

# 中商顾问 · 投资情报周刊

2016年05月02日-2016年05月08日

每周一发行

国务院关于印发盐业体制改革方案的通知

证监会拟暂缓中概股回国上市,中概股集体下跌

P2P 监管将在排查中确立细则 未来或纳入举报奖励制度

中国广电成第四大基础运营商 电信市场格局生变

2016 外来投资信心指数排名 中国仍然居于第二位

医药流通行业面临大洗牌 多省推动两票制



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](mailto:yubao@askci.com)

# 公司简介

## Corporate Introduction

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

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



# 产品与服务

## Products and Services

### 行业研究报告

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

### 市场调研

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

### 产业规划咨询

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

### 投资咨询

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

### 地产策划

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

### 品牌与营销咨询

品牌诊断研究	品牌定位咨询
品牌策划咨询	品牌传播咨询

### IPO 上市咨询

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

### 战略咨询

管控管理咨询	风险管理咨询
运营管理咨询	品牌与营销管理咨询

★ 目 录 ★

一、政策法规.....	3
1、国务院关于印发盐业体制改革方案的通知.....	3
2、国务院办公厅关于印发 2016 年全国打击侵犯知识产权和制售假冒 伪劣商品工作要点.....	7
二、经济观察.....	14
1、流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2016 年 4 月 21-30 日） .....	14
2、50 个城市主要食品平均价格变动情况（2016 年 4 月 21-30 日）	16
三、投资市场.....	17
1、机器人市场深受资本热追 专利申请翻 30 倍.....	17
2、2016 外来投资信心指数排名 中国仍然居于第二位 .....	20
3、证监会拟暂缓中概股回国上市，中概股集体下跌.....	21
4、解读文娱市场万亿规模.....	22
5、盘点初创企业十大盈利模式的优缺点.....	26
6、证监会释放大利好：为 A 股纳入 MSCI 铺路.....	30
7、网红概念股入侵新三板：谁才是真正的“网红工厂” .....	32
8、今年全球超过 80 个独角兽将会摔死.....	34
9、新三板冲刺 7000 家：日均挂牌近 10 家.....	38
10、5 月份新三板分层方案有望通过 .....	44
11、5.02-5.08 一周并购事件 .....	45
12、国内一周风投事件统计.....	46
四、产业市场.....	50
1、盐业改革拉开序幕 明年起放开所有盐产品价格.....	50
2、中国广电成第四大基础运营商 电信市场格局生变.....	51
3、19 家白酒上市公司营收增长 时隔三年白酒行业有望复苏 ....	52
4、医药流通行业面临大洗牌 多省推动两票制.....	54
5、体育产业十三五规划发布 2020 年规模超 3 万亿 .....	55
6、本土养老疯潮渐褪 外资进军国内拼钱景.....	57
7、部分房企开始涉足主题公园：“热土”还是“虚火” .....	58
8、P2P 监管将在排查中确立细则 未来或纳入举报奖励制度 .....	60
9、魏则西事件影响百亿细胞疗法产业.....	62
10、欧盟计划提高中国螺纹钢反倾销税率.....	65
五、环球市场.....	66
1、欧元区经济持续改善仍存下行风险.....	66
2、商务部：加大对南亚国家投资力度实现经贸综合平衡.....	68
3、日媒：“一带一路”经济机会大 阿富汗应主动接轨.....	69
4、美国经济变弱只是短期现象.....	70
5、全球经济发展将受制于高温缺水.....	73
6、脱欧风险再度袭来 民调显示多数人支持英国脱欧.....	75
7、俄远东开发区年底有望落实巨额投资.....	76
8、韩国西海岸拟建中资主导“中国城” .....	76
9、亚投行和亚行签署合作备忘录.....	77
10、法国拟投资 8000 万欧元打造欧洲首条“超级高铁” .....	77

六、热点解读.....	78
1、4月中企 IPO 不温不火 IPO 规模锐减.....	78
2、4月目标基金募资氛围渐暖 PE/VC 投资市场双双回落.....	84
3、4月定增市逐渐回暖 共计 51 家完成 1778.87 亿元 .....	90

## 正文

# 一、政策法规

## 1、国务院关于印发盐业体制改革方案的通知

为落实党中央、国务院决策部署，推进盐业体制改革，实现盐业资源有效配置，进一步释放市场活力，促进行业健康可持续发展，现制定以下方案。

### 一、总体要求

（一）指导思想。全面贯彻党的十八大、十八届三中、四中、五中全会和中央经济工作会议精神，认真落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，以确保食盐质量和供应安全为核心，在坚持食盐专营制度基础上推进供给侧结构性改革，坚持依法治盐，创新管理方式，健全食盐储备，严格市场监管，建立公平竞争、监管到位的市场环境，培育一批具有核心竞争力的企业，逐步形成符合我国国情的盐业管理体制。

### （二）基本原则。

突出食盐安全。完善食盐监管机制，加强企业规范条件和信用体系建设，健全社会食盐储备体系，拓宽碘盐供应渠道，保障食盐质量，实现科学补碘。

释放市场活力。取消食盐产销区域限制，改革食盐定价机制和工业盐管理，鼓励企业自主经营、产销一体，通过兼并重组等方式不断做优做强，为行业健康发展提供动力。

注重统筹兼顾。把确保用盐安全和激发市场活力有机结合，统筹协调各项改革措施，建立沟通协调机制，加强工作指导和效果评估，确保改革稳妥推进。

坚持依法治盐。完善法律法规和政策措施，加快建设标准体系，建立健全监管制度，明确各方管理职责，创新管理方式，实施依法治理。

### 二、强化食盐专业化监管，完善食盐专营制度

（三）完善食盐定点生产制度。不再核准新增食盐定点生产企业，确保企

业数量只减不增。鼓励食盐生产与批发企业产销一体。鼓励社会资本进入食盐生产领域，与现有定点生产企业进行合作。

（四）完善食盐批发环节专营制度。坚持批发专营制度，以现有食盐定点生产企业和食盐批发企业为基数，不再核准新增食盐批发企业，鼓励食盐批发企业与定点生产企业兼并重组，其他各类商品流通企业不得从事食盐批发。鼓励国有食盐批发企业在保持国有控股基础上，通过投资入股、联合投资、企业重组等方式引入社会资本，开展战略合作和资源整合。

（五）完善食盐专业化监管体制。保持现有专业化食盐监管体制不变，由盐业主管机构依法负责食盐管理与监督。工业和信息化部是国务院盐业主管机构，主管全国盐业工作，负责制定盐业发展规划和产业政策，管理全国食盐专营工作，保证盐行业发展稳定。县级以上地方各级人民政府授权的盐业主管机构，负责管理本行政区域内的食盐专营工作。各级盐业主管机构与公安、司法、卫生计生、工商、质检、食品药品监管等部门各司其职、密切协作，依法加强食盐安全监管。结合行政执法体制改革，探索推进食盐安全监管体制改革，研究剥离食盐批发企业承担的行政管理职能，创造条件将食盐质量安全管理与监督职能移交食品药品监管部门或市场监管部门负责。加快建设食盐电子追溯体系，实现食盐来源可追溯、流向可查询、风险可防范、责任可追究。

### 三、推进盐业管理综合改革，完善食盐储备制度

（六）改革食盐生产批发区域限制。取消食盐定点生产企业只能销售给指定批发企业的规定，允许生

产企业进入流通和销售领域，自主确定生产销售数量并建立销售渠道，以自有品牌开展跨区域经营，实现产销一体，或者委托有食盐批发资质的企业代理销售。取消食盐批发企业只能在指定范围销售的规定，允许向食盐定点生产企业购盐并开展跨区域经营，省级食盐批发企业可开展跨省经营，省级以下食盐批发企业可在本省（区、市）范围内开展经营。鼓励盐业企业依托现有营销网络，大力发展电子商务、连锁经营、物流配送等现代流通方式，开展综合性商品流通业务。

（七）改革食盐政府定价机制。放开食盐出厂、批发和零售价格，由企业根据生产经营成本、食盐品质、市场供求状况等因素自主确定。各级价格管理部门要加强对食盐零售价格的市场监测，配合盐业主管机构采取措施，保持价格基本稳定，特殊情况下可依法采取价格干预或其他紧急措施，防止普通食盐



价格异常波动。

（八）改革工业盐运销管理。取消各地自行设立的两碱工业盐备案制和准运证制度，取消对小工业盐及盐产品进入市场的各类限制，放开小工业盐及盐产品市场和价格。各省级人民政府要切实执行放开工业盐运销管制的要求，并研究制定落实细则和责任追究等有关管理办法，工业和信息化部要加强督促检查。工业盐生产企业应当建立、保存完整的生产和销售记录，严格防止工业盐流入食盐市场。质检部门要督促生产企业提高产品质量，加强工业盐产品质量监管，依法查处不合格产品，工商部门要依法查处虚假广告和侵权假冒行为。

（九）改革食盐储备体系。建立由政府储备和企业社会责任储备组成的全社会食盐储备体系，确保自然灾害和突发事件发生时食盐和原碘的安全供应。各省（区、市）根据本地食盐供需情况建立政府食盐储备，储备量不得低于本省（区、市）1个月食盐消费量，可以依托现有食盐批发企业仓储能力，也可以选择具备条件的食盐生产企业实施动态储备，本级财政预算应安排资金对食盐储备给予贷款贴息、管理费支出等支持。加大对储备补贴资金的审计力度，接受社会监督。完善企业食盐储备制度，限定食盐生产、批发企业的最低库存和最高库存，防止食盐市场供应短缺和企业囤积居奇，其中最低库存不得低于本企业正常情况下1个月的平均销售量，库存具体标准由行业协会研究提出、工业和信息化部核定，各级盐业主管机构要加强对库存情况的监督检查。鼓励企业在供求关系稳定或产能大于需求时，在最低库存基础上建立成本自担的社会责任储备。原碘供应按照现行方式管理，中央财政对原碘采购及碘添加剂生产、供应给予适当支持。

#### 四、加强食盐管理制度建设，保障食盐供应安全

（十）严格规范食盐生产批发企业资质。工业和信息化部牵头，食品药品监管总局等有关部门积极参与，依照有关法律法规，综合考虑技术水平、卫生保障条件等因素，制定食盐生产、批发企业的规范条件。省级盐业主管机构要依照新的规范条件对现有食盐生产、批发企业资质重新进行严格审核后报工业和信息化部备案，并在指定网站公示，接受社会监督。

（十一）加快信用体系建设。各级盐业主管机构要会同有关部门、行业协会建立食盐生产、批发企业及其负责人和高管人员信用记录，纳入国家统一的社会信用体系。依托全国信用信息共享平台、国家企业信用信息公示系统和地方政府指定网站建立健全信息公示制度，对拟进入食盐生产、批发领域的社会

资本要在准入前公示有关信息，并每年定期公示所有企业及其负责人的有关信息。对有违法失信行为的企业和个人，有关部门要加大监管力度，依法实施联合惩戒，对行为后果严重且影响食盐安全的，要依法采取行业禁入等措施。各级盐业协会要发挥好协调沟通和行业自律的作用。

（十二）加强科学补碘工作。充分发挥食盐生产、批发企业的保障供应作用，有效拓宽碘盐供应渠道，确保合格碘盐覆盖率在 90%以上，同时满足特定人群非碘盐消费需求。积极做好科学补碘宣传教育，提高孕妇、儿童和碘缺乏地区群众的科学补碘意识。国家卫生计生委负责制定食盐加碘标准，组织开展碘缺乏病监测，公布区域人群碘营养状况；省级卫生计生部门负责划定边远贫困碘缺乏地区，做好动态监控，适时调整帮扶地区范围。各地可根据实际情况，灵活选择政府补贴运销费用或直接补贴贫困人口等方式，保证边远贫困地区和经济欠发达的边疆民族地区人口能够吃得上、吃得起合格碘盐，并建立与社会救助标准、物价挂钩的联动机制，及时调整保障标准。

（十三）加强应急机制建设。工业和信息化部负责全国食盐供应紧急突发事件的协调处置工作，各级盐业主管机构要会同有关部门研究制定食盐供应应急预案，并向同级政府应急管理部门备案。紧急突发情况下，由盐业主管机构按照应急预案规定，采取投放政府储备、调运企业社会责任储备等方式，确保食盐市场稳定。

（十四）推动盐业企业做优做强。按照党中央、国务院深化国有企业改革有关要求，加快国有盐业企业公司制、股份制改革，建立规范的公司法人治理结构，积极发展混合所有制，转换经营机制，盘活企业资产，增强生机和活力。鼓励食盐生产、批发企业兼并重组，允许各类财务投资主体以多种形式参与，向优势企业增加资本投入，支持企业通过资本市场或公开上市等方式融资，形成一批具有核心竞争力的企业集团，引领行业发展。将解决中央盐业企业历史遗留问题纳入中央国有资本经营预算支出范围统筹考虑，各级政府要落实国有盐业企业兼并重组整合涉及的资产评估增值、土地变更登记和国有资产无偿划转等方面税收优惠政策。

## 五、强化组织领导，落实改革任务

（十五）完善盐业法律法规体系。国务院有关部门、地方政府要依照有关法律法规和本方案精神，抓紧对现行盐业管理法规政策进行清理，按程序提出立改废建议，推动健全法律法规体系，促进盐业健康发展。

(十六) 设置过渡期分步实施改革。自本方案印发之日起至 2016 年 12 月 31 日, 有关部门要抓紧研究制定食盐生产及批发企业规范条件、食盐储备、市场监管和价格监测、干预等政策措施, 修改完善相关制度。从 2017 年 1 月 1 日开始, 放开所有盐产品价格, 取消食盐准运证, 允许现有食盐定点生产企业进入流通销售领域, 食盐批发企业可开展跨区域经营。现有食盐定点生产企业许可证和食盐批发企业许可证不再重新核发, 有效期延至 2018 年 12 月 31 日。从 2018 年 1 月 1 日开始, 现有食盐定点生产企业和批发企业可依照新的规定申请许可, 根据许可范围从事相应的经营活动。

(十七) 切实落实工作责任。各省级人民政府对本行政区域内盐业体制改革负总责, 要加强组织领导, 明确各有关部门的监管责任, 按照本方案确定的改革方向和主要原则, 结合实际制定具体工作方案, 安排好政府食盐储备、边远贫困地区及经济欠发达的边疆民族地区碘盐供应财政补贴等工作, 全面落实改革各项任务。国务院各有关部门要按照方案要求, 抓紧制定配套政策措施, 建立协作联动机制, 形成监管合力。国家发展改革委、工业和信息化部要加强工作指导和统筹协调, 并做好督促检查和效果评估, 对改革中出现的新问题及时研究提出解决办法, 确保食盐安全和市场稳定, 重大问题及时向国务院报告。

## 2、国务院办公厅关于印发 2016 年全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点

2016 年, 全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要认真贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中、五中全会精神, 落实国务院有关工作部署, 结合推动供给侧结构性改革, 依法严厉惩处影响创新发展、妨碍公平竞争和侵害消费者合法权益的侵权假冒违法犯罪, 为推动经济社会持续健康发展提供有力保障。

### 一、加强重点领域治理

(一) 加强互联网领域侵权假冒治理。打击网上销售假冒伪劣商品。突出食品药品、农资、家用电器、建筑材料、汽车配件、儿童用品等重点商品, 组织开展网络交易集中整治, 加强监管执法。加强对网络交易商品的定向监测, 强化电子商务产品质量执法打假维权协作, 探索建立跨境电子商务侵权假冒商品追溯机制。打击邮件、快件渠道非法寄递进出口侵权假冒商品行为。(工业和信息化部、公安部、农业部、海关总署、工商总局、质检总局、食品药品监管总

局、网信办、邮政局按职责分工分别负责)打击网络侵权盗版。开展 2016 红盾网剑专项行动。针对网络(手机)文学、音乐、影视、游戏、动漫、软件等重点领域,开展第十二次打击网络侵权盗版“剑网行动”。进一步扩大版权重点监管范围,探索对新型网络侵权盗版行为的有效治理模式。继续组织开展电子商务领域专利执法维权“闪电”专项行动,建立电子商务领域专利执法维权协作调度机制。加强文化市场技术监管与服务平台应用,以网络(手机)游戏、音乐、动漫为重点,组织查处违法违规互联网文化产品和经营单位。(工业和信息化部、公安部、文化部、工商总局、新闻出版广电总局、知识产权局、网信办按职责分工分别负责)强化网站监管。加强网站备案、网际协议地址(IP 地址)和域名管理。督促指导网站严格内容审核,研发应用技术措施,加大人工核查投入,畅通举报投诉渠道,完善监督处置机制,增强自律管理能力。加强网络交易平台监管,强化与大型电商平台合作,利用大数据分析技术,及时发现和掌握违法犯罪线索,加强预警监测和事前风险防范,增强精准打击能力。(工业和信息化部、公安部、农业部、商务部、文化部、海关总署、工商总局、质检总局、新闻出版广电总局、食品药品监管总局、林业局、知识产权局、网信办、邮政局按职责分工分别负责)

(二)强化农村和城乡结合部市场监管执法。加强全链条监管,围绕重要节庆时点和春耕、夏种等重要时段,针对农村市场侵权假冒易发多发的商品,从生产源头、流通渠道和消费终端三个方面大力整治,加强市场监督检查,严厉打击违法犯罪,维护农村市场秩序。(公安部、农业部、商务部、工商总局、质检总局、食品药品监管总局、林业局、知识产权局、邮政局按职责分工分别负责)部署开展农资打假、“红盾护农”、“农资打假下乡”等集中整治行动。开展果、蔬、茶、中草药常用投入品专项治理,查处非法销售使用高毒、禁限用农药的违法行为。强化农资生产经营企业产品抽检,重点检测种子苗木质量、品种真实性以及肥料、农药、兽药、饲料有效成分含量和是否添加违禁成分,严肃查处虚假宣传行为。对抽检发现问题多、媒体曝光多、举报投诉多的地区开展专项治理。加强对游商游贩违法经营行为的治理整顿。(农业部牵头负责,工业和信息化部、公安部、工商总局、质检总局、林业局、高检院按职责分工分别负责)开展林木种苗行政执法专项行动,对 16 个重点地区开展林木种苗质量监督抽查,重点检查工程造林使用的种子苗木质量以及许可、标签、档案等制度落实情况。(林业局负责)

(三)持续开展中国制造海外形象维护“清风”行动。重点针对拉美国家和地区,突出进出口、重点专业市场、跨境电子商务等重点环节,以及出口规模大、涉及人身健康安全的电子电器产品、化妆品、纺织品、日用品、药品等重

点商品，加强部门执法协作，严厉打击跨境制售侵权假冒商品违法犯罪行为。加强对重点产品生产企业以及出口新兴市场商品的专业市场、集散地的监管，加大涉外展会、交易会等活动中的知识产权保护力度，增加对出口重点地区商品的查验频次。充分发挥驻外经商机构职能，加强对外沟通协调及对境外中资企业、商户的服务和教育引导。（工业和信息化部、公安部、农业部、商务部、海关总署、工商总局、质检总局、食品药品监管总局、知识产权局、网信办、邮政局、贸促会按职责分工分别负责）

（四）深入推进软件正版化工作。研究制定规范计算机软硬件采购的具体措施，从源头上防止盗版软件流入政府机关。制定正版软件使用管理指南，推进软件使用管理标准化。巩固政府机关软件正版化成果，加快推进企业软件正版化。推广使用优秀软件产品。建立常态化随机抽查制度，探索利用第三方专业机构资源和技术手段开展督查，加大督导检查力度，严格责任追究。（新闻出版广电总局牵头负责，工业和信息化部、财政部、国资委、知识产权局、国管局按职责分工分别负责）推进中央企业所属四级、五级企业软件正版化工作，对进展缓慢的企业进行约谈。督促中央企业建立软件资产管理制度，规范软件资产的采购、登记、安装、升级等工作。开展中央企业软件正版化工作情况监督检查。（国资委负责）加大对新出厂计算机预装正版操作系统软件的检查管理力度，将平板电脑、智能手机等纳入监管范围。（工业和信息化部负责）

## 二、强化行业日常监管

（五）加强药品和医疗器械监管。严肃查处药品生产经营企业制售假药劣药案件，打击擅自变更生产工艺、非法添加等违法行为。加强对药品研发过程中临床试验的监督检查，严肃查处临床试验数据造假行为。加强对跨省份的药品、化妆品、医疗器械、保健食品违法案件查处的督查督办。（食品药品监管总局负责）

（六）加强车用燃油监管。督促引导石油炼化企业严格按照标准生产加工车用燃油，强化出厂检测，推进油品质量升级。严肃查处石油炼化企业无生产许可违法生产、销售不符合国家标准车用燃油的违法行为。严格成品油批发零售资质管理。规范成品油特别是普通柴油销售，以县级以上城市及干线公路两侧加油站为重点，严肃查处销售伪劣油品等违法行为。（发展改革委、环境保护部、商务部、国资委、税务总局、工商总局、质检总局按职责分工分别负责）

（七）加强重点商品监管。以建筑材料、汽车配件等为重点，继续开展“质

检利剑”行动。以质量问题突出区域为重点，深入推进集中整治。以家用电器、服装、洗涤用品行业为重点，推动企业开展产品质量承诺。严肃查处无证出厂销售强制性认证产品的违法行为。对纳入注册管理的进口食品，加大查处无证销售等违法行为力度。(质检总局负责)开展红盾质量维权行动，加大对儿童用品、装饰装修材料等重点商品的市场检查和质量抽检力度，强化流通领域商品质量监管。严肃查处欺骗、误导消费者的虚假违法广告。(工商总局负责)以口罩、空气净化器等为重点，开展防雾霾商品监督抽查和专项整治。(工商总局、质检总局按职责分工分别负责)探索建立消毒产品监管信息平台，加大抽检力度，加强生产使用环节监管。(卫生计生委负责)

(八)查处侵犯知识产权行为。规范商标代理市场秩序，推动商标注册和评审便利化，严肃查处恶意抢注商标行为。加强商业秘密行政保护。(工商总局负责)在重点城市开展高校及其周边复印店专项治理行动。开展印刷复制发行专项检查，加强对网络销售、传播出版物的监管。(新闻出版广电总局负责)继续开展知识产权执法维权“护航”专项行动。(知识产权局负责)严肃查处侵犯植物新品种、地理标志、集成电路布图设计等知识产权的违法行为。(农业部、工商总局、质检总局、林业局、知识产权局按职责分工分别负责)依法查处滥用知识产权、排除限制竞争等违法行为。(发展改革委、商务部、工商总局按职责分工分别负责)组织文化市场暗访抽查，加大检查力度，规范市场秩序。(文化部负责)加强企业日常税收征管，严肃查处侵权假冒涉税违法行为。(税务总局负责)

### 三、加强法规制度建设

(九)研究制订“十三五”时期打击侵权假冒工作指导意见。更加注重打建结合、依法治理、能力建设、社会共治、统筹协调，明确今后一个时期工作目标、主要任务和政策措施。(全国打击侵权假冒工作领导小组办公室牵头负责)

(十)健全相关法律法规。按照立法计划，推动制订修订反不正当竞争法、药品管理法、著作权法、专利法、化妆品卫生监督条例、专利代理条例等法律法规。积极推进电子商务法制订工作。(法制办、发展改革委、工业和信息化部、财政部、商务部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局、新闻出版广电总局、食品药品监管总局、知识产权局、网信办、邮政局按职责分工分别负责)

(十一)完善监管制度。研究出台海关知识产权行政案件处罚标准，规范自由裁量权。完善侵权案件办理和罚没货物处置程序。(海关总署负责)制订修订

林木种子生产经营许可证管理办法、林木种子质量管理办法、林业植物新品种保护行政执法办法等规章和规范性文件。(林业局负责)制订邮件、快件实名收寄管理办法,推动寄递企业落实收寄验视、实名收寄、过机安检等管理措施,建立用户信息档案库,严格执行运单信息核对制度。(邮政局负责)健全侵权假冒商品无害化销毁工作机制,将拟销毁物品交由有资质的单位进行无害化处置。(环境保护部牵头负责)

(十二)加强标准建设。贯彻落实《深化标准化工作改革方案》(国发〔2015〕13号),集中开展滞后老化标准的复审和修订,适时制订急需的检验检测标准。(质检总局牵头负责)制订修订林木种子与苗木质量分级、林木种子检验、育苗技术规程等标准。(林业局负责)推进寄递行业标准化建设,规范收寄、分拣、运输、投递各环节操作行为,提高防范侵权假冒能力。(邮政局负责)

(十三)加强地方绩效考核。将打击侵权假冒工作作为平安中国建设的重要内容,纳入社会治安综合治理领导责任查究和重点地区治安突出问题排查整治范围。(中央综治办、全国打击侵权假冒工作领导小组办公室按职责分工牵头负责)四、加强部门协同与司法保护

(十四)推进行政执法与刑事司法衔接。运行维护全国打击侵权假冒“两法衔接”信息共享系统,加强数据管理和有效应用。加强线上线下跨地区、跨部门执法司法协作与联动。推动打击侵权假冒涉案物品检验鉴定和保管处理体系建设。(全国打击侵权假冒工作领导小组办公室、高检院牵头负责,公安部、农业部、文化部、海关总署、工商总局、质检总局、新闻出版广电总局、食品药品监管总局、林业局、知识产权局、高法院按职责分工分别负责)

(十五)大力推进行政处罚案件信息公开。充分利用政府网站信息公开主渠道,公开案件信息。进一步完善和落实案件信息公开管理制度。加强监督检查、情况通报与考核,落实工作责任。(全国打击侵权假冒工作领导小组办公室牵头负责,农业部、文化部、海关总署、工商总局、质检总局、新闻出版广电总局、食品药品监管总局、林业局、知识产权局按职责分工分别负责)

(十六)推动跨区域跨部门合作。加强统筹协调,推动长三角、京津冀、泛珠三角等地区建立区域间、部门间执法协作机制,完善线索通报、证据转移、案件协查等制度,加强跨区域综合执法、联合执法。(全国打击侵权假冒工作领导小组办公室牵头负责)完善海关区域执法合作机制,防范和打击侵权假冒违法主体进行口岸“转移”。加强海关、工商、专利、邮政部门在进出口环节打击侵

