

中商顾问 · 投资情报周刊

2015 年 01 月 18 日 - 2016 年 01 月 24 日

每周一发行

国务院关于同意在天津等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复

五部委联合下发十三五充电设施奖励政策

五类资本竞逐 P2P 平台

2015 年全球最佳机场排名出炉

全国成品油价格指数持续下挫

中国游客在日本消费 800 亿元



中商产业研究院出版



全国免费热线:

400-666-1917

《投资情报周刊》版权声明

版权所有。未经许可，本报告的任何部分不得以任何方式在世界任何地区以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载。

《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。

【本报告只授权内部使用】

全国统一服务热线：400-666-1917 400-788-9798

可研报告\商业计划书：400-788-9700

企业 IPO 咨询热线：400-788-9689

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（中国纺织科学研究院）

深圳地址：深圳市福田区中心区红荔路 1001 号银盛大厦 7 层（团市委办公大楼）

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

中商官网：<http://www.chnci.com/>

财经门户：<http://www.askci.com/>

E - mail：yubao@askci.com

公司简介

Corporate Introduction

中商咨询服务集团是中国领先的产业研究咨询服务机构。集团下辖产业研究、专项咨询和投融资咨询三个事业群，业务范围囊括行业研究、规划咨询、战略咨询、IPO 上市咨询、投融资咨询、品牌与营销咨询等六大领域，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。

目前中商产业研究院拥有分析师、咨询顾问、行业专家共计 350 余名，通过对产业数据和信息的深度挖掘、科学系统的分析整理，致力于为各级政府部门、高等院校、科研单位、以及国内外知名企业、金融及投资机构提供全面有效的解决方案。



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

十三五专题规划	招商规划咨询
产业规划咨询	地产项目规划咨询
园区规划咨询	区域发展战略研究
投融资规划咨询	

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	兼并重组咨询
立项与资金申请报告	财务顾问（风险投资）
民营银行筹建咨询	

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	地产项目营销策划

品牌与营销咨询

品牌诊断研究	品牌定位咨询
品牌策划咨询	品牌传播咨询

IPO 上市咨询

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

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

★ 目 录 ★

一、政策法规	2
1、国务院关于同意在天津等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复	2
2、国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见	3
3、关于“十三五”新能源汽车充电基础设施奖励政策	9
二、经济观察	13
1、2015 年全年我国 GDP 初步核算结果	13
2、2015 年全国固定资产投资（不含农户）增长 10%	13
3、2015 年民间固定资产投资增长 10.1%	16
4、2015 年全国房地产开发投资和销售情况	17
5、2015 年 12 月份社会消费品零售总额增长 11.1%	20
三、投资市场	22
1、五类资本竞逐 P2P 平台	22
2、折戟中国的七大世界互联网巨头	25
3、乐视补贴 5 亿元反哺大屏营销	29
4、央行：争取早日推出数字货币，助力普惠金融全面实现	33
5、方润医疗完成 6000 万元人民币 A 轮融资	33
6、万达集团拟投资 100 亿美元建世界级产业园	35
7、1.18 -1.24 一周并购事件	36
8、国内外一周风投事件统计	36
9、证券市场一周回顾	48
四、产业市场	51
1、2015 新能源车取得长足进步 仍存技术薄弱问题	51
2、2015 年超 6 成旅客网购火车票 铁总将创新售票方式	53
3、苏宁将在湖南投资 400 亿元 推进互联网零售发展	54
4、2015 年卷烟销售同比降 2.36% 上缴财政超万亿元	55
5、十二五中国快速铁路网基本建成	56
6、2015 年全球最佳机场排名出炉	57
7、10 省市将开展试点农业电子商务	59
8、全国成品油价格指数持续下挫	61
9、虚拟现实市场规模有望十年破万亿	61
五、环球市场	63
1、2015 年俄罗斯国内游增长出境游下降	63
2、2015 年第四季度韩国对华贸易额首超日本	64
3、2016 年南非食品价格预计上涨 10%	64
4、2015 年中国游客在日本消费 800 亿	65
5、加拿大积极推动中加自贸谈判	66
6、全球新能源车销量大增 德美政策支持力度大	67
7、英国汽车制造出口量创新高	68
六、热点解读	68
1、2015 年互联网行业 VC/PE 融资上新高	68
2、2015 年中国并购市场十大事件	76

正文

一、政策法规

1、国务院关于同意在天津等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复

天津市、辽宁省、上海市、江苏省、浙江省、安徽省、山东省、河南省、广东省、重庆市、四川省人民政府，商务部：

一、同意在天津市、上海市、重庆市、合肥市、郑州市、广州市、成都市、大连市、宁波市、青岛市、深圳市、苏州市等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区，名称分别为中国(城市名)跨境电子商务综合试验区，具体实施方案由城市所在地省级人民政府分别负责印发。

二、跨境电子商务综合试验区(以下简称综合试验区)建设要全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中、五中全会精神，认真落实党中央、国务院决策部署，按照“四个全面”战略布局要求，牢固树立并贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，以深化改革、扩大开放为动力，借鉴中国(杭州)跨境电子商务综合试验区建设“六大体系”、“两个平台”的经验和做法，因地制宜，突出本地特色和优势，着力在跨境电子商务企业对企业(B2B)方式相关环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试，为推动全国跨境电子商务健康发展创造更多可复制推广的经验，以更加便捷高效的新模式释放市场活力，吸引大中小企业集聚，促进新业态成长，推动大众创业万众创新，增加就业，支撑外贸优进优出、升级发展。

三、有关部门和省、直辖市人民政府要努力适应新型商业模式发展的要求，坚持深化简政放权、放管结合、优化服务等改革，大力支持综合试验区大胆探索、创新发展，同时控制好试点试验的风险。要在保障国家安全、网络安全、交易安全、国门生物安全、进出口商品质量安全和有效防范交易风险的基础上，坚持在发展中规范、在规范中发展，为综合试验区各类市场主体公平参与市场竞争创造良好的营商环境。试点工作要循序渐进，适时调整。

四、有关省、直辖市人民政府要切实加强对综合试验区建设的组织领导，健全机制、明确分工、落实责任，有力有序有效推进综合试验区建设发展。要

在商务部等部门的指导下，尽快修改完善具体实施方案并抓好组织实施。要进一步细化先行先试任务，突出重点，创新驱动，充分发挥市场配置资源的决定性作用，有效引导社会资源，合理配置公共资源，扎实推进综合试验区建设。要建立健全跨境电子商务信息化管理机制，根据有关部门的管理需要，及时提供相关电子信息。各综合试验区建设涉及的重要政策和重大建设项目要按规定程序报批。

五、国务院有关部门要按照职能分工，加强指导和服务。要加强部门之间的沟通协作和相关政策衔接，深入调查研究，及时总结经验，指导和帮助地方政府切实解决综合试验区建设发展中遇到的困难和问题，进一步为综合试验区发展营造良好的环境。商务部要加强综合协调、跟踪分析和督促检查，适时对各综合试验区试点成果进行评估，重大问题和情况及时报告国务院。

2、国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见

加工贸易是我国对外贸易和开放型经济的重要组成部分，对于推动产业升级、稳定就业发挥了重要作用。当前，全球产业竞争格局深度调整，我国经济发展进入新常态，加工贸易承接国际产业转移放慢，产业和订单转出加快，企业生产成本上升，传统竞争优势逐渐削弱。为适应新形势的要求，加快推动加工贸易创新发展，提高发展质量和效益，现提出以下意见：

一、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，主动适应经济发展新常态，以创新驱动和扩大开放为动力，以国际产业分工深度调整和实施“中国制造 2025”为契机，立足我国国情，创新发展加工贸易。巩固传统优势，加快培育竞争新优势，逐步变“大进大出”为“优进优出”，在稳定经济增长和就业预期的同时，推动我国产业向全球价值链高端跃升，助力贸易大国向贸易强国转变，为构建开放型经济新体制作出更大贡献。

(二)基本原则。

始终坚持稳中求进。保持加工贸易政策连续性和稳定性，明确发展预期，改善环境，鼓励加工贸易企业根植中国、长期发展。提升开放水平，优化投资

环境，着力吸引更高技术水平、更大增值含量的加工制造和生产服务环节转移到我国。

着力推动转型升级。以市场为导向，发挥企业主体作用，加快转型升级，提高盈利水平。发挥政策引导作用，鼓励绿色集约发展，支持加工贸易企业向海关特殊监管区域集中，增强可持续发展能力，提升国民福利水平。

大力实施创新驱动。营造创新发展环境，增强企业创新能力，提升国际竞争力。创新发展方式，促进加工贸易企业与新型商业模式和贸易业态相融合，增强发展内生动力，加快培育竞争新优势。

合理统筹内外布局。按照国家重点产业布局，支持沿海地区转型升级和内陆沿边地区承接转移，推动区域协调发展。引导企业有序开展国际产能合作，推动国际合作与国内产业转型升级良性互动。

不断优化营商环境。深化加工贸易体制机制改革，完善管理制度，建立健全与开放型经济相适应的管理体系。加强法治化、国际化、便利化营商环境建设，深化人文交流，提升服务水平，助力创新发展。

(三)发展目标。到2020年，加工贸易创新发展取得积极成果，进一步向全球价值链高端跃升。一是产品技术含量和附加值提升，由低端向高端发展。二是产业链延长，向生产制造与服务贸易融合发展转变。三是经营主体实力增强，由加工组装企业向技术、品牌、营销型企业转变。四是区域布局优化，逐步实现东中西部协调发展和境内外合理布局。五是增长动力转换，由要素驱动为主向要素驱动和创新驱动相结合转变。

二、延长产业链，提升加工贸易在全球价值链中的地位

(四)加强产业链分工合作。鼓励企业以更加开放的姿态，积极融入全球产业分工合作，更好地利用国际国内两个市场两种资源，努力提升加工贸易在全球价值链中的地位。

(五)促进产业融合升级。稳定外资政策预期，支持外资企业扎根中国。加大招商引资力度，着力吸引先进制造业和新兴产业，进一步扩大服务业开放，鼓励外资企业在华设立采购中心、分拨中心和结算中心，发展总部经济。支持沿海地区继续发展电子信息等优势产业，鼓励企业落地生根、转型升级。推动

劳动密集型产业优先向内陆沿边地区梯度转移，实现一体化集群发展。通过开展对外投资合作，发挥境外经贸合作区平台作用，鼓励企业抱团出海，有序向境外延伸产业链。

(六)增强企业创新能力。推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产(OEM)向委托设计(ODM)、自有品牌(OBM)方式发展。鼓励加大研发投入和技术改造力度，加强与高等院校、科研机构协同创新，提高生产自动化、智能化水平。支持企业创建和收购品牌，拓展营销渠道，从被动接单转向主动营销。顺应互联网发展带来的新机遇，实现价值链攀升。

三、发挥沿海地区示范带动作用，促进转型升级提质增效

(七)稳定传统优势产业。继续发展纺织服装、鞋类、家具、塑料制品、玩具等传统劳动密集型加工贸易产业，巩固传统优势。支持企业加强技术研发和设备改造，提升产品技术含量和附加值，增强企业核心竞争力。

(八)大力发展先进制造业和新兴产业。鼓励电子信息、移动通信、汽车及零部件、集成电路、医疗设备、航空航天等辐射和技术溢出能力强的先进制造业加工贸易发展。推动生物医药、新能源、新材料、节能环保等新兴产业集群发展。支持加工贸易企业进入关键零部件和系统集成制造领域，掌握核心技术，提升整体制造水平。

(九)支持发展生产性服务业。推动制造业由生产型向生产服务型转变。促进加工贸易与服务贸易深度融合，鼓励加工贸易企业承接研发设计、检测维修、物流配送、财务结算、分销仓储等服务外包业务。在条件成熟的地区试点开展高技术含量、高附加值项目境内外检测维修和再制造业务。

(十)继续发挥沿海地区示范带动作用。发挥沿海地区加工贸易产业配套完备、产业集聚、物流便捷、监管高效等优势，促进产业转型升级。加快珠三角加工贸易转型升级示范区和东莞、苏州加工贸易转型升级试点城市以及示范企业建设，培育认定一批新的加工贸易转型升级示范企业。支持一批有实力的加工贸易企业培育区域性、行业性自有品牌，建设境内外营销网络，拓展生产性服务业。支持沿海地区培育有全球影响力的先进制造基地和经济区。

四、支持内陆沿边地区承接产业梯度转移，推动区域协调发展

(十一)推动加工贸易产业集群发展。按照国家重点产业布局，支持内陆沿边地区加快承接劳动密集型产业和加工组装产能的转移。鼓励内陆沿边地区基于环境容量和承载能力，因地制宜发展加工贸易。稳妥推进国内外企业将整机生产、零部件、原材料配套和研发结算环节向内陆沿边地区转移，形成产业集群。

(十二)建立加工贸易产业转移合作机制。推动建立省际加工贸易产业转移协调机制，重点协调解决信息不对称、配套服务不完善、人才不充裕等问题，加快推动项目落地。鼓励沿海地区与内陆沿边地区共建产业合作园区，按照优势互补、共同出资、联合开发、利益共享的原则，开展产业对接、人才交流培训等方面合作。

(十三)支持梯度转移重点承接地发展。加大对加工贸易梯度转移重点承接地的支持力度，重点加强承接地的公共服务平台建设、员工技能培训、招商引资、就业促进等相关工作。有条件的地区可设立承接转移专项资金，用于促进相关工作。培育和建设一批加工贸易梯度转移重点承接地和示范地。

(十四)研究制定差异化的支持梯度转移政策。在严禁污染产业和落后产能转入的前提下，结合国家重点产业布局，研究制定支持内陆沿边地区承接加工贸易梯度转移的政策措施。

五、引导企业有序开展国际产能合作，统筹国际国内两个市场两种资源

(十五)谋划加工贸易境外合作布局。做好境外合作重点国家和重点行业布局，引导建材、化工、有色、轻工、纺织、食品等产业开展境外合作。转变加工贸易企业“走出去”方式，支持企业依托境外经贸合作区、工业园区、经济特区等合作园区，实现链条式转移、集群式发展。支持企业扩大对外投资，推动装备、技术、标准、服务“走出去”，深度融入全球产业链、价值链、物流链，建设一批大宗商品境外生产基地，培育一批跨国企业。

(十六)完善加工贸易国际合作机制。强化现有多双边合作机制，加强与“走出去”重点国家在投资保护、金融、税收、海关、质检、人员往来等方面开展合作，为企业提供支持。搭建对外合作平台，组织国内加工贸易企业与重点国家行业对口交流，开展产业对接合作。

(十七)深化与“一带一路”沿线国家产业合作。支持传统优势产业到劳动

力和能源资源丰富的国家建立生产基地，发展转口贸易和加工贸易。支持在重点开发开放试验区、边境城市、边境经济合作区、跨境经济合作区积极承接加工贸易梯度转移。

(十八)提升中非工业化合作水平。按照循序渐进、重点突破、试点示范的原则，以劳动密集型产业为载体，积极推进中非工业化伙伴行动计划。选择埃塞俄比亚、埃及、尼日利亚、安哥拉、南非等条件相对成熟的国家重点开展加工贸易产能合作。

六、改革创新管理体制，增强发展动力

(十九)深化加工贸易行政审批改革。总结广东省取消加工贸易业务审批和内销审批试点工作经验，全面推进加工贸易行政审批改革进程。实行加工贸易禁止类、限制类商品目录动态管理机制。完善重点敏感商品加工贸易企业准入管理。

(二十)建立加工贸易新型管理体系。加强事中事后监管，完善加工贸易企业经营状况和生产能力核查机制，督促企业强化安全生产、节能低碳、环境保护等社会责任。加快推进商务、海关、质检、税务、外汇等部门与加工贸易企业多方联网，实现部门联动。在有效防范风险、确保税收的前提下，适时完善现有银行保证金台账制度。建立科学合理的加工贸易转型升级评价体系。

(二十一)优化监管方式。加快推进区域通关一体化、通关作业无纸化等改革，进一步提高通关便利化水平。改进监管方式，逐步实现以企业为单元的监管。对资信良好、信息透明、符合海关要求的企业，探索实施企业自核单耗的管理方法。规范出境加工监管流程。

(二十二)加快推进内销便利化。研究取消内销审批，进一步简化内销征税和核销手续。推广实施内销集中征税。发挥加工贸易产品博览会等平台作用，促进加工贸易企业与国内大型商贸流通企业对接，推动线上线下融合。支持企业通过开展电子商务等多种方式，拓宽销售渠道。

(二十三)加快海关特殊监管区域整合优化。充分发挥海关特殊监管区域连接国际国内两个市场两种资源的作用，积极推进其辐射带动周边经济发展，大力发展先进制造业、生产性服务业、科技服务业，推动区内产业升级。在自由贸易试验区内的海关特殊监管区域积极推进内销选择性征收关税政策先行先

试，及时总结评估，适时研究扩大试点。促进海关特殊监管区域发展保税加工、保税物流和保税服务等多元化业务。

七、完善政策措施，优化发展环境

(二十四)加大财政支持力度。充分发挥现有财政资金引导作用，鼓励引进先进技术设备，支持产品创新、研发设计、品牌培育和标准制定，推动加工贸易转型升级和梯度转移。加强对社会资金的引导，通过政府和社会资本合作模式、产业基金等，促进改善各类公共服务。

(二十五)提升金融服务水平。鼓励金融机构按照商业可持续和风险可控原则创新金融产品和服务，对内陆沿边地区承接产业转移提供信贷支持，为加工贸易企业转型升级提供多样化融资服务。创新海外保险业务品种，扩大出口信用保险规模和覆盖面，提高承保和理赔效率。引导融资担保机构加强对中小型加工贸易企业的服务。鼓励金融机构通过内保外贷等方式为加工贸易企业开展跨国经营提供融资支持。

(二十六)完善社会保障制度。按照国家规定适时适当降低社会保险费率，减轻加工贸易企业负担。加快实现社会保险全国联网，增强社会保险经办管理服务的便捷性，方便流动就业人员社会保险关系转移接续。做好加工贸易重点发展地区流动就业人员社会保险工作。

(二十七)优化法治环境。完善符合我国国情和国际惯例的加工贸易管理法律法规体系。强化加工贸易企业分类管理，建立商务、环保、海关、工商、质检等部门协调机制，推进加工贸易企业信用评价体系建设，并与企业信用信息公示系统相关联。建立诚信守法便利和违法失信惩戒机制。加强对贴牌加工企业商标、商业秘密等知识产权保护和运用的规范、监督和指导。加大知识产权等相关法律法规培训力度，提高企业知识产权保护意识。

(二十八)营造公平外部环境。积极参加多双边规则谈判，推动引领多边、区域、双边国际经贸规则制订，强化经贸混委会等双边合作机制，有效化解贸易摩擦和争端。发挥自由贸易协定的促进作用。构建稳定的制度化合作平台，进一步改善与主要贸易伙伴的双向货物、服务和投资市场准入条件，推动贸易与投资自由化、便利化。大力推动内地和港澳的经济一体化，继续推进两岸经贸合作制度化。

(二十九) 营造有利于制造业发展的舆论环境。稳定加工贸易政策，提供可预期的长期发展环境。鼓励和保护创新，尊重和发扬企业家精神，支持制造企业做专、做精，争创百年企业。鼓励企业重视研发和技术应用，提升管理水平。加强对加工贸易转型升级示范企业的宣传和经验推广。

八、组织保障

(三十) 加强人才队伍建设。建立加工贸易企业与职业学校、高等院校、培训机构合作机制，建设实训基地，实行人才定向培养、联合培养。打造劳动力供需对接平台，促进千所职业学校与加工贸易企业合作。加强跨境电子商务、专利信息和知识产权国际化等高级人才的培养和储备。加强国际合作，引进海外中高端人才，为企业“走出去”培养本土化人才。强化人才激励机制，鼓励企业培养高级技术和管理人才。

(三十一) 建设公共服务平台。支持建设公共技术研发平台、公共实验室、产品设计中心和标准、检测认证中心等公共服务平台。打造产学研对接平台，鼓励加工贸易企业与地方政府、行业组织、中介机构、国内外高等院校和科研机构开展合作。搭建内外贸融合发展平台，促进国内外企业沟通、交流和采购对接，推动内外贸市场协调发展。

(三十二) 发挥中介组织作用。充分发挥行业协会商会在政府、企业和国外行业之间的桥梁作用，组织行业信息交流、建设行业标准体系、参加国内外展会、推进行业自律、开展贸易摩擦应对和预警工作。加强调查研究和行业协调，为加工贸易企业转型升级提供服务。

(三十三) 强化地方配套和部门协作。各地区、各部门要充分认识加快推动加工贸易创新发展的重要性和紧迫性，结合地区实际和部门分工，制定具体实施方案，形成合力。各部门要密切协作，建立协调工作机制，为加工贸易发展营造良好政策环境；各地区要出台相关配套措施，抓好政策落实。

3、关于“十三五”新能源汽车充电基础设施奖励政策

按照《国务院办公厅关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》（国办发〔2014〕35号）、《国务院办公厅关于加快电动汽车充电基础设施建设的指导意见》（国办发〔2015〕73号）等文件要求，为加快推动新能源汽车充电基础设施建设，培育良好的新能源汽车应用环境，2016—2020年中央财政将继续安排

资金对充电基础设施建设、运营给予奖补。现将有关事项通知如下：

一、奖补对象

中央财政充电基础设施建设运营奖补资金是对充电基础设施配套较为完善、新能源汽车推广应用规模较大的省（区、市）政府的综合奖补。

二、奖补条件

获得中央财政充电基础设施建设运营奖补资金的各省（区、市）应满足以下条件：

（一）新能源汽车推广规模较大。各省（区、市）新能源汽车推广要具备一定数量规模并切实得到应用：

大气污染治理重点区域和重点省市（包括北京、上海、天津、河北、山西、江苏、浙江、山东、广东、海南），2016-2020年新能源汽车（标准车）推广数量分别不低于3.0万辆、3.5万辆、4.3万辆、5.5万辆、7万辆，且推广的新能源汽车数量占本地区新增及更新的汽车总量比例不低于2%、3%、4%、5%、6%。

中部省（包括安徽、江西、河南、湖北、湖南）和福建省，2016-2020年新能源汽车（标准车）推广数量分别不低于1.8万辆、2.2万辆、2.8万辆、3.8万辆、5.0万辆，且推广的新能源汽车数量占本地区新增及更新的汽车总量比例不低于1.5%、2%、3%、4%、5%。

其他省（区、市）2016—2020年新能源汽车（标准车）推广数量分别不低于1.0万辆、1.2万辆、1.5万辆、2.0万辆、3.0万辆，且推广的新能源汽车数量占本地区新增及更新的汽车总量比例不低于1%、1.5%、2%、2.5%、3%。

新能源标准车推广数量以纯电动乘用车为标准进行计算，其他类型新能源汽车按照相应比例进行折算（折算关系见附件1）。

中央和国家机关及所属公共机构实行属地化考核，即相关单位推广应用的新能源汽车纳入所在省（区、市）统一计算。

（二）配套政策科学合理。各省（区、市）要切实加强组织领导，建立由

主要负责同志牵头、各职能部门参加的新能源汽车推广应用工作推进机制；要按照国务院及有关部门要求，结合本地实际，编制2016-2020年新能源汽车推广应用实施方案，切实履行政府应承担的职责，制定出台充电基础设施建设运营管理办法和地方鼓励政策，并向社会公布，加快形成适度超前、布局合理、科学高效的充电基础设施体系。

2016年4月底前，各省（区、市）应将新能源汽车推广应用实施方案及充电基础设施建设运营管理报财政部、科技部、工业和信息化部、发展改革委、能源局等部门（以下统称五部门）备案。未按要求制定出台的地区不得享受中央财政充电基础设施建设运营奖补资金。

（三）市场公平开放。要严格执行全国统一的新能源汽车推广目录，不得设置或变相设置障碍限制采购外地品牌车辆；不得设置或变相设置障碍限制外地充电设施建设、运营企业进入本地市场；要严格执行全国统一的新能源汽车和充电设施国家标准和行业标准，不得自行制定地方标准；不得对新能源汽车进行重复检测、强制要求汽车生产企业在本地设厂、强制要求整车企业采购本地生产的电池、电机等零部件。经有关部门认定存在上述地方保护行为的省（区、市），中央财政将视情节严重程度对奖补资金进行相应扣减。

