

# 中商顾问 · 投资情报周刊

2014年06月29日-2015年07月05日

每周一发行

国务院关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见

国务院关于加快推进“三证合一”登记制度改革的意见

新三板：破发现象频频出现，分层管理制料加速推出

上半年并购仅1306起 交易规模为1441.1亿美元



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、国务院关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见.....10

2、国务院关于加快推进“三证合一”登记制度改革的意见.....17

3、中办国办印发《关于完善法律援助制度的意见》.....20

4、银监会关于促进民营银行发展指导意见.....24

二、经济观察.....29

2、6月中国制造业采购经理指数为50.2%.....29

1、6月中国非制造业商务活动指数为53.8%.....31

# “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

3、2015年5月份全国彩票销售情况.....	34
4、2014年中央决算情况.....	36
<b>三、投资市场.....</b>	<b>41</b>
1、新三板：破发现象频频出现 分层管理制料加速推出.....	41
2、证监会暂停 IPO 救市 “拆结构”的中概股面临抉择.....	42
3、上市公司+PE”井喷探因：鲁股 4 天设 5 只基金 多为并购.....	43
4、中概股回归 5 大潜在风险：涉及多个部委 发行人独立吗.....	45
5、2015年上半年 20 家国内物流 O2O 企业投融资大盘点.....	47



# ◇ 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



- 6、新时代的 VC 原教旨：BAT 们已作古 三大经济模式应时而生.....53
- 7、新三板伤亡报告：没有救市组合拳 较最高点已暴跌 4 成.....56
- 8、险企热衷的投资渠道：大额协议存款 建立基金公司.....58
- 9、消费及服务行业 VC/PE 数据：融资涨幅平稳 并购骤减.....59
- 10、A 股惊魂 13 天：难阻中概股回归.....62
- 11、外来汉掌控影视并购格局：今年并购超 30 起 1/3 水土不服.....63
- 12、6.29 -7.05 一周并购事件.....65
- 13、国内一周风投事件统计.....66

# 行业市场调研

专项研究（重点包括细分市场研究、高层访谈、对标企业研究、消费者研究）

满意度研究（重点包括员工满意度、客户满意度）

竞争对手调查（重点包括竞争对手产品、营销、研发、财务、渠道调查等）

企业产销调研（重点包括生产状况调查、销售状况调查）



14、证券市场一周回顾.....75

四、产业市场.....78

1、页岩气产业投资观望气氛浓厚 政府补贴高于预期.....78

2、PPP 助力环保产业破盈利壁垒.....80

3、2015 年中国五金行业利润指数保持较高水平.....81

4、打车软件尴尬前行:补贴停用户减 烧钱停不下来.....82

5、稀土行业整合不能玩概念.....83

6、空调业:技术创新才是正轨.....85

## 中商产业研究院案例

### 市场调研成功案例(部分)

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

### 投融资咨询成功案例(部分)

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

### 民营银行咨询成功案例(部分)

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

### 规划咨询成功案例(部分)

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

### IPO 咨询成功案例 ( 部分 )

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

7、奶粉行业价格战或将持续 2-3 年 小品牌出局.....	87
8、乳企兼并重组 不只是赚钱那么简单.....	89
9、光伏行业扶持政策频出 将步入强劲发展周期.....	90
<b>五、环球市场.....</b>	<b>91</b>
1、韩国最大的化妆品集团在华下调价格 最高降 12%.....	91
2、巴西上半年外贸顺差 22 亿美元.....	92
3、上半年越南宏观经济保持稳定.....	92
4、德国 6 月份失业率降至 6.2%.....	93



# 投资咨询

## 可行性研究报告



## 商业计划书



- 5、印度未来五年将投资 1200 亿美元发展铁路交通.....93
- 6、韩国制造业指数创新低 MERS 冲击或大于沉船事故.....94
- 7、美元走强出口下降 美国首季经济增长萎缩 0.2%.....94
- 8、日本福岛外国游客不及震前一半 危机感与日俱增.....94
- 9、新加坡楼市冷风频吹.....95
- 六、热点解读.....97
- 1、2015 年上半年并购仅 1306 起 交易规模为 1441.1 亿美元.....97

## 一、政策法规

### 1、国务院关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见

为充分运用大数据先进理念、技术和资源，加强对市场主体的服务和监管，推进简政放权和政府职能转变，提高政府治理能力，经国务院同意，现提出以下意见。

#### 一、充分认识运用大数据加强对市场主体服务和监管的重要性

简政放权和工商登记制度改革措施的稳步推进，降低了市场准入门槛，简化了登记手续，激发了市场主体活力，有力带动和促进了就业。为确保改革措施顺利推进、取得实效，一方面要切实加强与改进政府服务，充分保护创业者的积极性，使其留得住、守得住、做得强；另一方面要切实加强与改进市场监管，在宽进的同时实行严管，维护市场正常秩序，促进市场公平竞争。

当前，市场主体数量快速增长，市场活跃度不断提升，全社会信息量爆炸式增长，数量巨大、来源分散、格式多样的大数据对政府服务和监管能力提出了新的挑战，也带来了新的机遇。既要高度重视信息公开和信息流动带来的安全问题，也要充分认识推进信息公开、整合信息资源、加强大数据运用对维护国家统一、提升国家治理能力、提高经济社会运行效率的重大意义。充分运用大数据的先进理念、技术和资源，是提升国家竞争力的战略选择，是提高政府服务和监管能力的必然要求，有利于政府充分获取和运用信息，更加准确地了解市场主体需求，提高服务和监管的针对性、有效性；有利于顺利推进简政放权，实现放管结合，切实转变政府职能；有利于加强社会监督，发挥公众对规范市场主体行为的积极作用；有利于高效利用现代信息技术、社会数据资源和社会化的信息服务，降低行政监管成本。国务院有关部门和地方各级人民政府要结合实际，在公共服务和市场监管中积极稳妥、充分有效、安全可靠地运用大数据等现代信息技术，不断提升政府治理能力。

#### 二、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，围绕使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，推进简政放权和政府职能转变，以社会信用体系建设和政府信息公开、数据开放为抓手，充分运用大数据、云计算等现代信息技术，提高政府服务水平，加强事中事后监管，维护市场正常秩序，促进市场公平竞争，

释放市场主体活力，进一步优化发展环境。

## (二)主要目标。

提高大数据运用能力，增强政府服务和监管的有效性。高效采集、有效整合、充分运用政府数据和社会数据，健全政府运用大数据的工作机制，将运用大数据作为提高政府治理能力的重要手段，不断提高政府服务和监管的针对性、有效性。

推动简政放权和政府职能转变，促进市场主体依法诚信经营。运用大数据提高政府公共服务能力，加强对市场主体的事中事后监管，为推进简政放权和政府职能转变提供基础支撑。以国家统一的信用信息共享交换平台为基础，运用大数据推动社会信用体系建设，建立跨地区、多部门的信用联动奖惩机制，构建公平诚信的市场环境。

提高政府服务水平和监管效率，降低服务和监管成本。充分运用大数据的理念、技术和资源，完善对市场主体的全方位服务，加强对市场主体的全生命周期监管。根据服务和监管需要，有序推进政府购买服务，不断降低政府运行成本。

政府监管和社会监督有机结合，构建全方位的市场监管体系。通过政府信息公开和数据开放、社会信息资源开放共享，提高市场主体生产经营活动的透明度。有效调动社会力量监督市场主体的积极性，形成全社会广泛参与的市场监管格局。

## 三、运用大数据提高为市场主体服务水平

(三)运用大数据创新政府服务理念和服务方式。充分运用大数据技术，积极掌握不同地区、不同行业、不同类型企业的共性、个性化需求，在注册登记、市场准入、政府采购、政府购买服务、项目投资、政策动态、招标投标、检验检测、认证认可、融资担保、税收征缴、进出口、市场拓展、技术改造、上下游协作配套、产业联盟、兼并重组、培训咨询、成果转化、人力资源、法律服务、知识产权等方面主动提供更具针对性的服务，推动企业可持续发展。

(四)提高注册登记和行政审批效率。加快建立公民、法人和其他组织统一社会信用代码制度。全面实行工商营业执照、组织机构代码证和税务登记证“三证合一”、“一照一码”登记制度改革，以简化办理程序、方便市场主体、减轻社会负担为出发点，做好制度设计。鼓励建立多部门网上项目并联审批平台，实现跨部门、跨层级项目审批、核准、备案的“统一受理、同步审查、信息共享、透明公开”。运用大数据推动行政管理流程优化再造。

(五)提高信息服务水平。鼓励政府部门利用网站和微博、微信等新兴媒体，紧密结合企业需求，



整合相关信息为企业提供服务，组织开展企业与金融机构融资对接、上下游企业合作对接等活动。充分发挥公共信用服务机构作用，为司法和行政机关、社会信用服务机构、社会公众提供基础性、公共性信用记录查询服务。

(六)建立健全守信激励机制。在市场监管和公共服务过程中，同等条件下，对诚实守信者实行优先办理、简化程序等“绿色通道”支持激励政策。在财政资金补助、政府采购、政府购买服务、政府投资工程建设招投标过程中，应查询市场主体信用记录或要求其提供由具备资质的信用服务机构出具的信用报告，优先选择信用状况较好的市场主体。

(七)加强统计监测和数据加工服务。创新统计调查信息采集和挖掘分析技术。加强跨部门数据关联比对分析等加工服务，充分挖掘政府数据价值。根据宏观经济数据、产业发展动态、市场供需状况、质量管理状况等信息，充分运用大数据技术，改进经济运行监测预测和风险预警，并及时向社会发布相关信息，合理引导市场预期。

(八)引导专业机构和行业组织运用大数据完善服务。发挥政府组织协调作用，在依法有序开放政府信息资源的基础上，制定切实有效的政策措施，支持银行、证券、信托、融资租赁、担保、保险等专业服务机构和行业协会、商会运用大数据更加便捷高效地为企业提供服务，支持企业发展。支持和推动金融信息服务企业积极运用大数据技术开发新产品，切实维护国家金融信息安全。

(九)运用大数据评估政府服务绩效。综合利用政府和社会信息资源，委托第三方机构对政府面向市场主体开展公共服务的绩效进行综合评估，或者对具体服务政策和措施进行专项评估，并根据评估结果及时调整和优化，提高各级政府及其部门施政和服务的有效性。

#### 四、运用大数据加强和改进市场监管

(十)健全事中事后监管机制。创新市场经营交易行为监管方式，在企业监管、环境治理、食品药品安全、消费安全、安全生产、信用体系建设等领域，推动汇总整合并及时向社会公开有关市场监管数据、法定检验监测数据、违法失信数据、投诉举报数据和企业依法依规应公开的数据，鼓励和引导企业自愿公示更多生产经营数据、销售物流数据等，构建大数据监管模型，进行关联分析，及时掌握市场主体经营行为、规律与特征，主动发现违法违规现象，提高政府科学决策和风险预判能力，加强对市场主体的事中事后监管。对企业的商业轨迹进行整理和分析，全面、客观地评估企业经营状况和信用等级，实现有效监管。建立行政执法与司法、金融等信息共享平台，增强综合执法能力。

(十一)建立健全信用承诺制度。全面建立市场主体准入前信用承诺制度，要求市场主体以规范格式向社会作出公开承诺，违法失信经营后将自愿接受约束和惩戒。信用承诺纳入市场主体信用记录

录，接受社会监督，并作为事中事后监管的参考。

(十二) 加快建立统一的信用信息共享交换平台。以社会信用信息系统先导工程为基础，充分发挥国家人口基础信息库、法人单位信息资源库的基础作用和企业信用信息公示系统的依托作用，建立国家统一的信用信息共享交换平台，整合金融、工商登记、税收缴纳、社保缴费、交通违法、安全生产、质量监管、统计调查等领域信用信息，实现各地区、各部门信用信息共建共享。具有市场监管职责的部门在履职过程中应准确采集市场主体信用记录，建立部门和行业信用信息系统，按要求纳入国家统一的信用信息共享交换平台。

(十三) 建立健全失信联合惩戒机制。各级人民政府应将使用信用信息和信用报告嵌入行政管理和公共服务的各领域、各环节，作为必要条件或重要参考依据。充分发挥行政、司法、金融、社会等领域的综合监管效能，在市场准入、行政审批、资质认定、享受财政补贴和税收优惠政策、企业法定代表人和负责人任职资格审查、政府采购、政府购买服务、银行信贷、招标投标、国有土地出让、企业上市、货物通关、税收征缴、社保缴费、外汇管理、劳动用工、价格制定、电子商务、产品质量、食品药品安全、消费品安全、知识产权、环境保护、治安管理、人口管理、出入境管理、授予荣誉称号等方面，建立跨部门联动响应和失信约束机制，对违法失信主体依法予以限制或禁入。建立各行业“黑名单”制度和市场退出机制。推动将申请人良好的信用状况作为各类行政许可的必备条件。

(十四) 建立产品信息溯源制度。对食品、药品、农产品、日用消费品、特种设备、地理标志保护产品等关系人民群众生命财产安全的重要产品加强监督管理，利用物联网、射频识别等信息技术，建立产品质量追溯体系，形成来源可查、去向可追、责任可究的信息链条，方便监管部门监管和社会公众查询。

(十五) 加强对电子商务领域的市场监管。明确电子商务平台责任，加强对交易行为的监督管理，推行网络经营者身份标识制度，完善网店实名制和交易信用评价制度，加强网上支付安全保障，严厉打击电子商务领域违法失信行为。加强对电子商务平台的监督管理，加强电子商务信息采集和分析，指导开展电子商务网站可信认证服务，推广应用网站可信标识，推进电子商务可信交易环境建设。健全权益保护和争议调处机制。

(十六) 运用大数据科学制定和调整监管制度和政策。在研究制定市场监管制度和政策过程中，应充分运用大数据，建立科学合理的仿真模型，对监管对象、市场和社会反应进行预测，并就可能出现的风险提出处置预案。跟踪监测有关制度和政策的实施效果，定期评估并根据需要及时调整。

(十七) 推动形成全社会共同参与监管的环境和机制。通过政府信息公开和数据开放、社会信息资源开放共享，提高市场主体生产经营活动的透明度，为新闻媒体、行业组织、利益相关主体和消

费者共同参与对市场主体的监督创造条件。引导有关方面对违法失信者进行市场性、行业性、社会性约束和惩戒，形成全社会广泛参与的监管格局。

## 五、推进政府和社会信息资源开放共享

(十八) 进一步加大政府信息公开和数据开放力度。除法律法规另有规定外，应将行政许可、行政处罚等信息自作出行政决定之日起 7 个工作日内上网公开，提高行政管理透明度和政府公信力。提高政府数据开放意识，有序开放政府数据，方便全社会开发利用。

(十九) 大力推进市场主体信息公示。严格执行《企业信息公示暂行条例》，加快实施经营异常名录制度和严重违法失信企业名单制度。建设国家企业信用信息公示系统，依法对企业注册登记、行政许可、行政处罚等基本信用信息以及企业年度报告、经营异常名录和严重违法失信企业名单进行公示，提高市场透明度，并与国家统一的信用信息共享交换平台实现有机对接和信息共享。支持探索开展社会化的信用信息公示服务。建设“信用中国”网站，归集整合各地区、各部门掌握的应向社会公开的信用信息，实现信用信息一站式查询，方便社会了解市场主体信用状况。各级政府及其部门网站要与“信用中国”网站连接，并将本单位政务公开信息和相关市场主体违法违规信息在“信用中国”网站公开。

(二十) 积极推进政府内部信息交换共享。打破信息的地区封锁和部门分割，着力推动信息共享和整合。各地区、各部门已建、在建信息系统要实现互联互通和信息交换共享。除法律法规明确规定外，对申请立项新建的部门信息系统，凡未明确部门间信息共享需求的，一概不予审批；对在建的部门信息系统，凡不能与其他部门互联共享信息的，一概不得通过验收；凡不支持地方信息共享平台建设、不向地方信息共享平台提供信息的部门信息系统，一概不予审批或验收。

(二十一) 有序推进全社会信息资源开放共享。支持征信机构依法采集市场交易和社会交往中的信用信息，支持互联网企业、行业组织、新闻媒体、科研机构等社会力量依法采集相关信息。引导各类社会机构整合和开放数据，构建政府和社会互动的信息采集、共享和应用机制，形成政府信息与社会信息交互融合的大数据资源。

## 六、提高政府运用大数据的能力

(二十二) 加强电子政务建设。健全国家电子政务网络，整合网络资源，实现互联互通，为各级政府及其部门履行职能提供服务。加快推进国家政务信息化工程建设，统筹建立人口、法人单位、自然资源和空间地理、宏观经济等国家信息资源库，加快建设完善国家重要信息系统，提高政务信息化水平。



(二十三)加强和规范政府数据采集。建立健全政府大数据采集制度，明确信息采集责任。各部门在履职过程中，要依法及时、准确、规范、完整地记录和采集相关信息，妥善保存并及时更新。加强对市场主体相关信息的记录，形成信用档案，对严重违法失信的市场主体，按照有关规定列入“黑名单”并公开曝光。

(二十四)建立政府信息资源管理体系。全面推行政府信息电子化、系统化管理。探索建立政府信息资源目录。在战略规划、管理方式、技术手段、保障措施等方面加大创新力度，增强政府信息资源管理能力，充分挖掘政府信息资源价值。鼓励地方因地制宜统一政府信息资源管理力量，统筹推进政府信息资源的建设、管理和开发利用。

(二十五)加强政府信息标准化建设和分类管理。建立健全政府信息化建设和政府信息资源管理标准体系。严格区分涉密信息和非涉密信息，依法推进政府信息在采集、共享、使用等环节的分类管理，合理设定政府信息公开范围。

(二十六)推动政府向社会力量购买大数据资源和技术服务。各地区、各部门要按照有利于转变政府职能、有利于降低行政成本、有利于提升服务质量水平和财政资金效益的原则，充分发挥市场机构在信息基础设施建设、信息技术、信息资源整合开发和服务等方面的优势，通过政府购买服务、协议约定、依法提供等方式，加强政府与企业合作，为政府科学决策、依法监管和高效服务提供支撑保障。按照规范、安全、经济的要求，建立健全政府向社会力量购买信息产品和信息技术服务的机制，加强采购需求管理和绩效评价。加强对所购买信息资源准确性、可靠性的评估。

## 七、积极培育和发展社会化征信服务

(二十七)推动征信机构建立市场主体信用记录。支持征信机构与政府部门、企事业单位、社会组织等深入合作，依法开展征信业务，建立以自然人、法人和其他组织为对象的征信系统，依法采集、整理、加工和保存在市场交易和社会交往活动中形成的信用信息，采取合理措施保障信用信息的准确性，建立起全面覆盖经济社会各领域、各环节的市场主体信用记录。

(二十八)鼓励征信机构开展专业化征信服务。引导征信机构根据市场需求，大力加强信用服务产品创新，提供专业化的征信服务。建立健全并严格执行内部风险防范、避免利益冲突和保障信息安全的规章制度，依法向客户提供便捷高效的征信服务。进一步扩大信用报告在行政管理和公共服务及银行、证券、保险等领域的应用。

(二十九)大力培育发展信用服务业。鼓励发展信用咨询、信用评估、信用担保和信用保险等信用服务业。对符合条件的信用服务机构，按有关规定享受国家和地方关于现代服务业和高新技术产业的各项优惠政策。加强信用服务市场监管，进一步提高信用服务行业的市场公信力和社会影响力。

支持鼓励国内有实力的信用服务机构参与国际合作，拓展国际市场，为我国企业实施海外并购、国际招投标等提供服务。

#### 八、健全保障措施，加强组织领导

(三十)提升产业支撑能力。进一步健全创新体系，鼓励相关企业、高校和科研机构开展产学研合作，推进大数据协同融合创新，加快突破大规模数据仓库、非关系型数据库、数据挖掘、数据智能分析、数据可视化等大数据关键共性技术，支持高性能计算机、存储设备、网络设备、智能终端和大型通用数据库软件等产品创新。支持企事业单位开展大数据公共技术服务平台建设。鼓励具有自主知识产权和技术创新能力的大数据企业做强做大。推动各领域大数据创新应用，提升社会治理、公共服务和科学决策水平，培育新的增长点。落实和完善支持大数据产业发展的财税、金融、产业、人才等政策，推动大数据产业加快发展。

(三十一)建立完善管理制度。处理好大数据发展、服务、应用与安全的关系。加快研究完善规范电子政务，监管信息跨境流动，保护国家经济安全、信息安全，以及保护企业商业秘密、个人隐私方面的管理制度，加快制定出台相关法律法规。建立统一社会信用代码制度。建立健全各部门政府信息记录和采集制度。建立政府信息资源管理制度，加强知识产权保护。加快出台关于推进公共信息资源开放共享的政策意见。制定政务信用信息公开共享办法和信息目录。推动出台相关法规，对政府部门在行政管理、公共服务中使用信用信息和信用报告作出规定，为联合惩戒市场主体违法失信行为提供依据。

(三十二)完善标准规范。建立大数据标准体系，研究制定有关大数据的基础标准、技术标准、应用标准和管理标准等。加快建立政府信息采集、存储、公开、共享、使用、质量保障和安全管理的技术标准。引导建立企业间信息共享交换的标准规范，促进信息资源开发利用。

(三十三)加强网络和信息安全保护。落实国家信息安全等级保护制度要求，加强对涉及国家安全重要数据的管理，加强对大数据相关技术、设备和服务提供商的风险评估和安全管理。加大网络和信息安全技术研发和资金投入，建立健全信息安全保障体系。采取必要的管理和技术手段，切实保护国家信息安全以及公民、法人和其他组织信息安全。

(三十四)加强人才队伍建设。鼓励高校、人力资源服务机构和企业重点培养跨界复合型、应用创新型大数据专业人才，完善大数据技术、管理和服务人才培养体系。加强政府工作人员培训，增强运用大数据能力。

(三十五)加强领导，明确分工。各地区、各部门要切实加强对大数据运用工作的组织领导，按照职责分工，研究出台具体方案和实施办法，做好本地区、本部门的大数据运用工作，不断提高服

务和监管能力。

(三十六)联系实际，突出重点。紧密结合各地区、各部门实际，整合数据资源为社会、政府、企业提供服务。在工商登记、统计调查、质量监管、竞争执法、消费维权等领域率先开展大数据示范应用工程，实现大数据汇聚整合。在宏观管理、税收征缴、资源利用与环境保护、食品药品安全、安全生产、信用体系建设、健康医疗、劳动保障、教育文化、文化旅游、金融服务、中小企业服务、工业制造、现代农业、商贸物流、社会综合治理、收入分配调节等领域实施大数据示范应用工程。

各地区、各部门要加强对本意见落实工作的监督检查，推动在服务和监管过程中广泛深入运用大数据。发展改革委负责对本意见落实工作的统筹协调、跟踪了解、督促检查，确保各项任务和措施落实到位。

## 2、国务院关于加快推进“三证合一”登记制度改革的意见

为加快推进“三证合一”登记制度改革，经国务院同意，现提出如下意见。

### 一、充分认识推行“三证合一”登记制度改革的重要意义

“三证合一”登记制度是指将企业登记时依次申请，分别由工商行政管理部门核发工商营业执照、质量技术监督部门核发组织机构代码证、税务部门核发税务登记证，改为一次申请、由工商行政管理部门核发一个营业执照的登记制度。全面推行“三证合一”登记制度改革，是贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，落实国务院决策部署，深化商事登记制度改革的重要举措。加快推进这一改革，可以进一步便利企业注册，持续推动形成大众创业、万众创新热潮。这是维护交易安全、消除监管盲区的有效途径，是推进简政放权、建设服务型政府的必然选择，对于提高国家治理体系和治理能力现代化水平，使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，具有十分重要的意义。各地区、各部门要站在全局高度充分认识这一改革的重要意义，提高思想认识，加强协调配合，确保这一利国利民的改革举措顺利实施。

### 二、改革目标和基本原则

#### (一)改革目标。

通过“一窗受理、互联互通、信息共享”，将由工商行政管理、质量技术监督、税务三个部门分别核发不同证照，改为由工商行政管理部门核发一个加载法人和其他组织统一社会信用代码的营业执照，即“一照一码”登记模式。



## (二)基本原则。

1. 便捷高效。要按照程序简便、办照高效的要求，优化审批流程，创新服务方式，提高登记效率，方便企业准入。

2. 规范统一。要按照优化、整合、一体化的原则，科学制定“三证合一”登记流程，实行统一的“三证合一”登记程序和登记要求，规范登记条件、登记材料。

3. 统筹推进。大力推行一窗受理、一站式服务工作机制，将“三证合一”登记制度改革与全程电子化登记管理、企业法人国家信息资源库建设、企业信用信息公示系统建设、政务信息共享平台建设、统一社会信用代码制度建设等工作统筹考虑、协同推进。

## 三、改革步骤和基本要求

### (一)改革步骤。

现阶段，已试行“一窗受理、并联审批、三证统发”登记模式改革和“一窗受理、并联审批、核发一照、一照三号”登记模式改革的省、自治区、直辖市可继续试点；支持上海、广东、天津、福建自贸试验区率先推行“一照一码”登记模式改革试点。各地区要积极推进“三证合一”登记制度改革各项工作，做好实施“一照一码”登记模式改革各项准备工作，待统一社会信用代码实施后，2015年底前在全国全面推行“一照一码”登记模式。

### (二)基本要求。

1. 统一申请条件和文书规范。要以方便企业办事、简化登记手续、降低行政成本为出发点，按照企业不重复填报登记申请文书内容和不重复提交登记材料的原则，依法梳理申请事项，统一明确申请条件，整合简化文书规范，实行“一套材料”和“一表登记”申请，并在“一窗受理”窗口公示申请条件和示范文本。

2. 规范申请登记审批流程。按照“三证合一”登记制度改革的新要求，整合优化申请、受理、审查、核准、公示、发照等程序，缩短登记审批时限。“一个窗口”统一受理企业申请并审核后，申请材料 and 审核信息在部门间共享，实现数据交换、档案互认。电子登记档案与纸质登记档案具有同等法律效力。各地区要结合本地区实际，制定简明易懂的“三证合一”登记办事指南，明确企业设立(开业)登记、变更登记、注销登记等各个环节的操作流程。

3. 优化登记管理服务方式。适应实行“三证合一”登记制度改革的需要，加快推进“一个窗口”对外统一受理模式，方便申请人办理。要坚持公开办理、限时办理、透明办理，坚持条件公开、流程公开、结果公开。除涉及国家秘密、商业秘密或个人隐私外，要及时公开登记企业的基础信息。各相关部门要切实履行对申请人的告知义务，及时提供咨询服务，强化内部督查和社会监督，提高登记审批效率。

4. 建立跨部门信息传递与数据共享的保障机制。要加大信息化投入，按照统一规范和标准，改造升级各相关业务信息管理系统，实现互联互通、信息共享。充分利用统一的信用信息共享交换平台，推动企业基础信息和相关信用信息在政府部门间广泛共享和有效应用。积极推进“三证合一”申请、受理、审查、核准、公示、发照等全程电子化登记管理，最终实现“三证合一”网上办理。

5. 实现改革成果共享应用。实行“三证合一”登记制度改革后，企业的组织机构代码证和税务登记证不再发放。企业原需要使用组织机构代码证、税务登记证办理相关事务的，一律改为使用“三证合一”后的营业执照办理。实行更多证照合一的，只要与本意见的原则和要求相一致，都可以先行先试。各地区、各部门、各单位都要予以认可和应用。

#### 四、保障措施

(一) 加强组织领导。县级以上地方各级人民政府要建立“三证合一”登记制度改革领导机制，切实加强组织领导和协调，落实工作责任，为顺利实施“三证合一”登记制度改革提供必要的人员、场所、设施和经费保障。要加强对“三证合一”登记制度改革的跟踪了解和检查指导，加大统筹和督查力度，及时协调解决改革中出现的重大问题。

(二) 加强协同推进。“三证合一”登记制度改革涉及工商行政管理、质量技术监督、税务及其他相关职能部门，各地区、各部门要建立协同推进工作机制，加强信息化保障，形成工作合力。有序做好已登记企业(包括已试点“三证合一”登记制度改革的企业)原发证照换发工作，与统一社会信用代码的过渡期相衔接，变更换证不能收费。过渡期内，原发证照(包括各地探索试点的“一照三号”营业执照、“一照一号”营业执照)继续有效，过渡期结束后一律使用加载统一社会信用代码的营业执照，原发证照不再有效。强化法制保障，认真梳理“三证合一”登记制度改革涉及营业执照、组织机构代码证、税务登记证的法律、法规、规章及规范性文件，及时进行修订和完善，努力使“三证合一”涉及的各个环节衔接顺畅，保证“三证合一”登记制度改革顺利实施。

(三) 加强宣传引导。要充分利用各种新闻媒介，加大对“三证合一”登记制度改革的宣传解读力度，及时解答和回应社会关注的热点问题，在全社会形成关心改革、支持改革、参与改革的良好氛围。

### 3、中办国办印发《关于完善法律援助制度的意见》

法律援助是国家建立的保障经济困难公民和特殊案件当事人获得必要的法律咨询、代理、刑事辩护等无偿法律服务，维护当事人合法权益、维护法律正确实施、维护社会公平正义的一项重要法律制度。法律援助工作是一项重要的民生工程。近年来，各地认真贯彻《法律援助条例》，法律援助覆盖面逐步扩大，服务质量不断提高，制度建设积极推进，保障能力逐步增强，为保障和改善民生、促进社会公平正义发挥了积极作用。但是，与人民群众特别是困难群众日益增长的法律援助需求相比，法律援助工作还存在制度不够完善、保障机制不够健全、援助范围亟待扩大等问题。为认真落实中央关于全面推进依法治国的重大战略部署，进一步加强法律援助工作，完善中国特色社会主义法律援助制度，提出以下意见。

#### 一、总体要求

(一)指导思想。以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，认真贯彻党的十八大和十八届三中、四中全会精神，深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，按照党中央、国务院决策部署，健全体制机制，坚持和完善党委政府领导、司法行政机关具体负责、有关部门协作配合、社会力量广泛参与的中国特色社会主义法律援助制度，紧紧围绕经济社会发展和人民群众实际需要，落实政府责任，不断扩大法律援助范围，提高援助质量，保证人民群众在遇到法律问题或者权利受到侵害时获得及时有效法律帮助。

#### (二)基本原则

——坚持以人为本。把维护人民群众合法权益作为出发点和落脚点，积极回应民生诉求，完善便民利民措施，推进公共法律服务体系建设，加强民生领域法律服务，努力为困难群众提供及时便利、优质高效的法律援助服务，将涉及困难群体的矛盾纠纷纳入法治化轨道解决，有效化解社会矛盾，维护社会和谐稳定。

——促进公平正义。把保障公平正义作为法律援助工作的首要价值追求，依法履行法律援助职责，扩大法律援助范围，使符合条件的公民都能获得法律援助，平等享受法律保护，努力让人民群众在每一个案件中都感受到公平正义。

——推进改革创新。立足基本国情，积极探索法律援助工作发展规律，创新工作理念、工作机制和方式方法，实现法律援助申请快捷化、审查简便化、服务零距离，不断提高法律援助工作规范化、制度化、法治化水平。

#### 二、扩大法律援助范围

(三)扩大民事、行政法律援助覆盖面。各省(自治区、直辖市)要在《法律援助条例》规定的经济困难公民请求国家赔偿,给予社会保险待遇或者最低生活保障待遇,发给抚恤金、救济金,给付赡养费、抚养费、扶养费,支付劳动报酬等法律援助范围的基础上,逐步将涉及劳动保障、婚姻家庭、食品药品、教育医疗等与民生紧密相关的事项纳入法律援助补充事项范围,帮助困难群众运用法律手段解决基本生产生活方面的问题。探索建立法律援助参与申诉案件代理制度,开展试点,逐步将不服司法机关生效民事和行政裁判、决定,聘不起律师的申诉人纳入法律援助范围。综合法律援助资源状况、公民法律援助需求等因素,进一步放宽经济困难标准,降低法律援助门槛,使法律援助覆盖人群逐步拓展至低收入群体,惠及更多困难群众。认真组织办理困难群众就业、就学、就医、社会保障等领域涉及法律援助的案件,积极提供诉讼和非诉讼代理服务,重点做好农民工、下岗失业人员、妇女、未成年人、老年人、残疾人和军人军属等群体法律援助工作,切实维护其合法权益。

