

中商顾问 · 投资情报周刊

2016年02月29日-2016年03月06日

每周一发行

国务院关于印发《国有科技型企业股权和分红激励暂行办法》

中医药发展战略规划纲要（2016-2030年）

中国近十年来最暴利行业排行榜

2015年A股十大挣钱影视公司

2016年全国各城市最新房价新鲜出炉

证监会核准8家公司IPO申请

中国粮食生产实现“十二连增”



中商产业研究院出版



全国免费热线：

400-666-1917

《投资情报周刊》版权声明

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

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

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

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

【本报告只授权内部使用】

全国统一服务热线：400-666-1917

可研报告\商业计划书：400-788-9700

企业 IPO 咨询热线：400-788-9689

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

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

香港地址：香港皇后大道中 183 号中远大厦 19 楼

电 话：（0755）25407296 25193390

传 真：（0755）25407715 25654878

中商官网：<http://www.chnci.com/>

财经门户：<http://www.askci.com/>

E - mail：yubao@askci.com

公司简介

Corporate Introduction

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

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



产品与服务

Products and Services

行业研究报告

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

市场调研

专项研究（重点包括细分市场研究、高层访谈、对标企业研究、消费者研究）
满意度研究（重点包括员工满意度、客户满意度）
竞争对手调查（重点包括竞争对手产品、营销、研发、财务、渠道调查等）
企业产销调研（重点包括生产状况调查、销售状况调查）

产业规划咨询

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

投资咨询

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

地产策划

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

品牌与营销咨询

品牌诊断研究	品牌定位咨询
品牌策划咨询	品牌传播咨询

IPO 上市咨询

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

战略咨询

管控管理咨询	风险管理咨询
运营管理咨询	品牌与营销管理咨询

★ 目 录 ★

一、政策法规.....	3
1、国务院关于印发中医药发展战略规划纲要(2016—2030 年)的通知.....	3
2、关于整合调整餐饮服务场所的公共场所卫生许可证和食品经营许可证的决定.....	13
3、关于印发《国有科技型企业股权和分红激励暂行办法》的通知.....	14
4、关于保险保障基金有关税收政策问题的通知.....	15
5、关于“十三五”期间煤层气(瓦斯)开发利用补贴标准的通知.....	16
6、关于加强物流短板建设促进有效投资和居民消费的若干意见..	17
二、经济观察.....	20
1、流通领域重要生产资料市场价格变动情况(2016 年 2 月 21-29 日).....	20
2、50 个城市主要食品平均价格变动情况(2016 年 2 月 21-29 日).....	22
3、2016 年 2 月中国非制造业商务活动指数为 52.7%.....	23
4、2016 年 2 月中国制造业采购经理指数为 49.0%.....	25
三、投资市场.....	27
1、中国近十年来最暴利行业排行榜.....	27
2、新发行办法股票首上市, 东方时尚回报倍数表现亮眼.....	29
3、2015 年 A 股十大最挣钱影视公司: 华谊兄弟、奥飞娱乐等... ..	30
4、2016 年中国城市财力 50 强排行榜: 上北深占三甲.....	36
5、2016 年全国各城市最新房价新鲜出炉.....	38
6、2 月投资市场平稳发展 政策引导“服务贸易创新”.....	39
7、BDP 获 3000 万美元 C 轮融资 估值 16.4 亿人民币.....	41
8、证监会核准 8 家公司 IPO 申请 筹资总额预计不超过 40 亿元..	41
9、2016 年“政策+市场”助推并购基金爆发.....	42
10、中关村独角兽企业数量全球第二.....	44
11、2.29 -3.6 一周并购事件.....	45
12、国内一周风投事件统计.....	45
13、证券市场一周回顾.....	53
四、产业市场.....	57
1、能效新国标 10 月实施 高能耗冰箱将被强制淘汰.....	57
2、2015 年快递满意度排名出炉: 顺丰 EMS 中通排前三.....	57
3、中国粮食生产实现“十二连增” 综合能力显著提高.....	59
4、2 月全国首套房平均利率 4.58%.....	61
5、钢铁业 2015 年利用率不足 67% 过剩产能越来越庞大.....	62
6、互联网保险 2015 年保费超 2000 亿.....	64
7、途牛 2015 年总亏损 14.59 亿元 OTA 还在流血争市场.....	66
8、吉利 4 亿收购东风南充 100%股权.....	67
9、曲面电视成厂商争夺重点 出货量同比增 6 倍.....	67
五、环球市场.....	69
1、美国经济下行风险正在加大.....	69
2、英国或面临新一轮预算紧缩.....	71

3、澳大利亚制造业创 5 年半以来最高水平.....	72
4、巴西全力遏止经济衰退.....	72
5、韩国化妆品在华高增长 增速秒杀欧美日化巨头.....	73
6、马来西亚希望每年吸引 200 万中国游客.....	74
7、加拿大 2015 年经济增长 1.2%	75
7、日本去年第四季度企业投资增速放缓.....	75
8、经济形势不乐观 韩国 2015 年消费倾向创历史新低.....	76
六、热点解读.....	76
1、投中统计：2 月中企 IPO 小幅上升 IPO 规模 51.16 亿元.....	76
2、2 月基金募集氛围和 PE/VC 市场投资持续回落	81

正文

一、政策法规

1、国务院关于印发中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)的通知

中医药作为我国独特的卫生资源、潜力巨大的经济资源、具有原创优势的科技资源、优秀的文化资源和重要的生态资源，在经济社会发展中发挥着重要作用。随着我国新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化深入发展，人口老龄化进程加快，健康服务业蓬勃发展，人民群众对中医药服务的需求越来越旺盛，迫切需要继承、发展、利用好中医药，充分发挥中医药在深化医药卫生体制改革中的作用，造福人类健康。为明确未来十五年我国中医药发展方向和工作重点，促进中医药事业健康发展，制定本规划纲要。

一、基本形势

新中国成立后特别是改革开放以来，党中央、国务院高度重视中医药工作，制定了一系列政策措施，推动中医药事业发展取得了显著成就。中医药总体规模不断扩大，发展水平和服务能力逐步提高，初步形成了医疗、保健、科研、教育、产业、文化整体发展新格局，对经济社会发展贡献度明显提升。截至2014年底，全国共有中医类医院(包括中医、中西医结合、民族医医院，下同)3732所，中医类医院床位75.5万张，中医类执业(助理)医师39.8万人，2014年中医类医院总诊疗人次5.31亿。中医药在常见病、多发病、慢性病及疑难病症、重大传染病防治中的作用得到进一步彰显，得到国际社会广泛认可。2014年中药生产企业达到3813家，中药工业总产值7302亿元。中医药已经传播到183个国家和地区。

另一方面，我国中医药资源总量仍然不足，中医药服务领域出现萎缩现象，基层中医药服务能力薄弱，发展规模和水平还不能满足人民群众健康需求；中医药高层次人才缺乏，继承不足、创新不够；中药产业集中度低，野生中药材资源破坏严重，部分中药材品质下降，影响中医药可持续发展；适应中医药发展规律的法律政策体系有待健全；中医药走向世界面临制约和壁垒，国际竞争力有待进一步提升；中医药治理体系和治理能力现代化水平亟待提高，迫切需要加强顶层设计和统筹规划。

当前，我国进入全面建成小康社会决胜阶段，满足人民群众对简便验廉的

中医药服务需求，迫切需要大力发展健康服务业，拓宽中医药服务领域。深化医药卫生体制改革，加快推进健康中国建设，迫切需要在构建中国特色基本医疗制度中发挥中医药独特作用。适应未来医学从疾病医学向健康医学转变、医学模式从生物医学向生物—心理—社会模式转变的发展趋势，迫切需要继承和发展中医药的绿色健康理念、天人合一的整体观念、辨证施治和综合施治的诊疗模式、运用自然的防治手段和全生命周期的健康服务。促进经济转型升级，培育新的经济增长动能，迫切需要加大对中医药的扶持力度，进一步激发中医药原创优势，促进中医药产业提质增效。传承和弘扬中华优秀传统文化，迫切需要进一步普及和宣传中医药文化知识。实施“走出去”战略，推进“一带一路”建设，迫切需要推动中医药海外创新发展。各地区、各有关部门要正确认识形势，把握机遇，扎实推进中医药事业持续健康发展。

二、指导思想、基本原则和发展目标

(一) 指导思想。

认真落实党的十八大和十八届二中、三中、四中、五中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，紧紧围绕“四个全面”战略布局和党中央、国务院决策部署，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，坚持中西医并重，从思想认识、法律地位、学术发展与实践运用上落实中医药与西医药的平等地位，充分遵循中医药自身发展规律，以推进继承创新为主题，以提高中医药发展水平为中心，以完善符合中医药特点的管理体制和政策机制为重点，以增进和维护人民群众健康为目标，拓展中医药服务领域，促进中西医结合，发挥中医药在促进卫生、经济、科技、文化和生态文明发展中的独特作用，统筹推进中医药事业振兴发展，为深化医药卫生体制改革、推进健康中国建设、全面建成小康社会和实现“两个一百年”奋斗目标作出贡献。

(二) 基本原则。

坚持以人为本、服务惠民。以满足人民群众中医药健康需求为出发点和落脚点，坚持中医药发展为了人民、中医药成果惠及人民，增进人民健康福祉，保证人民享有安全、有效、方便的中医药服务。

坚持继承创新、突出特色。把继承创新贯穿中医药发展一切工作，正确把握好继承和创新的关系，坚持和发扬中医药特色优势，坚持中医药原创思维，充分利用现代科学技术和方法，推动中医药理论与实践不断发展，推进中医药

现代化，在创新中不断形成新特色、新优势，永葆中医药薪火相传。

坚持深化改革、激发活力。改革完善中医药发展体制机制，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，拉动投资消费，推进产业结构调整，更好发挥政府在制定规划、出台政策、引导投入、规范市场等方面的作用，积极营造平等参与、公平竞争的市场环境，不断激发中医药发展的潜力和活力。

坚持统筹兼顾、协调发展。坚持中医与西医相互取长补短，发挥各自优势，促进中西医结合，在开放中发展中医药。统筹兼顾中医药发展各领域、各环节，注重城乡、区域、国内国际中医药发展，促进中医药医疗、保健、科研、教育、产业、文化全面发展，促进中医中药协调发展，不断增强中医药发展的整体性和系统性。

(三) 发展目标。

到 2020 年，实现人人基本享有中医药服务，中医医疗、保健、科研、教育、产业、文化各领域得到全面协调发展，中医药标准化、信息化、产业化、现代化水平不断提高。中医药健康服务能力明显增强，服务领域进一步拓宽，中医医疗服务体系进一步完善，每千人口公立中医类医院床位数达到 0.55 张，中医药服务可得性、可及性明显改善，有效减轻群众医疗负担，进一步放大医改惠民效果；中医基础理论研究及重大疾病攻关取得明显进展，中医药防治水平大幅度提高；中医药人才培养体系基本建立，凝聚一批学术领先、医术精湛、医德高尚的中医药人才，每千人口卫生机构中医执业类(助理)医师数达到 0.4 人；中医药产业现代化水平显著提高，中药工业总产值占医药工业总产值 30% 以上，中医药产业成为国民经济重要支柱之一；中医药对外交流合作更加广泛；符合中医药发展规律的法律体系、标准体系、监督体系和政策体系基本建立，中医药管理体制更加健全。

到 2030 年，中医药治理体系和治理能力现代化水平显著提升，中医药服务领域实现全覆盖，中医药健康服务能力显著增强，在治未病中的主导作用、在重大疾病治疗中的协同作用、在疾病康复中的核心作用得到充分发挥；中医药科技水平显著提高，基本形成一支由百名国医大师、万名中医名师、百万中医师、千万职业技能人员组成的中医药人才队伍；公民中医健康文化素养大幅度提升；中医药工业化水平迈上新台阶，对经济社会发展的贡献率进一步增强，我国在世界传统医药发展中的引领地位更加巩固，实现中医药继承创新发展、统筹协调发展、生态绿色发展、包容开放发展和人民共享发展，为健康中

国建设奠定坚实基础。

三、重点任务

(一)切实提高中医医疗服务能力。

1. 完善覆盖城乡的中医医疗服务网络。全面建成以中医类医院为主体、综合医院等其他类别医院中医药科室为骨干、基层医疗卫生机构为基础、中医门诊部 and 诊所为补充、覆盖城乡的中医医疗服务网络。县级以上地方人民政府要在区域卫生规划中合理配置中医医疗资源，原则上在每个地市级区域、县级区域设置 1 个市办中医类医院、1 个县办中医类医院，在综合医院、妇幼保健机构等非中医类医疗机构设置中医药科室。在乡镇卫生院和社区卫生服务中心建立中医馆、国医堂等中医综合服务区，加强中医药设备配置和中医药人员配备。加强中医医院康复科室建设，支持康复医院设置中医药科室，加强中医康复专业技术人员的配备。

2. 提高中医药防病治病能力。实施中医临床优势培育工程，加强在区域内有影响力、科研实力强的省级或地市级中医医院能力建设。建立中医药参与突发公共事件应急网络和应急救治工作协调机制，提高中医药应急救治和重大传染病防治能力。持续实施基层中医药服务能力提升工程，提高县级中医医院和基层医疗卫生机构中医优势病种诊疗能力、中医药综合服务能力。建立慢性病中医药监测与信息管理制度，推动建立融入中医药内容的社区健康管理模式，开展高危人群中中医药健康干预，提升基层中医药健康管理水平。大力发展中医非药物疗法，充分发挥其在常见病、多发病和慢性病防治中的独特作用。建立中医医院与基层医疗卫生机构、疾病预防控制机构分工合作的慢性病综合防治网络和工作机制，加快形成急慢分治的分级诊疗秩序。

3. 促进中西医结合。运用现代科学技术，推进中西医资源整合、优势互补、协同创新。加强中西医结合创新研究平台建设，强化中西医临床协作，开展重大疑难疾病中西医联合攻关，形成独具特色的中西医结合诊疗方案，提高重大疑难疾病、急危重症的临床疗效。探索建立和完善国家重大疑难疾病中西医协作工作机制与模式，提升中西医结合服务能力。积极创造条件建设中西医结合医院。完善中西医结合人才培养政策措施，建立更加完善的西医学习中医制度，鼓励西医离职学习中医，加强高层次中西医结合人才培养。

4. 促进民族医药发展。将民族医药发展纳入民族地区和民族自治地方经济

社会发展规划，加强民族医医疗机构建设，支持有条件的民族自治地方举办民族医医院，鼓励民族地区各类医疗卫生机构设立民族医药科，鼓励社会力量举办民族医医院和诊所。加强民族医药传承保护、理论研究和文献的抢救与整理。推进民族药标准建设，提高民族药质量，加大开发推广力度，促进民族药产业发展。

5. 放宽中医药服务准入。改革中医医疗执业人员资格准入、执业范围和执业管理制度，根据执业技能探索实行分类管理，对举办中医诊所的，将依法实施备案制管理。改革传统医学师承和确有专长人员执业资格准入制度，允许取得乡村医生执业证书的中医药一技之长人员在乡镇和村开办中医诊所。鼓励社会力量举办连锁中医医疗机构，对社会资本举办只提供传统中医药服务的中医门诊部、诊所，医疗机构设置规划和区域卫生发展规划不作布局限制，支持有资质的中医专业技术人员特别是名老中医开办中医门诊部、诊所，鼓励药品经营企业举办中医坐堂医诊所。保证社会办和政府办中医医疗机构在准入、执业等方面享有同等权利。

6. 推动“互联网+”中医医疗。大力发展中医远程医疗、移动医疗、智慧医疗等新型医疗服务模式。构建集医学影像、检验报告等健康档案于一体的医疗信息共享服务体系，逐步建立跨医院的中医医疗数据共享交换标准体系。探索互联网延伸医嘱、电子处方等网络中医医疗服务应用。利用移动互联网等信息技术提供在线预约诊疗、候诊提醒、划价缴费、诊疗报告查询、药品配送等便捷服务。

(二) 大力发展中医养生保健服务。

7. 加快中医养生保健服务体系建设。研究制定促进中医养生保健服务发展的政策措施，支持社会力量举办中医养生保健机构，实现集团化发展或连锁化经营。实施中医治未病健康工程，加强中医医院治未病科室建设，为群众提供中医健康咨询评估、干预调理、随访管理等治未病服务，探索融健康文化、健康管理、健康保险于一体的中医健康保障模式。鼓励中医医院、中医医师为中医养生保健机构提供保健咨询、调理和药膳等技术支持。

8. 提升中医养生保健服务能力。鼓励中医医疗机构、养生保健机构走进机关、学校、企业、社区、乡村和家庭，推广普及中医养生保健知识和易于掌握的理疗、推拿等中医养生保健技术与方法。鼓励中医药机构充分利用生物、仿生、智能等现代科学技术，研发一批保健食品、保健用品和保健器械器材。加

快中医治未病技术体系与产业体系建设。推广融入中医治未病理念的健康工作和生活方式。

9. 发展中医药健康养老服务。推动中医药与养老融合发展，促进中医医疗资源进入养老机构、社区和居民家庭。支持养老机构与中医医疗机构合作，建立快速就诊绿色通道，鼓励中医医疗机构面向老年人群开展上门诊视、健康查体、保健咨询等服务。鼓励中医医师在养老机构提供保健咨询和调理服务。鼓励社会资本新建以中医药健康养老为主的护理院、疗养院，探索设立中医药特色医养结合机构，建设一批医养结合示范基地。

10. 发展中医药健康旅游服务。推动中医药健康服务与旅游产业有机融合，发展以中医药文化传播和体验为主题，融中医疗养、康复、养生、文化传播、商务会展、中药材科考与旅游于一体的中医药健康旅游。开发具有地域特色的中医药健康旅游产品和线路，建设一批国家中医药健康旅游示范基地和中医药健康旅游综合体。加强中医药文化旅游商品的开发生产。建立中医药健康旅游标准化体系，推进中医药健康旅游服务标准化和专业化。举办“中国中医药健康旅游年”，支持举办国际性的中医药健康旅游展览、会议和论坛。

(三) 扎实推进中医药继承。

11. 加强中医药理论方法继承。实施中医药传承工程，全面系统继承历代各家学术理论、流派及学说，全面系统继承当代名老中医药专家学术思想和临床诊疗经验，总结中医优势病种临床基本诊疗规律。将中医古籍文献的整理纳入国家中华典籍整理工程，开展中医古籍文献资源普查，抢救濒临失传的珍稀与珍贵古籍文献，推动中医古籍数字化，编撰出版《中华医藏》，加强海外中医古籍影印和回归工作。

12. 加强中医药传统知识保护与技术挖掘。建立中医药传统知识保护数据库、保护名录和保护制度。加强中医临床诊疗技术、养生保健技术、康复技术筛选，完善中医医疗技术目录及技术操作规范。加强对传统制药、鉴定、炮制技术及老药工经验的继承应用。开展对中医药民间特色诊疗技术的调查、挖掘整理、研究评价及推广应用。加强对中医药百年老字号的保护。

13. 强化中医药师承教育。建立中医药师承教育培养体系，将师承教育全面融入院校教育、毕业后教育和继续教育。鼓励医疗机构发展师承教育，实现师承教育常态化和制度化。建立传统中医师管理制度。加强名老中医药专家传承

工作室建设，吸引、鼓励名老中医药专家和长期服务基层的中医药专家通过师承模式培养多层次的中医药骨干人才。

(四)着力推进中医药创新。

14. 健全中医药协同创新体系。健全以国家和省级中医药科研机构为核心，以高等院校、医疗机构和企业为主体，以中医科学研究基地(平台)为支撑，多学科、跨部门共同参与的中医药协同创新体制机制，完善中医药领域科技布局。统筹利用相关科技计划(专项、基金等)，支持中医药相关科技创新工作，促进中医药科技创新能力提升，加快形成自主知识产权，促进创新成果的知识产权化、商品化和产业化。

15. 加强中医药科学研究。运用现代科学技术和传统中医药研究方法，深化中医基础理论、辨证论治方法研究，开展经穴特异性及针灸治疗机理、中药药性理论、方剂配伍理论、中药复方药效物质基础和作用机理等研究，建立概念明确、结构合理的理论框架体系。加强对重大疑难疾病、重大传染病防治的联合攻关和对常见病、多发病、慢性病的中医药防治研究，形成一批防治重大疾病和治未病的重大产品和技术成果。综合运用现代科技手段，开发一批基于中医理论的诊疗仪器与设备。探索适合中药特点的新药开发新模式，推动重大新药创制。鼓励基于经典名方、医疗机构中药制剂等的中药新药研发。针对疾病新的药物靶标，在中药资源中寻找新的候选药物。

16. 完善中医药科研评价体系。建立和完善符合中医药特点的科研评价标准和体系，研究完善有利于中医药创新的激励政策。通过同行评议和引进第三方评估，提高项目管理效率和研究水平。不断提高中医药科研成果转化效率。开展中医临床疗效评价与转化应用研究，建立符合中医药特点的疗效评价体系。

(五)全面提升中药产业发展水平。

17. 加强中药资源保护利用。实施野生中药材资源保护工程，完善中药材资源分级保护、野生中药材物种分级保护制度，建立濒危野生药用动植物保护区、野生中药材资源培育基地和濒危稀缺中药材种植养殖基地，加强珍稀濒危野生药用动植物保护、繁育研究。建立国家级药用动植物种质资源库。建立普查和动态监测相结合的中药材资源调查制度。在国家医药储备中，进一步完善中药材及中药饮片储备。鼓励社会力量投资建立中药材科技园、博物馆和药用植物园等保育基地。探索荒漠化地区中药材种植生态经济示范区建设。

18. 推进中药材规范化种植养殖。制定中药材主产区种植区域规划。制定国家道地药材目录，加强道地药材良种繁育基地和规范化种植养殖基地建设。促进中药材种植养殖业绿色发展，制定中药材种植养殖、采集、储藏技术标准，加强对中药材种植养殖的科学引导，大力发展中药材种植养殖专业合作社和合作联社，提高规模化、规范化水平。支持发展中药材生产保险。建立完善中药材原产地标记制度。实施贫困地区中药材产业推进行动，引导贫困户以多种方式参与中药材生产，推进精准扶贫。

19. 促进中药工业转型升级。推进中药工业数字化、网络化、智能化建设，加强技术集成和工艺创新，提升中药装备制造水平，加速中药生产工艺、流程的标准化、现代化，提升中药工业知识产权运用能力，逐步形成大型中药企业集团和产业集群。以中药现代化科技产业基地为依托，实施中医药大健康产业科技创业者行动，促进中药一二三产业融合发展。开展中成药上市后再评价，加大中成药二次开发力度，开展大规模、规范化临床试验，培育一批具有国际竞争力的名方大药。开发一批中药制造机械与设备，提高中药制造业技术水平与规模效益。推进实施中药标准化行动计划，构建中药产业全链条的优质产品标准体系。实施中药绿色制造工程，形成门类丰富的新兴绿色产业体系，逐步减少重金属及其化合物等物质的使用量，严格执行《中药类制药工业水污染物排放标准》(GB 21906-2008)，建立中药绿色制造体系。

20. 构建现代中药材流通体系。制定中药材流通体系建设规划，建设一批道地药材标准化、集约化、规模化和可追溯的初加工与仓储物流中心，与生产企业供应商管理和质量追溯体系紧密相连。发展中药材电子商务。利用大数据加强中药材生产信息搜集、价格动态监测分析和预测预警。实施中药材质量保障工程，建立中药材生产流通全过程质量管理和质量追溯体系，加强第三方检测平台建设。

(六) 大力弘扬中医药文化。

21. 繁荣发展中医药文化。大力倡导“大医精诚”理念，强化职业道德建设，形成良好行业风尚。实施中医药健康文化素养提升工程，加强中医药文物设施保护和非物质文化遗产传承，推动更多非药物中医诊疗技术列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录和国家级非物质文化遗产目录，使更多古代中医典籍进入世界记忆名录。推动中医药文化国际传播，展示中华文化独特魅力，提升我国文化软实力。

22. 发展中医药文化产业。推动中医药与文化产业融合发展，探索将中医药文化纳入文化产业发展规划。创作一批承载中医药文化的创意产品和文化精品。促进中医药与广播影视、新闻出版、数字出版、动漫游戏、旅游餐饮、体育演艺等有效融合，发展新型文化产品和服务。培育一批知名品牌和企业，提升中医药与文化产业融合发展水平。

(七) 积极推动中医药海外发展。

23. 加强中医药对外交流合作。深化与各国政府和世界卫生组织、国际标准化组织等的交流与合作，积极参与国际规则、标准的研究与制订，营造有利于中医药海外发展的国际环境。实施中医药海外发展工程，推动中医药技术、药物、标准和服务走出去，促进国际社会广泛接受中医药。本着政府支持、民间运作、服务当地、互利共赢的原则，探索建设一批中医药海外中心。支持中医药机构全面参与全球中医药各领域合作与竞争，发挥中医药社会组织的作用。在国家援外医疗中进一步增加中医药服务内容。推进多层次的中医药国际交流合作，吸引更多的海外留学生来华接受学历教育、非学历教育、短期培训和临床实习，把中医药打造成中外人文交流、民心相通的亮丽名片。

