

中商顾问 · 投资情报周刊

2016年02月22日-2016年02月28日

每周一发行

国务院关于同意开展服务贸易创新发展试点的通知

口岸进境免锐店政策发布

《中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)》

逐鹿新三板：BAT 加紧布局心仪公司

在线信贷空间巨大，规模或超万元

众筹行业有望迎来爆发期

2016年互联网金融三大领域将鹤立鸡群



中商产业研究院出版



全国免费热线：

400-666-1917

《投资情报周刊》版权声明

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

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

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

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

【本报告只授权内部使用】

全国统一服务热线：400-666-1917 400-788-9798

可研报告\商业计划书：400-788-9700

企业 IPO 咨询热线：400-788-9689

北京地址：北京市朝阳区东四环中路 41 号嘉泰国际大厦 B 座 13 层（中国纺织科学研究院）

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

香港地址：香港皇后大道中 183 号中远大厦 19 楼

电 话：（0755）25407296 25193390

传 真：（0755）25407715 25654878

中商官网：<http://www.chnci.com/>

财经门户：<http://www.askci.com/>

E - mail：yubao@askci.com

公司简介

Corporate Introduction

中商咨询服务集团是中国领先的产业研究咨询服务机构。集团下辖产业研究、专项咨询和投融资咨询三个事业群，业务范围囊括行业研究、规划咨询、战略咨询、IPO 上市咨询、投融资咨询、品牌与营销咨询等六大领域，为全球商业领袖提供高价值决策咨询服务，经历十余年发展积累，公司在行业处于领先地位。

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



产品与服务

Products and Services

行业研究报告

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

市场调研

专项研究（重点包括细分市场研究、高层访谈、对标企业研究、消费者研究）

满意度研究（重点包括员工满意度、客户满意度）

竞争对手调查（重点包括竞争对手产品、营销、研发、财务、渠道调查等）

企业产销调研（重点包括生产状况调查、销售状况调查）

产业规划咨询

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

投资咨询

可行性研究报告	项目建议书与预可研报告
商业计划书	兼并重组咨询
立项与资金申请报告	财务顾问（风险投资）
民营银行筹建咨询	

地产策划

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

品牌与营销咨询

品牌诊断研究	品牌定位咨询
品牌策划咨询	品牌传播咨询

IPO 上市咨询

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

战略咨询

管控管理咨询	风险管理咨询
运营管理咨询	品牌与营销管理咨询

★ 目 录 ★

一、政策法规	3
1、国务院关于同意开展服务贸易创新发展试点的批复	3
2、关于口岸进境免税店政策的公告	4
3、国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见	5
4、关于“十三五”期间实施新一轮农村电网改造升级工程的意见 ..	13
5、关于规范土地储备和资金管理等相关问题的通知	16
6、中国出台未来 15 年中医药发展战略规划纲要	20
二、经济观察	21
1、50 个城市主要食品平均价格变动情况（2016 年 2 月 11-20 日） .	21
2、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016 年 2 月 11-20 日）	22
3、2016 年 1 月份 70 个大中城市住宅销售价格变动情况	24
三、投资市场	26
1、阿里拟贷款 40 亿美元，用于更大规模扩张	26
2、锦江战略投资铂涛完成交割，交易标的公司价值超 100 亿元	27
3、易界网获欧擎欣锦领投千万级 Pre-A 轮融资	28
4、2015 中国股权投资增速全球第一	29
5、在线信贷空间巨大，规模或超万亿	31
6、课外教育移动电商“严师书院”获首轮 2000 万融资	33
7、天天快递获 A 轮融资，快递行业加速洗牌	34
8、众筹行业有望迎来爆发期，预计规模将达 300 亿	35
9、逐鹿新三板：BAT 加紧布局心仪公司	36
10、IM 云服务商融云完成 5000 万 A 轮融资，中兴合创领投	39
11、2016 年互联网金融这三大领域将鹤立鸡群	40
12、2.22 -2.28 一周并购事件	41
13、国内一周风投事件统计	42
14、证券市场一周回顾	51
四、产业市场	56
1、2015 年我国家电网购规模突破 3000 亿元	56
2、财务公司贷款余额超 1.56 万亿 不良率低于银行业平均水平	56
3、2015 年全国房价基本无泡沫 房价仍在合理区间	57
4、国航等 5 家航空公司宣布：机票代理手续费降为零	58
5、中国 5G 基础研发分三阶段 未来三年进行	58
6、我国决定将马铃薯作为主粮进行产业开发	59
7、养老地产存用地规模过大高端项目扎堆问题	60
8、茅台多家子公司将只保留茅台酒和习酒公司	61
五、环球市场	61
1、巴西 2015 年经济衰退 4.08%	61
2、韩国 2 月出口延续下跌趋势 同比下滑近 17%	62
3、泰国企业纷纷抢滩越南零售业市场	63
4、墨西哥 2015 年经济增长 2.5%	64
5、2015 年新加坡经济增长 2%	64
6、意大利 2015 年 12 月份工业订单指数环比下降 2.8%	65
7、加拿大 1 月份 CPI 同比上升 2%	65

8、德国 2 月份制造业 PMI 降至 50.2.....	65
六、热点解读.....	65
1、2015 年众创空间十大关键词.....	65
2、中国财富管理行业发展分析.....	70
3、20 家银行的战略转型方向及典型路径解析.....	81

正文

一、政策法规

1、国务院关于同意开展服务贸易创新发展试点的批复

天津市、黑龙江省、上海市、江苏省、浙江省、山东省、湖北省、广东省、海南省、重庆市、四川省、贵州省、陕西省人民政府，商务部：

商务部关于开展服务贸易创新发展试点的请示收悉。现批复如下：

一、原则同意商务部提出的《服务贸易创新发展试点方案》，同意在天津、上海、海南、深圳、杭州、武汉、广州、成都、苏州、威海和哈尔滨新区、江北新区、两江新区、贵安新区、西咸新区等省市(区域)开展服务贸易创新发展试点。试点期为2年，自国务院批复之日起算。

二、试点建设要全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，认真落实党中央、国务院决策部署，按照“四个全面”战略布局要求，牢固树立并贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，充分发挥地方在发展服务贸易中的积极性和创造性，推进服务贸易领域供给侧结构性改革，健全服务贸易促进体系，探索适应服务贸易创新发展的体制机制和政策措施，着力构建法治化、国际化、便利化营商环境，打造服务贸易制度创新高地。

三、有关部门和省、直辖市人民政府要适应服务贸易创新发展要求，坚持深化简政放权、放管结合、优化服务等改革，加强对试点工作的指导和政策支持，积极鼓励试点地区大胆探索、创新发展。

四、试点地区人民政府(管委会)要加强对试点工作的组织领导，负责试点工作的实施推动、综合协调及措施保障。按照《服务贸易创新发展试点方案》要求，重点在管理体制、促进机制、政策体系和监管模式方面先行先试，形成可复制可推广的经验，定期向商务部报送试点成果，为全国服务贸易创新发展探索路径。要结合本地实际，突出地方特色，制定试点工作实施方案，经省级人民政府批准同意后，报商务部备案。

五、国务院有关部门要按照职能分工，加强指导和服务。加强部门之间的沟通协作和政策衔接，深入调查研究，及时总结经验，指导和帮助地方政府切实解

决试点中遇到的困难和问题，为试点建设创造良好的环境。商务部要加强统筹协调、跟踪分析和督促检查，适时对试点工作进行评估，重大问题和情况及时报告国务院。

2、关于口岸进境免税店政策的公告

财政部 商务部 海关总署 国家税务总局 国家旅游局公告 2016 年第 19 号

为满足国内消费需求，丰富国内消费者购物选择，方便国内消费者在境内购买国外产品，决定增设和恢复口岸进境免税店，合理扩大免税品种，增加一定数量的免税购物额。经国务院批准，现将口岸进境免税店政策公告如下：

一、口岸进境免税店

口岸进境免税店是设立在对外开放的机场、陆路和水运口岸隔离区域，按规定对进境旅客免进口税购物的经营场所。国家对口岸进境免税店实行特许经营。

二、销售对象及条件

口岸进境免税店的适用对象是尚未办理海关进境手续的旅客。在口岸进境免税店购物必须同时符合以下条件：

1. 进境旅客持进出境有效证件和搭乘公共交通工具的凭证购买；未搭乘公共交通工具的，进境旅客持进出境有效证件购买。

2. 进出境有效证件指护照、往来港澳通行证或往来台湾通行证。

3. 购物应按规定取得购物凭证。

三、免税税种

关税、进口环节增值税和消费税。

四、免税商品品类

免税商品以便于携带的个人消费品为主，具体商品品类和限购数量见附表。

五、免税购物金额

在维持居民旅客进境物品 5000 元人民币免税限额不变基础上，允许其在口岸进境免税店增加一定数量的免税购物额，连同境外免税购物额总计不超过 8000 元人民币。

六、购物流程

进境旅客在口岸进境免税店购物后，由本人随身携带入境。在同一口岸既有出境免税店又有进境免税店，进境旅客在出境免税店预订寄存后，在进境时付款提取的，视为在口岸进境免税店购物。本公告自 2016 年 2 月 18 日起执行。

3、国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见

城市是经济社会发展和人民生产生活的重要载体，是现代文明的标志。新中国成立特别是改革开放以来，我国城市规划建设管理工作成就显著，城市规划法律法规和实施机制基本形成，基础设施明显改善，公共服务和管理水平持续提升，在促进经济社会发展、优化城乡布局、完善城市功能、增进民生福祉等方面发挥了重要作用。同时务必清醒地看到，城市规划建设管理中还存在一些突出问题：城市规划前瞻性、严肃性、强制性和公开性不够，城市建筑贪大、媚洋、求怪等乱象丛生，特色缺失，文化传承堪忧；城市建设盲目追求规模扩张，节约集约程度不高；依法治理城市力度不够，违法建设、大拆大建问题突出，公共产品和服务供给不足，环境污染、交通拥堵等“城市病”蔓延加重。

积极适应和引领经济发展新常态，把城市规划好、建设好、管理好，对促进以人为核心的新型城镇化发展，建设美丽中国，实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦具有重要现实意义和深远历史意义。为进一步加强和改进城市规划建设管理工作，解决制约城市科学发展的突出矛盾和深层次问题，开创城市现代化建设新局面，现提出以下意见。

一、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会及中央城镇化工作会议、中央城市工作会议精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，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，认识、尊重、顺应城市发展规律，更好发挥法治的引领和规范作用，依法规划、建设和管理城市，贯彻“适用、经济、绿色、美观”的建筑方针，着力转变城市发展方式，着力塑造城市特色风貌，着力提升城市环境质量，着力创新城市管理服务，走出一条中国特色城市发展道路。

(二)总体目标。实现城市有序建设、适度开发、高效运行，努力打造和谐宜居、富有活力、各具特色的现代化城市，让人民生活更美好。

(三)基本原则。坚持依法治理与文明共建相结合，坚持规划先行与建管并重相结合，坚持改革创新与传承保护相结合，坚持统筹布局与分类指导相结合，坚持完善功能与宜居宜业相结合，坚持集约高效与安全便利相结合。

二、强化城市规划工作

(四)依法制定城市规划。城市规划在城市发展中起着战略引领和刚性控制的重要作用。依法加强规划编制和审批管理，严格执行城乡规划法规定的原则和程序，认真落实城市总体规划由本级政府编制、社会公众参与、同级人大常委会审议、上级政府审批的有关规定。创新规划理念，改进规划方法，把以人为本、尊重自然、传承历史、绿色低碳等理念融入城市规划全过程，增强规划的前瞻性、严肃性和连续性，实现一张蓝图干到底。坚持协调发展理念，从区域、城乡整体协调的高度确定城市定位、谋划城市发展。加强空间开发管制，划定城市开发边界，根据资源禀赋和环境承载能力，引导调控城市规模，优化城市空间布局和形态功能，确定城市建设约束性指标。按照严控增量、盘活存量、优化结构的思路，逐步调整城市用地结构，把保护基本农田放在优先地位，保证生态用地，合理安排建设用地，推动城市集约发展。改革完善城市规划管理体制，加强城市总体规划和土地利用总体规划的衔接，推进两图合一。在有条件的城市探索城市规划管理和国土资源管理部门合一。

(五)严格依法执行规划。经依法批准的城市规划，是城市建设和管理的依据，必须严格执行。进一步强化规划的强制性，凡是违反规划的行为都要严肃追究责任。城市政府应当定期向同级人大常委会报告城市规划实施情况。城市总体规划的修改，必须经原审批机关同意，并报同级人大常委会审议通过，从制度上防止随意修改规划等现象。控制性详细规划是规划实施的基础，未编制控制性详细规划的区域，不得进行建设。控制性详细规划的编制、实施以及对违规建设的处理结果，都要向社会公开。全面推行城市规划委员会制度。健全国家城乡规划督察

员制度，实现规划督察全覆盖。完善社会参与机制，充分发挥专家和公众的力量，加强规划实施的社会监督。建立利用卫星遥感监测等多种手段共同监督规划实施的工作机制。严控各类开发区和城市新区设立，凡不符合城镇体系规划、城市总体规划和土地利用总体规划进行建设的，一律按违法处理。用5年左右时间，全面清查并处理建成区违法建设，坚决遏制新增违法建设。

三、塑造城市特色风貌

(六)提高城市设计水平。城市设计是落实城市规划、指导建筑设计、塑造城市特色风貌的有效手段。鼓励开展城市设计工作，通过城市设计，从整体平面和立体空间上统筹城市建筑布局，协调城市景观风貌，体现城市地域特征、民族特色和时代风貌。单体建筑设计方案必须在形体、色彩、体量、高度等方面符合城市设计要求。抓紧制定城市设计管理法规，完善相关技术导则。支持高等学校开设城市设计相关专业，建立和培育城市设计队伍。

(七)加强建筑设计管理。按照“适用、经济、绿色、美观”的建筑方针，突出建筑使用功能以及节能、节水、节地、节材和环保，防止片面追求建筑外观形象。强化公共建筑和超限高层建筑设计管理，建立大型公共建筑工程后评估制度。坚持开放发展理念，完善建筑设计招投标决策机制，规范决策行为，提高决策透明度和科学性。进一步培育和规范建筑设计市场，依法严格实施市场准入和清出。为建筑设计和建筑师事务所发展创造更加良好的条件，鼓励国内外建筑设计企业充分竞争，使优秀作品脱颖而出。培养既有国际视野又有民族自信的建筑师队伍，进一步明确建筑师的权利和责任，提高建筑师的地位。倡导开展建筑评论，促进建筑设计理念的交融和升华。

(八)保护历史文化风貌。有序实施城市修补和有机更新，解决老城区环境品质下降、空间秩序混乱、历史文化遗产损毁等问题，促进建筑物、街道立面、天际线、色彩和环境更加协调、优美。通过维护加固老建筑、改造利用旧厂房、完善基础设施等措施，恢复老城区功能和活力。加强文化遗产保护传承和合理利用，保护古遗址、古建筑、近现代历史建筑，更好地延续历史文脉，展现城市风貌。用5年左右时间，完成所有城市历史文化街区划定和历史建筑确定工作。

四、提升城市建筑水平

(九)落实工程质量责任。完善工程质量安全管理制度，落实建设单位、勘察单位、设计单位、施工单位和工程监理单位等五方主体质量安全责任。强化政府

对工程建设全过程的质量监管，特别是强化对工程监理的监管，充分发挥质监站的作用。加强职业道德规范和技能培训，提高从业人员素质。深化建设项目组织实施方式改革，推广工程总承包制，加强建筑市场监管，严厉查处转包和违法分包等行为，推进建筑市场诚信体系建设。实行施工企业银行保函和工程质量责任保险制度。建立大型工程技术风险控制机制，鼓励大型公共建筑、地铁等按市场化原则向保险公司投保重大工程保险。

(十)加强建筑安全监管。实施工程全生命周期风险管理，重点抓好房屋建筑、城市桥梁、建筑幕墙、斜坡(高切坡)、隧道(地铁)、地下管线等工程运行使用的安全监管，做好质量安全鉴定和抗震加固管理，建立安全预警及应急控制机制。加强对既有建筑改扩建、装饰装修、工程加固的质量安全监管。全面排查城市老旧建筑安全隐患，采取有力措施限期整改，严防发生垮塌等重大事故，保障人民群众生命财产安全。

(十一)发展新型建造方式。大力推广装配式建筑，减少建筑垃圾和扬尘污染，缩短建造工期，提升工程质量。制定装配式建筑设计、施工和验收规范。完善部品部件标准，实现建筑部品部件工厂化生产。鼓励建筑企业装配式施工，现场装配。建设国家级装配式建筑生产基地。加大政策支持力度，力争用10年左右时间，使装配式建筑占新建建筑的比例达到30%。积极稳妥推广钢结构建筑。在具备条件的地方，倡导发展现代木结构建筑。

五、推进节能城市建设

(十二)推广建筑节能技术。提高建筑节能标准，推广绿色建筑和建材。支持和鼓励各地结合自然气候特点，推广应用地源热泵、水源热泵、太阳能发电等新能源技术，发展被动式房屋等绿色节能建筑。完善绿色节能建筑和建材评价体系，制定分布式能源建筑应用标准。分类制定建筑全生命周期能源消耗标准定额。

(十三)实施城市节能工程。在试点示范的基础上，加大工作力度，全面推进区域热电联产、政府机构节能、绿色照明等节能工程。明确供热采暖系统安全、节能、环保、卫生等技术要求，健全服务质量标准和评估监督办法。进一步加强城市集中供热系统的技术改造和运行管理，提高热能利用效率。大力推行采暖地区住宅供热分户计量，新建住宅必须全部实现供热分户计量，既有住宅要逐步实施供热分户计量改造。

六、完善城市公共服务

(十四)大力推进棚改安居。深化城镇住房制度改革，以政府为主保障困难群体基本住房需求，以市场为主满足居民多层次住房需求。大力推进城镇棚户区改造，稳步实施城中村改造，有序推进老旧小区综合整治、危房和非成套住房改造，加快配套基础设施建设，切实解决群众住房困难。打好棚户区改造三年攻坚战，到2020年，基本完成现有的城镇棚户区、城中村和危房改造。完善土地、财政和金融政策，落实税收政策。创新棚户区改造体制机制，推动政府购买棚改服务，推广政府与社会资本合作模式，构建多元化棚改实施主体，发挥开发性金融支持作用。积极推行棚户区改造货币化安置。因地制宜确定住房保障标准，健全准入退出机制。

(十五)建设地下综合管廊。认真总结推广试点城市经验，逐步推开城市地下综合管廊建设，统筹各类管线敷设，综合利用地下空间资源，提高城市综合承载能力。城市新区、各类园区、成片开发区域新建道路必须同步建设地下综合管廊，老城区要结合地铁建设、河道治理、道路整治、旧城更新、棚户区改造等，逐步推进地下综合管廊建设。加快制定地下综合管廊建设标准和技术导则。凡建有地下综合管廊的区域，各类管线必须全部入廊，管廊以外区域不得新建管线。管廊实行有偿使用，建立合理的收费机制。鼓励社会资本投资和运营地下综合管廊。各城市要综合考虑城市发展远景，按照先规划、后建设的原则，编制地下综合管廊建设专项规划，在年度建设计划中优先安排，并预留和控制地下空间。完善管理制度，确保管廊正常运行。

(十六)优化街区路网结构。加强街区的规划和建设，分梯级明确新建街区面积，推动发展开放便捷、尺度适宜、配套完善、邻里和谐的生活街区。新建住宅要推广街区制，原则上不再建设封闭住宅小区。已建成的住宅小区和单位大院要逐步打开，实现内部道路公共化，解决交通路网布局问题，促进土地节约利用。树立“窄马路、密路网”的城市道路布局理念，建设快速路、主次干路和支路级配合理的道路网系统。打通各类“断头路”，形成完整路网，提高道路通达性。科学、规范设置道路交通安全设施和交通管理设施，提高道路安全性。到2020年，城市建成区平均路网密度提高到8公里/平方公里，道路面积率达到15%。积极采用单行道路方式组织交通。加强自行车道和步行道系统建设，倡导绿色出行。合理配置停车设施，鼓励社会参与，放宽市场准入，逐步缓解停车难问题。

(十七)优先发展公共交通。以提高公共交通分担率为突破口，缓解城市交通压力。统筹公共汽车、轻轨、地铁等多种类型公共交通协调发展，到2020年，超大、特大城市公共交通分担率达到40%以上，大城市达到30%以上，中小城市达到

20%以上。加强城市综合交通枢纽建设，促进不同运输方式和城市内外交通之间的顺畅衔接、便捷换乘。扩大公共交通专用道的覆盖范围。实现中心城区公交站点500米内全覆盖。引入市场竞争机制，改革公交公司管理体制，鼓励社会资本参与公共交通设施建设和运营，增强公共交通便利。

(十八)健全公共服务设施。坚持共享发展理念，使人民群众在共建共享中有更多获得感。合理确定公共服务设施建设标准，加强社区服务场所建设，形成以社区级设施为基础，市、区级设施衔接配套的公共服务设施网络体系。配套建设中小学、幼儿园、超市、菜市场，以及社区养老、医疗卫生、文化服务等设施，大力推进无障碍设施建设，打造方便快捷生活圈。继续推动公共图书馆、美术馆、文化馆(站)、博物馆、科技馆免费向全社会开放。推动社区内公共设施向居民开放。合理规划建设广场、公园、步行道等公共活动空间，方便居民文体活动，促进居民交流。强化绿地服务居民日常活动的功能，使市民在居家附近能够见到绿地、亲近绿地。城市公园原则上要免费向居民开放。限期清理腾退违规占用的公共空间。顺应新型城镇化的要求，稳步推进城镇基本公共服务常住人口全覆盖，稳定就业和生活的农业转移人口在住房、教育、文化、医疗卫生、计划生育和证照办理服务等方面，与城镇居民有同等权利和义务。

(十九)切实保障城市安全。加强市政基础设施建设，实施地下管网改造工程。提高城市排涝系统建设标准，加快实施改造。提高城市综合防灾和安全设施建设配置标准，加大建设投入力度，加强设施运行管理。建立城市备用饮用水水源地，确保饮水安全。健全城市抗震、防洪、排涝、消防、交通、应对地质灾害应急指挥体系，完善城市生命通道系统，加强城市防灾避难场所建设，增强抵御自然灾害、处置突发事件和危机管理能力。加强城市安全监管，建立专业化、职业化的应急救援队伍，提升社会治安综合治理水平，形成全天候、系统性、现代化的城市安全保障体系。

七、营造城市宜居环境

(二十)推进海绵城市建设。充分利用自然山体、河湖湿地、耕地、林地、草地等生态空间，建设海绵城市，提升水源涵养能力，缓解雨洪内涝压力，促进水资源循环利用。鼓励单位、社区和居民家庭安装雨水收集装置。大幅度减少城市硬覆盖地面，推广透水建材铺装，大力建设雨水花园、储水池塘、湿地公园、下沉式绿地等雨水滞留设施，让雨水自然积存、自然渗透、自然净化，不断提高城市雨水就地蓄积、渗透比例。

(二十一)恢复城市自然生态。制定并实施生态修复工作方案，有计划有步骤地修复被破坏的山体、河流、湿地、植被，积极推进采矿废弃地修复和再利用，治理污染土地，恢复城市自然生态。优化城市绿地布局，构建绿道系统，实现城市内外绿地连接贯通，将生态要素引入市区。建设森林城市。推行生态绿化方式，保护古树名木资源，广植当地树种，减少人工干预，让乔灌草合理搭配、自然生长。鼓励发展屋顶绿化、立体绿化。进一步提高城市人均公园绿地面积和城市建成区绿地率，改变城市建设中过分追求高强度开发、高密度建设、大面积硬化的状况，让城市更自然、更生态、更有特色。