权假冒的执法协作。(海关总署牵头负责,工商总局、知识产权局、邮政局按职责分工分别负责)

(十七)强化刑事打击与司法保护。保持高压打击态势,深化情报导侦技术和手段运用,对犯罪行为实施全链条打击,打好一批高质量、有影响的集群战役。(公安部负责)严查侵权假冒犯罪案件背后的玩忽职守、贪赃枉法、徇私舞弊、帮助犯罪分子逃避刑罚等职务犯罪。开展危害食品药品安全犯罪专项立案监督活动。(高检院负责)推进知识产权审判民事、行政、刑事“三合一”改革。及时总结北京、上海、广州知识产权法院的经验,加强知识产权司法保护。(高法院负责)

## 五、推动打防结合打建结合

(十八)健全预警防范机制。加强新信息技术在执法监管中的研发运用,提高预测预警和分析研判能力,做到事前防范、精准打击。(全国打击侵权假冒工作领导小组有关成员单位按职责分工分别负责)推广使用知识产权海关保护执法移动查询系统,开发知识产权海关保护(二期)系统,实现案件在线办理。(海关总署负责)健全林业植物新品种测试机构,建设一批植物新品种测试站。推进植物新品种 DNA(脱氧核糖核酸)图谱数据库建设,完善林业植物新品种保护信息管理系统,提供植物新品种网上查询服务。(林业局负责)实施寄递渠道安全监管“绿盾”工程,研究建立寄递渠道安全监控体系、安全执法检查支撑平台。(邮政局负责)

(十九)大力推进信用建设。全面实施统一社会信用代码制度,推动行政许可、行政处罚等信息上网公开,健全守信联合激励与失信联合惩戒机制。充分发挥全国信用信息共享平台和“信用中国”网站作用,加大信息归集整合力度,扩大平台互联互通范围,推进信息共建共享。(发展改革委、人民银行牵头负责)加快推进国家企业信用信息公示系统建设,构建新型监管制度,强化事中事后监管。(工商总局负责)推进网络领域信用体系建设,探索建立网络服务提供者管理人员失信“黑名单”制度,发挥网络诚信在网络空间法治化、网络生态治理中的作用。(网信办负责)

(二十)推进社会共治。整合行业组织力量,充分发挥行业自律作用,引导企业强化主体责任,加强知识产权自我保护,推动打击侵权假冒社会共治共享。(全国打击侵权假冒工作领导小组办公室牵头负责)完善举报投诉制度,发挥媒体和社会公众监督作用。(公安部、农业部、商务部、工商总局、质检总局、食



品药品监管总局、林业局、知识产权局、邮政局按职责分工分别负责)

(二十一)开展全国质量提升行动。以消费品和工业品质量为重点,强化生产许可获证企业产品质量监管,开展电子商务产品质量提升行动,完善监督检查、产品质量安全风险监控、缺陷产品召回等制度,全面提升产品质量供给水平。(质检总局牵头负责)

(二十二)加强知识产权保护服务。支持创新型企业选聘律师担任企业法律顾问,加强企业知识产权法律服务。加快推动知识产权证据材料公证保管执业管理平台建设,发挥公证机构服务职能,支持知识产权权利认定和纠纷解决。(司法部牵头负责)试点建立中小企业知识产权联络员制度。推动建立外经贸企业知识产权辅导体系,帮助企业建立知识产权战略管理制度。(海关总署负责)加强境内展会知识产权执法,督促落实展会主办方责任,组织查处侵权行为,妥善处理知识产权纠纷。(商务部、知识产权局按职责分工分别负责)

## 六、开展多样化宣传教育

(二十三)开展常态化宣传。制定年度宣传工作方案,把握正确舆论导向,组织各类新闻媒体,统筹做好对内对外宣传,解读政策措施,宣传工作成效,树立正面典型,曝光违法犯罪案件,加强舆论监督和警示教育。加强网络宣传,组织重点新闻网站、主要门户网站、政府网站等,充分运用微博、微信、移动客户端等新技术手段,扩大宣传覆盖面,增强宣传效果。充分发挥中国打击侵权假冒工作网网站群的宣传功能。积极开展对外宣传,及时发布权威信息,适时组织中外记者采访,展示成效,宣示决心,释疑解惑。(全国打击侵权假冒工作领导小组办公室、中央宣传部牵头负责,新闻办、网信办等按职责分工分别负责)

(二十四)加强集中宣传教育。深入推进“法律六进”主题活动。开展“3·15”国际消费者权益日、全国知识产权宣传周、“5·15”打击和防范经济犯罪宣传日、“8·8”海关法制宣传日、全国质量月、诚信兴商宣传月、全国网络诚信宣传日等活动。(公安部、司法部、商务部、海关总署、工商总局、质检总局、新闻出版广电总局、知识产权局、网信办按职责分工分别负责)

## 七、做好多双边协作与交流

(二十五)开展多双边磋商与交流合作。加强国际经贸合作,做好中美战略

与经济对话、中美商贸联委会知识产权议题磋商，深化中美、中欧、中俄、中巴(西)、中瑞(士)、中日等知识产权对话交流，解决双方重点关切。加快中欧地理标志协定谈判进程。密切跟踪跨太平洋伙伴关系协定(TPP)、跨大西洋贸易与投资伙伴关系协定(TTIP)等多双边协定进展，深入分析相关影响，及时提出对策措施建议。(商务部负责)统筹协调涉外知识产权事宜，深化与世界知识产权组织等的交流合作，发挥金砖国家知识产权局局长会议作用，开展相关领域合作。(知识产权局负责)积极谋划与金砖国家、“一带一路”沿线国家知识产权合作。(商务部、知识产权局按职责分工分别负责)举办2016年国际工商知识产权峰会。充分利用多双边工商合作机制，推动知识产权国际交流。(贸促会负责)

(二十六)加强跨境执法协作。开展中美海关第二次知识产权联合执法行动。落实中欧海关2014—2017年知识产权合作行动计划。加强与俄罗斯海关知识产权保护合作。推动中日韩“零假冒计划”实施。加强对非洲和拉美国家海关、检验检疫执法的合作与援助。拓展与“一带一路”沿线国家海关、检验检疫的合作。(海关总署、质检总局按职责分工分别负责)加强警务国际执法协作，加大涉外侵权假冒犯罪侦办力度。(公安部负责)

(二十七)完善海外维权援助机制。完善国际经贸领域知识产权海外维权机制，引导我国企业积极开展海外维权。建立海外知识产权问题及案件信息提交平台，推动形成海外知识产权维权援助服务网。(商务部负责)健全境外展会防侵权管理体系，完善知识产权综合服务机制，帮助企业加快适应国际知识产权规则，做好政策指引、预警、咨询、诉讼等服务，协调处理涉外知识产权纠纷。在重要展会上设立中国企业知识产权服务工作站。(商务部、知识产权局、贸促会按职责分工分别负责)

## 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4月21-30日)

2016年4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4月中旬相比，34种产品价格上涨，8种下降，8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4月21—30日）

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期价格 涨跌(元)	涨跌幅 (%)
<b>一、黑色金属</b>				
螺纹钢 (Φ 16-25mm, HRB400)	吨	2976.8	226.7	8.2
线材 (Φ 6.5mm, HPB300)	吨	3030.7	268.9	9.7
普通中板 (20mm, Q235)	吨	3061.1	219.1	7.7
热轧普通薄板 (3mm, Q235)	吨	3242.8	256.7	8.6
无缝钢管 (219*6, 20#)	吨	3348.0	256.9	8.3
角钢 (5#)	吨	2943.4	258.6	9.6
<b>二、有色金属</b>				
电解铜 (1#)	吨	37513.1	833.5	2.3
铝锭 (A00)	吨	12652.0	713.5	6.0
铅锭 (1#)	吨	13257.9	-74.0	-0.6
锌锭 (0#)	吨	15043.4	298.3	2.0
<b>三、化工产品</b>				
硫酸 (98%)	吨	230.0	0.0	0.0
烧碱 (液碱, 32%)	吨	543.8	8.2	1.5
甲醇 (优等品)	吨	1875.9	27.6	1.5
纯苯 (石油苯, 工业级)	吨	5078.6	78.6	1.6
苯乙烯 (一级品)	吨	8223.6	-80.2	-1.0
聚乙烯 (LLDPE, 7042)	吨	9175.4	-170.5	-1.8
聚丙烯 (T30S)	吨	7172.5	-316.1	-4.2
聚氯乙烯 (SG5)	吨	5375.0	25.2	0.5
顺丁胶 (BR9000)	吨	11760.0	345.0	3.0
涤纶长丝 (FDY150D/96F)	吨	7517.9	161.6	2.2
<b>四、石油天然气</b>				
液化天然气 (LNG)	吨	2951.0	-9.0	-0.3
液化石油气 (LPG)	吨	2876.1	8.4	0.3
汽油 (97#)	吨	7072.9	56.8	0.8
汽油 (93#)	吨	5672.4	45.2	0.8
柴油 (0#)	吨	4354.0	35.8	0.8
石蜡 (58#半)	吨	6395.0	17.2	0.3
<b>五、煤炭</b>				
无烟煤 (2号洗中块)	吨	824.2	-0.6	-0.1
普通混煤 (4500大卡)	吨	310.0	0.0	0.0
山西大混 (5000大卡)	吨	350.0	0.0	0.0
山西优混 (5500大卡)	吨	390.0	0.0	0.0
大同混煤 (5800大卡)	吨	410.0	0.0	0.0
焦煤 (1/3焦煤)	吨	527.1	13.3	2.6
焦炭 (二级冶金焦)	吨	783.9	116.1	17.4
<b>六、非金属建材</b>				

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期价格 涨跌(元)	涨跌幅 (%)
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5R 袋装)	吨	243.6	4.1	1.7
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5 散装)	吨	243.3	-0.8	-0.3
浮法平板玻璃 (4.8-5mm)	吨	1168.7	5.8	0.5
<b>七、农产品</b>				
稻米 (粳稻米)	吨	4353.1	0.0	0.0
小麦 (国标三等)	吨	2468.9	26.6	1.1
玉米 (黄玉米二等)	吨	1822.7	26.4	1.5
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	12223.5	168.1	1.4
生猪 (外三元)	千克	20.4	0.5	2.5
大豆 (黄豆)	吨	3647.1	36.5	1.0
豆粕 (粗蛋白含量≥43%)	吨	2650.5	153.9	6.2
花生 (油料花生米)	吨	8683.3	7.3	0.1
<b>八、农业生产资料</b>				
尿素 (小颗粒)	吨	1480.7	13.9	0.9
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2360.0	1.2	0.1
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	17250.0	0.0	0.0
<b>九、林产品</b>				
人造板 (1220*2440*15mm)	张	49.4	0.0	0.0
纸浆 (漂白化学浆)	吨	4238.2	22.9	0.5
瓦楞纸 (高强)	吨	2554.0	-2.3	-0.1

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4月21-30日)

图表 2 50个城市主要食品平均价格变动情况 (2016年4月21-30日)

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	6.26	0.01	0.2
面 粉	富强粉	千克	6.06	-0.02	-0.3
面 粉	标准粉	千克	4.90	0.00	0.0
豆制品	豆腐	千克	4.70	0.01	0.2
花生油	压榨一级	升	27.51	-0.03	-0.1
大豆油	5L 桶装	升	9.96	0.06	0.6
菜籽油	一级散装	升	13.78	0.03	0.2
猪 肉	猪肉后臀尖(后 腿肉)	千克	31.49	0.14	0.5
猪 肉	五花肉	千克	32.36	0.24	0.8
牛 肉	腿肉	千克	66.89	-0.05	-0.1
羊 肉	腿肉	千克	59.72	-0.04	-0.1

鸡	白条鸡	千克	21.92	-0.02	-0.1
鸡	鸡胸肉	千克	20.89	-0.16	-0.8
鸭	白条鸭	千克	18.22	-0.01	-0.1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	9.10	-0.01	-0.1
活鲤鱼	--	千克	15.36	-0.02	-0.1
活草鱼	--	千克	15.91	0.17	1.1
带鱼	--	千克	34.03	0.06	0.2
大白菜	--	千克	3.43	-0.45	-11.6
油菜	--	千克	4.89	-0.39	-7.4
芹菜	--	千克	6.59	-0.38	-5.5
黄瓜	--	千克	4.92	-0.56	-10.2
西红柿	--	千克	7.81	-0.61	-7.2
豆角	--	千克	10.93	-0.83	-7.1
土豆	--	千克	6.12	0.18	3.0
苹果	富士苹果	千克	11.08	-0.10	-0.9
香蕉	国产	千克	6.39	-0.01	-0.2

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 三、投资市场

#### 1、机器人市场深受资本热追 专利申请翻 30 倍

根据 IDC 科技调查公司的报告显示，在以 17%年复利率增长的情况下，2019 年，机器人市场总值将达到 1,350 亿美元。

这一繁盛景象将出现在亚洲，日本和中国正处于重新装备制造部门的早期阶段，这两个国家的花费将占据全球机器人消费总额的 69%。机器人未来大致如此：从与人类一起工作的工业机器人到可作为助手或伙伴的有人类特征的机器人，它们正在逐渐走出实验室进入人们的生活。

在仓库、医院、零售店中、城市街道上、工业园区和大学校园内，机器人这一新型「入侵力量」正开始成为越来越常见的现象。机器人的到来和它对人类就业潜在的摧毁性影响，已经成为广为人知的预测。现在，这些机器正开始转动轮子或迈开脚步走出实验室。在这个过程中，他们正悄然成为投资热潮，因为机器人和人工智能成为了科技领域最热门的新兴市场。

尽管这些资金流入新兴的机器人领域还处于相对早期的阶段，但这一创新经济的所有先行指标正在逐渐显露。覆盖机器人技术的专利申请数量——一个

预期影响的标志——正在飙升。一家专利调查公司 IFI 指出，年度专利申请在过去十年中翻了三倍。在去年，中国一个国家机器人相关专利申请量就占据了35%，是其对手日本的两倍。

另一个预期繁荣的标志是，根据调查公司 CB Insights 资料显示，机器人风险投资金额已经超过去年的两倍，达到 5.87 亿美元。

其它投资者也开始涌入，斯坦福国际咨询研究所（SRI International）的 Manish Kothari 说，这家位于硅谷的研究发展实验室已经衍生出了机器人公司。从构建机器人投资组合的私人股权投资者，到 Playground 这样的新的「孵化器」，投资选择正在快速激增。

然而在许多案例中，投资数量好像仍然非常谨慎。像其它颠覆性技术一样，这场变革萌芽于依靠零星资本运行的创业公司，但这些创业公司有着非常宏大的目标。

Dispatch 就是这样的一家公司，这家位于硅谷的公司正在美国校园内测试一台自动送货工具（带有轮子的智能盒子）。这家创业仅仅募集到 200 万美元，但是它们赶上了传感器成本骤降和人工智能（这使自驾机器成为可能）急剧发展的浪潮。

「硬件和机器学习算法正在以指数级别的速度发展，」Dispatch 的联合创始人 Uriah Baalke 说。「对于计算能力的要求已经下降了很多。」这产生的结果就是能在人类环境中自我运行的新级别机器，这种机器是新兴机器人产业的先头军。

直到现在，大多数机器人依然采用高成本、高精密工业设备的形式。通常，它们会在汽车装备流水线的保护箱里执行预编程序任务，没有需要或没有多余空间根据条件进行调整。

更便宜、更灵活的新型机器更具有适应性。从无人驾驶汽车和无人机再到那些在工业环境中与人类协同工作的「协同机器人（cobots）」，机器人正试图对周围环境进行感知和适应。像 Tug（一个在医院内运送物资的机器人）、Savioke（一个向酒店房间送货的机器人）和 Locus Robotics（在库房中工作）这些机器人正在进入服务产业。在仍然是机器人投资主场的工业环境中，机器人正离开保护箱的限制，开始扮演越来越多的角色。

时代的到来一样，新机器人纪元有希望把机器人技术带入到人们工作生活的更多领域。Rethink Robotics 公司的首席执行官 Scott Eckert 说「传统工业机器人就像大型主机，而正在做的机器人就是 PC 机」。这家公司的机器人能够帮助包装或养护机械。Rethink 描述它们的产品 Sawyer 机器人手臂的总成本大约为 1 美元/小时，这个价格可能影响到很多自动化还未能触及到的工作领域。

这波浪潮背后的技术进展以相当快的速度一起爆发。斯坦福国际咨询研究所的 Kothari 先生说，过去 5 年在 DARPA 资金的支持下，美国国防部下面的研究机构在机器人肢体这些机械领域已经取得很多突破。

但最大的进步来自于软件。风险投资公司 Andreessen Horowitz 的一位合伙人 Chris Dixon 说，例如，计算机视觉的发展催生了 Dispatch 这样的许多公司，这些公司的机器就是依靠计算机视觉「看」周围的世界。

机器学习算法通过不断的反复试验进行适应性调整。在教授机器人打破计算机设计的常规规则导向系统、学习如何自主运行上，机器学习算法起到非常大的作用。

早期机器人的另一个设计特征是陪同人类工作，让人类工作效率更高，而不是取代人类。例如，很多这样的机器人会把它们无法理解或驾驭的情况交给人类操作员做决策。然而，这并未改变机器人对人类工作的长期威胁。特斯拉和 SpaceX 公司的 Jurvetson 先生说，「在机械事物或物理事物上，将没有一件人类比机器人做的更好的事情。」

另一个机器人制作者应该关注的特征是能够使用他们初始产品的学习能力从而获得对机器人的快速改进，如此在对抗产品市场化慢的对手上就能获得优势。这是机器人公司依赖的秘密武器硬件产品中基本上都是这样：硬件产品正在成为软件的毛细血管，容纳着软件的发展。这一技术转变已经让传统的日本、德国机器人领导者与新生的美国、中国这样国家的机器人产业对立起来。

在软件上，现在美国无疑是领导者。然而，他补充道，中国的硬件制造专业性使其成为了一大竞争者，特别是机器人已经成为中国优先发展的产业。最终结果是，新兴机器人产业的崛起即将触发全球领导权的竞争。

## 2、2016 外来投资信心指数排名 中国仍然居于第二位

据 Techinasia 报道，新加坡已经进入 AT 科尔尼外商直接投资 (FDI) 信心指数前十的名单，从去年的第十五名前进至第十名，FDI 指数是一个国家的政治和财政发展将如何影响本国的外来投资的晴雨表，也即一个国家的公司对另一个国家的公司进行投资的可能性。

科尔尼管理咨询公司 (A. T. Kearney) 自 1998 年起就开始每年计算这一指数，它主要是调查年税收超过 5 亿美元的国际公司的高管。执行主管被询问他们在未来三年在另一个市场投资的可能性，这一特定市场必须不是公司总部所在地。例如，新加坡的指数并不会考虑对总部位于新加坡的公司的用户评价。通过对高、中和低可能性的回复求平均值，从而计算出每个国家的 FDI 指数。

进行商业的容易程度、国家不腐败、存在好几家国际公司、以及很强的 ASEAN 连接性很大程度上决定了新加坡前十的位置，据科尔尼驻新加坡合伙人蔡纯毅 (Chua Soon Ghee)。

美国位于名单榜首，而中国连续四年屈居第二的位置，虽然由于市场波动，对亚洲国家的预期更加负面。

日本位于名单第六，2014 年它向前前进了 12 名，名列第七。印度排名第九，去年它名列第十一位，而澳大利亚第七，相比 2015 年向前了三名。2016 年台湾和泰国首次进入榜单前 25 名，分别名列第 15 名和第 21 名。

FDI 全球增加了 36%，2015 年预计为 1.7 万亿美元。超过 70% 的调研用户表示他们计划在未来三年增加 FDI。科尔尼推测这是因为很多国家贸易保护主义态度所引发的，这导致公司必须确立更大的本地主导地位。2016 年 FDI 信心指数前十名分别是：

1. 美国
2. 中国
3. 加拿大
4. 德国



5. 英国
6. 日本
7. 澳大利亚
8. 法国
9. 印度
10. 新加坡

### 3、证监会拟暂缓中概股回国上市，中概股集体下跌

传闻称证监会拟暂缓中概股企业国内上市，中概股回归国内借壳、重组、IPO 可能受限制。消息一出，美东时间 5 月 5 日，此前宣布私有化的中概股搜房网、欢聚时代、世纪互联、人人、汽车之家、当当、奇虎 360、聚美优品等齐齐跳水，其中以陌陌为最，最高跌幅超过 16%，每股跌去 2.64 美元。目前官方尚未对此消息的真实性做出回应。

被“吓一跳”的中概股们

2015 年 6 月 23 日，陌陌宣布董事会已经收到了唐岩、经纬中国、红杉资本和华泰瑞联基金等方面的非约束性私有化要约。买家集团拟以每股美国存托股 18.90 美元的现金收购其尚未持有的陌陌 A 股普通股。该报价较陌陌股票 6 月 22 日收盘价溢价 20.5%。而陌陌最低股价曾达 6.72 美元，套利空间最高超 180%。

不过在陌陌宣布私有化半年多仍并未有过多进展，而使外界传闻其私有化或流于破产之际，2 月 24 日，阿里巴巴集团副董事长蔡崇信取代阿里资本董事总经理兼阿里巴巴集团副总裁张鸿平进入到陌陌董事会。4 月 6 日晚间消息，阿里巴巴和云峰基金宣布加入陌陌私有化财团，被解读为陌陌的私有化进程将进一步加快。

然而证监会拟暂缓中概股企业国内上市的消息或许是让陌陌成功回国的可

能性大大下降，美东时间 5 月 5 日，陌陌股价最高跌幅超 16%，每股跌去 2.64 美元，后股价有所回升，当日跌幅超 5.4%。

除创最大跌幅的陌陌外，欢聚时代当日每股跌去 2.86 元，跌幅达 4.55%；世纪互联跌幅达 3.15%；当当跌幅达 2.22%；汽车之家跌幅为 2.16%；人人 1.93%；聚美优品 1.29%；甚至已将完成私有化进程，即将退市搜罗壳资源的奇虎 360 股价也跌去近 2%。

而与一众被传闻吓跳水的宣布私有化的中概股不同的是，智联招聘的股价非但未下降反倒创下近 8% 的涨幅，报收于 16.05 美元，而这与其昨晚收到的另一份私有化要约有关。

北京时间 5 月 5 日晚，智联招聘在一份公告中称，CEO 郭盛、副总裁王戈、副总裁唐路阳、副总裁汪维纲、CFO 濮天若，以及红杉资本组成买方财团，向智联招聘董事会发出私有化要约，提议以每股美国存托股（ADS）17.75 美元的价格（相当于每股普通股 8.875 美元）现金收购该买方团尚未持有的全部智联招聘已发行流通股。这一价格较智联招聘前 30 个交易日的成交量加权平均价格溢价 12.17%，较前 90 个交易日的成交量加权平均价格溢价 14.33%。

而这一管理层收购举措，形成了对公司私有化权的争夺。早在今年 1 月，智联招聘宣布收到来自 CDH V Management Company Limited 和 Shanghai Goliath Investment Management L.P 的初步非约束力私有化要约，拟以每股美国存托股 17.5 美元的价格收购智联招聘母公司 SEEK 尚未持有的全部股票。

从价格来看，管理层收购要比 1 月份的要约价高出 0.25 美元，具有价格优势，但也意味着管理层需要耗费更多的资金完成私有化，增加了其私有化的难度。不过截止目前，两次要约都尚未获得智联招聘董事会通过。

#### 4、解读文娱市场万亿规模

据了解，2015 年中国电影市场爆发 440 亿元；《中国文娱娱乐前瞻》数据显示，中国文娱产业 2015 年总体规模将达到 4500 亿元，在 2020 年更有望达到 1 万亿元。一时间，各路人马均赶到内容产业领域。

贾樟柯自己做了商业电影公司“暖流文化”，于 2015 年 4 月 25 日融资 3000 万元，5 家资本为谋股份抢破脑袋；前盛大文学 CEO 侯小强离职创业做 IP，他

的中汇影视预计到 2017 年要制作 33 个均由小说改编的项目；范冰冰于 2015 年 7 月成立自己的爱美神公司，刘诗诗、赵丽颖也是稻草熊影业背后的股东；靠综艺节目《奇葩说》走红的米未传媒目前公司估值已达 20 亿元。

市场里的玩家当然不止这些，海阔凭鱼跃，天高任鸟飞。有了人，就有了江湖，混乱滋生。

### 一、乱象丛生，已生泡沫

据了解，2015 年涉及影视领域的并购达 76 起，涉及资本 2000 亿元。自带 IP 属性的影视明星成为炙手可热的资源，行业龙头华谊兄弟独辟蹊径，竭力发展粉丝经济：明星成立壳公司，上市公司高价收购，明星与上市公司深度绑定。

此路一开，效仿者紧跟其后。于 2016 年 3 月唐德影视即公告将收购范冰冰的爱美神 51% 的股份，资金欲达 7.4 亿元，收购后注册资本仅为 300 万元并发展仅 1 年的爱美神估值高达 14.51 亿元；于同年 3 月，暴风科技宣布收购稻草熊影业 60% 的股权，交易金额为 10.8 亿元，公司估值达 18 亿元。

毫无疑问，公司估值已呈现泡沫化，明星光环无理智性被夸大。4 月 26 日晚，唐德影视披露其 2016 年第一季度股东净利润为 850.6 万元，同比下降 72.12%。行业分析师认为，假设三年后范冰冰弃局，公司只剩空壳，而唐德影视只能自食其果。

### 看资本干扰

资本不断注入，首当其冲为利益。利字当前，资本方的手伸入内容创作中，包括编剧、导演等各个环节纷纷出现资本绑架的状况，导致最后出品影视质量不高，而抄袭、同质化和过度商业化现象越来越多。

