

中商顾问 · 投资情报周刊

2014年07月13日-2015年07月19日

每周一发行

央行等十部门发布
《关于促进互联网
金融健康发展的指
导意见》

国务院:部署促进
进出口稳定增长政
策措施

关于加强中央文
化企业国有资本
经营预算资金管
理工作的通知

2015年6月份社
会消费品零售总
额增长10.6%



中商产业研究院出版



全国免费热线:

400-666-1917

国际化专业调研机构， 涉外调查许可资格

丰富的成功案例，更贴近市场适用

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

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



中商产业研究院行业研究报告

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

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

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

为什么选择我们？

让您买得放心 中商产业研究院从业多年，信誉良好，服务品质有保证；

售前售后服务 通过我们良好的资源，为客户提供最完善的售前售后服务；

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

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

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



研究报告对企业的价值是什么？

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

公司资质 Qualification



版权声明

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

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

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

中国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、央行等十部门发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》.....10

2、国务院：部署促进进出口稳定增长政策措施.....15

3、关于完善国家助学贷款政策的若干意见.....16

4、国务院常务会议决定再取消一批职业资格许可和认定事项等.....18

5、关于加强中央文化企业国有资本经营预算资金管理工作的通知.....19

6、国务院印发《中国科协所属学会有序承接政府转移职能扩大试点工作实施方案》.....21

7、保监会：启动险企偿付能力风险管理能力试评估.....26

二、经济观察.....27

“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6月份社会消费品零售总额增长10.6%.....	27
2、2015年6月份规模以上工业增加值增长6.8%.....	30
3、2015年1-6月份全国固定资产投资(不含农户)增长11.4%.....	37
4、2015年1-6月份民间固定资产投资增长11.4%.....	41
5、央行发布2015年上半年社会融资规模增量统计数据报告.....	43
6、央行发布2015年上半年金融统计数据报告.....	43
7、2015年1-6月份全国房地产开发和销售情况.....	45
8、50个城市主要食品平均价格变动情况(2015年7月1-10日).....	50
9、流通领域重要生产资料市场价格变动情况(2015年7月1-10日).....	51

◇ 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



- 三、投资市场.....53
 - 1、新三板挂牌企业的四大融资渠道：中小企业私募债等.....53
 - 2、大跌后中概股再现私有化：跌后估值比海外高 稳赚不赔.....55
 - 3、新三板挂牌流程简化版：五步走 费用没有确定数额.....58
 - 4、新三板难题：谁都想赚了就跑 韭菜没得割游戏还怎么玩.....60
 - 5、P2P 配资平台生存现状：股市动荡 配资余额下降.....64
 - 6、资本血战外卖 O2O：未来或达万亿规模 开启新格局.....66
 - 7、互联网金融 2.0 时代：没移动端入口必死 IDG 不投学生分期.....68
 - 8、中国互联网企业百强名单公布：阿里依旧霸居榜首.....72

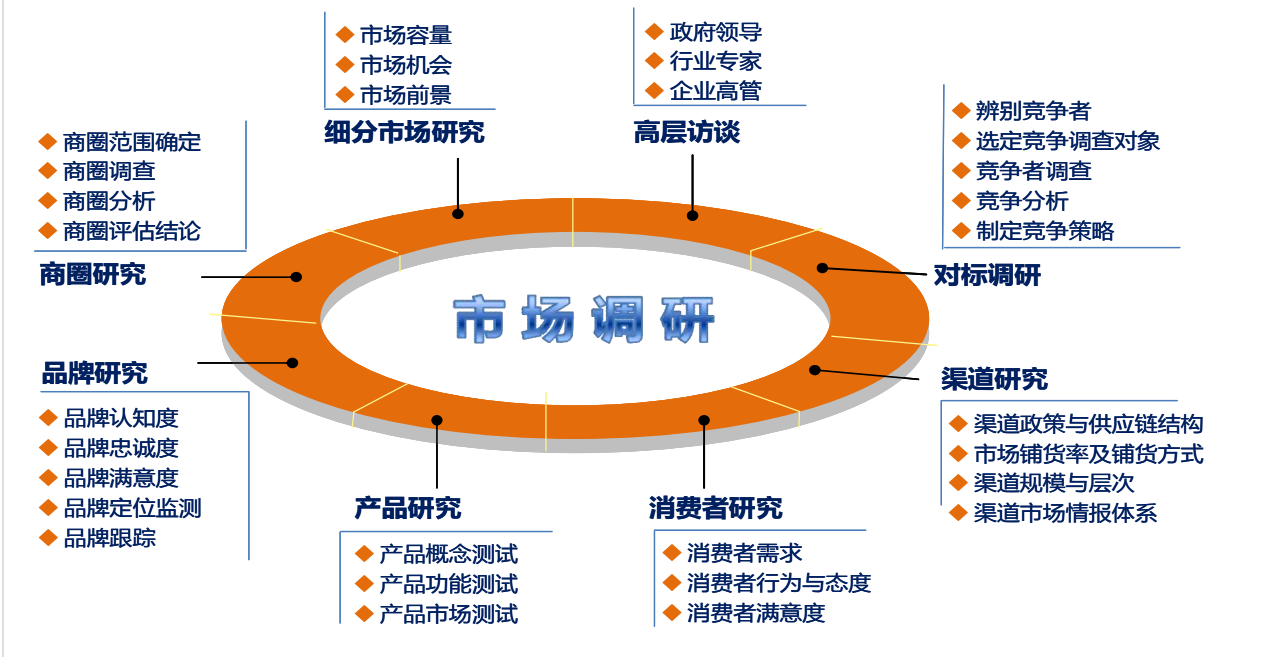
行业市场调研

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）



9、基因检测 VC 三大挑战：商业逐利 会被认为资本掮客.....72

10、小论众筹：奖励式众筹喜与忧 期权式能成替代品.....74

11、股市暴跌 VC 和 PE 笑了：IPO 暂停 部分企业亟需现金.....77

12、7.13 -7.19 一周并购事件.....77

13、国内一周风投事件统计.....78

14、证券市场一周回顾.....83

四、产业市场.....87

1、O2O 行业隐现人才泡沫：美甲师月薪超 7 万元.....87

2、2014 年我国人像行业年产值超 2000 亿.....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)

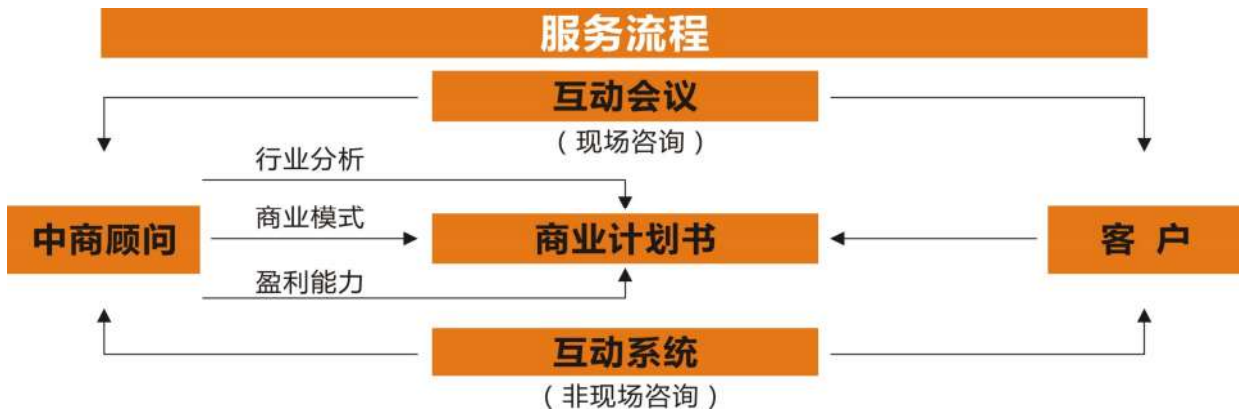
3、传统商业借 O2O 转型 用新型营销方式打开新市场·····	89
4、钢铁业重压之下分化明显：部分企业面临出局·····	90
5、中国线缆企业赢得澳大利亚反倾销调查成功维权·····	91
6、22 家煤企上半年业绩或降 50% 神华挺价失败·····	92
7、汽车销量年内首次现负增长 股市大跌车主交定金后变卦·····	94
五、环球市场·····	96
1、希腊债务危机刺激刷卡消费 民众买名表金饰保值·····	96
2、2015 年欧亚经济联盟各成员国整体经济预计下降 2.4%·····	97
3、美国银行二季度净利润同比翻番·····	97

投资咨询

可行性研究报告



商业计划书



- 4、泰国酒店被中国游客大砍价 下调房价 30%至 40%.....98
- 5、欧洲央行：欧洲银行业正逐渐复苏.....98
- 6、韩国计划把釜山港建设成全球第二大转运港.....98
- 7、新加坡经济第二季度同比增速放缓.....99
- 8、巴西 2015 年粮食总产量将逾 2 亿吨 同比增长 6.7%.....99
- 六、热点解读.....100
- 1、人民银行就促进互联网金融健康发展指导意见答问.....100
- 2、上半年国民经济运行缓中趋稳.....103

一、政策法规

1、央行等十部门发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》

为鼓励金融创新，促进互联网金融健康发展，明确监管责任，规范市场秩序，经党中央、国务院同意，中国人民银行、工业和信息化部、公安部、财政部、国家工商总局、国务院法制办、中国银行业监督管理委员会、中国证券监督管理委员会、中国保险监督管理委员会、国家互联网信息办公室日前联合印发了《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》（银发〔2015〕221号，以下简称《指导意见》）。

《指导意见》按照“鼓励创新、防范风险、趋利避害、健康发展”的总体要求，提出了一系列鼓励创新、支持互联网金融稳步发展的政策措施，积极鼓励互联网金融平台、产品和服务创新，鼓励从业机构相互合作，拓宽从业机构融资渠道，坚持简政放权和落实、完善财税政策，推动信用基础设施建设和配套服务体系建设。

《指导意见》按照“依法监管、适度监管、分类监管、协同监管、创新监管”的原则，确立了互联网支付、网络借贷、股权众筹融资、互联网基金销售、互联网保险、互联网信托和互联网消费金融等互联网金融主要业态的监管职责分工，落实了监管责任，明确了业务边界。

《指导意见》坚持以市场为导向发展互联网金融，遵循服务好实体经济、服从宏观调控和维护金融稳定的总体目标，切实保障消费者合法权益，维护公平竞争的市场秩序，在互联网行业管理，客户资金第三方存管制度，信息披露、风险提示和合格投资者制度，消费者权益保护，网络与信息安全，反洗钱和防范金融犯罪，加强互联网金融行业自律以及监管协调与数据统计监测等方面提出了具体要求。

下一步，各相关部门将按照《指导意见》的职责分工，认真贯彻落实《指导意见》的各项要求；互联网金融行业从业机构应按照《指导意见》的相关规定，依法合规开展各项经营活动。

中国人民银行 工业和信息化部 公安部 财政部 工商总局 法制办 银监会 证监会 保监会 国家互联网信息办公室关于促进互联网金融健康发展的指导意见

近年来，互联网技术、信息通信技术不断取得突破，推动互联网与金融快速融合，促进了金融创新，提高了金融资源配置效率，但也存在一些问题和风险隐患。为全面贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，遵循“鼓励创新、防范风险、趋利避害、健康发展”的总体要求，从金融业健康发展全局出发，进一步推进金融改革创新和对外开放，促进互联网金融健康发展，经党中央、国务院同意，现提出以下意见。

一、鼓励创新，支持互联网金融稳步发展

互联网金融是传统金融机构与互联网企业（以下统称从业机构）利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。互联网与金融深度融合是大势所趋，将对金融产品、业务、组织和服务等方面产生更加深刻的影响。互联网金融对促进小微企业发展和扩大就业发挥了现有金融机构难以替代的积极作用，为大众创业、万众创新打开了大门。促进互联网金融健康发展，有利于提升金融服务质量和效率，深化金融改革，促进金融创新发展，扩大金融业对内对外开放，构建多层次金融体系。作为新生事物，互联网金融既需要市场驱动，鼓励创新，也需要政策助力，促进发展。

（一）积极鼓励互联网金融平台、产品和服务创新，激发市场活力。鼓励银行、证券、保险、基金、信托和消费金融等金融机构依托互联网技术，实现传统金融业务与服务转型升级，积极开发基于互联网技术的新产品和新服务。支持有条件的金融机构建设创新型互联网平台开展网络银行、网络证券、网络保险、网络基金销售和网络消费金融等业务。支持互联网企业依法合规设立互联网支付机构、网络借贷平台、股权众筹融资平台、网络金融产品销售平台，建立服务实体经济的多层次金融服务体系，更好地满足中小微企业和个人投融资需求，进一步拓展普惠金融的广度和深度。鼓励电子商务企业在符合金融法律法规规定的条件下自建和完善线上金融服务体系，有效拓展电商供应链业务。鼓励从业机构积极开展产品、服务、技术和管理创新，提升从业机构核心竞争力。

（二）鼓励从业机构相互合作，实现优势互补。支持各类金融机构与互联网企业开展合作，建立良好的互联网金融生态环境和产业链。鼓励银行业金融机构开展业务创新，为第三方支付机构和网络贷款平台等提供资金存管、支付清算等配套服务。支持小微金融服务机构与互联网企业开展业务合作，实现商业模式创新。支持证券、基金、信托、消费金融、期货机构与互联网企业开展合作，拓宽金融产品销售渠道，创新财富管理模式。鼓励保险公司与互联网企业合作，提升互联网金融企业风险抵御能力。

（三）拓宽从业机构融资渠道，改善融资环境。支持社会资本发起设立互联网金融产业投资基金，推动从业机构与创业投资机构、产业投资基金深度合作。鼓励符合条件的优质从业机构在主板、创业板等境内资本市场上市融资。鼓励银行业金融机构按照支持小微企业发展的各项金融政策，对处于初创期的从业机构予以支持。针对互联网企业特点，创新金融产品和服务。

（四）坚持简政放权，提供优质服务。各金融监管部门要积极支持金融机构开展互联网金融业务。按照法律法规规定，对符合条件的互联网企业开展相关金融业务实施高效管理。工商行政管理部门要支持互联网企业依法办理工商注册登记。电信主管部门、国家互联网信息管理部门要积极支持互联网金融业务，电信主管部门对互联网金融业务涉及的电信业务进行监管，国家互联网信息管理部门负责对金融信息服务、互联网信息内容等业务进行监管。积极开展互联网金融领域立法研究，适时出台相关管理规章，营造有利于互联网金融发展的良好制度环境。加大对从业机构专利、商标等知识产权的保护力度。鼓励省级人民政府加大对互联网金融的政策支持。支持设立专业化互联网金融研究机构，鼓励建设互联网金融信息交流平台，积极开展互联网金融研究。

（五）落实和完善有关财税政策。按照税收公平原则，对于业务规模较小、处于初创期的从业机构，符合我国现行对中小企业特别是小微企业税收政策条件的，可按规定享受税收优惠政策。结合金融业营业税改征增值税改革，统筹完善互联网金融税收政策。落实从业机构新技术、新产品研发费用税前加计扣除政策。

（六）推动信用基础设施建设，培育互联网金融配套服务体系。支持大数据存储、网络与信息安全维护等技术领域基础设施建设。鼓励从业机构依法建立信用信息共享平台。推动符合条件的从业机构接入金融信用信息基础数据库。允许有条件的从业机构依法申请征信业务许可。支持具备资质的信用中介组织开展互联网企业信用评级，增强市场信息透明度。鼓励会计、审计、法律、咨询等中介服务机构为互联网企业提供相关专业服务。

二、分类指导，明确互联网金融监管责任

互联网金融本质仍属于金融，没有改变金融风险隐蔽性、传染性、广泛性和突发性的特点。加强互联网金融监管，是促进互联网金融健康发展的内在要求。同时，互联网金融是新生事物和新兴业态，要制定适度宽松的监管政策，为互联网金融创新留有余地和空间。通过鼓励创新和加强监管相互支撑，促进互联网金融健康发展，更好地服务实体经济。互联网金融监管应遵循“依法监管、适度监管、分类监管、协同监管、创新监管”的原则，科学合理界定各业态的业务边界及准入条件，落实监管责任，明确风险底线，保护合法经营，坚决打击违法和违规行为。

（七）互联网支付。互联网支付是指通过计算机、手机等设备，依托互联网发起支付指令、转移货币资金的服务。互联网支付应始终坚持服务电子商务发展和为社会提供小额、快捷、便民小微支付服务的宗旨。银行业金融机构和第三方支付机构从事互联网支付，应遵守现行法律法规和监管规定。第三方支付机构与其他机构开展合作的，应清晰界定各方的权利义务关系，建立有效的风险隔离机制和客户权益保障机制。要向客户充分披露服务信息，清晰地提示业务风险，不得夸大支付服务中介的性质和职能。互联网支付业务由人民银行负责监管。

(八) 网络借贷。网络借贷包括个体网络借贷（即 P2P 网络借贷）和网络小额贷款。个体网络借贷是指个体和个体之间通过互联网平台实现的直接借贷。在个体网络借贷平台上发生的直接借贷行为属于民间借贷范畴，受合同法、民法通则等法律法规以及最高人民法院相关司法解释规范。个体网络借贷要坚持平台功能，为投资方和融资方提供信息交互、撮合、资信评估等中介服务。个体网络借贷机构要明确信息中介性质，主要为借贷双方的直接借贷提供信息服务，不得提供增信服务，不得非法集资。网络小额贷款是指互联网企业通过其控制的小额贷款公司，利用互联网向客户提供的小额贷款。网络小额贷款应遵守现有小额贷款公司监管规定，发挥网络贷款优势，努力降低客户融资成本。网络借贷业务由银监会负责监管。

(九) 股权众筹融资。股权众筹融资主要是指通过互联网形式进行公开小额股权融资的活动。股权众筹融资必须通过股权众筹融资中介机构平台（互联网网站或其他类似的电子媒介）进行。股权众筹融资中介机构可以在符合法律法规规定前提下，对业务模式进行创新探索，发挥股权众筹融资作为多层次资本市场有机组成部分的作用，更好服务创新创业企业。股权众筹融资方应为小微企业，应通过股权众筹融资中介机构向投资人如实披露企业的商业模式、经营管理、财务、资金使用等关键信息，不得误导或欺诈投资者。投资者应当充分了解股权众筹融资活动风险，具备相应风险承受能力，进行小额投资。股权众筹融资业务由证监会负责监管。

(十) 互联网基金销售。基金销售机构与其他机构通过互联网合作销售基金等理财产品的，要切实履行风险披露义务，不得通过违规承诺收益方式吸引客户；基金管理人应当采取有效措施防范资产配置中的期限错配和流动性风险；基金销售机构及其合作机构通过其他活动为投资人提供收益的，应当对收益构成、先决条件、适用情形等进行全面、真实、准确表述和列示，不得与基金产品收益混同。第三方支付机构在开展基金互联网销售支付服务过程中，应当遵守人民银行、证监会关于客户备付金及基金销售结算资金的相关监管要求。第三方支付机构的客户备付金只能用于办理客户委托的支付业务，不得用于垫付基金和其他理财产品的资金赎回。互联网基金销售业务由证监会负责监管。

(十一) 互联网保险。保险公司开展互联网保险业务，应遵循安全性、保密性和稳定性原则，加强风险管理，完善内控系统，确保交易安全、信息安全和资金安全。专业互联网保险公司应当坚持服务互联网经济活动的基本定位，提供有针对性的保险服务。保险公司应建立对所属电子商务公司等非保险类子公司的管理制度，建立必要的防火墙。保险公司通过互联网销售保险产品，不得进行不实陈述、片面或夸大宣传过往业绩、违规承诺收益或者承担损失等误导性描述。互联网保险业务由保监会负责监管。

(十二) 互联网信托和互联网消费金融。信托公司、消费金融公司通过互联网开展业务的，要严格遵循监管规定，加强风险管理，确保交易合法合规，并保守客户信息。信托公司通过互联网进

行产品销售及开展其他信托业务的，要遵守合格投资者等监管规定，审慎甄别客户身份和评估客户风险承受能力，不能将产品销售给与风险承受能力不相匹配的客户。信托公司与消费金融公司要制定完善产品文件签署制度，保证交易过程合法合规，安全规范。互联网信托业务、互联网消费金融业务由银监会负责监管。

三、健全制度，规范互联网金融市场秩序

发展互联网金融要以市场为导向，遵循服务实体经济、服从宏观调控和维护金融稳定的总体目标，切实保障消费者合法权益，维护公平竞争的市场秩序。要细化管理制度，为互联网金融健康发展营造良好环境。

（十三）互联网行业管理。任何组织和个人开设网站从事互联网金融业务的，除应按规定履行相关金融监管程序外，还应依法向电信主管部门履行网站备案手续，否则不得开展互联网金融业务。工业和信息化部负责对互联网金融业务涉及的电信业务进行监管，国家互联网信息办公室负责对金融信息服务、互联网信息内容等业务进行监管，两部门按职责制定相关监管细则。

（十四）客户资金第三方存管制度。除另有规定外，从业机构应当选择符合条件的银行业金融机构作为资金存管机构，对客户资金进行管理和监督，实现客户资金与从业机构自身资金分账管理。客户资金存管账户应接受独立审计并向客户公开审计结果。人民银行会同金融监管部门按照职责分工实施监管，并制定相关监管细则。

（十五）信息披露、风险提示和合格投资者制度。从业机构应当对客户进行充分的信息披露，及时向投资者公布其经营活动和财务状况的相关信息，以便投资者充分了解从业机构运作状况，促使从业机构稳健经营和控制风险。从业机构应当向各参与方详细说明交易模式、参与方的权利和义务，并进行充分的风险提示。要研究建立互联网金融的合格投资者制度，提升投资者保护水平。有关部门按照职责分工负责监管。

（十六）消费者权益保护。研究制定互联网金融消费者教育规划，及时发布维权提示。加强互联网金融产品合同内容、免责条款规定等与消费者利益相关的信息披露工作，依法监督处理经营者利用合同格式条款侵害消费者合法权益的违法、违规行为。构建在线争议解决、现场接待受理、监管部门受理投诉、第三方调解以及仲裁、诉讼等多元化纠纷解决机制。细化完善互联网金融个人信息保护的原则、标准和操作流程。严禁网络销售金融产品过程中的不实宣传、强制捆绑销售。人民银行、银监会、证监会、保监会会同有关行政执法部门，根据职责分工依法开展互联网金融领域消费者和投资者权益保护工作。

（十七）网络与信息安全。从业机构应当切实提升技术安全水平，妥善保管客户资料和交易信

息，不得非法买卖、泄露客户个人信息。人民银行、银监会、证监会、保监会、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室分别负责对相关从业机构的网络与信息安全保障进行监管，并制定相关监管细则和技术安全标准。

（十八）反洗钱和防范金融犯罪。从业机构应当采取有效措施识别客户身份，主动监测并报告可疑交易，妥善保存客户资料和交易记录。从业机构有义务按照有关规定，建立健全有关协助查询、冻结的规章制度，协助公安机关和司法机关依法、及时查询、冻结涉案财产，配合公安机关和司法机关做好取证和执行工作。坚决打击涉及非法集资等互联网金融犯罪，防范金融风险，维护金融秩序。金融机构在和互联网企业开展合作、代理时应根据有关法律和规定签订包括反洗钱和防范金融犯罪要求的合作、代理协议，并确保不因合作、代理关系而降低反洗钱和金融犯罪执行标准。人民银行牵头负责对从业机构履行反洗钱义务进行监管，并制定相关监管细则。打击互联网金融犯罪工作由公安部牵头负责。

（十九）加强互联网金融行业自律。充分发挥行业自律机制在规范从业机构市场行为和保护行业合法权益等方面的积极作用。人民银行会同有关部门，组建中国互联网金融协会。协会要按业务类型，制订经营管理规则和行业标准，推动机构之间的业务交流和信息共享。协会要明确自律惩戒机制，提高行业规则和标准的约束力。强化守法、诚信、自律意识，树立从业机构服务经济社会发展的正面形象，营造诚信规范发展的良好氛围。

（二十）监管协调与数据统计监测。各监管部门要相互协作、形成合力，充分发挥金融监管协调部际联席会议制度的作用。人民银行、银监会、证监会、保监会应当密切关注互联网金融业务发展及相关风险，对监管政策进行跟踪评估，适时提出调整建议，不断总结监管经验。财政部负责互联网金融从业机构财务监管政策。人民银行会同有关部门，负责建立和完善互联网金融数据统计监测体系，相关部门按照监管职责分工负责相关互联网金融数据统计和监测工作，并实现统计数据和信息共享。

2、国务院：部署促进进出口稳定增长政策措施

国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，决定再取消一批职业资格许可和认定事项，以改革释放创业创新活力；部署促进进出口稳定增长的政策措施，在扩大开放中增强发展动力。会议确定，一是大力提高口岸通关效率，推动全国一体化通关，加快复制推广自贸试验区的贸易便利化措施，在沿海各口岸开展国际贸易“单一窗口”试点。加快出口退税进度。二是调整《鼓励进口技术和产品目录》及进口贴息政策支持范围。三是保持人民币汇率在合理均衡水平上基本稳定，促进跨境贸易人民币结算便利化。四是鼓励金融机构开展出口退税账户托管贷款等业务。五是清理规范进出口环节收费。六是大力支持外贸新型商业模式发展。

3、关于完善国家助学贷款政策的若干意见

目前，我国普通高等学校家庭经济困难学生资助政策体系已基本建立。作为高校学生资助体系的重要组成部分，国家助学贷款经过多年探索和完善，逐步形成了符合中国国情和高校特点的发展模式，取得了显著成效，对确保高校家庭经济困难学生顺利完成学业发挥了重要作用。为进一步提升国家助学贷款政策实施效果，经国务院同意，现就完善国家助学贷款政策提出如下意见：

一、完善贷款政策，切实减轻借款学生经济负担

（一）学生在校期间利息全部由财政补贴。国家助学贷款利率执行中国人民银行同期公布的同档次基准利率，不上浮。借款学生在校期间的贷款利息由财政全额补贴。借款学生毕业后，在还款期内继续攻读学位的，可申请继续贴息，应及时向经办机构（组织办理校园地国家助学贷款的高校或组织办理生源地信用助学贷款的县级教育部门，以下简称经办机构）提供书面证明，经办机构审核后，报经办银行确认，继续攻读学位期间发生的贷款利息，由原贴息财政部门继续全额贴息。借款学生在校期间因患病等原因休学的，应向经办机构提供书面证明，由经办机构向经办银行提出申请，休学期间的贷款利息由财政全额贴息。

（二）贷款最长期限从 14 年延长至 20 年。原校园地国家助学贷款期限为学制加 6 年、最长不超过 10 年，生源地信用助学贷款期限为学制加 10 年、最长不超过 14 年，现统一调整为学制加 13 年、最长不超过 20 年。借款学生毕业或终止学业时，应与经办银行和经办机构确认还款计划，还款期限按双方签署的合同执行。

（三）还本宽限期从 2 年延长至 3 年整。借款学生毕业当年不再继续攻读学位的，与经办机构和经办银行确认还款计划时，可选择使用还本宽限期。还本宽限期内借款学生只需偿还利息，无需偿还贷款本金。还本宽限期由原来的 2 年延长至 3 年整。还本宽限期从还款计划确认开始，计算至借款学生毕业后第 36 个月月底。在还款期内继续攻读学位的借款学生再读学位毕业后，仍可享受 36 个月的还本宽限期。

（四）建立国家助学贷款还款救助机制。各省级学生资助管理部门、各高校要合理利用国家助学贷款风险补偿金结余奖励资金、社会捐资助学资金或学生奖助基金，建立国家助学贷款还款救助机制，用于救助特别困难的毕业借款学生。对于因病丧失劳动能力、家庭遭遇重大自然灾害、家庭成员患有重大疾病以及经济收入特别低的毕业借款学生，如确实无法按期偿还贷款，可向经办机构提出救助申请并提供相关书面证明，经办机构核实后，可启动救助机制为其代偿应还本息。

（五）简化学生贷款手续。各经办机构和经办银行要简化贷款手续，不得要求学生提供与贷款申请无关的材料。学生开具家庭经济困难学生认定证明时，严禁收取任何费用。各经办机构和经办

银行应改进服务，简化流程，借款学生继续攻读学位的，只需完成申请继续贴息的相关手续，可不再签署贷款展期协议。借款学生根据借款合同提前还款的，经办银行按贷款实际期限计算利息，不得加收任何费用。

二、健全运行机制，促进国家助学贷款持续健康发展

（一）及时足额安排贴息及风险补偿金。各级财政部门 and 高校要在年度预算中足额安排应承担的国家助学贷款贴息和风险补偿金。省级财政部门负责统筹归集全省各级财政和地方高校应承担的贴息和风险补偿金，确保资金按时足额到位。

（二）完善国家助学贷款考核制度。各级金融监管部门对国家助学贷款业务监管时，综合考虑风险补偿金的缓释作用，对符合相关政策要求的风险补偿金覆盖部分适用零风险权重，未覆盖部分采用 75% 的风险权重。各金融机构在对国家助学贷款业务进行内部监管时，应在满足监管要求的同时，充分考虑国家助学贷款业务和风险特征，准确计量资本和拨备要求。各经办银行对国家助学贷款业务要单立台账、单设科目、单独统计和考核。

（三）积极开展诚信教育活动和征信宣传。各高校应加强学生信用意识和诚信观念教育。各级教育行政部门应加强学校诚信教育工作的定期考核和业务指导。各经办银行应按照《征信管理条例》，严格履行信息采集和上报责任。经办银行经借款学生书面授权使用借款学生的个人征信信息，无需再次告知借款学生；对没有按合同约定归还贷款的学生，经办银行应依法向个人征信系统报送借款学生的不良信息。

三、加强组织领导，不断提升国家助学贷款管理水平

（一）进一步落实学费和贷款代偿政策。根据《财政部 教育部关于印发〈高等学校毕业生学费和国家助学贷款代偿暂行办法〉的通知》（财教〔2009〕15号）规定，尚未出台政策的省份应尽快出台学费和助学贷款代偿办法，鼓励地方高校毕业生到本行政区域艰苦边远地区基层单位就业。地方高校毕业生代偿资金原则上由省级财政承担，中央财政根据西部各省份财力状况、学费和国家助学贷款代偿规模以及高校家庭经济困难学生资助政策落实情况等因素，对西部省份予以奖补。

（二）加强经办机构和人员队伍建设。各县级政府要尽快成立专门的县级学生资助管理中心并确保正常运转，加强人员队伍建设并保障工资福利、职称评聘等方面待遇。地方各级教育行政部门要推动经办机构之间的联动机制，建立资助中心、高校和金融机构之间的合作平台，实现信息共享，促进协同配合，切实加强贷款管理工作。

（三）加大国家资助政策宣传力度。地方各级教育行政部门应在《普通高等学校招生专业目录》

中全面、完整介绍高校学生资助政策，方便学生知晓国家资助政策，合理选择学校和专业。普通高中要大力开展高校资助政策宣传工作，介绍国家助学贷款、奖助学金等资助政策，免除家庭经济困难学生的后顾之忧。在发挥传统媒体作用的同时，充分运用网络时代新媒体传播渠道，创新宣传方式，增强宣传效果。对于艰苦边远山区和农村家庭经济困难学生集中的区域，有关地区教育行政部门应组织专门人员，深入基层和农村经济困难家庭宣讲资助政策。

四、其他事项

(一) 本意见自发布之日起实施。各省、自治区、直辖市人民政府可结合本地实际情况，制订具体实施细则。

(二) 本意见所指的借款学生是指全日制普通高等学校中家庭经济困难且已获得国家助学贷款资助的本专科学生（含高职学生）、研究生、第二学士学位学生。

(三) 此前下发的国家助学贷款的有关政策和规定继续执行。凡与本意见不一致的，以本意见为准。

4、国务院常务会议决定再取消一批职业资格许可和认定事项等

国务院总理李克强7月15日主持召开国务院常务会议，决定再取消一批职业资格许可和认定事项，以改革释放创新创业活力；部署促进进出口稳定增长的政策措施，在扩大开放中增强发展动力。

