

# 中商顾问 · 投资情报周刊

2016年03月07日-2016年03月13日

每周一发行

国务院关于印发实施《中华人民共和国促进科技成果转化法》若干规定

全面二孩落地 部分药企“瞄准”儿童药市场

国内钢市和铁矿石市场大起大落 后市缺乏持续支撑

新三板 1-2 月月报：新三板交投冷淡 分层制度即将落地

90%P2P 平台信息披露不完整 两成无借款合同

电商 3.0 时代，投资人看上的项目得满足三点

新能源汽车故障投诉占比过半 电池问题是根本



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：深圳市福田区中心区红荔路 1001 号银盛大厦 7 层（团市委办公大楼）

香港地址：香港皇后大道中 183 号中远大厦 19 楼

电 话：（0755）25407296 25193390

传 真：（0755）25407715 25654878

中商官网：<http://www.chnci.com/>

财经门户：<http://www.askci.com/>

E - mail：[yubao@askci.com](mailto: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、国务院办公厅关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见... 3	
2、国务院关于印发实施《中华人民共和国促进科技成果转化法》若干规定的通知.....	5
3、国务院关于进一步加强文物工作的指导意见.....	9
4、国务院办公厅关于促进医药产业健康发展的指导意见.....	17
5、关于新旧《会计档案管理办法》有关衔接规定的通知.....	27
二、经济观察.....	29
1、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016年3月1-10日）.....	29
2、50个城市主要食品平均价格变动情况（2016年3月1-10日）	30
3、2016年1-2月份全国房地产开发投资和销售情况.....	31
4、2016年1-2月民间固定资产投资增长6.9%.....	34
5、2016年1-2月份规模以上工业增加值增长5.4%.....	35
6、2016年2月份居民消费价格同比上涨2.3%.....	35
7、就业保持基本稳定 结构出现较大调整—十八大以来我国就业状况.....	38
三、投资市场.....	40
1、蚂蚁金服融资提速 上市“姿势”仍存悬念：打包上市或拆分上市.....	40
2、电商3.0时代，投资人看上的项目得满足三点.....	43
3、2016开局B2B行业大观察.....	46
4、硅谷银行：风投活动趋于放缓.....	47
5、人工智能、农业、制造业……这九个行业是目前硅谷投资热点	50
6、新三板优质企业“取舍”之感.....	53
7、工业4.0时代的智能物流.....	55
8、科技泡沫破灭，跨境资本迎来机会.....	60
9、中国母婴电商的发展史！未来洗牌还是整合？.....	64
10、3.07-3.13一周并购事件.....	68
11、国内一周风投事件统计.....	69
12、证券市场一周回顾.....	75
四、产业市场.....	79
1、国内钢市和铁矿石市场大起大落 后市缺乏持续支撑.....	79
2、全面两孩落地 部分药企“瞄准”儿童药市场.....	80
3、新能源汽车故障投诉占比过半 电池问题是根本.....	82
4、楼市去库存政策空间打开 投资者入市尚待配套措施.....	83
5、央行：7.2亿平米库存房70%在三四线城市.....	85
6、90%P2P平台信息披露不完整 两成无借款合同.....	88
7、钓鱼网站与病毒木马频发背后：网络支付现黑色利益链.....	90
8、国资委巡视组进驻中煤能源等6央企 开展今年首批巡视.....	95
五、环球市场.....	96
1、美元保持下行趋势 加元大幅飙涨.....	96
2、巴西2015年个人电脑销售下跌36% 创10年来新低.....	96

3、印度市场电商战.....	97
4、菲律宾 1 月份接待中国游客同比增逾一倍.....	98
5、日本经济增长修正值跌幅收窄 市场期待更强刺激力度.....	99
6、美国企业依然是并购宠儿.....	101
7、巴西今年 1 月工业产值同比下降 13.8%.....	102
六、热点解读.....	103
1、新三板 1-2 月月报：新三板交投冷淡 分层制度即将落地....	103
2、前两月定增市场出现低落 共计 120 家完成 2694.09 亿.....	110

## 正文

# 一、政策法规

## 1、国务院办公厅关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见

国办发〔2016〕8号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

开展仿制药质量和疗效一致性评价(以下简称一致性评价)工作，对提升我国制药行业整体水平，保障药品安全性和有效性，促进医药产业升级和结构调整，增强国际竞争能力，都具有十分重要的意义。根据《国务院关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》(国发〔2015〕44号)，经国务院同意，现就开展一致性评价工作提出如下意见：

一、明确评价对象和时限。化学药品新注册分类实施前批准上市的仿制药，凡未按照与原研药品质量和疗效一致原则审批的，均须开展一致性评价。国家基本药物目录(2012年版)中2007年10月1日前批准上市的化学药品仿制药口服固体制剂，应在2018年底前完成一致性评价，其中需开展临床有效性试验和存在特殊情形的品种，应在2021年底前完成一致性评价；逾期未完成的，不予再注册。

化学药品新注册分类实施前批准上市的其他仿制药，自首家品种通过一致性评价后，其他药品生产企业的相同品种原则上应在3年内完成一致性评价；逾期未完成的，不予再注册。

二、确定参比制剂遴选原则。参比制剂原则上首选原研药品，也可以选用国际公认的同种药品。药品生产企业可自行选择参比制剂，报食品药品监管总局备案；食品药品监管总局在规定期限内未提出异议的，药品生产企业即可开展相关研究工作。行业协会可组织同品种药品生产企业提出参比制剂选择意见，报食品药品监管总局审核确定。对参比制剂存有争议的，由食品药品监管总局组织专家公开论证后确定。食品药品监管总局负责及时公布参比制剂信息，药品生产企业原则上应选择公布的参比制剂开展一致性评价工作。

三、合理选用评价方法。药品生产企业原则上应采用体内生物等效性试验

的方法进行一致性评价。符合豁免生物等效性试验原则的品种，允许药品生产企业采取体外溶出度试验的方法进行一致性评价，具体品种名单由食品药品监管总局另行公布。开展体内生物等效性试验时，药品生产企业应根据仿制药生物等效性试验的有关规定组织实施。无参比制剂的，由药品生产企业进行临床有效性试验。

四、落实企业主体责任。药品生产企业是一致性评价工作的主体，应主动选购参比制剂开展相关研究，确保药品质量和疗效与参比制剂一致。完成一致性评价后，可将评价结果及调整处方、工艺的资料，按照药品注册补充申请程序，一并提交食品药品监管部门。国内药品生产企业已在欧盟、美国和日本获准上市的仿制药，可以国外注册申报的相关资料为基础，按照化学药品新注册分类申报药品上市，批准上市对视同通过一致性评价；在中国境内用同一生产线生产上市并在欧盟、美国和日本获准上市的药品，视同通过一致性评价。

五、加强对一致性评价工作的管理。食品药品监管总局负责发布一致性评价的相关指导原则，加强对药品生产企业一致性评价工作的技术指导；组织专家审核企业报送的参比制剂资料，分期分批公布经审核确定的参比制剂目录，建立我国仿制药参比制剂目录集；及时将按新标准批准上市的药品收入参比制剂目录集并公布；设立统一的审评通道，一并审评企业提交的一致性评价资料和药品注册补充申请。对药品生产企业自行购买尚未在中国境内上市的参比制剂，由食品药品监管总局以一次性进口方式批准，供一致性评价研究使用。

六、鼓励企业开展一致性评价工作。通过一致性评价的药品品种，由食品药品监管总局向社会公布。药品生产企业可在药品说明书、标签中予以标注；开展药品上市许可持有人制度试点区域的企业，可以申报作为该品种药品的上市许可持有人，委托其他药品生产企业生产，并承担上市后的相关法律责任。通过一致性评价的药品品种，在医保支付方面予以适当支持，医疗机构应优先采购并在临床中优先选用。同品种药品通过一致性评价的生产企业达到3家以上的，在药品集中采购等方面不再选用未通过一致性评价的品种。通过一致性评价药品生产企业的技术改造，在符合有关条件的情况下，可以申请中央基建投资、产业基金等资金支持。

各地区、各有关部门要高度重视，组织引导药品生产企业积极参与，科学规范开展一致性评价相关工作。食品药品监管总局要会同有关部门加强指导，落实相关配套政策，共同推动一致性评价工作。



## 2、国务院关于印发实施《中华人民共和国促进科技成果转化法》若干规定的通知

国发〔2016〕16号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

现将《实施〈中华人民共和国促进科技成果转化法〉若干规定》印发给你们，请认真贯彻执行。

实施《中华人民共和国促进科技成果转化法》若干规定

为加快实施创新驱动发展战略，落实《中华人民共和国促进科技成果转化法》，打通科技与经济结合的通道，促进大众创业、万众创新，鼓励研究开发机构、高等院校、企业等创新主体及科技人员转移转化科技成果，推进经济提质增效升级，作出如下规定。

### 一、促进研究开发机构、高等院校技术转移

(一)国家鼓励研究开发机构、高等院校通过转让、许可或者作价投资等方式，向企业或者其他组织转移科技成果。国家设立的研究开发机构和高等院校应当采取措施，优先向中小微企业转移科技成果，为大众创业、万众创新提供技术供给。

国家设立的研究开发机构、高等院校对其持有的科技成果，可以自主决定转让、许可或者作价投资，除涉及国家秘密、国家安全外，不需审批或者备案。

国家设立的研究开发机构、高等院校有权依法以持有的科技成果作价入股确认股权和出资比例，并通过发起人协议、投资协议或者公司章程等形式对科技成果的权属、作价、折股数量或者出资比例等事项明确约定，明晰产权。

(二)国家设立的研究开发机构、高等院校应当建立健全技术转移工作体系和机制，完善科技成果转化管理制度，明确科技成果转化各项工作的责任主体，建立健全科技成果转化重大事项领导班子集体决策制度，加强专业化科技成果转化队伍建设，优化科技成果转化流程，通过本单位负责技术转移工作的机构或者委托独立的科技成果转化服务机构开展技术转移。鼓励研究开发

机构、高等院校在不增加编制的前提下建设专业化技术转移机构。

国家设立的研究开发机构、高等院校转化科技成果所获得的收入全部留归单位，纳入单位预算，不上缴国库，扣除对完成和转化职务科技成果作出重要贡献人员的奖励和报酬后，应当主要用于科学技术研发与成果转化等相关工作，并对技术转移机构的运行和发展给予保障。

(三)国家设立的研究开发机构、高等院校对其持有的科技成果，应当通过协议定价、在技术交易市场挂牌交易、拍卖等市场化方式确定价格。协议定价的，科技成果持有单位应当在本单位公示科技成果名称和拟交易价格，公示时间不少于 15 日。单位应当明确并公开异议处理程序和办法。

(四)国家鼓励以科技成果作价入股方式投资的中小企业充分利用资本市场做大做强，国务院财政、科技行政主管部门要研究制定国家设立的研究开发机构、高等院校以技术入股形成的国有股在企业上市时豁免向全国社会保障基金转持的有关政策。

(五)国家设立的研究开发机构、高等院校应当按照规定格式，于每年 3 月 30 日前向其主管部门报送本单位上一年度科技成果转化情况的年度报告，主管部门审核后于每年 4 月 30 日前将各单位科技成果转化年度报告报送至科技、财政行政主管部门指定的信息管理系统。年度报告内容主要包括：

1. 科技成果转化取得的总体成效和面临的问题；
2. 依法取得科技成果的数量及有关情况；
3. 科技成果转让、许可和作价投资情况；
4. 推进产学研合作情况，包括自建、共建研究开发机构、技术转移机构、科技成果转化服务平台情况，签订技术开发合同、技术咨询合同、技术服务合同情况，人才培养和人员流动情况等；
5. 科技成果转化绩效和奖惩情况，包括科技成果转化取得收入及分配情况，对科技成果转化人员的奖励和报酬等。

## 二、激励科技人员创新创业

(六)国家设立的研究开发机构、高等院校制定转化科技成果收益分配制度时,要按规定充分听取本单位科技人员的意见,并在本单位公开相关制度。依法对职务科技成果完成人和为成果转化作出重要贡献的其他人员给予奖励时,按照以下规定执行:

1.以技术转让或者许可方式转化职务科技成果的,应当从技术转让或者许可所取得的净收入中提取不低于 50%的比例用于奖励。

2.以科技成果作价投资实施转化的,应当从作价投资取得的股份或者出资比例中提取不低于 50%的比例用于奖励。

3.在研究开发和科技成果转化中作出主要贡献的人员,获得奖励的份额不低于奖励总额的 50%。

4.对科技人员在科技成果转化工作中开展技术开发、技术咨询、技术服务等活动给予的奖励,可按照促进科技成果转化法和本规定执行。

(七)国家设立的研究开发机构、高等院校科技人员在履行岗位职责、完成本职工作的前提下,经征得单位同意,可以兼职到企业等从事科技成果转化活动,或者离岗创业,在原则上不超过 3 年时间内保留人事关系,从事科技成果转化活动。研究开发机构、高等院校应当建立制度规定或者与科技人员约定兼职、离岗从事科技成果转化活动期间和期满后的权利和义务。离岗创业期间,科技人员所承担的国家科技计划和基金项目原则上不得中止,确需中止的应当按照有关管理办法办理手续。

积极推动逐步取消国家设立的研究开发机构、高等院校及其内设院所等业务管理岗位的行政级别,建立符合科技创新规律的人事管理制度,促进科技成果转移转化。

(八)对于担任领导职务的科技人员获得科技成果转化奖励,按照分类管理的原则执行:

1.国务院部门、单位和各地方所属研究开发机构、高等院校等事业单位(不含内设机构)正职领导,以及上述事业单位所属具有独立法人资格单位的正职领导,是科技成果的主要完成人或者对科技成果转化作出重要贡献的,可以按照

促进科技成果转化法的规定获得现金奖励，原则上不得获取股权激励。其他担任领导职务的科技人员，是科技成果的主要完成人或者对科技成果转化作出重要贡献的，可以按照促进科技成果转化法的规定获得现金、股份或者出资比例等奖励和报酬。

2. 对担任领导职务的科技人员的科技成果转化收益分配实行公开公示制度，不得利用职权侵占他人科技成果转化收益。

(九) 国家鼓励企业建立健全科技成果转化的激励分配机制，充分利用股权出售、股权激励、股票期权、项目收益分红、岗位分红等方式激励科技人员开展科技成果转化。国务院财政、科技等行政主管部门要研究制定国有科技型企业股权和分红激励政策，结合深化国有企业改革，对科技人员实施激励。

(十) 科技成果转化过程中，通过技术交易市场挂牌交易、拍卖等方式确定价格的，或者通过协议定价并在本单位及技术交易市场公示拟交易价格的，单位领导在履行勤勉尽责义务、没有牟取非法利益的前提下，免除其在科技成果定价中因科技成果转化后续价值变化产生的决策责任。

### 三、营造科技成果转移转化良好环境

(十一) 研究开发机构、高等院校的主管部门以及财政、科技等相关部门，在对单位进行绩效考评时应当将科技成果转化的情况作为评价指标之一。

(十二) 加大对科技成果转化绩效突出的研究开发机构、高等院校及人员的支持力度。研究开发机构、高等院校的主管部门以及财政、科技等相关部门根据单位科技成果转化年度报告情况等，对单位科技成果转化绩效予以评价，并将评价结果作为对单位予以支持的参考依据之一。

国家设立的研究开发机构、高等院校应当制定激励制度，对业绩突出的专业化技术转移机构给予奖励。

(十三) 做好国家自主创新示范区税收试点政策向全国推广工作，落实好现有促进科技成果转化的税收政策。积极研究探索支持单位和个人科技成果转化的税收政策。

(十四) 国务院相关部门要按照法律规定和事业单位分类改革的相关规定，

研究制定符合所管理行业、领域特点的科技成果转化政策。涉及国家安全、国家秘密的科技成果转化，行业主管部门要完善管理制度，激励与规范相关科技成果转化活动。对涉密科技成果，相关单位应当根据情况及时做好解密、降密工作。

(十五)各地方、各部门要切实加强对科技成果转化工作的组织领导，及时研究新情况、新问题，加强政策协同配合，优化政策环境，开展监测评估，及时总结推广经验做法，加大宣传力度，提升科技成果转化的质量和效率，推动我国经济转型升级、提质增效。

(十六)《国务院办公厅转发科技部等部门关于促进科技成果转化若干规定的通知》(国办发〔1999〕29号)同时废止。此前有关规定与本规定不一致的，按本规定执行。

### 3、国务院关于进一步加强对文物工作的指导意见

国发〔2016〕17号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为切实加强文物工作，进一步发挥文物资源在传承和弘扬中华优秀传统文化、实现中华民族伟大复兴中国梦中的重要作用，现提出如下意见。

#### 一、重要意义

中华民族具有五千多年连绵不断的文明历史，创造了博大精深的中华文化，留下了极其丰厚的文化遗产。文物是不可再生的珍贵文化资源，是国家的“金色名片”，是中华民族生生不息发展壮大的实物见证，是传承和弘扬中华优秀传统文化的历史根脉，是培育和践行社会主义核心价值观的深厚滋养。加强文物保护，让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，对于传承中华优秀传统文化、满足人民群众精神文化需求、提升国民素质、增强民族凝聚力、展示文明大国形象、促进经济社会发展具有十分重要的意义。

近年来，在党中央、国务院的高度重视下，我国文物事业取得了显著成就。全社会保护文物的意识进一步增强，文物保护基础工作不断夯实，资源状况基



本摸清，保护经费和保护力量持续增长，保护状况明显改善，博物馆建设步伐加快，公共文化服务水平稳步提高，文物利用的广度深度不断拓展，文物拍卖市场管理逐步规范，文物对外交流合作日益扩大，文物事业呈现出前所未有的良好态势。同时也应看到，随着经济社会快速发展，文物保护与城乡建设的矛盾日益显现，随着文物数量大幅度增加，文物保护的任务日益繁重，文物工作面临着一些新的问题和困难。全社会保护文物的法治观念有待提升，文物保护的配套法规体系尚需完善；一些地方履行文物保护的责任不到位，法人违法行为屡禁不止；一些文物保护单位因自然和人为因素遭到破坏，一些革命文物的保护没有得到足够重视，尚未核定公布为文物保护单位的不可移动文物消失加快；文物建筑火灾事故多发，盗窃盗掘等文物犯罪屡打不止；文物执法力量薄弱，执法不严、违法不究现象时有发生；文物拓展利用不够，文物保护管理的能力建设有待加强。面对文物保护的严峻形势和突出问题，必须增强紧迫感和使命感，本着对历史负责、对人民负责、对未来负责的态度，采取切实有效措施，进一步加强新时期的文物工作。

## 二、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中、四中、五中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，坚持“保护为主、抢救第一、合理利用、加强管理”的文物工作方针，深入挖掘和系统阐发文物所蕴含的文化内涵和时代价值，切实做到在保护中发展、在发展中保护，努力为建设社会主义文化强国作出更大贡献。

### (二)基本原则。

坚持公益属性。政府在文物保护中应发挥主导作用，公平对待国有和非国有博物馆，发挥文物的公共文化服务和社会教育功能，保障人民群众基本文化权益，拓宽人民群众参与渠道，共享文物保护利用成果。

坚持服务大局。始终把保护文物、传承优秀传统文化、建设共有精神家园作为文物工作服务大局的出发点和落脚点，统筹协调文物保护与经济发展、城乡建设、民生改善的关系，充分发挥文物资源传承文明、教育人民、服务社会、推动发展的作用。

坚持改革创新。深化行政管理体制改革，简政放权、放管结合、优化服务，破除影响文物事业发展的体制机制障碍。更新观念，协同创新，发挥社会各方

面参与文物保护利用的积极性。

坚持依法管理。完善文物法律法规体系，全面落实法定职责，健全依法决策机制，强化责任追究。加大执法力度，严肃查处违法行为，严厉打击文物犯罪。

(三)主要目标。到2020年，文物事业在传承中华优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观、推动中华文化走出去、提高国民素质和社会文明程度中进一步发挥重要作用；文物资源状况全面摸清，全国重点文物保护单位、省级文物保护单位保存状况良好，市县级文物保护单位保存状况明显改善，尚未核定公布为文物保护单位不可移动文物保护措施得到落实；馆藏文物预防性保护进一步加强，珍贵文物较多的博物馆藏品保存环境全部达标；文物保护的科技含量和装备水平进一步提高，文物展示利用手段和形式实现突破；主体多元、结构优化、特色鲜明、富有活力的博物馆体系日臻完善，馆藏文物利用效率明显提升，文博创意产业持续发展，有条件的文物保护单位基本实现向公众开放，公共文化服务功能和社会教育作用更加彰显；文物法律法规体系基本完备，文物保护理论架构基本确立，行业标准体系和诚信体系基本形成；文物行业人才队伍结构不断优化，专业水平明显提升；文物执法督察体系基本建立，执法力量得到加强，安全责任体系更加健全，安全形势明显好转；社会力量广泛参与文物保护利用格局基本形成，文物保护成果更多惠及人民群众，文物资源促进经济社会发展的作用进一步增强，促进中外人文交流的作用进一步发挥。

### 三、明确责任

(一)落实政府责任。各级人民政府要进一步提高对文物保护重要性的认识，敬重祖先留下来的珍贵遗产，依法履行管理和监督责任。地方人民政府要切实履行文物保护主体责任，把文物工作列入重要议事日程，作为地方领导班子和领导干部综合考核评价的重要参考；建立健全文物保护责任评估机制，每年对本行政区域的文物保存状况进行一次检查评估，发现问题及时整改。

(二)强化主管部门职责。要支持文物行政部门依法履行职责，加强文物行政机构建设，优化职能配置。文物保护，基础在县。县级人民政府应根据本地文物工作实际，明确相关机构承担文物保护管理职能。各级文物行政部门要深化行政管理体制改革，转变职能，强化监管，守土尽责，勇于担当。

(三)加强部门协调。各地要建立由主管领导牵头的文物工作协调机制，地

方各级人民政府相关部门和单位要认真履行依法承担的保护文物职责。在有关行政许可和行政审批项目中，发展改革、财政、住房城乡建设、国土资源、文物等部门要加强协调配合。建立文物、文化、公安、住房城乡建设、国土资源、环境保护、旅游、宗教、海洋等部门和单位参加的行政执法联动机制，针对主要问题适时开展联合检查和整治行动。发挥全国文物安全工作部际联席会议作用，公安、海关、工商、海洋、文物等部门和单位要保持对盗窃、盗掘、盗捞、倒卖、走私等文物违法犯罪活动的高压态势，完善严防、严管、严打、严治的长效机制，结案后应及时向文物行政部门移交涉案文物。加强文物行政执法和刑事司法衔接，建立文物行政部门和公安、司法机关案情通报、案件移送制度。工业和信息化部、文物等部门和单位要共同推进文物保护装备产业发展。教育部门要在文物工作急需人才培养方面给予支持和倾斜。

#### 四、重在保护

(一)健全国家文物登录制度。完善文物认定标准，规范文物调查、申报、登记、定级、公布程序。抓紧制定不可移动文物的降级撤销程序和馆藏文物退出机制。建立国家文物资源总目录和数据资源库，全面掌握文物保存状况和保护需求，实现文物资源动态管理，推进信息资源社会共享。

(二)加强不可移动文物保护。对存在重大险情的各级文物保护单位应及时开展抢救性保护，在项目审批上开辟“绿色通道”，在资金安排上予以保障；组织实施一批具有重大影响和示范意义的文物保护重点项目；加强文物日常养护巡查和监测保护，提高管理水平，注重与周边环境相协调，重视岁修，减少大修，防止因维修不当造成破坏。文物保护工程要遵循其特殊规律，依法实行确保工程质量的招投标方式和预算编制规范。加强长城保护。注重革命文物的维修保护。加强大遗址保护和国家考古遗址公园建设。开展水下考古调查，基本掌握水下文物整体分布和保存状况，划定水下文物保护区，实施一批水下文物保护重点工程，加快建设国家文物局水下文化遗产保护中心南海基地，研究建立涵括水下文化遗产的海洋历史文化遗址公园。做好世界文化遗产申报和保护管理工作，加快世界文化遗产监测预警体系建设。

(三)加强城乡建设中的文物保护。高度重视城市改造和新农村建设中的文物保护，突出工作重点，区分轻重缓急，加强历史文化名城、村镇、街区和传统村落整体格局和历史风貌的保护，防止拆真建假、拆旧建新等建设性破坏行为；涉及各级文物保护单位建设控制地带和地下文物埋藏区的建设项目，应当严格按照文物保护法律法规的规定办理相关手续；不可移动文物不得擅自迁移、

拆除，因建设工程确需迁移、拆除的，应当严格按照文物保护法律法规的规定办理相关手续。做好基本建设中的考古调查、勘探、发掘和文物保护工作，搞好配合，提高时效。研究制定文物保护补偿办法，依法确定补偿对象、补助范围等内容。利用公益性基金等平台，采取社会募集等方式筹措资金，解决产权属于私人的不可移动文物保护维修的资金补助问题，使文物所有者和使用者更好地履行保护义务。

(四)加强文物保护规划编制实施。要将文物行政部门作为城乡规划协调决策机制成员单位，按照“多规合一”的要求将文物保护规划相关内容纳入城乡规划。国务院文物行政部门统筹指导各级文物保护单位保护规划的编制工作。全国重点文物保护单位保护规划由省级人民政府组织编制，经国务院文物行政部门审核同意后公布实施。地方各级人民政府要及时核定本行政区域相应级别的文物保护单位和不可移动文物名录，依法划定文物保护单位保护范围和建设控制地带，并通过政务信息平台向社会公开，接受社会监督。

(五)加强可移动文物保护。实施馆藏文物修复计划，及时抢救修复濒危珍贵文物，优先保护材质脆弱珍贵文物，分类推进珍贵文物保护修复工程，注重保护修复馆藏革命文物。实施预防性保护工程，对展陈珍贵文物配备具有环境监测功能的展柜，完善博物馆、文物收藏单位的文物监测和调控设施，对珍贵文物配备柜架囊匣。要为处于地震带的博物馆的珍贵文物配置防震保护设备。实施经济社会发展变迁物证征集工程，征集新中国成立以来反映经济社会发展的重要实物，记录时代发展，丰富藏品门类。

(六)加强文物安全防护。实施文物平安工程，完善文物建筑防火和古遗址古墓葬石窟寺石刻防盗防破坏设施，切实降低文物保护单位安全风险。落实文物管理单位主体责任。夯实基层文物安全管理，健全县(市、区)、乡镇(街道)、村(社区)三级文物安全管理网络，逐级落实文物安全责任；发挥乡镇综合文化站作用，完善文物保护员制度，推行政府购买文物保护服务，逐处落实文物安全责任单位或责任人。

(七)制定鼓励社会参与文物保护的政策措施。指导和支持城乡群众自治组织保护管理使用区域内尚未核定公布为文物保护单位的不可移动文物。制定切实可行的政策措施，鼓励向国家捐献文物及捐赠资金投入文物保护的行为。对社会力量自愿投入资金保护修缮市县级文物保护单位和尚未核定公布为文物保护单位的不可移动文物的，可依法依规在不改变所有权的前提下，给予一定期限的使用权。培育以文物保护为宗旨的社会组织，发挥文物保护志愿者作用。

鼓励民间合法收藏文物，支持非国有博物馆发展。制定文物公共政策应征求专家学者、社会团体、社会公众的意见，提高公众参与度，形成全社会保护文物的新格局。

## 五、拓展利用

(一)为培育和弘扬社会主义核心价值观服务。挖掘研究文物价值内涵，以物知史，以物见人，传播优秀传统文化，引领社会文明风尚。推出一批具有鲜明教育作用、彰显社会主义核心价值观的陈列展览、文物影视节目和图书等多媒体出版物。推动建立中小学生定期参观博物馆的长效机制，鼓励学校结合课程设置和教学计划，组织学生到博物馆开展学习实践活动。

(二)为保障人民群众基本文化权益服务。完善博物馆公共文化服务功能，扩大公共文化服务覆盖面，将更多的博物馆纳入财政支持的免费开放范围。建立博物馆免费开放运行绩效评估管理体系。加强革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区博物馆建设，促进博物馆公共文化服务标准化、均等化。考古发掘单位要依法向博物馆移交文物。推动博物馆由数量增长向质量提升转变，完善服务标准，提升基本陈列质量，提高藏品利用效率，促进馆藏资源、展览的共享交流。实施智慧博物馆项目，推广生态博物馆、流动博物馆，有条件的地方可以建立社区博物馆。提升古遗址古建筑石窟寺展示利用水平，拓宽近现代文物的利用方式。推动有条件的行政机关、企事业单位管理使用的文物保护单位定期或部分对公众开放。

(三)为促进经济社会发展服务。发挥文物资源在文化传承中的作用，丰富城乡文化内涵，彰显地域文化特色，优化社区人文环境。发挥文物资源在促进地区经济社会发展、壮大旅游业中的重要作用，打造文物旅游品牌，培育以文物保护单位、博物馆为支撑的体验旅游、研学旅行和传统村落休闲旅游线路，设计生产较高文化品位的旅游纪念品，增加地方收入，扩大居民就业。实行文物保护的分类管理、精准管理，针对城市、乡村、荒野等不同地域，以考古勘探等工作为基础，合理划定古遗址的保护区划；对传统村落中的文物建筑分别实行整体保护、外貌保护、局部保护，实现文物保护与延续使用功能、改善居住条件相统一。切实加强文物市场和社会文物鉴定的规范管理，积极促进文物拍卖市场健康发展。

(四)大力发展文博创意产业。深入挖掘文物资源的价值内涵和文化元素，更加注重实用性，更多体现生活气息，延伸文博衍生产品链条，进一步拓展产



业发展空间,进一步调动博物馆利用馆藏资源开发创意产品的积极性,扩大引导文化消费,培育新型文化业态。鼓励众创、众筹,以创新创意为动力,以文博单位和文化创意设计企业为主体,开发原创文化产品,打造文化创意品牌,为社会资本广泛参与研发、经营等活动提供指导和便利条件。实施“互联网+中华文明”行动计划,支持和引导企事业单位通过市场方式让文物活起来,丰富人民群众尤其是广大青少年的精神文化生活。