影视票房数据原本是观众对影视创作满意度最直接的反映，然而在资本运作下，这已是影视上市公司操控股价的渠道之一。《叶问 3》票房造假痕迹明显，不仅在多家影院上演“幽灵场”，其投资方快鹿集团还利用多家子公司电影众筹、“左手倒右手”保底发行、虚假抬高票房等方法，以达到拉高公司股价并借此套现的目的。国家电影专项资金办副主任李东表示“目前在热映的所有票房比较高的影片几乎无一例外都有票房注水。”

资本干扰、票房作假显然助推了文娱产业的泡沫扩大。天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往；但若只唯利，这个市场发展怕只会不进反退。

看“有形之手”

市场混乱之下，政府的动作更映证行业里的无秩序现象。直播平台大火早已寻常，如今各大直播平台均出现猎艳、色情现象，全民直播游走在政策边缘、愈发不受控制。据了解，花椒直播通过美女直播带来的流量占据 80%。于 2016 年 4 月 14 日，文化部对诸多网络直播平台进行严查，涉及的斗鱼、虎牙直播、YY、熊猫 TV 等网络直播平台因涉嫌宣扬淫秽、暴力、教唆犯罪等内容的互联网产品，被列入查处名单。

以网红著名的 Papi 酱于 4 月 21 日广告竞拍获 2200 万元天价，“内容为王”的她尽管有徐小平和罗振宇为其背书，广电总局还是以主持人网络语言粗俗为由，勒令视频整改。无论是直播平台，还是视频发布，内容质量是核心和关键，而其中的网络语言一直是监管下的“漏网之鱼”。

文娱产业里的细分领域都在面对各方对于内容质量的审核，显然，现阶段的内容质量并不高。

二、天外有天，高人自有妙招

迪士尼应当算是一个成功案例。据了解，迪士尼在华的电影票房可达 38 亿元人民币，1,85 亿小时的观影时长；迪士尼微信表情的动态下载量可达 1.5 亿；每年迪士尼英语的学习时长可达 300 万小时；迪士尼的消费品目前在中国市场每秒可售 38 件。

迪士尼的粉丝经济早已不仅仅是通过影视作品票房来支撑，而其消费品成为迪士尼在华的最大收益之一。迪士尼的粉丝经济模式可以从一年一度的“星战日”窥出一二。由于 5 月 4 日的英文发音（May the 4th）与星球大战里的著名台词“May the force be with you”前半部分一致，因此 5 月 4 日被称为是“星战日”。每年的这一天，世界各地的粉丝会以各种方式向《星球大战》致敬。

今年的星战日，《星球大战：原力觉醒》全新系列产品于“星战日”在迪士尼商店正式发售，包括全球限量 700 件、极具收藏价值的“蕾伊和 BB-8 人偶”以及风靡全球的“星球大战 TSUMTUM 系列”，12 个经典星战人物角色悉数登场。

今年，华特迪士尼公司和卢卡斯影业在全球发起了星球大战“Force for Change”，“时光网商城”将捐出当日星战产品的全部销售所得助力本次公益活动；“阿里拍卖”也将于当天竞拍由众多明星签名捐赠的《星球大战》限量版拍品。

迪士尼的文娱产业并不仅仅在于明星影视的进发，更是最大化发挥了 IP 的效用，各类衍生行业的发展也是如火如荼、毫不逊色。

### 三、千亿市场沦为“挂羊头卖狗肉”

据了解，美国好莱坞在全球一年收入达 1800 亿美元，中国 2015 年票房 440 亿元，相差依然很大。当然，美国好莱坞这么高的收入，来源于两大块：一是电视和网络播映收入；二是遍布全球的影视乐园的收入。美国的电影主题乐园，有电影放映，也有根据电影改编的舞台剧和游艺节目，重现电影中的情景；有各类道具、特技设备、内容形式表现都不一样；这是对电影内容的再创造和加工，整个场景比电影还丰富有趣。

那么国内呢？第六届北京国际电影节嘉宾、北京电影学院副院长尼跃红表示“现在国内不少影视主题乐园出售的依然是从小商品市场上淘来的东西和当地的土特产，与电影毫无关系，这是很令人遗憾的”；原因在于：一是没有专业人士进行整体谋划，投资人的重点在于园区硬件环境建设，对运营及内容涉及缺乏考量；二是投资者未能有效整合影视乐园和电影产业。

据数据显示，2015 年中国电影票房收入 440 亿元，电影产业整体收入应当超过 600 亿元。按照好莱坞的标准，衍生行业应该占比 70%，预计几年后中国电影产业的收入会是千亿规模。目前国内的粉丝经济和衍生行业尚且停留在只看重明星效应和资源方面，明星一人独大，资本为其“护航”。IP 衍生行业？路漫漫，修远兮。

盛极必衰是无人不晓的法则，这同样适用于文娱产业。据不可靠消息，由于该领域的泡沫成型，已有大基金开始暂时结束对文娱市场的投资；文娱产业或将遇冷。回过头想，泡沫如何形成？资本的追捧、明星的加盟、创业者的拥挤让这个市场渐渐忽略了初衷——对内容质量的追求，转而变成了一场场资本运作下的套现渠道。

最新消息，据传 5 月 5 日证监会内部会议内容：保壳只能并购实业资产，

并购互联网金融游戏影视一概不批，把钱往实业上赶。

聪明往往被聪明误，当在这条路上走得太远时，别忘了停下来，看看刚进来时对自己、对创业许下的愿望。

## 5、盘点初创企业十大盈利模式的优缺点

不管你的产品、服务或者 app 再怎么好，只有有目标客户使用才是正道。可一旦东西定型之后，卖出去应该很简单吧？未必。当你准备把产品推向市场时有无数因素需要考虑，像处在什么行业，卖的是基于 web 的产品还是物理硬件，用来吸引客户的渠道等等。

商业模式 vs 盈利模式 vs 收入流

在深入挖掘不同盈利模式之前，应该花点时间来讨论一下“商业模式”、“盈利模式”以及“收入流”的区别，因为这几个词往往会混淆。在盈利模式、收入流与商业模式之别这篇文章中，AlexGenadinik 做出了很好的解释工作。要点概括如下：

收入流是公司单个的收入来源。视规模大小，公司可以有 0 到多个收入流。

盈利模式是管理公司收入流以及每一收入流所需资源的策略。

商业模式是包含公司各方面东西在内的结构，包括盈利模式、收入流，以及对这些东西如何凑在一起的描述。

盈利模式类型

盈利模式的类型有许多，本文无意一一列举。不过，下面这 10 个算是最流行最有效的盈利模式，公司无论大小都采用过这些盈利模式。

Genadinik 的文章，不同的盈利模式中谈到了其中一些更为常见的盈利模式，最近冒出来的许多初创企业就是用这些模式做成自己的第一笔销售的。以下是他提到的一些盈利模式：

1、基于广告的盈利模式

基于广告的盈利模式是指给特定网站、服务、app 或别的产品创建广告，然后放置到战略性的、高流量的渠道上。如果你的公司有一个网站或者你是一个基于 web 的公司，Google 的 AdSense 就是获得广告最常见的工具之一。对于大多数网站来说每 1000 网页浏览量可收获 5 到 10 美元。

优势：靠广告赚钱是实现盈利模式最简单易行的方式之一，这也是为什么那么多公司把广告当作收入来源的原因。

劣势：为了产生足够的收入来维持企业运转，你需要吸引百万规模的受众才行。此外，大多数人觉得广告烦人，导致点进率的低迷，收入自然也会下降。

## 2、合作盈利模式 (Affiliate Revenue Model)

另一个流行的基于 web 的盈利模式是合作盈利模式，就是把链接推销给相关产品并从产品的销售中收取佣金，甚至还可以结合广告或者单独做广告。

优势：采取合作盈利模式最明显的好处之一是这种模式往往赚得比基于广告盈利模式还要多。

劣势：如果你的初创企业采取的是合作盈利模式，记住，你能赚的钱受限于所在行业的规模，你卖的产品类型，以及你的受众。

## 3、交易型盈利模式

无数公司，无论是面向技术的还是其他类型的，都想尽力做成交易型的盈利模式，而且也处于充分的理由。这种方法是最直接的挣钱方式之一了，公司提供服务或者产品，然后客户购买之，就这么简单。

优势：因为简单和选择面更广，客户更容易受此体验吸引。

劣势：由于交易型盈利模式的直接，许多公司都采用了这种模式，但也意味着竞争更激烈，价格劣化更严重，采用这种模式的公司因此能赚的钱也会变少。

## 4、订购盈利模式

订购盈利模式是指向客户提供需要长期付费的产品或服务，通常是按月或者按年的方式。

优势：如果你的公司在发展中能坚持得够久，那这种模式可以带来经常性收入，并且可以受益于懒得退订服务/产品的客户（这是订购盈利模式的一个肮脏的小秘密）。

劣势：因为这种模式依赖于那么大的客户群，所以你必须保持订购率要高于退订率才行。

在商业模式与销售模式比较一文中，DaveParker 概括了公司可以用来销售产品或者服务的各种方式，里面强调了选择市场的方式会怎样影响到产品推向市场的方式。下面是他描述的方法：

#### 5、Web 销售

这属于交易型盈利模式的一个分支，客户也是直接为某个产品或服务付费，只不过需要先通过 web 搜索或者推式营销（outbound marketing）来到公司网站，然后主要通过互联网来进行交易。

优势：Web 销售适合于各种产品，包括软件、硬件甚至订购服务。

劣势：关系销售跟 web 销售模式是不兼容的，所以如果你的公司做的是咨询或者高价商品（像房地产、家电、汽车之类的高价值物品），你应该考虑更适合你产品的模式。

#### 6、直销

直销有两种：电话销售，即有人打电话进来下订单或者销售代表给潜在客户致电；以及外部销售，即进行面对面销售交易。

优势：直销模式可以跟关系销售周期、企业销售周期或者复杂销售周期等涉及多位买家或影响者配合得很好。

劣势：直销模式往往需要招聘销售团队之类的人，这意味着它不太适合于



低价产品。如果你的产品价格低于 1000 到 2000 美元的话，用这种模式想做大公司是很难的。

#### 7、渠道销售（或间接销售）

渠道销售模式由代理或经销商替你卖产品，而送货的可以是你也可以是经销商。合作盈利模式（affiliate revenue model）跟这种销售模式是很好的搭配，尤其是如果你提供的是虚拟产品的话。

优势：渠道销售模式对于产品对渠道而言是增量销售且可产生增量利润的公司来说是理想选择。

劣势：如果你的产品需要你进行市场宣传或者你的产品跟合作伙伴的构成竞争关系的话，不要用这种模式，因为对方会推销自己的而不是你的。

#### 8、零售销售

零售销售需要设立传统的百货商店或者零售店来为客户提供实体产品。记住零售销售模式需要占用已有商店的货架空间（而这需要钱），最适合需要物流抵达客户的产品。

优势：零售销售是为已有客户群提供交易和赠品以促进品牌认知度的很好方式。

劣势：零售销售路线对于早期阶段公司或者提供数字产品（比如软件）的公司来说不是理想方式。

Sarah Green 在 Domain.me 的文章—为你的初创企业规划好扩张和盈利模式中还列举了对初创企业更加有效的盈利模式，包括两个免费赠送东西给客户然后在后面再想办法创收的模式。

#### 9、产品免费但服务收费

相对于其他模式来说这种模式比较独特，就是产品是免费送的，但是需要客户为安装、定制、培训或其他附加服务付费。

优势：这一模式对于建立客户群的信任并提升品牌知名度很好，因为免费提供任何东西的公司都可以赢得可观的口碑。

劣势：记住，采用这种模式意味着你基本上运营的是服务业务，而产品被当作了营销成本。此外，像这样的模式从长期来看未必是公司扩张的最好方式，所以要后面要注意利用额外的盈利模式。

#### 10、免费增值模式

免费增值模式是指基础服务免费，但是用户必须为额外的高级特性、功能、扩展等付费。采用这种模式的最大的公司之一是 LinkedIn 这个最流行的商业/社交媒体平台。

优势：类似于前面的模式，免费增值模式提供了一些免费的东西给用户，这对于让他们感受你的产品或服务来说是很好的，同时还有机会说服他们随后为其他的东西付费。

劣势：这一模式需要投入可观的时间和金钱才能抵达受众，甚至还要付出更多的精力才能将免费用户转为付费用户。

#### 最后思考

记住要做好研究，花时间去确定哪一种模式对你的初创企业来说最理想，因为一旦你确定了盈利模式之后，尤其是如果你是处在早期阶段的话，就很难再另选其他方式了。正如前面指出那样，本文并没有把所有的盈利模式都一一列举出来，而是聚焦在最流行的模式上，你应该掌握足够多的信息来帮助自己选好盈利模式，从而把你的初创企业做大做强。

## 6、证监会释放大利好：为 A 股纳入 MSCI 铺路

周五，证监会例行发布会。有四个问答，除最后一个是回应传言的中概股回归暂缓的问题，其他三个集中在账户持股的权益问题，尤其是境外 QFII、RQFII 持股的权益权利问题，这也是 A 股要纳入 MSCI 指数，让老外们疑虑担忧的问题。

大家都知道，MSCI 大老爷每年 6 月要在新兴市场选秀，看是否把 A 股纳入

闺中，这要是纳入了，那都是说几百亿甚至几千亿美金哗啦啦的银子要进场来买 A 股的票票啊。也意味着 A 股登上国际舞台，那是大大滴利好啊。

虽然关于账户权益、权利，又是什么“名义持有人”，又是什么“证券权益拥有人”，什么 QFII、RQFII 专户理财等等。这些概念，基金君专业的账户问题，基金君看着也是头晕。不过，大概意思是明白的。

基金君大概解读下，不准确的话，还请监管领导们和读者乡亲们海涵，不要打屁屁。大意：“老外们，ladies and 乡亲们，你们不要过度担忧你们用 QFII、RQFII 账户买 A 股的问题，买了股票该有的权益是有的，该有的权利也不会少你的，你们的那个 MSCI 考虑将 A 股纳入，账户权益问题 is not the problem。”

去年 6 月，我大 A 股人民，翘首以盼想加入 MSCI，最终却未能如愿。当时 MSCI 未将 A 股纳入，MSCI 提出了中国尚未满足三大关键要求：资本管制、额度分配和收益权分配等仍存在问题。

既然选秀给出了不足之处，我国证监会和相关部门，过去一年，一直在努力开放、放松资本管制，前两个问题之前已有多项措施出台解决。

根据申万宏源证券 5 月的一篇研报指出，去年 6 月以来，中国工作了四个方面的工作，包括：

根据投资基金的规模确定 QFII 额度；放松 QFII 项下的资本管制；简化 QFII 的申请及额度审批程序；QFII 项目准入从 12 个城市扩展至 16 个城市等等。

加上箭在弦上的深港通，资本流动和额度问题都有了很好的解决。今天证监会的三个问答，就是全力回答受益权的问题。

证监会和相关部门对于上面几个问题的解决，对于 A 股纳入 MSCI 的概率那是大大滴提高了。分析师表示，预计今年纳入概率大于 50%。

申万宏源(8.20, -0.27, -3.19%)证券的报告强调，在解决几个问题后，剩下最大的问题是，自愿停牌制度和反竞争条款。犹记去年千股跌到千股停牌，A 股流动性一再告急。MSCI 认为自愿停牌制度将影响正常的市场交易从而引发流动性问题，虽然目前中国证监会计划限制停牌时间不得超过三个月，但是 MSCI 认为还需要进一步完善停牌制度。

瑞银证券首席中国策略师高挺表示，A股被纳入的概率大于50%，可能性大大高于去年。A股纳入MSCI指数的障碍不难克服，投资额度管控、资本限制等所有障碍都已经解决，或者可以解决。此外，预计A股第二季度上涨，因当前市场心理相对健康，未来三到五个月中国经济会不错。

## 7、网红概念股入侵新三板：谁才是真正的“网红工厂”

作为资本市场的“网红”，新三板最近也是相当热闹。不仅网红概念股层出不穷，各家基因和打法也各不相同。

不可否认的是，新三板也正在成为网红经济争夺市场的另外一个主战场。虽然竞争方式各有千秋，但谁能成为新三板上“网红工厂”的独角兽，这还真得靠各家企业各显神通。

对于这个号称有千亿市场份额的大蛋糕，新三板的各路网红大军也都磨刀霍霍。众所周知，目前挂牌新三板的企业行业属性日趋多元化，网红经济的身影越多得出现在文娱行业领域。

首先咱们先来看看雄踞新三板网红经济的两大门派。

### 1、自媒体派：飞博共创——依附网红

飞博共创挂牌新三板的时候，凭借着“冷笑话精选”起家的“自媒体第一股”，还引起了不少媒体的关注。公开转让说明书显示，飞博共创主要盈利模式是以通过分享多维度资讯带动人气和流量，并加入各种类型的广告服务，通过收取客户服务费的方式实现盈利。值得注意的是，在重大事项提示中，飞博共创也坦言：基于公司打造的自媒体矩阵载体基本上为第三方社交平台，存在账号归属问题风险。

据飞博共创2015年年报显示，公司报告期内实现营业收入2907.8万，同比增长52.06%；归属于挂牌股东的净利润为388.45万，同比减少26.26%。而根据收入构成来看，公司主要收入来源为广告收入，占当期营业收入的99%以上。

虽然光环加身，但伴随着视频直播的兴起，段子手红利已经逐步减缓。网

红经济时代，飞博共创也面临行业转型的问题。基于流量下滑的现实，2015年下半年飞博共创尝试打造电商平台，依靠自媒体渠道，扩张粉丝经济。在自身变现渠道尚不畅通的情况下，飞博共创也正试图从粉丝经济切入网红经济。而他入侵网红江湖的打法便是“自媒体+网红”模式。大家都知道，在自媒体经济时代，飞博共创积累了庞大的粉丝群体。

依靠自身粉丝群的优势，针对网红经济风头正盛的情况，飞博共创在2016年连续布局两起投资，与著名网红合资开公司，意图借助合作网红个人在自媒体平台的影响力，布局网红经济，粉丝经济，扩充自媒体矩阵。

## 2、娱乐营销派：星推网络——网红生产机器

随着网红经济的兴起，专门“制造”网红的包装公司，或者叫孵化器公司也随之应运而生。

娱乐营销第一股星推网络便是这样一家网红上下游整合公司。公开资料显示，星推网络2016年3月24日才挂牌新三板，娱乐营销第一股的名头也不是空穴来风。江湖传言，星推网络是在娱乐营销领域首个拿到私募投资并成功挂牌新三板的公司。公开转让说明书介绍，星推网络的主营业务为社会化娱乐营销，其商业模式是以“大数据+创意+技术+明星资源”为核心，构建社会化娱乐营销生态体系。

年报显示，星推网络2015年实现营业收入4903.46万元，同期上涨4.78倍；归属于挂牌股东的净利润为1248.93万元。在网红经济盛行的当下，星推网络也有自己的应对方法。据媒体报道，星推网络为搭上网红经济的顺风车，开始打造“网红”孵化器平台——网红星工场。

公开资料显示，“网红星工场”的造星模式，主要是利用自身的社会化娱乐营销积累的渠道优势和自建的网络平台，量身打造属于自己的“网红”。

经过对两大门派的经营状况比较可以发现，星推网络的盈利模式比飞博共创更加清晰明确。

从收入构成来看，网络推广服务占据了星推网络营业收入的绝大部分，主要依赖于为综艺节目和企业客户提供互联网整合营销服务。从经营模式上看，星推网络除了利用自身的媒体渠道，还建立了自己的网络平台。年报显示，星

推网络本期营业收入增长的原因之一也是期借助自有网络平台进行网络推广服务项目增加。

相比于飞博共创用“自媒体+网红”这种“曲线绕道”布局网红经济，星推网络杀入网红大军的模式则更加直截了当，简单粗暴。

自从那个“集美貌与才华于一身”的 papi 酱获得了罗辑思维真格基金的1200万，中国的网红经济正式进入各路资本“群雄逐鹿”的时代。

根据市场分析，目前网红经济市场规模过千亿，由于资本介入，网红行业短期内或将加速扩张，跑马圈地。而今，“网红经济”这把火也烧到了新三板。可以预见，网红经济的杀入也让新三板这个本来已经刀光剑影的江湖更添一丝诡谲。

所以问题来了，网红经济到底是什么？网红的“意见领袖”地位；具有强大的话题性；吸引海量的粉丝；具备资本认可的商业变现能力；拥有不断向外延伸的产业链；……

凡此种种都属于网红经济的商业属性。从载体上看，网红经济主要依附于第三方社交平台，从淘宝网红到电竞主播再到视频直播，网红经济衍生的产业链范围逐步扩大。从资本市场角度来看，网红经济的火爆，目前至少辐射了包括服装及电商平台、视频直播平台、电子竞技板块。

简单来说，在网红经济这个“以人为本”的商业模式之中，最核心的竞争力是要孵化出站在金子塔尖的网红，“一呼而百应”。因此“网红经济”虽然站上风口，但要想迎风而上，也要看相关公司的操盘能力。

换句话说，谁掌握了那只站在风口上的猪，谁才是胜者。

## 8、今年全球超过 80 个独角兽将会摔死

除了估值必须超过 10 亿美元这个最为直观的入门级标准外，独角兽企业其实还有其他衡量标准：

首先，产品在最初出现时，人们都觉得难以置信，但当人们习惯这种方式后，会觉得习以为常，不可或缺。例如，阿里巴巴刚刚创立时，大多数国人认

为是天方夜谭，没有见面卖家的面，没有亲眼看到实物，怎么可能付钱去购买商品。其次，他们都改变了工作方式和人们的生活方式。因为独角兽企业都是创新企业，他们不会让消费者去做不同的事情，而是让消费者成为不同的人。最后，独角兽企业会产生巨大的经济影响。这些甚至最后都会超出独角兽企业的创立者可以想象的极限。

其实独角兽们的核心是破坏性创新

不得不佩服美国的研究能力，20年前，哈佛商学院教授克里斯滕森在他的《创新者的窘境》（这本书直到2011年才被中信出版社翻译引进）中，就将为什么在大创新时期小公司能够最终战胜巨无霸说得明明白白。他将这种能力叫做破坏性创新。

将书中总结的大公司为什么不能预防，不能打败独角兽的原因列一列，你看看是不是有道理呢？

1、破坏性创新一开始的产品性能往往较差，毛利率较低，所以大公司经过研究之后，不向破坏性创新倾斜资源，相信换成任何人，99%也会这么办吧？

2、破坏性创新产品的客户，往往不是大公司的原有客户，所以大公司在做客户调研后发现，他的客户往往认为新产品没用，大公司注重客户意见，更容易放弃破坏性创新的研究。

3、大公司有完善的分析机构，但无法对不存在的市场进行分析。

4、破坏性创新产品，一开始市场很小，这不能解决大公司的增长需求，所以大公司往往不重视。比如一项破坏性创新产品，一年营收100万美元，对于小公司很重要，但对于年营收几十亿美元以上的大公司，这个销售额却意味着失败。

5、破坏性创新的产品的研发和业务流程，以及市场营销的方式，往往和原有产品有很大不同，大公司往往不适应。

6、大公司往往不能容纳两种相互竞争的产品，更不能容纳两种相互竞争的文化！

因此，创新产品不会被大公司接受，反而在新兴的、更小的邻近市场更容易被接受，因为后者不会有那么严格的要求。乐于冒险的创业公司会最先开发和应用这一技术，不断培养并壮大市场机会。当新技术得到精炼与发展，并在更广阔、更成熟的市场得到应用后，已经发展壮大新兴企业就处在了最佳破坏者的位置，这时破坏性创新产品已经形成气候，性能、可靠性大为提高后，就开始侵蚀大公司原有产品的市场，此时大公司当然可以反击，但新公司已初成气候，并且具有了新产品的深厚经验，大公司在短期内很难掌握，所以大公司往往就这样被新公司打败了！

举个例子，被国内视频网站纷纷模仿并声称要超越的 Netflix（美国流媒体视频服务网站），在 1999 年开始进行在线影片租赁业务，顾客在线选择电影，然后 Netflix 通过美国邮政系统免费邮寄和回收电影资料。

在那个时代人们还是主要通过线下商店来租赁电影，美国的百事达就是做这个业务的，是全美最大的影片租赁公司。本来百事达完全也可以提供在线租赁业务，但他们却认为这并不适合他们以人流为导向的零售模式，他们可以将售卖零食作为租赁电影的补充，还能对逾期未交回电影的人们处以罚款。Netflix 选择了提高技术，不正面与百事达竞争的策略。通过创造一项技术竞争而改变了游戏规则，最终百事达输了，而且当数字媒体最终成熟时，百事达也失去了他们的核心客户与业务。

有了前面的照妖镜，看穿那些伪独角兽

#### 1、小米

笔者一直不认为小米有什么资格成为独角兽，咱们对比一下前面的独角兽定义，哪一条能相符呢？创新性的技术有吗？连专利都没有多少吧！颠覆了固有的模式有吗？饥饿销售算吗？这种销售方式貌似存在了 N 多年了吧？可能小米的网上商城算是一个，开创了手机主要在线上销售的模式，但这也只是个电商模式而已。想像力太有限，就是发展成了综合商城，也只是个天猫或京东的翻版。

接着，小米改变了人们的工作和生活方式了吗？智能手机和移动互联网算是，但这两个都不等小米！产生了巨大的经济影响？这个算是一点，就是将智能手机的价格一下子拉低，对智能手机和移动互联网的普及做了巨大贡献。



所以笔者认为，小米应该算是一个破坏者，更多是从营销层面的，绝对不是破坏性的技术创新者，它可能会热闹一时，但如果不能更进一步，终究会沦落成为一只被大风吹起来的没有角没有翅膀的伪独角兽。另外，别谈什么小米投资的公司如何如何，那只能证明小米是个不错的投资人，和独角兽没关系。