会议指出，今年以来，通过加大定向调控等措施，我国经济运行缓中趋稳、稳中向好，结构调整积极推进，活力动力继续增强，在深化各领域改革、促进产业升级、保障和改善民生、保持各类市场稳定等方面都取得积极成效，为完成全年经济社会发展主要目标任务创造了条件。下一步巩固稳中向好基础，继续顶住下行压力，保持经济运行在合理区间，必须坚定不移推进改革，继续加大简政放权、放管结合、优化服务等改革力度，清除对市场主体的不合理束缚和羁绊，有效发挥市场配置资源的决定性作用和更好发挥政府作用，推动形成大众创业、万众创新的蓬勃局面。会议决定，在去年以来已取消149项职业资格的基础上，再取消网络广告经纪人、注册电子贸易师、全国外贸业务员、港口装卸工等62项职业资格。会议要求，要进一步加大工作力度，继续集中取消职业资格许可和认定事项。对国务院部门设置实施的没有法律法规依据的准入类职业资格，以及国务院行业部门和全国性行业协会、学会自行设置的水平评价类职业资格一律取消；有法律法规依据，但与国家安全、公共安全、公民人身财产安全关系不密切或不宜采取职业资格方式管理的，按程序提请修订法律法规后予以取消。要抓紧建立国家职业资格管理长效机制，向社会公布国家职业资格目录清单。一方面，在目录之外不得开展职业资格许可和认定工作；另一方面，通过建立科学的国家职业

资格体系，促进各类人才脱颖而出，提升更多产业、岗位的劳动和工作品质，推动大众创业、万众创新，让广大劳动者更好施展创业创新才能。

会议指出，推进新一轮更高水平对外开放，是经济提质增效升级的重要支撑。要进一步推动对外贸易便利化，改善营商环境，为外贸企业减负助力，促进进出口稳定增长，培育国际竞争新优势。会议确定，一是大力提高口岸通关效率，推动全国一体化通关，加快复制推广自贸试验区的贸易便利化措施，在沿海各口岸开展国际贸易“单一窗口”试点。加快出口退税进度。二是调整《鼓励进口技术和产品目录》及进口贴息政策支持范围，扩大优惠利率进口信贷覆盖面，加大先进技术、设备和关键零部件及国内需求较大的部分消费品等进口，促进国内产业升级。三是保持人民币汇率在合理均衡水平上基本稳定，促进跨境贸易人民币结算便利化，帮助企业规避汇率风险。扩大短期出口信用保险规模，加大对中小微企业和新兴市场开拓的支持。四是鼓励金融机构开展出口退税账户托管贷款等业务，扩大外汇储备委托贷款规模和覆盖范围，稳步放宽境内企业人民币境外债务融资。五是清理规范进出口环节收费，对进出口环节行政事业性收费、政府性基金以及实施政府定价或指导价的经营服务性收费实行目录清单管理，未列入清单的一律按乱收费查处。对口岸查验没有问题的企业免除吊装、移位、仓储等费用。六是大力支持外贸新型商业模式发展，扩大市场采购贸易方式试点，积极推进跨境电子商务和外贸综合服务企业发展。用便利和稳定增长的进出口助力经济发展。

5、关于加强中央文化企业国有资本经营预算资金管理工作的通知

为进一步加强财政部代表国务院履行出资人职责的中央文化企业（以下简称中央文化企业）国有资本经营预算（以下简称资本预算）资金管理，根据《国务院关于试行国有资本经营预算的意见》（国发〔2007〕26号），在《关于做好中央文化企业国有资本经营预算支出管理工作的通知》（财文资〔2012〕9号）基础上，结合中央文化企业资本预算管理工作实际，制定本通知。

一、中央文化企业中国有控股、参股公司申请资本预算，应按《中华人民共和国公司法》和本公司《章程》有关规定，提供股东（大）会同意注（增）资的决议。

二、新组建成立的中央文化企业集团，应加快内部资产、财务整合，以集团名义根据有关规定申报资本预算，预算资金下达到集团账户。

三、中央文化企业应科学、合理编制资本预算，明确预算支出明细、支出测算依据以及标准，对于跨年度项目还应明确项目总投资、分年投资，申请总预算、分年预算。资本预算申请资金不得用于办公用房建设以及本企业职工薪酬、福利支出。

四、中央文化企业应按相关规定编制资本预算项目文本，对数据的真实性、完整性和可靠性负责。企业应认真落实项目文本，实现项目主要任务目标，不得随意更改项目实施内容。

五、资产和财务在财政部单列的中央文化企业，资本预算下达到企业本级。其他中央文化企业经企业主管部门向企业下达资本预算，主管部门应及时采取财政直接支付方式将资本预算资金拨付中央文化企业。

六、中央文化企业应选择实施成熟度高的资本预算项目进行申报，项目预算执行进度将作为下一年财政部资本预算安排的重要参考。对于连续 2 年未使用或连续 3 年未执行完成的资本预算项目资金，财政部（文资办）将考虑进行资金调整或收回。

七、财政部（文资办）组织专家对企业申报的资本预算项目进行评审，文化相关领域专家审核项目立项，财务专家审核项目预算。资本预算项目不得与申报文化产业发展专项资金等其他财政资金的项目重复。

八、中央文化企业申报境外投资资本预算项目，应严格按照《境外投资项目核准和备案管理办法》（发改委 2014 年第 9 号令）以及《境外投资管理办法》（商务部令 2014 年第 3 号）相关规定进行备案或者核准，并提供备案或者核准通过后的材料。

九、中央文化企业收到资本预算时，列作国有实收资本或股本。企业一个会计年度内多次收到资本预算的，可暂作资本公积，但应在次年履行相关程序转增国有实收资本或股本；发生增资扩股、改制上市等事项，应当及时转增；并在企业财务决算和会计师事务所审计报告报表附注中披露相关事项。企业在增加国有实收资本或股本后，应按照《中央文化企业国有资产产权登记管理暂行办法》（财文资〔2012〕16 号）规定及时办理国有资产产权登记。

十、中央文化企业集团母公司将资本预算资金拨付所属全资或控股法人企业使用的，应当作为股权投资。母公司所属控股法人企业暂无增资扩股计划的，列作委托贷款，与母公司签订协议，约定在发生增资扩股、改制上市等事项时，依法将委托贷款转为母公司的股权投资。中央文化企业应加强对所属各级子企业资本预算资金管理。

十一、中央文化企业应建立健全资本预算内部控制制度，企业负责人对资本预算项目实施及资金使用负总责。实行资本预算项目负责制，明确项目实施和监管责任主体。实行资本预算资金分账或分项目核算，严格审核资金支出事项，确保专款专用以及自有资金及时、足额到位，规范资金使用程序，做好资金支出相关合同、结算单据、支付凭证等项目申报和预算执行的财务档案管理工作。

十二、中央文化企业应及时、足额上缴国有资本收益。国有控股、参股企业应及时召开股东大

会对国有资本收益上缴事项形成决议。

十三、中央文化企业应加强资本预算执行管理，积极采取措施，提高预算执行工作水平，确保预算支出进度，充分发挥财政资金使用效益。

十四、中央文化企业应认真组织实施资本预算支出绩效评价工作，确保评价依据充分、数据准确可靠、结果客观公正。财政部（文资办）将对中央文化企业自评情况进行抽查。

十五、中央文化企业以及相关资本预算项目承担单位应依法合规使用资本预算资金，不得截留、滞留、挤占、挪用，严禁购买理财产品。对违规使用资本预算资金的，按照《财政违法行为处罚处分条例》（国务院令 第 427 号）等相关规定处理。

6、国务院印发《中国科协所属学会有序承接政府转移职能扩大试点工作实施方案》

开展中国科协所属学会有序承接政府转移职能试点工作，是贯彻落实中央关于深化行政审批制度改革、正确处理政府与社会关系的重要举措。在首批试点基础上，为进一步创新工作方法，深化拓展工作领域，加强制度建设，现就积极稳妥推进学会有序承接政府转移职能扩大试点工作提出如下实施方案。

一、总体要求

围绕全面深化改革的总体部署，充分发挥科技社团独特优势，有序承接政府转移职能，对深化行政体制和科技体制改革、加强和改进群团工作具有重要意义。按照深化改革的有关政策规定，科技评估、工程技术领域职业资格认定、技术标准研制、国家科技奖励推荐等工作，适合由学会承担的，可整体或部分交由学会承担。政府部门取消部分职能后，积极引导有关学会采取有别于政府部门审批的方式，加强对服务行为的规范，发挥自律作用；政府部门有关职能中涉及专业性、技术性、社会化的部分公共服务事项，适合由社会力量承担的，可通过政府购买服务等形式委托学会承担。

在扩大试点阶段，围绕简政放权和放管结合、科技创新等中心工作，以科技评估、工程技术领域职业资格认定、技术标准研制、国家科技奖励推荐等适宜学会承接的科技类社会化公共服务职能的整体或部分转接为重点，创新工作方法，加强制度建设和机制建设，突出学会特点，强化效果监督和评估，形成可复制可推广的经验和模式，建立完善可负责、可问责的职能转接机制，为全面深化改革、推进国家治理体系和治理能力现代化提供示范案例。推动学会有序承接政府转移职能工作的常态化、规范化和制度化，进一步激活学会活力，逐步形成好学会增多、强学会更强的整体格局，建设一流现代科技社团。

二、工作原则

(一)服务大局，稳妥有序。扩大试点工作要着眼简政放权中心需求，发挥党领导下的群团组织重要作用，坚持学会承接政府转移职能与体制机制改革创新相结合，发挥学会独特优势与扩大试点项目相促进，整体部署，有序推进，做到让政府放心，让行业和社会认可，让科技工作者满意。重要环节要严格履行报批程序。

(二)创新方式，破解难题。立足学会适宜承接的科技类社会化公共服务职能，进一步聚焦试点目标，提升试点探索的系统性。围绕创新体制机制、探索改革路径、积累改革经验，坚持社会化公共服务定位和去行政化思路，不断完善符合学会特点的工作方式，切实提升服务意识和质量，坚决避免“红顶中介”、“二政府”现象。

(三)强化监管，规范运行。防止简政放权“自由落体”，确保职能转接后社会服务不放空、持续监管不放松。加强对学会的指导、监督与评估，制定学会承接政府转移职能工作的相关规范。完善扩大试点学会工作机制，健全学会的运行机制、约束机制、公开制度和服务机制，加强科研诚信和道德学风建设。

(四)转变观念，提升能力。加快学会社会化、专业化改革进程，以学术导向和服务导向为重点，树立社会化公共服务理念，加快学会治理机制改革，拓展学会社会化公共服务职能，引导学会依法依规开展工作，加强学会创新和服务能力提升，推动学会在竞争中成为政府转移职能信赖的选择对象。

三、主要内容

以首批试点工作成果为基础，围绕相关科技评估、工程技术领域职业资格认定、技术标准研制、国家科技奖励推荐等开展扩大试点工作，进一步探索深层次问题，形成制度机制成果，积累改革经验。

(一)相关科技评估

根据《中共中央、国务院关于深化科技体制改革加快国家创新体系建设的意见》有关要求，以服务科技发展、科学决策为目标，以客观中立、开放实用为导向，充分发挥科技社团在科技评价中独立第三方作用，推动建立健全科技评估制度，提供宏观层面的战略评估，促进科技评价的公平、公开和公正，形成决策、执行、评价相对分开的运行机制。按照有关规定，接受科技部等部门委托，以后评估为重点，开展以下三个方面的试点探索。

1. 国家科研和创新基地评估。围绕科技部管理的国家实验室、国家重点实验室、国家工程技术研究中心和国家发展改革委管理的国家工程研究中心等的运行情况和能力建设，由政府部门按照中央科技计划管理改革要求择优委托具备条件的学会、专业机构等作为第三方，按照要求开展相关评估工作。

2. 科技计划实施情况的整体评估。围绕国家科技重大专项、国家重点研发计划等科技计划，根据国家科技计划监督评估通则和标准规范，按照中央科技计划管理改革要求和工作实际需要，配合开展科技计划的实施情况、绩效、成果等整体评估，从反馈角度对相关机构组织实施计划任务情况提出评估咨询意见。

3. 科研项目完成情况评估。按照相关管理规定和工作实际需要，在科研项目完成后的一段时间内，围绕科研项目产生的效益、作用和影响等，依据科研项目的实际数据和必要的预测数据，开展系统、客观、专业化的后评估，从反馈的角度为政府部门、行业社会、科研主体等提供具有专业权威性和公信力的评估意见，为科技管理部门决策提供参考。

(二) 工程技术领域职业资格认定

围绕推进科技人才评价专业化、社会化的总体要求，突出学会专业属性和技术优势，重点开展专业技术人员专业水平评价类而非行业准入类职业资格认定，以区分学会和行业协会的差异与合理分工。选择信息工程、软件开发等专业性、技术性较强的领域，遴选具备能力要求的学会，经有关政府部门审核确认，参与或承担水平评价类职业资格认定工作。在有关政府部门的指导下，试点探索开展非公有制经济组织的专业技术人员职称评定工作。

(三) 技术标准研制

选择 3D 打印、物联网、工业机器人、新能源汽车、中医药等专业领域，鼓励学会面向新兴交叉学科和市场需求空白，协调相关市场主体共同制定满足市场和创新需要的团体标准，促进形成产学研相结合的团体标准研制模式，增加标准的有效供给，发挥团体标准作为市场自主制定标准的优势，逐步形成政府主导制定标准与市场自主制定标准协同发展、协调配套的新型标准体系。及时总结试点经验，为完善国家标准化工作的相关政策法规提供支撑。

(四) 国家科技奖励推荐

按照有关规定，完善国家科技奖励推荐提名制度，在确保质量的前提下，扩大专业学会推荐范围。进一步完善学会推荐的遴选和动态调整机制，引导学会强化自身管理，严格工作规范和程序，

稳步提升知名度和影响力。

四、组织实施

(一)完善协同推进机制。扩大试点工作总体协调组织由中国科协牵头，有关扩大试点项目对应的政府部门，中央编办、国家发展改革委、民政部、财政部等4个政策扶持部门，以及扩大试点项目承担学会参与，建立定期协商制度，统一部署，联合会商，分工合作，各负其责，协同推进。政府部门要明确分管司局，加强协调对接。按照财政供养人员只减不增和“人随事走”要求，统筹研究相关机构编制调整方案。

(二)建立项目实施团队。每个扩大试点项目由承担学会与对应政府部门组成项目实施团队，承担项目具体实施工作。中国科协可派人加入团队。扩大试点学会要明确负责人，成立专门机构。

(三)明确综合协调部门。中国科协推进学会有序承接政府转移职能领导小组办公室负责扩大试点工作的统筹协调和监督指导职能，向中央报告工作进展情况，承担跟踪服务、考核评价、研究论证、会议组织、材料准备、协调保障等工作。围绕扩大试点工作的阶段性任务，调整组织架构、充实工作人员，可从扩大试点项目所对应的学会抽调工作人员作为联络员。

五、有关工作制度

(一)分工责任制度。扩大试点项目对应政府部门、承担学会与中国科协签署《中国科协所属学会有序承接政府转移职能扩大试点项目任务书》，明确各方的权利义务、合作方式等，确定项目目标、重点任务、时间进度、质量要求、量化考核指标和资金来源等。

(二)项目负责人制度。项目实施团队负责人原则上由学会秘书长以上级别的学会负责同志担任，项目负责人应经学会理事会或常务理事会同意。项目执行过程中重大事项应按照民主决策的程序，由学会理事会、常务理事会讨论决定。

(三)例会督导制度。定期召开学会有序承接政府转移职能扩大试点工作例会，交流项目进展情况，研究制定阶段目标和推进重点，统筹推进项目进程，协调解决问题。

(四)信息交流制度。建立扩大试点工作信息公开制度，在中国科协网站、扩大试点学会网站或社交媒体上公开发布工作进展信息，接受社会监督。及时编发工作简报。建立网络信息交流平台。

六、工作流程

扩大试点工作分为四个阶段。各阶段工作严格遵循工作流程，统筹规划，合理安排，保质完成。

(一)筹备协调阶段

1. 向中央报送扩大试点工作方案；
2. 按照中央审批的工作方案，与扩大试点项目的业务主管部门和具体项目对应的政府部门协商沟通，明确扩大试点范围，遴选试点参与学会；
3. 指导各参与学会分别编制扩大试点项目实施方案，并报送对应政府部门审查；
4. 启动学会有序承接政府转移职能工作相关规范的研究。

(二)部署动员阶段

1. 召开学会有序承接政府转移职能扩大试点工作座谈会，对扩大试点工作进行部署动员；
2. 扩大试点项目承担学会与对应政府部门协调沟通，明确项目工作目标、组织机构及分工职责、工作模式、工作机制、保障措施等，进一步完善扩大试点项目实施方案，经中国科协汇总后，报中央审批；
3. 中国科协、扩大试点项目承担学会与对应政府部门签署项目任务书。

(三)实施阶段

1. 指导督促各相关学会，按照项目实施方案全力推进扩大试点工作；
2. 健全扩大试点工作协调管理机制、监督机制、约束机制和评估机制；
3. 及时了解有关政府部门对扩大试点项目的意见建议，联合相关政府部门对扩大试点情况进行跟踪督导；
4. 委托第三方评估机构，适时对扩大试点项目运行情况开展评估，形成扩大试点工作绩效报告；
5. 初步形成学会有序承接政府转移职能工作相关规范，并征求有关政府部门和学会意见。

(四) 系统总结阶段

1. 指导学会开展扩大试点项目总结，撰写项目总结报告；
2. 全面总结学会承接政府转移职能扩大试点项目情况，形成工作报告；
3. 梳理形成学会有序承接政府转移职能扩大试点工作的分类承接模式、工作规范、工作机制等制度机制成果，形成一批可复制可推广的经验模式，编印学会有序承接政府转移职能工作典型案例。

七、保障措施

(一) 加强统筹协调。中央各有关部门要高度重视，积极履行职责，形成工作合力。中国科协牵头，会同有关部门，做好统筹、协调和沟通工作，改进和完善对学会培育、扶持的政策法规环境，形成稳定、有效的学会监管和业务指导体系。

(二) 形成工作规范。中国科协要会同中央编办、科技部、民政部等部门，制定推进中国科协所属学会有序承接政府转移职能相关规范，把试点经验凝炼上升为规范性文件。重点建立完善适度竞争的学会择优遴选机制，以综合实力、管理质量、服务水平为核心的承接资格条件和履职能力标准，引导激励学会建立社会化公共服务的绩效评价机制。

(三) 提供经费和政策扶持。完善相关的社团管理、财务管理、收费等政策。建立健全多元化的资金投入机制。中央财政继续支持学会能力提升专项，通过以奖代补支持学会提高承接能力。加强学会承接政府转移职能与政府购买服务改革、事业单位改革、行业协会商会脱钩改革等的协同性。按照相关改革要求及政府购买服务有关规定，研究明确适合向学会购买的服务事项，纳入政府购买服务范围，对扩大试点学会给予扶持。有效利用学会工作成果。

(四) 提升学会能力。按照建立政社分开、权责明确、依法自主的现代社会组织体制的要求，实施学会创新和服务能力提升工程，持续提升学会服务创新、服务社会和政府、服务科技工作者、服务自我发展的能力，充分发挥一流学会集群的“火车头”作用，完善学会内部治理机构，培养专门队伍，加强学会自主、自治、自律能力，形成成熟的现代科技团体组织体制、运行机制和活动方式，扩大社会影响力和公信力，切实把学会建成可负责、可问责的现代科技团体。

7、保监会：启动险企偿付能力风险管理能力试评估

7月17日，保监会网站公布消息称，近日，保监会印发《关于在偿二代过渡期内开展保险公司

偿付能力风险管理能力试评估有关事项的通知》，启动了保险公司偿付能力风险管理能力的试评估工作。据介绍，此次试评估有三个特点：一是在评估方式上，采用“保险公司自评估”和“监管机构抽样评估”相结合的方式，即各公司对偿付能力风险管理进行全面自评估，在此基础上，保监会选取部分公司进行复核评估。二是此次试评估的结果不作为保险公司未来计算控制风险最低资本的依据，目的在于对行业风险管理摸清底数、对管理制度查遗补漏和对监管评估积累经验。三是保监局负责实施复核评估。在“偿二代”实现全面切换后，偿付能力风险管理评估工作将成为保监局的一项例行性工作。

偿付能力风险管理是保险公司的“免疫系统”和“反应系统”，是偿付能力监管的基础，也是偿二代第二支柱定性监管要求的重要内容。在对保险公司偿付能力风险管理提出监管要求的基础上，偿二代建立了偿付能力风险管理评估机制，由监管机构每年对保险公司偿付能力风险管理能力进行一次全面评价，识别公司的控制风险，并建立了保险公司风险管理能力与资本要求相挂钩的激励和惩戒机制。

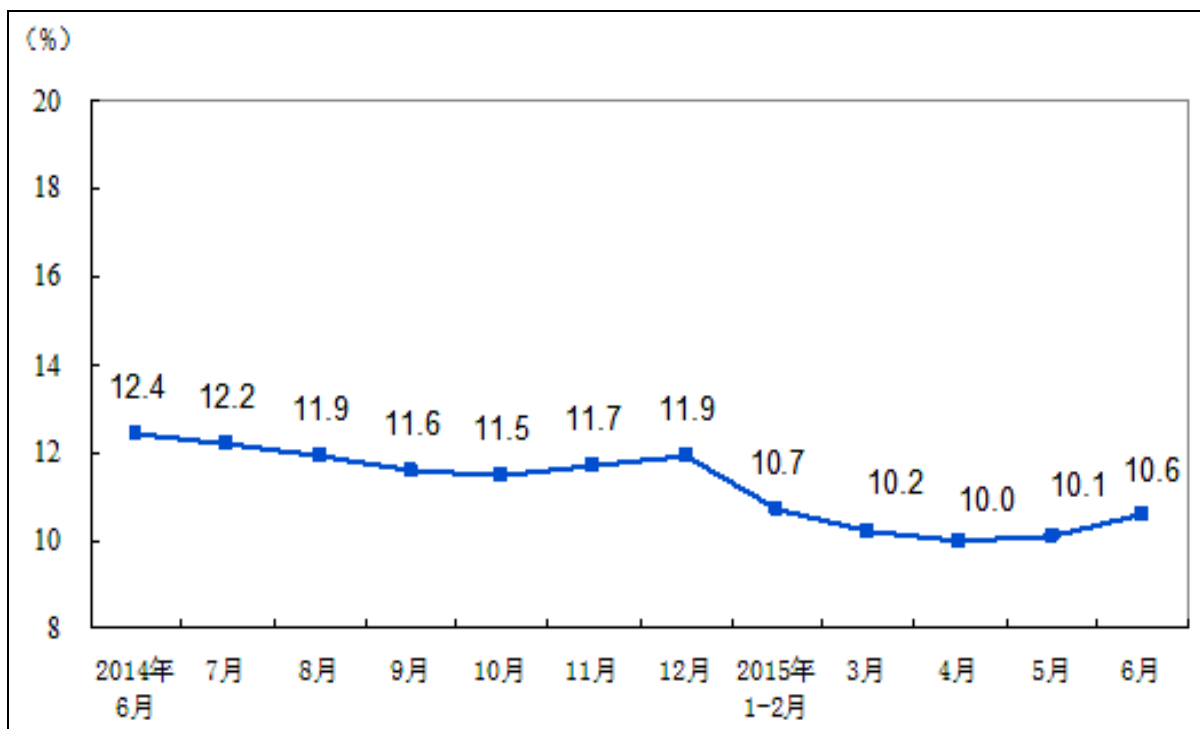
二、经济观察

1、2015年6月份社会消费品零售总额增长10.6%

2015年6月份，社会消费品零售总额24280亿元，同比名义增长10.6%（扣除价格因素实际增长10.6%，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12009亿元，增长7.8%。

2015年1-6月份，社会消费品零售总额141577亿元，同比增长10.4%。其中，限额以上单位消费品零售额66256亿元，增长7.4%。

图表 1 2014 年 6 月-2015 年 6 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，6 月份，城镇消费品零售额 20886 亿元，同比增长 10.4%；乡村消费品零售额 3394 亿元，增长 11.8%。1-6 月份，城镇消费品零售额 121850 亿元，同比增长 10.2%；乡村消费品零售额 19727 亿元，增长 11.6%。

按消费类型分，6 月份，餐饮收入 2616 亿元，同比增长 11.6%；商品零售 21664 亿元，增长 10.5%。1-6 月份，餐饮收入 14996 亿元，同比增长 11.5%；商品零售 126581 亿元，增长 10.3%。

在商品零售中，6 月份，限额以上单位商品零售 11308 亿元，同比增长 7.9%。1-6 月份，限额以上单位商品零售 62306 亿元，同比增长 7.4%。

2015 年 1-6 月份，全国网上零售额 16459 亿元，同比增长 39.1%。其中，实物商品网上零售额 13759 亿元，增长 38.6%，占社会消费品零售总额的比重为 9.7%；非实物商品网上零售额 2700 亿元，增长 41.9%。在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长 45.9%、30.1%和 41.8%。

图表 2 2015 年 6 月份社会消费品零售总额主要数据

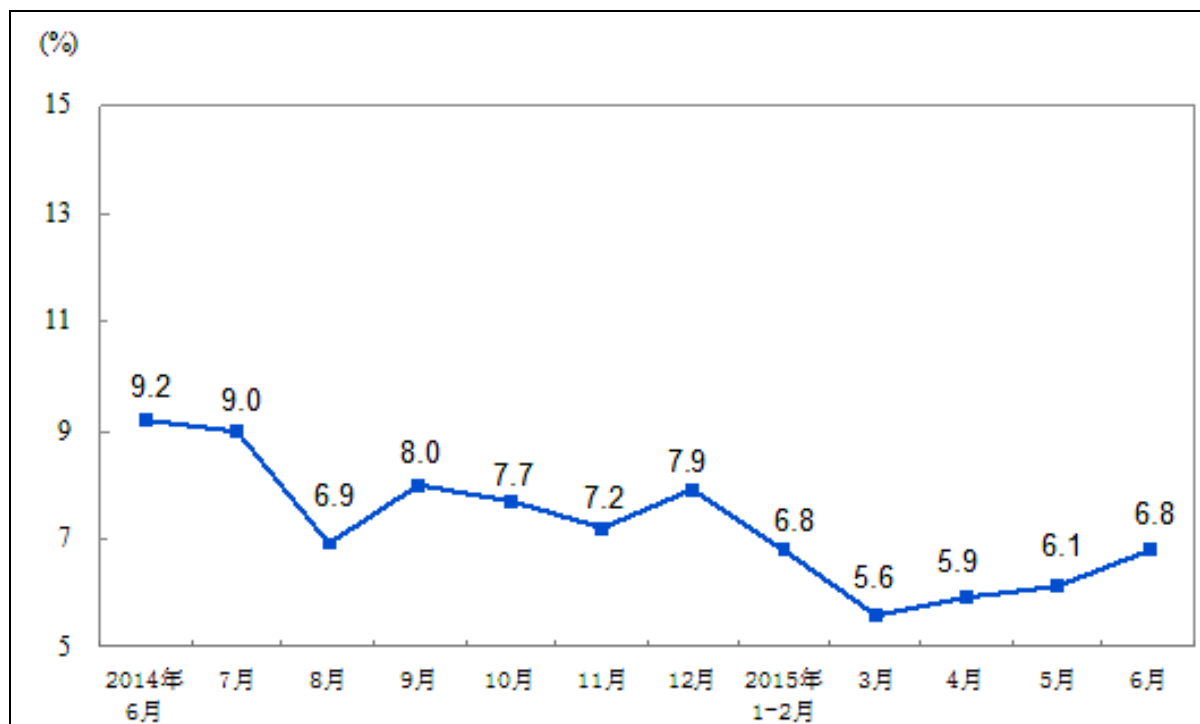
指标	6 月		1-6 月	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
社会消费品零售总额	24280	10.6	141577	10.4
其中：限额以上单位消费品零售额	12009	7.8	66256	7.4
其中：实物商品网上零售额	-	-	13759	38.6
按经营地分				
城镇	20886	10.4	121850	10.2
乡村	3394	11.8	19727	11.6
按消费类型分				
餐饮收入	2616	11.6	14996	11.5
其中：限额以上单位餐饮收入	702	6.9	3949	6.3
商品零售	21664	10.5	126581	10.3
其中：限额以上单位商品零售	11308	7.9	62306	7.4
粮油、食品类	1120	14.7	6241	12.6
饮料类	172	16.9	903	13.8
烟酒类	308	12.1	1857	10.9
服装鞋帽、针纺织品	1068	9.4	6375	10.7
化妆品	168	8.1	980	9.2
金银珠宝	246	1.0	1547	5.2
日用品	407	8.9	2269	12.7
家用电器和音像器材	750	10.2	3820	10.7
中西药品	676	16.0	3680	14.5
文化办公用品	269	21.4	1310	14.3
家具	218	18.5	1078	16.5
通讯器材	312	34.4	1580	37.0
石油及制品	1640	-4.6	8893	-6.5
汽车	2960	4.8	16745	4.6
建筑及装潢材料	268	18.0	1280	17.4

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2、2015年6月份规模以上工业增加值增长6.8%

2015年6月份，规模以上工业增加值同比实际增长6.8%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比5月份加快0.7个百分点。从环比看，6月份，规模以上工业增加值比上月增长0.64%。1-6月份，规模以上工业增加值同比增长6.3%。

图表3 2014年6月-2015年6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，6月份，采矿业增加值同比增长2.7%，制造业增长7.7%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长2.1%。

分经济类型看，6月份，国有控股企业增加值同比增长2.2%，集体企业增长3.2%，股份制企业增长7.8%，外商及港澳台商投资企业增长4.5%。

分行业看，6月份，41个大类行业中有39个行业增加值保持同比增长。其中，农副食品加工业增长7.2%，纺织业增长8.1%，化学原料和化学制品制造业增长9.5%，非金属矿物制品业增长7.0%，黑色金属冶炼和压延加工业增长6.6%，有色金属冶炼和压延加工业增长11.7%，通用设备制造业增长4.0%，专用设备制造业增长4.9%，汽车制造业增长7.9%，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业增长8.0%，电气机械和器材制造业增长7.9%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长9.2%，电力、热力生产和供应业增长1.4%。

分地区看，6月份，东部地区增加值同比增长7.3%，中部地区增长7.8%，西部地区增长8.4%，东北地区下降0.4%。

分产品看，6月份，565种产品中有303种产品同比增长。其中，钢材9843万吨，同比增长1.3%；水泥21776万吨，下降5.8%；十种有色金属454万吨，增长13.2%；乙烯143万吨，增长4.2%；汽车194.9万辆，增长0.7%；轿车92.5万辆，下降11.4%；发电量4745亿千瓦时，增长0.5%；原油加工量4335万吨，增长3.3%。

6月份，工业企业产品销售率为97.0%，比上年同期下降0.6个百分点。工业企业实现出口交货值10267亿元，同比名义下降2.8%。

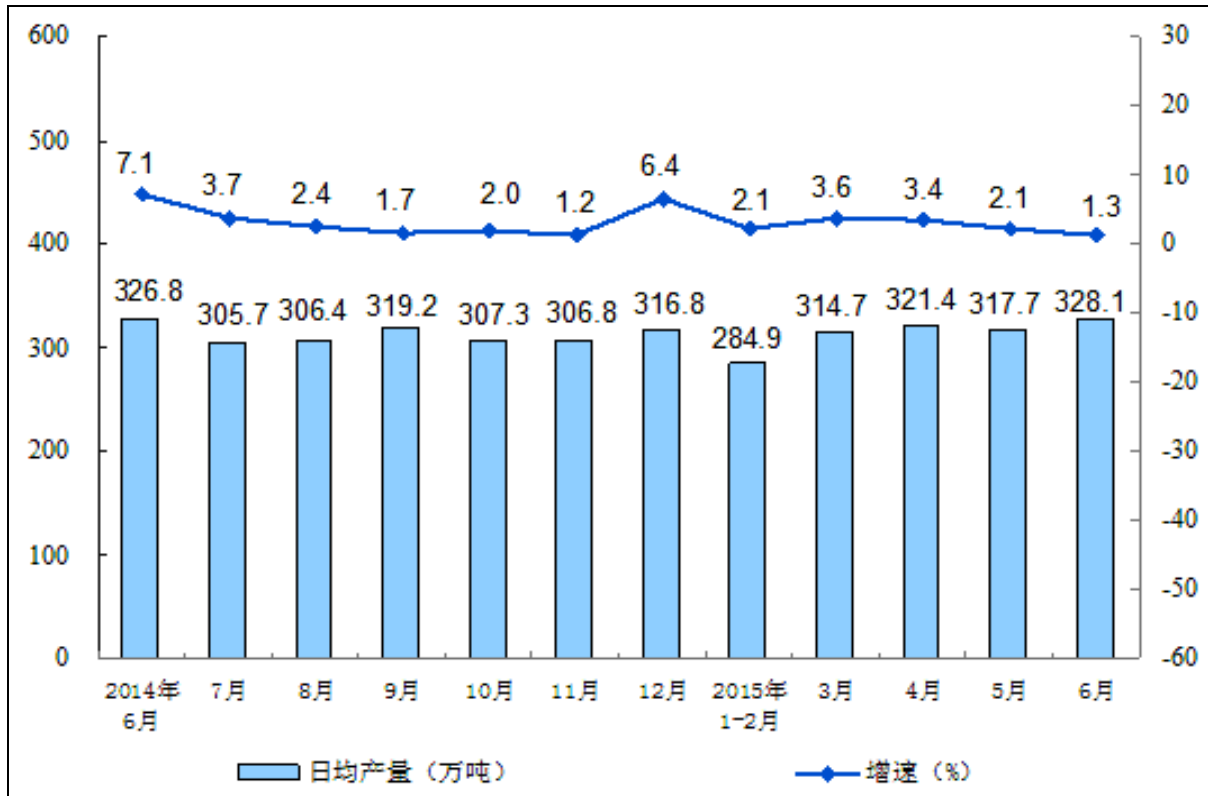
图表 4 2015年6月份规模以上工业生产主要数据

	6月		1-6月	
	绝对量	同比增长(%)	绝对量	同比增长(%)
一、规模以上工业增加值	...	6.8	...	6.3
分三大门类				
采矿业	...	2.7	...	3.2
制造业	...	7.7	...	7.1
电力、热力、燃气及水生产和供应业	...	2.1	...	2.2
分经济类型				
国有控股企业	...	2.2	...	1.9
集体企业	...	3.2	...	2.0
股份制企业	...	7.8	...	7.5
外商及港澳台商投资企业	...	4.5	...	3.8
主要行业增加值				
农副食品加工业	...	7.2	...	4.9
食品制造业	...	7.9	...	6.8
纺织业	...	8.1	...	7.1
化学原料和化学制品制造业	...	9.5	...	9.6
医药制造业	...	8.5	...	10.1
橡胶和塑料制品业	...	9.4	...	8.3
非金属矿物制品业	...	7.0	...	6.4
黑色金属冶炼和压延加工业	...	6.6	...	5.2
有色金属冶炼和压延加工业	...	11.7	...	10.5
金属制品业	...	8.4	...	8.3
通用设备制造业	...	4.0	...	3.5
专用设备制造业	...	4.9	...	2.7