(五)为扩大中华文化影响力服务。积极参与国际文化遗产保护事务,扩大与相关国际组织的合作,形成文物交流双边、多边合作机制。与更多国家和地区签署防止盗窃、盗掘和非法进出境文物双边协定,通过外交、司法、民间等多种形式推进非法流失海外文物的追索与返还。拓宽文物对外展示传播渠道,加强文物与外交、文化、海洋等部门和单位联动。推进与“一带一路”沿线国家文物保护领域的实质性合作。

(六)合理适度利用。任何文物利用都要以有利于文物保护为前提,以服务公众为目的,以彰显文物历史文化价值为导向,以不违背法律和社会公德为底线。文物景区景点要合理确定游客承载量;国有不可移动文物不得转让、抵押,不得作为企业资产经营,不得将辟为参观游览场所的国有文物保护单位及其管理机构整体交由企业管理。

## 六、严格执法

(一)完善文物保护法律法规。加快推进文物保护法、水下文物保护管理条例等法律法规修订工作。省级人民政府和具有立法权的市级人民政府要推动文物保护地方性法规规章制修订工作,健全法治保障体系。

(二)强化文物督察。完善文物保护监督机制,畅通文物保护社会监督渠道。加强层级监督,依法对地方履行文物保护职责情况进行督察,对重大文物违法案件和文物安全事故进行调查督办,集中曝光重大典型案例,对影响恶劣的要约谈地方人民政府负责人。优化国务院文物行政部门执法督察力量配置。

(三)加强地方文物执法工作。地方各级人民政府要结合综合行政执法改革,进一步加强文物执法工作,落实执法责任。加强省级文物行政部门执法督察力量。市县级文物行政部门要依法履行好行政执法职能,也可通过委托由文化市场综合执法队伍或其他综合行政执法机构承担文物执法职能。文物资源密集、安全形势严峻的地方可根据实际需要,设立专门的警务室。文物行政部门要强

化预防控制措施，加大执法巡查力度，及时制止违法行为；建立案件分级管理、应急处置、挂牌督办等机制，建设文物执法管理平台。

(四)严格责任追究。地方各级人民政府、各有关部门和单位因不依法履行职责、决策失误、失职渎职导致文物遭受破坏、被盗、失火并造成一定损失的，要依法依规追究有关人员的责任；涉嫌犯罪的，移送司法机关处理。造成国家保护的珍贵文物或者文物保护单位损毁、灭失的，要依法追究实际责任人、单位负责人、上级单位负责人和当地政府负责人的责任。建立文物保护责任终身追究制，对负有责任的领导干部，不论是否已调离、提拔或者退休，都必须严肃追责。建立健全文物保护工程勘察设计、施工、监理、技术审核质量负责制，对违反国家法律法规和相关技术标准，造成文物和国家财产遭受重大损失的，要依法追究相关单位和人员的责任。

(五)加大普法宣传力度。要将文物保护法的学习宣传纳入普法教育规划，纳入各级党校和行政学院教学内容。文化、新闻出版广电等部门和单位要主动做好文物保护法的宣传普及工作。落实“谁执法谁普法”的普法责任制，各级文物行政部门要将文物保护法的宣传普及作为重要工作任务常抓不懈，切实提高全民文物保护意识和执行文物保护法的自觉性。开展多种形式的以案释法普法教育活动。建立健全文物、博物馆、考古等有关企事业单位的守法信用记录，完善守法诚信行为褒奖机制和违法失信行为惩戒机制。

## 七、完善保障

(一)保障经费投入。县级以上人民政府要把文物保护经费纳入本级财政预算。要将国有尚未核定公布为文物保护单位的不可移动文物保护纳入基本公共文化服务范畴，积极引导和鼓励社会力量参与，多措并举，落实保护资金的投入。探索对文物资源密集区的财政支持方式，在土地置换、容积率补偿等方面给予政策倾斜。加强经费绩效管理和监督审计，提高资金使用效益。大力推广政府和社会资本合作(PPP)模式，探索开发文物保护保险产品，拓宽社会资金进入文物保护利用的渠道。

(二)加强科技支撑。发挥科技创新的引领作用，充分运用云计算、大数据、“互联网+”等现代信息技术，推动文物保护与现代科技融合创新。通过国家科技计划(专项、基金等)，重点支持文物价值认知、保护修复和传统工艺科学化、考古综合技术、大遗址展示利用、文物预防性保护、智慧博物馆等方面的科技攻关，突破一批共性、关键、核心技术；针对土遗址、彩塑壁画、石质文物、

纸质文物、纺织品的保护，实施一批重点科技示范工程，形成系统解决方案；建立跨部门、跨地区的协同创新工作机制，在重点方向成立工程技术研究中心和技术创新战略联盟，全面提升集成创新、区域创新能力。提高文物保护装备制造能力。加快重要和急需标准制修订，支持有关企业、行业标准的制订，完善文物保护准则，进一步推广应用文物保护技术标准和行业规范，提升文物工作标准化、科学化水平。

(三)重视人才培养。实施人才培养“金鼎工程”，加快文博领军人才、科技人才、技能人才、复合型管理人才培养，形成结构优化、布局合理、基本适应文物事业发展需要的人才队伍。组织高等院校、科研院所以及文物大省的专业人才，实施保护项目与人才培养联动战略，加快文物保护修复、水下考古、展览策划、法律政策研究等紧缺人才培养。重视民间匠人传统技艺的挖掘、保护与传承。加强县级文物行政执法、保护修复等急需人才培训，适当提高市县文博单位中高级专业技术人员比例。加大非国有博物馆管理人员、专业人员培训力度，完善文物保护专业技术人员评价制度，加强高等院校、职业学校文物保护相关学科建设和专业设置。

各地、各有关部门和单位要根据本指导意见要求，结合工作实际，认真抓好贯彻落实。

#### 4、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

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

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体系。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人才培养，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到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。

## 5、关于新旧《会计档案管理办法》有关衔接规定的通知

财会[2016]3号

党中央有关部门，国务院各部委、各直属机构，军委后勤保障部、武警总部，各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、档案局，新疆生产建设兵团财务局、档案局，有关中央管理企业：

财政部、国家档案局联合印发的《会计档案管理办法》（财政部 国家档案局令第79号，以下简称新《管理办法》）自2016年1月1日起施行，原《会计档案管理办法》（财会字〔1998〕32号，以下简称原《管理办法》）同时废止。为确保新《管理办法》的有效贯彻实施，实现新旧管理办法平稳过渡，现就

关衔接规定通知如下。

### 一、关于保管期限的衔接规定

(一) 新《管理办法》与原《管理办法》规定的最低保管期限不一致的，按照新《管理办法》的规定执行。

(二) 已到原《管理办法》规定的最低保管期限，并已于 2015 年 12 月 31 日前鉴定可以销毁但尚未进行销毁的会计档案，应按照新《管理办法》的规定组织销毁；已到原《管理办法》规定的最低保管期限，并已于 2015 年 12 月 31 日前鉴定予以继续保管的会计档案，应按照新《管理办法》确定继续保管期限（最低继续保管期限等于新《管理办法》规定的最低保管期限减去已保管期限，下同）。

(三) 已到原《管理办法》规定的最低保管期限，但 2015 年 12 月 31 日前尚未进行鉴定的会计档案，应按照新《管理办法》的规定进行鉴定，确定销毁或继续保管。确定销毁的，应按照新《管理办法》的规定组织销毁；确定继续保管的，应按照新《管理办法》确定继续保管期限。

(四) 未到原《管理办法》规定的最低保管期限的会计档案，应按照新《管理办法》的规定重新划定保管期限。

### 二、关于电子会计资料归档的衔接规定

(一) 单位如在新《管理办法》施行前已利用现代信息技术手段开展会计核算和会计档案管理，其有关工作符合《企业会计信息化工作规范》(财会〔2013〕20 号) 的要求，所形成的、尚未移交本单位档案机构统一保管的会计资料符合新《管理办法》第八条、第九条规定的电子会计档案归档条件的，可仅以电子形式归档保管。2014 年以前形成的会计资料一律按照原《管理办法》的规定归档保管。

(二) 各单位根据新《管理办法》仅以电子形式保存会计档案的，原则上应从一个完整会计年度的年初开始执行，以保证其年度会计档案保管形式的一致性。

## 二、经济观察

### 1、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016年3月1-10日）

2016年3月上旬，据对24个省（区、市）流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，与2月下旬相比，32种产品价格上涨，13种下降，5种持平。

图表 1 流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016年3月1—10日）

产品名称	单位	本期价格（元）	比上期价格涨跌（元）	涨跌幅（%）
<b>一、黑色金属</b>				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	2146.9	162.4	8.2
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	2204.7	171.7	8.4
普通中板（20mm, Q235）	吨	2409.6	272.8	12.8
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	2447.7	257.4	11.8
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	2708.7	120.4	4.7
角钢（5#）	吨	2388.5	194.0	8.8
<b>二、有色金属</b>				
电解铜（1#）	吨	36770.1	953.2	2.7
铝锭（A00）	吨	11183.5	107.7	1.0
铅锭（1#）	吨	13712.5	-72.5	-0.5
锌锭（0#）	吨	14134.5	111.0	0.8
<b>三、化工产品</b>				
硫酸（98%）	吨	191.3	9.3	5.1
烧碱（液碱，32%）	吨	499.8	-0.6	-0.1
甲醇（优等品）	吨	1732.2	-8.4	-0.5
纯苯（石油苯，工业级）	吨	4781.3	231.3	5.1
苯乙烯（一级品）	吨	8720.0	791.7	10.0
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	9142.8	224.9	2.5
聚丙烯（T30S）	吨	6881.7	315.3	4.8
聚氯乙烯（SG5）	吨	5223.1	56.4	1.1
顺丁胶（BR9000）	吨	9573.8	1005.9	11.7
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	7412.5	582.5	8.5
<b>四、石油天然气</b>				
液化天然气（LNG）	吨	3100.7	-80.3	-2.5
液化石油气（LPG）	吨	2868.6	38.2	1.3
汽油（97#）	吨	7005.4	16.1	0.2
汽油（93#）	吨	5627.7	-37.7	-0.7

柴油（0#）	吨	4294.5	25.0	0.6
石蜡（58#半）	吨	6301.3	-164.5	-2.5
<b>五、煤炭</b>				
无烟煤（2号洗中块）	吨	844.2	0.0	0.0
普通混煤（4500大卡）	吨	309.4	4.4	1.4
山西大混（5000大卡）	吨	345.6	5.6	1.6
山西优混（5500大卡）	吨	385.6	5.6	1.5
大同混煤（5800大卡）	吨	405.6	5.6	1.4
焦煤（1/3焦煤）	吨	510.0	0.0	0.0
焦炭（二级冶金焦）	吨	585.5	8.2	1.4
<b>六、非金属建材</b>				
复合硅酸盐水泥（P.C 32.5R 袋装）	吨	223.6	4.3	2.0
普通硅酸盐水泥（P.O 42.5 散装）	吨	223.6	2.0	0.9
浮法平板玻璃（4.8-5mm）	吨	1178.6	4.6	0.4
<b>七、农产品</b>				
稻米（粳稻米）	吨	4347.5	7.5	0.2
小麦（国标三等）	吨	2380.0	0.0	0.0
玉米（黄玉米二等）	吨	1873.5	-33.1	-1.7
棉花（皮棉，白棉三级）	吨	12317.0	-174.7	-1.4
生猪（外三元）	千克	18.6	0.7	3.9
大豆（黄豆）	吨	3701.5	-14.6	-0.4
豆粕（粗蛋白含量≥43%）	吨	2480.9	-47.4	-1.9
花生（油料花生米）	吨	8033.3	72.2	0.9
<b>八、农业生产资料</b>				
尿素（小颗粒）	吨	1368.0	-7.4	-0.5
复合肥（硫酸钾复合肥）	吨	2365.0	0.0	0.0
农药（草甘膦，95%原药）	吨	17932.8	-42.2	-0.2
<b>九、林产品</b>				
人造板（1220*2440*15mm）	张	48.4	0.0	0.0
纸浆（漂白化学浆）	吨	4261.8	-91.1	-2.1
瓦楞纸（高强）	吨	2587.5	7.5	0.3

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 2、50个城市主要食品平均价格变动情况（2016年3月1-10日）

图表 2 50个城市主要食品平均价格变动情况

商品名称	规格等级	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨跌 (元)	涨跌幅 (%)
大米	粳米	千克	6.27	-0.01	-0.2
面粉	富强粉	千克	6.08	-0.03	-0.5



面粉	标准粉	千克	4.89	0.00	0.0
豆制品	豆腐	千克	4.71	0.00	0.0
花生油	压榨一级	升	27.60	0.03	0.1
大豆油	5L 桶装	升	9.87	-0.01	-0.1
菜籽油	一级散装	升	13.65	-0.07	-0.5
猪肉	猪肉后臀尖 (后腿肉)	千克	29.79	-0.18	-0.6
猪肉	五花肉	千克	30.61	-0.21	-0.7
牛肉	腿肉	千克	67.35	-0.29	-0.4
羊肉	腿肉	千克	60.23	-0.36	-0.6
鸡	白条鸡	千克	21.93	0.05	0.2
鸡	鸡胸肉	千克	20.88	0.24	1.2
鸭	白条鸭	千克	18.19	-0.11	-0.6
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	9.37	-0.33	-3.4
活鲤鱼		千克	15.45	-0.28	-1.8
活草鱼		千克	15.74	-0.14	-0.9
带鱼		千克	33.74	-0.41	-1.2
大白菜		千克	3.98	0.24	6.4
油菜		千克	7.39	-0.55	-6.9
芹菜		千克	7.91	-0.27	-3.3
黄瓜		千克	8.73	-0.78	-8.2
西红柿		千克	8.25	-0.26	-3.1
豆角		千克	17.69	1.22	7.4
土豆		千克	4.73	0.04	0.9
苹果	富士苹果	千克	12.07	-0.19	-1.6
香蕉	国产	千克	6.31	-0.02	-0.3

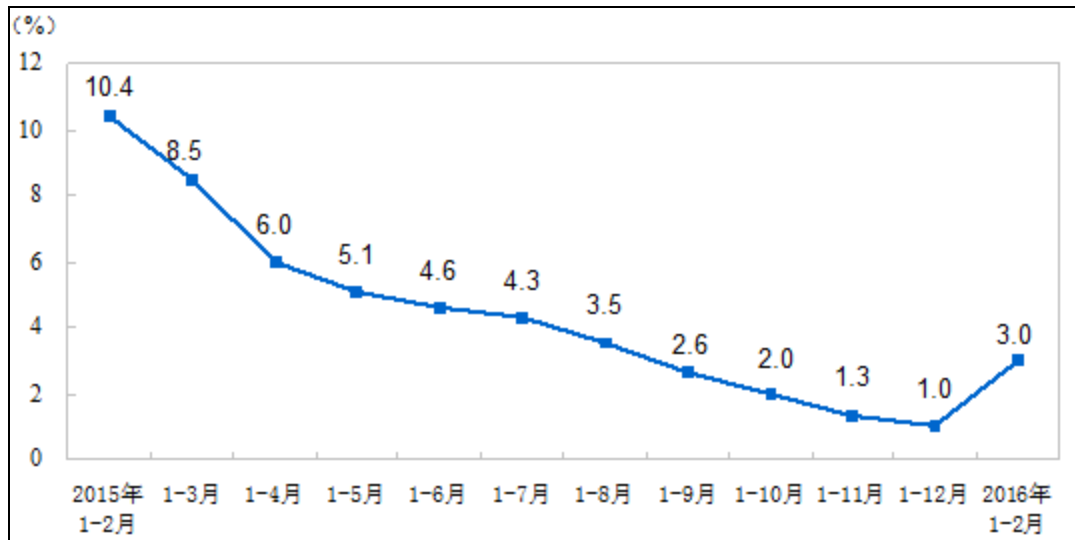
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 3、2016年1-2月份全国房地产开发投资和销售情况

#### 一、房地产开发投资完成情况

2016年1-2月份，全国房地产开发投资9052亿元，同比名义增长3.0%，增速比去年全年提高2个百分点。其中，住宅投资6028亿元，增长1.8%，提高1.4个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为66.6%。

图表 3 全国房地产投资开发增速



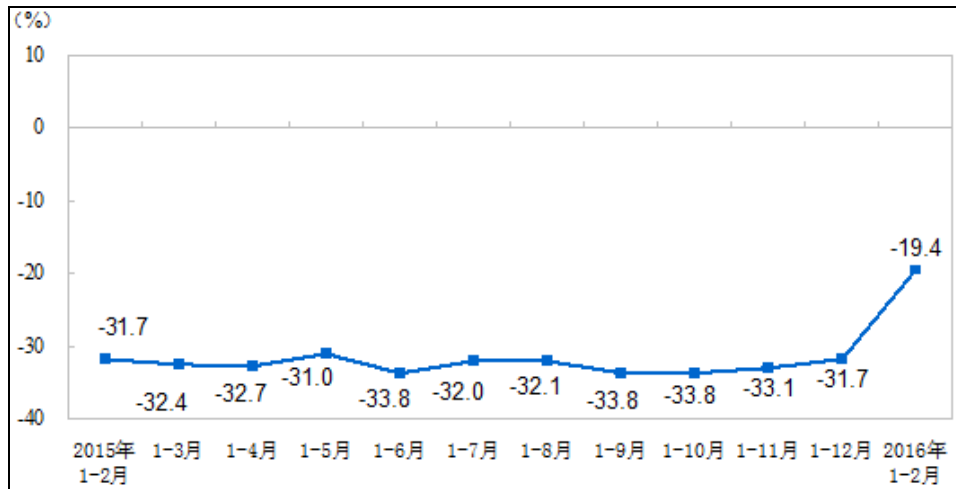
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

1-2 月份，东部地区房地产开发投资 5536 亿元，同比增长 3.7%，增速比去年全年提高 3.2 个百分点；中部地区投资 1678 亿元，增长 4.3%，增速提高 2.5 个百分点；西部地区投资 1838 亿元，下降 0.1%，去年全年为增长 1.3%。

1-2 月份，房地产开发企业房屋施工面积 603544 万平方米，同比增长 5.9%，增速比去年全年提高 4.6 个百分点。其中，住宅施工面积 414617 万平方米，增长 4.2%。房屋新开工面积 15620 万平方米，增长 13.7%，去年全年为下降 14.0%。其中，住宅新开工面积 10811 万平方米，增长 9.7%。房屋竣工面积 13942 万平方米，增长 28.9%，去年全年为下降 6.9%。其中，住宅竣工面积 10127 万平方米，增长 29.8%。

1-2 月份，房地产开发企业土地购置面积 2236 万平方米，同比下降 19.4%，降幅比去年全年收窄 12.3 个百分点；土地成交价款 705 亿元，增长 0.9%，去年全年为下降 23.9%。

图表 4 全国房地产开发企业土地购置面积增速

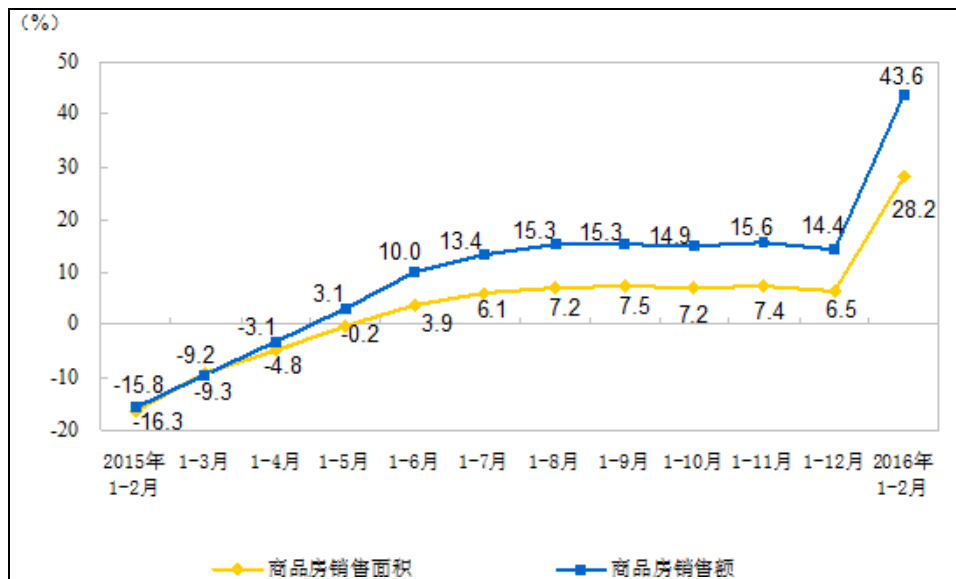


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 二、商品房销售和待售情况

1-2 月份，商品房销售面积 11235 万平方米，同比增长 28.2%，增速比去年全年提高 21.7 个百分点。其中，住宅销售面积增长 30.4%，办公楼销售面积增长 11.0%，商业营业用房销售面积增长 9.4%。商品房销售额 8577 亿元，增长 43.6%，增速提高 29.2 个百分点。其中，住宅销售额增长 49.2%，办公楼销售额增长 29.7%，商业营业用房销售额增长 7.8%。

图表 5 全国商品房销售面积及销售额增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

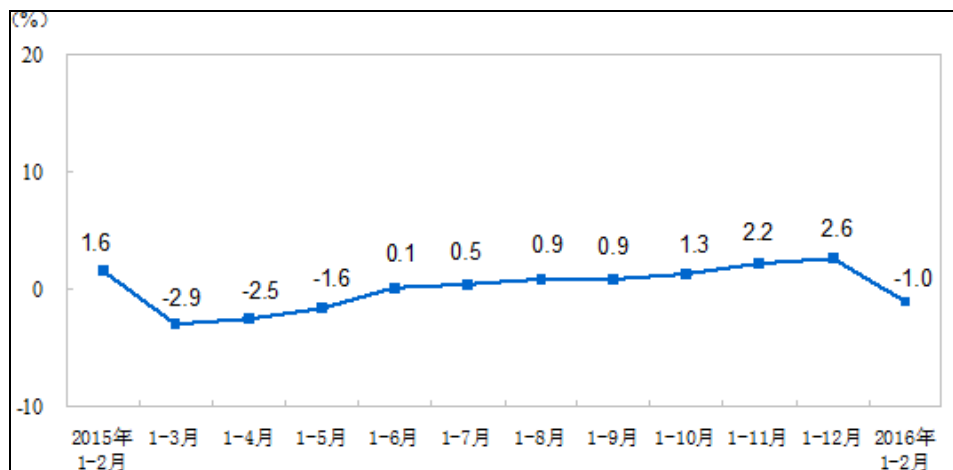
1-2 月份，东部地区商品房销售面积 5691 万平方米，同比增长 35.5%，增速比去年全年提高 27 个百分点；销售额 5742 亿元，增长 57.7%，增速提高 38.1 个百分点。中部地区商品房销售面积 2768 万平方米，增长 26.8%，增速提高 20.7 个百分点；销售额 1439 亿元，增长 30.4%，增速提高 20.5 个百分点。西部地区商品房销售面积 2775 万平方米，增长 16.5%，增速提高 13.1 个百分点；销售额 1397 亿元，增长 13.8%，增速提高 8.8 个百分点。

2 月末，商品房待售面积 73931 万平方米，比去年末增加 2077 万平方米。其中，住宅待售面积增加 1387 万平方米，办公楼待售面积增加 159 万平方米，商业营业用房待售面积增加 294 万平方米。

### 三、房地产开发企业到位资金情况

1-2 月份，房地产开发企业到位资金 21392 亿元，同比下降 1.0%，去年全年为增长 2.6%。其中，国内贷款 4471 亿元，下降 9.5%；利用外资 15 亿元，下降 82.8%；自筹资金 8333 亿元，下降 7.6%；其他资金 8573 亿元，增长 13.3%。在其他资金中，定金及预收款 4806 亿元，增长 8.3%；个人按揭贷款 2817 亿元，增长 30.4%。

图表 6 全国房地产开发企业本年到位资金增速

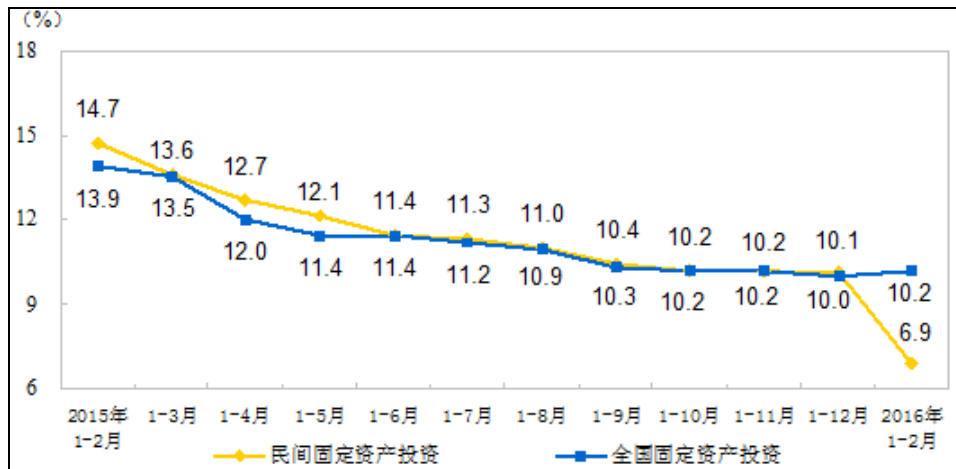


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 4、2016 年 1-2 月民间固定资产投资增长 6.9%

2016 年 1-2 月，民间固定资产投资 23420 亿元，同比名义增长 6.9%，民间固定资产投资占全国固定资产投资（不含农户）的比重为 61.6%。

图表 7 民间固定资产投资与全国固定资产投资增速

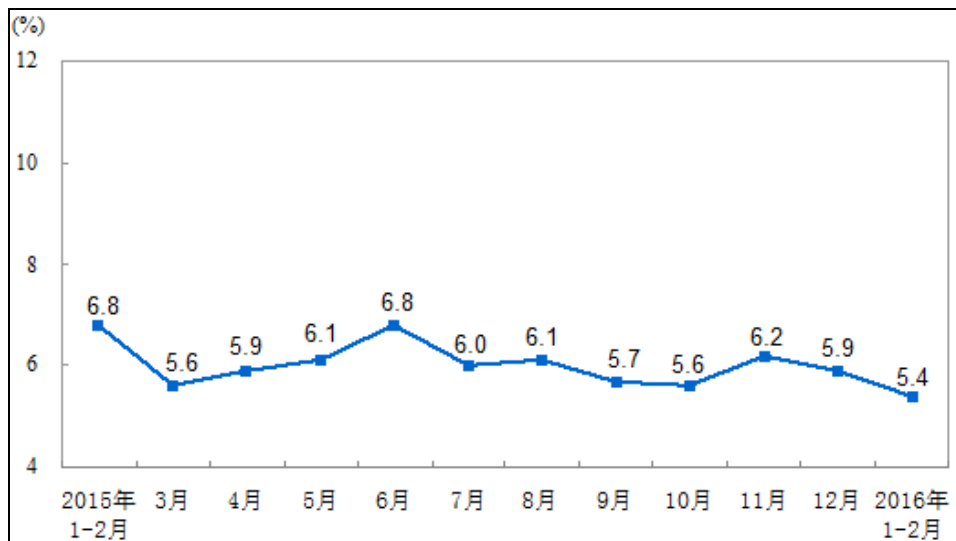


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 5、2016 年 1-2 月份规模以上工业增加值增长 5.4%

2016 年 1-2 月份，规模以上工业增加值同比实际增长 5.4 %（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比 2015 年 12 月份回落 0.5 个百分点；从环比看，2 月份比上月增长 0.38%。

图表 8 规模以上工业增加值同比增长速度



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 6、2016 年 2 月份居民消费价格同比上涨 2.3%

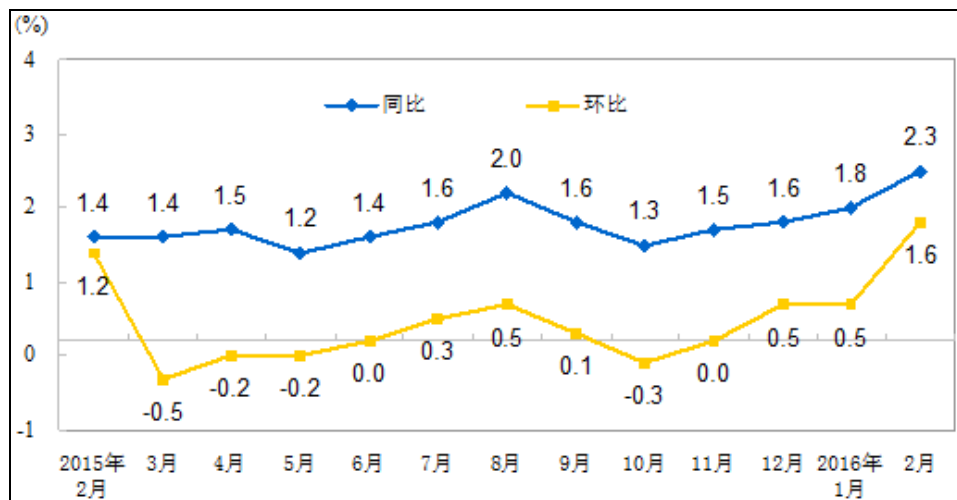
2016 年 2 月份，全国居民消费价格总水平同比上涨 2.3%。其中，城市上涨



2.3%，农村上涨 2.2%；食品价格上涨 7.3%，非食品价格上涨 1.0%；消费品价格上涨 2.6%，服务价格上涨 1.8%。1-2 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 2.0%。

2 月份，全国居民消费价格总水平环比上涨 1.6%。其中，城市上涨 1.6%，农村上涨 1.6%；食品价格上涨 6.7%，非食品价格上涨 0.3%；消费品价格上涨 2.2%，服务价格上涨 0.5%

