率会有明显作用。

但类似的做法会不会与商品房预售制度产生冲突，不免令人疑虑。这类理财产品往往会附带两份协议：一份是购买理财产品协议，另一份是购房协议。在项目开发建设阶段，投资者购买的只是理财产品，并不附有购房性质，因此能够“绕开”预售制度。

大型房企更受益

除了提前圈定客户，开发商还能通过理财产品募集资金完成融资，用于补充开发建设所需的资金。

以“利民保”为例，理财产品的保底收益实际上是由保利地产来承担，按照4%的保底收益率计算，加上银行的通道费用，预计保利的实际融资成本约为6%，低于银行正常的开发贷款成本。对于银行而言，由于理财产品并不占用贷款额度，同时也能增加银行的非息收入，他们也很乐意为地产商设计类似的金融产品。

由于理财产品能提前帮开发商找到意向客户，而且提前融到了一笔低成本资金，如果最终大多数理财产品购买者选择行使购房权，还能大大缩短项目的销售周期，有助于开发商降低融资成本和营销成本，因此能够在不损害开发商利润的情况下，给予购房者更大的折扣力度。

但相对于房地产开发建设过程所需要的资金量，房企从理财产品中募集到的资金只是杯水车薪，因此对于降低整体融资成本作用有限。而且，由于理财产品资金要专款专用投到项目上，这对开发商的实力与信誉要求更高，因此只有大型房企才能从中受益。

11、上市公司掘金天使投资：“抄袭”式创业 全民VC泡沫来袭

2014年以来，天使投资市场日渐火爆。在大众创业热情高涨、新三板市场日益火爆，以及IPO创富效应等因素吸引下，众多上市公司纷纷投身其中，成为天使投资市场一股重要力量。但是，业内人士指出，在“全民VC”背景下，上市公司在掘金天使投资的同时，应谨防“VC泡沫”。

掘金天使投资

2015 年一季度，中国天使投资市场活跃度延续了 2014 年的火爆行情。募资方面，2015 年一季度中外天使投资机构新募集基金 25 只，均为人民币基金；投资方面，本季度共发生 349 起投资案例，披露金额的交易涉及 2.59 亿美元，投资活跃度比 2014 年同期情况提升近一倍；退出方面，2015 年一季度共发生 3 起创业板 IPO。

众多上市公司的积极参与为日益火爆的天使投资市场再添一把火。近日，由慈铭集团深度参与的专业化早期医疗天使投资平台——医疗健康天使投资基金的筹备工作已正式启动，基金执行事务合伙人表示，基金首期募资规模为 2 亿人民币，目前基金的基石投资人已经确定，虽没有公布具体名单，但包括知名医药上市公司和 IT 企业的创始人。

一方面，在“大众创业，万众创新”的氛围下，创业热情的高涨对资金需求日益增加，上市公司资金雄厚，自然不会错过这样的机会；另一方面，新三板市场持续火爆，为众多创投机构增加了一条新的退出途径，这无疑大大增加了上市公司参与天使创投的信心。

另外，IPO 开闸后的退出效应也对吸引上市公司投身天使创投起到示范作用。去年年中，景兴纸业、轻纺城等众多 IPO “影子公司” 迎来一波大涨。而在当时证监会网站预披露的拟上市企业名单中，上市公司电广传媒的全资子公司达晨创投更是有多达 21 家公司名列其中，在刚刚过去的今年 4 月，达晨创投以 5 家投资企业实现 IPO 成为天使投资市场的大赢家。

2015 年 4 月，全球共有 34 家中国企业完成 IPO，其中 18 家企业有 VC/PE 支持，达晨创投共有 5 家投资企业实现 IPO，包括登陆深圳创业板的航新科技、金雷风电、博济医药、鹏辉能源和登陆上海证券交易所的星光农机。按发行价计算，5 家企业 IPO 后，达晨创投获得 2.28 倍平均账面退出回报、20% 的平均内部收益率。达晨创投表示，2015 年将是达晨创投退出的丰收年，其中一大批退出项目是 2010 年至 2012 年期间所投，另一小部分是 2007 年至 2008 年所投，而 IPO 退出是主要退出方式。

实际上，在天使投资行情火爆的 2014 年，特锐德、东软载波等很多上市公司便已经积极投身天使创投的热潮之中。2014 年 12 月 19 日，青岛市工业技术研究院组织召开了青岛连科股权投资基金新闻发布会，连科天使基金成为山东省首只专门针对科技孵化器内初创期科技企业的天使投资基金。据连科基金发起人介绍，该基金重点针对青岛市工研院等科技企业孵化器内具有良好发展前景的科技型中小微企业，是青岛市唯一一家由政府引导资金、上市公司、成功企业家、行业领袖共同发起的私募股权投资基金。特锐德、东软载波等上市公司现身其中。

谨防“全民 VC”泡沫

随着去年天使投资热潮的到来，很多上市公司纷纷参与其中，这是一件好事，但需要谨防过度投资产生的 VC 泡沫。虽然现在创业者很多，但大量的都是抄袭和复制，真正谈得上创新的并不多，眼下创业潮本身就有很多泡沫。

除上市公司外，参与天使投资的主体日渐增多，呈现出“全民 VC”的景象。一方面，从 2015 年一季度的情况来看，新募天使基金中出现了许多由政府 and 天使投资机构合资成立的一批具有政府背景的天使基金，例如深圳市龙岗区政府出资，力合天使创投管理的龙岗力合天使创业投资基金，以及西安经济开发区成立的 5000 万元人民币天使投资基金。另一方面，明星天使投资人成为一道靓丽的景象。在今年博鳌论坛上，任泉以 StarVC 创始人身份登上青年领袖圆桌会议的讨论席。而早在去年，任泉就和黄晓明、李冰冰共同创立明星风投公司 Star VC，成立一个月便收到 3000 多个投资项目。

实际上，在十余年前，上市公司参与天使投资之初便曾品尝过泡沫的滋味。20 世纪 80 年代，我国加快了科技体制改革步伐，众多科技企业如雨后春笋般涌现。2000 年，我国风险投资尚处于起步阶段，部分创投机构依托于孵化园和高新区，大力发掘创新能力强、发展潜力大的高科技企业，帮助企业实现了知识产权向产业化的转变。同时部分上市公司需要源源不断地注入先进的技术及产品以实现企业持续发展，但是由于自身投资经验不足，因此通过参与 VC/PE 机构投资累积相关经验和资源。

例如，2000 年由紫光股份、路桥建设、中海海盛、中钨高新、燕京啤酒、凌钢股份、常山股份、天茂集团、沈阳公用等沪深证券交易所和香港联交所上市公司联合发起了清华紫光科技创新投资有限公司；大众公用、盐田港、中兴通讯等成为深创投股东；电广传媒设立达晨创投等，掀开了上市公司参与股权投资的序幕。随着 2000 年互联网投资热潮一度破灭，不少上市公司参与私募股权投资的热情受到打击，逐渐淡出股权投资领域。

12、5.11 -5.17 一周并购事件

2015 年 5 月 11 日-2015 年 5 月 17 日中国投融资事件统计见下表

图表 26 2015 年 5 月 11 日-2015 年 5 月 17 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
金蝶国际	京东	应用软件开发	132721.96 万港元	2015-5-16
方舟制药	蓝丰生化	中成药制造	118000.00 万元	2015-5-14
中正智能	新国都	其他专用仪器制造	25200.00 万元	2015-5-14
一卡易	一卡易	应用软件开发	15300.00 万元	2015-5-14
金陵小贷公司	N/A	其他未列明的金融活动	6251.99 万元	2015-5-14
Pocket Gems	腾讯控股	互联网信息服务	6000.00 万美元	2015-5-14

数据来源：中商产业研究院

13、国内外一周风投事件统计

汇通天下宣布与腾讯达成投资协议，完成 C 轮融资

物流互联网公司汇通天下宣布与腾讯达成投资协议，完成 C 轮融资。据悉，此次融资达数亿元人民币，公司早起投资人钟鼎创投也再次跟投本轮融资交易。

汇通天下旗下拥有货运互联网平台 G7，G7 宣称能帮助物流车队连接车辆、司机、货主、高速公路、加油等所有关键要素，通过毫秒级的车辆大数据，让小微货运车队及货运司机从准时送达、安全驾驶、节油减排等自身的良好行为中获益，从而彻底改造物流行业的生产方式及生态环境。

孕产健康管家 Ibaby 获得 200 万元天使投资

家有宝宝 iBaby 是一个母婴健康问诊服务平台，除了具有健康管理和知识库功能之外，还提供一些在线问诊服务。目前，Ibaby 获得 200 万元天使投资，国内知名妇产医院创始人以及雅威健康国际医院创始人共同投资。

Face++获得 2700 万美元 B+轮投资

Face++ 是一个人脸识别云计算平台，通过图像识别和深度学习的研发，可以为开发者提供人脸识别接口。目前，Face++获得两轮 B+轮投资，金额分别为 500、2200 万美元，加上此前获得的 2000 万美元 B 轮投资，其 B 轮投资共获得 2500 万美元，具体投资机构未透露。

家居导购平台爱福窝获得 6250 万元 A 轮投资

爱福窝是一家提供家具在线 3D 展示及导购产品的技术公司，核心产品是 3D 云端家装设计和导购软件，该软件已与天猫家装馆合作，并嵌入到了天猫家装馆 jia.tmall.com 的平台上。公司日前获得 6250 万元 A 轮投资，由宜华木业投资。

建筑图纸管理和云端存储服务提供商 PlanGrid 获 1800 万美元 A 轮投资

PlanGrid 建筑施工图纸管理应用，专门为建筑工程业提供施工蓝图的查看和云端编辑、管理服务。目前，PlanGrid 获 1800 万美元 A 轮投资，由红杉资本领投，前 PayPal COO David Sachs 等投资人跟投。

公司评价社区 The Muse 获 1000 万美元 A 轮投资

The Muse 是一个公司评价社区，平台方会以第三方的态度去采访一家公司的员工，并把采访结果用照片和员工访谈视频等形式在网站上展现出来。目前，The Muse 获 1000 万美元 A 轮投资，此轮融资由 Aspect Ventures 领投，DBL Partners 和 QED Ventures 跟投。

腾讯 6000 万美元收购 Pocket Gems 约 20% 股份

Pocket Gems 创建于 2009 年，总部位于旧金山，是一个移动游戏开发商，主打虚拟游戏研发。目前，腾讯 6000 万美元收购 Pocket Gems 约 20% 股份，具体收购金额未透露。

母婴健康问诊应用康大预诊获得数百万美元天使投资

康大预诊是一款专注于母婴和女性的健康问诊应用，隶属于上海亿库信息科技有限公司。目前，康大预诊获得数百万美元天使投资，红杉、DCM 投资。

乐视体育获得超 1 亿美元 A 轮投资

乐视体育宣布获得 8 亿元 A 轮投资，A 轮由万达投资领投，A+轮由云峰基金领投，东方汇富和普思投资等 7 家机构与个人跟投，易凯资本担任了此轮融资的独家财务顾问。

运动场馆预订平台运动世界获得 6400 万投资 A 轮投资

运动世界是一个运动场馆运动平台，集场馆预订、运动社交、健身课程和运动医学等项目于一体，为大众提供便捷的一站式运动健身服务。目前，运动世界获得 6400 万投资天使投资，具体投资

机构未透露。

电子签名初创企业 DocuSign 获 2.33 亿美元融资

DocuSign 是一家提供电子签名服务的初创企业，成立于 2003 年，总部位于旧金山，在全球有 10 个分支机构，共有 1300 名员工。据悉，2015 年 5 月 13 日，DocuSign 获 Brookside Capital 及 Bain Capital Ventures F 轮融资，共 2.33 亿美金。

