

中商顾问 · 投资情报周刊

2014年04月20日-2015年04月26日

每周一发行

国务院关于实施银行卡清算机构准入管理的规定

人社部：鼓励企业年金进入长期投资领域

天使投资迎来4.0时代：全民股权众筹 补贴弱化风险

“房地产+互联网+金融”模式来袭



中商产业研究院出版



全国免费热线：

400-666-1917

国际化专业调研机构， 涉外调查许可资格

丰富的成功案例，更贴近市场适用

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

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



中商产业研究院行业研究报告

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

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

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

为什么选择我们？

让您买得放心 中商产业研究院从业多年，信誉良好，服务品质有保证；

售前售后服务 通过我们良好的资源，为客户提供最完善的售前售后服务；

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

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

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



研究报告对企业的价值是什么？

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

公司资质 Qualification



版权声明

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

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

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

中国细分市场研究领导者，在业界创造的 NO.1

中国领先产业研究与咨询机构
中商产业研究院



目录

一、政策法规.....10

1、国务院印发四大自贸试验区方案.....10

2、国务院关于实施银行卡清算机构准入管理的决定.....10

3、人社部：鼓励企业年金进入长期投资领域.....13

4、证监会：七方面规范两融 不得以任何形式开展伞形信托.....13

5、国务院办公厅关于成立国务院推进职能转变协调小组的通知.....14

6、国务院常务会议部署进一步促进就业鼓励创业等.....17

7、国务院办公厅关于印发 2015 年政府信息公开工作要点的通知.....18

8、国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见.....22

“十三五规划”研究领域及内容

宏观经济研究

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

资源环境

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

城乡区域研究

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

产业研究

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

科教文化

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

服务内容

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

二、经济观察	27
1、2015年一季社会融资规模存量统计数据报告	27
2、2015年1-3月全国国有及国有控股企业经济运行情况	27
3、流通领域重要生产资料市场价格变动情况(2015年4月11-20日)	28
4、50个城市主要食品平均价格变动情况(2015年4月11-20日)	30
5、2015年3月份全国彩票销售情况	31
三、投资市场	34
1、天使投资迎来4.0时代：全民股权众筹 补贴弱化风险	34
2、“房地产+互联网+金融”模式来袭	35

◇ 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



- 3、P2P 豪赌股票配资：投资网贷资金抽身炒股，已违反“普惠金融”本质.....38
- 4、PE/VC 抢食互联网金融：低风险+高空间 估值快速攀升.....40
- 5、2014年清洁能源行业VC/PE投资额达12.4亿美元.....41
- 6、VC/PE注资酒业电商蓝海：流通热情高 酒企跑马圈地.....42
- 7、新三板重塑PE格局：受益对赌政策红利 企业定增被秒杀.....43
- 8、证监会核准25家IPO 新股批文1月发2次.....49
- 9、中国首支新三板母基金发布 盛景嘉成10亿人民币投资VC.....49
- 10、证监会放大招：打击违规交易 囊括IPO和新三板.....51
- 11、券商垫资散户引入新三板：仅需3天 年化收益30%.....52

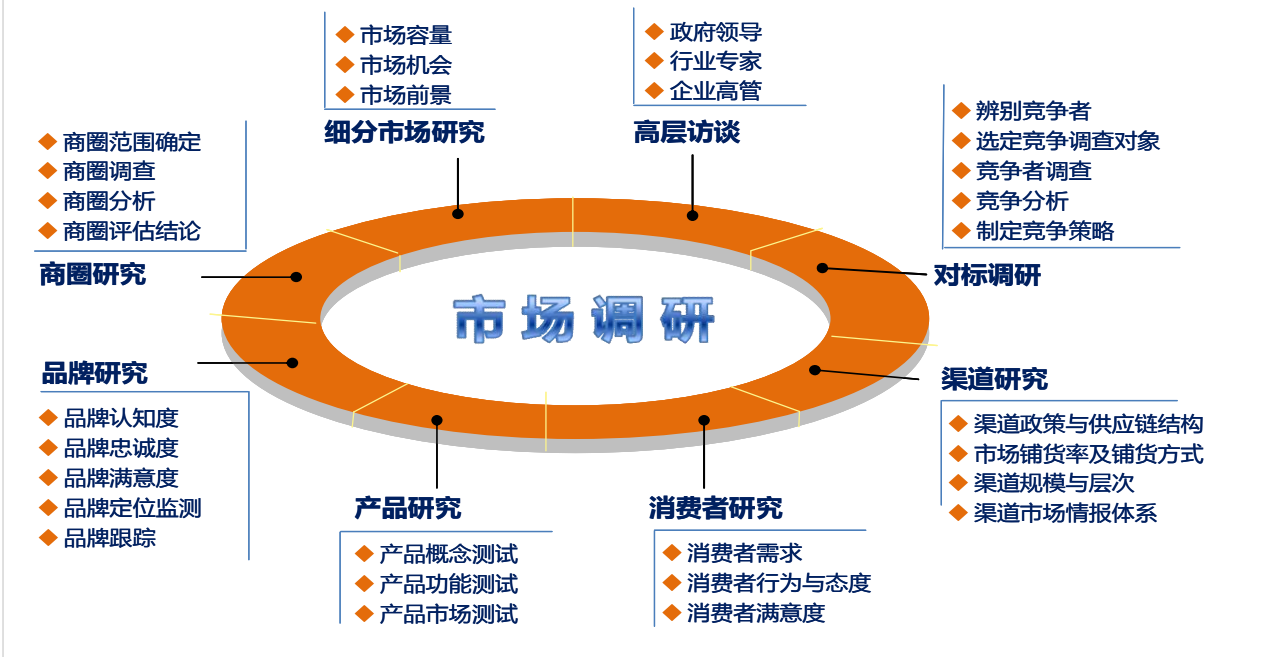
行业市场调研

专项研究（重点包括细分市场研究、高层访谈、对标企业研究、消费者研究）

满意度研究（重点包括员工满意度、客户满意度）

竞争对手调查（重点包括竞争对手产品、营销、研发、财务、渠道调查等）

企业产销调研（重点包括生产状况调查、销售状况调查）



12、4.20 -4.26 一周并购事件.....54

13、国内一周风投事件统计.....54

14、证券市场一周回顾.....57

四、产业市场.....61

1、宠物行业 10 后或迎来爆发 市场规模可达数千亿.....61

2、家电行业迎来变频时代 三星将停售定频冰箱.....61

3、房地产业营改增将近 房企摸底税负增减.....62

4、家电企业大幅采购机器人：效率相当于 4 个工人.....65

5、电信业告别黄金时代：中移动净利润连续下滑 7 个季度.....66

中商产业研究院案例

市场调研成功案例(部分)

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

投融资咨询成功案例(部分)

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

民营银行咨询成功案例(部分)

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

规划咨询成功案例(部分)

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

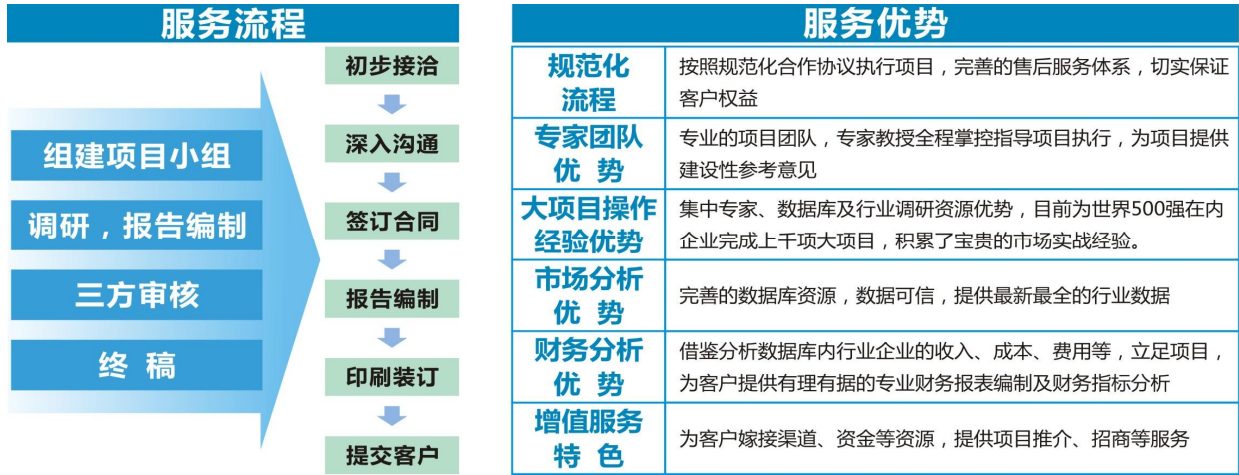
IPO 咨询成功案例 (部分)

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

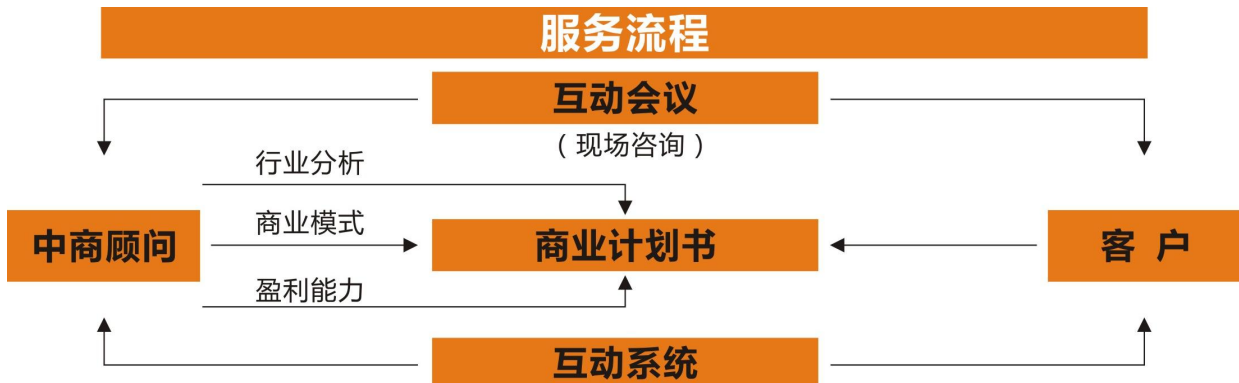
6、红木产业发展规划征求意见 借力一带一路时机.....	69
7、2015 年白酒行业仍困难 茅台营收增长目标再缩水.....	70
8、糖价走高企业不囤鸡蛋改囤糖 至少存 15%供应缺口.....	71
9、空调价格战外资品牌最受伤:日立市场占有率下滑 28%.....	73
10、啤酒业 20 年来首现负增长:燕京去年营收降近 12%.....	75
五、环球市场.....	77
1、奥地利经济继续缓慢增长.....	77
2、欧盟建筑业产出环比下降.....	77
3、3 月份巴西向中国出口铁矿石同比增 14%.....	78

投资咨询

可行性研究报告



商业计划书



- 4、英国房价创新高 房屋短缺与需求上涨推高价格.....78
- 5、越南经济红火带动汽车热销.....79
- 6、俄罗斯 2014 年 GDP 保持增长.....79
- 7、欧元疲弱带旺西班牙旅游业 明年失业率有望下降.....80
- 8、日本消费者信心指数连续第四个月改善.....80
- 六、热点解读.....81
- 1、银行卡支付市场“有序开放、规范管理”81
- 2、2015 天使投资一路向涨，已迭代至“天使+众筹”4.0 时代.....82

一、政策法规

1、国务院印发四大自贸试验区方案

日前，国务院分别印发通知，批准《中国（广东）自由贸易试验区总体方案》、《中国（天津）自由贸易试验区总体方案》、《中国（福建）自由贸易试验区总体方案》和《进一步深化中国（上海）自由贸易试验区改革开放方案》。通知强调，自贸试验区要当好改革开放排头兵、创新发展先行者，以制度创新为核心，深化行政管理体制改革，率先挖掘改革潜力，破解改革难题，不断提升事中事后监管能力和水平。要积极构建开放型经济新体制，探索外商投资准入前国民待遇加负面清单管理模式，建设法治化营商环境。要推动“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展等国家战略的贯彻实施。

四大自贸试验区将使用同一张负面清单，但也各有侧重。天津自贸试验区的关键词是“京津冀”，将利用口岸协作等机制辐射带动内陆发展；上海自贸试验区的关键词是“改革”，将在试点一年半的基础上进一步深化改革开放；福建自贸试验区的关键词是“两岸”，将着力在闽台产业对接，创新两岸服务业合作模式；广东自贸试验区的关键词是“对港澳”，将立足于推动内地和港澳经济的深度合作。

2、国务院关于实施银行卡清算机构准入管理的决定

为完善我国银行卡清算服务的市场化机制，防范清算风险，维护支付体系稳定，保护持卡人合法权益，进一步促进银行卡清算市场有序竞争和健康发展，现作出如下决定：

一、对银行卡清算机构实施准入管理

在中华人民共和国境内从事银行卡清算业务，应当向中国人民银行提出申请，经中国人民银行征求中国银行业监督管理委员会同意后予以批准，依法取得银行卡清算业务许可证，成为专门从事银行卡清算业务的机构（以下简称银行卡清算机构）。未依法取得银行卡清算业务许可证的，不得从事银行卡清算业务，本决定另有规定的除外。

本决定所称银行卡清算业务，是指通过制定银行卡清算标准和规则，运营银行卡清算业务系统，授权发行和受理本银行卡清算机构品牌的银行卡，并为发卡机构和收单机构提供其品牌银行卡的机构间交易处理服务，协助完成资金结算的活动。

根据本决定，中国人民银行会同中国银行业监督管理委员会制定行政许可条件、程序的实施细则，以及相关审慎性监督管理措施，依法向符合条件的申请人颁发银行卡清算业务许可证，并按照分工实施监督管理，共同防范银行卡清算业务系统性风险。

二、申请成为银行卡清算机构应当符合的条件和程序

(一)申请成为银行卡清算机构的，应当为依据《中华人民共和国公司法》设立的企业法人，并符合以下条件：

1. 具有不低于 10 亿元人民币的注册资本。
2. 至少具有符合规定条件的持股 20%以上的单一主要出资人，或者符合规定条件的合计持股 25%以上的多个主要出资人，前述主要出资人申请前一年总资产不低于 20 亿元人民币或者净资产不低于 5 亿元人民币，且提出申请前应当连续从事银行、支付或者清算等业务 5 年以上，连续盈利 3 年以上，最近 3 年无重大违法违规记录；其他单一持股比例超过 10%的出资人净资产不低于 2 亿元人民币，具有持续盈利能力、信誉良好，最近 3 年无重大违法违规记录。
3. 有符合国家标准、行业标准的银行卡清算标准体系。
4. 在中华人民共和国境内具备符合规定要求、能够独立完成银行卡清算业务的基础设施和异地灾备系统。
5. 董事和高级管理人员应当取得中国人民银行征求中国银行业监督管理委员会同意后核准的任职资格。
6. 具备符合规定的内部控制、风险防范、信息安全保障和反洗钱措施等其他审慎性条件。

银行业金融机构申请发起设立或者投资于银行卡清算机构的，应当依法报经中国银行业监督管理委员会批准。

(二)申请成为银行卡清算机构的，应当按规定向中国人民银行提出筹备申请，中国人民银行在征求中国银行业监督管理委员会同意后，自受理之日起 90 日内作出批准或者不予批准筹备的决定。

申请人应当自获准筹备之日起 1 年内完成筹备工作，筹备期间不得从事银行卡清算业务。

筹备工作完成后，申请人具备许可条件的，可以向中国人民银行提出开业申请。中国人民银行在征求中国银行业监督管理委员会同意后，自受理之日起 90 日内作出批准或者不予批准开业的决定。决定批准的，中国人民银行在征求中国银行业监督管理委员会同意后，颁发银行卡清算业务许可证。

申请人应当在取得银行卡清算业务许可证之日起 6 个月内，正式开办银行卡清算业务。

(三)银行卡清算机构设立分支机构、分立或者合并，变更名称、注册资本、单一持股比例超过 10%的出资人、银行卡清算品牌，更换董事和高级管理人员，终止部分或者全部银行卡清算业务及解散的，应当向中国人民银行提出申请。中国人民银行在征求中国银行业监督管理委员会同意后，自受理之日起 90 日内作出批准或者不予批准的决定。

三、对银行卡清算机构的业务管理要求

(一)银行卡清算机构开展银行卡清算业务，应当使用其自有的或者出资人所有的银行卡清算品牌。

(二)银行卡清算机构不得限制发卡机构和收单机构与其他银行卡清算机构开展合作。

(三)银行卡清算机构应当确保银行卡清算业务基础设施安全、高效和稳定，确保交易数据完整、真实；应当通过境内银行卡清算业务基础设施处理与境内发卡机构或者收单机构之间的业务，并在境内完成资金结算。

(四)银行卡清算机构应当对从银行卡清算业务中获取的信息予以保密，除法律法规另有规定外，未经当事人授权不得对外提供。在中国境内收集的有关个人金融信息的储存、处理和分析应当在中国境内进行，为处理银行卡跨境交易且经当事人授权的除外。

四、对外资银行卡清算机构的管理规定

(一)境外机构为中华人民共和国境内主体提供银行卡清算服务的，应当依法在中华人民共和国境内设立外商投资企业，并根据本决定规定的条件和程序取得银行卡清算业务许可证；仅为跨境交易提供外币的银行卡清算服务的，原则上无需在境内设立银行卡清算机构，但应当就业务开展情况向中国人民银行和中国银行业监督管理委员会报告，并遵循相关业务管理要求。

(二)外国投资者并购银行卡清算机构的，应当按照相关规定进行外资并购安全审查。

五、其他规定

本决定施行前已经在中华人民共和国境内从事银行卡清算业务的机构，应当自本决定施行之日起 1 年内，依照本决定的规定申请银行卡清算业务许可证或者向中国人民银行和中国银行业监督管理委员会报告业务开展情况。逾期未申请银行卡清算业务许可证的，不得继续从事银行卡清算业务；逾期未报告业务开展情况的，由中国人民银行责令限期改正。

3、人社部：鼓励企业年金进入长期投资领域

4 月 22 日消息，人力资源和社会保障部基金监督司司长陈良 21 日在企业年金基金管理工作会议上表示，随着资本市场的发展，符合企业年金基金长期投资并获得稳定收益的新产品、新渠道不断出现，需要进一步研究完善企业年金基金投资政策，鼓励和引导管理机构探索企业年金基金进入长期投资领域，实现稳定收益，转变只在二级市场博取收益，收益率波动较大的现状，实现多元化配置年金资产，适当分散风险，提高企业年金市场化水平和管理水平和投资收益。

职业年金资产一般会以基金方式进入资本市场，职业年金、企业年金基金是许多国家资本市场长期资金的主要来源之一。对于职业年金的投资运营模式，目前看来，基本会参照目前企业年金的投资运营模式，以资金安全为首要原则。根据现行规定，企业年金投资股票等权益类产品以及股票基金、混合基金、投资连结保险产品(股票投资比例高于或者等于 30%)的比例，不得高于投资组合企业年金基金财产净值的 30%。

4、证监会：七方面规范两融 不得以任何形式开展伞形信托

证监会新闻发言人邓舸通报了证券公司融资融券业务开展情况。邓舸称，证券业协会召开了融资融券业务通报会，并且中国证券主席助理张育军出席会议并做了重要讲话。张育军称，融资融券业务开展五年来，发展良好，风险整体可控，当前融资融券业务受到社会高度关注，全行业要高度重视合规管理，并提出了七方面要求。

一是要坚持依法合规稳健经营，进一步强化两融业务的合规管理，落实合规责任；二是科学合理来确定融资业务规模，适当控制经营杠杆，有效防范流动性风险；三是加强两融业务风险管理，根据市场情况及时调整初始保证金比例，标的证券管理等手段，合理确定融资杠杆；四是不得以任何形式开展场外股票配资、伞形信托等；五是注意防范客户风险，对高比例持仓、持续亏损群体加强规范引导，对风险较高的标的证券；六是加强客户管理，适当性管理要求，加强投资者教育，引

导客户专业投资理性投资；七是促进融券业务发展，丰富券源渠道，满足市场融券需求。

5、国务院办公厅关于成立国务院推进职能转变协调小组的通知

为贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，深入推进简政放权、放管结合，加快政府职能转变，国务院决定将国务院机构职能转变协调小组的名称改为国务院推进职能转变协调小组（以下简称协调小组），作为国务院议事协调机构。现将有关事项通知如下：

一、协调小组组成人员及主要职责

（一）组成人员。

国务院副总理张高丽担任协调小组组长，国务委员兼国务院秘书长杨晶、国务委员王勇担任副组长，国务院副秘书长肖捷、江小涓、丁向阳、王仲伟，中央编办主任张纪南，法制办主任宋大涵为成员。

（二）主要职责。

在各地区各部门推进简政放权、放管结合、职能转变的基础上，统筹研究重要领域和关键环节的重大改革措施，研究拟提请国务院常务会议审议的有关重要事项，协调推动解决改革中遇到的困难和重点难点问题，指导地方相关工作，督促各地区各部门落实改革措施。

协调小组下设行政审批改革组、投资审批改革组、职业资格改革组、收费清理改革组、商事制度改革组、教科文卫体改革组 6 个专题组和综合组、督查组、法制组、专家组 4 个功能组。综合组设在国务院办公厅，从国务院办公厅和有关部门抽调人员组成，实行集中办公，对外以“国务院推进职能转变协调小组办公室”（以下简称协调小组办公室）名义开展工作。

二、协调小组专题组组长、副组长及主要职责

（一）行政审批改革组。

组长由国务院审改办张纪南（中央编办主任）担任。

负责牵头推进国务院行政审批制度改革，进一步取消和下放行政审批事项，规范行政审批行为，防止和纠正变相审批，约束自由裁量权，提高政府服务水平。

（二）投资审批改革组。

组长由发展改革委副主任张勇担任，副组长由国土资源部副部长王世元、环境保护部副部长吴晓青、住房城乡建设部副部长陈大卫担任。

负责牵头推进投资项目审批制度改革，大幅减少投资项目前置审批和规范前置中介服务，推进并联审批，积极探索投资项目清单管理模式，运用大数据和互联网等技术手段加强监管。

（三）职业资格改革组。

组长由人力资源社会保障部部长尹蔚民担任，副组长由人力资源社会保障部副部长汤涛担任。

负责牵头推进职业资格管理制度改革，减少职业资格许可和认定事项，建立职业资格目录清单管理制度，规范职业资格和证书管理，加强对职业资格制度实施情况的监管。

（四）收费清理改革组。

组长由财政部部长楼继伟担任，副组长由发展改革委副主任胡祖才、工业和信息化部副部长毛伟明、民政部副部长顾朝曦担任。

负责牵头推进收费管理制度改革，清理取消不合法不合理收费项目，实行收费目录清单管理，完善收费监管制度。

（五）商事制度改革组。

组长由工商总局局长张茅担任，副组长由发展改革委副主任连维良、工商总局副局长刘玉亭担任。

负责牵头深化注册资本登记制度改革，完成工商营业执照、组织机构代码证和税务登记证“三证合一、一照一号”改革，构建以信用为核心的新型市场监管机制，深入推进工商登记前置审批事项改为后置审批的改革。

（六）教科文卫体改革组。

组长由国务院副秘书长江小涓担任，副组长由教育部副部长杜玉波、科技部副部长李萌、文化

部副部长项兆伦、卫生计生委副主任刘谦、新闻出版广电总局副局长阎晓宏、体育总局副局长杨树安担任。

负责牵头协调推动教科文卫体领域简政放权、转变职能、增加公共产品和公共服务供给的措施，研究加强事中事后监管的措施，按照促进大众创业、万众创新的要求，研究提出政府“管什么、怎么管”的意见和措施。

各专题组的日常工作由组长单位承担。各专题组负责调查研究本领域社会反响大、群众意见集中的问题，协调相关部门对重点难点问题合作攻关，提出改革建议。各专题组的改革建议在请示国务院分管领导同志后，提交协调小组会议审议。专题组的职责和组成可根据工作需要调整。

三、协调小组功能组组长、副组长及主要职责

（一）综合组（协调小组办公室）。

组长（协调小组办公室主任）由国务院副秘书长王仲伟担任，副组长（协调小组办公室副主任）由国务院审改办吴知论（中央编办副主任）担任。

负责协调小组的日常工作；负责沟通协调各专题组工作，跟踪了解、分析研究各专题组重点工作、改革措施，反映改革中遇到的困难和问题，向协调小组提出意见和建议；组织对简政放权、放管结合、职能转变重大问题和长远问题的调查研究，向协调小组提出工作建议；指导和推动地方改革工作；收集汇总相关信息资料，编发工作简报；联系新闻宣传、网络信息等主管部门组织媒体做好宣传和舆论引导工作。

（二）督查组。

组长由国务院副秘书长丁向阳担任，副组长由国务院审改办李晓全（中央编办副主任）担任。

负责督促检查简政放权、放管结合、职能转变各项措施贯彻落实情况，核查督办各专题组提出的部门和地方改革中存在的问题，以及社会对有关改革反映强烈的问题。

（三）法制组。

组长由法制办主任宋大涵担任，副组长由法制办副主任夏勇担任。

负责对简政放权、放管结合、职能转变措施进行法律审核，及时提出制修订相关法律法规的建

议方案，对清理的文件进行审核等。

（四）专家组。

继续沿用原有的职能转变评估专家组，成员根据工作需要调整扩充。主要任务是受协调小组委托，根据工作安排，对简政放权、放管结合、职能转变事项进行评估，客观公正地提出意见和建议。

四、有关要求

（一）协调小组要按照党中央、国务院决策部署，切实发挥好推进简政放权、放管结合、职能转变的统筹指导和督促落实作用。各专题组和功能组要根据职责分工，明确目标任务，制定路线图和时间表，拿出“啃硬骨头”的真招实招，抓好本领域改革的统筹，确保各项改革协同配套、整体推进。特别要注重研究解决跨领域、跨部门、跨层级的重大问题，加大指导、协调、督促力度，推动改革不断取得实质性进展。

（二）国务院各部门要增强大局意识、责任意识、紧迫意识，认真贯彻国务院简政放权、放管结合、职能转变决策部署，按照协调小组工作要求，坚持民意为先、舍利为公，找准突破口、把握着力点，在放权上求实效，在监管上求创新，以务实的举措把改革推向纵深。主要负责同志要切实负起领导责任，亲自抓好部署、协调和落实。

（三）地方各级人民政府要参照建立简政放权、放管结合、职能转变的有力推进机制，按照国务院的部署和要求，结合本地区实际，积极探索、主动作为，强化责任、强力推动，做好“接、放、管”工作，力破“中梗阻”，打通“最后一公里”，上下贯通、整体联动，确保各项改革措施落地生效。

6、国务院常务会议部署进一步促进就业鼓励创业等

国务院总理李克强4月21日主持召开国务院常务会议，部署进一步促进就业鼓励创业，以稳就业惠民生助发展；通过《基础设施和公用事业特许经营管理办法》，用制度创新激发民间投资活力；决定清理规范与行政审批相关的中介服务，更好服务和便利群众。以促改革、调结构，保持经济稳定增长。

会议认为，大众创业、万众创新是富民之道、强国之举，有利于产业、企业、分配等多方面结构优化。面对今年就业压力加大的形势，必须采取更加积极的就业政策，大力支持大众创业、万众创新，把创业和就业结合起来，以创业创新带动就业。会议确定，一是将企业吸纳就业税收优惠的