图表 9 全国居民消费价格涨跌幅



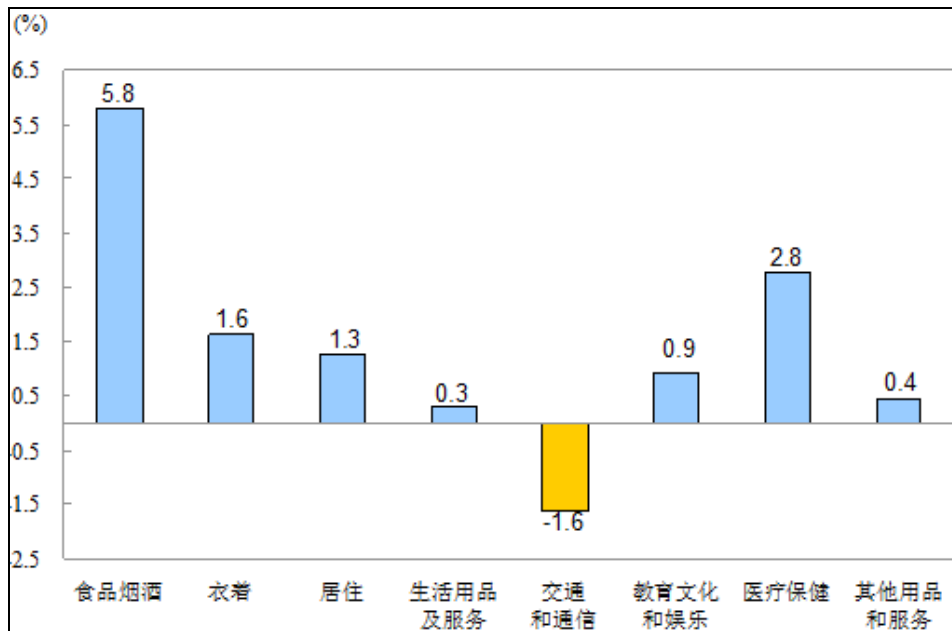
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 一、各类商品及服务价格同比变动情况

2 月份，食品烟酒价格同比上涨 5.8%，影响 CPI 上涨约 1.74 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 30.6%，影响 CPI 上涨约 0.86 个百分点；畜肉类价格上涨 15.1%，影响 CPI 上涨约 0.65 个百分点（猪肉价格上涨 25.4%，影响 CPI 上涨约 0.59 个百分点）；水产品价格上涨 3.5%，影响 CPI 上涨约 0.06 个百分点；粮食价格上涨 0.6%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；鲜果价格下降 7.9%，影响 CPI 下降约 0.15 个百分点；蛋价下降 3.6%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点。

2 月份，其他七大类价格同比六涨一降。其中，医疗保健、衣着、居住、教育文化和娱乐、其他用品和服务、生活用品及服务价格分别上涨 2.8%、1.6%、1.3%、0.9%、0.4%、0.3%；交通和通信价格下降 1.6%。

图表 10 二月份居民消费价格分类别同比涨跌幅



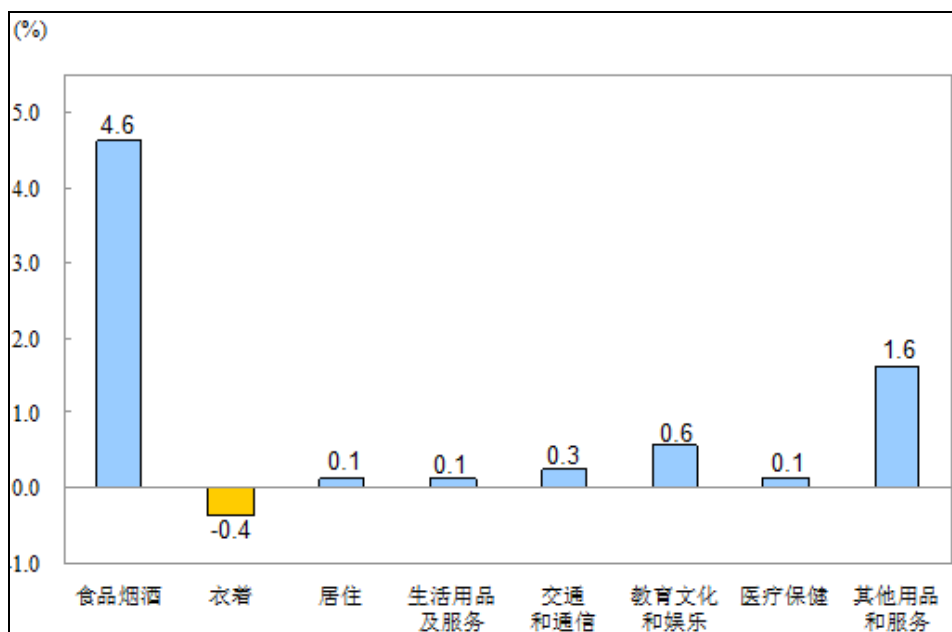
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 二、各类商品及服务价格环比变动情况

2 月份，食品烟酒价格环比上涨 4.6%，影响 CPI 上涨约 1.40 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 29.9%，影响 CPI 上涨约 0.84 个百分点；鲜果价格上涨 6.9%，影响 CPI 上涨约 0.12 个百分点；水产品价格上涨 6.0%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点；畜肉类价格上涨 4.9%，影响 CPI 上涨约 0.23 个百分点（猪肉价格上涨 6.3%，影响 CPI 上涨约 0.17 个百分点）；粮食价格上涨 0.3%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点。

2 月份，其他七大类价格环比六涨一降。其中，其他用品和服务、教育文化和娱乐、交通和通信、医疗保健、居住、生活用品及服务价格分别上涨 1.6%、0.6%、0.3%、0.1%、0.1%、0.1%；衣着价格下降 0.4%。

图表 11 二月份居民消费价格分类别环比涨跌幅



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 7、就业保持基本稳定 结构出现较大调整——十八大以来我国就业状况

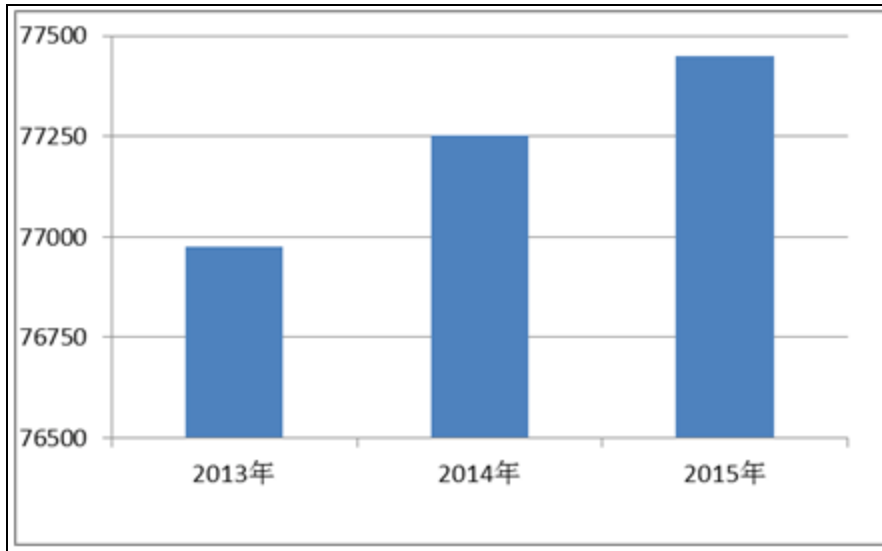
就业是民生之本、和谐之基、安国之策。十八大以来，面对错综复杂的国际形势和艰巨繁重的改革发展稳定任务，面对不断加大的经济下行和稳定就业压力，以习近平同志为总书记的党中央牢牢把握经济社会发展主动权，主动适应经济发展新常态，深入实施就业优先战略和更加积极的就业政策，就业形势保持基本稳定，结构出现较大调整，第三产业和城镇就业大幅增加，个体经济和创业吸收了大量就业，既是经济社会发展的突出成绩，也为经济社会持续稳定健康发展奠定了基础。

### 一、就业规模持续扩大，就业人员有所增加

2015 年末，全国就业人员 77451 万人，比 2012 年的 76704 万人增加 747 万人，年均增加 249 万人。虽然受劳动力供给减少等因素的影响，我国就业人员增加量有所减少，但我国劳动力供给总量仍处高位，就业规模依然庞大，就业总量矛盾仍然突出。就业人员的持续增加，除了各部门、各地区高度重视就业工作，深入实施就业优先战略，积极出台和落实各项稳就业、促就业的政策，千方百计地采取各种措施扩大就业外，主要得益于我国经济保持了比较快的增长。中央明确指出，稳增长就是保就业，要将保障比较充分的就业作为稳定经

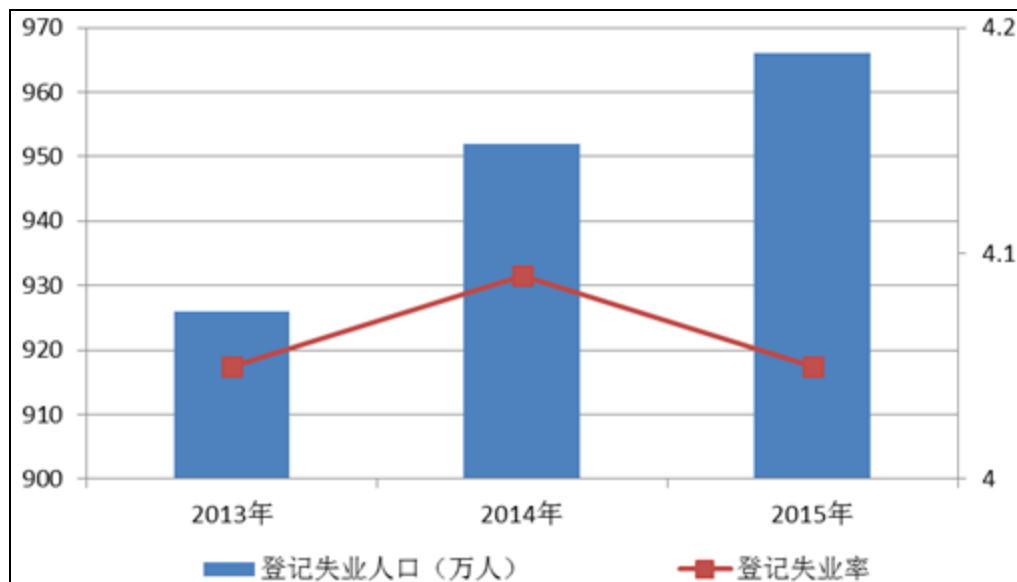
经济增长的目标和底线，要把稳定和扩大就业作为经济社会发展的优先目标，建立经济发展与扩大就业的联动机制。三年来，我国经济年均增长 7.3%，虽然经济增长率有所下降，但经济增长对就业的拉动作用依然明显，经济增长仍然是保障就业的第一稳定器。

图表 12 2013—2015 年全国就业人数（万人）



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 13 2013 年以来城镇登记失业人数和登记失业率



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 三、投资市场

#### 1、蚂蚁金服融资提速 上市“姿势”仍存悬念：打包上市或拆分上市

正在进行 B 轮融资的蚂蚁金服目前传出重磅消息。有外媒报道透露，蚂蚁金服的 B 轮融资将于 4 月中旬完成，筹集金额达到 31 亿美元(约合 200 亿元人民币)，公司整体估值将接近 500 亿美元。

面对《中国经营报》对融资进度与上市时间表的相关问题，蚂蚁金服方面表示不便回应。看来，B 轮融资到位将让蚂蚁金服 IPO 进程再提速，尽管 2017 年在时间节奏是一个合理合适的时间点，但蚂蚁金服具体何时上市、在哪上市、如何上市仍存在诸多悬念。

##### 融资提速

据外媒此次披露的信息显示，蚂蚁金服此轮融资的新投资方除了建银国际外，几家中国大型保险公司、一家政策性银行和一些国有基金在内的原投资集团也计划继续跟投。高盛集团、摩根大通和中国国际投资公司将负责在次轮融资中提供相应的咨询服务。不过，当事相关方均对此表示不予置评。

另一个值得注意的信号则是，本月初蚂蚁金服再次传出业务扩张，除了入股财新传媒外，还与阿里巴巴携手以 23.9 亿港元的价格，买入了香港博彩公司博亚科技的控制股。攻城略地的并购动作也暗示着蚂蚁金服“充裕”的钱袋子和业务扩张的良性态势。

去年 7 月首轮融资中，蚂蚁金服筹集了大约 19 亿美元，吸引了十几家以“国字头”为领衔的投资方分食 12.4% 的公司股份。蚂蚁金服总裁井贤栋也表示，从长远来看，蚂蚁金服会为首次公开招股(IPO)作准备，但是现在没有时间表，不排除在此之前筹集更多资金的可能。

以目前 B 轮融资曝光的信息来看，蚂蚁金服青睐的合作者仍是以国有银行为代表的国字头机构。业内普遍认为，国资背景股东背书能够为互金平台树立良好的形象、带来优质的资产。在辉立证券银行分析师陈星宇看来，蚂蚁金服并不缺钱，其选择国字头的社保基金、险资和银行，对其金融体系搭建、风控能力强化以及征信数据完善均会产生良性影响。



蚂蚁金服青睐国资背景的股东，很大程度是受到当年阿里在上市时由于股东背景以及 VIE 架构解封过程中的麻烦和质疑影响，国资背景的股东为蚂蚁金服带来的更多是在金融审查和金融安全上的良性背书，对其 IPO 的意义玄妙。

据鼎晖投资披露的一份蚂蚁金服融资推介资料曾指出：“蚂蚁金服现有业务涉及很多和阿里巴巴之间的关联交易，在 IPO 之前需要征得相关监管部门的特批。”

蚂蚁金服在 2016 年 1 月底公布的数据显示，截至 2015 年底，余额宝累积用户规模达 2.6 亿，同比增长 42%；余额宝规模增至 6207 亿元，2015 年为用户创造收益 231 亿元。尽管除了支付宝，蚂蚁金服方面没有披露 2015 年其他业务的任何营收数字，但此次传出信息显示在 B 轮融资后其估值将达到 500 亿美元，这一数字在目前中国互联网的独角兽公司中已经达到最高。

看来，按照一般的互联网企业估值方法是用其用户数乘以其单位用户赋值来确定的，如果仅以支付宝 2.6 亿用户为基准，平均到每个用户是单位用户赋值 192.3 美元。衡量到蚂蚁金服的用户基本上是支付宝的使用者，淘宝、天猫等平台的商户，具有极高的用户黏性，并且其项目大部分基于网上电商实际交易为基础，单位用户赋值比较高，但仍在合理范围内。

### 上市悬念

此前，蚂蚁金服将选择上海战略新兴板上市的消息一度甚嚣尘上。2015 年 7 月，市场消息称，上交所已选定蚂蚁金服、中国商飞、大众点评及爱奇艺作为战略新兴板首批挂牌企业。

根据已公布的方案内容，战略新兴板其服务对象突出“创新”与“新兴”两大特质，因而具备“互联网+”的企业被寄予更多期待。民生研究院执行院长管清友分析：据保守估算，目前市场上有意愿且符合标准的企业约 380 家，主要分为四类：奇虎 360 等拆除 VIE 架构回归的中概股；蚂蚁金服等行业地位显著的新兴企业；主板 IPO 排队企业；新三板符合条件的成熟企业。但在他看来：符合战略新兴板上市条件的企业虽然众多，但到底是不是启动上市之旅，企业需要考虑上市的收益和成本。

看来，战略新兴板是一个全新板块，无论从融资能力还是市场成熟度对蚂

蚁金服来讲可能并不是唯一的理想选择。相比之下，2009年以后的创业板相对成熟，对资金的融通能力更强，业务模式也契合，因此亦无法排除蚂蚁金服选择在此上市的可能。

而采取何种方式上市也仍具想象空间。按照蚂蚁金服官网信息显示，目前蚂蚁金服的版图由支付宝、芝麻应用、蚂蚁达客、蚂蚁金融云、余额宝、招财宝、蚂蚁聚财、网商银行、蚂蚁花呗九大业务组成。在中央财经大学法学院教授黄震看来，从内部来看，蚂蚁金服主导的产业、盈利模式是否清晰、可持续性均影响其上市进程。“哪几块业务要放入拟上市中，如何进行分拆、划清关系，作为整体出现，都仍待规划。”

互联网金融资深观察江瀚同样认为，这些业务是全部打包上市还是板块分拆上市仍有悬念。“蚂蚁金服的发展模式是一种平台叠加模式，以支付宝平台为基础不断叠加理财、征信等新的平台，这种模式确保了其对平台的掌控力，但同时也会导致蚂蚁金服的发展受到一定的局限，如果是想打造整体平台，则可能是以蚂蚁金服来整体上市，如果是希望加强盈利业务，则有可能分拆上市。”

另一个值得注意的风险则来自政策层面。前述证券机构认为，蚂蚁金服上市进程受到政策的直接影响，现在证监会的IPO政策依然是审批制，至于注册制何时出台，蚂蚁金服最终是采用审批制还是注册制依然需要看政策的变化。

而伴随IPO进程提速，蚂蚁金服在2016年不可避免将面对夯实内功的挑战。梳理蚂蚁金服目前的主要业务架构可以看到，作为国内互联网金融巨头，蚂蚁金服目前拥有国内最全的金融牌照，包括第三方支付、基金销售、银行、保险以及在审批中的个人征信和证券牌照，业务触角“四通八达”。井贤栋曾公开表示，“在整个蚂蚁金服的业务体系中，支付、理财、融资、保险等业务板块仅是浮出水面的一小部分，真正支撑这些业务的则是水面之下的云计算、大数据和信用体系等底层平台。”

在江瀚看来，这些“水面之下”的业务目前仍未显现出清晰的盈利模式。基于支付宝成长的蚂蚁金服，盈利点仍主要基于支付业务和理财业务。“下一阶段，支付宝等支付业务手续费的上升将加大其所承受的手续费压力，理财业务的竞争加剧也将削弱余额宝的传统优势，代表融资业务的网商银行目前仍未解决远程开户等问题，芝麻信用的增信牌照仍未到位。而随着国家对于互联网金融监管政策的不断明确，蚂蚁金服所辖业务也面临做出随之调整的准备。”

## 2、电商 3.0 时代，投资人看上的项目得满足三点

电商行业发展到现在，经历过好几波潮流，我认为现在已经进入电商 3.0 时代。

### 电商 1.0 平台型电商像百货商场

电商 1.0 主要是平台型的电商，代表企业有早期的 eBay，以及之后的阿里巴巴、京东、当当等公司。

电商 1.0 像百货商场，商品的发现机制是“检索”加“搜索”，用户在购买中会经历一个筛选整理的过程。商品整体来说是多而不精的，决策成本也相对偏高。比如在京东、淘宝上买一个咖啡机，用户通过目录浏览或者输入一个关键词，平台上便会显示出上万个 SKU（库存量单位）供用户挑选。

平台型电商的市值基本都在千亿美元级别。例如阿里巴巴、以及线下的零售巨头沃尔玛，他们都是生态系统级别的企业，对应的市值也在千亿美元级别。

### 电商 2.0 垂直电商像专卖店

电商 2.0 主要是过去 5、6 年兴起的一批垂直性的电商，包括聚美优品、兰亭集势、以及目前规模最大的唯品会等。

电商 2.0 像专卖店，比如用户进入一家 Footlocker（世界最大的体育运动用品零售商），一定是为了寻找体育用品如球鞋。消费者对商品的发现机制是“目的性寻找”，商品的 SKU 偏少、品类相对封闭、品牌延展性相对偏差，但商品比较精致，因而决策成本比百货商场低了不少。例如耐克的直营专卖店、家具店，就是这种类型，在互联网上对应的就是聚美、美乐乐、唯品会等垂直电商。

这种类型公司的市值基本集中在百亿美元的规模。例如唯品会去年市值比较高的时候大概有 200 亿美元的市值，而现在市值大概在 92 亿美元左右。传统线下的 Footlocker 是美国体育用品垂直领域最知名的公司，市值也在 95 亿美元左右。

### 电商 3.0 移动社交电商像买手店

电商 3.0 指的是过去一两年成长起来的一批具有“移动+社交”特性的电商。

电商 3.0 像买手店，每家店聚集的品牌是不一样的，它可能更有自己的调性。其主要服务于对某种定位或调性的商品有兴趣的消费者，更多是在维护自己的客群，用各种方式进行个性化的推荐与发现。这与移动电商的个性化、场景化的定位是类似的。

买手店的模式是小而美的，目前市值规模在十亿美元量级。例如蘑菇街、小红书现在就处于这个量级的市值区间（当然还在成长之中），传统线下的著名精品店 Saks Fifth Avenue 也是以 29 亿美金的估值被收购的。

买手店也能做生态，看看 Wish 的高招

从电商 1.0 进化到电商 3.0，看起来规模盘子在越来越小，但是华创资本投资的美国移动电商 Wish 却有一个非常好的路子来突破限制。

Wish 最早做商品推荐引擎，后来衍生出跨境电商这一商业模式。目前 Wish 已经有数千万的用户规模，主要服务美国等海外国家的中低收入群体，平台上卖家端有大量来自世界各地的卖家。

刚才提到，电商 3.0 时代的移动社交电商往往是像买手店一样“小而美”的，而 Wish 发展到一定体量之后，通过产品矩阵的办法来使得用户范围多元化，大大地提高了自己的价值。

比如，Wish 针对对 3C 品类感兴趣的用户做了第二个 App，名为 Geek。后来又推出了一款 App 叫做 Mama，很明显是针对母婴品类的。Wish 通过前端多元化的产品矩阵办法，在移动上满足不同垂直人群的需求，而在商品后端却是打通的一个全球的供货链条。

Wish 以这个办法希望做到生态系统级的事情，即在电商 3.0 的时代做到电商 1.0 的规模。而目前 Wish 的市值已经是美丽说、蘑菇街的很多倍，未来也肯定能达到百亿甚至千亿美金的级别。

Wish 的创始人 Danny 说，他的竞争对手是沃尔玛，沃尔玛现在一年的 GMV 大概在 4000 多亿美金。相比之下，Wish 还有非常大的成长空间。

从移动电商带来的改变与价值上来说，还可以细致划分，对于非刚需和刚需品类上，移动电商核心要达到的是不同的任务。对于非刚需的品类来说，主要是创造新需求，并且尽量能够提高平台的毛利率；对于刚需品类来说，要做的事情就是增加消费触点，实际上是增加了接触商品的消费触点。

货、价格和用户体验，一个都不能少

电商核心究竟是在做什么？我个人有三点非常简单直观的判断：

1. 货好不好。货好不好有很多个维度，比如品牌、品质、库存的稳定性。用户可能今天拿得到品质很好的货，明天就没有了，这样库存是断的，品质本身也是不稳定的。

2. 价格低不低。如何定义价格低不低呢？这个“低”考量的是电商能够拿到货的价格，并且能够给消费者最终售卖出去的价格。第一，渠道能力是有很影响的。第二，不同品类，能够抽到的毛利率区别会很大。第三个，在一个充分竞争的行业里面毛利率会趋向很低并且是没有净利的，要有利润就要看市场竞争格局如何。如果有门槛，出多高毛利率都有生意。所以垄断其实是最好的一种商业模式。

3. 用户体验好不好。这个体验包括从产品前端的体验，到下单的体验、支付的体验，当然还有很重要的物流速度体验等等。

我们以 C2C 买手制海淘为例，套用上面三个标准评判一下。第一，货源本身有问题。比如在海淘平台上买一个包，真假常常难以保证的。第二，库存不稳定。用户想要买香奈儿的某某款，下了单却没有，因为代购卖家自己也不可能囤货；第三，用户体验不好，跨境物流速度不能保证。因此可以判断，海淘目前还处于非常初期的阶段。

去如何判断一个电商的优劣？需要仔细分析行业状况、品类、消费者和是否存在提升空间。归根结底，投资一个天使或 A 轮的电商项目，可能还没有办法以细节的数据去要求他们，而且很多数据可能还在改变，模式本身也还在转型。但总的来说，我们可以看这家公司想做的事情、想做的品类、服务的用户群、以及竞争环境是否允许赚取利润。



### 3、2016 开局 B2B 行业大观察

评价 B2B 是否春天，可以从资本与业务两个角度进行观察。

资本被认为是这个春天的诱因，2016 年资本环境的开关式变化令 B2B 创业者们措手不及，似乎仍无力把未来拉进现实中来。显然，风险投资对 B2B 项目的投资更加谨慎，追求更精确的投放，对创业项目的审核节点在不停地前移，甚至会认真审视创业者们的早期运营情况，比如相关业务数据等等。2015 年之前，有数个 B2B 创业项目在项目上线之前就获得天使投资；而如今，B2B 创业项目往往需要测试版上线，通过试运营数据来吸引第一笔外部投资。在后续投资上，C 轮死的挑战已经前移到了 A 轮、B 轮上，没有把握好投入/产出比的项目可能面临巨大的风险。另一方面，对标之标的的缺失也影响着投资的推进，不是所有的细分 B2B 行业都适合拿找钢网做对标。

业务上同样面临巨大挑战。第二代 B2B 的特点在于前端把静态信息改造为可交易数据，后端增值服务（物流、加工、金融）介入。在前端，一个问题是人员成本的依赖性，收入曲线更多呈现线性特征。在平台们服务的客户形成自主使用平台的能力之前，平台需要使用大量传统贸易人员进行信息和可交易数据的翻译工作，之后将可交易数据传递给供应商——相关业务人员的多少往往决定了成单的效率，互联网边际成本降低的目标短期内无法实现。后端增值服务方面，利润、乃至营收的获取能力同样受限，这源于平台达成的是较为松散的合作关系，而非形成多方认可的完整生态。无论是平台接洽第三方仓储物流、第三方支付乃至第三方金融合作伙伴，平台都无法以平台建设者的身份自居，在价值分成上难以有足够的话语权，从而实现可观的利益分成。另一方面，如果平台考虑将这些增值服务通过自我供给的方式搭建，无论是行业知识沉淀，还是资金规模储备均难以达成目标。

在投资和业务的双重挑战之下，B2B 平台们如何才能熬到春天？自我造血、加强内控、压缩成本成为平台们不得不做的事情——前期的补贴究竟带来了多少价值将在这一时期充分体现出来。战略上看，合并与合作或许将成为 B2B 平台们等待春天的一种可行方案。

2015 年，B2C 市场上出现了大量的合并案例，比如新美大，58 同城和赶集、携程去哪儿的合并。这些合并案例有几个特征，一、双方的前期投资人避免了扫地出门血本无归的风险，投资机构们的账面收益多多少少会有一些的折让；二、合并的双方用户重合度较高，意味着合并带来的整体规模扩张能力极为有

限；三、双方的市场成本和人员成本将在合并后的一段时间内出现下降。通过合并实现节流，盈利水平上出现了改善，这是一种积极的绥靖政策。那么这种合作有没有可能在这个没有等到春天的 B2B 行业里发生？

从业务的角度上看，部分 B2B 细分市场存在着合并的基础——这些 B2B 细分市场更多存在于集散地分销模型中，而非本地服务模型当中。钢铁、化工领域目前仍处在集散地分销模型，市场格局是领先的 B2B 平台往往呈现出区域割据的特征，比如在钢铁这一细分领域，数家 B2B 平台分别在华北、华东和中南地区实现了站位，向对方优势区域的进入本来将在 2016-2017 年发生，但在资本遇冷的大环境下，竞争的激烈程度恐怕达不到原有的水平。这种基于较低用户重合度的合并，仍将以转化传统流通体系的客户为第一目标，合并的对冲效应不明显，发展速度仍有机会保持在较高速率上。在这个资本寒冬里，低用户重合度的合并或许有着更高的效率，无论对资本、对业务都会获益。在本地服务模型中，比如餐配、生鲜此类市场，由于大家地域布局的接近，较高的客户重合率意味着这种合并本身会出现 B2C 一样的客户对冲的问题。

B2B 市场的另一个机遇或许来自合作。尽管 B2B 平台目前没有成为生态中最有话语权的一方，但 B2B 平台的资源优势为合作带来了空间，甚至这种合作可以在不同功能的 B2B 平台间发生。比如 2015 年底上海钢联与欧浦智网的合作，比如一个跨境 B2B 平台与具有跨境通关、货代、海外仓等资源的 B2B 平台就存在合作的基础，再如本地服务型 B2B 平台与本地化物流 B2B 平台的合作。

对 B2B，2016 年或许将是充满变化的一年。创业 B2B 平台将在资本寒冬下寻找机会活下去并实现较平稳的业务扩张，另一方面，来自传统行业的竞争将逐渐加剧，那些睡醒的狮子们将成为创业平台的野蛮人，究竟是互联网的 B2B 多一些，还是 B2B 的互联网多一些，托比研究团队将保持持续观察。

#### 4、硅谷银行：风投活动趋于放缓

普华永道和 CB Insights 等公司此前已发布报告称，硅谷的风投活动已趋于放缓。更具权威性的美国专注高科技领域的商业银行——硅谷银行（Silicon Valley Bank）周四也发布报告称，与过去前两年相比，初创公司的创始人们如今对企业的前景要更悲观一些。

通过对初创公司的高管进行调研，硅谷银行发布了《2016 美国初创公司展望》。该报告的要点包括：

--36%的受调查者表示，他们的业务将与过去相同或变得更糟。这一比例高于 2015 年的 23%，以及 2014 年的 18%。

--82%的受调查者表示，企业融资目前面临着一些挑战，这与过去两年的调查情况相同。

--风险投资依旧是初创公司募集资金的主要来源。42%的受调查者表示，在获得下一轮资本注入时仍计划引入风险投资。11%的受调查者表示，将引入“天使投资及小型风险投资公司。”

--56%的受调查者表示，他们企业最现实的结果将被收购；17%的受调查者表示将要进行首次公开招股；19%的受调查者称将保持私有化属性。另有 8%的受调查者对前途感到迷茫。

在硅谷银行的这份调查中，颇令人感到意外的是，在企业竞争力与整体经济的健康更紧密结合在一起时，许多初创公司的高管对“接触到人才”感到一丝担忧。不过初创公司的创始人们或许不应当对此问题感到担忧。如果更多的独角兽们（指市值达到或超过 10 亿美元的公司）一败涂地，市场上可供聘用的技术人员数量将会变得更多。

#### 黑石、KKR 等众多 PE 机构纷纷多元化

2008 年后，PE 的融资环境迅速恶化，为追求更多的管理资金，很多机构走上了多元化的道路。其中最大的几家如黑石、KKR 如今已变身为另类资产管理公司。与单一投资策略相比，多元化经营有何优势？波士顿咨询（BCG）的相关研究给出了答案。