三、奖补方式和标准

（一）奖补方式。中央财政对符合上述条件的省（区、市）安排充电设施建设运营奖补资金，奖补资金由中央财政切块下达地方，由各省（区、市）统筹安排用于充电设施建设运营等相关领域。

（二）奖补标准。奖补标准主要根据各省（区、市）新能源汽车推广数量确定，推广量越大，奖补资金获得的越多，具体标准见附件。

四、奖补资金使用范围

奖补资金应当专门用于支持充电设施建设运营、改造升级、充换电服务网络运营监控系统建设等相关领域。地方应充分利用财政资金杠杆作用，调动包括政府机关、街道办事处和居委会、充电设施建设和运营企业、物业服务等在内的相关各方积极性，对率先开展充电设施建设运营、改造升级、解决充电难题的单位给予适当奖补，并优先用于支持《国务院办公厅关于加快电动汽车充电基础设施建设的指导意见》（国办发〔2015〕73号）确定的相关重点任务。

奖补资金不得用于平衡地方财力，不得用于新能源汽车购置补贴和新能源汽车运营补贴。纳入奖补范围的充电设施应符合相应国家和行业相关标准。

中央和国家机关及所属公共机构应同等享受地方政府对本地区公共机构的奖补标准。

五、资金申请和下达

（一）每年 2 月底前，各省（区、市）财政、科技、工业和信息化部、发展改革委、能源等部门，编制奖补资金申请报告，联合上报至五部门。申请报告应包括：各省（区、市）上年度各车型实际推广情况，并按要求折算成标准车；车辆推广相关证明材料，包括车辆销售发票、车辆注册登记信息、相关技术参数等。

（二）科技部、工业和信息化部、发展改革委、国家能源局组织专家对各省（区、市）资金申请报告进行复核并将结果提交至财政部，财政部按程序拨付奖补资金。

六、监督管理

（一）各省（区、市）财政、科技、工业和信息化部、发展改革委、能源等部门要对本地区申报材料的真实性、准确性负责，并加强充电基础设施建设运营奖补资金使用的监督管理。对弄虚作假、违规使用资金的地区，将追缴扣回奖补资金。

（二）各省（区、市）要加大充电基础设施支持力度，结合本地区新能源汽车产业发展情况研究制定具体支持措施；鼓励创新投入方式，采取政府和社会资本合作（PPP）模式等建设运营新能源汽车充电设施。

（三）建立信息上报和公示制度。各省（区、市）要建立车辆推广和充电基础设施建设情况上报制度，按月报送新能源汽车推广、充电设施数量情况等信息，并于月度结束后 10 个工作日内逐级上报至五部门。年度结束后一个月内，各省（区、市）应将上一年度车辆推广情况、基础设施建设情况及充电基础设施奖补资金使用情况自查报告上报至五部门，五部门将对各省（区、市）进行综合考核，并向社会公示。

二、经济观察

1、2015 年全年我国 GDP 初步核算结果

根据有关基础资料和国民经济核算方法,我国 2015 年 4 季度和全年 GDP(国内生产总值)初步核算主要结果如下:

图表 1 2015 年四季度及全年生产总值情况

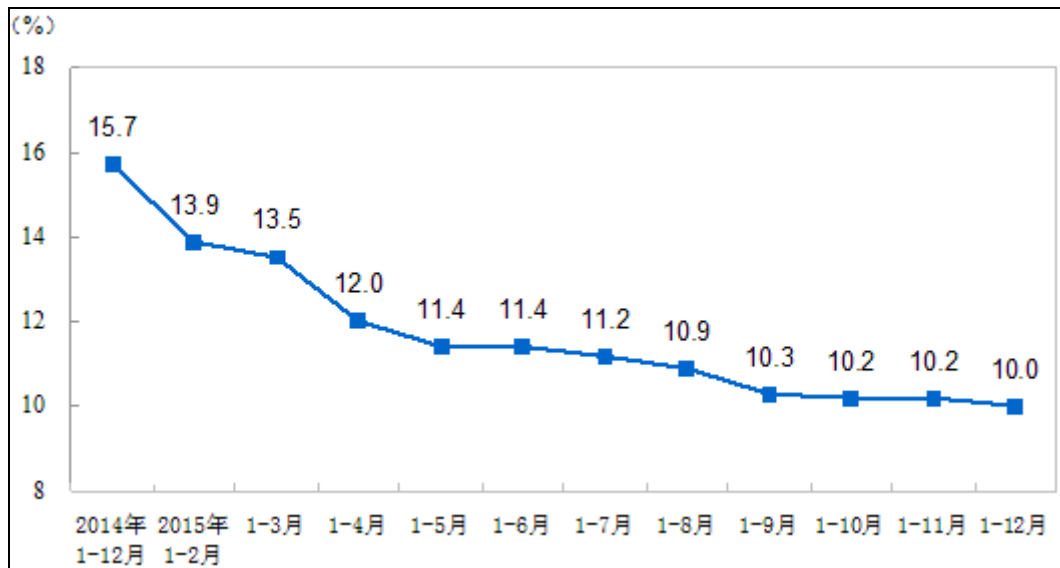
	绝对额 (亿元)		比上年同期增长 (%)	
	4 季度	全年	4 季度	全年
GDP	189372	676708	6.8	6.9
第一产业	21965	60863	4.1	3.9
第二产业	76405	274278	6.1	6.0
第三产业	91002	341567	8.2	8.3
农林牧渔业	22708	62911	4.2	4
工业	61587	228974	5.8	5.9
建筑业	15129	46456	7.3	6.8
批发和零售业	18357	66204	6.3	6.1
交通运输、仓储和邮政业	8099	30364	4.6	4.6
住宿和餐饮业	3427	12159	6.6	6.2
金融业	14815	57500	12.9	15.9
房地产业	11595	41308	4.1	3.8
其他服务业	33655	130833	9.9	9.2

数据来源:国家统计局、中商产业研究院

2、2015 年全国固定资产投资 (不含农户) 增长 10%

2015 年,全国固定资产投资 (不含农户) 551590 亿元,比上年名义增长 10% (扣除价格因素,实际增长 12%),增速比 1-11 月份回落 0.2 个百分点。从环比速度看,12 月份固定资产投资 (不含农户) 增长 0.68%。

图表 2 2014-2015 年中国固定资产投资增速情况分析



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分产业看，第一产业投资 15561 亿元，比上年增长 31.8%，增速比 1-11 月份提高 3.1 个百分点；第二产业投资 224090 亿元，增长 8%，增速回落 0.1 个百分点；第三产业投资 311939 亿元，增长 10.6%，增速回落 0.4 个百分点。

第二产业中，工业投资 219957 亿元，比上年增长 7.7%，增速比 1-11 月份回落 0.4 个百分点；其中，采矿业投资 12971 亿元，下降 8.8%，降幅扩大 0.1 个百分点；制造业投资 180365 亿元，增长 8.1%，增速回落 0.3 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业投资 26621 亿元，增长 16.6%，增速提高 0.6 个百分点。

第三产业中，基础设施投资（不含电力）101271 亿元，比上年增长 17.2%，增速比 1-11 月份回落 1 个百分点。其中，水利管理业投资增长 21%，增速回落 2.3 个百分点；公共设施管理业投资增长 20.2%，增速回落 0.3 个百分点；道路运输业投资增长 16.7%，增速回落 0.8 个百分点；铁路运输业投资增长 0.6%，增速回落 0.2 个百分点。

分地区看，东部地区投资 228747 亿元，比上年增长 12.7%，增速比 1-11 月份回落 0.3 个百分点；中部地区投资 139904 亿元，增长 15.7%，增速回落 0.1 个百分点；西部地区投资 137353 亿元，增长 9%，增速提高 0.1 个百分点；东北地区投资 40033 亿元，下降 11.2%，降幅扩大 0.5 个百分点。

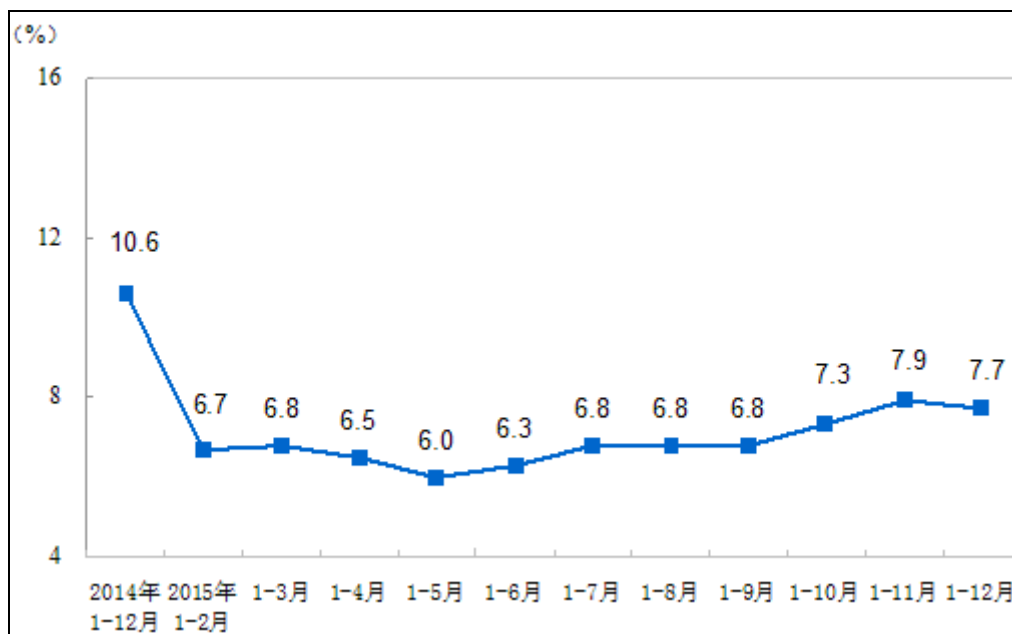
分登记注册类型看，内资企业投资 526883 亿元，比上年增长 10.6%，增速比 1-11 月份回落 0.2 个百分点；港澳台商投资 11930 亿元，总量与上年持平（增速为 0），1-11 月份为增长 0.6%；外商投资 10746 亿元，下降 2.8%，降幅扩大 0.4 个百分点。

从项目隶属关系看，中央项目投资 26224 亿元，比上年增长 6.4%，增速比 1-11 月份提高 6.2 个百分点；地方项目投资 525366 亿元，增长 10.2%，增速回落 0.5 个百分点。

从施工和新开工项目情况看，施工项目计划总投资 1019226 亿元，比上年增长 4.3%，增速比 1-11 月份回落 1.3 个百分点；新开工项目计划总投资 408084 亿元，增长 5.5%，增速提高 0.8 个百分点。

从到位资金情况看，固定资产投资到位资金 573789 亿元，比上年增长 7.7%，增速比 1-11 月份回落 0.2 个百分点。其中，国家预算资金增长 15.6%，增速回落 5.8 个百分点；国内贷款下降 5.8%，降幅扩大 1.5 个百分点；自筹资金增长 9.5%，增速提高 0.3 个百分点；利用外资下降 29.6%，降幅扩大 1.5 个百分点；其他资金增长 10.1%，增速提高 0.4 个百分点。

图表 3 2014-2015 年中国固定资产投资到位资金增速情况分析

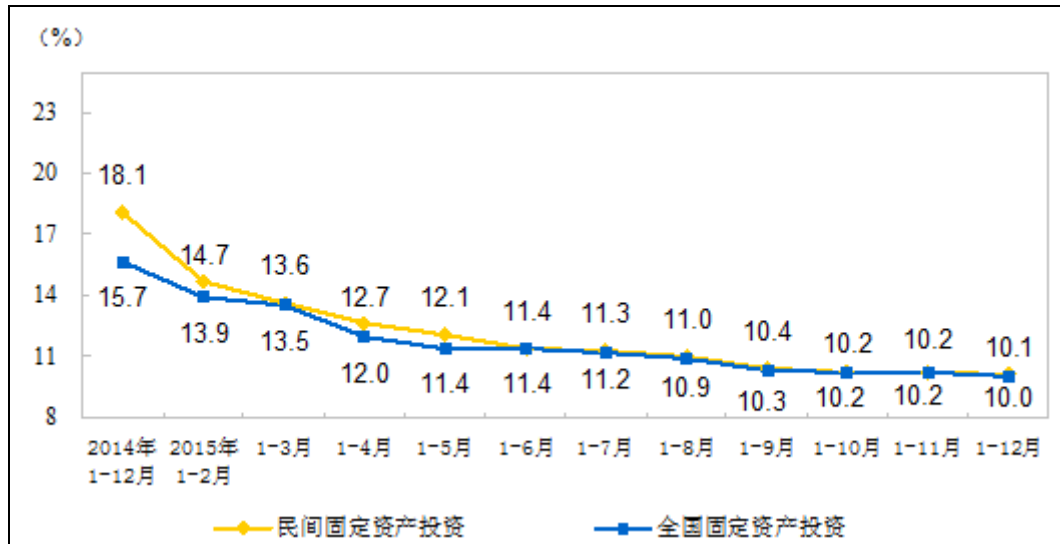


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2015 年民间固定资产投资增长 10.1%

2015 年，民间固定资产投资 354007 亿元，比上年名义增长 10.1%（扣除价格因素实际增长 12.1%），增速比 1-11 月份回落 0.1 个百分点，民间固定资产投资占全国固定资产投资（不含农户）的比重为 64.2%，比重与上年持平。

图表 4 2014-2015 年民间固定资产投资与全国固定资产投资增速情况对比



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分地区看，东部地区民间固定资产投资 154158 亿元，比上年增长 13.5%，增速比 1-11 月份回落 0.5 个百分点；中部地区 101901 亿元，增长 16.6%，增速回落 0.4 个百分点；西部地区 69361 亿元，增长 3.9%，增速加快 0.5 个百分点；东北地区 28586 亿元，下降 9.5%，降幅扩大 0.8 个百分点。

分产业看，第一产业民间固定资产投资 12730 亿元，比上年增长 33.1%，增速比 1-11 月份加快 0.2 个百分点；第二产业 176870 亿元，增长 9.4%，增速与 1-11 月份持平；第三产业 164407 亿元，增长 9.4%，增速回落 0.3 个百分点。

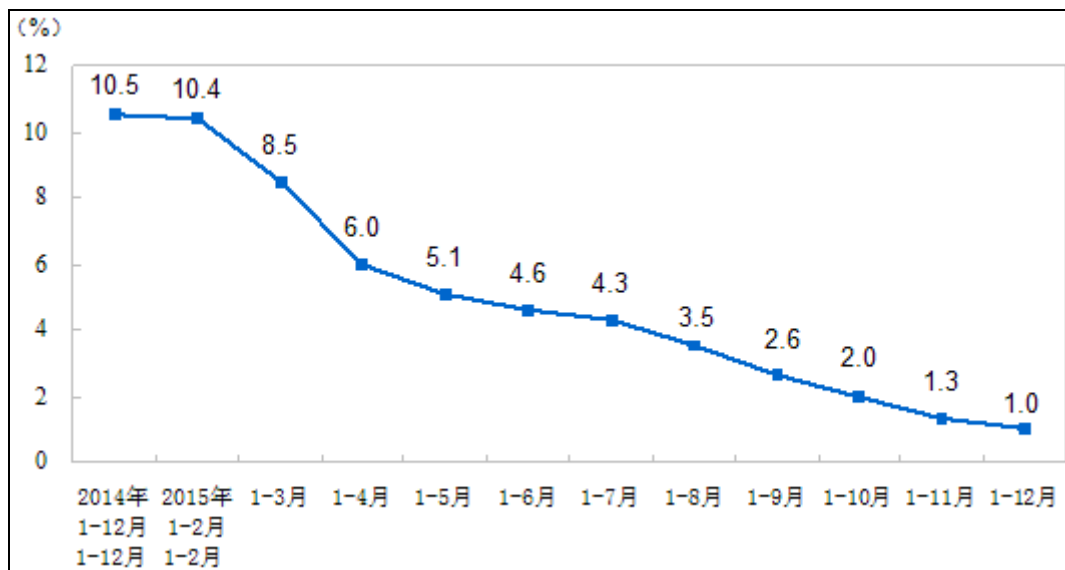
第二产业中，工业民间固定资产投资 175052 亿元，比上年增长 9.3%，增速比 1-11 月份回落 0.1 个百分点。其中，采矿业 7082 亿元，下降 9.9%，降幅比 1-11 月份收窄 2.2 个百分点；制造业 158173 亿元，增长 9.1%，增速比 1-11 月份回落 0.5 个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业 9798 亿元，增长 33.4%，增速比 1-11 月份加快 3.6 个百分点。

4、2015 年全国房地产开发投资和销售情况

一、房地产开发投资完成情况

2015 年，全国房地产开发投资 95979 亿元，比上年名义增长 1.0%（扣除价格因素实际增长 2.8%），增速比 1-11 月份回落 0.3 个百分点。其中，住宅投资 64595 亿元，增长 0.4%，增速回落 0.3 个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为 67.3%。

图表 5 2014-2015 年全国房地产开发投资增速情况



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

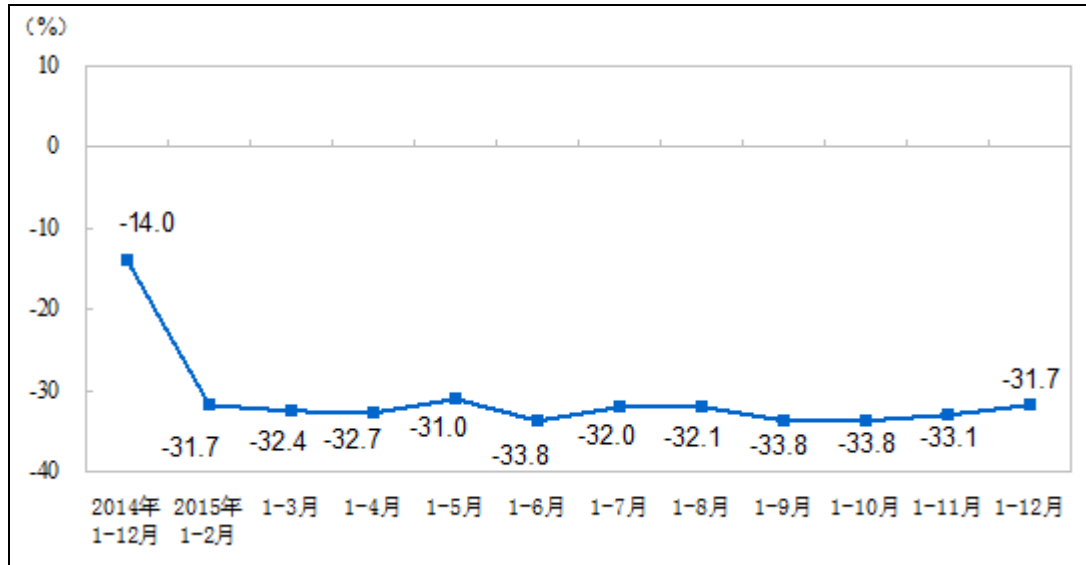
2015 年，东部地区房地产开发投资 49673 亿元，比上年增长 4.3%，增速比 1-11 月份回落 0.8 个百分点；中部地区投资 19122 亿元，增长 4.4%，增速回落 0.2 个百分点；西部地区投资 21709 亿元，增长 1.3%，增速提高 0.2 个百分点；东北地区投资 5475 亿元，下降 28.5%，降幅扩大 0.6 个百分点。

2015 年，房地产开发企业房屋施工面积 735693 万平方米，比上年增长 1.3%，增速比 1-11 月份回落 0.5 个百分点。其中，住宅施工面积 511570 万平方米，下降 0.7%。房屋新开工面积 154454 万平方米，下降 14.0%，降幅收窄 0.7 个百分点。其中，住宅新开工面积 106651 万平方米，下降 14.6%。房屋竣工面积 100039 万平方米，下降 6.9%，降幅扩大 3.4 个百分点。其中，住宅竣工面积 73777 万平方米，下降 8.8%。

2015 年，房地产开发企业土地购置面积 22811 万平方米，比上年下降 31.7%，

降幅比 1-11 月份收窄 1.4 个百分点；土地成交价款 7622 亿元，下降 23.9%，降幅收窄 2.1 个百分点。

图表 6 2014-2015 年全国房地产开发企业土地面积增速情况

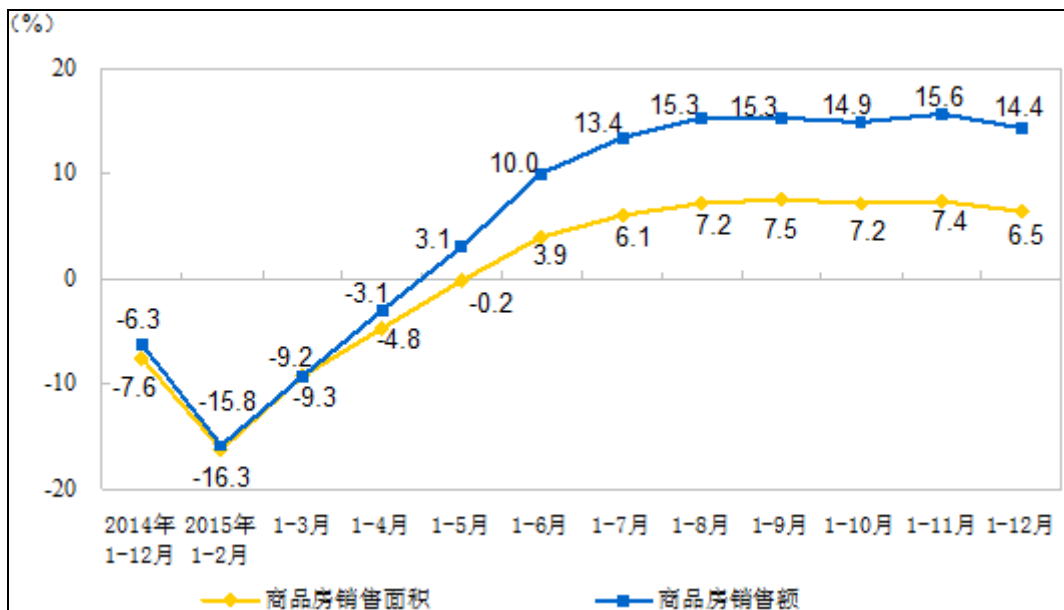


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

二、商品房销售和待售情况

2015 年，商品房销售面积 128495 万平方米，比上年增长 6.5%，增速比 1-11 月份回落 0.9 个百分点。其中，住宅销售面积增长 6.9%，办公楼销售面积增长 16.2%，商业营业用房销售面积增长 1.9%。商品房销售额 87281 亿元，增长 14.4%，增速回落 1.2 个百分点。其中，住宅销售额增长 16.6%，办公楼销售额增长 26.9%，商业营业用房销售额下降 0.7%。

图表 7 2014-2015 年全国商品房销售面积及金额增速情况



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

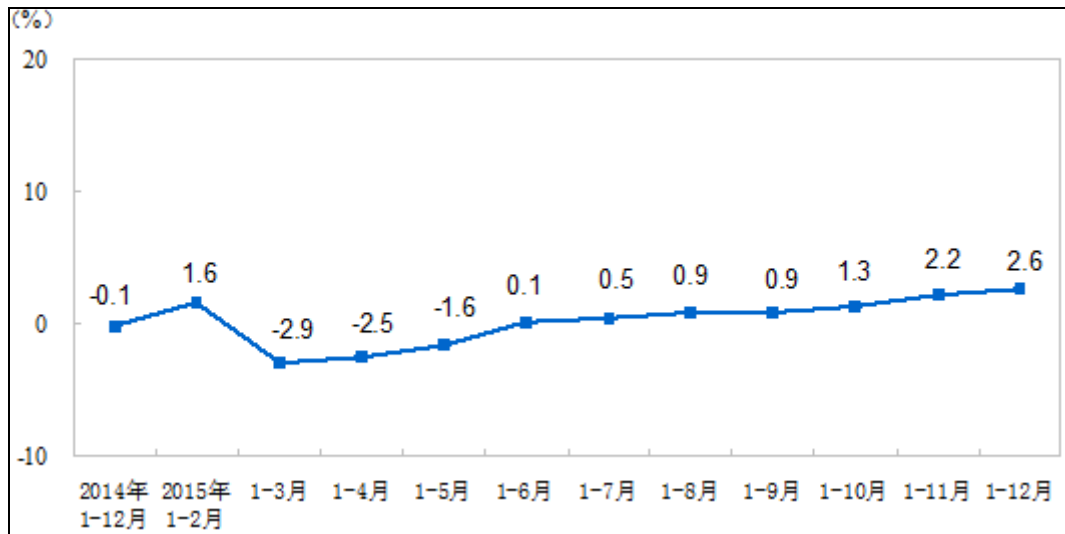
2015年，东部地区商品房销售面积 55509 万平方米，比上年增长 13.3%，增速比 1-11 月份回落 1.6 个百分点；销售额 49888 亿元，增长 23.1%，增速回落 2 个百分点。中部地区商品房销售面积 32409 万平方米，增长 8.9%，增速回落 1.4 个百分点；销售额 16355 亿元，增长 12.5%，增速回落 1.1 个百分点。西部地区商品房销售面积 33173 万平方米，增长 3.4%，增速回落 0.4 个百分点；销售额 16939 亿元，增长 5.0%，增速回落 0.5 个百分点。东北地区商品房销售面积 7405 万平方米，下降 24.5%，降幅扩大 0.2 个百分点；销售额 4099 亿元，下降 19.8%，降幅与 1-11 月份持平。