人员范围由失业一年以上调整为失业半年以上，把高校毕业生、登记失业人员创办个体工商户的税收减免政策扩展到个人独资企业。将小微企业新招用毕业年度高校毕业生享受 1 年社保补贴政策，由原定执行到今年底改为长期执行。将失业保险基金支持企业稳岗政策扩大到所有依法参保缴费、不裁员或少裁员的企业。二是放宽新注册企业场所登记条件限制，推动“一址多照”、集群注册等改革。鼓励地方盘活闲置厂房等提供低成本的创业场所。三是将小额担保贷款调整为创业担保贷款，最高额由 10 万元或不足 10 万元统一调为 10 万元，个人贷款比基础利率上浮 3% 以内的部分由财政贴息并简化手续。四是采取鼓励农村劳动力创业的政策措施，发展农民工返乡创业园，支持农民网上创业。支持高校、科研院所等专业技术人员在职和离岗创业，对经同意离岗的可在 3 年内保留人事关系。五是加大困难人员就业援助，确保零就业家庭、最低生活保障家庭等困难家庭至少有一人就业。允许实现就业或自主创业的最低生活保障对象在核算家庭收入时，扣减必要的就业成本。通过多措并举确保完成全年就业目标。

会议指出，按照政府工作报告部署，开展基础设施和公用事业特许经营，是重要的改革和制度创新，可以扩大民间投资领域，激发社会活力，增加公共产品和服务供给，与大众创业、万众创新形成经济发展“双引擎”。会议通过《基础设施和公用事业特许经营管理办法》，一是在能源、交通、水利、环保、市政等基础设施和公用事业领域开展特许经营。二是境内外法人或其他组织均可通过公开竞争，在一定期限和范围内参与投资、建设和运营基础设施和公用事业并获得收益。三是完善特许经营价格或收费机制，政府可根据协议给予必要的财政补贴，并简化规划选址、用地、项目核准等手续。政策性、开发性金融机构可给予差异化信贷支持，贷款期限最长可达 30 年。四是允许对特许经营项目开展预期收益质押贷款，鼓励以设立产业基金等形式入股提供项目资本金，支持项目公司成立私募基金，发行项目收益票据、资产支持票据、企业债、公司债等拓宽融资渠道。五是严格履约监督，保障特许经营者合法权益，稳定市场预期，吸引和扩大社会有效投资。

会议指出，清理规范中介服务是简政放权、放管结合改革向纵深推进的关键一环，有助于为创业创新减负清障。会议决定，集中清理与部门审批事项相关的审查、评价、评估等中介服务。审批部门所属事业单位、主管的社会组织及其举办的企业，不得开展与本部门审批相关的中介服务，斩断利益关联；除法律规定外，审批部门不得要求申请人委托中介服务；对中介服务事项实行清单管理，规范收费，强化监管，完善信用和考评体系，促进中介服务市场公平竞争，便利广大群众。

7、国务院办公厅关于印发 2015 年政府信息公开工作要点的通知

《2015 年政府信息公开工作要点》已经国务院同意，现印发给你们，请结合实际认真贯彻落实。

2015 年政府信息公开工作要点

2015年是全面深化改革的关键之年，是全面推进依法治国的开局之年。做好今年政府信息公开工作的总体要求是：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《中华人民共和国政府信息公开条例》（以下简称《条例》），紧紧围绕党和政府中心工作以及公众关切，推进重点领域信息公开，加强信息发布、解读和回应工作，强化制度机制和平台建设，不断增强政府信息公开实效，进一步提高政府公信力，使政府信息公开工作更好地服务于经济社会发展，促进法治政府、创新政府、廉洁政府和服务型政府建设。

一、推进重点领域信息公开

继续做好安全生产、就业、财政审计、科技管理和项目经费、价格和收费、信用等领域信息公开，进一步扩大公开范围，细化公开内容。同时，推进以下领域信息公开工作：

（一）推进行政权力清单公开。进一步推进国务院部门行政审批项目取消、下放以及非行政许可审批事项清理等信息的公开。推行地方各级政府工作部门权力清单制度，依法向社会公开政府部门的行政职权及其法律依据、实施主体、运行流程、监督方式等信息。对于承担的行政审批事项，均要发布服务指南，列明设定依据、申请条件、申请材料、基本流程、审批时限、收费依据及标准、审批决定证件、年检要求、注意事项等内容。除涉及国家秘密、商业秘密或个人隐私外，所有行政审批事项的受理、进展情况、结果等信息均应公开。（国务院审改办牵头落实）

（二）推进财政资金信息公开。及时公开经批准的预算、预算调整、决算、预算执行情况报告及报表，并对财政转移支付安排、执行情况以及举借债务情况等重要事项作出说明。做好中央和地方部门预决算公开，积极推进预算绩效信息和国有资产占用情况公开。细化预决算公开内容，各级政府及部门预决算在公开到支出功能分类项级科目的基础上，一般公共预算基本支出逐步公开到经济分类款级科目，对下专项转移支付预决算公开到具体项目，并公开分地区的税收返还、一般性转移支付和专项转移支付情况。“三公”经费决算公开应细化说明因公出国（境）团组数及人数，公务用车购置数及保有量，国内公务接待的批次、人数，以及“三公”经费增减变化原因等信息。及时完整公开政府采购项目信息、采购文件、中标或成交结果、采购合同、投诉处理结果等。按照地方政府债券发行有关规定，及时准确披露相关信息。（财政部牵头落实）

（三）推进公共资源配置信息公开。一是做好城镇保障性安居工程特别是棚户区改造建设项目信息、保障性住房分配信息公开工作。定期公开住房公积金管理运行情况，及时公开推进工程质量治理行动的进展情况。（住房城乡建设部牵头落实）二是做好土地供应计划、出让公告、成交公示和供应结果公开工作，重点公开棚户区改造用地年度供应计划、供地时序、宗地规划条件和土地使用要求。推进全国范围的征地信息公开平台建设，及时公开征地政策和征地信息。（国土资源部牵头落实）三是全面做好国有土地上房屋征收决定、补助奖励政策和标准、初步评估结果、补偿方案、补偿标准、补偿结果等公开工作。（住房城乡建设部牵头落实）

(四)推进重大建设项目信息公开。重点围绕铁路、城市基础设施、节能环保、农林水、土地整治等涉及公共利益和民生领域的政府投资项目，推进审批、核准、备案等项目信息的公开，做好项目基本信息和招投标、重大设计变更、施工管理、合同履行、质量安全检查、资金管理、验收等项目实施信息的公开工作。(国务院相关部门分别落实)

(五)推进公共服务信息公开。一是做好社会保险信息公开。定期向社会公开各项社会保险参保情况、待遇支付情况和水平，社会保险基金收支、结余和收益情况等信息。及时发布基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录，以及基本医疗保险、工伤保险诊疗项目范围、辅助器具目录等信息。(人力资源社会保障部、卫生计生委分别落实)二是推进社会救助信息公开。重点做好城乡低保、特困人员供养、医疗救助、临时救助等信息公开工作;实行救助实施过程公开，加大救助对象人数、救助标准、补助水平和资金支出等信息公开力度。(民政部牵头落实)三是推进教育领域信息公开。全面实施高校招生“阳光工程”，推动高校重点做好录取程序、咨询及申诉渠道、重大事件违规处理结果、录取新生复查结果等信息公开工作，及时公开高校自主招生办法、考核程序和录取结果，全面实行考试加分考生资格公示工作。推动高校制定财务公开制度，加大高校财务公开力度。(教育部牵头落实)四是深化医疗卫生领域信息公开。做好法定传染病和重大突发公共卫生事件的信息公开，推动各类医疗机构健全信息公开目录，全面公开医疗服务、价格、收费等信息。(卫生计生委牵头落实)

(六)推进国有企业信息公开。做好国有企业主要财务指标、整体运行情况、业绩考核结果等信息公开工作，加大国有资产保值增值、改革重组、负责人职务变动及招聘等信息公开力度。参照有关监督机构及上市公司监事会信息披露的做法，公开监事会对中央企业监督检查情况。研究制定国有企业财务信息公开指导意见，明确公开范围、内容、程序、工作要求等，进一步推动国有企业公开财务信息，推动各级履行出资人职责机构公开国有企业财务汇总信息。研究制定推进中央企业信息公开工作指导意见。(国资委牵头落实)

(七)推进环境保护信息公开。进一步推进空气质量、水环境质量、污染物排放、污染源、建设项目环评等信息公开，做好环境重点监管对象名录和区域环境质量状况公开工作。加大环境执法检查依据、内容、标准、程序和结果公开力度。公开群众举报投诉重点环境问题处理情况，违法违规单位及其法定代表人名单和处理、整改情况。加强突发环境事件信息公开，及时公布应对情况及调查结果。推进核与辐射安全信息公开，重点公开核电厂核与辐射安全审批信息和辐射环境质量信息。(环境保护部牵头落实)

(八)推进食品药品安全信息公开。做好食品药品重大监管政策信息、产生重大影响的食物药品典型案例，以及食品安全监督抽检、药品监督抽验信息公开工作。及时发布网上非法售药整治等专项行动信息和保健食品消费警示信息。(食品药品监管总局牵头落实)

(九)推进社会组织、中介机构信息公开。加大社会组织成立、变更、注销、评估、年检结果、查处结果等信息公开力度。制定社会团体和民办非企业单位信息公开管理办法，推动服务、收费等事项公开。建立行政审批前置服务项目信息公开制度，公开提供服务的社会组织和中介机构名称、经营地址、资质状况等基本信息，以及实行政府定价或政府指导价的收费标准，方便企业和公众选择。推动慈善组织信息公开。(民政部、国务院其他有关部门分别落实)

二、全面加强主动公开工作

(一)进一步拓展主动公开内容。对于行政决策、执行、管理、服务、结果方面的信息，坚持以公开为常态、不公开为例外原则，依法依规做好公开工作。要对本地区本部门政府信息进行梳理，进一步细化主动公开范围和公开目录，并动态更新。对制作形成或在履行职责中获取的政府信息，严格落实公开属性源头认定机制，依法依规明确公开属性，确定为依申请公开或不予公开的，应当说明理由。涉及公民、法人或其他组织权利和义务的规范性文件，都要按《条例》规定全面、准确、及时做好公开工作。积极稳妥推进政府数据公开，鼓励和推动企业、第三方机构、个人等对公共数据进行深入分析和应用。

(二)加大政策解读回应力度。对涉及面广、社会关注度高或专业性较强的重要政策法规，要同步制定解读方案，加强议题设置，通过发布权威解读稿件、组织专家撰写解读文章等多种方式，及时做好科学解读，有效开展舆论引导。适应网络传播特点，更多运用图片、图表、图解、视频等可视化方式，增强政策解读效果。健全政务舆情收集、研判和回应机制，对涉及本地区本部门的重要政务舆情、重大突发事件等热点问题，要依法按程序第一时间通过网上发布信息、召开新闻发布会、接受媒体采访等方式予以回应，并根据工作进展持续发布动态信息。回应力求表达准确、亲切、自然，为群众提供客观、可感、可信的信息，发挥正面引导作用。

(三)发挥各类信息公开平台和渠道作用。统筹运用新闻发言人、政府网站、政府公报、政务微博微信发布信息，充分发挥广播电视、报刊、新闻网站、商业网站和政务服务中心的作用，扩大发布信息的受众面、提高影响力。特别要适应传播对象化分众化趋势以及新兴媒体平等交流、互动传播的特点，更好地运用新技术、新手段，注重用户体验和信息需求，扩大政府信息传播范围，提高信息到达率。加强不同平台和渠道发布信息的衔接协调，确保公开内容准确、一致。

三、强化依申请公开管理和服务

建立健全政府信息公开申请接收、登记、办理、审核、答复、归档等环节的制度规范。进一步拓展依申请公开受理渠道，更好地发挥互联网和各级政务服务中心的作用，为申请人提供便捷服务。强化政府信息公开场所的管理和服务，明确工作标准，做好现场解疑释惑工作。严格按照法定时限履行答复程序，制定统一规范的答复格式，推行申请答复文书的标准化文本，依法依规做好答复工

作。探索建立依申请公开促进依法行政的机制，及时总结依申请公开工作中发现的依法行政方面的问题，加强跟踪调研，提出工作建议。及时梳理本单位本系统信息公开申请情况，按照申请内容、答复情况等进行分类管理，加强研究分析，促进工作水平不断提升。

四、建立健全制度机制

完善政府信息公开指南，各级行政机关年内要对本行政机关的公开指南进行复查，内容缺失或者更新不及时，及时完善相关内容。做好信息公开统计工作，加强统计数据分析和运用。加强信息公开年度报告编制和发布工作，在《条例》规定基础上，进一步充实重点领域信息公开、政策解读回应、依申请公开工作详细情况、政府信息公开统计数据、建议提案办理结果公开等内容，并采用公众喜闻乐见的形式予以展现。加强信息公开保密审查制度建设，对拟公开的政府信息，要依法依规做好保密审查。建立健全政府信息公开工作考核评议制度，强化问责制度，定期开展社会调查评议，了解社情民意，不断改进公开工作。建立政府信息公开举报办理工作制度，强化信息公开工作主管部门的监督职责，对经举报查实的有关问题，要严格依据《条例》规定进行处理。地方和部门可根据工作需要在信息公开领域建立政府法律顾问制度，发挥法律顾问专业优势，提高信息公开专业化、法制化水平。

五、加强组织领导和机构队伍建设

各地区各部门要把政府信息公开工作纳入重要议事日程，与经济社会管理工作紧密结合，同步研究、同步部署、同步推进，主要负责同志要主动听取公开工作情况汇报，研究解决突出问题，同时明确一位负责同志分管公开工作。要理顺工作关系，减少职能交叉，加强专门机构建设和人员配备，统筹做好信息公开、政策解读、舆情处置、政府网站、政务微博微信和政府公报等工作，并在经费、设备等方面提供必要保障。把信息公开列入公务员培训科目，加大各级政府尤其是市、县级政府相关工作人员培训力度，不断提升工作能力和水平。

各地区各部门要制定本工作要点分解细化方案，明确分工，加强督导，确保各项任务落实到位。落实情况要纳入政府信息公开工作年度报告并向社会公布，接受公众监督。国务院办公厅适时对本工作要点落实情况进行督查，并组织开展第三方评估。

8、国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见

近年来，我国展览业快速发展，已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台，在我国经济社会发展中的作用日益凸显。同时，我国展览业体制机制改革滞后，市场化程度发展迟缓，存在结构不合理、政策不完善、国际竞争力不强等问题。为进一步促进展览业改革发展，更好发挥

其在稳增长、促改革、调结构、惠民生中的作用，现提出以下意见：

一、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，贯彻落实党中央、国务院各项决策部署，深化改革，开拓创新，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，积极推进展览业市场化进程。坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向，倡导低碳、环保、绿色理念，培育壮大市场主体，加快展览业转型升级，努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局。

(二)基本原则。

坚持深化改革。全面深化展览业管理体制改革，明确展览业经济、社会、文化、生态功能定位，加快政府职能转变和简政放权，稳步有序开展展览业市场准入，提升行业管理水平，以体制机制创新激发市场主体活力和创造力。

坚持科学发展。统筹全国展馆展会布局和区域展览业发展，科学界定展览场馆和展览会的公益性和竞争性，充分调动各方面积极性，营造协同互补、互利共赢的发展环境。

坚持市场导向。遵循展览业发展规律，借鉴国际有益经验，建立公开公平、开放透明的市场规则，实现行业持续健康发展。综合运用财税、金融、产业等政策，鼓励和支持展览业市场化发展。

(三)发展目标。到2020年，基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。

——发展环境日益优化。完善法规政策，理顺管理体制，下放行政审批权限，逐步消除影响市场公平竞争和行业健康发展的体制机制障碍，形成平等参与、竞争有序的市场环境。

——市场化水平显著提升。厘清政府和市场的关系，规范和减少政府办展，鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会，市场化、专业化展会数量显著增长，展馆投资建设及管理运营的市场化程度明显提高。

——国际化程度不断提高。遵循国际通行的展览业市场规则，发挥我国产业基础好、市场需求大等比较优势，逐步提升国际招商招展的规模和水平。加快“走出去”步伐，大幅提升境外组展办展能力。在国际展览业中的话语权和影响力显著提升，培育一批具备国际竞争力的知名品牌展会。

二、改革管理体制

(四) 加快简政放权。改革行政审批管理模式，按照属地化原则，履行法定程序后，逐步将能够下放的对外经济技术展览会行政审批权限下放至举办地省级商务主管部门，并适时将审批制调整为备案制。运用互联网等现代信息技术，推行网上备案核准，提高行政许可效率和便利化水平。

(五) 理顺管理体制。建立商务主管部门牵头，发展改革、教育、科技、公安、财政、税务、工商、海关、质检、统计、知识产权、贸促等部门和单位共同参与的部际联席会议制度，统筹协调，分工协作。加强展览业发展战略、规划、政策、标准等制订和实施，加强事中事后监管，健全公共服务体系。

(六) 推进市场化进程。严格规范各级政府办展行为，减少财政出资和行政参与，逐步加大政府向社会购买服务的力度，建立政府办展退出机制。放宽市场准入条件，着力培育市场主体，加强专业化分工，拓展展览业市场空间。

(七) 发挥中介组织作用。按照社会化、市场化、专业化原则，积极发展规范运作、独立公正的专业化行业组织。鼓励行业组织开展展览业发展规律和趋势研究，并充分发挥贸促机构等经贸组织的功能与作用，向企业提供经济信息、市场预测、技术指导、法律咨询、人员培训等服务，提高行业自律水平。

三、推动创新发展

(八) 加快信息化进程。引导企业运用现代信息技术，开展服务创新、管理创新、市场创新和商业模式创新，发展新兴展览业态。举办网络虚拟展览会，形成线上线下有机融合的新模式。推动云计算、大数据、物联网、移动互联等在展览业的应用。

(九) 提升组织化水平。鼓励多种所有制企业公平参与竞争，引导大型骨干展览企业通过收购、兼并、控股、参股、联合等形式组建国际展览集团。加强政策引导扶持，打造具有先进办展理念、管理经验和专业技能的龙头展览企业，充分发挥示范和带动作用，提升行业核心竞争力。

(十) 健全展览产业链。以展览企业为龙头，发展以交通、物流、通信、金融、旅游、餐饮、住宿等为支撑，策划、广告、印刷、设计、安装、租赁、现场服务等为配套的产业集群，形成行业配套、产业联动、运行高效的展览业服务体系，增强产业链上下游企业协同能力，带动各类展览服务企业发展壮大。

(十一) 完善展馆管理运营机制。兼顾公益性和市场原则，推进展馆管理体制和运营机制创

新，制订公开透明和非歧视的场馆使用规则。鼓励展馆运营管理实体通过品牌输出、管理输出、资本输出等形式提高运营效益。加强全国场馆信息管理，推动馆展互动、信息互通，提高场馆设施的使用率。

(十二)深化国际交流合作。推动展览机构与国际知名的展览业组织、行业协会、展览企业等建立合作机制，引进国际知名品牌展会到境内合作办展，提高境内展会的质量和效益。配合实施国家“一带一路”等重大战略及多双边和区域经贸合作，用好世博会等国际展览平台，培育境外展览项目，改善境外办展结构，构建多元化、宽领域、高层次的境外参展办展新格局。

四、优化市场环境

(十三)完善展览业标准体系。按照总体规划、分步实施的原则，加快制修订和推广展馆管理、经营服务、节能环保、安全运营等标准，逐步形成面向市场、服务产业、主次分明、科学合理的展览业标准化框架体系。

(十四)完善行业诚信体系。加快建立覆盖展览场馆、办展机构和参展企业的展览业信用体系，推广信用服务和产品的应用，提倡诚信办展、服务规范。建立信用档案和违法违规单位信息披露制度，推动部门间监管信息的共享和公开，褒扬诚信，惩戒失信，实现信用分类监管。

(十五)加强知识产权保护。加快修订展会知识产权保护办法，强化展会知识产权保护工作。支持和鼓励展览企业通过专利申请、商标注册等方式，开发利用展览会名称、标志、商誉等无形资产，提升对展会知识产权的创造、运用和保护水平。扩大展览会知识产权基础资源共享范围，建立信息平台，服务展览企业。

(十六)打击侵权和假冒伪劣。创新监管手段，把打击侵权和假冒伪劣列入展览会总体方案和应急处置预案。完善重点参展产品追溯制度，推动落实参展企业质量承诺制度，切实履行主体责任。加强展览会维权援助举报投诉和举报处置指挥信息能力建设，完善举报投诉受理处置机制。

五、强化政策引导

(十七)优化展览业布局。按照国民经济结构调整和区域协调发展战略需要，科学规划行业区域布局，推动建设一批具有世界影响力的国际展览城市和展览场馆。定期发布引导支持展览会目录，科学确立重点展会定位，鼓励产业特色鲜明、区域特点显著的重点展会发展，培育一批品牌展会。

(十八)落实财税政策。按照政府引导、市场化运作原则，通过优化公共服务，支持中小企业参加重点展会，鼓励展览机构到境外办展参展。落实小微企业增值税和营业税优惠政策，对属于《国

务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》(国发〔2014〕10号)税收政策范围的创意和设计费用,执行税前加计扣除政策,促进展览企业及相关配套服务企业健康发展。

(十九)改善金融保险服务。鼓励商业银行、保险、信托等金融机构在现有业务范围内,按照风险可控、商业可持续原则,创新适合展览业发展特点的金融产品和信贷模式,推动开展展会知识产权质押等多种方式融资,进一步拓宽办展机构、展览服务企业和参展企业的融资渠道。完善融资性担保体系,加大担保机构对展览业企业的融资担保支持力度。

(二十)提高便利化水平。进一步优化展品出入境监管方式方法,提高展品出入境通关效率。引导、培育展览业重点企业成为海关高信用企业,适用海关通关便利措施。简化符合我国出入境检验检疫要求的展品通关手续,依法规范未获得检验检疫准入展品的管理。

(二十一)健全行业统计制度。以国民经济行业分类为基础,建立和完善展览业统计监测分析体系,构建以展览数量、展出面积及展览业经营状况为主要内容的统计指标体系,建设以展馆、办展机构和展览服务企业为主要对象的统计调查渠道,综合运用统计调查和行政记录等多种方式采集数据,完善监测分析制度,建立综合性信息发布平台。

(二十二)加强人才体系建设。鼓励职业院校、本科高校按照市场需求设置专业课程,深化教育教学改革,培养适应展览业发展需要的技能型、应用型和复合型专门人才。创新人才培养机制,鼓励中介机构、行业协会与相关院校和培训机构联合培养、培训展览专门人才。探索形成展览业从业人员分类管理机制,研究促进展览专业队伍建设的措施办法,鼓励展览人才发展,全面提升从业人员整体水平。

各地区、各部门要充分认识进一步促进展览业改革发展的重要意义,加强组织领导,健全工作机制,强化协同配合。各地区要根据本意见,结合自身经济社会发展实际研究制订具体实施方案,细化政策措施,确保各项任务落到实处。各有关部门要抓紧研究制订配套政策和具体措施,为展览业发展营造良好环境。商务部要会同相关部门做好指导、督查和总结工作,共同抓好落实,重大事项及时向国务院报告。

二、经济观察

1、2015年一季度社会融资规模存量统计数据报告

4月21日消息,初步统计,2015年3月末社会融资规模存量为127.52万亿元,同比增长12.9%。其中,对实体经济发放的人民币贷款余额为85.09万亿元,同比增长14.0%;对实体经济发放的外币贷款折合人民币余额为3.48万亿元,同比下降7.2%;委托贷款余额为9.67万亿元,同比增长23.6%;信托贷款余额为5.35万亿元,同比增长4.6%;未贴现的银行承兑汇票余额为6.96万亿元,同比下降7.6%;企业债券余额为12.00万亿元,同比增长24.3%;非金融企业境内股票余额为3.94万亿元,同比增长13.7%。

2、2015年1-3月全国国有及国有控股企业经济运行情况

2015年1-3月,纳入本报统计范围的全国国有及国有控股企业(以下简称国有企业)营业总收入同比降幅扩大;受中石油等三大石油公司合计利润由亏转盈和交通、电力等行业利润明显增加等因素影响,全国国有企业利润同比降幅明显放缓;应交税金同比增幅略有上升。另外,一季度钢铁、有色、煤炭和石化四个行业亏损,如剔除上述四个行业,国有企业营业总收入同比下降2.6%,实现利润与上年同期持平,应交税金同比增长0.9%。

一、主要经济效益指标情况

(一)营业总收入。1-3月,国有企业营业总收入103155.5亿元,同比下降6%。(1)中央企业63191.3亿元,同比下降7%。(2)地方国有企业39964.2亿元,同比下降4.2%。

(二)营业总成本。1-3月,国有企业营业总成本100345.5亿元,同比下降5.1%,其中销售费用、管理费用和财务费用同比分别下降2.9%、增长2.3%和增长7.3%。(1)中央企业60216.5亿元,同比下降6.4%,其中销售费用、管理费用和财务费用同比分别下降5.3%、下降2.9%和增长4.1%。

(2)地方国有企业40129亿元,同比下降3.1%,其中销售费用、管理费用和财务费用同比分别增长1.6%、9.2%和11.1%。

(三)实现利润。1-3月,国有企业利润总额4997.3亿元,同比下降8%。受油价小幅上涨和高成本库存得到部分消化等因素影响,三大石油公司合计利润由亏转盈,加之交通、电力等行业利润明显增加,国有企业利润同比降幅明显放缓。如扣除三大石油公司利润,国有企业利润总额比上年同期增长8.4%。(1)中央企业3909.5亿元,同比下降9.9%。(2)地方国有企业1087.8亿元,同比

下降 0.4%。

(四) 应交税金。1-3 月, 国有企业应交税金 9383 亿元, 同比增长 0.13%。(1) 中央企业 7462.8 亿元, 同比增长 0.3%。(2) 地方国有企业 1920.2 亿元, 同比下降 0.5%。

(五) 资产、负债和所有者权益。3 月末, 国有企业资产总额 1054875.4 亿元, 同比增长 12%; 负债总额 685766.3 亿元, 同比增长 11.9%; 所有者权益合计 369109.1 亿元, 同比增长 12.2%。(1) 中央企业资产总额 554658.3 亿元, 同比增长 10.5%; 负债总额 363304 亿元, 同比增长 10.4%; 所有者权益为 191354.4 亿元, 同比增长 10.7%。(2) 地方国有企业资产总额 500217.1 亿元, 同比增长 13.8%; 负债总额 322462.3 亿元, 同比增长 13.7%; 所有者权益为 177754.7 亿元, 同比增长 13.9%。

二、主要行业盈利情况

1-3 月, 电子、施工房地产、电力、轻工等行业实现利润同比增幅较大; 石油、建材、化工和机械等行业实现利润同比降幅较大; 钢铁、有色、煤炭、石化等行业亏损。

3、流通领域重要生产资料市场价格变动情况 (2015 年 4 月 11-20 日)

2015 年 4 月中旬, 据对 24 个省(区、市) 流通领域 9 大类 50 种重要生产资料市场价格的监测显示, 与 4 月上旬相比, 20 种产品价格上涨, 25 种下降, 5 种持平。