大约 10 年前，黑石集团、KKR 和凯雷等即开始寻求多样化经营战略，这使他们管理的资产总额大大提升，并发展为另类资产管理公司。这些企业采用了不同的多元化道路，有的进入新的市场和新的行业，有的则涉足风投和少数股权投资。对 4 大另类资产管理公司分析表明，他们持续加大对债券和不动产的投资，包括基础设施、自然资源和房地产，业务的重心已经不再聚焦于传统的杠杆收购基金。数据显示，在这些企业中，杠杆收购基金在管理总资产的占比从 2010 年的 46%降低到 2014 年的 27%。

2006年~2008年是杠杆收购基金最兴盛的时期,出现了一批规模创纪录的基金。然而2008年国际金融危机爆发后,很多资产管理机构的一般合伙人(GP)融资的难度大大提升。因此,PE机构不得不在传统收购基金以外寻求提升管理资产量的机会。PE机构开始进入新的资产投资领域,以提升有限合伙人的资产配置占比。

一些PE机构希望能获得上市的机会。但由于收购业务的周期波动性很强,为了吸引更多的IPO投资者,PE机构不得不寻找业务多元化的机会。目前5家上市的PE公司(黑石、KKR、Apo1o、凯雷和橡树资本)在上市前都涉足了2~3个其他投资领域,例如房地产、债券和基金中基金(fundsoffunds)。

鉴于业务增长的压力,一些PE企业希望能充分利用自身的智力资本,利用多元化业务形成的合力,获得新的竞争优势。他们在风险评估和合规等职能上投入重金,希望在客户开拓、投资评估、投资执行和投资组合管理等方面形成合力。

例如,黑石公司就建立了全球集团采购项目,将集团在PE和房地产项目中的被投公司的采购需求集合起来,形成强大的购买力。

除了运营上的益处,多元化形成的合力对PE的营销也大有裨益。如KKR就利用自己的多元化优势,向潜在的有限合伙人提供独特的价值主张。

对于像养老基金这样的大型有限合伙人,多元化的基金能提供以下优势:可信的一站式解决方案,更低的资产管理费,更合理的分成费用,以及为客户提供投资规划。

当然,也应该看到很多PE仍然保持着专注经营,利用自己在特殊行业和国家的深度经验及专长赢得利润。BCG近期对19家最大的PE进行分析,发现其中5家仍保持单一的投资策略。其中大部分(8家)只在一个领域内扩张了业务,只有6家在多个资产类别进行投资。BCG预计,规模较小的PE将回归根本,专注于小规模基金募集,而不是成为大型综合性的资产管理机构。

对于大型PE来说,他们将继续推进多元化的进程,巩固自己在另类投资领域的规模优势。而中型PE则可以寻找有限多元化的机会,他们可以通过收购或建立团队来进军那些与核心业务相邻的领域。而小型PE则将回归根本,清晰地将自己的优势定位在一两个领域或者国家,以期待吸引那些寻找顶尖投资能力

的大型基金。对于不同 PE，采取多元化还是单一投资策略并没有统一的答案。他们需要慎重地根据自身的环境、优势和战略定位进行选择。因为今天的选择，将在未来塑造企业的命运。

## 5、人工智能、农业、制造业……这九个行业是目前硅谷投资热点

### 速览全球风投市场

早在两个月前，数据分析公司 CBInsights 和会计审计公司 KPMG 就联合发布《2015 年全球风险投资数据报告》。报告显示，2015 年，全球风险投资总金额达 1285 亿美元，较 2014 年 890 亿美元同比增长 44%，这是 2000 年以来的最高值记录。从整体来看，2015 年风险投资金额规模更大、投资领域更广，包括生命科技、金融科技、零售领域及教育等。但值得注意的是，2015 年，全球风险投资共有 7872 笔投资交易，而该年第四季度只有 1742 笔，且美国欧洲风险投资宗数减少，亚洲却在增加，尤其是中国。

业内得出结论：风投领域，中国与美国的差距正在缩小。

### 硅谷的魅力在于独角兽聚集

一家关注国际风投、商业模式为“左端为数量庞大的优秀中小企业，右端则为各类专业服务商 VC、PE 等”的国内母基金盛景网联观察到：

VC 在中国的投资额 2013 年为 45 亿美元，2014 年为 150 亿美元，2015 年为 370 亿美元，一路增长。2015 年第三季度投资规模呈现增长态势，高达 130 亿美元，第四季度由于互联网服务的投资热潮突然变冷，投资额猛然下降了 40%，VC 投资者开始撤退，交易规模降为 78 亿美元。

VC 在美国投资 2014 年为 560 亿美元，2015 年为 680 亿美元。

这是自 2008 年金融危机以来，因为 IPO 和创业公司出售交易变少，VC 首次放缓退出的步伐。

全球共有 229 家估值超过 10 亿美元的“独角兽”公司（所有估值超过 10 亿美元且创立时间不到 25 年的公司，都被定义为“独角兽”。虽然定义非常宽泛，但实际上，其中约有 75% 的公司是在过去 10 年创办的。），其中估值超过 100

亿美元的“十角兽”公司达 21 家。

据统计, 98 家独角兽从事消费科技业务, 主要集中于零售和分享经济领域。譬如, 零售领域的独角兽包括在线交易市场 Etsy 和阿里巴巴; 在分享经济领域可以看到 Airbnb 和 Lyft。另外, 有 112 家独角兽来自企业技术基础设施和垂直行业, 譬如, 金融技术、医疗技术、清洁技术和目前十分火爆的物联网。

所以, 全球独角兽来自科技行业的各个领域。

据盛景网联合创始人王湘云在硅谷的探索发现, 在所有独角兽公司中, 共有 101 家总部位于美国加州, 还有 23 家位于纽约州, 中国数量也比较多, 达 33 家; 欧洲总共约有 13 家, 分布在德国、英国和其他国家。2015 年是独角兽之年, 新增的独角兽公司约有 40% 位于美国境外, 在总数中占比达 30%。这表明高估值创业公司的分布呈现全球化趋势。这些独角兽的投资者都是全球顶尖投资公司, 几乎都位于美国。排名首位的是 SequoiaCapital (红杉资本), 该公司共投资 37 家独角兽公司, AccelPartners (红点风险投资) 共投资 29 家, AndreessenHorowitz (A16Z) 共投资 28 家。

中国资本大举进入硅谷, 尤其是 BAT:

腾讯围绕硅谷所在的旧金山湾区投资了一系列的互联网和智能硬件公司: 总部在旧金山的打车应用软件 Lyft、定位于 90 后匿名社交的硅谷企业 Whisper、专注体征数据监测设备开发的硅谷公司 Scanadu、位于旧金山湾区圣马特奥市的智能跟踪设备公司 Tile、硅谷的虚拟现实聊天平台 AltspaceVR、硅谷的游戏视频录制和分享公司 Kamcord、硅谷智能硬件孵化器公司 PlaygroundGlobal、总部在西雅图的安卓定制系统开发商 Cyanogen 等。

阿里巴巴的战略投资部虽在旧金山湾区办公, 但其在美国投资的区域和行业比较广, 覆盖游戏、电商、智能家居、安全与技术等领域。最近一年多投资的 6 家公司分别是: Lyft、旧金山多人社交游戏开发公司 Kabam、西雅图母婴用品团购网站 Zulily、硅谷智能家居公司 EvaAutomation、位于纽约的互联网古董拍卖商 FirstDibs、硅谷移动安全和加密技术公司 V-Key。

百度这段时间则只在美国投资过 Uber 和位于旧金山致力于 CDN 服务与云安全的公司 CloudFlare。



未来，硅谷的投资热点和趋势在于：

(1) 汽车及交通运输行业：汽车行业将会被大规模地改变，特别是当完全自动驾驶——或者说无人驾驶的汽车正式成为主流以后；在未来 5 年内，最新款的汽车将会是智能的、“能互相交流”的汽车；到 2025 年，这意味着其中大约 10%是完全自动驾驶的汽车。

(2) 金融行业：金融行业最大的改变可能是投资顾问专家将被机器人顾问所取代；到 2020 年左右，将有高达 2.2 万亿美元的投资是由可以真正“学习”市场投资的人工智能计算机完成。这个行业已经将方向转向自动化程序实现的高频交易，而其他一些公司则向客户许诺使用成熟的算法来自动化管理他们的资金。

(3) 医疗行业：未来医院将会使用机器人来辅助一切，无论是关键的手术，还是照料老年病患和残疾人病患。2000 年，只有 1000 例手术在机器人辅助下完成；到 2014 年，这一数字已经达到了 57000，未来将会继续增长。科技也将会使专业医疗工作者的缺口得到填补。拥有大量老龄化人口的日本，继续在帮助老年人完成简单事务的“陪护机器人”方面领先全球。

(4) 制造业：当前在全球范围内只有 10%的制造业工作是自动化的。接下来的 10 年中，随着机器人价格大幅降低，这一数字将达到 45%。

(5) 农业：农业也将迎来巨大的改变，更多的无人驾驶拖拉机、无人机、以及挤奶机器人将被引入农场。2025 年的农场也将更多地运用人工智能技术和大数据分析来优化农作物产量。

(6) 服务业：随着更多的个人机器人能够完成简单、危险或是重复性高的工作，并进入服务行业，这个行业将会被改变很多。Roomba 已经可以为用户清扫地板，而用来割草、擦窗、洗碗的机器人也将到来。也有一些机器人像家庭成员一样，会陪你说话、对你的情绪做出反应，比如软银 2015 年推出的 Pepper。这类机器人将会变得越来越多。

(7) 人工智能行业：人工智能行业将会迎来爆发，而且随着计算机变得越来越智能，人工智能将会影响全球经济。人工智能技术，可以作出预测或是像人类一样（甚至比人类更好）地思考的软件，到 2024 年可能会是一个 430 亿美元产业。

(8) 军事行业：人工智能也有不利的一面。全球范围内“知识性工作”(knowledgework) 的职位数量将降到 2.3 亿，而一些人已经提出人工智能可能导致“杀手机器人”(killerrobots) 出现。这种顾虑并非空穴来风：飞机和国防行业已经有了不需要人类控制的军用机器，例如自动飞向目标地点的无人机，虽然他们现在仍然让人类来按下发动攻击的按钮。目前，90 个国家将无人机引入作战，其中 30 个国家为无人机配置有武装。商用和军用的无人机，数量在接下来的 5 年内将会达到现在的 3 倍。陆用军事机器人也有可能会出现，像 Google 旗下的波士顿动力研制的“驴”(mule)。其设计意图是用来运输，拥有比人类士兵高很多的负载能力。

(9) 娱乐文化教育行业：影院、电视、游戏、教育，全新的超现实主义世界。

## 6、新三板优质企业“取舍”之惑

新三板挂牌企业，尤其是传统意义上有望获得更大资本运作空间的优质企业，面对创新层和 IPO 会做出什么选择？

根据 21 世纪经济报道持续跟踪了解到，此前，新三板众多优质企业开始陆续接受 IPO 辅导，这样的消息一再刺激着已经非常低迷的市场。

而在目前的 3 月 4 日，证监会例行新闻发布会上，新闻发言人张晓军透露新三板分层机制预计于 2016 年 5 月份正式实施，创新层的政策信号更为明朗。

多家新三板挂牌企业和做市场，在沟通中，呈献给市场其视角下更鲜活的选择案例。

### 摸底企业主倾向

至于众多新三板企业转战 A 股的原因，北京地区一家大型上市券商成长企业融资部讲道：“二级市场的低迷只是很多新三板企业开始动摇的一个因素，更重要的是自从分层征求意见稿公布之后市场陷入了政策真空期，另外转板的机制仍不明朗。”

除了新三板本身的因素之外，外部政策的变化同样起到了推波助澜的作用。

2015年11月6日证监会新闻发布会上，新闻发言人邓舸宣布IPO重启。也正是在IPO重启之后，新三板接受IPO辅导的企业数量开始变大。

另一方面，在新《证券法》出台之前，人大授权国务院可以根据股票发行注册制改革的要求，调整适用现行《证券法》关于股票核准制的规定，对注册制改革的具体制度作出专门安排。

各种因素合力触发了去年年底至今一批新三板企业转战IPO的选择。

新三板企业主的选择可能在最近又出现变化。根据最新的市场信号，方正证券研究所所长高利分析指出：“从改革的推进来说，特别是注册制，去年，包括年初制定的规划里都是把这个注册制作为一个重点，但是今年没有再强调这块，没有把它作为今年的重点，说明可能在这方面非常谨慎。我觉得可能会暂缓推出。”

而此时，有关新三板分层的消息却逐渐多了起来。

3月3日，全国股转系统发布《关于做好挂牌公司分层信息揭示技术准备的通知》，要求各机构在2016年3月31日前做好挂牌公司分层信息揭示相关的技术准备工作。同时，全国股转系统拟定于2016年4月份组织挂牌公司分层信息揭示的全市场测试。

这也是全国股转系统发布分层方案征求意见稿3个多月后，首现官方分层动态。

随后3月4日，证监会例行新闻发布会上，新闻发言人张晓军透露新三板分层机制预计于2016年5月份正式实施。

目前IPO排队的企业已经超过700家，这并不包括新三板上这些接受IPO辅导的企业。注册制推进放缓，IPO每年消化企业的数量有限，而另一方面分层实施后，创新层的企业可能会享受更多制度红利。相比之下，和当年很多企业选择新三板一样，如今企业也将用脚投票。

新鼎资本董事长张驰甚至表示，分层机制实施后，更多在创业板上市的企业会去创新层挂牌，这样时间短，制度灵活，受资金追捧，估值也不低，就会

倒逼 A 股存量改革。

### 创新层红利对标创业板

目前绝大多数接受 IPO 辅导的新三板挂牌企业，登陆 A 股的选择有两种。一是创业板，另外一种选择便是尚在筹备中的战略产业新兴板。

但无论是哪种，时间成本是企业首要应该考虑的要素。

就了解，战新板会优先考虑排队沪市主板的企业。

而创业板方面，新三板企业则需要与超过 700 家的企业一起排队等待漫长的 IPO 流程。

实际上，创新层未来的政策红利也丝毫不亚于 A 股市场。

全国股转系统曾表示，创新层市场将以提高市场效率为核心持续推进制度创新，优先进行融资制度、交易制度的创新试点。

另外，还将对创新层挂牌公司建立一次审批、分期实施的储架发行制度和挂牌公司股东大会一次审议、董事会分期实施的授权发行机制，加强融资定价指导、限售管理和募集资金使用的管理；探索并购贷款和并购基金的可行性。

除此之外，监管层还表示会放开挂牌同时定增时新增股东 35 人的限制。

根据此前的承诺，制度创新会优先在创新层尝试，如果挂牌同时定增放开 35 人股东人数的限制，除了不是公开发行，这与 IPO 在很大程度上非常相似。另外，如果能够推出集合竞价，创新层在交易方式上也将趋同于 A 股市场。

## 7、工业 4.0 时代的智能物流

随着互联网+的发展，智能化和信息化技术在生产与物流中快速普及应用，所有核心环节都将变得更加“智能”。中国智造、互联网+等一个个新名词都在为传统生产与物流产业注入“智能”的基因，智能物流迎来了发展的“黄金阶段”。在当下工业 4.0 时代，智能物流的体系研发和建立越来越成为电商竞争的关键。

3月9日，杭州市商务委员会和清科集团联合主办“海风投资界沙龙智能物流4.0版本”沙龙，解析这个市场前景广阔的朝阳产业，为创业者把脉新形势下的智能物流发展方向，与投资人共同探讨智能物流领域下一个投资风口。

智能物流就是通过先进的物流网技术，通过信息处理和网络通信技术平台，广泛用于物流业运输、仓储、配送、包装、装卸等基本活动环节，实现货物运输过程的自动化运作和高效化的管理。提高物流行业的服务水平，降低成本，减少自然资源和市场资源的消耗。

杭州市智能物流中心已被列为全国智能节点的城市，物流业发展比较稳健。根据市委市政府的规划，到2017年智能物流业增加值突破100亿元，占全市物流业增加值比重达到20%左右。杭州市一些企业，比如阿里巴巴等集团早在几年前全面布局物流体系，针对智能物流体系建设的各个环节也出现了行多创新创业的企业，各知名投资企业纷纷看好物流项目，越来越多的优秀智能物流项目正等待被挖掘。

智能物流具有数据智慧化、网络协同化和决策智慧化的特征，也就是说要实现智能物流功能上的“六个正确”或者“六个适合”，适合的货物、适合的数量、适合的地点、适合的质量、适合的时间、适合的价格，要物品识别、地点跟踪、物品溯源、监控和实时协议。

智能物流的技术主要有四个方面：自动识别、数据挖掘、人工智能、GIS技术。可能对智能行业来说，最能理解的是GPS，帮助物流企业实现基于地理的服务，主要是网点标注，一些物流地图、片区的划分、快速的分单、车辆的监控、配送路线的优化和物流运转过程中形成的数据统计和服务。有些物流企业已经通过数据统计服务，为制造业提供增值服务了。

智能物流未来的发展方向立足点在哪里呢？现在物流行业高效物流和降低成本两个概念同步化，既然要求高效又要降低成本，这对物流行业是挑战。如果要实现这样的要求，按照传统的物流运作方式、运作流程，现有的技术是实现不了的。就要借用智能物流，所以，智能物流未来的发展方向首先是降低成本，在降低成本的同时要提高质量。所以，物流企业一方面通过物流资源进行信息化的调动和有效资源配置降低成本，同时要加强管理，提升服务质量，也就是说物流的发展必须要有智能物流。

智能物流是现代物流的基础，智能物流利用集成和物流化的技术，使物流

系统模仿人的智能，具有思维、感知、学习、推理判断和自行解决物流中某些问题的能力。以物联网为基础的智能物流是工业 4.0 的基础，是提升现代物流效率，降低全物流费用率的理想解决方案。物流装备制造将逐步成为物流系统集成综合解决方案提供商，所以智能制造系统与智能物流的融合发展将成为未来发展的大趋势。

趋势之一：智能化物流系统将融入智能制造工艺流程，实智能制造与智能物流的系统集成。智能物流是工业 4.0 的核心组成部分，在工业 4.0 职能工厂的框架内，智能物流是连接供应和生产的重要环节，也是构建智能工厂的基石。智能单元化物流技术、自动物流装备以及智能物流信息系统是打造智能物流的核心元素。未来智慧工厂的物流控制系统将负责生产设备和被处理对象的衔接，在系统中起着承上启下的作用。

趋势之二：智能物流装备服务的市场化和专业化。智能物流装备服务的市场化和专业化主要表现在以下方面：一是对智能物流装备正常运行的保障性服务，如设备的定期维护、故障排出、零备件供应、远程网络监控运营服务等。二是对物流运作或管理的支持服务，如设备运行质量分析、物流各环节绩效与运行情况分析等。三是技术改进和系统升级服务，可以定时提供整个技术改进和信息系统及控制系统的升级服务。

趋势之三：智能物流仓储将进入快速发展期。智能物流仓储系统是以立体仓库和配送分拣中心为主体，由立体货架等，检测阅读系统、智能通信，实现快速消费行业的需求。

随着物联网、机器人、仓储机器人、无人机等新技术的应用，智能物流仓储系统已成为智能物流方式的最佳解决方案。据不完全统计，截止到 2015 年度，全国已累计建成自动化立体库 2600 多座，烟草、医药零售、电商是主要应用领域，据预测，未来五年，我国物流自动化改造市场空间将达到 1000 多亿。

趋势之四：依托电子商务而兴起的智能物流云仓系统将蓬勃发展。云仓是伴随电子商务而产生的有别于传统仓储方式的智能化仓储模式。传统的仓储是根据配送需要到不同的仓储去分别取货，通过自动拣选，它是最适合电商的一种配送模式。

云仓和传统仓库最大的区别，在于智能自动化装备和信息化软件集成应用，国际快递公司的云仓网络主要是由“信息网+仓储网+干线网+零担网+载配网”，



和电子商务平台实现无缝对接。依托智能制造兴起的云仓，将成为电子商务发展的中坚力量。

趋势之五：智能物流装备市场需求空间巨大。根据目前统计的数据，我国智能物流设备市场的容量到 2014 年已经达到了 496 亿，增长了 28%，2015 年已经达到 684 亿，预计到 2018 年智能物流装备市场容量将达到 1360 亿，年增速将超过 20%以上，这为物流装备市场提供了很大的发展机会。

目前国内的物流行业是小、散、乱的行业，是几千万卡车司机和无数快递员产生的。所以，他们体会的东西是需要如何能依靠一些资源整合，帮他们带动一下，在智能装备应用方面，它不会走得那么快。但从一些技术应用，从我们接触的个体和小企业有一些应用场景，第一个就是获取技术。讲信息化，讲智能物流，最基础的就是针对物流行业作业数据的获取，这是物流行业最薄弱的。讲制造业也好，讲商贸流通也好，这两个大行业相对服务行业信息化程度亿比较高。

物流行业为什么成本高呢？因为获取技术还不够。最基本的信息采集这件事情，在基层来说，在小微企业里，这是没有办法的。因为物流行业的人素质不是很高，讲智能物流很多着眼点就在这个基础上。比如说数据怎么在现场把订单数据在现场智能化的采集进来，这就是一个信息。

普通人接触物流是从快递开始的，所以讲物流，很多都是讲快递。实际上快递在物流行业占的比例不到 10%，下面冰山一角是干线、专线、快运等等。这个层面需要更多的了解下面的场景，不是说理论上，我接触的很多人对这个东西都看不懂。我一直认为这个行业有机会，这就需要物流行业从业者去找。

什么是智慧化？

举个例子，先说仓储，国内有个企业叫尚品宅配，不知道大家是否知道，它是中国家具行业工业 4.0 最典型的代表，他的家具生产线应该是全世界第一的智能化和智慧化。因为今天时间有限，一句话介绍，它是能用批量化生产的方法做定制家具。我主要讲它的仓库，它在佛山有个仓库，就是它所有从家具出来的零部件，从进库到出库全不需要人，有 7000 平米，一直到出来，整个仓库不需要人，最多需要人远程监控，7000 平米的仓库，立体高度达到 18 米，这是一个海量的仓库，可以供应全国四分之三的生产，一个仓库就可以做到，这是非常自动化的。大家看谷歌，看视频的时候，有机器人跑来跑去，那只是

形象的一种表达，其实很多就是流水线、传送带，在整个仓库里。这是中国第一个在家具行业全智慧化的仓储，这就是所谓物流智慧化的表现。你想象一下，这只是公司的一个仓储，像菜鸟在全国打造的五大仓，他们称之为几大战区，一个总仓投资就在几百万以上，今后会出现工厂在仓库里面生产，它仓库大到比工厂还大，很多工厂在里面生产，这一个仓储的环节。

运输环节再举一个例子。以色列有个公司叫 ET9（音），他们有一个优盘大小的设备，这个设备是放在生鲜品和药品里面，它是无限的定位器和传感器。这个设备做什么的呢？比如说一箱水果或者农产品运输到跨海，运输到一个市场之后，其实不同的位置是不一样的，整个货柜的温度不一样，如果能跟踪整个路径上，所有货柜里几百个货担的温度变化，就可以预先知道哪一箱水果最先坏，所以进库的时候顺序就要先卖，卖货的时候温度就要变。如果是药品的话，它是智能化温度的监测。

智能物流主要看三个板块，分别是大数据、云、人工智能，这三个板块毛利率和可复制性更强，技术门槛也比较高。最近看了一些人工智能的项目，它的图片处理可以在很短的时间里海量处理大量的图片，可以在几万张图片中找到某一个破坏的包图，这个技术非常难，也是未来的发展方向。

另外智能物流应用也会关注。这一块相对来说毛利率会低一些，企业家对它的要求也会高一些。看到一些企业，它可能在行业判断上会出现一些误差，会产生一些波折。比如说之前看的一些工程机械自动化的企业，当工程机械行业产生波动的时候，企业几年前可能赚千万，现在就变成负利润的情况，所以会相对谨慎一些。

第三块主要是看智能物流的制造。倾向于核心零部件的投资方向，核心零部件的方向相对来说竞争对手和技术壁垒比较高。如果智能物流制造，你的竞争对手成百上千非常危险，以后很有可能陷入价格战竞争的情况。

智慧物流有四个万亿级市场，就是人、车、货和司机。首先司机是一个巨大的后服务市场。二是车的服务市场，卡车是一个生产工具，还包括里面的相关装备，也在更新换代，所以装备市场也是万亿级的市场。货物的市场主要是指运费市场，运费占了国内 GDP 生产总值，14 年 16.8，所以，这也是一个巨大的市场。这个数据远远高于发达国家 8%到 9%的水平，所以每降低一个百分点就是六千亿的市场份额。还有一个市场是物流金融服务市场，也是万亿级，主要是包括保险和金融保险理赔。

现在传化和菜鸟是平行线。为什么说是平行线？菜鸟主要是服务于上游的电商，菜鸟就是很典型的电商云仓。

对于商家来说，对网商来说，菜鸟就是一个分布式安全库存的仓储节点，这样能实现最快的速度、最高的效率。另外它构建的是八个云仓的核心枢纽，相当于把中国分成了八大军区，它的上游对接的是电子商务的大数据，下游对接的是区域化的物流公司，区域化的分布物流公司。分布式之后，干线上可以集约，八个军区之间货物可以调库，尤其是上面对应生产厂家的时候，实际上可以把自己的货物分布到八个国家落地，比工厂从一个地方节点发散要节约很多路径，这是很绿色的事情。

传化是从 01 年就开始建物流园区。物流园区基于区域的生产聚集、货源的聚集、专线的聚集、第三方物流的聚集，还有物流信息库的聚集做的社会化信息的交流平台、聚集平台。所以，它更多的是服务于传统的物流网络和制造业。

仓储对物流企业来非常重要。仓储不能达到，工业 4.0 如何谈起。从供应链角度来说，西子有几千甚至上万的供应链，如果外部的创业或者中小企业，能够把上万个零部件同时送到工厂，对工厂来说作用非常大，中小企业也有非常大的发展前景。

## 8、科技泡沫破灭，跨境资本迎来机会

美国：新一轮调整期到来

在 2009 年 3 月，纳斯达克前主席麦道夫被宣判入狱 150 年的那一天，以科技股为主的纳斯达克指数创下了 1265 点历史低位，经过接近 7 年时间，于去年年中涨到 5231 点高点。在这段牛市里，每年投资纳斯达克股指的回报率约 25%，良好的回报率吸引了广大普通消费者积极投入股市，要知道股神巴菲特的年回报率只是稳定在 30% 左右，而相比之下，硅谷 VC 的回报率则远没那么理想，其在 2012 年的平均回报率仅有 5.3%。这样的股市狂欢在去年 10 月开始掉头，并一路下走到现在的 4700 点（3 月初）左右。

“由此说明，期待已久的 7、8 年一次的资本市场回调已经开始了。”管理着多支风险投资基金的美国中经合集团合伙人刘勇表示。

实际上，回顾在 2001 年，安然公司的倒闭成为上一轮科技泡沫的导火索；2008 年雷曼兄弟破产，成为次贷危机爆发的标志性事件；而到了 2016 年，则是 LinkedIn 股价的暴跌和大量硅谷创业公司开始裁员；这些都在一定程度上证明了美国硅谷科技泡沫每 7、8 年的周期调整。

历史总是相似的，在上一轮泡沫破灭期，2008、2009 年市场调整的结果便是上市公司股票大跌、非上市公司融资困难、公司估值持续下降等，接着大批创业公司关门大吉，硅谷大型科技公司开始裁员……如今这些情形正在硅谷真实上演。

凛冬已至，当下不少过去几年炙手可热的科技明星、独角兽正在度过最艰难的时期。

于 2009 年成立的 Pure Storage，每年都在不停融资从 A 轮到 F 轮，直到 2014 年 8 月完成最后一轮，达到估值 30 亿美元，并在一年之后 2015 年 10 月上市。但在上市首日，其估值却低于一年之前，只有 29 亿美元，而这仅仅是开始。2015 年 11 月，另一家明星公司 Square，在 10 月上市时市值只有 29 亿美元，与 2014 年最后一轮估值 60 亿美元相比，市值在二级市场几乎跌了一半。

可以发现，“在 VC/PE 阶段产生的估值泡沫，到了二级市场得不到市场认可。”刘勇表示，这样的直接结果便是创业公司估值下降。

市场的不景气除了估值下降外，还体现在裁员潮的涌动。进入 2016 年后，Yahoo、VMware、黑莓等老牌公司，和 Tango、NetApp 等初创公司纷纷开始裁员。市场研究机构 DataFox 的数据显示，仅在今年 2 月份，便至少有 18 家科技企业或与科技相关的企业进行裁员，雅虎裁员将超过 1500 人，NetApp 裁员 12%，Zenefits 裁员 250 人……包括硅谷最著名的 VC 集团 Andreessen Horowitz (A16Z) 均开始裁员。

“裁员已经成为硅谷目前最新的趋势。而硅谷曾经的独角兽们，在褪下华丽的外衣之后，有的上市之后市值下跌，有的甚至没有上市机会，同时面临新一轮估值调低。”作为一名长期活跃在美国的投资人，刘勇如此评论道当今硅谷的形势。

另一方面，嗅觉敏感的资本在创业者产生畏惧之心前，便开始观望、谨慎起来。数据显示，2015 年与 2014 年同期相比，无论是 Pre-A 轮还是 IPO 阶段，

投资交易量总数下降幅度达 50%。另外一个关键数据是，美国创业公司从种子轮能顺利进入 A 轮的比例，从 2009 年的最高峰 45%，下降到不足 10%。这在一定程度上也说明过去几年天使投资存在巨大泡沫。

“有两个原因促成了泡沫的产生，一是包括来自中国等其他地区热钱的涌入，市场资金充裕需要出口；一是诸如 Kickstarter、Angellist 等众筹平台的出现，极大地便利了天使投资人寻找创业项目，但因为能进行后续轮投资的风险投资机构数量有限，在一定程度上造成天使轮项目众多，但 A 轮接手较少的情形。”刘勇分析道，具体每一个投资个体，可能还因为投资人经验不足，形成羊群效应，使得不少天使投资人也站在了悬崖边上。

