

中商产业研究院·投资周刊
INVESTMENT INTLLIGENCE WEEKLY

2017



中商产业研究院
ASKCI Consulting CO.,LTD



扫码免费领报告

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。

本报告的著作权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，其性质是供客户内部参考的商业资料。

本报告为有偿提供给购买本报告的客户使用，并仅限于该客户内部使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何人不得以任何方式在任何媒体上（包括互联网）公开发布、复制，且不得以任何方式将本报告的内容提供给其他单位或个人使用。如引用、刊发，需注明出处为“中商产业研究院”，且不得对本报告进行有悖原意的删节与修改。否则引起的一切法律后果由该客户自行承担，同时中商产业研究院亦认为其行为侵犯了中商产业研究院著作权，中商产业研究院有权依法追究其法律责任。

报告的所有图片、表格及文字内容的版权归中商产业研究院所有。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查、公开资料和第三方购买。

本报告是基于中商产业研究院及其研究员认为可信的公开资料，但中商产业研究院及其研究员均不保证所使用的公开资料的准确性和完整性，也不承担任何投资者因使用本报告而产生的任何责任。

全国统一服务热线：400-666-1917

深圳总部：深圳市福田区中心区红荔路 1001 号银盛大厦 7 层(团市委办公大楼)

中商北京：北京市朝阳区东四环中路 41 号嘉泰国际大厦 A 座 2017 室

电 话：(0755) 25407296 25193390

传 真：(0755) 25407715

网 址：<http://www.askci.com/>

E - mail：askci@askci.com

★ 目 录 ★

一、	政策法规	2
1、	国务院国资委以管资本为主推进职能转变方案	2
2、	中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加强文化领域行业组织建设的指导意见》	8
3、	国务院办公厅关于加快推进“多证合一”改革的指导意见	14
4、	中国银监会：商业银行押品管理指引	18
二、	经济观察	24
1、	2017年4月份居民消费价格同比上涨1.2%	24
2、	2017年4月份工业生产者出厂价格同比上涨6.4%	28
3、	2017年4月份CPI同比涨幅扩大PPI同比涨幅继续回落	31
4、	50个城市主要食品平均价格变动情况	33
5、	流通领域重要生产资料市场价格变动情况	34
6、	4月份国民经济继续保持稳中向好态势	36
7、	2017年1-4月餐饮数据分析：同比增长7.5%	38
三、	投资市场	40
1、	2017大预测！	40
2、	民企如何抓住“一带一路”商机？10位企业大佬的建议不得不听	42
3、	“一带一路”刷爆全球朋友圈！4年来交出哪些成绩单？	46
4、	并购？联姻？中西药企在一起的路并没有那么好走！	51
5、	5万亿餐饮市场：火锅最赚钱？这些人是最大金主？有一半企业不需要融资？	62
6、	四个象限让硬件公司看清怎么活下来	66
7、	50起投资事件融资近29亿 新三板挂牌企业增至11167家	68
四、	产业市场	77
1、	电商周报：京东Q1净利14亿 杀进物联网	77
2、	超市周报：盒马鲜生政委离职 高鑫零售开美妆店	80
3、	网络直播趋于规范平台拼啥？付费内容短视频成新出路	82
4、	电动汽车电池困局：产业发展迅猛但投资分散 技术存差距	85
5、	政策松绑 皮卡市场一季度整体销量同比增长近20%	89
6、	车企以价格换市场 SUV频频官降价格战将会蔓延	90
五、	环球市场	94
1、	美国4月商品零售额增长明显	94
2、	2亿美元投影视 新西兰经济不走寻常路	94
3、	欧洲释放退出宽松政策信号	96
六、	热点解读	99
1、	“多证合一”改革推动“简政”取得实效	99
2、	实现“五个确保” 力促教育公平	100

正文

一、政策法规

1、国务院国资委以管资本为主推进职能转变方案

党的十八大以来，国务院国资委认真贯彻落实党中央、国务院关于深化国有企业改革的决策部署，准确把握国有资产监管机构的出资人代表职责定位，坚定不移深化国有企业改革，探索完善国有资产监管体制机制，积极推进国有企业结构调整、创新发展，为实现国有资产保值增值、防止国有资产流失、发展壮大国有经济作出了积极贡献。但与此同时，国有资产监督机制尚不健全，国有资产监管中越位、缺位、错位问题依然存在，亟需加快调整优化监管职能和方式，推进国有资产监管机构职能转变，进一步提高国有资本运营和配置效率。按照《中共中央 国务院关于深化国有企业改革的指导意见》、《国务院关于改革和完善国有资产管理体制的若干意见》（国发〔2015〕63号）有关要求，制定本方案。

一、总体要求

（一）指导思想。

全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略，坚持党的领导不动摇，统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，按照深化简政放权、放管结合、优化服务改革的要求，依法履行职责，以管资本为主加强国有资产监管，以提高国有资本效率、增强国有企业活力为中心，明确监管重点，精简监管事项，优化部门职能，改进监管方式，全面加强党的建设，进一步提高监管的科学性、针对性和有效性，加快实现以管企业为主向以管资本为主的转变。

（二）基本原则。

坚持准确定位。按照政企分开、政资分开、所有权与经营权分离要求，科学界定国有资产出资人监管的边界，国务院国资委作为国务院直属特设机构，根据授权代表国务院依法履行出资人职责，专司国有资产监管，不行使社会公

共管理职能，不干预企业依法行使自主经营权。

坚持依法监管。按照有关法律法规规定，建立和完善出资人监管的权力和责任清单，健全监管制度体系，重点管好国有资本布局、规范资本运作、提高资本回报、维护资本安全。全面加强国有资产监督，充实监督力量，完善监督机制，严格责任追究，切实防止国有资产流失。

坚持搞活企业。遵循市场经济规律和企业发展规律，突出权责一致，确保责任落实，将精简监管事项与完善国有企业法人治理结构相结合，依法落实企业法人财产权和经营自主权，激发企业活力、创造力和市场竞争力，打造适应市场竞争要求、以提高核心竞争力和资源配置效率为目标的现代企业。

坚持提高效能。明确国有资产监管重点，调整优化监管职能配置和组织设置，改进监管方式和手段，整合监管资源，优化监管流程，提高监管效率，加强监管协同，推进监管信息共享和动态监管，实现依法监管、分类监管、阳光监管。

坚持党的领导。坚持党对国有企业政治领导、思想领导、组织领导的有机统一，发挥国有企业党组织的领导核心和政治核心作用，把方向、管大局、保落实。健全完善党建工作责任制，落实党建工作主体责任，为国有企业改革发展提供坚强有力的政治保证、组织保证和人才支撑。

二、调整优化监管职能

按照职权法定、规范行权的要求，调整、精简、优化监管职能，将强化出资人监管与落实管党治党责任相结合、落实保值增值责任与搞活企业相结合，做好整合监管职能与优化机构设置的衔接，强化3项管资本职能，精简43项监管事项，整合三方面相关职能。加大简政放权力度，更好维护企业市场主体地位，推动完善现代企业制度，健全各司其职、各负其责、协调运转、有效制衡的国有企业法人治理结构。坚持权力和责任相统一、相匹配，层层建立权力和责任清单，确保企业接住管好精简的监管事项，体现国资监管要求，落实保值增值责任。按照全面从严治党战略部署，严格落实管党治党责任，全面加强国有企业党的建设，保证党和国家方针政策、重大部署在国有企业贯彻执行。

（一）强化管资本职能，落实保值增值责任。

完善规划投资监管。服从国家战略和重大决策，落实国家产业政策和重点

产业发展总体要求，调整优化国有资本布局，加大对中央企业投资的规划引导力度，加强对发展战略和规划的审核，制定并落实中央企业国有资本布局结构整体规划。改进投资监管方式，通过制定中央企业投资负面清单、强化主业管理、核定非主业投资比例等方式，管好投资方向，根据投资负面清单探索对部分企业和投资项目实施特别监管制度。落实企业投资主体责任，完善投资监管制度，开展投资项目第三方评估，防止重大违规投资，依法依规追究违规责任。加强对中央企业国际化经营的指导，强化境外投资监管体系建设，加大审核把关力度，严控投资风险。

突出国有资本运营。围绕服务国家战略目标和优化国有资本布局结构，推动国有资本优化配置，提升国有资本运营效率和回报水平。牵头改组组建国有资本投资、运营公司，实施资本运作，采取市场化方式推动设立国有企业结构调整基金、国有资本风险投资基金、中央企业创新发展投资引导基金等相关投资基金。建立健全国有资本运作机制，组织、指导和监督国有资本运作平台开展资本运营，鼓励国有企业追求长远收益，推动国有资本向关系国家安全、国民经济命脉和国计民生的重要行业和关键领域、重点基础设施集中，向前瞻性战略性新兴产业集中，向具有核心竞争力的优势企业集中。

强化激励约束。实现业绩考核与薪酬分配协同联动，进一步发挥考核分配对企业发展的导向作用，实现“业绩升、薪酬升，业绩降、薪酬降”。改进考核体系和办法，突出质量效益与推动转型升级相结合，强化目标管理、对标考核、分类考核，对不同功能定位、不同行业领域、不同发展阶段的企业实行差异化考核。严格贯彻落实国有企业负责人薪酬制度改革相关政策，建立与选任方式相匹配、与企业功能性质相适应、与经营业绩相挂钩的差异化薪酬分配办法。

（二）加强国有资产监督，防止国有资产流失。

坚持出资人管理和监督的有机统一。健全规范国有资本运作、防止国有资产流失的监管制度，加强对制度执行情况的监督检查。增加监督专门力量，分类处置和督办发现的问题，组织开展国有资产重大损失调查，形成发现、调查、处理问题的监督工作闭环。进一步强化监督成果在业绩考核、薪酬分配、干部管理等方面的运用。

强化外派监事会监督。进一步加强和改进监事会监督，完善监督工作机制，明确外派监事会由政府派出、作为出资人监督专门力量的职责定位。突出监督重点，围绕企业财务和重大决策、运营过程中可能造成国有资产流失的事项和关键环节以及董事会和经理层依法依规履职情况等重点，着力强化当期

和事中监督。改进监事会监督方式，落实外派监事会纠正违规决策、罢免或者调整领导人员的建议权，建立外派监事会可追溯、可量化、可考核、可问责的履职记录制度，提升监督效能。

严格落实责任。建立健全违法违规经营投资责任追究制度体系，完善责任倒查和追究机制，构建权责清晰、约束有效的经营投资责任体系。加大对违法违规经营投资责任的追究力度，综合运用组织处理、经济处罚、禁入限制、党纪政纪处分和追究刑事责任等手段，依法依规查办违法违规经营投资导致国有资产重大损失的案件。

（三）精简监管事项，增强企业活力。

取消一批监管事项。严格按照出资关系界定监管范围。减少对企业内部改制重组的直接管理，不再直接规范上市公司国有股东行为，推动中央企业严格遵守证券监管规定。减少薪酬管理事项，取消中央企业年金方案、中央企业子企业分红权激励方案审批，重点加强事后备案和规范指导。减少财务管理事项，取消与借款费用、股份支付、应付债券等会计事项相关的会计政策和会计估计变更事前备案，重点管控企业整体财务状况。取消中央企业职工监事选举结果、工会组织成立和工会主席选举等事项审批，由企业依法自主决策。

下放一批监管事项。将延伸到中央企业子企业和地方国有企业的管理事项，原则上归位于企业集团和地方国资委。将中央企业所持有部分非上市股份有限公司的国有股权管理方案和股权变动事项，企业集团内部国有股东所持有上市公司股份流转、国有股东与上市公司非重大资产重组、国有股东通过证券交易系统转让一定比例或数量范围内所持有上市公司股份等事项以及中央企业子企业股权激励方案的审批权限，下放给企业集团。国有企业要进一步明确各治理主体行权履职边界，层层落实责任，确保国有资产保值增值。落实国家所有、分别代表原则，将地方国有上市公司的国有股权管理事项的审批权限下放给省级国资委。

授权一批监管事项。结合落实董事会职权等试点工作，将出资人的部分权利授权试点企业董事会行使，同时健全完善制度规范，切实加强备案管理和事后监督。依法将中央企业五年发展战略规划制定权授予试点企业董事会，进一步落实试点企业董事会对经理层成员选聘、业绩考核、薪酬管理以及企业职工工资总额管控、重大财务事项管理的职权，充分发挥董事会的决策作用。试点企业董事会要进一步健全和规范决策制度，明确授权事项在企业内部的决策、

执行、监督机制，落实相应责任，严格责任追究。

移交一批社会公共管理事项。落实政资分开原则，立足国有资产出资人代表职责定位，全面梳理配合承担的社会公共管理职能，结合工作实际，提出分类处理建议，交由相关部门和单位行使。

（四）整合相关职能，提高监管效能。

整合国有企业改革职能。对承担的企业重组整合、结构优化、改制上市、规范董事会建设以及解决历史遗留问题等职能进行统筹整合，集中力量加大对改革改制、管理创新和商业模式创新的指导服务力度，加快完善现代企业制度。

整合经济运行监测职能。集中统一开展财务动态监测和经济运行分析，综合分析行业与企业情况、经营与财务情况，及时、准确提供运行数据，全面掌握中央企业运行状况，为国家宏观调控和国有资产监管工作提供基础支撑。

整合推动科技创新职能。明确中央企业科技创新方向和重点任务，整合新兴产业培育、知识产权保护、企业品牌建设等职能，推动企业完善技术创新体系，组建产业协同发展平台，协调落实重大科技政策和项目，更好发挥中央企业在大众创业、万众创新中的引领带动作用。

（五）全面加强党的建设，强化管党治党责任。

建立健全党建工作责任制。强化中央企业党建工作考核，落实“四同步”、“四对接”要求，加强基层党组织和党员队伍建设，保证党组织工作机构健全、党务工作者队伍稳定、党组织和党员作用得到有效发挥。注重加强混合所有制企业党建工作。

加强党的领导与完善公司治理相统一。明确和落实党组织在国有企业法人治理结构中的法定地位，把党建工作总体要求写入公司章程，健全党组织参与重大问题决策的规则和程序，使党组织发挥作用组织化、制度化、具体化。处理好党组织和其他治理主体的关系，明确权责边界，做到无缝衔接。

坚持党管干部原则与市场化机制相结合。保证党对干部人事工作的领导权和对重要干部的管理权，严格执行国有企业领导人员对党忠诚、勇于创新、治企有方、兴企有为、清正廉洁的选任标准，党组织要在确定标准、规范程序、参与考察、推荐人选等方面把好关，按照市场规律对经理层进行管理，建立科学合理的考核评价体系，为国有企业领导人员树立正向激励的鲜明导向。

加大纪检监察工作力度。深入推进党风廉政建设和反腐败斗争。认真落实《中国共产党问责条例》等规定，加大对中央企业党委（党组）和党员领导干部履行管党治党责任不力的问责力度。对国务院国资委党委管理主要负责人的中央企业开展巡视监督，加强对中央企业开展内部巡视的领导和指导。

三、改进监管方式手段

按照事前制度规范、事中跟踪监控、事后监督问责的要求，积极适应监管职能转变和增强企业活力、强化监督管理的需要，创新监管方式和手段，更多采用市场化、法治化、信息化监管方式，提高监管的针对性、实效性。

（一）强化依法监管。

严格依据公司法、企业国有资产法、企业国有资产监督管理暂行条例等法律法规规定的权限和程序行权履职。健全完善国有资产监管法规制度体系，建立出资人监管的权力和责任清单，清单以外的事项由企业依法自主决策。加强公司章程管理，规范董事会运作，严格选派、管理股东代表和董事、监事，注重通过国有企业法人治理结构依法履行出资人职责。

（二）实施分类监管。

针对商业类和公益类国有企业的不同战略定位和发展目标，研究制定差异化的监管目标、监管重点和监管措施，因企施策推动企业改革发展，促进经济效益和社会效益有机统一。在战略规划制定、资本运作模式、人员选用机制、经营业绩考核等方面，实施更加精准有效的分类监管。

（三）推进阳光监管。

依法推进国有资产监管信息公开，主动接受社会监督。健全信息公开制度，加强信息公开平台建设，依法向社会公开国有资本整体运营情况、企业国有资产保值增值及经营业绩考核总体情况、国有资产监管制度和监督检查情况。指导中央企业加大信息公开力度，依法依规公开治理结构、财务状况、关联交易、负责人薪酬等信息，积极打造阳光企业。

（四）优化监管流程。

按照程序简化、管理精细、时限明确的原则，深入推进分事行权、分岗设权、分级授权和定期轮岗，科学设置内设机构和岗位职责权限，确保权力运行协调顺畅。推进监管信息化建设，整合信息资源，统一工作平台，畅通共享渠道，健全中央企业产权、投资、财务等监管信息系统，实现动态监测，提升整体监管效能。

四、切实抓好组织实施

国务院国资委要依据本方案全面梳理并优化调整具体监管职能，相应调整内设机构，明确取消、下放、授权的监管事项，加快制定出资人监管的权力和责任清单，按程序报批后向社会公开。要坚持试点先行，结合企业实际，继续推进简政放权、放管结合、优化服务改革，分类放权、分步实施，确保放得下、接得住、管得好。要积极适应职能转变要求，及时清理完善涉及的国有资产监管法规和政策文件。

各地区可参照本方案要求，结合实际情况，制定本地区国有资产监管机构的职能转变方案。

2、中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加强文化领域行业组织建设的指导意见》

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加强文化领域行业组织建设的指导意见》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

《关于加强文化领域行业组织建设的指导意见》主要内容如下。

为深入贯彻落实中央关于深化文化体制改革和创新社会治理体制的有关部署要求，推动文化领域行业组织健康有序发展，现提出如下指导意见。

一、重要性和紧迫性

改革开放以来特别是近年来，随着文化体制改革全面推进和社会体制改革不断深化，文化艺术、新闻出版、广播影视、网络文化等领域涌现出一大批行业组织，在提供决策咨询、服务行业发展、规范市场秩序、扩大对外交往等方面发挥了积极作用。同时也要看到，文化领域行业组织总体发展不够、活力不足，还不能适应文化事业、文化产业迅速发展的要求；一些行业组织党的建设

缺失，党的领导弱化，有的职能定位不清晰、内部治理不规范，没有很好地发挥应有作用；一些“山寨社团”、“离岸社团”四处敛财、屡禁不绝，侵害了社会公众权益，亟待加以解决。

当前，我国文化改革发展进入新阶段，文化领域行业组织建设面临着新的形势和任务要求。落实全面深化改革的总目标，推进国家治理体系和治理能力现代化，需要加强和改进党对文化领域行业组织的领导，创新行业组织管理体制和运行机制，提高文化管理效能。协同推进文化建设与社会建设，激发全社会文化创造活力，需要在行业组织建设大框架下，把握文化建设特点和规律，引导文化领域行业组织更好地发挥自身功能和独特优势。把文化领域各方面企事业单位和广大文化工作者联系起来，汇聚起繁荣发展社会主义先进文化的合力，需要补齐行业组织发展的短板，推动行业组织全面加强自身能力建设。各地区各部门必须从全局和战略高度，充分认识加强文化领域行业组织建设的重要意义，增强做好工作的责任感和使命感。

