

中商产业研究院·投资情报周刊

2016年09月26日-2016年10月09日
每周一发行

国务院关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见

流通领域重要生产资料市场价格变动情况
(2016年9月11-20日)

2016年1-8月份全国规模以上工业企业利润总额同比增长8.4%

国庆假期一回头，所有房子都限购：不止北京天津，房价四小龙也聚齐（附最全限购指南）

兼并还是合作：直播平台很无奈

长租公寓盈利难题待解：高定价令年轻人止步

扫一扫领取免费报告



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。

本报告的著作权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，其性质是供客户内部参考的商业资料。

本报告为有偿提供给购买本报告的客户使用，并仅限于该客户内部使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何人不得以任何方式在任何媒体上（包括互联网）公开发布、复制，且不得以任何方式将本报告的内容提供给其他单位或个人使用。如引用、刊发，需注明出处为“中商产业研究院”，且不得对本报告进行有悖原意的删节与修改。否则引起的一切法律后果由该客户自行承担，同时中商产业研究院亦认为其行为侵犯了中商产业研究院著作权，中商产业研究院有权依法追究其法律责任。

报告的所有图片、表格及文字内容的版权归中商产业研究院所有。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查、公开资料和第三方购买。

本报告是基于中商产业研究院及其研究员认为可信的公开资料，但中商产业研究院及其研究员均不保证所使用的公开资料的准确性和完整性，也不承担任何投资者因使用本报告而产生的任何责任。

全国统一服务热线：400-666-1917 400-788-9798

深圳总部：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)

中商北京：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)

电 话：(0755) 25407296 25193390

传 真：(0755) 25407715

网 址：<http://www.askci.com/>

E - mail：askci@askci.com

★ 目 录 ★

一、	政策法规.....	3
	1、国务院办公厅关于转发国家发展改革委物流业降本增效专项行动方案（2016—2018年）的通知.....	3
	2、国务院办公厅转发民政部等部门关于做好农村最低生活保障制度与扶贫开发政策有效衔接指导意见的通知.....	11
	3、中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化公安执法规范化建设的意见》.....	15
	4、国务院关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见... ..	16
	5、国务院办公厅转发民政部等部门关于做好农村最低生活保障制度与扶贫开发政策有效衔接指导意见的通知.....	22
二、	经济观察.....	26
	1、50个城市主要食品平均价格变动情况（2016年9月11-20）. . .	26
	2、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016年9月11-20日）.....	27
	3、2016年1-8月份全国规模以上工业企业利润总额同比增长8.4%.....	29
	4、2016年9月中国制造业采购经理指数为50.4%.....	34
	5、2016年9月中国非制造业商务活动指数为53.7%.....	37
三、	投资市场.....	40
	1、国庆假期一回头，所有房子都限购：不止北京天津，房价四小龙也聚齐（附最全限购指南）.....	40
	2、网售食品新规10月1日施行，私房美食或迎来倒闭潮？.....	47
	3、政策“整容”后的韩国创投：大企业失宠，盛行来中国抢市场.....	49
	4、VR生存现状：华强北VR设备月销量超千万台，主要销往海外.....	55
	5、跨界的魅力：技术与产品，草根与精英，境内与海外.....	58
	6、网络疯传日资将大规模撤离中国？背后真相令人吃惊.....	62
	7、还在吃方便面吗？康师傅都快不行了！快消品巨头的日子真的不好过.....	64
	8、兼并还是合作：直播平台很无奈.....	70
	9、9.26-10.9一周并购事件.....	72
	10、国内一周风投事件统计.....	73
四、	产业市场.....	82
	1、长租公寓盈利难题待解：高定价令年轻人止步.....	82
	2、中国奶业亏损面扩大 三聚氰胺致消费者信心不足.....	85
	3、多家酒店进入“并购后时代” 聚焦国内居民消费升级.....	87
	4、直播江湖风继续吹：向左是娱乐向右是社交.....	88
	5、养殖业滥用抗生素禁而不止：最多时一吨饲料能添加1斤.....	92
	6、国产手机变局之谜：部分手机公司也陷入深深的迷茫.....	94
	7、粮食流通阵痛期：玉米面临价格下跌需求疲软双重难题.....	98
五、	环球市场.....	102
	1、中国游客对世界经济贡献多：去年出境旅游购物达6841亿元.....	102
	2、欧央行会议纪要：低利率对QE实施构成挑战.....	104
	3、香港与欧洲国家连签两份民航运输协定 冀把握“一带一路”机遇.....	105

4、港媒看中企在欧洲“买买买”：收购欲望似永无止境.....	106
5、商务部回应世贸下调全球贸易增速：中国一直是贡献者.....	108
6、国庆节头件大喜事：人民币终于正式“入篮”了！.....	109
7、减产协议达成 国际油价大涨.....	112
六、热点解读.....	114
1、三季度中企 IPO 表现活跃 邮储银行上市创下新纪录.....	114

正文

一、政策法规

1、国务院办公厅关于转发国家发展改革委物流业降本增效专项行动方案（2016—2018年）的通知

物流业是支撑经济社会发展的基础性、战略性产业，市场需求巨大，发展空间广阔。加快物流业发展是推进供给侧结构性改革、增加公共产品和公共服务供给的重点方向，是扩大有效投资、促进城乡居民消费的重要手段，是消除瓶颈制约、补齐薄弱短板、提升国民经济整体运行效率的重要途径。按照党中央、国务院关于推进供给侧结构性改革和降低实体经济成本的决策部署，为解决物流领域长期存在的成本高、效率低等突出问题，大力推动物流业降本增效，推进物流业转型升级，提升行业整体发展水平，更好地服务于经济社会发展，根据《物流业发展中长期规划（2014—2020年）》，制定本行动方案。

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“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，认真落实党中央、国务院决策部署，聚焦影响物流业健康发展的突出矛盾和瓶颈制约，以创新体制机制为动力，以推广应用先进技术和管理手段为支撑，以完善落实物流管理和支持政策为路径，加快补齐软硬件短板，深入推进大众创业万众创新，大力发展新模式新业态，激发市场活力，优化物流资源配置，促进物流业跨界融合，建立标准化、信息化、网络化、集约化、智慧化的现代物流服务体系，降低物流成本，提高社会物流运行效率。

（二）基本原则。

深化改革、协同推进。加大简政放权、放管结合、优化服务改革力度，深化物流领域体制改革，打破制约行业发展的体制机制障碍，加强统筹规划和部门协同，形成政策合力，营造良好发展环境。

问题导向、重点突破。聚焦突出问题出实招，找准薄弱环节补短板，率先在若干重点领域取得突破，夯实行业发展基础，提升物流社会化、专业化水平。

市场主导、创新驱动。发挥市场在资源配置中的决定性作用，激发企业创新的内生动力，鼓励先进技术装备应用，大力推进物流业与大众创业万众创新融合发展，推动业态创新、管理创新、服务创新。

联动融合、全面提升。推动物流与制造、交通、贸易、金融等行业深度融合，提升物流综合服务能力，优化整合产业资源，增强产业整体竞争力。

（三）主要目标。

到 2018 年，物流业降本增效取得明显成效，建立支撑国民经济高效运行的现代物流服务体系。

——物流基础设施衔接更加顺畅。初步形成布局合理、覆盖广泛、便捷高效的物流基础设施网络，重要枢纽节点的物流服务功能更加完备，城乡配送体系更加健全。

——物流企业综合竞争力显著提升。物流企业一体化运作、网络化经营能力明显增强，供应链管理服务水平大幅提升，形成一批技术先进、模式创新、竞争力强的综合物流服务提供商。

——现代物流运作方式广泛应用。多式联运、甩挂运输、共同配送等先进物流运输组织方式加快发展，物联网、大数据等先进技术广泛应用，物流业态、模式创新取得突破，信息化、标准化、集装化水平显著提升。

——行业发展环境进一步优化。税收、土地等政策支持体系更加完善，乱收费、乱罚款的状况得到根本改变，物流一体化高效运作的体制机制制约基本消除，行业诚信体系进一步健全，有利于物流业创新发展的生态体系基本形成。

——物流整体运行效率显著提高。全社会物流总费用占国内生产总值(GDP)的比重较 2015 年降低 1 个百分点以上；工业企业物流费用率（物流费用与销售总额之比）由 2014 年的 8.9%降至 8.5%左右，批发零售企业物流费用率由 7.7%降至 7.3%左右。

二、重点行动

（一）简政放权，建立更加公平开放规范的市场新秩序。

1. 优化行业行政审批。按照简政放权、放管结合、优化服务改革要求，在确保企业生产运营安全的基础上，清理、归并和精简具有相同或相似管理对象、管理事项的物流企业和物流从业人员的证照资质，加强事中事后监管。深入推进物流领域商事制度改革，加快推行“五证合一、一照一码”、“先照后证”和承诺制，简化办理程序。适应物流企业经营特点，支持地方进一步放宽企业住所和经营场所登记条件，鼓励物流企业网络化经营布局。（交通运输部、工商总局、质检总局、海关总署、国家邮政局等部门按职责分工负责，2016 年底前完成）

2. 深化公路、铁路、民航等领域改革。优化公路超限运输行政许可办理流程，提高审批效率。完善货运司机诚信管理制度，研究解决司机异地从业诚信结果签注问题。（交通运输部负责，2018 年底前完成）深化铁路货运改革，适度引入竞争，鼓励铁路运输企业与港口企业、物流园区等开展合资合作。推动国家铁路与地方铁路有效衔接，提高铁路资源利用率。支持铁路货运场站向综合物流基地转型升级，发展高铁快运及电商班列等铁路快捷货运产品，提高铁路物流服务质量。推动航空货运企业兼并重组、做强做大，增强高端物流市场服务能力。鼓励公路、铁路、民航部门和企业整合资源，加强合作，开展一体化物流运作。（国家发展改革委、交通运输部牵头，国务院国资委、中国民航局、中国铁路总公司按职责分工负责，持续推进）

3. 优化货运车辆通行管控。指导各地开展城市配送需求量调查等前瞻性研究。对企业从事生活必需品、药品、鲜活农产品和冷藏保鲜产品配送，以及使用节能与新能源车辆从事配送的，优先给予通行便利。合理确定配送车辆停靠卸货区域。规范公路超限治理处罚标准，减少执法中的自由裁量权。（交通运输部、公安部、商务部牵头，工业和信息化部、国家邮政局、国家标准委、国家发展改革委按职责分工负责，2017 年底前完成）

4. 推动货物通关便利化。落实信息互换、监管互认、执法互助，推进“单一窗口”建设和“一站式作业”改革，提高通关效率。（海关总署、质检总局牵头，交通运输部、商务部、公安部按职责分工负责，2017 年底前完成）

5. 提升行业监管水平。依托国家交通运输物流公共信息平台，推动政务信息资源共享和业务协同，加强物流运行监测、安全监管等大数据平台建设，通过数据收集、分析和管理，加强事中事后监管，提高物流运行监测、预测预警、公共服务能力。（交通运输部、公安部、国家发展改革委、工业和信息化部按职责分工负责，持续推进）

（二）降税清费，培育企业创新发展新动能。

1. 完善物流领域增值税政策。通过全面推开营改增改革试点，进一步消除重复征税，扩大交通运输业的进项税抵扣范围，降低企业税收负担。（财政部、税务总局牵头，国家发展改革委、交通运输部按职责分工负责，持续推进）结合增值税立法，积极研究统一物流各环节增值税税率问题。（财政部、税务总局按职责分工负责，根据增值税立法进程推进）物流企业可按照现行增值税汇总缴纳有关规定申请实行汇总纳税，鼓励物流企业一体化、网络化、规模化运作。（财政部、税务总局按职责分工负责，持续推进）

2. 降低物流企业运输收费水平。抓紧修订《收费公路管理条例》，调整完善收费公路政策，科学合理确定车辆通行费标准。（交通运输部、国家发展改革委、财政部按职责分工负责，2017 年底前完成）逐步有序取消政府还贷二级公路收费。贯彻落实《道路运输车辆技术管理规定》，取消营运车辆二级维护强制性检测。（交通运输部、国家发展改革委、财政部按职责分工负责，持续推进）

3. 规范物流领域收费行为。督促港口、铁路、航空等企业严格落实明码标价制度，实行进出口环节收费目录清单制，推进收费管理制度化、科学化、透明化。（国家发展改革委、交通运输部、财政部牵头，质检总局、海关总署、中国民航局、中国铁路总公司按职责分工负责，2017 年 6 月底前完成）

4. 调整完善相关管理政策。落实“互联网+”行动要求，完善物流业相关管理政策，鼓励企业开展创新。（国家发展改革委、交通运输部牵头，工业和信息化部、国家网信办、税务总局按职责分工负责，2018 年底前完成）支持依托互联网平台的无车承运人发展。研究完善交通运输业个体纳税人异地代开增值税专用发票管理制度。（交通运输部、税务总局按职责分工负责，2017 年底前完成）

（三）补短强基，完善支撑物流高效运行的设施和标准体系。

1. 建立与现代产业体系相匹配的国家级物流枢纽体系。按照服务现代产业发展的要求和物流业围绕节点城市、沿交通通道集群式发展的特点，结合“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展三大战略，研究编制国家级物流枢纽设施布局和建设规划，运用大数据等先进信息技术，科学测算货物的流量流向，兼顾存量、优化增量，布局和完善一批具有多式联运功能的综合物流枢纽，统筹推进公路、铁路、水运、民航等基础设施无缝衔接。（国家发展改革委、交通运输部牵头，中国民航局、中国铁路总公司按职责分工负责，2017年底前完成）

2. 健全有效衔接的物流标准体系。综合梳理各项国家标准、行业标准，加强不同领域、国内与国际标准间的协调衔接。根据行业发展需求，加快制修订冷链物流、绿色物流等方面标准。培育发展物流团体标准，鼓励企业制定严于国家和行业标准、具有竞争力的企业标准，促进政府主导制定标准与市场自主制定标准的协同发展，构建体系完备、高效协调的新型物流标准体系。（国家标准委牵头，国家发展改革委、商务部、工业和信息化部、交通运输部、中国铁路总公司按职责分工负责，2018年底前完成）完善物流服务规范，研究出台提高物流服务质量的相关意见。（质检总局、国家发展改革委按职责分工负责，2016年底前完成）大力推广托盘（1.2米×1米）、周转箱、集装箱等标准化装载单元循环共用，鼓励企业建立区域性、全国性托盘循环共用系统，在快速消费品、农产品、药品等领域开展试点，支持开展托盘租赁、维修等延伸服务。（商务部、财政部、国家发展改革委按职责分工负责，2016年底前完成）加强各类物流标准的宣传贯彻工作。（国家标准委、国家发展改革委按职责分工负责，持续推进）

3. 构建高效运行的多式联运体系。依托国际、国内物流大通道，加强繁忙区段扩能改造，支持主要港口、大型综合性物流园区集疏运体系建设，着力解决“最后一公里”问题，加快形成贯通内外的多式联运网络体系。大力发展铁水联运、公铁联运、陆空联运等先进运输组织方式，发挥铁路、水运干线运输优势。开展多式联运、集装箱铁水联运等示范工程，加强在设施标准、运载工具、管理规则、信息系统等方面的统一衔接，提高干线运输效率和一体化服务水平。（交通运输部、国家发展改革委牵头，工业和信息化部、商务部、海关总署、中国铁路总公司按职责分工负责，2017年底前完成）

4. 完善城市物流配送体系。优化城市物流基础设施布局，完善城市三级配送网络。依托重要交通枢纽、物流集散地规划建设或改造升级一批集运输、仓储、配送、信息交易于一体的综合物流服务基地，促进干线运输与城市配送有效衔接。加强公用型城市配送节点建设，优化配送相关设施布局，引导仓储配

送资源开放共享。鼓励中心城区铁路货场转型发展为城市配送中心。支持城市末端配送点建设，大力发展智能快件箱。按照共享经济理念探索发展集约化的新型城市配送模式。在有条件的城市研究推行“分时段配送”、“夜间配送”。（商务部、国家发展改革委、交通运输部牵头，国家邮政局、公安部、住房城乡建设部、中国铁路总公司按职责分工负责，持续推进）

5. 健全农村物流配送网络。建立农村物流大企业联盟，推动物流企业、电商企业和邮政企业、供销合作社等充分利用现有物流资源开展深度合作，推动县级仓储配送中心、农村物流快递公共取送点建设，完善县乡村三级物流配送网络。（国家发展改革委、商务部牵头，国家邮政局、供销合作总社、交通运输部、国土资源部、工业和信息化部按职责分工负责，2017 年底前完成）加大对农产品冷链物流设施和农产品批发市场建设的支持力度，促进工业品下乡和农产品进城的双向流通。（国家发展改革委、商务部按职责分工负责，持续推进）

（四）互联互通，建立协作共享和安全保障新机制。

1. 促进物流信息互联共享。推动物流活动信息化、数据化。依托国家交通运输物流公共信息平台，加强信息平台接口标准的制定和推广。（交通运输部、国家发展改革委按职责分工负责，2017 年底前完成）结合现代物流创新发展城市试点，建立政府物流数据公开目录，促进政府数据资源整合和开放共享。推动各类物流信息平台互联互通，促进综合交通运输信息和物流服务信息等有效衔接。开展物流大数据应用示范，鼓励政府、企业间的物流大数据共享协作，为提高物流资源配置效率提供基础支撑。（国家发展改革委、交通运输部牵头，工业和信息化部、商务部、公安部、海关总署、质检总局、工商总局、税务总局、中国铁路总公司按职责分工负责，2018 年 6 月底前完成）

2. 鼓励信息平台创新发展。发挥物流信息平台在优化整合物流资源、促进信息互联互通、提高物流组织化程度中的重要作用，扶持运输配载、跟踪追溯、库存监控等各类专业化、特色化的物流信息平台创新发展，提供追踪溯源、数据分析、担保结算、融资保险、信用评价等增值服务。推动物流信息平台与供应链上下游企业系统对接，增强协同运作能力。（国家发展改革委、交通运输部牵头，工业和信息化部、商务部、国家网信办按职责分工负责，持续推进）

3. 完善物流行业诚信体系。依托全国信用信息共享平台和各类行业信用信息平台、专业化物流信息平台等，加强物流行业与公安、工商、交通、保险等部门的信息共享，建立物流从业单位和从业人员信用信息档案，定期发布严重

失信“黑名单”，并通过企业信用信息公示系统、“信用中国”网站等及时向社会公开，完善物流企业及相关责任主体守信激励和失信惩戒机制。（国家发展改革委、交通运输部牵头，人民银行、商务部、公安部、海关总署、质检总局、工商总局、税务总局等部门按职责分工负责，2017年底前完成）

4. 加强物流业网络安全保障。加强国家交通运输物流公共信息平台等关键信息基础设施的信息安全等级保护工作，落实数据库安全管理等各项网络安全保障措施，明确网络安全保障责任，保障数据信息安全。建立防范物流业网络安全风险和打击物流业网络违法犯罪工作机制，保障物流业网络安全。（公安部、交通运输部牵头，工业和信息化部、国家发展改革委等部门按职责分工负责，持续推进）

（五）联动融合，构建产业链共赢新格局。

1. 推动物流业与制造业联动发展。结合“中国制造2025”战略部署，鼓励物流企业面向制造业转型升级需求，拓展提升综合服务能力，为生产企业提供采购物流、入厂物流、交付物流、回收物流等精细物流服务，重塑业务流程，建立面向企业用户的一体化智慧供应链管理服务体系，推动物流业与制造业协调发展，进一步降低产业物流成本。（国家发展改革委、工业和信息化部按职责分工负责，持续推进）

2. 促进交通物流融合发展。加强物流服务设施和交通运输干线网络的衔接，加强铁路、港口物流基地与公路的衔接配套，推动建设一批专用铁路、公路进港和引入产业园区项目，完善公路物流枢纽服务功能，解决枢纽布局不合理、集疏运体系不畅、信息孤岛现象突出等问题，推动现代物流与交通运输一体化融合发展，提高综合效率效益和服务水平。（国家发展改革委、交通运输部、中国铁路总公司牵头，国土资源部、住房城乡建设部按职责分工负责，2017年6月底前完成）

3. 促进商贸业与物流业融合发展。加强大数据、云计算等技术应用，探索“商贸+互联网+物流”融合发展新模式，增强物流协同服务能力，提升物流服务质量 and 效率，降低实体商贸企业的物流成本。加强商贸企业现有渠道资源整合利用，满足电商企业多样化、分散化、及时性销售的物流需求，延伸商贸业的服务链条，促进行业转型升级。（商务部、国家发展改革委、工业和信息化部按职责分工负责，持续推进）

三、保障措施

（一）加大对重要物流基础设施建设的投资支持。

各地发展改革部门要会同相关方面建立重要物流基础设施项目建设的协调机制和绿色审核通道,并将物流基础设施项目纳入现代物流重大工程进行调度,加强横向联动、有机衔接,形成工作合力。(国家发展改革委牵头,2016年底
前完成)中央和地方资金要通过现有渠道积极支持符合条件的多式联运转运设施、城乡配送网络、农产品冷链物流、物流标准化和信息化等物流项目建设,发挥政府投资示范带动作用。(国家发展改革委牵头,商务部、交通运输部、财政部、国家邮政局等部门按职责分工负责,持续推进)

（二）完善落实支持物流业发展的用地政策。

在土地利用总体规划、城市总体规划、综合交通规划、商业网点规划中充分考虑并统筹保障物流业发展的合理用地需求。优化物流业用地空间布局,合理确定用地规模和强度,研究提高土地利用效率,降低土地使用成本。相关开发建设须符合法定规划要求,不得随意更改。(国土资源部、住房城乡建设部牵头,国家发展改革委、商务部按职责分工负责,持续推进)在《城市用地分类与规划建设用地标准》修订工作中,统筹考虑物流配送相关设施用地分类和标准问题。(住房城乡建设部负责,2017年底
前完成)

（三）拓宽物流企业投资融资渠道。

银行业金融机构要探索适合物流业发展特点的信贷产品和服务方式,在商业可持续、风险可控的前提下,进一步加大信贷支持力度。积极推动供应链金融服务持续健康发展。支持符合条件的企业通过发行公司债券、企业债券和上市等多种方式拓宽融资渠道,支持物流企业发行非金融企业债务融资工具筹集资金。创新投融资支持方式,鼓励社会资本以市场化方式设立现代物流产业投资基金,支持重点企业重要物流基础设施项目建设,培育形成一批具有较强国际竞争力的现代物流企业集团。(人民银行、银监会、国家发展改革委按职责分工负责,持续推进)

（四）发挥好行业协会作用。

积极发挥行业协会在行业运行监测、标准制订与宣传推广、职业培训、行

业自律、诚信体系建设、国际合作等方面的作用，引导支持企业加快技术创新和服务创新，加强内部管理，提升物流服务水平，共同推动物流行业健康有序发展。（国务院国资委、相关行业协会负责，持续推进）

（五）加强组织协调和督促检查。

各地区、各有关部门要按照工作分工和完成时限要求，结合本地区、本部门实际，制定具体实施方案，落实工作责任。国家发展改革委要会同有关部门加强工作指导，及时协调解决政策落实中存在的问题，定期总结各项工作进展情况，进行专项督查，适时开展政策实施效果第三方评估工作，重要情况及时报告国务院。

2、国务院办公厅转发民政部等部门关于做好农村最低生活保障制度与扶贫开发政策有效衔接指导意见的通知

为贯彻落实党中央、国务院关于打赢脱贫攻坚战的决策部署，切实做好农村最低生活保障（以下简称低保）制度与扶贫开发政策有效衔接工作，确保到2020年现行扶贫标准下农村贫困人口实现脱贫，制定本意见。

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，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神特别是关于扶贫开发重要指示精神，认真落实党中央、国务院决策部署，紧紧围绕“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，坚持精准扶贫精准脱贫基本方略，以制度有效衔接为重点，加强部门协作，完善政策措施，健全工作机制，形成制度合力，充分发挥农村低保制度在打赢脱贫攻坚战中的兜底保障作用。

（二）基本原则。

坚持应扶尽扶。精准识别农村贫困人口，将符合条件的农村低保对象全部纳入建档立卡范围，给予政策扶持，帮助其脱贫增收。

坚持应保尽保。健全农村低保制度，完善农村低保对象认定办法，加强农村低保家庭经济状况核查，及时将符合条件的建档立卡贫困户全部纳入农村低

保范围，保障其基本生活。

坚持动态管理。做好农村低保对象和建档立卡贫困人口定期核查，建立精准台账，实现应进则进、应退则退。建立健全严格、规范、透明的贫困户脱贫和低保退出标准、程序、核查办法。

坚持资源统筹。统筹各类救助、扶贫资源，将政府兜底保障与扶贫开发政策相结合，形成脱贫攻坚合力，实现对农村贫困人口的全面扶持。

（三）主要目标。通过农村低保制度与扶贫开发政策的有效衔接，形成政策合力，对符合低保标准的农村贫困人口实行政策性保障兜底，确保到 2020 年现行扶贫标准下农村贫困人口全部脱贫。

二、重点任务

（一）加强政策衔接。在坚持依法行政、保持政策连续性的基础上，着力加强农村低保制度与扶贫开发政策衔接。对符合农村低保条件的建档立卡贫困户，按规定程序纳入低保范围，并按照家庭人均收入低于当地低保标准的差额发给低保金。对符合扶贫条件的农村低保家庭，按规定程序纳入建档立卡范围，并针对不同致贫原因予以精准帮扶。对返贫的家庭，按规定程序审核后，相应纳入临时救助、医疗救助、农村低保等社会救助制度和建档立卡贫困户扶贫开发政策覆盖范围。对不在建档立卡范围内的农村低保家庭、特困人员，各地统筹使用相关扶贫开发政策。贫困人口参加农村基本医疗保险的个人缴费部分由财政给予补贴，对基本医疗保险和大病保险支付后个人自负费用仍有困难的，加大医疗救助、临时救助、慈善救助等帮扶力度，符合条件的纳入重特大疾病医疗救助范围。对农村低保家庭中的老年人、未成年人、重度残疾人、重病患者等重点救助对象，要采取多种措施提高救助水平，保障其基本生活，严格落实困难残疾人生活补贴制度和重度残疾人护理补贴制度。

（二）加强对象衔接。县级民政、扶贫等部门和残联要密切配合，加强农村低保和扶贫开发在对象认定上的衔接。完善农村低保家庭贫困状况评估指标体系，以家庭收入、财产作为主要指标，根据地方实际情况适当考虑家庭成员因残疾、患重病等增加的刚性支出因素，综合评估家庭贫困程度。进一步完善农村低保和建档立卡贫困家庭经济状况核查机制，明确核算范围和计算方法。对参与扶贫开发项目实现就业的农村低保家庭，在核算其家庭收入时，可以扣减必要的就业成本，具体扣减办法由各地根据实际情况研究制定。“十三五”期

间，在农村低保和扶贫对象认定时，中央确定的农村居民基本养老保险基础养老金暂不计入家庭收入。

（三）加强标准衔接。各地要加大省级统筹工作力度，制定农村低保标准动态调整方案，确保所有地方农村低保标准逐步达到国家扶贫标准。农村低保标准低于国家扶贫标准的地方，要按照国家扶贫标准综合确定农村低保的最低指导标准。农村低保标准已经达到国家扶贫标准的地方，要按照动态调整机制科学调整。进一步完善农村低保标准与物价上涨挂钩的联动机制，确保困难群众不因物价上涨影响基本生活。各地农村低保标准调整后应及时向社会公布，接受社会监督。

（四）加强管理衔接。对农村低保对象和建档立卡贫困人口实施动态管理。乡镇人民政府（街道办事处）要会同村（居）民委员会定期、不定期开展走访调查，及时掌握农村低保家庭、特困人员和建档立卡贫困家庭人口、收入、财产变化情况，并及时上报县级民政、扶贫部门。县级民政部门要将农村低保对象、特困人员名单提供给同级扶贫部门；县级扶贫部门要将建档立卡贫困人口名单和脱贫农村低保对象名单、脱贫家庭人均收入等情况及时提供给同级民政部门。健全信息公开机制，乡镇人民政府（街道办事处）要将农村低保和扶贫开发情况纳入政府信息公开范围，将建档立卡贫困人口和农村低保对象、特困人员名单在其居住地公示，接受社会和群众监督。

三、工作要求

（一）制定实施方案。按照中央统筹、省负总责、市县抓落实的工作机制，各省（区、市）民政、扶贫部门要会同有关部门抓紧制定本地区实施方案，各市县要进一步明确衔接工作目标、重点任务、实施步骤和行动措施，确保落到实处。2016年11月底前，各省（区、市）民政、扶贫部门要将实施方案报民政部、国务院扶贫办备案。

（二）开展摸底调查。2016年12月底前，县级民政、扶贫部门和残联要指导乡镇人民政府（街道办事处）抓紧开展一次农村低保对象和建档立卡贫困人口台账比对，逐户核对农村低保对象和建档立卡贫困人口，掌握纳入建档立卡范围的农村低保对象、特困人员、残疾人数据，摸清建档立卡贫困人口中完全或部分丧失劳动能力的贫困家庭情况，为做好农村低保制度与扶贫开发政策有效衔接奠定基础。

(三)建立沟通机制。各地要加快健全低保信息系统和扶贫开发信息系统,逐步实现低保和扶贫开发信息系统互联互通、信息共享,不断提高低保、扶贫工作信息化水平。县级残联要与民政、扶贫等部门加强贫困残疾人和重度残疾人相关信息的沟通。县级民政、扶贫部门要定期会商交流农村低保对象和建档立卡贫困人口变化情况,指导乡镇人民政府(街道办事处)及时更新农村低保对象和建档立卡贫困人口数据,加强信息核对,确保信息准确完整、更新及时,每年至少比对一次台账数据。

(四)强化考核监督。各地要将农村低保制度与扶贫开发政策衔接工作分别纳入低保工作绩效评价和脱贫攻坚工作成效考核体系。加大对农村低保制度与扶贫开发政策衔接工作的督促检查力度,加强社会监督,建立第三方评估机制,增强约束力和工作透明度。健全责任追究机制,对衔接工作中出现的违法违纪问题,要依法依规严肃追究有关人员责任。

四、保障措施

(一)明确职责分工。各地民政、扶贫、农村工作、财政、统计等部门和残联要各负其责,加强沟通协调,定期会商交流情况,研究解决存在的问题。民政部门牵头做好农村低保制度与扶贫开发政策衔接工作;扶贫部门落实扶贫开发政策,配合做好衔接工作;农村工作部门综合指导衔接政策设计工作;财政部门做好相关资金保障工作;统计部门会同有关部门组织实施农村贫困监测,及时提供调整低保标准、扶贫标准所需的相关数据;残联会同有关部门及时核查残疾人情况,配合做好对农村低保对象和建档立卡贫困人口中残疾人的重点帮扶工作。

(二)加强资金统筹。各地财政部门要按照国务院有关要求,结合地方实际情况,推进社会救助资金统筹使用,盘活财政存量资金,增加资金有效供给;优化财政支出结构,科学合理编制预算,提升资金使用效益。中央财政安排的社会救助补助资金,重点向保障任务重、地方财政困难、工作绩效突出的地区倾斜。各地财政、民政部门要加强资金使用管理情况检查,确保资金使用安全、管理规范。

(三)提高工作能力。加强乡镇人民政府(街道办事处)社会救助能力建设,探索建立村级社会救助协理员制度,在乡镇人民政府(街道办事处)现有编制内,根据社会救助对象数量等因素配备相应工作人员,加大业务培训力度,进一步提高基层工作人员服务和管理能力。通过政府购买服务等方式,引入社

会力量参与提供农村低保服务。充分发挥第一书记和驻村工作队在落实农村低保制度和扶贫开发政策中的骨干作用。进一步健全社会救助“一门受理、协同办理”工作机制，为农村低保对象和建档立卡贫困人口提供“一站式”便民服务。

（四）强化舆论引导。充分利用新闻媒体和基层政府便民服务窗口、公园广场、医疗机构、村（社区）公示栏等，组织开展有针对性的农村低保制度和扶贫开发政策宣传活动，在全社会努力营造积极参与和支持的浓厚氛围。坚持正确舆论导向，积极弘扬正能量，着力增强贫困群众脱贫信心，鼓励贫困群众在政府扶持下依靠自我奋斗实现脱贫致富。

3、中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化公安执法规范化建设的意见》

目前，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化公安执法规范化建设的意见》，提出构建完备的执法制度体系、规范的执法办案体系、系统的执法管理体系、实战的执法培训体系、有力的执法保障体系，实现执法队伍专业化、执法行为标准化、执法管理系统化、执法流程信息化，保障执法质量和执法公信力不断提高，全面建设法治公安，努力让人民群众在每一项执法活动、每一件案件办理中都能感受到社会公平正义。

《意见》指出，深化公安执法规范化建设在整个公安工作中具有全局性、基础性地位，要以严格规范公正文明执法为总要求，以全面深化改革为推动力，以解决执法问题为导向，全面贯彻依法治国基本方略，忠实履行法定职责，不断提升运用法治思维、法治方式深化改革、推动发展、化解矛盾、维护稳定的能力。

《意见》明确，深化公安执法规范化建设必须坚持党的领导，确保始终坚持正确的政治方向；坚持执法为民，遵循以人民为中心的执法理念；坚持依法推进，遵循社会主义法治原则；坚持改革创新，全面落实执法权力运行机制改革任务。同时，明确了深化公安执法规范化建设八个方面的主要任务和具体措施。

在完善执法制度机制方面，细化执法标准和指引，为公安民警提供健全、完备、可操作的执法指引；落实以审判为中心的诉讼制度改革要求，坚持全面客观及时收集证据，进一步明确非法证据排除、瑕疵证据补强的范围、程序及

标准；健全公安机关保障律师执业权利的制度措施，落实告知辩护律师案件情况、听取辩护意见、接受律师申诉控告法律要求等。

在完善执法监督管理体系方面，强化执法质量管控，加强对受立案环节的监督，全面实行公安机关刑事案件法制部门统一审核、统一出口制度；完善责任追究制度，健全执法过错纠正和责任追究程序，实行办案质量终身负责制和错案责任倒查问责制；完善当事人权利救济机制，健全举报投诉事项的受理处置、核查督办、结果反馈工作机制，完善公安机关负责人出庭应诉制度等。

在深化执法信息化建设方面，完善省区市公安机关统一应用的执法办案信息系统，除案件涉及国家秘密的以外，全面实现网上办案；建立健全执法全流程记录机制，全面推行现场执法活动视音频记录制度；打造“阳光警务”，优化执法信息查询服务，建立生效行政处罚、行政复议决定文书网上公开制度等。

