

中商顾问 · 投资情报周刊

2016年04月18日-2016年04月24日

每周一发行

国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”
行动计划的意见

基金业协会出台募集新标准 跨界投资增
设门槛

拟 IPO 须清理三类私募股东

影视公司扎堆新三板 近半数新挂牌公司急于
增发

商业车险费率改革将在全国铺开

营改增助力住房供应新模式 商业地产迎政策
暖风



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、国务院办公厅关于印发贯彻实施质量发展纲要 2016 年行动计划的 通知.....	3
2、国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见..	8
3、国务院办公厅关于支持贫困县开展统筹整合使用财政涉农资金试点 的意见.....	13
二、经济观察.....	17
1、2016 年 1 季度我国 GDP 初步核算结果.....	17
2、2015 年分省（区、市）万元地区生产总值能耗降低率等指标公报	19
3、2016 年 3 月份 70 个大中城市住宅销售价格变动情况.....	20
三、投资市场.....	22
1、一季度上市企业盈利探底回升 定增重组达 120 起.....	22
2、文化企业无形资产评估难 银行探路“投行化”融资模式....	24
3、基金业协会出台募集新标准 跨界投资增设门槛.....	26
4、2016 年中国并购市场发展趋势预测.....	27
5、影视公司扎堆新三板 近半数新挂牌公司急于增发.....	29
6、中国企业豪掷近千亿美元到海外，登顶全球开年之“最”....	33
7、PE+上市公司运作 4 年成绩单薄，无分红退出难.....	35
8、拟 IPO 须清理三类私募股东.....	38
9、资本纷纷流向文娱产业 互联网决定文娱发展的未来.....	41
10、3.21-3.27 一周并购事件.....	45
11、国内一周风投事件统计.....	45
四、产业市场.....	50
1、稀土企业生产规模将新设最低门槛.....	50
2、一季度金银珠宝类累计零售额同比下降 22%.....	51
3、商业车险费率改革将在全国铺开.....	52
4、互联网+流通计划助力实体商业转型 瞄准农村电商.....	53
5、上市服装企业超半数业绩下滑转型艰难.....	54
6、在线票务 3 年翻 10 倍 电影借力互联网热钱仍需冷静.....	56
7、邮轮旅游市场“西风东渐” 中国成兵家必争之地.....	58
8、营改增助力住房供应新模式 商业地产迎政策暖风.....	61
9、电影遭遇 VR 分羹传统电影市场.....	63
10、冰箱行业形势严峻去年内销跌逾 7%.....	66
五、环球市场.....	67
1、俄罗斯总理下令国企将 2016 年利润的 50%上缴股息.....	67
2、日本 2015 财年贸易逆差剧降 88.2%.....	68
3、澳洲牛肉贸易承压 对华出口将面临激烈竞争.....	68
4、巴西遭遇政治经济双危机.....	71
5、阿根廷重返国际资本市场.....	73
6、欧洲央行将于 6 月开始购买企业债.....	74
7、“一带一路”涉及国家和地区中有近 50 个可使用银联卡....	75
8、中韩将共建中韩产业园 成立中韩投资合作基金.....	76

9、印度经济呈现多重利好.....	76
10、马来西亚中小企业进军中国清真市场.....	78
六、热点解读.....	79
1、一季度医疗健康并购持续遇冷 多方位改革引导稳定发展.....	79
2、一季度中国境内并购交易回落 海外市场爆发增长.....	85
3、一季度文化传媒 VC/PE 融资回归平静 影视跨境交易爆发.....	91

正文

一、政策法规

1、国务院办公厅关于印发贯彻实施质量发展纲要 2016 年行动计划的通知

为贯彻落实《质量发展纲要（2011—2020 年）》和实施《中国制造 2025》，明确 2016 年工作重点，以提高发展质量和效益为中心，开展质量品牌提升行动，加强供给侧结构性改革，推动建设质量强国，制定本行动计划。

一、增强质量和品牌提升的动力

（一）深入开展质量提升行动。以空气净化器、电饭煲、智能马桶盖、智能手机、玩具、儿童及婴幼儿服装、厨具、家具等消费者普遍关注的消费品为重点，开展改善消费品供给专项行动，组织实施消费品质量提升工程，增品种、提品质、创品牌。突出抓好输非商品、输中东商品、跨境电商产品质量提升。实施出口食品竞争力提升工程。在重点领域开展服务业质量提升专项行动。依托“重大新药创制”专项，推进新药研发质量与品牌提升。开展提升医疗质量专项工作。开展售后服务质量对比提升活动，发布京津冀地区城市公共服务质量监测报告。结合物流业“降本增效”专项行动，全面提升物流服务水平。推动银行业金融机构强化服务质量，加大对金融消费者的保护力度。开展车用汽柴油产品质量提升行动。开展含挥发性有机物涂料质量标准提升行动。（发展改革委、科技部、工业和信息化部、环境保护部、卫生计生委、质检总局、食品药品监管总局、银监会按职责分工负责）

（二）大力提高劳动者职业技能和质量素养。实施国家高技能人才振兴计划。促进培养高级技能人才。实施企业管理人才素质提升工程，为中小企业培养专门人才。组织开展农民工职业技能提升计划“春潮行动”。鼓励引导企业开展岗位练兵、技术比武活动。开展质量素养提升行动，塑造精益求精、追求质量的工匠精神。推进旅游人才队伍建设，提高旅游从业人员服务质量。（教育部、工业和信息化部、人力资源社会保障部、质检总局、旅游局按职责分工负责）

（三）积极推动质量技术创新。围绕汽车、高档数控机床、轨道交通装备、大型成套技术装备等重点领域，开展质量攻关，攻克一批影响质量提升的关键

共性质量技术。建立工业技术改造重点项目库，加大对制造业企业质量技术改造的支持、引导力度。在重点工业领域，推广可靠性设计、试验与验证以及可制造性设计等先进质量工程技术。广泛开展质量改进、质量攻关等多种形式的群众性创新活动，推动质量技术万众创新。（发展改革委、科技部、工业和信息化部、财政部、国资委、质检总局按职责分工负责）

（四）鼓励采用先进的管理制度和先进标准。支持开展质量现场诊断、质量标杆经验交流、质量管理小组、质量信得过班组等活动，提升企业质量管理水平。在各类组织中，推广应用中国质量奖获奖者的质量管理方法和模式。推行企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度，建立标准信息公共服务平台，出台实施指南。推动团体标准试点工作，激发社会团体组织和企业参与先进标准制定的积极性。制定海洋观测装备、海洋能发电装置质量管理办法及管理程序。（发展改革委、工业和信息化部、质检总局、海洋局按职责分工负责）

（五）大力推动品牌建设。制定质量品牌“十三五”规划。完善品牌国家标准体系，指导企业加强品牌建设。主导制定品牌评价的国际标准，推动中国品牌走出去。继续做好工业企业品牌培育、产业集群品牌培育试点示范工作。做大做强中国环境标志。支持发展无公害农产品、绿色食品、有机农产品。打造一批安全优质农产品品牌和食品品牌。打造一批检验检测认证知名品牌。推进农业、制造业、服务业企业品牌培育能力建设。实施出口食品竞争力提升工程。对品牌建设取得突出成绩的中央企业授予“品牌建设特别奖”。组织开展中央企业品牌建设专题研讨交流。推进商标品牌战略实施，提高商标公共服务水平。（发展改革委、工业和信息化部、环境保护部、农业部、国资委、工商总局、质检总局按职责分工负责）

二、优化质量和品牌提升的环境

（六）加强质量整治淘汰落后产能和化解过剩产能。在煤炭、钢铁、电解铝、石油化工等高能耗、高污染行业严格执行生产许可及其他行业准入制度，按标准淘汰落后产能和化解过剩产能。依法严厉打击质量违法和侵权盗版行为，推进知识产权执法维权“护航”专项行动、“质检利剑”行动、“2016红盾网剑专项行动”、农资打假“绿剑护农”行动、“红盾护农”行动、“红盾质量维权”行动、中国制造海外形象维护“清风”行动。实施百项能效标准推进工程，推进工业产品绿色设计。坚持农产品质量安全专项整治与日常执法监管相结合，加强农产品质量安全执法及成品油市场监管，严打重罚非法添加、制假售假、私屠滥宰等违法犯罪行为。开展医疗器械专项整治活动。深化食品药品重点领

域专项整治，严打行业潜规则。开展涉假重点区域和农村地区食品安全专项整治。强化国际警务交流合作，严厉打击跨国、跨境制假售假犯罪。推广高效锅炉，实施锅炉节能环保改造，整治落后燃煤小锅炉。推进政府绿色采购和绿色印刷。（发展改革委、工业和信息化部、公安部、环境保护部、农业部、商务部、工商总局、质检总局、食品药品监管总局、知识产权局按职责分工负责）

（七）加强重点领域质量安全监管。突出对重点行业、领域中央企业的质量安全监督，坚决防范和遏制质量安全事故。建立商品质量惩罚性赔偿制度。加快推进重要产品追溯体系建设，强化全过程质量安全管理与风险控制。推进学校食堂及饮用水设施建设，加大学校食品安全督查力度。严查日用品领域产品质量违法行为。深入开展工程质量治理两年行动。在重点领域宣传推行设备监理制度。组织开展节水产品及农村饮用水安全产品抽查。组织开展公路水运工程建设重点项目质量安全综合督查和隧道工程安全专项督查。开展交通运输重点产品质量监督抽查。加强对重点食品、重点区域、重点问题和大型食品企业的监管，切实抓好食品安全日常监管、专项整治和综合治理工作，深入排查安全隐患，全面规范生产经营行为，全力保障人民群众“舌尖上的安全”。督促风景名胜区管理机构加强游览安全管理，防范事故发生。组织开展林产品质量监测工作。开展库存粮食质量安全监测工作。开展口岸传染病风险评估，提升口岸公共卫生风险管理水平。继续加强禽流感传染病防控工作。开展进口食品“清源”行动。开展电梯安全攻坚，进一步提升电梯安全水平。（工业和信息化部、住房城乡建设部、交通运输部、水利部、商务部、国资委、工商总局、质检总局、食品药品监管总局、林业局、旅游局、粮食局、铁路局按职责分工负责）

（八）加快质量诚信体系建设。建设完善全国信用信息共享平台，加快归集、整合包括产品质量、知识产权、水利工程、公路水运、涉旅企业、进出口食品境外生产企业等在内的信用信息，实施信息信用共享交换。优化“信用中国”网站，推动信用信息“一站式”查询。开展国家产品质量信用信息数据采集工作，实施省级质量信用档案数据库建设试点。建设知识产权系统社会信用体系。建立水利质量管理信息系统，开展2016年度水利建设市场主体信用评价，开展“东北四省区节水增粮行动计划”项目质量调查评价。建成并运行“农安信用”频道，推进主要农资产品追溯体系建设，开展种子、水产行业信用评价。开展全国公路水运建设市场主体信用评价，治理工程设计变更违规行为和围标串标问题。推进“商务诚信建设重点推进行动计划”。建立涉旅企业不诚信行为记录机制，公布旅游经营服务不良信息记录。建设进口食品境外生产企业质量信用体系试点，完善追溯信息共享。出台《电子商务企业信用信息共享规范》，

编写《中国电子商务信用报告》。(发展改革委、工业和信息化部、交通运输部、水利部、农业部、商务部、人民银行、质检总局、知识产权局、旅游局按职责分工负责)

(九) 加快构建质量和品牌社会共治机制。组织开展 2016 年全国“质量月”活动, 推动全社会着力提升质量、培育品牌。强化知识产权维权援助举报投诉信息平台建设, 完善维权援助举报投诉案件网上受理、案件移送、信息反馈等制度。对农村市场、学校食堂和食品安全开展联合督查。在与社会公众安全密切相关的领域, 探索产品质量安全强制责任保险试点。构建电梯安全社会治理机制, 加强重点行业领域电梯安全工作。结合“一带一路”战略, 推动行业协会、企业开展中国品牌海外宣传推广活动。(发展改革委、教育部、工业和信息化部、住房城乡建设部、水利部、商务部、工商总局、质检总局、食品药品监管总局、知识产权局、旅游局、保监会按职责分工负责)

(十) 加强质量工作考核。深入开展省级人民政府质量工作考核, 完善考核指标体系, 进一步强调质量、品牌考核内容, 科学制定考核方案, 推动用好考核结果, 抓好整改落实。指导地方政府将质量工作纳入市县绩效考核范围。开展消费者保护考核评价工作, 督促银行业金融机构切实履行主体责任。组织做好 2015-2016 年度水利建设质量工作考核。(全国质量工作部际联席会议成员单位、银监会按职责分工负责)

(十一) 发挥新闻媒体的宣传监督作用。宣传一批重视质量、产品可靠的典型企业和优秀品牌, 增进公众对中国质量的信心。结合质量整治专项行动, 组织新闻媒体曝光重大质量违法行为和质量安全问题, 发挥负面典型警示教育作用。加强网络销售产品、金融消费品、电子信息产品等质量安全监管报道。组织开展“金融知识进万家”银行业金融知识宣传服务月活动。开展国门生物安全宣传活动。(中央宣传部、工业和信息化部、工商总局、质检总局、新闻出版广电总局、银监会按职责分工负责)

三、培育质量和品牌竞争新优势

(十二) 推动外贸优进优出。推进国际贸易“单一窗口”建设, 实现“信息互换、监管互认、执法互助”, 降低企业进出口成本, 加快通关速度。创新服务外包检验监管模式, 对承接国际服务外包业务所需的进出口工业产品提供通关便利。加快培育新型贸易方式, 做好对跨境电商出口贸易的扶持。实施“一带一路”沿线国家自贸区战略, 推进区域全面经济伙伴关系(RCEP)谈判工作。

推进自主品牌出口增长计划。(发展改革委、商务部、海关总署、质检总局按职责分工负责)

(十三) 促进电子商务产业提质升级。指导电子商务生产企业改进生产工艺, 提高标准执行力。完善电子商务产品质量信息公共服务平台, 实现信息融合共享。推动落实《国务院办公厅关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》(国办发〔2015〕77号)。加强对跨境网络交易中邮递、快件渠道的监管, 严厉打击利用电子商务平台以及跨境电子商务中邮递、快递渠道实施的走私违法活动和通过“蚂蚁搬家”等方式进出口侵权假冒商品的违法行为。制定《电子商务产品质量监督管理办法》, 完善“风险监测、网上抽查、源头追溯、属地查处、信用管理”机制。发挥电商产品执法打假维权协作网作用, 严查电商产品质量违法案件。在电商平台试点推广互联网“过滤”技术, 构建网络销售产品质量的“防火墙”。打击售假、虚假宣传和侵权盗版的网站。(工业和信息化部、商务部、海关总署、质检总局、知识产权局按职责分工负责)

四、夯实质量和品牌提升的基础

(十四) 完善法律法规体系。开展质量促进法等立法研究。推动开展标准化法、计量法、农产品质量安全法、药品管理法、食品安全法实施条例、化妆品监督管理条例等法律法规的修订工作。推动《粮食质量安全监管办法》出台。修订完善学校食堂与学生集体用餐卫生管理规定。指导地方积极开展质量促进立法工作。编制《强制性国家标准管理办法》。制定《医疗质量管理办法》, 编写2016年国家医疗质量管理安全报告。(教育部、农业部、卫生计生委、质检总局、食品药品监管总局、粮食局按职责分工负责)

(十五) 充分发挥质量技术基础的支撑作用。出台《关于加强装备制造业标准国际化工作的指导意见》。提出中国装备标准走出去名录, 开展优势装备制造业技术标准的翻译、发布、推广以及国际对标工作。推动工程质量管理标准化工作, 开展海洋国际标准研究和计量质量控制工作, 启动实施农药残留标准制修订计划, 完善铁道行业技术标准体系, 优化交通运输标准体系, 开展旅游标准化试点示范工作。加强国家计量科技创新基地和共享服务平台建设。制定和实施《诚信计量体系建设行动计划(2016—2020年)》。推进与“一带一路”沿线国家的国际计量互认, 推动计量标准、装备、服务走出去。与“一带一路”沿线国家开展清真认证、有机认证和注册等领域国际合作。实施自贸区认证认可检验检测制度改革试点。开展中国环境标志产品、环保产品和“绿色之星”认证。(科技部、工业和信息化部、环境保护部、住房城乡建设部、交通运输部、

水利部、农业部、商务部、工商总局、质检总局、旅游局、海洋局、铁路局按职责分工负责)

(十六)加强质量和品牌教育及文化建设。围绕弘扬社会主义核心价值观,开展企业诚信宣传教育,推动各类经营者提升质量诚信和品牌保护意识。推进质量和品牌相关学科建设,支持高校自主设置质量品牌相关二级学科和交叉学科,加快与质量品牌相关的人才培养。举办2016年全国职业院校技能大赛。开展消费品质量安全“进社区、进学校、进乡镇”消费者教育活动,增强全社会消费品质量安全意识。(中央宣传部、教育部、工业和信息化部、质检总局、新闻出版广电总局按职责分工负责)

五、实施质量和品牌提升工程

(十七)实施质量和品牌重点工程。把质量提升、培育品牌作为重要内容,启动知名品牌创建示范、品牌价值评价,实施制造业创新中心建设工程、智能制造工程、工业强基工程、绿色制造工程和高端装备创新工程。(发展改革委、教育部、科技部、工业和信息化部、工商总局、质检总局按职责分工负责)

(十八)实施质量和品牌标杆对比提升工程。深入开展全国创建社会信用体系建设示范城市、质量强市示范城市、国家农产品质量安全县、质量安全示范区创建活动。推进林业标准化示范企业、示范基地建设。开展企业品牌培育、产业集群区域品牌建设试点示范等活动,提升企业品牌培育能力和产业集群区域品牌建设水平。开展全国旅游服务质量标杆单位遴选活动。(发展改革委、工业和信息化部、农业部、质检总局、林业局、旅游局按职责分工负责)

地方各级人民政府要加强对质量、品牌工作的组织领导和统筹协调,结合本地实际,参照以上工作安排和部门分工,制定本地区的具体工作方案,细化任务,明确时限和要求,逐级落实责任,确保完成各项任务。

2、国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见

“互联网+流通”正在成为大众创业、万众创新最具活力的领域,成为经济社会实现创新、协调、绿色、开放、共享发展的重要途径。实施“互联网+流通”行动计划,有利于推进流通创新发展,推动实体商业转型升级,拓展消费新领域,促进创业就业,增强经济发展新动能。为贯彻落实国务院决策部署,深入实施“互联网+流通”行动计划,进一步推进线上线下融合发展,从供需两端发

力，实现稳增长、扩消费、强优势、补短板、降成本、提效益，经国务院同意，现提出以下意见：

一、加快推动流通转型升级。以满足消费者需求为中心，积极开展全渠道经营，支持企业突出商品和服务特色，充分应用移动互联网、物联网、大数据等信息技术，在营销、支付、售后服务等方面线上线下互动，全方位、全天候满足消费需求，降低消费成本。（商务部、国家发展改革委、新闻出版广电总局，地方各级人民政府）大力发展体验消费，引导有条件的企业利用现有商业设施改造发展消费体验示范中心，合理布局购物、餐饮、休闲、娱乐、文化、培训、体育、保健等体验式消费业态，增强实体店体验式、全程式服务能力。（商务部、文化部、新闻出版广电总局、体育总局，地方各级人民政府）着力提高供应链管理控制能力，鼓励百货等零售业态积极发展“买手制”，不断提高自营和自主品牌商品比例，通过发展连锁经营、采购联盟等多种组织形式降本增效，提高利用信息化、网络化、智能化技术实现转型升级的能力。（商务部、国家发展改革委，地方各级人民政府）增强老字号等传统品牌影响力，积极运用互联网，创新生产工艺和商业模式，弘扬民族、技艺等优秀传统文化，开展知名品牌示范区创建工作，线上线下互动传播中国品牌。（商务部、工业和信息化部、文化部、质检总局，地方各级人民政府）推动商品交易市场利用互联网创新商业模式，拓展服务功能，加快平台化发展，以转型升级实现市场结构优化、提质增效，带动产业优化重组，发挥好引导生产、促进消费的作用。（商务部、国家发展改革委、国土资源部，地方各级人民政府）

二、积极推进流通创新发展。鼓励发展分享经济新模式，密切跟踪借鉴国外分享经济发展新特点新趋势，结合部门和地方实际创新政府管理和服务，激发市场主体创业创新活力，鼓励包容企业利用互联网平台优化社会闲置资源配置，拓展产品和服务消费新空间新领域，扩大社会灵活就业。（中央网信办、国家发展改革委、工业和信息化部、人力资源社会保障部、商务部、工商总局、国家旅游局、国家邮政局等有关部门，地方各级人民政府）支持发展协同经济新模式，通过众创、众包、众扶等多种具体形式，围绕产业链、供应链、服务链建立上下游企业、创业者之间的垂直纵深与横向一体化协作关系，提升社会化协作水平和资源优化配置能力。（国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、商务部、新闻出版广电总局，地方各级人民政府）大力发展流通创新基地，为中小企业应用互联网创业创新提供集群注册、办公场地、基础通信、运营指导、人才培养、渠道推广、信贷融资等软硬件一体化支撑服务。（商务部、科技部、人力资源社会保障部、工商总局，地方各级人民政府）

三、加强智慧流通基础设施建设。加大对物流基地建设、冷链系统建设等的政策性扶持力度，科学规划和布局物流基地、分拨中心、公共配送中心、末端配送网点，加大流通基础设施投入，支持建设农产品流通全程冷链系统，重点加强全国重点农业产区冷库建设。加大农村宽带建设投入，加快提速降费进程，努力消除城乡“数字鸿沟”。加大流通基础设施信息化改造力度，充分利用物联网等新技术，推动智慧物流配送体系建设，提高冷链设施的利用率。科学发展多层次物流公共信息服务平台，整合各类物流资源，提高物流效率，降低物流成本。（国家发展改革委、商务部、工业和信息化部、财政部、国土资源部、住房城乡建设部、交通运输部、农业部、国务院国资委、质检总局、新闻出版广电总局、国家邮政局，地方各级人民政府）推进电子商务与物流快递协同发展，及时总结协同发展试点成果，形成可复制、可推广的制度、做法和经验，着力解决快递运营车辆规范通行、末端配送、电子商务快递从业人员基本技能培训等难题，补齐电子商务物流发展短板。（商务部、国家邮政局，试点城市人民政府）

四、鼓励拓展智能消费新领域。鼓励具备条件的城市探索构建线上线下融合发展的体验式智慧商圈，促进商圈内不同经营模式和业态优势互补、信息互联互通、消费客户资源共享，抱团向主动服务、智能服务、立体服务和个性化服务转变，提高商圈内资源整合能力和消费集聚水平。（商务部、国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、国土资源部、环境保护部、住房城乡建设部，地方各级人民政府）加快实施特色商业街区示范建设工程，发掘地方资源禀赋优势，提高产品和服务特色化、差异化、精准化、数字化营销推广能力，振兴城镇商业。（商务部、住房城乡建设部、国家旅游局，地方各级人民政府）拓展智能消费领域，积极开发虚拟现实、现实增强等人工智能新技术新服务，大力推广可穿戴、生活服务机器人等智能化产品，提高智能化产品和服务的供给能力与水平。（国家发展改革委、工业和信息化部、科技部，地方各级人民政府）

五、大力发展绿色流通和消费。推广绿色商品，限制高耗能、高污染、高环境风险、过度包装产品进入流通和消费环节。开展绿色商场示范活动，大力宣传贯彻绿色商场国家标准、行业标准，创建一批集门店节能改造、节能产品销售和废弃物回收于一体的绿色商场。推动仓储配送与包装绿色化发展，提高商贸物流绿色化发展水平。推动“互联网+回收”模式创新，利用大数据、云计算等技术优化逆向物流网点布局，鼓励在线回收，加强生活垃圾分类回收和再生资源回收有机衔接。开展“绿色产品进商场、绿色消费进社区、绿色回收进校园”主题宣传活动，推动形成崇尚节俭、科学、绿色的消费理念和生活方式。（商务部、国家发展改革委、教育部、工业和信息化部、国土资源部、环境保

护部、住房城乡建设部、质检总局、新闻出版广电总局、供销合作总社，地方各级人民政府)

六、深入推进农村电子商务。坚持市场运作，充分发挥各类市场主体参与农村电子商务发展的动力和创造力。促进农产品网络销售，以市场需求为导向，鼓励供销合作社等各类市场主体拓展适合网络销售的农产品、农业生产资料、休闲农业等产品和服务，引导电子商务企业与新型农业经营主体、农产品批发市场、连锁超市等建立多种形式的联营协作关系，拓宽农产品进城渠道，突破农产品冷链运输瓶颈，促进农民增收，丰富城市供应。畅通农产品流通，切实降低农产品网上销售的平台使用、市场推广等费用，提高农村互联网和信息化技术应用能力。鼓励电子商务企业拓展农村消费市场，针对农村消费习惯、消费能力、消费需求特点，从供给端提高商品和服务的结构化匹配能力，带动工业品下乡，方便农民消费。鼓励邮政企业等各类市场主体整合农村物流资源，建设改造农村物流公共服务中心和村级网点，切实解决好农产品进城“最初一公里”和工业品下乡“最后一公里”问题。(商务部、国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、交通运输部、农业部、质检总局、国家旅游局、国家邮政局、供销合作总社、中国邮政集团公司，地方各级人民政府)

七、积极促进电子商务进社区。大力发展社区电子商务，鼓励发展社区购物服务应用软件，加强电子商务企业与社区商业网点融合互动，开展物流分拨、快件自取、电子缴费等服务，提高社区商业的信息化、标准化、规范化、集约化水平，提升社区居民生活品质。(商务部、国土资源部、住房城乡建设部、质检总局，地方各级人民政府)完善“一站式”便民服务消费功能，支持老旧小区利用闲置房间、地下空间等打造多层次、多形式的便民服务点，将零散的社区服务资源进行线上线下整合，统筹建设和改造餐饮、住宿、家政、洗染、美容美发、维修、物流、金融、文化、娱乐、休闲等生活服务网点，让门店多起来，提高城市居民生活的便利性和城市发展竞争力。(商务部、国土资源部、住房城乡建设部、文化部、新闻出版广电总局，地方各级人民政府)

八、加快完善流通保障制度。组织开展道路货运无车承运人试点工作，允许试点范围内无车承运人开展运输业务。(交通运输部、国家发展改革委)按照新修订的《高新技术企业认定管理办法》，落实“互联网+流通”企业的申报认定工作。(科技部、财政部、税务总局，地方各级人民政府)推进工商用电同价，允许大型商贸企业参与电力直接交易，开展商业用户自主选择执行商业行业平均电价或峰谷分时电价试点。(国家发展改革委、商务部)发挥政府、行业协会作用，科学规划，合理布局，盘活存量，优化增量，鼓励各地采取先买后租、

先建后租等多种有力措施，引导降低实体店铺租金，保障社区菜市场、社区食堂等惠民便民服务设施低成本供给，引导线上企业到线下开设实体店，推动线上线下融合发展。阶段性适当降低困难流通企业住房公积金缴存比例。（住房城乡建设部、财政部、商务部、人民银行，地方各级人民政府）

九、发挥财政资金引导带动作用。积极推进“互联网+流通”行动，着力降低流通成本，提高流通效率，扩大有效供给，鼓励有条件的地方设立“互联网+流通”发展基金，引导社会资本、境外资本加大对流通领域互联网等信息技术应用的投入。（地方各级人民政府）

十、增强流通领域公共服务支撑能力。鼓励整合建设商务公共服务云平台，对接相关部门服务资源，为流通领域提供政策与基础信息服务，为中小微企业提供商业通用技术应用服务。加快建立健全电子商务统计监测体系，建设真实准确的企业、商品、订单、合同、发票、物流运单等电子商务基础信息库，支撑电子商务市场高效规范运行。（商务部、国家统计局、工业和信息化部、工商总局、质检总局、国家邮政局，地方各级人民政府）加大教育培训结构调整力度，加强电子商务人才继续教育，提高线上线下互动实战能力，培养既懂流通又懂创意创新和网络运营的复合型人才。指导支持各类电子商务创新创业大赛，对接行业机构、投融资机构，发现优秀的创新创业项目和创新创业人才。（商务部、教育部）