二、总体要求

全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会、五中全会精神，以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，紧紧围绕统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，牢固树立和落实新发展理念，坚持中国特色社会主义文化发展道路，坚持文化自信，坚持把社会效益放在首位，一手抓积极引导发展、一手抓严格依法管理，着力健全党委统一领导、政府有效监管、分级负责、协调配合的行业组织管理体制机制，构建结构合理、富有活力、服务高效、治理完备的行业组织体系，引导行业组织更好地服务文化企事业单位、服务广大文化工作者、服务行业发展、丰富群众文化生活，促进社会主义文化繁荣发展。

切实加强党对文化领域行业组织的政治领导、思想领导、组织领导，以社会主义核心价值观为引领，确保正确发展方向。落实社会组织、行业组织改革有关部署，体现文化例外要求，区别对待、分类施策，加强制度设计，推进改革创新，激发行业组织内在活力和发展动力。依法依规，健全准入退出机制，放管服并重，完善扶持措施，强化事中事后监管，尊重行业组织主体地位，优化行业组织发展环境。加强行业组织自身能力建设，提升自治水平和自我发展能力，在服务会员发展、规范行业秩序、开展行业自律、制定团体标准、维护会员权益、调解贸易纠纷等方面发挥积极作用。

三、明确职能定位

当好桥梁纽带，畅通党委、政府与市场、社会之间的联系。文化领域行业组织要牢固树立政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，认真学习贯彻党中央精神，落实党中央、国务院关于文化改革发展的决策部署，及时向全行业传递党和政府声音。适应深化行政体制改革要求，做好政府有关职能转变的承接工作，参与制定政策法规、行业规划、行业标准和技术规范，根据相关管理规定和授权开展资质认证、人才评价、等级评定等工作。做好参谋助手，向党委和政府反映行业组织的重大事项、行业发展情况和行业诉求，为科学决策提供咨询服务。

强化社会责任，体现价值引领和文化担当。把社会主义核心价值观要求贯穿到行业组织运行管理的各方面和全过程，推进企业文化建设，引导会员单位和从业人员自觉践行社会主义核心价值观。坚持以人民为中心的发展思想和工作导向，团结广大文化工作者，推进文化创新，推出更多精品力作，唱响主旋律、传播正能量。发挥文化领域资源优势，组织开展公益性文化活动和文化志愿服务，丰富群众文化生活，坚定文化自信，增强文化自觉。

服务会员单位和广大文化工作者，促进文化事业全面繁荣、文化产业快速发展、优秀传统文化传承弘扬。支持大众创业、万众创新，推动文化产业发展方式转变。搭建综合服务平台，回应会员关切，维护会员合法权益。根据授权发布行业信息和发展报告。加强理论和实践研究，组织培训、交流、研讨、咨询等活动。参与行业新技术新产品鉴定及推广，受政府委托或根据市场和行业发展需要举办、承办以及参与国内外文化展会。组织开展对外文化交流和文化贸易促进活动，推动中华文化走出去。全国性行业组织在对外行业性谈判和交涉中要发挥积极作用，主动参与相关国际规则和技术标准制定。

推进行业自律与诚信建设，规范行业发展秩序。制定有文化特色的行规行约，把牢方向导向，规范会员单位和从业人员行为。把诚信自律建设内容纳入行业组织章程，制定诚信守则，建立失信惩戒机制。建立健全行业道德规范和职业道德准则，强化道德调节，激励向上向善。推动文化产品和服务合理定价，抵制侵权盗版、假冒欺诈、价格虚高，维护公平竞争秩序。新闻出版传媒领域的行业组织，可探索建立道德委员会。网络文化领域的行业组织，应积极参与网络空间治理，推动净化网络环境。

四、做好培育发展工作

加大培育力度，优化布局结构。全面加强文化艺术、新闻出版、广播影视、网络文化等领域行业组织建设，进一步深化改革、加快发展，扶持和打造一批具有代表性、排头兵地位的文化领域行业组织。积极发展公共文化、创意设计、文化科技、文化贸易、网络文艺、动漫游戏、休闲娱乐、传统工艺、广告会展、艺术品经营等方面的行业组织。推动有条件的省（自治区、直辖市）组建文化产业协会（促进会）。鼓励民办图书馆、博物馆、美术馆等社会服务机构成立行业组织。条件成熟的地方性行业组织可申请成立区域性行业组织，同一领域行业组织可申请成立联合性组织。

推动文化领域行业组织扩大覆盖面，提升服务能力。图书馆、文化馆、博物馆、美术馆等方面的行业组织，要积极发展社会服务机构会员。新闻出版、广播影视等领域行业组织，要适应传统媒体和新兴媒体融合发展新形势，向新媒体领域拓展。网络文化领域行业组织要注重吸纳有代表性的会员单位和人士，提高社会影响力。文化产业协会（促进会）要广泛发展多领域、多业态、多种所有制的会员，发挥上市文化公司的行业带头作用，吸纳支柱型、领军型、特色型文化单位广泛参与。加强行业组织服务创新能力建设。鼓励政治性强、有实力的行业组织丰富服务模式，充分利用移动互联网平台和渠道，扩大影响力。

完善扶持行业组织发展的政策措施。加快政府职能转变，厘清行政机关和行业组织的职能边界，适合由行业组织提供的事务性管理工作及公共服务，可通过竞争性方式交由行业组织承担。将适宜委托行业组织承担的服务事项纳入政府购买服务范围，加强信息公开和绩效管理，充分发挥各级宣传文化、民政等相关专项资金引导作用。符合条件的行业组织可按规定享受税收优惠政策。鼓励社会力量支持和资助行业组织发展。鼓励各类人才到行业组织创业就业。

五、加强自身建设

按照应建尽建的原则，推动党组织全覆盖、党的工作全覆盖。凡有三名以上正式党员的行业组织，都要成立党的组织；不足三名的，可本着行业相近和地域相近的原则联合建立党组织；暂不具备组建条件的，可通过选派党建工作指导员、联络员或建立工会、共青团组织等途径开展党的工作，条件成熟时及时建立党组织。按照一方隶属、参加多重组织生活原则，组织暂未转移组织关系的党员参加行业组织党组织活动，探索建立“功能型”、“复合式”等党组织。创新党组织活动内容和方式，鼓励党组织结合行业组织特点和职工群众需求开展活动，增强凝聚力吸引力影响力。行业组织党组织要自觉接受上级党组织的领导，及时学习传达贯彻中央精神，认真组织开展“学党章党规、学系列讲话，

做合格党员”学习教育。严明党的政治纪律、组织纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律、生活纪律，加强对党员的教育、管理、监督和服务。

充分发挥党组织的政治核心作用，推动行业组织党组织建设与内部法人治理结构相衔接。建立健全行业组织党组织参与行业组织重大问题决策等制度机制，善于通过党组织会议和会员（代表）大会、理事会等，把党的意志主张转化为行业组织的决策行动。鼓励党组织负责人和行业组织负责人双向进入、交叉任职，提倡党员行业组织负责人担任党组织书记。

加强分类指导，建立健全行业组织法人治理结构。设立结构合理、规模适中的理事会及常务理事会，严格按照规定换届选举。全国性行业组织要完善会员（代表）大会、理事会、监事（会）制度。规范行业组织负责人任职资格。

加强内部管理制度建设。科学设置行业组织内设部门和分支（代表）机构，不得在分支（代表）机构下再设分支（代表）机构，不得设立地域性分支机构。建立健全财务、审计和资产管理制度。行业组织不得强制文化单位或个人入会、摊派会费、派捐索捐、强拉赞助，不得从事行政性中介活动，不得擅自编印、发行内部报刊。加强对自办网站和“两微一端”等网上平台的管理。建立重大事项、重要活动等方面的信息公开制度，接受会员、新闻媒体和社会公众监督。

六、强化规范管理

进一步明确文化领域行业组织成立的条件和程序。行业组织名称应当与其宗旨、业务范围、成员分布、活动地域相一致，准确反映其特征。严格规范全国性行业组织的成立，加强规划指导，压缩总量、控制数量、提高质量，要从成立的必要性、发起人的代表性、会员的广泛性等方面认真加以审核，由文化、新闻出版广电、网信等部门提出意见，征求党委宣传部门意见，按国家有关规定报批。活动地域跨省（自治区、直辖市）的行业组织比照全国性行业组织从严审批。对于跨行业、业务宽泛、不易界定的行业组织，按照明确、清晰、聚焦主业的原则，加强名称审核、业务范围审定，同时听取利益相关方和管理部门意见，严格加以控制。新闻网站、商业网站、企业网站等各类网站以及“两微一端”运营机构不得自行成立有相对固定组织机构的联盟、协会等全国性合作组织。

建立健全文化领域行业组织综合管理体系。推动各地区各有关部门各司其职、协调配合、分级管理，对行业组织统一登记、依法监管、做好服务。落实

行业协会商会与行政机关脱钩总体方案，精心组织试点工作，稳妥有序推进改革，引导和推动行业组织成为政社分开、依法自主、权责明确的法人主体。对于承担特殊职能、涉及意识形态安全和文化安全，确需实行业务主管单位和登记管理机关双重管理的行业组织，业务主管单位要全面负起管理责任，做好行业组织成立登记、变更登记、注销登记前的审查，监督指导行业组织依法依规开展活动。建立健全行业组织评估标准，完善退出机制。规范行业组织涉外合作与涉外交往活动，不得与危害我国国家安全和利益的境外组织或个人合作，依法管理境外行业组织在境内的活动。

依法处理文化领域行业组织违法违规行为。宣传文化、民政部门会同有关部门对行业组织违反社会组织管理相关规定的行为及时进行整治。组织开展多部门联合执法，打击行业组织违法行为，依法取缔未经登记、擅自以行业组织名义活动的非法组织，依法取缔非法编印的内部报刊，依法追究相关责任人的法律责任。建立行业组织“异常名录”和“黑名单”。各类媒体对行业组织开展的活动进行报道前，应加强甄别，确认该组织的合法性，验证其是否具有民政、公安部门制发的登记证书或有关部门批准的有效文件，不得对“山寨社团”、“离岸社团”和非法在境内开展文化活动的境外组织进行宣传报道。网信部门指导有关部门督促域名注册管理和服务机构等做好域名注册，关闭有关非法网站。

严格党政领导干部在文化领域行业组织兼职。现职和不担任现职但未办理退（离）休手续的党政领导干部，不得在行业协会商会兼任职务，一般也不得在其他行业组织兼任职务，确因工作需要兼职的，须根据相关规定按干部管理权限从严审批，所兼任的行业组织业务须与本职业务工作相关。党政领导干部退（离）休后，本人无其他兼职，确因工作需要到行业组织兼职的，须根据相关规定按干部管理权限审批或备案，兼职期间要发挥好政治把关、经验指导、业务传授等方面的作用。兼职不得领取薪酬和获取其他额外利益，确属需要的工作经费，要从严控制，不得超过规定标准和实际支出。党政领导干部未经批准不得发起成立行业组织。

七、组织实施

各级党委和政府要高度重视文化领域行业组织建设工作，切实加强组织领导，抓紧制定具体实施方案，推动行业组织健康有序发展。中央文化体制改革和发展工作领导小组要加强统筹指导，建立部际会商工作机制，对文化领域行业组织建设的重大问题进行研究部署，细化责任分工，明确时间进展，狠抓任务落实。宣传部门、民政部门牵头协调，民政部门加大登记审查、监督检查、执法查处力度，宣传、文化、新闻出版广电、网信等部门加强政策和业务指导

并履行相关行业监管责任，发展改革、财政、税务、外事、公安等部门按职能分工做好监管和服务工作，审计机关依法进行审计监督。党委组织部门、党建工作机构要加强对行业组织党组织建设工作的管理和指导，脱钩的行业组织党组织按照中央有关工作部署归口管理，未脱钩的行业组织的党建工作由业务主管单位加强领导。

集中开展文化领域行业组织专项治理活动。中央网信办、文化部、新闻出版广电总局等部门要对全国性和跨省（自治区、直辖市）的文化领域行业组织进行摸底自查，对不具有全国性和行业代表性的以及长期不开展活动的“僵尸”组织，进行整合、调整，该更名的更名，该注销的注销，民政部等部门配合做好有关工作。其他中央和国家机关、群团组织也要对其主办、主管、联系、挂靠的文化领域行业组织进行自查自纠，对长期疏于管理的予以整顿。各省（自治区、直辖市）要结合自身实际开展专项治理。治理工作完成后，将合规的文化领域行业组织信息在统一平台上公布列示。

严格工作纪律和要求，认真执行国家有关政策法规和行业管理规定，重大问题及时请示报告，重大改革举措严格按照有关要求和程序报批。

3、国务院办公厅关于加快推进“多证合一”改革的指导意见

“五证合一”、“两证整合”登记制度改革的相继实施有效提升了政府行政服务效率，降低了市场主体创设的制度性交易成本，激发了市场活力和社会创新力，但目前仍然存在各类证照数量过多、“准入不准营”、简政放权措施协同配套不够等问题。为进一步优化营商环境，经国务院同意，现就加快推进“多证合一”改革提出以下意见。

一、统一思想，充分认识推行改革的重要意义

在全面实施企业、农民专业合作社工商营业执照、组织机构代码证、税务登记证、社会保险登记证、统计登记证“五证合一、一照一码”登记制度改革和个体工商户工商营业执照、税务登记证“两证整合”的基础上，将涉及企业（包括个体工商户、农民专业合作社，下同）登记、备案等有关事项和各类证照（以下统称涉企证照事项）进一步整合到营业执照上，实现“多证合一、一照一码”，是贯彻中央关于推进供给侧结构性改革决策部署，推进简政放权、放管结合、优化服务的重要内容，是进一步推动政府职能转变、深化行政审批制度改革的重要途径，是深化商事制度改革、进一步释放改革红利的重要抓手；

对于推动市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用,构建“互联网+”环境下政府新型管理方式、营造便利宽松的创业创新环境和公开透明平等竞争的营商环境,建立程序更为便利、内容更为完善、流程更为优化、资源更为集约的市场准入新模式,促进提高劳动生产率具有重要意义。各地区、各部门要高度重视,积极作为,把这项改革的实施工作摆在重要位置,采取切实有力措施,确保“多证合一”改革在2017年10月1日前落到实处、取得实效。

二、认真梳理涉企证照事项,全面实行“多证合一”

坚持“多证合一”和行政审批制度改革相结合,按照市场化改革方向,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。各地区要按照能整合的尽量整合、能简化的尽量简化、该减掉的坚决减掉的原则,全面梳理、分类处理涉企证照事项,将信息采集、记载公示、管理备查类的一般经营项目涉企证照事项,以及企业登记信息能够满足政府部门管理需要的涉企证照事项,进一步整合到营业执照上,被整合证照不再发放,实行“多证合一、一照一码”,使企业在办理营业执照后即能达到预定可生产经营状态,大幅度缩短企业从筹备开办到进入市场的时间。对于市场机制能够有效调节、企业能够自主管理的事项以及可以通过加强事中事后监管达到原设定涉企证照事项目的的,要逐步取消或改为备案管理。对于关系公共安全、经济安全、生态安全、生产安全、意识形态安全的涉企证照事项继续予以保留,要实行准入清单管理。对于没有法律法规依据、非按法定程序设定的涉企证照事项一律取消。

三、深化信息共享和业务协同,简化企业准入手续

坚持互联互通与数据共享相结合,大力推进信息共享,能向社会公开的尽量公开,打通信息孤岛。各地区要依托已有设施资源和政府统一数据共享交换平台,进一步完善省级信用信息共享平台、国家企业信用信息公示系统、部门间的数据接口,在更大范围、更深层次实现部门间企业基础信息和相关信用信息共享、业务协同。各地区要加快制定政府数据资源共享目录体系和管理办法,建立区域内统一标准的市场主体信息库,构建统一高效、互联互通、安全可靠的政府数据资源体系,打破部门和行业信息壁垒。从严控制个性化信息采集,凡是能通过信息共享获取的信息和前序流程已收取的材料,不得要求企业和群众重复提交;凡是能通过网络核验的信息,不得要求其他单位和申请人重复提交;凡是应由行政机关及相关机构调查核实的信息,由部门自行核实,实现相同信息“一次采集、一档管理”,避免让企业重复登记、重复提交材料。

四、完善工作流程，做好改革衔接过渡

各地区要在“五证合一”登记制度改革工作机制及技术方案的基础上，继续全面实行“一套材料、一表登记、一窗受理”的工作模式，申请人办理企业注册登记时只需填写“一张表格”，向“一个窗口”提交“一套材料”。登记部门直接核发加载统一社会信用代码的营业执照，相关信息在国家企业信用信息公示系统公示，并及时归集至全国信用信息共享平台。企业不再另行办理“多证合一”涉及的被整合证照事项，相关部门通过信息共享满足管理需要。已按照“五证合一”登记模式领取加载统一社会信用代码营业执照的企业，不需要重新申请办理“多证合一”登记，由登记机关将相关登记信息通过全国信用信息共享平台共享给被整合证照涉及的相关部门。企业原证照有效期满、申请变更登记或者申请换发营业执照的，由登记机关换发加载统一社会信用代码的营业执照。

五、推进“互联网+政务服务”，不断提高服务效率

坚持优化政务服务与推进“互联网+”相结合，优化审批流程，提高审批效率，提升透明度和可预期性。各地区要加快一体化网上政务服务平台建设，打造“互联网+”模式下方便快捷、公平普惠、优质高效的政务服务体系。推进各类涉企证照事项线上并联审批，优化线上、线下办事流程，简化办事手续，减少办事环节，降低办事成本，实现“一网通办、一窗核发”。要推进涉企证照事项标准化管理，在全面梳理、分类处理的基础上，全面公开涉企证照事项目录和程序，明晰具体受理条件和办理标准，列明审查要求和时限，实现服务事项标准化。

六、加强事中事后监管，促进服务效能提升

坚持便捷准入与严格监管相结合，以有效监管保障便捷准入，防止劣币驱逐良币，提高开办企业积极性。各地区、各部门要切实转变理念，精简事前审批，加强事中事后监管，探索市场监管新模式。要全面推行“双随机、一公开”监管，按照“谁审批、谁监管，谁主管、谁监管”的原则，强化主动监管、认真履职意识，明确监管责任。要建立以信用为核心的新型监管机制，依托全国信用信息共享平台不断完善政府部门之间信息共享与联合惩戒机制，充分发挥国家企业信用信息公示系统和“信用中国”网站的作用，强化企业自我约束功能，降低市场交易风险，减少政府监管成本，提高经济运行效率。

七、推进“一照一码”营业执照广泛应用，推动改革落地

坚持“多证合一”与推进“一照一码”营业执照应用相结合，打通改革成果落地的“最后一公里”。各地“多证合一”改革情况不同，证照整合项目、形式不同，各地区、各部门要加快完善各自相关信息系统，互认“一照一码”营业执照的法律效力，推进“一照一码”营业执照在区域内、行业内的互认和应用。对于被整合证照所涵盖的原有事项信息，不得再要求企业提供额外的证明文件，使“一照一码”营业执照成为企业唯一“身份证”，使统一社会信用代码成为企业唯一身份代码，实现企业“一照一码”走天下。