在提升执法主体依法履职能力方面，强化法治思维养成教育，加强对领导干部尊法学法守法用法和依法决策情况的考核监督；加强执法能力培训，实行法律要求与实战应用相结合的执法培训模式，强化一线执法民警现场处置、调查取证及武器、警械使用等方面的实战模拟训练；深化执法资格等级考试制度，执法勤务警员实行执法资格管理制度等。

《意见》还明确，推动维护国家安全、公共安全相关立法，推动完善公安组织管理和相关刑事及公安行政管理立法；健全依法决策机制，全面实行重大决策合法性审查和法律风险评估机制，实行法律顾问制度；推进行政审批改革，改进行政管理模式，规范执法窗口服务；加强执法保障，健全公安民警合法权益维护机制，创造良好执法环境，支持、保障公安机关依法行使职权等。

《意见》要求，各地区各有关部门要充分认识深化公安执法规范化建设、建设法治公安对全面推进依法治国的重要作用，加强组织领导，抓好贯彻落实。公检法司等政法部门要相互配合、加强沟通，共同研究解决工作衔接中的问题，组织、宣传、人力资源社会保障、财政等部门要支持、帮助公安机关开展工作，为公安机关依法、高效履职提供必要的保障。要主动听取社会各界的意见建议，争取人民群众的理解和支持，为公安执法工作营造良好社会氛围。

4、国务院关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

推进“互联网+政务服务”，是贯彻落实党中央、国务院决策部署，把简政放权、放管结合、优化服务改革推向纵深的关键环节，对加快转变政府职能，提高政府服务效率和透明度，便利群众办事创业，进一步激发市场活力和社会创造力具有重要意义。近年来，一些地方和部门初步构建互联网政务服务平台，积极开展网上办事，取得一定成效。但也存在网上服务事项不全、信息共享程度低、可办理率不高、企业和群众办事仍然不便等问题，同时还有不少地方和部门尚未开展此项工作。为加快推进“互联网+政务服务”工作，切实提高政务服务质量与实效，现提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。认真落实党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，按照建设法治政府、创新政府、廉洁政府和服务型政府的要求，优化服务流程，创新服务方式，推进数据共享，打通信息孤岛，推行公开透明服务，降低制度性交易成本，持续改善营商环境，深入推进大众创业、万众创新，最大程度利企便民，让企业和群众少跑腿、好办事、不添堵，共享“互联网+政务服务”发展成果。

（二）基本原则。

坚持统筹规划。充分利用已有资源设施，加强集约化建设，推动政务服务平台整合，促进条块联通，实现政务信息资源互认共享、多方利用。

坚持问题导向。从解决群众反映强烈的办事难、办事慢、办事繁等问题出发，简化优化办事流程，推进线上线下融合，及时回应社会关切，提供渠道多样、简便易用的政务服务。

坚持协同发展。加强协作配合和工作联动，明确责任分工，实现跨地区、跨层级、跨部门整体推进，做好制度衔接，为“互联网+政务服务”提供制度和机制保障。

坚持开放创新。鼓励先行先试，运用互联网思维，创新服务模式，拓展服务渠道，开放服务资源，分级分类推进新型智慧城市建设，构建政府、公众、企业共同参与、优势互补的政务服务新格局。

（三）工作目标。2017 年底前，各省（区、市）人民政府、国务院有关部门建成一体化网上政务服务平台，全面公开政务服务事项，政务服务标准化、网络化水平显著提升。2020 年底前，实现互联网与政务服务深度融合，建成覆盖全国的整体联动、部门协同、省级统筹、一网办理的“互联网+政务服务”体系，大幅提升政务服务智慧化水平，让政府服务更聪明，让企业和群众办事更方便、更快捷、更有效率。

二、优化再造政务服务

（一）规范网上服务事项。各省（区、市）人民政府、国务院各部门要依据法定职能全面梳理行政机关、公共企事业单位直接面向社会公众提供的具体办事服务事项，编制政务服务事项目录，2017 年底前通过本级政府门户网站集中公开发布，并实时更新、动态管理。实行政务服务事项编码管理，规范事项名称、条件、材料、流程、时限等，逐步做到“同一事项、同一标准、同一编码”，为实现信息共享和业务协同，提供无差异、均等化政务服务奠定基础。

（二）优化网上服务流程。优化简化服务事项网上申请、受理、审查、决定、送达等流程，缩短办理时限，降低企业和群众办事成本。凡是能通过网络共享复用的材料，不得要求企业和群众重复提交；凡是能通过网络核验的信息，不得要求其他单位重复提供；凡是能实现网上办理的事项，不得要求必须到现场办理。推进办事材料目录化、标准化、电子化，开展在线填报、在线提交和在线审查。建立网上预审机制，及时推送预审结果，对需要补正的材料一次性告知；积极推动电子证照、电子公文、电子签章等在政务服务中的应用，开展网上验证核对，避免重复提交材料和循环证明。涉及多个部门的事项实行一口受理、网上运转、并行办理、限时办结。建立公众参与机制，鼓励引导群众分享办事经验，开展满意度评价，不断研究改进工作。各级政府及其部门都要畅通互联网沟通渠道，充分了解社情民意，针对涉及公共利益等热点问题，积极有效应对，深入解读政策，及时回应关切，提升政府公信力和治理能力。

（三）推进服务事项网上办理。凡与企业注册登记、年度报告、变更注销、项目投资、生产经营、商标专利、资质认定、税费办理、安全生产等密切相关的服务事项，以及与居民教育医疗、户籍户政、社会保障、劳动就业、住房保障等密切相关的服务事项，都要推行网上受理、网上办理、网上反馈，做到政务服务事项“应上尽上、全程在线”。

（四）创新网上服务模式。加快政务信息资源互认共享，推动服务事项跨地区远程办理、跨层级联动办理、跨部门协同办理，逐步形成全国一体化服务体系。开展政务服务大数据分析，把握和预判公众办事需求，提供智能化、个性化服务，变被动服务为主动服务。引入社会力量，积极利用第三方平台，开展预约查询、证照寄送，以及在线支付等服务；依法有序开放网上政务服务资源和数据，鼓励公众、企业和社会机构开发利用，提供多样化、创新性的便民服务。

（五）全面公开服务信息。各地区各部门要在政府门户网站和实体政务大厅，集中全面公开与政务服务事项相关的法律法规、政策文件、通知公告、办事指南、审查细则、常见问题、监督举报方式和网上可办理程度，以及行政审批涉及的中介服务事项清单、机构名录等信息，并实行动态调整，确保线上线下信息内容准确一致。规范和完善办事指南，列明依据条件、流程时限、收费标准、注意事项等；明确需提交材料的名称、依据、格式、份数、签名签章等要求，并提供规范表格、填写说明和示范文本。除办事指南明确的条件外，不得自行增加办事要求。

三、融合升级平台渠道

（一）规范网上政务服务平台建设。各省（区、市）人民政府、国务院有关部门要依托政府门户网站，整合本地区本部门政务服务资源与数据，加快构建权威、便捷的一体化互联网政务服务平台，提供一站式服务，避免重复分散建设；已经单独建设的，应尽快与政府门户网站前端整合。中央政府门户网站是全国政务服务的总门户，各地区各部门网上政务服务平台要主动做好对接，形成统一的服务入口。推进政府部门各业务系统与政务服务平台的互联互通，加强平台间对接联动，统一身份认证，按需共享数据，做到“单点登录、全网通办”。建立健全政务服务平台电子监察系统，实现全部事项全流程动态监督。利用统一的政务服务资源，积极推进平台服务向移动端、自助终端、热线电话等延伸，为企业和群众提供多样便捷的办事渠道。

（二）推进实体政务大厅与网上服务平台融合发展。适应“互联网+政务服务”发展需要，进一步提升实体政务大厅服务能力，加快与网上服务平台融合，形成线上线下功能互补、相辅相成的政务服务新模式。推进实体政务大厅向网上延伸，整合业务系统，统筹服务资源，统一服务标准，做到无缝衔接、合一通办。完善配套设施，推动政务服务事项和审批办理职权全部进驻实体政务大厅，实行集中办理、一站式办结，切实解决企业和群众办事在政务大厅与部门

之间来回跑腿的问题。实体政务大厅管理机构要加强对单位进驻、事项办理、流程优化、网上运行的监督管理，推进政务服务阳光规范运行。

（三）推动基层服务网点与网上服务平台无缝对接。乡镇（街道）政务服务中心和村（社区）便民服务点直接服务基层群众，要充分利用共享的网上政务服务资源，贴近需求做好政策咨询和办事服务，重点围绕劳动就业、社会保险、社会救助、扶贫脱贫等领域，开展上门办理、免费代办等，为群众提供便捷的综合服务。加快将网上政务服务向老少边穷岛等边远贫困地区延伸，实现“互联网+政务服务”基层全覆盖。

四、夯实支撑基础

（一）推进政务信息共享。国家发展改革委牵头整合构建统一的数据共享交换平台体系，贯彻执行《政务信息资源共享管理暂行办法》，打通数据壁垒，实现各部门、各层级数据信息互联互通、充分共享，尤其要加快推进人口、法人、空间地理、社会信用等基础信息库互联互通，建设电子证照库和统一身份认证体系。国务院各部门要加快整合面向公众服务的业务系统，梳理编制网上政务服务信息共享目录，尽快向各省（区、市）网上政务服务平台按需开放业务系统实时数据接口，支撑政务信息资源跨地区、跨层级、跨部门互认共享。切实抓好信息惠民试点工作，2017年底，在80个信息惠民国家试点城市间初步实现政务服务“一号申请、一窗受理、一网通办”，形成可复制可推广的经验，逐步向全国推行。

（二）加快新型智慧城市建设。创新应用互联网、物联网、云计算和大数据等技术，加强统筹，注重实效，分级分类推进新型智慧城市建设，打造透明高效的服务型政府。汇聚城市人口、建筑、街道、管网、环境、交通等数据信息，建立大数据辅助决策的城市治理新方式。构建多元普惠的民生信息服务体系，在教育文化、医疗卫生、社会保障等领域，积极发展民生服务智慧应用，向城市居民、农民工及其随迁家属提供更加方便、及时、高效的公共服务。提升电力、燃气、交通、水务、物流等公用基础设施智能化水平，实行精细化运行管理。做好分级分类新型智慧城市试点示范工作，及时评估工作成效，发挥创新引领作用。

（三）建立健全制度标准规范。加快清理修订不适应“互联网+政务服务”的法律法规和有关规定，制定完善相关管理制度和服务规范，明确电子证照、电子公文、电子签章等的法律效力，着力解决“服务流程合法依规、群众办事

困难重重”等问题。国务院办公厅组织编制国家“互联网+政务服务”技术体系建设指南，明确平台架构，以及电子证照、统一身份认证、政务云、大数据应用等标准规范。

（四）完善网络基础设施。建设高速畅通、覆盖城乡、质优价廉、服务便捷的网络基础设施。将通信基础设施建设纳入地方城乡规划，实现所有设区城市光纤网络全覆盖，推进农村地区行政村光纤通达和升级改造。提升骨干网络容量和网间互通能力，大幅降低上网资费水平。尽快建成一批光网城市，第四代移动通信（4G）网络全面覆盖城市和乡村，80%以上的行政村实现光纤到村。充分依托现有网络资源，推动政务云集约化建设，为网上政务服务提供支撑和保障。

（五）加强网络和信息安全保护。按照国家信息安全等级保护制度要求，加强各级政府网站信息安全建设，健全“互联网+政务服务”安全保障体系。明确政务服务各平台、各系统的安全责任，开展等级保护定级备案、等级测评等工作，建立各方协同配合的信息安全防范、监测、通报、响应和处置机制。加强对电子证照、统一身份认证、网上支付等重要系统和关键环节的安全监控。提高各平台、各系统的安全防护能力，查补安全漏洞，做好容灾备份。建立健全保密审查制度，加大对涉及国家秘密、商业秘密、个人隐私等重要数据的保护力度，提升信息安全支撑保障水平和风险防范能力。

五、加强组织保障

（一）强化组织领导。各地区各部门要高度重视，充分认识“互联网+政务服务”工作对建设廉洁高效、人民满意的服务型政府的重要意义，切实加强组织领导。主要负责同志要亲自部署，狠抓落实，并明确一位负责同志具体分管，协调督促，常抓不懈。各省（区、市）人民政府办公厅、国务院各部门办公厅（室）要牵头负责统筹推进、监督协调本地区本部门“互联网+政务服务”工作，明确工作机构、人员和职责，建立政务服务部门、信息化部门和有关业务单位分工明确、协调有力的工作机制。国务院办公厅要加强对各地区各部门“互联网+政务服务”工作的督促指导，开展督查评估，推动工作取得实效。

（二）强化考核监督。建立“互联网+政务服务”工作绩效考核制度，纳入政府绩效考核体系，加大考核权重，列入重点督查事项，定期通报并公开工作进展和成效。发挥媒体监督、专家评议、第三方评估等作用，畅通群众投诉举报渠道，通过模拟办事、随机抽查等方式，深入了解服务情况，汇聚众智改进

服务。在政府门户网站设立曝光纠错栏目，公开群众反映的办事过程中遇到的困难和问题，及时反馈处理结果。完善正向激励机制，对综合评价高、实际效果好的按照有关规定予以表彰奖励；建立健全问责机制，对工作开展不力的予以通报，对不作为、乱作为、慢作为，损害群众合法权益的依法依规进行问责。

（三）加大培训推广力度。将“互联网+政务服务”工作纳入干部教育培训体系，定期组织开展培训。把面向公众办事服务作为公职人员培训的重要内容，提高服务意识、业务能力和办事效率。加强专业人才培养，建设一支既具备互联网思维与技能又精通政务服务的专业化队伍。积极开展试点示范工作，建立交流平台，加强业务研讨，分享经验做法，共同提高政务服务水平。做好宣传推广和引导，方便更多群众通过网络获取政务服务，提高“互联网+政务服务”的社会认知度和群众认同感。

各省（区、市）人民政府、国务院有关部门要根据本意见，抓紧制定工作方案，明确责任单位和进度安排，加强衔接配合，加大财政支持，认真抓好落实。工作方案报国务院办公厅备案。

5、国务院办公厅转发民政部等部门关于做好农村最低生活保障制度与扶贫开发政策有效衔接指导意见的通知

为贯彻落实党中央、国务院关于打赢脱贫攻坚战的决策部署，切实做好农村最低生活保障（以下简称低保）制度与扶贫开发政策有效衔接工作，确保到2020年现行扶贫标准下农村贫困人口实现脱贫，制定本意见。

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，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神特别是关于扶贫开发重要指示精神，认真落实党中央、国务院决策部署，紧紧围绕“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，坚持精准扶贫精准脱贫基本方略，以制度有效衔接为重点，加强部门协作，完善政策措施，健全工作机制，形成制度合力，充分发挥农村低保制度在打赢脱贫攻坚战中的兜底保障作用。

（二）基本原则。

坚持应扶尽扶。精准识别农村贫困人口，将符合条件的农村低保对象全部纳入建档立卡范围，给予政策扶持，帮助其脱贫增收。

坚持应保尽保。健全农村低保制度，完善农村低保对象认定办法，加强农村低保家庭经济状况核查，及时将符合条件的建档立卡贫困户全部纳入农村低保范围，保障其基本生活。

坚持动态管理。做好农村低保对象和建档立卡贫困人口定期核查，建立精准台账，实现应进则进、应退则退。建立健全严格、规范、透明的贫困户脱贫和低保退出标准、程序、核查办法。

坚持资源统筹。统筹各类救助、扶贫资源，将政府兜底保障与扶贫开发政策相结合，形成脱贫攻坚合力，实现对农村贫困人口的全面扶持。

（三）主要目标。通过农村低保制度与扶贫开发政策的有效衔接，形成政策合力，对符合低保标准的农村贫困人口实行政策性保障兜底，确保到 2020 年现行扶贫标准下农村贫困人口全部脱贫。

二、重点任务

（一）加强政策衔接。在坚持依法行政、保持政策连续性的基础上，着力加强农村低保制度与扶贫开发政策衔接。对符合农村低保条件的建档立卡贫困户，按规定程序纳入低保范围，并按照家庭人均收入低于当地低保标准的差额发给低保金。对符合扶贫条件的农村低保家庭，按规定程序纳入建档立卡范围，并针对不同致贫原因予以精准帮扶。对返贫的家庭，按规定程序审核后，相应纳入临时救助、医疗救助、农村低保等社会救助制度和建档立卡贫困户扶贫开发政策覆盖范围。对不在建档立卡范围内的农村低保家庭、特困人员，各地统筹使用相关扶贫开发政策。贫困人口参加农村基本医疗保险的个人缴费部分由财政给予补贴，对基本医疗保险和大病保险支付后个人自负费用仍有困难的，加大医疗救助、临时救助、慈善救助等帮扶力度，符合条件的纳入重特大疾病医疗救助范围。对农村低保家庭中的老年人、未成年人、重度残疾人、重病患者等重点救助对象，要采取多种措施提高救助水平，保障其基本生活，严格落实困难残疾人生活补贴制度和重度残疾人护理补贴制度。

（二）加强对象衔接。县级民政、扶贫等部门和残联要密切配合，加强农村低保和扶贫开发在对象认定上的衔接。完善农村低保家庭贫困状况评估指标

体系，以家庭收入、财产作为主要指标，根据地方实际情况适当考虑家庭成员因残疾、患重病等增加的刚性支出因素，综合评估家庭贫困程度。进一步完善农村低保和建档立卡贫困家庭经济状况核查机制，明确核算范围和计算方法。对参与扶贫开发项目实现就业的农村低保家庭，在核算其家庭收入时，可以扣减必要的就业成本，具体扣减办法由各地根据实际情况研究制定。“十三五”期间，在农村低保和扶贫对象认定时，中央确定的农村居民基本养老保险基础养老金暂不计入家庭收入。

（三）加强标准衔接。各地要加大省级统筹工作力度，制定农村低保标准动态调整方案，确保所有地方农村低保标准逐步达到国家扶贫标准。农村低保标准低于国家扶贫标准的地方，要按照国家扶贫标准综合确定农村低保的最低指导标准。农村低保标准已经达到国家扶贫标准的地方，要按照动态调整机制科学调整。进一步完善农村低保标准与物价上涨挂钩的联动机制，确保困难群众不因物价上涨影响基本生活。各地农村低保标准调整后应及时向社会公布，接受社会监督。

（四）加强管理衔接。对农村低保对象和建档立卡贫困人口实施动态管理。乡镇人民政府（街道办事处）要会同村（居）民委员会定期、不定期开展走访调查，及时掌握农村低保家庭、特困人员和建档立卡贫困人口、收入、财产变化情况，并及时上报县级民政、扶贫部门。县级民政部门要将农村低保对象、特困人员名单提供给同级扶贫部门；县级扶贫部门要将建档立卡贫困人口名单和脱贫农村低保对象名单、脱贫家庭人均收入等情况及时提供给同级民政部门。健全信息公开机制，乡镇人民政府（街道办事处）要将农村低保和扶贫开发情况纳入政府信息公开范围，将建档立卡贫困人口和农村低保对象、特困人员名单在其居住地公示，接受社会和群众监督。

三、工作要求

（一）制定实施方案。按照中央统筹、省负总责、市县抓落实的工作机制，各省（区、市）民政、扶贫部门要会同有关部门抓紧制定本地区实施方案，各市县要进一步明确衔接工作目标、重点任务、实施步骤和行动措施，确保落到实处。2016年11月底前，各省（区、市）民政、扶贫部门要将实施方案报民政部、国务院扶贫办备案。

（二）开展摸底调查。2016年12月底前，县级民政、扶贫部门和残联要指导乡镇人民政府（街道办事处）抓紧开展一次农村低保对象和建档立卡贫困

人口台账比对，逐户核对农村低保对象和建档立卡贫困人口，掌握纳入建档立卡范围的农村低保对象、特困人员、残疾人数据，摸清建档立卡贫困人口中完全或部分丧失劳动能力的贫困家庭情况，为做好农村低保制度与扶贫开发政策有效衔接奠定基础。

（三）建立沟通机制。各地要加快健全低保信息系统和扶贫开发信息系统，逐步实现低保和扶贫开发信息系统互联互通、信息共享，不断提高低保、扶贫工作信息化水平。县级残联要与民政、扶贫等部门加强贫困残疾人和重度残疾人相关信息的沟通。县级民政、扶贫部门要定期会商交流农村低保对象和建档立卡贫困人口变化情况，指导乡镇人民政府（街道办事处）及时更新农村低保对象和建档立卡贫困人口数据，加强信息核对，确保信息准确完整、更新及时，每年至少比对一次台账数据。

（四）强化考核监督。各地要将农村低保制度与扶贫开发政策衔接工作分别纳入低保工作绩效评价和脱贫攻坚工作成效考核体系。加大对农村低保制度与扶贫开发政策衔接工作的督促检查力度，加强社会监督，建立第三方评估机制，增强约束力和工作透明度。健全责任追究机制，对衔接工作中出现的违法违纪问题，要依法依规严肃追究有关人员责任。

四、保障措施

（一）明确职责分工。各地民政、扶贫、农村工作、财政、统计等部门和残联要各负其责，加强沟通协调，定期会商交流情况，研究解决存在的问题。民政部门牵头做好农村低保制度与扶贫开发政策衔接工作；扶贫部门落实扶贫开发政策，配合做好衔接工作；农村工作部门综合指导衔接政策设计工作；财政部门做好相关资金保障工作；统计部门会同有关部门组织实施农村贫困监测，及时提供调整低保标准、扶贫标准所需的相关数据；残联会同有关部门及时核查残疾人情况，配合做好对农村低保对象和建档立卡贫困人口中残疾人的重点帮扶工作。

（二）加强资金统筹。各地财政部门要按照国务院有关要求，结合地方实际情况，推进社会救助资金统筹使用，盘活财政存量资金，增加资金有效供给；优化财政支出结构，科学合理编制预算，提升资金使用效益。中央财政安排的社会救助补助资金，重点向保障任务重、地方财政困难、工作绩效突出的地区倾斜。各地财政、民政部门要加强资金使用管理情况检查，确保资金使用安全、管理规范。

(三) 提高工作能力。加强乡镇人民政府(街道办事处)社会救助能力建设,探索建立村级社会救助协理员制度,在乡镇人民政府(街道办事处)现有编制内,根据社会救助对象数量等因素配备相应工作人员,加大业务培训力度,进一步提高基层工作人员服务和管理能力。通过政府购买服务等方式,引入社会力量参与提供农村低保服务。充分发挥第一书记和驻村工作队在落实农村低保制度和扶贫开发政策中的骨干作用。进一步健全社会救助“一门受理、协同办理”工作机制,为农村低保对象和建档立卡贫困人口提供“一站式”便民服务。

(四) 强化舆论引导。充分利用新闻媒体和基层政府便民服务窗口、公园广场、医疗机构、村(社区)公示栏等,组织开展有针对性的农村低保制度和扶贫开发政策宣传活动,在全社会努力营造积极参与和支持的浓厚氛围。坚持正确舆论导向,积极弘扬正能量,着力增强贫困群众脱贫信心,鼓励贫困群众在政府扶持下依靠自我奋斗实现脱贫致富。

二、经济观察

1、50个城市主要食品平均价格变动情况(2016年9月11-20)

图表 1 50个城市主要食品平均价格变动情况(2016年9月11-20)

商品名称	规格等级	单位	本期价格(元)	比上期 价格涨跌 (元)	涨跌幅(%)
大米	粳米	千克	6.28	0.01	0.2
面粉	富强粉	千克	6.10	0.01	0.2
面粉	标准粉	千克	4.93	0.00	0.0
豆制品	豆腐	千克	4.70	0.00	0.0
花生油	压榨一级	升	27.83	0.04	0.1
大豆油	5L桶装	升	9.98	-0.01	-0.1
菜籽油	一级散装	升	13.72	-0.04	-0.3
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	31.20	0.01	0.0
猪肉	五花肉	千克	32.22	0.08	0.3
牛肉	腿肉	千克	67.08	0.39	0.6
羊肉	腿肉	千克	59.04	0.02	0.0

鸡	白条鸡	千克	22.17	0.14	0.6
鸡	鸡胸肉	千克	21.12	0.03	0.1
鸭	白条鸭	千克	18.24	0.11	0.6
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	10.30	-0.06	-0.6
活鲤鱼		千克	15.82	0.05	0.3
活草鱼		千克	16.77	0.14	0.8
带鱼		千克	35.25	0.41	1.2
大白菜		千克	3.65	0.18	5.2
油菜		千克	6.33	-0.34	-5.1
芹菜		千克	7.36	0.31	4.4
黄瓜		千克	5.85	-0.50	-7.9
西红柿		千克	6.49	0.30	4.9
豆角		千克	9.45	-0.01	-0.1
土豆		千克	3.76	-0.01	-0.3
苹果	富士苹果	千克	12.11	0.26	2.2
香蕉	国产	千克	8.01	0.16	2.0

注：上期为 2016 年 9 月 1-10 日。

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2、流通领域重要生产资料市场价格变动情况(2016年9月11-20日)

2016年9月中旬，据对24个省（区、市）流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，与9月上旬相比，25种产品价格上涨，22种下降，3种持平。

图表 2 流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016年9月11—20日）

产品名称	单位	本期价格（元）	比上期价格涨跌（元）	涨跌幅（%）
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	2441.5	-82.6	-3.3
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	2555.0	-50.6	-1.9
普通中板（20mm, Q235）	吨	2674.8	-66.5	-2.4
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	2886.8	-58.8	-2.0
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	3294.3	-40.0	-1.2
角钢（5#）	吨	2716.0	-54.8	-2.0

二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	36875.5	227.1	0.6
铝锭（A00）	吨	12513.4	-68.9	-0.5
铅锭（1#）	吨	14145.0	-87.5	-0.6
锌锭（0#）	吨	17846.4	-483.2	-2.6
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	156.0	1.0	0.6
烧碱（液碱，32%）	吨	687.4	24.6	3.7
甲醇（优等品）	吨	1870.9	105.5	6.0
纯苯（石油苯，工业级）	吨	5317.0	-50.9	-0.9
苯乙烯（一级品）	吨	8366.0	-119.7	-1.4
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	9392.9	-59.4	-0.6
聚丙烯（T30S）	吨	8145.1	-164.6	-2.0
聚氯乙烯（SG5）	吨	6372.7	422.9	7.1
顺丁胶（BR9000）	吨	12415.0	1052.1	9.3
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	7680.0	-70.0	-0.9
四、石油天然气				
液化天然气（LNG）	吨	2867.5	-7.0	-0.2
液化石油气（LPG）	吨	3007.1	121.4	4.2
汽油（97#）	吨	7498.1	17.5	0.2
汽油（93#）	吨	5895.6	157.9	2.8
柴油（0#）	吨	4823.4	165.6	3.6
石蜡（58#半）	吨	6455.0	65.9	1.0
五、煤炭				
无烟煤（2号洗中块）	吨	809.2	0.0	0.0
普通混煤（4500大卡）	吨	422.0	26.3	6.6
山西大混（5000大卡）	吨	479.0	23.3	5.1
山西优混（5500大卡）	吨	527.0	23.4	4.6
大同混煤（5800大卡）	吨	542.0	29.1	5.7
焦煤（1/3焦煤）	吨	776.0	48.9	6.7
焦炭（二级冶金焦）	吨	1256.7	42.3	3.5
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥（P.C 32.5R袋装）	吨	267.0	1.0	0.4
普通硅酸盐水泥（P.O 42.5散装）	吨	273.1	2.5	0.9
浮法平板玻璃（4.8-5mm）	吨	1491.7	-9.6	-0.6

七、农产品				
稻米（粳稻米）	吨	4371.3	0.0	0.0
小麦（国标三等）	吨	2363.2	18.1	0.8
玉米（黄玉米二等）	吨	1788.6	-37.1	-2.0
棉花（皮棉，白棉三级）	吨	14327.1	-71.4	-0.5
生猪（外三元）	千克	18.2	-0.2	-1.1
大豆（黄豆）	吨	4003.3	-113.4	-2.8
豆粕（粗蛋白含量≥43%）	吨	3225.3	96.7	3.1
花生（油料花生米）	吨	8136.7	-113.3	-1.4
八、农业生产资料				
尿素（小颗粒）	吨	1238.2	2.0	0.2
复合肥（硫酸钾复合肥）	吨	2163.0	-21.0	-1.0
农药（草甘膦，95%原药）	吨	18412.5	332.1	1.8
九、林产品				
人造板（1220*2440*15mm）	张	49.4	0.0	0.0
纸浆（漂白化学浆）	吨	4191.5	13.1	0.3
瓦楞纸（高强）	吨	2538.0	4.9	0.2
注：上期为2016年9月1—10日。				

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2016年1-8月份全国规模以上工业企业利润总额同比增长8.4%

1-8月份，全国规模以上工业企业实现利润总额40583.6亿元，同比增长8.4%，增速比1-7月份加快1.5个百分点。

1-8月份，规模以上工业企业中，国有控股企业实现利润总额7461.1亿元，同比下降2.1%；集体企业实现利润总额287.4亿元，下降1.5%；股份制企业实现利润总额27774.4亿元，增长8.8%；外商及港澳台商投资企业实现利润总额10084.8亿元，增长10%；私营企业实现利润总额14316.3亿元，增长8.4%。

1-8月份，采矿业实现利润总额534.7亿元，同比下降70.9%；制造业实现利润总额36514.1亿元，增长14.1%；电力、热力、燃气及水生产和供应业实现利润总额3534.8亿元，下降2%。

1-8月份，在41个工业大类行业中，33个行业利润总额同比增加，8个减

少。主要行业利润情况如下：煤炭开采和洗选业利润总额同比增长 15%，农副食品加工业增长 9.9%，纺织业增长 5.8%，石油加工、炼焦和核燃料加工业增长 2.4 倍，化学原料和化学制品制造业增长 14%，非金属矿物制品业增长 9.1%，黑色金属冶炼和压延加工业增长 2.1 倍，有色金属冶炼和压延加工业增长 31.1%，通用设备制造业增长 0.6%，专用设备制造业增长 7.5%，汽车制造业增长 11%，电气机械和器材制造业增长 15.1%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长 19.8%，电力、热力生产和供应业下降 3.9%，石油和天然气开采业由同期盈利转为亏损。

1-8 月份，规模以上工业企业实现主营业务收入 71.7 万亿元，同比增长 3.6%；发生主营业务成本 61.6 万亿元，增长 3.4%；主营业务收入利润率为 5.66%。

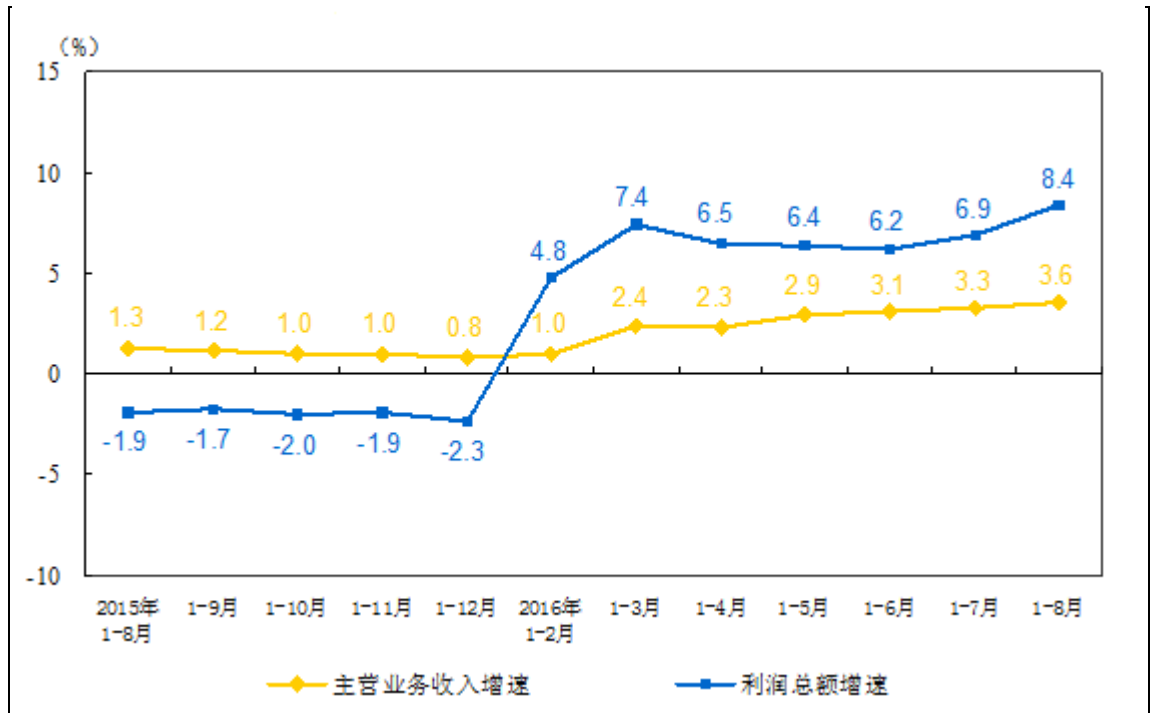
8 月末，规模以上工业企业资产总计 101.4 万亿元，同比增长 5.8%；负债合计 57.1 万亿元，增长 4.6%；所有者权益合计 44.3 万亿元，增长 7.4%；资产负债率为 56.4%。

8 月末，规模以上工业企业应收账款 11.9 万亿元，同比增长 8.5%；产成品存货 38114.9 亿元，下降 1.6%。

1-8 月份，规模以上工业企业每百元主营业务收入中的成本为 85.87 元，每百元资产实现的主营业务收入为 109.2 元，人均主营业务收入为 119.4 万元，产成品存货周转天数为 14.4 天，应收账款平均回收期为 38 天。