(二十二)推进污水大气治理。强化城市污水治理，加快城市污水处理设施建设与改造，全面加强配套管网建设，提高城市污水收集处理能力。整治城市黑臭水体，强化城中村、老旧城区和城乡结合部污水截流、收集，抓紧治理城区污水横流、河湖水系污染严重的现象。到2020年，地级以上城市建成区力争实现污水全收集、全处理，缺水城市再生水利用率达到20%以上。以中水洁厕为突破口，不断提高污水利用率。新建住房和单体建筑面积超过一定规模的新建公共建筑应当安装中水设施，老旧住房也应当逐步实施中水利用改造。培育以经营中水业务为主的水务公司，合理形成中水回用价格，鼓励按市场化方式经营中水。城市工业生产、道路清扫、车辆冲洗、绿化浇灌、生态景观等生产和生态用水要优先使用中水。全面推进大气污染防治工作。加大城市工业源、面源、移动源污染综合治理力度，着力减少多污染物排放。加快调整城市能源结构，增加清洁能源供应。深化京津冀、长三角、珠三角等区域大气污染联防联控，健全重污染天气监测预警体系。提高环境监管能力，加大执法力度，严厉打击各类环境违法行为。倡导文明、节约、绿色的消费方式和生活习惯，动员全社会参与改善环境质量。

(二十三)加强垃圾综合治理。树立垃圾是重要资源和矿产的观念，建立政府、社区、企业和居民协调机制，通过分类投放收集、综合循环利用，促进垃圾减量化、资源化、无害化。到2020年，力争将垃圾回收利用率提高到35%以上。强化城市保洁工作，加强垃圾处理设施建设，统筹城乡垃圾处理处置，大力解决垃圾围城问题。推进垃圾收运处理企业化、市场化，促进垃圾清运体系与再生资源回收体系对接。通过限制过度包装，减少一次性制品使用，推行净菜入城等措施，从源头上减少垃圾产生。利用新技术、新设备，推广厨余垃圾家庭粉碎处理。完善激励机制和政策，力争用5年左右时间，基本建立餐厨废弃物和建筑垃圾回收和再生利用体系。

八、创新城市治理方式

(二十四)推进依法治理城市。适应城市规划建设管理新形势和新要求,加强重点领域法律法规的立改废释,形成覆盖城市规划建设管理全过程的法律法规制度。严格执行城市规划建设管理行政决策法定程序,坚决遏制领导干部随意干预城市规划和工程建设的现象。研究推动城乡规划法与刑法衔接,严厉惩处规划建设管理违法行为,强化法律责任追究,提高违法违规成本。

(二十五)改革城市管理体制。明确中央和省级政府城市管理主管部门,确定管理范围、权力清单和责任主体,理顺各部门职责分工。推进市县两级政府规划建设管理机构改革,推行跨部门综合执法。在设区的市推行市或区一级执法,推动执法重心下移和执法事项属地化管理。加强城市管理执法机构和队伍建设,提高管理、执法和服务水平。

(二十六)完善城市治理机制。落实市、区、街道、社区的管理服务责任,健全城市基层治理机制。进一步强化街道、社区党组织的领导核心作用,以社区服务型党组织建设带动社区居民自治组织、社区社会组织建设。增强社区服务功能,实现政府治理和社会调节、居民自治良性互动。加强信息公开,推进城市治理阳光运行,开展世界城市日、世界住房日等主题宣传活动。

(二十七)推进城市智慧管理。加强城市管理和服务体系智能化建设,促进大数据、物联网、云计算等现代信息技术与城市管理服务融合,提升城市治理和服务水平。加强市政设施运行管理、交通管理、环境管理、应急管理等城市管理数字化平台建设和功能整合,建设综合性城市管理数据库。推进城市宽带信息基础设施建设,强化网络安全保障。积极发展民生服务智慧应用。到2020年,建成一批特色鲜明的智慧城市。通过智慧城市建设和其他一系列城市规划建设管理措施,不断提高城市运行效率。

(二十八)提高市民文明素质。以加强和改进城市规划建设管理来满足人民群众日益增长的物质文化需要,以提升市民文明素质推动城市治理水平的不断提高。大力开展社会主义核心价值观学习教育实践,促进市民形成良好的道德素养和社会风尚,提高企业、社会组织和市民参与城市治理的意识和能力。从青少年抓起,完善学校、家庭、社会三结合的教育网络,将良好校风、优良家风和社会新风有机融合。建立完善市民行为规范,增强市民法治意识。

九、切实加强组织领导

(二十九)加强组织协调。中央和国家机关有关部门要加大对城市规划建设管

理工作的指导、协调和支持力度，建立城市工作协调机制，定期研究相关工作。定期召开中央城市工作会议，研究解决城市发展中的重大问题。中央组织部、住房城乡建设部要定期组织新任市委书记、市长培训，不断提高城市主要领导规划建设管理的能力和水平。

(三十)落实工作责任。省级党委和政府要围绕中央提出的总目标，确定本地区城市发展的目标和任务，集中力量突破重点难点问题。城市党委和政府要制定具体目标和工作方案，明确实施步骤和保障措施，加强对城市规划建设管理工作的领导，落实工作经费。实施城市规划建设管理工作监督考核制度，确定考核指标体系，定期通报考核结果，并作为城市党政领导班子和领导干部综合考核评价的重要参考。

4、关于“十三五”期间实施新一轮农村电网改造升级工程的意见

农村电网是农村重要的基础设施，对促进农业农村发展、改善农民生产生活条件具有不可替代的作用。“十二五”时期实施农村电网改造升级工程以来，农村电网结构大幅改善，电力供应能力明显提升，管理体制基本理顺，同网同价基本实现，彻底解决了无电人口用电问题。但受自然环境条件、历史遗留问题等各种因素制约，城乡电力服务差距较为明显，农村地区电力保障能力与日益增长的用电需求不相适应，贫困地区以及偏远少数民族地区电网建设相对滞后，农村电网整体水平与全面建成小康社会目标仍有差距。为充分满足广大农民用电需求，加快城乡电力服务均等化进程，现就“十三五”期间实施新一轮农村电网改造升级工程提出以下意见：

一、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会以及中央经济工作会议、中央扶贫开发工作会议、中央农村工作会议精神，以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，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，积极适应农业生产和农村消费需求，按照统筹规划、协调发展，突出重点、共享均等，电能替代、绿色低碳，创新机制、加强管理的原则，突出重点领域和薄弱环节，实施新一轮农村电网改造升级工程，加快城乡电力服务均等化进程，为促进农村经济社会发展提供电力保障。

(二)主要目标。到2020年，全国农村地区基本实现稳定可靠的供电服务全覆

盖，供电能力和服务水平明显提升，农村电网供电可靠率达到 99.8%，综合电压合格率达到 97.9%，户均配变容量不低于 2 千伏安，建成结构合理、技术先进、安全可靠、智能高效的现代农村电网，电能在农村家庭能源消费中的比重大幅提高。东部地区基本实现城乡供电服务均等化，中西部地区城乡供电服务差距大幅缩小，贫困及偏远少数民族地区农村电网基本满足生产生活需要。县级供电企业基本建立现代企业制度。

二、重点任务

(一) 加快新型小城镇、中心村电网和农业生产供电设施改造升级。结合推进新型城镇化、农业现代化和扶贫搬迁等，积极适应农产品加工、乡村旅游、农村电商等新型产业发展以及农民消费升级的用电需求，科学确定改造标准，推进新型小城镇和中心村电网改造升级。结合高标准农田建设和推广农业节水灌溉等工作，完善农业生产供电设施，加快推进机井通电，到 2017 年底，完成中心村电网改造升级，实现平原地区机井用电全覆盖。

(二) 稳步推进农村电网投资多元化。在做好电力普遍服务的前提下，结合售电侧改革拓宽融资渠道，探索通过政府和社会资本合作(PPP)等模式，运用商业机制引入社会资本参与农村电网建设改造。在西部偏远地区，鼓励相关企业因地制宜建设水能、太阳能、风能、生物质能等可再生能源局域电网。

(三) 开展西藏、新疆以及四川、云南、甘肃、青海四省藏区农村电网建设攻坚。继续落实各项优先支持政策，集中力量加快孤网县城的联网进程，符合条件的地区电网延伸到乡到村，到 2020 年实现孤网县城联网或建成可再生能源局域电网。农牧区基本实现用电全覆盖，电力在当地能源消费中的比重显著提升，促进改善农牧区生产生活条件。

(四) 加快西部及贫困地区农村电网改造升级。重点推进国家扶贫开发工作重点县、集中连片特困地区以及革命老区的农村电网改造升级，解决电压不达标、架构不合理、不通动力电等问题，提升电力普遍服务水平。结合新能源扶贫工程和微电网建设，提高农村电网接纳分布式新能源发电的能力，到 2020 年贫困地区供电服务水平接近本省(区、市)农村平均水平。继续实施农场、林场林区、小水电供区电网改造升级。

(五) 推进东中部地区城乡供电服务均等化进程。东中部地区以及有条件的西部地区，在完善农村电网架构、缩短供电服务半径、提高户均配变容量的基础上，

逐步提高农村电网信息化、自动化、智能化水平，进一步优化电力供给结构，缩小城乡供电服务差距，不断提高农村电气化水平，为农村经济社会发展、农民生活质量改善提供更好的电力保障。

三、政策措施

(一)多渠道筹集资金。“十三五”期间，继续安排中央预算内投资支持中西部地区农村电网改造升级工程，并通过项目法人自有资金、地方财政投入或专项建设基金等多种方式筹措项目资本金；东部地区农村电网改造升级工程主要通过项目法人自有资金或专项建设基金解决项目资本金。电网企业要加大对农村电网建设改造的资金投入。地方政府要按规定统筹使用相关财政资金和社会资金，承担相应的建设成本，支持农村电网改造升级。

(二)加强还贷资金管理。继续执行每千瓦时售电量收取2分钱的还贷资金政策，专项用于农村电网建设改造贷款的还本付息。有关部门要强化还贷资金管理，规范资金的征收使用，确保政策落实到位。

(三)深化电力体制改革。县级电网企业通过有限责任公司、股份有限公司等形式建立现代企业制度，到2020年全部取消“代管体制”。在有条件的地区开展县级电网企业股份制改革试点。

四、组织保障

(一)加强统筹协调。各省(区、市)人民政府要将农村电网改造升级作为扩大投资、改善民生的重要领域，纳入本地区经济社会发展总体部署，完善工作机制，加强统筹协调，规范和简化项目管理程序，切实解决工程实施中手续繁杂、效率不高等问题，为农村电网改造升级工程创造良好环境。各有关部门要结合深化电力体制改革要求，有针对性地调整完善投资、价格、财税、金融等支持政策。

(二)强化规划管理。各省(区、市)人民政府要在县级规划的基础上，组织编制本地区农村电网改造升级5年规划、建立3年滚动项目储备库，结合当地实际情况，明确任务目标、建设重点和工作措施，并与新型城镇化、新农村建设、扶贫搬迁、土地利用等规划做好衔接。国家发展改革委负责在各省(区、市)规划的基础上，编制全国农村电网改造升级5年规划和3年滚动投资计划，修订项目管理办法，加强中央预算内投资计划管理，根据项目进展统筹安排年度投资计划。

(三)抓好监督评价。国家发展改革委要建立健全工程实施监督制度，及时掌握工作进度，定期开展专项督查，确保工程质量和安全。各地区要建立监测评价体系，对农村电网的建设投资、管理服务等进行考核评价，督促企业做好电力普遍服务。国家电网公司、中国南方电网有限责任公司及相关企业要加大农村电网建设改造力度，科学安排计划，加强组织实施和绩效考核，确保建设资金及时到位、工程任务按时完成。

5、关于规范土地储备和资金管理等相关问题的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、国土资源主管部门，新疆生产建设兵团财务局、国土资源局，中国人民银行上海总部，各分行、营业管理部，省会（首府）城市中心支行、副省级城市中心支行，各省、自治区、直辖市银监局：

根据《预算法》以及《中共中央 国务院关于分类推进事业单位改革的指导意见》、《国务院关于加强地方政府性债务管理的意见》（国发〔2014〕43号）等有关规定，为规范土地储备和资金管理行为，促进土地储备健康发展，现就有关问题通知如下：

一、清理压缩现有土地储备机构

各地区应当结合事业单位分类改革，对现有土地储备机构进行全面清理。为提高土地储备工作效率，精简机构和人员，每个县级以上（含县级）法定行政区划原则上只能设置一个土地储备机构，统一隶属于所在行政区划国土资源主管部门管理。对于重复设置的土地储备机构，应当在压缩归并的基础上，按规定重新纳入土地储备名录管理。鉴于土地储备机构承担的依法取得土地、进行前期开发、储存以备供应土地等工作主要是为政府部门行使职能提供支持保障，不能或不宜由市场配置资源，因此，按照事业单位分类改革的原则，各地区应当将土地储备机构统一划为公益一类事业单位。各地区应当将现有土地储备机构中从事政府融资、土建、基础设施建设、土地二级开发业务部分，从现有土地储备机构中剥离出去或转为企业，上述业务对应的人员、资产和债务等也相应剥离或划转。上述工作由地方各级国土资源主管部门商同级财政部门、人民银行分支机构、银监部门等机构提出具体意见，经同级人民政府批准后实施，并于2016年12月31日前完成。

二、进一步规范土地储备行为

按照《国土资源部 财政部 人民银行关于印发〈土地储备管理办法〉的通知》（国土资发〔2007〕277号）和《国土资源部 财政部 人民银行 银监会关于加强土地储备与融资管理的通知》（国土资发〔2012〕162号）的规定，各地区应当进一步规范土地储备行为。土地储备工作只能由纳入名录管理的土地储备机构承担，各类城投公司等其他机构一律不得再从事新增土地储备工作。土地储备机构不得在土地储备职能之外，承担与土地储备职能无关的事务，包括城市基础设施建设、城镇保障性安居工程建设等事务，已经承担的上述事务应当按照本通知第一条规定限期剥离和划转。

三、合理确定土地储备总体规模

各地土地储备总体规模，应当根据当地经济发展水平、当地财力状况、年度土地供应量、年度地方政府债务限额、地方政府还款能力等因素确定。现有土地储备规模偏大的，要加快已储备土地的前期开发和供应进度，相应减少或停止新增以后年度土地储备规模，避免由于土地储备规模偏大而形成土地资源利用不充分和地方政府债务压力。

四、妥善处置存量土地储备债务

对清理甄别后认定为地方政府债务的截至2014年12月31日的存量土地储备贷款，应纳入政府性基金预算管理，偿债资金通过政府性基金预算统筹安排，并逐步发行地方政府债券予以置换。

五、调整土地储备筹资方式

土地储备机构新增土地储备项目所需资金，应当严格按照规定纳入政府性基金预算，从国有土地收益基金、土地出让收入和其他财政资金中统筹安排，不足部分在国家核定的债务限额内通过省级政府代发地方政府债券筹集资金解决。自2016年1月1日起，各地不得再向银行业金融机构举借土地储备贷款。地方政府应在核定的债务限额内，根据本地区土地储备相关政府性基金收入、地方政府性债务风险等因素，合理安排年度用于土地储备的债券发行规模和期限。

六、规范土地储备资金使用管理

根据《预算法》等法律法规规定，从2016年1月1日起，土地储备资金从以

下渠道筹集：一是财政部门从已供应储备土地产生的土地出让收入中安排给土地储备机构的征地和拆迁补偿费用、土地开发费用等储备土地过程中发生的相关费用。二是财政部门从国有土地收益基金中安排用于土地储备的资金。三是发行地方政府债券筹集的土地储备资金。四是经财政部门批准可用于土地储备的其他资金。五是上述资金产生的利息收入。土地储备资金主要用于征收、收购、优先购买、收回土地以及储备土地供应前的前期开发等土地储备开支，不得用于土地储备机构日常经费开支。土地储备机构所需的日常经费，应当与土地储备资金实行分账核算，不得相互混用。

土地储备资金的使用范围包括：

（一）征收、收购、优先购买或收回土地需要支付的土地价款或征地和拆迁补偿费用。包括土地补偿费和安置补助费、地上附着物和青苗补偿费、拆迁补偿费，以及依法需要支付的与征收、收购、优先购买或收回土地有关的其他费用。

（二）征收、收购、优先购买或收回土地后进行必要的前期土地开发费用。储备土地的前期开发，仅限于与储备宗地相关的道路、供水、供电、供气、排水、通讯、照明、绿化、土地平整等基础设施建设。各地不得借土地储备前期开发，搭车进行与储备宗地无关的上述相关基础设施建设。

（三）按照本通知规定需要偿还的土地储备存量贷款本金和利息支出。

（四）经同级财政部门批准的与土地储备有关的其他支出。包括土地储备工作中发生的地籍调查、土地登记、地价评估以及管护中围栏、围墙等建设等支出。

七、推动土地收储政府采购工作

地方国土资源主管部门应当积极探索政府购买土地征收、收购、收回涉及的拆迁安置补偿服务。土地储备机构应当积极探索通过政府采购实施储备土地的前期开发，包括与储备宗地相关的道路、供水、供电、供气、排水、通讯、照明、绿化、土地平整等基础设施建设。地方财政部门、国土资源主管部门应当会同辖区内土地储备机构制定项目管理办法，并向社会公布项目实施内容、承接主体或供应商条件、绩效评价标准、最终结果、取得成效等相关信息，严禁层层转包。项目承接主体或供应商应当严格履行合同义务，按合同约定数额获取报酬，不得与土地使用权出让收入挂钩，也不得以项目所涉及的土地名义融资或者变相融资。对于违反规定的行为，将按照《预算法》、《政府采购法》、《政府采购法实施条例》、

《政府购买服务管理办法（暂行）》等规定进行处理。

八、加强土地储备项目收支预算决算管理

土地储备机构应当于每年第三季度根据当地经济发展水平、上年度地方财力状况、近三年土地供应量、上年度地方政府债务限额、地方政府还款能力等因素，按照宗地编制下一年度土地储备资金收支项目预算，经主管部门审核后，报同级财政部门审定。其中：属于政府采购范围的应当按照规定编制政府采购预算，属于政府购买服务项目的应当同时编制政府购买服务预算，并严格按照有关规定执行。地方财政部门应当认真审核土地储备资金收支预算，统筹安排政府性基金预算、地方政府债券收入和存量贷款资金。土地储备支出首先从国有土地收益基金、土地出让收入、存量贷款资金中安排，不足部分再通过省级政府发行的地方政府债券筹集资金解决。财政部门应当及时批复土地储备机构土地储备项目收支预算。

土地储备机构应当严格按照同级财政部门批复的预算执行，并根据土地收购储备的工作进度，提出用款申请，经主管部门审核后，报同级财政部门审批。其中：属于财政性资金的土地储备支出，按照财政国库管理制度的有关规定执行。土地储备机构需要调整土地储备资金收支项目预算的，应当按照规定编制预算调整方案，经主管部门审核后，按照规定程序报同级财政部门批准后执行。

每年年度终了，土地储备机构要按照同级财政部门规定，向同级财政部门报送土地储备资金收支项目决算，并详细提供宗地支出情况。土地储备资金收支项目决算由同级财政部门负责审核或者由具有良好信誉、执业质量高的会计师事务所等相关中介机构进行审核。

土地储备机构应当按照国家关于资产管理的有关规定，做好土地储备资产的登记、核算、评估等各项工作。

九、落实好相关部门责任

规范土地储备和资金管理行为，是进一步完善土地储备制度，促进土地储备健康发展的重要举措。各级财政、国土资源部门和人民银行分支机构、银监部门等要高度重视，密切合作，周密部署，强化督导，确保上述各项工作顺利实施。

财政部、国土资源部、人民银行、银监会将按照职责分工，会同有关部门抓紧修订《土地储备管理办法》、《土地储备资金财务管理暂行办法》、《土地储备资

金会计核算办法（试行）》、《土地储备统计报表》等相关制度。

省级财政、国土资源主管部门和人民银行分支机构、银监部门应当加强对市县土地储备和资金管理工作的指导，督促市县相关部门认真贯彻落实本通知规定，并于2017年3月31日前，将本地区贯彻落实情况以书面形式报告财政部、国土资源部、人民银行和银监会。

此前土地储备和资金管理的相关规定与本通知规定不一致的，以本通知规定为准。

6、中国出台未来 15 年中医药发展战略规划纲要

中国政府网27日公布《中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)》。《纲要》明确了未来15年中国中医药发展方向和工作重点，是新时期推进中国中医药事业发展的纲领性文件。

《纲要》提出，要坚持中西医并重，落实中医药与西医药的平等地位，遵循中医药发展规律，以推进继承创新为主题，以提高中医药发展水平为中心，以完善符合中医药特点的管理体制和政策机制为重点，以增进和维护人民群众健康为目标，拓展中医药服务领域，促进中西医结合。到2020年，实现人人基本享有中医药服务，中医药产业成为国民经济重要支柱之一；到2030年，中医药服务领域实现全覆盖，中医药健康服务能力显著增强，对经济社会发展作出更大贡献。

《纲要》明确了今后一个时期中医药发展的重点任务。一要切实提高中医医疗服务能力，完善覆盖城乡的中医医疗服务网络，促进中西医结合和民族医药发展，放宽中医药服务准入，推动“互联网+”中医医疗。二要大力发展中医养生保健服务，加快服务体系建设，提升服务能力，促进中医药与健康养老、旅游产业等融合发展。三要全面做好中医药理论方法继承，加强中医药传统知识保护与技术挖掘，强化中医药师承教育。四要着力推进中医药创新，加强对重大疑难疾病、重大传染病的联合攻关，推动重大中药新药创制取得新进展。五要全面提升中药产业发展水平，加强中药资源保护利用，推进中药材规范化种植养殖，促进中药工业转型升级，构建现代中药材流通体系。六要大力弘扬中医药文化，发展中医药文化产业。七要积极推动中医药海外发展，加强对外交流合作，扩大中医药国际贸易。

二、经济观察

1、50个城市主要食品平均价格变动情况（2016年2月11-20日）

图表 1 2016年2月11-20日50个城市主要食品平均价格变动情况

商品名称	规格等级	单位	本期价格 (元)	比上期价格涨 跌(元)	涨跌幅(%)
大米	粳米	千克	6.28	0	0
面粉	富强粉	千克	6.09	-0.01	-0.2
面粉	标准粉	千克	4.9	0.01	0.2
豆制品	豆腐	千克	4.74	0	0
花生油	压榨一级	升	27.49	0.01	0
大豆油	5L桶装	升	9.86	0	0
菜籽油	一级散装	升	13.73	0.03	0.2
猪肉	猪肉后臀尖 (后腿肉)	千克	30.89	-0.27	-0.9
猪肉	五花肉	千克	31.75	-0.47	-1.5
牛肉	腿肉	千克	68.26	-0.64	-0.9
羊肉	腿肉	千克	61.22	-0.35	-0.6
鸡	白条鸡	千克	22.06	-0.1	-0.5
鸡	鸡胸肉	千克	20.68	-0.18	-0.9
鸭	白条鸭	千克	18.51	-0.1	-0.5
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	10.3	-0.42	-3.9
活鲤鱼		千克	16.18	-0.08	-0.5
活草鱼		千克	16.35	-0.17	-1
带鱼		千克	35.07	-0.4	-1.1
大白菜		千克	3.89	0	0
油菜		千克	8.94	-0.59	-6.2
芹菜		千克	9.04	-0.12	-1.3
黄瓜		千克	11.25	-2.02	-15.2
西红柿		千克	9.64	-0.54	-5.3
豆角		千克	17.4	0.69	4.1
土豆		千克	4.71	0.05	1.1
苹果	富士苹果	千克	12.44	-0.08	-0.6

香蕉	国产	千克	6.44	0.03	0.5
----	----	----	------	------	-----

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2月11-20日）

2016年2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2月上旬相比，22种产品价格上涨，17种下降，11种持平。

