

中商顾问 · 投资情报周刊

2016年03月14日-2016年03月20日

每周一发行

国务院办公厅关于促进医药产业健康发展的指导意见

遭保险抛弃，P2P 去担保化加速

中概股回归成果初显，市值飙涨的背后是如履薄冰的勇谋

中国房企加大海外战略 资产配置多元化掘金海外楼市

中国风投基金规模跃居全球第一

互金行业乱象丛生 公司普遍不赚钱



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

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、国务院关于深化泛珠三角区域合作的指导意见.....	3
2、国务院办公厅关于印发全民科学素质行动计划纲要实施方案(2016—2020年)的通知.....	15
3、国务院办公厅关于促进医药产业健康发展的指导意见.....	31
4、国务院办公厅关于批准临沂市城市总体规划的通知.....	41
5、关于印发《政府非税收入管理办法》的通知.....	44
二、经济观察.....	51
1、2016年2月份70个大中城市住宅销售价格变动情况.....	51
2、关于2015年中央和地方预算执行情况与2016年中央和地方预算草案的报告.....	52
三、投资市场.....	55
1、“互联网+”现消费升级最大“蓝海” 体育产业投资进入收获季.....	55
2、中国风投基金规模跃居全球第一.....	58
3、5亿网络音乐用户 大数据能带来什么价值.....	59
4、遭保险抛弃，P2P去担保化加速.....	63
5、中兴美国受困：一家企业无法战胜一整个顶尖产业链.....	66
6、战略新三板或暂缓 中概股回归赴香港 IPO.....	69
7、中概股回归三条路：挂牌新三板、排队 IPO、借壳上市.....	70
8、互金行业乱象丛生 公司普遍不赚钱.....	72
9、央视3.15八轮吊打一大票互联网公司.....	76
10、中国房企加大海外战略 资产配置多元化掘金海外楼市.....	80
11、3.14 -3.20 一周并购事件.....	84
12、国内一周风投事件统计.....	84
13、证券市场一周回顾.....	91
四、产业市场.....	95
1、银杏叶事件持续发酵 细胞生长素行业面临整顿风暴.....	95
2、奢侈品电商假货难维权：鉴定不易官司费神.....	97
3、阿胶产业乱象丛生 同仁堂等被指掺假.....	99
4、二手车掣肘有望今年破局.....	102
5、新能源汽车高位调整 再入政策蜜月期.....	103
6、污泥处理市场乱象丛生：政策缺失曾引政企交恶.....	106
7、零售市场延续疲态 利丰净利连续三年下降.....	110
五、环球市场.....	111
1、日本2月份实现商品贸易顺差.....	111
2、韩国电商转型 O2O 平台 推生活类服务争抢消费者.....	112
3、西班牙的精彩外资年.....	112
4、澳经济需警惕“倒春寒”.....	114
5、欧美经济数据来袭 关注美耐用品订单数据.....	115
6、英国预算案下调经济增长预估.....	117
7、印度出口连续15个月下降 2月降幅5.66%.....	118
8、美联储维持联邦基金利率0.25%-0.5%不变.....	118
9、美国1月份国际资本净流入1184亿美元.....	119

六、热点解读.....	119
1、中概股回归成果初显，市值飙涨的背后是如履薄冰的勇谋.....	119
2、万科迎来“白衣骑士”，从“宝万之争”看中国并购基金市场.	123

正文

一、政策法规

1、国务院关于深化泛珠三角区域合作的指导意见

国发〔2016〕18号

泛珠三角区域包括福建、江西、湖南、广东、广西、海南、四川、贵州、云南等九省区(以下称内地九省区)和香港、澳门特别行政区(以下统称“9+2”各方),拥有全国约五分之一的国土面积、三分之一的人口和三分之一以上的经济总量,是我国经济最具活力和发展潜力的地区之一,在国家区域发展总体格局中具有重要地位。近年来,在“9+2”各方共同努力下,泛珠三角区域合作领域逐步拓展,合作机制日益健全,合作水平不断提高。新形势下深化泛珠三角区域合作,有利于深入实施区域发展总体战略,统筹东中西协调联动发展,加快建设统一开放、竞争有序的市场体系;有利于更好融入“一带一路”建设、长江经济带发展,提高全方位开放合作水平;有利于深化内地与港澳更紧密合作,保持香港、澳门长期繁荣稳定。为深化泛珠三角区域合作,现提出以下指导意见。

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、中央城市工作会议精神,认真落实党中央、国务院决策部署,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,坚持合作发展、互利共赢主题,着力深化改革、扩大开放,进一步完善合作发展机制,加快建立更加公平开放的市场体系,推动珠江—西江经济带和跨省区重大合作平台建设,促进内地九省区一体化发展,深化与港澳更紧密合作,构建经济繁荣、社会和谐、生态良好的泛珠三角区域。

(二)基本原则。

政府引导、统筹推进。发挥市场在资源配置中的决定性作用,更好发挥政府作用,加强顶层设计,强化规划引领,以重点领域和关键环节为突破口,统筹推进基础设施、产业、社会管理、公共服务和生态文明建设等方面合作。

改革引领、创新驱动。全面深化改革，积极开展先行先试，充分释放改革红利。大力实施创新驱动发展战略，健全技术创新市场导向机制，增强市场主体创新能力，促进创新资源综合集成，培育具有国际竞争力的创新发展区域。

优势互补、合作共赢。充分发挥各方比较优势，促进内地九省区要素自由流动、资源高效配置和市场深度融合，建设统一开放、竞争有序的现代市场体系。加强与港澳务实合作，积极探索重大项目平台共建和利益共享机制，提升发展内生动力。

陆海统筹、全面开放。以综合交通运输体系为依托，统筹沿海、沿江、沿边和内陆开放，充分发挥港澳独特优势，推动“引进来”和“走出去”相结合，更好利用国际国内两个市场、两种资源，创新开放型经济体制机制，形成参与和引领国际合作竞争新优势。

生态优先、绿色发展。坚定不移实施主体功能区制度，坚持在发展中保护、在保护中发展，大幅提高能源利用效率，加强生态环境协同监管和综合治理，共建环境保护市场化机制和生态补偿机制，推动绿色发展，形成有利于节约资源和保护生态环境的空间格局、产业结构和生产生活方式。

(三) 战略定位。

全国改革开放先行区。发挥经济特区、国家级新区、国家综合配套改革试验区、自由贸易试验区等体制机制优势以及港澳在全国改革开放和现代化建设中的特殊作用，在完善社会主义市场经济体制、推进国家治理体系和治理能力现代化等方面积极开展先行先试，为全国深化改革、扩大开放积累经验。

全国经济发展重要引擎。强化珠三角地区与港澳的辐射引领作用，带动中南、西南地区加快发展，加强与长江经济带发展的有机衔接和统筹协调，在全国创新发展方面发挥重要的示范作用，构建有全球影响力的先进制造业和现代服务业基地，成为促进全国经济平稳健康发展的重要引擎。

内地与港澳深度合作核心区。依托港澳两地国际竞争优势及内地九省区广阔腹地和丰富资源，在内地与香港、澳门关于建立更紧密经贸关系的安排(CEPA)及其补充协议框架下，充分发挥内地九省区与港澳山水相连、经济联系密切以及“一国两制”的优势，深化各领域合作，拓展港澳发展新空间，提升区域开

放型经济发展水平。

“一带一路”建设重要区域。立足泛珠三角区域连接南亚、东南亚和沟通太平洋、印度洋的区位优势，充分发挥建设福建 21 世纪海上丝绸之路核心区以及相关省区作为“一带一路”门户、枢纽、辐射中心和海上合作战略支点功能，发挥港澳独特作用，共同推动“一带一路”建设，打造我国高水平参与国际合作的重要区域。

生态文明建设先行先试区。发挥泛珠三角区域山清水秀生态美的优势，加快推动形成绿色循环低碳的生产生活方式，建立跨区域生态建设和环境保护联动机制，筑牢生态安全屏障，全面提升森林、河湖、湿地、草原、海洋等自然生态系统稳定性和生态服务功能，推动经济社会与资源环境协调发展。

二、促进区域合作发展

(四)优化区域经济发展格局。充分发挥广州、深圳在管理创新、科技进步、产业升级、绿色发展等方面的辐射带动和示范作用，携手港澳共同打造粤港澳大湾区，建设世界级城市群。构建以粤港澳大湾区为龙头，以珠江—西江经济带为腹地，带动中南、西南地区发展，辐射东南亚、南亚的重要经济支撑带。促进城市群之间和城市群内部分工协作，着力构建沿江、沿海、沿重要交通干线的经济发展带。形成以大城市为引领，以中小城市为依托，以重要节点城市和小城镇为支撑的新型城镇化和区域经济发展格局，积极推动产城融合和城乡统筹发展。加强城市公共服务质量监测，提升公共服务质量水平，促进区域一体化和良性互动。建立毗邻省区间发展规划衔接机制，推动空间布局协调、时序安排同步。注重陆海统筹，支持福建、广东、广西、海南等省区合作发展海洋经济，共建海洋经济示范区、海洋科技合作区，加大海洋科技研发投入力度，发展海洋科学技术，加快科技成果产业化，推动海洋产业园区转型升级，科学开发海洋资源，保护海洋生态环境。

(五)共同培育先进产业集群。加强产业协作，整合延伸产业链条，推进产业链上下游深度合作，培育形成优势互补、分工合理、布局优化的先进产业集群。顺应“互联网+”发展趋势，积极发挥国家超级计算广州中心、贵阳国家大数据中心的作用，推进制造业数字化、网络化和智能化。完善区域制造业创新体系和产业协作体系，改造提升现有制造业集聚区，推进新型工业化产业示范基地建设，将泛珠三角区域打造成为“中国制造 2025”转型升级示范区和世界先进制造业基地。改革服务业发展体制，创新发展模式和业态，扩大服务业对

内对外开放，逐步放宽外资准入限制，加快推进与港澳服务贸易自由化。加快转变农业发展方式，推进特色农产品供应基地建设，加强南繁育种、南菜北运、粮食产销合作及农业大数据共享，大力推动供港澳农产品基地建设，合作建设一批高水平现代农业示范区，健全现代渔业产业体系和经营机制，打造生态农业产业带。

(六) 引导产业有序转移承接。以国家级、省级开发区为主要载体，建设承接产业转移示范区。加大对加工贸易梯度转移承接地的培育支持力度。建立产业转移跨区域合作机制，制定产业转移指导目录，明确产业承接发展重点。积极支持东部沿海地区产业及国内外知名企业生产基地向中西部地区有序转移，促进产业组团式承接和集群式发展。充分发挥各类合作平台在促进产业转移中的积极作用，大力推进广州泛珠合作园区、粤桂黔高铁经济带合作试验区建设，支持粤桂合作特别试验区、闽粤经济合作区、北部湾临海产业园、湘赣开放合作试验区等跨省区合作平台发展。

三、大力推进统一市场建设

(七) 实施统一的市场规则。清理阻碍要素合理流动的各种规定和做法，实施统一的市场准入制度和标准，推动各类生产要素跨区域有序自由流动和优化配置，规范发展综合性产权交易市场。加强地方和企业标准制订合作，推进产品检验、计量检定、资质认证等结果互认，促进商品自由流通，有序推动服务业区域标准制定。建立统一的市场执法标准和监管协调机制，依托企业信用信息公示系统，推动实现市场主体基础信息互联互通、市场监管信息共享共认、市场监管措施协调联动、消费者权益保护异地受理处置和行政执法相互协作。规范行政处罚自由裁量权，探索建立区域行政处罚裁量基准制度，逐步统一内地九省区行政处罚裁量权的运用，为企业跨区域发展营造更加良好的行政执法环境。

(八) 建设区域社会信用合作体系。建立区域信用联动机制，开展区域信用体系建设合作与交流，促进信用建设经验成果及信用市场服务的互通、互认和互用。推进社会信用体系建设合作，按照社会信用信息共享交换平台建设总体要求，支持内地九省区建立健全各行业各领域信用记录，并与全国统一的信用信息共享交换平台实现对接，以统一社会信用代码为标识，实现企业登记、产品质量监管等信用信息的共享交换。健全知识产权保护机制，完善专利代理信用信息查询系统。建立完善统一的企业信用分类标准，实现跨地区信用联合惩戒，完善“一处失信、处处受限”的失信惩戒机制。

(九)构建区域大通关体制。加快建立大通关电子口岸信息平台，推进电子口岸互联互通和资源共享。完善口岸综合服务体系 and 口岸联络协调机制，推动内陆口岸同沿海、沿边口岸通关协作，实现口岸管理相关部门信息互换、监管互认、执法互助。在全面实施关检合作“三个一”（一次申报、一次查验、一次放行）的基础上，逐步推行“单一窗口”制度。在现有福建、广东、广西、海南四省区海关区域通关一体化的基础上，加强与长江经济带海关区域通关一体化衔接，进一步扩大通关一体化范围。

四、推进重大基础设施一体化建设

(十)建设现代化综合交通运输体系。强化区域内各种运输方式的衔接和综合交通枢纽建设，构建安全、低碳和便捷的综合交通运输体系，增强对区域发展的支撑能力。加快已列入《中长期铁路网规划》的铁路项目建设，提高区域内以及与周边省（区、市）和国家（地区）的互联互通水平。贯通海口经南宁经贵阳至兰州的铁路，打造南北新通道。推进琼州海峡跨海通道工程、湛海铁路扩能工程。规划建设赣州至深圳、重庆至昆明、涪陵经凯里至柳州、柳州至韶关、西安经重庆经长沙至厦门、吉安至武夷山、贵阳至张家界、兴义至永州至郴州至赣州、临沧至清水河等铁路项目。加快国家高速公路和国省干线公路建设及升级改造，全面提升公路技术等级和安全防护水平，打通省际“断头路”、“瓶颈路”，提高公路安全性。推进珠江主要干支流高等级航道建设，继续提升西江航运干线通航水平，加快右江、北盘江—红水河、柳江—黔江等航道建设，稳步开展湘桂运河前期研究，畅通西南水运出海通道。建立完善珠江水运发展协调机制，合力推进珠江水运协调发展。优化沿海港口功能布局，增强沿海港口对内陆地区的服务能力。在琼州海峡南北岸规划建设新客货滚装码头，提高琼州海峡客货滚装运输服务能力和水平。统筹泛珠三角区域空域资源管理使用，明确区域内各机场分工定位，实现机场群健康有序发展。进一步推动区域内各国际机场航权开放，打造国际航空枢纽和门户机场。优化完善区域机场布局，加快推进支线机场建设。支持加密区域内城市间航线航班，促进区域内客货快速运送。鼓励发展多式联运，完善统一相关标准规范和服务规则，积极培育多式联运经营人，加快建设具有多式联运功能的货运枢纽和物流园区，完善枢纽节点集疏运体系，畅通“最后一公里”。着力解决制约甩挂运输发展的瓶颈问题，推进泛珠三角区域甩挂运输网络化发展。加快智能物流网络建设，推进交通运输物流公共信息平台发展，促进不同运输方式信息系统的互联互通和信息交换共享，建设面向东南亚、南亚的区域性国际物流公共信息平台。着力构建泛珠三角区域国际物流主干网络，大力推进蓉欧快铁等国际物流通道建设。

(十一)构建能源供应保障体系。加强电源与电网建设,开展电力输送以及煤炭、油气储运合作,为促进区域合作发展提供稳定安全可靠的能源保障。在保护生态环境的基础上,适度开发金沙江、雅砻江、大渡河、澜沧江等河流水能资源,配套建设送出通道。大力发展新能源和可再生能源,稳妥推进已经列入相关规划的核电项目建设,积极开发风能、太阳能、生物质能、海洋能等新能源,完善区域电源点布局,推广多能互补的分布式能源。深入实施“西电东送”工程,推进西南能源基地向中南、华南和东南地区输电通道建设,建设500千伏金沙江中游电站送电广西直流输电工程,加大配电网的建设与改造力度。大力实施“西气东输”工程。统筹油气运输通道和储备系统建设,推进西气东输三线、新疆煤制气管线等油气管道建设,完善区域性油气管网建设。

(十二)完善水利基础设施体系。以提高水利保障能力为核心,建设综合防洪抗旱减灾体系,加强水资源保护与开发利用,强化区域水资源管理。保障泛珠三角区域防洪供水安全,确保对港澳供水安全。加快推进以大藤峡、洋溪、落久、高陂、德厚等为重点的骨干工程建设,支持澳门防洪(潮)排涝体系建设,加快推进柳江综合规划及环境影响评价工作,统筹实施珠江干支流河道崩岸治理及河道综合整治工程。加强沿海各省区标准海堤建设与相互衔接,争取到2020年海堤标准化率提高至80%以上。共同推进珠江流域综合整治开发,联合实施水源涵养和水土保持能力提升工程。落实最严格水资源管理制度,严守水资源开发利用控制、用水效率控制、水功能区限制纳污控制指标三条红线,加快开展江河水量分配,依法对区域内的年度用水实行总量管理,强化规划和项目水资源论证,严格水功能区监督管理。实行严格的河湖管理与保护制度,促进河湖休养生息,维护河湖健康生命。强化珠江流域水资源的统一管理、统一调度,加快制定出台珠江水量调度条例。推进水利信息化建设,提高流域水资源调控、水利管理和工程运行信息化水平。

(十三)完善信息基础设施。深入实施“宽带中国”战略,强化区域通信枢纽建设,加快区域网络基础设施建设升级,强化信息网络安全。加强广州、成都等国家级互联网骨干直联点互联工程建设,实施省际骨干网络优化工程,合理布局泛珠三角区域骨干网核心节点,提升网络传输能力及网间互联互通水平。支持开展“宽带中国”示范城市(群)创建工作,推动贯彻实施光纤到户国家强制标准。共同规划和实施大数据战略,合理布局区域数据中心,建设泛珠三角区域重点城市群信息港,着力构建重点领域信息共享平台。增进与周边国家(地区)信息互联互通,积极推进中国—东盟信息港建设。建设服务泛珠三角区域以及东南亚、南亚的国际呼叫中心。

五、促进区域创新驱动发展

(十四)构建区域协同创新体系。加强深港创新圈等区域科技创新合作，加快构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的区域协同创新体系。充分发挥国家自主创新示范区、国家高新区的辐射带动作用，依靠创新驱动传统产业转型升级和培育发展战略性新兴产业。优化科技资源配置，新建一批产业技术创新平台和企业技术中心。制定区域科技创新基础平台共享规则，率先相互开放国家级和省级重点实验室、中试基地等试验平台。加强区域内国家国际科技合作基地的横向交流和联系。深化产学研合作，共建协同创新平台，联合开展重大科技攻关，共同实施科技创新工程。组建产业技术创新战略联盟，联合开展产业重大共性科技攻关，推动科技成果转化和产业化。

(十五)优化区域创新环境。鼓励和支持社会资本设立泛珠三角区域创业投资基金，激发区域创新创业活力。大力发展众创空间，支持广州国际创新城等一批大型创新创业平台建设，着力推进泛珠三角区域大众创业、万众创新。推动建立跨省区知识产权保护联盟，支持中新广州知识城开展国家知识产权运用和保护综合改革试点。发挥知识产权服务业集聚区的辐射作用，促进知识产权服务与区域产业融合发展。加强区域内知识产权司法协作。建立统一的科技人才资源库，完善科技人才市场体系，推动科技人才交流与共享。

六、加强社会事业领域合作

(十六)促进教育文化合作。建立教育合作交流平台，开展师资培训、课程改革、实训基地建设、毕业生就业等方面合作。建立区域优质教育资源相互交流、共建共享机制，扩大优质教育资源覆盖面。鼓励内地九省区联合共建高校优势学科和研究机构，联合培养人才和开展科学研究。完善跨区域就业人员随迁子女就学政策，推动实现平等接受学前教育、义务教育和中职教育，确保符合条件的随迁子女顺利在流入地参加高考。深化文化遗产保护合作，加强文化市场监管合作，建立泛珠三角区域非物质文化遗产展演展示、公共文化服务体系建设合作交流机制，推动泛珠三角文化市场区域合作和一体化建设，支持组建区域演艺联盟和跨地区企业连锁，促进文化产品流通，扩大区域文化消费规模。支持省区、城市之间开展多样化的文化、体育交流活动。

(十七)加强医疗卫生合作。建立健全区域内疾病预防控制、突发公共卫生事件应急处理协调机制和联防联控网络。促进区域公共卫生服务资源合作共享，

推动同级医疗机构检查结果互认。依托互联网发展远程医疗，提高边远地区诊疗水平。加强食品药品监管能力建设，提升区域食品药品安全保障水平，建立区域食品原产地可追溯制度和质量标识制度，建立健全大案要案查处联动机制和跨区域重大安全事故应急联动机制。支持建设中国—东盟医疗保健合作中心及中国—东盟传统医药交流合作中心，加强与东盟国家在医疗保健、传统医药等方面交流合作。

(十八)加强人力资源和社会保障合作。拓展内地九省区人力资源交流与合作，推动建立统一的公共就业人才服务体系和公共就业服务信息平台，促进人力资源合理配置和有序自由流动。支持内地九省区互派干部挂职交流。探索建立技能人才库和技能人才培养引进使用机制。在革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区建设职业技能培训基地，加强劳动力职业技能培训，引导农村劳动力有序转移。加强劳动者权益保护，建立劳动保障维权信息沟通制度、劳动保障违法及争议案件协同处理制度。加快实现区域医疗保险异地就医直接结算和养老、失业等社保关系跨省区顺畅转移接续。

(十九)共同优化休闲旅游环境。推动区域旅游一体化，建立公开透明的市场准入标准和运行规则，打破行业、地区壁垒，鼓励跨地区连锁经营，加快建设无障碍旅游区。联合打造旅游精品线路和旅游品牌，加快推进建设世界级观光旅游线路。规范区域旅游市场秩序，统一旅游标识，联合打击不正当竞争和侵害消费者权益的行为。完善国内国际旅游合作机制，加强全方位合作，构建务实高效、互惠互利的区域旅游合作体系。支持泛珠三角区域在促进外国人入境、过境旅游便利化及医疗旅游方面开展先行先试，探索部分国家旅游团入境免签政策或落地签证，简化邮轮、游艇出入境手续。

(二十)完善社会治理协调机制。加强社会治安信息交流，建立矛盾纠纷排查预警、案件应急处置、交通安全部门协作及反走私区域合作机制。健全突发事件应急处置体系，制定实施区域安全生产、重大事故、卫生应急、环境污染、社会救助和灾害救助等方面的突发事件应急预案，规范信息报告制度，加强跨部门、跨区域应急联动，提升联合处置能力。加强司法合作，提供司法保障，创新社会治安治理体制，提高管理效能和服务水平，建立人口信息网上协查协助平台，完善流动人口管理服务，推进更多惠民利民便民新举措，提高人民群众满意度。

七、共同培育对外开放新优势

(二十一)积极融入“一带一路”建设。发挥区位优势，完善联通内外的综合交通运输网络，加强与“一带一路”沿线国家经贸往来和文化交流。推动深化澜沧江—湄公河合作、大湄公河次区域经济合作和泛北部湾经济合作，积极参与中国—东盟自贸区升级建设，打造中国—中南半岛、孟中印缅经济走廊。鼓励区域内有条件的企业共同参与境外经济贸易合作区和农业合作区开发建设，推进国际产能和装备制造合作。加强协同配合，支持加快建设福建 21 世纪海上丝绸之路核心区，完善广东 21 世纪海上丝绸之路建设重要引擎功能，把云南建成我国面向南亚东南亚辐射中心，增强广西有机衔接“一带一路”的重要门户作用，进一步提升海南以及内陆省份在“一带一路”建设中的支撑作用。充分发挥香港、澳门独特优势，积极参与和助力“一带一路”建设。

(二十二)充分发挥自由贸易试验区示范带动作用。依托自由贸易试验区深化与港澳合作，发挥对泛珠三角区域的辐射和带动作用。大力推进自由贸易试验区投资、贸易、金融、综合监管等领域制度创新，完善外商投资准入前国民待遇加负面清单管理模式，打造国际化、市场化、法治化的营商环境，为泛珠三角区域进一步改革开放提供可复制、可推广的成功经验。支持有条件的省区按程序申请设立海关特殊监管区域，提升区域对外开放水平。

(二十三)推动口岸和特殊区域建设。统筹规划区域内口岸布局，实现优势互补、错位发展。加强口岸基础设施建设，支持进境指定口岸和启运港建设，扩展和完善口岸功能。支持在区域内国际铁路货物运输重要节点和重要内河港口设立直接办理货物进出境手续的查验场所。支持内陆航空口岸增开国际客货运航线、航班，增强区域内边境口岸和特殊区域功能，打造高水平对外开放平台。支持云南、广西有序设立边境经济合作区、跨境经济合作区和边境旅游合作区，研究完善人员便利化出入境管理政策。

八、协同推进生态文明建设

(二十四)加强跨省区流域水资源水环境保护。实施《水污染防治行动计划》，加强江河湖海水环境综合治理，协同推进跨省区流域水污染防治和水资源保护。共同推进重点行业清洁生产技术改造，降低废水排放总量及主要污染物排放强度。支持发展再生水、海水等非常规水资源利用产业。加快构建水污染联防联控体系，充分发挥流域协作机制监督作用，强化跨界断面和重点断面水质监测和考核，建立完善水质监测信息共享机制。开展地下水监测工作，保障地下水环境安全。协同推进珠江、韩江干支流及近海海域水污染防治，支持跨省区河流综合治理。针对危险化学品生产、存储、运输等对水源地的影响进行风险评

估，完善监测预警措施和应急预案。加强饮用水备用水源和水源地环境风险防控工程建设，确保饮用水水质安全。建立流域水资源水环境承载能力监测评价体系，实行承载能力监测预警。

(二十五)加强大气污染综合治理。完善污染物排放总量控制制度，加强二氧化硫、氮氧化物、PM2.5(细颗粒物)等主要大气污染物的联防联控。实施城市清洁空气行动，加强珠三角等重点区域和火电、冶金、水泥、建筑陶瓷、石化等重点行业的大气污染防治，加强对工业烟尘、粉尘、城市扬尘和挥发性有机物等空气污染物排放的协同控制。推进实施清洁生产技术改造，开展工业产品生态(绿色)设计，从源头减少污染物的产生和排放。大力推进脱硫脱硝工程建设，促进工业固废及再生资源综合利用产业规范发展，加强黄标车和老旧车淘汰及机动车尾气治理工作。支持港澳与内地九省区开展大气污染防治及环保科研合作。

(二十六)强化区域生态保护和修复。建立国土空间开发保护制度，切实加强环境整治，划定并严守生态保护红线，强化国土空间合理开发与保护，加大自然保护区、重点生态功能区建设和保护力度，构建区域生态屏障。支持跨省区河流中上游地区生态文明先行示范区建设。共建南岭山地、闽粤桂琼东南沿海红树林生物多样性保护重要生态功能区，稳步推动将以幕阜山、罗霄山、怀玉山、高黎贡山、哀牢山、无量山为核心的区域和江河源头、重要湖泊所在地纳入重点生态功能区。加大沿江天然林草资源保护和珠江防护林体系建设力度，加强湿地保护与恢复，加强生态系统保护。按照建立国家公园体制试点要求，支持福建、湖南、云南等地开展国家公园体制试点工作。

(二十七)健全生态环境协同保护和治理机制。编制泛珠三角区域生态环境保护规划。建立污染联防联控工作机制和环境质量预报预警合作机制，推动环境执法协作、信息共享与应急联动。支持内地九省区推进碳排放权、排污权管理和交易制度，共同设立泛珠三角区域生态环境保护合作基金，加大对生态环境突出问题的联合治理力度。建立跨省区流域生态保护补偿机制，研究建立地方投入为主、中央财政给予适当引导的资金投入机制，支持开展东江、西江、北江、汀江—韩江、九洲江等流域补偿试点。

九、深化内地九省区与港澳合作

(二十八)推进重大基础设施对接。加快跨境交通基础设施建设，完善连接港澳与内地的综合交通运输网络，加快建设港珠澳大桥、广深港高速铁路、莲

塘/香园围口岸、深港西部快速通道、粤澳新通道等项目，加强粤港澳轨道交通衔接。支持香港国际机场第三跑道建设，巩固香港国际航空枢纽地位，统筹航线安排，加强香港国际机场与内地九省区机场的合作，打造具有国际影响力的临空经济带。巩固香港国际航运中心地位，鼓励内地航运企业在香港设立分公司以及香港航运企业在内地自由贸易试验区内设立分公司。支持香港成为亚太区域重要的邮轮母港及国际游轮旅游中心，加强泛珠三角区域港口之间合作。提高内地与港澳通关便利化水平，合理调整和规划区域口岸建设。以稳定供港澳水、电、气为目标，扎实推进东江供水、核电、电网、西气东输二期天然气接收站、海上天然气和管道工程。推进粤港澳跨境通信网络建设。

(二十九)加强产业合作。充分发挥香港作为国际金融中心、航运中心、贸易中心的优势以及澳门作为世界旅游休闲中心、中国与葡语国家商贸合作服务平台的特殊作用，加强内地与港澳紧密合作，共同开拓国际市场。进一步放宽准入限制、简化审批环节，推动扩大内地与港澳企业相互投资，鼓励和支持内地与港澳企业共同“走出去”，支持内地企业在香港设立地区总部。巩固香港国际金融中心 and 离岸人民币中心地位，促进澳门作为中国与葡语国家商贸合作金融服务的平台角色，扩大人民币双向流动渠道和规模，支持泛珠三角区域内企业在香港发行人民币债券和香港企业在境内发行人民币债券，加强资本市场和金融创新合作。支持香港为内地企业提供多元化的风险管理、资产管理、法律以及争议调处等专业服务。支持香港成为泛珠三角区域对外科技交流合作基地、知识产权贸易平台，发挥香港文化、科技优势，帮助泛珠三角区域企业提升品牌形象和产品质量，更好走向国际市场。优化和调整赴港澳“个人游”政策措施。支持澳门世界旅游休闲中心建设，共同推进澳门会展商贸、中医药等产业发展，支持澳门经济适度多元发展。有序推动开展粤港澳游艇自由行。

(三十)支持重大合作平台发展。推进深圳前海、广州南沙、珠海横琴、汕头华侨经济文化合作试验区等重大平台开发建设，充分发挥其在进一步深化改革、扩大开放、促进合作中的试验示范和引领带动作用。积极推进港澳青年创业基地建设。支持内地九省区发挥各自优势与港澳共建各类合作园区，支持广东与澳门共建江门大广海湾经济区、中山粤澳全面合作示范区。

(三十一)加强社会事务合作。探索有利于港澳居民在内地就业、生活的制度安排。支持内地九省区与港澳推进社会信用体系建设合作，探索信用建设经验成果及信用市场服务的互通、互认和互用。加强内地与港澳专业人才培养和交流合作。支持港澳中小学与内地九省区中小学结为姊妹学校，支持港澳知名大学到内地九省区开展合作办学。支持港澳创意企业在内地有序发展影视娱乐

文化等业务。支持港澳与内地九省区加强食品药品安全方面交流合作。

(三十二)开展多层次合作交流。加强政府间协调沟通,研究解决港澳与内地九省区在合作发展过程中出现的问题。支持行业协会、智库间合作交流。加强青少年交流,强化广州、深圳青少年交流基地功能,支持在其他省区开展多种形式的交流活动,将粤港澳青少年交流特色品牌项目延伸至泛珠三角区域,支持港澳青年在内地九省区开展志愿服务。

十、创新和完善合作机制

(三十三)加强统筹协调指导。国务院有关部门要切实加强指导和服务,积极支持内地九省区着力打破行政分割,加快建设统一市场,为其他区域开展合作积累经验。国家发展改革委会同国务院港澳办等有关部门要加强沟通协调,帮助解决泛珠三角区域合作发展中遇到的困难和问题,创造合作发展的良好政策环境。要加强对本意见实施情况的跟踪分析和督促检查,及时向国务院报告重大问题,并会同“9+2”各方开展本意见实施情况评估。内地九省区人民政府要切实加强组织领导,完善工作机制,落实工作责任,加强泛珠三角区域合作日常工作机构的能力建设,会同港澳共同编制泛珠三角区域合作发展规划,推动合作深化、实化。

(三十四)创新完善合作机制。充分发挥行政首长联席会议制度作用,加强对区域重大合作事项的决策、推动和协调,以及与国务院有关部门的沟通衔接,统筹“9+2”各方按照本意见精神抓好贯彻落实。扩大泛珠三角区域合作与发展论坛的影响力,积极引入市场化资源进行运作,将其打造成为促进泛珠三角区域合作的重要智库,为合作发展提供强大智力支持。

(三十五)建立合作资金保障机制。支持由地方设立泛珠三角区域合作发展基金,支持泛珠三角区域重大合作项目建设,鼓励支持金融机构和社会资本共同出资并参与基金的运营和管理。推广运用政府和社会资本合作(PPP)模式,吸引更多社会资本参与泛珠三角区域合作,提高政府资金使用效率。支持开发性金融机构发挥资金、智力、产品等优势,在促进泛珠三角区域合作发展重大项目建设、编制合作规划、推进产业承接转移等方面发挥积极作用。

深化泛珠三角区域合作,对于拓展区域发展空间,促进区域协同发展,进一步提升泛珠三角区域在全国改革发展大局中的地位和作用,具有重要意义。各有关方面要统一思想、密切合作,勇于创新、扎实工作,共同推动泛珠三角

区域合作向更高层次、更深领域、更广范围发展。

2、国务院办公厅关于印发全民科学素质行动计划纲要实施方案(2016—2020年)的通知

国办发〔2016〕10号

根据《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》、《中共中央 国务院关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》和《国务院关于印发全民科学素质行动计划纲要(2006—2010—2020年)的通知》(国发〔2006〕7号,以下简称《科学素质纲要》),为实现2020年全民科学素质工作目标,进一步明确“十三五”期间全民科学素质工作的重点任务和保障措施等,制定本实施方案。

一、背景和意义

自2006年国务院颁布实施《科学素质纲要》以来,特别是“十二五”期间,各地各部门围绕党和国家发展大局,联合协作,未成年人、农民、城镇劳动者、领导干部和公务员、社区居民等重点人群科学素质行动扎实推进,带动了全民科学素质水平整体提高;科技教育、传播与普及工作广泛深入开展,科普资源不断丰富,大众传媒特别是新媒体科技传播能力明显增强,基础设施建设持续推进,人才队伍不断壮大,公民科学素质建设的公共服务能力进一步提升;公民科学素质建设共建机制基本建立,大联合大协作的局面进一步形成,为全民科学素质工作顺利开展提供了保障。第九次中国公民科学素质调查显示,2015年我国公民具备科学素质的比例达到6.20%,较2010年的3.27%提高近90%,超额完成“十二五”我国公民科学素质水平达到5%的工作目标,为“十三五”全民科学素质工作奠定坚实基础。