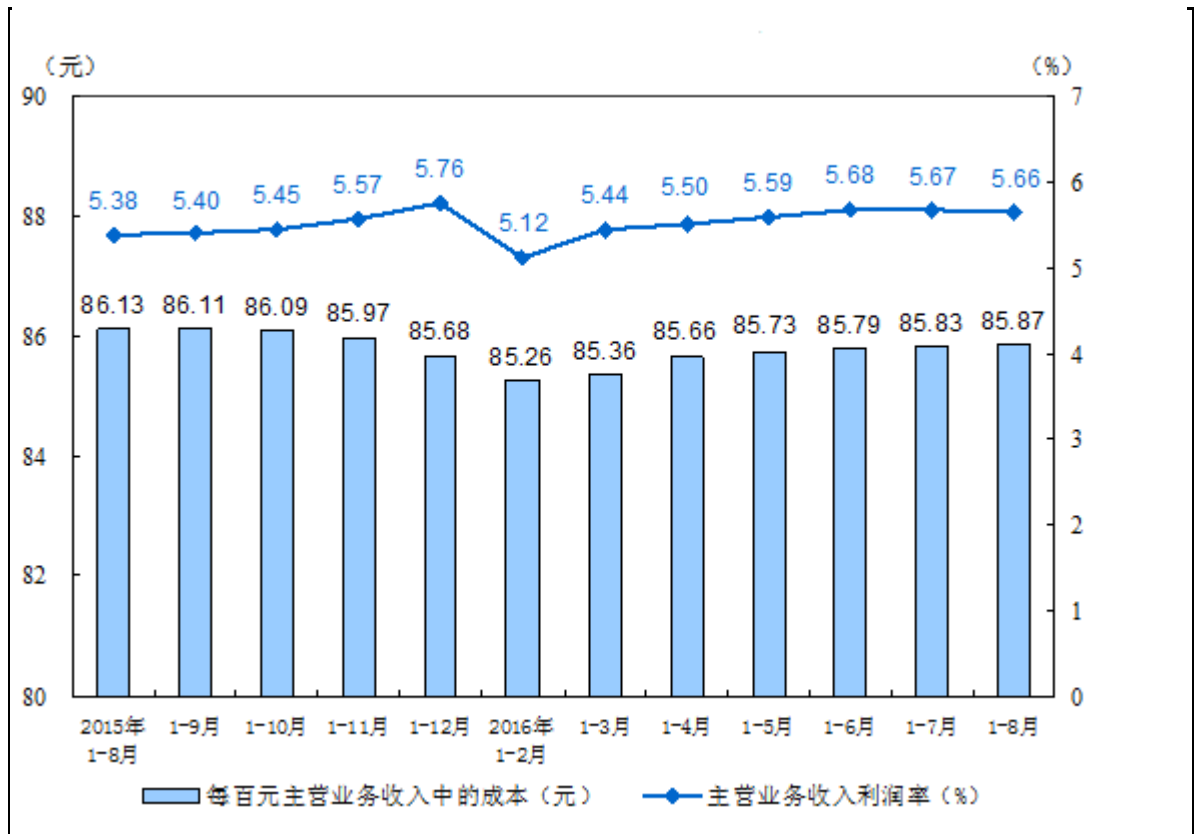
8 月份，规模以上工业企业实现利润总额 5348 亿元，同比增长 19.5%，增速比 7 月份加快 8.5 个百分点。

图表 3 各月累计主营业务收入与利润总额同比增速



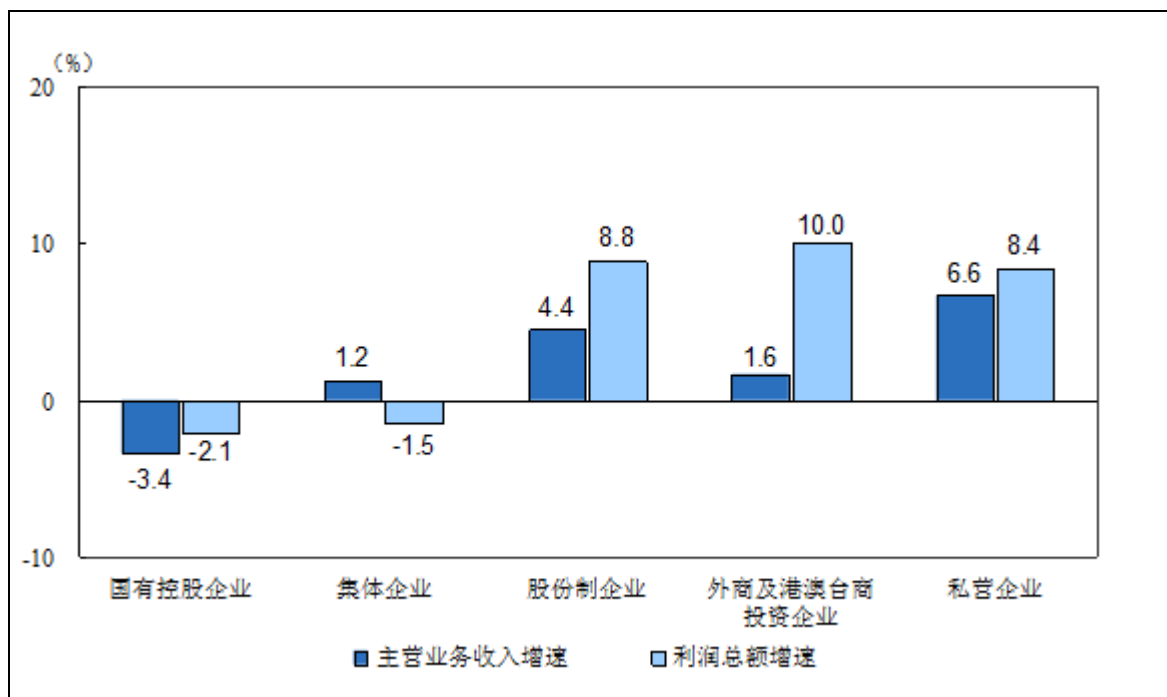
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 4 各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 5 2016年1-8月份经济类型主营业务收入与利润总额同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 6 2016年1-8月份规模以上工业企业主要财务指标

分 组	主营业务收入		利润总额	
	1-8 月	同比增长	1-8 月	同比增长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	717240.1	3.6	40583.6	8.4
其中：采矿业	30380.5	-9.4	534.7	-70.9
制造业	646457.0	4.5	36514.1	14.1
电力、热力、燃气及水生产和供应业	40402.6	0.0	3534.8	-2.0
其中：国有控股企业	145989.6	-3.4	7461.1	-2.1
其中：集体企业	4366.6	1.2	287.4	-1.5
股份制企业	508835.1	4.4	27774.4	8.8
外商及港澳台商投资企业	158529.7	1.6	10084.8	10.0
其中：私营企业	255337.4	6.6	14316.3	8.4

注：经济类型分组之间存在交叉，故各经济类型企业数据之和大于总计。

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 7 2016 年 1-8 月份规模以上工业企业经济效益指标

分 组	主营业务收入利润率 (%)	每百元主营业务收入中的成本 (元)	每百元资产实现的主营业务收入 (元)	人均主营业务收入 (万元/人)	资产负债率 (%)	产成品存货周转天数 (天)	应收账款平均回收期 (天)
总计	5.66	85.87	109.2	119.4	56.4	14.4	38.0
其中：采矿业	1.76	85.55	48.5	71.9	61.3	14.6	42.3
制造业	5.65	85.85	129.6	120.4	54.8	15.2	38.6
电力、热力、 燃气及水生产和供应业	8.75	86.49	42.4	184.6	61.4	0.6	25.4
其中：国有控股企业	5.11	82.52	56.7	139.0	61.6	17.3	44.5
其中：集体企业	6.58	85.03	127.0	110.3	63.4	16.4	24.6
股份制企业	5.46	85.99	109.1	121.4	57.3	14.7	35.1
外商及港澳台 商投资企业	6.36	85.12	120.4	109.8	54.1	15.1	52.7
其中：私营企业	5.61	87.77	180.2	118.7	51.6	11.7	26.5

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 8 2016 年 1-8 月份规模以上工业企业主要财务指标（分行业）

行 业	主营业务收入		利润总额	
	1-8 月	同比增长	1-8 月	同比增长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	717240.1	3.6	40583.6	8.4
煤炭开采和洗选业	13879.2	-10.2	224.8	15.0
石油和天然气开采业	3981.7	-24.9	-394.7	-145.8
黑色金属矿采选业	4161.8	-9.9	223.5	-18.0
有色金属矿采选业	4050.2	5.3	279.5	3.8
非金属矿采选业	3469.5	4.8	234.7	2.0
开采辅助活动	822.8	-17.0	-34.1	-755.8
其他采矿业	15.4	4.1	1.0	-9.1
农副食品加工业	42274.2	5.7	1961.0	9.9
食品制造业	14784.5	7.9	1238.6	12.8
酒、饮料和精制茶制造业	11711.8	5.5	1165.6	4.8
烟草制品业	5819.2	-9.2	733.1	-20.3
纺织业	25632.4	4.1	1283.2	5.8

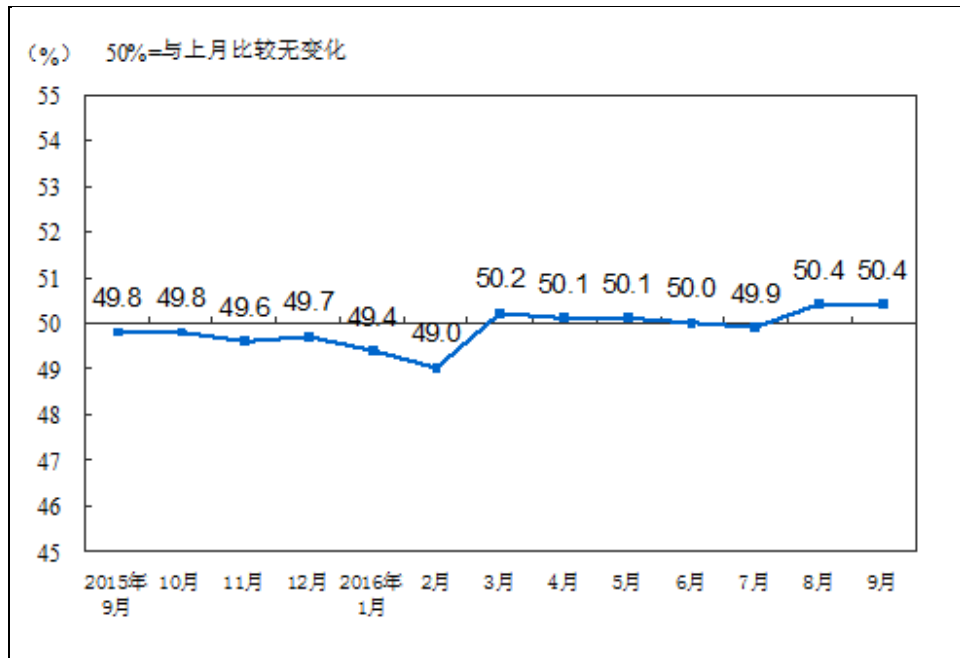
纺织服装、服饰业	14651.5	5.9	788.9	6.2
皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业	9583.0	4.4	544.8	-1.7
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	9067.6	6.2	524.6	6.9
家具制造业	5208.0	8.2	311.5	13.3
造纸和纸制品业	9315.2	5.7	469.3	13.9
印刷和记录媒介复制业	4752.6	4.4	314.2	-1.4
文教、工美、体育和娱乐用品制造业	10288.8	4.3	542.9	10.1
石油加工、炼焦和核燃料加工业	21511.1	-6.1	1067.3	242.1
化学原料和化学制品制造业	55356.1	3.9	3006.0	14.0
医药制造业	17405.6	10.0	1791.0	13.9
化学纤维制造业	4734.5	2.4	182.0	5.0
橡胶和塑料制品业	20621.2	5.2	1237.2	11.7
非金属矿物制品业	38364.9	4.6	2317.2	9.1
黑色金属冶炼和压延加工业	40264.3	-4.8	1014.8	209.6
有色金属冶炼和压延加工业	33478.4	3.3	982.7	31.1
金属制品业	23942.9	5.1	1262.9	9.6
通用设备制造业	29966.6	2.6	1831.4	0.6
专用设备制造业	23226.6	5.2	1300.3	7.5
汽车制造业	48808.8	12.3	4013.2	11.0
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	10072.1	2.1	555.6	1.9
电气机械和器材制造业	45780.9	6.9	2751.3	15.1
计算机、通信和其他电子设备制造业	59504.1	7.2	2666.9	19.8
仪器仪表制造业	5658.9	7.2	431.7	8.4
其他制造业	1584.3	8.0	90.6	7.0
废弃资源综合利用业	2485.5	6.1	107.6	0.7
金属制品、机械和设备修理业	601.4	10.2	26.9	3.1
电力、热力生产和供应业	35285.4	-0.6	3108.4	-3.9
燃气生产和供应业	3826.2	2.0	319.6	13.7
水的生产和供应业	1291.0	9.2	106.7	16.4

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

4、2016年9月中国制造业采购经理指数为50.4%

2016年9月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为50.4%，与上月持平，继续高于临界点。

图表 9 制造业 PMI 指数（经季节调整）



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 52.6%，比上月上升 0.8 个百分点，持续高于临界点；中型企业 PMI 为 48.2%，低于上月 0.7 个百分点，仍位于临界点以下；小型企业 PMI 为 46.1%，比上月下降 1.3 个百分点，继续位于收缩区间。

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、新订单指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数、供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 52.8%，比上月上升 0.2 个百分点，继续高于临界点，表明制造业生产保持平稳增长，增速有所加快。

新订单指数为 50.9%，虽比上月回落 0.4 个百分点，但仍高于临界点，表明制造业市场需求延续扩张态势，增速小幅放缓。

从业人员指数为 48.6%，比上月回升 0.2 个百分点，仍低于临界点，表明制造业企业用工量降幅有所收窄。

原材料库存指数为 47.4%，比上月下降 0.2 个百分点，位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量持续减少。

供应商配送时间指数为 49.9%，比上月下降 0.7 个百分点，微低于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间略有放缓。

图表 10 中国制造业 PMI 及构成指数（经季节调整）

单位：%						
	PMI					
		生产	新订单	原材料 库存	从业人员	供应商配 送时间
2015 年 9 月	49.8	52.3	50.2	47.5	47.9	50.8
2015 年 10 月	49.8	52.2	50.3	47.2	47.8	50.6
2015 年 11 月	49.6	51.9	49.8	47.1	47.6	50.6
2015 年 12 月	49.7	52.2	50.2	47.6	47.4	50.7
2016 年 1 月	49.4	51.4	49.5	46.8	47.8	50.5
2016 年 2 月	49.0	50.2	48.6	48.0	47.6	49.8
2016 年 3 月	50.2	52.3	51.4	48.2	48.1	51.3
2016 年 4 月	50.1	52.2	51.0	47.4	47.8	50.1
2016 年 5 月	50.1	52.3	50.7	47.6	48.2	50.4
2016 年 6 月	50.0	52.5	50.5	47.0	47.9	50.7
2016 年 7 月	49.9	52.1	50.4	47.3	48.2	50.5
2016 年 8 月	50.4	52.6	51.3	47.6	48.4	50.6
2016 年 9 月	50.4	52.8	50.9	47.4	48.6	49.9

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 11 相关指标情况（经季节调整）

单位：%							
	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
2015 年 9 月	47.9	48.1	48.6	45.8	46.8	43.8	53.9
2015 年 10 月	47.4	47.5	48.8	44.4	47.2	44.4	52.5
2015 年 11 月	46.4	46.7	48.3	41.1	46.7	43.0	48.3
2015 年 12 月	47.5	47.6	50.3	42.4	46.1	43.6	44.6

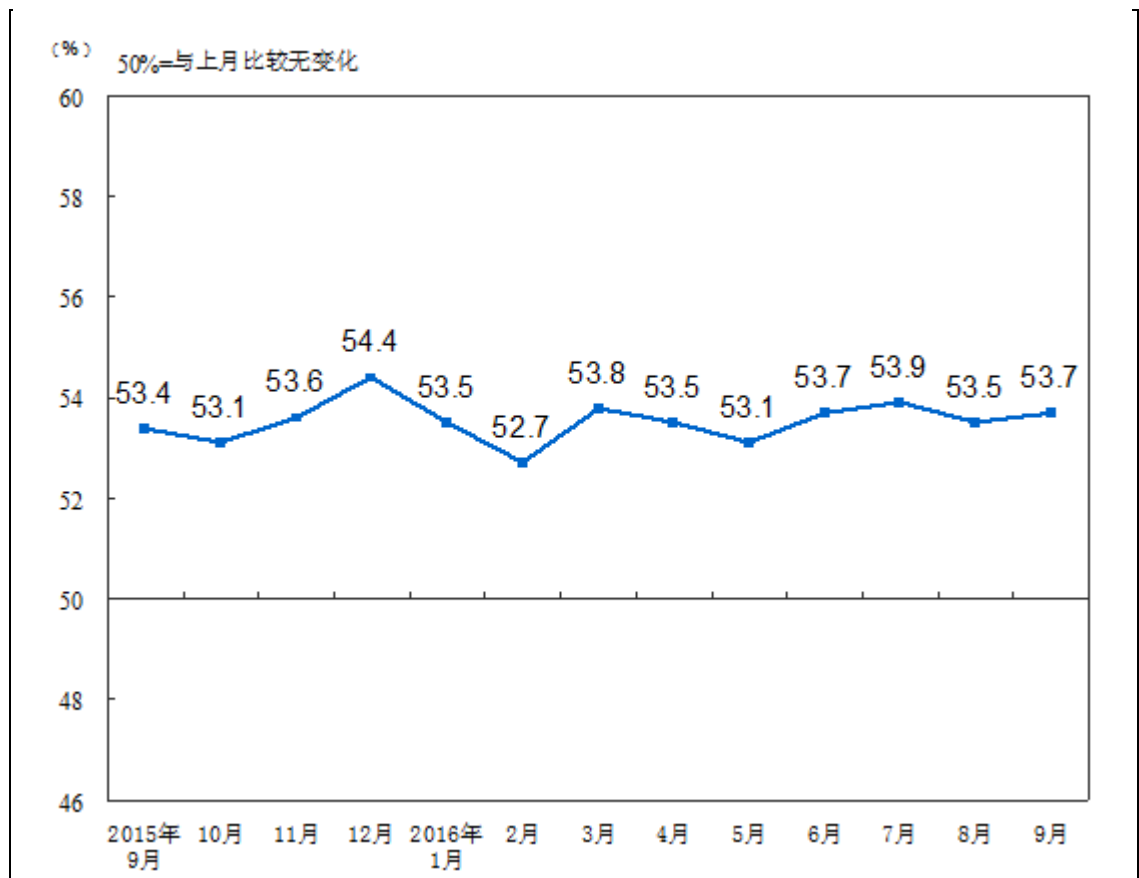
2016年1月	46.9	46.4	49.0	45.1	44.6	43.4	44.4
2016年2月	47.4	45.8	47.9	50.2	46.4	43.9	57.9
2016年3月	50.2	50.1	52.6	55.3	46.0	45.7	62.6
2016年4月	50.1	49.5	51.0	57.6	45.5	44.8	60.3
2016年5月	50.0	49.6	51.2	55.3	46.8	45.1	55.9
2016年6月	49.6	49.1	50.5	51.3	46.5	45.0	53.4
2016年7月	49.0	49.3	50.5	54.6	46.8	45.5	55.3
2016年8月	49.7	49.5	52.6	57.2	46.6	45.0	58.2
2016年9月	50.1	50.4	51.9	57.5	46.4	45.2	58.4

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

5、2016年9月中国非制造业商务活动指数为53.7%

2016年9月份，中国非制造业商务活动指数为53.7%，比上月小幅上升0.2个百分点，连续7个月在53.0%以上景气区间平稳运行，表明非制造业继续保持稳中有升的发展态势。

图表 12 非制造业商务活动指数（经季节调整）



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%，比上月回落 0.4 个百分点，继续位于临界点之上，服务业延续平稳增长势头，增速小幅回落。其中，零售业、邮政业、住宿业、电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及软件信息技术服务业、货币金融服务业商务活动指数处于 55.0% 以上的较高景气区间，业务总量较快增长。交通运输业、餐饮业、资本市场服务业、社会服务业等行业商务活动指数位于临界点以下，业务总量有所减少。建筑业商务活动指数为 61.9%，比上月大幅上升 3.7 个百分点，建筑业生产经营活动明显加快。

新订单指数为 51.4%，比上月上升 1.6 个百分点，重回扩张区间，为年内高点，表明非制造业市场需求有所回暖。分行业看，服务业新订单指数为 50.6%，比上月上升 1.0 个百分点，结束了连续 5 个月处于收缩区间的走势，本月升至临界点之上。建筑业新订单指数为 55.9%，比上月上升 5.1 个百分点，持续位于扩张区间。

投入品价格指数为 51.7%，比上月回落 0.9 个百分点，仍高于临界点，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，但涨幅有所收窄。分行业看，服务业投入品价格指数为 51.2%，比上月回落 1.1 个百分点。建筑业投入品价格指数为 54.5%，高于上月 0.5 个百分点，连续三个月呈现上升走势。

销售价格指数为 50.1%，比上月回落 0.3 个百分点，微高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平环比略有上升。分行业看，服务业销售价格指数为 50.0%，比上月回落 0.5 个百分点。建筑业销售价格指数为 51.0%，比上月上升 0.9 个百分点。

从业人员指数为 49.7%，比上月回升 0.6 个百分点，继续位于临界点之下，表明非制造业企业用工量虽有减少，但降幅继续收窄。分行业看，服务业从业人员指数为 49.3%，比上月回升 0.4 个百分点。建筑业从业人员指数为 52.2%，比上月上升 1.6 个百分点。

业务活动预期指数为 61.1%，高于上月 1.7 个百分点，创年内新高，持续位于较高景气区间，表明企业对近期市场发展继续保持乐观态度。

图表 13 中国非制造业主要分类指数（经季节调整）

单位：%						
	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
2015年9月	53.4	50.2	50.8	47.9	49.5	60.0
2015年10月	53.1	51.2	51.2	48.8	49.6	61.1
2015年11月	53.6	50.2	49.3	47.7	48.4	60.0
2015年12月	54.4	51.7	49.0	48.2	48.9	58.3
2016年1月	53.5	49.6	49.9	47.7	48.8	58.4
2016年2月	52.7	48.7	50.5	48.3	48.9	59.5
2016年3月	53.8	50.8	51.4	49.5	48.2	59.0
2016年4月	53.5	48.7	52.1	49.1	49.2	59.1
2016年5月	53.1	49.2	51.6	49.8	49.1	57.8
2016年6月	53.7	50.8	51.6	50.6	48.7	58.6
2016年7月	53.9	49.9	51.4	49.5	48.5	59.5
2016年8月	53.5	49.8	52.6	50.4	49.1	59.4
2016年9月	53.7	51.4	51.7	50.1	49.7	61.1

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 14 中国非制造业其他分类指数（经季节调整）

单位：%				
	新出口订单	在手订单	存货	供应商配送时间
2015年9月	51.1	43.7	46.1	51.7
2015年10月	49.5	43.5	45.9	51.6
2015年11月	49.4	44.4	46.6	51.2
2015年12月	50.9	44.5	45.5	52.1
2016年1月	47.3	43.9	45.8	51.9
2016年2月	47.7	42.9	45.4	51.6
2016年3月	47.8	43.4	45.9	51.4
2016年4月	45.7	43.6	45.4	51.8
2016年5月	49.5	43.6	45.6	51.4
2016年6月	48.6	43.1	46.0	52.3

2016年7月	47.5	42.8	46.3	51.9
2016年8月	48.8	43.0	45.5	51.7
2016年9月	48.3	43.6	45.9	52.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

三、投资市场

1、国庆假期一回头，所有房子都限购：不止北京天津，房价四小龙也聚齐（附最全限购指南）

近来，王健林接受 CNN 采访时的观点成为热议话题。他表示，“中国房地产已成史上最大泡沫。”“面对现在的问题，我想不出什么办法。”“政府已经出台了各种措施，包括限购限贷，但效果不明显。”不过王健林并不担心会发生“硬着陆”。

似乎是趁着有钱人在国庆出游无暇在限购前一秒抢购，各地房市从 9 月 30 日夜间开启了新一轮轰轰烈烈地限购，截止目前，已有近 10 个城市在 3 天内出台限购政策，而这一趋势也依旧在蔓延。

多地 3 日内密集出台限购政策

9 月 30 日：

北京：首套房首付 35%以上，二套房首付 50%以上

9 月 30 日晚间，北京限购政策进一步升级。进一步完善差别化住房信贷政策：购买首套普通自住房的首付款比例不低于 35%，购买首套非普通自住房的首付款比例不低于 40%（自住型商品住房、两限房等政策性住房除外）。对拥有 1 套住房的居民家庭，为改善居住条件再次申请商业性个人住房贷款购买普通自住房的，无论有无贷款记录，首付款比例均不低于 50%；购买非普通自住房的，首付款比例不低于 70%；

此外，还提到调整土地供应：进一步加大住宅用地供应力度，套型建筑面积 90 平方米以下住房面积所占比重不低于 70%等；加快自住型商品住房用地供应：除东城区、西城区、石景山区外，其他区要于 2016 年内尽快安排一批自住

型商品住房用地入市交易等；“控地价、限房价”：试点采取限定销售价格并将其作为土地招拍挂条件的措施；对房地产开发企业的管理：规定时间内一次性公开全部销售房源，明码标价、一房一价，实际销售价格不得高于申报价格，不得以拖延开盘时间或控制房源等手段捂盘惜售，故意制造房源紧张气氛等；对房地产经纪机构的管理，严禁从事首付贷及自我融资、自我担保、设立资金池等场外配资金融业务等。

天津：外地户籍居民在市内六区和武清限购 1 套房

9 月 30 日，天津市政府出台房地产政策，于 10 月 1 日起实施。提到本市将实施区域性住房限购，强化差别化住房信贷政策。即在本市拥有 1 套及以上住房的非本市户籍居民家庭，暂停在市内六区和武清区范围内再次购买住房，包括新建商品住房和二手住房。对在市内六区和武清区范围内购买首套住房的非本市户籍居民家庭，申请商业贷款首付比例不低于 40%。

此外，还提到，加强住房金融监管：督促商业银行严格对购房人首付款核查，严禁各类机构违法开展首付贷、过桥贷等金融杠杆配资业务；加强新建商品住房销售许可管理：对未按照土地使用权出让合同约定期限取得基础部位验收证明，以及取得基础部位验收证明后 30 日内未申请办理销售许可的商品住房项目，提高申请商品住房销售许可工程形象部位标准，6 层以下（含 6 层）建筑需达到封顶，7-12 层建筑需达到 6 层以上，13 层以上（含 13 层）建筑需达到总层数的 50%；商品住房项目建筑规模在 3 万平方米以上的，每期申请销售许可面积不得低于 3 万平方米（尾盘除外），商品住房项目建筑规模在 3 万平方米以下的，须一次性办理商品房销售许可。预售许可的最低规模不得小于幢。项目建筑规模以规划许可证记载面积为准；严格新建商品住房价格申报制度；加强新建商品房销售监管；房地产开发企业不得以反复预定的方式囤积准售房源，每套房屋预定次数不得超过 2 次。商品住房严格实行购房实名制，认购后不得擅自更改购房者姓名；加强房地产市场监管。

10 月 1 日：

郑州：部分地区限购 180 平以下住房

10 月 1 日深夜，郑州官方发出《郑州市人民政府办公厅关于在郑州市部分区域实施住房限购的通知》，提到将在郑州市市内五区和郑州航空港经济综合实验区、郑东新区、郑州经济开发区、郑州高新区范围内，对拥有 2 套及以上住

房的本市户籍居民家庭和拥有 1 套及以上住房的非本市户籍居民家庭限购 180 平方米以下(不含 180 平方米)的住房。通知自 2016 年 10 月 2 日实施。这也是郑州时隔两年重启楼市限购政策。

成都：部分地区限购 1 套房

与郑州同一天，成都市人民政府办公厅转发《关于促进我市房地产市场平稳健康发展的若干措施》。《措施》中明确，成都高新区、成都天府新区、锦江区、青羊区、金牛区等范围内实行住房限购，同一身份自然人、法人只能新购买 1 套商品住房(法人单位经审查确属用自有资金购买商品住房且用于职工自住的除外)。严格执行住房限购地区信贷政策，购买二套房商业性个人住房贷款首付款比例不低于 40%。

10 月 2 日：

无锡：外地户籍居民限购，二套房贷最低首付比例升至 40%

无锡在 2011 年实施限购，2014 年取消限购。10 月 2 日，无锡出台《关于进一步促进房地产市场健康稳定发展的意见》，成为继苏州和南京之后江苏省第三个重启限购的城市。新建商品住宅购房政策，房地产开发企业不得向同一买受人出售多套商品住房；暂停对已拥有 1 套及以上住房的非本市户籍居民家庭出售新建商品住房。居民家庭首次购买普通住房，申请商业性个人住房贷款的最低首付款比例保持 20%不变；对已拥有 1 套住房的居民家庭，再次申请商业性个人住房贷款购买住房的，最低首付款比例由不低于 30%调整为 40%。首次公积金贷款，首付比例仍按不低于 20%执行；第二次公积金贷款，首付比例调整为不低于 30%。同时增加普通住宅用地供应，新增住宅用地年度出让计划 100 公顷。

济南：外地户籍居民限购一套房，本市户籍居民限购三套房

10 月 2 日，济南市政府出台加强房地产市场调控工作的通知。

购买首套住房商业贷款最低首付比例由 20%提高至 30%，购买二套住房商业贷款最低首付比例由 30%提高至 40%。家庭用于购房的公积金贷款最高额度由 70 万元调整为 60 万元，个人公积金贷款最高额度由 40 万元调整为 30 万元；本市户籍家庭购买第三套住房不提供公积金贷款。本市户籍家庭已有三套住房

的，暂不得再购房。非本市户籍家庭在我市限购一套住房。

合肥：市区本市户籍居民限购 2 套房，外地户籍居民购房需要 1 年个税社保或纳税

10 月 2 日晚，合肥市发布有关楼市调控政策。实施区域性住房限购：在市区（不含四县一市，下同）范围内，暂停向拥有 2 套及以上住房的本市区户籍居民家庭出售新建商品住房；暂停向拥有 1 套及以上住房或无法提供购房之日前 2 年内在本市区逐月连续缴纳 1 年以上个人所得税或社会保险证明的非本市区户籍居民家庭出售新建商品住房和存量住房。

市区居民家庭首次购买住房申请商业性个人住房贷款最低首付款比例调整为 30%；居民家庭拥有 1 套住房且无购房贷款记录（含在外地贷款记录，下同）、居民家庭拥有 1 套住房且相应购房贷款已结清、居民家庭无房但有 1 次购房贷款记录的，申请商业性个人住房贷款购买住房的，最低首付款比例均为 40%；居民家庭拥有 1 套住房且相应购房贷款未结清，为改善居住条件再次申请商业性个人住房贷款购买住房的，最低首付款比例为 50%。暂停向拥有 2 套及以上住房的市区户籍居民家庭、拥有 1 套及以上住房或无法提供购房之日前 2 年内在本市区逐月连续缴纳 1 年以上个人所得税或社会保险证明的非本市区户籍居民家庭、发放商业性个人住房贷款。

武汉：主城区限购，本市户籍居民 2 套房，外地户籍居民 1 套房

10 月 2 日，武汉市人民政府办公厅发布武汉市部门区域实行住房限购限贷措施的通知，10 月 3 日起正式施行。核心内容为武汉主城区限购限贷，首套房商业贷款首付比例提至 25%，二套房首付比例提至 50%。本地人最多可购 2 套房，外地人最多可购 1 套房。武汉市远城区不在限购范围内。

新一轮房价调控早已开启

而在国庆前甚至更早前，也已有一批城市发布或重启限购政策。

上海：依然沿用沪九条，限购 2 套房

2016 年 3 月 25 日，上海出台《关于进一步完善本市住房市场体系和保障体系促进房地产市场平稳健康发展的若干意见》（简称“沪九条”）。对拥有 1

套住房的居民家庭，再次申请商业性个人住房贷款购买普通自住房的，首付款比例不低于 50%；对拥有 1 套住房的居民家庭，为改善居住条件再次申请商业性个人住房贷款购买非普通自住房的，首付款比例不低于 70%。在上海限购 1 套住房的情况：(1) 在本市已有 1 套住房的本市户籍居民家庭；(2) 连续 5 年及以上在本市缴纳社会保险或个人所得税的非本市户籍居民家庭限购 1 套住房

暂停在上海市向其售房的情况：(1) 在本市已拥有 2 套及以上住房的本市户籍居民家庭；(2) 拥有 1 套及以上住房的非本市户籍居民家庭；(3) 无法提供连续 5 年及以上在本市缴纳社会保险或个人所得税缴纳证明的非本市户籍居民家庭。

深圳：与上海同期，非深圳户籍家庭限购 1 套住房

2016 年 3 月 25 日，深圳政府连夜发布购房新规。深圳户籍限购政策，家庭：限购住房 2 套。深圳已有住房一套，还可以购买一套住房；个人：限购住房 1 套，无法购买第 2 套。

非深圳户籍限购政策，家庭：限购 1 套住房。个人：社保满 1 年以上可购 1 套住房，社保 1 年以下不可购买房。

最新首付政策：深圳户口：购买第一套住房首付 3 成，购买第二套住房首付 7 成；非深圳户口：(购买社保满一年，目前一年无断供)购买首套住房首付 3 成，(名下深圳房产已卖，有贷款记录)购买第二套住房首付 7 成；非深户：无社保，社保未满一年或目前一年有断供，无购房资格。

苏州：县级市也出台限购政策

8 月 12 日，苏州市开始实行《关于进一步加强苏州市区房地产市场管理的实施意见》。《意见》规定，非苏州户籍的居民在“申请第 2 套住房的贷款时，需提供 2 年内累计 1 年纳税或社保证明；首次购房首付 20%，已有 1 套及以上，停止贷款”，但户籍居民无此项限制。在这一轮房价疯涨中，苏州也由此被视为是首个实施限购的二线城市。不过，《意见》却对吴江区是否限购有所保留。

9 月 26 日，吴江区也发布限购通知，称非苏州籍居民家庭申请购买第 2 套住房时，应提供自购房之日起前 2 年内在苏州市累计缴纳 1 年及以上个人所得税缴纳证明或社会保险(城镇社会保险)缴纳证明。9 月 29 日，苏州下辖县级市

昆山也实施楼市限购新政,明确非苏州市户籍居民家庭申请购买第二套住房时,应提供自购房之日起前2年内在苏州市累计1年及以上个人所得税缴纳证明或社会保险(城镇社会保险)缴纳证明。

厦门:本市户籍居民2套房,外地户籍居民1套房

8月31日,厦门市国土资源与房产管理局发布通知称,自9月5日起执行住房限购政策,对以下三种类型居民家庭,暂停在本行政区域内向其销售建筑面积144平方米及以下的普通商品住房:拥有2套及以上住房的本市户籍居民家庭;拥有1套及以上住房的非本市户籍居民家庭;无法提供购房之日前2年内在本市逐月连续缴纳1年以上个人所得税或社会保险证明的非本市户籍居民家庭。

杭州:外地户籍居民限购1套房

9月18日,杭州住保房管晚间发布《杭州部分区域实施限购政策》,宣布自9月19日起实施住房限购,暂停向拥有1套及以上住房的非本市户籍居民家庭出售住房,不含富阳区和大江东。

南京:本地户籍居民2套房,外地户籍居民1套房

南京主城区住房限购政策于9月26日起实施,已拥有1套及以上住房的非本市户籍居民家庭,不得再新购新建商品住房和二手住房;拥有2套及以上住房的本市户籍居民家庭,不得再新购新建商品住房。

此外,9月28日,福州出台了限价令。①进一步增加住宅用地供应,力争三年内市本级住宅土地供应量在原有年度供地计划基础上增加20%以上;②适当提高福州城区公开出让项目用地竞买保证金和缩短土地出让金付款期限,竞买保证金由现行的20%提高到30%;③明确规定同类型房屋的售价,下一批次的涨幅不得超过上一次的10%。

严格限购能将房价逼回寒冬?