汽车制造业	...	7.9	...	6.7
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	...	8.0	...	9.8
电气机械和器材制造业	...	7.9	...	7.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	...	9.2	...	10.8
电力、热力生产和供应业	...	1.4	...	1.2
主要产品产量				
布 (亿米)	64	2.2	334	3.6
硫酸 (折 100%) (万吨)	759	4.7	4393	5.5
烧碱 (折 100%) (万吨)	254	-3.8	1520	-1.9
乙烯 (万吨)	143	4.2	845	2.3
化学纤维 (万吨)	420	11.6	2307	11.7
水泥 (万吨)	21776	-5.8	107714	-5.3
平板玻璃 (万重量箱)	6736	-4.5	39778	-4.2
生铁 (万吨)	5904	-2.1	35694	-2.3
粗钢 (万吨)	6895	-0.8	40997	-1.3
钢材 (万吨)	9843	1.3	55882	2.0
十种有色金属 (万吨)	454	13.2	2526	9.3
氧化铝 (万吨)	481	10.8	2822	13.1
金属切削机床 (万台)	7	-10.7	39	-4.9
汽车 (万辆)	194.9	0.7	1229.6	2.0
轿车 (万辆)	92.5	-11.4	595.5	-6.5
发电机组 (发电设备) (万千瓦)	1166	2.9	6511	-4.8
微型计算机设备 (万台)	2702	-12.8	14503	-11.7
移动通信手持机 (万台)	13901	-5.8	76179	-4.5
集成电路 (亿块)	96	7.6	509	9.2
原煤 (万吨)	32672	-4.9	178904	-5.8
焦炭 (万吨)	3838	-6.9	22638	-3.4
发电量 (亿千瓦时)	4745	0.5	27091	0.6
火力发电量 (亿千瓦时)	3363	-5.8	20879	-3.2
水力发电量 (亿千瓦时)	1028	16.4	4234	13.3
原油加工量 (万吨)	4335	3.3	25776	4.8
天然原油 (万吨)	1812	3.2	10603	2.1
天然气 (亿立方米)	99	4.9	630	2.5
产品销售率 (%)	97.0	-0.6 (百分点)	97.3	-0.1 (百分点)
出口交货值 (亿元)	10267	-2.8	55707	-0.4

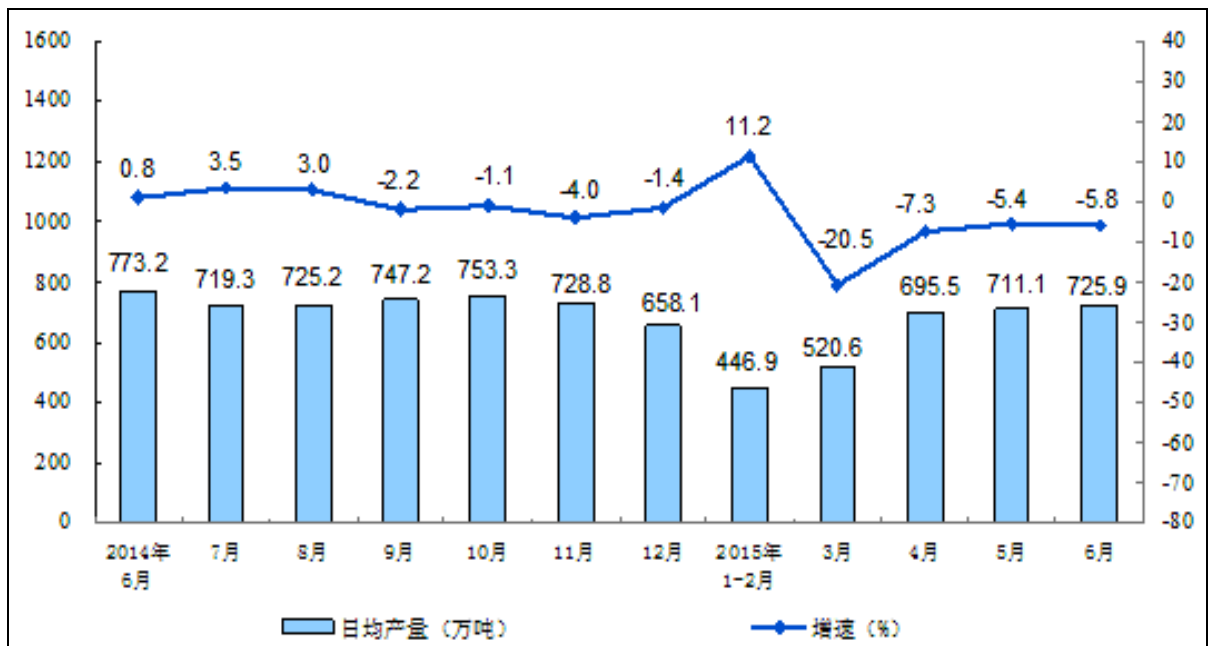
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 5 2014年6月-2015年6月钢材日均产量及同比增速



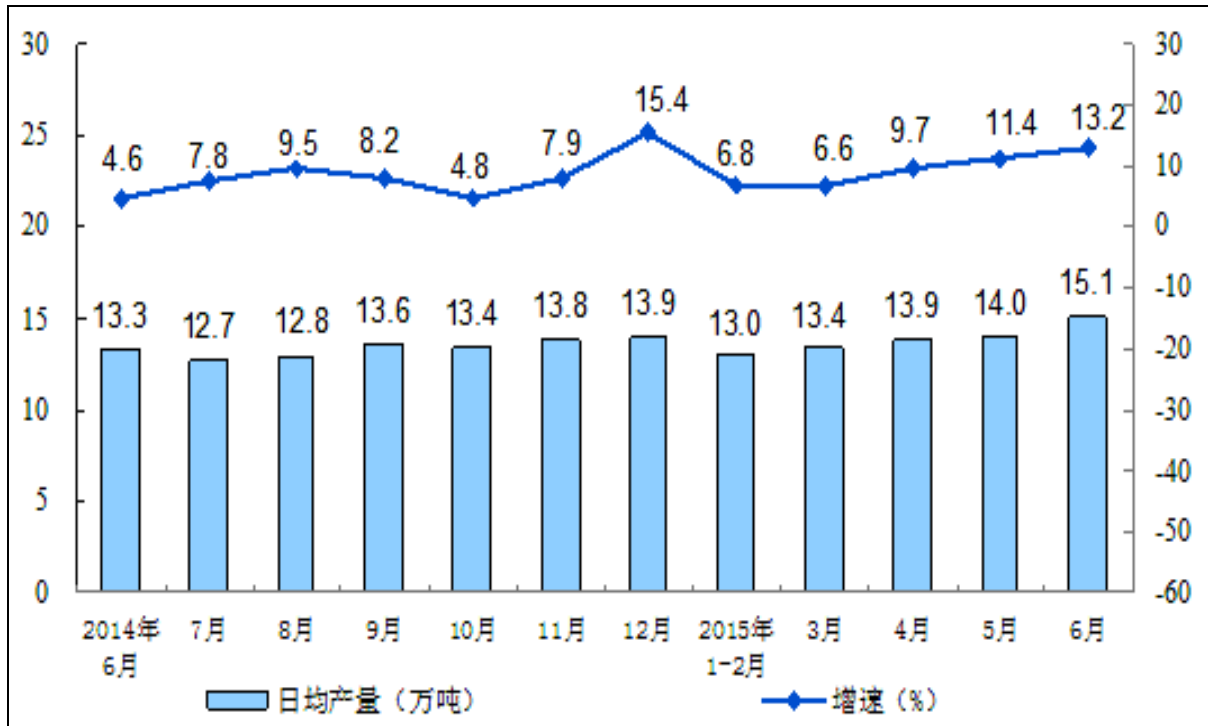
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 6 2014年6月-2015年6月水泥日均产量及同比增速



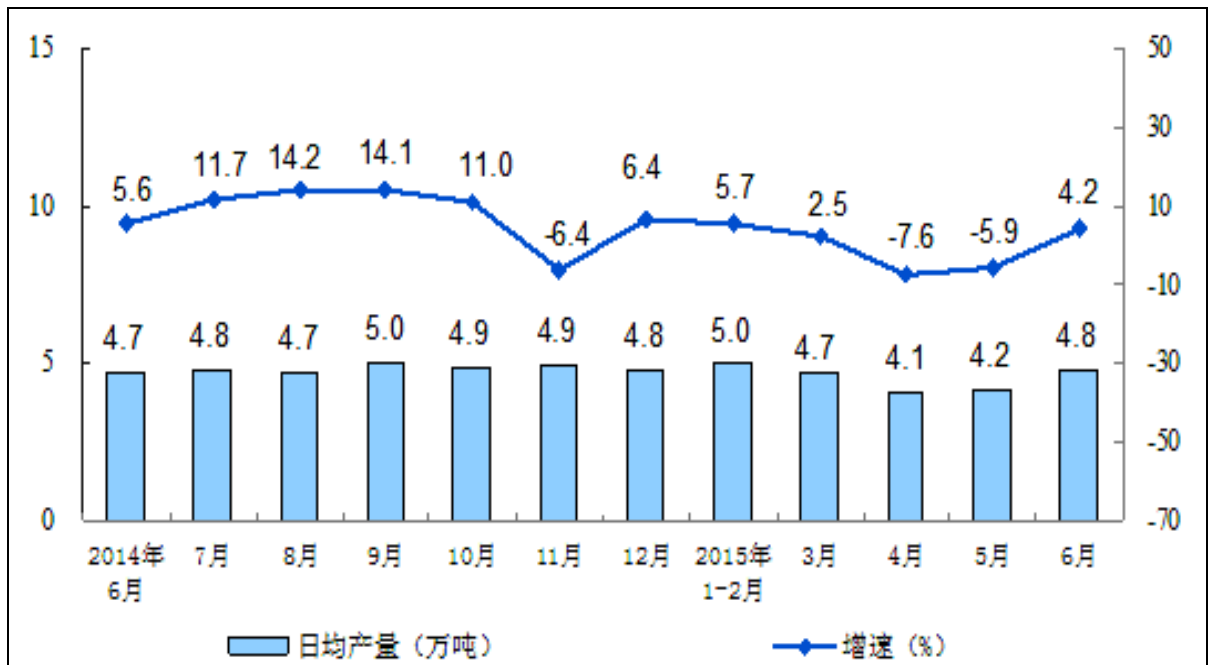
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 7 2014 年 6 月-2015 年 6 月十种有色金属日均产量及同比增速



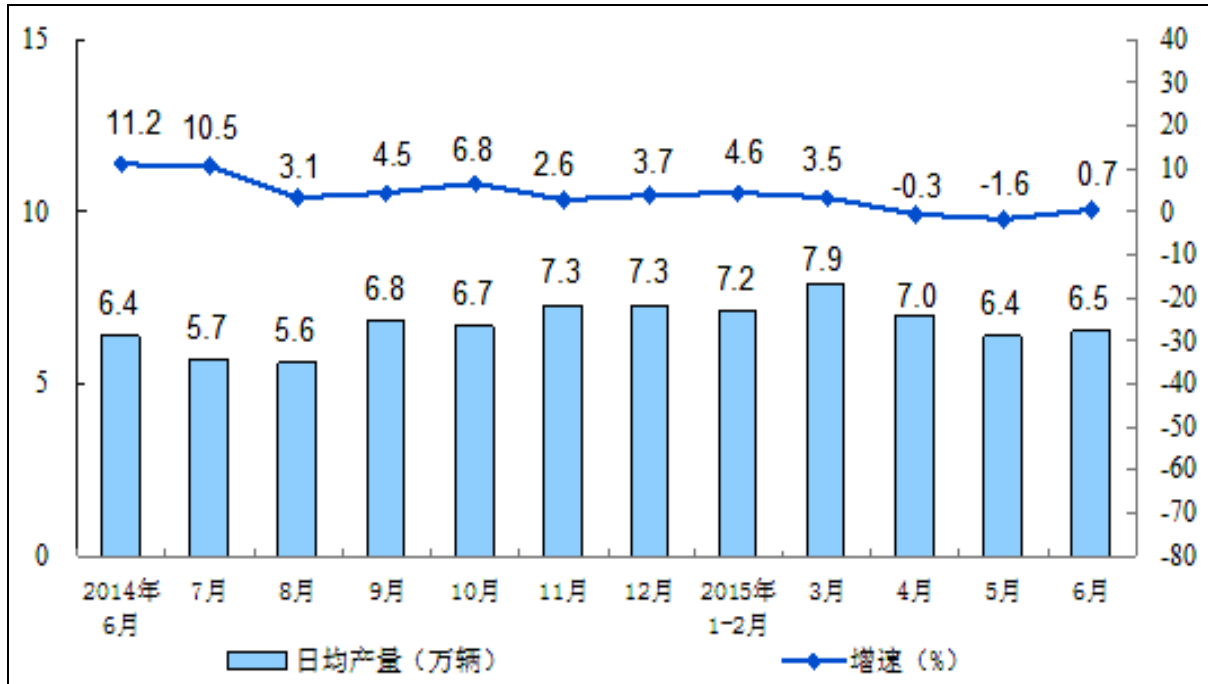
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 8 2014 年 6 月-2015 年 6 月乙烯日均产量及同比增速



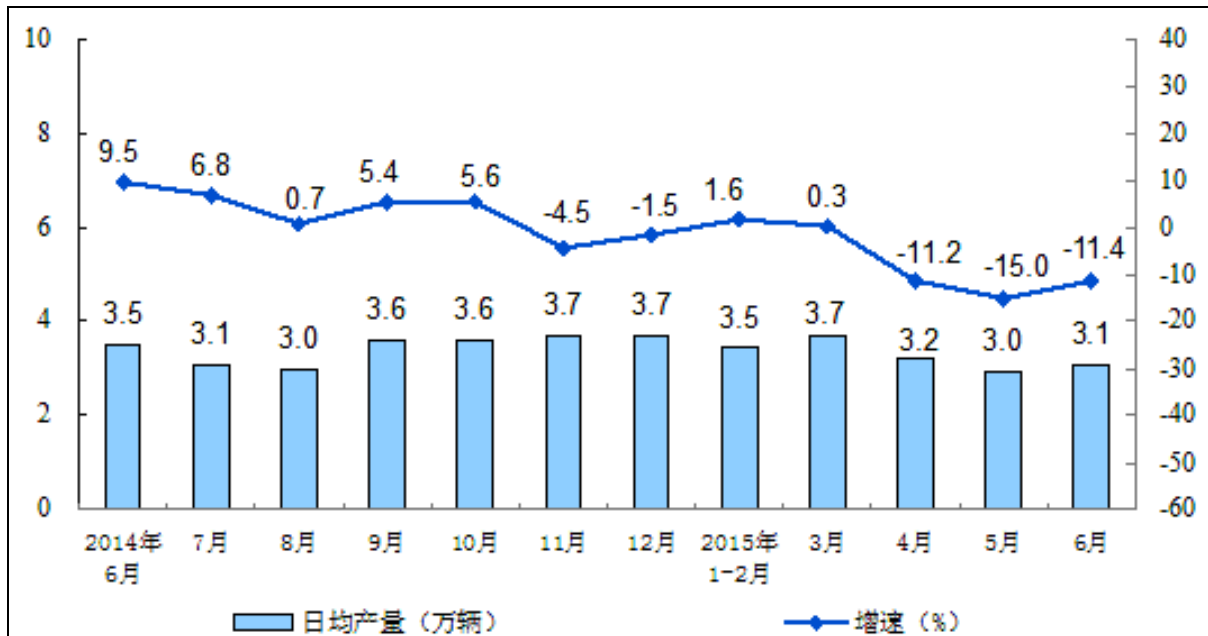
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 9 2014年6月-2015年6月汽车日均产量及同比增速



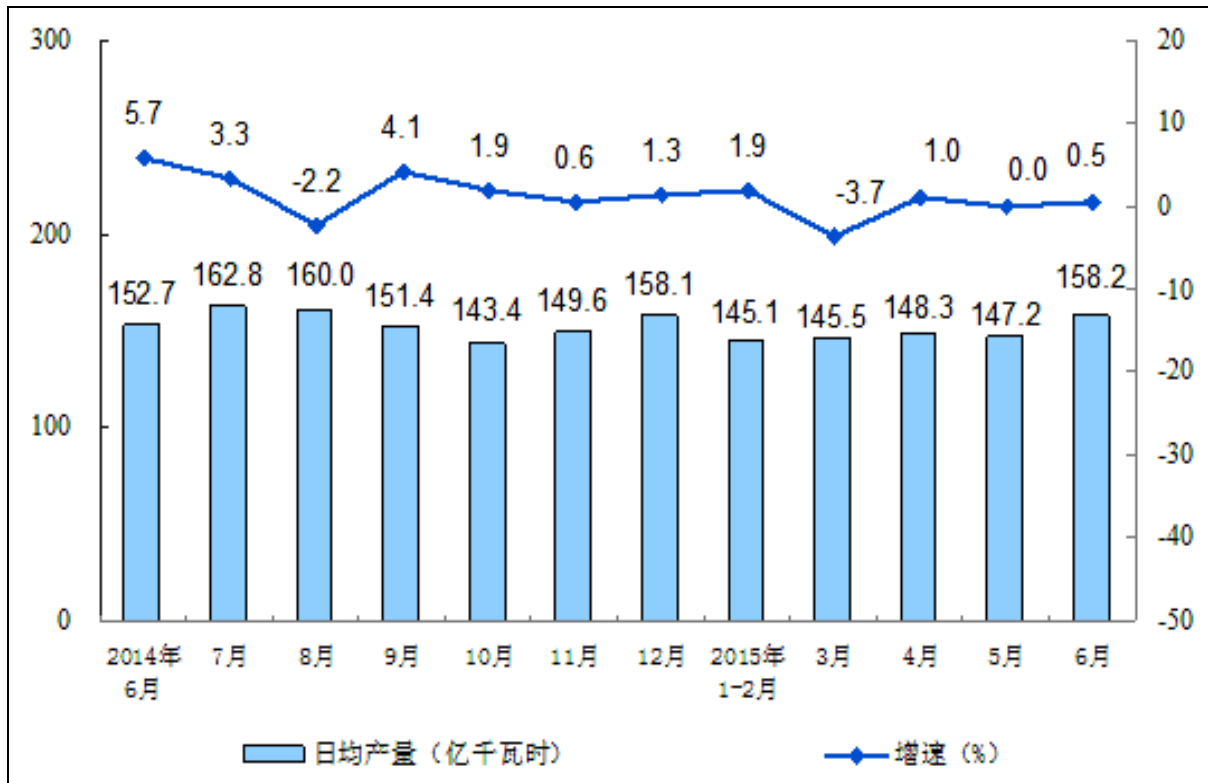
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 10 2014年6月-2015年6月轿车日均产量及同比增速



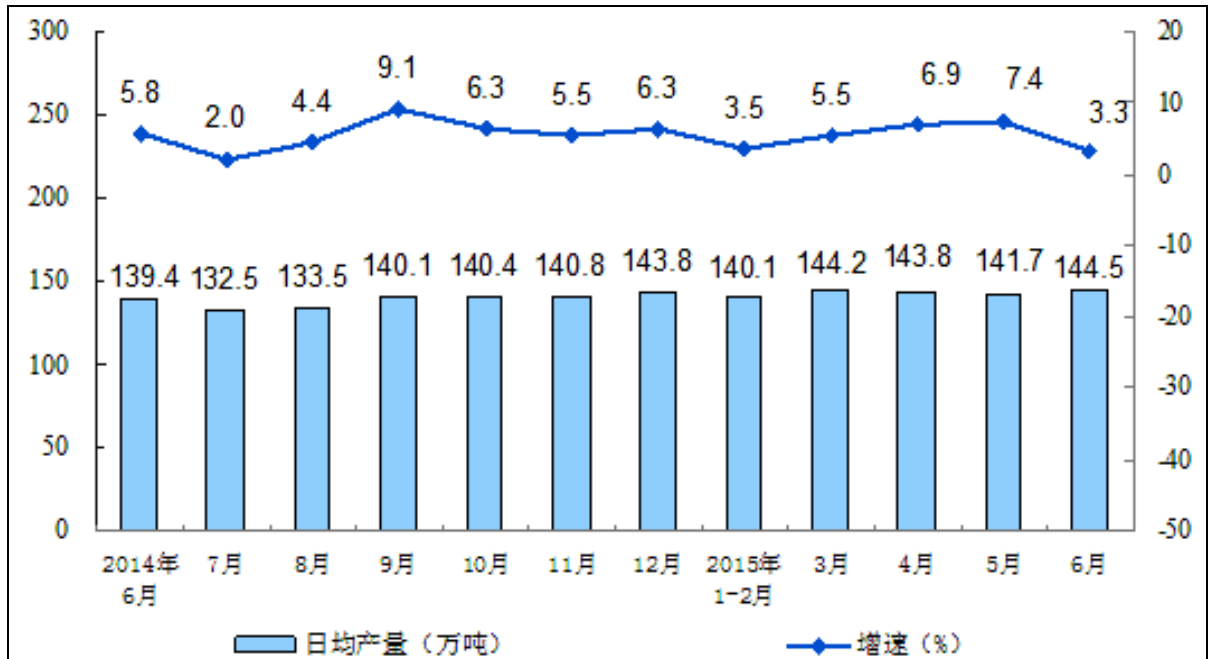
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 11 2014 年 6 月-2015 年 6 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 12 2014 年 6 月-2015 年 6 月原油加工量日均产量及同比增速

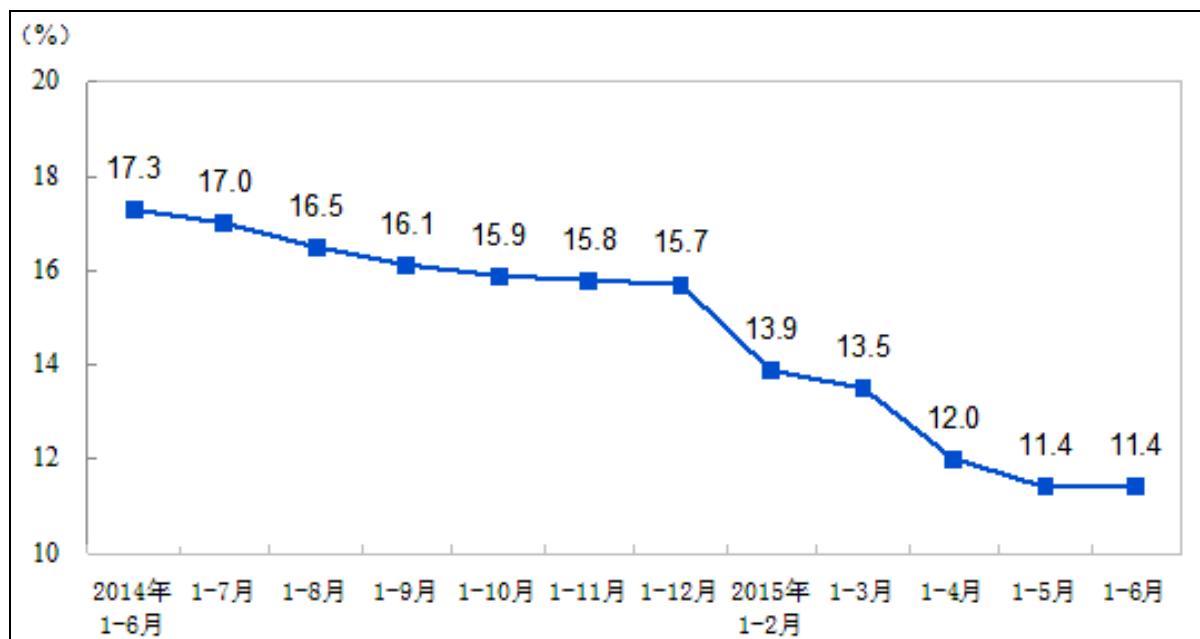


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2015 年 1-6 月份全国固定资产投资（不含农户）增长 11.4%

2015 年 1-6 月份，全国固定资产投资（不含农户）237132 亿元，同比名义增长 11.4%（扣除价格因素实际增长 12.5%），增速与 1-5 月份持平。从环比速度看，6 月份固定资产投资（不含农户）增长 0.88%。

图表 13 2014 年 1 月-2015 年 6 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，1-6 月份，第一产业投资 6159 亿元，同比增长 27.8%，增速与 1-5 月份持平；第二产业投资 97446 亿元，增长 9.3%，增速回落 0.3 个百分点；第三产业投资 133527 亿元，增长 12.4%，增速提高 0.3 个百分点。

第二产业中，工业投资 95620 亿元，同比增长 9.3%，增速比 1-5 月份回落 0.4 个百分点；其中，采矿业投资 5261 亿元，下降 7.7%，降幅缩小 1.4 个百分点；制造业投资 79663 亿元，增长 9.7%，增速回落 0.3 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业投资 10697 亿元，增长 17.1%，增速回落 1.7 个百分点。

第三产业中，基础设施投资（不含电力）40601 亿元，同比增长 19.1%，增速比 1-5 月份提高 1 个百分点。其中，水利管理业投资增长 14.5%，增速回落 1.6 个百分点；公共设施管理业投资增长 19.1%，增速提高 3.1 个百分点；道路运输业投资增长 22.2%，增速提高 0.6 个百分点；铁路运输业投资增长 18.9%，增速回落 5.3 个百分点。

分地区看，1-6 月份，东部地区投资 111127 亿元，同比增长 10.1%，增速比 1-5 月份回落 0.1 个百分点；中部地区投资 67037 亿元，增长 14.9%，增速回落 0.1 个百分点；西部地区投资 57581 亿元，增长 9.9%，增速提高 0.7 个百分点。

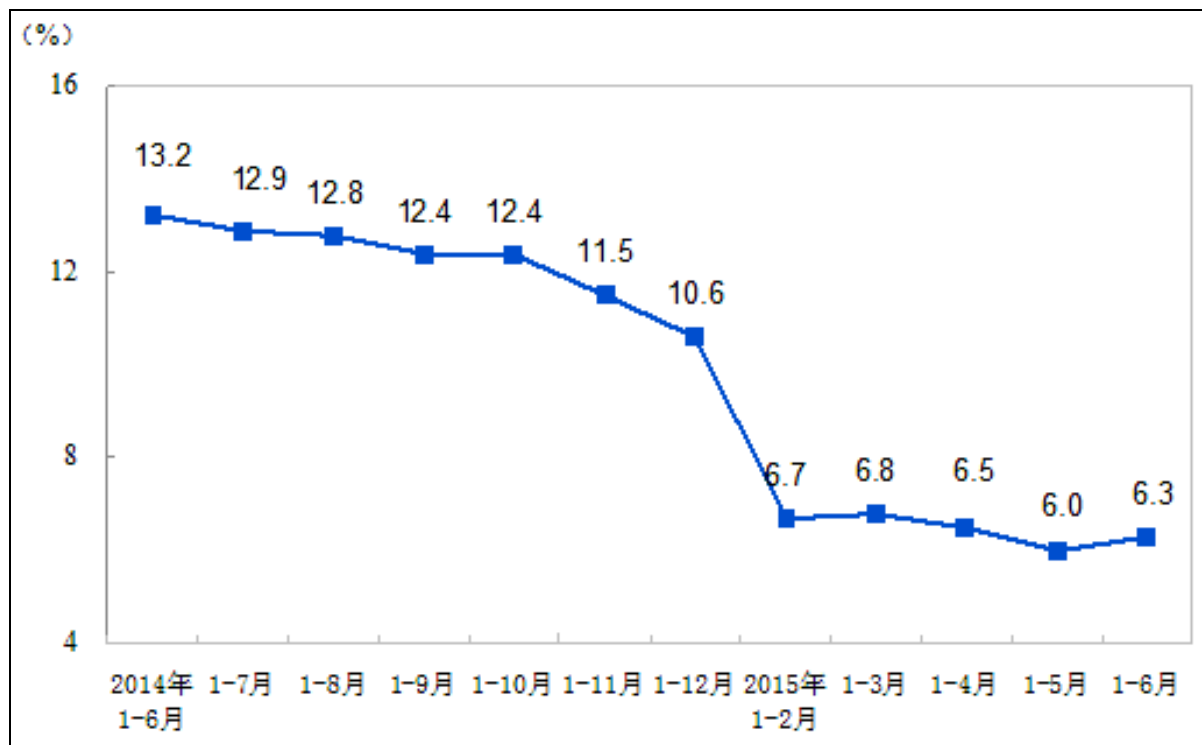
分登记注册类型看，1-6 月份，内资企业投资 225568 亿元，同比增长 11.8%，增速比 1-5 月份提高 0.1 个百分点；港澳台商投资 5627 亿元，增长 9.1%，增速提高 0.2 个百分点；外商投资 5129 亿元，增长 3.3%，增速提高 2.4 个百分点。

从项目隶属关系看，1-6 月份，中央项目投资 9653 亿元，同比增长 1%，增速比 1-5 月份回落 5.9 个百分点；地方项目投资 227478 亿元，增长 11.9%，增速提高 0.3 个百分点。

从施工和新开工项目情况看，1-6 月份，施工项目计划总投资 766316 亿元，同比增长 3.7%，增速比 1-5 月份回落 1.2 个百分点；新开工项目计划总投资 191936 亿元，增长 1.6%，增速提高 1.1 个百分点。

从到位资金情况看，1-6 月份，固定资产投资到位资金 261507 亿元，同比增长 6.3%，增速比 1-5 月份提高 0.3 个百分点。其中，国家预算资金增长 18.6%，增速提高 8.3 个百分点；国内贷款下降 4.8%，降幅缩小 1.5 个百分点；自筹资金增长 8.6%，增速回落 1 个百分点；利用外资下降 30.9%，降幅扩大 4.8 个百分点；其他资金增长 2.4%，增速提高 2.3 个百分点。

图表 14 2014 年 1 月-2015 年 6 月固定资产投资到位资金同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 15 2015 年 1-6 月份固定资产投资（不含农户）主要数据

指标	2015 年 1-6 月份	
	绝对量	同比增长 (%)
固定资产投资（不含农户）（亿元）	237132	11.4
其中：国有控股	73745	12.3
分项目隶属关系		
中央项目	9653	1.0
地方项目	227478	11.9
按构成分		
建筑安装工程	165162	13.2
设备工器具购置	44345	9.6
其他费用	27625	4.7
分产业		
第一产业	6159	27.8
第二产业	97446	9.3
第三产业	133527	12.4
分行业		
农林牧渔业	7571	27.4
采矿业	5261	-7.7
其中：煤炭开采和洗选业	1686	-12.8
石油和天然气开采业	1169	-6.5
黑色金属矿采选业	656	-12.8
有色金属矿采选业	629	-5.7
非金属矿采选业	926	5.4
制造业	79663	9.7
其中：农副食品加工业	4435	6.9
食品制造业	2159	16.3
纺织业	2580	10.8
化学原料和化学制品制造业	6802	8.4
医药制造业	2480	9.4
橡胶和塑料制品业	2830	7.2
非金属矿物制品业	7499	9.7
黑色金属冶炼和压延加工业	1910	-11.4
有色金属冶炼和压延加工业	2660	3.8