## 2、当当

当当网现在的市值是多少？当初是 20 多亿美金，现在只有 5.73 亿美金。当当在开始的时候确实起到了独角兽的作用，一下子把图书的价格拉低，那时候淘宝也没有更多关注这块，作为垂直电商，在当时算是很有前景的，但电商发展到 08 年以后，电商回归商业，“电”回归到“商”的时候，有没有线下物流能力的时候，会决定你接下来的竞争力，当当没有做，甚至没有延展做更多事情，比如像京东那样做金融、做物流、做仓储、做 O2O。

## 3、兰亭集势

它是做外贸 B2C 的，2013 年 6 月份在纽交所上市，股价在 8 月份时也超过了 10 亿美元的估值。但现在还有多少？1.38 亿，兰亭集势最重要的是婚纱，其实婚纱本身在江苏或浙江有专门做婚纱，把这一块产品卖到国外去，真没有什么特别的含量。

今年全球会有 80 只独角兽掉下来

比尔·柯尔利（Bill Gurley）美国最著名的投资人之一，参与过 Uber、SnapChat 的投资，最近他发表了一篇长达 5700 字的文章，警告目前硅谷的创业公司的估值过高。这篇文章在全球被传遍了！

柯尔利表示，太多的硅谷公司融了太多的钱，现在这些企业有麻烦了，投资人自然也不能幸免，情况正在发生改变。柯尔利称处在巨大的泡沫中。他放言今年会有超过 80 个独角兽公司会因为飞的太高而跌落“企业纸面估值直冲云霄，烧钱速度又一个比一个快，同时 IPO 和并购的速度又史无前例的慢，这样的环境下，很多独角兽企业的 CEO 们和投资者们都是没有做好足够准备的。”

据统计，2016 年第一季度，全球 VC 投资为 255 亿美元，在去年三季度时这一数字则是 390 亿美元，创下了历史记录。在 2015 年全球 VC 投资创下 1295 亿美元的天量数字，但柯尔利认为在过去六个月里，情况正在改变。

“1999年，创纪录的高估值和高IPO率并存，股东们手上的股份流动性也很好。但2015年完全相反。独角兽公司们的估值是高了，但IPO的却越来越少了，如果说1999年的泡沫是流动性更高的湿润泡沫，那么2015年的泡沫就是干燥的泡沫。大家在纸面上看都成功了，但没有几个人把回报变成现金拿到手了！”

柯尔利认为，在2015年后期，不少独角兽企业得到了私募基金的投资，但私募的钱又是从公募基金来的，如果二级市场可比股票估值下降，那么那些未上市的私有企业估值也会被公募调降。这是当前科技公司们面临的又一特殊难题。

现在不少基金在将以前牛哄哄的独角兽的估值进行降低，下降比例大部分都达到两位数的级别。

柯尔利还警告称，“机会主义投资者”的增多在当前环境下会加剧风险的爆发。因为这些投资者总想做短平快的生意，他们会对创业公司提出一些“肮脏的”投资协议，要求公司必须达到某些业绩或估值条件。这些条款保证了投资方在退出时可以得到相当好的回报，但也可能在未来某天“爆炸”，让企业融资变得异常艰难。柯尔利建议，独角兽们可以用低一些的估值去融一轮资。他还建议创业公司要将注意力放在如何盈利上，而不是整体想着去圈钱。他认为有条件的公司应尽快上市，以保证自己的股票具有“长期性价值”。

## 9、新三板冲刺 7000 家：日均挂牌近 10 家

从不温不火到如火如荼，新三板只经过了一个“扩容”的分水岭。2014年1月24日，新三板市场迎来大扩容，266家公司当天在中小企业股份转让系统挂牌公开转让。在2014年1月新三板扩容前，整个市场仅有355家挂牌企业，市值也仅有400亿元左右。

伴随扩容，新三板仿佛化身一块巨大的“海绵”，吸引了为数众多的中小企业争相挂牌。就在开启扩容后的第二年——2015年，挂牌企业数量接连突破2000家、3000家、4000家、5000家整数关口，从2000家到5000家只花了10个月的时间！2015年，新三板市场日均挂牌企业数量接近10家。

从2014年1月24日至今（2016年5月2日）的830天里，新三板市场的

挂牌企业数量已迅速逼近 7000 家，较沪深两市的 2800 家高出 1.46 倍，远超主板市场。比较扩容前的 2013 年与扩容后的 2015 年，可以发现，参与新三板市场的投资者数量迅速攀升。2013 年，参与的投资者为 8500 余户，而到了 2015 年底，新三板市场上的机构投资者和个人投资者分别达到了 2.27 万户和 19.86 万户，总数已超过 22 万户。同时，扩容后新三板市场的融资功能也迅速发挥出来。2013~2015 年，新三板市场融资额分别为 10.02 亿元、132.09 亿元和 1216.17 亿元。

如果将主板比作成熟健壮的中年，那新三板还是一个幼儿。新三板扩容两年来的生存状态，可以用“野蛮生长”四个字来形容。时至今日，新三板仍有一些问题备受市场各方关注，并且是经过长久的争论仍未有明确结论。《每日经济新闻》为您筛选出其中最受关注的十大争议问题。

#### 争议一：流动性足不足

不夸张地说，绝大多数有关新三板的争论都会涉及流动性问题。流动性对于资本市场的重要性无需讳言，对于目前新三板流动性到底足不足，市场上存在截然不同的两种观点。

在一些认为新三板流动性已经足够的投资者看来，不该对新三板的流动性太过于苛责：一方面，新三板的定位与主板不同，主要针对有融资需求又处于成长期的中小企业，如果投资者对挂牌公司是从长线投资的角度出发，那么流动性自然应该不高，没有必要、也不应该沿用 A 股主板市场的惯性思维来衡量新三板流动性是否足够。试想，如果新三板的流动性和主板相类似，那是否也意味着新三板的投资风格也是快进快出？是否会与主板一样，流于同质化？另一方面，纳斯达克作为新三板的前辈以及可以效仿的榜样，其流动性也并不是很充足。纳斯达克大部分市值集中在少数个股上，并且同样有为数不少的僵尸股长期存在。

而在持相反观点的投资者看来，新三板市场的流动性还有很大的提升空间。

从数据看，流动性问题更加直观。截至目前，新三板市场仍有 2000 家左右的挂牌企业挂牌之后尚未有一笔成交，成为“僵尸股”，这一数字与新三板 7000 家左右的企业总数相比，比例并不低。

2016 年 3 月 14 日，新三板挂牌企业数突破 6000 家，但 3 月 14 日以来，

新三板单日成交股票数量基本都保持在 1000 家上下。以 4 月 25 日为例，新三板成交金额共计 7.98 亿元，其整个市场的成交金额甚至不如主板一个个股的成交额。从成交金额看，去年 4 月以后的数据更明显。去年 4 月初新三板单周成交额一度突破百亿元，最高达到 124 亿元，但随着行情下行，成交额也连续缩量，去年 7 月单周成交额一度只有 17.68 亿元，尚不及最高时的零头。

流动性缺乏，可能会使得市场定价机制无法完全实现。一个成熟的、有吸引力的市场，首先应该做到资源在市场中的充分流动，否则市场的资源配置作用如何实现？流动性问题也是牵一发而动全身的问题，市场流动性如果长期低迷的话，是否也会影响投资者退出预期的实现，进而影响投资者入场的积极性？

#### 争议二：投资门槛高不高

根据规定，参与新三板的个人投资者起码要符合以下两个条件：投资者本人名下前一交易日日终证券类资产市值 500 万元人民币以上，这也就是常说的“500 万门槛”；同时要求投资人具有两年以上证券投资经验，或具有会计、金融、投资、财经等相关专业背景或培训经历。

对于投资者适当性标准，市场各方也有完全相左的两类观点：一方认为 500 万元门槛太高了，应该降；另一方则认为投资者门槛完全没有必要降低。

坚持门槛高的投资者认为，市场活跃度和投资者数量是有相关性的。充分的可参与的投资者，对三板市场的流动性将有促进作用。投资者进入市场本就应秉持“投资有风险”、“风险自担”的态度，股指期货市场的风险并不比新三板低，但是其对投资者的资金门槛要求仅为 50 万元。如果新三板的投资者门槛能够适当下降，将会为更多投资者和资金进入三板市场提供便利。

而部分认为门槛不高的投资者则认为，新三板本来就是区别于主板的市場，二者的定位不同，吸引的公司和投资者也相应有所不同。在三板挂牌的公司，大多数都是中小企业，业绩波动大，处于初创期，投资风险相对较高。这样的市场环境也要求投资者必须有较高的风险容忍度和投资能力。

今年 2 月，股转系统曾在其微信公众号上发文明确表示，两年多来的实践证明，新三板实行较高的投资者准入门槛，较好地控制了市场风险，为市场平稳运行提供了保障，为市场制度创新创造了空间，有利于培育市场长期价值投资理念，必须严格坚持。

数据显示，2014 年新三板机构投资者和个人投资者数量分别为 4695 户和 4.4 万户，共计 4.87 万户。而 2015 年这两项数据分别为 2.27 万户和 19.86 万户，共计为 22.13 万户，较 2014 年增长 3.54 倍。而 2014 年、2015 年新三板挂牌企业数为 1572 家、5129 家，2015 年同比增长幅度为 2.26 倍。 争议三：定增规则改不改

据同花顺 iFinD 统计数据显示，2015 年 1 月 1 日~2016 年 4 月 28 日，新三板共发生了 3444 次融资，其中，定价方式有 3090 次，竞价方式仅有 354 次。

正是这两种不同的融资方式，造成了新三板定增价格合理性的大讨论。事实上在新三板市场，定增价上蹿下跳的情况屡见不鲜。由于缺乏流动性，一些挂牌之后没有成交或者极少有成交的个股，也可以高价定增。

开心麻花(835099)是玩定增的翘楚。小成本电影《夏洛特烦恼》14.4 亿元的票房神话，让开心麻花赚足了电影界和投资行业的眼球。2015 年 12 月 29 日，开心麻花挂牌新三板并火速展开两轮融资，而两次定增价在一个半月时间内，从 2.4 元飙升至 106 元，也挑战了新三板的定价极限。

2016 年 1 月 4 日，开心麻花发布定增公告，公司实际控制人张晨以 2.4 元/股的价格，花费 365.23 万元认购了开心麻花 152.18 万股。2 月 15 日，开心麻花第二次定增通过股东大会决议，发行价飙升至每股 106 元。尽管一个半月时间，价格飙升了 44 倍，但公司新增投资者表示认可，东方证券等 5 家机构及另外 5 位自然人最终合计认购 284.18 万股，开心麻花因此募集资金 3.01 亿元。

公告显示，开心麻花两次迥然不同的定价依据基本相同：本次股票发行价格综合考虑了公司所属行业、公司的商业模式、成长周期、每股净资产、市盈率等多种因素，并与投资者协商/充分沟通后最终确定。但在一个月时间，第一次实际控制人认购价格，对应公司估值约为 1.07 亿元；第二次外部投资者认购时，对应公司估值达 50.1 亿元。

定价模式下，开心麻花两次蹦极定增虽然受到舆论质疑，但终究机构投资者认可，所以顺利成交。再看竞价模式。2015 年 11 月，九鼎集团成功完成百亿元融资，采取的便是竞价模式，当时拟定的询价区间为每股 15 元~ 25 元，最终确定价格为中位数每股 20 元。

九鼎集团目前处于停牌中，但据同花顺 iFinD 数据显示，其停牌前价格在复权后为 18.63 元，也就是说认购机构处于小幅亏损中。

定增股东有赚有亏虽属正常，但从定增所花费的时间来看，竞价模式往往所费时间更长。这或许也是在高成长期、对资金极度渴望的新三板公司中只有极少数采取此种方式的原因。

如九鼎集团 100 亿元定增，早在 2015 年 5 月 19 日就已经公告，2015 年 6 月 5 日获得股东大会通过，7 月 31 日公司发布证监会核准公告。而定增最终完成在 2015 年 11 月初，历时近半年。

而开心麻花第二次高价定增，2016 年 1 月 29 日公告预案，2016 年 2 月 15 日获得股东大会通过，3 月 25 日公告定向增发完成，历时不足两个月，期间还有春节大假。

这样看来，定价模式最大的好处在于更加灵活，却往往可能涉及是否损害外部投资者利益的问题；竞价模式中，投资者参与度更高，价格一般而言可能更公允，花费时间却可能更长。那么，对于定增规则，到底改还是不改呢？

#### 争议四：股价“蹦极”管不管

股价“蹦极”是新三板市场颇为吸引眼球的一件事情，没有涨跌停板限制的新三板，其股价表现也更为“任性”和“刺激”。

去年 4 月 17 日，成大生物(831550)盘中出现最高 335.51 元、最低 1 元的成交价，1 个交易日日内股价如此剧烈波动，堪称“蹦极”。

无独有偶，几天之后，中科招商(832168)在 4 月 22 日早盘冲至 52 元，当日又下探至 1.01 元，最终报收于 4.86 元，跌幅超过 90%。然而，一天之后，其股价在 4 月 23 日开盘时又回升至 50 元，随后上冲至 60 元。

这些新三板市场上的股价“蹦极”，让习惯了 A 股股价走势的投资者目瞪口呆。

一部分投资者认为股价“蹦极”应该管，股价的剧烈波动、甚至“蹦极”如果频繁出现的话，可能会影响市场定价机制的发挥，使得市场无法很好地体

现其定价功能。值得注意的是，如果个别公司股价“蹦极”当中涉及定价“掺水”或是其他问题，就应该管。

相反观点则认为，出现股价“蹦极”的个股，大多都是以协议转让方式交易。只要交易中不出现违法违规行为，符合现行游戏规则，对于股东们的自主行为，监管层不应该过多干涉。

每经投资宝注意到，早在2014年，证监会新闻发言人邓舸就曾表示，“协议转让方式下，投资者之间一对一地成交，股票交易不设涨跌幅限制，转让价格由转让当事人双方自主协商确定，其中可能存在价外因素，这是协议转让方式的基本特点。同时，由于协议转让的股票交投通常并不活跃，个股交易风险外溢的可能性较小，对公众投资者的影响也不大。因此尊重当事人的价格协商权和决定权。交易价格由协议转让当事人自主协商确定，充分体现股东自治和市场自主的原则。”

#### 争议五：估值贵不贵

在资本市场上，估值是一个影响投资者判断的重要指标。新三板当然也不例外。但是，新三板的估值判断成为让所有市场人士头疼的话题。

先来看看目前新三板的估值情况。据安信证券新三板研究团队统计数据显示，4月28日，新三板整体估值为32.17倍，其中做市板块为37.13倍，协议板块估值为19.13倍；当日深市主板平均市盈率为23.39倍，中小板为47.22倍，创业板为69.79倍；沪市主板的平均市盈率为14.83倍。

也就是说，4月28日新三板的整体市盈率是沪市主板的2.17倍，是深市主板的1.38倍；相当于中小板的68.12%，创业板的53.19%。

协议板块由于缺乏流动性，其估值水平高于沪市主板，但低于深市主板。

流动性相对更好的做市板块，4月28日的整体估值大幅高于两市主板，但只相当于中小板的78.63%、创业板的53.20%。

以联讯证券(830899)为例。这家新三板挂牌的券商做市商数量达到40家，4月25日换手率为1.27%，在新三板中算是流动性较好的品种了。2016年4月25日联讯证券报收于2.65元，2015年每股收益为0.17元，对应市盈率为15.58

倍。

同样是4月25日，在已经发布2015年报的上市券商中，市盈率最高的是西部证券，达33.54倍；其次是东兴证券和太平洋，分别为29.5倍和26.15倍；而广发、光大、招商、国泰君安等市盈率均不足10倍。

联讯证券对应2015年15.58倍的市盈率，略低于国金，如果它在A股上市，那么这一水平将位列券商第8位，看起来还不错，而2.65元的股价，在A股市场上仅略高于京东方A，而京东方A的流通股本高达240亿股。也正是由于极低的股价，联讯证券目前的流通市值仅为46.11亿元，尚不足主板市场市值最低的东兴证券的30%。如果将联讯证券放在A股市场，2.65元的券商股，你买不买？

而持不同观点的投资者则认为，新三板的估值还是贵，尤其是个股。2015年6月，英雄互娱(430127)借壳塞尔瑟斯，9月便吸引了“国民老公”王思聪入股。之前，有券商认为，英雄互娱值200亿元，可是当时的舆论一面倒地批判英雄互娱在“吹泡沫”，觉得公司连100亿元都不值。

## 10、5月份新三板分层方案有望通过

据悉证监会已于5月4日通过新三板分层方案。

预计新三板分层不会推迟。监管层称。实际上，按照去年11月份发布的《全国股转系统挂牌公司分层方案(征求意见稿)》的工作安排，今年5月份实施分层。对此，证监会以及全国股转系统也多次公开确认。

新三板市场内部分层是继2014年8月25日实施做市商制度以后，又一里程碑式的制度创新。然而，近期，临近新三板内部分层方案公布，市场交投相对平淡，与2014年做市商制度推出前交投活跃形成反差。

近日，新三板市场每日交易量维持在10亿元以下，鲜有超过10亿元的单日交易量。5月5日，三板做市指数收报1230.16点，下跌0.25%，连续第三个交易日下跌。

“改善流动性是一个系统性的长远过程，需要逐步改变，不可能一步到位。”民生证券新三板研究团队表示，目前，新三板投资人的最大群体——私募基金



普遍处于仓位被强制“锁定”的“被套”状态，如果没有新的资金进入，很难盘活流动性的尴尬局面。这与上一波做市商红利发生时投资者轻装上阵的情况大不相同。

根据 Wind 不完全统计，自 2015 年以来至 4 月 19 日，剔除券商后，共有 5034 家机构（私募产品）参与了 2070 家新三板企业的定增配售。然而，在 2015 年私募大举进军新三板后，这些投资于新三板概念的私募基金收益率状况普遍不太乐观。目前新三板市场上，有相当一部分私募基金处于亏损状态，或者保持空仓运营。

民生证券新三板研究团队认为，目前投资者在新三板市场上面临的最大压力还是在流动性束缚所带来的被动“锁仓”上。这对于追求资本流通过程中价值增值的投资人而言，影响巨大。新三板目前的流动性，已经令资本的“运动属性”受到极大的束缚，不敢“轻举妄动”成为当前机构投资者的真实写照，这又进一步压抑了潜在的市场流动性，形成恶性循环。

受流动性影响，2016 年，新三板私募的火爆状况明显降温，据不完全统计，新三板私募基金产品 2016 年第一季度共成立 384 个，仅为去年第二季度的三分之一。

当前，市场上对新三板私募产品的到期情况众说纷纭，一些谨慎的投资者担忧下半年可能会迎来一波到期潮而对市场形成压力。对此，民生证券新三板研究团队相对乐观，并指出新三板私募产品到期潮应该在 2017 年下半年来临。

民生证券新三板研究团队认为，5 月份新三板分层正式启动之后，将逐渐释放对市场的正面影响，创新层的流动性是否能达到市场预期还需要一定时间的“测试期”，“测试期”很多投资者可能依旧持有观望态度。新三板的投资热潮预计在今年下半年缓慢到来。

## 11、5.02-5.08 一周并购事件

图表 3 5.02-5.08 一周并购事件

标的方	买方	交易金额	所属行业	宣布时间
云海镁业	云海金属	3154.74 万美元	有色金属合金制造	2016-05-06
深圳前海	歌力思	31200.00 万元	金融信托与管理	2016-05-05

山东正邦养殖	正邦科技	13000.00 万元	猪的饲养	2016-05-05
慧邦融资租赁	五洋科技	3000.00 万美元	金融租赁	2016-05-04
迪安华星医学	迪安诊断	11550.00 万元	卫生院医疗	2016-05-04

数据来源：投资中国、中商产业研究院

## 12、国内一周风投事件统计

内容产业 7 起

以视频形式来进行电子产品测评的网站“ZEALER”已经完成数千万的 A+轮融资，投资方未透露。

互联网+健身创业项目“小熊快跑”此次 B 轮融资总金额近亿元，为乐体创投在该领域内的首个投资项目。

为企业提供新媒体能力及人才解决方案的“地心引力新媒体工场”近日宣布获得 1050 万元天使轮融资，并已完成交割，本轮由华映资本领投，鼎聚投资跟投。

视频直播平台“17 App”获得 1.5 亿元融资，投资方为乐体创投和未名资本。

体育赛事即时竞猜新品“DeerWar(鹿战)”平台已完成数百万元天使轮融资，投资人为两届奥运会跆拳道冠军，在业内外号为“Super Kicker”的吴静钰。据悉，目前该平台还处于研发期，有望于今年 6 月末正式推出。

“天天网球”近日透露已获孝昌水木投资、金种子创投和富道投资天使轮投资，具体投资额未透露。

海外市场短视频版今日头条“DailyCast”完成 A 轮融资，此轮由集结号资本和汇量科技共同投资。

电子商务 6 起

LED 行业全产业链电商平台“汇灯网”于今年四月份获得来自找钢网的天使轮融资。

生鲜电商“饭心”近日获得了火线资本千万级的 A 轮融资，并宣布获得“江苏泓膏大闸蟹”的线上销售独家代理权，下半年将进军生态大闸蟹市场。

移动导购平台“楚楚街”确认完成 10 亿元 C 轮融资，本轮融资由软银中国资本、新天域资本领投，基石资本、钟鼎创投跟投。

液化天然气 B2B 平台“中能鼎立”对外宣布获得天使轮 500 万元投资，投资方为慧聪网。

仪器仪表行业 B2B 平台“仪器圈”于今年 3 月底完成了 2000 万的 Pre-A 轮融资，投资机构为天使投资基金、国科嘉和基金以及银杏天使基金。

“菜鸟网络”完成 A 轮融资，由阿里资本等投资，金额近 100 亿人民币。

硬件 5 起

移动互联网智慧情感科技服务平台“爱情说”宣布获得天使轮融资，融资金额数百万元人民币，由优联资本和天使投资人共同投资，另外 2016 年 4 月爱情说登陆北京四板市场，挂牌代码 099432。

专业从事于数字内容(CG)开发和 虚拟现实(VR)研究“美谷科技”已完成了近千万人民币的天使轮融资，投资方为知名投资机构德同资本及西山天使会。

智能硬件公司“丁叮智能”对外宣布今年 4 月完成由 复星昆仲资本领投的 B 轮数千万融资，项目本轮发起人是复星昆仲创始合伙人王钧。

VR 社交解决方案“BeanVR”于 4 月底完成百万美元级天使轮融资，和君资本 VR 产业基金领投，泰有基金跟投。

虚拟现实企业“曼恒数字”宣布完成 B 轮共计 1.54 亿元融资。本轮融资由赛富领投 1 亿元，巨杉资产、东方证券、兴业证券和中金公司跟投，原股东刚泰控股、华融证券、海通证券继续增持。

#### 互联网金融 4 起

专注于汽车产业链金融的互联网金融 P2B 服务平台“平安理财网&抓财”于近日宣布，成功获得安芙兰资本的数千万人民币 A+轮融资。本轮融资为平安理财网&抓财未来寻求优良资产。专注于企业供应链融资业务的

“银狐财富”完成了 3000 万元 A 轮融资，投资方是中房集团旗下成员单位龙游中房。

近日，区块链服务公司“招股金服”宣布已经获得 1500 万元天使轮融资，投资方系前海汇潮、投资网以及银行业个人天使，公司目前整体估值达到 2 亿人民币。

“社保通”已完成 A 轮 3000 万融资，领投方暂不便透露，跟投方为真格基金、知卓资本。

#### 企业服务 3 起

基于线下联合办公空间的创业服务平台“星空时间”已于去年 11 月获得了首轮千万级融资，此轮由联想之星，风云天使基金和十余位创始人共同出资。

蓝领招工社区“工猫招工社区”已获得数百万元天使投资，投资方为瞰澜天使基金和天使投资人王刚。

代账软件工具“云帐房”获得数千万元 A 轮投资，投资方为中路资本。

#### 教育 3 起

“私塾家”宣布已获得 A 轮战略投资，由轻轻家教领投，具体金额未透露，本轮融资估值 2 亿元。

互联网混合式教育平台“叫师”获得 600 万天使轮融资，投资者为合力泰的联合创始人陈运。

游学机构“知鸟游学”今日透露已经获得 2000 万人民币挂牌前融资，由创客星领投，预计今年 11 月挂牌新三板，目前公司估值 2 亿元。

#### 游戏动漫 2 起

全球化游戏社交平台和游戏发行商“Miracle Games”宣布其已获得 1000 万人民币 A 轮融资，此次融资由国内知名的游戏发行商广州君海牵头联合其他知名投资机构战略投资，其同时亦提供了其中半数资金。

手游发行商“赫德时代”宣布获得人人游戏数千万元战略投资。双方将在手游投资，研发，发行等多方面进行深度战略合作。

#### 营销广告 2 起

互联网+精准营销新锐“天卓网络”近日完成千万级 A 轮融资，投资方未透露。

移动广告营销解决方案的平台“看呗”已于 2015 年 11 月完成了 500 万人民币天使融资，投资方是成都本地的投资机构。医疗

#### 健康 1 起

高科技生物技术企业“灏灵赛奥” 1000 万人民币天使轮融资，投资方为唐彬森、薛蛮子、麦涛。

#### 房产 1 起

家居特卖网站“居品汇”宣布已经于 2015 年 12 月获得数百万元天使轮融资，投资方为戈壁创投。目前正在进行 Pre-A 轮融资。

#### 户外旅游 1 起

蜜月旅行、海外婚礼、海外婚纱摄影的垂直电商“蜜游网”获 800 万元人民币天使投资，估值超过 1 亿元人民币，投资方为百舸资本。

#### 移动互联网 1 起

计算机视觉领域公司“极视角”获得千万人民币 Pre-A 轮融资，投资方为河石资本和德同资本。工具

软件 1 起

“Flitto 翻译通”已完成 B 轮 900 万美金融资。本轮融资由 SBI 领投，种子轮及 A 轮的投资公司 DSC 跟投，合计 900 万美金。

生活消费 1 起

健康餐食平台的“ME 健康潮食”了完成了数百万人民币天使轮融资，投资方未透露。

## 四、产业市场

### 1、盐业改革拉开序幕 明年起放开所有盐产品价格

中国政府网 5 日对外公布《盐业体制改革方案》，备受各方关注的盐业体制改革就此拉开序幕，方案明确将从 2017 年 1 月 1 日起放开所有盐产品价格，同时提出完善食盐专业化监管体制，多措并举确保食盐安全。