但是,也应清醒地看到,目前我国公民科学素质水平与发达国家相比仍有较大差距,全民科学素质工作发展还不平衡,不能满足全面建成小康社会和建设创新型国家的需要。主要表现在:面向农民、城镇新居民、边远和民族地区群众的全民科学素质工作仍然薄弱,青少年科技教育有待加强;科普技术手段相对落后,均衡化、精准化服务能力亟待提升;科普投入不足,全社会参与的激励机制不完善,市场配置资源的作用发挥不够。“十三五”时期是实施创新驱动发展战略的关键时期,是全面建成小康社会的决胜阶段。科学素质决定公民的思维方式和行为方式,是实现美好生活的前提,是实施创新驱动发展战略的基础,

是国家综合国力的体现。进一步加强公民科学素质建设，不断提升人力资源质量，对于增强自主创新能力，推动大众创业、万众创新，引领经济社会发展新常态，注入发展新动能，助力创新型国家建设和全面建成小康社会具有重要战略意义。

二、指导方针和目标

指导方针：

全面贯彻党的十八大、十八届三中、四中、五中全会和习近平总书记系列重要讲话精神，认真落实党中央、国务院决策部署，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，坚持“政府推动、全民参与、提升素质、促进和谐”的工作方针，围绕“节约能源资源、保护生态环境、保障安全健康、促进创新创造”的工作主题，继承创新、拓展提升，开放协同、普惠共享，精准发力、全面跨越，推动科技教育、传播与普及，扎实推进全民科学素质工作，激发大众创新创业的热情和潜力，为创新驱动发展、夺取全面建成小康社会决胜阶段伟大胜利筑牢公民科学素质基础，为实现中华民族伟大复兴的中国梦作出应有贡献。

目标：

到 2020 年，科技教育、传播与普及长足发展，建成适应创新型国家建设需求的现代公民科学素质组织实施、基础设施、条件保障、监测评估等体系，公民科学素质建设的公共服务能力显著增强，公民具备科学素质的比例超过 10%。

——促进创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念深入人心。围绕经济社会发展新常态的需求，突出工作主题，弘扬创新创业精神，更加关注保障和改善民生，大力宣传普及高新技术、绿色发展、健康生活等知识和观念，促进在全社会形成崇尚科学的社会氛围和健康文明的生活方式，进一步推动依靠创新驱动，实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的发展。

——以重点人群科学素质行动带动全民科学素质整体水平跨越提升。青少年的科学兴趣、创新意识、学习实践能力明显提高，领导干部和公务员的科学意识和决策水平不断提升，农民和城镇劳动者的科学生产生活能力快速提高，革命老区、民族地区、边疆地区、集中连片贫困地区公民的科学素质显著提升。

——公民科学素质建设的公共服务能力大幅增强。科技教育与培训体系基本完善，社区科普益民服务机制逐步建立，科普基础设施的保障能力不断增强，科普信息化建设取得突破进展，科普产业快速发展，科普人才队伍不断壮大，公民提升自身科学素质的机会与途径显著增多。

——公民科学素质建设的长效机制不断健全。公民科学素质建设的共建、社会动员、监测评估等机制进一步完善，社会各方面参与公民科学素质建设的积极性明显增强。

三、重点任务

根据指导方针和目标，“十三五”时期重点开展以下工作：

(一)实施青少年科学素质行动。

任务：

——宣传创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，普及科学知识和科学方法，激发青少年科学兴趣，培养青少年科学思想和科学精神。

——完善基础教育阶段的科技教育，增强中小学生的创新意识、学习能力和实践能力，促进中小学科技教育水平大幅提升。

——完善高等教育阶段的科技教育，引导大学生树立科学思想，弘扬科学精神，激发大学生创新创造创业热情，提高大学生开展科学研究和就业创业的能力。

——充分发挥现代信息技术在科技教育和科普活动方面的积极作用，促进学校科技教育和校外科普活动有效衔接。

——巩固农村义务教育普及成果，提高农村中小学科技教育质量，为农村青少年提供更多接受科技教育和参加科普活动的机会。

措施：

——推进义务教育阶段的科技教育。基于学生发展核心素养框架，完善中

小学科学课程体系，研究提出中小学科学学科素养，更新中小学科技教育内容，加强对探究性学习的指导。

——推进高中阶段的科技教育。修订普通高中科学与技术领域课程标准，明确对学科素养和学业质量的要求。深入实施“中学生英才计划”，促进中学教育和大学教育互动衔接，鼓励各地积极探索科技创新和应用人才的培养方式，加强普通高中拔尖创新人才培养基地建设。强化中等职业学校科技教育，发挥课程教学主渠道作用，推动科技教育进课堂、进教材、列入教学计划，系统提升学生科学意识和综合素养。

——推进高等教育阶段科技教育和科普工作。组织开展大学数学、物理、化学、生物学、计算机等课程改革，推进高校科学基础课建设。加强科学史等科学素质类视频公开课建设。推动建立大学生创新创业联盟和创业就业基地，大力开展全国青少年科技创新大赛、“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛、“创青春”全国大学生创业大赛等活动，为青年提供将科技创意转化为实际成果的渠道、平台。深入实施基础学科拔尖学生培养试验计划，完善拔尖创新人才培养机制。

——大力开展校内外结合的科技教育活动。充分发挥非正规教育的促进作用，推动建立校内与校外、正规与非正规相结合的科技教育体系。广泛组织开展学校科技节、科技周、科普日、公众科学日、红领巾科技小社团、“科技之光”青年专家服务团等活动，普及节约资源、保护环境、防灾应急、身心健康等知识，加强珍爱生命、远离毒品和崇尚科学文明、反对愚昧迷信的宣传教育。开展科技场馆、博物馆、科普大篷车进校园工作，探索科技教育校内外有效衔接的模式，推动实现科技教育活动在所有中小学全覆盖。

——充分利用信息技术手段，均衡配置科技教育资源。推进信息技术与科技教育、科普活动融合发展。推进优质科技教育信息资源共建共享。加强信息素养教育，帮助青少年正确合理使用互联网。加强各类家长学校和青少年科普阵地建设，开展科技类亲子体验活动，搭建传播科学家庭教育知识的新平台，提高家长特别是母亲的科学素质。

分工：由教育部、共青团中央、中国科协牵头，中央宣传部、科技部、工业和信息化部、国家民委、民政部、人力资源社会保障部、国土资源部、环境保护部、文化部、卫生计生委、质检总局、新闻出版广电总局、体育总局、食品药品监管总局、林业局、旅游局、中科院、社科院、工程院、地震局、气象

局、自然科学基金会、文物局、全国妇联等单位参加。

(二)实施农民科学素质行动。

任务：

——宣传创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，围绕农业现代化、加快转变农业发展方式、粮食安全等，贯彻党和国家强农惠农富农政策，普及高效安全、资源节约、环境友好、乡村文明等知识和观念。

——加强农村科普信息化建设，推动“互联网+农业”的发展，促进农业服务现代化。

——着力培养 1000 万名具有科学文化素质、掌握现代农业科技、具备一定经营管理能力的新型职业农民，全面提升农民的生活水平。

——进一步加大对革命老区、民族地区、边疆地区、集中连片贫困地区科普工作的支持力度，大力提高农村妇女和农村留守人群的科学素质。

措施：

——大力开展农业科技教育培训。实施新型职业农民培育工程和现代青年农场主计划，全方位、多层次培养各类新型职业农民和农村实用人才。充分发挥党员干部现代远程教育网络、农村社区综合服务设施、农业综合服务站(所)、基层综合性文化服务中心等在农业科技培训中的作用，面向农民开展科技教育培训。深入实施农村青年创业致富“领头雁”培养计划，通过开展技能培训、强化专家和导师辅导、举办农村青年涉农产业创业创富大赛等方式，促进农村青年创新创业。深入实施巾帼科技致富带头人培训计划，着力培养一支综合素质高、生产经营能力强、主体作用发挥明显的新型职业女农民队伍。

——广泛开展形式多样的农村科普活动。深入开展文化科技卫生“三下乡”、科普日、科技周、世界粮食日、健康中国行、千乡万村环保科普行动、农村安居宣传、科普之春(冬)等各类科普活动，大力普及绿色发展、安全健康、耕地保护、防灾减灾、绿色殡葬等科技知识和观念，传播科学理念，反对封建迷信，帮助农民养成科学健康文明的生产生活方式，提高农民健康素养，建设美丽乡村和宜居村庄。

——加强农村科普公共服务建设。将科普设施纳入农村社区综合服务设施、基层综合性文化中心等建设中，提升农村社区科普服务能力。深入实施基层科普行动计划，发挥优秀基层农村专业技术协会、农村科普基地、农村科普带头人和少数民族科普工作队的示范带动作用。开展科普示范县(市、区)等创建活动，提升基层科普公共服务能力。

——加强农村科普信息化建设。积极开展信息技术培训，加大对循环农业、创意农业、精准农业和智慧农业的宣传推广力度，实施农村青年电商培育工程，鼓励和支持农村青年利用电子商务创新创业。建设科普中国乡村e站，大力开展农民科学素质网络知识竞赛、新农人微视频展播等线上线下相结合的科技教育和科普活动。

——加强对薄弱地区的科普精准帮扶。实施科普精准扶贫，加强革命老区、民族地区、边疆地区、集中连片贫困地区科普服务能力建设，加大对农村留守儿童、留守妇女和留守老人的科普服务力度。实施科普援藏援疆工作，加大科普资源倾斜力度，加强双语科普创作与传播。

分工：由农业部、中国科协牵头，中央组织部、中央宣传部、教育部、科技部、国家民委、民政部、人力资源社会保障部、国土资源部、环境保护部、文化部、卫生计生委、质检总局、新闻出版广电总局、体育总局、食品药品监管总局、林业局、中科院、工程院、地震局、气象局、文物局、全国总工会、共青团中央、全国妇联等单位参加。

(三)实施城镇劳动者科学素质行动。

任务：

——宣传创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，弘扬创新创业精神，引导更多劳动者积极投身创新创业活动。

——围绕加快建设制造强国、实施“中国制造2025”、推动生产方式转变，以专业技术人才、高技能人才、进城务工人员及失业人员的培养培训为重点，到2020年基本实现有培训愿望的劳动者都有机会参加一次相应的职业培训。

——推动职业技能、安全生产、信息技术等知识和观念的广泛普及，提高

城镇劳动者科学生产和健康生活能力，促进城镇劳动者科学素质整体水平提升。

措施：

——加强专业技术人员继续教育工作。完善专业技术人员继续教育制度，深入实施专业技术人才知识更新工程，全面推进高级研修、急需紧缺人才培养、岗位培训、国家级专业技术人员继续教育基地建设等重点项目，开展少数民族专业技术人才特殊培养工作，构建分层分类的专业技术人员继续教育体系。充分发挥科技社团在专业技术人员继续教育中的重要作用，帮助专业技术人员开展技术攻关、解决技术难题，参加跨行业、跨学科的学术研讨和技术交流活动。

——大规模开展职业培训。构建以企业为主体、技工院校为基础，各类培训机构积极参与、公办与民办共举的职业培训和技能人才培养体系。面向城镇全体劳动者，积极开展订单式、定岗、定向等多种形式的就业技能培训、岗位技能提升培训、安全生产培训和创业培训，基本消除劳动者无技能从业现象，提高城镇劳动者安全生产意识，避免由于培训不到位导致的安全事故。

——广泛开展进城务工人员培训教育。大力开展农民工求学圆梦行动、“春潮行动”——农民工职业技能提升计划、家政培训、城乡妇女岗位建功评选等活动，将绿色发展、安全生产、健康生活、心理疏导、防灾减灾等作为主要内容，发挥企业、科普机构、科普场馆、科普学校、妇女之家等作用，针对进城务工人员广泛组织开展培训，提高进城务工人员在城镇的稳定就业和科学生活能力，促进常住人口有序实现市民化，助力实现城市可持续发展和宜居。

——大力营造崇尚创新创造的社会氛围。深入开展“大国工匠”、“最美青工”、智慧蓝领、巾帼建功等活动，倡导敢为人先、勇于冒尖的创新精神，激发职工创新创造活力，推动大众创业、万众创新，最大程度释放职工创新潜力，形成人人崇尚创新、人人渴望创新、人人皆可创新的社会氛围。

分工：由人力资源社会保障部、全国总工会、安全监管总局牵头，中央宣传部、教育部、科技部、工业和信息化部、民政部、卫生计生委、质检总局、新闻出版广电总局、食品药品监管总局、中科院、工程院、地震局、气象局、共青团中央、全国妇联、中国科协等单位参加。

(四)实施领导干部和公务员科学素质行动。

任务:

——着眼于提高领导干部和公务员的科学执政水平、科学治理能力、科学生活素质，大力加强马克思列宁主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系，特别是习近平总书记系列重要讲话精神等科学理论的教育，宣传创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，开展科技革命、产业升级等前沿科技知识的专题教育，充分利用现代信息技术，加强科技知识、科学方法的培训和科学思想、科学精神的培养，使领导干部和公务员的科学素质在各类职业人群中位居前列，推动领导干部和公务员更好地贯彻实施创新驱动发展战略，推进国家治理体系和治理能力现代化。

措施:

——加强规划，把科学素质教育作为领导干部和公务员教育培训的长期任务。认真贯彻落实《2013—2017年全国干部教育培训规划》有关部署要求，严格执行《干部教育培训工作条例》有关规定。在研究制定领导干部和公务员培训规划时，突出科学理论、科学方法和科技知识的学习培训以及科学思想、科学精神的培养，重点加强对市县党政领导干部、各级各部门科技行政管理干部、科研机构负责人和国有企业、高新技术企业技术负责人等的教育培训。

——创新学习渠道和载体，加强领导干部和公务员科学素质教育培训。在党委(党组)中心组学习中，加强对马克思主义基本原理、习近平总书记系列重要讲话精神等内容的学习。把树立科学精神、增强科学素质纳入党校、行政学院和各类干部培训院校教学计划，合理安排课程和班次，引导、帮助领导干部和公务员不断提升科学管理能力和科学决策水平。鼓励领导干部和公务员通过网络培训、自学等方式强化科学素质相关内容的学习。积极利用网络化、智能化、数字化等教育培训手段，扩大优质科普信息覆盖面，满足领导干部和公务员多样化学习需求。

——在领导干部考核和公务员录用中，体现科学素质的要求。贯彻落实中央关于改进地方党政领导班子和领导干部政绩考核工作的有关要求，不断完善干部考核评价机制。

——广泛开展针对领导干部和公务员的各类科普活动。办好院士专家科技讲座、科普报告等各类领导干部和公务员科普活动。继续在党校、行政学院等开设科学思维与决策系列课程。

——加大宣传力度，为领导干部和公务员提高科学素质营造良好氛围。加强科技宣传，充分发挥新闻媒体的优势，增加科技宣传版面和时段，用好用活新媒体工具，推广发布一批优秀科普作品，大力传播科技知识、科学方法、科学思想、科学精神。围绕科技创新主题，选树一批弘扬科学精神、提倡科学态度、讲究科学方法的先进典型。

分工：由中央组织部、人力资源社会保障部牵头，中央宣传部、科技部、工业和信息化部、国土资源部、环境保护部、文化部、卫生计生委、质检总局、新闻出版广电总局、体育总局、食品药品监管总局、林业局、中科院、社科院、地震局、气象局、文物局、共青团中央、全国妇联、中国科协等单位参加。

(五)实施科技教育与培训基础工程。

任务：

——构建科学教师培训体系，加大培训力度，不断提高教师科学素质和科技教育水平，建成一支优秀科学教师队伍。

——完善科技教育课程教材，特别是加强民族语言教材建设，满足不同对象的科技教育和培训需求。

——充分利用现代信息技术，优化教学方法，不断推动科技教育与教学实践深度融合。

——完善科技教育培训基础设施，不断提高科技教育培训基地、场所的利用效率，保障科技教育与培训有效实施。

措施：

——加强科技教育师资培训和研修。鼓励有条件的高等师范院校开设科技教育等专业或相关课程，培养更多科技教育师资。在“国培计划”中，加强教师科学素质能力培训，培养“种子”教师，推动各地加大对科学教师以及相关学科教师的培训力度，提高教师科技教育的教学能力和水平。实施科学教师和科技辅导员专项培训，建立培训基地，到2020年实现在全国一线科学教师和骨干科技辅导员培训全覆盖。

——加强各类人群科技教育培训的教材建设。结合不同人群特点和需求，不断更新丰富科技教育培训的教材内容，开设专业课程与科技前沿讲座等。将科普工作与素质教育紧密结合，注重培养具有创意、创新、创业能力的高层次创造性人才。将创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念以及环境保护、节约资源、防灾减灾、安全健康、应急避险、科学测量等相关科普内容，纳入各级各类科技教育培训教材和教学计划。加强职业教育、成人教育、民族地区双语教育和各类培训中科技教育的教材建设。

——进一步改进科技教育教学方法。发挥基础教育国家级教学成果奖的示范辐射作用，加大科技教育优秀教学成果推广力度。加强学生综合实践活动指导，提高学生探究性学习和动手操作能力。加强中小学科技教育研究，研究建立符合我国青少年特点、有利于推动青少年科学素质提高和创新人才培养的青少年科学素质测评体系。

——加强科技教育与培训的基础设施建设。根据实际需求，因地制宜建设科技教育培训基础设施，重点加强农村边远贫困地区中小学科技教育硬件设施建设。合理规划布局现有科技教育培训基地、场所，不断提高使用效率。调动社会资源积极参与中小学科技教育网络资源建设，发挥现代信息技术的作用，不断丰富网络教育内容，促进优质教学资源广泛共享。鼓励高校、科研院所、科技场馆、职业学校、成人教育培训机构、社区学校等各类公共机构积极参与科技教育和培训工作。

——充分发掘高校和科研院所科技教育资源，健全科教结合、共同推动科技教育的有效模式。推动高等院校、科研院所的科技专家参与科学教师培训、中小学科学课程教材建设和教学方法改革。推动有条件的中学科学教师到高等院校、科研机构 and 重点实验室参与科研实践。加强高校科学道德和学风建设，推动高校师生广泛树立科学道德和科学精神。推动实施“科学与中国”科学教育计划。

分工：由教育部、人力资源社会保障部、中科院牵头，中央宣传部、科技部、工业和信息化部、国家民委、国土资源部、农业部、新闻出版广电总局、体育总局、林业局、社科院、工程院、地震局、气象局、自然科学基金会、全国总工会、共青团中央、全国妇联、中国科协等单位参加。

(六)实施社区科普益民工程。

任务：

——宣传创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，普及尊重自然、绿色低碳、科学生活、安全健康、应急避险等知识和观念，提升社区居民应用科学知识解决实际问题、参与公共事务的能力，提高居民健康素养，促进社区居民全面形成科学文明健康的生活方式，促进和谐宜居、富有活力、各具特色的现代化城市建设。

——大力提升社区科普公共服务能力，促进基层社区科普服务设施融合发展，推动城镇常住人口科普基本公共服务均等化，全面提升居民科学素质，助力以人为核心的新型城镇化发展。

措施：

——广泛开展社区科技教育、传播与普及活动。围绕“节约能源资源、保护生态环境、保障安全健康、促进创新创造”的工作主题，深入开展科普日、科技周、世界环境日、世界地球日、世界标准日以及科技、文化、卫生、安全、健康、环保进社区等活动。组织开展社区气象、防震减灾、燃气用电安全、电梯安全以及社区居民安全技能、老年人急救技能培训等各类应急安全教育培训活动。面向城镇新居民开展适应城市生活的科技教育、传播与普及活动，帮助新居民融入城市生产生活。

——大力改善社区科普基础条件。推动基层服务中心融合发展，在新建及现有的基层服务中心拓展科普功能。建设科普中国社区e站，依托社区综合服务设施，深入推进社区科普益民服务站、科普学校、科普网络建设，进一步加强社区科普组织和人员建设。充分发挥科普基础设施作用，面向基层群众开展党员教育、体育健身、文化宣传、卫生健康、食品药品、防灾减灾等各类科普活动。

——促进形成政府推动、社会支持、居民参与的社区科普新格局。在现代公共文化服务中切实加强社区科普工作，深入实施基层科普行动计划，推动全国科普示范社区蓬勃发展。激发社会主体参与科普的积极性，面向社区提供多样化的科普产品和服务，动员驻区学校、科研院所、企业、科技社团、科普场馆、科普教育基地等相关单位开发开放科普资源，支持和参与社区科普活动。充分发挥社区组织和科普志愿者组织的作用，组织和引导社区居民参与科普活

动，发挥党员先锋岗、工人先锋岗、青年文明岗、巾帼文明岗以及在社区有影响和号召力人士的带动作用，加强社区科学文化建设，助力和谐社区、美丽社区建设。

分工：由文化部、民政部、全国妇联、中国科协牵头，中央宣传部、教育部、科技部、国家民委、国土资源部、环境保护部、卫生计生委、质检总局、新闻出版广电总局、体育总局、安全监管总局、食品药品监管总局、中科院、社科院、地震局、气象局、全国总工会、共青团中央等单位参加。

(七)实施科普信息化工程。

任务：

——以科普信息化为核心，推动实现科普理念和科普内容、表达方式、传播方式、组织动员、运行和运营机制等服务模式的全面创新。

——提升优质科普内容资源供给能力，运用群众喜闻乐见的形式，实现科普与艺术、人文有机结合，推出更多有知有趣有用的科普精品，让科学知识在网上和生活中流行。

——提升科技传播能力，推动传统媒体与新兴媒体深度融合，实现多渠道全媒体传播，大幅提升大众传媒的科技传播水平。

——推动科普信息在社区、学校、农村等落地应用，提升科技传播精准服务水平，满足公众泛在化、个性化获取科普信息的需求，定向、精准推送科普信息。

措施：

——实施“互联网+科普”行动。汇聚各方力量打造科普中国品牌，推动科普领域牢固树立精品意识和质量意识，引导建设众创、众包、众扶、众筹、分享的科普生态圈，打造科普新格局。以科普的内容信息、服务云、传播网络、应用端为核心，形成“两级建设、四级应用”的科普信息化服务体系。以提升科普服务效能为核心、以科普信息汇聚生产与有效利用为目标，建设科普中国服务云，实现科普的信息汇聚、数据分析挖掘、应用服务、即时获取、精准推送、决策支持。建立完善网络科普内容科学性把关、网络科普传播舆情实时监

测机制。深入探索利用政府和社会资本合作(PPP)的科普公共服务新模式,进一步把政府与市场、需求与生产、内容与渠道、事业与产业有效连接起来,实现科普的倍增效应。

——繁荣科普创作。支持优秀科普原创作品以及科技成果普及、健康生活等重大选题,支持科普创作人才培养和科普文艺创作。大力开展科幻、动漫、视频、游戏等科普创作,推动制定对科幻创作的扶持政策,推动科普游戏开发,加大科普游戏传播推广力度,加强科普创作的国际交流与合作。

——强化科普传播协作。制定鼓励大众传媒开展科技传播的政策措施。引导中央及地方主要新闻媒体加大科技宣传力度,扶持科技宣传报道做大做强。支持电视台、广播电台制作更多群众喜闻乐见的适合在电视、广播电台和互联网同步传播的科普作品,增加播放时间和传播频次,办好电视科普频道。鼓励报刊和网站增加科普内容或增设科普专栏。举办科技类全国电视大赛,营造全社会学科学的浓厚氛围。创新科普传播形式,推动图书、报刊、音像电子、电视等传统媒体与新兴媒体在科普内容、渠道、平台、经营和管理上深度融合,实现包括纸质出版、网络传播、移动终端传播在内的多渠道全媒体传播。组织开展科技宣传报道编辑学习培训,提升大众传媒从业者的科学素质与科技传播能力。

——强化科普信息的落地应用。依托大数据、云计算等信息技术手段,洞察和感知公众科普需求,创新科普的精准化服务模式,定向、精准地将科普信息送达目标人群。通过科普中国服务云、科普中国V视快递、科普中国e站推送等方式,推动科普信息在社区、学校、农村等落地应用。强化移动端科普推送,支持移动端科普融合创作,鼓励科研机构通过微信、微博等新媒体平台建设和运行有影响力的科普公众号,强化科普头条新闻推送,促进科普活动线上线下结合。加大对革命老区、民族地区、边疆地区、集中连片贫困地区群众及青少年等重点人群的科普信息服务定制化推送力度。

分工:由中国科协、中央宣传部、新闻出版广电总局牵头,教育部、科技部、工业和信息化部、国家民委、民政部、国土资源部、环境保护部、农业部、文化部、卫生计生委、质检总局、体育总局、安全监管总局、食品药品监管总局、林业局、旅游局、中科院、社科院、工程院、地震局、气象局、自然科学基金会、文物局、全国总工会、共青团中央等单位参加。

(八)实施科普基础设施工程。

任务：

——增加科普基础设施总量，完善科普基础设施布局，提升科普基础设施的服务能力，实现科普公共服务均衡发展。

——推进优质科普资源开发开放，优化资源配置，拓展公众参与科普的途径和机会。

措施：

——加强对科普基础设施发展的顶层设计和宏观指导。制订实施科普基础设施发展规划，将科普基础设施建设纳入各地基本建设计划。制定完善各类科普基础设施建设与管理的规范标准和运行机制，研究建立科普基础设施的评估体系，开展监测评估工作。

——创新完善现代科技馆体系。突出信息化、时代化、体验化、标准化、体系化、普惠化、社会化，推动由数量与规模增长的外延式发展模式向提升科普能力与水平的内涵式发展模式转变，进一步建立完善以实体科技馆为龙头和基础，流动科技馆、科普大篷车、虚拟现实科技馆、农村中学科技馆、数字科技馆为拓展和延伸，辐射基层科普设施的中国特色现代科技馆体系。发挥自然博物馆和专业行业类科技馆等场馆以及中国数字科技馆的科普资源集散与服务平台作用。大力推动虚拟现实等技术在科技馆展览教育中的应用，以“超现实体验、多感知互动、跨时空创想”为核心理念，研发可复制、可推广的虚拟现实科技馆，生动展现科技前沿。推动中西部地市级科技馆、专题行业科技馆建设。推动建立科普标准化组织，完善科技馆行业国家标准体系以及相关标准规范，开展科技馆评级与分级评估。建立健全科技馆免费开放制度，提高科技馆公共服务质量和水平。

——加强基层科普设施建设。依托现有资源，因地制宜建设一批具备科技教育、培训、展示等多功能的开放性、群众性科普活动场所和科普设施。加快建设农村中学科技馆、乡村学校少年宫等农村青少年科技活动场所。加强科技场馆及基地等与少年宫、文化馆、博物馆、图书馆等公共文化基础设施的联动，拓展科普活动阵地。充分利用线上科普信息，强化现有设施的科普教育功能。

——加强科普教育基地建设。依托现有资源，建设国土资源、环境保护、

安全生产、食品药品、质量监督、检验检疫、林业、地震、气象等行业类、科研类科普教育基地。制定完善科普教育基地的管理制度，加强工作考核和动态管理，提升服务能力。推动青少年宫、妇女儿童活动中心、各类培训基地和文化场所等增加科技教育内容，引导海洋馆、主题公园、自然保护区、森林公园、湿地公园、地质公园、动植物园、旅游景区、地震台站、地震遗址遗迹等公共设施增强科普功能。

——推动优质科普资源开发开放。推动高校、科研机构、工程中心(实验室)、科技社团向公众开放实验室、陈列室和其他科技类设施，推动高端科研资源科普化，充分发挥天文台、野外台站、重点实验室和重大科技基础设施等高端科研设施的科普功能。鼓励高新技术企业对公众开放研发机构、生产设施(流程、车间)或展览馆等，推动建设专门科普场所。充分发挥高校、科研院所、企业等科技人才和资源优势，积极组织开展科普活动。

分工：由中国科协、发展改革委、科技部牵头，中央宣传部、教育部、工业和信息化部、国家民委、民政部、财政部、人力资源社会保障部、国土资源部、环境保护部、农业部、文化部、卫生计生委、质检总局、体育总局、食品药品监管总局、林业局、旅游局、中科院、地震局、气象局、文物局、全国总工会、共青团中央、全国妇联等单位参加。

四、组织实施和保障条件

(一)组织领导。

——国务院负责领导《科学素质纲要》实施工作。各有关部门按照《科学素质纲要》的要求和本实施方案的分工安排，将有关任务纳入本部门本系统的相关工作规划和计划，充分履行工作职责，发挥各自优势，密切配合，形成合力。中国科协要发挥综合协调作用，做好日常沟通联络工作，会同有关方面共同推进公民科学素质建设。

——地方各级政府负责领导当地的《科学素质纲要》实施工作。要把公民科学素质建设作为推动地区经济社会发展的一项重要工作，纳入本地区经济社会发展总体规划，把实施《科学素质纲要》的重点任务列入年度工作计划，纳入目标管理考核。要因地制宜，制定本地区“十三五”全民科学素质行动的实施方案。要完善公民科学素质建设工作机制，加大政策支持和投入，为实施《科学素质纲要》提供保障，全面推进本地区公民科学素质建设。

——加强《科学素质纲要》实施的督促检查，推动各项工作任务 and 目标的落实。

(二)长效机制。

——建立完善共建机制。全民科学素质纲要实施工作办公室与地方政府建立公民科学素质建设共建机制，形成一级带一级、层层抓落实的工作局面。

——建立科研与科普相结合的机制。继续落实在符合条件的国家科技计划项目中增加科普任务，将科普工作作为国家科技创新工作的有机组成部分，提高科普成果在科技考核指标中所占比重。完善国家科技报告制度，推动重大科技成果实时普及。中科院、工程院的院士专家带头面向公众开展科普活动。

——建立完善监测评估机制。完善公民科学素质调查体系，定期开展中国公民科学素质调查和全国科普统计工作，客观反映公民科学素质建设情况，为《科学素质纲要》实施和监测评估提供依据。加强公民科学素质建设的理论研究，把握公民科学素质建设的基本规律和国际发展趋势，建立符合我国国情的科学素质发展监测指标体系，创新公民科学素质建设的评估方法，适时开展公民科学素质建设第三方评估。

——建立完善社会动员机制。深入开展全国文明城市、国家卫生城市、全国科普示范县(市、区)、全国科普教育基地等创建活动，进一步形成政府推动、社会参与的良性机制。按照国家有关规定，对在公民科学素质建设中作出突出贡献的集体和个人给予奖励和表彰，大力宣传先进人物和典型经验。加强科普的国际交流与合作，用好国际国内两种资源，提高我国公民科学素质建设的国际影响力。

(三)保障条件。

——政策法规。在国家和地方的国民经济和社会发展规划、相关专项规划以及有关科技教育、传播与普及的法律法规中，体现公民科学素质建设的目标和要求。完善促进公民科学素质建设的政策法规，推进《中华人民共和国科学技术普及法》实施条例和地方科普条例的研究制定工作，落实有关鼓励科普事业发展的税收优惠等相关政策，研究制定全民科学素质行动长远发展规划，为提高全民科学素质提供政策保障。

——经费投入。各级政府根据财力情况和公民科学素质建设发展的实际需要，逐步提高教育、科普经费的投入水平，并将科普经费列入同级财政预算，国家、省、地市、县四级合理分担科普财政投入。中央财政根据财政状况，继续支持对地方公民科学素质建设相关的转移支付。地方各级政府安排一定的经费用于公民科学素质建设。各有关部门根据承担的《科学素质纲要》实施任务，按照国家预算管理的规定和现行资金渠道，统筹考虑和落实公民科学素质建设所需经费。加强对科普经费、公民科学素质建设经费等专项经费使用情况的绩效考评，确保专款专用和使用效果。通过众筹众包、项目共建、捐款捐赠、政府购买服务等方式，鼓励和吸引社会资本投入公民科学素质建设。

(四) 进度安排。

——启动实施。2016年，推动和指导各地制定本地“十三五”全民科学素质工作实施方案并启动实施工作。做好“十三五”《科学素质纲要》实施动员和宣传工作。

——深入实施。2017—2020年，针对薄弱环节，继续完善工作机制，解决突出问题，全面推进各项重点任务的实施。深入开展调查研究，启动我国全民科学素质行动长远发展战略研究工作。

——总结评估。2020年，组织开展督查，对“十三五”期间和《科学素质纲要》颁布实施以来的全民科学素质工作进行总结和全面评估，按照国家有关规定开展表彰奖励。

3、国务院办公厅关于促进医药产业健康发展的指导意见

国办发〔2016〕11号

医药产业是支撑发展医疗卫生事业和健康服务业的重要基础，是具有较强的成长性、关联性和带动性的朝阳产业，在惠民生、稳增长方面发挥了积极作用。大力发展医药产业，对于深化医药卫生体制改革、推进健康中国建设、培育经济发展新动力具有重要意义。改革开放以来，我国医药产业取得长足发展，产业规模快速增长，供给能力显著增强，但仍面临自主创新能力不强、产业结构不合理、市场秩序不规范等问题。当前，全球医药科技发展突飞猛进，医药产业深刻调整变革，人民群众健康需求持续增长，都对医药产业转型升级提出了

迫切要求。为推动提升我国医药产业核心竞争力，促进医药产业持续健康发展，经国务院同意，现提出如下意见。

一、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，牢固树立并切实贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，主动迎接新一轮产业变革，通过优化应用环境、强化要素支撑、调整产业结构、严格产业监管、深化开放合作，激发医药产业创新活力，降低医药产品从研发到上市全环节的成本，加快医药产品审批、生产、流通、使用领域体制机制改革，推动医药产业智能化、服务化、生态化，实现产业中高速发展和向中高端转型，不断满足人民群众多层次、多样化的健康需求。

(二)基本原则。

坚持市场主导、政府引导。强化企业市场主体地位，使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用。配合相关医改政策落实，完善产业政策和监管体系，规范市场秩序，注重产业升级与推广应用相互促进，营造公平竞争环境。

坚持创新驱动、开放合作。完善创新环境，推动政产学研用深度融合，加强医药技术创新能力建设，促进技术、产品和商业模式创新。加快医药产品管理、质量、标准、注册体系与国际接轨，充分利用国际资源要素，加强产业全球布局和国际合作。

坚持产业集聚、绿色发展。推动化学原料药向环境承载能力强、生产配套条件好的园区集聚。引导中药、民族药企业种植(养殖)、加工一体化。推行企业循环式生产、产业循环式组合、园区循环式改造，促进医药产业绿色改造升级和绿色安全发展。

坚持提升质量、保障供给。强化企业质量主体责任，完善质量标准和检测体系，确保产品安全有效。加强基本药物生产、供给能力建设，健全医药流通信息网络，建立市场短缺药品和创新药品审评审批及市场准入快速通道，提高供应保障能力。

(三)主要目标。到2020年，医药产业创新能力明显提高，供应保障能力显

著增强,90%以上重大专利到期药物实现仿制上市,临床短缺用药供应紧张状况有效缓解;产业绿色发展、安全高效,质量管理水平明显提升;产业组织结构进一步优化,体制机制逐步完善,市场环境显著改善;医药产业规模进一步壮大,主营业务收入年均增速高于10%,工业增加值增速持续位居各工业行业前列。