图表 1 2015 年 4 月 11-20 日流通领域重要生产资料市场价格变动情况

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期价格 涨跌(元)	涨跌幅(%)
一、黑色金属				
螺纹钢(Φ16-25mm, HRB400)	吨	2430.4	-57.6	-2.3
线材(Φ6.5mm, HPB300)	吨	2494.7	-55.1	-2.2
普通中板(20mm, Q235)	吨	2550.5	-40.6	-1.6
热轧普通薄板(3mm, Q235)	吨	2584.5	-39.3	-1.5
无缝钢管(219*6, 20#)	吨	3497.5	-32.0	-0.9
角钢(5#)	吨	2780.5	-16.1	-0.6
二、有色金属				
电解铜(1#)	吨	43660.6	114.6	0.3
铝锭(A00)	吨	13045.8	-199.5	-1.5
铅锭(1#)	吨	13237.5	650.7	5.2
锌锭(0#)	吨	16449.5	385.5	2.4
三、化工产品				
硫酸(98%)	吨	345	-18.6	-5.1
烧碱(液碱, 32%)	吨	549.7	2.6	0.5
甲醇(优等品)	吨	2299	103.5	4.7
纯苯(石油苯, 工业级)	吨	6150	407.1	7.1
苯乙烯(一级品)	吨	10254.2	1022.1	11.1
聚乙烯(LLDPE, 7042)	吨	10244	-74.8	-0.7
聚丙烯(T30S)	吨	9226.4	109.2	1.2
聚氯乙烯(SG5)	吨	5762.8	3.0	0.1
顺丁胶(BR9000)	吨	10009.2	1028.5	11.5
涤纶长丝(FDY150D/96F)	吨	8075	553.6	7.4
四、石油天然气				
液化天然气(LNG)	吨	4068.9	15.9	0.4
液化石油气(LPG)	吨	4094.5	77.3	1.9
汽油(97#)	吨	8109.6	117.1	1.5
汽油(93#)	吨	7185.6	100.5	1.4
柴油(0#)	吨	5359.6	53.7	1.0
石蜡(58#半)	吨	7396.7	-24.6	-0.3
五、煤炭				
无烟煤(2号洗中块)	吨	920.8	-23.8	-2.5

普通混煤（4500 大卡）	吨	341.7	-11.9	-3.4
山西大混（5000 大卡）	吨	381.7	-11.9	-3.0
山西优混（5500 大卡）	吨	448.3	-12.4	-2.7
大同混煤（5800 大卡）	吨	496.7	-9.0	-1.8
焦煤（1/3 焦煤）	吨	592.5	-32.5	-5.2
焦炭（二级冶金焦）	吨	773.8	-15.6	-2.0
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥（P.C32.5 袋装）	吨	280.4	1.6	0.6
普通硅酸盐水泥（P.O42.5 散装）	吨	283.9	-3.5	-1.2
浮法平板玻璃（4.8/5mm）	吨	1150.7	-8.9	-0.8
七、农产品				
稻米（粳稻米）	吨	4400.6	0.0	0.0
小麦（国标三等）	吨	2543.3	-1.1	0.0
玉米（黄玉米二等）	吨	2348.2	-2.0	-0.1
棉花（皮棉，白棉三级）	吨	13200	-42.9	-0.3
生猪（外三元）	千克	12.9	0.4	3.2
大豆（黄豆）	吨	4169.1	-0.7	0.0
豆粕（粗蛋白含量 \geq 43%）	吨	2894.4	-72.4	-2.4
花生（油料花生米）	吨	8093.1	-6.9	-0.1
八、农业生产资料				
尿素（小颗粒）	吨	1666.4	-6.6	-0.4
复合肥（硫酸钾复合肥）	吨	2814	0.0	0.0
农药（草甘膦，95%原药）	吨	21175	-326.8	-1.5
九、林产品				
人造板（1220*2440*15mm）	张	51.7	0.0	0.0
纸浆（漂白化学浆）	吨	4501	37.4	0.8
瓦楞纸（高强）	吨	2570	2.9	0.1

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

4、50 个城市主要食品平均价格变动情况（2015 年 4 月 11-20 日）

图表 2 2015 年 4 月 11-20 日 50 个城市主要食品平均价格变动情况

商品名称	规格等级	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨跌 (元)	涨跌幅 (%)
大米	粳米	千克	6.16	0.00	0.0
面粉	富强粉	千克	6.01	0.00	0.0
面粉	标准粉	千克	4.76	0.01	0.2
豆制品	豆腐	千克	4.63	0.01	0.2
花生油	压榨一级	升	27.24	0.10	0.4
大豆油	5L桶装	升	10.13	-0.02	-0.2
菜籽油	一级散装	升	13.39	0.05	0.4
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	23.30	0.10	0.4
猪肉	五花肉	千克	23.67	0.08	0.3
牛肉	腿肉	千克	66.94	-0.30	-0.5
羊肉	腿肉	千克	63.67	-0.37	-0.6
鸡	白条鸡	千克	20.86	-0.05	-0.2
鸡	鸡胸肉	千克	21.17	0.04	0.2
鸭	白条鸭	千克	18.14	0.00	0.0
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	9.34	-0.12	-1.3
活鲤鱼		千克	15.75	-0.06	-0.4
活草鱼		千克	16.15	-0.07	-0.4
带鱼		千克	32.41	-0.03	-0.1
大白菜		千克	3.71	0.25	7.2
油菜		千克	5.30	0.37	7.5
芹菜		千克	6.12	0.36	6.3
黄瓜		千克	5.95	-0.11	-1.8
西红柿		千克	6.40	0.11	1.8
豆角		千克	11.56	0.33	2.9
土豆		千克	4.37	0.10	2.3
苹果	富士苹果	千克	14.33	-0.07	-0.5
香蕉	国产	千克	6.93	-0.13	-1.8

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

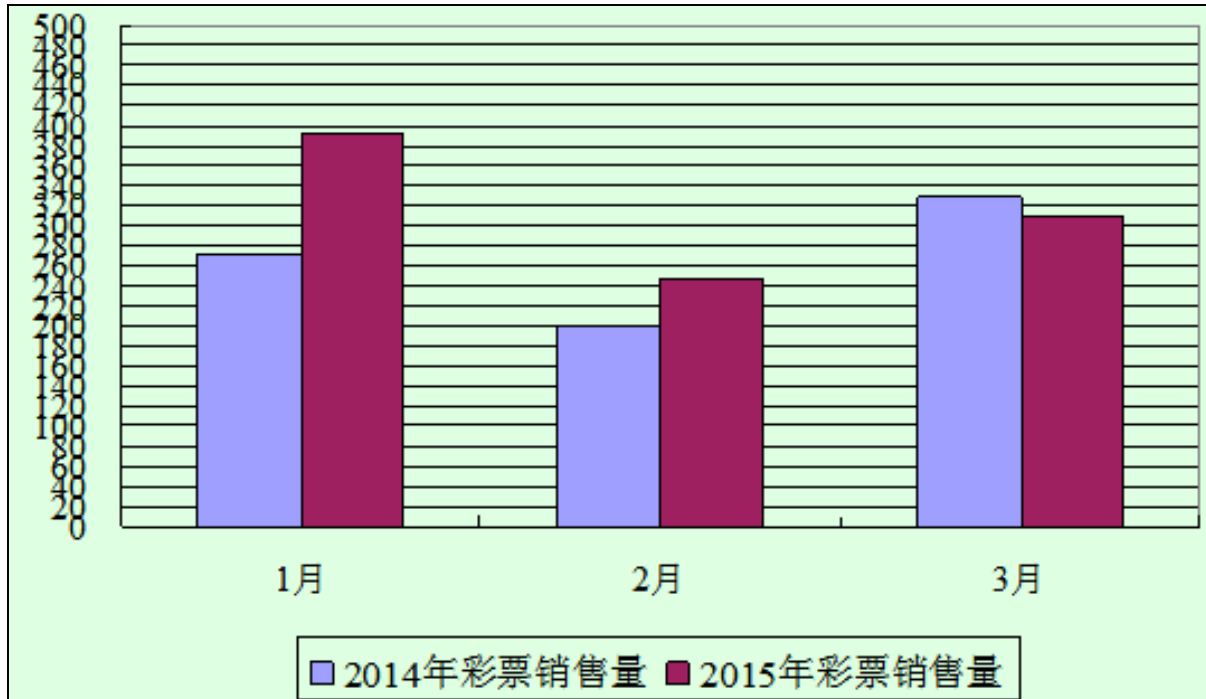
5、2015 年 3 月份全国彩票销售情况

一、全国彩票销售情况

3 月份，全国共销售彩票 308.12 亿元，比上年同期（简称“同比”）减少 20.62 亿元，下降 6.3%。其中，福利彩票机构销售 178.22 亿元，同比减少 9.30 亿元，下降 5.0%；体育彩票机构销售 129.90 亿元，同比减少 11.32 亿元，下降 8.0%。

1月至3月累计，全国共销售彩票948.35亿元，同比增加148.01亿元，增长18.5%。其中，福利彩票机构销售505.21亿元，同比增加41.84亿元，增长9.0%；体育彩票机构销售443.14亿元，同比增加106.18亿元，增长31.5%。

图表 3 2015年3月彩票销售量与上年同期比较图



注明：单位：亿元

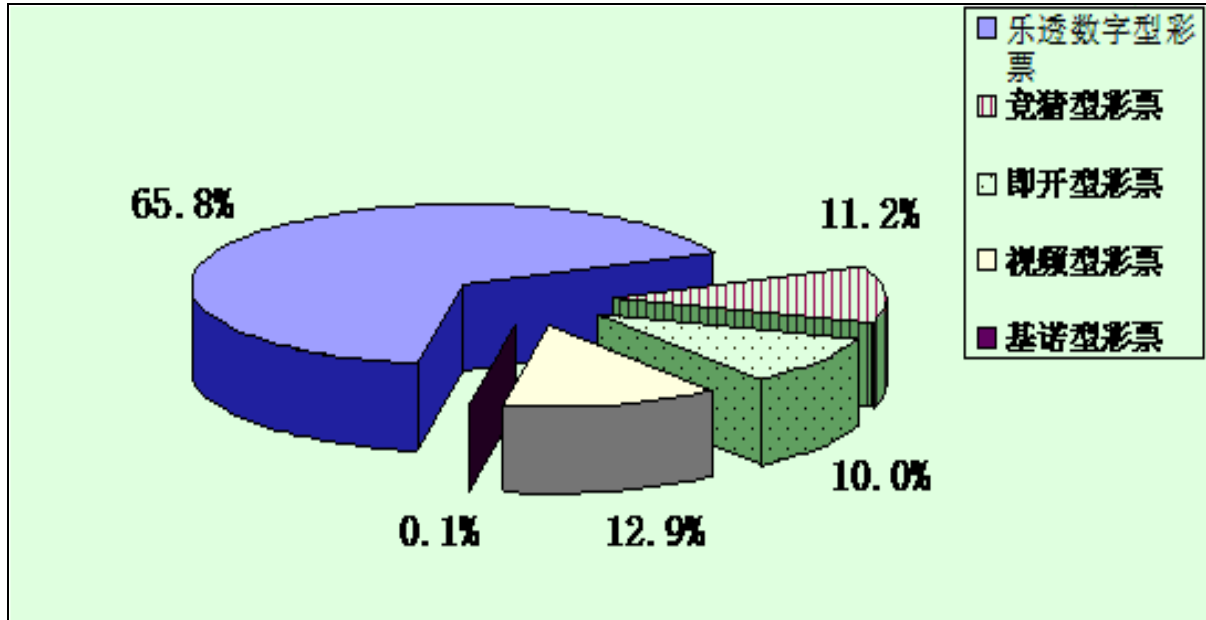
数据来源：财政部、中商产业研究院

二、分类型彩票销售情况

3月份，乐透数字型彩票销售202.78亿元，同比减少17.39亿元，下降7.9%；竞猜型彩票销售34.53亿元，同比减少3.63亿元，下降9.5%；即开型彩票销售30.80亿元，同比减少5.39亿元，下降14.9%；视频型彩票销售39.61亿元，同比增加6.14亿元，增长18.3%；基诺型彩票[1]销售0.41亿元，同比减少0.35亿元，下降46.5%。3月份，乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型、基诺型彩票销售量分别占彩票销售总量的65.8%、11.2%、10.0%、12.9%、0.1%。

1月至3月累计，乐透数字型彩票销售598.42亿元，同比增加58.69亿元，增长10.9%；竞猜型彩票销售167.71亿元，同比增加81.78亿元，增长10.9%；即开型彩票销售77.39亿元，同比减少12.07亿元，下降13.5%；视频型彩票销售103.44亿元，同比增加20.11亿元，增长24.1%；基诺型彩票销售1.40亿元，同比减少0.50亿元，下降126.3%。1-3月份乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型和基诺型彩票销售量分别占彩票销售总量的63.1%、17.7%、8.2%、10.9%、0.1%。

图表 4 2015 年 3 月乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型、基诺型彩票市场份额图



数据来源：财政部、中商产业研究院

三、分地区彩票销售情况

3 月份，与上年同期相比，全国共有 11 个省份的销售量出现增长，其中，浙江、湖北、内蒙古、云南和贵州增加额较多，同比分别增加 2.3 亿元、1.29 亿元、1.05 亿元、0.89 亿元和 0.73 亿元。

1 月至 3 月累计，与上年同期相比，全国共有 27 个省份彩票销售量出现增长。其中，山东、天津、浙江、江西和黑龙江增加额较多，同比分别增加 21.56 亿元、12.92 亿元、12.87 亿元、12.02 亿元和 9.55 亿元。

3 月份彩票销量同比出现下降，主要是受两方面的影响：一是即开型彩票从 2014 年 4 月以来，销量持续下滑；二是受互联网整顿的影响，乐透数字型和竞猜型彩票销量分别下降。各级彩票机构要密切跟踪分析新情况新问题，切实加强彩票发行销售工作，确保市场平稳运行。各级财政部门要进一步加强监管，积极创造良好的外部环境，维护市场正常秩序，促进彩票事业健康发展。

三、投资市场

1、天使投资迎来 4.0 时代：全民股权众筹 补贴弱化风险

在经过了高净值个人主导天使投资的 1.0 时代，专业风险投资机构主导天使投资的 2.0 时代和行业领导企业投资创业公司的 3.0 时代后，国内天使投资 4.0 时代将是全民参与的股权众筹时代，创业者获得天使投资的难度将大幅度降低，潜在天使投资人也将通过股权众筹平台与更多优质项目产生交流。

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。2015 年第一季度中外天使投资机构新募集基金 25 支，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共计涉及 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 年第一季度共发生三起创业板 IPO。此外，2015 年新三板的火爆为天使投资退出带来新的途径。

从新一年的中国天使投资市场角度分析，2015 年的天使基金募资情况将较往年有所攀升，原因有以下几点：第一，继国家各级政府大力支持“大众创业、万众创新”，推动各地方政府盘活民间资本，为创业者提供创业启动资金，发展天使投资等利好政策的推出之后，中国大陆又将掀起一波创业热潮，而随之产生的资金需求也相应骤增。而针对天使投资的高风险高失败率这一特性，部分地方政府推出了风险补贴等政策为天使投资机构以及潜在投资者提供风险弱化。第二，在 2014 天使投资井喷式增长后，越来越多的人开始关注天使投资，刺激了潜在投资者将天使投资加入投资组合。第三，国内二级市场的层层利好消息也为天使投资的热潮推波助澜。例如较主板及中小板挂牌门槛较低的新三板市场日趋火爆，为国内创投市场开辟了一条新的退出路径，同时为天使投资者以及各类投资机构增加了投资信心。

国内共 349 家初创企业获得来自天使投资机构的的天使投资，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 年第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，增加了约 7.9%。由此可见，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了一定程度的提升。

值得注意的是，2015 年第一季度国内获得天使投资行业分布前三位的依旧是互联网、电信及增值业务和 IT 行业。获投案例数分别为 141 起、97 起和 43 起。披露投资金额分别是 1.15 亿美元、7769 万美元和 2269 万美元。这一现象延续了 2013 以及 2014 年一贯的行业投资趋势。可以预期，2015 年在互联网与传统行业的整合大潮下，配合移动互联网的蔓延而产生的巨大商机为创业者带来的机遇与发展将撬动 2015 年的天使投资市场，吸引更多天使投资者的目光。

2、“房地产+互联网+金融”模式来袭

“地产穷，金融兴”，券商报告无不这样概括时下趋势。热词“互联网+”下，房企的金融嗅觉正渐渐被激活。

泛海控股率先吹响进军互联网金融的号角。清明假期前夜，泛海控股以现金收购泛海系旗下民生证券 73%的股权，正式涉足证券、信托、保险三大业务领域，剑指外界羡慕不已的“全金融牌照”。

不甘示弱者，选择抱团强强联合。几乎是同时期，嫁接了互联网金融和房地产三大要素的“地产宝”平台面市，它身后站着的是绿地、阿里巴巴、中国平安等大鳄。进入第四次转型期的万达，也把金融板块纳入集团主业。眼下，万达互联网金融集团已搭建好，正在准备注入快钱资产。

发端于欧美，在中国仅短短几年就横扫市场的互联网金融，正成为越来越多房企追捧的“香饽饽”。房企之间的争夺不再仅仅局限于常规的合纵连横，“房地产+互联网+金融”的运行模式，正成为这场拉锯战中成功者的标配之一。

问题来了，成功案例并不能信手拈来，潮涌般而来的尝鲜者们，要如何在这场贴身肉搏中漂亮翻身？

行业“天花板” 倒逼

互联网金融，是万科新故事的一部分，同样也是越来越多房企追逐的“风口”。他们已经达成共识：在房地产行业发展的下半场，互联网或将颠覆这个传统行业。

目前，针对地产行业的互联网金融平台，一般引入常规的 P2P、P2B、P2W、众筹模式、供应链金融、社区 O2O 等不同模式，从不同切入口服务买房、卖房、装修、租房等交易的金融需求。当中，房地产和互联网的联结多数局限于产业链下游的营销环节，与金融的关系主要体现在产业链上游的融资。

从营销端口切入以 O2O 模式的卖房，再配以部分的金融增值服务，是部分房企愿意走的道路。值得庆幸的是，打出房地产电商双平台的方兴地产正在证明这条路的可行性。

借助去年年底的“触网”营销，方兴地产显然尝到了“甜头”。2014 年 11 月和 12 月两月总计 75.25 亿元销售额，占据其全年销售额 215 亿元的 40%以上。今年 3 月，方兴地产有了新动作，其联合了蚂蚁金服在淘宝网上线了余额宝购房项目。

房企不需要投入任何广告费用就博足市场眼球，无论地产金融产品花样怎么变，首要目的还是利用互联网平台锁定自己的目标客户群。

而在香港粤海证券投资银行董事看来，开发商试水互联网金融，第一出发点还是做概念。万科和腾讯的合作，富力和易居的合作等，都是房企捆绑平台把自己往 O2O 上靠。

眼下，地产和金融的嫁接还处于原始合作阶段，但这并不阻碍房产电商们将其作为下一个争夺的主战场，如搜房和乐居等，已经瞄向房产交易全环节。此外，争抢着分食这块大蛋糕的，还有层出不穷的第三方平台，他们各有所长。

精准度较高的线上引客能力和整体的互联网运营能力，这是房企所欠缺的，术业有专攻，房企的优势在房地产业务上，“我们有互联网的基因，团队人员直通斯坦福和硅谷。

投之家 CEO 黄诗樵以网贷之家为例，给出了另外一种生存的样本。

作为较早一批互联网金融平台，网贷之家拥有互联网金融的门户及用户入口，具备专业的数据和风控能力。风控能力是一个平台最核心的。房企和主营互联网金融业务的三方合作，能更利于平台的整合运营。

潜藏着的博弈

互联网专治各种不服，这是 IT 评论家洪波作出的笃定判断。但一个故事讲得再动听，总要依照可以辨识故事的商业逻辑。

从目前来看，房企涉足互联网金融主要依靠第三方平台，依附性较强。此外，长时间依靠单纯的散售模式的开发商，多数面临着资产的持有、运营能力不足，资产的成本过高，收益率较低的困境。可以遇见的是，短期内房地产领域的互联网金融，仍多集中在预售资金、销售收入、应收账款、企业融资等中短期投资项目。

在经验主义大行当下的房地产领域，没有一个确服的成功案例，成为诸多中小房企不敢涉足互联网金融桎梏的关键。

房企自己做互联网金融，要顾虑整体组织架构被调整的可能。不能单纯为了转型而使企业陷入投机领域，这不能一蹴而就，需要时间的积累。此外还要等待资产的成本降低。只有资产回报率上升，才能创造出广泛而稳定的市场。

不过，要想在互联网金融领域占据一席之地，房企仍需尽快搭建平台。

房企对房产这一资产组合理解是更为深刻的，在价值挖掘和创新的过程中拥有更大的发言权，可以借助网络平台形成更大的生态圈，这是金融机构所不能比的。而房企自身的平台可以借助如陆金所、招商 E 贷、民生易贷等更为有资金保障的机构做适当的推广。

自己成为第三方，是泛海控股正在尝试的事情。在控股民生证券时，泛海建设董事长就曾讲，公司旗下的金融业务长远还是往全金融牌照的方向发展，证券牌照是第一块。未来预计还要持有银行、信托、保险等牌照的金融公司进入上市公司。

在互联网金融没有出现系统性风险前，现在就看哪家房企愿意放开胆做了。

追逐资产证券化蓝海

在这场互联网金融兴起的背后，其实隐藏着更为深远的意义。

“如果有一个稳定的现金流，就将它证券化。”这是曾流传于华尔街的一句名言，这也一直是房企的梦想。在绿地董事长的眼里，绿地的“地产宝”是对房企自主试水资产证券化的大胆尝试。

据了解，“地产宝”首期上线产品以绿地集团位于江西南昌的棚户区改造项目为基础资产，支持旧城改造等民生工程，首期发行总规模为 2 亿元，已被抢购完毕。第二期产品已在筹备当中，将在平安陆金所平台发行。

目前来看，“地产宝”与市面上的各类“宝宝”们之间没有本质的差别。但这个“宝”肩负着更为重要的使命。“地产宝”聚焦于不动产物业的证券化，这区别于市面上的 P2P 平台。

未来，“地产宝”将成为互联网房地产金融平台，通过产品设计、包装，将社会上的闲散资金、机构资金与地产项目有效对接，致力于为中小房企提供资金解决方案。据了解，“地产宝”第一步目标是交易量达到 100 亿元，成熟期规模突破 500 亿元。

330 政策不仅包含房地产范畴，其对应的资产证券化产品也有着同样重要的发展价值，2014 年以来，央行大力鼓励商业银行投放按揭贷款，但一直收效甚微。从长期来看，楼市稳定能增强资产证券化产品的稳定性。

对房企而言，传统融资模式利用空间已经最大化。银行贷款始终是房地产行业融资的核心渠道，但开发贷款仅占总贷款余额的 6%-7%，地产信托占开发贷款的比例也不到 20%。而受制于发行和使用

条件制约，公司债券规模近些年虽基本保持稳定，但占比小。

资产证券化好处，就是可以规避监管的一些要求。比如通过中期票据、企业债融资，会面临“累计债券总额不超过公司净资产额度的 40%”的监管规定，而通过专项计划做证券化则可以绕开这项规定。

此外，据了解，资产证券化融资渠道解决长期“输血”问题，有优质商业物业的房企无疑会在该领域占得先机。在国内房企普遍增加商业地产开发的情况下，无疑也对此方式需求很大。

万通老大冯仑依照美国较为成熟的地产金融化市场给出了数值。据了解，目前美国房地产公司由于自身企业模型不同估值也会完全不同。开发类的估值 PE5-7 倍的企业要么退市要么转型；第二种资产管理类的公司，如写字楼出租、经营、购物中心之类的，估值 PE15-20 倍；第三类为地产金融化，估值 PE20-30 倍。

地产金融化无疑是未来的亮点，但从看到这个海到走过去，各机构一起到海上畅游一番，可能还需要经历艰辛的过程”。

3、P2P 豪赌股票配资：投资网贷资金抽身炒股，已违反“普惠金融”本质

持续火爆的牛市，让部分 P2P 平台的交易量骤减，但与此同时，又催热了 P2P 的股票配资业务。

一位 P2P 平台的高管最近感叹，这一波股市行情让该 P2P 平台在 3 月的成交额减少了将近一半。不少 P2P 公司均纷纷反映，近期火爆的行情给 P2P 业务造成了一定的影响。

但一些网贷平台从疯狂的资本市场中嗅到了新机会，加入到股票配资的队伍中。以 91 金融为例，其上线“91 股神”业务后，一周的成交额就破 1 亿元。据悉，目前公司平台上每天都能新增几千万的配资。而更多的 P2P 平台正蠢蠢欲动，试图分享配资这块蛋糕。

相比于券商的融资融券业务，P2P 平台从事的股票配资业务门槛更低，杠杆更大，让这种新型的“借钱炒股”充满了投机的味道。而股市不断走高的同时，P2P 平台自身的风险也在不断积聚。

此消彼长

股市一片大好，而 P2P 平台的收益率在下降。

数据显示, 2013 年中国 P2P 网贷的综合收益率是 23.05%, 而到了 2015 年 3 月, 已跌至 15.02%。研究表明, 未来一段时间内, P2P 平台的综合收益率可能会维持缓慢下降的趋势, 预计至 2015 年底, 行业综合收益率将下降至 12%-13%。不仅是 P2P 平台, 各类宝宝类理财产品也遭遇了资金转移。

据悉, 股市的火热对一些 P2P 平台的影响相当大, 成交额下降了一半还不止。一方面, 股市的回报比 P2P 平台更高; 再者, P2P 的投资人和股票投资者是重叠的人群, 他们都是追求高风险高回报的。相比之下, 那些购买银行理财产品的都是稳健型投资者, 股市火爆对这类平台的影响就比较小。

另一厢, A 股近期全面放开了“一人一户”的限制, 使得开户数据直线上升, A 股的交易活跃度也持续回升。这种情况下, 不少 P2P 平台期望在牛市中获益, 于是相继推出了股票配资产品。这些平台推出新产品的理由基本一致: 股市行情向好, 投资回报率高, 且用户需求强烈。

股票配资, 是指配资平台在借款者原有资金和证券的基础上, 按照一定比例提供资金供借款人用于证券投资。P2P 平台做股票配资其实就是借钱给用户炒股, 借款人用少量的自有资金做本金, 向平台借入本金几倍以上的资金, 全部注入平台指定的账户中。

通常, P2P 股票配资的杠杆在 1-5 倍, 借款人拿出 1 万元本金, 就可以获得 5 万元的配资, 借款人可以用 6 万元征战股市。在此基础上, 配资平台会根据实际情况设置一个强制平仓线, 如果账户资金出现亏损并且达到平仓线, 平台将强制平仓。

目前, P2P 股票配资的门槛很低, 一般 2000 元的本金即可申请, 月利率在 1.2%-1.9%之间。投资者一般最多可以申请 3 倍杠杆的配资。假使投资者的本金为 1 万元, 最多可以融到 3 万元, 月利率为 1.6%, 亏损警告线为 33600 元, 到达亏损警告线后只能卖出不能买入; 亏损平仓线为 31800 元, 达到亏损平仓线后, 系统将进行平仓处理。

相比于 P2P 借款的快捷, 多数券商融资融券的门槛基本在 50 万元。除了资金门槛, 券商还会对配资人进行信用审核, 除了对学历、家庭进行审核, 券商还会审核客户的年收入、股票账户资产等指标。

而 P2P 股票配资并无信用审核环节。面对众多来申请配资的股民, 平台的筛选和评判十分粗略。这意味着, 投资者并不知道自己的钱是借给了一个身经百战的股市老手, 还是一位初入市的新手。

风险与挑战

乍一看, P2P 股票配资从申请、管理到平仓都有着安全的保障, 加上目前资本市场一路上涨的

行情，这一业务对平台和投资人似乎都稳赚不赔。然而在实际操作中，这种配资业务蕴藏着不少潜在风险。

眼下，由于缺乏对股民的风险评估，P2P 平台普遍采用的风控手段就是平仓机制——当用户的亏损达到预警线时只能减仓，达到平仓线时平台会强制平仓。看上去，这种设置安全而合理，但实际上，在股市快速上涨的情况下，这种风险难以体现，而一旦市场开始下跌，爆仓的风险就会逐步暴露。