2015 年末，商品房待售面积 71853 万平方米，比 11 月末增加 2217 万平方米。其中，住宅待售面积增加 1155 万平方米，办公楼待售面积增加 128 万平方米，商业营业用房待售面积增加 458 万平方米。

三、房地产开发企业到位资金情况

2015 年，房地产开发企业到位资金 125203 亿元，比上年增长 2.6%，增速比 1-11 月份提高 0.4 个百分点。其中，国内贷款 20214 亿元，下降 4.8%；利用外资 297 亿元，下降 53.6%；自筹资金 49038 亿元，下降 2.7%；其他资金 55655 亿元，增长 12.0%。在其他资金中，定金及预收款 32520 亿元，增长 7.5%；个人按揭贷款 16662 亿元，增长 21.9%。

图表 8 2014-2015 年全国房地产开发企业到位资金增速情况



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

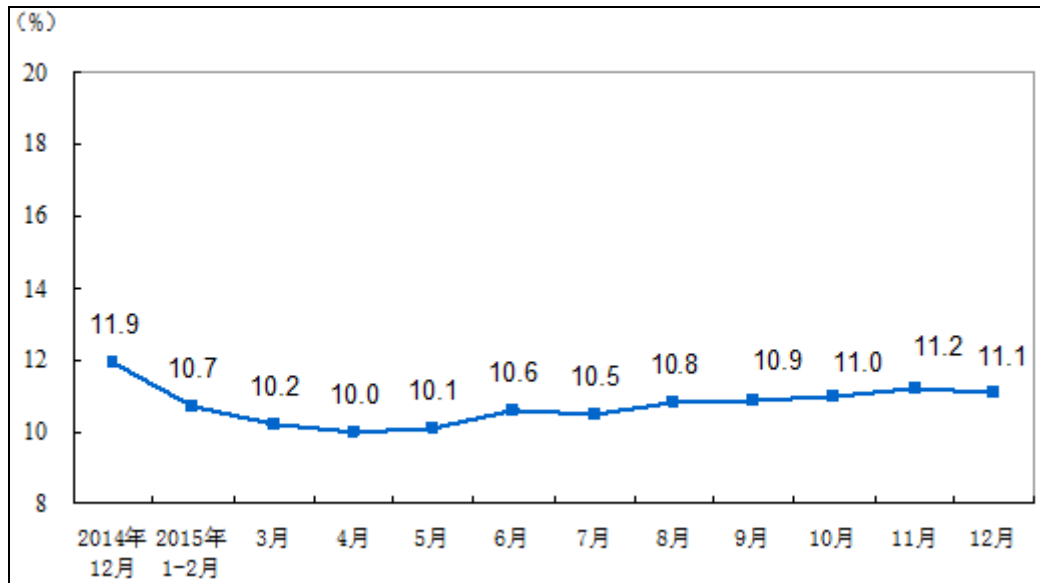
四、房地产开发景气指数

2015 年 12 月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为 93.34，比上月回落 0.01 点。

5、2015 年 12 月份社会消费品零售总额增长 11.1%

2015 年 12 月份，社会消费品零售总额 28635 亿元，同比名义增长 11.1%（扣除价格因素实际增长 10.7%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，限额以上单位消费品零售额 15367 亿元，增长 8.6%。

图表 9 2014-2015 年社会消费品零售总额月度增速情况



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2015 年全年，社会消费品零售总额 300931 亿元，比上年增长 10.7%。其中，限额以上单位消费品零售额 142558 亿元，增长 7.8%。

按经营单位所在地分，12 月份，城镇消费品零售额 24566 亿元，同比增长 10.9%；乡村消费品零售额 4069 亿元，增长 12.0%。2015 年全年，城镇消费品零售额 258999 亿元，比上年增长 10.5%；乡村消费品零售额 41932 亿元，增长 11.8%。

按消费类型分，12 月份，餐饮收入 3030 亿元，同比增长 11.2%；商品零售 25605 亿元，增长 11.0%。2015 年全年，餐饮收入 32310 亿元，比上年增长 11.7%；商品零售 268621 亿元，增长 10.6%。

在商品零售中，12 月份，限额以上单位商品零售 14484 亿元，同比增长 8.8%。2015 年全年，限额以上单位商品零售 133891 亿元，比上年增长 7.9%。

2015 年全年，全国网上零售额 38773 亿元，比上年增长 33.3%。其中，实物商品网上零售额 32424 亿元，增长 31.6%；非实物商品网上零售额 6349 亿元，增长 42.4%。在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长 40.8%、21.4% 和 36.0%。

三、投资市场

1、五类资本竞逐 P2P 平台

进入 2016 年以来，互联网金融企业融资额不断刷新纪录。1 月 16 日，京东金融宣布融资 66.5 亿人民币。此轮融资的交易后估值为 466.5 亿人民币。

1 月 18 日，陆金所正式对外宣布近期完成 12.16 亿美元融资，融资完成后，陆金所估值达到 185 亿美元（折合为人民币逾 1200 亿人民币）。截至目前，陆金所已超越 Lending Club，成为全球最大的 P2P 平台。这一估值与同为平安集团旗下平安银行(000001, 股吧) (000001.SZ) 1500 亿元左右总市值相比，二者距离也已快速拉近。除了陆金所以外，仍不断有资本在涌入各类 P2P 平台。

新联在线今年已经获得了新加坡 Kingsland 集团的 5000 万元 A 轮融资额，这也是首笔海外实业背景资本对国内 P2P 平台的布局。

互联网金融再临“风口”

据零壹研究院数据中心不完全统计，相对于 2014 年，P2P 平台在 2015 年受资本青睐次数更多。2015 年 P2P 借贷行业共发生 104 次融资事件，涉及 96 家平台，融资总额在 130 亿元以上。

从融资阶段来看，获 A 轮融资的平台达到 61 家/次，占到 2015 年 P2P 平台融资总次数的 58.6%。发生 B 轮和 B+轮融资 15 次，占总融资数的 14.4%。获得 C 轮融资的有 5 家/次，占总融资数的 0.4%。

从融资发生的时间分布上看，2015 年上半年共发生融资 42 起，下半年发生 62 起。截至目前，这些获得资本热捧的平台主要集中分布在北京、广东、上海三个地区。

此外，从今年以来的融资情况来看，大体量资本开始频频出现。1 月 6 日，趣分期 CEO 罗敏表示，公司于去年 8 月完成了 2 亿美元 E 轮融资，融资由蚂蚁金服领投，老股东昆仑万维(300418, 股吧)、蓝驰创投、源码资本等跟投。

同样，参与此次陆金所 B 轮融资的机构亦为“大鳄”级机构，分别包括中

银集团投资、国泰君安证券（香港）公司、民生商银国际控股公司等多家境内外机构投资者及大型企业机构，上述三家领投机构分别为中国银行（601988，股吧）、国泰君安以及民生银行（600016，股吧）全资子公司。

2015 年过后，除了传统资本以外，实体公司（上市公司和大集团）也纷纷涌入这个行业，因此，未来不排除有很多 P2P 平台会成为这些主体公司旗下的子公司，围绕着这些实体公司开展他们的业务。

此前，新联在线的新加坡与柬埔寨分支机构的成功运作，为 Kingsland 集团提供了业务模式的借鉴。双方期望能利用 Kingsland 在东南亚多国地区的已有业务，继续（延伸）在越南、马来西亚、印尼等地的业务。同时，Kingsland 集团也希望能利用新联在线的国内平台，将资源和资金集中起来，进入国内的房地产市场。

资料表明，Kingsland 集团成立于 1974 年，是新加坡 50 强企业之一，拥有超过 40 年的房地产开发经验。

中国的互联网金融市场体量巨大，发展迅速，如果外汇管制问题能得到解决，将会打通海内外的资金、资产的流通，这将进一步完成全球资产配置。受制于国内市场目前的资产荒，新联在 2016 年会进一步把更多的海外资产配置和投资机会带给客户。

无独有偶。作为 P2P 龙头的陆金所亦把眼光瞄准了海外资产配置。互联网金融 3.0 时代，就是搭建跨境国际平台，实现国内国外投资市场互联，吸引海外投资人。

而陆金所 3.0 时代正是“O2O+跨境”的时代。目前，陆金所已瞄准前海，其跨境业务也已跟一些国际金融机构如 UBS、摩根史丹利（002588，股吧）等合作。金融工场董事长魏薇也对 21 世纪经济报道记者表示，对于产业资本来说，其进入 P2P 行业除了寻找新的业务增长点以外，还希望能和现有业务进行一定程度的结合，以此来提升效率；对于金融资本来说，涉足 P2P 行业则有利于拓展市场规模，发展互联网端业务等。

以金融工场为例，公司在 2015 年 2 月被香港上市公司中国信贷（08207.HK）全资收购以来，借助中国信贷在金融行业的资源和经验，金融工场在资产端和资金端都获得了长足的进步，2015 年全年实现了 87 亿的累计交易额，总交易

额也在近期突破百亿。

五类资本竞逐 P2P 平台

作为互联网金融的一个主要分支，资本进入网贷行业开始有了清晰的脉络。

目前，P2P 网贷行业的资本来源主要有五大类别，分别包括上市系、国资系、风投系、银行系以及知名投资人所代表的资本方阵。

据盈灿咨询及网贷之家统计，截至 2015 年 12 月底，2015 年获得风投投资的网贷行业平台为 68 家，上市公司、国有资产入股的平台分别为 48 家、68 家，银行背景平台数量有 14 家。

不同资本进入各有特点，具体表现在资本进入方式、进入金额、进入机构背景上。

其中，进入方式上，有自建 P2P 网贷平台、控股收购平台、参股平台等形式。进入金额上，风投资本进入金额多在千万元、亿元级别，上市公司进入金额多在千万级别。进入机构背景上，涉足 P2P 网贷平台的风投包括风投公司、产业附属投资公司、天使投资人；上市公司包括 A 股、港股公司；国有资本包括全民所有制机构、国有独资企业；银行资本包括股份制银行、政策性银行及分支机构、城商行等。

在上市系 P2P 平台中，上市公司本身资金实力雄厚，在其所处细分领域深耕多年，为了进一步谋求多元化发展格局，为企业寻找新的利润增长点，往往与互联网金融一拍即合。

上市系资本一般采用控股或并购的方式参与，打造以上市公司为核心的上下游供应链金融闭环，或者从市值管理的角度出发，以合并报表为目的，帮助上市公司实现市值管理的短期目标。而国有资本进场一般重点选择与自身业务相关联的平台，战略布局的维度更加广阔，格局更加宏大，目的在于借助互联网金融的资本整合能力，梳理上下游合作方及每条产业链上的资产状况，找到突破口进而展开资产端合作，最终建立产业链金融控股平台。

不过，国资系平台较为严谨规范，创新能力较欠缺，收益率偏低，层层审核机制对企业的运营效率提出了较高要求，并且对企业的日常发展有较多监管

和约束。

相比之下，风投机构的出手具有专业性强、投资金额较大、风险偏好较高等特点。目前来看，P2P 网贷仍是互联网金融领域最好的切入口，因此大量风投资本为了分一杯羹而借机进入 P2P 行业。

这类投资主要看中平台是否具备某方面优势，能在未来快速实现盈利，比如平台的风控能力、在垂直领域的创新能力、运营团队专业背景等。风投资本从来都以追逐利益为目的，多以上市为主要退出方式，其次还有转让、回购等其他途径。

此外，银行作为传统金融正规军，自身资金雄厚，流动性充足，资产端的项目优良、风控严谨，因此在 P2P 网贷获得监管认可之后，银行系 P2P 平台将有爆发性增长的可能。

而知名投资人的私人资本具有“机动灵活，投资金额小，对企业经营者要求多，对平台期望值较高”等特点。唐学庆认为，知名投资人之所以注资 P2P 平台，一方面是看到了互联网金融的大势所趋，另一方面是对平台管理者的经营理念产生认可和共鸣，甘愿伴随企业共同成长，寄希望于平台能够做大做强，共同追求平台利益的最大化。

2016 年，传统金融企业和类金融企业将大举进入互联网金融行业，国资系、上市系、强大民营系资本将适度加强与互联网金融的合作对接。与此同时，野蛮生长时代的草根及创业者将再难支撑新的 P2P 平台诞生。另外，由于互联网金融收益率逐渐回归至合理区间，风投机构或会收紧战略投资的热情。

2、折戟中国的七大世界互联网巨头

国内互联网企业多以世界互联网企业为标杆，不断进行模仿调整，以求“因地制宜”，比如国内运动平台全城热炼模仿美国的 ClassPass，联合办公平台 SOHO3Q 模仿美国的 Wework，团购网站美团模仿美国的 Groupon，点评网站大众点评模仿美国的 Yelp，外卖网站平台饿了么模仿美国的 GrubHub，食材 B2B 平台链农模仿美国餐饮供应链企业 Sysco……

目前，以上这些企业发展趋势有好有坏，但均在发展过程中，暂不做评论；且来看看那些在中国这片土地上碰壁折戟的国际互联网巨头吧。

一：雅虎之于雅虎中国

雅虎（Yahoo）是最早进入中国的世界互联网公司之一，时间为1998年，进入中国后发现中国做得好的互联网公司均系本土公司，即管理及创业人员均是本土人士。2005年8月10日，雅虎以10亿美元+雅虎中国的全部资产获得阿里巴巴40%股权，不过阿里当时官方的说法是阿里并购了雅虎中国。

雅虎中国当时做的不错的是门户业务和搜索业务，前者与新浪、网易、搜狐、Tom四大门户对标不足，但与当时的中华网、21CN相差无几；后者与电子商务整合，直接与百度搜索抗衡，据称这也是马云看中雅虎中国的最主要原因。与阿里合并后，周鸿祎离开雅虎中国，雅虎对雅虎中国的控制更加严苛，提出不合实际的业绩要求且不提供资金援助，致使搜索业务超过Google中国排行第二的雅虎中国日渐衰落，这是雅虎总部对中国区长远规划战略定位的问题。

二：谷歌之于谷歌中国

谷歌（Google）2006年进入中国市场，借助其在全球互联网影响力迅速在中国占领一定市场份额的市场，顺势扩张战果，与中国政府制衡，赢得了西方社会的美誉度，却在中国一度发生牌照门、偷税门、搜狗门、涉黄门等波折。2010年初，谷歌服务器搬至香港后，内地用户量大减，其在中国的业务逐渐萎缩；同时中国百度崛起，中国政府扶持百度发展制衡谷歌。

彼时，一再有媒体表明，谷歌想在中国发展肯定要遵守中国的审查监管制度，这是一个国家主权表现，不可能因为全球互联网新贵就选择迁就；再就是谷歌在中国的强劲对手百度；第三方面是谷歌看中商业利益，想在中国发展还想越过中国的法律，不合理。当对于百度而言，最具战斗力和最美好的日子，恰恰是有谷歌竞争的那些日子，不知道是政府的辅助是帮了百度还是害了百度。

三：MySpace 之于本地 SNS

MySpace 成立于2003年8月，2005年被新闻集团收购，2008年走到巅峰期，月吸引受众7590万人，2012年1.0社交网站“鼻祖”Myspace 在华遭遇滑铁卢 Facebook 前总裁和 Napster 的联合创始人肖恩·帕克（Sean Parker）在纽约会议上谈到 Myspace 为何会败给 Facebook，“Myspace 没有做好产品开发工作，在产品的进化上做得不够成功。基本上可以说，Myspace 多年来一直延续

了糟糕的设计。”再加上国外 Twitter 和国内的 SNS 知乎、QQ 和安全问题，是 MySpace 的致命问题。

关于现在人们不能登陆 MySpace，更多的人把原来投入到知乎、人人网、优酷等平台后，是什么人在真正关注电视，中国的互联网就相当于是一家没有外网的局域网。

四：亚马逊之于亚马逊中国

亚马逊中国是一家中国 B2C 电子商务网站，前身为卓越网，被亚马逊公司收购后，成为其子公司。其经营图书音像软件、图书、影视等；而卓越网创立于 2000 年，为客户提供各类图书、音像、软件、玩具礼品、百货等商品。亚马逊中国总部设在北京，并成立了上海和广州分公司。

前期亚马逊中国因为中国用户不习惯为版权付费等国情，即消费习惯未养成，导致其一直不温不火，不只被当当盖过，更美发展过京东和苏宁。不过现在的亚马逊，尤其是 2016 年要继续大力投入到新业务和投资方面，致力于从低价、选品、便利三个方面为消费者打造一个可信赖的网上购物环境。

五：eBay 之于淘宝

eBay 进入中国，被淘宝打败，“黄药师”给出的历史概述为：易趣最早把美国 C2C 在线销售的概念引到中国，创立了易趣网，2002 年，eBay 收购易趣，改为 eBay.cn，成为当时中国刚兴起的电商市场的先行老大，大约占有全国网购市场的三分之二，当然那时候的市场规模还很小。淘宝 2003 年 5 月成立，用大约两年多时间，到 2005 年，淘宝网购市场的规模超过中国 eBay，两家公司好比坐标图上的两条线，横轴为市场占有率，纵轴为时间线，一条上扬线，一条下降线，双方在 2005 年时间点交汇，此后淘宝继续一路高飞猛进，直到占有全国市场份额的 80% 以上。而 eBay 一路下滑到个位数，最终选择把公司转手出让，退出中国 C2C 市场。

据 eBay 中国前身易趣网的创始人曾言，其网站收 listing 费，主要不是为了收入，是为了防止免费模式下商品的过分重复上传，但收费限制显然抵不过免费 listing 的锐利，当然不设收费机制的前提下很难有效防止大量的重复销售。

六：Groupon 之于高朋

高朋网是个团购网，是由美国最大团购网站 Groupon 与腾讯合资的中文版 Groupon 团购站。双方各出 5000 万美元（约 3.25 亿人民币），各占 50% 股权。2011 年 2 月 28 日高朋网正式宣告成立。2012 年 8 月 1 日，高朋网宣布与 F 团合并，成立网罗天下集团，原 F 团 CEO 李宁任新公司 CEO；2012 年 12 月 26 日消息，合并后的高朋网获得 Groupon 和腾讯追加投资 4000 万美元。

但这一切仅限于 2013 年的风光，2010 年开始的“千团大战”类似目前的资本寒冬，很多团购网站在强烈的竞争市场中消亡，高朋有先天的国际和腾讯大流量入口，但在国内适应能力和战略布局及执行力方面落后于当时要上市的拉手和窝窝，以及“暗度陈仓”的美团。如今的团购市场，除了美团、大众点评的闪惠，以及上市的窝窝，其他网站已经几乎不占有太多市场份额，甚至像满座网等一样关闭。

七：贝塔斯曼之于贝塔斯曼中国

贝塔斯曼集团（BertelsmannAG），是在世界上居于领导地位的媒体和服务集团，在世界上 50 多个国家和地区开展电视（RTL 集团）、图书（兰登书屋 RandomHouse）、杂志（古纳雅尔 G+J）、服务（欧唯特集团 arvato）和媒体俱乐部（直接集团 DirectGroup）等业务。

其失败原有被归结为关于中国消费者的诚信问题，因为贝塔斯曼在图书、杂志方面，让人通过积分消费获得先拿书后付钱的优惠，好多客户却拿了很多书，而一直没付钱，反而当当网等一手交钱一手交货的网站情况好些，更适合中国的文化和消费习惯。

总之，国内互联网 O2O 公司在各个领域贴身肉搏后，通过资本力量老大老二合并，老三升级老二，对合并的新老大没有太大威胁，但是此时会有国际性的品牌进入或发力中国市场，比如滴滴快的合并后出现了 Uber，点评美图合并后，资方在寻找外卖版的 Uber。国际平台进入国内市场，其特点一般是进入较迟，决策链条过程，公司运转慢，跨国公司有诸多水土不服，受国际方全权控制，难自身做重要决策且国际关系的社会安全性质保障磨合问题。

3、乐视补贴 5 亿元反哺大屏营销

2016 年 1 月 19 日，乐视在北京举行“创视纪”发布会，论道乐视大屏生态。发布会上，乐视宣布超级电视累计销量已突破 500 万台，大屏营销意义更加凸显。为进一步提升乐视生态营销能力，2016 年乐视还将会投入 5 亿元通过生态补贴反哺大屏营销。

智能电视宣告大屏互联时代的到来，它既兼具电视的公信力和客厅入口能力，也兼具了互联网的内容丰富度，营销创新能力、互动性和易用的交互体验，用户被重新拉回大屏，建立起更科学的营销评价体系，品牌沟通也可以更加深入。乐视超级电视作为智能电视领导者已引领行业进入生态时代，基于乐视生态的超级电视已塑造起四大优势：第一、用户价值优势；第二、硬件优势；第三、运营能力优势；第四、生态能力优势。如果说 2015 年是智能电视营销元年，2016 年将会是智能电视营销真正的黄金时代。

据悉，超级电视将全面开放大屏生态数据，与第三方伙伴全力推动行业建标，在收视率体系搭建、用户行为洞察、效果评估体系搭建、广告监测及投放策略支持、广告效果调研等领域与多个第三方合作伙伴展开合作。

乐视通过产业链垂直整合和跨产业价值链重构所打造的开放闭环大屏互联网生态系统，这一独有的生态化反模式催生了无法复制的生态营销，打造了极高的门槛，通过跨界创新，生态运营，不断创造独一无二的产品体验和更高的用户价值，并使营销在每个生态环节都能产生价值升华。

乐视超级电视累计销量已超 500 万 生态创新让超级电视成为客厅中心

乐视超级电视累计销量已突破 500 万台，2016 年会冲刺 600 万台目标，抢占智能电视前三、甚至冲击行业第一，2016 年超级电视不仅将成为中国智能电视市场的主角，还将进军海外市场，乐视正通过生态创新让超级电视成为客厅中心。

历经三年布局后，乐视正引领电视行业进入 3.0 生态时代，全面领先缓行在电视行业 1.5 时代、2.0 时代的传统家电厂商、互联网/IT 厂商。乐视通过生态补贴硬件，低于量产成本定价，引领电视行业率先步入硬件负利时代，正逐步走向硬件免费时代。例如刚推出的 65 吋超级电视 X65，BOM 成本为 5428.67 元，但定价仅为 4999 元，击穿 5000 元大关和 65 吋主流 4K 智能电视价格体系，

引领 65 吋 4K 智能电视进入 4999 元时代,让每一个家庭都能有机会享受到大屏生态服务。这彰显了乐视对整个开放闭环,极难复制的生态系统的自信,标志着乐视生态更加成熟,迈入全新的发展阶段,生态自孵化、自进化、自创新、自循环能力更加强大,能够更好的持续创造全新的用户价值。

生态电视四大领先开启大屏生态营销“创视纪”:

1、用户价值:超级电视能给广告主带来高品质的营销对象。超级电视用户主要集中在二线城市,年龄为 25-35 岁大的高知高学历用户,58.1%家庭月收入超 1 万元,超过一半拥有自有住房和私家车。超级电视用户还是中国名人排行榜,孙红雷、李小璐、李开复、羽泉、汪峰等均是使用者。乐视数据研究院最新数据显示,乐视超级电视日均开机率达 65%,日均开机时长达 5.8 小时,日均视频播放时长 4.11 小时,周均点播时长 18.9 小时,周均轮播时长 5.95 小时,周均游戏启动 14.5 次。此外,自开启裸机+会员机模式后,用户每购买 1 台超级电视就会购买 1.3 年会员,付费能力极强。