中国：大量资本需求投资出口

在硅谷科技行业正在经历痛症期时，世界另一边的中国受着影响，但情形却有些不同。

从中国市场经济来看，近年大环境并不理想，国家 GDP 逐渐下降（最新为 6.8）。在经济不景气时，央行开始定期增发货币以调节市场，例如 2009 年拨放 4 万亿，今年 1 月则新增贷款 2.5 万亿。在换汇控制严格、股市不振的情形下，大量资本亟需寻找投资出口，其中一个便是回流到房地产行业，表象便是近期房产急剧涨价；而另一个资本出口便是创新、创业领域，大量资金开始涌入各地创新/创业基地、孵化器、加速器、众创空间等领域。

根据中国清科研究中心统计，风险机构在 2015 年投向新创企业的资金达到 1293 亿元，仅次于约 4000 亿美元的美国，成长为世界第二大创新大国。

与此同时，国家也开始设立科技引导基金、税收优惠以及鼓励扶持天使投资的相关政策。2015 年 1 月召开的国务院常务会议中宣布成立国家新兴产业创业投资引导基金，助力创业创新和产业升级，目标规模为 400 亿元人民币。同时，设立国家中小企业发展基金，由中央财政通过整合资金出资 150 亿元，吸引民营和国有企业、金融机构、地方政府等共同参与，形成总规模为 600 亿元的国家中小企业发展基金，以市场化的办法，重点支持种子期、初创期成长型中小企业发展。

正如美国科技市场发展周期的前段一样，急剧扩大的资本开始活跃起来，而资本的过剩以及一些地方的补贴政策，使得大量参差不齐的初创企业有机会

获得融资。有人会担心国内也出现科技泡沫，毕竟每年产业转化的创新有限，并与整个社会结构息息相关，而非单纯的资本力量可以促进。

但一个好消息是情况正在改变，继夏季经济减速状况更为突出之后，风投机构的投资筛选程序更加严格，经营不善的创业企业也在被市场淘汰。

“总体上看，国内的科技投资市场仍是在良性健康的有序发展。”刘勇说道。

跨境资本正在赢得机会

从上述种种市场信号看来，美国科技泡沫正在破灭，而与此同时，中国则进入科技市场资金急剧增长期。

但不可否认的是，“在中国亟需的科技创新领域，例如机器人、电动车、虚拟现实/增强现实、人工智能等，尽管中美两地都有大量的创业公司，但总体上看，几乎在每一个上述领域，美国创新公司的数量和技术实力均领先于中国。”刘勇说道。

中国有大量资金而好项目有限，美国有大量优质创业公司而市场萧瑟，如何打破这样的不平衡？在刘勇看来，一个潜力巨大的跨境投资机会正在诞生。

“现在的可行之道是：要么把中国资金引入到美国，要么让更多优秀的美国公司进入中国市场落地。”刘勇表示，目前以美国中经合集团为代表的一些跨境科技创投基金正在部署这两件事情。“一方面吸引国内投资机构将资金注入到在硅谷的创投主基金，另一方面也将在美国所投科技项目，共享给中国内的 LP、合作伙伴、地方合作园区等，让他们有机会将资金投入技术领先、潜力巨大的美国创业公司里。”

据悉，美国中经合集团每个月均会安排 1~2 家所投的美国高科技公司来到中国市场，如被比尔·盖茨的妻子梅琳达·盖茨的高度评价、被挑剔的苹果看中的硅谷明星创业公司 Wonder Workshop，在 2016 年年初开始来到中国。在美国中经合集团中国团队的引导下，Wonder Workshop 开始在北京、深圳、杭州等地与国内基金、孵化器以及制造企业等接触，并计划在国内注册子公司，同时美国中经合集团中国团队也不断推进国内关联人民币基金的募集与合投，参与 Wonder Workshop 后续融资计划。“正在完成中美的双向流动，从中到美的资金流；从美到中的技术创新流。”刘勇表示。



在跨境领域已有 20 多年经验的美国中经合集团，目前在旧金山、北京、台北均设有办公室，所投早期创业公司超过 300 家，已有 80 多家企业通过上市或者并购成功退出。“帮助优秀创业公司开拓中国市场，并且也协作国内投资方提升投资效率，并将资源集中在优势项目上。”刘勇表示。

同时作为一家跨区域的风险投资机构的合伙人，他建议道，2016 年中国投资人、创业公司或许可以 AR/VR、机器人、金融科技（如区块链技术）、生物技术、新能源等五大领域赢得更多机会。

## 9、中国母婴电商的发展史！未来洗牌还是整合？

“她经济”时代，母婴行业理所当然的成为了各电商平台重点进攻的领域。从 2000 年乐友上线 B2C 网购平台，到如今 BAT 大佬高调进入，母婴电商已经历了 16 个年头。大致可分为两个阶段：2000-2009 年的快速发展期和 2010-2015 年的黄金爆发期。

第一阶段：2000-2009 年，母婴 B2C 十年长跑蓄势，终成风口

关键词：邮购目录+网上商城、B2C

这十年，中国母婴电商市场经历了从无到有，再到成为各大电商巨头争相进入厮杀的过程。

2000 年 1 月 18 日，中国第一家母婴垂直电商——乐友孕婴童网站上线，彼时正值互联网大爆发期，可是由于母婴行业独有的质量与信任因素，在中国网购市场规模几乎为零的时代背景下，只得转做线下传统业务。

乐友为中国母婴行业所做的贡献是毋庸置疑的：

- (1) 为中国孕婴童业引进 ERP 管理体系。
- (2) 首创线上、线下相结合的孕婴童零售模式。
- (3) 首创“连锁店+网上商城+邮购目录”营销模式，其实就是后来成为风口的 O2O。

2004年3月，红孩子成立，采用乐友创立的“邮购目录+网上商城”营销模式，发展速度惊人的快，在其巅峰时期，红孩子的销售额甚至超过当当网与卓越亚马逊之和。但是，这家曾被视为行业标杆的企业在电子商务处于井喷期的几年，业绩却经历了零增长，犹如高速疾驰的列车被瞬间急刹。

红孩子是首家获得风投投资的母婴电商，其实乐友早在2000年成立之初就获得了风险投资。

2000-2009年，是中国电子商务进入井喷的十年，零售电商领域出现了当当网、唯品会、苏宁易购、京东、淘宝、苏宁易购等日后的行业巨头。垂直母婴电商领域也出现了不少玩家，如乐友孕婴童（2000年商城上线，下同）、红孩子（2004）、母婴之家（2004）、亲亲宝贝（2004）、麦乐购（2006）、绿盒子（2006）、爱婴岛（2006）、妈妈100网（2007）、妙乐乐（2008）、速普母婴（2009）等，但市场却非常小，相对整个零售电商行业比较安静。而就在这时，已经成长起来的综合电商巨头似乎开始准备进军母婴行业，风口期已经来临。

第二阶段：2010-2015年，母婴电商井喷，巨头抢食

2010-2012年关键词：巨头抢食、倒闭潮、传统母婴品牌触网

2011年5月，以品牌折扣特卖为主打的母婴垂直电商平台——辣妈汇上线，11月，蜜芽宝贝的前身“mia时尚母婴用品”淘宝店营业。

2012年5月，宝贝格子成立，同样以品牌折扣特卖为主打。9月，红孩子被苏宁以6600万美元就收入麾下。

红孩子经历两年的转型阵痛，尽管彼时处于垂直母婴电商行业第一，却终究还是因得不到投资人支持等因素倒下，这次收购可谓是行业里具有标志性的大事件。

2012年是母婴电商非常痛苦的一年，那时是各大综合电商价格战最猛的时期。从2010年到2012年，亚马逊、京东、淘宝、当当、苏宁先后上线了母婴频道，并在接下来几年占据着母婴电商市场绝大部分份额。2012年爆发一股“龙宝宝”热，带动了母婴用品的热销，母婴电商市场出现一小波井喷现象，同时传统线下母婴品牌商纷纷涉足线上，入驻天猫、京东等大平台。

2012 年母婴电商行业被彻底洗牌，众多中小型母婴电商平台因拿不到大牌经销权或资金链不足被逼转型或倒闭。

2013-2014 关键词：母婴电商 O2O、母婴品牌特卖

2013-2014 年是中国 O2O 的真正爆发期，红孩子和妈妈 100 网开始尝试 O2O 模式，多年专营线下渠道的乐友孕婴童此时也开始全面发力 O2O，母婴电商行业 O2O 之道正式开启。

该阶段母婴电商 O2O 主要分为以下几类：

1. 起源线下，转攻线上。代表企业乐友孕婴童。这类母婴 O2O 企业原本是线下母婴用品连锁销售企业，拥有数量较多的线下实体店，在互联网潮流下涉足 O2O，并将线下实体店打造成为 O2O 转型的核心竞争力。

2. 起源电商，反攻线下。这一模式包含两类企业：一类是垂直电商，代表企业红孩子；一类是综合电商平台，代表企业京东。

3. 以线上社区交流起家，用户积累到一定规模以后开始涉足电商。代表企业：宝宝树、辣妈帮。

4. 母婴品牌商自己运作 O2O。代表企业：妈妈 100 网。合生元于 2007 年成立妈妈 100 网，2013 年试水 O2O 业务。

5. 跨境 O2O。代表企业洋码头、蜜淘。

母婴电商 O2O 模式的出现，实现了线上支付、线下体验，有效改善了消费者对于产品质量、网购安全的不信任等问题。

2014 年，被业内不少人称为是垂直母婴电商大爆发的元年。同时随着唯品会、聚美优品代表的特卖模式获得资本市场的认可，母婴品牌特卖开始崛起。

2 月，蜜芽前身“蜜芽宝贝”网站上线，定位品牌特卖；4 月，贝贝网成立，定位品牌特卖；5 月，唯一优品成立，定位品牌特卖；9 月，辣妈商城成立，定位品牌特卖；10 月，宝贝格子网站上线，定位品牌特卖。

2015 关键词：跨境电商、去母婴化、母婴社区化、母婴电商 O2O、“二孩”、价格战

先是年初，母婴电商概念火爆，融资过后，各家疯狂烧钱，价格战愈演愈烈；接着进入资本寒冬期，模式不够清晰的企业稍显“疲态”，逐步被淘汰出局，如唯一优品等。最后是年末投资方等都意识到母婴电商会重演团购、O2O 的洗牌浪潮，只有少量的母婴电商平台能胜出。于是各家母婴电商逐渐回归理性，不再妄想用百米的速度去跑一场马拉松。

### 跨境电商

“三聚氰胺”事件之后，使得消费者对国内母婴产品失去了信任度；快速崛起的中产阶级消费人群对价格不再敏感，更加关心品质和安全，再加上政策利好的不断推动，国内用户对海外商品需求量最大的是母婴用品和化妆品，所以伴随跨境购物消费热，2015 年母婴电商市场彻底大爆发。

代表企业：分为两类，一类是母婴垂直电商平台，包括“保税仓直邮模式”的贝贝网、蜜芽和“海外直邮模式”的宝贝格子等；另一类是综合型电商平台，包括天猫国际、京东海外购、网易考拉、洋码头等。

### 去母婴化

经历了 B2C、O2O、特卖、社区及跨境过程的母婴市场，各大平台产品趋于同质化，打起价格战，整个市场已经处于抢食者厮杀的血红遍野的状态，再加上当货品、物流、售后逐渐标准化后，各个平台的差异性越来越小，从母婴转型全品类的趋势明显。

代表企业：蜜芽、贝贝网

“二孩”是母婴电商市场 2015 年的另一大关键词，“全面二孩”的政策使母婴电商市场再一次进入疯狂的厮杀状态。母婴电商已经不是红海，而是一片“血海”。

此外，2015 年各个母婴电商平台纷纷发力母婴社区，代表企业：蜜芽。而原本为母婴社区的平台也纷纷建立自己的电商平台，代表企业：妈妈网、宝宝

树。

母婴电商 O2O 在 2015 年依旧火爆，京东、亚马逊等巨头纷纷开始布局线下母婴产业，蜜芽也开设了首家线下店。

值得注意的是，母婴行业垂直电商已出现众多估值超 10 亿美金的独角兽，如贝贝网和蜜芽；更有挂牌新三板的企业，如宝贝格子。

2015 年，母婴电商市场再一次被洗牌，天猫、京东等巨头以外的行业强者似乎已经浮出水面。从红孩子到贝贝网，母婴垂直领域正在经历从卖货到服务妈妈的转变。

2016 关键词：全产业链布局

2016 一开年，蜜芽就连续公布两大动作——与妇儿医院美中宜和达成战略合作、战略投资亲子娱乐悠游堂，布局母婴生态链的上下游产业。

据易观智库研究数据表明，2015 年中国母婴用品网络零售交易规模达 2194 亿，而整个母婴行业交易规模超 2 万亿，占比仅 10% 左右。母婴电商市场潜力可谓十分巨大。

“全面二孩”政策自 2016 年 1 月 1 日起正式实施，在二孩政策落地的首秀之年，母婴产业链上的各路力量都紧盯着二孩经济这一巨大的蛋糕，奶粉、纸尿裤、儿童服装等婴童产品生产厂商都卯足了劲，母婴店及母婴电商也在摩拳擦掌，躁动的还有资本方。

虽然长时间以来母婴电商市场依旧是天猫、京东等综合电商巨头占据绝大部分市场份额，短时间内巨头的行业地位难以撼动，但是行业格局依旧尚未形成，母婴垂直电商越来越被资本看好。亿欧网在此前文章《母婴电商格局已定？爸爸们不同意》中阐述了 2016 或许会出现的另一种趋势。相信 2016 的母婴电商市场竞争将会更加激烈，但市场将回归零售本质是不可逆转的趋势，是否能够胜出或者保全，关键在于供应链和物流链的整合程度及平台的运营和营销是否合理，当然，客户体验是非常重要的。“洗牌”还是“整合”？拭目以待。

### 10、3.07-3.13 一周并购事件

图表 14 2016 年 3 月 07 日-2016 年 3 月 13 日中国投融资事件统计

并购方	被并购方	所属行业	并购金额	并购时间
金叶科教	金叶房地产	房地产开发经营	RMB 239 万	2016-3-11
长春高新	万拓房地产	高新技术	RMB 480 万	2016-3-11
现代制药	致君（深圳）	制药	RMB 15.4 亿	2016-3-10
星光农机	正工采棉机	农业机械	RMB 3300 万	2016-3-10
畅想软件	跨境天下	软件开发	RMB 95 万	2016-3-10
现代制药	坪山制药	制药	RMB 3.9 亿	2016-3-10

数据来源：投资界、中商产业研究院

## 11、国内一周风投事件统计

企业服务 3 起

企业级基础云服务商“青云 QingCloud”宣布完成金额为 1 亿美元的 C 轮融资，本轮融资由两家人民币基金领投，蓝驰创投跟投。青云表示，资金将主要应用于核心技术的研发投入、公有云基础设施投入、广域网 IX 建设，以及企业服务团队建设四个方面。

企业销售管理工具“纷享销客”完成 E 轮融资，主投方为中信产业基金和高瓴资本，IDG 资本、北极光创投、DCM 创投再次跟投，具体金额未透露。纷享销客 CEO 罗旭宣布：纷享销客的公司定位由移动销售管理平台转到一站式移动办公平台，“纷享销客”正式更名“纷享逍客”。

互联网 + 兼职公司“兼职猫”已于日前完成金额为 6300 万人民币的 A+ 轮融资，由赛曼基金领投，梅花天使创投、匹克高管跟投。

营销广告 1 起

国内首家及最大的企业级程序化平台“Chinapex 创略”宣布完成 A 轮融资，本轮融资由联创旗下基金无穹创投，以及均弥资本领投。

电子商务 1 起

全球购 O2O 社会化电商平台“KK 馆”已于 3 月 1 日完成投资的 Pre-A 轮



1500 万元融资，投资方为深圳市创新投资集团。KK 馆表示：现已在洽谈下一轮融资。

#### 硬件 1 起

WiFi 运营商“exands”宣布获得 B 轮融资，此次注资由众晖资本领投，百度、HFJ 金投集团及参与 exands A 轮投资的中兴合创跟投。exands 表示：资金将主要用于其技术研发和业务创新，从而进一步扩大市场份额并强化自身品牌建设。

#### 互联网金融 2 起

互联网财税平台“多有米”获得 数千万 Pre-A 轮融资，本轮投资由海量资本和凯盈吉成联合投资。

互联网金融平台“时间价值网”目前宣布完成 2000 万元 A 轮融资，投资方为 A 股上市公司汇川技术(300124.SZ)控股股东和前海安星资产管理有限公司。时间价值表示：本轮融资将用于非标资产端开发、团队建设以及市场开拓，以便能快速推进互联网金融这一方向的发展。

#### 媒体资讯 1 起

市场投资人社群“健一会”目前宣布获得数百万元 天使 投资，投资方为某细分产业龙头、某上市公司股东、珠海某实业公司。

#### 电子商务 2 起

高铁 B2B 电商平台“世界高铁网”宣布公司已完成 2000 万人民币 A 轮融资，朗玛峰资本领投，天使轮投资方丰厚资本及四川汇元跟投。

男装电商“垂衣”已完成百万人民币级天使轮融资，本轮由清流资本领投，至此项目估值数千万元。垂衣透露：资金将主要用于团队扩张、推荐算法体系的搭建等方面。

#### 文化娱乐 2 起

影视内容制作公司“柠萌影业”获得 5 亿元 B 轮融资，由弘毅投资领投，腾讯和芒果基金跟投。柠萌影业表示：本轮融资中除了腾讯作为老股东继续投资加持外，弘毅投资和湖南芒果都是新加入的投资人。

虚拟现实内容制作公司“兰亭数字”获得 1470 万元战略投资，投资方为华策影视。交易对前者估值 2.1 亿元。

#### 生活消费 1 起

餐饮连锁品牌“魏老香”宣布获得 9000 万元投资，投资方为锦盛鑫源。

#### 媒体资讯 1 起

创业新媒体“啼鸥”宣布已完成总投资额为 800 万元的 天使轮融资，投资方未透露。

#### 硬件 1 起

人工智能科技公司“异构智能 Novumind”获得 数百万万元 天使投资，极客邦创投等投资。

#### 社交 2 起

空闲时间出租服务平台“快来租我”获 500 万天使轮融资，投资方未透露。快来租我透露：此轮融资资金将主要用于团队建设、市场拓展、产品和技术更新以及品牌建设等方面。

主打本地生活的移动应用“挖挖”宣布已经完成了 2000 万元 Pre-A 轮融资，投资方为克雷投资。

#### 互联网金融 2 起

一站式金融服务平台“e 葱金融”宣布完成 1000 万人民币天使轮融资，该轮投资在股权合投平台“简单投”上线，由诺辉岭南领投。e 葱金融表示融资后：将专注于中国一二线城市（现以深圳区域为主）房地产交易中的临时性金融需求。

“杭州国融互联网金融科技有限公司”近期获得 500 万元天使轮投资，投资方未透露。据其透露：此次注资将用于国融互联网金融平台和团队建设，为后续发展壮大打下基础。

#### 房产 1 起

定位为青年公寓运营商的“摩玛公寓”已经于目前完成了天使轮融资，由全经联创新基金投资。摩玛公寓内部工作人透露，融资额在 500 万左右，将用于开拓新项目。目前摩玛公寓的第一个项目已经在西安上市。

#### 汽车 1 起

驾考培训 O2O 平台“猪兼强”透露已完成数千万 A 轮融资，投资方未透露。融资完成后，公司估值过亿。猪兼强表示：2016 年将拓展更多城市。

#### 企业服务 2 起

信息安全服务提供商“翼道网络”已获得 1000 万元天使投资，此轮由侨鑫集团旗下创投基金投资。

企业级应用“兜行”宣布已于 2015 年年末完成数千万元的 A 轮融资，投资方未透露。

#### 教育 1 起

人工智能教育“小知科技”已获得天使轮 500 万美元投资，投资方为 ATA(全美评测)董事长马肖风。小知科技表示：下一轮融资正在进行之中，预计在 2016 年内，将完成数十倍增长的奇迹。目前估值一亿美金。

#### 电子商务 1 起

医药电商“云开亚美”透露已于 2015 年 12 月完成 1 亿人民币 A 轮融资，北极光领投、华盖资本跟投。

#### 文化娱乐 1 起

爱自拍产品的出品方“Ufoto”宣布于 2015 年完成了 1000 万人民币 天使轮融资，由易津投资、中缔投资与承珞投资联合注资。Ufoto 表示：未来将重点对用户进行沉淀，打造互动社群。

#### 社交 1 起

二次元好物分享“种草没”宣布已获得数百万人民币天使轮融资，由初心资本领投，帮实资本跟投。

#### 硬件 1 起

耳穿戴技术公司“hello ear”宣布已完成千万级的 Pre-A 轮融资，投资方未透露。hello ear 表示：这次融资主要用于品牌推广和新产品研发量产。

#### 企业服务 3 起

帮助传统企业实现智能化的“积木云”平台获得 2000 万人民币 A 投资，投资方为星河互联和凯盈资本，本轮融资由 36 氦新军资本 NewLegionCapital 担任财务顾问。

综合智能数据分析平台“Taste Analytics”目前已完成 340 万美元的 Pre-A 轮融资，由真格基金领投，跟投方有聚合数据、华创资本、清华企业家协会天子投资、New Gen Silicon Valley、Silver Wealth Investment、Social Starts。

美国众创空间创业公司“WeWork”获得约 4.3 亿美元 F 轮投资，本轮融资由北京私募股权公司弘毅资本及其母公司联想控股领投。WeWork 表示：本轮融资完成后公司将展开进军亚洲市场的计划。

#### 电子商务 3 起

西装定制品牌“Indochino”宣布获得 3000 万美金 C 轮融资，投资方为中国服饰集团大杨集团。

农特产品电商平台“来三斤”透露产品已于 3 月初完成 300 万种子轮融资，

由天使投资人所投。

B2B 石油线上交易平台“找油网”宣布获得 300 万美元 A 轮融资，投资方为 SIG(海纳亚洲创投基金)。找油网表示：本轮融资主要用于市场拓展、业务升级等方面。

#### 游戏动漫 2 起

YC 孵化器旗下的游戏行业垂直招聘平台“魔猎网”宣布获得 500 万元天使轮融资，此轮由鼎信创业投资领投，游筹投资跟投。

VR 游戏制作团队“酷味数字”目前已完成 600 万天使轮融资，投资方为松禾资本及成都本地一家投资机构。

#### 医疗健康 2 起

中医 O2O 平台“金华佗”宣布于今年 2 月获得千万级 Pre-A 轮融资，由联想之星领投，天使湾、就医 160、启赋资本跟投。金华佗创始人戴韵峰表示：资金主要用于完善药品供应链、发力线上推广和构建线下医馆的标准化服务流程。

“仁度生物”宣布完成 1 亿元人民币 B 轮融资，本轮融资由华盖资本旗下医疗健康创业投资基金领投(华盖医药健康产业创业投资基金)。仁度生物宣布：完成本轮融资后，公司计划通过引入新的资金和战略资源。

#### 医疗健康 1 起

医疗+VR 手术培训平台“医微讯”宣布已完成数千万元天使投资，投资方为“约印创投”。

#### 生活消费 1 起

肉夹馍品牌“唐大大”宣布获得 300 万人民币天使轮融资，投资方暂未披露。唐大大表示：此次融资主要用于肉夹馍材质和用户体验的整体提升。

#### 电子商务 2 起

化工 B2B 平台“有料网”完成新一轮 3000 万元融资，投资方为复星集团郭广昌旗下亚东星辰。融资完成后，亚东星辰成为有料网新股东，持有 12% 股权。

手机在线艺术品拍卖多重服务综合平台“掌拍艺术”宣布目前完成 3000 万元 Pre-A 轮融资，投资方未透露。掌拍艺术表示：此轮融资将主要用于技术开发和线上营销。

#### 教育 1 起

“高考圈”获得了 Pre-A 轮数百万投资，由华澍资本领投、要股权跟投，天使汇跟投。据悉，此轮融资据上轮天使轮融资不到一个月。

#### 企业服务 1 起

企业级大数据商业分析平台“Kyligence”目前宣布获得数百万元天使投资，投资方为红点资本。

#### 文化娱乐体育 1 起

免费帮企业做视频节目的“星站 TV”完成了数千万人民币 A 轮融资，由经纬创投、德同资本投资。

## 12、证券市场一周回顾

### （一）股票市场

#### 沪深市场

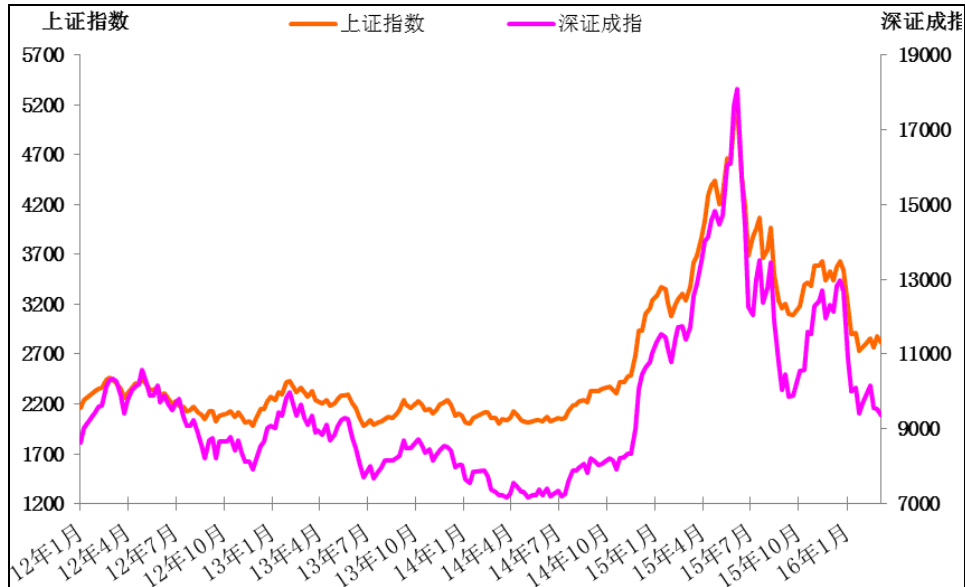
本周（3 月 7 日-3 月 13 日）沪深市场上冲遇阻后回撤蓄势，受到震荡影响市场人气较前期萎缩明显。

上证指数方面本周 2911.84 点开盘，上行遇阻后报收于 2810.31 点。截至周五收盘，录得周线收阴跌幅 2.22%，周振幅 4.85%，成交额 8764 亿元，成交量继续萎缩至 9.005 亿手。从技术角度观察，本周下跌伴随着明显缩量，并停滞于 2750 阻力区间，下方继续降幅空间有限。



深证成指本周 9642.25 点开盘，区间震荡后报收于 9363.41 点。截至周五收盘，录得深证成指周线收阴，跌幅 1.82%，周振幅 5.78%，成交额 12207 亿元，成交量 8.88 亿手较前期明显减少。

图表 15 2012—2016 年上证、深证指数趋势图



数据来源：中商产业研究院

### 创业板指数

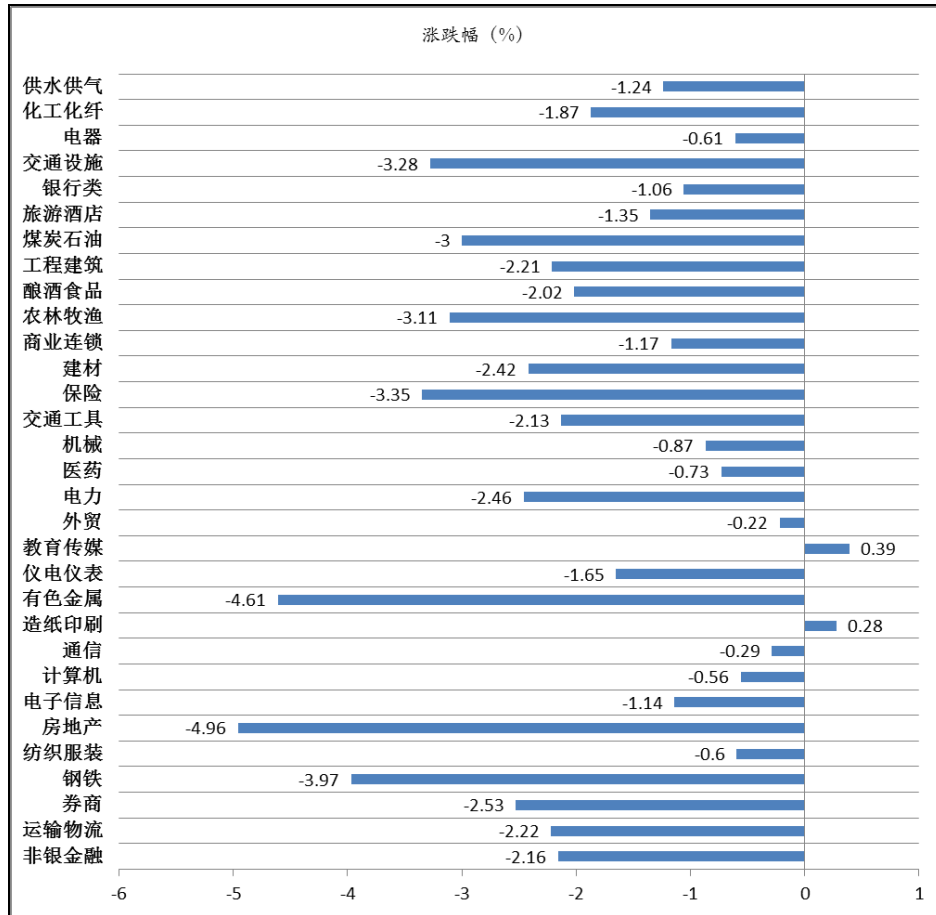
本周创业板指数 1935.09 点开盘，震荡下行后报收于 1934.87 点。截至周五收盘，创业板指数录得周线收阴，收盘价较前周上涨 1.46，成交量及成交额继续萎缩。

### 沪深行业板块

由于投资者场外观望情绪浓重，行业板块继续普跌，本周仅教育传媒板块（0.39%）、造纸印刷板块（0.28%）周线勉强收阳。本周跌幅前三的板块为房地产（4.96%）、有色金属（4.61%）、钢铁（3.97%）。