十一、健全流通法规标准体系。抓紧研究商品流通、电子商务等方面的立法，研究建立流通设施建设、商品流通保障、流通秩序维护等基本制度，解决流通发展中的体制机制问题。（商务部、国家发展改革委、农业部、国务院法制办）研究梳理现行法律法规中与互联网在流通领域创新应用和管理不相适应的内容，加快修订完善，推动线上线下规则统一。（有关部门按职责分工分别负责）健全批发、零售、物流、生活服务、商务服务领域标准体系，加强适应电子商务发展需要的农产品生产、采摘、检验检疫、分拣、分级、包装、配送和“互联网+回收”等标准体系建设，加大标准贯彻实施力度，引导企业规范化发展。（商务部、国家发展改革委、农业部、质检总局）

十二、营造诚信经营公平竞争环境。适应“互联网+流通”发展需要，不断创新监管手段，采取合理的监管方式，加强事中事后监管，加大对侵权假冒、无证无照经营、虚假交易等行为的打击力度，保障群众买到质优价廉的商品，放心消费、安全消费。鼓励平台型服务企业利用技术手段加强对违法违规行为的监测、识别和防范，主动与执法部门建立联防联控机制；严厉打击平台型服

务企业包庇、纵容违法违规经营行为，营造保障“互联网+流通”行动计划顺利实施的法治化营商环境。（商务部、工商总局、质检总局、食品药品监管总局）推进商务信用体系建设，结合“三证合一、一照一码”登记制度改革，充分利用全国信用信息共享平台和企业信用信息公示系统，健全政府部门信用信息共享机制，并通过“信用中国”网站向社会提供服务，建立基于消费者交易评价和社会公众综合评价的市场化企业信用信息采集、共享与使用机制，不断优化评价标准和方法，形成多方参与、标准统一的商务诚信体系。（商务部、国家发展改革委、工业和信息化部、人民银行、工商总局、质检总局）

各地区、各部门要加强组织领导和贯彻实施，既要切实发挥好市场在资源配置中的决定性作用，也要发挥好政府的引导调控作用；既要立足当前，也要惠及长远。各地区要结合本地实际制定具体实施方案，明确工作分工，落实工作责任。商务部要会同有关部门建立工作联系机制，加强统筹协调、业务指导和督促检查，重大问题和情况及时报告国务院。

3、国务院办公厅关于支持贫困县开展统筹整合使用财政涉农资金试点的意见

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为贯彻落实《中共中央 国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》精神，优化财政涉农资金供给机制，进一步提高资金使用效益，保障贫困县集中资源打赢脱贫攻坚战，经国务院同意，现就支持贫困县开展统筹整合使用财政涉农资金试点提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，紧紧围绕“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，认真落实党中央、国务院决策部署，坚持精准扶贫、精准脱贫基本方略，实行中央统筹、省负总责、市县抓落实的工作机制，改革财政涉农资金管理使用机制，赋予贫困县统筹整合使用财政涉农资金的自主权。

（二）试点目标。通过试点，形成“多个渠道引水、一个龙头放水”的扶贫投入新格局，激发贫困县内生动力，支持贫困县围绕突出问题，以摘帽销号

为目标，以脱贫成效为导向，以扶贫规划为引领，以重点扶贫项目为平台，统筹整合使用财政涉农资金，撬动金融资本和社会帮扶资金投入扶贫开发，提高资金使用精准度和效益，确保如期完成脱贫攻坚任务。

（三）基本原则。

——渠道不变，充分授权。对纳入统筹整合使用范围的财政涉农资金，中央和省、市级有关部门仍按照原渠道下达，资金项目审批权限完全下放到贫困县。

——省负总责，强化监督。中央有关部门主要负责政策制定、资金下达、制度建设和监督考核。省级扶贫开发领导小组对试点工作负总责，重点抓好试点选择、上下衔接、组织协调、督促检查等工作。

——县抓落实，权责匹配。贫困县作为实施主体，根据本地脱贫攻坚规划，统筹整合使用财政涉农资金，并承担资金安全、规范、有效使用的具体责任。

——精准发力，注重实效。贫困县财政涉农资金统筹整合使用要与脱贫成效紧密挂钩，精确瞄准建档立卡贫困人口，着力增强贫困人口自我发展能力，改善贫困人口生产生活条件。

二、试点范围

2016年，各省（区、市）在连片特困地区县和国家扶贫开发工作重点县范围内，优先选择领导班子强、工作基础好、脱贫攻坚任务重的贫困县开展试点，试点贫困县数量不少于贫困县总数的三分之一，具备条件的可扩大试点范围。2017年，推广到全部贫困县。

三、资金范围

统筹整合使用的资金范围是各级财政安排用于农业生产发展和农村基础设施建设等方面资金。中央层面主要有：财政专项扶贫资金、农田水利设施建设和水土保持补助资金、现代农业生产发展资金、农业技术推广与服务补助资金、林业补助资金、农业综合开发补助资金、农村综合改革转移支付、新增建设用地土地有偿使用费安排的高标准基本农田建设补助资金、农村环境连片整治示范资金、车辆购置税收入补助地方用于一般公路建设项目资金（支持农村公路

部分)、农村危房改造补助资金、中央专项彩票公益金支持扶贫资金、产粮大县奖励资金、生猪(牛羊)调出大县奖励资金(省级统筹部分)、农业资源及生态保护补助资金(对农民的直接补贴除外)、服务业发展专项资金(支持新农村现代流通服务网络工程部分)、江河湖库水系综合整治资金、全国山洪灾害防治经费、旅游发展基金,以及中央预算内投资用于“三农”建设部分(不包括重大引调水工程、重点水源工程、江河湖泊治理骨干重大工程、跨界河流开发治理工程、新建大型灌区、大中型灌区续建配套和节水改造、大中型病险水库水闸除险加固、生态建设方面的支出)。教育、医疗、卫生等社会事业方面资金,也要结合脱贫攻坚任务和贫困人口变化情况,完善资金安排使用机制,精准有效使用资金。

各省(区、市)、市(地)要结合本地实际,明确本级财政安排的涉农资金中贫困县可统筹整合使用的资金范围,进一步加大统筹整合力度。

四、工作措施

(一)增强贫困县财政保障能力。中央和省级财政优化转移支付结构,明显加大对贫困地区的转移支付力度,扩大一般性转移支付规模和比例,提升贫困县财政保障能力。清理整合目标接近、资金投入方向类同、资金管理方式相近的专项转移支付,推进部门内部资金的统筹整合使用。对具有地域管理信息优势的项目,主要采取因素法分配相关转移支付资金,便于贫困县统筹安排使用。进一步加强预算执行管理,提高提前下达转移支付预计数比例,按因素法分配且金额相对固定的转移支付提前下达的预计数比例要达到90%,其他专项转移支付提前下达的预计数原则上不能低于上年度执行数的70%,便于地方统筹编制预算。中央对地方一般性转移支付在全国人大批准预算后30日内正式下达,专项转移支付在90日内正式下达。省级政府接到中央转移支付后,应在30日内正式下达到县级以上地方各级政府。有条件的地方要进一步加快转移支付预算下达进度。

(二)加大对贫困县倾斜支持力度。按照政府扶贫投入力度要与脱贫攻坚任务相适应的要求,中央和省、市级财政要在切实增加扶贫投入基础上,进一步向贫困县倾斜,将脱贫攻坚作为资金分配的重要参考因素。原则上用于贫困地区、贫困人口的资金增幅不低于该项资金的平均增幅,确保完成“两不愁、三保障”(不愁吃、不愁穿,义务教育、基本医疗和住房安全有保障)的目标任务。有关部门和地方不得限定资金在贫困县的具体用途,干扰统筹整合使用资金的,要严肃追究责任。

（三）发挥贫困县统筹整合使用资金主体作用。贫困县要坚持目标导向和问题导向，编制好本地脱贫攻坚规划，做好与全国脱贫攻坚规划、各部门专项规划的衔接，以规划引领投入，凝聚扶贫合力。要结合各部门政策目标和工作任务，依据本地脱贫攻坚规划，充分发挥贴近脱贫攻坚一线、管理信息充分的优势，区分轻重缓急，确定好重点扶贫项目和建设任务，统筹安排好相关涉农资金，交由县级相关部门具体落实。资金统筹整合使用要与脱贫任务挂钩，按照脱贫效益最大化原则配置资源，将脱贫成效作为衡量资金统筹整合使用工作成果的主要标准。要加强脱贫攻坚项目储备，加快相关涉农资金安排进度，项目成熟一个资金到位一个，年度计划的建设任务应在接到上级转移支付后一年内完成，确保不出现资金滞留问题。

（四）创新财政涉农资金使用机制。贫困县要积极探索开展产业扶贫、资产收益扶贫等机制创新，借鉴易地扶贫搬迁筹资模式，通过政府和社会资本合作、政府购买服务、贷款贴息、设立产业发展基金等有效方式，充分发挥财政资金引导作用和杠杆作用，撬动更多金融资本、社会帮扶资金参与脱贫攻坚。在选择扶贫项目时，要充分尊重贫困群众的意愿，积极推广群众民主议事决策机制，优先安排贫困人口参与积极性高、意愿强烈的扶贫项目，有条件的可吸收贫困村、贫困户代表参与项目评选和建设管理。各级有关部门要加强指导、服务和监督。

（五）构建资金统筹整合使用制度体系。中央和省、市级有关部门要及时修订完善各项制度，取消限制资金统筹整合使用的相关规定。贫困县要制定统筹整合使用财政涉农资金具体办法，明确部门分工、操作程序、资金用途、监管措施。对统筹整合使用的资金，贫困县要结合脱贫攻坚规划和各部门专项规划，在农业生产发展和农村基础设施建设范围（即统筹整合使用的财政涉农资金用途）内，提出包括主要目标和具体建设任务在内的资金统筹整合使用方案，认真组织实施。相关资金按上述办法调整用途，各部门应予以认可。贫困县资金统筹整合使用方案确定后，要及时报省级扶贫开发领导小组备案，省级扶贫开发领导小组向中央相关部门通报，各部门要将其作为加强指导、监督问责的重要依据。

五、组织保障

（一）建立沟通协调机制。在各级扶贫开发领导小组的统一领导下，建立有关部门广泛参与的工作协调机制，确定部门职责分工，研究纳入统筹整合使

用的具体资金范围，明确对贫困地区、贫困人口倾斜支持政策，取消限制资金统筹整合使用管理要求，定期或不定期召开会议交流情况，解决工作中遇到的实际问题。各级有关部门要加强对试点工作的指导，强化试点工作培训，深入开展调查研究，总结推广好的经验做法。贫困县要及时研究处理具体操作层面遇到的问题，注意积累可借鉴的经验，发掘可复制的典型，并及时向上级扶贫开发领导小组和有关部门报告。

（二）加强规划有效衔接。各级发展改革、扶贫部门要科学编制脱贫攻坚规划，各有关部门要按照脱贫攻坚要求及时调整完善相关专项规划，实现脱贫攻坚规划与部门专项规划的有效衔接，保障按计划完成脱贫任务。部门专项规划与脱贫攻坚规划不一致的，应当区分具体情况研究处理，原则上以脱贫攻坚规划为准。

（三）全面推行公开公示制度。推进政务公开，各级有关部门应将涉农资金政策文件、管理制度、资金分配、工作进度等信息及时向社会公开。贫困县要在本地政府门户网站和主要媒体公开统筹整合使用的涉农资金来源、用途和项目建设等情况，并实施扶贫项目行政村公示制度，接受社会监督。

（四）实行严格监督评价。各级政府要把纳入统筹整合范围的财政涉农资金作为监管重点。贫困县对财政涉农资金管理监督负首要责任，贫困村第一书记、驻村工作队、村委会要深度参与涉农资金和项目的管理监督。各级审计、财政等部门要加大对贫困县的审计和监督检查力度，并对贫困县监管职责落实情况跟踪问效，对地方探索实践资金统筹整合使用、提高资金使用效益给予大力支持。探索引入第三方独立监督，引导贫困人口主动参与，构建多元化资金监管机制。各级扶贫、财政、发展改革部门要加强对资金统筹整合使用的绩效评价，并将其纳入扶贫开发工作成效考核，评价、考核结果以本级扶贫开发领导小组名义通报。对试点工作成效好、资金使用效益高的地方，在分配财政专项扶贫资金时给予奖励和倾斜；对不作为、乱作为等行为，严肃追究相关人员责任。

二、经济观察

1、2016年1季度我国GDP初步核算结果

根据有关基础资料和国民经济核算方法，我国2016年1季度GDP（国内生

产总值) 初步核算主要结果如下:

图表 1 2016 年 1 季度我国 GDP 初步核算结果

	绝对额(亿元)	比上年同期增长(%)
GDP	158526	6.7
第一产业	8803	2.9
第二产业	59510	5.8
第三产业	90214	7.6
农林牧渔业	9153	3.1
工业	52335	5.5
建筑业	7438	7.8
批发和零售业	16293	5.8
交通运输、仓储和邮政业	7249	3.3
住宿和餐饮业	3113	7.0
金融业	15791	8.1
房地产业	10819	9.1
其他服务业	36336	8.7

数据来源: 国家统计局、中商产业研究院

图表 2 GDP 同比增长速度

年份	1季度	2季度	3季度	4季度
2011	10.2	9.9	9.4	8.7
2012	8.0	7.5	7.4	8.0
2013	7.8	7.5	7.9	7.6
2014	7.3	7.4	7.1	7.2
2015	7.0	7.0	6.9	6.8
2016	6.7			

数据来源: 国家统计局、中商产业研究院(单位: %)

图表 3 GDP 环比增长速度

年份	1季度	2季度	3季度	4季度
2011	2.5	2.4	2.0	1.5
2012	1.8	2.1	1.8	1.9
2013	1.8	1.7	2.2	1.6
2014	1.7	1.8	1.9	1.7
2015	1.4	1.8	1.8	1.5
2016	1.1			

数据来源: 国家统计局、中商产业研究院(单位: %)

中国国内生产总值季度核算说明

季度 GDP 核算概述

GDP（国内生产总值），是一个国家所有常住单位在一定时期内生产活动的最终成果。GDP 是国民经济核算的核心指标，也是衡量一个国家经济状况和发展水平的重要指标。

GDP 核算有三种方法，即生产法、收入法和支出法，三种方法从不同的角度反映国民经济生产活动成果。生产法是从生产过程中创造的货物和服务价值中，剔除生产过程中投入的中间货物和服务价值，得到增加值的一种方法。国民经济各行业生产法增加值计算公式如下：增加值 = 总产出 - 中间投入。将国民经济各行业生产法增加值相加，得到生产法国内生产总值。收入法是从生产过程形成收入的角度，对生产活动成果进行核算。按照这种计算方法，增加值由劳动者报酬、生产税净额、固定资产折旧和营业盈余四个部分组成。计算公式为：增加值 = 劳动者报酬 + 生产税净额 + 固定资产折旧 + 营业盈余。国民经济各行业收入法增加值之和等于收入法国内生产总值。支出法是从生产活动成果最终使用的角度计算国内生产总值的一种方法。最终使用包括最终消费支出、资本形成总额及货物和服务净出口三部分。

国家统计局发布的季度 GDP 是以生产法为基础核算的结果。

生产范围

GDP 核算的生产范围包括以下三个部分：第一，生产者提供或准备提供给其他单位的货物和服务的生产；第二，生产者用于自身最终消费或资本形成的所有货物的自给性生产；第三，自有住房拥有者为自己最终消费提供的自有住房服务，以及雇佣有酬家庭服务人员提供的家庭和个人服务的生产。生产范围不包括没有报酬的家庭和个人服务、没有单位控制的自然活动（如野生的、未经培育的森林、野果或野浆果的自然生长，公海中鱼类数量的自然增长）等。

2、2015 年分省（区、市）万元地区生产总值能耗降低率等指标公报

现将 2015 年各省、自治区、直辖市万元地区生产总值（GDP）能耗降低率等指标公布如下：

图表 4 2015 年分省（区、市）万元地区生产总值能耗降低率等指标

	万元地区生产总值能耗上升或降低（±%）	万元工业增加值能耗上升或降低（±%）	万元地区生产总值电耗上升或降低（±%）
北 京	-6.17	-8.16	-4.87

天津	-7.21	-13.25	-7.77
河北	-6.14	-6.02	-10.28
山西	-5.31	-7.48	-7.52
内蒙古	-4.00	-8.80	-2.29
辽宁	-3.52	-1.97	-5.44
吉林	-10.69	-14.44	-8.33
黑龙江	-4.01	-6.52	-4.31
上海	-3.92	0.15	-4.00
江苏	-6.73	-7.79	-5.98
浙江	-3.53	-4.37	-6.12
安徽	-5.58	-9.04	-4.87
福建	-7.70	-16.43	-8.42
江西	-3.92	-6.70	-2.12
山东	-3.72	-7.88	-6.49
河南	-6.57	-11.54	-8.94
湖北	-7.66	-10.05	-7.65
湖南	-6.98	-12.69	-6.82
广东	-5.71	-10.47	-6.08
广西	-5.11	-12.30	-5.62
海南	-1.27	-0.56	0.31
重庆	-6.31	-8.36	-9.06
四川	-7.25	-12.05	-8.35
贵州	-7.46	-10.84	-9.66
云南	-8.83	-16.84	-13.43
西藏			
陕西	-3.21	-2.70	-7.70
甘肃	-7.46	-10.66	-7.20
青海	-4.26	-5.49	-15.89
宁夏	1.20	-2.96	-4.16
新疆	-3.63	-2.95	2.75

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2016年3月份70个大中城市住宅销售价格变动情况

与上月相比，70个大中城市中，价格下降的城市有8个，上涨的城市有62个。环比价格变动中，最高涨幅为5.4%，最低为下降0.7%。

与上年同月相比，70 个大中城市中，价格下降的城市有 29 个，上涨的城市有 40 个，持平的城市有 1 个。3 月份，同比价格变动中，最高涨幅为 62.5%，最低为下降 3.8%。

图表 5 2016 年 3 月 70 个大中城市新建住宅价格指数

城市	新建住宅价格指数			城市	新建住宅价格指数		
	环比	同比	定基		环比	同比	定基
	上月=100	上年同月=100	2015年=100		上月=100	上年同月=100	2015年=100
北京	103.0	116.0	111.4	唐山	99.9	98.6	99.2
天津	102.1	106.8	105.7	秦皇岛	100.2	98.4	99.3
石家庄	100.5	103.2	102.3	包头	100.2	98.1	98.7
太原	100.3	102.2	101.5	丹东	99.8	96.2	97.1
呼和浩特	100.3	99.2	99.8	锦州	99.6	96.9	97.7
沈阳	100.2	100.1	99.9	吉林	100.2	98.8	99.2
大连	100.2	99.4	99.2	牡丹江	99.8	98.2	98.6
长春	100.6	99.5	100.1	无锡	102.0	102.4	102.3
哈尔滨	100.6	101.4	100.9	扬州	100.4	101.0	101.1
上海	103.6	125.0	117.8	徐州	100.6	101.1	101.0
南京	103.3	116.8	114.0	温州	100.5	104.1	102.4
杭州	102.3	111.8	108.7	金华	100.4	103.2	102.0
宁波	101.6	107.2	105.2	蚌埠	100.9	98.2	99.0
合肥	104.6	111.2	110.3	安庆	100.9	100.0	100.1
福州	102.0	107.7	106.9	泉州	100.6	100.7	100.9
厦门	105.3	115.7	113.7	九江	100.7	100.3	100.6
南昌	101.5	105.4	104.6	赣州	100.9	100.5	100.9
济南	100.9	103.3	102.7	烟台	100.5	100.2	100.6
青岛	101.1	101.1	101.3	济宁	100.2	97.9	98.9
郑州	101.5	105.2	104.2	洛阳	100.2	98.7	99.2
武汉	101.2	107.3	105.8	平顶山	100.3	100.6	100.7
长沙	100.5	101.8	101.7	宜昌	100.2	99.5	100.1
广州	102.9	115.2	110.6	襄阳	100.1	97.5	98.7
深圳	103.7	161.6	135.2	岳阳	100.3	97.8	98.9
南宁	100.7	103.8	103.0	常德	99.9	98.1	99.1
海口	100.3	100.6	100.8	惠州	101.1	102.3	102.7
重庆	100.6	102.2	102.1	湛江	100.3	97.2	98.5
成都	100.2	102.3	101.5	韶关	101.1	99.6	100.8
贵阳	100.4	100.5	100.6	桂林	100.1	98.5	99.0
昆明	99.9	98.2	99.1	北海	100.4	100.3	100.6
西安	100.1	100.9	100.7	三亚	99.8	99.9	100.0

兰州	100.3	100.2	100.8	泸州	100.3	99.4	100.0
西宁	100.2	97.7	98.8	南充	100.7	98.0	99.0
银川	100.2	97.7	98.7	遵义	100.2	99.1	99.6
乌鲁木齐	100.1	98.1	98.4	大理	99.3	98.2	99.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

三、投资市场

1、一季度上市企业盈利探底回升 定增重组达 120 起

2016 年以来，随着大宗商品价格探底回升、供给侧改革的推进以及新兴产业的快速发展，在微观端，中国企业的盈利水平和盈利能力正在得到明显改善，也同时印证了中国经济正处于复苏之中。

WIND 统计数据显示，截至 4 月 21 日，沪深两市已经有 1969 家上市公司公布了 2015 年年报。数据显示，2015 年全年，上述 1969 家上市公司共计实现营业收入 23.36 万亿元，同比下滑 2%，实现归属于母公司股东的净利润 2.19 万亿元，同比增长 1%，其单季度净利润增长分别为 3%、12%、-12%和-6%。剔除银行证券保险等金融类企业后，其余 1933 家上市公司共计实现营业收入 18.09 万亿元，同比下滑 6%，实现归属于母公司股东的净利润 7522 亿元，同比下滑 11%，单季度同比分别为-13%、7%、-30%和-18%，三季报和四季报业绩下滑较为明显。

从不同板块的成长性来看，1083 家沪深主板企业去年共实现营业收入 21.99 万亿元，同比下滑 3%，实现净利润 2.06 万亿元，与上一年持平，剔除金融类企业后，沪深主板上市公司营业收入同比下滑 8%，净利润同比下滑 15%；577 家中小板企业去年共实现营业收入 1.78 万亿元，同比增长 13%，实现净利润 1227 亿元，同比增长 23%，剔除金融类企业后，营业收入和净利润增速分别为 11%和 13%；343 家创业板企业去年共实现营业收入 3866 亿元，同比增长 30%，实现净利润 496 亿元，同比增长 36%。总的来看，金融类企业的盈利状况与非金融类企业冰火两重天，创业板和中小板的成长性则显著优于主板企业。

2016 年一季度，上市公司的整体赢利状况有了明显改善。数据显示，截至目前，沪深两市先后有 368 家上市公司公布了 2016 年一季报，一季度共计实现营业收入 3529 亿元，同比增长 8%，实现归属于母公司股东的净利润 376 亿元，同比增长 21%。剔除金融类企业之后，营业收入和净利润分别增长了 10%和 34%。与此同时，截至 4 月 21 日，沪深两市共有 1219 家上市公司披露一季报业绩预

告，其中 680 家公司预喜，占比 55.78%。WIND 统计数据显示，已发布业绩预告的公司中，680 家公司预喜，占比 55.78%。其中，301 家业绩预增，占比 24.69%；202 家业绩略增，占比 16.57%；47 家续盈，占比 3.86%，130 家扭亏，占比 10.66%。另一方面，业绩报忧的公司中，有 323 家上市公司预计首亏或续亏，占比 26.50%。此外，有 117 家公司预计净利降幅在 50%以上，占比 9.60%。

创业板的 2016 年一季报则格外靓丽。国金证券(13.320, 0.14, 1.06%)表示，从可比口径来看，一季度创业板整体净利润中枢值增速同比达到 61%，为六年来各季度最高水平；剔除权重股温氏股份(47.230, 0.24, 0.51%)之后净利润同比增速 35.2%，业绩加速依旧明显。通过对创业板中有重大资产重组的公司的剔除计算，创业板内生增速（剔除重大资产重组公司和温氏）为 24%，增长依然十分稳健。创业板中外延式的公司增长速度更加亮眼，高达 98.47%。

受持续宽松的货币政策和主要大宗商品价格见底的影响，在微观端，部分产能严重过剩的行业盈利情况出现改观，包括新能源在内的一些新兴产业出现高速增长。分行业来看，TMT 行业维持高景气，电气设备、化工、轻工制造一季报业绩明显加速，建筑材料、农林牧渔一季报扭亏，钢铁行业亏损额减少。

随着钢价的大幅反弹，钢企盈利出现好转，部分公司今年一季度的净利润预增或扭亏。WIND 数据显示，截至目前，两市共有 23 家上市钢企公布 2015 年年报，2015 年度共计实现营业收入 5460 亿元，同比下滑 22%，实现归属于母公司股东的净利润-283 亿元，较上一年度的 74 亿元大幅减少，23 家上市钢企中，有 18 家净利润出现下滑，11 家出现亏损。到了 2016 年第一季度，已经公布一季报的 6 家上市钢企营业收入同比下滑 8%，净利润则同比增长了 5%。沙钢股份(10.15, -0.41, -3.88%)预计，今年上半年将扭亏为盈，实现净利润 1500 万至 2500 万元，原因是“2016 年 2 月份以来，钢铁行业有所回暖，钢材价格持续上涨”。

与此同时，2015 年以来，包括新能源汽车、传媒文化在内的新兴行业业绩出现了爆发性的增长。多氟多(91.32, 6.14, 7.21%)年报显示，该公司 2015 年实现净利润 3919 万元，同比增长 828.28%。由于六氟磷酸锂价格维持高位，2016 年第一季度，该公司实现营业收入 5.38 亿元，同比增长 17.33%，实现归母净利润 1.12 亿元，同比增长 1245.13%。该公司还预计，2016 年上半年将实现净利润 2.47 亿至 2.52 亿元，同比增长 2500%至 2550%，原因是“公司新能源板块业务拉动，六氟磷酸锂进入新景气周期，价格回升较快，盈利能力较强”。

WIND 统计数据显示，2015 年全年，55 家传媒文化类上市公司共计实现营业收入 1687 亿元，同比增长 29%，实现归属于母公司股东的净利润 210 亿元，同比增长 24%。华录百纳(22.140, 0.24, 1.10%)一季报显示，公司营业收入为 5.13 亿元，同比增长 6.32%，扣非归母净利润 0.32 亿元，同比增长 37.59%；明家联合一季报显示，该公司一季度实现营业收入 5.74 亿元，同比上升 273.1%，实现归属于上市公司股东的净利润 0.58 亿元，同比增长 1588.2%，同时，公司预计 2016 年半年报净利润 0.85 亿至 1.10 亿，同比增长 699.2%至 940.4%。

发力 并购重组此起彼伏

在微观端企业盈利回升的同时，继 2015 年之后，2016 年，中国企业的并购重组也再度发力。WIND 统计数据显示，2016 年一季度，中国企业并购重组(含境内境外)数量达到了 1009 宗，并购总金额达到了 6013 亿元，同比增长 4.41%，市场驱动的产业优化仍在继续进行。

数据显示，2015 年以来，A 股共计发生重大重组事件(行业整合、业务转型、多元化战略资本运作、买壳上市等) 802 起，涉及交易总价值 2.47 万亿元。仅仅 2016 年以来，上市公司定增重组事件就达到了 120 起，募集资金总金额达到了 3181 亿元。