2、硬件配置:超级电视让广告体验变为一种享受。超级电视全面高配,每个新硬件发布代表了当前市场上的最顶级配置和最高性能的产品,能满足未来生命周期内的长期持续运营,满足用户体验的需求。例如第 4 代超级电视 Max70,是全球首家玻璃导光板超薄分体智能电视,搭载全球唯一十代线夏普 SDP 提供的 70 吋 4K 面板,支持 3D,搭载 64 位处理器高通骁龙 APQ8094 处理器,8 核 1.8GHz 以及 Adreno 430 GPU,4GB 超大运行内存+32GB/64GB 高速闪存。

3、用户运营:超级电视分众运营为广告主带来精准有效的营销场景,运营创新为用户提供精准化生态服务。例如超级电视的轮播频道、针对儿童、体育、影视、游戏用户的分众运营,基于用户兴趣的精准推荐,与超级手机等跨终端的多屏一致体验。乐视超级电视是全球唯一一款知道用户在看什么、喜欢看什么的智能电视,并基于大数据,能够精准捕捉到不同用户的特性及需求催生出不同的营销场景。

4、营销理念:超级电视给广告主带来全流程参与的创新营销场景。乐视独有的平台+内容+终端+应用模式,不是各个环节简单的堆砌,而是坚持生态化反,使营销在每个生态环节都能产生价值升华,在大屏生态营销方面领先不止一个时代。

乐视引领客厅营销进入 4.0 时代 产品即场景、营销即服务

乐视超级电视的横空出世将引领客厅营销进入 4.0 时代。它的出现，让客厅营销不再仅仅依赖于单一的视频内容，让用户的主动性前所未有的增强，更让营销的服务意识空前鲜明起来。这个时代的特征是产品就是场景，就是用产品洞察用户需求，用产品满足用户需求，用产品提供整合服务解决方案；另一方面营销就是服务，即从场景和需求出发，依托大数据技术，将品牌的营销内容包装成用户需要的服务。

而在传统的客厅营销 1.0 时代属于渠道为王，公共频率资源的有限性，以及用户单向收看的行为，决定了客厅营销必然是渠道为王；到了客厅营销 2.0 时代则是内容为王，有线和卫星成为了营销资源的主导者，诸如体育、新闻、音乐、电影等优质内容成为了品牌营销战的王牌；客厅营销 3.0 时代是应用为王，双向有线网络和 IPTV 等交互功能出现，基于视频内容的点播、直播内容的回看，还有用户服务类应用不断出现，向传统模式发起挑战。

据介绍，乐视大屏生态的营销能力源自垂直开放的生态，其有三大核心优势：

一、用户体验：以优化用户体验为目的的用户洞察。传统观念里，强曝光等于强认知的粗暴概念早已不合时宜，在正确的场景下瞄准正确的用户，选择正确的营销方式进行正确的沟通，才有可能让品牌和用户倾心相爱。现在的用户是互联网的原住民，拥有高学历和高消费能力，创新的采用者，对待广告有着更低的容忍度，可以说他们是品牌最想获得的那部分消费者。

尤其在这样一个去中心化的时代，传统频道和单一内容聚集精英人群的能力急速降低，所以规模化需求，和以规模化需求为基础的产品构成的场景，成为更为精准的聚集目标受众的方式。例如，超级电视的用户会在大屏前玩赛车游戏，这个场景是游戏需求和赛车驾驶需求的结合，用户通过使用品牌定制外设，可以在游戏同时与品牌建立起长久密切的情感沟通。因此满足这些人的客厅需求必须不断创造新的用户场景。

二、数据驱动：以场景匹配为目的的数据汇总和分析能力。大屏营销必须以真实数据驱动，不能错误的认为终端销量就等于用户量。目前，中国智能电视激活终端数量有 4500 万台，日活跃终端数量 1500 万台，而乐视超级电视的日活跃为 325 万台，占比超过 20%。某视频 APP 虽宣称覆盖 6000 万电视终端，包括 3200 万电视和 2800 万台盒子，但其日活跃量仅 7.2%，智能电视端的日活

终端仅 230 万台。

乐视独有三重数据能力支撑营销化场景，首先是智能标签体系，学习用户习惯与兴趣预判用户需求场景；其次是精准推荐，乐视超级电视可智能推荐最匹配的内容，快速适配相关场景，通过智能算法创造千人千面的个性化体验；最后是效果评估体系，乐视纵横（LEMatrix）是乐视服务超级电视广告投放效果评估的独立系统，可以帮助广告主考量投放策略的效率，并在此基础上帮助媒介策略人员实现再营销的优化。

三、生态协同：以产品支撑为目的的生态资源支持。基于品牌不同的投放需求，乐视生态大屏营销产品按需求场景分为三大类：

1、流量类产品：满足广告主 OTV 投放需求。与竞品不同的是，由于乐视大屏生态的垂直开放模式，可以支持从开关机广告到贴片广告，从动态角标到全屏海报的多维度展示。

2、分众原生产品：基于内容，乐视内容营销第一平台的优势完全复制到了大屏终端，超级电视的企业台等功能，将满足客户对经销商门店营销覆盖的需求。乐视儿童、体育、音乐、影视、游戏等分众桌面能够整合应用和服务，从多个维度满足用户的需求，也为营销提供更多的深入沟通机会。

3、生态营销产品：乐视生态各子生态与大屏生态之间也将协同为用户提供营销资源。联合发布会、硬件产品合作、会员运营、视频电商等合作模式将会给品牌提供大屏端最多维度的解决方案。

乐视 2016 年将拿 5 亿元通过生态补贴 反哺大屏营销

2015 年，乐视通过生态营销，吸引了包括梅赛德斯奔驰、宝马、英菲尼迪、香奈儿、迪奥等 200 多个品牌。以年度热剧《芈月传》为例，在该剧播出的一个半月以来，播放量全网突破 200 亿，超越《花千骨》，更是吸引唯品会、加多宝、宝洁、露露、联合利华、倩碧、怡宝、一汽大众、善存、海澜之家等数十家品牌进行广告投放，总投放体量达数亿之巨。而另一部《太子妃升职记》不仅长期霸占微博话题榜一席之地，会员播放模式使得这部网剧为乐视带来了 50 万新会员加盟，直接收入达到 1000 万元以上。

2016 年乐视将会面向所有广告合作伙伴，投入 5 亿元通过生态补贴反哺大

屏营销。为让更多的用户成为超级电视的用户，乐视将生态补贴硬件的方式提供给所有营销合作伙伴，

只要与乐视有广告合作的企业客户，其所有员工均能享受乐视超级电视独有的购机优惠政策，且根据与乐视季度性广告合作金额的不同，享受阶梯性的购机补贴政策。

4、央行：争取早日推出数字货币，助力普惠金融全面实现

中国人民银行数字货币研讨会1月20日在北京召开。央行有关负责人表示，探索央行发行数字货币可降低传统纸币发行、流通的高昂成本，提升经济交易活动的便利性和透明度，减少洗钱、逃漏税等违法犯罪行为，提升央行对货币供给和货币流通的控制力，更好地支持经济社会发展。

人民银行数字货币研究团队将积极吸收国内外数字货币研究的重要成果和实践经验，争取早日推出央行发行的数字货币。

中国人民银行数字货币研讨会昨日在北京召开。央行有关负责人表示，探索央行发行数字货币可降低传统纸币发行、流通的高昂成本，提升经济交易活动的便利性和透明度，减少洗钱、逃漏税等违法犯罪行为，提升央行对货币供给和货币流通的控制力，更好地支持经济社会发展，助力普惠金融全面实现；还有助于建设全新的金融基础设施，进一步完善支付体系，提升支付清算效率，推动经济提质增效升级。

会议要求，数字货币的设计应立足经济、便民和安全原则，切实保证数字货币应用的低成本、广覆盖，实现数字货币与其他支付工具的无缝衔接，提升数字货币的适用性和生命力。

人民银行2014年成立了专门的数字货币研究团队，并于2015年初进一步充实力量，对数字货币发行和业务运行框架、数字货币的关键技术、数字货币发行流通环境、数字货币面临的法律问题、数字货币对经济金融体系的影响、法定数字货币与私人发行数字货币的关系、国际上数字货币的发行经验等进行了深入研究，已取得阶段性成果。

5、方润医疗完成6000万元人民币A轮融资

近期，方润医疗器械科技（上海）有限公司（“方润医疗”）宣布成功完成

6000 万元人民币 A 轮融资，本次融资由红杉资本中国基金（Sequoia Capital China）和毓承资本（WuXi Healthcare Ventures）联合投资。该融资的成功完成将提升方润医疗在微创治疗领域的新产品开发，加快全球市场开拓以及优化公司整体架构。

消融技术是微创手术领域中应用最广泛，使用量最多的技术。经过多年的努力，目前国产的消融产品已经在肿瘤等领域日渐成熟，逐步取代了进口，给国内肿瘤患者带来了福音。等离子消融技术是近年来国际上开发出来的新一代的消融技术，其低温的特征使其在关节、脊柱和耳鼻喉的应用中优势特别显著，成为运动医学中微创手术的金标准。随着全球人口的老龄化以及健康运动的生活方式，运动医学已经逐渐成为一个主流的医学科目，社会需求巨大。方润作为国内等离子消融技术及相关运动医学技术的先驱者和领导者，很高兴能和国际一流的投资机构红杉资本中国基金（Sequoia Capital China）和毓承资本（WuXi Healthcare Ventures）合作。期待公司在运动医学的基础上进一步发展，成为多种临床应用的平台型公司，造福国内广大患者。

中国未来在医疗健康这一热点领域的市场空间巨大，发展速度迅猛。随着消费者需求多样性的增加，行业内变化正催生着更为广泛的创业机会，很多细分领域都可能跑出大公司。红杉资本中国基金始终致力于在医疗健康领域内积极投资，帮助优秀的医疗科技创新企业发挥更大价值。

毓承资本的核心理念就是要发掘、投入并发展国内外最领先的医疗健康技术创新企业。此次与秦总和方润合作，就是看重方润作为国内运动医疗微创领域的领跑者，利用自身的创新技术和卓越管理，可以通过自主研发和行业整合早日打造出全面的运动医疗诊疗平台，服务更多的医生和病患。

近年来，运动医学市场高速发展，而微创介入作为最领先的细分领域，更以几何级数增长。方润公司是国内该领域的领导者，拥有超一流团队和国际领先核心专利技术。除了资金，毓承资本更希望借助我们对前沿医疗技术的理解和全球化的网络资源，与方润强强联手，为方润迅速实现运动医学平台化战略助一臂之力。

方润医疗目前共获得 CFDA 注册 5 项，国家专利 10 项，上海市高新技术企业，并获得 TuV 产品认证及 ISO 13485 质量体系认证；多项在研产品承担了科技部、科技支撑计划等重大科研项目；自 2009 年成立以来，伴随研发水平提高以及生产技术变革，公司产品涉及运动医学、脊柱、耳鼻喉等领域。公司聚集

了机械、电子、高分子、精密加工、临床医学等专业人才，拥有一批在产品的设计、质量控制、临床验证、市场开拓等经验丰富的人才队伍。目前方润医疗的低温等离子微创治疗技术属于国际领先水平，并多次参与国内等离子行业标准的起草与制订。

方润医疗未来将不断致力于自主创新类产品的研制，不断开发高值微创治疗产品，为广大医护人员及患者提供更好的医疗产品与技术，为医疗健康事业作出最大的努力，公司将进一步提升产品在各个领域的知名度与影响力。

红杉资本自 1972 年在美国成立以来，作为第一家机构投资人投资了众多创新公司。专注于来自 TMT、消费与现代服务、医疗健康、新能源与清洁技术四大领域，从初创期到成长期的优秀创业项目。十年来，红杉在中国投资了约 300 家具有鲜明技术和创新商业模式、具备高成长性和高回报潜力的成长型公司。

毓承资本专注于投资发展全球最优秀创新医疗公司，凭借丰富运营经验、战略支持、资本以及长期投资耐心，寻找、孵化、助力全球生命科学及医疗企业的发展。

6、万达集团拟投资 100 亿美元建世界级产业园

2016 年 1 月 22 日，万达集团与印度哈里亚纳邦签订合作备忘录，计划投资 100 亿美元在哈里亚纳邦建设万达产业新城，打造世界级综合性产业园区。

哈里亚纳万达产业新城地理位置优越，位于德里—孟买工业走廊和印度首都行政区，与新德里市区已完全融为同城。项目一期占地约 13 平方公里，计划引入软件、汽车、机械、医疗等产业，同时规划建设万达文化旅游城及住宅新区。哈里亚纳邦将给予万达产业新城最优惠的政策，并与万达共同组成管委会，引进中国特区管理模式，给投资者提供“一站式”服务。印度是全球第二人口大国，平均年龄仅 26 岁，城市化率刚过 30%，近几年经济发展速度世界前列，因此有广阔的市场前景。

万达产业新城项目一期包括产业项目在内，预计总投资约 100 亿美元，万达主要是投入前期基础设施资金，其它工业、旅游、住宅产业，将吸引全球特别是中国企业投资。万达新城力争 2016 年内开工。

哈里亚纳万达产业新城项目是印度总理莫迪与万达集团董事长王健林的会

见成果。2015年6月9日，王健林应莫迪总理邀请访问印度，与莫迪总理及哈里亚纳邦首席部长哈达尔就万达集团投资印度进行了深层次交流，此次签约就是访问成果。万达集团与哈里亚纳邦很快将签署正式投资协议。据了解，外资投资大型产业新城与基础设施开发，与印度地方政府共同组成管委会，在印度均为首例。

7、1.18 -1.24 一周并购事件

2016年1月18日-2016年1月24日中国投融资事件统计见下表

图表 10 2016年1月18日-2016年1月24日中国投融资事件统计

并购方	被并购方	所属行业	并购金额	并购时间
海龙核科	国富金源投资 / 天星资本	新材料	RMB 1243 万	2016-1-21
阿波罗	轻盐创投 / 银河投资 / 天风天睿	其他	RMB 3 千万	2016-1-21
东方汉院	邦易投资	网络教育	RMB 5 百万	2016-1-21
恒大淘宝	凯鼎投资 / 国富金源投资 / 鼎锋资产	体育	RMB 4700 万	2016-1-19
尚水股份	非公开 / 邦易资本	应用软件	RMB 1360 万	2016-1-19
美意网	天使湾创投	网络服务	RMB 30 万	2016-1-18

数据来源：投资界、中商产业研究院

8、国内外一周风投事件统计

VR 游戏开发商叮当猫科技(BELLCAT)获千万天使投资

1月17日消息，国内VR游戏开发商叮当猫科技(BELLCAT)宣布完成近千万元人民币天使轮融资，由丰厚资本领投，新浪微创投、暴风魔镜跟投。

据悉，叮当猫科技(BELLCAT)团队组建于2015年年初，目前已有7款VR游戏研发完成，以及两款在研，为VR原生游戏，可集合打包适配到多家VR眼镜设备。此外叮当猫科技建立了大数据系统可以对用VR用户行为进行采集分析，提供VR解决方案、VR领域投资的咨询服务。

约来约美完成千万元 Pre-A 融资

美业互联网平台约来越美宣布已完成Pre-A轮融资。融资金额为1000万元，由浩益资本领投、久奕资本、诺星资本跟投。现在平台估值为9000万元。

约来越美创始人徐珺表示：本轮募集资金将主要用于团队人才的的招募、入驻商家和门店的服务和推广工作、以及互联网产品的开发和运营。同时，“约来越美”还发布了“2.0”版本产品。2016年平台的目标是，进入北上广深一线城市及主要的二三线城市，拥有合作店铺8000家，在线优秀发型师4万人以上。

互联网移动营销平台小鸟推送获千万元 Pre-A 轮融资

近日，互联网移动营销平台小鸟推送宣布公司于去年11月完成由上海南翔创投领投的千万元 Pre-A 轮融资，资金将主要用于研发、市场、品牌建设等方面。

小鸟推送是一家自主研发的移动场景化营销平台，小鸟推送基于 RTB 技术实现移动的全网精准推送。已覆盖 90% 的移动网民，根据 280 个用户行为标签，只向匹配度高的用户进行推送。除了用户的兴趣偏好标签之外，小鸟推送还记录用户的位置信息，根据时间+地点+用户标签进行场景预测和投放。目前旗下两类主打产品，针对 APP 推广和 O2O 营销，为广大客户提供移动端的营销推广投放服务。

在家点点获得千万美元 A 轮融资

线上社区服务平台在家点点获得了由红杉资本中国基金领投，高榕资本、魔量基金等投资机构跟投的千万美元 A 轮融资。

在家点点是一家网上便利店创业平台，通过在家点点 APP，一方面，为居民提供快递代收、便利商品销售、生鲜蔬果销售、干洗、维修、小区生活问题解答等服务，线上下单、29 分钟送货上门；另一方面，可以让小微创业者把便利店开到网上，节约房租等成本，在服务邻里的同时实现财富积累。

京东金融 A 轮融资 66.5 亿元 估值 466.5 亿

2016 年 1 月 16 日，京东集团宣布京东金融已和红杉资本中国基金、嘉实投资以及中国太平完成增资协议签署，融资 66.5 亿元。此轮融资后，京东金融

估值为 466.5 亿，京东集团仍是京东金融的最大股东，拥有最多话语权。

京东金融独立运营始于 2013 年 10 月，通过 2 年多的布局形成了支付、供应链金融、消费金融、保险、证券、众筹以及财富管理 7 大板块的业务，涵盖了服务于 B 端的投融资(网商贷、京保贝、京小贷)、众筹等;服务于 C 端的白条(京东白条、京东钢镚)、众筹(产品众筹、股权众筹、轻众筹)、理财等。据悉，京东金融拟 2017 年于 A 股战略新兴板上市。如果京东金融无法满足 A 股上市条件，也不排除赴海外上市可能。若京东金融 5 年内未能完成合格 IPO 上市，最后的保底是大股东京东集团回购条款。

陆金所获 12.16 亿美元 B 轮融资 投资方中银集团、国泰君安参股

2015 年 1 月 16 日，陆金所正式对外宣布近期完成 12.16 亿美元融资，其中包括 B 轮投资者 9.24 亿美元投资和 A 轮投资者行使认购期权投资的 2.92 亿美元，中银集团投资有限公司、国泰君安证券(香港)有限公司、民生商银国际控股有限公司等多家境内外优质机构投资者及企业机构成为此次融资认购方。融资完成后，陆金所估值达到 185 亿美元。

零担供应链服务平台一智通获得 2000 万人民币 A 轮融资

1 月 19 日消息，零担供应链服务平台一智通获得 2000 万人民币 A 轮融资，由熊猫资本领投，星汉资本跟投，这笔融资将用于 IT 与渠道建设。

一智通供应链管理有限公司成立于 2014 年，是一家大票零担供应链服务平台。一智通采用众包的形式整合线下物流资源，构建众包物流干线网络、配送网络以及众包服务网络，以多终端的信息云平台完成货主、承运人、运力、服务商等多个参与方的协同管理。

英众文化获千万级 A 轮

英众文化的创始人徐鲤曾经参与过 08 奥运核心节目《豪门盛宴》制作与策划，合伙人之一的王涛曾是《天下足球》栏目的导演，他们于去年 11 月 获得了由小米科技和南山资本领投的千万级人民币的 A 轮融资。

从目前英众的主要的业务线来看，不管是赛事内容生产还是各种转播技术解决方案，其实暂时还只能算是电竞核心赛事的一个补充，真正的大头资源还

是在各种赛事的主办方手中，关于未来会不会自己做一个赛事 IP 这个问题，徐鲤表示今年的重点就在这里，具体还不方便透露，但是可以确定的是不会做 WCA、NEST 这样 WCG 模式的赛事。

健康类智能可穿戴硬件云麦科技获 4000 万 A 轮融资

云麦科技 2015 年底完成 A 轮 4000 万融资，由微梦创科领投、联创好玩、明势资本跟投，A 轮估值达 1.25 亿人民币。目前正在洽谈 B 轮融资。其种子天使轮完成于 2015 年初，投资方包括猎豹移动 CEO 傅盛、明势资本，总融资额为 300 万，天使阶段已经估值 3000 万人民币。

云麦科技成立于 2014 年 5 月，是一家专注于家庭智能健康设备自主研发的移动互联网公司。云麦科技专注于健康类智能可穿戴设备、家庭健康智能设备、云端大数据挖掘、健康解决方案。YUNMAI 智能硬件、云麦智能健康数据云、好轻移动 App 是 YUNMAI 公司的核心业务。YUNMAI 公司总部位于珠海。2015 年完成海外第一站——韩国市场的开拓，目前韩国市场出货量已达 6 万台。2016 年将进军北美和印度市场。

互联网理财综合平台石头理财获天石资本 5000 万 A 轮融资

近日，石头理财已完成 A 轮 5000 万人民币的融资，投资方为天石资本。石头理财曾在去年 8 月获得了 1000 万元天使投资，但是当时其并未披露投资方，此次我们获悉，天使轮的投资人是集结号资本。

石头理财隶属于杭州时投信息科技有限公司，是一家互联网金融理财的综合平台，通过手机理财软件，操作便捷，包含基金类产品，股票类产品，家庭理财类产品，股权配资类产品等等相关的金融理财服务。石头理财去年 3 月开始筹建，4 月产品上线，据悉其于去年 8 月即实现平衡，9 月实现盈利，截至目前石头理财总成交超过 9 亿元。

国泰君安 1.4 亿投资老 A 电商 欲发展“电商教育”

近日国泰君安、力鼎资本与老 A 电商集团签署了战略投资协议，国泰君安、力鼎资本今年将投入 1.4 亿元用于老 A 电商在电商教育、创客孵化等领域的发展。

老 A 电商学院由吴元轼在 2012 年创办,主要为从事电商行业的企业及个人提供全岗围培训、精准流量、软件、货源、人才等相关服务,正式学员约 8 万名。老 A 电商集团董事长吴元轼表示,老 A 电商计划在 2016 年完成 50 所新华创客大学实验技术学院,2017 年这一数字将达到 150 所。这一计划将带动全国电商职业教育创新,通过互联网+创客带动地区传统企业进行互联网转型,提升就业率,满足电商人才本地化需求。

在线票务交易平台西十区获 5000 万元 A+ 轮融资

在线票务交易平台“西十区”于去年第四季度完成 5000 万人民币 A+ 轮融资,估值达 4 亿人民币,本轮资方为创丰资本。据悉,资金将主要用于市场拓展和产品优化等方面。此前,这家上海初创公司还曾获得来自华人文化产业基金的 3000 万人民币 A 轮融资。

不同于传统票务网站只卖由企业给定价格的票,“西十区”搭建了一个可供买卖双方自由交易的平台,主办方、各级代理商或者场馆可以在这里大规模售票,有票的个人也可以单张出售,而且价格都由你自己定。“西十区”会保证交易便捷性和安全性,通过押金担保、鉴真流程、卖家认证等多种手段来实现。

互联网房产交易平台悟空找房获得数千万美金 B 轮融资

1 月 18 日消息,互联网房产交易平台悟空找房近期完成了数千万美金的 B 轮融资,由 SIG 领投,挚信资本、唯猎资本及玖创资本跟投。此前,公司曾在去年一季度获得了挚信资本领投的 A 轮融资。据团队提供的数据,平台成交量上,已从 8 月份 79 单增长到了 12 月破千单的规模。

悟空找房隶属于上海好居信息科技有限公司,是一家互联网房产交易平台,以全新模式对房产买卖交易流程进行创新,直击传统房屋中介的顽疾,解决消费者购房过程中长期存在的诸多痛点。悟空找房从二手房交易切入的互联网项目,相比其他同类型的平台,其主要特色包括:一、不收取买家佣金;二、策略派单算法和约看系统;三、经纪人分工更细,不涉及交易;四、“公开在线竞价”机制。