物联网云服务提供商 Mode 获 77.5 万美元种子轮投资

Mode 是一个物联网后端云服务初创公司，提供一些虚拟的后端服务，如用户管理、设备管理和安全的实时访问控制。目前，Mode 获 77.5 万美元种子轮投资，Metamorphic Ventures、Kleiner Perkins Caufield & Byers 等投资。

天天果园获得京东数千万美元投资

天天果园是一家主打全球进口鲜果产品及服务的电子商务服务商，上海天天鲜果电子商务有限公司旗下网站。目前，有消息称天天果园获得京东数千万美元投资。

智能机器人研发商小鱼在家获得千万美元 B 轮投资

小鱼在家是一个主打陪伴家人概念的家庭智能陪伴机器人，推动家人之间的联系与交流，北京小鱼儿科技有限公司旗下产品。目前，小鱼在家获得千万美元 B 轮投资，具体投资金额和机构未透露。

拼车 APP 青稞麦获得个人投资者 500 万元天使投资

搭伴客是一款新上线的拼车服务 app，通过智能匹配来向用户推荐附近的车和人，用户只需要通过软件引导到系统匹配地点进行接头搭伴即可。目前，拼车 APP 青稞麦获得个人投资者 500 万元天使投资。

音乐会订阅服务公司 Jukely 获得 800 万美元种子投资

Jukely 是一个提供无限现场音乐会订阅服务的创业公司，同时它会向用户推荐其平台上具有相同音乐品味的人认识，并且会向他们推荐一些音乐。目前，Jukely 获得 800 万美元种子投资，由 Northzone、14W、Maiden Lane Ventures 以及一些个人投资者共同投资。

英国无人机研发商 Sky-Futures 获 387 万美元 A 轮投资

Sky-Futures 是一家英国的无人机制造商，主要为 30 多个世界大型石油和天然气公司提供高清视频、照片和热影像数据的收集和分析服务。目前，Sky-Futures 获 387 万美元 A 轮投资，MMC Ventures 投资。

社交出版平台赞赏获 IDG900 万元 A 轮投资

赞赏是一个主打社交出版的服务平台，致力于“人人都能赞赏出书”。通过，我要出书——我来赞赏——我们帮出版——大家来社交四步，实现出书以及出书后的社交。目前，赞赏获 IDG900 万元 A 轮投资。

微商化妆品品牌韩束获 4 亿元战略投资

韩束成立于 2002 年，是一个微商化妆品品牌，不像其他化妆品品牌在传统零售的商超、化妆品专卖店和 shoppingmall 售卖，韩束主要是在电商、微商等新兴渠道布局。目前，韩束获 4 亿元战略投资，上海家化前总经理领投。

农业电商网站一品一家获得 600 万元 pre-A 轮投资

一品一家是一家 P2P+O2O 模式的农业电商网站，提供农村生产家庭和城市消费家庭的一对一供应，搭建“远山结亲”的 P2P 交易平台。目前，一品一家获得 600 万元 pre-A 轮投资，国内知名天使投资人投资。

职场娱乐社交平台职内网获得千万级 A 轮投资

职内网现更名为仙侠科技，是一个为职业人士提供娱乐休闲活动和资讯的社交平台，公司有运营多款不同类型网页游戏和社交游戏产品。目前，职内网获得千万级 A 轮投资，东方汇富阡治东旗下创丰资本投资，公司计划于年内启动新三板上市计划。

秒针系统宣布完成 5000 万美元 D 轮融资

秒针系统是一家第三方广告技术公司，帮助客户评估和优化数字广告效果，提升媒介投资回报。公司日前获得 5000 万美元 D 轮投资，由春华资本领投。

印度版猿题库 Toppr 获 1000 万美元 A 轮投资

Toppr 是一个在线考试题库，给那些想要读医学院和印度理工 (IIT) 的预科生们提供在线的入学模拟考题资源。除了会给出详细反馈和答案解析，还会提供真人邮件答疑的渠道。目前，Toppr 获 1000 万美元 A 轮投资，Fidelity Growth Partners India、Helion Venture Partners、SAIF Partners 投资。

14、证券市场一周回顾

(一) 股票市场

受央行降息等消息影响，本周（5 月 11 日—5 月 17 日）股市飘红开局。但在 IPO 压力增强的背景下，A 股在盘中出现回调，市场活跃度仍较高。截至周五（5 月 15 日）收盘，上证综指报收 4308.69 点，险守 4300 点整数关口，周涨幅 2.44%，深证成指收 14694.95 点，周涨幅 1.48%。本周创业板个性鲜明，在延续前期不断上涨的格局后，在周三（5 月 13 日）摸到 3271.18 点，刷新本轮行情新高。但受传闻影响，创业板也显现出回调迹象，不过仍然保持较高热度。周五收盘创业板 3145.34 点，周涨幅 5.78%。

成交金额方面，深市已逐渐赶超沪市，深市在周四（5 月 14 日）成交 7240 亿元、周五成交 6690 亿元，均超过沪市的 6699 亿元和 6660 亿元。市场出现沪市资金向深市转移，大盘资金向中小盘转移的趋势。但两市总成交额未见明显大幅波动，稳定在 1.3 万亿元至 1.6 万亿元区间内，市场活跃度仍较高。

目前市场呈现出明显的分化效应，热点题材活跃与权重蓝筹低迷相互彰显。看后市，一月两次的新股申购将对市场量能造成压力，与之前不同的是这次将迎来融资超过 160 亿元的大盘股中国核电。

周五证监会通报第二批专项执法行动案件调查情况，进场调查 8 起违法违规案件。同时通报“中海阳”异常交易案、涉嫌利用第一创业证券未公开信息交易案等违法违规案件调查已取得重要进展。市场人士认为，不断出手的监管将使中国股市朝着公平、公正方向迈进。

此外，监管层近期屡次提示投资者注意市场风险，市场情绪变得更加敏感。伴随着创业板的高位回调，投资者应谨慎投资。

(二) 债券市场

本周（5月11日—5月17日）资金面较宽松，央行继续暂停公开市场操作，债市收益率下行，现券上涨。

1、公开市场

中国外汇交易中心公布的数据显示，5月15日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报1.1600%，较8日跌35BP，7天回购定盘利率收报1.9200%，较8日跌45BP，14天回购定盘利率收报2.3700%，较8日跌43BP；上海银行间同业拆放利率(Shibor)周内下行，1周品种最新报1.9620%，较8日跌37.2BP，2周品种报2.4000%，较8日跌43.4BP。

本周央行继续暂停公开市场操作，为连续第四周“零操作”。

央行连续暂停逆回购操作或在一定程度表明其对未来一段时间内的流动性持乐观态度，逆回购操作的阶段性利率引导目标暂达成，预计短期内仍将继续淡出。

2、债市走势

当前国内经济压力不减，后续进一步加大稳增长政策力度或是大概率事件，基本面仍利多债市。

此外，周三（5月13日）召开的国务院常务会议决定，部署推广政府和社会资本合作模式，同时又新增5000亿元信贷资产证券化试点规模等。前者有利于激活民间资本，后者有利于盘活资金存量，为实体经济发展提供资金支持。

对于后市债市走势，降息对货币市场形成利好，本周各期Shibor继续走低，债券二级市场也量价齐升，现券成交量保持较高水平，收益率较上周继续回落，仍以短端回落趋势最为明显，1年期短期品种回落幅度普遍在30BP以上，更长期品种回落幅度也较前期明显扩大。预计后期各券种到期收益率有望延续下行趋势，特别是前期回落幅度较小的长端收益率回落空间或更大。当前资金面延续较宽松态势，基本面也利多债市，仍看好5月债市走势。

（三）基金市场

随着股市的大幅上涨，私募基金行业规模也进一步扩大，基金业协会数据显示，4月新增备案私募基金数量1209只，相比3月多出432只，环比增速56%；4月新增备案私募管理人数量为1610人，比3月多出560人，环比增速53%。

截至 2015 年 4 月 30 日，私募产品近 17000 只，正常运行的有 14000 多只；在披露四月收益率的 5500 多只产品中，逾八成收益为正，其中宏观策略型以 12.97% 的平均收益居榜首。同时，4 月共有 109 只私募产品进行了分红。

数据显示，今年 4 月期间纳入统计的 2619 只普通股票型私募基金中，有 2228 只上涨，占比 85.41%，平均涨幅为 9.74%。4 月份，股票型私募涨幅超过 20% 的有 194 家，涨幅超过 30% 的有 49 家，表现最好的基金涨幅超过 75%。

本周天弘基金发布公告，自 2015 年 5 月 15 日起，将“天弘增利宝货币市场基金”变更为“天弘余额宝货币市场基金”，天弘基金称，此次只是基金名称变更，基金合同约定的其他内容无变更。目前，余额宝已有 1.8 亿用户，规模已经超过 7000 亿元，是国内最大的基金，全球第二大货币基金和全球第十大共同基金。

四、产业市场

1、风电产业全面回暖 并网容量提前达标

据了解，由中国农机工业协会风能设备分会、中国可再生能源学会风能专委会等联合主办的“第九届中国(上海)国际风能展览会暨研讨会”(CWEE 风能展)，将于今年 5 月 13 日在上海新国际博览中心召开，将有来自 36 个国家和地区的 550 家企业参展。

经历了两三年的发展低谷期，风电产业在 2014 年快速反弹，2015 年是我国风电产业全面回暖后的第一年，政策支持力度也明显加大。国家能源局近期公布了“十二五”第五批风电项目核准计划，项目共计 3400 万千瓦，超出市场预期，而《可再生能源配额管理考核办法》也呼之欲出。同时，为了配合电力行业的市场化转型，国家能源局制定了互联网行动计划，旨在促进电力需求侧响应和清洁能源高效利用方面的技术进步和应用。

这些政策措施将大力促进中国可再生能源的发展，市场预期今明两年风电行业的发展态势依然良好，全球风电新增装机有望进一步提高。

全球风能理事会发布的最新版《全球风电发展年报》预测，未来五年内全球风电市场将继续保持增长势头，2015 年全球新增装机容量将再次达到 5350 万千瓦，累计装机突破 4 亿千瓦大关。

国家能源局发布的一季度全国风电并网运行情况也显示，一季度全国风电新增并网容量 470 万

千瓦，到3月底，累计并网容量10107万千瓦，总量同比增长25%，提前完成风电“十二五”规划目标。

风电产业的全面回暖也体现在龙头企业的业绩报告里。作为国内最大的风电设备制造企业，金风科技一季度归属于上市公司股东的净利润为2.49亿元，比去年同期增长390%；公司预计1至6月归属于上市公司股东的净利润比去年同期变动幅度为增长200%至250%。

金风科技继续看好今明两年国内风电装机量，预计不会低于2014年。2015年来不及抢装的风电项目可能会延至2016年装机，同时预期2016年会有新政策出台，另外，公司12.63GW的在手订单很多要到2016年甚至以后交付，从这几个方面来看国内风电装机形势依然乐观。

2、空调业价格战叫停暗战升级：未来转向综合竞争

“隐晦”的价格战

销售旺季即将来临，“腥风血雨”先从渠道商开启。

5月21日起，为期四天的“万人空巷抢空调”活动将在苏宁线上线下同步展开。这是苏宁第三年举办该活动，却是三年来力度最为空前的一次——不仅一次性买断了全行业库存的10%即400万台空调，还推出了比往年更具优势的价格，如1匹挂机999元的价格，以及预存抵现、购机送券等组合拳的祭出。

提前部署的不只是苏宁和传统线下渠道，包括京东等在内的线上渠道同样已经开始摩拳擦掌。价格让利、满减活动等琳琅满目，新一轮的空调大战大有一触即发之势。

不过，虽然价格优势仍是一大看点，但对于价格战都是一番绝口不提的态度。以苏宁为例，对外的口径上，苏宁把此次活动的价格优势解读为更加注重和供应商的联动，精选或定制消费者欢迎的主流机型，主推爆款单品、智能单品和定制单品，强调“不是简单的价格战，而是全方位的服务战”。