(四)加强刑事法律援助工作。注重发挥法律援助在人权司法保障中的作用,保障当事人合法权益。落实刑事诉讼法及相关配套法规制度关于法律援助范围的规定,畅通刑事法律援助申请渠道,加强司法行政机关与法院、检察院、公安机关等办案机关的工作衔接,完善被羁押犯罪嫌疑人、被告人经济困难证明制度,建立健全办案机关通知辩护工作机制,确保告知、转交申请、通知辩护(代理)等工作协调顺畅,切实履行侦查、审查起诉和审判阶段法律援助工作职责。开展试点,逐步开展为不服司法机关生效刑事裁判、决定的经济困难申诉人提供法律援助的工作。建立法律援助值班律师制度,法律援助机构在法院、看守所派驻法律援助值班律师。健全法律援助参与刑事案件速裁程序试点工作机制。建立法律援助参与刑事和解、死刑复核案件办理工作机制,依法为更多的刑事诉讼当事人提供法律援助。

(五)实现法律援助咨询服务全覆盖。建立健全法律援助便民服务窗口,安排专业人员免费为来访群众提供法律咨询。对咨询事项属于法律援助范围的,应当告知当事人申请程序,对疑难咨询事项实行预约解答。拓展基层服务网络,推进法律援助工作站向城乡社区延伸,方便群众及时就近获得法律咨询。加强“12348”法律服务热线建设,有条件的地方开设针对农民工、妇女、未成年人、老年人等群体的维权专线,充分发挥解答法律咨询、宣传法律知识、指导群众依法维权的作用。创新咨询服务方式,运用网络平台和新兴传播工具,提高法律援助咨询服务的可及性。广泛开展公共法律教育,积极提供法律信息和帮助,引导群众依法表达合理诉求。

### 三、提高法律援助质量

(六)推进法律援助标准化建设。建立健全法律援助组织实施各环节业务规范。完善申请和受理审查工作制度,推进援务公开,规范法律援助机构审查职责范围和工作程序。改进案件指派工作制度,综合案件类型、法律援助人员专业特长、受援人意愿等因素,合理指派承办机构和人员。严格



办理死刑、未成年人等案件承办人员资质条件，确保案件办理质量。探索办理跨行政区划法院、检察院受理、审理案件的指派机制。完善法律援助承办环节工作制度，规范法律咨询、非诉讼事项、诉讼事项办理流程，制定刑事、民事、行政法律援助案件质量标准。

(七)加强法律援助质量管理。认真履行法律援助组织实施职责，规范接待、受理、审查、指派等行为，严格执行法律援助事项范围和经济困难标准，使符合条件的公民都能及时获得法律援助。教育引导法律援助人员严格遵守法定程序和执业规范，提供符合标准的法律援助服务。根据案件不同类别组建法律援助专业服务团队，探索创新法律援助案件指派方式，对重大疑难案件实行集体讨论、全程跟踪、重点督办，提高案件办理专业化水平。完善服务质量监管机制，综合运用质量评估、庭审旁听、案卷检查、征询司法机关意见和受援人回访等措施强化案件质量管理。加大信息技术在法律援助流程管理、质量评估、业绩考核等方面的应用。逐步推行办案质量与办案补贴挂钩的差别案件补贴制度，根据案件办理质量确定不同级别发放标准，促进提高办案质量。完善法律援助投诉处理制度，进一步规范投诉事项范围、程序和处理反馈工作，提高投诉处理工作水平。

(八)完善法律援助便民服务机制。建立健全便民利民措施，加强长效机制建设，简化程序、手续，丰富服务内容。加强便民窗口规范化服务，优化服务环境、改进服务态度，推行服务承诺制、首问负责制、限时办结制、援务公开制，规范履行服务指引、法律咨询、申请受理、查询答疑等职责。拓宽申请渠道，发挥法律援助工作站、联络点贴近基层的优势，方便困难群众及时就近提出申请，在偏远地区和困难群众集中的地区设立流动工作站巡回受案。对有特殊困难的受援对象推行电话申请、上门受理等服务方式，逐步实行网上受理申请。简化审查程序，对城乡低保对象、特困供养人员等正在接受社会救助的对象和无固定生活来源的残疾人、老年人等特定群体，以及申请支付劳动报酬、工伤赔偿的农民工，免除经济困难审查；逐步建立法律援助对象动态数据库，提高审查效率；对情况紧急的案件可以先行受理，事后补办材料、手续；开辟法律援助“快速通道”，有条件的地方对未成年人、老年人、残疾人符合条件的申请实行当日受理、审查，并快速办理。加强军地法律援助服务网络建设，健全军人军属法律援助工作机制。建立完善法律援助异地协作机制，加强法律援助机构在转交申请、核实情况、调查取证、送达法律文书等环节的协助配合，方便受援人异地维护自身合法权益。延伸服务领域，注重对受援人进行人文关怀和心理疏导，完善法律援助与司法救助、社会救助工作衔接机制，提升服务效果。

#### 四、提高法律援助保障能力

(九)完善经费保障体制。按照明确责任、分类负担、收支脱钩、全额保障的原则，完善法律援助经费保障体制，明确经费使用范围和保障标准，确保经费保障水平适应办案工作需要。中央财政要引导地方特别是中西部地区加大对法律援助经费的投入力度。省级财政要为法律援助提供经费支持，加大对经济欠发达地区的转移支付力度，提高经济欠发达地区的财政保障能力。市、县级财政要将法律援助经费全部纳入同级财政预算，根据地方财力和办案量合理安排经费。适当提高办案补

贴标准并及时足额支付。建立动态调整机制，根据律师承办案件成本、基本劳务费用等因素及时调整补贴标准。鼓励社会对法律援助活动提供捐助，充分发挥法律援助基金会的资金募集作用。财政、审计等部门要加强对法律援助经费的绩效考核和监督，确保专款专用，提高经费使用效益。

(十)加强基础设施建设。加大法律援助基础设施建设投入力度，建设与服务困难群众工作需要相适应的服务设施，提高办公办案设施配备水平。鼓励支持地方加强临街一层便民服务窗口建设，合理划分功能区域，完善无障碍配套服务设施，满足接待群众需要。各地要支持法律援助工作站(点)建设，配备必要的工作和服务设施，方便困难群众就近获得法律援助。加强信息化建设，加大投入力度，改善基层信息基础设施，提升法律援助信息管理水平，实现集援务公开、咨询服务、网上审查、监督管理于一体的网上管理服务，实现与相关单位的信息共享和工作协同。

(十一)加强机构队伍建设。依托现有资源加强法律援助机构建设，配齐配强人员。把政治建设摆在突出位置，切实提高法律援助队伍思想政治素质和职业道德水平。探索法律援助队伍专业化、职业化发展模式，加强法律援助人才库建设，培养一批擅长办理法律援助案件的专业人员。加强教育培训工作，加大培训教材、师资、经费等投入，完善培训体系和工作机制，提高法律援助人员专业素质和服务能力。完善律师、基层法律服务工作者参与法律援助工作相关权益保障、政策扶持措施，调动律师、基层法律服务工作者等人员的积极性。加大政府购买法律援助服务力度，吸纳社会工作者参与法律援助，鼓励和支持人民团体、社会组织开展法律援助工作。多渠道解决律师资源短缺地区法律援助工作力量不足问题，充实县区法律援助机构办案人员，在农村注重发挥基层法律服务工作者的作用，加大力度调配优秀律师、大学生志愿者等服务力量支持律师资源短缺地区法律援助工作。深入开展法律援助志愿服务行动。

## 五、切实加强组织领导

(十二)加强组织领导。地方各级党委和政府要高度重视法律援助工作，将其纳入党的群众工作范围，纳入地方经济和社会发展规划、基本公共服务体系、为民办实事和民生工程，帮助解决工作中遇到的困难和问题。建立法律援助补充事项范围和经济困难标准动态调整机制，各省(自治区、直辖市)要根据本行政区域经济发展状况和法律援助工作需要，及时审查、调整补充事项范围和经济困难标准，促进法律援助事业与经济社会协调发展。建立法律援助责任履行情况考评机制、报告制度和督导检查制度，确保落实到位。发挥政府主导作用，鼓励和支持社会力量通过多种方式依法有序参与法律援助工作。推进法律援助立法工作，提高法治化水平。

(十三)强化监督管理和实施。各级司法行政机关是法律援助工作的监督管理部门，要健全管理体制，加强对法律援助机构执行法律法规和政策情况的监督，完善责任追究制度，确保法律援助机构和人员依法履行职责。加强《法律援助条例》配套规章制度建设，构建层次清晰、体系完备的制度体系。法律援助机构要切实履行组织实施职责，认真做好受理、审查、指派、支付办案补贴等工

作，组织引导律师、基层法律服务工作者积极履行法律援助义务，律师每年应承办一定数量法律援助案件，建立健全律师事务所等法律服务机构和人员开展法律援助的考核评价机制。完善公证处、司法鉴定机构依法减免相关费用制度，并加强工作衔接。加强对人民团体、社会组织和志愿者从事法律援助服务的指导和规范，维护法律援助秩序。积极利用传统媒体和新兴媒体，扩大法律援助宣传的覆盖面，增强宣传效果。

(十四)加强部门协调配合。各有关部门和单位要根据本意见，研究提出落实措施。法院、检察院、公安机关要为法律援助办案工作提供必要支持，进一步完善民事诉讼和行政诉讼法律援助与诉讼费用减免制度的衔接机制，健全国家赔偿法律援助工作机制，完善刑事诉讼法律援助中法院、检察院、公安机关、司法行政机关的配合工作机制。发展改革、民政、财政、人力资源社会保障、国土资源、住房城乡建设、卫生计生、工商、档案等部门要按照职能分工，支持法律援助基层基础设施建设，落实经费保障，提供办案便利。各人民团体要充分利用自身优势参与做好法律援助工作。各有关部门和单位要形成工作合力，推动完善法律援助制度，更好地保障和改善民生。

#### 4、银监会关于促进民营银行发展指导意见

为落实党中央、国务院关于推进民营银行发展的部署和要求，提升银行业对内开放水平，银监会积极推动民营银行试点工作，不断完善监管配套措施，取得了阶段性成果。为进一步鼓励和引导民间资本进入银行业，促进民营银行持续健康发展，为实体经济特别是中小微企业、“三农”和社区，以及大众创业、万众创新提供更有针对性、更加便利的金融服务，根据《中华人民共和国银行业监督管理法》、《中华人民共和国商业银行法》等法律法规规定，制定本指导意见。

##### 一、指导思想

全面贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，坚持社会主义市场经济改革方向，遵循市场规律，在加强监管前提下，积极推动具备条件的民间资本依法发起设立中小型银行等金融机构，提高审批效率，进一步丰富和完善银行业金融机构体系，激发民营经济活力。促进民营银行依法合规经营、科学稳健发展，鼓励民营银行创新发展方式，提高金融市场竞争效能，增强对中小微企业、“三农”和社区等经济发展薄弱环节和领域的金融支持力度，更好服务实体经济。

##### 二、基本原则

(一)积极发展，公平对待。促进民营银行发展是深化金融体制改革、激发金融市场活力、优化金融机构体系的具体举措，是加强中小微企业、“三农”和社区金融服务的重要突破口。要对民间资

本、国有资本和境外资本等各类资本公平对待、一视同仁，积极鼓励符合条件的民营企业依法发起设立民营银行。通过鼓励民营银行开展产品、服务、管理和技术创新，为银行业持续发展、创新发展注入新动力。

(二)依法合规，防范风险。严格按照现有法律法规，坚持公平、公正、公开原则，成熟一家，设立一家，防止一哄而起；由民间资本自愿申请，监管部门依法审核，民营银行合规经营，经营失败平稳退出。在促进民营银行稳健发展的同时，坚守风险底线，引导民营银行建立风险防范长效机制，着力防范关联交易风险和风险外溢，确保守住不发生系统性区域性金融风险的底线，保障金融市场安全高效运行和整体稳定。

(三)循序渐进，创新模式。通过存量改造，鼓励民间资本入股现有银行业金融机构，支持民间资本通过增资扩股、股权受让、二级市场增持等方式进入现有银行业金融机构，依法合规推进混合所有制改革，支持民间资本参与农村信用社改制为农村商业银行，支持民间资本参与高风险银行业金融机构风险处置等；通过增量改革，积极稳妥推进新设民营银行，鼓励民营银行探索创新“大存小贷”、“个存小贷”等差异化、特色化经营模式，提高与细分市场金融需求的匹配度。

### 三、准入条件

根据《中华人民共和国银行业监督管理法》、《中华人民共和国商业银行法》、《中国银监会中资商业银行行政许可事项实施办法》等法律法规的规定，积极支持民间资本与其他资本按同等条件进入银行业。

(一)坚持依法合规，鼓励符合条件的民营企业以自有资金投资银行业金融机构。投资入股银行业金融机构的民营企业应满足依法设立、具有法人资格，具有良好的公司治理结构和有效的组织管理方式，具有良好的社会声誉、诚信记录和纳税记录，具有较长的发展期和稳定的经营表现，具有较强的经营管理能力和资金实力，财务状况、资产状况良好，最近3个会计年度连续盈利，年终分配后净资产达到总资产30%以上，权益性投资余额不超过净资产50%等条件。

(二)防范风险传递，做好民营银行股东遴选。拟投资民营银行的资本所有者应具有良好的个人声望，奉公守法、诚信敬业，其法人股东的公司治理结构与机制符合《中华人民共和国公司法》要求，关联企业和股权关系简洁透明，没有关联交易的组织构造和不良记录。

(三)夯实发展基础，严格民营银行设立标准。设计良好的股权结构与公司治理结构，确定合理可行的业务范围、市场定位、经营方针和计划，建立科学有效的组织机构和管理制度、风险管理体系及信息科技架构等。发起设立民营银行应制订合法章程，有具备任职所需专业知识和业务工作经验的董事、高级管理人员和熟悉银行业务的合格从业人员，有符合要求的营业场所、安全防范措施



和与业务有关的其他设施。民营银行注册资本要求遵从城市商业银行有关法律法规规定。

(四)借鉴试点经验,确定民间资本发起设立民营银行的五项原则。有承担剩余风险的制度安排;有办好银行的资质条件和抗风险能力;有股东接受监管的协议条款;有差异化的市场定位和特定战略;有合法可行的恢复和处置计划。

#### 四、许可程序

根据《中华人民共和国商业银行法》、《中国银监会中资商业银行行政许可事项实施办法》等法律法规规定,不断提高银行业市场准入透明度,加强对各地民营银行发起设立工作的指导和服务。

(一)筹建程序。筹建申请由发起人共同向拟设地银监局提交,拟设地银监局受理并初步审查,报银监会审查并决定。银监会自收到完整申请材料之日起4个月内作出批准或不批准的书面决定。民营银行筹建期为批准决定之日起6个月,未能按期筹建的,筹建组应当在筹建期限届满前1个月向银监会提交延期筹建报告。筹建延期不得超过一次,筹建延期的最长期限为3个月。筹建组应当在规定的期限届满前提交开业申请,逾期未提交的,筹建批准文件失效,由银监会办理筹建许可注销手续。

(二)开业程序。民营银行开业申请由筹建组向所在地银监局提交,由所在地银监局受理、审查并决定。银监局自受理之日起2个月内作出核准或不予核准的书面决定。民营银行在收到开业核准文件并按规定领取金融许可证后,根据工商行政管理部门的规定办理登记手续,领取营业执照。民营银行应当自领取营业执照之日起6个月内开业,未能按期开业的,应当在开业期限届满前1个月向所在地银监局提交开业延期报告。开业延期不得超过一次,开业延期的最长期限为3个月。民营银行未在规定时间内开业的,开业核准文件失效,由所在地银监局办理开业许可注销手续,收回金融许可证,并予以公告。

#### 五、稳健发展

(一)明确定位,创新发展。民营银行应当确立科学发展方向,明确差异化发展战略,制定切实可行的经营方针,发挥比较优势,坚持特色经营,与现有商业银行实现互补发展,错位竞争。鼓励民营银行着力开展存、贷、汇等基本业务,定位于服务实体经济特别是中小微企业、“三农”和社区,提供高效和差异化金融服务。支持民营银行发挥市场化机制优势,稳步推进业务创新、服务创新、流程创新、管理创新,提高金融服务水平,以市场需求为导向,利用大数据、云计算、移动互联网等新一代信息技术提供普惠金融服务。

(二)完善治理,防范风险。牢固树立风险意识,加强社会风险管理。民营银行应加强自我约束,

完善公司治理和内控体系，建立多层次风险防范体系，切实防范风险。一是建立符合发展战略和风险管理需要的公司治理架构，建立健全股东大会、董事会、监事会制度，明晰职责和议事规则。二是提高董事会履职能力，董事会应勤勉尽责、诚实守信，并承担银行经营和管理的最终责任。三是明晰股东责任，大股东应明确治理责任，提高治理效率；明确发展责任，支持银行持续补充资本，提高抗风险能力；明确合规责任，不借助大股东地位干预民营银行正常经营，不施加不当的经营指标压力。四是加强风险管理，科学设定风险偏好，完善风险管理政策和程序，提高全面风险管理水平。五是加强关联交易管理，严格控制关联授信余额，防范不当关联交易风险。六是强化市场约束和提高透明度，维护消费者合法权益，鼓励将股东承诺作为重大事项纳入信息披露范围。

## 六、加强监管

监管部门要加快转变职能，明确监管责任，形成规制统一、权责明晰、运转协调、安全高效的民营银行监管体系，为民营银行稳健发展提供保障。

(一)坚持全程监管。监管部门要加强审慎监管，制定民营银行监管制度框架，健全系统性风险监测评估体系；严格市场准入，构筑风险防范的第一道防线；加强事中、事后监督和风险排查，加强对重大风险的早期识别和预警；提高监管的科学化、精细化水平，避免出现监管真空，防止监管套利。地方各级人民政府要抓紧研究建立与监管部门之间信息共享、风险处置等方面的协作机制，就处置民营银行突发事件及市场退出等建立协调机制，明确各方责任，细化工作程序，强化制度约束。

(二)坚持创新监管。监管部门应深入研究民营银行的业务特点和发展趋势，坚持“鼓励与规范并重，创新与防险并举”的监管原则，以提高民营银行综合竞争力为基本导向，加强监管引领，创新监管手段，不断丰富监管工具箱，适时评估和改进监管安排；简化监管流程，提高监管透明度；优化监管资源，突出属地银监局联动监管，更好贴近民营银行发展的新要求，探索建立既适应民营银行发展实践又符合国际惯例的有效监管机制。

(三)坚持协同监管。在强化监管的同时，各有关部门和地方各级人民政府应加强沟通协调，加快推进有利于民营银行发展的金融基础设施建设，加快相关金融创新的制度研究与机制完善，同时不断完善金融机构市场退出机制，尽量减少个别金融机构经营失败对金融市场的冲击，切实促进民营银行持续健康发展。

## 七、营造环境

各地区、各有关部门要高度重视促进民营银行发展工作，进一步解放思想，深化改革，开拓进取，抓好落实，及时研究新情况，解决新问题，营造良好金融环境，引导民营银行科学发展。

(一)加强工作指导，营造良好改革环境。监管部门要结合各地区经济社会发展需求和银行业金融机构布局特点，引导各地区合理、有序推动民营银行发展，统筹规划，稳步推进，加强辅导，完善筹建方案和风险防范安排，及时总结成功经验和良好做法，保护民间资本合法权益，努力营造促进民营银行发展的改革环境。

(二)推进制度建设，营造良好信用环境。良好的社会诚信环境是民营银行控制信用风险的重要保障。要从社会监督等方面完善监控体制，积极推进金融信用信息基础数据库和统一信用信息共享交换平台的建设和运用，建立健全违约通报惩戒机制，通过增加失信成本，提高借贷关系的质量和稳定性。加大对恶意逃废债行为的打击力度，建立对逃废债企业责任人的追究制度。

(三)做好组织落实，营造良好经营环境。地方各级人民政府有关部门要结合区域金融发展战略，定期发布指导意见，引导银行业金融机构明确市场定位和阶段性发展目标，调整信贷结构、优化资源配置。组织协调金融机构加强信息交流、资源共享和同业合作，努力营造有利于民营银行发展的经营环境。

(四)强化行业自律，营造良好竞争环境。针对当前银行业特点和发展趋势，以规范经营为重点，强化行业自律，整顿和规范金融市场秩序，限制恶性竞争，构建良好的市场竞争环境。

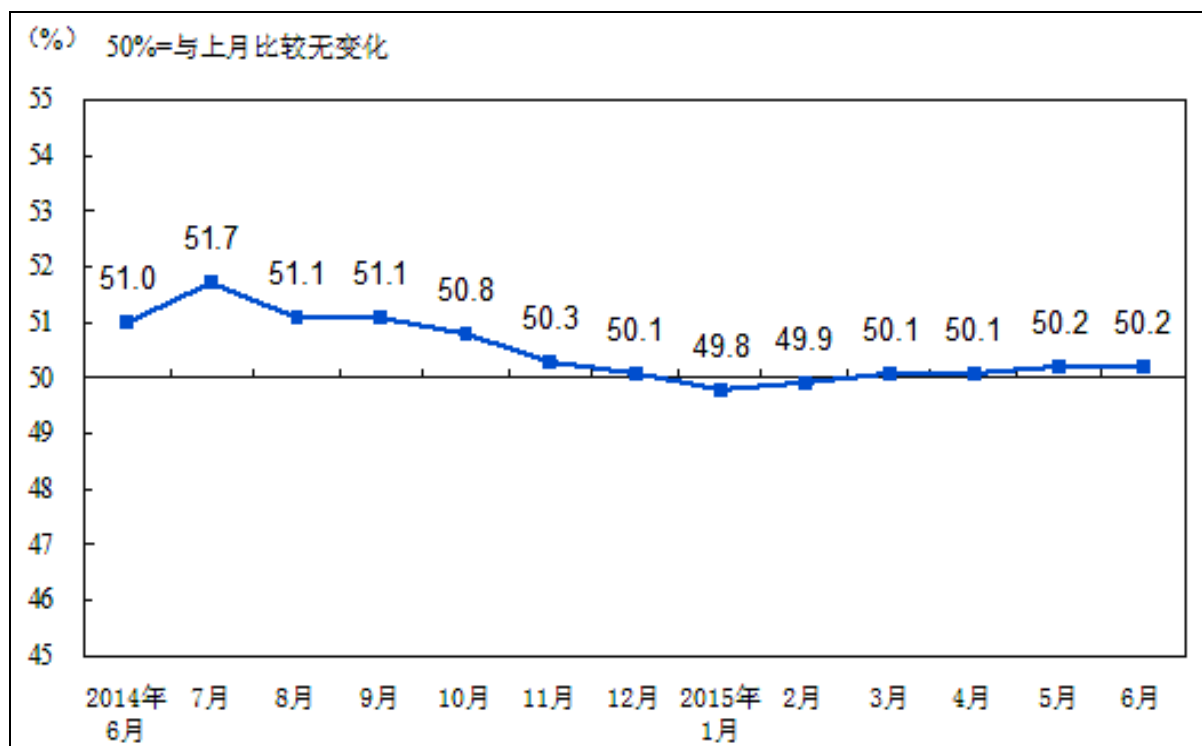
(五)加强宣传引导，营造良好舆论环境。各有关部门和地方各级人民政府要做好政策解读，加强舆论引导，主动回应社会关切，为民营银行健康发展创造良好的舆论环境。

## 二、经济观察

### 2、6月中国制造业采购经理指数为50.2%

2015年6月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为50.2%，与上月持平，高于临界点，制造业持续小幅扩张。

图表 1 2014-2015年6月制造业 PMI 指数



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分企业规模看，大型企业 PMI 为 50.8%，比上月微升 0.1 个百分点，继续高于临界点，是制造业 PMI 走稳的有力支撑；中型企业 PMI 为 50.2%，比上月回落 0.2 个百分点，仍高于临界点；小型企业 PMI 为 47.5%，比上月下降 0.4 个百分点，收缩幅度连续 2 个月加大。

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

生产指数为 52.9%，与上月持平，高于临界点，表明制造业生产增长保持平稳。

新订单指数为 50.1%，比上月回落 0.5 个百分点，仍位于临界点上方，表明制造业市场需求增速放缓。



从业人员指数为 48.1%，比上月略降 0.1 个百分点，低于临界点，表明制造业企业用工量持续减少。

原材料库存指数为 48.7%，比上月回升 0.5 个百分点，但仍位于临界点下方，表明制造业生产用原材料库存量继续减少，降幅有所收窄。

供应商配送时间指数为 50.3%，比上月回落 0.6 个百分点，高于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间有所加快。

图表 2 2014-2015 年 6 月中国制造业 PMI 及构成指数

	PMI					
	生产	新订单	原材料库存	从业人员	供应商配送时间	
2014年6月	51.0	53.0	52.8	48.0	48.6	50.5
2014年7月	51.7	54.2	53.6	49.0	48.3	50.2
2014年8月	51.1	53.2	52.5	48.6	48.2	50.0
2014年9月	51.1	53.6	52.2	48.8	48.2	50.1
2014年10月	50.8	53.1	51.6	48.4	48.4	50.1
2014年11月	50.3	52.5	50.9	47.7	48.2	50.3
2014年12月	50.1	52.2	50.4	47.5	48.1	49.9
2015年1月	49.8	51.7	50.2	47.3	47.9	50.2
2015年2月	49.9	51.4	50.4	48.2	47.8	49.9
2015年3月	50.1	52.1	50.2	48.0	48.4	50.1
2015年4月	50.1	52.6	50.2	48.2	48.0	50.4
2015年5月	50.2	52.9	50.6	48.2	48.2	50.9
2015年6月	50.2	52.9	50.1	48.7	48.1	50.3

注明：单位：%

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 3 2014-2015 年 6 月中国制造业 PMI 相关指标情况

	新出口 订单	进口	采购量	主要原材 料购进价 格	产成品 库存	在手订单	生产经营 活动预期
2014年6月	50.3	49.2	52.0	50.1	47.3	46.2	54.8
2014年7月	50.8	49.3	53.0	50.5	47.6	46.4	55.3
2014年8月	50.0	48.5	51.9	49.3	48.1	45.9	57.9
2014年9月	50.2	48.0	51.2	47.4	47.2	45.6	56.0
2014年10月	49.9	47.9	50.7	45.1	47.9	44.7	54.1
2014年11月	48.4	47.3	50.5	44.7	47.2	43.9	52.2
2014年12月	49.1	47.8	50.1	43.2	47.8	43.8	48.7
2015年1月	48.4	46.4	49.6	41.9	48.0	44.0	47.4
2015年2月	48.5	47.5	49.4	43.9	47.0	43.8	54.0
2015年3月	48.3	48.1	49.7	45.0	48.6	44.1	61.3
2015年4月	48.1	47.8	50.1	47.8	48.0	43.8	59.5
2015年5月	48.9	47.6	51.0	49.4	47.5	44.7	56.8
2015年6月	48.2	48.0	50.9	47.3	47.7	44.6	52.2

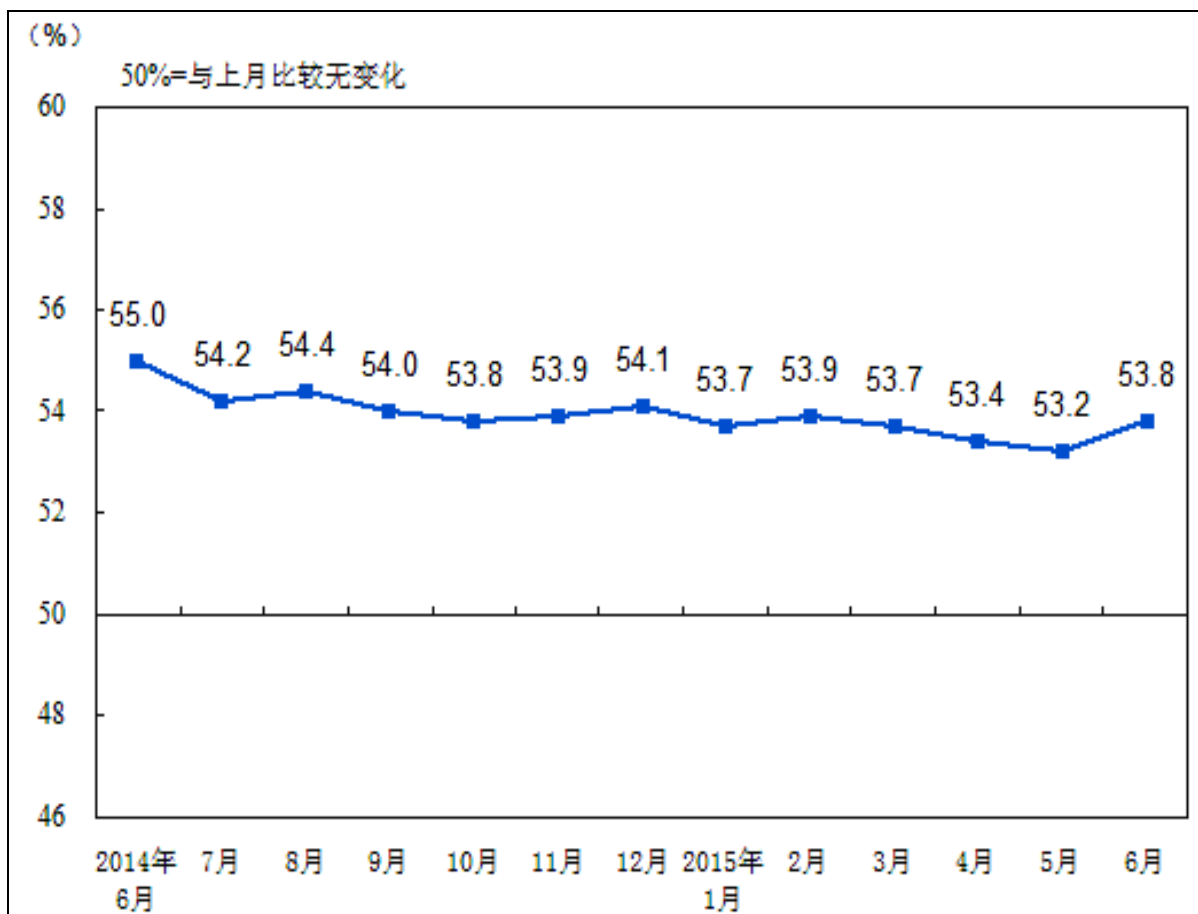
注明：单位：%

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 1、6 月中国非制造业商务活动指数为 53.8%

2015 年 6 月份，中国非制造业商务活动指数为 53.8%，比上月上升 0.6 个百分点，继续高于临界点，表明我国非制造业总体稳中有进，扩张步伐有所加快。

图表 4 2014-2015 年 6 月非制造业商务活动指数



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分行业看，服务业商务活动指数为 52.3%，比上月上升 0.3 个百分点，表明服务业业务总量增速有所加快，其中金融业、互联网及软件信息技术服务业、电信广播电视和卫星传输服务业、邮政业等行业商务活动指数高于临界点，表明企业业务总量增长较快；住宿和餐饮业、交通运输业等行业商务活动指数位于临界点以下，表明企业业务总量有所减少。建筑业商务活动指数为 62.1%，比上月上升 4.2 个百分点，表明建筑业业务总量继续较快增长。

新订单指数为 51.3%，比上月上升 1.8 个百分点，升至临界点上方。分行业看，服务业新订单指数为 50.8%，比上月上升 1.7 个百分点。建筑业新订单指数为 54.0%，比上月上升 2.8 个百分点，市场需求增速加快。

投入品价格指数为 50.6%，比上月回落 2.2 个百分点，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平继续上涨，但涨幅收窄。分行业看，服务业投入品价格指数为 51.2%，比上月回落 2.6 个百分点。建筑业投入品价格指数为 47.6%，比上月下降 1.2 个百分点，继续位于临界点以下。