举例来说，如果借款杠杆比较高，用户又在临近平仓线上满仓操作，只要一个跌停就会爆仓，平台并没有平仓的时间和机会。对平台来说，什么时候平仓，怎么平仓，平仓后股票又上涨了怎么办，这些都是未解的难题。因此，平台本身也承担着股市波动带来的巨大风险。

此外，所有股票配资平台都以配资人所提供的本金作为保证金，而缺乏其他固定资产做抵押。如果股票市场波动开始加大，一旦借款人亏损，保证金消耗殆尽，那么就很容易波及投资者。

除此之外，P2P 股票配资业务还面临着政策性风险和监管风险。事实上，股市日益火爆和杠杆比例的不断增长，已经引起了监管层的注意。证监会新闻发言人邓舸 4 月 17 日表示，不得以任何形式开展场外股票配资、伞形信托等。不过，由于证监会的监管范围并不包括 P2P 平台，因此 P2P 股票配资业务仍然游离在监管之外。

不难发现，相比于券商的融资融券业务，P2P 平台股票配资业务在流程上不如券商严格，资金透明度也不强，容易出现挪用客户资金的风险。未来，这项业务能否持续，还有待市场和监管的相互博弈。

短期内，股票配资的风险还在忍受范围内，但过分地追求周边产品并不有利于 P2P 平台的长期发展。91 金融 CEO 许泽玮称，股票配资只是一项周期性、阶段性业务，对公司来说，这是一块增量的业务，并不会影响到其他的产品。但也有不少 P2P 平台表示，不会碰配资业务。

4、PE/VC 抢食互联网金融：低风险+高空间 估值快速攀升

今年仍将是整个互联网金融迅速发展的一年。在刚刚结束的 2015 中国互联网金融投资与并购大会上，来自互联网金融投资领域的各位大佬继续看好互联网金融的投资机会。

互联网金融提高资源配置效率，从被投的企业来看，互联网金融公司估值上升最快。互联网金融是互联网+风口上最火热的行业。

事实上，互联网金融就是用互联网技术、模式及方法，来解决投资、融资和支付这三大基本需求中的一些问题。从整个互联网金融行业上来看，可以分为资产端、理财端和征信以及其他的服务。而未来互联网金融投资机会将会出现在风险相对较低的互联网金融平台和未来增长空间高的互联网金融信息及技术企业、征信企业上。

未来互联网金融一定会有超过市场预期的长足发展。一是行业市场规模快速膨胀，二是互联网金融会逐步解决很多与投资相关的安全及信用问题，三是投资于互联网金融领域的资本收益会在高溢价中获得“好收成”。

5、2014 年清洁能源行业 VC/PE 投资额达 12.4 亿美元

《2014 年中国清洁能源与技术行业投资研究报告》称 2014 年中国清洁能源与技术行业投资活动比较活跃，全年 VC/PE 投资披露总额达 12.4 亿美元，披露并购金额 67.95 亿美元，成功上市企业达 12 家。

近来，市场不断有传闻称苹果公司将进军中国光伏，如传闻属实，这将是苹果公司在中国投资的第一个新能源项目，分析人士称将是市场的又一个 10 级大风。

由于环境问题已成为中国最大的民生问题，随着市场需求进一步释放，并购浪潮进一步重塑行业格局，综合环境服务与移动互联网推动产业实现深入转型与升级，中国清洁能源与技术行业在活跃的投资活动带动下，有望加速发展。

报告显示，中国清洁能源与技术行业去年全年共发生 VC/PE 投资案例 96 起，披露投资金额案例 83 起，共投金额 12.4 亿美元。

其中值得注意的是，VC/PE 投资案例主要集中在环保行业，数量与投资额均超过 50%。新能源行业的投资案例虽不多，但投资金额占总额的 40%。

并购方面，该行业共计 183 起并购事件，其中披露投资金额 170 起，披露并购金额 67.95 亿美元，新能源行业在并购案例数量一马当先，占比 57%。环保行业并购案例数虽然仅占总数的 36%，但并购金额占比较大，达到 49%。

上市方面，去年共 12 家清洁能源与技术企业成功上市，上市筹集资金 41.48 亿美元，其中有 9 家曾获得 VC/PE 支持，8 家来自环保行业，而 3 家新能源上市企业筹资额在总筹资中占 79%。

企业在发展的中前期应该充分发挥其内部优势来吸引风险资本，引入风投；发展到中后期，可运用资本市场上市进行融资，实现技术与资本的高效结合以及风险投资的退出。

6、VC/PE 注资酒业电商蓝海：流通热情高 酒企跑马圈地

伴随着近 3 年以来酒行业的调整以及互联网迅速发展，酒类流通渠道发生巨大变革。以往以团购为主的模式正在逐渐改变，传统的层层分销模式也难以继，从而带来酒类流通渠道内酒类连锁零售业态和酒类电商的崛起，而这一变化吸引到资本关注。

投资酒类流通热情高

起家于东北区域的华龙酒业经过二十多年发展，已成为中国酒业连锁行业中具有强大竞争力和高速成长性的品牌。截至目前，公司连锁店近 300 家。在今年 3 月举行的成都糖酒会期间，翟山表示，资本化是企业到一定规模的必然结果，明年后年将是我们的上市年。

此前深耕河南市场的河南酒便利商业连锁管理有限公司也同样获得了资本青睐，酒便利董事长表示，正在同几家资本方谈合作，投资人对于入股热情很高。

中粮农业产业基金董事总经理称，目前除了关注白酒行业内的并购项目外，同时在关注酒类连锁现代渠道的投资可能性。中粮农业产业基金由中粮集团与中国建银投资有限责任公司、路易达孚(北京)贸易有限责任公司合资设立。

事实上，在此之前，资本对于酒类流通行业早有布局。无论是老牌酒类连锁华致酒行，还是酒类电商龙头酒仙网，均拥有一长串知名投资人名单。

2010 年八九月间，新天域旗下基金(Pullock 和新远景成长)、KKR 和中信产业基金关联基金(cv Wine)3 家 PE 入股国内酒类流通企业巨头华致酒行，合计获得其 20.38%股权，斥资合计达 12 亿元。

自 2011 年起，酒仙网先后获得广东粤强集团、红杉资本、东方富海、沃衍资本等机构的 6 轮股权融资，累计金额达 9.3 亿元。其中，第 6 轮获得国开金融及其他联合投资人 3 亿元投资，成为继阿里巴巴之后又一家被国开金融投资的电商企业。

资本的关注是基于酒类流通行业的发展前景，无论是酒类连锁还是酒类电商，即使在酒行业调整期，其发展速度同样可观。华致酒行去年销量增长 30%；1919 酒类直供的营业额从 2012 年的 1.74

亿元迅速增长至 2014 年的 6.1 亿元;酒便利销售额从 2010 年的 470 万元增长至 2013 年的近 1 亿元,至 2014 年已经突破 2 亿元。2012 年至 2014 年酒类电商销售年均复合增长率超过 100%。

连锁对于酒行业来说是蓝海,连锁也是酒类流通行业的未来。茅台销售公司总经理表示,未来几年,名烟名酒店会消亡,酒类经销商应该向连锁化、品牌化方向发展。

资本助力

除了看中行业发展趋势及前景之外,资本当然希望在酒类流通企业的腾飞过程中分得一杯羹。相较于 A 股拥有的多家酒类生产及销售类上市公司,酒类流通领域目前在 A 股还没有上市标的。

1919 酒类直供 2014 年 8 月 13 日正式挂牌新三板,成为酒类流通行业首家公众公司,此后公司进行过两次定向增发,以每股 44.528 元的价格引入逸香世纪、英斯派酒业、共青城骏域投资等投资者,募资 6490 万元。从 1919 酒类直供方面了解到,无论挂牌前还是挂牌后,1919 均备受资本关注,先后获数百家投资机构调研,增发同样挤破门槛。某种程度上反映出资本市场对于酒类流通企业的认可。

需要注意的是,青青稞酒 4 月 13 日公告,拟筹划采用受让中酒时代酒业(北京)有限公司老股东股权及认缴中酒酒业新增注册资本的方式,投资取得中酒酒业的控股权。中酒酒业即为中酒网,这也是青青稞酒布局酒类流通领域新兴渠道的举动。

在此之前,华致酒行于 2011 年冲刺 A 股资本市场,但最终梦断 IPO。华泽集团(华致酒行大股东)董事长今年 3 月透露了以华泽集团为主体的上市计划,但并未给出具体的上市时间表。酒仙网也早已透露出了上市计划,并积极推进上市进程。

对于酒类流通企业而言,其大幅扩张需要资本助力。此前业绩的快速增长促使各大酒类流通企业积极“跑马圈地”。1919 酒类直供董事长表示,今年计划新增至少 500 家实体店,将覆盖全国 36 个省会城市,预计将实现销售额 30 亿元。此前深耕河南市场的酒便利斥巨资进军北京市场,欲在今年 5 月底之前在北京建设 60 家至 80 家直营店。华龙酒业也提出扩张计划,未来 3 年重点扩张华北、东北市场,5 年内零售额过百亿元。

7、新三板重塑 PE 格局: 受益对赌政策红利 企业定增被秒杀

新三板基金也遍地开花,其发起人不仅有券商、资产管理公司、证券私募基金,也有权益投资的新入行者,更有启迪创投、赛富基金、东方富海、德同资本等传统 VC/PE 机构的身影。而诸如九

鼎、中科招商、达晨等传统 VC/PE 机构在推动自己投资的企业登陆新三板，或投资新三板企业和拟三板企业。

新三板市场“冰火两重天”转变，固然是做市商制度的推出，为新三板带来了流动性，使交易所的融资功能得以加强，但更多是资金对政策的期待：分层、竞价、投资门槛的降低—简言之，新三板的参与者们期待，新三板的交易规则，参与者向主板、创业板看齐，因此提前布局。

与达晨创投、中科招商、九鼎这些人民币基金不同的是，除了少数美元基金外，更多美元基金对于新三板的反应要慢得多。但他们也在关注，两位美元基金合伙人表示，已经听说有公司在拆 VIE 架构，想转投新三板阵营。

如果新三板发展得很好，其会对传统的 PE 格局带来深远影响：新三板远远不是带来新的退出渠道那么简单，其可能会改变成长期企业的融资方式，从而改变整个 PE 行业的格局。

新三板会给 PE 行业带来怎样的变化？早期、成长期投资和并购是否会让位于新三板？更多资金是否能够涌入？新三板将使一批新的创投机构强势崛起？

现象：企业定增被“秒杀”

新三板的火爆，让很多券商投行部资深员工始料未及。在 2014 年，很多活跃于新浪微博的券商投行部人士，视新三板项目为“鸡肋”，而调侃新三板段子的更令人啼笑皆非：“多打几个电话，一个(新三板)项目就亏钱了。”

当时，新三板刚刚晋升为全国性的交易所，正四处招徕企业前来挂牌。新三板的前身“代办股份转让系统”成立于 2001 年。2006 年，中关村科技园区的企业才纳入系统；2012 年，这一系统扩大到北京、上海、天津、武汉四个科技园区；2013 年 12 月，国务院宣布，系统晋升为全国性的交易所。

2014 年 8 月，新三板引入做市商制度。在此之前，新三板挂牌企业的股份转让，只能通过协议转让；而在此之后，部分企业可以转为做市转让企业，即由券商来承担做市商的角色，不断向公众报出一家企业股份的买卖价格，并在这一价位上接受后者的买卖要求。

2014 年 10-12 月，新三板企业定增总规模分别为 14.95 亿元、8.5 亿元、15.79 亿元—这些数据表明，企业在挂牌后，可以通过定增来融资。

做市商为新三板企业估值和定价，结果是给这些企业带来流动性。而一个有融资功能和流动性的市场，已经足以对企业产生吸引力。

在新三板推出做市商制度之前,截至 2014 年 6 月底,新三板仅有约 800 余家挂牌企业;而到 2015 年 4 月 21 日,这一数字猛增到 2309 家。

去年有很多利润很低的企业,为了上新三板而上板,今年挂牌的企业平均质量有上升。未来准备挂牌的企业质量更好。

于是,新三板挂牌的供求关系发生了转变。企业家突然发现,以前上新三板,地方政府会给予一定的奖励,如 80 万、100 万,这笔钱基本足够支付券商开出的保荐费用。现在,一家已经完成股改的企业去找券商说要挂新三板,那么往往它要等到明年九月才能顺利挂板——一般来说,大券商都排着 200 家企业,中小券商都排着 150 家企业等着上新三板。

借壳上新三板的现象应运而生。一些券商投行部人士表示对此事不能理解。企业家为什么这么急着上新三板?启迪创业投资管理有限公司(以下简称“启迪创投”)董事长的观察足以答疑:“今年上半年,很多(新三板挂牌)企业一举手定增,就被各种投资机构认购完毕,而新三板基金的发行,更是绝对的“秒杀”,前十秒基本都募完了。”

期待:中国版纳斯达克

如果说,具备融资、流动性等,使新三板对于企业具有吸引力,那么为何新三板仿似有“点石成金”的魔力,让其挂牌企业的股份如此受欢迎?新三板基金背后的资本在想什么?

资本对新三板企业的热捧,做市商只是一个因素,还有一个重要原因是,这些人对接下来制度的期待:市场分层、竞价交易、降低投资门槛。换言之,蜂拥而至的各路资金在赌政策红利。

所谓“市场分层”,指新三板的挂牌企业将被分为“几层”,不同层的企业资质不同,信息披露的要求不同,交易制度也不同。一种分层建议结构是:未来新三板最上层是竞价交易,中层是做市商转让,下层是协议转让;竞价交易系统则基本等同于现在主板、创业板的交易方式。

可以想象,如果新三板最上层的企业可以竞价交易,投资门槛能够再降低(新三板要求投资人必须有 500 万资产),那么新三板的上层企业则基本等同于创业板公司。所以,现在大家更多讨论的是,如果可以竞价交易,那么新三板企业根本没必要转去主板和创业板。

但是,如果新三板可以竞价交易,等于资本市场涌入不少新的上市公司,势必对现有股票的价格造成冲击。汤永认为,监管层虽然说今年将推出市场分层,但恐怕最上层的企业今年没法竞价交易,可能更多是,加强信息披露,完善公司治理结构,监管层先要确保这些最上层的企业在这些方

面与主板、创业板上市公司看齐;而竞价交易本身, 监管层需要慎重考虑才能决定。

如果新三板推行竞价交易制度, 那么, 其将是中国内地有着最为市场化制度的交易所, 它对标的是美国的纳斯达克, 而不是粉单市场。

新三板会成为中国的纳斯达克, 是新三板基金人士屡屡提及的说法。天星资本董事长也不例外。他是新三板的“投资大户”: 过去三周投资了 39 家企业。这家成立于 2012 年, 从 2013 年 10 月正式开展投资业务的机构, 每周就像“买白菜”一样投资新三板企业, 其中, 已经挂牌的新三板企业和拟上新三板的企业各占一半。

天星资本有超过 50 人的投资团队, 管理了 60 多只基金, 投资新三板挂牌企业时, 喜欢参与有过合作关系的券商作为做市商的企业, 这样可以降低投资风险;而投资 pre-新三板企业时, 则跟传统创投机构接近, 出手快的原因, 是天星资本正在努力搭建一个互联网生态综合金融服务系统, 各初创企业在系统中成长培养, 在长期接触的过程中完成尽调准备, 以提高投资效率。

而盛景嘉成基金则发起了规模为 10 亿元的新三板母基金, 这是中国第一只新三板母基金。此前, 盛景嘉成母基金投资了达晨创投、东方富海等机构。

除了天星资本等资本市场的新玩家对新三板攻势凌厉外, 传统金融机构也在纷纷成立新三板基金。不少券商成立了自己的新三板基金。

东源汇信由中国东方资产管理公司(以下简称“东方资产”)的全资子公司上海东兴和北大方正集团旗下企业等发起设立。上海东兴是东方资产的另类资产投资平台, 而东源汇信管理着 100 亿元资产, 主要都是通道类业务。

今年春节以后, 东源汇信四处牵头与知名券商、公募基金、创投机构合作成立新三板基金。大部分的合作方式里, 东源汇信既是 LP(出资人), 又与合作方组成双 GP(管理人)结构;但也有东源汇信充当出资人, 合作机构当投资顾问的方式。

东源汇信与各类机构合作各有考虑: 券商既能将企业挂牌, 又可以做市, 还有直投资基金可以对项目进行尽调, 他们在新三板基金优势明显;创投机构对新兴产业布局很深, 它们手中有许多不错的存量项目, 把这些存量项目拿去挂牌就行了;公募基金有二级市场的经验, 能对已经挂牌的企业进行良好的梳理。

东源汇信通过与各家机构的合作, 实现了新三板的全布局。但最近东源汇信主要投资 pre-新三板企业, 因为已经挂牌的企业价格太高;目前最受投资机构追捧的新三板往往是利润为 1000 万到

5000 万之间，PE 倍数 10-20 倍，企业估值 1 亿-10 亿之间，这也是东源汇信最感兴趣的企业。而这样的规模，已经够得上创业板的上市标准了。

据悉，景林资产也在发行新三板基金。景林资产 CEO 对此表示确认。

这些遍地开花的新三板基金，会担忧新三板公司的股价波动幅度过大吗？4 月 22 日，中科招商由每股 52 元暴跌到 1.01 元，4 月 23 日其股价又回升到每股 60 元。而类似的现象此前在新三板企业中屡见不鲜，另一家知名 PE 机构昆吾九鼎的母公司股价也曾剧烈波动过。

对此现象，中科招商拒绝回应。这样的现象往往不是真实的价格。新三板很多企业是协议转让，很多交易者为了避税，特地以那么低的价格来转让；另外一种是在挂牌之前，企业的老板承诺过给核心员工进行股权激励，这种转让也往往是低价的。

猜想：重塑 PE 行业格局？

达晨创投将新三板视为新的退出渠道。而去年 2014 年 11 月以来，达晨创投先后有 12 家投资的企业在主板和创业板过会，如星光农机、博济医药、航新科技等。对于创投机构而言，新三板增加了一个退出渠道。

启迪创投在 2006 年底投资了新三板第一家挂牌企业世纪瑞尔。后来世纪瑞尔从新三板退市，在创业板上市。目前启迪创投投资的企业，有 8 家在新三板挂牌，有 15 家等着排队上新三板。新三板的出现，缩短了早期投资退出的周期，今年主板、创业板过会的企业，都是排队到第三年的。而且，企业在新三板挂牌后没有锁定期。

以个人来说，以前要投一个估值 5 亿的 pre-IPO 企业，会很纠结。因为 IPO 时这个企业的市值可能就 20 亿左右，这个企业上市起码排两年，上市的概率能有多高？上市后再锁一年——这期间，企业还可能遭遇危机，这么一算，投资回报不好说。

新三板对 PE 行业的影响，远远不是增加一个退出渠道那么简单，它实质上是给成长期企业带来了一个新的融资市场，所谓成长期，即企业的估值为 1 亿到 10 亿元左右。而这可能带来一系列的蝴蝶效应：当初创业板出现，带来深圳券商投行部的崛起，深创投、达晨创投等本土 PE 机构的崛起；新三板出现，也会出现对应的券商和创投机构做大做强。

而受惠更多的，当数过去两年兴起的早期人民币基金，它们尤爱投资互联网和无线互联网。去年下半年以来，先后有 PE 机构合伙人撰文，警示 TMT 行业的泡沫；提示未来会出现 B 轮死、C 轮死——过去两年，投资 B 轮、C 轮的资金并未随着早期基金扩容，那么 A 轮企业拿到下一轮融资的概率

会降低。

新三板的出现，完备了中国资本市场的价值链，未来可以由新三板来扮演 A 计划创业公司 C 轮投资人这一角色。

国内资本市场缺少好的互联网公司，现在国内在接受互联网公司开始不盈利的逻辑，但是没有建立对这类公司估值的框架。新三板可以建立起这套体系。另外，对于一些境外架构公司，可能在 B 轮、C 轮时发现自己不适合赴美上市—美国上市的中概股，如果估值最终不能上到 10 亿美元以上，那么就少有分析师关注，交易也不活跃，企业会处于一个比较尴尬的境地。一些现金流和利润不错但难上大规模融资的企业，完全可以拆掉境外结构，回归 A 股上市，如果怕排队时间长，则可以上新三板。

事实上，最近确实有几家海外架构公司，在拆掉境外结构，计划回归 A 股。

那么，新三板给 PE 行业带来的都是利好吗？徐文杰想到，如果放到更长时段，新三板发展得很好，成长期企业多了一个便捷的融资渠道。那么，它们还会通过私募股权的方式来融资吗？

的确，有人把新三板当成了炒作投机的平台。有的企业打出了 pre-新三板的融资估值。作为专业机构，所有投资都基于同样的判断标准和估值体系，不会去看你是不是新三板。达晨创投接触已经挂牌的企业时，往往企业家不愿意接受创投机构的对赌回购条款。

法律并没有禁止新三板企业的大股东和其他股东对赌回购。所以，新三板企业不愿意接受这些条款，跟它们目前比较强势有关。但可以推测，如果新三板发展得很好，一家成长期企业可能因为能挂牌新三板接触更多投资机构，而有着更好的议价能力，他们会对企业的股权开出更多的条件，并拒绝 PE 机构的其他条款。

可以说，如果新三板成为成长期企业融资市场，那么 PE 机构要么只能进一步往早期走，要么以更接近二级市场的打法来投资新三板挂牌企业。如此，新三板为 PE 机构带来退出概率增加的同时，可能会降低单个项目的回报率。

如果上述假设成立，以后的创业呈现两极分化的现象，一些企业估值超过 1 亿元后就可以挂牌新三板，创业周期缩短；而有一些企业可能不愿意那么早成为公众企业，而好的企业完全可以通过私募股权的融资方式，融到不低于 IPO 规模的资金，比如阿里巴巴、小米等。而如果是这样，对 PE 行业的影响会很深远。

而这正是监管层推动新三板发展的本意：新三板是为了解决中小微企业融资的问题而生，这类

企业以前 PE 机构只会投很少一部分;未来这些企业将面临更大的资金面,因此更多企业能拿到融资,并降低融资成本,监管层则达到了将资金引导入实业的目的。实业的融资成本降低,意味着金融机构获得的绝对回报下降,但如果新三板的出现,提供了市场化的定价机制和更好的流动性你柜台,从而让金融机构获缩短投资周期、提高投资回报的确定性,那么将出现最理想的局面:整体风险降低的同时,风险收益水平有所提升。而这就能达成资本和实业的双赢。

8、证监会核准 25 家 IPO 新股批文 1 月发 2 次

4 月 23 日,证监会核准了 25 家企业的首发申请,其中上海证券交易所 10 家,深圳证券交易所 15 家,包括创业板 12 家、中小板 3 家。

值得注意的是, IPO 批文下发将由每月 1 次,增至每月 2 次。证监会 23 日表示,下一步将在继续保持按月均衡核准首发企业的基础上,适度加大新股供给,由每月核发一批次增加到核发两批次。

上交所获批的 10 家企业为湖南艾华集团股份有限公司、普莱柯生物工程股份有限公司、上海新通联包装股份有限公司、南通醋酸化工股份有限公司、浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司、上海海利生物技术股份有限公司、浙江金海环境技术股份有限公司、莱克电气股份有限公司、安徽广信农化股份有限公司、新疆雪峰科技(集团)股份有限公司。

深交所中小板 3 家为永兴特种不锈钢股份有限公司、山西永东化工股份有限公司、北京东方新星石化工程股份有限公司,创业板 12 家为浙江金科过氧化物股份有限公司、四川中光防雷科技股份有限公司、深圳市赢合科技股份有限公司、北京康拓红外技术股份有限公司、创业软件股份有限公司、珠海全志科技股份有限公司、北京耐威科技股份有限公司、江西三鑫医疗科技股份有限公司、广东惠伦晶体科技股份有限公司、无锡先导自动化设备股份有限公司、安徽山河药用辅料股份有限公司、浙江田中精机股份有限公司。上述企业及其承销商将分别与沪深交易所协商确定发行日程,并陆续刊登招股说明书。

9、中国首支新三板母基金发布 盛景嘉成 10 亿人民币投资 VC

4 月 18 日,在“新三板企业价值提升与市值管理 2015 春季峰会”上,盛景网联携手众多顶尖投资机构共同发起新三板价值型投资倡议,呼吁市场重视理性投资和可持续性发展。盛景嘉成母基金同时发布 10 亿人民币规模的新三板母基金,这是截至目前中国首支规模化、重量级的新三板母基金(FOF)。

随着两会对大众创业、万众创新理念的支持与推动,全国中小企业股份转让系统(新三板)迎来

了全新的发展篇章，被誉为“中国的纳斯达克”。随着三板成指和三板做市两大指数发布，新三板一路高歌猛进，日涨幅和交易量屡创新高。然而，一边是市场面的火爆表现，一边却是监管层的隐忧渐显。新三板的价值定位本是服务创新，而虚火的交易价格和投机色彩的浓厚可能导致新三板制度创新受到掣肘。

市场迫切需要更多理性投资的参与者和引领者，实现健康可持续发展的新三板生态圈。盛景网联此次创立并发布首支新三板母基金，携手顶尖投资机构发起价值型投资倡议等，便是针对新三板领域价值型投资诉求的积极回应。

首支新三板母基金规模将达 10 亿人民币

据了解，当天的“新三板 2015 春季峰会”高端而专业，其中“新三板价值投资高峰论坛”汇聚了盛景网联联合创始人彭志强先生与各大知名 VC 机构的投资界大佬，一众商界翘楚汇聚于此，对如何推进新三板价值投资献言献策，其精辟观点让现场数百位新三板挂牌申报企业家颇受启发。

现场尤为引人关注的，当属中国首支新三板母基金的发布仪式。仪式现场，盛景嘉成母基金创始人彭志强先生宣布，规模达 10 亿人民币的中国首支新三板母基金正式成立，通过母基金的纽带作用，通过出资启迪创投、赛富基金、东方富海、德同资本、创业工场、清控科创等业内各大新三板价值型投资早期基金，携手共同营造新三板价值投资环境，以期实现新三板培育中小企业创新发展的初衷。

本次盛景嘉成新三板母基金将带动 10 家顶尖投资机构成立约 50 亿的新三板基金，面向拟挂牌和已挂牌新三板企业提供 3-5 年期的中长期投资，从而成为新三板价值型投资的主力军和行业风向标。

据悉，在此之前，盛景网联已经建立了基于全球视野，为全球创新企业与投资机构服务的盛景嘉成母基金，其 2015 年全年新增投资超过 40 亿已成定局，并且有望在 2016 年达到 60 至 80 亿元，成为中国领先全球瞩目的创新型母基金。同时，盛景作为最早为新三板鼓与呼的专业智力机构，在新三板正式扩容之前就举办了全国第一期《冲刺新三板训练营》，迄今已经有超过 200 家盛景学员企业挂牌或申报新三板，堪称新三板的“黄埔军校”。而此次新三板母基金的创立，又是一项富有深远意义的创举。

新三板母基金对三板领域的发展具有重要的推动作用。盛景网联彭志强先生在活动现场表示，新三板母基金是专门针对现阶段处于起步发展阶段的创新型中小企业设立，它通过盛景平台和资本纽带，将遵循价值型投资的国内外顶尖投资机构连接在一起，共同为具有创新发展潜力的中小企业提供资本支持，扶持其创新成长，驶入发展快车道。

多家机构联合发起价值型投资倡议

在宣布新三板母基金成立的同时，在本次“新三板 2015 春季峰会”上，盛景网联还联合达晨创投、启迪创投、赛富基金、东方富海、德同资本、涌铎投资、创业工场、清控科创等多家顶尖投资机构发起了“新三板价值型投资倡议”，呼吁在新三板市场大力倡导价值型投资理念。