相比此前几个月如火如荼的价格战，这样的剧情明显“温和”了不少，价格战的本质，也显得“隐晦”了许多。

要知道，自去年9月份开始，国内空调行业的价格战可谓一浪高过一浪，先是一向标榜不降价促销的格力率先吹响号角，直言“20年首次发起空调价格战”；再是排名紧随其后的美的出面应战，

启动号称“30年一遇的龙卷风”；再之后便是众多品牌的跟进，愈演愈烈的混战。

这样的戏码一直演到了今年4月，直至发改委的出面。于是，一条不能触碰的底线，才被摆到了企业和渠道商的面前。

醒目的新底线

4月30日，一场由国家发改委发起的提醒告诫会在北京召开，主流空调厂商和主要渠道经销商尽数被约谈。

会议的主旨是，提醒空调制造商和渠道经销商，在价格竞争时应该在法律范围内进行，不能搞价格同盟操纵价格，同时也不能以低于成本的价格进行倾销。这意味着，不许触碰垄断红线、不许肆无忌惮打价格战的规则被摆上桌面。

虽然对于监管机构发声的做法各方反应不一，但实事求是地讲，还是有一定的必要。毕竟，价格战的“后坐力”委实不小。

数据显示，价格战激战正酣的2014年最后四个月，空调整体市场销量同比下滑7.3%，零售额下滑7.5%；今年3月15日之前的11周内，空调整体市场销量同比下滑4.1%，销售额同比下滑10.7%。显然，激烈的价格战并没有真正引爆市场。

这反而影响了企业的盈利。从今年一季度各家企业交出的成绩单来看，以往长期保持较好价格水平和利润空间的白电企业，遭遇了大面积的营收或者净利润下滑。尤其对于更多依赖价格优势冲击市场的二三线品牌来说，价格战带来的“副作用”可想而知。

空调行业的价格战，从眼前利益来看，伤害的是中小企业；从中期来看，不利于空调产业产品升级和良性发展；而从远期来看，损害的还是广大消费者的利益。

因而，叫停，有必要。尽管，难度不小。

全新的升级战

无论如何，一个可以想见的难题是，实质上的叫停价格战，而非现象上叫停，其实并非易事。

纵然大家都对价格战的危害心知肚明，但在当前行业背景下，在不少企业看来，价格战仍有它的“功效”。

据第三方数据显示,当前空调行业库存超过 4000 万台,达到历史高位。而据了解,今年整个家电行业的增长不会超过 5%,甚至可能出现负增长。业内普遍的一个观点是,即使所有空调企业一年不生产也足以满足当年的市场需求。

在行业整体增速放缓、库存高企、竞争压力进一步加大的背景下,不可否认,大规模的价格战,确实可以消化库存、加大出货,甚至还可以对行业洗牌,将成本控制差、品牌实力不强的厂商淘汰。

因而,短期内,这个领域势必消停不了。即使桌面上的价格战被叫停,也难保降价促销等桌面下变相的价格战不会出现,甚至是更新的招数。

不过,外力的介入还是给了这个行业一个喘息并反思的机会,以免无一幸免地被拖入盲目的无序竞争中。真正摆脱价格战虽然不易,但这种强势介入未尝不可。毕竟,换个角度来看,这是一个契机,一个强制推动价格战竞争向价值战竞争转型的窗口。未来的竞争,应该是升级版的综合实力竞争,不只是价格战,而是包括产品战、服务战等在内的综合价值战。

3、中国汽车业健康指标再亮红灯 库存能否消化成未知数

5月11日,中汽协公布数据称,今年4月中国汽车共销售199.45万台,整体销量同比下降0.5%,其中乘用车销量增长3.7%,为近两年来最低增幅。

另一些数字也同样令人担忧:库存水平达到了1.77个月,比去年同期高出了28个百分点。全国海关汽车商品出口统计数据显示,中国乘用车出口量也出现了下滑,今年3月同比降幅达到19.9%,而自年初以来的同比降幅则为17%,总量跌至10.46万台。

今年1月,中汽协预计2015年中国汽车出口量将取得7%的增长,达到86万台。而在目前的形势下,要达成这一出口目标并不容易。

上述指标都揭示出同一个现实:尽管中国依然是全球最具活力的汽车市场(2015年的新车销量预计将增长7%),但汽车制造企业的销路却不如从前那样宽广,未来甚至会有产能过剩之虞。研究机构上周发布的一份调查报告显示,2014年,中国汽车制造厂的产能利用率为85.6%,而在2013年,这个数字为91.5%。分析师预测,到2017年,这一数值将下降至71.9%,与目前欧洲汽车行业的情况相当。

随着中国经济增速放缓,汽车市场的增长也进入了怠速状态。然而,中国汽车工业却依然在持

续扩大产能，以期从这个动辄成为第一大收入及利润来源的行业中获取更多的利益。2013年至2014年，中国的汽车产能分别增长20.1%及20.5%，远超当年的新车销量增速（2013年中国新车销量增长15.7%，2014年增长9.9%）。分析师预计，从现在起到2017年，中国汽车工业的产能规模仍将扩大41.6%，年产量将达到3060万台，而届时的市场是否能够消化这些产品，仍是个未知数。

然而，在这些数字背后，各家制造商所面对的情况不尽相同。

眼下，最容易遭受产能过剩影响的大都是中国本土汽车制造企业。近年来，这些企业在扩大产能方面投入了大量资金，而其利润表现则逊色于海外竞争者。研究发现，比亚迪、奇瑞和江淮等本土制造商在2014年只发挥了40%的产能，即便是销售表现较好的吉利、长城和上汽等企业，其产能利用率也不足70%。

近年来，为了应对海外竞争者，中国本土汽车制造商经常通过合并的方式来扩大资深竞争力。此前，中国制造商的弱点在于力量过于分散。

在5月11日公布的一份研究报告中，DCA研究机构对24家年产量超过10万台的中国汽车企业进行了调查，其中13家企业的产量超过了50万台。报告指出，在2002至2012年间，至少有8家中国汽车制造商（夏利、海马、南汽、长丰、昌河、吉奥）被大型汽车制造企业以收购或控股的形式纳入麾下。因而业界也时不时地传出一些类似东风将与一汽合并的流言。

鉴于海外汽车制造商入华经营必须与中国本土汽车企业成立合资公司，因此此类合并以及由此加剧的产能过剩问题也会间接对海外汽车制造商产生影响。

如果东风真的与一汽合并，那么被绑在同一个链条上的丰田、大众、马自达、通用以及标致雪铁龙、日产、本田、起亚、雷诺等海外车企也将面对与中国本土企业相同的问题。

在这种情况下，跨国汽车集团对中国汽车行业的健康状况同样表现得非常警觉。尽管今年第一季度，海外汽车企业在华销量相对平稳，但近来中国汽车市场上的绝大部分销量增长几乎被本土制造商所包揽，这主要受益于低价SUV车型的畅销。

而那些已在中国扎根多年的海外车企（大众、丰田、现代、标致雪铁龙、福特、通用）也正不断扩大自身产能，而那些新近进入中国市场的企业（雷诺、沃尔沃、捷豹路虎、吉普）则将面对一个比过去更具挑战性的市场，他们不得不针对即将出现的销量瓶颈做出一系列调整。

4、稀土业整合再提速：5+1 格局深化

稀土行业中上游加速整合模式开启。近日，五矿集团、中国铝业、包钢稀土、厦门钨业、赣州稀土、广晟有色 6 家稀土大佬整合重组方案已获批备案。在业界看来，6 家稀土集团的整合是此前“5+1”稀土格局的深化，这一政策的出台也意味着国家正在加速稀土产业结构调整，加快稀土行业优化的步伐。

在行业层面，重组方案的出台意味着稀土业在中上游开启了“强光灯”。按照通知的内容，国家对稀土开采企业在准入及指标分配上采取了明确化、公开化的措施，建立监督和报备机制，并将落实时间控制在 30 个工作日内。此外，通知中还规定了今年稀土矿与钨矿的开采指标，稀土矿开采总量控制在 10.5 万吨，与去年持平；钨精矿开采总量控制在 9.13 万吨，比去年增加 2300 吨。

这对中国的稀土业而言，无疑是一大利好。作为保护性矿种，开采量的规定及企业的整合方便了国家对稀土行业的监管。稀土业通过整合形成真正的“5+1”格局后，国家将拥有更强大的话语权，同时行业集中度的提高也有利于减少内耗、开拓海外市场，提升我国稀土的国际竞争力。

值得一提的是，早在 2012 年 8 月中国稀土交易所挂牌成立时，国家提出将稀土的交易价格透明化，本次稀土行业的加速整合又使稀土在价格方面形成优势。据悉，如今稀土行业混乱，目前的定价可谓“白菜价”，不利于国家对战略资源的把控。行业整合后会形成一定规模优势，价格也会依据市场供求的变化在稳固的基础上有所上涨。

5、盐业生产额度审批取消 垄断问题依然存在

5 月 14 日，国务院印发《关于取消非行政许可审批事项的决定》（以下简称《决定》），在前期大幅减少部门非行政许可审批事项的基础上，再取消 49 项非行政许可审批事项，将 84 项非行政许可审批事项调整为政府内部审批事项。

值得关注的是，食盐生产限额年度计划审批、企业发行外债的额度审批、探矿权采矿权协议出让申请审批等诸多事项均被取消。

并且，《决定》要求，今后不再保留“非行政许可审批”这一审批类别。

彻底取消非行政许可审批事项，利于彻底规范行政审批类别，由此也依法规范了政府针对社会主体、市场主体所设定的权力的授予与限制。

食盐仍受专营办法约束

此次取消 49 项非行政许可审批事项，涵盖国家发改委、教育部、工信部、民政部、人社部、国土资源部、水利部、农业部、卫计委、税务总局、证监会等 20 多个部门的审批权限。

具体包括取消了企业发行外债的额度审批、探矿权采矿权协议出让申请审批、食盐生产限额年度计划审批、国际科技展览会及其他重大国际科技活动审批、铁路基本建设项目审批等事项。其中，在国家发改委方面，食盐生产限额年度计划审批的取消受到了广泛关注。

食盐生产限额年度计划审批的取消，意味着盐行业将更加市场化。原来食盐生产限额年度计划下来后，便开始给各个盐矿分配，比如江西的盐矿有几个，去年给你分配多少吨，今年给你分配多少吨，每个盐矿都是抢计划的。食盐生产限额年度计划审批的取消意味着没有了计划，盐矿拥有了更多的自主权，更多靠市场调控。

但取消该项审批是本届政府简政放权的体现，并不能从本质上解决目前盐行业面临的问题。盐行业本身的大问题是垄断，目前仍然受《食盐专营办法》的约束。即便取消了限额年度计划，但对盐行业真正的管制并未解决，一些食盐企业的生产与经营还是会受到其他方面的影响。

非行政许可审批被终结

再次清理了一批非行政许可审批事项的同时，《决定》要求将 84 项非行政许可审批事项调整为政府内部审批事项。

据了解，本届政府成立之初，国务院部门共有非行政许可审批 453 项。经过 2013 年和 2014 年前后七轮的清理，已经取消了 209 项。

而此次的《决定》也意味着“非行政许可审批”这一审批类别成为历史。这几年国家减少了大量的行政审批事项，但一些老百姓的体会却不那么明显，为什么？一方面一些行政审批事项是针对企业的，与老百姓的生活还隔得比较远，更重要的一点是大量非行政审批事项的存在。

这符合简政放权下的放管结合的要求。在权力不断下放的大趋势下，有放有管才能维持良好的市场秩序，更大激发市场活力。

6、互联网冲击致彩电行业业绩下滑 转型迫在眉睫

今年，对于彩电行业来说并非风平浪静的一年。

伴随着乐视等互联网企业携各自旗下生产的彩电产品，与传统彩电企业大打价格战，国内彩电行业这块市场经历着与多方品牌的对战，即使是海信这样的家电巨头也难免受到波及，业绩出现了下滑。