生活分享社区玲珑沙龙获数千万元 Pre-A 轮融资

雅痞女青年生活分享社区玲珑沙龙获得了数千万人民币的 Pre-A 轮融资，本次融资由信天创投和华创资本联合领投，这其中华创资本也是玲珑沙龙的天使轮投资方。完成本轮融资后，玲珑沙龙主要目标是完善团队，进一步提升团队专业度。同时，保持以内容社区和用户为核心，进行产品优化，并继续探索和轻量实验社区电商的商业模式。

玲珑沙龙以“女性兴趣沙龙”为产品形式，锁定的主力用户是所谓的“雅痞女青年”，即大学毕业一两年到被家庭生活裹挟之前，处于中间状态的城市中的女青年。这些目标用户群的痛点，本质上是“秀外慧中”和“有品格的生活和社交”。解决痛点的方式是用高效高质量的 UGC 内容满足“秀外慧中”，用创新的“在线沙龙”产品进行社交关系的建立和信息的高效分发，完成有品格的与志趣相投者的社交。

方润医疗完成 6000 万元人民币 A 轮融资

近期，方润医疗宣布成功完成 6000 万元人民币 A 轮融资，本次融资由红杉资本中国基金(Sequoia Capital China)和毓承资本(WuXi Healthcare Ventures)联合投资。该融资的成功完成将提升方润医疗在微创治疗领域的新产品开发，加快全球市场开拓以及优化公司整体架构。

公司创始人秦杰先生表示，消融技术是微创手术领域中应用最广泛，使用量最多的技术。经过多年的努力，目前国产的消融产品已经在肿瘤等领域日渐成熟，逐步取代了进口，给国内肿瘤患者带来了福音。等离子消融技术是近年来国际上开发出来的新一代的消融技术，其低温的特征使其在关节、脊柱和耳鼻喉的应用中优势特别显著，成为运动医学中微创手术的金标准。随着全球人口的老龄化以及健康运动的生活方式，运动医学已经逐渐成为一个主流的医学科目，社会需求巨大。

二手车检测平台“好车伯乐”完成 3200 万元 A 轮融资

1 月 20 日首发消息，二手车第三方专业检测平台“好车伯乐”完成 3200 万元 A 轮融资，本轮由松禾资本领投，著名天使投资人王利杰的镛厉资本跟投。

好车伯乐成立于 2014 年 12 月，隶属于上海优与汽车科技有限公司，是一家专注于二手车检测的第三方检平台，为私家车提供车况检测、故障诊断到家

服务，针对企业团体客户提供订制检测服务。好车伯乐就是，在第三方检测领域致力于为消费者，为行业各商家提供“三通一平”的基础服务的平台。A轮融资完成后将把资金主要用于检测业务的拓展，预计2016年年内覆盖到全国各主要城市，同时这也是国内二手车第三方检测领域第一家获得A轮投资的公司。

U+优财获得创新工场千万美元A轮融资

U+优财获得创新工场数千万美元的A轮融资，通过本轮融资，U+优财将重点打造中国金融市场真正意义上的“互联网私人银行”，提升品牌形象、资金安全及用户服务体系，在拓展规模、强化风控和管理核心团队方面无疑也获得了更强有力的支持。

U+优财是北京优势财富科技有限公司旗下的互联网U+优财理财平台。致力于打造中国金融市场真正意义上的“互联网私人银行”。基于用户理财需求、风险偏好、财务状况、家庭结构等因素的不同，为用户量身定制出不同的主动型理财配置方案，并且凭借丰富的金融行业资源及互联网优势，整合“基金、券商、信托、银行理财、P2P、货币基金以及各种公募私募类产品”等上下游金融机构业务，真正实现主动型、一站式的“安全、便捷、更高收益”在线理财服务。

影视后期特效制作团队聚光绘影获青鸟基金A轮投资

国内制作经验最为丰富的影视后期特效制作团队之一的聚光绘影正式宣布完成A轮融资。聚光绘影创始人兼CEO徐飞表示，本次融资将用于深化团队建设，加强技术和人才投入。未来聚光绘影将致力于打造优秀的后期特效制作团队，整合国际国内后期技术资源，延伸平台应用，推助中国电影后期制作水准向国际化发展。

聚光绘影成立于2012年，是一家以电影视觉特效、创意和技术为主的科技服务与投资公司，是以全流程视觉效果提供与高端影视技术服务为主、获得国际电影节奖并被国际电影公司认可的电影特效公司。至今已完成国内外三十多部院线电影作品，包括徐克导演的《智取威虎山》《狄仁杰之神都龙王》，奥斯卡金牌导演让·雅克·阿诺的《狼图腾》，凭借《卧虎藏龙》荣获奥斯卡金像奖的鲍德熹导演的《钟馗伏魔》，华语顶级导演吴宇森导演的《太平轮》，以及《西游记之大闹天宫》《黄金时代》《战狼》《万万没想到：西游篇》等。

移动医疗健康平台阳光妇儿获道明光学 5000 万元战略投资

近日，阳光妇儿透露已获得道明光学 5000 万元的战略投资。据悉，此轮融资金额将主要用于产品研发、市场推广和运营管理。2014 年 12 月，阳光妇儿获得过同渡创投数百万人民币的种子天使轮融资。

阳光妇儿 App 隶属于北京阳光天域科技有限公司，成立于 2013 年 5 月，创始人是金亮，是一家移动医疗健康平台，线下和各区域医院合作，致力于将优质医生资源带到患者身边，改善“看病难”的现状。根据公告，截止 2015 年末，阳光妇儿拥有超过 1000 万的 APP 用户、超过 35 万的日均活跃用户、超过 1.3 万的日均问答量。除此以外，阳光妇儿在北京地区已经和超过 35 家公立医院或区域性公立妇幼保健院形成合作，设立阳光妇儿诊所。截止 2015 年末，阳光妇儿诊室月接待患者超过 1 万人。预计在 2016 年，该模式将复制到上海、广州、深圳、天津、杭州等城市。

跨境电商交易平台聚店商城获得 600 万美元 B 轮融资

近日，跨境电商交易平台聚店商城获得 600 万 B 轮融资，投资方均为风险投资界巨头机构。此次之后将会进一步助推聚店项目在新年的深入推进。

聚店商城是一家全球购物个性时尚平台，旨在为中国消费者提供全球前沿设计潮流资讯与新锐独特的时尚趣物。为中国消费者实现全球购物零差价、保税等个性化服务。保税仓闪电发货，到家确保货真价实。

在线法律服务平台砖家宝获得诺誉投资 450 万天使投资

1 月 21 消息，在线法律服务平台砖家宝宣布获得 450 万天使投资，其中包括诺誉投资领投的 400 万和亚马逊 AWS 孵化器跟投的 50 万。此外，砖家宝于 12 月 4 日开始在京东金融上融资，截止到 1 月 3 日共募集 747.80 万人民币天使融资，天使轮融资总金额达 1197.80 万人民币。砖家宝开始的阶段主要先扎根重庆，把内功练好，接下来团队会在 2016 年的第二季度向其他城市开始复制和扩展。

砖家宝是一家运用互联网技术与思维，结合大数据应用智能与商业智能为中小微企业提供与传统法律顾问相比更加优质、便利、快捷、低价的法律顾问产品，让中小微企业能轻松消费低价高质的法律顾问/法务外包、诉讼及非诉律

师服务。

互联网综合理财交易平台贝壳金服获数千万天使轮投资

1月20日消息,贝壳金服获盾安集团旗下江苏森和农林科技有限公司天使轮战略投资数千万,双方签署了战略合作框架协议,正式建立全面战略合作伙伴关系。此次融资标志着贝壳金服与中国500强企业盾安集团旗下的森和农科强强联合。线上线下通过在融资渠道、风控等多方面的全方位、多层次合作,建立起创新型P2B/P2G+O2O的双核模式的开放式互联网金融平台。

贝壳金服系上海中云资产管理有限公司旗下全资子公司和独立品牌,是由杭州贝捷金融信息服务有限公司开发的以政府应收账款、小贷公司债权、信托资管收益权等优质资产投资、转让为核心的安全高效的互联网综合理财交易平台,旨在通过互联网技术,帮助广大投资者实现财富增值。

火星文化获A轮融资 2800万人民币 曾给暴走漫画做过代理发行

火星文化在上个月完成了2800万人民币的A轮融资,本次融资由东方富海和盛万文化联合投资。据披露,该团队也曾在2014年9月获得姚劲波和牛文文的500万元天使投资,2015年6月获得几位业界人士的1250万元pre-A轮融资。

火星文化现阶段的发行业务除了传统视频网站外,大部分发行公司不做的OTT(开放互联网服务)火星文化也在做(因为OTT的审核相对严格,体系比较复杂),甚至包括海外市场。因为在火星的发行服务背后,本质是将内容推出去,触及的用户越多,发行的边际成本就越低,然后通过广告、IP、增值服务等获取收入。

C2C金融服务平台“超交易”获联想集团战略投资

近日位于上海的C2C金融服务平台“超交易”近日对外宣布获得了联想集团的战略投资,双方未来将在金融服务方面进行流量合作,这一轮投资人还包括上海太冠资本以及耀途资本等机构。

超交易创立于2014年,2015年5月份曾获得来自渣打银行多位高管的天使轮投资,RedRock Venture Fund、鸣客资本等的千万级Pre-A轮融资。这是

一家主打“金融 + 社交”的互联网金融投资平台，针对散户人群，旨在为投资者提供跨市场、跨品种的行情查询、资讯订阅和交易分享服务。

我来贷 B 轮融资 10 亿元 海内外银行基金混搭投资

“专做年轻人贷款”和“纯线上移动借贷”的我来贷宣布获得 10 亿人民币的 B 轮融资。此轮投资由马来西亚国家主权基金-马来西亚国库控股公司领投，来自欧洲的直销银行 ING (荷兰国际集团)和广东省政府旗下国有独资企业粤科金融集团跟投。在内地互联网金融机构的投资人中，“马来西亚主权基金+欧洲的银行+中国地方政府所设基金”的混搭组合并不多见。

我来贷致力于改革传统借贷服务，服务于三种用户群体：白领、学生、农民。注册用户为 250 万人，累计贷款申请金额近 90 亿元，30 天逾期率是 1%。拿到融资后，会投入更多资金去做品牌和推广，在技术上招聘更好的团队，同时未来会进行对外投资。

二手房交易 APP 美丽屋获得创新工场 3000 万美金 B 轮融资

1 月 21 日消息，二手房交易 APP 美丽屋宣布获得 B 轮融资，融资额达 3000 万美金，投资方包含创新工场等，通过本轮融资，美丽屋估值过亿美元。

美丽屋主营业务为租房 O2O，提供房屋整租、合租等模式。用户不仅可以随时查询、约看房源，在线订房、签约，还能在线申请维修、预约保洁等日常服务。未来美丽屋做的不仅是面向租客、房东的服务，也将进一步开发更多租房供应链上的产品和服务。

暴风魔镜获得中信资本领投的 2.3 亿元 B 轮融资，估值达 14.3 亿

1 月 21 日消息，暴风影音旗下虚拟现实企业暴风魔镜近日宣布获得了 2.3 亿元人民币的 B 轮融资，融资完成后暴风魔镜的估值达 14.3 亿元人民币。此轮融资由中信集团旗下中信资本领投，A 股上市公司天神互动、专业互联网投资机构暴风鑫源跟投，上一轮投资者暴风科技、华谊兄弟、天音控股、爱施德、松禾资本继续追加投资。

自 2014 年 9 月发布第一代产品到 2015 年 12 月，暴风魔镜的出货量已超过 50 万。而在上一轮融资之后，暴风魔镜便一直拓展 VR 产业链上下游的资

源，补内容、渠道方面的短板，目前推出了《极乐王国》、《暴风行动》、《杀戮空间》等一系列 VR 游戏；获得了好莱坞大片《饥饿游戏》的 VR 中文版权、VR 大电影《过失杀人》中文版权、BTV 环球春晚的 VR 独家播放权。

王牌先生获华旦领投近 500 万天使融资

王牌先生创始人王卫忠透露，“王牌先生”已经完成天使轮近 500 万元融资，由华旦天使领投。

“王牌先生”首席体验官王卫忠，浙江大学日语专业毕业，1996 年离开国营公司，开始服装领域的创业，在服装制造、服装贸易、纺织品开发等方面打拼 20 年，将服装的不同产业玩了个遍，在 2010 年创立了“王牌先生”品牌。为男士提供精选高级成衣搭配方案和上门搭配服务，将 40 岁左右男性作为主要目标用户，这类人群由于社交圈广泛而复杂，不同场合担着不同角色，“王牌先生”想做的是为他们提供高效的服务体验，提升愉悦感、优越感和幸福感。

写字楼租赁 O2O 平台搜办获 1200 万元 pre-A 轮融资

写字楼租赁 O2O 平台搜办于昨日获得 1200 万元 pre-A 轮融资，投资方为科地资本。本轮融资资金主要用于城市拓展和金融产品的开发上线。

搜办是专注于办公产业链的综合运营服务商，项目启动于 2015 年 10 月 29 日，依托于搜办平台，旗下有搜办代理，搜办管家和搜办金服三大模块。搜办平台主要面向租客提供租赁业务以及配套服务；搜办代理是针对业主方的租赁代理机构；搜办管家是针对租后办公楼宇的运营管理机构；搜办金服则针对业主和租客需求提供贷款等其他金融服务。目前搜办仅开通了杭州地区，武汉和南京地区的项目正在筹备中，将于春节前后上线。搜办平台采用多端口模式来实现业务功能，移动端 APP 已于 2015 年 12 月 7 日上线运营，网站和微信端将会在 2 月份同时上线。

实体商铺互联网服务平台乐铺获经纬数千万 Pre-A 轮融资

1 月 22 日，实体商铺互联网服务平台乐铺完成数千万人民币的 Pre-A 轮融资，经纬中国领投。乐铺由商业地产服务商睿意德创始人张家鹏带领互联网行业人士联手创建，打造商铺版 UBER。

乐铺成立于 2015 年 6 月，总部设在北京，致力于为实体创业店主与商铺业主搭建最便捷专业的服务平台，提供大数据智慧选址、360 度全景看铺、租金查询、商机评测、开店辅导、创业启动基金支持等全方位开店解决方案。

金融信息服务平台新融网获得 3000 万元 Pre-A 轮融资

1 月 22 日消息，金融信息服务平台新融网宣布于 2015 年 12 月初完成了 Pre-A 轮的融资，融资金额 3000 万元，目前正在进行股权结构调整。本次投资方包括湖南某上市公司股东和其他投资机构，以及 8 位自然人股东。

新融网成立于 2013 年 3 月，是因微金融服务(上海)有限公司旗下专业的互联网金融信息服务平台，致力于利用互联网便捷高效的核心优势，融合互联网金融+生活的创新模式，打造以家庭金融服务为基础的综合性和互联网金融交易平台。

盛力世家获 1 亿美元融资 致力打造体育 IP

1 月 21 日上午，“盛力世家战略合作暨融资发布会”在京举行。体育营销公司盛力世家(SECA)正式宣布获得华人文化的投资。华人文化透露本轮为盛力世家的发展准备了 1 亿美元的资金总投入。同时，盛力世家也一口气在新闻发布会上宣布完成六项资源性签约及发布。未来将打造属于自己的体育 IP，布局互联网“情感入口”。

始创于 2010 年的盛力世家以体育经纪、体育赛事、体育内容制作和体育咨询作为四大业务分支，旗下品牌“冰上雅姿”、“挑战 100”、“邹市明世界拳王争霸战”在业界具有较大影响力。盛力世家在过去 5 年创立的品牌、积累的资源以及强大的运营能力也得到了资本的认可和青睐。华人文化控股集团的雄厚资本和丰富的产业资源成为了盛力世家盛力前行的最强后盾。

博车网完成 2 亿元 B 轮融资

事故车互联网拍卖平台博车网对外宣布已完成 B 轮融资。本轮投资由太保产险领投，融资额超过 2 亿元人民币。未来，博车网表示将用新一轮资本发挥网点和系统优势，2016 年 将完成覆盖全国的 100 个网点建设，同时也将推出更多新业务和增值服务，构建以机动车拍卖为核心、多维度延伸的产业链。截

至目前，包括平安、太保在内的保险资金和远洋资本、复星昆仲等具有保险行业背景的资本集团，以及新天域资本、远东宏信、清华汽车研究院等一批大型机构均参与了对博车网的投资。

博车网成立于 2014 年 7 月，是一家致力于可修复事故车拍卖的专业网络平台，通过对事故车辆推定全损和网络竞价的方式，在为委托方减少损失的同时，合理再分配车辆维修资源。其注册会员包括汽车维修企业、汽配企业及二手车商在内近 5 万名，除事故车拍卖业务外，博车网还启动了包括公务车在内的二手车、质损商品车等多种机动车类型的定制化拍卖业务。

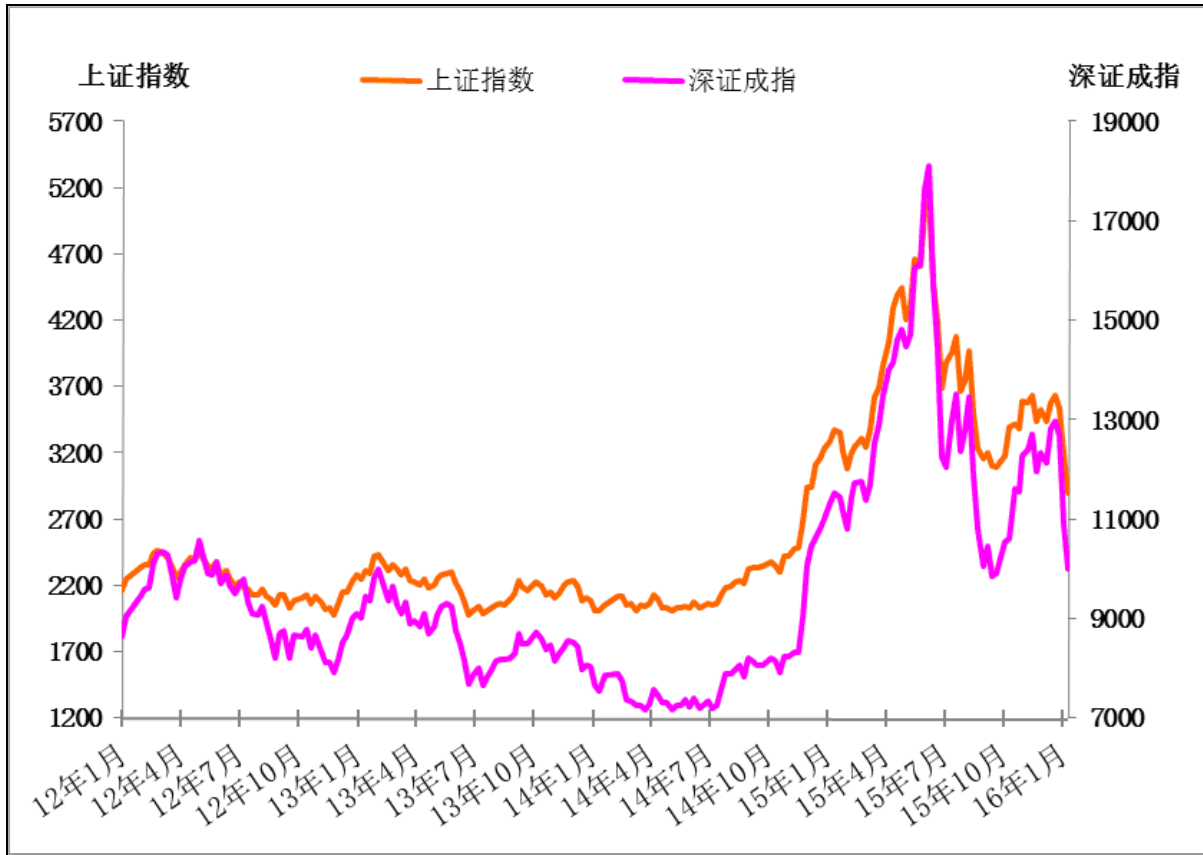
9、证券市场一周回顾

（一）股票市场

本周（1 月 18 日-1 月 24 日）沪深市场形成低位盘整震荡格局，周一（18 日）上证指数 2847.54 点低开，受到上方 3008 点边际阻力及下方 2850 边际支撑影响，区间反复震荡后报收于 2916.56 点。截至周五（22 日）收盘，受到周一低开影响周线收阳，微涨 0.54%，周振幅 5.91%，成交额 10046 亿元，成交量 9.38 亿手较前期减少 1.52 亿手。

本周深证成指，9807.25 点开盘，区间震荡后报收于 10112 点。截至周五收盘录得深证成指周线收阳涨幅 1.14%，周振幅 7.47%，成交额 16300 亿元，成交量 10.4 亿手，较前期减少 1 亿手。

图表 11 2012-2016 年上证、深证指数趋势图

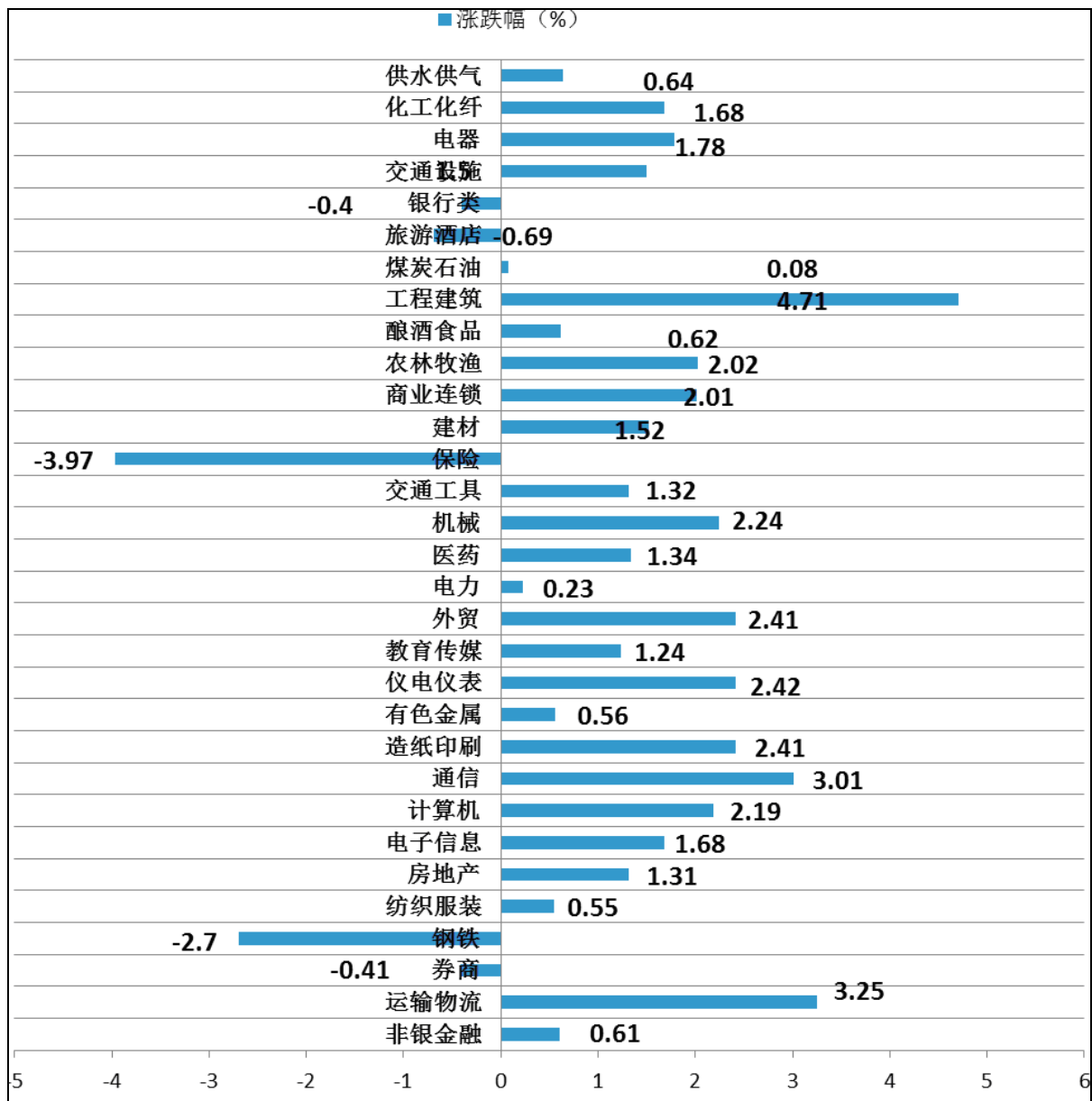


数据来源：国研网金融研究部

创业板指数本周 2074.86 点低开，区间震荡后报收于 2149.59 点。截至周五收盘，录得创业板指数周线收阳涨幅 1.74%，周振幅 8.26%，成交量 20310 万手，较上周增加 977 万手。