24. 扩大中医药国际贸易。将中医药国际贸易纳入国家对外贸易发展总体战略，构建政策支持体系，突破海外制约中医药对外贸易发展的法律、政策障碍和技术壁垒，加强中医药知识产权国际保护，扩大中医药服务贸易国际市场准入。支持中医药机构参与“一带一路”建设，扩大中医药对外投资和贸易。为中医药服务贸易发展提供全方位公共资源保障。鼓励中医药机构到海外开办中医医院、连锁诊所和中医养生保健机构。扶持中药材海外资源开拓，加强海外中药材生产流通质量管理。鼓励中医药企业走出去，加快打造全产业链服务的跨国公司和知名国际品牌。积极发展入境中医健康旅游，承接中医医疗服务外包，加强中医药服务贸易对外整体宣传和推介。

四、保障措施

(一) 健全中医药法律体系。推动颁布并实施中医药法，研究制定配套政策法规和部门规章，推动修订执业医师法、药品管理法和医疗机构管理条例、中药品种保护条例等法律法规，进一步完善中医类别执业医师、中医医疗机构分类和管理、中药审批管理、中医药传统知识保护等领域相关法律规定，构建适应中医药发展需要的法律法规体系。指导地方加强中医药立法工作。

(二)完善中医药标准体系。为保障中医药服务质量安全，实施中医药标准化工程，重点开展中医临床诊疗指南、技术操作规范和疗效评价标准的制定、推广与应用。系统开展中医治未病标准、药膳制作标准和中医药保健品标准等研究制定。健全完善中药质量标准体系，加强中药质量管理，重点强化中药炮制、中药鉴定、中药制剂、中药配方颗粒以及道地药材的标准制定与质量管理。加快中药数字化标准及中药材标本建设。加快国内标准向国际标准转化。加强中医药监督体系建设，建立中医药监督信息数据平台。推进中医药认证管理，发挥社会力量的监督作用。

(三)加大中医药政策扶持力度。落实政府对中医药事业的投入政策。改革中医药价格形成机制，合理确定中医医疗服务收费项目和价格，降低中成药虚高药价，破除以药补医机制。继续实施不取消中药饮片加成政策。在国家基本药物目录中进一步增加中成药品种数量，不断提高国家基本药物中成药质量。地方各级政府要在土地利用总体规划和城乡规划中统筹考虑中医药发展需要，扩大中医医疗、养生保健、中医药健康养老服务等用地供给。

(四)加强中医药人才队伍建设。建立健全院校教育、毕业后教育、继续教育有机衔接以及师承教育贯穿始终的中医药人才培养体系。重点培养中医重点学科、重点专科及中医药临床科研领军人才。加强全科医生人才、基层中医药人才以及民族医药、中西医结合等各类专业技能人才培养。开展临床类别医师和乡村医生中医药知识与技能培训。建立中医药职业技能人员系列，合理设置中医药健康服务技能岗位。深化中医药教育改革，建立中医学专业认证制度，探索适应中医医师执业分类管理的人才培养模式，加强一批中医药重点学科建设，鼓励有条件的民族地区和高等院校开办民族医药专业，开展民族医药研究生教育，打造一批世界一流的中医药名校和学科。健全全国医大师评选表彰制度，完善中医药人才评价机制。建立吸引、稳定基层中医药人才的保障和长效激励机制。

(五)推进中医药信息化建设。按照健康医疗大数据应用工作部署，在健康中国云服务计划中，加强中医药大数据应用。加强中医医院信息基础设施建设，完善中医医院信息系统。建立对患者处方真实有效性的网络核查机制，实现与人口健康信息纵向贯通、横向互通。完善中医药信息统计制度建设，建立全国中医药综合统计网络直报体系。

五、组织实施

(一)加强规划组织实施。进一步完善国家中医药工作部际联席会议制度，由国务院领导同志担任召集人。国家中医药工作部际联席会议办公室要强化统筹协调，研究提出中医药发展具体政策措施，协调解决重大问题，加强对政策落实的指导、督促和检查；要会同相关部门抓紧研究制定本规划纲要实施分工方案，规划建设一批国家中医药综合改革试验区，确保各项措施落到实处。地方各级政府要将中医药工作纳入经济社会发展规划，加强组织领导，健全中医药发展统筹协调机制和工作机制，结合实际制定本规划纲要具体实施方案，完善考核评估和监督检查机制。

(二)健全中医药管理体制。按照中医药治理体系和治理能力现代化要求，创新管理模式，建立健全国家、省、市、县级中医药管理体系，进一步完善领导机制，切实加强中医药管理工作。各相关部门要在职责范围内，加强沟通交流、协调配合，形成共同推进中医药发展的工作合力。

(三)营造良好社会氛围。综合运用广播电视、报刊等传统媒体和数字智能终端、移动终端等新型载体，大力弘扬中医药文化知识，宣传中医药在经济社会发展中的重要地位和作用。推动中医药进校园、进社区、进乡村、进家庭，将中医药基础知识纳入中小学传统文化、生理卫生课程，同时充分发挥社会组织作用，形成全社会“信中医、爱中医、用中医”的浓厚氛围和共同发展中医药的良好格局。

2、关于整合调整餐饮服务场所的公共场所卫生许可证和食品经营许可证的决定

国发〔2016〕12号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为贯彻落实简政放权、放管结合、优化服务协同推进的部署，减少对餐饮企业重复发证、重复监管，切实减轻企业负担，同时进一步明确和强化监管责任，保障食品安全，现作出如下决定：

一、取消餐饮服务场所公共场所卫生许可证

取消地方卫生部门对饭馆、咖啡馆、酒吧、茶座4类公共场所核发的卫生

许可证，有关食品安全许可内容整合进食品药品监管部门核发的食品经营许可证，由食品药品监管部门一家许可、统一监管。

二、规范和改进食品经营许可证管理

取消餐饮服务场所的公共场所卫生许可证后，各级食品药品监管部门要切实落实对餐饮企业的监管责任，进一步规范食品经营许可证审批和发放行为，依法依规依标准进行事前审查，编制服务指南，制定内部审查细则，优化审批流程，缩短审批时限，实行办理时限承诺制，着力提高办证效率。

三、加强对餐饮服务场所的事中事后监管

地方食品药品监管部门要加强对餐饮服务场所的监管，改进监管方式，建立信用体系，完善科学的抽查制度、责任追溯制度、黑名单制度和市场退出机制等，确保餐饮服务场所食品安全。食品药品监管部门接到传染病疫情及隐患的报告后，要及时向卫生部门通报。卫生部门要主动监测、收集、分析、调查、核实相关传染病疫情，依据传染病防治法等法律法规指导采取预防和应对措施。

卫生计生委、食品药品监管总局要联合制定具体实施办法，明确各地整合调整工作具体完成时限，对涉及的部门规章等进行清理修订。国务院办公厅将适时组织督查，督促各地在规定时限内落实改革要求。

本决定自印发之日起施行，已有规定与本决定不一致的，按照本决定执行。

3、关于印发《国有科技型企业股权和分红激励暂行办法》的通知

财资[2016]4号

党中央有关部门，国务院各部委、各直属机构，各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、科技厅（委、局）、国资委，新疆生产建设兵团财务局、科技局、国资委，各中央管理企业：

为进一步激发广大技术和管理人员的积极性和创造性，促进国有科技型企业健康可持续发展，经国务院同意，我们在中关村国家自主创新示范区股权和分红激励试点办法的基础上，制定了《国有科技型企业股权和分红激励暂行办法》。现予印发，请遵照执行。

4、关于保险保障基金有关税收政策问题的通知

财税[2016]10号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、国家税务局、地方税务局，新疆生产建设兵团财务局：

经国务院批准，对保险保障基金继续予以税收优惠政策。现将有关事项明确如下：

一、对中国保险保障基金有限责任公司（以下简称保险保障基金公司）根据《保险保障基金管理办法》（以下简称《管理办法》）取得的下列收入，免征企业所得税：

1. 境内保险公司依法缴纳的保险保障基金；
2. 依法从撤销或破产保险公司清算财产中获得的受偿收入和向有关责任方追偿所得，以及依法从保险公司风险处置中获得的财产转让所得；
3. 捐赠所得；
4. 银行存款利息收入；
5. 购买政府债券、中央银行、中央企业和中央级金融机构发行债券的利息收入；
6. 国务院批准的其他资金运用取得的收入。

二、对保险保障基金公司根据《管理办法》取得的下列收入，免征营业税：

1. 境内保险公司依法缴纳的保险保障基金；
2. 依法从撤销或破产保险公司清算财产中获得的受偿收入和向有关责任方追偿所得。

三、对保险保障基金公司下列应税凭证，免征印花税：

1. 新设立的资金账簿；
2. 在对保险公司进行风险处置和破产救助过程中签订的产权转移书据；
3. 在对保险公司进行风险处置过程中与中国人民银行签订的再贷款合同；
4. 以保险保障基金自有财产和接收的受偿资产与保险公司签订的财产保险合同。

对与保险保障基金公司签订上述产权转移书据或应税合同的其他当事人照章征收印花税。

四、除第二条外，本通知自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止执行。第二条自 2015 年 1 月 1 日起至金融业实施营业税改征增值税改革之日止执行。《财政部 国家税务总局关于保险保障基金有关税收问题的通知》（财税[2013]81 号）同时废止。

5、关于“十三五”期间煤层气（瓦斯）开发利用补贴标准的通知

财建[2016]31 号

各省、自治区、直辖市财政厅（局）：

为进一步鼓励煤层气（瓦斯）开发利用，根据《国务院办公厅关于进一步加快煤层气（煤矿瓦斯）抽采利用的意见》（国办发〔2013〕93 号）等文件精神，现将“十三五”期间煤层气（瓦斯）开发利用补贴标准政策通知如下：

一、“十三五”期间，煤层气（瓦斯）开采利用中央财政补贴标准从 0.2 元/立方米提高到 0.3 元/立方米。同时，根据产业发展、抽采利用成本和市场销售价格变化等，财政部将适时调整补贴政策。

二、其他有关事项继续按《财政部关于煤层气（瓦斯）开发利用补贴的实施意见》（财建〔2007〕114 号）执行。

6、关于加强物流短板建设促进有效投资和居民消费的若干意见

发改经贸[2016]433号

各省、自治区、直辖市、计划单列市发展改革委、商务主管部门、工业和信息化主管部门、交通厅（委、局）、农业厅（委、局）、财政厅（局）、人民银行分行（营业管理部、中心支行）、证监会各派出机构、邮政管理局、供销合作社：

党中央、国务院高度重视物流工作，近年来制定实施了一系列规划和政策促进物流业发展，我国物流基础设施条件有了较大改善，物流服务能力大幅提升，对促进经济社会发展发挥了重要的支撑保障作用。但是，我国物流业发展水平总体还不高，发展方式比较粗放，特别是物流基础设施建设仍然比较滞后，现代化仓储、多式联运转运、城乡配送等设施总量不足、布局不合理、衔接配套不够，已成为影响经济运行效率和居民消费升级的突出短板。按照国务院有关部署，结合《物流业发展中长期规划（2014-2020年）》要求，现就加强物流短板建设提出以下意见：

一、总体要求

（一）指导思想

深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，遵循“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，顺应国民经济提质增效和居民消费升级的需要，加大政策引导支持力度，鼓励社会资本投入，大力加强物流短板领域建设，加快健全完善物流基础设施网络，提高物流运行质量和效益，提升物流业整体发展和服务水平。

（二）基本原则

坚持问题导向，发力薄弱环节。

政府资金引导，引领民资投入。

加强统筹协调，形成政策合力。

硬件软件并重，综合提质增效。

（三）主要目标

通过加强物流短板建设，健全重要节点物流基础设施，改善城乡末端配送设施条件，完善农产品冷链物流体系，大幅提升农村物流水平，基本形成布局合理、覆盖广泛、便捷高效、保障有力的城乡物流基础设施网络体系。各种运输方式之间衔接更加顺畅，多式联运效率大幅提升，运载工具、装载单元等关键标准有效衔接并逐步推广应用，物流信息化水平明显提升，物流业发展环境进一步优化。

二、重点任务

（四）加强村镇末端配送设施建设，健全农村物流网络体系。

鼓励地方政府加强农村物流设施网络规划和建设，整合利用现有邮政、供销、交通等物流资源，推动县级仓储配送中心、农村物流快递公共取送点建设，加快形成网络规模效应。鼓励电商企业与农产品生产加工企业联动发展，建立特色农产品电商物流标准和追溯标准。加强城乡互动的双向物流体系建设，畅通农产品进城和工业品下乡渠道。

（五）加强农产品物流设施建设，提升农产品现代物流水平。

研究公益性农产品市场体系建设的指导意见，加强公益性农产品批发市场建设，鼓励批发市场建立追溯体系，推动市场的专业化提升和精细化改造。支持集预冷、加工、冷藏、配送、追溯等功能于一体的农产品产地集配中心建设，鼓励企业构建覆盖主产区的产地集配体系和重要农产品追溯体系，提升产地预冷处理能力。

（六）加强城市配送设施建设，完善城市配送体系。优化重要节点物流基础设施布局，完善城市三级配送网络建设。依托重要交通枢纽、物流集散地规划建设集运输、仓储、配送、信息交易为一体的综合物流服务基地，加强干线运输与城市配送的有效衔接。

（七）加强多式联运转运设施建设，提升货物中转效率。依托物流大通道，在重要节点规划布局和建设一批具有多式联运服务功能的物流枢纽，完善不同

运输方式之间的连接和转运设施，推进公、铁、水、民航等基础设施“最后一公里”的衔接。

（八）加强信息技术应用，促进物流新模式发展。研究制定“互联网+”高效物流三年行动实施方案。加强物联网、云计算、大数据、移动互联等先进信息技术在物流领域的应用，改造传统业务模式和管理系统，优化物流资源配置，提升物流运作水平。

（九）加强物流标准衔接和制修订，提高物流服务效率。加强运输工具、物流设备等标准衔接，提高设施设备利用效率和物流服务运作效率。大力推广托盘、周转箱、集装箱等标准化装载单元循环共用，支持开展租赁、维修等延伸服务。

三、政策保障

（十）加大投资、财税、土地等政策支持力度。各有关部门、各省（区、市）要进一步加大对物流薄弱环节基础设施建设的支持力度。中央和地方资金通过现有渠道积极支持符合条件的城乡配送网络、农产品冷链物流、多式联运转运设施、物流标准化和信息化等项目建设。

（十一）拓宽物流短板建设的投融资渠道。鼓励物流企业多渠道筹集建设资金，引导社会资本投资建设物流项目。银行业金融机构要加大对物流企业的信贷支持力度，为项目建设提供更便利的融资服务，支持符合条件的企业通过发行公司债券、企业债券和上市等多种方式拓宽融资渠道，支持企业发行非金融企业债务融资工具筹集资金。

（十二）建立重点项目建设的绿色通道和调度机制。各地发展改革部门要会同商务、工信、交通、农业、财政、人民银行、邮政管理、供销合作社等部门建立重点项目建设的协调机制和绿色审核通道，并纳入现代物流重大工程进行调度，加强横向联动、有机衔接，形成工作合力，协调解决项目推进中遇到的困难和问题，为项目顺利实施创造良好条件。

各地有关部门要进一步提高对加强物流短板建设促进有效投资和居民消费工作重要性的认识，结合本地区实际抓紧制定加强物流短板建设的具体实施方案，明确工作分工，落实工作责任，将其作为“稳增长、调结构、促改革、惠民生”的一项重要工作抓紧抓好。国务院各有关部门将按照职责分工，密切配

合，加强督促指导，确保各项政策措施有效贯彻落实。

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2月21-29日）

2016年2月下旬，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月中旬相比，24种产品价格上涨，15种下降，11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2月21—29日）

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨 跌(元)	涨 跌 幅 (%)
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	1984.5	50.4	2.6
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	2033.0	36.2	1.8
普通中板（20mm, Q235）	吨	2136.8	124.5	6.2
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	2190.3	84.1	4.0
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	2588.3	9.3	0.4
角钢（5#）	吨	2194.5	30.3	1.4
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	35816.9	376.2	1.1
铝锭（A00）	吨	11075.8	304.2	2.8
铅锭（1#）	吨	13785.0	-58.0	-0.4
锌锭（0#）	吨	14023.5	396.9	2.9
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	182.0	2.0	1.1
烧碱（液碱，32%）	吨	500.4	-1.6	-0.3
甲醇（优等品）	吨	1740.6	41.2	2.4
纯苯（石油苯，工业级）	吨	4550.0	71.4	1.6
苯乙烯（一级品）	吨	7928.3	319.3	4.2
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	8917.9	29.6	0.3
聚丙烯（T30S）	吨	6566.4	43.3	0.7
聚氯乙烯（SG5）	吨	5166.7	102.0	2.0

顺丁胶 (BR9000)	吨	8567.9	409.9	5.0
涤纶长丝 (FDY150D/96F)	吨	6830.0	140.0	2.1
四、石油天然气				
液化天然气 (LNG)	吨	3181.0	-31.0	-1.0
液化石油气 (LPG)	吨	2830.4	-117.6	-4.0
汽油 (97#)	吨	6989.3	1.4	0.0
汽油 (93#)	吨	5665.4	9.6	0.2
柴油 (0#)	吨	4269.5	-154.0	-3.5
石蜡 (58#半)	吨	6465.8	-148.0	-2.2
五、煤炭				
无烟煤 (2 号洗中块)	吨	844.2	0.0	0.0
普通混煤 (4500 大卡)	吨	305.0	0.0	0.0
山西大混 (5000 大卡)	吨	340.0	0.0	0.0
山西优混 (5500 大卡)	吨	380.0	0.0	0.0
大同混煤 (5800 大卡)	吨	400.0	0.0	0.0
焦煤 (1/3 焦煤)	吨	510.0	0.0	0.0
焦炭 (二级冶金焦)	吨	577.3	0.0	0.0
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5R 袋装)	吨	219.3	-3.6	-1.6
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5 散装)	吨	221.6	-8.4	-3.7
浮法平板玻璃 (4.8-5mm)	吨	1174.0	17.7	1.5
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4340.0	0.0	0.0
小麦 (国标三等)	吨	2380.0	19.6	0.8
玉米 (黄玉米二等)	吨	1906.6	-24.7	-1.3
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	12491.7	-98.3	-0.8
生猪 (外三元)	千克	17.9	-0.2	-1.1
大豆 (黄豆)	吨	3716.1	7.4	0.2
豆粕 (粗蛋白含量 \geq 43%)	吨	2528.3	-83.7	-3.2
花生 (油料花生米)	吨	7961.1	11.1	0.1
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1375.4	-2.6	-0.2
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	17975.0	0.0	0.0
九、林产品				

人造板 (1220*2440*15mm)	张	48.4	-1.6	-3.2
纸浆 (漂白化学浆)	吨	4352.9	-27.7	-0.6
瓦楞纸 (高强)	吨	2580.0	8.0	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2月21-29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	6.28	0.00	0.0
面粉	富强粉	千克	6.11	0.02	0.3
面粉	标准粉	千克	4.89	-0.01	-0.2
豆制品	豆腐	千克	4.71	-0.03	-0.6
花生油	压榨一级	升	27.57	0.08	0.3
大豆油	5L桶装	升	9.88	0.02	0.2
菜籽油	一级散装	升	13.75	0.02	0.2
猪肉	猪肉后臀尖 (后腿肉)	千克	29.97	-0.92	-3.0
猪肉	五花肉	千克	30.82	-0.93	-2.9
牛肉	腿肉	千克	67.64	-0.62	-0.9
羊肉	腿肉	千克	60.59	-0.63	-1.0
鸡	白条鸡	千克	21.88	-0.18	-0.8
鸡	鸡胸肉	千克	20.64	-0.04	-0.2
鸭	白条鸭	千克	18.30	-0.21	-1.1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	9.70	-0.67	-6.5
活鲤鱼		千克	15.73	-0.45	-2.8
活草鱼		千克	15.88	-0.47	-2.9
带鱼		千克	34.15	-0.92	-2.6
大白菜		千克	3.74	-0.15	-3.9
油菜		千克	7.94	-1.00	-11.2
芹菜		千克	8.18	-0.86	-9.5
黄瓜		千克	9.51	-1.74	-15.5
西红柿		千克	8.51	-1.13	-11.7

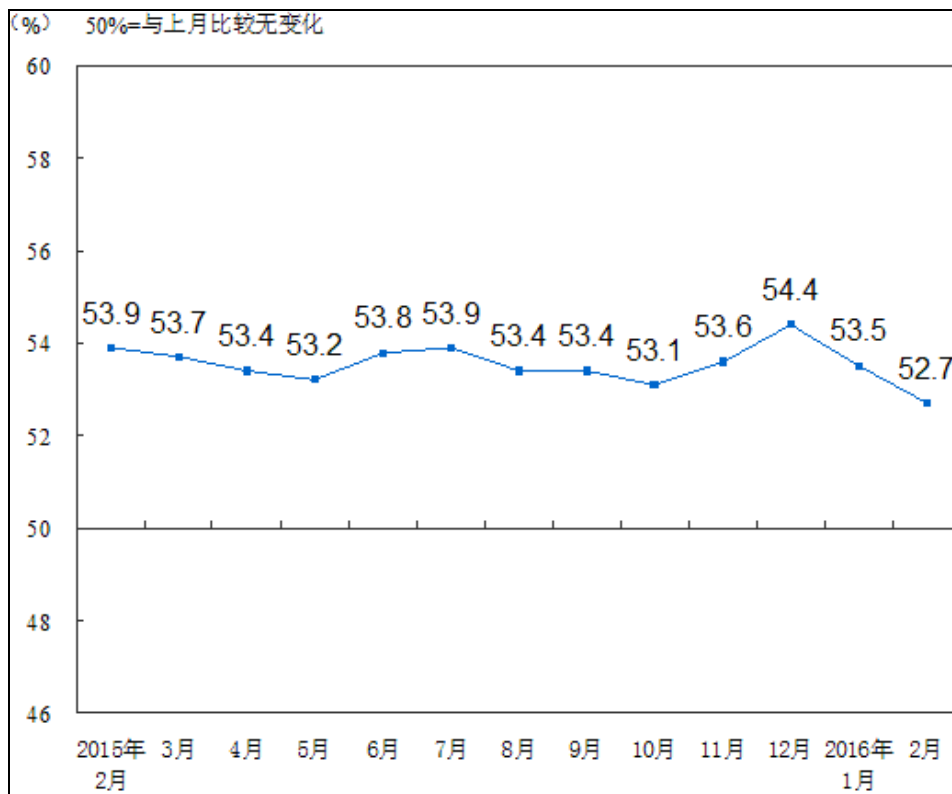
豆角		千克	16.47	-0.93	-5.3
土豆		千克	4.69	-0.02	-0.4
苹果	富士苹果	千克	12.26	-0.18	-1.5
香蕉	国产	千克	6.33	-0.11	-1.7

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2016年2月中国非制造业商务活动指数为52.7%

2016年2月份，中国非制造业商务活动指数为52.7%，虽比上月回落0.8个百分点，但继续位于扩张区间。其中服务业商务活动指数为52.2%，回落0.5个百分点。

图表3 非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分行业看，服务业受春节假期等因素的影响，与节日消费密切相关的交通运输业、餐饮业、电信广播电视和卫星传输服务业、货币金融服务业、邮政业、租赁及商务服务业、零售业等行业生产活跃，业务总量增长明显。批发业、资本市场服务业、保险业、装卸搬运及仓储业、住宿业、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数明显低于临界点，企业业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为55.2%，比上月回落2.6个百分点，业务总量增速继续回落。

新订单指数为 48.7%，比上月下降 0.9 个百分点，表明非制造业市场需求回落。分行业看，服务业新订单指数为 48.8%，比上月下降 0.2 个百分点。建筑业新订单指数为 48.1%，比上月下降 5.0 个百分点。

投入品价格指数为 50.5%，比上月上升 0.6 个百分点，升至临界点上方，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平有所上涨。分行业看，服务业投入品价格指数为 50.4%，比上月上升 0.6 个百分点。建筑业投入品价格指数为 50.8%，比上月微升 0.1 个百分点。

销售价格指数为 48.3%，比上月回升 0.6 个百分点，仍位于临界点以下，表明非制造业销售价格总体水平继续回落，但降幅收窄。分行业看，服务业销售价格指数为 48.1%，比上月回升 0.7 个百分点。建筑业销售价格指数为 49.4%，比上月微降 0.1 个百分点。