销售价格指数为 48.7%，比上月下降 1.7 个百分点，降至临界点以下，表明非制造业企业的销售价格总体水平有所下降。分行业看，服务业销售价格指数为 48.6%，比上月下降 2.0 个百分点。建筑业销售价格指数为 49.4%，比上月下降 0.2 个百分点。

从业人员指数为 49.7%，比上月回升 2.1 个百分点，继续位于临界点以下，表明非制造业企业用工量有所减少。分行业看，服务业从业人员指数为 49.2%，比上月回升 1.5 个百分点，仍低于临界点。建筑业从业人员指数为 52.3%，比上月上升 5.4 个百分点，升至临界点以上。

业务活动预期指数为 59.7%，比上月回落 0.4 个百分点，但仍位于较高景气区间，表明非制造业企业对未来 3 个月市场发展预期继续保持比较乐观态度。

图表 5 2014-2015 年 6 月中国非制造业 PMI 主要指数

	商务活动	新订单	投入品价格	销售价格	从业人员	业务活动预期
2014年6月	55.0	50.7	56.0	50.8	50.4	60.4
2014年7月	54.2	50.7	53.4	49.5	49.3	61.5
2014年8月	54.4	50.0	52.2	48.3	49.6	61.2
2014年9月	54.0	49.5	49.8	47.3	49.5	60.9
2014年10月	53.8	51.0	52.0	48.8	48.9	59.9
2014年11月	53.9	50.1	50.6	47.7	49.5	59.7
2014年12月	54.1	50.5	50.1	47.3	49.1	59.5
2015年1月	53.7	50.2	47.6	46.9	50.3	59.6
2015年2月	53.9	51.2	52.5	51.2	49.8	58.7
2015年3月	53.7	50.3	50.0	48.4	49.0	58.8
2015年4月	53.4	49.1	50.8	48.9	48.9	60.0
2015年5月	53.2	49.5	52.8	50.4	47.6	60.1
2015年6月	53.8	51.3	50.6	48.7	49.7	59.7

注明：单位：%

数据来源：国家统计局、中商产业研究院



图表 6 2014-2015 年 6 月中国非制造业 PMI 其他指数

	新出口订单	在手订单	存货	供应商配送时间
2014年6月	50.2	45.3	45.9	52.7
2014年7月	49.8	46.1	48.3	51.6
2014年8月	51.6	46.5	46.9	52.2
2014年9月	50.8	44.0	46.1	51.7
2014年10月	49.0	45.6	47.3	52.5
2014年11月	49.3	44.1	46.3	51.5
2014年12月	52.9	46.7	46.7	51.4
2015年1月	53.3	45.4	46.5	51.6
2015年2月	52.1	46.5	47.8	51.5
2015年3月	51.5	43.1	47.2	52.0
2015年4月	49.7	44.2	46.4	52.5
2015年5月	47.9	43.7	46.8	52.0
2015年6月	50.1	44.7	47.0	51.9

注明：单位：%

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

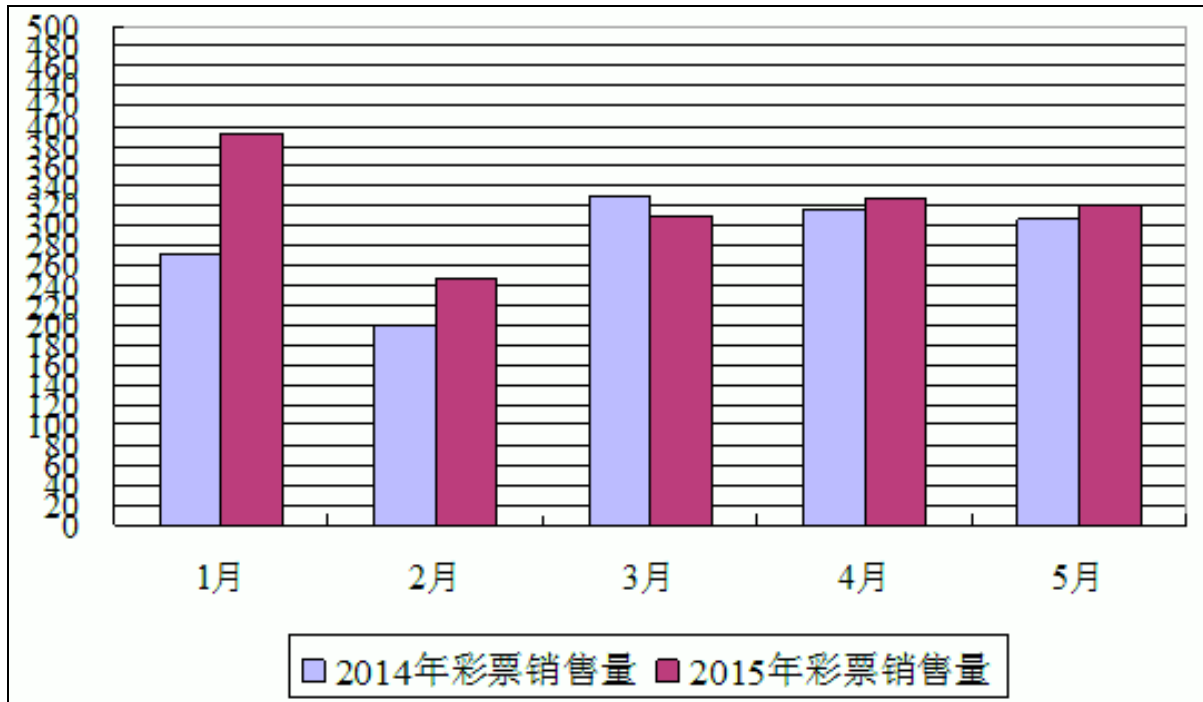
### 3、2015 年 5 月份全国彩票销售情况

#### 一、全国彩票销售情况

5 月份，全国共销售彩票 321.07 亿元，比上年同期（简称“同比”）增加 13.13 亿元，增长 4.3%。其中，福利彩票机构销售 180.53 亿元，同比增加 4.04 亿元，增长 2.3%；体育彩票机构销售 140.55 亿元，同比增加 9.09 亿元，增长 6.9%。

1 月至 5 月累计，全国共销售彩票 1595.54 亿元，同比增加 171.97 亿元，增长 12.1%。其中，福利彩票机构销售 866.61 亿元，同比增加 49.73 亿元，增长 6.1%；体育彩票机构销售 728.93 亿元，同比增加 122.24 亿元，增长 20.1%。

图表 7 2015 年 5 月彩票销售量与上年同期比较图



注明：单位：亿元

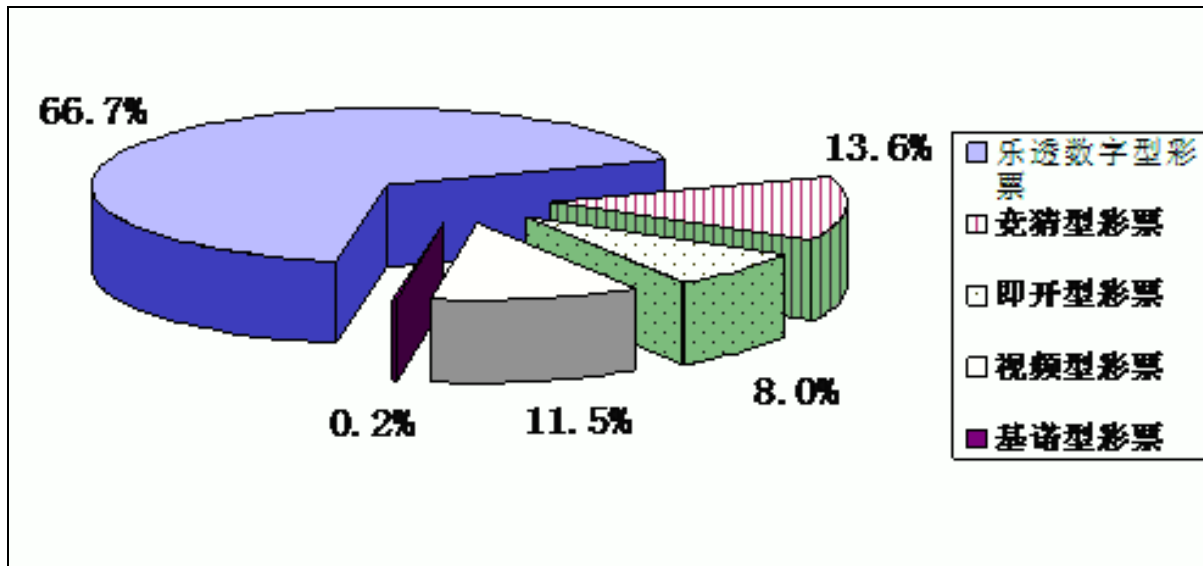
数据来源：财政部、中商产业研究院

## 二、分类型彩票销售情况

5 月份，乐透数字型彩票销售 214.20 亿元，同比增加 1.36 亿元，增长 0.6%；竞猜型彩票销售 43.95 亿元，同比增加 12.66 亿元，增长 40.5%；即开型彩票销售 25.54 亿元，同比减少 5.81 亿元，下降 18.5%；视频型彩票销售 36.81 亿元，同比增加 5.03 亿元，增长 15.8%；基诺型彩票[1]销售 0.57 亿元，同比减少 0.11 亿元，下降 17%。5 月份，乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型、基诺型彩票销售量分别占彩票销售总量的 66.7%、13.6%、8.0%、11.5%、0.2%。

1 月至 5 月累计，乐透数字型彩票销售 1027.91 亿元，同比增加 63.73 亿元，增长 6.6%；竞猜型彩票销售 254.87 亿元，同比增加 99.96 亿元，增长 64.5%；即开型彩票销售 132.74 亿元，同比减少 22.26 亿元，下降 14.4%；视频型彩票销售 177.45 亿元，同比增加 31.26 亿元，增长 21.4%；基诺型彩票销售 2.58 亿元，同比减少 0.71 亿元，下降 21.7%。1-5 月份乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型和基诺型彩票销售量分别占彩票销售总量的 64.4%、16%、8.3%、11.1%、0.2%。

图表 8 2015 年 5 月乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型、基诺型彩票市场份额图



数据来源：财政部、中商产业研究院

### 三、分地区彩票销售情况

5 月份，与上年同期相比，全国共有 17 个省份的销售量出现增长，其中，江苏、河南、福建、浙江和安徽增加额较多，同比分别增加 7.71 亿元、4.58 亿元、2.55 亿元、2 亿元和 1.88 亿元。

1 月至 5 月累计，与上年同期相比，全国共有 26 个省份彩票销售量出现增长。其中，山东、浙江、内蒙古、河南和河北增加额较多，同比分别增加 23.48 亿元、18.14 亿元、10.24 亿元、10.07 亿元和 10.01 亿元。

各级彩票机构要密切跟踪分析新情况新问题，切实加强彩票发行销售工作，确保市场平稳运行。各级财政部门要进一步加强监管，积极创造良好的外部环境，维护市场正常秩序，促进彩票事业健康发展。

### 4、2014 年中央决算情况

第十二届全国人民代表大会第三次会议审查批准了《关于 2014 年中央和地方预算执行情况与 2015 年中央和地方预算草案的报告》。现在，2014 年中央决算已经汇编完成。按照《中华人民共和国预算法》等法律规定和全国人大常委会的安排，受国务院委托，我向全国人大常委会提出 2014 年中央决算报告和中央决算草案，请予审查。

2014年，面对复杂多变的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，各地区、各部门坚决贯彻党中央、国务院决策部署，认真落实十二届全国人大二次会议有关决议，以及全国人大财政经济委员会审查意见的要求，全面深化改革，加强和改善宏观调控，完成了全年经济社会发展目标任务，经济运行处于合理区间，发展的协调性和可持续性增强。在此基础上，财政改革和发展取得新进展，中央决算情况总体良好。

#### （一）中央一般公共预算收支决算情况。

2014年，中央一般公共预算收入64493.45亿元，为预算的100.2%，比2013年（下同）增长7.1%。加上年初从中央预算稳定调节基金调入1000亿元，使用的收入总量为65493.45亿元。中央一般公共预算支出74161.11亿元，完成预算的99%，增长8.3%。其中，中央本级支出22570.07亿元，完成预算的100.3%，增长10.2%；中央对地方税收返还和转移支付支出51591.04亿元，完成预算的99.5%，增长7.4%。加上用于补充中央预算稳定调节基金832.34亿元，支出总量为74993.45亿元。中央一般公共预算收支总量相抵，赤字9500亿元，与预算持平。年末中央财政国债余额95655.45亿元，控制在国债余额限额100708.35亿元以内。

汇总中央和地方决算，2014年全国一般公共预算收支差额13500亿元，赤字率为2.1%。中央一般公共预算收入占全国一般公共预算收入的比重为45.9%，比2013年下降0.7个百分点；中央一般公共预算本级支出占全国一般公共预算支出的比重为14.9%，比2013年下降0.3个百分点。

与向十二届全国人大三次会议报告的执行数相比，2014年中央一般公共预算收入增加3.44亿元，相应地中央一般公共预算收入超收额由110.01亿元增至113.45亿元，主要是在库款报解整理期进口货物增值税和消费税、企业所得税、车辆购置税、专项收入等收入增加。中央一般公共预算支出减少13.25亿元，主要是据实结算的中央对地方税收返还数额减少。收入增加和支出减少两者合计16.69亿元，全部用于补充中央预算稳定调节基金，基金余额由341.15亿元增至357.84亿元。

从收入决算的具体情况看，2014年中央一般公共预算收入比预算超收，但收入增幅分别比2012年、2013年回落2.3和0.1个百分点。主要收入项目情况：国内增值税21103.03亿元，为预算的97%，主要是工商业增加值增幅较低、PPI下降以及营改增后增值税进项税额抵扣增加导致减收较多。国内消费税8907.12亿元，为预算的100.4%。进口货物增值税、消费税和关税17268.71亿元，为预算的97.3%，主要是大宗商品进口价格下滑、进口额下降等。企业所得税15813.55亿元，为预算的101.3%，主要是金融企业所得税增加较多。个人所得税4426.03亿元，为预算的103.2%，主要是城镇居民收入增长情况高于预期。车辆购置税2885.11亿元，为预算的101.2%，主要是汽车销售量增长超过年初预期。出口货物退增值税、消费税11356.46亿元，为预算的100.2%。非税收入4458.05亿元，为预算的119.4%，主要是中投公司上缴利润收入增加。



从支出决算的具体情况看，主要支出项目情况：农林水支出 6474.26 亿元，完成预算的 99.8%。社会保障和就业支出 7066.11 亿元，完成预算的 98.8%，低于预算主要是据实结算的特大自然灾害救济费、优抚对象补助经费减少。医疗卫生与计划生育支出 2931.26 亿元，完成预算的 96.5%，低于预算主要是据实结算的城乡居民医疗保险等支出以及根据医改工作进程安排的公立医院改革支出减少。教育支出 4101.59 亿元，完成预算的 99.2%。科学技术支出 2541.81 亿元，完成预算的 95.1%，低于预算主要是部分科技专项资金根据科研进度据实安排，由于研制难度大，2014 年项目实施进度低于年初计划。文化体育与传媒支出 508.47 亿元，完成预算的 99.3%。住房保障支出 2529.78 亿元，完成预算的 100%。节能环保支出 2033.03 亿元，完成预算的 96.4%，低于预算主要是 1.6 升及以下节能汽车推广补贴比预计数减少。交通运输支出 4269.79 亿元，完成预算的 98.3%。国防支出 8082.88 亿元，完成预算的 100%。公共安全支出 2120.27 亿元，完成预算的 103.4%。一般公共服务支出 1251.34 亿元，完成预算的 100.5%。各支出项目的决算数与执行数基本一致。

在中央对地方税收返还和转移支付支出中，对地方税收返还 5081.55 亿元，完成预算的 99.9%。对地方一般性转移支付 27568.37 亿元，完成预算的 101.3%，占转移支付总额的 59.3%，比 2013 年提高 2.2 个百分点。对地方专项转移支付 18941.12 亿元，完成预算的 96.8%，占转移支付总额的 40.7%，比 2013 年下降 2.2 个百分点。

中央预备费预算 500 亿元，实际支出 294.36 亿元，主要用于自然灾害等突发事件处置及其他难以预见的开支，并已列入相关支出科目决算数。其中，一般公共服务支出 4.44 亿元，科学技术支出 4.04 亿元，农林水支出 14.8 亿元，国土资源气象等支出 0.04 亿元，其他支出 99.2 亿元（用于云南鲁甸地震灾后恢复重建），对地方一般性转移支付 171.84 亿元。剩余的 205.64 亿元已全部转入中央预算稳定调节基金（包含在前述 2014 年补充预算稳定调节基金的 832.34 亿元中）。

中央预算周转金规模没有发生变化，2014 年余额为 354.03 亿元，主要用于调剂预算年度内季节性收支差额。

2014 年，中央行政事业单位财政拨款因公出国（境）经费、公务用车购置及运行费、公务接待费（“三公”经费）支出合计 58.8 亿元，比预算数减少 12.71 亿元，主要是各部门贯彻落实中央八项规定和厉行节约有关要求，压缩、取消部分出国（境）团组，加强公务用车管理，规范公务接待活动，减少了相关支出。其中：因公出国（境）经费 16.2 亿元，减少 3.56 亿元；公务用车购置及运行费 35.99 亿元（其中，公务用车购置费 4 亿元，公务用车运行维护费 31.99 亿元），减少 5.28 亿元；公务接待费 6.61 亿元，减少 3.87 亿元。

2014 年，安排下达中央基建投资 4576 亿元，主要用于保障性安居工程和城镇基础设施建设、“三农”建设、重大基础设施建设、边疆少数民族地区发展、自主创新和结构调整、社会事业和社会治理、节能环保与生态建设、中央本级建设等项目。

## （二）中央政府性基金收支决算情况。

2014年，中央政府性基金本级收入4108.08亿元，为预算的98.5%。加上地方上解收入24.38亿元和2013年结转收入907.13亿元，中央政府性基金收入总量为5039.59亿元。中央政府性基金支出4319.49亿元，完成预算的86.8%，其中，中央本级支出2963.87亿元，对地方转移支付1355.62亿元。中央政府性基金结转下年支出720.1亿元。中央政府性基金收入决算数比执行数增加10.57亿元，主要是库款报解整理期新增收入入库。支出决算数与执行数基本一致。

## （三）中央国有资本经营收支决算情况。

2014年，中央国有资本经营收入1410.91亿元，为预算的98.9%。加上2013年结转收入152.19亿元，中央国有资本经营收入总量为1563.1亿元。中央国有资本经营支出1419.12亿元，完成预算的89.9%，其中调入一般公共预算用于社会保障等民生支出184亿元。结转下年143.98亿元。中央国有资本经营收支决算数与执行数一致。

2014年，我们认真落实积极的财政政策，着力深化财税体制改革，强化财政预算管理，国家财政在稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险中发挥了重要作用。

一是财税体制改革取得重要阶段性成果。深化财税体制改革总体方案经中央政治局会议审议通过。配合全国人大完成预算法修改工作。经国务院批准，印发了深化预算管理制度改革的决定，出台了中期财政规划管理、加强地方政府性债务管理、改革和完善中央对地方转移支付制度、盘活财政存量资金、权责发生制政府综合财务报告制度改革等一系列政策文件。进一步扩大营改增试点行业范围，研究制订消费税改革方案，在全国范围内实施了煤炭资源税从价计征改革，同时清理相关收费基金。围绕建立事权和支出责任相适应的制度深入开展相关研究。完善国有资本经营预算制度，进一步提高中央企业国有资本收益上缴比例。中央财政科技计划（专项、基金等）管理、推广运用政府和社会资本合作（PPP）模式、政府购买服务、事业单位分类等改革加快推进。

二是财政宏观调控作用有效发挥。支持扩大投资需求，保障重点项目资金投入，发挥政府投资的引导作用，吸引社会资本投入中西部铁路建设、棚户区改造等项目。加大结构性减税力度，将铁路运输、邮政和电信业在全国范围纳入营改增试点，简并增值税征收率。扩大小型微利企业所得税优惠政策实施范围，实施进一步支持小微企业发展的增值税和营业税优惠政策，实行普遍性降费，为企业特别是小微企业减负添力。适当降低地方出口退税增量负担比例。加强外经贸发展专项资金的使用管理，促进优化外贸结构和布局，鼓励企业承接国际服务外包业务和技术出口，支持扩大国内紧缺资源、先进设备和技术、关键零部件等进口，推动实施战略性“走出去”项目。大力推动节能减排，加大对大气、重金属污染防治和水生态保护的支持力度，支持实施农业可持续发展战略，

全面落实各项强农惠农富农政策。发挥财政政策的精准调控优势，有力促进创新驱动发展、产业结构调整，推动经济转型升级。

三是保障改善民生取得新进展。启动实施第二期学前教育三年行动计划，支持加快学前教育发展。从2014年11月起将农村义务教育学生营养改善计划国家试点地区补助标准从每生每天3元提高到4元。农村中小学校生均公用经费基准定额提高40元。支持贫困地区全面改善义务教育薄弱学校基本办学条件。保障进城务工人员随迁子女平等接受义务教育的权利。进一步完善国家资助政策体系和国家助学贷款相关政策。将新型农村社会养老保险和城镇居民社会养老保险整合为城乡居民基本养老保险制度，从2014年7月1日起，按月人均增加15元调整城乡居民基本养老保险基础养老金标准。企业退休人员基本养老金水平提高10%。支持各地进一步提高低保标准，全国城、乡低保平均标准每人每月分别比2013年底提高37元和29元。支持各地全面实施临时救助制度，并继续做好特困人员供养工作。新型农村合作医疗和城镇居民基本医疗保险财政补助标准提高到每人每年320元。城乡居民大病保险试点扩大到所有省份。新增737个县和17个城市开展公立医院综合改革试点。支持在全国范围启动5万名住院医师规范化培训。基本公共卫生服务项目人均经费标准从30元提高到35元。出台城镇保障性安居工程贷款贴息政策，新开工城镇保障性安居工程740万套、基本建成510万套。支持266万贫困户改造危房。改革财政专项扶贫资金管理机制，提高扶贫资金使用效果，农村贫困人口减少1232万人。制定国家基本公共文化服务标准。推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展。

四是财政预算管理进一步强化。认真组织执行全国人大批准的预算，在规定时限内批复中央部门预算，加快中央对地方转移支付下达进度，一般性转移支付资金在批准预算后30日内下达。国库集中支付电子化管理已经在省级全面实施，并积极稳妥地向市县级推广。在国库集中支付制度改革已基本覆盖县级以上预算单位的基础上，推动乡镇分类实施改革。积极推广公务卡强制结算目录制度。全面清理和规范地方财政专户，撤销不符合规定的地方财政专户1.1万个。加强预算执行动态监控机制建设，重点加大对会议费、培训费、招待费、重大专项等资金的监控力度，及时制止和纠正发现的问题。推动政府采购法实施条例出台，促进政府采购活动更加规范透明。进一步加大了预决算公开力度，公开预决算的中央部门增加到99个，31个省（自治区、直辖市）全部公开了本地区一般公共预算和本级部门预算。大力推进财政部门内部控制建设，推动建立对各类风险进行事前防范、事中控制、事后监督和纠正的机制。完善《党政机关厉行节约反对浪费条例》财政财务配套制度体系。开展严肃财经纪律和“小金库”专项治理。顺利推进中央单位公务机票购买改革。基本完成中央和国家机关公务用车制度改革。

委员长、各位副委员长、秘书长、各位委员，今年以来，各地区各部门认真贯彻党中央、国务院的决策部署，创新宏观调控方式，以全面深化改革促进经济发展、结构调整、民生改善，经济运行保持在合理区间，但新的增长动力正在形成之中，外部需求收缩，内部多种矛盾聚合，经济运行走势分化，下行压力仍然较大。受宏观经济形势影响，财政收入总体呈现回落的态势，1—5月累计，

全国一般公共预算收入 64265 亿元，考虑到 11 项政府性基金从今年 1 月 1 日起纳入一般公共预算管理，比去年同期同口径增长 3.1%。其中，中央一般公共预算收入 29494 亿元，同口径增长 2%，低于年初预算增幅 5 个百分点。在财政收入增长放缓的情况下，我们通过积极盘活财政存量，用好财政增量，加强支出预算执行管理，认真落实积极财政政策的各项措施，民生等重点支出得到较好保障，全国一般公共预算支出 58474 亿元，同口径增长 10%。其中，中央一般公共预算本级支出 9846 亿元，同口径增长 11.7%。前 5 个月，我们针对经济运行中存在的矛盾和问题，及早预研预判、做好预案准备，并采取了一系列稳增长、调结构的政策措施，这些措施有的已经或正在发挥作用。今年后几个月，受经济下行压力仍然较大等因素影响，预计要达到中央财政收入预算目标压力较大。

### 三、投资市场

#### 1、新三板：破发现象频频出现 分层管理制度加速推出

新三板定增市场正呈现出两大特征。一方面，一些挂牌公司采用的定增手法推陈出新，令主板市场都大为赞叹；另一方面，二级市场“并不买账”，定增破发现象日趋普遍。一级市场火爆与二级市场的低迷将形成恶性循环，对整个新三板市场的可持续发展构成负面影响。加速推出较为完善的分层管理制度，将利于整个市场的良性发展。

##### 破发现象频现

新三板市场定增持续火爆。公开统计数据显示，自今年年初到 6 月中旬，新三板总计有 728 家企业发布定增预案，预计募集金额达到 539 亿元。业内人士预计，新三板企业募集资金今年有望比肩主板。

据了解，新三板市场中的一些定增方式甚至连主板市场公司都难以相比。以沃迪装备为例，公司 7 月 1 日发布公告，公司拟以 10 元/股的价格向上海电气发行 200 万股募资 2000 万元，据约定此次定增募集的资金将全部用于偿还上海电气两个月前给公司提供的无息贷款。这意味着，本次定增实际是“债转股”。

受到低迷的二级市场影响，从二季度开始破发现象频频出现。依据 6 月 17 日收盘价，期间出现过破发的挂牌公司已经达 197 家，累计破发率达 17.51%。业内人士表示，随着新三板指数的持续下



跌，破发率可能大幅提升。

### 推进分层管理

总体来看，一级市场火爆、二级市场低迷，整个市场发展面临的风险极大。一方面体现在定增破发雷区越来越多，使投资者风险加大；另一方面是挂牌堰塞湖问题越来越严重，不少地域的企业挂牌新三板都需要排队。

更让人担忧的是这两方面之间的关系。定增市场持续火爆，将吸引更多的中小企业登陆新三板，堰塞湖压力或进一步加大；而一级市场吸金过度有可能导致新三板二级市场进一步“失血”，加大定增破发风险，陷入恶性循环。业内人士表示，要想使市场形成良性互动，市场分层制度的推出很有必要，未来在挂牌企业进行分层管理与投资者分层管理将是分层制度重点。

据悉，新三板已经到了实施分层管理之时，年内定会推出。要打破一级市场火爆与二级市场“冷淡”的现象，市场分层制度推出是必然选择。

分层应伴随差异化的制度安排，只有适度的流动性才能真正解决企业的融资问题，否则二级市场低迷的成交最终将导致定增萎缩。

## 2、证监会暂停 IPO 救市 “拆结构”的中概股面临抉择

7月4日，据腾讯证券独家获悉，证监会已发邮件要求，已经缴款的IPO退款，今晚7点前需将公告发给交易所。

公告内容将统一为：“因近期市场波动较大，发行人及保荐机构(主承销商)公司出于审慎考虑，决定暂缓后续发行工作。原披露的预计发行时间表将进行调整。网上申购资金7月6日解冻，网下申购资金7月6日退回。发行人和主承销商将及时公告本次发行的后续事宜。”

消息一出，立即引起了业内外广泛关注。与此相关的科技公司也将受到不同程度的影响。

它的意义在于，一方面表明了政府救市的态度非常坚决，另一方面这次救市的措施是实打实的。

“是否回归”是中概股即将面临的抉择

过去1个月时间，包括360、人人、世纪互联、陌陌、淘米等大批科技企业在筹备私有化，数

量超 20 家。此次 IPO 发行被要求暂停，势必影响到这些正在“拆结构”的中概股。

“是否继续筹备”是没上市的互联网企业需要考虑的问题。

相比中概股的艰难抉择，没上市的互联网企业似乎更加忧虑。互动百科日前宣布拆除 VIE，引入 2.8 亿元投资，转投国内资本市场。WeMedia 等互联网公司也正筹备进入国内资本市场。这些原本斩钉截铁的未上市公司或许不会在死守 A 股，而是另觅去处。

对于那些已经成功登陆国内资本市场的互联网公司，“是否能躲过一劫”是他们担忧的。曾创造 30 多个涨停神话的“妖股”暴风科技从 6 月 11 日起停牌至今，很难想象暴风开始交易的那天会是怎样的场景。

### 3、“上市公司+PE”井喷探因：鲁股 4 天设 5 只基金 多为并购

据统计，24 日至 27 日仅 4 天，便有软控股份、太阳纸业、山大华特、积成电子、隆基机械等 5 只鲁股相继参与设立产业投资基金，密集程度令人咋舌。

综合来看，上市公司参与设立投资基金的目的，或是为获得投资收益，或是为并购资产，又或是为企业转型。其中，大多围绕上市公司产业链并购而设立，以制造业上市公司居多，显示出制造业公司转型升级以及开拓新盈利增长点的迫切需求。

#### 延长产业链

自去年以来，参与设立产业投资基金便在上市公司中蔚然成风。数据显示，2014 年，近 90 家上市公司投身其中，大多采用与 PE、券商合作的方式，其中有 31 家上市公司参与基金的规模超过 10 亿元。如今，这股风潮愈演愈烈。同时，通过“上市公司+PE”这一模式设立产业基金，首要目标都是围绕上市公司的收购战略。

26 日晚间，软控股份发布公告称，公司拟参与投资上海涌铎投资管理有限公司发起设立的上海涌控投资合伙企业(有限合伙)(下称“涌控投资”)，拟以自有资金 1750 万元作为有限合伙人，认缴涌控投资基金份额，以出资额为限，承担有限责任。

涌控投资的主攻方向便是软控股份正着力打造的机器人板块。公告显示，其募集资金将主要用于对中国境内外机器人、自动化物流装备以及基于工业 4.0 发展相关的业务领域以及其他类似行业的企业投资。经公司及基金管理团队前期调研，本基金拟对北人机器人系统(苏州)有限公司进行

投资。

无独有偶，山大华特也借设立产业投资基金，联手“光大系”，在延长产业链的战略布局上再进一步。其子公司达因药业出资 1 亿元认缴北京光大金控财富医疗投资中心 66.67% 的基金份额，光大金控(天津)产业投资基金管理公司认缴 5000 万，占 33.33% 基金份额。成立的基金将与光大金控管理有限公司、深圳前海光大熙康产业基金等合计出资 5.5 亿元参与首都医疗健康产业有限公司(下称“首都医疗”)的增资扩股，占其 26.78% 的股权。也就是说，达因药业将以 1 亿元投资，持有首都医疗 4.89% 的股权。

投资首都医疗，完善儿童大健康战略布局，这明确了公司从儿童药品、用品、食品到儿童健康教育和服务的儿童大健康发展战略。山大华特在高起点介入医疗行业的同时，也有望实现较高的资本增值收益。

此外，隆基机械也与东源(天津)股权投资基金管理有限公司(东源投资)、上海吉迹商务咨询有限公司共同设立产业投资管理有限公司，其中隆基机械出资 400 万元，持有 40% 的股权。其表示，参与设立投资基金，将为公司整合、收购汽车后市场资源、加快现有业务升级提供实施渠道与项目资源。

值得注意的是，这并不是隆基机械与东源投资的首次合作。早在去年，两者便共同出资成立注册资本 1000 万元的产业投资管理公司，以进一步加快产品进入国际 OEM 及国内合资品牌市场的速度，从而实现向高端汽车制动部件的技术及产能转移。