二、主要任务

(四)加强技术创新,提高核心竞争能力。

促进创新能力提升。加大科技体制改革力度,完善政产学研用的医药协同创新体系。加强原研药、首仿药、中药、新型制剂、高端医疗器械等创新能力建设,优化科技资源配置,打造布局合理、科学高效的科技创新基地。运用数据库、计算机筛选、互联网等信息技术,建设医药产品技术研发、产业化、安全评价、临床评价等公共服务平台。积极发展众创空间,大力推进大众创新创业,培育一批拥有特色技术、高端人才的创新型中小企业,推动研发外包企业向全过程创新转变,提高医药新产品研制能力。

推动重大药物产业化。继续推进新药创制,加快开发手性合成、酶催化、结晶控制等化学药制备技术,推动大规模细胞培养及纯化、抗体偶联、无血清无蛋白培养基培养等生物技术研发及工程化,提升长效、缓控释、靶向等新型制剂技术水平。以临床用药需求为导向,在肿瘤、心脑血管疾病、糖尿病、神经退行性疾病、精神性疾病、高发性免疫疾病、重大传染性疾病、罕见病等领域,重点开发具有靶向性、高选择性、新作用机理的治疗药物,重点仿制市场潜力大、临床急需的国外专利到期药品。加快新型抗体、蛋白及多肽等生物药研发和产业化。完善疫苗供应体系,积极创制手足口病疫苗、新型脊髓灰质炎疫苗、宫颈癌疫苗等急需品种及新型佐剂。针对儿童用药需求,开发符合儿童生理特征的新品种、剂型和规格。开展临床必需、用量小、市场供应短缺的基本药物定点生产,加强其生产能力建设和常态化储备,满足群众基本用药需求。

加快医疗器械转型升级。重点开发数字化探测器、超导磁体、高热容量 X 射线管等关键部件,手术精准定位与导航、数据采集处理和分析、生物三维(3D)打印等技术。研制核医学影像设备 PET—CT 及 PET—MRI、超导磁共振成像系统(MRI)、多排螺旋 CT、彩色超声诊断、图像引导放射治疗、质子/重离子肿瘤治疗、医用机器人、健康监测、远程医疗等高性能诊疗设备。推动全自动生化分析仪、化学发光免疫分析仪、高通量基因测序仪、五分类血细胞分析仪等体外诊断设备和配套试剂产业化。发展心脏瓣膜、心脏起搏器、全降解血管支架、

人工关节和脊柱、人工耳蜗等高端植介入产品，以及康复辅助器具中高端产品。积极探索基于中医学理论的医疗器械研发。

推进中医药现代化。开展中药、民族药及其临床应用技术标准研究，加强中药材种植(养殖)培育技术标准制定，建立中药道地药材标准体系，加强对中医药领域的地理标志产品保护。开展中药材良种繁育和现代种植(养殖)、生产技术推广，在适宜地区建设规范化种植(养殖)、规模化加工一体化基地。加快建立中药材资源动态监测体系，开展野生中药材资源利用的生态环境影响评估。加强中药材、中药生产、流通及使用追溯体系建设，提高中药产品质量和安全水平。开发现代中药提取纯化技术，研发符合中药特点的粘膜给药等制剂技术，推广质量控制、自动化和在线监测等技术在中药生产中的应用。在中医药优势治疗领域，推动经典名方二次开发及应用，研制一批疗效确切、安全性高、有效成分明确、作用机理清晰的中药产品。加强民族医药理论研究，推动藏药、维药、蒙药、傣药等民族药系统开发，提高民族医药医疗机构制剂水平，创制具有资源特色和疗效优势的新品种。

(五) 加快质量升级，促进绿色安全发展。

严格生产质量管理。全面实施并严格执行新版药品生产质量管理规范(GMP)，完善全生命周期和全产业链质量管理体系，实行全员、全过程、全方位质量管理，健全药品安全追溯体系。严格温控、洁净度等生产环境标准，加强管理标准、工作标准等文件管理，建立质量风险防控、供应商审计、持续稳定性考察、质量授权人等质量管理制度。强化医药企业质量安全第一责任人意识，落实质量主体责任。加强质量安全培训，严格环境、职业健康和安全(EHS)管理，提高员工素质。规范生产经营行为，着力解决重认证轻执行、重硬件轻软件等问题，加强基本药物质量监管，督促医药生产企业全面提升质量管理水平。

提升质量控制技术。建立科学有效的质量标准和控制方法，推广应用先进质量控制技术，改进产品设计，优化工艺路线，完善从原料到成品的全过程质量控制体系，有效提升药品质量。加快化学药杂质、溶解性能、溶剂残留和药物晶型等控制技术开发应用，提高产品纯度和稳定性。加强生物活性、等效性、利用度等生物药性能研究，增强发酵和细胞培养等生物学过程易变性控制能力，着力提高疫苗等生物产品的安全性、有效性。加大中药、民族药等传统医药产品物质基础研究力度，提高助溶剂质量稳定性，降低不良反应发生率。

完善质量标准体系。健全以《中华人民共和国药典》为核心的国家药品标

准体系，实施药品、医疗器械标准提高行动计划，推动基本药物、高风险药品、药用辅料、包装材料及基础性、通用性和高风险医疗器械的质量标准升级，完善中药、民族药的药材及药品生产技术规范和质量控制标准，提高标准的科学性、合理性及可操作性，强化标准的权威性和严肃性。进一步完善药品质量评价体系，建立药品杂质数据库、质量评价方法和检测平台。健全仿制药一致性评价方法、技术规范，开展第三方检测、评价，提高仿制药质量。重点开展基本药物质量和疗效一致性评价，全面提高基本药物质量。开展中药有害残留物风险评估，加强中药注射剂安全性评价，维护中药产品质量安全。加快完善计量、标准、检验检测、认证认可等公共技术服务平台，鼓励建设第三方质量可靠性评价平台，促进企业加大投入，提升产品可靠性。

实施绿色改造升级。利用现代生物技术改进传统生产工艺，大力推广基因工程、生物催化等生物替代技术，积极采用生物发酵方法生产药用活性物质。开发生物转化、高效提取纯化、高产低耗菌种应用等清洁生产技术，加强发酵类大宗原料药污染防治。加快推广应用无毒无害原材料，加强对研发外包企业新化学物质的管理，推动环境污染源头治理。建设绿色工厂和循环经济园区，推动原料互供、资源共享，加强副产物循环利用、废弃物无害化处理和污染物综合治理。严格资源利用管理，实施能量系统优化工程，推广节能节水节地技术装备，淘汰落后工艺设备，加强高值医用耗材回收利用管理，提高能源资源利用效率和清洁生产水平。加强环境风险管控，排查治理环境安全隐患，防止发生突发环境事件。

(六) 优化产业结构，提升集约发展水平。

调整产业组织结构。加大企业组织结构调整力度，推进企业跨行业、跨领域兼并重组，支持医药和化工、医疗器械和装备、中药材和中成药、原料药和制剂、生产和流通企业强强联合，形成上下游一体化的企业集团，真正解决小、散、乱问题。推动基本药物生产向优势企业集中，提升生产集约化水平，保障产品质量和稳定供应。以行业龙头企业为主，联合产品和技术相近的创新型企业、科研院所等单位，采取资金注入、技术入股等合作形式，组建产业联盟或联合体。发挥骨干企业资金、技术等优势，加强生产要素有效整合和业务流程再造，强化新产品研发、市场营销和品牌建设；发挥中小企业贴近市场、机制灵活等特点，发展技术精、质量高的医药中间体、辅料、包材等配套产品，形成大中小企业分工协作、互利共赢的产业组织结构。

推动区域协调发展。充分发挥区域要素资源优势，构建东中西部协调发展

新格局。利用东部沿海地区资金、技术、人才等优势，建设国际先进的研发中心和总部基地，发展附加值高、资源消耗低的生物药物、药物制剂和医疗器械，引导缺乏比较优势的产品有序转出。发挥中部地区承东启西的区位优势，根据资源环境承载能力，积极承接东部地区产业转移，依托中心城市开展高端医药产品研发和产业化，因地制宜发展医用耗材等劳动密集型医疗器械产品。利用西部、东北地区药材资源和沿边区位优势，建设中药、民族药生产基地和面向周边国家的特色医药产品出口基地。

引导产业集聚发展。推动医药产业规模化、集约化、园区化，创建一批管理规范、环境友好、特色突出、产业关联度高的产业集聚区。引导优势企业在适宜药材生长的区域，按照中药材生产质量管理规范(GAP)开展规模化、规范化种植(养殖)，在中药材资源地建设大型中药生产、加工基地，在少数民族聚居区建设特色民族药生产基地。结合化学原料药布局调整和产业转移，依托环境承载能力强、配套设施齐全、原料供应便捷的化工医药园区，建设高水平的化学原料药生产基地，在沿海、沿边地区建设符合国际标准的制剂出口加工基地。在具有人才、技术优势的中心城市，利用电子、信息和装备等产业的辐射效应，建设高端医疗器械研发和产业化基地。引导有条件的地区，统筹利用当地医疗、中医药、生态旅游等优势资源，发挥旅游市场作用，开发建设一批集养老、医疗、康复与旅游为一体的医药健康旅游示范基地，进一步健全社会养老、医疗、康复、旅游服务综合体系。

(七)发展现代物流，构建医药诚信体系。

建立现代营销模式。完善企业物流信息系统，充分利用省级药品集中采购平台信息资源，构建全国药品信息平台，向社会公开药品价格、用量、质量、流通等信息，接受群众监督，建立信息共享和反馈追溯机制。建立现代医药流通体系，推动大型企业建设遍及城乡的药品流通配送网络，充分发挥邮政企业、快递企业的寄递网络优势，提高基层和边远地区药品供应保障能力。推动中小流通企业专业化、特色化发展，做精做专，满足多层次市场需求。按照新版药品经营质量管理规范(GSP)要求，推动优势零售企业开展连锁经营，统一采购配送、质量管理、服务规范、信息管理和品牌标识，提高连锁药店规范化、规模化经营水平。推动建立医疗设备的通信协议、故障反馈、检测维护等环节的源代码开放制度，鼓励发展第三方专业维护保养、售后服务队伍。

加强诚信体系建设。健全医药诚信管理机制和制度，改善市场诚信环境。整合现有信用信息资源，建立医药研发、生产和流通企业信用记录档案，纳入

国家统一的信用信息共享交换平台，并按照有关规定及时在“信用中国”网站、企业信用信息公示系统予以公开。制定信息收集、评价、披露等制度，建立失信企业“黑名单”。运用媒体宣传、市场准入等手段，加大对失信企业联合惩戒力度，提高失信成本。加快企业信用与商品质量保险体系建设，探索实施产品质量安全强制商业保险，强化企业自我约束。引导企业建立诚信管理体系，制定考核评价制度，主动开展守信承诺，自觉接受社会监督。

(八) 紧密衔接医改，营造良好市场环境。

健全医疗服务体系。加快公立医院补偿机制改革，建立科学合理的考核奖惩制度，结合医药分开、取消药品加成等政策的实施，加强诊疗行为管理，防止过度治疗等不规范行为，控制医疗费用。医疗机构应当按照药品通用名开具处方，并主动向患者提供处方，保障患者的购药选择权；推进各类所有制医疗机构设备共享，推动医疗机构间检查结果互认，减少重复检查，减轻患者医疗负担。完善社会力量举办医疗机构的发展环境，在市场准入、社会保险定点、重点专科建设、职称评定、学术地位、等级评审等方面对所有医疗机构同等对待，加快形成多元化医疗服务格局，扩大患者选择权。推动医生多点执业，提升基层医疗机构服务能力，加快落实分级诊疗。

完善价格、医保政策。实施医疗、医保、医药联动改革，充分发挥市场机制作用，药品实际交易价格主要由市场竞争形成。加强价格、医保、招标采购等政策衔接，科学制定医保支付标准，强化医药费用和价格行为综合监管，健全药品价格监测体系，推动价格信息公开。积极稳妥推进医疗服务价格改革，建立以成本和收入结构变化为基础的价格动态调整机制，逐步理顺医疗服务比价关系，切实体现医务人员的技术劳务价值。根据“总量控制、结构调整、有升有降、逐步到位”的原则，合理调整医疗服务价格，调整后产生的费用按规定纳入医保支付范围，实现群众负担不增加。积极推动医保支付方式改革，强化医保基金收支预算，推行按病种、按人头等多种付费方式相结合的复合支付方式。根据医保基金承受能力，及时将符合条件、价格合理、具有自主知识产权的药品、医疗器械和诊疗项目按规定程序纳入医保支付范围。健全大病保障政策，全面开展重特大疾病医疗救助工作，大力发展商业健康保险，满足社会多样化健康保障和医药产品需求。

(九) 深化对外合作，拓展国际发展空间。

优化产品出口结构。加快开发国际新兴医药市场，调整产品出口结构。发

挥化学原料药国际竞争优势，推动维生素、青霉素、红霉素、头孢菌素等优势品种深加工产品出口，大力实施制剂国际化战略，加快首仿药、重组蛋白药物、抗体药物、疫苗等制剂产品出口，提高原料药、制剂组合出口能力，培育中国医药知名品牌。建立并完善境外销售和服务体系，推动 PET—CT、X 射线机、心电图机、B 超等医疗器械出口，逐步提高出口附加值。加强中医药对外文化交流，提高国际社会认知度，增强中药国际标准制定话语权，推动天然药物、中成药等产品出口。

推动国际注册认证。引进和培养熟悉境外法律法规和市场环境的国际医药注册人才，提高国际注册能力。系统开展国际市场产品注册，推动已获得专利保护的国产原研药国际临床研究和注册，加快品牌仿制药物国际注册认证。积极开展与医疗器械相关的计量国际比对。按照国际标准，完善工艺路线、质量检测和分析方法，健全环境、职业健康和安全(EHS)管理体系，建立并实施原料和辅料备案管理制度。加快药品生产质量管理规范(GMP)等生产质量体系国际认证，推动企业建设符合国际质量规范的生产线，提高国际化生产经营管理水平，加快检测认证国际化进程。鼓励企业申请国外专利，形成有效的海外专利布局。

加快国际合作步伐。贯彻落实“一带一路”战略，着眼全球配置资源，加快“走出去”步伐。采用多种合作形式，推动医药优势企业开展境外并购和股权投资、创业投资，建立海外研发中心、生产基地、销售网络和服务体系，获取新产品、关键技术、生产许可和销售渠道，加快融入国际市场，创建一批具有国际影响力的知名品牌。鼓励企业积极参与国际公共卫生领域合作，不断拓展和巩固国际市场。完善投资环境，加强配套体系建设，加大“引进来”力度，鼓励海关特殊监管区域内的企业承接生物医药外包业务。推动跨国公司在华建设高水平的医药研发中心、生产中心、采购中心，加快产业合作由加工制造环节向研发设计、市场营销、品牌培育等高附加值环节延伸，提高国际合作水平。

(十) 培育新兴业态，推动产业智能发展。

建设智能示范工厂。推进医药生产过程智能化，开展智能工厂和数字化车间建设示范。加快人机智能交互、工业机器人等技术装备在医药生产过程中的应用，推动制造工艺仿真优化、状态信息实时反馈和自适应控制。应用大数据、云计算、互联网、增材制造等技术，构建医药产品消费需求动态感知、众包设计、个性化定制等新型生产模式。加快医疗器械产品数字化、智能化，重点开发可穿戴、便携式等移动医疗和辅助器具产品，推动生物三维(3D)打印技术、数据芯片等新技术在植入产品中的应用。推进医药生产装备智能化升级，加

快工控系统、智能感知元器件等核心技术装备研发和产业化，支撑医药产业智能工厂建设。

开展智能医疗服务。发挥优质医疗资源的引领作用，鼓励社会力量参与，整合线上线下资源，规范医疗物联网和健康医疗应用程序(APP)管理。积极开展互联网在线健康咨询、预约诊疗、候诊提醒、划价缴费、诊疗报告查询等便捷服务。加强区域医疗卫生服务资源整合，鼓励医疗服务机构建立医疗保健信息服务平台，积极开展互联网医疗保健信息服务。引导医疗机构运用信息化、智能化技术装备，面向基层、偏远和欠发达地区，开展远程病理诊断、影像诊断、专家会诊、监护指导、手术指导等远程医疗服务。

三、加强政策保障和组织实施

(十一)强化财政金融支持。创新财政资金支持方式，利用奖励引导、资本金注入、应用示范补助等方式，支持应用示范和公共服务平台建设等具有较强公共服务性质的项目；运用和引导产业投资、风险投资等基金，支持创新产品研发、产业化建设等方面具有营利性、竞争性的项目，扶持具有创新发展能力的骨干企业和产业联盟，整合产业链上下游资源。探索医疗器械生产企业与金融租赁公司、融资租赁公司合作，为各类所有制医疗机构提供分期付款采购大型医疗设备的服务。研究制定国内短缺、有待突破的原料药重点产品目录，对目录中化学结构清晰、符合税则归类规则、满足监管要求的原料药，研究实施较低的暂定税率，健全研制、使用单位在医药产品创新、增值服务和示范应用等环节的激励机制。支持符合条件的创新型医药生产企业上市融资、发行债券、并购、重组。

(十二)支持创新产品推广。研究制定创新和优秀药品、医疗器械产品目录。加大对创新产品的宣传力度，增强临床医生与人民群众对具有自主知识产权医药产品的认同度。通过首台(套)重大技术装备保险补偿试点工作，支持符合条件的高端医疗装备应用推广，继续推动实施创新医疗器械产品应用示范工程(包括“十百千万工程”等)，在部分省市开展大型医疗设备配置试点。进一步加大创新医疗器械产品推广力度，在不同层次的医疗机构开展试点示范应用。鼓励医药企业与大型医院合作建设创新药品、医疗器械示范应用基地、培训中心，形成示范应用—临床评价—技术创新—辐射推广的良性循环。

(十三)健全政府采购机制。按照公开透明、公平竞争的原则，完善招标采购机制，逐步将医药产品招标采购纳入公共资源交易平台。实行分类采购，科

学设置评审因素，推动药品、高值医用耗材采购编码标准化，确保价格合理、保障供应、质量安全。规范竞争秩序，打破医药产品市场分割、地方保护。进一步完善双信封评价方法，对竞标价格明显偏低、可能存在质量和供应风险的药品，必须进行综合评估，避免恶性竞争。全面推进信息公开，建立对价格虚高药品的核查和动态调整机制，确保药品采购各环节在阳光下运行。根据区域卫生规划，制定完善各级医疗机构的医疗器械配备标准，严格控制财政性资金采购不合理的超标准、高档设备。严格落实《中华人民共和国政府采购法》规定，国产药品和医疗器械能够满足要求的，政府采购项目原则上须采购国产产品，逐步提高公立医疗机构国产设备配置水平。

(十四)深化审评审批改革。建立更加科学、高效的药品医疗器械审评审批体系。加强审评队伍建设，招聘有国际审评审批经验的专家学者。加大政府购买审评服务力度，加强技术审评协作能力建设，提高审评审批能力和效率。公开受理、审批相关信息，增加审评审批透明度。严格控制市场供大于求、低水平重复、生产工艺落后产品的审批，加快临床急需的创新药物、医疗器械产品审评，引导申请人有序研发、科学申报。加快制定新型诊疗技术的临床应用技术规范。对经确定为创新医疗器械的基因检测产品等，按照创新医疗器械审批程序优先审查，加快创新医疗服务项目进入医疗体系，促进新技术进入临床使用。加快药品上市许可持有人制度试点，推动药品研发与生产的专业化分工，加快科研成果转化。鼓励开展药品委托研发、生产，逐步放宽药品文号转移限制，引导优势企业兼并重组，减少同质化竞争和审评资源浪费。

(十五)加快人才队伍建设。深入实施人才优先发展战略，着眼于药物创新、医疗器械核心软硬件开发、中医药传承、医药产品国际注册等方面的需求，健全人才引进、培养、激励机制，营造人尽其才、才尽其用的良好环境。继续实施“千人计划”等引智工程，吸引海外产品创新、国际注册等方面高层次人才和团队来华创新创业。鼓励医药企业设立博士后科研工作站。以提高药品质量管理水平和企业竞争力为核心，积极开展多种形式的医药企业经营管理培训，培养一批领军型医药企业家。强化职业教育和技能培训，建设医药应用技术教育和实训基地，打造技艺精湛的技能人才队伍。完善医疗机构相关职称评定和岗位设置办法。支持企业与高等院校、医疗机构合作培养医疗器械工程师等实用型技术人才。鼓励设立创业创新中心等人才培养平台，加强协同创新。加强药学队伍建设，提升执业药师服务能力，促进安全合理用药。建立健全技术、技能等要素参与的收益分配机制，鼓励通过技术入股等形式，充分调动人才的积极性和创造性。

(十六)加强产业协同监管。完善监管部门、行业协会、医药企业沟通机制,健全横向到边、纵向到底的监管网络,形成全社会共治的监管格局。支持行业协会等社会团体开展产业运行监测分析、产业发展战略研究和行业信息发布。加强对药品和医疗器械使用过程中的管理,加强药物不良反应监测,落实企业产品上市后不良反应监测主体责任。健全药品上市后安全性评价工作机制,建立药品退市制度。建立健全以基本药物为重点的临床用药综合评价体系,完善药品短缺预警机制,动态掌握重点企业生产情况,提高供应保障能力和水平。加强药品和医疗器械监管法律法规体系建设,加大飞行检查力度,及时依法查处违法违规企业。严格安全、环保监管,坚决依法关停不符合要求的医药企业。对化学制药企业要开展反应风险分析,进行正规设计,装备可靠的自动化控制系统,提升本质安全水平。对使用危险化学品的其他制药企业,要建立健全危险化学品管理制度,加强员工培训,提高风险管控能力。加强医药知识产权保护,加快知识产权社会信用体系建设,加大对侵权行为的打击力度,建立惩罚性赔偿制度,降低企业维权成本。整顿规范医药市场,严厉打击生产经营假冒伪劣医药产品、实施商业贿赂、暗中操纵价格等违法违规行为。

各地区、各有关部门要充分认识促进医药产业健康发展的重要意义,加强组织领导,健全工作机制,形成工作合力。各地区要结合实际制定具体实施方案,精心组织实施,确保各项任务落到实处。各有关部门要按照职责分工抓紧制定配套政策,营造良好环境。国家发展改革委要加强统筹协调,明确各项政策措施落实的具体时间表,会同有关部门加强政策指导和督促检查,推动医药产业持续健康发展。

4、国务院办公厅关于批准临沂市城市总体规划的通知

国办函(2016)24号

一、国务院原则同意《临沂市城市总体规划(2011—2020年)》(以下简称《总体规划》)。

临沂是鲁东南地区中心城市,具有滨水特色的现代工贸城市和商贸物流中心。《总体规划》实施要深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会及中央城市工作会议精神,认真落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,认识、尊重和顺应城市发展规律,坚持经济、社会、人口、环境和资源相协调的可持续发展战略,提高新型城镇化质量和水平,统筹做好临沂市城乡规划、建设和管理的各项工作,逐步把临沂市建设成为经济繁荣、和谐宜居、生态良

好、富有活力、特色鲜明的现代化城市。

二、重视城乡区域统筹发展。在《总体规划》确定的 2106.89 平方公里城市规划区范围内，实行城乡统一规划管理。根据市域内不同地区的条件，重点发展县城和基础条件好、发展潜力大的重点镇，优化村镇布局，加强对村镇建设的指导，促进农业产业化和农村现代化。加强城中村和城乡结合部的规划建设管理，统筹安排城乡基础设施、公共服务设施，逐步推进城乡基本公共服务均等化。

三、合理控制城市规模。到 2020 年，中心城区常住人口控制在 260 万人以内，城市建设用地控制在 287 平方公里以内。要贯彻落实城乡规划法关于先规划后建设的原则，禁止在《总体规划》确定的建设用地范围之外设立各类开发区和城市新区。要根据临沂市资源、环境的实际条件以及《总体规划》确定的城市空间布局，划定城市开发边界，加强边界管控，促进城市紧凑布局。增强城市内部布局的合理性，提升城市的通透性和微循环能力。坚持节约和集约利用土地，严格控制新增建设用地，加大存量用地挖潜力度，合理开发利用城市地下空间资源，提高土地利用效率，切实保护好耕地特别是基本农田。

四、完善城市基础设施体系。要按照绿色循环低碳的理念规划建设城市基础设施。进一步完善公路、铁路、机场等交通基础设施，加强城市内外交通衔接。建立以公共交通为主体，各种交通方式相结合的多层次、多类型的城市综合交通体系，方便不同交通方式的换乘。合理安排跨河通道，完善道路网络结构。做好停车场规划布局，推动城市停车场建设。坚持先地下、后地上的原则，统筹规划建设城市供水水源和给排水、垃圾处理等基础设施，积极有序地开展地下综合管廊建设。划定基础设施黄线保护范围，加强对各类设施用地的规划控制和预留。高度重视城市防灾减灾工作，加强灾害监测预警系统和重点防灾设施的建设，建立健全包括消防、人防、防洪、防震和防地质灾害等在内的城市综合防灾体系。要落实地质灾害危险性评估制度，严格控制采空塌陷、岩溶塌陷、地裂缝等地质灾害易发区域的开发强度，确保城市公共安全。

五、建设资源节约型和环境友好型城市。要按照促进生产空间集约高效、生活空间宜居适度、生态空间山清水秀的总体要求，形成合理的城市空间结构，促进经济建设、城乡建设和环境建设同步发展。要切实做好节能减排工作，明确责任主体，落实工作措施，淘汰落后产能，严格控制污染物排放总量，支持发展绿色建筑。加强城市环境综合治理，提高污水处理率和垃圾无害化处理率，限期达到《总体规划》提出的各类环境保护目标。划定城市蓝线保护范围，提

高水资源利用效率和效益，建设节水型城市。积极推行低影响开发模式，推进海绵城市建设。加强绿化工作，划定城市绿地系统的绿线保护范围。要加强对蒙山等风景名胜区、自然保护区以及湿地、水源地等特殊生态功能区的保护，制定并严格实施有关保护措施。

六、创造优良的人居环境。要坚持以人为本，统筹安排关系人民群众切身利益的教育、医疗、市政等公共服务设施的规划布局和建设。将城市保障性住房的建设目标纳入近期建设规划，确保保障性住房用地的分期供给规模、区位布局和相关资金投入。加快棚户区、城中村、城乡危房改造及配套基础设施建设，根据城市的实际需要与可能，稳步推进城市有机更新。不断完善城市管理和公共服务，提高城市发展的宜居性，努力把城市建设成为人与人、人与自然和谐共处的美丽家园。

七、重视历史文化和风貌特色保护。要统筹协调发展与保护的关系，按照整体保护的原则，切实保护好城市传统风貌和格局。要落实历史文化名城保护和紫线管理要求，重点保护好齐长城遗址等文物保护单位及其周围环境。做好城市整体设计，加强对建筑高度、体量和样式的规划引导和控制，保护好城市空间格局，突出蒙山沂水的城市风貌特色。

八、严格实施《总体规划》。城市建设要实现经济社会协调发展，物质文明和精神文明共同进步。城市管理要健全民主法制，坚持依法治市，构建和谐社会。《总体规划》是临沂市城市发展、建设和管理的基本依据，城市规划区内的一切建设活动都必须符合《总体规划》的要求。要结合国民经济和社会发展规划，明确实施《总体规划》的重点和建设时序。城市规划行政主管部门要依法对城市规划区范围内（包括各类开发区）的一切建设用地与建设活动实行统一、严格的规划管理，市级城市规划管理权不得下放，切实保障规划的实施。要加强公众和社会监督，提高全社会遵守城市规划的意识。驻临沂市各单位都要遵守有关法规及《总体规划》，支持临沂市人民政府的工作，共同努力，把临沂市规划好、建设好、管理好。

临沂市人民政府要根据本通知精神，认真组织实施《总体规划》，任何单位和个人不得随意改变。你省和住房城乡建设部要加强对《总体规划》实施工作的指导、监督和检查。

5、关于印发《政府非税收入管理办法》的通知

财税[2016]33号

政府非税收入管理办法

第一章 总则

第一条 为了加强政府非税收入（以下简称非税收入）管理，规范政府收支行为，健全公共财政职能，保护公民、法人和其他组织的合法权益，根据国家有关规定，制定本办法。

第二条 非税收入设立、征收、票据、资金和监督管理等活动，适用本办法。

第三条 本办法所称非税收入，是指除税收以外，由各级国家机关、事业单位、代行政府职能的社会团体及其他组织依法利用国家权力、政府信誉、国有资产（资产）所有者权益等取得的各项收入。具体包括：

- （一）行政事业性收费收入；
- （二）政府性基金收入；
- （三）罚没收入；
- （四）国有资产（资产）有偿使用收入；
- （五）国有资本收益；
- （六）彩票公益金收入；
- （七）特许经营收入；
- （八）中央银行收入；
- （九）以政府名义接受的捐赠收入；

(十) 主管部门集中收入;

(十一) 政府收入的利息收入;

(十二) 其他非税收入。

本办法所称非税收入不包括社会保险费、住房公积金（指计入缴存人个人账户部分）。

第四条 非税收入是政府财政收入的重要组成部分，应当纳入财政预算管理。

第五条 非税收入实行分类分级管理。

根据非税收入不同类别和特点，制定与分类相适应的管理制度。鼓励各地区探索和建立符合本地实际的非税收入管理制度。

第六条 非税收入管理应当遵循依法、规范、透明、高效的原则。

第七条 各级财政部门是非税收入的主管部门。

财政部负责制定全国非税收入管理制度和政策，按管理权限审批设立非税收入，征缴、管理和监督中央非税收入，指导地方非税收入管理工作。

县级以上地方财政部门负责制定本行政区域非税收入管理制度和政策，按管理权限审批设立非税收入，征缴、管理和监督本行政区域非税收入。

第八条 各级财政部门应当完善非税收入管理工作机制，建立健全非税收入管理系统和统计报告制度。

第二章 设立和征收管理

第九条 设立和征收非税收入，应当依据法律、法规的规定或者按下列管理权限予以批准：

(一) 行政事业性收费按照国务院和省、自治区、直辖市（以下简称省级）

人民政府及其财政、价格主管部门的规定设立和征收。

(二) 政府性基金按照国务院和财政部的规定设立和征收。

(三) 国有资源有偿使用收入、特许经营收入按照国务院和省级人民政府及其财政部门的规定设立和征收。

(四) 国有资产有偿使用收入、国有资本收益由拥有国有资产(资本)产权的人民政府及其财政部门按照国有资产(资本)收益管理规定征收。

(五) 彩票公益金按照国务院和财政部的规定筹集。

(六) 中央银行收入按照相关法律法规征收。

(七) 罚没收入按照法律、法规和规章的规定征收。

(八) 主管部门集中收入、以政府名义接受的捐赠收入、政府收入的利息收入及其他非税收入按照同级人民政府及其财政部门的管理规定征收或者收取。

任何部门和单位不得违反规定设立非税收入项目或者设定非税收入的征收对象、范围、标准和期限。

第十条 取消、停征、减征、免征或者缓征非税收入，以及调整非税收入的征收对象、范围、标准和期限，应当按照设立和征收非税收入的管理权限予以批准，不许越权批准。

取消法律、法规规定的非税收入项目，应当按照法定程序办理。

第十一条 非税收入可以由财政部门直接征收，也可以由财政部门委托的部门和单位(以下简称执收单位)征收。

未经财政部门批准，不得改变非税收入执收单位。

法律、法规对非税收入执收单位已有规定的，从其规定。

第十二条 执收单位应当履行下列职责：

- （一）公示非税收入征收依据和具体征收事项，包括项目、对象、范围、标准、期限和方式等；
- （二）严格按照规定的非税收入项目、征收范围和征收标准进行征收，及时足额上缴非税收入，并对欠缴、少缴收入实施催缴；
- （三）记录、汇总、核对并按规定向同级财政部门报送非税收入征缴情况；
- （四）编报非税收入年度收入预算；
- （五）执行非税收入管理的其他有关规定。

第十三条 执收单位不得违规多征、提前征收或者减征、免征、缓征非税收入。

第十四条 各级财政部门应当加强非税收入执收管理和监督，不得向执收单位下达非税收入指标。

第十五条 公民、法人或者其他组织（以下简称缴纳义务人）应当按规定履行非税收入缴纳义务。

对违规设立非税收入项目、扩大征收范围、提高征收标准的，缴纳义务人有权拒绝缴纳并向有关部门举报。

第十六条 缴纳义务人因特殊情况需要缓缴、减缴、免缴非税收入的，应当向执收单位提出书面申请，并由执收单位报有关部门按照规定审批。

第十七条 非税收入应当全部上缴国库，任何部门、单位和个人不得截留、占用、挪用、坐支或者拖欠。

第十八条 非税收入收缴实行国库集中收缴制度。

第十九条 各级财政部门应当加快推进非税收入收缴电子化管理，逐步降低征收成本，提高收缴水平和效率。

第三章 票据管理

第二十条 非税收入票据是征收非税收入的法定凭证和会计核算的原始凭证，是财政、审计等部门进行监督检查的重要依据。

第二十一条 非税收入票据种类包括非税收入通用票据、非税收入专用票据和非税收入一般缴款书。具体适用下列范围：

（一）非税收入通用票据，是指执收单位征收非税收入时开具的通用凭证。

（二）非税收入专用票据，是指特定执收单位征收特定的非税收入时开具的专用凭证，主要包括行政事业性收费票据、政府性基金票据、国有资源（资产）收入票据、罚没票据等。

（三）非税收入一般缴款书，是指实施非税收入收缴管理制度改革的执收单位收缴非税收入时开具的通用凭证。

第二十二条 各级财政部门应当通过加强非税收入票据管理，规范执收单位的征收行为，从源头上杜绝乱收费，并确保依法合规的非税收入及时足额上缴国库。

第二十三条 非税收入票据实行凭证领取、分次限量、核旧领新制度。

执收单位使用非税收入票据，一般按照财务隶属关系向同级财政部门申领。

第二十四条 除财政部另有规定以外，执收单位征收非税收入，应当向缴纳义务人开具财政部或者省级财政部门统一监（印）制的非税收入票据。

对附加在价格上征收或者需要依法纳税的有关非税收入，执收单位应当按规定向缴纳义务人开具税务发票。

不开具前款规定票据的，缴纳义务人有权拒付款项。

第二十五条 非税收入票据使用单位不得转让、出借、代开、买卖、擅自销毁、涂改非税收入票据；不得串用非税收入票据，不得将非税收入票据与其他

票据互相替代。

第二十六条 非税收入票据使用完毕，使用单位应当按顺序清理票据存根、装订成册、妥善保管。

非税收入票据存根的保存期限一般为5年。保存期满需要销毁的，报经原核发票据的财政部门查验后销毁。

第四章 资金管理

第二十七条 非税收入应当依照法律、法规规定或者按照管理权限确定的收入归属和缴库要求，缴入相应级次国库。

第二十八条 非税收入实行分成的，应当按照事权与支出责任相适应的原则确定分成比例，并按下列管理权限予以批准：

（一）涉及中央与地方分成的非税收入，其分成比例由国务院或者财政部规定；

（二）涉及省级与市、县级分成的非税收入，其分成比例由省级人民政府或者其财政部门规定；

（三）涉及部门、单位之间分成的非税收入，其分成比例按照隶属关系由财政部或者省级财政部门规定。

未经国务院和省级人民政府及其财政部门批准，不得对非税收入实行分成或者调整分成比例。

第二十九条 非税收入应当通过国库单一账户体系收缴、存储、退付、清算和核算。

第三十条 上下级政府分成的非税收入，由财政部门按照分级划解、及时清算的原则办理。

第三十一条 已上缴中央和地方财政的非税收入依照有关规定需要退付的，分别按照财政部和省级财政部门的规定执行。

第三十二条 根据非税收入不同性质，分别纳入一般公共预算、政府性基金预算和国有资本经营预算管理。

第三十三条 各级财政部门应当按照规定加强政府性基金、国有资本收益与一般公共预算资金统筹使用，建立健全预算绩效评价制度，提高资金使用效率。

第五章 监督管理

第三十四条 各级财政部门应当建立健全非税收入监督管理制度，加强非税收入政策执行情况的监督检查，依法处理非税收入违法违规行为。

第三十五条 执收单位应当建立健全内部控制制度，接受财政部门 and 审计机关的监督检查，如实提供非税收入情况和相关资料。

第三十六条 各级财政部门 and 执收单位应当通过政府网站和公共媒体等渠道，向社会公开非税收入项目名称、设立依据、征收方式和标准等，并加大预决算公开力度，提高非税收入透明度，接受公众监督。