从业人员指数为 48.9%，比上月回升 0.1 个百分点，仍位于临界点以下，表明非制造业企业用工量继续减少。分行业看，服务业从业人员指数为 48.6%，比上月回升 0.7 个百分点。建筑业从业人员指数为 50.4%，比上月回落 3.3 个百分点。

业务活动预期指数为 59.5%，比上月上升 1.1 个百分点，连续两个月上升，继续处于较高景气区间。

图表 4 中国非制造业 PMI 主要指数（经季节调整）

	商务活 动	新订单	投入品 价格	销售价 格	从业人 员	业务活动 预期
2015 年 2 月	53.9	51.2	52.5	51.2	49.8	58.7
2015 年 3 月	53.7	50.3	50.0	48.4	49.0	58.8
2015 年 4 月	53.4	49.1	50.8	48.9	48.9	60.0
2015 年 5 月	53.2	49.5	52.8	50.4	47.6	60.1
2015 年 6 月	53.8	51.3	50.6	48.7	49.7	59.7
2015 年 7 月	53.9	50.1	48.9	47.4	49.2	60.0
2015 年 8 月	53.4	49.6	49.6	47.8	49.5	59.7
2015 年 9 月	53.4	50.2	50.8	47.9	49.5	60.0
2015 年 10 月	53.1	51.2	51.2	48.8	49.6	61.1
2015 年 11 月	53.6	50.2	49.3	47.7	48.4	60.0

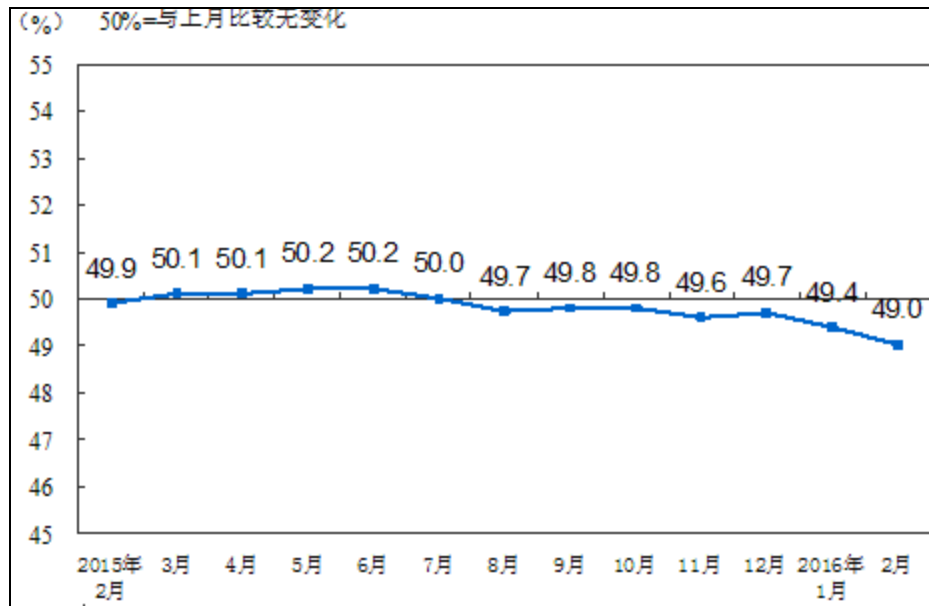
2015年12月	54.4	51.7	49.0	48.2	48.9	58.3
2016年1月	53.5	49.6	49.9	47.7	48.8	58.4
2016年2月	52.7	48.7	50.5	48.3	48.9	59.5

数据来源：国家统计局、中商产业研究院（单位：%）

4、2016年2月中国制造业采购经理指数为49.0%

2016年2月中国制造业采购经理指数为49.0%。

图表5 非制造业PMI指数（经季节调整）



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分企业规模看，大型企业PMI为49.9%，比上月下降0.4个百分点，位于临界点以下；中型企业PMI为49.0%，与上月持平，仍低于临界点；小型企业PMI为44.4%，比上月下降1.7个百分点，持续位于收缩区间。

从分类指数看，在构成制造业PMI的5个分类指数中，生产指数高于临界点，新订单指数、从业人员指数、供应商配送时间指数和原材料库存指数低于临界点。

生产指数为50.2%，比上月回落1.2个百分点，仍位于临界点以上，表明制造业生产保持增长，但增幅收窄。

新订单指数为48.6%，比上月下降0.9个百分点，连续两个月低于临界点，

表明制造业市场需求继续回落。

从业人员指数为 47.6%，比上月下降 0.2 个百分点，继续处于收缩区间，表明制造业企业用工量继续减少，降幅略有加大。

原材料库存指数为 48.0%，比上月回升 1.2 个百分点，仍低于临界点，表明制造业主要原材料库存量继续回落，但降幅收窄。

供应商配送时间指数为 49.8%，降至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间有所放慢。

图表 6 中国制造业 PMI 及构成指数（经季节调整）

	PMI					
		生产	新订单	原材料 库存	从业人 员	供应 商 配 送 时 间
2015 年 2 月	49.9	51.4	50.4	48.2	47.8	49.9
2015 年 3 月	50.1	52.1	50.2	48.0	48.4	50.1
2015 年 4 月	50.1	52.6	50.2	48.2	48.0	50.4
2015 年 5 月	50.2	52.9	50.6	48.2	48.2	50.9
2015 年 6 月	50.2	52.9	50.1	48.7	48.1	50.3
2015 年 7 月	50.0	52.4	49.9	48.4	48.0	50.4
2015 年 8 月	49.7	51.7	49.7	48.3	47.9	50.6
2015 年 9 月	49.8	52.3	50.2	47.5	47.9	50.8
2015 年 10 月	49.8	52.2	50.3	47.2	47.8	50.6
2015 年 11 月	49.6	51.9	49.8	47.1	47.6	50.6
2015 年 12 月	49.7	52.2	50.2	47.6	47.4	50.7
2016 年 1 月	49.4	51.4	49.5	46.8	47.8	50.5
2016 年 2 月	49.0	50.2	48.6	48.0	47.6	49.8

数据来源：国家统计局、中商产业研究院（单位：%）

三、投资市场

1、中国近十年来最暴利行业排行榜

10、网络游戏

据悉，网络游戏产业的毛利率高达 50%以上，最高的甚至有 75%，而净利率也在 25%~50%之间。其主要原因在于，一方面厂商只需对网络游戏进行维护与升级管理，无需厂房、仓储与制造，很大程度上节约了成本。另一方面，网络游戏由于游戏编码存储在一个安全系数很高的服务器上，大大减少了盗版的可能性。

9、小家电

比起冰箱彩电，小家电的成本最低，利润最高。飞利浦就是做小家电起家的大公司之一。其实，1800 元的刮胡刀制造成本往往只比 180 元的刮胡刀高 1.5-2 倍，但在零售时却可以卖到 10 倍价钱。谁用飞利浦刮胡刀举手：您好几百的高科技产品其实也就值 20 块钱。

8、软件业

任何软件在中国卖的都不好，这里只针对买正版的人。每张光盘的制造成本是 9 分钱，高档软件的包装成本不过 5 元钱，但软件的大头往往在于研发。WINDOWS98 卖了近 8 年，赚的钱已经足够再研发 40 个 WIN98 了，但是这是外国。如果比尔盖茨生在中国，相信其早被饿死或还在中关村当装机工。

7、通讯

其中以移动通讯更甚，典型的一次投入长久收益的例子。GSM 基站每台的造价约为人民币 20 万，但其确可以负担最多 15 万门的信号流量，以每人 40 元 月租算，就算这 15 万人不打电话，一个月的月租就能买 30 个基站。当然，移动通讯行业还有其他设备及科技成本投入，这里就不细算了，总之将其排在第七位比较合理。

6、保健品

这东西是咱中国人民的老朋友了，从太阳神到脑白金，就从来没有一个保健品能真正起到其宣传效果。这里排行的保健品是指真正意义上的由正规厂家通过正规配方生产的产品，并非假冒伪劣产品。

5、药品

药品的暴利大家是知道的。在一般人的眼睛里，药品的利润应该是最高的。但事实却不是如此。比较以上行业，药品的设备、厂房及研发成本都要高出许多，所以只能排在第 5。而进口药品的配方研发一般是在国外进行，导致其研发成本更高。

4、白酒

以五粮液酒厂为例，每吨粮食能够生产 100 市斤左右白酒，其中 10 市斤最品质好的是五粮液，其余则被用作什么五粮春啦、浏阳河啦类似低端产品。每吨粮食的收购价格大概是 1600 块钱左右，而生产出的产品在市场上零售则最多可达到 15000 元左右。

3、饮料

这其中，非碳酸类果汁饮料的利润最大，市场零售价 2 块钱的果汁饮料连包装成本+设备成本只有 7 分钱，而易拉罐饮料则更低，仅有 5 分钱。

2、日用品

其中以个人清洁化学制品利润最恐怖。以牙膏为例，其中最贵的成分 发泡剂成本仅为 600 元/吨左右甚至更低，而这 600 元的发泡剂足足能够装满 6000 只最大号的 180 克牙膏。剩余的有效成分成本更是可以忽略不计了，碳酸钙粉末每吨用量成本仅为 120 元左右，最高级的含氟牙膏其有效成分 单氟磷酸钠每吨成本不过 100 元。

1、化妆品

这里的化妆品是指进口高端产品。SK-II 著名的神仙水在中国零售价格为 560 元，而其制造成本仅为人民币 6.5 元。惊讶么？就算研发成本都加进去，

每单只成本也不超过人民币 10 元。资生堂 650 元/50 克的眼霜连包装成本也只有 10 元不到。而欧伯莱那些 150 元左右的低端眼霜成本仅在 3 元左右。

2、新发行办法股票首上市，东方时尚回报倍数表现亮眼

根据清科集团旗下私募通数据显示，2016 年 2 月全球共有 9 家中国企业完成 IPO，IPO 数量环比增加 28.57%，同比减少 62.50%。中企 IPO 总融资额为 7.78 亿美元，融资额环比增加 38.13%，同比减少 64.67%。本月完成 IPO 的中企涉及 8 个一级行业，登陆 5 个交易市场，中企 IPO 平均融资额为 8645.89 万美元，单笔最高融资额 1.59 亿美元，最低融资额 657.06 万美元。9 家 IPO 企业中 6 家企业有 VC/PE 支持，占比 66.67%。本月金额最大的三起 IPO 案例为：南方传媒上市（1.59 亿美元），百济神州上市（1.58 亿美元），东方时尚上市（1.25 亿美元）。

在政策方面值得关注的是，随着新任证监会主席刘士余的走马上任，包括 IPO 制度改革以及深港通计划等一系列改革措施很可能被搁置。据悉在经历了 2015 年 A 股大涨大跌的浪潮之后，刘士余的工作重点将更多的放在稳定而不是改革之上。尤其是备受关注的股票注册制改革，目前处于全国人大“二审”的阶段，今年出台的可能性不大。

南方传媒和百济神州募资不分伯仲

2 月 IPO 中募集金额排名的前两家企业分别为南方传媒和百济神州，分别在上海证券交易所和纳斯达克交易所上市，募集金额均达到 1.5 亿美元以上。其中南方传媒的实际控制人为广东省人民政府，其主营业务涵盖出版、发行、物资、印刷和报媒，其中，出版业务约占公司主营业务收入 35%—40%，发行业务约占 30%—40%。其主要竞争优势在于广东省内的中小学教材出版，其中 2014 年在广东省各阶段教材市场中占额为 66.1%。作为一家国有企业，南方传媒的上市也是去年 9 月出台的《关于深化国有企业改革的指导意见》的具体体现，意见中明确提出，要推进公司制股份制改革、加大集团层面公司制改革力度，积极引入各类投资者实现股权多元化，大力推动国有企业改制上市，创造条件实现集团公司整体上市并完善现代企业制度。

百济神州是一家专门从事免疫抗肿瘤药物研发的中国企业，在诸多中概股回归、股市低迷的情况下，百济神州不仅是 2016 年逆势首家登陆美国市场的中国企业，同样也是 2016 年美国 IPO 第一单。百济神州由原北京生命科学研究所

所长王晓东和曾创办多家公司的美国人欧雷强联合创办，在研产品专注于靶向和肿瘤免疫治疗药物。百济神州高管多为拥有制药行业丰富经验的海归人士，曾在2013年向德国药企默克雪兰诺转让了BGB-283的除中国外的全球范围内的研发和销售，具备与跨国企业开展多项合作的能力，反映出了中国原研药领先企业的研发标准和水平都已与国际接轨。尽管其所处位置在中国，但其研发模式与美国的小型生物技术公司极为相似。相较于中国资本市场更看重盈利能力的偏好，在更加追捧技术研发型公司的美国上市似乎是更好的选择。百济神州的融资所得款将用于三方面：继续发展其肿瘤研发的产品线、扩大其全球临床开发团队和能力、以及加强CMC和药物制剂生产能力。此外，百济神州重要的合作伙伴默克雪兰诺也参与了百济神州的二轮投资，参与投资的还有中信产业基金、高瓴资本等。

实行新股发行制度的股票已上市，定价方式仍待创新

2月共有7家中企于沪深主板上市，均采用新实行的新股发行制度，其中于深圳创业板上市的小盘股高澜股份、苏州设计以及海顺新材采用了直接定价的发行方式，不过从高澜股份的公告来看，新股定价并未跳出原有模式，目前绝大多数直接网上发行的新股仍参考原有的定价模式确定发行价格，即用募集资金总额除以公开发行人股本数。此外，还需兼顾公司所处行业最近一个月的平均静态市盈率。一方面监管层尚未取消新股发行市盈率的约束条件，而另一方面这7家公司都是2015年6月份上会的，彼时新股都遵循低价发行原则，所以拟上市公司在规划募投资金时，便已适当考虑23倍市盈率的上限要求。未来在放松相关要求后，不排除上市公司采用比较估值、现金流折现等多重方式来确定新股发行价。在2月上市的7家企业中，除东方时尚因其所处运输行业市盈率偏低以外，市盈率都是略小于23的状态。

而其余四只新股采用的是网下询价配售和网上向持有特定市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行。新发行办法取消了网下10%剔除比例的规定。这意味着网下认购对象不用再抢时间、拼规模，有助于解决近年网下配售过程中出现的不公平现象，即避免出现相同报价中部分投资者被剔除的情况。

3、2015年A股十大最挣钱影视公司：华谊兄弟、奥飞娱乐等

N01. “盈利王”华谊兄弟，请来叶宁补齐短板

业绩：2015年华谊兄弟实现营业总收入为39亿元，比去年同期增长63.30%；

利润总额为 15 亿元，比去年同期增长 17.37%；归属于上市公司股东净利润为 9.8 亿元，比去年同期增长 9.39%。

分析：华谊兄弟以接近 10 亿的盈利成为 2015 年上市影视类盈利第一名，主要归功于旗下三大业务板块：影视娱乐、品牌授权及实景娱乐、互联网娱乐的“齐头并进”。

在影视娱乐方面，全年上映《微爱之渐入佳境》、《功夫 3D 》、《命中注定》、《老炮儿》等 16 部电影，实现总票房约 43 亿（计算至 2015 年 12 月 31 日），另外与美国 STXSTX 公司合作投资制作的影片《The Gift》在北美电影市场取得较好的票房。

在电视剧方面，华谊兄弟投资的《卧底》、《五鼠闹东京》等电视剧也取得了不错的收入，艺人经纪和院线也同步发展，截止 2015 年底，华谊兄弟已有 15 家影院在运营。

在互联网娱乐方面，华谊兄弟创星挂牌新三板成为最大的资本事件，成为华谊兄弟控股的另一家“上市公司”。同时公司在品牌授权及实景娱乐方面亦稳步发展。

总体来说，虽然华谊兄弟在电影行业占有率快速下降，但仍然在上市公司层面保持着良好的盈利能力，主要得益于王中军在 2014 年提出的“去电影化”，其他非电影业务净利率和风险远优于电影业务，而且极具成长空间。

此外，华谊兄弟在 2016 年更是大力气挖来叶宁主导电影业务，说明他们仍然非常重视电影业务，一方面希望能找回华谊电影“丢失的王冠”，另一方面希望以电影为龙头撬动整个娱乐产业链。

在投资并购方面，华谊兄弟今年依然很活跃，连续收购“跑男”公司及冯小刚公司获得较大关注，这说明华谊兄弟极力挽留核心艺人及创作人。

N02. 印纪传媒：不靠央视靠卫视

业绩：2015 年度，印纪传媒实现营业收入 19.6 亿元，较上年减少 20.28%；实现利润总额 7.4 亿元，较上年增长 18.96%；归属于上市公司股东的净利润 5.8 亿元，较上年增长 33.63%。

分析：随着中央电视台广告招标数额的锐减，依赖央视广告收入的印纪传媒今年营收依然处于亏损状态，下降达两成之多，这也是所有上榜公司中唯一亏损企业，但这种情况下，公司净利润不降反升，取得了 5.8 亿的好成绩。

这主要归功于公司围绕以整合营销为主，兼营影视剧的投资、制作、发行及衍生业务的经营发展战略。2015 年制作发行的《克拉恋人》取得了不错的收视率，大幅拉升了公司的净利润。

从公司最近的动作来看，印纪传媒的下一步业务将会集中在 OTT（互联网电视）和实景娱乐方向，这两个行业都被称为“蓝海领域”，但目前发展还不是十分成熟。

N03. 奥飞娱乐：从“有妖气”到 VR，奥飞娱乐正在走出“儿童世界”

业绩：2015 年奥飞娱乐实现营业总收入 25.9 亿元，较上年同期增长 6.65%；营业利润 5.08 亿元，较上年同期增长 20.15%；归属于上市公司股东的净利润 4.8 亿元，较上年同期增长 14.10%。

分析：在《荒野猎人》征服奥斯卡的同时，奥飞娱乐从一个儿童玩具厂商转型“以 IP 为核心的泛娱乐生态系统”战略越发引人关注。

2015 年度内，奥飞不断加大收购步伐，从动漫平台“有妖气”到 VR 公司乐相，以及成功投资《美人鱼》《荒野猎人》等影片，奥飞正在慢慢构筑一个大的“泛娱乐阵营”。

但总体来说，这些并购短时间内难以产生稳定、持久的回报，目前奥飞娱乐最大的收入来源仍是玩具制造。对于奥飞娱乐来说，这是一个“艰难转型”或者说四面开花的过程。

N04. 华策影视：淡化电视剧概念，拥抱综艺和电影

业绩：2015 年公司实现营业总收入为 26.4 亿元，比去年同期增长 38.10%；利润总额为 6.2 亿元，比去年同期增长 19.47%；归属于上市公司股东净利润为 4.7 亿元，比去年同期增长 22.40%。

分析：与上半年 7.5% 的增长率相比，全年 22% 的增速还是个不错的成绩，究其原因，是其下半年的综艺《挑战者联盟》和电影《我的少女时代》等作品表现良好，受到市场认可。

这也从侧面反映出华策影视的一个转型，从电视剧开始转向“综合娱乐传媒集团”，而且开始慢慢走入大众视野。

在电影方面，制作发行了《重返 20 岁》《破风》《刺客聂隐娘》《我的少女时代》等 18 部电影，在综艺方面，《中华好民歌》《为你而歌》《挑战者联盟》接连开播，其中《挑战者联盟》取得了 2.6 的收视率。

在电视剧方面提出“全网剧”概念，其实质是模糊电视剧与网剧的区别，深层次拥抱互联网，打通产业链。更在年末提出“SIP 战略”，简单说就是一个 IP 针对电视剧、网剧、电影、游戏等多种娱乐形态同步开发。今年将开机《锦绣未央》等数部 IP 剧，并将针对部分 IP 积极探索与互联网渠道联合进行付费点播、广告分成等新型商业模式，多维度增厚公司利润。

N05. 光线传媒：专注影视领域，大量参与并购

业绩：2015 年，光线传媒实现营业总收入 15.45 亿元，比上年同期增加了 26.86%，归属于上市公司股东的净利润 4.02 亿元，比上年同期增长 22.28%。

分析：光线在王长田的带领下一直较为专注，从早期的电视业务到现在主推电影业务都是如此，2015 年共发行了 15 部电影，累计电影票房约 55.76 亿元，其中《港囧》《分手大师》《寻龙诀》等都取得了不错的票房成绩。

公司今年继续减少了电视节目制作，栏目制作与广告业务，但 2014 年并购的游戏、动漫公司在 2015 年营业收入和毛利较上年同期增加。

光线 2015 年集中在影视动画、音乐类公司中开启“大并购”策略，抢先占领优质的影视内容制作资源，全娱乐型公司初具规模。2016 年在《美人鱼》利好的刺激下，光线开年取得了不错的成绩，加上光线 2016 十位“处女作”导演计划，相信 2016 年的业绩展望不会太差。

N06. 华录百纳：蓝色火焰并表提升业绩，体育业务成亮点

业绩：2015 年，公司实现营业收入 18.7 亿元，比上年同期增长 146.90%；实现利润总额 2.6 亿元，比上年同期增长 50.70%；实现归属于上市公司股东的净利润 2.5 亿元，比上年同期增长 71.09%。

分析：2015 年华录百纳营业总收入、营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润较去年同期大幅度增长，主要原因是广东蓝色火焰文化传媒有限公司全年纳入合并报表范围。

相比之下，综艺栏目《女神新装》《最美和声》《前往世界的尽头》《造梦者》等业务开展相对不顺利；其中《前往世界的尽头》《造梦者》等项目效益不达预期，对公司业绩有一定负面影响。

其他电视剧、电影、体育等业务发展平稳，电视剧《我的老婆大人是八零后》、电影《爸爸回来了》等作品都取得了不错的成绩，更是获取了欧洲篮球冠军联赛在中国大陆地区 15 年独家的版权和商务开发权利。

同时公司将携手河北政府，以 2022 年冬奥会为契机打造融合极限冰雪赛事、冰雪音乐节、演唱会、旅游文化节等于一体的“极限冰雪嘉年华”。

N07. 上海新文化：净利润超百分百增长，影视业务却在亏损

业绩：2015 年上海新文化实现营业总收入为 10.26 亿元，比去年同期增长 65.31%；归属于上市公司股东净利润为 2.48 亿元，比去年同期增长 104.52%。

分析：如果仅看净利润一项，新文化无疑是所有上榜企业中表现最好的，实现了 104% 的增长，成绩亮眼，但具体细分会发现新文化近年主推的电影、电视剧业务亏损都超过 20%，全年只有一部《解救吾先生》表现良好。。

其实，新文化的核心竞争力是户外 LED 广告及其他业务，操作的品牌广告包括保时捷、可口可乐，电影《小黄人大眼萌》、《九层妖塔》等宣传广告，均实现超过 100% 的增长。

这些都依赖与户外 LED 大屏广告公司郁金香以及达可斯的股权收购，两家公司于 2015 年 3 月纳入合并报表范围，整体提升了新文化的业绩。但在 2016 年，这种情况可能有所改变，2015 年 10 月与北京软星合资成立仙境网络，企图在影游联动方面率先取得突破。

N08. 慈文传媒：《花千骨》之后，纯网内容受期待

业绩：2015 年，公司预计实现营业收入 9.4 亿元；预计实现营业利润 2.5 亿元；预计实现归属上市公司股东的净利润 1.9 亿元，较上年同期上升 61.07%。

分析：慈文传媒是今年新上榜的企业，小娱在将它放进来之前很纠结，毕竟它们第三季度才正式借壳完成，第四季度才顺利更名慈文传媒，之前的禾欣实业是一家生产经营 PU 革及相关产业的股份制企业。

得益于慈文提前布局网剧市场，今年取得了相当大的成绩，网剧《暗黑者》《执念师》都取得了很高的播放量，电视剧《花千骨》及其全产业链产品一度成为现象级作品。

因此公司被市场寄予厚望，遭到投资人的“热炒”，市盈率达到惊人的 231 倍，2015 年新成立的微颢和蜜淘分别主打网络大电影和女性向大 IP 题材，符合网络内容的新期待。

N09. 唐德影视：年度三大关键词 IPO、《武媚娘传奇》《挑战者联盟》

业绩：2015 年公司实现营业收入 5.3 亿元，同比增长 31.80%，营业利润 1.3 亿元，同比增长 25.91%，归属于公司股东的净利润 1.1 亿元，同比增长 30.98%。

分析：唐德影视在 2015 年成功 IPO，财务数据也随之披露在公众面前。

2015 年唐德影视反响较好的作品有电视剧《武媚娘传奇》和综艺节目《挑战者联盟》，为公司的营收和净利润带来一定的增长，其中《武媚娘传奇》首轮卫视追播、二轮、三轮和四轮卫视亦播映良好，无删减版顺利销往台湾，“造福”一批同胞。