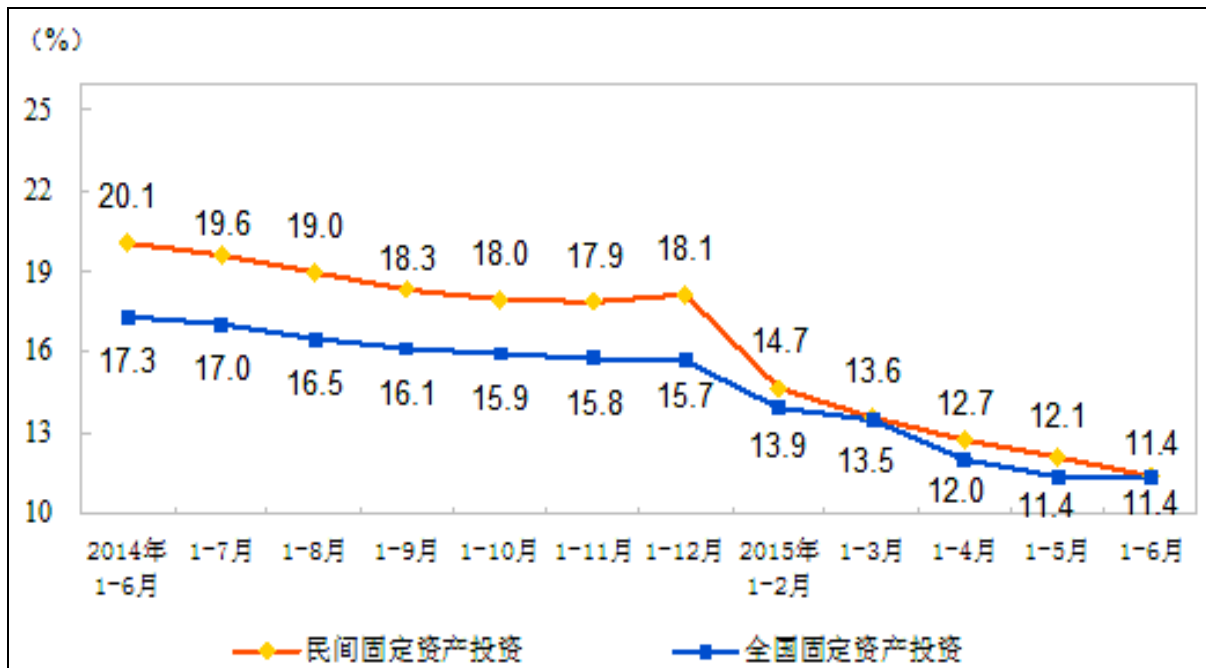
金属制品业	4113	10.2
通用设备制造业	5821	9.0
专用设备制造业	5424	9.6
汽车制造业	5070	12.5
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	1441	3.7
电气机械和器材制造业	5099	9.9
计算机、通信和其他电子设备制造业	4163	20.8
电力、热力、燃气及水生产和供应业	10697	17.1
其中：电力、热力生产和供应业	8139	15.5
建筑业	2167	5.2
交通运输、仓储和邮政业	19972	20.9
其中：铁路运输业	2578	18.9
道路运输业	12050	22.2
水利、环境和公共设施管理业	22331	18.7
其中：水利管理业	2978	14.5
公共设施管理业	18482	19.1
教育	3283	17.1
卫生和社会工作	2088	30.2
文化、体育和娱乐业	2908	8.2
公共管理、社会保障和社会组织	2995	10.9
分注册类型		
其中：内资企业	225568	11.8
港澳台商投资企业	5627	9.1
外商投资企业	5129	3.3
分施工和新开工项目		
施工项目计划总投资	766316	3.7
新开工项目计划总投资	191936	1.6
固定资产投资（不含农户）到位资金	261507	6.3
其中：国家预算资金	13051	18.6
国内贷款	29519	-4.8
利用外资	1322	-30.9
自筹资金	185652	8.6
其他资金	31963	2.4

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

4、2015 年 1-6 月份民间固定资产投资增长 11.4%

2015 年 1-6 月份，民间固定资产投资 154438 亿元，同比名义增长 11.4%（扣除价格因素实际增长 12.5%），增速比 1-5 月份回落 0.7 个百分点，与全国固定资产投资（不含农户）增速持平。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 65.1%，比 1-5 月份下降 0.3 个百分点。

图表 16 2014 年 1 月-2015 年 6 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 75549 亿元，同比增长 11.2%，增速比 1-5 月份回落 1.1 个百分点；中部地区 48845 亿元，增长 16%，增速回落 0.6 个百分点；西部地区 30044 亿元，增长 5.3%，增速加快 0.2 个百分点。

分产业看，第一产业民间固定资产投资 4992 亿元，同比增长 31.4%，增速比 1-5 月份回落 2.9 个百分点；第二产业 77298 亿元，增长 10.8%，增速回落 0.4 个百分点；第三产业 72148 亿元，增长 10.9%，增速回落 1 个百分点。

第二产业中，工业民间固定资产投资 76464 亿元，同比增长 10.8%，增速比 1-5 月份回落 0.4 个百分点。其中，采矿业 3092 亿元，下降 7.9%，降幅比 1-5 月份收窄 2.1 个百分点；制造业 69519 亿元，增长 10.7%，增速回落 0.6 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业 3853 亿元，增长 32.8%，增速回落 1.4 个百分点。

图表 17 2015 年 1-6 月份民间固定资产投资主要数据

指标	1-6 月份	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
民间固定资产投资	154438	11.4
分地区		
东部地区	75549	11.2
中部地区	48845	16.0
西部地区	30044	5.3
分产业		
第一产业	4992	31.4
第二产业	77298	10.8
第三产业	72148	10.9
分行业		
农林牧渔业	5679	30.3
采矿业	3092	-7.9
其中：煤炭开采和洗选业	970	-9.8
石油和天然气开采业	96	-32.4
黑色金属矿采选业	570	-13.7
有色金属矿采选业	468	-9.5
非金属矿采选业	872	5.2
制造业	69519	10.7
其中：非金属矿物制品业	7163	10.8
黑色金属冶炼和压延加工业	1489	-13.1
有色金属冶炼和压延加工业	2288	5.6
通用设备制造业	5405	10.5
专用设备制造业	4943	12.3
汽车制造业	3795	11.8
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	1000	-3.7
电气机械和器材制造业	4530	8.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	2745	27.1
电力、热力、燃气及水生产和供应业	3853	32.8
其中：电力、热力生产和供应业	2757	34.9
建筑业	1030	9.2
交通运输、仓储和邮政业	5212	24.3
其中：铁路运输业	123	9.2

道路运输业	1826	27.5
水利、环境和公共设施管理业	5867	25.5
其中：水利管理业	422	28.8
公共设施管理业	5081	25.3
教育	936	17.3
卫生和社会工作	816	56.9
文化、体育和娱乐业	1740	18.2
公共管理、社会保障和社会组织	942	20.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

5、央行发布 2015 年上半年社会融资规模增量统计数据报告

央行网站 7 月 14 日发布 2015 年上半年社会融资规模增量统计数据报告。报告全文如下：

初步统计，2015 年上半年社会融资规模增量为 8.81 万亿元，比去年同期少 1.46 万亿元。其中，上半年对实体经济发放的人民币贷款增加 6.59 万亿元，同比多增 8742 亿元；对实体经济发放的外币贷款折合人民币增加 436 亿元，同比少增 3251 亿元；委托贷款增加 5324 亿元，同比少增 6475 亿元；信托贷款增加 309 亿元，同比少增 4292 亿元；未贴现的银行承兑汇票增加 300 亿元，同比少增 7576 亿元；企业债券净融资 9286 亿元，同比少 3751 亿元；非金融企业境内股票融资 4245 亿元，同比多 2372 亿元。2015 年 6 月份社会融资规模增量为 1.86 万亿元，比上月多 6219 亿元，比去年同期少 376 亿元。

从结构看，上半年对实体经济发放的人民币贷款占同期社会融资规模的 74.8%，同比高 19.2 个百分点；对实体经济发放的外币贷款占比 0.5%，同比低 3.1 个百分点；委托贷款占比 6.0%，同比低 5.5 个百分点；信托贷款占比 0.4%，同比低 4.1 个百分点；未贴现的银行承兑汇票占比 0.3%，同比低 7.4 个百分点；企业债券占比 10.5%，同比低 2.2 个百分点；非金融企业境内股票融资占比 4.8%，同比高 3.0 个百分点。

6、央行发布 2015 年上半年金融统计数据报告

央行网站 7 月 14 日发布 2015 年上半年金融统计数据报告。报告如下：

一、广义货币增长 11.8%，狭义货币增长 4.3%

6月末,广义货币(M2)余额133.34万亿元,同比增长11.8%,增速比上月末高1.0个百分点,比去年末低0.4个百分点;狭义货币(M1)余额35.61万亿元,同比增长4.3%,增速比上月末低0.4个百分点,比去年末高1.1个百分点;流通中货币(M0)余额5.86万亿元,同比增长2.9%。2015年上半年净回笼现金1655亿元。

二、上半年人民币贷款增加6.56万亿元,外币贷款增加405亿美元

6月末,本外币贷款余额94.43万亿元,同比增长12.5%。月末人民币贷款余额88.79万亿元,同比增长13.4%,增速分别比上月末和去年末低0.6个和0.3个百分点。上半年人民币贷款增加6.56万亿元,比去年同期多增5371亿元。分部门看,住户部门贷款增加1.95万亿元,同比多增751亿元,其中,短期贷款增加6171亿元,中长期贷款增加1.34万亿元;非金融企业及机关团体贷款增加4.62万亿元,同比多增7668亿元,其中,短期贷款增加1.24万亿元,中长期贷款增加2.33万亿元,票据融资增加8692亿元;非银行业金融机构贷款减少445亿元。

6月末,外币贷款余额9211亿美元,同比增长0.7%,上半年外币贷款增加405亿美元,同比少增745亿美元。

三、上半年人民币存款增加11.09万亿元,外币存款增加710亿美元

6月末,本外币存款余额136.0万亿元,同比增长10.6%。月末人民币存款余额131.83万亿元,同比增长10.7%,增速分别比上月末和去年末低0.2个和1.4个百分点。上半年人民币存款增加11.09万亿元,同比少增3756亿元,其中,住户存款增加3.08万亿元,非金融企业存款增加2.08万亿元,财政性存款增加5244亿元,非银行业金融机构存款增加4.16万亿元。

6月末,外币存款余额6815亿美元,同比增长8.8%,上半年外币存款增加710亿美元,同比少增552亿美元。

四、6月份银行间市场同业拆借月加权平均利率1.44%,质押式债券回购月加权平均利率1.41%。

2015年上半年,银行间市场以拆借、现券和回购方式合计成交232.57万亿元,日均成交1.91万亿元,日均成交比去年同期增长79.4%。其中,同业拆借、现券和质押式回购日均成交分别同比增长37.7%、88.0%和83.5%。

6月,同业拆借加权平均利率为1.44%,比上月高0.02个百分点,比去年同期低1.41个百分点;质押式回购加权平均利率为1.41%,比上月高0.11个百分点,比去年同期低1.48个百分点。

五、国家外汇储备余额 3.69 万亿美元

6 月末，国家外汇储备余额为 3.69 万亿美元。6 月末，人民币汇率为 1 美元兑 6.1136 元人民币。

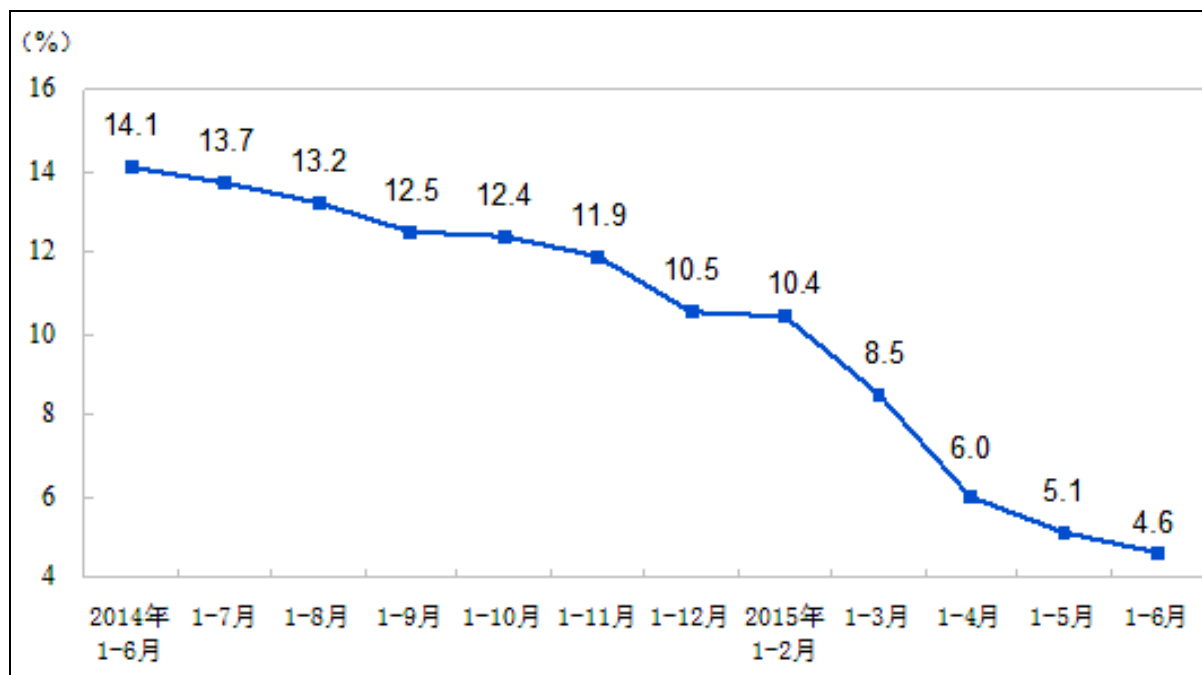
六、上半年跨境贸易人民币结算业务发生 3.37 万亿元，直接投资人民币结算业务发生 6536 亿元 2015 年上半年，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 3 万亿元、3711 亿元、1670 亿元、4866 亿元。

7、2015 年 1-6 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 1-6 月份，全国房地产开发投资 43955 亿元，同比名义增长 4.6%（扣除价格因素实际增长 5.7%），增速比 1-5 月份回落 0.5 个百分点。其中，住宅投资 29506 亿元，增长 2.8%，增速回落 0.1 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 6 月全国房地产开发投资增速



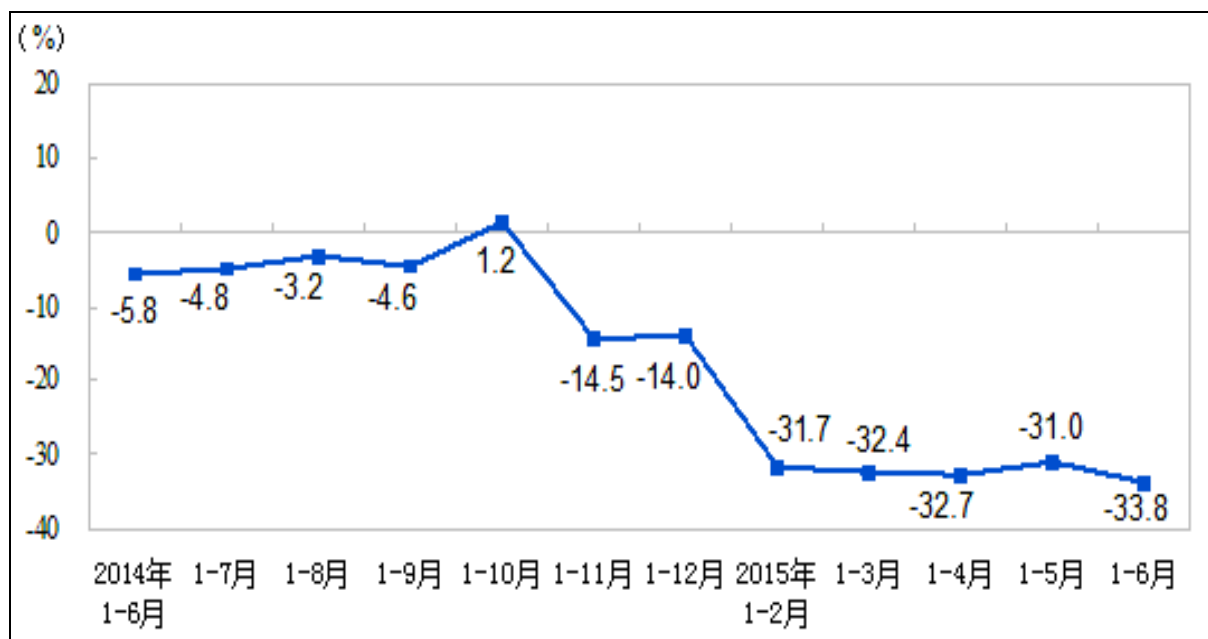
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

1-6 月份，东部地区房地产开发投资 25421 亿元，同比增长 4.9%，增速比 1-5 月份回落 0.6 个百分点；中部地区投资 8864 亿元，增长 3.6%，增速回落 1.3 个百分点；西部地区投资 9670 亿元，增长 4.7%，增速提高 0.7 个百分点。

1-6 月份，房地产开发企业房屋施工面积 637563 万平方米，同比增长 4.3%，增速比 1-5 月份回落 1 个百分点。其中，住宅施工面积 444447 万平方米，增长 1.7%。房屋新开工面积 67479 万平方米，下降 15.8%，降幅收窄 0.2 个百分点。其中，住宅新开工面积 46891 万平方米，下降 17.3%。房屋竣工面积 32941 万平方米，下降 13.8%，降幅扩大 0.5 个百分点。其中，住宅竣工面积 24354 万平方米，下降 16.5%。

1-6 月份，房地产开发企业土地购置面积 9800 万平方米，同比下降 33.8%，降幅比 1-5 月份扩大 2.8 个百分点；土地成交价款 2866 亿元，下降 28.9%，降幅扩大 3.1 个百分点。

图表 19 2014 年 1 月-2015 年 6 月全国房地产开发企业土地购置面积增速

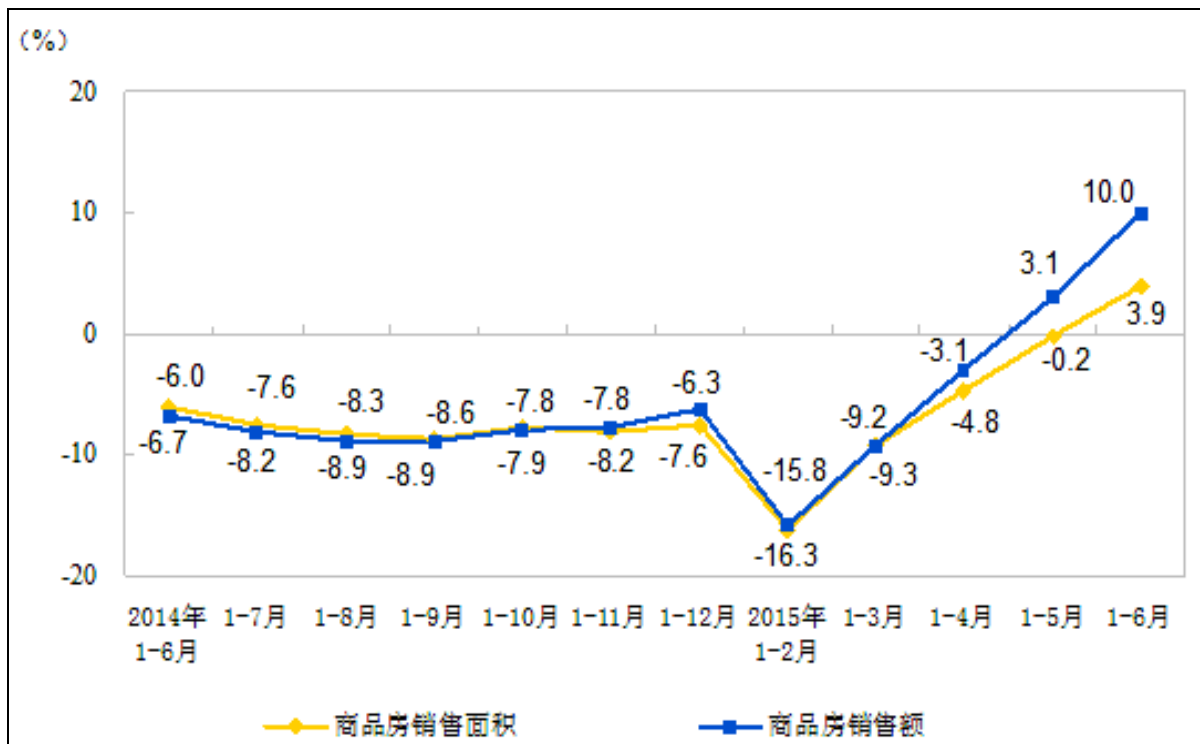


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

二、商品房销售和待售情况

1-6 月份，商品房销售面积 50264 万平方米，同比增长 3.9%，1-5 月份为下降 0.2%。其中，住宅销售面积增长 4.5%，办公楼销售面积下降 2.4%，商业营业用房销售面积增长 3.5%。商品房销售额 34259 亿元，增长 10.0%，增速提高 6.9 个百分点。其中，住宅销售额增长 12.9%，办公楼销售额下降 1.8%，商业营业用房销售额下降 1.2%。

图表 20 2014 年 1 月-2015 年 6 月全国商品房销售面积及销售增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

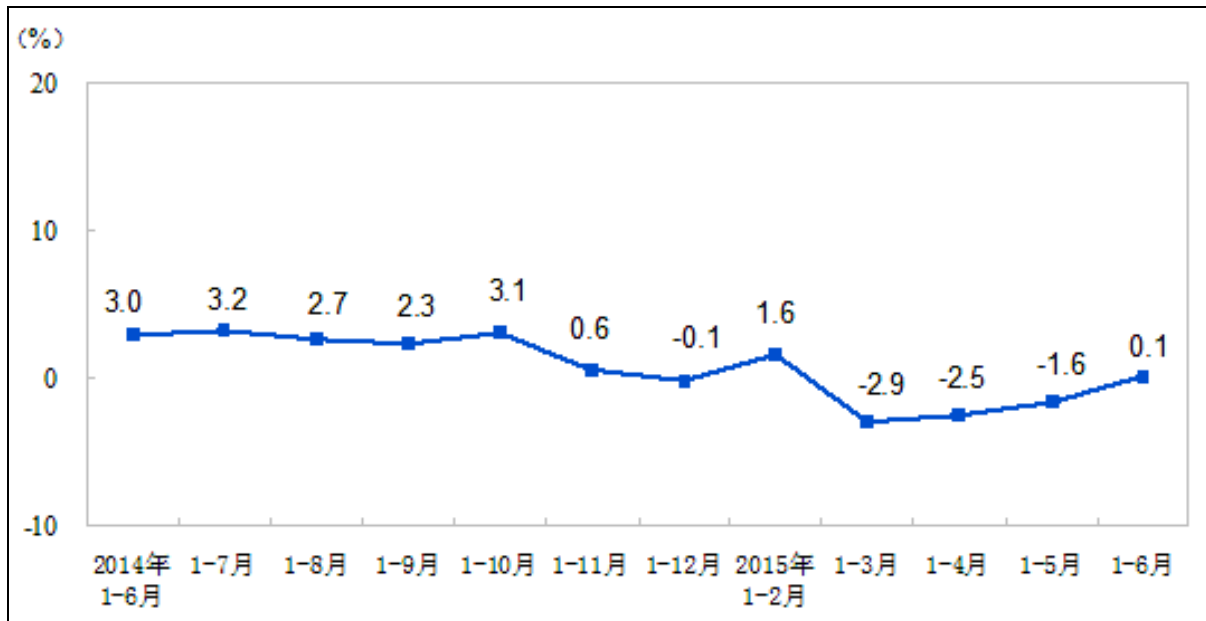
1-6 月份，东部地区商品房销售面积 23965 万平方米，同比增长 5.9%，增速比 1-5 月份提高 5.7 个百分点；销售额 20809 亿元，增长 15.3%，增速提高 10.1 个百分点。中部地区商品房销售面积 13157 万平方米，增长 1.3%，1-5 月份为下降 2.7%；销售额 6715 亿元，增长 3.1%，1-5 月份为下降 0.7%。西部地区商品房销售面积 13142 万平方米，增长 3.1%，增速提高 1.6 个百分点；销售额 6735 亿元，增长 2.5%，增速提高 1.6 个百分点。

6 月末，商品房待售面积 65738 万平方米，比 5 月末增加 72 万平方米。其中，住宅待售面积减少 191 万平方米，办公楼待售面积增加 35 万平方米，商业营业用房待售面积增加 103 万平方米。

三、房地产开发企业到位资金情况

1-6 月份，房地产开发企业到位资金 58948 亿元，同比增长 0.1%，1-5 月份为下降 1.6%。其中，国内贷款 10831 亿元，下降 4.1%；利用外资 179 亿元，下降 3.9%；自筹资金 23844 亿元，增长 0.1%；其他资金 24095 亿元，增长 2.0%。在其他资金中，定金及预收款 14121 亿元，下降 0.9%；个人按揭贷款 7163 亿元，增长 10.0%。

图表 21 2014 年 1 月-2015 年 6 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

6 月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为 92.63，比上月提高 0.2 点。

图表 22 2015 年 1-6 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)	43955	4.6
其中：住宅	29506	2.8
办公楼	2739	14.4
商业营业用房	6705	8.6
房屋施工面积 (万平方米)	637563	4.3
其中：住宅	444447	1.7
办公楼	28363	14.6
商业营业用房	85952	11.0
房屋新开工面积 (万平方米)	67479	-15.8
其中：住宅	46891	-17.3
办公楼	2689	-13.2
商业营业用房	9967	-7.1
房屋竣工面积 (万平方米)	32941	-13.8
其中：住宅	24354	-16.5

办公楼	1125	14.8
商业营业用房	3967	-8.9
土地购置面积 (万平方米)	9800	-33.8
土地成交价款 (亿元)	2866	-28.9
商品房销售面积 (万平方米)	50264	3.9
其中: 住宅	44389	4.5
办公楼	1064	-2.4
商业营业用房	3417	3.5
商品房销售额 (亿元)	34259	10.0
其中: 住宅	28941	12.9
办公楼	1307	-1.8
商业营业用房	3333	-1.2
商品房待售面积 (万平方米)	65738	20.8
其中: 住宅	42834	19.3
办公楼	2983	39.7
商业营业用房	12404	19.8
房地产开发企业到位资金 (亿元)	58948	0.1
其中: 国内贷款	10831	-4.1
利用外资	179	-3.9
自筹资金	23844	0.1
其他资金	24095	2.0
其中: 定金及预收款	14121	-0.9
个人按揭贷款	7163	10.0

数据来源: 国家统计局、中商产业研究院

图表 23 2015 年 1-6 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	43955	29506	4.6	2.8
东部地区	25421	17010	4.9	3.8
中部地区	8864	6155	3.6	1.4
西部地区	9670	6340	4.7	1.7

数据来源: 国家统计局、中商产业研究院

图表 24 2015 年 1-6 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	50264	3.9	34259	10.0
东部地区	23965	5.9	20809	15.3
中部地区	13157	1.3	6715	3.1
西部地区	13142	3.1	6735	2.5

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

8、50个城市主要食品平均价格变动情况（2015年7月1-10日）

图表 25 2015年7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	0.00	0.0
面粉	富强粉	千克	6.02	0.01	0.2
面粉	标准粉	千克	4.76	-0.01	-0.2
豆制品	豆腐	千克	4.64	0.02	0.4
花生油	压榨一级	升	27.12	-0.06	-0.2
大豆油	5L桶装	升	10.01	0.02	0.2
菜籽油	一级散装	升	13.40	0.04	0.3
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	27.04	1.44	5.6
猪肉	五花肉	千克	27.27	1.35	5.2
牛肉	腿肉	千克	66.81	0.01	0.0
羊肉	腿肉	千克	62.41	-0.05	-0.1
鸡	白条鸡	千克	20.73	0.01	0.1
鸡	鸡胸肉	千克	20.61	-0.08	-0.4
鸭	白条鸭	千克	18.18	0.01	0.1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	8.94	-0.06	-0.7
活鲤鱼		千克	16.12	0.02	0.1
活草鱼		千克	16.13	-0.05	-0.3
带鱼		千克	32.34	-0.03	-0.1
大白菜		千克	3.30	-0.14	-4.1
油菜		千克	5.39	0.32	6.3
芹菜		千克	6.35	-0.04	-0.6
黄瓜		千克	4.58	0.45	10.9
西红柿		千克	4.80	-0.01	-0.2
豆角		千克	7.05	0.12	1.7
土豆		千克	4.19	-0.05	-1.2
苹果	富士苹果	千克	14.00	0.04	0.3
香蕉	国产	千克	6.17	-0.19	-3.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

9、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2015年7月1-10日）

2015年7月上旬，据对24个省（区、市）流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，与6月下旬相比，5种产品价格上涨，33种下降，12种持平。

图表 26 2015年7月1-10日流通领域重要生产资料市场价格变动情况

产品名称	单位	本期价格（元）	比上期 价格涨 跌(元)	涨 跌 幅 (%)
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	2029.1	-112.3	-5.2
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	2154.4	-90.0	-4.0
普通中板（20mm, Q235）	吨	2159.2	-84.3	-3.8
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	2264.8	-117.8	-4.9
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	3209.4	-102.8	-3.1
角钢（5#）	吨	2546.9	-30.0	-1.2
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	41808.1	-682.6	-1.6
铝锭（A00）	吨	12345.1	-278.0	-2.2
铅锭（1#）	吨	13127.5	-191.7	-1.4
锌锭（0#）	吨	15344.9	-314.8	-2.0
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	405	10.0	2.5
烧碱（液碱，32%）	吨	587.6	-6.7	-1.1
甲醇（优等品）	吨	2266.9	-40.4	-1.8
纯苯（石油苯，工业级）	吨	5490.6	-326.1	-5.6
苯乙烯（一级品）	吨	9662.5	-685.0	-6.6
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	9709.7	-106.8	-1.1
聚丙烯（T30S）	吨	8790.1	-264.0	-2.9
聚氯乙烯（SG5）	吨	5556.9	-21.4	-0.4
顺丁胶（BR9000）	吨	10708.1	-556.1	-4.9
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	7700	50.0	0.7
四、石油天然气				
液化天然气（LNG）	吨	3839	-15.9	-0.4

液化石油气 (LPG)	吨	3671.7	-46.7	-1.3
汽油 (97#)	吨	8367.2	-100.0	-1.2
汽油 (93#)	吨	7127.3	-220.1	-3.0
柴油 (0#)	吨	5342.2	-83.0	-1.5
石蜡 (58#半)	吨	7404.4	3.1	0.0
五、煤炭				
无烟煤 (2号洗中块)	吨	895.8	0.0	0.0
普通混煤 (4500大卡)	吨	330	0.0	0.0
山西大混 (5000大卡)	吨	360.6	-3.6	-1.0
山西优混 (5500大卡)	吨	415	0.0	0.0
大同混煤 (5800大卡)	吨	473.1	-1.9	-0.4
焦煤 (1/3焦煤)	吨	560	0.0	0.0
焦炭 (二级冶金焦)	吨	751.1	-3.9	-0.5
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5袋装)	吨	245	-4.4	-1.8
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5散装)	吨	249.6	-3.8	-1.5
浮法平板玻璃 (4.8/5mm)	吨	1127.5	-18.8	-1.6
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4400.6	0.0	0.0
小麦 (国标三等)	吨	2393	-1.0	0.0
玉米 (黄玉米二等)	吨	2332.6	-6.2	-0.3
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	13167.9	-4.7	0.0
生猪 (外三元)	千克	16.9	1.1	7.0
大豆 (黄豆)	吨	4159.1	12.3	0.3
豆粕 (粗蛋白含量≥43%)	吨	2761.3	159.6	6.1
花生 (油料花生米)	吨	7733.3	0.0	0.0
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1789	-29.3	-1.6
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2814	0.0	0.0
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	19600	0.0	0.0
九、林产品				
人造板 (1220*2440*15mm)	张	51	0.0	0.0
纸浆 (漂白化学浆)	吨	4593.2	-42.8	-0.9
瓦楞纸 (高强)	吨	2587	-2.3	-0.1