近日，海信电器发布年度报告称，2014 年公司营业收入 290.07 亿元，同比增加 1.85%。实现净利润 14 亿元，较上年减少 11.55%。

海信电器表示，2015 年我国彩电行业市场增长的机会将主要集中在技术升级、线上市场和农村市场，国内彩电市场前景不容乐观。

对此，中国经营报 5 月 10 日报道，作为一直以来彩电行业的优等生，在去年乐视等其他品牌“价格战”入侵搅局彩电行业之时，海信是唯一一家坚持不降价，毛利高于平均水平业绩坚挺的企业。但就目前来看，海信也不能免俗，业绩首度下滑，国内彩电业有全军覆没之感。

除此之外，中国经营报还指出，除了在港交所上市的创维，其他企业交出的 2014 年业绩报告依旧维持惨淡行情。

据康佳刚刚公布的 2014 年彩电财报显示，这家公司全年实现销售收入 194.23 亿元，同比下降 2.92%，归属于上市公司股东的净利润亏损了 4.7 亿元。康佳在电视等主营业务上已经连续 4 年亏损。

同时，长虹 2014 年年报数据显示，2014 年四川长虹营业收入 595.03 亿元，同比增 1.07%；归属于上市公司股东的净利润 5885.78 万元，同比下降 88.52%。对于去年该公司收入、利润未达预期的原因，四川长虹表示，主要是国内家电市场需求下滑，国家节能产品惠民工程等刺激政策退出；公司彩电业务国内销售未达预期所导致的。

TCL 多媒体业务板块销售收入 265.66 亿元，数据显示，TCL 多媒体去年营收同比下跌 15.5%，成为集团内部唯一在 2014 年营收同比下滑的业务。

从这些数据不难看出，国内彩电行业市场处在低迷期。尽管今年五一期间，彩电行业推出了一些新品，但是近年来彩电行业整体市场仍然是下滑的态势。

在过去的很长一段时间里，由于创新不足，未能积极跟上国内迅速变化的市场经营模式，随着

新增互联网对手的加入，市场竞争更加激烈，价格压低导致了投资收益的减少，使得业绩出现了下滑。

从上个世纪九十年代开始，彩电就以“三大件”的形式成为中国家庭不可或缺的家电产品。国人开始逐渐青睐更具性价比的国产家电，也就是在这段时间，TCL、创维、海信、长虹等国有品牌迅速崛起。

此后随着智能家电大规模出现，以及系列互联网自产家电产品的诞生逐渐改写着这一行业格局。以2013年4月乐视推出60吋超级电视为例，价格只有同类产品的一半。乐视互联网企业携自家智能家电产品跨界来袭，依赖成本和营销优势大打价格战，致使不少传统彩电企业被迫跟进，从而把家电的毛利润“按”了下去。

除此之外，整个家电大市场环境对彩电行业有比较大的影响，其他产业出现变化等都会对彩电行业产生影响。例如单身房相对来说对家电的需求会少一些，同时电视机是耐用商品，更新换代不会太频繁。另外，物价水平提高之后，老百姓的生活支出也提高了，而彩电属于高价值消费品，自然买的人就少了。

受互联网冲击

近年来，网络电视发展迅速，消费者在线观看电视节目的意识开始日益普及，在众多传统行业相继遭遇来自互联网企业的冲击的当下，传统电视制造行业也意识到这是顺应时代潮流和市场环境的选择，转型迫在眉睫，以长虹、TCL等为代表的很多传统家电企业也相继进军智能家电领域。

之所以智能家电能迅速抢占市场，跟互联网企业利用其独特的营销优势，抓住人们容易对新事物产生的好奇心理分不开。在大的环境的趋势下，彩电行业靠什么来突破，来吸引更多消费者？

需要更多地去了解顾客的真实需求，增加体验感，真正地做一些消费者喜欢使用的高品质商品，回归到彩电最原始的本质，注重音质画质和一些最实用的功能就好。

据了解，以前传统家电想要吸引消费者主要是以降价优惠等活动为主，随着人们生活水平的提高，对家电的要求也在发生改变，越来越多的消费者注重实体享受。如今彩电行业线上的销售在慢慢下沉，电商这一块更是向四五级市场下沉的速度非常快，因为线上能带给人更多的快捷和便宜。相对而言，实体店这一块是终端企业，根据市场的需求，用户可以来店里直接体验现代化的产品使用，因此以今年五一期间为例，中高端在线下的销售情况更好一些。

转型迫在眉睫

2014 年彩电企业年报

康佳

收入 194.23 亿元，同比下降 2.92%，归属于上市公司净利润亏损 4.75 亿元，同比下跌 595.58%。

海信电器

收入 290.07 亿元，同比增加 1.85%，归属上市公司净利润 14 亿元，同比下降 11.55%。

四川长虹

收入 595.04 亿元，同比增加 1.07%，归属于上市公司净利润 5885.78 万元，同比下降 88.52%。

多媒体 TCL

收入 265.66 亿元，同比下降 15.5%。

7、中国智能手机市场首现萎缩 手机价格战难再奏效

11 日，IDC 发布的一份调查显示，2015 年一季度，中国智能手机发货量同比减少 4.3%，六年来首次出现同比下滑。

根本原因是中国智能手机市场逐步饱和。目前中国市场的智能手机渗透率已经超过 90%，中国已经变成智能手机置换市场。福布斯中文网近日也发文称，中国新增智能手机出货量完全取决于升级到下一款热门手机的消费群体。

中国手机目前进入换机市场，手机出货量下滑这种趋势还会持续下去并趋于稳定。过去三年，中国智能手机出货量增速很快，因为正处在功能机向智能转换的市场环境中，而现在几乎人手一部智能手机，有手机需求的消费者大都是换机需求。

工信部最新的数据显示，今年一季度，我国移动电话用户总数达到 12.9 亿户，普及率达 94.6 部/百人。但尚未透露其中智能手机用户占比数。

针对中国一季度智能手机出货量下滑的情况，虽然不少媒体把原因归在中国手机市场趋于饱和的因素上面。不过三星在一份声明中称，中国智能手机虽然或将在今年放缓，但仍然有足够的升级换代需求，因为中国手机用户中的大多数仍在使用低端和中端智能手机。

手机价格战或难再奏效

针对一季度中国智能手机市场放缓的情况，有分析指出，中国智能手机厂商也会受此影响随之发生变化。由于市场环境的迅速变化，中国智能手机势力版图也正日新月异。

从目前这种情况来看，未来中国手机品牌会越来越集中，竞争也会越来越激烈。一些便准化的小手机厂商将处在竞争下风，而一些高端手机品牌或者有特点的手机品牌将存活下来。

另外，因为未来中国手机市场是换机市场，价格不再是消费者购买手机的关键因素，所以手机厂商价格战难再奏效，一些低端手机厂商将面临淘汰。

但从短期来看，价格战仍不失一个增加出货量的好办法。在乐视等低价手机的围攻下，中国智能手机市场已经变得“拥挤不堪”，这导致小米迫于竞争压力上月降低了小米4的价格。另外，据了解，近日开售的小米Note顶配版也调低售价至2999元，而最早公布的价格为3299元。

即便这样(降价)，小米Note顶配版毛利依然高于小米其他型号的手机，而且，这将成为小米向中高端转型的标志。未来中国手机用户换机时候，考虑更多的是手机质量与服务，价格成为次要因素，这也是小米等手机厂商现在谋求转型的出发点。

另外，除了转型，随着市场日益成熟，估计中国厂商将加速进军东南亚和印度等海外市场。据了解，目前，小米，华为等都在马不停蹄开拓海外手机市场，尤其是印度市场。现在印度手机市场如同处在中国过去的三年中，这对中国手机厂商来说不乏是一个机遇。

8、我国啤酒行业产销量高位回落 业内认为稳住增长信心足

去年以来，我国啤酒行业产销量高位回落。但业内人士和专家均表示随着增速放缓，啤酒行业进入了发展成熟期，行业集中度持续上升，盈利能力有所增强。在未来的几年中，啤酒企业应抓住提质增效的契机，从差异化产品、多渠道营销等方面着力，实现更有质量的增长。

我国啤酒业在持续高歌猛进的情况下，2014年产销量高位回落，出现了24年以来的首次负增长。啤酒市场拐点真的来了？行业如何才能抓住机遇持续向前发展？近日举行的2015中国啤酒业年

度高峰论坛上，国内外啤酒业巨头围绕热点问题展开交流，探讨新常态下行业发展的新路径。

负增长未减信心

数据显示，2014年，啤酒行业产量为4921.9万千升，同比下降0.96%，其中上半年累计增长5.66%，下半年出现连续6个月的负增长。2015年以来，市场情况并未好转，一季度啤酒行业增速下降2.18%。

对于啤酒业增速回落的原因，业界普遍认为，啤酒旺季的气候偏凉、跨界酒产品增多、其他酒种价格的下降等因素对去年啤酒销量产生了较大影响。也有专家发出预警，我国啤酒市场已经达到消费容量的中短期周期性上限，其主要依据是我国人均啤酒消费量(34.2升)已经超过世界平均水平(33升)。

面对市场下行压力，啤酒企业普遍表现淡定，各大啤酒品牌负责人均在啤酒业年度高峰论坛上强调，继续看好中国市场商机，仍将持续加大投入。

中国市场这么广阔，未来增长空间还很大。大的啤酒公司就像大鱼，最大的鱼一定长在最大的池塘里面。从世界范围看，中国内地市场就像一个很大的池塘，青岛、燕京等几条大鱼都长在里面。目前雪花啤酒产销量位居中国第一、世界第五，今后要力求量增质更优。

正是由于深具发展信心，华润雪花所属的上市公司华润创业近日宣布售卖非啤酒业务，转型为专注于啤酒业务的企业，此举受到了资本市场的欢迎。华润雪花的外资股东、世界第二大啤酒企业SABMiller也公开表示，对中国市场持乐观态度，将一如既往坚持在华投资和发展。

对所有啤酒公司来说，中国市场都是一个战略市场。行业有上有下是正常的。从长远来说，中国市场还是很有前景的，喜力将会继续在华发展。

负增长的出现并不意味着啤酒业从此步入下降通道。未来三至五年，我国啤酒业的消费容量仍有增长空间，但大幅增长或连续多年增长可能将不复存在，波段上行将成为主基调。

提质增效成亮点

随着增速放缓，我国啤酒业进入了新常态，而这也是产业由成长走向成熟，由量变转向质变的必经阶段。去年，啤酒业在产量下降的情况下，行业集中度继续上升，产品价格提升，行业盈利能力有所增强，总体运行呈现出结构趋优、效益改善的新特征。

同时，大部分省份啤酒售价提高，啤酒产品的市场议价能力显著提升。2014年，啤酒行业实现销售收入1886.2亿元，同比增长5.10%，每千升啤酒销售收入同比增长6.12%，在主要酒种中是增幅最高的。啤酒业利润总额增长11.00%，每千升啤酒利润增长12.07%。啤酒成为去年饮料酒主要酒种中唯一实现单位产品利润增长的酒种，且增幅较为可观。

随着啤酒市场容量趋于饱和以及产业集中度的不断提高，行业过度竞争的趋势正在缓解，啤酒产品盈利水平得到逐步提升。啤酒企业正在从对市场份额的过度追求向对产品结构、品牌塑造和管理水平的调整和提升转变。

现在啤酒市场最大的变化是主流产品价格上移，甚至可能是提至中档价位。主流产品在市场中的份额最大，哪怕产品价格只涨了一毛钱，对整个行业都是利好的。

创新发展正当时

随着居民消费水平的提升和年轻消费群体的崛起，啤酒市场需求正发生新的变化。比如，进口啤酒已连续三年呈现出爆发式增长，2012年至2014年进口量累计增长426.81%。