在电影方面，公司协助推广服务的电影《饥饿游戏 3：嘲笑鸟（上）》、《饥饿游戏 3：嘲笑鸟（下）》合计票房 4 亿元，为公司电影业务的主要收入来源。

总体来说，IPO、《武媚娘传奇》《挑战者联盟》成唐德影视 2015 年的关键词，时间拨向 2016，唐德四亿“天价”从灿星手上拿走《好声音》版权，在歌

唱类节目收视率日益疲软的情况下，唐德影视图什么？

N010. 北京文化：营业收入、净利润双线下滑，高管薪资逆势上涨。

业绩：2015 年公司实现营业收入 3.4 亿元，同比增长-16.96%，归属于公司股东的净利润 0.21 亿元，同比增长-73.42%。

分析：北京文化在接连并购摩天轮等三家影视公司之后，已经从传统的旅游、酒店业务转型为影视经纪业务，根据年报披露，收入构成中旅游、酒店收入 1.5 亿元，占比 43.98%，影视及经纪收入 1.9 亿元，占比 56.02%。

虽然从收入比例上转型成功，但总体数据却不容乐观，营收较去年下降 16.96%，净利润同期下降 73.42%，如果不是出售天合晟景 100%股权形成 4000 多万元投资收益，2015 年可能就要亏损 2000 万元。

亏损最严重的电影《少年班》，票房不佳，北京文化仅获得了 930 万的收入。

值得一提的是，在公司收入大幅下滑的情况下，高管收入逆势上涨，2014 年董事、监事、高级管理人员报酬合计 439.46 万元，这一数值在 2015 年达到 1065.96 万元，涨幅超过 100%。

4、2016 年中国城市财力 50 强排行榜：上北深占三甲

财力，是一个城市真金白银的硬实力，也是来年城市民生支出的重要来源。财力最直接的体现，就是城市的公共财政预算收入。因为这一收入主要用于保障和改善民生、维持政府行政职能正常运转、保障公共安全等方面。

“中国城市财力 50 强”以中国 292 个地级以上城市为样本，以这些地级城市 2015 年公共财政预算收入的数值进行排名。数据来源均为各城市财政局或政务网，尤其是地方“两会”上公布的关于 2015 年财政预算执行情况和 2016 年本级预算草案的报告。本榜单取样不含港澳台地区。

一个城市公共财政预算收入排名的贡献因素主要有：城市行政级别和规模、与 GDP 相对应的当地经济发展状况、产业结构选择、财政税收体制以及当年的偶发因素等。尤其是与当地 GDP 有一定的正相关性，GDP 高的城市，财力相应也要强些。

在“2016年中国城市财力50强排行榜”中，位居前十名的城市为：上海、北京、深圳、天津、重庆、苏州、广州、武汉、杭州、成都。其中，四个直辖市全部上榜，苏州作为地级市的“头牌”继续稳坐全国第六。与上一年相比，前十名中唯一的变化是深圳和天津的名次进行了互换。

1、天津的“第三城”位次不保

这几年，天津的公共财政预算收入一直表现优异，基本位居第三位。不过，在2015年滨海新区发生大爆炸之后，天津各方面发展均受到一定影响，天津的公共财政预算收入也首次被深圳超越。榜单显示，深圳2015年以60.06亿元的微弱优势排在天津之前。

2、东北入榜城市名次全部下降

东北地区经济低迷，城市财力排名全线下跌。入围“中国城市财力50强”的沈阳、大连、哈尔滨、长春四个城市，公共财政预算收入较之上一年全部下降，名次也随之下跌。而在上一年榜单中，还只有沈阳和大连名次出现下降。东北地区经济形势，势必成为“两会”热议。

3、苏州继续领跑中国地级城市

在中国的地级城市中，苏州一直是一个神一样的存在。尽管行政级别是影响城市公共财政预算收入的一个重要因素，却从来没有挡住苏州跻身全国前十的步伐。2015年苏州的公共财政预算收入为1560.76亿元，虽然较之上一年（1443.80亿元）增幅不大，但依然排名全国第六。

4、太原等8个省会城市未入榜

分区域来看，“中国城市财力50强”主要分布在东部沿海地区，其中江苏省有9个城市入榜，广东、浙江和山东各有5个城市入榜，福建有3个城市；中部的湖北省首次有3个城市入榜；西部地区依然表现欠佳。值得关注的是，拉萨、银川、西宁、兰州、南宁、太原、呼和浩特、海口等8个省会（自治区首府）城市依然未能入榜。

5、2016 年全国各城市最新房价新鲜出炉

东北

东北地区几个三大城市的房价相差不大，均价为 6984 元/平米。

据统计，东北人均收入为 43441 元/年，月收入为 3620 元，按房价均价最低的长春来算（长春的房价均价为 6707 元/平米），每月可以买 0.53 平米，如果买一套 90 平米的普通房子，需要 14 年不吃不喝呢！

华北

华北地区各地方房价跨度相差较大，其中，渤海经济圈的房价最高，北京首当其冲；其次华北中部及西部地区房价较低。

据统计，北京人均收入在 6500 元/月，按房价均价 35086 元/平米来算，一个月只能买 0.18 平，如果要买一个普通 90 平的住宅，需要 40.5 年不吃不喝。

华东

华东地区土地富庶经济发达，所以房价基本上都会比较高，即便是二三线城市也会比中西部地区的省会房价高。其中上海的房价均价为 37062 元/平米，杭州、南京紧随其后。杭州均价为 16278 元/平米，南京为 15036 元/平米。

华南

华南地区的房价属阶梯型分布，东部房价明显高于西部，尤其是深圳房价乃中国大陆第一高，港澳台地区的房价相对较高，买房需要一些特殊条件。深圳人均收入是 7630 元/月，按大陆第一高的深圳房价均价 44823 元/平米来算，一个月只能买 0.17 平，买一套 90 平的普通房子需要 44 年不吃不喝。

华中

华中地区城市发展水平较慢，房价较低，都在万元以下，因居住环境良好，华中地区号称幸福感最强。由图可知，房价最低的贵阳是贵州的省会城市，每平方米不到 4500 元，近相当于一个三四线城市的房价。

西北

虽然西部地区的人均收入高于中部地区，但因其自然居住环境比较恶劣，所以西部地区房价相对较低的，除了兰州均价在 7228 元/平米，其他地区的房价相当于普通三线城市水平。

6、2 月投资市场平稳发展 政策引导“服务贸易创新”

根据清科集团旗下私募通数据显示，2016 年 2 月共发生投资案例 153 起，披露金额案例数 127 起，总投资金额达 42.47 亿美元，平均投资金额 2775.63 万美元。案例数环比减少 38.3%，金额环比减少 45.1%。案例数同比减少 33.5%，金额同比增加 0.5%。考虑到春节假期的影响，2 月份投资市场整体发展平稳。本月滴滴出行和乐视体育分别完成了高达 10 亿美元的融资，此外，天天快递、留学生公寓和 e 修鸽也跻身 2 月份受资方排名前十。

相关政策方面，2 月 22 日，国务院批复商务部提出的《服务贸易创新发展试点方案》，《方案》指出探索优化服务贸易支持政策。发挥财政资金引导作用，加大对服务贸易发展的支持力度，优化资金安排结构，完善和创新支持方式，引导更多社会资金投入服务贸易，支持服务贸易企业加强创新能力建设。探索设立服务贸易创新发展引导基金，拓宽融资渠道，扶持服务贸易企业发展壮大。鼓励金融机构积极创新金融产品和服务，按照风险可控、商业可持续原则，积极为“轻资产”服务贸易企业提供融资便利。

2 月投资市场稳定，财政资金引导服务贸易创新

去除春节假期的影响，2 月投资市场较 1 月变化不大，依旧保持“开门红”的态势。总投资金额达 42.47 亿美元。国务院发布《国务院关于同意开展服务贸易创新发展试点的批复》（国函〔2016〕40 号），指出充分发挥地方在发展服务贸易中的积极性和创造性，推进服务贸易领域供给侧结构性改革，健全服务贸易促进体系，探索适应服务贸易创新发展的体制机制和政策措施。从“互联网+”到“服务贸易创新”，推进第三产业的繁荣是近期市场发展的重要步骤，滴滴快的、天天快递和 e 修鸽等都获得了巨额融资。

在本月的投资事件中，通过新三板进行融资的共 29 起，累计金额 1.33 亿美元，平均投资金额 460.3 万美元，数量占比 18.95%，金额占比 3.14%。

投资规模分布稳定，上海投资热情降温

从投资规模上看，规模低于 1,000.00 万美元的小额投资 89 起，占披露金额案例数的 70.1%，共计 2.51 亿美元，金额占比 5.9%；投资额在 1,000.00 万美元到 5,000.00 万美元之间的案例数共 26 起，共计 6.27 亿美元，金额占比 14.8%；规模大于 5,000.00 万美元的案例共 12 起，共计 33.68 亿美元，金额占比 79.3%。2 月中等投资规模案例数占比较 1 月有所上涨，大额投资占比较稳定。

2 月 VC/PE 投资共涉及 19 个一级行业，从案例数来看，互联网、IT、电信及增值业务分列前三位，分别完成 50、25 和 19 个案例；分别占比 32.68%、16.34%和 12.42%；累计占比 61.44%。投资金额方面，互联网、电信及增值业务、房地产分列前三位，投资金额分别为 13.95 亿、12.95 亿、3.21 亿美元，分别占比 32.84%、30.49%、7.56%；累计占比 70.90%。

从投资地域上看，2016 年 2 月共发生投资案例 153 起，分布在北京市、上海市和广东省等 18 个省市。其中前三甲分别是北京市、上海市和广东省，案例数量占比分别为 33.99%、16.34%、16.34%，金额分别为 26.8 亿、6.18 亿、2.96 亿美元，占比分别为 63.11%、14.56%、6.97%；累计占比 84.64%，市场集中度非常高。2 月上海市融资比例有小幅下降。

滴滴出行和乐视体育分别获 10 亿美元融资，互联网服务行业持续狂热

根据清科集团旗下私募通数据显示，并列第一的分别是乐视体育和滴滴出行。2 月 15 日，乐视体育宣布完成 10 亿美元的 B 轮融资，估值 40 亿美元，并未透露投资方信息，在完成由普思资本、云峰基金和东方富海等机构的 A 轮融资后，完成了对滑雪助手、章鱼彩票，章鱼 TV 等公司的并购，展开其对体育休闲、体育媒体行业的扩张。2 月 24 日，滴滴出行再度募集至少 10 亿美元的资金，而此轮融资结束也意味着滴滴出行的估值将超过 200 亿美元。无独有偶，2 月 15 日，俄罗斯富翁弗里德曼创办的投资公司 LetterOne 向 Uber 注资 2 亿美元，处于政策风险和公司性质的考虑，滴滴出行似乎更加受到大陆投资者的青睐，但是滴滴与 Uber 的角逐绝非仅仅是融资额的高低，与投资者的后续合作以及资源分享，例如汽车后市场资源整合与汽车金融产业等才是打车互联网公司更加关注的方向。

2 月位居第三位的是东久工业地产。2 月 24 日，东久工业地产投资有限公

司宣布获美国华平投资集团及东久中国创始人孙冬平共 2.2 亿美元 B 轮融资，东久中国由华平及孙冬平共同投资创建，致力于工业产业园区的投资、开发、建设及运营，旨在打造中国最大的总部园区及产业基础设施综合服务平台。

7、BDP 获 3000 万美元 C 轮融资 估值 16.4 亿人民币

商业数据平台海致 BDP 宣布完成 3000 万美元 C 轮融资，本轮融资由君联资本领投，IDG 资本、晨兴创投以及金融数据服务企业万得咨询跟投，此轮融资后海致 BDP 估值达 2.5 亿美元，约合 16.4 亿人民币。本轮融资资金将用于加强在企业级数据分析领域的研发与拓展，加速团队扩建，推动基于企业大数据、云计算和移动互联网的生态建设。

据新芽 NEWSEED 数据显示，海致 BDP 于 2013 年获 650 万美金 A 轮融资，投资方为贝塔斯曼和 IDG。2014 年获高瓴资本、IDG 资本、晨兴创投等 B 轮融资，具体金额不详。

BDP 全称海致网聚网络技术公司，成立于 2013 年 7 月。海致是一个商业数据平台，主要为企业提供的核心价值在于用直观、多维、实时的方式展示和分析数据，宣称能一键联通企业内部数据库、Excel 及各种外部数据，并在同一个云平台上进行多维度、细颗粒度的分析，亿行数据、秒级响应，并可在移动端实时查看和分享，激活企业内部数据。

公开资料显示，海致创始团队主要来自百度。其中董事长兼 CEO 任旭阳曾任百度市场与商务拓展副总裁，其还参与创办过爱奇艺和一点资讯；联合创始人兼 CFO 史有才是百度的创始团队成员，曾任百度副总裁；联合创始人兼总裁胡嵩曾任美丽说无线互联网事业部总经理并在百度工作多年。

8、证监会核准 8 家公司 IPO 申请 筹资总额预计不超过 40 亿元

证监会 3 月 1 日晚宣布按法定程序核准了 8 家企业的首发申请，8 家企业筹资总额预计不超过 40 亿元。

证监会表示，8 家企业及其承销商将分别与沪深交易所协商确定发行日程，并陆续刊登招股文件。

据了解，8 家企业的筹资总额预计不超过 40 亿元，对市场影响有限。

根据证监会公布的数据，截至 2 月 25 日，证监会受理首发企业 762 家，其中，已过会 100 家，未过会 662 家。未过会企业中正常待审企业 626 家，中止审查企业 36 家。

上交所

青岛康普顿科技股份有限公司、广州白云电器设备股份有限公司、江苏赛福天钢索股份有限公司

深交所中小板

广东坚朗五金制品股份有限公司、广东通宇通讯股份有限公司

深交所创业板

深圳市名家汇科技股份有限公司、长沙景嘉微电子股份有限公司、深圳市蓝海华腾技术股份有限公司

9、2016 年“政策+市场”助推并购基金爆发

并购基金一直以来都是成熟资本市场的主流私募股权基金类型，受益于产业转型和经济持续发展，近年来并购逐渐成为中国资本圈热议的话题，国际上知名的并购基金例如 KKR、黑石、凯雷等也渐渐进入中国市场。2000 年之后并购基金市场在中国兴起，并由外资并购基金收购国有企业开始，这与当时中国国有企业改革进程有密切关系，并在 2010 年后进入高速增长期。但目前并购基金的新增占比依然较低，2015 年的新募集基金数的 185 支，不到中国私募股权投资市场新募基金的 10%；而在欧美成熟的市场，PE 基金中超过 50%的都是并购基金。相较于西方发达国家，中国的并购基金还处于起步发展阶段，仍有较大的增长潜力。

中国并购基金的发展离不开政府政策的引导以及整个并购市场的影响。到目前为止，中国并购市场行政色彩较浓，由政府引导的央企、地方国企兼并重组，是过去十年来的主基调之一。在国家产业政策驱动下，产业并购得到大力发展。2015 年，《关于鼓励上市公司兼并重组、现金分红及回购股份的通知》和《商业银行并购贷款风险管理指引》，大大优化了并购市场的条件。同时《中共中央国务院关于深化国有企业改革的指导意见》等政策进一步推动了国企改革

革，也从侧面极大推动了并购市场的发展。

2015年中国并购市场非常活跃，数据显示：2015年中国并购市场共完成交易2,692起，较2014年的1,929起大增39.6%；披露金额的并购案例总计2,318起，涉及交易金额共1.04万亿元，同比增长44.0%。VC/PE参与的并购共计发生1,277起，较2014年的972起大幅度上升31.4%；其中披露金额的交易1,128起，涉及的金额共计5,893.39亿元，同比涨幅高达39.9%。2015年随着二级市场的大热，越来越多的上市公司希望通过兼并重组来提升业绩、提高市值，并购基金迎来最好发展期。

并购基金募、投均呈爆发式增长

从募资情况看，数据显示，自2006年至2015年完成本土并购基金共有418支，其中披露募资金额的基金327支，募资规模达到1,829.92亿元。无论从新募集基金数还是募资金额，我国并购基金都呈现高速增长态势，2015年创出185支新募资基金的新高。近两年在资本市场的逐渐打开以及一轮牛市的助力下，中国并购基金募资活跃，越来越多的上市公司愿意与PE成立并购基金帮助企业快速发展。预计在政府政策的大力扶持下，并购基金募资情况还将延续强势提升的状况。

从投资来看，2007年至2015年并购基金在中国市场共完成131起并购投资，其中披露投资金额案例有126起，投资金额达到504.07亿元。2015年投资案例55起，相比2014年全年增长61.8%，投资金额212.22亿元，相比2014年全年增长46.9%，也实现了较高的涨幅。2014年的国企改革为并购基金带来了巨大契机，同时随着资本市场的完善，越来越多的企业发现相比自己开拓新的业务，通过并购上下游产业链来得更加快捷，这也催生了更多“上市公司+PE”的并购基金组合，在市场化变革的驱动下，并购基金投资情况或迎来最好发展期。

“上市公司+PE”及国企改革成并购基金主流模式

不同于国外的并购基金，杠杆率等方面的限制使得国内真正有能力独立从事杠杆收购的并购基金较少，目前我国并购基金的投资模式主要依赖于与其他大型公司合作进行，演变成了目前以参与国有企业改革和“上市公司+PE”两种模式为主的并购基金投资模式。

1、国企改革并购基金模式

国企改革为并购基金的发展提供了重要的发展机遇，在进一步进行结构升级，优化产能，提高效率的要求下，一方面国企自身需要通过并购快速发展或转型，与 PE 合作设立并购基金是许多并购方选择的快捷路径，另一方面，大型国企之间的强强合并也愈发频繁，其中许多案例中都有并购基金的参与。

2015 年 9 月 24 日，国务院正式发布《关于国有企业发展混合所有制经济的意见》，明确了国有企业发展混合所有制经济的总体要求、核心思路、配套措施。随着政策的进一步落地，进一步厘清 PE 参与国资国企改革战略思路，PE 机构参与国企改革将会强趋，并将助推 PE 机构通过并购基金参与国企改革新一轮高潮。

2、“上市公司+PE”并购基金模式

自 2011 年始，天堂硅谷与大康牧业发起成立并购基金开始，“上市公司+PE”式并购基金正式在中国流行。这种模式并购基金所投资项目的退出主要是合作发起方上市企业的并购实现，而且与一般基金以及之前成立的一些并购基金购买目标企业的少数股权不同，上市企业参与设立的并购基金通常需要取得目标企业的控制权，才能顺利实现由上市企业对目标企业进行业务整合，并在适当的时机出售给上市企业而实现退出。

相比于上市公司自主并购，“上市公司+PE”式并购基金优势明显：首先，可提前锁定行业内的并购标的，并在可预见的时间段内自主选择注入上市企业的时机，在确保未来增量利润的来源的同时可有效实现市值管理；其次，上市企业参与设立并购基金进行收购属于杠杆收购，只需付出部分出资，且根据项目进度逐期支付，剩余资金由外部募集，即可锁定并购标的，不占用上市企业营运资金；第三，上市企业可通过并购基金提前了解目标企业，减少未来并购信息不对称风险；第四，该种基金通过上市企业并购其同行业或产业链上下游企业实现退出，有助于推动上市企业对产业链上下游进行整合。

10、中关村独角兽企业数量全球第二

2016 年 2 月 29 日，首次发布的 2015 中关村独角兽企业榜单，小米、美团点评、滴滴快的等 40 家中关村企业入选。中关村独角兽企业数量仅次于美国硅谷，成为全球独角兽数量排名第二的地区。

此次发布的中关村独角兽企业榜单，40 家独角兽企业总估值 1462.1 亿美元，平均估值 36.56 亿美元。其中，小米、美团点评、滴滴快的估值都超过 100 亿美元，估值总和占所有独角兽企业总和的一半多。

这 40 家企业共涉及 15 个行业领域，从估值上看，消费电子、电子商务、互联网金融和交通运输为估值前四领域。从企业分布的行业领域看，电子商务有 14 家，为最多；其次是互联网金融 6 家，软件技术 4 家，交通运输 3 家，消费电子和大健康领域各有 2 家；体育、大数据、云服务、移动竞技、旅游、物流、在线教育、传媒和服装各 1 家。据北京长城企业战略研究所分析，电商仍然是独角兽的主要来源，而大数据、大健康、云服务领域的独角兽已占据榜单重要位置。

11、2.29 -3.6 一周并购事件

2016 年 2 月 29 日-2016 年 3 月 6 日中国投融资事件统计见下表：

图表 7 2016 年 2 月 29 日-2016 年 3 月 6 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
微链	银杏谷资本 / 经纬中国 / 博将资本 / 如山投资	网络社区	RMB 2800 万	2016-3-3
惠订菜	檀风投资	无线互联网服务	非公开	2016-3-2
易诺仪器 (株)	邦易投资	光通信	USD 8 百万	2016-3-1
柚子校园	非公开	网络服务	RMB 10 万	2016-3-1
约定	友田资本 / 青松基金	网络社区	RMB 1 千万	2016-2-26
映霸	非公开	网络服务	非公开	2016-2-25

资料来源：投资界、中商产业研究院

12、国内一周风投事件统计

云服务 3 起

中国视频云平台“乐视云”2 月 28 日宣布已经完成了 A 轮融资，此轮投

资方和具体融资金额未透露。乐视云宣称其成为“乐视生态中的第四家独角兽”。融资后，乐视云的估值或已达 70 亿元人民币。

即时通讯云服务提供商“融云”2月28日宣布获得5000万A轮融资，本轮融资由中兴合创领投。融云表示：融云未来将打造社交、生活服务、娱乐游戏、电商、视频、教育、医疗健康、金融理财和协同办公9大场景化通讯云服务。目前已有投资机构在接洽B轮融资。

新媒体电商云服务供应商“陌云科技”已在2月1日获得了A轮融资，此轮由启赋资本领投。

汽车 1 起

二手车交易与服务平台“车来车往”2月27日对外宣布已完成1800万美元A轮融资，投资方未透露。

货运物流 2 起

大型货物运输专业信息平台“特运通”已在2月1日获得了A轮融资，投资方为启赋资本，具体金额未透露。

企业级物流O2O服务商“贝朗科技”宣布已于2015年10月获了百万级别天使轮融资，投资方为湖北省高新技术产业投资有限公司。贝朗科技创始人王诗超表示：贝朗科技将以湖北为中心，同时向江西和河北拓展，并展开Pre-A轮融资。

电子商务 2 起

一站式海外代购转运平台“天天海淘”宣布获得数千万A轮融资，投资方为华滨创投、越榕资本及个人投资者。

B2Q电子商务平台“万商汇”宣布获得8000万A轮融资，投资方为浙江宇安消防装备有限公司。万商汇CEO杨国建表示：本轮融资将主要用万商汇平台新功能的开发与推广，未来万商汇将围绕采购、同城服务、产品质量等方面开发系列服务功能。

生活消费 2 起

020 推拿按摩服务商“宜生到家”宣布完成 5000 万 A 轮融资，由世纪长河集团战略领投，合一创投跟投，并在京东完成众筹。宜生到家表示，此次融资将用于“互联网 + 大健康”平台体系的建设、服务品类的扩张以及城市拓展。

女子营养私厨服务品牌“悦她 Yota” 2 月 28 日曝出获得 600 万元 Pre-A 轮融资，投资方是著名天使投资人徐小平。

智能硬件 1 起

备孕产品“孕橙”透露已在 2015 年获得数百万美金融资 pre-A 轮融资，投资方未透露。孕橙的创始人表示：孕橙将会马上启动 A 轮融资，金额为 600-700 万美金。

法律财务 2 起

面向税务行业的财税智慧云分享平台“优识云创”已在 2 月 1 日获得了 1000 万元 A 轮融资，投资方为启赋资本。

一站式创业法律服务平台“快法务”宣布已于 2015 年 10 月完成千万美金 B 轮融资，雷军顺为资本领投，策源创投本轮跟投。

户外旅游 1 起

国内民宿预订平台“木鸟短租”宣布完成数千万 B 轮融资，本轮融资由达晨创投领投，梅花创投等多家基金跟投。

校园服务 1 起

校园及周边的二手平台“柚子校园”获得数十万天使轮融资，此轮投资的投资方为广西某知名天使投资人。柚子校园宣布：启动招商和招募创业合作伙伴，向全国高校扩展。

大数据 1 起

一站式 Hadoop 大数据平台“星环科技”获 1.55 亿元 B 轮融资，由上海瑞力投资、深创投、中小企业发展基金、基石资本等投资。

教育 1 起

在线一对一外语教学平台“ABC 360”获 近亿元 B 轮融资，此轮融资由国金投资领投，清科辰光、腾讯众创空间跟投。

生活消费 1 起

餐饮门店软件服务提供商“略懂科技”今日宣布已在 2015 年 8 月完成天使轮融资，融资额及投资方暂不对外披露。

文化娱乐 1 起

由玄幻作家江南创建的“灵龙文化”已获 1 亿人民币 A 轮投资，投资方为奥飞动漫。在此轮融资中，灵龙文化估值约 5 亿元人民币，奥飞为其第一大机构股东和董事会成员，并享有灵龙文化各项业务拓展的优先合权。