总的来看各地先后出台的限购政策,一线城市限购范围包括本地户籍居民和外地户籍居民,且有严格的社保、纳税等年份要求;部分二三线城市限购范围仅为外地户籍居民,主要抑制外地炒房客对市场的不良影响,且对于城市郊

区部分地区不限购，引导市区人口外延，促进区域平衡。

而目前来看，依然有部分房价涨幅过快的二线城市未重启或出台限购政策，不过在北京市国庆前夜的限购政策带动下，一批城市的限购政策或也将不日出台。

2010年，“新国十条”限购政策出台，北京等一线城市房产陆续被限购，陆续有40余城市，部分地区的房价也由此出现一定程度上的回落，至2014年左右部分房地产市场陷入低谷，部分城市限购政策也由此放开，此后房价再度疯涨，今年以来多个城市甚至苏州的下辖市也纷纷出台限购政策也反面印证了楼市的疯狂。

同时，在限购政策中，部分城市明确指出加强对房地产开发商及中介机构的管理，比如在北京的新政中就规定时间内一次性公开全部销售房源，明码标价、一房一价，实际销售价格不得高于申报价格，不得以拖延开盘时间或控制房源等手段捂盘惜售，故意制造房源紧张气氛等；严禁从事首付贷及自我融资、自我担保、设立资金池等场外配资金融业务等。

这也反映出另一市场现状：市场定价混乱，没有价格公示，口头报价盛行。9月28日，新华社曾发表《谁在给“高烧”楼市火上浇油？房地产开发商“恐慌式营销”乱象调查》，文中指出“一些楼盘随意涨价、卖公寓捆绑销售别墅、无证买房，‘火上浇油的’营销策略不仅推高了楼市预期，而且已违规甚至违法。”这些营销策略也在一定程度上助长了房价的高烧不退。

近来，王健林接受CNN采访时的观点成为热议话题。他表示，“中国房地产已成史上最大泡沫。”“面对现在的问题，我想不出什么办法。”“政府已经出台了各种措施，包括限购限贷，但效果不明显。”不过王健林并不担心会发生“硬着陆”。

根据中金公司发布的今年2月至8月的房价涨幅排名，南京房价涨幅已近44%，有17个城市房价涨幅超10%。

但从表中可以看到一二线城市房价高涨的另一面是，三四线城市甚至部分二线城市，出现房价的倒退，三四线城市的去库存压力依旧很大。

中原地产首席分析师张大伟在接受华夏时报采访时表示，不全面收紧信贷

的本轮房地产恐慌下的市场，任何房地产调控政策都没有作用。“因为依然没有调整到本轮房价暴涨的根源，现在房价爆发的原因是资金潮下的资产荒，导致购房者出现了恐慌，那么要解决这个问题只能从三方面来，要么是降低资金潮，要么是增加优质资产，或者降低购房者恐慌，三方面都需要加码政策，信贷不能只能投入到房地产，要有政策约束信贷进入实体，房地产去库存也不能只去一二线，银行对三四线应该增加利率优惠。政策恐慌必须降低，给市场以平稳的预期。增加土地供应。”张大伟在接受华夏时报采访时说。

2、网售食品新规 10 月 1 日施行，私房美食或迎来倒闭潮？

自“3·15”曝光“饿了么”以来，社会各界对网络订餐平台食品安全的关注度持续提升。10月1日，《网络食品安全违法行为查处办法》（以下简称查处办法）正式实施，对网络食品交易平台法律责任进行了细化。

新规首日，各大餐饮外卖平台上的商家们做到“亮证公示”了吗？除餐饮外卖外，还有哪些网售食品经营将受到更严格的管理？网售食品安全还有没有监管“盲区”？

北京将从严从重查处未履行审查公示义务者

查处办法规定，通过第三方平台进行交易的食品经营者应当在其经营活动主页面显著位置公示其食品经营许可证。相关信息应当画面清晰、容易辨识。

北京市食药监局食品市场监管处处长李江表示，该局已于9月29日发放告知书，对未履行审查公示义务以及无资质店铺下线义务的平台，将依据食品安全法和查处办法予以从严从重查处。

北京市食药监局监测发现，百度、美团、饿了么、到家美食会四家网络订餐平台共有北京地区店铺5.8万余家，截至9月30日中午12时整，百度外卖、饿了么、到家美食会亮证公示率接近100%，但美团仍有503家店铺未依法公示食品经营许可信息。

公示证件造假、许可证过期、超范围经营是主要违规行为。美团上一家名为“绝味鸭脖（晓月店）”的店铺，标称其发证机关为“北京市食品药品监督管理局卢沟桥分局”，实际上，北京市食药监局并无“卢沟桥分局”这一机构。此类涉嫌公示证件信息虚假的店铺在美团上共发现21家。此外，美团平台上还

有 7 家餐饮店铺涉嫌超许可范围经营，如“8090 披萨屋”“福建泉州洪濂鸡爪”这两家店铺，其食品流通许可范围仅限于零售饼干、饮料等预包装食品，却从事餐饮加工制作和销售行为，存在极大的食品安全隐患。

在美团网上，北京市食品监局还发现“众湘缘食府”“沙县小吃”“黄焖鸡米饭”等 4 个店铺公示的许可证有效期已过。9 月份，北京市食品药品 12331 投诉举报中心共收到有关百度、美团、饿了么三大网络订餐平台投诉举报 159 件，投诉举报反映主要问题仍然为平台外卖餐食存在不干净、不卫生、有异物等问题。

“私房美食”将何去何从？

如今，蛋糕、甜点、牛肉干、麻辣小龙虾等私房菜正大肆占据微信朋友圈，但因缺乏相应的食品生产、销售、储运等相关资质和监管，普遍存在食品安全风险和隐患；游走于合法与非法边缘的家厨共享模式也正备受争议。

通过联系微信平台上的数位蛋糕经营者发现，这些经营者多是一些烘焙爱好者，自家厨房就是生产车间，几乎都没有线下实体店，也没有办理相关的经营许可证、卫生许可证和健康证等证照。虽其称食材都是从正规渠道购买、保证食品安全，但一旦出现问题，这些经营者只需要注销微信号，就彻底消失在茫茫“网海”中了，违规成本极低。

除餐饮外卖平台外，淘宝、京东等平台上的食品商家们以及以私厨共享模式运营的网络平台同样将受到查处办法的影响，而网售保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉的食品生产经营者还将受到额外限制。多数经营特色地方食品的“小而美”店铺，或将难以继续生存。

了解到，目前家厨类 APP 的监管基本全靠平台和家厨自律，平台各自有一套自己的监管标准。例如，“回家吃饭”经营者公布了自己的实名认证、联系方式、健康认证和对厨房环境的检测、上门认证等信息；“丫米厨房”有“消费者安全保障”和“商户实名认证”两项审核环节。

近来，上海市已开始对“家厨”动刀。今年 7 月底，上海市食品药品监督管理局官网发布通告称，已组织依法查处“丫米”等本市“家厨”类网络订餐平台的违法行为，并对“回家吃饭”“觅食”等“家厨”类网络订餐平台依法移送相关省市食品药品监督管理局处理，并表示不支持“家厨”类网络订餐平台。

严格落实、源头把控、实践摸索为关键

一位基层食药监管人员坦承，查处办法不可能一劳永逸地解决问题，如何更好地治理食品安全问题，并且平衡商家的生存空间，还需要逐渐摸索。

不少网络食品交易第三方平台方也表示，运营过程中很难完全排除个别不法商家或个人伪造证照、浑水摸鱼的情况。查处办法对线上平台提出了更严格的要求。百度外卖相关负责人说，其与食药监等相关政府监管部门已实现数据共享，并将依据查处办法的要求，从严审核入驻商户，完善自身监管和审查机制。

网络平台的食品监管较大的难题在于“无证、难溯源”，尤其是对社交平台中的私厨进行查证更是难上加难。微信团队相关负责人就曾表示，平台对微信公众号的注册有一套严格的信息注册和登记流程和运营规范，并对工商等资质进行审核，而对于餐饮服务类公众号，其是否获得健康证属于行政体系管理的部分，微信平台则无法跨界进行管理。

中国互联网协会信用评价中心法律顾问赵占领表示，网络食品交易第三方平台兼具信息服务平台和食品交易平台的属性，首先必须有互联网信息服务业务经营许可证。对于平台来说，经营环节中的食品安全问题很难时时把控。目前来看，最主要的还是要在源头的资质认证上进行把控。另一方面，加大对安全事件的处罚惩治力度，提高违规违法成本。

3、政策“整容”后的韩国创投：大企业失宠，盛行来中国抢市场

2016年进入了尾声，在已过去了大半的这一年来，创投圈讨论VR、热议AI、围观直播，现在又闹着为了共享单车而裸奔。一切都像龙卷风，来得太快，去得也快。找不到方向的创业者和一头雾水的投资人们不再局限于国内，认真打起了“出海”的主意。国外的创业环境是怎样的？有泡沫吗？会疯狂吗？新芽NewSeed 2016年终策划第一波聚焦“歪果仁”的创业环境。今天，我们来看看以整容享誉全球的韩国。

说起韩国，除了泡菜方便面，就是那些套路满满又引得我国无数少女花痴加涕泪横流的韩剧，以及被不断复制的综艺节目。量产的韩国女星们和大长腿的韩国欧巴们作为这个国家的移动宣传标，在收获着一波波的尖叫声。还有这

里的化妆品，似乎像我国的 PS 一般神奇。

而这块土地上的人们并不生活在电视剧里，他们需要日常的柴米油盐，需要无数的企业给他们提供职位的空缺。中国有 BAT 这样的大公司坐镇，同时，在这波“大众创业、万众创新”的浪潮催动下，有无数梦想者和投机者跻身创业大潮。而在韩国，他们的创业者又在什么样的创业环境里造着什么样的创业梦呢？

在韩剧《太阳的后裔》中，由宋慧乔饰演的女主角姜暮烟毅然决然地递交辞呈要独立创业，结果是，成了“无业游民”后的她却因无稳定工作和收入来源而被银行拒绝贷款。现实环境如何呢？

020 热潮依然在继续，VR 和 AI 受关注

从数据统计来看，2013-2015 年，移动游戏和生物科技是韩国创投的主要领域。而到了 2015 年，根据韩国科技媒体 Platum 发布的《2015 年韩国创投动向报告书》显示，风投在 2015 年开始逐渐将目光转向传统领域创新和消费升级。

据报道，整个 2015 年，韩国投资增幅最大的是 P2P 行业，其次是 020 等生活类服务领域，这倒是和中国的“风口”有一定的相似之处。此外，还有美食和房地产等行业，这些投资大类占据了投资总额的 70%。其他的互联网金融分支，像保险和众筹也开始得到关注，占据投资总额的 7%，文化内容产业占据 9%，医疗、游戏和旅游住宿则各占据了 6%、4%、4%。

不过，韩国的金融行业相较于中国则规矩得多，没有出现所谓的“千 P 大战”，也没有那么多的 P2P 跑路事件。韩国的法律完善速度非常快，并且条规非常严密，就算是共享经济在韩国备受瞩目，但 Uber 在这个国家却是被政府封杀的。这种严密的法律制度一方面让 P2P 这样的行业更加规范，另一方面，也拔高了初创企业的准入门槛，特别是在金融和支付方面，韩国政府的监管非常严格。

而进入 2016 年，韩国的创业热潮，依旧与我国有着一定的相似性，020 投资热潮还在继续，而 AI 和 VR 也在这片土地上开始流行。

不过，跟中国创业项目在各种细分领域突围不同，据报道，在《寻找独角兽》节目的首尔站录制现场，一位参与海选的创业者表示，“中国可以建立细

分的市场，因为市场大。而韩国建立垂直细分市场非常难，因为规模和效应都受到了天然限制。”这便造就了韩国以大企业为主的文化环境，因为细分市场不能深入，创业公司又不足以在大市场上与大公司一决高下。

市场体量小，难以建立垂直细分市场，将目光聚焦中国

局限于韩国本地的市场体量，不单单当地的创业者希望走出去，到更广阔的市场赚钱，韩国的风投和孵化器等也希望将本地的项目推荐出去，去更大的市场上寻找风投。

在今年3月31日的CHINA BANG 2016现场，韩国FuturePlay CEO Junghee Ryu表示，韩国种子轮融资比ABC轮都容易，因为现在有很多连续创业者，已经有了收购或者退出IPO，他们有很多钱投资初创企业。ABC轮则相对不那么容易获得，因为在韩国的生态系统里，IPO不太容易，收购也不是很多，IT公司的收购很少，一些大公司则不收购韩国公司，而是选择硅谷公司。这些大公司对韩国的中小企业了解并不多，基于此，像FuturePlay这样的投资机构，也希望把韩国的中小企业介绍给硅谷。在韩国，有很多公司总部在首尔，而他们在湾区、硅谷也设立了办事处，在美国寻找机会。

而比起遥远的美国，无论是大环境还是文化心理上，韩国创业者都会觉得中国要亲切许多，据韩国江南区一家叫The Ventures的风投机构创始人表示，他们的很多投后企业，正在将目光聚焦到中国，准备到这个有14亿人口的大市场里分肉吃。但这一切可不像韩剧和韩国的欧巴们进入中国那么容易赢得掌声。但这并不会削弱韩国创业者走出国门的欲望。

《寻找独角兽》韩国站录制的一位评委表示，“和中国相比，韩国的市场的确还是太小了，资本也并不是非常活跃，这是录制完整个过程的感受。所以，这导致韩国的初创企业身上都流淌着很浓的走出去的动机和欲望。”

中国对外国人行业限制多，信息又模糊，在中国内地的互联网市场避免不了和巨头竞争。一些公司干脆直接将目标用户设定成访韩中国游客，暂时延迟进入中国市场的计划。

而除此外，韩国创业者们也试图通过本土化自己的团队来打破限制。上文提到的Junghee Ryu表示，“很多韩国初创企业要进入日本、中国、美国的市场，他们也想本土化自己的员工团队，所以他们有一种国际化的团队。在中国

就有中国人和韩国人一块共事，就像一个“联合国”一样。我觉得大家要进入一个新的文化和市场的时候，一定要打开自己的思维局限，愿意走出去，走出舒适区和当地的文化进行亲密无间的接触。”

而在韩国本地，纵然韩国政府在用各种政策鼓励和支持创业，但当地的创业环境也并非齐头并进，就像中国有中关村、美国有硅谷一样，韩国的“同类项”则是首尔江南区。

首尔江南区成热点 成功创业者转型 VC

韩国多数的创业加速器、创客空间和创业公司集中在江南区德黑兰路。江南区是首尔的商业中心，如今，更是成为了创业公司生态系统的枢纽。尽管有人诟病，韩国的创业生态过于依赖政府，而非个人驱动型。但不可否认的是，过去几年里，在江南区 Teheran-ro 大道附近，很多新创公司、风投资本家和新创公司孵化器都设立了分支机构。据悉，仅仅江南区，每天都会有新的项目上线或者拿到大额投资。

韩国 Startup Alliance 执行董事 Jungwook Lim，他曾是韩国最大的报纸之一《朝鲜日报》的记者，后来还担任过 Lycos 首席执行官，他在韩国创业生态系统中发挥着举足轻重的作用。他在台湾

AsiaBeat 2014 大会展示了一份题为《崛起中的韩国创业生态系统》的报告，报告中提到的其中一个关键点便是：无论对创业公司还是对游客来说，首尔江南区都已成为一个热点区域。

而在江南区或韩国其他地方诞生的成功创业者们，也正在热衷于转型 VC 或天使投资人。这是 Jungwook 的报告中提到的另一个关键点。他在报告中举了两个例子：

1、Changseong Ho 和妻子 Jiwon Moon 在 2000 年创办了他们的第一家公司，但这次创业却以失败告终。不过，在吸取了首次创业失败的教训后，他们又创立了众筹字幕翻译平台 Viki。2013 年，这家公司被日本电商巨头乐天以 2 亿美元的价格收购。接着，这对夫妻档创建了基于兴趣的内容分享平台 Vingle，后又打造了一个名为 TheVentures 的加速器，为年轻的创业者们提供创业指导和资金支持。

2、FuturePlay 首席执行官 Jung-hee Ryu 将增强现实技术公司 Olaworks 卖给了英特尔，而 FuturePlay 首席技术官（CTO）杰森·韩（Jason Han）创立的一家公司也被韩国电信（Korea Telecom）收购。凭借当工程师时积累的经验，他们二人创建了 FuturePlay 这个向硬件工程师提供专业项目的孵化器。

大企业失宠 政策向“走出去”企业倾斜

确实，在 2013 年，韩国政府开始践行朴槿惠提出的“创意经济”（Creative Economy）之前，韩国的创业环境并不理想，这一点主要表现在三个方面。一是，韩国的市场深度和广度不足，创新型企业难以与大企业共存；二是，在以大企业为主的文化氛围挤压下，针对中小企业的投融资不够活跃；三是，韩国有能力的人大多选择进大企业或考公务员，这导致优秀的创业人才流失严重。

而在 2013 年创意经济开始践行之后，韩国政府又拨款 30 多亿美元用以在之后的 3 年中培育初创企业，这一举措让韩国的创业环境进入了春天。“创意经济”旨在让创业公司成为韩国经济的主要驱动力，而不再是三星、LG、现代等这样的传统企业巨头独挑大梁。

与此同时，韩国政府还与三星、现代等大企业联合，在首尔、釜山等 17 座城市设立创造经济与创新中心。到了 2015 年，韩国政府拨款 126 亿美元支持本地创业公司的发展，拨款数额相比 2014 年增长了 5.8%。

据新闻报道，在今年 1 月份，韩国未来创造科学部等政府部门向朴槿惠做新年工作汇报时提到，为放宽创业方面的限制，韩国政府决定，除了首都地区之外，在全国 14 个市道行政区建立所谓的“限制例外地区”。对于无人驾驶汽车等在现行法规上不得进行试验的新技术，今后将准许进行新技术试验并给予技术开发支援。此外，创业者还可以更容易地使用 3D 打印机等高价装备和有关设施。

据韩联社报道，2016 年 4 月 18 日，韩国中小企业厅又公布了一系列创业扶持政策，鼓励更多企业发展成为具有国际竞争力的世界级“明星企业”。

在此次的扶持政策之前，韩国政府把创业政策的重点放在鼓励更多人投身创业浪潮上。而这一系列新政策则表明，韩国政府将加大对容易获得国际竞争力的“高科技创业”的扶持力度，并对那些把目光瞄准海外市场的企业提供更多帮助。

具体做法是，韩国政府成立创业投资基金；设立专门帮助大学生创业的机构；引进民间投资，对新产业领域创业提供援助。而为了让更多创业者把目光转向海外，韩国政府的相关援助资金将大幅增加，由去年的 33 亿韩元（约合人民币 1860.3 万元）增至今年的 100 亿韩元。

同时，韩国政府还将一改以往以创业初期企业（创业 3 年内）援助为主的政策，扩大风险援助范围至创业 3-7 年的“腾飞期企业”。目前，在创业援助资金中，72%的资金集中在创业初期企业上，2017 年，韩国政府将把该比例减少至 53%。同时，针对腾飞期企业的预算比重则将由目前的 16%扩大至 35%。

高校开设创业课程 支持大学生创业

上文中提到，韩国政府设立了专门帮助大学生创业的机构。诚然，韩国政府意识到了青年一代创业热情不足的问题。

在 2015 年 12 月，韩国贸易协会贸易研究院对中日韩三国 534 名本科生和研究生进行了网上调查。结果显示，韩国和日本青年中分别只有 6.1%和 3.8%有创业意向。相比之下，中国则有 40.8%的青年对创业持积极态度。对于不敢轻易创业的原因，38%的韩国青年归咎于“创业失败的风险”。31.3%的韩国青年表示，因就业形势严峻，如果创业将会选择餐饮业。

为了鼓励青年人创业创新，早在 2014 年 9 月起，韩国便陆续在全国成立多个创造经济革新中心，为创业者提供创业平台和成果转化平台。据韩国统计局公开资料显示，截至 2015 年底，韩国青年创立企业 15865 家，与 2014 年同期相比增长 23.6%。

除了政府的政策支持，为了应对严峻的韩国青年就业形势，韩国各大高校也纷纷制定了创业支援对策。据中韩人力网 2016 年 5 月 25 日的报道，韩国三大高校首尔大学、延世大学和高丽大学不断强调自身与其他高校的区别并奖励学生自主创业。

首尔大学设立了“创业者精神中心”，在此进行创业者精神教育并对学生创业给予支持。此前，首尔大学各学科创业项目均分开进行，此次相当于建立了一个负责学校创业项目的总部。创业者精神中心预计将在校内打造创业教育场地及学生创业者与预备创业者合作的空间。

1998 年起至今一直进行学生创业相关事业的延世大学将焦点对准在“质重于量”的理念上。延世大学创业支援团还特聘校外讲师开设了 20 余门创业相关课程。此外，学校还实施创业积分制度。选修课程、参加社团或是实际创业时均给予不同分数，按照分数高低可分为银、金、钻石等级别。若达到钻石级别，学校可将学生外派至国外进行项目研究。

高丽大学将打造“创意空间：π-Ville”，校方利用 30-40 个集装箱为学生提供了多样的挑战空间。π-Ville 不仅是创业专属空间，还是以“挑战和开拓”为中心的大本营。另外，高丽大学还设立了创业保育中心（创业孵化器），4 年前还开设了《校园 CEO》创业课程以支持学生创业。

4、VR 生存现状：华强北 VR 设备月销量超千万台，主要销往海外

虽然 VR 通往 C 端的路并不畅通，消费者市场一片惨淡，但 VR 在 B 端的成功却不可忽视，包括体验点、行业应用在内的 B 端市场给了 VR 公司自我造血的机会，事实上，能赚到钱的公司，走的都是 B 端的路子。

“光是 8 月份，深圳华强北廉价的 VR 设备已经卖了 1000 万台。”焰火工坊 CEO 娄池透露了一个有几分惊人的数据。这个数字，得到了其他 VR 业内人士的认可。当资本市场不再热捧 VR 之后，VR “凛冬将至”的论调开始盛行，在一部分人开始动摇迷茫的时候，“华强北 VR 设备月销量超千万台”的消息就像是一剂强心针，稳住了惶惶人心。虽然业内人士心知肚明，华强北卖的都是一些低端的眼镜盒子和一体机，但是他们眼中看到的是，千万级别的销量证明了一件事：VR 市场的需求不是伪需求，往前走，有希望。

1000 万台 VR 设备主要销往海外

“华强北的 VR 设备主要销往海外，现在天猫客也比较多，我们做 VR 设备有段时间了，出货情况很好。”深圳一家 VR 设备厂商负责人表示。虽然老马并没有直接说明他的货有几成销往海外，但据透露，这些 VR 设备最起码有半数以上的市场在海外。”

一个简单的塑料盒子，再加上 2 块镜片，成本极低，足以描绘出华强北正在热销的 VR 设备形态。在阿里巴巴采购批发平台上，价格可以低至 10~15 元，老马表示，他们出的货批发价都是 20 元以上，已经算是华强北品质相对好一点

的 VR 盒子。

一直以外贸见长的华强北在抓住 VR 风口这件事上毫不含糊，产品一批批从工厂出货，多年积攒下来的雄厚渠道实力让他们并不发愁销量。不过老马坦言，由于设备本身的局限，单独卖 VR 盒子利润空间并不大，华强北是将 VR 盒子当做手机的一个配件在销售，“目前我的货在泰国销得最好。”

在深圳创业多年的 3Glasses CEO 王洁告诉表示，华强北山寨 VR 卖出 1000 万台对行业来说是一个标志性事件，对产业有正面意义，“首先 1000 万台设备卖出去了，这里面是好奇心经济作用的结果。华强北做的是短平快的生意，不过重要的是，这份好奇心可以支撑多久？”

或许缺乏留存用户才是 VR 业内人士的焦虑之源，当华强北证明了市场有需求的另一面，大量低端产品进入市场也会在很大程度上破坏人们对 VR 的想象和期待。华强北卖的 VR 设备分两种，一种是价格低廉谈不上 VR 体验感的手机 VR 盒子，需要连接手机设备，另一种则是低端的一体机，内置显示屏，连接 Wi-Fi 即可以使用。

或许正是消耗了市场的好奇心而没有持续的产品爆发力，简单的手机 VR 已经到了一个瓶颈期，多名经销商向《IT 时报》表示，现在单纯的手机 VR 盒子已经不怎么赚钱，有些厂商已经开始清货，转而将目光放到了附加值稍高一些的一体机上。

资本“凛冬已至”？

与华强北山寨厂商的火热相比，被称之为“VR 元年”的 2016 年已经接近尾声，VR 在疯狂热了一波之后表面上看开始降温，最直观的体现是在资本层面上。

数据显示，2016 年第一季度，国内有 18 家 VR 创业公司拿到了融资，6 月至 8 月这个数字缩减到四五家。从所有获得融资的 VR 公司来看，获得亿元级别融资额的项目只有 7 家，甚至在个别项目上，资本已经退出。对比 2015 年第四季度二级市场对 VR 几乎是狂热的追捧，VR 的资本寒冬并不是危言耸听。

二级市场的火热也被业内人士认为“有点早”。UCCVR 创始人符国新觉得，当整个市场没有任何商业模式的时候，二级市场的进入是有点不正常的，“先

有想法，然后有人才为想法服务，第三需要资本去支持，然后再去寻找模式。只有模式成熟，产业才会变大，收入才会变多，形成正常的循环。”

娄池认为，资本遇冷的一个原因是三星、HTC、Facebook 等几家大厂的产品面世后，并没有迅速普及，“或许资本一开始对 VR 过于乐观了。”当散发着美丽斑斓的肥皂泡沫被现实击碎时，资本选择了观望。

资本市场的变化对较早进入的硬件厂商影响不大，这批早期创业公司已经拿到了大笔融资，完成了 VR 硬件市场的跑马圈地。国际大厂 Oculus 拿到 Facebook 的 20 亿美元已是旧闻，仅从国内来看，目前公布的融资项目里，融资额最高的是蚁视科技，B 轮融资额高达 3 亿元人民币，紧随其后的暴风魔镜的融资额有 2.3 亿元。3Glasses 在融资上一直很低调，王洁表示，去年完成 B 轮融资之后，今年 3Glasses 会进行新一轮融资。

“任何产业在迭代的过程中，最终都是要变成一个可行的商业模式，投资方投资要看投资回报率，最终要看公司产品的落地能力、公司可能的用户以及变现能力。”王洁觉得，资本不是降温，而是此前拿到了钱的公司，开始静下心来踏踏实实做产品、探索商业模式。

这个时候，内容创业依然有机会。刚刚以 250 万美元领投了西雅图一家 VR 游戏公司的符国新表示，以前投资的范围多是中国团队，现在每周收到的 BP(商业计划书)有三分之一来自海外。当面临海外同行的竞争时，市场的大浪淘沙，或许才刚刚开始。

走，到 B 端去盈利

虽然 VR 通往 C 端的路并不畅通，消费市场一片惨淡，但 VR 在 B 端的成功却不可忽视，包括体验点、行业应用在内的 B 端市场给了 VR 公司自我造血的机会，事实上，能赚到钱的公司，走的都是 B 端的路子。符国新则直言：“中国是目前唯一能在 VR 上赚到钱的地方，有相对成熟的模式，美国还没有。”

以 3Glasses 为例，虽然公司的定位是希望面向 C 端市场，但是当现实不具备这种条件时，3Glasses 选择了“先 to B（企业级市场）再 to C（个人级市场）”的模式。王洁透露，在未来的 1~3 年里，B 端依然是公司重要的前进方向，但希望能够越来越接近 C 端，“去年 B 端占 80%左右，希望这个比例越来越低。”

行业亦看到了 B 端的潜力。VR 游戏公司 TVR 已经辟出了一个团队专门承接 B 端业务，最大的一个“to B”业务便来自阿里的 Buy+。在 Buy+最新发布的虚拟购物视频原型中，TVR 负责 3D 场景的搭建和交互的设计。在影视内容提供商中，目前估值最高的兰亭数字甚至停掉了所有的 C 端业务，转而为 B 端开发内容。除此之外，兰亭也开始承接来自房地产公司、汽车品牌等广告主的 VR 广告片拍摄业务。

“随着谷歌 Daydream 手机即将发布，索尼 PS VR 也即将发售，终端出货量更多的时候，盈利模式就会更多。”符国新说道。

当清晰的商业模式形成，资本的接盘还会远吗？

5、跨界的魅力：技术与产品，草根与精英，境内与海外

互联网+，大数据，都是非常热门的概念，也是资本目前仍然保持兴趣的领域（游戏、O2O、智能硬件，对不起，你们失宠了）。而这些，落到具体应用场景，我们都需要明确其特征，就是跨界。

目前越来越感触到这一点，我们说其实很多商业模式，很多商业机会，或者说的更俗更直白一些，很多套利机会，往往来自于信息不对称，你所困扰的问题，恰恰是别人所擅长的；而你所擅长的，又恰恰是别人所困扰的，这里存在巨大的利差。因为对于“外行”而言，他们甚至愿意付出极高的成本，去解决一些“内行”认为小儿科的问题。

有些精于此到的人，就在从中做事，做中间人，渔利颇丰。

技术与产品，草根与精英，境内与海外，这三块跨界其实如果做的好，已经蛮有价值；但事实上，值得研究和分析的领域还是非常多的。

医学和物理学。生物学，在很多最新科研场景中，结合越来越紧密，但实际上，绝大部分医学的专业人士，并不是物理学、生物学（特别是基因科学）的专家；而物理学、生物学的专家也往往并非深入理解医学的问题。

因此最新的一些研究技术和成果如何真正用到医疗领域，往往还是存在理解认知上的代沟。这里已经存在了非常大的空间。现在讲基因技术，讲大数据

医疗，其实都是跨界应用场景的典范。但想象力和实践之间，最匮乏的依然是跨界的专家。

人工智能。深度学习的应用场景越来越广泛，最新的新闻是，Google 翻译因此受益良多，文字的翻译质量直线上升。也许不久，语音实时翻译也会达到很高的水准，我们或许可以无视语言障碍可以随意出行任何国家，只要携带链接 Google 翻译的耳机即可（不过可惜，外国人进中国可能就痛苦一点，嗯）。

但人工智能若要深入到更多场景，除了算法专家，各个领域的专家介绍也是非常必要的，AI 可以战胜李世石，其算法专家中是有一名业余围棋高手，是的，也许他棋力远不如李世石，但依然是对围棋 AI 设计发挥至关重要的作用。

AI 可以完成精准的翻译，语言学家也要为 AI 设计基本的规则和逻辑。在任何一个典型的应用场景，AI 若要发挥充分的功力，其相关领域的专家介绍都是非常必要的。也许未来有一天，AI 具有能够完全针对全新领域自学的能力，不过目前，还远远没有达到这样的境界，而且，也许我们不要过于乐观的期待这一天的到来。

互联网+，大数据，都是非常热门的概念，也是资本目前仍然保持兴趣的领域（游戏、O2O、智能硬件，对不起，你们失宠了）。而这些，落到具体应用场景，我们都需要明确其特征，就是跨界。

不是把互联网思维往传统行业一套就 ok 的

你需要深入进去，以前我们觉得董明珠和雷军 pk，雷军是新时代的代表，应该有横扫千军之势，不料仅仅两年下来，增长乏力，占有率持续下滑，前景堪忧，依赖于传统渠道的 vivo 和 OPPO 强势崛起，这个案例值得每个笃信互联网的从业者反思。

情怀、粉丝、互联网思维，这些玩意价值化之后，到底值多少。当我在提这个案例的时候，是的，我自己也在反思，我不是事后诸葛，我承认这个事情也出乎我的意料。互联网的热潮是否让我们失去了对传统产业和技术最起码的尊重。而传统行业其实也在学习互联网的思维方式，并且，这种思维方式一样可以用于传统的营销模式中去。

今天，我们看到的线下营销，线下的商业竞争，其思维方式和运作理念，

和互联网线上营销，已经有太多相互借鉴和相互参照的东西在里面。线上和线下，已经处于同一个时代，同一个水准，甚至成本，也会在市场选择中逐渐趋同。这时候，我们再去强调一家公司的互联网属性，是不是已经有点失去竞争优势的意义了，就好比我说，这家公司有电脑一样。

很多人问过我，大数据有没有价值，当然有，但是要看应用场景，你要落到具体的应用领域里，在这个领域你有足够的专业人士和优势的产品或服务能力，然后大数据帮助你提速，帮助你升级，帮助你跨越竞争门槛，这是价值很大的。

你说你在这个领域就是个菜鸟，你试图通过大数据颠覆这个领域，这个，说个例子，23andMe，那么被追捧的基因项目，为啥被美国 FDA 取消了医疗建议资格，你压根没这个资格和能力么，等你拥有了这方面资格和能力后，这才真的是个好项目。

脱离应用场景谈大数据，纯技术公司在一定时间内还是有价值的，但价值有限。

新技术，新概念，新的理论，与传统领域的经验和技术积累结合，这是价值最大，想象力最大的地方。

一个新的热点跨界领域是跨境电商

跨境电商分两块，一块是海淘，从境外到境内；一块是出海，从境内到境外；前几年海淘很火，主要是国内食品安全、奶粉安全，以及消费升级的事情；但目前政府要强化内需消费，对海淘实际上是利空；加上人民币转入贬值区间，这一利空就更加明显。而出海则是利好，如果我们认定人民币贬值趋势存在，并且政府会积极干预贬值节奏，那么从外汇回笼和汇率变化趋势看，出海电商目前正在风口。

跨境电商是一个特别考验跨界能力的场景：

1、互联网流量运营，你搞不定流量和用户就是死，对不对？

2、物流，仓储，供应链，不管自己做，还是找靠谱的合作者，搞不定也是死。如果合作方存在压帐问题，或者存在压库存的问题，还是死。

3、境内和海外的理解问题，什么地区适合做什么产品，什么地区用户有怎样的消费特征和习惯，付款方式、品牌接受度、物流容忍度等等，都要有理解和认知，否则，还是死。

4、法律、知识产权、产品侵权怎么办，海关罚没怎么办，各地税费怎么算，各地环保标准和进出口规则怎么算。

其他可能还有很多。

前段时间我跟一个做跨境电商的老朋友聊天，他们生意做得很大，我一句话就能冒充半个内行了，我说韩进这事你们有影响么，人家说，三个货柜被延误，有一个现在还在海上漂着呢。