行业板块方面，截至 22 日收盘除保险、钢铁、旅游酒店、券商、银行类五个板块周线收阴外，其他板块皆录得不同涨幅。涨幅前三名的板块为工程建筑（4.71%）、运输物流（3.25%）、通信（3.01%）。

图表 12 沪深板块周涨跌幅



数据来源：中商产业研究院

受到外围市场震荡影响，行业板块换手率与成交量方面环比萎缩明显，涨幅前三的板块中仅工程建筑成交量环比增加（15.6%）、运输物流板块与通信板块成交量环比皆有所萎缩。

不过值得注意的是在周线收阴的板块中，旅游酒店板块虽然录得周线收阴（-0.69%），但成交量及换手率皆环比增加。

（二）债券市场

公开市场

本周（1月18日-1月24日）央行公开市场投放5550亿元，周二和周四分别投放1550亿元和4000亿元，央行公开市场回笼2400亿元，周二和周四分别为800亿元和1600亿元，本周净投放3150亿元。

中国外汇交易中心公布的数据显示，1月22日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报2.0500%，较15日涨10BP。7天回购定盘利率收报2.4800%，较15日涨8BP，14天回购定盘利率收报3.7000%，较15日大涨105BP；上海银行间同业拆放利率（SHIBOR）方面，1周品种1月22日报2.4000%，较15日涨9.7BP，2周品种报2.8360%，较15日涨9.8BP。

（三）基金市场

本周（1月18日-1月24日）基金普跌，近八成下跌，其中股票和混合基金近九成下跌，仅127只基金上涨。ETF基金近九成下跌，仅16只基金上涨。QDII基金近九成下跌，仅12只基金上涨，其中黄金类产品涨幅靠前。债券基金超六成下跌，仅203只上涨。分级基金近六成下跌，仅194只基金上涨。

据同花顺iFinD数据显示，截至1月21日，可统计业绩的472只货币基金平均7日年化收益率为2.87%，其中有15只基金7日年化收益率超5%。

四、产业市场

1、2015 新能源车取得长足进步 仍存技术薄弱问题

从2016年1月1日起实施的燃油消耗限值新标准对各大车企来说，无疑是一个重大的挑战。随着环境问题的日益加剧，发展节能与新能源汽车成为降低碳排放，实现整车性能和燃油经济性提升的有效手段。而在未来几年里，政府对新能源的补贴也将不断退坡，技术和产品将成为新能源汽车生存的王道。

在刚刚过去的一年里，上汽“芯动战略”的推进、丰田“双擎”的国产、北汽纯电动汽车的热销都是车企们不断提升技术水平、增加产品实力的手段和成果。

插电混动 上汽走在自主前列

插电式混合动力是相对传统混合动力而言的，插电式混合动力可以直接由外接电源充电，且电池容量较大，可以依靠电力行驶较长的距离，因此对电动机性能的要求也比较高。

在新能源汽车的研发上，上汽是国内首家在纯电动、插电强混、燃料电池三大领域均拥有自主知识产权的汽车企业，并已经掌握“电池、电驱、电控”的三电核心技术。而插电式混合动力技术则是上汽“绿芯”战略布局的重点，据悉，今年其将至少推出两款插电式混合动力产品。目前，上汽已经发布了插电式混合动力轿车荣威 e550 和 e950。从近期的销量表现来看，e550 表现突出，去年 12 月单月销量达 1611 辆，成为插电式混合动力中级车的销量冠军。

中国电动汽车百人会执行副理事长欧阳明高表示，中国传统动力汽车的基础相对差一些，但在全新的动力上与国外差距不大，甚至在很多方面比国外技术要好。

传统混动 丰田坚持终有收获

去年 10 月末，南北丰田分别推出搭载国产动力总成的雷凌双擎和卡罗拉双擎，一直坚持混合动力路线的丰田终于实现了混合动力核心技术在中国的生产，这在很大程度上降低了丰田混合动力车型的价格，实现了同一车型混动版和汽油版的“零价差”。

被丰田称为“双擎”的混合动力技术也就是我们常说的传统混合动力技术，它同时具有发动机和电动机两个动力源，在大幅提升动力性能的同时，极大降低了油耗，且无需外接充电。丰田方面表示，国产混合动力技术采用了丰田多项先进的技术，适合中国人的用车习惯。

国产的油电混合双擎动力总成以第三代普锐斯上的 THS II 系统为基础开发，在 PCU 和电池部分用到了第四代普锐斯上 THS III 系统的最新技术，在技术上要比所有采用 THS II 系统的车型都更先进一些，但稍逊于采用 THS III 系统的第四代普锐斯。

纯电驱动 内外差距依然存在

从目前国内市场来看，纯电动汽车的生产厂家并不少，北汽、上汽、比亚迪都推出了自己的电动汽车产品。以北汽为例，E150EV、EV200 等产品在续航里程上也在逐步增加，不过其核心技术多来自国外，比如三元锂电池技术就是来源于与韩国 SK 合资的北京电控爱思开科技有限公司，以及与 ATL 合资创立的北京普莱德电池公司。

北汽新能源汽车营销有限公司总经理张勇曾表示，虽然中国电动汽车在动力电池技术方面有一定突破，但与国际领先水平相比，技术基础并不牢固。来自长安汽车的一位高层也坦言，如果拿国内企业和国外企业的单体电池检测，有可能国内企业单体电池的质量比它们还好，而之所以用国外的电池，是因为国外电池的一致性更好。

不过，仍以电池为例，国内企业也并非一无是处，比亚迪纯电动汽车搭载其自主研发的铁电池，续航里程已经可以达到 400 公里，处于领先水平。

2、2015 年超 6 成旅客网购火车票 铁总将创新售票方式

“十二五”期间，我国铁路新线投产达到 3.05 万公里，固定资产投资完成 3.58 万亿元，成为历史上投资完成和投资新线最多的五年。高铁营业里程超过 1.9 万公里，位居世界第一。另外，去年网上售票占比超过六成，旅客彻夜排长队买票现象已逐渐成为历史。

超六成火车票来自网购

据中国铁路总公司介绍，到 2015 年底，中国高速铁路运营里程达到 1.9 万公里，居世界第一位，占世界高铁总里程的 60%以上，与其他铁路共同构成的快速客运网可基本覆盖 50 万以上人口城市。尤其京沪高铁、京广高铁、哈大高铁、兰新高铁等一批重大项目建成通车，基本形成了以“四纵四横”为主骨架的高速铁路网。

2015 年，国家铁路完成旅客发送量 25 亿人次，连续三年实现 10%的增长。值得关注的是，去年网上售票占比超过六成，这意味着，旅客为买一张火车票，彻夜排长队的现象逐步成为了历史。

由于网购车票旅客越来越多，2016 年春运期间，北京站首次不搭建临时售

票厅，北京西站也将连续第二年实行不搭建临时售票厅的措施。

推广票额自动预分售票

尽管如此，铁路部门也坦言，铁路客票受供不应求困扰，尤其大站与小站、始发站与沿途车站票额分配上无法与实际灵活对应，存在某趟车大站有余票、小站无票可卖的情况。2016年，铁路总公司将进行售票方式创新，兼顾长、短途客流需求，推广实施票额自动预分售票策略，灵活调剂始发站和沿途站票额，提高客座利用率。

2015年通过高铁运送的乘客已经超过40%。今年铁路客运将继续在增加列车开行方面下功夫。高铁列车将增加开行规模，快速、普速列车将采用政府购买等方式，增开高密度、小编组、快速度的城际列车和市域列车。同时，还将对餐饮供应、站车供水、厕所卫生等进行集中整治，给旅客提供更加舒适的乘车环境。

3、苏宁将在湖南投资400亿元 推进互联网零售发展

近日，湖南省人民政府与苏宁控股集团在长沙签订战略合作框架协议，双方将在置业投资、互联网O2O、跨境电商、互联网+扶贫、互联网金融等领域展开深度合作。湖南省省委书记徐守盛、湖南省省长杜家毫会见了苏宁控股集团董事长张近东一行，未来，苏宁控股集团将在湖南投资400亿元。

400亿投资推进互联网零售发展

湖南具有优良的政策环境、广阔的市场前景和雄厚的产业基础，张近东说，“作为湖南省内唯一一家O2O线上线下融合运营的互联网零售企业，接下来，苏宁云商将全面推动互联网零售能力在湖南的落地发展，将零售CPU核心能力向当地企业开放，带动湖南企业的互联网+发展。”

未来，苏宁将进一步加大在湘投资力度，将湖南打造为互联网零售发展的高地。到2020年，计划投资400亿元，新增2万个就业岗位。其中，苏宁云商将在湖南布局100家旗舰店；苏宁置业将在湖南建设14个苏宁广场，打造基于智能体验、展示、服务的O2O全生活购物中心。

苏宁云商还将进一步发挥平台型企业的优势，打造湖南苏宁云商产业园，

带动湖南本地企业的触网发展。

发展农村电商推进互联网+扶贫

湖南省省委书记徐守盛表示湖南拥有丰富的特色农副产品，希望苏宁云商可以利用互联网连接千家万户，让湖南的老百姓也可以共享互联网发展红利。

这样的愿景，并不遥远。就在不久前，苏宁云商在“拯救凤凰蜜柚”的行动中大显身手。年底，面对滞销的凤凰蜜柚，苏宁云商发起了“拯救凤凰蜜柚”行动。在苏宁易购大聚会平台上线凤凰蜜柚，短短一个星期内就卖出去了 60 万斤蜜柚，解决了果农的燃眉之急。

而强大的物流能力，则是苏宁云商提速湖南农村发展的关键。据了解，苏宁云商投资 10.8 亿元自建的长沙物流基地一期已经于去年年底竣工并投入使用，该基地建成后将大大提高物流配送速度。

围绕此次战略合作，张近东表示，苏宁云商还将进一步加大对湖南农村市场的拓展，2016 年计划在湖南建设 60 家苏宁易购直营店，发展 3000 名乡村电商代理员，开展 100000 人次的电商培训，完成所有地级市中华特色馆的上线工作，提速湖南农村电商的发展进程，让湖南农民搭上互联网发展的快车道，实现增收致富

4、2015 年卷烟销售同比降 2.36% 上缴财政超万亿元

国家烟草专卖局 1 月 15 日召开全国烟草工作会发布数据，2015 年我国销售卷烟 4979 万箱，同比下降 2.36%；全年生产卷烟 5124.3 万箱，同比下降 0.88%。烟草行业上缴财政总额 10950 亿元，同比增加 1840 亿元，同比增长 20.2%。

据统计，“十二五”期间，烟草行业累计实现利税 47680 亿元，年均增加 1078.4 亿元，年均增长 13.6%；累计上缴财政 41323 亿元，年均增加 1212.2 亿元，年均增长 17.5%。

据介绍，“十二五”期间烟草行业发展有 3 个重要标志，一是 2014 年利税总额跨越 1 万亿元，二是 2015 年卷烟单箱均价比 2010 年增加 1 万元，三是 2015 年上缴财政总额超过 1 万亿元。2016 年，烟草行业将突出“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”的重点任务，努力保持行业利税总额增长速度略高

于全国国内生产总值增长速度、略高于全国财政收入增长速度。

5、十二五中国快速铁路网基本建成

“十二五”以来，中国铁路总公司加快推进“四纵四横”高速铁路为骨架的快速铁路网建设，国家快速铁路网基本建成。到2015年底，中国高速铁路运营里程达到1.9万公里，居世界第一位，与其他铁路共同构成的快速客运网可基本覆盖50万以上人口城市。同时，一批境外项目取得重大进展。

“四纵四横”骨架建成

1月17日，在中国铁路总公司召开的年度工作会议上，总经理盛光祖用数据呈现了我国铁路建设的成就。

一年新增高铁3306公里。2015年，全国铁路完成固定资产投资8238亿元，投产新线9531公里，其中高铁3306公里。一年运送旅客25亿人次。

从高铁来看，目前，我国“四纵四横”高铁主骨架基本建成，在区际运输中发挥着重要作用。“四纵”高铁，已开通运营了京沪高铁、京广高铁、京哈高铁、上海—杭州—宁波—福州—深圳快速铁路等，今年将加快建设京沈高铁；“四横”高铁，已开通运营郑州—西安—宝鸡、杭州—长沙—贵阳、南京—合肥—武汉—重庆、胶济客专、石太高铁等。今年将加快建设济南—石家庄、徐州—郑州、宝鸡—兰州、贵阳—昆明高铁等。

盛光祖表示，今年铁路部门将全力抓好重点项目实施，保持建设投资规模，加大以中西部地区为重点的铁路建设力度，为经济发展和民生改善发挥作用。2016年完成固定资产投资8000亿元。

境外项目马不停蹄

另外，2015年铁路总公司配合国家领导人出访，多次在国外举办快速发展的中国铁路展，大力宣传我国铁路发展成就。积极应对激烈的国际铁路市场竞争，加强双多边铁路交流与合作，推动建立银企合作机制，创新境外项目合作模式，一批境外项目取得重大进展。目前，中老铁路已经开工建设，中泰铁路、匈塞铁路塞尔维亚段正式启动，印尼雅万高铁即将开工建设，俄罗斯莫斯科—喀山高铁、美国西部快线等项目加快推进。

铁路总公司积极开拓国际物流市场，打造以铁路为主导的中欧、中亚班列国际物流品牌，班列运量实现持续大幅增长。2015年，开行中欧班列815列，同比增长165%。

高速动车最受欢迎

2015年，铁路继续深化重点领域技术创新。时速350公里中国标准动车组成功下线运用考核，新型机车、大型养路机械等关键技术装备自主研发取得重要突破。

350公里中国标准动车组将成为中国铁路高铁“走出去”主打的车型。

此外，京沪高铁工程项目获得国家科技进步奖特等奖。铁路正不断加快推进信息化建设，以新一代客票系统、货运电商系统、运输调度管理系统的成功应用为带动，改进和创新业务模式。

6、2015年全球最佳机场排名出炉

根据旅游网站TheGuidetoSleepinginAirports发布的2015年度全球机场评比，其中世界十大最差机场集中在发展中国家，尼日利亚哈科特港国际机场因“贪腐、混乱、拥挤、窘迫和肮脏”当选为世界最差机场，新加坡樟宜机场继续蝉联世界最佳和亚洲最佳机场。

台湾桃园机场和香港国际机场同时名列世界最佳和亚洲最佳的第四名和第五名，广州白云国际机场位居亚洲第六最差机场。

根据该网站的评价，职员态度欠佳、机场座位不足、空调系统失灵、帐篷充当入境大堂、设备零星，再加上建筑物残破，使尼日利亚哈科特港国际机场成为世界最差机场。由于工作人员的强行索贿，它同时也是全球最腐败的机场。

与那些最差机场截然不同，新加坡樟宜机场被评价为类似五星级酒店的“豪华中转站”：包括水疗、桑拿、蝴蝶园、淋浴、健身房和电影院，为旅客提供舒适、干净的机场环境。

在亚洲排行榜中，广州白云国际机场位居亚洲第六最差机场。作为中国第

二、世界第十六繁忙的机场，厕所和饮水机不干净、机场弥漫着烟味、只有中国移动的无线网络、工作人员的有限协助等，使其成为唯一上榜的中国内地机场。

凯蒂猫、中国茶艺、台湾音乐、图书馆、艺术博物馆等创造性主题使台北桃园机场位列世界最佳和亚洲最佳第四名，同时也被形容为最具创意的机场。此外，该机场还提供了一些实用福利，包括免费的WiFi、中转酒店、私人会所、15分钟免费淋浴等。

位列世界最佳和亚洲最佳第五名的香港国际机场提供标准并奢侈的机场设施：包括花园、休息间、拥有自然光和通风空间的温泉和淋浴，同时也拥有覆盖国内外片源的IMAX影院。此外，友好的工作人员和24小时餐厅也成为加分点。在基础设施方面，该机场的座椅扶手深受旅行者的喜爱，成为亚洲最适合过夜的机场。

据了解，旅行网站TheGuidetoSleepinginAirports每年年末从两万六千多份问卷中选出全球及各地区的最佳/最差机场，该评选标准涵盖了机场设施、工作人员的友好程度、是否适合过夜等多方面，甚至包括座椅扶手、机场氛围、ATM机、饮水机等诸多细节。

该网站创办人唐娜·麦克薛利（Donna McSherry）表示：“机场不再只是飞机升降的地方，而是一门精密的生意，机场之间正在互相竞争，力争成为通往世界各地的大门。”

世界最差的十大机场排名依次为：哈科特港国际机场（尼日利亚）、阿卜杜勒-阿齐兹国王国际机场（沙特）、特里布万国际机场（尼泊尔）、塔什干国际机场（乌兹别克斯坦）、迈克蒂亚西蒙·玻利瓦尔国际机场（委内瑞拉）、杜桑·卢维杜尔国际机场（海地）、哈密德·卡尔扎伊国际机场（阿富汗）、新山一国际机场（新山一）、伊斯兰堡贝娜齐尔·布托国际机场（巴基斯坦）、博韦机场（法国）。

世界最佳的十大机场排名依次为：新加坡樟宜国际机场、韩国仁川机场、日本羽田机场、台湾桃园机场、香港国际机场、德国慕尼黑机场、芬兰赫尔辛基机场、加拿大温哥华机场、马来西亚吉隆坡国际机场、瑞士苏黎世国际机场。

7、10 省市将开展试点农业电子商务

农业部办公厅印发《农业电子商务试点方案》，农业部将于 2016 年在北京、河北、吉林、黑龙江、江苏、湖南、广东、海南、重庆、宁夏等 10 省（区、市）开展农业电子商务试点。

方案确定主要目标，北京、河北、吉林、湖南、广东、重庆、宁夏等 7 省（区、市）重点在鲜活农产品(13.70, -0.21, -1.51%)电子商务方面开展试点，吉林、黑龙江、江苏、湖南等 4 省重点在农业生产资料电子商务方面开展试点，北京、海南在休闲农业电子商务方面开展试点。通过试点，逐步探索出农产品、农业生产资料、休闲农业等不同类别农业电子商务的发展路径，初步形成农产品电商标准体系、全程冷链物流配送体系、农产品和农资质量安全追溯及监管体系、休闲观光农业旅游产品质量监督体系、“基地+城市社区”鲜活农产品直配模式、农资线上销售模式等一系列运营模式和制度规范，在推动创业创新、发展分享经济、促进农民增收、带动贫困地区脱贫、实现多方共赢等方面取得积极进展，为推进农业电子商务快速健康发展提供可推广、可复制的做法和经验。其主要任务为：

（一）鲜活农产品电子商务试点

1. “基地+城市社区”直配模式。建立农产品生产基地的智能管理服务平台，提供农产品种植计划、农产品实时产量、采后库存等信息；建立鲜活农产品产销网络对接平台，采集生鲜采购商（生鲜电商、商超、社区店、餐饮、大客户等）的采购信息，并与生产基地进行对接，制定鲜活农产品销售计划；设立农产品体验店、自提点和提货柜，加强与传统鲜活农产品零售渠道的合作，开展农场会员宅配、农产品众筹、社区支持农业等模式探索，建立农产品社区直供系统；自建或依托第三方，建立全程冷链物流配送体系。鼓励开展其他形式的“基地+城市社区”鲜活农产品直配试点。（试点省份：北京、河北、吉林、湖南、广东、重庆）

2. “批发市场+宅配”模式。推动电商企业与农产品批发市场合作，充分发挥农产品批发市场集货、仓储优势，依托社区便利店、水果店设立自提点，建立城市鲜活农产品配送物流体系，探索鲜活农产品直配到户的“批发市场+宅配”电商零售模式。（试点省份：北京、广东）

3. 鲜活农产品电商标准体系。支持电子商务企业制定适合电子商务的农产

品分等分级、产品包装、物流配送、业务规范等标准，组织快递企业制定适应农业电子商务产品寄递需求的定制化包装、专业服务等标准，研究制定农业电子商务技术标准和业务规范。（试点省份：河北、重庆）

4. 鲜活农产品质量安全追溯及监管体系。建立健全“名特优新”“三品一标”“一村一品”等电子商务基础数据库，探索与电商企业建立数据共享机制；建立健全适应电子商务需求的农产品质量安全追溯管理信息系统，完善农产品质量标准和质量安全追溯体系。（试点省份：吉林、重庆、宁夏）

（二）农业生产资料电子商务试点

5. 农资网上销售平台。充分利用信息进村入户平台、大型农业、农资电商平台、供销社等已有渠道，线上线下相结合，开展农资网上销售，探索实现部分县域的农资电商配送全覆盖；现阶段，以化肥为重点，逐步扩展到种子、农药、兽药、农机具等主要农资品种；鼓励电商企业加大宣传和培训力度，积极引导农民逐渐形成网购农资习惯。（试点省份：吉林、黑龙江、江苏、湖南）

6. 农资电商服务体系。推动农资生产、经销企业与电商平台企业加强合作，依托国家农业数据中心、12316 三农综合信息服务平台和农技推广服务体系，提供测土配方施肥、农资市场价格、农资使用指导、农事咨询、气象信息等专业服务；支持电商平台企业建立大数据分析系统，掌握分析农民用肥、施肥数据及测土配方、病虫害等数据，由单一的农资销售平台向产前、产中、产后全链条农资服务商转变，试点农资精准服务；加强与银行、保险公司等金融服务企业合作，提供农资贷款、农业生产保险等相关金融服务。（试点省份：吉林、黑龙江、江苏、湖南）

7. 农资电商监管体系。建立健全适应电子商务需求的农业生产资料质量安全追溯管理信息系统和网上投诉处理平台，推动种植、畜牧、水产以及种子、化肥、农药、农机等行业监管信息共享和互联互通，加强农资电商监管，推行信用档案制度，确保网上销售的农资可信、可用、可管。（试点省份：吉林、黑龙江重点建立化肥电商监管体系，吉林、湖南重点建立种子电商监管体系，江苏重点建立农药、兽药电商监管体系）

（三）休闲农业电子商务试点

8. 休闲农业电商平台。推动城市郊区休闲农业资源建设、开发，整合休闲

农业资源，以标准化接待规范、信用评价体系、地理信息系统和移动定位技术为支撑，以采摘、餐饮、住宿、主题活动、民俗产品购销等为主要服务内容，建立统一的休闲农业线上推介、销售、服务平台和质量监督体系，实现乡村旅游线上直销，推动形成线上线下融合、城乡互动发展的休闲农业产业链。（试点省份：北京、海南）

8、全国成品油价格指数持续下挫

依据新华（大庆）国际石油资讯中心发布的报告，截至1月20日，全国成品油价格指数为604.43，跌幅1.77%，全国成品油价格指数继续回落。

全国成品油价格指数运行结果表明，上周93#汽油平均价格报收于5888元/吨，较前一报告周期下跌39元/吨（折合0.03元/升）；0#柴油平均价格报收于5175元/吨，较前一报告周期下跌125元/吨（折合0.11元/升）。综合来看，全国柴油平均价格走低带动全国成品油价格指数继续下行。

新华（大庆）国际石油资讯中心分析师蒋冰认为，近期因解除对伊朗持续数年的制裁，国际油价持续走低。国内成品油市场业者采购意愿不强，行情交投清淡。辽宁省沈阳市某民营加油站负责人表示：“本周，主营汽柴行情回落，下游库存消耗进度迟缓，中下游业者入市采购意向不振，市场交投气氛持续清淡。”

国际原油市场价格持续走低，国内市场看空情绪浓厚，临近春节国内需求持续低迷，汽柴油批零价格持续低位运行，加之因成品油价格调整持续搁浅，贸易商多无心采购，预计国内油品整体行情近期以稳为主。观望后市，世界经济发展放缓原油需求增长缓慢，国际油市供应充裕加之近期伊朗加大石油出口数量，供应过剩格局难改，预计近期国际油价将维持震荡格局。

9、虚拟现实市场规模有望十年破万亿

德勤日前发布的2016年《科技、传媒和电信行业预测》认为，虚拟现实（以下简称“VR”）将成为2016年最为重要的产业趋势，2016年将成为VR产业化元年。众多机构预测，未来VR产业市场规模有望在十年到十五年内突破万亿大关，硬件设备、娱乐内容、跨界服务三大投资机会将不断显现。