## 多元化

与大多数个股延长产业链的投资意图不同，太阳纸业此番发起设立产业投资基金，则剑指战略转型。

25 日，其与上海瑞力投资基金管理有限公司(下称“瑞力投资”)签署了《关于发起设立产业投资基金之合作协议》，双方约定共同发起设立产业投资基金，将致力于互联网金融、TMT 及国企改革等方向投资，推动公司的战略发展，持续提升公司的综合竞争实力。

据悉，该基金的组织形式为有限合伙企业，基金目标规模 3 亿元，公司首期拟认缴规模为 1.2 亿元，合作期限为 6 年。瑞力投资成立于 2011 年，是上海报业集团、上海实业集团、上海国际集团三大国资集团为主导，专业从事股权投资的公司，其管理的基金是以新兴战略性产业、新兴文化传媒产业和新兴文化科技地产为投资方向的基金。

为推进多元化发展，涉足股权投资领域，公司控股股东山东太阳控股集团有限公司早已布局其中，持有瑞力投资 10.49%的股权。“此次瞄准包括国企改革在内的诸多投资热点，凸显了太阳纸业战略性转型意图。”徐皓表示。

值得注意的是，部分产业投资基金还引入国家部委或是地方政府力量。积成电子便于日前与临沂市政府共同发起设立“临沂新能源产业引导基金”，总规模 10 亿元，主要投向新能源、节能环保、现代服务业等战略性新兴产业。其中，公司拟以有限合伙人的身份参与认购 2 亿元的基金份额，并作为投资决策委员会成员参与项目投资决策。

## 拓宽

统计数据显示，参与设立并购基金的上市公司主要集中在“制造业”、“信息传输、软件和信息技术服务业”及“房地产业”三大行业。其中，来自制造业的上市公司占半壁江山。同时，上市公司参与成立并购投资基金，并不是包揽所有出资，而是利用公司部分资金撬动市场资金。

一般而言，上市公司参与产业基金，一种模式为上市公司主导，所成立产业基金的基金管理人或者普通合伙人为上市公司或其旗下企业，外部 PE 则作为融资方。另一种模式为外部 PE 主导，所成立产业基金的基金管理人或者普通合伙人为与上市公司无关联的 PE 机构，其作为主导方进行资源整合。

成立创投基金对于上市公司的未来发展有诸多利好。当前创投基金受到政策面的支持。

不过，由于产业并购基金属于封闭式基金，不能随时申购赎回，这就造成资金流动性风险。同时，在收购标的公司后，上市公司与标的公司在经营理念、管理文化上存在差异，也会带来经营管理风险。一旦出现问题，上市公司的财务状况会受到不小影响。

## 4、中概股回归 5 大潜在风险：涉及多个部委 发行人独立吗

自新浪 2000 年搭建 VIE 架构成功赴海外上市以来，VIE 模式如雨后春笋。正如马化腾最近在证监会发表演讲时提到，VIE 架构是一项制度创新，源于助长了很多巨型互联网公司，而这些公司恰恰是由于政策原因无法在境内上市融资。然而，时过境迁，从开始忙着搭建 VIE 架构，到现在忙着拆 VIE。几经风雨，政策层面也从当初的默默无闻，到“有所作为”。证监会肖钢主席也明确表态，资本市场致力于支持科技创新企业的融资。从各方面政策层面来看，都是支持 VIE 回归。

中概股回归涉及多部委



从时间节点来看，现有政策最大利好莫过于 2015 年 6 月 19 日，工信部发布《工业和信息化部关于放开在线数据处理和交易处理业务(经营类电子商务)外资股限制的通知》(简称“196 号文”)，该文被指是与国务院有关“推动特殊股权结构类创业企业在境内上市”的政策相呼应。

早在年初，2015 版的《外商投资产业指导目录》就明确提出，取消电子商务外资比例限制。电子商务的外资比例一再放开，196 号文可以说成是 1 月份工信部在上海自贸区内试点放开在线数据处理与交易处理业务的外资股权比例限制的全国版。

回到中概股回归中涉及的最为重要的部门——证监会，在 2014 年全国两会期间，肖钢主席明确指出，将支持亏损的互联网及高新技术企业在新三板挂牌满一年后，到创业板上市，然而 2015 年后该政策尚未执行。相关部门提出，该政策处于积极研究论证中。事实上，在阿里巴巴赴美上市时，证监会相关部门已就阿里巴巴上市相关情况上报更高层，但中概股回归涉及到商务部、税务总局、外管局、工信部等多个部委，需要联席会议方能提出可行方案。包括最近提出的存托凭证模式，也需要多部委的高度协调。

#### 五大潜在上市风险点

其一，上市财务条件难以满足。从首发上市审核来看，中概股回归与其他企业上 A 股并无特殊差异，仍需满足《首次公开发行股票并上市管理办法》(简称首发办法)。在 VIE 模式下，境内的经营实体不保留或仅保留很少的利润，难以符合上市条件中的利润标准，是上市的障碍之一。

其二，持续经营时间可能不足 3 年。《首发办法》规定，发行人应持续经营时间在 3 年以上，经国务院批准的除外，而可持续经营时间是否能从外商投资企业成立之日起计算，则无需再额外运行 3 个会计年度。

其三，发行人的实际控制人不稳定。《首发办法》规定，发行人最近 3 年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化，实际控制人没有发生变更。实际审查中可能出现 VIE 结构的创始股东、境外上市公司的最终控制人不是同一主体的情形，公司的实际控制人可能发生变化，发行人存在不符合实际控制人稳定性要求的风险。

其四，发行人的独立性受到质疑。《首发办法》规定，发行人应当具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，在发行人的人员、财务、机构和业务方面具有独立性，要求发行人在独立性方面不得有严重缺陷。而 VIE 架构的核心内容，即通过签订 VIE 协议来使得境内实体企业的利润、实体权益注入专门建立的由海外拟上市主体控制的外商投资企业中，该企业缺乏独立性和完整性，可能因财务混同而不符合发行人的独立性要求。

其五，可能违反关联交易相关规定。《首发办法》规定，发行人有严格的资金管理制度，不得有资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。发行人应完整披露关联方关系并按重要性原则恰当披露关联交易。关联交易下价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形。而通过 VIE 获得利润的外资企业，其利润的获得主要通过关联交易，发行人可能被认定在资金管理、关联交易等规范运行方面存在缺陷。

现有法律规则存在矛盾？

上述几个方面都为潜在的上市风险点，同时，外国投资者还需要遵守其他持股比例限制（《公司法》、《关于上市公司涉及外商投资有关问题的若干意见》等）。

除直接上市外，VIE 架构企业也可选择通过并购的方式回归 A 股，从现有并购相关法律来看，需要遵守实施《商务部外国投资者并购境内企业安全审查的规定》。年初制定的外国投资法草案也将“实际控制”作为外商投资的监管标准，该方案规定，中国投资者控制的外资企业可能归类为中国投资者，而商务部则规定中国投资者控制的外资企业属于外国投资者，其并购境内企业，需要通过商务部的审查。现有法律规则矛盾与法律实施的不确定性，会成为 VIE 架构通过并购回归 A 股市场制约因素之一。

## 5、2015 年上半年 20 家国内物流 O2O 企业投融资大盘点

物流行业在经历多年的发展之后已经面临着多方的问题和困局，移动互联网时代的到来给传统物流行业带来了无限曙光。自 2015 年开年以来，各种物流 O2O 平台融资的信息便不断爆出，这不仅仅是我国经济高速发展的推动，也是传统物流行业在“互联网+”时代下所作出的变革与努力。

过去的 2015 年上半年，资本市场仍然延续 2014 年的热情，从物流终端“智能柜”、物流快递、货运物流、物流信息化平台、跨境海淘到最后一公里，整个物流产业链都成为资本争相选择的“热门”。从长远来看，物流 O2O 依然是未来的重头戏。以下是根据中国 O2O 产业图谱盘点的 2015 年上半年 20 家获得融资的物流 O2O 企业。

### 1、运输 O2O 召车平台货拉拉获得 1000 万美元 A 轮融资

货拉拉是一个主打同城送货的叫车软件，主要为有运货需求的货主配对司机。货拉拉成立于 2013 年 12 月，创始人兼 CEO 周胜馥，其隶属于货拉拉环球投资有限公司，旗下品牌有“EasyVan”、“啦啦快送”和“货拉拉”。

2015年1月，运输O2O召车平台货拉拉获得由清流资本领投，极客邦、Mind Works Ventures、Sirius Venture Capital、Aria Group以及其他投资人联合参投的1000万美元A轮融资。

## 2、百姓网老人创业，物流O2O“邻趣”获盛大资本投资

“邻趣”是一家周边美食速递平台，成立于2014年3月，隶属于上海邻趣网络科技有限公司旗下产品，创始人刘伟力。刘伟力曾任百姓网移动事业部负责人，2013年从百姓网出来后，其尝试构建服务于城市商业的半小时物流网络——“邻趣”。

通过“邻趣”用户可以从选购周边三公里以内的外卖、水果、饮品和零食，邻趣的快递员将在1小时以内将商品配送上门。2015年1月“邻趣”，获得盛大资本数百万人民币种子天使投资；2015年5月，获得IDG资本和盛大资本的A轮融资。

## 3、传全峰快递融资2亿将布局本地生活O2O

2015年1月，全峰快递继2014年获得云峰基金注资后，再度拿到2亿元人民币投资，有消息称，本轮融资来自海通证券，是全峰快递的C轮融资。与之前不同的是，全峰可能将获投资金用到社区O2O和本地生活等新市场。

全峰快递集团成立于2010年11月，主要产品有：标准快件服务、经济快件服务、电商配送、代收货款、贵重物品运输、VIP客户服务、全峰云配、全峰优盾等服务。全峰快递在2014年5月份曾拿到了来自马云、虞锋、江南春等人联合创办的云峰基金亿元规模的投资。而在2013年初，全峰快递还曾被力鼎资本、鹏康资本、凤凰资本三家相中，获得2亿元人民币的投资。

## 4、云鸟配送获经纬中国、金沙江等1000万美元A轮融资

致力于运输O2O领域内的同城极速配送企业“云鸟配送”于2014年9月正式上线，隶属于北京云中小鸟科技有限公司。云鸟配送通过整合社会配送资源，在其平台上进行公开竞价招标的方式，为企业客户提供大量性价比高的配送解决方案。平台一端连接企业客户，一端连接闲置的面包、厢货、金杯等车辆。

2015年1月14日，云鸟配送联合创始人、COO何晓东透露，“云鸟配送”已获得由经纬中国、金沙江、盛大资本联合投资的1000万美元的A轮融资。

## 5、物流O2O平台物流小秘获1000万美元A轮融资

2015年3月,物流行业用车服务O2O平台物流小秘宣布完成1000万美金A轮融资,本轮由华创资本领投,IDG资本跟投。物流小秘是一款基于移动互联技术,专注物流行业用车服务的O2O平台,其母公司北京易达小鸟科技有限公司于2014年4月成立并获得IDG天使投资。

#### 6、笨鸟始飞——笨鸟海淘完成A轮500万美元融资

笨鸟海淘是一家三方转运物流服务商,隶属于深圳市笨鸟海淘互联网有限公司,公司创始人兼CEO伍志斌。2015年03月,笨鸟海淘完成了500万美元的A轮融资,由贝塔斯曼亚洲投资基金领投,华兴资本及险峰华兴跟投。

相较同类的第三方转运物流服务商,“笨鸟”团队的特点在于利用了自身在技术和电商背景上的优势,自主开发了一套物流业务管理工具来改进后台效率,同时帮助用户在前端随时了解后台的工作进度。另一方面,团队通过PDA+智能路径规划对拣货环节进行了优化,将入库、出库时长压缩到24小时以内。

#### 7、物流O2O平台罗计物流对外宣称获1.26亿美元融资

2015年5月,以“滴滴打车”模式改造传统物流行业的罗计物流CEO宋睿表示,罗计物流已获得多家机构联合注资的B轮1.26亿美元融资。罗计物流是一个面向货运行业,致力于物流行业智能化、信息化的云服务研究推出的物流移动信息O2O平台,于2014年6月成立,隶属于北京运科网络科技有限公司。2014年7月罗计物流获得真格基金500万人民币投资;时隔不久又在同月拿到IDG资本300万美元A轮投资。

罗计物流主要为货运公司、配货站、物流公司、车主、货主提供物流查询、物流专线信息发布等服务。目前开发的移动信息平台应用包括线上资源整合管理系统、项目管理、O2O信息平台等。

#### 8、物流O2O“运满满”获数亿人民币B轮融资

2015年5月,物流配货平台“运满满”宣布获得数亿人民币的B轮融资,由红杉资本领投,光速安振跟投。“运满满”隶属于上海细微信息咨询有限公司旗下,上线于2013年11月,创始人张晖。运满满是一家基于移动互联网技术开发的免费手机管车配货平台,致力于公路运输行业,为车找货(配货)、货找车(托运)提供全面的信息及交易服务。

据悉,运满满在上线之初曾获得滴滴打车投资人王刚提供的数百万人民币的种子轮天使融资;2014年11月,运满满宣布已于3月份完成光速安振中国创业投资基金500万美元A轮融资。有



消息称，其 C 轮融资也已基本确定。

#### 9、货运 O2O：“货车帮”获钟鼎领投数亿元融资

货车帮是一个货运 O2O 平台，成立于 2011 年 1 月，CEO 戴文建，隶属于贵阳货车帮科技有限公司。2015 年 5 月，“货车帮”宣布完成数亿元 A 轮融资，此轮融资由钟鼎创投领投，腾讯、DCM 等机构跟投。

“货车帮”拥有“物流 QQ”、“货车帮”两个战略品牌，“物流 QQ”针对货主端推出电脑客户端及手机 APP，服务涵盖：找货找车、身份验证、货运保险、在线车库、车辆定位；“货车帮”针对司机端推出手机 APP 应用，服务涵盖：查找货源、空车发布、货运保险、车辆保险、维修救援、汽配购买、代收回单等。

#### 10、腾讯上千万美元投资货运 O2O 汇通天下

2015 年 5 月，物流互联网公司汇通天下宣布获 C 轮 3000 万美元融资，其中，腾讯领投、汇通天下早期投资人钟鼎创投跟投。汇通天下到现在为止一共进行 3 轮融资，其中，A、B 轮均为钟鼎创投投资。此次 C 轮融资前，汇通天下在 2014 年完成了 B 轮融资，总金额为 1000 多万美元。

汇通天下创始人表示，汇通天下提供智能管车方式解决老板和司机之间的关系问题。汇通天下收入来自两方面，一方面是给物流车队提供管车、管司机互联网服务，即让货车老板连接司机、连接车。另一方面，则是汇通天下面向有货的人，类似航班管家一样给货主和货车老板提供时效监控的服务，方便大家随时知道货车的位置、时速等关键信息，能够对货物安全更加安心。

#### 11、货运 O2O 行业拉力赛，运策物流获 1000 万美金 A 轮融资

2015 年 5 月，以无车承运人模式切入物流运输领域的运策物流披露获得由源码资本领投，天使投资方天泽信息跟投的 1000 万美金 A 轮融资。与此同时，运策网正式更名为“运策物流”。

运策物流是一家重度垂直的货车调度服务平台，于 2013 年 5 月正式上线，隶属于南京宜流信息咨询有限公司。运策物流致力于打造基于移动互联网的整车货运 O2O 平台，通过整合返程的中长途货运车辆，在保证货运安全的前提下，在短时间内帮助生产制造中小型企业找到运费较低的适运返程货车，为企业运输服务。

#### 12、巨头联手豪掷 5 亿筑巢，物流快递柜行业竞争升级

6月6日消息,顺丰、申通、中通、韵达、普洛斯联合发布公告,共同投资创建深圳市丰巢科技有限公司,致力于研发运营面向所有快递公司、电商物流使用的24小时自助开放平台——“丰巢”智能快递柜,以提供体验最佳的平台化快递收寄交互业务。

据悉,丰巢科技初期投资金额为5亿元人民币,在强有力的资金支持下,“丰巢”智能快递柜年内将完成中国33个重点城市过万网点布局,并与万科物业、中航地产、中海物业等地产物业核心企业深度合作,共同打造互联网+政策基础上的新型智能快件柜服务市场。

### 13、传中通获数十亿元融资,将启动上市计划

6月9日消息,网传中通快递获得红杉资本、华平资本、高瓴资本、渣打直投等数十亿元新一轮注资。中通快递高管曾公开表示,中通的确有融资动作,并已经开始启动上市计划。

中通快递创建于2002年5月,是一家集快递、物流、电商、印务于一体的大型集团公司。公司现有员工16万多名,转运中心72个,服务网点10000多家,运输派送车辆4万多辆。中通的服务产品有国内快递、国际快递、物流配送与仓储等,提供“门到门”服务和限时(当天件、次晨达、次日达等)服务。

### 14、引领互联运输, oTMS 宣布完成 1000 万美元 A+轮融资

6月9日消息,专注于B2B运输领域并提供互联网化解决方案的社区型运输协同平台服务商oTMS宣布获得来自成为资本、经纬中国和百度总额1000万美元的A+轮融资。

oTMS成立于2013年,其产品包括oTMS云平台,手机移动端卡卡APP、到哪了APP。据悉,oTMS曾于2013年8月获得紫辉创投的天使轮投资;于2014年10月获得来自经纬中国、百度投资、紫辉投资的A轮融资。

### 15、香港快狗速运获千万美元 B+轮融资, 人人网陈一舟再跟投

6月11日消息,同城货运及物流平台快狗速运宣布完成千万美元规模的B+轮融资。据悉,本轮融资方包括前91无线CEO胡泽民,PPS创始人及曾就职于Google中国的连续创业者,现任股东人人网陈一舟等跟投。

据资料显示,2014年8月GoGoVan获得由Centurion Private Equity领投的650万美元A轮融资;2014年11月,GoGoVan获得人人公司1000万美元的B轮投资。GoGoVan于去年11月获得人人网融资后正式进入中国大陆市场,并由人人网CEO陈一舟更名为“快狗速运”。

#### 16、O2O 物流服务“发哪儿”获得 500 万天使投资

6 月 15 日，物流领域创业公司发哪儿宣布获得 500 万元天使投资。据了解，发哪儿由当当、乐淘负责物流业务的前高管徐梦周创办，其主要针对的是零担物流市场。据创始人透露，发哪儿已经启动 A 轮融资，但其并未披露融资规模。

目前，发哪儿的 APP 可以连接发件人与提送货司机，并通过后台，整合全国优质专线运力形成网络，提供全国零担运输服务。另外，发哪儿也可以让在城市里趴活的货车司机的时间变得更有价值。除了链接专线和客户外，在同城取货的环节，发哪儿还接入了同城的司机，这有助于提升司机的收入，做到良性循环。

#### 17、众包物流公司达达完成 C 轮超过 1 亿美金融资

6 月 18 日消息，众包物流公司达达完成 C 轮 1 亿美金融资，领投方为 DST，红杉资本和景林跟投。这是达达在成立一年以来的第三次融资，红杉资本是其天使和 A 轮投资方，之后又和景林参与了 B 轮投资。

达达成立于 2014 年中旬，正式上线于去年 6 月，是目前国内领先的众包物流平台，基于众包和移动互联网，提供同城即时配送服务。其专注于用移动和众包的方式解决 O2O 最大的痛点：最后一公里配送。达达为外卖、水果、生鲜、私厨、超市便利店等典型的 O2O 场景提供运力服务。

#### 18、物流 O2O 平台“省省回头车”完成 Pre-A 轮融资

6 月 19 日消息，以互联网思维打造物流运输平台的“省省回头车”宣布完成 Pre-A 轮融资。“省省回头车”创始人刘凡军对表示，此轮融资由广东中广投资管理有限公司旗下的东莞基金及前海宝创投资管理(深圳)有限公司领投、广州耀辉投资合伙企业跟投。同时“省省回头车”预计将于 2015 年年底启动 A 轮融资，目前 A 轮融资已获得多家基金及机构的关注。

“省省回头车”创立于 2014 年 4 月，隶属于广州回头车信息科技有限公司旗下，创始人兼 CEO 刘凡军。省省回头车是一个帮发货人找回程货车的整车运输交易平台，致力于让物流运输变得简单，主要用来提高公路运输效率，降低运输成本，增加车主收入，帮助车主、货主、物流公司轻松找货源、找车源、空车配货、车辆定位、车辆调度等，让物流从业者更省时、省心、省钱。

#### 19、智能快递柜“1 号柜”获 3000 万人民币 A 轮融资

6月21日消息，专注于打通“最后100米”的体验式电商管理平台“1号柜”宣布获得3千万人民币A轮融资。“1号柜”称在未来将专注于电商平台上，继续拓展智能快递柜，样品分发柜，广告柜，1号柜APP以及电商业务。

1号柜是一家主打社区便民服务及社区电子商务O2O的公司，由赵忠义于2013年12月创办，隶属于深圳市云柜互联网科技有限公司，致力于为广大社区居民提供快递代收、商家样品分发、商家信息精准推送、商城购物等服务。

## 20、物流信息化再提速，奥林科技完成2000万美元A轮融资

6月26日消息，国际物流行业云服务提供商奥林科技宣布已经获得近2000万美元的A轮投资。奥林科技联合创始人兼CEO袁峰对表示，此轮融资由IDG资本、经纬创投、云启创投共同参与。此前奥林科技于2009年5月获得浙江天堂硅谷投资的数千万人民币天使轮融资。

据悉，奥林科技在2002年5月成立于美国硅谷，2005年开始进入中国，并专注于国际物流行业电子商务解决方案，专业面向国际物流及其上下游企业提供包括运价营销、电子订舱、融资和支付、商业智能等全程电子商务平台服务。

当移动互联网时代到来，“互联网+”对传统物流行业的冲击和再造，达到前所未有的高度。轻资产快速扩张，IT解决方案从后台走向前台，电商和物流的融合越来越紧密，新变局下物流创新创业的烽火快速燃起。

随着资本的跟进，现有物流O2O企业的逐步摸索，以及传统物流企业转型带来的压力，都推动着整个行业“跑步前进”。物流O2O企业面对新形势、新挑战、新常态、新机遇，只有勇于创新，敢为人先，未来或许能在最后的创业大军中凯旋！

## 6、新时代的VC原教旨：BAT们已作古 三大经济模式应时而生

“原教旨主义”的互联网投资理念，寄希望于投资到具有(1)零边际成本(2)网络效应(3)轻资产，特点的公司。第一条，说的是尽管多提供一份服务但无需多一份成本。第二条，说的是多一个用户对于整个网络里的增益大于一。第三条，说的是无需固定资产的先期投入和资金压力。因此，在这三条盛行的时代，主流的商业模式是：(1)导流广告，比如百度；(2)平台，比如淘宝；(3)直接变现，比如腾讯游戏。也捧红了三个很红的词和概念：(1)入口；(2)平台；(3)社交。这三个词，天然赋予了互联网“收租”的特性，每个人都感觉，只要我搞个网站，攒点流量，我要么可以切流量收租，或



者开店铺收租，或者联运游戏收租。和整个中国改革开放后的大时代一样，大家都喜欢划地卖楼收租。

也正因为如此，当年的 VC 们倾向于投资：(1) 市场领先者；(2) 被证明的增长；(3) 高起点的聪明脑袋瓜。

受限于：(1) 有限的美股 IPO 渠道；(2) 暂时蛮荒的人才供应；(3) 成熟的国外模式。

于是，这里面的逻辑，说到底，还是万变不离其宗的，就是投资具有流动性和高增长的未来大盘股，并且不乏直接 copy 国外的模式：(1) 高增长 (2) 大市场 (3) 强盈利。

古有百度腾讯阿里，现有头条快手蘑菇街，这些主流战场永远不乏值得敬佩的新手。

眼望着大家伙，尾随一波创业，永远都以“垂直到不能垂直为止”收场。垂直搜索，垂直电商，垂直社交，活下来的，都 somehow 变了型，去哪儿最后变成了旅游全覆盖的千人公司，京东从物流和 3C 找到突破口还是什么都卖，陌陌则是在与微信微博不重合的四象限角落里分得一杯羹。其他垂直的，都没了。在虚拟世界里，不是随随便便可以割据为王的。但是割据之心人皆有之。这也为后世此起彼伏的探索埋下了伏笔。

但是，这终究是孤独的游戏，搜索引擎广告也好，淘宝商铺也好，腾讯的游戏 CP 也好，对于传统企业，要么是只是改变了营销部门的广告投放，要么是多了个电商部门，要么是学会开设公众号，其实影响不算太大。那个年代，流行的是“触网的”和“没触网的”。

但是，移动互联网，拉开了另一条大幕，舞台中央的角色瞬间变换为：“颠覆者”和“被颠覆者”。倒不是 Mobile 颠覆 PC，而是“互联网思维”颠覆“传统企业”，这点很奇怪，为啥移动互联网时代，PC 时代那几个巨头，其实活的很好，大家去看看 appstore 榜单，阅读、音乐、视频、购物这些分榜，其实前三大部分还是 BAT，就算是唯品会聚美优品去哪儿 YY 这些公司，也都是 PC 时代的产物，真正属于移动互联网的“原教旨主义”公司，并没有喷涌而出。

说回颠覆，我们发现，出租车公司开始不满，按摩院开始不满，线下培训公司开始不满，钢贸商和水果批发商开始不满。大家懂的，O2O 来了。做 VC 的，其实对于 O2O 这个词其实很纠结，因为一年收到数千个 BP，几乎各行各业都被”O“了，你能想象到的各种行业，似乎都能上门了，似乎都能到家了，甚至 O2O 开始嫁接在大数据上，开始嫁接在 P2P 上，真是一片混乱。

团购和分类信息网站，就像两把刺刀，是颠覆大潮的序幕。团购，就像一杯甜蜜的毒药，让全国数千万商家都喝了一遍，每个人都尝到了甜头和恶果，有生有死，商家们的抱怨一直持续，但是

没人离得开这个模式了。分类信息，则像魔术师的白布，看似轻轻的盖在小兔子上，一拉开，变出一头狮子，分类信息网站在房子、车子这些细分市场已经不再是纯粹信息发布了，而是向交易进攻。

白刀子进，红刀子出。团购和分类信息大军们发现，他们所导流的那帮传统业者，看上去都是泥菩萨，要么肥肥的，要么笨笨的。与其扶植他们，还不如取代他们，尤其是最肥的那些。于是乎，互联网业者和传统产业里的思维觉新者，开始联合下海。

原教旨主义仍然在这个时代发酵着，这次不再是搜索、平台和社交而是共享经济、产业链变、自由联合。

### 1. “共享经济”

这个模式的核心，是用 low capex 来创造 new supply。以 Airbnb 为例，一次上门拍照，就给预订平台增添了一个虚拟的酒店库存，服务都是房东来操持，平台收个过路费就完事了，全球扩张也轻轻松松，甚至还在租客和房东之间产生了网络效应和社交，这点也在 Uber 上清楚体现，每一个参与共享经济的个体，都带着自己的资产，不需要平台去采购。而这些 New supply，比原先住没有特色的酒店，比原先坐服务意识较差的出租车，来得更 cool。

成功的核心，是原先的行业的 capex 要足够重，以及 New supply 要真能被用户接受。如果用户接受随随便便坐在别人车里就开着走，或者让别人随随便便开着我的车就走了，那么 P2P 租车就不一定成立。如果用户觉得经济型酒店足够了，那么国内很多 Airbnb copycat 也不一定能够成功。

共享经济，能够同时满足(1)零边际(2)网络效应(3)轻资产。并且如果切到了很大的房产住宿、出行交通领域，那么超大公司指日可待。

### 2. “产业链变”

这个模式的核心，是收集下游订单，绕过中游，来触碰或压上游，反过来也行。最野蛮的做法，就是进来直接补贴下游，撒丫子快跑的收集订单，量上去之后，融资，再补贴，再上量，最后期待能够去压上游。

成功的核心，是切入本身渠道利润或者中间利润足够丰厚的行业，并且最好两端都足够分散。目前来看，蔬菜、水果、酒水，都是符合这一特性的，要么是从产地到餐桌翻了好几倍，要么是本身渠道足够原始落后，或者上下游双方足够分散，并且一地一商的情况明显。

这一模式，听上去，不一定零边际，因为一开始要服务分散的客户，不一定有网络效应，因为

下游商户是不相往来的小 B，不一定轻资产，因为会有不得不开门店搞车子搞场地甚至是周转资金的业务需求。但是，这一模式最诱人的地方，就在于它并不孤独，一旦做大，两端分散的体系都会被吸进来，上下游通吃是一件很可怕的事情，也足够培育出巨大的公司。

### 3. “自由联合”

这个模式的核心，是“去水泥”+“去剥削”。大环境是，中国的成熟劳动者越来越多，越来越可以不依靠机构来包装和成长，长期以来的信息不对称，导致有才能的从业者无法被合理发掘和定价。但是，需要注意的是，服务提供者长期来说，是需要涨工钱的。而消费者，长期来说，是希望以更低价格获取服务。一高一低，其实是有矛盾的，目前来看，很多平台都在补贴这个 gap。就看两端不断增加和聚集之后，这个 gap 是否能够缩小，甚至榨出利润，若是完全取决于企业的效率提升，不是不可以，但是会比较累。

因此，成功的核心，是选择那些被“水泥”和“剥削”的非常厉害的行业，一旦解放，从业者收入提升明显，消费者低价明显，平台能够渔利，大家都开心。目前来看，最近风起云涌的家教上门行业，还有房产中介行业，是有这个特点的。大家很容易产生 concern 的地方，在于“专业性”是否能够保留，以及“upsale”的空间是否足够，但是这些都是需要通过产业链上下游布局来做到的，需要创始人有强的布局和整合资源的能力，这是关键。

总而言之，这三种模式并不矛盾，甚至我们经常发现很多做的不错的 O2O 企业，或多或少同时具备三种特质。

此外，退出渠道也开始变得多元化，人民币市场的崛起，给了很多小规模细分企业以希望。此外，手握现金的 BAT 以及传统企业们，也因为布局观和估值管理，开始介入。顿时，大大小小，只要“流水+增长”，不管盈利，不管规模，都可以或多或少拿点钱，加上每个人都认为自己必胜，竞争变得格外焦灼。但是世界是公平的，只要是大的行业，最后都会整合，只要是大潮，从会有被拍在岸上的，如果说当年冒风险的是创业者自己更多一些，那么最近这波，则是慷慨的投资人在扑腾扑腾陪玩着，不亦乐乎。

## 7、新三板伤亡报告：没有救市组合拳 较最高点已暴跌 4 成

与 A 股一样，新三板近日也在上演一波暴跌行情。从 6 月 25 日到 7 月 1 日的 5 个交易日当中，三板做市指数已经跌去了 9.78%。

然而，与 A 股不同，新三板没有救市的组合拳。自 4 月 7 日以来，新三年开始步入熊市，做市

指数更是在近 5 个交易日中跌破 1600 点大关，截至 7 月 1 日，报收 1580.18 点，较今年最高点已跌去四成。

对于 A 股和新三板，显然监管思路不一样。从最近一次证监会对于新三板交投活跃度降低的回应来看，监管层并无救市意图，且仍希望对新三板市场加强监管以及规范交易。

### 伤亡报告

目前新三板采用做市转让方式的企业已经达到了 530 家，然而在这 530 家公司从 6 月 25 日到 7 月 1 日的 5 个交易日中，下跌的占据了 395 家，占比 75%，另有 57 家公司停牌。而下跌的公司当中，跌幅超过 10% 的有 148 家，跌幅超过 20% 的有 37 家。

尽管新三板已经步入熊市，但 5 个交易日接近 10% 跌幅的情况还是比较少见，仅有 4 月 20 日到 4 月 28 日的跌幅超过这一幅度。

更加让市场没有想到的是，在跌幅超过 10% 的个股当中出现了很多曾经的做市优质标的。

红豆杉是新三板做市板块的龙头公司之一，而近 5 个交易日累计跌幅达 35%。

此外，新三板“互联网+”概念的两个代表企业中搜网络、点点客在 5 个交易日的累计跌幅也达到了 34% 和 21%。

与此同时，很多在市场火爆时发布定增的企业，在这一波下跌之后，已跌破了定增价。其中也包括一些被市场热捧和看好的标的。

究竟是什么原因导致了做市指数跌破 1600 点大关，个股表现萎靡？

根据近日的市场表现，最有可能出货的是关系户和前期高位接盘或参与定增的散户。因为考虑到新三板产品大多数为 2+1 设计，且距今成立时间不足半年，炒短线出货的可能性不大；而作为老股东来讲，即便不考虑限售期，在当前局势极不明朗、价格萎靡的市况下出货并不理智。