“这是我国盐业管理体制的一次历史性变革，对于推进盐业管理体制、实现盐业资源有效配置、促进行业健康有序发展、确保食盐质量和供应安全必将产生深远影响。”北京大学盐业体制改革课题组表示。

方案明确将完善食盐专业化监管体制，由工信部主管全国盐业工作，各级盐业主管机构与公安、司法、卫生计生、工商、质检、食药监等各司其职、密切协作，依法加强食盐安全监管。方案并提出探索推进食盐安全监管体制改革，加快建设食盐电子追溯体系。

释放市场活力是此番盐业改革的重要目标。此番改革将放开两个限制：一是食盐批发企业可自行采购食盐并开展跨区域经营；二是食盐定点生产企业可以自主品牌开展跨区域经营，实现产销一体或委托有批发资质的企业代理销售。

引入竞争是改革最大亮点，这将倒逼食盐经营企业加快转换经营机制，同时有助进一步释放市场活力，出清低效落后资产和产能。可以预见，食盐生产企业之间、食盐批发企业之间、食盐生产企业和批发企业之间将形成有序竞争的市场格局。

引入竞争机制后，行业将迎来一轮重组兼并的热潮，一些产销一体、跨区域经营、具有资源品牌技术优势的大企业会脱颖而出，成为行业的引领者，未来全行业将形成若干优势盐业集团并存格局，国际竞争力也将大大提高。

对于与百姓生活密切相关的食盐价格，方案明确，将改革食盐政府定价机制，放开食盐出厂、批发和零售价格，由企业根据生产经营成本、食盐品质、市场供求状况等因素自主确定。方案并明确从明年1月1日起放开所有盐产品价格。

在江苏省盐业协会晏仲华看来，受成本、供求以及投机、心理预期等因素共同影响，改革后食盐价格将在很长一段时期内起伏波动，预计会表现出农村地区价格下行、城市价格上行，交通便利地区价格下行、偏远山区价格上行等趋势。

对于可能出现的价格波动，改革方案也作出政策安排：各级价格管理部门要加强对食盐零售价格的市场监测，配合盐业主管机构采取措施，保持价格基本稳定，特殊情况下可依法采取价格干预或其他紧急措施，防止普通食盐价格异常波动。

## 2、中国广电成第四大基础运营商 电信市场格局生变

5月5日，工信部正式向中国广播电视网络有限公司（简称“中国广电”）颁发《基础电信业务经营许可证》，批准中国广电在全国范围内经营互联网国内数据传送业务、国内通信设施服务业务，并允许中国广电授权其控股子公司中国有线电视网络有限公司在全国范围内经营上述两项基础电信业务。

早在中国广电于2014年成立之际，就被外界认定为第四运营商。此次获批《基础电信业务经营许可证》，中国广电能够正式展开相关电信业务的运营。外界则普遍认为，这会促使电信资费进一步下调，有助于打破目前三大电信运营商对宽带接入等业务的垄断局面，进一步改善国内电信市场格局。

但值得注意的是，中国广电此次并未取得无线通信业务运营资质，意味着在未来一段时间内，中国广电可能不会推出相应服务。中国广电获批“国内通信设施服务业务”资质后，将被允许建设无线通信网络。因此，不排除中国广电在时机成熟后申请并推出无线通信业务的可能。

尽管无法立刻冲击三大电信运营商在无线通信业务上的垄断地位，但外界对中国广电成为第四运营商仍充满期待。最新网络调查显示，超过 70% 的被访者认为，获批业务资质后，中国广电将会以具有竞争力的价格向用户提供宽带接入服务，会促使电信资费进一步下调，有助于打破目前三大电信运营商对宽带接入等业务的垄断局面。

多数市场分析也表示，宽带市场在高速发展期有新的竞争者加入对消费者有利，此举将逐步改善现有电信市场竞争格局，促使整个产业更加健康发展。此外，由于中国广电是目前全国有线电视网络参与三网融合的市场主体，因此将有条件对国内广电网络(14.830, 1.35, 10.01%)进行资源整合，并利用现有网络设施，为用户提供较为低价的宽带接入服务。因此，市场普遍预计，中国广电在宽带接入服务领域，将有实力和三大运营商开打价格战，并以此获取一定的市场份额。

### 3、19 家白酒上市公司营收增长 时隔三年白酒行业有望复苏

五一假期后的两个交易日，A 股最耀眼的明星非白酒股莫属。5 月 3 日白酒板块涨幅近 8%，过半个股涨停；5 月 4 日再有多只个股涨停。资金追捧白酒股背后的逻辑来自行业复苏，从两市刚刚披露完毕的 2015 年年报和 2016 年一季报来看，这一逻辑得到证实。数据显示，19 家上市白酒企业 2015 年营收、净利润绝大多数实现同比增长，而 2016 年一季报来看，有 17 家上市白酒企业业绩继续保持增长。分析认为，此轮行业复苏是龙头的复苏，具品牌、产品、渠道力的企业未来将实现市场份额的持续提升，而缺乏竞争力的企业将逐渐消亡。

#### 业绩回暖预收款项大增

5 月 3 日，五一假期后的首个交易日，A 股市场迎来“开门红”，最红火的当属白酒股，全线大涨，平均涨幅近 8%。酒鬼酒(19.62, -0.10, -0.51%)、青青稞酒(18.93, -0.37, -1.92%)、口子窖(35.550, -0.90, -2.47%)、山西汾酒(20.800, -0.60, -2.80%)、沱牌舍得(20.560, -0.71, -3.34%)等纷纷涨停。5 月 4 日虽然两市陷入震荡，但仍有酒鬼酒、迎驾贡酒(24.690, -1.08, -4.19%)、



\*ST 水井等多只个股涨停或大涨。

白酒股爆发是由于行业自 2012 年整体性见顶后，时隔三年多终于迎来复苏，而复苏在 19 家白酒上市公司中得到了最充分体现。2015 年白酒板块的营业收入合计同比增长 6.0%，归属于上市公司股东净利润合计同比增长 10.7%；而 2016 年第一季度，白酒板块的营业收入合计同比增长幅度更是达到 15.6%，归属于上市公司股东净利润合计同比增长 16.8%。

19 家白酒上市企业 2015 年年报中多达 16 家营业收入、净利润同比录得增长，仅有金种子酒(9.420, -0.25, -2.59%)、沱牌舍得、迎驾贡酒 3 家录得下滑。而 2013 年和 2014 年年报营收增长的分别只有 7 家和 4 家，净利润增长的则分别是 3 家和 7 家。2015 年营收增速前三的\*ST 水井、\*ST 皇台(17.55, -0.46, -2.55%)、酒鬼酒分别达到 134%、82%、54%；而净利润增速前三的为酒鬼酒、\*ST 皇台、泸州老窖(23.50, 0.00, 0.00%)，分别达到 190%、116%、67%。

再从今年一季报来看，19 家企业有 17 家继续保持增长势头。在营收方面，仅青青稞酒和金种子酒同比下降，其中\*ST 皇台、沱牌舍得、五粮液(29.65, -0.75, -2.47%)增速位居前三，分别同比增长 66%、32%、31%。净利润方面，仅青青稞酒和顺鑫农业(21.90, -0.39, -1.75%)下降，沱牌舍得、\*ST 水井、口子窖净利润增速位居前三，分别录得 178%、62%、54%。

从反映后市预期的预收款项来看，整个白酒板块的预收账款在 2014 年触底后于 2015 年大涨 75%，其中贵州茅台(253.110, -4.66, -1.81%)和五粮液 2015 年的预收账款分别增长 459.8%和 132.4%。而 2016 年一季度，其预收账款分别增长 206.2%和 777.4%，显示经销商对后市较为乐观，预付款的意愿强烈。

#### 复苏趋势有望贯穿全年

早在春节前后，整个白酒行业就已经出现复苏苗头，而一季报的数据更加印证了这一判断。2012 年随着对公款吃喝的打压以及酒驾查验趋严，以酒鬼酒塑化剂事件为标志整个行业阶段性见顶，但中国长期的白酒文化，可以说经历几千年的沉淀，不是短期事件可以随便影响的，现在白酒的消费人群依然是在不断扩大，但转向民间消费的趋势明显。

国泰君安研报则指出，白酒行业是分化成长，而龙头基本面复苏趋势明确。其指出，白酒行业分化成长本质上是市场调节下的供给侧改革，不同于之前黄

金十年白酒企业的全面繁荣，此轮行业复苏是龙头的复苏，具品牌、产品、渠道力的企业未来将实现市场份额的持续提升，而缺乏竞争力的企业将逐渐消亡。“当前龙头发力提升自身竞争力，增速已显著超越行业，近期淡季茅台、五粮液的走量仍平稳，高端白酒全年业绩无忧。”

招商证券给出了全年看好白酒股的三大理由：一是行业复苏，经营性现金流验证复苏；二是估值便宜，一、二线白酒股市盈率普遍在 15 倍左右；三是该板块显现稳健配置价值，机构配置比例较低，是避险好选择。招商证券(16.650, -0.31, -1.83%)指出，近期调研反馈，白酒行业调整已然三年，回暖迹象愈发明显，高端白酒率先复苏，茅台、五粮液最为受益，中档持续分化。

中信建投分析师黄付生表示看好一、二线白酒如贵州茅台、五粮液、古井贡酒、泸州老窖和洋河股份(67.61, -2.26, -3.23%)，同时更看好弹性大的三线白酒公司，如沱牌舍得、酒鬼酒和金种子酒等，“这些公司一季报业绩迎来拐点，公司治理、营销体系、产品结构都发生重大变化”。

#### 4、医药流通行业面临大洗牌 多省推动两票制

在近日公布的 2016 年医改重点中，最让医药界关注的是药品流通领域，意在控制药品转手涨价的“两票制”。近日，江苏、陕西等多地开始推动“两票制”实施，而已经在全省范围内实行“两票制”的福建省正着手开始试水“一票制”。从政策发布和落地的速度可以预见，医药流通行业将很快迎来“大洗牌”。

4 月 27 日，江苏省食药监局流通管理处下发通知，明确提出综合医改试点省份要在全省范围内推行“两票制”。目前该通知已开始执行，并要求各相关单位在 2016 年 5 月 5 日前，结合实际提出具体意见和建议进行反馈。此外，陕西省卫计委近日也召开了座谈会，探讨“两票制”对行业的影响、具体推行举措等内容。

以省为单位的综合医改试点始于 2014 年底，第一批启动省级综合医改试点的省份分别为江苏、安徽、福建、青海。今年 3 月，陕西省、上海市、浙江省、四川省被列为全国第二批综合医改试点省份。据悉，国务院医改办已初步确定将医改办要求在今后的改革中要做到“8 个必须”，包括在流通领域必须实行“两票制”。此后，“两票制”在全国范围内推广的思路似乎越来越清晰。

所谓“两票制”，即要求药品在流通到消费者手中之前，只能开两次发票。

也就是说，流通领域的转手次数，不能超过两次。

其中，药企发货时给医药流通（商业）公司开一次发票，医药流通公司将药品配送到医疗机构后再开一次发票。按照国务院《深化医药卫生体制改革2016年重点工作任务》，“两票制”的目的是为了优化药品购销秩序，压缩流通环节。

不仅如此，已经在全省范围内实行“两票制”的福建省正着手试水“一票制”。福建省药械集中采购网近日挂出《常用基础输液采购办法》，要求常用基础输液采购方式按照“一票制”要求，实行省级限价挂网，片区集中确标，医疗机构直接采购。其具体的做法是：确标生产企业直接与确标片区各医疗机构签订购销合同，由生产企业直接开具相应药品销售发票给各医疗机构（一票制）。

一般来说，药厂销售一般分两种模式：一是自建队伍，一是代理模式。后者销售需经过全国一级代理、大区一级代理、省区代理等，每一层级的代理需要开一次发票，因而可能会导致药品的医院销售价格逐级上涨。

未来药厂用于“渠道”的费用将会高度透明化，中小医药流通企业将因此面临生存危机。在商业公司整合的过程中，被吊销、注销或因业务减少进而倒闭的数量会逐渐增多，一些代理商可能直接面临被上游企业收购、转行或者淘汰出局的命运。此前，国家食药监总局安全监管司司长李国庆曾指出，就目前的情况来看，我国1.3万家批发企业退出1万家，剩下3000家可能是比较理想的状况。

对于药厂而言，“两票制”的实施也将迫使其改变经营思路。后者的一级经销商没有终端，需要很多自行寻找的二级经销商来做。“两票制”后，可以把二级经销商变成“第一票的商业”。不过，对于习惯了先打款、后发货的药厂而言，一级经销商没了，变成数量更多的二级经销商，意味着他们的经营风险，尤其是资信风险将增加。“、现在的背景下，药厂要做的是改变销售习惯，全国重新规划布局，利用品牌和产品的资源，培养和发掘诚信、有终端、有资金实力的商业展开合作。

## 5、体育产业十三五规划发布 2020年规模超3万亿

5月5日，国家体育总局正式发布《体育发展“十三五”规划》，规划确定了“十三五”时期体育发展的主要目标。到2020年，全国体育产业总规模超过

3 万亿元，体育产业增加值的年均增长速度明显快于同期经济增长速度，在国内生产总值中的比重达到 1%，体育服务业增加值占比超过 30%。体育消费额占人均居民可支配收入比例超过 2.5%。

规划称，“十三五”期间，体育与经济社会协调发展的机制有待进一步健全，人民群众日益增长的多元化、多层次体育需求与体育有效供给不足的矛盾依然突出。体育产业总体规模不大与结构不完善并存，体育服务业比例偏低、种类偏少。经济发展新常态和体育供给侧结构性改革对体育与经济社会的协调发展提出了要求，体育产业作为新兴产业、绿色产业、朝阳产业，完全有条件和潜力成为未来我国经济发展新的增长点，体育消费对经济发展的贡献将不断增强。

“十三五”期间体育发展规划的一项重要内容，就是扩大体育产品和服务供给，促进体育消费。具体来说，首先，需要调整体育产业结构，实施体育服务业精品工程、体育用品制造业创新提升工程和体育产业融合发展工程。以足球、冰雪等重点运动项目为带动，探索运动项目的产业化发展道路。引导和支持“互联网+体育”发展，鼓励开发以移动互联网为主体的体育生活云平台及体育电商交易平台。

其次，优化体育产业布局，加强京津冀、长三角、珠三角以及海峡两岸等体育产业圈建设。在全国建立 50 个产业规模较大、集聚效应明显的县域国家体育产业示范基地，加快足球、冰雪等项目国家体育产业基地建设等。

在培育体育市场主体方面，规划称，要深化体育类国有企业改革，提升体育产业领域中国有资产的价值。引导有实力的体育企业以资本为纽带，实行跨地区、跨行业、跨所有制的兼并、重组、上市。积极支持体育产业的海外并购，鼓励有条件的省市设立体育发展专项资金，对符合条件的企业及组织给予项目补助、贷款贴息等。

此外，规划还要求引导体育消费，有条件的地区可以探索面向特定人群或在特定时间试行发放体育消费券；引导社会力量盘活存量资源，改造旧厂房、仓库、老旧商业设施等用于体育健身；积极研究推进发行以中国足球职业联赛为竞猜对象的足球彩票。

国金证券指出，在政策的支持下，我国体育产业将进入高速发展期，体育产业结构也会趋于合理。目前中国体育服务业占比不足 20%，仅为美国体育服务业占比的三分之一，促进体育产业改革的政策将逐步推动体育产业市场化，

预计体育服务业的占比将大幅提升。与此同时，体育产业的发展也将带动与之相关的传媒、纺织服装、旅游、商业零售等产业的发展。

## 6、本土养老疯潮渐褪 外资进军国内拼钱景

行业大型展会往往会被看做是一个产业发展的风向标，养老亦是如此。昨日，第五届中国国际养老服务业博览会（以下简称“老博会”）开幕。今年世界各地及国内共有 200 余家养老企业、机构参与展会总体数量和规模与往年持平。

### 津冀对接北京养老“疯潮”渐弱

自去年 11 月，京津冀三地签署协议确定了养老协同发展的新战略后，一时间异地养老、跨区域养老成为了区域养老市场的热词。在去年底举办的 2015 北京国际老龄产业博览会上，津冀展团应势变得十分“高调”，尤其是河北省内张家口市等多个对接北京养老需求积极的城市和地区，甚至由当地民政部门领导带队到北京寻找商机。

然而，协议签订半年后，感觉京津冀养老产业协同的热度已有所消退，在本次展会上，天津、河北养老企业、机构参展“势头”明显不如以往，宣传力度也相对“黯淡”了。本届老博会项目经理韩立新表示，今年京津冀养老机构参展总数与往年持平，其中，此前一直参展较为积极的天津，今年甚至仅有一家养老企业参展；河北部分企业也相对降低了展会上的宣传力度，包括参与分论坛和推广的频率都有明显下降。

其实“疯潮”褪去并非是一件坏事，侧面能看出京津冀养老企业正逐渐告别盲目抢夺北京养老需求，变得更加理性了起来，此前，民政部及业界都对河北大举建设对接北京老人的养老机构存有担忧，认为原本产业基础并不十分扎实的河北省，很可能在环京区域形成资本‘跟风’投资的现象，令当地养老市场出现大规模同质化竞争的情况。

### 外资养老进军国内拼“钱景”

实际上，资金雄厚且经验丰富的国外资本已经相中了中国市场这块香饽饽，而令许多本土养老机构始料未及的是，外企甚至成为了本次老博会的主角之一。

据了解，本次日本展区的面积超过了 700 平方米，几乎占到了整个国际展

区面积的一半，而法国驻华大使馆参赞甚至亲到现场为意向合作者答疑解惑。“今年老博会吸引到了日、美、法、意、英等多国养老机构。”韩立新透露，目前参展的外资企业总数超过 20 家，合计展厅面积占总面积的近 1/6。

越来越多的外资由此前的观摩调查渐渐进入实操阶段，摩拳擦掌地准备抢食中国养老产业这块大蛋糕。其中，作为欧洲养老康复行业的顶尖品牌，已经投身养老行业 27 年的法国欧葆庭在华的首个项目已经在一个月前落户南京。

同样展现勃勃野心的还有日本日医集团，在本届老博会上，该企业开设了几乎是全场最大的展位，而且，继在北京、上海和广州先后成立事业公司后，该企业今年在北京还有进一步的拓展计划。

### 养老产业链全面延伸

在养老产业还未进入本轮快速发展周期时，不少人对它的认知还主要是家政服务、医药市场和轮椅等老年产品出售等。但随着我国养老产业迈入“2.0 时代”，相关产业链也日渐完善，保健护理、信息服务、教育休闲等领域的细分市场被不断开拓。据韩立新介绍，本届老博会上，养老全产业链展示特点鲜明，“在本届老博会中，上游的养老机构规划吸引到近 10 家专业设计院参与，下游的养老延伸产品还包括轮椅、护理床、纸尿裤等等。事实上，在所有参展企业中，有百余家都涉及到养老产品的销售，占比达 70%”。

在老博会现场，正在销售老年用品辅具的区域聚集了大量参观民众，大至老年电动护理床、弹性防滑老年地板、医用智能通风系统，小至介护专用餐具、成人尿不湿……各类企业展台前讲价、购买的老人络绎不绝。

“组团”进军中国的法国养老企业做养老机构的并不多，而是围绕两三家主做养老机构的企业，做适老化设计、养老院装修、养老院后台软件研发、护理人员培训等相关产业的企业占比较大、十分抢眼。

## 7、部分房企开始涉足主题公园：“热土”还是“虚火”

### 公园+地产模式受宠

主题公园是根据某个特定的主题，采用现代科学技术和多层次活动设置方式，集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。克

而瑞研究中心高级分析师房玲表示，按主题公园的核心依托和运作模式，可划分为 IP 驱动型，以迪士尼为代表；技术驱动型，以华侨城欢乐谷为代表；自然人文驱动型，杭州宋城是典型项目。

在我国，主题公园与房地产开发相结合的模式已被许多项目采用。很多项目是借主题公园来开发地产，尤其是在二三线城市。因为这样比较容易批到地，且地价相对便宜。

在国内，除早已涉足主题公园的传统品牌商，如华侨城、海昌外，近年来，部分房企也开始涉足主题公园。

万达旅游产业已定下目标：计划投资 2000 亿元在国内建设 12 个电影主题公园。世茂地产与梦工厂的合作项目也落地南京，其整体功能定位是集主题乐园、主题地产以及湿地游乐于一体的城市特色功能板块。荣盛发展(6.800, -0.10, -1.45%)欲将荣盛·未来城打造成超级城市商业综合体、大型文化旅游目的地。海尔地产欲在济南建设海尔兄弟主题乐园……

对此，房玲表示，房企加码主题公园主要出于两大方面的考虑：一方面，全球主题公园市场连续多年稳步发展，随着中国目标消费人群的崛起和主题公园政策的放开，市场有机会获得爆发；另一方面，主题公园与地产联动紧密，是房企曲线拿地的途径之一，若运作得当，“公园+地产”模式具备很广的前景。

#### 主题公园带动区域发展

事实上，世界各地迪士尼度假区的开业，除了促进当地周边相关产业发展外，房地产同样受益明显。房玲介绍，前几年落户大屿山的香港迪士尼，不仅带动了周边楼市的交易，还大幅提升了周边房屋租赁市场，房价亦水涨船高。

迪士尼自 2009 年 10 月确定落户上海后，区域价值随之提升。相关数据显示：2010 年，上海迪士尼所属的川沙板块房价上涨 66%，高于上海全市上涨幅度 16%和浦东新区上涨幅度 36%。截至 2015 年底，相较于 2009 年房价，川沙板块上涨了 132%，高于浦东新区的 91%和上海全市的 95%的房价上涨幅度。

在北京，欢乐谷的入驻，亦对项目所在区域有较大的提升。十年前，北京四方桥区域是个落后的老工业区，平房聚集。2005 年中，华侨城进驻，该利好消息使四方桥区域房价应声上涨。2006 年，欢乐谷主题公园开放，区域市政建

设和道路改造日益完善，周边商业配套也不断增加并逐步投入使用，当年年底房价达 9000 元/平方米。目前该区域二手房均价已接近 5 万元/平方米。

#### 旅游+地产 VS 旅游+文化

不过，国内真正具备竞争力的主题公园并不多，不少主题公园缺乏新意，同质化严重，导致一部分主题公园处于亏损状态。面对国际娱乐巨头的抢滩，迪士尼对包括欢乐谷、宋城等项目都会产生一定的影响。短期会使该类项目人流量下滑，后续若没有差异化竞争，压力会较大。

深圳华侨城文化旅游科技股份有限公司总经理李坚也表示，外资不断加码中国主题公园市场，无论是景观、游乐设施、旅游演艺，还是软件服务，都将给大家带来全新的感受。“对现有国内的主题公园而言，无疑会产生标杆作用和冲击，迫使他们在体验上全面升级，否则会面临困局。而对未来新建的公园，则会有一定的引领作用，将加速主题公园和文化企业形成合作，很多 IP 会从影视作品很快转向旅游体验作品。”

李坚进一步介绍，国外巨头都是“旅游+文化”纵向深层次融合发展的商业模式，国内则大多是“旅游+地产”的横向组合模式，导致主题公园的主题文化不突出，而文化产业找不到线下落地体验，主题公园与文化 IP、传媒、影视动画游戏等年轻人喜欢的文化产品没有形成立体化的产业链。

在易居研究院智库中心研究总监严跃进看来，国内企业要做大做强主题公园，需要深挖中国元素和背后的商机，以及改变传统的运营模式。“很多主题公园追求运动类项目，其实可开发休闲类业态的项目。要多观察和学习海外项目，适当打造差异化产品。”

## 8、P2P 监管将在排查中确立细则 未来或纳入举报奖励制度

互联网金融监管对 P2P 的排查式监管将在年内完成，未来的监管规则将在摸底过程中逐渐确立，包括此前呼声较高的非法集资举报奖励制度。

此前，有媒体根据某地方金融管理机构高层信息，梳理出专项整治行动时间表，分三个阶段：2016 年 5 月到 7 月底各省级政府开始清查并制定本行政区域内清理整顿方案；8 月到 11 月底开始清查整顿，并在今年年末完成分类处置；最后一个阶段则是“从 12 月底到 2017 年 3 月进行验收，制定报告并形成互联



网金融监管长效机制建议”。

现在距离最终验收还有半年的时间，5月的行动主要为各地开展清查，同时互联网金融行业协会会员单位响应监管要求，在合法合规的基础上，完成资金管存，进行数据报送、信息披露工作。数据上报与规则建立正逐步推进，形成“一行三会”领导下地方市金融局竖向协调资源，互金协会横向配合的模式，有望在规定时间内显露成果。

由于在清查前，行业内已经有非常多的具体实质细则出台，如禁止自融与“资金池”，整治首付贷，暂停“金融”字眼公司注册、整顿互金广告、禁止融资担保公司为P2P平台担保等等。这些做法已经取缔了部分企业，部分公司主动停业，可以说已经净化了行业。当下监管与协会配合行动主要围绕“一个《意见》”和“一个《方案》”展开，即2015年7月央行会同十部委（牵头发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，与2016年4月国务院出台下发的《P2P网络借贷风险专项整治工作实施方案》。前者为政策性指导文件，后者明确了进一步的整治方案。在方案操作中，网贷行业规则将通过行业协会与“一行三会”领导小组配合逐步建立。

监管层要求互金协会涉P2P业务会员将投资人数据、交易数据、用户数据等连入官方数据接口，在后台读取数据，了解平台经营状况，建立数据系统。

近期数据上报是其中配合监管的一部分。4月，中国互联网金融协会通知协会内部分涉P2P业务的会员单位代表单位按要求将2015年年报表、2016年一季度季报表和2016年4月月报表送至协会，并要求在5月10日前完成。上周，其中一名会员单位透露，他们已经提前完成数据报送，其中包含公司基本信息、财务数据、业务数据。目前陆续有其他互联网金融协会表示他们也接到了通知，并提前按照行业协会要求完成数据报送工作。据零壹财经，此次仅部分会员接到报送信息的正式通知，共36家机构。