其中，国有企业的并购最为引人关注。数据显示，截至目前，沪深两市共计有 308 家公司宣布因“重要未公告事项”、“重大资产重组”、“重大事项”“筹划重大资产重组”等原因停牌，其中，实际控制人为地方国资委的地方国企就有 52 家之多，停牌的央企则有 27 家，较 2016 年年初显著增加。上述 79 家停牌的国企中，明确为重大资产重组或正在筹划重大资产重组的达到了 50 家，其中地方国企就达到 35 家之多。

另一方面，改革促使保险公司经营水平提升，试点地区车险综合成本率较改革前下降明显。上述数据显示，2015 年末，首批 6 个试点地区车险综合成本率为 93.55%，同比下降 1.83 个百分点，较改革启动前下降 2.71 个百分点。

2、文化企业无形资产评估难 银行探路“投行化”融资模式

文化产业的前景有目共睹，但对于想要介入产业发展的商业银行等金融机构来说，由于存在行业壁垒，如何对无形资产估值一直是难点，如今，相关机构终于盼来了好消息。

目前，中国资产评估协会发布《文化企业无形资产评估指导意见》(以下简称《意见》)，对文化企业无形资产的重点难点问题进行了相应的规范，并明确了评估师承接文化企业无形资产评估的要求，为明晰文化企业无形资产评估当事各方的责任和义务提供了参考。

实际上，商业银行近年来对影视项目的融资方式也在不断创新，正在从传统的抵押信贷向投行化、股权化融资的方向发展。

指导意见提升评估客观性

促进金融行业支持文化创意产业一直是政策鼓励的方向。

2014年，国务院印发了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，鼓励金融机构创新金融产品和服务，增加适合文化创意和设计服务企业的融资品种，拓展贷款抵(质)押物的范围，完善无形资产和收益权抵(质)押权登记公示制度，探索开展无形资产质押和收益权抵(质)押贷款等业务。建立社会资本投资的风险补偿机制，鼓励各类担保机构提供融资担保和再担保服务。

自2006年华谊兄弟的《集结号》以电影版权质押方式获得银行贷款以来，著作权质押贷款已在全国范围内逐步推广。据中国银行业协会的相关统计，2014年，我国文化产业贷款共计5328亿元，较年初增长12.3%。

不过，文化产品及服务具有较大的不确定性，而我国缺少文化产品或服务的评估标准及价值评估机构，商业银行难以确定其无形资产的价值。

对文化产业无形资产的估值主观意味较浓，缺乏统一的标准。以影视行业为例，版权质押的标准也很不统一，即使是对行业非常了解的人来做评估，侧重点也会不一样，造成估值的主观化。此外，对商业银行来说，也存在不少难点。

“整体而言，文化企业多数规模较小，实力不是很强，还没有形成强大的产业竞争力，缺乏必要的金融支持；文化企业的融资信息与金融服务之间难以实现快速对接。”中国邮储银行副行长张学文曾公开表示。

银行试水“投行化”融资模式

随着无形资产评估的完善，文化与金融合作将进入新阶段。上述分析师表示，《意见》有助于企业质押标的的范围扩大，也将帮助银行等金融机构在理顺版权评估标准之后，开发出更多相关的创新产品。

事实上，此前已有商业银行利用多种金融创新产品为影视文化企业融资。

2010年，中国银行浙江省分行推出的“影视通宝”，开启了商业银行与文化产业的合作之路。此后，国开行推出了知识产权抵押融资。此外，银行近年的创新做法还包括北京银行的“创意贷”和华夏银行的以软件著作权为质押担保的创新融资方式贷款等。

近年来，商业银行对影视项目的融资方式正在从传统的抵押信贷向投行化、股权化融资的方向发展。

以民生银行为例，该行文化产业金融事业部通过与太合传媒集团全面合作，发行了“太合电影投资基金”。民生银行根据用款项目在国内和国外的区别，设置了两种基金投资方式：境外合拍电影投资和优秀国产电影投资，并设计了“影视基金+内保外贷+贸易融资”个性化金融解决方案，帮助企业投资了《奥林匹斯的陷落》等7部影视剧作品。

工商银行通过将多部电影打包、集合放款、版权质押+实际控制人保证等方式，支持了《唐山大地震》等20多部影片拍摄。其创新推出的“影视通”产品，围绕电视剧制作方对电视台的应收账款开展供应链融资，为《借枪》、《木府风云》等40余部电视剧的拍摄提供了贷款支持。

3、基金业协会出台募集新标准 跨界投资增设门槛

四月十五日，中国证券投资基金业协会出台《私募投资基金募集行为管理办法》（以下简称“办法”），对于私募基金在募集过程中的行为给出了较为明确的边界。此管理办法的出台对于身处动荡金融环境之中的私募基金而言，有利于其完善自身风险控制、内部管控与外部行为约束，为整个私募投资基金领域的发展打下了坚实基础。

首先，“办法”明确了私募基金募集行为，包括推介私募基金，发售基金份

额(权益), 办理基金份额(权益)认/申购(认缴)、赎回(退出)等活动, 并且严格约束了从事私募基金募集行为的从业人员资质要求, 即“私募基金募集业务的人员应当具有基金从业资格(包含原基金销售资格), 应当遵守法律、行政法规和中国基金业协会的自律规则, 恪守职业道德和行为规范, 应当参加后续执业培训。”对于老牌私募股权投资基金而言, 本条规定可谓是基本守则。但对于新成立的基金, 尤其是金融行业以外的跨界投资者设立的新基金, 本条规定无疑增加了基金运营成本与投资入门槛。以发起海泉基金的歌手胡海泉为例, 其表示考基金从业资格证的难度不亚于录制一张专辑。由此可以看出, 新规定对于没有足够专业知识的跨界投资人而言, 提出了一定的挑战。而这样的挑战是良性的, 其有益于基金的规范化运作与长远发展。

第二,“办法”第三章到第五章对于合格投资者的界定、推介与确认的表述, 有利于包括私募股权投资基金在内的私募基金完善内控风控与约束外部行为。对于属于特定对象的合格投资者,“办法”要求“(募集者)仅可以通过合法途径公开宣传……由中国基金业协会公示的已备案私募基金的基本信息”。结合基金业协会近期公布的新增基金备案通过率仅为 10%这一消息来看, 协会正在有计划的通过完善行业规章制度来实现行业自律与整体风险控制。通过完善行业规章制度, 协会试图明确私募投资基金与其他诸如 P2P 与担保等高风险投资领域的边界, 同时试图拯救私募投资基金于非法集资的危墙之下。同时, 回访制度与冷静期的设立, 为投资于私募基金的个人投资者增加了一道标准化的防御。

4、2016 年中国并购市场发展趋势预测

2015 年随着“十三五”规划出台,“互联网+”、“一带一路”、深化金融体制改革、产业转型升级等国家战略相继实施, 国民经济实现了平稳增长, 并购市场也呈现出持续火爆态势, 全年完成交易案例数量为 4156 起, 同比上升 33.16%, 完成交易规模 3160.8 亿美元, 同比增长 56.37%, 交易活跃度与规模量双创新高。2016 年, 随着经济结构不断调整, 国企改革政策全面推进, 资本市场红利持续释放, 或将引发新一轮并购潮。

产业协同与转型升级成为并购核心方向

2015 年作为“十三五”规划的谋定之年, 也是中国经济进入新常态的起始之年, GDP 增速首次进入 7%以内的平缓增长状态。在 2015 年中, 多家巨头开始频繁在境内外开展产业协同性并购。总体而言呈现出两个方向: 第一个方向是基于自身行业地位的巩固和产业能力的升级。例如香港和记黄埔公司 4 月宣

布 102.5 亿英镑收购西班牙电信公司 Telefonica 旗下的英国移动运营商 O2、美团与大众点评 10 月宣布合并成立新公司美团点评等；第二个方向是基于自身产业相关性协同与平台转型，例如阿里巴巴 10 月全资收购优酷土豆加码电影产业、中国化工 3 月宣布 70 亿欧元并购世界第五大轮胎巨头倍耐力等。

2016 年随着“全面深化改革”、“中国制造 2025”、“互联网+”等战略的推进，在我国产业周期性转换的大环境下，产业协同和传统产业转型升级将成为 2016 年并购市场的核心方向。

互联网产业资源整合成为核心主题

在“互联网+”主题不断升温的当下，虽然拥抱互联网有利于推动新兴产业发展、加快产业转型升级，但目前很多互联网公司都存在融资虚假、估值过高、布局偏激、商业模式模糊、盈利能力局限等问题，而这些问题在未来一段时间内极可能成为行业过渡发展的后遗症，这一症状在 P2P 和 O2O 行业已经初露端倪。随着市场回归理性，互联网产业资源的争抢将从“烧钱竞赛”中苏醒，开始真正地向核心优势企业聚集，而存在资源整合优势的企业，将开始通过进一步的并购和资源平台搭建，来寻求经营瓶颈的突破和自身生态平台的完善。

尽管从市场角度来说，资源整合是有利的，可以减少摩擦，改变互联网公司碎片化的营销模式，降低品牌、产品的宣传成本和补贴成本，从而引导行业规范有序发展。例如，据市场公开数据显示，滴滴、快的合并前分别以 56%、43% 左右的比例占据中国打车 APP 市场份额领先地位，合并后双方之间的争斗告一段落，新公司市场份额占比超过 90%，抵抗风险的能力倍增，从而能更好地应对监管危机；但与此同时两家巨头合并成为寡头，将使得行业里其他中小企业难以存活，失去了竞争对手，寡头也容易丧失创新动力。

对于互联网行业而言，并购所带来的是布局的完善但同时也是瓶颈的再生，因此对于互联网公司自身生态平台的布局搭建，未来寻求何种创新增长模式，是整个行业在下一轮并购潮中需要重点考量的方面。

中产阶级消费成为并购核心热点

瑞士信贷银行(Credit Suisse)发布的《2015 全球财富报告》中显示，中国的中产阶级人数已达 1.09 亿人，占中国总人口的 8%，当下中产阶级消费和公民文化消费意识正逐渐成熟，高端品牌消费和文化领域消费需求增长趋势已

经十分明显。为了抢占先机，阿里、复星等优势企业纷纷着手布局大消费领域，并购交易开始活跃起来，主要集中在影视和旅游行业。例如阿里继 15.3 亿元入股华谊兄弟后，3 月又以 24 亿元入股光线传媒，加速扩张影业版图；复星在旅游业频频出手，3 月斥资 9185 万英镑入股英国休闲旅游集团 Thomas Cook，又投资了携程旗下主题游创业公司爱玩，立志做全球化旅游产业的整合者。

从整体的消费能力和观念而言，我国的影视消费群体还处在意识初步建立阶段，影视行业的发展存在良莠不齐的现象，但市场泡沫中短期内仍有接盘者，泡沫不会破灭，例如万达 4 月出资 1000 万美元注资韩国影视特效公司 Dexter，6 月收购澳大利亚第二大院线 Hoyts，预计 2016 年影业市场将持续火热。与此同时，旅游行业额度透明化和标准化正全面升级，旅游消费市场进入了爆发式增长新阶段。随着巨头们的不断整合并购，行业效能将持续提升，例如 10 月携程和去哪儿合并，在线旅游市场格局巨变，为旅游业带来创新增量，促使玩家们未来把重心更多地放在服务品质的提升上。可以预计在 2016 年乃至未来较长一段时期，旅游业并购整合仍会是备受关注的焦点。

5、影视公司扎堆新三板 近半数新挂牌公司急于增发

今年一季度全国票房 144.96 亿元，同比增幅为 51%，再次刷新纪录。在此背景下，资本与影视的联姻加速进行，但在 A 股高门槛的限制下，大量影视公司将目光转向新三板。数据显示，今年一季度，电影与娱乐行业就有 19 家公司选择挂牌新三板，而去年同时段这一数据仅为 3 家。更有意思的是，不少登陆新三板的影视娱乐公司前脚挂牌，后脚就准备增发融资。

新挂牌公司急于增发

全国中小企业转让系统数据显示，今年一季度，中汇影视、深蓝文化、咏声动漫、视袭时代、好看传媒、星原文化、迪生数娱、欢乐动漫、东仑传媒、威克传媒、元一传媒、非凡传媒、保奇影视、嘉华美瑞、丑小鸭、阿忒加、锋尚世纪、数虎图像、核心创艺等 19 家影视和文娱公司登陆新三板公开挂牌转让。

在以上 19 家新挂牌的影视娱乐公司中，有 9 家公司挂牌后不久进行了增发，占新挂牌公司的近二分之一。

咏声动漫 3 月 3 日登陆新三板，4 月 8 日就进行增发。公司拟向深圳市创新投资集团有限公司、广州红土科信创业投资有限公司、广东红土创业投资有

限公司三家企业发行股票，共计 184.23 万股，每股 13.57 元，增发金额为 2500 万元。

威克传媒 1 月 21 日登陆新三板，2 月 24 日就公告增发股票。公司向天风睿通一通风宝 1 号影视基金、张兆雁等 4 名对象发行 500 万股，4 元每股，增发金额为 2000 万元。

此外，还有元一传媒、好看传媒、东仑传媒、数虎图像等 4 家公司进行并完成了增发，金额分别为 4000 万元、2856 万元、1224 万元、1200 万元。而核心创艺则是发布了增发 750 万元的公告，正在实施过程中。

非凡传媒的增发却进行得不顺利，3 月 4 日发布公告，原定当日完成的增发延期，其原计划是以每股 90 元—120 元的价格，发行不超过 40 万股，募集资金不超过 4800 万元。

中汇影视的增发，却是时下流行的债转股性质。据公司 2 月 24 日公告，苏州松禾成长二号创业投资中心(有限合伙)认购中汇影视 491.8033 万股，每股 12.20 元，合计 6000 万元。这次定增是为了把债务转化为股权，发行对象即债权人。

娱乐公司融资本领强

据不完全统计，截至 4 月 20 日，在新三板挂牌转让的影视和娱乐公司，接近 70 家。去年下半年以来，近半数影视娱乐公司抛出了定增计划，除上述新挂牌转让公司外，另有大约 20 家公司已经拿到了 27 亿元以上的融资资金。

去年底，华强文化一家就抛出了超过 12 亿的融资计划。根据今年 3 月发布的公告，此次股票发行面向 14 名投资者定向发行，价格为每股 29 元，共计发行 4260 万股，金额达 12.354 亿元。除多家私募基金外，新华网股份有限公司也是认购对象之一。这笔融资成为新三板影视公司中融资额最大的一笔。而基美传媒和开心麻花分别以 6 亿元和 3 亿元的融资额紧随其后。

其他影视公司的增发金额虽然都没有过亿，但是数额累计起来，也不可小觑。其中，传视影视融资 9732 万元；能量传播融资 8800 万元；北教传媒融资 8004 万元；春秋鸿融资 7500 万元；青雨传媒融资 5072 万元；仙剑文化融资 4200 万元；锐风行融资 3563 万元；金诺佳音融资 3000 万元；南广影视融资 2520

万元；身临其境融资 2400 万元；昊福文化融资 2256 万元；中钜诚融资 2160 万元；世纪工场融资 1800 万元；银都传媒融资 1744 万元；每日视界融资 1500 万元；乐华文化融资 1000 万元。

融得资金用途各异

上述公司绝大部分在公告中声称，融得的钱将用于补充流动资金，拓展公司业务，增强主营业务能力，提升盈利能力。但有些挂牌公司，增发资金到位后，却未投入演艺或影视制作领域，而是购买了理财产品。

以开心麻花为例，其在 3 月 25 日发布的公告称，公司向上海盛歌投资、石磊、东方证券等 11 名新增投资者，发行共计 284.1835 万股股票，每股发行价为 106 元，合计增发 3.0123 亿元。其中，上海盛歌投资管理有限公司认购 80.516 万股，金额为 8534.696 万元；微影时代副总裁石磊认购 71.0435 万股，合计 7530.611 万元；东方证券 47.365 万股，金额为 5020.69 万元。

但 4 月 8 日，开心麻花一纸《关于使用闲置资金购买理财产品的公告》让人大跌眼镜。公告称，公司将运用闲置资金投资于安全性较高、期限较短的理财产品，理财余额最高不超过 3 亿元，单笔理财期限不超过 1 年，此理财额度可循环使用。从金额上看，这 3 亿元闲置资金显然来自此前的增发。

另外，值得注意的是，今年 1 月 4 日，开心麻花公告，向公司控股股东、实际控制人张晨发行股票，价格仅为每股 2.4 元，共 152.182 万股，金额合计 365.2368 万元。本次股票发行后，张晨持有公司股份增至 2317.6964 万股，占发行后公司股份总额 52.06%。每股 2.4 元，可谓白菜价，在今年 3 月发布的 2015 年年报中，开心麻花每股净利润就高达 3.11 元。

锋尚世纪也在 3 月 25 日公告，拟以自有闲置资金购买总额度不超过 4000 万元短期理财产品，投资期限自 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日。

在这些挂牌公司中，有些公司是一开始，就是奔着创新层去的。以好看传媒为例，在今年 1 月挂牌转让之前，向包括申万宏源证券有限公司在内的 6 家具备做市商资格的证券公司发行普通股 210 万股，每股价格 13.60 元，募集资金总额 2856 万元。发行后，公司总股票为 2210 万股，这也是其挂牌时的总股本。不久之后，好看传媒公告称，公司股票转让方式从协议转让变成做市商。根据新三板分层方案意见征求意见稿，好看传媒符合方案的第三个标准，即“最近

3 个月日均市值不少于 6 亿元；最近一年年末股东权益不少于 5000 万元；做市商家数不少于 6 家”，因此其极有可能进入创新层。

影视产业成长离不开资本市场

财富证券中小企业融资部分析师齐千表示，影视文化产业在我国迅速发展，目前全国有 6000 多家影视文化公司。2015 年，国产影片票房 271.36 亿元，占总票房的 61.58%。可以说，中国影视文化产业已经发展到一定阶段，在这个阶段，必然选择进入资本市场。

首先，通过资本市场筹集资金、盘活资金，影视文化企业可以发展壮大，成为多媒体、跨行业的企业集团，通过资本市场巩固在业内的主导地位。其次，新三板的制度设计促使影视文化公司挂牌。以新三板为代表的资本市场，契合了影视文化产业为代表的新兴产业的需求。影视产业的成长性、灵活性、创新性和娱乐性特点，也与新三板这种新颖的制度和灵活的估值方法相匹配。新三板的影视娱乐公司，通过小额、快速、多次的融资方式，进入资本市场，可以获得更大的发展空间。加上上海战略新兴板待定，使得不少企业回流到新三板。今年以来，新三板的挂牌企业是 1600 多家，同比增长 200%，影视挂牌企业数量也跟着水涨船高。最后，新三板有估值优势。以本周的数据为例，新三板挂牌公司的市盈率在 40 倍左右，但是主板市场影视公司的市盈率达到 77 倍。

行业前景好融资需求旺

从已经披露的 2015 年度业绩来看，影视娱乐行业的基本面良好，传媒细分行业新事物层出不穷，行业具有积极的活力。这也许就是机构积极参与这个行业投资的原因。

安信证券认为，新三板影视娱乐公司融资需求两旺主要有以下原因：首先，集中挂牌受益于整个影视行业的大发展。2015 年不仅是电影市场的大年，同样也是网络剧、网络电影集中爆发的一年。随着线上线下渠道端格局的逐渐固定，以“院线+网络视频”为主体的播放渠道对影视内容的需求开始增多，影视内容公司迎来良好的市场局面，影视公司在资本市场上的地位也在不断上升。

另一方面，影视公司对资金的需求量进一步加大。随着市场竞争的日益激烈，影视公司围绕 IP、人才等核心资源的争夺日趋白热化。2015 年 IP 的大热使得 IP 的版权价格水涨船高，知名 IP 的版权价格甚至炒到了千万以上。同时

影视内容的制作成本也在不断攀升，一些优质的网络剧制作成本已经超过 500 万一集。这些局势的变化都迫使影视公司需要寻找更多的资金投入到业务运营中来，而挂牌上市则能够进一步增加公司的融资能力，解决企业资金的需求。

6、中国企业豪掷近千亿美元到海外，登顶全球开年之“最”

2015 年，全球资本市场动荡加剧，这一年开始，中国经济增速放缓，当年经济增速创五年新低，跌至 6.9%。而这一年，中国对外直接投资猛增 13.3%，创下 1395.3 亿美元的历史新高。

热度在继续升级。2016 年，中国对外直接投资依旧逆市上扬。年初至今，中国海外并购总额（包括进行中和已完成的交易）已经接近去年全年的水平。今年一季度，中国企业海外并购总额、单笔海外并购金额以及全球市场份额均创下新高。

中国对外直接投资, 跨国并购

四个半月豪掷千亿

三个月，中企在海外并购花掉近千亿。根据 Dealogic 数据，中国今年一季度海外并购再创季度总额新高，录得 922 亿美元（183 笔交易），其中有 430 亿美元来自中国化工对瑞士转基因公司先正达。

截至今年 4 月 14 日，中企海外并购金额达 1032 亿美元，逼近去年全年 1075 亿美元的水平。

中企单笔海外并购最高金额也在今年年初刷新纪录。若中国化工对先正达的交易最终达成，将取代 2012 年中海油以 151 亿美元对加拿大尼克森公司的并购，成为中国企业最大一笔海外并购。

今年排名靠前的并购还包括，海航旗下的天海投资以约 60 亿美元收购美国科技与供应链公司英迈，海尔以 54 亿美元收购美国通用家电业务，南京联创科技董事长孙力斌领投财团以 43 亿美元向美国半导体生产商 In-Integrated 发出收购要约，中联重科拟出价 33 亿美元收购美国建筑起重机和电动升降机生产商特雷克斯。目前，这四项并购交易仍在进行中。

此外，中企买家首次问鼎全球海外并购最大买家。中国为一季度全球跨境并购中的最大收购国，占 30% 的市场份额，其后分别为加拿大（20%，624 亿美元）和美国（16%，485 亿美元）。

转向三大行业

从过去几年中企海外收购行业分布来看，中国资本同时也在向全球价值链上游攀升。过去 5 年，矿产和能源在中国并购中所占的比重从 47% 下降到 10.5%，同时，科技、媒体和电信（TMT），汽车和运输，金融服务三大行业占据海外并购前三位，比去年同期分别增长 163%，128% 和 101%。

从过去几年的并购行业变化可以看出，中企投资目标已经转向获取先进技术和营销网络等高附加值要素，着眼于将海外技术、品牌和高端人才引入中国并增强在国际市场上的竞争力。安永在 4 月 14 日发布的《中国海外投资展望 2016》报告中预测，未来消费品、科技和服务业等行业的并购将出现大幅增长。

基于产业升级的目标，中企在发达国家加速布局，发达国家良好的投资环境以及技术、市场、品牌等优势正契合中国企业对产业链上游要素与日俱增的要求。Dealogic 数据显示，美国是中国外向并购最集中的目标国，2016 年一季度已公告 43 笔对美并购，总计 252 亿美元，已比 2015 年创下的全年纪录（163 亿美元）高出 55%，史上中国对美并购的前六大交易中有四笔是在 2016 年一季度公告的。

安永中国海外投资业务部全球主管周昭媚女士表示，2011 至 2015 年间，中企对欧洲、北美企业的并购分别增长了 137% 和 98%，而对非洲和南美洲等以资源为主的发展中地区的并购分别大幅下调 87% 和 81%。其中，2015 年中国对美国非金融类直接投资大幅增长 60.1%，达到创纪录的 83.9 亿美元。同时，“一带一路”战略也对中企在亚洲国家的布局带来新机遇。

不过，当下中企海外并购的成功率还是要低于美国、日本、加拿大、德国等买家。今年 3 月，安邦保险撤回了其对喜达屋 142 亿美元（不含债务）的现金要约收购，这是中国外向并购史上的第二大撤销交易，仅次于中海油于 2005 年 8 月撤回的对优尼科 185 亿美元的收购。截至 2016 年一季度，中国外向并购中已撤销的交易总计 327 笔，合计价值达 1440 亿美元。采矿是撤销交易最集中的行业，已有 119 笔收购最终撤销，总价值达 359 亿美元。澳大利亚是中国外向并购撤销交易最集中的目标国，共 93 笔交易，合 323 亿美元。

汇率预期

人民币贬值预期是一季度中企千亿海外并购的背后推手。虽然第一季度人民币兑美元共上扬 1%至 3 个半月新高，但贬值的预期并没有消失。在一项彭博的调查中，一些策略师发现人民币兑美元汇率很可能在今年年底下跌 3.3%。在人民币贬值的预期下，多元化配置海外资产成为中企对冲货币风险的优先选择。

邓普顿新兴市场集团主席 Mark · Mobius 近日表示，“很多中国人都说人民币兑美元会贬值，所以他们纷纷将钱取出并投入到美元资产的投资上。毫无疑问，中国企业都想成为世界一流，这也是为什么海外并购看起来很有道理。”

安永分析认为，此轮对外投资热潮是由中国企业转型升级、提高竞争力的内在需求推动，预计今年中国海外投资有望持续 10%以上的高速发展，未来五年仍将保持迅猛势头。无疑，对很多制造业中企来说，海外并购是他们从“中国制造”升级为“中国智造”的捷径之一。

同时，中国政府也在积极完善对外投资战略布局，提供财政、金融等配套支持，搭建合作平台，引导和推动企业“走出去”。安永认为，未来数年，在顶层设计的指引和推动下，中国对外投资将由企业零散投资进入由政府推动、大规模构建跨国产业体系的 2.0 时代。

7、PE+上市公司运作 4 年成绩单薄，无分红退出难

“PE+上市公司”模式在磕磕绊绊中已然走过 4 个多年头，一些投资基金项目的收益情况如何，已经需要揭开面纱。

至今，二级市场上，上市公司一旦披露了拟设立并购基金，就吸引一大堆拥趸者购进股票，迅速托高股价的现象仍常有发生。但是四年多过去了，该模式对上市公司贡献度如何？

目前已有不少推出“PE+上市公司”模式的上市公司披露 2015 年年报，很多并购基金既无分红，又无项目退出，而并购基金所投资项目被上市公司收购的情况更是少之又少。

成绩“单薄”

大康牧业与硅谷天堂 2011 年合作的“PE+上市公司”模式开市场先河，不过当时并未引起市场足够注意。2013 年，硅谷天堂退出博盈投资的案例重新激起该模式的威力，自此该模式在并购重组大潮下风靡整个 A 股。

国泰君安一份研报披露，2015 年至 2016 年 3 月 11 日，上市公司共成立了 334 只产业并购基金。其中，2015 年 12 月创下单月最高 40 只的盛况。

根据上市公司公告，它们成立并购基金主要有两大目的。一是对优质项目进行培育、储备，有利于推动上市公司对外投资新业务，成为新的利润增长点；二是服务于公司的产业上下游及横向的并购整合，上市公司不仅可以享有一定的投资收益，如果以后实施二次并购，还可以享有较高的并购重组收益。

在上海某券商一位并购部负责人看来，“PE+上市公司”模式不排除存在上市公司和 PE 联合起来以此为概念炒作股价，而非真的想通过该模式给公司带来多大贡献。即使真的想好好运作该模式，但是现实是“募钱难、投资难”，特别是新三板大火的时候，好项目太难求了。

运行四年有余，“PE+上市公司”模式实际给上市公司带来多大贡献度？

一般情况下，“PE+上市公司”模式设立的并购基金的存续期为 3 年、5 年、10 年等。作为开市场先河的案例，大康牧业与硅谷天堂合作设立的长沙天堂大康成立于 2011 年 11 月，执照有效期限为 2016 年 11 月。也就是说，最早一批“PE+上市公司”模式即将交出最终成绩单，而 2013 年以后成立的更多并购基金则仍在运作中。

截至目前，开启“PE+上市公司”模式的上市公司中，披露 2015 年年报已有很多家，比如中恒集团、长园集团、新天科技、朗玛信息、北大医药等。不过，在他们投资的并购基金中，“现金红利”一栏中仍无数字。