图表2 2016年2月11-20日流通领域重要生产资料市场价格变动情况

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期价格 涨跌(元)	涨跌幅 (%)
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	1934.1	36.9	1.9
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	1996.8	35.5	1.8
普通中板（20mm, Q235）	吨	2012.3	29.2	1.5
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	2106.2	20.2	1
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	2579	-12.9	-0.5
角钢（5#）	吨	2164.2	12.2	0.6
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	35440.7	174	0.5
铝锭（A00）	吨	10771.6	221.6	2.1
铅锭（1#）	吨	13843	69.7	0.5
锌锭（0#）	吨	13626.6	493.9	3.8
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	180	0	0
烧碱（液碱，32%）	吨	502	-2.2	-0.4
甲醇（优等品）	吨	1699.4	43.7	2.6
纯苯（石油苯，工业级）	吨	4478.6	-49.5	-1.1
苯乙烯（一级品）	吨	7609	115.7	1.5
聚乙烯（LLDPE, 7042）	吨	8888.3	-25.6	-0.3
聚丙烯（T30S）	吨	6523.1	-214.1	-3.2
聚氯乙烯（SG5）	吨	5064.7	114.7	2.3
顺丁胶（BR9000）	吨	8158	-12	-0.1
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	6690	40	0.6
四、石油天然气				

液化天然气 (LNG)	吨	3212	-471.8	-12.8
液化石油气 (LPG)	吨	2948	-49	-1.6
汽油 (97#)	吨	6987.9	-35.6	-0.5
汽油 (93#)	吨	5655.8	49.9	0.9
柴油 (0#)	吨	4423.5	-168	-3.7
石蜡 (58#半)	吨	6613.8	-18.7	-0.3
五、煤炭				
无烟煤 (2 号洗中块)	吨	844.2	0	0
普通混煤 (4500 大卡)	吨	305	3.3	1.1
山西大混 (5000 大卡)	吨	340	3.3	1
山西优混 (5500 大卡)	吨	380	3.3	0.9
大同混煤 (5800 大卡)	吨	400	0	0
焦煤 (1/3 焦煤)	吨	510	0	0
焦炭 (二级冶金焦)	吨	577.3	0	0
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5 袋装)	吨	222.9	-0.7	-0.3
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5 散装)	吨	230	0	0
浮法平板玻璃 (4.8-5mm)	吨	1156.3	2.1	0.2
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4340	0	0
小麦 (国标三等)	吨	2360.4	2.4	0.1
玉米 (黄玉米二等)	吨	1931.3	1.8	0.1
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	12590	-74.3	-0.6
生猪 (外三元)	千克	18.1	0	0
大豆 (黄豆)	吨	3708.7	12	0.3
豆粕 (粗蛋白含量 \geq 43%)	吨	2612	-5.5	-0.2
花生 (油料花生米)	吨	7950	0	0
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1378	-12.8	-0.9
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2365	0	0
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	17975	0	0
九、林产品				
人造板 (1220*2440*15mm)	张	50	-0.8	-1.6
纸浆 (漂白化学浆)	吨	4380.6	-4.4	-0.1
瓦楞纸 (高强)	吨	2572	16	0.6

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2016年1月份70个大中城市住宅销售价格变动情况

(一) 与上月相比，70个大中城市中，价格下降的城市有24个，上涨的城市有38个，持平的城市有8个。环比价格变动中，最高涨幅为4.1%，最低为下降0.8%。

(二) 与上年同月相比，70个大中城市中，价格下降的城市有45个，上涨的城市有25个。1月份，同比价格变动中，最高涨幅为52.7%，最低为下降4.9%。

图表3 2016年1月70个大中城市新建商品住宅价格指数

城市	新建商品住宅价格指数		
	环比	同比	定基
	上月=100	上年同月=100	2010年=100
北京	101.1	111.3	106.5
天津	100.5	104.1	102.9
石家庄	100.2	102.1	101.3
太原	100	101.8	101.1
呼和浩特	99.9	97.7	99.3
沈阳	100.1	99.5	99.9
大连	100	98.9	99.3
长春	99.7	98.2	99.2
哈尔滨	99.9	100.1	100.4
上海	102.6	121.4	113.3
南京	102.5	110.8	108
杭州	100.9	107.1	105
宁波	100.5	104.6	103
合肥	101.5	103.3	103.1
福州	101.1	103.3	103.4
厦门	102	108.7	106.7
南昌	100	101.8	101.9
济南	100.2	101.5	101.2
青岛	100.3	98.6	100
郑州	100.3	103.4	102.3
武汉	101	105.6	103.9

长 沙	100.4	100.4	100.9
广 州	100.8	110	105.9
深 圳	104.1	152.7	126.3
南 宁	100.7	102.7	102.1
海 口	100.1	99.6	100.3
重 庆	100.8	100.3	101.2
成 都	100.2	101.1	101.3
贵 阳	100.3	99.6	100
昆 明	100.3	97.7	99.3
西 安	99.8	100.2	100.7
兰 州	100.2	99.2	100.4
西 宁	100.2	96.9	98.7
银 川	99.7	96.4	98.5
乌鲁木齐	99.2	97.8	98.9
唐 山	99.9	97.9	99.1
秦 皇 岛	99.5	96.9	98.8
包 头	99.5	97.1	98.8
丹 东	99.8	96.2	98
锦 州	99.5	96.5	98.3
吉 林	99.8	97.5	98.7
牡 丹 江	99.8	98.3	99.1
无 锡	100.3	99.6	100
扬 州	100.2	99.8	100.5
徐 州	100	99.9	100.1
温 州	100	102.8	101.8
金 华	100.1	102	101.7
蚌 埠	99.7	96	98.4
安 庆	100.1	99.3	99.7
泉 州	99.8	99	99.9
九 江	100.1	98.8	99.6
赣 州	100.3	99.4	99.9
烟 台	100.2	99	100.1
济 宁	99.9	96.7	98.5
洛 阳	99.9	97.6	99.1
平 顶 山	100.1	99.8	100.4

宜 昌	100	98.6	99.6
襄 阳	99.9	96.2	98.4
岳 阳	100.1	96.5	98.4
常 德	99.9	97.1	98.8
惠 州	100.6	98.9	100.9
湛 江	99.9	95.1	98.2
韶 关	99.3	96.6	98.9
桂 林	99.7	97.3	98.9
北 海	99.8	99.1	99.8
三 亚	100	99.7	100.1
泸 州	100.4	99.5	100.4
南 充	99.9	96.6	98.5
遵 义	100	97.8	99.2
大 理	100.6	98.2	99.7

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

三、投资市场

1、阿里拟贷款 40 亿美元，用于更大规模扩张

阿里巴巴集团正与银行商谈高达 40 亿美元贷款，为其收购等扩张计划提供资金，该笔贷款据称有望于下个月落实。

此次商谈包括多家银行，首先实施 30 亿美元的贷款计划，但数额可能会增至 40 亿美元。

过去一年里，阿里巴巴将数十亿美元用于中国及海外市场（如：印度）的投资和并购。现在，阿里巴巴计划增加其“战争基金”。

2015 年，阿里巴巴有以下主要的收购和扩张动作：

2015 年 6 月，阿里巴巴、蚂蚁金服合资 60 亿成立“口碑网”，初期双方将各自注资 30 亿元。

2015 年 8 月，阿里巴巴宣布，将以约 283 亿元人民币战略投资苏宁，成为其

第二大股东。

2015年8月，阿里巴巴向 Snapdeal 投资 2 亿美元。

2015年11月，阿里巴巴和优酷土豆签署合并协议，将以全现金交易方式收购优酷土豆，阿里巴巴将向优酷和土豆支付 36.7 亿美元。

2015年12月，阿里巴巴以 20.6 亿港元（2.66 亿美元）收购南华早报集团旗下的媒体业务。

此外，阿里巴巴的子公司蚂蚁金服收购了印度网上支付公司 One97 26%的股份。阿里巴巴还买入美国团购公司 Groupon 5.6%的股份，共计 3300 万股，成为该网站第四大股东。

2、锦江战略投资铂涛完成交割，交易标的公司价值超 100 亿元

2月26日晚间，锦江股份（600754）公布了《重大资产购买实施情况报告书》及相关公告，标志着备受市场关注的锦江战略投资铂涛集团项目顺利完成交割，铂涛集团正式成为锦江大家庭的一员。

锦江战略投资 81%股权，标的公司价值达 108 亿人民币

《报告书》显示，双方协商确定标的公司的企业价值为 108 亿人民币，本次交易锦江股份将战略投资铂涛集团 81%的股权，交易为现金收购，以人民币计价，折合美元支付。

铂涛集团拥有业内最大的会员平台、最多的酒店品牌，是一家多品牌、全球化、专注于体验消费的集团公司，截止 2015 年 12 月底，铂涛门店总数约 3700 家，客房总量超 31 万，会员数超 8000 万。锦江是一家按照市场化、国际化运营的跨国经营公司，在泛旅游行业拥有最完善的产业链。双方的合作，将会为铂涛旗下各品牌的创新发展提供更强大的实现载体。

将成为首家跻身全球前五的中国酒店集团

2015 年，锦江完成收购欧洲第二大酒店集团法国卢浮集团，如今已初步形成协同效应，而本次战略投资铂涛集团将继续助力其全球化发展战略的实施。

据了解，锦江拥有 J.HOTEL、锦江、昆仑、岩花园、锦江都城、锦江之星等知名品牌；卢浮拥有 Golden Tulip、Première Classe、Campanile 等品牌；而铂涛旗下拥有 Maison Albar(安珀)、H12、铂涛菲诺、麗枫、喆·啡、ZMAX 潮漫、希岸、IU、7 天、7 天优品、派等十多个酒店品牌。交易完成后，锦江国际集团将合计拥有超过 6000 家酒店，客房逾 65 万间，覆盖全球 55 个国家或地区，品牌系列覆盖高、中、经济型等不同档次，品牌层次趋于多元，内涵更加丰富。

并购法国卢浮集团、战略投资铂涛集团，这是锦江集团响应国家“走出去”战略的体现，而此前，锦江之星也曾先后走向菲律宾、韩国、印尼等国，以品牌输出的方式跨出国门，成为中国经济型酒店行业正式走向海外的第一品牌，也开创了中国服务业的国际化进程。

3、易界网获欧擎欣锦领投千万级 Pre-A 轮融资

专业跨境并购投资平台 DealGlobe 易界网宣布已经完成千万级的 Pre-A 轮融资。本轮融资由上海欧擎欣锦创业投资有限公司（欧擎欣锦）领投，用来支持易界网全球性的战略及业务发展。

2014 年初易界网在英国伦敦成立，并得到了英国投资贸易署的支持，入驻位于伦敦金丝雀码头的 Level 1

39 金融科技孵化器。易界网是专注于服务在全球进行投资并购的中国企业及投资机构，并通过易界网线上项目平台和线下专业团队为客户提供包括项目搜寻、投资分析、交易及投资架构设计、战略制定、交易谈判、交易执行及投后管理在内的一整套投资顾问服务。

2015 年初，易界网获得千万级人民币的天使轮融资，随后根据集团的发展战略进行了结构重组，在中国和英国建立起专业团队，并为多个中欧跨境并购项目成功牵线搭桥。

对于中国跨境并购市场而言，刚刚过去的 2015 年可谓“热火朝天”。根据 Dealogic 的数据报告中，2015 年中国海外并购金额总计达到 1119 亿美元，这是中国年度海外并购金额首次突破 1000 亿美元的数字关口，也是并购金额第六年获得连续增长。报告同时指出，欧洲是 2015 年中国企业海外并购投资的主要目标地，总交易额达到 313 亿美元，占中国海外并购总金额的近三分之一。

4、2015 中国股权投资增速全球第一

根据研究机构 Preqin 对全球股权投资行业的数据统计,截至 2015 年上半年,全球股权投资市场管理资本总量已达 4.2 万亿美元,全球可投资本量也持续增长。除房地产基金在上半年的“累计投资但未退出资金”总量有所下降外,其余类型的基金均保持了稳定增长。就 2015 年基金的募集情况来看,全球股权投资市场的募资节奏已有所放缓,但募资势头依然强劲,新基金的募集规模已经连续第三年超过 5000 亿美元,随着数据的持续更新和完善,预计 2015 年新募基金数量和规模有望与 2014 年保持同等水平。2015 年基金募集的盛况一方面为未来的投资活动保证了充足“弹药”,一方面也进一步推高了全球市场投资标的的估值水平,加剧机构间的市场竞争、挤压利润空间。

具体到中国私募股权投资市场,清科集团私募通数据显示,2015 年天使、VC 和 PE 投资案例数量和投资总金额同比均有上升,投资案例数量是 2014 年的 2 倍,而投资总金额为 2014 年的 1.2 倍,这就导致了平均投资规模的下降。与国际上其他股权投资市场不同的是,由于新三板在 2015 年发展迅速,VC/PE 机构大量增加新三板投资,且越来越多的国内 VC/PE 机构开始布局早期甚至天使轮投资,使机构投资早期化趋势愈加明显,因此,2015 年中国股权投资市场的平均投资规模较 2014 年下降明显。

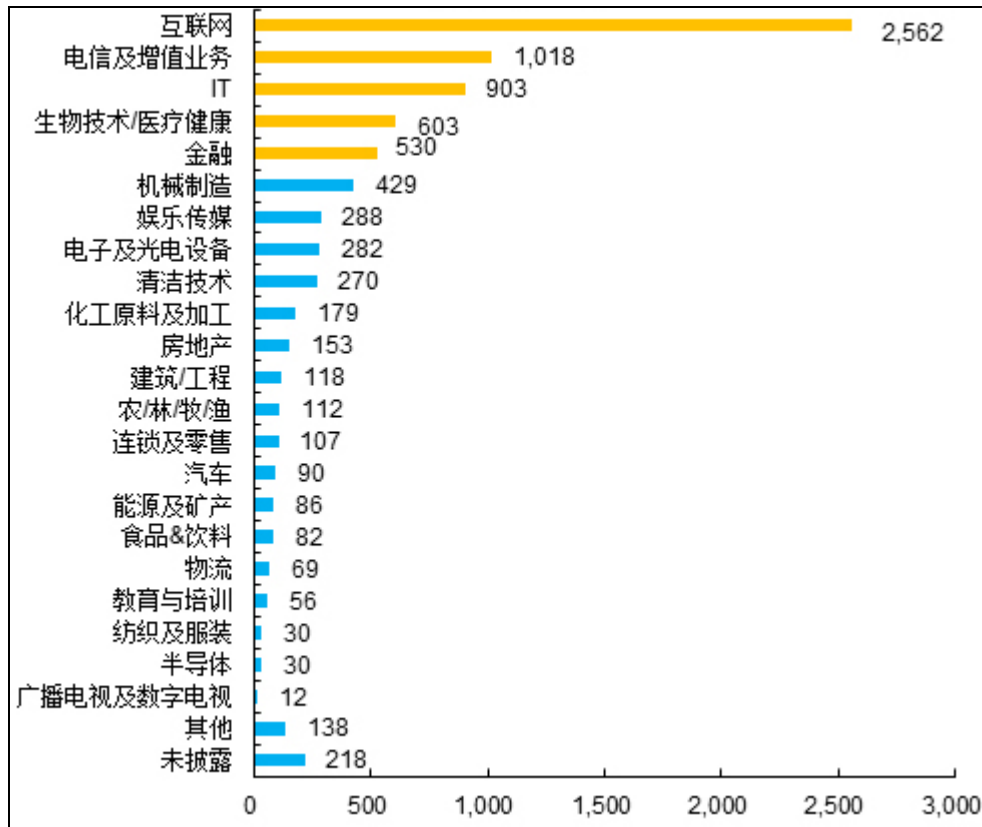
从私募股权投资案例的行业分布来看,全球并购投资市场最关注的三大行业分别为工业、IT 和企业服务,约占据 50%的市场份额;而对于全球风险投资市场来说,互联网、软件/游戏和电信行业则成为最受投资机构青睐的行业,其中,互联网领域的投资案例数量与金额均同比上升、医疗健康领域的投资占比则呈下降趋势。

与全球股权投资市场相比,互联网也同样是中國股权投资市场最重要的部分,在 2015 年实现了投资案例数和投资金额的爆发式增长,且在投资规模上已经超越北美和欧洲,成为全球互联网投资最活跃的地区。根据商务部数据,2015 年中国网络零售额预计达到 4 万亿元,位居世界第一。

2015 年 6 月,国务院常务会议通过了《“互联网+”行动指导意见》,明确了推进“互联网+”,促进创业创新、协同制造、现代农业等能形成新产业模式的 11 个重点领域发展目标任务,还提出了具体支持措施,清理阻碍发展的不合理制度政策,推动互联网与各行业深度融合,支持互联网企业上市等。因此,如果说 2015 年是中国互联网投资元年,国内创业企业和股权投资市场对互联网商业模式进行

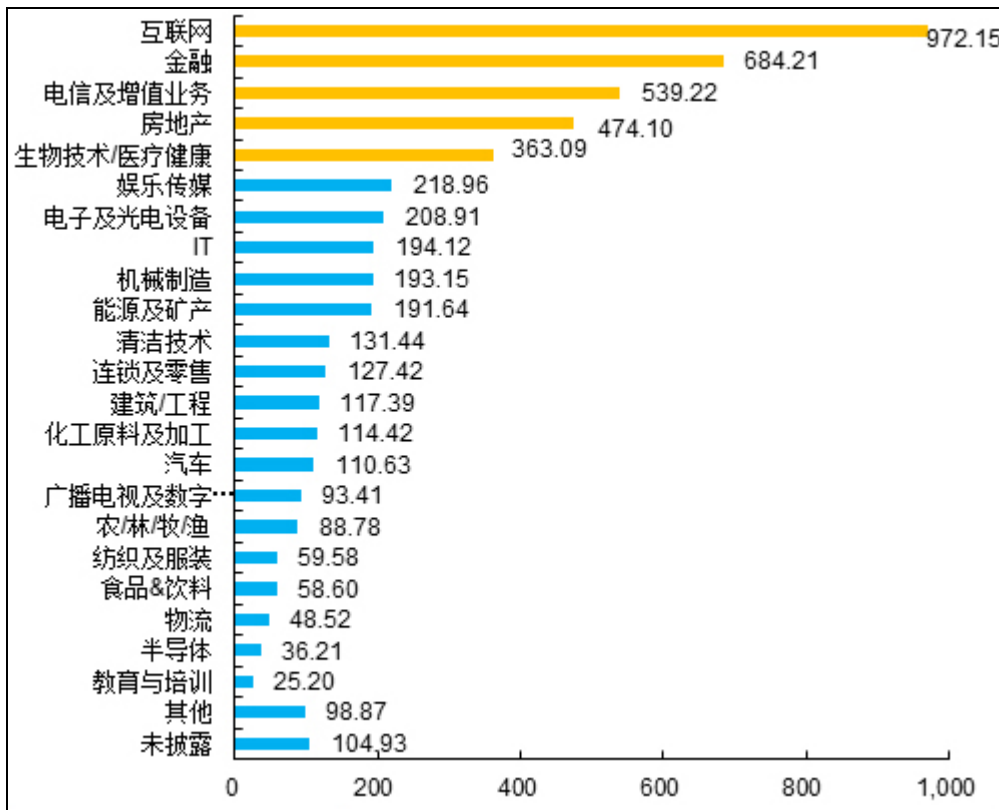
了较深入的探索和开发,那么 2016 年则将成为互联网与实体经济加速结合的关键之年,将更加注重传统企业利用互联网技术和模式进行改革和创新,提高资源利用效率、寻找新的盈利模式,逐渐形成具有自身特色和比较优势的发展路径。

图表 4 中国股权行业投资市场一级行业投资分布情况



数据来源：中商产业研究院（按案例数，起）

图表 5 中国股权行业投资市场一级行业投资分布情况



数据来源：中商产业研究院（按投资金额，人民币亿元）

从投资地域来看，2015年北京和上海两地的投资案例数和投资总金额均处于全国前两名，代表案例如滴滴打车、金丰投资、中石化销售和大众点评等。由于受蚂蚁金服、华数传媒和快的打车等大额投资案的拉动，浙江省超过深圳成为投资规模排名第三的地区。另外，沿海各地区也由于政策、资源和人才等优势，吸引了众多PE机构的投资，广东省（包括深圳）和江苏等地以互联网、IT等新兴技术领域投资为主，而福建、山东等地则以地区性特色传统行业为主要投资方向；中西部地区的投资事件较2014年有所提高，但仍与沿海地区存在较大差距。

5、在线信贷空间巨大，规模或超万亿

2月24日，中国在线信贷联盟OLA首期沙龙活动在北京举行，来自中、美两国的20多位互联网金融公司高管就在线信贷业务在中国的开展及未来进行了探路式讨论。

参与企业认为，相比美国，在线信贷在中国的发展空间更加巨大。随着参与主体的多元化、技术的成熟以及生态系统的完善，中国的在线信贷市场将在2016

年爆发增长，规模或将超过万亿。

在线信贷空间巨大 前景优于美国

在线信贷，是指在线获取借款人、在线审批、在线放款。近年来，随着互联网金融的飞速发展，在线信贷更成为近来的焦点，银行、小贷、消费金融公司及P2P 都争相推出相关产品和服务，同时，包括征信机构、技术提供商、数据方、催收机构、综合服务平台在内的相关行业发展也十分迅速。

为了顺应市场发展趋势和行业自律需求，在2015年10月30日举办的“2015年普惠金融 CRO 全球峰会”上，由在线金融搜索平台融360联合12家互联网金融主体共同发起成立了中国首个在线信贷联盟（Online Lending Alliance），简称“OLA”。OLA的宗旨是致力于推动中国在线信贷事业的发展，并最终惠及小微机构和个人，使其得到更加便利、个性化的金融服务。

成立不到4个月，OLA新增加入申请超过50份。截止目前，OLA的成员包括在线放贷机构阳光财产保险股份有限公司、马上消费金融、富登信贷、拍拍贷、玖富时代投资顾问有限公司、积木盒子、信而富、投哪儿、证大速贷、信融财富、现金巴士、铜根源、重庆瀚华小额，及服务机构融360、鹏元征信、费埃哲FICO、益博睿全球分析与策略咨询大中华区、百融金服、同盾科技等知名企业。

OLA将向更多金融机构开放。联盟会定期举办活动，各成员轮流当值，共同研讨最前沿的行业议题，借此促进成员间就在线获客、反欺诈、人脸识别、信用评估、数据共享以等方面的合作。

近年来，在美国Online Lending发展迅速。根据第三方数据显示，智能手机的普及率在美国达到70%，其中每10个人里面，就有4个通过手机使用金融服务。2014年，以Lending Club、Ondec、Enova为代表在线信贷公司在美国本土成功上市，股价表现抢眼。在美国银行外的约500亿美元的放贷市场中，线上和线下的比例已经发生反转——在过去一年里，美国在线信贷市场规模高达286亿美元，其中短期贷款和分期贷款规模170亿美元，市场间信贷66亿美元，企业贷款规模50亿美元。

OLA对成功商业案例做了细化并便写成册，在营销、应用程序和发布、支付流程、募资、数据安全、及供应商的选择等所有环节，为在线信贷中的资金方、借贷方、及第三方服务机构或催收机构提供行为准则参考。会员及其供应商都必

须遵守。

中国的在线信贷市场就像一个广阔而原始的西部。相比美国，在线信贷在中国的发展空间更加巨大。

6、课外教育移动电商“严师书院”获首轮 2000 万融资

2月26日,专注3+k12的课外教育移动电商平台严师书院宣布完成首轮融资,融资金额为2000万人民币,联想乐基金领投。严师书院创始人兼CEO杨光透露,首轮融资将主要用于严师书院产品系统完善、教育资源的开拓及市场推广。杨光表示,严师书院将致力于成为在线教育领域的天猫,采用线上交易、线下授课模式,只提供优质课外教育资源,同时提供高品质的售后服务,消费者可以做到“课课评”(可对每节课进行在线点评)、“课课退”(每节课不满意都可以随时退费),改变传统课外教育对消费者不利的局面。据悉,严师书院除了获得联想乐基金投资外,还将与联想云达成业务层面的战略合作。