互金行业协会一会员单位透露，现在互金协会要求各单位做信息披露工作目前只在会员单位内施行，这些数据将成为未来监管、监测的重要依据。另一会员单位高层管理人员认为此要求似是先搭建底层基础体系，再装入行业经营状况数据：“之后或能基于这些数据发现虚假数据、夸大信息。利于整改命令及时发布”。

互联网金融协会同时正在配合央行承担互联网金融统计检测和风险监测预

警体系建设，同时，行业协会还负责互联网金融举报平台建设和运行工作。上述系统由央行各部门主导建立，部分人员与互联网金融协会的筹备组重合。目前进行至标准的建立，如统一行业名词、平台上报材料规范等。

这一说法暂未得到监管机构确认，但未来 P2P 平台或将定期配合排查工作，即接受月度、季度性排查与定点排查。另外，业内期待呼声高涨的互联网金融全行业内非法集资举报奖励制度能够在监管推进过程中清晰。

## 9、魏则西事件影响百亿细胞疗法产业

魏则西事件让正在“摸黑”生长的国内细胞疗法产业遭到迎头一击。据了解，卫计委医政管理司于 5 月 3 日召集全国各省市卫生局医管部门进行电视电话会议，要求各省市医院停止自体免疫细胞治疗技术的临床应用。而此前，虽然明面上被禁止，但是该技术在国内各大医院普遍使用，成为医院肿瘤治疗业务收入的重要来源之一。

“细胞疗法”也成了资本市场热炒的概念之一。除了此次事件涉及的 A 股上市公司中源协和(37.900, 0.00, 0.00%) ( ) 以外，据不完全统计，三板上就有 6 家公司现在或曾经主要业务来自细胞疗法，而他们的合作医院是来自全国各地的大医院。

### 细胞疗法应用被叫停

虽然有法律法规规定属于第三类医疗技术的细胞疗法不能开展临床应用，但是监管部门一直是睁一只眼闭一只眼，细胞疗法在全国各省的大医院都是普遍开展。这些技术或者单独由细胞治疗的科室进行，或者挂在肿瘤治疗科室下进行。

“北京的大医院在开展细胞疗法时还比较谨慎，但是外地的医院就更明目张胆的进行。”研究医疗行业投资的法维翰咨询公司负责人刘宇刚介绍，由于卫计委规定第三类医疗技术在临床研究中不能对试验者收费，因此在大城市的一些三甲医院，该费用收入被列入“研究费用”或者“合作开发”费用。

这种技术给他们带来了不错的收入。因为该技术需要对细胞体外培养，因此需要用到细胞培养箱。不过，这些业务今年可能要大面积下滑，一同遭遇寒流的，还有国内蓬勃开展的细胞疗法本身。

根据 5 月 3 日卫计委的相关讲话，2009 年，原卫生部制定下发《医疗技术临床应用管理办法》，根据医疗技术的安全性、有效性、风险性和涉及的伦理问题，医疗技术被分为 3 类。国家、省级卫生行政部门和医疗机构分别负责第三类、第二类和第一类医疗技术临床应用管理工作。《医疗技术临床应用管理办法》将自体免疫细胞治疗技术列为第三类医疗技术进行管理。

2015 年 6 月，按照国务院行政审批制度改革要求，国家卫生计生委下发《国家卫生计生委关于取消第三类医疗技术临床应用准入审批有关工作的通知》，明确原第三类医疗技术目录中的自体免疫细胞治疗技术，属于临床研究范畴，禁止开展临床应用。

卫计委医政医管局副局长郭燕红在讲话中强调，自体免疫细胞治疗技术作为临床研究类医疗技术，不得直接应用于临床，而用于临床研究时，本着受试者自愿的原则，必须让受试者知情，而且不得向受试者收费。

#### 多家上市公司业务受到影响

“目前，国内做细胞疗法业务最大的有几家，包括深圳的北科生物，以及上市公司中源协和。”张祥介绍。北科生物号称国内最早从事干细胞临床应用研究以及干细胞技术服务和细胞治疗的企业，成立于 2005 年，董事长胡祥。

根据 2014 年 12 月中源协和发布收购北科生物 13% 股权的公告，北科生物的一些细节有所披露。公告显示，截至 2014 年 8 月 31 日，北科生物估值为 7.6 亿元人民币。2014 年前 8 个月，北科生物营收 6021 万元，净利润-1935 万元；2013 年度营收为 1.14 亿元，净利润-2666 万元。资料显示，北科生物先后与国内近百家三甲医院合作，已拥有 8 万多人次的人细胞治疗样本。

中源协和年报显示，去年营收 7.090 亿元，归属上市公司扣除非经常性损益的净利润 5258 万元。该公司去年细胞检测制备及存储以及细胞培养业务占营收的比重即超过 50%。

而三板上还有不少公司主打细胞治疗概念，这些公司与国内一些医院有着合作关系。

这些公司包括弘天生物（832979），该公司于 2015 年 7 月 23 日挂牌，资料

显示，2013 年细胞委托培养收入占弘天生物主营业务收入超过 98%，第一、第二大客户均为部队医院。合作医院如图。2014 年弘天生物开展细胞免疫分析业务，此项业务逐渐取代细胞委托培养成为公司主要收入来源。到 2015 年，细胞委托培养收入占弘天生物主营收入已经不到 1%。

合一康(832521)，2015 年 5 月份挂牌，2015 年合一康营业收入 4740 万元，净亏损 1690 万元，合一康主要收入来自免疫细胞治疗技术服务，2014 年 1 至 10 月份前五大客户中也可以看到部队医院的身影，合作医院如图：

康爱生物(833338)，2015 年 8 月份挂牌，主营业务为细胞免疫治疗技术应用服务。康爱生物收入几乎全部来自“增强型 DC-CIK 技术服务”。2015 年康爱生物营业收入 1612 万元，净利润 107 万元。合作医院如图。

安集协康(833926)，2015 年 10 月份挂牌，主营业务为免疫细胞和肝细胞技术服务。2015 年安集协康营业收入 153 万元，净亏损 1041 万元，主营业务收入 75%来自免疫细胞技术服务。2014 年前五大客户中有私营医院、生物技术公司，还有清华大学。

顺昊生物(833686)，2015 年 9 月挂牌，该公司成立初期主要从事干细胞的基础性研究，后转型“开展干细胞及免疫细胞功能技术开发服务，积极推进免疫细胞技术服务业务”。

2015 年顺昊生物营业收入 690 万元，净亏损 52 万元。合作医院如下。

汉密顿(834147)，2015 年 11 月挂牌。2015 年汉密顿营业收入 1234 万元，全部来自免疫细胞制备技术服务，净利润 472 万元。主要销售客户多为公立医院。合作医院如下。

“这些上市的三板企业，他们所用技术也多为过时的技术，比如 CIK 细胞。”刘宇刚评论。

#### 影响百亿规模产业

细胞疗法业务收入涉嫌违规，一般医院都进行暗箱处理，这导致整个行业无法统计。另有分析资料显示，我国有近两百家不同规模的干细胞公司，基本覆盖了从上游的存储到下游临床应用的完整干细胞产业链，而中国干细胞产业

收入在未来 5 年将达到 300 亿元。

“市场是非常可观的，因为癌症肿瘤市场的规模是明显的，近些年的研究表明，细胞治疗有可能是对于癌症肿瘤最有希望的治疗方法，好于传统的化疗、放疗，如果癌症肿瘤病人都选择这一出口治疗，可想而知市场的规模。”刘宇刚分析。

数据统计，国内抗肿瘤药的销售规模 2011 年达到了 587.4 亿元，2015 年市场规模大约 860 亿左右，按药物收入一般按医院总收入的 30%-40% 计算，肿瘤医疗服务市场规模约为 2150-2866 亿元。

“魏则西事件说明的问题很多，但是有一点需要注意，就是我国药物审批太慢，绿色通道不畅，病人病急乱投医，他们很容易被莆田系这样急于赚钱的医院忽悠。”刘宇刚表示。

据介绍，国外对于抗癌药物的进展都有透明的介绍，比如美国的 FDA，对于哪些药物、哪些疗法被允许进入临床，对大众都明确公示，以方便让病人知道哪些方法未来可能有希望，这对于病人寻找治疗方向有很大帮助作用。

“还有就是一些国家有各种疾病的医学协会，他们是知名医生组成的团体，会发布一些手册和指南，这些手册和指南面向病人介绍了目前进展中有希望的药物和方法。而我们目前的医学协会并没有做这样的工作。”刘宇刚介绍。

## 10、欧盟计划提高中国螺纹钢反倾销税率

据悉，欧盟计划提高中国螺纹钢的最终反倾销税率，可能为 18.4%-22.5%，大大高于 1 月份开征的 9.3%-13% 临时反倾销税率。

据钢铁网 5 月 6 日消息，欧委会称，提高反倾销税率是在调整其计算，包括重新修正欧盟钢厂的正常利润率以及某些其他因素之后做出的。市场认为，此举旨在消除因倾销进口对欧盟钢铁业造成的损害，而之前的“轻关税”因对不公平贸易进口提供不适当的保护而倍受当地钢铁企业的批评。以此看来，欧委会在从严贸易防御措施，取消所谓的从低征税规则上有所动作了。

去年 4 月份，应欧洲钢铁联盟的要求，欧委会开始对从中国进口螺纹钢启动反倾销调查，但对是否追溯反倾销税，欧委会目前仍在考虑中。

今年以来，欧盟对中国钢铁反倾销势头凶猛，1 月份开始对从中国进口的螺纹钢征临时反倾销税，2 月份对中国冷轧板卷征收临时反倾销税，另外还宣布启动厚板、热卷和无缝管的反倾销立案调查。

## 五、环球市场

### 1、欧元区经济持续改善仍存下行风险

欧洲央行 5 日公布例行经济月报称，在 3 月份货币政策方案宣布后，欧元区整体融资条件正在改善，受家庭消费和投资反弹支撑，预计经济将持续复苏，但下行风险未消。

本月月报内容与 4 月 21 日政策会议上给出的展望基本相符。月报指出，欧元区内需继续受到欧洲央行货币政策的支撑，同时，货币政策给融资环境带来有利影响，加上企业获利状况改善，这些因素都利好投资。因此，月报认为，欧元区经济在持续复苏，但其增长前景仍面临下行风险。

月报还表示，欧洲央行将继续密切关注价格稳定前景，为实现欧洲央行的目标，欧洲央行将在必要时使用一切可能的工具，确保通胀率非常低企的环境不会影响薪资和物价。月报表示，保持适度的货币宽松很关键。

上月底公布的经济数据显示该地区经济增长之势并未停止。2016 年一季度，欧元区 GDP 意外增长 0.6%，高于经济学家预计的 0.4%，首次超过 2008 年危机爆发之前的水平。另外，欧盟统计局的数据显示，欧元区 4 月份通胀率降至-0.2%，欧元区失业率降至四年半来的新低 10.2%。

支撑欧元区经济增长的因素主要是，宽松货币政策导致弱势欧元促进出口以及对于投资的拉动作用，同时低油价促使人们增加可支配收入，支撑了消费。

今年 3 月份，欧洲央行加大宽松力度全面降息，尤其是将主导利率降至零，并将欧元区隔夜贷款、存款负利率进一步扩大至 0.25%和-0.4%。同时，欧洲央行还进一步扩大资产购买计划，宣布从 4 月份起，欧洲央行 QE 规模由每月 600 亿欧元扩大至 800 亿欧元，购债计划至少持续至 2017 年 3 月底。同时，针对合格的国际机构和多边开发银行发行的债券，欧洲央行决定将单只债券购买比例

上限以及对单个发行人的购债比例上限由 33%上调至 50%。为改善欧元区实体经济融资条件，欧洲央行还将企业债券纳入购债范围，从今年第二季度末开始实施。

力度明显加大的宽松政策组合超出市场预期，导致欧元汇率骤跌，欧股普遍大涨，融资条件进一步得到改善。数据显示，今年第一季度，以投资为目的的银行融资需求增加及房地产市场回暖，所有类型贷款需求都呈现上升。

目前，欧洲经济正进入复苏的第四年，经济受宽松货币政策、低油价等有利因素的支撑在持续温和复苏，但由于受到新兴经济体增长放缓、地缘政治紧张、自身结构性改革不到位以及英国脱欧公投等内外因素影响，欧盟委员会已连续两次调低 2016 经济增速预测，复苏预期有所减弱。本月央行月报和前两天发布的欧委会春季经济预测对欧元区经济现状和未来的估计基本一致。

5 月 3 日，欧委会发布《2016 年春季经济预测》。由于主要贸易伙伴经济放缓以及至今为止的积极因素出现逆转，欧委会预计，欧盟 2016 年和 2017 年经济虽将继续增长(增速分别为 1.8%和 1.9%)，但增幅低于去年冬季预测的 1.9%和 2.0%。同期，欧元区经济增长依次分别为 1.6%和 1.8%，与冬季预测的 1.7%和 1.9%相比也有所放慢。

这份预测认为，欧盟金融政策将有利于投资回升，欧元区财政政策将对经济提供有力支持。得益于此前的欧元贬值，欧元区出口仍将维持稳定。但是，近期欧元升值以及外部需求放缓，很可能影响未来的出口。随着国际油价回升，低油价和可支配收入持续增加等经济利好因素将逐渐消失。

欧委会认为，内外部经济不确定性仍是未来最大风险。其中，外部风险包括新兴市场特别是中国经济放缓及其溢出效应。地缘政治紧张对经济的影响或许比目前的预测更加严重。油价异动以及金融市场不稳定也将对欧盟经济产生不利影响。风险同样来自欧盟内部，例如英国脱欧的公决和一些成员国的结构性改革。

从长期来看，宽松货币政策和低油价对于经济的支撑作用有限，未来随着油价上涨，欧元汇率上升将导致支撑因素逐渐消失。促进欧洲经济复苏的根本动力还在于自身结构性改革，解决部分成员国高额的公共和私人债务，以及高失业率、低竞争力等问题。

## 2、商务部：加大对南亚国家投资力度实现经贸综合平衡

商务部副部长高燕今天表示，中国和南亚国家的贸易当中确实存在中方顺差，为逐步实现中国和南亚国家经贸的综合平衡和互利共赢，中方一直在积极采取措施，重点推动自南亚各国的进口。

5日上午，国务院新闻办公室就中国与南亚各国开展经贸交流合作及第4届中国—南亚博览会筹备情况举行发布会。关于近期南亚国家对与中国存在的贸易不平衡的问题特别关注，中方将采取哪些措施解决这个问题？”

高燕表示，“我们和南亚国家的贸易当中确实存在中方顺差，同时，中方其实和南亚国家一样，一贯高度重视和南亚国家贸易的平衡发展问题，而且一直在积极采取措施，重点推动自南亚各国的进口。”

对于具体措施，高燕介绍，“比如说今天我们发布会的一个内容就是南博会，我们每一届南博会都为南亚国家的企业提供大量免费展位和相关支持，让他们来华推介商品。今后，我们也会采取综合的措施来继续通过举办各类展会协助南亚国家企业加大在中国市场的开拓力度，利用展会等等各种平台来宣传和推广他们的优势产品，进一步扩大南亚产品对华的出口。”

高燕解释，南亚国家很多产品其实对中国市场来说还是很有吸引力的，同时他们的宣传和推介的工作还需进一步加强，所以我们下一步也要采取措施，和南亚国家有关的行业协会、企业联合会一起合作，帮助他们推动各国的产品输华。

高燕提到，中国对包括南亚在内的最不发达国家，正在落实97%商品免除关税的措施，这也是习主席访问的时候正式宣布的，相信该措施会帮助扩大南亚输华产品的数量和品种。除此之外，要加紧推进自贸区的建设，为南亚国家产品对华出口提供更多的便利。

此外，高燕强调，贸易的不平衡也是和这些贸易伙伴各自的经济结构造成的，不是一天两天的问题，也不可能立刻得到解决。所以，逐步实现中国和南亚国家经贸的综合平衡和互利共赢，我们还可以通过加大对南亚国家的投资力度，进一步扩大他们产品的输华，再结合以上贸易便利化和自由贸易的举措，通过各方的共同努力，中国和南亚国家经贸的综合、相对平衡和互利共赢是可以期待的。



### 3、日媒：“一带一路”经济机会大 阿富汗应主动接轨

“一带一路”倡议是一项中国通过一个经济一体化网络扩大其政治和经济影响力的计划，这一网络在三个不同的大洲都有“站点”。中国有宏大的、为这项倡议提供资金的计划。作为“一带一路”倡议的重要金融主体，中国国家开发银行将向超过 900 项计划投资 8900 亿美元。中国还宣布了一项 400 亿美元的“丝绸之路基金”为“一带一路”计划进行投资。这项慷慨的计划将覆盖超过 60 个国家——其中包括阿富汗。

日本外交学者网站 5 月 3 日发表题为《阿富汗可以在“一带一路”倡议中扮演何种角色？》的文章称，中国，作为亚洲的一个经济大国，一直积极参与阿富汗事务，从投资计划(如梅斯艾纳克铜矿)，到作为“四方协调组”(包括阿富汗、中国、巴基斯坦和美国)的一员支持与塔利班的和平谈判。在各种地区峰会上，阿富汗领导人一贯坚持中国能够在解决阿富汗的政治和经济挑战中发挥关键性角色的观点。2015 年在乌法举行的上海合作组织峰会上，阿富汗总统阿什拉夫·加尼发表讲话，寻求创建一个本地性的推动力量来解决阿富汗问题。显然，阿富汗政府相信，中国应当在阿富汗问题上充当一个决定性的角色，而不是仅仅作为一个旁观者。

文章称，尽管美国及其盟友在阿富汗有着强大的军事和经济存在，中国拥有两个特别的理由参与阿富汗事务，特别是通过在阿富汗进行投资的方式。首先，中国希望对阿富汗的经济重建作出贡献，并且视经济接触为中国对阿富汗和地区稳定的主要贡献。第二，中国担心，阿富汗出现任何新的动荡局势都可能扩展到南亚和中亚地区。

尽管“一带一路”倡议的主要目的在于扩大中国的经济实力，并为中国商品找到新的市场，其也将为该地区的国家带来巨大的经济机会，这也包括阿富汗。阿富汗融入“一带一路”计划，将令其能够增加贸易机会、与地区的铁路和公路网络建立连接、作为地区能源市场的一个重要伙伴出现、并且能够打击该地区的毒品贸易，从而令阿富汗得以实现经济稳定。

文章称，阿富汗的地理位置和自然资源令喀布尔能够在“一带一路”倡议的发展和建设中发挥积极的作用。阿富汗能够充当亚洲的交通和贸易通路，通过“一带一路”走廊，将中亚连接到南亚、东亚连接到西亚，加强地区的连通性，促进能源运输和进一步打击地区的毒品贸易。

但是，截至目前尚不清楚阿富汗将如何融入整体的“一带一路”愿景。有建议称阿富汗可以通过塔吉克斯坦连接到“一带一路”。喀布尔应当要求中国方面详细说明阿富汗如何与这一计划接轨，并且相应的，明确说明喀布尔希望与中国展开何种合作。

2015年10月，国际货币基金组织发布的关于中东和中亚地区的“区域经济展望”报告估计，中国承诺将通过“一带一路”计划向阿富汗投资1亿美元——计划投资总额为8900亿美元。与此同时，巨大的投资正在被投向该地区的其他国家，包括巴基斯坦450亿美元，中亚国家共310亿美元。这一细节凸显了中国将投资投向了阿富汗的周边国家，而不是阿富汗境内。当然，尽管中国投给阿富汗的1亿美元较之其他邻国黯然失色，这一数字仍将为阿富汗的经济发展带来机会。

为了从“一带一路”倡议获益更多，阿富汗政府需要采取主动。喀布尔应当考虑并且开始着手建设小型基础设施和能源项目与“一带一路”倡议接轨，并且寻找各种融资机制为这些项目提供资金。

长期而言，阿富汗应当提升其高科技制造能力，以生产高价值的出口商品；否则，该国将很难从“一带一路”创造的经济机会中获益。在大城市建立经济特区和实施长期计划促进制造业的发展也是正确的发展方向。

文章称，中国是一个强大的邻国，其对于阿富汗经济发展取得成功将是至关重要的。但是，阿富汗不能仅仅利用基于中国投资和支持的“一带一路”计划所带来的潜在经济机会。阿富汗政府还需要主动加强在该地区的合作。最重要的是，喀布尔需要彰显其对于阿富汗经济的领导力。

文章称，阿富汗地处“一带一路”倡议的中心位置。阿富汗的动荡和战争可能会破坏这个融合经济带的未来。中国和该地区的其他国家应当挺身而出，支持阿富汗的和平进程，减少正在建设之中、通向欧亚及以外地区的经济和贸易走廊面临的潜在威胁。

#### 4、美国经济变弱只是短期现象

近期，整个美国经济金融给人一种全面变弱的感觉。4月28日，美联储维持利率不变；4月29日，新公布的一季度美国经济核心数据表现乏力；美元指数则在4月末降至93左右的低位，5月3日更是最低跌破92。美国经济、美联

储和美元的近期变化是同步的，彼此之间也形成了逻辑上的相互支撑和效果上的相互叠加。然而，美国经济金融整体变弱只是短期现象，不会变成长期趋势，6月就可能发生重要变化。

#### 美国经济复苏基础依旧稳固

2016年一季度，美国实际GDP季环比增长年率仅为0.5%，大幅弱于1947年以来3.23%的季均增速。数据走弱是暂时性的，美国经济复苏大趋势依旧稳健：

第一，一季度增长率走弱是美国经济一种特殊的“新常态”。1947年以来，美国一季度经济增长率的均值为3.33%，和增长率相仿；然而，2008~2015年间，美国一季度经济增长率的均值为-0.45%，其中，2014年和2015年一季度，增长率仅为-0.9%和0.6%。这种特殊的年初效应是季节因素、政策因素和市场因素等一系列原因造成的，具有一定客观性，坏的开始并不等于失败的一半。

第二，美国经济内生增长动力强于增长率数据显示的水平。剔除掉库存、进出口和政府支出三大波动因素的影响后，一季度美国经济内生增长率为0.97%，高于增长率。

第三，美国消费引擎依旧有力。一季度美国个人消费增长1.9%，为经济增长提供了1.27个百分点的贡献，表现较好。由于劳动力市场恢复带来了居民收入的提振，且消费者信心始终较强，所以，美国消费引擎的后续表现依旧值得谨慎乐观。

第四，全球因素带来了暂时性的不利影响。2016年一季度，全球金融市场对中国经济和人民币过于悲观，市场大波动给实体经济复苏带来抑制效应。一季度，尽管美元指数大幅走弱，但进出口给美国经济增长造成了0.33个百分点的拖累。考虑到3月以来，市场对中国经济和人民币正面重估，全球市场趋向稳定，全球因素对美国经济的不良影响有望渐次减弱。

#### 美联储加息大方向未变

4月28日的美联储议息会议没有带来明显的变化，不加息是预期之中，政策措辞的改变也非常谨慎，美联储用非鹰非鸽的表态暗示了继续观望、相机抉择的政策偏好。美联储加息大方向是确定的，力度也会超出市场目前的预期，6

月加息的可能性高于期货市场显示的 20%左右的概率水平。判断的依据在于：

第一，美国经济复苏大趋势是稳固的，二季度大概率出现短期反弹，美国劳动力市场的恢复已经取得了较好的成效，美国经济基本面能够承受加息冲击。

第二，美国的产出缺口正在慢慢消失，失业率则已下降至自然率附近，货币政策持续偏向鸽派所能带来的增长效应非常有限。

第三，除美联储主席耶伦外，近期美联储高官的言论基本都偏向鹰派，表明美联储就加息节奏的内部分歧正在逐渐消失，鹰派影响力渐强。

第四，近期大宗商品市场回暖，油价持续上涨，美国通胀上行压力不断加大，对货币紧缩提出了客观要求。

第五，近期，中国经济发生了一系列积极变化，IMF 也上调了对中国经济增长的预期，全球市场环境趋向稳定，美联储在 4 月会议声明中也删除了对外部环境担忧的相关描述，加息的掣肘因素进一步下降。

美元指数短期走弱，但强美元的逻辑依旧成立

美元指数自年初以来的走弱令很多人感到吃惊，首次加息后美元将迎来冲顶后的短期贬值。2016 年前四个月的美元贬值是符合预期的，而这段短期贬值可能正接近尾声。长期来看，美元依旧处于一个强势周期，美元后续走强的逻辑依旧成立：

第一，从经济周期看，美国经济始终领先全球，美元长期走强具有经济基础；

第二，从政策周期看，美联储处于加息周期，欧洲、日本和中国则处于宽松周期，利率平价将给美元走强提供长期动力；

第三，从政治周期看，全球正处于经济风险向地缘政治风险轮转的过程之中，英国脱欧、美国大选、朝核局势、中东局势等一系列不确定性将随时可能带来避险需求的增强，美元资产在全球大宗资产配置中始终具有相对吸引力。

第四，从历史经验看，首次加息后美元指数的阶段性贬值一般持续期在半

年左右，此轮美元贬值则已持续了四个月，动能正逐步削弱。

第五，从消息变化看，日本央行4月末没有进一步扩大宽松力度是超预期的，并直接导致美元对日元迅速贬值，日本和欧洲央行在负利率方向上的宽松努力还将长期保持，这种意外不会经常出现。

#### 6月是个重要时点

3月可能是市场风险偏好回归的宏观时间窗口，美联储不加息叠加中国两会将有力提振市场信心。放眼未来，6月又是一个重要的宏观时间窗口，主要经济体可能都将发生一些具有系统重要性的变化：6月，美联储加息概率较高，即便没有加息，也会有前瞻指引偏鹰派的根本性改变，而美元指数也可能行至阶段性贬值的拐点；根据彭博报道，6月或7月，中国可能召开高规格的全国金融工作会议，对金融监管改革作出破冰性质的安排；6月，英国脱欧公投将给出欧洲一体化会否退步的答案。