倡议指出，价值型投资机构对新三板的战略意义有着深刻的认识，坚信新三板将为中国创新发挥历史性的作用，因为这是中国中小企业创新和万众创新的主要资本支撑点。呼吁各界机构共建可持续发展的新三板生态圈，共同形成新三板支持创新、服务创新的价值型投资理念，减少投机、炒作对新三板价值的扰乱和衰减。也呼吁更多专业顶尖 VCPE 加大对新三板投资的关注和投入，呼吁更多优秀的创新创业公司挂牌新三板，将新三板真正打造为创新板，打造为中国中小企业的纳斯达克！

这一倡议得到了与会代表的积极响应。可以净化新三板领域投资环境，不但能真正有效扶助中小企业创新发展，同时也有利于投资机构之间的良性竞争。

据悉，本次峰会的最后，盛景还组织了一场近百家新三板企业与数十家知名 VC 投资机构之间的对接交流酒会，为各方投融资对接提供了高效便利的平台。

以新三板为主题的重量级母基金的出现，意味着更多的顶尖 VC 投资机构加速进入新三板价值型投资领域，将进一步发挥新三板对创新中小企业的扶持作用，对共建可持续发展的新三板生态圈具有积极推动作用，有利于新三板真正成为服务创新、支持创新的资本主支撑点。

10、证监会放大招：打击违规交易 囊括 IPO 和新三板

4月24日，证监会新闻发言人表示，针对当前市场违法违规交易多发态势，证监会近期将组织开展2015“证监法网”专项执法行动，集中力量对重大违法违规行为实施专项打击。

另外，针对“提高印花税”传言，4月24日，证监会赶在A股开盘之前紧急澄清，称该传言是虚假信息。

囊括 IPO、新三板等领域

4月24日已经部署了第一批集中打击的案件。主要包括五类：上市公司并购重组中的财务造假，

以市值管理为名义的操纵市场行为，与多种违法违规行为交织的、新三板市场发生的内幕交易行为，各类金融机构利用未公开信息交易的行为，操纵期货交易价格行为。

下一步证监会还将针对新股发行、并购重组、市值管理、新三板、中介服务等特定领域的典型重大违法违规行为部署开展分类型专项打击行动。

据了解，在新的市场条件下，一方面，虚假陈述、内幕交易、市场操纵等违法违规行为伴随着牟利模式的改变，在新股发行、并购重组、重大信息披露及市值管理等环节变换手法、不断演变，且交织发生，严重扰乱市场秩序。

另一方面，在私募市场、新三板、融资融券、期货市场、互联网金融等领域实施重大改革创新过程中，一些手法新型、隐蔽性强、规避监管的违法违规行为也以不同的形式和面目出现，影响和危害市场创新发展。

专项执法行动将创新案件查处方式，将注重强化与公安机关等部门的执法协作。

提高印花税传言不实

4月23日有传言称，多部门联合开会，认为股市已出现局部泡沫，建议提高印花税、恢复资本利得税，要求控制杠杆风险等。

针对该传言，4月24日，证监会赶在A股开盘之前紧急澄清，称该传言是虚假信息。希望广大投资者要仔细辨析信息来源，不要误传误报。对编造传播虚假信息、扰乱证券市场运行秩序的，证监会将依法予以查处。

11、券商垫资散户引入新三板：仅需3天 年化收益30%

火热的行情让资本不再只甘心观望。截至4月23日，新三板挂牌企业达到2330家，总股本1020.31亿股。与此同时，从今年年初迄今，新三板做市指数已经出现1倍以上的涨幅，而三板成指涨幅同样从年初迄今翻番。挂牌企业方面，目前不少新三板公司的股价涨幅更是超过2~3倍。

作为OTC市场，无法脱离资金的来去，而资金的持有者在新三板赚钱效应开始显现的背景下，纷纷涌入市场，为这些资金持有者开路，逐步酝酿、造就了新三板正在发酵的一种业态，无论其灰色或阳光、传统或创新。而在围猎新三板产业链条上，券商也在打着擦边球。

为散户“垫资”

在新三板行情走高的背景下，不少资金量并不大的个人投资者也看上了这块肥肉。然而，根据全国股转系统对自然人(个人)投资者的要求，开户个人名下前一交易日日终证券类资产市值 500 万元人民币以上。这一资金门槛不禁让散户只能望洋兴叹。不过如今却成为某些券商把握市场脉搏“灵活”拓展业务的一个基础。

据了解，目前有些券商可以帮助散户“牵线”小贷公司，通过做过桥贷款垫资开户。目前，小贷公司出借 500 万元为散户垫资开户的手续费非常低廉，因为时间较短，垫资开户需求的一来一回仅在 3 天左右，其一次开户的费用也在 1~1.5 万元左右。并且，对于一些曾经“帮忙开公司”（注：曾经开公司需要一定的注册资本，从而衍生的灰色行业）的个人垫资者，小贷公司给出的价格更加低廉，往往低于 1 万元。

对于急于进入新三板市场的散户而言，1 万多的“垫资费”并不高，而且只要交钱券商就会为其把新三板开户事宜都处理好。而对小贷公司而言，其“垫资”风险小，如 3 天收益率 0.3%，其年化收益也在 30%以上。

原本为了保护和隔离个人投资者的 500 万元门槛就这样被巧妙的绕过。有些券商在这么做，不过应该是些小券商，毕竟做过桥贷款是违规的，大券商基本上不敢这么做。

而在短时间内，这一产业链条或许将一直存在。4 月 22 日，全国股转公司新闻发言人表示：“从市场发展的角度看，500 万元的投资门槛现阶段是必要的，但不是一成不变的。是否调整、如何调整、何时调整将视市场发展统筹考虑。”

话语权增强

推荐挂牌、做市转让，种种市场设计，让券商成为与企业“最亲密”的伙伴，而这也决定了券商在新三板市场中相对更为“强势”。

现在好的企业想要做定增必须靠关系。良好的券商渠道才能做好定增，所以目前券商话语权相对强势。曾经以营业部为单位“挖掘”资源、以投行人员启动“扫街”模式寻找项目目标的“耕耘者”到了收获季。

广发证券 2014 年新三板挂牌企业数行业内排名前三，其中成功通过定增转让的市场份额排行第一。也就是说，通过券商对挂牌企业资源的把握能力、做市能力，增加了产品的市场竞争力。

实际上，从新三板挂牌的前期数据可以看到，券商通过地区分公司层层筛选耕耘，已较其他机构更早、更多地掌握了资源。

以成都高新区为例，2013年中旬，管区曾表示已锁定100家重点企业进入新三板后备库，而这其中与券商等中介机构签约的就达到43家，完成股改27家，其中净利润200万元以上的22家，500万元以上的16家，1000万元以上的10家，还有一大批有意愿企业也已与券商等中介机构建立了关系。

12、4.20 -4.26 一周并购事件

2015年4月20日-2015年4月26日中国投融资事件统计见下表

图表 5 2015年4月20日-2015年4月26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
中大诚信	东旭集团/东旭集团	其他未列明的金融活动	22800.00 万元	2015-4-21
中大诚信	东旭光电	其他未列明的金融活动	7200.00 万元	2015-4-21
弗兰度	东方精工	其他仓储	884.00 万欧元	2015-4-20
粤科软件	阿里影业	应用软件开发	83000.00 万元	2015-4-20
晖硕	金字火腿	应用软件开发	10109.40 万元	2015-4-19
百合网	盛达矿业	互联网信息服务	8000.00 万元	2015-4-19

数据来源：投资中国、中商产业研究院

13、国内一周风投事件统计

点到按摩获得 500 万美元 A 轮投资

点到是一家提供保健按摩等上门健康护理服务的 O2O 技术公司，公司日前获得 500 万美元 A 轮投资，由 58 到家、盈动投资领投，高榕资本跟投。点到按摩成立于 2014 年 10 月，成立当月即获来自高榕资本合伙人张震等千万元天使轮投资。经过近半年发展，目前已开通了北京、上海站服务，杭州站也将于 5 月初上线。上周，他们刚刚首批接入“58 到家”一站式到家服务平台。

客如云获得 6600 万元 B 轮投资

客如云是一家餐饮 O2O 技术服务商，产品有移动 APP“找位”、智能云餐厅系统等，公司日前获得 6600 万元 B 轮投资，百度和天星资本领投，景林投资、凯兴资本跟投。该公司成立于 2012 年 8

月，与其它餐饮 O2O 企业不同，客如云专注于 B 端，为餐饮企业提供软硬结合、云端一体的 SaaS 服务。目前，客如云赢利主要来自服务终端设备租赁费用和移动支付交易佣金。

校园兼职招聘平台探鹿获得一千万元天使投资

探鹿是一款大学生兼职平台，除了免收中介费之外，通过平台方的保障机制让兼职更安全。公司日前获得 1000 万元天使投资，蓝驰创投投资。投资方认为，大学生兼职市场少说也有几百亿的规模，并且还具有频率高、客单价高、利益链条清晰的独特优势，从这个高频点切入，纵向可以渗透到千亿级的社会兼职市场，乃至更大的蓝领招聘市场，横向则可以拓展到整个大学生市场，是为数不多的大风口。

甜心摇滚沙拉完成数千万 A 轮融资

甜心摇滚沙拉是一个主打主食沙拉的 O2O 电商品牌，致力于为女性用户等提供办公室白领工作餐，公司日前宣布完成数千万 A 轮融资，本轮融资由竞技世界、华映资本共同投资，方创资本担任其财务顾问。

代客泊车应用 ZIRX 获 3000 万美金 B 轮投资

ZIRX 成立于 2014 年 3 月，是一款按需移动停车的服务应用，用户可以预约泊车小弟前往自己所处的位置，然后让他将车开到附近合作的停车场，减轻了用户找车位的时间。目前，ZIRX 获 3000 万美金 B 轮投资，由 Bessemer Venture Partners 领投。

P2P 网贷平台团贷网获近 5 亿人民币 B 轮融资

团贷网服务于中小微企业及个人融资业务，旗下的“你我金融”移动 app 首创“社交众保金融”模式，将借款人、投资人和担保人三种角色通过社交连接起来，组成闭环生态圈，让自然人充当担保人，借此将借款担保风险碎片化，而平台只充当信息中介角色。此轮融资由九鼎投资领投，史玉柱和多家投资机构跟投，具体细节预计于下月的发布会披露。

107 间获得 1000 万元天使投资

107 间是一个连接租客与房东等互联网智能租房平台，通过自主研发的“龙猫中介识别系统”以过滤中介房源或租客，使租客方便地跟房东租到房子。公司日前获得 1000 万元天使投资，洪泰基金投资。

SaaS 企业 Freshdesk 获 5000 万美元 E 轮融资

Freshdesk 是一家基于云服务的客户支持平台，帮助企业与客户在社交平台与移动平台便捷地互动。旗下还有 IT 服务平台 Freshservice，可用于替换传统复杂的 IT 支持系统。本轮融资由早期投资者 Tiger Global 领投，Accel Partners 和 Google Capital 个跟投。融资将帮助公司优化产品，扩大全球业务规模。

呱呱洗车、58 月嫂、美到家获得 58 同城的投资

呱呱洗车是一家主打上门洗车服务的 O2O 平台，首单免费，随后每单只要 19 元，每次洗车约需要 20 分钟，专业的洗车技工上门为您洗车。公司日前获得 58 同城旗下子公司 58 到家的投资。同时，58 到家还投资了上门化妆创业公司美到家、月嫂 O2O 天津乐家月嫂并改名为 58 月嫂。

积木盒子完成 8400 万美元 C 轮融资

积木盒子是一个为中小企业及个人解决融资、贷款需求的互联网金融平台，提供 P2P 借贷、微信随身理财助手等服务。公司日前宣布完成 8400 万美元 C 轮融资，英国天达集团 (Investec) 领投，曼图宏业 Mandra Capital、熙金资本、海通开元、经纬中国、和玉投资、小米公司、顺为资本、及银泰资本等跟投。

返利网宣布完成 C 轮近 1 亿美元融资

返利网是一个网上购物积分行业的“第三方返利导购”平台，公司日前宣布完成 C 轮近 1 亿美元融资，由日本乐天领投。本轮融资完成后，返利网估值达 10 亿美元。返利网 CEO 葛永昌介绍，从 2013 年底开始返利网推出品牌特卖业务“超级返”，通过与品牌官网、电商平台的旗舰店合作，每天精选数十家品牌开展新品特卖，每场活动持续一周时间，给会员平均 45% 的返利，目前“超级返”已经成为平台的核心业务。

在线医疗保险服务公司 Oscar 获 1.45 亿美元 B 轮投资

Oscar 成立于 2014 年 1 月，是一家在线医疗保险服务公司，通过精心设计流程、简化账单支付手续等，让用户可以通过网站、手机等与医生建立联系和交流，提供更友好的医保解决方案。目前，Oscar 获 1.45 亿美元 B 轮投资，李嘉诚、高盛等参投。

汽车养护服务 O2O 平台车蚂蚁获 2000 万美元 A 轮融资

车蚂蚁采用 C2B+O2O 的模式，车主在车蚂蚁平台提交需求，平台将需求推送到特约商户，商户给出相应的方案与报价，车主选择一个最满意的方案进行预约和购买，实现一站式汽车生活服务。此轮融资由凯旋创投领投，晨兴创投跟投，资金将用于全新 O2O 服务产品的研发。

微信第三方服务商微盟获 1.5 亿人民币 B 轮融资

微盟的产品和服务主要包括社会化分销平台 SDP、个人免费开店平台 V 店 app。此轮融资由金字火腿领投，华映资本跟投，另有一名个人战略投资者。至此，微盟估值超过 8 亿人民币。资金将用于搭建三大产品体系：供货商商品质量控制体系、V 店主信用体系及消费者保障体系。

人脸识别技术和产品研发商云从科技获得 5000 万元战略投资

云从科技是一家人脸识别技术及产品研发商，其技术核心是通过基于异构深度神经网络的目标深度解析，突破人脸识别在各种复杂环境下通用性差的难题。目前，云从科技获得 5000 万元战略投资，佳都科技投资。

14、证券市场一周回顾

（一）股票市场

本周（4月20日-4月26日），受密集发布的政策信息影响，本周沪深股市多空较量明显，市场一直处于震荡调整区间。虽然沪指一度攀升至 4444.41 点，但与前期的强势上涨相比动能略显不足，市场情绪敏感，对后市走势分歧加大。回顾本周行情，受上周末（4月19日）证监会要求规范两融业务、央行降准等多空信息影响，本周一（4月20日）股市在 4268.56 点低开，大幅震荡后最终收跌。但当日成交活跃，沪市创出了单日成交额破万亿元的纪录。此后，受新股发行提速、监管层多次警示风险以及“提高印花税”传言等影响，空头一度杀跌，但证监会在周五（4月24日）开盘前紧急发布辟谣微信，表现对市场的呵护。截至周五收盘，上证综指报收 4393.69 点，深成指 14598.70 点，与上周末相比，均有不同幅度的上涨，创业板指数报收 2734.75 点，本周涨幅高达 10.99%。

自本周一（4月20日）天量交易之后，大盘成交开始日渐减少，监管层为市场降温的动作正越来越多，而各方对于后市的看法不再像此前那样一致看多，市场震荡幅度可能还会加剧，同时多位分析人士认为股市上行趋势并未打破。

针对新股发行提速的问题，新股发行从一月一轮升级为两轮，看似增加，其实就目前的市场活跃度看，增量资金完全可以承接新增融资部分，不会改变市场走势。

中国证券登记结算有限公司公布的数据显示，4月13日至17日，沪深新增股票账户数328万户，投资者入市人气依然高涨。据WIND资讯统计，4月22日沪深两融余额现单日逾200亿元的增幅，达到1.76万亿元。总体来看，资金入市情况仍较为可观。

值得注意的是，在24日的例行新闻发布会上，证监会新闻发言人称，证监会在强化常规方式打击违法违规行为的同时，决定近期部署开展“2015证监法网专项执法行动”，集中力量对市场反映强烈、严重危害市场秩序的重大违法违规行为实施专项打击。市场人士认为，短期内一些依靠虚假并购重组和信息操纵的中小市值股票可能会受到一定程度的打压，但此举有利于将市场导向“有质量的牛市”。

（二）债券市场

本周（4月20日-4月26日）资金面较宽松，央行暂停公开市场操作，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，4月24日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报1.8900%，较17日跌46BP；7天回购定盘利率收报2.6000%，较17日跌33BP；14天回购定盘利率收报3.0900%，较17日跌34BP。上海银行间同业拆放利率(Shibor)周内下行，1周品种最新报2.4880%，较17日跌38.5BP，2周品种报3.0990%，较17日跌28.5BP。

上周（4月13日一周）末大幅降准1个百分点后，周二（21日）、周四（23日）央行均暂停公开市场操作。至此，本周央行在公开市场实现资金净回笼200亿元。

受上周末央行二次降准的影响，市场资金较为充裕。公开市场小量净回笼不影响资金面整体较宽松态势，但短期若无进一步宽松政策刺激，资金利率下行空间或有限。

宏观面上，前期国家统计局公布的一季度宏观数据显示经济仍疲弱。同时，周四（4月18日）发布的4月中国制造业PMI初值为49.2，低于市场预期，也低于上月终值49.6，降至2014年5月以来新低。

对此，业内人士表示，总需求疲弱意味着更大力度的放松政策依然可期。

2、债市走势

对于后市债市走势，降准对债市形成明显利好，本周现券收益率继续回落，且回落幅度普遍较上周扩大。其中 1 年期短期品种回落幅度明显高于更长期品种，中短期品种以信用债收益率回落幅度最大，而 10 年期及更长期品种，国债收益率回落幅度更大。现券成交额较前一周明显扩大，主要因期货公司及其管理的期货资金获准进入债券市场。

短期债市收益率或将继续受到供给压力以及股票市场对债市资金分流的冲击，但降准、社保基金及期货资金入市等都为市场提供增量资金，可以在一定程度缓解市场资金压力，市场或将震荡调整。

下周（4 月 27 日一周）临近月末，但预计资金面将维持较宽松态势，7 天品种 2.5% 的利率中枢或将维持一段时间，短久期高收益国企债或将继续被追捧。

（三）基金市场

本周（4 月 20 日-4 月 26 日）大盘继续上扬，但基金仓位稍有降低，显示出基金经理在股市大幅快速上涨后有所警惕。从一季报情况看，基金配置日趋均衡，多元化成为基金经理配置方向。

根据德圣基金研究中心的数据，截至 4 月 23 日，偏股方向基金仓位整体主动减持，可比主动股票基金加权平均仓位为 90.54%，相比上周下降 0.20%；偏股混合型基金加权平均仓位为 86.37%，相比上周下降 0.14%；配置混合型基金加权平均仓位 75.00%，相比上周下降 0.08%。

随着大盘 3 月以来不断强势上涨，基金仓位早已攀至历史高位，但股市涨幅巨大也使基金经理仓位操作稍显谨慎，本周主动减持。风格方面，成长风格尤其是偏好新兴产业投资的基金近期开始逐步减仓，蓝筹风格基金开始逐步加仓。

目前基金季报已披露，从一季度的情况看，基金投资热度从 3 月开始进入癫狂，基金收益创历史新高，股票基金赚钱效应凸显，基金规模进入 5 万亿时代。

一季度，近三百只股票型基金仓位在 90% 以上，其中仓位最高的为工银信息产业股票基金，高达 97.91%。

分基金公司来看，中大型基金公司操作略有分化，但整体变化不大，其中南方、华商、易方达等选择加仓，广发、嘉实等选择减仓；加减仓幅度较大的仍多为中小基金公司，操作分化明显。其中德邦、东吴、中欧等加仓幅度超过 20%，国寿安保、长安、浦银安盛等公司减仓幅度超过 20%。

根据天弘基金最新披露的一季报信息，截至今年 3 月底，余额宝规模已经突破 7000 亿元达到 7117.24 亿元，超越摩根大通主流货币基金，成为新的全球规模第二大货币基金，距离全球第一大货币基金仅剩 1000 亿元距离。

在拥有了庞大的资产管理规模和用户群之后，天弘基金表示，将继续借鉴互联网思维，打造“宝粉”生态圈，不断完善产品和业务创新，充分运用大数据、云计算等先进技术，分析刻画用户需求、提升投研能力、降低运营成本，为客户提供更丰富的产品和服务。

随着 A 股市场震荡幅度的增加，投资者对低风险产品的配置需求也在不断攀升。业内专家建议，在债券市场慢牛行情下，选择投研实力雄厚、风控体系完善的基金公司，可以帮助投资者更稳健地获得投资收益。

今年以来支持债券市场走好的宏观经济、货币政策、资金面等因素都没有发生明显变化，债券市场的慢牛行情有望延续，但要密切关注权益市场对债券市场资金分流的影响。

股市方面，多数基金经理都表达了乐观的态度，但对成长股投资有所分化，后续更侧重均衡配置。对二季度市场继续看好的公司如宝盈、南方、嘉实、景顺等，主要逻辑在于：首先，改革和经济转型是市场的两大动力，有望推动股指持续上扬；其次，稳增长政策有望持续加码，“一带一路”政策有望带动海外投资及出口加速增长，经济有望企稳；第三，资金面持续宽松，居民资产配置方向有望改善，进一步利好股市。但也有基金经理持谨慎态度，如华商、博时等，主要考虑到一季度市场较大幅上涨后，部分板块涨幅巨大存在调整需要。

国企改革将会是今年最大的投资亮点，建议从趋势前景向上的行业中寻找机会，如互联网、环保、新能源、医药等行业。

四、产业市场

1、宠物行业 10 后或迎来爆发 市场规模可达数千亿

宠物猫、宠物狗是人类的好朋友，给人们的生活增添了很多乐趣，正因如此，有越来越多的人开始饲养宠物，宠物用品市场也于近几年走俏起来。

相关统计数据显示，美国家庭宠物饲养率为 62%，年销售规模 550 亿美元；日本家庭宠物饲养率 45%，年销售规模 150 亿美元；而中国目前一线城市宠物饲养率尚不足 15%，年销售规模约 70 亿美元，再过 10 年，当新生代成为社会主力，现在的社会主力空闲下来，中国宠物行业将迎来真正的普及和爆发，市场规模可以达到数千亿元。

如今，在公园里，在社区的广场上，经常可以看到很多宠物狗，而且主人对自己的宠物也是关爱倍加。

宠物已经成为一个家庭的成员之一，为了让宠物拥有较好的生活品质，主人们为了自己的宠物都是很舍得花钱的，正是这样的心理，让近几年的宠物用品市场越来越红火，不但价格不菲，而且品种花样也越来越多。

近日，在宠物用品展上，宠物用品的种类繁多，而且不乏进口产品，从宠物吃的，穿的，住的，用的，可谓应有尽有。前来为宠物选购用品的也不少，然而，很多人对于如何选购宠物用品知之甚少，比如，同样是狗粮，价格相差甚大，而同样的产品，却因材质不同而不知道如何选择。如今的宠物用品质量参差不齐，一些商品还有夸大其功效的现象，这个市场有待加强管理和规范，消费者在选择宠物用品时，也不能认为贵就是好，要根据自己的需要谨慎选择。

2、家电行业迎来变频时代 三星将停售定频冰箱

宏观经济下行、产业暂无利好释放、大部分家电品类销量增长放缓……对家电行业而言，2014 年无疑是一个深陷负增长困境的年度。而作为白电产品线的重要一员，冰箱在 2014 年的表现更是惨淡。

数据显示，去年国内白电零售额的下降幅度为 0.2%，其中冰箱销量由 2013 年的 3458 万台下降至 3099 万台，降幅为 10.4%。市场饱和、变革性产品鲜有，冰箱市场始终缺乏增长“爆点”。

在 2015 年，这一局面似乎将被打破，家电企业不约而同发布了变频冰箱推广计划与相应新品。放眼整个白电市场，变频空调渗透率达到 57.31%，变频洗衣机为 26.78%，两者都远高于变频冰箱 16.58%的渗透率，这意味着变频冰箱市场未来大有可为。

目前家电市场正呈现出明显的‘趋优消费’特征，变频、风冷等高端大容量冰箱越来越受到消费者欢迎。应用变频、风冷技术的大容量冰箱在未来十年将迎来发展的黄金期。

值得注意的是，以三星为代表的韩系家电企业敏锐洞察行业发展趋势，凭借“大容量+变频+风冷”的技术组合，三星冰箱在平淡的家电市场上一路飘红。根据权威调查机构对 400 升以上大容量冰箱市场的统计，自 2012 年起，三星冰箱再度荣登大容量市场的销售冠军，并持续至今。

据了解，“变频压缩机”是通过实时调节压缩机电机转速，使冰箱获得比定频冰箱更突出的节能、保鲜与静音效果。变频冰箱与定频冰箱是替代关系，而且从变频空调行业发展的路径来看，这种替代是不可避免的必然。而从冰箱的制冷技术来看，应用了变频压缩机的风冷冰箱在到达设定温度后，不仅能保持以低转速低能耗的状态运行，更消除了定频压缩机频繁启停产生的噪声和过大的能耗，静音体验和节能效果相当明显。

目前，随着变频压缩机技术的发展，风冷制冷方式已成为国内乃至世界绝大多数消费者认可的冰箱制冷技术首选。而三星在冰箱领域的成功，与其率先一步应用风冷变频技术有很大关系，在大容量冰箱市场独占鳌头也不足为怪。2015 年内，三星在中国市场即将全面停售定频冰箱，并在对开门、多门、三门及两门等全系冰箱产品线推广“全无霜变频大容量”技术理念。

一场以技术引导行业革新的帷幕已经拉开，变频将成为改变市场份额和行业格局的最大变量。家电企业只有勇于站在变频的‘风口’上，才能逐步摆脱增长困境。在家电行业新常态下，变频大容量产品有望成为行业发展的新拐点，企业应及时把握市场先机。

3、房地产业营改增将近 房企摸底税负增减

自去年底以来，各地税务机关在大力推进建筑业和房地产业营业税专项清理工作，收缴企业拖欠的营业税。因为政府计划今年完成建筑业和房地产业将进行营业税改增值税(下称营改增)工作，这意味着这两个行业缴纳的营业税将成为历史。

据了解，目前政策还未定稿，但两个行业的增值税率或为 11%。建筑业和房地产业政策一起出台可能性大，出台时间最早可能在今年二季度，最晚可能是年底。

税负会上升吗

中国官方已经多次明确，2015 年力争全面完成营改增。目前，建筑业和房地产是两个有待攻坚的领域。

建筑业和房地产业联系紧密，为保证增值税链条的完整，两个行业很可能同时进行营改增。

建筑业和房地产业目前分别实行 3%和 5%的营业税税率，营改增后，很可能实行 11%的增值税税率。营改增的目的是从制度上解决各服务行业营业税制下“道道征收、全额征税”导致的重复征税问题，实现增值税制下的“环环征收、层层抵扣”

为企业减负的政策设计如何能达到实际效果？相比其他一些已经尝到营改增甜头的行业来说，建筑业的实施效果更考验政策智慧和各方执行。

房地产行业若适用 11%的增值税税率，在土地、人工、土建材料等可能无法获得进项抵扣或进项抵扣有限的情况下，税负很可能上升。

据测算建筑业行业税负会明显增加，这对于下游的房地产行业来说，不是一个好消息，建筑行业的税负成本可能转嫁给房地产业，而房地产业还得承受自己营改增的成本。

根据上述近 20 家房企营改增调研发现，超过 90%的受访企业担心税负上升，其中近 40%的企业认为税负会明显上升。

进项税抵扣范围多大成为房地产业税负增减的一大关键。其中，房企更关心成本支出中的大头——土地购置费能否抵扣。普华永道假定房企开发成本(包括土地、建筑安装、装修等成本)占收入的比例为 60%，其中 40%为土地成本，其余成本全部可以抵扣。据此测算，营改增后，若土地成本不能抵扣，企业税负较之前上升 2 个百分点。而土地成本可以抵扣，税负较之前下降 0.6 个百分点。