挑战多，难度大，坑多，但也正因为如此，能杀进来做大玩家的，也就真没几个了：

有些货品不错的，流量不会玩；

有些会玩流量的，供应链歇菜；

有些供应链也懂，互联网流量也会的，不懂海外消费习惯，生搬国内爆款，结果，还是没戏。

这是目前几天的心得。

跨界产生无数机会

信息不对称套利

最新的科技转化

一些基于跨界的商业领域和商业模式

你也许很难成为每个领域最顶尖的高手，但如果你成为跨域不同领域的次一级高手，也许你的机会，不会比那些顶尖高手少，甚至，你可以让那些顶尖

高手成为你套利的工具。

下一个 1000 亿美元的机会在哪里？一定是跨界！

目前看的最清晰的，是互联网金融。但，类似的机会应该还有几个。

6、网络疯传日资将大规模撤离中国？背后真相令人吃惊

中村亮记者的这一报道引述了日本企业界人士 22 日有关“在中国关厂时
的手续过于繁杂”、“中国反垄断法规不清晰，日资收购中国企业困难重重”、
“中国政府行政部门脸色难看”等的不满言论。

目前，凤凰博客上一篇题为“日资撤退令人不安”（作者王思想）的文章
红遍网络，经部分网友剪切、编辑后，又衍生出诸多“担心中国经济崩溃，日
资大量撤离”、“中国楼市泡沫即将破灭，外资先知先觉”等耸人听闻的段子。

据查，该事件的消息源头是日本影响力最大的报纸《日本经济新闻》（下称
《日经》）9 月 23 日刊登的一则 600 字不到的报道，作者为该报记者中村亮。
从日本经济新闻社（北京）中国总局人士处得到确认，中村亮并非该报派驻中
国的记者，对中国并不熟悉，平时也不关注中日关系。

日本“经团联”始末

查阅日文原版报纸后发现，这位记者中村亮，可能只是一位“跑会”记者。
从《日经》历年来署名中村亮的新闻报道中发现，他经常跟随日本政要或经济
团体出访各国，比如说 2015 年 2 月的 G20 伊斯坦布尔会议，2016 年 4 月华盛
顿的国际货币基金组织（IMF）记者发布会等。

此次 9 月下旬，中村亮跟随日本经济界代表团来到北京，并于 9 月 23 日在
《日经》发表上述 500 余字消息。据介绍，此次由日本经济团体联合会会长神
原定征、日本日中经济协会会长宗冈正二、日本商工会议所会长三村明夫率领
的日本经济界代表团，人数超过 230 人，参访人员的级别也为近年来最高。

中村亮记者这则会议报道的标题是‘中国撤退手続き、迅速に’，直译成
汉语就是“（中国方面）应加快办理（日本企业）从中国撤退手续的速度”；
同时，原稿的副标题是‘経済界訪中団 事業環境改善へ要請’，意思是“日本

经济界访华代表团，向中国政府提出改善日资企业在华经营环境的要求”。

实际上，上述报道引述的采访日期是 9 月 22 日，也就是榊原定征会长等数位“经团联”（日文写法‘経団連’）负责人 9 月 21 日受到中共中央政治局常委、国务院副总理张高丽会见后的次日，该团体与中国商务部会谈的一则普通“会议新闻”。从报道内容上看，除了向中国商务部提出“改善投资与贸易环境”的建议外，中村亮也采访了代表团的其它企业成员。

据报道，9 月 21 日与国务院副总理张高丽会见时，日本“经团联”负责人表示，希望日中两国保持良好稳定关系，日本经济界愿与中国企业界加强技术创新、智能制造、医疗保健和节能环保等领域的合作。

而据《日经》9 月 19 日的报道，该经济团体以日本 70 家企业的高管为主。日本方面称，在日中领土争议等问题不断的背景下，访华团希望借此加快双方经济合作步伐，核心议题还包括中国钢铁产能过剩、节能、促进创业、基础设施建设等。

对华投资“增减乖离”之谜

《日经》记者中村亮的报道只是简单的会议新闻，但凤凰博客作者王思想的文章“日资撤退令人不安”，却对“中国拖延日企留存利润汇出，加剧了日资撤退意愿”加以不实猜测。文章还引用所谓日本官方数据称“日本对华投资比例在逐年下降”。

查找资料后发现，日本贸易振兴机构（JETRO）官网统计显示，截至 2015 年末，不含银行、证券、保险类别的日本对华实际投资金额同比大增 46.8%至 10170 亿日元（约合 85 亿美元，增速约合 28.4%），投资收益同比大增 54.1%，显示日本企业在华盈利丰厚。必须注意的是，2014 年至 2015 年间，日元兑美元汇率快速贬值约 20%，兑人民币贬值幅度也与此接近，皆对日本出口有利。

由于在股权投资、再投资收益等统计口径上的较大差异，中国商务部相关统计显示，自 2013 年来，日本对华直接投资连续 3 年下降，其中 2014 年、2015 年分别同比大降 38.7%和 25.8%。

中日两国政府在“对内（对外）直接投资”统计口径上的巨大差异，或许也一定程度造成了上述民众理解的分歧。

据介绍，JETRO 是日本经济产业省下属的半官方机构，地位大致相当于我国的贸易促进会。

标题“断章取义”引误解

中村亮记者的这一报道引述了日本企业界人士 22 日有关“在中国关厂时的手续过于繁杂”、“中国反垄断法规不清晰，日资收购中国企业困难重重”、“中国政府行政部门脸色难看”等的不满言论。相关日方人士认为，日中两国上述状况造成了对“人员雇佣的恶劣影响”。

在 22 日与中国商务部的会见中，日本“经团联”方面提出了上述建议，并希望中国能进一步改善日本企业的投资及贸易环境。对此，中国商务部表示将加快研究解决。

不难发现，该报道的标题‘中国撤退手続き、迅速に’，其实际含义应是“中国相关部门的外资企业设立及注销手续过于复杂，应进一步提高效率”。原文标题中的“迅速”一词，不是指日资撤退，而应是指中国行政部门的办事效率。

由于中村亮记者不熟悉中国，而中国读者又对同为汉字字根的日语“望文生义”，结果造成了这一巨大误解。如果中村亮在中国生活多年，想必也会对这些现象习以为常，标题也会是另一副模样。对此，日本另一家主流媒体的记者猜测道：“（取这个标题）可能是他没有更好的灵感。”

从日企在华投资的盈利增速以及日本贸易立国的角度来看，日本资金从中国撤离本身就是一个超级玩笑。但类似于这种危言耸听的“谎言”，往往却具有很快的传播速度

7、还在吃方便面吗？康师傅都快不行了！快消品巨头的日子真的不好过.....

方便面溃败早已持续数年。资料显示，自 2011 年开始，中国方便面销量持续 5 年下跌，2015 年，中国内地方便面总产量 362.49 亿份，较上年下跌 8.54%，今年调整仍在持续。方便面行业霸主康师傅的业绩就是行业景气度的一面镜子。

你有多久没吃方便面了？

网络外卖崛起、消费升级，方便面持续衰退正被边缘化

尽管曾扮演着“春运神器”、“加班拍档”、“创业伴侣”等一系列角色，方便面的地位正变得尴尬。加班的夜晚泡一碗喷香的方便面已经慢慢成为一个怀旧场景，在各个小区和街道穿行的外卖送餐员已经成为新的风景——饿了叫个外卖、各种健康食品、时髦小馆正成为新的消费场景。网络外卖崛起、消费升级共同作用下，方便面慢慢从主流食品成为边缘化的补充性食品。

持续五年衰退

方便面啤酒的好时光不再

在过去很长一段时间里，方便面和啤酒是夜宵标配，更是小卖部的揽客神器，小卖部把货架最显眼的位置都留给了这两样产品，不过在消费新浪潮下，曾经的揽客神器有些卖不动了。

贝恩公司与凯度消费者指数近期发布的《中国购物者报告》指出，2015年中国快速消费品市场的销售额增速只有3.5%，为5年来的最低点。报告指出，针对蓝领工人的产品受到冲击最大。以销量来衡量，方便面销售下降12.5%，啤酒销售下降了3.6%。低价的“超值啤酒”销售比高端啤酒下降得更厉害。

报告还显示，随着消费者对健康更加关注，健康食品表现出色。2015年包装食品销量呈现一个持续下滑的趋势，糕点、糖果和冰淇淋的销量跌幅全都超过11%，一定程度上是因为中国消费者对于健康更加关注。

同时，健康食品的表现则十分出色，酸奶销售额增长了20.6%，功能型饮料上涨了6%，化妆品等品类则继续增长强劲。

方便面溃败早已持续数年。资料显示，自2011年开始，中国方便面销量持续5年下跌，2015年，中国内地方便面总产量362.49亿份，较上年下跌8.54%，今年调整仍在持续。据中国食品科学技术学会日前发布的最新统计分析显示，2015年，中国内地方便面总产量362.49亿份，较上年下跌8.54%；销售额490.91亿元，较上年下跌6.75%。2016年1月至8月，主要企业仍未能止跌回升，行业仍在深度调整中。根据对全国22家方便面企业的统计，有9家都出现销售下

跌，多个品牌已开始调整经营方向。

方便面行业霸主康师傅的业绩是行业景气度的一面镜子。康师傅半年报数据显示，上半年净利润同比下降 64.75%，其中二季度利润更是创康师傅近 10 年来单季利润的最大跌幅。

工作人口下降、网络外卖崛起

现在的消费者更注重健康食品

方便面的困境实际是多种因素共同作用的结果。《中国购物者报告》指出，方便面和啤酒销售下滑的主要原因在于工作人口的下降，报告还提到了另一个原因，就是低端制造业岗位被转移到孟加拉国和越南等成本更低的地区。

此外，方便面行业也被移动互联网浪潮撞了一下腰。餐饮 O2O 外卖崛起、众多电商平台在全国快速布局使得消费者轻点手机 APP 就可以坐等美食上门，这在一定程度上也侵蚀了方便面市场。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬指出，方便面市场衰退原因与市场变化和品牌自身产品的更迭息息相关。“随着消费水平的提高，消费者更注重健康食品。方便面给人固有的不健康、没营养的印象，使其需求下降。而网络订餐平台的兴起，从渠道上对方便面形成替代，挤占了部分需求。”朱丹蓬指出，高铁占比提升、网络外卖崛起、农民工群体消费升级等客观因素的变化，让方便面的品类属性已经从主流食品成为边缘化的补充性食品。

消费升级归根结底是人们的生活方式和价值观念的改变。在方便面行业从业者看来，一些关于方便面含大量防腐剂、32 小时不消化等大量谣言广泛传播造成了我国方便面市场逐年收缩。而协会和企业每隔一段时间都站出来为方便面正名，中国食品科学技术学会理事长孟素荷日前在方便食品辟谣发布会上表示，“方便面是中国食品工业中安全水平令人放心的品类，抽查中其合格率均在 99%以上。”

为了迎合消费升级、改变成见，方便面企业也在积极地创新，比如从红烧牛肉到酸菜肉丝口味的转变，产品也开始从骨汤和天然的食品中汲取营养，能否扭转方便面的颓势效果还有待观望。

如果不是康师傅糟糕的半年报，人们或许已经忽略了方便面行业的下滑已经进入第五个年头的事实。方便面的处境只是快消品的一个缩影，宝洁、联合利华、可口可乐等曾经风光无限的跨国快消巨头都在中国市场尝到了苦涩的滋味。在消费升级和产业转型时期，快消品市场的版图正在发生巨变。

快消巨头日子都不好过

其实不仅仅是康师傅，从 2015 年开始，快消品跨国公司的日子都不太好过。可口可乐集团公布的 2016 年半年报显示，今年上半年，可口可乐营收为 218.21 亿美元，同比下跌 4.6%。财报显示，可口可乐的下跌主要受到了亚太区，尤其是中国市场的拖累。可口可乐首席运营官 James Quincey 曾表示，2016 年第二季度可口可乐公司在中国果汁类销售额降幅高达两位数，可口可乐的销售额也出现了下跌。

另外一家大型企业娃哈哈，也已经连续三年业绩连跌，特别是它的明星级产品营养快线的销量几乎腰斩。

在日化领域，曾经在中国市场上“神话”一样存在的宝洁和联合利华也风光不再。宝洁和联合利华曾经用“电视广告+超市卖场”圈住了一个庞大的消费群体，如今消费者的购物途径变得多样化，电商、海淘、微商等。手工冷制皂、无硅洗发水等产品取代了超市货架上的舒肤佳和海飞丝。

10 年前在中国市场曾有过近 20% 的销售额增幅的宝洁和联合利华都被业绩下滑、裁员、削减营销费用所困。

家庭在快消品上支出在减少

“公司今年上半年销售额增长 16%，利润增长小于该幅度，这归因于经济增长放缓，但放在快消品增速普遍放缓的大背景下，公司的增长速度依然算是令人满意的”，香飘飘董事长蒋建琪表示。

2015 年我国快消品销售增速进一步出现放缓，这一年我国快消品的销量首次出现了负增长。

贝恩公司联合凯度消费者指数此前发布《中国购物者报告》显示，2015 年中国快消品市场的销售额增速创新低，仅为 3.5%，为近五年来的最低点，去年

这一增速为 5.4%。销售量下滑以及价格增长放缓还是使得去年我国快消品的销量首次出现了负增长，同比下滑 0.9%。

凯度消费者指数中国区总经理虞坚表示，虽然我国消费者的人均可支配收入在增加，但去年我国很多快消品品类的增长却陷入了停滞的状态，消费者用于快消品的钱在逐步减少。造成快消品类增长放缓的一个重要原因是，家庭在快消品上的总体支出在减少，2015 年国内家庭在快消品上的平均支出增速明显放缓至 0.8%。虞坚指出，随着国内消费市场的日益成熟，家庭在快消品上的支出会逐步减少。人们更倾向于在提高生活品质的旅游、教育、交通上进行花费。去年与健康、生活品质、旅游和娱乐相关的行业都出现了高达两位数的增长。

报告显示，从 2011 年至 2015 年，影院收入每年平均涨幅高达 35.4%，出境游涨幅为 28%，净水器销售额的增长则超过了 50%，这与快消品的低速增长形成了鲜明对比。这说明，随着消费者对平衡和健康生活越来越关注，非快消品品类的支出正在快速增长，这蚕食了快消品品类的增速。

快消品版图将迎来巨变

在方便面行业从业者看来，一些关于方便面含大量防腐剂、32 小时不消化等大量谣言的广泛传播造成了我国方便面市场逐年收缩销量不佳。而协会和企业每隔一段时间都站出来为方便面正名，试图扭转消费者对方便面的成见。

中国食品科学技术学会理事长孟素荷日前在方便食品辟谣发布会上表示，“方便面是中国食品工业中安全水平令人放心的品类，2015 年到 2016 年上半年抽查中，其合格率均在 99%以上。”

财经作家吴晓波指出，在过去的几年里，对食品饮料行业影响最大的，不是互联网模式，而是人们的健康理念的迭代。中等收入人群的崛起以及公共健康意识的觉醒，使得人们越来越关注添加剂、转基因、纯天然等概念。快消品版图迎来巨变，而消费升级以及劳动力优势再造将成为给快消品带来新的机遇和挑战。未来消费者的需求会越来越小众，越来越个性化。

这也意味着，越来越多不符合新时代的消费品慢慢陨落，就像那些充满我儿时记忆的消费品已经逐渐消失。而新时代的、充满个性的消费品会崛起。

对快消品企业而言，为了应对新的消费形势，个性化和高端化都成了必由

之路。贝恩公司大中华区消费品及零售业务主席布鲁诺指出，由于很难推动消费者提高购买频率，并且很多快消品品类的购买频率都很低，在渗透率停滞或者下降的背景下，各大品牌纷纷通过推出或者投资高端产品来应对。

从 1.5 元到 29.9 元

高端化能否

拯救方便面行业？

方便面在中国市场的发展史同时也是一部康师傅和统一两大巨头的价格战史。两大巨头的价格战持续十几年，方便面一直维持着数十年如一日的价格，以最经典的袋装红烧牛肉面为例，价格仍然维持在 1.5 元。过去 20 年，物价、人工、房租、原材料都在暴涨，方便面俨然成为涨价幅度最小的食品。

不过即使是这样，方便面的危机仍没有要缓解的迹象。在严峻的市场形势下，方便面行业巨头康师傅、统一等企业改变之前激烈的“价格战”策略，纷纷开启创新模式。

统一在高端化创新的方向上率先发力，继陆续推出的 5 元方便面品牌的基础上，统一今年积极布局 5 元以上中、高价面市场，上半年推出了三大高价位新品牌，其中的“满汉宴”定位高端代餐市场，定价近 30 元。康师傅方面则表示，公司于今年 5 月起策略推动经典系列巩固 4 元价格带，并在 4.5 元以上价格带主推熬制高汤系列等升级产品。

看得出来，康师傅和统一都寄希望于推高端化产品来挽救颓势。而目前来看，高端化策略的确开始有些成效。统一半年报显示，统一今年上半年方便面业务出现好转，上半年收益为 40 亿元，同期增长 9.8%。康师傅也表示，6 月业绩同比已稳步回升，第二季衰退幅度也随之减缓。

方便面巨头策略的变化，意味着过去通过价格战抢占市场导致中国国内方便面市场一直处于低端产品为主的局面正在被改写。据中国食品科学技术学会分析，目前，以康师傅、统一、日清、农心为代表，高端面的市场竞争态势已经形成。这将原有的以价格竞争为手段、以低端方便面为主、由上向下挤压的竞争模式，向以营养健康为内涵、势均力敌的高端方便面延伸。

在方便面行业的衰退进入第五个年头之际，打着口味丰富、健康营养、美味标签的高端化方便面越来越多地占据了货架，方便面巨头们的策略能否奏效还需要经过市场检验。至少在中等收入人群崛起、消费升级的背景下，泰国、日本以及韩国的高端进口方便面仍然大受欢迎。

8、兼并还是合作：直播平台很无奈

作为当下最火爆的互联网细分行业，直播无疑具有极大的发展潜力。但惨烈的竞争态势，却让很多直播平台难以为继。即使未来的大饼画得再好，也难以抵挡当下的饥饿。在最重要的云层面展开竞争，势必会雪上加霜。

目前，乐视入股熊猫直播，后者估值达 24 亿。直播融资的事并不罕见，不过这次投资方的身份，却让这件事儿显得有些与以往不同。这次投资方的主体并不是乐视整个公司，而是旗下的乐视云计算公司，后者投入 3.6 亿元占熊猫直播 15% 的股份。乐视云天价“养熊猫”，到底是处于怎样的一种考虑？

要知道，相对于互联网视频企业来说，直播平台的盈利模式更为堪忧。当下互联网视频、云企业和直播平台的合作，是借势兼并，还是共同盈利？直播平台的云层面战略，是一场美梦，还是一场恶梦的开始？

今年 3 月初乐视云获得 10 亿元人民币 A 轮融资，此次能一口气拿出 3.6 亿元投资熊猫直播，绝对是下了重注。而早在此前，乐视云就已经与熊猫直播有了深入的接触与合作，像是一场有“预谋”的行动。或许就是乐视本身想借机从视频行业延展至直播行业，并借助自身的云技术掀起云层面的战火。

当然，在当下直播行业，云技术的重要性越来越高。能否选择强有力的云计算企业做支撑，保证直播的流畅、稳定、容纳量高等需求，成为直播平台工作的重中之重。阿里云、百度云、帝联科技、网宿科技、星域 CND 等，都在凭借多元化的云技术来不断拉拢直播平台。

虽然就目前来看，一家直播平台一般会与多家云计算企业合作，但直播平台数量的急速攀升，对云技术的依赖性不断提高，让云计算企业愈发强势。在这样的态势下，云计算企业也在不断“逼迫”直播平台不断“站队”。一场由直播平台自身引发的云层面战火，或将因乐视云投资熊猫直播而彻底燃烧起来。

兼并还是合作：直播平台很无奈

直播平台与云计算企业之间的关系原本是很“纯洁”的，就是互惠的合作关系。但随着云计算相关技术、资源的“供不应求”、云计算企业本身的强大，再加上直播行业惨烈的竞争导致盈利遥不可期，甚至处于倒闭边缘，二者的关系终于变得微妙起来。

乐视云投资熊猫直播，其实就是为直播平台敲响了警钟。直播平台的云层面战略，或将让原本的合作者入局，成为自己的“主宰者”。背靠王思聪这国内头号富二代，熊猫直播尚且不能将命运掌握在自己手中，其他直播平台命运又将如何？

擅长隐藏在幕后的云计算企业，可都不是好惹的主。别看名声不显，但就算再火爆的直播平台也得仰仗云计算企业而生存下去。如果云计算企业以自己的资金、资源和技术等作为收购武器，很难想到有哪家直播平台能够抵御得住。毕竟风光无限但盈利能力孱弱的直播平台，面对许多大型云计算企业，真的还不够看。

就未来发展趋势来看，一旦云计算企业插手，直播平台无非是两条路走。一是继续保持合作关系，共同盈利，但在双方都打着自己小九九的情况下，无疑会产生很多问题。二是被云计算公司投资、入股，既解决了融资问题，也能获得后者的强力支持。不过看似两全其美，却有可能让直播平台丧失自我掌控能力，失去独立自主的地位。

站在十字路口 直播平台将何去何从

实事求是地说，直播平台之所以出现如此尴尬的态势，与自身有着极大关系。作为当下最火爆的互联网细分行业，直播无疑具有极大的发展潜力。但惨烈的竞争态势，却让很多直播平台难以为继。即使未来的大饼画得再好，也难以抵挡当下的饥饿。在最重要的云层面展开竞争，势必会雪上加霜。

虽然在云层面展开竞争能够壮大自身，并给同行施加压力，但其实也是在玩火。一旦太过依赖云计算企业的“输血”，无疑是将自身命门交给了云计算企业。一旦依赖变成一种习惯，很容易“引狼入室”。

面对云计算企业潜在，甚至已经暴露出的强烈意愿，直播平台是投降还是继续坚持自我，直接关系到接下来的发展情况。而站在十字路口，直播平台的

决定甚至将很大程度上决定行业的走向。接下来，不妨让我们共同期待会有哪些大事发生。

9、9.26-10.9 一周并购事件

图表 15 9.26-10.9 一周并购事件

日期	并购事件	标的企业	金额	买方企业
2016-09-27	能化集团拟公开转让银鸽实业100%股权	银鸽实业	308383 万元	能化集团
2016-09-27	碧水源拟增资中水润达 575 万元	中水润达	575 万元	碧水源 中水润达
2016-09-26	机蜜获 51 信用卡等数千万元注资	机蜜	N/A	51 信用卡
2016-09-26	探路者注资新梦想体育	新梦想体育	N/A	探路者
2016-09-26	熊猫 TV 获乐视云 3.6 亿元投资	熊猫 TV	36000 万元	乐视云
2016-09-26	万邦达拟收购吉林固体废物处理 39.73% 股权	吉林固体废物处理	10226 万元	万邦达 吉林环保投资
2016-09-26	蓝思科技拟全资收购源暄塑胶	源暄塑胶	21500 万元	N/A
2016-09-26	矩阵金融获万向集团等 1.5 亿元注资	矩阵金融	N/A	万向集团
2016-09-26	TCL 集团 5000 万美元收购 Novatel Wireless 业务	Novatel Wireless	5000 万美元	N/A
2016-09-26	华中数控拟挂牌转让华科三维 6.67% 股权	华科三维	400 万元	华中数控
2016-09-26	健康元拟增资丽珠单抗生物技术	丽珠单抗生物技术	9800 万元	健康元 丽珠单抗生

				物技术
2016-09-26	丽珠医药拟增资 丽珠单抗生物技术	丽珠单抗生物技术	10200 万元	丽珠单抗生物技术 丽珠医药
2016-09-26	潍柴动力拟全资 收购潍柴潍坊	潍柴潍坊	25286 万元	潍柴动力 潍柴控股
2016-09-26	宝利国际收购华 宇通航剩余 5% 股权	华宇通航	500 万元	宝利国际 江苏物华
2016-09-26	明牌珠宝拟收购 好屋中国 75%股 权	好屋中国	240000 万元	明牌珠宝
2016-09-26	鑫茂科技拟增资 Nullmax	Nullmax	1000 万美元	N/A
2016-09-26	一心堂拟收购红 云制药 100%股 权	红云制药	678 万元	一心堂
2016-09-26	China Internet Plus 全资收购 钱袋宝	钱袋宝	N/A	China Internet Plus

资料来源：投资中国、中商产业研究院

10、国内一周风投事件统计

电子商务 14 起

女性私密护理品垂直电商平台“桃奢生活”获百万元天使投资，投资方未披露。

家居电商服务平台“艾佳生活”获数亿元 A 轮融资，投资方为达晨创投、正和岛基金。

食材 B2B 平台“天平派”获数千万 B 轮融资，此轮投资由某产业基金领投，复星昆仲跟投。

汽车 B2B 电商平台“恭喜发车”获过亿元 Pre-A 轮融资，本轮融资由亚杰

商会天使基金领投，凯盈资本、达内科技、神州付跟投。

智能硬件租赁平台“机蜜”获由51信用卡领投的数千万元A轮融资。本轮融资将主要用于产品研发、品牌推广上。

虚拟试衣间“好买衣网”获由宽带资本领投、NEA跟投的1500万美金B轮融资。

教育电商平台“课比课”获梧桐理想数百万元天使投资。

艺术品、非标品电商拍卖平台“艺典中国网”获“隆领投资”2500万A轮融资。

情趣代付电商平台“撒个娇”获150万元种子轮融资，此次融资由创东方资本肖水龙领投，西科天使跟投。

电子元器件交易平台“芯智控股”获慧聪网400万美元战略投资。

互联网茶叶品牌“小茶一丛”获800万元天使轮投资，投资人不详。

女包皮具品牌“STIYA”被hautton皓顿收购，具体金额未披露。

跨境电子商务平台“雅娜购”获赛马资本领投的4000万元A轮投资。此轮融资将主要用于继续抢占市场并持续扩大规模。

B2B旅游交易平台“天天旅交会”获宁波圣莱达文化投资机构近亿元战略投资。

内容产业 16 起

版权维护服务平台“维权骑士”获千万级A轮融资，投资方未披露。

女性视频内容发行商“兰渡文化”获安赐资本数千万元B+轮融资。

视频直播服务平台“熊猫TV”获6.5亿A轮融资，此次融资估值24亿元，由乐视领投。乐视出资3.6亿元占股15%。

原创动漫出品商“花火文化”获“秀强股份”2000万元战略投资共同设计幼教独立IP。

弹幕式游戏直播分享平台“全民TV”获5亿元A轮融资，投资方未披露。

体育培训机构“宏远时代”获3亿元A轮投资，投资方为尚雅投资、品清资本及多位个人投资者。

视频在线直播平台“手印直播”被全民直播以3亿元的价格并购。

手机视频直播应用“花椒直播”获3亿元A轮投资，其中首建投投资1亿元、奇虎360投资6000万元。

评论导向型新闻客户端“今日嘴炮”获60万元种子轮融资，投资方为创始人尹鹏军。

连锁健身俱乐部品牌“U-24智能健身房”获挚盈资本领投的400万元Pre-A轮融资。

知识内容笔记分享平台“笔记侠”获400万元天使轮融资，估值4000万元，由原链资本、高维资本投资。

美食指南导购交易平台“深食季”获数百万元天使轮投资，投资方为开始众筹和创享基金。

美食视频平台“日日煮”获阿里巴巴领投的3500万元A+轮融资A。

多媒体内容提供商“英翼传媒”获过亿元B轮投资，投资方为中信建投、同创伟业、优势资本、华闻传媒旗下基金、头头是道投资基金。

二手车自媒体平台“吱道二手车”获1000万元Pre-A轮融资，由博派资本领投、龙腾资本跟投。

电影娱乐业新媒体“壹娱观察”获400万元天使投资，投资方为新疆力利记、高维资本。

教育 5 起

儿童英语阅读启蒙类 App “趣趣英语” 已于去年完成天使轮融资，投资方为私人投资者，金额未披露。

拍照搜题解题及在线答疑应用“作业帮”获 6000 万美金 B 轮融资，此轮投资由纪源资本（GGV Capital）和襄禾资本共同领投，红杉与君联等早期投资者全部跟投。

K12 课外教育 O2O 平台“课外喵”获 3000 万元 A 轮融资，本轮投资由新三板教育企业和专业财务投资机构组成，同时天使投资方也在本轮进行了跟投。

高中升学规划服务“百年英才”被立思辰以 2.85 亿元收购 100% 股权。

在线教育 1 对 1 平台“掌门 1 对 1”获华晟资本数亿元 C 轮融资。

出行 4 起

自行车共享项目“ofo 共享单车”6 月曾获经纬中国领投、金沙江、唯猎资本跟投的数千万美元 B 轮融资。

自行车共享项目“ofo 共享单车”获滴滴出行数千万美元战略投资，未来双方将在城市出行领域展开全方位合作。

共享单车出行服务商“小鸣单车”获联创永宣冯涛等人数千万元天使轮融资。

共享自行车服务提供商“mobike 摩拜单车”完成超 1 亿美金 C 轮融资，高瓴、华平领投，红杉、启明和早期投资方跟投。

企业服务 14 起

企业智能商机撮合平台“商理事”宣布获 500 万元种子轮融资，事件发生在 2016 年 5 月，投资人未透露。

企业财务服务共享平台“创业计”于今年1月获某个人投资者500万元天使投资。

企业服务搜索交易平台“企业盒子”获200万种子投资，华盖创客基金、嘉诚中小企业服务平台创始人许莉，毛大庆等个人投资者参投。

企业效率管理平台“大管加”获750万元天使投资，资金来源于国内三家上市公司。

移动互联网营销公司“时间互联”被南极电商以9.56亿收购100%股权。

移动终端解决方案提供商“展唐科技”被浙江福特资产以46.34万元收购。

人力资源管理平台“MyHR”获润土投资领投的近千万元天使投资。

中文智能交互系统开发商“三角兽科技”获‘君联资本领投、赛富亚洲跟投’的2000万元Pre-A轮融资。

融合存储解决方案提供商“达沃时代”获嵩山资本领投的6300万元B轮融资，被估值7亿元。

场地在线预定查询平台“邻汇吧”获425万元Pre-A轮融资，此融资由紫金港资本领投，天使湾创投和金佑资本跟投。

iConn 云计算虚拟桌面整体解决方案提供商“云巅”获中南资本近亿元B轮融资。

企业混合云应用管理服务商“骞云科技(CloudChef)”获经纬中国千万元天使投资，此轮资金主要用于产品的研发和市场推广。

目前获悉，大数据SaaS云服务平台“APIX”于2016年2月获星河互联500万元天使轮融资。

自媒体营销服务商“郎琴数字传媒”获温氏投资千万级A+轮融资。

生产制造 1 起

钢琴生产商“海伦钢琴”获战略投资 650 万元，资金源于中央文化产业发展专项资金。

金融 7 起

P2P 网贷平台“网投网”获由京晟资本领投的 1400 万元 Pre-A 轮融资。

互联网房产金融服务商“房金所”引入战略投资者——天明集团，签署了亿级战略投资协议并完成 A 轮融资，首期投资额为 2600 万人民币。

信贷撮合服务平台“金融微店”完成百万级人民币天使轮融资，投资方未披露。

金融基础设施服务商“矩阵金融”获 1.5 亿 A 轮融资，其中万向控股集团出资 1.25 亿、分布式基金出资 2500 万，联合持 25% 的股份。

驾驶保障服务互助平台“好车主互助”获京北投资数百万元天使轮投资。

消费信贷服务平台“牛娃金服”获 A 轮融资，具体金额未披露，此融资由华威国际 CID 领投、ICH 跟投。至此，其总共融资近千万元。

移动支付接入服务商“威富通科技”被华峰超纤以 18 亿元并购。

房产 3 起

公寓运营商“爱上租”于 4 月获巨鲸资本 1.01 亿元 A 轮融资，想要做中国最大公寓运营商

房产众销平台“好屋中国”被明牌珠宝以 24 亿元收购 75% 的股份。

办公场所租赁平台“房算盘”获得近千万元天使轮融资，由 JadeValue（其主要股东为顺为资本、启明创投和华创资本）和筑家易共同投资。

硬件 10 起

智能灯泡品牌“嘿灯”宣布，已于去年7月完成120万元天使轮融资，投资方为海捷控股。

智能双目相机研发商“智眸科技”获千万美金A轮融资，投资方包括Translink Capital，汉能投资集团，国家航空产业基金等。

家庭智能陪伴机器人“小鱼在家”获B+轮融资，金额未透露，投资方为光速中国、创新工场、成为资本。

消费级水下无人机研发商“博雅工道”于2016年5月获盛大资本500万元Pre-A轮融资。

智能DIY电子硬件开发商“Microduino”获50万美元种子轮融资，红杉资本中国投191万人民币占股1%、高通和创业邦也参与了本轮投资。

滑雪智能硬件生产商“SKIIN”获由IDG资本、BAI贝塔斯曼亚洲投资基金领投的320万元天使轮融资。

滑雪硬件装备研发商“奥雪零夏”获泽厚资本1000万元天使投资。

目前公布，非植入式脑电采集设备研发商“回车科技”于2016年1月获中关村创投千万元Pre-A轮融资。

智能代步产品研发与销售商“云造科技”获高通领投A+轮融资，金额未披露。

3D纸模打印机供应商“我萌”获艾思能达儿童产业孵化器300万元种子轮融资。

医疗健康 14 起

癌症患者抗癌社区“抗癌圈”获300万元天使轮融资，投资方为创始人叶伟。

人工智能医疗研发商“VoxelCloud”获550万美元天使投资，投资方为两家中国基金。

口腔门诊管理系统提供商“领健信息”获复星同浩数千万元 A+轮融资。

医疗信息服务提供商“心医国际”获 2 亿元 C 轮投资，此轮融资由中金智德领投，多家投资机构跟投。

药物研发生产企业“红云制药”被云南鸿翔中药以 687 万元并购，占股 100%。

牙科诊所联盟服务商“牙齐齐（优牙）”获 500 万元 A 轮融资，投资方为某上市公司高管、潮州陶瓷产业基金和某医疗连锁机构。

专业口腔医疗机构“雅御口腔”获浙江中赢控股集团 500 万元种子轮投资。

大型综合性三级医院“鄂钢医院”被海南海药以 3.4 亿元收购 100% 股权。

连锁药店“宏声桥大药房”被重庆一心堂以 1.03 亿元并购。

社区医疗服务机构“博厚医疗”获分享投资千万级 Pre-A 轮投资。

综合制药企业“同济堂”被中国中药并购。

综合型制药企业“只楚药业”被福安药业以 15 亿元并购。

职场健康监测和解决方案提供商“生命动力”获某天使投资人 500 万元天使轮投资。

医疗数据服务平台“医鸣数据”获千万元天使轮投资，投资方为丰厚资本、西部资本。

旅游户外 4 起

旅游短视频分享平台旅视“旅视”于今年 1 月获星河互联数百万元战略投资，资金主要用户团队建设和内容制作。

旅行手机出租提供商“TinkLabs”获 1.25 亿美元战略融资，由富士康领

投，创新工场、天使投资人蔡文胜跟投。

综合性商旅旗舰企业“天天商旅”获凯撒旅游 1.4859 亿元战略投资。

越野跑步赛事平台“爱江山越野跑”获探路者千万级人民币 Pre-A 轮融资，欲用规模化在越野跑领域打造一个赛事 IP。

制造业 1 起

器皿专属定制品牌“质造”数百万元 A 轮融资，投资方为同道齐创、道生投资、杭州银行和复琢投资。

游戏 3 起

手机游戏开发运营服务商“一花科技”全部股权被天神娱乐以 9.68 亿收购。

电子竞技赛事运营平台“约战吧”获青岛基金 2 0 0 0 万元 A 轮融资。

移动端棋牌游戏平台“聚众互动”获显德资本 1000 万元 A + 轮融资。聚众互动是一个以赛事内容为核心的智力运动平台，通过线上线下聚众玩德州扑克。

生活消费 5 起

中国快消品企业“中山玛尔”被印度维布络集团收购，金额未披露。

宠物可穿戴设备研发商“宠 e 行”创始人陈曦自投 300 万元作为种子轮。

营养外卖平台“酷爱生活”获得幸福西饼 500 万元天使投资。

实体生活购物索引平台“小店宝”获凯辉资本领投、雄厚资本和点亮资本跟投的千万元 A 轮融资。

今日，特色小龙虾外卖品牌“堕落虾”公布，于 2016 年 8 月获某上市公司创始人 1000 万元 Pre-A 轮融资。

工具软件 1 起

歌曲创作应用“我要写歌”宣布，已于去年 12 月获得由夏鼎资本领投的 200 万元种子轮融资。

ARVR2 起

AR 智能学习玩具“万趣空间”获 100 万元天使投资，投资方为真格基金和创客总部。

基于 VR/AR 技术的教育产品研发商“玻尔科技”获 100 万元种子轮融资，投资方为某个人投资者。

四、产业市场

1、长租公寓盈利难题待解：高定价令年轻人止步

随着上半年房价和地价的大幅上涨，存量房市场的优势正被地产商所看好。

日前，万科于广州棠下的长租公寓——泊寓正式亮相。据悉，泊寓不仅是万科向城市配套服务商转型的重要战略业务，也是万科确定长租公寓统一使用“泊寓”品牌后，在广州落地的首个项目。