第三十七条 任何单位和个人有权监督和举报非税收入管理中的违法违规行为。

各级财政部门应当按职责受理、调查、处理举报或者投诉，并为举报人保密。

第三十八条 对违反本办法规定设立、征收、缴纳、管理非税收入的行为，依照《中华人民共和国预算法》、《财政违法行为处罚处分条例》和《违反行政事业性收费和罚没收入收支两条线管理规定行政处分暂行规定》等国家有关规定追究法律责任；涉嫌犯罪的，依法移送司法机关处理。

第六章 附 则

第三十九条 教育收费管理参照本办法规定执行，收入纳入财政专户管理。

第四十条 省级财政部门可以根据本办法的规定，结合本地区实际情况，制定非税收入管理的具体实施办法。

第四十一条 本办法自颁布之日起施行。

二、经济观察

1、2016年2月份70个大中城市住宅销售价格变动情况

一、新建商品住宅（不含保障性住房）价格变动情况（详见附表2）

（一）与上月相比，70个大中城市中，价格下降的城市有15个，上涨的城市有47个，持平的城市有8个。环比价格变动中，最高涨幅为3.6%，最低为下降0.7%。

（二）与上年同月相比，70个大中城市中，价格下降的城市有37个，上涨的城市有32个，持平的城市有1个。2月份，同比价格变动中，最高涨幅为57.8%，最低为下降3.9%。

二、二手住宅价格变动情况

（一）与上月相比，70个大中城市中，价格下降的城市有28个，上涨的城市有34个，持平的城市有8个。环比价格变动中，最高涨幅为6.7%，最低为下降1.1%。

（二）与上年同月相比，70个大中城市中，价格下降的城市有26个，上涨的城市有41个，持平的城市有3个。2月份，同比价格变动中，最高涨幅为54.2%，最低为下降7.4%。

图表1 2016年2月70个大中城市新建住宅价格指数

城市	新建住宅价格指数			城市	新建住宅价格指数		
	环比	同比	定基		环比	同比	定基
	上月 =100	上年 同月 =100	2015 年 =100		上月 =100	上年 同月 =100	2015 年 =100
北 京	102.1	112.9	108.1	唐 山	100.1	98.4	99.3
天 津	100.7	104.7	103.6	秦 皇 岛	100.3	97.8	99.2
石 家 庄	100.5	103.0	101.8	包 头	99.6	97.9	98.5

太原	100.1	102.1	101.2	丹东	99.3	96.1	97.3
呼和浩特	100.2	98.7	99.5	锦州	99.7	97.2	98.1
沈阳	99.7	99.6	99.6	吉林	100.3	98.4	99.1
大连	99.7	98.9	99.0	牡丹江	99.6	98.3	98.7
长春	100.3	98.8	99.5	无锡	100.3	100.2	100.3
哈尔滨	100.0	100.5	100.4	扬州	100.2	100.4	100.7
上海	102.4	120.6	113.7	徐州	100.3	100.6	100.4
南京	102.6	113.3	110.3	温州	100.1	103.4	101.9
杭州	101.3	108.8	106.3	金华	100.0	102.5	101.6
宁波	100.6	105.5	103.6	蚌埠	99.8	96.5	98.2
合肥	102.3	106.0	105.5	安庆	99.5	99.2	99.3
福州	101.4	105.5	104.8	泉州	100.3	100.0	100.3
厦门	101.3	110.1	108.0	九江	100.3	99.5	99.9
南昌	101.2	103.7	103.1	赣州	100.1	99.4	100.0
济南	100.6	102.2	101.8	烟台	100.1	99.6	100.1
青岛	100.1	99.5	100.2	济宁	100.2	97.3	98.7
郑州	100.4	103.9	102.7	洛阳	99.9	98.3	99.0
武汉	100.8	106.2	104.5	平顶山	100.0	100.1	100.4
长沙	100.3	101.2	101.2	宜昌	100.2	99.0	99.9
广州	101.6	111.8	107.5	襄阳	100.2	97.3	98.6
深圳	103.5	156.9	130.3	岳阳	100.1	97.4	98.6
南宁	100.4	103.3	102.3	常德	100.3	98.1	99.2
海口	100.2	100.4	100.5	惠州	100.7	100.4	101.6
重庆	100.4	101.3	101.6	湛江	100.0	96.4	98.2
成都	100.0	101.5	101.3	韶关	100.9	98.3	99.7
贵阳	100.3	100.3	100.3	桂林	100.0	98.1	98.8
昆明	100.0	98.2	99.2	北海	100.4	99.7	100.2
西安	99.9	100.6	100.5	三亚	100.1	99.9	100.2
兰州	100.1	99.7	100.4	泸州	99.4	98.9	99.7
西宁	99.9	97.4	98.6	南充	99.8	96.8	98.3
银川	100.0	96.9	98.5	遵义	100.1	98.5	99.4
乌鲁木齐	99.4	97.7	98.4	大理	99.9	98.7	99.6

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2、关于 2015 年中央和地方预算执行情况与 2016 年中央和地方预算草案的报告

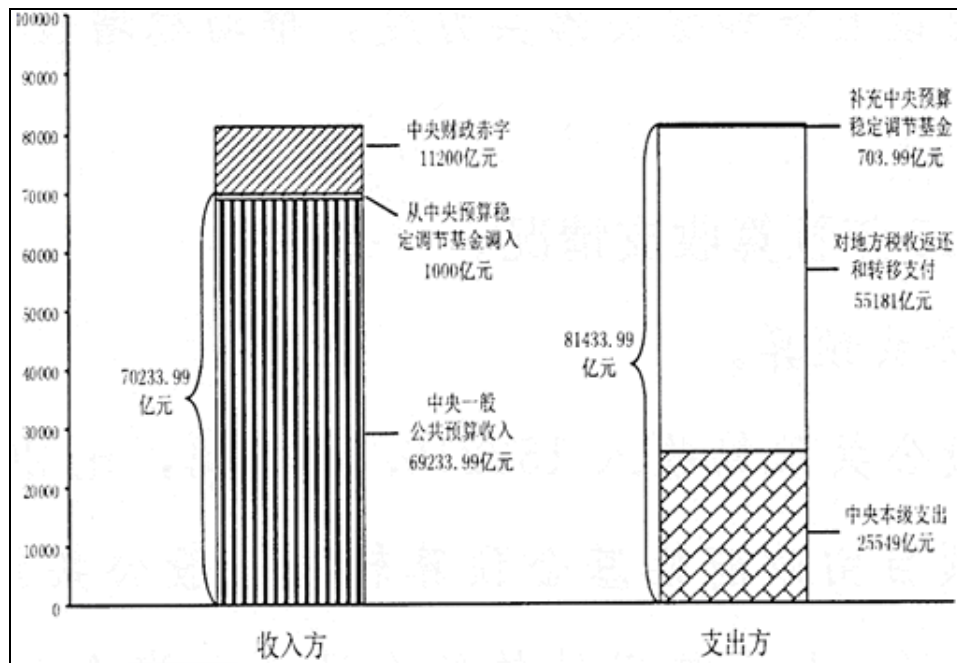
2015 年预算收支情况。

1. 一般公共预算。

全国一般公共预算收入 152216.65 亿元，比 2014 年同口径（考虑 11 个项目由政府性基金预算转列一般公共预算影响，下同）增长 5.8%。加上使用结转结余及调入资金 8055.12 亿元，收入总量为 160271.77 亿元。全国一般公共预算支出 175767.78 亿元，增长 13.2%。加上补充中央预算稳定调节基金 703.99 亿元，支出总量为 176471.77 亿元。收支总量相抵，赤字 16200 亿元，与预算持平。

中央一般公共预算收入 69233.99 亿元，为预算的 100%，增长 7%。加上从中央预算稳定调节基金调入 1000 亿元，收入总量为 70233.99 亿元。中央一般公共预算支出 80730 亿元（其中，中央本级支出 25549 亿元，中央对地方税收返还和转移支付 55181 亿元），完成预算的 99.1%，增长 8.6%。加上补充中央预算稳定调节基金 703.99 亿元，支出总量为 81433.99 亿元。收支总量相抵，中央财政赤字 11200 亿元，与预算持平。2015 年末，中央财政国债余额 106599.59 亿元，控制在年度预算限额 111908.35 亿元以内；中央预算稳定调节基金余额 1156.37 亿元。

图表 2 2015 年央行一般公共预算平衡关系

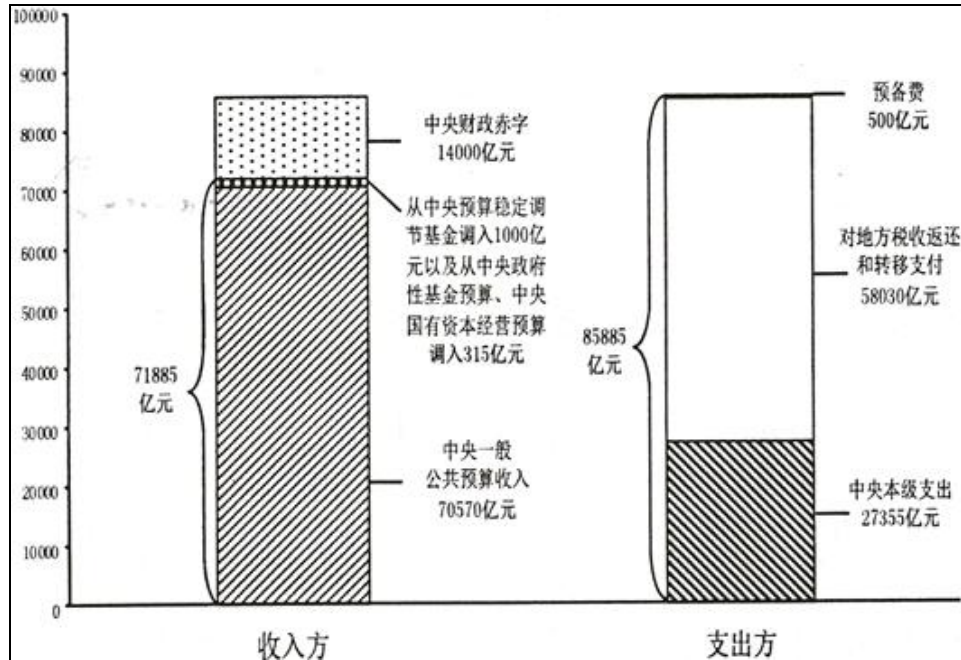


数据来源：国家统计局、中商产业研究院（单位：亿元）

地方一般公共预算本级收入 82982.66 亿元，增长 4.8%，加上中央对地方税收返还和转移支付收入 55181 亿元，地方一般公共预算收入 138163.66 亿元。再加上地方财政使用结转结余及调入资金 7055.12 亿元，收入总量为 145218.78 亿元。地方一般公共预算支出 150218.78 亿元，增长 13.2%（剔除使用结转结

余及调入资金后增长 7.9%)。收支总量相抵，地方财政赤字 5000 亿元，与预算持平。

图表 3 2016 年央行一般公共预算平衡关系



数据来源：国家统计局、中商产业研究院（单位：亿元）

地方一般公共预算本级收入 86630 亿元，增长 3.6%，加上中央对地方税收返还和转移支付收入 58030 亿元、地方财政调入资金 400 亿元，地方一般公共预算收入合计为 145060 亿元。地方一般公共预算支出 152860 亿元，剔除上年使用结转结余及调入资金后同口径增长 6.3%。地方财政赤字 7800 亿元，比 2015 年增加 2800 亿元，通过发行地方政府一般债券弥补。地方政府一般债务余额限额 107072.4 亿元。

汇总中央和地方预算，全国一般公共预算收入 157200 亿元，增长 3%。加上调入资金 1715 亿元，可安排的收入总量为 158915 亿元。全国一般公共预算支出 180715 亿元，剔除地方上年使用结转结余及调入资金后同口径增长 6.7%。赤字 21800 亿元，比 2015 年增加 5600 亿元。

2016 年收支数已含政府性基金预算部分项目转列一般公共预算的收支数。即：从 2016 年 1 月 1 日起，将水土保持补偿费等 5 个项目收支由政府性基金预算转列一般公共预算，在减少政府性基金预算收支的同时，相应调增一般公共预算 2016 年收支数和 2015 年收支基数。

三、投资市场

1、“互联网+”现消费升级最大“蓝海” 体育产业投资进入收获季

两会上，北京市正在加大疏解非首都的功能，提升首都的核心功能，城市的更新换代与文化、体育产业的发展息息相关，北京市要实现城市战略定位的发展，文化和文化创意产业是一个重要的途径。

目前，文化产业和体育产业到了井喷的时代。国家体育场有限责任公司总经理武晓南在致辞中表示，2015年3月，鸟巢文化中心正式成立，一年来我们举办了超过100多场活动。鸟巢已经成为北京文化产业的一个地标。新的一年，鸟巢将在符号、品牌的基础上，进一步发展成为文化体育产业跟金融创投对接的平台，为中国文化体育产业的发展承载它的历史责任，帮助更多创业者实现他们的中国梦。

武晓南表示，“春耕”的任务很重。鸟巢愿意成为其中的一片试验田，提供文化体育金融服务平台和首都公共文化空间，亮中国是我们重要的合作伙伴之一，在这里我们希望得到文体产业的信息流汇聚、人才流汇聚、资金流汇聚，为文化体育产业的投资人、创业者和所有从业者提供产品展示的平台、信用提升的平台和走向世界的平台，这是我们的愿望，也希望和亮中国、和所有的合作者共同长久地在这块试验田上耕耘。

未来，在促进中国文创产业发展上，亮中国和鸟巢将集中力量解决三个梦想的问题，问题一：何时在鸟巢能够运行一支文体基金；问题二：何时在鸟巢能够孵化出一个文体产业的新品牌；问题三：何时在鸟巢能够建成一个文体产业的孵化器、加速器。今后，相信会有更多的文体产业企业在这里百花齐放，更多的文体产业基金在这里百家争鸣，鸟巢的孵化器里一定是硕果累累。

亮中国 2015 年发展报告 用科技和金融打造双创的“五环”

亮中国执行主席许小林表示，亮中国是由鸟巢文化中心和首都的金融服务商会联合发起的，由发起单位联合文化、体育、健康这三个方向在中国做产业和金融最好的100位同盟者，采用众筹方式，共同组建成亮中国的大家庭，这是亮中国的核心架构。我记得去年感恩节的时候，用了五个词来形容亮中国，分别是奉献、梦想、创新、共享、感恩。

亮中国正在用科技和金融的力量打造双创的“五环”。上面三个环代表了亮中国在架构的三个产业方向（体育、文化、健康），这三个产业之间有很多的关联，把最知名的专家、最好的企业和最优秀的投资机构，在鸟巢亮中国这个平台做一个整合。

下面的两个环是实现整合三个产业的基础，分别代表科技和金融。我们现在整合的三个产业，不同于过去的传统三个产业方向，很多产业都有科技元素，无论是体育、文化还是健康，这些企业都是技术驱动型的企业。另外我们在整合过程中，运用最多的一种手段就是金融，所以我们在这个平台，一定要提倡金融和产业的结合。

为了更好地实现我们这些梦想，我们向全中国、全行业的人发出一个倡议，我们希望更多的有识之士加入到亮中国来，在体育、在文化、健康三个方面集聚 99 位，群策群力，共享资源和智慧。每个方向上，我们计划吸引 33 个人加入，这 33 个人会是三个行业的细分领域，且分布在产业领域、投资领域及中间夹层的服务商，包括业内专家、知名学者。我们把中国最好的资源做一些整合，更多代表性人物的加入，跟我们一起来“点亮中国”。

把鸟巢打造成世界级的孵化平台 升级亮中国双创生态圈

鸟巢文化中心主任韩劲草表示，鸟巢从名字来讲，本身就是一个创意之巢、创新之巢，在这个巢里面还是有像亮中国这样经过了一年的辛勤耕作，也给这个巢增添了很多枝叶，让这个巢更加适合创业者居住、适合创新的萌芽。

现在，鸟巢提供了一个非常好的舞台，这个舞台上上演着最核心的 IP 大戏，围绕着这个舞台会有一个延伸的生态圈、产业链。一定意义上，在这个舞台上演的是中国文创产业最顶级的 IP。围绕 IP 资源开发，创业公司可以第一时间近水楼台地接触它，得到它。这就是鸟巢文化中心现在要做的，营造一个覆盖全国的文化体育双创的生态空间。

亮·中国导师张路表示，过去，在体育产业里面功利主义的思想根深蒂固，我们足球至少有两次高潮：高潮一，1985 年小平提出来从娃娃抓起是一次；高潮二，1997、1998 年当时职业足球兴起又推动了一波，但是基本上三年以后都失败了，不但没把足球搞上去，反而把足球人口越搞越少，这就是功利主义所造成的恶果。

我们孩子的身体体质逐年下降，现在比不过日本和韩国，孩子的身体素质各项指标全低于日本，中国孩子现在连身高都低于日本，这是民族的危机。我们只有一项指标超过日本——体重。我们现在就大声疾呼，我们要扭转这个事情。要真正地把普及、把提高孩子的身心健康作为我们的根本目标，这是一个非常艰巨的，但是也是非常宏大的，应该说是一个非常有意义的任务。

“高端引领 示范带动 精准投融 带动全国” 亮中国承载的四大使命

原教育部体卫艺司副司长、内蒙古体育局党组成员、内蒙古体育职业学院党委书记殷俊海先生表示，体育产业正在和十三五规划紧密结合，有五层含义，它代表着政府未来发展的方向：创新、协调、绿色、开放、共享。

从创新上看，创新体育发展的方式和内容，和体育产业是一个命运共同体。从协调上看，体育事业和体育产业协调发展，为各自发展提供产业支持。从绿色上看，绿色健康、绿色健身两者之间相互统一的。从开放上看，我们要开放两个平台，既要向国际开放，也要向国内开放。从共享上看，让每个中国人都感受到体育发展带给我们的可获得感。这五大方向也意味着体育行业 and 多个领域正在共融、共生。

另外，我认为亮中国有四大使命。第一：高端引领。中国现在的孵化器和加速器很多，亮中国作为中国具有地表性的孵化平台，要引领全国的发展，独领风骚。第二，示范带动。亮中国不仅要引进来，也要走出去，别人要向你学习，可以复制。第三，精准投融。从精准扶贫到精准投融，要找到文化产业和体育产业里面的痛点。第四，带动全国。通过鸟巢孵化器和加速器的发展，最后要带动全国的发展，到达基层。

总之，中国体育产业的发展离不开“三个事情”。第一，要找落地的企业和公司。第二，要培育当地的参与体育的社群、组织。第三，要让更多的人参与。另一方面，中国体育的发展离不开“三个释放”，政府要释放更多的赛事资源，场馆资源和组织资源。我坚信，体育产业的未来一定在基层，我们仅在北京创业，仅靠互联网的管理模式是不行的，还要把每一个地区的人都组织起来参与进去，只有这样体育产业才能真正发展起来。

互联网+从两个维度改造文体产业 促进文创产业发展的五大驱动力

君联资本董事总经理刘泽辉表示，君联资本历史上总共投了 300 个项目，大概有 30%、40%涉及到文化、体育领域。我们在几年前就发现了两个现象。第一个现象，互联网正在改变现代服务业，尤其“互联网+”正在从两个纬度改造文体产业，一方面，促进了传统服务业的升级和改造。另一方面，新的商业模式诞生了新兴的服务业。

第二个现象，作为一个趋势，人们已经从产品消费已经上升到精神消费的层次上。在 100 年前，美国在服务业里面就已经占到整个 GDP 相当大的比重，我们的邻居韩国、日本，他们的服务业能占到 GDP 的 60%到 70%。文化体育实际上是在精神层次上的一个消费，它的发展背后离不开五大驱动力。

哪五个驱动力呢？第一，年轻化。中国消费阶层正年轻化，对产品有个性化标签。第二，时尚化。人们追求更高的层面是人精神上的时尚，不是物质层面上的。第三，娱乐化。我们既要让大家快乐，又要健康。第四，国际化。世界的海平面连在一起，中国企业应更加自信的走出去，把境外优质资源带到国内，兼容并包。第五，科技化。科学技术是体育产业腾飞的前提，没有科技进步就没有体育进步。

北京大学体育产业研究中心主任何文义先生表示，体育产业分为两个方向的研究，一是客体方向研究。二是主体方向研究。客体方向研究就是我们怎么去运营一个赛事、运营一个场馆等等。主体的角度研究归根到底就是研究人，因为体育产业、文化产业服务的主体是人，需要从人的消费习惯或者说成长经历来分类。

体育产业最核心的还是从青少年教育开始，青少年体育教育包含着三个内容，身体健康的教育，心理健康的素质，道德价值观的树立。亮中国最大的意义在于正在树立一个价值体系。它有一套标准体系，平台要给创业企业进行一些会诊，大部分企业做的时候没有目的性，亮中国要告诉他们可能是资源出现问题，或者是方向有问题。

2、中国风投基金规模跃居全球第一

据美国彭博新闻社网站 3 月 9 日报道，根据咨询公司汇编的数据，中国有政府支持的风投基金 2015 年总计筹集了大约 1.5 万亿元人民币（约合 2310 亿美元）的资金，短短一年内使管理下的资金总量猛增两倍，达到了 2.2 万亿元。据总部设在伦敦的咨询公司 PreqinLtd. 称，这一规模排名世界首位，更是全球

其他风投公司去年筹集到的资金总量的差不多五倍。

这些资金归属在所谓的政府引导基金名下，在这些基金中，地方和中央政府机构也都扮演了一定的角色。全国范围内目前共有 780 家此类基金，由于正在进行各种实验和尝试，此类基金并无固定的管理模式，它们的钱绝大部分来自政府税收收入和国家支持的贷款。

中国领导层眼下正在致力于通过创新和减少对重工业的依赖来提振增速日益减缓的中国经济，这些资金正是这一努力中的一个重要环节。中国政府自 2014 年开始鼓励和支持创业以来，已经在全国范围内设立了 1600 个高科技初创企业孵化器。

启明创投创始人 Gary Rieschel 表示，巨量资金的流入可能会使此轮发展重蹈之前政府引导下的太阳能和风电开发大起大落的覆辙。

这些资金多快能够得到配置目前还不清楚，相关法规和市场规范尚需制定。

政府正在部署其资源。湖北省会城市武汉走在了前面，成立了一个 2000 亿元的基金，规模在国内同类基金中首屈一指，资金主要来自地方和中央政府。当地政府表示，希望该基金规模最终能达到 1 万亿元，其中包含民间资本。

3、5 亿网络音乐用户 大数据能带来什么价值

正如普林斯顿大学计量经济学家 奥利·阿什菲尔特通过数学来评判葡萄酒的好坏、球探罗伯特·帕克通过数据预测球员的是否具有投资价值一样，网络音乐自从脱离“播放器工具”宿命以后，人、环境、载体都发生了巨大的变化，网络音乐也即将进入“预测”的相关关系世界。

大数据从诞生到“人人皆是大数据，司司皆是大数据”，只用了三年不到的时间，普罗大众们对于大数据亦云里雾里，听起来很酷，但终究无法用很明晰的形象来形容大数据的情况，究竟多大的数据才算大数据，究竟怎样才算是对大数据的极致运用？虽然国内的互联网熟稔制造大数据的诸多概念，然而，真正对于大数据的挖掘和运用，却并不容易。

文字介质方面，新闻客户端产品早就和数据资产亲密接触，运用数据的力量让新闻内容更具有价值。音频介质呢，又会如何？

为何会是现在？

国内的网络音乐发展并不顺利，没有文字介质普及度高，没有网络视频用户量大，特别是盈利方面，比刚出生的婴儿都要孱弱，网络音乐是国内互联网产品中用户量大、用户规模大，但并不赚大钱的产品代表。不过，这并不影响网络音乐与“大数据”的缘分，或者说，是时候来聊一聊网络音乐与“大数据”了。但为何是当下，而不是过去和未来呢？

(1) 庞大的用户基数。2008年6月，中国互联网信息中心公布的数据就显示，我国互联网用户总量超过美国，当然，用户普及率还有很大差距，美国是71%。CNNIC的数据显示，截止到2015年12月，我国互联网用户普及率为50.3%，其中手机上网用户量占总上网用户量的90.1%，网络音乐的用户量为5.01亿，网民普及率达72.8%，手机网络音乐用户量达4.16亿。有了用户规模，才有可能说大数据。

(2) 移动互联网给予数据抓取的可能性。PC时代，用户更多的习惯还是播放器思维，下载酷狗、酷我、千千静听等播放器，整个用户都是处于离线的。还有一点是，用户的登录注册习惯不强，用户不注册登录，网络音乐厂商所能获取的数据就是动态的，而且用户的IP还会随时变幻，厂商所能获取到的数据是热门数据，哪首歌的播放次数高，哪个歌手最受用户喜欢，C端用户的任何习惯是零，性别、年龄层次等，都无法获取。

音乐APP虽然也是以客户端的形态存在，但如今有优势的地方在于，QQ、微信、微博、手机通讯录等方式，能够让用户非常便捷的登录，而用户一旦登录，其在社交网络等地方的数据就有可能被连带进入到网络音乐平台里面，基于C端用户的数据终于能够被很好的记录下来。

自去年网络音乐大肆打击版权以来，不少音乐内容都需要收费获取，收费的前提就是用户ID登录。用户个人也开始习惯用ID登录，从而将自己喜欢的音乐内容放在云端存储以来，无论更换任何一个硬件设备，都能够有自己的音乐客户端。

用户登录ID后，C端的数据就不再是零了，性别、头像、年龄一级用户的个人兴趣爱好，都能够被获取到，而这，是大数据非常非常重要的一部分（有C端参与的任何产品，如果没有具体C端用户的数据，说大数据都是扯淡）。

(3) 数据处理能力的提升。数据如果不懂得运用，再多的数据亦无用，比如成千上万个垃圾 APP，就算有再多的数据，他们也只能廉价卖给第三方而不能自用。国内的几大网络音乐厂商背后，都有 BAT 等的影子，显然，在数据处理能力方面，BAT 的能力和经验，要比普通创业公司多的多，而且，其中很重要的一部分，云存储方面，BAT 等互联网巨头都有自己的云存储业务公司。还有就是，近几年互联网的技术以及计算机的数据处理能力都有所提升，摩尔定律虽然不顶用了，但计算机硬件以及互联网却在快速成长。

网络音乐可以与“大数据”聊些啥？

数据是最迷人的玩意儿，投资人、大 V、CEO、自媒体们均为数据迷醉其中，可是，数据本身并无任何价值，而且，数据是需要挖掘才可能有的，不被挖掘的，只能算是记录，记录，会随着删除按钮烟消云散，连渣都不剩。网络音乐与大数据的基础环境具备了，但是，它又有哪些数据呢？又有哪些是可以被利用的？

(1) 基于对音频介质的识别，完成听歌识曲的功能。几乎所有的 APP 都有听歌识曲功能，用户只需将手机靠近音源即可识别声音源当中的歌曲，但我不止一次曾遇到过，多款音乐 APP 都无法识别音源的情况，后来还是通过歌词，再用歌词从搜索引擎搜文字介质才能搜到相关内容，诡异的是，我刚识别的音乐 APP 就包含这首歌曲，音乐 APP 的听歌识曲功能简直就是摆设。国内搜索引擎的技术，更多的是基于文字介质的，音频方面的技术，还有待提升。

艺恩的数据显示，酷狗音乐、酷我音乐、QQ 音乐、网易云音乐、虾米音乐、百度音乐几大音乐厂商加起来的曲库量在 3000 万首左右，按照每首歌 10MB 的存储空间，约为 286.1TB，美国国会图书馆数据总共 20TB，也就是说，国内所有网络音乐内容加起来的储存空间相当于 143 座美国图书馆数据的总库存量。按照某云计算企业的数据来看，286.1TB 储存空间的费用并不算高。

作为网络音乐厂商，完全有能力将所有数据存储起来，并通过对存储数据的分析进行处理，286.1TB 算是大数据吗？反正不小，这是来自内容层的数据，也是基础。期待各大网络音乐厂商真正将听歌识曲功能做到极致的一天，实在没技术，可以和几大音频技术型的公司合作，对自身内容的挖掘，还是挺靠谱的。

(2) 针对用户数据，做内容的分发。今日头条的原理，就是将海量的内容放到素材库里，再按照用户的需求，进行有效分发，从而达到扩大用户点击浏览的目的。用户对网络音乐的内容有两个需求，一是已知的兴趣，比如，用户喜欢徐良，可能徐良出新歌的时候，他就会经常去收听；一是未知的兴趣，用户对某些歌曲听腻了，需要有新鲜的音乐内容，要么，主动寻找，要么，系统推送，系统推送也包含两个点，基于社会化网络的共性，基于热点的共性，比如从徐良的歌里找到与之相关的歌曲，再推送，再比如某用户喜欢听韩文歌，再细分一点，韩文里面的摇滚曲，这些，都是基于对用户理解的基础上的。

我认为要特别说明歌单功能。网易云音乐之所以能够在短期内快速崛起，和其在歌单的创作和运营能力不无关系。实际上，酷我、酷狗、QQ 音乐里面也有歌单功能，即根据用户下载和喜爱的过歌曲，自动生成一定的歌单，质量虽不高，但有了系统的分发以后，相关数据却也非常亮眼，某些热门的歌单播放次数甚至达到了数千万。

《大数据时代》一书里提到：通过去探求“是什么”，而不是“为什么”，相关关系帮助我们更好得了解这个世界。歌单就是基于相关关系的产生，比如，将徐良的歌组合在一起，将安静的歌组合在一起，将曲库里的 3000 万首歌曲，完全打乱重组，重新生产一个组合型的数据，用户再从这些数据里找到“网络音乐里的另一个自己”，和热门歌单不同的是，私人组合的小众型歌单，更适合于，每个人，而不是一群人。

歌单是一种新型的数据，内容既包含本身的内容，又包含用户的参与性，同样，其他用户的收听、点赞或评论等，亦是参考数据之一。而网络音乐厂商要想针对用户的数据，做好内容的分发，歌单就是用户对未知需求里重要的一部分。

(3) 消费能力。屌丝用户是不介意广告的，中高端用户并不介意付费，其中的小九九靠的就是网络音乐厂商对每个用户单独的分析能力。盈利问题，并不是永远可以逃避的点，所有网络音乐厂商都没有明确表明自身的盈利状况，不是不盈利，只是盈利数据和自身的互联网巨头形象不匹配，可惜，有的时候只能当鸵鸟，但不能一辈子当鸵鸟。

网络音乐厂商目前也在不断尝试 C 端在网络音乐上的消费能力，正版化以后，付费的环境不断紧缩，这间接促进了用户在网络音乐上的消费，当然，每个用户是有区别的。而基于用户单独数据库的建立和分析、挖掘，并不容易，

如社交网络上的数据、通讯录下的数据等，都需要技术的支持，短期内，厂商们还不具备，巨头们还舍不得花费巨额资金在这上面投入。不过，要想彻底解决盈利问题，针对用户单个的分析是不可避免的。

国内的几大网络音乐厂商目前仅在第二阶段，作为内容分发上面，有一定的数据处理能力，网易云音乐公布的数据显示，其歌单数量已超越 3200 万个，如此庞大的歌单体系，就是建立在数百万音乐内容的个性组合之上的。

而像针对音频素材库的储存、搜索、处理等功能还未实现，当前版权大战的情况下，几大厂商都是将版权捂的紧紧的，哪里可能分给其他厂商使用呢。至于来自 C 端的消费能力，则更是处在摸索阶段，也需要时间的积累，广告、游戏、秀场才是几大音乐厂商赚钱的主要阵地，用户层，才开始。

所幸，网络音乐熬过了那段艰苦黑暗的时光，凭的是当年各家都在默认盗版的情况下生存的。如今版权开始付费，盈利就要提上日程了，“大数据”这一重中之重的产物，网络音乐也该尝试尝试，音频方向的数据处理能力，能否成就一个巨头呢，也许。

4、遭保险抛弃，P2P 去担保化加速

目前，援引一家网贷资讯网站消息，“一家知名保险公司收到保监会通知，要求其在 3 月 23 日之前，清退所有 P2P 资金安全类保险，暂停该项业务。此外，保监会还要求 P2P 平台必须撤销所有类似宣传。”此消息一经传出，市场风声鹤唳。

不过，多家保险公司对《中国企业家》杂志表示，暂未收到类似通知。而据《21 世纪经济报道》称，上述“知名保险公司”为阳光保险，其与 P2P 平台交易资金损失保险合作的变化是根据业务调整和风险管理需求而进行的，与监管无关。

无论是出于监管规定还是险企业务主动调整的动机，这一变化预示着“保险+P2P”的合作模式在经过一年多的蜜月期后，出现了分手的苗头。这并非偶然，自从 P2P 行业的风险事件不断暴露后，行业声誉急转直下，“去担保”的监管要求持续推进，行业的各路合作方不约而同地收紧了合作的口子。从最初的担保公司去担保化，到年前的银行关闭交易接口，再到如今的保险公司暂停业务合作，与 P2P 的合作分明成为了烫手山芋。