这也意味着，很多上市公司虽然设立了并购基金，或者还没有找到好项目，或者项目还没有退出。

在“PE+上市公司”模式中，并购基金投资的项目虽然有约定让上市公司收购，但是实际操作中仍存在不小的难度，比较典型的的就是大康牧业与硅谷天堂的纠纷。

大康牧业与硅谷天堂于2011年11月合作设立并购基金——长沙天堂大康。此后，天堂大康陆续收购了武汉和祥、湖南富华、武汉登峰等产业链上下游企业。2013年4月，双方再度合作成立浙江天堂大康，此后大康牧业多位高管离职，直至同年7月其控股股东变为鹏欣集团。2015年10月，硅谷天堂将大康牧业告上法庭，要求大康牧业完成对武汉和祥牧业发展有限公司91.63%的股权收购，并支付给原告6141.87万元收购款、22.69万元利息以及484.74万元利润分红损失。

2015年12月，天堂硅谷与大康牧业和解，并共同发起设立总规模50亿元的有限合伙制农业产业基金。而对于长沙天堂大康目前的运作情况，截至发稿，大康牧业尚未回复。

不过，也有不多的上市公司成功收购并购基金所投项目的案例。今年3月25日，泰格医药启动新一轮非公开发行股票，拟购买其并购基金所投的项目100%股权。若交易完成，将是国内上市公司通过体外产业并购基金实现体内成果转化的典型案例。

不透明的信披

虽然上市公司在年报里没有单独披露并购基金运作、收益情况，但是实际上已有上市公司从并购基金获得收益。

比如爱尔眼科、蓝色光标、掌趣科技等在2014年投资了北京华泰瑞联并购基金一期，目前已获得收益。

爱尔眼科董秘吴士君称，北京华泰瑞联并购基金中心(有限合伙)于2014年3月在北京设立，2014年4月正式开始运营。运营期间，该有限合伙企业已经投资和储备了较多优质项目，并取得了较好的阶段性回报。

“按照该有限合伙企业的收益分配原则，本有限合伙企业有可分配的现金收入时，应按照各合伙人的实缴出资比例分配给全体有限合伙人，直至等同于实缴出资额后，再行分配剩余投资收益。2015年三季度，该基金已有部分项目成功实现退出，向公司分回本金4000万元。”吴士君表示。

蓝色光标方面也表示，“我司目前参与投资的华泰瑞联，已经产生收益，也

已有现金分红。目前公司所投其他基金，也已产生收益，有较好投资回报。”

值得注意的是，监管层曾公开指出为防范“PE+上市公司”投资模式可能出现的市场操纵、内幕交易、利益输送等现象，证监会将加强监管力度。去年年中，中国上市公司协会党委书记、执行副会长姚峰表示，将适时制定出台《上市公司市值管理制度指引》。

去年9月，深交所中小板管理部便发布了《中小企业板信息披露业务备忘录12号：上市公司与专业投资机构合作投资》，对上市公司与专业投资机构共同设立并购基金或产业基金等事项规定了披露标准。

“虽然监管层做了备忘录，但是因为备忘录级别的规则层级比较低，社会知晓度不高，上市公司执行得也不严格。”深圳某券商一位投行负责人指出，另外，该备忘录规范得也不够全面。

另外，“PE+上市公司”模式里，如何对并购基金会计处理存在一些争议。比较典型的案例是楚天高速，其2014年年报显示，公司以有限合伙人身份入伙武汉天风睿信资本投资中心(有限合伙)，将认购并购基金1.5亿元作为“持有至到期投资”进行会计处理，原因是公司认为并购基金到期日是固定的，9%的收益率是可确定的，受到市场争议；2015年年报，楚天高速将该笔投资计入“可供出售金融资产”。

8、拟IPO须清理三类私募股东

有关拟IPO企业必须清理契约型私募、资管计划和信托计划的传言已经过去一周，市场仍处在焦虑之中，但是监管者还没有进行回应。

受到传言影响最大的是新三板市场，为了鼓励机构投资者参与市场，新三板此前对接受证监会监管的契约型私募和资管计划敞开大门。但IPO审核者素来不欢迎这几类股东，因此新三板的尝试为挂牌企业转板上市埋下了不确定因素。虽然我国多层次资本市场的框架已经初步搭建，但是层次之间的衔接机制尚待完善。

机构投资者贡献了新三板融资的绝大部分，许多挂牌企业股东中都有契约型私募基金和资管计划在列。目前已有不少机构已经停发这类产品，一些拟IPO的新三板挂牌企业对清理三类股东事宜则态度不一。

政策不明引发市场担忧

招商证券已经要求其辅导的一家企业清理三类股东，否则将不能通过券商内核。而另一家拟 IPO 企业新产业(830838.00)表示没有接到官方信息，仍然按照此前含资管计划的方案走程序。

新产业是本月最新一家 IPO 申请被证监会受理的挂牌企业。股东里面有两家资管，证监局那边没有反对意见，券商那边也没有特别说，只能按照合理正常的流程走。另一家已经在 IPO 排队序列中挂牌企业也表示没有接到官方消息，上市程序在正常进行。

目前已经接受上市辅导的新三板挂牌企业数量在 100 家左右，许多企业股东中都有契约型私募基金和资管计划。由于担忧可能无法通过 IPO 退出，多家私募机构的产品已经停发，等待政策进一步明朗。

中科沃土基金董事长朱为绎表示，“新三板上的契约型私募和资管计划都在基金业协会备案，得到证监会认可的。新三板二级市场的参与者主要是个人和资管计划，目前个人投资门槛没有放开，如果清理资管计划，新三板市场就废了，挂牌以后就融不到资了，企业上新三板就没有意义了。”

新三板上私募、资管、集合理财等产品数量已经达到 3975 种。据不完全统计，去年以来，机构投资者在新三板投入总资金已经达到 1080 亿元，成为新三板市场主要资金供应者。

目前，许多新三板上中小型投资机构都以契约型私募基金产品为主。由于不需要工商登记、投资人可以达到 200 人、资金规模没有限制、可以避税等优势，近年契约型私募基金与合伙制基金相比已经成为越来越流行的投资主体。

资管计划、信托计划、契约形基金都有很严格的存续时限，必须保证产品所持股份的流动性。一旦暂停交易进入 IPO 申请程序，时间不确定性大大增加，股份流动性没了，所以申报前需要转让。并且，拟上市挂牌企业前十大股东中私募、资管计划占比不高，即使要清理，也可以通过大股东回购，原则上不是不能解决的事。

多层次市场衔接需完善制度

去年 10 月在新三板市场流动性低迷时期，股转公司曾表示，基金子公司和证券公司资产管理计划、契约型私募基金都可以投资拟挂牌全国股转系统的公司股权。这些机构只要在基金业协会登记备案并接受证监会监管，“其所投资的拟挂牌公司股权在挂牌审查时可不进行股份还原，但须做好相关信息披露工作。”

不过，A 股 IPO 审查者一直都不欢迎资产管理计划、契约型私募基金等背后有结构化安排的股东。

拟 IPO 的企业很少有资管计划，因为容易突破 200 人限制，股权稳定性也受到影响。要 IPO 的话肯定要满足股权的稳定性，资管计划必须要穿透，用其他方式置换出来。

不过，根据 2013 年证监会《非上市公众公司监管指引第 4 号——股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》（54 号文），拟上市或拟挂牌公司以私募股权基金、资管计划以及其他金融计划进行持股的，如果该金融计划是依据相关法律法规设立并规范运作，且已经接受证券监督管理机构监管的，可不进行股份还原或转为直接持股。

去年 6 月，传化股份(002010.SZ)以 18 亿元净资产并购了 200 亿元标的资产，通过向包括凯石资管(一)等资管产品在内的多个股东发行股份和配套募资，避开了借壳认定。如果资管产品能够通过借壳方式成为上市公司股东，那么在 IPO 时也应该遵循一致性。

朱为绎认为，如果该传闻属实，对当前的新三板会有“灾难性”的打击。他表示，“新三板作为多层次资本市场的重要组成部分，在新三板市场尚未建设好之前，股转系统不可能阻止新三板公司申报 IPO 排队。如果传闻属实，就没有优质企业会来新三板挂牌，他们会直接 IPO。此外，现有挂牌新三板企业将无法融到所需资金，新三板机构投资者将清盘出局，新三板将沦为四板。”

不过，银河证券新三板团队负责人孙建波表示，“企业不应该总期待转板，只要在新三板上做活跃了不就能够退出了。”他表示，新三板分出创新层后，将会再分出交易更活跃的层次。

IPO 企业从未允许过资管产品做股东，如果对 IPO 审核对新三板企业的资

管计划股东网开一面有可能对拟上市的非新三板企业不公平。不过，他认为合格投资人和股东人数的监管要求不能推出契约型私募基金不能成为间接持股的结论，契约型私募不能是直接股东是既有事实，但能否间接持股还需要监管者明确。

9、资本纷纷流向文娱产业 互联网决定文娱发展的未来

一、文化娱乐市场在未来整体上呈增长态势

看过去几年文化娱乐的主要子集，游戏、影视、音乐、动漫以及衍生品，无论是在产业规模、用户规模抑或产业影响力方面，都是在持续繁荣的过程中，在产值上，保持了年均 50%以上的高速增长，投资者娱产业将有持续发展的动力。

在中国经济发展的大背景下，相对于其他产业的成熟甚至产能过剩，国家层面急需与之相对应的文化软实力，所以对文化产业利好的政策层出不穷，这对产业来说是难得的机遇期，也是中国经济发展的必经之路。

大家基本都已经接受了中国经济进入“新常态”的现实，而投资者看全球范围内历次经济低迷背景下，娱乐及服务消费反而愈发旺盛，1930 年代的美国经济大萧条直接促进了好莱坞电影业的繁荣。

前面有提到 2015 年倍受关注的游戏企业，相信大家已经猜到了，就是网易游戏。为什么网易能在 2015 年爆发，并对腾讯形成冲击之势？这是很多券商、投资人问投资者的问题。在移动游戏市场中，腾讯与网易是两个典型的代表，腾讯是典型的入口平台，靠超级 APP 为游戏导流，而网易是典型的内容平台，靠优质内容获取流量。

移动互联网爆发的初期，入口平台的价值最突出，所以腾讯能够轻取一半的市场份额；但是到了 2015 年，移动互联网人口红利基本消失的情况下，大家都要靠内容获取流量，所以投资者看到过去一年网易游戏依靠超级 IP 和优质内容形成摧枯拉朽之势，这是移动游戏发展到今天的必然，未来好产品会越来越珍贵，渠道对内容的渴求也会越来越凸显，像《梦幻》一样的强势分成比例今年还会有。

现在互联网、移动互联网高速增长期已经结束了，内容开始拉动产业增长，

互联网巨头必须开始布局内容产业，与此同时改造传统娱乐业，互联网力量会在文娱产业形成强大的推动力。

投资者看每次互联网泡沫破裂的原因都是因为资金链的问题，现在很多炙手可热的创业项目都是长期烧钱的，从去年下半年开始，投资人看这些项目已经非常谨慎了，但文化娱乐业与其他产业有很大不同，他可以依靠内容直接变现，所以很多文化娱乐企业可能市值不高，资金链大都比较健康，这一点在经济下行、资本寒冬的产业背景下尤其重要。

二、优质 IP 的争夺加剧，互联网成为 IP 创生主阵地

“IP”这个词在经过移动游戏的爆炒之后，短短两年内完成了一次全民科普，当下文娱产业言必及 IP，虽然有部分泡沫，但更多的是市场的刚需。未来市场将继续深化，企业对于优质 IP 的争夺更加迫切，而互联网将成为 IP 创生的主阵地。

高速增长的市场需要优质的内容支撑，这点投资者在前面有分析过，更重要的是，前两年的市场实践已经证明了 IP 的流量获取以及吸金能力，以前可能还有人觉得 IP 的价格被炒得过高有些离谱，但是现在基本听不到这样的声音了，或者说是一种无奈，这是一个踏踏实实的卖方市场，大家没的选。

此外，在现今文化娱乐大发展的时期，文化内容高度丰富，如何在海量的内容中脱颖而出，IP 是一个关键要素，同样玩法的移动游戏，IP 产品相对于非 IP 产品初期导流能力强 120%，这是整个产业无法不面对的现实，所以大家对于用户的争夺将更加依靠强势 IP。

在经过了过去两年大家的买买买之后，日本动漫、中国网文、韩国游戏基本已经被大家买光了，所以到了 2016 年，IP 市场的内容生产将大部分靠企业原创，腾讯、奥飞、网易、华谊等行业龙头已经在加紧布局了，而伴随国内二次元文化的发生发展并进如主流文化视野，互联网内容将强势输出，具体体现在自制剧（太子妃升职记）、网络大电影（煎饼侠）、互联网 IP 再造（勇者大冒险）、互联网造星运动（papi 酱）等各个方面，所以投资者才说：2016 是文化娱乐的互联网年。

三、网红本身就是优质 IP

最近这段时间相信大家都有被 papi 酱的各种新闻一遍又一遍的刷屏,有很多朋友来问投资者,1200 万的投资能赚回来么?在这里我只能说,投资者相信真格以及罗老师的眼光与运作能力。从现在的声势来看,是 papi 酱以一己之力造成了一次网红界的全民关注(连望京小腰的服务员都知道她拿 1200 万投资……)。其实投资者很早就提出过,网红本身就是优质 IP。

从用户的角度来讲,网红拥有忠诚的粉红群体与更强的号召力,与上面提到的对 IP 的认知是类似的,企业也需要网红们所带来的丰富流量与其形象内核,所以投资者看到阿里出来说要包装网红,视频直播平台也出来说要打造网红。

相对于很多高高在上的演艺明星来说,网红的性价比更高(虽然有 papi 酱, Miss 这样的个例,但是网红整体的性价比高很多),互联网为网红与粉红之前嫁接了一条流畅的沟通通路,使得网红更加的平易近人,借由互联网的通路,未来每个明星都将成为网红,伴随着互联网内容创作的兴盛,使得创造、包装网红成为了可能,一场互联网造星运动已经到来。

投资者对网红大体分为内容型和人格型两个类别,前者靠优质垂直的内容获取用户,后者靠个人魅力与颜值取胜,目前脱颖而出的更多的是前者,吸金能力更强的是后者。

四、二次元将逐步进入主流文化范畴

说过去一年文化娱乐产业最热的关键词非二次元莫属了,这部分群体拥有相当高的忠诚度与狂热的付费冲动,所以基本成为兵家必争之地,大家都要来分一杯羹。

在二次元消费群体中,95 后无疑占据主体,这部分用户的特点是:他们是互联网的原住民,对互联网文化有较高的认同;有非常强烈的个人意识,并有主动传播二次元文化的热情。伴随着他们逐步成为中国社会的中坚力量,二次元将逐步进入主流文化范畴。

2016 年行业对于二次元方向上的投入将会迎来爆炸。在 2016 年的互联网内容创作大潮中,二次元文化将影响互联网内容创作的方向,互联网文化内容的语言范式将更加 90 后、更加二次元化

五、互联网自制影视将在 2016 迎来井喷

在 2015 年，全球范围内互联网媒体的受众规模刚刚超过了电视，成为第一大大众媒体，而在中国，电视的开机率、收视率连年处于下滑态势，而中国互联网的普及率也已经过半，达到 50.3%，用户在电视端没有满足的需求将更多的由互联网承接，互联网自制影视将在 2016 迎来井喷，这也成为文化娱乐互联网年的重要注脚。

中国电视的上一个黄金十年来自于电视剧的繁荣，在这一期间投资者看到众多优质的剧集，而最近 5 年中国电视主题无疑属于综艺，真人秀、歌唱选秀、脱口秀等等节目层出不穷，一时间国内的电视台荧屏呈现一片繁荣之势，这样的态势至 2016 年将是一个分水岭。

一方面的电视的综艺节目过多，且大部分靠版权采购鲜有原创，对观众形成了审美疲劳同时，已无创新的后劲；另一方面，互联网在进一步的争夺用户的时间，尤其一些创新应用的兴起对电视业产生的重大的冲击，诸如视频、自媒体、直播的兴起，不只在争夺用户，更重要的抢夺了大量的上游内容资源（近期湖南卫视几位一哥一姐的动作可以作为部分证明）。

此外，互联网自制影视是一个典型的渠道倒逼型产品，在互联网取代电视媒体的大众影响力之后，用户的内容需求需要自制影视来承接，自制影视天然的拥有受众的需求的反馈与流量的输入的通道，所以在创作上更加符合互联网人群的需求，贴近网民的生活与语言范式，因而会得到更多的关注，自制影视的井喷将在 2016 年对传统电视媒体形成强有力的冲击。

随着国内版权环境的日益改善，投资者判断今年互联网内容付费将呈规模性增长的态势，这在部分视频平台所公布的数据中可以窥见一二，尤其在优质内容在被创造出来的背景下，互联网可以短期内形成话题效应并引导付费（想想你身边有多少人因为仲基欧巴买了爱奇艺的会员），短期内，国内各大视频网站的主要竞争点将基于自制内容的创作以及付费会员的获取。

六、文化娱乐的航母型公司开始显现雏形

随着阿里、腾讯、万达等大财团对这个产业的看好与持续性投入，文化娱乐的航母型公司开始显现雏形，他们在快速的拉高整个行业的进入门槛，未来留给小团队的生存空间将更加有限（以纳入巨头体系华丽退出为目标的另说），

而随着互联网力量的强势进入，2016 年是企业间竞争的关键节点，这将是一个不可多得的黄金期，游戏、文学、动漫、音乐、自制剧、综艺等主要节点都将是竞争的主战场。

10、3. 21-3. 27 一周并购事件

图表 6 4.18-4.24 一周并购事件

标的方	买方	交易金额	所属行业	宣布时间
兄弟维生素	兄弟科技	16000.00 万元	化学药品原药制造	2016-04-21
星光正工	N/A	35500.00 万元	纺织专用设备制造	2016-04-20
星光玉龙机械	N/A	19215.69 万元	机械化农业	2016-04-20
星光玉龙机械	星光农机	20000.00 万元	机械化农业	2016-04-20
春瑞医药	三圣特材	74800.00 万元	化学药品原药制造	2016-04-20

数据来源：投资中国、中商产业研究院

11、国内一周风投事件统计

医疗健康 10 起

医美 O2O 平台“悦美” 2015 年 12 月 完成 B 轮融资 1.1 亿元，由赛富资本领投，A 轮投资方策源创投跟投。

专注于家庭健康管理的移动医疗公司“安好时代”已经于 2016 年初获得由蔡文胜的隆领投资领投、吴炯的风和投资和厦门坚果资本跟投的数千万人民币 A 轮融资。

手术 O2O 平台“名医主刀网”宣布完成 1.5 亿元 B 轮融资，本轮融资由约印创投领投，汉富控股、复星医药、高榕资本和真格基金等机构跟投。

跨界移动互联网、环境科学和健康管理的创业企业“720 科技”获得诚成资本 2000 万 A 轮融资，目前正在启动下一轮融资。

全产业链细胞治疗中心“上海细胞治疗集团”宣布已于近日完成 B 轮 1.85 亿元融资，君联资本领投，姚记扑克跟投。

医疗器械连锁企业康复之家宣布旗下全资子公司“德开大药房”获得 B 轮 1.7 亿元人民币投资，估值 10 亿元。

“会诊帮”已于去年 12 月获得 400 万天使融资，投资方为易一天使、老鹰基金。

中医医生的移动诊所“快问中医”获至信集团旗下的至信药业 pre-A 轮融资，具体金额未透露。

基于精准医疗的跨境医疗服务平台“翳安健康”已于 4 月完成由西部资本领投的 1700 万元天使融资。

“解码 DNA”已于 2016 年 3 月初完成数千万人民币 A 轮融资，由海汇创投领投，平安创投跟投。

企业服务 8 起

量化交易智能云平台“i 量化”宣布获得数百万天使轮融资，投资方为深圳大美金杉基金管理有限公司。

工程机械行业综合服务平台“铁甲二手机”于近日已完成 2 亿元 C 轮融资，由元生资本领投，其 A 轮投资方启明创投和 B 轮投资方 DCM 也全部参与此轮跟投，另外，光源资本在本轮融资中担任独家财务顾问。

O2O 创业法律服务商“小微律政”宣布获得 500 万美元 A 轮融资，复星昆仲领投，蓝驰创投和 58 高管个人跟投。

销售管理服务商“销售易”宣布获得 1 亿元人民币 C+轮融资，本轮融资由经纬中国领投，真格基金跟投，融资资金将用来扩充产品和技术团队，加快研发创新的速度，同时，加强市场、销售团队的建设，增加市场投入。

企业法务 SaaS 平台“彩虹律师网”近日获得薛蛮子上海基金合伙人崔栋先生主投的百万级种子轮融资。

“聘宝”日前宣布已于 2015 年 11 月完成洪泰基金投资的近 1 千万元 Pre-A 轮融资，现在正式进军北京招聘市场。

“神策数据”正式宣布完成 400 万美元的 A 轮融资，本轮融资由红杉中国

领投，天使轮投资方明势资本、线性资本和著名天使投资人薛蛮子继续跟投。

“清博大数据”日前宣布获得 2100 万元 Pre-A 轮投资，估值 2.1 亿元，由飞图创投领投。

电子商务 4 起

主打高端玫瑰花市场起家的“roseonly 诺誓”已在去年底完成了 1.9 亿元人民币的 C 轮融资，资方包括元生资本、盛世投资和君创资本。

个性化定制平台“ZOMAKE”已完成来自 Infinity Ventures Partners 的百万美金级天使轮融资。资金将主要用于团队扩充、市场推广和产品迭代等方面。

跨境电商“西柚买手”在 2015 年 10 月已获星河互联近千万天使融资。

“尿布师”已在近期获得了海通证券和能图资本领投和多家基金共同参与的 5500 万人民币 A 轮融资，也完成了对香港母婴连锁经营品牌 KISSBABY 的收购。

内容产业 4 起

百度今日宣布旗下百度视频业务正式独立运营，新公司已经完成金额近 10 亿元的对外融资，原百度视频事业部总经理胡浩出任该公司 CEO，影视传媒企业新文化(300336.SZ)及赛富基金等成为百度视频此次引入的新股东，其中新文化为领投方。

二次元同人小说阅读 APP“白熊阅读”宣布完成 900 万 Pre-A 轮融资。本轮融资由美盛文化领投，创业接力基金跟投。

“麦格尼菲传媒”宣布近日获 Pre-A 轮千万级人民币融资，投资方为安芙兰资本。

家庭理财资讯产品“珠玑信息”完成种子轮 2200 万元融资，本轮的投资方包括峰瑞资本、经纬中国，以及一家大型金融机构、一位美国上市金融机构总裁。

互联网金融 3 起

互联网综合理财平台“银匣子”宣布获得某上市公司董事长的 500 万天使投资。

互联网金融和理财服务网站“火球理财”宣布获得 B 轮 1.2 亿元人民币融资，投资方是凤凰财富。凤凰财富曾参与多家互联网金融公司的投资，包括蚂蚁金服及微众银行。

综合性金融科技服务提供商“九慧金服”宣布获得 2000 万元 A 轮投资，投资方为由险峰长青、玖创资本和唯猎资本。

生活消费 3 起

校园生活服务平台“宅米”今日宣布完成千万美元的 B+ 轮融资，由朗盛投资和知名民族品牌领投，之前几轮的老股东跟投。

“704 校花”已经获得由金源集团旗下红邑资本领投的人民币 2000 万 Pre-A 轮融资。

O2O 物流服务提供商“美食送”宣布完成 1000 万美元 C 轮融资，由锆明投资领投的，软银中国资本(SBCVC)跟投。本轮融资融资将有助于美食送继续巩固 O2O 解决方案提供商的地位。

旅游户外 3 起

共享经济民宿平台“沙发旅行”对外披露了 1200 万 Pre-A 轮融资，由众海投资领投，原有天使投资人九合创投跟投，创始人黄小亮向 36Kr 确认，这笔投资已在 2016 年 1 月完成。

境外航空出行“爱拼机”宣布完成数千万元 A 轮融资，由耀途资本领投，观由国际资本、APC 基金、德商资本、光合创投跟投。

“飞出国”早在今年 1 月初获得深圳一家 PE 基金的 500 万人民币天使轮融资。投资人郭强表示，目前“飞出国”A 轮正在洽谈中，希望在今年 6 月能成功拿到融资。

汽车 2 起

“微车”宣布完成 B 轮 1,5207,7160 元融资，估值超 7 亿元，领投方为国富绿景创投(GRC SinoGreen，以下简称 GRC)，跟投方为德同资本、TPTF、银江资本、海尔、清科等 6 家机构。

“嗨修养车”平台宣布今年年初完成了新一轮数千万元融资，上市公司张江高科(600598)领投，华威 CID 跟投。

营销广告 2 起

基于移动互联网的户外广告的移动劳务众包平台“闲侠”已于去年年中完成数百万元天使轮融资，投资方为某天使投资人。

和创科技 4 月 18 日获得 1768 万元战略投资，投资方为东方富海、扬州创投和千合投资和渤海产业投资。

社交 1 起

专注 cosplay 的社区平台“XCOS”得千万级人民币 Pre-A 轮融资，投资方旷智投资。

教育 1 起

解决信息教师资源不对称问题的在线教育平台“备考族”已在 2015 年 12 月获得数百万元 Pre-A 轮融资，投资方不详。

硬件 1 起

“哈密瓜科技”已完成数千万人民币天使轮融资，由雅瑞资本、京东金融、鼎翔资本等合投。

四、产业市场

1、稀土企业生产规模将新设最低门槛

4月21日，工业和信息化部就《稀土行业规范条件（2016年本）》和《稀土行业规范条件公告管理办法》公开征求意见。

《稀土行业规范条件（2016年本）》提出，矿山企业应严格按照批准的开发利用方案和开采计划进行开采，严禁无证、越界开采和超总量控制指标开采，严禁选用破坏环境、浪费资源的采选矿工艺。

生产规模方面，混合型稀土矿山企业生产规模应不低于20000吨/年（以氧化物计，下同）；氟碳铈铀矿山企业生产规模应不低于5000吨/年；离子型稀土矿山企业生产规模应不低于500吨/年。禁止开采单一独居石矿。使用混合型稀土矿的独立冶炼分离企业生产规模应不低于8000吨/年；使用氟碳铈铀矿的独立冶炼分离企业生产规模应不低于5000吨/年；使用离子型稀土矿的独立冶炼分离企业生产规模应不低于3000吨/年。以上各类固定资产投资项目最低资本金比例不得低于20%。

工艺及装备方面，稀土矿山开发、冶炼分离企业应选用低污染、低排放、低能耗、经济高效的清洁生产工艺，推广使用《国家重点行业清洁生产技术指导目录》的成熟技术。混合型稀土矿、氟碳铈铀矿开发应建有完备的三废处理设施，专门的废石场和尾矿库。离子型稀土矿开发应采用原地浸矿等适合资源和环境保护要求的生产工艺，禁止采用堆浸、池浸等国家禁止使用的落后生产工艺。稀土冶炼分离项目应采取清洁高效萃取分离工艺，不得采用国家禁止使用的落后生产工艺。

资源利用方面，混合型稀土矿、氟碳铈铀矿采矿损失率和贫化率不得超过10%，一般矿石的选矿回收率应达到75%以上，低品位、难选冶稀土矿石选矿回收率应达到65%以上，生产用水循环利用率应达到85%以上。离子型稀土矿采选综合回收率应达到75%以上，生产用水循环利用率应达到90%以上。处理混合型稀土矿和氟碳铈铀矿的冶炼分离项目，从稀土精矿到混合稀土，稀土总收率应大于92%，从混合稀土到单一或富集稀土化合物，稀土总收率应大于96%；处理离子型稀土矿的冶炼分离项目，从混合稀土到单一或富集稀土化合物，稀土总收率应大于94%。