而就在两周前，世联行旗下的长租公寓品牌——红璞公寓也高调地和广州穗和家园、智慧城项目、安华汇项目、鹤龙路项目签约。

企业进入长租公寓市场无非看到了租房的巨大市场空间。但相对于过往的住宅市场，长租公寓似乎是一个更为难啃的“骨头”。万科、世联等长租公寓都获得了不错的出租率，但却面临着“重资产”“有营收无盈利”的窘境。今年第二季度，随着国家供给侧改革的深化，站在政策利好、盈利不佳的十字路口，长租公寓该何去何从？

高定价的尴尬

“泊寓主要针对 35 岁以下，有固定工作或在校学生的年轻人租赁。”一踏

进万科棠下的长租公寓项目大门，就有工作人员如此介绍说。

此次万科新开的长租公寓社区共有 6 栋楼，建筑面积约 1.3 万平方米，拥有房间约 700 套。项目最小建筑面积只有 11 平方米，算上楼上一层使用面积达 18 平方米，租金大约为 1100 元/月。而使用面积 22 平方米则达到 1550 元/月，30 平方米约为 2300 元/月。户型为 18~35 平方米的 loft 公寓和平层，每月平均租金 1500 元/间。

“除了交付租金之外，租户每月还要交 200 元的物业管理费(包含网络费)，在负担自己房间内水电费的同时也要分摊厨房、客厅、健身房等公共区域的水电费。水费收费标准为 4.5 元一吨，电费每度电为 1.28 元。”现场工作人员介绍说。

不低的居住成本让不少前来看房的年轻人开始犹豫起来，“住在这样的长租公寓，每个月的住宿成本约在 2000 元，比周围的城中村价格高出一倍多，这对于我们这样刚毕业需要租房的年轻人压力不小。”现场正在签约的年轻人称，“但这样干净、舒适、安全的环境又很有优势，所以只能选择和朋友一起合租。”而据现场观察，大部分签约的人都是结伴而来。

处于这样的高租金尴尬的还有 2014 年年底高调进入广州的小米 you+ 公寓。彼时，小米公布其公寓房间面积大多 10~30 平方米，租金 1800~3200 元/月，每月收取租金的 10% 作为物业管理费，此外水电费等都按照商业性质收取。2014 年开业时，其白云区项目的租金和周边项目公寓租金相比，并无太大优势，也使不少真正需要租房的毕业生止步。

“租金高的项目，出租率就比较低，只能达到 40%~50%。但这也跟开业时间有关。”谈及项目的高租金，广州泊寓总经理张成皓也坦承：“万科泊寓的租金的确比较高，但这样做是有深意的。”

据其介绍，如今房价高企，一工作就有能力买房的客户其实并不多，因而，抓住客户购房之前的租房居住需求其实也是十分重要。在获取客户成本越来越高的情况下，“未来真正稀缺的或许不是土地，而是客户。恰恰长租公寓所针对的又是最具成长性、有购房潜力的年轻白领客户，在发展长租公寓的同时，万科可以借此提前让客户体验到万科的产品和服务，发掘具有潜力的购房客户。”

竞争激烈面临盈利难题？

房企介入长租公寓并非偶然，一方面一线城市高房价使得租房需求大增，另一方面，一二线城市每年大量新增的毕业生更是让不少公司看到了下一个业务增长点。

政策暖风频吹下，市场潜力大的长租公寓不可避免地吸引到各路企业。就在万科广州泊寓发布的前几天，世联行旗下的长租公寓品牌——红璞公寓也在广州举行了发布仪式，目前运营房间数也超过了 2000 套。此外，小螺趣租在 2015 年便宣布完成了 A 轮融资，规模为 500 万美元，由光速安振领投，途家跟投；warm+也于去年就宣布获千万级别 pre-A 轮融资，由东方富海旗下富海深湾移动创新基金领投，著名投资人、腾讯高级执行副总裁吴宵光跟投。

“现在行业的竞争非常激烈，各方都在穷尽其能收购、投标，以拿到更多的项目。在一些旧厂房改建的投标中，随处可见高溢价。”黎振伟续称，“溢价率之高、竞争之激烈，堪比土地市场。”

在广州万科助理总经理喻敏锋印象中，这样的激烈竞标并不陌生。该公司在参与棠下泊寓项目的原身——厂房投标时，就遇到了其他几家同行公司，最终万科以溢价率超 100%拿下。

但看似是“流着奶与蜜”之地的长租公寓却面临着一个盈利难题。

喻敏锋透露，万科在棠下泊寓的 15 年经营权是经过激烈的举牌竞拍方才取得。“当时参拍的有好几家公司，最终万科以溢价率超 100%拿下。每平方米的平均成本投入约 2000 元，整个项目共计投入了 4000~5000 万元。若按每个房间平均 1500 元/月的租金计算，整个项目近 700 个房间一年租金收入约 1260 万元。在租金仍是主要收入来源的情况下，万科要实现收支平衡恐怕要有四到五年。”

“前期投入大、利润较低也是整个行业都面临的问题。虽然目前广州万科的长租公寓模式已经比较清晰，依旧会遇到这样的问题。”喻敏锋表示。

即便是早先进入广州长租公寓的小米 you+也正面临这样的盈利问题。以其白云区的项目为例，如果该公寓为普通的商住物业，邻近的绿地时代云都汇在售一手公寓均价约为 20000~30000 元/平方米，如此算来物业年回报率仅为 3.6%。若再加上运行成本，项目难言盈利。

而致电 you+ 欲了解该公司的租金收益以及收支等情况，但其回复“数据不方便对外”。

“租赁物业是一个长线投资，如今的长租公寓市场接受度一般，仍需要一个较长的培育期，甚至比现在熟知的重资产——商场还要重。介入的商业一开始就要做好四到五年不盈利的准备。”世联首席技术官黎振伟也持有类似的观点。

“现在的长租公寓行业想赚钱只剩下两条路，第一是降低拿房成本；第二是靠产品创造的溢价能力，将与公寓相关的增值业务做好。”黎振伟续称，“否则就只能选择放弃利润做现金流，替资本打工。”

但白热化的竞争让第一条路越来越难实现，“没有足够规模的企业，利润空间会进一步受挤压，所以现阶段做大规模是长租公寓业务的重点。这也是为何万科希望尽快扩大长租公寓业务规模的原因。”喻敏锋感慨道。

因此，也有企业在第二条路——增值服务上进行探索。其中，作为新业务的长租公寓如何与核心地产业务之间实现互动融合正成为万科一直在思考的问题。“公寓是重资产、重运营的行业，生产和服务的链条很长，拿房、采购、装修、收租、水电收付、维修维保、保洁、退租，每一个工作节点又有很多变化的可能。”在黎振伟眼中这一不挣钱的生意依旧有挣钱的可能。

2、中国奶业亏损面扩大 三聚氰胺致消费者信心不足

10月1号，被称为史上最严奶粉新政的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》正式实施，不过，面对国内奶价跌跌不休，奶业亏损面不断扩大的现状，有业内人士认为，婴幼儿奶粉主要成分是乳清粉，原奶使用量有限，因此，新政对奶业振兴影响没有那么大。

三聚氰胺“后遗症”：消费者信心难恢复

三聚氰胺事件后，告别十年黄金发展期的国内奶业开始陷入暴涨暴跌的周期怪圈。一般奶业周期规律是：原奶价格上升，受利润刺激，整个行业扩大产能；产能扩大到一定程度后，市场供过于求导致奶价下跌，生产者承压减产。

而目前整体来看，国内原奶市场处在周期底部。数据显示，2013年，国内

奶价一路上涨，在 2014 年上半年到达最高点，价格是 4.3 元/千克。随后奶价开始下滑，直到今年 7 月，奶价降到谷底，变为 3.4 元/千克。

国内上游奶企正处在调整阶段，不少企业通过倒奶、杀牛削减产能，维持经营，等待新周期的开始。

对于国内奶业的“走不动”，乳品问题专家王丁棉指出，一个直接原因其实是消费者信心不足。

王丁棉：三聚氰胺事件本身有“后遗症”，到现在在消费者心中很难散去，加上这几年里，有个别的企业在社会责任、产品质量等方面还是做得不尽人意，这一类的影响会使消费者在原来三聚氰胺事件的影响下，更加地不放心。消费者不放心，就会放弃对产品的选择，而这就是国内奶业“走不动”的直接原因——消费者心态受到影响。

利益难平衡：奶农、奶企纠葛深

乳业专家宋亮进一步分析说，更深层次的原因是奶企和奶农之间缺乏利益平衡机制的问题。

宋亮：“上下游产业没有形成一个利益共同体，而没有形成利益共同体的前提是由于我们的养殖太薄弱，表现为分散、市场积累低、抗风险能力差。但是这几年规模化程度提升得很快，散户已经没了，剩下的是规模化。不过目前只是一种松散的规模化，其核心问题在于主体的市场地位低，而市场地位低是由于没有核心资产。奶牛养殖，核心资产是奶牛吗？不是，使其能够和企业博弈的核心资产是土地，拥有土地后，奶农能够按照自己的实际条件实现规模化，实现最优配置，同时能够和企业形成地位相同的主体，在这个基础上才能够跟企业形成合作关系，从而能保证整个产业链的健康发展。”

近年来，国内奶业和国际接轨速度加快，也进一步加剧了周期性波动。业内人士指出，国内奶牛养殖禀赋不具备国际竞争力，接轨过快，导致国内奶业市场受制于人，而需求增长迅速，也使得我国成为全球最大的乳制品进口国。

破解困局：转型升级，重获消费者信任

原奶价格下行，国外乳制品低价冲击国内市场，中国奶业遭遇发展阵痛。

而从长期趋势看，国内奶价要真正实现反弹不容乐观。中国奶业要振兴，必须依靠转型升级来实现。宋亮认为，要跃上新台阶，一方面，生产方式要实现新转变；另一方面，法律保障要进一步健全。

宋亮：“乳业现代化是农业现代化发展的一个核心，要加快推进三个方面：第一推进土地流转，第二推进农村金融市场建设，第三拿出一部分资金加快农业基础设施建设，包括农业技术服务、农业保险等。安全问题是一个历史阶段性的问题。安全问题带来信心问题，有两个方面：第一，国家的相关保障法律不够健全，消费者尊严的保障，消费者知情权的获得，以及消费者维权的尊严，要通过法律保障。第二，民众的信任问题。当国家的社会制度健康，整个产业发展体系建立起来，安全问题降到很低的时候，民众的信心是可以恢复的。”

3、多家酒店进入“并购后时代” 聚焦国内居民消费升级

目前，首旅、如家宣布整合统一；锦江收购康铂后在中国大陆首家旗舰店开始试运营。以酒店集团为代表的旅游企业，纷纷进入“并购后时代”。不难发现，无论如何整合公司业务，上述企业纷纷瞄准中国居民消费升级的趋势，布局高品质旅游产品。

首旅酒店公告表示，2016年4月，如家酒店集团正式成为首旅酒店集团控股子公司。首旅酒店、如家酒店的信息系统、预订系统以及会员系统也将整合统一，这一项目的整合将在未来18至24个月逐步完成。

首旅方面表示，重视发展中高端市场将成为新公司整合后的业务重点。首旅酒店公告显示，2016年二季度如家酒店集团所有酒店RevPAR（平均每间房收益）同比增幅为3.6%，中高端酒店和颐、如家精选品牌同比分别增长14.3%和34.8%。

去年3月，锦江股份完成对欧洲第二大酒店集团——法国卢浮集团的100%股权收购，多个品牌纳入锦江旗下。随后，锦江重点着手将Campanile（译名“康铂”）引入中国市场。

据锦江股份相关负责人透露，讲究品质、有一定文化特色的酒店，日益受到消费者欢迎，也成为公司盈利增长点。查阅锦江股份已披露的公告不难发现，以中高服务品质为主打的品牌“锦江都城”在各类“有限服务型”酒店中RevPAR是最高的。截至今年7月，“锦江都城”RevPAR达到233.17元。

业内人士分析认为，从游客基数来看，随着上海迪士尼乐园开园，华东地区旅游目的地日益丰富，这也让更多的国内外游客前往旅游。而从游客需求来看，一些游客从简单的‘住店’，升级为有要求的‘体验’，除了酒店硬件设施、卫生条件要达到较高的标准，酒店文化，包括床品色彩、酒店大堂陈设，都成为游客选择酒店的重要元素。

实际上，近年来旅游行业的资本运作并不少见，而多数案例无不聚焦一个关注——中国居民消费需求和水平的升级。

继收购 Club Med、投资亚特兰蒂斯以来，复星集团目前与欧洲最大的休闲旅游集团之一 Thomas Cook 成立合资公司，并对中国市场推出“Thomas Cook（托迈酷客）”品牌，进一步深耕中国出入境游市场，提供高品质旅游产品。

复星集团副董事长兼首席执行官梁信军认为，目前，中国出入境市场均有进一步发掘的潜力：无论从市场价值还是每年出游人次来看，中国有着广阔旅游市场，随着国内居民消费水平提升，第三产业尤其是旅游服务业将得到更快的发展，而出境游也成为中国居民越来越多的选择。

上海雅吉国际旅行社有限公司 CEO 王继萍分析，“不断扩大的旅游市场不仅为旅游行业提供了市场机会，也倒逼企业不断改革创新。以往旅行社通过低价竞争的盈利方式已经行不通，取而代之，旅游公司需要考虑如何资本化、市场化运作，借助战略投资者取得更快速的发展。”

4、直播江湖风继续吹：向左是娱乐向右是社交

2016 年，网络直播从一个个冰冷的手机应用，变为充斥在年轻人休闲时光的热门话题；2016 年，主播们从逼仄狭小的直播间走上大雅之堂，成为每场发布会不可或缺的角色，甚至被昵称为“网红直播团”；2016 年，资本市场对网络直播的态度风起云涌，从最初的怀疑观望，到现在的执着狂热。截止 2016 年 10 月，网络直播行业除孕育出欢聚时代、9158 两家上市公司外，斗鱼和映客也已跻身独角兽行列，在方正证券的预测中，2020 年网络直播市场规模将达到 600 亿，中金在线的研报甚至认为 2020 年网络直播及周边行业将撬动千亿级资金。

2017 年直播的风是否还继续吹，直播江湖是否依然刀光剑影？经济观察报

特别邀请梅花天使创投创始合伙人吴世春、君联资本执行董事邵振兴、斗鱼直播创始人兼 CEO 陈少杰、一下科技联合创始人雷涛、YY 娱乐总经理周剑、陌陌副总裁贾维、资深直播行业专家吴云松及易观互动娱乐行业研究中心分析师王传珍等多位业内专家(排名不分先后顺序)对网络直播行业 2017 年存在的风口、可能的变化及面临的挑战进行深度解析,为投资者提供最准确的信息支持和最前瞻性的意见指导,进一步帮助中产者完成合理的投资配置。

直播风口

针对“直播风口”业内专家呈现两种不同的观点,一种比较普遍的观点认为,2017 年依然是直播的风口期,但资本和竞争将更多的集中在垂直细分领域;另一种相对少数的观点则认为 2017 年直播的风口期已经过去,从业者和投资人的进入应该更加冷静和审慎。

“2017 年直播会更加深入到互联网的各个领域,继续成为各个平台创收、变现、造血的一种标配方式。”梅花天使创投合伙人吴世春告诉经济观察报,在他看来直播是内容变现的“利器”,只要这个属性存在,资本就会持续进入。吴世春用投资行为证实了他对直播行业的看好,梅花天使创投在国内投资了果酱直播、小圈直播,在日本、泰国等地的直播行业亦有涉猎。

近期获得 C 轮 15 亿元投资的斗鱼直播一直是媒体关注的焦点,其创始人兼 CEO 陈少杰更进一步的分析了资本选择直播行业的逻辑,他认为,在形式上,网络直播改变了信息的传输方式、用户的社交方式,是比图片、文字更加有力的传播途径,因此开拓了经济增长的新极点;在内容上,网络直播改变了生产与消费的连接方式,意味着内容生产者可以更加迅速的抵达消费者,而不需要经过中间的媒体渠道;在变现上,依托便捷的互联网支付渠道,用户的打赏和购买行为可以迅速完成,进而可以帮助直播平台形成稳定的现金流。

针对具体的投资趋势,吴世春认为在 2017 年留给平台型的网络直播的机会已经不多了,“再造一个映客基本不可能”,但直播与更多行业结合的机会、融入到其他互联网平台的机会还是有的,同时,他还建议关注网络直播这种商业模式在海外的复制。

缔造了小咖秀、一直播两款产品的一下科技联合创始人雷涛则直言,“大型的直播平台的江湖地位将会在 2017 年奠定”,他同样提示围绕直播的周边产品、优质内容和用户运营的机会还非常多,依然有可为空间。

易观分析师王传珍则提出了与上述观点截然不同的看法,她认为 2017 年将不再是直播的风口期,而是业务形态和商业模式趋于稳定的过度时期,投资者和从业者对直播市场的入局会趋于理性和谨慎。

君联资本执行董事邵振兴同样认为, 资本投资直播领域最迅猛的时期已经过去, 不存在大量资本的涌入, 即使投资也是跟投或者 PE 阶段。“不仅仅是直播, 超过图片、文字的更丰富的媒体展现形式、交互形式, 都有很大的商业空间, 我们会持续在音视频领域投入, 不只局限于直播行业。”陌陌副总裁贾维说。陌陌是第一家试水直播的互联网社交应用, 显然他们对未来也拥有比直播更大的野心。

监管洗牌

2016 年 9 月, 国家新闻出版广电总局下发《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》(以下称《通知》), 要求网络视听节目直播机构持《信息网络传播视听节目许可证》(以下称《许可证》)上岗。这一规定也被称为“史上最严直播监管令”, 各大媒体纷纷借此唱衰网络直播行业。但在与几位业界大咖对话的过程中, 经济观察报发现他们普遍对监管持欢迎态度, 并且直言行业的监管并不会影响网络直播的正常发展, 还会加快直播行业的规范化、健康化运营。

雷涛进一步解释说, 这个《通知》是广电部门对之前出台法规的重申, 并且是单针对直播, 相关规定在直播火爆之前就有。如果参照视频点播行业, 要求持证上岗, 在互联网行业并不是新鲜事, 关键在于监管部门具体的落实方法和方式。本次强调的平台和主播持证主要是针对开办新闻、综艺、体育、访谈、评论等各类视听节目的直播平台, 对从事自制内容的直播平台的影响可能比较大。

邵振兴和吴世春两位投资人则认为, 在复杂多变的互联网生态下, 经常会出现政策法规的颁布落后于实际行业发展的情况, 但大多数时候政策和市场会逐渐磨合, 最终找到平衡点, 比如早年的淘宝。不会因为监管法规的出现最终导致行业的衰落, 最终做出选择的还是市场。“‘政府+资本+平台’三方将逐渐形成有效互动, 一定会有一轮洗牌, 之后行业健康发展的格局将逐步形成。”资深直播行业专家吴云松说, 他同时建议没有拿到《许可证》的直播企业依靠“有证”的企业曲线救国, 或者从内容方面入手, 转投直播的上下游产业或者细分

领域，但那些仍然保持粗糙模式的直播平台，无论大小，都将会被淘汰。

趋势

“直播，向左是娱乐，向右是社交。”分析师王传珍精准的对未来的直播发展方向进行了概括。陌陌、微博、QQ、映客相对而言，更侧重于社交关系和流量转化，辅之以内容；而YY、斗鱼则相对侧重于准专业内容（PUGC）和自制综艺的开发。另外，同样受资本追捧的还有直播+类应用，既直播和垂直类行业的结合。

吴云松将网络直播的未来发展趋势概括为四化，一是社交化，本质上说，直播是领先微信、微博的新一代社交形式，更具社交功能的产品会持续获得关注；二是内容化，直播将演变为一个产业，产业链布局越齐全、调动资源的能力越大、平台可承载的内容和造星功能越多，则越容易成功；三是垂直化，直播正快速向垂直领域延伸，除了传统的游戏直播，直播+电商、直播+体育、直播+在线教育等形式将变得越来越多且趋于成熟；四是广告平台化，直播延伸出来的商业价值将得到体现。

一直以赚钱著称的YYLIVE这次却出乎意料的提出，再次变现能力将成为直播行业的“大考”。虽然突破性的独创了打赏这种盈利模式，但YYLIVE却认为突破目前虚拟打赏这种单一变现模式，或许将成为直播行业的一个考验。但在资本层面，吴世春对网络直播的盈利模式持乐观态度，“现在直播还投入阶段，在抢市场份额、在建立基础设施，包括丰富的更多的收入模式，从长期看，直播的盈利模式是不成问题的。”

玩家

对于网络直播行业未来的市场份额，被提到较多的观点是，会有几家大型的综合直播平台，以及诸多相对有差异化的垂直领域平台。

综合多家观点，具体可以阐述为，核心区域是专注直播的大型平台，会有两到三家具有突出优势的，比如专注综合类娱乐直播平台YYLIVE、社交类视频直播平台映客、以综艺和游戏直播为主打的斗鱼直播等；第二圈层是与原有的强流量平台进行联合的直播平台，比如一直播之于微博、淘宝（天猫）直播之于阿里，NOW直播之于QQ，这些直播将成为传统大型平台的重要补给；最外层则是垂直类直播平台，比如教育直播、旅游直播等等。

至于腾讯、阿里、百度的进场是否会强有力的改变直播格局，受访专业人士也呈现两种不同的观点。吴云松认为，直播行业的流量并不来源于传统互联网行业的流量，百度秀吧、小米直播、阿里优酷的来疯等并没有占据绝对流量优势。花椒来源于 360 的流量主要集中于 Android 系统。

邵振兴则持相反观点，他认为直播行业最终也将和团购、视频领域一样，受到几家巨头互联网公司的深度影响，虽然几家巨头开始布局的时间并不是最早的。

最后，几位受访对象提醒从业者和投资人，不要单纯为了直播而直播，要在创造内容和链接的基础上，将直播作为内容和流量的变现工具。直播是一种方式而不是内容本身。

2006 年，美国总统候选人接见选民，人们纷纷拿出手机捕捉两位候选人；2016 年，同样是总统候选人接见选民，大家纷纷背过身体，为的是将总统候选人和自己放进同一个取景框，方便直播。也许现在探讨直播的商业模式、未来想象和盈利空间还为时尚早，但美国大选的对比图，却直观的告诉我们，生活正在被直播改变。

直播江湖，风继续吹……

5、养殖业滥用抗生素禁而不止：最多时一吨饲料能添加 1 斤

抗生素是控制细菌等致病微生物感染的有效药物。业内专家介绍，近年来我国出台多项措施，使医疗机构抗生素使用量不断下降，但养殖环节的抗生素滥用情况仍不容小觑。

养殖业滥用抗生素现状

采访中，一家年产饲料 40 万吨的农牧企业负责人介绍，生猪、肉鸡、水产等养殖过程中，因养殖密度高，不少养殖户为降低感染发病率，提高效益，习惯在饲料中添加各类抗生素。比如生猪饲料中，硫酸粘菌素、金霉素都是常用抗生素，最多时一吨饲料能添加 1 斤抗生素药物。

中科院广州地球化学研究所应光国课题组去年发布的“中国抗生素使用量

和排放量清单”显示，2013年我国抗生素使用达16.2万吨，其中52%为兽用。36种常见抗生素中，兽用比例高达84.3%。

华中农业大学生科院副院长梁运祥介绍，养殖业抗生素滥用带来三方面危害：一是细菌耐药性增强，甚至出现“超级细菌”，造成人类被感染后无药可治；二是食用畜禽后，大量抗生素残留会损害人体健康；三是部分抗生素进入生态环境，不易降解或降解缓慢，破坏生态平衡。

防止滥用存在三大“拦路虎”

目前，农业部门正在陆续扩大禁用兽药中的抗生素种类，但各地在约束养殖业抗生素滥用方面，还存在三大困惑和不足：

——环境监测标准和体系不健全。地表水等自然环境中的抗生素，除来自制药厂废水、人体排泄外，主要来源于畜禽饲料排泄和水产饲料投放。业内人士介绍，目前施行的自来水和地表水质检测国家标准中，均没有将抗生素纳入。

——监管惩处相对乏力，违规成本低。目前我国批准养殖业使用的兽用抗菌药中，抗生素仅有56个品种，合成抗菌药共45个品种。氯霉素、硝基咪唑类抗生素，以及洛美沙星、诺氟沙星等人兽共用抗菌药均被禁用。然而，使用各类禁用抗生素、人药兽用等违规情况在各地仍时有发生，主要原因在于一些地方监管乏力、处罚过轻。在养殖生产环节，根据《兽药管理条例》规定，使用禁止使用的药品和其他化合物的，责令改正并对违法单位处以1万元以上、5万元以下罚款。中国农科院农业经济与发展研究所研究员胡定寰说，现在还很难做到对上市的每批次畜禽类肉产品抽检抗生素残留，即便查到养殖者违规使用，处罚措施也一般是批评教育和罚款，威慑力度不够。

——抗生素替代产品推广缓慢。目前，畜禽和水产养殖中抗生素已不再是非用不可。一些科研院所与饲料企业研发的微生态制剂、中草药添加剂、酸化剂产品，都能减少甚至替代抗生素使用，但市场普及度偏低。华中农业大学与湖北高生物饲料公司研制的白酒糟酵母培养物，能减少和替代饲料中抗生素的使用，该成果已通过农业部科技成果鉴定。

高生物饲料公司董事长周定方介绍，他们研制的酵母培养物系列产品，在提高畜禽饲料消化吸收率、降低疾病风险等方面的作用，均已得到验证，使用成本很低，为“无抗”饲料推广奠定了基础。但因替代产品缺乏相关政策支

持，加上对抗生素滥用危害认识不足，致使产品推广步履维艰。

综合施策全面发力

一些受访业内人士与专家表示，抗生素在养殖业的滥用现象是一个全球性问题。不少国家和地区已出台政策，限制或禁止抗生素在动物饲料中添加。我国在这方面也不断做出新的努力。梁运祥等业内人士介绍，我国全面禁止动物饲料中抗生素添加，短时间内难以实现。但逐步加强抗生素使用约束，到最后实现禁用抗生素是养殖行业和生态保护的必然趋势。

中国农业大学食品学院副教授朱毅等专家建议，应建立健全抗生素生产、使用的监控体系并纳入法治管理轨道，探索人用、兽用抗生素纳入处方药管理，规范抗生素生产废渣无害化处理，从源头与渠道上控制抗生素生产与销售，逐步试点将抗生素污染纳入环境监测目标化合物检测范围。

同时，相关部门应尽快制订和完善兽药渔药抗生素药物残留限量标准及相关检测方法，研制针对常用抗生素的快速、准确、简便的检测技术，建立畜禽产品市场准入制度和产地追溯制度，对乱用、滥用抗生素的养殖者加大处罚与打击力度。

业内专家还建议，国家可以在科研项目、政策支撑等方面支持抗生素替代物研发、推广，积极引导养殖户放弃饲用抗生素，倡导绿色生态养殖。

6、国产手机变局之谜：部分手机公司也陷入深深的迷茫

这是个让国内智能手机公司战战兢兢的年代。

仅仅四五年时间，中国市场从每年 100% 的年增长跌落到了现在个位数增长，市场天花板效应逐步出现。

风停了，今年 6 月，刚刚庆祝了手机出货量破千万的乐视移动总裁冯幸，以“乱世”来形容目前的中国智能手机市场，数次谈及心存“敬畏”。

从 2015 年到 2016 年，国内智能手机市场又迎来一次洗牌，规模和影响丝毫不弱于当年互联网公司带给传统手机公司的冲击。

大洗牌

今年 8 月，酷派原执行董事、董事会主席郭德英辞去董事长一职。从 1993 年创建酷派，到 2016 年完全辞去酷派职务，郭德英经历了众多风浪，却在这个“冬天”毅然淡出。

2015 年 7 月，郭德英曾预言，全球手机市场未来 5 年能够活下来、活得好的只有 4 到 5 家公司。而让人没意料到的是，郭德英率先卖掉了其一手创办的酷派大部分股份。

郭德英的退出，只是陷入“血海”竞争的手机行业大洗牌的一个前奏。

根据市场调研机构 IDC 数据，今年第二季度，进入前五的三家中国手机厂商在上一季度皆获得不错的业绩。华为的市场份额上涨了 0.8%至 9.4%，OPPO 的市场份额上涨了 3.8%至 6.6%，vivo 的份额上涨了 2.1%至 4.8%。OPPO 和 vivo 将联想和小米挤出了第四和第五的位置。

同时，中国市场前五厂商分别为华为、OPPO、vivo、小米、苹果，出货量分别为 1910 万部、1800 万部、1470 万部、1050 万部、860 万部。前三者较去年同期分别增长 15.2%、124.1%、74.7%，而小米、苹果则同比下降 38.4%和 31.7%。

国产手机公司，从过去的“中华小酷联”，变成了现在的华为、OPPO、vivo。

此外，市场的洗牌不仅体现在行业前五格局变化，有数据显示，中国市场活跃智能手机品牌（有新品上市）数量今年上半年有大幅缩减，这意味着大量曾经热闹的中小型品牌进入了冬眠期，或者已经消亡。

“敬畏”、“紧迫感”、“压力”，似乎是目前手机公司实际操盘者们的共同心态。即使连上半年业绩快速增长的 OPPO、vivo，其负责人也不止一次在不同场合表达过压力，犯一次错可能掉队，而连续犯错则可能被洗牌。

“这是一场非常残酷的移动江湖绞杀战。”一次行业会议上，有手机业内人士这样形容。

大变局

如果说以“中华酷联”为代表的部分传统手机公司赶上了中国智能手机市场第一波高增长,以小米为代表的互联网公司赶上了市场第二波高增长,那么,以线下渠道竞争公开市场的 OPPO、vivo,在今年上半年国内市场总量不增长但中高端市场结构性增长中,赶上了市场第三波机遇。

工信部最新数据显示,截至今年7月末,全国用手机上网的用户总数达到9.97亿户,再创历史新高,而当月全国移动电话用户总数达到13.04亿户,全国手机上网用户的渗透率达到76.4%。

据 IDC 数据,2012 年智能手机出货量为 2.13 亿部,比 2011 年提升了 135.0%,而 2015 年中国智能手机出货量为 4.34 亿部,同比仅增长 2.5%,其预测 2016 年中国智能手机出货量仍将保持个位数较低增长,而全球手机市场今年 Q1、Q2 分别只增长了零点几个百分点。

上述两组数据说明,从 2012 年到 2015 年、2016 年,国内智能手机用户已有较高渗透率,而国内市场从高速增长的市场转变为总量趋于稳定。在两种不同环境下,增长的逻辑大不相同。

而调研机构 GFK 数据显示,今年上半年,在 2500~3000 元、3000~4000 元的中高端细分市场,以及在 1000~1500 元的新千元机市场,出现了较快增长,而在有较大用户基数的千元以下价位段则几乎没有增长。这说明国内智能手机市场正在逐渐成为一个以消费升级为主的市场,而不再是一个低价格段主导的市场。

IDC 高级分析师认为,“华为、OPPO 和 vivo 的成功归结于他们为吸引消费者而努力打造品牌,并把产品差异化作为销售重点。”

同时,分析师认为国内智能手机市场呈现三个特点:一是线下渠道的力量:OPPO 和 vivo 仍然表现出众,这主要得益于它们在线下渠道的实力。二是营销信息聚焦关键技术:华为和 OPPO 传达出的营销信息都聚焦于一两项关键的产品特性。三是明星代言:各家智能手机厂商在刚刚过去的第二季度都发动了猛烈的宣传攻势,以争夺推动中国智能手机销量增长的主力军——换机用户。

手机公司一个时间段的市场表现,受到上一时间段产品、渠道等因素的综合影响,而下一个时间段的市场结果,还要看现阶段的工作,在这里面产品是所有因素的核心。

“有的企业某一款产品成功，搞了半天都不知道这个产品怎么成功的，是有一定的偶然性。”OPPO 副总裁吴强表示，“但我觉得有一个规律，目前面的工作做好，下面工作再上一个台阶，它对你后面的影响会更大，不是说改善 50% 就增长 50%，可能改善 50% 会增长 100%、200%，是一种指数关系。”