## 5、全球经济发展将受制于高温缺水

世界银行(下称“世行”)4日最新发布的报告称，气候变化正在加剧水资源短缺，因此可能导致部分地区国内生产总值(GDP)在未来35年内下降6%，迫使人口迁移，并引发暴力冲突。

世行在这份《高温与干旱：气候变化、水与经济》的报告中指出，人口增多、收入增加和城市扩张的综合影响将会导致人类对水的需求成倍增长，与此同时，水的供应则变得更加不稳定和不确定。

#### 城市水资源至2050年或减少2/3

世行报告指出，如果不尽快采取行动，目前水资源丰沛的地区，如中非和东亚，都会面临缺水，而已经缺水的地区，如中东和非洲撒哈拉地区的缺水状况会进一步恶化。

由于水对农业、人体健康和收入的影响，相关地区的经济增长到2050年可能会下滑6%。需要特别说明的是，6%只是在目前水资源政策稳定不变的前提下得出的中值。但值得注意的是，各地之间存在很大差异，该变化对西欧没有很大影响，但对世界比较炎热干旱通常也比较贫困的地区影响则很严重。

世行在报告中还警告，淡水资源减少，加上来自如能源和农业等其他用途的竞争，到 2050 年，城市可用水资源可能会比 2015 年减少 2/3。

报告称，水资源无法得到保障的话，可能会大大增加发生地区冲突的风险，比如，干旱引起的粮价暴涨有可能激发潜在的冲突，最终迫使人口迁移。报告称，在一些经济增长受制于降雨量的地区，旱灾和水灾引发了移民潮和暴力事件激增的现象。

报告同时认为，改善政策可以缓解气候变化对水资源的负面影响，一些地区有可能通过改善水资源管理将经济增长率提高 5%。

报告作者、世行资深经济学家理查德·达玛尼亚表示：“希望还是有的，如果政府针对缺水问题提高用水效率，把 25%的水用于价值更高的用途，那么损失也会显著减少，部分地区甚至有可能消失。改善水资源管理可以带来高额的经济红利。”

#### 10 亿劳动者受高温作业影响

国际劳工组织(ILO)在4月底发布的报告也印证了上述气候变化将引发GDP损失的判断。

ILO 在其报告中指出，由于气候变化引发的工作场所温度条件恶化，新兴经济体将损失多达 10%的工作时间，而对于包括印度、印度尼西亚和尼日利亚在内的广大发展中国家而言，工作时间的损失，意味着在经济产出方面将产生几乎同样程度的不利影响。

这份题为《气候变化和劳动：高温作业的影响》的报告，参考了此前针对各经济体开展的由于气候变化导致的日益频繁的极端温度条件对劳动作业影响的最新研究。

报告指出，过高的工作场所温度是广为人知的影响职业健康和生产效率的危险因素，也是热疲劳、中暑，乃至在极端情况下导致死亡的风险不断上升的主要原因。

报告显示，在一些气候比较脆弱的国家中，有超过 10 亿劳动者及其雇主，

以及社区已经受到了工作场所严重高温的影响，然而气候变化对于劳动作业的影响并未在全球和各国的气候或就业政策中得到充分反映。

报告表明，在某个国家，气候变化导致的总体有效工作时间损失在上世纪90年代就已经达到4%。高危地区主要包括美国南部、中美洲和加勒比地区、南美洲北部、北非和西非、南亚和东南亚。而一些小岛屿、发展中国家、新兴经济体，以及一些室外劳动作业情况较多的最不发达国家尤为脆弱。

## 6、脱欧风险再度袭来 民调显示多数人支持英国脱欧

北京时间4日晚，美国总统奥巴马访问英国时呼吁英国留在欧盟内部，但看来效果不佳。就在过去24小时内进行的两个民意调查显示，支持欧洲怀疑论的“脱离欧盟”运动已经领先。

英国将在6月23日举行重要的全民公投，以决定英国是否继续保留欧盟成员资格，英国政治家们也围绕是否脱离欧洲问题产生了分歧。

周三（5月4日）进行的TNS网络民意调查结果表明38%的受访者支持英国“留下”，34%的人支持“退出”。这个民调结果公布后，周三英镑对美元汇率创下6周以来最大单日跌幅。

美国亚特兰大联储主席洛克哈特周二（5月3日）称，英国6月脱欧公投的问题可能“日益突出”。美国联邦储备理事会考虑下次政策会议是否要升息。

“英国脱欧可能成为全球不确定性升高的来源，”洛克哈特在为杰克森维尔世界事务委员会准备的讲话中称，“随着6月会议临近，该问题可能日益突出。”

当日早些时候，洛克哈特还指出了英国退欧公投对美国经济可能造成风险。美联储6月14-15日会议一周后，英国便举行退欧公投。

此前公布的一份答覆议员质问内容中，英国央行行长卡尼曾表示，如果英国公投决定脱离欧盟后，英镑大贬，将不易预测这对通胀的影响程度。

工党议员Rachel Reeves之前向卡尼提问，如果英国公投决定退欧后，英镑大贬20%，将会对通胀造成什么影响。

卡尼在一份书面答覆中表示，央行的基本模型假设，英镑持续性贬值 10%，将在两三年后导致消费者物价涨幅提高 0.75 个百分点，贬值 20% 则影响加大。

## 7、俄远东开发区年底有望落实巨额投资

俄罗斯远东发展部长亚历山大·哈卢施卡 4 日说，对俄远东跨越式开发区的投资到 2016 年底有望超过 2 万亿卢布(1 美元约合 66 卢布)。而政府报告预计远东 12 个跨越式开发区潜在投资额为 1 万亿卢布，实际投资额可能远超预期。

俄罗斯总统普京当天出席俄远东开发会议，听取了哈卢施卡关于俄远东开发情况的介绍。哈卢施卡说，自远东开发战略实施以来，吸引投资总额已达 1.03 万亿卢布，其中私人投资 9500 亿卢布，国家投入 800 亿卢布，国家预算资金与私人投资比例约为 1:12。

哈卢施卡说，远东地区目前总共成立了 12 个跨越式开发区。其中有 10 个项目是国家基础设施支持项目，7 个项目得到远东开发基金拨款。到年底计划投产 16 家企业。2021-2030 年俄远东将总计投产 200 家新建企业，预计将新增 5.5 万个就业岗位。

普京当天还听取了在远东联邦区向俄公民免费划拨土地的实施计划，并当场指示地方领导人，免费划拨的土地要具备起码的基础设施。普京于 2 日签署了在远东联邦区向俄公民免费划拨土地的“远东 1 公顷土地法”。

目前，俄政府正大力实施远东开发战略，积极吸引外资。普京曾表示，俄远东地区是俄发展同亚太国家关系的平台，发展远东是俄政府的长期政策。

俄罗斯远东联邦区面积 617 万平方公里，占俄领土总面积的 36%；人口 600 多万，约占俄人口总数的 5%。俄罗斯远东开发计划所涵盖的区域通常指远东联邦区的 9 个联邦主体和贝加尔地区的 3 个联邦主体，面积约占俄领土总面积的 45%，人口比例为 7.5%。

## 8、韩国西海岸拟建中资主导“中国城”

据韩国黄海经济自由区厅 4 日消息，将在自由区玄德地区内组建由中国资本主导的“中国城”，已完成对中国城开发公司于去年 7 月提出的京畿道平泽市玄德地区开发计划的审查工作，项目处于报批阶段。



据韩联社 5 月 4 日报道，韩国黄海经济自由区玄德地区毗邻与鲁苏两省隔海相望的平泽港和唐津港，待建中国城占地 232 万平方米，其中公共设施占内地 80.7 万平方米，零售设施占地 65.8 万平方米，住宅占地 48.8 万平方米，旅游医疗设施占地 11 万平方米。

中国城开发公司是韩中联合成立的特殊目的公司，中国力勤控股集团持股 50%，韩方个人持股 30%，中方个人(力勤负责人)持股 20%。该厅已于 3 月底结束与 79 个机关及部门的协商和交通环境评估，中国城开发公司也召开居民说明会，组建补偿协商会，土地及障碍物估价在进行当中。

## 9、亚投行和亚行签署合作备忘录

亚洲基础设施投资银行(简称“亚投行”)行长金立群在近日举行的亚洲开发银行(简称“亚行”)第 49 届年会期间，与亚行行长中尾武彦签署了合作备忘录。

按照合作备忘录，双方将在优势互补、创造附加值、加强制度实力、发挥比较优势以及互利的基础上，加强包括战略和技术层面在内的合作。

备忘录将为双方推进合作融资项目打好基础。亚投行和亚行已经开始讨论道路和水资源领域的合作融资项目，首批项目预计将包括巴基斯坦 M4 高速公路。该公路长 64 公里，连接巴基斯坦旁遮普省绍尔果德市和哈内瓦尔市。

金立群说，亚投行期待深化同亚行之间已经很好的合作关系，在满足亚洲地区巨大融资需求方面扩大双方合作。

据悉，通过合作融资、知识共享以及成员国之间的政策对话等方式，双方将在能源、交通、电信、农村和农业开发，以及水资源、城市开发和环境保护等方面展开合作。

## 10、法国拟投资 8000 万欧元打造欧洲首条“超级高铁”

据俄罗斯卫星网 5 月 5 日报道，法国国营铁路公司(SNCF)宣布，他们将投资 8000 万欧元(约 5.97 亿元人民币)打造“超级高铁”。这将使得法国成为欧洲首个发展超级高铁技术的国家。

据报道，SNCF 将借助美国 Hyperloop Technologies 公司的技术。该公司

是美国两家研发这种新型运输方式的新创企业之一。Hyperloop Technologies 公司计划于今年年末，在内华达州测试时速为 760 英里每小时的首条超级高铁线路。

超级高铁是一种革命性的公共交通工具，是一种速度接近音速的低压轨道“胶囊列车”。“超级高铁”的概念由伊隆·马斯克(Elon Musk)在 2013 年提出，其运行速度将超过高铁，甚至超过大部分商用飞机。超级高铁将使用太阳能作为能源，预计将比传统电力列车更加节能。

超级高铁项目的工程师表示，超级高铁系统的轨道既可建在地上，也可建在地下，并表示现存的一些高速公路可改造成超级高铁轨道。预计乘坐超级高铁从洛杉矶开往相隔 380 英里的旧金山只需 30 分钟。

Hyperloop Transportation Technologies 公司是美国两家正在开发高铁技术的公司之一，其首席执行官德克·阿尔博恩(Dirk Ahlborn)表示，“速度是超级高铁的优势之一，但不是唯一的优势。建造具有经济意义、有良好商业模式的东西更加重要。”

报道称，超级高铁的造价比类似概念的高铁要低。据预计，建造从洛杉矶到旧金山的超级高铁线路将花费 50 亿英镑(约 471 亿元人民币)，而建造从伦敦到伯明翰的路程更短的 HS2 高铁线路则将花费 430 亿英镑(约 4054 亿元人民币)。

## 六、热点解读

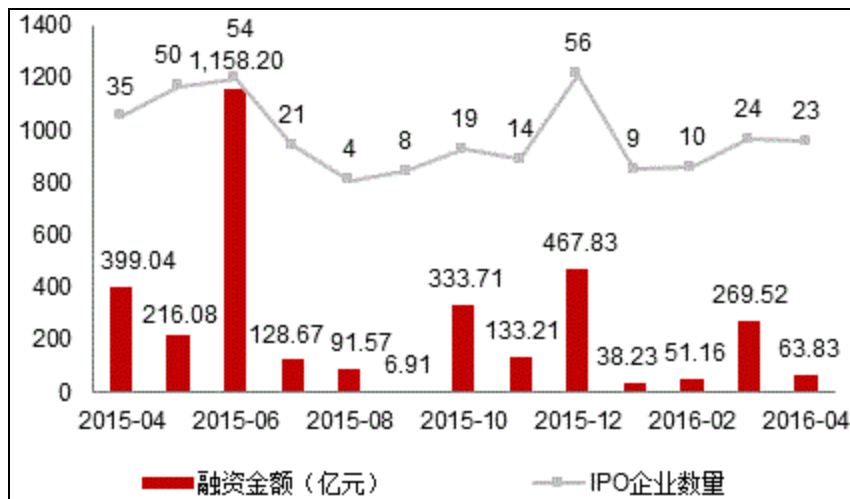
### 1、4 月中企 IPO 不温不火 IPO 规模锐减

2016 年 4 月，中企 IPO 活动仍不温不火，共 23 家中企完成 IPO，环比下降 4.17%；募资金额达 63.83 亿元，环比下降 76.32%；平均募资金额达 2.8 亿元，环比 3 月的 11.2 亿，下降 75%。同比 2015 年 4 月，从数量、募集资金规模及平均募资规模上都有大幅下降。A 股共计 11 家中企完成 IPO，募集资金规模为 37.46 亿元；港交所 10 家中企完成 IPO；募集资金规模达 18.51 亿元；海外市场 中企 2 家完成 IPO，银科控股(YIN.NASDAQ)于纳斯达克上市，中国乳业(CDC.ASX)于澳交所上市。

IPO 活动不温不火 募资规模骤降

2016 年 4 月，中企 IPO 活动仍不温不火，共 23 家中企完成 IPO，环比下降 4.17%；募资金额达 63.83 亿元，环比下降 76.32%；平均募资金额达 2.8 亿元，环比 3 月的 11.2 亿，下降 75%。同比 2015 年 4 月，IPO 数量、募集资金规模及平均募资规模都有大幅下降。

图表 4 2015 年 4 月-2016 年 4 月中企全球资本市场 IPO 规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

按交易板块划分，2016 年 4 月共 11 家中企于 A 股上市，其中上交所 6 家；深交所 5 家，其中深交所中小板 2 家，创业板 3 家；港交所 10 家，其中港交所主板 6 家，创业板 4 家；海外市场美股上市 1 家，澳交所 1 家。

图表 5 2016 年 4 月中企各主要交易版块 IPO 情况

交易板块	IPO 数量	募资金额 (亿元)
SSE[中国大陆]	6	21.11
HKEx[中国香港]	6	16.96
ChiNext[中国大陆]	3	9.65
SZSE[中国大陆]	2	6.71
NASDAQ[美国]	1	6.56
HKGEM[中国香港]	4	1.55
ASX[澳大利亚]	1	1.29

数据来源：投资中国、中商产业研究院

本月 IPO 中企募资规模普遍不高，募资额超 5 亿元的 IPO 中企仅 3 家。

于上海证券交易所上市的飞科电器(603868.SS)以7.86亿的募资额位于榜首,共计发行4,360万股股份,发行价格为18.03元/股。飞科电器经历了10年的创新发展,已成为中国著名的家电品牌,本次IPO募资飞科电器将主要用于上海松江、安徽芜湖个人护理电器生产基地的扩产项目,将借助资本市场的东风,为企业进一步发展,做大做强,增加强劲动力。

继年初新药研发公司百济神州(NASDAQ:BGNE)登陆纳斯达克后,今年第二支赴美上市的中概股——银科控股(YIN.NASDAQ)以每股13.5美元发行750万股ADS(每股ADS相当于银科控股20股普通股),融资1.0亿美元,加上来自新浪的1000万美元同步私募融资,银科控股本次募集资金总额达到1.1亿美元,市值接近8亿美元。银科控股(银天下)成立于2011年5月,是一家国内在线现货交易服务商,2015年银天下客户的交易额占天津贵金属交易所总交易额的15.5%、占广东贵金属交易所交易额的10.4%,2015年全年银天下活跃用户2.44万,总成交额6598亿人民币,全年总收入达到12.45亿人民币,净利润4亿人民币。银科控股成为中国大宗商品现货行业上市第一股。

国际服装品牌针织品制造商南旋控股(01982.HK)4月12日于港交所主板上市,共计发行5亿股股份,发行价格为1.2港元/股,募集资金总额6亿港元。南旋控股的客户包括优衣库(UNIQLO)、Tommy Hilfiger及Lands' End等,为客户提供包括原材料开发、产品设计、样品制造、优质生产、品质监控及按时发货等一站式服务。本次港交所上市募资,主要用作越南厂房第二期所需资金及偿还银贷等。

图表6 2016年4月IPO募资规模4亿元以上中企

企业	代码	行业	IPO日期	交易所	IPO募资金额(亿元)
飞科电器	603868	制造业	2016-04-18	SSE[中国大陆]	7.86
银科控股	YIN	金融	2016-04-27	NASDAQ[美国]	6.56
南旋控股	01982	制造业	2016-04-12	HKEx[中国香港]	5.00
结好金融	01469	金融	2016-04-08	HKEx[中国香港]	4.23
苏奥股份	300507	汽车行业	2016-04-29	ChiNext[中国大陆]	4.15

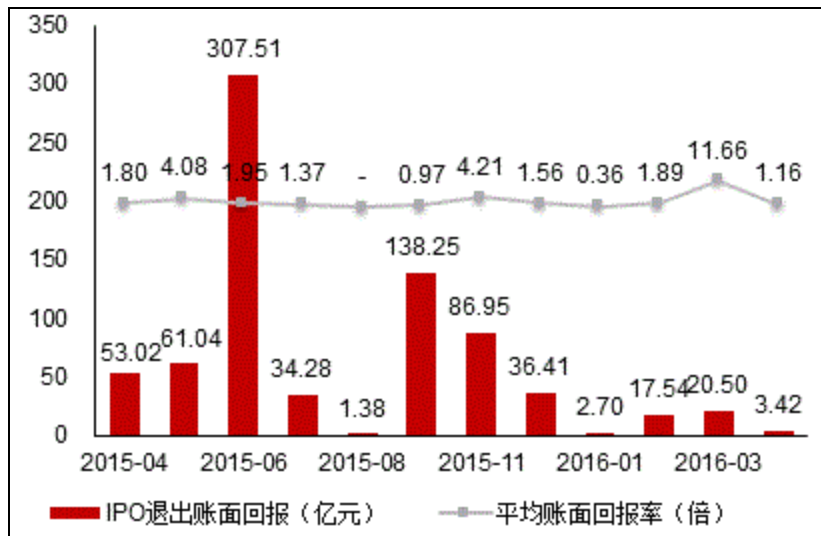
数据来源:投资中国、中商产业研究院

本月退出规模3.42亿元 平均退出回报率1.16

本月,仅4家有VC/PE背景中企实现上市,共9家VC/PE机构基金实现退出,合计账面退出回报3.42亿元,环比下降83.32%;平均账面退出回报倍数为1.16,骤减90.05%。同比2015年4月,合计账面退出回报不及同期的6.5%;

平均账面退出回报倍数下降 35.56%。

图表 7 2015 年 4 月-2016 年 4 月 VC/PE 机构 IPO 退出账面回报



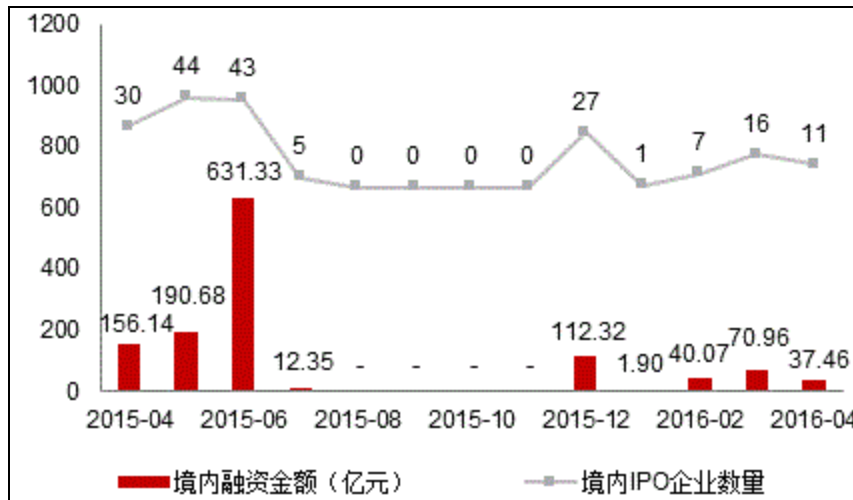
数据来源：投资中国、中商产业研究院

#### 4 月 A 股 IPO 表现不佳 证监会态度持稳

本月,A股共计 11 家中企完成 IPO,环比下降 31.25%;募集资金规模为 37.46 亿元,环比降低 47.21%;平均募资规模为 3.41 亿元,环比 3 月的 4.44 亿元下降了 23.21%。

对于亟待恢复与调整的股市,证监会积极采取稳步过渡措施,按照有利于增强市场活力、维护市场稳定的原则,合理安排新股发行。这在今年的新股发行过程中获得了充分的体现,包括每批次获得 IPO 批文的企业数量较少,每批次筹资总额控制在一定的范围内。

图表 8 2015 年 4 月-2016 年 4 月中企境内资本市场 IPO 规模



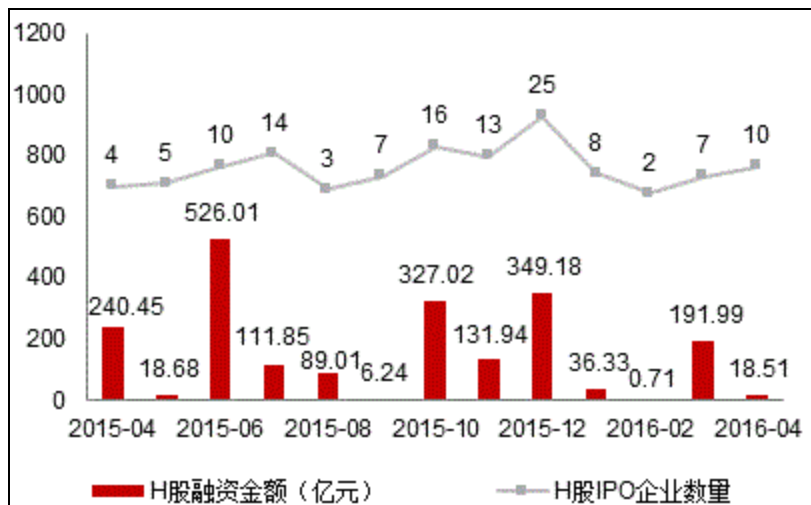
数据来源：投资中国、中商产业研究院

#### 港股 10 家中企 IPO 募资规模降幅显著

本月，香港交易所 10 家中企完成 IPO，环比增长 42.76%；募集资金规模达 18.51 亿元，环比骤降 90.36%；平均交易金额 1.85 亿元，远低于 3 月的 27.43 亿元。同比 2015 年，IPO 数量有所提升，但是募资规模降幅更为显著。

上月，金融行业两大地方银行浙商银行 (02016.HK)、天津银行 (01578.HK) 分别于港交所上市，因募资 109.16 亿元、61.45 亿元而备受瞩目。然而本月，港交所上市募资规模最高为南旋控股 (01982.HK) 的 6 亿港元，相差甚是悬殊。

图表 9 2015 年 4 月-2016 年 4 月中企香港资本市场 IPO 规模

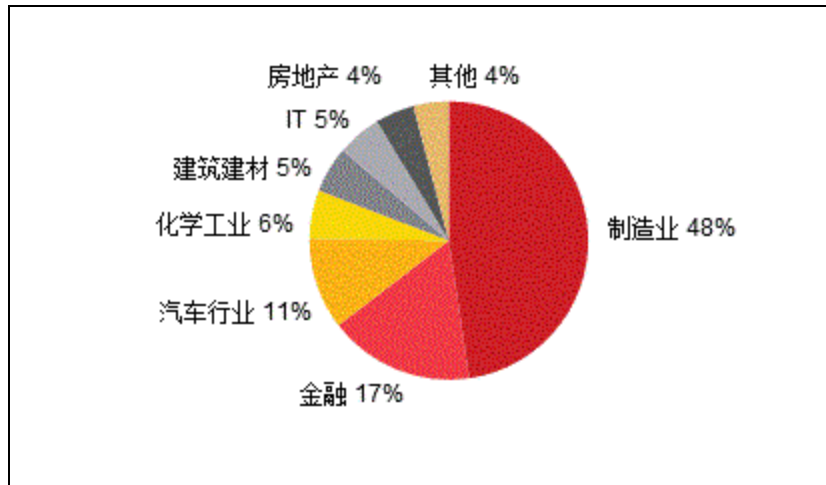


数据来源：投资中国、中商产业研究院

制造业占领行业鳌头 香港地区 IPO 活跃

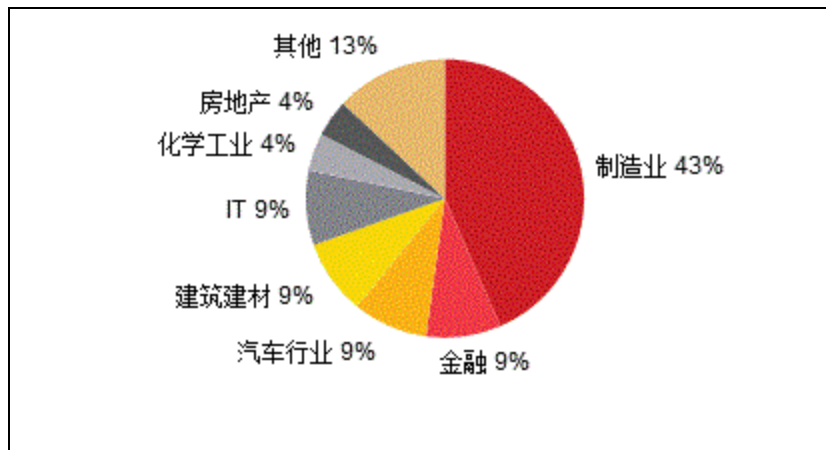
本月，中企 IPO 按行业细分，制造业规模及数量均独占鳌头，金融及汽车行业分居规模二、三位，金融、汽车行业、建筑建材及 IT 行业均以 2 家 IPO 企业并列位居第二位。