值得注意的是计算机板块连续 3 周录得周线收阴，并本周成交量及换手率萎缩明显，有超跌的可能值得注意。

图表 16 沪深板块周涨跌幅

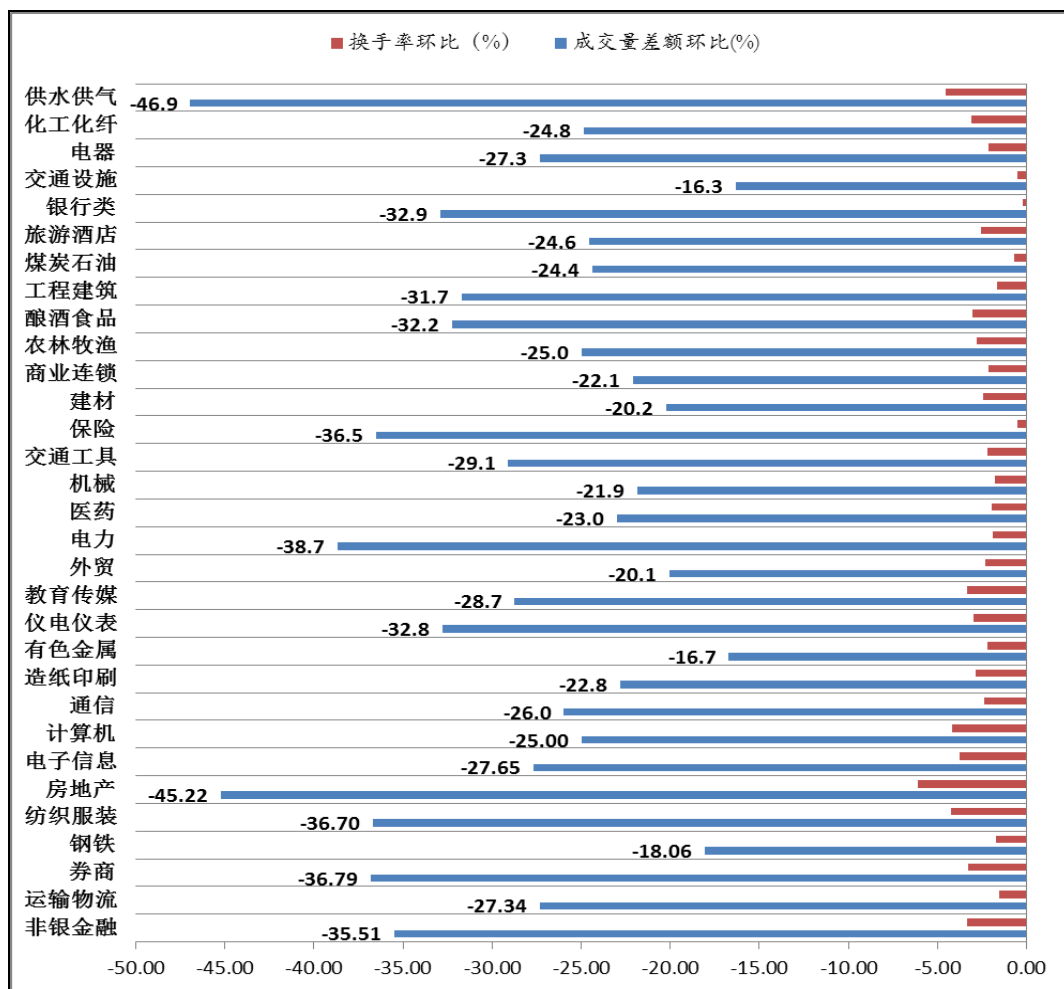


数据来源：中商产业研究院

### 板块换手率与成交量

本周由于证券市场投资者持币观望意愿浓重，成交额及换手率方面皆录得明显萎缩。成交量差额环比较少前三名的板块为供水供气板块（46.9%）、房地产板块（45.22%）、电力板块（38.7%）。

图表 17 沪深板块换手率环比、成交量环比



数据来源：中商产业研究院

## (二) 债券市场

### 公开市场

本周（3月7日-3月13日）央行公开市场共投放1150亿元，央行公开市场共回笼3200亿元，本周净投放-2050亿元。

中国外汇交易中心公布的数据显示，3月11日银行间市场回购定盘利率隔夜品种收报1.9500%，与3月4日利率持平。3月11日银行间市场7天回购定盘利率收报2.3000%，与3月4日利率持平，3月11日银行间市场14天回购定盘利率收报2.5700%，较3月4日涨7BP；上海银行间同业拆放利率（SHIBOR）方面，1周品种3月11日报2.282%，较3月4日跌1.3BP，2周品种3月11日报2.5610%，较3月4日跌3.1BP。

### （三）基金市场

基金市场方面，受到 A 股市场震荡下行影响，投资股、混及指数基金盘口呈权重维稳，热点无序且持续性弱。基金业绩分化，新兴成长风格基金业绩初步止住下滑态势。从净值升幅排列看，华润元大信息及华夏盛世混合基金以 3.27%、3.21% 涨幅分列前两位。因一线城市地产政策有收紧预期，地产板块整体回落，集中持有基金净值下行显著，其中泰达红利先锋混合基金及鹏华地产分级股票基金分别以 -7.83%、-7.41% 居跌幅前两位。

QDII 基金：本周欧美及香港恒指小幅收升。基金业绩涨跌各半，受益美元回落商品价格弹升，方向一致的国泰商品、银华抗通胀及信诚商品主题基金净值列涨幅前三位，其涨幅分别为 8.52%、2.40%、2.32%。而跌幅前两位的广发生物科技、华宝中国互联网基金其净值分别回落 -4.02%、-3.12%。

债券基金：本周资金面相对稳健，债指呈窄幅波动，纯债基金业绩涨多跌少，且幅度收窄。诺安永鑫收益、华商信用增强 C 分别以 0.95%、0.89% 净值涨幅列前两位。因最新金融数据不佳，反映实体需求不足，经济前景偏黯淡，债市整体仍难脱震荡格局。

货币基金：本周银行渠道销售的 227 只货币基金 7 日平均年化收益率为 2.63%，有 5 只货币基金 7 日年化收益率高于 4%。

## 四、产业市场

### 1、国内钢市和铁矿石市场大起大落 后市缺乏持续支撑

最近一周，国内钢市及铁矿石市场都经历了一次罕见的“过山车”行情，价格被猛拉至高位后，市场马上出现恐高情绪，成交萎缩，价格回调。虽然总体价位仍有不小的涨幅，但市场普遍认为后市缺乏持续的支撑力。

据国内知名钢铁资讯机构“我的钢铁”提供的最新市场报告，最近一周，国内现货钢价综合指数报收于 91.22 点，一周上涨 14.31%。具体来看，钢材期货涨停后回落，钢坯价格亦是大涨大跌，受此影响，钢材现货市场价格也是大起大落。在一周的前期，市场交投十分活跃，但在期货市场回调的影响下，钢

市“恐高”情绪蔓延，加之成交萎缩，钢价出现回调。好在目前钢市的整体库存水平仍然偏低，所以下一步的调整不至于过于偏离理性轨道。

据分析，在建筑钢市场上，价格冲高回落。上海、杭州、广州等地吨价一周上涨 230 元至 400 元。从上海市场可以看到，这一周的前期，市场火爆拉涨，但在需求未能持续跟进的情况下，价格又大幅回落。在京津冀市场，价格也是大涨大跌，在价格上行后，部分商家急着出货，导致报价调头向下。

在板材市场上，价格总体上涨明显。热轧板卷价格冲高回落，上海、广州、武汉等地吨价一周上涨 210 元至 400 元。受期货以及钢坯价格走强的影响，钢价一度出现暴涨，但终端需求其实并无实际改变，随着“炒作”的降温，价格必然会回调。中厚板价格大涨后大跌，上海、广州、京津冀等地吨价一周上涨 200 元至 470 元。在钢价快速拉涨后，部分商家获利了结。在市场资源偏少的地区，价格的回调幅度也相对较小。

铁矿石市场亦是大起大落。据“西本新干线”的最新报告，在国产矿市场上，河北地区铁精粉价格大幅上涨。部分矿山正在陆续恢复生产，后期国产矿的供应将有所增多，市场采购的观望氛围正在加重，国产矿的走势将稳中有跌。进口矿价大涨后出现下跌，普氏指数在周初曾一天暴涨 10.7 美元，达到每吨 64.2 美元的价位，单日涨幅达 20%。不过在暴涨之后，马上连续 3 个交易日出现下跌。截至 10 日，普氏指数报收于每吨 57.35 美元，一周上涨 3.85 美元。尽管近期铁矿石市场罕见地有了一点暖意，但一些国际主流投行均认为，矿价上涨缺乏基本面的支撑，对后期市场继续看空。

相关机构分析认为，国内钢市的大起大落，与基本面的预期有所脱离，主要还是受到了外部市场环境的影响，钢市本身的供求格局没有出现大的变动。在钢价整体出现大幅拉涨后，市场风险的释放需要一个过程，短期内钢价在“获利盘”套现影响下出现回调的可能性较大。

## 2、全面两孩落地 部分药企“瞄准”儿童药市场

较早投身于儿童专用中成药生产的药企王老吉药业日前宣布，2016 年将全面进军儿童药市场，在安全、有效、质量可控的前提下开发新的儿药品种。

随着 2016 年中国“全面两孩”政策落地，一些中国药企纷纷宣布进军儿童药市场。

“越来越多的医生与家长认可儿童药‘专药专治’的优势，必将为这一细分领域带来不可预估的爆发性增长。”中国医师协会儿科医师分会名誉会长朱宗涵认为。

据王老吉药业负责人介绍，目前市面上儿童用药品种少、规格少、剂型少，儿童安全用药面临着严峻考验。

目前以儿童药为主业的上市公司康芝药业(10.070, 0.40, 4.14%)副总裁肖斌介绍，目前国内市场上 90%以上的药品都没有儿童剂型，儿童专用药品更是不足 2%。同时，不合理用药比例高达 12%—32%，儿童药物不良反应率是成人的两倍，儿童成为安全用药隐患的重灾区。

3月7日，国家食品药品监督管理局发布了《儿科人群药物临床试验技术指导原则》，从伦理学考虑、数据和安全监察、受试者年龄分层、儿科剂型选择等方面做了详细指导。其中，在剂型研发选择方面，特别提到儿科人群对剂型的接受程度会受到药品本身的口感、气味和质地等的影响，要注意“药片大小和形状”。

据国家卫生计生委儿童用药专家委员会顾问张文康介绍，当下，有关儿童用药存在的问题已经比较清楚，有关发展儿童用药的政策和措施也已经出台，现在的问题是让政策、措施落地。

用儿童做临床试验的伦理问题也成为儿童药研发的“拦路虎”。在美国，仅有少数儿童药有过儿童临床试验；在欧盟地区，没有儿童临床试验的儿童药比例达到 50%。

过去，由于儿童疾病谱不同，药物研发成本高，利润回报低，导致很多药企对儿童药望而却步，也因此造成儿童药领域的药企屈指可数。

“儿童药物利润低这个问题要从两面看。如果一个新药很独特，能治疗某种儿童疾病，那么临床开发后就是一个巨大的市场。”广州中医药大学科技产业园副研究员关业枝说。

“随着国民健康意识的不断提升，时下用药安全日益得到重视，已成为继食品安全后又一个进入公众视野的重大课题。”王老吉相关负责人认为，目前儿



童用药保障相关文件出台，一些高校设立儿科学，都标志着儿科发展的“春天”已经到来。

### 3、新能源汽车故障投诉占比过半 电池问题是根本

对于想买车又受制于限购政策的城市居民而言，买一辆头顶环保节能光环的新能源汽车，除了可以轻松上牌，还有不限行等好处。

最新统计显示，今年2月我国新能源乘用车销量过万，同比翻倍增长，采取限购的一二线城市销量占到近7成。

与新能源乘用车销量上涨相伴的，是消费者投诉。以新能源汽车销量最高的比亚迪(53.33, 2.07, 4.04%)为例，在一些消费者投诉网站上，有关其新能源车的故障投诉往往占据一半以上。

其他几大新能源车企的消费者投诉同样不少，有些还更严重。而消费者对于新能源汽车的投诉，主要集中于续航里程与厂家宣传不符、掉电严重、充电过程故障等方面。

这些问题的最终指向就是电池问题。行业专家早就指出，我国生产动力电池的企业虽然多，但规模不大，电池产业的技术与工艺水准不高，生产一致性、可靠性不高，单体电池质量尚可，但组成电池包后性能就明显降低。

我国《汽车三包条例》第二十一条规定：在家用汽车产品三包有效期内，因产品质量问题修理时间累计超过35日的，或者因同一产品质量问题累计修理超过5次的，消费者可以凭三包凭证、购车发票，由销售者负责更换。

按照这一规定，一些深受新能源汽车电池问题困扰的消费者是可以换车的。新能源汽车厂家也是这么做的，有问题就修，不行就更换部分电池组甚至更换整个电池模块，换车的也有。

从市场反馈看，新能源汽车厂商对于质量问题的处理还都比较积极，传统车维修中经销商和厂家互相推诿、甚至往消费者身上推的不负责任做法基本没有。但不管怎么修，还是换，电池生产的品质控制问题依然在那里，消费者只能是撞运气，没有那么幸运的，就陷入坏了修，修了换，换了依然出故障的圈子里。

#### 4、楼市去库存政策空间打开 投资者入市尚待配套措施

2016 年是中国房地产市场的去库存之年。2016 年中央经济工作会议上提到的中国经济社会五大任务之一，就是化解房地产库存，此次中央经济工作会议提出要发展住房租赁市场，鼓励各类机构投资者购买库存商品房。

3 月 5 日，国务院总理李克强在政府工作报告中也提出，完善支持居民住房合理消费的税收、信贷政策，适应住房刚性需求和改善性需求，因城施策化解房地产库存。建立租购并举的住房制度。

从顶层设计安排看，引入机构投资者购买商品房，进一步发展住房租赁市场正在成为解决中国房地产市场问题的措施之一。不过，在市场看来，如果要形成成熟的住房租赁市场，尚需要更多配套政策出台。

##### 市场期待

优淘城总裁薛建雄告诉经济观察报，商业物业的出租回报率可以到 7%左右，而住宅的出租回报率太低了，甚至还不足 3%，因此资本更趋于投向商业物业。政府部门应该鼓励大型机构进入房地产行业去持有不动产，鼓励银行和民间机构合作，才能带动机构投资者对库存商品房的投资热情。

薛建雄所创办的优淘城就是通过收购商业物业，赚取租金回报。薛建雄说，“我现在碰到的两个主要问题，一个是税收过重，一个是财务杠杆压力，如果银行能够有更宽松的贷款政策对我的帮助会很大。”

根据国家统计局的统计数据，截止 2015 年末，我国商品房待售面积 71853 万平方米，全国房地产库存仍在持续增加。其中住宅待售面积增加 1155 万平方米，办公楼待售面积增加 128 万平方米，商业营业用房待售面积增加 458 万平方米。去库存成为住建部在 2016 年度的重点工作，其中商业地产和三四线城市库存成为去库存工作中的两大难点。

在以去库存为主要任务的房地产市场调整期，想让资本投向库存商品房，则需要更多的政策支持。全国政协委员、原财政部财政科学研究所所长贾康告诉经济观察报，“库存比较多的是三四线城市，想要把这部分库存利用起来，就需要把农民工的公租房、共有产权房等联系起来，给出配套政策，没有配套政策，想要机构投资者投向库存商品住宅是不太可能的。”

海通证券(13.410, 0.22, 1.67%)首席经济学家李迅雷认为,商品住宅可以通过租售的形式提高社会公共福利,符合中国现在的房地产政策,鼓励机构投资者购买库存商品房,有利于发展住房租赁市场。

事实上,发展住房租赁市场也是住建部在2016年的重要工作之一,住建部部长陈政高在部署2016年工作时曾提出要建立购租并举的住房制度,大力发展住房租赁市场,推动住房租赁规模化、专业化发展。

李迅雷告诉经济观察报,“地方政府可以采取补贴的方式让机构投资者有合理的回报率,发展房地产租房市场。另外开发商可以让利卖给机构,不会给市场带来冲击,对于开发商来说成本还是可以覆盖的,如果直接对公众降价,会引起其他已经购房者的不满情绪。”

李迅雷提到,还有一点就是要实现房地产证券化,通过房地产投资信托基金的方式,提高不动产的流动性和变现能力。

#### 房地产投资信托基金

2016年全国证券期货监管工作会议上,证监会主席肖钢在明确2016年资本市场监管工作时表示,要发展企业资产证券化,研究推出房地产投资信托基金(REITs)。

事实上,早在两年前有关部门就提出要研究推出房地产投资信托基金。2014年,央行发布《中国银行(3.400, 0.00, 0.00%)业监督管理委员会关于进一步做好住房金融服务工作的通知》,提出了将积极稳妥开展REITs试点工作。

随后,住建部在2015年发布的《关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见》中明确提出,要积极推进房地产投资信托基金试点。住建部认为,REITs是一种金融投资产品,推进REITs试点,有利于促进住房租赁市场发展,有利于解决企业的融资渠道,有利于增加中小投资者的投资渠道。通过发行REITs,可充分利用社会资金,进入租赁市场,多渠道增加住房租赁房源供应。各城市要积极开展REITs试点,并逐步推开。

不过,试点进展缓慢,真正的REITs产品落地中国仍存在阻力。

李迅雷说，“试点推广难还是在于房价太高了，租金回报率太低，如果租金回报率能够提高的话，REITS 就可以做了。”

2016 年两会期间，关于房地产投资信托基金的建议被重新提起。3 月 6 日，全国人大代表、步步高(11.31, 0.38, 3.48%)集团董事长王填向十二届全国人大四次会议提交了《关于尽早推出房地产投资信托基金（REITS），助力商业不动产资产证券化的建议》，王填认为，中国房地产业库存数量巨大，希望通过推出商业地产投资信托基金来解决。

步步高集团自 2010 年开始涉足商业地产运营，成立步步高置业有限公司，商业地产的开发和运营成为王填在企业转型之后的重要落脚点。

中国政府在 2016 年关于化解房地产库存的任务要求，鼓励自然人和各类机构投资者购买库存商品房，其中，库存商品房包括了住宅和商业用房。

不过，商品住宅对机构投资者的吸引力并不大，他们更愿意将精力放在商业物业。第一太平戴维斯中国区董事长刘德扬告诉经济观察报，“商品住宅的出租回报率是最低的，库存商品住宅大多在库存压力大的三四线城市，而商业物业的出租回报率较高，租期一般比较长，租赁市场会更稳定。”

如果能够减免税费，在贷款方面给出优惠，或者通过证券化的方式，改变原来需要高资金、流动性差房地产投资模式，对于机构投资者来说会有较大的吸引力。

但宏观政策对投资库存商品房的鼓励，仍然让市场上出现对炒房问题的担心。李迅雷认为，“库存商品房本身就在三四线城市，一线城市房子不存在这种现象。以低于市场的价格购入这些库存商品房，价格本身就降低了，这和炒房是不同概念。”

## 5、央行：7.2 亿平米库存房 70%在三四线城市

十二届全国人大四次会议 12 日在北京梅地亚中心举行记者会，中国人民银行行长周小川，副行长易纲、潘功胜、范一飞等就“货币政策是否调整”“如何看待首付贷”“互联网金融监管”等热点问题回答了提问。

房贷

## 七成房地产库存在三四线城市

在谈到房贷政策时，周小川表示，住房金融政策要考虑总量，全国平均看房地产市场仍面临较大去库存压力。去年建成未销售的房屋面积是7亿多平方米，比2014年增长了逾15%。与此同时，一二线城市价格上涨比较猛，也引起了大家很大的关注。

“人民银行历来主张，像中国这么大的国家，在价格出现分化的情况下要更好发挥城市一级对每一个城市房地产形势的判断，以及能够提供的有关政策的指导。”周小川强调，商业银行信贷政策也要适应不同地方的变化，综合考虑住房信贷的可行性和所面临的风险。

潘功胜认为，当前中国房地产市场总量过剩、区域分化。目前7.2亿平方米的库存房中，70%分布在三四线城市，因此住房信贷政策必须与全国房地产的形势相匹配。

潘功胜介绍，住房信贷政策调整的基本逻辑和总体基调包括：一是因地制宜，如去年以来北京、上海几个一线城市必须执行原有的政策；二是市场自律，由商业银行自主决策；三是住房金融的宏观审慎管理。

潘功胜透露，目前中国商业银行的房地产贷款、个人住房贷款占整个贷款的比例大概是14%，不良贷款比例是0.38%，低于整个银行业1.7%左右的不良贷款比例。从首付比看，即便按照调整以后的20%最低首付比，和国际上横向比较来说，我国也是比较审慎的标准。从实际数字看，1月份首套房的首付比普遍在35%以上，二套房实际首付比在40%以上。

## 开始清理整顿“首付贷”融资

目前一线城市楼市出现回暖的同时，一种配资买楼的现象此起彼伏。一些房地产中介、互联网金融平台向购房者提供“首付贷”，即根据央行规定按揭时购房者需缴纳的首付部分，在这些机构中也能够通过贷款来解决。

“人民银行的态度是非常明确的。房地产开发企业、房地产中介机构自办的金融业务没有取得相应的资质，是违法从事金融业务，而且这里面还存在着自我融资、自我担保、搞资金池的现象。”央行副行长潘功胜表示，房地产中介

机构、房地产开发企业自办的金融业或者与 P2P 平台合作开展的金融业务，所提供的“首付贷”产品不仅加大了居民购房的杠杆，削弱了宏观调控政策的有效性，增加了金融风险，同时也增加了房地产市场的风险。

潘功胜表示，央行与相关部门一起，结合即将开始的互联网金融专项整治活动，对房地产中介机构、房地产开发企业以及他们与 P2P 平台合作开展的金融业务开始进行清理和整顿，打击为客户提供“首付贷”融资、加大购房杠杆、变相突破住房信贷政策的行为。

## 货币

### 不用过度货币政策刺激经济

针对货币政策会不会转向宽松的问题，周小川表示，中国将更多依靠内需，而不是出口实现 GDP 增长，因此不会倚重货币、汇率政策来实现经济增长目标。

“从人民银行角度来看，经济增长在很大程度上和储蓄率有关系。”周小川说，“中国不会过度依靠出口来实现 GDP 增长，净出口在 GDP 增长中的贡献率也不再像以前那么大。在这种情况下，用货币、汇率政策刺激出口，对实现增长目标所能起到的作用并不大。”

周小川明确表示，如果国际国内没有大的经济金融风波事件，我国将保持比较稳健的货币政策，不会采用过度的货币政策刺激来实现增长目标。“总体来说，依靠稳健的货币政策和配合其他宏观调控支持效率的提高、内需的提高、创新的提高，就可以实现这样的目标，不必采取额外的措施。”不过，他补充道，“如果国际或者国内有什么重大的变故性的事件，货币政策是要保持灵活性的，要应对各种冲击、各种事件的产生。”

## 汇率

### 本来就没必要急着去换美元

从去年开始，外汇市场波动不已，不少百姓应对人民币汇率的巨幅波动，将手中的人民币换成美元的现象比比皆是。不过，央行行长周小川表示，“本来就没有必要急着去买美元。”



周小川表示，之所以前一段时间波动比较大，波动都是有原因的。比如从经济来讲，中国面临下行压力，中国的金融市场、股票市场发生波动；而国际上欧洲和日本采取量化宽松的政策后又采取了负利率，美联储又加息。这些因素都使得金融市场情绪动荡。

“我并不能预测未来这一段时间动荡会不会平息，但是不管事件怎么变动，突发性事件过后都会有一个逐渐回归的过程，大家会更加注重更基本的经济分析。”周小川表示，如果这些因素逐渐冷静下来，大家的看法就会趋于正常。“这段时间已经有回归正常、回归理性、回归基本面的趋势，我认为如果没有什么特殊情况，这个趋势会继续下去”。

## 监管

### 金融监管分工改革仍在研究

周小川表示，中国互联网金融协会已经筹备了一段时间，在未来若干天内会正式挂牌成立，以加强行业自律方面的管理。

“互联网金融有些方面表现挺好的，失败率比较高、导致跑路的主要是 P2P 网贷这个环节，这些还都是新生事物，大家都希望加强监管，但究竟行业应该是什么样的规矩，怎么样监管还正在探索之中。”周小川说。

他表示，互联网金融发展很快，出现很多新的问题。去年出台的相关文件还没有真正落实，就又出现了新的挑战。

有媒体质疑去年中国股市波动大，也与银行证券保险监管机构之间的交叉影响有关。针对外界关注的现代金融监管体制改革中各监管机构职能如何分工问题，周小川说，目前还没有明确的认识，仍在讨论和研究中。

## 6、90%P2P 平台信息披露不完整 两成无借款合同

目前，中国互联网金融协会于 3 月 10 日在北京召开了互联网金融信息披露标准研讨会，对《互联网金融信息披露规范》（初稿）进行讨论。该规范针对 P2P、互联网非公开股权融资和互联网消费金融从业机构分别提出了要求。

从网贷行业目前情况来看，许多 P2P 平台存在资金运作不透明、资产端信

息披露不完整、平台运营状况不公开等情况。目前，金融搜索平台融 360 发布了一项针对 20 家 P2P 平台融资方信息披露的实际投资调研，其中指出，目前 P2P 对融资方信息披露普遍不完整，甚至个别平台不向投资人提供借款合同或协议。

融 360 理财分析师张建国认为，投融资双方信息不对称，既提高了网贷业务的交易成本，也增加了投资人的投资难度和投资风险。意见稿的出台，意味着网贷行业进入了“有法可依”的阶段，18 个月的整改期已经进入倒计时阶段。对于大多数 P2P 平台而言，接下来的整改将不可避免。到底是要克服困难顺应行业发展，还是将监管视而不见，实际整改的效率直接反映了平台是否有想要长期发展的决心。

#### 90%平台信披不完整

据悉，融 360 此次实际投资调研的平台包括：拍拍贷、人人贷、玖富、翼龙贷、积木盒子、你我贷、团贷网、金梧桐、融金所、招商贷、小油菜、钱盒子、点融网、红岭创投、有利网等 20 家平台。这其中包含上市公司、国资系、银行系等拥有实力背景的平台。

去年 12 月份 P2P 监管意见稿下发，按照意见稿的要求，平台应披露的借款人信息包括但不限于年收入、主要财产、主要债务、信用报告。据融 360 调查显示，20 家样本 P2P 平台选取的 20 个标的中，只有 2 家披露了以上 4 项全部信息，另有 4 家 1 项都未披露。这些 P2P 平台对融资方信息披露的不完整率高达 90%。其余平台只进行了部分披露，其中，仅 3 家平台披露了融资方的主要债务，7 家平台披露了融资方的收入信息，11 家平台披露了主要财产，13 家平台披露了信用情况。

具体来看，P2P 对融资方主要债务的披露最为不理想，仅有 15%的平台披露了借款人的主要债务。实际中，债务问题直接影响融资方的还款能力，对于投资人而言，在做投资决策时，借款人的债务情况属于核心参考信息。这部分信息的缺失，将对 P2P 投资人的投资判断产生一定的影响。

#### 过半平台模糊融资方姓名

调查显示，从 20 家样本 P2P 平台中选取的 20 个标的中，投资人在投资前均无法查看融资方的姓名（或企业名称）。实际投资后，仍有 13 家平台对融资

方的真实姓名（或企名称）、身份证号、照片等关键信息进行马赛克涂抹。

融 360 分析道，以上现象在目前的 P2P 中十分普遍，虽然大多数平台都对融资方的资质进行了严格的审核，并且很多平台也提供了相应的资质照片，但是在这些资质中，平台又不约而同地对融资方的关键信息进行了涂抹。对投资人而言，大大增加了辨别资质真伪、判断融资方优劣的难度。

在商业活动中保护用户隐私、个人信息等固然是一项重要的基本准则和法律法规要求，但在民间商业借贷关系中，融资方的真实信息应向投资人进行披露。

#### 两成平台不提供借款合同

目前，P2P 平台常见的电子协议有两种，一种是借款协议，一种是委托协议。借款协议是投资人和借款人签订的借款合同，其中 P2P 平台为作为第三方出现，也会有担保公司等作为第四方等；而委托协议则是投资人和 P2P 平台签订的委托投资协议，是投资人把资金委托给平台进行投资。

调查结果显示，在实际投资的 20 家 P2P 中，4 家平台不提供借款合同（或委托协议），借款合同的缺失率达到 20%。另有 7 家平台在借款合同中融资方姓名（或企业名称）做马赛克涂抹，这种做法很有可能导致合同不成立。而一旦出现项目违约，将有可能加大投资人的追债难度。

此外，融 360 表示，P2P 平台在整个借款、投资的过程中起的是居间平台的作用，因此，在借款合同中，借款人一栏中一定是投资人借款项目中的实际借款人，而不应该是平台，委托协议除外。

## 7、钓鱼网站与病毒木马频发背后：网络支付现黑色利益链

互联网+时代，越来越多的消费和支付从线下转移至互联网。而春节红包大战，以及 Apple Pay 的高调入华，更让移动支付日益普及。但随之滋生的，是日益增多的互联网支付安全风险。

2015 年 7 月，中国互联网协会发布的《中国网民权益保护调查报告(2015)》显示，中国互联网用户近一年来因个人信息泄露、诈骗信息等问题，导致总体损失约 805 亿元。

互联网支付的安全问题已经不容小觑。这背后的黑色渠道和利益链是怎样实现的？互联网支付安全的未来又在哪里？

网络支付的阴云

安全风险始终成为笼罩在互联网支付之上的一层阴云。

从发送钓鱼网站链接到病毒木马植入，互联网用户的银行账户、社交软件账号等核心信息被非法窃取，钱包正在遭遇空前危机。

钓鱼网站主要是采用模仿正规网站域名、篡改正规网站页面等方式，得到用户提供的银行卡号、密码、账户等信息。

其实无论怎样伪装，钓鱼网站的诈骗都有几个常规步骤：诱导用户点击陌生链接，然后跳转至钓鱼网站，得到个人信息、银行卡账号及密码，再通过木马拦截用户手机来自银行的验证码及消费提示进行盗刷。

而随着智能手机的普及，钓鱼网站也逐渐瞄准了移动支付领域。

猎豹安全专家李铁军表示，这几年手机端的钓鱼网站明显增多。“最常见的还是通过伪基站发送短信。见到的直接造成财产损失的案例中，占绝对主流。”