大迷茫

市场洗牌之中，部分手机公司也陷入深深的迷茫。

在运营商时代，它们知道怎么做手机、做市场，即满足运营商定制需求，搞定运营商和绑定运营商，几乎就等同于销量高速增长。3G 带来的功能机转换智能机的机遇下，加上移动互联网新媒体兴起，拼性价比和线上口碑传播的小米，获得了高速增长。不过，这些百试不爽的做法现在似乎都不管用了。

长年的低利润率加上业绩大幅下滑，郭德英做累退出了，同样依赖运营商渠道的中兴迷茫了。曾经辉煌的 HTC，希望通过加码 VR 来拯救公司。而小米变得不再那么互联网，不仅雷军亲自压阵供应链，也开始自建线下门店。而周鸿祎也改口“硬件免费”错了。

面对变局，作为市场此轮获益者的 OPPO、vivo（通常被并称为“Ov”），其相关高层理念是“等待对手犯错”。在运营商型手机公司、互联网型手机公司业务风生水起时，Ov 聚焦于线下渠道和公开市场的战略重点也未偏移，而当绑定运营商、开展线上业务的机遇成为过去，这类手机公司不得不开展转型时，Ov 等到了自己的机会和对手的犯错。

而当手机公司不得不进行转型，从过去学习小米到现在学习 OPPO、vivo，大量公司宣布调整渠道布局，其核心事实上即布局线下渠道。不过，正如过去很少有人会学小米，各自具有不同基因的手机公司，能学会 OPPO、vivo 的模式吗？

此外，手机公司也有其他突围方式，例如希望押注“黑科技”搏一把未来。目前，大量手机公司开始进军 VR 产业，例如在将 VR 作为最新战略之一的中兴看来，VR 可能意味着智能终端下一个风口。不过，押注“黑科技”可能是一把双刃剑，抢得市场先机时，可能也将承受新兴市场不成熟的风险及调整手机战略的风险。

也有如乐视一样的手机公司提出“不卖硬件卖服务”的“第三条道路”，但其结果如何，能否持续，仍需要时间验证。

7、粮食流通阵痛期：玉米面临价格下跌需求疲软双重难题

粮食流通迎来“阵痛期”

“价格跌回十年前水平，国家粮库这一最大客户还不收了”。又到一年卖粮季。今年的粮食购销市场有何动态？深入到我国粮食主产区一线调查发现，在我国玉米收储政策改革后的第一个购销季，玉米购销就面临价格下跌和需求疲软的双重难题。

东北地区是我国粮食产量、商品量、调出量最大的地区，粮食总产量约占全国四分之一。玉米是该地区产量最大的粮食品种，黑龙江玉米种植面积约占一半，吉林粮食作物播种面积中大半是玉米。即便今年调减了部分玉米种植面积，玉米仍然是东北地区种植面积最大，产量最多的粮食品种。

与往年相比，今秋粮食市场出现很大变化。继棉花、大豆取消“托市”后，东北地区实行多年的玉米临储政策也迎来重大调整。今年3月，玉米“托市”取消，东北地区玉米购销将一改往年的“政策市”，实行“市场化收购”。

粮食部门专家们认为，玉米临储收购取消，市场消化能力有限，农民存粮能力不足，我国粮食流通步入“阵痛期”。目前，要推动加工转化，促进市场流通；长远上需加快农业供给侧改革，提高有效供给，降低生产成本，提升农业国际竞争力。

玉米价格深跌

目前，东北地区已经有新玉米零星上市，价格比去年同期大幅走低。来自黑龙江省粮食行业协会的调查显示，本周黑龙江现货玉米购销较清淡，烘干后的三等新玉米上车价格仅为1520~1540元/吨。

监测数据显示，东北深加工企业已陆续开秤收购新玉米，其中吉林燃料乙醇企业收购价为1450元/吨，内蒙古扎兰屯企业收购价为1400元/吨，辽宁开原企业收购价为1570元/吨，均较去年同期大幅下跌。玉米价格越来越滑向十

年前的价格。

自 2007 年我国玉米临储政策推出以来，黑龙江玉米价格由 1380 元/吨一路上涨到 2014 年的 2200 元/吨。2015 年玉米临储价首次下降。但相比进口价格，2000 元/吨的临储价仍在高位徘徊。

在玉米临储时代的“托市”影响下，东北地区玉米价格一直在高位运行。大部分玉米没有进入市场，而是进入了国储库，成为“政策粮”。这是“国粮入库，洋粮入市，粮食库存高企”的重要原因。在一些地方干部看来，如今不再“托市”，意味着玉米将重回市场。

不仅东北玉米价格下跌，华北玉米价格也在继续下跌，南方销区玉米同样呈现下跌趋势。业内人士分析，目前华北夏玉米大规模供应市场，东北玉米也开始零星上市。随着两大产区玉米陆续上市，市场供应逐渐增加，国内玉米价格仍将继续下跌。

北大荒粮食集团副总经理石贵民、大连圭泽贸易公司副总经理吴修春等预计，东北地区玉米上市后，干粮价位在 1350~1450 元/吨。这就意味新玉米价格可能回到十年前的水平。在市场无其他利好因素的背景下，预计玉米价格可能直接跌破农民心理价位。

目前，一些市场信号正逐步释放出来。目前，在哈尔滨举行的 2016 中国秋季粮油市场分析暨贸易洽谈会上，与会专家认为，在临储收购政策取消的第一年，玉米市场必然面临重新定价的局面。

国家粮油信息中心市场监测处处长曹智表示，国家玉米收储制度改革和市场定价导致玉米价格下跌预期强烈，国内外增产预期加剧供求失衡矛盾，这些因素决定了国内玉米价格趋势以下跌为主。

粮食市场静悄悄

在多地调查发现，市场化收购主体大多持观望“等等看”的态度。接受采访的十多位粮食收购企业负责人介绍，由于失去临储支撑，收购上来的玉米可能没有销路，这就会造成粮食积压，占用大量资金，所以大都不敢贸然收购。

黑龙江省汤原县鑫航粮食经贸有限公司总经理谢明灯说：“往年收购的玉米

烘干后，可以卖给中储粮，不愁销路。今年临储政策取消，只好把收购重点放在水稻上，玉米要看看情况再说。”

“往年这时候有的粮食经纪人已经开始活动起来了，至少要提前联系一些种粮大户和粮库，但今年还没动静。”依安县依安粮库有限公司总经理王军说，玉米收获即将开始，但今年的粮食市场“静悄悄”。

“今年，习惯上卖给国储库玉米的农民，必须要找新客户。找不到新客户，今年粮食流通中就不只是粮价低的问题，有些玉米可能面临卖难境地。”他对今年玉米收储形势的担心，在东北比较普遍。

中国社会科学院农村发展研究所研究员李国祥分析，目前玉米主要是两个出口。一方面是饲料行业，需求量相对稳定；一方面是深加工方面，玉米价格降下来，一定程度会刺激玉米及其替代品进口量减少，带动深加工企业开工率增加。虽然可以腾出一块收购空间，但无法冲抵失去国储库这个大客户带来的影响，玉米购销形势依然严峻。

东北地区一些基层干部认为，如果玉米上市价格过低，农民惜售心理也会加重，再加上市场化收购主体入市动力不足，将出现玉米购销冷淡，甚至阶段性“僵局”的情况。

除受粮食购销政策调整影响外，部分地区粮食品质下降，也加剧了粮食购销市场的阵痛。今年夏季，受台风、洪涝、干旱等恶劣气象灾害影响，东北地区、南方部分省份均出现明显灾情，部分地区的粮食品质有所下降，也加重粮食流通中的“阵痛”。

李国祥等专家认为，在阶段性、结构性的供需矛盾下，国家不托市，市场消化有限情况，粮食市场流通进入一定的“调整期”。对于农民来说，如果国家给予的补贴，不能冲抵粮价下跌造成的影响，那农民卖粮将面临一定时期的“阵痛期”，“专家认为，东北地区的玉米购销政策调整，将直接影响全国粮食价格走势和购销，甚至影响到储粮安全和下年农业生产。”

目前，不少农民“地趴粮”式储粮，保管方式落后。一些地方干部介绍，如果遇到冷暖天气交替，水分较大的玉米极容易在储存时出现生霉、腐烂等“坏粮”风险。卖不掉的玉米可能会出现大面积“憋粮”现象。一旦合作社、种粮大户出现因玉米积压、坏粮等损失，将会影响明年粮食生产。

加快供给侧改革

为“积极稳妥推进玉米收储制度改革，切实做好今年东北地区玉米收购工作”，国家发展改革委、国家粮食局、财政部、农业部等部门9月末联合下发了《关于切实做好今年东北地区玉米收购工作的通知》，明确指出“今年是改革第一年，做好新机制下的玉米收购工作至关重要”。并从保证收购信贷资金、引导市场化收购、提前安排仓容、加强产销对接等八个方面提出了相关要求。

在专家看来，东北地区玉米收购政策调整，关系着农产品市场调控制度，关系着农业供给侧结构性改革，将对我国粮食安全产生深远影响。针对今年粮食市场的新政策，以及由此引发的新动态、新问题，一些地方干部和专家建议：

一是鼓励支持建立以国有粮食购销企业为主体的市场化收购体系。国有粮食企业应抓紧粮食竞拍轮出速度，利用新粮上市前的有利时机，腾仓倒库扩大库容。同时，做好与农发行协调贷款等各项前期准备工作，确保如期开秤收粮。民营粮食企业也要创新收购方式，紧盯玉米精深加工业这个出口，依靠大型粮食企业、大型加工企业，采取联合、合作、代储等方式，开拓市场，打开销路。

二是加大对市场化收购玉米政策的宣传力度，创造良好舆论氛围。中国粮食经济学会副会长尚强民建议，加大对市场化收购的宣传，介绍其意义，澄清一些地方还存在的可能启动应急收储传闻，避免因为市场价格低，农民等着启动“应急”收储，加大收储压力。

三是加强“农户科学储粮工程”建设，引导农民科学储粮。基层干部认为，有关部门2007年启动了农户科学储粮工程，取得一定成效。还应继续加强农户科学储粮知识的培训，加大绿色环保储粮新技术、新装具的研发推广，提高农民科学储粮水平。科学储粮，合理规划卖粮时间，是顺利售粮和防止坏粮的重要措施。

专家认为，从长远看，首先，要扩大加工转化能力。加大支持发展畜牧业、养殖业，加快粮食消化。着力增加化工、医药、保健等领域所需粮食精深加工产品的有效供给，逐步补齐短板；其次，加强“北粮南运”现代物流体系建设。加快建设一批粮食接发设施，支持建设一批中转仓、铁路专用线、内河沿海码头，并在粮食南运上加大补贴力度，重点解决“北粮南运”面临的物流成本高难题；再次，引导农业供给侧结构性改革，适当调减一些结构性过剩的粮食作

物种植面积，增加有效供给。同时通过多种方式降低农业生产成本，提升农产品国际竞争力，适应农产品和粮食供需新形势。

五、环球市场

1、中国游客对世界经济贡献多：去年出境旅游购物达 6841 亿元

国家旅游局日前发布数据显示，2015 年中国居民出游量为 41.2 亿人次，相当于全国每人平均出游近 3 次。其中，中国出境旅游达 1.2 亿人次。

中国游客对世界经济贡献良多

据统计，2015 年，中国出境旅游购物规模已达 6841 亿元，其中自由行游客的消费占比超过 80%。从区域分布来看，中国游客在日本、韩国以及欧美发达国家，人均旅游购物支出已超过 7000 元。在伦敦希斯罗机场，只有 1% 的中国游客却创造了 25% 的免税品销售额。

2015 年中国出境游客人均消费高达 11625 元。这得益于中国游客旅游消费升级，自由行游客愿意花更多的钱去购物与品尝美食。

现在中国游客更加注重旅游品质，通常来讲，更好的旅游服务品质需要更高的消费水平。据中国社会科学院财经战略研究院副教授魏翔介绍，在北欧，有些村落民宿一晚上就需要 200 欧元，甚至比一些星级酒店更贵。但是对于开始喜欢个性化旅游和注重旅游品质的中国游客来说，这些民宿价格并不算障碍。中国游客消费质量提升导致消费总量看涨。

旅游投资曾是外国游客的独有项目。比如，西班牙戈梅拉岛因气候宜人、风光旖旎、远离大城市，获得许多欧洲国家游客的投资青睐。如今，中国游客出境游也不仅仅是度假，更多人在度假的同时，也不放过海外投资机会。

中国商务集团首席运营官吴亚表示：“一些游客去诸如美国、马来西亚等国旅游度假，感觉当地环境很好，就会想为何不在那里购买房产，而不是住在酒店里。”据吴亚介绍，中国人在美国的投资已超过了 11 亿美元。有报道称，在伦敦、澳大利亚，因为中国游客的投资购买，导致当地某些地区房价上涨。

联合国世界旅游组织数据显示，自 2012 年起，中国连续多年成为世界第一大出境旅游消费国，对全球旅游收入的贡献年均超过 13%。2015 年，中国出境游人次和花费继续位列世界第一，比前一年增加 25%。自 2008 年世界金融危机以来，中国出境旅游与中国境外投资对世界经济的复苏起到了引擎的作用。

中国游客

把出行安全放在首位

北京金润阳光国际旅行社导游李女士有多年的带团经验，她认为游客在选择旅游目的地时，会优先考虑其国家安全状况。她说：“如果目的地地处战争国家附近，或本身会有安全隐患，游客必然会考虑放弃或改变行程。”

2015 年的法国巴黎恐怖袭击事件曾让巴黎这座浪漫之都蒙上阴影。旅游从业者表示，去年欧洲游市场竞争非常激烈，价格是近年来最低的。尽管有这样的行情，恐袭事件发生后，有近两个月的机位卖不出去。

北京金润阳光国际旅行社总经理刘涛还总结出除了战争与争端以外游客考虑易地的其他安全因素，“洪水、飓风、台风、地震、海啸等大自然不可抗力因素都会导致游客选择其他出行目的地。”

中国游客

给目的地国送去利好

据报道，澳新银行 (ANZ) 去年公布的经济分析报告指出，澳洲经济发展得益于旅游业繁荣，而中国则是澳洲入境游客最大的来源国。调查显示，在 2014 年前 3 季度中，中国游客人数同比增长 10%，达到 73.6 万人。就海外游客旅行花费来说，中国游客的花费最高，占海外游客总花费的 18%，远高于英国的 12% 和日本的 5%。数据指出，中国游客赴澳旅行人均花费高达 5416 澳元。

报告还指出，航空业便捷性持续增强以及澳洲更加宽松的签证政策，促使中国人热衷于出境旅游。数据显示，在 2014 年，就有 1.07 亿名中国人选择赴海外旅行。而牛津经济研究所此前曾公布报告，预计在未来 10 年间，中国游客人数将每年增长 5.1%。

为了吸引中国出境游市场，很多境外旅游目的地都在提供签证便利性方面做出许多努力。以这两年来看，2014 年实现了中国赴美签证 10 年有效的政策，2015 年开启了中国赴日签证可以多次往返的模式。

中国游客

已成为不容忽视的力量

美国国家旅游局数据显示，2015 年，中国赴美旅游总数已达 300 万人次，同比增长 16%，人均消费 6000 至 7000 美元，远超其他国家。

2、欧央行会议纪要：低利率对 QE 实施构成挑战

欧洲央行 6 日晚间发布了 9 月会议的纪要。纪要显示，与会的委员一致认为欧元区经济需要持续的货币政策支持，并指出基础通胀没有显露出复苏迹象。

9 月 8 日，欧洲央行宣布维持三大利率不变，维持资产购买规模在 800 亿欧元不变，并维持 QE 项目期限不变，但指出如有需要，QE 项目将延长至 2017 年 3 月之后，直到通胀路径接近目标。

会议纪要称，下行风险依然存在，基础通胀没有出现明确的上升迹象；保持货币支持至关重要。委员们指出，管理委员会不应过多地受市场预期的影响。

会议纪要显示，委员们有决心实施过去已决定的资产购买措施，若有必要将采取新措施；欧洲央行有能力且愿意动用所有工具。

委员们认为对 QE 做出任何调整都必须要考虑货币政策的有效性；可以在任何时候调整 QE 的参数，以实现想要的规模。

纪要还显示，欧洲央行执委科尔认为，低利率对未来的 QE 实施构成了挑战。

会议纪要指出，“理事会坚持目前的政策水平，给目前的政策工具时间以发挥效用，并且重申有能力且准备好了在需要时进一步行动以实现其目标，届时将运用其职权范围内所有可用的工具。管理委员会能在任何时候调整 QE 参数以实现想要的规模，同时委员会不应该受到市场预期的过度影响。”

3、香港与欧洲国家连签两份民航运输协定 冀把握“一带一路”机遇

继日前与塞尔维亚政府签署民用航空运输协定后，香港特区政府 6 日公布，再与欧洲另一国家——马尔他签署了同样协定，相信两地能进一步把握“一带一路”策略所带来的经济发展机会。有香港商家就此认为，香港的亚太区航运枢纽地位不易被替代。

香港特区政府运输及房屋局局长张炳良 4 日凌晨离开香港，前往欧洲塞尔维亚和马尔他。到达塞尔维亚首都贝尔格莱德后，张炳良当地时间 4 日代表香港特区政府与塞尔维亚政府签署民用航空运输协定。

这份民用航空运输协定为香港与塞尔维亚之间的航空运输联系提供法律基础，有助推动两地的经济及文化交流。

张炳良称，塞尔维亚是“一带一路”的沿线国家。与塞尔维亚签署协定后，两地之间将建立直航航班，为两地的合作在“一带一路”框架下带来新机遇。

及后，张炳良转往马尔他瓦莱塔。当地时间 5 日，张炳良再代表香港特区政府与马尔他政府签署民用航空运输协定。

张炳良表示，这是香港与海外民航伙伴签署的第 66 份民用航空运输协定。相信香港与马尔他能藉建立直航航班的机会，进一步把握国家“一带一路”策略所带来的经济发展机会，“我们期待与马尔他在签署协定后加强合作”。

“一带一路”国际研究院副院长、全港各区工商联会长李鋈麟表示，香港一直是亚太区重要的航运枢纽。特区政府去年落实兴建机场第三条跑道，以纾缓机场饱和问题，足见航空业对香港的未来发展有重大意义。

但他提醒，香港与新加坡，以及内地珠江三角洲仍存在激烈的竞争。香港能否稳坐“一带一路”策略下主要航运中心的地位，机场基础设施的修缮与再建、机场管理与运作效率等因素会非常重要。

李鋈麟指出，香港没有忽视与“一带一路”沿线国家的双边航空法律相关配套，这将为香港与有关国家的航运往来奠定法律基础，更好地推进香港与海外的经济和文化交流。

未来,香港可望与“一带一路”沿线国家建立更多直航航班,李鋈麟认为,香港的航空服务便利性高,配合独特的金融、港口和税务等优势,并背靠祖国广阔的市场,将吸引更多跨国企业在香港设立办事处。

4、港媒看中企在欧洲“买买买”：收购欲望似永无止境

据报道,对欧洲而言,一方面,中国抢购欧洲资产对它们来说是笔好买卖;另一方面,它们又越来越担心中国将欧洲最好的东西买走。

去年,北京公布了《中国制造 2025》行动倡议,这是一项 10 年内推动中国变身为世界制造强国的雄心勃勃的计划。此后,欧洲的这种复杂情绪进一步加剧。

中国欧盟商会为管理中国分支机构的企业老总举办了一场圆桌会议,讨论“中国的工业革命”。

中国欧盟商会会长约尔格·伍特克说:“貌似中国人手里正拿着一张很长的购物单。”他说,这或许会加剧外界对“红色中国将买下欧洲”的担忧。

在今年 5 月中国家电制造商美的集团宣布将收购德国机器人制造商库卡后,争论愈演愈烈。这是中国在欧洲的最大笔投资之一。

伍特克说:“对中国投资者而言,购买欧洲的飞机场很正常,但难以想象欧洲企业在中国做同样的事情。”他一直呼吁对在华欧洲企业提供同等待遇。

中国欧盟商会本月公布的年报称,今年到目前为止,中国企业在欧洲的投资已达 110 宗,不论是已完成的还是即将进行的投资案,“这都是一个极为强势的年份”。

报告称,经济下行、不友好的待遇以及人民币汇率波动都在考验在华欧洲企业。

报道称,在欧洲出现主权债务危机后,尤其是在中国的私营和公有企业变得更加有钱后,欧洲企业资产对中国企业越来越具有吸引力。现在,中国已上升为世界第二大经济体。

欧洲企业已成为最受中国企业青睐的目标,收购它们可以使其投资多样化,并成为提升价值链的一条捷径。

浙江桐庐县箱包制造商力高控股有限公司总经理潘爱芳在 2011 年做出了一个明智的选择,抓住了收购了 1993 年创立于比利时安特卫普的海格林品牌的机遇。

潘爱芳说:“2008 年全球金融危机横扫海外市场,我们的出口大幅下滑。这让我们认识到在贴牌生产模式下,我们处于价值链的最低端,在每轮市场波动时,注定受到的影响最大。”

此后,力高控股开始寻找机会,收购现成品牌,并将重点从低附加值的贴牌生产模式转移。

2011 年欧洲债务危机给它带来了机遇,该公司毫不犹豫地收购了海格林品牌。

潘爱芳说,在斥资 6000 万美元进行收购后,公司提升了自己的市场形象,并在不到 5 年的时间内,让该品牌的销售额增加了近一倍,并在欧洲聘请了高质量的设计团队。潘爱芳说,力高控股公司现在是 2 万多家中国同行嫉妒的对象,由于缺乏设计能力和独创性,这些企业正面临利润空间缩小的困境。

摩根斯坦利华鑫证券首席经济学家史蒂文·张说,中国过剩的资金正面临一个不太有利的经济环境,欧洲的开放和这些资金令中国投资者与欧洲资产形成了最佳的配对。

史蒂文·张说:“一旦中国经济能在国内创造更多的投资机遇,以及欧洲经济复苏令其企业价值回升,(抢购欧洲资产的)热潮可能会慢慢降温,并由此减弱对中国投资者的吸引力。”

但对力高控股公司的潘爱芳来说,收购海格林品牌为她的公司提供了一块开拓海外市场的跳板。她说:“我们将继续寻找全球并购的机遇,因为贴牌生产只能是死路一条。”

5、商务部回应世贸下调全球贸易增速：中国一直是贡献者

目前，世界贸易组织下调全球贸易增速，原因是中国、巴西等发展中经济体经济和贸易增长放缓和北美进口下降。对此，中国商务部新闻发言人今日回应表示，金融危机以来，中国无论是在带动全球经济增长还是在推动国际贸易复苏方面一直是积极的“贡献者”。

新闻发言人表示：我们注意到，WTO 最新展望报告中，下调了 2016 年全球货物贸易量增速。这进一步说明，全球经济复苏乏力，国际市场需求低迷，不确定因素增多，仍处于国际金融危机以来的深度调整期。

同时，世贸组织认为全球货物贸易增速放缓的原因是多方面的。世界经济不振是全球贸易放缓的根本原因，国际金融市场动荡增加了全球贸易复苏的不确定性，反贸易思潮蔓延推动各国贸易政策内顾，贸易保护主义抬头。

我们应当看到，金融危机以来，中国无论是在带动全球经济增长还是在推动国际贸易复苏方面一直是积极的“贡献者”。

根据 IMF 发布数据，作为世界第二大经济体，2009 年至 2015 年，中国对全球经济增长的贡献率每年都在 25% 以上。近年来，在较高的发展基数上，在严峻复杂的国际环境和国内长期积累的深层次矛盾凸显的情况下，中国依靠改革创新，经济保持中高速增长，结构加快转型升级。2016 年上半年，中国经济增长 6.7%，位居全球主要经济体前列。

受外需不振、传统竞争优势弱化等因素影响，近年来中国外贸增速有所放缓，但仍好于世界主要经济体。从贸易额看，2015 年，中国出口占全球的份额上升至 13.8%。2016 年前 8 个月，中国外贸进出口累计降幅连续 6 个月收窄，呈现出回稳向好的态势。从贸易量看，WTO 统计 2016 年上半年全球出口贸易量和进口贸易量分别增长 0.7% 和 0.2%。同期，中国出口贸易量和进口贸易量分别增长 0.6% 和 3%，总体好于全球平均水平。

作为全球贸易大国，近年来，中国实行积极的进口政策，不断扩大国内市场开放，不仅满足了国内经济增长和消费需求，也为稳定国际商品市场和全球贸易量做出了重要贡献。多年来，中国大宗商品进口数量持续快速增长。2016 年 1-8 月，原油、铁矿石、天然气、铜材、铜精矿、大豆等 10 类大宗商品进口数量继续保持增长势头，增速从 3.1% 至 34.6% 不等。

需要特别说明的是，目前中国外贸进出口的 1/3 左右是通过加工贸易方式实现的，也就是“两头在外”，主要取决于国际市场需求变化。由于国际市场需求长期疲弱，中国加工贸易进口已连续 19 个月下降，平均降幅超过 10%，是拉低中国整体进口增长的重要因素。

总的来说，中国经济长期发展向好的基本面没有改变，与发达国家、发展中国家的产业互补优势没有改变，外贸结构调整动力转换加快的趋势没有改变。

与此同时，中国是全球贸易保护主义的主要“受害者”。据 WTO 今年 6 月份发布的相关报告显示，2015 年 10 月至 2016 年 5 月，二十国集团(G20)经济体实施了 145 项新的贸易限制措施，平均每月有近 21 项新措施出台，月均新措施数量为 2009 年 WTO 开始监测贸易限制措施以来的最高水平。今年前 8 个月，中国共遭受来自 20 个国家(地区)发起的 85 起贸易救济调查案件，涉案金额 103 亿美元，案件数量上升 49%，涉案金额上升 94%。

刚刚闭幕的二十国集团领导人杭州峰会就加强各国宏观政策协调，促进国际贸易与投资强劲增长达成一系列重要共识。中国愿与世界各国一道，继续秉持国际贸易自由化理念，进一步扩大对外开放，不断提高贸易便利化水平，积极落实峰会共识，坚决反对一切形式的贸易保护主义，携手共同推动世界贸易尽快走出低谷，促进全球贸易可持续增长。

6、国庆节头件大喜事：人民币终于正式“入篮”了！

周六(10月1日)恰逢中国国庆佳节之际，人民币正式纳入国际货币基金组织(IMF)特别提款权单位(SDR)一篮子货币，成为继美元、欧元、日元及英镑之后的第五种入篮货币。

国际货币基金组织(IMF)周五宣布，纳入人民币的特别提款权(SDR)新货币篮子于 10 月 1 日正式生效，并确定新的篮子货币相对数量。

IMF 称，新的 SDR 货币篮子包含美元、欧元、人民币、日元和英镑五种货币，权重分别为 41.73%、30.93%、10.92%、8.33%和 8.09%，对应的货币数量分别为 0.58252、0.38671、1.0174、11.900、0.085946。这一相对数据基于过去三个月的平均汇率而制定。货币权重每五年调整一次。

人民币纳入 SDR 为自 1990 年欧元入篮以来 IMF 货币篮子首次发生变化。这是人民币国际化一个重要的里程碑，因该基金组织宣布其为“可自由兑换的货币”。

“人民币的加入反映了中国货币、外汇和金融体系改革取得的进展，并认可了中国在放开和改善其金融市场基础设施方面取得的成就，” IMF 主席拉加德在一份声明中指出。

她还补充道，这些举措的继续和深化将使国际货币和金融体系更加强健，进而会对中国的增长和稳定以及全球经济提供支持。

中国央行周六凌晨在网站刊文称，人民币纳入 SDR 是人民币国际化的里程碑，是对中国经济发展成就和金融业改革开放成果的肯定，有助于增强 SDR 的代表性、稳定性和吸引力，也有利于国际货币体系改革向前推进。中方将以人民币入篮为契机，进一步深化金融改革，扩大金融开放，为促进全球经济增长、维护全球金融稳定和完善全球经济治理作出积极贡献。

IMF 新闻发布稿原文

基金组织启用包括中国人民币在内的新的特别提款权货币篮子并确定新的货币量

2016 年 9 月 30 日

今天，国际货币基金组织(基金组织)宣布启用包括中国人民币在内的新的特别提款权货币篮子，并宣布决定新定值期内特别提款权价值的新货币量。

正如基金组织执董会 2015 年 11 月 30 日批准的，自 2016 年 10 月 1 日起，人民币将被认定为可自由使用的货币，并作为除美元、欧元、日元和英镑之外的第五种货币加入特别提款权货币篮子(见新闻发布稿第 15/543 号)。执董会当时还决定，每种货币的权重分别为，美元 41.73%，欧元 30.93%，人民币 10.92%，日元 8.33%，英镑 8.09%。

在新特别提款权货币篮子生效之际，基金组织总裁克里斯蒂娜·拉加德女士表示：特别提款权货币篮子的扩大对于特别提款权、基金组织、中国和国际货币体系都是一个重要的、历史性的里程碑。对基金组织来说，这是一个重大

变化，因为这是自欧元采用以来第一次将一种货币增添到篮子中。

人民币的加入反映了中国货币、外汇和金融体系改革取得的进展，并认可了中国在放开和改善其金融市场基础设施方面取得的成就。在具备适当保障的情况下，这些举措的继续和深化将使国际货币和金融体系更加强健，进而会对中国的增长和稳定以及全球经济提供支持。

“这一里程碑还反映了全球经济目前的发展变化。基金组织在这一过程中发挥着重要作用，人民币加入特别提款权篮子再次显示了基金组织随时准备应对变化。”

此外，执董会今天还决定，自 2016 年 10 月 1 日起，特别提款权的价值将是以下数量的每种货币的价值之和：

这些货币量的计算方法是，新篮子以美元表示的特别提款权价值与今天特别提款权价值是相同的，并且按截至今天的三个月期(2016 年 7 月 1 日至 9 月 30 日)的平均汇率计算，每种货币在特别提款权价值中所占比例与基金组织执董会 2015 年 11 月 30 日批准的权重相同。

执董会关于特别提款权定值篮子中每种货币量的决定，是落实目前一次特别提款权定值方法审查结果的最后一步(见新闻发布稿第 15/543 号)。

特别提款权利率

将于 2016 年 10 月 7 日确定的、适用于 10 月 10 日那一周的特别提款权利率，将是第一次体现新的特别提款权定值篮子，并纳入人民币代表性利率。特别提款权利率相对于上一周的变化将反映特别提款权定值篮子的货币构成和比例的变化以及各组成部分的金融工具利率的变化。

中国人民银行新闻稿全文

人民币正式纳入特别提款权(SDR)货币篮子

2016 年 9 月 30 日(华盛顿时间)，国际货币基金组织(IMF)宣布纳入人民币的特别提款权(SDR)新货币篮子于 10 月 1 日正式生效，拉加德总裁发表声明称，这反映了人民币在国际货币体系中不断上升的地位，有利于建立一个更强劲的

国际货币金融体系。中国人民银行对人民币正式纳入 SDR 以及拉加德总裁的声明表示欢迎。

新的 SDR 货币篮子包含美元、欧元、人民币、日元和英镑 5 种货币，权重分别为 41.73%、30.93%、10.92%、8.33% 和 8.09%，对应的货币数量分别为 0.58252、0.38671、1.0174、11.900、0.085946。IMF 每周计算 SDR 利率，并将于 10 月 7 日公布首次使用人民币代表性利率，即 3 个月国债收益率计算的新 SDR 利率。有关汇率的计算方法详见附件《人民币纳入特别提款权(SDR)背景问题》。

人民币纳入 SDR 是人民币国际化的里程碑，是对中国经济发展成就和金融业改革开放成果的肯定，有助于增强 SDR 的代表性、稳定性和吸引力，也有利于国际货币体系改革向前推进。中方将以人民币入篮为契机，进一步深化金融改革，扩大金融开放，为促进全球经济增长、维护全球金融稳定和完善全球经济治理作出积极贡献。

7、减产协议达成 国际油价大涨

石油输出国组织(欧佩克)28 日在阿尔及尔举行特别会议，决定将石油日产量减至 3250 万至 3300 万桶，以平衡市场供求。受此影响，国际油价 28 日大幅上涨，29 日虽然涨势停歇，但石油板块股票在国际市场表现突出。

欧佩克目前原油实际产量大约维持在每天 3340 万桶水平，而欧佩克此前确定的原油产量限额为每天 3000 万桶。这意味着不少成员国事实上在进行超限额生产。

欧佩克轮值主席、卡塔尔能源和工业大臣萨达在会后举行的新闻发布会上说，欧佩克 14 个成员国代表经过 6 个小时的闭门磋商，最终达成协议。

萨达表示，欧佩克将成立一个技术委员会，以确定各成员国的产量配额，具体结果将在 11 月于维也纳召开的正式会议上公布。他还强调，欧佩克将与其他主要产油国加强沟通协商，以尽快达成市场供需平衡。

阿尔及利亚能源部长努尔丁·布塔法在发布会上说，欧佩克国家这次“以一个声音对外说话”，希望欧佩克能恢复在原油市场上的主导作用。

受欧佩克成员国达成减产协议影响，国际油价 28 日大幅上涨。截至当天收

盘，纽约商品交易所 11 月交货的轻质原油期货价格上涨 2.38 美元，收于每桶 47.05 美元，涨幅为 5.33%。11 月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨 2.72 美元，收于每桶 48.69 美元，涨幅为 5.92%。

然而各国产出水准要到 11 月欧佩克正式会议才会决定，届时联合减产的邀请也将延伸至俄罗斯等非欧佩克国家。但亚洲原油买家仍旧持保守态度，观望相关细节。29 日早盘市场国际油价略有下降。但英国石油和皇家壳牌等石油板块公司表现抢眼，29 日盘中涨幅分别达到 5.5%和 4.4%。

“我们必须观望他们是否会采取实际行动，以及行动时间有多久。”韩国最大炼厂母公司 SK Innovation 发言人公开表示。提议的减产量并不很大，她补充说协议可能支撑油价，并通过推高油品价格，来提升炼厂的原油库存价值和利润率。

市场分析人士还担心，该协议能否成功缓解供应过剩状况，取决于市场中减少的石油流入量。石油分析师及熟悉沙特石油政策的人士认为，要想对全球石油供应和价格产生显著影响，石油日产量需减少 70 万到 100 万桶。欧佩克的新目标意味着每日减产 50 万到 100 万桶，但实际减产幅度很可能要小得多，比如低于 50 万桶，具体要取决于产油国当地生产水平。

根据国际能源署(IEA)的估计，如果欧佩克将原油日产量减少 20 万桶至 3300 万桶，2017 年下半年前将不足以实现供需平衡。这与分析人士认为欧佩克若按兵不动将出现的情形大体相同。