企业服务 1 起

“犀牛之星”App 已在 2016 年 1 月获得了 1380 万投资，由 IDG 资本、清科集团领投，丰厚资本、东方富海、凡星资本等跟投。

企业服务 2 起

程序员求职平台“100offer”宣布获得 B 轮 2500 万元投资，投资方未透露。100offer 表示：将大规模扩张，近期计划扩张到七个有互联网发展潜力的二线城市。

知识产权服务平台“权大师”宣布获得完成 2000 万元的 Pre-A 融资，由上海中路集团领投。

大数据 2 起

商业数据平台“BDP(海致)”已完成 C 轮 3000 万美元融资，估值达 2.5

亿美元。本轮资金将会用于加强企业级数据分析领域的研发与拓展，推动基于企业大数据、云计算和移动互联网的生态建设。

云计算初创企业“数人云”宣布公司完成 3000 万人民币 A 轮融资，此次融资由云启创投领投，策源、唯猎以及两家全球领先的 IT 厂商跟投。数人云表示：此次融资将主要用于产品研发和市场开拓。

硬件 1 起

国内可穿戴设备厂商“bong”日前宣布完成了 3200 万元人民币的 A 轮融资，该轮融资由银江资本领投。bong 表示：融资将用于研发及供应链优化，并宣布将进军 VR 产业。

医疗健康 1 起

专注为老人提供照料、护理、康复等一站式服务的平台“二毛照护”已经获得数百万美元天使轮融资，投资方为蓝驰创投。

体育 1 起

户外垂直电商平台“山脉户外”宣布获得 1800 万元 A 轮融资，由新动金鼎体育基金领投，估值过亿。

社交 1 起

任务式价值社交平台“ERA”已完成 A 轮前期融资，由紫牛基金傅盛、张泉灵领投，目前数百万的前期资金已全部到账。此轮过后，ERA 估值 1.5 个亿。

生活消费 1 起

海外菜系食材配送平台“惠订菜”宣布获得数百万人民币种子轮融资，投资方是来自加拿大亚洲食材配送商大通贸易和本土餐饮创投基金檀风投资。

社交 1 起

创业社交平台“微链”今日宣布已完成总投资额为 2800 万元的 A 轮及 A+

轮融资。其中，A轮融资为2015年11月完成，由如山资本和博将资本领投、银杏谷资本跟投；A+轮融资在2015年12月完成，由经纬中国投资。

电子商务 2 起

河南本土电商品牌“爱便利”已获得了1.1亿元A轮融资，投资方为锆明投资等机构。

全球跨境设计师电商平台“细刻”(StyleWe)已完成1500万人民币天使轮融资，由联想乐基金投资。

企业服务 2 起

业服务SaaS平台“左邻正里”完成200多万种子轮融资，投资方为福建一家地产企业，具体信息未透露。左邻正里表示：此轮资金用途主要用于产品开发及推广。

“乐视云”正式宣布完成10亿元人民币A轮融资，此次融资由重庆战略性新兴产业股权投资基金领投。融资后，乐视网持股比例由60%降为50%，重庆市产业基金持股比例为16.67%。乐视云由此成为全球云计算产业中首轮融资金额最大的公司。

生活消费 3 起

第三方中央厨房“绿成”透露已在2016年年初完成了1000万元的天使轮融资，投资方为广发信德。

校园社区O2O便利店“8天在线”获约2亿元B+轮融资，此轮融资由国内日化领域标杆企业“隆力奇集团”领投，苏大天宫等继续跟投。

发廊智能管理系统“星沙龙”宣布于2015年初获得480万元天使轮融资，由星罗恒渡领投。星沙龙表示：正在洽谈A轮融资，期望以20%的股份获得6000万元融资，资金将计划用于强化产品研发、加强市场推广以及联营体的投资运营等方面。

汽车 1 起

租车平台“悟空租车”宣布已在去年12月份完成1158万元Pre-A轮融资。领投方为同城人人贷邓锋兴，金科君创和悟空租车CEO胡显河个人少量跟投。

动漫 2 起

以中后期突破性渲染技术切入高端动画制作领域的二次元动画制作技术公司“KAKA”宣布获得数百万元天使轮融资，投资方为经纬创投。KAKA表示：资金将主要用于团队扩充、技术升级和品牌运营等方面。

生活消费 2 起

国内专业的美食平台“悦食中国”完成了A轮3000万人民币融资，此轮融资由诚承投资领投，经纬中国及喜乐佳资本跟投。悦食中国计划：在悦食家APP上加入社交及高端美食美酒品鉴定制服务，为用户量身定制美食文化活动、晚宴和美食体验的改善性方案。

川渝风味面馆品牌“遇见小面”完成数百万元Pre-A轮融资，投资方为由九毛九。除了资金，还将获得九毛九在行业内20年积累的相关资源。

汽车 1 起

互联网+物联网团队“哈哈停车”3月3日宣布获得2000万天使轮融资，投资方为创客邦。哈哈停车表示：将依托于创客邦丰厚的产业资源、社区资源、商业资源、城市要地，将以苏州为起点，迅速布局1.5线城市，最终迈向1线城市，实现全国布局。

企业服务 2 起

网商客服招募平台“i淘金云客服”宣布已完成B轮融资，至此累计融资金额超6000万人民币。领投方为千行集团、容联云通讯，盈创兴科投资基金跟投。此轮融资在中国的“云客服”行业创造了新的融资纪录。

数字实效广告服务商“新数网络”获得3000万元战略投资，投资方为游族网络。

房产 1 起

欲做房产界滴滴打车的“住房邦”获 200 万 种子 轮投资，投资方为弘信创投集团。

教育 1 起

在线直播互动教育平台“三好网”宣布获得 7500 万人民币 Pre-A 轮投资，此轮由亦庄互联基金领投，沃衍资本、金百朋和天使投资方磐谷资本跟投。

医疗健康 1 起

专注人工肝研发企业“全干生物”宣布获得 Pre-A 轮融资，融资额度 1500 万，由广东宜利复医道合双赢投资基金企业(有限合伙)全额投资。全干生物表示：将用于在医院开展人体临床实验，以及细胞工厂改造、产品持续研发投入等用途。

营销广告 1 起

全网营销运营服务公司“京智科技”宣布完成 天使 轮融资，投资方是北京市知名互联网创业投资机构，具体金额未透露。

硬件 1 起

专注 360 度 3D 视频和播放器“RGBVR 小花看看”获 2000 万元天使轮融资，投资方未透露。

电子商务 2 起

海淘美食类电商平台“格格家”宣布完成数千万元人民币 A 轮融资，由顺为资本领投，经纬中国、平安创投、真格基金跟投。格格家表示，此轮融资将主要用于人员招募和上游供应链的优化。

跨境电商服务平台“洋萌”宣布获得 3000 万元 A 轮投资，此轮投资方为上海与深圳知名投资机构。

13、证券市场一周回顾

(一) 股票市场

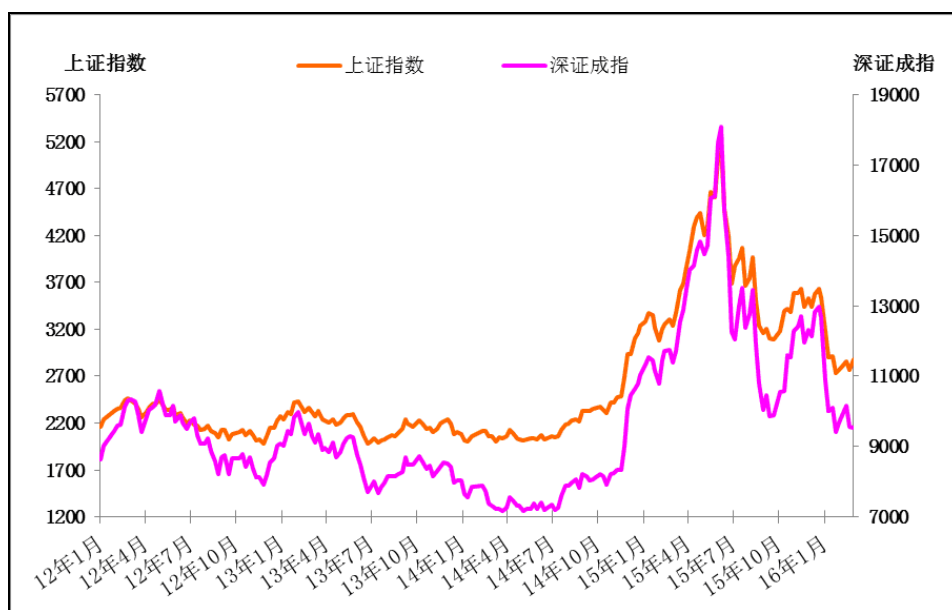
沪深市场

本周（2月29日-3月6日）沪深市场震荡中上行，本周一受到前一周大跌影响再次录得单日跌幅2.86%，但受到29日央行宣布降准影响，从周二开始上证指数连续录得四连阳。

上证指数本周2754.81点开盘，周中震荡上行后录得一阴四阳，报收于2874.15点。截至周五收盘，录得周线收阳涨幅3.86%，周振幅8.72%，成交额12111亿元，成交量12.7亿手，较前期增加1.6亿手。从技术分析角度观察，上方2930点附近为阻力区间，若突破成功站稳则可视为短期底部确立。若突破无果则依然有下探2638点确认支撑力度的可能。从成交量来看，本周后三天连续三日成交量显著增加，虽然有一定市场点位过低吸引部分投资者入场的影响，但同时也有着短线获利盘了结出局的可能。

深证成指本周9528.72点开盘，区间震荡后报收于9536.71点。截至周五收盘，录得深证成指周线收阴，较前一周下跌0.39%，周振幅9.88%，成交额16309亿元，成交量12.4亿手，较前期略有增加。

图表 8 2012-2016 年上证、深证指数趋势图

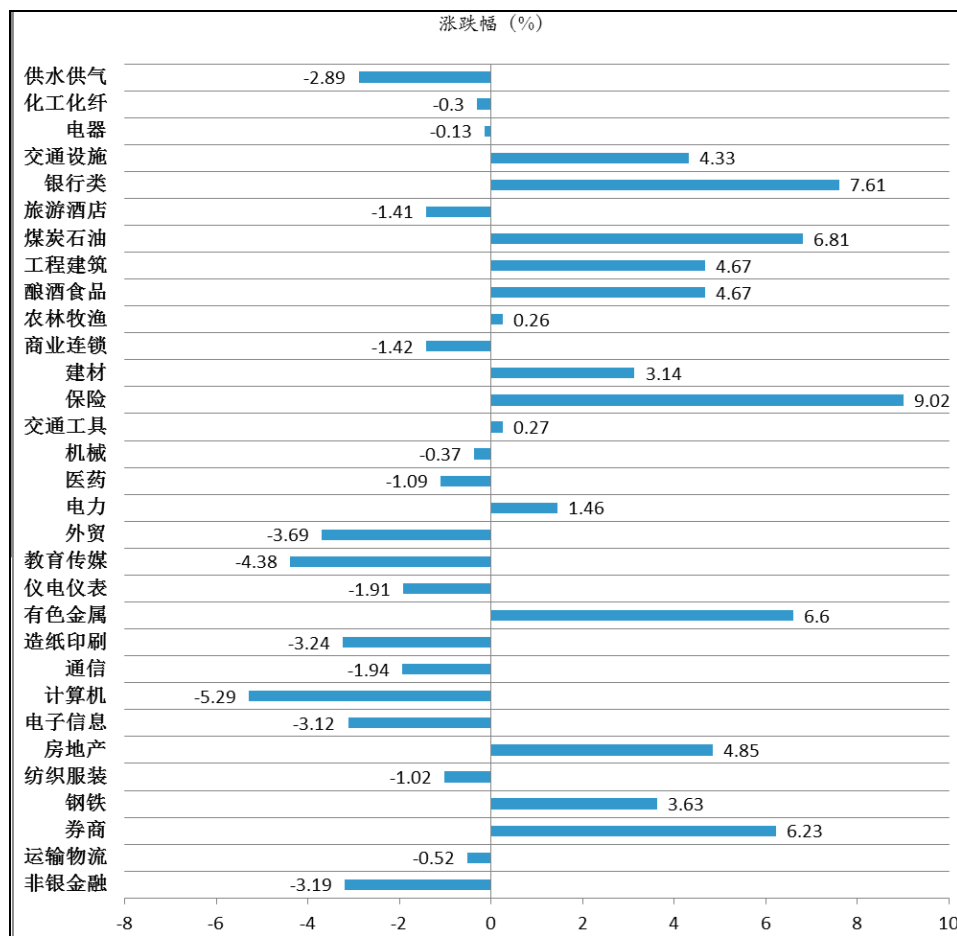


数据来源：中商产业研究院

本周创业板指数 2000.57 点开盘，震荡下行后报收于 1907.04 点。截至周五收盘，创业板指数录得周线收阴跌幅 5.35%，成交量及成交额较前期有所萎缩。

本周录得行业板块涨跌互现，本周在涨幅前三名的板块为保险板块（9.02%）、银行类板块（7.61%）、煤炭石油板块（6.81%）。跌幅前三的板块为计算机板块（-5.29%）、教育传媒板块（-4.38%）、外贸板块（-3.69%）。其中计算机板块与教育传媒板块延续前期周跌幅。

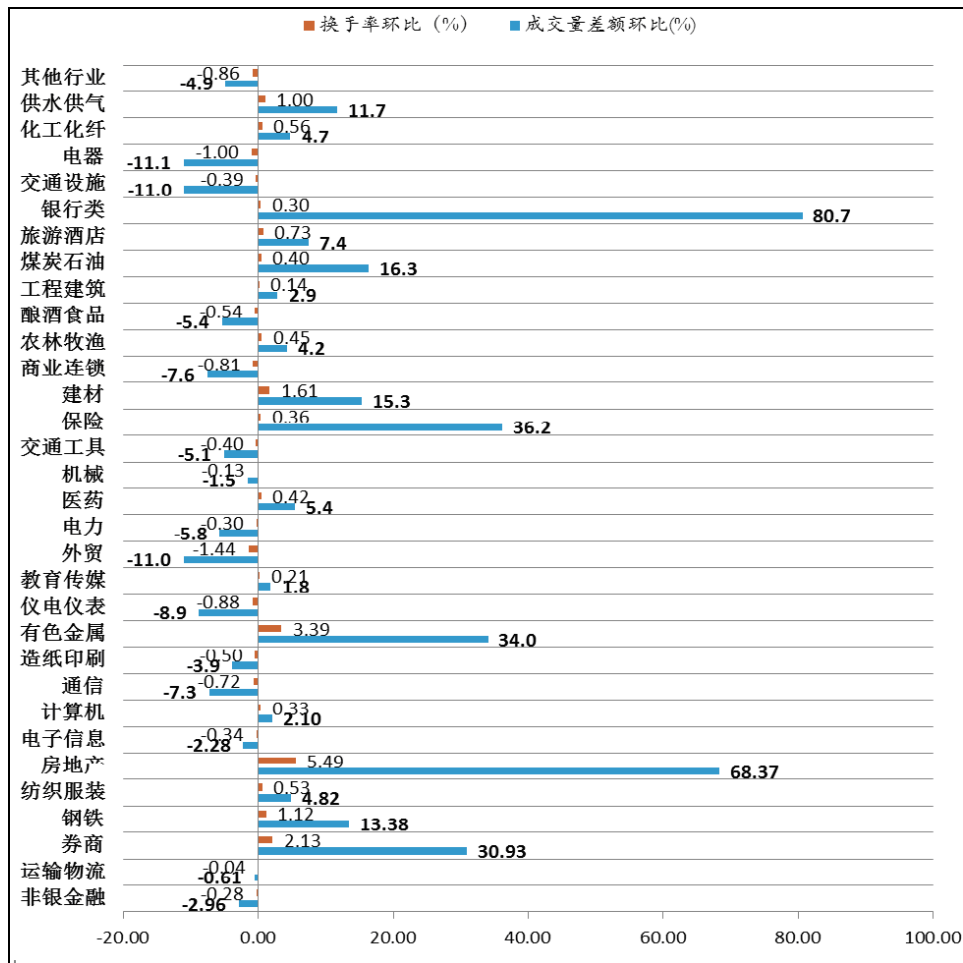
图表 9 沪深板块周涨跌幅



数据来源：中商产业研究院

本周证券市场成交额环比增加前三名的板块为银行类板块（80.7%）、房地产板块（68.37%）、保险板块（36.2%）。其中值得注意的是房地产板块环比成交量差额增加的同时，换手率环比也录得较大增幅。

图表 10 沪深板块换手率环比、成交量环比



数据来源：中商产业研究院

据沪深交易所最新数据显示，截至周五（3月4日），上交所融资余额报4949.28亿元，较上周五（2月26日）减少150.1亿元；深交所融资余额报3462.76亿元，较上周五（2月26日）减少113.49亿元；两市合计8412.04亿元，减少263.59亿元，两市合计余额占流通市值的2.53%。

（二）债券市场

公开市场

本周央行公开市场共投放3200亿元，央行公开市场共回笼11600亿元，本周净回笼8400亿元。

中国外汇交易中心公布的数据显示，3月4日银行间市场回购定盘利率隔

夜品种收报 1.9500%，较 2 月 26 日跌 5BP。7 天回购定盘利率收报 2.3000%，较 2 月 26 日跌 2BP，14 天回购定盘利率收报 2.5000%，较 2 月 19 日跌 66BP；上海银行间同业拆放利率（SHIBOR）方面，1 周品种 3 月 4 日报 2.295%，较 2 月 26 日跌 5BP，2 周品种报 2.5920%，较 2 月 26 日跌 3BP。

（三）基金市场

基金市场方面，根据凯石金融产品研究中心的数据显示，2 月股票基金平均收益为-2.25%，主动股基跌幅大于指数股基。具体来看，普通股基平均收益为-2.29%，16%的产品收益为正。指数股基平均收益为-2.16%，有 8%的产品收益为正。

从风格来看，上涨阶段成长风格基金显著优于价值风格，但市场急跌时价值基金有一定的抗跌性。从投资范围来看，有色金属、煤炭等周期类基金及大宗商品基金表现较好。

混合基金 2 月跌幅弱于股票基金，平均收益为-1.03%。其中，偏股型平均收益为-2.17%，偏债型产品平均收益为-0.07%，灵活配置型平均收益为-0.54%，平衡型平均收益为-1.24%。

受权益仓位影响，二级债基和可转债基金跌幅较大，纯债基金和一级债基表现相对较优。其中，纯债基金平均收益为 0.35%，仅 6%的产品下跌。

商品基金表现出彩，对冲基金收益稳定。2 月，商品基金平均上涨 8.30%，在各类型基金中表现最好。

货币基金年化收益进一步降低。2 月末，货币基金七日年化收益率均值为 2.66%。从收益区间来看，仅不足 3%的产品七日年化收益超 4%，13%的产品收益在 3%至 4%之间，75%的产品收益在 2%至 3%之间。

2 月份，QDII 基金平均收益为-0.39%。从具体品种来看，黄金和资源主题 QDII 表现最好，油气和香港市场 QDII 表现较差。

四、产业市场

1、能效新国标 10 月实施 高能耗冰箱将被强制淘汰

2016 年 10 月，家用电冰箱能效新标准将正式实施，由于该标准为强制性标准，一批高能耗冰箱将被强制淘汰。

目前，中消协发布了目前市场上在售的 30 款电冰箱的比较试验结果。其中使用了新国标中的部分检测方法。2016 年 10 月 1 日新修订的《家用电冰箱耗电量限定值及能效等级》将实施，耗电量将分为两个部分进行标注，分别为综合耗电量和标准耗电量，今后两个耗电量都达到相应的标准，才能够标注成 1 到 5 级的能耗标识。

10 月以后购买冰箱，消费者要选择综合耗电量和标准耗电量比值小的产品，比值越小说明实际使用中越节能。目前，按照新国标中的检测方法，30 款样品的综合耗电量与标准耗电量比值均在 1.07 到 1.16 之间，整体水平有待进一步提升。

据了解，新标准将能效等级按照“1、2、3、4、5”由高到低划分，1 级产品最节能。新标准同时扩大了适用范围，涵盖了冷藏箱、冷藏冷冻箱、冷冻箱等传统产品以及酒柜、卧式冷藏冷冻柜等创新产品。

据介绍，新修订的家用电冰箱能效标准实施后，预计将淘汰市场上 20%以上的高耗能产品，市场中产品能效水平将提高 10%左右。

此外，30 款电冰箱比较试验结果显示所有样品在安全项目上未发现问题，无霜冰箱样品降温更快，而直冷冰箱样品更有利于蔬菜的保鲜，噪音也相对较低一些。

2、2015 年快递满意度排名出炉：顺丰 EMS 中通排前三

3 月 1 日，国家邮政局公布了 2015 年快递服务满意度调查结果，调查显示，快递服务总体满意度得分连续 7 年稳步提升，顺丰速递位于快递企业总体满意度排行榜榜首。

依据调查结果，2015 年快递服务总体满意度得分为 74.0 分，较 2014 年提升 0.3 分。快递企业总体满意度排名为：顺丰速运、邮政 EMS、中通快递、申通快递、圆通速递、韵达快递、百世汇通、宅急送快运、天天快递和国通快递。

企业层面，顺丰以及国有企业 EMS 满意度最高，这与其采用直营的模式有直接关系。

当下快递经营一般分直营和加盟两种模式。国内快递企业一般都是“草根”出身，发展早期加盟模式能加快网络扩张，帮助企业迅速开拓市场。加盟模式在行业早期的“跑马圈地”阶段非常有效。与淘宝发展同步，“三通一达”凭借加盟模式，一举奠定江湖地位。但是在加盟模式下，各快递加盟商服务质量不一，消费者申诉率远高于直营模式。数据显示，2013 年至 2015 年，消费者申诉率超过 30%以上的快递企业全部为加盟模式，而同期直营模式的快递企业，申诉率不超过 5%。

不过，随着从业者经验增加，加盟快递企业也正在不断提高服务质量。调查结果显示，在受理环节、投递环节、售后环节、用户口碑较好的企业中均包含中通快递，百世汇通、申通快递、天天快递以及中通快递总体满意度较以往提升也较为明显。这与其自身在资本市场发力，为上市做铺垫不无相关。

提升服务质量，可以让市场对公司的未来表现更有信心，提升估值，便于更快更好地融资。由于行业门槛比较低，过去十几年，大量中小快递企业涌入，导致快递业同质化严重，为争夺业务多采用价格战。近年来，随着成本端压力增大，快递行业利润率一路下滑，数据显示，中国快递业的平均利润率从 10 年前的 20%-30%降至不到 10%，个别企业甚至不到 5%。

或许是因为看到了这样的趋势，各大民间快递巨头纷纷谋求融资上市。2 月 19 日，汤森路透旗下 IFR 消息称，中国最大的民营快递公司顺丰已经开始准备进行 A 股 IPO。而据道琼斯的最新消息，中通快递欲赴美 IPO 融资 10 亿美元，申通则在宣布与天天快递进行重大战略重组后，在去年底就曾冲击“快递第一股”。

另一方面，政策监管层面的加强也为民营快递行业规范发展助了一臂之力。

此前，国务院法制办公室就《快递条例（征求意见稿）》（下称意见稿）公开征求意见。意见稿规定，经营快递业务的企业及其作业人员以抛扔、踩踏或

者其他危害快件安全的方法处理快件的，将被处最高 5 万元的罚款。

调查还显示，2015 年快递行业口碑继续提升，用户口碑阻力指数为 0.18，与 2014 年的 0.25 相比有所进步，行业积极评价占主体，正面口碑传播较广。从投递方式来看，新兴投递方式呈现高满意态势，自提点和智能快件箱自提的满意度分别为 80.8 分和 82.2 分，与 2014 年相比大幅提升。同时，这两种自提方式的使用率也有所提升，表明新兴投递方式逐渐被用户接受，成为分担“最后一公里”投递压力的重要方式。

此次由国家邮政局委托第三方咨询研究公司进行的调查，针对 2014 年国内快递业务总量排名靠前且服务水平较好的 10 家全网型快递服务品牌，共覆盖 50 个城市。在地区方面，东、中、西部快递服务逐步均衡，中部地区得分最高，西部地区次之。