“对方通过伪基站的方式进行短信群发，伪造假银行网站的非常多，基本国内的商业银行都被模仿过。”他说。

而来自腾讯的《2015 互联网安全报告》也显示，在钓鱼网站的分布上，除了传统的虚假网购、中奖诈骗外，仿冒手机银行、运营商的钓鱼网站开始呈现爆发式增长。此外，仿冒证券公司的虚假投资网站也在 2015 年达到高峰。

面对移动支付安全问题频发的情况，李铁军表示，手机的防范难度很高，这个跟手机和电脑系统的差异有关系。电脑杀毒软件的权限很高，但手机不一样。例如苹果就可能不会有任何这方面的提醒。

此外，通过恶意链接、二维码以及伪装 APP 将木马植入手机，也是一种重要方式。

春节期间的红包大战已经泄露了红包木马的巨大能量。

据了解，抢红包神器、红包大盗等木马通过窃取用户社交账号及密码，或者以伪 APP 等方式做为入口，植入手机木马病毒，留存用户银行卡号、身份证号等敏感信息后，从而对用户的银行卡进行盗刷。

腾讯发布的上述报告显示，目前手机上常见的支付病毒有 10 种，其中 16.81% 的支付类病毒会隐藏自己的真实目的，以躲避安全软件的查杀。此外，窃取隐私数据的支付病毒占比则达到 14.80%。

### 黑色地下产业链

在钓鱼网站与病毒木马频发的背后，是网络支付诈骗行业背后的暴利。

此前据猎网平台于 2015 年 11 月 5 日发布的首个《现代网络诈骗产业链分析报告》显示，去年 1-9 月，共接到全国网民举报网络诈骗案件 20086 起，涉案金额高达 8901 万元，人均损失 4431 元。

而据其初步统计，网络诈骗产业的从业人数至少有 160 万人，“年产值”超过 1100 亿元。

据了解，猎网平台由北京市公安局网络安全保卫总队与 360 互联网安全中心联合发起成立，目前是国内第一个网络诈骗全民举报平台。

而在高昂利润的驱使下，网络支付诈骗早已形成了一条完整的黑色地下产业链。

在这套产业链上有负责制作网站的开发者，负责批发零售的“包马人”，还有实施“种马”的拉单人，以及最后的洗白销赃环节。

“这是一个很完整的产业链。行骗的是一批人，做网站的是另一批人，之间都互不了解，也根本不需要见面，全在网上进行交易。”他说。

据了解，在这条地下产业链中，涉及支付类的病毒木马售价通常高达数千元甚至上万元。而且通常还带有使用期限，到期需要再度续费。

但高价并不能阻碍“包马人”的热情，因为这其中的利益更为丰厚。

据了解，此前被宣判的浮云木马的制作人，在两个月里得到了 20 万元的收入。而他开发的浮云木马则涉嫌窃取了数百名网银用户的上千万元。

而此前登陆淘宝网发现，有众多抢红包神器出售，价格从几元到几千元不等。而这些抢红包软件往往被植入木马，一旦安装就可以用它来收集用户的隐私信息、盗取账号等。

李铁军也表示：“这一行业一条龙下来的很少，大部分都是相互拆开。交易的方式也很成熟。”他同时还表示，微信内置的安全功能会对红包木马植入自动进行大规模拦截，因此红包木马不会是主流的欺诈方式。

### 网络支付的复杂心情

用风声鹤唳、草木皆兵来形容用户对互联网支付的复杂心情，并不为过。

一个典型的例子，是今年 1 月 10 日晚上，微信钱包用户大规模解绑银行卡的蝴蝶效应。

当晚微信朋友圈被微信公开课 PRO 版的“我和微信的故事”刷屏，而有关应用链接会盗取微信号和支付宝号的谣言也随之扩散。

虽然各方随即都进行了辟谣，但“微信之父”张小龙曾在随后的发布会上感慨，“很多，真的是很多，是百万级的用户开始提现、解绑自己的银行卡了，这个服务器也几乎挂掉了。”

解绑事件无疑折射出用户对互联网支付风险的警惕。而这种警惕，则是源于层出不穷的互联网安全信息风险中监管的缺失。

事实上，想要做到对互联网支付的完全监管并不容易。

李铁军表示，网络支付诈骗越过了几种监督渠道。“比如伪基站是通过骗子手中自身的设备发送，绕过了运营商的网络，根本无法发现，成本还很低。”

据了解，伪基站发送的短信号码可以随便定义。诈骗者将带有恶意链接的短信伪装成银行、电信的常用客服号码发送，具有极大的隐蔽性和欺骗性。



此外，互联网支付诈骗的风险很小。

猎网平台分析显示，网络诈骗地下产业规模之所以迅速扩大，主要是由于网络诈骗犯罪具有异地作案、小额多发、取证困难等特点，打击难度大。

此外，目前针对互联网支付产业链的相关法律还并未到位。而对移动支付过程中的金融风险监管也存在缺位。

由于产业链上各条分工严密，异地作案，很难追查到钓鱼网站或者木马背后的利益相关者。

### 互联网支付的未来

尽管监管难以到位，但随着互联网支付规模，特别是移动支付规模的不断增长，解决支付安全风险迫在眉睫。

在今年的全国两会上，腾讯 CEO 马化腾提出建议，要重点打击电信网络诈骗等新型犯罪。加大刑事案件打击力度，遏制网络黑客犯罪的蔓延趋势。

此外，他还提出，企业要建设共同治理网络安全的生态体系。

其中，互联网企业应发挥大数据分析、云计算和云存储能力，对用户行为建立模型。而电信运营商则应禁止网络改号电话等非法运营项目，加强对伪基站的打击配合和重点地区的线路排查，清理二手 4G 卡买卖市场，落实手机卡实名制等等。

事实上，国家相关机构已经从法律和网络上对网络支付的风险作出限定。

在 2015 年 6 月底，十二届全国人大常委会第十五次会议已经审议了《网络安全法（草案）》，并于 7 月初向社会公开征求意见。

而《草案》的重要内容则包括，将我国公民个人信息保护纳入法律正轨。

此外，在去年 7 月 31 日，央行在其网站公布了《非银行支付机构网络支付业务管理办法（征求意见稿）》。该《管理办法》传达了明确的监管意见：鼓励

支付机构定位于支付通道，限制账户功能，账户功能仅限于小额支付。

但李铁军说：未来互联网支付诈骗依然会很严重，中国是移动支付做得最好的国家，问题是网民的安全意识还很薄弱。

他表示，病毒的技术含量并不高，如果用户提高防范意识，不随意点击短信里的陌生链接，不在钓鱼网站输入个人信息，则不会对用户的财产安全造成损害。

他同时也表示，从技术上来说，也不可能消除支付诈骗。“骗子总是会随着时代的发展而更新骗术，常骗常新。”

事实上，随着微信的广泛应用，微信虚假公众账号诈骗，微信投票、点赞诈骗，微信扫码关注等新兴诈骗方式已经兴起。而互联网支付的安全之路还任重而道远。

## 8、国资委巡视组进驻中煤能源等 6 央企 开展今年首批巡视

国资委第一至第六巡视组已分别进驻中国南光集团有限公司、北京有色金属研究总院、中国民航信息集团公司、中国林业集团公司、中国化学(5.660, 0.13, 2.35%)工程集团公司、中国中煤能源(5.110, 0.05, 0.99%)集团有限公司等 6 户中央企业，开展 2016 年第一批巡视。

根据计划，各巡视组将在被巡视企业工作 2 个月，巡视组主要受理反映被巡视企业党委（党组）领导班子及其成员、下一级主要负责人和重要岗位领导干部问题的来信来电来访，重点是关于违反政治纪律、组织纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律和生活纪律等方面的举报和反映。

国资委巡视办有关负责同志指出，做好本次巡视工作，是被巡视企业党组织和国资委党委巡视组的共同责任，被巡视企业党组织要按照巡视工作条例要求，切实增强接受监督的自觉性和坚定性，实事求是、客观公正地反映情况和问题，充分信任、坚决支持、积极配合、同步监督巡视组工作，确保此次巡视工作顺利完成。

## 五、环球市场

### 1、美元保持下行趋势 加元大幅飙涨

美联储本周初公布的数据显示,美国2月就业市场状况指数为-2.4,创2009年以来的最低,预期为1.0,映衬出上周五非农报告中薪资数据的疲软表现。美国劳工部最新公布的数据显示,美国2月非农就业人数增加24.2万人,远超市场预期,而美国2月平均每小时工资月率下滑0.1%。有报告表明,美国薪资增长率在略高于2%的水平裹足不前、勉强高于通胀率的主要原因是:收入较高的婴儿潮一代陆续退休,而填充新岗位的是经济衰退时期失业的人员,这些人薪资偏低。如果美联储决策认为这一新的研究具有说服力,则意味着美联储或许能安心地推进加息,而不必过于顾虑薪资增长迟缓可能是劳动力市场有问题的信号。但是,薪资增长缓慢对通胀的影响目前仍不明了,如果雇主能够通过雇佣低薪人员来维持较低的薪资成本,则通胀率可能会依然不振,但如果低薪人员生产率不高、导致雇主最终要花更多的钱来生产产品,那么物价就可能会上涨。

美元指数短线多空动能频繁转换,震荡节奏明显。日线图最近一周多的时间K线只有一天收阳,整体下行的趋势仍然保持,价格仍然运行于均线系统的下方。4小时图空头动能略有减缓,97.05的道氏低点并没有被有效跌破,后市仍面临一定的反复。首先关注97.65一线,美元指数只有将此位置顺利升破才能展开更为明显的上攻。

新西兰央行本周将指标利率下调25个基点至2.25%的纪录新低,令市场大感意外。新西兰央行行长惠勒在声明中称,货币政策将继续保持宽松。新西兰意外降息后,新西兰元兑美元立即“大幅跳水”。另外,加拿大央行本周决定维持利率不变,但加元在决议后大幅飙升,这主要是由于加拿大央行政策声明不如市场预期般鸽派。

### 2、巴西 2015 年个人电脑销售下跌 36% 创 10 年来新低

巴西网络数据提供商 IDC 公司 3 月 9 日公布的最新报告显示,2015 年巴西市场个人电脑销售量为 660 万台,比 2014 年大幅下跌 36%,创 2005 年以来新低。

报告显示,2015年巴西台式电脑销售为260万台,比2014年下降36%,而笔记本电脑销售为400万台,比2014年下降32%。

尽管电脑销量下降较大,但销售额只下降了13%,原因是电脑价格贵了。2015年巴西每台电脑平均销售价格为2323雷亚尔(约合600美元),比2014年上涨37%。

2015年巴西遭遇了25年来最严重的经济衰退,失业率高民众收入锐减,购买力大幅下跌,这是影响巴西电脑销售的重要原因。与此同时,巴西货币雷亚尔对美元贬值三分之一,造成电脑成本大增,也打压了电脑销售。

鉴于眼下巴西经济仍持续不景气,IDC公司预计2016年巴西个人电脑销售量仍将下跌18%,价格则上涨20%。

2011年巴西电脑销售量曾一度超过1400万台,超过日本成为世界第三大电脑消费国。

### 3、印度市场电商战

虽然印度电商市场去年只有160亿美元的销售额,但是全球互联网巨头纷纷将目光投向这里,脸书、优步、谷歌等斥巨资在此建立根据地。在印度,平均每三秒钟就增加一位新网民,预计2030年全国将拥有10亿多网民,且智能手机保有量迅猛增长,有四分之一的手机用户使用的是智能手机。未来印度电子商务发展的潜力巨大,它将是全球发展最快的电子商务市场。

印度的电商市场竞争非常激烈。亚马逊希望将印度建成仅次于美国的第二大市场,它的竞争对手有来自于本地的Flipkart、Snapdeal,这些电商网站均获得了阿里巴巴的融资。竞争已进入白热化,电商们耗费巨资投资物流、抢夺市场,有些企业已拼尽血本。不过,赢得这场战争意义重大,印度电子商务市场的发展轨迹不同于其他市场,它是跳跃式发展的。在电商市场赢得胜利就有可能进入其他经济领域,由此在零售、金融、物流等领域乘势追击,从而成为行业佼佼者。

与此同时,印度也可能凭借其电子商务市场的发展,促进金融、物流、科技、零售业等其他领域的深刻变革,从而成为新兴市场电子商务发展的样板。

电商发展会加速金融业的发展。印度提供数字钱包业务的 Paytm 背后有支付宝母公司蚂蚁金服的支持，目前其已拥有 1.2 亿账户，几乎是印度信用卡用户数量的六倍。亚马逊印度公司上月开展了为小微企业贷款的计划。今年 1 月，Snapdeal 宣布一项合作，以方便企业获得印度国家银行的贷款。

电商发展能帮助印度突破地域辽阔且基础设施建设不足而造成的桎梏。电商们为解决基础设施欠缺，物流不畅通的问题可以将仓库和地方贸易整合为独特的经销网络，同时使地处边远地区的商家融入到全国统一，甚至是全球统一的大平台上。

电商的发展对整个零售业的影响意义重大。印度购物中心和连锁店销售额仅占印度总零售额的 1/10 左右。印度三大电商 Flipkart、Snapdeal 和亚马逊印度的总销售额已经超过全国前十大线下零售店的总和。基于印度 2/3 的人口年龄不到 35 岁，他们可能更倾向于电商这种购物方式。

电商发展将促进数字化公司的兴起。印度的科技业发展迅猛，其每年新增的科技创新企业数量位居世界前列。Flipkart 投资者之一 TigerGlobal 还投资了一家印度互联网分类企业和一款有助于用户避免数据成本的通信 App。

不过，由于各方面条件的制约，印度不可能像中国那样，使电商发展成为经济的新增长点。然而，也许正是这些先天的不足反而能成为电商们发展的机遇。这场印度电商之战不仅是抢夺市场的本地之战，同时也是一场争夺未来之战。

#### 4、菲律宾 1 月份接待中国游客同比增逾一倍

菲律宾官方 10 日发布的旅游业统计数据显示，今年 1 月份，菲律宾接待的中国游客人数呈现“井喷式”增长势头，同比猛增超过一倍。

菲律宾旅游部统计报告称，今年 1 月份，菲律宾接待中国游客总人数达 48708 人次，较去年同期猛增 130.15%。中国游客在当月菲律宾接待的外国游客中所占比例为 8.98%。中国是菲律宾第三大外国游客来源地，来菲旅游人数目前仅次于韩国和美国。

这也是来菲中国游客人数连续第二个月飙升。资料显示，去年 12 月份，菲律宾接待的中国游客人数就曾同比猛增 88.34%。而去年全年，来菲中国游客人

数达到 49.08 万人次，同比增长 24.28%。

菲旅游部报告称，今年 1 月份，菲律宾接待的外国游客数量“前所未有”地达到了 542258 人次，同比增长 13.17%，这是迄今为止菲律宾旅游业在 1 月份接待外国游客首次突破 50 万人次大关。当月，外国游客为菲律宾旅游业创造的收入总额达 219.4 亿比索(约合 30 亿元人民币)，外国游客在菲日均花费 4904 比索(约合 680 元人民币)，平均在菲停留 10.31 晚，人均花费总金额为 50561 比索(约合 7015 元人民币)。

菲律宾号称“千岛之国”，海岛、沙滩等旅游资源十分丰富。近年来，菲国旅游当局持续加大国际营销力度，千方百计吸引外国游客来菲，取得一定效果。去年全年，来菲外国游客总人数达到 536 万人次，同比增长 10.91%，菲旅游业年度接待外国游客人数首次突破 500 万人次。

菲旅游部助理部长卡尼萨尔 10 日表示，过去 5 年里菲律宾旅游业持续强劲增长，由于菲国旅游业正在进一步开展国际推广和营销活动，菲旅游部预计今年菲国旅游业增长表现依然强劲。

## 5、日本经济增长修正值跌幅收窄 市场预期更强刺激力度

日本 8 日发布的经济增长修正值跌幅收窄。尽管以货币宽松政策领衔的“安倍经济学”被指效力不足，但市场仍期待日本央行等机构推出更强劲的刺激方案。

日本内阁府在 8 日发布的去年第四季度实际国内生产总值(GDP)第二次修正值中，将当季经济增长率从此前的环比下滑 0.4%上调至环比降 0.3%，按年率计算下降 1.1%，比之前的 1.4%跌幅有所收窄。

数字显示，在剔除价格影响后，去年第四季度占日本 GDP 比重高达 60%的国内个人消费环比减少 0.9%，较初值的下滑 0.8%有所下调。日本内需不振持续成为抑制其经济增长的主要因素。而被日本政府视为拉动经济增长引擎的企业投资则小幅上修 0.1 个百分点至环比增长 1.5%，该指标占 GDP 比重为 15%，显示日本企业收益及就业状况有所改善。

当天公布的数字还显示，2015 年日本实际 GDP 增长 0.5%，较初值上调 0.1 个百分点。其中国内个人需求较前年减少 0.1%，民间住宅投资也下滑了 2.6%。



企业投资则增长 1.3%，进出口也分别上涨了 0.2% 和 2.7%。

日本经济财政政策担当大臣石原伸晃称，日本经济基本面稳固，且经济整体仍维持在温和复苏态势，不过国内个人消费或在今年第一季度持续疲软，出口也难以在本季度有所改善。他表示，虽然日本政府和央行出台了各项经济刺激举措，但其政策效果或十分有限。日本政府将进一步考虑如何扩大国内需求，以提振经济增长。

不佳的经济表现与民众对经济刺激政策的满意度相吻合。在彭博社 2 月 26 日至 3 月 4 日对 23 位经济学家的调查中，日本首相安倍晋三的国内政策在总体经济有效性方面平均得分为 4.6 分（10 分制）。该调查通过 1（最差）到 10（最佳）评分，就“安倍经济学”三大政策——激进的货币政策、财政刺激措施和经济改革——在日本经济增长、通缩和结构改革方面的效果了解经济学家的看法。

日本央行仍有刺激空间。“资本经济”的日本经济学家赛兰特对英国广播公司说，可将负 0.1% 扩大至负 0.3%，同时扩大资产购买规模。

日本负利率政策的影响目前已蔓延至国债市场，并首度以负利率标售出 10 年期国债，这表示投资人购买日本国债不仅是借钱给政府，同时还须为取得这项权利而付出代价。

日本央行实施的量化宽松及负利率等非传统政策，将价格机制推向错误的方向——把利率压低到非正常水平，并强迫银行承做在正常情况下绝不会提供的贷款。

换言之，日本央行试图改变价格机制，来改变经济体系的诱因结构，以营造拉高通胀、鼓励投资及带动经济增长等结果。但日银迄今并未达成上述任何目标。

自从日本央行 1 月底宣布负利率政策后，民众 2 月申请加入知名百货业会员的人数较去年同期暴增 100% 至 200%。在负利率的环境下，会员 5% 到 8% 的回馈金比任何银行的利息都高，尽管仍得消费后才能拿到回馈。

不仅百货公司类股自 2 月中卖压中反弹，连带也拉抬大盘，让东证股价指数（Topix）三周内反弹 15%，是 2014 年 11 月以来最大的三周涨幅。

除了货币政策，日本财政政策也正在为刺激经济调整。据路透社报道，为让日本经济脱离数十年通缩及增长停滞，日本政府已开始非正式地讨论二度推迟上调消费税。

## 6、美国企业依然是并购宠儿

据 2 月 22 日汤森路透数据显示，今年以来，全球并购交易较去年同期下滑 23%至 3360 亿美元，但以美国企业为目标的跨境交易则创纪录高位。

在今年 2 月宣布的并购交易中，最大的三笔都是针对美国企业的交易。其中，中国企业天津天海以 63 亿美元收购美国英迈公司 (IngramMicro)，这宗交易使得今年以来中资企业收购美国企业的交易额达到 233 亿美元。中国、爱尔兰和加拿大是今年以来收购美国企业的三大主力，三国在收购美国企业活动中的占比共达 88%。

另外，今年以来全球对欧洲企业的并购交易规模达 920 亿美元，较上年同期增长 4%。此前，中国化工集团在 2 月宣布以 430 亿美元的价格收购瑞士农化集团先正达 (Syngenta)。

### 需求不足、油价下跌致并购放缓

据彭博社消息，2015 年全球并购交易规模达 4.2 万亿美元，总数达 37212 笔，虽然最终数据仍在修正，但很可能超过 2002 年和 2007 年的历史最高点。2015 年 200 亿美元以上的并购交易有 17 笔，是有史以来最多的一年。去年 10 月，百威英博以 1205 亿美元收购南非 SAB 米勒酿酒公司 (SABMillerPLC)，使其成为全球第一大啤酒酿造商。去年 11 月，世界最大制药商辉瑞以 1837 亿美元收购艾尔健公司，创制药行业的历史最高收购纪录。

针对今年较去年同期全球并购交易下降的原因，商务部研究院世界经济研究所美大研究部副主任、研究员周密对国际商报表示，并购活动受多种因素影响，其谈判和决策周期也往往较长，数据起伏其实也比较正常。目前世界经济不稳定的因素较多，需求不足仍然是经济重新寻求平衡的重要制约。

中投顾问宏观经济研究员白朋鸣对国际商报分析道，继 2015 年交易额创纪录高位后，今年全球并购活动一直受挫，原因主要有油价下跌及对中国经济增

长放缓和金融业体制的担忧。此外，2015 年是全球并购活动异常活跃的一年，很多企业将目标企业纳入名下，尤其是在 2015 年的最后几个月。较之 2015 年的疯狂并购，2016 年的并购活动有所放缓是正常现象。

#### 收购美企符合中国公司发展策略

虽然全球并购出现放缓趋势，但美国企业依然很受并购者青睐。德勤 2 月 19 日发布的《2015 年第四季度全球并购指数报告》显示，跨境交易是当前并购浪潮的特色之一。2016 年度已宣布逾 1 万亿美元的跨境交易，其中 1/3 的交易出现在北美与欧洲之间，同时，新的交易走廊正在亚洲与欧洲之间形成。以中国和日本为首，预计在 2016 年的跨境交易中继续活跃。

对于美国企业吸引力大的原因，周密认为，相比而言，美国率先进入加息进程，市场表现对投资者的吸引力较大。同时，选择美国企业并购也是企业转变观念，通过对外投资实现转型升级的重要目的地。

2 月 19 日，中国企业天津天海宣布以 63 亿美元收购美国英迈公司，投资拟通过其子公司 GCLACQUISITION 以 38.90 美元/股的价格收购。市场分析认为，中国公司的此次并购符合公司的经营战略，有利于公司开拓海外市场，对公司未来的经营有积极影响。

普华永道 2 月 16 日发布报告称，2015 年全球科技并购交易规模达到了 3130 亿美元，创历史新高，而 2014 年的交易规模为 1716 亿美元。跨境交易占了 2015 年科技交易的 38%，外国公司在美国的投资额较美国在国外的投资额高 69%。展望 2016 年，虚拟现实、人工智能、物联网和行业整合等核心趋势将继续推动全球科技市场的并购与整合。

白朋鸣指出，中国企业选择以美国企业为目标的跨境交易，其中的一大原因是中国企业尤其是科技企业目前创新能力不足、关键核心技术没有完全突破，而美国优秀企业众多，无论是在企业品牌形象还是企业技术实力等方面都具有较强优势。以美国企业为目标进行跨境交易将有助于增强中国企业的软实力，提高中国企业的竞争力。

## 7、巴西今年 1 月工业产值同比下降 13.8%

今年 1 月，巴西工业生产总值尽管环比增长 0.4%，但同比下降 13.8%，创

2009 年以来最大跌幅。这表明该国今年工业生产增长乏力，形势不容乐观。

巴西地理统计局公布的最新数据显示，1 月巴西工业连续 7 个月萎缩后终于取得微弱的 0.4% 增长。不过，在经济不景气的大背景下，巴西工业仍无法走出衰退的泥潭。1 月巴西工业总产值比去年同期下降 13.8%，连续 23 个月萎缩，创 2009 年 4 月出现 14.1% 负增长以来当月最低纪录。

数据显示，巴西工业生产过去 12 个月累计下降 9%，为 2009 年 4 月萎缩 9.4% 以来同期新低。

从行业看，1 月，巴西资本货物环比增长 1.3%，但同比下降 35.9%，过去 12 个月累计则下降 27%。耐用消费品环比下降 2.4%，同比下降 28.2%，过去 12 个月累计下降 19.9%。半耐用和非耐用消费品环比增长 0.3%，但同比下降 7.2%，过去 12 个月累计也下降 7%。

从产品类别看，汽车制造业下跌幅度较大，1 月巴西汽车生产同比下降 31.3%，拖累了巴西整体工业的发展。其次是机械设备同比下降 25.5%，第三是采矿和采石业同比下降 16.8%。此外，计算机设备、冶金、金属制品和电器设备等产品也大幅下滑。

增长的产品主要是，烟草产品同比增长 21.5%、纸制品同比增长 1%。而家具则环比增长 7.8%、纺织品环比增长 7.1%、饮料环比增长 3.8% 和个人护理用品环比增长 1.4%。

巴西工业生产萎缩的原因主要是经济持续不景气，市场需求低迷，失业率高民众收入减少，高物价限制家庭消费，高利率致使信贷成本加大等。

## 六、热点解读

### 1、新三板 1-2 月月报：新三板交投冷淡 分层制度即将落地

根据全国中小企业股份转让系统披露以及投中集团旗下数据产品 CVSource 统计，截止至 2016 年 2 月 29 日，新三板市场挂牌公司总数 5826 家，相比 2014 年末 1572 家上涨达 2.7 倍，总股本 3,386.20 亿股，相比 15 年末上涨 14.42%，总市值 25,712.04 亿元，上涨 4.59%，截止 2016 年 2 月整体市场平

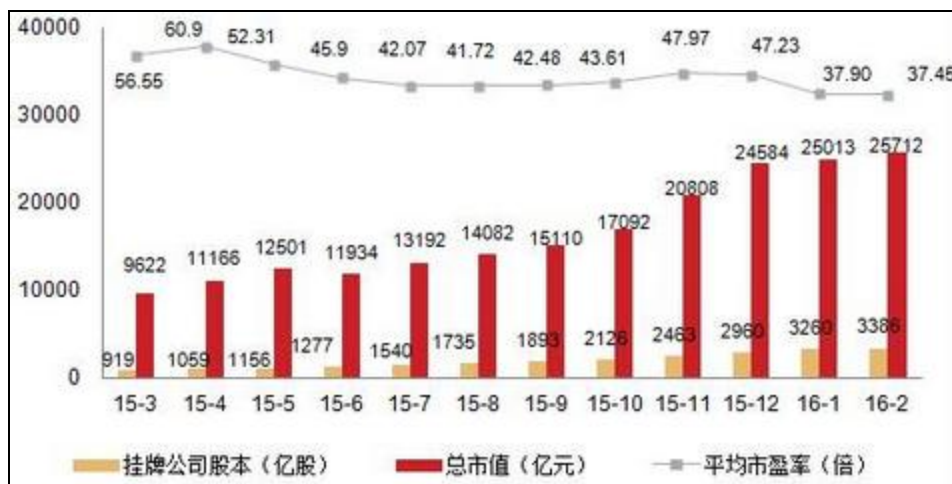
均市盈率达到 37.45 倍，下降 20.70%。

2015 年是新三板市场蓬勃发展的一年，2016 年，新三板分层制度即将落地实施、转板试行以及相关基础制度建设加速、挂牌企业数目进一步扩容。2016 年将会是继 2014 年新三板大扩容以来，该市场发展的新机遇期。2016 年 1 月 1 日至 2 月 29 日止拟定增发 786 次，完成定增 506 次。累计发行股票 40.15 亿股，募集金额 247.93 亿元。

### 新年伊始 新三板市场增长放缓

根据全国中小企业股份转让系统披露以及投中集团旗下数据产品 CVSource 统计，截至 2016 年 2 月 29 日，新三板市场挂牌公司总数 5826 家，相比 2014 年末 1572 家上涨达 2.7 倍，总股本 3,386.20 亿股，总股本 3,386.20 亿股，相比 15 年末上涨 14.42%，总市值 25,712.04 亿元，上涨 435.44%，1 月整体市场平均市盈率达到 37.90 倍，2 月则 37.45 倍，较比 15 年末下降 20.70% (见图 1)。2 月恰逢农历新年，新三板各项数据均有所下降，新三板挂牌所带来的政策扶持、提高股份流动性等诸多益处很大程度上刺激了企业的积极性，在各方的推动下，去年取得了非凡的成绩，今年 5 月分层制即将度实施，众多新三板挂牌企业通过系列标准分层；将政策资源、流动性资源更好地聚集于更为质优的挂牌企业；大幅改善新三板局部流动性。

图表 18 2015 年 3 月份到 2016 年 2 月份新三板市场概况统计



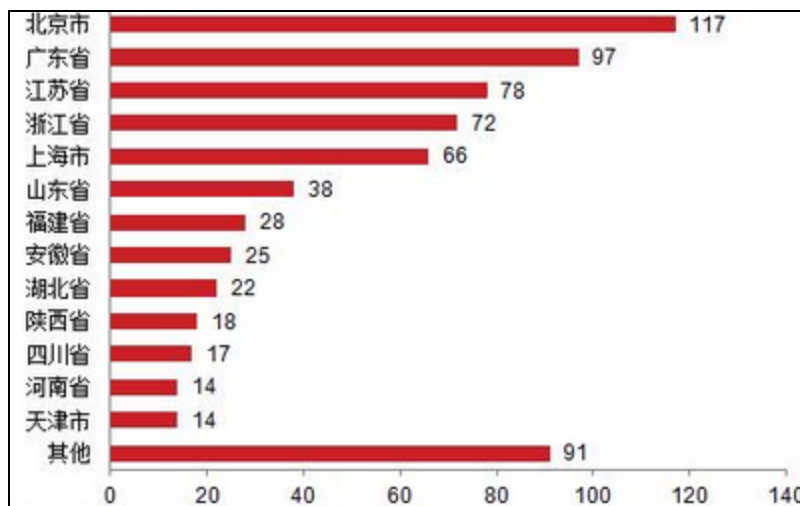
数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年 2 月末新三板新增挂牌企业 697 家，累计挂牌企业达到 5826 家，2015 年 11 月 20 日，中国证监会制定并发布的《关于进一步推进全国中小企业股份转让系统发展的若干意见》对全国中小企业股份转让系统实施分层制度、