IEA 估计，如果欧佩克将原油日产量减少多达 70 万桶，生产过剩最早将在年底前化解。全球原油库存可能随之减少，油价可能上升。

在成员国相互争夺买家之际，欧佩克一直在以纪录水平进行生产。欧佩克中最大的产油国沙特近几个月原油产量也一直处于纪录水平，不过预计秋冬季生产将放缓。

自 2008 年以来，在金融危机导致石油需求大幅下降并使油价跌到每桶 40 美元以下后，欧佩克还没有批准过减产。

六、热点解读

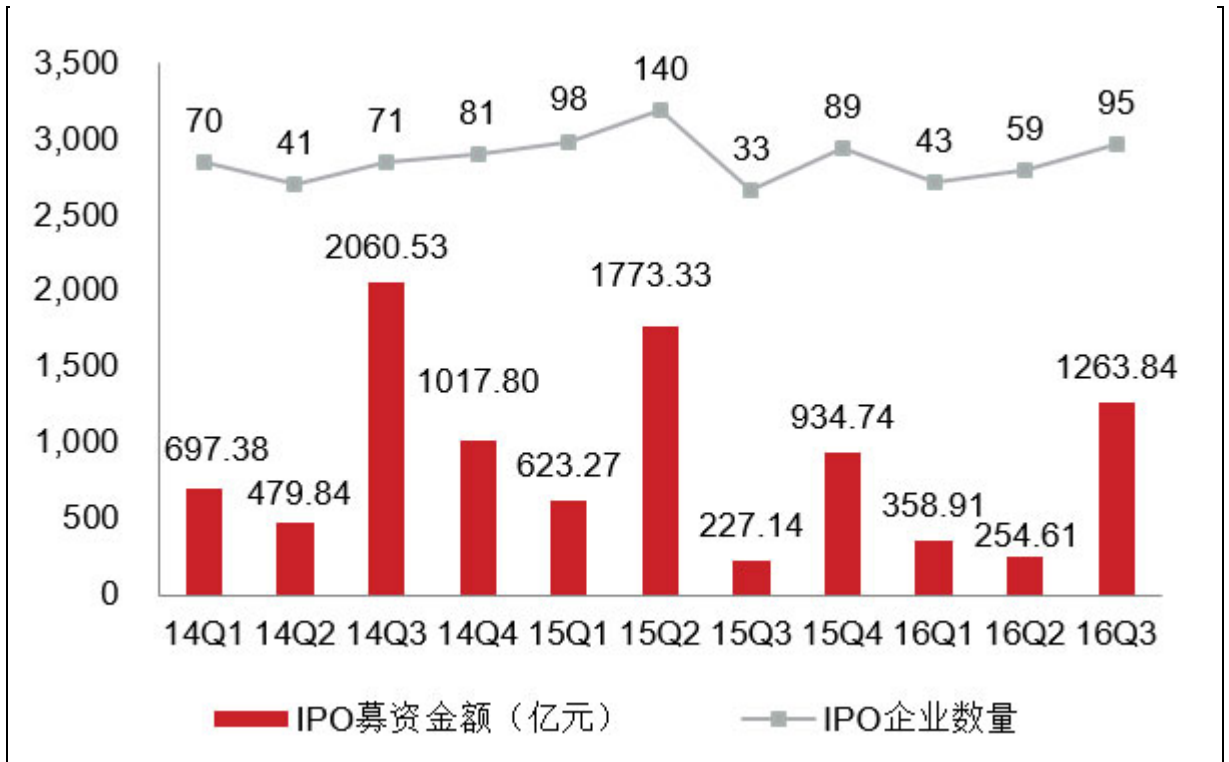
1、三季度中企 IPO 表现活跃 邮储银行上市创下新纪录

2016 年三季度，中企 IPO 活动表现活跃，共计 95 家中企完成 IPO，同比上升 187.88%；募资规模 1,263.84 亿元，同比上升 456.40%。与去年同期相比，IPO 数量与规模均有所上升。与上季度相比，三季度 IPO 数量进一步增长，环比上升 61.02%；募资规模显著增长，环比上升 396.37%。A 股共 65 家中企 IPO，H 股共 28 家中企 IPO，境外仅 2 家中企 IPO。金融业中企 IPO 表现突出，本季度 10 亿元以上中企 IPO 共 13 家，其中金融业共占 7 家，邮储银行 2016 年 9 月 28 日在港交所主板成功上市，募集资金总额为 576.27 亿港元（约合人民币 495.52 亿元），成为自 2014 年以来单笔募资规模最大的 IPO，创下新纪录。

三季度全球中企 IPO 表现活跃 共 95 家中企 IPO

2016 年三季度，全球中企 IPO 表现活跃，共计 95 家中企完成 IPO，同比上升 187.88%；募资规模 1263.84 亿元，同比上升 456.40%。与近两年同期相比，IPO 数量有所增长，募资规模经过一轮下降后有所回升。与上季度相比，三季度 IPO 数量进一步上升，环比上升 61.02%；募资规模显著增长，环比上升 396.38%。

图表 16 2014-2016 年 Q3 中企业全球资本市场 IPO 规模



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

按交易板块划分，2016 年三季度共 65 家中企于 A 股上市，其中上交所 28 家；深交所共 37 家，其中创业板 28 家、主板及中小板 9 家；港交所共 28 家，其中港交所主板 20 家、创业板 8 家；本季度共 2 起海外上市，分别登陆于纳斯达克和新交所。就募资规模而言，港交所以 766.17 亿元高居榜首，其中港交所主板募资规模 761.57 亿元，主要得益于邮储银行的成功上市。上交所募资规模 356.56 亿元，位列第二。

图表 17 2016 年 Q3 中企各主要交易板块 IPO 情况

交易板块	IPO 数量	募集金额 (亿元)
SSE[中国大陆]	28	356.56
ChiNext[中国大陆]	28	90.27
HKEx[中国香港]	20	761.57
SZSE[中国大陆]	9	37.54
HKGEM[中国香港]	8	4.60
NASDAQ[美国]	1	5.81
SGX-ST[新加坡]	1	7.49

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2016年三季度，IPO单笔募资规模增长显著，10亿元以上的企业共计13家(上季度仅4家)，其中7家在上交所上市，6家在港交所上市，均登陆主板市场。就行业而言，金融业共计6家，占比近半；汽车行业与房地产业各2家；文化传媒、电信及增值和公共事业分别1家。其中，金融业表现尤其突出，本季度募资规模前5位IPO均来自金融行业，前7位中6家来自金融业：邮储银行以495.52亿元的募资规模高居榜首，成为自2014年以来单笔募资规模最大的一起IPO。

图表 18 2016年Q3IPO募资规模10亿元以上中企

企业	股票代码	行业	IPO日期	交易所	募资金额 (亿元)
邮储银行	01658.HK	金融	2016-09-28	HKEx[中国香港]	495.52
光大证券	06178.HK	金融	2016-08-18	HKEx[中国香港]	73.69
江苏银行	600919.SH	金融	2016-08-02	SSE[中国大陆]	72.38
东方证券	03958.HK	金融	2016-07-08	HKEx[中国香港]	67.21
国银租赁	01606.HK	金融	2016-07-11	HKEx[中国香港]	53.42
三角轮胎	601163.SH	汽车行业	2016-09-09	SSE[中国大陆]	44.14
贵州银行	601997.SH	金融	2016-08-16	SSE[中国大陆]	42.45
中国电影	600977.SH	文化传媒	2016-08-09	SSE[中国大陆]	41.66
中国物流资产	01589.HK	房地产	2016-07-15	HKEx[中国香港]	29.00
玲珑轮胎	601966.SH	汽车行业	2016-07-06	SSE[中国大陆]	25.96
广西广电	600936.SH	电信及增值	2016-08-15	SSE[中国大陆]	14.40
绿城服务	02869.HK	房地产	2016-07-12	HKEx[中国香港]	13.36
新天然气	603393.SH	公共事业	2016-09-12	SSE[中国大陆]	10.66

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

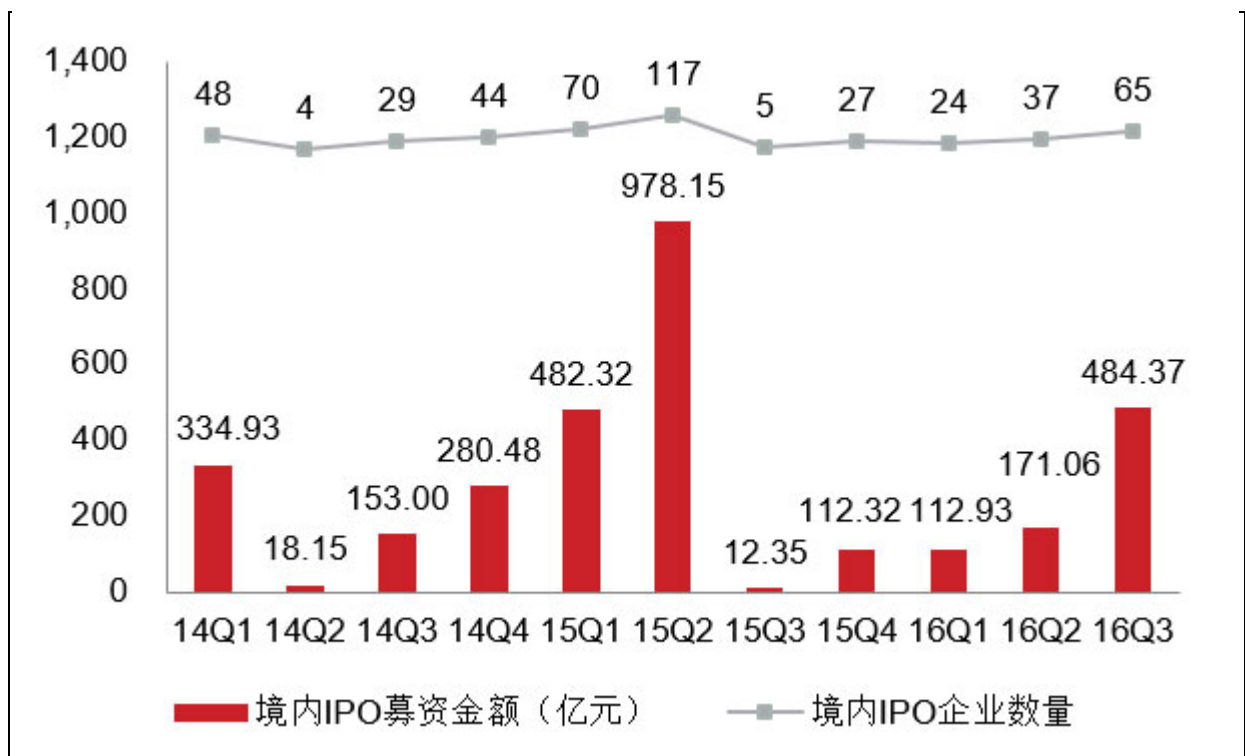
作为国有大型商业银行，邮储银行在香港的成功上市是其融入国际资本市场的重要里程碑，不仅有助于持续提高公司治理水平和综合竞争实力，也是推动国有银行进行国际化改革的重要成果。在本次上市之前，邮储银行成功引进10家战略投资者，向包括瑞士银行、摩根大通、星展银行有限公司、加拿大养老基金投资公司、淡马锡、国际金融公司6家国际知名金融机构、中国人寿保险股份有限公司、中国电信股份有限公司两家大型国有企业以及浙江蚂蚁小微金融服务集团有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司两家互联网企业以发行新股的方式融资451亿元，每股发行价格为人民币3.89元，发行比例约占公开发售前总股本的16.92%。

2016年9月28日，中国邮政储蓄银行股份有限公司在港交所主板成功上市，共发行12106588000股H股，发行价格为4.76港元/股，募集资金总额为5762735.89万港元(约合人民币495.52亿元)，募集资金净额为5662700万港元。其中，海航资本、国家电网、长城环亚等6家企业或机构作为基石投资者合计认购9293782,000股H股，占邮储银行发行后总股本的11.51%。

A股65家中企IPO数量及规模显著增长

2016年三季度，共计65家中企成功在A股市场完成IPO，同比增长12倍；募资规模484.37亿元，同比增长38.22倍，与去年同期相比较IPO企业数量与募资规模均出现巨幅增长。较上季度而言，本季度IPO数量环比上升75.68%，募资规模环比上升183.16%。

图表 19 2014-2016年Q3 中企境内资本市场IPO规模



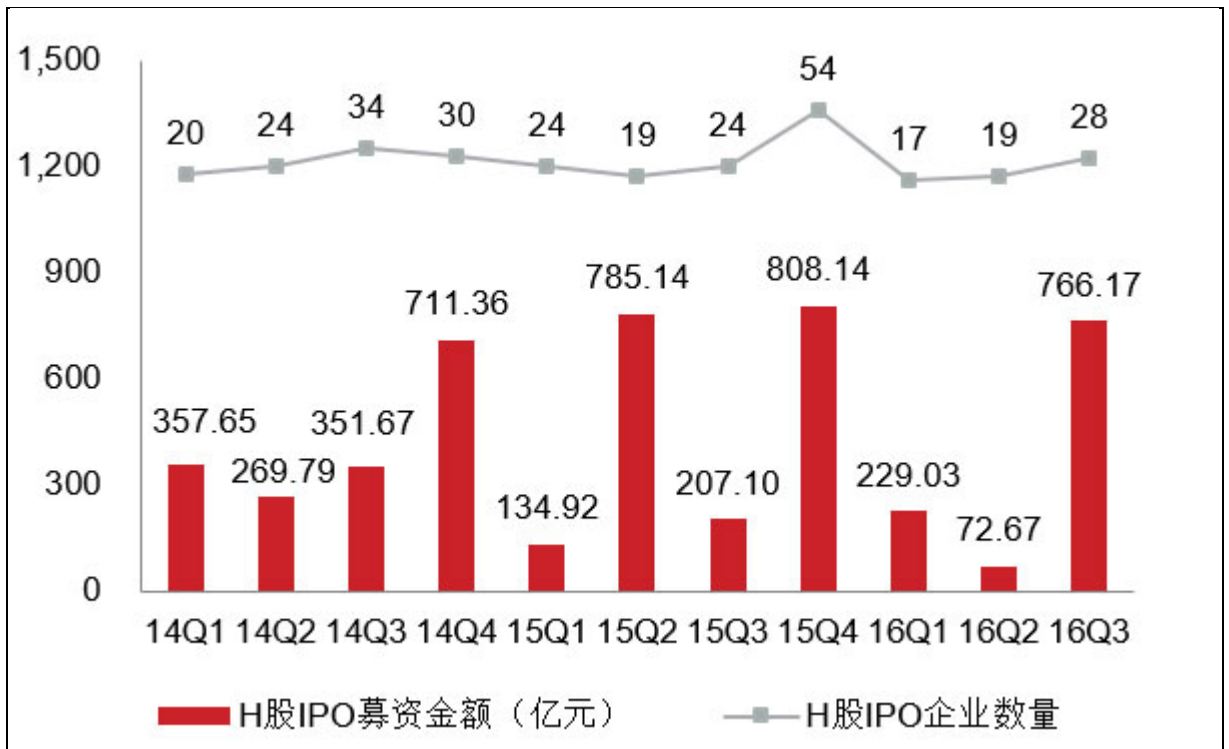
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

港股28家中企IPO，募资规模766.17亿港元

2016年三季度，港股市场共计28家中企IPO，环比上涨47.37%；募集资金766.17亿港元，环比上升954.3%。全球资本市场IPO募资规模10亿元以上的13家企业中，有6家于港交所上市(其中4家集中于金融行业)，且均登陆于主板

市场。

图表 20 2014-2016 年 Q3 中企香港资本市场 IPO 规模



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

本季度香港 IPO 市场中金融业表现异常集中且突出：7 月上市的东方证券与国银租赁，分别以 67.21 亿元、53.42 亿元位居当月募资规模前二；8 月上市的光大证券 IPO 募资规模 86.22 亿港元(约人民币 73.69 亿元)，亦成为当月募资规模最大的一起 IPO；9 月上市的邮储银行更是以 495.52 亿元的募资规模再创新高，成为自 2014 年以来单笔募资规模最大的一起 IPO。由此可见，香港与内地在金融业的合作日趋深入，并有望进一步实现互惠双赢：即内地大型金融机构以赴港上市等方式为香港新股市场带来活力与支持，同时，通过进入香港资本市场进而推动内地大型金融机构的资本化与国际化改革。

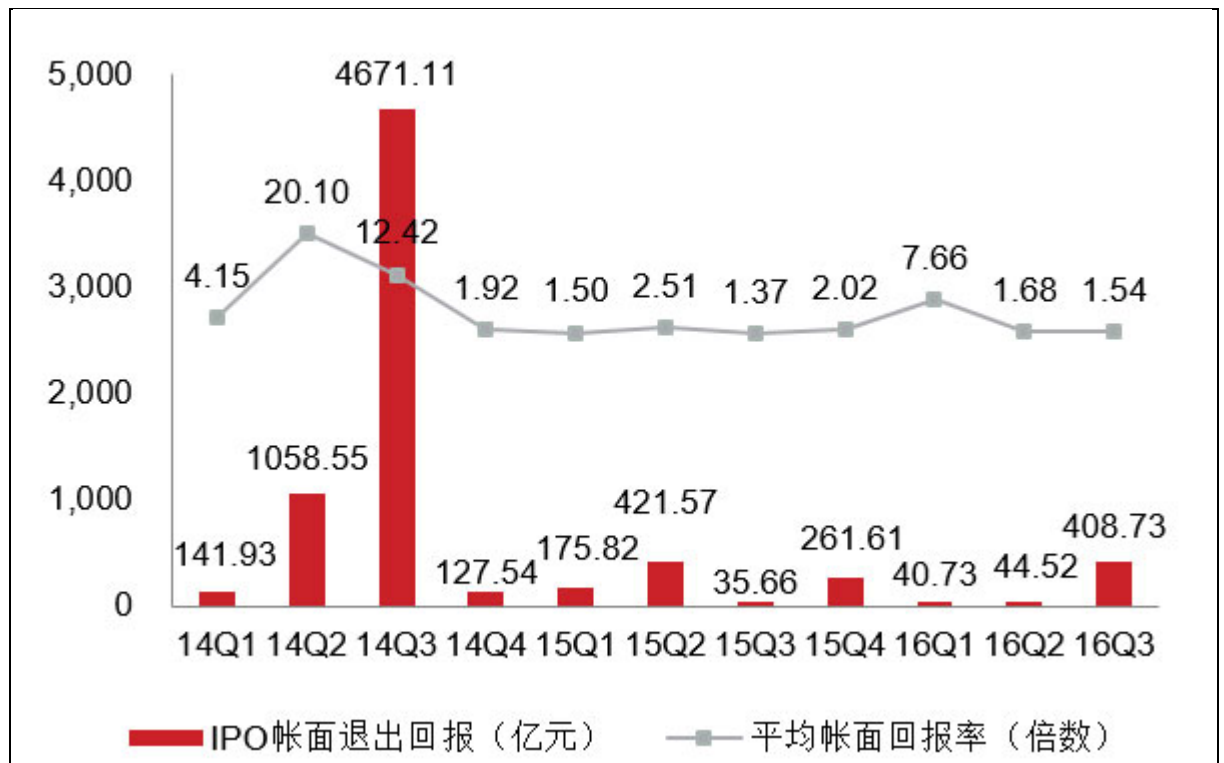
可以预测，内地大型金融机构赴港上市这一趋势将会进一步深化。9 月份招商证券 H 股已经完成公开招股，预计将于 2016 年 10 月在港交所主板上市。本次招商证券拟公开发售 891273800 股 H 股，最高发售价为每股 H 股 12.78 港元，预计募集资金总额最高可达 113.9 亿港元；同时披露了包含中国人寿、复星国际等十余家基石投资者。同时，兴业证券子公司兴证国际金融集团有限公司也在港交所启动公开招股程序，拟在全球发售项下发售 100000000 股股份，其中香港发售股份数量为 100000000 股，国际发售股份数量为 90000000 股。本次发售价格不高于 1.39 港元/股且预计不低于 1.18 港元/股。

本季度境外 IPO 共家，分别是 8 月于新交所上市的运通网城(ET WORLD REIT.SGX)和 9 月在纳斯达克证券交易所上市的大数据商业智能解决方案提供商“国双”。日前赴纳斯达克上市的国双(即：北京国双科技有限公司)成立于 2005 年，是基于云计算和大数据技术的商业智能解决方案提供商，依托自主研发的高性能并行数据仓库技术，专注于大数据的分析处理和信息挖掘，提供基于数据分析的数字营销、新媒体、电信运营商、电子政务、司法等技术解决方案。2016 年 9 月 23 日，国双(GSUM.NASDAQ)于纳斯达克成功上市，共发行 6700000 股 ADSs，每 ADS 相当于 1 股 B 类普通股；发行价格为 13.00 美元/ADS；本次募集资金总额为 8,710 万美元，募集资金净额为 8100.3 万美元。自此，国双成为中国第一家赴美上市的大数据企业。

三季度退出规模 408.73 亿元 平均退出回报率 1.54 倍。

根据投中信息旗下金融数据产品 CVSource 统计显示，2016 年三季度共 50 家有 VC/PE 背景的中企实现上市，共 143 家 VC/PE 机构基金实现退出，合计退出账面回报 408.73 亿元，环比上涨 818.00%，平均退出回报率为 1.54 倍，环比下降 8.17%。同比 2015 年三季度，IPO 账面退出规模与平均退出回报倍数均有所增长，账面退出回报同比增长 10.46 倍，平均退出回报率增长约 12%。

图表 21 2014-2016 年 Q3 VC/PE 机构 IPO 退出账面回报

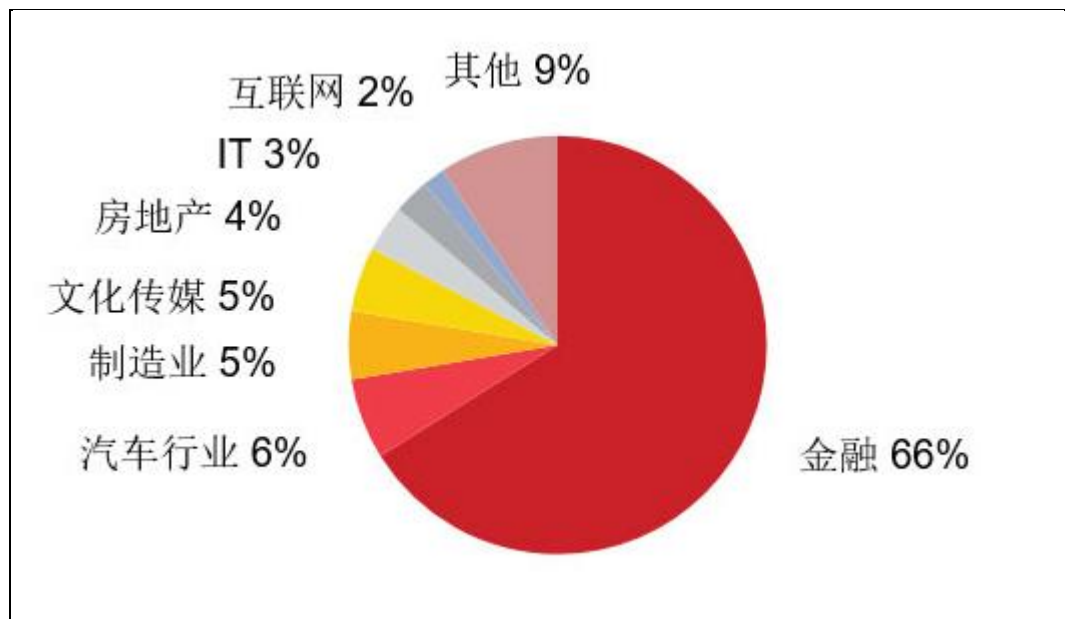


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

金融业 IPO 募资规模占比过半 北京、上海地区位居前二

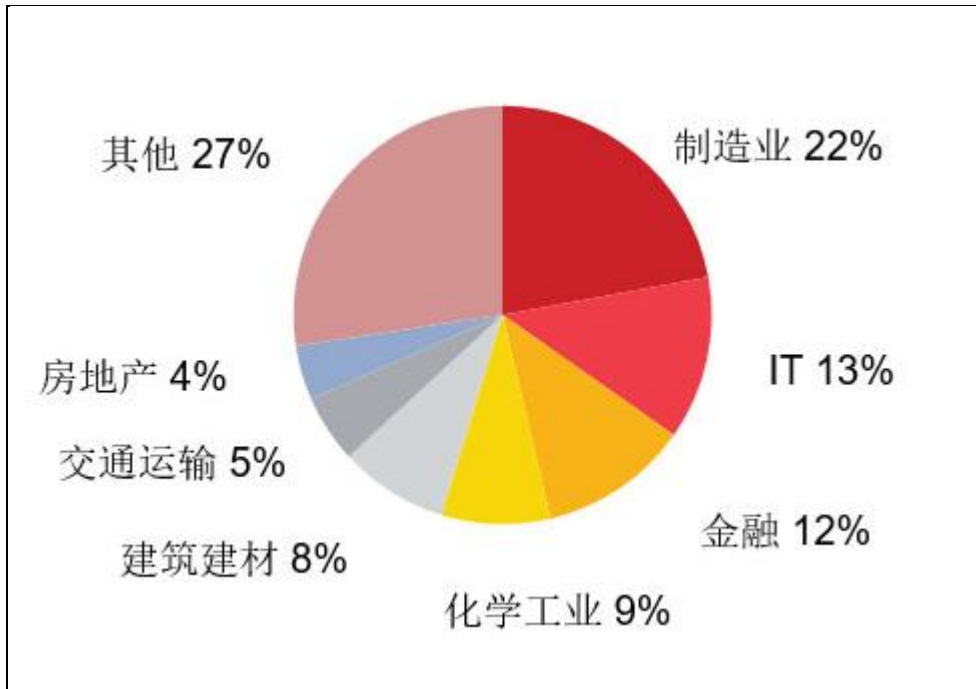
2016 年三季度,金融业 IPO 募资规模以 66%的压倒性比重高居榜首;汽车行业占比 6%位列第二,制造业与文化传媒以 5%的占比并列第三。从数量上看,制造业占比最大(22%),IT 与金融业位居二三位;其次为化学工业、建筑建材等行业。

图表 22 2016 年 Q3 中企 IPO 规模行业分布



数据来源: 国家统计局、中商产业研究院

图表 23 2016 年 Q3 中企 IPO 数量行业分布



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

就细分地区来看,2016年三季度北京以572.78亿元的募资规模高居榜首,远超其他地区,主要得益于本季度募资规模最大的邮储银行在港交所主板上市(募资规模495.52亿元人民币)。上海、江苏地区分别以193.83亿元、132.68亿元的募资规模分列二、三位。就平均募资规模而言,北京、上海仍然位居前二位,其中北京以57.28亿元位居本月平均IPO规模榜首。就IPO数量而言,广东地区和中国香港均以16家IPO数量并列第一,江苏地区紧随其后。

图表 24 2016 年 Q3 各地区 IPO 情况

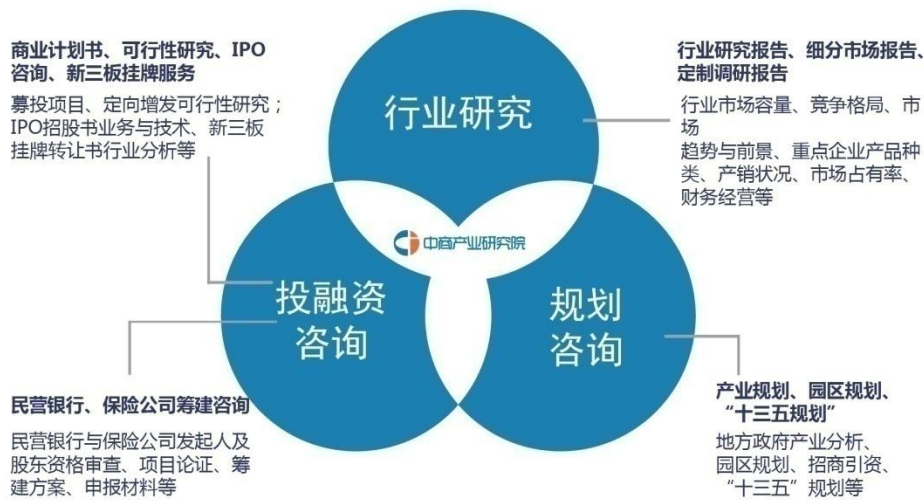
地区	数量	募资金额（亿元）	平均IPO规模（亿元）
北京	10	572.78	57.28
上海	7	193.83	27.69
江苏	13	132.68	10.21
广东	16	105.06	6.57
山东	4	73.89	18.47
浙江	3	22.30	7.43
湖北	5	18.42	3.68
中国香港	16	18.16	1.13
四川	4	16.42	4.11
福建	4	8.22	2.06
其他	13	102.08	7.85

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

中商产业研究院简介

中商产业研究院是深圳中商情大数据股份有限公司下辖的研究机构，是国内领先的产业研究咨询服务机构，是中国专业的第三方市场研究和企业咨询服务提供商，研究范围涵盖智能装备制造、新能源、新材料、新金融、新消费、大健康、“互联网+”等新兴领域。公司致力于为国内外企业、上市公司、投融资机构、会计师事务所、律师事务所等提供各类数据服务、研究报告及高价值的咨询服务。

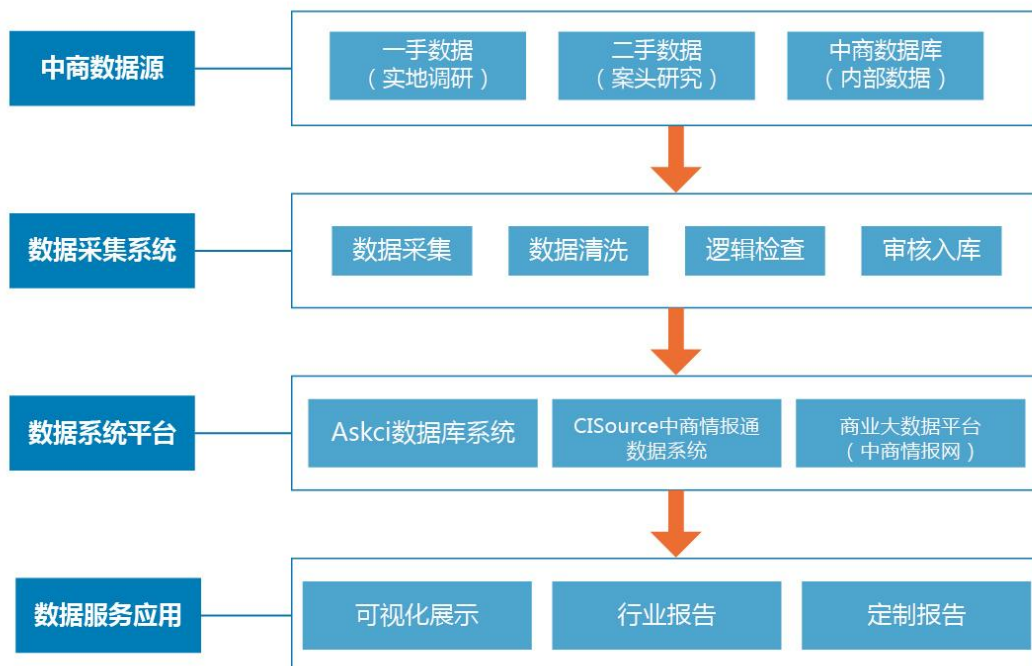
自 2003 年以来，中商在发展中已不断成长，迄今为止，中商汇聚了 350 余名来自不同行业的资深顾问。中商依托自主研发的 Askci 数据库和 CISource 中商情报通对各类数据建立月度、季度、年度持续的信息收集监测，覆盖近 5000 多个细分产业市场数据库，持续更新。中商始终为客户提供最新最全的数据服务、研究报告、产业规划咨询等高价值咨询服务。



中商研究报告数据及资料来源

中商利用多种一手及二手资料来源核实所收集的数据或资料。一手资料来源于中商对行业内重点企业访谈获取的一手信息数据；中商通过行业访谈、电话访问等调研获取一手数据时，调研人员会将多名受访者的资料及意见、多种来源的数据或资料进行比对核查，公司内部也会预先探讨该数据源的合法性，以确保数据的可靠性及合法合规。二手资料主要包括国家统计局、国家发改委、商务部、工信部、农业部、中国海关、金融机构、行业协会、社会组织等发布的各类数据、年度报告、行业年鉴等资料信息。

数据来源	数据类型
金融机构	金融机构公开发布的各类年度数据、季度数据、月度数据等
政府部门	宏观经济数据、行业经济数据、产量数据、进出口贸易数据等
行业协会	年度报告数据、公报数据、行业运行数据、会员企业数据等
社会组织	国际性组织、社会团体公布的各类数据等
行业年鉴	国家相关部门及行业协会发布的各类行业统计年鉴
公司公告	上市公司、新三板公司等发布的定期年报、半年报、公司公告等
期刊杂志	公开期刊杂志中获取的仅限于允许公开引用、转载的部分
中商调研	研究人员、调研人员通过实地调查、行业访谈等获取的一手数据



中商产业研究院影响力

国家政府部门如发改委、商务部、农业部、国务院发展研究中心（国研网）等，权威媒体如央视财经、凤凰财经、新浪财经等广泛报道与引用中商产业研究院专业观点及研究结论，中商为国内外上百家拟上市企业提供 IPO 咨询服务。



中商 IPO 咨询服务案例（部分）

- 大洋洲绿色食品控股有限公司（港）
- 中國普甜食品控股有限公司（港）
- 鸿伟（亚洲）控股有限公司（港）
- 中华包装控股发展有限公司（港）
- 蒙古投资集团有限公司（港）
- 台一国际控股有限公司（港）
- 福邦控股有限公司（港）
- 自动系统集团有限公司（港）
- 宇陽控股（集團）有限公司（港）
- 达进精电控股有限公司（港）
- 中国食品包装有限公司（韩）
- 海洋王照明科技股份有限公司
- 广东台城制药股份有限公司
- 重庆燃气集团股份有限公司
- 广东金莱特电器股份有限公司
- 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司
- 湖南千山制药机械股份有限公司
- 广东冠昊生物科技股份有限公司
- 常熟风范电力设备股份有限公司
- 南通四方冷链装备股份有限公司
- 广州市爱司凯科技股份有限公司
- 江苏新美星包装机械股份有限公司
- 北京长久物流股份有限公司
- 临江市东锋有色金属股份有限公司
- 北京博晖创新光电技术股份有限公司
- 浙江富春江环保热电股份有限公司
- 唐山港集团股份有限公司
- 重庆三圣特种建材股份有限公司
- 海南康芝药业股份有限公司
- 佛山市南华仪器股份有限公司

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