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

三、投资市场

1、新三板挂牌企业的四大融资渠道：中小企业私募债等

融资难是众多中小企业都逃不过的一个难题。作为降低融资成本、建立直接融资通道的重要一环，新三板已成为中小企业直接融资的有力渠道。

那么对于企业而言，在新三板挂牌后，都有哪些融资渠道呢？

现状：新三板成企业融资新路

曾经银行、民间金融机构是不少中小企业融资的主要渠道。随着新三板扩容，更多的企业看好新三板、选择在新三板挂牌，而他们加入新三板的初衷就是融资。

相对于在主板、中小企业版、创业板 IPO 的高门槛，新三板准入门槛低，对于高成长性中小企业优化资本结构无疑是最好的一条途径。在新三板准入条件上，不设财务门槛，申请挂牌的公司甚至可以尚未盈利。只要股权结构清晰、经营合法规范、公司治理健全、主营业务明确、有持续经营能力并履行信息披露义务的股份公司均可以经主办券商推荐申请在全国股份转让系统挂牌。

作为多层次资本市场体系的重要支撑点，新三板市场的快速、健康发展对于新常态下国民经济的稳步发展有着至关重要的意义。实际上，随着近期中概股回归新三板、证监会多项利好政策的落地、各级政府的实质政策支持，新三板发展迅速。相应地，新三板市场交易日益活跃，交易量稳步增长，通过定向增发、做市交易和协议转让方式实现的融资呈几何倍数增长。

2013 年新三板市场的融资额度是 10 亿元，2014 年增至 130 亿元，而今年上半年已超过 300 亿元，此外，目前已经披露发行预案的拟融资额度更是达到了 610 亿元，换句话说，新三板全年直接融资额度将过千亿，新三板已经成为企业融资的新路。

渠道：新三板企业融资渠道都有哪些

一般而言，我们可以将融资形式分为三类：债权类、股权类和信用类。相比债券类和信用类，通过资本市场进行股权类融资是直接融资，属于权益类负债，可以大大降低企业融资成本。但资本结构不是股权类就好，要根据企业实际进行组合配置，这就要求企业对挂牌新三板后的融资工具非常熟悉。

总结起来，不考虑传统融资渠道，挂牌新三板企业的融资方式有定向增发、私募债、优先股、股份转让、资产证券化等多种方式。

1、定向增发

根据《非上市公众公司监督管理办法》和《全国中小企业股份转让系统有限责任公司管理暂行办法》等规定，新三板简化了挂牌公司定向发行核准程序，对符合豁免申请核准要求的定向发行实行备案制管理，同时对定向发行没有设定财务指标等硬性条件，只需要在公司治理、信息披露等方面满足法定要求即可。

在股权融资方面，允许公司在申请挂牌的同时定向发行融资，也允许公司在挂牌后再提出定向发行要求，可以申请一次核准，分期发行。

2、中小企业私募债

私募债是一种便捷高效的融资方式，其发行审核采取备案制，审批周期更快。没有对募集资金进行明确约定，资金使用的监管较松，发行人可根据自身业务需要设定合理的募集资金用途，如偿还贷款、补充营运资金。若公司需要，也可用于募投项目投资、股权收购等方面，资金用途相对灵活。同时，私募债的综合融资成本比信托资金和民间借贷低，部分地区还能获得政策贴息。

3、优先股

优先股是相对于普通股而言的。主要指在利润分红及剩余财产分配的权利方面，优先于普通股。优先股股东没有选举及被选举权，一般来说对公司的经营没有参与权，优先股股东不能退股，只能通过优先股的赎回条款被公司赎回，但是能稳定分红的股份。

优先股对于新三板挂牌的中小企业可能更具吸引力。一般初创期的中小企业存在股权高度集中的问题，且创始人和核心管理层不愿意股权被稀释，而财务投资者又往往没有精力参与公司的日常管理，只希望获得相对稳定的回报。优先股这种安排能够兼顾两个方面的需求，既让企业家保持对公司的控制权，又能为投资者享受更有保障的分红回报创造条件。

4、资产证券化

资产证券化可能对于拥有稳定现金流的企业更适合。不过，一般来说此类企业或者比较成熟，或者资产规模较大，而目前新三板挂牌企业普遍现金流并不稳定，资产规模也偏小，要利用资产证券化工具可能存在一些障碍。

除此以外，新三板还为挂牌企业发行新的融资产品预留了制度空间，以丰富融资工具，拓宽挂牌公司融资渠道，满足多样化的融资需求。

目前来看，在多种融资渠道中，定向增发已经日渐成为新三板挂牌公司重要的融资方式，并呈现爆发性增长态势。这是因为，对于挂牌企业，融资难度低，融资周期短；而对于金融机构，无股份转让锁定期，资金周转速度更快，时间成本更低，并且退出方式灵活。

投资建议：个人投资者不建议直接投资新三板

目前一些新三板企业基本面尚不理想，个别企业市盈率奇高，投资者在投资时需要有专业的甄别，加上受限于流动性偏弱影响，个人投资者直接投资还是有一定风险，

可是，新三板未来上涨的空间肯定不小，不愿意错过这个投资机会的投资者应该怎么做呢？建议个人投资者最好不要直接参与新三板股票公开转让，而是通过机构投资者间接去做。

在投资前，投资者可以在中国证券投资基金业协会网站查询发行产品的基金公司是否备案；投资后，在证券基金业协会也可查询到购买的基金产品是否完成了备案。有两个备案完成，才能是一个真正的基金产品。

另外，也有公募基金开始抢滩新三板，这也将是投资者不错的选择。

2、大跌后中概股再现私有化：跌后估值比海外高 稳赚不赔

在过去两周的时间里，A股进入历史以来最深入的调整期，以至于整个市场备受业界和监管层的关注。A股市场的低迷也影响到了中概股在海外的表现，加上受希腊金融危机以及美联储加息影响，中概股在近两周的时间里出现了较大的跌幅。

其中，阿里巴巴、艺龙、当当、易车等股票创下了年内新低，宝尊电商、窝窝团创下了上市以来的新低。一些已经宣布私有化的股票，在本次大跌中也未能幸免。一些已经公布私有化要约价的股票出现了价值洼地，如乐逗游戏最低报 8.83 美元，而其私有化价格为 14 美元，差额比例在 58.5%。

但这些都未影响到中概股私有化“回家”的进程。上周，欢聚时代、当当相继宣布私有化，自 4 月以来，已有中国手游、乐逗、世纪佳缘、陌陌等 15 家企业宣布拟私有化。

对于这些公司来讲，海外的资本市场无论在强化品牌、还是在估值认可上的价值，都没有很大的空间。相比来讲，国内资本市场，无论在估值还是政策环境上来讲，都是一个重要的窗口期。

暂停 IPO 未必影响回归

一周前，证监会为了稳定市场宣布暂停国内 IPO，这一信息被海外市场解读为，中概股回归之路受阻，也导致了因私有化预期上涨的公司股价在上周出现了大跌。

不过，有券商分析人士指出，国内政策正为中概股回归开启便利之门，这是前所未有的机遇，或许上市时间会受到大环境影响，但政策方向是没有疑问的。

6月4日，国务院总理李克强在国务院常务会议提出要推动特殊股权结构类创业企业在境内上市，而这其中主要是指红筹架构和 VIE 模式的企业。

6月5日，国家发改委副主任林念修在国务院政策吹风会上表示，研究建立尚未盈利的互联网和高新技术企业到创业板发行上市制度，加快推进全国中小企业股份转让系统向创业板转板试点。

在此期间宣布私有化的欢聚时代对此深信不疑，欢聚时代 CEO 李学凌在其内部邮件中就表示，希望能够看看很多后加入公司的员工，能够有机会再次经历一个私有化的公司走向公开市场的人生经历。同时他指出，私有化不是一次简单的资本行为，也是为了公司在下一个阶段取得更优的市场竞争力而进行的战略手段。

从李学凌的话中可以读出，在私有化的推进上，YY 不仅态度坚决，而且对于未来的资本运作已经做好了准备，为的就是更高的估值来取得更强势的市场竞争力。

国内大跌过后估值仍比海外高

以游戏公司为例，目前中手游、乐逗的估值分别为 6.4 亿美元、4.8 亿美元，而在国内市场大跌的情况下，掌趣科技的总市值为 290 亿元(约 46.7 亿美元)，游族网络的总市值为 191 亿元(约 30.7 亿美元)。

从上述数据可以看出，国内资本市场与国外资本市场在对待中国的手游公司有着天壤之别。随着“手游热”在国内资本市场愈发兴盛，更多的上市公司已经加入到分食手游产业这块大蛋糕的行列当中，同时这也成为许多上市公司谋求转型的重要切入点。

以龙图游戏为例，其账面净资产仅为 4.06 亿元，但却以 96 亿元的价格被友利控股置入资产，

作价预估增值率达到 2309.57%。相应的，在国内资本市场上上市的手游概念股，在停牌后都有不同程度的翻倍。

令人遗憾的是，即便国内的手游行业并不落后于世界任何一个国家或地区、即便国内资本市场的游戏概念依旧保持着点石成金的魔力，但华尔街对中国传统游戏公司和手游公司的看法并没有改观。美国人继续坚持了自己“搞不懂就不认可”的态度。

私有化：资方利益的最大化

资本市场和商业公司永远是双向选择的关系，在一个资本市场能够获得的收益接近天花板时，商业公司的资本方当然可以选择其他市场实现自己利益的最大化输出。

以中手游为例，作为这家公司的战略投资方，第一视频通过介绍上市的方式，帮助中手游登陆资本市场。这一资本运作除去为中手游争取到更多的资本来拓展业务外，更让其品牌得到了快速提升。

在中手游在美国上市的这段时间里，其在国内手游发行的市场份额稳步提升，逐渐跻身到国内第一的位置。而随着中手游的快速成长及外部融资环境的转变，第一视频能提供给中手游的战略资源也在逐步减少。

以东方证券为首极具资本实力的第三方财团愿意以较 6 月 9 日合并协议订立日期前交易日收市价溢价 9.8% 的价格全面收购中手游，较 2014 年 12 月 31 日中手游每股净资产值溢价达到 153%。

最初第一视频对中国手游的初始投资仅为 5.5 亿港元。收购总代价(包括买断公司员工期权等)约 7.4 亿美元，相对去年中手游的盈利 3740 万美元等同 19.8 倍的市盈率。第一视频拥有中国手游 42.84% 的股权，作为母公司，此次出售意味着巨额的投资回报，因此对公司十分吸引。

据披露，第一视频通过出售中手游获得的 23 亿港元的资本，股东可以获取可观的每股 \$0.10 的特别息，将重点用于新兴的互联网+层面的资本投资，探索包括互联网医疗、互联网银行及互联网农业等领域的新机遇。

对于第一视频来讲，本次股权转让将利用回流的资金，大幅提升在新兴机会上的布局力度，某种层度讲，通过投资新兴机会，第一视频在未来几年内的获益，可能会超过目前出售手游业务的获益，进而实现转型发展新突破。

3、新三板挂牌流程简化版：五步走 费用没有确定数额

现在网络上关于新三板挂牌流程的介绍非常多，创业者和企业家们看得眼花缭乱。以下为大家献上迄今为止我们看到的最清楚明了的介绍。

准备

从准备工作来看，一家企业选择走向证券化，首先是判断现在所处的阶段适合走向新三板还是中小板、创业板、还是海外。在这个过程中需要投行，证券律师和会计师事务所的帮助，对企业进行诊断。

准备工作的第一步是：企业家要选择适合企业当前阶段和当前资本化路径的中介机构，由中介机构在保密的状态下帮助企业进行内部尽职调查和梳理，发现企业的问题，然后进行整改，这个是准备工作非常重要的一部分。

需要梳理和整改的内容包含三个体系：

公司的历史，法律体系：法律方面有两个核心的内容，一个是股权关系的历史演进过程，一个是资产状况的历史演进过程。

财务体系：财务体系的梳理和调整是企业挂牌新三板准备过程中最重要的部分，工作量可能超过全部准备工作一半的比重。这其中的核心就是“三张表”，尤其是资产负债表、损益表，财务人员要围绕相关科目进行解释，并对每一个科目进行详细的梳理。尹百宽说，企业走向证券化首先是企业财务信息的公开化和证券化，企业的财务信息反映企业过往的一些竞争力的表现。

公司业务和未来发展战略：新三板为中小企业提供了一个展示自己的机会，通过公开自己的财务报表，公开自己的财务信息和经营情况，去获得更多的投资机构的关注，以及市场对应的估值定价，从而产生价值。之后，企业对于资深竞争力的描述、对未来的发展的评估和梳理，将反映出未来能够融多少资、未来的估值怎么定价，因此同等重要。

流程：中介入场——企业改制——材料撰写提交

第一步：企业和中介机构确定相关的服务协议。

第二步：中介机构对于企业进行全面的诊断（“把企业扒的很光”），然后按照规则处理。尹百宽认为，在现实的经营环境下，企业难免会有各方面瑕疵，这种瑕疵并不是非常严重，需要一些手

段和方法把它们处理掉。

第三步：启动企业改制程序。尹百宽说，首先公司要确定改制时点，尹百宽建议安排在每个月的月末——这个时点一旦确定，就意味着企业在这个时点的净资产数会作为有限责任公司整体改制为股份有限公司，从而确定股本和资本公积。股份公司在这个时点确定好以后履行相关的程序：包括召开第一届的董事会和监事会的程序，股份公司顺利挂牌，拿到执照。

第四步：中介机构做材料的撰写。这涉及相关底稿的整理和收集工作，这个时间需要一个月到一个多月的时间。之后，多家中介机构(包括会计师事务所和律师事务所)会由券商牵头，提交材料。由于新三板采取了主办券商推荐的模式，所以最后一步是主办券商推荐，主办券商内核通过以后，会有一个文件放进申报材料。

第五步：是企业向股份转让系统公司进行申报。申报材料递交之后，股份系统公司遵循受理程序，然后进入到审核程序。尹百宽说，从过往的经验来看，整个程序大概需要两个月，大部分企业不会出现太大的偏差。考虑到审核基本都会通过，通过之后会有一个备案函，企业登记，最后挂牌。

挂牌之后企业要关注几个要点：需要持续的完成法定披露，第二个企业融资和企业战略的结合；第三个企业交易和企业做市方面的选择，现在有协议转让制度，还有做市商转让制度。

成本：

考虑到各个券商的体系不同，各个企业的规模也有所差别，挂牌费用也没有确定的数额。

但是，挂牌新三板之前的规范成本是企业一定要承担的，重点提到了下面三个常见问题，也是主办券商在审核过程中重点关注的问题：

企业可能在历史的股权形成过程中存在一定出资方面的瑕疵，尤其是一些用无形资产出资的企业，律师和中介机构还是有不同的意见，这个是很多企业在发展初期过程中的一些事情。

企业在税务方面在过往经营过程中存在擦边球的情况。由于客观环境的原因，部分的企业在运营过程中在税务方面的工作做的并不是特别扎实。既然企业要走向公众化，舍不得孩子套不得狼，舍不得交税，就不可能获得更多的投资者的关注，这个代价是值得支付的。

一些企业记录收入、成本、费用等科目所遵循的准则和财政部规定的会计准则可能有一定的出入。尹百宽说，因为有一些企业没有专业的会计注册会计师进行处理，根据会计准则出具的无保留意见的审批报告是有可能和企业过去的纳税申报存在差异的，这个差异就要进行说明，可能还需要引入

其他的手段进行处理。

4、新三板难题：谁都想赚了就跑 韭菜没得割游戏还怎么玩

三个月内，新三板指数惨遭腰斩，火热的市场急剧降温；那些一心赚快钱的机构、公司，正手握账面浮盈，苦苦等待套现机会。爆炒一轮后，新三板的短期风口已经结束？

从2015年6月29日开始，仅仅一周，新三板挂牌公司艾录股份的股价就跌去近五成，从最高28块跌到了15块，市值缩水了9亿元。

股灾飓风席卷的不仅是艾录股份，与三个月前相比，新三板指数已经惨遭腰斩——从4月7日的历史高点2673点、2134点(做市指数和成指)跌到7月8日的1220点、1280点。单日成交金额也相应从52亿元跌至3.5亿元。

2015年7月15日，新三板挂牌公司数量达到2732家，正在向3000家迈进，新三板指数行情则继续挣扎着从V底爬升。

“韭菜”没得割了

这个时候，机构投资者才发现，自己投进去之后，退不出来。

几乎所有人都把新三板这一轮低潮归咎于预期的政策红利没有兑现，转板、分层、做市商扩容、公募基金入市等等，都没有落地。

2014年年底、2015年初，全国中小企业股份转让系统有限责任公司(以下简称股转公司)多名高管在多个公开场合表态，新三板竞价交易方式有望推出，不过推出的时间节点一再变化，从2014年年底到2015年年内。

新三板最开始引入的是协议交易，即由买卖双方共同商定价格成交；2014年8月推出了做市交易方式，引入做市商向投资者提供买卖价格，以其自有资金和证券与投资者进行交易，一举激活了新三板市场流动性；竞价交易类似A股交易方式，买卖双方公开报价方式确定证券价格并成交。

2015年4月29日，股转公司总经理谢庚表示，当前新三板市场不具备竞价交易的要求，会依市场条件的成熟情况研判推出时机。

竞价交易无疑能够为新三板注入更多流动性。这一政策预期搁浅，无异于给新三板泼了一瓢冷水。

大部分投资人参与新三板，主要是为了参与企业定增，几乎没有在二级市场买卖股票。

2015年4月初，联讯证券和天星资本联合发起了一只新三板投资集合资产管理计划基金，2亿元规模的产品只用了18秒认购完成，还超募2000万元，在A股股灾之前，和A股权益类基金相比，这只产品的表现并不太好，净值基本没动，一块零几厘。

如果说个人投资者的选择是观望，机构投资者则是慌了。

竞价交易不推出、投资者门槛不降低，两个政策泡沫破灭了。本来机构投资者都等着个人投资门槛降低去割“韭菜”，结果“韭菜”没得割了。这个时候机构投资者才发现，自己投进去之后，退不出来。

新三板有一些好的交易制度，比如没有涨跌幅限制，机构是很容易把价格拉高出货、由散户接盘，它发现游戏玩不下去，这个市场自然会萧条。

很多新三板基金产品设计的期限是18个月，机构投资者出现恐慌情绪，原本是短线心理，发现退出通道不明朗，只好把价格降低一点，慢慢退出。这是新三板这一轮由盛而衰的最根本的原因。再加上此前A股市场火爆，对新三板市场形成一个跷跷板效应，很多资金分流出去了。

市场错配

谁都不知道市场能红火多久，大多数人抱着先捞一把就走的心理。

2015年6月中旬以后，A股遭遇前所未有的暴跌，新三板也跟着下坠。在太平洋证券副总裁、企巢新三板学院院长程晓明看来，新三板还是受到了主板的影响。

A股市场释放出各种政策利好“救市”的时候，新三板也上演了一轮“自救”，主角是各挂牌企业，大股东增持、公司回购、高管暂不减持。

当然，还有一些机构乘机疯狂了一把。天星资本在6月22-26日这一周投资了33家企业，6月29日-7月3日这一周投资了55家企业，7月8日，又宣布筹备专项资金用于新三板二级市场增持优质企业股票。这家激进的新三板投资机构，投资的新三板公司数量正逼近400家。

天星资本这种豪赌式的投法，是在赌新三板的命运，如果将来新三板真的成为纳斯达克，天星将持有 300 多家上市公司，这是什么概念？它会成为中国第一投资机构。

但像天星资本这样的机构，毕竟是少数。

新三板机构投资者现在分成三种：传统风投企业、阳光私募系、投行、券商系。周山觉得，虽然这三拨人不一样，但是有共同特点——短视。他们抱着借政策红利炒一下就走的心态，而不是长期投资者。

对于新三板创新型中小企业来说，这部分投资者其实不太合适。这是一个错配的问题，投资者结构和挂牌公司之间，并不匹配。理想的新三板投资者应该是一批结合一级、二级市场投资特点的新锐投资者，不会一天到晚想着快速兑现。

2014 年 11 月，艾录股份交易方式从协议交易转为做市交易，做市商让他颇为失望。陈安康原本对做市商的理解是，做市商对股票估值，适当的时候稳定股价，价格高的时候抛一点，便宜的时候买回来，可以做差价，活跃市场。

现实中恰恰相反，做市商拿了最低价格，然后在市场价格高的时候拼命减仓，在价格低的时候也不会加仓。艾录股份的第一家做市商，以 4 块多的成本拿了 180 万股，天天在减持。高价抛出之后，这个钱就再也不进去了。

人家开玩笑说，“拿了低价股不做市、耍流氓”。公司凭什么给你 200 万股，让你赚 2000 万？是让你帮忙做市的，让你给新三板做贡献的。你只卖出不买进、低进高抛，谁不会？做市商制度有问题，对做市商没有制约。

截至目前，中国 115 家证券公司中，约有 79 家新三板做市商。虽然去年 6 月份正式发布实施的《全国中小企业股份转让系统做市商做市业务管理规定(试行)》已明确提出，做市主体是证券公司和其他机构，目前只有券商能够做市。

券商本来应该扮演一个流动性供给者的角色，但很多做市交易的人员，原来是做二级市场出身，很多券商的做市部门的人员是挂在自营部门的下面。新三板做市商的人员配置、风控特点，新三板做市方式，都非常接近二级市场。

券商出身的做市商，习惯了短期化操作思路，和关联公司相互配合，对倒一下，把价格操作很高，券商以很低价格拿到的货，在高位出，价格落下去的时候、低位补回来就是，做市商对企业一点支持都没有。

三板受到主板的影响，很多行为都很短期化。比如 A 股询价的方式，机构面对新三板一开始其实也是缺乏经验，都是蜂拥而上，而非理性思考。一些做市或者转板概念企业，定增定价都非常高，很多都没有做尽职调查。就周山所知，机构就是问一下价格、看一下估值，就投了，对企业简单的了解都没有。过于草率的投资流程，导致当时一些投资出现判断失误。

某些券商则为了自己利益，把一些做市企业估值做得很高，使自己能够获得比较高的行销费用，企业估值严重偏离了实际价值。谁都不知道市场能红火多久，先捞一把就走。

在这一轮下跌中，不少企业老板们行为短期化，这也是受到 A 股的影响，只想在市场火爆的时候疯狂圈钱。很多挂牌企业，短时间内多次定增，有些业绩根本不足以支撑其估值的企业，定增金额很高，一下子把市场的现金流吸纳过去，而未来发展不足以支撑其估值。

在各个周期，市场参与主体都在追逐利益最大化，这可以理解。市场理性只是相对的，企业估值长期处于波动状态，市场亢奋了，大家都预期过高。

2015 年初，各路资本怀着很高的政策预期进入、直接激活了新三板市场。资本的逐利性，在各个市场都是一样的，对政策预期比较高，助长了部分短期行为，加上新三板本身容量比较小，供求关系不平衡，快涨快跌表现更为明显。各新兴市场都经历过上涨、估值确认过程，新三板也不例外。

2015 年 4-5 月间，新三板平均 60-70 倍的发行市盈率，让人吃惊的是，三板交易市盈率和发行市盈率出现背离的情况，有些挂牌企业的发行市盈率比交易市盈率更高，这不正常。一个个企业的估值动辄 80-90 倍，就像“神创板”一样。

争夺企业资源

只要解决了流动性问题，就解决了企业融资问题。

面对新三板的大跌，新三板当务之急是迅速扩容，每年上 3000 家企业、早日达到 1 万家以上，其次是加大企业退市力度，每年退市率达到 5% 以上。等挂牌数量达到 1 万家以后，再提高交易活跃度，加大活跃度的重要措施就是降低个人门槛。

尽管新三板一直强调自己与主板的区别，但它和上交所、深交所争夺上市企业资源只是迟早的问题。

这次 A 股暴跌，监管层暂缓 IPO，不少人觉得这对新三板是一大利好。在上一轮 IPO 暂停时，

一些企业等不起，转投新三板，给新三板带来一批相对优质的企业资源。

A 股和三板之间肯定会有很多博弈，因为 A 股代表的是中国过去三十年发展模式，是传统产业和传统资产的聚集地，而三板代表的是一股草根力量、科技类企业改变自己命运的力量，提供中国社会阶层一个流动的渠道。

之前大公司去上海，中小公司去深圳，现在冒出一个新三板，各种政策红利，无涨跌幅限制，竞价交易又分层，注册制、挂牌没有财务门槛，上交所、深交所都希望优秀中小企业为自己所有，希望新三板作为预备板、跳板，你先帮我选好、规范好，可是股转公司真的愿意吗？

2015 年 7 月 2 日，股转公司监事长邓映翎在北京举行的新三板与中小企业发展论坛上透露，今年年底将试点允许新三板挂牌企业转到创业板。挂牌企业如果在新三板孵化成长，达到了成熟企业要求更多的流动性，可以转到创业板，转到上交所战略新兴板。

2015 年 6 月底，上海市政府副秘书长金兴明在“陆家嘴论坛”上透露，上交所战略新兴板已获国务院同意，最快 2016 年 4 月推出，定位于规模稍大、已越过成长期、相对成熟的企业，与主板、创业板形成衔接，同时也有适度交叉。

在一些机构和行业人士口中，股转中心被称为“北交所”，与上交所、深交所并列，被称为“中国的纳斯达克”。但纳斯达克并非纽交所的补充，而是有着大名鼎鼎的微软、英特尔、苹果等公司。

无论是交易所还是股转中心，为企业服务是其共同方向，不论是上哪个板或是转板，最终都是企业根据自身情况做出的选择。即使市场低迷，融资越来越困难，新三板确实为那些原本很难进入资本市场的中小企业提供了融资机会。在注册制出来之前，新三板的入口更宽，会带来大量挂牌企业，同时其结构性特征会越来越突出，即整体受到资本追捧很难，只有优秀企业会获得市场的认同。

新三板给了中小企业实实在在的资金支持，只要解决了流动性问题，就解决了企业融资问题。随着接下来天涯、天星资本、硅谷天堂、锤子科技、百合网等知名企业挂牌之后，对人心是个提振，新三板或许可以快速走出来。

5、P2P 配资平台生存现状：股市动荡 配资余额下降

作为国内首家获得券商投资的 P2P 平台，投哪网在 5 月 31 日获得了上市公司大金重工的 B 轮融资。但是，即便股票配资只是公司业务的一部分，在各种配资爆仓的消息迭出之际，吴显勇和其他几家配资 P2P 平台的负责人，还是选择对这一话题避而不谈。

P2P 配资，到底有多“恐怖”？

对于整个 P2P 行业而言，其实目前从事配资业务的平台比例有限。综合网贷统计数据显示，2015 年上半年全国正常运营的 P2P 平台有 2700 家左右，而据估计，全国做配资平台的 P2P 大约只有 50 多家，纯做配资的更少。另据观察，在近期即将举办的某大型配资论坛上，参会的配资 P2P 平台不足 40 家。

另外，P2P 配资业务在整个场外配资行业中的占比也有限。据估算，场内外配资总体规模在 3.3 万亿左右，其中，信托、P2P 等民间资金约为 2000 亿元。上周，即便股市开始逆转，两融余额仍呈现下降趋势，有分析人士指出，经过前一轮暴跌，场外配资余额也已经急剧下降。

但是，在场外配资本身缺乏有效监管的前提下，P2P 平台本身尚存在违规担保、私建资金池、拆标错配等“沉痾旧疾”，违规从事配资业务就更成为灰色地带，在行情暴涨之时，一度传出有 P2P 平台放出高达 1:10 的配资杠杆。

数据显示，截至上半年底，整个 P2P 行业的累计成交量达到 6835 亿元，创历史新高。其中，6 月份成交量约为 650 亿元。第一网贷的统计结果类似，6 月全国 P2P 网贷总成交额为 653.55 亿元，同比增长近 2 倍，但环比出现下降。

统计显示，6 月共出现 125 家问题平台，创历史新高，环比增长两倍。查看近期被曝光的 P2P 平台，除了“跑路”之外，大部分发布澄清公告的问题平台，主要是把问题归因于股市火爆、其他平台倒台造成挤兑等。

另外，P2P 行业一直存在多头隐形借款、无头影子借款等借款人在多个平台违规借款的行为，P2P 平台披露尚不完善，如果借款人变相投资股市，在股市暴跌时形成平台欠款，很可能形成恐慌，加剧行业性挤兑风险。目前整体 P2P 配资平台已经大幅度降低杠杆，另外通过限制可操作的股票类型来控制风险。

不过，尽管上半年股市跌宕起伏，仍然有更多上市公司、券商等参与投资 P2P 行业。最近一例是，东方金钰控股子公司旗下的珠宝翡翠行业 P2P 平台于 7 月 10 日上线。而据不完全统计，今年上市公司参股或直接设立的 P2P 平台已增加至 60 家左右，相比去年几乎增长一倍。除广发证券外，恒泰证券、海通证券、西南证券、华创证券等券商也开始自建或参股 P2P 平台。另外，作为 P2P 业务的基础，征信业也在不断完善，其中，芝麻应用已经广泛与互联网金融公司合作。

6、资本血战外卖 O2O：未来或达万亿规模 开启新格局

日前，有关美团和饿了么“陷入恶性竞争”的新闻风波再次引发业界关注。

不管孰是孰非，外卖 O2O 在互联网行业引发的资本大战，已经使得这个近两年才兴起的新行业被认为是继打车软件以后的第二大“烧钱”行业。有业内人士认为，未来，餐饮外卖市场将达到万亿元以上的规模。而根据不完全统计，最近半年来，各路资本大鳄从垂直细分市场带入这个领域的资金已达数十亿元。

种种迹象表明，一场旨在争夺餐饮外卖市场的资本比拼“血战”还将继续剧烈上演。

目前，饿了么、美团外卖、淘点点、百度外卖四家已占据近 80% 的市场份额。随着越来越多的资本巨头加入，日趋白热化的竞争态势会否动摇现有格局？

资本推动竞争格局变化

就在今年年初，饿了么宣布获得 3.5 亿美元 E 轮融资，不到半年，百度外卖日前也有消息称将完成 2 亿美元的融资，更有消息人士指出，同样准备在外卖 O2O 领域大干一场的美团网，也正寻求新一轮融资，计划筹资额超 10 亿美元。

小小的外卖盒饭，为何能够引来如此多资本巨头进来押注？这主要缘于各路资本对这个新兴市场潜在的巨大发展前景越来越清晰的判断。

根据业内人士推测，餐饮外卖未来的市场规模很可能将达到万亿元以上。而目前，所有互联网外卖平台的容量加起来还不到这个商业想象的 1/10。整个市场在未来可以被开发的巨大空间。

今年一季度，已经率先抢滩这个行业的几大主要平台的发展速度则印证了业内人士的这一判断。今年第一季度，在线外卖成交订单高达 1.76 亿单，同比增长 340.8%，增速惊人。

为了能够在未来抢到更多的市场份额，部分外卖 O2O 巨头早在一年前已经开始加大烧钱速度，意图以更大砝码来动摇现有的市场格局。据了解，作为外卖 O2O 行业的排头兵，饿了么在资本运作层面铆足了力气。2014 年 5 月，饿了么宣布获得大众点评 8000 万美元的 D 轮融资，在今年 1 月，又宣布获得 3.5 亿美元 E 轮融资，中信产业基金、腾讯、京东、大众点评、红杉资本联合投资。而更加让一些同行“看着着急”的是，在获得腾讯、大众点评和京东这些巨头的投资后，饿了么还获得微信、京东和大众点评等生活服务类相关的重要流量入口。

同样在资本推动下获得长足发展的还有饿了么的直接竞争对手美团网。在距今年 1 月刚完成 7 亿美元融资的半年后，美团网传出正在进行新一轮 10 亿美元融资的消息。本轮融资一旦完成，美团今年的融资将达 17 亿美元，估值 150 亿美元。

伴随着这个行业在 2015 年的继续高速增长，巨头之间的竞争将变得越来越激烈。分析指出，百度、阿里、腾讯以及京东等巨头通过自建或战略投资的方式深度介入外卖市场参与竞争，而相比线下高达万亿的餐饮外卖市场空间，互联网外卖渗透率仍然较低，市场潜力巨大。