险企为何撒手？

从 2014 年下半年，保险与 P2P 合作的消息开始引起市场关注。早期，P2P 平台对外宣传时往往会用到“由 xx 担保公司提供 100%本息保障”之类的口径，借用担保机构为其进行信誉背书。但随后，监管层透露出针对 P2P 行业监管的十条红线，行业中刮起一阵“去担保”的热潮。恰在这段时间里，多家担保机构相继跑路引发行业地震，担保业自身难保。

在“去担保”进程开启后，P2P 行业纷纷寻求新的信誉背书，保险和 P2P 的合作大戏在此背景下走上舞台。P2P 平台上的安全宣传语从“XX 担保公司提供本息保障”纷纷变成了“XX 保险公司为资金提供保险”。起初，保险与 P2P 的合作有两个方向：一是险企为 P2P 交易提供信用保险，如对 P2P 交易资金、账户安全进行承保、履约保证险等，二是险企与 P2P 在产品层面进行深入合作，如推出保单质押等投资项目。

国家开发银行旗下的 P2P 平台开鑫贷曾率先推出此类与保险公司合作的投资产品“保鑫汇”，而阿里巴巴旗下的招财宝也相继推出类似的产品。不过，由于保单质押融资中尚存法律、监管等隐忧，这类合作并未在行业中大范围出现，P2P 与保险的合作多以保险公司为 P2P 交易环节提供保险的“浅合作”方式出现。

自去年 7 月出台《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》后，险企联姻 P2P 的合作模式持续火热。目前，市场上与险企合作的 P2P 平台有近百家，上述暂停合作业务的阳光保险与超过 57 家平台曾达成合作。大多合作时间不到一年，险企为何此时暂停合作呢？

事实上，监管近年来一直在不断规范传统金融机构与 P2P 的合作方式。2015 年 2 月 6 日，保监会发布《关于防范保单“被升级”为 P2P 产品的风险提示》称，一些不良销售人员借口保单“升级”，把消费者原有保单退保并用退保金购买所谓理财收益率更高的 P2P 产品，然后将资金转移，这给消费者带来了经济损失和理财风险。

同年 4 月，保监会发布《再次关注和防范 P2P 平台风险》称，因“发现少数 P2P 平台大量招募原属保险公司个险渠道的保险从业人员采用非法手段套取处于正常期的保单资金，给广大保险消费者造成了相当大的损失。”

2016年1月30日，保监会印发《关于加强互联网平台保证保险业务管理的通知》，针对互联网平台保证保险业务存在的问题，重点对互联网平台选择、信息披露、内控管理等提出要求。

此外，不少平台在与险企取得合作之后，存在夸大宣传、放大险企信誉背书的情况。以交易资金损失保险为例，一些P2P平台在宣传中夸大相关保险责任，利用保险公司来为平台增信、背书，把“保障资金交易安全”和“保障资金安全”的概念混为一谈。因此，在P2P风险事件不断暴露的时期，险企本身也存在主动调整合作姿态的需求。

银保双打，“去担保”持续

除保险公司调整与P2P的业务合作之外，银行亦有类似行动。在春节前，农行发布通知称关闭全部涉P2P交易接口，导致诸多平台无奈通知用户，暂停使用农行网银进行交易。而随后，招行、交行、北京农商行等7家银行接连采取类似行动。

与保险公司的暂停与P2P合作的理由类似，虽不能断定这些银行关闭交易接口出于什么原因，但有些P2P平台的做法的确难以接受，“有的P2P平台仅仅是与银行在交易接口上有所合作，竟然对外宣称与银行达成了战略合作关系”。

据农行回应，关闭涉P2P交易接口缘于“近期P2P平台风险事件频发，为避免风险蔓延至农行。”交通银行则称：“强化对各类支付业务的风险管理，适时调整相关业务策略。”而有的银行以“系统升级”为由回应。

虽然仅是几家网银的交易接口关闭，但对于P2P平台的交易影响程度不小。首先是加深了用户对平台的信任担忧，其次是降低了用户在平台的体验。而更重要的是，在投资端关闭接口可能导致投资资金的流失，在借款端关闭接口则可能造成技术因素的逾期发生。若类似情况大规模发生，对部分资金链存疑的平台将造成重大影响。

银行、保险相继暂停与P2P平台的合作，显露出传统金融机构对后者风险的警惕。同时，这也是P2P平台“去担保”的必有之途。监管对P2P平台的定位表述为“信息中介平台”，不得向出借人提供担保或者承诺保本保息。无论平台出于合规考虑主动去担保，还是银行、保险调整合作姿态导致平台被动去担

保，去担保都势在必行。

但在去担保后，P2P 行业又能否独立地在市场中建立声誉和品牌，向投资人自证其交易安全？银行的第三方存管制度或是思路之一。

《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》提及，鼓励银行业金融机构开展业务创新，为第三方支付机构和网络贷款平台等提供资金存管、支付清算等配套服务。但银行如何设计第三方存管的规则、平台需要如何调整才能满足要求？这是全行业正面临的一道难题，也是必须解答的一道难题。

5、中兴美国受困：一家企业无法战胜一整个顶尖产业链

中兴正在运用自己全部的商业智慧应对这次的困局，因为以一家企业之力实难匹敌一整个顶尖产业链。

事情缘起于中兴通讯因涉嫌违反美国对伊朗的出口管制政策，可能将遭到美国商务部处罚。美国商务部以违反美国出口管制法规为由将中兴通讯公司等中国企业列入“实体清单”，限制中兴在美国的供应商向中兴出口产品。

至于违反美对伊出口管制政策，这事实上是一桩陈年旧案，2012 年中兴曾涉及与伊朗一家电信运营商签下价值百万美元的电信设备合同。随即美国对此展开调查，而这批设备中兴并没有交付，即便如此，四年后依然遭遇了来自美国严厉的惩罚，这一纸限令给中兴带来的影响是巨大的：

中兴不过是一家电信设备和手机企业，美国方面的损失被均分到了几百家供应商身上，中兴却要面对 100% 的损失。没有一家中国 IT 整机企业有能力对抗美国的产业链，也不可能对抗美国政府。只要禁运时间足够长，中兴的现金流就会断裂，客户也会流失，完全有破产的风险——这是无需回避的事实。

作为一家企业中兴怎么会成了美国政府砧板上的鱼肉？这其中美国对中国高新技术产业有意遏制的成分，更有大国政治经济利益层面博弈的成分。

美国政府为何对中兴如此苛刻

虽然中兴犯错在先，但是此次美国政府四年后突然发难并且惩罚的力度也是过于苛刻，这不禁让人产生了美政府是否“别有用意”的疑问。

中兴从事的是电信设备和智能手机领域，产业链上下游合作伙伴数以万计，非常复杂，其中，仅仅来自美国的上游合作伙伴就数百家，其中不乏微软、高通、TI、Intel、Oracle 等厂商。更重要的是，其中部分关键产品是美国独家所有，这就意味着这次的惩罚对中兴的打击是巨大的，直接影响正常经营。这种情况下，无论是中国、还是其它国家，无论是中兴、华为还是其它下游厂商，都有绕不过去这道门槛。

事实上，行业内违反美国禁令的厂商不止中兴一家：比如，2012 年爱立信因其私自将古巴的破损设备去除可识别标志并伪造文件后运到美国整修，修好后再经由巴拿马运往古巴，违反了美国对古巴的出口限制，被美国商务部罚款 175 万美金。最终以罚款了事。

之所以对中兴如此苛刻，首先是由于中兴是中国厂商的身份，中国和美国之间的信息产业竞争近几年有升温趋势，中国政府也开展了去 IOE 行动，产生更多摩擦是必然的。此外，美国正值大选期间，中美问题永远都是两党之争的重要政治筹码。不幸的是，中兴这次恰好赶在了中美竞争逐步显性化、美国大选的双重枪口上。

这当然是中兴不能承受之重，虽然，中兴、华为多年来在技术上已经不断进步，在全球 PCT 等专利申请量上中兴已经成为全球前 5 的企业，在专利战上已经没有明显劣势；但是，一旦面临这种更加严峻的局面，在美国政府介入的情况下，意味着要单家企业面对整个美国的产业链，况且，美国还处于这个产业链的顶端，具有统治力。

无疑，这是中兴们难以承受的，也是中国产业链目前难以承受的。

一道禁令高墙挡住了中兴也挡住了美国厂商

美国这次的禁令是否只损人，完全利己？事实上，这道禁令高墙挡住了中兴，也挡住了中兴的美国合作伙伴。

根据目前的消息显示，与中兴相关的美国供应商将也受到了财务打击，影响最大的是高通和英特尔，光高通一家就将损失近 4000 万美元的利润。美国芯片市场股价较整体市场跌幅较大，其中 Oclaro 股价下跌 15%，遭遇两年最大下滑，收入也同样下滑。硅谷新贵 Acacia，中兴的采购占到了 Acacia 销售的 25%。

甚至会影响其 IPO。该禁令也将影响到中兴通讯的相关半导体供应商。AppliedMicro 曾在 2013 年因 OTN 和高性能 PHY 芯片荣获中兴通讯授予的“年度供应商”奖项。Microsemi 收购的 PMC-Sierra 也曾为中兴通讯供应 OTN 半导体。

可以看到此次美国对中兴的禁令所影响到的不仅仅是中兴，中国经济学者杨歌为 Seeking Alpha 撰文《ZTE Plays Contribute As U.S. Sanctions Loom》，认为中兴请美国供应商申请出口许可，并表示正与美国政府积极沟通，表现出“悔悟”之意，认为美国对中兴的制裁过于严重。美国应承认并意识中国企业正国际化的努力，遵守国际法律和标准。

根据 3 月 17 日华尔街日报最新刊登了一家美国小供应商 CEO 的告白，明确指责美国政府对于中兴的限制实际上是将他们置于死地，表达出对政府的强烈不满。美国供应商在此次事件中受到的伤害也是美国政府需要考虑的重要因素。

企业与国家的博弈需要更多智慧

当然，此次禁令最大的受害者无疑是中兴，其他美国厂商受到的局部伤害，而中兴所承受的则是来自上游顶尖产业链 100% 的封锁。

因此，企业与国家之间的博弈值得我们深思，如何运用商业智慧度过难关这不仅仅是中兴面临的重要一课，也是参与全球化竞争的厂商们共同需要补上的一课。

近日苹果也受到美国 FBI 的调查，而 Google 和 Facebook 等则受到欧洲政府的反垄断、反逃税调查。与中兴相比，它们在处理政府关系的时候要更加成熟老练。

比如，苹果很熟悉美国的政治力量，有大量的政府游说团体，加上硅谷整体的舆论支持，虽然受到调查，但是不难进行反击；而 Google 等在欧洲面临调查之前，就进行了很好的避税行为，也进行了大量的媒体和政府公关，所以很多调查往往不了了之、或者大事化小。即使是 IBM、高通等在中国受到了更加严厉的调查，但是，最终在美国政府的出面下，双方也很快达成了和解。

而中兴还是一家已经国际化多年的企业，在近期欧美发起的反倾销调查、337 调查等经济博弈中多次获胜，在专利诉讼中，也胜多负少、打退了多次

InterDigital、Vringo 的骚扰，最终达成了比较合理的协议。

但是，这次不同的是，这不是一次纯专利竞争，也不是一次纯经济的博弈，是一家企业面对一个产业链和政府的博弈，需要更多的智慧和耐心，妥协是无奈、但也是必须的选择。继续拖下去，潜在损失难以衡量也于事无补，这是中兴的客户们和中兴自身都不愿看到的。相比之下，美国以国内法延伸到国际贸易当中是否合理，不是企业所能解决的，也是联合国这些机构所不能解决的客观事实；同样，美国产业链的比较优势会较长时间内存在也是现实；中国产业链之间合作不够、即使在这种时刻也不乏恶性竞争也是现实。

这是中兴们必须吸取的深刻教训，而这一次中兴的学费应该不仅仅为自己而交，而是为所有准备走出去的中国厂商们而交。

6、战略新兴板或暂缓 中概股回归赴香港 IPO

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要(草案)》中拟修改 57 处，其中删除了“设立战略性新兴产业板”，这意味着“战略新兴产业板”将不再设立。

证监会新闻处的工作人员表示对此尚不知情。而上海证券交易所新闻处的工作人员则对《中国企业家》表示战略新兴板究竟是暂缓还是取消，目前尚未有定论，一切等待监管层公布消息。

变化来得如此之快，在此之前的 2015 年 12 月 25 日，中国证监会副主席方星海在国务院政策吹风会上曾透露，推出战略新兴板为 2016 年发展资本市场的五项重点工作中的首要任务，“战略新兴产业板”的推出要跟注册制的实施结合起来。但到了今年的 3 月 12 日，刚刚上任的证监会主席刘士余则在新闻发布会上又表示，注册制的实施目前还不具备条件。

2016 年全国人大会议于 3 月 16 日闭幕，受十三五规划《纲要草案》拟删除“设立战略性新兴产业板”刺激，3 月 16 日开盘，创业板大幅高开，个股普涨。沪指微跌 0.2%报 2858 点，深成指涨 0.58%报 9629 点，创业板涨 1.65%报 2029 点。

中国资本市场的多层次板块，除主板外，还有创业板(二板)和新三板。即将设立的战略新兴产业板，虽然给不同类型的创业公司提供了上市途径，但

也对其它资本市场起到分流的作用。如果注册制年内无戏，战略新兴板暂缓推出，很多确定要上战略新兴板的公司不得不再次选择创业板或主板，通过排队等候过审。对此，有券商看好主板和创业板的借壳上市。

上海证券交易所首席经济学家胡汝银曾公开表示，战略新兴板的基本定位是战略性企业、创新型企业，和主板市场互通发展，实际上是希望通过该板块的重新定位，以及上市标准的变化来拓宽资本市场的覆盖面。

从 2010 年开始，中概股就已经出现了密集的私有化退市潮。2015 年 3 月，暴风科技登陆创业板以来，上演了连续 37 个涨停板的神话，这让很多海外遇冷的中概股加紧了回 A 之路。截止 2015 年年末，已经有约 33 家在美上市的中概股公司收到了私有化邀约。这其中已经有很多公司为了能够回国登陆“战略新兴产业板”，进行了多宗私有化交易，同时还积极拆除 VIE 结构，以便符合国内上市要求。

7、中概股回归三条路：挂牌新三板、排队 IPO、借壳上市

原本呼之欲出的的战略新兴板政策突然生变，让各家投行不得不“火线”召集会议，紧急商讨应对策略，重新选择企业上市的目标市场。一番考量之下，摆在这些企业面前的有三大选择：挂牌新三板、排队 IPO 和借壳上市。

借壳为中概股回归首选

一直都说战略新兴板在稳妥推进，现在一下子变了，我们之前一点消息都没有得到，后面不知道会怎么样，现在大家都在观望。

根据证监会意见，《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要（草案）》将删除“设立战略性新兴产业板”的内容，虽然还需要纲要的起草小组在更高层确认，短期内不会再推出战略新兴板。

突如其来的政策变化，让各家投行感到诧异，他们手握多个拟在战略新兴板上市的项目资源，并已进行了大量的前期准备工作，其中又以计划或已经私有化的境外上市中概股公司居多。

根据公开数据统计，2015 年，已经明确宣布回归的中概股数量共达 36 家，包括聚美优品、酷 6 传媒、智联招聘等在内，发出私有化邀约的也已超过 30

家。

中概股回归成本也很高，已经完成私有化的，一般都有投资者参与，而且通常双方对回归 A 股有时间约定，可是现在战略新兴板上不了，投资人怎么退出，是必须要考虑的大问题。

由于上市门槛较高，上市周期较长，已有一些回归的中概股选择了新三板，例如互动百科便是国内第一个拆除 VIE 并在新三板成功挂牌的互联网企业。

在战略新兴板拟暂停后，监管层在新三板方面的政策支持力度可能会有所加大，

而 5 月即将实施的分层机制预计也将使新三板市场的交易活跃度和融资功能有所提升。因此，在短时间无法上市的情况下，部分企业可以暂时选择新三板“栖身”。

而资质较好的企业，想选择直接在主板或创业板 IPO，则将面临排长队的窘境。

根据证监会最新数据披露，目前 IPO 排队的企业有 700 多家，IPO 审核通过但尚未发行的公司还有 106 家，参考 2015 年 220 只新股发行的节奏，现有存量 IPO 的消化估计也要三年左右。短期内也无法寄希望于等待注册制开闸，新任证监会主席刘士余在“两会”期间关于“注册制改革不可以单兵突进”的言论，已为注册制定了稳步缓行的基调。

壳资源“咸鱼翻身”？

战兴板拟不再推出的消息迅速发酵到二级市场，壳资源概念股在 3 月 16 日应声大涨。当日开盘后，壳资源概念股便迎来集体大涨。截至收盘，冀东装备、中发科技、金城股份三只股票涨停，*ST 板块则有 *ST 蒙发涨停。此外，*ST 皇台、*ST 沪科等也一度涨停。

似乎仅仅是在一夜之间，A 股壳资源便已“咸鱼翻身”。随着股市跌宕起伏，过去一年间，A 股壳资源的价格，也是大起大落。2015 年以来，由于二级市场剧烈波动，A 股壳资源经历了从卖方市场到买方市场的快速转换。

从2014年底到去年股灾前，随着二级市场大幅上扬，“壳费”也一路水涨船高，在沪指5000点时达到最高。但股灾之后则直线下降。

已经完成私有化的中概股，确实有借壳的需求和压力，但有需求的中概股数量，并不会太多。因此，壳资源的价格，不在于战略新兴板是否设立，而是注册制何时推出。“十三五”的五年间，壳资源的价值将面临更大不确定性。

注册制是壳公司的杀手，因此壳没有必要欢欣鼓舞，借壳至少也要一年时间，这中间不确定性因素太多了，要是在借壳过程中，注册制实施了，或者有其他政策出来呢？战略新兴板只是多了一个上市出口，对壳资源的价值并不构成直接影响，关键在于注册制推出的快慢。

8、互金行业乱象丛生 公司普遍不赚钱

无论是资金或资产端的构建，都需要利用互联网技术来发挥优势。一方面，许多互金公司采用传统的金融人才来操盘，导致公司的技术、产品、市场运营等效率低下，技术和产品没有专门的规范文档，市场依然停留在传统的企划思路，媒体发稿，线下异业合作等，运营效率低下，甚至没有自动化的运营工具，全靠人工。另一方面，为了快速冲量，从一些平台高薪挖人，空降操盘手。由于互金与电商的相似性，往往招揽电商高级人才。但由于用户更偏好收益率，互金平台不如传统电商在产品定价，产品质量，摆放、描述技巧方面存在较大的灵活与差异性，使得运营难度加大，从而给市场为导向的模式留下更多想象空间。于是一批擅长网络营销的操盘手，包括一些乙方常年给客户做PPT的销售总监也粉墨登场，一时之间，互金卖水盛行。广告之后，一地鸡毛。

互金当前的困局在于，缺少优质的资产，而资金端运营效率低下。要解决这种难题，互联网技术是关键。一方面，依靠大数据完善风控系统，提升资产的稳健。另一方面，利用互联网技术打造一个体验更佳的理财平台，提升效率，减少人工成本。同时建立以用户价值为导向的运营策略，以移动互联网方式连接用户，以创新活动提升用户参与感，帮助用户获取优秀的服务和产品体验，从而建立可持续的口碑，并全面提升资金端运营效率。

总的来说，互金行业的操盘手大多无法胜任为一个平台的掌舵手。主要原因在于绝大多数互金公司过于草根，属于没想清楚就一窝蜂进场的，相反的，巨头都在观望。由于草根，即便给出高薪也无法吸引到优秀的人才。相比一些对外宣称做出了多少辉煌成绩的草莽人物，其优势在于对行业的深刻洞察以及

丰富的高端人脉，国际化的前瞻视野，以及对主流互联网商业模式的熟悉，其专业水平和人才体系建设亦不在话下，是一位比较优秀的操盘手。

优秀的操盘手，一定是坚定看好行业而来，而不是人云亦云的看好，比如有人进来是因为这个行业钱好赚，光是拿卖水的好处费都能手软。但是很不幸，大多数操盘手，只是打一份工。

就当前来看，互金的打法主要还是局限于以效果为主的数字营销，原因在于局势不明，加上劣币驱逐良币的恶性效益，导致各平台采用短平快的模式。可以部分参考国内的多个行业，比如医疗行业的莆田系，还有教育行业的北大青鸟，都是以搜索引擎营销结合各类展示广告为主的短平快模式，只注重点对点的效果互动，对于与如何用户之间建立有限关联漠不关心，而行业之乱使得差异化营销成为口号与自嗨。

网络营销在国内几乎接近于贬义词，被多个行业搞臭了。随便打开门户，卖假钱包的，假药的，甚至于卖教小学生写字的，广告铺天盖地。为何？高利润是一方面，数字营销的隐蔽性也很关键，点对点的传播，几乎无法判断真实性。即便你打开百科，官网，知道，亦无法辨别真伪。

互金繁荣之后，卖水的春天到了。有人断言，一个可以媲美医疗，教育，旅游，电商等四大网络营销的市场迟早到来。到时候，光是广告代理，第三方代运营，媒体公关，事件营销等需求每年就高达数百亿，考虑到互金与电商的共性，更早的时候，有人效仿淘宝返利网做了理财返利网站，掘到第一桶金。一切宛如电商兴盛的时代，各类培训机构亦如雨后春笋冒出，像李善友开创的混沌研习社，还有原金山副总裁王欣创办的馒头商学院，请的讲师确实含金量不菲。但互金行业培训，请的讲师许多虚有其名，数据造假，理论抄袭等，不一而足。大约是互金这个行业太年轻，而真正的人才大多不屑于走穴赚钱吧。

2015年，互金行业掀起“中原大战”，尤其在百度上的流量争夺，达到白热化阶段。同样一个关键词，要维持相同的点击，需要提升20%甚至一倍多。部分平台的有效用户获取成本高达2000元。有人的地方，就有江湖。更早之前，百度就开发了百度财富专区，以便于对理财流量更好变现。虽然成本很高，但对于排名靠前的平台，别人做了，你不做，输了黑锅谁来背？广州某平台春节期间和腾讯QQ空间合作，日注册用户达到45万，但实际投资用户仅有1000左右，转化率极低，成本高的吓人。并非QQ空间流量不好，只是用户属性不匹配，如果是投放游戏，就会好很多。像ASO刷榜，应用市场CPT/CPD，一天烧

一辆宝马也是有的。

不止是百度和腾讯，各类微信大号的报价也水涨船高，从几千涨到几万甚至十几万，e租宝事件后，部分知名 KOL 对互金平台开始拒绝投放，但是一些营销公司做的草根号，来者不拒。更严重的是，这些号大多存在严重的刷阅读和点赞数，其粉丝真实性和用户互动数水分能占到 90%。其他的比如锁屏软件，撸羊毛网，各类 CPA/CPS 就更不用提，基本就是平台给第三方送钱，或者说是为了刷数据应付老板或投资人。

总的来看，整个市场就是苦了平台，甜了卖水的。但实际也不尽然，很多人非常艳羡第三方，恨不得自己也去开个卖水的公司，其实卖水的也只是给媒介资源方打工的，如百度、腾讯、搜狗、360、四大门户等，（像一些作假的 CPS 和 CPA，还有撸羊毛网，不在此讨论范围）。原因很简单，传统卖水的可以依靠信息不对称赚差价，比如央视电视广告代理，但是互联网本身就是消除中介的，像腾讯广点通给到的返点最多也才 8%，代理能赚多少钱？何况其直销已经做了很好了。未来卖水的好日子一去不复返。

市场不应该只是依靠各类数字广告来获取用户，更不应该只是发稿，搞异业合作，参加行业会议，玩虚假式自嗨式 PR，应该立足于建立完善的传播体系，通过活动和内容传递价值，与用户之间建立某种情感或利益上的关联。更高的层次是，思考如何占据用户心智，如何与行业巨头合作，提升用户体验和使用价值，乃至打造成开放平台，实现产品创新和平台升级。很多公司做新媒体，既没有优秀的内容塑造能力，也没有强大的渠道运营能力，最终既没有形成对用户的影响力和吸引力，也没有获取一定的用户数。

互金和电商有一些差异，电商的逻辑是，流量为王，体验为皇。先砸钱带流量，把用户规模做大，形成商业效应。买家多，卖家才多。商品够丰富，才能满足买家需求。体验表现在，用户不以价格高低为唯一选择因素，购买体验，情感体验，平台品牌都是影响用户购买决策的重大因素。

互金就不同了，我们先谈商品丰富性与买家的关系，金融产品不像实体商品，存在款式，质地，风格等差异，由于刚性兑付的前提存在，用户无所谓考虑产品风险差异性，更多的是在时间周期与收益率上做权衡，考虑每个人财务状况的不同，有的人只能选择短期，有的人愿意选择长期，收益更高。从体验上看，用户更在乎的是收益率，情感因素或许不如电商那般，收益率成为了唯一的制约因素。

当收益率成为了唯一因素时，平台的操作性大大降低，由于优质标的物越来越少，当平台金融产品规模越大时，风险越大，无论你的风控多完美。这就形成了矛盾，为了实现平台交易规模更大，必须提供更多，收益率较好的金融产品，而这样又会风险更大，由于刚性兑付存在，一旦发生大规模违约，没有流动性的平台，除了自有资金池垫底，谁来垫这个底？我愿意相信，将来倒闭的平台，不是老板故意的，是我拿不出这个钱，就像经济学家说，经济下行时，银行也会倒霉，不是企业主不想还，没钱还怎么办？

在刚性兑付的承诺下，用户只关注收益率和期限。由于先天的理财教育不足，加上目前的在线理财用户小白用户较多，真正的主流用户进场的少。结果就是，用户只 care 短期产品，且收益越高越好。

发现用户喜欢短期后，各类活期宝就轰轰烈烈的诞生了。很快各家都有了活期，形成差异化是关键。这世界不缺聪明的人，于是逐月加息成为首创。随后的新手标，新手红包，活动加息都是在这样的时刻应运而生。激励的竞争环境，形成劣币驱逐良币。对于大部分平台而言，别人有加息，你不加息，如何生存？

加息越多，息差空间就越少，逐步形成恶性循环。E 租宝收益那么高，而广告却砸的这么猛，如何实现收支平衡？其许诺给投资人的年化收益高达 20%，加上其广告成本和人力成本，最终的资产收益必须在 30%左右。很显然，这就是庞氏骗局。

也不是所有的平台只做加息和活动，也有一些平台在用户关怀，内容营销方面做的很细。但在用户只关注收益率，大部分平台乐于加息的大势下，用户流失严重的情况并没有得到大改善，在信任危机面前，中小平台运营举步维艰。

出路在哪里？

监管在即，而市场维艰。唯有做到合法合规，严控成本，稳健经营，不断降低运营成本，实现收支平衡和微盈利，成为了绝大多数平台的当前目标。论做一家小而美得互金平台是怎样的体验？

很多平台产品不合规，假标，拆标，错配，资金池的情况很普遍。自 e 租宝事件后，监管政策逐步明朗，一些大平台纷纷整改，合规成为 2016 的互金流

行词。在营销方面，各平台亦趋保守，广告预算大幅缩减，公关传播低调慎行，主流平台一再降低收益率，并逐步取消各类红包和加息活动，严控成本成为行业趋势。

去年一位投资人对我说，互联网金融是星辰大海，因为主流金融机构只服务了极少数用户，不管是投资人还是借款人，他们的需求都非常旺盛。而 P2P 将服务于普通大众，市场想象空间巨大。

当前的 P2P 太过简单，尤其是在互联网技术层面，还没有发挥相应的优势。如果能通过技术，实现借款与贷款的一对一匹配，降低风险，提高贷款效率，那么 P2P 的威力就会巨大无比。所以 P2P 的出路依然在资产端，并且玩法要更加复杂，而不是当前引入不良资产的做法，这不是创新，这是玩火。

9、央视 3.15 八轮吊打一大票互联网公司

每年央视的 3.15 晚会都会让很多企业颤抖，就算没被点名的也能看出些下一步的整改苗头。可以算作一年一次的“大劫”。在看被劫雷劈得外焦里嫩的长串名单之前，我们先看看有哪些人提前渡劫飞升了。

在本次 3·15 晚会直播开始前，CCTV-2 频道播放了 10 余条广告，其中部分为重复投放，包括途牛旅游、圣象、咪咕音乐。其他广告主包括：上汽大众、南方黑芝麻糊、吉林敖东、房天下、工商银行、富德生命人寿。这些被认为率先安全了吧……

今年互联网行业成为被曝光的“重灾区”，哪些公司中枪了呢？来跟钛媒体小编一起看看吧：

第一枪：饿了么“黑外卖”，你倒胃口了么？

第一枪指向的是在线外卖订餐平台饿了么。饿了么上很多餐馆的信息与实际情况完全不符：餐馆住进了居民楼，而且与照片显示的明亮的大堂不同，这里只有狭窄的制作间，墙上、饭锅上到处是黑糊糊的油渍，掉进脏东西的饭盒在桌上打一下就直接装菜。灶台就在门口摆放，漏勺就放在脏水桶时，用时拿起来直接使用。菜品出锅时，厨师将手放进锅里品尝，感觉味道不够好，就再次翻炒……

除了餐厅环境存在安全卫生隐患外，饿了么上面的一些商家也不具有餐饮服务许可证。据了解，餐饮服务实行许可制度，餐饮服务提供者应当取得许可证。而央视称，2015年北京市通州区开展了无证无照的整治，经过40多次关停1280户无证或卫生部达标的单位。但这条三元路上聚集的多家被摘掉门面的餐馆里，依然忙碌，且门口贴着“本店已经加盟饿了么”的标志。

而按照食品安全法中规定，网络食品交易第三方平台提供者，应当对入网食品经营者进行实名登记，明确其食品安全管理责任，依法应当取得许可证的，还应当审查其许可证。

节目中的调查显示，饿了么注册开店只需要三个步骤：提交开店申请——通过资质审核——上线营业。而央视调查人员提交了希望在河北燕郊开店的申请，第二天接到负责审核工作经理的电话，并被告知申请开店可以没有实体店，甚至不需要提供任何证照。

看到这样的现实肯定会让人恶心一阵子，但戳穿了这些丑陋还是大快人心。据钛媒体编辑了解，315晚会刚刚播出，北京食品药品监督管理局已经新勾当，正在查处通州“饿了么”五店合一食品加工点。而在网上，百度百科显示的“饿了么”标签下，已经更新了被3.15晚会曝光的事情。也许，这些行动不能彻底消灭黑心商家，但能打击其气焰，维护消费者知情权，提高消费者保护自己、维护权利的意识。

第二枪：车易拍利用信息不对称，截留利益

在调查过程中，无论是车易拍网站还是其工作人员，都一再强调，这里二手车拍卖“公开”“透明”“无差价”。拍卖的大屏是给车主看的，上面显示的价格是做过修改的。

调查发现，买家和卖家在两个页面上看到的是不同价格。相差价格900元、1700元、5000元、6100元不等。这部分被截留出来的差价以“渠道服务费”的名义留给了4S店。正是因为为4S店提供了这样的高额差价，与车易拍合作的4S店越来越多，也使得车易拍在这三年里迅速膨胀。

因为买家跟卖家用的不是一个终端，信息不对称，给车易拍钻了空子。

第三枪：小心二维码

今年的晚会以一个小品的方式，揭露了“街边扫码”的潜在危险。在很多促销摊位上，摊主在网上下载了一个二维码生成器，然后把病毒粘贴到生成器上，就形成了有毒的二维码。

只要一扫二维码就中毒了，手机里的个人信息、银行卡密码、银行短信验证码就截取了，手机就会出现盗刷的可能性。

值得一提的是，微信的官方微信号“微信派”还很快推送了一篇二维码安全指引的文章《避开陷阱，这四类二维码不要扫》。

第四枪：海淘儿童用品抽检超 1/3 不合格

3.15 公布了一组针对海淘儿童用品的数据。2015 年，质检总局对通过跨境电商渠道进口的儿童用品，包括玩具、服装、纸尿裤、餐厨具、湿巾等进行了质量抽查，总计抽样 654 批，检出不合格 217 批，不合格率为 33%。其中，进口玩具共抽查 124 批，检出 28 批产品存在小零件容易导致儿童窒息、或物理安全性能不合格，产品主要来自泰国、韩国、德国、美国等国。涉及品牌包括：little tikes(小泰克)、wonderworld(精彩世界)等。

进口儿童服装共抽查 133 批，检出质不合格 29 批，主要存在服装绳带配件不符合标准要求、容易导致儿童窒息，以及面料酸碱度不合格等问题。产品主要来自韩国、土耳其、美国等国。涉及品牌包括：allo&lugh(阿路和如)、boys rock(少年摇滚)等。

另外，在抽查中发现，许多跨境电商经营企业不重视中国有关产品标签标识的法规和标准要求，有 26% 的产品没有加贴中文标识及说明书，或者在销售网站上没有提供电子标识说明书。

第五枪：手机 APP 扣费软件背后的黑手

大量手机被莫名扣费，经过分析，技术人员发现，这是因为手机上出现了包含了恶意扣费程序的广告弹窗。而这些广告的数据都来自于一个叫 DDAPP.CN 的域名，这个域名就是道有道科技公司注册的。

在官方网站上，道有道科技有限公司自称是目前最大的自有媒体互联网移

动营销服务商，专注向客户提供移动互联网技术及广告服务。据调查，只要肯多交钱，道有道公司就可以放宽要求，允许扣费程序把资费提示放在大段的文字当中或者不起眼的位置，进行所谓“模糊”处理，让用户不能轻易发现。

这些收费应用程序又是如何瞒过用户悄悄扣费的呢？技术人员通过分析后发现，原来运营商的通知和确认短信都被恶意扣费程序暗中屏蔽了！不仅如此，这些扣费程序还通过后台偷偷地替用户回复了一条确认短信。

这些触发收费的按钮也是五花八门，有的是“我知道了”，有的是对年满18岁进行确认，而有的想关闭程序也很困难，用户只能点击确定。被点名的APP有：天天酷跑、抢票快手、疯狂的小鸟、游戏修改大师……

第六枪：免费WIFI可瞬间盗取一切隐私

很多应用程序的运行后台都存在安全隐患，在使用中有泄露个人信息的风险。

3·15晚会现场做了个实验，现场有免费的网络信号，愿意参加试验的观众，均连上无线网络信号，然后打开自己常用的一两个消费类软件，比如打车、订餐、购物的软件，浏览一下过去下的订单和消费记录。令人惊讶的是，现场的大屏幕上各种地址、姓名、身份证号、银行卡号都显示了出来。