八、强化中央和地方联动，统筹稳妥推进改革

坚持统筹推进与因地制宜相结合，鼓励地方大胆探索实践，自下而上，上下联动。各省级人民政府要结合实际，鼓励基层探索实践。要及时总结改革经验，巩固改革成果，不断扩大“多证合一”的覆盖范围。国务院各相关部门要解放思想，锐意进取，主动作为。各地区、各部门要按照职责分工，加强衔接配合，积极推进改革。要做好对改革政策的解读和宣传工作，形成推动改革落地见效的良好氛围，确保“多证合一”改革各项措施顺利推进。

九、完善配套制度和政策，确保改革于法有据

坚持基层先行先试与依法推动相结合，大力推进相关法律法规修订和改革配套政策联动。各地区、各部门在推进“多证合一”改革时，要充分做好沟通和衔接工作，在全面梳理、分类处理涉企证照事项的基础上，对确需在全国范围内合并的事项中涉及法律、法规、规章和规范性文件修改、完善和清理的，要按照职责分工，依照法定程序开展相关工作，确保改革在法治轨道上推进。

十、加强窗口建设，做好人员、设施、经费保障

坚持内强素质与外提能力相结合，以内挖潜力、充分利用原有设施为重点，做好人员、设施、经费保障工作。“多证合一”改革后，基层登记窗口压力将进一步增大。各地区要通过合理调整、优化机构和人员配置，配足配强窗口人员队伍，确有必要时可以采用政府购买服务等方式，提高窗口服务能力。要加强窗口工作人员培训，提高业务素质。要优化支出结构，加强窗口软硬件设施配备，做好信息化保障。

十一、加强督查考核，完善激励机制

坚持鼓励先进与鞭策落后相结合，充分调动干事创业积极性、主动性。各地区要通过制定任务清单、将落实情况纳入政府工作考核内容等方式，把“多证合一”改革摆进地方经济社会发展大局考虑，加强督查，形成有效激励机制和容错纠错机制。要对接国际营商环境指标，加强对本地区营商环境便利化的评估和排名工作，建立开办企业时间统计通报制度，研究建立新生市场主体统计调查、监测分析制度。相关部门要组织联合督导，对改革进展情况进行监督检查。

4、中国银监会：商业银行押品管理指引

第一章 总 则

第一条 为规范商业银行押品管理，根据《中华人民共和国银行业监督管理法》、《中华人民共和国商业银行法》、《中华人民共和国物权法》和《中华人民共和国担保法》等法律法规，制定本指引。

第二条 中华人民共和国境内依法设立的商业银行适用本指引。

第三条 本指引所称押品是指债务人或第三方为担保商业银行相关债权实现，抵押或质押给商业银行，用于缓释信用风险的财产或权利。

第四条 商业银行应将押品管理纳入全面风险管理体系，完善与押品管理相关的治理架构、管理制度、业务流程、信息系统等。

第五条 商业银行押品管理应遵循以下原则：

- （一）合法性原则。押品管理应符合法律法规规定。
- （二）有效性原则。抵质押担保手续完备，押品估值合理并易于处置变现，具有较好的债权保障作用。
- （三）审慎性原则。充分考虑押品本身可能存在的风险因素，审慎制定押品管理政策，动态评估押品价值及风险缓释作用。
- （四）从属性原则。商业银行使用押品缓释信用风险应以全面评估债务人的偿债能力为前提。

第六条 中国银监会对商业银行押品管理进行监督检查，对不能满足本指引要求的商业银行，视情况采取相应的监管措施。

第二章 管理体系

第七条 商业银行应健全押品管理的治理架构，明确董事会、高级管理层、相关部门和岗位人员的押品管理职责。

第八条 董事会应督促高级管理层在全面风险管理体系框架下构建押品管理体系，切实履行押品管理职责。

第九条 高级管理层应规范押品管理制度流程，落实各项押品管理措施，确保押品管理体系与业务发展、风险管理水平相适应。

第十条 商业银行应明确前、中、后台各业务部门的押品管理职责，内审部门应将押品管理纳入内部审计范畴定期进行审计。

商业银行应确定押品管理牵头部门，统筹协调押品管理，包括制定押品管理制度、推动信息化建设、开展风险监测、组织业务培训等。

第十一条 商业银行应根据需要，设置押品价值评估、抵质押登记、保管等相关业务岗位，明确岗位职责，配备充足人员，确保相关人员具备必要的专业知识和业务能力。同时，应采取建立回避制度、流程化管理等措施防范操作风险。

第十二条 商业银行应健全押品管理制度和流程，明确可接受的押品类型、目录、抵质押率、估值方法及频率、担保设立及变更、存续期管理、返还和处置等相关要求。

第十三条 商业银行应建立押品管理信息系统，持续收集押品类型、押品估值、抵质押率等相关信息，支持对押品及相关担保业务开展统计分析，动态监控押品债权保障作用和风险缓释能力，将业务管控规则嵌入信息系统，加强系统制约，防范抵质押业务风险。

第十四条 商业银行应真实、完整保存押品管理过程中产生的各类文档，包括押品调查文档、估值文档、存续期管理记录等相关资料，并易于检索和查询。

第三章 风险管理

第十五条 商业银行接受的押品应符合以下基本条件：

- （一）押品真实存在；
- （二）押品权属关系清晰，抵押（出质）人对押品具有处分权；
- （三）押品符合法律法规规定或国家政策要求；
- （四）押品具有良好的变现能力。

第十六条 商业银行应至少将押品分为金融质押品、房地产、应收账款和其他押品等类别，并在此基础上进一步细分。同时，应结合本行业务实践和风控水平，确定可接受的押品目录，且至少每年更新一次。

第十七条 商业银行应遵循客观、审慎原则，依据评估准则及相关规程、规范，明确各类押品的估值方法，并保持连续性。原则上，对于有活跃交易市场、有明确交易价格的押品，应参考市场价格确定押品价值。采用其他方法估值时，评估价值不能超过当前合理市场价格。

第十八条 商业银行应根据不同押品的价值波动特性，合理确定价值重估频率，每年应至少重估一次。价格波动较大的押品应适当提高重估频率，有活跃交易市场的金融质押品应进行盯市估值。

第十九条 商业银行应明确押品估值的责任主体以及估值流程，包括发起、评估、确认等相关环节。对于外部估值情形，其评估结果应由内部审核确认。

第二十条 商业银行应审慎确定各类押品的抵质押率上限，并根据经济周期、风险状况和市场环境及时调整。

抵质押率指押品担保本金余额与押品估值的比率：抵质押率=押品担保本金余额÷押品估值×100%。

第二十一条 商业银行应建立动态监测机制，跟踪押品相关政策及行业、地区环境变化，分析其对押品价值的影响，及时发布预警信息，必要时采取相应措施。

第二十二条 商业银行应加强押品集中度管理，采取必要措施，防范因单一押品或单一类型押品占比过高产生的风险。

第二十三条 商业银行应根据押品重要程度和风险状况,定期对押品开展压力测试,原则上每年至少进行一次,并根据测试结果采取应对措施。

第四章 押品调查与评估

第二十四条 商业银行各类表内外业务采用抵质押担保的,应对押品情况进行调查与评估,主要包括受理、调查、估值、审批等环节。

第二十五条 商业银行应明确抵押(出质)人需提供的材料范围,及时、全面收集押品相关信息和材料。

第二十六条 商业银行应对抵押(出质)人以及押品情况进行调查并形成书面意见,包括但不限于押品权属及抵质押行为的合法性、押品及其权属证书的真实性、押品变现能力、押品与债务人风险的相关性,以及抵押(出质)人的担保意愿、与债务人的关联关系等。

第二十七条 押品调查方式包括现场调查和非现场调查,原则上以现场调查为主,非现场调查为辅。

第二十八条 商业银行应按照既定的方法、频率、流程对押品进行估值,并将评估价值和变现能力作为业务审批的参考因素。

第二十九条 下列情形下,押品应由外部评估机构进行估值:

(一) 法律法规及政策规定、人民法院、仲裁机关等要求必须由外部评估机构估值的押品;

(二) 监管部门要求由外部评估机构估值的押品;

(三) 因估值技术性要求较高,本行不具备评估专业能力的押品;

(四) 其他确需外部评估机构估值的押品。

第三十条 商业银行应明确外部评估机构的准入条件,选择符合法定要求、取得相应专业资质的评估机构,实行名单制管理,定期开展后评价,动态调整合作名单。原则上不接受名单以外的外部评估机构的估值结果,确需名单以外的外部评估机构估值的,应审慎控制适用范围。

第三十一条 商业银行应参考押品调查意见和估值结果,对抵质押业务进行审批。

第五章 抵质押设立与存续期管理

第三十二条 商业银行办理抵质押担保业务时，应签订合法、有效的书面主合同及抵质押从合同，押品存续期限原则上不短于主债权期限。主从合同合一的，应在合同中明确抵质押担保事项。

第三十三条 对于法律法规规定抵质押权经登记生效或未经登记不得对抗善意第三人的押品，应按登记部门要求办理抵质押登记，取得他项权利证书或其他抵质押登记证明，确保抵质押登记真实有效。

第三十四条 对于法律规定以移交占有为质权生效要件的押品和应移交商业银行保管的权属证书，商业银行应办理转移占有的交付或止付手续，并采取必要措施，确保押品真实有效。

第三十五条 押品由第三方监管的，商业银行应明确押品第三方监管的准入条件，对合作的监管方实行名单制管理，加强日常监控，全面评价其管理能力和资信状况。对于需要移交第三方保管的押品，商业银行应与抵押（出质）人、监管方签订监管合同或协议，明确监管方的监管责任和违约赔偿责任。监管方应将押品与其他资产相分离，不得重复出具仓储单据或类似证明。

第三十六条 商业银行应明确押品及其权属证书的保管方式和操作要求，妥善保管抵押（出质）人依法移交的押品或权属证书。

第三十七条 商业银行应按规定频率对押品进行价值重估。出现下列情形之一的，即使未到重估时点，也应重新估值：

- （一）押品市场价格发生较大波动；
- （二）发生合同约定的违约事件；
- （三）押品担保的债权形成不良；
- （四）其他需要重估的情形。

第三十八条 发生可能影响抵质押权实现或出现其他需要补充变更押品的情形时，商业银行应及时采取补充担保等相关措施防范风险。

第三十九条 抵质押合同明确约定警戒线或平仓线的押品，商业银行应加强押品价格监控，触及警戒线时要及时采取防控措施，触及强制平仓条件时应按合同约定平仓。

第四十条 商业银行在对押品相关主合同办理展期、重组、担保方案变更等

业务时，应确保抵质押担保的连续性和有效性，防止债权悬空。

第四十一条 商业银行应对押品管理情况进行定期或不定期检查，重点检查押品保管情况以及权属变更情况，排查风险隐患，评估相关影响，并以书面形式在相关报告中反映。原则上不低于每年一次。

第六章 押品返还与处置

第四十二条 出现下列情形之一的，商业银行应办理抵质押注销登记手续，返还押品或权属证书：

- （一）抵质押担保合同履行完毕，押品所担保的债务已经全部清偿；
- （二）人民法院解除抵质押担保裁判生效；
- （三）其他法定或约定情形。

第四十三条 商业银行向受让方转让抵质押担保债权的，应协助受让方办理担保变更手续。

第四十四条 债务人未能按期清偿押品担保的债务或发生其他风险状况的，商业银行应根据合同约定，按照损失最小化原则，合理选择行使抵质押权的时机和方式，通过变卖、拍卖、折价等合法方式及时行使抵质押权，或通过其他方式保障合同约定的权利。

第四十五条 处置押品回收的价款超过合同约定主债权金额、利息、违约金、损害赔偿金和实现债权的相关费用的，商业银行应依法将超过部分退还抵押（出质）人；价款低于合同约定主债权本息及相关费用的，不足部分依法由债务人清偿。

第七章 附 则

第四十六条 本指引由中国银监会负责解释。

第四十七条 中国银监会监管的其他银行业金融机构参照本指引执行。

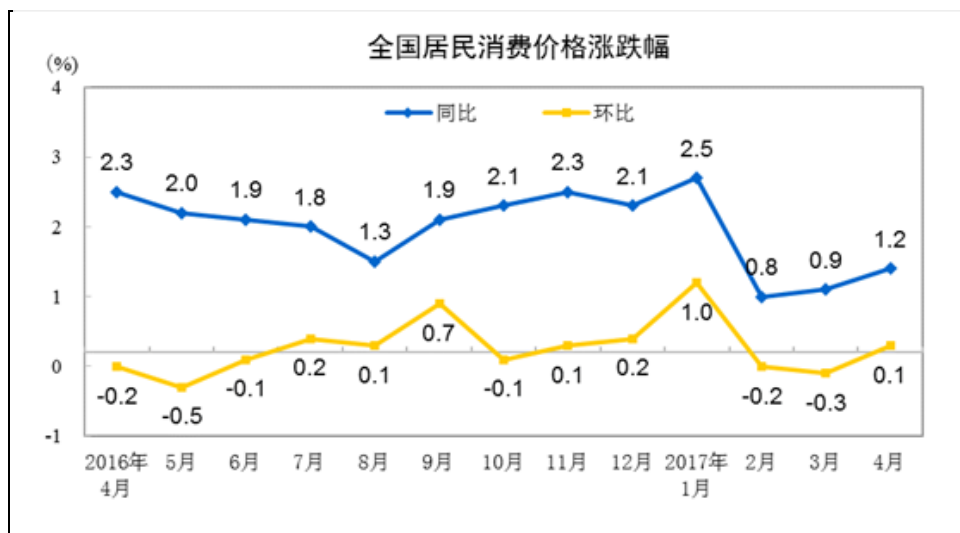
第四十八条 本指引自印发之日起施行。

二、经济观察

1、2017年4月份居民消费价格同比上涨1.2%

2017年4月份，全国居民消费价格总水平同比上涨1.2%。其中，城市上涨1.3%，农村上涨0.8%；食品价格下降3.5%，非食品价格上涨2.4%；消费品价格上涨0.2%，服务价格上涨2.9%。1-4月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨1.4%。

4月份，全国居民消费价格总水平环比上涨0.1%。其中，城市上涨0.1%，农村持平；食品价格下降0.6%，非食品价格上涨0.2%；消费品价格下降0.1%，服务价格上涨0.4%。



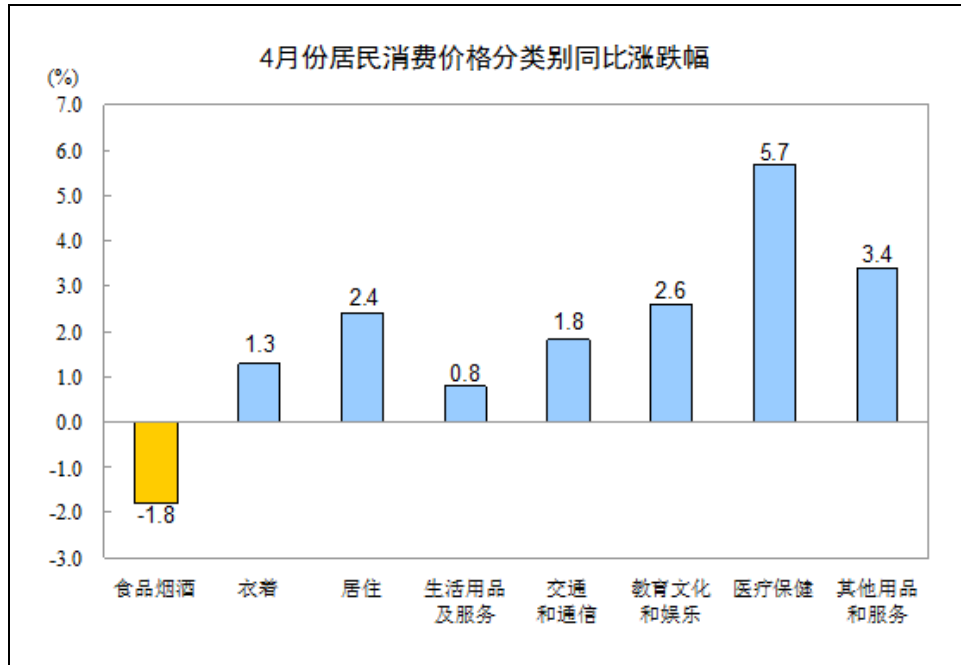
一、各类商品及服务价格同比变动情况

4月份，食品烟酒价格同比下降1.8%，影响CPI下降约0.56个百分点。其中，鲜菜价格下降21.6%，影响CPI下降约0.65个百分点；蛋价格下降11.4%，影响CPI下降约0.07个百分点；畜肉类价格下降4.6%，影响CPI下降约0.23个百分点（猪肉价格下降8.1%，影响CPI下降约0.24个百分点）；水产品价格上涨5.9%，影响CPI上涨约0.11个百分点；鲜果价格上涨5.9%，影响CPI上涨约0.10个百分点；粮食价格上涨1.5%，影响CPI上涨约0.03个百分点。

其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健价格上涨5.7%，其他用品和服务价格上涨3.4%，教育文化和娱乐价格上涨2.6%，居住价格上涨2.4%，

交通和通信、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 1.8%、1.3%和 0.8%。

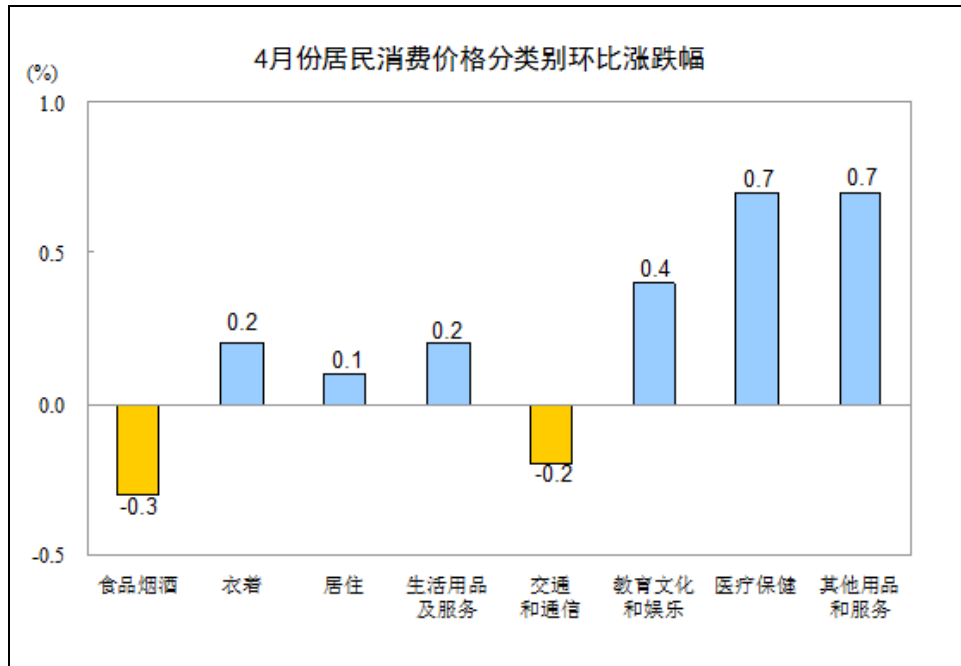
据测算，在 4 月份 1.2%的居民消费价格总水平同比涨幅中，去年价格上涨的翘尾因素约为 0.6 个百分点，新涨价因素约为 0.6 个百分点。