技术或成决胜关键

在外人看来，外卖 O2O 平台的竞争仅仅是一场烧钱拼人的活儿。然而，在烧钱的背后，要想在这个市场站稳脚跟，最终还是要回归到核心业务和技术的比拼。

虽然在这个行业野蛮生长的初期，大部分平台的确都在依靠烧钱来拉用户和培养用户。为了抢占外卖 O2O 这个风口，互联网巨头在花钱方面可谓无所不用其极。

然而，随着整个行业竞争的加剧，真正能够决定一个平台未来的还是它的服务水平和技术水平能够上到哪个层次。

正因为深谙此中道理，包括饿了么在内的一些主要平台，在一边烧钱的同时，另一边也在逐步把自己的重点集中到打造平台的核心竞争力。为了缓解高峰时段配送压力，饿了么方面就推出“蜂鸟配送”系统，供商家配送人员使用，平均每单送达时间缩短 15 至 20 分钟。据相关负责人介绍，蜂鸟未来还将向第三方团队和众包物流开放，逐渐搭建一个全国性的区域物流平台，供商家方便快捷采购物流服务，从而解决用户等餐的痛点。

另一家巨头百度外卖，目前同样在借助自己的技术优势暗中发力。据了解，目前百度外卖 O2O 拥有了 12 个外观专利和 6 个发明专利，其中 6 项发明专利包括了掌管物流系统的“大脑”、订单的实时监控技术、调节运力合理排班的方法、配送路径优化技术、查找配送异常情况，甚至还有实境模拟类的高端测试技术。

在业内人士看来，技术能力的提升，一方面可以缩短消费者的等待时间，提升用户体验，增加用户黏度；另一方面，在对商户的吸引力方面也是有极大的帮助。

据最新数据显示，大众点评海外业务完成覆盖全球 200 多个国家和地区的 800 座城市，收录近 250 万家海外商户，而在中国市场也已经覆盖 2500 多座城市、收录 1400 多万家本地商户。强大的技术支撑使得大众点评成为了全球最大的本地生活服务平台。

外卖 O2O 领域平台的丰富程度将决定平台的用户数量和议价能力，而在大家都积极补贴的背景下，技术力量就成为了传统商家选择平台的唯一标准。在业内人士看来，光是烧钱已经无法成为外卖 O2O 领域比拼的核心竞争力。

7、互联网金融 2.0 时代：没移动端入口必死 IDG 不投学生分期

以单个有效用户(注册并交易一次)的平均获取成本突破千元为标志，互联网金融入口的圈地已经完毕。在争议中前行的互联网金融领域不管是下注赛道还是赛车的投资风向都已经明朗：没有入口的互联网金融必死，没有移动端入口的互联网金融没有未来。

腾讯的微众银行和阿里的蚂蚁金服已经获取牌照，在四季度进入实质性运作阶段后，按照历史经验，风投对互联网金融企业的意淫估值模式将在 2015 年四季度向接地气的估值模式切换：由 VC 估值法变为业绩及增速估值法(PEG)。这意味着风投对绝大部分互联网金融企业的融资窗口已经关闭。

互联网金融的本质在于基于互联网的渠道入口变革、基于大数据技术的产品风控变革和基于网络支付的基础设施变革。入口是互联网金融生存和发展的基础，在传统流量入口已经圈地完毕的情况下，投资人应该摒弃那些在 PC 端烧钱换流量的强资本驱动型的屌丝互联网金融项目，专注于那些在移动端有高频流量入口面向中高净值人群的互联网金融标的。

1000 元魔咒背后的流量漏斗

2014 年一季度末，腾讯完成了旗下的电商平台易讯和京东的联姻。从这一年年初开始，综合性电商平台的单个有效用户获取成本突破 1000 元。

2011 年二季度团购网站的千团大战让美团一将功成万骨枯。也就是从 2011 年一季度开始，团购用户的单个有效用户获取成本突破 1000 元。

互联网企业的发展模式基本都是先烧钱圈地，然后再盖楼。在中国有限的规模型互联网入口争夺战中，单个用户 1000 元的获取成本已经成为行业发展走向整合集中的魔咒，此次互联网金融会例外吗？

尽管分发的产品有着较大的差异，但从互联网的角度来看，无论团购还是互联网金融，本质都是电商。而且互联网金融相对传统电商来说，产品更加标准化，用户对收益/成本更加敏感，在不同

平台之间的迁移成本更低，也让用户的留存更难。

千元魔咒背后，是风投资金集中涌向一个领域后，钱多人傻的互联网企业在用户和估值之间进行套利，把有限的入口成本打得飙升。比如说风投对每个注册用户的平均估值是 50 美元，理论上说只要获取注册用户低于 50 美元的成本，互联网金融企业都能承受。

同时背后的流量漏斗下端越来越窄，让用户的沉淀越来越难，进一步循环推动了入口的成本。

以资讯入口获得用户为例，目前资讯的总流量只有 20% 的在 PC 端，以 5% 的注册转化率和 20% 的购买率测算，实际有效用户的比例是千分之二。

这意味单个有效用户的成本突破 1000 元，只需要 CPC 的价格超过 2 元。事实上，5% 的注册转化率和 20% 的购买率的数据还在持续不断地走低。更重要的是，风投对用户的平均估值也在快速下降。

不断走高的有效用户成本让企业不堪重负。以浮出水面毛利极高的健康产业为例，今年四月初，莆田健康产业总会宣布暂停与某搜索引擎在竞价推广方面的合作。由于相关竞价排名的价格飙升，很多大城市的医疗竞价词都涨到近千元，莆田系健康产业沦入帮搜索引擎打工的局面。但依靠搜索引擎获得入口的健康产业又不可能离开搜索引擎，在 4 月份双方撕破脸皮后，经双方博弈，6 月底有媒体消息称莆田系健康产业已经恢复了在某搜索引擎的广告投放。

在有限入口资源的争夺中，低成本的入口价值凸显。滴滴打车和快的打车补贴大战的时候，为什么最高一天亏钱 4000 多万，还有人大量的投资机构愿意往里面烧钱？就是因为滴滴和快的在移动端获取单个有效用户的综合成本仅需十几元。目前双方合并后的最新估值高达 150 亿美元。

互联网金融率先 C 轮死

截至今年上半年，据不完全统计，仅 P2P 类的互联网金融类企业，A 股市场有 60 家上市公司新设或者投资了 36 家，且主要集中在二季度。如果加上众筹、理财等其他类型的互联网金融企业，涉足的上市公司（包含中概股）可能高达上百家，投后估值基本都在 10 亿元以下。

目前在国内不管是下注互联网金融赛车还是赛道的风投，由于互联网金融企业的宽度和广度，还远远谈不上形成生态系统的闭环。

但进入 2015 年二季度后，上市公司成为互联网金融的绝对投资主力。一方面，互联网金融就像 2014 年的手游公司一样，是上市公司市值管理的绝佳标的（估值高，强资本驱动型）；另一方面，一

线风投机构除了被动跟投外，已经基本停止对互联网金融企业 C 轮及以后的投资。

目前可以公开查阅的最新信息是，诺亚财富旗下子公司诺亚易捷金融科技有限公司和移动金融公司玖富分别在 3 月中和 4 月初宣布获得了红杉和 IDG 的投资。值得注意的是，从决定投资到宣布一般都有一个月甚至更长时间的滞后期，同时这两家公司已经在线下积累了较长时间的线下入口资源，更像是一家 O2O 型企业，不具有一般互联网金融公司的代表性。

即使在移动金融公司玖富最新一轮的融资名单里，产业资本也是参与投资的重要力量。而四月初，趣分期 D 轮融资接近 1 亿美元，是互联网金融行业近期最大的一笔融资之一，领投资方昆仑万维是 A 股一家做游戏的上市公司。

事实上，IDG 合伙人李丰也公开表示，不看好近期火爆的大学生分期和配资这类互联网金融企业，IDG 没有在这两个领域投资。

另外一家在 4 月 21 日宣布完成总金额达 8400 万美元的 C 轮融资的积木盒子，是最近完成融资金额较大的互联网金融企业，其 C 轮领投为名不见经传的英国天达集团(Investec)，这也是该外资集团首次涉足中国 P2P 行业。

在风投对互联网金融企业的投资逐渐停止后，上市公司等产业资本对互联网金融的投资更多是出于市值管理的需要的短期行为。在预期 2015 年四季度最互联网金融企业的估值方式切换和股民追逐的热点过后，上市公司对互联网金融企业的投资可能就像此前出于同样动机对手游行业的投资一样，投机价值丧失后集体戛然而止。

同时，目前国家力推的新三板通道对互联网金融企业还没有打开，风停了之后，互联网金融业因为较大的体量和烧钱的基因，可能是 C 轮死的第一批殉葬品。

互联网金融 2.0：抛弃屌丝

到移动端上找高富帅

阿里和腾讯之下进入整合阶段的互联网金融还有没有投资机会？有垂直入口的面向中产用户互联网金融企业一定有机会，而且这个机会比搜索引擎驱动模式下的互联网金融企业机会更大，风险更小：以高频资讯为入口，精准面向中产阶级。

在余额宝之后，中国沉睡多年的中产阶级沉淀的资产在个人理财市场开始觉醒并爆发，产生巨大的金融理财需求红利。随着国内居民收入不断提高，我国个人金融资产的快速增长和中产阶层的

崛起，私人所有的资本已超出国有资本，成为全社会资本总额的重要组成部分。

高成本获取的屌丝用户被圈占完毕后，互联网金融已经成为得中产得天下的局面，中产阶级和屌丝不同的是：单个用户价值高和忠诚度高，同时获取信任的时间也更长，所以虽然面向中产的互联网金融企业可能承受较高的用户获取成本，但信任时间拉长后用传统方式去精准获取的可行性也大打折扣。

在大部分用户常用的 APP 不超过 5 个的情况下，移动端流量的入口已经汇聚到了超级 APP 微信的订阅号。根据 2015 微信用户数据报告，26 岁到 50 岁的中产阶级人群占微信用户的比例超过了 50%。

这意味着很多移动端的互联网金融企业只需要一个微信公众号就行了，连去刷 APP 下载量和用户骗一下风投的心都可以省了。

以近期在港股市场声名鹊起的格隆汇为例，格隆汇定位为服务中国人海外投资的社交平台，目前主要是免费提供专注于港股的专业研究。格隆汇利用专业的研究，在不到两年的时间里，没有做任何大规模公开推广的前提下，已经积累了大量中高净值用户，在这个细分领域大部分单篇文章阅读能轻松过 10 万加。

可以佐证格隆汇用户力量的事例是，格隆汇在微信订阅号晚上推介的港股，第二天很多开盘直接跳空高开了 80% 以上，是名副其实的港股金手指。正因为如此巨大的市场力量，这也让格隆汇在近期面临是非争议。

作为港股研究的第一平台，尽管没有公开对外融资，但如果有投资机构对其开出数亿美金的估值并不意外。

另外一家专注新三板原创资讯和研究的新三板平台三板富，在成立不到两个月的时间里微信公众号三板富就吸引了十几万的中高净值粉丝，成为新三板的流量第一入口。公开资料显示，三板富已经具备 3 亿额度的新三板股权分发能力，足以和市场上最大的新三板基金机构媲美。

此外，以教中产阶级如何更好的使用信用卡和机票酒店积分，以及恰当地投资的公众号大玩家，5 月份在微信公众号发售了首个挂钩沪深 300 指数的结构化理财产品，尽管无法查阅公开的交易金额，但从引起业界的震动来看，交易金额可能不容小看。

对于互联网金融来说，PC 端已经沦为屌丝的天下了，风投应该进入互联网金融 2.0 时代：抛弃屌丝，到移动端上找高富帅。

8、中国互联网企业百强名单公布：阿里依旧霸居榜首

7月15日，中国互联网协会、工业和信息化部信息中心在京联合发布2015年“中国互联网企业100强”排行榜(简称“2015互联网百强”)。阿里巴巴、腾讯、百度、京东、奇虎360、搜狐、网易、新浪、携程、搜房网位列2015年中国互联网百强榜前十位。

自2013年开始，中国互联网协会和工信部信息中心每年发布一次中国互联网企业100强榜单。该项评价工作的主要依据是互联网企业2014年度发展数据，包括企业自主上报数据、上市公司财务报告、第三方研究机构研究成果等公开数据。数据统计采用了计算复合指标的方法，选取若干指标，以此计算各家企业在企业规模、社会影响、发展潜力和社会责任四个维度上的得分，加权平均后得到的总得分作为排名的依据。评价指标既覆盖收入、利润、人力资本等财务指标，也覆盖流量、活跃用户数等业务指标。

从统计结果看，百强企业2014年的互联网业务收入总额达到5735亿元，占我国2014年信息消费总额的20.5%。百强企业总体收入同比增速达到47%，带动信息消费增长7.7%，贡献了42.3%的信息消费增量。

百强企业业态多元丰富：覆盖电子商务、综合门户、互联网金融、网络游戏、网络视频等主要业务类型。本年度，有两家专营工业原料的B2B贸易网站、两家互联网理财网站首度上榜，体现了在“互联网+”大方向的指引下，互联网与产业融合发展的趋势。

百强企业在全世界范围内的影响力和品牌知名度也日益提高，百强中有71家企业在全世界各主要资本市场挂牌交易。在按照市值排名的全球前30大上市互联网公司行列中，来自中国互联网百强企业有12家，其中4家入围全球互联网前10名。

工业和信息化部信息通信发展司陶青处长出席发布会，并在致辞中表示，互联网百强评价工作为做好新形势下国家互联网发展战略和政策研究提供重要参考，同时也是互联网行业实践网络强国所做努力的真实写照。

2015年中国互联网企业100强排行榜工作得到工业和信息化部及其有关司局的指导、支持和认可。总体看，2015年互联网百强企业规模效益强，对信息消费拉动作用显著。

9、基因检测 VC 三大挑战：商业逐利 会被认为资本掮客

基因检测投资的热度已毋庸置疑，其战略性在于：遗传数据是所有生命数据的基础数据；在循证

医学的基础上，基因检测技术进一步提升了医学诊疗的准确度，成为未来的医学发展方向；基因检测技术的社会影响深远，包括法律设立，经济形态和社会思潮。

在重大机遇下，基因检测 VC 也面临着如下三方面的挑战：

其一，把握基因研究成果转化的不确定性和基因检测与其他领域的交叉。不确定性包括基因检测和分析技术路线的竞合，以及基因与疾病的相关性研究到适用于临床的因果性判定仍有相当距离，这意味着 VC 须对科技成果的转化有相当的敏锐和把握。同时，VC 需要关注多个领域技术的发展，领会它们的交汇点可能带来新的商业模式和巨大的资本及社会价值。例如，目前基因检测与互联网的交汇的方式包括云计算和销售渠道，但未来可能与人工智能及机器学习交汇，产生新的商业应用。

其二，找到 VC 商业逐利与创业者医学济世精神的平衡点。基因检测领域的创业者，通常思维缜密，待人真诚，多年的生命科学工作经历使得他们比常人具有更开放的人生态度，更重要的是，他们对基因检测对人类进步的贡献有着极高的热情。商业利润与医学进步的平衡点具体体现在投资协议中的估值，对赌和回购条款中。寻找这个平衡的过程是 VC 与创业者合作的过程，如何在这个领域不被理解成不懂行且短视的资本掮客，是 VC 需要面对的现实。

明智之举也许是让双方都能充分理解对方背后那个充满着不确定性和高度竞争的世界— VC 身后，中国的多层次资本市场体系正在形成中，医疗基金层出不穷；创业者身后，基因研究的产业化凝结了许多科研人员的心血，成果来之不易，创业公司如雨后春笋。在双方了解对方的实力和所面对的风险后，以彼此认可的态度共同迎接创业中的各种风险。

其三，将基因检测的产品和服务嫁接于中国错综复杂的医疗现实中。产品和服务迅速取得市场认可是医疗健康 VC 关注重点之一。虽然基因检测行业的顶层政策支持呼之欲出，但产品和服务仍将进入流通领域，通过基层流通应用于医院及社区患者。我国的医疗资源分布不平衡，新近的医疗改革将对传统流通领域产生巨大的影响。在这样的背景下，如何促使基因检测产品和服务“接地气”，以及利用医改的成果，推进相关产品和服务的推广，是 VC 在进行市场估算和进行投后管理时需要考虑的问题。

VC 通过构建复合型团队，进行深入行研以不断更新投资思路，以及建立与医疗界实业的紧密合作来增强应对基因检测类的前沿技术投资风险的能力。基因检测界出现一批优秀的独角兽企业后，相关的 VC 也会名利双收。但目前来说，VC 需要在行业热度中保持清醒，在基因检测项目中处理好上文提及的每一个挑战，才有可能在这个领域获得生存和发展。

10、小论众筹：奖励式众筹喜与忧 期权式能成替代品

自从十几年前众筹展露头角以来，这种筹资方式就被很多创业者和艺术家所青睐，他们凭借众筹完成了心中的梦想。

世界上出现的最早的众筹平台，就是 2003 年在美国成立的 ArtistShare。这个平台的目标，是帮助音乐艺术家在粉丝群体中在线筹集资金，进而完成自己的作品。

第一个通过众筹方式完成的专辑，就是 Maria Schneider 的爵士乐专辑，2005 年 Schneider 依靠众筹获得了 13 万美元的资金，并且制作了这张专辑。之后这张专辑还获得了格莱美大奖。而捐助了 Schneider 的粉丝，根据所贡献资金的多少，获得了不同的奖励，例如免费下载正版数字专辑。捐献资金较多的粉丝，名字还被印在了专辑上。

在过去几年中，在线众筹突然席卷了全世界，甚至在一些地方，众筹成为了初创企业成长的主要动力之一，例如台湾地区、巴西和中国等。2013 年世界银行的一份报道称，预计到 2025 年，中国市场上企业通过众筹所获得的总资金将会达到 500 亿美元。

如今许多世界知名的产品都是通过众筹起家的，例如大名鼎鼎的智能手表 Pebble。他们的众筹项目共获得了来自 78471 个大众投资人所提供的超过 2000 万美元资金。正是这次成功的众筹项目，才让 Pebble 变成了家喻户晓的众筹神话。2013 年的时候，现在众筹产业共计获得了 51 亿美元的资金。

除了初创企业之外，众筹还吸引了社会名流以及行业领袖的注意力。

一些社会名流开始依靠自己的知名度来为自己的项目寻求资金支持。例如著名演员 LeVar Burton，就在 Kickstarter 上获得了 540 万美元，并且成功回复了曾经红极一时的儿童节目《Reading Rainbow》。好莱坞明星 Zach Braff 也在 Kickstarter 上为自己的新电影《Wish I Was Here》发起了一个众筹项目，并且成功融资 300 万美元。

而一些行业领袖，则站到了众筹领域的另一条战线上：投资。

印度初创企业 Connovate Technology 在美国众筹网站 Indiegogo 上发布了一个蓝牙设备的众筹项目，这个项目吸引了科技行业的一名大佬的投资，这就是苹果公司的联合创始人 Steve Wozniak。另外，当 LeVar Burton 发起《Reading Rainbow》的众筹项目时，好莱坞喜剧演员兼制作人 Seth Macfarlane 为这个项目提供了 400 万美元的资金。

奖励众筹的喜与忧

一些著名的众筹网站在这几年纷纷获得了巨大的成功。例如 Indiegogo，他们每个月的活跃用户达到了 1500 万人，而且已经发布了超过 27.5 万个众筹项目；还有 Kickstarter，这个平台上已经有大约 8.8 万个众筹项目获得了成功，这些项目总共获得了超过 18 亿美元的资金。

Kickstarter 和 Indiegogo 都是基于奖励机制的。例如，项目支持者为一个项目提供了资金，那么项目成功之后，支持者可以用更低廉的价格获得这个产品等。

Kickstarter 和 Indiegogo 的核心区别，就是 Kickstarter 奉行的是 All or Nothing 模式。也就是说，如果一个项目没有成功达到目标金额，那么所有支持者的资金将会被全额退回，企业一分钱也得不到。

而 Indiegogo 则更加灵活，它奉行的是 Keep it All 模式。也就是说，即使项目没有达到众筹目标，企业也可以得到已经获得的资金。是否将资金退回给支持者，企业可以根据需要和具体情况进行选择。但是如果项目没有达到融资目标，Indiegogo 会向项目发起者收取更高金额的服务费。

这种奖励式的众筹，看上去也许非常适合初创企业，特别是那些生产真实产品的初创企业。但是这种众筹方式也有其缺点，尤其是对于支持者来说，风险会更大。

虽然支持者可以获得一定的奖励，但是他们对于所支持企业的发展轨迹完全没有话语权。对此，一些支持者会觉得心里不平衡，毕竟这家企业最初是依靠这些支持者才发展起来的。

我们来看一个极端的例子：Oculus Rift 在 Kickstarter 上的众筹项目。这个项目成功完成了目标，但是当他们被 Facebook 以 20 亿美元的价格收购之后，留下了将近 1 万个支持者，这些支持者并没有像该公司当初承诺的那样获得 Oculus Rift 头盔。许多投资人感觉自己被欺骗、背叛了，他们认为 Oculus Rift 的成功完全是那次众筹的直接结果。更糟糕的是，由于这次众筹的本质是一次捐赠行为，因此这些支持者理论上并非投资人，而是捐赠人，这意味着他们很可能无法获得退款。

而且许多人没有注意到，大多数众筹项目都以失败告终。媒体只会报道那些成功项目，从而在大众心中造成了一种错觉：众筹的成功率很高。事实上，大约 60% 的众筹项目都没有能够在截止日之前达到预期目标；即使在所有成功的项目中，也有大约 75% 的项目没有能够按照预先承诺的那样即时将产品送到消费者手里，绝大多数的产品都出现了拖延现象。当然，这些企业也不会骗支持者，数据显示，只有 0.1% 的项目为诈骗项目。

期权式众筹能否成为更好的替代品？

众筹能否为项目支持者提供更多的可能性?让他们不再仅仅是一名捐赠人,让他们成为企业的天使投资人甚至是产品或服务布道者?

期权式众筹能够为项目支持者提供一个更加有价值的位置。利用期权式众筹,支持者获得的并不是固定的奖励,而是企业的股权,从而让他们成为企业真正的投资人。

事实上,当今的网络的确有这样的众筹平台。例如 Fundable,这个平台可以提供奖励式众筹和期权式众筹两种服务。Angellist 也是一个期权式众筹平台。还有 Crowdcube,这个来自英国的期权式众筹平台至今为止已经为超过 270 家初创企业提供了服务,并且为这些企业带来了超过 1.44 亿美元的众筹资金。

RocketClub 则提供了另外一种完全不同的期权式众筹服务,支持者同样可以获得初创企业的期权,但是他们无需掏一分钱,所需要做的,只是通过完成一系列的人来帮助企业进行推广,为企业带来关注。

Spottly 是一家旅游服务初创企业,这家公司就曾经在 RocketClub 上进行过众筹。支持者需要在 6 个月的时间里将这家企业推荐给至少两个好友,并且每四个月都使用这家企业的应用发表一篇帖子。

作为回报,Spottly 会拿出公司 2%的期权来汇报给所有支持者。前 1000 名支持分享其中 1%,这几位每个支持者会获得该公司 0.001%的股权。考虑到该公司目前的估值为 300-500 万美元之间,这意味着每个支持者能够获得 50 美元的回报。

也许这个数额看上去微不足道,但是 RocketClub 创始人 Erik Chan 表示,投资人不应该仅仅着眼于当前的分成,而是应该看到企业未来的长期潜力。

在未来的时候,初创企业有可能会被高价收购。这个时候,那些通过 RocketClub 对初创企业提供帮助的投资人,才会看到这个投资的真正价值。

而对于想要获得关注和曝光度的初创企业来说,这种基于期权的众筹方式,能够给他们带来的好处,远远多于传统的奖励式众筹。

要知道,一个企业的扩张能力,以及在未来风险投资人眼中的价值,非常依赖于这家企业的流量,以及当前用户的数量。

众筹领域本身也在发展，越来越多的众筹方式将会不断出现。如今的初创企业在准备进行众筹的时候，将会有更多的选择。众筹除了资金之外，还能给企业带来其他的好处，例如流量和关注。而支持者的角色也在发生着改变，他们不再仅仅是消费者，还会逐渐成为企业真正的投资人。

11、股市暴跌 VC 和 PE 笑了：IPO 暂停 部分企业亟需现金

风投们认为，一度蒸发近 4 万亿美元的中国股市暴跌或许反给觊觎科技创业公司的投资者创造了机会。

沪深两地股市动荡给上市公司估值带来压力，但也给一哄而上的筹资热潮降了温，企业估值随之降回较低水平，一方面导致谨慎情绪回到市场，另一方面也促使投资者以新的视角看待非上市企业。

在中国股市陷入多年来最为惊心动魄的一场行情中时，Uber 中国子公司和滴滴快的都曾被传拟进行融资，据称融资总额约达 40 亿美元。由于中国政府为遏制股市暴跌而冻结新股发行 (IPO)，通过上市来收回投资的这条路径也就此被封堵。

现在，风投与私募掌握了主动。

国内 IPO 暂停可能导致部分企业亟需现金，为私募创造了非常有利的投资机会。投资者会更加慎重并加强对所投企业的监督。

据悉，阿里巴巴和腾讯今年以来至少参与了 83 亿美元的并购投资。中国企业至少有 650 亿美元现金可以用于收购。

风投与收购市场的定价一度高得离谱，定价下降带来更多收购机会，而且机会不光是给风投的，也是给有融资需求的企业。

12、7.13 -7.19 一周并购事件

2015 年 7 月 13 日-2015 年 7 月 19 日中国投融资事件统计见下表

图表 27 2015 年 7 月 13 日-2015 年 7 月 19 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
奥栢中国	N/A	其他计算机服务	148000.00 万港元	2015-7-17
华菱节能	华菱钢铁	其他能源发电	115859.09 万元	2015-7-16
耀昇控股	从玉农业	投资与资产管理	25000.00 万港元	2015-7-15
Best Volume	民生国际	物业管理	40000.00 万港元	2015-7-15
华久辐条	金山开发	脚踏自行车及残疾人座车制造	53000.00 万元	2015-7-15
梅林畜牧	上海农场	牲畜的饲养	17640.00 万元	2015-7-15

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

智能行车记录仪喵小瞳获 500 万天使融资

7 月 13 日，南京喵星科技 Miaow Planet 旗下的智能行车记录仪喵小瞳联合创始人向确认，获得太火鸟、米仓资本、梧桐树资本童玮亮总计近 500 万元天使融资，种子轮投资方为天使湾。该产品在上海 CES 展期间由太火鸟主推展出，广受好评。产品预计本月底进行试生产，八月份进行量产。目前喵小瞳也在进行 A 轮融资，所得资金将用于海外市场和国际合作。

“喵小瞳”智能行车记录仪由南京创业公司喵星科技自主研发而成，整合独立通讯模块、360 度全景拍摄、APP 远程操控，特别加入“车友轻社交”功能。车主可以通过 APP 对喵小瞳进行远程操作，控制镜头实现 360 度旋转环视，随时查看车内及周边状况。同时自带通讯模块和随身 WIFI 功能，可提供现场直播及便捷的社交分享功能。在行车记录浏览及安全方面，针对目前行车记录仪的使用体验进行了很多优化，喵小瞳支持地图模式的行车记录和突发事件快速播放，无需取卡便可快速还原事故现场。

同城众筹平台“众筹客”获 1000 万元天使轮融资

众筹客 7 月 13 日宣布，公司已获宋宇海、沃石投资等多个个人和机构合计 1000 万元的天使投资。众筹客是专注于同城吃喝玩乐的众筹平台，网站在 4 个月前上线。除北京总部外，众筹客在上海、广州、深圳等多个城市已开设分公司，并在当地开展业务。目前，众筹客平台上线的项目包括唱吧麦颂 KTV、美丽频道(原美联社)、沙漠里种出的大米-沙米等。众筹客平台上的项目 5000 元起投，年化收益在 30%以上，风险用户自担。

木鸟短租完成 A 轮 6000 万元融资

7 月 14 日消息，国内短租平台 木鸟短租对外宣布获得由梅花创投领投的 6000 万元人民币 A 轮投资，多家机构跟投。这是继途家、小猪短租后国内短租平台又一大融资案。

木鸟短租上线于 2012 年 5 月，创始人为黄越。模式上木鸟短租作为第三方对接房东与租客，房东通过认证的方式上传自己的房屋信息，由木鸟短租的线下人员进行上门考核后上线，供租客挑选。网站已覆盖全国 392 个城市的 20 万套房源，旗下拥有多个产品套系，针对细分人群提供不同产品。

请他教获 8600 万元 A+ 轮融资，家教 020 已经进入“战国时代”

家教 020 “请他教” 7 月 13 日宣布，已在 6 月初完成了 8600 万 A+轮融资。据请他教 CEO 介绍，本轮融资由盈信投资集团领投，早期投资者梅花创投、纽信创投、51.com 董事长庞升东全部继续跟投。

请他教成立于 2014 年 12 月 19 日，是由中国早期知名站长陈远河联合学而思、学大、阿里、腾讯的高管等人创立，创立半年来，已经连续获得三轮融资，融资总规模已经超过 1.5 亿。目前请他教已经开通北京、上海、杭州、武汉、南京等 10 个城市，一个月内还将开通 5 个新城市，今年计划开通 30 个城市。

斯凯荣完成 1.5 亿融资 联想与盈创智信领投

致力于提供全球移动(3G/4G)上网服务、以无需插 SIM 卡的出境 Wi-Fi 漫游宝而闻名的斯凯荣今日正式对外宣布完成 B 轮融资，融资金额约合 1.5 亿人民币。本轮融资由联想控股与盈创智信领投，宽带资本 CBC、金沙江创投和合伟高达创投跟投，华兴资本担任此次融资的独家财务顾问。

斯凯荣成立于 2009 年，是一家源于美国硅谷的移动无线网络服务公司。公司在美国硅谷创办，研发中心位于中国深圳，并在北京设有办事处。斯凯荣通过自主研发的虚拟 SIM 卡——VSIM 技术，即无需插 SIM 卡就可连接网络的技术，让用户到哪儿都能上网。

协作转诊平台与线上私人诊所的双轨发力，杏仁医生完成 2 亿人民币 B 轮

杏仁医生日前透露，已经完成约 2 亿人民币 B 轮融资。此次融资由方源资本领投，红杉资本与光速安振中国跟投。

杏仁医生作为首个以免费匿名私人号码的模式获得市场关注，而后更新的几个重要版本里，将

医生协作与转诊、私人诊所和医生轻社交作为重点发力方向。为提升专业性，杏仁医生还引入了美国 UpToDate 临床顾问，为了快速解决一些临床问题。根据官方数据，杏仁目前有 13 万认证医生，活跃度超过 40%，在医生补贴上，选用真实有用的礼品来吸引医生。

医生图片社交产品“医图”获得经纬天使轮投资

医图创始人 Ethan 近日向媒体透露，已经获得来自经纬创投的数百万人民币天使投资，资金将主要用于产品创新和迭代，以及优秀人才的招募等。

医图于今年年初上线，初期用户以医学专业学生居多，最近则越来越多的主治医生。创始人 Ethan 说，产品调性还是偏医生社交和图片学习，特别强调的是社交属性，不打算追求功能的大而全或者做工具平台。医图虽然也是做医生的图片学习和交流社区，但操作方式和方向与医联、云医等完全不同，是在医生人群中掘取偏早期，心态年轻化，对社交有需求的用户，可以看做是对于其他类产品的补充搭配。

健身 O2O 公司“燃”融资 1500 万美元

近日健身 O2O 公司“燃”在上海召开发布会，宣布获得了蓝驰创投 Pre-A 和红点投资 A 轮累积共 1500 万美元 A 轮融资，这是目前日益火爆的健身 O2O 行业里最大的一笔投资。

“燃”是一家健身预约与健身爱好社区的服务平台，于 2014 年上线，燃为用户提供健身预约服务，同时用户可以在上面交流健身体验，“燃”以单次消费单次结算为特色，并且同时整合场馆和教练。“燃”要做的是，服务那些对生活品质和健康追求越来越高的中产阶级；“燃”不强调低价格，而是以质量服务用户。

下厨房获 B 轮 3000 万美元融资 京东入股

近日，家庭美食社区“下厨房”宣布完成 B 轮 3000 万美金融资，华创资本领投，京东跟投，A 轮投资方挚信资本、联创策源继续跟投。

下厨房 APP 于 2015 年初正式上线“市集频道”，从菜谱内容社区到新型电商平台，下厨房逐渐成为国内外精选食品和厨具的电商入口。与传统的电商平台不同，下厨房更加侧重通过用户口碑进行商品筛选，目前已吸引了几百家线上卖家入驻，品类包含特色食材、厨房器具、水果生鲜、烘焙、调味料等。