由于土地来源的多样性(如无偿划转、集体合作、股权收购等)，很难取得相关税务发票，因此很可能无法获得进项抵扣。不过，国税总局一位专家接受媒体采访时称，政府在考虑允许房企凭财政部门监制的土地专用收据等作为抵扣凭证。

另外，房企原材料的供应商多为个人、个体户或小规模纳税人，他们没有或很难开具增值税发票，这使得房企相关成本可能无法获得增值税发票或发票抵扣有限，这也会增加房企税负。

但也有分析称，上述评估都要依据最后发布的政策来看，包括税率和抵扣细则。因此，税负是

增是减还要看政策具体执行。

新老项目如何处理

在上述房企营改增调研中，与土地出让金能否抵扣一样，房企也很关心营改增之前所建造的房屋增值税如何处理。

如果房地产项目已经完工但销售还未结束，若突然实行营改增，而此前如原材料等项目成本已经发生，却无法取得进项税发票来抵扣。而项目预售、销售合同可能也已经签订，若无法更改，则增加的税负很难转嫁给消费者。因此，对于这种已开工、开盘的项目，若没有适当的过渡政策，房企的收入和利润必然大幅下降。

据悉，目前官方正在考虑给予一个过渡期政策，对于营改增之前的老项目的后期销售给予一个优惠税率来处理。但是也有很多问题未定，比如如何界定老项目，时间点是选择从房企拿地，建造完成还是拿到预售许可证？这些还在探讨之中。

除了营改增后，新老项目如何处理之外，作为资本密集型的行业，房企也很关注营改增对现金流带来的变化。

由于房地产项目周期长，且销售方式有预售或完工之后再销售两种模式，这就带来了房地产项目的销项税额与进项税额产生时间上不匹配的问题。

营改增后，若房企采取预售方式，由于销售先于建造完成，可能后期建造过程中发生的进项税额没有销项税额可以抵扣，成为沉淀成本。而房企项目完工后再销售，由于销售周期较长或转为出租，前期巨额的建造成本所产生的进项税金可能在很长的销售或租赁期内被消化，这就影响了房企的现金流，增加了项目的资金成本。

房企需要为营改增做诸多准备工作，这包括审阅和修订合同、发票管理制度的调整、过渡期业务的会计与税务处理、运营模式等调整。而根据上述房企调研，目前只有 60%的受访企业在不同程度上开始着手营改增准备工作，40%的受访企业仍处于信息搜集阶段，尚未制定具体准备工作计划。

一般来说，企业需要 6 个月的时间来做相关准备工作，因此时间相当紧迫，希望企业加快准备工作的进程。

4、家电企业大幅采购机器人：效率相当于 4 个工人

“顺德拟成立 4 亿元股权投资基金加速发展机器人公司”的消息就像个炸药包，美的、海尔、海信等落户在顺德的家电工厂均纷纷大幅采购机器人，代替人力。据悉，包括装配、打磨、涂胶、贴标、机床上下料等家电生产各个流程已应用了机器人，不过，站在现代机器人背后的是“看不见的信息流”。而如何建立自己的信息流系统，将市场订单和生产，甚至和供货商瞬间链接，这是目前机器人公司难以逾越的门槛。

一台机器臂能代替一个工人

长三角、珠三角的制造企业目前都在大上马机器人。美的开利空调工厂，其在内机 4 条线安排 4 个机器手，在外机 6 条线安排 3 个机器手负责成品空调搬运。除了搬运，美的空调电子分厂还将机器手用于生产遥控器，一条生产线有 4 个机器臂来代替 5 个工人。电路板也采用自动化设备——自动贴片机来进行生产。

机器人智造是一个趋势。近日，在海信空调生产基地上，排在 6 条运输线上的成品空调主机，各配有一台机器臂，将空调成品取下放到货架上。此外，海信还引入近 100 台用于运输物料的 AGV 自动运输车，由工人无线操控。据悉，格力电器的珠海工厂也使用了数十台机器人，工作人员从最初 300 多人减少到 100 多人，而生产效率却提升了 20%。

一台机器臂能代替一个员工，但是其速度很快，可旋转的机器臂一次可以维护两条生产线，效率大概能达 4 人。在工作环境比较恶劣的情况下，如机器使钣金成型的这一环节机器噪音大、油污多，用机器人代替员工来进行‘取、放’等基本动作，可以帮助改善员工的作业环境。

但如果没有系统的支持，自动化无法满足大规模定制的需求，单纯去采购机器人意义不大。要知道，机器人的前期投入很大，海信的投资原则是 3 年之内回收成本，但江门生产基地的智能设备能否 3 年内收回成本还存在较大风险，可能两三年之后，产生了新的技术，那么现在所投入的智能设备就过时了。

自动化生产投入很高

这是一场豪赌。据了解，海信从日本进口的 13 台机器臂 40 多万元一台，近 100 台 AGV 小车则产自国内，10 多万每台。另据美的家用空调事业部总裁吴文新透露，目前的智能生产还只是初级阶段，未来 5 年内，美的自动化生产会投入 50 个亿，对智造系统进行全面升级。可以预期的局面将是，美的预计 2018 年实现 1000 亿的生产规模只需 2 万人。

但其实，在引入机器人的过程中，只懂机器人不懂生产，或者只懂生产不懂机器人，都不能让智能化工厂最终落地。系统的设计要基于不同工厂定义软体的架构，智能装备在体系中不仅减少人力，还吞吐数据，这就使得问题非常复杂。

如何利用“看不见的信息流”，这可真是一个世界性难题。此前的厂商对生产、市场等数据并没有形成系统性的收集归档，利用历史数据存在困难，数据分析也处于非常原始的阶段，而企业基于竞争或者商业机密的考虑，也很难做到数据共享。所以，难题不是上马机器人，而是背后支撑工厂开放运作的整个体系的柔性部分。

5、电信业告别黄金时代：中移动净利润连续下滑 7 个季度

4月20日，中国移动披露2015年一季度主要运营数据，期内其营收为1609亿元，比上年同期增长3.9%；净利润为238亿元，同比下降5.6%。

从净利润的角度，这已是中国移动连续第七个季度下滑。中国移动是中国实力最雄厚、市场份额最大的运营商。

至于中国联通，尽管其尚未披露一季度财务数据，但其今年1月的移动用户增长仅为8.3万户，2月、3月甚至分别净下滑282.1万户、160.9万户。中国电信的一季度数据尚未披露，不过其在2014年财年的营收和利润增长均未超过1%。

十年前风光无限的电信运营商，如今不仅难以与净利润动辄一两千亿元的四大银行相提并论，即使与自己的过往进行纵向比较，亦是高增长不再。

事实上，电信业的增长难题并不仅限于国内。目前包括沃达丰、德国电信等在内的全球电信业巨头均概莫能外。沃达丰截至2014年12月31日的最新一季财报显示，期内其收入下滑了0.4%，尤其是在成熟市场欧洲下滑了2.7%，增量主要来自中东、非洲等新兴市场。

从趋势来看，未来运营商的网络需要云化，运营需要互联网化，而能否转型成功，则取决于运营商有多大的决心。

挑战：全球性命题

欧洲运营业的低谷已经有一段时间。与国内运营商刚刚告别高增长相比，欧洲市场已经提前一步经历这一过程。

这里面既有过度竞争的因素，也有传统电信业务转型的问题。

从用户角度来看，以往电信服务比较传统，用户办理业务要到线下的营业厅网点，办各种手续，今后的电信服务需要互联网化，提供包括电商在内的各种新渠道服务；从运营商的角度来看，原来上线一个新业务需要单独部署一套设备，建设一个新平台，而今后建成云数据中心后，开通新业务将像下载一个 APP 一样，业务推向市场的时间可以从之前的 6 个月以上缩短到几天时间。

但是，从目前这个阶段来看，这种转型前后的能力差异，也就成为导致运营商束手束脚的原因之一。

体现到全球各地运营商的业务运营上，传统电信业的运营模式、商业模式、市场环境普遍都遭遇挑战。事实上，电信运营商对所谓 OTT（“Over The Top”的缩写，指通过互联网向用户提供各种应用服务）冲击的口诛笔伐早已不是一天两天。

在今年 3 月于西班牙巴塞罗那举行的 2015 移动世界大会 (Mobile World Congress, MWC) 上，多家运营商高管就在高峰论坛上继续对此进行抱怨。比如，德国电信 CEO Timotheus Hoettges 在开场演讲中就高声喊话：Facebook 其实就是一种通信服务，为什么没有同样被按照电信业务来监管？西班牙电信 CEO Cesar Alierta 则直言，电信运营商承担着沉重的基础设施投资，与 Google、Facebook 等 OTT 服务商处于竞争劣势，市场上的玩家应该给予“同样服务，同样规则”的监管环境。

回看十年前，电信业很风光，但在这届展会上不断有客户问：这个行业到底怎么了？为什么风头似乎被压住了？

由于受到 OTT 服务商的冲击，电信运营商传统的话音收入大幅下降，OTT 服务虽然能带来流量收入，但这部分才刚刚起来，而且面临增量难增收的尴尬。

以中国移动今年一季度的运营数据为例来分析，由于 OTT 业务对传统通信业务的替代作用继续加深，其语音和短彩信业务继续下滑，总通话分钟数较上年同期下降 1.3%，短信使用量较上年同期下降 4.5%。

中国移动今年一季度实现 4G 净增用户 5300 万户，4G 总用户达 1.43 亿户，总用户数达到 8.15 亿户。得益于 4G 业务的抢攻，中国移动流量经营初显成效，一季度移动数据流量比上年同期增长 158%，带动收入结构进一步优化。但是与之而来的问题是，业务规模的增长速度难以带来流量收入的比翼齐飞。

而近日国务院总理敦促运营商下调上网费，更从某种程度上让其中“增量不增收”的逻辑进一步得以凸显。

进入流量红利阶段

运营商的话音收入受到冲击后，可以获得流量收入，即进入流量红利阶段。目前国内运营商的月流量支出是约 200M，在日韩等国已经达到 2G 以上，而按照华为的预计，未来用户月流量支出需求可以达到 50G。

即使流量红利见顶，运营商还可以针对自己管道里流淌的数据进行大数据分析，从数据中获取价值。在此之后的信息红利则与物联网、人工智能、工业 4.0 等有关，让电信网络成为各行各业的赋能者，进入一个前所未有的新蓝海。

从目前来看，全球运营商的转型处于不同的阶段，有些移动用户渗透率不到 20%的地方，仍然能享受人口红利带来的话音收入增长，但有些运营商已经在迫不及待地探索面向云和大数据的转型。

未来的电信网要云化，业务也要云化。与此相对应的一系列电信业热词，比如 Softcom，比如 SDN(软件定义网络)，网络虚拟化(NFV)。

运营商的完整转型是一幅全景图，其核心是提高运营效率，有效增加业务收入。不过，由于考虑到一揽子网络改造和业务转型的艰巨性，很多运营商都是采取部分实施的方式，选择一部分业务先行试水。

北京电信在 SDN 上进行了尝试；韩国、欧洲的运营商在 NFV 上起步较早；四川电信在视频业务上的转型则可圈可点。

去年年底，四川电信与华为联合宣布，双方合作完成了国内首个 4K 超高清 iTV 业务商用部署，将“光纤宽带”和“4K 超高清视频”结合在一起，从内容引入、平台优化、网络建设、终端、业务、用户发展等方面进行探索，

目前四川电信该业务已经有 400 万用户，未来计划发展到 800 万户。通过互联网化运营，四川电信的视频业务短短时间内实现了后来居上，在商业模式上，主要是通过大量业务免费，其他业务打包收费的方式，典型的互联网玩法。

不同运营商有着各自具体的运营情况，转型起来也会有各自的节奏，最终转型成功与否，还要看运营商自己有多大的决心。

据悉，华为目前的做法就是把产业愿景与运营商的战略进行对标，有没有转型计划，分几步走，分几年完成，然后双方按照商业目标进行倒推。

6、红木产业发展规划征求意见 借力一带一路时机

据中国红木网消息，日前，根据国家相关部委的要求和部署，由中国木材与木制品流通协会红木流通专业委员会(简称中国红木委)组织编制的《中国红木产业发展规划(2015~2025年)》(简称《规划》)已完成初稿(征求意见稿)，并开始向有关地方政府和行业组织征集意见和建议。

《规划》本着促进红木产业实现可持续发展，根据市场需求、资源状况、产业基础和区域比较优势而制定，以期在全国红木产业发展中起到指导作用。《规划》全面分析了我国红木产业发展的现状、问题、需求和潜力；提出了新时期我国红木产业发展的指导思想、基本原则和发展目标，确定了全国红木产业发展战略、产业布局和建设重点，提出了实施《规划》的主要政策和保障措施。《规划》将作为指导全国红木产业发展的纲领性文件，成为各地区开展红木相关工作的重要依据。

《规划》提出，从现在到2025年，我国红木产业总体发展目标是：红木产业持续健康发展，产业结构和区域布局得到优化，产品丰富且质量显著提高，行业资源进口稳定且利用率提升，消费市场规范且不断扩张，红木文化产业发展繁荣，为促进增长、增加就业、引领文化、满足人民生活需求发挥更大的作用。

《规划》提出了我国红木行业的发展战略及重点任务。提出力争2025年在现有基础上形成红木行业全国“六区一带”的发展格局(六区即福建莆田仙游产业区、广东中山大涌产业区、广西凭祥东兴产业区、浙江东阳横店产业区、江苏常熟南通产业区和北京及河北产业区；一带即粤闽桂苏浙冀构成的东部沿海带)，使产业集聚区基础进一步巩固，行业优质规模基本形成，聚集效应与机制充满活力。《规划》倡议建设国家级红木市场，推动创建红木产品交易平台，构建竞争有序的现代化红木交易市场。《规划》明确要建立红木产业发展综合服务配套金融体系，加大金融支持，推进行业评估标准建设，引入金融机构探索适合行业特点的信贷产品和贷款模式。同时，《规划》强调推动红木行业标准体系建设，加快行业标准的制定和实施，逐步建立起完善的行业标准管理机制和保障制度。

《规划》提出，要借力国家启动“一带一路”战略时机，将红木行业融入国家“一带一路”战略布局，实现红木产业跨越式发展。让中国的红木行业作为国家特色的文化产业成为“一带一路”建设的重要生力军，成为新丝路文化产业的典范。

公开资料显示，宜华木业此前公告2.4亿欲拿非洲林地，该原始森林有红酸枝、黑檀木，非洲

红檀等珍贵木材。

7、2015 年白酒行业仍困难 茅台营收增长目标再缩水

在股价经历一轮暴涨之后，贵州茅台在 4 月 20 日晚间公布年度业绩，营业收入 315.74 亿元，同比增长 2.11%，净利润 153.5 亿元，同比增长 1.41%，并预计，2015 年度实现营业收入较上年同期增长 1%左右。对于行业未来，贵州茅台预计，2015 年将是白酒行业发展困难较多的一年，也是发展形势较为严峻的一年。

从市场上看，一季度茅台的发货量很大，目前市场价格在 820 元到 825 元之间，已经接近出厂价，说明需求还不算旺。目前实体经济不好，反腐政策持续，以飞天为代表的高端酒很难有大的增长，因此二季度销售价格可能还会往下探。

2015 营收目标预增 1%

贵州茅台在年报中坦言，目前面临几项困难与挑战，包括行业产能扩张过度，供大于求，行业竞争更加多维化和白热化，白酒市场竞争更趋激烈；传统营销模式受阻，新兴互联网营销模式仍不成熟；生态环境风险、打假压力、税收负担过重等制约的问题。该公司同日公布一季报，显示营业收入 85.45 亿元，实现净利润 43.64 亿元，分别同比增加 14.69%和 17.99%。

对于未来，贵州茅台提出了以“稳中求进，提速转型”的总方针，“做强茅台酒，做大系列酒”为战略定位，并提出 2015 年的目标是营收同比增长 1%，目标较 2014 年提出的增长 3%再“缩水”，高增长不再。

茅台也显然将维持营收不降的希望寄予系列酒，年报中便明确提到，“至少打造两个系列酒品牌成为全国化中高端品牌，成为公司的主要业绩增长点，实现中低端市场有效扩张。确保在中国白酒市场的领先地位，特别是在酱香酒市场绝对领先。”同时披露了备受关注的贵州赖茅酒业有限公司的投资情况，其中，贵州茅台出资额为 1720 万元，投资设立贵州赖茅酒业有限公司，占股权比例 43%。

不过目前业内对系列酒的发展仍处在观望状态，虽然目前茅台推出了包括赖茅、王茅、华茅等系列酒，但茅台系列酒此前就没有做好，从目前来看，成本能力、市场能力都没有展现出来。

据悉，目前贵州茅台正在着手进行重大人事调整。

白酒双雄规划难达标

目前,无论是茅台,还是五粮液,均面临着难达成目标的危机,而这种危机可能会影响到公司之后的决策。

公告显示,贵州茅台在2011年时,曾经制定的十二五规划包括,“到2015年,茅台酒生产达到4万吨;销售收入力争突破400亿元(含税)”,而最近茅台董事长表示,在新常态下,2015年茅台仍会以“稳”字当头,无论是价格和销售目标都以平稳为主。消息称,2015年,茅台集团的任务将比2014年增加3亿元,即为410亿元。如果以此计算,股份公司要实现当初定下的目标不容易。

据悉,茅台“生产量方面已然超计划(2014年产量已到3.92万吨),如果要实现收入税后342亿元,就要求2015年增长8%,要求公司再次增量或加大系列酒投放。

另一位白酒大佬五粮液去年下调的规划,现在看来也很难实现。

2014年时,五粮液对外披露,政府对五粮液松绑、泄压,因此原目标集团到2015年要实现收入1000亿元,调整为到2017年实现1000亿元。由集团400亿元、股份公司600亿元,调整到集团、股份公司各500亿元。

但根据五粮液2014年的成绩单,其距离实现2014年的既定目标仍差58亿元,对于2017年实现500亿元销售规模的目标,现在看来是不可能实现的。

8、糖价走高企业不囤鸡蛋改囤糖 至少存15%供应缺口

白糖期货价格指数连续两个交易日刷新33个月新高(近3年),3月10日以来的升幅为14.1%。白糖价格走高,将提高食品行业的生产成本,广东本地多家饼干、乳品企业加大了下半年的套期保值投资,多家大型食品企业、白糖加工企业一致看好2015年白糖价格后市。不少期货市场投资者因此看好下半年大宗商品整体上涨空间,预备资金投入“抄底”。

市场:国内需求现至少15%缺口

糖价近期为什么会一路走高?除了3月广西糖业大会推出“自律协议”的影响,还有两个重要原因。

首先,由于天气原因以及连续四年的熊市淘汰了国内市场的部分产能,2015年国内的糖业总产量将较2014年有所减少,2014年产出了1300万吨糖,2015年可能减少到1050万~1150万吨;与

铁矿石、螺纹钢市场不同，白糖是食品行业的支柱原材料之一，其需求总量的整体变化不会太大，预计 2015 年仍为 1600 万吨，就是与去年的国内产量相比，也有至少 15% 的“缺口”。

再者，“投机、做多白糖”的势力大为增长，在大宗商品市场整体萎靡的情况下，市场资金顺其自然地集中到了白糖领域。据了解：在广州、东莞两地的粮油市场，投机白糖之声此起彼伏，就连原来囤积鸡蛋的实体商户，也改变策略，开始囤积白糖；而对比鸡蛋等不易储藏的产品，白糖储藏本来就有天然优势。

白糖价格上涨将对全国食品行业产生深远影响。

行业影响一：广东白糖企业一致做多后市

白糖价格大幅反弹，造成最直接的影响是：多家用糖、产糖企业开始一致看多、“做多”后市。广东省内的大型白糖加工企业都在期货市场建仓“做多”白糖，“做多”思路至少延续到明年春节前。

与此同时，部分产糖企业也增大了现货囤积数量，广州番禺区某大型企业的仓库白糖囤积量由去年 12 月的 5000 吨加大到了今年 4 月的 8000 吨，增幅为 60%。在此影响下，部分副食品批发商也增大了白糖产品的囤积，部分人甚至已经参与了投机行为。

行业影响二：大型食品企业套保加仓

对于用糖企业来说，加大下半年的套期保值行为，势在必行，用以减少可能增大的成本压力。中小型的饼干厂、乳品加工企业是企业加仓套保的主力。类似企业的资金相对匮乏、控制风险能力比较弱，而白糖成本在其总成本中的占比相对较高（一般在 10%~20%之间），为此会提前采取套保的形式来规避风险。

行业影响三：机构磨刀霍霍等抄底

对于期货公司本身来说，白糖属于 2015 年一枝独秀的大宗商品品种，有助于商品期货市场留住投资资金。从几家期货公司监测的数据来看，3~4 月，已经有 6 个交易日，流入白糖期货品种的资金量超过 1 亿元；该趋势与其他“黑色系”商品企业、多数农产品企业资金流出、奔向股市的局面形成了对比。

据悉，大宗商品连续下跌了 2 年半，部分品种已经熊了 3~4 年，应该到了抄底做多的时机，快则今年下半年，慢则明年初，都会迎来大幅反弹。

投资提醒

美元强势不利于大宗商品价格反弹

尽管白糖期货上涨气势如虹，但整个大宗商品市场的获利氛围还是空前低迷。广州有多位散户投资者从去年10月开始就在抄底，投入资金量巨大，而今个人损失在3000万~5000万元之间不等。

世界经济形势并不利于大宗市场价格反弹：美元走强、美联储升息，导致3~4月的大宗商品国际价格大幅振荡后跌多涨少。3~4月，国内白糖价格反弹了10%以上，国际白糖价格却大幅走跌了6.8%，两者对比鲜明。

据了解，中信期货、永安期货等主流期货公司，并没有投机与投资白糖品种，对于该类政策“造市”的产品，仍持有怀疑与观望的态度。而该类产品要想走出真金白银的持续牛市，这些期货公司的参与必不可少，建议散户投资仍应谨慎。

9、空调价格战外资品牌最受伤：日立市场占有率下滑28%

受迫于行业高库存，今年3月份，国内空调频频“约架”，各个品牌紧密抛出促销优惠，空调价格战一下子成为了行业新常态，频率、规模均破行业纪录。

据了解，3月份空调全渠道销售量同比增长17.6%，均价同比下降6.9%。其中第一阵营三大品牌销售量同比增长29.3%，均价下降7%，幅度均高于行业整体水平。

总的来看，3月份促销国产主要品牌达到了“以价换量”的市场效果，但整体而言对全年空调市场销售影响不大。另外，国产品牌开打价格战，“受伤”严重的是外资品牌。3月份零售监测数据显示，大金、三菱重工、日立品牌零售量市场占有率分别同比下滑23%、27%以及28%。

三大品牌占优势

在今年1~2月份国内空调市场销售低迷的背景下，受困于超4000万库存的压力，空调厂商3月刚开始就迫不及待地展开了一系列频繁的促销活动，以消耗库存。

3月初，苏宁联合美的、海尔等12个品牌展开为期一周的“空调争霸，动真格”主题大型促销活动。没过几天，借着“3·15”，空调行业再开打促销战。3月末，格力携手国美“3天销售50万套空调”，苏宁携手美的等10多家企业发起“空袭72小时”。整整一个月，国内空调市场几乎沉浸

在价格战中。

昨日，3月份空调促销战成绩单出炉。据奥维云网统计，该月份空调市场全渠道销售量为458万台，同比增长17.6%，销售额为152.3亿元，同增5.8%，而空调行业均价为3442元，同比下降6.9%。

据悉，3月份苏宁空调双线销售量同比增长60%以上，销售额增长44%，空调产品均价同比下降12%。

从各方统计数据可以看出，三月份的空调促销战是动了真格，国产品牌第一阵营占据绝对优势，销售量额双丰收。奥维云网数据显示，前三大品牌均价下降7%，销售量同比增长29.3%。销售量、额以及促销力度均高于行业平均水平。

3月和4月是空调市场启动期，市场需求并非刚需，这一轮价格战的刺激会在一定程度上影响5月份后的空调市场，但影响不算大。因为5~8月份是空调市场旺季，购买的是刚需人群，与3月和4月促销期的购买人群重合度不大。预计5月份之后，空调均价还会进一步降低。

3月份空调促销是国产品牌出于降低高库存的无奈之举。往年3月末4月初是空调市场旺季开盘期，今年厂商只是把营销节点提前了两周，对于全年空调市场的销售影响不大。

外资品牌份额下降

国产品牌混战正酣的同时，大金、三菱电机等外资品牌也加入战团，但由于其降价幅度小，在国产品牌“夹攻”下，这些品牌的市场份额下滑较大。

数据显示，国产品牌3月份市场份额同比增长2.39%，价格大促进一步挤压了国外品牌的市场份额，目前国产品牌零售量市场占有率为89.8%，外资品牌市场占有率仅剩10.2%。

除了三菱电机保持平稳市场份额外，三菱重工以及大金品牌3月份的市场份额下降幅度均超20%。数据显示，大金、三菱重工、日立等品牌零售量市场占有率分别同比下滑23%、27%和28%。

外资品牌虽然参与3月份促销战，但由于品牌定位、管理成本等因素，价格下降幅度不大，导致其市场份额再被挤压。

国内空调市场中前六强占据了国内82%的市场份额。国产品牌已经占据市场绝对话语权，外资品牌本来就很难有所作为，但空调价格战进一步挤压了其市场空间。长期空调价格战对外资品牌会

造成一定的影响，外资品牌现在做的就是保持现有的市场份额，这对他们来说已经很难了。

10、啤酒业 20 年来首现负增长：燕京去年营收降近 12%

一年一度的啤酒类上市公司 2014 年年报进入密集披露期，今年的成绩单既在意料之中，也在意料之外。

二三线啤酒企业的业绩如预期般普遍不佳。

例如 2015 年 4 月 8 日，重庆啤酒披露的 2014 年年报显示，公司营业收入 31.69 亿元，同比下降 6.44%；实现归属于上市公司股东的净利润为 7343.52 万元，同比下降 53.74%。西藏发展、兰州黄河等啤酒业务增长亦显乏力。

相比之下，一线龙头企业的答卷则更是苍白无力。

华润创业、青岛啤酒与上一年同期相比，营收均出现不同程度的下滑，燕京啤酒也遭遇首次销量下滑，其财报显示，燕京啤酒 2014 年营业收入为 151.5 亿港元，折合人民币 121.05 亿元，同比下降 11.96%；啤酒销售量 532 万千升，同比下降 6.87%。

在经历了 20 年快速增长之后，2014 年是否会成为中国啤酒企业集体进入过山车般下滑期的转折点？

圈地运动的后遗症

对于这个结果，其实去年四季报已经有所显现。中国的啤酒业在经过几年跑马圈地之后的高增长，已经回归正常。并购给企业带来巨大的非营利性增长，但是这个增长在去年已经结束了。

回顾中国啤酒发展史，可以看出中国啤酒业从上世纪 90 年代之后，经过惨烈的价格战厮杀和几大啤酒集团收购兼并完成了行业的整合。

根据中国酒业协会的数据显示，华润雪花(华润创业为其旗下上市公司)、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒和嘉士伯目前占据市场份额的 75%，啤酒业进入寡头竞争时代。