二、各类商品及服务价格环比变动情况

4 月份，食品烟酒价格环比下降 0.3%，影响 CPI 环比下降约 0.09 个百分点。其中，鲜菜价格下降 5.0%，影响 CPI 下降约 0.12 个百分点；畜肉类价格下降 1.2%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点（猪肉价格下降 2.0%，影响 CPI 下降约 0.05 个百分点）；鲜果价格上涨 1.9%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；水产品价格上涨 1.5%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

其他七大类价格环比六涨一降。其中，医疗保健、其他用品和服务价格均上涨 0.7%，教育文化和娱乐价格上涨 0.4%，衣着、生活用品及服务价格均上涨 0.2%，居住价格上涨 0.1%；交通和通信价格下降 0.2%。



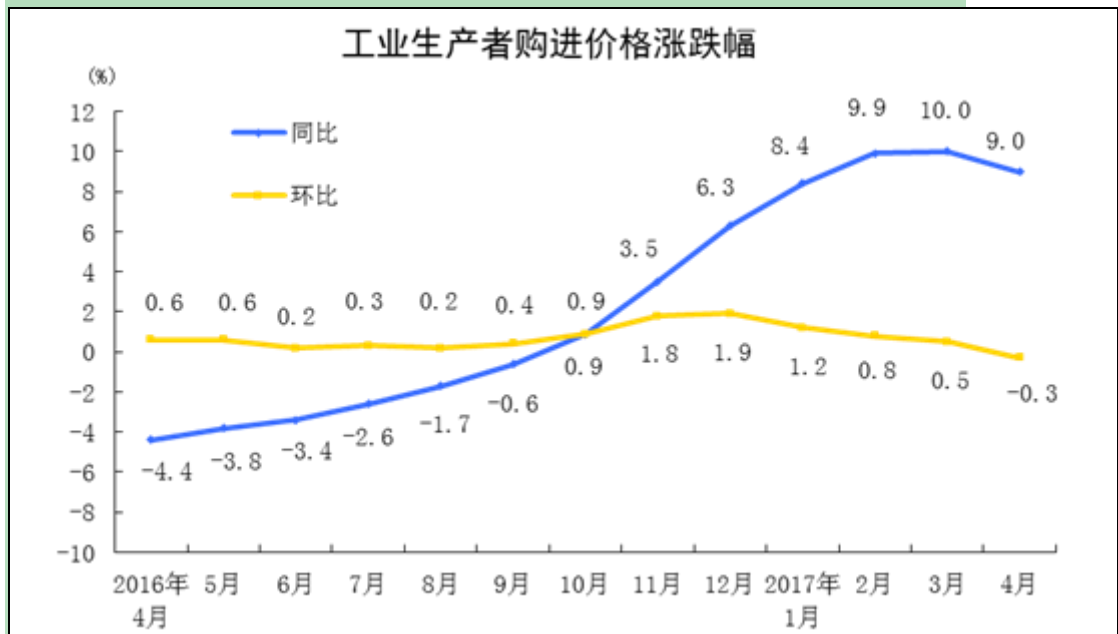
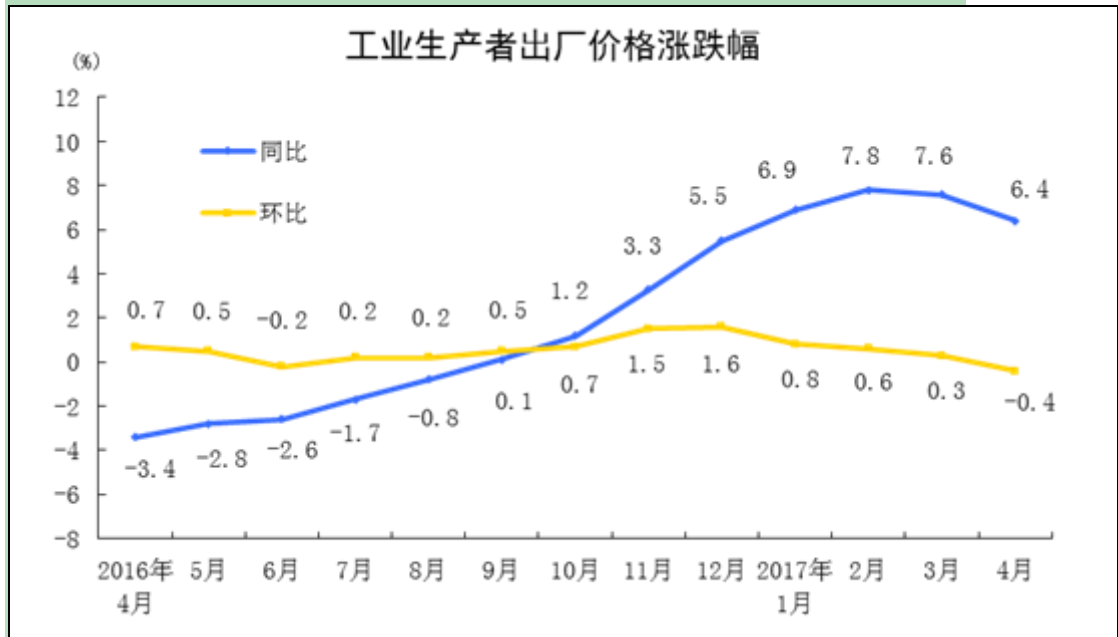
2017年4月居民消费价格主要数据

	4月		1-4月
	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	涨跌幅 (%)
居民消费价格	0.1	1.2	1.4
其中：城市	0.1	1.3	1.5
农村	0.0	0.8	1.1
其中：食品	-0.6	-3.5	-2.4
非食品	0.2	2.4	2.3
其中：消费品	-0.1	0.2	0.5
服务	0.4	2.9	2.8
其中：不包括食品和能源	0.3	2.1	2.1
其中：不包括鲜菜和鲜果	0.2	1.8	2.0
按类别分			
一、食品烟酒	-0.3	-1.8	-1.1
粮食	0.1	1.5	1.3
食用油	-0.3	0.3	1.2
鲜菜	-5.0	-21.6	-19.5
畜肉类	-1.2	-4.6	-0.1
其中：猪肉	-2.0	-8.1	-1.5
牛肉	0.0	0.1	0.0

羊肉	0.1	0.0	-0.1
水产品	1.5	5.9	4.8
蛋类	-0.6	-11.4	-11.8
奶类	0.1	0.0	-0.2
鲜果	1.9	5.9	3.9
烟草	0.0	-0.2	-0.2
酒类	0.4	2.0	1.4
二、衣着	0.2	1.3	1.2
服装	0.2	1.3	1.2
衣着加工服务费	0.2	4.2	4.4
鞋类	0.2	1.1	1.1
三、居住	0.1	2.4	2.4
租房房租	0.2	2.8	3.0
水电燃料	0.0	1.9	1.7
四、生活用品及服务	0.2	0.8	0.6
家用器具	0.3	-0.1	-0.6
家庭服务	0.2	4.0	4.2
五、交通和通信	-0.2	1.8	1.9
交通工具	-0.2	-1.4	-1.4
交通工具用燃料	-1.5	14.8	16.5
交通工具使用和维修	0.0	1.8	1.7
通信工具	-0.3	-3.7	-3.7
通信服务	0.1	-0.1	-0.2
邮递服务	0.0	0.1	0.1
六、教育文化和娱乐	0.4	2.6	2.5
教育服务	0.1	3.4	3.3
旅游	1.5	4.2	4.2
七、医疗保健	0.7	5.7	5.3
中药	0.6	5.9	5.7
西药	0.3	6.1	6.2
医疗服务	0.9	5.6	4.9
八、其他用品和服务	0.7	3.4	3.5

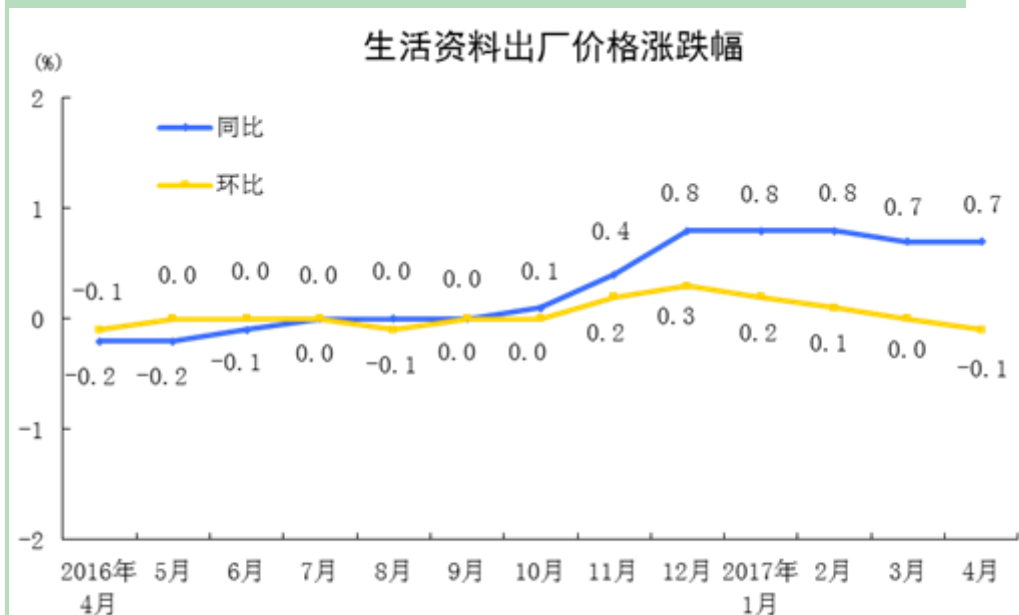
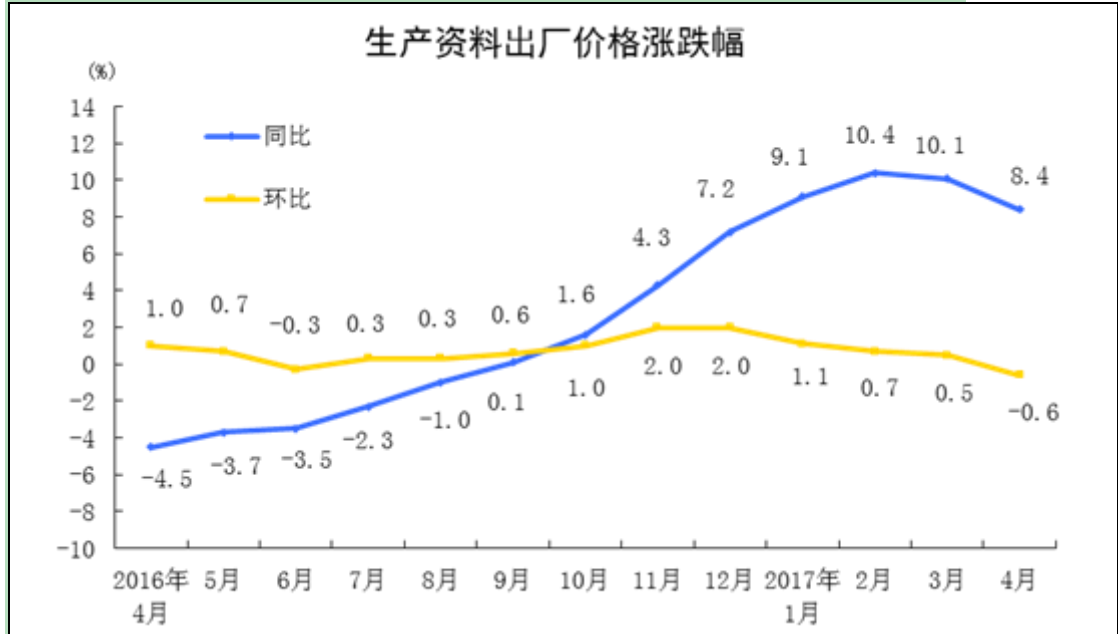
2、2017年4月份工业生产者出厂价格同比上涨6.4%

2017年4月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨6.4%，环比下降0.4%。工业生产者购进价格同比上涨9.0%，环比下降0.3%。1-4月份平均，工业生产者出厂价格同比上涨7.2%，工业生产者购进价格同比上涨9.3%。



一、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 8.4%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 6.2 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 28.3%，原材料工业价格上涨 13.0%，加工工业价格上涨 5.2%。生活资料价格同比上涨 0.7%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 0.5%，衣着价格上涨 1.5%，一般日用品价格上涨 1.4%，耐用消费品价格下降 0.1%。



据测算，在 4 月份 6.4% 的工业生产者出厂价格总水平同比涨幅中，去年价格变动的翘尾因素约为 5.1 个百分点，新涨价因素约为 1.3 个百分点。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格同比上涨 17.6%，黑色金属材料类价格上涨 17.3%，有色金属材料及电线类价格上涨 15.4%，化工原料类价格上涨 8.1%。

二、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比下降 0.6%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.4 个百分点。其中，采掘工业价格下降 1.2%，原材料工业价格下降 0.8%，加工工业价格下降 0.4%。生活资料价格环比下降 0.1%。其中，食品价格下降 0.2%，衣着价格持平（涨跌幅度为 0），一般日用品价格下降 0.1%，耐用消费品价格上涨 0.1%。

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格环比下降 1.1%，化工原料类价格下降 1.0%，燃料动力类价格下降 0.3%，有色金属材料及电线类价格下降 0.1%。

2017 年 4 月工业生产者价格主要数据			
	4 月		1-4 月平均
	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)
一、工业生产者出厂价格	-0.4	6.4	7.2
生产资料	-0.6	8.4	9.5
采掘	-1.2	28.3	32.2
原材料	-0.8	13.0	14.1
加工	-0.4	5.2	6.0
生活资料	-0.1	0.7	0.8
食品	-0.2	0.5	0.9
衣着	0.0	1.5	1.3
一般日用品	-0.1	1.4	1.5
耐用消费品	0.1	-0.1	-0.4
二、工业生产者购进价格	-0.3	9.0	9.3
燃料、动力类	-0.3	17.6	17.5
黑色金属材料类	-1.1	17.3	19.8
有色金属材料及电线类	-0.1	15.4	16.1
化工原料类	-1.0	8.1	9.1
木材及纸浆类	-0.1	4.7	4.1
建筑材料及非金属类	1.1	7.8	6.4
其它工业原材料及半成品类	-0.1	2.6	2.7

农副产品类	-0.2	2.3	2.6
纺织原料类	0.0	4.7	4.2
三、工业生产者主要行业出厂价格			
煤炭开采和洗选业	0.3	40.4	39.5
石油和天然气开采业	-4.2	43.0	62.6
黑色金属矿采选业	-2.6	21.8	25.5
有色金属矿采选业	0.7	14.9	16.2
非金属矿采选业	0.3	3.6	2.9
农副食品加工业	-0.5	1.0	1.8
食品制造业	0.1	1.3	1.0
酒、饮料和精制茶制造业	0.1	-0.2	-0.4
烟草制品业	0.0	0.0	0.0
纺织业	0.1	3.8	3.3
纺织服装、服饰业	-0.1	1.0	0.9
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	-0.1	0.5	0.3
造纸和纸制品业	-0.7	6.1	6.3
印刷和记录媒介复制业	-0.1	0.9	0.8
石油加工、炼焦和核燃料加工业	-0.9	27.5	28.0
化学原料和化学制品制造业	-1.3	9.2	10.5
医药制造业	0.1	1.1	0.9
化学纤维制造业	-1.2	8.8	10.2
橡胶和塑料制品业	0.0	2.7	2.1
非金属矿物制品业	0.9	6.5	5.5
黑色金属冶炼和压延加工业	-3.1	22.3	33.8
有色金属冶炼和压延加工业	-0.2	15.8	17.5
金属制品业	0.1	5.0	5.0
通用设备制造业	0.0	0.6	0.5
汽车制造业	0.0	-0.4	-0.5
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	0.1	1.4	1.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	-0.2	0.4	0.1
电力、热力生产和供应业	0.0	-0.9	-1.4
燃气生产和供应业	-0.1	2.1	1.3
水的生产和供应业	0.2	1.8	2.0

3、2017年4月份CPI同比涨幅扩大PPI同比涨幅继续回落

国家统计局5月10日发布的2017年4月份全国居民消费价格指数（CPI）和工业生产者出厂价格指数（PPI）数据显示，CPI环比上涨0.1%，同比上涨1.2%；PPI环比下降0.4%，同比上涨6.4%。对此，国家统计局城市司高级统计师绳国庆进行了解读。

一、居民消费价格环比上涨，同比涨幅扩大

从环比看，CPI 上涨主要是受非食品价格上涨的影响。非食品价格环比上涨 0.2%，影响 CPI 上涨 0.18 个百分点。受清明节和劳动节假期影响，4 月份飞机票、宾馆住宿和旅行社价格环比分别上涨 6.4%、3.3%和 1.7%，上述三项合计影响 CPI 上涨约 0.05 个百分点；部分地区启动医疗服务价格改革，医疗保健价格环比上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.06 个百分点；房租和装修费用价格继续上涨，带动居住价格上涨 0.1%，影响 CPI 环比上涨约 0.03 个百分点。食品价格受鲜菜和猪肉等价格继续下降的影响环比下降 0.6%，影响 CPI 下降约 0.11 个百分点。

从同比看，4 月份 CPI 上涨 1.2%，涨幅比上月扩大 0.3 个百分点，但比一季度平均涨幅低 0.2 个百分点。非食品价格同比上涨 2.4%，影响 CPI 上涨约 1.90 个百分点。其中，医疗保健价格上涨 5.7%，旅游价格上涨 4.2%，交通和教育服务价格均上涨 3.4%，居住价格上涨 2.4%。食品价格同比下降 3.5%，影响 CPI 下降约 0.73 个百分点。其中，鲜菜价格下降 21.6%，蛋、猪肉、禽肉价格分别下降 11.4%、8.1%和 2.7%。

据测算，在 4 月份 1.2%的同比涨幅中，去年价格变动的翘尾因素和新涨价因素均为 0.6 个百分点。

4 月份，扣除食品和能源的核心 CPI 同比上涨 2.1%，比上月扩大 0.1 个百分点，保持基本平稳态势。

二、工业生产者出厂价格环比由升转降，同比涨幅继续回落

从环比看，4 月份 PPI 由升转降，是去年 7 月份以来的首次下降。其中，生产资料价格下降 0.6%，生活资料价格下降 0.1%。从主要行业看，价格有升有降。价格上升的有非金属矿物制品业、有色金属矿采选业、纺织业等，煤炭开采和洗选业则由降转升，上涨 0.3%；价格由升转降的有黑色金属冶炼和压延加工业、黑色金属矿采选业、化学原料和化学制品制造业，分别下降 3.1%、2.6%和 1.3%；价格降幅扩大的有石油和天然气开采业、石油加工业，分别下降 4.2%和 0.9%，降幅比上月分别扩大 4.1 和 0.3 个百分点。