中国互联网协会秘书长卢卫说，互动过程中发生的信息泄露有两个方面原因：一个是因为无线网络登录加密的等级较低，或者路由器本身就存在安全漏洞，很容易被黑客入侵，截获无线路由器所传输的数据；另外一个，是因为手机上有些软件没有按工信部有关规定的要求，对信息数据采取必要的保护措施，使得黑客能从所截获的数据中提取到用户姓名、出生日期、身份证件号码、住址等个人信息。

第七枪：智能设备存在安全漏洞，比如无人机，智能摄像头

智能设备存在着大量的漏洞，造成使用不安全的状况，可能会造成个人信息泄露、设备被远程操控，甚至造成财产损失。

现在很多设备的智能只是加了一个网络控制功能，本质上是方便消费者远程无线操控，可是一旦设备有了安全漏洞，做坏事的攻击者也可以通过远程用

漏洞成为设备的真正幕后主人，可能导致意想不到的后果。

例如无人机存在安全漏洞，攻击者可以远程接管无人机。

除了无人机，家中用于监控的智能摄像头也存在安全漏洞，攻击者可以看到用户名和密码，并远程完全控制。控制摄像头以后可以任意调整摄像头的方向，还可以听到现场的声音，可以拍照、录像、窥探隐私。

更危险的是，这些漏洞还有可能导致财产损失。例如当消费者在有漏洞的智能消费机上刷卡消费，消费成功收到短信，然后离开。

还有智能洗衣机、烤箱、智能楼宇等智能联网设备都有安全隐患……

第八枪：电商刷单“一条龙服务”，淘宝、大众点评、美丽说等上榜

这一枪瞄准的是网店。大家网上购物可能先会选择皇冠、成交量大的网店。这就是我们评价一个网店信用的基本体系，但是也恰恰是针对这一套基本的体系，现在在网上有人专门做起了给网上刷单、刷好评的生意。

3.15 晚会曝光，淘好评空包网、789 空包网等专门提供刷单业务，刷一个网络好评，刷手赚几块，实名注册一个网站客户，刷手赚几十块，3 天刷一个蓝钻。淘宝、大众点评、美丽说等电商上榜，并引用“从业者”的话说，没有什么不能刷。

而且足够“为客户着想”，只需要支付本金和佣金，就能轻松完成任务。而且刷单过程足够“真实”，先假聊，然后拍下宝贝付款。按照淘宝的规定，通过物流的监控显示买家签收后才算完成做出评价，所以有的店铺就采用发空包裹的方式。如果你还嫌慢，还可以直接给店铺上钻，刷一个钻石 3000 块钱。

10、中国房企加大海外战略 资产配置多元化掘金海外楼市

近来，不少海外地产来中国举行房地产项目推介会，在资金投资配置荒、国内经济增长放缓、高品质的成熟物业回报低等因素的驱使下，越来越多的买家转战海外楼市投资，其中，澳洲、美国、英国等房地产吸引投资客最多。

2015 年国人海外投资房产三大热点地区

纽约 57.8 亿美元 伦敦 20 亿英镑 澳洲 38 亿澳元

现象：国内高净值人群海外购房

近年来，国内高净值人群在资产配置驱动下，纷纷加入海外购房大军。独立顾问公司 Knight Frank 在近日公布的调查报告中称，纽约、伦敦、悉尼以及墨尔本这四个城市的房产年成交量，占 2015 年全年总交易量 40% 以上。其中，纽约成为中国投资者海外置购房地产最受欢迎地区，2015 年吸引来自中国的直接投资共计 57.8 亿美元，为 2014 年的 5 倍。

美国海外房地产投资协会近日预计，外国投资者今年投到美国房地产的资金总额将超过去年，纽约仍将高居榜首。数据显示，仅 2015 年纽约曼哈顿地区就吸收了来自中国的 58 亿美元直接投资，比前一年翻了 5 倍。德州的休斯顿、达拉斯紧随其后。此外，目前中国买家在洛杉矶、波士顿和芝加哥的房地产投资也开始增加，因为那里的投资回报不比纽约差。

同时，伦敦的房产投资也出类拔萃，仅 2015 年前三季度就吸引了超过 20 亿英镑的中国资本。

而过去几年，作为一个成熟的市场，澳大利亚高度透明的市场、人民币对澳元的汇率优势以及高企的投资收益率，吸引了中国投资者纷至沓来。大量中国投资者也出于子女求学等原因投资澳洲住宅市场。据悉，中国商业房地产的买家在去年为澳洲房地产带来了逾 38 亿澳元，悉尼和墨尔本仅次于曼哈顿成为中国投资的首选地，黄金海岸附近也成为新的投资热点。

原因：国内富豪资产配置多元化

日前，诺亚财富在调研了 1000 个高净值人士后发现，虽然目前将海外投资作为主要配置资产的高净值人士占比只有 12%，但由于海外资产尤其是美元资产的吸引力，以及国内符合收益要求资产的减少，更主要是出于分散风险的目的，近八成的高净值人士计划在未来增加海外投资的配置比例。

奥烨集团在投资移民上颇具影响力，其董事总经理陈永庆在接受采访时说，中国人投资海外房产热潮的原因，是受国内外经济和政策的影响。国外金融危机对于当地买家的打击很大，不少城市的楼盘需要借助外力来恢复元气。而在

中国，每年大量热钱更需要投资渠道，但受国内楼市调控政策的限制，热钱投资国内房产的渠道受阻，海外楼市则成了投资热土。

而风险转移、资产多元化配置也成为国内买家转向海外的重要原因。易居研究院智库中心研究总监严跃进表示，从目前实际情况看，从去年下半年开始，国内房价出现了快速上涨，部分购房者担忧有泡沫，所以不会盲目入市。因为其有较好的海外置业渠道，会到海外进行购房。这也是资产多元化配置策略的使然。

未来：资金回流可能性不大

近期出台的一系列利好政策似乎使国内房地产将焕发“第二春”，但据分析，房地产由“黄金十年”转向“白银时代”，所面临的挑战并不是短期可以克服的，国内楼市想要让资金重新大规模回流的可能性不大。

陈永庆表示，目前国内楼市的环境确实好了一些，但资金从国外抽回国内买房，不仅需要时间成本，还需要经济成本。更为重要的一点是，国内宏观调控政策仍然处于不稳定状态，尤其是一线城市楼市，这让很多希望有国际资产配置的高端买家信心不足。

第一太平戴维斯中国董事长刘德扬表示，到境外投资房地产仍将成为未来的投资趋势，“这由多种因素决定，海外旅游、国人储蓄率高、中国市场缺乏投资渠道、住宅的租金回报率通常在 2%~3%，而银行贷款的利率高达 6.9%~7%，这之间有着很大的差距。”

PK：回报率哪个市场更高

据悉，海外买房并不只是“土豪专利”，它们的首付很低，并且回报率要高于国内大部分公寓，所以也让很多纯投资客蜂拥而至。

奥焯集团目前代理的南港中心项目在澳大利亚黄金海岸的 CBD 位置，由 2 栋 25 层的现代风格超高层建筑组成，项目集高级公寓、写字楼及商铺为一体，为大型城市综合体项目，除了办公大楼外，另外还有 455 套的一线海景公寓。

在公寓投资回报率方面，广州公寓的投资回报率在 1%~5%之间。据搜房网数据显示，越秀天河两大区域公寓回报率最高，为 4%~5%；萝岗、白云最低，

仅为 2%。

风险：房价不高交易成本不低

海外很多国家房价不高，为此入市门槛比较低，是目前对买家最大的诱惑，但在购房、持有、出售几个环节，成本很高。

比如，在加拿大购买新房须支付货品与服务税(gst)，税率为成交价的 6%，另外可能须支付土地转让税和省销售税(pst)，还需支付律师费(通常为 1000~2000 加元)、验房和修补费、保险费、中介费(成交价的 1%~2%)等，总共约合房价的 10%左右。而在房屋持有阶段，业主还需要依物业估价每年向市政府交物业税，税率各省规定不同。如多伦多现行税率约为房屋价值的 1%~1.2%。各种成本算下来，其实际支出要高出一大截。

此外，海外投资房产，跟在国内一样，同样有政策变化的风险。中国人炒房不断拉升当地房价，会引起当地居民不满。为了平息当地居民的不满，也许会有不利中国投资者的政策出现。在新加坡，因房价上涨过快，新加坡已推出第二套房房贷提高首付比例的政策。

提醒：找资质好的中介公司

虽然一些海外房产收益可观，但由于缺乏对海外的法律和项目的了解，国人的海外“淘金梦”可能暗藏着种种风险。

陈永庆表示，中国人不懂当地的法律，比如租房合同、房屋买卖等方面的规定，在具体操作过程或许会出现一些问题，造成经济上的损失。还有的公司可能会有人“忽悠”购房者，利用虚假信息诈骗等。由于很多人不能亲临现场，也有可能出现“画饼充饥”的情况。

所以，他认为，海外买房一定要选择非常专业的海外置业服务机构。此外，在购房过程中所有的流程，包括找律师、监管、验房等事项，要选择专业的合作团队。

相关连接

中国房企加大海外战略

近几年来，“海外战略”已成为不少房企的新方向和重要布局之一。绿地、万达、万科、富力、雅居乐等房企都相继在海外市场布局，投资区域则从东南亚一路延伸到澳洲乃至欧美地区，而投资类型除了核心地区的办公楼、高档住宅外，也有像碧桂园森林城市一样从零开始的“造城计划”。

万达集团董事长王健林在英国牛津大学发表公开演讲时表示，截至 2015 年 12 月 30 日，万达集团海外投资总额已超过 150 亿美元。从 2012 年起开始布局海外市场的万科，目前已陆续进军新加坡、美国、中国香港等国家和地区。自去年以来，万科也明显加快了海外布局的步伐，除了宣布进军欧洲外，在美国等地也表示将加大投资和布局。2014 年正式试水海外投资的金地集团，也对外表示，“国际化”将是金地未来 10 年战略的关键词。绿城集团则在去年 5 月份中交集团进驻之后，曾对外表示有可能将借中交资源开拓境外市场。

11、3.14 -3.20 一周并购事件

图表 4 2016 年 3 月 14 日-2016 年 3 月 20 日中国并购事件统计

并购方	被并购方	所属行业	并购金额	并购时间
吉林电力	景世乾	其他	RMB 1 百万	2016-02-27
大磐投资	麒润文化	广告代理	非公开	2016-03-11
润康植物	泰富作物	种植物	RMB 353 万	2016-03-18
爱施德	店商互联	电子商务	非公开	2016-03-18
合晟资产	洛神投资	私募基金	RMB 1 亿	2016-03-17
科达洁能	科达洁能	其他	RMB 3.8 亿	2016-03-17

数据来源：创业邦、中商产业研究院

12、国内一周风投事件统计

医疗健康 2 起

医美 O2O 平台“新氧”宣布完成 C 轮融资，具体金额未透露，此轮由腾讯、

优壹品领投。完成此轮融资后新氧的估值将创新高。

医学科研咨询及技术服务的公司“百替生物”获得数千万元 A 轮融资，投资方为如山资本。百替生物表示：此轮融资将主要用于市场拓展和技术平台的完善。

企业服务 1 起

联合办公平台“优客工场”宣布获得 A+ 轮融资约 2 亿人民币，估值近 40 亿人民币。投资方包括中投汉富、中投合众、永柏联投、高和翰同、鸿泰国银、青创客、领势投资、凯稼投资，易凯资本在本轮融资中继续担线上线创业者社区“无界空间”宣布于今年 1 月获得千万级别的 Pre-A 轮融资，估值过亿。由地产上市公司基金艾想领投，创业最前线新媒体集团跟投。

文化娱乐 1 起

“兰亭数字公司”已获得 3150 万人民币 Pre-A 轮融资，投资方为包括华策影视、康得新、百合网在内的上市公司，估值达到 2.1 亿元。

生活消费 2 起

社区互联网平台“万家生活圈”，获得天使投资 1000 万人民币，估值达到 1 亿元，投资方为上海天益兄弟资产管理有限公司。万家生活圈表示：本次融资金主要用于万家生活圈 App 推广，产品新功能研发和业务开拓。

美业服务领域的 O2O 电商平台“美丽加”宣布获得 6000 万元的 A 轮融资，本轮融资由宏流投资领投，红秀资本跟投，其中其 Pre-A 轮投资方东方富海旗下的早期基金“富海深湾”、吴宵光的微光创投以及天使轮投资人深圳安卓信均进行了内部增持。美丽加表示：本轮融资将主要用于 SaaS 系统及相关支持系统的持续研发、重点区域城市的市场开拓以及团队建设等方面。

硬件 2 起

”乐客 VR“透露已完成 A+ 轮融资，融资金额 2500 万元人民币，由上市公司棕榈园林和掌趣科技领投，和君资本跟投。

VR 娱乐内容平台“魔多 VR”宣布已于近日获得 600 万人民币 天使轮融资，由清科创投联合极客帮领投，任飞投资中心跟投。魔多 VR 表示：此轮融资将主要用在团队建设和新功能探索等方面。

电子商务 2 起

跨境电商平台“XY”透露刚刚完成了数百万美金的 A 轮融资，本轮融资由晨兴资本和 IDG 联合投资。

大数据物流平台公司“菜鸟网络”今日透露已经完成百亿级首轮融资，估值近 500 亿人民币，此轮投资方包括新加坡政府投资公司(GIC)、淡马锡控股公司 (Temasek)、马来西亚国库控股公司 (Khazanah)、春华资本等多家主权财富投资基金和私募基金。

互联网金融 1 起

互联网金融信息撮合平台“人企贷”获得 2000 万 A 轮融资，投资方为上海荣焘投资管理有限公司。人企贷创始人兼 CEO 郑国宏先生表示：此次融资将用于产品研发、人才引进及市场开拓，人企贷将加大产品的开发力度和行业高端人才的引进，大力提升用户体验，为用户提供更好的服务。

医疗健康 2 起

专注护理及健康服务平台“护理家 360”宣布获得近千万元 Pre-A 轮融资，投资方为普华固周资本。

信息化基因技术平台“iGeneTech”完成数千万人民币的 A 轮融资，由普华资本旗下新成立的医疗健康产业基金领投，联想之星、贝壳社基金跟投。

生活消费 2 起

餐饮全程解决方案提供商“五味科技”已在春节前获得了数千万元的 Pre-A 轮融资，投资方大部分为个人，典型代表有美团的王兴，58 的姚劲波，紫牛的傅盛，万通的冯仑还有一些机构投资者比如隆领，五岳等。

餐饮移动互联网云计算公司“秀餐网”已于 2015 年 4 月完成 200 万元

天使融资，投资方属个人投资。

硬件 1 起

情趣智能机器人研发企业“噜噜科技”已于 2015 年 8 月获 A 轮 4000 万元融资，由暴龙资本、裕人资本、德丰杰龙脉基、薛蛮子投资。

文化娱乐 1 起

弹幕式游戏直播平台“斗鱼 TV”于近期完成了 B 轮 1 亿美元(约 6.7 亿元)融资，其中，腾讯出资 4 亿人民币领投，南山资本和天神娱乐进行跟投。未来，腾讯将与斗鱼 TV 在版权、资源等方面进行深度合作。

电子商务 1 起

加加食品控股的“云厨电商”平台正式对外宣布获得 5000 万元人民币的 A 轮融资，投资方为上海宝樾投资机构。云厨电商表示：本轮融资将主要用于公司电商模式的对外扩张、品牌推广以及完善社区服务体系。

生活消费 2 起

定位于办公区(写字楼)的积分换礼平台“白领科技”日前宣布获得数千万元 A 轮投资，香港尚峰集团投资，估值 5 亿港币。

餐饮品牌“邢少爷”获 1000 万元天使投资，由雪冰中国邢志远、旻月科技马如宝、法泰中国徐如根、慕槿投资倪惠霖联合投资。邢少爷创始人邢志远表示：本轮融资将用于团队扩充、美食旗舰店增量、中央工厂建设、新型外卖团队和餐饮联合社群媒体的打造。

电子商务 1 起

水产电商“鲜动生活”近日获得数千万级 A+ 轮投资，投资方为和智资本和长润资产。

游戏动漫 1 起

二次元娱乐公司“次元文化”今日对外透露已获数千万人民币 A 轮融资，投资方为复星昆仲。这是复星昆仲首次投资二次元娱乐文化产业背景的公司，投后估值过两亿人民币。

游戏媒体“魔方网”近日透露日前完成 B 轮融资，此轮融资由深创投，天珑移动领投，经纬创投跟投。具体金融目前并未透露。魔方网表示：将进一步稳固魔方网国内发展，保持国内市场领先地位；同时深入发展台湾地区业务，在东南亚等地区取得更大突破。

文化娱乐 1 起

专注于少年气男生直播的社交平台“果酱直播”已完成新一轮融资，由安芙兰、梅花创投、创新谷联合投资。

互联网金融 2 起

企业级互联网保险平台“保险极客”宣布完成 A 轮数千万元融资，复星昆仲领投，联想之星、博思投资跟投。

物流金融解决方案提供商“运金所”获得千万级天使轮投资，玖创资本领投，险峰长青、唯猎资本作为联合投资。运金所表示：未来将进一步深挖物流金融服务，提供包括普惠金融、信用银行、伴生金融产品、股权投资等不同深度不同层次的金融服务，并且进一步与行业内各领域的巨头公司加强合作，将商流、信息流、物流、资金流四流合一，不断完善物流企业信用与风控体系。

硬件 1 起

“坚果智能影院”近日宣布完成 C 轮 6 亿元融资，领投方为金砖资本，中金前海跟投。坚果智能影院表示：火乐科技会将资金投入产品研发、产品线搭建、以及海外业务拓展中。未来将以东南亚市场为起点，向欧美国家进发，共同推进硬件销售和内容分发。

生活消费 1 起

位于上海的家政 O2O 平台“牛家帮”已在年初获得了数千万人民币的 A+ 轮融资，由柯罗尼新扬子基金、东方富海以及英诺三家联合领投。

医疗健康 1 起

香港医疗技术公司“Prenetics”宣布完成了 1000 万 美元的 A 轮融资，由中国平安集团旗下的平安创新投资基金领投，Venturra Capital 和 Capital Union Investments 等跟投。

硬件 1 起

提供 VR 全景音频解决方案的初创公司“森声科技”已完成数百万元天使轮融资，由全音频整体解决方案提供商三诺集团及五岳华诺创投联合投资。森声科技表示：本轮融资主要用于产品研发。

互联网金融 1 起

记在软件“口袋记账”已在近期完成了 1600 万元的 Pre-A 轮融资，由启赋资本领投，丰厚资本跟投。口袋记账表示：新一轮的资金将主要用于团队实力的提升和市场推广。

电子商务 2 起

化学品 B2B 电商平台“摩贝网”宣布获得数千万美元的 C 轮融资，领投方为红杉资本中国基金、挚信资本，原投资方创新工场、复星昆仲、盘古创富跟投。

生鲜电商平台“两鲜 FreshFresh”已于去年第三季度完成 2000 万 美金 A 轮融资，投资方未透露。创始人沈斌表示：本轮融资完成后，将部署线下店，并用大数据优化用户体验。此外，他还透露，目前正在进行下一轮大额融资。

文化娱乐 1 起

“昆仑决”已经完成了 B 轮融资，估值 3.5 亿美元，领投方是晨兴资本，IDG 资本、北极光创投跟投。

户外旅游 1 起

旅游体验平台“KKday”宣布获得由 appWorks 之初创投领投、九易资本跟投的 A 轮融资, 资金达 450 万美元。KKday 表示: 未来主要将用于扩充 KKday 在东南亚的营运版图。

社交 1 起

脸萌团队打造的“Faceu”近日获得了数千万美元的 B 轮投资, 此轮投资由美图领投, 光速安振跟投。FaceuCEO 郭列表示: 此次融资主要用于产品研发, 以提升产品品质与拓展社交功能。

汽车 1 起

汽车安全交易平台“省心宝”已完成 A+ 轮融资, 该轮融资由北京比特大陆和杭州观择资本联合投资, 金额达 4000 万元, 估值为 2 亿人民币。

户外旅游 1 起

专注于“互联网+旅游”的移动产业新媒体“执惠旅游”近日宣布获得 1000 万人民币 A 轮融资, 此轮由淳时资本和左驭资本投资。执惠旅游表示: 此次融资将用于扩充团队、平台升级、大型活动举办, 并与旅游卫视达成战略合作。

生活消费 1 起

婚假平台“找我网”已于 2016 年 2 月获得数千万元 A 轮投资, 由独立投资人领投, 合一天使、量石资本跟投。找我网计划: 今年在北京、上海设点。作为少数起家内陆的一站式婚嫁平台, 找我网的融资, 对原本就紧张的婚嫁市场注定是一场“搅局”。

硬件 2 起

翼动科技获得 5500 万元 A 轮融资, 投资方为联络互动。

四旋翼无人机“奇蛙”获得方广资本 Pre-A 轮融资, 金额超过 1000 万, 公司估值过亿。

电子商务 3 起

全球优质生活精品跨境电商网站“全球U选”日前 1340 万元 A 轮投资，出让 19%股份，投资方为联络互动。

快消品 B2B 平台服务商“店商互联”宣布完成 1.3 亿元 A 轮融资，投资方包括德同资本、长江国泓、先锋金融、爱施德等。店商互联表示：此轮融资主要用于物流及建设，2016 年，还计划将业务拓展到 20 个城市。

苹果特级授权优质经销商“iSpace”日前获得 9000 万元 A 轮投资，投资方为联络互动。

互联网金融 1 起

综合性金融服务机构“紫晶通财”宣布已完成 1.5 亿美元 B 轮融资，公司估值已超过 50 亿元人民币，投资方包括基打新基金等。

13、证券市场一周回顾

（一）股票市场

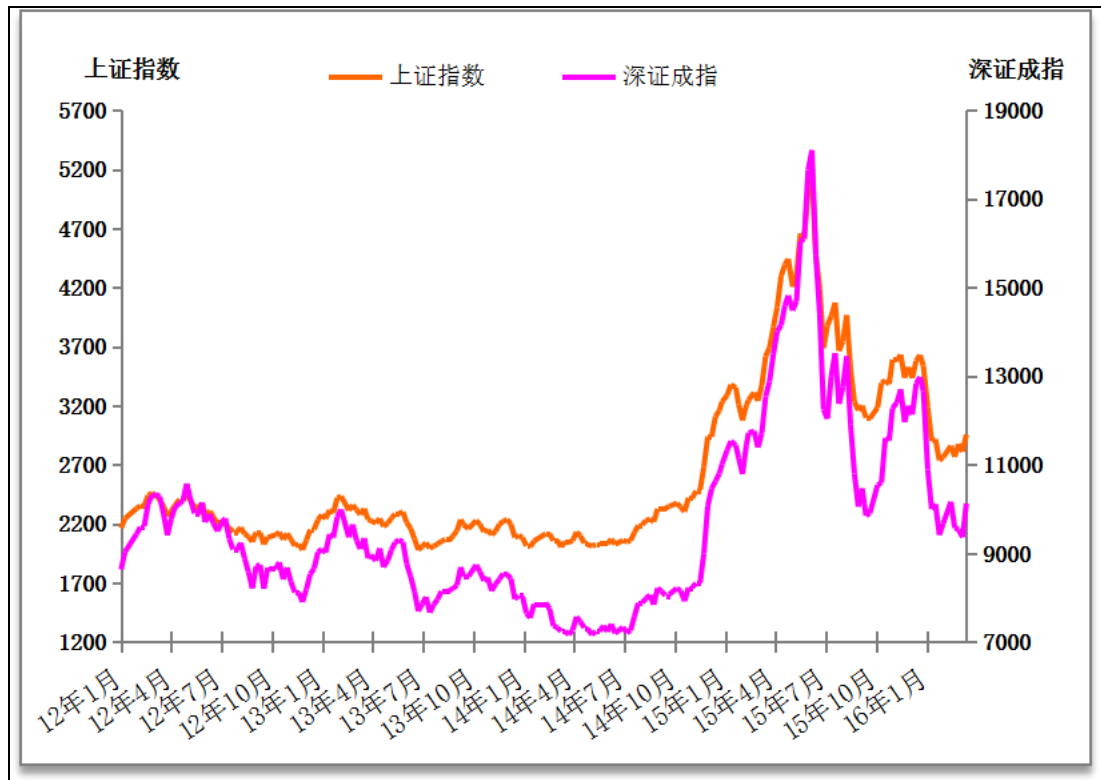
沪深市场

本周（3 月 14 日-3 月 20 日）沪深市场摆脱区间震荡格局，录得周线收阳，受到市场上涨影响人气较前周有所回升。

上证指数方面本周 2830.08 点开盘报收于 2599.15 点。录得周线收阳涨幅 5.15%，周振幅 5.40%，成交额 11053 亿元，成交量较前期有所增加至 10.6 亿手。从技术角度观察，本周市场摆脱低位区间震荡格局，为后期上升打开一定区间，不过上证指数区间突破后未进行有效回踩，预计后期走势会有一定震荡，值得注意。

深证成指本周 9466.42 点开盘，区间震荡后报收于 10127 点。截至周五收盘，录得深证成指周线收阳，涨幅 8.15%，周振幅 8.03%，成交额 16393 亿元，成交量 10.9 亿手较前期有所增加。

图表 5 上证、深证指数趋势图



数据来源：国研网、中商产业研究院

创业板指数

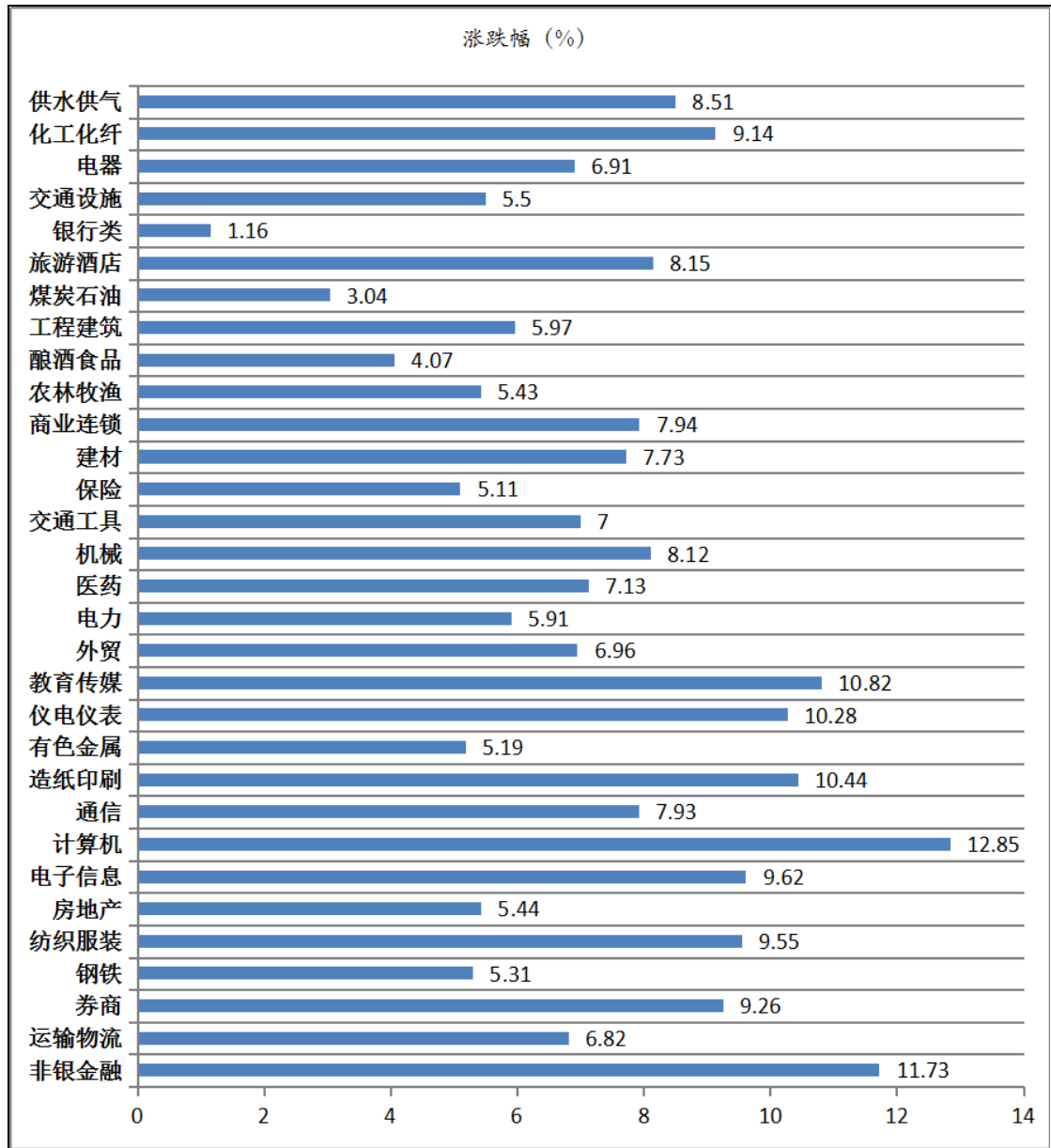
本周（3月14日-3月20日）创业

板指数 1962.11 点开盘，震荡后上行报收于 2177.87 点。截至周五收盘，创业板指数录得周线收阳，涨幅 12.56%，成交量及成交额较前期增加明显。

沪深行业板块

本周（3月14日-3月20日）市场受到沪深两市走强影响，投资者入市意愿较前期有所回升。行业板块方面本周集体收阳，涨幅前三的板块为计算机板块（12.85%）、非银金融板块（11.73%）、教育传媒板块（10.82%）。

图表 6 沪深板块周涨跌幅

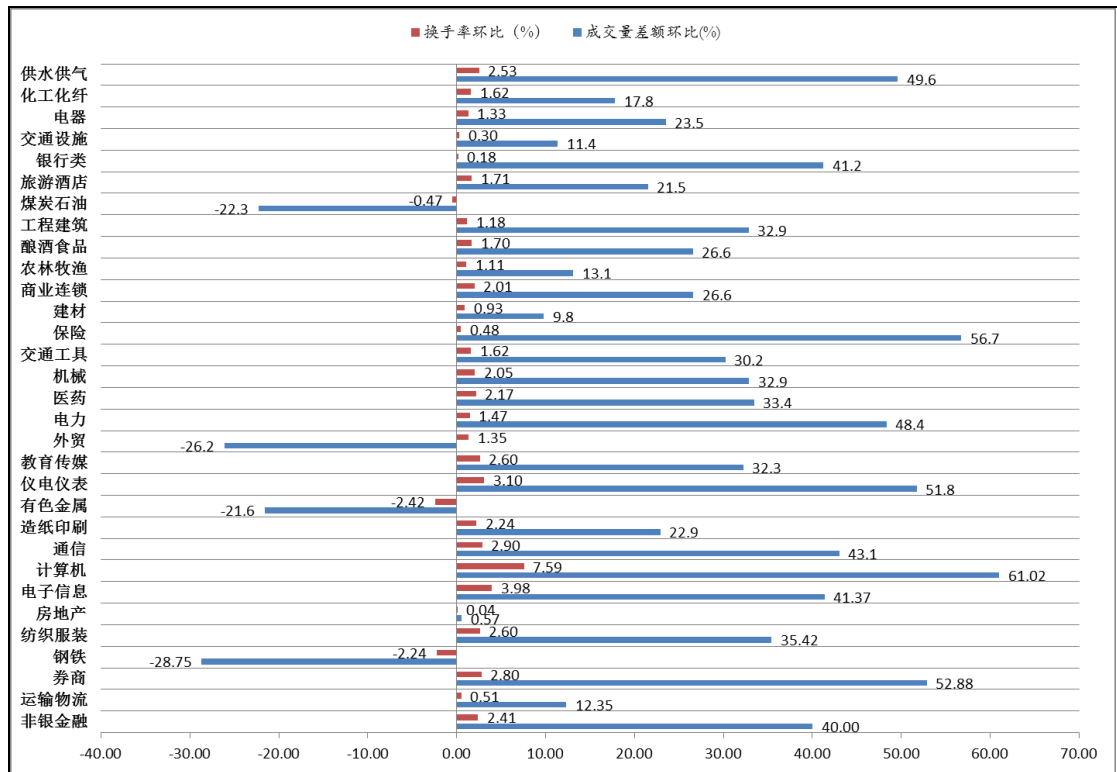


数据来源：国研、中商产业研究院

板块换手率与成交量

本周（3月14日-3月20日）成交额及换手率方面较前一周明显增加。成交量差额环比增加前三名的板块为计算机板块（61.02%）、保险板块（56.7%）、券商板块（52.88%）。

图表 7 沪深板块换手率环比、成交量环比



数据来源：国研网、中商产业研究院

(二) 债券市场

公开市场

本周（3月14日-3月20日）央行公开市场共投放2000亿元，央行公开市场共回笼100亿元，本周净投放1900亿元。

中国外汇交易中心公布的数据显示，3月18日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报2.0000%，较3月11日增加5BP。3月18日银行间市场7天回购定盘利率收报2.3100%，较3月11日增加1BP，3月18日银行间市场14天回购定盘利率收报3.0000%，较3月11日涨43BP。

上海银行间同业拆放利率（SHIBOR）方面，1周品种3月18日报2.2950%，较3月11日涨1BP，2周品种3月18日报2.5530%，较3月11日跌0.8BP。

(三) 基金市场

本周（3月14日-3月20日）两市指数在周四周五出现放量上攻态势，创业板全周上涨12.56%，上证指数上涨5.15%。从基金仓位情况看，众禄研究中心仓位测算的结果显示，上周样本内开放式偏股型基金（包括股票型基金和混合型基金，剔除QDII和指数型基金）平均仓位自上期的84.63%上升0.24个百分点至84.87%，其中股票型基金平均仓位为90.57%，较此前一周上升0.13个百分点；混合型基金平均仓位为74.63%，较此前一周上升0.44个百分点。

统计数据显示，在537只偏股型基金中，有296只基金仓位基本保持不变，有144只基金选择加仓，有97只基金选择减仓，加仓基金数量较多。

从具体基金产品来看，上周加仓幅度居前的基金是益民红利、农银汇理策略精选、富国宏观策略、泰达宏利市值优选、泰达宏利风险预算等基金；减仓幅度居前的基金是博时行业轮动、建信恒稳价值、德邦优化配置、长盛动态精选、广发新经济等基金。

从具体基金公司来看，上周加仓幅度居前的是益民基金、安信基金、纽银梅隆西部基金、民生加银基金、泰达宏利等基金公司；减仓幅度居前的是德邦基金、长盛基金、摩根士丹利华鑫基金、申万菱信基金、天弘基金等基金公司。

从基金当前配置情况看，好买基金研究中心数据显示，基金配置比例位居前三的行业是医药，轻工制造和机械，配置仓位分别为3.01%、2.58%和2.55%；基金配置比例居后的三个行业是房地产、有色金属和钢铁，配置仓位分别为1.36%、1.25%和1.19%。

从基金加减仓情况看，基金上周主要加仓了非银金融、医药以及汽车三个板块，加仓幅度分别为0.14%、0.14%和0.13%；主要减仓了银行、钢铁以及有色金属三个行业，减仓幅度分别为0.13%、0.14%和0.26%。