掌合天下获亿元融资 湖畔山南基金投资

近日，掌合天下董事长杨利祥今日与湖畔山南基金掌门人、阿里巴巴联合创始人谢世煌签订亿元投资协议，完成湖畔山南基金对掌合天下首轮投资。

掌合天下于 2013 年成立，是一个主打超市商户的网上订货平台。为体量小的中小型超市解决因为网店分散，营业额低而产生的进货难，缺少可靠的商品价格信息及货物获取渠道的问题。利用技术帮助超市统一网上订货，供货商统一配送。

汽车电商车风网获 5 亿元 B 轮融资

7 月 15 日上午消息，O2O 汽车电商车风网宣布已于近期获得 5 亿元 B 轮融资，投资方未透露，本轮融资将主要用于团队建设和市场推广。

车风网成立于 2013 年，区别于传统汽车类垂直媒体的导流方式，车风网选择从交易切入，通过大批量的买断车型，降低流通渠道成本，从而形成价格优势。同时，车风网采用电商定价的方式，保证了价格的透明度，相对于传统 4S 店的议价方式，让购车用户有了更大的信息对称，从而形成一定的用户体验优势。车风网目前在售的价格，比市场成交价格低约 2-10%，并能确保现车或者一周内交车。

潮流品类电商 YOHO! 获 1 亿美元 D 轮融资

7 月 15 日上午消息，潮流品类电商 YOHO! 有货宣布完成总额近 1 亿美元的 D 轮融资，深圳达晨创投领投、CMC 华人文化基金、远镜资本及原股东赛富基金与祥峰投资跟投。

潮流电商平台 YOHO! 有货创建于 2008 年，不同于其他垂直电商，定位于“分众电商”的 YOHO! 有货早在七年前便开始“跨境采买”，那时“跨境电商”这个概念还未被提及，对应的商业模式也尚未成熟，YOHO! 有货可谓是跨境电商的先行者。目前 YOHO! 正在加大技术领域的投入，以在下半年实现 YOHO! 有货的平台化技术升级。有了供应链、物流、平台三大基础设施的升级支撑，YOHO! 有货将变为更为开放的全球性潮流电商平台，承载全球潮流卖家。

挖财 B+ 融 8000 万美金 新天域资本领投

近日，互联网金融企业挖财宣布，获得由新天域资本领投的 8000 万美元 B+ 轮融资。加上去年年底中金和宽带资本的 5000 万美元，挖财在 B 轮融资额达 1.3 亿美元。本轮融资由新天域资本，汇桥资本集团、光信资本等联合投资，前几轮投资方包括中金、宽带资本、IDG、启明、鼎晖等全部跟投。

挖财成立于 2009 年，是国内最早的移动互联网金融服务平台，提供记账管钱、理财、信贷一站式资产管理服务。作为浙江省重点支持的互联网金融企业之一，挖财通过“挖财记账理财”、“挖财宝”、“挖财钱管家”、“挖财信用卡管家”、“快贷”等系列 APP 产品及国内最大的理财交流平台“挖财社区”，覆盖老百姓金融生活的方方面面，累计海内外用户突破 1 亿。

维修 O2O 唯修汇获 1000 万天使投资

近日，唯修汇向媒体透露，唯修汇 6 月份已完成 1000 万人民币天使轮融资，由北京正和磁系资产管理有限公同投资，估值近亿。

唯修汇于今年 5 月份上市，它是一家互联网维修服务平台，目前品类从家电切入，服务项目包括：安装、维修、保养、二手处理等。当用户在唯修汇官网或用户微信公众号上报修之后，系统会根据地理位置、报修类型、用户选择等条件自动择优指派技师上门服务，并且所有售后服务过程可监控、追踪，且用户对服务最终确认完工与评价。唯修汇建立售后服务近 10 万的 SKU 数据标准，确保服务与配件价格对用户透明。

B2B 出境旅游平台力行网络获 Pre A 轮千万级投资

力行网络近日宣布，已获得紫辉创投千万级 Pre-A 的投资，资金将用于构筑一个有效管理上下游高度分散资源的标准化出境玩乐平台。

力行网络是一家 B2B 的出境旅游产品分销平台，目标客户群是境外旅游产品供应商与渠道商。自 2014 年 7 月对外正式推出以来，力行网络一年内实现产品翻番，现在月销售已近 700 万。

自营式企业电商平台“公司宝”已完成 1200 万 Pre-A 轮融资

近日，提供保姆式服务的 O2O 平台“公司宝”向媒体透露，已在 6 月底完成 1200 万 Pre-A 融资，此轮资金将用于团队建设、系统优化以及市场推广方面。此外，还计划在年底之前挂牌新三板上市。

公司宝隶属于汉唐信通(北京)咨询有限公司，是一家基于传统服务行业的转型，团队有着近十年的行业从业经验，针对业务流程，痛点，难点都能给出标准的可复制操作经验。公司宝想做成一个典型的电商模式，从售前咨询到自助下单用户都可以进行一对一的顾问式咨询，还可以选择套餐服务，下一步也将加入导购功能。

美业 O2O 美业邦获 6000 万元 A 轮融资

近日，美业 O2O “美业邦” 宣布其已于今年 3 月获得春晓资本 6000 万元人民币 A 轮投资。

美业邦成立于 2014 年，是一家面向美容院和消费者的美容 O2O 平台，公司以 SaaS 云管理系统切入美容领域，业务主线以“B2B2C”为商业模式，帮助美容院迅速的走进移动互联网时代，让天下没有难开的店。美业邦是美容行业领袖打造的一个实名制、会员制、收费制、邀请制的高端网络社交生态圈，通过“自助、互助、他助”，营造一个健康、安全、可持续的美容商业世界。

二手车电商车友网络获 1.65 亿元融资

近日金固股份公告称，将与车友网络签订了投资意向书，公司拟以增资或受让股权的方式投资车友网络，通过对车友网络进行中长期战略投资，在二手车检测、交易、售后服务及汽车金融方向进行合作和布局。投资总额约为 1.65 亿元，本次投资后金固股份将持有车友网络约 10% 的股权。

273 二手车交易网，创办于 2003 年，由福州市二七三汽车经纪有限公司运营，车友网络旗下项目，创始人邓衍朗。273 二手车交易网基于 O2O 平台的二手车交易综合服务提供商，采用二手车经纪模式，交易价格通过买卖双方面对面商谈确定。并为客户提供经纪、检测、售后保障、金融产品等增值产品及服务。

传洗涤 O2O 平台 e 袋洗完成 B 轮 1 亿美金融资

近日，有消息人士透露洗涤 O2O 平台 e 袋洗已敲定 B 轮 1 亿美元融资，投资方包括其天使投资方腾讯等。e 袋洗 CEO 陆文勇表示对此目前并不方便回应，稍晚时间会有官方消息公布。

e 袋洗成立于 2013 年 11 月，其订单来源主要是微信和 APP，此前数据表示，微信的订单占比达 60% 以上，目前其服务主要通过中央洗衣工厂加加盟店的形式完成，而在物流上主要依靠自建物流团队加社区众包的模式完成。

14、证券市场一周回顾

（一）股票市场

本周（7 月 13 日-7 月 19 日）A 股涨跌交替，延续着上周的震荡走势，截至周五（7 月 17 日）收盘，沪深股指在本周都出现不同程度的上涨。与此同时，沪深两市的两融余额不再急速减少，呈

现出稳中有降的态势。

回顾本周行情，沪指在三个交易日收涨，最高单日涨幅为 3.51%。本周沪指多次盘中突破 4000 点，但都未能守住。截至周五收盘，沪指报 3957.35 点，周涨幅 2.05%，周振幅为 8.95%。

深证成指本周有四个交易日收涨，仅在周三（7 月 15 日）下跌，跌幅为 4.68%。截至周五收盘，深成指报 13004.96 点，周涨幅达 8.03%，周振幅 12.13%。

与深成指走势相似，创业板亦在本周三下跌，下跌幅度 4.99%，其余四个交易日收红。截至周五收盘，创业板指报 2783.32 点，周涨 247.44 点，周涨幅达 9.76%，振幅高达 15.31%。

新三板方面，三板做市指数在前三个交易日持续下挫，在后两个交易日以 0.17%、0.69% 的涨幅微微收阳。截至周五收盘，三板做市指数报 1422.90 点，周跌幅 2.70%。

截至 17 日，新三板市场挂牌企业达 2764 家，总市值近 1.2 万亿元，但成交低迷。本周五单日做市转让成交额仅为 1.88 亿元。据全国股转系统公布的数字，包括协议转让在内，本周最低单日成交额仅 3.5 亿元。

相对来说，本周沪深两市成交有所回暖。本周最低单日成交额出现在周四（7 月 16 日）。当日，沪市成交 5699 亿元，深市成交 5082 亿元，两市合计近 1.08 万亿元。最高单日成交额出现在周二（7 月 14 日），为 1.32 万亿元。

本周沪深两市两融余额相对较为稳定。截至本周四，沪市两融余额 9202 亿元，深市 5012 亿元，两市合计 1.42 万亿元。比上周末（10 日）的 1.44 万亿元减少 0.02 万亿元。

本周，监管层继续加大力度整顿场外配资。本周三（7 月 15 日）一度重现两市“千股跌停”，但这未能阻止 A 股市值的整体上扬。截至 17 日本周最后一个交易日，沪深股市流通市值报 43.26 万亿元，较上周（7 月 13 日一周）末增加 3.61%。

（二）债券市场

本周（7 月 13 日-7 月 19 日）资金面较宽松，央行在公开市场净回笼 450 亿元，债市收益率变化不大，现券平稳。

1、公开市场

中国外汇交易中心公布的数据显示,7月17日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报1.4500%,较10日涨7BP,7天回购定盘利率收报2.5300%,较10日跌5BP,14天回购定盘利率收报2.9800%,较10日涨16BP;上海银行间同业拆放利率(Shibor)周内大多下行,1周品种最新报2.4640%,较10日跌11.1BP,2周品种报2.9420%,较10日跌3BP。

本周央行在公开市场净回笼450亿元,为近三个月来首次单周净回笼,上周(7月13日一周)资金回笼量与到期量持平。

尽管如此,当前市场流动性仍较宽裕,货币市场利率维持低位运行,央行回笼部分流动性符合预期。后期货币政策宽松基调或不会发生改变,但会根据流动性状况适当调整。

宏观面上,本周公布的经济数据显示,二季度GDP同比增长7%,环比增长1.7%,继续持稳于7%,其他部分经济指标也出现止跌或回升。

整体来看,当前国内宏观经济企稳基础并不牢固,各项经济指标的绝对水平仍处于较低位置,下半年宏观经济若想出现稳健反弹,或还需政策加码。

2、债市走势

政策面上,7月14日,央行网站发布的《中国人民银行关于境外央行、国际金融组织、主权财富基金运用人民币投资银行间市场有关事宜的通知》明确,境外央行或货币当局、国际金融组织、主权财富基金(统称相关境外机构投资者)进入中国银行间市场,应当向中国人民银行备案。备案完成后,相关境外机构投资者可在银行间市场开展债券现券、债券回购、债券借贷、债券远期,以及利率互换、远期利率协议等其他经中国人民银行许可的交易,可自主决定投资规模。

该文件的亮点在于放开了境外投资者投资银行间市场,取消了原来的额度限制,相关境外机构投资者可自主决定投资规模,只需备案管理。同时,交易品种拓展到了借贷、远期以及利率互换等,以前只能投资于现券和回购。境外机构投资扩容在边际上改善银行间债市的配债需求,目标品种或会以利率债为主。

对于后市债市走势,本周二(7月14日)二级市场成交仍较活跃,前4个交易日成交额超过1.5万亿元。本周国债收益率全面上行,以1年期品种上行幅度最大;信用债收益率涨跌互现,除1年期AA和AA+等级企业债收益率明显回落,其它品种与前一周期变化不大,上下波动幅度不超过5BP。

经济数据的好转虽会在一定程度上对债市收益率造成上行压力,但对债市冲击或有限。短期市场最大的影响因素仍来自于供给压力的加大,一方面大量地方债仍待发行,另一方面企业融资需求

也会进一步增多。在这种情况下，预计长端收益率下行仍较困难。

（三）基金市场

受近期股市行情影响，处于调整期的新三板定向增发市场在经历 5 月的小幅脉冲后出现了回落，但新三板基金热情高涨。

6 月虽然新三板市场低迷，但新三板基金则在急剧增加，截至今年 6 月底，在中国证券投资基金业协会备案的新三板基金累计达到 345 支。

根据清科集团旗下私募通统计，6 月份募集基金总数为 193 支，其中 92 支新募集基金，投资新三板基金 13 支，共募集金额 79.96 亿美元；101 支新设立基金，其中投资新三板基金共有 43 支，计划募资 375.5 亿美元。

与 5 月相比，6 月新三板基金的募资额是 5 月募资额 45.47 亿美元的 1.76 倍，新募集基金数量 92 支，创 2015 年以来募资基金数量新高；同时，新设立基金数量是 5 月新设立基金数量的 2.3 倍，私募股权市场热情高涨。

从中国证券投资基金业协会备案新三板基金的数量来看，参与新三板市场的“大咖们”在不断增加，如中融鼎新、鲁证创投、东证资本、天星资本等机构均参与了新三板基金设立。其中天星资本目前管理基金规模 50 亿元人民币，重点关注已挂牌或拟挂牌新三板的高成长性中小创新型优质企业。天星资本 6 月份就募集了两支新三板基金，参与新三板投资事件 78 起。

对于私募股权投资者来说，伴随着新三板的发展和 A 股 IPO 的暂缓，新三板或将成为退出的主要渠道，且新三板还是寻找优质项目的“源泉”，无疑成为了股权投资者们角逐的“新战场”。虽然经历了上半年的暴涨与低迷，但挂牌新三板的企业数量还在不断增加，红利政策、转板试点等政策的推出，将推动新三板市场新一轮的热情。

四、产业市场

1、O2O 行业隐现人才泡沫：美甲师月薪超 7 万元

热钱涌入的 O2O，人才争夺也随着行业竞争不断升级。调查美业、按摩洗衣等主流 O2O 业态发现，美甲师、按摩师等手艺人由于资源稀缺，成了各大品牌追捧的对象。有企业为了挖墙脚，不惜给美甲师开出超过 7 万元的月薪。高昂的薪酬表明 O2O 行业站在资本风口。然而，O2O 行业面临着同商业地产过热时一样的泡沫风险。

高薪诱惑

月薪过万似乎已经不再是白领的专利，上门美甲、按摩等 O2O 行业的手艺人也可以轻松实现。据一位美甲师透露，自己曾被高薪招入，上门服务平台根据每位手艺人的水平高低来确定底薪，薪酬在 5000-8000 元，提高接单数量还会有提成。月收入破万并不难。

除了手艺人，洗车员、家政阿姨等基础服务人员也成为 O2O 行业的香饽饽。易洗车的洗车员小刘曾在家乡一所学校办公室工作，辞职后来到了北京。虽然工作不如过去体面，收入却翻了一番。据他透露，洗车员的工资由保底和提成组成，保底 2500 元，洗一辆车提成 20 元，一天能接七八单。呱呱洗车的底薪则超过 5000 元。北京市统计局数据显示，2014 年北京市城镇私营单位就业人员年平均工资 52902 元，月平均工资为 4408 元。部分 O2O 行业的基础从业人员收入已超过这一数字。

不仅是实际上门的工作人员，运营、行政等管理型人才也是 O2O 企业高薪挖脚的目标。一位不愿具名的企业负责人透露，今年以来已有一位行政总监和一个店长被 O2O 企业挖走，薪金是他公司能提供的两倍。e 家洁创始人云涛曾在赶集网 O2O 招聘联盟峰会上表示，对于工作三年以上的媒体人，e 家洁提供的起薪为 2.5 万元。

人才稀缺

在美甲龙头品牌河狸家的招聘页面上显示，有美甲手艺人的月薪超过 7 万元，月收入 3 万-5 万元的多达百名，1 万-3 万元月薪的有近千名。河狸家相关负责人表示，平台上手艺人超过 3000 名，随着城市的扩张还会继续招聘，目前每日订单量已超过 1 万单，河狸家通过高收入来吸引手艺人，双方属于合作关系，每个订单的 100% 收入都会返还手艺人，并为手艺人提供商业保险。

尽管河狸家并未提供具体的商业保险支出费用，但根据手艺人数量粗略计算，已经是一笔巨额费用。

线上 O2O 平台的迅速崛起与扩张已对线下门店产生巨大冲击，原本数量不多的优秀手艺人变得更为稀缺。一位技艺高超的手艺人需要经过多年训练，如传统行业中优秀的厨师、按摩师、美容师都要通过长年的经验累积。这些手艺人的成熟期比较长，导致这类人才资源很稀缺，高收入成为必然。但互联网企业发展迅速，不可能重新培养手艺人，因此采用高收入手段是种捷径。

工资提升同样受人力市场供求关系影响。据中国人力资源网发布的《2015 年一季度全国部分省市人才服务机构市场供求情况分析报告》显示，一季度岗位空缺与求职人数的比率约为 1.12，相当于 100 个求职者竞争 112 个岗位。用人单位所需职位类别排名前两位的是“市场营销/公关/销售”和“技工”，占比分别为 22.41%和 7.95%，这正是 O2O 企业急需的人才类别。

行业泡沫

一方面通过高收入吸引手艺人、管理层，一方面却有大部分员工遭到裁员。据了解，很多美业 O2O 平台出现大规模裁员现象，有业内人士认为，平台方需要考虑投入产出，目前大部分互联网企业依然在烧钱，如果下一轮融资跟不上，企业只能被迫缩减规模以减少支出。

当前 O2O 行业人才之争不免让人想起几年前商业地产浮现的人才泡沫。购物中心总经理的岗位被炒到了百万年薪的高价，远高于合理状态，造成了行业的虚假繁荣。由于人才稀缺，不少普通招商经理人通过猎头的包装也一跃成为了某商业地产项目的一把手，如此“揠苗助长”也为企业发展埋下了隐患。

O2O 行业的体量虽远不及商业地产，但涉及的层级和人员却更广。从管理层到基层员工均是高薪招募的对象。“烧钱”是 O2O 市场火热的重要原因，高薪也是依靠大量涌入的资本为基础。然而，目前多数 O2O 企业并未找到盈利模式，一旦融资吃紧，人才便会大量流失，剩下的人才最终还会被挤掉水分，回到合理的“价位”。

2、2014 年我国人像行业年产值超 2000 亿

中国人像摄影学会七届二次理事大会日前在上海隆重召开。据大会介绍，该学会目前有 59 个地方行业组织、36 万个企业、560 万从业人员。2014 年底，中国人像摄影行业总产值达 2060 亿元，比上年增长 24.2%，产值增速远高于国家 GDP 增速，成为社会普遍看好朝阳产业。

中国人像学会成立于 1982 年，其前身是全国人像摄影研究会，1984 年 12 月改名为中国人像摄影学会，是经民政部核准登记，具有社团法人资格的国家一级社团组织。学会成立 30 多年来，取得

了喜人的成绩。

面对社会生活的剧变，人像摄影也面临如何改革、创新、转型的新课题。中国人像摄影学会主席闫太昌在大会上代表第七届理事会做了工作报告，对行业的现状和前景进行了明确的判断，并号召全国人像摄影行业的同仁顺应时代、积极改革，共同推动人像摄影事业持续健康发展，为人民群众的幸福生活做出更大贡献。

中国人像摄影学会第七届理事会按照“加强领导、服务会员、壮大队伍、打造品牌、推动发展”二十字工作方针要求，在提升行业职业化水平，提高服务和管理能力，推进行业标准制定和规范化建设，加强行业自律和诚信经营，创建行业品牌活动，促进国内外行业交流，强化自身建设以及营造良好环境促进创业就业方面所开展的工作和取得的成效。同时针对行业现状和存在的问题以及未来的发展趋势，表示将进一步以改革创新为动力，以服务会员为宗旨，顺应形势、找准定位、通过社团组织改革提升服务能力，不断优化和创新工作方式，主动适应“互联网+”时代的到来，以更加开放的姿态欢迎社会各界同仁的加入，在改革中发挥作用争取作为，不断开创学会工作新局面。

3、传统商业借 O2O 转型 用新型营销方式打开新市场

在如今互联网+的大潮下，各行各业也开始积极拥抱互联网，与单兵作战的小商家积极进取相比较起来，传统商业的互联网+转型则显得谨小慎微，但是却暗藏着巨大的能量，也为 O2O 的发展带来了更大的空间和动力。

智能化提升竞争力

在不少人看来，传统商业甚至一些老字号，往往和互联网不沾边，但是当这些看似“传统”的产业和互联网发生化学反应后，效果却是难以估量的。据安居客发布的数据显示，如今“智能”已经成为房产主打特色卖点时最主要的功能之一，而安居客在为购房者设计个性化需求的看房团时也将“智能”作为了考虑因素之一。有房地产业内人士就表示，在如今房地产市场从狂热的黄金时代进入到理性的白银时代后，具有诸如“智能化”卖点的房产无疑更加具有竞争力。

除了房地产这种传统的商业外，百年老字号也开始积极拥抱互联网+。中华老字号餐饮管理知名企业聚德华天控股有限公司日前就与饿了么进行正式合作，旗下 12 个品牌正式上线饿了么。聚德华天的负责人坦言，传统餐饮行业与互联网的紧密融合是大势所趋。而利用饿了么超过 2000 万的用户流量和知名度，在提高线上外卖销量的同时，强化消费者对传统餐饮品牌的认知也是提升传统商业竞争力的重要渠道。

借 O2O 激发新活力

网购的兴起使得宅男宅女越来越多，而传统商业也正在希望通过自建或者和 O2O 平台进行合作，借助 O2O 来提升传统商业的活力。

百盛商业集团 CEO 张瑞雄在谈到百盛和大众点评的合作时认为，百盛的线下购物场景结合大众点评的线上互动平台，能够为消费者提供更加多样化、全方位的购物互动体验。据悉，大众点评与百盛商业的合作将为百盛遍布中国 34 个城市的 60 家分店全面提供 O2O 解决方案，加速百盛从线下实体商业向 O2O 的商业模式转型。同时，此次合作还将为大众点评超过 2 亿的月活跃用户提供更加丰富的应用场景。

传统的教育行业让老师和学生只能通过面对面才能进行教学，但是借助 O2O 则可以更高效利用教育资源。基于 O2O 连接老师与学生，记录、生成学生的学习知识图谱的移动作业盒子日前就获得了由好未来领投的 1000 万美金的投资。有了数据的支持，未来教学意义上的物理班将被彻底打散，一个物理班甚至会有几个甚至十几个虚拟班级，真正让老师实现分层教学。与 O2O 的结合让教育这个传统行业也焕发了活力。

4、钢铁业重压之下分化明显：部分企业面临出局

上半年，我国钢铁业持续承压运行，企业之间走势出现明显分化，一批企业转型升级步伐加快，提质增效力度加大。

中国钢铁工业协会最新发布的数据显示，钢材综合价格指数从去年底的 83.09 点跌至今年 6 月末的 66.69 点，持续突破有指数记录以来的低点，高达 19.7% 的降幅也超过了去年全年 16.2% 的降幅。与此同时，粗钢产量、消费量双双下降。

由于面临需求下降和供应过剩矛盾交织的严峻局面，钢铁业运行难度加大。今年 1 至 5 月份，中钢协会员钢铁企业实现销售收入 1.3 万亿元，同比下降 16.9%；盈亏相抵后实现利润总额为 5.28 亿元，而主营业务亏损 164.81 亿元，增亏 103.61 亿元。

面对当前困难，钢铁企业经营状况已出现明显分化。上半年，东部沿海、沿江企业的效益要好于内陆及西部地区的企业，在当前进口铁矿石价格处于低位的情况下，东部沿海沿江的企业优势更加明显。与此同时，钢企之间效益分化加剧，一部分企业面对困难局面仍取得了较好的经济效益，也有一部分企业资金短缺、经营出现严重困难，少数企业生存难以为继，面临出局的危险。

一个值得关注的现象是，效益越好的企业提质增效力度越大，效益越差的企业提质增效力度越小。仅炼钢生铁制造成本一项，企业间的差距每吨就高达 500 元至 900 元；效益好的企业吨钢盈利超过 200 元，效益差的企业吨钢亏损超过 1000 元；在劳动生产率方面，部分企业年人均产钢量在 1000 吨左右，年人均钢材销售收入高达三四百万元，而有些企业年人均产钢量不足 200 吨，年人均钢材销售收入只有四五十万元。

一批企业转变思路、苦练内功、创新突围，形成了值得全行业学习的好做法、好经验。比如，有的钢企品牌及质量优势明显，单品售价可以高于其他企业 2000 多元；有的钢企经过长期的改革创新、转型发展，取得较好效益；有的钢企持续降本增效，取得了全生产要素效益最大化。

在遭遇产能严重过剩、市场严重供大于求、产品价格“跌跌不休”、企业大面积亏损等问题的情况下，钢铁业下半年面临的形势依然严峻。基本可以判断，行业触底回升仍需时日，唯一的出路在于加快结构调整和转型升级。钢铁企业负责人不要过多纠结于短期的困难与得失，要认识到结构调整必将伴随着痛苦的探索和挣扎过程；要有功成不必在我的境界，一棒接一棒地持续推进，直到实现企业转型升级战略目标。

钢铁业正处在爬坡过坎、攻坚克难的关键时期。一方面，要持续化解产能严重过剩矛盾，在稳定行业基本面的同时，抓住企业分化的契机促优化，充分发挥市场配置资源的决定性作用，实现优胜劣汰、推进兼并重组。政府方面也需有所为有所不为，切实营造公平的竞争环境。另一方面，要加快升级，实现创新驱动。要坚定信心、锐意进取，努力形成若干具有一流产品、一流技术、一流环境和一流管理的世界一流企业，千方百计拓展市场空间，提高发展的质量与效益，实现由大到强转变。

5、中国线缆企业赢得澳大利亚反倾销调查成功维权

7 月 13 日，从桂林国际线缆集团有限责任公司获悉，日前澳大利亚政府反倾销委员会致函该公司，终止其 2014 年 11 月 6 日对自中国进口的电缆产品发起反倾销调查。该案也是中国为数不多且应对大额(1 亿美元以上)反倾销调查维权成功的案例。

据悉，桂林国际线缆集团是中国唯一在海外设厂的线缆企业，多年来其创汇、出口额均处国内线缆行业首位。该集团生产的电缆从 1985 年开始进入澳大利亚市场，至今已成为澳大利亚第三大市场份额占有者。2014 年，该集团研制生产的环保线缆还获得了澳大利亚环保机构颁发的绿星认证，标志着中国制造的环保电线电缆首获“国际通行证”，拿到进军欧盟市场的入场券。

澳大利亚老牌的电缆市场控制者是一家经验丰富的世界一流跨国公司。面对来自中国市场的挑

战，2011年初，澳大利亚曾对原产于中国的电缆发起反倾销调查。

经过5个多月的应诉，桂林国际线缆集团取得维权胜利后，竞争对手又于2014年11月6日，针对桂林国际线缆集团的聚氯乙烯扁平电缆再次发起了反倾销。

桂林国际线缆集团董事长称，针对此次反倾销，2015年1月澳大利亚相关部门曾对此案作出肯定性初裁，即将该产品的现行关税5%提升至6%。这意味着桂林国际线缆集团每年的出口额将损失2亿美元，并且存在退出澳大利亚市场的风险。

随后，桂林国际线缆集团积极应对，成立了反调查机构，聘请了中、外律师团队应诉。

2015年3月，澳大利亚反倾销委员会派出具有财务，贸易，制造工艺等方面的专家团队现场核查，进行了大量的取证。经过半年多的交锋，日前澳大利亚反倾销委员会正式发布公告：终止反倾销调查。

中国企业在拓展国际市场中必然会遇到市场先入者的阻击。只有练好内功，做好质量和服 务，遵守国际贸易规则，才能提升中国产品的国际竞争力。

6、22家煤企上半年业绩或降50% 神华挺价失败

近日，神华7月上旬价格生变，出台了新的阶段性促销方案。以石炭7煤种为基准，按1:3比例通过与其他煤种进行掺配，保证掺配后的混煤热值在5000大卡左右并达到降低石炭7硫分的目的，最终以北方港平仓价344元/吨进行结算。

该价格比神华6月底公布的价格有所降低，也意味着大型煤企迫于销售压力，挺价失败，不得不开始促销。

在力挺了两个月的煤价后，国内大矿迫于销售压力不得不作出销售策略的调整，不排除其他大矿或有跟风神华的可能。

同时，需要一提的是，2015年上半年，煤价持续走低，亏损企业比例显著上升，行业整体盈利能力继续恶化，22家上市煤企上半年业绩或降50%。

大煤企挺价失败

据多家下游电厂及其他煤炭下游用户了解到，神华自7月8日起对石炭7、神混5000、准2及石炭3以掺配的方式进行优惠促销。

据了解，此前神华在6月底公布的7月价格方案中，6月24日晚上，神华比惯常提前了一周公布7月份的价格方案，各主流煤种价格和优惠方案与6月份一致，只有个别煤种价格出现调整。据了解，当时的价格分别是神混5000价格为372元/吨；准2（4800大卡）价格为372元/吨，石炭3（4800大卡）价格为359元/吨。

实际上，尽管煤炭市场不尽如人意，但大型煤企7月份定价维持不变，稳定市场价格意图明显。但由于受宏观经济疲弱、水电出力增加等因素影响，动力煤下游需求难出现恢复性增长。

因神华早前曾承诺下游用户所接的煤种将比意向采购的热值高出100大卡-200大卡，故本次的优惠促销方案，保证掺配后的混煤热值在5000大卡左右不成问题。另外，神华6月份的整体销售情况不太理想，故7月份加大力度促销也不足为奇。

7月初秦港到船量处于偏低水平，且库存呈现缓慢攀升状态。近日华东地区雨水不断，也降低了居民用电的需求。市场供应充裕，发电需求偏弱，在买方主导的市场下，电厂方面不存在拉高库存的需要。在力挺了两个月的煤价后，国内大矿迫于销售压力不得不作出销售策略的调整，不排除其他大矿或有跟风神华的可能。

22家上市煤企业绩或降50%

值得注意的是，煤企上半年业绩亏损面仍在扩大。

近期发布的研究报告称，2015年上半年，煤价持续走低，亏损企业比例显著上升，行业整体盈利能力继续恶化。从国家统计局公布的2015年规模以上企业前5个月统计数据看，营业收入在2000万元以上的煤炭企业中亏损企业的比例为31.67%左右。

数据还显示，22家上市公司2015年上半年业绩预计平均降幅近50%（剔除亏损类的公司）。

由于中国神华占据了板块市值的半壁江山，按总市值加权后的方法预计，业绩同比平均降幅估计约为40%，预计有3家企业业绩同比持平或增长，多数企业业绩同比降幅在60%-80%之间。预计有10家公司上半年业绩或出现亏损，占比约45%。

从目前来看，龙头煤企中煤能源已经预亏。

根据中煤能源近期发布的半年度业绩预告称，经公司财务部门初步测算，预计 2015 年上半年实现归属于上市公司股东的净利润将出现亏损，亏损金额为 8 亿元—12 亿元。这意味着该公司业绩将遭遇两年来首次亏损。

中煤能源还表示，受到宏观经济增速放缓、煤炭行业产能过剩及煤炭需求不足等因素影响，2015 年中国煤炭行业延续了深度调整态势，煤炭价格持续大幅下滑，导致该公司今年上半年净利润与上年同期相比有大幅度下降。

上市公司大面积亏损现象难以扭转，预计下半年业绩同比仍将下滑逾 50%。

7、汽车销量年内首次现负增长 股市大跌车主交定金后变卦

7 月 10 日中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)公布了今年 6 月和上半年的汽车产销情况，整个 2015 年上半年，汽车产销 1209.50 万辆和 1185.03 万辆，同比增长 2.64%和 1.43%，比上年同期回落 6.96 个百分点和 6.93 个百分点。且全国乘用车市场信息联席会披露数据显示，今年 6 月份车市出现了今年首次的-1%负增长。

从业内人士了解到，今年上半年不排除有部分主流车企出现负增长。出现这种情况，与今年上半年股市行情火爆及经济下行趋势不无关系。

目前是汽车市场的销售淡季，对于刚需购车者是一个好时机，厂商推促销活动是与供需关系相结合的，在淡季会有一定的价格优势。

双重因素促车市下滑？

数据显示，6 月份汽车生产 185.08 万辆，同比下降 0.22%；销售 180.31 万辆，同比下降 2.31%；整个 2015 年上半年，汽车产销 1209.50 万辆和 1185.03 万辆，同比增长 2.64%和 1.43%，比上年同期回落 6.96 个百分点和 6.93 个百分点。如此低的增速在业界意料之外，与此相对于的是，年初中汽协曾预测今年车市将有 7%的增长，现在看来能否守住似乎不好说。