联想乐基金总经理宋春雨表示:“乐基金始终认为教育是一个大市场,而严师书院‘互联网+教育’会产生颠覆式教育的商业模式。共享经济模式下,严师书院将师生资源进行线上撮配、线下成交,并且对教师资源进行强管理,能极大缩减优秀教师与学生之间的中间环节,降低课外教育成本,提升教育品质。严师书院通过对课外教育的互联网改造,降低教育领域的信息不对称,让教育信息更加直接化、透明化,最终提升课外教育的整体水平。”

本质是一所好“学校”

传统教育中,校长起到非常重要的作用,学校运营的好与坏,更多靠校长人治,优秀学校的模式很难复制。严师书院,本质上是一所网络平台型“学校”,制定有一套严格、完善的运营机制和规则,在线上交易的背后,有庞大、科学的评价、监督、淘汰系统;教师均采用评级进入,严师书院根据教师评级统一进行标准定价。杨光希望通过严师书院的努力,将高品质学校做得规模更大,不再依赖个体的人,最终让学生和家长享受全国型教育品牌的优质服务。

努力解决课外教育的“痛点”

传统课外教育有三大痛点:一,大多数学生和家长对曾经接受的教育不满意,认为没有选到符合心中性价比的教育课程。二,课外教育机构获得学生的成本过

高，较高的营销成本造成课外教育价格偏高。三，教育类服务的售后服务较差，学生换教师、调课程和退费，难度都比较大，造成学生家长对教育机构普遍存在不满的现象。严师书院“互联网+教育”的模式，可以大幅降低所有教育机构的营销成本，而个性化板块的教师上门授课，又降低了房租等实体成本，从而更有效地整体降低教育成本；此外，严师书院“敢于让家长评价、选择、否定甚至淘汰教师或教育机构”的做法，可以有效促进全体书院教师的品质不断进化。

通过规范机制持续提升教师能力

教育行业决不能听之任之靠其自身的进化。严师书院还肩负着使命，他要求加入严师书院的教师和机构，必须要学习和提升，通过定期的培训和考核，产生新的评级。如果教师放弃严师书院安排的培训和考核，就会影响评级，直接结果就是影响该教师的课时定价。所以，严师书院对教师管理有一套更严格、更科学、更系统化的规范和机制。严师书院采用教师 ID 实名终身制，教师收获的评价将成为终身记录，通过这种严格的机制，不断优化教育生态圈，形成教育品牌力。未来，严师书院还将为教师开通更多教学辅助工具。教师通过严师书院，得到的不仅仅是教育和收入，还将得到实实在在的能力提升。

7、天天快递获 A 轮融资，快递行业加速洗牌

天天快递于今日宣布已完成 A 轮融资，融资金额高达 6 亿人民币。据悉，此轮融资由中金前海发展（深圳）基金管理有限公司领投，贵州盘江资产管理有限公司、青岛海尔创业投资有限责任公司、浙江点击资产管理有限公司、浙江承象投资管理有限公司、大航海资本 5 家资本跟投。

1994 年 10 月 8 日，天天快递公司正式注册成立，并于 2003 年，全网络开通 102 家公司，全年快件总量突破 440 万件。海航集团为了打造海陆空一体化综合物流体系，于 2010 年 5 月以 8000 万人民币控股天天快递 60% 的股权，成立全新海航天天快递有限公司，但后期由于重组不顺利，海航大新华物流于 2012 年 8 月撤资，由原申通总裁奚春阳接手天天快递 60% 股份，并担任董事长。

2015 年 9 月 16 日，申通快递和天天快递宣布重大战略重组，原申通董事长陈德军任申通、天天董事长；原天天快递董事长奚春阳任申通、天天总裁；陈向阳任申通、天天执行副总裁。虽然仍是两家公司，但管理层已相互打通。早在 2012 年 8 月，申通快递便通过斥资 1.6 亿元人民币从海航集团手中购得天天快递 60% 股权，成为天天快递实际控股方。

天天快递副总裁张鸿涛对媒体表示，该轮融资将主要用于配送网及分拨中心的建设，对加盟网点的补助以及信息系统的建设和升级，推进云仓的发展。公司将与申通快递在业务层面进行深度合作，计划于未来几年上市，并依公司发展需要决定是否在上市前进行B轮融资。

2015年12月，申通快递作价169亿人民币借壳艾迪西，成为A股市场上的快递业第一股；

2016年1月，圆通速递宣布，拟借壳大杨创世登陆A股市场；

2016年2月有媒体爆料，中通快递正计划赴美进行首次公开募股（IPO），或将成为首家在美国上市的中国快递企业；

2016年2月19日，顺丰也在2月19日，正式刊出了一则公告，承认公司目前正在接受上市辅导。

随着电商的狂飙突进，快递行业在过去五年迎来黄金发展期。中国快递行业已催生了数只独角兽，而随着它们将战火从业务量烧到资本市场。2016年，快递业进入资本竞速时代，行业也面临着洗牌。

8、众筹行业有望迎来爆发期，预计规模将达300亿

互联网金融领域的一大业态，众筹行业有望在今年接过高速度发展的接力棒，迎来爆发期。据零壹研究院发布的众筹业年度报告显示，2015年我国互联网众筹规模迈上百亿门槛，为上一年度的6倍，并预计今年行业整体规模有望达到300亿元以上。

值得注意的是，目前我国众筹行业呈现二八格局。零壹财经的报告显示，目前国内约有365家众筹平台，停运、倒闭、转型的超过23%。与此同时，以京东、淘宝等互联网巨头为首的众筹平台却异常坚挺，二者占据了70%-80%的市场份额。截至去年底，我国产品众筹累计筹款金额达到30.7亿元，其中京东众筹、淘宝众筹形成双寡头局面，其市场份额分别为42.46%和34.88%，筹款额分别为11.4亿元、9.8亿元。从股权众筹来看，去年整体规模在50亿-55亿元之间。其中，京东东家融资7亿元，在股权众筹领域占据龙头地位。

而随着行业的不断发展，决定众筹平台发展质量的关键早已不再局限于交易规模。零壹财经分析师也指出，流量竞争已经过时，其背后是“场景”的崛起，以京东众筹、苏宁众筹等平台为代表通过场景围绕项目做各种设计、包装、推介、体验等活动，让更多用户关注和了解。未来众筹行业的竞争更将趋向于综合实力的比拼。

9、逐鹿新三板：BAT 加紧布局心仪公司

全国中小企业股份转让系统(新三板)挂牌公司累计已突破 5000 家，BAT(百度、阿里、腾讯)“染指”的企业成为其中一道靓丽的风景。据不完全统计，目前 BAT 投资的新三板挂牌公司(包括尚处挂牌程序中)已超过 10 家。不仅如此，BAT 还通过参与定增的方式，积极布局“心仪”的新三板公司。

从 BAT 目前在新三板的投资情况来看，更多看重的并非短期收益，而是出于战略考量，以打造完整的产业链。

事实确是如此。BAT 布局新三板，在取得投资收益的同时，与各方在投资及业务合作方面亦有展开。更值得一提的是，在全国提倡“大众创业万众创新”的浪潮中，新三板已成为 BAT 扶持创业创新的“企业池”。

BAT 各有侧重

BAT 本身也在转型，内部亦存在竞争。从投资项目来看，不属于战略重点的业务，BAT 内部不会导流支持；符合战略重点的，在获得资源及投资后，更多会直接收购单干。

寻迹 BAT 投资的新三板挂牌企业，可以发现 BAT 的眼光各有侧重：腾讯参股公司多集中于互联网金融领域；阿里致力于文化娱乐及体育市场；百度则在 O2O 领域多有布局。

作为腾讯在新三板的首批两家挂牌公司，益盟股份和好买财富均在互联网金融服务领域拓展业务，腾讯目前分别位居其第二及第一大股东。其中，益盟股份 2015 年 7 月正式挂牌新三板交易，挂牌的同时公司宣布完成定增募资 12.5 亿元，七大券商及多家知名 PE 机构蜂拥抢筹。

据益盟股份的股票发行情况报告书，公司本次定增以 14.29 元/股的价格向

32 名定向投资者发行 8750 万股，募集资金 12.5 亿元。在原始股东中，仅有腾讯参与了本轮增资，定增后其持股比例由此前的 22.90% 降至 19.36%，成为益盟股份的第二大股东。

公开资料显示，益盟股份成立于 2002 年，是一家以证券信息软件研发、金融数据、数据分析及证券投资咨询为主营业务的高新技术企业。2015 年 9 月，益盟股份在新三板的交易方式由协议转让变更为做市转让。根据公司日前披露的《2015 年度业绩快报》，2015 年益盟股份营业收入超 7.2 亿，比上年同期增长 118%-130%；归属于公司股东的净利润超 2.9 亿，比上年同期增长 351%-460%。

较之益盟股份，好买财富正式挂牌新三板的时间略晚，但其在 2015 年 11 月挂牌后不到两个月同样进行了定增募资，以 95.22 元/股的价格发行不超过 525.1 万股，融资约 5 亿人民币。

回查资料可知，2014 年 2 月，腾讯出资 5850 万元认购好买财富 826.875 万元的注册资本，持有好买财富 18% 的股份，为其第二大股东；随后的 2015 年 4 月，腾讯再次出资 20233.50 万元认购了 657.106 万元的注册资本，持股比例升至 28.26%，跃居第一大股东。若按照 95.22 元/股的定增价格计算，腾讯产业基金持股市值达到约 14 亿人民币，浮盈已超过 11 亿。

作为第一大股东，腾讯予以好买财富的业务支持可谓不遗余力。好买财富最新发布的《关联交易公告》称，公司将与腾讯计算机签订协议，投入 3000 万元在春节前后开展 2016 年微信春节红包营销的项目合作，以提高好买财富的品牌知名度、增加交易客户数。

不同于腾讯，阿里在新三板公司的投资上更偏重于文化传媒及体育市场，这与马云之未来十年将投资“健康”和“快乐”的论断颇为吻合。

2015 年 11 月，恒大淘宝成功挂牌新三板，同时公布了增发计划，拟定向发行 2173.40 万股，募集资金 86936 万元。发行后，恒大淘宝的总股本将达到 39673.40 万股，恒大集团和阿里中国仍为第一和第二大股东，但持股比例分别下降到 56.71% 和 37.81%。此前的 2014 年 6 月，恒大俱乐部以引入战略投资者的方式增资扩股，阿里巴巴集团出资 12 亿元人民币，与恒大集团分别持有广州恒大足球俱乐部(后更名为“广州恒大淘宝足球俱乐部”)50% 的股份。

此后的 12 月，阿里投资的另一家以深耕网生 IP 为主业的公司新片场在新三

板挂牌。公开转让说明书显示，新片场的主营业务是新媒体影视作品的出品制作、传播发行及衍生业务，产品包括网络电影、网络系列栏目/剧、微电影和广告短片等，旗下有两个自有平台——“V 电影”网和“新片场”。杭州阿里创业投资有限公司(简称“阿里创投”)、红杉盛德分别认购了其 20%、16%的股份，其中阿里创投以 1250 万元参与首轮融资。

同月，阿里创投投资的智臻智能亦成功挂牌新三板。智臻智能主营业务为智能服务的开发、销售及平台运营。2013 年 7 月，阿里创投合计出资 2000 万元取得智臻有限增资后的 10%股权，成为其第五大股东。

在百度方面，除了百度本身直接投资外，百度“当家人”李彦宏个人以货币出资 9950 万元持股 99.50%的百度网讯更是百度布局新三板的另一大抓手。而百度的新三板布局与其 2015 年加大 O2O 领域投资的背景颇为契合。

2015 年 10 月，分类信息网站百姓网拆除 VIE 结构谋划新三板挂牌。根据百姓网《公开转让说明书》显示，百度持有百姓网 4.76%的股份，并委任百度商业生态事业部崔聿泓出任百姓网董事，任期 3 年。不仅如此，百姓网本身业务与百度的关系也颇为密切。百姓网披露的 2015 年 1-6 月前五大客户销售收入情况显示，百度贡献的营收达 2197 万元，占百姓网全部营业收入的比重达 36.71%，百姓网的推广服务收入对百度呈现一定的依赖。

同年 12 月，主营 B 端外卖 O2O 的客如云正式挂牌新三板。该公司曾于 2014 年 4 月获得百度网讯、景林义域分别注资 1818 万元、424.2 万元。2015 年 4 月，百度网讯再度增资 1800 万元。截至挂牌前，百度网讯直接持有客如云 871.60 万股股份，占其股份总数的 21.79%。据悉，目前客如云已经覆盖国内 41 个城市，累计注册用户已经到 100 万，累计商家签约已经近 4000 家。

“双创”企业池

值得一提的是，腾讯系入股的美家帮、像素软件和逸家洁目前正在挂牌新三板的反馈意见回复审查阶段，而这些公司的创始人或高管或多或少出身腾讯或与腾讯业务相关。同样，百度系的百度音乐、百度文学、百度糯米、百度外卖等 4 家公司，据称也将挂牌目的地锁定在了新三板

在全国提倡“大众创业万众创新”的浪潮中，新三板成为 BAT 扶持创业创新的“企业池”。腾讯在这方面的表现尤为积极。

2015年8月，云高完成新三板挂牌后，腾讯即刻参与了云高的定向增发，成为其战略投资方。同时，腾讯还通过开放平台在APP分发、用户资源导流、线上推广渠道等方面对云高进行战略支持。10月，腾讯“双百计划”也宣布战略孵化投资云高，支持其“互联网+高尔夫”新模式。

根据腾讯开放平台总经理侯晓楠此前介绍的信息，腾讯“双百计划”计划3年内投入价值100亿元流量，扶持100家创业企业市值过亿。为此，腾讯还将携100家天使及创投机构超1000亿资本资源，并为优秀项目提供线上、线下多种渠道的曝光机会，帮助入驻项目迅速成长。

在云高信息今年1月19日完成的3690万元定增中，深圳市腾讯创业基地发展有限公司(简称“腾讯创业”)以每股15元的价格认购了100万股，持股4.45%，成为云高信息的第六大股东。

此外，腾讯创业在聚能鼎力16.34元/股发行94.68万股的定增中，出资1547万元认购了全部股票，持有3%的股权，成为聚能鼎力的第五大股东。

10、IM 云服务商融云完成 5000 万 A 轮融资，中兴合创领投

IM云服务商融云昨日宣布完成A轮5000万元融资，此次融资由中兴合创领投。融云CEO韩迎透露，未来将打造社交、生活服务、娱乐游戏、电商、视频、教育、医疗健康、金融理财和协同办公9大场景化通讯云服务。目前，已有投资机构在接洽B轮融资。

IM就是即时通讯(Instant Messaging)，云服务提供商将即时通讯技术封装成SDK，供App开发者下载使用，并向开发者提供平台、技术支持及运维等服务，帮开发者实现单聊、群聊、聊天室、客服等应用场景。

据投资界了解，融云于2014年8月开始公测IM云服务，主营业务包括IM基础业务、IM增值服务、第三方公众服务接口等。融云隶属于北京云中融信网络科技有限公司，母公司为上市公司神州泰岳。融云核心团队来自飞信技术研发和运营团队，在即时通讯领域有近十年的技术研发和运营维护经验。

融云官方信息显示截至2016年2月，融云累计服务APP逾8万款，日活跃用户量超2000万，日消息量超过12亿条，客户包括华为、新东方等大型企业及百

姓网、Faceu、沪江网校、优信二手车、新浪二手房、悦跑圈、途家等众多知名互联网公司。

在 IM 云服务领域中，国内外巨头企业纷纷布局——2015 年 2 月，美国 IM 云服务厂商 Layer 正式上线 IM 云服务产品，阿里、腾讯、用友、网易紧随其后推出系列产品。目前国内提供 IM 云服务公司有阿里悟空、腾讯云、网易云信、用友有信、融云、环信、容联云通信、亲加通讯云等。

11、2016 年互联网金融这三大领域将鹤立鸡群

2015 年，从 3 月 5 日《政府工作报告》中的“互联网金融异军突起”，到 7 月 18 日《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》支持互联网金融健康发展，再到 7 月 31 日《非银行支付机构网络支付业务管理办法（征求意见稿）》对于网络支付的规范，最后到年末《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法（征求意见稿）》中的负面清单和正面要求。总结起来，2015 年是对于互联网金融既有鼓励支持，又有规范监管的一年，引用十三五规划中的表述：“规范发展互联网金融”。

与此同时，可以看到的是资本对优质互联网金融标的认可。蚂蚁金服完成 A 轮融资，估值超过 450 亿美元，陆金所完成 B 轮 12.16 亿美元融资，估值 185 亿美元，京东金融完成 A 轮 10 亿美元的融资，估值 460 亿元。而后两项融资更是完成在被认为是资本寒冬的当下，足以证明市场对于 2016 年互联网金融发展的信心。走过了野蛮生长，走过了行业被热捧又逐步地去泡沫，伴随着行业慢慢走向规范，相信真正优质的互联网金融公司、互联网金融业务会在 2016 年迎来新一轮的爆发和增长。

对于互联网金融，如果说过去是一个靠不断引流来做高用户数量、流量为王的时代，那么未来将重在“变现”。针对前期积累的大量用户，通过提供优质的高附加值金融服务，实现收入和利润的增长，最后逐步走向高质量的“长尾化”、个性化服务。在这个过程中，互联网金融的某些细分领域将鹤立鸡群，独立潮头：

消费金融

流量红利正在逐步消失，未来精准场景的把握才是王道，依靠与用户紧密结合的消费场景，提供高质量金融服务，成为消费金融发展并不断实现变现的基础，优质的消费金融企业通过在相关垂直细分领域、围绕产业链的深耕细作，积累大

量优质消费用户，把握优质资产端，能够不断实现流量变现。

移动支付

作为互联网金融的关键基础支撑的移动支付，一直是各家的必争之地，通过控制支付环节形成互联网生态闭环，已经成为用户价值挖掘的基础。未来能够在移动支付领域具有话语权的企业，将通过支付这个通道切入到所有可能的互联网金融场景中，完成提前布局。

互联网证券、保险等

随着 80、90 后逐步步入财富积累的年龄，对于证券、基金、保险产品的需求逐渐增大，作为伴随着互联网的发展而成长起来的一代，对于风险的容忍程度较高，对网络金融的接受程度更高，这部分人将成为有粘性的高附加值互联网金融用户。对于保险业，随着人口老龄化、城镇化不断推进，加上保险产品自身的优越性，保险产品逐渐由“被动销售”走向“主动需求”，互联网保险将迎来发展的黄金期。而保险的本质属性使其具有久期长、成本低、投资日益灵活等优势，相信将成为互联网化的金融产品中具有极强变现能力的主力军。

在引流量到重变现的转变过程中，消费金融、移动支付、互联网证券、保险等几大互联网金融细分领域经过了 13 年及以前的生根发芽，14-15 年的繁花似锦，16 年将会迎来一个硕果累累的丰收年，在这样一个逐步走向正规，逐步得到有效监管的发展环境下，成为 2016 年互联网金融发展主要突破口。

12、2.22 -2.28 一周并购事件

2016 年 2 月 22 日-2016 年 2 月 28 日中国投融资事件统计见下表

图表 6 2016 年 2 月 22 日-2016 年 2 月 28 日中国投融资事件统计

并购方	被并购方	所属行业	并购金额	并购时间
约定	友田资本 / 青松基金	网络社区	RMB 1 千万	2016-2-26
映霸	非公开	网络服务	非公开	2016-2-25
新财界	非公开	娱乐传媒	RMB 1.6 亿	2016-2-25
蓝丰生化	格林投资 / 长城国融投资 / 高特佳 / 中金国联投资 / 博润投资 / 元心投资 / 道基投资	农药及肥料	RMB 5.3 亿	2016-2-25
通化金马	晋商联盟投资	化学药品制剂制造业	RMB 12.6 亿	2016-2-24
减约	泓禧资产 / 东方富海 / 天使投资人	网络服务	RMB 2 千万	2016-2-23

资料来源：投资界、中商产业研究院

13、国内一周风投事件统计

互联网驾考平台“快来学车”获得数百万元天使轮融资

“快来学车”宣布已完成数百万元的天使轮融资，投资方是唯嘉资本和同道齐创。

快来学车是一款对接学员和教练的学车平台，学员只要通过 App 就可以查看附近的教练。据悉，快来学车在上海 3 个大学城推广，共招收学员 150 多人，计划 2016 年开发 30-50 个城市。

“触漫”获得“创丰资本”500 万天使投资

触漫获得 500 万天使投资，投资方为创丰资本。

触漫 APP 是漫画 DIY 神器，专为漫画发烧友而生的漫画创作 App，即使不会画画也可以轻易创作出属于自己的漫画。

虚拟现实外设公司“KAT”获得数百万美元天使轮融资

KAT 宣布获得数百万美元天使轮融资，由九合创投领投，星沅资本跟投。

KAT WALK 是一款虚拟现实全向行动平台，亦称虚拟现实跑步机。据悉，轮融资将主要用于其第一款 VR 行动平台 (VR 跑步机) 产品 KAT K-Walk V1 的量产，预计 4 月份上市。

学生实习安置平台“我要实习网”获苏州园区政府天使投资

我要实习网获得 300 万元人民币天使投资，此轮融资来自于苏州园区政府的创投基金。

我要实习网是一家实现企业，学校和学生三方互动的实习安置平台，为企业，学校和学生之间提供信息对称，透明的信息发布平台。

漫画原创 IP 内容提供商“三福互娱”获得千万级 Pre-A 轮融资

三福互娱近日宣布完成千万级人民币 Pre-A 轮融资，本轮由晨曜资本领投，Unity 游戏产业基金、国灏创投和青锐创投跟投。

三福互娱是一家以漫画为核心的原创 IP 内容提供商，主要集中在漫画产品上。据了解，资金将主要用于团队组建、移动端产品开发及品牌运营等方面。

第三方手机流量分发平台“流米”获得 2300 万元 A 轮融资

流米宣布获得了 2300 万元的 A 轮融资，投资方为深圳彩讯科技。

流米是一个第三方手机流量分发平台，以手机流量为核心，打造贯穿于各种 APP 应用、手机游戏和社交平台的一体化奖励营销活动平台，为企业客户开展移动营销活动，实现品宣、拉新、回馈等。据悉，本次资金将用于研发成本、市场推广和公司日常运营。

职业技能共享平台“任务兔”获朗玛峰创投数千万元 A 轮投资

任务兔宣布获得数千万元 A 轮融资，此轮由朗玛峰创投独家注资。

任务兔是一家定位于本地 P2P 职业技能共享服务平台，旨在为乐于分享职业技能的人与对职业技能有所需求的用户提供个性化的对接平台。据悉，此次融资主要用于增强团队在产品和服务上的能力。

口腔 SaaS 服务商“领健信息”获丁香园领投的数千万元 A 轮融资

领健信息已在 1 月份获得数千万元的 A 轮融资，此轮由丁香园领投，经纬中国跟投。

领健信息是一家为口腔行业提供专业口腔电子病历和诊所管理软件，为口腔医生提供患者管理和医患沟通，旗下产品包括牙掌柜 SaaS 软件、e 看牙医生 app 和微诊所第三方授权服务。

洗衣 O2O 服务商“多洗”获得启赋资本领投的 4500 万元 A 轮融资

多洗宣布完成 A 轮 4500 万元人民币融资，由启赋资本领投、此前的天使投资机构纽信创投跟投。

多洗是一家 O2O 模式的洗衣服务提供商，目前多洗已经开通了北京、上海、天津 3 个地区，日单量一万单左右，能够承接的洗护品类包括洗衣、洗鞋、家居家纺清洗等。

专注处置事故车拍卖公司“丰顺路宝”获得 4500 万美元融资

丰顺路宝宣布完成了一轮 4500 万美元的投资，投资方包括国内著名的二手车在线交易服务提供商优信集团、峰尚资本以及君联资本。

丰顺路宝是一家专注处置事故车拍卖的公司，致力于对在出险过程中的全损车辆对其理赔最大化(减损最大化)提供解决方案。

同城信息化系统应用“来啦”获得 50 万种子轮融资

“来啦”获 50 万种子轮融资，投资方未透露。

来啦是供同城配送团队使用的信息化系统，包括内部管理调度使用的后台以及员工配送端的 app。据悉，本轮资金将主要用于内部产品的打磨完善。

美业 O2O 公司“美吽”获千万元天使轮融资

“美吽”获得数千万天使轮融资，投资方为美和资本及其他天使投资人。

美吽聚焦于美发、美容、美甲、美妆、微整、健身、养生、摄影等服务行业，致力于打造国内最大的手艺人消费者的互动社区 O2O 平台，以提升消费者体验。据悉，该轮融资主要用于产品研发及市场推广。