四、产业市场

1、银杏叶事件持续发酵 细胞生长素行业面临整顿风暴

自2015年5月份以来还在发酵的银杏叶事件，已经足够让促肝细胞生长素行业内相关企业警醒。

3月15日,CFDA发布针对银杏叶事件的主要责任企业——宁波立华制药有限公司的违法生产销售银杏叶提取物及制剂,罚款1829万余元;该企业2名责任人员李卫军、周戎10年内不得从事药品生产、经营活动;同时,国家食品药品监管总局拟依法撤销该企业的银杏叶片药品批准证明文件。

不仅生产企业被重罚,连产销企业也难幸免。山西省对违法生产销售银杏叶制剂企业作出行政处罚,山西仟源医药(22.380, 0.45, 2.05%)集团股份有限公司被罚没款总计460.87万元。

比起银杏叶提取物,促肝细胞生长素则更是我国医药行业值得自豪的一款自主研发的药品。它是我国自主研发的国家一类生化药物,是从健康乳猪的新鲜肝脏中经过多次提取而获得的小分子量生物活性多肽类化合物。具有能刺激正常肝细胞DNA合成,促进肝细胞再生,一般应用是将其制成注射液药物,应用于肝病,尤其是亚急性重症肝炎(病毒性,肝功衰竭早期或中期)的辅助治疗;对各种肝脏损伤及疾病都有预防和治疗作用。

据了解,我国市场出现的注射液型促肝细胞生长素的热销也曾引起了韩国、日本、越南、新加坡、菲律宾等东方国家医药公司的重视,纷纷来中国进口这些药物。

正是因为如此,目前这一款药品已经挤进51家企业来竞争。除了辽宁玉皇和哈高科白天鹅,四环药业股份有限公司、马鞍山丰原制药有限公司、吉林敖东(26.72, 1.36, 5.36%)药业集团延吉股份有限公司、广东宏远集团药业有限公司等其余四十多家涉及到促肝细胞生长素的企业都要进行自查。

事实上,在对辽宁玉皇和哈高科白天鹅进行飞检之前,CFDA已经发布公告称,为进一步保障公众安全用药,CFDA决定对促肝细胞生长素注射剂说明书的不良反应、用法用量、注意事项等项进行修订。

该修订内容中,第一个修订就是要增加黑框警告:本品可引起过敏性休克等严重过敏反应,应在有抢救条件的医疗机构使用,用药后出现过敏反应或其他严重不良反应须立即停药并及时救治。此外,不良反应中共增加了7条,还增加了禁止孕妇及哺乳期以及儿童用药等。

CFDA要求补充上述修订显然是有事实依据的。据《中国实用医药》2013

年第3期的文章《静点促肝细胞生长素注射液发生过敏性反应1例报告及护理》称,2011年5月23日,一名患者在静点完长春海悦药业有限公司生产的促肝细胞生长素注射液后5~10 min,突然出现头晕、恶心、呕吐、大汗淋漓、呼吸困难、四肢厥冷等现象,随即出现意识丧失、口唇及双手明显紫绀,经调查是静点促肝细胞生长素注射液过敏性反应。

该药品不断出现的不良反应让这个行业的乱象露出冰山一角,而CFDA飞检检查出来的违法生产问题,也会让整个行业面临一次空前严厉的整顿调查。

2、奢侈品电商假货难维权:鉴定不易官司费神

本土奢侈品电商,自成立之日起,就饱受货源真假问题的质疑。

然而奢侈品实体门店的日子亦愈加难挨,像前些年那样每年高达两位数的复合增长率时代早已一去不复返,客流严重不足。近日LV陆续关闭了国内多家实体门店,《中国经营报》了解到,LV正布局自有电商渠道。越来越多的品牌已经或准备通过自建电商、与第三方机构合作等方式“触网”。

罗德公关与CSG联合发布的《2016中国奢侈品报告》显示,调研中购买奢侈品的中国内地消费者,26%的消费来自于线上购买。目前有85%的奢侈品垂直电商平台都没办法说清自己的货源,普通消费者更是难以获得正规途径的鉴定,对于网售奢侈品的真假问题,也如热锅上的油珠一般,成为消费者心头焦灼的困扰。

货源质疑

相比于奢侈品垂直电商,消费者更相信品牌官网或官方合作平台。于是,包括Coach、Burberry、豪雅等品牌,都纷纷与天猫、京东这些电商平台合作,建立起了自己的品牌官方旗舰店。

不过,消费者在这些电商平台购物,亦是“乱花渐欲迷人眼”。以Coach为例,通过手机在天猫首页搜索Coach,首先能看到的并非Coach自营的天猫旗舰店,而是一家名叫客邻尚品官方旗舰店的店铺。在网页版天猫首页搜索,Coach天猫旗舰店的排名最靠前,但不显示成交和评价数量。排名紧随其后的便是多家主打代购和海淘的店铺,其中就包括这家客邻尚品官方旗舰店和客邻尚品海外旗舰店,且成交数量和评价数量均高于Coach天猫旗舰店。

Coach 官方回应表示,Coach 中国从未向包括任何第三方网络渠道或网上卖家有过授权,目前在华仅有 Coach 品牌天猫旗舰店和 Coach 中国官网两处电商渠道。同时,Coach 还建议消费者,通过 Coach 门店或官方电商渠道购买商品,由此享有官方正品和品质保证,以及售后保修服务。

根据目前的公开资料,国内拿到了顶级品牌授权的奢侈品垂直电商寥寥无几,仅有走秀网拿到了菲拉格慕、雨果博斯的授权,京东拿到了 TAG Heuer 和 Tod's 的授权, Burberry 和 Coach 在天猫开出了品牌官方旗舰店。LV、Gucci 等奢侈品品牌均表示,从未向任何电商平台授权销售,因此也不会向来自这些渠道的商品提供验货、养护和质保等服务。大部分奢侈品垂直电商平台普遍都号称自己的商品由国外买手团队采购,货源为国外实体店、OUTLETS 折扣店,或通过品牌的海外经销商代理商拿货。

鉴定困难

大多数国内电商拿不到奢侈品品牌授权,所以不得不由买手团队从海外购买回来,但是品牌在国外也有严格的渠道管理办法,甚至对消费者个人有凭护照限量购买的规定,因此很难保证这么大的出货量;再加上目前国内奢侈品电商为了市场占有率,不得不打低价牌来完成原始客户的积累,这导致奢侈品电商的营销成本居高不下。另一方面则是风投机构对奢侈品垂直电商平台盈利的要求。因此,一些电商在扩张和盈利的双重压力下就只能铤而走险了。

对于那些在奢侈品垂直电商平台购买商品的消费者来说,如何才能鉴定商品真假,如果买到了假货又该怎样维权呢?

官方不提供鉴定,而第三方鉴定亦难以实现,因为这种鉴定往往基于个人经验,一旦品牌在设计或制作细节上出现变动,或者推出新品,这种个人经验无法在第一时间跟进更新。

打通 O2O 闭环

在保证货源问题上,本土奢侈品电商正尝试着改变传统“低买高卖”的做法。近日,第五大道奢侈品网携 40 多个品牌的 50 多家门店正式开启了线上下单线下取货的全新购物模式。

消费者通过第五大道奢侈品网购买产品,发货方及售后方均由实体店进行,促销期间,用户在线上购买奢侈品,到店后还能得到一份“伴手礼”。对于实体店员工而言,服务线上购买的客户,其销售业绩则算到实体店员工上面,也有效解决了线上用户业绩不是个人的,服务积极性不高的问题。

第五大道奢侈品网则由过去的卖家逐渐向奢侈品 ERP 及 CRM 解决方案服务商转型。没有哪家奢侈品企业的客户关系管理系统(CRM)是公开的,尽管 LV 和 Gucci 毗邻而居,但 Gucci 的营销人员却很难知道为什么有些客户只进 LV 店而不进 Gucci 店,买了 Gucci 产品的客户还对哪些品牌感兴趣,有什么共同的偏好。

但是线上通过一定的技术手段,则可有效跟踪用户的行为,为品牌方提供更有价值的数。目前对于多数通过线上购买奢侈品的消费者,还是期望网上购买更加便宜,然而,通过第五大道奢侈品网购买奢侈品,基本实现了线上线下同价,以往奢侈品的用户要在一家品牌店买够一定数量的产品才能享受折扣价,如果各种品牌都想享受折扣价,则需要每个品牌都买够一定量,基本不现实,但第五大道会员只要在网站上达到一定的购买额,就可享受各品牌的折后价。

不过对于当下中国消费者在线网买希望享受更大的折扣,在众多奢侈品电商逐鹿之时,导致更多的用户来第五大道奢侈品网,打通 O2O 闭环,吸引更多的奢侈品线下实体店与第五大道合作,都需要投入更大的时间与精力。

3、阿胶产业乱象丛生 同仁堂等被指掺假

阿胶行业正遭遇一场信任危机。

在过去数十年中,国内的驴存栏量越来越少,驴皮价格水涨船高。与此同时,阿胶产业也成为暴利行业,但在供需矛盾下,驴皮何来?这成为一个越来越需要追问的现实问题。因为阿胶行业的掺假、售假已经到了泛滥的地步。

近日,打假人曾照兴委托深圳市计量质量检测研究院(以下简称“质检院”)对北京同仁堂通科药业有限责任公司(以下简称“同仁堂”)的食用阿胶进行了检测,结果无法测出驴 DNA,反而测出了猪和牛的 DNA。

而上海市食药监局也于今年 2 月底公布了一批不符合标准规定的药品,是

2015年第四季度的检验结果。其中山东一笑堂阿胶集团百年药业有限公司（以下简称“一笑堂”）和河北东汝阿胶有限公司（以下简称“河北东汝阿胶”）登上黑榜，因为龟甲胶产品含有牛皮源成分。

所谓检出牛皮源成分，其实就是以牛皮替代驴皮生产，业内又称杂皮胶，这在阿胶产品中已经是被屡次曝光过的做法。

近年来，各地阿胶厂商用驴皮下脚料熬制阿胶，或掺马皮、牛皮、猪皮甚至工业用皮、动物碎骨等的丑闻，在媒体上频频被曝光，但乱象仍然屡禁不止，而普通消费者更无从分辨产品的真假优劣。

“深度破坏”的阿胶检出猪基因

在同仁堂阿胶被爆检测不出驴DNA之后，同仁堂发布公告称，测试结果与其实际投料情况完全不符，同仁堂辩称，阿胶是经过深度热加工后的产品，DNA已被深度破坏，质检院对于猪、牛、驴肉三个行业鉴别标准不适用于阿胶产品的DNA提取，不建议作为阿胶产品的动物源性成分检测标准。

华大基因此前曾对外表示，阿胶的确存在高温处理之后DNA降解而检测不到的可能，但是这种假设下，如果所有的投料同样处理，高温之后应该检测不出任何物种的DNA，所以不太可能出现猪和牛的DNA。检出猪和牛的DNA，至少说明样品中含有猪和牛来源的组织。

在质检院给媒体回复的材料中称，该院具备检测资质，检测手法妥当，但表示不排除原产品因配料带入微量猪、牛DNA成分的可能。

曾照兴表示已提起民事诉讼，目前深圳宝安法院已受理。

相较于东阿阿胶(47.15, 0.35, 0.75%)和福胶集团，同仁堂发力阿胶产业方面属于后来者。2012年11月，同仁堂在河北设厂，扩产800吨，正式加入了阿胶市场的争夺战。虽然赶了晚集，但由于自身的品牌和旗下的连锁药店所带来的突出优势，同仁堂在一众涌入阿胶市场的药企中，很快占据了优势地位。

针对阿胶近年的一波又一波涨价潮，同仁堂曾对外表示，公司旗下的阿胶涨价并不频繁，一是由于阿胶产品并不是唯一为公司贡献营收的产品，而是公司阿胶产品毛利没有东阿阿胶的产品高。

驴皮价格暴涨

阿胶在中国流传了 2000 多年，是国家级非物质文化遗产。但原料的紧缺，给阿胶产业的发展带来了瓶颈和危机。

随着我国农业机械化的普及，毛驴在农业生产中的役用效能日渐式微。据国家畜牧统计，我国驴的存栏量已由上世纪 90 年代的 1100 万头下滑到目前不足 600 万头，而且还在以每年 3.5% 的速度下降，这跟日益增长的阿胶药用需求量构成了矛盾。

毛驴繁殖周期较长，母驴的整体受孕率只有 70%，仅生产幼崽和哺乳期就需要一年半左右，喂养期则需要至少两年，总共加起来需要三年多的出栏时间，这对开展大规模饲养造成了阻碍。

与此同时，国人的养生保健意识不断提高，阿胶产品的需求量也在逐年提升，这就吸引了诸多企业的涌入。目前，中国阿胶生产企业达数百家，山东则是阿胶生产大户，省内就有 200 多家。

而最近曝光的一组数据则更为直观地显现了目前阿胶行业的现状：山东阿胶行业协会根据 100 多家阿胶生产企业的年生产量报表推算，阿胶年总产量至少在 5000 吨以上；来自阿胶行业龙头企业东阿阿胶股份有限公司（以下简称“东阿阿胶”）的市场监测数据则显示，按目前中国市场阿胶销售量估算，需要驴皮 400 万张左右，但国内供应总量不足 180 万张。加上其他诸如进口的驴皮数量，国内生产的阿胶总数量也就在 3000 多吨左右。

驴的数量越来越少，驴皮的价格这几年也水涨船高。数据显示，10 年间，驴皮的价格差不多翻了 100 倍。事实上，中国的驴产业已经到了前所未有的低谷，要解决眼下这场“驴”危机，必须加大对活体驴产业链条的开发，把这条产业链条拉到最长。

驴皮不够 杂皮来凑

2015 年 11 月，中国畜牧业协会驴业分会在山东东阿成立，吸引到山东、河南、新疆、青海、内蒙古等毛驴养殖和生产企业参会，行业抱团整合发展以抵御驴存栏量的下滑。

目前市面上药用和食用的阿胶产品主要有阿胶块、阿胶口服液、阿胶糕、阿胶枣等。形形色色的品牌和种类繁多的产品中，有的品名为阿胶相关的产品中，甚至压根不含有阿胶成分。“只要不吃死人，就不会有什么大问题，消费者顶多觉得吃了没啥效果，也不会发觉吃了假冒伪劣产品。”

根据 2015 年版《中国药典》的资料显示，阿胶的功能与主治主要为：补血滋阴，润燥，止血。用于血虚萎黄，眩晕心悸，肌痿无力，心烦不眠，虚风内动，肺燥咳嗽，劳嗽咯血，吐血尿血，便血崩漏，妊娠胎漏。

4、二手车掣肘有望今年破局

实际上，随着 2015 年互联网逐步与二手车业务嫁接，二手车电商逐步成为诸多创业者青睐的对象。仅从融资规模来看，2015 年针对二手车电商的投融资就超过 20 起，超过 7 成的项目融资规模超过 1000 万美元。在资金的支撑下，二手车电商的宣传攻势开启。据不完全统计，去年以来，仅优信二手车、人人车、瓜子二手车 3 家企业累计广告投放金额就达到 7.5 亿元。

在我国的二手车市场上，无论是传统领域的经纪公司，还是新兴的互联网平台，所扮演的都是中介的角色。传统的经纪公司模式，是指二手车经营企业将车辆从个人手中购得，过户到公司某员工名下，卖出时再由这名员工名下过户给购车人。而新兴的互联网平台，正如其广告词中所述：“个人车主直接把车卖给个人买家”。作为中间商，这些企业可以规避承担售后服务的责任，这就直接造成了二手车市场的混乱。

更重要的是，根据国家现行对个人二手车交易的免征税条例，企业便可名正言顺地逃避税收。当前二手车交易的增值税征收方式是全额征收，即对二手车经营企业，其交易按二手车交易额全额的 4%或 2%征收增值税。多年来，二手车经营企业对此普遍感到税负偏重。但政策规定，对二手车个人之间的交易，其交易金额只要未超过车辆原值，免征增值税。所以，多数二手车企业都选择了作为经纪公司这种模式存在。

与此同时，产权问题也是二手车企业选择以经纪公司模式发展的原因。按照当前规定，二手车所有权在实现过户之后，才完成了所有权的转移，并不是在进入流通流域就完成所有权转移。在实际交易过程中，只有经纪公司这种模

式，才能保障“即买即卖”，即使二手车公司没有车辆的产权，也不影响交易。

体系化政策将出台

早在 2009 年，国务院出台的《汽车产业调整与振兴规划》中已明确提出：“建立二手车鉴定评估国家标准和临时产权登记制度，调整二手车增值税征收方式。”但“临时产权登记制度，调整二手车增值税征收方式”仍迟迟未落实。

在刚刚落幕的 2016 年全国两会上，李克强总理作的《政府工作报告》中，在汽车领域中着重提到“活跃二手车市场”。而此前，也有媒体报道，今年上半年，二手车增值税改革和临时产权登记制度有望获得实质性的推进。同时，2016 年 1 月 7 日，在发改委价格监督检查与反垄断局组织召开《汽车行业反垄断指南》征求意见研讨会上，解除二手车地方限迁政策已被纳入《指南》，并将有望在今年 5 月正式出台。

对于二手车市场的未来，沈荣认为，汽车企业主导的品牌二手车将得到长足的发展，发展的方向是品牌化、规模化、系统化、专业化，汽车经销商将成为二手车销售的主力，将占到整个市场份额的 50%以上，而经纪公司则会成为补充和扶助的力量。

此外，通过收购、整备、销售二手车，经销商将会开辟出一个新的利润来源，而整备二手车所用材料也会计入增值税抵扣。而对于消费者来说，品牌经销商则能够提供更好的后续保障服务。

5、新能源汽车高位调整 再入政策蜜月期

恰如早春三月的料峭与生机，在刚刚结束的“两会”中，新能源汽车仍是关注的焦点。几乎与“两会”同一步调，各地也纷纷进入新能源地方补贴政策的密集出台期。截至 3 月 16 日，已有近 20 个省市明确了新能源汽车补贴标准。这也一扫今年年初新能源汽车市场交易量下滑、新能源汽车骗补问题的阴霾。

而在此之前，已有中央层面鼓励新能源汽车发展的多项利好政策接连出台。3 月 1 日国家发改委等十部委印发了《关于促进绿色消费的指导意见的通知》，再度提及利于新能源汽车推广利用的政策。2 月 24 日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，提出五项措施进一步支持新能源汽车产业发展。同一天，

工信部部长苗圩在国新办新闻发布会上表示，工信部已联合行业内外九家企业投入5亿元资金，组建动力电池研究院或动力电池的研究研发院。

根据中国汽车工业协会数据，2016年1-2月，我国新能源汽车生产37937辆，销售35726辆，比上年同期均增长1.7倍。尽管增速与去年相比回落不少，但已经扭转了1月的负增态势。在乘联会秘书长崔东树看来，今年1-2月新能源汽车呈现出“高增长后的高位调整”特征。

新能源汽车产业“国五条”

从政策礼包的具体内容来看，这一连串政策直击新能源汽车发展的困境。尤其是2月24日的国务院常务会议，为不少此前模棱两可的问题指明了发展方向。

曾经在国家补贴方面处于弱势地位的动力电池企业迎来利好。在国务院常务会议提出的五项措施进一步支持新能源汽车产业发展的指示中，第一条就提到中央财政将采取“以奖代补”方式，根据动力电池性能、销量等指标对企业给予奖励。

加快充电基础设施建设位列“五项措施”第二条。这项措施不仅明确了地方政府、开发商与物业、电网企业等各方责权，解决充电落地难的问题，还利用中央预算内投资和配电网专项金融债等支持各地充电设施建设，鼓励地方建立以充电量为基准的奖励补贴政策，减免充电服务费用。而在前不久，充电桩全国统一技术标准也正式出台，在此背景下，充电桩行业将迎来爆发式发展也成为各方共识。

此外，公务用车新能源化的具体量化指标，不仅会进一步拉升新能源汽车的销量，其示范作用也不容小觑。国务院常务会议第三条明确要求，中央国家机关、新能源汽车推广应用城市的政府部门及公共机构购买新能源汽车占当年配备更新车辆总量的比例，要提高到50%以上。这一比例在两年前制定的30%目标基础上大幅提升。在崔东树看来，此次扩大更新车辆总量50%以上的新能源汽车，其优点在于“采购力度大，目标指向性强”。

“李克强总理的讲话对我们来说是极大的振奋和鼓舞，没有想到政府全力推进新能源汽车发展的决心这么大。”江淮汽车(11.110, 0.40, 3.73%)集团董事长安进直言，他曾担心前一段时间的新能源汽车存在“骗补”问题会动摇国

家发展新能源汽车的决心。如此看来，新年伊始的政策礼包为身处其中的企业吃了定心丸。

联盟与新兵

除了国务院会议对于新能源汽车发展政策的进一步细化落实，原先新能源汽车市场中企业各自为战以及原有的松散联盟关系终于做出了实质性的改观。在外力与内力的双重作用下，新能源汽车领域也出现了抱团发展的新态势。

而此时，距离去年国家发改委和工信部联合颁布我国《新建纯电动乘用车企业管理规定》并正式开始实施已经过去七个多月。值得注意的是，今年1月15日，国内知名零配件生产商万向集团已经获得新能源客车的生产资质，发改委批准万向集团年产5000辆新能源客车项目。有消息称，按照工信部的规定，公布第一批获得资质企业的名单已箭在弦上。

2020 目标可期

从各地陆续出台的新能源汽车补贴政策来看，各地对于新能源汽车的支持力度依旧较大。具体看来，除江苏、山西、沈阳三地补贴略有收紧，深圳补贴标准不变，北京、西安、河北等地区均按国家补贴1:1给予地方补贴，为市场一直担心的问题给出了正面回答。

从全国来看，新能源汽车的发展也基本处在上升通道。据中汽协估计，2016年国内新能源汽车产销量将会在去年的基础上翻一番，达到70万辆水平。而3月之后新能源汽车销售将进入旺季，随着地方补贴的出台，新能源车产销量同比都会上升。3月13日，苗圩在“部长通道”表示，新能源行业已进入成长期，预计2016年新能源汽车销量同比增长1倍以上。在苗圩看来，基于2015年37.2万的销量基数，2016年新能源汽车销量有望突破75万辆，这无疑给了市场一剂强心针。

结合各地的市场特征，新能源汽车购买指标日趋紧俏已是不争的事实。根据北京小客车指标调控管理办公室公布的2016年第一期小客车指标申请审核结果和配置情况，本期配置个人示范应用新能源小客车指标12214个，单位共有1819个有效编码。按照今年6万个示范应用新能源指标额度计算，本次配置的个人新能源车指标数约占全年指标的1/4。

可以预见,2016年将出台的新能源扶持政策远不只这些,在政策的扶持下,2016年的新能源市场将保持高速发展。中国电动汽车百人会执行副理事长欧阳明高大胆预言:“我们完全可以实现2020年新能源汽车保有量500万辆的目标,关键是我们要实现技术和产量的双丰收。”

6、污泥处理市场乱象丛生：政策缺失曾引政企交恶

在污泥产业探索近10年的张虎明,或将暂时告别污泥处理处置产业了,并且短期内似乎并没有重返产业的打算。由于缺乏有效的商业模式,张虎明无奈的将眼光转向了相对末端的土壤重金属治理。

非典期间,生物医药学出身的张虎明作为特聘专家,探索出了生物多肽活性污泥处理处置技术,其根本原理是利用培养的生物菌将污泥活化,通过与污泥中的有害物质相互作用使有害物质降解,最终的产生可被有效利用的资源。这种技术后来得到西安市科委的认可,张虎明旗下的西安联美生物科技有限公司,也旋即成为示范项目所在地。

然而,如今,张虎明已没有当年的踌躇满志,在谈到污泥治理时,却颇具几分无奈。

西安联美的境遇并非孤例,早年已促成的污泥处理项目中,不但一部分中途流产,甚至有传出政企双方“互撕”的传闻。

2011年12月20日,国务院印发《国家环境保护“十二五”规划》,明确提出“保护环境是我国的基本国策”。曾预计,作为污水处理的重要产物,污泥处理处置在2011年持续走热,成为新的市场热点。

市场遇冷背后,暴露的是政府管理机制不同步、法律保障不健全、信息公开不透明、“游戏”规则不完善等诸多亟待解决的问题。

远未完成的目标

从来源上讲,污泥主要分为工业污泥与生活用水污泥。当下,生活用水污泥占据了较大比重,其主要来源于污水处理厂,也就是市政污水。在污水处理的工艺流程中,第一个步骤是将污水引入沉降池将杂物进行沉降,再将剩余的污水通过过滤、渗透等方式进行进一步处理。最终沉降后形成的沉淀物则是污

泥。由于其中含有大量的有害物质、及重金属，直接脱水填埋会导致土壤的严重污染。因此，早在“十二五”规划初期，污泥处理产业被提上日程，规定的目标是到 2015 年，中国重点城市污泥无害化处理处置率达到 80%，其它城市达到 70%，县级重点城市达到 30%。

此外，早在 2010 年，在世界银行的金融支持下，总投资约 7 亿元，设计对象为 200 万立方每天的污水厂产生的污泥，上海白龙港污泥处理厂的消化、干化部分投入运营，这标志着世界上罕见的超大型污泥处理项目彻底投入使用，而它的运营方是上海城投污水处理公司。

然而，在此之后，经过短暂的火热，污泥处理处置产业迅速回落。自上海白龙港项目之后，国家鲜有大型污泥处理处置项目落成。根据在清华大学环境学院和中国水网做的一份调研显示，北京和上海等城市仅有约 50 座大型污水处理厂中建设了一批污泥消化装置，而且污泥处理设施小，甚至近 20 座都已不能使用。

行业管理政策的短板

从商业角度来看，当下在污水处理厂的投融资和工程建设与运维上逐渐引入 BOT、TOT、服务外包、租赁等模式等多种 PPP 模式，是当下污泥处理处置的主要商业模式。不久前，财政部公布的第一批 PPP 项目中，有 9 个都涉及到了污泥处理。从表面上看，一个新兴 PPP 市场似乎正在兴起。

但是，PPP 繁荣表象却难以掩盖市场虚火，政策上的缺失引发的一系列问题逐渐暴露出来，甚至由此也曾引发出政企交恶事件。不久前《财经》杂志披露的鹏鹞集团在青海的遭遇则充分反映出企业在污泥处理处置领域的困境。

原来对于污泥处理处置的费用是地方政府承担 50%，企业如果继续按原合同协议标准，必定会出现超标排放，污泥处理本身成本还是比较高的，按新要求操作会增加许多成本，但是政府又拿不出这笔钱，让企业承担企业就要亏损，企业要是不处理，又面临被处罚的风险。

突然提高的标准，企业自己要承担很多成本，当初的合同里却没有规定，所以现在政府不想出这笔钱。

如果说突然提高的标准导致双方合作不欢而散，那么在标准制定上，则又

出现了令出多门的怪相。环保部要求污水处理厂处理污泥时的指标为含水量 80%，含固体量 20%，此外，还出台了填埋标准，即含水率不超过 50%。但与之对应的是质检部门也提出的标准——含水量 40%，含固体量 60%。具体参照哪个标准使从业者面临很大的困惑。但无论执行哪项标准，对污泥的约束肯定是更严格必然提高了企业运营成本，但当下各地政府财政能力、诚信度不一而同，很多地方政府不愿承担这笔资金，相应机制并没有理清“谁”该承担污泥成本。

但可以确认的是，“十二五”期间，污泥处理处置市场的低迷，归根结底在于政策。而政策的制定者被各种技术、各种利益集团弄得无所适从，因而只能选择“不作为”。到底什么技术可用，到底多少钱合适，如果连协助制定政策的个别专家教授们都上了某些利益集团之船，那么今日政策的缺失导致的市场的混乱，就是必然的了。其中，对于业主和环保公司最大的影响之一，就是技术选择的盲目与茫然。

技术选择难题

20 年前，我国开始了尝试从海外引进与自主研发等多种渠道获得污泥处理技术，E20 环境平台高级合伙人薛涛曾撰文称：“尽管污泥处理处置项目实际运行中仍需规范。但在低成本前提下完成将湿污泥脱水至含水率 50%以下，并保证处理后污泥安全稳定的技术获得了现实中已经获得了的很多市场。”由于含水率 80%左右的污泥危害性比较大，比较公认的标准是环保部公布的脱水率 50%以下的污泥可以进入填埋场，而围绕着 50%脱水率的污泥处理处置技术渐渐兴起。

对“污泥”的界定并不清晰也是造成技术选取困难的原因之一。传统意义上的环保问题，普遍被归于水、固废、大气、噪声、生态五大类进行划分。而相应的立法、譬如《水污染防治法》、《大气污染防治法》标准则按照这五大类进行划分，相应的标准也是如此。但是污泥来源于污水，但本身又是一种固体，它究竟该属于何种废弃物，当下行业专家众说纷纭。

譬如，如果以固体废弃物填埋作标准，那就只能以符合填埋国标的污泥参数（如含水率、有机物、剪切力等）来核算成本。这种标准是环保部文件规定从含水率 50%。根据标准，再比较一下各种工艺的成本。也就是说，具体采用什么样的技术分为两个阶段。其一就是环境标准，包括短期和中长期，如何量化；其二，则考虑可持续和循环经济，运行成本，投资成本、现实环境影响如何。

尽管这些因素是从业者选择技术路线时考虑的问题，但是，真正的阻碍不仅于此。“技术选择困难的根本原因很多，有中国雨污合流、市政工业污水合流等管网建设滞后带来的不同的污泥属性，有出于经济发展限制和政府财力仍不足，对环保的重视和投入分配仍需加强的阶段性局限，有全国各地经济、地理、人口、气候等条件的极不均衡和复杂，有主导污水技术并在污泥路线上有强大发言权的主流市政设计院对污泥所涉及的各种跨领域学科的不熟悉，还有污泥处置自身的特殊性等。”薛涛表示。

低价中标法则

目前做水务、餐厨垃圾、垃圾焚烧发电的投资的上市公司都可能会参与污泥的投资，再过两三年预计会有几百家企业进入污泥处理的市场，就是各种乱。

两年前，张铭源曾参加中国最大污泥处理项目之称的广州市净水有限公司污泥项目招标，但张鸣源对招标结果并无期待，按照他的话说，“开标前，似乎就感觉到自己肯定会‘流标’”。

在 2013 年之前，广州的污泥处理往往通过将污泥的含水率降低到 80%，然后再填埋或者直接倾注到河涌里。随着用地的日益紧缺，2013 年 3 月，广州市政府常务会议通过了《广州市城镇生活污水处理厂污泥处理处置技术路线》，提出在污水厂内将污泥处理至含水率 30-40%，以实现污泥的减量和稳定化。同鹏鹞集团西宁第三污水处理厂的模式一样，引入社会资本成为该污泥项目的主要模式。

去年 9 月，E20 曾针对污泥处理成本做过一份调研显示，污泥处理干化焚烧技术的成本普遍在 400-500 元/吨左右。负责该调研的 E20 研究院院长助理肖琼表示：“但政府一方面恨不得污泥马上消失，另一方面，心理承受能力在 100-150 元/吨左右。”而张铭源所在公司采用干化焚烧方法，其处理成本即 500 元/吨，远远超过政府的心理承受范围，这使得政府普遍采用价格更低的技术。令人吃惊的是，张铭源所面对的竞争对手，甚至敢报出 100 元/吨左右的价格。

根据规定，即使投标人中标，招标人要求中标人需要建设试验项目，并连续运行 90 个日历天（不排除国家法定节假日的日历上的自然天数），在包括含水率、PH 值、重金属含量、减量比等试验后的指标均经过监测及格后才可以成为正式的中标人，若监测不合格则合同终止，并且要在 30 个日历天拆除设施。

但最为“暧昧”的一则规定则是——招标人曾讨论要求投标人递交的业绩是在广州市范围内。该消息传出去后，有投标人向上级主管部门投诉，最终才将具备业绩范围改为在中国境内。

“蛋糕就这么大，什么样的企业都想往里挤，现在是很多东西没理清，但预计过不了多久，污泥产业又是一个红海。”张铭源表示。

7、零售市场延续疲态 利丰净利连续三年下降

在去年5月遭到沃尔玛和Kate Spade等零售商“抛弃”之后，全球最大的贸易采购公司利丰集团仍然延续疲态。

截至2015年12月31日，利丰去年的营业额为188.31亿美元，较2014财年192.88亿美元下滑2.4%，归属于股东的净利润4.21亿美元，与2014财年的5.39亿美元和2013财年的6.12亿美元相比，已经是连续三年下跌。

利丰集团行政总裁冯裕钧表示：“全球经济充满挑战，2016年消费部门可能延续疲态，工厂通缩将持续下去。”

利丰是香港历史最悠久的出口贸易商号之一，如今已经演变成为国际性大型跨国商贸集团；经营出口贸易、零售和经销批发三大核心业务。利丰集团在全球60多个国家拥有1.5万家供应商。美国希尔斯、梅西百货、彭尼百货、科尔士等知名商场，以及近1/3零售商将采购业务委托给利丰。

去年5月沃尔玛从利丰集团收回了部分商品的采购权。根据彭博新闻社援引的沃尔玛公告，沃尔玛决定把部分采购职能转移到沃尔玛内部部门。公告称，未来几个月，沃尔玛将和利丰子公司Direct Sourcing Group (DSG)合作，确保顺利过渡。

当时利丰集团发言人回应称，作为零售商与代工厂之间的纽带，利丰集团将继续作为沃尔玛的重要供应商，双方之间的关系依然是“强大的”。但作为中间商，利丰集团还遭到其他零售商的抛弃。

随后美国手袋及服饰品牌凯特·丝蓓(Kate Spade)也和利丰重新修订合约，自2016年春季起，Kate Spade旗下手袋及配饰产品将由该公司自行采购，只有服装部分会交由利丰负责，变相削减定单。

一个月之后，利丰找到了新的合作伙伴。2015年6月，利丰宣布，其子公司利丰贸易（中国）控股有限公司联合上海最大商业航母百联集团和北方百货巨头北京王府井(21.320, 0.29, 1.38%)集团，共同出资成立一家注册在上海自贸区的合资公司。

合资公司运作之后，百联和王府井将借助利丰遍布全球的成熟的采购网络与供应链管理优势，三方合作推进零售企业自营业务发展，同时通过三方的零售网络来确定和引荐适合的零食商或是品牌商进入三方零售点经营，包括境外商品的采购与分销。

目前合资公司的作用还未见成效，利丰的亚洲业务仅占其销售额的12%，与美国的63%及欧洲的17%仍有差距。

为了应对业绩下滑，降低采购成本，利丰供应链也在继续转移。中国、越南和孟加拉是贸易业务三个最大采购国，利丰主席冯国纶提到集团会继续帮助工厂迁移至其他发展中国家等“更理想的生产基地”，并在业绩发布会上表示如果中国人工成本增长放缓的话，中国劳动密集型产业向越南和孟加拉迁移的速度或将随之而减慢。