为打破同质化竞争局面，国内企业也纷纷发力差异化产品、中高端啤酒产品以及细分市场特色产品。即使数量下行，也可以提质量、调结构，做细分市场，创造丰富的口味，满足不同消费者需求。企业要着力捕捉消费者喜好，根据年轻人追求时尚、高端等诉求开发更多的新产品。

对于拥有巨大产能的啤酒业而言，做到增速换挡不失速，除了加快产品升级还需抓好市场营销。在线下渠道方面，啤酒企业全面提升市场覆盖率，积极拓展广大农村市场，努力打通啤酒销售的“最后一公里”。在线上渠道方面，啤酒巨头则普遍在天猫、京东、1号店等开设旗舰店，通过电商实现消费便利化。

五、环球市场

1、英央行宣布维持货币政策不变

5月12日消息，英国央行11日宣布，维持货币政策不变，即将基准利率维持于0.5%的纪录低点，并将资产购买规模维持于3750亿英镑不变，符合市场预期。分析人士指出，上周的大选结果消除了英国经济中的一些不确定性风险，市场目前已经将关注点转向英国央行将于本周三发布的季度通胀报告。市场预计英国央行未来仅会缓慢加息，这可能促使英国央行上调对两年后的通胀预期。该行2月时表示，两年后的通胀率可能略低于2%的目标水平。

英国大选结束后，有不少投资者担忧保守党减少财政开支，拖累英国央行加息的脚步。但其实保守党上台，对英国央行决策影响甚微。因为，英国此次大选结果可能会助其经济复苏更强势，抵消任何财政政策调整的影响。

2、澳大利亚新财年预算“定调”促增长

5月13日消息，澳大利亚政府12日公布2015至2016财年的财政预算案。新财年预算案包括促进就业、降低小企业税赋、打击跨国避税、降低外援支出等措施。在大宗商品价格不断走低的背景下，此份预算案有望对澳疲软的经济起到提振作用。但分析人士同时警告，此举也有可能推升赤字水平，给经济增长带来风险。

此次预算案与上一份预算案相比，其关注重点发生了明显变化。此次主要聚焦于“就业、增长和机遇”，是一份“谨慎、朴素和负责”的预算案。并且也表明，推动澳大利亚经济增长已成为澳政府的首要任务。

3、英国工业产值增速创六个月新高

5月12日报道，3月份英国工业产值实现六个月以来最快增速。据英国国家统计局统计，3月份工业产值环比增长0.5%，同比增长为0.7%，一季度工业产值环比增长0.1%。

英国制造业联盟机构EEF建议政府必须保持对“重要增长手段”的资助，包括科研、创新和出口。分析指出，最近几个月，受油气产量下跌影响，工业产值有所下降，但3月份局面迎来改观，工业产值呈现出自9月份以来的最好表现，高于此前预期。分析认为，三月份工业产值增长部分原因在于油气产量提升。

国家经济和社会研究所(NIESR)报告显示, 2至4月英国GDP增长0.4%, 高于1至3月的0.3%。报告认为, 一季度英国GDP数据疲软是暂时的, 全年GDP增长预计为2.5%。

4、欧元区经济迎暖春 增速反超英美创两年来新高

欧盟统计局13日发布数据显示, 欧元区2015年第一季度环比经济增长0.4%, 增幅为近两年来最高水平, 并且超过同期英国和美国的经济表现。多方面的政策支持以及油价和欧元走低, 成为推动经济回暖的有力因素。短期内欧元区经济或将继续得到提振, 但结构性顽疾难以根治和区域内各国经济失衡的状况, 仍将给欧元区经济前景带来隐忧。

创两年来最大季度增幅

当日公布的预估数据报告显示, 欧元区19国今年第一季度国内生产总值环比增长0.4%, 同比增长1.0%, 好于上一季度的环比增长0.3%和同比增长1.3%。另外, 欧盟28国第一季度国内生产总值环比增长0.4%, 与上一季度持平, 同比增长1.4%, 好于上一季度的1.3%。

从分项国别数据来看, 表现最抢眼的国家是欧元区第二大经济体法国。受物价下跌推动消费者支出的影响, 今年第一季度, 法国国内生产总值环比增长0.6%, 同比增长0.7%, 远超市场预期, 并创近两年来最高增幅。

外围国家西班牙和意大利也出现强劲增长。当季西班牙经济环比和同比分别增长0.9%和2.6%; 意大利结束了近三年来的经济停滞和衰退期, 一季度环比增长0.3%, 为四年以来最高水平。

另一方面, 仍有部分欧元区国家经济表现不尽如人意。欧元区最大经济体德国的一季度国内生产总值环比增长0.3%, 不及市场普遍预期, 并远低于上一季度的0.7%。据悉, 对外贸易是拖累德国经济增长的主要因素, 一季度该国进口额增长远超出口额增长。

希腊经济重新陷入技术性衰退。该国国内生产总值继去年四季度环比下降0.4%之后, 今年第一季度环比萎缩0.2%。希腊政府目前面临资金短缺的问题, 加之与国际债权人的谈判迟迟未果令“脱欧”担忧难消, 未来的经济不确定性恐将继续增加。此外, 爱沙尼亚、立陶宛、芬兰今年第一季度经济环比均出现萎缩。

整体来看, 在长期陷入经济低迷和通缩风险的背景下, 欧元区第一季度经济表现令人振奋。尽管略低于分析师此前预计的增长0.5%, 但欧元区第一季度经济增速已是自2013年第二季度以来录

得的最高水平。彼时，欧元区国内生产总值增幅为 0.4%，此后陷入了欧元区历时最长的经济低迷期。

此外，横向来看，欧元区的经济表现也开始好于美国和英国等发达国家。今年第一季度美国实际国内生产总值按年率计算增长 0.2%，较去年第四季度 2.2% 的增速大幅放缓。同期英国国内生产总值环比增长 0.3%，创两年来新低。英国《金融时报》称，这意味着近年来欧元区在全球经济增长格局中一直处于落后状态的趋势正在发生转变。

利好因素与风险挑战并存

欧元区第一季度经济数据表现良好受益于多个利好因素。经济学家们分析认为，国际油价下滑，欧元持续走弱，以及欧洲央行启动量化宽松政策都对欧元区的经济增长起到了重要的促进作用。

油价和欧元双双走低推动了欧元区的经济复苏。自去年 6 月份以来，国际油价一度下滑 60%。据美国《纽约时报》报道，与去年第四季度相比，今年一季度国际油价已累计下滑 30%，不过目前油价开始企稳回升。能源成本的降低在一定程度上促进了消费和投资。另一方面，欧元贬值极大地提振了欧元区的出口。与上一季度相比，欧元在一季度贬值近 10%，目前基本稳定在 1.12 美元的水平上。

此外，欧元区经济增长还受益于政策的调整。今年 1 月份，欧洲央行正式启动 1.1 万亿欧元的量化宽松计划，以提振疲弱的欧元区经济和通胀水平。另一方面，欧元区国家多年以来实行的紧缩财政政策也有所放松，令经济复苏得到了喘息的机会。

据美联社报道，有分析人士认为，因上述利好因素的支撑，预计未来欧元区经济增长将更为强劲。比如，欧元贬值在未来将提振德国出口，使得德国经济增长在未来或出现回暖。德国占欧元区国内生产总值的比重接近 30%，德国经济增长的回升是维持欧元区经济增长的关键。

不过，在全球经济复苏依然乏力的背景下，欧元区尚未完全摆脱金融危机的阴影。目前，欧元区的失业率仍超过 11%，通胀率离 2% 的目标水平相去甚远。希腊债务违约风险尚存，也令市场对欧元区经济前景的担忧难以消退。

此外，英国报道称，欧元区经济增长对油价和欧元走低的依赖也令部分投资者感到担忧。欧元区的经济复苏还不够强劲，如果未来油价和欧元走强，欧元区经济增速必然会放缓。

加强欧洲经济复苏需要继续给予坚定的政策支持。目前，许多成员国依旧面临公私债务高企、生产力水平低迷、投资短缺和失业率居高不下等问题。欧元区公布的经济数据确实鼓舞人心，但这并不意味着欧洲央行的量化宽松政策将很快结束，因为目前欧元区各国的经济表现仍然参差不齐。

欧元区经济增长的范围正在明显扩大，但这种增长是否已经达到能够支撑其自身经济复苏的程度，目前还没有定论。

5、美国 4 月份联邦财政盈余创七年新高

美国财政部 12 日公布的数据显示，受税收增加影响，今年 4 月份，美国联邦财政盈余 1567 亿美元，为七年来月度财政盈余最高水平。

数据显示，4 月份美国联邦政府财政收入同比增加 13.9% 至 4718 亿美元，财政支出同比增加约 2.5% 至 3151 亿美元。美国联邦政府财政盈余为 1567 亿美元，而去年 4 月财政盈余仅为 1069 亿美元。

截至今年 4 月份的 2015 财年（始于 2014 年 10 月）前 7 个月，美国联邦财政赤字总计 2827.66 亿美元，低于 2014 财年同期 3064.14 亿美元的赤字。

由于经济增长带动政府收入增加，在 2014 年 9 月底结束的 2014 财年，美国联邦政府财政赤字降至 4833.36 亿美元，为 2008 年以来的最低水平。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。

6、澳大利亚羊毛价格出现大涨

澳大利亚 5 月 10 日报道，虽然或还未产生“泡沫”，但澳大利亚羊毛价格继复活节的大涨幅后持续攀升，本周竞拍会上增幅再跳升 6 个百分点。

报道称，羊毛产业的重要标准——东部市场指数——周末上涨 69 分达每公斤 12.41 澳元，刷新 2012 年中期以来水平。复活节过后，尤其是中国市场的强烈需求，以及欧洲和印度买家的拉抬，促使澳羊毛价格持续陡升。

分析师指出，中国官方 4 月底决定盘活信贷和银行放贷能力是该商品市场价格攀升的关键因素。中国是羊毛市场的主导者，占该市场份额约 75% 左右。羊毛生产商纷纷在这个需求旺盛的市场中获利，即便此前被套牢的生产商也极力涌入该市场。今年羊毛供应量同比增加 8%，未来 3 年增幅有望达到 15%。

澳大利亚羊毛出口商委员会执行董事称，拍卖会上出现如此高涨幅的羊毛价格——尤其是周三

的 4% 价格增幅——着实“惊艳全场”。积极的信号就是此轮价格上涨看似确实是通过需求驱动的。

报道称，澳大利亚羊毛产业上一次价格大涨是在 4 年前，当时东部市场指数攀升至每公斤 14 澳元。那是金融危机期间不断膨胀的羊毛供量耗尽后，意大利买家重新进入羊毛市场所带来新的需求而出现的。

7、英国央行维持货币政策不变

英国央行 11 日宣布，维持货币政策不变，即将基准利率维持于 0.5% 的纪录低点，并将资产购买规模维持于 3750 亿英镑不变，符合市场预期。上周的大选结果消除了英国经济中的一些不确定性风险，市场目前已经将关注点转向英国央行将于本周三发布的季度通胀报告。

该份季度通胀报告将会更新经济和通胀预期，央行行长将就货币政策进行阐述。市场预计英国央行未来仅会缓慢加息，这可能促使英国央行上调对两年后的通胀预期。该行 2 月时表示，两年后的通胀率可能略低于 2% 的目标水平。

此外，今年前三个月英国经济仅平均增长 0.3%，总体较为疲弱，这加大了英国央行下调今年经济增幅预估的可能性，但不太可能会影响到该央行对 2016 年经济增幅的预估。英国央行预计英国今明两年的经济增幅都为 2.9%。市场分析师还认为，由于 2015 年初薪资涨幅低迷，英国央行今年稍晚可能会下调对全年薪资涨幅的预期。该央行原本预计今年薪资将增长 3.5%。