黄金投资平台“AU 金管家”获中信千万元 pre-A 轮融资

AU 金管家于近日宣布公司已完成 pre-A 轮融资，此次中信信托以数千万元战略入股。

AU 金管家是一个黄金供应链金融平台，为用户提供最便捷的黄金买卖、黄金生息、黄金提金、黄金消费一站式服务。截止目前用户已超过 20 万人，交易额突破 10 亿元。

室内维修服务众包平台“e 修鸽”获得 5000 万美元 Pre-A 轮融资

e 修鸽宣布获得 Pre-A 轮 5000 万美元融资，具体投资方未透露。

e 修鸽是一家室内维修服务众包平台，聚焦于维修服务市场。据悉，e 修鸽新一轮融资将主要用于团队建设、市场推广和回馈用户。

时尚健康生活品牌“减脂时代”获得 2000 万 Pre-A 轮融资

减脂时代宣布完成了 2000 万人民币的 Pre-A 轮融资，其中东方富海领投，泓禧基金、夏雨、袁弘跟投。

减脂时代是一家针对需要减脂人群提供集减肥课堂、营养膳食搭配以及社交激励于一体的平台。目标是给需要减脂的人群打造一整套减肥解决方案。

VR 智能全景技术科技公司“完美幻境”获得数千万元 A 轮融资

完美幻境宣布获得数千万元 A 轮融资，投资方未透露。

完美幻境是一家同时拥有 VR 头盔技术和 VR 智能全景技术的科技公司，技术涵盖人工智能、机器视觉、三维重建、虚拟现实等领域。

代购服务品牌“韩品代购”获得 4000 万 B 轮融资

韩品代购今日宣布完成 4000 万元 B 轮融资，此轮由中心建设，达晨创投和君联资本联合投资。

韩品代购是一家韩国品牌代购平台，主要产品为韩国化妆品。据悉，韩品代购现入驻商家已经达到 3000 多家，拥有 10 多家品牌，季度销售额超过 500 万以上。

“Kika”宣布完成 B 轮 2 亿元融资

Kika 正式宣布已完成 B 轮 2 亿元融资，本轮融资由东方弘道、伯乐纵横及天神互动 CEO 朱晔投资。本轮融资完成后，Kika 估值高达 18 亿元，光源资本在本轮融资中担任独家财务顾问。

Keyboard 是一个面向海外市场的手机键盘机输入法应用，旨在为用户提供更为丰富、准确及轻松的表达内容和方式。。上线一年即在全球 140 个国家用户破亿。目前，Kika 用户总数达 1.3 亿，MAU 达到 400 万。

护肤神器“美丽策”已获得 600 万元天使投资

美丽策已于去年 10 月获得 600 万元天使投资，投资方为梅花创投吴世春。

美丽策是一款针对于肌肤问题的护肤光膜硬件，结合手机 APP，可以精准的监测肌肤状况，包括水分、油分、色素等肌肤的基础问题。目前美丽策估值达 4000 万元，与此同时吴世春将担任美丽策团队的终身顾问。

沪上票据理财平台“小狗钱钱”获得 A 轮融资

小狗钱钱宣布完成 8000 万元 A 轮融资，成为国有绝对控股企业，此轮投资方为中甬经贸发展(上海)中心。

小狗钱钱专注于票据理财，以最优质的票据资产，向大众投资者提供安全、便利的投资理财产品。本次融资资金将会用于进一步加强风险控制和产品开发的投入，此外，也会加大团队建设和品牌推广的力度。

“米未传媒”成立 5 个月完成 A 轮融资

米未传媒正式对外发布获得 A 轮融资，投资方为基石资本。

米未传媒是一家专注于互联网视频内容开发、生产、及 IP 经营的创业公司，创始团队为原爱奇艺首席内容官、《奇葩说》出品人马东创办。本轮融资，米未传媒估值 20 亿。

泛 IT 类职业教育服务提供商“云和数据”获得 2000 万元 A 轮融资

云和数据宣布获得 2000 万元 A 轮融资，出让 20% 股权，投资方为丹诚开普基金。

云和数据是一家专注云计算、大数据及三维可视化相关领域研究与服务，致力成为中国专业的线下实体教育与在线教育相结合的泛 IT 类职业教育综合服务提供商。

国际酒店搜索预定网站“好巧网”获得顺禧资本 6000 万融资

好巧网宣布公司已于 2015 年 10 月获得 6000 万人民币 B 轮融资，投资方为顺禧资本。

好巧网是一家专注于国际酒店搜索、预定的服务网站，为自助出境游的游客提供更简单的酒店预订解决方案。脉圈，好巧网已经与 5000 多家旅行社、OTA、批发商和商旅企业客户等建立了合作。

办公租赁平台“3 楼 A 座”获得数千万元 B 轮融资

3 楼 A 座透露目前已完成数千万元的 B 轮融资，投资方为红点投资。

3 楼 A 座是一家专注于办公租赁服务的互联网公司，致力于打造中国领先的 O2O 办公租赁平台，通过互联网产品和技术帮助客户和业主全方位提升办公租赁

效率和服务体验，缩短客户租赁时间，降低业主空置率。

“东久中国”获华平领投的 2.2 亿美元 B 轮融资

东久工业地产投资有限公司宣布获美国华平投资集团及东久中国创始人孙冬平共 2.2 亿美元 B 轮融资，华平领投。

东久中国致力于工业地产园区的投资、开发、建设及运营，旨在打造中国最大的总部园区及产业基础设施综合服务平台。东久在近期还获得了韩亚银行领衔的韩国养老基金财团约 2 亿美元的战略投资。

“1 号律师”完成数百万种子融资

1 号律师已于 2015 年 8 月底获得了数百万的种子轮融资，投资方为麦腾创投。

1 号律师是一家通过判决文书大数据分析建立律师诉讼业务能力评估体系并付诸商业实践的法律服务类网站。据悉，现在 1 号律师拥有全国法院判决书的电子资料库，目前有 1600 多万份。

家修 O2O 平台“小二家修”获 300 万元天使轮融资

“小二家修”透已经于 2015 年 11 月完成 300 万元天使轮融资，投资方为国嘉资本。

小二家修是一款家修 O2O 产品，对家修服务进行配件品牌化、报价透明化、服务标准化的改造，为客户提供一站式上门服务并承诺不收取上门费等任何隐性费用。资金将用于品牌建设、团队建设以及市场拓展等几个方面。

校园云服务平台“小助云”获得 500 万天使轮投资

小助云已经获得了 500 万人民币天使轮投资，投资方为春晓资本。

小助云是一个集学生、学校、社会为一体的大数据互动平台，基于大数据的查询、分析、预测，提供专业的校园数据整合方案。

“陪你玩”获 400 万元天使投资

有偿约伴交友平台“陪你玩”透露已完成 400 万元的天使轮融资，投资方为华众投资。

陪你玩主打陌生人有偿约会，用户可以在其平台上有偿发起约电影、约吃饭、约运动等活动。据媒体报道，陪你玩平台在今年 2 月正式上线，现在注册用户有 3 万人，在试运行的 1 个月期间成功约会超过 1000 次，平台流水超 30 万元。

“北美留学生日报”宣布获得 Pre-A 轮 1000 万元融资

北美留学生日报已获得 Pre-A 轮 1000 万元融资，本轮融资由小站教育领投，北美省钱快报等上轮参与投资的公司跟投。

北美留学生日报是一家以留学新闻资讯为核心，集书籍出版、杂志、新媒体于一身的传媒机构。

视频社交产品“约定”完成 pre-A 近千万级融资

视频社交产品“约定”近日宣布完成 pre-A 轮融资，融资金额近千万。此轮投资由友田资本领投，项目天使投资方青松基金跟投。

约定是以短视频内容为媒介，个人才艺与技能展示与售卖的新娱乐平台。据悉，本轮的融资将用于开拓 1 对多的视频直播业务，筹备差异化的直播内容，以及用户 1 对 1 的视频社交立体服务。

华人民宿预订平台“一家民宿”获得数千万 Pre-A 轮融资

一家民宿宣布已完成数千万人民币 Pre-A 轮融资，本轮融资由互联网知名人士、阿里巴巴旗下湖畔山南基金、晨兴资本共同完成。

一家民宿隶属于杭州一游网络科技有限公司，是一个华人民宿预订平台，坚持 C2C 的共享经济模式，为自助出境游的华人们提供住宿帮助。一家民宿覆盖全球 30 多个国家和地区，全程 VIP 中文服务。

投融资效率工具“FellowPlus”获得戈壁资本等 1800 万 A 轮融资

FellowPlus 宣布获得 A 轮 1800 万元融资，本轮投资由戈壁资本、辰海资本、

青骢资本、倍格创业和初心资本共同完成。

FellowPlus 是一款投融资效率工具，是一个新成立的社会化股权投资平台，为创业公司和投资人提供服务。

手游对战平台 “竞技台” 获 3000 万人民币 A+ 轮

“竞技台” 近日宣布获得 A+ 融资，本轮金额为 3000 万元人民币，由源渡资本领投，耀途资本及科唐资本跟投。

竞技台是一家为单机游戏 CP 提供联机服务器引擎的公司，为智能电视和互联网电视盒子量身打造，提供多人联机游戏服务。

“蜻蜓 FM” 完成 D 轮融资

蜻蜓 FM 已完成 D 轮融资，估值达 25 亿人民币，拆除 VIE 结构，领投方为中国文化产业投资基金。

蜻蜓 fm 是一款收听广播电台的工具，提供全球在线新闻、音乐、经济、娱乐等 3000 多个电台频道，以及主播电台、有声读物、各类播客等点播内容。

“华夏维康” 融资 2000 万元

华夏维康宣布获得 2000 万元投资，投资方为青岛蔚蓝生物股份有限公司。

华夏维康是一家家禽服务标准输出的 B2B 互联网+农牧业平台，即让养殖户能够拥有技术优势，通过输出标准服务，帮助养殖户减少成本、提升收益，提升蛋鸡及鸡蛋的品质。此外，华夏维康还拥有维康鸡蛋等服务 C 端用户的平台。

子商务 2 起

社交电商“神马福利”透露已在去年底获得了数百万美金 Pre-A 融资，投资方为蓝驰创投。

跨境电商“55 海淘”已完成来自 1 亿人民币 A 轮融资，投资方为竞技创投，方创担任本轮融资独家财务顾问。55 海淘表示：本轮资金计划用于团队组建、移

动端建设和市场推广等方面。

教育 2 起

3+k12 的课外教育 O2O 平台“严师书院”于今天宣布完成首轮融资，融资金额为 2000 万人民币，联想乐基金领投。严师书院创始人兼 CEO 杨光透露：首轮融资将主要用于严师书院产品系统完善、教育资源的开拓及市场推广。

在线教育网站“对啊网”宣布于 2015 年获得数千万元的 A+ 轮融资，本轮投资来自于政府基金。对啊网表示：本轮资金方向集中于移动学习领域与新学习应用开发。

生活消费 1 起

O2O 水饺品牌创业公司“小恒水饺”宣布已完成新一轮 5000 万人民币融资，本轮投资方由竞技创投领投，早期投资方真格基金、险峰华兴、青松资本及联想控股现代农业与食品投资部责任董事、消费品“快刀手”朱拥华全部跟投。本轮融资也是其在 1 年内的第三次融资。

硬件 1 起

EasyAR 引擎开发商“视辰”获 4000 万元 A 轮融资，投资方为松禾资本。

企业服务 1 起

电子商务云平台“筷云”今日宣布获得 Pre-A 轮融资，具体金额与投资方未透露。与此同时，筷云宣布正式上线。

自媒体 1 起

财经类微信公共号“政商参阅”获得 1500 万元 A 轮融资，此轮投资方未透露。政商参阅表示：此次出让 10%，估值 1.5 亿人民币。

14、证券市场一周回顾

（一）股票市场

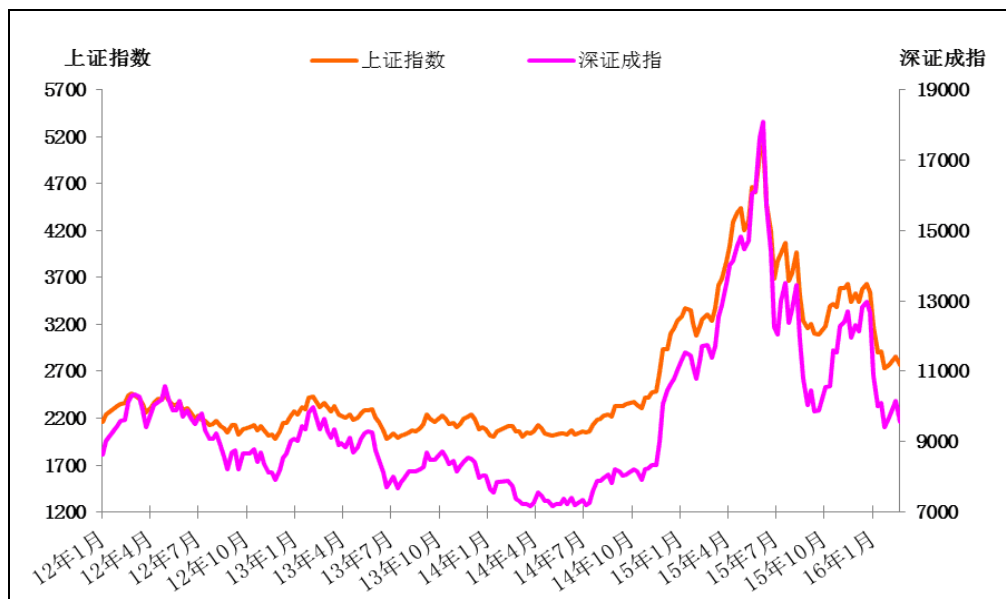
沪深市场

本周（2月22日-2月28日）沪深市场冲高后回落，本周四受到创业板推行注册制影响再次出现千股跌停潮，上证指数单日跌幅达6.41%。虽然26日早间证监会通过官方网站作出澄清，但受到市场回调预期影响，沪深指数周线未能有效止跌，皆录得较大跌幅。

上证指数本周2888.6点开盘，周中上行遇阻后回调，报收于2767.21点。截至周五收盘，录得周线收阴跌幅3.25%，周振幅7.63%，成交额11399亿元，成交量11.1亿手，较前期略有增加。

深证成指本周10290点开盘，震荡下行后报收于9573.70点。截至周五收盘，录得深证成指周线收阴跌幅5.79%，周振幅9.89%，成交额17685亿元，成交量11.7亿手，较前期略有增加。

图表 7 2012-2016 年上证、深证指数趋势图

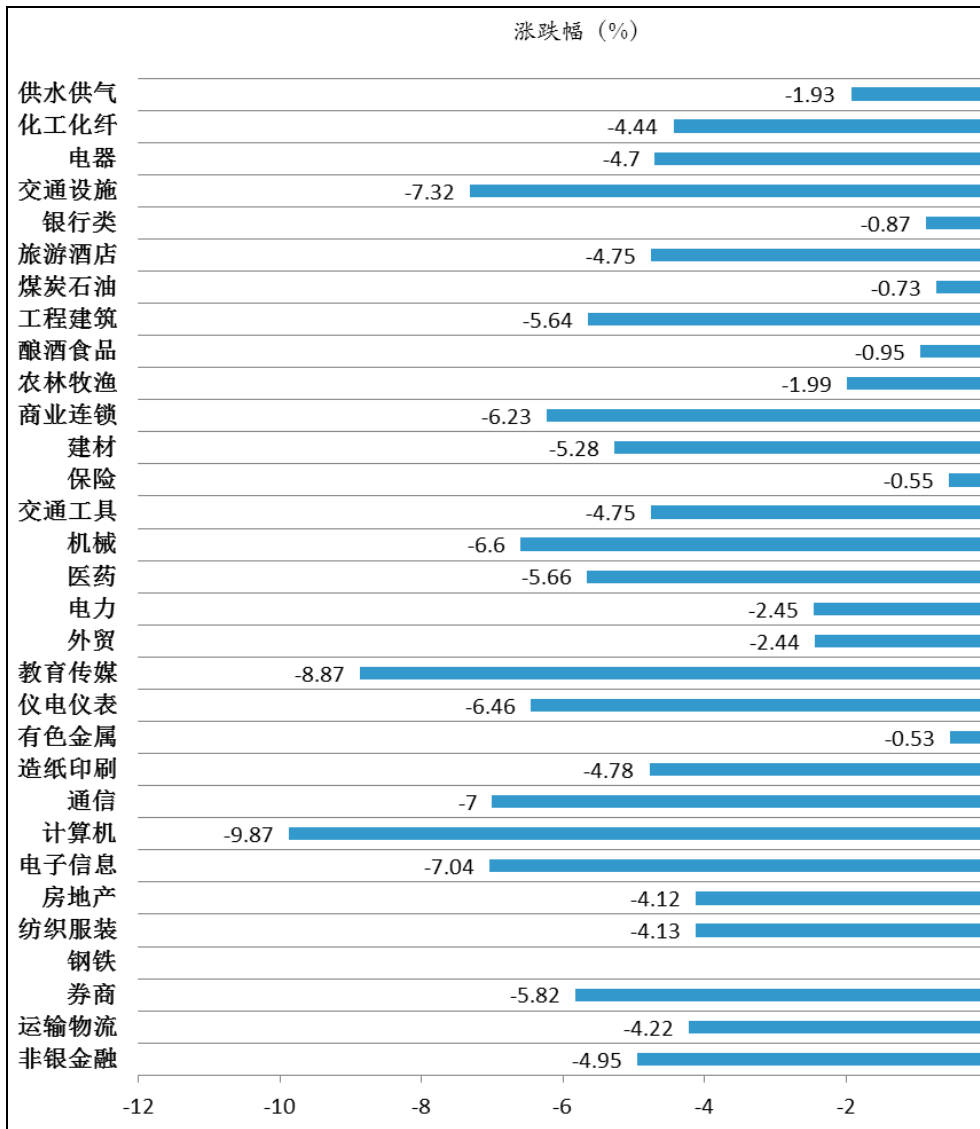


数据来源：中商产业研究院

本周创业板指数2235.17点开盘，震荡下行后报收于2014.92点。截至周五收盘，创业板指数录得周线收阴跌幅8.87%，成交量及成交额较前期皆有所放大。

本周录得行业板块周线普跌，仅有钢铁录得唯一阳线（0.03%）。跌幅前三的板块为计算机板块（-9.87%）、教育传媒（-8.87%）、交通设施（-7.32%）。

图表 8 沪深板块周涨跌幅

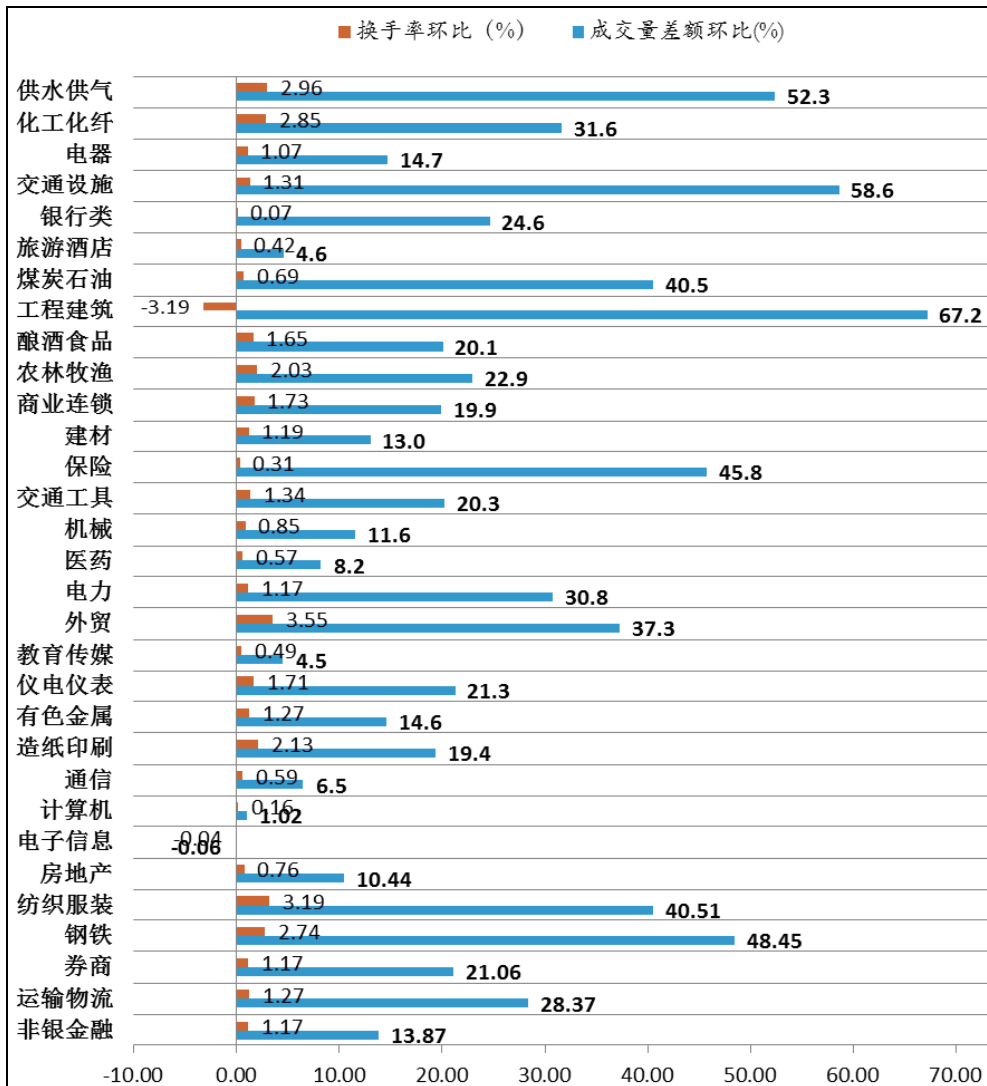


数据来源：中商产业研究院

本周证券市场绝大多数板块，换手率与成交量录得显著增加。值得注意的是，工程建筑板块成交额显著增加的同时，录得换手率环比萎缩 3.19%。

成交额环比增加前三名的板块为工程建筑（67.2%）、交通设施（58.6%）、供水供气（52.3%）。

图表 9 沪深板块换手率环比、成交量环比



数据来源：中商产业研究院

据沪深交易所最新数据显示，截至 2 月 26 日，上交所融资余额报 5099.38 亿元，较前一交易日减少 36.11 亿元；深交所融资余额报 3576.25 亿元，减少 22.46 亿元；两市合计 8675.63 亿元，减少 58.56 亿元。

(二) 债券市场

公开市场

本周央行公开市场共投放 8800 亿元，央行公开市场共回笼 9600 亿元，本周净回笼 800 亿元。

中国外汇交易中心公布的数据显示,2月26日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报2.0000%,较2月19日涨8BP。7天回购定盘利率收报2.3200%,与2月19日持平,14天回购定盘利率收报3.1600%,较2月19日涨69BP;上海银行间同业拆放利率(SHIBOR)方面,1周品种2月26日报2.3450%,较2月19日跌5.9BP,2周品种报2.6220%,较2月19日涨14.8BP。

(三) 基金市场

基金市场方面,本周四(25日)股市暴跌再度将10多只分级基金B类份额拉至下折线附近,股市自2015年年初连续震荡,公募基金1月份净值缩水超万亿元。本周也曝出了猴年首个“老鼠仓”案。