### 不一样的监管思路

尽管有分析人士指出，如果新三板市场低迷的态势长期不能改观，可能将使部分资金失去热情而离场。



然而“救市”这个词对于新三板来说十分陌生。自从4月7日市场降温开始，二级市场走熊。但从监管层对于新三板的态度来说，看不出“救市”迹象。

事实上，同样是大跌，A股和新三板的监管思路并不一样。近期证监会表示，加大了对新三板市场主体交易行为规范力度、严厉打击内幕交易和操纵市场等违法违规现象，使得一场价格成交大幅减少，从4月中旬开始新三板市场交投活跃度有所回落。但同时也表示，长期来看，市场监管的加强和交易行为的规范，有利于进一步提升新三板价格发现功能和运行质量，促进市场健康发展。

从证监会和股转系统来看，新三板目前就是制度完善期，事实上二级市场的冷热都不是最优先考虑的事情。顺利的搭建好制度框架，和规范市场交易规则才是监管层最关心的事情。

从股转系统近期的一系列动作也能看出，刺激二级市场并不是首要选择。

6月中旬，股转系统要求各家券商自查垫资开户的情况，要求在6月30之前上交自查报告。随后很多投资者便收到了券商要求提交资产证明的电话或者短信。

不合格的投资者不受欢迎，正如股转系统一直所说，新三板是机构市。

另外，6月29日，股转系统发布了《挂牌审查一般问题内核参考要点(试行)》的通知，这一文件的发布与此前继续提高审核效率的举措属同一个系列。

事实上，股转系统目前正在做的就是两件事，一是提高审核效率，加速企业挂牌，第二则是规范市场。

而在6月28日，股转系统的副总经理指出，随着进入新三板的资金持续增加，新三板以机构投资者为主的特点越来越明显，市场包容性、灵活性、多样性特点日益加强，新三板开始进入良好的循环状态。

## 8、险企热衷的投资渠道：大额协议存款 建立基金公司

1. 大额协议存款。险企资金投资占比最大的项目，简单来说就是存在银行吃利息。协议存款的利息自然高于个人存款，险企亿万亿万万的入户，是银行揽存铁打不动的好基友。不过碰上央妈降息，其影响跟个人账户也是一样的。

2. 国家基础设施建设。运用险企资金缓解国家经济建设压力，收益长远看得见。李克强总理就

在 24 日在常务委员会中决定设立 3000 亿元的中国保险投资基金险企集资，用于投建棚户区改造、城市基础设施、重大水利工程、中西部交通设施等建设。

3. 债券。保险公司资金雄厚可直接参与企业债，期限长，收益高。

4. 股票、基金。人家险企玩的是一级市场，虽然比散户们安全稳定些，但为了保证资金安全，监管机构限制了险企的投资比例，故而这一份的占比是非常小的。

5. 房地产。这是个值得大书特书的项目，房地产投资能为险企带来长期稳定的收益，回报相当可观。“保险+房地产”主要分为两种方式：不动产投资与国内养老社区建设。

早年远洋地产、金地集团联手保险公司推出住宅楼盘，但由于国内房地产宏观调控限制，近年来险企已将目标投向海外，安邦收购华尔道夫酒店、平安收购伦敦地标性建筑 Tower Place 等壕气尽显。

天朝步入老龄化社会已成定局，然而国内养老产业资源匮乏、设施简陋、休养医疗水平不足、服务水平参差不齐等无法满足我国未来养老刚需，养老产业注定是块蓝海，配合险企定制的养老产品，既能享受养老资金保障，又能在社区中颐养天年。

6. 境外保险公司收购。利用境外成熟先进的保险运营模式与丰富的行业经验有效完成资源整合，扩大客户源，提高险企竞争力。毕竟，打上国际化的标签，逼格高的可不是一点点。

7. 建立基金公司。还有什么比基金公司更容易筹集流动资金的呢？

8. 新兴投资渠道。诸如健康管理机构、医院、入股汽车卖场 4S 店等。

## 9、消费及服务行业 VC/PE 数据：融资涨幅平稳 并购骤减

统计显示，2015 年二季度，消费及服务行业并购宣布交易案例为 42 起，其中披露交易规模的 36 起，共计 25.97 亿美元。上述数据与一季度同行业相比，尽管披露交易金额增长了 62.98%，但宣布并购案例数量却减少了 46.15%；同比并购案例数量亦有所下降。

刚刚收官的二季度，IPO 市场不少消费及服务行业“老将”闪亮登场，不少 VC/PE 机构也借此顺利实现了退出和盈利。不过，数据显示，这一领域的并购市场却呈现出了交易数量骤减、活跃度持续下降的特征。

与此同时，二季度消费及服务行业的 VC/PE 融资规模涨幅平稳，融资均值呈下降趋势。种种迹象表明，投资者多呈谨慎态度。

#### 并购活跃度降低交易骤减

数据显示，2015 年二季度，消费及服务行业并购宣布交易案例为 42 起，其中披露交易规模的 36 起，共计 25.97 亿美元。上述数据与一季度同行业相比，尽管披露交易金额增长了 62.98%，但宣布并购案例数量却减少了 46.15%；同比并购案例数量亦有所下降。

交易数量方面的减少则要更加明显。数据显示，2015 年二季度，同行业完成并购交易案例数量 19 起，完成交易规模达 15.79 亿美元，环比一季度完成并购案例数量降低 50%，完成并购交易规模下降 49.11%。同比 2014 年二季度，宣布交易案例及交易金额均有所下降。整体来看，2015 年二季度，并购市场活跃度降低，交易数量骤减。

从具体案例来看，排名首位的是专注香精香料生产销售的上市公司百润股份，其以发行股份的方式向公司大股东刘晓东等人收购巴克斯酒业 100% 股权，作价 55.63 亿元（约合 7.98 亿美元）。据悉，巴克斯酒业此前曾是百润股份的子公司，为国内预调鸡尾酒细分市场中的龙头企业之一。

中国投资富商控股的新加坡投资公司 Bright Ruby 以 4.5 亿澳元买下位于乔治街中心地带的悉尼希尔顿酒店资产，完成其最大规模的澳大利亚酒店收购。该投资公司拥有优先买家地位，通过收购位于 George Street 核心地区的这家五星级酒店，将增加 Bright Ruby 的国际酒店和写字楼资产组合。

排在第三位的同样是一笔亿美元级别的并购交易。皮鞋品牌上市企业奥康投资控股有限公司向关联自然人缪彦枢、潘长忠、王晨转让其持有的部分奥康国际无限售流通股股份，合计转让 7300 万股，占公司总股本的 18.21%，每股转让价格为人民币 15.24 元，合计转让价款为 111252 万元，约 1.79 亿美元。

#### VC/PE 融资涨幅平稳

并购数据不升反降，VC/PE 在消费及服务行业的融资也略显平淡。CVSource 统计显示，2015 年二季度，消费及服务行业 VC/PE 融资案例数量 27 起，环比增长 35%，融资规模 4.33 亿美元，环比增长 9.4%；但融资均值 1603 万美元，环比下降了 18.96%；同比 2014 年二季度，融资案例数量均无大增幅，融资均值下降。

二季度消费及服务行业融资规模涨幅平稳，案例数量回升，融资均值下降，投资者多呈谨慎态度。

从融资性质来看，2015年二季度，消费及服务行业VC/PE融资的27起案例中，VC融资案例19起，其中VC-A轮融资13起，最高融资金额达到2419.35万美元，融资方为食品行业的溜溜果园，投资方为经纬中国；VC-B、C、D轮融资各两起，二季度VC融资规模占融资总规模的46.85%。

PE投资方面，PE-Growth融资案例共3起，排在融资规模首位的是专注于服务式公寓连锁经营领域的魔方公寓，获得华平1.4亿美元投资。PE-PIPE融资案例共3起。此外，早期Angel轮的融资案例两起。

从细分行业分布来看，2015年二季度，服装鞋帽、食品饮料、教育及人力资源、连锁经营行业分别以806万美元、6097万美元、1.09亿美元、2.55亿美元融资规模占比1.86%、14.08%、25.22%、58.84%；从融资案例数量来看，服装鞋帽行业1起、食品饮料行业8起、教育及人力资源9起、连锁经营9起，旅游行业暂无融资案例。

从二季度VC/PE融资重大案例来看，在披露实际金额的15起案例中，专注于服务式公寓连锁经营领域的魔方公寓，获得华平1.4亿美元投资，排在首位；连锁百货行业的中央商场，获得皖投铁路投资联合和熙投资共计3270万美元投资，交易股权2.32%；教育培训行业的明师教育，获得基因资本和宏潮投资中心共计3226万美元投资。

### IPO融资规模大幅回升

不过，尽管机构融资与并购市场低落，行业在IPO市场的表现却可圈可点。数据显示，2015年二季度，国内消费及服务行业IPO融资案例共8起，数量环比增加60%；IPO融资规模7.86亿美元，环比增长212.6%，IPO融资金额均值为9824万美元，环比一季度5028万美元大幅上涨了95.39%；同比2014年二季度，IPO企业及融资规模均有大幅增长，IPO融资均值基本持平。

这8起案例中，专注鞋业的红蜻蜓公司历经两年，终在上交所上市，募资1.68亿美元，占发行后总股权的18.6%。两大酒业巨头迎驾贡酒和口子酒业也先后在上交所上市，分别募资1.52亿美元和1.55亿美元。此外，服装鞋帽行业的歌力思、柏堡龙、金发拉比、超达鞋服和专注于表业的滴达国际都于各交易所上市。

IPO带来私募机构的退出，数据显示，2015年二季度，消费及服务行业共涉及两笔退出，由于歌力思上交所上市，凯雷投资集团及长江国弘实现退出。



其中，凯雷投资集团旗下凯雷亚洲增长基金 IV，账面退出回报 2.21 亿元，账面回报率 0.47 倍；同时长江国弘旗下深圳中欧创业投资合伙企业(有限合伙)账面退出回报 2207.23 万元，账面回报率 0.47 倍。

## 10、A 股惊魂 13 天：难阻中概股回归

过去 1 个月时间，包括 360、人人、世纪互联、陌陌、淘米等大批企业在筹备私有化，数量超 20 家。不过，眼下 A 股市场急剧的下跌让正准备集体回归的中概股遭遇尴尬。

过去 13 个交易日的剧烈动荡，让不少 A 股投资者难以忘怀。A 股在 6 月 12 日触及 5178 点后便一路狂泻，自 6 月 15 日起，沪指已跌去将近 1400 点，回到今年 3 月底的光景。

据统计，以 6 月 23 日到 6 月 26 日当周有效持仓 5076.60 万投资者来计算，平均每个账户这 13 日市值蒸发 32 万。在这一轮节节败退中，创业板无疑是重灾区。

曾创造 30 多个涨停神话的“妖股”暴风科技因停牌躲过一劫，但包括乐视在内的大批企业却没有这样的好运，有资深股民感叹说，眼睁睁看着账户缩水，想割但又舍不得，有种深深的无力感。

A 股仿佛在走向迷途，筹备借壳上市的分众传媒又横遭风波，这让 360、人人、世纪互联、陌陌、淘米等企业面临艰难选择，是取消私有化，还是继续私有化，勇敢走向未知。

人人也做股票运作，但人人从来没有玩中国股票，中国的股票实在看不懂。人人不排除任何可能，但人人暂时不考虑 A 股市场。

如果 A 股熊市提早到来，很多准备下市公司或已宣布下市的公司可能也不下了，因为回归国内资本市场没有什么优势，为何还要大费周折的私有化。

相比中概股的迟疑，没上市的互联网企业回归国内资本市场的意愿更坚决。互动百科日前宣布拆除 VIE，引入 2.8 亿元投资，转投国内资本市场，预计 2015 年底前完成新三板挂牌。

同一时间，有多方未经证实的消息显示，蚂蚁金服、中国商飞、大众点评及爱奇艺等 4 家企业将成为上海证券交易所战略新兴板首批挂牌企业，按筹备进度，战略新兴板最快有望于明年 4 月推出。

## 11、外来汉掌控影视并购格局：今年并购超 30 起 1/3 水土不服

2015 年上半年影视并购案超 30 件

今年，影视并购热度不减反增，据统计，截至 6 月 30 日，上市公司中涉及影视行业并购事件已超过 30 件，平均一周一件并购案，而去年 A 股涉及影视行业的并购案件为 54 件。

影视并购案的主要方式有三种，横向兼并型、垂直整合型及跨界收购型，以影视剧视频网站身份切入影视产业的乐视网，可以说是产业链垂直自上而下并购的典型，目前乐视网还在不断整合电视、电影、网络剧、微电影等环节。

今年 5 月，国内玩具行业知名龙头企业之一骅威股份拟以 12 亿元收购影视公司浙江梦幻星生园 100% 股权。被收购方梦幻星生园是一家以电视剧制作与发行业务为主的文化传媒企业。对于收购，骅威股份则表示，影视作品具备强大的宣传爆发力，和网络游戏、玩具等相关行业能共享人物情节，相互促进用户基础。由此可见，骅威股份也在做大产业链环节。

今年上半年可以说是“院线第一股”万达院线的收购“主场”。6 月，万达院线称将拟 22.5 亿元收购澳大利亚电影院线运营商 Hoyts 集团 100% 的股权。而随后不久，万达院线再抛定增方案，拟 22 亿元收购 16 家公司股权。44 亿元圈影视、院线资源，发力国内外市场，又将扩大万达院线的影视版图。此外，阿里影业 8.3 亿元收购票务系统供应商广东粤科软件工程有限公司，以及长城影视 3.24 亿元并购两广告公司等影视行业加速布局的外延并购行为，则属于横向兼并型。

去年的影视并购热潮中，有一半左右属于跨界并购，而今年跨界并购的案例也并不少见。从事钢材贸易业务的宝诚股份以 8.45 亿元的价格收购中联传动 100% 股权、传统乳业起家的皇氏集团 7.8 亿元收购盛世骄阳 100% 股权、家具行业的喜临门作价 7.2 亿元收购绿城传媒 100% 股权，以及安徽鑫科材料拟收购西安梦舟等案例均为跨行业“入戏”。

尽管今年影视并购案不比去年少，但是大跃进式的并购也带来了许多后遗症，并购后的震荡也在凸显。

### 1/3 企业出现水土不服

去年 A 股火爆的并购重组中，影视行业就成为了香饽饽，一度上涨的股价让上市公司产生高预期。但是，影视行业是一个高风险、高收益的行业，从去年上市公司公布的年报中发现，并不是所有的影视并购案看起来如表面般风光。有业内人士就指出，在这么多并购案例背后，至少有 1/3 的企业完不成业绩对赌，而财务问题、涉嫌违法交易、未来盈利不明确是影视公司上市的最大障碍。

上市公司禾盛新材跨界收购金英马影视文化有限公司(以下简称“金英马”)失败就是一个典型案例。去年,主营家电配套的禾盛新材以 21862.5 万元收购了老牌电视剧、电影制作公司金英马 26.5% 的股权。金英马原本承诺 2014-2016 年扣非后净利润分别为 1 亿元、1.35 亿元、1.69 亿元,但最终业绩却难以达标,最终使得禾盛新材出现首次亏损,确认投资减值损失高达 1.5 亿元。

并购不成功的案例很正常,造成并购不成功的原因是多方面的,产业链并购是双方面的问题,除了双方自身的发展模式、经济形势会影响结合后的格局外,对选择并购的对象了解不精准,调研不深入,也很难真实反映业绩状况。即使对象选对了,并购后管理、整合不到位,也会产生震荡。而且,并购之后出现的人才流失、业务波动等也会加大并购风险。

尤其是跨界并购会存在水土不服的问题,搞餐饮、地产等行业的企业并不懂影视行业,而且,有些企业寻求影视作为并购对象的目的在于炒概念,在影视产业成资本市场追捧的热点时,上市公司就会拿影视并购来做概念。

#### 影视产业整合仍成发展态势

资本市场为何如此青睐影视行业?是否正如专业人士指出的,影视产业并购将成常态呢?

很多上市公司出于经营压力,为获得更大资本效应,并购包括影视在内的一些高成长性行业。同时,知名度高的影视产业更具强大的媒体效应,能够引发公众关注,甚至迎合投资者,对二级市场的股价提升有很大影响,此外,影视产业自身发展需求为并购的主要推动因素。华谊兄弟、华策影视等都在加大对同行业的并购,这是产业本身从小做大后扩张的需要。

今年影视并购形势是在去年的基础上顺延,未来,业外资本进入影视产业会越来越多,影视行业加速发展需要大量资本,本身行业也需要并购重组,完善业务短板,而且文化产业基础不是很扎实,小产业现象普遍,需要提供整体产业整合度。

以影视行业的发展方向来看,打通产业上下游,形成产业链已经成为未来的发展趋势。2013 年 A 股涉及影视行业的并购事件仅有 7 件,而去年华谊兄弟、华策影视就加大了并购力度。今年仍有大量影视集团频繁并购,阿里影业、万达院线等影视巨头持续发力,拓展其产业链的上下游,开展全产业链发展模式。阿里影业方面也曾表示,阿里影业的目標不仅仅是传统的影视公司,而是要发展成为一个基于互联网平台的全产业链娱乐公司。伴随着大型影视公司不断并购与扩张,产业格局也随之发生改变,未来不排除会有影视巨头的出现。

2015 年上半年 A 股影视并购案交易额 TOP10

6月4日 阿里影业向投资者配售新股募资约121亿港元(约合人民币96.86亿元)

6月18日 兆驰股份定增36亿元引入东方明珠等三家公司

6月30日 完美环球拟募集不超过30亿元用于境内外影视业务

3月4日 光线传媒获得阿里巴巴28亿元定增入股

6月25日 万达院线拟22.5亿元收购Hoyts集团100%股权

6月27日 万达院线拟募集资金21.8亿元收购16家公司

6月12日 电广传媒拟13.35亿元收购四家科技公司

5月30日 骅威股份拟12亿元收购浙江梦幻星生园100%股权

6月17日 广电网络抛出9.55亿元定增再融资方案

1月12日 宝诚股份8.45亿元收购中联传动100%股权

## 12、6.29 -7.05 一周并购事件

2015年6月29日-2015年7月05日中国投融资事件统计见下表

图表9 2015年6月29日-2015年7月06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
同程网	万达文化集团	互联网信息服务	358000.00 万元	2015-7-3
TCL集团	TCL集团	光电子器件及其他电子器件制造	79500.00 万元	2015-7-1
华信商业保理	华信国际	其他专业咨询	10419.63 万元	2015-7-1
优车科技	N/A	互联网信息服务	12500.00 万美元	2015-7-1
HaisThera	海思科	其他未列明的商务服务	5400.00 万美元	2015-7-1
OpenDNS	思科	其他计算机服务	63500.00 万美元	2015-7-1

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

美狸美妆获 500 万元天使轮融资，主打视频美妆教学社区

近日，美狸美妆创始人张洪表示，美狸美妆成立初期已获 500 万元天使轮投资，投资方为 PBA 国际美容集团。PBA 旗下有化妆品电商平台 PBA、美业智能硬件品牌木薯美妆，美狸美妆作为一个视频美妆教学社区，可说是与二者有着天然的战略配合关系。

美狸美妆是一款美妆视频聚合应用，于 5 月 30 日正式上线，同时有安卓和 ios 两个版本。它的特色就是独家签约全网百位美妆达人，据猎云网了解，目前已有 130 多位。平台上有上千个化妆视频教程，不仅教用户妆前护理、底妆、眼妆、唇妆等基础化妆技巧，还能观看各种百变风格妆容，日常裸妆、学生妆、日韩妆、宴会妆、夜店妆应有尽有，让用户快速学会化妆。

互联网金融平台中量网获 A+融资 千合领投

日前，由业内著名投资人王亚伟领衔的千合资本向中量网进行 A+轮融资，此举旨在布局互联网金融。此前，中量网曾获得华创资本天使投资，本次融资由于涉及部分战略部署，具体投资金额没有透露。

中量网是一家纯技术驱动的产品型公司，对技术的专注形成了高壁垒的产品保护。中量网产品已经囊括期货交易市场全部服务体系，包括资金服务、行情服务、交易服务、数据统计服务、带盘指导服务等金融服务，并且各类服务均已形成技术系统平台。

找煤网：上线即获 3000 万 Pre-A 轮融资 估值过亿

国内煤炭电商行业冉冉升起的新星“找煤网”宣布完成“pre-A 轮”3000 万融资，是由源码资本、BAT 创始人联合投资。作为一个巨大的刚需市场，同时加上有经验的团队，让“找煤网”在上线之初就受到资本市场的认可。

“找煤网”于 2015 年 6 月 10 日上线，隶属于浙江捷贸通电子商务有限公司，是一个聚集煤炭上下游 B2B 贸易的电商平台，总部设在背靠西溪湿地的阿里百川创业基地，在创新的生态环境氛围中，借助线上线下的资源优势的“找煤网”更好的满足多方参与者的诉求。通过 1 对 1 的免费撮合交易，提高销售周转，拓展买卖双方的销售渠道。通过引导煤矿、煤贸企业、终端用户利用互联网和移动终端发布煤炭供需信息、物流供需信息、融资供需信息等。来达到资源免费共享，线上交易的目的。

### “天平派”获复星昆仲资本 600 万美金 A 轮融资

餐饮原材料 B2B 采购初创公司“天平派”宣布，他们已经完成 600 万美金的 A 轮融资，投资方为复星昆仲资本。此前天平派曾于去年十月获得王刚的数百万元天使轮融资。该轮融资之后，天平派将会把资金用于市场开拓，产品研发和团队建设。

创建于去年 8 月份的天平派，是餐饮原材料 B2B 采购市场中，继美菜、链农、饭店联盟的自营模式出现之后，相继而生的做平台模式的公司。天平派不做自营的采购、分拣和配送，而是为这个市场里的卖方和买方提供交易平台，餐厅(即买方)可以每天在天平派平台上基于次日店内用料需求下单，体验类似淘宝购物，都是根据商品来下单，而每个商品背后都会有具体的供应商作为卖家。另外一端，天平派则会去连接原本一级、二级、三级批发市场里的这些批发商们，让他们通过平台来触达餐厅用户，提供生鲜原材料批发服务。

### 主打诊后随访的“贴心医生”将获 5 千多万元融资

近日，贴心医生将获得 5125 万元的融资，由天瑞仪器公司和自然人薛儒山共同出资。天瑞仪器公司本次与中康尚德合作，除了股权投资外，更多的是战略合作。

中康尚德主要产品为一款基于垂直社交的健康管理服务手机 APP—“贴心医生”，以医生和患者已建立联系、以熟识信任为基础，是医生的随访随诊工具。医生可以通过该软件管理自己的病，并能和病人随时随地沟通。同时，还可以查看病历及自己收集的数据资料。患者也可以通过该软件记录自己的病历和日常身体状况，形成自己的就医参考，以便预约、就诊。“贴心医生”专注的是诊后服务，是医生对病人面诊过、并对其病情有一定了解的医患熟识间的诊后环节，也是病人的康复环节。

### 小农女转型后获 8000 万 A 轮融资

主攻餐饮后端供应链的小农女获得 8000 万 A 轮融资。在一个月前小农女开始从自营向平台转变，仍然专注于为餐饮后端供应链，但是会接入第三方，包括企业与个体商户。合作的方式既可以是第三方自己提供产品供应给客户，也可以以小农女作为供应商，只负责分拣配送至附近客户。

与链农等平台不同的是，小农女平台的服务可以选择，商家可以选择是否采购，是否分拣，是否配送。每个环节都会模块化，商家可以自由组合。

### 安能物流获凯雷投资集团 1.2 亿美元投资

全球另类资产管理公司凯雷投资集团近日宣布与上海安能物流有限公司达成协议，向安能投资 1.2 亿美元。在满足惯例成交条件的情况下，该投资预计将在 2015 年第三季度完成。投资的股本来自凯雷集团旗下的并购基金凯雷亚洲基金 IV。

安能物流成立于 2010 年，总部设在上海，是目前中国最大、也是发展最快的零担加盟物流公司，提供重量在 15 公斤至 3 吨之间的货物陆路运输和交付服务。

#### 开发者服务平台 SDK.CN 获 300 万元天使轮融资

创新性开发者服务平台 SDK.cn，已获得 300 万人民币天使轮融资，由聚合数据和苏州太浩创投联合投资。

SDK.cn 是一个为广大开发者聚合各类优质服务资源的开发者服务平台。SDK.cn 汇集国内外众多优质的 REST API, Android, iOS, WindowsPhone SDK 和 API，拥有各类服务的特色功能介绍，专业的服务评测，详细的参数说明，SDK 与文档下载，精确的参数对比与及时的行业动态，并伴随直观的开发者的麻辣点评，为开发者打造从设计开发到推广的一站式服务。

#### 在线收银系统“店小三”获 300 万天使投资

店小三于今年 5 月获得 300 万人民币个人天使投资，主要用于研发人员的技术开发、市场开拓及营销。

“店小三”是一款云服务的收银系统，既能为消费者提供点单、买单等服务，又能对商户收银系统进行系统化的管理。

#### 养车 O2O 平台“车发发”获青松资本 3000 万元融资

深耕汽车后市场垂直 O2O 平台“互联网+连锁化”的互联网养车 O2O 平台车发发今日正式对外宣布其已完成由青松资本 3000 万元 Pre-A 轮融资。

车发发于 2014 年 8 月创立，车发发互联网养车平台主打为 36 个中高端汽车品牌提供保养、喷漆、美容等标准化服务。创始人王海希望用互联网重构服务流程和模式，改善用户养车体验。截止目前车发发已开业的两家线下门店曦城别墅店及万科紫悦山店虽然所处地段相对偏僻、但交通便利，其租金成本是传统的一半。

### 悠先点菜低调爆发 获腾讯数千万美金投资

由剑桥大学毕业生侯峰创办的“悠先点菜”正在低调的爆发。这个偏安于杭州的创业公司，将传统餐厅中的“菜”与“人”进行直接连接，让人们在家中提前完成点菜，甚至全单付款。此点菜APP在创办第10个月，日均交易订单数已经高达1万，并于近日获得了来自腾讯的数千万美金投资。

### 光线传媒砸 2650 万美元投资龙视传媒 占股 25%

光线传媒发出公告宣布北京光线传媒股份有限公司子公司香港影业国际有限公司以自有资金2650万美元购买龙视传媒新发行的39,286股股权。

龙视传媒是一家全球性媒体公司，致力于创作和开发面向全球市场的优质原创品牌内容和以中国为核心的IP。龙视传媒构建的全产业链商业模式集创作与开发电影、电视、动画片、漫画、游戏、衍生产品与服务为一体。

### 阳光印网宣布完成 B 轮亿元融资，软银、齐心联合投资

印刷O2O平台阳光印网在今年3月已完成齐心集团1100万美元投资，近日阳光印网相关负责人表示，阳光印网B轮融资已正式Close，此轮融资由软银中国、齐心集团联合投资，融资总额度已达亿元人民币。

阳光印网成立于2011年5月，是中国领先的在线印刷电子商务服务平台，一直致力于图像设计和印刷领域。阳光印网是一家通过供应链整合，为用户提供低价、快捷、品质保障的产品，已经成为最领先的提供企业采购和定制化产品供应平台。在全国200多个城市设有分部和服务团队，服务范围覆盖1200多个城市乡镇，拥有百万注册企业会员。

### 泰康 20 亿元入股华大基因

泰康人寿董事长陈东升昨日在出席北京武汉商会活动时透露，泰康已投资20亿元入股华大基因，成华大基因第二大股东。

目前，华大基因已形成科学、技术、产业相互促进的发展模式，建成了一支具有世界一流水平的产学研队伍，开展了一系列的重要动植物、人类健康、微生物、海洋生物、生物能源等基因组的研究，致力于用基因科技造福人类，促进生物经济产业的蓬勃发展。

### 杠杆炒股应用“炒饭”获 3000 万天使轮融资

杠杆炒股应用“炒饭”向媒体证实，产品在内测阶段已经获得来自梅花创投和明势资本超过 3000 万人民币的天使投资。

“炒饭”是一款针对有经验股票投资人的手机应用，通过“委托炒股”的模式让用户能够在“炒饭”平台上按照一定的杠杆比例操作资金。“炒饭”平台会在这些用户中发现高手并为他们量身定制各类功能和激励措施。

### 初炼 APP 不到一年 获超过 3000 万 Pre-A 融资

近日，“初炼”团队向媒体透露，项目已完成君联资本、动域资本领投，联想之星跟投的 Pre-A 融资，融资额超过 3000 万。从项目成立到本轮融资完成，不到一年时间。

初炼 APP 从教练端切入大众体育 O2O 市场，旨在为运动人群及运动潜在人群提供全方位的运动指导，打造成国内最大、最专业的体育运动健康综合服务平台。目前已经开拓了深圳、北京、天津、广州等多个城市，平台上的教练员已积累近万名。

### 易随诊已获宜通华瑞 2000 万人民币 A 轮融资

创始人邹仕洪透露，易随诊已经完成 2000 万人民币 A 轮融资，投资方为北京宜通华瑞科技有限公司。

易随诊主要关注肿瘤领域的 App 研发和随诊服务。去年 3 月上线医生端，今年年初上线患者端，团队从肿瘤科切入，想做整个慢病市场。操作方式比较像“医生工作台”+“随诊系统”，只不过方向相对垂直。具体的功能介绍可以参考以往报道。根据官方给出的数据，目前平台注册医生超过 6000。

### 潮 WiFi 宣布再获千万级投资

7 月 1 日消息，潮 WiFi 今日宣布再获华映资本旗下 825 基金新一轮注资，资方已证实该消息，潮 WiFi 创始人卜凯军带领团队一并发布智能硬件新品潮 Link。

潮 Link 是一款 iBeacon 智能硬件设备、开放 SDK 组件及设备管理 APP 平台。iBeacon 最早由苹果公司提出，是基于蓝牙 4.0 的新一代近场通讯技术。每一个 iBeacon 基站都能向外广播蓝牙信号，从而使符合协议的设备、应用程序都能与基站进行感知和特定响应，实现精准定位、事件触发、场景感知等活动。



### 跨境电商波罗蜜宣布完成两轮亿元级融资

跨境电商波罗蜜近日宣布已完成两轮亿元级融资，投资方是一个的“国际组合”，包括近来投资了微店的成为资本、新加坡 Vickers Capital (伟高达创投)、LG 家族成员创立的 LB Investment 等四家风投。

波罗蜜 app 还未上线便在一个月先后获得两轮亿元级投资，受资本界大力追捧的最主要原因就是产品的差异化。波罗蜜的理念是通过 app 为消费者还原海外购物场景。为此，波罗蜜 app 中载入了移动视频互动技术，通过这一技术，消费者仿佛置身海外商场，与我们在海外购物现场的员工实时互动，全方位了解商品信息和当地价格。

### 农村 020 平台汇通达 A 轮融资 5 亿元人民币

农村 020 平台汇通达近日宣布完成 5 亿人民币 A 轮融资，引进数名外部投资者，包括新天域和江苏高投旗下的毅达资本等。但并未透露具体的融资金额。

汇通达成立于 2010 年，总部位于南京。公司聚焦中国农村市场，以家电为切入口，快速整合乡镇夫妻老婆店(会员店)，通过为会员店提供互联网工具、金融服务、商品提供、客户引流等服务，帮助会员店成长，建立农村生态。

### 买卖宝完成 D 轮融资 投资方新增京东

7 月 1 日消息，农村移动电商平台买卖宝正式完成了其 D 轮融资，投资方为京东及腾讯，其中腾讯为追加投资。本次融资已超越了单纯的资本运作，买卖宝与京东达成了商品链、仓储、物流等多方面的战略合作。