从同比看，4月份PPI上涨6.4%，涨幅比上月回落1.2个百分点，而上月涨幅为回落0.2个百分点。在调查的40个工业大类行业中，34个行业产品价格同比上涨，比上月增加1个。其中，石油和天然气开采业价格上涨43.0%，煤炭开采和洗选业价格上涨40.4%，石油加工业价格上涨27.5%，黑色金属冶炼和压延加工业价格上涨22.3%，有色金属冶炼和压延加工业价格上涨15.8%，化学原料和化学制品制造业价格上涨9.2%。上述六大行业合计影响PPI同比上涨约4.9个百分点，占总涨幅的76.6%。

据测算，在4月份6.4%的同比涨幅中，去年价格变动的翘尾因素约为5.1个百分点，新涨价因素约为1.3个百分点。

4、50个城市主要食品平均价格变动情况

商品名称	规格等级	单位	本期价格(元)	比上期价格涨跌(元)	涨跌幅(%)
大米	粳米	千克	6.38	0.01	0.2
面粉	富强粉	千克	6.27	0.02	0.3
面粉	标准粉	千克	5.21	0.01	0.2
豆制品	豆腐	千克	4.80	-0.01	-0.2
花生油	压榨一级	升	27.97	0.03	0.1
大豆油	5L桶装	升	9.88	-0.01	-0.1
菜籽油	一级散装	升	13.94	0.07	0.5
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	27.49	-0.27	-1.0
猪肉	五花肉	千克	28.91	-0.31	-1.1
牛肉	腿肉	千克	66.96	0.07	0.1
羊肉	腿肉	千克	58.35	0.03	0.1
鸡	白条鸡	千克	21.57	0.05	0.2
鸡	鸡胸肉	千克	19.78	-0.04	-0.2
鸭	白条鸭	千克	17.70	0.02	0.1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	7.33	-0.11	-1.5
活鲤鱼		千克	15.64	0.06	0.4
活草鱼		千克	18.41	0.24	1.3
带鱼		千克	38.85	0.35	0.9
大白菜		千克	2.71	0.12	4.6
油菜		千克	4.59	0.04	0.9
芹菜		千克	5.23	0.25	5.0
黄瓜		千克	5.04	-0.33	-6.2
西红柿		千克	7.02	0.07	1.0
豆角		千克	9.90	-0.70	-6.6
土豆		千克	4.65	0.04	0.9

苹果	富士苹果	千克	12.11	0.05	0.4
香蕉	国产	千克	7.21	0.25	3.6
注：上期为 2017 年 4 月 21-30 日。					

5、流通领域重要生产资料市场价格变动情况

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，2017 年 5 月上旬，与 4 月下旬相比，15 种产品价格上涨，28 种下降，7 种持平。

流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2017 年 5 月 1 日—10 日）				
产品名称	单位	本期价格（元）	比上期价格涨跌（元）	涨跌幅（%）
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	3557.1	174.3	5.2
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	3575.0	149.1	4.4
普通中板（20mm, Q235）	吨	3319.8	62.0	1.9
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	3277.3	74.9	2.3
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	4362.0	9.2	0.2
角钢（5#）	吨	3575.2	106.6	3.1
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	45548.9	-471.0	-1.0
铝锭（A00）	吨	13785.1	-341.7	-2.4
铅锭（1#）	吨	16102.1	31.7	0.2
锌锭（0#）	吨	22067.1	119.6	0.5
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	230.0	-10.0	-4.2
烧碱（液碱，32%）	吨	957.3	2.0	0.2
甲醇（优等品）	吨	2243.1	-138.2	-5.8
纯苯（石油苯，工业级）	吨	6207.1	-230.4	-3.6
苯乙烯（一级品）	吨	8555.7	-519.3	-5.7
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	9078.4	-1.4	0.0
聚丙烯（T30S）	吨	8183.1	-117.4	-1.4
聚氯乙烯（SG5）	吨	5706.9	100.5	1.8
顺丁胶（BR9000）	吨	14657.1	-582.9	-3.8
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	7796.4	-270.3	-3.4
四、石油天然气				
液化天然气（LNG）	吨	3224.7	-26.9	-0.8
液化石油气（LPG）	吨	3923.2	-233.9	-5.6
汽油（95#国V）	吨	6958.6	-69.3	-1.0

流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2017年5月1日—10日）				
产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨 跌(元)	涨 跌 幅 (%)
汽油（92#国V）	吨	6505.2	-77.1	-1.2
柴油（0#国V）	吨	5525.7	-77.7	-1.4
石蜡（58#半）	吨	7921.4	0.0	0.0
五、煤炭				
无烟煤（2号洗中块）	吨	959.2	0.0	0.0
普通混煤（4500大卡）	吨	490.7	-4.3	-0.9
山西大混（5000大卡）	吨	539.3	-14.0	-2.5
山西优混（5500大卡）	吨	599.3	-0.7	-0.1
大同混煤（5800大卡）	吨	634.3	-0.7	-0.1
焦煤（1/3焦煤）	吨	1087.1	-12.9	-1.2
焦炭（二级冶金焦）	吨	1731.6	-66.4	-3.7
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥（P.C 32.5R袋装）	吨	326.8	-3.0	-0.9
普通硅酸盐水泥（P.O 42.5散装）	吨	351.0	-3.5	-1.0
浮法平板玻璃（4.8-5mm）	吨	1533.2	6.9	0.5
七、农产品				
稻米（粳稻米）	吨	4364.4	0.0	0.0
小麦（国标三等）	吨	2646.1	-2.9	-0.1
玉米（黄玉米二等）	吨	1624.2	3.7	0.2
棉花（皮棉，白棉三级）	吨	15662.2	42.0	0.3
生猪（外三元）	千克	14.5	-0.3	-2.0
大豆（黄豆）	吨	4142.6	-16.8	-0.4
豆粕（粗蛋白含量≥43%）	吨	3003.0	-11.1	-0.4
花生（油料花生米）	吨	7442.9	-232.1	-3.0
八、农业生产资料				
尿素（小颗粒）	吨	1611.2	5.5	0.3
复合肥（硫酸钾复合肥）	吨	2305.0	0.0	0.0
农药（草甘膦，95%原药）	吨	21683.9	-3.6	0.0
九、林产品				
人造板（1220*2440*15mm）	张	49.8	0.0	0.0
纸浆（漂白化学浆）	吨	4973.3	-21.4	-0.4
瓦楞纸（高强）	吨	2994.9	14.9	0.5
注：上期为2017年4月21日—30日。				

6、4 月份国民经济继续保持稳中向好态势

4 月份，各地区各部门认真贯彻落实党中央国务院决策部署，国民经济继续保持总体平稳、稳中向好的发展态势。生产领域稳定增长，市场需求不断扩大，就业形势持续向好，消费物价温和上涨，供给侧结构性改革深入推进，新旧动能加快转换，经济运行质量效益进一步改善。

一、工业稳定增长，企业利润增长较快

4 月份，全国规模以上工业增加值同比实际增长 6.5%，增速比上月回落 1.1 个百分点，比上年同月加快 0.5 个百分点。分经济类型看，国有控股企业增加值同比增长 5.6%，集体企业增长 1.9%，股份制企业增长 6.9%，外商及港澳台商投资企业增长 5.5%。分三大门类看，采矿业增加值同比下降 0.4%，制造业增长 6.9%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长 7.8%。工业结构继续优化，高技术产业和装备制造业增加值同比分别增长 12.3%和 10.3%，增速分别比规模以上工业快 5.8 和 3.8 个百分点。规模以上工业企业产销率达到 97.6%。从环比看，4 月份全国规模以上工业增加值比上月增长 0.56%。1-4 月份，全国规模以上工业增加值同比增长 6.7%。

1-3 月份，全国规模以上工业企业实现利润总额 17043 亿元，同比增长 28.3%。规模以上工业企业每百元主营业务收入中的成本为 85.25 元，同比减少 0.15 元；主营业务收入利润率为 6.13%，同比提高 0.68 个百分点。3 月末，规模以上工业企业资产负债率为 56.2%，同比下降 0.7 个百分点。

二、服务业保持较快增长，景气继续扩张

4 月份，全国服务业生产指数同比增长 8.1%，增速比上月回落 0.2 个百分点，今年以来一直保持在 8%以上较高水平。1-4 月份，全国服务业生产指数同比增长 8.2%。其中，信息传输、软件和信息技术服务业，交通运输、仓储和邮政业，租赁和商务服务业保持较快增长态势。

4 月份，服务业商务活动指数为 52.6%，比上月回落 1.6 个百分点，比上年同月提高 0.1 个百分点，继续保持在 50%的临界值以上。其中，零售业、铁路运输业、航空运输业、邮政业、住宿业、电信广播电视和卫星传输服务、互联网及软件信息技术服务等行业商务活动指数均位于 55%及以上的较高景气区间。

三、固定资产投资增速平稳，基础设施投资增长较快

1-4 月份，全国固定资产投资（不含农户）144327 亿元，同比增长 8.9%，增速比 1-3 月份回落 0.3 个百分点。其中，国有控股投资 51476 亿元，增长 13.8%；民间投资 88053 亿元，增长 6.9%，占全部投资的比重为 61.0%。分产业看，第一产业投资 3931 亿元，同比增长 19.1%；第二产业投资 54596 亿元，增长 3.5%，其中制造业投资 45379 亿元，增长 4.9%；第三产业投资 85801 亿元，增长 12.1%。基础设施投资 29789 亿元，增长 23.3%。高技术制造业投资增长 22.6%，增速快于全部投资 13.7 个百分点。固定资产投资到位资金 155793 亿元，同比下降 1.4%。新开工项目计划总投资 107911 亿元，同比下降 5.9%。从环比看，4 月份全国固定资产投资（不含农户）比上月增长 0.71%。

四、房地产开发投资继续增加，商品房待售面积进一步减少

1-4 月份，全国房地产开发投资 27732 亿元，同比增长 9.3%，增速比 1-3 月份加快 0.2 个百分点，其中住宅投资增长 10.6%。房屋新开工面积 48240 万平方米，同比增长 11.1%，其中住宅新开工面积增长 17.5%。全国商品房销售面积 41655 万平方米，同比增长 15.7%，其中住宅销售面积增长 13.0%。全国商品房销售额 33223 亿元，同比增长 20.1%，其中住宅销售额增长 16.1%。房地产开发企业土地购置面积 5528 万平方米，同比增长 8.1%。4 月末，全国商品房待售面积 67469 万平方米，比 3 月末减少 1341 万平方米。1-4 月份，房地产开发企业到位资金 47221 亿元，同比增长 11.4%。

五、市场销售稳定增长，网上零售比重提升

4 月份，社会消费品零售总额 27278 亿元，同比增长 10.7%，增速比上月回落 0.2 个百分点，比上年同月加快 0.6 个百分点。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 23483 亿元，同比增长 10.4%；乡村消费品零售额 3795 亿元，增长 12.6%。按消费类型分，餐饮收入 2886 亿元，同比增长 11.1%；商品零售 24393 亿元，增长 10.6%，其中限额以上单位商品零售 11532 亿元，增长 9.3%。从环比看，4 月份社会消费品零售总额比上月增长 0.79%。1-4 月份，社会消费品零售总额同比增长 10.2%。

1-4 月份，全国网上零售额 19180 亿元，同比增长 32.0%。其中，实物商品网上零售额 14617 亿元，增长 25.9%，占社会消费品零售总额的比重为 12.9%，比上年同期提高 1.8 个百分点。

六、居民消费价格温和上涨，工业生产者价格涨势放缓

4月份，全国居民消费价格同比上涨1.2%，涨幅比上月扩大0.3个百分点。分类别看，食品烟酒价格同比下降1.8%，衣着上涨1.3%，居住上涨2.4%，生活用品及服务上涨0.8%，交通和通信上涨1.8%，教育文化和娱乐上涨2.6%，医疗保健上涨5.7%，其他用品和服务上涨3.4%。在食品烟酒价格中，粮食价格上涨1.5%，猪肉价格下降8.1%，鲜菜价格下降21.6%。4月份，居民消费价格环比上涨0.1%。1-4月份，全国居民消费价格同比上涨1.4%。

4月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨6.4%，涨幅比上月回落1.2个百分点，环比下降0.4%。1-4月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨7.2%。4月份，全国工业生产者购进价格同比上涨9.0%，环比下降0.3%。1-4月份，全国工业生产者购进价格同比上涨9.3%。

七、进出口较快增长，机电产品出口份额较高

4月份，进出口总额22205亿元，同比增长16.2%。其中，出口12414亿元，增长14.3%；进口9791亿元，增长18.6%。进出口相抵，贸易顺差2623亿元。1-4月份，进出口总额84205亿元，同比增长20.3%。其中，出口45678亿元，增长14.7%，机电产品出口占出口总额的57.7%；进口38527亿元，增长27.8%。

4月份，规模以上工业企业实现出口交货值10192亿元，同比增长10.8%。1-4月份，规模以上工业企业实现出口交货值38306亿元，同比增长10.3%。

总的来看，4月份经济运行延续了稳中向好的态势，积极因素继续增加。但也要看到，国内外环境依然复杂多变，结构性矛盾尚未根本缓解，一些新情况新问题需要密切关注。下阶段，要在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，坚持稳中求进工作总基调，坚持以供给侧结构性改革为主线，继续适度扩大总需求，大力深化创新驱动，注重加强预期引导，全面做好稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险各项工作，确保经济平稳健康发展。

7、2017年1-4月餐饮数据分析：同比增长7.5%

国家统计局公布的最新数据显示，4月份，餐饮收入2886亿元，同比增长11.1%；1-4月份，餐饮收入2932亿元，同比增长7.5%。

图表 1 2016-2017 年中国餐饮收入及同比增速

时间	餐饮收入（亿元）			
	当月值	同比增长（%）	累计值	同比增长（%）
2016年1-2月	--	--	5651	11.3%
2016年1-3月	2651	11.4%	8302	11.3%
2016年1-4月	2596	11.6%	10898	11.4%
2016年1-5月	2878	10.9%	13776	11.3%
2016年1-6月	2907	11.1%	16683	11.2%
2016年1-7月	2884	10.9%	19567	11.2%
2016年1-8月	3036	10.3%	22603	11.1%
2016年1-9月	3011	10.6%	25614	11.0%
2016年1-10月	3492	10.0%	29105	10.9%
2016年1-11月	3342	10.1%	32447	10.8%
2016年1-12月	3352	10.6%	35799	10.8%
2017年1-2月	--	--	6251	10.6%
2017年1-3月	2945	11.1%	9196	10.8%
2017年1-4月	2886	11.1%	12082	10.9%

数据来源：中商产业研究院整理

从限额以上单位餐饮收入来看，4月份，限额以上单位餐饮收入721亿元，同比增长8.0%；1-4月份，限额以上单位餐饮收入2212亿元，同比增长7.3%。

图表 2 2016-2017 年中国限额以上单位餐饮收入及同比增速

时间	限额以上单位餐饮收入（亿元）			
	当月值	同比增长（%）	累计值	同比增长（%）
2016年1-2月	--	--	1411	6.4%
2016年1-3月	666	7.2%	2046	6.7%
2016年1-4月	674	8.0%	2751	7.0%
2016年1-5月	720	5.3%	3470	6.7%
2016年1-6月	747	6.0%	4218	6.6%
2016年1-7月	747	6.0%	4967	6.5%
2016年1-8月	775	4.4%	5743	6.2%
2016年1-9月	809	6.0%	6559	6.2%
2016年1-10月	855	4.7%	7409	6.0%
2016年1-11月	851	4.9%	8259	5.9%
2016年1-12月	946	6.7%	9213	6.0%
2017年1-2月	--	--	1494	6.9%
2017年1-3月	723	8.1%	2212	7.3%
2017年1-4月	721	8.0%	2932	7.5%

注：限额以上单位统计口径为 200 万元及以上的餐饮业企业（单位）

数据来源：中商产业研究院整理

三、投资市场

1、2017 大预测！

毫无疑问，物联网、大数据和人工智能，无疑是 2017 最被期待的几大趋势。从仍然处于分散状态的物联网到计算范式的快速波动，再到人工智能正在如何重塑我们的生活方式，每个人都在谈论这些趋势，但真正发生了什么？

以下是您需要怎样理解这些趋势，并如何从一个消费者的角度面对它们引领的未来。

大数据

按照 Wikipedia 的定义，大数据是一个数据集，它异常庞大或复杂，传统的数据处理应用软件完全不足以应对。由于数据集非常庞大，所面临的挑战包括抓取、存储、分析、数据管理、搜索、共享、传输、可视化、查询、更新和信息隐私等等。大数据的价值在于可以进一步用于参考预测分析，用户行为分析，高级数据方法（包括人工智能），而不仅仅停留在数据集的大小本身。

2017 年，期待区块链技术的应用的出现，特别是在分类帐系统中以代码编写的智能契约合同。这些通常比传统合同更安全和不可逆转，但同时在引用和执行这些合同时产生更高效率。

另外，数据自助服务解决方案的兴起也将使普通架构的公司能够分析其数据，而无需建立数据科学部门。这对于没有预算雇用数据科学家的中小企业来说是非常有价值的，要知道数据科学家在 2016 年是非常抢手的职业。

Hadoop 的使用也迅速下降，这个框架允许大型数据集的分布式处理，因为雇用必要的人才来支持这个框架在内部被证明是具有挑战性的。在云上使用应用程序来减少数据中心的支出成为更优化的选择，因而数据自助服务模式也更受欢迎。

研究公司 Gartner Inc. 在其数据分析数据管理解决方案魔力象限中指出“由于灵活性，敏捷性和运营定价模式，预期正在转向云作为替代部署选项。”

因此，由于更多的公司能够为员工提供从结构化和非结构化数据获得的正确知识，所以可以期待非公司高管人员同样更容易洞察公司的运营情况。

这是一把双刃剑，但随着大数据技术的发展，高管们的期望将是立即获得数据，而不是等待批量分析报告。因此，在对近乎实时产生的数据做出可行性分析产生的压力也随之而来。

物联网

福布斯将物联网描述为连接任何具有开启和关闭功能的设备（和/或彼此）的概念。这就是说，只要设备具有开关，就可能将其配置为物联网的一部分。

想象“智能家居”设备，如智能锁，当它检测到你的手机在附近时，就自动解锁；或者在检测到有移动时，自动开灯。

在 2016 年，我们看到来自许多具有类似解决方案的供应商的新突破。在 2017 年，我们预测这些供应商中的一些将战胜另一些，这意味着市场上只留下少数供应商。随着供应商的减少，我们预计监管和标准化也将发挥更大作用。与此同时，安全问题也将日益凸显，早在去年，乌克兰西部的一个电网就遭到了来自 IoT 网络的攻击破坏；关于无人驾驶汽车遭遇黑客的研究也引发了关注，所以 2017 年，物联网领域的安全问题可能有新动向和突破。