现状 VR产业化元年

虚拟现实技术，即利用计算机技术模拟产生三维的虚拟世界，让使用者及时、无限制地感知虚拟空间的事物。事实上，VR 技术并不是近两年才突然冒出的新鲜事物，相关概念早在 1963 年就被提出，相应的技术也随之诞生。经过近 50 余年的技术积累，VR 主要关键技术均取得突破，已经可以进入应用和后续的产业化阶段。

随着世界上主流科技公司对 VR 产业化的不断重视，近年来相关研发和投入快速提升，应用级产品也不断涌现。2016 年将会有大批 VR 产品正式面世，将成为 VR 产业化元年。

下一阶段的 VR 产品和应用将主要以头戴显示器的形式出现，将会带给消费者包括影视、游戏、娱乐等多种全新体验。这将是一个全新的硬件门类，并配合有完整的上下游产业链，经过发展将成为一个成熟的产业。

事实上，VR 产业正在不断成熟已经成为各界共识，并引起了世界范围内的科技公司的竞逐。此前在美国举行的 2016 年国际消费电子产品展上，包括 HTC Vive、Oculus Rift、PlayStation VR 以及三星 Gear VR 等众多 VR 产品悉数亮相。根据 HTC、索尼、三星等公司的计划，上述产品均会在 2016 年正式推出。

而在 2015 年末北京举行的第二届中国虚拟现实行业体验展上，除了上述国际厂商外，3Glasses、uSens、灵境等国内团队也纷纷推出了各自的 VR 产品。据《经济参考报》了解，这些国内厂商也将在 2016 年推出消费级产品。

目前，国内多家互联网企业也已瞄准了 VR 市场，并纷纷展开布局。2015 年末，腾讯 CEO 马化腾在第二届世界互联网大会上表示，VR 将成为未来最为重要的产业机会，腾讯将积极介入；阿里巴巴此前则重金投资了美国 VR 企业 Magic Leap。此外，暴风科技、乐视、小米、360 等国内公司也先后推出了 VR 产品或服务。

德勤 2016 年《科技、传媒和电信行业预测》指出，VR 将成为 2016 年产业界一大趋势，预计 2016 年将售出约 250 万台 VR 头戴设备以及 1000 万份游戏拷贝。2016 年 VR 产业大部分收入极有可能将由数千万普通消费者推动，这意味着 VR 产品将成为新的大众消费品，将使整个产业拥有强大的增长后劲。

随着各类成熟产品的推出，VR 也将随之进入高速增长期，业内普遍认为 VR 将是下一个万亿级市场。

高盛最新研究报告认为，到 2025 年全球 VR 市场的年营收规模将达到 1100 亿美元（约 7100 亿元），相关的软件销售额达 720 亿美元，这意味着届时 VR 领域总的市场规模将达到 1820 亿美元（约 12000 亿元），在十年内成长为一个万亿级别的新市场。

除了市场规模巨大外，VR 产业未来发展增速也不可小觑。VR 市场规模将在未来几年迅猛增长，未来 5 年硬件产品复合年增长率将超过 100%，而软件和服务的增长率将更高。

暴风科技 CEO 冯鑫介绍，VR 就像智能手机一样，目前外界仅看到了在游戏、电影等方面的应用，但随着 VR 产品的普及和越来越多开发者的进入，将有更多的应用出现。

五、环球市场

1、2015 年俄罗斯国内游增长出境游下降

俄罗斯去年国内游人数增长 18%，出境游人数下降约 20%。对此，俄联邦旅游署署长萨福诺夫说，2015 年是俄旅游业困难的一年，也是俄国内游和出境游发展的转折之年。

据俄联邦旅游署统计，2015 年俄罗斯约 5000 万人次选择在本国旅游，比上年增长 18%。萨福诺夫 15 日接受俄罗斯媒体采访时说，目前旅游业占俄国内生产总值的 1.5%，而发达国家该比例达 10%。这意味着俄旅游业增长空间巨大。旅游业是俄经济发展的催化剂，可促进所有地区发展，对拉动就业与中小企业发展具有重要意义。

2015 年是俄旅游业困难的一年。首先，主营国际航空业务的俄第二大航空公司破产，许多旅游公司为该航空公司债权人。其次，受恐怖主义影响俄中止同埃及的航空联系，因俄战机被土耳其击落俄中止同土的旅游合作。过去，俄出境游超半数游客选择埃及和土耳其。

2015 年俄出境游下降约 20%，而来俄旅游人数增长约 150 万人至 2000 万人。其中，来自中国、德国、美国、英国、法国游客人数最多，伊朗、西班牙、印度来俄旅游人数有所增加。

2、2015 年第四季度韩国对华贸易额首超日本

据韩国媒体报道，韩国贸易协会 2016 年 1 月 17 日发布的数据显示，2015 年第四季度韩国的对华贸易额达到 756 亿美元，首次赶超日本（717 亿美元），成为继美国之后中国第二大贸易伙伴。韩国对华出口自 2013 年起超过日本，而进出口贸易额仍落后于日本，但 2015 年 10-12 月，进出口贸易额连续三个月领先日本。据此推测，韩中双边贸易额有望今年起赶超中日贸易额。得益于 2015 年 12 月生效的韩中自由贸易协定，两国之间的贸易规模今后有望进一步扩大。

2015 年，中国的对外贸易规模缩小。韩国的对华贸易规模位列第二，这说明韩企表现相对优秀。而韩国在中国的进口市场所占比重上升到 10.4%，首次突破 10%。

另外，韩企 2015 年 1-11 月对华投资规模约为 37 亿美元，比日本多约 7 亿美元，时隔 8 年领先日企。

3、2016 年南非食品价格预计上涨 10%

2015 年南非经历全国性干旱，以及兰特兑美元汇率持续疲软，为一直努力保持食品价格低廉的南非食品生产商增添压力。

2016 年，南非食品公司或将被迫丢失部分市场份额。同时，食品上涨预期仍然不可忽视。预计 2016 年中期，南非食品价格将上涨 10%。至 2017 年 4 月，食品价格涨幅将达到 25%。彭博社表示，目前，白玉米价格已上涨两倍，小麦价格上涨 25%。

干旱、不合理的经济政策，以及国际市场环境，导致 2016 年 1 月南非兰特汇率下滑 30%，更加重了南非的食品问题。对于经济困难的消费者而言，逐渐上涨的食品价格将为他们带来巨大压力。据南非种族关系研究所（South Africa Institute of Race Relations）数据显示，南非家庭购买食品所用金额占家庭总收入的 25%。对比南非贫富家庭收入支出比例，贫困家庭将 35% 的收入用于购买食品，而富裕家庭购买食品所用收入仅占总收入的 10.8%。

南非食品公司表示 2016 年将会是艰难的一年，公司将采取多项计划以降低食品生产和保存成本。

4、2015 年中国游客在日本消费 800 亿

2015 年访日外国游客总数达 1973.74 万人，在日消费总额为 3.47 万亿日元（约合 1951 亿元人民币），皆创历史新高。

据日本观光厅统计，2015 年访日游客在日消费额首次突破 3 万亿日元（约合 1677 亿元人民币），比 2014 年增长 70%。其中中国游客消费额占四成，达 1.41 万亿日元（约合 792 亿元人民币）。

中国游客在日人均消费额为 28.38 万日元（约合 1.6 万元人民币），比外国游客在日人均消费额多 10 万日元（约合 5590 元人民币），位居榜首。

为吸引更多的人来日旅游，日本出台了很多针对外国游客的优惠政策，免税店数量大增，免税范围也扩展到食品领域，日本对亚洲各国的签证政策也已放宽。

观光厅从 2016 年开始搜集外国人的购物相关数据，以支持以中国人为主的游客的更大力度的“爆买”。相关部门将根据免税商品的购买记录分析畅销商品的种类、需求量等，并把数据提供给零售商店作为进货参考。

下年度预算案中划拨了几亿日元(120 日元约合 1 美元)用于购买服务器以管理游客购物数据。登记在案的约 3 万家免税店中半数以上已将游客的购物记录电子化，这些数据将被实时上传以供分析。

连锁家电商店、大型免税店等已经开始自行搜集、分析数据，以更好地满足游客需求。观光厅认为，如果小商店也能掌握畅销商品信息、更有针对性地进货，销售额将会进一步提高。那些以小商店为主的地区的游客也会增加，“爆买”将惠及更多地区。

观光厅 2016 年 4 月以后将讨论如何处理搜集的信息以及是否无偿提供给小商店。由于购买记录涉及游客的护照信息，所以如何保护个人信息也是课题。

以日元贬值和签证条件放宽等为背景，2015 年访日外国游客增长创史上最，截至 1 月 19 日已经超过 1900 万人次。加之免税商品范围扩大，预计访日游客 2015 年的消费额是 2013 年的两倍以上。这一数额已经可以匹敌汽车零部件出口额。

5、加拿大积极推动中加自贸谈判

近期，加拿大各界对中加自贸协定谈判的关注日益升温。加中贸易理事会本周在多伦多发布一份研究报告称，如果启动加中自贸协定谈判，将促进投资、增加出口、创造高价值就业机会。

这份名为《追逐中国：为何对华经济协定与加拿大的发展利益攸关》的报告指出，如果中加存在自贸协定，到2030年加拿大出口将达到每年增加77亿加元（约合54亿美元），并创造2.5万个就业机会。

从全球经济发展格局来看，中国是巨大市场，加中自贸协定将使加拿大极大受益，每年将增加数十亿加元出口。

加拿大统计局数据显示，2015年前11个月，加拿大向中国出口额为197亿加元（约合138亿美元），从中国进口额为358亿加元（约合251亿美元）。报告指出，近年来加拿大海鲜对华出口增长显著，随着中国中产消费者快速增长，加拿大的鱼类、酒类、猪肉等商品会受到中国市场欢迎。

经济观察人士指出，中加两国的经贸发展势头良好，中国已成为加拿大第二大贸易伙伴，但中国和加拿大的贸易额在两国对外贸易总额中所占的比例依然较小。中国方面希望加拿大扩大对华贸易领域，向高科技、民用核能和教育等领域扩展。近年来，中加经贸合作缺乏大项目支撑，包括中国在内的亚太地区对天然气等清洁能源需求量巨大，而中国在高铁等基础设施建设方面有丰富经验，两国将来可以在清洁能源和高铁等大项目方面加大合作力度。

中国是世界最大的农产品进口国，也是对能源进口依赖度最高的国家之一，如果中国和加拿大之间存在自由贸易协定，加拿大的钾肥、农产品和能源产品就可大规模进入中国市场。中国还将向加拿大的绿色技术开放市场。此外，海上能源走廊也是中方的一个优先项目。

加拿大应加强与中国在能源、农业、经济治理等方面的合作，加拿大应效仿澳大利亚和英国等加入中国倡导并筹建的亚投行，加拿大企业应充分利用人民币离岸中心的优势使用加元和人民币直接结算，加拿大应启动加中双边绿色科技项目以促进可持续能源发展和环境保护。

6、全球新能源车销量大增 德美政策支持力度大

近年来主要经济体纷纷加大对新能源汽车的政策支持力度，制定规划推动行业发展。数据显示，去年全球新能源车销售增长迅速。

德美政策支持力度大

作为欧洲最大的汽车市场，德国过去几年在支持清洁能源交通方面的实际举措不算多，但德国经济部长加布里尔日前接受采访时表示，德国计划设立总额 20 亿欧元的项目以刺激电动车发展，包括提供新车购置补贴、扩大公共充电桩数量、鼓励政府部门使用更多电动车等。目前德国拥有 2400 个交流充电站和 100 个直流快速充电站，以及 3 万辆电动车。德国计划到 2020 年实现 100 万辆电动车上路的目标。

美国政府在电动车行业 and 消费补贴上已投入数十亿美元。在 2009 年推出的 7870 亿美元经济刺激计划中，有 24 亿美元用于电池和电动车生产。美国消费者在购买电动车和混合动力车时可获得最高 7500 美元的联邦税费减免，奥巴马政府还一再提议将优惠扩大到 10000 美元。在本月发布的最新国情咨文中，奥巴马表示“美国需要加速转变旧的、污染的能源”。

眼下美国很多州都提出了零排放交通工具计划，其中加利福尼亚州表现最为积极，计划到 2025 年 150 万辆清洁能源车上路。目前加州的电动车销量占全美电动车总销量的 40%。

欧洲电动车销量猛增

过去一年全球电动车销量进一步增长。据欧洲汽车制造商协会 (ACEA) 公布的数据，2015 年第三季度欧盟替代能源汽车 (包括电动车、混动车及天然气燃料车和液化气燃料车) 注册量同比增长 13.4%，达到 12.77 万辆，其中电动车注册量同比大幅增长 62.2% 至 1.75 万辆，混合动力车注册量增长 35% 至 5.32 万辆。2015 年前三季度欧盟替代能源汽车总注册量同比增长 19.8%，其中电动车增速高达 82%，混合动力车增速为 22%。

值得一提的是，挪威已成为全球电动车占比最高的国家。2015 年挪威新注册的新能源车达到 2.6 万辆，占注册新车总量的近五分之一。目前挪威是特斯拉除美国本土以外的第二大市场，大众高尔夫电动车型近三分之二都销往挪威。

在挪威，电动车享受免除养路费、在特殊情况下使用公共交通车道和免费停车等优惠，挪威首都奥斯陆将于近期开放全球最大的电动车停车场，有 86 个免费充电桩。

相比之下美国电动车市场表现令人失望，2015 年销量环比下降 6%至 11.5 万辆，目前电动车总销量只有 40 万辆。

7、英国汽车制造出口量创新高

据英国汽车生产商与经销商协会称，英国汽车制造商的 2015 年产量为 1,595,697 辆，创下了自 2005 年以来的新高。英国汽车制造业的 2015 年产量同比增幅 3.9%，其中出口量为 1,587,677 辆，这是首次超越衰退前的最高水平。

英国 2015 年汽车出口量创下纪录（占产量的 77.3%），同比增幅 2.7%至 1,227,881 辆。尽管在中国和俄罗斯等部分全球性市场面临各种挑战，但由于欧洲的经济复苏，欧洲作为其最大的贸易合作伙伴，拉动了对英国造汽车的需求。英国汽车 2015 年向欧洲的出口量增长 11.3%。

与此同时，英国汽车面向本国市场的产量同比增长 8.1%，而在英国注册的新车中，每 7 辆就有 1 辆是英国造。

六、热点解读

1、2015 年互联网行业 VC/PE 融资上新高

2015 年，互联网行业融资、并购持续活跃，IPO 相对低迷。根据 CVSource 投中数据终端显示，互联网行业融资案例 1105 例，其中披露金额的 286.14 亿美元，环比增长 316.28%；互联网实现 IPO 的有 6 家企业，募集金额 4.98 亿美元；退出方面，互联网行业 IPO 退出事件 19 例，披露账面退出回报共 3.39 亿美元，环比降低近 242 倍，平均账面回报 1.04 倍。

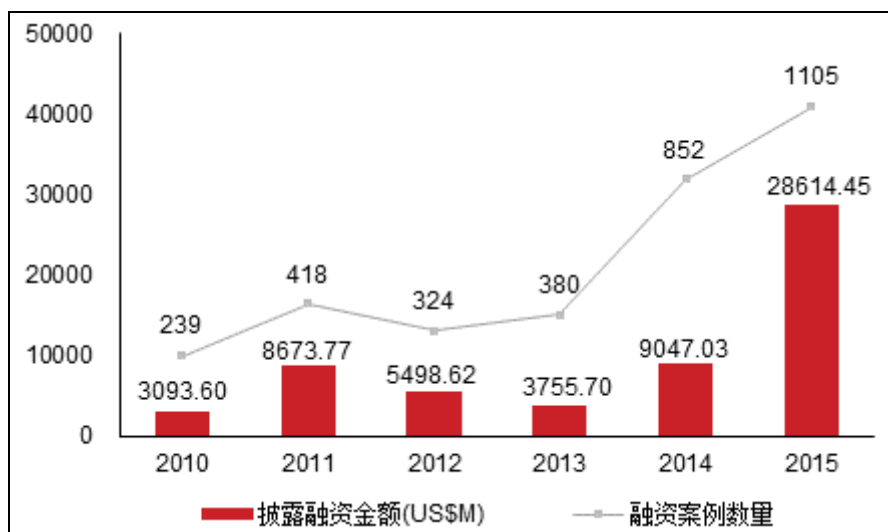
2015 年 3 月 5 日上午十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。李克强在政府工作报告中提出，“制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融（ITFIN）健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。“互联网+”行动计划极大的促进了互联网行业发展，

引起了新一轮的互联网投资热潮，使本年度互联网融资规模达到前所未有的高度。在“大众创业，万众创新”的新浪潮推动下互联网行业已成为市场的主导行业。

互联网行业 VC/PE 融资大幅增长 蚂蚁金服获得 32 亿美元融资

2015 年互联网行业 VC/PE 融资持续大幅度增长。根据 CVSource 投中数据终端显示，2015 年互联网行业 VC/PE 融资案例 1105 例，环比增长 29.7%；披露金额 286.14 亿美元，环比激增 316.28%。

图表 13 2010-2015 年国内互联网企业 VC/PE 融资趋势图



数据来源：中商产业研究院

2010 年至今，互联网行业 VC/PE 融资整体呈上升趋势，并且在近两年大幅度增长。今年由于受到“互联网+”行动计划的影响更多机构更愿意以更大规模的投资进入互联网行业，促使整个互联网行业 VC/PE 融资规模达到前所未有的高度。另一原因，由于近年来机构投资互联网退出回报甚高（例：14 年雅虎并购阿里巴巴交易一部分中，软银获得 271 倍退出回报；14 年全年互联网行业 IPO 退出平均回报率为 47.57 倍），投资机构希望可以在互联网行业摘取更大的收益。

2015 年，综合整个 VC/PE 市场来看，今年 VC/PE 总披露规模为 853.05 亿美元，而互联网行业独占 33.54% 占据了整个市场的核心地位。综合互联网发展历史来看，目前互联网行业仍处于发展状态，互联网行业上市企业所占比重较小，因此 PIPE 融资规模中占比重甚微，而 PIPE 事件融资规模巨大。所以在未来的发展中，互联网行业逐步成熟稳定，VC/PE 规模所占整个市场比重会更大，

规模会更广。

2015 年国内互联网企业融资在 10 亿美元以上的共 3 个案例，其中融资规模最大的交易为社保基金、国开金融、人保资本和国寿投资等联合投资的阿里旗下互联网金融服务商——蚂蚁金服，投资金额 32.26 亿美元。蚂蚁金服旗下主要产品包括支付宝、支付宝钱包、余额宝、招财宝、蚂蚁小贷和网商银行等。其中，蚂蚁金服每天支付笔数超过 8000 万笔，支付宝钱包活跃用户超过 1.9 亿人。值得注意的是此次融资中不仅规模巨大而且社保基金、人保资本和国寿投资等保险行业资本进入，在以往互联网行业融资中及其少见。后者在整个社会中扮演着及其重要的角色维系着社会的各个方面，若不得 1.9 亿人稳定用户群和日均超 8000 万笔交易的保障不会如此规模巨大的投入。相信此次融资之后互联网金融行业中较小规模的企业很难再分到 P2P 的羹。另外《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》互联网金融行业基本法的颁布，相关内容更加规范了互联网金融行业，小型互联网金融企业更加难以生存、发展。

紧接蚂蚁金服之后的融资案例为美团于 9 月份由美团原股东联合其他机构继续注资美团网 15 亿美元，而在年初美团还曾获 7 亿美元融资，连续两次融资规模高达 23 亿美元同样规模可观。而紧接在两次融资、与大众合并之后便获得腾讯产业 10 亿美元注资，虽然美团、大众的连续融资在规模上不能超越蚂蚁金服，但就其在今年互联网行业的热度和影响力都可以说是意义非凡。

另外，2015 年其他互联网行业 VC/PE 融资规模虽不及前两者规模宏伟，但从历年的案例综合来看，融资规模也相当可观。其中，融资规模超过 1 亿美元的事件超过 90 起，这种规模足见互联网行业今年 VC/PE 融资的热度。

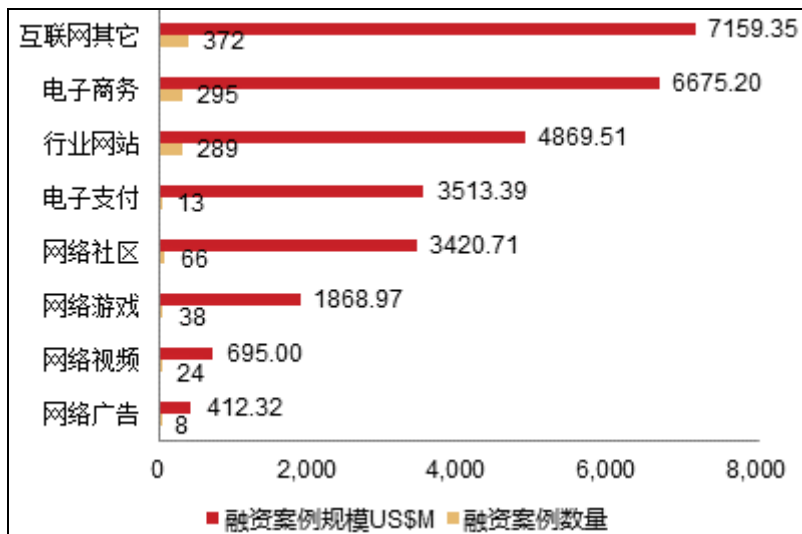
图表 14 2015 年国内互联网企业获得 VC/PE 融资重点案例

企业简介	投资金额 (US \$M)	二级行业	投资机构
蚂蚁金服	3225.81	电子支付	社保基金/国开金融/人保资本/国寿投资
美团网	1500.00	电子商务	-
美团点评	1000.00	网络社区	腾讯产业
巨人网络	963.92	网络游戏	鼎晖百孚/鼎晖百孚/云锋基金/弘毅投资(上海)
大众点评网	850.00	网络社区	腾讯/淡马锡/复星集团/方源资本
美团网	700.00	电子商务	
饿了么	630.00	互联网其它	中信产业基金/歌斐资产/腾讯/红杉中国君联资本/华平/瑞信资本/兴业基金/新华信托
优车科技	550.00	互联网其它	
乐视网	516.13	网络视频	鑫根资管
去哪儿网	500.00	行业网站	银湖
盛大游戏	479.68	网络游戏	东证资本
猪八戒网	419.35	网络社区	赛伯乐
同程网	403.23	行业网站	腾讯/中信资本

数据来源：中商产业研究院

在细分领域中，2015 年，互联网其它以获得 71.59 亿美元 VC/PE 融资额位列互联网细分领域第一，互联网其他是综合网络游戏、网络视频、网络社区、网络广告、行业网站、电子支付和电子商务之外的其他细分，依然保持着以往每年的强势状态领跑整个互联网业，同时证明着互联网行业涉及之广。在互联网其它细分之中中餐平台饿了么成为细分中热点案例，在 2015 年初和年中分别获得 3.5 亿美元和 6.3 亿美元，一年连续两次融资之和近 10 亿美元。除饿了么 10 亿美元融资外百度旗下百度外卖在今年也获得 2.5 亿美元融资获得融资，外卖平台今年在互联网其它的行业细分中为最热门行业。占据次席的是电子商务，获得 VC/PE 融资额高达 66.75 亿美元，紧接除列明互联网行业细分之外的所有细分融资总额之和。换言之电子商务仍为细分行业之首。同样也是如历年一样电子商务与互联网其他持续领跑互联网行业细分。行业网站、网电子支付、网络社区位列融资额第三、第四、第五位。