根据中国基金业协会23日发布的1月份公募基金规模数据显示,截至1月底,我国公募基金资产规模为72536.43亿元,和12月底的83971.83亿元相比,减少了13.62%。而公募基金份额也从76674.13亿份,降至70970.29亿份,减少了5703.84亿份。

在净赎回和股市震荡的双重打击之下,偏股基金净值1月份大幅回撤,而货币基金1月份也出现缩水。中国基金业协会发布的数据显示,1月份货币基金份额从44371.59亿份降至39340.19亿份,共减少5031.40亿份,下降比例高达11.33%。

不过进入春节假期前后股市终于迎来了一波像样的反弹,基金净值普遍上涨。然而,本周四两市再度暴跌,沪指跌超6%,创业板指跌幅超7%,假期前后基金净值涨幅也随之灰飞烟灭,当日全市场154只分级基金B类份额中有96只“批量”跌停。除此之外,股票型分级B无一幸免,全数下跌,约有18只分级B的母基金再跌10%以下就将触发下折。

全球资本市场年初以来同步震荡,国际金价也终于抬头向上,黄金主题基金和黄金ETF成为“万绿丛中一点红”,2016年以来净值集体飘红,黄金主题基金和黄金ETF也再次成为资金“避风港”,此外,大宗商品价格触底的声音在一再高涨,油气、商品主题QDII基金时隔数年之后也再度进入投资者的视线。

不过,黄金、原油在内的大宗商品价格再度整体下行风险已然不大,但同时也不可片面认为大宗商品牛市已经到来,投资者还需注意风险。

本周，证监会通报了猴年首例老鼠仓案。披露申万菱信基金经理张鹏在任职期间涉及利用非公开信息进行交易被采取五年市场禁入措施，这也是继 2014 年 11 月华夏原基金经理罗泽萍被曝光后，时隔一年零 3 个月后再度公开通报老鼠仓案。

四、产业市场

1、2015 年我国家电网购规模突破 3000 亿元

“第六届中国家电网购高峰论坛”日前在京发布的《2015 年中国家电网购分析报告》显示，2015 年，我国家电网购市场规模再创新高，达到 3007 亿元，同比增长 49%；预计 2016 年家电网购市场仍将保持高速发展，市场规模有望超过 4000 亿元。2015 年，我国家电零售市场整体实现小幅增长，但从线下和线上市场分别来看，却是冰火两重天。线下交易的零售量和零售额均出现不同程度的下跌，线上市场则保持高速增长，成为拉动整体家电零售市场实现增长的生力军。

2、财务公司贷款余额超 1.56 万亿 不良率低于银行业平均水平

作为金融体系中极具中国特色的非银行金融机构，企业集团财务公司从上世纪 80 年代开始出现，截至 2015 年底时已经有 224 家，表内外资产规模达到 6.5 万亿元。

截至 2015 年末，财务公司全行业发放贷款余额超过 1.56 万亿元，较年初增长 20.79%，不良贷款率 0.11%，较年初下降 0.11 个百分点，远低于银行业平均水平。

从成立之初，财务公司就定位于集团资金集中管理和提高资金使用效率。

中国电力财务有限公司（下称：中国电财）总经理侯培建介绍，中国电财依托主要合作银行搭建集团账户体系，对分散在各极成员单位的资金实时归集，近年来资金归集率始终超过 99%。所归集的资金通过贷款的方式，为特高压电网工程及农村电网建设中的县级供电企业等提供融资支持。由于执行基准或下浮 5% 的贷款利率，直接降低了县级供电公司的融资成本，也撬动商业银行降低贷款利率。

中国节能环保集团下属的中节能财务公司总经理杜乐表示，财务公司通过内

部资金调剂减少集团对外融资 123.5 亿元，节约财务费用 3.67 亿元，降低集团资产负债率 2.78 个百分点。

对于上汽财务有限责任公司，从 2007 年底涉足汽车金融业务，公司不仅为中小微汽车经销商提供融资服务，也在三四线城市及以下城乡区域提供个人消费信贷。截至 2015 年末，融资余额达 517 亿元。

早在 2014 年，银监会就曾提出支持财务公司试点延伸产业链金融服务。目前，国内的财务公司服务的企业集团成员单位超过 6 万家，遍布石油化工、能源电力、航天航空、钢铁冶金、机械制造、铁路交通、信息通讯等重要行业领域。

3、2015 年全国房价基本无泡沫 房价仍在合理区间

上海易居房地产研究院本周发布的《2015 年度全国房价收入比报告》指出，2015 年全国房价收入比微幅上调，房价仍在合理区间，全国房价基本无泡沫。

关于房价是否合理，有许多不同角度的衡量标准，其中房价收入比是最重要的衡量指标。房价收入比是指家庭住房总价与居民家庭可支配收入的比值。房价收入比指标主要用于衡量房价是否处于居民收入能够支撑的合理水平，直接反映出房价水平与广大居民的自住需求相匹配的程度。

报告显示，根据测算，2015 年全国商品住宅房价收入比为 7.2。与 2014 年的 7.1 相比，2015 年房价收入比回弹上升，但并不改变震荡下行的趋势。从房价收入比的绝对水平看，仍然属于在 6-7 的合理区间内合理震荡。房价收入比的上行主要是受 2015 年一线城市和重点二线城市房市回暖导致房价增幅明显攀升，同时收入增幅远小于房价增幅的影响。

从 2001-2015 年的情况来看，我国的房价收入比在 6-8 的区间波动，其中最低的 2003 年为 6.6，最高的 2009 年为 8.1，2015 年房地产市场有所回暖，且部分如深圳、上海等经济较为发达的地区，市场交易量剧增，推动房价回升甚至暴涨。2015 年的 7.2 依然接近合理，由此可判断全国房价基本无泡沫，更谈不上崩盘。但在房价暴涨的深圳，已出现短期泡沫，2014 年深圳房价收入比位列全国第一，同样依据现有数据推算，深圳 2015 年度房价收入比高达 25.8，同比增幅 27.6%，因此将毫无悬念地再次夺冠，房价涨幅明显大于居民收入涨幅，房价收入比进一步脱离合理区间。

4、国航等 5 家航空公司宣布：机票代理手续费降为零

继民航局发文严禁销售机票加收服务费后，2月24日，海航、国航、东航、上航、香港航空 5 家航空公司先后宣布国际及地区客票代理手续费降为零。

民航局目前刚下发通知，严禁销售代理企业向旅客额外加收客票价格以外的任何服务费，各大航空公司就取消了国际及地区客票代理手续费。

海航方面宣布，调整国内代理商销售的航班日期在 2016 年 1 月 1 日后的海航国际及地区客票。中国始发至境外或港澳台地区散客客票，机票代理费为零；销售的境外或港澳台地区始发的散客客票，代理费为零。另外，国航、东航、上航也分别将中国大陆市场国际客票销售基础代理手续费从 1% 下调至零。

实际上，2015 年已有包括南航、国航、东航、厦航在内的多家航空公司取消了机票代理费，不过大多取消的为国内航线代理费，此次包括国航在内的航空公司再度调整代理费，即国内国际航线代理费全部调整为零，可以说机票代理费真正进入了“零元时代”。

航空公司将代理费降为零，对于一些小机票代理商来说目前的生存条件颇为艰难。一国内机票代理商表示，机票代理商需要垫付巨额的票款，如果储备金跟不上很容易资金链断裂，现在代理费也没有了，机票销售又达不到量级，拿不到销售奖励，几乎没有生存空间。

从消费者角度来说，取消代理费实际上对现行的机票价格不会产生很大影响。机票代理费在票价中所占比例本身就很低。

5、中国 5G 基础研发分三阶段 未来三年进行

中国与国际同步启动 5G 研发工作，5G 基础研发试验将在 2016 年-2018 年进行，分为 5G 关键技术试验、5G 技术方案验证和 5G 系统验证三个阶段进行。

2016 年年初，中国正式启动了 5G 研发技术试验，搭建开放的研发试验平台，也邀请国内外企业共同参与，推动全球 5G 统一标准的形成，促进 5G 技术研发与产业发展，为中国 2020 年启动 5G 商用奠定基础。

中国与国际同步启动 5G 研发工作，一是建立协同工作机制。中国的多个企

业、高校和科研院所共同成立了 IMT-2020（5G）推进组，开展 5G 需求、技术、频谱、标准等研究工作。

二是开展 5G 研发，这里面有很多的企业、大学投入了大量的资源，全面开展 5G 各领域的研发。发布 5G 需求和概念白皮书，相关的建议已被国际电信联盟采纳。

三是加强国际合作，目前中国的一些大学和科研院所已经与很多的国家建立了多渠道、多层次的对接合作关系，工信部将积极支持国内外企业开展研发合作，为新一代移动通信技术发展共同贡献力量。根据工信部总体部署，中国国的 5G 基础研发试验将在 2016 年-2018 年进行，分为 5G 关键技术试验、5G 技术方案验证和 5G 系统验证三个阶段进行。

6、我国决定将马铃薯作为主粮进行产业开发

农业部 2 月 23 日正式发布《关于推进马铃薯产业开发的指导意见》，将马铃薯作为主粮产品进行产业化开发。

意见指出，立足我国资源禀赋和粮食供求形势，顺应居民消费升级的新趋势，树立大食物观，全方位、多途径开发食物资源，积极推进马铃薯产业开发，意义十分重大。

农业部种植业管理司司长曾衍德表示，推进马铃薯产业开发是打造小康社会主食文化、破解农业发展瓶颈、推进农业转型升级、引领农业绿色发展、带动农民脱贫致富的有益探索。

根据意见，马铃薯产业开发的基本原则是：不与三大谷物抢水争地；生产发展与整体推进相统一；产业开发与综合利用相兼顾；政府引导与市场调节相结合；统筹规划与分步实施相协调。

意见提出，到 2020 年，马铃薯种植面积扩大到 1 亿亩以上，适宜主食加工的品种种植比例达到 30%，主食消费占马铃薯总消费量的 30%。

意见明确了马铃薯产业开发的重点任务：以资源禀赋为前提，优化主食产品原料布局；以消费需求为引领，开发多元化主食产品；以品种选育为带动，强化主食产品原料生产技术支撑；以科技创新为驱动，研发主食加工工艺和设备；以

营养功能为重点，引导居民消费主食产品。

目前，马铃薯产业开发已稳健起步。科技创新已有一批成果，主食产品已有一批投入市场，主体培育已有一批好的企业，市场开拓已有一批潜在群体。

7、养老地产存用地规模过大高端项目扎堆问题

中国老龄科学研究中心、清华大学建筑学院 24 日在京发布的《中国老年宜居环境发展报告（2015）》显示，现阶段我国虽然涌现出多种类型的老年宜居项目，但相较于发达国家及地区，老年宜居项目在策划定位、规划设计、工程建设、运营管理等环节均存在一些问题。

第一，高端项目扎堆，中端主流居住需求被忽视。目前，房地产开发商、投资者的养老项目多定位于高端老年客户群。而现阶段高端老年客户有效需求有限，已有的高端养老社区或护理设施中许多已面临低入住率与亏损困境。随着项目数量的增多，高端市场将面临更激烈的竞争态势。与此相对，中端刚需老年群体的养老服务需求量更大，却被开发、投资企业忽视。

第二，养老地产开发热情高涨，但是部分老年宜居项目规模过大，与老人需求不符。近年来，一些养老项目动辄用地规模高达数千亩甚至上万亩，床位数量逾千张。这种建设规模逾千亩的大型郊区型项目，单纯开发养老产品不仅会加大投资风险，更会使后期运营管理面临极大挑战。

第三，养老产品类型定位不清，开发面临困扰。目前，我国的养老产品类型划分多以建筑类型或开发模式为主，重豪华轻舒适，极少从老年群体需求进行分类，特别是根据不同护理级别、精神需求进行分类。养老项目规划设计从一开始就存在盲目和混乱。

第四，产业链缺少衔接，项目前后期脱节。目前，养老服务产业尚属起步阶段，老年地产、老年产品、老年服务等各环节之间缺少有效衔接。许多养老项目开发过程缺少系统性与连贯性，因土地、资金、人员等各方面因素配合衔接不足，最终难以实现目标。

第五，盲目照搬国外模式，不能适合国情“落地”。

第六，老旧小区居住环境亟待改造，责任主体不明。当前我国许多城市老旧

社区中老龄化程度较高，居住环境却严重不适老。20 世纪 90 年代之前建成的老旧社区由于建设年代久远及时代制约，大部分老旧社区中的楼栋公共交通空间、套内卫浴空间、室外公共活动空间等，都无法满足无障碍使用的需求，亟待进行适老化改造。

8、茅台多家子公司将只保留茅台酒和习酒公司

茅台集团正在启动内部子公司白酒业务的整合，此番整合结束后茅台集团涉及白酒业务的子公司，将只保留茅台酒股份公司和习酒公司，其他子公司如贵州茅台(216.750, -0.09, -0.04%)酒厂集团技术开发公司、贵州茅台酒厂集团保健酒公司等多家子公司或将剥离白酒业务。据茅台集团官网显示，现集团下属有 21 家子公司，其中不少都曾涉足白酒行业。

事实上，“茅台集团十三五规划”就曾对旗下酒类业务提出过整合重塑。据该规划显示，“十三五”末集团将成为资产总额千亿级企业，其中酒业收入占 65%-70%，非酒类业务收入占 30%-35%，在集团内培育 2-3 个上市公司，形成产融结合、双轮驱动、全面发展的国际化企业。为此，茅台集团将采取包括酒业渠道整合重塑、多品牌规划等七大战略举措，确保“十三五”的战略目标。

值得注意的是，数据显示，2015 年 1-11 月，茅台集团实现销售收入（含税）357 亿元，同比增长 4%；实现利润总额 193 亿元，同比增长 1.88%。与此同时，2016 年以来，茅台开发条码的保证金费用大幅提高，从几十万提高到 100 多万元。

目前茅台酒股份市场饱和度较高，集团要完成“十三五”的千亿目标，就必须寻找新的着力点。其中习酒作为独立运营的品牌，已引进战投并推进股份制改造，想象空间较大，茅台此举也意味着习酒上市的步伐将加快。与此同时，通过对涉白酒业务的整合，顺理成章地减少开发品牌，达到聚集白酒主业与企业瘦身的目的。

五、环球市场

1、巴西 2015 年经济衰退 4.08%

据新华社电巴西中央银行 2 月 18 日宣布，在 2014 年经济仅增长 0.15%之后，该国经济 2015 年衰退了 4.08%。这是自 1990 年以来巴西经济表现最差的一年。

巴西央行使用的是巴西经济活动指数（IBC-Br），它是由该机构设立的用于预测国内生产总值变化趋势的指数。该指数在统计方法上与政府有所不同，政府的数据将于3月3日由巴西地理统计局发布。

巴西央行的这一统计结果，比金融市场估计的负3.71%还要差。此外，金融市场的预测还认为，今年巴西经济将继续萎缩3.33%。

鉴于经济表现持续不好，国际评级机构标准普尔公司2月17日再次下调了巴西的主权债务评级，从BB+降至BB，评级展望为负面。目前，在国际三大评级机构中，只有穆迪还保持着巴西的投资级别。

巴西的信用度从2015年9月以来继续减弱，政治和经济领域面临的挑战依然“巨大”。2016年以来，巴西还是无法平衡公共债务，罗塞夫总统曾向国会递交法案，建议将财政目标进一步下调。

2、韩国2月出口延续下跌趋势 同比下滑近17%

韩国2月出口同比大幅下滑近17%，延续了一月份大幅下跌的趋势。韩国出口持续下滑，且有加剧之势，为韩国经济增长前景蒙上阴影。

据韩联社22日报道，据韩国海关厅和世界贸易组织（WTO）公布的数据，截至2月20日，韩国2月份出口额约为221.6亿美元，较去年同期下降了17.3%。韩国1月份的出口总额为366.23亿美元，较2015年同期下降了18.8%，为6年来最大跌幅。韩国2016年截至2月20日的出口额为587亿美元，同比下滑18.3%。

韩国2015年出口额达到5268亿美元。韩国政府预计2016年全年出口将增长2.1%，并帮助推动全年经济增速由去年的2.6%增长至3.1%。但从开年的出口形势来看，实现这一目标的前景不容乐观。

韩联社报道称，韩国进出口银行海外经济研究所21日发布《2016年世界经济展望及焦点》报告，预测因全球贸易萎靡不振、欧元和日元持续走低导致价格竞争更加激烈，韩国2016年出口额预计约为5058至5500亿美元，同比减少0.4%至0.5%。报告指出，短期来看，韩国应扩大对印度、伊朗等新兴国家的出口。在对美出口方面，随着美国经济出现复苏势头，韩国应提振汽车、机械等主力产业的出口。从长远来看，韩国应将出口重点转向制药、航空、二次电池、化妆品等新兴产业。

韩国对中国的出口在总出口中约占四分之一。该报告指出，由于中国经济增长放缓、增长战略转型等因素，韩国对华出口持续下滑。且韩国对中东地区、俄罗斯、巴西等的原材料出口也陷入长期低迷。

分析指出，韩国出口下滑尤其令人担忧，因为韩国出口下滑的形势比中国、印度和日本等国都要糟糕。一些更加悲观的分析认为，韩国今年一季度的出口降幅更可能会达到 9%，全年的出口将会萎缩 1 至 2 个百分点。

目前韩国出口增长放缓出现加剧之势。去年一季度，韩国出口同比下滑 3%，此后三个季度跌幅逐步扩大至 7.3%、9.5%和 11.9%。韩国海关厅表示，今年韩国出口的下降幅度可能会比 2009 年金融危机时期更大。

韩国今年的经济增长预期是建立在全区经济持续改善的基础上的，这将有利于出口的反弹；海外需求、国内消费及投资的双重增长是政府目标得以实现的主要驱动力。如果在韩国经济中占有重要位置的出口今年持续受挫，政府今年的增长目标恐怕难以实现。

韩国央行上周将利率连续八个月维持在 1.5%的历史低点。韩国央行行长李烈柱表示，虽然目前仍有进一步降息的空间，但是通过降息提振经济的效果仍存在一些不确定性，但表示必要时仍将毫不犹豫采取行动。韩国本月早些时候出台了一些财政措施帮助提振经济，市场预计韩国仍需一段时期观察这些措施的效果以及全球市场的走势。

3、泰国企业纷纷抢滩越南零售业市场

最近以来，泰国企业纷纷通过并购行动抢滩越南零售业市场，并掀起一轮并购热潮。2013 年，泰国 Berli Jucker Plc (BJC)收购了日本在越南的 42 家全家 (Familymart) 门店并更名为 B' mart。2014 年年中，该企业又以 6.55 亿欧元收购了越南麦德龙超市，并于 2016 年 1 月 7 日完成所有并购手续。这是迄今发生在越南零售业的最大并购案。2015 年年初，泰国郑氏家族的中央集团收购了阮金家电超市 49%的股权。2015 年 12 月 15 日法国卡西诺集团正式宣布出售越南 Big C 超市后，零售业专家估计这笔买卖又会落入泰国人之手，估价在 8-10 亿美元之间。泰国巨富苏旭明旗下的 Berli Jucker 宣称有意做成这桩交易。

泰国企业抢滩越南零售市场的主要原因，一是越南国内零售市场潜力巨大，

具有投资吸引力，但越南自己过于注重出口，忽略了国内市场；二是泰国与越南距离近，对越南人消费习惯了如指掌，泰国分销市场趋于饱和，而越南缺乏现代化分销体系。

4、墨西哥 2015 年经济增长 2.5%

墨西哥国家统计局 23 日公布的数据显示，2015 年墨西哥国内生产总值增长 2.5%，高于 2014 年的 2.3% 和 2013 年的 1.4%。

墨西哥国家统计局表示，2015 年经济增速符合预期。墨西哥财政和公共信贷部 2015 年年初预测，当年经济增速在 2.0% 至 2.8% 之间，墨西哥央行则预测增速在 1.9% 至 2.4% 之间。

尽管 2015 年经济增速高于此前两年，但仍远低于 2012 年的 4%，这显示墨西哥经济仍处于缓慢复苏状态。

墨财政和公共信贷部经济计划局局长马德拉索表示，2015 年国际金融市场不稳定，外部环境复杂多变，但墨西哥经济仍实现缓和增长，主要得益于本国农业、工业和服务业的良好表现，其中服务业增长 3.5%。

据墨财政和公共信贷部统计数据，2015 年墨财政赤字总额达 6376.29 亿比索（约合 352 亿美元），比前一年增长 14.3%，占国内生产总值的比例为 3.5%，创 30 年来新高。

5、2015 年新加坡经济增长 2%

新加坡贸工部 24 日公布，新加坡 2015 年经济增长 2%，低于 2014 年 3.3% 的增长率。

数据显示，新加坡去年第四季度经济同比增长 1.8%。其中，由于运输工程业和电子制造业产量下降，占新加坡国内生产总值五分之一的制造业持续萎缩，同比下降 6.7%；建筑业同比增长 4.9%；服务业同比增速则放缓至 2.8%。

2015 年全年，新加坡制造业萎缩 5.2%，其中除化工业外的所有领域都出现萎缩；建筑业增长放缓至 2.5%；得益于批发零售贸易及金融保险领域的增长，服务业增长 3.4%，但仍略低于前年的 3.6%。

新加坡贸工部认为, 尽管金融保险以及批发贸易有望为新加坡的经济增长提供支持, 但由于外部需求疲软, 制造业前景仍然低迷。此外, 油价波动、私人部门建筑行业需求的下降以及人力短缺也将对相关经济领域产生影响。综上因素, 贸工部将新加坡 2016 年的经济增长预测维持在 1%至 3%。

6、意大利 2015 年 12 月份工业订单指数环比下降 2.8%

2月24日, 意大利国家统计局发布数据显示, 经季节性因素调整, 意大利 2015 年 12 月份工业订单指数环比下降 2.8%, 工业销售额环比下降 1.6%; 经日历因素调整, 12 月份工业销售额同比下降 3.0%; 未经调整, 意大利工业订单同比上升 1.5%。

7、加拿大 1 月份 CPI 同比上升 2%

2月19日, 加拿大国家统计局发布数据显示, 加拿大 1 月份 CPI 同比上升 2 个百分点。其中, 食品价格同比上升 4%, 交通运输 CPI 价格同比上升 2.2%, 服装及鞋类价格同比下降 0.3%。此外, 数据还显示, 经季节因素调整后, 一月份 CPI 环比上升 0.2%。

8、德国 2 月份制造业 PMI 降至 50.2

2月22日, Markit 发布数据显示, 德国 2 月份制造业 PMI 为 50.2, 环比下降 2.1 个点。海外订单和出口减少是制造业增长放缓的重要原因。此外, 尽管制造业投入成本剧减, 制造商仍提升商品价格以维持通胀水平。虽然服务业增长预示德国新订单增加, 但市场信心仍为 4 个月以来新低。

六、热点解读

1、2015 年众创空间十大关键词

2015 年作为“众创元年”, 一场由众创空间引发的“风暴”席卷全国。随着“大众创业、万众创新”的观念逐渐深入人心, 分享经济的快速增长, 互联网创业的蓬勃发展, 众创空间遍地开花。作为我国创新创业生态的新产物, 众创空间定位于通过市场化机制、专业化和资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务平台。

关键词一：背后的力量

2015年是众创空间迅速崛起的一年，政府的政策支持作为其背后的力量显得尤为重要，首先是国务院针对大众创业、万众创新以及众创空间颁布多项政策，对众创空间的发展起到了导向作用；其次是各地政府积极响应国务院的号召和指导，出台相应的扶持政策予以落实，推波助澜加速众创空间的发展。

具体的讲，政府一方面在资金上予以众创空间一定的补助或奖励，如天津对经认定的众创空间，分级分类给予100万元至500万元的一次性财政补助，用于初期开办费用；苏州对市级认定的众创空间给予最高50万元的奖励。另一方面对于小微企业实行税收减免政策，如苏州对年应纳税所得额低于20万元(含)的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