2014 年，在标的所剩无几的情况下，百威英博还收购了吉林金士百、江苏大富豪两个重要区域品牌，青岛啤酒收购山东大本营市场的淄博绿兰莎等等。

行业内规模较大的并购有两个基础：其一，啤酒巨头仍有扩张需求；其二，存有优质标的值得啤酒巨头花费巨资购买。就啤酒巨头来看，排名前三的三大巨头华润雪花、青岛和百威英博，或出于布局劣势市场，或出于扩张市场抢占行业地位，可能在 2015 年还会有需求，不过从并购标的来看，国内仅存的优质啤酒标的资源并不多，因此啤酒巨头未来扩张并购与扩大产能两种方式并存。

拼抢中高端市场

一个行业增长了 24 年，现在出现小幅波动是一个很正常的事情，没有哪一个行业能够持续高速增长。当然，这也说明中国啤酒行业已经从高速增长的成长期过渡到成熟期。

未来啤酒业将告别拼产量的阶段，其高速增长时代将不再，未来将是拼利润、拼品质的阶段，调结构会成为关键词。

无论从吨位还是到销售额，如今啤酒都算是快消品中最大的品类，经过这么多年的快马加鞭，现在我国啤酒行业产能利用率已经达到 70%，完全能满足市场需求，国内啤酒产量已经饱和。如此大的产能基数很难再现昔日高速增长态势，无论是巨头们还是地方土豪们都要面临结构调整这个新常态。

目前产品升级、高端化已然成为啤酒企业提升利润水平的一致策略。内资品牌已经开始全面发力，例如华润雪花推出脸谱、纯生，青岛啤酒则推出了鸿运当头、炫舞激情、黑啤等中高端特色产品，市场竞争日益激烈。目前，高端啤酒领域外资在渠道和品牌上均不具有优势，中资品牌若要有作为需要注意两点：其一，切勿过度高端化，要根据市场需求进行调整；其二，注意品牌文化的构建和宣传，如此才能提高消费者黏性。

易拉罐或成新法宝

产能触顶之后，以往以增加产能获得利润的路也越发难走。大企业从去年开始进行尝试，目前可谓有得有失，如今外延式增长也渐渐远去，啤酒企业开始拼内功，通过精耕区域市场来实现内涵式增长。啤酒创新不是纵向品类创新而是横向，必须在单品上有所突破。

近年来，随着居民消费水平逐步升级，啤酒消费习惯也随之发生改变，未来瓶装中低端啤酒会逐渐萎缩，未来易拉罐装啤酒有望逐渐成为啤酒消费市场的主流产品。

国家统计局公布的啤酒行业数据显示，2012 年，全国累计生产啤酒 4902.00 万千升，同比增长 3.06%；2013 年，全国累计生产啤酒 5061.5 万千升，同比增长 3.25%。而同一时期的罐装啤酒产量

则大大超越了行业增长速度，增长速度维持在 15%左右。

在包装成本上，易拉罐比瓶装啤酒高出 20%~100%，但瓶装啤酒的外瓶重量跟内装啤酒的重量几乎相等，由此造成的物流成本则要高出更多。

目前，几乎所有企业都开始押宝易拉罐装啤酒，向“罐”进军。

公开数据显示，青岛啤酒九江公司投资 9000 万元年产 15 万千升的易拉罐线输送平台及设备基础已安装调试。珠江啤酒拟在梅州珠啤新增一条具备纯生啤酒生产能力的 3.6 万罐/小时易拉罐啤酒灌装线。燕京啤酒在新疆首条年产 10 万吨易拉罐啤酒灌装线正式建成投产。

随着啤酒产品结构的调整和优质高档啤酒比重的提高，罐装啤酒将迎来更为迅捷的发展。但是切记不要重复跟风路线，中国的啤酒产品已经到了小瓶化、多样化、个性化的新时代。

五、环球市场

1、奥地利经济继续缓慢增长

数据显示，奥地利今年经济增速为 1.1%，低于欧元区 1.5%的平均增长水平。预测显示，2016 年奥地利经济形势将好于今年，增速将达到 2.1%，并将超过欧元区的平均增长水平（1.8%），该国中期增长预期也将逐步向好。

分析指出，国际油价上涨压力和欧元持续走低的趋势在明年将会给奥地利带来难得的经济增长空间，但鉴于欧元区经济复苏的不确定性仍然较高，对该地区的投资仍处于较低水平。投资不足导致奥地利主要贸易伙伴需求不足，仍将成为奥地利对外出口增长的主要障碍。据悉，奥地利目前正筹划扩大对包括中国在内的亚洲市场出口。预计明年奥地利对外贸易和国内消费都将开始复苏。

2、欧盟建筑业产出环比下降

欧盟统计局日前公布的统计数据显示，今年 2 月份，欧元区和欧盟的建筑业产出环比（与上个月相比）分别下降 1.8%和 1.2%，同比（与去年同期相比）分别下降 3.7%和 2.4%。

统计数据显示，今年2月份，欧元区房屋建筑和民用工程产出环比分别下降1.6%和2.6%，欧盟房屋建筑和民用工程产出环比分别下降1.1%和1.6%。今年2月份，欧盟建筑业产出环比涨幅最大的前3个成员国分别是罗马尼亚(5.3%)、波兰(3.8%)和匈牙利(3.2%)，建筑业产出环比降幅最大的前3个成员国分别是德国(-3.1%)和法国及葡萄牙(均为-2.2%)。

3、3月份巴西向中国出口铁矿石同比增14%

巴西贸易部公布的最新统计数据显示，今年3月份巴西向中国出口铁矿石1382万吨，同比增长14%，占该国铁矿石出口总量的53%。由于铁矿石价格大幅下挫，3月份巴西向中国出口铁矿石平均离岸价格为38.08美元/吨，明显低于上年同期的88.54美元/吨，这导致该月巴西铁矿石向中国出口额大幅下滑50.93%至5.2642亿美元，上年同期出口额为1.07亿美元。环比来看，3月份巴西对中国铁矿石出口量和出口额分别增长18.9%、5.3%，2月份出口量和出口额分别为1162万吨、4.9964亿美元。

日本是巴西第二大铁矿石出口目的地，3月份向其出口铁矿石226万吨，较上年同期的156万吨大幅增长45%；出口额为9108万美元，较去年3月份的1.592亿美元下滑42%。

马来西亚排名第三位，3月份从巴西进口铁矿石157万吨，几乎是上年同期56.3万吨的三倍；但出口额却同比下滑6.49%至5794万美元，上年同期为6196万美元。随着位于马来西亚年处理能力达到3000万吨的铁矿石分销中心在去年11月份的投入使用，巴西矿业巨头淡水河谷将在该国对马来西亚铁矿石出口增长中扮演更加重要的角色。

4、英国房价创新高 房屋短缺与需求上涨推高价格

据报道，英格兰和威尔士地区的房屋开售价格本月创下有史以来的新高。推高房价的原因之一是市场上房屋短缺。同时，其他数据也显示英国的房屋价格的增幅在去年有所放缓之后，今年又开始抬头。

据统计，2015年4月的英国地产要价月增幅达到1.6%，比3月的1%有显著的上升。按照这样的增幅，房屋现在的平均价格上涨到28.6万英镑，高出去年6月创下的纪录。

英国市场上新建房屋数量比去年同期减少4%，是推动房价上升的原因之一；与此同时，市场上对房屋的需求仍在继续攀升。

英国大选当前，各大政党纷纷推出自己未来的房屋政策。执政联合政府中的保守党首相卡梅伦此前宣布，将允许更多住在公屋中的居民以便宜价格购买住所。主要反对党工党则表示，计划每年增加 20 万栋新房屋，将比 2013 年增加 9 万栋之多。

5、越南经济红火带动汽车热销

越南汽车生产企业协会最新发布的数据显示，2014 年越南全国共销售汽车 15 万辆，同比增长 43%，多个月份单月销量增长率在 40% 以上。2015 年一季度，越南国内市场共销售 48707 辆汽车，同比增长了 62%，增长幅度大大超过去年同期。

汽车的热销只是越南经济领域释放出积极信号的一个缩影。根据越南统计局的数据，2014 年越南宏观经济趋于稳定，国内生产总值增长率为 5.98%，实现连续 3 年增长。进出口也实现双增长，进、出口总额分别为 1480 亿美元和 1500 亿美元，较同期分别增长 12.1% 和 13.6%。根据越南党和政府设定的目标，2015 年要努力实现 6.2% 的经济增长率。

越南经济保持稳定增长，首先得益于外资拉动。越南媒体将外国直接投资称为推动越南经济保持增长的“最重要的动力”，吸引外资更是越南政府一贯坚持的政策。其次，越南社会秩序相对稳定。越南发展起点低但潜力大。越南目前 10—24 岁年轻人口占总人口的 40%，劳动人口 6200 万，占总人口的 69%，正处于人口红利的黄金期。劳动力价格相对低廉，大大节约了企业的人力成本。第三，越南自然资源相对丰富，工业用水价格便宜等，都帮助企业节约了支出。

不过，越南经济仍存在很多不容忽视的问题。2014 年居民消费价格指数同比增长 4.09%，高通胀这一困扰越南多年的“顽疾”仍无法根治。劳动人口数量虽大，但劳动力素质和劳动效率一直都在低位徘徊。越南《劳动法》还规定，外资企业每年必须以 30% 的幅度涨工资。越南全国外资企业工人工资增长率为 25.9%，但劳动效率增长率仅为 3.2%，这极大抵消了人口红利。

受制于国民经济体系不健全和发展起点低、包袱重的国情，长期以来越南国内消费市场疲软，居民收入有限，一定程度上制约了越南经济发展。由于经济严重依赖外资，外资注入的多少直接决定越南当年的经济走势。如何加速产业调整升级，提高劳动力素质，找到新的经济增长点将是决定今后越南经济健康稳定发展的关键。

6、俄罗斯 2014 年 GDP 保持增长

俄罗斯总统普京日前公布了 2014 年俄罗斯经济数据。2014 年，俄实际 GDP 增长 0.6%，其中工业增长 1.7%，制造业增长 2.1%。石油开采量达到创纪录的 5.25 亿吨；粮食产量也创下新高，达到

1.053 亿吨，农业整体增长 3.7%。

2014 年，俄固定资产投资总额下降 2.5%，全年平均失业率为 5.3%至 5.4%，消费领域价格上涨 11.4%。银行对实体部门的投资增长，且国内银行系统总资产达到 77 万亿卢布，首次超过国内生产总值。普京认为，在艰难的国际环境下，2014 年俄经济保持增长令人欣慰，高失业率、通货膨胀等问题在 2015 年初已经得到遏制，经济不会出现崩盘。

7、欧元疲弱带旺西班牙旅游业 明年失业率有望下降

据报道，在欧元走低的助推下，西班牙旅游业持续向好，该国整体经济因此获得提振，明年的失业率有望下降 7 个百分点。

报道称，西班牙旅游业占国内生产总值的 11%，而过去一年，欧元兑英镑的跌幅超过 12%，创七年来的新低，这反而提了西班牙旅游业一把。

去年，多达 25%的新增职位也来自旅游业。有鉴于此，西班牙央行预测，2016 年该国的失业率将从 27%高位大幅下降至 20%。

位于西班牙地中海沿岸的贝尼多姆(Benidorm)和白色海岸(Costa Blanco)都是著名旅游胜地。当地酒店业协会会长表示，由于英镑兑欧元大幅升值，今年首季到白色海岸旅游并留宿的英国游客已迅速增长 8%，并以夜间场所与酒店的业务率先受惠。

西班牙 2014 年的抵境旅客突破 6500 万人次，其中 1500 万人次来自英国。今年截至 2 月，到访西班牙旅客的消费金额按年增长 8%至 66 亿欧元，其中又以英国旅客的消费金额最高，达 11 亿欧元，增幅为 10.6%。

8、日本消费者信心指数连续第四个月改善

日本内阁府 17 日公布的数据显示，由于消费者对未来薪资水平的增长预期提高，经季节性调整后，3 月份日本消费者信心指数环比上升 0.8 点至 41.7 点，这是该指标连续第四个月环比增长。

日本内阁府因此上调对该国消费者信心指数的基本评估至“正在增长”。不过，低于 50 点的数值也意味着，日本两人及以上家庭消费者对该国经济悲观的数量仍多于乐观者。

数据显示，3 月份组成消费者信心指数的 4 个分项指标均环比增长。其中，消费者对雇佣条件的

评估环比增加 1.3 点至 47.8 点;消费者近期购买耐用品意愿指标提升 0.8 点至 40.6 点;对收入增长预期攀升 0.6 点至 39.4 点;而消费者生活指数也提高 0.4 点至 38.8 点。

与此同时,3 月份有 87.8%的日本消费者认为该国物价将在未来一年内有所增长,较 2 月份时的 87.3%有小幅提高。

据报道,随着全球原油价格开始触底反弹,日本许多大型企业计划在始于 4 月 1 日的本财年提高员工薪资。

六、热点解读

1、银行卡支付市场“有序开放、规范管理”

近日,国务院印发了《国务院关于实施银行卡清算机构准入管理的决定》(以下简称《决定》)。该决定对建立我国银行卡清算服务领域的市场化机制作出了全面的制度安排,对于促进我国银行卡市场的健康发展有着十分重要的意义。

2002 年成立的中国银联股份有限公司,是我国第一家银行卡清算机构。十多年来,中国银联建立起银联卡的清算标准、业务规则和交易处理系统等基础设施,创建了银联品牌。截至 2014 年底,具有“银联”标示的银行卡已经达到近 50 亿张,银行卡的渗透率也接近了 50%,有力地促进了我国银行卡产业的跨越式发展。与此同时,美国的维萨、万事达等境外卡组织也通过外币的银行卡清算服务参与我国清算市场,方便了持卡人的跨境消费,对提升我国支付市场的服务水平,改善服务环境发挥了积极的作用。

随着银行卡规模的增长和新兴支付技术的应用,经济社会对银行卡清算服务在效率、安全以及差异化方面的要求不断提高。在这样的背景下,开放市场以提高服务水平与效率;加强管理以维护金融与信息安全,显得刻不容缓。

总体来看,《决定》体现了对银行卡支付市场实行有序开放,规范管理的总体思路。

首先,《决定》明确了开放市场、鼓励竞争的政策意图。《决定》不仅开宗明义地阐明了对银行

卡清算机构实施准入管理，给出了清晰的准入条件和程序，而且还对境外机构从事境内银行卡清算业务做出了规定；此外还明确银行卡清算机构不得限制发卡机构和收单机构与其他银行卡清算机构开展合作。这些规定都为建立清算市场的市场化架构奠定了良好的基础。

其次，《决定》强调了银行卡清算业务的重要性和特殊性。随着信息技术的发展，提供银行卡服务、完成银行卡支付的渠道和方式变得多样化，如在相关标准和规则尚未建立和检验的情况下，即开展银行卡清算业务，所造成的信息与金融的安全隐患堪忧。《决定》要求“未依法取得银行卡清算业务许可证的，不得从事银行卡清算业务”，对此作出了明确规定，说明清算业务是银行卡支付过程中重要而且不能跨越的环节。

第三，《决定》强调了银行卡清算服务的完整性与一致性。《决定》明确要求，“银行卡清算机构开展银行卡清算业务，应当使用其自有的或者出资人所有的银行卡清算品牌”。银行卡清算品牌是银行卡清算业务的核心，《决定》对品牌的使用提出了股权关系上的要求，有利于维护银行卡清算品牌、银行卡和银行卡清算服务的有机统一，以保障银行卡清算服务的一致性、稳定性和持续性，维护银行卡清算业务各当事人合法权益。

最后，《决定》充分强调了金融信息的安全性。《决定》中对银行卡清算业务基础设施的安全、高效和稳定，交易数据的完整、真实，清算中获取信息的保密，以及个人金融信息的本地化处理都提出了明确而严格的要求。这些要求充分体现了审慎监管的要求，有利于保护客户权益和国家金融信息安全。银行卡支付产业是个典型的平台型产业，银行卡清算机构在其中起着举足轻重的作用。海内外数十年的实践和众多理论研究的成果都表明，银行卡清算机构运用它的账户体系、业务规则体系和定价模式协调发卡机构和收单机构，便利消费者和商户，才能使庞大的支付系统得到安全高效运行。在这个系统中，牵一发而动全局，技术的可能性与商业的协调性、金融的安全性有较大的距离。

总之，《决定》既为我国银行卡转接清算市场的开放做出了制度性安排，强调了市场竞争，也对零售支付清算市场以及整个银行卡支付市场的规范与发展指明了方向。

2、2015 天使投资一路向涨，已迭代至“天使+众筹”4.0 时代

天使机构热情高涨，新设立基金数量新年骤增

据统计，2015 年第一季度天使投资机构完成募集 25 支天使基金，共募得金额 4.07 亿美元。第一季度，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

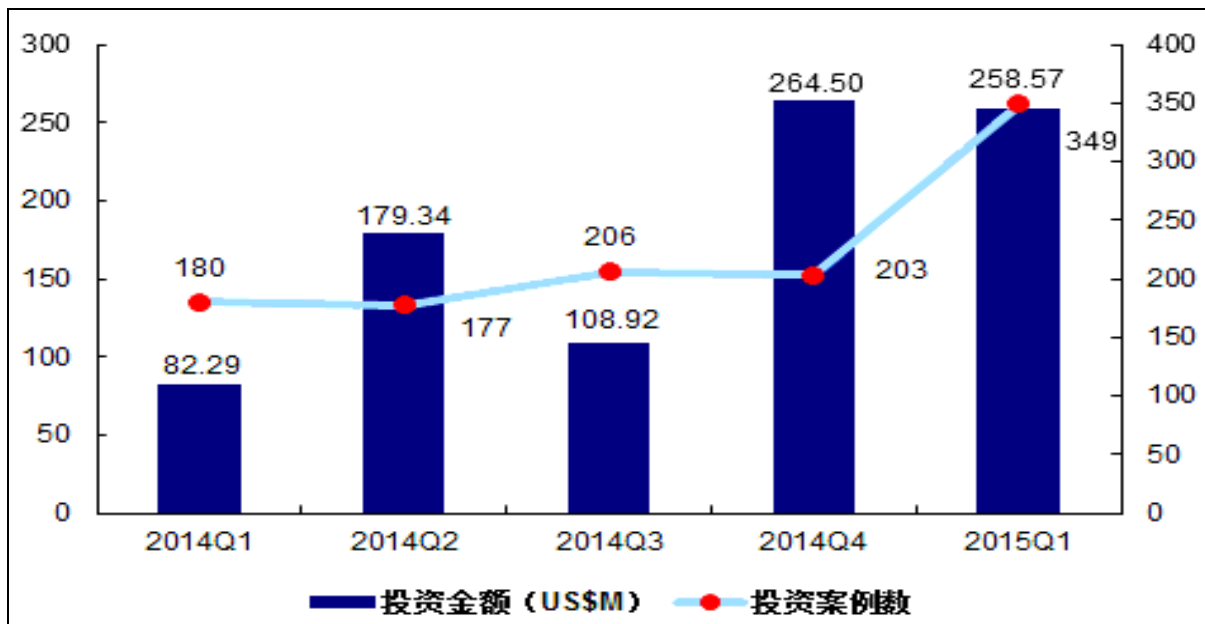
的 5000 万人民币天使投资基金。而所有披露的新设立以及新募集的天使投资基金均为人民币基金。本土投资者在继 2014 年天使投资“元年”后的新一季度仍扮演主力支持者。

从新一年的中国天使投资市场角度分析，2015 年的天使基金募资情况将较往年有所攀升，原因有以下几点：第一，继国家各级政府大力支持“大众创业，万众创新”，推动各地方政府盘活民间资本，为创业者提供创业启动资金，发展天使投资等利好政策的推出之后，中国大陆又将掀起一波创业热潮，而随之产生的资金需求也相应骤增。而针对天使投资的高风险高失败率这一特性，部分地方政府推出了风险补贴等政策为天使投资机构以及潜在投资者提供风险弱化。第二，在 2014 天使投资井喷式增长后，越来越多的人开始关注天使投资，刺激了潜在投资者将天使投资加入投资组合。第三，国内二级市场的层层利好消息也为天使投资的热潮推波助澜。例如较主板及中小板挂牌门槛较低的新三板市场日趋火爆，为国内创投市场开辟了一条新的退出路径，同时为天使投资者以及各类投资机构增加了投资信心。

一季度国内天使投资市场热钱涌动，创业者融资难度减小。

据 2015 年第一季度的统计，国内共 349 家初创企业获得来自天使投资机构的的天使投资，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 年第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，增加了约 7.9%。由此可见，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了一定程度的提升。相应的，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。

图表 6 2014 年第一季度-2015 年第一季度国内天使投资机构投资情况比较图

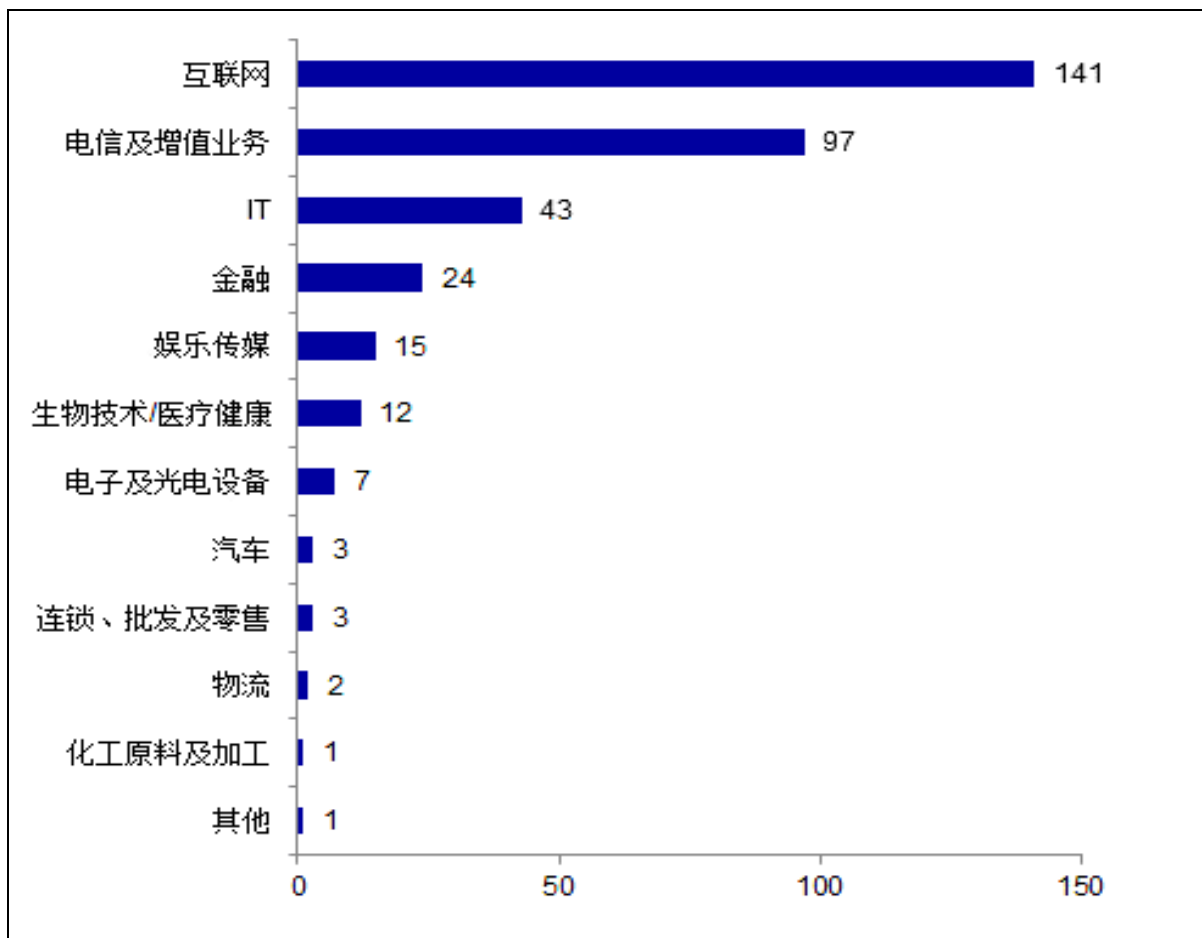


数据来源：中商产业研究院

国家为互联网行业推波助澜，有望带领传统行业实现腾飞

2015 年第一季度国内获得天使投资行业分布前三位的依旧是互联网、电信及增值业务和 IT 行业。获投案例数分别为 141 起、97 起和 43 起。披露投资金额分别是 1.15 亿美元、7,769 万美元和 2,269 万美元。这一现象延续了 2013 以及 2014 年一贯的行业投资趋势。特别是当国家总理李克强在第十二届全国人民代表大会上提出制定“互联网+”行动计划后，更加巩固了互联网在我国未来的发展潜力和产业整合优势。“互联网+”战略就是利用互联网的平台，利用信息通信技术，把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来，在新的领域创造一种新的生态。而依托互联网的平台，作为另一入网终端的移动互联网行业，也势必延续一贯的火热态势。同时伴随智能手机的保有量增加，价格亲民化，电信及增值业务的市场将有增无减。在 2015 年，互联网与传统行业的整合大潮下，配合移动互联网的蔓延而产生的巨大商机为创业者带来的机遇与发展将撬动 2015 的天使投资市场，吸引更多天使投资者的目光。