2015 年快递公众满意度得分居前十五位的城市是：上海、天津、杭州、沈阳、重庆、金华、太原、郑州、苏州、乌鲁木齐、泉州、长沙、大连、哈尔滨和石家庄。

3、中国粮食生产实现“十二连增” 综合能力显著提高

3 月 4 日，国家统计局发布十八大以来农业生产发展状况，文章指出，在一系列政策支持下，十八大以来粮食生产实现“十二连增”，站稳 12000 亿斤新台阶，粮食综合生产能力实现质的飞跃。

十八大以来我国粮食实现“十二连增”，站稳 12000 亿斤新台阶。在一系列政策支持下，十八大以来粮食生产连年丰收。2015 年全国粮食总产量达到 12429 亿斤，比 2012 年增长 5.4%，年均 1.8%。其中，稻谷产量为 4165 亿斤，增长 2.0%，年均增长 0.7%；小麦产量为 2604 亿斤，增长 7.6%，年均增长 2.5%；玉米产量为 4492 亿斤，增长 9.2%，年均增长 3.0%。十八大以来的粮食连年增产，是在 2004 年至 2012 年连续 9 年增产、起点较高的情况下取得的，实属不易。

粮食生产水平跃上新台阶。2013 年粮食产量历史上首次突破 12000 亿斤，2014 年和 2015 年粮食产量屡创新高，分别达到 12141 亿斤和 12429 亿斤，标志着我国粮食生产水平稳步跨上 12000 亿斤新台阶，粮食综合生产能力实现质的飞跃。

粮食人均占有量提高。2015 年人均粮食占有量达到 453 公斤，比世界平均水平高 53 公斤，比 2012 年提高 17 公斤。稻谷、小麦、玉米等主要粮食作物的自给率超过了 98%，依靠国内生产确保国家粮食安全的能力显著增强。

与此同时，经济作物结构调整加快，区域布局进一步优化。十八大以来，受供求关系变动和结构调整等因素的影响，主要经济作物产量增减不一，但总体仍保持较高产量水平。2015 年，棉花产量为 561 万吨，比 2012 年下降 18.0%；油料产量达到 3547 万吨，增长 3.2%，年均增长 1.1%；糖料产量为 12529 万吨，下降 7.1%；蔬菜、水果和茶叶产量分别达到 78727 万吨、27344 万吨和 224 万吨，分别增长 11.1%、13.7%和 25.2%，年均增长 3.6%、4.4%和 7.8%。

十八大以来，主要经济作物区域布局进一步优化，向优势产区聚集的趋势增强。棉花生产向新疆产区聚集。2015 年新疆棉花产量为 350 万吨，占全国棉花产量的比重为 62.5%，比 2012 年提高了 10.7 个百分点。糖料生产向内蒙古、广东、广西、海南和云南等省集中。2015 年内蒙古、广东、广西、海南和云南糖料产量合计为 11409 万吨，占全国糖料产量的比重达到 91.1%，比 2012 年提高了 2.6 个百分点。

在林产品方面，林产品产量稳定增长，林业生态功能增强。十八大以来，林产品产量总体保持稳定增长态势。2014 年橡胶产量为 84 万吨，比 2012 年增长 4.7%；松脂产量为 131 万吨，增长 7.8%。

十八大以来，围绕建设生态文明和美丽中国，林业生态建设力度加大，森林资源增多。2012 年至 2015 年全国造林面积分别达到 560 万公顷、610 万公顷、555 万公顷和 632 万公顷。2014 年全国森林面积达到 20769 万公顷，森林覆盖率达到 21.6%，森林蓄积量达到 151 亿立方米。

在畜牧业方面，生产稳步增长，产品产量增加。2015 年肉类总产量为 8625 万吨，比 2012 年增长 2.8%，年均增长 0.9%。其中，猪肉产量 5487 万吨，增长 2.7%，年均增长 0.9%；牛肉产量 700 万吨，增长 5.7%，年均增长 1.9%；羊肉 441 万吨，增长 9.9%，年均增长 3.2%；禽肉产量 1826 万吨，比 2012 年略增。2015 年禽蛋产量为 2999 万吨，比 2012 年增长 4.8%，年均增长 1.6%；牛奶产量为 3755 万吨，增长 0.3%。

同时，水产品产量快速增长，人工养殖发展较快。2015 年水产品产量为 6690 万吨，比 2012 年增长 13.2%，年均增长 4.2%。人工养殖水产品产量增速快于捕

捞水产品。2015年人工养殖水产品产量为4942万吨，比2012年增长15.2%，年均增长4.8%；捕捞水产品产量为1748万吨，比2012年增长7.9%，年均增长2.6%。

农业物质技术装备水平提升，经营方式发生重大变革。农田有效灌溉面积增加。十八大以来，国家加大农业基础设施建设投入力度，建成了一批重大水利骨干工程，农田水利设施条件显著改善。2014年底，全国有效灌溉面积达到9.68亿亩，比2012年增加了3074万亩。

农业科技进步加快。十八大以来，国家继续加大农业科技创新力度，完善农业技术推广体系，推动农业科技进步。2014年底，农业科技进步贡献率达到56%，比2012年提高1.5个百分点。

农业机械化水平提高。十八大以来，国家继续实施农机具购置补贴政策，推动农业机械化发展。2014年全国农业机械总动力达到108057万千瓦，比2012年增长5.4%；农用大中型拖拉机568万台，比2012年增长17.0%。2014年农作物耕种收综合机械化水平达到61%，比2012年提高了4个百分点。

适度规模化经营稳步发展。十八大以来，农村土地承包制度改革深入推进，土地流转加快。截至2014年底，全国农村承包地流转面积超过了4亿亩，比2012年增加了1.3亿亩，流转面积占比超过30%。土地流转推动了农业规模化经营快速发展。目前，蔬菜、花卉、瓜果种植、畜禽水产养殖和特色种养等产品的生产逐渐向规模化、专业化农户聚集，生产规模化程度提高。

新型农业生产经营主体快速涌现。十八大以来，各种类型的新型农业生产经营主体快速发展，逐步成为建设现代农业的重要力量。截至2014年6月，全国家庭农场有87万多家，农民专业合作社140万家，农业产业化龙头企业12万家。

4、2月全国首套房平均利率4.58%

融360金融搜索平台目前发布的房贷市场2月报告显示，从全国首套房贷款平均利率走势来看，2月全国首套房平均利率为4.58%，继续创历史新低。环比上月的4.61%下降0.03%；同比去年2月的5.99%下降1.41%。在融360监测的35个城市和地区中，首套房平均利率全部跌破5%，其中首套房平均利率最低的为广州的4.22%。

从首套房利率的优惠力度来看，本月全国 529 家银行中，提供 9 折以下优惠利率的银行有 105 家，比上月增加 14 家，占比 19.85%。利率最低的为宁波的中信银行(5.810, -0.11, -1.86%)，提供 8 折优惠利率。另有 72 家银行提供 8.5 折优惠利率，比上月增加 12 家，其中北京 14 家，天津 10 家，广州 15 家，上海 10 家，珠海 4 家，无锡、大连各 3 家，青岛、佛山和重庆各 2 家，深圳、济南、成都、杭州、郑州、东莞、苏州各 1 家。

2 月二套房平均利率为 5.39%，与上月持平。从同比来看，去年同期二套房利率高达 6.81%，2 月同比降低 1.42%。

融 360 监测的 35 个城市 529 家银行中，除停贷银行外，共有 487 家银行执行基准利率上浮 10%，比上月增加 9 家，是当前二套房贷款的绝对主流利率。执行基准利率的银行有 9 家，比上月减少 1 家，为二套房最低利率，其中上海 4 家，深圳 2 家，大连、南昌、武汉各 1 家；执行基准利率上浮 5%的有 4 家，上浮 15%的有 4 家，上浮 20%的有 6 家，另有深圳的广州银行上浮 40%。

2016 年的楼市可能会比去年乐观一些，当前各方面政策均扶持楼市，日前首付比例进一步下行，这对于解决首套住房的刚性需求以及改善性住房都有较大的正面推动作用。不过，当前楼市整体去库存压力仍然存在，供大于求这一格局并未改变，全面回暖的可能性不大。

5、钢铁业 2015 年利用率不足 67% 过剩产能越来越庞大

当前工信部等有关部门正在就淘汰上述行业落后产能制定相关意见，让所有落后产能淘汰依据法律来进行，设置了环保、能耗、质量、安全、技术等红线，凡是有一项不达标的相关产能必须退出。反之，在范围内的就不能强行淘汰。

而去产能政策愈加严厉的背后，则是整个钢铁企业亏损额的进一步加大。据中国钢铁工业协会统计，1 月份 99 家大中型钢铁企业实现销售收入 1964.57 亿元，同比下降 22.88%；实现利润总额为亏损 67.19 亿元，上年同期为亏损 2.93 亿元；亏损企业 47 家，亏损面达 47.5%，亏损企业亏损额为 77.82 亿元。

连去十年仍过剩

钢铁行业淘汰落后产能，已经连续做了十年左右，但现实却是，钢铁行业的过剩产能越来越庞大。

当前钢铁行业困境依旧由产能过剩引起。数据显示，2015 年的我国钢铁产能近 12 亿，而同年国内钢材市场需求量仅为 7 亿吨，产能利用率不足 67%，预计 2016 年国内钢材消费量将进一步下跌至 6.48 亿吨，产能利用率也将进一步下滑。

严重的产能过剩直接将整个钢铁行业推进了亏损的深渊。

2015 年是钢铁行业深处寒冬的一年，这一年钢铁行业全面亏损。据中钢协的报告显示，2015 年前 11 个月，重点钢企亏损 531.32 亿元。而前三季度重点统计钢企的亏损总额为 281.22 亿元，仅两个月的时间，在中钢协统计范围内的重点钢企，亏损额便翻了一番。同时，钢企亏损面在不断扩大。2015 年前 10 个月共有 51 家企业亏损，同比新增 27 家，而 11 月亏损钢企猛增至 62 家。仅钢铁重镇河北唐山地区已有成联、粤丰、安泰等多家民营钢企陆续停产。

进入 2016 年后，钢铁行业亏损额仍在加大。

事实上，因为近两年钢铁产业已经出现严重的供大于求，中央也在加大去产能的力度，2015 年钢铁产能已经有所压缩，但因为消费的下降，去产能在 2016 年度压力仍然巨大。

据国家统计局最新数据显示，2015 年，我国粗钢累计产量 80383 万吨，同比下降 2.3%；生铁累计产量 69141 万吨，同比下降 3.5%；钢材累计产量 112350 万吨，同比增长 0.6%。我国粗钢累计产量自 1981 年以来首次出现负增长；粗钢表观消费量下降 5.1%，为连续两年下降。产量、需求双双下降，正式宣告中国钢铁消费进入峰值弧顶区。

我国钢材实际消费 6.64 亿吨，同比下降 5.4%，为 1996 年来首次下降；钢材出口 1.12 亿吨，同比增长 19.9%。2006 年以来，我国粗钢产能利用率呈明显下降趋势，尤其是从 2012 年开始，粗钢产能利用率持续在合理水平线以下，2015 年粗钢产能利用率不足 67%。同时，钢铁行业亏损严重，2015 年钢铁协会会员企业亏损 645 亿元，亏损面为 50.5%，企业经营十分困难。

6、互联网保险 2015 年保费超 2000 亿

在互联网+的大趋势下，互联网保险的热度显然才刚刚开始。

中国保险行业协会近期发布的《2015 年度保险市场运行情况分析报告》(下称《报告》)称，互联网保险异军突起，2015 年互联网保险保费收入 2234 亿元，比 2011 年增长近 69 倍。

互联网保险快速发展的势头也引起了各路资本的注意，传统险企、互联网巨头、上市公司及创业公司纷纷布局，一场围绕互联网保险的圈地之战已经拉开帷幕。

保费高速增长背后

2015 年，被很多业内人士称为互联网保险的元年。

《报告》显示，互联网保费在总保费收入中的占比从 2011 年的 0.2% 上升到 2015 年的 9.2%。其中，2015 年财产险公司互联网业务保费收入 768.4 亿元，比 2011 年增长 34.4 倍，占产险公司全部业务的 9.1%，上升 8.6 个百分点；人身险公司互联网业务保费收入 1465.6 亿元，比 2011 年增长 141 倍，占人身险公司全部业务的 9.2%，上升 9.1 个百分点。

从渠道结构看，2015 年全年人身险公司通过官网实现的业务保费规模累计 41.7 亿元，占累计互联网人身险保费收入的 2.8%。第三方平台依托其流量、结算和信用优势，实现业务保费规模累计 1423.8 亿元，占累计互联网人身险总保费 97.2%。

传统保险企业布局互联网平台的成本较大，使用范围和用户基数较低且都是对原有用户的转移，因此增量市场有限。

而对于第三方平台而言，牵手保险的首要目的则是把保险与其他互联网金融工具打包，共同解决自身生态的痛点。“我们做保险的目的不是为了挣钱，只是为了更好地服务于我们体系内的商家和用户。保险公司拿保费，按照保险的游戏规则在做，我们的生态会更健康。”在蚂蚁金服保险事业部总经理尹铭的描述中，蚂蚁金服会有一大间办公室，每一家保险公司都可以派出代表和他们一起设置新产品，一起为用户服务，这样的场景是他们真正想做的事情。

从业务结构来看，2015年，人寿保险占互联网人身保险保费收入的96.6%，较上半年的比例有1.1个百分点的提升。其中，包括万能险和投连险在内的理财型业务保费占互联网人身保险保费的比例高达83.2%，较上半年提高了7个百分点。

值得一提的是，以短期险为主的意外险成为仅次于寿险的第二大互联网人身险险种，虽然意外险的保费收入仅占互联网人身保险保费收入的2.7%，但从承保件数看意外险产品占人身保险公司互联网保险业务承保件数的比例高达67.6%。

尽管目前仍是理财类保险产品创造了高速增长在互联网保险保费数字，而这显然并非互联网保险真正的突破点和未来发展方向，但整体而言，去年保险业已经跨过保险超市的最初阶段，开始进入互联网保险产品创新的层面。

场景化的产品创新正在蔓延，不仅互联网企业纷纷着力打造对接互联网交易与消费场景的全新产品，传统保险公司也开始将眼光转向互联网场景化的角度。因此，也有业内人士预测，2016年，场景化的互联网保险产品将迎来井喷之年。

数据显示，截至目前，共有61家公司开展互联网人身险业务，全年新增9家；在71家财产险会员公司中，共有49家公司开展互联网财产险业务，占比69%。与此同时，大型保险集团纷纷成立独立的电子商务公司，探索专业化经营之路。

资本跑马圈地

不可否认的是，互联网保险的爆发点是随着巨头、资本的加入而到来。

2015年，在传统保险公司加速互联网化的同时，互联网巨头们也悉数依靠稀缺的互联网资源强势杀入，BATJ（百度、阿里、腾讯、京东）4家已经齐聚互联网保险业。

2015年9月，蚂蚁金服增资12亿元控股国泰产险；10月，京东CEO刘强东公开表示，将与四川省政府签署战略合作框架协议，并设立京东互联网财产保险公司，据悉，目前京东财险已进入人才筹备阶段；11月，百度联合安联保

险和高瓴资本发起成立合资互联网保险公司——百安保险。除此之外，另有多家上市公司发布公告，表示要成立互联网保险企业。

同样是互联网保险，BATJ 会各自使出怎样的路数？对此有业内观点认为，这关键要看整体互联网生态布局中，保险和其他互联网金融的定位和空间，并且 BATJ 们肯定会不遗余力充分导入自己的资源，因为随着电商、社交、理财、游戏娱乐等交易迅猛发展，支付物流引起的产品安全、消费者权益保障需求增加，互联网保险需求确实在快速增长。

事实上，除了诞生了一些新险种，目前的保险+互联网场景也确实衍生出了不菲的关联价值，比如退货运费险让消费者更大胆地购物，账户安全险让用户更放心地使用快捷支付。这些保险已经不仅仅是对用户的经济补偿，而且是关联了互联网场景所有方的营销价值和客服价值。

7、途牛 2015 年总亏损 14.59 亿元 OTA 还在流血争市场

途牛旅游网 2 月 29 日公布了 2015 年第四季度的财报。财报显示，途牛 2015 年第四季度净收入为 19 亿元，同比增长 104.1%，但净亏损为 5.495 亿元。而途牛 2015 年总亏损达 14.59 亿元。

途牛 2015 年第四季度开设 30 家区域服务中心。此后又设 10 家区域服务中心，截至目前，途牛在全国有 170 家区域服务中心。这些区域中心可以帮助途牛加强在二三线城市的品牌认知度，获得更多客源，增加出境游出发地的产品销售。“2015 年第三季度，二三线城市对 GMV 的贡献率首次超过一线城市，这表明我们将重点放在低线级城市的战略获得了成功。”途牛 CFO 杨嘉宏说。

除了运营性的投入，途牛 CEO 于敦德表示，近几个月，某些热门目的地遭遇了一些不良地外部事件，如法国 ISIS 恐怖袭击等，使途牛的这些目的地暂时受到了一定影响。

但出境游趋势性升温，让途牛也与海航联手，意图争夺更大的出境游市场份额。途牛计划在 2016 年提升设立 15-20 个海外目的地服务中心，作为对国内出发地区域服务中心战略的延伸，而大交通是解决问题的关键。途牛刚与海航结成了战略联盟，这样将确保途牛在旺季时依然能够应对机票供不应求的问题。

早在 2015 年 11 月 23 日，途牛宣布与海航旅游集团结盟，并获得海航旅游

集团 5 亿美元的投资。双方达成战略采购协议：海航旅游把旗下的航空、酒店、公务机等旅游资源以优惠价格卖给途牛。杨嘉宏表示：“和海航这样的集团合作，可以确保我们在任何时候都能提供包机或者开辟新的航线。机票是出境游的瓶颈，不过一旦我们克服了这些问题，就可以不断开辟新的旅游目的地。”最新公布的财报显示，途牛网 2015 年第四季度收入增长主要来自跟团游、自助游，跟团游收入同比增长 101.4%，其中贡献最大的是日本、澳大利亚、新加坡、北美等出境游目的地。

近些年来，出境游市场的火爆让各大 OTA 对这块“肥肉”虎视眈眈。2 月 29 日，众信旅游收购华远，与携程联手拓展出境游市场。去年 12 月，同程也将自己 2016 年的新战略定为“全民出境”，宣布正式进军出境游市场。猴年春节期间，大数据统计显示，出境游成为中国人的首选，境外花销近 900 亿元。

8、吉利 4 亿收购东风南充 100%股权

3 月 4 日上午，东风南充汽车有限公司 100%国有股权转让签约仪式在西南联合产权交易所正式举行，转让方为南充市政府国有资产监督管理委员会，受让方为南充吉利商用车研究院有限公司，此次股权转让成交价为 40682.64 万元。

据了解，东风南充汽车有限公司 100%国有股权转让项目于 2015 年 10 月 30 日进入西南联合产权交易所进行公开挂牌，截至 2016 年 2 月 24 日，仅征集到浙江吉利控股集团有限公司指定全资子公司南充吉利商用车研究院有限公司一家受让方。为此，根据《四川省企业国有产权转让管理暂行办法》及其实施细则的有关规定，采用协议转让方式进行此次交易。

浙江吉利控股集团有限公司收购东风南充汽车公司后，将投资 70 亿元建设新能源商用车研发生产项目，建成年产 10 万台新能源商用车和 5 万台燃气发动机的研发生产基地，可实现年营业收入 200 多亿元，税收 10 多亿元。业内人士认为，此次转让将是四川省汽车行业国企改革的一次重大突破，将对四川省汽车产业的布局和发展产生深远影响。

9、曲面电视成厂商争夺重点 出货量同比增 6 倍

最新数据显示，2015 年中国彩电市场零售量为 4674 万台，同比增长 4.8%；零售额 1572 亿元，同比增长 7.5%；市场均价 3363 元，同比增长 2.6%。

现状：曲面电视成争夺重点

中高端智能电视成为中国彩电行业增长的主要动力之一。有数据显示，目前在高端电视领域，近年兴起的曲面电视成为各大厂商争夺的重点，而中国市场主要有三星、TCL、海信等中外品牌。数据显示，仅在去年第二季度曲面电视的出货量已经达 109 万台，季度销售量首次突破 100 万台大关。从 2014 年年初才开始正式销售的曲面电视，到去年上半年为止出货量累计近 180 万台，同比增长 6 倍。

机遇：智能电视带来万亿元市场空间

奥维云网（AVC）数据显示，截至 2015 年年底，我国智能电视累计保有量达 10500 万台，当年激活率达 83%，当年渗透率为 73%；OTT 盒子累计保有量达 6010 万台，智能微投累计保有量达 90 万台，2015 年智能化电视的终端日活跃用户达 4100 万。而随着互联网应用的增加，以智能化为中心，电视内容不断丰富和完善，电视生态逐渐成熟，客厅经济价值开始显现。

大数据显示，2015 年客厅经济的价值将达 89 亿元，2015 年电视视频生态的盈利将达 57 亿元，较 2014 年增长 1.4 倍，预计未来 2~3 年视频生态的盈利将维持翻倍增长。而有数据分析认为，2015 年我国整个客厅经济所创造的硬件以及衍生的服务价值将为 2300 亿元，到 2020 年，客厅经济的总体规模将达到 11000 亿元。业内人士表示，智能化趋势打开了我国整个家电链的天花板，智能电视带来了巨大客厅经济空间。

预测 1：今年将迎换机潮

奥维云网（AVC）用户舆情数据显示：2015 年 12 月电视每天的平均观看时长为 5 个小时，较 2014 年 12 月增加 1.5 个小时；电视开机率达 62%，较 2014 年 12 月增长 11 个百分点。

奥维云网（AVC）预测数据显示，2016 年中国彩电市场零售量规模将达 4739 万台，同比微增 1.4%，零售额规模将达 1611 亿元，同比增长 2.5%。从需求结构来看，2016 年新增需求量为 455 万台，占比 10%；原有家庭的二次购买需求量为 704 万台，占比 15%；更新换代量为 3584 万台，占比 75%。

随着智能化不断升级，未来用户更新换代的方向主要是智能的中高端，这

将进一步促进我国智能中高端市场的增长。

预测 2：中高端产品仍将热卖

行业领导者年初的产品方向往往会吸引其他厂商跟风，引领一年内整个行业消费趋势。作为行业龙头的三星电视，昨日宣布推出的近 40 款型号的电视产品，几乎都瞄准中高端智能市场。

奥维云网 (AVC) 预测数据显示，2016 年智能电视的零售量将达 3960 万台，占比 84%；曲面电视零售量将达 300 万台，占比 6%；超轻薄电视的零售量将达 380 万台，占比 8%；高色域电视的零售量将达 720 万台，占比 15%；OLED 电视的零售量将达 20 万台，占比 0.4%；激光电视的零售量将达 1 万台，占比 0.02%。

随着更新换代高峰的到来，我国中高端智能电视市场有望进一步打开，其竞争也将变得越来越激烈。

五、环球市场

1、美国经济下行风险正在加大

自美联储去年 12 月份启动近 10 年来的首次加息以来，美国经济最近一个时期公布的经济数据显示，美国经济增长前景愈发表现出很大的不确定性，市场及外界对其未来经济增长前景的看法正在发生转变，从以前被看作发达经济体的“一枝独秀”，到如今对美联储货币政策效应的质疑，甚至预测其新一轮衰退可能迫近。美国经济下行风险不断加大，日益成为市场关注的焦点。

首先，美联储 2015 年底加息进程的启动及其所产生的效应，正成为决定美国经济未来走势的关键因素和最大挑战。随着美联储加息进程的启动，美国宏观经济层面的流动性收缩将逐步传导至各个微观领域，包括消费信贷、抵押按揭贷款和工商业信贷，各层次利率水平将易涨难跌。历史经验表明，加息之年往往是经济复苏强劲之年，强势复苏是利率长期拐点形成的物质基础，而拐点形成后的一两年里，经济复苏往往会有所趋冷，具体表现为投资、消费等全方位增长引擎受损。

其次，全球经济放缓在一定程度上拖累美国中期经济增长。发达经济体的

持续不均衡复苏在不断加剧，欧元区被通缩和难民问题困扰，增长乏力；日本经济整体增速偏弱。新兴市场和发展中经济体则连续 5 年下滑。金融市场波动进一步加剧、石油和其他大宗商品价格下跌、美元强势给美元债务人带来资产负债表和融资风险、发达经济体中期增长水平进一步下降到接近停滞状态，造成全球需求进一步下降。乌克兰、中东或非洲部分地区地缘政治冲突加剧对经济活动产生溢出效应等影响全球经济增长下行的风险可能会加剧。