然而，政府政策的扶持对众创空间的发展还是有限的，一方面因为大部分补贴申请条件苛刻且名额有限，另一方面则是补贴金额杯水车薪。所以背后的力量不能单靠政府，还需要市场的加入，二者合力推动行业的发展。

关键词二：降低门槛

2015年1月，随着“双创”的浪潮持续升温，众创空间应运而生，它是一个相比传统意义上的孵化器门槛更低、更方便为草根创业者提供成长和服务的平台。

一方面，众创空间降低门槛体现在其对更多的创业者开放，促使全国整体的创业环境趋好。根据工商总局数据显示，2015年全国新登记企业443.9万户，平均每天新登记企业1.2万户，比去年日均新登记企业1万户有了明显提升。在市场主体总量增加的同时，初创企业活跃度持续提高。2015年第四季度，全国新设小微企业周年开业率达70.1%，新设小微企业中已开展经营的有78.7%实现创收。这些数据充分的显示出众创空间面向所有公众开放的低门槛特点所带来的作用。

另一方面，众创空间为处在创业初期的创业者提供多方面的服务，降到了创业者创业门槛，其中创业咖啡馆类型的众创空间可谓是将降低门槛的特点展示的淋漓尽致，例如3W咖啡、车库咖啡等。在这些咖啡馆中，创业者只需每人每天点一杯咖啡就可以在这里享用一天的免费开放式办公环境，而且创业者在这里会遇到不同的人，获得不同的资源，学习到不同的知识，这些都是免费开放的。

关键词三：遍地开花

2015 年上半年，我国较有规模的众创空间不足 20 家，而随着国家及地方一系列政策的扶持以及“双创”热潮的席卷，如今已有超过 1.6 万家众创空间在全国各地“开花”。这些众创空间不仅在北京、上海、广州、深圳等创业热情高涨的城市出现，在嘉兴、扬州等一些二三线城市也开始兴起。

各地还设立了短期内众创空间发展的数量目标。如天津实施众创空间示范工程建设，目标到 2016 年，全市每所普通本科高校、独立设置的高职学院、独立学院至少建设 1 个众创空间，各区县、滨海新区各功能区至少建设 3 至 4 个众创空间，全市众创空间超过 100 个；到 2020 年，苏州市将打造众创空间等新型孵化机构超过 300 家，其中，具有较强专业化服务能力的众创空间超过 100 家；还有到 2020 年，重庆将建 100 个“众创空间”，更便捷地将创业者的点子和创意转化为创业实践，培养一大批文化创意和科技型中小微企业。所以相信在未来的一到两年里，众创空间还会有一定幅度的增长。

但在众创空间遍地开花的背后也隐藏着一点隐忧，这些一哄而上的众创空间中不乏存在一些跟风者希望借政策的春风投机获利，它们的跟风营造出一派创业繁荣的假象，无法真正的为创业者的成长助力，甚至会成为创业者成长路上的绊脚石。

关键词四：同质化

随着众创空间以井喷之势的增长，同质化现象已经逐渐成为了行业的痛点。一方面，同质化现象体现在于众创空间提供的服务类型同质化，比如提供工商注册、企业培训、办公服务等，几乎成为了所有众创空间的“标配”，甚至有些众创空间的商业模式、运营理念都如出一辙。如何可以独树一帜，找到自己特有的运营模式成为众创空间创始人亟待思考的问题。

另一方面，众创空间的核心在于通过一定的机制挖掘到好的项目，但随着“互联网+”时代的到来，很多众创空间吸引到的项目都是一些 APP 开发或是 O2O 运营，在项目类型上存在着许多雷同，创新项目并没有那么多，项目的同质化致使很多众创空间缺乏核心竞争力。

同质化现象将成为众创空间从“量变”到“质变”的一个重要转折点，在蜂拥而至的众创空间中，只有做到去同质化才能经受得住市场的洗礼，不被市场淘汰。

关键词五：有店无客

众创空间概念的持续火爆，引来了很多非专业的、外行的人进入该领域“搅局”，盲目的建立了过多的众创空间，然而众创空间数量并没有适应现有创业者的规模，最终出现了有些众创空间“有店无客”的现象。

而且大量非专业的众创空间，对市场盲目乐观，无法为创业者提供任何实质性的支持与服务，导致创业者的参与度较低。创业者的参与度较低也让投资人少了投资兴趣，投资减少，创业者会变得更少。如此往复，众创空间内部便陷入了恶性循环，“有店无客”的现象便会持续扩大，最终“无客”的众创空间会在大浪淘沙后出局。

“无客”的众创空间昙花一现，也正是众创空间整个行业领域去芜存菁的一个过程，要想成为优秀的众创空间，无论是物理环境、硬件设备、软性服务还是外部环境，都需要达到了非常高的水平，从而实现更专业化的发展。

关键词六：见缝插针

随着众创空间的发展，其慢慢呈现出鲜明的“跨界”特色，无论是制造业、硬件厂商，还是金融机构、咖啡馆，都在积极建设众创空间。

掌握大批土地和物业资源的传统地产商自然也迅速地把握住了这一变化，见缝插针低嫁接金融互联网因子，力图打造中国版的 WeWork 模式，求得在众创空间中分得一杯羹。比如 SOHO 3Q、瑞安创智天地、万科云城、华夏幸福产业园等，他们都选择与风投、天使基金等合作，不再扮演整合土地、建设、园林、装修等产业链的角色，而是成为整合创业者、投资人、金融机构、互联网技术乃至物流的中间人。

对于地产商见缝插针的发展众创空间这一现象，地产商应避免以众创空间之名，做商业地产之事。那些名不符实的众创空间既会影响商业地产的稳定发展，也会妨碍众创空间的发展。

关键词七：二房东

究竟什么样的众创空间才是真正契合时代发展?在当下，对于创业者而言，他

们的痛点在于缺人、缺钱、缺资源，入驻众创空间是希望加速企业成长，如果众创空间仅仅是作为“二房东”，无法提供完善的配套服务帮助他们解决问题，那么众创空间存在的意义并不大。对于众创空间而言，它们的真正价值在于形成产业生态，如果仅仅是作为“二房东”依靠赚取租金的差价来维持运营就显得有些违背原则了。

所以，众创空间应注重物理空间，但更应注重精神空间，不能仅作为“二房东”提供场地空间，而是应该依赖于空间这个载体，通过将创业者“聚合”产生“聚变”，打造一种创业文化、氛围、环境和社区的概念，注重综合服务能力，形成一个开放式的创业生态系统。

关键词八：老大难

众创空间是为创业者提供服务的平台，并不是一个慈善组织，如何盈利成为众创空间运营者心中的“老大难”。

纵观整个行业，众创空间的盈利模式较为单一，大多是以收取低额的租金和服务费为主，但众创空间的场地大多是市场化租赁，前期投入较大，而且维持日常运营的商务成本较高，所以能实现盈利的众创空间少之又少，能维持收支平衡都实属不易，这样的盈利模式并不能支持众创空间长远的发展，“老大难”问题亟待解决。

然而众创空间是一个为创业者提供低成本的服务平台，自带的半公益属性为“老大难”问题的解决雪上加霜。众创空间既不能沦为其运营者的敛财工具，又需要保证其持续、稳定、健康的发展，所以众创空间的盈利模式有待探索。

关键词九：抱团取暖

对于众创空间这种新型的创业服务平台而言，现阶段仍处于摸索期，虽然国家和地方政府出台多项政策扶持，但仅仅依靠散落在各地的众创空间单打独斗很难形成集群效应，抱团取暖便成为了多方共赢的选择。

众创空间联盟的出现便是抱团取暖的最好体现。首先，上海创客中心等近40家创业服务组织共同发起成立了上海众创空间联盟，成为全国首个区域性众创空间联盟；随后，北京、山东等数十个地区也纷纷成立各地的众创空间联盟，有效的整合了各众创空间，更好的对接政府、创投基金和产学研等优势资源，为创业

者提供了更大的平台。

众创空间的核心与本质是提供创新创业的综合性服务平台，它不仅要做到资源的整合，更要实现资源的融合、有效搭配，无法集结资源或是集结资源后无法做到资源融合的众创空间是没有意义的，所以抱团取暖的联盟形式将是众创空间未来发展的趋势。

关键词十：降温

自国家开始鼓励“大众创业、万众创新”开始，众创空间借政策红利持续“高烧”，但对于众创空间未来的发展，很多人认为其将面临重新洗牌的局面。无论是否会迎来真正的洗牌，为众创空间“降温”都迫在眉睫。

众创空间的“高烧”，营造出了全社会创新创业的繁荣景象，若想繁荣之景不会成为破灭的泡沫，而是长久的存在，政府就必须冷静的思考众创空间未来的发展方向，要从大水漫灌式的财政奖补转型为精确滴灌式的有针对性扶持，注重众创空间的差异化和专业化，防止一拥而上的空玩概念。

“降温”是为了促进众创空间更加健康的发展，可以为创业者提供综合服务、深化产业链条、对接投融资资源，最终形成创业生态闭环；同时，“降温”也会将创新创业的繁荣之景下隐藏的泡沫做实，从而对全社会的创新创业氛围产生积极的推动作用。

2、中国财富管理行业发展分析

一、财富管理发展概述

伴随着我国 GDP 的快速发展，社会财富快速积累，与此对应的财富管理市场也经历了十几年的迅猛增长。根据公开数据显示，截至 2015 年底，中国财富管理市场已超百亿元。其中主要是由银行理财、保险、信托、公募及私募基金、券商资管及第三方财富管理机构组成。

财富管理是指以客户为中心，设计出一套全面的财务规划，通过向客户提供现金、信用、保险、投资组合等一系列的金融服务，将客户的资产、负债、流动性进行管理，以满足客户不同阶段的财务需求，帮助客户达到降低风险、实现财富增值的目的。财富管理范围包括现金储蓄及管理、债务管理、个人风险管理、

保险计划、投资组合管理、退休计划及遗产安排。

按照财富管理的定义来看，财富管理的涵盖很广，会涉及到银行理财、保险、信托、公募及私募基金、券商资管及第三方财富管理机构等等。其产品形式会涵盖银行理财、信托、股权投资基金、债券投资基金、股票投资基金、券商资管计划、保险资管产品，投资型保险，期货资管等等。同时，财富管理具有以下特征：

第一，私密性：能为人们提供一对一的一站式理财服务，它涵盖了个人、家庭和事业的一揽子综合金融和增值服务解决方案。

第二，高端性：可以为人们寻找到适合自己的中风险、高收益的投资产品，确保资产能带来可预期的增长。同时，由于个体资产规模较大，资产运作起来的更加轻松自如。

自改革开放以来，我国经济得到高速发展，推动社会财富快速累积，由此财富管理这一新兴词语取代银行存款成为人们最为关注的焦点。将我国财富管理划分为三个时期，分别为潜伏期、萌芽期、生长期。

1) 潜伏期（1979-1990）

从我国改革开放开始，社会经济及财富都得到快速增长，国家政策摆脱了计划经济向着市场经济发展，居民理财也摆脱了真空地带。但是，银行定期存款却仍然是那个时代老百姓的唯一金融理财产品，而其中国库券由于利率较高，成为人们争相投资的产品。

在随后的 80 年，北京、上海、重庆等大城市相继开放了国库券交易市场，每年老百姓都要义务性地买一些。但是手中本来就没几个钱的老百姓很多等不到几年以后再兑现，特别是少做长远打算的年轻人，纷纷在买后不久甚至是第二天，就把国库券以 5 折的价格卖掉。

自 1988 年开始，个人可以直接将国库券卖给银行了，但是仅仅在大城市里有交易点，所以出现了许多利用地域差价赚钱的人，目前许多知名人士的第一桶金都来自于当时的国库券买卖。

2) 萌芽期（1990-2003）

自 1990 年开始，中国财富管理进入萌芽时期，1990 年 12 月和 1991 年 7 月上海和深圳证券交易所的相继挂牌营业，股票集中交易市场正式宣布成立，中国股市由此诞生。这一阶段是中国股份制改革起步初期，整个市场规模较小，并以分隔的区域性试点为主，股票市场的发行和交易缺乏全国统一的法律法规，缺乏统一规范和集中监管，所以经常出现暴涨暴跌，以及震惊全国的 327 事件。

在这一阶段，上市公司数量由最初的 13 家增长至超千家，上市公司的范围从地方扩展到全国，上市发行品种涵盖 A 股、B 股，还有赴香港、美国发行的 H 股、N 股。而且随着人均可支配收入的增加，人们对理财的需求也在持续增长，1998 年，我国第一只证券投资基金诞生，理财产品日益增多，丰富了人们的理财选择。2001 年，我国第一只开放式基金发行，从此基金和股票成为个人投资这最为关注的金融产品。

3) 生长期（2003-现在）

自 2003 年开始，我国财富管理进入新时代，在这一年，诺亚财富正式成立，理财产品已经不再局限于债券、股票、基金，银行理财产品开始出现、黄金投资逐步放开，房地产步入黄金十年、企业债开始进入人们视线，而股票投资也不仅是单纯的二级市场买卖股票，定向增发、并购成为高净值个人参与的主要方式。

随着《基金法》全面实施，基金专项资产管理子公司业务热情高涨，继银行之后，保险公司、证券公司相继进入公募资管行业，资管市场进一步放开、充分竞争格局已然形成。包括第三方理财、互联网金融等在内的各类机构，不断尝试金融创新以满足各类投资者日渐复杂化、多元化的需求。

在这短短的十余年快速发展过程中，中国的财富管理行业蓬勃发展起来，平均连续多年保持 40%以上的高速增长。近年来，由于互联网技术创新和进步，更是推动了一系列基于互联网技术和平台的理财产品脱颖而出，互联网金融成为新世纪人们最多关注的焦点。

根据市场公开数据显示，我国金融财富持续积累，截至 2014 年，我国金融资产总量接近 200 万亿元，其中，居民存款、单位存款合计 105 万亿元。中国财富市场按财富总值排名世界第三，截至 2015 年末，我国个人可投资财产已经超过 100 万亿人民币。而且随着中国财富积累保持较快的速度 2016-2020 年仍将保持快速增长。

根据调查显示，目前存款和房产投资仍然是中国居民的主要投资理财方式，其中存款占比为 40%，不动产投资占比为 35%，其他如股票投资、债券投资总额相加不足 20%。这样的资产配置一方面体现出我国过去十余年以房地产主导的经济发展形态；另一方面也体现出国民务实保守的投资理念。

二、财富管理政策

目前我国对财富管理行业的政策及监管虽不能说一片空白，但是其监管力度并不强。另外，我国财富管理行业的各细分领域实施分割的机构监管，因此难以实行统一有效的监管和保护。这些问题属于制度性问题，需要监管部门进一步加快改革步伐、推出更多的支持鼓励政策予以解决。

随着《基金法》全面实施，基金专项资产管理子公司业务热情高涨，继银行之后，保险公司、证券公司相继进入公募资管行业，资管市场进一步放开、充分竞争格局已然形成。包括第三方理财、互联网金融等在内的各类机构，不断尝试金融创新以满足各类投资者日渐复杂化、多元化的需求。

图表 10 2013-2015 年中国财富管理相关政策分析

政策	发布时间	发布机构	主要内容
《私募投资基金募集行为管理办法（试行）》	2015年12月	中国基金业协会	1、《办法》将私募基金募集活动分两种：私募基金管理人直销；具有基金销售业务资格且为基金业协会会员的机构代销； 2、强调了银行或券商等第三方监管资金安全，明确了券商和银行的责任，有助于防止私募违法吸纳资金； 3、在完成合格投资者确认程序后，募集机构应给予投资者不少于一天的投资冷静期，投资者在冷静期满后签署私募基金合同； 4、明确限制通过微信朋友圈等新媒体向不特定对象传播私募产品信息。
《最高人民法院 关于审理民间借贷案件适用法律 若干问题的规定》	2015年8月	最高人民法院	规范了民间借贷行为标准，为正确审理民间借贷纠纷案件提供了准则。
《非银行支付机构网络支付业务 管理办法（征求意见稿）》	2015年7月	中国人民银行	规范非银行支付机构网络支付业务，防范支付风险，保护当事人合法权益。
《关于促进互联网金融健康发展的 指导意见》	2015年7月	中国人民银行	规范互联网金融市场秩序，明确互联网金融监管责任，科学合理界定各业态的业务边界及准入条件。
《私募投资基金 监督管理暂行办法》	2014年8月	证监会	《办法》规定不得将其固有财产或者他人财产混同于基金财产从事投资活动，但不禁止私募基金管理人跟投行为。
《证券公司参与 股指期货、国债 期货交易指引》	2013年8月	证监会	规范证券公司参与股指期货、国债期货交易行为，防范风险。
《基金管理公司 固有资金运用管 理暂行规定》	2013年8月	证监会	规范公开募集基金的基金管理公司固有资金运用行为，防范固有资金投资风险，维护基金份额持有人的合法权益。
《关于林权抵押 贷款的实施意见》	2013年7月	银监会	为改善农村金融服务，支持林业发展，规范林权抵押贷款业务，完善林权登记管理和服务，有效防范信贷风险。
《证券投资基金 托管业务管理办 法》	2013年4月	证监会	规范证券投资基金托管业务，维护证券投资基金托管业务竞争秩序，保护基金份额持有人及相关当事人合法权益。
《证券投资基金 销售管理办法》 （修订版）	2013年3月	证监会	规范公开募集证券投资基金的销售活动，促进证券投资基金市场健康发展。

资料来源：中商产业研究院整理

三、国内财富管理机构分类

随着国外越来越多的富人和财富管理公司的出现，财富管理已经不再是银行

一家独大，信托、基金及第三方理财机构都面临着日益激烈的竞争，行业呈现了整合的趋势。为应对行业的竞争，这些公司不约而同地开始提供更多产品和服务，以便能更好的为客户提供财富管理产品。

1、银行

就目前国内而言，规模最大、最具有影响力的仍然是银行理财业务，因为对于具有传统商业银行背景而占有大量客户群体，可以很自然延伸到财富管理领域，因此，在传统商业银行的财富管理业务的关系中是必不可少的，也是中国财富管理业务的主力军。

由于银行理财产品收益率高于定期存款，而银行在居民心中又是信誉的保障，所以会持续推动居民的理财需求，根据中国银行业协会统计，理财规模呈现逐步提升的状态，2007年底，银行理财规模仅有5000亿水平；随后在09年底突破万亿后迎来加速提升；2013年底突破10万亿元，到2015年国内银行理财规模已突破20万亿元，预计在2016年将超过23万亿元，稳居各财富市场规模第一。

但是，目前国内绝大部分银行还不能很好的理解财富管理这一行业，甚至是认为只是对高净值个人高息揽储的一种方式，另外将银行销售自身理财产品以及基金、证券、信托、私募等投资机构的理财产品的一种通道业务。

未来，随着降息周期的开启，银行理财的规模提升将会受到限制。从银行业协会的数据来看，近三年随着利息逐步下降，银行理财的收益率也呈现下降趋势，2013年底的平均年化收益率为5.68%、2014年底为5.19%，到2015年底就下降到了4.41%。预计到2016年国内还将有1-2次降息，银行理财产品的年化收益率或降到4%以下。同时，由于银行理财业务还停留在金融产品代销的初级阶段，并不能正在获得客户认可，缺乏可以主动提高的经营模式及政策，所以未来突破增长瓶颈较为困难。

2、信托机构

目前，市场上的信托公司主要分为三种类型分别是：第一，央企信托，主要有国有企业投资成立，产品风格在所有信托公司里是最保守的，而几乎固定的收入，让他们没有动力去做风险高的项目，所以在市场中份额并不大。第二，银行信托，主要是由大型银行投资成立的信托公司，银行系信托的强势在对于信托项目的资金风控上。第三，地方信托，主要是由地方国资委或财政局投资成立，其

产品特点是集中在其地方政府财政局管辖区内企业融资的需求，而且往往会加入一些政府部门财政隐含的担保。

从信托管理资产规模来看，从 2011 年开始，资产规模呈现快速增长趋势，根据银监会统计，2011 年底，信托资产规模达 4.8 万亿元；2012 年底，信托资产规模已达到 7.4 万亿，截至 15 年 3 季度，总管理规模达到 15.62 万亿。

但是值得注意的是，由于 A 股暴跌、宽松货币政策边际效应递减，收益率不断下降的趋势也延续到信托市场，而信托资产规模也出现首次下降，根据银监会数据统计，2015 年二季度信托总管理规模为 15.87 万亿元，截至到三季度规模则为 15.62 万亿元。可以看出，信托资产规模首次结束了自 2011 年以来连续 4 年 50% 以上的增长，可以认为，信托业快速扩张的势头已经明显受到遏制，信托软着陆的趋势明显。

3、公募及私募基金公司

自 2007 年在股市快速上行的带动下，中国基金规模出现了爆炸式增长，到 2007 年底，国内基金已经达到 341 只，合计总资产净值达到 3.1 万亿元。但自 2008 年开始，由于股票市场低迷，基金总体份额有所回落，在这个过程中，基金的投资范围从股票扩展到对冲、量化等新的投资品种上，基金总体规模得到有效增长。截至 2015 年三季度，公募基金管理资产总额接近 7 万亿元，其中货币基金为 3.87 万亿元，混合型基金为 1.71 万亿元，股票型基金 2.5 万亿元；另外，私募基金管理资产总额接近 4 万亿元。

总体来看，基金公司管理规模持续增长，一方面体现了市场投资行为与选择的变化，另一方面也显示出其对市场的影响程度。另外，以余额宝为主的互联网基金的诞生，开启了互联网+基金模式发展，也意味着基金公司未来打破传统瓶颈，跨入一个新的时代。

4、独立财富管理机构

对应投资者日益加剧的财富管理需求，第三方理财机构从无到有，迅速崛起，仅十余年的时间就发展成为财富管理市场的重要角色，自 2010 年 11 月诺亚财富在纽约证券交易所挂牌交易后，成为独立财富管理机构的标杆，使得第三方财富管理机构获得越来越多人的信任，目前中国财富管理机构总数量已超过万家。

目前，国内独立财富管理机构的市场份额任然较小，据公开数据统计，2015年独立财富管理总资产约为4.68万亿元，占整个财富管理的市场份额余额为5%。而在欧美等发达国家，独立财富管理占据整个财富管理市场份额的60%以上；在台湾、香港等地也占30%左右，所以伴随着大众富裕人群以爆炸性的速度增长，预计未来发展潜力最大，速度最快的将是独立财富管理机构。

5、保险机构

受益于保险行业的快速发展，保费高速增长，保险行业资产管理规模稳定增长。保险公司的财富管理也逐渐进入到人们的视野，其中，人寿类保险产品成为保险机构的主要资金来源，根据保监会数据显示，截至2015年第三季度，保险机构资产总额已经稳步提升接近12万亿元，年增速维持约20%。

目前保险类机构主要投资的项目有三块：债券、股票和基金。随着监管层对权益类资产投资的放开，股票+基金占比逐步上升，根据公开数据显示，保险的资产一般20%-30%用于存款、30%-40%用于债券、10%-20%用于股票和基金。

保险类机构主要有二大优势，第一，自有资金充足，背靠保险母公司，不用再为资金来源而铺设渠道；第二，投资领域广泛，保险类投资机构可以覆盖权益类投资、固定收益类、产业投资类等高中低不同风险业务领域的资产管理机构。

四、优秀独立财富管理机构情况

1、诺亚财富

诺亚财富是诺亚控股有限公司的集团品牌，成立于2003年，是中国独立财富管理行业的开创者和领导者。它以客户的立场出发，拥有独立的角度，引导独立理财顾问服务理念。

2007年，“诺亚财富”获得著名风险投资基金红杉资本注资，经过快速发展，通过全市场、多维度的产品筛选及风险控制体系，参与金融产品的创新和设计，获得客户与业内的一致好评，成功于2010年11月10日在美国纽约证券交易所上市。（纽交所上市代码：NOAH），是业内首家纽交所上市公司，也是国内最大的独立财富管理机构，累计管理资产已超过2400亿，服务超过8万高净值客户和企业。全国共有超过120分公司，覆盖国内65城市。其中，子公司歌斐资产管理规模已经超过800亿，每年增长约50%以上。在海外资产配置方面，诺亚是第一家拥有