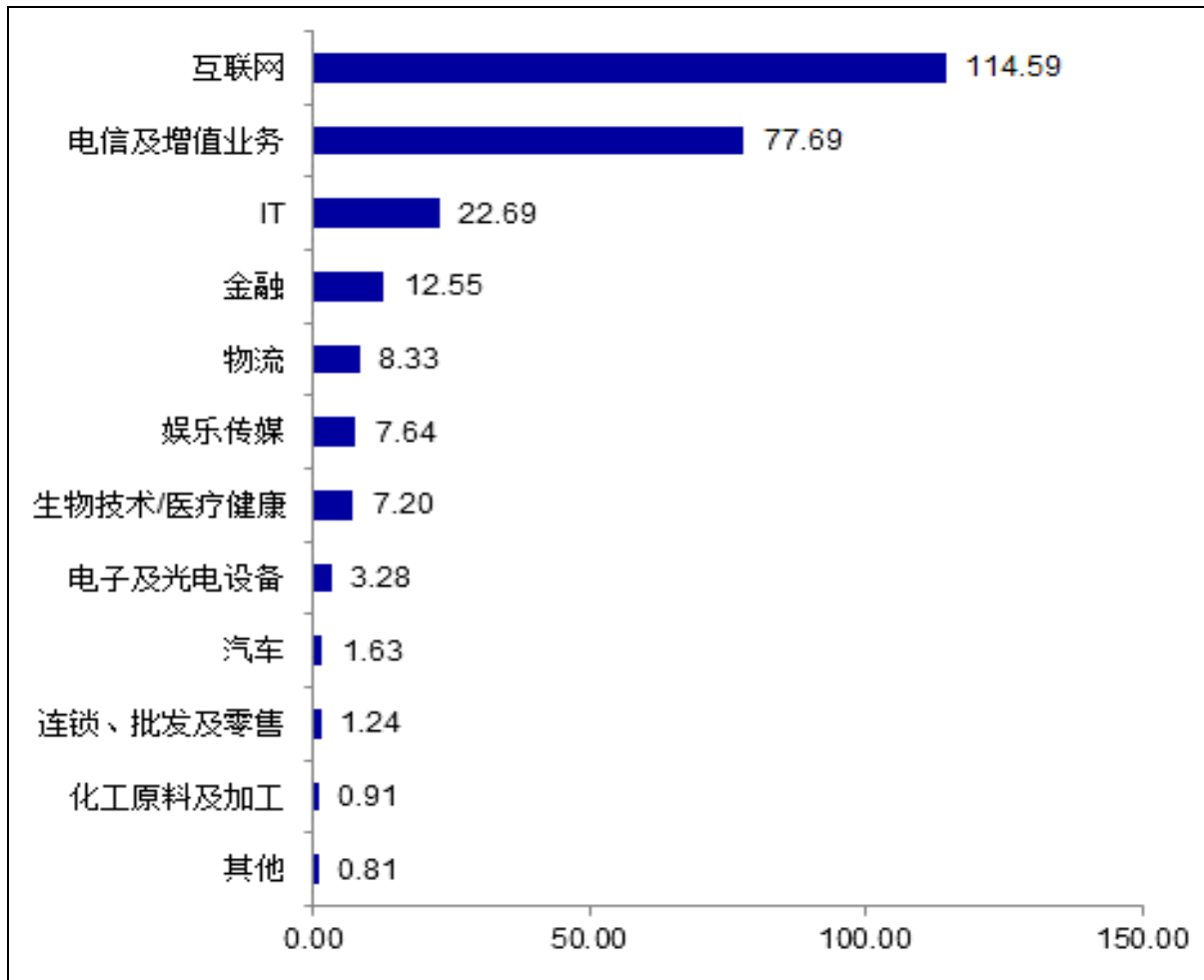
图表 7 2015 年第一季度国内机构天使投资行业分布



注明：按案例数，起

数据来源：中商产业研究院

图表 8 2015 年第一季度国内机构天使投资行业分布

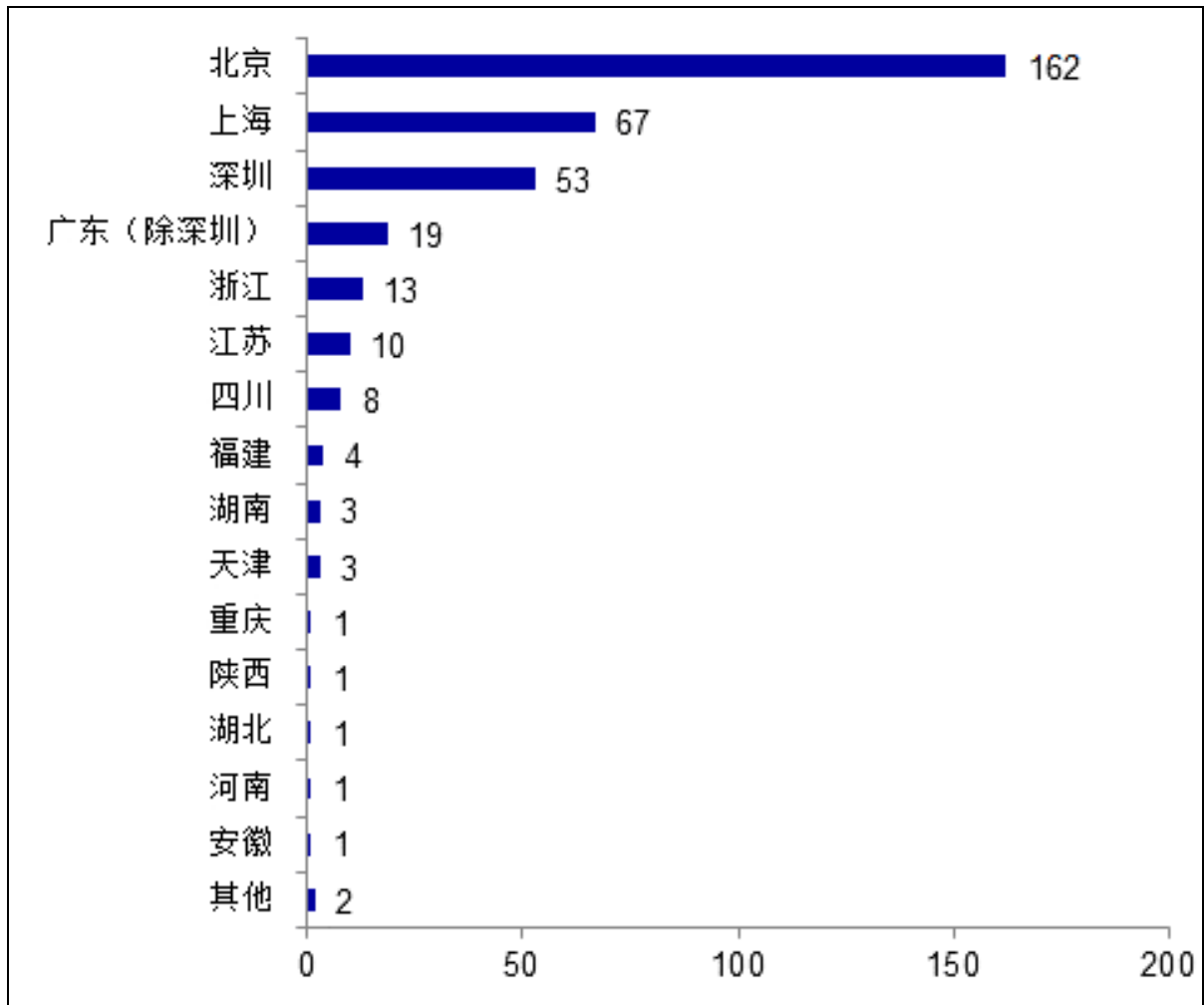


注明：按金额，US\$M

数据来源：中商产业研究院

从地区分布来看，京沪深依旧在 2015 年第一季度的天使投资市场地域分布中占据主要地位。原因依旧与天使投资机构高度集中京沪深，经济发展与创业环境优越息息相关。其中北京发生天使投资案例 162 起，占总投资案例的 46.42%，披露金额超过 1.11 亿美元，占总投资额的 43.0%。上海共发生 67 起天使投资案例，占比 19.2%。披露金额 6,589 万美元，占比 25.9%。深圳发生天使投资案例 53 起，占比约 15.2%。披露金额 3,298 万美元，占比 12.8%。

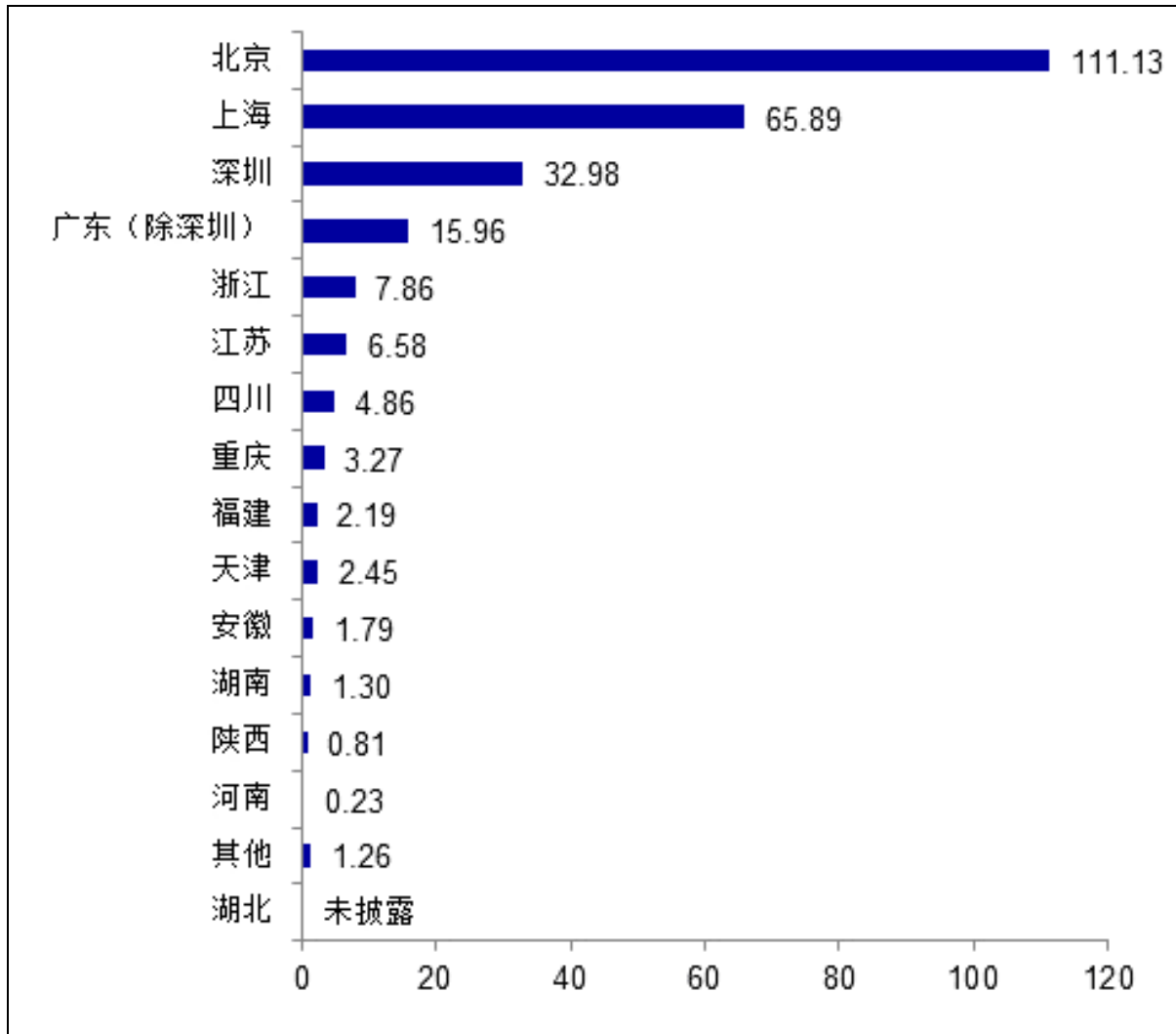
图表 9 2015 年第一季度获得天使投资地区分布



注明：按案例数，起

数据来源：中商产业研究院

图表 10 2015 年第一季度获得天使投资地区分布

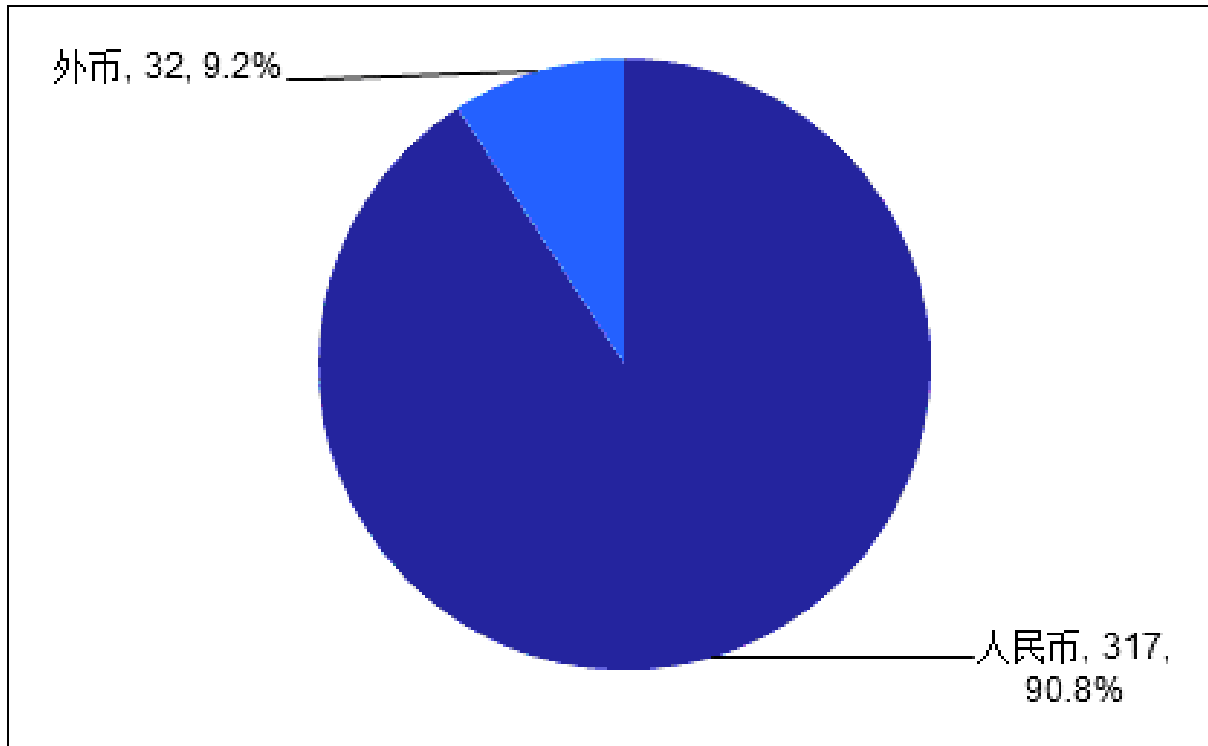


注明：按金额，US\$M

数据来源：中商产业研究院

在 2015 年第一季度的投资案例中人民币仍然占主导地位，据统计人民币投资案例共发生 317 起，占第一季度投资案例的 90.8%。披露金额为 1.42 亿美元，占比 55.0%。而外币投资案例数仅占到总投资案例数的 9.2%，共计 32 起投资，涉及金额约 1.16 亿美元，金额占比 45.0%。

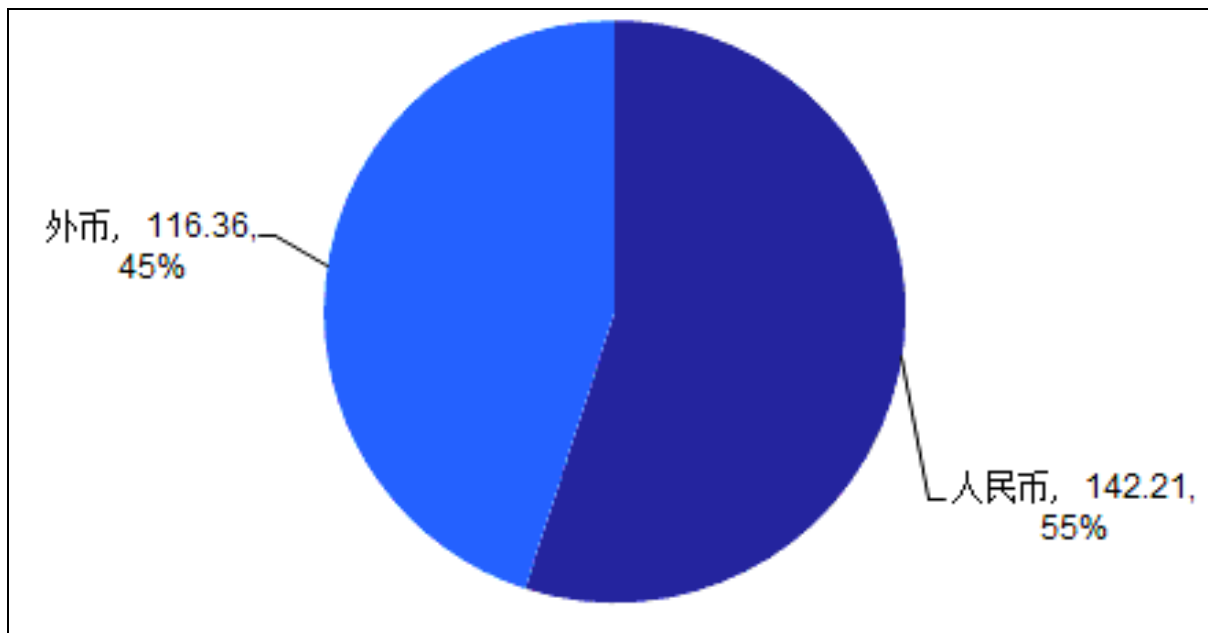
图表 11 2015 年第一季度国内机构天使投资投资币种分布



注明：按案例数，起

数据来源：中商产业研究院

图表 12 2015 年第一季度国内机构天使投资投资币种分布



注明：按金额，US\$M

数据来源：中商产业研究院

三家互联网企业成功 IPO，新三板为天使投资退出带来新渠道

2015 年开年之季，就迎来数起天使投资成功通过 IPO 退出的喜讯。据统计，2015 年第一季度中国境内共有 3 家曾接受过天使投资的互联网公司成功登陆深圳创业板。分别是天使投资人麦刚曾与 1999 年投资的北京中文在线数字出版股份有限公司，创新工场投资的北京昆仑万维科技有限公司和蔡文胜投资的北京暴风科技公司。其中，IPO 后，中文在线市值已超过 90 亿，天使投资人麦刚总计持有中文在线 412,386 股，占约 0.34% 股，持股市值超过 3 千万元人民币。暴风科技上市后天使投资人蔡文胜持 3,356,820 股，占总股本 2.8%，市值超过 1 亿元人民币。

此外，宁波市天使投资引导金投资的宁波世游信息科技股份有限公司于 2015 年 1 月成功挂牌新三板，实现股权转让退出。新三板在国内多层次资本市场中发挥着主板和创业板的“孵化器”和“蓄水池”作用，为拟上市企业提供前期融资、估值、股权流动以及企业展示的平台。而且相比主板及创业板挂牌门槛较低的新三板势必将成为众多天使投资机构实现股权溢价退出的一条新途径，而宁波世游科技的成功挂牌也预示着新三板的火热将为天使投资退出带来新的希望。

股权众筹发展加速，政策规范化将利好天使投资市场

2014 年 11 月 19 日，李克强总理在国务院常务会议上首次提出，“要建立资本市场小额再融资快速机制，开展股权众筹融资试点”。随后，2014 年 12 月 18 日，中国证券业协会起草了《私募股权众筹融资管理办法（试行）（征求意见稿）》要求投资者投资单个融资项目的最低金额不低于 100 万元人民币；或者金融资产不低于 300 万元人民币或最近三年个人年均收入不低于 50 万元人民币。由这一系列的变化可以看出，股权众筹的发展已经是必然趋势，政府对这一新型的融资方式起着积极的引导作用。并且希望通过逐步的探索，放宽政策，将天使投资不再局限于高净值人群，而是降低门槛，盘活民间资本，让大众都参与天使投资为国内创业者拾柴添火。

2015 年 4 月 16 日，国内第一家股权众筹平台天使汇在中关村发布了中国首份天使投资成交规则——《中国天使投资成交规则》，意在解决投资人决策速度过慢，投资意向不清晰，不及时交割打款，对创业者给出模棱两可的承诺，造成创业者备受煎熬，错失融资机会，或信息不对称问题。天使投资成交规则规定，当投资人表示出投资兴趣，必须确定项目估值、最高认购额，在投资意向书上签字或者通过邮箱、短信等方式发送确认信息，才算锁定了这笔成交。否则，创业者可以自由选择其他的投资团队。此外，规则还对天使投资过程中的当面成交注意事项、责任追溯、避免歧义等方面进行了规定。

伴随着政府的相关法规出台，以及民间众筹领军企业的协作，众筹融资行业将进入一个良性的持续发展。同时，也将吸引除了电商龙头京东和淘宝更多的互联网企业以及天使投资机构推出自己旗下的股权众筹平台，造福国内新一代的创业者。

2015年国内天使投资将迎来天使投资4.0时代,在经过了高净值个人主导天使投资的1.0时代,专业风险投资机构主导天使投资的2.0时代和行业领导企业投资创业公司的3.0时代后,国内天使投资4.0时代将是全民参与的股权众筹时代,创业者获得天使投资的难度将大幅度降低,潜在天使投资人也将通过股权众筹平台与更多优质项目产生交流。

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

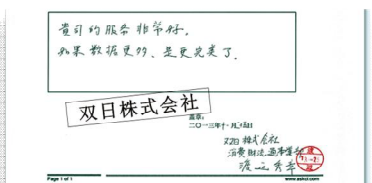
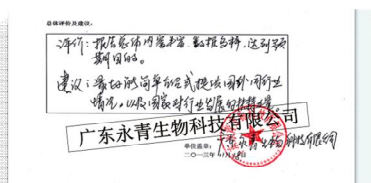
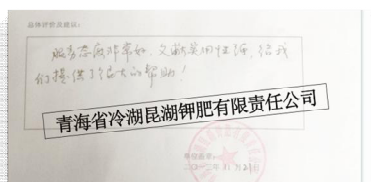
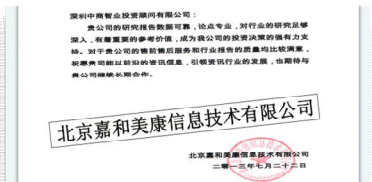
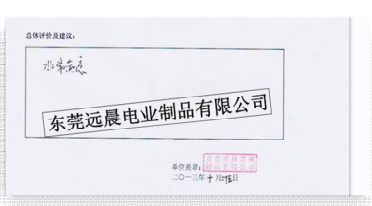
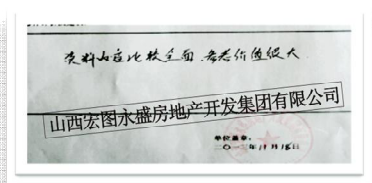
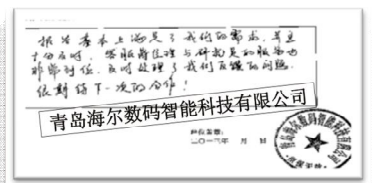
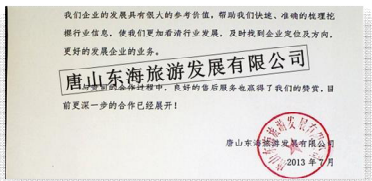
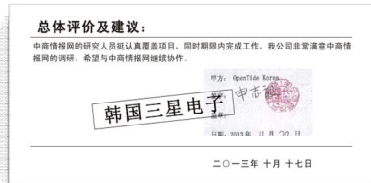
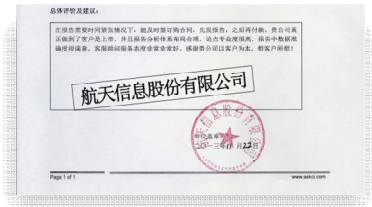
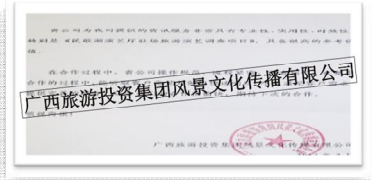
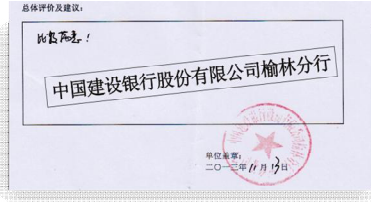
售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化

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	血液制品	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	抗肿瘤药	植入医疗器械	
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		化学纤维	纤维素纤维原料	改性塑料	
牙膏			锦纶纤维	膜产业	
药妆			腈纶纤维	聚氨酯	
气雾剂			涤纶纤维	合成材料	
植物提取物			氨纶纤维	丙烯酸树脂	

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

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

行业	专题	行业	专题	行业	专题						
交通运输	高速公路	纺织	纺织	物联网	物联网						
	ETC		毛纺织加工		第三方支付						
	港口码头		针织		互联网						
	海运		印染		移动互联网						
	水运		无纺布		云计算						
	内河水运		帘子布		网络购物						
	公务机		家纺		信息系统集成						
	直升机		床上用品		电子商务						
	航空维修		服装		服装	服装电子商务					
	航空客运	女装			食品电子商务						
	民用飞机	男装			电子政务						
	民航	童装			服务外包						
	客运	高端童装			数据中心						
	公路客运	运动服			信息安全						
	铁路客运	羽绒服			北斗卫星导航						
	通用航空	休闲服			3D 产业						
	管道运输	内衣			油墨原料	油墨					
	高铁	物流	颜料								
	智能交通	快递	染料								
	轨道交通	车联网	OA 设备								
	危险品运输	管道运输	城市公交		商贸物流	涂料	涂料				
							防腐涂料				
							汽车涂料				
							建筑涂料				
皮革制品				合成革			皮革服装	医药物流	涂装	钛白粉	
										箱包	热镀锌
										箱包	涂装
制鞋	制鞋	皮鞋	冷链物流	燃气	城市燃气						
					塑料鞋	热力生产和供应					
					女鞋	LNG					
					运动鞋	LPG					
					童鞋	制鞋机械	运动鞋	汽车经销	橡胶制品	轮胎	
										农产品冷链物流	橡胶管、板、带
										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		珠宝首饰
	工业自动控制系统	黄金		榨汁机	
	数控系统	奢侈品		智能家居	
	功率器件	电信	饰品	兽用药品	兽药
	集成电路封装		移动运营市场		动物保健品
	覆铜箔板		3G		兽用疫苗
	LED		移动支付	宠物用品	
	REID		通信设备	印刷设备	制浆及造纸设备
	IC卡	广电设备	印刷机械		

行业	专题	行业	专题	行业	专题	
文化娱乐	文化产业	非金属 矿物制品	水泥	电机制造	发电机及发电机组	
	图书出版		水泥制品		电动机	
	数字出版		轻质建筑材料		微电机	
	博物馆市场		建筑石材		微特电机	
	体育场馆		防水建筑材料		防爆电机	
	影院		隔热隔音材料		交流电机	
	电子出版		平板玻璃		伺服电机	
	网络游戏		技术玻璃		柴油发电机组	
电线电缆 光缆	电线电缆		玻璃纤维		电子 外部 设备	风电机组设备
	光纤光缆		汽车玻璃			风机塔架
	绝缘制品		玻璃钢			照相器材
	光通信器件		建筑陶瓷			摄影设备
	光传输设备		艺术陶瓷			数码摄影机
	特种电缆		卫生陶瓷	金融电子支付设备		
	电线电缆材料		日用陶瓷	LCD		
	热缩材料		餐厨用具	UPS 电源		
	绝缘子避雷器		耐火材料	教育电子产品		
	电池制造		电池	石墨及碳素制品		电子阅读器
铅酸蓄电池			复合超硬材料	触摸屏		
干电池			泵及真空设备	投影仪		
锂电池			液压、气压动力机械	数字电视机顶盒		
动力电池			阀门	农业机械		
小型二次电池			压缩机	园艺机械		
氢能源			液压支架	拖拉机		
钴酸锂			水泵	锅炉		
太阳能电池			混凝土泵	内燃机		
薄膜太阳能电池			炼油化工设备	水轮机		
金属 加工 机械	锻压机床		非金属 加工 专用 设备	木工机械	锅炉及原 动机制造	汽轮机
	金属切削机床			模具		工业锅炉
	金属成型机床	混凝土机械		余热锅炉		
	焊接设备	水泥机械		单缸柴油机		
	数控机床	橡胶机械		柴油机组		
	激光加工设备	激光加工设备		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		金属铸造	钢铁铸造
	光频器		叉车			有色金属合金铸件
	超级电容器		港口设备			粉末冶金
	无功补偿装置		塔吊	大型锻件		
	防爆电器		机械停车设备	压铸		
	高压开关		工业机器人	矿山、 冶金 机械 制造		采矿、采石设备
	高压罐式断路器		物流设备			凿岩机械
	低压电器	建筑工程机械	石油钻采机械			
	真空断路器	建材机械	冶金专用设备			
	空气断路器	工程机械	破碎粉磨设备			
	金属封闭式开关	石油钻采设备	洗选设备			
	电磁触变器	铲土运输机	液压支架			
	继电器	挖掘机械	电工仪器仪表			
	继电保护装置	压路机	试验机			
	电力联接产品	隧道掘进机	供应用仪表			
	连接器	装载机	车用仪表			
	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	电子测量仪器
		弹簧		电光源		导航设备
紧固件		节能灯		钟表		
汽车紧固件		LED照明		传感器		
节能	节电产业	新材料	镇流器	科学分析仪器		
	工业节能		化工新材料	智能传感器		
	节能服务产业		交通运输材料	智能卡		
	合同能源管理		电子信息材料	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