英国大选结束后，有观点担忧保守党减少财政开支，拖累英国央行加息的脚步。但多数分析人士认为保守党上台，对英国央行决策影响甚微。英国央行对英国长期通胀和经济增长的预期不会有什么改变。只要英国通胀开始增长，英镑可能就会大涨。英国此次大选结果可能会助其经济复苏更强势，抵消任何财政政策调整的影响。

8、德国 3 月外贸出口额 1075 亿欧元 达史上最高

最新的统计数据显示，今年 3 月德国的外贸出口额达到了 1075 亿欧元（约合人民币 7466.95 亿元），较去年同期增加 12.4%，并创下单月外贸出口额的最高纪录。

德国联邦统计局当地时间 5 月 8 日发布数据称，2015 年 3 月德国的外贸出口达到史上最高。此外，当月的进口额也较去年同期增加 8.4%，总额为 845 亿欧元（约合人民币 5856.94 亿元）。据悉，德国商品的主要出口地区为欧盟国家，出口额占到 615 亿欧元（约合人民币 4262.75 亿元）。

报道称，尽管德国的外贸出口取得成功，但工业生产萎缩的问题仍不可小觑。统计数据显示，今年3月，德国工业、建筑业和能源产业的产值较上个月减少0.5%，而且仅工业一项就减少了0.8%。

9、巴西官方公布4月份年通胀率8.17%为2003年以来新高

当地时间8日，巴西国家地理统计局(IBGE)发布的最新数据显示，2015年4月份巴西通胀率环比上涨0.71%，尽管涨幅低于3月份的1.32%，但累计过去12个月的年通胀率仍高达8.17%，创2003年12月9.3%通胀率以来新高。

此次官方公布的8.17%年通胀率，高于政府制定的通胀管理目标最高上限6.5%，但低于4日巴西央行公布的金融市场分析师预测的年通胀率8.29%水平。

数据显示，巴西2015年前四个月累计通胀率为4.56%，大大高于2014年同期的2.86%。今年以来家用电费持续上涨，升幅较大。4月份环比上涨1.31%，前四个月累计上涨38.12%，而累计12个月的年通胀率则高达59.93%。

4月份，食品价格上涨0.97%。其中，西红柿上涨19.9%、洋葱上涨7.05%、大豆上涨6.55%、牛奶上涨4.8%、大蒜上涨4.74%、鱼上涨3.12%。不过，马铃薯、胡萝卜、鸡蛋等价格有不同程度的下降。

此外，交通费上涨0.11%，其中，汽油上涨0.67%、乙醇上涨2.33%。而机票上涨幅度较大，达到10.21%。服装上涨0.91%，其中男士服装上升1.39%。个人开支上涨0.51%。家用电器上涨0.79%。家居用品上涨0.66%。

从各大城市看，累计过去12个月的年通胀率最高的是里约热内卢，上涨9.53%，其次是库里提巴上涨9.28%，第三是戈亚尼亚上涨9.22%。巴西最大城市圣保罗上涨7.95%，首都巴西利亚上涨7.42%。

10、墨西哥寻求拓宽对华产品出口

墨西哥近日报道，墨西哥全国龙舌兰酒业商会预计今年墨西哥龙舌兰酒对中国出口量将增长一倍，达到100万升。该商会会长称，今年8、9月间墨西哥还将通过墨农业部农业市场发展销售服务局，派出一个由15家龙舌兰酒生产企业组成的代表团访华。

龙舌兰酒是墨西哥的国酒，被称为墨西哥的灵魂。该酒是以龙舌兰为原料经过蒸馏制作而成的

一款蒸馏酒，也是调制鸡尾酒的基酒之一。龙舌兰酒是墨出口创汇的主要产品之一。

能有如此业绩，一个重要原因就是“龙舌兰酒已然成为一种全世界的时尚饮料”。中国市场潜力巨大，现在对华出口虽有明显提升，但相比于其他国家市场只能算刚起步。墨西哥全国龙舌兰酒业商会希望在5年内将对华出口量提升至1000万升，接近出口总量的7%。

自2013年中墨签署协议，中国取消对墨西哥龙舌兰酒的进口限制后，仅一年时间，墨西哥100%纯度的龙舌兰酒对华出口就增长了104.2%，从5.2万升增加到10.7万升。与威士忌和白兰地等洋酒相比，龙舌兰酒在中国市场的销量只是刚站在起跑线上。墨西哥业界期待在5年内，中国能成为其仅次于美国的第二大龙舌兰酒出口目的地国。

龙舌兰酒对华出口大幅增加的现象是中墨贸易的一个缩影，在增进了解的基础上，双边经贸往来更趋多样化，贸易总额显著提升。据中国海关统计，中墨双边贸易额在1972年两国建交时仅为1299万美元，而2014年已然达到434.61亿美元。目前，中国已是墨西哥第二大进口来源国和第三大出口目的地国，墨西哥是中国在拉美第二大贸易伙伴。机电产品、运输设备、矿产品和汽车零部件是墨西哥对中国的主要出口产品。近两年对华出口的龙舌兰酒、肉类、海产品也出现较大增幅。中国向墨西哥的出口，在保持传统的轻纺产品的同时，一些具有科技含量的信息产品、通讯设备也开始进入墨西哥市场。中国从墨西哥进口的产品也从以原料性产品为主扩展到以加工产品为主，包括电子技术产品、集成电路、汽车零配件等。

去年中墨贸易中，墨西哥从中国进口额与对中国出口额之比为11:1，贸易逆差较大。墨西哥正积极探索中国需要的产品，希望通过两国间日益深入的了解与合作发现更多互补的商品，就像龙舌兰酒那样。

实际上，墨西哥的原油，各类汽车及零配件，各种有色金属和非金属产品，原木和木制品，咖啡，热带水果等产品在国际市场均有一定竞争力。如果能够找到突破点，打开中国这一潜力巨大的市场，将增加墨西哥的出口额，也更有利于中墨双边贸易健康发展。

六、热点解读

1、政府购买公共文化服务钱怎么花

国办 11 日公布转发的四部委《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》，引起广泛关注。政府购买公共文化服务，钱怎么花？是大家最关心的问题之一。12 日，在文化部、财政部、新闻出版广电总局、体育总局举行的新闻通气会上，财政部有关部门负责人对意见有关预算管理的内容从四个方面进行了解读。

资金保障：所需资金从既有预算中统筹安排

关于政府向社会力量购买公共文化服务的保障问题，意见明确了两点，一是所需资金列入财政预算，从既有预算中统筹安排。具体说，对预算已安排资金且明确通过购买方式提供的公共文化服务项目，按相关规定执行；对预算已安排资金但尚未明确通过购买方式提供的公共文化服务，可根据实际情况，调整通过政府购买服务的方式交由社会力量承办。二是逐步加大现有财政资金向社会力量购买公共文化服务的投入力度，也就是说，购买主体应当在现有财政资金安排的基础上，按规定逐步增加政府购买公共文化服务的比例。

意见特别强调，对于新增的公共文化服务内容，凡适于以购买服务实现的，原则上都要通过政府购买服务方式实施。

购买价格：合理确定价格，避免获取暴利

关于购买价格，建立购买价格或财政补贴的动态调整机制，根据承接主体服务内容和质量，合理确定价格，避免获取暴利。

这里要明确的是，政府向社会力量购买公共文化服务应体现风险和责任对等的原则，具体包含三层意思，一是购买价格不是固定不变的，要有动态调整机制；二是购买价格要与服务的内容和质量挂钩；三是在此基础上使承接主体取得与其提供服务的内容和质量相当的合理回报，而不能是暴利。为确保购买价格与服务质量挂钩，意见同时提出，对服务成果的检查验收结果应结合服务对象满意度调查，并作为付款的重要依据。

绩效评价：侧重服务对象对公共文化服务的满意度评价

财政部门应当按照建立全过程预算绩效管理机制的要求，加强成本效益分析，推进政府购买公

公共文化服务绩效评价工作。

意见作出具体要求：一是要健全由购买主体、公共文化服务对象以及第三方共同参与的综合评价机制；加强对购买公共文化服务项目的绩效评价，建立长效跟踪机制。所谓综合评价机制，一方面要求购买主体、服务对象及第三方专业机构共同参与，另一方面要按照过程评价与结果评价、短期效果评价与长期效果评价、社会效益评价与经济效益评价相结合的原则，对购买服务项目数量、质量和资金使用绩效等进行综合评价。

二是在绩效评价体系中，要侧重服务对象对公共文化服务的满意度评价。这里特别强调了群众满意度指标在绩效评价指标体系中的重要性。

三是政府向社会力量购买公共文化服务的绩效评价结果要向社会公布，并作为以后年度编制预算和选择承接主体的重要参考依据。也就是说，绩效评价要坚持结果导向，加强评价结果的应用。

监督管理：建立“信用档案”和“黑名单”

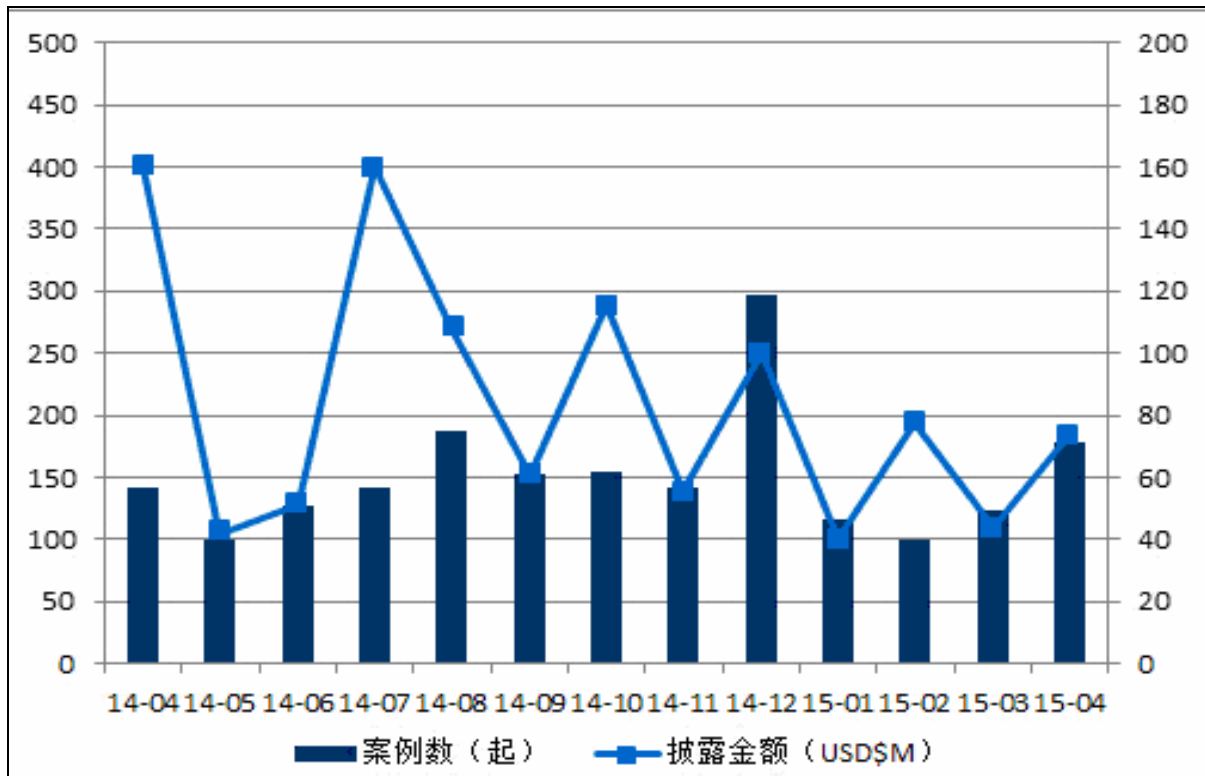
意见明确，加强对政府向社会力量购买公共文化服务的监督管理，完善事前、事中和事后监管体系，严格遵守相关财政财务管理规定，确保购买行为公开透明、规范有效，坚决遏制和预防腐败现象。同时，分别明确了财政部门，监察、审计部门，文化、新闻出版广电、体育部门以及购买主体和承接主体的职责。