我们预测，两个主要领域的应用可能将成为物联网的焦点，即智能城市和智能家居。在智能家居部分，由于带宽是任何 IoT 技术工作的先决条件，预计今年网络管理网格或类似网状产品将有简易化的趋势。

这正是非营利蓝牙特别兴趣小组品牌和开发商营销副总裁 Errett Kroeter 所希望的，“目前网格划分的其他一些标准是难以设立的。我们的目标是保持网状网络简单，以便人们真正想要使用它们。”

物联网的发展，并与其他产生大量数据的设备和系统相结合，正在加速让人工智能成为现实，让人们得以真正从海量信息中创造出意义和价值。

2、民企如何抓住“一带一路”商机？10 位企业大佬的建议不得不听

我们来看 5 月 14 日国家主席习近平在“一带一路”国际合作高峰论坛上的演讲传递出来的一组重要数据：

2014 年至 2016 年，中国同“一带一路”沿线国家贸易总额超过 3 万亿美元。中国对“一带一路”沿线国家投资累计超过 500 亿美元。中国企业已经在 20 多个国家建设 56 个经贸合作区。

未来 3 年向中国将在参与“一带一路”建设的发展中国家和国际组织提供 600 亿元人民币援助，建设更多民生项目。

当然，企业家对时势风向有着天生的敏锐感。自“一带一路”倡导以来，不少企业家，已经将企业国际化的战略布局聚焦于“一带一路”。

壹

“一带一路”下的战略机遇

阿里巴巴集团董事局主席马云

当“一带一路”沿线国家和地区的中小企业、年轻人能够毫无障碍地自由贸易,将给世界经济带来翻天覆地的变化。“一带一路”配上世界电子贸易平台,将给中小企业和发展中国家带来新的机遇。未来,随着更多国家的响应和加入,还将有新的数字中枢覆盖更多的贸易路线,从而创造出全球化的“数字丝绸之路”。

万达集团董事长王健林

中国企业在“一带一路”有三方面的发展机遇,主要集中在欧亚大陆区域。首先是创新思路,要根据所在国具体国情,采取一国一策、一城一策,不能简单照搬中国既有的商业模式。

其次是基础设施建设,在“一带一路”沿线国家基础设施很弱,初步估算有百万亿人民币的基础设施投资机会,包括交通、通讯、城市新区等领域。

第三个投资机遇在服务业。

复星集团董事长郭广昌

“一带一路”作为国家战略,对中国是有益的,因为中国发展确实受益于全球化,但中国也推动着全球化,让全球受益于中国经济的发展。

“一带一路”战略涵盖了中亚、南亚、西亚、东南亚和中东欧等国家和地区,这些地区总人口约 44 亿,经济总量约 21 万亿美元,分别约占全球的 63% 和 29%。要在如此巨大的区域内实现增强互联互通和经贸往来的目标,配套资金成为制约战略落地的关键问题。这不仅需要国家层面科学、合理的统筹安排,更需要以战略发展撬动社会资本力量,支持和鼓励国内企业加快走出去的步伐。

必须看到,在我国企业积极走出去,融入全球经济时,仍然在国内审批、资金支持、海外项目回国发展等方面也遇到了不少问题。因此,我建议国家给

予企业尤其是民营企业走出去,助力中国企业融入全球经济更多的鼓励和支持,包括立法规范、服务体系建设、金融支持、自贸区创新实践以及相应税收优惠等。

贰

“一带一路”下的中国企业担当

格力电器董事长董明珠

在“一带一路”倡议的背景下,企业“走出去”必须更有担当。“一带一路”走的是技术、走的是品质、走的是创造。企业家要有担当,要用产品说话,通过“一带一路”的战略,告诉人们中国制造并不是低质低价,这就是我们应该做的事情。

根据习总书记三个转变的指示,从中国制造到中国的创新,中国的产能到中国的质量,中国的产品到中国的品牌,三个转变要想落实好,作为制造业来讲,应该脚踏实地去执行。

信中利资本集团创始人兼董事长汪潮涌

当前是“新全球化”的时代,由过去欧美单边主导的全球化,发展为现在的多边全球化,所以新的全球化代表着在贸易、产能、资源、资本、科技、人才等各个纬度的深化和提升。因此,中国和欧盟的关系是未来新全球化中很重要的两极,也是很重要的推手。“一带一路”倡议下中国与欧盟的合作将体现在产品贸易、产能输出、资本输出、科技产品的合作、人才的合作等方面。

中国建材集团公司董事长宋志平

现阶段企业家面临的主要任务,一是创新发展;二是振兴实体经济;三是跟随“一带一路”走出去,输出中国中高端的技术和装备,过去中国是世界的工厂,但是下一步世界是中国的市场。“一带一路”是中国企业千载难逢的机会。

这对企业家自身提出什么样的要求?提高学习能力、提高资源整合能力、扩展国际视野、增加企业家自身的修养。

美的集团董事长方洪波

在国家发出“一带一路”倡议后，我们在沿线国家进行了多项投资、并购，帮助公司实现国际化发展和战略转型。自己“干干干”与到海外“买买买”，并不矛盾。中国企业“走出去”，不是什么东西都放在中国，而是把全球资源整合好、给全球提供好的产品。全球化经营不是代工，而是在全球主要市场上拥有属于自己的品牌、资产和客户群体。我们得在全世界范围配置资产，然后去经营当地的资源。

叁

“一带一路”下的企业建议

新希望集团董事长刘永好

新希望集团将加大海外投资力度，尤其是做好在“一带一路”沿线国家进行选址布局。新希望计划要在“一带一路”沿线国家建立办公室，打造符合集团的发展体系，推动相关投资，并要熟悉当地的法律、准则，把中国的投资和当地的农产、当地的市场、当地的法律结合起来。

红豆集团总裁周海江

抱团出海是企业“走出去”的最佳方式，有助于企业增强抗风险能力，降低配套成本，从而实现在境外的健康、可持续发展。

中国企业参与“一带一路”的建设，有一个很大的麻烦，就是“一带一路”都是小语种国家，人才高度短缺。企业“走出去”须做好充足的准备，毕竟与中国国情不同，语言差异、文化差别、法律体系不同。要做好可行性研究，避免盲目，从环境安全、地理位置、投资保障、发展机遇等多方面综合分析比较，详细考察，选择适合自己产业发展的投资地。

其次，走出去一定要遵从东道国法律规章，规范操作。同时主动融入当地文化，做到“入乡随俗”。

第三，要做负责任的企业，积极主动履行社会责任，与当地政府、当地人民实现共赢发展。“一带一路”就是一条共赢之路，唯有共赢，才能确保企业走

得更久，走得更好。

重庆力帆集团董事长尹明善

“一带一路”是中国民营企业发展的大机遇。除了在“一带一路”可以获得更多资金、更大市场之外，在“一带一路”上相对国企，市场竞争更公平。民企应当一马当先。

对民企提“三不”建议：第一，不要骨肉相残。在国外最痛最惨的是什么？中国人打中国人。第二，不要做一锤子买卖，市场若是久长时，又岂在朝朝暮暮。第三，不要只出口不进口。

3、“一带一路”刷爆全球朋友圈！4年来交出哪些成绩单？

5月14日，一带一路国际合作高峰论坛拉开帷幕。作为国家顶级会议，已有29国元首或政府首脑确认出席，另有世界银行、IMF等国际组织等共计1200人出席，规格之高，可谓盛况。

最重要的信号是，美国忽然转变态度派代表来参会，表明了一带一路的影响力已经不容美国忽视。

而“一带一路”战略规划提出近4年来，真实运行状况如何？

1

五大走向与66个国家

2013年9月7日，习近平访问哈萨克斯坦时，提出建设“丝绸之路经济带”；10月3日，在访问印尼时提出建设21世纪“海上丝绸之路”。随后，“一带一路”正式纳入国家级战略，开启了中国连接世界的另一条通道。

目前，一带一路形成五个走向：

丝路经济带形成的三大走向：

从中国西北、东北经中亚、俄罗斯至欧洲、波罗的海

从中国西北经中亚、西亚至波斯湾、地中海

从中国西南经中南半岛至印度洋

海上丝绸之路瞄准两大走向：

从中国沿海港口过南海，经马六甲海峡到印度洋，延伸至欧洲

从中国沿海港口过南海，向南太平洋延伸

这五大方向，按照合作重点和空间布局，形成“六廊六路多国多港”的合作框架。

▼六大经济走廊

“一带一路”范围更是横跨三大洲（亚欧非），沿线涉及到的亚欧国家多达 66 个。涉及人口 32.1 亿人，占全球人口 43.4%，沿线国家 GDP 总和约占全球 GDP 的 16%。

这些国家的经济状况如何？

从地区来看，整体经济增速都在下降，表明全球大环境如此。中国以及印度为代表的南亚经济增长依然保持高位，东亚、中欧及东欧经济增速则滑至负数。

中国“一家独大”，2015 年 GDP 甚至超过后 19 个国家的总和。除了俄罗斯、印度、新加坡、以色列等发达国家外，其他全为中小发展中国家，其综合实力逊色较多。

2

贸易支撑

近几年，超大型的区域合作成新趋势，如 TPP、TPP、TTIP、中方极力推动的亚太自贸区。而无论是从覆盖的人口数、GDP 占全球贸易的比重，还是从覆盖疆域面积的角度看，“一带一路”毫无疑问都是一个超大型的区域贸易安排。

经济行为，一直是一带一路战略的本质。输出国内产能和技术投资，推进人民币国际化，都是一带一路的经济目标。贸易上，2014-2016 年，中国与沿线国家贸易总额约 20 万亿元人民币，增速高于全球平均水平。

投资合作上，2014-2016 年，中国企业对沿线国家对外直接投资超过 500 亿美元；在沿线国家新签对外承包工程合同额 3049 亿美元。

中国企业在 20 个沿线国家建设了 56 个境外经贸合作区，目前累计投资超过 185 亿美元，为东道国创造了超过 11 亿美元的税收和 18 万个就业岗位。

另外，中国还与东盟、新加坡、巴基斯坦等沿线国家和地区签署了自贸协定。

仅 2016 年一年，中国与“一带一路”沿线国家货物贸易总额 9478 亿美元，占同期中国货物进出口总额的 25.7%。与沿线国家服务进出口总额 1222 亿美元，占同期中国服务进出口总额的 15.2%。

▼中国与沿线国家的贸易额占中国与全球贸易额变化

2016 年，中国与 52 个国家贸易顺差，其中与印度的顺差额最大，达 470.7 亿美元，与 12 个国家贸易逆差，其中与马来西亚的逆差额最大，达 109 亿美元。

而在贸易形式上，中欧班列成为一带一路上一道风景线。

目前，中欧班列初步形成西、中、东 3 条中欧铁路运输通道，铺画了中欧班列运行线 46 条。截至 2017 年 2 月底，国内开行城市增加到 27 个，到达欧洲 11 个国家 28 个城市。

中欧班列开行数量也实现了爆发式增长。2016 年，中欧班列共开行 1702 列，同比增长 109%。2017 年全年计划开行 2200 列，将创下历史新高。

3

资本开路

中国主导下的一带一路，对外输出基建产能，但沿线国家的经济能力孱弱，很多需要贷款来建设，于是，资本必然不能缺席。

2014 年 12 月 29 日，丝路基金在北京成立；2015 年 12 月 25 日，亚洲基础设施投资银行（亚投行）正式成立，意向创始成员国达到 57 个。

截至 2016 年底，亚投行为 9 个项目提供了 17 亿美元贷款；丝路基金，已签约 15 个项目，承诺投资额累计约 60 亿美元。

此外，中国还与“一带一路”沿线 22 个国家和地区签署了本币互换协议，总额达 9822 亿元人民币；6 个沿线国家获得人民币合格境外机构投资者（RQFII）额度。

2016 年，“一带一路”沿线市场项目投资总额达到 4000 亿美元，增长 2.1%，中国贡献了约 1000 亿美元，但相较前两年，占比稍有下降。

从行业投资上看，交通、基础设施等基建依然是大头，出社会基础设施外，交通、建设等项目均在 2016 年创下新高。

但相关项目并购交易却在 2016 年出现了下降。

2016年基础设施类项目并购交易同比下跌了约49%。主要原因是受全球经济下行制约，且2015年交易金额创下1800亿美元新高，下降也在预期之内。

而就在峰会开幕前夕，一行三会纷纷表态，积极参与长周期、大规模的“一带一路”基础设施项目，保障一带一路资金需求。随着更多国家的加入，未来一带一路框架内投资力度会再创新高。

4

面临的風險

一带一路从经济贸易上，可谓成就不小。但近70个沿线国家中，国情不一，也会面临诸多风险，如政治风险、政府效能风险、基础设施风险、信贷风险等。

政治安全风险。一带一路沿线涉及的中亚、中东、东欧、北非等地区，穆斯林国家多，政治风险较高，在投资与贸易往来时，必须时刻注意政权变动、战争冲突、恐怖主义等。

比如土耳其，伊斯坦布尔在丝路经济带中是亚洲通往欧洲的重要节点，起着重要的承接作用。但近来的土耳其十分动荡，先是去年7月军方政变，被埃尔多安镇压后却持续清洗国内政党，随后在今年4月修宪，将议会制改为总统制，扩大自己的权力，引起一片质疑。

类似的还有中东的战争、叙利亚冲突、穆斯林化等等，都需要时刻警惕。

信贷风险也值得关注。沿线国家很多都从中国拿到了巨额贷款，但由于油价下挫、经济低迷等原因，很有可能造成信贷违约，委内瑞拉就是个例子。

“一带一路”各国家中，中东的叙利亚和伊拉克因战乱政府财政陷入一片混乱，因此两国主权风险评分最高，还有试图与债权方达成协议的希腊。另外，非洲国家的债务高企，若当前大宗商品需求和价格持续萎靡，非洲国家对中国的债务负担将日益加剧，信贷风险将上行。

后记：

随着美国的态度反转，一带一路不再限于几条线路，它正变得像一个框架，将全球纳入其中，其对世界各国，尤其是中国，正变得愈来愈重要。

4、并购？联姻？中西药企在一起的路并没有那么好走！

1978年我国开始实行改革开放政策，以积极的姿态迎接国际经济竞争的洗礼。同年，国家医药管理总局成立。此时的中国，国民健康水平很低，医药工业也十分落后，仍然面临缺医少药的困境，迫切需要引进外资给国民经济输血，提高医疗水平。

跨国制药企业面对当时的中国，一方面欣喜地看到巨大的市场空间，另一方面因为缺乏了解而显得谨小慎微。在众多优惠政策的鼓励之下，一些企业开始尝试与中国的官员和国企领导谈判，最终从1980年起中国大冢、上海施贵宝、无锡华瑞、西安杨森和苏州胶囊先后在中国顺利建厂投产，这5家最先在中国成立的医药合资企业被业内称为“老五家”。之后，众多跨期药企也在找到合适的中国伙伴后陆续进入中国。

这些跨国企业给中国带来了不仅有先进技术和管理理念，也有优质药品。华瑞的无菌技术、杨森的医药代表、史克的广告营销等等都给国内的制药行业带来阵阵新风，引领行业发展。施贵宝的百服宁、强生的泰诺、西安杨森的达克宁、中美史克的康泰克都是老板姓耳熟能详的品牌。其他专做处方药的外资药企在医生和患者中的心中也是十分认可的。可以说外资药企在中国过得是春风得意，赚得盆满钵满，也收获民众的口碑。

随着对中国市场的不断熟悉，以及政策的不断放开，外资药企开始发挥资本的力量，将中方的股份回购成为独资外企，另外也尝试并购中国本土药企或者成立新的合资公司。于是乎，制药行业风起云涌，好不热闹。然而，当我们回顾过去十几年外企在中国的并购和合资案例，却发现也是喜忧参半。

收购篇

1、拜耳收购东盛旗下启东盖天力

2007年10月，德国拜耳收购东盛“白加黑”案宗获商务部批准。拜耳耗资人民币10.72亿元收购东盛止咳及感冒类西药非处方药业务及相关资产，由此拉开了跨国制药公司在中国大手笔并购的序幕。“白加黑”是中国老百姓家喻户晓的感冒药品牌，使这家启东小药厂声名鹊起，也成为产品开发的一个经典案例。

这款产品的特点在于克服了一般感冒药所含抗组织胺药发生的头晕、嗜睡、乏力等副作用，以及服药后使人白天容易瞌睡，晚上又心情烦躁的缺点，从而采用了日夜分开的给药方法。

白天所服片剂，内含对乙酰氨基酚、盐酸伪麻黄碱、氢溴酸右美沙芬，具有解热镇痛、收缩血管、止咳作用，能迅速消除主要感冒症状，且绝无嗜睡副作用，服药后可以正常坚持工作和学习；晚上所服片剂，加入盐酸苯海拉明，抗过敏作用更强，能进一步减轻由于感冒引起的各种不适，能使患者更好地休息。

2016年1月，拜耳把旗下包括“白加黑”在内的5个品牌药在中国市场的商业运作集成总包给上药控股，上药控股则将其在全国提供包括策略制定、营销推广、渠道管理以及相关工作的集成服务。

由此，曾经被拜耳寄予厚望的“白加黑”已经成为边缘品牌。

2、诺华收购天元生物

2009年11月初，诺华正式宣布将以1.25亿美元收购浙江天元生物药业股份有限公司85%股权，以天元为平台，将诺华的技术和生产线带入中国，提升诺华在国内疫苗领域的业务。浙江天元是中国第二大甲流疫苗供应商，而诺华是全球第二大流感疫苗制造商，凭借收购天元可以扩大其在中国流感疫苗领域的市场和影响力。

然而，就在诺华收购天元进行整合的过程中，2014年4月诺华与处于风口浪尖的葛兰素史克达成协议开展“换子计划”，其中一项就是诺华疫苗将进入葛兰素史克名下。短短几年，几经易手，人心波动。

3、赛诺菲收购太阳石

2010年10月，赛诺菲宣布收购BMP太阳石，高调进入中国OTC市场。BMP太阳石约60%销售额来自健康药业产品。其健康药业产品在中国三四线城市拥有强大的销售网络，主要通过零售网点、县级医院和社区诊疗中心开展销售。

公司拥有中国两大知名健康药业品牌，其中“好娃娃”为国内最大的小儿感冒咳嗽品牌，而“康妇特”则是著名妇女卫生用品品牌。旗下工厂太阳石（唐山）制药公司的前身是唐山妇幼药厂，在妇科和儿科领域深耕多年，并享有良好的口碑。

2016年12月，华润三九与赛诺菲签署战略合作协议，致力于共同开拓消费者保健市场。此次交易的具体金额未披露，但根据协议内容，双方拟在中国成立专注于儿科及妇科非处方药产品的合资企业。其中，华润三九注入华润三

九（北京）工厂，从而使得华润三九持有合资公司 70% 注册资本；赛诺菲注入太阳石唐山工厂，进而持有合资公司 30% 注册资本。

儿科、妇科用药是华润三九重点发展的品类。然而，业内非常关心的是华润三九如何处理“三九”与“好娃娃”系列产品的品牌策略，毕竟这两个品牌在很多产品上是重合的，也是相互的主要竞争对手。而从赛诺菲的角度来看，显然是大幅收缩在这一领域的经营，保留一点火种。