2、一季度金银珠宝类累计零售额同比下降 22%

根据中华全国商业信息中心的最新监测数据显示,2016 年第一季度,全国百家重点大型零售企业商品零售额同比下降 4.8%,增速低于上年同期 4.8 个百分点。除了粮油、食品类有微弱增长外,其他品类仍呈同比下滑态势,其中金银珠宝类零售额累计同比下降 22%,降幅相比上年同期扩大了 14.1 个百分点,成为下滑最为严重的品类。

在过去的几年中,零售业的整体状况都不太好。公开数据显示,2011 年-2014 年,全国百家重点大型零售企业零售额增速分别为 22.6%、10.8%、8.9% 和 0.4%,呈现出持续下降的趋势。去年不仅增速连续第四年下滑,而且零售额首次出现了负增长。2015 年全年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降 0.1%,增速相比上年回落了 0.5 个百分点。

据中华全国商业信息中心公布的一季度主要品类商品销售情况显示,仅有粮油、食品零售额累计同比增长了 0.4%,不过增速较上年同期回落了 6.4 个百分点;化妆品和日用品的零售额分别累计同比下降 0.5%和 1.3%,增速相比上年同期则分别回落了 3.7 个百分点和 1.6 个百分点;家用电器虽然零售额累计同比下降 3.6%,但降幅相比上年同期收窄了 2.4 个百分点。而降幅最大的是金银珠宝类,零售额累计同比下降 22.0%,降幅相比上年同期扩大了 14.1 个百分点,其次是服装类,零售额累计同比下降 5.1%,增速较上年同期回落了 9 个百分点。

事实上,以往金银珠宝是拉动整体零售额增长的“主力”之一。公开数据显示,金银珠宝品类在 2011-2013 年百家大型零售企业销售额增长率分别为 60.5%、13.1%和 20.3%,但自 2014 年开始形势急转直下,2014 年、2015 年分别出现 3.9%和 7.9%的跌幅。

金银珠宝品类的景气度不够,也体现在了行业内上市公司公布的业绩上。周大福近期公布的今年 1-3 月的第四财季报告就显示,尽管现货金今年一度突破 1270 美元水平,仍无助刺激黄金零售销售,旗下店铺零售值及同店销售均跌 26%。其中,中国内地的销售情况明显恶化,同店销售跌幅扩大至 25%,而港澳地区更是出现 2014 年第三季以来的最大跌幅,同店销售同比下滑 27%。周生生去年业绩虽然有所回暖,但营业额仍有 1%的下滑。

在传统零售环境不景气的情况下,金银珠宝类市场将进一步萎靡,未来传统零售行业的日子依旧艰难。商务部电子商务专家咨询委员会专家委员赵萍表

示，在外部经济环境没有明显转变的背景下，电商平台依靠 O2O 模式与部分有竞争力的传统零售商战略合作，让大多数零售企业感受到了更大压力。

3、商业车险费率改革将在全国铺开

我国车险费率市场化改革始于 2015 年，为避免减少激进式改革所带来的市场冲击，率先选择了监管基础好、市场有代表性的地区开展试点，分步骤、渐进式进行改革。2015 年 6 月 1 日，黑龙江等 6 个省市启动试点；2016 年 1 月 1 日，试点推广到天津等 12 个省市。

按照改革方案，商业车险保费=基准保费×费率调整系数。也就是说，费率调整系数是影响商业车险保费高低的最关键因素，该系数下主要包括无赔款优待及上年赔款记录（NCD）系数、交通违法系数、自主核保系数和自主渠道系数等 4 个细分系数。

站在消费者的角度而言，NCD 系数是决定他们车险续期保费上浮或下滑幅度的关键因子。对比改革前后 NCD 系数后发现，改革后，驾驶行为良好、以往赔款次数少或零赔款的车主，可以享受到更大幅度的保费折扣优惠；而赔款次数超过 1 次以上，保费上浮的幅度就会大于以往。

此举改革，意在通过将过往赔付记录与续期保费折扣相挂钩，并细化“奖优罚劣”等级划分，来遏制出险率、降低理赔成本，同时激励车主主动控制风险、提高社会安全驾驶水平。

北京深圳厦门三地微调

值得注意的是，在全国推广版方案中，北京、深圳和厦门三地的方案与总体方案略有差异。这主要源于上述三个地区早期就开始了商业车险改革的探索，因此基准费率方案在整体框架与全国一致的基础上，对“NCD 系数”和“自主系数”进行了微调。

微调之处体现在北京、厦门的 NCD 系数在全国基础上向两端延伸与细化。即对低风险客户而言，全国推广版方案中最优惠的一档是“连续 3 年没有发生赔款”，相对应的优惠系数是 0.6，但在北京和厦门的方案中还增加了连续 4 年、5 年没有发生赔款，相对应的优惠系数分别是 0.5、0.4；反之，对高风险客户而言，在全国版“上年发生 5 次及以上赔款”的下限基础上，又增加了上年发

生6次、7次、8次、9次、10次和10次以上赔款的档级，相对应的惩罚系数分别为2.15、2.3、2.45、2.6、2.75和3倍。

而深圳地区车险费率改革方案所调整的主要内容，一是放宽自主核保系数和自主渠道系数的浮动范围，两个浮动范围均由0.85-1.15放宽到0.75-1.25；二是继续保留沿用深圳地区原有的交通违法系数。

一方面，改革使消费者普遍获益、投保积极，大多数消费者支付的商业车险保费同比有明显下降，试点地区车险保费增速在改革后呈逐月上升趋势。截至2015年底，首批6个试点地区商业车险单均保费为3439元，平均为每位车险消费者节省7.70%的保费支出；车险续保业务中，约77%的消费者保费同比下降，只有约23%的消费者保费同比上升。

4、互联网+流通计划助力实体商业转型 瞄准农村电商

国务院办公厅日前发布关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见，共计十二点。这十二点意见包括：加快推动流通转型升级、积极推进流通创新发展、加强智慧流通基础设施建设、鼓励拓展智能消费新领域、大力发展绿色流通和消费、深入推进农村电子商务、积极促进电子商务进社区、加快完善流通保障制度、发挥财政资金引导带动作用、增强流通领域公共服务支撑能力、健全流通法规标准体系、和营造诚信经营公平竞争环境等。

“互联网+”是大众创业、万众创新的重要牵引力。而此次意见也是紧紧围绕促进创业就业，增强经济发展新动能展开。意见提出，鼓励发展分享经济新模式，密切跟踪借鉴国外分享经济发展新特点新趋势，结合部门和地方实际创新政府管理和服务，激发市场主体创业创新活力，鼓励包容企业利用互联网平台优化社会闲置资源配置，拓展产品和服务消费新空间新领域，扩大社会灵活就业。

将互联网引入流通领域可以解决传统贸易，尤其是物流领域中信息不对称问题，从而缓解流通业高成本、低效率的现状。同时，“互联网+流通”不仅给商品流、服务流、信息流带来变化，还会让金融、云、大数据、移动互联网应用得到充分发展。

作为行动计划中最重要的组成部分之一，此次意见再度就深入推进农村电子商务进行了部署。意见指出，坚持市场运作，充分发挥各类市场主体参与农

村电子商务发展的动力和创造力。鼓励电子商务企业拓展农村消费市场，针对农村消费习惯、消费能力、消费需求特点，从供给端提高商品和服务的结构化匹配能力，带动工业品下乡，方便农民消费。鼓励邮政企业等各类市场主体整合农村物流资源，建设改造农村物流公共服务中心和村级网点，切实解决好农产品(12.31, 0.13, 1.07%)进城“最初一公里”和工业品下乡“最后一公里”问题等。

中投证券的一份报告指出，基于“重生产、轻流通”的理念，我国流通体系建设相对落后，物流成本巨大，抑制了经济增长的内在活力。农民居住的分散性及农村流通网络设施的薄弱，导致农户需求不能得到有效满足，农产品流通经常出现低效与无序状态。此次意见要求地方政府也要承担推进农村电子商务的工作。

5、上市服装企业超半数业绩下滑转型艰难

2015 年年报披露渐入尾声，各行业的景气状况已冷暖分明。作为传统制造业的大户，上市服装企业的困境也浮出水面。

目前沪深两市共有 20 家服装企业发布了 2015 年财务数据，其中净利润下滑的占 12 家，占比六成。包括朗姿股份(75.46, 0.00, 0.00%)、美邦服饰(4.51, 0.01, 0.22%)在内的 6 家公司营业收入和净利润出现“双降”。

在国内外市场低迷及消费升级的压力下，大部分服装企业早已开始谋划转型。据证券时报不完全统计，目前有超过 80%的上市服装公司进行了线上线下双布局。也有不少公司“纷纷出海”，加大海外并购。不过，据年报来看，转型的效果暂时还难以体现在业绩中，华丽转身者寥寥。

六成服装公司业绩下滑

目前已披露 2015 年财务数据的 20 家上市服装公司中，12 家净利润下滑。美邦服饰和嘉麟杰(5.37, 0.10, 1.90%)亏损额均过亿元，朗姿股份、摩登大道、金发拉比(52.44, 0.00, 0.00%)、星期六(13.89, 0.00, 0.00%)、乔治白(15.82, -0.03, -0.19%)、报喜鸟(5.20, 0.01, 0.19%)、探路者(16.89, 0.14, 0.84%)、七匹狼(9.84, 0.10, 1.03%)、际华集团(8.37, -0.08, -0.95%)、嘉欣丝绸(7.33, 0.06, 0.83%)等公司的业绩也出现不同程度的下滑。

昔日的“国内服饰第一品牌”美邦服饰迎来上市7年以来的首次亏损。美邦服饰2015年业绩快报显示，公司2015年实现营业收入62.85亿元，同比下降5%；归属于上市公司股东的净利润为-4.31亿元，同比下降396%。

近年来，为了应对海外快时尚品牌强势布局及电商的影响，美邦服饰转型动作频频。如豪掷千金冠名人气综艺节目《奇葩说》，强势推出“有范”APP。去年7月，美邦服饰公布定增募资预案，拟募资90亿元，其中60亿元用于O2O全渠道平台构建。4个月后，美邦服饰定增募资金额减少至42亿元，其中15.91亿元用于O2O全渠道项目。但这一系列布局至今没有为美邦服饰带实在的销量增长。

同样面临窘境的还有嘉麟杰。公司2015年净利润为-1.01亿元，同比下降465%。除了市场低迷，公司销售订单下滑，嘉麟杰亏损的原因还包括报告期公司新建生产基地前期投入较大，在正式投产前，规模效应尚无法体现。

另外，探路者净利润也出现了上市以来的首次负增长。公司2015年净利润2.65亿元，同比下降10.03%。公司称主要是市场竞争压力的进一步加大，户外用品板块毛利较上年同期有所下降导致。而探路者也在转型途中不断“探路”，2015年公司构建户外用品、旅行服务和大体育三大板块协同发展的探路者生态圈，全国1700家店铺将逐步向“户外+旅行”的形态转变。

扮靓业绩不靠主业

当然，也有上市服装企业的业绩翻番。不过证券时报发现，这些亮丽的成绩背后，并非来自主业的创收。

扭亏为盈的希努尔(15.14, 0.00, 0.00%)2015年营业收入10.13亿元，其中1.08亿元的收入来自变卖北京的商铺。净利润同比增长111.17%的步森股份(43.64, 0.00, 0.00%)，在去年底五折甩卖了全资子公司，带来高达4538.37万元的收益。

而另一方面，为了寻找业绩新增长点，越来越多的上市服装企业开始多元化经营。汇洁股份(31.92, 0.53, 1.69%)4月12日接受机构调研时透露，未来公司业务发展会考虑与内衣有关的新业务，公司2016年正准备推出新的化妆品业务。

据深交所互动易最新披露，家纺上市企业多喜爱(38.96, 0.37, 0.96%)在4月6日接受机构调研时表示，对于互联网垂直电商业务领域已经做了两方面布局：一是，公司HBDIY互联网平台计划；二是，“知名IP衍生品”运营服务商计划。

加码电商和海外并购

对于一心想要去产能、去库存的上市服装公司来说，电商成为了一条必经之路。包括森马服饰(10.37, -0.05, -0.48%)、步森股份、金发拉比在内的超过80%的上市服装企业都同时进行线上线下布局。

但电商带来的业绩变化似乎并不算明显。以休闲品牌森马服饰为例，公司2015年营业收入94.5亿元，同比增长16.1%；净利润13.5亿元，同比增长23.5%。尽管电商业务也持续高增长，但该公司童装品牌巴拉巴拉的营收占据集团营收的40%，销售额达到30多亿元，成为改善公司业绩的主力军。

但这并不影响更多公司涉足电商业务。3月30日，嘉欣丝绸在2015年度业绩说明会上表示，后期公司将探索开展跨境电商业务的可能性，通过跨境电商等途径将公司品牌在国际上销售。

此外，为了谋变，上市服装企业正在加速海外并购的步伐。山东如意集团(61.05, -0.49, -0.80%)近日13亿欧元收购法国时尚集团SMCP控股权，集团将继续扩张欧洲、北美、中东市场，尤其是亚洲地区。在此之前，摩登大道、朗姿股份、森马服饰、歌力思(43.960, 0.00, 0.00%)等公司已经布局海外市场。

6、在线票务3年翻10倍 电影借力互联网热钱仍需冷静

3年前，中国电影产业线上票务市场规模还不足30亿元，不到3年时间，这个数字翻了超过10倍。如今互联网巨头更是纷纷入局影视产业，电影产业在互联网风口的影响下，未来如何进一步借力发展？

在昨日(4月20日)举行的第六届北京国际电影节“互联网影响下的中国电影新机遇”论坛上，业界大佬纷纷发表了自己的看法。清华大学新闻与传播学院常务副院长尹鸿，对包括《每日经济新闻》在内的媒体表示，互联网为电影产业带来了资源及资金的好处，但是对于电影产业来讲，在热钱面前，也需要考虑如何长足发展的问题。

在线票务 3 年翻 10 倍

2013 年，中国电影总票房只有 180 亿元，而线上化渗透率仅为 15%，市场规模还不到 30 亿元；易观智库数据显示，2015 年第四季度，中国电影在线票务（包括传统线上团购和在线选座）市场份额已经接近了 80%，去年全年在线票务市场总额超过 317 亿元，仅仅 3 年时间，该市场增长了超过 10 倍。

在尹鸿看来，总票房及在线票务市场如此大的增速，互联网的介入功不可没。“互联网舍得砸钱，为了平台发展，各大企业都往里投钱补贴观众，这也是近两年来中国的观众规模及中国人均观影人次大幅度增加的重要原因。所以，我们还是希望有更多的资本能看到电影的好处，多投一点钱，可以为国内市场多培养一些电影观众。”

高票房、高线上化率是中国电影与互联网深度融合的缩影，除了在线票务之外，近一两年互联网已介入到电影产业的各个方面，包括投资和宣发等。

据百度糯米影业总经理徐勇明介绍，公司从 2015 年成立至今，投宣发合作影片已经超过 80 部，未来会与越来越多的影片进行深度合作，包括孵化电影 IP、为影片及影院提供金融资助、打造粉丝平台等多方面。

易观国际分析师黄国锋表示，电影在线票务行业目前已经基本告别过去让利补贴用户，凭借覆盖影院数和用户数去抢占市场的生态。“随着一、二线城市电影票务市场线上化率逐渐放缓，未来越来越多的平台将转而向全产业链及差异化方向发展，一方面是逐渐涉及到 IP 开发、出品、发行、营销、票务和衍生品等业务，形成全产业链覆盖；另一方面是拥抱影院、共建生态”。

“电影在热钱面前应保持冷静”

在互联网与电影产业融合加深的同时，携裹着大量资金的互联网巨头们也纷纷入局电影市场。尹鸿认为，对于电影产业来说，互联网的加入优缺兼具，互联网在带给电影市场更大用户规模、更多 IP 资源及更多资金的同时，也在影响着电影的内容创造。“电影产业需要在热钱面前保持冷静。”他说。

对于传统影人而言，互联网资本的介入也一度让他们不安。大盛国际传媒总裁安晓芬在论坛现场表示，互联网刚开始带着庞大的资金进入电影产业的时

候，作为传统电影人，对互联网的感觉是既“陌生又害怕”；如今随着两者的融合，互联网给电影公司搭建了更大的平台，也带给电影产业一个良性循环。

此外，在昨日的论坛上，电影产业人才缺口又一次成为众多电影人热议的话题。百度副总裁曾良认为，随着互联网公司进入促进整体市场的繁荣，电影产业人才的缺口将被补上；但是亦有参与论坛的影人表示，在互联网热钱面前，电影产业需摒除浮躁氛围才有利于电影产业人才体系的培养。

在尹鸿看来，国内目前电影工业人才的培养体系很不完善，其中一个很重要的原因就是很多资本进来只想挣热钱，这就很难为国内电影产业长久的持续发展奠定一个良好的基础。“我觉得这对于互联网深度融合下的中国电影来讲，未来必须要解决这个问题，我们要依靠互联网的过滤和放大作用，建立电影行业的规则和格局，否则中国的电影永远会被资本和技术追得手足无措。”

大地影院集团总经理于欣同样认为，互联网为电影产业的发展提供了很多便利，但是对于电影市场的长久发展来说，电影公司在热钱面前需要冷静。“互联网是基于电影的一个工具，让好的作品有更多更有利的条件来制作和发行。我觉得在互联网大环境下，在资本涌动的环境下，保持匠人的心冷静地做一个作品的行为，让我非常敬佩和感动，这对于电影产业能持续发展也非常重要。”

7、邮轮旅游市场“西风东渐” 中国成兵家必争之地

随着亚洲新富阶层的迅速崛起，邮轮度假正成为当下最流行的旅游方式之一。根据国际邮轮协会（CLIA）的数据显示，预计 2020 年全球邮轮旅客数目将达到 3000 万人，其中亚洲邮轮市场的年增长率平均达 8%至 9%，高于全球平均增长率 7%，邮轮市场的重心正逐渐由欧美转移至亚洲地区。

“去年我们的海洋航行者号在香港的首个母港季度成绩突出，市场反响热烈，刷新了 5000 万美元的收入纪录。”全球最大的邮轮公司皇家加勒比国际邮轮北亚太及中国区总裁刘淄楠在 4 月 19 日的记者会表示。

同时，他透露，公司每年在亚洲地区的载客量增长高达 53%，高于业界整体 47%的增幅，并预计今年的增长有望达到 64%的历史新高。

为此，该公司计划再接再厉，决定将海洋航行者号的母港季度由 3 个月延长至 4 个多月，并同时安排旗下全新的旗舰邮轮海洋赞礼号于今年 11 月进驻香

港，这是公司首次派遣两艘邮轮同时驻港。

“我们对香港这个新兴市场充满信心，这次的双邮轮母港策略，使从香港出发的航班由 20 次增加至 30 次，一共可以接待超过 10 万名游客，载客量比去年大幅增长 65%，由香港出发的航线将达到 30 条，覆盖内地、日本、台湾及越南 12 个目的地。”他说道。

香港发力吸引邮轮高端海外游客

尽管访港内地游客同比大幅减少，海外游客增长却十分强劲。去年底香港政府公布数据显示，去年 11 月，整体访港旅客数字同比下跌 10.4%，其中内地旅客减少 15.4%，但非内地访港旅客则连续第二个月上升，升幅达 7.6%。香港旅发局表示，今年将主要吸引一些高增值过夜旅客到港消费，其中邮轮及会展客是重点市场。

启德邮轮码头前年六月启用以来，访港邮轮旅客持续上升，去年经邮轮码头出入境共 26 万人次，有 56 艘次停泊启德邮轮码头，两者均是前年一倍，预计今年停泊次数有 90 次。

香港商务及经济发展局局长苏锦梁 3 月底在出席公开活动时表示，启德邮轮码头自 2014 年 6 月启用以来，邮轮泊岸次数不断增加，去年经邮轮码头出入境共 26 万人次，有 56 艘次停泊启德邮轮，预计今年将达到 90 次，明年则升至 162 次。

苏锦梁指出，三艘皇后邮轮近期访港为香港带来 1.7 万名高消费旅客，特区政府未来将加强与启德邮轮码头营运商及邮轮公司合作，安排更多邮轮以香港为母港，推动“飞航邮轮 (fly cruise)”（即旅客以飞机抵港或离港，旅客留港日子较长），从而希望带动本地酒店及零售旅游业。

同时，为了改善加强启德的交通配套，启德跑道末端、由前消防局设施改建而成的码头今日启用，未来可以提供来往观塘至启德的街渡渡轮服务。

皇家加勒比香港有限公司销售及市场总监杨博雄表示：“目前我们的定位主要以中产家庭客户为主，以海洋航行者号为例，约有一半的客人来自香港本地。香港本地居民每年外游的人数达到 800 万，而选择邮轮度假的只有 12-13 万人，市场潜力十分巨大。”

此外，刘淄楠指出，虽然内地多个城市都在纷纷兴建邮轮码头，但香港的优势十分突出，“基础设施在整个亚太区首屈一指，并拥有完善的高铁、陆路、航班网络连接内地各大城市以及全球主要城市。”

邮轮巨头加码布局内地市场

一直以来，邮轮度假是欧美商务以及退休人士的旅游首选，高昂的价格一度让其在普罗大众眼中可望不可即。然而，随着国际多家大型邮轮公司纷纷进入亚洲市场，定价亦变得更平民化。

为了拓展客源，尤其是招徕一些从未参加过邮轮旅游的年轻客户，皇家加勒比宣布今年将首次推出邮轮体验之旅，三日两夜的航程中间不停留任何目的地，最低收费仅为每位 3360 港元。根据公司网站显示，大部分五六日的行程价格约为六七千港元不等。

刘淄楠表示，皇家加勒比邮轮旗下量子系列的第三艘邮轮“海洋赞礼号”是专为中国市场“度身定制”，今年 4 月刚在德国迈尔造船厂下水，造价高达 10 亿美元，并邀请范冰冰担任“赞礼女神”，这是邮轮史上首次委任华人女性。

同时，为了迎合年轻客户群的需求，“海洋赞礼号”上不仅有甲板冲浪和甲板跳伞，还带来了 360 度摇臂支撑的北极星，在距海平面 300 英尺的高空，让游客将船、大海和目的地尽收眼底。

据悉，“海洋赞礼号”将于 5 月从英国南安普敦出发 6 月抵达天津，并开设母港运营航线运营至 11 月。至此，皇家加勒比在中国市场将同时运营 5 艘豪华邮轮，旗下船队将覆盖上海、天津、香港和厦门四大母港，实现南北全面布局。

公开数据显示，2009 至 2013 年期间，皇家加勒比在中国母港的载客总人次以每年逾 60%—100%的爆炸式增长。

因此，公司近年来已经不断增加对中国内地市场的资源投放。去年，公司将可容纳 4200 名乘客的海洋量子号重新部署到上海。这艘邮轮只在纽约-加勒比航线上航行过六个月，并将常驻上海。此外，公司此前与携程网建立战略合作关系，并共同出资成立天海邮轮合资公司。

邮轮旅游近年在中国兴起，国际大型邮轮公司纷纷祭出“量身定购”这张王牌。去年年底，歌诗达亚洲宣布将为中国市场量身定购两艘全新邮轮，由挪威邮轮公司定购的“喜悦号”同样号称为中国量身定做。

显而易见，中国已然成为全球邮轮旅游公司的“淘金地”。以渗透率而言，目前邮轮市场在北美的渗透率约为 3.2%，在欧洲约为 2%，但在亚太区仅不到 0.05%，仍处于起步阶段。

此外，根据携程发布的“2016 邮轮游趋势预测”显示，明年内地母港港口运力将实现超 80%的上涨，加上香港出发的航次，中国选择邮轮出境游游客有望达到 200 万人次以上。去年，中国母港邮轮已经从 2014 年的 8 艘增加到 12 艘，中国内地旅客乘坐邮轮出游首次超过 100 万人次。

8、营改增助力住房供应新模式 商业地产迎政策暖风

“营改增”全面推开进入倒计时。房地产行业“营改增”的实施备受业内关注。中金公司预计，“营改增”后房地产全行业税负将下降 620 亿元，预计行业净利润增加 460 亿元。“营改增”除推动房地产投资外，还将为开发商在高库存地区创造降价和去库存空间。在利润率受到挤压的背景下，大部分开发商将受益“营改增”，毛利率越低、房地产开发业务占比越大的公司享受的减税幅度越大。

“营改增”相关规定显示，房地产开发企业销售开发不动产时，以取得的全部价款和价外费用，扣除受让土地时向政府部门支付的土地价款后的余额为销售额，税率为 11%。

土地成本能否抵扣是“营改增”实施后对开发商影响的关键。平安证券分析师王琳表示，房地产行业的成本主要由土地、建安和财务成本构成。地方政府无法开具增值税发票，利息成本需等金融服务业进行“营改增”后才能取得发票。如果土地及利息成本无法抵扣，则相当于营业税由目前的 5.5%上升至 6.75%，地产商面临税负增加的风险，且毛利越高的项目税收负担越大。如果政策特别规定允许房地产企业凭财政部门监制的土地专用收据等作为抵扣凭证，则将大幅降低开发商税收成本，由 5.5%下降至 3.78%。

广发证券(16.21, 0.14, 0.87%)测算，在土地成本可以先被扣除及建安成本进项税也可以抵扣情况下，无论是哪类城市，在给定建安成本的情况下，土

地成本越低，也就是毛利率越高的项目，“营改增”后获益越小；土地成本越高，也就是毛利率越低的项目，“营改增”后获益越大。

广发证券研究报告显示，在给定土地成本情况下，建安成本相对较高的项目，比如精装修或使用高档的建材，“营改增”后获益程度更大。这意味着，原先致力于精装修或偏高端住宅产品的房企，“营改增”之后获益程度会更大一些。

“营改增”将助推规模化、专业化租赁经营和“购租并举”的住房供应新模式。在内部管理上，开发商会将建安、咨询和设计等业务外包，促进行业细分、专业化经营。此外，由于建安、设计等成本纳入抵扣，会激励开发商增加精装修房屋供给。

对二手房交易影响中性

从税率角度看，此次“营改增”不改变交易税税率。在二手房增值税方面，新税制规定，对于不满2年的住房，增值税是售价的5%；对于2年以上的住房，免征增值税（一线城市除外）。对一线城市而言，满2年不满5年的住房对总价增值部分征收5%的增值税，满5年的住房免征增值税。各种情况下，税率不变，“营改增”对二手房交易影响中性。

银河证券房地产行业分析师李军称，从税率上看，“营改增”前后没有明显变化，均为5%，主要还是税基由价内转变为价外的区别，但有利于降低二手房流通成本。

国家税务总局副局长汪康日前表示，个人二手房的税收问题涉及千家万户，社会非常关注。国税总局在配合财政部研究个人住房征税问题时，也是非常审慎的。个人二手房的交易在税收负担上将保持基本稳定，过去二手房营业税的征税政策和免税政策这次都平移过来了，过去征营业税5%，现在改为增值税还是5%，但税收负担实际是减轻了。

商业地产迎小阳春

据“营改增”有相关规定，2016年5月1日后取得并在会计制度上按固定资产核算的不动产或者2016年5月1日后取得的不动产在建工程，其进项税额应自取得之日起分2年从销项税额中抵扣，第一年抵扣比例为60%，第二年抵扣比例为40%。这意味着对于那些缺乏进项税额的企业，可以通过购入商业地

产特别是写字楼，来增加自身的可抵扣进项税额，从而间接促进商业地产的销售。

王琳表示，政策实行后，购置商业地产及产业地产等不动产，将与购置设备一样进行增值税抵扣，这将利好商业地产及产业地产的销售，并增加一般企业对于持有型物业的投资，长期来看对房地产投资也有拉动作用。