买卖宝创立于 2006 年，主要面向农村市场。其官方提供的数据称，目前，买卖宝的用户月访问量已达 1.1 亿，累计服务用户人数 2000 万。买卖宝发出的包裹北至漠河边陲，南到南沙群岛，上山下海，服务区域覆盖了中国 58 万个行政村。

### 优配良品获三行资本 1000 万天使融资

今日，专注于生鲜供应链的一站式食材供应服务商“优配良品”创始人史庆东向媒体透露已在今年 4 月份完成由三行资本投资的 1000 万人民币天使融资。

优配良品成立于 2015 年 3 月，是一家致力于为中小微饭店提供一站式的食材供应服务的平台。优配良品 90%以上的食材都采取与上游供应商直采的方式，去掉中间冗长的流通环节；同时将食材的质量问题溯源到上游供应商，优配良品的合作供应商在进行食材供应时会给优配良品提供相关检测报告和资质证明，从而最大化的保证菜品的品质。

#### 金融电商买金网完成近千万元 Pre-A 轮融资

今日，买金网宣布完成 Pre-A 轮融资，本轮融资由星火创投领投，融资金额近千万元。本轮融资主要用于线上线下的销售渠道推进，以及在线黄金珠宝饰品文化的打造。

买金网于 2015 年 4 月 16 日网站正式上线。目前已和国内多家线上和线下渠道建立了销售合作，销售网络覆盖上千万用户群体。买金网正从简单的黄金产品向黄金文化进行渗透，为用户讲述每一件饰品背后的故事。

#### 餐饮 O2O 壹家美食荟获 5100 万人民币融资

致力于家庭餐桌一站式解决方案的“壹家美食荟”近日正式宣布获得中科招商投资管理有限公司 5100 万元人民币 A 轮融资。

“壹家美食荟”成立于 2013 年 7 月，目前改版的‘壹家美食荟’社区生鲜 O2O 电商平台涵盖了社区家庭餐桌产品研发、网上生鲜宅配、企事业团膳、大宗农产品集团采购等多个领域。

#### 外卖 O2O 平台楼下 100 获 8000 万 A 轮融资

楼下 100 近日宣布已完成 8000 万元 A 轮融资，由竞技创投领投，行业资源方跟投。

与“饿了么”、“美团外卖”等从信息平台做起的外卖平台不同的是，楼下 100 一开始就选择了自建冷链物流，为白领提供甜品、蛋糕、咖啡、三明治、沙拉、奶茶、糖水、简餐等轻食的配送服务。作为一个渠道品牌，楼下 100 需要履行两方面重要职责：第一是导流量，帮那些品牌获取更多订单；另一方面是创始人季晓杨十分看重的配送环节。

#### 金斧子获 5000 万美元 B 轮融资

互联网理财平台金斧子昨日宣布获得由人人网领投的 B 轮融资，金额高达 5000 万美元。

金斧子 CEO 张开兴透露，金斧子欲打破传统金融理财生态痛点，建立人与财富连接的生态圈。

因此，将在新平台上，投顾、理财师、投资者三方一同完成“云平台”的战略升级，共享互联网时代下的“泛资管”盛宴。

#### 互联网提供商纷享销客获 1 亿美元 D 轮融资

企业级互联网服务提供商纷享销客近日宣布获得 1 亿美元 D 轮融资，这是该公司一年内的第三次融资。此轮融资由 IDG 资本、北极光创投、DCM 创投共同完成。

纷享销客成立于 2011 年 12 月，员工人数从今年初的不到 50 人已增长到 1000 人，目前已在上海、广州、深圳、杭州成立分公司，企业注册用户超过 11 万家。纷享销客是移动互联时代的销售管理工具。移动、易用、高效是它的特点。采用最先进的移动互联网技术，打通电脑端和手机端，让员工用手机就能做电子打卡签到、写销售日志、更新客户信息。而管理者用手机就能掌握销售动态、阅读员工销售日志、审批文件。通过提升企业销售执行力，来整体提升销售业绩。

#### 打车软件融资战 神州专车获 2.5 亿美元投资

7 月 1 日晚间，神州租车发公告称，战略投资神州专车的运营主体公司优车科技 1.25 亿美元，获其 10% 的股份。与神州租车一起投资优车科技的还有全球著名私募股权投资基金美国华平投资和联想控股旗下的君联资本等。上述投资人共向优车科技投资 2.5 亿美元。

神州专车定位于中高端群体，主打中高端商务用车服务市场，与传统的出租车有本质区隔，两者相互补充并为用户提供更加多元化的出行方式。神州专车将全部使用神州租车自有的租赁车辆，并和专业化的驾驶员服务公司进行合作，通过利用移动互联网和大数据技术，为客户提供“随时随地、随叫随到”的全新用车体验。

#### 物流平台“航运城”宣布完成千万级人民币天使轮融资

国内第三方航运物流电商平台“航运城”近日宣布完成千万级人民币天使轮融资，航运城创始人萧裕君表示，此轮融资由真格基金领投，合力投资跟投。融资主要将用于市场开拓、系统优化和大数据平台应用三个方面。

航运城成立于 2014 年 5 月，通过“航运城”线上平台，用户(货主)可以在网站上发布和查询各种航运价格和资讯，也可以委托航运城进行航运服务采购，航运城作为第三方平台会全程为货主和运输方提供透明的信息以及服务，保障供需双方的权益。在线下通过高效的服务，帮助货代及货主客户进行撮合交易，降低营销成本，提升工作效率。

### 软装 020 平台：欧工软装获得数千万元人民币 A 轮融资

欧工软装集团近日获得数千万元人民币 A 轮融资，投资方为达晨创投，投资后欧工软装估值约 5 亿元人民币。

欧工国际于 2006 年成立，欧工国际旗下设有电商事业部、帘享家布艺事业部、软装设计配套事业部、软装设计师培训学院四个机构。欧工软装是一家提供家居软装的公司。业务涵盖了家具、饰品、窗帘、灯饰、墙纸以及高端室内家装等领域。

### 哆啦开店宝以微信为入口，解决餐饮 020 支付闭环，已获 2000 万 A 轮融资

今日，基于移动支付，为餐饮商户提供 020 数据金融服务的 哆啦宝创始人常大维透露，公司已在年前完成 易宝支付 YeePay2000 万元 A 轮融资，此轮资金已经用于产品开发和市场拓展。

哆啦开店宝是一套软硬件结合，集合智能显示屏、刷卡机、小票打印机为一体的、服务于生活服务类商户的综合解决方案。传统的现金支付和刷卡支付，商户拿不到用户的任何信息，用户消费后如何留存成了商户最头疼的问题。哆啦开店宝采用微信移动支付，可以帮商家获取用户消费身份的相关信息，用户在支付后，也会自动关注商家的微信公众号成为会员。

### 招聘流程管理系统+“机器人”猎头“枇杷派”获 A 轮 4000 万元融资

作为企业服务中的重要一环，人力资源管理 SaaS 在今年年中开始集中爆发。枇杷派云招聘刚刚宣布获得赛富基金领投，真格基金、Arbor Ventures、华岩资本、清华北大创业基金跟投的 4000 万元的 A 轮融资。

“枇杷派”为中小企业 HR 提供基于数据分析的“机器人”猎头和#招聘#流程管理服务。HR 收到简历后，“枇杷派”自动根据提炼出的企业职位的算法模型对简历进行打分评估，规避掉 HR 筛选海投简历的工作量。同时“枇杷派”也会根据企业需求自动推荐数据库中累积的人才。被推荐的人才只有在确认了“枇杷派”包含公司信息的推荐请求之后，才会出现在 HR 的界面里。“枇杷派”创始人赵灵彦告诉 36 氪，这保证了面试者的赴约率。

### 汽车保养 020 “博湃养车”获 1.1 亿元融资

汽车保养 020 公司“博湃养车”对外宣布已正式完成 1.1 亿元 A 轮融资，同时，博湃表示目前还有三家国际顶尖投资机构，在进行跟投洽谈中。

博湃养车提供行业最全面的 11 类服务;博湃养车拥有 200 辆庞大的服务车队伍,博湃提供一种非常舒适、专业的爱车养护模式:当您的座驾需要保养的时候,只需通过微信、网站、电话预定,博湃专业汽修技师,上门保养爱车。

#### 匹克融资 6.8 亿港元 加速布局“一带一路”

匹克体育发布公告宣布,成功由中金香港证券、交银国际代理配售,融资 6.8 亿港元,该款项将主要用于匹克集团企业形象与品牌国际知名度的提升,以及海外市场运营。

匹克体育 CEO 许志华表示,在国家“一带一路”战略背景下,匹克迎来了发展“全球篮球市场领先品牌”的最好时机。而此次融资表明资金机构和投资者对匹克创国际品牌战略的肯定,为加速匹克品牌国际化、市场国际化步伐,提供了重要的资金保障,将大大提振企业发展信心。

#### 万达 35.8 亿入股同程,加速布局“互联网+旅游”

7 月 3 日消息,万达文化集团在北京宣布,携手腾讯产业共赢资本、中信产业资本等战略投资在线旅游 O2O 平台同程旅游。其中,万达将投资 35.8 亿元,成为最大股东。据了解万达文化集团投资后将与同程旅游进行全面战略合作,借助同程旅游打通线上渠道,获取海量客源。而同程旅游将获得大量旅游目的地资源以及迅速扩大交易量,提升同程旅游的行业地位和影响。

同程旅游创立于 2004 年,总部设在中国苏州。同程旅游旗下运营同程旅游网和同程旅游手机客户端,2014 年服务人次约 3000 万,年均增长 100%。让更多人享受旅游的乐趣,感受生活的美好是同程旅游努力和奋斗的目标。

## 14、证券市场一周回顾

### (一) 股票市场

本周(6月29日-7月5日),上证综指跌破 3700 点整数位,沪深股市流通市值单周减少逾 6 万亿元,两融余额持续减少至 2 万亿以下。

回顾本周行情,沪指在周二(6月30日)上涨 5.53%,创下 6 年最大单日涨幅,但未能改变本周的下行趋势。在周三(7月1日)沪指即以 5.23%的跌幅,几乎吞噬前一交易日全部涨幅,此后沪指一路下行。截至本周五(7月3日)收盘,沪指报 3686.92 点,周跌 505.96 点,周跌幅 12.07%。



深成指在本周二也上涨超过 5%，但其余 4 个交易日均飘绿，收得 14.95% 的周跌幅。截至本周五收盘，深成指报 12246.06 点，周跌 2152.72 点。

创业板在本周有 2 个交易日飘红收盘，但未能改变本周大跌的行情。截至本周五收盘，创业板指报 2605.28 点，周跌 315.43 点，周跌幅 10.8%。

本周，新三板市场出现大幅下跌，三板做市指数在 5 个交易日全部飘绿。截至周五收盘，三板做市指数报 1462.68 点，周跌 225.97 点，周跌幅达 13.38%。

本周沪深股市成交额最大出现在周二，当天（6 月 30 日）沪市成交 9415 亿元，深市成交 7214 亿元，两市合计超过 1.66 万亿元。随后 3 个交易日，两市交易持续萎缩，至本周五，沪深两市成交仅 1.15 万亿元。

两融余额继续下降。截至本周四（7 月 2 日），沪市两融余额 1.30 万亿元，深市 0.69 万亿元，两市合计仅 1.99 万亿元，较上周（6 月 22 日一周）末的 2.13 万亿元，减少 0.14 万亿元。上交所最新数据显示，本周五上交所两融余额继续下降，至 1.25 万亿元。

本周与股市相关的政策不断出台，其中包括养老金入市方案开始征求意见，央行发布降息降准，沪深交易所和中国结算决定大幅降低 A 股交易费率，证监会决定扩大证券公司融资渠道，不再将强制平仓作为证券公司处置客户担保物的唯一方式等等。

周五，政策面再出多条措施，包括增资扩股中国证券金融股份有限公司注册资本至约 1000 亿元，相应减少 IPO 发行家数和筹资金额，严厉打击造谣传谣行为等等，以期维护资本市场稳定。

## （二）债券市场

本周（6 月 29 日-7 月 5 日）资金面较宽松，央行在公开市场净投放 500 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 3 日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报 1.3000%，较 6 月 26 日跌 15BP，7 天回购定盘利率收报 2.9000%，较 6 月 26 日跌 10BP，14 天回购定盘利率收报 3.3200%，较 6 月 26 日跌 30BP；上海银行间同业拆放利率(Shibor)周内下行，1 周品种最新报 2.8020%，较 6 月 26 日跌 11.9BP，2 周品种报 3.2280%，较 6 月 26 日跌 36.5BP。

本周央行在公开市场净投放 500 亿元，上周（6 月 22 日一周）为净投放 350 亿元。周四，央行在公开市场开展了 350 亿元 7 天期逆回购操作，中标利率为 2.50%，与周二（6 月 30 日）持平。周二央行继上周四（6 月 25 日）重启逆回购操作后，再次进行 500 亿元 7 天期逆回购操作，中标利率较上次下调 20BP 至 2.50%。

在上周末实施降息降准后，央行维持逆回购操作，显示出其呵护流动性的意图。

宏观面上，本周公布的 6 月我国制造业采购经理人指数(PMI)中，官方数据是 50.2，与 5 月持平，连续 4 个月略高于临界点；汇丰 PMI 终值为 49.4，虽高于 5 月的 49.2，但仍在临界点之下。数据显示我国宏观经济下行压力仍较大。

## 2、债市走势

对于后市债市走势，本周现券交投仍较活跃，降息及定向降准对二级市场提振有限，国债到期收益率与上周变化不大，信用债短端收益率回落趋势较显著，而 7 年期以上品种收益率仍继续上行。预计短期基本面及资金面发生变化的可能性不大，对债市走势影响有限。但考虑到地方债发行速度加快，平台公司发债限制也已放松，未来市场仍将持续面临供给压力，预计长端收益率下行阻力仍较大。

### （三）基金市场

伴随着股市的下跌，6 月公募基金业绩整体下滑，但基金新发数量与规模持续增长。本周（6 月 29 日-7 月 5 日）内地与香港基金互认正式启动，这是继“沪港通”之后，资本项目开放的又一重要里程碑。

根据好买基金研究中心公布的数据，截至 6 月 30 日，公募基金市场正常运作的基金共有 3369 只，6 月份 61 家基金公司共发行 222 只基金，略多于上月新发基金量。

在新基金募集规模方面，6 月份依然有 4 只基金的募集规模过百亿。但 6 月 459 只主动股票型基金平均跌幅为 14.99%，其中逾百只基金跌幅超 20%。

目前，基金上半年业绩出炉，成长风格的股票基金为基民贡献了最多利润，而曾经大热的分级基金却走向分化，可转债分级基金成为业绩垫底的类型。

本周内地与香港基金互认正式启动。按照中国证监会公布的最新要求，每家基金管理人申请基金互认的数量没有限制，内地市场中的分级基金、保本基金目前暂不纳入互认范围。

根据互认的基本门槛——资产规模不低于 2 亿元，从达到互认标准的基金产品数量看，香港为 100 只，内地为 850 只。根据现有制度安排，基金互认的初始投资额度为资金进出各 3000 亿元人民币。

除了将为境内投资者提供更丰富的投资产品、吸引境外资金投资境内资本市场外，基金互认更有助于推动境内基金管理机构规范化、国际化。

在监管方面，基金互认有利于内地和香港在行业方面共同增强竞争能力，特别是在基金监管标准方面能够有更多的话语权，在制度方面有更为深度的合作。不过，在互认初期，要先调整好彼此监管差异，尤其是在投资者保护、售前售后服务以及信息披露方面的差异。

分析人士认为，作为人民币提升国际影响力的重要一环，内地与香港基金互认打开了资本项目开放的又一扇窗，资本项目开放的节奏和方式正呈现出多样性和灵活性。

## 四、产业市场

### 1、页岩气产业投资观望气氛浓厚 政府补贴高于预期

随着清洁能源需求的不断增长，目前我国页岩气的供方似乎正渐渐分为两个阵营。目前中国民营页岩气观望氛围浓厚，重庆、贵州等地民营页岩气情况不好，民营企业观望氛围浓厚。

据悉，中石油西南页岩气和中石化涪陵页岩气是国内最大的两个页岩气项目，而民营企业却作壁上观。这是因为水力压泵技术不仅成本高、污染环境，而且其本身的技术和资金方面也存在问题。

由于前期的地质和勘探资料微乎其微，储量资源也需要重新评估，页岩气需经历长期的投资和开发过程，离规模量产还有很长的路要走。

值得注意的是，今年 4 月 17 日，财政部联合国家能源局发布《关于页岩气开发利用财政补贴政策的通知》称，2016 年~2020 年，中央财政对页岩气开采企业给予补贴。其中，2016 年~2018 年的补贴标准为 0.3 元/立方米；2019 年~2020 年补贴标准则为 0.2 元/立方米。

## 页岩气投资难题待解

据悉，此次中国页岩气遇冷的重要原因来自于国际大环境。自 2014 年 10 月开始，国际油价就从 100 美元/桶左右猛跌至 50 美元/桶，国际天然气价格也大幅下跌。在此情况下，国内页岩气等非常规天然气市场的开发便进展缓慢，局部甚至处于停滞状态。

目前除页岩气可以达到国家“十二五”产量预期目标外，其他的非常规天然气要完成目标均有难度。而在页岩气方面，目前建成产能主要来自中石化、中石油、延长石油，其所开采的页岩气区块质量也相对不错。

而据了解，2015 年该公司投入较往年有所减少。由于对后续发展前景不看好，今年该公司并没有新增开发煤层气矿井的计划，正等待国家能出台相关的利好政策。

据悉，该公司是通过 2012 年第二次页岩气招标拿到区块的开采权。虽然开采工作按计划正常推进，但由于前期资料很有限，短期内可能不会有很大的成效。

此外，如何兼顾环境保护也是各相关企业不得不面临的一大难题。

以页岩气异常丰富的贵州省为例，该省资源量位列全国第三，并率先与国土资源部签署了部省共同推进页岩气勘查开发合作协议，还设立了页岩气综合勘查试验区。根据规划，贵州省将力争在 2020 年形成页岩气产能 20 亿立方米，以期改变贵州省缺油少气的不利局面。由于贵州正在加快工业化、城镇化建设，对能源特别是清洁能源的需求十分迫切，如何推动页岩气的绿色开发从而让资源优势转化为经济优势和生态优势成为各界最关注的问题之一。

从技术上看，如今开发页岩气主要用的是“水力压裂”的方法，这种方法的弊端是消耗水量太大，而且会对地下水造成污染并可能引发局部地震。而在贵州，这些问题都较为可控。

不过，贵州地质条件复杂，页岩气富集地质机理尚不清楚，大规模开发也存在一定的挑战。

## 气价上涨或掀起投资热潮

今年上半年，财政部联合国家能源局发布了《关于页岩气开发利用财政补贴政策的通知》。通知称，“十三五”期间，中央财政将继续实施页岩气财政补贴政策。通知明确，财政部、国家能源局将根据产业发展、技术进步、成本变化等因素适时调整补贴政策。

2015 年前这一补贴是 0.4 元/立方米，此前有业界传言称这个政策将被全部取消，因而如今最终的补贴版本大大超出了业界的预期。

据悉，该政策明确了在未来五年时间，国家将继续扶持页岩气行业的发展，从而带动四川省以及重庆市的天然气行业稳定发展。

此次利好政策的出台是因为中国常规天然气产量有限的实际情况所致，这也使得国家对非常规天然气的开发利用被提上日程。同时，天然气价改全面施行也推动了国内天然气销售价格整体上涨，在此背景之下，非常规天然气也掀起了新一轮投资热潮。

部分区域非常规气制 CNG 项目当前盈利状况较为可观，以陕西西安为例，当地的 CNG 价格约为 3.55 元/立方米上下，当地的煤层气开采成本则是 2 元/立方米左右。即使加上一定的加工、营运成本，这些项目的利润依然不错。

## 2、PPP 助力环保产业破盈利壁垒

近年来，随着国民经济的快速增长、人们环保意识的增强和环境保护工作力度的加大，外界普遍认为中国环保产业迎来了发展的黄金期，环保产业将成为支撑产业经济效益增长的重要力量。

但同时也有观点认为，顺应国政民意的环保产业遭遇发展瓶颈，在环保项目投资总量上升的趋势下，正面临着融资少，盈利难等问题突显。

例如，因经济效益的丧失，下游推广举步维艰，环保能源的暴利行业液化天然气(LNG)正遇到发展瓶颈。原油价格大跌造成替代能源价格走低，LNG 的经济型下滑，加之 LNG 产能维持高速增长的状态，上游厂家竞争激烈，市场需求低迷。

值得注意的是，目前节能减排、生态可持续发展已是国际趋势，其中不乏响应“互联网+”的应用软件。比如，江苏苏州移动打造的智慧环保云平台，旨在用信息化技术助力环境保护。环保项目多为城市环境基础设施项目，庞大的投资需求使得政府迫切需要社会资本参与，优化投融资结构、创新投融资机制迫在眉睫。

国家环保部规划财务司司长在此前在参加相关会议时也曾公开表示，要将 PPP 模式应用到环保产业上来，吸引更多的社会资本，政府引导产业发展方向，迫使环保产业洗心革面。

PPP 作为一种非常重要的为公共基础设施项目融资的模式，旨在调动政府资金和私人资本，为



社会提供公共产品或服务，应用到环保项目有着不可取代的优势。

引入 PPP 模式，不仅能够筹集部分项目建设资金，帮助政府大大解决环保项目资金不足的问题，有效地缓解政府在环保基础设施建项目上面投资压力，而且能有效的转变政府在环保投入上的规划方向，促进环境效果更好项目的财政投入，对提升环保的效果等具有积极意义。

环保产业作为一种可持续化发展产业，以其专业技术和广泛的市场规模，为环保 PPP 模式的引入带来了契机。在环保这样公共服务性质的领域推广 PPP，既能够提高投资效率，也能缓解投资压力，促进政府职能转变。

环保企业的持续发展，光靠政府补贴并不能一路风光，关键还是要环保产品能产生市场经济效益。那些只投入，不产出的环保产业无法长期存活，盈利难在所难免。上述业内人士同时指出，PPP 模式主推环保产业发展的同时，也是促进环保产业的不断革新。为大量吸收社会资本投入到环保产业中来，仅仅国家政策上亮绿灯是远远不够的。

在现有的运作成熟且环境效果良好的领域提高运营水平，提高社会资本的使用效率是政府部门和环保企业需要重点考虑的内容。促进环保企业介入到前端设计和规划的环节中，设计更加合理有效的项目，需要更深层次的探索。而 PPP 模式的引入，将会充分激发社会资本活力，对于环保产业摆脱盈利困境将产生重要作用。目前中国 PPP 的发展前期的经验储备相当有限，而制度的相对滞后、第三方监督机构的缺失，造成社会资本的游离状态。只有环保产业运营环境公开公平化，设立合理的市场回报机制、法制保障等，才能笼络社会资本加盟绿色环保，共同为国民经济助力。

### 3、2015 年中国五金行业利润指数保持较高水平

中国轻工业信息中心 7 月 1 日称，2015 年以来中国五金行业利润指数整体相对于去年保持了较高水平，基本处于 2014 年最高值水平。

自 2015 年 2 月中国五金行业利润景气指数快速提升至“稳定”区域的中等水平，3 月又快速下滑之后，各月利润指数趋于平稳，基本持平。5 月中国五金利润景气指数为 94.79。

中国五金行业利润总额继续环比增长。2015 年前 5 月，全国五金行业累计完成利润总额同比增长 16.95%，增速较上月下降了 1.27 个百分点。5 月份完成利润总额继续走高，但同比增长 12.88%，增速明显下降，较上月下降了 5.07 个百分点。2015 年以来，中国五金行业各月完成利润实现了逐月上涨的走势，总体形势较稳定。

从企业注册类型看，中国五金行业主要利润来自内资企业，但其利润增速相对于外商投资企业偏低，未能超过行业增速的平均值。外商投资企业增速最高，超过了 30%，增速与上月水平基本持平。各类型企业均实现了正增长。其中，内资企业完成累计利润总额同比增长 15.06%；外商投资企业完成累计利润总额同比增长 31.08%；港、澳、台商投资企业完成累计利润总额同比增长 11.45%。

#### 4、打车软件尴尬前行：补贴停用户减 烧钱停不下来

2015 年上半年，打车软件的两个“冤家”滴滴和快的合并了，但是随着 Uber 在华的迅速扩张和神州专车的入场，打车软件“烧钱大战”丝毫没有懈怠，反而愈演愈烈。对此，有专家分析指出，打车软件“烧钱”受多方面因素影响，企业虽然纠结“烧钱”的副作用，但短时间内已经骑虎难下，不可能停止。

打车软件尴尬现状：补贴停用户减少

今年上半年，打车软件依然延续去年的“烧钱大战”态势。乘客方面是接连不断的优惠券；司机方面则是高达一倍以上的市场补贴。以 Uber 为例，据媒体报道，每完成一个订单，司机可获得 1.8 至 3.2 倍的车费奖励；中新网 IT 频道也从司机口中得知，目前，北京地区滴滴快车也有 1.6 倍的奖励。

其实，高补贴并不是企业的初衷。据传，2 月 14 日，滴滴快的合并的一个理由就是投资方不能忍受持续的高补贴。最近，滴滴 CEO 程维写给股东的一封信中也表示，过高的补贴，例如达到车费 2 到 3 倍的补贴对市场发展是不利的，这将导致欺诈活动盛行。

但，出于用户数方面的考虑，打车软件又不得不补贴——用户和司机是非常实际的。

目前，90%的 O2O 项目衡量指标都是错误的，特别在意用户规模，但实际上不少用户都是伪用户。打车软件、外卖 O2O 等都是这样的项目：不补贴留存不住用户，补贴一停用户数就减少。

无奈：新进者不烧钱没前途

除了用户数方面考虑，打车软件持续高补贴原因何在？主要是因为竞争激烈所致，现在一个趋势是跨界竞争明显，移动出行市场不断有新的入局者。为了稳固优势地位，固有企业只能跟随新入局者‘烧钱’。

据了解，目前行业内，除了滴滴快的，Uber、神州专车来势汹汹；易到用车、嘀嗒拼车等也各

把持一片天地；此外，还有不断的入局者，比如，最近悄然发布顺风车业务的百度地图。由此可见，这个行业竞争尤为激烈。程维自己也承认，与其他市场类似，相对于全球其他地区，中国的消费类交通行业有着更激烈的竞争。

对此，有分析指出，Uber、神州专车等借烧钱实现扩张必定不会很快停下，而滴滴快的为了维护领先地位，只能积极迎战。这种情况下，补贴不得已而为之。

打车软件用户有两种，一种是品牌认可型，一种价格敏感型。补贴的意义就在于开拓并维护住价格敏感型用户。持续高额补贴是因为一开始各个专车公司都是共享经济模式，业务模式相近，用户层级相似。为了吸引专注，只能通过长期大额度的补贴来谋发展。

趋势：“烧钱”有逻辑 根本停不下来

打车软件“烧钱”拼市场的行为本不可持续，但是现在一个情况是，打车软件在“烧钱”的同时，还有其他方面的考虑和收获，比如移动支付、物流、社交等。从这方面看，‘烧钱’有它的市场逻辑，并且还会持续下去。

补贴只是企业市场发展的一种措施，未来是否会持续，以及补贴的力度，要依据整个出行市场未来的发展情况而定。

2015年很有可能是决定打车软件生死的一年。“打车软件‘烧钱’可能会收缩，但不会停止。“烧钱大战”是打车软件在一定阶段下产物，现在的格局下，不可避免，并且在下半年或更长的时间内愈演愈烈。

## 5、稀土行业整合不能玩概念

据报道，随着稀土出口配额和出口关税的取消，国内稀土行业整合也接近完成。按照政府的要求，今年年底前，六大稀土集团要整合全国所有稀土矿山和冶炼分离企业。那么，行业整合对企业的实质意义有多大？有业内人士抱怨，整合“不是市场的需要”，到头来“就只是一个概念”。

对此，相关政府官员也有同样的担心，工信部原材料工业司巡视员、国家稀土办主任贾银松就曾表示，组建稀土集团既不能搞帮派，也不能搞形同虚设的壳公司，要组建符合现代企业制度的大型稀土企业集团。

众所周知，我国是全球最大的稀土储量国和供应国，稀土储量占全球总储量的 1/3，供应量占

全球的 90%。过去的相当一段时间，我国的稀土出口都是依靠配额控制的。但是，随着美、欧、日三方向世界贸易组织(WTO)申诉，WTO 于 2014 年 8 月作出最终裁决后，我国也于 2014 年最后一天宣布了取消对稀土的出口配额管理。在这样的情况下，如果继续按照现行的管理办法和市场布局，对中国在稀土国际市场争取话语权和议价权是相当不利的。搞不好，会重蹈铁矿石的覆辙，使中国企业的利益受到巨大损失。

也正因为如此，整合稀土资源，保护市场环境，维护企业利益，就上升到政府层面，成为政府推动企业整合的一项工作。经过反复论证、市场调研，决定组建六大稀土集团，替代目前的四处开花，到处冒烟，使稀土市场能够比较规范、有序、健康地发展。

现在的问题是，虽然在出口方面实行配额管理，但是，在国内却一直没有能够形成比较规范、统一的管理格局，无论是开采还是冶炼，都处于比较混乱的状态。有一组数据可以说明。2014 年稀土指令性计划供应量是 10.5 万吨，而国内市场需求对应量则达到 15.17 万吨，供应缺口约 4.67 万吨，实际情况却是供大于求。可见，通过其他渠道流入市场的稀土量有多大。

那么，整合以后能否解决好这方面的问题，让六大集团完全主导市场、完全控制市场呢？而六大集团之间又将建立怎样的市场竞争关系，如何确保不出现恶性竞争的现象呢？如果六大集团之间也出现恶性竞争问题，特别在出口方面，互挖墙角，恶性降价，那么，也就会失去整合的意义，甚至不如将市场完全放开。

也许，业内人士的抱怨还是有一定道理的。虽然稀土整合融入了许多行政因子，是在政府的主导下推进的。但是，从整合的方式、整合的手段来看，却不应当按照行政的一套，以拉郎配的方式，而应当按照市场化要求，由主导企业利用市场手段对相关稀土企业、稀土资源进行整合，从而形成符合市场经济要求的现代制度体系。也只有这样，企业才能成为真正的市场主体，才能在国际竞争中拥有话语权、议价权。

事实上，在如何推进行业整合方面，我们既有成功的经验，也有很多需要吸取的教训。特别是钢铁行业的整合，就是比较典型的拉郎配方式。不少地方为了自身利益，将企业强行整合到一起，从表面看，是一个整体了，实质上却是同床异梦。相反，在出了问题以后，却都绑到了一起。其中，整合以后的债务关联，成为这些企业很难转型、很难转身、甚至很难破产的一大难题。要知道，如果不是因为整合，一些已经不具备生存能力的企业，已经可以破产了，也能够破产了。正是因为整合，使得这些企业根本没有破产的条件，形成“要死一块死、要烂一块烂”的格局。

对稀土整合来说，毫无疑问不应当采用这样的整合方式，而应当更多地注入市场化元素，用市场手段、资本纽带、资产关联的方式，把有条件整合到一起的企业整合在一起，不具备整合条件的企业，则让其被市场淘汰。这就带来一个问题，那就是政府的作为问题。因为，政府一项十分重要

的职能，就是维持市场秩序，规范市场行为，制定市场规则。

既然要整合稀土资源，那最关键的问题就是要完善市场秩序，让市场不再处于无序状态。那么，就可以先制定规则，先规划市场布局，并加强市场监管。凡是不符合市场要求，不符合市场布局的，可以通过市场监管和执法等加以规范，达不到要求的企业，自然只能通过被整合或关闭等退出市场。否则，如果乱采乱炼继续，整合就有可能适得其反，也很难让企业信服，更不符合市场对资源配置起决定性作用的原则。更重要的，没有相应的规则做保障，即使整合以后，六大集团之间也会产生不规范的市场行为，甚至内部管理一片混乱。