再次，美国近几个月来服务业与制造业的表现令人对美国经济增长的担忧加剧。根据市场研究机构马基特的数据，美国 2 月份服务业采购经理人指数（PMI）初值下滑至 49.8，为 2013 年 10 月以来首次低于 50，也是 2009 年 10 月以来倒数第二差的数据；美国 2 月份制造业采购经理人指数（PMI）初值为 51，市场预期为 52.5，其前值为 52.4，创 2012 年 10 月以来新低，其中多个分项指数下滑。值得市场警惕的是，当美国制造业采购经理人指数（PMI）处于如此低位的时候，美联储推出了第三轮量化宽松政策（QE3）。马基特首席经济学家克里斯·威廉姆森表示，近一个时期的经济数据表明，第一季度美国经济陷入萎缩的风险很高，商业信心下滑及订单减少表明，美国未来经济情况可能更糟。

最后，美国大选将对美国现行经济增长模式带来新的冲击，从而给美国经济增长前景带来新的变数。2016 年，美国将迎来四年一度的大选年。大选势必将在一个多事之秋完成总统更替，不仅美联储政策选择和美元运行都处于关键时段，而且全球地缘政治正因恐怖主义、乌克兰危机和大国博弈的不断升级而进入一个高危时期。美国民主党、共和党总统候选人对财政、货币和能源政策的立场与主张值得市场关注。市场分析人士指出，偏向左翼、形似鸽派的民主党一旦赢得选举，新的短期经济均衡将继续偏向中产阶级和贫困人群关注的就业改善；偏向右翼、形似鹰派的共和党一旦挑战成功，新的短期经济均衡将更偏向富裕阶层在意的价格调整。

在市场和外界对美国经济未来增长前景越发担忧的背景下，美联储 2 月 17 日公布的货币政策会议纪要显示，许多美联储官员担心美国经济增长的不确定性和下行风险上升，显示美联储对未来加息路径与幅度将更加谨慎。他们认为，在下次加息前应等待更多更好的信息印证美国潜在经济增长能力和未来通胀前景，今后加息的时机和节奏将取决于未来经济和金融市场形势发展及其对美国中期经济增长前景的影响。

2、英国或面临新一轮预算紧缩

G20 会议刚刚落幕，会议达成不少书面成果，包括各国尽可能实施扩张性财政政策来刺激经济，但由于各国国情不同，尚有分歧。在英国，财政大臣奥斯本（Osborne）就在上海举行的 G20 财长和央行行长会议前警告称，英国 3 月份预算计划面临新一轮紧缩的可能。

最新数据表明，英国经济没我们想的那么好，情况自 2016 年开始就变得更加困难。3 月份即将公布的预算中，英国公共开支将面临再度紧缩可能，会进一步进行削减。这番言论显示，英国仍将继续秉持节支政策。奥斯本预定于 3 月 16 日发布年度预算计划。

实施紧缩财政的背景是英国的经济状况。英国国家统计局近日公布的最新数据并不乐观。去年第四季度国内生产总值增长 0.5%。其中，较为强劲的家庭支出在去年年底提振了经济，但英国企业投资下降形成拖累。

截至 2015 年三季度，英国经济实现连续 11 个月的环比正增长。2015 年英国经济全年增长预期为 2.2%，低于 2014 年的 2.9%。英格兰银行（央行）日前已经把 2016 年经济增长预期由去年 11 月份公布的 2.5% 下调到 2.2%，2017 年增长预期由此前的 2.6% 降至 2.3%。英格兰银行指出，不利的外部环境对英国经济造成下行风险。

由于全球经济形势不稳、股市动荡等因素的影响，加之英国眼下进入脱欧公投前的关键时刻，不确定因素增多，因此英国经济面临的下行压力增大。

在英国央行下调经济预期后，舆论认为，英国预算责任办公室未来可能也会下调预期。而在预算办公室提交官方评估后，关于未来英国预算的进一步计划也将出炉。英国媒体预计，额外的开支削减可能会持续到本届议会任期结束前的 2020 年。

自英国保守党领导的政府 2010 年上台以来，削减赤字一直是其重要经济政策。目前，进一步削减财政开支的更多细节并没有透露。从奥斯本言谈中看，他并未排除在经济放慢情况下增加税收的可能性，但同时认为，现在不是将税收显著提高的时机。很显然，奥斯本不会大幅削减预算水平，仍会继续致力于让政府部门变得更有效率。

3、澳大利亚制造业创 5 年半以来最高水平

2 月澳大利亚工业集团(Ai Group)制造业表现指数(PMI)上升 2 点至 53.5 点, 高于“荣枯线”50 点, 意味着扩张。同时, 这也意味着澳大利亚制造业录得自 2010 年 7 月以来最高值, 并连续 8 个月扩张。

2 月产能、销售、新订单数及出口均有所上涨, 巩固了自 2015 年下半年以来上涨的趋势。不过, 钢铁产品及大型机器设备系数仍处于紧缩。

无疑, 进一步贬值的澳元增加了出口市场及国内市场的竞争力, 容易受到国际动荡的冲击及可怜的国内政策变化仍是澳大利亚制造业面临的最大挑战。

4、巴西全力遏止经济衰退

巴西计划部和财政部日前联合宣布, 今年将削减财政支出 234 亿雷亚尔(约合 58.5 亿美元)。这是巴西政府应对经济衰退的最新举措, 被视作致力于恢复市场信心, 维护宏观环境健康, 引领经济复苏的重要一环。

近年来, 巴西经济遭遇“寒潮”, 异常困难。从宏观层面看, 巴西中央银行发布的报告显示, 巴西经济 2014 年增长率为 0.15%, 2015 年衰退 4.08%, 预计 2016 年将缩水至 3.33%。巴西经济正步入 1948 年以来首次连续两年衰退。目前, 巴西工业商业信心指数已跌至约 35。在企业层面, 破产企业数量连续 5 年攀升。数据显示, 巴西去年共有 5525 家企业申请破产, 创下 2008 年来的新高。国际评级机构惠誉、标普和穆迪等看淡巴西经济前景, 均调低了对巴西主权债务的评级。

客观地说, 巴西陷入经济衰退既有外因, 也有内因。一方面, 由于全球经济低迷, 大宗商品价格呈“断崖式”暴跌, 巴西的支柱产业如铁矿石、原油等出口收入锐减。另一方面, 巴西经济结构“畸形”, 对部分产业和外部市场依赖过重, 抗风险能力不“达标”, 经不起外部恶劣环境的“风吹雨打”。此外, 目前还面临寨卡病毒等的困扰。

面对难题, 巴西政府全力以赴求破解。巴西总统罗塞夫表示, 政府今年将努力恢复经济, 保证人民的收入和就业。她强调, 政府将采取措施促进出口, 寻求更多新的出口市场, 尤其是亚洲和中东市场, 进一步开拓中国市场, 并试图与欧盟等经济体签署贸易协议。巴西政府最近决定增加 830 亿雷亚尔的信贷,

提供给农业、住房、基础设施及中小企业等受经济萎缩打击的企业，帮助企业渡过难关。同时，推进基础设施建设，是巴西政府开出的另一剂“药方”，今年将招标建设 26 个机场和港口，研究建设 11 条高速公路，稳步推进房地产建设。此外，巴西政府制定的“加快经济增长计划”，公路、铁路、机场和港口建设是其重中之重。目前，有 160 万套房屋正在建设之中，名为“我的家，我的生活”的住宅项目三期工程即将展开。

经济有困难，财政收入吃紧，巴西政府在勒紧裤带过紧日子的同时，不忘“保民生”。巴西计划部指出，削减财政支出是“有选择性的”，将优先保障关系到民生的社会福利项目，如现有的贫困补贴、改善低收入者住房等计划。此外，当前用于控制寨卡、登革热疫情的经费不会削减。

此外，第 31 届夏季奥运会将于 8 月在巴西里约热内卢举办。巴西经济衰退对奥运会的负面影响，各方普遍关注。最新数据显示，巴西筹备奥运会的预算为 386 亿雷亚尔，为确保奥运会顺利举办，里约奥组委只削减了 20 亿雷亚尔的预算，如取消运动员村卧室内的电视、增加临时性场馆，大幅压缩开幕式的成本，将其压缩至上届伦敦奥运会开幕式开支的十分之一等。另外，将奥运志愿者人数从 7 万人减少到 5 万人。但对于占预算 64% 的奥运遗产项目建设，不作调整。这些项目包括里约的地铁、快速公交等基础设施建设，既方便居民生活出行，也是巴西经济长远发展的基础。

巴西政府还正考虑对矿产和电信行业改革重组，调整养老金制度，采取一些临时性的措施，如征收金融流通税等，旨在恢复财政平衡。

5、韩国化妆品在华高速增长 增速秒杀欧美日化巨头

在中国的年轻一代对韩剧和韩国综艺节目的迷恋中，韩国化妆品企业完成了在中国市场的逆袭。

旗下拥有雪花秀、兰芝等品牌的韩国化妆品企业爱茉莉太平洋公布的 2015 年财报显示，在韩国本土外的海外市场，爱茉莉太平洋 2015 财年的销售总额为 12573 亿韩元，增速达到 44.4%，这一增速秒杀一众欧美大牌化妆品企业。

中国已经成为韩国化妆品企业海外市场强劲增长的坚实力量。尽管并未单独公布中国市场的具体销售数据，爱茉莉太平洋集团 2015 年财报显示，在亚洲市场销售额实现了 51.5% 的同比高增长。

公司从 2002 年进入中国市场，近 10 年来始终保持 40% 以上的年均增长。从近期外部环境来看，韩流的兴起和中韩自贸协定有一定推动作用。

即使在中国经济进入新常态、日化行业增速放缓之际，韩国化妆品依然能保持高增长态势。相比之下，欧美化妆品巨头在中国市场的发展却变得缓慢，入华 19 年的欧莱雅最新财报显示，2015 年欧莱雅中国全年销售总额 149.6 亿元，较去年增长 4.6%，虽然连续保持 19 年增长，但增速明显下滑。

在中国消费者的追捧下，韩国化妆品品牌加速进入中国市场。2015 年爱茉莉太平洋在原有的雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、伊蒂之屋五大品牌的基础上，又引进了两个新品牌——高端功能性美妆品牌“IOPE 艾诺碧”和高端洗护品牌“吕”。爱茉莉太平洋中国还与阿里巴巴集团签署了战略合作协议，加强在线上渠道的布局。

在韩国化妆品企业眼中，中国市场是棵巨大的摇钱树。爱茉莉太平洋董事长徐庆培透露，其对中国区的期望是到 2020 年，中国市场的平均年增长率能稳定在 41%，实现年 3.3 万亿韩元（约合 175 亿元人民币）的销售收入，贡献爱茉莉太平洋全球销售总额的 28%。

6、马来西亚希望每年吸引 200 万中国游客

马来西亚政府于 3 月 1 日宣布对中国游客实施免签证和电子签证，并希望借此达到每年吸引 200 万中国游客的目标。马来西亚旅游文化部长穆罕默德·纳兹里 2 日在接受采访时表示，中国是马来西亚重要的海外客源市场。马来西亚将为中国游客提供更多的出行便利，并确保中国公民在该国观光旅游时安全、舒心。

除独特的多元文化、美食、沙滩以及设施完善的度假村之外，马来西亚在语言、气候和旅游产品价格等诸多方面具有优势。马来西亚人民热情好客、乐于助人，中国游客可以用普通话以及粤语、闽南话等方言和当地华人方便地交流。人民币对马币的升值，也为中国游客在马消费带来了实惠。

中国是马来西亚除东盟国家之外最大的海外客源市场。过去十年中，中国游客赴马旅游人数从 2006 年的 53 万多人，上升到 2015 年的 164 万人。

电子签证和免签所给予的在马停留时间分别为不超过 30 天和 15 天。

7、加拿大 2015 年经济增长 1.2%

加拿大统计局 3 月 1 日公布的数据显示,受国内需求和外贸双重萎缩拖累,加拿大 2015 年实际国内生产总值 (GDP) 增长 1.2%, 增速较 2014 年缩水一半多。

数据表明,去年第四季度加拿大 GDP 按年率计算增长 0.8%, 增速大幅低于第三季度的 2.4%, 但仍高于普遍预期。加拿大统计局认为, 进出口下滑以及加元贬值是导致经济放缓的主因。

受国际油价下跌影响, 严重依赖石油出口的加拿大经济在去年第一季度和第二季度连续出现负增长, 舆论普遍担忧加拿大经济陷入衰退, 经济专家认为今年增长形势亦不容乐观。

受去年第四季度经济数据略好于预期推动, 加元当天出现大幅升值, 尾市加元对美元汇率上涨到 1 加元兑换 0.7455 美元, 创近 3 个月以来的最高纪录。当天加拿大股市也受到提振, 多伦多证券交易所 S&P / TSX 综合指数涨幅接近 1%。

加拿大联邦政府拟于 3 月 22 日公布财政预算, 虽然反对党警示财政赤字不断扩大, 总理特鲁多坚称加大基础设施投资将帮助经济复苏并创造就业。

7、日本去年第四季度企业投资增速放缓

日本财务省 1 日公布的数字显示, 去年第四季度日本企业投资同比增长 8.5%, 实现连续 11 个月同比扩张, 但增速较去年第三季度有所放缓。

数字显示, 去年第四季度日本非金融部门企业新建厂房或引进新设备等方面的投资额同比增至 10.53 万亿日元 (约合 940 亿美元), 但受到企业对全球经济前景看法不明朗等负面因素影响, 同比增幅较前季的 11.2% 有所收窄。

具体来看, 去年 10 至 12 月日本制造业企业投资额同比增长 10.2% 至 3.66 万亿日元, 而非制造业企业投资同比也攀升 7.6% 至 6.87 万亿日元。不过, 日本全产业企业对当季税前利润则并不看好, 认为或同比下滑 1.7% 至 17.76 万亿日元, 为四年来首次同比减少。

日本政府视企业投资为提振本国经济的关键动力，该指标占该国国内生产总值(GDP)比重也高达15%。根据日本内阁府此前公布的GDP初步统计数据，去年第四季度日本企业投资同比增幅为1.4%，第二次修正值预计将于本月8日公布。

8、经济形势不乐观 韩国2015年消费倾向创历史新低

据韩媒报道，韩国统计厅26日公布的“2015年家庭动向”资料显示，2015年全年平均消费倾向为71.9%，创下开始进行相关统计以来的最低纪录。消费倾向指消费开支占收入的比例。消费倾向下降意味着家庭减少支出。

数据显示，2015年韩国每户家庭月收入同比增长1.6%，为437.3万韩元(约合人民币2.3万元)。家庭收入增幅达到2009年(1.2%)以来的最低值，扣除物价上涨因素的实际收入增幅仅为0.9%。

收入增幅收窄导致消费心理萎缩。去年每户家庭月均消费支出为256.3万韩元，同比增长0.5%，创下历年最低增幅，实际消费支出更是减少0.2%。

在平均消费倾向下降的同时，家庭节余率升至最高值，为28.1%，这是一种“不景气型节余”，不是因收入增加而是支出减少出现的现象。随着家庭节余增多，赤字家庭所占比重也跌至历史最低水平，为21%。

平均消费倾向走低的原因随着阶层、收入水平而不同。在经济下行、消费心理普遍萎缩的情况下，中产阶层为了准备养老、低收入阶层则为偿还债务不肯解囊。

因内需疲软的影响，消费倾向持续走低。消费倾向下滑起因于经济形势不乐观，人口结构的变化，预计今后一段时间内不会回升。

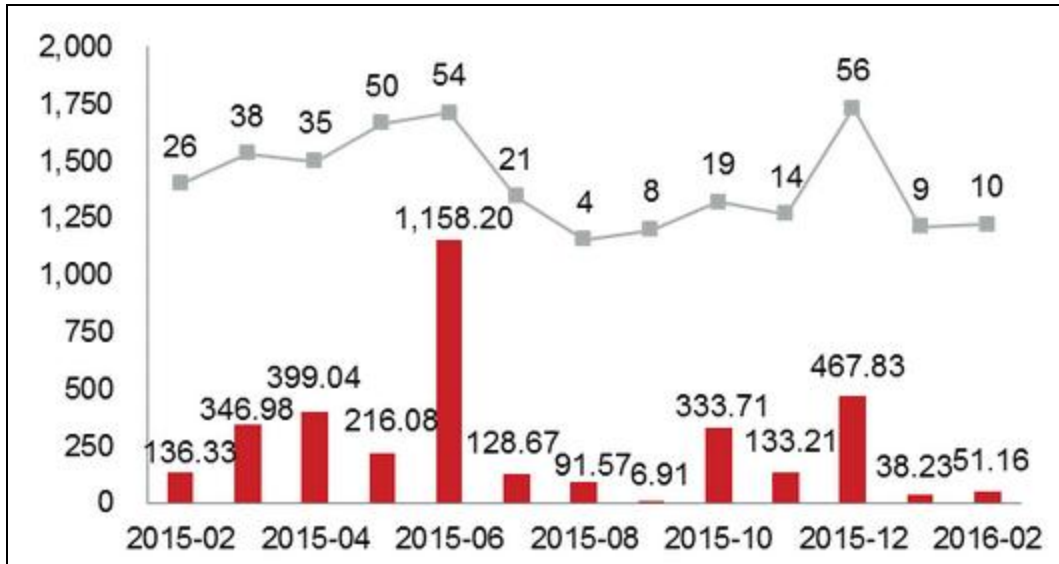
六、热点解读

1、投中统计：2月中企IPO小幅上升 IPO规模51.16亿元

2016年2月，共10家中企完成IPO，环比上升11.11%；募集资金51.16亿元，环比上升33.82%。本月，IPO新规下的首批7家中企于A股IPO，募集

资金 40.07 亿元，较上月均有大幅提升。此外仅 3 家中企境外上市。其中 2 家于港交所 IPO，募集资金 0.71 亿元，较上月均大幅下降。百济神州(NASDAQ:BGNE)赴美 IPO，成为本年首家赴美 IPO 中概股，募资金额 10.38 亿元。

图表 11 2015-2016 年中企全球资本市场 IPO 规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

本月 IPO 中企中募资规模超 10 亿元的仅百济神州 (NASDAQ: BGNE)、南方传媒 (601900.SH) 两家。其中，百济神州募资 10.38 亿元，南方传媒募资 10.37 亿元。

图表 12 2016 年 2 月 IPO 募资规模 10 亿元以上中企

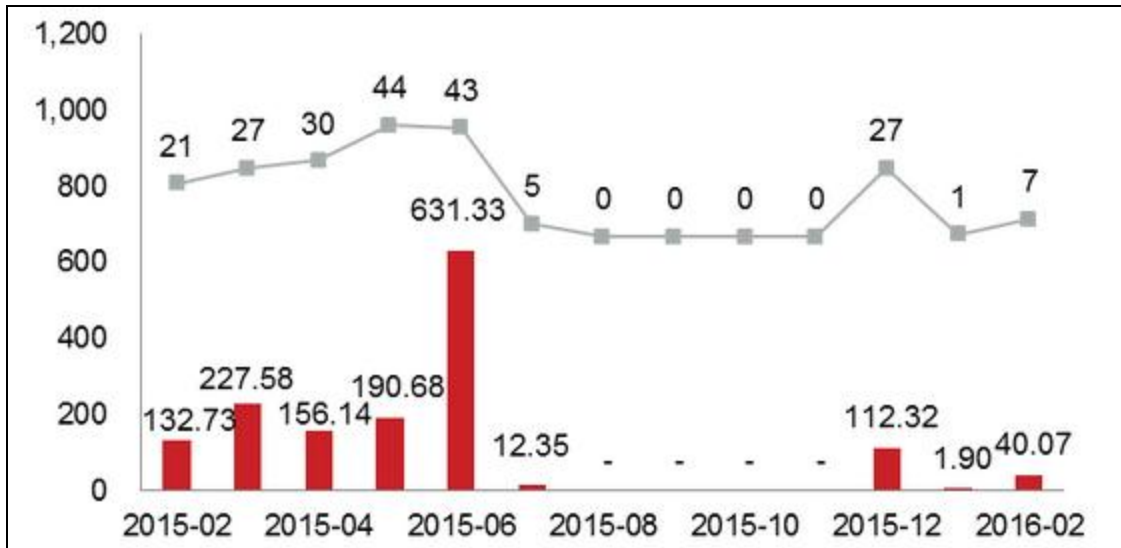
企业	股票代码	行业	IPO 日期	募资金额 (亿元)
百济神州	BGNE	医疗健康	2016-02-03	10.38
南方传媒	601900.SH	文化传媒	2016-02-15	10.37

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2 月 A 股 IPO 较上月大幅增长 本年 A 股 IPO 正式拉开序幕

本月，IPO 新规下的首批 7 家中企成功于 A 股 IPO，环比上升多达 6 倍；募集资金 40.07 亿元，环比上升 20 倍有余。随着新规下的首批中企 IPO，这也预示着本年 A 股 IPO 正式拉开序幕。由于 IPO 新规规定，公开发行股票数量在 2000 万股（含）以下且无老股转让计划的，直接定价并全部向网上投资者发行。因此，本月 IPO 中企中高澜股份 (300499.SZ)、苏州设计 (300500.SZ)、海顺新材 (300501.SZ) 3 家公司为直接定价发行。

图表 13 2015 年 2 月-2016 年 2 月中企境内资本市场 IPO 规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

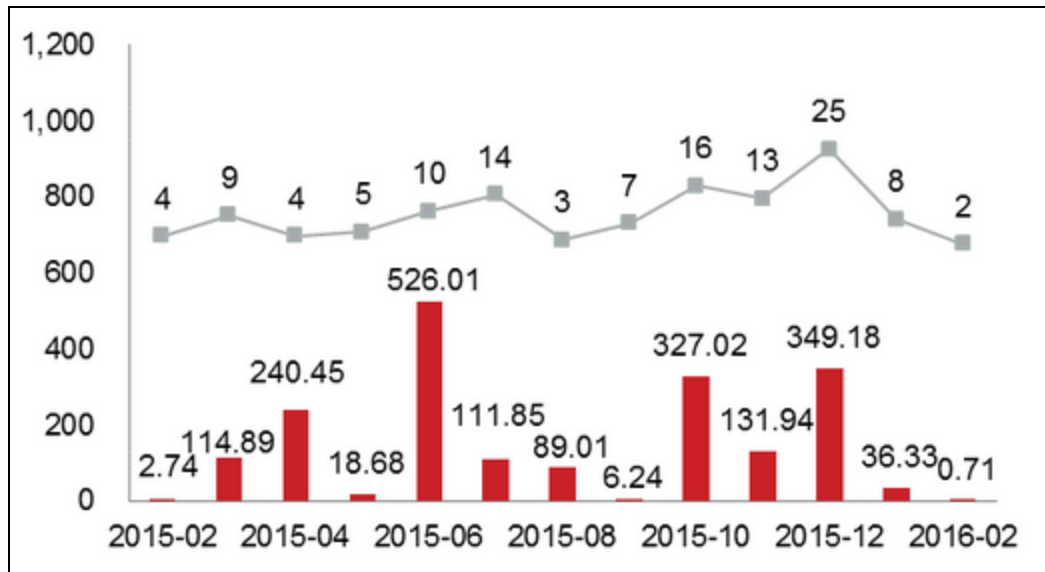
2月18日国内快递行业巨头顺丰控股(集团)股份有限公司发布公告披露开始上市辅导,拟于A股市场IPO,尽管近年来顺丰多元化发展并未达预期,但此次筹划IPO依旧被行业看好。与此同时申通快递借壳艾迪西(002468.SZ)及圆通速递借壳大杨创世(600233.SH)均在持续推进中,中通快递的IPO也处于筹划当中,百世物流拟开启Pre-IPO融资并于之后IPO。

本月初A股行情出现小幅反弹,但月末的持续下跌使得本月A股市场表现依旧疲软成为近年来表现最弱2月。月底央行公布降准5%进一步印证了近期货币政策稳健偏向宽松的基调,所释放的流动性对于A股影响有限,而A股的持续疲软势必会降低部分拟于A股IPO中企的意愿。

港股仅2家中企IPO 降幅显著

本月,港股市场近两家中企IPO,环比下降75%;募集资金0.71亿元,同比下降98.06%。其中包括香港本土企业侨洋国际控股(08070.HK)及大陆游戏开发商火岩控股(08345.HK)