4、奈科明收购广东天普

2010 年 11 月奈科明以作价 2.1 亿美元收购广东天普生化医药股份有限公司 51.34% 的股份，而上海医药持有天普 40.8% 的股份。天普生化拥有多个创新型的蛋白质药物，包括乌司他丁（一种广谱胰蛋白酶抑制剂，是治疗脓毒病和多脏器功能不全的领先复合物）以及尤瑞克林（一种丝氨酸蛋白酶，用作治疗中风的神经保护剂）。

特别指出的是奈科明中国和天普将各自独立运营，但会以各种形式的合作结成联盟。不过就在短短半年之后，2011 年 5 月武田宣布收购奈科明，从而将广东天普收入囊中，并仍然保留其独立性。

5、葛兰素史克收购南京美瑞

2010 年度中国制药行业的收购大戏以葛兰素史克收购南京美瑞而收场。2010 年 12 月，葛兰素史克宣布以 7000 万美元收购南京美瑞，从而获得其泌尿科药物，丰富该领域在中国的产品线。

但是整合过程不顺利，葛兰素史克也渐渐失去信心，加上 2013 年的“贿赂门”事件后将重心放在合规上，最终在 2016 年 7 月宣布将南京美瑞的股权转让给本土企业凯德思达医药，具体金额未披露。一番折腾，一地鸡毛。

6、阿斯利康收购广东倍康

2011 年 12 月，阿斯利康宣布收购本土仿制药企业广东倍康。这家公司主要产品是抗生素类注射剂。由于中国是抗生素产品，特别是注射剂类产品的消耗大国，很多本土企业都是靠生产抗生素产品起家的，阿斯利康此举意在快速进入仿制药市场。由于众多跨国公司都面临专利悬崖，阿斯利康也不例外，但此次收购案意味着阿斯利康要进入仿制药领域着实让业内感到吃惊。

紧接着第二年即 2012 年，阿斯利康宣布斥资 2.3 亿美元在泰州建造其全球最大工厂，主要生产品牌仿制药，彰显其进军仿制药市场的决心。然而，风云突变。随着管理层的更迭，2014 年 CEO 宣布发展战略依然坚定在创新药领域，坚决剥离仿制药产品。于是泰州工厂不再专注于品牌仿制药，而是转向用于分担无锡工厂饱和的生产任务。而刚刚收购的广东倍康在 2015 年不幸被注销，消失得无影无踪。一场闹剧就此收场。

7、利洁时收购桂龙药业

2013 年 2 月，英国快速消费品巨头利洁时（Reckitt Benckiser）日前宣布收购传统中药企业安徽桂龙药业，但对于具体收购金额并没有透露。利洁时产品覆盖杜蕾斯、滴露、等知名护理、卫生和家居品牌。

桂龙药业为一家制造治疗咽喉痛的传统中药企业，其主要产品为慢严舒柠清喉利咽颗粒。乍一看似乎与经营药品业务的桂龙药业并无太高关联度。然而，

利洁时一直在多元化经营方面努力耕耘，尤其是 OTC 的战略布局上力度颇大。更重要的是利洁时多年经营的渠道拓展能力也是有助于 OTC 的增长。

8、拜耳收购滇虹

2014 年 2 月，拜耳宣布整体收购滇虹药业所有股份，收购金额达到 36 亿元。再加上收购默沙东的非处方药业务，拜耳一举成为中国最大的 OTC 领域跨国药企。滇虹药业主要生产 OTC 和传统中草药产品。

作为中国非处方药物领域的佼佼者，滇虹药业集团主推产品为：治头屑和其它头皮疾病的康王洗剂、主打抗真菌乳膏皮康王，以及治疗各类妇科疾病的中药丹莪妇康煎膏。康王、皮康王等品牌都是家喻户晓的品牌，这使得德国拜耳能够快速进入到 OTC 皮肤科品类之中。

2016 年 1 月，遵循拜耳全球生产和运营标准云南新生产基地投入使用，这是拜耳在亚太的第二大 OTC 工厂，采用了世界前沿的安全与质量控制体系和先进的生产工艺设备。拜耳在多个投资会上，都在抱怨整合过程费时，问题不断，收购后的所遇到的颠簸要比预期的要大的多。最大的困难在于德国公司文化和中国本土药企的文化差异。

9、卫材收购辽宁天医

2015 年 11 月，卫材宣布以 5 亿元收购辽宁天医生物制药，从而进入仿制药领域。辽宁天医主要生产和销售 20 种仿制药，包括呼吸系统疾病治疗药和止痛药等。这是日本制药公司在中国进行的难得的一笔并购案。

10、辉瑞收购千林健康

2016年1月，辉瑞宣布完成收购仙乐制药有限公司的全资子公司千林健康产业有限公司及其千林品牌系列产品。千林健康及其千林品牌系列产品主要关注女性营养健康领域，涉及女性色斑、衰老、心血管、失眠、焦虑等多个健康领域，此次收购完善了辉瑞健康药物部在中国的产品系列，从而加强了辉瑞在非处方药（OTC）和膳食补充剂领域的领先地位。仙乐制药专业生产膳食补充剂和药品，是委托加工领域的知名企业，也是辉瑞的重要生产供应商。

大家都看过各种言情剧里嫁入豪门的桥段。女孩子或许是一位大家闺秀，或许是一位乡下女孩。之前看着各方面可能或多或少都觉得不是十全十美，但好歹也都同意了，然而过门之后开始过日子了，各种磕磕绊绊就出现了。媳妇需要适应豪门的各种繁文缛节和家规家法，豪门更需要把媳妇打造成家族一贯的风格。在这过程中豪门是处于强势地位的，媳妇除了隐忍基本上没有其他办法。外资企业收购国内企业其实也是如此。在收购之后，外资企业就会开展全方位的整合工作，对原有的人员架构和工作模式进行整改以符合本企业的制度和风格。由于岗位设置、工作方式和文化理念的原因，在整合过程中往往会造成大量重要岗位人员流失，造成被收购企业元气大伤，无法融入收购方或者并不能改造成收购方所预期的样子，那结局就是一部悲剧。

合资篇

1、梯瓦与昆明制药

1992年昆明制药集团与美国IVAX下属BakerNorton制药成立合资公司昆明贝克诺顿制药有限公司（KBN），是云南省医药行业第一家中外合资企业，双方各占50%股份。2005年，全球最大的非专利药企业—以色列梯瓦制药（TEVA），通过并购IVAX成为KBN的外方股东。2015年，昆药集团收购梯瓦持有的股权，

以梯瓦退出宣告合资时代的结束。KBN 最重要的产品是拥有原研技术的阿莫西林胶囊，在国内市场处于领先地位。

2、印度南新与白云山

1993 年，广州南新制药有限公司成立，由印度 RANBAXY 与广州白云山制药集团侨光制药有限公司、香港企宁有限公司共同投资组建，成为我国第一家中印合资企业。RANBAXY 虽然是印度第一制药公司，当由于多次被 FDA 发现存在造假的严重缺陷而被禁止出口美国，声誉与业绩一落千丈，于 2008 年被日本制药公司第一三共收购。2009 年中国五矿下属湖南有色凯铂生物药业有限公司收购广州南新。

3、葛兰素史克与海王生物

2009 年 6 月，葛兰素史克与海王生物成立合资公司，专注于开发和生产季节性流感以及大流行流感疫苗。葛兰素持股 40%，2010 年 8 月葛兰素史克将股权增持至 49%。在 2011 年 6 月，葛兰素史克宣布购回中方持有的 51% 股权，从而与海王生物彻底分手。

根据中国 2010 年新颁布药典，葛兰素史克海王必须增加流感疫苗上市前的工作，因此葛兰素史克海王原计划的投资额和时间均会增加；另一方面，在疫苗产品未上市的未来几年，葛兰素史克海王每年仍将产生大额亏损，对海王英特龙及公司的业绩产生不利影响，因此双方选择分手。合作时间十分短暂，属于闪婚闪离。

4、赛诺菲与民生

1995年，法国赛诺菲集团与杭州民生药业成立合资企业—杭州赛诺菲民生制药有限公司。之后，公司几度更名。1999年，随着赛诺菲和圣德拉堡集团的合并，合资公司更名为杭州赛诺菲圣德拉堡民生制药有限公司。

2004年，随着赛诺菲—圣德拉堡收购安万特成功，合资公司再次更名为杭州赛诺菲安万特民生制药有限公司。2009年8月，杭州赛诺菲安万特民生制药有限公司的名称、股权和人事发生了重大变更。企业名称变更为赛诺菲安万特（杭州）制药有限公司，成为外商独资企业。第一段婚姻至此结束。

出人意料的是，仅仅一年之后，双方再次牵手。赛诺菲—安万特决定进入中国非处方药市场。2010年11月，双方宣布成立赛诺菲民生健康药业，专注以21金维他品牌为依托的维生素矿物质非处方药和保健品市场。2017年1月，双方签署股权转让协议，民生药业将收购赛诺菲持有的60%股权，成为完全内资企业。第二段婚姻结束。

5、阿拉宾度与山西威奇达

印度阿拉宾度在2001年成立阿拉宾度（大同）生物制药有限公司，为外商独资企业，主要生产6-APA生产系统以及阿莫西林原料药。此后几年经历四增资。2011年，山西威奇达药业收购51%股权，成为中方控股的合资公司。此后印度公司多次出售剩余股份，最终在2015年完全退出。由此可以看出，阿拉宾度以循序渐进的方式最终放弃这家工厂。

6、默沙东与先声

2011年7月，默沙东和先声宣布成立合资公司，默沙东持有该合资公司51%股权，先声药业持有49%股权。合资公司的目标是广阔市场的专利过期产品及

仿制药产品。然而，仅仅一年之后，积极促成此项合作并担任合资公司 CEO 的张业泓选择离开，为合资公司的未来蒙上阴影。

双方在研发、注册、制造和销售等各个环节磨合过程中，由于高层变动以及双方考量因素差异，一直无法达到双方事先预想的状态。2015 年 2 月，双方发布声明进行战略调整，合资公司业务运营将交由先声药业有限公司全权负责，默沙东将全部退出先声默沙东公司股权。

7、瑞士龙沙与复星

2011 年 9 月，瑞士龙沙和复星医药宣布成立合资公司，双方各占 50% 股份，目标是利用龙沙优秀的原料药生产能力开发中国仿制药市场。虽然时间已经过去 5 年多，但合资公司后续的消息鲜有耳闻。

8、辉瑞与海正药业

2012 年 2 月，辉瑞与海正宣布成立合资，将过去半年的合资潮推向一个新的高度。合资公司，海正占 51%，辉瑞占 49%。主要针对中国仿制药市场，海正辉瑞的目标就是制造更多优质优价的高端品牌仿制药。

海正辉瑞从一开始就十分高调，除了双方各自派人组建团队，也大肆招人，一时间成为业内的一个热门话题。2013 年和 2014 年连续两年，合资公司业绩喜人，实现销售收入超过 40 亿。

然而到了 2015 年，风云突变。随着为合资公司贡献重要收入来源的特治星出现严重断货，2015 年的业绩大幅下降，由此合资公司隐藏的各种矛盾开始爆

发。2015 年包括 CEO 在内的多位高管离职，此后 CEO 又经历更迭，内耗严重。同时，也经常传出双方分手的传言。

9、安进与贝达药业

2013 年 5 月，安进与贝达宣布筹建合资公司，安进占 49% 股份，贝达占 51% 股份。这两家公司都是属于新兴企业，但已经具有强大的影响力。安进成立于 1980 年，专注于生物制药，在单抗领域处于领先地位，已经进入世界 500 强企业。

而贝达药业成立于 2003 年，自主研发的埃克替尼被誉为“两弹一星”级别的药物，单品种销售收入超过 10 亿人民币。两家公司此次合作的目标是在中国开发上市安进的帕妥木单抗。由于产品离批准上市还需要不短时日，合资公司未来的影响力如何还需要耐心等待。

10、印度熙德隆与辅仁药业

2013 年 12 月，辅仁药业与印度熙德隆宣布成立合资公司并兴建研发生产基地，主要生产抗肿瘤和抗病毒产品。2015 年 4 月，印度熙德隆决定在前期投资 3 亿美元与辅仁药业合作的基础上，再追投 2 亿美元进行新产品的研发生产。2017 年 4 月，一期工程竣工。

11、参天制药与科瑞药业

2016 年 3 月，参天制药与科瑞制药宣布共同出资组建“重庆参天科瑞制药有限公司”，专注眼科用药市场。参天集团提供技术和品牌，科瑞制药提供眼用制剂品种。合资公司的产品将借助科瑞母公司重庆医药的分销网络推向全国市场。2016 年 12 月，新工厂开工建设。

古时候，中国人的婚姻是父母之命，媒妁之言。双方父母从各自的出发点帮助子女择偶，而子女是很少有自主权的。就是在这样的情况下结婚过日子。其实，外资企业选择与本土企业建立合资公司，就如同中国古时候的婚姻，谈判并签订合作意向的是以财务、BD、法律等为主的一拨人，考虑的出发点是利用本土企业的网络和资源开拓市场，而本土企业看上得通常是外资企业的品牌、技术和资金。

而合资公司的运营是以销售、市场、生产为主的另一拨人，是真正要过日子的。如果能找到一个很好的契合点，合资公司在自身成长的过程中，中外股东又能各取所需，那可以获得美好的结果。然而，如果在观念和利益上存在较大分歧，那就好似同床异梦，整日吵吵闹闹，婚姻可以依靠情感维系，而生意本来就是看中利益，有利则聚，无利则散。

总之，无论是收购还是合资，看似美好，但中外双方在既往的经营方式、管理理念以及文化观念上的差异都使得磨合的过程相当痛苦与漫长。而在当下竞争如此激烈的环境下，都需要快速看到交易之后的成果。然，“恋爱虽易，婚姻不易，且行且珍惜”。

5、5 万亿餐饮市场：火锅最赚钱？这些人是最大金主？有一半企业不需要融资？

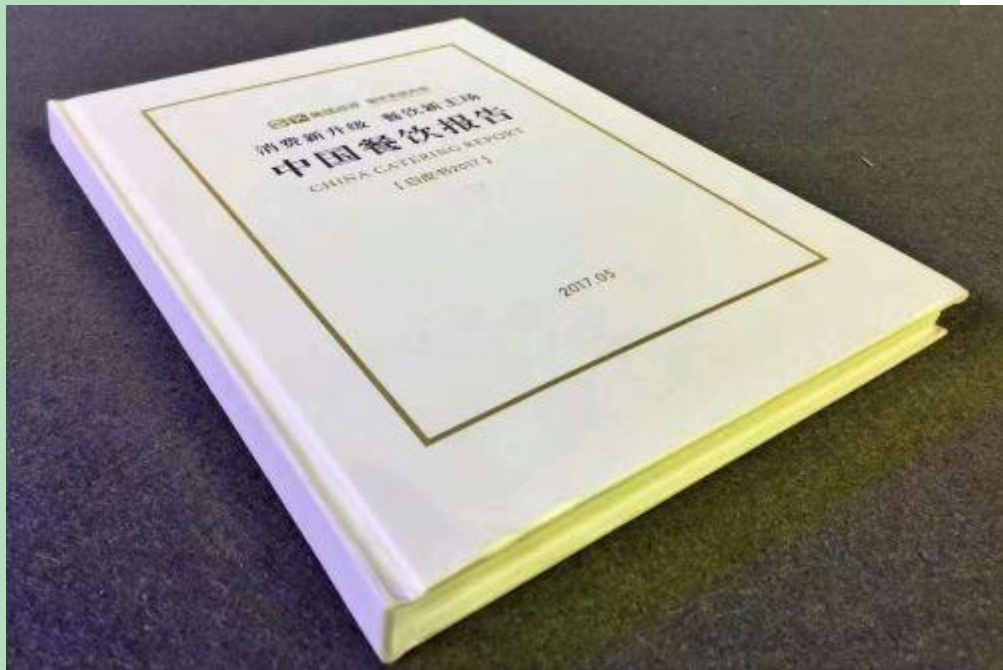
5月11日消息，昨日美团点评联合“餐饮老板内参”共同发布《2017中国餐饮报告》（以下简称“报告”）。这也是首份基于互联网大数据的餐饮行业报告。报告基于美团点评平台海量数据，从城市、商圈、品类、品牌、消费时段、消费频次、客单区间等数十个维度，进行了撒网式扫描。

该报告显示，2016年餐饮业全年收入突破3.5万亿，同比增长11.2%，在2020年有望达到5万亿元。而保持快速增长的同时，餐饮市场也在进入变革期。

在消费升级的大背景下，餐饮品类细分越来越多、分化速度越来越快，餐饮竞争加剧，高开店率、高淘汰率成为行业新常态。

在北上广深这些一线城市里，每个月餐饮店的倒闭率有 10%，年复合倒闭率超过 100%。未来，未来好吃、好玩、好看、健康的餐厅才能吸引到消费者。

以下为报告精华内容节选：



品类大趋势：小吃是大赛道，火锅仍是吸金王，川菜遭遇瓶颈

2013 年，餐饮业开启了“大众化元年”，大众创业有 30%-40%都进入到餐饮业，全国餐饮从业人数持续攀升。从业者的激增，带来竞争的加剧和餐饮品类的持续分化。

报告显示，从门店数量来看，小吃简快餐、面包甜点、火锅、川菜、烧烤五大品类门店数排名靠前，其中小吃简快餐类门店占餐饮门店总数的近 1/3。面包甜点门店也随着休闲场景而兴起，尤其在一线城市最为密集，广州有超过 26000 家面包甜点店，为全国最高。



从交易额来看，标准化程度高、盈利能力最强的火锅依旧是餐饮业的第一大品类，美团点评餐饮交易额当中有超过 20%来自于此。不过，火锅店铺逐渐呈现出存量高、阵亡率高的特点。

在北京、上海、深圳、广州、重庆、成都等地，火锅店铺呈现负增长的趋势，其中成都地区火锅店铺关店率最高，从 2016 年初的近 10000 家跌至年底的 7000 余家。

虽然无论从店铺数量还是交易情况，川菜均在正餐品类中排名靠前，但是川菜的发展正在遭遇瓶颈期，上海、北京、大连等城市的川菜店铺数量跌幅超过 20%，而成都、重庆两大川菜大本营跌幅达到 35%。

烧烤是近年来餐饮业态中利润最高、增长最快的品类。生产标准化、消费场景化、客群年轻化几大优势使得烧烤这一品类迅速蹿红。2013 年，烧烤品类迎来大爆发，经过三年的高速增长，烧烤品类的发展从 2016 年下半年开始进入平稳期。

外卖大爆发，正成为餐饮业第三极

互联网的力量正在给传统的餐饮行业带来新的增长。2016年全国餐饮行业的增速为10%，但互联网餐饮的增长却高达300%。报告显示，2016年外卖行业总体交易额超过1500亿，占餐饮业总体大盘的4%，增速迅猛。