王琳称，政策将刺激企业投资，利好商业地产、产业地产去库存，政策也有望刺激企业购置办公楼改善办公条件，有助于去化写字楼库存。同时，有助于降低企业运营成本。将购置不动产的成本进行抵扣，可以降低现有企业的不动产持有成本，减少企业运营费用。另外，为未来持有环节增税铺垫。企业持有不动产尤其是房产之后，房产税作为持有环节的税种将具有调节市场供需结构，抑制投机性需求的作用。

随着改革的推进，商业地产价格是否会出现上涨？对此，财政部副部长史耀斌表示，不动产进项税可以抵扣的政策实施后，企业不会单纯为了抵税而购进大量不动产。对个人来讲，住房转让的政策这次没有做任何变动；对于企业来讲，不管从事什么样的经营行为，首先要看的是经济效益、投资目的。虽然新增的不动产可以作为进项税抵扣，但如果对生产经营没有益处的话，企业也不会为了抵扣的目的去大量购买房地产。如果企业投资于不动产，说明希望以后扩展经营业务、占有更大的市场，这属于企业自身的投资决策问题。

对商业地产开发租赁企业而言，其能否受益则取决于下游租户是否能抵扣进项税从而实现增值税转嫁。广发证券房地产研究小组首席分析师乐加栋认为，“营改增”规定提供不动产租赁服务，税率为 11%。根据测算，如果商业地产开发租赁企业的下游租户是企业租户，并且也是增值税的一般纳税人，那么，该类房企作为业主可以将增值税税负以进项税额的形式转移至下游企业租户，从租户的角度来看，附着在租金成本上的增值税进项税额可以抵扣它自己的销项税额。于是，在租户租金成本不变的情况下，在“营改增”前后，该类房企的租金净收入是上升的。

9、电影遭遇 VR 分羹传统电影市场

2016 年被科技行业普遍认为是“VR（虚拟现实）元年”，虚拟现实技术迎来“爆发式”增长：资本大举进军科技行业，与 VR 相关的概念产品涵盖社会各领域，VR 设备更新迭代迅速……一场视觉革命仿佛初露锋芒。

虚拟现实技术里，哪些是已经实现的“现实”，哪些是还没实现的“虚拟”？这个新生的技术像一个幼小的孩子，好奇地打量着电影行业，也被电影行业打量着，在“虚”“实”之间，是敌是友？一场“较量”势在必行。

电影“视觉战”：VR 势头正盛，分羹传统电影市场？

和 2D 电影呈现平面画面、3D 电影展现立体画面不同，虚拟现实技术通过计算机生成模拟环境，能使用户在虚拟环境中身临其境的感觉。理想的虚拟现实技术不但可以虚拟用户身处的环境，同时还能够感知用户头部、眼睛、手势等动作，并作出实时反馈和相应的环境变化。

这种技术被普遍认为在电影领域大有可为，VR 电影抢占电影市场，淘汰 2D 电影和 3D 立体电影的说法也屡见不鲜。但是，相比行业外的红火，行业内却更多是理性的冷静思考。

“VR 市场很火爆，但有‘虚火’在里面。”第六届北京国际电影节“电影市场”行业对话，华强文化科技集团高级副总裁丁亮直言不讳，“目前从技术层面讲，VR 数据量处理能力在提升，技术水平明显提高，但仅仅达到及格而已。”

丁亮表示，目前的虚拟现实技术，还处于开发层面，存在很多短板。业界对技术的研究已经兴起，但很多专业院校和人才培养机构，仍然没有“触电”虚拟现实技术，这就给人才培养带来了“断层”。

北京聚光绘影科技有限公司 CEO 徐飞表示，不止硬件和内容，目前的 VR 体验，远没有满足用户舒适体验的需求。“观众看 VR 短片，超过 10 分钟就会头晕，目前是一种普遍现象。”

想要冲击 2D 平面电影市场、3D 立体电影市场，VR 技术“路很长，但跑得快”。合一集团高级副总裁李捷表示，2015 年，全球关于 VR 技术投资的 70%集中在硬件领域，而在不久的将来，内容和软件开发会紧随其后。“三到五年内，例如眩晕的问题，一定能够解决。”李捷说。

瓶颈与难题：真正“沉浸式”，VR 的路还有多长？

一项新技术从概念到投入使用，研发往往只是第一步。VR 技术是否能够最

终与电影完美结合？能否真正做到“沉浸式”体验？面对市场、观众、行业的热情，VR 还需要如何“助跑”才能在电影市场顺利“起飞”？专业人士有着各种各样的视角。

“观众看到的内容应该是被引导和设计过的，节奏也应该是被控制的。”VR 短片导演金文俊表示，目前在拍摄 VR 短片过程中，会遇到不少阻碍，“如果不使用长镜头，就没法真正体验 VR 技术。拍摄过程中，还要避免场景之外的工作人员不小心入镜。”

北京电影学院科研信息化处处长刘军表示，真正的“沉浸式”体验，不但需要为观众营造立体逼真的场景效果，当观众移动眼球或转身时，设备还要能够感应观众的身体变化，眼中的画面也要相应调整。“眼睛移动速度快慢和移动方向不同，就要求设备能在短时间内做出大量计算、精准判断，如果是高清画面，对技术条件的要求会更高。以目前的水平，是很难达到的。”刘军说。

不过，有人从 VR 技术的瓶颈中仍然看到了行业发展的巨大前景。创新工场投资总监陈悦天表示：“比如目前很多人说的眩晕问题，可以通过计算能力的提升，提高传感器的敏感度，研发低功耗量、高刷新率的屏幕来实现，所以硬件端还有很广阔的机会，今后还会层层递进，围绕 VR 技术的操作系统、工具类软件、社交平台都有广阔的前景。”

从拍摄到技术，从硬件到普及，VR 电影真正成为现实，仍然“道阻且长”。

你行你上：谁会先跳进科技革新的“风洞”？

VR 技术的爆发式发展，已经是不争的事实，实际上，它已经是很多领域的“香饽饽”了。行业内普遍看好 VR 首先在游戏行业生根发芽，在不久的将来，也将会为电影行业锦上添花。

李捷认为，VR 技术首先会为游戏产业注入新的活力。“然后就是网络直播，再往后就是微电影、情景剧，五年后发展 VR 电影的时机就会成熟。”李捷说，“比如科幻片、动漫结合 VR 技术，效果会非常好。”

刘军认为，VR 技术未来将在自然与人文风光展示中找到属于自己的天地。“不但使得观众身临其境，还能做到跟观众互动。”

徐飞表示，VR 技术的更新迭代并不一定取代目前的电影形式，而是会产生一种新“变种”，在未来消费娱乐碎片化的趋势下，“观众可能没法花上 90 分钟欣赏一部电影，所以 VR 电影将会使得短时间的娱乐消费成为可能。”

电影界谈及 VR，“共同努力”一词多次被提及，可以说，如今的 VR 技术，像是一架巨大的飞行器，在各行业努力铺就的道路上，蓄势待发，等待着扶摇直上的那一天，且所有人都坚信，那一天并不遥远。

10、冰箱行业形势严峻去年内销跌逾 7%

冰箱行业去年实际销售状况要比预计的要严重得多。多个行业指数出现下跌，其中，内销下跌幅度最大，降幅达到 7%以上。而冰箱行业颓势在今年一季度仍持续。大多数受访企业表示对 2016 年的市场持保守态度，看平或看跌的居多。

去年内销同比下跌逾 7%

产业在线发布的最新数据显示：2015 年全年冰箱总产量为 7317 万台，同比下降 3%；总销量为 7319.5 万台，同比下降 3.7%；冰箱出口量为 2403.8 万台，同比增长 4.5%；冰箱内销总量 4915.7 万台，同比下滑 7.2%。

也就是说衡量行业表现的 4 个重要指标中，有 3 个是下跌的。冰箱出口数量虽然略增，却未见得是利好，因为出口平均单价同比下跌了 4.9%，出口金额实际不及 2014 年，也下跌了 3.1%，出口金额下降还是数年来首次出现的现象。

再来看企业表现：行业排名前 15 的品牌中有 9 家出现了出货下跌的情况，特别是三星同比下降幅度超 30%，新飞、西门子等下滑超 10%，行业老大海尔也出现了 7%的降幅。

内销的大幅下跌还令行业竞争出现新格局——冰箱出口大王去年借由出口带来的增量一跃进入行业前四强，它去年出口 480 万台，内外销总量 680 万台，比排名第 5 的美菱 450 万台的销量足足多出了 200 多万台。

厂家整体看淡 2016 行情

从今年一季度的统计数据来看，2016 年冰箱行业仍然不乐观。

奥维云网的统计数据显示，今年 1-2 月，我国冰箱市场销售量同比微增 1.3%，但销售额同比下滑 4.2%。冰箱行业今年遭遇“开局不利”。

厂家方面也表示 2016 年形式不容乐观。“从一季度的销售数据来看，冰箱行业困难仍在持续，而且我认为今年冰箱行业的整体降幅不会比去年小，预计接近两位数。”美的冰箱事业部总经理王建国表示。

奥马电器副总裁姚友军也表示，预计 2016 年冰箱行业很难有增量，因此公司战略向冰柜出口倾斜。“目标是实现年出口 200 万台，为此公司专门打造了冰柜行业首条智能制造生产线。”姚友军这样回应。

五、环球市场

1、俄罗斯总理下令国企将 2016 年利润的 50%上缴股息

据俄罗斯卫星网报道，日前，俄罗斯总理梅德韦杰夫颁布命令，要求国有企业将 2016 年利润的 50%上缴股息。他表示，此项措施预计将使联邦预算收入增加 1000 亿卢布(约合 15.2 亿美元)。

这一命令涉及俄罗斯一些最大型企业，包括天然气巨头俄气、钻石矿业生产商埃罗莎，原油生产商巴什基尔国家石油公司与俄罗斯国外石油公司，以及俄罗斯水电集团 RusHydro、“现代商业舰队”公司、俄罗斯石油运输公司、俄罗斯石油天然气公司与对外贸易银行等。

其实，自 2015 年起，俄罗斯大型国有企业上缴国家股息将按照国际财务报告准则计算，上缴比例将不低于净利润的 25%。

近年来，由于西方国家的经济制裁以及国际油价持续低迷不振，俄罗斯国企的日子并不好过。2010 年，俄罗斯政府曾承诺出售一批国有企业的股份，但是多数规划中的大笔交易被推迟至今。

而随着来自石油领域的财政收入日益减少，俄罗斯经济连续第二年遭遇衰退，财政预算大洞如何填补，留给克里姆林宫的时间恐怕并不多。

今年2月份，一向对私有化谨慎的俄罗斯总统普京集结了包括钻石矿业公司 Alrosa、石油公司 Rosneft、Bashneft、铁路公司、外贸银行 VTB、航空公司 Aeroflot 和最大造船公司 Sovcomflot 在内的七个主要国营企业商讨出售国有资产，实现大型国企私有化的可能性。

普京说，必须明确今年俄罗斯私有化进程的具体细节，明确哪些国有股份可以出售给私人投资者。他强调，要将关键的、具有重要战略意义的企业掌控在国家手中。购买国有股份的私人投资者必须在俄罗斯司法管辖范围之内，不能将国有股份出售给离岸公司。

2、日本 2015 财年贸易逆差剧降 88.2%

日本财务省 20 日发布初步统计报告说，由于国际油价大幅下滑拉低进口额，2015 财年(2015 年 4 月至 2016 年 3 月)日本商品贸易逆差较上一财年剧降 88.2%至 1.08 万亿日元(约合 99 亿美元)。

财务省数字显示，受全球经济增长不稳定等不利因素影响，2015 财年日本出口额小幅下滑 0.7%至 74.12 万亿日元，为三年来首次减少。进口额大降 10.3%至 75.20 万亿日元，其中原油和液体天然气进口额分别剧降 37.9%和 41.4%，成为拉低进口额的主要因素。

按出口目的地来看，2015 财年日本对中国贸易逆差增至历史最高值 6.06 万亿日元，其中对华出口额减少 3.1%至 13 万亿日元，进口额也小幅下降 0.6%至 19.06 万亿日元。

数字还显示，今年 3 月份日本商品贸易收支实现约 7550 亿日元顺差，其中出口额同比下滑 6.8%至 6.46 万亿日元，进口额减少 14.9%至 5.70 万亿日元。当月，日本对华贸易逆差同比增长 96.3%至 3511 亿日元。

日本经济专家认为，随着强势日元回归继续拉低进口额，该国商品贸易顺差状况将有可能持续。不过，在外部经济不稳定的整体大环境下，日本出口疲软的困境短期内仍无法改变。

3、澳洲牛肉贸易承压 对华出口将面临激烈竞争

今年二月澳大利亚牛肉出口收入达到 6.235 亿澳元，同比下降 12%，较五年平均值仍高出 20%。

2016 年 1 月以来澳元持续走强，二月均值为 71 美分，较去年同期仍低 7 美分。

当月牛肉发运量下降了 14%；澳元走升使得牛肉出口价下降，单价同比下降 1.4%，至每公斤 6.87 澳元。

ACB News《澳华财经在线》报道，据澳肉畜协会 4 月 20 日公布的信息，二月份，澳大利亚主要出口市场的销售收入和趋势较上年同期各有高低：

美国——1.832 亿澳元，下降 30%

日本——1.131 亿澳元，下降 21%

韩国——1.135 亿澳元，增长 48%

中国——4782 万澳元，下降 24%

印尼——2982 万澳元，增长 14%

澳洲对台湾地区牛肉出口出现量额齐涨的局面，出口值跳涨 32%，达 1580 万澳元，出口量增长 43%，达到 2400 吨。

澳元升值不利出口

ACB News《澳华财经在线》报道，MLA 于本周对 2016 牛肉行业前景预测进行更新，称需求面的压力正在增大，主要源自于澳元升值和出口市场竞争激烈。

澳元在今年 1 月跌破 70 美分，为 2009 年以来首次。然而近来受大宗商品价格上涨、澳洲经济增长好于预期、关于中国经济前景担忧减弱及美元走低等因素影响，澳元意外反弹并升至 76 美分上方。

MLA 报告指出，展望前景时许多分析师预测，市场情绪将会整固沉淀，今年余下时间内澳元交易区间可能在 71-75 美分，这将给牛肉贸易带来支撑。而回顾 2015 澳元均值为 74 美分，落于分析师当前的估测区间。

美国市场需求下降

海外市场需求方面，在澳大利亚首要市场美国，当地谷物供应充裕将支持主要蛋白肉类产量普遍增长，牛肉产量增幅可能超 4%，达到 1113 万吨。MLA 报告认为，这将在两方面冲击澳洲牛肉企业：美国年肉出口预计增长 9%（主要面向日韩，而两国也是澳洲的主要市场），而进口将下降 16%。

巴西牛肉带来直接威胁

ACB News《澳华财经在线》报道，巴西正成为澳洲在牛肉出口市场的重要竞争对手。国际商业观察(BMI)预计未来五年巴西牛肉产量将保持 2.3%的年增长率，这意味着到 2019/20 年将达到 1060 万吨，较 2014/15 年度高出 12%，可供出口的牛肉也将增多。

在产量上升，国内需求疲软，汇率处于历史新低，而市场准入不断改善的情况下，巴西牛肉出口取得显著进步。事实上，2016 年 1 月开始巴西牛肉出口重现增长，3 月出口达到 110,890 吨，较上年同期增长 35%。

目前香港地区与埃及为巴西最大出口市场，但最重要变化在于中国市场。巴西已有 16 家工厂获得对华牛肉出口资质，而由于巴西雷亚尔币走弱，3 月份其平均全球出口均价约为每公斤 4.95 澳元(FOB)，相比之下澳洲牛肉出口价为 6.87 澳元/公斤，处于价格劣势。

在巴西与澳大利亚竞争最为直接的中国市场，巴西产品的均价为每公斤 5.29 澳元(FOB)，而澳洲牛肉均价为 6.17 澳元/公斤。

ACB News《澳华财经在线》报道，MLA 表示，澳洲牛肉在韩国、美国和日本享有的优势主要在于市场准入，而在市场准入条件相同的大陆及香港市场，2016 年起澳洲将面临来自巴西牛肉日渐激烈的竞争。与此同时，在中国、中东与东南亚等价格敏感市场，阿根廷、乌拉圭牛肉都将给澳洲牛肉带来竞争威胁。

MLA 在报告的最后表示，肉牛市场中的加工制造企业将会持续面临美国市场需求走软，全球牛肉出口增长及澳元升值的挑战。作为应对，澳大利亚应尽快形成完整产业体系，确保获得良好市场准入，努力在牛肉产品的安全性与质量上超越竞争对手。

澳洲肉牛价格趋势

报告还提到，围栏养殖户与有重建畜群需求的农户的竞争十分激烈，将给小肉牛市场价格带来强劲支持，尤其是在当前澳洲肉牛总量显著缩减的情况下（约 2620 万头），而如果持续干热的天气得到大范围缓解，（饲养需求上升）供应面会进一步收紧。

目前澳洲小肉牛与成年牛指示价格呈两极化，用于饲养的肉牛价格上涨，而育成的肉牛价格下降，在 4 月 13 日两者价格差高达每公斤 56 澳分。

4、巴西遭遇政治经济双危机

总统遭到弹劾，经济陷入泥淖，寨卡病毒侵袭，奥运会门票滞销。这几件不幸的事同时发生在巴西，让世界不禁为其捏了把汗。

距 2016 年里约热内卢奥运会开幕只剩不到 4 个月时间，然而在政局动荡、经济衰退、寨卡病毒未除、犯罪率高等多重因素的夹击下，里约奥运会可能面临着偌大的体育场空座连片的尴尬局面。

里约奥运会组委会发言人菲尔·威尔金森近日透露，到目前为止，里约奥运会的门票仅售出了 50%，残奥会门票仅售出了 12%。刚刚出任巴西体育部长的里卡多·雷瑟称，他正在制定计划以提振门票销量，并将在巴西民众中激起更多热情，其中一项措施可能是由政府购买未售出的门票，特别是残奥会门票，在当地学校中分发。

奥运会门票滞销只是巴西目前面临的众多问题中的一个，但它折射出的巴西经济萎靡、消费疲软、社会动荡、投资不旺等问题却不容忽视。

政局可能长期动荡

现在的问题是谁会宣布里约奥运会开幕。4 月 11 日，巴西国会启动弹劾巴西总统罗塞夫的程序，不到一周后的当地时间 4 月 17 日，众议院以超过 2/3 多数通过了议案，513 名议员中有超过 342 人投了赞成票。巴西弹劾总统的五步，目前已走完两步，下一轮投票是 5 月的参议院审议，只需要在参议员的简单多数通过，如通过将进入参议院的正式审议程序。在参议院审议弹劾议案的

180 天内，罗塞夫将暂停总统职务，由副总统特梅尔代理。

中国社会科学院拉美研究所研究员谢文泽表示，众议院通过弹劾罗塞夫的议案标志着巴西政治的两条线已经明朗化：其一是巴西宪法，涉及的争议包括反对派弹劾罗塞夫是否符合宪法，反对派的操作方法是否符合宪法；各派别如欲调整巴西的经济政策，就必须对宪法进行改革，但宪法能否被改革。其二，是否要反腐到底。反对派指责巴西前总统卢拉和现总统罗塞夫贪腐，但反对派本身可能存在着更加严重的腐败问题。由此，谢文泽推断，巴西政局可能会经历长期动荡。

经济恢复过程漫长

与 2009 年申奥成功之时相比，巴西的经济状况已大相径庭。2009 年，乘着大宗商品价格高位的东风，巴西以其盛产资源类产品的优势青云直上，“金砖国家”、“新兴国家”等美誉接踵而至，首都里约热内卢也在申奥中以压倒性胜利完败对手美国芝加哥、日本东京和西班牙马德里。物换星移，随着大宗商品价格进入下行周期，巴西经济的支柱产业遭受极大冲击，经济结构问题明显暴露，继而政局动荡，民怨四起。昔日与其竞争 2016 年夏季奥运会举办权的三个对手似乎都还好好好的，而里约热内卢却失去了昔日的光彩。

巴西正在面临自上世纪 30 年代以来最为严重的经济危机。目前，巴西经济已经遭受了连续 6 个季度的负增长，每 5 个巴西适龄劳动者中，就有一个没有工作。

值得关注的是，三个月来，弹劾罗塞夫程序每进一步，巴西股市和汇率就跟着大涨。这种背离经济基础面的飞涨给巴西带来了莫大的隐患，很可能造成金融危机。

谢文泽表示，就巴西国内环境来说，财政政策、货币政策已基本失灵，而受其宪法的框定，经济政策已无太多调整余地，无法发挥提振经济的作用。就 2~3 年的中近期来说，巴西经济将一直处于缓慢恢复状态，虽然已经开始爬坡，但恢复过程将非常漫长，今明两年将延续负增长局面。

不过，谢文泽也指出，巴西经济还存在一些亮点。比如，对外出口、贸易顺差明显改善，外资流入大幅增加，对改善巴西国际收支平衡很有帮助。

巴中工商总会会长唐凯千表示，政治斗争、打击腐败、低成本的商品出口等将迫使巴西经济继续表现不佳，然而这场危机降低了巴西资产的成本，并迫使巴西货币大幅贬值，这将进一步降低在巴西投资的成本。仰仗丰富的自然资源和农产品，如谷物、牛肉、猪肉、鸡肉等，巴西经济基本面依然坚挺。巴西基础设施和能源项目的建设需求也增强了其投资吸引力。因此，目前的巴西危机为投资者提供了一个可以半价购买巴西资产的绝佳机会。

5、阿根廷重返国际资本市场

阿根廷经济部长盖伊 4 月 18 日宣布，该国将向国际投资者发行总额 150 亿美元的主权债券，用于偿还在 2001 年债务危机以来拖欠的债务。此举标志着阿根廷在时隔 15 年之后重新进入国际资本市场，迈出了摆脱债务危机长期阴影的关键一步。

阿根廷经济部发布的消息称，本次发行的债券共分 4 类，期限分别是 3 年、5 年、10 年和 30 年，债券利率在 6.2%到 8.5%之间。经济部长盖伊表示，由于国际投资人对阿根廷金融形势看好，目前已经获得了 670 亿美元的认购。

2001 年底，阿根廷爆发金融危机，政府宣布停止偿还总计约 1020 亿美元的外债。此后，阿政府先后于 2005 年和 2010 年两次推出债务重组方案，把原债券按 25%—35%的比率转换为新债券。当时约有 93%的债权人都接受了债务重组，但仍有约 7%的债权人不肯接受重组方案。

阿根廷发生债务危机时，其债券价格在国际市场上曾跌至极低水平，一些国际风险基金从市场上低价购入了大量违约债券。阿根廷政府推出重组方案后，这些抄底入市的风险基金拒绝接受，向美国纽约联邦法院起诉，要求阿政府全额偿还债务本息。2012 年底，美国纽约联邦法官格列塞作出判决，要求阿政府全额偿还违约债务，此后该法官又在债权人要求下，冻结了阿政府在纽约梅隆银行的重组债权人还款账户，使阿根廷陷入“选择性债务违约”。

这类通过低价收购违约债券，然后进行司法诉讼，以谋求高额回报的风险基金通常被称为“秃鹫基金”。由于阿根廷政府与“秃鹫基金”之间的矛盾长期未能解决，阿一直未能真正摆脱债务危机，因此长期被阻挡在国际资本市场之外，许多国际投资者也不敢对阿根廷进行投资。

2015 年底，阿根廷“变革”联盟领导人马克里获得大选胜利。新政府执政

后，决心尽快解决长期拖延的债务问题，力主积极与国际债权人谈判，重新返回国际资本市场。

今年2月底，阿根廷政府与“秃鹫基金”达成和解，同意以现金方式偿还总额约120亿美元的债务。双方达成协议后，美国上诉法院于4月13日作出裁决，解除对阿根廷日常还债账户的冻结，从而为阿走出债务违约扫除了障碍。阿政府还推动国会参众两院先后批准了解决债务问题的法案。

从目前情况看，阿根廷国内各界都对重返国际资本市场表示乐观态度，认为这是阿根廷走向经济正常化的重要一步，今后有望吸引更多的外部资本，推动阿根廷经济发展。阿根廷总统马克里18日与全国100多名主要企业领导人集会，呼吁各产业部门积极加大投资力度，创造新就业机会。国际投资人也对阿根廷未来金融形势持积极展望，阿根廷国家风险系数明显下降。

不过，也有经济学家指出，阿根廷重新向国际市场发行债券，还只是该国经济摆脱困境的一个步骤。美洲开发银行经济学家诺盖拉表示，目前阿根廷经济仍面临不少困难，一是通胀严重，阿政府的目标是把今年全年通胀控制在25%以下；二是经济增长乏力，国际货币基金组织最近发布预测称，阿经济今年将出现负增长，明年才有望开始正增长。

阿根廷战略计划研究所所长卡斯特罗表示，阿根廷新政府上台后，正在积极采取措施，推出了吸引外资、鼓励投资、解决债务问题等一系列政策，该国经济总体向好的方向发展。

6、欧洲央行将于6月开始购买企业债

欧洲央行21日宣布利率决议，维持现有利率在创纪录低位不变，维持每月QE规模在800亿欧元不变，符合市场预期。此外，欧洲央行还公布了将于6月开始实施的企业债购买计划细节。

欧洲央行行长德拉吉当天表示，欧洲央行将从今年6月开始购买企业债，将同时在初级市场及次级市场购买。他表示，不会提前公布购买规模，具体持仓数据将按周发布；欧洲央行将留意企业债购债对市场流动性的潜在影响。据悉，计划购买的企业债期限最长为30年。

德拉吉还表示，未来一段时间利率将维持在目前水平或更低水平，QE 结束后利率还将维持低位，QE 将一直持续直到通胀可持续性维持在目标水平，将至少持续到 2017 年 3 月。欧洲央行将非常密切的监测进展。

在发布会上，德拉吉还表示，今年第一季度欧元区经济增长很可能与去年第四季度相类似，预计经济复苏仍在持续，低油价支撑国内需求。但是，新兴市场前景趋于暗淡，对欧元区将产生不利影响，使欧元区经济前景有下行的风险。此外，英国退欧的不确定性已经对某些市场造成了冲击，不过英国退欧风险对欧元区经济复苏影响将有限。

利率决议公布之后，欧元对美元汇率短线上涨 20 点，涨逾 0.3%，报 1.1331，刷新日高。不过，在德拉吉讲话过后，欧元对美元快速下跌。

7、“一带一路”涉及的国家和地区中有近 50 个可使用银联卡

截至目前，“一带一路”涉及的 60 多个国家和地区中，有近 50 个国家和地区可以使用银联卡。

中国银联卡在持续扩大受理面的基础上，银联国际正通过本地发卡、留学生服务、创新业务等多个方面，双向支持中国与“一带一路”沿线国家和地区的人员往来。

在“一带一路”的重要沿线，作为中亚区域中心国家，哈萨克斯坦的银联卡业务显著。目前，当地 ATM 和 POS 终端的银联卡受理覆盖率已大幅提升到 70% 及 60% 以上，未来一年内将达 80%。同时，主流机构正在大规模发行银联卡。

同样在巴基斯坦，不仅几乎所有 POS 终端和逾七成 ATM 能用银联卡，当地还累计发行了超过 200 万张银联卡。在俄罗斯，银联国际去年与主流银行签署多项合作协议，发卡合作协议涉及的卡片数量为此前数年的总和。

中国银联有关负责人说，银联卡不仅服务于到访当地的中国企业和中国人，也成为越来越多“一带一路”沿线国家和地区居民喜爱的支付工具。今年一季度的最新数据显示，巴基斯坦、俄罗斯、乌兹别克斯坦等地发行的银联卡交易活跃，俄罗斯多家主流机构发行的银联卡本地交易量增速超过 5 倍，哈萨克斯坦发行的银联卡在香港商户的交易增长也近 5 倍。