图表 14 2015年2月-2016年2月中企香港资本市场 IPO 规模

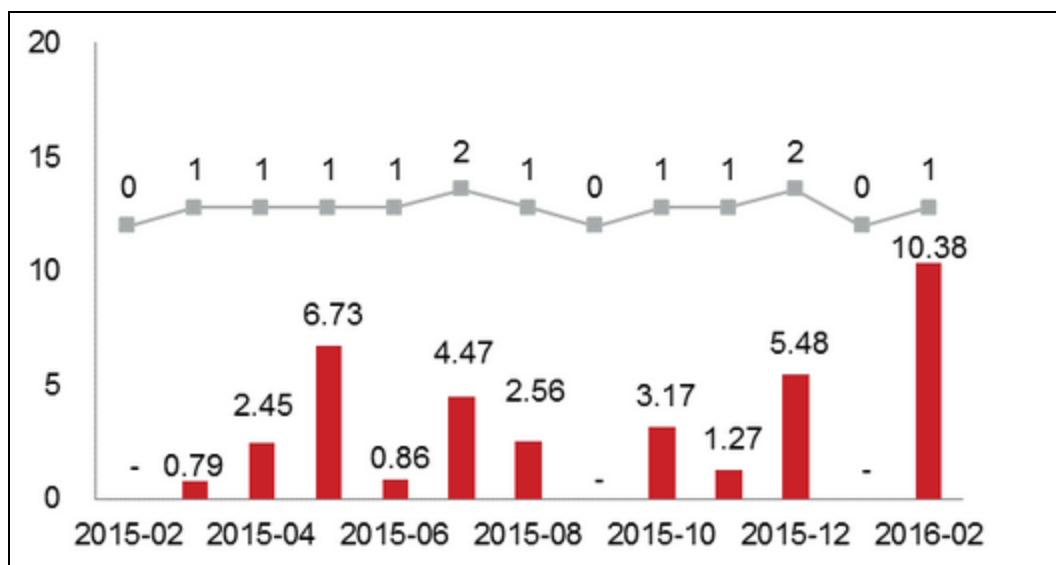


数据来源：投资中国、中商产业研究院

百济神州赴美 IPO

2月3日，中国免疫抗肿瘤药物研发企业百济神州成功在美国纳斯达克上市，成为今年第一家赴美IPO中企。百济神州发行660万份美国存托股票(ADS)，发行价格24美元/ADS，募集资金15,840万美元，成为本月IPO中企募资最大一单。百济神州作为一家研发型生物制药公司，选择登陆美股市场可以获得更为合理的估值，发行前上调发行规模也进一步印证这一点。

图表 15 2015年2月-2016年2月中企美国资本市场 IPO 规模



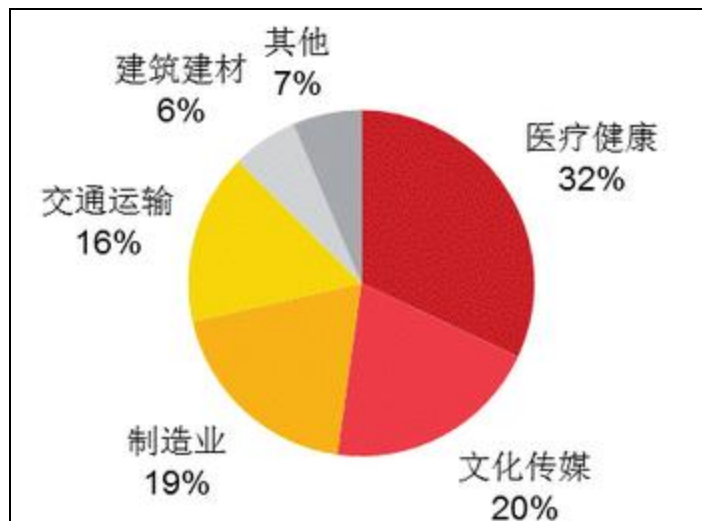
数据来源：投资中国、中商产业研究院

2月17日，聚美优品（NYSE: JMEI）宣布收到来自 CEO 陈欧、产品副总裁戴雨森及红杉资本等递交的私有化申请，准备以每美国存托股（ADS）7 美元的价格私有化。尽管这一价格较最近 10 天的均价高 27%，但是仍不足聚美优品当年上市发行价格的 30%，而纵观聚美优品上市以来仅 21 个交易日低于此次拟私有化价格。对于私有化价格过低的问题，目前已有 3 家机构，近 270 位中小投资者组成维权队伍筹划相应事宜。长远看这一事件无疑会给本就偏低的中概股估值雪上加霜，未来中企赴美 IPO 的压力进一步增强。

医疗健康持续成为 IPO 热点 广东地区 IPO 数量规模均居首位

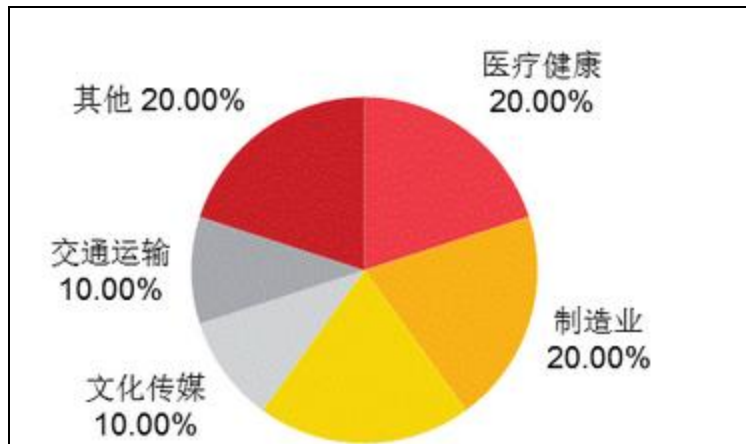
本月医疗健康行业 IPO 规模及数量均居首位，文化传媒及制造业分居规模二、三位，制造业、电信及增值分居数量二、三位。

图表 16 2016 年 2 月中企 IPO 规模行业分布



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 17 2016 年 2 月中企 IPO 数量行业分布



数据来源：投资中国、中商产业研究院

广东地区本月 IPO 数量及规模总计均居首位，北京平均 IPO 规模高达 9.29 亿元。

图表 18 2016 年 2 月中企所处地区 IPO

地区	数量	募资金额 (亿元)	平均IPO 规模
广东	3	19.81	6.60
北京	2	18.58	9.29
福建	1	5.98	5.98
江苏	1	3.14	3.14
上海	1	2.95	2.95
深圳	1	0.43	0.43
香港	1	0.28	0.28

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2、2 月基金募集氛围和 PE/VC 市场投资持续回落

2016 年 2 月中国 VC/PE 投资市场基金募集状态持续回落。根据 CVSource 投中数据终端显示，2016 年 2 月披露出仅有 30 支基金成立及开始募集，有 34 支基金在本月完成募集，基金的目标募集规模为 134.83 亿美元，募集完成基金规模仅为 77.22 亿美元。纵观近几个月基金的募集情况，无论是开始募集还是募集完成的基金状态，基金的募集数量都是双双回落的，基金募集规模略有提升，整体看 2 月基金募集氛围持续遇冷。

2016 年 2 月中国 VC/PE 投资市场的创投和私募市场也都是表现平平，几乎

达到全年的最低水平，一向投资火热的 VC 市场本月的投资热度依旧是持续降温，PE 市场表现几乎更是全年的最低水平。根据 CVSource 投中数据终端显示，2016 年 2 月 VC 市场披露的案例 91 起，投资规模仅为 20.24 亿美元，相比上个月的投资业绩，投资数目和金额规模双双回落。本月 PE 市场披露的案例为 38 起，投资金额仅为 21.13 亿美元，可见本月创投和私募股权市场投资略显冷清，可能和 2 月的春节假期也有一定关系影响。

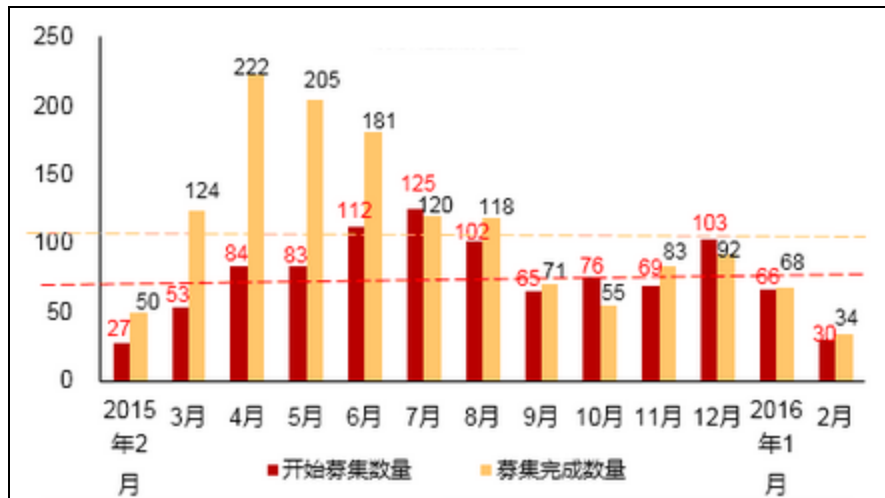
基金募集状态回落 Growth 基金依旧占主导

根据 CVSource 投中数据终端显示，2016 年 2 月中国 VC/PE 投资市场披露有 30 支基金成立并开始募集，披露的基金中有 26 支基金披露了基金的目标募集规模，计划募集资金规模为 134.83 亿美元，本月开始募集基金的目标规模环比上个月略有回升，纵观近一年来的开始募集基金的募集数量和规模都是比较差强人意。在基金的募集完成方面，本月披露 34 支基金募集完成，其中有 29 支基金披露了募集完成的规模，本月基金募集完成规模为 77.22 亿美元。

虽然本月基金募集状态差强人意，但还有几支规模相对较大的开始募集基金：西藏东伟兴华投资中心（有限合伙）由 TCL 集团股份有限公司（000100.SZ）之全资子公司新疆 TCL 股权投资有限公司和紫光集团有限公司之全资子公司西藏紫光清彩投资有限公司各出资 9 亿元共同发起设立，目标规模为 100 亿元。西藏东伟基金管理中心（有限合伙）作为普通合伙人出资 200 万元。并购基金主要投资于紫光集团和 TCL 集团产业上下游及相关产业、TMT、工业 4.0、中国制造 2025 及互联网+等行业的直接投资、并购等。中天城投集团地产投资基金合伙企业（有限合伙）由中天城投集团股份有限公司（000540.SZ）作为唯一的有限合伙人分期出资 40 亿元人民币设立，普通合伙人为中天城投集团地产基金管理公司（有限合伙）。母基金主要从事投资及投资管理，同时根据不同的地产项目设立地产项目子基金，基金管理人作为普通合伙人对子基金进行管理，负责子基金的募集和投资方案设计。

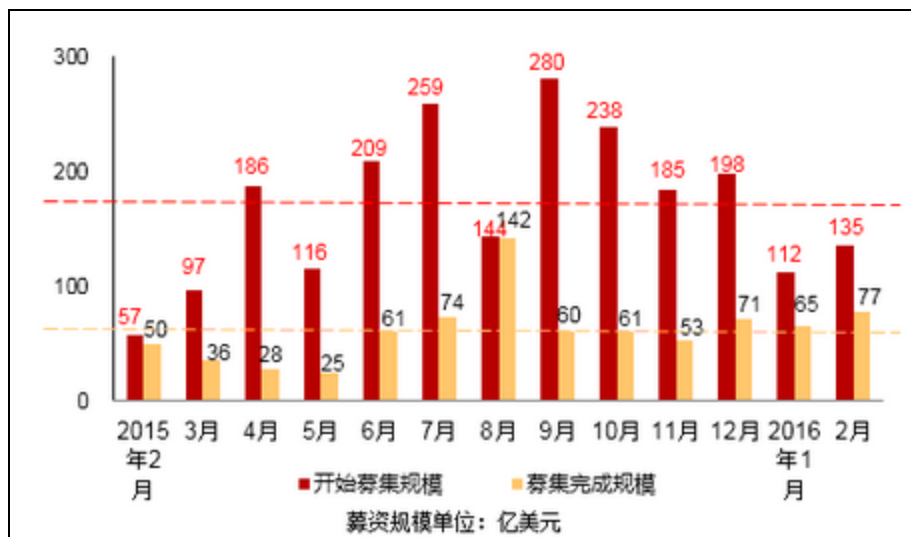
从 2016 年 2 月开始募集和募集完成的基金来看，Growth 类型基金依旧占主流，从开始募集基金和募集完成基金的数量和规模状态来看，Growth 类型基金都是占主导。本月开始募集的 buyout 基金的募集规模也是可圈可点。

图表 19 2015年2月-2016年2月中国 VC/PE 投资市场募集基金数量



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 20 2015年2月-2016年2月中国 VC/PE 投资市场募集基金规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 21 2016年2月不同类型的开始募集基金的数量及募资规模

募集状态	类型	数量	募资金额 (US \$ M)
开始募集	Growth	12	4913.94
	Buyout	11	2714.54
	Venture	3	88.00
	Gov. Matching	2	319.22
	FOF	1	608.03
	Infrastructure	1	4839.00
总计		30	13482.73

CVSource 2016.03

数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 22 2016 年 2 月不同类型的募集完成基金的数量及募资规模

募集状态	类型	数量	募资金额 (US \$ M)
募集完成	Growth	20	3239.51
	Venture	5	966.58
	NEEQ Fund	3	0.00
	Buyout	3	95.36
	Infrastructure	1	3040.16
	FOF	1	304.02
	Gov. Matching	1	76.00
总计		34	7721.63

CVSource 2016.03

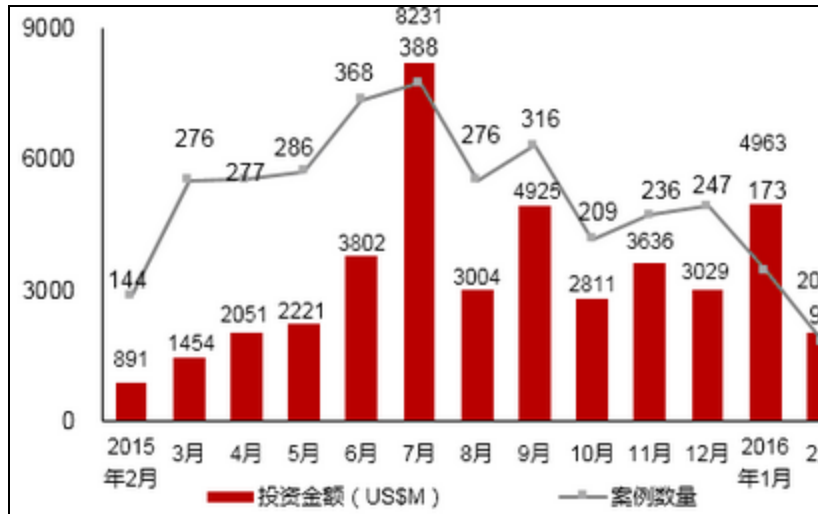
数据来源：投资中国、中商产业研究院

创投市场和私募市场投资持续回落

根据 CVSource 投中数据终端显示，2016 年 2 月 VC/PE 投资市场披露案例总数为 129 起，投资总规模为 41.37 亿美元，2016 年 2 月 VC 市场披露的案例为 91 起，投资规模仅为 20.23 亿美元，相比上个月，投资数目和金额规模双双很大程度地回落。本月 PE 市场披露的案例仅为 38 起，投资金额更是为 21.13 亿美元。2016 年 2 月中国 VC/PE 投资市场表现双双持续回落，一向热闹的 VC 市场这两个月的投资业绩都有很大程度的下降，PE 市场的投资数量和规模都有大幅度回落，几乎达到了近 1 年来的最低值。

从投资案例的角度看，本月 VC 市场发生的投资金额规模较大的案例：2016 年 2 月 25 日，天天快递有限公司获得 6 亿元融资，由中金前海发展（深圳）基金管理有限公司领投，贵州盘江资产管理有限公司、青岛海尔创业投资有限公司、浙江点击资产管理有限公司、浙江承象投资管理有限公司、大航海资本 5 家资本跟投。2016 年 2 月 25 日，浙江新财网络科技有限公司旗下“新财界”获得 A 轮 1.6 亿元融资。

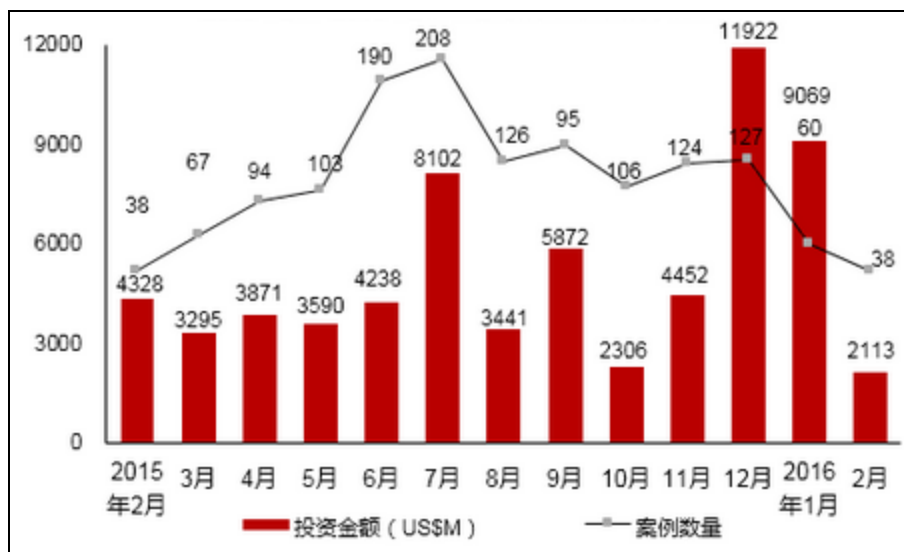
图表 23 2015年2月-2016年2月中国创投市场投资规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从投资案例的角度看，本月 PE 市场发生的投资金额规模较大的几起案例：2016年2月3日，杭州泰格医药科技股份有限公司（300347.SZ）获国金鼎兴旗下宁波鼎亮睿兴股权投资中心（有限合伙）注资 10,000 万元，占股 1.59%。泰格医药本次非公开发行价格 13.36 元/股，宁波鼎亮睿兴股权投资中心（有限合伙）认购 7,485,030 股。2016年2月24日，东久工业地产（中国）投资有限公司获得华平及创始人孙冬平 2.2 亿美元投资。

图表 24 2015年2月-2016年2月中国私募股权投资市场投资规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从投资地域的维度来看，2016年2月中国创投及私募股权投资市场的投资分布于20个城市，其中北京、广东、上海和浙江依旧是投资者的首选投资地域，其中发生在北京的案例39起，投资金额为23.67亿美元，紧随其后的广东、上海和浙江，投资案例数分别为22起、18起和12起，投资金额分别为3.75亿美元、5.36亿美元和1.13亿美元。本月仍然是北京地区发生的案例数量和投资金额规模最大。

图表 25 2016年2月中国创投及私募市场不同地域的投资规模

地区	案例数量	融资金额 (US \$M)	平均单笔融资金额 (US \$M)
北京	39	2366.88	60.69
广东	22	374.50	17.02
上海	18	535.69	29.76
浙江	12	113.08	9.42
江苏	12	281.98	23.50
福建	4	57.58	14.40
河南	3	5.50	1.83
山东	3	71.44	23.81
天津	2	1.60	0.80
四川	2	3.80	1.90
湖北	2	10.91	5.46
中国香港	2	23.50	11.75
河北	1	233.64	233.64
中国台湾	1	8.00	8.00
海南	1	3.50	3.50
重庆	1	1.52	1.52
青海	1	16.86	16.86
山西	1	3.04	3.04
安徽	1	13.61	13.61
宁夏	1	9.88	9.88

数据来源：投资中国、中商产业研究院

根据 CVSource 投中数据终端显示，2016年2月中国 VC/PE 投资市场共披露 129 起融资案例，其中创业投资市场披露 91 起，私募股权投资市场披露 38 起，在这些融资案例中，融资类型轮次方面考量，从投资案例数量来看，A 轮投资位居榜首，从融资金额规模来看，PE-Growth 轮次占主导。从企业发展阶段投资考量，无论是投资数量还是投资金额规模，发展期的投资都呈现出主导模式。

图表 26 2016 年 2 月中国 VC/PE 市场不同融资类型的投资案例规模

融资类型	案例数量	融资金额 (US \$M)	平均单笔融资金额 (US \$M)
VC-Series A	60	565.75	9.43
VC-Series B	18	211.12	11.73
VC-Series C	9	1079.40	119.93
VC-Series D	3	152.20	50.73
VC-Series E	1	15.00	15.00
PE-Growth	28	1339.08	47.82
PE-PIPE	10	773.95	77.40

数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 27 2016 年 2 月中国 VC/PE 市场不同企业阶段的投资案例规模

企业阶段	案例数量	融资金额 (US \$M)	平均单笔融资金额 (US \$M)
发展期	57	2090.68	36.68
早期	35	171.22	4.89
扩张期	27	1100.66	40.77
获利期	10	773.95	77.40

数据来源：投资中国、中商产业研究院

互联网和 IT 行业投资金额规模旗鼓相当

从投资行业的分布上来看，2016 年 2 月中国 VC/PE 投资市场共披露的 129 起融资案例，共分布于 17 个行业中，从投资数量角度看，互联网行业的投资可谓一枝独秀，投资案例数目为 49 起，紧随其后的分别是 IT 行业和电信及增值，投资案例数目分别是 24 起和 13 起。

从投资金额的角度来看，也依旧是互联网行业位居榜首，投资金额规模为 15.03 亿美元，其次分别是 IT 和制造业行业，投资金额规模分别为 12.42 亿美元和 5.18 亿美元。

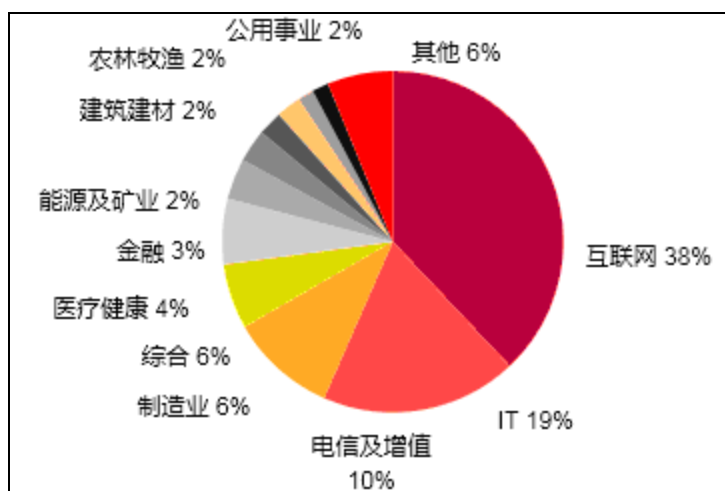
本月发生的几起较大金额规模的互联网行业案例：2016 年 2 月 26 日，55 海淘（上海艾琛网络技术有限公司）获得竞技创投 1 亿元投资。2016 年 2 月 25 日，浙江新财网络科技有限公司旗下“新财界”获得 A 轮 1.6 亿元融资。2016 年 2 月 22 日，北京丰顺路宝机动车拍卖有限公司获得 4,500 万美元投资，投资方为优信互联（北京）信息技术有限公司、峰尚资本、君联资本。

图表 28 2016 年 2 月中国 VC/PE 市场不同行业的投资案例规模

行业	案例数量	融资金额 (US \$M)	平均单笔融资金额 (US \$M)
互联网	49	1503.04	30.67
IT	24	1241.63	51.73
电信及增值	13	55.28	4.25
制造业	8	517.90	64.74
综合	8	122.61	15.33
医疗健康	5	42.78	8.56
金融	4	49.72	12.43
能源及矿业	3	27.12	9.04
农林牧渔	3	69.32	23.11
建筑建材	2	2.27	1.14
公用事业	2	3.19	1.60
文化传媒	2	11.24	5.62
教育及人力资源	2	22.80	11.40
汽车行业	1	50.00	50.00
化学工业	1	106.41	106.41
房地产	1	220.00	220.00
交通运输	1	91.20	91.20

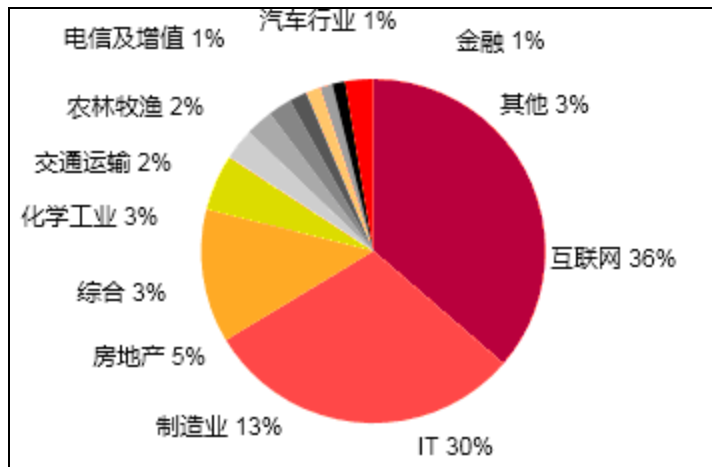
数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 29 2016 年 2 月中国创投及私募投资市场行业投资案例数量比例



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 30 2016年2月中国创投及私募投资市场行业投资金额比例



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