图表 15 2015 年国内互联网行业细分领域 VC/PE 融资分布

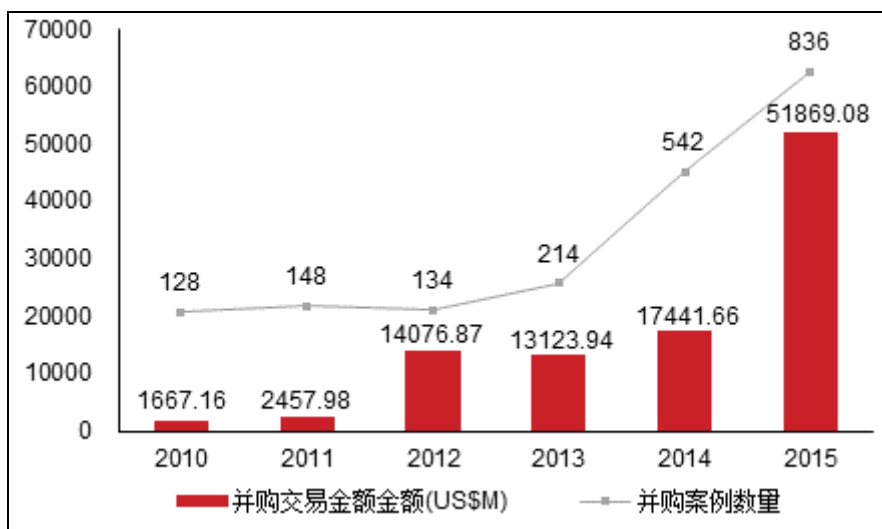


数据来源：中商产业研究院

互联网行业并购宣布交易额大幅增长 电商并购再成起高潮

2015 年，全行业并购宣布 9701 例，环比增长 24.3%；披露交易金额 7233.28 亿美元，环比增长 81.65%。其中，互联行业并购宣布 836 例，环比增长 54.24%；披露金额共 518.69 亿美元，环比增长 197.38%。

图表 16 2010-2015 中国互联网行业并购市场宣布交易情况



数据来源：中商产业研究院

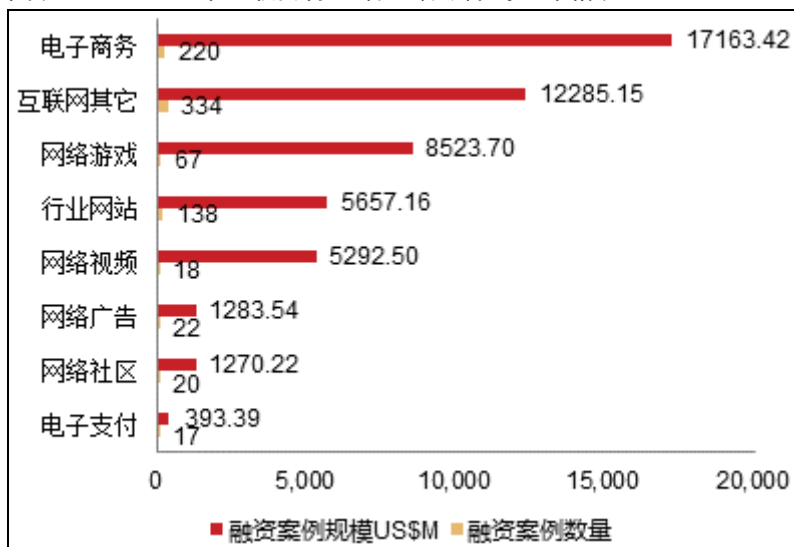
综合近几年来看，互联网行业并购事件一直处于大幅上升趋势，同时并购交易金额平稳发展。15 年在保持并购事件大幅增长的同时交易金额增长近三

倍，同 VC/PE 融资事态相同，受相关政策影响互联网行业发展势头强劲有力。

在今年互联网行业并购宣布中，电子商务并购再成热点，全年电子商务宣布并购案例 497 例，并购宣布金额 171.63 亿美元，占全年互联网并购宣布金额 33.09%。其中，阿里巴巴集团 45 亿美元收购合一集团优酷土豆，为本年度互联网并购宣布案例金额最高大的一例。同时阿里巴巴集团在今年以总计 67.4 亿美元连续两次回购股份奠定了电商并购份额的基础，成为又一大亮点。2014 年纳斯达克上市后，阿里巴巴集团今年无论在 VC/PE 市场还是并购市场都表现非常活跃，同时横向延伸明显，再次证明资本的力量。

在并购宣布金额前 20 例，电子商务并购独占 7 例。在经济增速放缓，传统行业遭遇盈利下滑，不少上市公司面临主营业务亏损迫切需要转型寻求新的利润增长点。而与此相对，互联网行业却异常火爆，电商近年来的异军突起、势头强劲，虽然规模经济效益明显，但并不影响创业者对其的热情，这为不少上市公司通过并购电商公司从而改善公司经营状况提供了机会。在这 7 例电商并购中，均为上市公司并购电商公司。

图表 17 2015 年互联网行业细分领域并购宣布情况



数据来源：中商产业研究院

受部分 IPO 暂停影响 15 年互联网行业 IPO 规模降至近年最低点

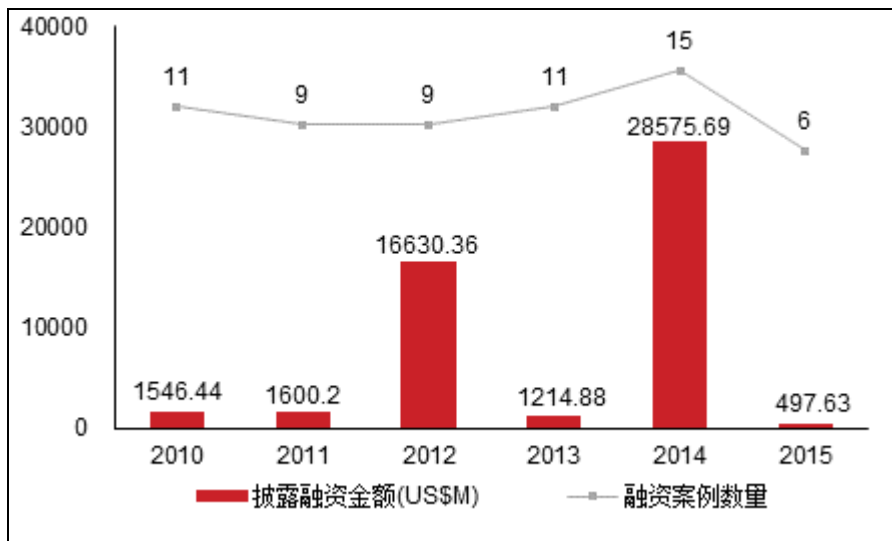
国内互联网行业自 2010 年-2015 年 IPO 规模总体均波动较大，2012 年和 2014 年形成两个明显的波峰，而 14 年阿里巴巴集团上市成为近几年乃至整个 IPO 史的一个高峰。其余几年 IPO 规模均在 10 亿美元左右。2015 年，国内互联网企业 IPO 规模低至近年来最低点，总融资规模仅 4.98 亿美元。一方面，受 7

月至 11 月 IPO 暂停四个月影响；另一方面，今年二级市场波动较大，IPO 存在一定的不确定性，存在部分待 IPO 企业保持观望态度。

就国内互联网行业整体发展来看，预计未来 IPO 会成上升趋势，根据相应政策的出台、相关基金的设立、未来发展趋势的综合考虑互联网仍为未来核心行业。而目前互联网行业处于快速发展时期，IPO 多为成熟期发生，所以有充分理由相信未来互联网的 IPO 会持续呈现上升趋势。

但在互联网行业迅速发展的同时也确定了互联网行业的变化迅速、节奏快，同时带来的是高风险与不确定性，很直接的表现了风险与收益对等的形式。另外，就目前国内互联网行业整体的企业来看，虽然未来会呈上升趋势，但达到 14 年 IPO 融资值还存在一定困难，毕竟 14 年阿里巴巴集团、京东和新浪微博同年上市，目前未 IPO 互联网企业少有类似规模。

图表 18 2010-2015 年国内互联网行业企业 IPO 融资规模



数据来源：中商产业研究院

2015 年 IPO 的六家企业中融资规模均较小，实现上亿美元融资的案例仅有年初的昆仑万维和快乐购；而在第三、四季度中受 IPO 暂停影响只有宜人贷一家实现 IPO，而且 IPO 融资规模不足 1 亿美元；剩下的三家 IPO 企业超凡网络、窝窝团和暴风科技融资总额之和不足 1 亿美元。2015 年互联网行业 IPO 无论从规模或数量上均降至近几年来最低点。

图表 19 2015 年国内互联网企业 IPO 案例

企业	证券代码	CV行业分类	上市时间	募资金额 US\$ Ⅱ
宜人贷	YRD	互联网其它	2015-12-18	75.00
超凡网络	08121	网络广告	2015-05-29	16.60
窝窝团	WOWO	电子商务	2015-04-08	40.00
暴风科技	300431	网络视频	2015-03-24	34.55
快乐购	300413	电子商务	2015-01-21	102.29
昆仑万维	300418	网络游戏	2015-01-21	229.19

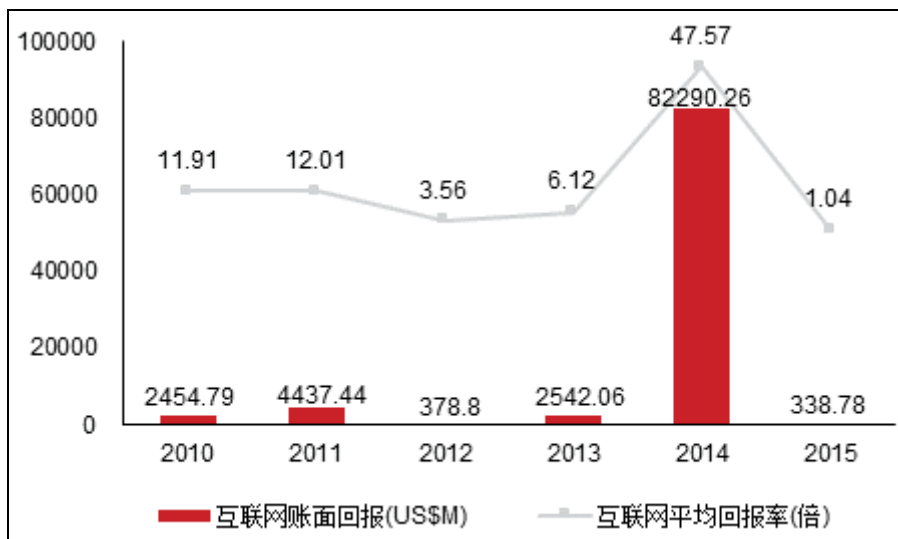
数据来源：中商产业研究院

受 IPO 暂停影响互联网行业机构退出降至低点 IPO 退出账面回报仅 1.04 倍

2015 年，互联网行业退出 41 例，披露账面退出金额共 6.29 亿美元，环比下降近 132 倍。由于互联网行业 VC/PE 机构退出主要通过企业 IPO 实现，本年度互联网企业受 IPO 暂停影响，实现 IPO 的互联网企业仅为 6 家，导致本年度互联网行业机构退出金额暴跌，同时受二级市场波动影响，IPO 退出账面回报倍数降到新低。

2015 年度，共 6 家互联网企业实现 IPO，其中 4 家互联网企业有 VC/PE 背景，IPO 退出 19 笔，账面退出金额仅 3.39 亿美元，平均账面回报仅 1.04 倍，退出金额环比大降近 248 倍。IPO 退出遇冷。

图表 20 2010 年-2015 年国内互联网企业 IP 退出账面回报情况



数据来源：中商产业研究院

2015 年度,VC/PE 机构参与互联网企业 IPO 获得退出的 19 笔中均无过高退出回报,但值得注意的是在并购退出方面鑫悦投资在新合文化并购退出过程中获得近 422 倍退出回报。同时利通基金、容银投资、世纪凯华等在并购退出方面均获得了 10 到 30 倍的退出回报,虽然涉及金额规模较小,但同样证明了互联网行业在退出过程中依然存在着相当可观的回报率。综合今年“互联网+”行动计划的推出,“大众创业、万众创新”的浪潮下相关政府引导基金的设立,互联网行业的融资规模和案例数会有相对提高,未来互联网行业的退出份额和回报会持上升趋势。

2、2015 年中国并购市场十大事件

2015 年是并购市场异常火爆的一年,不仅由于诸多政策利好,更是因为市场经济即将进入一个崭新的轨道。随着国民经济平缓增长、“十三五”规划的逐渐明晰:互联网+、一带一路、金融深化改革、产业转型升级等国家战略,使得市场的脉络也随之明确。而并购作为市场资源配置的重要手段,在这一时点就显得非常重要。所以纵观 2015 年的并购市场可以判断,并购将在未来较长一段时间,成为资本市场最为激荡的主旋律。

1. 国务院印发“双创意见”,推动多主题并购

2015 年 9 月 23 日,国务院印发《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》,这是对大力推进大众创业万众创新和推动实施“互联网+”行动的具体部署,是加快推动众创、众包、众扶、众筹等新模式、新业态发展的系统性指导文件。由于国家的政策引导和扶持,促使大规模的主题并购和创新创业实践层出不穷。“互联网+”、“传统企业转型”、“工业 4.0”、“智能硬件”等主题成为并购市场的热门方向。

2015 年作为“十三五”规划的谋定之年,也是中国经济进入新常态的起始之年,国家经济已经全面进入新常态局面,GDP 增速首次达到 7%以内的平缓增长水平。这说明了,中国的市场经济已经进入了一个经济发展结构与增长模式深化调整的阶段。而这一阶段,最为深刻的变化就是产业经济发展动力的转变,将从改革开放以来爆发的政府投资主导拉动方式转变为市场行为为主导拉动方式。这意味着在各行各业都会出现,从市场行为倒逼国家政策提升、重视、改良的现象。

2. “十三五”产业转型升级,产业协同并购渐成主流

“十三五”规划年新一轮企业并购浪潮来临。从宏观而言，传统经济面临严峻转型，通过并购方式进行转型整合，可以有效的形成社会资源的优化配置。从产业角度而言，通过并购能够有效地完善产业布局，优化产业结构，推动中国产业格局走出较为散乱、冗杂的局面。从新的增长角度来看，“十三五”期间中国的产业结构调整将更加剧烈和常态化，新经济、新业态快速涌现，会大量引发战略性新兴产业的跨产业交叉性需求，如中国铁塔收购三大运营商、海航的频繁整合等，都是开始通过并购的方式形成产业协同和发展共赢，从而达成更好的产业链条和多元化生态发展。而这种基于满足产业协同需求的并购方式，已经成为了产业转型升级的主流。

在“十三五”阶段，能够利用政策引导，进一步完善产业布局和转型成熟速度，应该是资本和产业企业进行筹划的核心。全面深化改革在十三五期间，将对于产业转型、金融开放、法律监管等核心方面进行了深入调整。在这个局面之下，对于协同产业的整合与并购，时形成有效抵御资本风险和产业风险的有利武器，而并非盲目的追求政策红利中的热点方向，这应该成为这一时期的重要共识。

3. “互联网+”催动互联网行业整合并购

“互联网+”概念提出以来，互联网行业迅速成为市场的宠儿。2015 年中开始，互联网行业并购呈井喷式增长。2015 年，全行业并购宣布 9701 例，环比增长 24.3%，披露交易金额 7233.28 亿美元，环比增长 81.65%。其中，互联网行业并购宣布 836 例，环比增长 54.24%，披露金额共 518.69 亿美元，环比增长 197.38%。各大传统行业通过并购互联网企业调整企业的产业结构，突破传统的企业发展观念，积极寻求转型，实现与“互联网+”的融合。其中无论是 BAT 等互联网巨头，还是向洋河、思念、万达这样的传统企业，都开始在互联网行业进行并购整合，布局 O2O、生态圈等。而互联网融合也随之形成产业链条升级和企业转型的主要任务。

在“互联网+”主题不断升温的时下，虽然拥抱互联网有利于产业经济转型升级和新兴产业快速发展，但我们需要冷静的是，太多的互联网公司存在估值过高，布局偏激，融资虚假，商业模式模糊，盈利能力局限等问题，而这些问题极可能成为未来一段时间内行业过渡发展的核心后遗症，P2P 和 O2O 行业已经率先显露端倪。因此对于“互联网+”行业的投资和产业布局而言，需要更加提高警惕，以免心急吃不了热豆腐。

4. 四部委联合发布利好政策，并购市场环境优化

2015年8月31日，为进一步提高上市公司质量，建立健全投资者回报机制，提升上市公司投资价值，促进结构调整和资本市场稳定健康发展，推动国有企业改革，增强国有经济活力，证监会、财政部、国资委、银监会等四部委联合发布了《关于鼓励上市公司兼并重组、现金分红及回购股份的通知》，通过多种方式进一步深化改革、简政放权，大力推进上市公司并购重组，积极鼓励上市公司现金分红，支持上市公司回购股份，提升资本市场效率和活力。

在产业转型的关键时刻，优化金融征信体系，推动并购市场环境，能够有效的推动产业经济稳步健康发展。而作为中国市场经济占领“稀缺资源”的上市公司而言，优化并购环境能够有效的构建产业链竞争能力和生态系统平台，从而推动产业活力与竞争力水平。但最重要的核心是要关注政府金融改革的进度，和相应配套体系的建设。

5. 新三板并购井喷式爆发，上市退出新渠道

2013年新三板扩容，2014年开始增速发展，新三板的并购也随之开始萌芽和起步，但和日益成熟的主板并购市场相比，时间还是存在着较大的滞后。而2015年新三板并购市场的成熟与主板市场并购行为的火爆开始产生了“化学反应”，2015年证监会并购重组委的上述审核数据就显示，全年339起并购重组审核中有194起无条件通过，无条件通过的数量环比增长15%，并已与2014年全年重组审核规模相当。在主板并购趋势的影响下新三板也随之火爆，九鼎、中科等公司频现并购大手笔，催发了新三板的并购市场出现了前所未有的活跃景象。而新三板的热闹，也为IPO受阻的投资人和机构找到了一条有效的退出渠道。

新三板作为今年资本市场最炙手可热的地方，已经充分的证明了中小企业发展和金融市场体系完善的巨大空间与机会。而作为推动中小企业融资的新三板，通过股权融资帮助新三板上市公司更好的完成融资，催动企业加快形成行业地位与能力，但同时也要谨慎的是，至少有2500多家新三板企业目前为止零交易，零融资，无并购重组的企业，因此新三板的低门槛和流动性仍然是其不可回避的问题，要想真正形成市场主角，任重而道远。

6. 并购失败频发，引发新一轮重组潜力盈利潮

2015年一些涉及上市公司定增的认购方对高企的定增价心有疑虑，但并购依然是当下A股市场相对激动人心的故事，并购失败的原因虽然五花八门，但主要在于价格未谈妥、标的资产出现变故两方面。举例来说，即便在股价宽幅调整之际，2015年7月1日至17日，上市公司首次披露的并购公告多达148家，就有39家上市公司已经宣告并购失败。

在2015年开启的这波牛市中，并购重组仍将伴随着经济结构的调整、行业的横纵向整合以及全面改革的深化，成为贯穿市场行情的一条重要主线，即使是在指数休整期间，并购重组标的将具备明显的赚钱效应，同时在“十三五”转型重要周期，并购重组可以有效上市公司的意图分享政策红利。因此即使资本运作终止后，相应标的仍存在重组潜力和预期。

7. 行业巨头纷纷合并，谋求市场新格局

2月14日，滴滴快的宣布合并。双方将实施Co-CEO制度，而不是其中一家管理层主导，原滴滴打车CEO程维及快的打车CEO吕传伟将同时担任新公司的联合CEO。

4月17日，58同城宣布战略入股赶集网，双方共同成立58赶集有限公司。根据协议，合并后，两家公司将保持品牌独立性，网站及团队均继续保持独立发展与运营。

10月8日，美团、大众点评两公司共同宣布合并后的格局，新公司将实施联席CEO制度，美团CEO王兴和大众点评CEO张涛同时担任联席CEO和联席董事长。两家公司在人员架构上保持不变，并将保留各自的品牌和业务独立运营。

从市场角度来说，是有利的。合并之后竞争会减少，行业会更规范。比如滴滴、快的合并后，双方的精力会更多地放在对有关部门的公关上，游说交通部门，游说各地政府。合并之后，双方之间的争斗告一段落，新公司在市场上达到一定份额了，也可以当做砝码，也就有了和有关部门博弈的资本。但同时两家巨头合并成为寡头，行业里的其他小伙伴们就很难活下去，没有了竞争对手，寡头很难有创新的动力。比如百度，在搜索领域占据绝对优势，但其近几年也面临着创新困境，在核心业务搜索引擎上，是很难看到他们的创新了。因此，企业合并之后，能否持续创新并形成组织的有效裂变发展，是摆在行业巨头面前新的课题。

8. 影视行业并购火热，市场泡沫短期难消

在 2015 年迅速增长至 440.69 亿元票房的背后，资本市场也再次掀起对影视行业的关注，使得 2015 年涉及影视领域的并购达 76 起。而在众多资本源源不断地注入到影视行业、扩大产业规模的同时，难以消去的市场泡沫也在对影视行业产生负面影响。自 2014 年起，资本市场就已开始掀起影视行业的并购潮，而去年这一股热潮不减反增。据公开数据显示，2015 年 A 股市场共发生 137 起文化传媒行业并购事件，涉及资本约 2300 亿元，其中影视相关并购达 76 起，相当于每星期均会发生一起影视并购事件，总共涉及资本 2000 亿元，其中不乏房地产、旅游等资本运作的跨界收购事件。但在 2013 年，A 股中涉及影视行业的并购事件仅有 7 起，而 2014 年影视并购为 61 起。

中产阶级消费和公民文化消费意识的逐渐成熟，已经成为影视行业最为核心的催动因素，从整体的消费能力和观念而言，我国的影视消费群体还正处于一个意识初步建立的过程。加之影视行业的发展正处于高速增长期，还存在诸多不成熟的地方和潜力。因此该市场仍将火热，虽然存在良莠不齐的现象，但市场泡沫短期内仍有接盘者，不会破灭。

9. 在线旅游行业急速增长，并购烧钱疯狂

从无意义的恶性竞争到并购整合，股权置换的背后是资源利用效率的提高，对整个在线旅游行业来说，长远来看都不失为一种利好。产业链的延伸、资源的整合为在线旅游产业打开成长空间。除携程去哪儿的整合以及与美团的竞争之外，今年 5 月京东宣布投资总计 3.5 亿美元用于认购途牛股份，将以持股 27.5% 跃居途牛第一大股东。京东还将为途牛提供广泛的运营支持，包括大数据、金融服务、流量及其他经营资源等。此外，阿里去哪儿依靠阿里系资源发展迅速；而同程网也宣布年内重启 A 股 IPO 计划；驴妈妈亦在 6 月宣布获得锦江国际集团 5 亿元的战略投资。与此同时，政策扶持持续加码。9 月，《实施“旅游+互联网”行动计划的通知》对外发布，提出“在线旅游投资占全国旅游直接投资的 15%，在线旅游消费支出占国民旅游消费支出的 20%”的发展目标，更加明确了“互联网+”旅游的融合发展趋势。

和影视行业相同，随着消费意识的升级，旅游行业额度透明化和标准化已经开始全面升级，随着巨头们的不断整合并购，行业的效率能力将不断提升，推动行业急速增长，在未来的 5 年这一行业仍是非常值得期待的行业之一。

10. 中国企业海外并购实力增强，频现大手笔

据商务部统计，2015 年全年中国企业共实施的海外并购项目 593 个，累计交易金额 401 亿美元(包括境外融资)，几乎涉及国民经济的所有行业。其中前三季度中国境内企业海外并购交易数量为 257 宗，已超过 2014 年全年交易数量，再创历史新高。民营企业在海外并购中继续领跑。民营企业海外并购交易数量是国有企业的近三倍，并已超过 2014 年全年水平。民营企业和财务投资者参与的海外并购交易单笔相对金额较小，但仍保持规模级水平。

在政府更加明确地鼓励海外投资并购的环境下，中国境内企业海外并购持续升温；从资金面看，宽松货币政策、降息降准市场环境以及上半年股市上涨也起到促进作用。同时，整体从并购表地上我们可以看出中国企业的实力已经有了大幅提升，不再像当年吉利收购沃尔沃那般动辄提起“蛇吞象”的比喻了。

公司优势

Business Advantage

研究团队

资深全职研究分析师 200 余位，其中博士学位 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：问卷调查/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。



中国细分市场研究领导者，在业界创造的 **NO.1**



十年高端商业智慧整合 助力中国企业变革创新

中商产业研究院期待与您更深度的合作！

服务热线：400-666-1917

400-788-9798