整合不是目的，目的是要规范市场秩序。也正是基于这样的前提，对稀土行业的整合，应当把完善市场秩序、规范市场行为、制定市场规则放在更加重要的位置，让整合后的企业有章可循，有规则可以依靠。政府则在市场整合和规范过程中，扮演裁判的角色，而不是集裁判员、教练员、运动员于一身。

## 6、空调业：技术创新才是正轨

5月初，海尔智能空调全面接入苏宁云，这是海尔智能空调的又一个跨界合作。无独有偶，在海尔智能空调接入苏宁云后，美的也宣布携手苏宁推出智能计划。另据悉，喊出向互联网转型的格力，正频繁与360接触，主题依旧是智能空调。种种迹象显示，中国空调业即将迎来一次大洗牌。

### 智能空调井喷式增长

高库存让国内的空调制造商们如坐针毡。去年十一黄金周，格力、美的、奥克斯等空调品牌纷纷扛起降价大旗，试图用经济杠杆清理库存，但效果并不理想。在市场需求疲软之下，空调制造商们在2015年将面临高库存的更大压力。

真正让空调制造商们感到危机的，还是政策对空调市场的调控。家电市场调查机构中怡康的数据显示，2015年整个空调产业市场零售量将达4452万套，增长5.7%，与往年10%的增长少了近一半。在这样一个严峻的市场环境下，发改委约谈空调制造商和苏宁、国美这样的渠道商，要求今年不搞“超范围价格战”。

毫无疑问，在政府的约束之下，2015年空调制造商的高库存压力会到达临界点。与此同时，智能空调迎来了井喷式增长。有专家称，在过去的一年里，智能空调销量增长300%，未来仍有很大的增长空间。



一边是传统空调的滞销，一边是智能空调销量的井喷式增长。在智能家居大潮之下，空调市场洗牌已成定局。事实上，空调制造商也深知市场洗牌即将来临，并积极寻找转型之路。一年前，海尔提出向互联网转型，美的牵手小米……这也可以说是空调市场洗牌的前兆。

### 企业重规模轻创新

当下空调高库存的隐患，并非简单的市场受挫，而是国内空调市场多年积累下的顽疾。一直以来，国内空调制造商都沉迷于市场份额争夺战中。2013年10月，变频空调新能效标准(APF标准)正式实施，以格力、美的为代表的空调制造商遭遇了一次小劫难。

再看技术变革方面，十年前，日本和欧美市场的变频空调技术已经成熟，国内才开始研究变频空调技术。准确地说，在过去十年时间里，国内空调制造商都在为争夺市场份额而活。接连不断的价格战，是各大空调品牌抢夺市场的表现。

再看日本的空调制造商，大金和三菱重工，却没有被规模所牵绊。不可否认，格力和美的是国内空调市场的两大巨头，但在高端市场却依然是大金、三菱重工等日系品牌的天下。一味追求规模，让格力、美的们迷失了自己。再看智能手机领域，苹果市场份额不大，利润却是第一。从苹果和日系空调品牌的崛起就会发现，技术和创新才是生存的王道。毋庸置疑，规模已经成为空调制造商们转型的魔咒。正因如此，格力和美的都喊出了转型，却没有付诸实际行动。

在去年，美的曾经召开了两场规模空前的智能家居发布会。时至今日，美的并没有相应的产品上市。格力与小米对赌之后，推出了格力手机，在智能家居的布局仍然是纸上谈兵。追根溯源，格力和美的，都在乎的是空调市场第一和第二这个位置。

### 创新如何破局

巨大的库存压力，疲软的市场需求，迫使空调制造商们转型。严格来说，以格力、美的、海尔为代表的三大空调制造商已经开始转型，只是魄力不同。相比之下，市场份额较弱的海尔，在创新方面的步伐更大一些。

从喊出向互联网转型的口号，到推出成熟的智能空调产品，并构建基于互联网思维的互联网工厂，海尔的转型步伐还是很快的。与美的停留在战略口号的做法相比，海尔的转型更实际。从产业角度来看，海尔、美的、格力转型做智能空调，一定程度上会缓解销售压力。要想真正转型，必须重新颠覆原有的产品理念和销售体系。

目前，格力和美的都在尝试平台化运作，借助第三方平台的力量转型。客观地说，这种策略只

能解决一时之困，只有靠技术创新，才能真正实现破局。多年来，空调技术一直被国外品牌牵制。在产品上，海尔实现了创新；在供应链方面，海尔的互联网工厂，实现了用户下单工厂生产的智能制造模式。

从长远角度来看，海尔空调模式的前景还是一个未知数，但海尔重技术创新的作法是值得肯定的。用户对空调这一产品的需求在改变，空调制造商要想真正破局，还需要再多几分勇气，并加大技术创新的力度。

在高库存的压力之下，空调制造商如果再不加速转型，或将被库存拖死。在互联网时代，空调制造商们要利用好互联网平台，洞察用户需求，并以此确定转型的方向。在空调市场的这一轮洗牌上，空调制造商面临产品、销售渠道、供应链的全方位变革，要实现这些变革，唯有靠技术创新。

## 7、奶粉行业价格战或将持续 2-3 年 小品牌出局

贝因美前不久发布了 2015 年一季度业绩报告，营业收入同比下降 17.64%，净利润同比下滑 29.17%。与此同时，曾一路业绩飘红的合生元也于近日披露了今年前 4 个月的业绩。虽然净利润还是有增长，但营业收入与去年同期相比减少 5.7%。

奶粉企业流年不利、业绩下滑的背后，整个奶粉行业此起彼伏的促销价格战似乎成了罪魁祸首。除新希望集团、雅士利等推出百元左右的低价进口奶源奶粉抢夺市场外，包括进口大品牌达能、美赞成、惠氏等奶粉企业被电商卷入疯狂促销。此外，经营进口奶粉商家也受政策影响纷纷清理库存。所有这些表象都预示着，整个奶粉市场已进入全行业价格大战。

这将是一场消耗战，企业为了实现目标，已经不考虑业绩了。而无论是主动参战还是无辜牵连，在这个战场中，没有哪一家奶粉企业的业绩会免受波及。

价格战将持续 2-3 年

据悉，上半年几大奶粉品牌都推出了力度较大的促销活动。以近期的“6·18”网购节为例，众奶粉品牌纷纷推出降价、送礼、返券、包邮等优惠方式来吸引消费者的目光。如雅培原价 219 元的幼儿配方奶粉“金装小安素”降至 109.5 元，一家第三方婴童店中惠氏启赋特价每罐仅 260 元，买的数量多还送奶瓶刷和早教学习书。

就算“6·18”已过，不少品牌还有后续的返场活动。明一官方旗舰店中打折力度最大的一款名为“智婴优盾”的婴儿配方奶粉低至 3 折销售，原来零售价 278 元的“智婴白金装”的进口奶源奶

粉打4折后每罐降至109元，单笔订单达到一定数额还能领优惠券“折上加折”。在美赞臣旗舰店6月25日至30日的返场优惠中，买2罐900克或2盒1800克的2、3段奶粉可获赠2盒小包装奶粉，满300元还可返券100元。

在亚马逊，原市场价210元的可瑞佳金装较大婴儿和幼儿配方奶粉目前只售140元，原市场价208元的美素佳儿金装幼儿配方奶粉一度低至156元，均达到了历史最低价。

此前国家已要求，无中文标签的洋奶粉禁止进口。而7月份开始，我国又将对进口婴幼儿奶粉实施《预包装特殊膳食用食品标签》新标准。这对那些包装无中文标签，或者标签贴得不规范的进口奶粉造成严重影响，因此近期经营进口奶粉商家都不得不降价清理库存。如某德国品牌进口奶粉，原价200元左右，现价只要120元左右；一款某荷兰品牌进口奶粉180元一罐，但可以买一罐送一罐，平均一罐百元不到。

#### 杀敌一千自损八百

不过，今年4月底，贝因美发布的2015年一季度业绩报告却不容乐观。该报告显示，过去3个月贝因美营业收入达到8.95亿元，同比下降17.64%；净利润4857万元，同比下滑29.17%。对于一季度业绩的恶化，贝因美并未在公告中做出解释。但该企业此前对于营收和净利的下滑曾这样解释过：市场费用的投入增加了成本，从而拉低了利润。另有分析表示，贝因美产品库存偏高，为了减少库存贝因美在终端市场做了大量促销，从而导致市场费用高，影响了净利润。此外，贝因美的奶粉全线降价，影响了经销商的积极性。

今年6月，合生元发布前4个月经营业绩。曾经一路业绩飘红的合生元出现小幅下滑。数据显示，前4个月合生元共得13.77亿元营业收入，与去年同期相比减少5.7%。好在净利润同比仍在增长。

合生元的业务由婴幼儿配方奶粉、益生菌、干制婴幼儿食品及营养补充剂以及婴幼儿护理用品四大板块组成。该公司公告显示，今年前4个月这4个业务板块的营业收入均出现了不同程度的下滑，尤其是婴幼儿配方奶粉。对于营业收入下滑的原因合生元并未在公告中做出解释。

据了解，今年整个行业的情况比去年还要差，当然有个别企业会做得很好，但总体来说，奶企一直很难挨。目前企业经营业绩不佳，跟整个经济大环境有关。在全球经济不景气的大背景下，去年又接连发生了奶业危机，全球的企业都不好受，中国的企业也不能独善其身。最近国内企业经营困难，主要是受国际市场、消费者信心及购买力均未恢复所影响。很多企业今年都做好了过苦日子、难日子的市场准备。

## 小品牌面临清场

面对艰难的经济环境和市场条件，各奶粉企业也开始寻求破解之法。

从目前情况来看，“打破传统的实体店销售模式，通过电商销售降低成本，开拓新市场”是多数企业采用的方法之一。新希望集团于4月1日推出每罐99元的新西兰原装进口奶粉“爱睿惠”，通过京东商城垂直销售。接着雅士利也表示今年会推出百元左右的进口奶源奶粉，接驳电商渠道销售。而此前君乐宝已推出了130元的奶粉产品。

不论企业采取的是哪种应对之策，他们面对的都将是场持久战。未来五年，中国的营养奶粉消费将呈放缓趋势。生育率没有真正的提高，虽然二胎政策放开，但没有真正带来乐观的市场。另外，国内的奶粉产能太大，目前产能是150万吨，但实际需求只有60万吨。

通过价格战实现对小品牌的清场未必是坏事。国内市场的混乱，是国民对国内品牌消费信心恢复的最大障碍。因为品牌太多，会造成消费者对大品牌的认识度太低。

## 8、乳企兼并重组 不只是赚钱那么简单

近日，国家食药监总局公布婴幼儿配方乳粉抽检结果，不合格7个批次羊奶粉中，飞鹤乳业控股的关山乳业有6批次上榜。就在上月，中国乳业也刚刚经历一次48批次不合格乳粉带来的“地震”。

2014年，飞鹤乳业连续兼并了吉林艾倍特和陕西关山两家乳企，而恰恰是这两家子公司，今年连续登上食药监总局“黑榜”。此次关山6批次羊奶粉都出现实质性质量问题，有媒体人甚至在微信自媒体向飞鹤喊话：并购关山一年多，飞鹤你干吗去了？

那么，关山乳业产品出了问题，作为控股母公司的飞鹤究竟需要承担多大的责任？

据了解，子公司具有独立法人资格，独立承担公司行为所带来的一切后果和责任。从这个法理讲，还真没飞鹤什么事。不过，要是回看国家当初鼓励乳企兼并重组的目的，飞鹤乳业真的能撇清与关山的关系吗？

2013年，工信部牵头制定《推动婴幼儿配方乳粉行业企业兼并重组工作方案》，于去年6月由国务院正式下发。国家此举立意明确：规范市场秩序，推动企业兼并重组，优化产业结构，提升质量效益，促进婴幼儿配方乳粉产业健康发展。

这也就是说，在 2008 年三聚氰胺事件重创国内乳业后，国家希望有实力、负责任的乳企能通过一系列兼并重组行为淘汰落后产能，从而提升国内乳业的整体水平和产品质量。

数据显示，目前 10 家国产品牌企业的行业集中度已达到 65%。根据国家规划，2015 年将形成 10 家左右年销售收入超过 20 亿元的大型婴幼儿配方乳粉企业集团。

在此背景下，诸多大型乳企摩拳擦掌纷纷扩张。蒙牛乳业一掷千金收购雅士利及现代牧业；光明乳业加紧海外扩张步伐；飞鹤连续收购两家区域品牌；伊利与贵阳三联乳业洽谈重组合作事宜……

兼并重组的同时，乳业应时时提醒自己不忘国家鼓励政策的初心。乳业兼并重组不是那么简单的事，企业不能只顾低头赚钱。兼并后，如果母公司和子公司各行其是，忽视对子公司的品控与管理，出了事划清界限，那么国家的一番美意恐怕要付诸东流。

## 9、光伏行业扶持政策频出 将步入强劲发展周期

6 月 29 日，广东省发展改革委印发《关于下达广东省 2015 年光伏发电建设计划的通知》，提出 2015 年广东省光伏电站建设计划为 121.5 万千瓦。就在当日，内蒙古也明确 2015 年新增光伏发电项目 80 万千瓦，而浙江省 2015 年可再生能源发展专项资金竞争性分配方案也初步确定。

事实上，这只是近期以来从国家到地方光伏扶持政策密集出台的一个缩影，有业内人士预计今年可再生能源附加或继续上调，可再生能源配额制也有望推出。在此背景下，光伏企业频频出手定向增发实施光伏电站业务，甚至一改往日乱战局面“强强联合”起来，而银行等金融资本也大举进入光伏领域。在政策力推及“互联网+”等新概念促进下，光伏产业全面回暖，将步入强劲发展周期。

国家能源局今年初下发《2015 年光伏发电建设实施方案》，上调 2015 年光伏建设规模至 17.8 吉瓦，同比增幅高达 67.9%，光伏电站建设获实质性推动。之后又出台光伏扶贫等系列扶持政策。

在前期国家政策大力支持下，地方光伏政策也陆续公布。据统计，山东、陕西、新疆、湖北、江苏、河北、云南、安徽、福建、广西、湖南、广东、内蒙古等多个省市均已下发 2015 年的光伏发电建设计划，在光伏发电项目规模大增的同时，放开分布式光伏发电项目建设。此外，备受关注的光伏补贴政策也是超预期密集推出，其中浙江力度最大。而安徽、湖北等省也出台了包括初始投资补贴、度电补贴等在内的不同补贴组合方案。

在这种情况下，资本大举进入电站领域。据统计，A 股 33 家光伏发电概念上市公司中，上半年有 17 家实施定向增发，除大港股份和乐凯胶片定增募资用于偿还银行贷款和扩建太阳能电池背板项



目外，其余 15 家上市公司全部用于光伏电站项目。而光伏在港股市场也获青睐，29 日江山控股公告称，获主要股东保华嘉泰产业基金增持股份，涉资约 2176 万港元。

与此同时，“强强联合”也成为众多企业的选择。比如，近期隆基股份与英利绿色能源签署《战略合作协议》发展光伏产业，阳光电源与苏美达签订分布式光伏发电项目合作协议。不少巨头也以各种形式跨界玩起了光伏，尤其以阿里等互联网企业表现最为抢眼。此外，近期以招商银行为代表的金融机构也首次涉猎分布式光伏领域。

工信部网站 2015 年 1 至 5 月电子信息产业固定资产投资情况显示，光伏相关行业投资回升，同比增长 62.8%，比 1 至 4 月高 0.8 个百分点，比去年同期提高 66.6 个百分点。而行业全面回暖也从业绩上可得到进一步印证，目前已发布 2015 年中报业绩预告的公司中近七成飘红。

地方光伏支持政策陆续公布，今年可再生能源附加有望继续上调，可再生能源配额制也有望推出。此外，能源互联网下，光伏作为可以灵活配置的接入能源，前景看好。今年国内电站安装量有望大幅增长，电站类光伏公司的业绩弹性很大。

## 五、环球市场

### 1、韩国最大的化妆品集团在华下调价格 最高降 12%

继雅诗兰黛宣布降价细则后，近日，韩国最大的化妆品集团爱茉莉太平洋集团也发声明表示，自 7 月 15 日起，公司在中国各零售终端下调价格，最高降幅 12%。

旗下拥有兰芝、雪花秀等众多品牌的爱茉莉太平洋集团表示，为响应中国政府降低日用消费品关税的政策，公司将下调雪花秀、兰芝、悦诗风吟、伊蒂之屋四个品牌部分产品在中国的建议零售价，品牌平均调价幅度为 3%-12%。自 7 月 15 日起，调价将在百货店、品牌店、化妆品专营店、电商平台等各渠道同步实施。

此前的 6 月 23 日，雅诗兰黛公布了在华降价细则，降价品牌包括其在中国市场的所有护肤彩妆品牌，降价幅度最高达到 23%。

此外，欧莱雅也下调了高档化妆品部和活性健康化妆品部大部分进口产品的价格，涉及所有相关品牌 10 个，分别为兰蔻、赫莲娜、科颜氏、碧欧泉、植村秀、圣罗兰、阿玛尼、薇姿、理肤泉和修丽可。

此前已经表态考虑降价的资生堂目前尚未公布降价细则。

今年 5 月 25 日，财政部宣布自 2015 年 6 月 1 日起，我国将降低部分日用消费品的进口关税税率，平均降幅超过 50%。其中，护肤品的进口关税由 5%降低到 2%。随后，欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂和爱茉莉太平洋集团等均表示调整产品售价。

## 2、巴西上半年外贸顺差 22 亿美元

巴西工贸部 1 日发布的报告显示，由于本币雷亚尔贬值以及国内经济衰退导致进口减少，巴西今年上半年对外贸易获得 22.22 亿美元顺差。

巴西工贸部称，今年 1 至 6 月份，出口总额为 943.2 亿美元，同比下降 14.7%；进口总额为 921 亿美元，同比下降 18.5%。

从出口结构上看，巴西出口 70%以上为原材料，如铁矿砂、大豆、原油等。尽管国际大宗商品价格仍然低迷，造成基础产品出口额下降了 16.4%，但制成品出口却逆势增长 4.1%，成为上半年巴西外贸最令人振奋的消息。

巴西工贸部指出，下半年仍存在很多有利因素，这些将支撑外贸继续向好。如政府在外交上不断开拓新市场，而国际石油保持低价位会使大量进口的燃料、润滑油等产品支出下降。

巴西工贸部对于今年外贸的前景表示乐观，认为到年底顺差额有望达到 50 亿至 80 亿美元。代表私人部门的金融市场则预期会有 40 亿美元的外贸顺差。

2014 年，由于国际市场大宗商品价格下跌，巴西外贸出现了 39.3 亿美元逆差，是自 2000 年以来首次逆差。去年上半年，巴西贸易逆差额为 25.12 亿美元。

## 3、上半年越南宏观经济保持稳定

越南 7 月 2 日报道，越南国家财政监管委员会称，今年上半年经济保持稳定，预计全年 GDP 增长 6.5%，通胀控制在 3%以内，宏观经济总体稳定。

报道称，上半年，越南工业生产指数同比上涨 9.1%；零售和消费服务业营业额增长 9.5%；新成立企业数量增加 22%，注册资金增长 20%；因经营困难暂停经营的企业数量减少 5.8%。1—5 月，财政投资增长 5.4%；外资到位资金增长 7.6%。

报道称，下半年，越南经济将面临不少挑战。贸易逆差、农业生产困难、财政收入放缓等是经济面临的主要问题。

#### 4、德国 6 月份失业率降至 6.2%

据德国 6 月 30 日统计数据，今年 6 月份德国失业人数减少到 271.1 万，失业率降至 6.2%。统计显示，当月德国失业人数比上月减少 5.1 万，失业率下降 0.1 个百分点。失业人数同比减少 12.2 万。当月失业总数为 1991 年以来同期月度最低纪录。

联邦劳工局局长表示，当前德国劳工市场继续保持良好发展状况，希腊债务危机升级在今后一段时间内不会对德国劳工市场产生影响。

目前，德国对就业人员的需求仍呈上升趋势。今年 6 月份在联邦劳工局登记的空置岗位有 57.2 万，比去年同期增加 7.8 万。需要招募工人的行业包括冶金、机械电子、能源和电子技术等，而从事销售、交通和物流的行业更急需招聘人员。

#### 5、印度未来五年将投资 1200 亿美元发展铁路交通

据《印度时报》6 月 30 日报道，印度铁道部部长当天表示，印度将在未来五年投资 1200 亿美元，用于发展和升级印度的铁路交通。

印度的铁路交通面临着许多挑战，政府需要加大投资加快发展和升级铁路交通网络。由于建设铁路需要大量的资源，印度政府已经决定引进外商投资铁路交通的部分业务，如车厢制造、火车站修建、城际铁路和高铁线路建设。

无票乘车是印度铁路运输目前面临的重要问题，尤其是地方和城际铁路线上的问题尤为严重。为此，铁路部门将招聘更多具有创新理念的年轻人来为改善公共交通状况出谋献策，同时还将对优秀的员工给予奖励。

报道还称，印度铁路部门将建设新的网站推广铁路技术解决方案。

## 6、韩国制造业指数创新低 MERS 冲击或大于沉船事故

据韩国媒体报道，韩国银行(央行)30日发布的数据显示，韩国6月制造业景气实查指数(BSI)为66，环比下滑7点，创下2009年3月(56)以来的最低值。

BSI反映企业对经济景气的感受和预期，超过100表示多数企业预计本期经济景气将好于上期，低于100则相反。韩国6月制造业BSI之所以大幅下跌，主要是受中东呼吸综合征(MERS)疫情和希腊违约风险影响。

在参与BSI调查的制造业企业中，认为企业面临的最大难题是“内需不振”的企业占25.8%，选择“经济形势不稳”的企业占19.7%，其后是“竞争加剧”(12.2%)。

据报道，综合反映民生对当前经济形势的信心强弱程度的经济信心指数(ESI)环比下降10点，为88。

韩国央行方面介绍，从BSI数据来看，中东呼吸综合征(MERS)给经济带来的冲击远大于“世越号”沉船事故。而在非制造业中，休闲服务、住宿、运送、批发零售等服务业受到明显冲击。

## 7、美元走强出口下降 美国首季经济增长萎缩0.2%

根据美国商务部日前公布的数据，经季节性调整，美国一季度实际国内生产总值(GDP)终值按年率计算下降0.2%，符合市场预期，修正值为萎缩0.7%。这是美国经济继2011年一季度下降1.3%、2014年一季度下降2.1%以来，第三年出现经济首季萎缩。

分析人士认为，恶劣气候、美元走强、能源部门开支削减，以及私人库存投资增加有限和净出口大幅下降，是造成美国经济首季出现萎缩的主要因素。

## 8、日本福岛外国游客不及震前一半 危机感与日俱增

外国游客们的身影没有回到在东京电力福岛第一核电站事故阴影笼罩下的福岛县。日本6月27日消息称，访日游客数整体呈现持续快速增长的形势下，到访福岛县的外国游客数还不及震灾前的一半。找不到能够改变现状的特效药，县政府的危机感与日俱增。

据报道，26日，福岛机场高悬用越南语写着“欢迎来福岛”的横幅。来自越南的包机上的约150名游客接二连三地走了出来。

这是一个 5 日游团体，将周游福岛县、栃木县及东京都。收到越南语旅游指南和福岛县特产产品的游客们纷纷报以微笑。

这份“优待”的背后另有隐情。2015 年 4 月以来，降落福岛机场的国际航班仅有 4 架次的包机，而且全都来自越南。震灾已过去 4 年多，外国游客的足迹并没有回到福岛。

根据统计，震灾发生前的 2010 年，在福岛县住宿的外国游客总计约有 8.7 万人次。2011 年受震灾影响，骤减至约 2.8 万人次。之后的恢复速度依旧缓慢，2014 年仅有约 4.2 万人次。

这与在日元贬值等背景下访日外国游客数骤增的总体情况形成了鲜明对比。2014 年访日外国游客中在福岛县住宿的仅为约 0.1%，可谓陷入绝境。

其主要原因是由于访日游客数排名靠前的中国大陆和韩国游客没有回来。

震灾前有许多韩国等地的游客为了打高尔夫球等娱乐而来，但震灾及核事故发生后，连接福岛和首尔的国际定期航班就中断了。县政府相关人士坦言：“在中国大陆、韩国及香港，关于福岛的流言依旧横行。”

危机感强烈的县政府看准越南、泰国等东南亚国家游客数下降相对缓慢。通过招揽海外包机来做出成绩，希望以此为恢复国际定期航线打开局面。

不过，挽回人气的道路依旧漫长。福岛县虽然致力于自行培养翻译，但现状并没有对翻译的需求。核污水问题等的解决遥遥无期，福岛第一核电站的状况成为了沉重的镣铐。

## 9、新加坡楼市冷风频吹

6 月 23 日，据新加坡报道，随着利率上调，新贷款的偿债费用将提高，新加坡私宅价格未来两年里预计将下跌 10%。

由于新贷款偿还费用上涨，增长的步伐甚至超过收入增幅，造成能够达到总偿债率（TDSR）要求的新加坡家庭减少。因此，总偿债率框架将限制新加坡房地产需求的复苏以及房价的展望，最后导致新加坡私宅市场走低。

私宅市场走低，与之前政府的降温政策也息息相关，加上目前利率上升的因素，最终导致私宅



市场的购买力和投资需求受到影响。目前看来，这样的情况将持续一年以上。

对于外国投资者来说，新加坡目前是除中国香港外的亚太地区中，买房成本最高的地方。然而，市场下行的迹象随处可见。

### 市场走低

最新数据显示，由于缺乏利好消息刺激转售私宅市场，加上受降温措施的持续影响，4月新加坡房地产市场继续降温。

如今的楼市充满挑战，最好是消除任何有关交易价格和认知上的灰色地带。

事实上，新加坡当地政府正在着手扫清买卖双方之间的信息障碍。从上个月开始，新加坡私宅项目的示范单位今后必须以“素颜”示人，以准确反映单位落成后的真实模样，不然就必须关闭示范单位。新加坡国家发展部已经宣布，一系列让私宅市场更透明的举措即将生效，包括更频密地公开新项目销售数据、规定更全面的交易文件信息，以及确保新项目示范单位更准确地反映真实单位。

新条例规定，发展商须按蓝图比例建造示范单位，面积和天花板高度须与实际单位一样。示范单位必须建造所有结构和外部墙，而且墙的厚度必须与真实单位相同。

据悉，有关新条例将在今年7月20日生效。新加坡市建局表示，当局需要一段时间决定执行这项新条例的运作细节。

新改变意味着发展商将有更多行政工作要做，但提供更即时的房屋信息对买家有利。

有关折扣的信息将是对买家最有意义的信息，如礼券、现金回扣、律师费、印花税回扣、租赁担保和家具礼券等。信息公开之前，买家很难衡量和比较折扣。有了更详细的信息，买家可按实际价值计算和自行决定哪些折扣对他们最有利。

私宅交易信息更加透明无疑对私宅市场有着很好的管理作用。这样一来，炒房和非法交易的情况将会不断下降，也会让房地产市场更加健康。

### 止跌要多久

面对新加坡楼市目前的状况，有观点认为，只要新加坡政府放宽过去七年推出的降温措施，房价就会止跌回升，而许多人猜测新加坡政府在下一届大选过后不久会松绑。

新加坡私宅价格近年的高峰，正好发生在美国联邦储备局削减购债规模和新加坡政府实施总偿债率框架的时候。

总偿债率框架显然比起减债对私宅价格的影响更大。总偿债率框架有两大作用：第一，它能够限制家庭购买房地产的能力来抑制房屋需求；第二，该措施支持长远的财务稳定，即使房地产泡沫破裂，受到冲击的将是私人消费增长，而不是银行。

因此，新加坡政府在房地产市场衰退时最不可能放宽总偿债率的要求。

移民政策收紧也冲击了房屋需求。新加坡的外来人口和私宅市场之间有强大的关联性。收紧的移民政策立场，以及区域增长的放缓，降低了跨国企业进入亚洲的吸引力。

可是，新加坡大量新私宅供应却在外劳增长显著放缓的时候进入市场。根据市区重建局数据，今年将有 2.4 万个新私宅竣工，今年底的空置率预计将达到 10%，创下 2005 年以来的最高纪录，并将对房价和租金形成下跌压力。

尽管新加坡私宅房地产价格已从 2013 年中的高峰期下跌了 5.5%，但市场还要进一步调整才会见底。

近期新加坡私宅市场并不能回温。就房屋供应来看，上个月末，新加坡建屋局就推出近万个组屋单位，并开始预购。在这样的政策背景下，政府明显在对外放出一个信号——将继续为房地产市场降温。

## 六、热点解读

### 1、2015 年上半年并购仅 1306 起 交易规模为 1441.1 亿美元

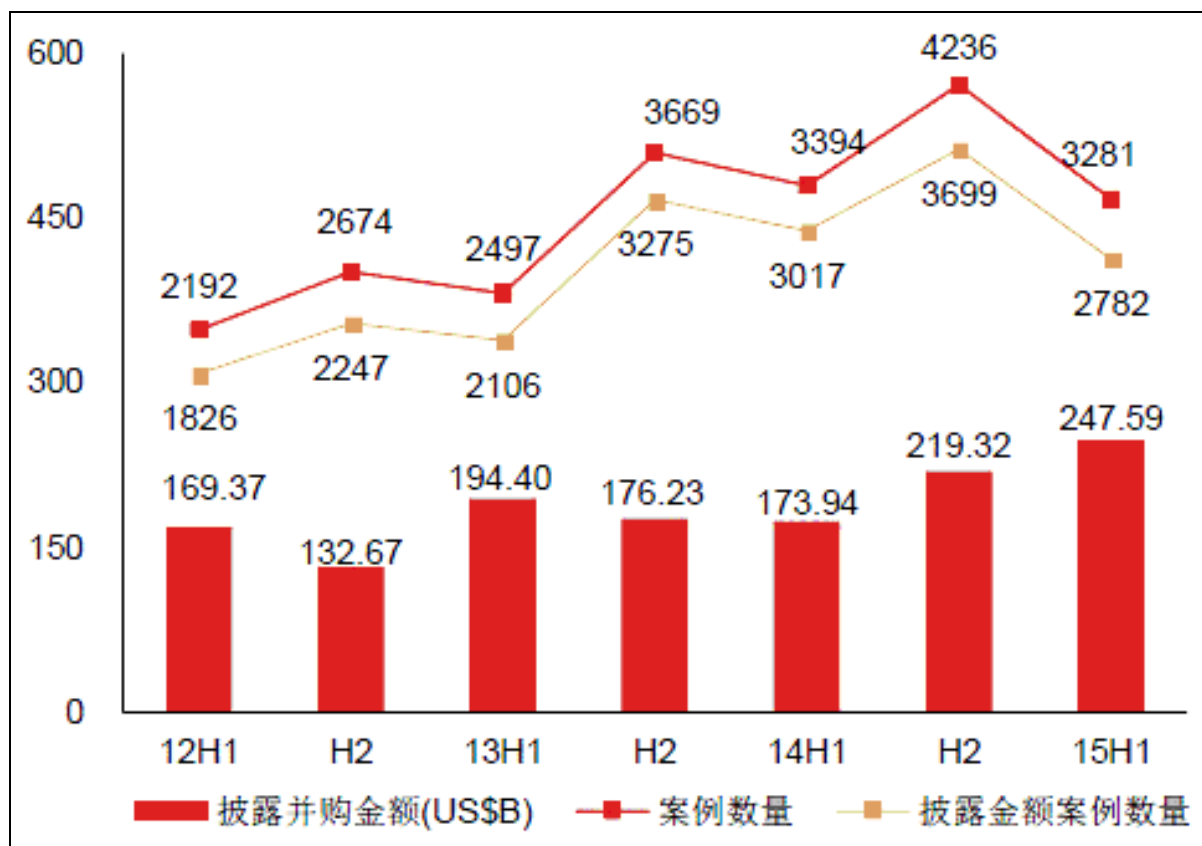
在经历了去年的高速增长之后，2015 年上半年中国并购市场交易明显回归平静。数据显示，2015 年上半年中国并购市场交易完成案例数量仅为 1306 起，环比下降 21.7%，同比下降 2.5%；披露金额为 1441.1 亿美元，环比上升 0.08%，同比上升 152.8%；披露完成案例数量为 1065 例，平均单笔完成