图表 10 2016 年 4 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 11 2016 年 4 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

细分地区来看，2016 年 4 月上海地区募资规模及平均募资规模均名列第一位；香港地区 IPO 中企数量 9 家，占全部地区的近 1/3，募资规模位居第二。

图表 12 2016 年 4 月中企所处地区 IPO

地区	数量	募资金额 (亿元)	平均IPO规模
上海	3	17.28	5.76
中国香港	9	15.52	1.72
浙江	5	14.29	2.86
江苏	2	6.80	3.40
山东	2	5.66	2.83
广东	1	2.98	2.98
黑龙江	1	1.29	1.29

数据来源：投资中国、中商产业研究院

## 2、4 月目标基金募资氛围渐暖 PE/VC 投资市场双双回落

2016 年 4 月中国 VC/PE 投资市场目标基金募资氛围渐暖。2016 年 4 月披露出有 88 支基金成立及开始募集，有 21 支基金在本月完成募集，基金的目标募集规模为 277.52 亿美元，募集完成基金规模仅为 37.48 亿美元，这个月基金的目标募集规模和募集完成规模形成鲜明的反差。本月基金的目标规模创下了近 1 年来的新高，而募集完成基金的规模和数量几乎都快跌落到这 1 年的最低值。

2016 年 4 月中国 VC/PE 投资市场的创投和私募市场更都是表现平平，双双回落，一向投资火热的 VC 市场本月呈现出回落的态势，PE 市场表现更是跌落到近一年来的最低水平。2016 年 4 月 VC 市场披露的案例 193 起，投资规模仅为 26.22 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 27 起，投资金额仅为 4.66 亿美元，投资数目和规模均达到了近 1 年的最低值。可见本月创投和私募股权市场投资很是冷清，双双回落，本月 PE 市场的这种投资业绩和监管层对私募投资机构基金加强规范监管也是有一定关系的。

### 目标基金募资氛围渐暖 Growth 基金依旧占主导

2016 年 4 月中国 VC/PE 投资市场披露有 88 支基金成立并开始募集，披露的基金中有 73 支基金披露了基金的目标募集规模，计划募集资金规模为 277.52 亿美元，本月基金的目标规模创下了近 1 年来的新高。在基金的募集完成方面，本月披露 21 支基金募集完成，其中有 16 支基金披露了募集完成的规模，本月基金募集完成规模为 37.48 亿美元。

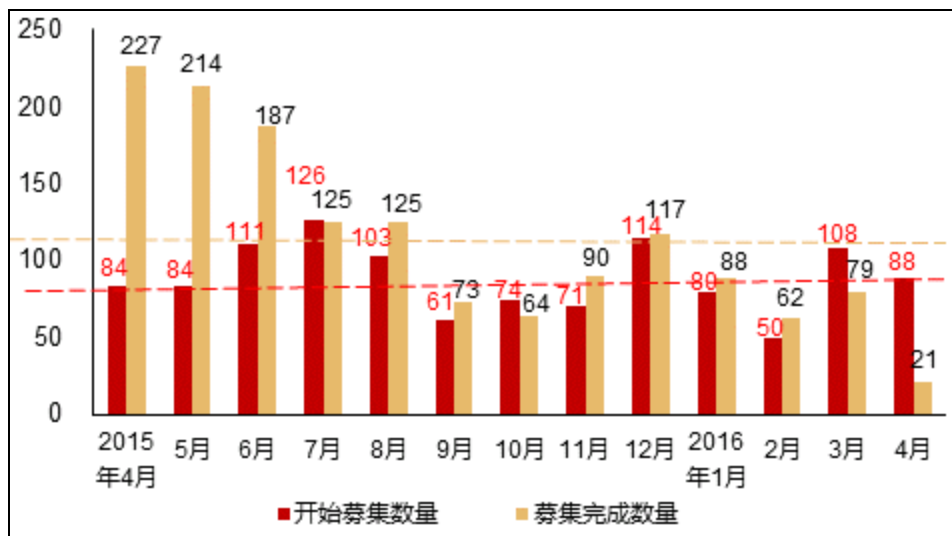
本月目标基金的募集状态表现良好，列举几支较大金额规模的开始募集基



金：湖北光伏及分布式能源产业发展基金由武汉日新科技股份有限公司与湖北省资产管理有限公司、湖北省高新技术产业投资有限公司等共同发起设立，总规模为 50 亿元，2016 年计划募集第一期 20 亿元。湖北省资产与日新科技及管理人团队(普通合伙企业)作为发起人共同出资成立基金管理公司，对产业基金进行管理;其中湖北省资产拟出资 4.40 亿元，日新科技拟出资 3 亿元，湖北高新投拟出资 2.5 亿元，合计 10 亿元作为基金的资本金，同时按照 1:4 的比例以股权的形式引进银行资金 40 亿元配套资金。凯雷亚洲增长基金 V，凯雷集团正在寻求募集新一期规模约为 10 亿美元的 PE 基金，这支基金将成为凯雷第五期投资于亚洲地区偏小型、高成长公司的基金。

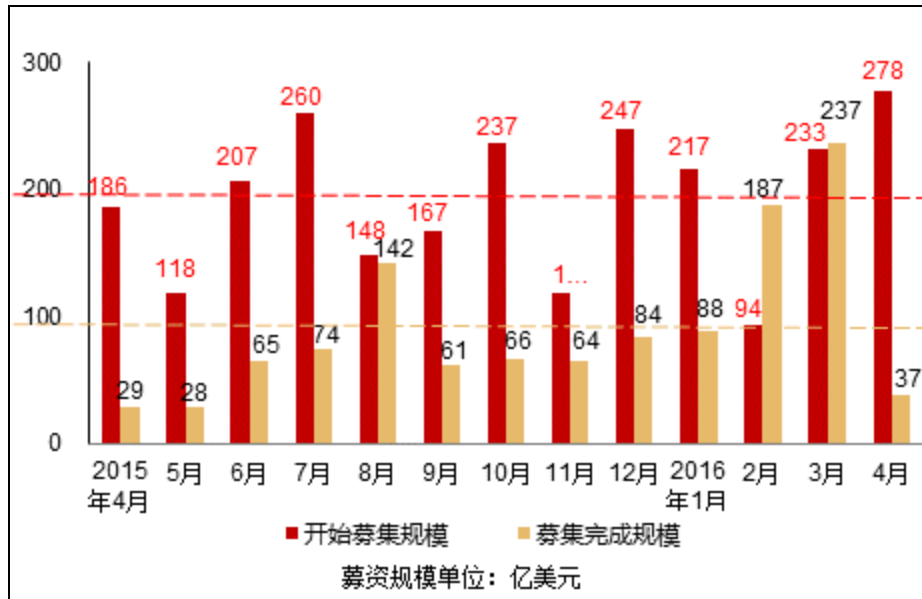
从 2016 年 4 月开始募集和募集完成的基金来看，Growth 类型基金依旧占主流，从开始募集基金和募集完成基金的数量和规模状态来看，Growth 类型基金都呈现出主导的格局。本月开始募集的 Buyout 基金的数量和募资规模也是可圈可点。

图表 13 2015 年 4 月-2016 年 4 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 14 2015 年 4 月-2016 年 4 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 15 2016 年 4 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	42	14212.66
	Venture	21	1065.56
	Buyout	13	2994.69
	FOF	4	2584.14
	NEEQ Fund	2	0
	Real Estate	2	2304.02
	Angel	2	30.4
	Infrastructure	2	4560.24
<b>总计</b>		<b>88</b>	<b>27751.71</b>

数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 16 2016 年 4 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	16	3475.44
	NEEQ Fund	2	0
	Venture	1	62.5
	FOF	1	210
	Buyout	1	0
<b>总计</b>		<b>21</b>	<b>3747.94</b>

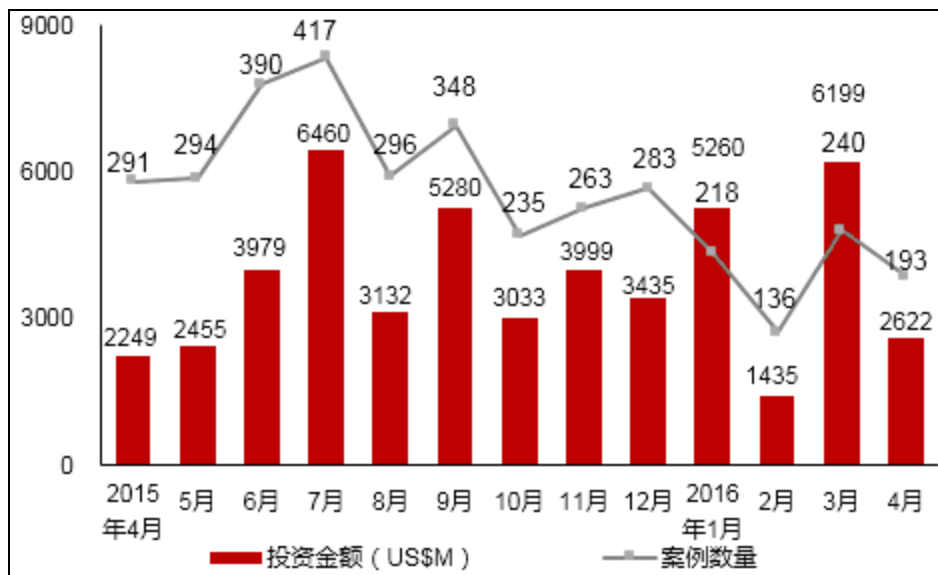
数据来源：投资中国、中商产业研究院

创投市场和私募市场投资双双回落

2016年4月VC/PE投资市场披露案例总数为220起，投资总规模为30.83亿美元，2016年4月VC市场披露的案例为193起，投资规模仅为26.22亿美元，相比上个月，投资数目和金额规模都有很大程度地回落，环比2015年4月投资数据，投资金额规模略微提高。本月PE市场披露的案例仅为27起，投资金额更是仅为4.66亿美元。2016年4月中国VC/PE投资市场表现双双持续回落，一向热闹的VC市场在本月的投资业绩也是差强人意，PE市场的投资数量和规模都有大幅度下降，都跌落到了近1年来的最低值。

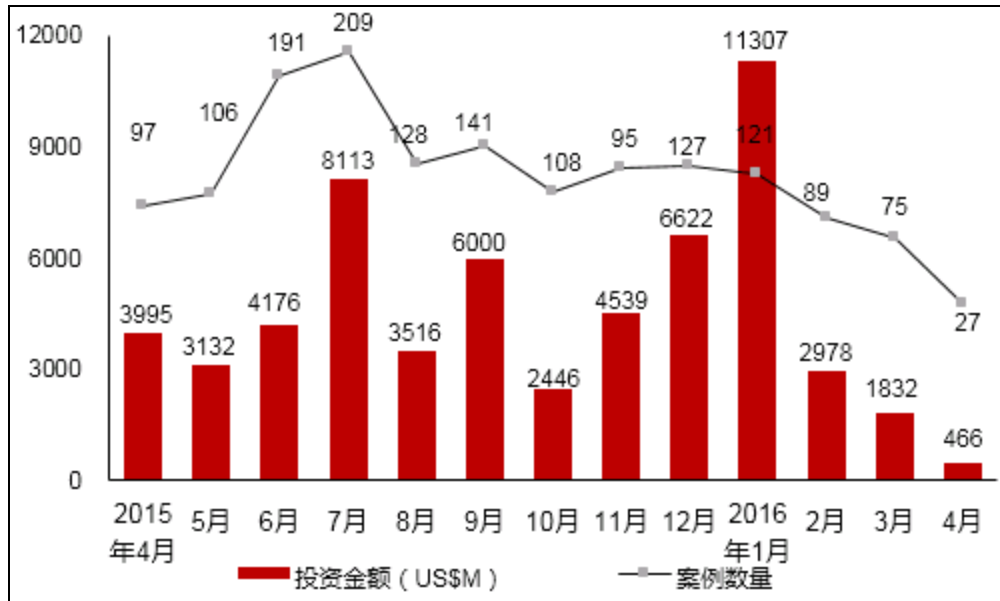
从投资案例的角度看，本月VC市场发生的投资金额规模较大的案例：2016年4月28日，北京每日优鲜电子商务有限公司旗下的生鲜电商“每日优鲜”获得2.3亿元B+轮融资，远翼投资领投，华创资本跟投。2016年4月20日，北京智德创辉网络科技有限公司(Roseonly)获得1.9亿元融资，由元生资本、盛世投资、君创基金共同出资。2016年4月20日，仁科互动(北京)信息科技有限公司(销售易)获得1亿元融资，领投方为经纬中国，真格基金跟投。

图表 17 2015年4月-2016年4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

图表 18 2015 年 4 月-2016 年 4 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

北京、上海和广东依旧是投资者的首选之地

从投资地域的维度来看，2016 年 4 月中国创投及私募股权投资市场的投资分布于 21 个城市，其中北京、上海、广东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 86 起，投资金额为 11.65 亿美元，紧随其后的上海、广东和浙江，投资案例数分别为 46 起、37 起和 15 起，投资金额分别为 6.41 亿美元、5.55 亿美元和 8619 万美元。本月依旧是北京地区发生的案例数量和投资金额规模最大。

图表 19 2016 年 4 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	86	1165.19	13.55
上海	46	640.98	13.93
广东	37	555.46	15.01
浙江	15	86.19	5.75
江苏	9	231.92	25.77
福建	4	22.35	5.59
湖北	3	95.77	31.92
四川	3	85.91	28.64
中国台湾	2	1.98	0.99
天津	2	7.81	3.90
河南	2	39.52	19.76
湖南	2	11.40	5.70
吉林	1	4.43	4.43
中国香港	1	7.60	7.60
山东	1	5.56	5.56
青海	1	1.37	1.37
重庆	1	3.80	3.80
黑龙江	1	3.86	3.86
安徽	1	20.00	20.00
辽宁	1	0.76	0.76
海南	1	91.20	91.20

数据来源：投资中国、中商产业研究院

#### A 轮投资数量居榜首 发展期投资规模依旧呈现主导模式

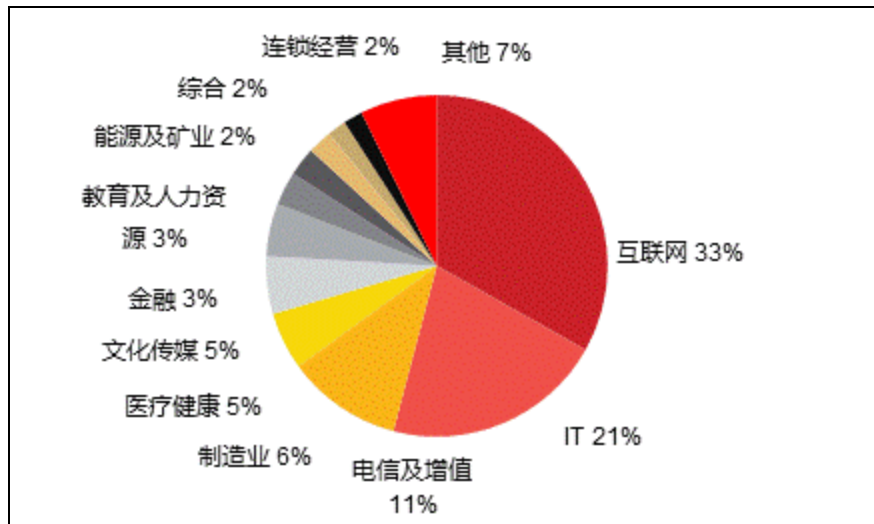
本月发生的几起较大金额规模的互联网行业案例：2016 年 4 月 20 日，铁甲工程机械网获得 2 亿元 C 轮融资。其中，元生资本领投；启明创投和 DCM 跟投，光源资本任独家财务顾问。2016 年 4 月 18 日，深圳市天下房仓科技有限公司旗下旅游技术服务平台泰坦云获得 1.6 亿人民币融资，本轮融资由春晓资本领投，梧桐树资本、上海荣正投资咨询有限公司、上海博将投资管理有限公司等多家知名机构跟投，其中左驭资本担任独家财务顾问。2016 年 4 月 20 日，上海创贤网络科技有限公司旗下的名医主刀获过亿投资，由约印创投领投，跟投机构有：汉富、复星、真格、高榕等。

图表 20 2016 年 4 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	73	812.22	11.13
IT	46	685.88	14.91
电信及增值	24	412.77	17.20
制造业	12	180.89	15.07
医疗健康	12	140.56	11.71
文化传媒	11	28.87	2.62
金融	7	111.35	15.91
教育及人力资源	6	52.29	8.72
综合	5	12.75	2.55
能源及矿业	4	20.60	5.15
连锁经营	4	308.66	77.17
交通运输	3	63.24	21.08
化学工业	3	38.79	12.93
汽车行业	3	4.26	1.42
建筑建材	2	182.41	91.20
食品饮料	2	2.74	1.37
农林牧渔	1	0.79	0.79
旅游业	1	1.82	1.82
房地产	1	22.17	22.17

数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 21 2016 年 4 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

### 3、4 月定增市逐渐回暖 共计 51 家完成 1778.87 亿元

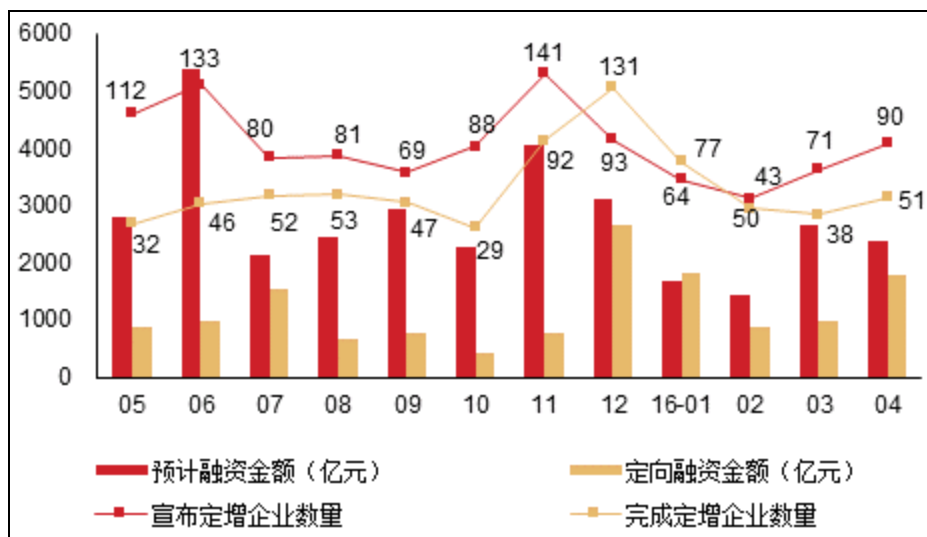
2016 年 4 月份，A 股定向增发市场逐渐回暖。4 月份共有 51 家 A 股上市公司实施了定向增发方案，数量与上月 38 家相比上升了 34.21%；再融资金额为

1778.87 亿元，环比上升了 83.95%。与此同时，本月有 90 家 A 股上市公司宣布了定向增发预案，环比上升了 26.76%；预计融资金额总计 2388.65 亿元，环比下降 9.65%。

4 月定增市场逐渐平稳 共计 51 家上市公司再融资 1778.87 亿元

4 月份共有 51 家 A 股上市公司实施了定向增发方案，数量与上月 38 家相比上升了 34.21%；再融资金额为 1778.87 亿元，环比上升了 83.95%。与此同时，本月有 90 家 A 股上市公司宣布了定向增发预案，环比上升了 26.76%；预计融资金额总计 2388.65 亿元，环比下降 9.65%。从单笔融资金额来看，4 月实施定增的 51 家企业平均单笔融资金额为 34.88 亿元。

图表 22 2015 年 5 月至 2016 年 4 月 A 股上市公司定向增发预案与完成情况比较



数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年 4 月份，在发布定增预案的企业中，彩虹股份(600707.SH)以非公开发行股票募集配套资金这一笔交易为当月宣布定增规模最大案例。此笔交易中，彩虹股份非公开发行股份方式募集配套资金，其中发行股份的价格为 6.57 元/股，预计募集资金为 230 亿元。

图表 23 2016 年 4 月 A 股宣布定增上市公司拟融资规模 TOP10

企业	代码	CV行业	发行价格	发行数量 (万股)	预计融资金额 (亿元)
彩虹股份	600707.SH	IT	6.57	350,000.00	230.00
扬子新材	002652.SZ	制造业	9.77	51,177.07	50.00
诚志股份	000990.SZ	化学工业	9.77	122,824.97	120.00
中钨二局	600528.SH	交通运输	14.35	87,011.00	124.86
晨鸣纸业	000488.SZ	制造业	11.68	51,369.86	60.00
通威股份	600438.SH	农林牧渔	11.68	38,183.11	44.60
锦龙股份	000712.SZ	公用事业	7.53	106,241.70	80.00
怡亚通	002183.SZ	交通运输	10.92	27,472.53	30.00
中集集团	000039.SZ	制造业	10.92	45,637.99	49.84
辽宁成大	600739.SH	综合			70.00
			20.00	30,000.00	60.00
			15.53	38,626.36	60.00
			16.82	32,000.00	53.82

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年 4 月，在已经实施定向增发的上市公司中，长江电力(600900.SH)以发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方式融资 664.40 亿元，在本月已经实施定增的上市公司中融资规模居首位，其发行股份购买资产发行价格 12.08 元/股，发行数量为 550000 万股。

图表 24 2016 年 4 月 A 股完成定增上市公司融资规模 TOP10

企业	代码	CV行业	发行价格	发行数量 (万股)	融资金额 (亿元)
长江电力	600900.SH	能源及矿业	12.08	200,000.00	241.60
世纪游轮	002558.SZ	旅游业	12.08	350,000.00	422.80
完美环球	002624.SZ	能源及矿业	29.58	44,368.63	131.24
方圆支承	002147.SZ	连锁经营	19.53	61,443.93	120.00
雅戈尔	600177.SH	制造业	11.54	96,943.58	111.87
分众传媒	002027.SZ	文化传媒	15.08	33,156.50	50.00
中南建设	000961.SZ	房地产	19.80	25,252.53	50.00
索芙特	000662.SZ	化学工业	14.68	31,607.63	46.40
中弘股份	000979.SZ	房地产	7.53	55,285.52	41.63
中材科技	002080.SZ	化学工业	2.82	138,297.87	39.00
			14.33	26,869.91	38.50

数据来源：投资中国、中商产业研究院

4 月份平均上市首日收益率为 68.00%

定向增发收益方面，2016 年 4 月完成定增的 51 家上市公司定增上市首日平均收益率为 68.00%，东方网络(002175.SZ)、美利纸业(000815.SZ)、世纪游轮(002558.SZ)上市首日收益率分别达到了 416%、312%和 285%，占据了本月定



增上市首日收益率的前三甲。

图表 25 2016 年 4 月 A 股完成定增上市公司定增上市首日收益率 TOP10

企业	代码	增发价格	定增上市首日收盘价	定增上市首日收益率
东方网络	002175.SZ	9.95	51.35	4.16
美利纸业	000815.SZ	5.14	21.20	3.12
世纪游轮	002558.SZ	29.58	114.02	2.85
睿胜超微	002141.SZ	7.11	26.04	2.66
北京文化	000802.SZ	8.92	27.36	2.07
索芙特	000662.SZ	7.53	22.38	1.97
天润控股	002113.SZ	11.82	28.89	1.44
德威新材	300325.SZ	7.46	16.56	1.22
西藏矿业	000762.SZ	10.45	22.20	1.12
必康股份	002411.SZ	8.34	16.98	1.04

数据来源：投资中国、中商产业研究院

从实施定向增发的上市公司所属行业上来看，4 月 51 家实施定增的上市公司共涉及 13 个行业，行业分布广泛，其中比较集中的热门行业为制造业、能源及矿业、IT。

图表 26 2016 年 4 月 A 股完成定增上市公司数量及金额按行业分布

行业	完成定增上市公司数量	融资金额 (亿元)	平均融资金额 (亿元)
制造业	18	958.01	53.22
能源及矿业	8	27.21	3.40
IT	6	223.47	37.25
化学工业	6	168.70	28.12
房地产	3	130.70	43.57
交通运输	2	2.38	1.19
连锁经营	2	15.21	7.61
电信及增值	1	118.63	118.63
公用事业	1	192.85	192.85
旅游业	1	21.80	21.80
农林牧渔	1	17.67	17.67
汽车行业	1	19.77	19.77
文化传媒	1	19.61	19.61
总计	51	1778.87	34.88

数据来源：投资中国、中商产业研究院

从宣布定向增发预案的上市公司所属行业数量上来看，主要集中在制造业、IT 和化学工业等行业，其中制造业宣布定向增发预案企业数最多，IT 和化学工业宣布定增预案企业数量相等，制造业、IT 以及化学工业宣布定增企业数量几近于总数的一半。除了 IT 和化学工业宣布定增企业数量相等外，农林牧渔以及

公用事业宣布定增企业数量也相同。

从宣布定向增发预案的上市公司所属行业定增规模来看，制造业的宣布定增规模排在第一位，达到 558.70 亿元，与在第二的 IT 行业企业宣布定增的规模相差不大。

图表 27 2016 年 4 月 A 股宣布定增上市公司数量及金额按行业分布

行业	宣布定增上市公司数量	预计融资金额 (亿元)	平均融资金额 (亿元)
制造业	20	558.70	27.93
IT	11	466.14	42.38
化学工业	11	229.12	20.83
建筑建材	8	145.71	18.21
能源及矿业	7	116.58	16.65
医疗健康	6	76.84	12.81
综合	6	119.59	19.93
公用事业	4	137.00	34.25
农林牧渔	4	154.64	38.66
电信及增值	3	39.98	13.33
交通运输	3	200.60	66.87
互联网	2	39.63	19.82
汽车行业	2	33.79	16.90
房地产	1	36.00	36.00
金融	1	17.11	17.11
连锁经营	1	17.23	17.23
总计	90	2388.65	26.54

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**