8、中韩将共建中韩产业园 成立中韩投资合作基金

据商务部4月21日消息，4月20日，商务部副部长高燕率团访问韩国，与韩外交部副部长赵兑烈共同主持召开中韩经贸联委会第21次会议，双方围绕两国领导人在经贸领域达成的重要共识，就双方共同关心的经贸议题深入坦诚交换意见，达成广泛共识。

双方一致认为，近年来，习近平主席、李克强总理和朴槿惠总统多次会晤，达成一系列重要共识，推动中韩全方位、宽领域、多层次合作关系不断深化发展，两国关系尤其是经贸合作不断迈上新台阶。在两国领导人的共同关心和亲自推动下，中韩自贸协定已经正式生效并实现两次降税，给两国人民带来了实实在在的好处，为东亚和亚太地区经济一体化乃至全球经济发展作出了积极贡献。

双方将继续密切配合，进一步落实好两国领导人达成的各项重要共识，积极对接两国发展战略、共建中韩产业园、成立中韩投资合作基金、共同开拓第三方市场、认真履行中韩自贸协定，共同促进投资贸易便利化和区域经济一体化进程，推动双边经贸合作不断向前发展。

9、印度经济呈现多重利好

印度央行行长拉詹日前在美国华盛顿参加二十国集团财长和央行行长会议时表示，印度经济正处于近10年来最好的发展机遇期，得益于国际大宗商品价格走低和国内较低的通胀率，印度经济的中高速增长有望在未来几年里得以持续。不过，面对全球需求疲软以及国内经济结构转型带来的不稳定因素，印度经济仍面临不小的下行风险。

近期通胀水平低于5%的全年既定目标

即将到来的季风降雨对印度农业增产增收是一大利好。印度国家气象局预测今年6月到来的西南季风将带来超出以往的降雨，而且降雨区域也较以往更为均衡，这将一改印度连续两年的干旱局面。《印度斯坦时报》分析称，充沛的降雨将很大程度上保证印度农业的增产，从而使农民增收并为拉动消费奠定基础。印度德里大学社会学系教授斯里坦普也表示，印度是全球第二大水稻、小麦、蔗糖和棉花生产国，季风降雨对印度十分重要，它不仅关系到农业增产增收，更能提振社会信心。斯里坦普说：“每到季风季来临之时，印度酷热得以缓

解，空气质量提高，人们的工作热情回归，印度社会为之活跃，有数据表明，这一时期印度的工业产出以及出口量都会是全年最高。”

印度近期的通胀水平低于 5% 的全年既定目标。截至今年 2 月，印度农村消费价格指数已从 6.05% 下降至 5.7%。城市里的物价涨幅也从 2 月的 4.3% 回落到 3 月的 3.95%。对通胀率的有效控制给予了印度央行更大的降息空间，而货币政策放宽将有利于增强私营部门活力，从而鼓励中小型企业创业发展。印度央行行长拉詹日前表示，印度的通胀率已从印总理莫迪执政初期的约 10% 下降到低于 6%，中央政府的财政赤字占比也在两年间下降了 1%，这些表现都为印度在今后几年保持经济快速增长创造了条件。

在工业产出方面，印度近期的表现也颇为抢眼。据印度中央统计办公室数据，今年 2 月印度工业产值上涨两个百分点，结束了连续 3 个月下滑的局面，其中电力行业以 9.6% 的增速领跑，其后是增长率达 5% 的煤炭行业。印度产业联合会政策部主管达内什表示：“季风季的到来将进一步刺激印度工业增长，由农村消费需求渐旺带来的投资机会同样也会使工业受益。”不过达内什同时强调，在印度工业构成中占有极为重要地位的制造业近期只有 0.7% 的增长，尽管印度在这一领域有巨大的增长潜力，但全球需求放缓限制了印度制造业的振兴。

今明两年经济增长率均有望达到 7.5%

国际货币基金组织最近发布的《世界经济展望》报告下调了全球经济增长预期。不过，报告指出印度及其他亚洲新兴经济体是“少有的亮点”。国际货币基金组织认为，受个人消费能力上升和能源价格持续走低的影响，印度今明两年的经济增长率均有望达到 7.5%，将延续 2015 年 7.3% 的高增长态势。

支持印度经济向好的外部因素主要是石油价格持续走低。印度的石油需求几乎全部依赖进口，但过去两年国际油价下跌了近 70%，这意味着印度每年能节省超过 500 亿美元的外汇储备。有统计显示，缩减石油支出能为印度国内生产总值贡献将近 3 个百分点。

石油价格走低为印度节省的外汇对平抑国内通胀发挥重要作用，也为政府采取更宽松的货币政策创造了条件。在此双重利好的局面下，印度政府正展开更大规模的石油储备计划，并利用油价走低的时机展开国际石油产业合作，从能源消耗大国向能源产出大国迈进。

莫迪政府执政以来，“印度制造”一直被看作印度各项改革计划中的重中之重，印度希望借此计划振兴制造业。但该计划实施一年多没有呈现蓬勃发展之势，今年1月印度采购经理人指数曾一度下探至50以下。有分析指出，印度此前连续14个月的出口下滑说明全球需求放缓，缺少海外订单让“印度制造”无处发力。不过也有舆论认为，印度欲重振制造业，一些重要领域的改革瓶颈仍有待突破。

印度的劳动力资源优势未完全显现。莫迪政府计划在2022年之前实现4亿人的岗位培训计划，但据印劳工部的数据，目前印度每年接受基础培训的技工仅为350万人。缺少相应技术水平的工人使“印度制造”在基础层面缺乏竞争力。

印度的营商环境仍有待改善。在世界银行最新公布的投资便利度排行榜上，印度仍居全球经济体100位之外，主要是受苛刻的劳动法以及不稳定的税制影响。推动这两项改革被视为一场攻坚战，党派之争加之中央和地方利益的博弈使其短期难见成效。

达内什分析称，“印度计划将制造业在国民经济中的比重从现在的15%提升至25%，这是印度经济结构改革的重要目标，也是印度经济增速保持中高速增长的基础动力。这一目标的实现有赖于利用国际国内有利条件。印度需要抓住当前难得的机遇期。”

10、马来西亚中小企业进军中国清真市场

据《南洋商报》4月14日报道，马来西亚中小型企业扩展中心（SAME）与马来西亚清真工业发展机构（HDC）及中国银行共同签署合作备忘录，携手开拓中国清真行业。马来西亚总理府部长魏家祥称，这项合作备忘录见证了马中两国长久以来在政府以及私人界层面所缔造的良好商贸伙伴关系。目前马来西亚有近10%的清真产品出口中国，两国政府也积极寻求共创长期的合作关系。此次合作，马中小企业拓展中心与马清真工业发展机构将扮演咨询单位角色，让有意开拓中国庞大清真市场的马从业者通过与中方企业的对话及研讨，获得全面及正确的资讯。中国银行将为这些开拓中国清真市场的中小企业提供财务咨询。马政府相信，随着这项合作备忘录的落实，马能够进一步开拓世界第二大经济体的清真市场。

六、热点解读

1、一季度医疗健康并购持续遇冷 多方位改革引导稳定发展

中国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要，简称“十三五”规划，依据《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》编制，旨在响应未来五年(2016-2020年)经济社会发展的需求，明确政府的工作内容和重点。在既定国家战略的前提下，提升整体经济发展水平。而随着十三五规划健康中国战略的提出，医疗健康行业得到愈加广泛的关注。伴随着全球范围内医疗健康行业快速发展，在2016年建立更加公平更可持续的社会保障制度，实施全民参保，深化医药卫生体制改革，实施食品安全战略等调整医疗健康产业结构并促进产业持续创新发展将稳步进行。

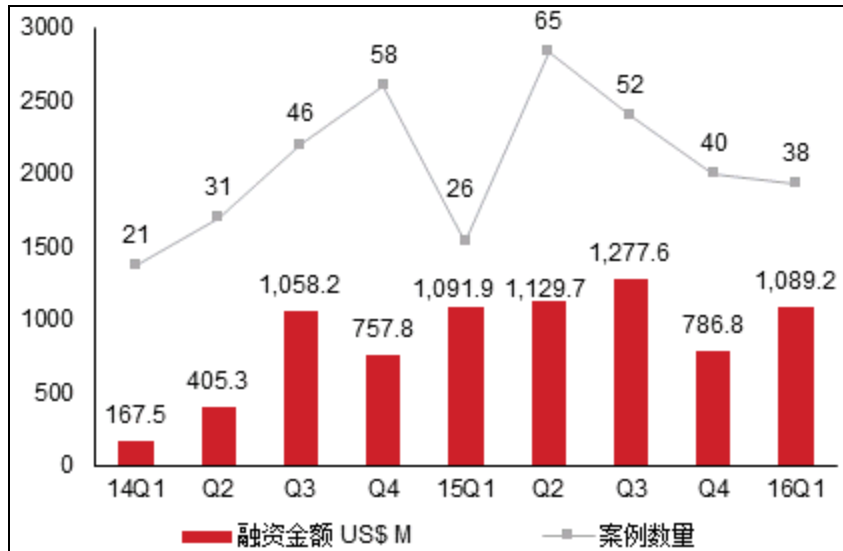
伴随着中国逐步进入老龄化社会，中国的医疗健康产业已经发展成为一个近4万亿的市场。这个市场在过去的五年中保持了超过20%的年复合增长率，有数据显示预计在未来五年它的规模还将翻一倍，达到8万亿，接近届时中国GDP的10%。当下，中国医疗健康产业正处于历史上变革最为剧烈的时期，“十三五”中提出的“健康中国”战略恰好准备积极开展应对人口老龄化的活动，完善人口发展的战略。同时在这样一个大背景下，中国的健康产业将迎来快速发展的历史性机遇。期待这里诞生能够影响社会、普惠民众的BAT量级的产业巨头，为市场注入新的资源和活力。

医疗健康 VC/PE 融资回温 平均交易规模见长

2016年第一季度医疗健康行业领域VC/PE融资案例38起，相较于2015年第四季度环比减少了5%；融资规模10.89亿美元，环比增加了38.43%；平均交易金额0.29亿美元，相较于2015年第四季度的0.2亿美元环比增加了45.72%。相较于2015年第一季度的交易状况来看，本季度交易数量同比增加46.15%，交易总金额基本不变，平均交易金额缩水了大约31.7%。从图表中可以看出，虽然医疗健康行业VC/PE融资案例数量处于下降的趋势中，但融资总规模处于回升中，平均交易规模大大提升。究其内在原因来看，私募股权市场中PE投资数量包括处于扩张期企业的融资及其上市企业的融资规模均有所提升，同时伴随着VC投资数量的减少。尽管在短时间内，大规模的改革面临着实施的断层和错位，但见微知著，从细分市场可以看到未来变革的趋势，无论是从需求端的引导还是从供给侧的结构性变革。同时，2016年继续推进实施的医疗改革以及

密集出台的政策会继续激发行业市场的活力。正如图中所示，以大数额交易为起点，大型企业的发展将带动中小型创投企业，提供更多发展的空间和机遇。)

图表 7 2014Q1-2016Q1 中国医疗健康行业 VC/PE 融资情况



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体 VC/PE 融资案例来分析，医药行业的通化金马药业集团股份有限公司(000766.SZ)非公开发行股票，晋商联盟参与认购，认购数额达 2.41 亿美元；医疗服务行业的亚太医疗获得贝恩资本 1.5 亿美元的融资；广誉远国药获机构 0.88 亿美元的融资；医疗设备行业的华润万东医疗装备股份有限公司(600055.SH)非公开发行股票，三方机构认购金额达 0.88 亿美元；贵州信邦制药股份有限公司(002390.SZ)获机构注资达 0.86 亿美元；乐普(北京)医疗器械股份有限公司(300003.SZ)获中关村三川管理和国开泰富 0.77 亿美元的融资。这些融资案例中的企业多为上市公司，目前市场上投资者对于医疗健康行业持有相对理性的态度，从而大型企业得到全面深度的发展，这个趋势将会使整个资本市场的活力得到迸发。相关研究报告表明，大健康产业在全球成为新兴产业的趋势之下，中国的大健康产业仍旧处于起步阶段。统计数据显示，美国的健康产业占 GDP 比重超过 15%，加拿大、日本等国健康产业占 GDP 比重超过 10%。而我国的健康产业仅占 GDP 的 4%~5%。而市场上大型企业大规模的投融资也预示着医疗健康产业将以一个稳健平实的开端开启一段新的改革历程。

图表 8 2016 年 Q1 国内医疗健康企业获得 VC/PE 融资重点案例

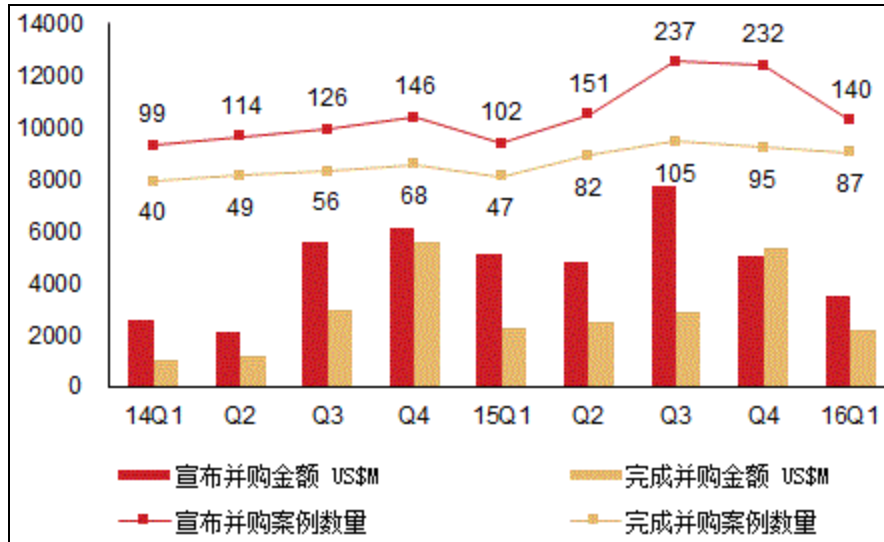
企业	CV行业	投资机构	融资金额 (US\$M)
通化金马	医药行业	晋商联盟	241.39
亚太医疗	医疗服务	贝恩资本	150.00
广誉远国药	医药行业	国金鼎兴/盛世磐鑫	88.16
华润万东	医疗设备	云锋新创/盛宇投资 朱雀投资/西藏瑞华	88.16
信邦制药	医药行业	通海投资/民生新晖投资	85.60
乐普医疗	医疗设备	中关村三川管理/ 国开泰富	76.53

数据来源：投资中国、中商产业研究院

医疗健康领域并购持续遇冷 大型企业并购大潮势不可挡

并购市场宣布交易方面，2016年第一季度的交易数量为140起，环比减少39.66%，同比增加37.25%；交易规模环比减少31.1%，同比减少31%。完成交易方面，本季度的交易数量为87起，环比减少8.42%，同比增加85.1%；交易规模环比减少58.54%，同比基本持平。从交易数量和交易规模上看，医疗健康行业2016年第一季度的并购市场依然处于一种低迷的状态，并且交易规模较上一季度持续下跌。

图表 9 2014Q1-2016Q1 中国医疗健康并购宣布及完成趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从重大并购案例具体分析来看，2016 年医疗健康领域第一季度中，通化金马药业集团股份有限公司 (SZ. 000766) 以 3.68 亿美元的对价收购圣泰生物；北京华业资本控股股份有限公司 (SS. 600240) 以 3.47 亿美元的对价收购捷尔医疗；科瑞天诚以 3.3 亿美元的对价收购生物技术行业的上海莱士血液制品股份有限公司 (002252. SZ) 2% 的股权；中珠控股股份有限公司 (600568. SH) 收购医疗设备行业的一体医疗 100% 股权，作价 2.89 亿美元；宜华健康医疗股份有限公司 (000150. SZ) 收购医疗服务行业的达孜赛勒康 100% 股权，作价 1.93 亿美元。由此可见并购市场中，虽然总交易规模持续下降，上市公司及大型企业之间依然在进行激烈的角逐。不可阻挡的并购大潮将会产生新的市场格局，从而中小型创投企业也将得到新的市场定位。

图表 10 2016 年 Q1 国内医疗健康企业重大并购案例

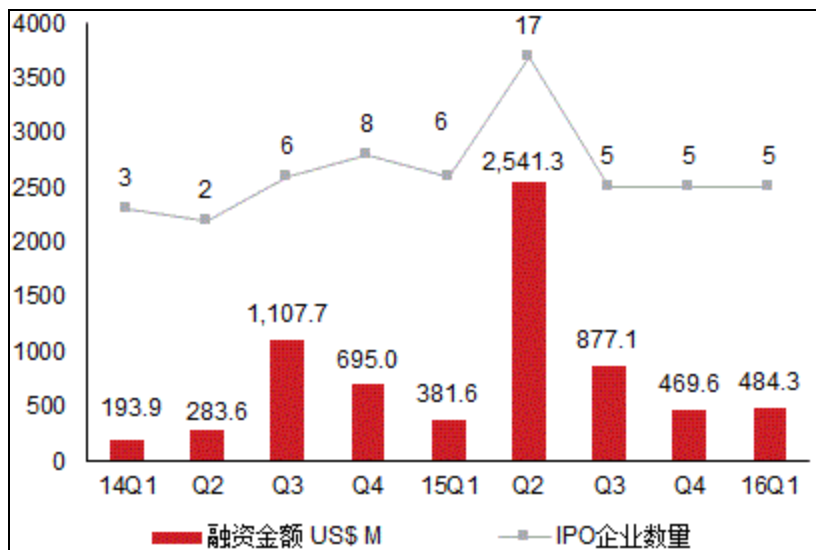
标的企业	CV行业	买方企业	交易金额 (US\$M)	交易股权
圣泰生物	生物技术	通化金马	367.74	100%
捷尔医疗	医疗设备	华业地产	346.77	100%
上海莱士	生物技术	科瑞天诚	329.73	2%
一体医疗	医疗设备	中珠控股	288.82	100%
达孜赛勒康	医疗服务	宜华健康	193.31	100%
MP Biomedicals	生物技术	万润股份	142.50	100%
兰生国健	生物技术	翊熠投资	142.04	39%
建华医院	医疗服务	千足珍珠	141.37	100%
Primary	医疗服务	江河创建	124.37	11%
乐普药业	医药行业	乐普医疗	109.24	40%

数据来源：投资中国、中商产业研究院

IPO 赴美上市趋势明显 VC/PE 机构 IPO 账面回报持续增长

2016 年第一季度 IPO 融资案例数量为 5 起，环比不变，同比减少 16.67%；交易规模环比增加 5%，同比增加 27.03%。从 IPO 具体案例来分析，2016 年第一季度国内医疗健康行业领域 IPO 融资规模最大的案例为百济神州(北京)生物科技有限公司 (BGNE.NASDAQ) 在美国纳斯达克股票交易所上市，募资金额为 1.59 亿美元。其次，和黄药业(HCM.NASDAQ) 募集资金 0.99 亿美元，在纳斯达克上市；香港医思医疗集团有限公司 (02138.HK) 募集资金 0.95 亿美元，在港交所上市；鹭燕(福建)药业股份有限公司 (002788.SZ) 募集资金 0.91 亿美元，在深交所上市；兴科蓉医药控股有限公司 (06833.HK) 募集资金 0.41 亿美元，在港交所上市。从重要案例中可以看出，医疗健康领域延续了往年企业赴美上市的趋势，海外上市的相关企业在相对更加成熟和稳定的市场中增加了募集资金的规模和范围，加快了募资速度。但同时，高额的募资成本也为企业和投资者带来更高的门槛。

图表 11 2014Q1-2016Q1 中国医疗健康行业 IPO 融资趋规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

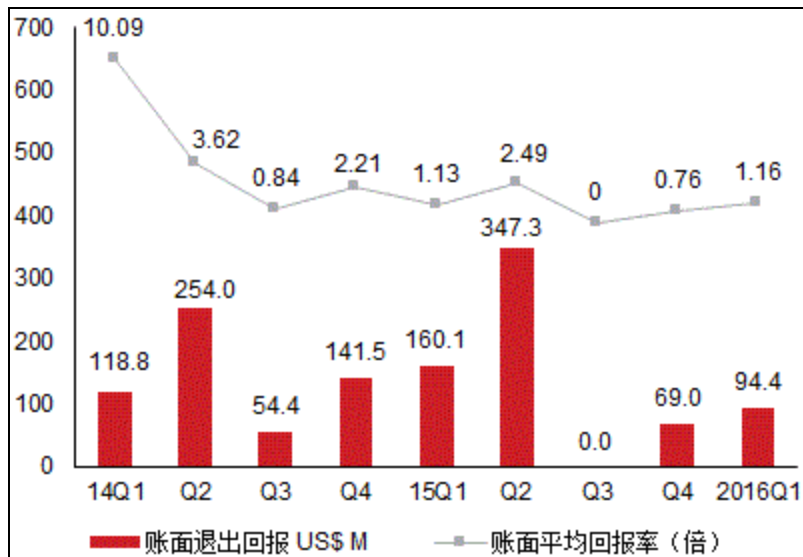
图表 12 2016 年 Q1 国内医疗健康行业企业 IPO 案例

企业	CV 行业	上市时间	交易所	证券代码	募资金额 (US\$M)
百济神州	生物技术	2016/2/3	纳斯达克	BGNE	157.85
和黄药业	医药行业	2016/3/18	纳斯达克	HCM	99.90
医思医疗	医疗服务	2016/3/10	港交所	02138	94.78
鹭燕医药	医药行业	2016/2/4	深交所	002788	90.91
兴科蓉医药	医药行业	2016/3/10	港交所	06833	40.82

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年第一季度医疗健康领域 VC/PE 机构 IPO 退出案例一共 7 起，IPO 账面回报 1.16 倍，环比不变，同比变化不大，基本持平；IPO 账面退出回报总额环比增加 98.28%，同比增加 10.63%。总体上来说，VC/PE 机构 IPO 账面退出回报处于增长的趋势中。

图表 13 2014Q1-2016Q1 国内医疗健康 VC/PE 机构 IPO 账面退出回报趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体 IPO 退出案例来看，鹭燕(福建)药业股份有限公司(002788.SZ)成功于深交所中小板上市，红桥创投旗下红桥民间资本实现退出，退出回报率 2.55；泉州红桥创投全部退出，退出回报率 1.66；建银国际旗下建银国际医疗产业股权投资有限公司实现退出，退出回报率 1.55；丰泽红桥创投全部退出，退出回报率 0.87；铭源红桥旗下的虹桥高科创投全部退出，退出回报率 0.74；司太立(603520.SH)于上交所上市，天堂硅谷旗下浙江天堂硅谷合丰创业投资有限公司、浙江天堂硅谷合胜创业投资有限公司实现退出，退出账面回报率均为 0.37。

图表 14 2016 年 Q1 年国内医疗健康行业 VC/PE 机构重大退出案例

企业	CV行业	退出机构	退出基金	账面回报率(倍数)
鹭燕医药	医药行业	红桥创投	红桥民间资本	2.55
鹭燕医药	医药行业	红桥创投	泉州红桥创投	1.66
鹭燕医药	医药行业	建银国际	建银国际医疗	1.55
鹭燕医药	医药行业	红桥创投	丰泽红桥创投	0.87
鹭燕医药	医药行业	铭源红桥	红桥高科创投	0.74
司太立	医药行业	天堂硅谷	硅谷合丰创投	0.37
司太立	医药行业	天堂硅谷	硅谷合胜创投	0.37

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年医疗健康进军海外市场 多方位改革实施

2016 年，中国正在继续鼓励医疗设施领域的私人投资，以减轻公立医院的负担。同时，放宽外商投资限制，将有利于推广该领域的国际标准和提供高品质的看护服务，以应对中国快速进入老龄化社会的趋势。为了满足日益增长的国内需求，中国企业在以色列、美国和澳大利亚等国的医疗健康领域加强了海外投资，以获取海外企业的高新技术、专业知识和高端品牌价值，从而迎合中国市场的需求。

同时，为了全面贯彻实施十三五规划健康中国战略，未来医疗健康产业的发展不仅可在调整产业结构、改变经济架构的基础之上做出改善和提升，还可着力于生物技术、医疗服务、医疗设备、医药行业、医疗健康其他和研发外包各个领域的技术革新和推进，降低行业总生产成本，提高生产效率，减少额外的消耗和浪费，从根本上加快医疗健康行业的发展速度、实用规模，最终在市场上呈现出欣欣向荣并且可持续发展的景象。

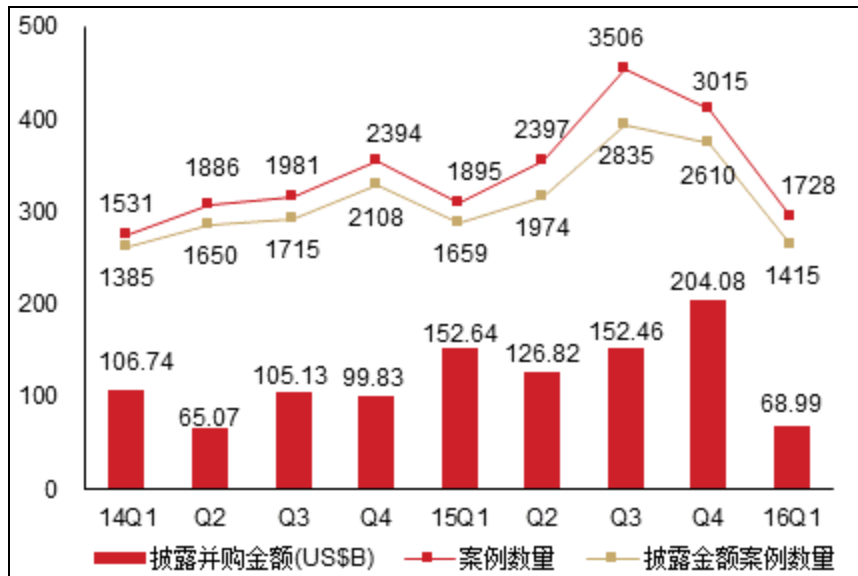
2、一季度中国境内并购交易回落 海外市场爆发增长

在经历了去年的高速增长之后，2016 年一季度中国并购市场交易活跃度与交易规模双双回落。一季度中国并购市场交易完成案例数量 761 起，环比下降 41.69%，同比上升 2.14%；披露金额为 330.7 亿美元，环比下降 62.80%，同比下降 56.34%。从行业分布来看，制造业、IT 和医疗健康成为并购交易热门行业，金融、能源及矿业和连锁经营行业位列并购交易规模前三甲。

一季度并购交易数量规模双双回落

今年一季度中国并购市场宣布交易案例数量有所下降，宣布交易 1728 起，环比下降 42.69%，同比下降 8.81%；宣布交易规模为 689.9 亿美元，环比下降 66.19%，同比下降 54.80%；披露金额案例数量为 1415 起，平均单笔交易规模为 0.49 亿美元。

图表 15 2014Q1 至 2016Q1 中国并购市场宣布交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

就具体月份来看，一季度 1 月份并购市场跌至低谷，宣布交易规模仅到 201.1 亿美元，创近一年来单月宣布交易规模最低点；随后 2 月份有所起伏，宣布交易规模达到 291.9 亿美元；3 月份交易规模稍有回落，宣布交易规模约为 197.0 亿美元。

图表 16 2015 年 3 月至 2016 年 3 月中国并购市场宣布交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体宣布交易案例来看，中房股份拟全资收购忠旺集团，交易总金额 282 亿元成为一季度境内宣布并购交易案例最大一笔。2016 年 3 月 22 日，中房置