所有有关牌照的独立财富管理公司。经过 12 年的发展，诺亚已是一个完整的综合金融平台，为高净值客户提供完整的服务，包括投资、保险、教育、家族服务、汽车租赁、海外配置等。

诺亚财富的产品与服务主要涵盖了财富管理、资产管理、全球开放平台和互联网金融四大领域。在财富管理方面，诺亚是中国财富管理的先锋。从 2003 年开始，诺亚首先引进私人银行的概念，以客户为导向，建立了一个聚焦在客户需求的独立财富管理公司。到 2015 年二季度，诺亚已经为客户配置超过 2000 亿的资产。在资产管理方面，诺亚与于 2013 年成立歌斐资产，以建立多元精品投资中心为主要战略，管理资产超过 700 亿，在 PE/VC、二级市场、房地产等都表现良好。在全球开放平台方面，诺亚是在香港拥有相关牌照的独立财富管理公司，它抓住全球配置的大趋势，在香港已经有超过 70 人的专业团队，资产配置 2015 年一季度同比增长 760%。海外产品走在国内财富管理机构的前面。在互联网金融方面，诺亚财富通过“财富派”平台和“诺亚金通”涉足在线理财和线上支付服务。以“财富派”为品牌的财富管理平台，2014 年 6 月成立，服务于中国的白领，并于 2015 年 3 月获得红杉资本的注资。

2、中天嘉华

北京中天嘉华财富管理咨询有限公司是中国专业领先的第三方财富管理机构，致力于为高净值客户提供独立、专业、专属、私密的综合财富管理咨询服务。公司于 2006 年正式启动第三方财富管理业务，是中国最早一批进入第三方财富管理行业的机构之一，并于 2007 年获得全球著名风投凯鹏华盈的注资。

经过近十年的发展，中天嘉华构建了完善的产品体系和资产配置能力，建立了成熟的理财师团队和全面的后台服务体系，财富管理业务获得了稳健的增长，在北京、上海、广州、深圳等全国 16 个城市设立近 40 个财富管理办公室，构建了全国核心区域的服务网络。2015 年 6 月，获得全球领先的投资机构 TPG（德太资本）、光大控股、KPCB（凯鹏华盈）、Keytone（凯旋创投）的联合注资。

中天嘉华将财富管理定义为“基于公司和理财师的专业水平，结合客户需求，通过制定资产配置的方案，进行金融产品的配置组合，在风险控制的范围内，实现财富管理的目标。”由此形成了以客户需求为本的理念，注重培养理财师的专业水平，了解客户投资需求及风险偏好，从而更精准地进行配置服务。始终坚持优秀的财富管理公司应该保持真正的独立性，否则就无法以客观地态度为客户提供专业的服务、保障客户的利益。

公司于 2007 年正式上线信托、阳光私募基金；2008 年与欧洲相关金融机构合作，引入全球对冲基金及外币结构化理财产品；2010 引入国际知名股权投资基金 (PE)；2011 年率先引入美国 EB-5 投资移民项目，加速布局海外资产配置；2013 年在美国全资设立资产管理公司；2014 年引入中概股海外上市投资基金、美国地产基金等，提供全球化资产配置方案；2015 年率先发行新三板基金，并引入中概股回归投资计划以及黄金资产配置，进一步完善了多策略配置能力。

中天嘉华根据对金融市场、资管机构、产品设计与结构、客户需求四个纬度的深入研究，确定产品方向和配置策略。按照公司确定的产品方向，类固定收益、证券投资、股权投资、海外投资、保险保障五条产品线分工协作、多线推进，从全球、全市场选择高质量的金融产品。包括适时推出海外打新项目，PRE-IPO 项目，系列定增项目，海外 REITs 等富有特色的产品，为客户提供稀缺的投资机会。目前，已启动为超高净值客户提供家族财富管理服务的业务，率先进入财富管理 2.0 时代。

2014 年初，中天嘉华借鉴美国先进经验、启动“合伙人计划”，加速了财富管理核心人才的引进和全国服务版图的扩张。在未来的两年中，公司计划开设更多的财富管理办公室，完成对全国高净值人群核心区域的覆盖。

2014 年，中天嘉华创建了国内领先的财富管理 O2O 平台——优财富。截止 2016 年 1 月，注册理财规划师会员人数已突破 6 万 5 千名，成交额达人民币 200 亿元，合作的金融机构超过 450 家；同时，为优财富理财师提供展业服务的线下咖啡馆“优咖”在全国七大城市顺利运营，实现了线上线下的有效互动，得到了财富管理同业以及专业理财师的认可。

同时，中天嘉华注重理财师专业服务能力的培养，并搭建了专业的投顾团队和完善的存续服务体系，形成了三位一体的投资咨询服务模式，保证投资人在投资前期、中期、后期的良好体验。

3、宜信财富

宜信公司创建于 2006 年，总部位于北京。它是融合了普惠金融、财富管理及互联网金融旗舰为一体的企业，坚持以模式创新、技术创新和理念创新服务中国高成长性人群和大众富裕阶层。目前已经在 232 个城市（含香港）和 96 个农村地区建立起强大的全国协同服务网络，通过大数据金融云、物联网和其他金融

创新科技，为客户提供全方位、个性化的普惠金融与财富管理服务。

2010年4月，国际顶级创业投资机构 KPCB 对宜信进行了千万美元级的战略投资（KPCB 曾投资谷歌、亚马逊、美国在线等企业）。2011年，IDG 资本和摩根士丹利亚洲投资基金（MSPEA）与宜信公司达成战略合作。这两家机构携手 2010年初加入宜信的 KPCB，联合向宜信注资数千万美元，并将它们在过去数十年投资金融与高科技等行业、帮助不同阶段企业成长的成功经验带进宜信，助力普惠信用和财富管理在中国的发展。

宜信率先从国外引进先进的信用管理理念，结合中国的社会信用状况，推出了个人对个人（又称 P2P）的信用借款服务平台，作为平台管理者为平台两端的客户提供全程的信用管理服务。外界对其的评价也往往停留在“宜信是一家拥有 4 万多名员工，1000 亿交易额的全球最大 P2P 平台”。近年来，宜信转身财富管理，不再是 P2P，公司布局全方位金融业务战略，涵盖了普惠金融、财富管理及互联网金融等各个领域。

海银财富

海银财富总部位于上海，目前在全国有 50 多家分公司，注册资金 5 亿元。2011 年海银财富成为国内首批获得财富管理牌照的专业机构；2014 年，全资子公司海银基金获得上海证监局批准公募基金代销资格。至 2014 年底，已在全国 27 个城市设立 30 家分公司；2015 年，海银财富携手全球知名公司麦肯锡，谋长远战略布局。同年，互联网金融平台“海银会”正式上线。

2015 年以来，海银财富积极创新业务领域、打造全牌照综合金控平台。通过与麦肯锡的战略合作，海银财富在战略布局、产品结构、流程管控等方面全方位提升和优化管理水平。在积极打造全牌照综合金控平台的同时，海银财富顺应互联网金融发展趋势，2015 年 8 月份推出了线上理财平台——海银会，这也标志着线上线下相互结合“一体两翼”战略布局全面形成。

处在行业变革的浪潮中，海银财富的产品线也在求变求新中不断升级进化。从传统的固收和类固收产品，过渡到权益类资产配置以及具有投资优势的被动管理 FOF 基金和主动管理的新三板基金、并购基金、再到衍生品期权基金、影视基金等另类创新金融产品。与此同时放眼海外市场的海外保险等产品，不断完善和健全资产配置闭环。

五、国内财富管理未来发展趋势

当前我国财富管理行业已初具规模，财富管理机构类型多样，基础产品数量众多，分业监管体系也已基本建立，民众的理财意识逐步增强。所以，未来可以继续发展壮大基础产品市场，在不放松投资者保护的前提下，拓展各类投资产品的投资范围，适当减小投资限制，为财富管理提供风险收益丰富的配置选择。从2016年开始，国内财富管理将发生一系列趋势性变化。

趋势一：差异化发展

各类大、中、小型财富管理机构将发生差异化发展，形成一个结构合理、特色鲜明的财富管理机构业务。未来精形成一批客户定位清晰，管理资产规模庞大，国际化的大型财富管理机构及一批走精品化路线的中小型财富管理机构。

趋势二：统一监管

将在明确产品大类划分的基础上，针对不同的产品类型，针对专营机构制度、资本计提、投资范围、投资比例限制、产品发行流程、投资者门槛、从业资格、销售管理、信息披露、资金投向的差异实施分类监管，推动建立分类业务统一产品标准、流程规范，构建统一的财富管理市场的监管体制。

趋势三：行业洗牌

随着市场形势的变化，资源将逐渐趋向于能为客户规避风险、带来价值的财富管理机构，在整体客户资源有限的情况下，多数小型公司将面临被行业洗牌的风险。所以未来，财富管理机构需要在行业洗牌过程中站稳脚跟。

3、20家银行的战略转型方向及典型路径解析

“十三五”期间，银行的内外部压力将持续释放、形势或进一步严峻。在此背景下，“转型”将成为各家银行的不二选择。这里列举出国有银行、股份制银行和几家城商行的转型方向，并对代表银行的转型路径试作解析。

部分银行“十三五”战略转型方向一览：

一、国有行

工商银行——布局互联网金融

工商银行发布了互联网金融品牌 E-ICBC，在“金融为本、创新为魂、互联为器”基础上，构筑起了以“融 e 购电商平台、融 e 联即时通讯平台、融 e 行网上银行直销平台”以及“网络融资中心”为主体，覆盖和贯通金融服务、电子商务、社交生活的“三平台、一中心”互联网金融整体架构。

农业银行——发力互联网金融

农业银行发布了其 B2C 核心平台升级版——“掌上银行 3.0”，该平台以提供传统金融服务为核心，融入了消费电商和社交即时分享功能，包括移动银行、移动支付、移动商务、移动社交等应用。

此外，农行 BoEing 核心系统上线，在 BoEing 核心系统的基础上，农行信用卡加速了互联网时代下的变革，发布了条码支付、手机 POS、电子签名、POS 贷、变码支付等创新产品。

中国银行——发展国际业务

中国银行将继续发挥国际化和多元化的优势，力争使中国银行成为全球金融市场的人民币金融要素交易，人民币债券承销，人民币的资产管理，大宗商品的人民币计价定价，在这些领域里面成为领先的金融产品的服务和提供者。

建设银行——建设综合型银行

建行确立了建设世界一流的综合化银行集团的发展目标，以“综合性、多功能、集约化”为三个战略着力点。

打破“部门银行”“地域银行”格局，建立跨区域、跨条线、跨国境、跨时差、跨银行联动的大综合营销服务平台；互联网金融形成“三大渠道”（网上银行、手机银行、微信银行）+“三大生活平台”（善融商务、悦生活、惠生活）+“三类创新产品”（在线缴费支付、网上投资理财、网络信贷融资）+“三项智慧技术”（数据挖掘、金融云、客服“小微”）+O2O 服务体系线上线下全贯通。

交通银行——“存款立行”向“金融资产立行”转型

交行确立了以资产管理业务为抓手，以打造国内第一财富管理银行的目标定位，加快业务创新和渠道优化，有效吸引行外客户和资金，开辟银行客户、机构客户、互联网金融客户和境外人民币客户四大新市场，实现从本行市场向全国市场、国内市场向国际市场、传统市场向互联网市场的战略拓展。

二、股份行

招商银行——大零售业务转型，发展轻型银行

招行提出“一体两翼”经营思想，要求更加突出招行零售银行的战略地位，力争在今后五年内，零售板块利润在整体利润中的占比，每年提升3个百分点。同时，建立差异化的业务模式，提升零售基础能力，如获客能力、渠道覆盖能力、大数据能力等等，为在互联网时代开展零售业务打下坚实基础。

兴业银行——以综合经营促转型

主要从三个方面推进：

一是业务战略上，坚持“大投行、大财富、大资管”导向，持续提升多市场运作和综合金融服务能力。

二是运作机制上，强化不同法人实体、业务功能间的交叉联动与协同发展，充分发挥集团多牌照和平台资源作用。

三是探索“互联网+”，前瞻布局互联网金融。

民生银行——推进大事业部改革

按照“前台一体化、中台专业化、后台集约化”的目标，将公司业务板块分散的行业、产品事业部及总、分行公司业务职能进行整合，建立大事业部制运行机制，大事业部将实行矩阵式管理。

广发银行——深耕信用消费

作为首批微信银行之一的广发信用卡微信银行支持客户在线办卡、激活、调

额、还款、实时查询交易明细等功能，最大程度契合互联网用户习惯及用户体验。未来信用消费的载体形式、入口场景将更趋多样，非接触支付、线上消费更趋普遍，定制化个性化卡片、指纹支付、甚至“刷脸”消费等新方式将层出不穷。

中信银行——大零售业务

零售业务是中信银行战略转型的重点领域。未来中信将以家庭财产为核心来盘活客户的资产，以此来吸引客户。具体模式为，中信将依据客户财产给客户综合授信，可以在授信范围内进行购房、购车、购买建材、装修、购买家具、教育、留学、旅游等一系列消费贷款。

华夏银行——倾力打造“中小企业金融服务商”

华夏银行将“中小企业金融服务商”实施战略写入发展纲要，并细化了“三中”业务定位，公司业务以中小企业客户为主要客户群体，为中小企业客户提供包括融资、结算、财富管理、企业咨询等在内的全民金融服务，做中小企业客户的主办银行。

浦发银行——“spdb+”战略助推数字化转型

发展理念上，“spdb+”始终围绕“场景触发业务”“业务产生数据”“数据驱动场景”内生循环规律全力推进数字化银行建设；

定位布局上，“spdb+”逐步整合集团项下银行、信托、基金、租赁等多种业态和服务资源，实现客户共享、产品互通、系统互联；

服务客群上，“spdb+”涵盖零售、公司和金融市场等全领域，致力于构建共赢金融生态圈；

与此同时，“spdb+”着力渗透到产业链条各环节，围绕核心企业大数据探索上下游企业自动化应收账款融资、综合授信等产业链金融服务。

平安银行——布局物联网金融

不断加强橙e网、平安橙子、行E通和口袋银行等互联网金融平台建设。

其中“橙e网”定位于“熟客生意”，这一定位延续了该行领先的供应链金融能力，意在构建平台式供应链金融，实现“供应链金融+互联网金融”的深度融合。

在发展路径上，从1+N、N+N的模式，逐步向“平台+平台”模式转化，强化平台间的合作，实现“橙e网”高效赋能、批量获客的目标。

中信银行——布局互联网金融

一是搭建电子渠道“高速公路”。加强电子渠道整合，突出移动互联网产品开发和服务，强化手机银行应用开发，打造领先的渠道平台。

二是搭建金融互联网“跨界之桥”。搭建直销银行等开放式获客平台，拓展第三方渠道资源，推动移动支付创新，打造全面跨境支付结算体系。

三是打造O2O的客户服务体系。建设智慧社区O2O平台，以社区生活服务为切入点，开展线上获客，线下服务，双向引流，相互转化。

四是强化大数据平台建设，支持渠道互通互融。加强大数据应用，整合各类渠道，提供一点接入、全程响应的智能化渠道服务。

浙商银行——“全资产经营战略”转型

浙商银行要从过去的信贷市场为主，实现信贷市场、货币市场、资本市场、外汇市场、期货市场等的集约经营；从单一的信贷资产为主，向信贷类资产、交易类资产、同业类资产、投资类资产等的多元发展。

恒丰银行——启动3.0版创新转型

恒丰银行先后提出了“1112?5556”治行理念以及“12345”三年行动纲领，被视为恒丰银行3.0版创新转型的起点。通过3.0版本的转型升级，恒丰银行将实现从依靠息差盈利的单一模式向金融综合解决方案提供商转变，从重资产向轻资产转变。

在“12345”三年行动纲领中，“1”是要做金融综合解决方案的提供商；“2”是两个平台，金融云平台和大数据平台；“3”是三大特色银行，即数字银行、交易银行、银行的银行；“4”是四大金融创新模式，布局平台金融、龙头金融、家

庭金融、O2O 金融；“5”是五大战略落地工具，具体包括投行、资管、平台、人才盘点和以“One Bank”为核心的绩效评价体系。

三、城商行

北京银行——创新交易银行业务

以供应链金融为核心业务来搭建交易银行体系，从供应链切入企业交易行为，达到密切贴合交易银行特点和提高效率的目的。

南京银行——转型直销银行

推出了以智能存款、基金定投为主要业务的直销银行——“你好银行”，此外，将电子银行和互联网金融发展列为六大业务主线之一，将从渠道优化、平台搭建、供应链金融、产业链合作等多方面主动融入互联网金融。

包商银行——打造“互联网上的商业银行”

包商银行决定调整对互联网金融的战略布局，从互联网个人理财平台调整为互联网银行，从而充分发挥银行的牌照优势，同时为互联网 B 端和 C 端用户提供多元化的服务。

廊坊银行——打造“一体两翼”特色业务

“一体两翼”就是以县域综合金融为主体，以小微业务和创新业务为支撑的发展策略。围绕这个策略，组建完成了县域、大客户、消费金融、票据、金融市场等 8 个事业部。

四、代表银行转型路径解析

招商银行：大零售业务转型，发展轻型银行

面对利率市场化和互联网金融市场的冲击，招行以零售业务为基础，抵御渠道和资金的分流。从 2014 年开始，招行行长田惠宇提出“一体两翼”经营思想，要求更加突出招行零售银行的战略地位，力争在今后五年内，零售板块利润在整体利润中的占比，每年提升 3 个百分点。同时，建立差异化的业务模式，提升零

售基础能力，如获客能力、渠道覆盖能力、大数据能力等等，为在互联网时代开展零售业务打下坚实基础。

为此，招行持续优化“手机银行”和“掌上生活”两大手机客户端，“手机银行”在智能化、一站式财富管理方面，不断提升专业化经营能力。“掌上生活”通过不断融入百姓日常生活，如可为不同银行的信用卡还款，将客户获取过程前移，通过技术工具为银行提供新的精细客户管理解决方案，使得银行能够在客户获取和管理方面获得提升。同时，招行推出的无卡化时代电子支付，闪电贷、云按揭、移动 PAD 业务等，进一步丰富了客户群，为未来该行打造轻型银行创造了有利条件。

此外，招商银行代理业务和托管业务迅速崛起，显著提高了手续费收入。数据显示，招商银行 2015 年上半年手续费净收入 311 亿元。其中，代理服务手续费收入和托管及其他受托业务收入增速较快，同比增幅分别高达 166%和 57.56%。

综合来看，招行大力发展零售业务及中间业务取得了显著成效。招行 2015 年三季报显示，由于大力拓展财富管理等业务，带动非利息净收入快速增长，2015 年前三季该行非息净收入同比增 42.09%。从同业数据对比看，招商银行凭借“轻资产”经营策略成功实现弯道超车，同期，在资产规模不足交行 73%的情况下，营销收入高出交通银行 98 亿元。

工商银行：搭建互联网金融平台

在 2015 年“互联网+”上升至国家发展战略的背景下，工商银行发布了互联网金融品牌 E-ICBC，并在半年多的创新实践中，逐渐形成了更清晰、更完善的互联网金融发展战略。在“金融为本、创新为魂、互联为器”基础上，构筑起了以“融 e 购电商平台、融 e 联即时通讯平台、融 e 行网上银行直销平台”以及“网络融资中心”为主体，覆盖和贯通金融服务、电子商务、社交生活的“三平台、一中心”互联网金融整体架构。

从定位来看，“融 e 购”电商平台的定位并不是单纯销售商品或经营店铺，更重要的是通过平台聚合客户和商户，链接交易与融资，提升客户的黏性与活跃度。从战略实施效果来看，在不到两年的时间里，工行电商平台融 e 购用户数已经突破 3000 万人，2015 年实现交易额超过 8700 亿元，成为国内第二大电商平台，其中一般商品类(含普通商品和服务商品)交易额 797 亿元;此外，直销银行融 e 行移动端用户接近 1.8 亿，年交易额超过 10 万亿元;即时通信平台融 e 联的用户也在

加速发展，几个月的时间已超过 560 万户。

民生银行：大力发展小微企业授信

作为首家全面进军小微金融服务领域的全国性商业银行，民生银行小微金融经历了从“量变”到“质变”的转折。2014 年以来，民生银行以“模块化、标准化、规模化”为核心的小微金融 2.0 模式落地，不断完善商业模式，通过优化业务流程，从营销端、审批端和资产管理端控制风险。

在营销端，民生银行强化小微金融的规划制导，全行建立了 1300 多个规划项目，依据当地经济特色，做好客户群体的选择；在审批端，民生银行积极应用互联网、大数据等新技术手段提升风险识别能力，比如启动了决策引擎项目，建立了从客户信息整合、客户评价、风险定价到客户行为跟踪等一整套决策支持工具，提高了信贷决策的可靠性；在资产管理端，民生银行不断加大风险预警监控和资产清收化解力度，对于暂时出现经营困难的客户，合理实施贷款救济，帮助客户恢复自我偿付能力。

此外，值得注意的是，民生银行在小微 2.0 改造中着力提升了技术与数据应用能力。首先，民生银行小微金融 2.0 的流程系统已经全部上线，规划系统、销售管理系统、风险审批系统、售后服务系统、资产管理系统等前、中、后台成功对接并顺畅运行，大幅提高了小微金融的作业效率与管理水平；其次，民生银行小微金融对移动销售工具广泛应用。一线销售人员、售后服务人员普遍配置“小微宝”（移动销售 IPAD），在客户现场就能完成数据采集、办理开卡、提交授信申请等业务；再次，民生银行成功整合了工商、征信、结算等内外部 9 大数据来源，建立了客户信息的垂直搜索引擎，为全面快速评估小微企业资信提供了强大支持；最后，基于自主开发的垂直搜索引擎及决策引擎，民生银行还成功推出“网乐贷”互联网微贷产品，实现 7×24 小时通过互联网随时随地办理贷款业务，3 分钟放款，随借随还，为微型企业提供了极大便

兴业银行：大力发展同业业务

兴业银行同业业务发展成熟，有着“同业之王”之称。在 2014 年 5 月银监会下发《关于规范金融机构同业业务的通知》（127 号文），规范同业业务后，兴业银行对该行同业业务发展做出一系列调整政策，重点加大标准化资产投资和交易。

具体来看，包括以下几个方面：一是优化同业负债来源结构，大力拓展同业

核心负债;二是加大同业资产业务创新力度,推动基础资产标准化,重点发展买入返售票据、债券等标准化业务。在积极增仓标准化债券的同时,调整“非标”债权投资结构,“非标”的第三方买入返售信托受益权业务逐步到期,不再续作,重点发展买入返售票据、债券等标准化业务。

公司优势

Business Advantage

研究团队

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

数据来源

国家机构：国家统计局/海关总署/商务部/发改委/工信部等

行业协会：各行业协会/企业联合会等

专业机构：商业数据库等

市场调研：问卷调查/企业深访/专家座谈/会议调研等

研究优势

中国首家真正自建数据库的研究咨询公司

中国首家真正运用采访中心的行业研究机构

客户服务

世界 500 强企业、国家部委、国内行业领先企业、高等院校及科研院所等

合作资源

全：研究报告全面、系统，质量稳居行业前列；

专：每个行业的分析均由业内专家指导，专业性高；

精：针对客户的需求，有针对性地分析、切实地解决客户问题；

报告质量

售前：专业性强、认真听取客户需求，针对不同的问题推荐相应的报告；

售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化；

售后：定期电话跟踪回访，确保客户 100% 满意。



中国细分市场研究领导者，在业界创造的 **NO.1**



十年高端商业智慧整合 助力中国企业变革创新

中商产业研究院期待与您更深度的合作！

服务热线：400-666-1917

400-788-9798