不过，冯裕钧在年报中指出，目前所有迹象均显示“2016年对零售业以及全球经济而言将是充满挑战的一年”，不仅通缩压力持续，受促销活动、地缘政治及气候变化所影响，零售市道将持续阴霾，以上负面因素难以控制，利丰集团将继续通过削减成本抵销影响，冯裕钧则预期今年订单可能会有不高于10%的跌幅。

五、环球市场

1、日本2月份实现商品贸易顺差

日本财务省17日公布的数据显示，得益于国际油价下跌，2月份日本商品贸易收支实现2427.7亿日元(1美元约合112日元)顺差，扭转了1月份6487.8亿日元逆差的局面。

数据显示，2月份日本出口额同比减少4%至5.70万亿日元，为连续第五

个月下滑。其中钢铁和矿物性燃料出口额同比下降最为明显，幅度分别为 24.1%和 29.3%。进口额则因国际油价低迷同比大降 14.2%至 5.46 万亿日元。其中液化天然气和原油进口额同比分别减少 43.5%和 33.3%。

目前日本有大量能源需求依靠进口，当月全球原油价格同比下降 38.7%至每桶 30.4 美元，帮助拉低日本整体进口额。

数据还显示，2 月份日本对中国贸易逆差约为 3824 亿日元，同比收窄了 50.5%。其中出口额同比增长 5.1%至约 9339 亿日元，进口额则下滑 20.8%至约 1.32 万亿日元。

2、韩国电商转型 O2O 平台 推生活类服务争抢消费者

韩国亚洲经济 3 月 14 日报道，O2O 服务正在成为韩国电商差别化战略的主要手段。韩国电商在价格、快速配送等方面的竞争已经陷入瓶颈，因此与生活密切相关的服务——如洗车、家政服务、外卖、修鞋等正在成为电商们新的制胜手段。

多家韩国电商纷纷为相关企业提供平台，提供类似服务，变身为“O2O 服务门户网站”。韩国主要电商之一的“11 号街”(11ST)目前成为 O2O 服务的领军者。11 号街在手机应用程序中开设了新分类——“生活 Plus”，集中了各种生活类 O2O 服务企业的信息，包括上门洗车、打扫服务、代收干洗衣物、外卖、修鞋、定制皮鞋、定制衬衫、装修等在内的 14 项服务，消费者可根据自身需要选择接受服务的时间和地点。

3、西班牙的精彩外资年

随着西班牙经济的增长，利率的降低、能源行业和房地产行业的改革成为近几年外国资本对西投资快速增长的原因之一。

2015 年经济增长率达到 3.2%并不是一件小事，这是自 2007 年经济危机爆发第一年以来的最高纪录，可以说西班牙已被确定为房地产及酒店领域的主要投资市场之一。

对于投资西班牙来说，现阶段的形势是非常理想的，对西企业收购并购总额已实现 365 亿欧元，特别是在房地产和能源领域，同时其他领域如电信业和食品业也是外国投资者关注的热门领域。

在能源领域的交易金额达到 100 亿欧元，仅以下三个项目的资金就达到 55 亿欧元：Viesgo 以 25 亿欧元收购 Macquarie 和 WHI 多个资本，其中包括中国银杏树投资公司以 20 亿欧元收购马德里天然气公司；瑟伯罗斯资本管理公司购入西班牙再生能源公司约 10 亿欧元的股权及债务；入股西班牙安迅能源公司的美国私募股权公司则收购西班牙太阳能公司 80% 的股份。

值得注意的是，普华永道年度报告指出，针对可再生能源市场的交易已达到历史最高值，该领域的交易占 2015 年所有投资交易的 28%，而 2014 年针对可再生能源的投资只占全部交易的 12%，上升至全欧洲范围，可再生能源交易几乎达到所有投资交易的一半左右。

房地产领域的交易额达到 40 多亿欧元，其中包括 Sanjose 集团的相关大宗交易。

在这个领域，不动产投资信托已成为一个特殊的媒介，这种方式的交易已达房地产领域全部交易的 45%

2015 年投资交易的来源呈现多元化的特点，以来自美国的 90 亿欧元最为显著，其次是来自法国的 80 亿欧元和来自英国的 50 亿欧元。相应地，经济增长强劲的中国，投资额达 20 亿欧元。

值得注意的是，中国资本对西班牙投资在最近 6 年内增长了 600%，主要体现在旅游、食品、房地产等方面的交易。在旅游业领域，2014 年，海航集团已经收购 NH 酒店集团 29.5% 的股份，2015 年重庆康德实业集团购得巴塞罗酒店集团三家豪华度假酒店。除此之外，仍然有若干个正在进行中的交易，中国资本在西班牙的扩张也将继续。

中国对西投资的第一、第二热门地区分别是马德里和巴塞罗那，经济实力强劲的巴斯克地区则排在第三的位置。

以上这些数据让我们相信 2015 年西班牙已逐渐走出经济危机，危机的消融让外国资本能更加稳定地注资西班牙以及在西发展，同时也使西班牙巩固了其作为欧洲乃至全球经济重点之一的地位。

4、澳经济需警惕“倒春寒”

近两年来，大宗商品价格哀鸿遍野，矿业繁荣的戛然而止使澳大利亚的公共财政压力陡然上升，经济增长有所放缓，甚至出现了衰退的迹象。

不过这一切在近期出现了反转。石油、铁矿石等大宗商品价格的突然反弹，以及澳元的冲高，都为澳大利亚的经济回暖埋下了伏笔。

但是，大宗商品市场出现急涨局面，多是预期推动做多情绪，基本面并未出现实质性改善，如果后续数据不能支持，本轮暴涨行情有可能出现“倒春寒”，即暴涨过后面临深幅调整。

大宗商品价格纷纷回暖

两个月前，国际油价一度触及 12 年来最低。然而经历了连续多周的上涨，目前，国际油价已反弹约 40%。

不仅如此，在步入大幅反弹的路上，油价并不是个例。期铜及铁矿石等原材料价格也大幅上升，一改前期的低迷表现。

铁矿石似乎成了上涨领头羊。近期政策层面暖风频吹，尤其是年初信贷加速投放，大宗商品价格普遍上涨，钢铁企业在春节后复产逐步增多，铁矿石供需形势好转。“钢价大涨使钢厂急于补充原料库存，拉动铁矿石成交好转，价格大幅攀升，但这种急涨的走势较明显。”邱跃成说，从现货供需来看，近期在政策推动以及资金宽松的局面下，钢铁行业供需略有好转，钢价企稳回升也具备基础。但近几日钢价及矿价短时间出现如此大幅度飙升，还是完全超出市场预期，存在较大的资金入市炒作嫌疑，价格回升的持续性不强。如果后期终端需求不能及时跟进，钢价大涨后必将面临大幅回落风险。

兰格经济研究中心首席分析师陈克新也表示，前两年大宗商品的价格持续低落，甚至跌破了成本线，让很多生产商陷入巨额亏损，这对后续的投资和生产供应都有影响。

另一方面，在全球经济乏力的背景下，很多国家和地区都在实施宽松货币政策，包括日本央行和欧洲央行等在内的全球五大央行甚至还开启了负利率通道，为市场注入了大量的流动性。随着美联储加息步伐的放缓，大量避险资金

也开始重回大宗商品领域。

此外，陈克新指出，前不久刚刚结束的 G20 财长和行长会议也达成了稳增长的共识，并且中国经济的企稳预期也让市场增强了信心，这些都影响了大宗商品价格的回升。

前景难料

令澳大利亚暗自庆幸的不仅是大宗商品价格的反弹，一直表现平平的澳元也上演了“一夜惊喜”。而这完全得益于澳去年四季度国内生产总值数据好于预期。

据澳大利亚统计局 3 月 2 日发布的报告显示，受消费支出、房屋建设和公共部门支出增加利好因素的影响，2015 年四季度，澳大利亚国内生产总值环比增长 0.6%，高于此前部分经济学家的预期；年度同比增长了 3%，比 2015 年的 2.5%和 2014 年的 2.6%都高。

2015 年，澳元暴跌。这虽然刺激了出口，但仍不足以抚平铁矿石和煤炭价格崩盘带来的伤痛。直至前不久，澳联储宣布将现金利率维持在 2%不变，澳元暂时企稳。

不过，在陈克新看来，此次大宗商品价格的反弹主要还是由于前期已处于临界点，是在偏低价格基础上的反弹，但目前并没有看到大宗商品市场出现强劲的需求，因此很难说大宗商品将彻底告别低价，还要观察市场的供需变化。如果大宗商品价格能够持续上涨，包括澳大利亚在内的所有资源国家的经济都会得到很大提振。

澳联储指出，未来一年或两年通胀率可能维持低水准，澳元继续随不断变化的经济前景而调整。低通胀或提供放宽政策的空间，货币政策宽松是适当的。可见，澳联储原本并未期望澳元能有出众表现，但澳利好数据以及澳元升速却令人惊讶。

5、欧美经济数据来袭 关注美耐用品订单数据

下周经济数据主要集中在欧美。美国将公布房地产行业销售数据、耐用品订单数据、四季度核心 PCE 指数以及四季度 GDP 年化季率。欧洲将公布各国家

的景气指数以及欧元区消费者信心指数。

3月21日，星期一，美国公布2月成屋销售年化月率、美国2月成屋销售总数年化（万户）。

成屋签约销售指数对于未来成屋销售数据有一定指引，美国1月签约数据跌至一年来低点，主要受到价格走高、库存短缺以及东北部天气恶劣影响，美国成屋购买力走软，预计2月美国成屋销售数据将受此拖累，不及预期。

3月22日，星期二，德国公布3月IFO商业景气指数；欧元区公布3月ZEW经济景气指数。

2月份德国IFO指数中现状指标与预期指标走势分歧，2月IFO商业现状指数上升至112.9，而商业预期指数下跌至98.8，所以，从德国2月的预期指标分项上看，德国3月IFO商业景气指数有走弱风险。

欧元区ZEW经济景气指数一年来呈现明显跌势，3月欧央行超预期宽松是否能对短端市场预期有所提振，有待进一步观察。

3月23日，星期三，美国公布2月新屋销售总数年化（万户）、美国2月新屋销售年化月率；欧元区公布3月消费者信心指数。

美国2月新屋开工数据超预期增长，主要受益于单户型住宅开工数创8年来最高，这提振了地产商对于住宅需求的信心，但值得注意的是，美国营建许可2月走弱，该指标领先未来的建筑活动，这表明未来几个月的新屋指标转好空间有限。

欧元区消费者信心指数2月已降至2014年12月以来最低，表明消费者对经济环境的信心较为负面，3月欧央行进一步宽松的政策或将对短期数据有所提振。

3月24日，星期四，美国公布2月耐用品订单月率初值；美国3月19日当周初请失业金人数。

虽然全球经济放缓导致美国海外市场需求走软，但是美国1月耐用品订单数据依旧创下10个月以来新高，主要受到商用飞机订单暴增的利好，其他行业

例如轿车、电脑、机械及金融，也都呈现出增长态势，这提振了市场对美国制造业的信心。美国3月初请失业金人数四周均值以及非农数据都显示出美国劳动力市场表现良好，预计下周初请失业金人数仍将表现稳定。

3月25日，星期五，美国公布第四季度核心PCE物价指数年化季率、美国第四季度实际GDP年化季率。

核心PCE物价是美联储极为关注的指标之一，前值为1.3%，美联储核心通胀目标为2%，PCE通胀水平的高低将有助于判断美国未来的加息路径。美国第四季度实际GDP年化季率上修为1%，好于预期，美国经济较非美经济体表现优良，但同时，我们仍需关注全球经济持续疲软及金融市场震荡在未来对美国经济的可能拖累。

6、英国预算案下调经济增长预估

英国财政大臣奥斯本16日公布最新一期财政预算案，下调了英国经济未来五年的增长预期，并宣布将实行额外的35亿英镑财政支出缩减计划。

预算案显示，英国预算责任办公室将今明两年的英国经济增长预期由此前预测的2.4%和2.5%分别下调至2.0%和2.2%，并预计2018年和2019年英国经济增速均为2.1%，低于去年秋季预计的2.4%和2.3%。此外，2016-2017财年公共债务占国内生产总值比重升至82.6%，高于去年预计的81.7%。

奥斯本表示，下调增长预期的原因包括金融市场动荡、一些主要经济体增长前景疲弱等全球性风险。英国现在就必须立即采取行动，以免之后付出更高代价。

虽然英国下调了今明两年经济增长预期，但财政部表示今年英国经济增长速度是七国集团中最快的，其就业率创历史新高。英国预算责任办公室下调了英国失业率，预计2016年和2017年英国失业率均降至5.0%。

奥斯本还宣布，将在2020年以前实行额外的35亿英镑财政支出缩减计划，届时预计将会实现财政盈余。但奥斯本没有给出这些缩减计划的具体内容。分析指出，英国已经进行了大幅度的财政紧缩措施，因此这些新的措施将会在哪些领域实施值得关注。

同时，奥斯本还宣布了一系列减税计划，比如将工人个人所得税最高征税等级的起征点由 42385 英镑上调至 45000 英镑；同时，企业税率将从 2020 年 4 月开始降至 17%；降低部分资本收益税税率；下调石油和天然气行业的税率。奥斯本表示，这是一项为中小企业准备的预算案。根据新的减税政策，从 2017 年 4 月开始，将会有 6000 家小型企业不用缴纳商业税，25 万家中小企业的税负减轻。

针对外界不断高涨的批评声，预算案还包括了一些针对大型跨国企业的增税新措施。此外，还增加了对烟草产品的征税，以及两年后对部分含糖饮品征收重税。

英国政府还计划加大教育和基础设施领域的投入。英国政府目前已经通过了在英格兰和伦敦的铁路发展计划，还宣布了针对教育领域的额外投入计划。

英国将于 6 月 23 日举行脱欧公投，此次预算案是公投前最后一份财政预算案。奥斯本指出，英国留在欧盟内将会“更安全、更强大”，如果脱离欧盟则将会引发一系列“危险波动”，可能会损害英国的经济增长。英国预算责任办公室表示，最新经济增长预期是以英国仍然留在欧盟为前提条件进行预估的。

7、印度出口连续 15 个月下降 2 月降幅 5.66%

印度商工部公布数据显示，由于全球需求持续疲软，印度商品出口已连续 15 个月下降，2 月出口额为 207.3 亿美元较去年同期 219.8 亿美元减少 5.66%。2 月进口额为 272.8 亿美元，较上年同期 287.2 亿美元下降 6.54%，贸易赤字收窄至 65.4 亿美元。商工部官员表示，印度出口下降的趋势与全球其他主要经济体一致，并列举 2015 年 12 月美国出口下跌 10.35%、欧盟下降 7.62%、中国减少 1.67% 佐证。本财年出口额远低于上一财年 3103.3 亿美元的态势已很清晰，截止 2015-16 财年 2 月，出口额较去年同期减少 16.73%，仅 2384.1 亿美元。2015-16 财年是印度出口下降的第二年，2014-15 财年出口额较上一财年 3140 亿美元小幅减少。

8、美联储维持联邦基金利率 0.25%-0.5% 不变

3 月 17 日，美联储在 3 月 FOMC 会议上表示，美联储将维持联邦基金利率 0.25%-0.5% 不变，并维持宽松的货币政策以支持就业市场发展和通胀率回归 2%，是否加息取决于实际和预期经济状况以及实时数据分析。联邦基金利率或将在一段时间内保持低于长期预期水平。

9、美国 1 月份国际资本净流入 1184 亿美元

3 月 16 日，美国财政部发布国际资本流动报告显示，美国 1 月国际资本净流入 1184 亿美元。其中，资本流入 1758 亿美元，资本流出 574 亿美元。海外居民 1 月份减持美国国债 335 亿美元。其中，海外私人投资者净买入 228 亿美元，外国政府净卖出 563 亿美元。

六、热点解读

1、中概股回归成果初显，市值飙涨的背后是如履薄冰的勇谋

2016 年 3 月 2 日，巨人网络借壳世纪游轮获证监会“有条件通过”，意味着巨人网络借壳已无实质障碍，将成为继分众传媒借壳七喜控股后第二个成功通过借壳登陆 A 股的中概股。同一天，在美国上市的智联招聘宣布，已聘请财务咨询服务机构道衡为独立财务顾问、Fenwick& West LLP 律师事务所为美国法律顾问，帮助董事会下属的独立特别委员会评估公司之前接到的私有化提议。

受益于中概股回归借壳，七喜控股、世纪游轮分别连续拉出 7 个和 20 个涨停板，借壳所引起的暴富效应极大唤起了中概股回归的激情。目前正在进行私有化的还有奇虎 360、聚美优品、世纪互联、艺龙、酷 6 传媒等多家中概股。

清科研究中心近日发布《2016 年中概股回归投资机会研究报告》，对中概股回归的政策以及市场环境进行了梳理，并对中概股回归的路径和策略选择给予了全面分析，深入挖掘中概股背后的投资价值和逻辑，以供广大欲回归的企业和投资者借鉴参考。

政策东风+发行审核提速助力中概股回归

2015 年中国资本市场改革进入深水区，围绕 A 股的注册制、战略新兴板均被提上日程，新三板市场也迎来分层制度的重大利好，我国多层次资本市场正在逐步形成。在此背景下，去年宣布收到私有化要约的中概股企业数量达到历史之最。在刚刚过去的两会上，证监会主席刘士余又针对注册制、中证金、深港通等问题明确了今年资本市场的改革方向，为今年中概股回归潮奠定了良好的政策环境。

尽管注册制并未出现在今年的政府工作报告中,但从新股发行的节奏来看,市场已经在悄然开始向注册制模式过渡。数据显示,截至3月9日,证监会发审委2016年共计审核46家企业,剔除春节长假和元旦因素,2016年共有47个工作日,意味着证监会对IPO申请企业的审核速度已高达每日一家。此外,IPO审核的另一变化是发审委问询的问题相比之前更加细化、更加全面。种种迹象表明监管层正在尝试包容性审核,通过提高审核效率,降低企业排队时间和成本,同时强化IPO信息披露,淡化公司投资价值审核。逐步向注册制靠拢,无疑对提升中概股回归的效率大有裨益。

图表 8 2015 年促使中概股企业回归的政策及消息

发布时间及发布者	政策/消息名称	主要内容
2015.1.19 商务部	《中华人民共和国外国投资法(草案征求意见稿)》	对外国投资者的定义中采取“实际控制”标准,即实际控制人的国籍决定企业是否为外资企业,继而认定是否为外国投资者
2015.5.19 上交所	战略新兴板建设方案首度亮相	定位新兴和创新企业;实行差异化上市条件和制度
2015.6.11 国务院	《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》	推动特殊股权结构类创业企业在境内上市;推动在上海证券交易所建立战略新兴板
2015.6.19 工信部	《工业和信息化部关于放开在线数据处理与交易处理业务(经营类电子商务)外资股比限制的公告》(196号文)	在全国范围内放开在线数据处理与交易处理业务(经营类电子商务)的外资股比限制,外资持股比例可至100%
2015.11.24 全国股转公司	《全国股转系统挂牌公司分层方案(征求意见稿)》	三套分层方案并行,初步将新三板挂牌企业分为基础层和创新层
2015.12.27 全国人大常委会	审议通过《关于授权国务院在实施股票发行注册制改革中调整适用有关规定的决定(草案)》	标志着推进股票发行注册制改革具有了明确的法律依据
2015.12.31 证监会	完善新股发行制度相关规则	《证券发行与承销管理办法》、《首次公开发行股票并上市管理办法》、《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》、《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》经完善后正式发布,于2016年1月1日起施行

数据来源:投资中国、中商产业研究院

回归路径各有利弊,战略时间资金因素需统筹考量

目前回归主要有两种路径:独立上市和借壳上市。根据回归市场的不同,

又可细分为独立 IPO 在 A 股上市、独立挂牌新三板、借壳 A 股上市公司、借壳新三板已挂牌企业四种方式。今年，中概股回归 A 股的选择还有望新增一个战略新兴板。

其中独立 IPO 所需要的时间最长、要求最高，且申办程序较为严格、复杂，但其优点是股权结构清晰、独立上市，并可以一步到位地回归 A 股。由于股市震荡 IPO 可能会面临关闭，故这种方法比较适合成立运作时间较长、历史沿革明晰、具有雄厚资金实力、且并不急于在较短时间内回归 A 股的大型中概股公司。

与 IPO 相比，新三板挂牌门槛较低、挂牌所需流程和时间也更短，对于尚不具备直接 IPO 和借壳上市条件的公司而言，可以考虑先挂牌新三板，未来再期待转板机制等更多利好政策。比较适合成立运作时间较短、盈利能力欠佳的中小型中概股企业，尤其是互联网行业的中概股企业。

借壳 A 股上市公司的管理较为宽松，且上市时间较短，但需要对收购企业的资产和人员进行重整，能否成功的并购重组会面临一定的风险，且由于壳公司费用一般十分高昂，也会给企业造成较大的资金压力。总体来说，借壳上市比较适合具备较强的资金实力、盈利能力、期望在较短时间内回归 A 股的企业。

由于新三板目前的交易活跃度与 A 股还存在较大差距，故对于流动性要求不太高、希望迅速回归境内资本市场并且能在新三板市场找到业务协同效应较好标的的中概股企业而言，借壳新三板是不错的选择，之所以不选择直接挂牌新三板，是因为此种方式能够同时帮助企业登陆境内资本市场和整合产业链资源，形成 1+1>2 的效果，如世纪佳缘和百合网的并购。

分众巨人成功上岸，背后投资人硕果累累

由于目前尚未有成功在海外退市并在境内完成独立 IPO 再上市的案例，故我们选取两家成功借壳上市的中概股企业—分众传媒和巨人网络来进行分析，以求在某种程度上体现中概股回归的内在逻辑及投资价值。

按照重组方案重组后的公司总股本来计算，相比于在美股退市时的市值，回到 A 股的分众传媒和巨人网络市值都出现了较大幅度的上升，截至 2015 年年底，分众传媒市值增长近 11 倍，而巨人网络市值也增长了 6 倍左右。

以分众传媒背后的投资方复星为例，分众传媒通过借壳七喜控股上市完成后、配套融资实施前，复星通过其全资子公司 Glossy City (HK) Limited 持有上市公司全部已发行股份的 8.09%，约 3.33 亿股，成为七喜控股第三大股东。按照 2015 年 12 月 31 日重组后上市公司的收盘价 42.55 元/股计算，复星目前持有的七喜控股股份对应市值约为 141.69 亿元。而复星之前认购七喜控股股票的成本为 34.83 亿元，短期内回报达 4 倍多。

图表 9 分众传媒和巨人网络借壳上市前后市值对比

	分众传媒	巨人网络	
海外退市	私有化要约	2012/8/13	2013/11/25
	完成私有化退市	2013/5/23	2014/7/14
	私有化过程	283 天	231 天
	退市市值	约合人民币 165 亿元	约合人民币 180 亿元
国内借壳	借壳公司	七喜控股	世纪游轮
	确定借壳公司日期	2015/8/31	2015/10/8
	退市至借壳	830 天	473 天
	借壳作价	457 亿元	131 亿元
	2015.12.31 市值	1751 亿元	1097 亿元
	市值变化	约 11 倍	约 6 倍

数据来源：投资中国、中商产业研究院

磨刀不误砍柴工，回归之路仍值得深思

尽管目前中概股回归势头正猛，已经回归的企业也获得了较好的估值回报，但对于尚未回归的中概股企业仍存在以下问题值得思考：

一、回归流程复杂且耗时，同时伴随较高的金钱成本。在现有法律框架下，中概股回归要完成私有化过程，需要经历在美退市、解除 VIE 架构、借壳或 IPO 重返 A 股，这期间需经历很多的不确定性，在拆除 VIE 架构时如何平衡新老股东之间的利益，同时又保证企业的发展方向不受到影响也是个棘手的问题。而在拆除 VIE 架构后，还得按中国资本市场监管规则重新架构，无论是选择直接 IPO 上市还是借壳，都需作好耐心等待的准备。此外，私有化和拆解 VIE 带给企业的金钱成本不容小觑，尤其在股权交易、外资注销的时候，企业面临高达 20% 的税务成本。

二、中概股回归后市值大涨得益于国内目前的市盈率远高于境外，但随着

2016年资本市场发行提速，供给侧有望得到明显改善，优质企业尤其是互联网优质企业的稀缺性会下降，使得股市整体市盈率下降，从而影响中概股企业回归后的估值。从长远来看，中概股回归仍是大势所趋，但阶段性风险也不容忽视，更不能盲目乐观。

三、仍以两家成功借壳回归的中概股企业为例，分众传媒和巨人网络在完成境外退市之后，都经历了一年多的时间才敲定借壳上市，尤其分众传媒前后还经历了两次借壳，时间成本极难把握。尽管暴风科技回国登陆创业板后拉出了三十余个涨停让一众中概股羡慕不已，但此成功案例几乎不可能复制，近半年国内资本市场跌宕起伏的大环境使得上市地点的选择更加困难。

四、对于欲回归的企业而言，把握好发行节奏也能避免浪费不必要的时间和金钱。目前不仅是中概股企业回归热情高涨，体量大得多的境外VIE架构企业也纷纷加入了回归阵营，而据不完全统计这样的VIE架构企业可能达上千家，回归体量十分惊人。目前几乎所有的券商都已是满负荷运转，对于希望尽早上市的企业而言，提前锁定券商等中介机构也是必要的工作之一。

2、万科迎来“白衣骑士”，从“宝万之争”看中国并购基金市场

3月12日，深圳地铁集团与万科举行战略合作备忘录签约仪式，宣布达成战略合作意向，或成为万科第一大股东，而宝能系可能将就此出局。在此之前，依靠杠杆资金，宝能系在2015年下半年对万科的持股增至24.26%，成为万科第一大股东。

险资的身份及杠杆资金的来源使得宝能系有别于传统并购基金，但由于法规方面的限制，我国本土并购基金难以通过银行贷款等渠道获得足够高的资本量独立进行收购，因此宝能系作为特殊的“野蛮人”，对于我国资本市场具有重要的参考意义。

随着政策放宽及并购市场的强势增长，传统并购基金也迎来发展机遇期，清科研究中心近期推出了《2016年中国并购基金发展研究报告》，从并购基金的基本概念和发展历程切入，剖析中国并购基金的类型、特点及发展现状，并对中信并购基金为代表的传统并购基金及宝能系为代表的特殊并购基金进行分析，以为并购市场及并购基金的管理运营提供借鉴。

万科引入“白衣骑士”深圳地铁，力阻以险资撬动并购杠杆的宝能系

停牌三个月之久的万科 A (000002) 发布公告称, 3 月 12 日深圳地铁集团与万科已举行战略合作备忘录签约仪式, 宣布达成战略合作意向。万科拟主要以新发行股份, 如有差额以现金补足的方式, 收购深圳地铁集团所持有的目标公司的全部或部分股权, 交易规模 400 亿-600 亿, 初步判断深圳地铁很可能成为万科第一大股东。

深圳地铁集团是深圳市属大型国有独资企业, 承担深圳城市轨道交通投融资、建设、运营, 目前净资产 1,503 亿元, 总资产 2,411 亿元, 目前已拥有地铁上盖物业开发项目 10 个。深圳地铁集团也将与万科将建立战略合作关系, 依托“轨道+物业”模式, 共同发展, 以深圳为起点, 逐步实现向珠三角乃至全国其他重点城市的拓展。

如若深圳地铁成功进入万科, 同时伴随着宝能系绯闻“一致行动人”安邦保险与万科于去年年底先后在其集团官网公开发表声明表达互相欣赏和支持, 宝能系希望成为万科实际控制人的目标也将落空。

从 2015 年 6 月至 12 月, 以钜盛华和前海人寿为主的宝能系资金曾大举购入万科 A 股票, 截至万科停牌前, 合计持有万科 A 股票占总股本比例达 24.26%, 稳居第一大股东, 其中 23.53% 的购买资金来源在公告中作了说明。前海人寿部分: 未披露使用杠杆, 全部是竞价交易, 持股万科 A 股份占比 6.66%, 出资 104.97 亿元, 占增持总耗资的 25.83%。披露信息显示, 这部分资金主要来源于前海人寿万能险。钜盛华部分: 大部分是杠杆资金, 持股万科 A 股份占 16.86%。明面上的杠杆包括融资融券、收益互换、资管计划。钜盛华总耗资 301.36 亿元, 其中直接出资约 128.93 亿元; 券商从融资融券、收益互换(以 1:3 计)提供配资 57.57 亿元; 资管计划的优先资金出资方提供 114.87 亿元。

2015 年 7 月, 保监会发布《关于提高保险资金投资蓝筹股票监管比例有关事项的通知》, 《通知》放宽了保险资金投资蓝筹股票监管比例, 对符合条件的保险公司, 将投资单一蓝筹股票的比例上限由占上季度末总资产的 5% 调整为 10%。政策的放宽是 2015 年 7 月后险资对蓝筹疯狂举牌的重要原因, 同时以万能险为代表的高收益类险种也继续寻找短期内高回报的投资方式, 年中断崖式下跌的 A 股股票也就成了险资眼中的“肥肉”。

三大优势助力特殊并购基金异军突起

相较于欧美的发达资本市场，我国本土并购基金发展较晚，自 20 世纪 70 年代美国第四次并购浪潮，以国际私募资本巨头 KKR 为代表的杠杆并购投资基金开始崭露头角，而中国直到 1995 年通过《设立境外中国产业投资基金管理办法》，鼓励国外风险投资公司来华，海外著名风投如凯雷、KKR 等才进入中国。并购基金的新增占比依然较低，2015 年的新募集基金数的 157 支，不到中国私募股权投资市场新募基金的 10%；而在欧美成熟的市场，PE 基金中超过 50% 的都是并购基金。同时由于各方面的限制，中国传统并购基金不像欧美并购基金那样具有较为宽松的市场参与环境，而相比之下，以宝能系为首的特殊并购基金具有三大优势：

1、杠杆率较高

2015 年 2 月 10 日，中国银监会以银监发〔2015〕5 号印发《商业银行并购贷款风险管理指引》规定，商业银行最多只能提供交易总额 60% 的并购贷款，且期限不能超过 7 年，同时国内债券市场，企业债券发行、审批较为严格，并且对低信用等级的债券发行有十分严格的限制。国内现有的所谓并购基金去并购标的，极少使用债务融资。因此，则导致并购基金出现杠杆低，收益率不高，且和所承担的高风险不匹配的状况。而以宝能系为代表的特殊并购基金，依托于险资庞大的资本基础，辅之以融资融券、收益互换等杠杆手段，实现了收购中较高的杠杆率。

2、容易获取企业控制权

私募股权基金在海外主要以并购基金的形式存在，而国内成长型并购基金则为私募股权基金的主流，这与国内外企业发展阶段有着密切关系。对于国有企业，出让企业控制权受到《企业国有资产法》的严格限制；而国内民营企业由于发展时间较短，企业股权相对较为集中，同时现在多是企业创始人在经营企业，并没有放权于职业经理人管理。因此除非企业陷入无法挽救的困境或者收购者开出较高的收购价格，否则企业所有者很难出让企业控制权，这些使得并购基金在国内获取企业控制权相对较难。

此次万科成为收购标的主要基于其有两个特征：1、标的资产状况优秀，升值空间大。万科常年保持着较高的回报水平，市盈率维持在较低的位置，每年能够给股东带来较高的分红，同时具有较高的国际品牌声誉，企业融资成本也较低；2、股权结构较为分散，万科多年没有控股股东，分散的股本结构保证了管理层与中小股东相处和睦，但也为“野蛮人”敲门埋下伏笔。类似于万科这

种股权较为分散的标的，大多是在上市或者多年融资中将股权稀释，此类公司通常市值偏高，对于无法获取足够高杠杆的传统并购基金而言成了“吃不下的肥肉”。

3、资本流动性强，退出渠道畅通

在并购基金完成投资和管理后，便必须退出项目以实现收益。国际市场上，并购基金对并购目标完成整合管理之后，通常会选择并购企业上市或者进行转让股权实现退出。而在国内市场上，企业上市面临层层审批，证监会严格把控拟上市企业财务和管理的运营情况，因此并购基金通过收购企业上市退出将遭遇较大阻力。另外，虽然并购退出也是一个退出渠道，但国内并购退出的收益跟 IPO 比还是相差甚远。

宝能系等特殊并购基金进行并购标的通常为上市公司，相比起一级市场的并购投资具有更好的流动性，通过整合进行可以选择随时获利套出。但私募股权基金无法像宝能系一样以庞大的资本量在二级市场进行公开竞价收购。

参与替代主导，传统并购基金获得快速发展

不同于国外的并购基金，由于杠杆率等方面的限制，使得国内真正有能力独立从事杠杆收购的并购基金较少，目前我国并购基金的投资模式主要依赖于与其他大型公司合作进行，演变成了目前以参与国有企业改革和上市公司+PE 为主的两种并购基金投资模式。两种模式的共同特质都是依托于第三方公司进行并购，与独立进行收购的并购基金相比，这两种模式具有两大优势：一是资金来源充足，基金管理公司与上市公司或国企等第三方公司合作设立并购基金，由第三方公司作为基金 LP 提供部分并购资金。二是退出预期明确，被收购的标的公司未来有明确的注入上市公司或国企的预期，尽管收益率不比 IPO 丰厚，但投资周期较短，风险较低。

日益成熟的政策环境和市场环境也不断催生着传统并购基金发展，2015 年中国并购基金投资案例 55 起，相比 2014 年全年增长 61.8%，投资金额 212.22 亿元，相比 2014 年全年增长 46.9%，也实现了较高的涨幅。2014 年的国企改革为并购基金带来了巨大契机，同时随着资本市场的完善，越来越多的企业发现相比自己开拓新的业务，通过并购上下游产业链来得更加快捷，在市场化变革的驱动下，并购基金或迎来最好发展期。

“宝万之争”可能将以宝能系的失利告终，但在合法合规的前提下，这种并购侧面仍是资本市场日趋成熟的体现。尽管中国并购基金市场还有诸如杠杆率限制、优质并购标的稀缺等各种方面的不利因素，但未来随着“十三五”规划的推进及各种政策红利的持续释放，并购基金预计仍将以更多形式参与到中国资本市场大潮之中。

公司优势

Business Advantage

研究团队

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

数据来源

国家机构：国家统计局/海关总署/商务部/发改委/工信部等

行业协会：各行业协会/企业联合会等

专业机构：商业数据库等

市场调研：问卷调查/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，有针对性地进行分析、切实地解决客户问题；

报告质量

售前：专业性强、认真听取客户需求，针对不同的问题推荐相应的报告；

售中：报告撰写过程中，保持与客户持续沟通，及时了解客户需求的变化；

售后：定期电话跟踪回访，确保客户 100% 满意。



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