此外，意见特别强调，建立政府向社会力量购买公共文化服务信用档案。对在购买服务实施过程中，发现承接主体不符合资质要求、歪曲服务主旨、弄虚作假、冒领财政资金等违法违规行为的，记入信用档案，并按照相关法律法规进行处罚，对造成社会重大恶劣影响的，要列入政府购买公共文化服务的“黑名单”，禁止再次参与政府购买公共文化服务工作。

2、4月互联网行业并购规模蝉联擂主

据统计，2015年4月中国并购市场共完成179起并购交易，其中披露金额的有167起，交易总金额约为73.74亿美元，平均每起案例资金规模约4415.47万美元。与上月相比，2015年4月中国市场并购交易案例数上升44.4%，总金额上升67.4%。

图表 27 2014 年 4 月-2015 年 4 月并购交易市场趋势图



数据来源：中商产业研究院

具体来看，2015 年 4 月中国并购市场共完成 179 起并购交易，其中国内并购 159 起，占并购案例总数的 88.8%，披露金额的案例 148 起，披露金额是 49.88 亿美元，占比 67.6%；海外并购 12 起，个数占比 6.7%，披露金额是 12.75 亿美元，占比 17.3%；外资并购 8 起，占并购案例总数的 4.5%，披露金额的案例 7 起，披露金额是 11.10 亿美元，占比 15.1%。新理益集团有限公司（下称“新理益集团”）收购长江证券股份有限公司（下称“长江证券”）14.7%股权，交易金额是 100.00 亿人民币（约 16.33 亿美元），占 4 月披露总金额的 22.1%，毫无悬念地成为 4 月并购的大案。新理益集团有限公司，前身系上海新理益投资管理有限公司。公司成立于 2000 年 1 月，目前注册资本为 5 亿元人民币。公司的业务范围主要涵盖证券市场投资领域、金融行业投资领域、医药化工投资领域和房地产投资领域。公司在立足资本市场的基础上，一直将房地产开发作为企业经营的重要组成部分，几年来通过自己投资开发、股权投资等多种方式介入房地产领域，未来集团将以新理益地产投资股份有限公司为平台进行积极运作。长江证券是全国性的全牌照上市证券公司，也是中西部最大的证券公司。目前已形成证券类控股集团的架构，旗下拥有长江证券承销保荐有限公司、长江期货有限公司、长江成长资本投资有限公司、长江证券（上海）资产管理有限公司、长江证券控股（香港）有限公司、长信基金管理有限责任公司、上海长江财富资产管理有限公司等多家全资和控股子公司，并在全国 29 个省、自治区、直辖市的 104 个城市设立了 16 家分公司、148 家证券营业部和 17 家期货营业部，业务网络覆盖全国，此次交易完成后，长江证券第一大股东易主，新理益集团成为第一大股东。

图表 28 2015 年 4 月中国并购市场并购类型统计

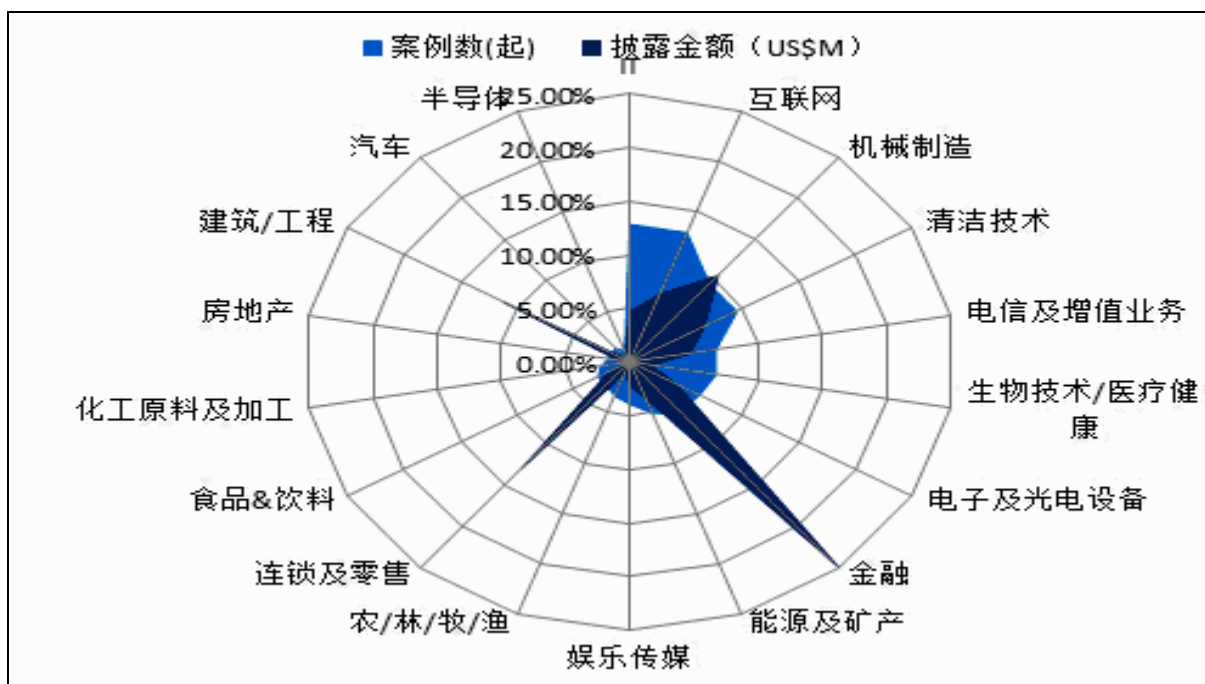
并购类型	案例总数	比例	披露金额的案例数	披露的金额 (US\$M)	比例
国内并购	159	88.8%	148	4988.28	67.6%
海外并购	12	6.7%	12	1274.63	17.3%
外资并购	8	4.5%	7	1110.92	15.1%
合计	179	100.0%	167	7373.83	100.0%

数据来源：中商产业研究院

4 月互联网与 IT 激烈角逐 长江证券第一大股东易主

从披露的行业数量上来看，2015 年 4 月完成的并购案例主要分布在 IT、互联网、机械制造、清洁技术、电信及增值业务、生物技术/医疗健康、电子及光电设备、金融、能源及矿产、娱乐传媒、农/林/牧/渔、连锁及零售等 22 个一级行业。从并购案例数量上看，IT 和互联网行业并列第一，各完成 23 起案例，各占案例总数的 12.8%；机械制造和清洁技术行业并列第二，各完成 17 起案例，占案例总数的 9.5%，电信及增值业务和生物技术/医疗健康行业并列第三，完成 12 起案例，占案例总数 6.7%。

图表 29 分行业并购案例数量与金额对比图



数据来源：中商产业研究院

从披露的并购案例总金额来看，金融行业披露总金额位居第一，披露金额的案例有 10 起，交易总金额为 18.39 亿美元，占披露案例总金额的 24.94%。不得不提的是新理益集团收购长江证券 14.7% 股权，交易金额是 100.00 亿人民币（约 16.33 亿美元），新理益集团是刘益谦掌控的集团企业，此次收购意在打造大金融平台，赶在金融改革大风来临之前，通过资本平台迅速强大，在行业变革中占有一席之地。此次收购之后，未来腾讯、阿里等互联网巨头可能会加速寻找合适的券商并购对象。位居第二的是连锁及零售行业，披露金额案例有 5 起，披露金额是 9.53 亿美元，占披露案例总金额的 12.9%。牛奶有限公司（下称“牛奶公司”）收购永辉超市股份有限公司（下称“永辉超市”）19.9% 股权，交易金额是 56.92 亿人民币（约 9.26 亿美元），牛奶有限公司是 Dairy Farm 集团（牛奶国际）全资孙公司及在香港的主要经营实体。拥有超过 5800 家超市、大卖场、便利店、药妆店等，旗下品牌包括 Wellcome 惠康，Cold Storage, Giant, Hero, 7-Eleven 7-11, Mannings 万宁等。永辉超市股份有限公司成立于 2001 年，是将生鲜农产品引进现代超市的流通企业之一。永辉超市在福建、江西、重庆、贵州、四川、北京、天津、河北、安徽、江苏、河南、山西、陕西、山东、黑龙江、吉林、辽宁等 17 个省市已发展近 300 家大、中型超市，经营面积超过 300 万平方米。通过此次交易，牛奶国际借助永辉超市的渠道加速拓展内地的零售市场，而永辉超市则通过此次筹资为今后并购运作铺路。位居第三的是建筑/工程行业，披露金额案例有 3 起，披露金额是 8.22 亿美元，占披露案例总金额的 11.1%。中国交通建设股份有限公司（下称“中国交建”）收购 John Holland Group Pty Ltd（下称“John Holland”）100.0% 股权，交易金额是 9.53 亿澳元（约 7.45 亿美元）。中国交建是经国务院批准，由中国交通建设集团有限公司整体重组改制并独家发起设立的股份有限公司，是一家成功实现境外整体上市的特大型国有基建企业，公司主要从事港口、码头、航道、公路、桥梁、铁路、隧道、市政等交通基础设施建设，业务足迹遍及世界 70 多个国家和地区。John Holland 是澳大利亚领先的工程和承包服务提供商之一，并针对社会基础设施、能源、资源、工业、水务、污水、海事和运输领域提供服务。这是迄今为止中国建筑企业在澳大利亚的最大投资项目。

从并购案例平均金额来看，建筑/工程行业最高，平均每起金额 2.74 亿美元，连锁及零售行业位居第二，平均每起金额是 1.91 亿美元，金融行业则排在第三，平均每起金额是 1.84 亿美元。

图表 30 2015 年 4 月并购案例行业分布

行业	案例总数	比例	披露金额的案例总数	披露的总额 (US\$M)	比例	披露金额案例的平均规模 (US\$M)
IT	23	12.8%	23	348.35	4.7%	15.15
互联网	23	12.8%	16	499.44	6.8%	31.22
机械制造	17	9.5%	16	777.42	10.5%	48.59
清洁技术	17	9.5%	17	483.64	6.6%	28.45
电信及增值业务	12	6.7%	11	348.17	4.7%	31.65
生物技术/医疗健康	12	6.7%	11	122.84	1.7%	11.17
电子及光电设备	11	6.1%	11	310.22	4.2%	28.20
金融	11	6.1%	10	1839.00	24.9%	183.90
能源及矿产	9	5.0%	9	264.91	3.6%	29.43
娱乐传媒	7	3.9%	7	157.96	2.1%	22.57
农/林/牧/渔	6	3.4%	6	75.73	1.0%	12.62
连锁及零售	5	2.8%	5	953.12	12.9%	190.62
食品&饮料	5	2.8%	5	137.03	1.9%	27.41
化工原料及加工	4	2.2%	4	21.47	0.3%	5.37
房地产	3	1.7%	3	58.58	0.8%	19.53
建筑/工程	3	1.7%	3	821.54	11.1%	273.85
汽车	3	1.7%	3	27.03	0.4%	9.01
半导体	2	1.1%	2	71.33	1.0%	35.67
纺织及服装	2	1.1%	2	15.65	0.2%	7.83
教育与培训	1	0.6%	0	0	0	0.00
物流	1	0.6%	1	0.69	0.0%	0.69
其他	2	1.1%	2	39.71	0.5%	19.86
合计	124	100.0%	119	4404.16	100.0%	37.01