业股份有限公司 (600890. SH) 拟以发行股份和资产置换的方式收购辽宁忠旺精制投资有限公司持有的辽宁忠旺集团有限公司 100% 股权, 交易总金额为 282 亿元。其中以其持有的新疆中房置业有限公司 100% 股权作价 2 亿元作为置出资产, 与忠旺精制持有的忠旺集团 100% 股权中的等值部分进行置换; 超过置出资产作价的差额部分 280 亿元由中房股份向忠旺精制以发行股份的方式购买, 发行价格为 7.12 元/股, 发行股份数量为 393, 258.43 万股。此次交易是辽宁忠旺通过将铝挤压业务注入中房股份实现分拆至 A 股上市, 能够继续巩固其工业铝挤压业务的行业龙头地位, 同时受益于快速增长的深加工业务及投产在即的铝压延业务, 进一步提升辽宁忠旺的市场价值。

另外一笔交易是中国人寿拟收购广发银行 23.686% 股权, 交易金额约为 233 亿元人民币。2016 年 2 月 29 日, 中国人寿保险股份有限公司 (601628. SH) 将以每股人民币 6.39 元的价格向花旗集团及 IBM Credit 收购合计 3, 648, 276, 645 股广发银行股份有限公司股份 (其中向花旗集团收购 3, 080, 479, 452 股, 向 IBM Credit 收购 567, 797, 193 股), 总对价为人民币 23, 312, 487, 761.55 元。于本次交易交割后, 中国人寿将持有 6, 728, 756, 097 股广发银行股份, 占广发银行已发行股本的 43.686%。此次交易完成后, 中国人寿与广发银行将有机会从渠道、销售、中后台运行等多个方面综合协同发展, 提高综合竞争实力和风险抵御能力。

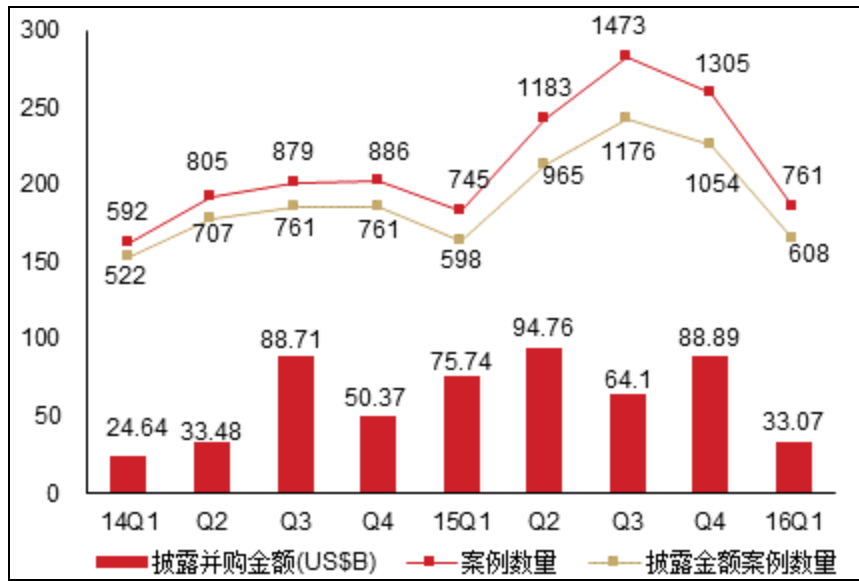
图表 17 2016Q1 中国并购市场重大进行中交易

标的企业	CV 行业	交易金额	交易股权	买方企业
辽宁忠旺	能源及矿业	282 亿元	100%	中房置业
广发银行	金融	233.12 亿元	23.69%	中国人寿
长城信息	IT	196.29 亿元	100%	中国长城
完美世界网络	互联网	120 亿元	100%	完美环球
拉卡拉	互联网	110 亿元	100%	西藏旅游
民生信托	金融	56.87 亿元	81.25%	武汉中央商务区
盘古数据	互联网	53.5 亿元	100%	精功科技
神州租车	汽车行业	52.57 亿元	23.97%	优车科技
沃特玛	能源及矿业	52 亿元	100%	坚瑞消防
中昌海运	交通运输	49.37 亿元	-	-

数据来源: 投资中国、中商产业研究院

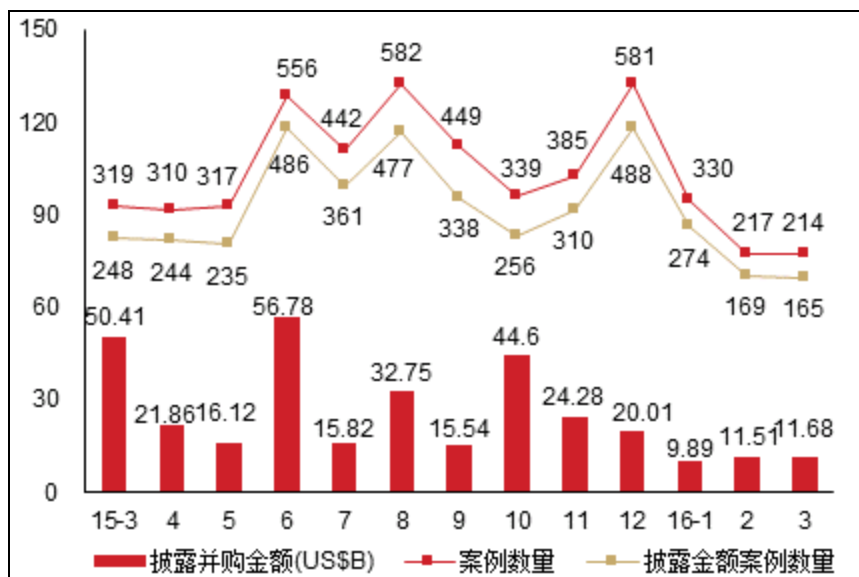
从实际完成的并购交易来看, 一季度中国并购市场交易完成案例数量与规模均有所回落。一季度中国并购市场交易完成案例数量 761 起, 环比下降 41.68%, 同比上升 2.15%; 披露金额为 330.7 亿美元, 环比下降 62.80%, 同比下降 56.34%; 披露完成案例交易金额数量为 608 例, 平均单笔完成交易为 0.54 亿美元。

图表 18 2014Q1 至 2016Q1 中国并购市场完成交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 19 2015 年 3 月至 2016 年 3 月中国并购市场完成交易趋势图



从实际完成的并购案例来看，一季度浦发银行 163.52 亿元收购上海信托 97.33% 股权，为本季度完成交易中规模最大的一例。2015 年 6 月 15 日，上海浦东发展银行股份有限公司 (600000.SH) 拟以发行股份支付方式收购上海国际集团有限公司、上海久事公司、申能股份有限公司、上海锦江国际投资管理有限公司、上海石化城市建设综合开发公司、中国东方航空股份有限公司、国网英大国际控股集团有限公司、上海地产(集团)有限公司、双钱集团股份有限公司、上海爱建集团股份有限公司、上海百联集团股份有限公司合计持有的上海国际信托有限公司 97.33% 股权，交易金额约为 163.52 亿元。2016 年 3 月 15

日交易完成，上海信托相关工商变更登记手续已办理完毕，至此酝酿两年的收购事宜完成，浦发银行成为第四家拥有信托牌照的银行。

图表 20 2016Q1 中国并购市场重大完成交易

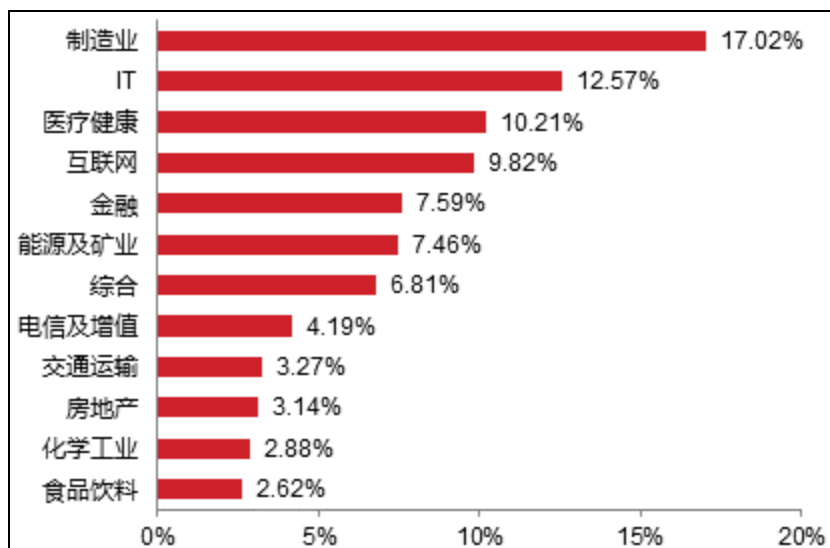
标的企业	CV行业	买方企业	交易金额	交易股权
上海国际信托	金融	浦发银行	163.52亿元	97.33%
恒力股份	化学工业	大橡塑	108.09亿元	99.99%
铂涛集团	连锁经营	锦江国际	85.55亿元	81%
宁波钢铁	能源及矿业	杭州钢铁	81.19亿元	100.00%
国华人寿	金融	天茂实业	72.37亿元	44%
天安财险	金融	西水股份	69.07亿元	26.96%
宁东铁路	交通运输	广夏实业	43.88亿元	100.00%
百川燃气	公用事业	万鸿集团	40.86亿元	100%
深圳茂业	连锁经营	成商集团	35.09亿元	100%
电驱动	汽车行业	大洋电机	35.00亿元	100%

数据来源：投资中国、中商产业研究院

制造业热度登顶 金融行业规模位居首位

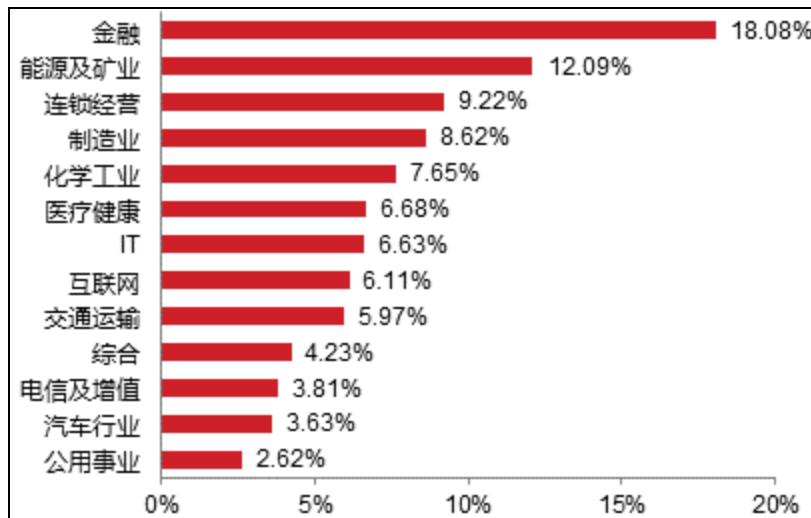
就行业分布来看，一季度制造业、IT 和医疗健康成为并购数量热门行业。一季度中国并购市场交易完成案例中，制造业、IT 和医疗健康交易数量分别为 130 起、96 起和 78 起，分别占比 17.02%、12.57%和 10.21%位居前三位。

图表 21 2016Q1 中国并购市场交易数量占比完成按行业分布



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 22 2016Q1 中国并购市场交易完成金额占比按行业分布



数据来源：投资中国、中商产业研究院

交易规模上，金融、能源及矿业和连锁经营规模分别以 59.80 亿美元、39.99 亿美元、30.49 亿美元，占比 18.08%、12.09%、9.22%位列前三甲。

2016 年一季度海外并购爆发 中国对美企并购增幅明显

一季度，中国境内并购市场已完成交易 761 起，交易规模为 330.7 亿美元，主要是由于国内经济增长放缓，更多中资企业正愈发在海外寻找扩张机会。据统计，2016 年一季度中国海外并购市场交易金额较 2015 年四季度增长 3 倍，达到 1155 亿美元，占 2016 年一季度全球跨境并购量的近 1/2。从具体宣布交易案例来看，2016 年 2 月 3 日，中国化工集团接近就收购先正达达成协议，交易金额约为 430 亿瑞郎(422 亿美元)，这是迄今为止中国企业在海外进行的最大收购。早在 2015 年 11 月 16 日，中国化工集团公司以 449 瑞士法郎/股报价收购先正达集团，总金额约 417 亿法郎(约 420 亿美元)，先正达以监管风险为由拒绝了中化集团的收购提议。而后在近两个月中国化工调整收购价格以及相关策略，最终促成双方此项交易。

另外，中国对美企的并购热情与日俱增，收购的交易数量和规模明显加速。2016 年一季度环比 2015 年四季度增长 7 倍，交易规模近 400 亿美元。从具体宣布交易案例来看，美国时间 2016 年 2 月 17 日，天津天海投资发展股份有限公司(600751.SH)通过为本次收购而设立的子公司 GCL ACQUISITION, INC. 以 60 亿美元为交易代价全资收购 Ingram Micro Inc.(英迈国际)，每股收购价格 38.90 美元。收购完成后，IMI 将成为天海投资全资子公司。此次交易是海航通

过子公司天海投资向英迈的管理团队和战略提供支持，包括继续向新的地区扩张，同时还为他们的供应商和客户合作伙伴提供渠道，以获得新的和互补性产品。本次交易也是国内企业通过收购海外技术资产来提升国内生产能力、取代进口的一次强有力证明。

3、一季度文化传媒 VC/PE 融资回归平静 影视跨境交易爆发

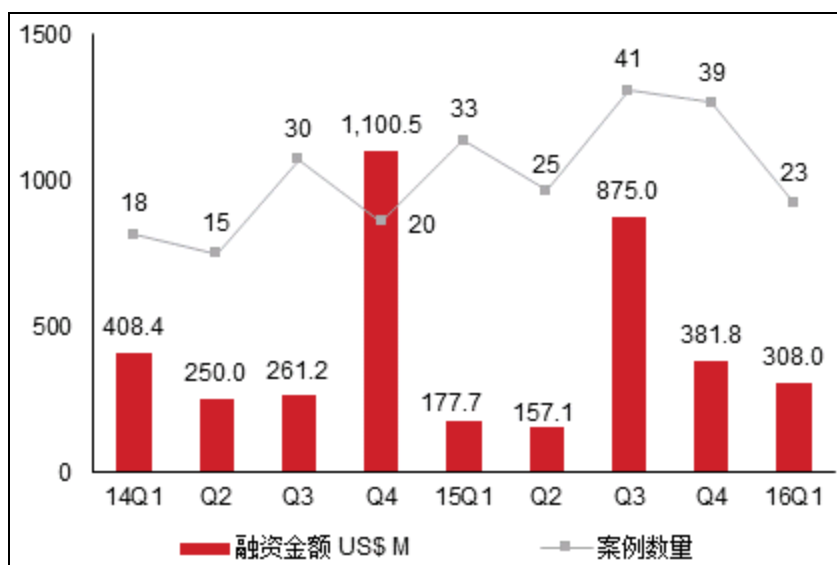
2016 年一季度文化传媒行业在经过去年全年的加速发展后，多家企业顺利 IPO 上市，取得了一个阶段性的不错结果。文化产业的整体发展离不开深化体制改革的政策红利，再加上人民生活需求的日益增高，文化传媒的景气度持续上升，未来依旧是备受关注的热门行业。

资本市场层面，2016 年一季度文化传媒 VC/PE 融资规模为 3.08 亿美元，环比下降 19.33%，融资案例数量 23 起，环比下降 41.03%。2016 年一季度文化传媒并购市场宣布交易 41 起，环比下降 48.16%，披露交易规模 51.61 亿美元，环比上升 95.76%。2016 年一季度文化传媒 IPO 融资规模为 1.58 亿美元，同比下降 55.21%，案例数量 1 起，同比下降 66%。

文化传媒 VC/PE 融资回归平静 案例数量有所回落

2016 年一季度文化传媒 VC/PE 融资规模为 3.08 亿美元，环比下降 19.33%，融资案例数量 23 起，环比下降 41.03%。

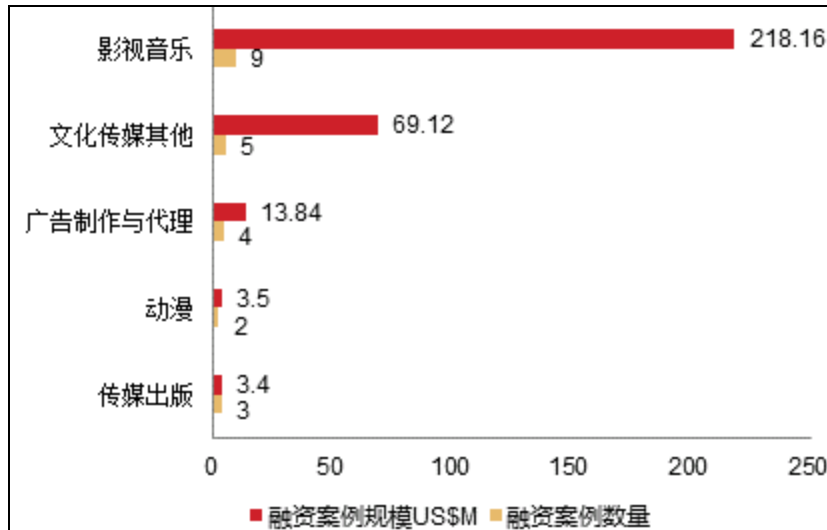
图表 23 2014Q1-2016Q1 中国文化传媒行业 VC/PE 融资情况



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从细分领域来看，影视音乐成为本季度 VC/PE 的重点关注领域，以 9 笔融资案例、2.18 亿美元融资规模居于首位，融资案例数量和规模占比分别是 39.13%和 70.83%。

图表 24 2016 年 Q1 国内文化传媒行业细分领域 VC/PE 融资分布



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体案例来看，西安曲江春天融和获双子投资注资，柠萌影视获弘毅、腾讯、海通芒果注资，弹幕视频获得软银中国注资成为 2016 年一季度 VC/PE 融资案例规模的前三位。

图表 25 2016 年 Q1 国内文化传媒企业获得 VC/PE 融资重点案例

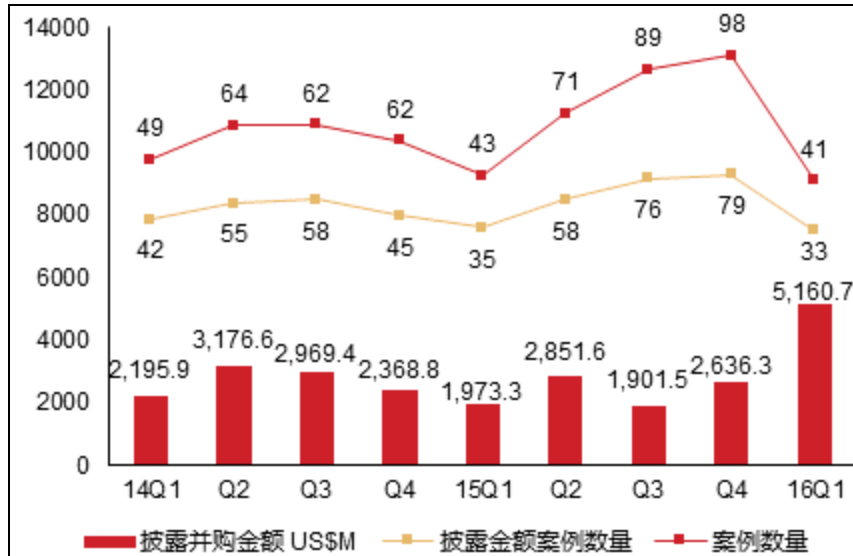
企业	CV行业分类	投资机构	投资金额 US\$M
春天融和	影视音乐	双子投资	127.26
柠萌影视	影视音乐	弘毅投资/腾讯/海通芒果	76.00
弹幕视频	文化传媒其他	软银中国资本	60.00
有树文化	广告制作与代理	华创资本	9.12
金刚文化	文化传媒其他	IDG资本	6.08
Base FX	影视音乐	华人文化投资	4.56
水贝传媒	广告制作与代理	深创投	3.04
两点十分	动漫	峰瑞资本	3.04
网站TV	影视音乐	经纬创投/德同资本	3.04
次元文化	文化传媒其他	昆仲资本	2.28
光合映画	影视音乐	弘广投资	2.28

数据来源：投资中国、中商产业研究院

文化传媒并购市场活跃度下滑 跨境市场交易强劲

2016 年一季度文化传媒并购市场在活跃度方面整体遇冷，但在跨境并购方面规模爆发。2016 年一季度文化传媒并购市场宣布交易 41 起，环比下降 48.16%，披露交易规模 51.61 亿美元，环比上升 95.76%。

图表 26 2014Q1-2016Q1 中国文化传媒并购市场宣布交易趋势图



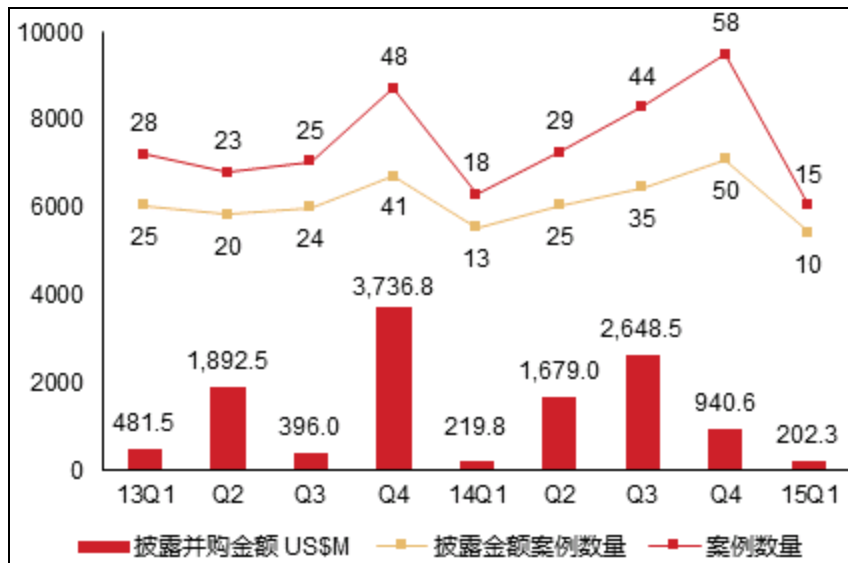
数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体案例来看，DMG 娱乐拟出资 20 亿美元收购派拉蒙影业 40%股权成为 2016 年一季度文化传媒行业最大一笔并购宣布金额交易案例。2016 年 3 月 14 日，DMG 娱乐传媒集团拟出资 20 亿美元收购维亚康姆全资子公司派拉蒙影业公司 40%股权。目前，中国已日渐成为全球最大的票房市场，海外影业公司进入中国电影市场已成为获取巨大商业利益的成功之路。如果此次交易成功，派拉蒙可以利用 DMG 丰富的顶级 IP 资源，增强自身在系列电影方面的竞争力，利用 DMG 在华语市场的影响力，得到一个进入华语市场的快速通道。

另一笔交易规模较大的宣布并购案例则是万达集团拟收购卡麦克影业。2016 年 3 月 4 日，大连万达集团股份有限公司旗下 AMC 娱乐控股公司 (AMC.NYSE) 将以 11 亿美元收购卡麦克影业。此次万达集团通过收购卡麦克并成为美国最大的院线经营者，进一步扩大了在好莱坞的影响力，一家新的拥有 6000 多家影院约 8400 块银幕的新的行业巨头诞生。

完成交易方面，2016 年一季度文化传媒并购市场完成交易规模大幅回落。2016 年一季度文化传媒并购市场完成交易规模为 2.02 亿美元，环比下降 78.49%，案例数量 15 起，环比下降 74.14%。

图表 27 2014Q1-2016Q1 中国文化传媒并购市场完成交易趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体案例来看，2015 年一季度国内文化传媒并购案例中规模最大的是光环新网全资收购无双科技。2015 年 10 月 8 日，北京光环新网科技股份有限公司(300383. SZ)拟收购施侃等 3 名股东持有的北京无双科技有限公司 100% 股权，交易金额 49,542.57 万元。2016 年 3 月 9 日，无双科技已完成工商变更登记。另一家规模较大的案例是合一集团收购磨铁图书 27.133% 股权。

图表 28 2016 年 Q1 国内文化传媒企业重大并购案例

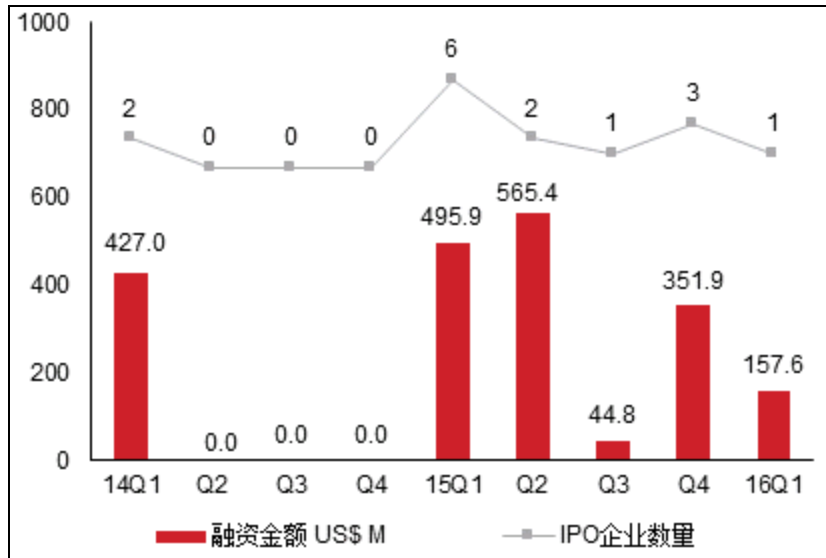
标的企业	CV 行业	买方企业	交易金额 US\$M	交易股权
无双科技	广告制作与代理	光环新网	75.31	100%
磨铁图书	传媒出版	合一信息	46.40	27.13%
韩国 SM 集团	文化传媒其他	阿里巴巴	29.64	4.00%
FNC 娱乐	影视音乐	苏宁环球	28.04	12.00%
南派投资	影视音乐	分享一下	15.20	-
中南安拓传媒	文化传媒其他	中南出版	4.10	90.00%
华奥视美	影视音乐	艾比森	1.85	4.98%
华奥视美	影视音乐	-	1.12	3.02%
中南安拓传媒	文化传媒其他	-	0.46	10.00%
西藏欢欢	文化传媒其他	星美联合	0.14	4.50%

数据来源：投资中国、中商产业研究院

文化传媒 IPO 仅一家，并购退出机构获利

2016 年一季度文化传媒 IPO 融资规模为 1.58 亿美元，同比下降 55.21%，案例数量 1 起，同比下降 66%。

图表 29 2014Q1-2016Q1 中国文化传媒行业 IPO 融资规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体案例来看，2016 年一季度文化传媒领域 IPO 融资案例是南方传媒上交所上市，募资 10.37 亿元。南方传媒公司的主营业务为图书、报刊、电子音像出版物的出版和发行，以及印刷物资供应和印刷业务，其中图书出版物主要为中小学教材、一般图书、教辅书籍等。南方传媒是广东省率先实现整体股份制改造的大型国有文化企业，此次南方传媒在上交所挂牌上市，标志着文化和资本的结合，预示着广东未来新闻出版业将在文化产业上会迎来新的晋级。

图表 30 2016 年一季度国内文化传媒并购退出案例

企业	CV 行业分类	退出机构	帐面退出回报 US\$M	帐面回报率(倍数)
磨铁图书	传媒出版	基石资本	3.43	0.35
磨铁图书	传媒出版	基石资本	4.38	0.76
磨铁图书	传媒出版	鼎晖华泰	15.3	N/A
磨铁图书	传媒出版	华商盈通	23.29	N/A

数据来源：投资中国、中商产业研究院

退出方面，2016 年一季度暂无相关 IPO 机构退出案例。并购退出方面则是合一集团收购磨铁图书 27.133% 股权，基石资本、鼎晖华泰、华商盈通相继获利退出。

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