展开转板试点、摘牌制度等 7 个方面的制度完善作出了部署，更完善的制度，更快速的融资，会促使更多的优质企业进入新三板市场。

根据投中研究院统计，2016 年后从地域分布来看，北京市以 117 家新增挂牌企业占据榜首，广东省 97 家的数量位居第二，江苏省和浙江省分别以 78 家和 72 家排在第三、第四位，分别占比 16.79%、13.92%、11.19%、10.33%。相比 2015 年，依旧是江浙广及北京地区地带新增挂牌更为明显(见图 2)，北上广及江浙一带主要也是创业创新的聚集地，多数为极富技术含量的高科技中小企业，加上区域和资源优势，将构成一带中小企业和小微企业的集纳地域。中西部地区受地理位置和资源的影响，经济并不活跃，挂牌企业数量依旧悬殊。

图表 19 2016 年 1-2 月新三板新挂牌企业地区分布统计

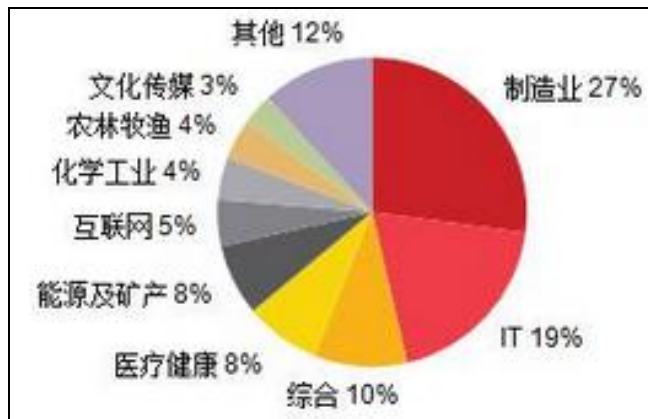


数据来源：投资中国、中商产业研究院

根据全国中小企业股份转让系统披露以及投中集团旗下数据产品 CVSource 统计，2016 年 1 月至 2 月末新三板新增挂牌企业从行业分布来看，制造业以 189 家持续领跑，IT 以 134 家位列第二，合计占新三板挂牌企业 46.34%。新三板的挂牌企业一直以来都以制造业和 IT 业为主，目前依然延续了这种趋势，互联网公司挂拍新三板占到了 5%，相比主板、创业板，新三板的准入门槛更低。按照目前主板和创业板的规定，新三板公司没有利润限制门槛，申报流程短，融资方式灵活。在目前注册制尚未落地，主板创业板上市需要排队等候的情况下，新三板可以解决互联网公司较为迅速融资问题，并且也可以作为今后转板的通道。在“大众创业、万众创新”的政策引导下，2016 年，相信会有更多主流互联网公司将临新三板作为创业创新的互联网企业将迎来一波发展浪潮，作为创新型、创业型、成长型中小微企业提供服务场所 TMT 行业首当其冲。



图表 20 2016 年 1-2 月新三板新增挂牌企业行业分布统计

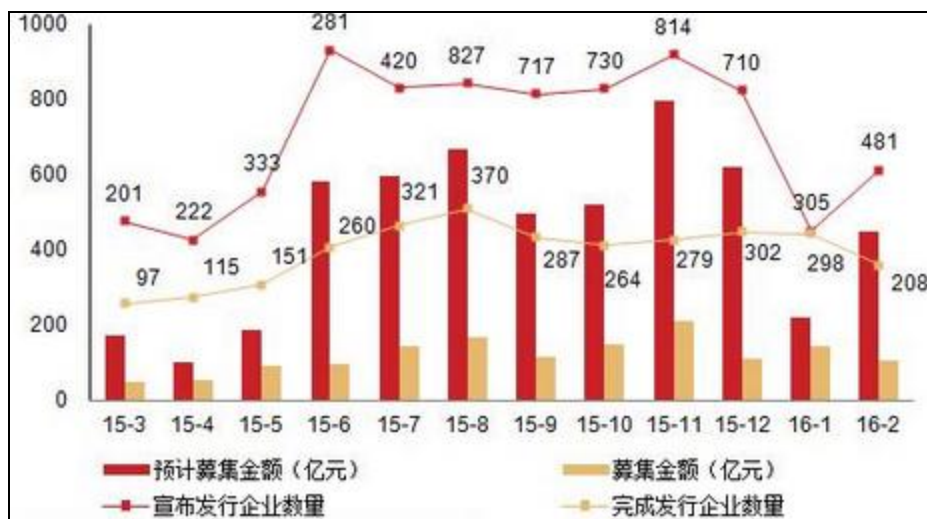


数据来源：投资中国、中商产业研究院

### 新年伊始 新三板企业交投市场冷淡

2016 年新年伊始新三板定增市场相比 15 年末有所缓冲，根据全国中小企业股份转让系统披露以及投中集团旗下数据产品 CVSource 统计显示，2016 年 1 月至 2 月末新三板完成定增融资案例有 506 起，定增募集资金总额达 247.93 亿元，春节过后，新三板交易略有冷淡一些新三板企业正在寻求 IPO，开始接受 IPO 上市辅导，其中 1 月拟发行 305 次中 298 次完成定增，2 月拟定增发行 481 次，完成发行 208 次。

图表 21 2015 年 3 月至 2016 年 2 月年新三板挂牌公司定增规模统计



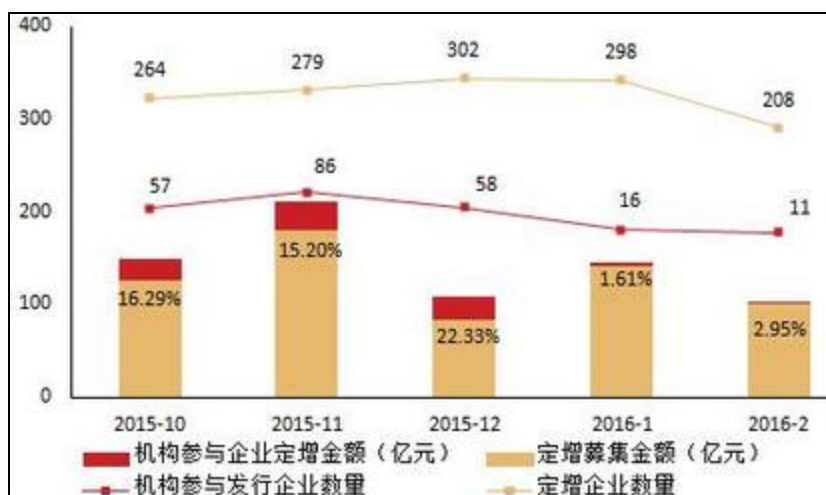
数据来源：投资中国、中商产业研究院

通过挂牌新三板企业实现了快速融资，也获得了发展，由于新三板的流动

性短期预计不会太大的增长。虽然即将实行的分层制度可能会提高流动性，但新三板交易门槛不低，投资者的群体相对固定的，而且新三板企业定增市场良莠不齐，投资者数量的增长远远赶不上挂牌公司数量的增长速度，新年伊始，新三板市场自然会出现交投冷淡的现象。

根据全国中小企业股份转让系统披露以及投中集团旗下数据产品CVSource统计，参与企业定增的VC/PE机构，2016年1月至2月末现已披露参与定增机构27家，进入一月，整个A股大盘持续性走低，新三板也收到大盘下跌的波及连续下跌，2月恰逢农历新年，定增市场规模和机构参与度自然会有所影响，在加上新三板企业定增良莠不齐，机构投资者远没有新三板企业的增长规模，自然机构投资者参与热度极大降低。

图表 22 2015年10月至2016年2月新三板机构参与挂牌公司定增规模统计



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 23 2016年1-2月新三板机构参与投资重大案例 TOP10

企业简介	行业	投资机构	投资基金	金额 (万元)
北尹科技	互联网	-	安徽高新金通安益二期、安徽安益大通	8,400.00
中汇影视	文化传媒	-	苏州松禾成长二号创业投资中心(有限合伙)	6,000.00
康比特	食品饮料	-	上海赛领紫麓创业投资中心(有限合伙)	4,996.20
翼码科技	互联网	永益创投有限公司	上海沃仑宝罗创业投资中心(有限合伙)	3,516.02
微点生物	医疗健康	东证鼎晟	上海开物兴晖创业投资合伙企业(有限合伙)	2,996.00
斯福泰克	IT	-	天津富石股权投资基金合伙企业(普通合伙)	2,625.00
中建信息	互联网	-	北京基石仲盈创业投资中心(有限合伙)、	2,534.00
欢乐逛	互联网	嘉德创信		2,500.00
默联股份	IT	-	湖北高金生物、天风天香、深圳市弘德和顺	2,500.00
华盛科技	制造业	-	南通金玖惠通二期	2,000.03

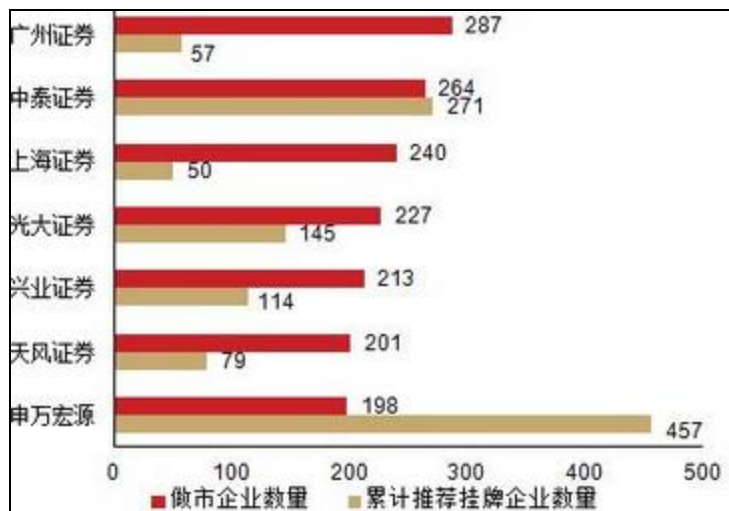
数据来源：投资中国、中商产业研究院

券商垄断做市牌照 强化做市行为监管

根据全国中小企业股份转让系统披露以及投中集团旗下数据产品 CVSource 统计，截止 2016 年 2 月底，新三板做市企业数量累计 6389 家，做市成交量 313,308,031 股，做市成交金额 18 亿元。三板做市牌照仍为券商所垄断其中做市企业数量方面，其中，广州证券、中泰证券、上海证券、光大证券、兴业证券的做市企业数量分别达到 287 家、264 家、240 家、231 家、214 家，位居前五席。

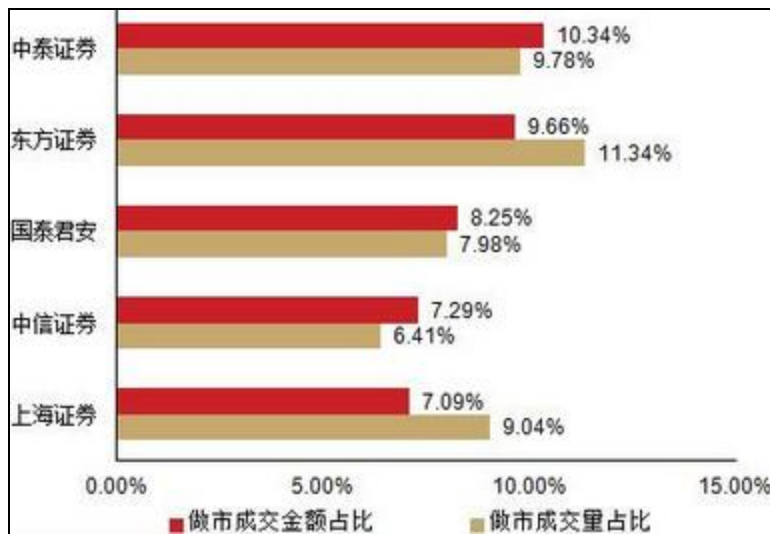
2016 年 1 月 29 日，全国股转系统对给予国泰君安证券股份有限公司严重影响多只股票转让价格进行了公开谴责，通报批评，对于此次监管行为，应严格防止做市商利用优势市场地位损害新三板上市企业与参与者合法权益。

图表 24 2016 年 2 月末新三板市场券商做市商情况统计



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 25 2016 年 2 月末新三板市场券商做市商成交占比统计



数据来源：投资中国、中商产业研究院

政策热点：主办券商执业质量评价办法(试行)发布

2016 年 1 月 29 日，股转系统宣布《全国中小企业股份转让系统主办券商执业质量评价办法(试行)》的通知，为引导主办券商增强规范意识，提高执业质量，根据《全国中小企业股份转让系统业务规则(试行)》、《全国中小企业股份转让系统主办券商管理细则(试行)》有关规定，全国中小企业股份转让系统有限责任公司(以下简称“全国股转公司”)制定了《全国中小企业股份转让系统主办券商执业质量评价办法(试行)》

评价对象为符合从事经济业务和做市业务条件的主办券商，详细披露了主办券商执业质量评价指标与评值标准，并以主办券商执业质量负面行为清单为基础标准，按点值计算分为一档、二档、三档、四档。

重大事项一：给予国泰君安通报批评的决定

2016 年 1 月 29 日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司对于国泰君安证券股份有限公司违反了《全国中小企业股份转让系统业务规则(试行)》、《全国中小企业股份转让系统股票转让细则(试行)》、《全国中小企业股份转让系统做市商做市业务管理规定(试行)》的规定规事实公开谴责。

经查明，12 月 31 日 14: 50 分，国泰君安为执行本部门“卖出做市股票、减少做市业务当年浮盈”的交易策略，国泰君安做市业务部对圆融科技、凌志

软件等 16 只股票以明显低于最近成交价的价格进行卖出申报,造成上述股票尾盘价格大幅波动。其中,圆融科技、凌志软件等 13 只股票当日收盘价跌幅超过 10%,跌幅最大的达 19.93%。上述行为严重影响了多只股票的正常转让价格,扰乱了正常市场秩序,市场影响恶劣。

对于上述行为,王仕宏,作为做市业务部负责人,是做市业务的直接主管人员,同时具有向他人透露做市交易策略的行为,负有主要责任。陈扬,作为场外市场部总经理,召集了讨论决定交易策略的部门会议,负有领导责任。李仲凯,作为交易总监,直接指示交易员执行了当日的交易行为,负有直接责任。全国股转系统对于此次事件进行了公开谴责。国泰君安被勒令停止新增做市业务三个月。

## 重大事项二:类金融企业被暂停挂牌新三板

证监会主席肖钢在 1 月 16 日的全国证券期货监管工作会议上表示,“新三板市场的定位是为创新型、创业型和成长型的中小微企业服务,是直接为实体经济服务。私募基金的法律关系比较复杂,私募基金挂牌新三板融资就变成公募,带来很多的问题,现在还要深入调研。”

继 PE 挂牌新三板被暂停后,类金融企业也被限制在股转系统大门外。据悉,2016 年 1 月 19 日下午,多家券商接到股转系统通知,要求暂停类金融项目挂牌,无论该项目处在哪种状态;而一行三会监管的金融机构项目则不在此次暂停范围内。

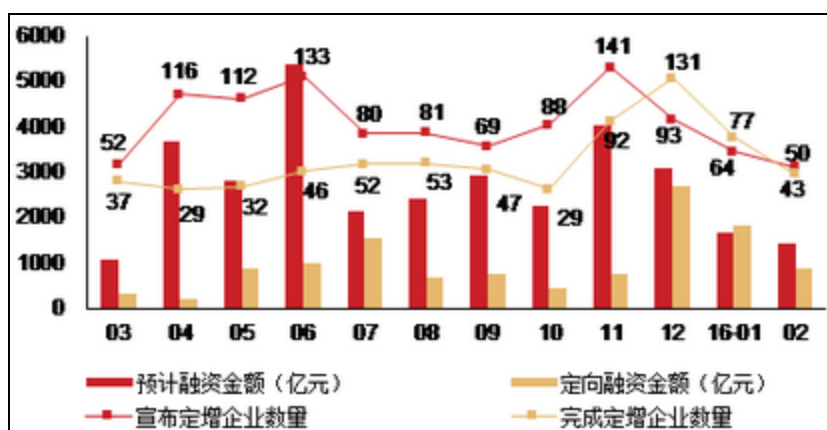
## 2、前两月定增市场出现低落 共计 120 家完成 2694.09 亿

2016 年 1 月份和 2 月份,A 股定向增发市场出现低落。根据投中研究院统计数据显示,1、2 月份共有 120 家 A 股上市公司实施了定向增发方案,1 月份完成 77 家,数量与上月 131 家相比下降了 41.22%,再融资金额为 1834.88 亿元,环比下降了 31.35%;2 月份完成 43 家,数量与 1 月份相比,下降了 44.16%,再融资金额为 859.22 亿元,环比下降 53.17%。与此同时,1、2 月有 114 家 A 股上市公司宣布了定向增发预案,1 月份宣布 64 家,环比下降了 31.18%,预计融资金额总计 1666.28 亿元,环比下降 46.14%;2 月份宣布定增企业 50 家,数量环比下降 21.88%,预计融资金额总计 1428.51 亿元,环比下降 14.27%。

1-2 月定增市场出现走低 共计 120 家上市公司再融资 2694.09 亿元

根据投中研究院统计数据显示, 1、2 月份共有 120 家 A 股上市公司实施了定向增发方案, 1 月份完成 77 家, 数量与上月 131 家相比下降了 41.22%, 再融资金额为 1834.88 亿元, 环比下降了 31.35%;2 月份完成 43 家, 数量与 1 月份相比, 下降了 44.16%, 再融资金额为 859.22 亿元, 环比下降 53.17%。与此同时, 1、2 月有 114 家 A 股上市公司宣布了定向增发预案, 1 月份宣布 64 家, 环比下降了 31.18%, 预计融资金额总计 1666.28 亿元, 环比下降 46.14%;2 月份宣布定增企业 50 家, 数量环比下降 21.88%, 预计融资金额总计 1428.51 亿元, 环比下降 14.27%。从单笔融资金额来看, 1、2 月实施定增的 120 家企业平均单笔融资金额为 22.45 亿元。

图表 26 2015 年 3 月至 2016 年 2 月 A 股上市公司定向增发预案与完成情况比较



数据来源: 投资中国、中商产业研究院

2016 年 1 月和 2 月中, 在发布定增预案的企业中, 万里股份(600847.SH)以发行股份购买资产并募集配套资金这一笔交易为 1 月宣布定增规模最大案例。此笔交易中, 万里股份以发行股份的方式购买资产并非公开发行股份募集配套资金。其中发行股份的价格为 23.87 元/股, 预计募集资金为 193.4 亿元。



图表 27 2016 年 1-2 月 A 股宣布定增上市公司拟融资规模 TOP10

企业	代码	CV行业	发行价格	发行数量 (万股)	预计融资金额 (亿元)
万里股份	600847.SH	能源及矿业	23.87	13,238.37	31.60
			23.87	67,783.83	161.80
宝硕股份	600155.SH	制造业	13.45	57,620.82	77.50
			10.29	75,325.56	77.51
深天地A	000023.SZ	建筑建材	20.55	26,763.99	55.00
			20.55	21,411.19	44.00
长城信息	000748.SZ	IT	18.99	42,127.44	80.00
			13.04	13,098.23	17.08
京能电力	600578.SH	公用事业	5.21	57,581.57	30.00
			5.21	113,941.30	59.36
均胜电子	600699.SH	汽车行业	23.89	36,000.00	86.00
南京新百	600682.SH	连锁经营	32.98	7,328.68	24.17
			18.61	31,703.38	57.65
中钨高新	000657.SZ	能源及矿业			50.00
			13.75	22,080.00	30.36
广汇汽车	600297.SH	汽车行业	10.66	75,046.90	80.00
南山铝业	600219.SH	能源及矿业	6.04	33,112.58	20.00
			6.04	82,781.46	50.00

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年 1、2 月，在已经实施定向增发的上市公司中，渤海租赁(000415.SZ)以非公开发行股份募集资金方式融资 245.03 亿元，在本月已经实施定增的上市公司中融资规模居首位，其募集资金发行价格 6.07 元/股，发行数量为 263591.43 万股。

图表 28 2016 年 1-2 月 A 股完成定增上市公司融资规模 TOP10

企业	代码	CV行业	发行价格	发行数量 (万股)	融资金额 (亿元)
渤海租赁	000415.SZ	制造业	6.07	263,591.43	158.40
西水股份	600291.SH	建筑建材	24.20	28,542.22	68.20
			15.99	42,364.22	67.74
中信银行	601998.SH	金融	5.55	214,746.95	118.89
招商蛇口	001979.SZ	房地产	23.60	50,229.51	118.01
天茂集团	000627.SZ	医疗健康	3.39	290,560.47	97.93
华域汽车	600741.SH	交通运输	15.75	56,952.38	89.14
华夏幸福	600340.SH	房地产	22.64	30,918.73	68.94
黄海机械	002680.SZ	制造业	35.45	4,681.98	16.17
			16.91	30,187.54	51.05
华侨城A	000069.SZ	综合	6.81	85,168.87	57.27
君正集团	601216.SH	公用事业	9.20	53,260.87	48.73

数据来源：投资中国、中商产业研究院

前两月平均上市首日收益率为 49.08%

定向增发收益方面，根据投中研究院统计，2016年1、2月完成定增的120家上市公司中，1月份定增上市首日平均收益率\*为52.84%，2月份定增上市首日平均收益率为45.32%(见图2)。其中，宝诚股份(600892.SH)、益生股份(002458.SZ)、道博股份(600136.SH)上市首日收益率分别达到了284%、199%和184%，占据了本月定增上市首日收益率的前三甲。

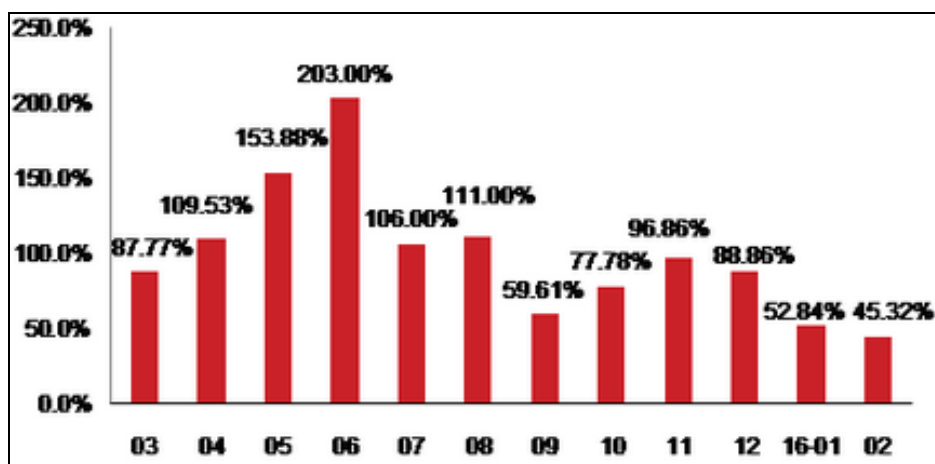
图表 29 2016年1-2月A股完成定增上市公司定增上市首日收益率TOP10

企业	代码	增发价格	定增上市首日收盘价	定增上市首日收益率
宝诚股份	600892.SH	20.05	77.00	2.84
益生股份	002458.SZ	11.55	34.52	1.99
道博股份	600136.SH	20.06	57.03	1.84
安科生物	300009.SZ	11.93	32.67	1.74
岭南园林	002717.SZ	14.17	38.35	1.71
刚泰控股	600687.SH	7.96	21.22	1.67
达华智能	002512.SZ	7.17	18.95	1.64
天茂集团	000627.SZ	3.39	8.38	1.47
深大通	000038.SZ	20.42	47.44	1.32
晨光生物	300138.SZ	9.40	21.40	1.28

数据来源：投资中国、中商产业研究院

\*定增上市首日收益率=[(完成定增公司之增发股票上市日收盘价/定增发行价)-1]\*100

图表 30 2015年3月-2016年2月A股完成定增上市公司定增上市首日平均收益率



数据来源：投资中国、中商产业研究院

实施定增企业数量减少 制造业依然活跃

从实施定向增发的上市公司所属行业上来看，1、2月120家实施定增的上市公司共涉及17个行业，行业分布广泛，其中比较集中的热门行业为制造业、IT、健康。

图表 31 2016年1-2月A股完成定增上市公司数量及金额按行业分布

行业	完成定增上市公司数量	融资金额 (亿元)	平均融资金额 (亿元)
制造业	36	702.16	19.50
IT	15	209.79	13.99
医疗健康	12	263.36	21.95
建筑建材	8	237.33	29.67
农林牧渔	8	123.95	15.49
房地产	7	364.66	52.09
化学工业	7	94.48	13.50
金融	5	215.21	43.04
公用事业	3	85.48	28.49
交通运输	3	119.97	39.99
能源及矿业	3	39.20	13.07
汽车行业	3	41.57	13.86
食品饮料	3	54.94	18.31
综合	3	89.21	29.74
电信及增值	2	44.47	22.23
连锁经营	1	4.60	4.60
旅游业	1	3.70	3.70
总计	120	2694.09	22.45

数据来源：投资中国、中商产业研究院

从宣布定向增发预案的上市公司所属行业上来看，1、2月114家宣布定增预案的上市公司主要集中在制造业、能源及矿业和IT等行业。根据投中研究院统计显示，1、2月有114家A股上市公司宣布了定向增发预案，1月份宣布64家，环比下降了31.18%，预计融资金额总计1666.28亿元，环比下降46.14%；2月份宣布定增企业50家，数量环比下降21.88%，预计融资金额总计1428.51亿元，环比下降14.27%。



图表 32 2016年1-2月A股宣布定增上市公司数量及金额按行业分布

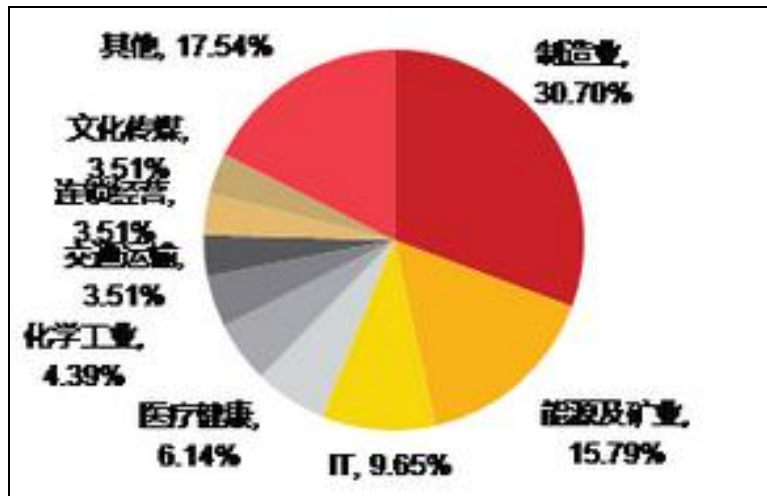
行业	宣布定增上市公司数量	预计融资金额 (亿元)	平均融资金额 (亿元)
制造业	35	797.93	22.80
能源及矿业	18	614.76	34.15
IT	11	399.88	36.35
医疗健康	7	74.90	10.70
汽车行业	6	254.21	42.37
化学工业	5	101.54	20.31
交通运输	4	81.16	20.29
连锁经营	4	147.38	36.84
文化传媒	4	66.90	16.73
电信及增值	3	25.56	8.52
房地产	3	91.85	30.62
公用事业	3	150.20	50.07
建筑建材	3	111.72	37.24
农林牧渔	3	37.80	12.60
综合	2	73.33	36.67
金融	1	50.00	50.00
旅游业	1	8.12	8.12
食品饮料	1	7.54	7.54
总计	114	3094.78	27.15

数据来源：投资中国、中商产业研究院

从宣布定向增发预案的上市公司所属行业数量上来看，制造业、能源及矿业和 IT 行业中企业宣布定增的数量占前两个月所有行业宣布定增企业数量的一半以上，其中制造业数量最多，占比 30.70%，数量为 35 家，而能源及矿业和 IT 行业企业宣布定增数量紧随其后，分别为 18 家和 11 家，占比为 15.79% 和 9.65%。企业宣布定增数量排名前三的行业，企业宣布定增数量也都超过了 10 家，其余行业的企业宣布定增数量都在个位数。2016 年前两个月 A 股宣布定增上市公司行业中，文化传媒、连锁经营和交通运输所占比例相同，宣布定增的上市公司数量也相同，都是 4 家。近两月看，制造业行业中宣布定增上市公司不管是在数量上还是预计融资规模上，都要领先于其他行业。

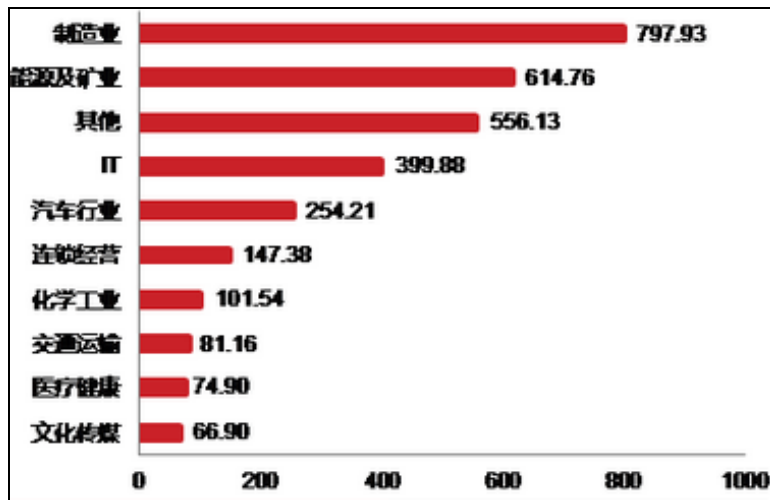
从宣布定向增发预案的上市公司所属行业定增规模来看，制造业的宣布定增规模依然排在第一位，达到 797.93 亿元，远远超过排在文化传媒行业企业宣布定增的规模。

图表 33 2016年1-2月A股宣布定增上市公司数量行业分布占比



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 34 2016年1-2月A股宣布定增规模行业分布



数据来源：投资中国、中商产业研究院

# 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**