注明：按被并购方

数据来源：中商产业研究院

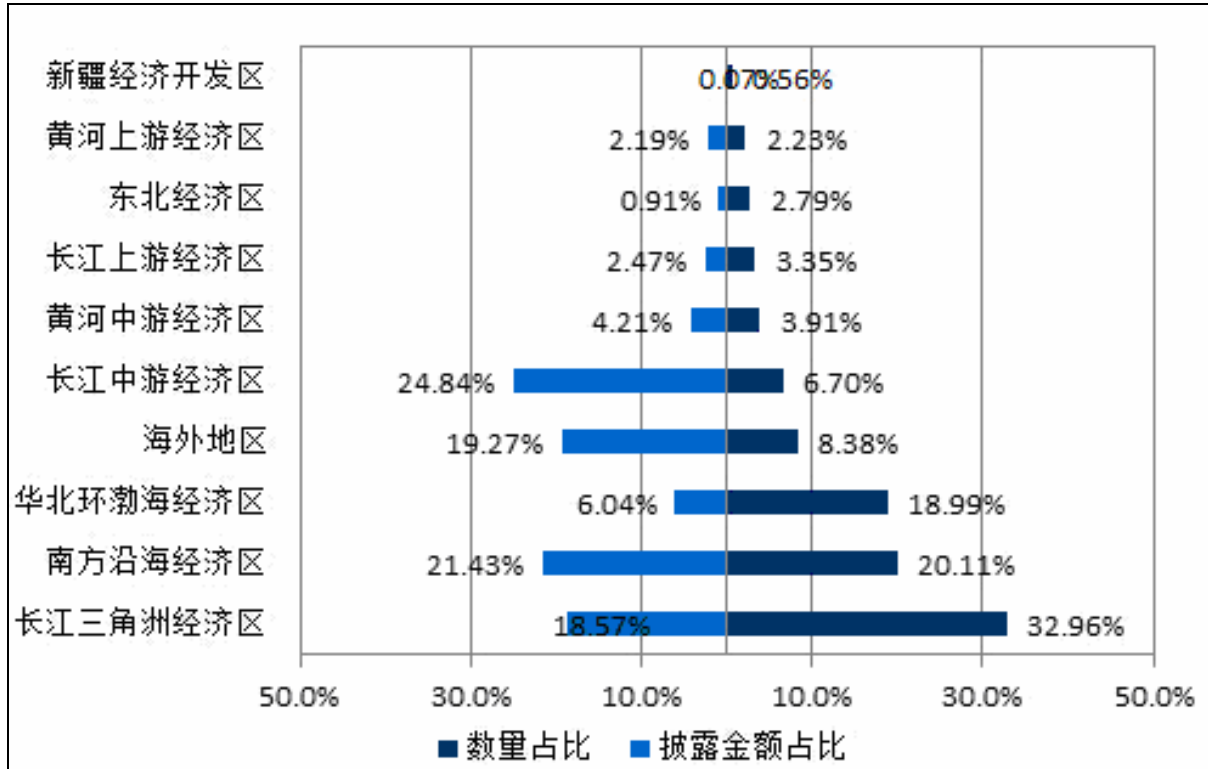
4 月并购交易集中于长江三角洲经济区和南方沿海经济区

从披露的案例数量看，长江三角洲经济区排第一，完成 59 起案例，占案例总数的 33.0%，南方沿海经济区位居第二，完成 36 起案例，占案例总数的 20.1%，华北黄渤海经济区排在第三，完成 34 起案例，占案例总数的 19.0%。

从披露的案例金额来看，长江中游经济区排在第一，披露的金额是 18.32 亿美元，占披露案例

总金额的 24.8%，南方沿海经济区排在第二，披露金额是 15.80 亿美元，占披露案例总金额 21.4%，海外地区排在第三，披露金额是 14.21 亿美元，占披露案例总金的 19.3%。

图表 31 国内并购经济区数量与金额对比图



数据来源：中商产业研究院

跨国并购 20 起案例 中国交建收购 John Holland 进军澳洲基建市场

据统计，2015 年 4 月共完成了 20 起跨国并购，其中海外并购 12 起，披露金额是 12.75 亿美元；外资并购 8 起，披露金额案例数 7 起，披露金额是 11.10 亿美元。中国交建收购 John Holland 100.0% 股权。John Holland 有着 65 年历史，其业务分布于澳大利亚、新西兰和东南亚。通过此次交易，中国交建将获得进军澳大利亚和新西兰基建市场的有利平台，是中国交建在国际化发展战略的重要成就，中国交建能够利用 John Holland 在公路、铁路、隧道、供水基础设施，以及在运输服务方面的竞争力，拓展公司的服务及业务范围。

图表 32 2015 年 4 月跨国并购案例列表

并购方		被并购方		并购金额 (US\$M)
公司	行业	公司	行业	
牛奶公司	连锁及零售	永辉超市	连锁及零售	926.47
中国交建	建筑/工程	John Holland	建筑/工程	744.99
南车时代电气	汽车	Specialist Machine	机械制造	160.83
中广核矿业	其他	Semizbay-U	能源及矿产	133
腾讯	互联网	Glu Mobile	电信及增值业务	126
日本乐天	互联网	返利网	互联网	100
唯冠国际	电子及光电设备	TCL 显示科技	电子及光电设备	70.96
华天科技	半导体	FlipChip International	电子及光电设备	40.22
海普瑞药业	生物技术/医疗健康	Resverlogix	生物技术/医疗健康	28.9
二六三	电信及增值业务	迪讯	电信及增值业务	16.29

数据来源：中商产业研究院

VC/PE 支持并购案例 83 起 卧龙电气收购南阳防爆进一步拓展国内电机业务

4 月有 VC/PE 支持的并购案例共有 83 起，涉及互联网、电信及增值业务、IT、电子及光电设备、机械制造、连锁及零售等等多个行业。4 月共发生 12 起并购退出，4 月 29 日，卧龙电气集团股份有限公司（下称“卧龙电气”）以 16.80 亿元人民币（约 2.74 亿美元）收购南阳防爆集团股份有限公司（下称“南阳防爆”）60.0% 股权，因此涛石股权投资管理（上海）有限公司旗下涛石能源股权投资基金（上海）合伙企业（有限合伙）和深圳市平安创新资本投资有限公司获得退出。卧龙电气目前已拥有浙江上虞、浙江绍兴、浙江杭州、宁夏银川、湖北武汉、北京六大生产基地、六大产业园区，具备了年产上亿台的生产能力。公司主营各类电机及控制系统、输变电、电源电池三大产业，在电机及控制系统、电源电池、电气化高速铁路牵引变压器、城市轨道交通成套牵引整流机组、无轨电车牵引直流变电站、油浸及干式电力变压器等领域居国内领先地位；主导产品在国内市场占有率达 20% 以上。南阳防爆是防爆电机科研生产基地、国家机电产品出口基地、国家创新型企业、中国电器工业协会防爆电机分会理事长单位。主要产品有高低压各类防爆电机、普通电机、电动/发电机、轻型发电机、防爆风机、防爆电器及监控仪表等。通过此次交易，卧龙电气将在防爆电机的专业领域实现战略布局，对现有的业务实现有效补充，能够提高整体协同生产制造能力，进一步拓展公司在国内电机市场的业务范围。

图表 33 2015 年 4 月部分 VC/PE 支持并购案列表

并购方			被并购方			并购金额 (US\$M)
公司	行业	VC/PE	公司	行业	VC/PE	
牛奶公司	连锁及零售		永辉超市	连锁及零售	汇香资本	926.47
中国交建	建筑/工程	新加坡政府投资	John Holland	建筑/工程		744.99
卧龙电气	机械制造		南阳防爆	机械制造	平安创新资本、涛石股权	274.47
巨化集团	化工原料及加工		菲达环保科技	清洁技术	硅谷天堂	195.46
常铝铝业	能源及矿产	江苏省高投、元禾控股	朗脉洁净	清洁技术		164.83
腾讯	互联网	IDG 资本、天使投资人	Glu Mobile	电信及增值业务		126
凯撒股份	纺织及服装	雅才投资、中新融创	酷牛互动	电信及增值业务		122.16
日本乐天	互联网		返利网	互联网	不公开的投资 者、海纳亚洲、 启明创投、思 伟投资	100
大东南	其他	越南创投	游唐网络	互联网	龙腾资本、	91.81
中煤能源	能源及矿产	AMCI Capital、第一储 备	鄂州发电	能源及矿产		87.32

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

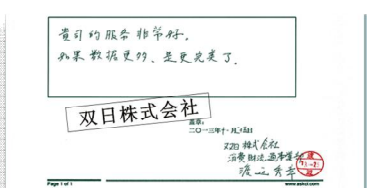
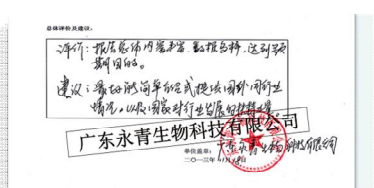
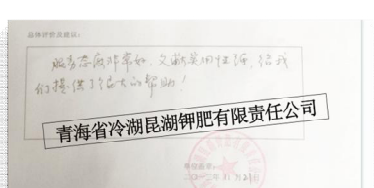
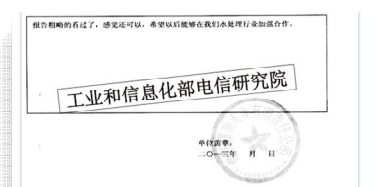
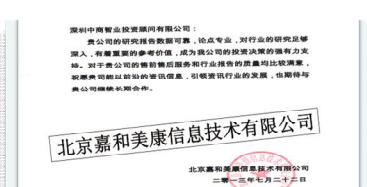
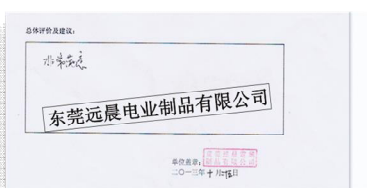
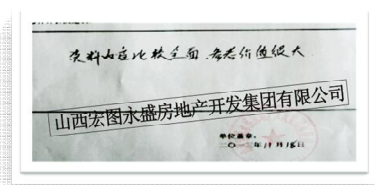
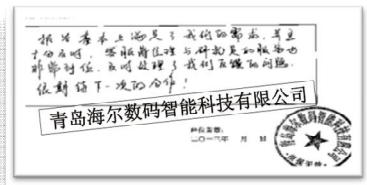
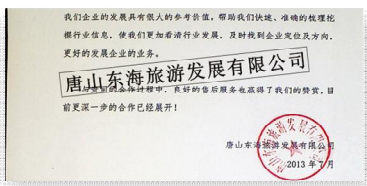
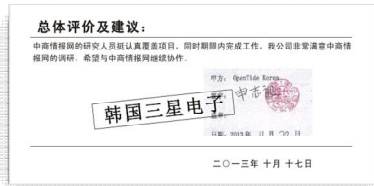
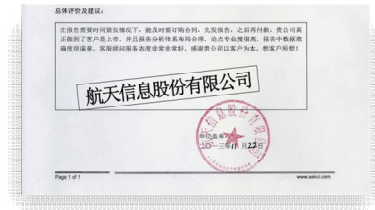
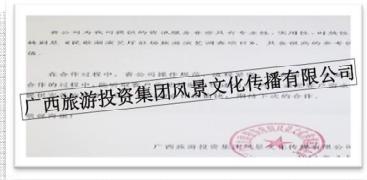
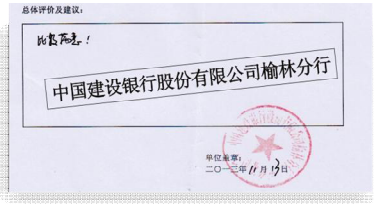
售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化

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	软饮料	啤酒	肥料	页岩气
	种子		葡萄酒		炼焦
	渔业产业链		黄酒		焦化
	绿化苗木		保健酒		沥青
	花卉	造纸	软饮料	新型煤化工	化肥
	农资连锁		果汁		磷肥
	生物育种		茶饮料		钾肥
	林业建设	造纸	含乳饮料	复合肥	氮肥
	农药		造纸		复合肥
	林业产权交易		生活用纸		有机肥
	海洋经济		纸浆		

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

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

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

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

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

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