交易为 1.35 亿美元。从行业分布来看，金融、能源矿业成为热门行业，交易完成规模分别为 160.38 亿美元、142.87 亿美元。房地产行业因长和全资收购长江实业交易案例，成为黑马脱颖而出。

上半年并购交易市场趋于平静，宣布案例数量大幅下降

数据显示，今年上半年中国并购市场宣布交易案例数量有所下降，宣布交易 3281 起，环比下降 22.5%，同比下降 3.3%；宣布交易规模为 2475.9 亿美元，环比上升 12.9%，同比上升 42.3%；披露金额案例数量为 2782 起，平均单笔交易规模为 0.89 亿美元。

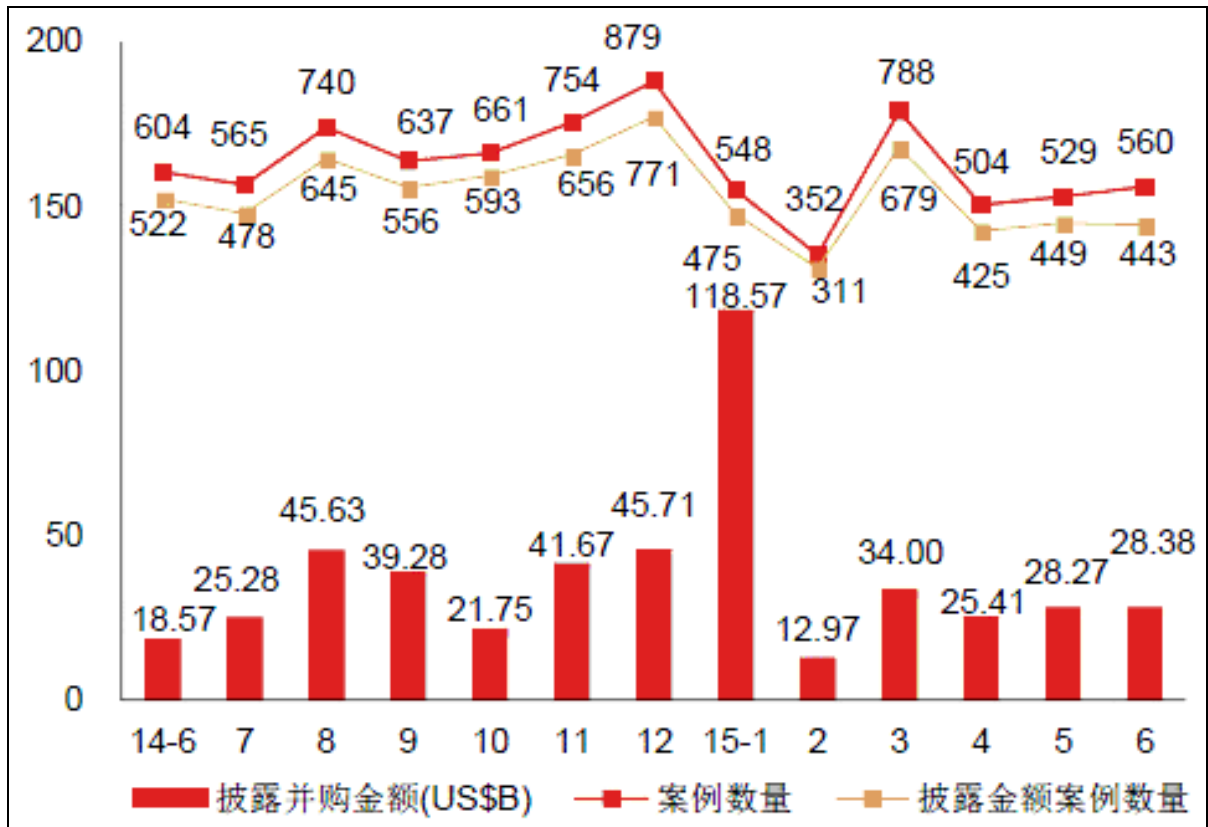
图表 10 2012 至 2015 上半年中国并购市场宣布交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

就具体月份来看，一季度 1 月份并购市场达到高潮，宣布交易规模达到 1185.7 亿美元，创近一年来单月宣布交易规模新高。随后 2 月份降至低谷，宣布交易规模仅有 129.7 亿美元，3 月份规模有小幅回升，宣布交易规模达到 340 亿美元。2 月并购市场宣布交易规模出现历史新低的主要原因是春节假期的来临，导致大型并购案例宣布时间提前或延后，3 月并购宣布交易规模环比翻倍也正是如此。进入二季度之后，宣布交易规模明显回落，4 月份交易规模下降到 254.1 亿美元。5 月份相对上个月小有回升，交易规模达到 282.7 亿美元。六月份交易规模无明显变化，达到 283.8 亿美元。

图表 11 2014 年 6 月至 2015 年 6 月中国并购市场宣布交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

规模最大的具体宣布交易案例是和记黄埔有限公司以现金 103 亿英镑(约合 154 亿美元, 约合 957 亿元人民币)从西班牙电信公司手中收购其英国附属公司英国手机运营商 O2 UK。3 月 25 日, 和记黄埔签订对西班牙电信英国移动部门 O2 UK 的收购协议, 涉及总额约为 102.5 亿英镑(约合 152.4 亿美元)。这笔交易成为李嘉诚在全球范围内进行的最大规模的并购交易, 超出了 2010 年以 90 亿美元收购 EDFEnergy 旗下英国电网业务交易。和记黄埔 1994 年进入欧洲移动市场, 当时和记黄埔在英国推出了 Orange 品牌, 5 年后将该业务出售来换取资金进行新投资。2000 年初, 和记黄埔斥资 250 亿美元在英国和意大利等国推出了高速 3G 网络。

另外, 中国化工以 70 亿欧元收购世界第五大轮胎巨头倍耐力也备受关注。中国化工集团通过其控股的全资子公司中国化工橡胶公司, 以 18 亿欧元收购 Camfin 公司手中 26% 的倍耐力股份, 之后与 Camfin 及其他投资者合作将对倍耐力的剩余流通股份发起全面收购, 将其私有化, 收购价格约 15 欧元/股, 涉及的总收购金额约 71 亿欧元(约合人民币 480 亿元)。一旦交易完成, 倍耐力将成为 2012 年以来中国公司海外收购最大规模的对象, 双方将由此组建全球第四大工业轮胎生产商。

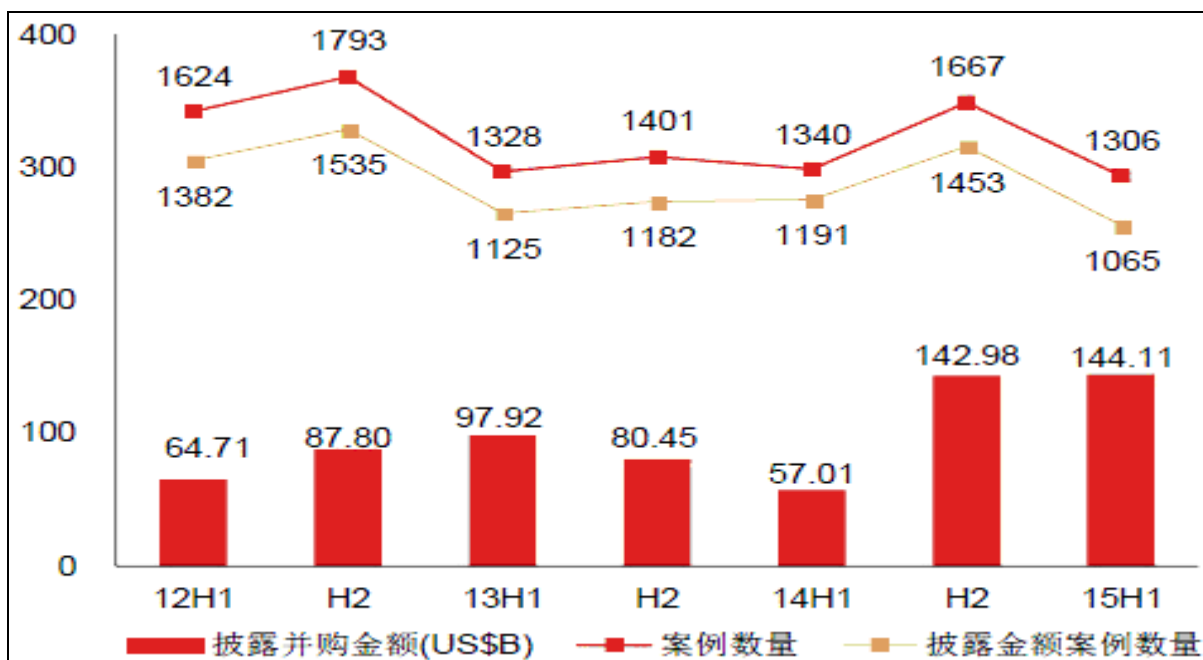
图表 12 2015 上半年中国并购市场重大进行中交易

标的企业	CV 行业	交易金额	交易股权	买方企业
O2 UK	电信及增值	105 亿英镑	100.00%	和记黄埔
倍耐力	汽车行业	70 亿欧元	100.00%	中国化工
传化物流	交通运输	200 亿元	100.00%	传化股份
中信股份	综合	229.61 亿港元	5.90%	正大卜蜂
中信股份	综合	229.61 亿港元	5.90%	伊藤忠
华三通信	IT	23 亿美元	51.00%	紫光股份
中信股份	综合	171.83 亿港元	5.00%	伊藤忠
中信股份	综合	171.83 亿港元	5.00%	正大卜蜂
分众传媒	文化传媒	134 亿元	100.00%	宏达新材
绿景控股	房地产	137.85 亿港元	100.00%	绿景中国地产
赶集网	互联网	16.11 亿美元	43.20%	58 同城

数据来源：投资中国、中商产业研究院

从实际完成的并购交易来看，2015 年上半年中国并购市场交易完成案例数量有所回落，交易规模有小幅上升。据统计，2015 年上半年中国并购市场交易完成案例数量仅为 1306 起，环比下降 21.7%，同比下降 2.5%；披露金额为 1441.1 亿美元，环比上升 0.08%，同比上升 152.8%；披露完成案例数量为 1065 例，平均单笔完成交易为 1.35 亿美元。

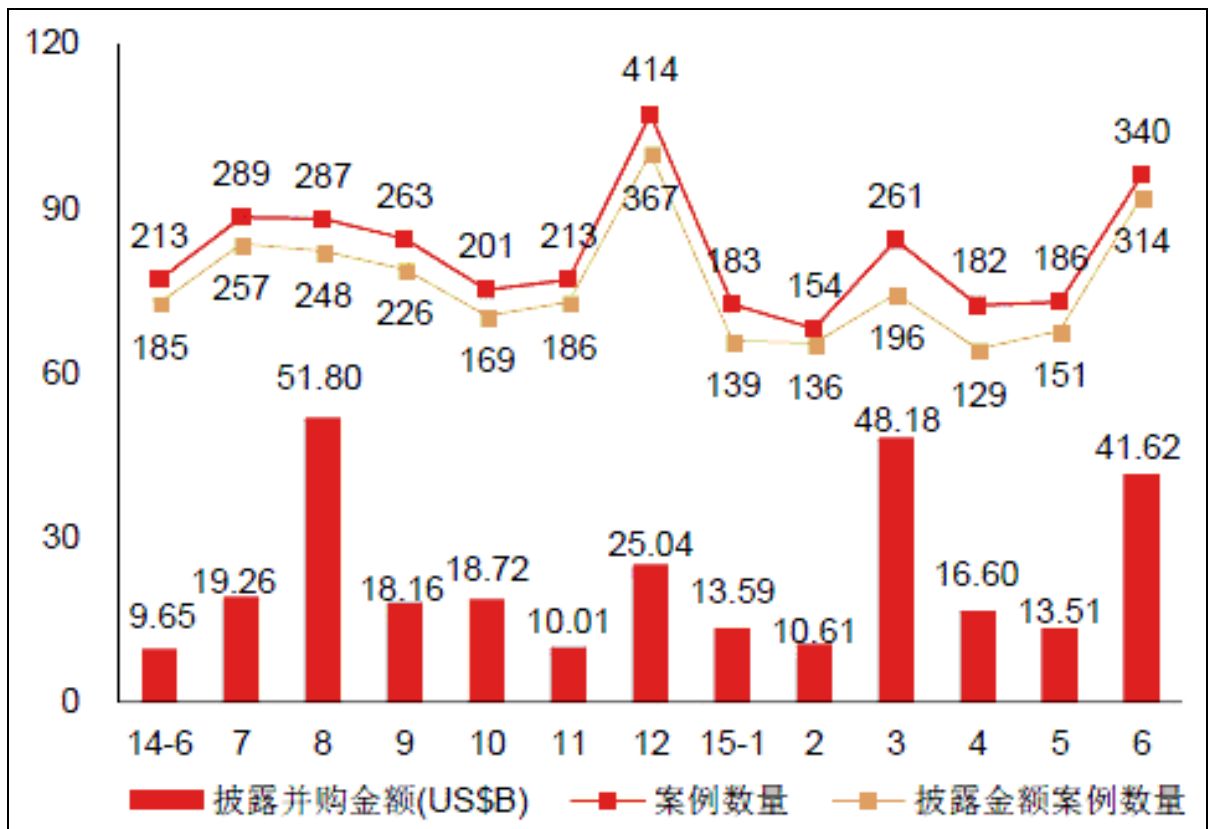
图表 13 2012 至 2015 上半年中国并购市场完成交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院



图表 14 2014 年 6 月至 2015 年 6 月中国并购市场完成交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从实际完成的并购案例来看，2015 年上半年，长和全资收购长江实业，为上半年完成交易中规模最大的一例。2014 年 1 月 9 日，长江和记实业有限公司拟收购长江实业(集团)有限公司，收购方式通过换股方式，以 1 股换 1 股。长江实业交易价格为 129.06 港元/股，共计 2,316,164,338 股份，金额 2989.24 亿港元。交易完成后，长江实业将变成长和的全资子公司。2015 年 3 月 18 日，长和取代长江实业上市，长江实业退市。长江和记实业有限公司拟收购和记黄埔有限公司 50.03% 股份在规模上位居第二。李嘉诚年初宣布把长江实业、和记黄埔两家公司的地产及非地产业务划分开，重新组建两家新公司，其中主打地产业务的公司为“长地实业地产”（长地），将持有长江实业与和记黄埔旗下的香港、内地、海外的所有房地产业务；而主打非地产业务为“长江和记实业”（长和），将持有长江实业与和记黄埔旗下的所有非房地产业务，包括港口、电讯。上半年，长江和记实业的组建已经完成。

图表 15 2015 上半年中国并购市场重大完成交易

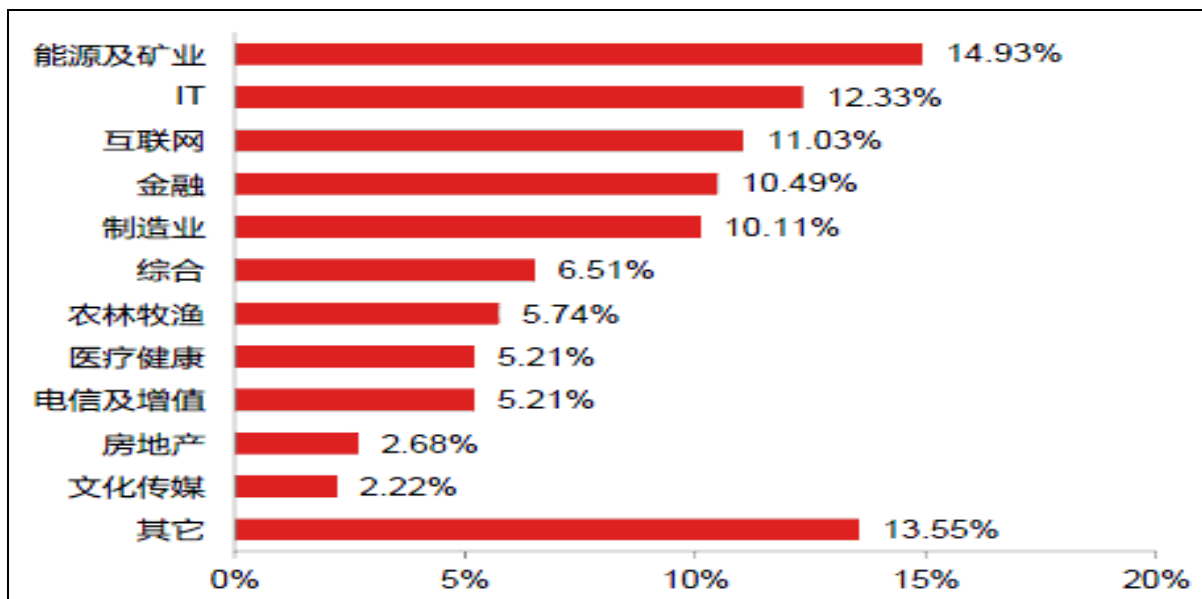
标的企业	CV 行业	交易金额	交易股权	买方企业
长江实业	房地产	2989.24 亿港元	100.00%	和记实业
和记黄埔	交通运输	1883.16 亿港元	50.03%	和记实业
宏源证券	金融	395.65 亿元	100.00%	申万宏源
东方明珠	IT	341.06 亿元	100.00%	百视通
广汇汽车服务	汽车行业	235.77 亿元	100.00%	美罗药业
安信证券	金融	182.72 亿元	100.00%	中纺投资
中国石化销售	能源及矿业	100 亿元	2.80%	嘉实资本
中国石化销售	能源及矿业	100 亿元	2.80%	中国人寿
卢浮集团	连锁经营	13 亿欧元	100.00%	锦江国际
Husky Energy	交通运输	108.96 亿港元	6.24%	和记黄埔
中国石化销售	能源及矿业	77.5 亿元	2.17%	华夏基金
蓝光和骏	房地产	67.01 亿元	100.00%	迪康药业

数据来源：投资中国、中商产业研究院

能源及矿业成热门 房地产规模成为黑马

就行业分布来看，2015 年上半年能源及矿业、IT 和互联网成为并购数量热门行业。数据显示，在上半年中国并购市场交易完成案例中，能源及矿业、IT 以及互联网行业交易数量分别为 195 起、161 起和 144 起，分别占比 14.93%、12.33%和 11.03%位居前三位。

图表 16 2015 上半年中国并购市场交易数量完成按行业分布

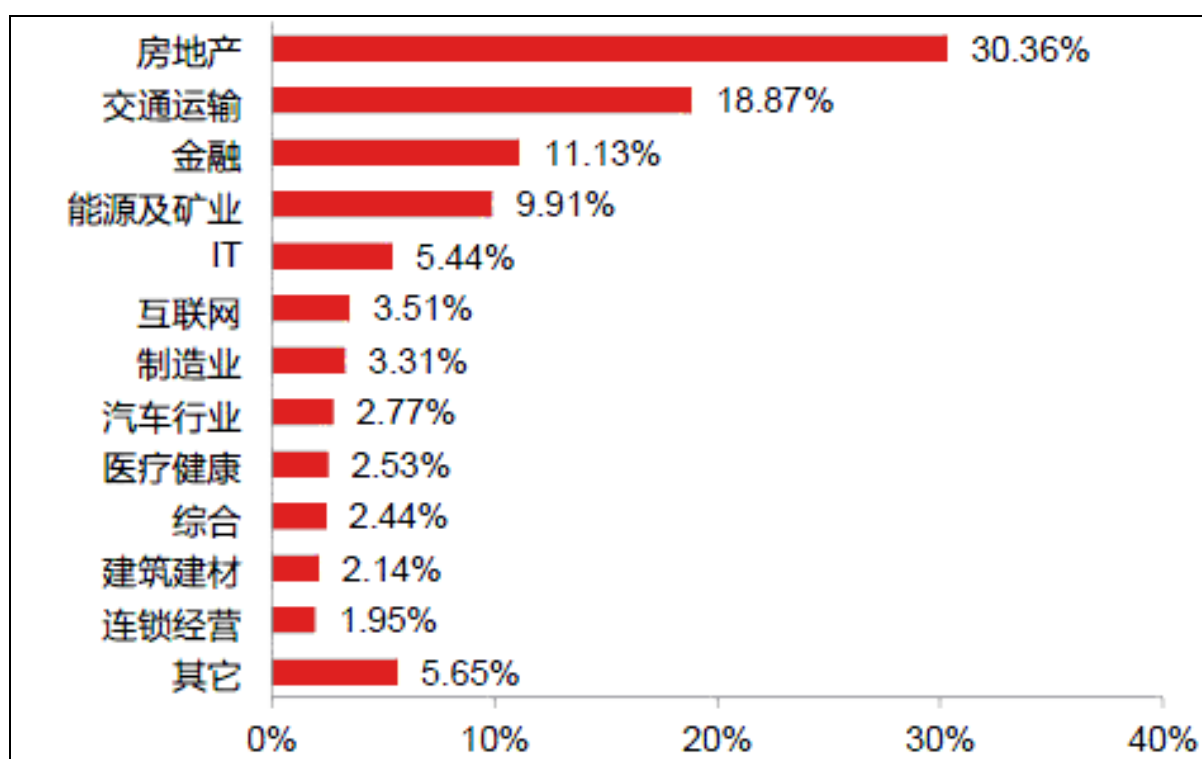


数据来源：投资中国、中商产业研究院

能源及矿业表现抢眼，原因主要是国企改革和能源行业内部整合。中石化销售公司引入 25 家战略投资者的并购计划开国企改革先河。以煤炭行业为代表的产能过剩行业，行业内部并购整合，修正产业缺陷已是大势所趋。

交易规模上，房地产、交通运输和金融行业并购规模分别以 437.45 亿美元、271.90 亿美元、160.38 亿美元，占比 30.36%、18.87%、11.13%位列前三甲。房地产行业、交通运输行业交易规模居前两位，主要是因为长江实业和和记黄埔两巨头的并购重组计划。申万宏源以 395.65 亿元全资收购宏源证券则助力金融行业在交易规模上夺得第三名。

图表 17 2015 上半年中国并购市场交易完成金额按行业分布

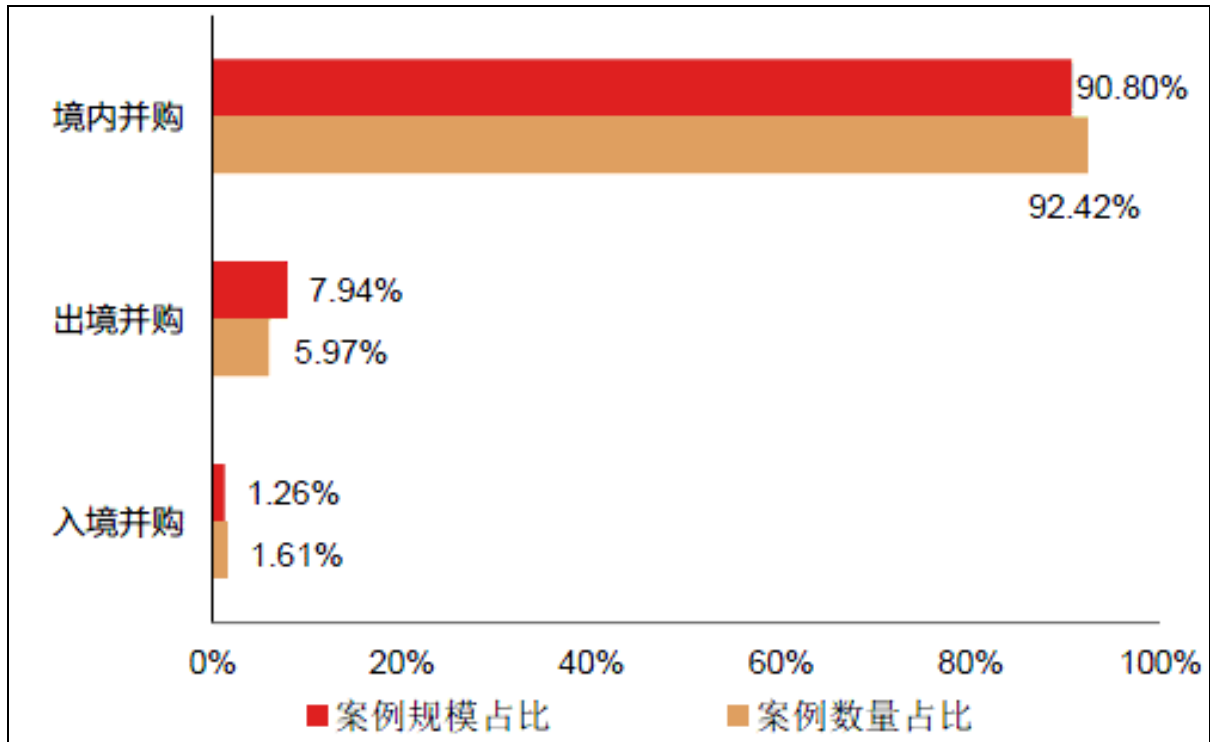


数据来源：投资中国、中商产业研究院

境内并购占据主体 跨境并购仅占一成

据统计，2015 年上半年，中国并购市场已完成交易 1065 起，交易规模为 1441.1 亿美元，其中境内交易 997 起，占比 92.42%，交易规模 1308.50 亿美元，占比 90.80%；出境并购 52 起，占比 5.97%，交易规模 114.38 亿美元，占比 7.94%；入境并购 16 起，占比 1.61%，交易规模 18.22 亿美元，占比 1.26%。

图表 18 2015 上半年中国并购市场完成交易占比图



注明：按是否跨境

数据来源：投资中国、中商产业研究院

## 公司简介 Corporate Introduction

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

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





## 产品与服务 Products and Services

### 行业研究报告

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

### 市场调研

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

### 产业规划咨询

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

### 投资咨询

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

### 地产策划

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

### 品牌与营销咨询

品牌诊断	对内实施
品牌价值塑造	对外营销

### IPO 上市咨询

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

### 战略咨询

管控管理咨询	风险管理咨询
运营管理咨询	品牌与营销管理咨询

## 公司优势 Business Advantage

### >> 研究团队

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

---

### >> 数据来源

国家机构：国家统计局/海关总署/商务部/发改委/工信部等

行业协会：各行业协会/企业联合会等

专业机构：商业数据库等

市场调研：问卷调研/企业深访/专家座谈/会议调研等

---

### >> 研究优势

中国首家真正自建数据库的研究咨询公司

中国首家真正运用采访中心的行业研究机构

---

### >> 客户服务

世界 500 强企业、国家部委、国内行业领先企业、高等院校及科研院所等

---

### >> 合作资源

全：研究报告全面、系统，质量稳居行业前列

专：每个行业的分析均由业内专家指导，专业性高

精：针对客户的需求，有针对性地进行分析、切实地解决客户问题

---

### >> 报告质量

售前：专业性强、认真听取客户需求，针对不同的问题推荐相应的报告

售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化

售后：定期电话跟踪回访，确保客户 100% 满意

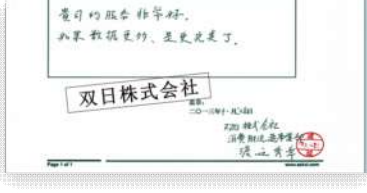
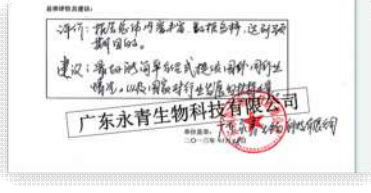
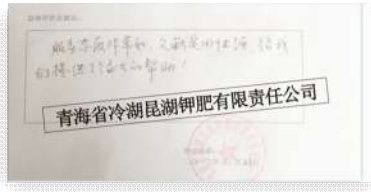
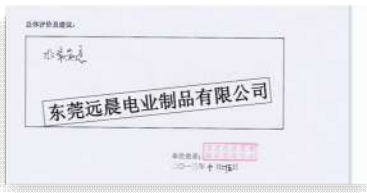
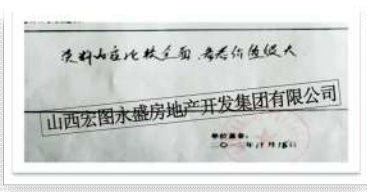
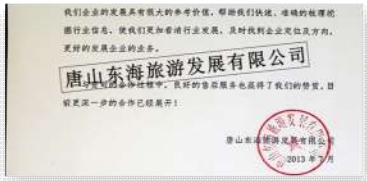
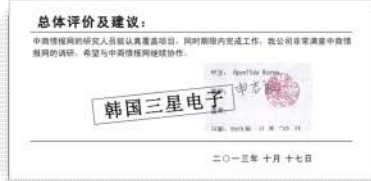
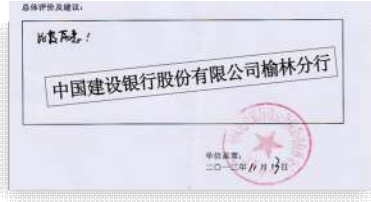
---

## 部分尊贵客户





# 客户评价



# 洞悉现在 把握未来

## 《中国行业研究及投融资战略咨询报告》

这不是普通的教科书，这是一套帮助企业作出正确决策的商业报告！

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



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

行业	专题	行业	专题	行业	专题
专用 化学品	民爆	建筑工程	疏浚工程	房地产业	房地产
	民用爆破器材		停车场建设		珠三角房地产
	花炮		建设建设		北京房地产
	成品油		海洋工程		成渝地区房地产
	催化剂		海洋工程装备		主题公园及旅游地产
	碳纤维		智能变电站		开发区
	油田化学用品		通信工程		商业地产
	信息化学品		电力工程		产业园区建设
	汽车精细化学品		加线和管道工程建筑		工业地产
	氟化工		建筑安装		物流园区
	林产化学品		水利工程		高新技术产业园
	胶粘剂		膜结构		智慧城市建设
	多晶硅		塑料工程		智能建筑
水务环保	水务	工程爆破	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		餐饮	餐饮
	拍卖		电子认证服务			连锁餐饮
	信托		景观设计		酒店	酒店
典当	留学服务	旅游				
传媒	传媒	教育培训	高等教育	旅游	旅行社	
	电影		民办教育		经济型酒店	
	电视节目创新		学前教育	餐饮	主题酒店	
	动漫		早期教育		产权式酒店	
	文化演出		网络教育	住宿	酒店	
	数字电视		职业培训		旅游景区	
	平板电视		IT 培训	烟草	高校后勤	
	户外广告		专业培训		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				
	皮革制品	危险品运输	物流		钢铁物流	涂料	涂料
		管道运输			煤炭物流		防腐涂料
		城市公交			烟草物流		汽车涂料
		交通规划工程建设			商贸物流		建筑涂料
制鞋		合成革		医药物流	涂装	钛白粉	
		皮革服装		冷链物流		热镀锌	
		箱包		粮食物流		涂装	
制鞋		制鞋		港口物流	燃气	城市燃气	
	皮鞋	钢铁贸易		热力生产和供应			
	塑料鞋	煤炭贸易		LNG			
	女鞋	国际货代		LPG			
	运动鞋	汽车经销		橡胶制品	轮胎		
	童鞋	农产品冷链物流			橡胶管、板、带		
	制鞋机械	供应链管理			橡塑密封件		

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



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

# 中商产业研究院

北京 · 深圳 · 香港 · 上海

始于 2003 年

盘点一周资讯 · 把握经济前沿

全国免费服务热线： 400-666-1917

IPO 咨询咨询热线： 400-788-9689

可研报告\商业计划书： 400-788-9700

北京地址：北京市朝阳区东四环中路 41 号嘉泰国际大厦 B 座 13 层

深圳地址：深圳市福田区红荔路 1001 号银盛大厦 7 层

香港地址：香港皇后大道中 183 号中远大厦 19 楼

电 话：( 0755 )25407296 25193390

传 真：( 0755 )25407715 25654878

网 址：<http://www.askci.com/>

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