据了解，车市的低迷受多个因素影响，其中两大因素是股市和限牌。今年上半年连续好几周 A 股新增开户数和成交量创出新高，股市好了之后，大家把钱投到股市里，买车的观望情绪越来越浓。

而政策上的限牌，也使得汽车销售提前释放了较多需求，今年车市整体低迷情绪在扩大。前 5 个月“让人失望”，据乘联会披露数据显示，6 月份狭义乘用车国内销售 135.2258 万辆，环比下降

9%，同比下降1%，是今年首次出现1%的负增长。

有业内人士表示，这是外部环境的股市之峰和经济之谷组合因素叠加的结果。由于股市行情一片大好，很多人把原本打算买车的钱都投入了股市。

也正在这个背景下，上半年车市一大风景是各车企相继加入降价行列，包括上海大众、长安福特、北京现代、一汽大众、上海通用等车企集中引发了一轮价格战，车市初现骨诺米牌效应。

合资品牌打价格战的直接原因是提高销量和市场占有率，但如今的结果显然不尽如人意。

下半年车市增速仍放缓？

股市的火爆在年中来了个大转弯，自6月15日以来，股市上演了“跌跌不休”的剧情，大量资金被套，很多投资者也选择了直接“割肉走人”。

据了解，上半年股市火热对豪车市场不无利好，一位准备购入宝马车系的购车者表示，由于下半年股市将其资金套牢，原本的“高配计划”无奈转为“低配”。那么在这种背景下，下半年车市行情又会怎么样呢？

近期股市的高位波动影响个别居民家庭的购车资金落实，股市上涨时要投资进股市，股市下跌时要抢反弹抓短线机会，这都会影响消费者购车资金的。部分经销商反映，股市巨变导致买车交了定金不愿甚至没钱提车的丢量现象已经出现。

这两年整体经济不好，车市是跟着整体经济走的，也不会好。下半年车市销量会继续增长，增速却逐步放缓，下半年车市低迷情况或延续。

此外，据调查，4S店的人流量并不多，前来购车的人员也比较少，一汽大众4S店工作人员表示，由于北京等地实施了限制牌照措施，使得目前买新车的车主大部分是置换车，摇号买车的比较少。

面对这种情况，大家的买车热情究竟有多高呢，问卷调查显示，有50.8%的人选择了下半年“有购车计划”、49.2%的人选择了“再往后延一延”。

在为什么会选择下半年购车一问中，有51.6%的人选择了“车市价格有所下滑”、另有38.7%的人选择了“有自己喜爱的车型”、还有19.4%的人选择了“其它原因”；

在购车价格区间一问中，有 40.6%的参与者选择了“10 万元以下”、50%的参与者选择了“10 万元至 30 万元”、另有 9.4%的参与者选择了“30 万元至 50 万元”的价格区间；在是否看好下半年车市行情一问中，18%的参与者选择了“看好”、41%的参与者选择了“不看好”、另有 41%的参与者选择了“说不准”。

五、环球市场

1、希腊债务危机刺激刷卡消费 民众买名表金饰保值

经历债务危机的希腊民众，已经饱尝其苦。自希腊银行限制普通民众的取款额度以来，每天都有大量的民众在银行取款机前排起长队，从自己的账户中取走政府限额允许的有限资金。

中新网 7 月 17 日电 据外媒 17 日报道，希腊的债务危机刺激了刷卡消费，许多希腊人因担心他们的存款会贬值或是被政府充公，纷纷利用信用卡来偿还账单和缴税，甚至是购买奢侈品。

鉴于同属欧元区会员国的塞浦路斯(Cyprus)两年前的经验，存款被用于银行资金重组，希腊人都不愿把钱存放在银行里。

据透露，从希腊总理齐普拉斯上个月 27 日宣布举行公投，到本月 10 日希腊退出欧元区的疑虑达到顶峰，奢侈品在这段时间几乎被抢购一空。

手表、珠宝、智能手机和电脑等电子产品之类的昂贵商品，销售业绩比去年同期攀升了 30%。

据了解，这波出人意料的消费潮是受到自动提款机现金提领上限的刺激。过去两个多星期，希腊人每天最多只能从提款机提取 60 欧元，促使许多人转而使用信用卡或是进行电子转账。

希腊银行协会的统计数字显示，过去几天共发出了 50 多万张信用卡，信用卡交易量增长了 130%。

雅典高档区柯拉纳斯一间珠宝店的女店员说：“我们上周有很多顾客。他们想尽可能采购，因为他们担心会失去一半的积蓄。”

据透露,这些顾客年龄介于 20 到 50 岁,并不属于“特别有钱”的阶级,他们大部分选择买金饰,一些则买名表来保值。

希腊的资金管制措施让成千上万的旅客却步,现在在国内大肆消费的反而是希腊人。然而,这种“为保值而进行的消费”并不足以刺激经济复苏。

希腊全国商业联盟的数据显示,和去年同一时期相比,6 月 27 日至 7 月 10 日的零售销售额同比下滑了 70%,只有燃油和食品的销售额上升,这进一步证明了希腊已经陷入财务危机。

2、2015 年欧亚经济联盟各成员国整体经济预计下降 2.4%

据 7 月 16 日报道,欧亚经济委员会宏观经济司副司长称,根据该委员会对欧亚经济联盟 4 个成员国宏观经济状况的评估,2015 年内四国中仅亚美尼亚的经济将呈现正增长,预计同比上涨 0.9%;此外,哈萨克斯坦经济预计下降 1.9%,俄罗斯经济预计下降 2.8%,而白俄罗斯经济预计下降 4.2%。欧亚经济联盟四个成员国的整体经济将下降 2.4%。

不过,根据该委员会的评估,明年开始,欧亚经济联盟各成员国的经济将逐渐复苏,预计 2016 年整体增长 0.9%,而到 2017 年增幅有望达到 1.3%。

目前,吉尔吉斯斯坦仍未被列入欧亚经济委员会关于欧亚经济联盟成员国的宏观经济预测。

3、美国银行二季度净利润同比翻番

按资产规模计算的美国第二大银行美国银行 15 日发布的财报显示,截至今年 6 月 30 日,该行第二季度净利润达到 49.9 亿美元,每股收益 0.45 美元;其去年同期净利润为 20.4 亿美元,每股收益 0.19 美元。该行第二季度营收则同比增 1.7%至 221.2 亿美元。

此前,华尔街分析师对于美国银行上季度的利润预期均值为每股收益 0.36 美元,上季度利润是美国银行近四年以来的最佳单季利润水平。数据显示,该行的司法诉讼成本大幅下降,去年同期其司法诉讼成本高达 40 亿美元,今年第二季度则降低至 1.75 亿美元。

美国银行首席执行官在财报声明中说,该行正随着美国经济的改善而显著受益。

当日公布业绩的另一家华尔街巨头为贝莱德公司。其第二季度净利润为 8.19 亿美元,每股收益达到 4.96 美元,同样好于市场预期。

4、泰国酒店被中国游客大砍价 下调房价 30%至 40%

由于经济衰退，欧洲尤其是俄罗斯的游客数量大幅减少，芭堤雅的酒店业者现在主要依赖中国游客。去年以来，芭堤雅当地人经营的酒店严重供过于求。手握议价权的中国旅行社不断压低房间价格。

许多当地的五星级酒店每晚房价 2200 泰铢(1 泰铢约合 0.18 元人民币)，而四星级酒店价格约为 1400 泰铢，更低级别的酒店则只有 800 泰铢。房价比 2013 年下降 30%至 40%。

中国的旅行社知道，自 2014 年初俄罗斯游客大幅减少后，芭堤雅需要中国游客来填补空置的客房。通常而言，中国游客会选择住在二星或三星酒店，而欧洲游客则喜欢公寓或租房。桑派克说，在消费能力和停留时长方面，中国游客并不能抵消俄罗斯和其他欧洲游客市场的下滑。只要这些负面因素存在，芭堤雅的酒店价格在未来几年就不会回升。

5、欧洲央行：欧洲银行业正逐渐复苏

据 7 月 14 日报道，欧洲央行最新发布的银行贷款调查结果显示，今年二季度，欧洲银行业出现更多复苏迹象，银行竞相降低贷款标准以吸引客户。欧洲央行表示，近年来欧元区信贷持续疲软，这被认为是影响经济复苏的重要因素，因此银行对企业客户放低贷款标准是积极现象。另一方面，企业对贷款的需求也大幅攀升，主要原因是银行利率保持低位，同时企业的固定资产投资有所增加。此外，银行对个人住房贷款的标准有所降低，此类贷款的需求也大幅增长。

报道称，此前欧洲央行曾抱怨称，其推行的超级宽松货币政策并未惠及实体经济，银行未能将流动性转变成对企业的贷款、尤其是向作为欧元区经济支柱的中小企业提供贷款。为解决此问题，欧洲央行将利率降至历史新低，并采取定向长期再融资操作、量化宽松等一系列措施增加流动性。欧洲央行称，这些措施向银行提供的流动性已逐渐转换成为贷款。调查还显示，银行界预计第三季度中，企业贷款标准将保持不变，消费者贷款标准将放松，同时房地产贷款标准将收紧。

6、韩国计划把釜山港建设成全球第二大转运港

7 月 14 日据韩媒报道，韩国海洋水产部 14 日发布的一项战略规划称，到 2020 年，韩国政府力争把釜山港建设成为全球第二大转运港。

转运港指的是在将货物运抵目的港中间停留、进行转货的港口。目前新加坡港是全球最大的转运港。近五年，釜山港的进出口货物吞吐量年均增幅停留在 4.2%，相反，转运货物吞吐量呈现快速

增长势头，年均增幅达 10.7%。因此，韩国计划进一步提升釜山港作为转运港的竞争力。

据规划，韩国决定将釜山港的北港和新港合二为一，把北港的集装箱吞吐量全部转移到新港，并把北港发展成为集海洋成套设备、休闲帆船基地、水产出口加工基地为一体的海洋产业集群。

韩国还将耗资 4649 亿韩元(约合人民币 25.36 亿元)，拆除位于釜山新港入口的小岛“土岛”，为大型集装箱船舶运行提供方便。

韩国海洋水产部次官金荣锡表示，政府将大幅提高釜山港的物流效率，到 2020 年，力争把釜山港的转运货物吞吐量提升至 1300 万标准箱(TEU)，使其发展成为全球第二大转运港。这有望带来高达 1.5 万亿韩元的经济效益。

7、新加坡经济第二季度同比增速放缓

根据新加坡贸工部 14 日公布的预估数据，由于制造业表现继续疲软，新加坡经济第二季度同比仅增长 1.7%，低于第一季度的 2.8%，也低于新加坡金融管理局(金管局)在 6 月预期的 2.7%。

数据显示，以环比计，经过季节性和年率化调整之后，第二季度新加坡经济萎缩 4.6%，而第一季度为环比增长 4.2%。

第二季度，占新加坡经济比重约五分之一的制造业同比萎缩 4%。这主要是由于生物制药和交通工程等领域产值下降。而受到公共建筑工程活动的增加，建筑业表现稍有改善，同比增长 2.7%，高于上一季度的 2.1%。此外，服务业在第二季度增速放缓，交通和仓储业务萎缩。

新加坡贸工部将于 8 月公布第二季度经济调查报告。

8、巴西 2015 年粮食总产量将逾 2 亿吨 同比增长 6.7%

巴西地理统计局 9 日发布最新报告称，2015 年巴西粮食总产量将创新高，预计达到 2.058 亿吨，比 2014 年增长 6.7%。

报告称，2015 年巴西粮食收获面积预计达到 5750 万公顷，比 2014 年增加 1.9%。其中，马托格罗索州将是巴西最大产粮区，2015 年该州粮食产量将占全国粮食总产量的 24.1%。其次是巴拉那州占 18.4%。第三是南里奥格兰德州占 16%。这三个州的粮食产量将占全国总产量的 58.5%。

大豆、玉米和大米是巴西的主要粮食品种，2015 年预计这三种主要作物的播种面积占全部作物播种面积的 86.1%，产量占全部粮食产量的 91.9%。

报告称，2015 年巴西大豆产量预计将达到 9640 万吨，增长 11.6%；玉米产量预计为 8030 万吨，增长 2%；大米产量预期为 1253 万吨，增长 1.9%。

此外，在 26 种主要农作物中，有 13 种将出现不同程度的增长。其中，大麦增长 24.1%、小麦增长 18.3%、花生增长 5.4%、木薯增长 4.4%、洋葱增长 2.2%和咖啡豆增长 1.7%。

六、热点解读

1、人民银行就促进互联网金融健康发展指导意见问答

2015 年 7 月 18 日，经党中央、国务院同意，《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》正式对外发布。日前，人民银行有关负责人就《指导意见》的相关问题回答了提问。

1. 什么是互联网金融？发展互联网金融有哪些重要意义？

互联网金融是传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。互联网金融的主要业态包括互联网支付、网络借贷、股权众筹融资、互联网基金销售、互联网保险、互联网信托和互联网消费金融等。

互联网金融的发展对促进金融包容具有重要意义，为大众创业、万众创新打开了大门，在满足小微企业、中低收入阶层投融资需求，提升金融服务质量和效率，引导民间金融走向规范化，以及扩大金融业对内对外开放等方面可以发挥独特功能和作用。

2. 为什么要制定《指导意见》？

作为新生事物，互联网金融既需要市场驱动，鼓励创新，也需要政策助力，促进健康发展。近几年，我国互联网金融发展迅速，但也暴露出了一些问题和风险隐患，主要包括：行业发展“缺门槛、缺规则、缺监管”；客户资金安全存在隐患，出现了多起经营者“卷款跑路”事件；从业机构内

控制度不健全，存在经营风险；信用体系和金融消费者保护机制不健全；从业机构的信息安全水平有待提高等。互联网金融的本质仍属于金融，没有改变金融经营风险的本质属性，也没有改变金融风险的隐蔽性、传染性、广泛性和突发性。

党中央、国务院对互联网金融行业的健康发展非常重视，对出台支持发展、完善监管的政策措施提出了明确要求。要鼓励互联网金融的创新和发展、营造良好的政策环境、规范从业机构的经营行为、维护市场秩序，就应拿出必要的政策措施，回应社会和业界关切，深入研究在新的市场环境和消费需求条件下，如何将发展普惠金融、鼓励金融创新与完善金融监管协同推进，引导、促进互联网金融这一新兴业态健康发展。为此，人民银行根据党中央、国务院部署，按照“鼓励创新、防范风险、趋利避害、健康发展”的总体要求，会同有关部门制定了《指导意见》。

3. 《指导意见》在鼓励创新、支持互联网金融稳步发展方面提出了哪些政策措施？

一是积极鼓励互联网金融平台、产品和服务创新，激发市场活力。支持有条件的金融机构建设创新型互联网平台开展网络银行、网络证券、网络保险、网络基金销售和网络消费金融等业务；支持互联网企业依法合规设立互联网支付机构、网络借贷平台、股权众筹融资平台、网络金融产品销售平台；鼓励电子商务企业在符合金融法律法规规定的条件下自建和完善线上金融服务体系，有效拓展电商供应链业务；鼓励从业机构积极开展产品、服务、技术和管理创新，提升从业机构核心竞争力。

二是鼓励从业机构相互合作，实现优势互补。支持金融机构、小微金融服务机构与互联网企业开展业务合作，创新商业模式，建立良好的互联网金融生态环境和产业链。

三是拓宽从业机构融资渠道，改善融资环境。支持社会资本发起设立互联网金融产业投资基金；鼓励符合条件的优质从业机构在主板、创业板等境内资本市场上市融资；鼓励银行业金融机构按照支持小微企业发展的各项金融政策，对处于初创期的从业机构予以支持。

四是相关政府部门要坚持简政放权，提供优质服务，营造有利于互联网金融发展的良好制度环境。鼓励省级人民政府加大对互联网金融的政策支持。

五是落实和完善有关财税政策。对于业务规模较小、处于初创期的从业机构，符合我国现行对中小企业特别是小微企业税收政策条件的，可按规定享受税收优惠政策；结合金融业营业税改征增值税改革，统筹完善互联网金融税收政策；落实从业机构新技术、新产品研发费用税前加计扣除政策。

六是推动信用基础设施建设，培育互联网金融配套服务体系。鼓励从业机构依法建立信用信息

共享平台；鼓励符合条件的从业机构依法申请征信业务许可，促进市场化征信服务，增强信息透明度；鼓励会计、审计、法律、咨询等中介机构为互联网企业提供相关专业服务。

4. 《指导意见》对互联网金融的监管分工和基本业务规则是如何规定的？

《指导意见》提出，要遵循“依法监管、适度监管、分类监管、协同监管、创新监管”的原则，科学合理界定各业态的业务边界及准入条件，落实监管责任，明确风险底线，保护合法经营，坚决打击违法和违规行为。

在监管职责划分上，人民银行负责互联网支付业务的监督管理；银监会负责包括个体网络借贷和网络小额贷款在内的网络借贷以及互联网信托和互联网消费金融的监督管理；证监会负责股权众筹融资和互联网基金销售的监督管理；保监会负责互联网保险的监督管理。

此外，《指导意见》还规定了互联网支付、网络借贷、股权众筹融资、互联网基金销售和互联网信托、互联网消费金融应当遵守的基本业务规则。例如，个体网络借贷业务及相关从业机构应遵守合同法、民法通则等法律法规以及最高人民法院相关司法解释，相关从业机构应坚持平台功能，不得非法集资；网络小额贷款应遵守现有小额贷款公司监管规定；股权众筹融资应定位于服务小微企业和创新创业企业；互联网基金销售要规范宣传推介，充分披露风险；互联网保险应加强风险管理，完善内控系统，确保交易安全、信息安全和资金安全；信托公司、消费金融公司通过互联网开展业务的，要严格遵循监管规定，加强风险管理，确保交易合法合规，并保守客户信息；信托公司通过互联网进行产品销售及开展其他信托业务的，要遵循合格投资者监管规定，审慎甄别客户身份和评估客户风险承受能力，不能将产品销售给与风险承受能力不相配的客户。

5. 《指导意见》对规范互联网金融市场秩序提出了哪些要求？

一是加强互联网行业管理。任何组织和个人开设网站从事互联网金融业务的，除应按规定履行相关金融监管程序外，还应依法向电信主管部门履行网站备案手续，否则不得开展互联网金融业务。

二是建立客户资金第三方存管制度。除另有规定外，要求从业机构应当选择符合条件的银行业金融机构作为资金存管机构，对客户资金进行管理和监督。

三是健全信息披露、风险提示和合格投资者制度。从业机构应当对客户进行充分的信息披露，及时向投资者公布其经营活动和财务状况的相关信息，进行充分的风险提示。

四是强化消费者权益保护，在消费者教育、合同条款、纠纷解决机制等方面做出了规定。

五是加强网络与信息安全，要求从业机构切实提升技术安全水平，妥善保管客户资料和交易信息。相关部门将制定技术安全标准并加强监管。

六是要求从业机构采取有效措施履行反洗钱义务，并协助公安和司法机关防范和打击互联网金融犯罪。金融机构在和互联网企业开展合作、代理时，不得因合作、代理关系而降低反洗钱和金融犯罪执行标准。

七是加强互联网金融行业自律。人民银行会同有关部门组建中国互联网金融协会，充分发挥行业自律机制在规范从业机构市场行为和保护行业合法权益等方面的积极作用。协会要制订经营管理规则和行业标准，推动从业机构之间的业务交流和信息共享，明确自律惩戒机制，树立诚信规范、服务实体经济发展的正面形象。

八是规定了监管协调与数据统计监测的内容。各监管部门要相互协作、形成合力，充分发挥金融监管协调部际联席会议的作用，密切关注互联网金融业务发展及相关风险，建立和完善互联网金融数据统计监测体系。

6. 《指导意见》发布后，人民银行和其他有关部门将开展哪些方面的工作？

人民银行将与各有关部门一道，加强组织领导和分工协作，抓紧制定配套监管规则，确保各项政策措施落实到位；组建中国互联网金融协会，强化行业自律管理；密切关注互联网金融业务发展及相关风险，对监管政策进行跟踪评估，不断总结监管经验，适时提出调整建议。

2、上半年国民经济运行缓中趋稳

今年上半年，面对复杂的国内外经济环境和不断加大的下行压力，党中央、国务院坚持稳中求进的工作总基调，科学精准实施宏观调控，坚定不移推进体制改革与制度创新，国民经济运行处在合理区间，主要指标逐步回暖，呈现缓中趋稳、稳中有好的发展态势。

初步核算，上半年国内生产总值 296868 亿元，按可比价格计算，同比增长 7.0%。分季度看，一季度同比增长 7.0%，二季度增长 7.0%。分产业看，第一产业增加值 20255 亿元，同比增长 3.5%；第二产业增加值 129648 亿元，增长 6.1%；第三产业增加值 146965 亿元，增长 8.4%。从环比看，二季度国内生产总值增长 1.7%。

一、农业生产形势较好

全国夏粮总产量 14107 万吨，比上年增加 447 万吨，增长 3.3%。夏收油菜籽产量 1388 万吨，比上年增加 16 万吨，增长 1.2%。上半年，猪牛羊禽肉产量 3906 万吨，同比下降 2.4%，其中猪肉产量 2574 万吨，下降 4.9%。

二、工业生产基本平稳

上半年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算同比增长 6.3%，增速比一季度回落 0.1 个百分点。分经济类型看，国有控股企业增加值同比增长 1.9%，集体企业增长 2.0%，股份制企业增长 7.5%，外商及港澳台商投资企业增长 3.8%。分三大门类看，采矿业增加值同比增长 3.2%，制造业增长 7.1%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长 2.2%。分产品看，565 种产品中有 305 种产品产量同比增长。上半年规模以上工业企业产销率达到 97.3%。规模以上工业企业实现出口交货值 55707 亿元，同比下降 0.4%。6 月份，规模以上工业增加值同比增长 6.8%，增速连续 3 个月回升，环比增长 0.64%。

1-5 月份，全国规模以上工业企业实现利润 22548 亿元，同比下降 0.8%。规模以上工业企业每百元主营业务收入中的成本为 85.95 元，主营业务收入利润率为 5.38%。

三、固定资产投资增速有所回落

上半年，固定资产投资（不含农户）237132 亿元，同比名义增长 11.4%（扣除价格因素实际增长 12.5%），增速比一季度回落 2.1 个百分点。其中，国有控股投资 73745 亿元，增长 12.3%；民间投资 154438 亿元，增长 11.4%，占全部投资的比重为 65.1%。分产业看，第一产业投资 6159 亿元，同比增长 27.8%；第二产业投资 97446 亿元，增长 9.3%；第三产业投资 133527 亿元，增长 12.4%。从到位资金情况看，上半年到位资金 261507 亿元，同比增长 6.3%。其中，国家预算资金增长 18.6%，国内贷款下降 4.8%，自筹资金增长 8.6%，利用外资下降 30.9%。上半年新开工项目计划总投资 191936 亿元，同比增长 1.6%。从环比看，6 月份固定资产投资（不含农户）增长 0.88%。

上半年，全国房地产开发投资 43955 亿元，同比名义增长 4.6%（扣除价格因素实际增长 5.7%），增速比一季度回落 3.9 个百分点，其中住宅投资增长 2.8%。房屋新开工面积 67479 万平方米，同比下降 15.8%，其中住宅新开工面积下降 17.3%。全国商品房销售面积 50264 万平方米，同比增长 3.9%，一季度为同比下降 9.2%，其中住宅销售面积增长 4.5%。全国商品房销售额 34259 亿元，同比增长 10.0%，其中住宅销售额增长 12.9%。房地产开发企业土地购置面积 9800 万平方米，同比下降 33.8%。6 月末，全国商品房待售面积 65738 万平方米，同比增长 20.8%。上半年，房地产开发企业到位资金 58948 亿元，同比增长 0.1%。

四、商品消费稳健增长

上半年,社会消费品零售总额 141577 亿元,同比名义增长 10.4%(扣除价格因素实际增长 10.5%),增速比一季度回落 0.2 个百分点。其中,限额以上单位消费品零售额 66256 亿元,增长 7.4%。按经营单位所在地分,城镇消费品零售额 121850 亿元,同比增长 10.2%,乡村消费品零售额 19727 亿元,增长 11.6%。按消费形态分,餐饮收入 14996 亿元,同比增长 11.5%,商品零售 126581 亿元,增长 10.3%,其中限额以上单位商品零售 62306 亿元,增长 7.4%。6 月份,社会消费品零售总额同比名义增长 10.6% (扣除价格因素实际增长 10.6%),增速比 5 月份加快 0.5 个百分点,环比增长 0.96%。

上半年,全国网上零售额 16459 亿元,同比增长 39.1%。其中,实物商品网上零售额 13759 亿元,增长 38.6%,占社会消费品零售总额的比重为 9.7%;非实物商品网上零售额 2700 亿元,增长 41.9%。

五、对外贸易顺差继续增加

上半年,进出口总额 115316 亿元人民币,同比下降 6.9%。其中,出口 65722 亿元人民币,增长 0.9%;进口 49594 亿元人民币,下降 15.5%。进出口相抵,顺差 16128 亿元人民币。6 月份,进出口总额 20655 亿元人民币,同比下降 1.9%。其中,出口 11749 亿元人民币,增长 2.1%;进口 8907 亿元人民币,下降 6.7%。

六、居民消费价格基本稳定

上半年,居民消费价格同比上涨 1.3%,涨幅比一季度扩大 0.1 个百分点。其中,城市上涨 1.3%,农村上涨 1.1%。分类别看,食品价格同比上涨 2.0%,烟酒及用品上涨 0.5%,衣着上涨 2.9%,家庭设备用品及维修服务上涨 1.1%,医疗保健和个人用品上涨 1.8%,交通和通信下降 1.6%,娱乐教育文化用品及服务上涨 1.5%,居住上涨 0.7%。在食品价格中,粮食价格上涨 2.6%,油脂价格下降 4.4%,猪肉价格上涨 2.4%,鲜菜价格上涨 4.6%。6 月份,居民消费价格同比上涨 1.4%,环比持平。上半年,工业生产者出厂价格同比下降 4.6%,6 月份同比下降 4.8%,环比下降 0.4%。上半年,工业生产者购进价格同比下降 5.5%,6 月份同比下降 5.6%,环比下降 0.2%。

七、居民收入稳定增长

根据城乡一体化住户调查,上半年全国居民人均可支配收入 10931 元,同比名义增长 9.0%,扣除价格因素实际增长 7.6%。按常住地分,城镇居民人均可支配收入 15699 元,同比名义增长 8.1%,扣除价格因素实际增长 6.7%;农村居民人均可支配收入 5554 元,同比名义增长 9.5%,扣除价格因素实际增长 8.3%。全国居民人均可支配收入中位数 9700 元,同比名义增长 10.5%。二季度末,农村外出务工劳动力总量 17436 万人,同比增加 18 万人,增长 0.1%。上半年,外出务工劳动力月均收

入 3002 元，同比增长 9.8%。

八、结构继续优化

产业结构继续优化。上半年，第三产业增加值占国内生产总值的比重为 49.5%，比上年同期提高 2.1 个百分点，高于第二产业 5.8 个百分点。内需结构进一步改善。上半年，最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 60.0%，比上年同期提高 5.7 个百分点。城乡居民收入差距进一步缩小。上半年，农村居民人均可支配收入实际增长快于城镇居民人均可支配收入 1.6 个百分点，城乡居民人均收入倍差 2.83，比上年同期缩小 0.04。节能降耗继续取得新进展。上半年，单位国内生产总值能耗同比下降 5.9%。

九、货币信贷平稳增长

6 月末，广义货币（M2）余额 133.34 万亿元，同比增长 11.8%，狭义货币（M1）余额 35.61 万亿元，增长 4.3%，流通中货币（M0）余额 5.86 万亿元，增长 2.9%。6 月末，人民币贷款余额 88.79 万亿元，人民币存款余额 131.83 万亿元。上半年，新增人民币贷款 6.56 万亿元，同比多增 5371 亿元，新增人民币存款 11.09 万亿元，同比少增 3756 亿元。上半年，社会融资规模增量为 8.81 万亿元。

总之，在党中央、国务院一系列政策措施作用下，二季度主要指标增速企稳向好，国民经济出现积极变化，经济发展活力动力增强。但也要看到，国内外经济环境依然错综复杂，全球经济复苏曲折缓慢，我国经济回稳基础还需进一步巩固。下一阶段，要认真贯彻落实党中央、国务院各项决策部署，坚定信心，真抓实干，正确处理好稳增长、促改革、调结构、惠民生和防风险的关系，促进我国经济发展速稳质优，保持中高速，迈向中高端。

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

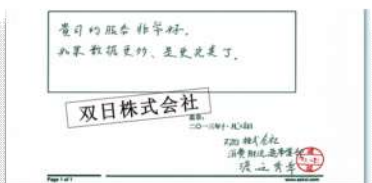
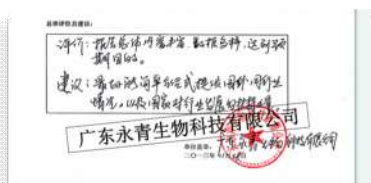
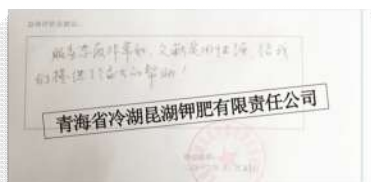
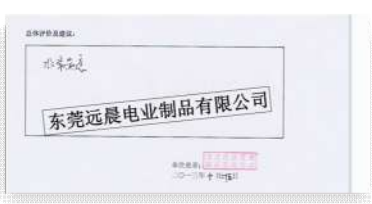
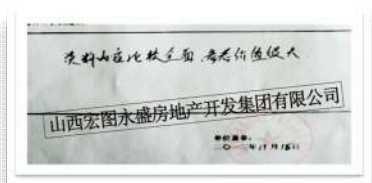
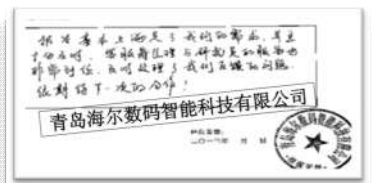
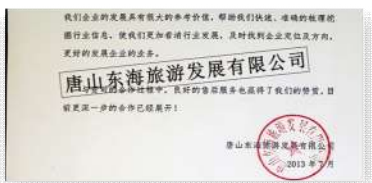
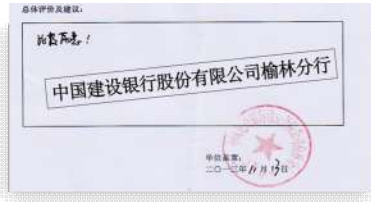
售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化

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	传媒	高等教育	旅行社			
	电影	民办教育	经济型酒店			
	电视节目创新	学前教育	主题酒店			
	动漫	早期教育	产权式酒店			
	文化演出	网络教育	酒店			
	数字电视	职业培训	旅游景区			
	平板电视	IT 培训	高校后勤			
	户外广告	专业培训	烟草	烟草制品		
	广告	汽车驾驶培训		卷烟		

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

行业	专题	行业	专题	行业	专题
人造板及家具	人造板	电力	电力	家用电器	小家电
	家具		火力发电		家用厨房电器
	高端家具		水力发电		电风扇
	木制家具		风力发电		家用空调
	金属家具		核电		家用音响设备
	办公家具		余热发电		美容保健电器
	软体家具		海上风力发电		家用电器配件
	地板		电力供应		太阳能器具
	家具零售		电网运营		冰箱
铁路运输设备	铁路运输设备	电力	智能电网	家用电器	洗衣机
	铁路机车车辆		农网改造		彩电
	高端装备		电动汽车充电站		智能电视
	铁路机车车辆配件		电力环保		燃气灶
	铁路专用设备及器材		生物质能发电		吸尘器
	铁路车轴		垃圾发电		热水器
	城市轨道交通设备		分布式能源		燃气热水器
船舶制造	金属船舶	电力	新能源技术装备	家用电器	电热水器
	船用配套设备		新能源市场		浴霸
	船舶修理		光伏发电		热泵热水器
	游艇		太阳能发电站建设		太阳能热水器
	船舶电子		天然气发电		抽油烟机
电子元器件	电子真空器件	电力	煤电矛盾与解决方案	家用电器	消毒柜
	半导体分立器件		煤电一体化		电饭锅
	集成电路		光伏建设一体化		电磁炉
	大屏幕拼接系统		电力铁塔		豆浆机
	印刷电路板/PCB		珠宝首饰		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	注塑机		塑料机械		汽车发动机
						核电设备

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

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