到2018年，外卖交易额有望占据餐饮行业总体的10%。外卖已经成为继做饭和堂食之后国人的第三种常规就餐方式，每10个中国人中即有3个是外卖用户，有近一半的用户每周叫外卖超过3次。

房租不断高企、人力成本节节攀升、原材料水涨船高成为压在餐饮经营者头上的三座大山。而外卖这一餐饮形式的兴起，能够重构餐饮成本结构，提升单店产出。数据显示，2016年外卖行业入驻的商家数量累计为245万，相当于有近四成的餐饮商家与外卖平台进行合作，逐渐形成全品类的特征。

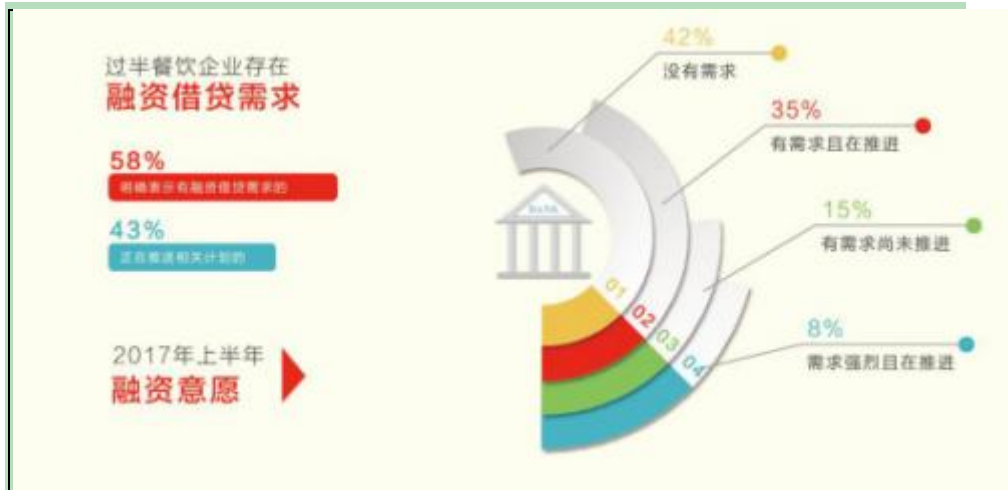
用户新画像：80后、90后年轻人成为餐饮消费主力军

2016年，80后和90后人口突破4亿人，占全国总人口的近1/3，是餐饮消费的主力军。相关数据显示，美团、大众点评APP的消费人数比例中，20-35岁的年轻人占比均为74%。

年轻人更关注效率和健康，轻食简餐、新式茶饮等具有休闲调性的品类越来越受到青睐。以上海为例，餐饮经营面积占比40%的商场中，茶饮、沙拉等轻餐饮占比一般在8%-10%。一些餐饮老板已经把客群定位从“服务越来越多的人”悄然调整为“为中产阶层提供新的生活方式”。

过半餐饮企业存在融资借贷需求

经营成本的攀升让餐饮老板压力不断增大，报告显示，2017年过半的餐饮企业存在明确表示有融资借贷要求，餐饮业对小贷业务需求的存量和增量都很大，但传统借贷模式利息高、程序多，想借到几十万的款，往往要各种抵押，走流程、填材料，耗时耗力也未必能拿到钱。



随着互联网技术的普及，金融与餐饮的半绝缘状态被打破。基于技术、用户、数据的互联网金融有天然的风控系统，从而可以将服务下沉到单体资金需求规模小，但整体需求极为庞大的中小企业。

报告分析认为，随着竞争加剧、成本高企、利润降低等复合压力的加大，餐饮企业应进一步提升人效、平效，向管理要效率。与此相对应，餐饮企业拥抱新技术，提升信息化以及互联网化水平将成为趋势。

而除了做好实体店面经营，经营线上认知也必不可少。在面临消费升级的重要节点，新生代消费者对餐厅的期望值在上升，未来好吃、好玩、好看、健康的餐厅才能吸引到消费者。

6、四个象限让硬件公司看清怎么活下来

硬件复兴已然开始。根据统计，过去五年来，有 400 多家风投参与投资的硬件初创企业问世。当然，硬件初创企业的发展并非是一帆风顺的。去年，Coin、Skully 以及 Pebble 倒闭，之后 GoPro 和 Jawbone 也在苦苦挣扎。当我谈及硬件，很多人都猜想我们投资的企业是专注于开发上述这些一次性销售产品的。但事实并非如此。

3D 打印技术、系统单芯片技术以及众筹的出现让创造变得更加普及，但是进入硬件行业的门槛之低也同样带来了副作用，即竞争愈加激烈。相比从前，现在要上线一个硬件产品确实简单很多了，但难的是创建一个可持续发展的企业。近来，产品正在逐渐走向商品化！

不过，随着连通性和云技术将一次性销售软件产品变革成了 SaaS 行业，许多一次性销售硬件公司如今可以为自己的业务创造经常性收入。这不一定适合所有的产品种类，但是在可能的情况下，凭借经常性收入推动业务发展的企业往往要比那些无法凭借经常性收入的企业业绩要好。让我们来一起探讨一下如果硬件企业拥有经常性收入以及盈利的話，这将如何影响他们的战略安排。

商品化象限

大多数传统的消费类电子企业都处于一个高度商品化的市场(比方说电视、计算机外围设备以及电器)。这部分企业的发展依靠的是一次性销售，且利润相当之低。可穿戴设备 Jawbone 面临的困境也是此行业内所特有的。他们将类别定义性产品推向市场(蓝牙头盔以及扬声器)的结果就是——激烈的竞争影响了他们的盈利情况。企业只有通过不断炮制新的产品以及拥有最大的规模经济(规模经济指的是通过扩大生产规模而引起经济效益的增加)才能成功胜出。3DR 从自己与大疆的竞争中发现，硬件行业并没有那么简单。商品化象限就如同是一个黑洞。市场施加巨大的压力，迫使公司盈利以及经常性销售逐渐减少。

进入壁垒象限

当然，有一点要说清楚，由一次性销售推动发展的企业是可以赚得钵满盆满的。企业可以通过提高进入壁垒(通常是利用品牌以及技术)来做到这一点。如果消费者不需要经常升级产品(想想美国运动相机厂商 GoPro)，那么你就会很容易受到商品化以及市场饱和的影响。不过，倘若你可以在市场上较长时间内保持自身产品的差异性，那么这也许会成为一个不错的企业。Fitbit 就是这样。他们正试图通过订阅服务来增加营收，但目前，这只是业务中的很小一部分。

高运营成本象限

像 Square 或 Sigfox 这样的 B2B 企业，几乎完全是由经常性收入推动企业发展的。但是高昂的顾客购置成本以及服务配送成本使得净盈利并不理想。市场上没有太多的硬件企业属于此类别，原因在于经常性收入通常意味着高利润。且不同于单纯的 SaaS 企业，顾客预付费用来购买硬件，这往往可以让你立即收回顾客购置成本，而非是逐步收回。

福地

投资者们非常在意高边际收益，而唯一一个能让投资者更关心的内容就是可预测的未来营收。一次性销售带来的问题就是：营收可以一夜之间全部耗尽，而经常性收入通常可以持续很长一段时间。即便明天，所有的潜在消费者都选择去购买竞争对手的产品，你依旧可以为现有的用户群提供服务或消费品。

此外，经常性收入也可以让一次性销售企业在一个更小的市场上运营，这些市场也相对更容易获得风投的青睐。在同等增长率下，单单凭借经常性收入而非依靠一次性销售发展的企业，企业估值与营收的倍数可以达到 2-3 倍。消费品企业（如 Keurig 或 Formlabs）以及一些提供视频存储的连通性相机公司（如 Canary、Dropcam 以及 Ring）都取得了成功。家庭健身创业公司 Peloton 也表现得非常不错。他们为流媒体自行车课程出售室内健身单车，每辆单车每月需要 39 美元，去年一年公司营收达到了 1.7 亿美元。

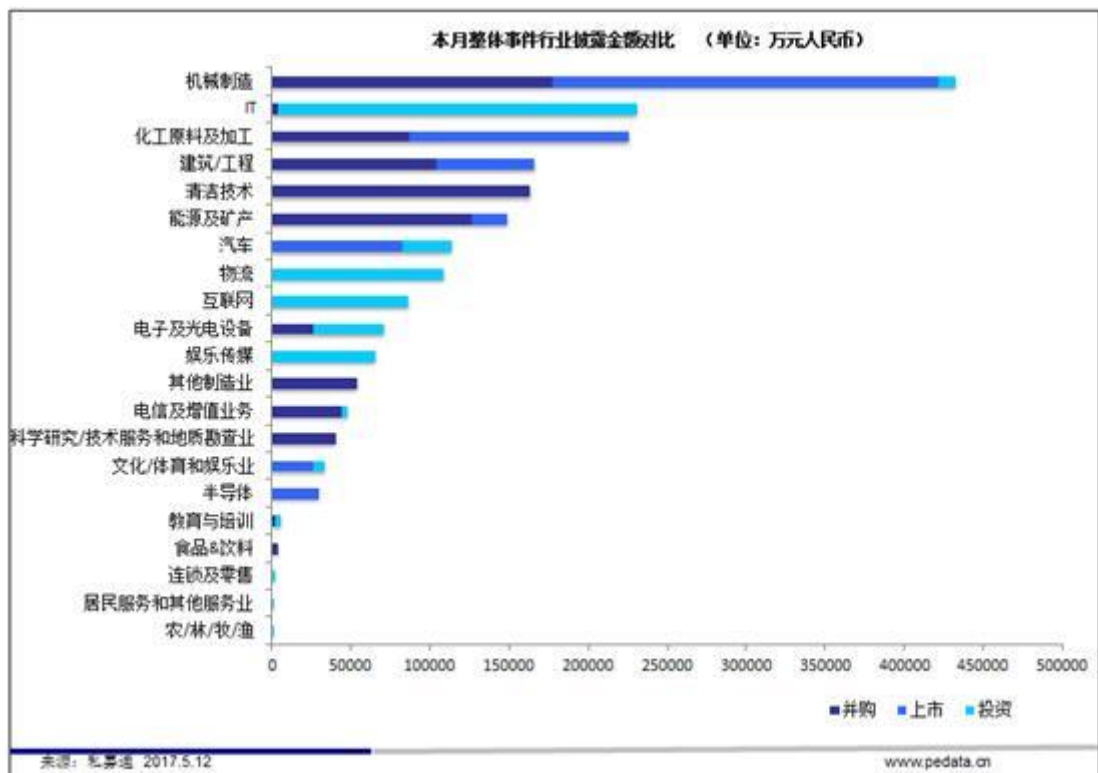
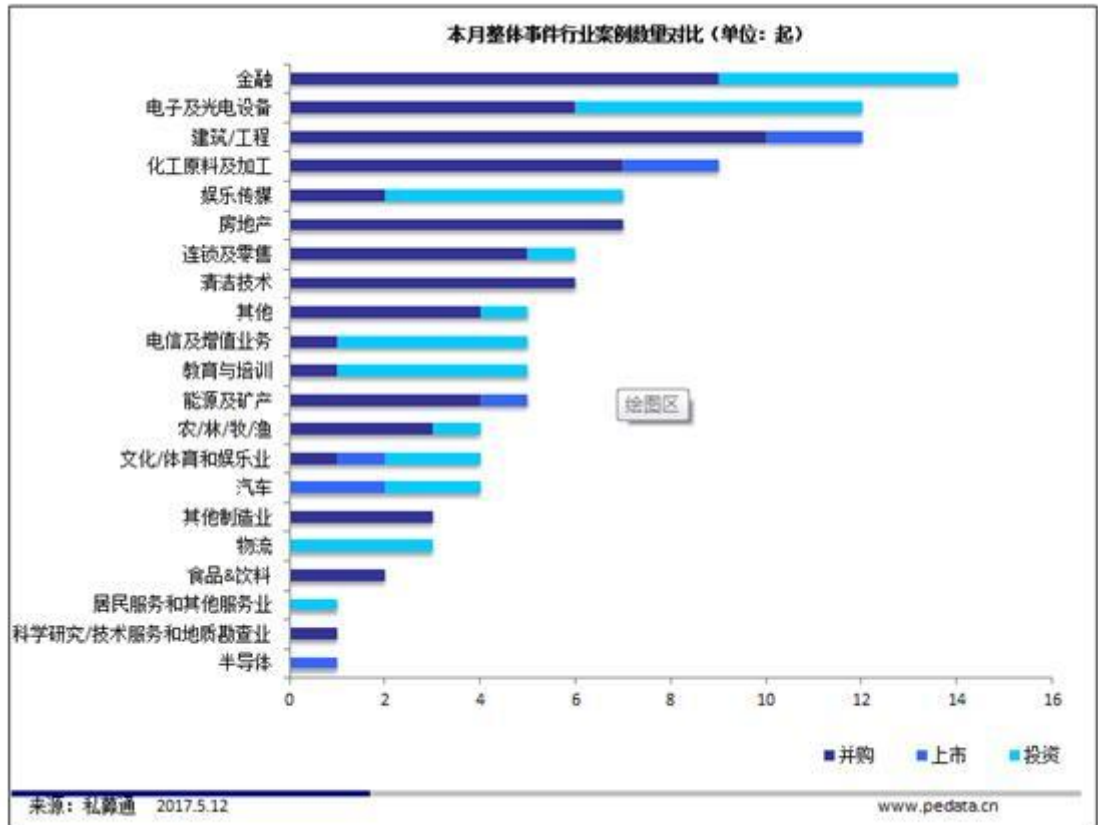
许多硬件产品本不需要提供服务抑或是与互联网联系到一起，但是一般来说，经常性收入越可观，企业对于投资者的吸引力就越大。硬件的发展还是会带给我们一些震撼，因为在现实生活中，我们依旧需要物理技术来与世界连接。许多大型软件公司都开始意识到这一点，假使你想要吸引顾客进入软件平台，那么你也也许想要开发自己的硬件（如亚马逊的 Alexa、微软的 Surface、谷歌的 Pixel 以及 Snap Spectacles）。近几年来，上线实体硬件产品变得愈加便宜且便捷。但同样，这也带来了一些负面影响，即创建一家可以避开货品化趋势的公司也愈加困难。在可能的情况下，将经常性收入与产品结合在一起，这就可以确保你能创建一家成功的硬件企业。

7、50 起投资事件融资近 29 亿 新三板挂牌企业增至 11167 家

截止 12 日下午，投资、上市和并购共 107 起事件，涉及总金额 391.57 亿元人民币。从交易金额来看，涉及金额较大的事件是 2017 年 5 月 10 日，广州市凯隆置业有限公司成功受让中国恒大集团持有的嘉凯城集团股份有限公司 52.78% 股权，作价 62.18 亿人民币。从交易事件地域分布看，目前主要分布在北京市、广东省和江苏省，占比分别为 17.77%，16.75% 和 11.68%。本周新三板市场共有 48 家企业挂牌，新增加股本为 24.21 亿股，本周新三板成交总金额为

56.41 亿元人民币，目前共有 11167 家企业挂牌新三板，总股本为 6384.91 亿股。





投资事件

(5月6日-5月12日)

【投资事件】

受资方	投资方	行业	涉及金额	日期
安心公寓	东方富海	互联网	1.00 亿人民币	2017-5-6
	PCP 投资			
小电科技	红杉中国	IT	3.50 亿人民币	2017-5-8
	高榕资本			
	腾讯投资			
Hi 电	光速中国创业投资基金	电子及光电设备	1.00 亿人民币	2017-5-8
非常电	早驰资本	电子及光电设备	100.00 万人民币	2017-5-8
执惠旅游	春晓资本	互联网	2000.00 万人民币	2017-5-8
	品途集团			
	左驭资本			
好孕帮	重山资本	电信及增值业务	1000.00 万人民币	2017-5-8
	基因资本			
	普华资本			
	松禾资本			
店达信息	顺为资本	互联网	8000.00 万人民币	2017-5-8
	空中网			
	德同资本			
	合力投资			
	充澄投资			
	时空五星投资			
篮球客	富育恒投资	文化/体育和娱乐业	300.00 万人民币	2017-5-8
运动保	璀璨资本	互联网	100.00 万人民币	2017-5-8
	前海长城基金			
永乐互娱	不公开的投资者	IT	1000.00 万人民币	2017-5-8
邦盛金融	方广资本	金融	1.60 亿人民币	2017-5-8
	君联资本			
	基石资本			
	弘竞资本			
	翌马投资			
	魔量资本			
海盗虾饭	优鼎优	连锁及零售	1000.00 万人民币	2017-5-8
京鱼出行	不公开的投资者	汽车	500.00 万人民币	2017-5-8
橙果空间	博伟投资	互联网	100.00 万人民币	2017-5-8
工品汇	微光创投	互联网	5000.00 万人民币	2017-5-8
	九合创投			
无忧保姆	百姓网	居民服务和其他服务业	1000.00 万人民币	2017-5-8
泽众康	医启创	生物技术/医疗健康	200.00 万人民币	2017-5-8
黄金钱包	渤海中盛	金融	2.00 亿人民币	2017-5-9
	光控众恒			
	软银中国资本			

截止 12 日下午，共发生 51 起投资事件，披露投资金额事件 50 起，共计 28.99 亿元人民币。本周涉及金额较大的投资事件发生在 IT 行业，2017 年 5 月 11 日，海通国际资本有限公司、上海通江投资控股有限公司投资无锡华云数据技术服务有限公司 5 亿人民币。

华云数据成立于 2010 年，总部位于江苏无锡，目前在北上广深以及香港、纽约等地拥有运营中心。华云数据不仅为用户提供 IAAS、PAAS、云协同 SAAS、云 CDN 等服务，同时还提供私有云、电子商务云、金融云、游戏云等安全、方便、高效的解决方案。此轮融资将帮助华云数据持续扩大技术领域优势，同时优化企业治理结构，推动企业 IPO 准备工作。

并购事件

(5月6日-5月12日)

【并购事件】

并购方	被并购方	行业	股权比例	并购时间
浙商中拓	浙铁投资	金融	50%	2017-5-6
浙江东方	金汇信托	金融	56%	2017-5-6
浙江东方	大地期货	金融	100%	2017-5-6
浙江东方	中韩人寿	金融	50%	2017-5-6
三雄极光	重庆三雄	机械制造	-	2017-5-6
杰克股份	来租啦	互联网	30%	2017-5-6
方大炭素	方大喜科墨	其他制造业	51%	2017-5-6
盛讯达	利丰创达	金融	100%	2017-5-8
典扬传媒	典扬文化	娱乐传媒	30%	2017-5-8
非常金控	信达胶脂	化工原料及加工	3.3%	2017-5-8
恒宇置业	新阳特纤	化工原料及加工	1.80%	2017-5-8
翼动娱乐	钟舟电气	机械制造	5.72%	2017-5-8
合丰泰	泰嘉电子	电子及光电设备	5%	2017-5-8
华铁救援	众信易诚	金融	9.28%	2017-5-8
全佳信息	乐汇电商	连锁及零售	5%	2017-5-8
易事特	内蒙古国润	能源及矿产	98.97%	2017-5-9
清水源	同生环境	清洁技术	-	2017-5-9
鹏辉能源	市实达科	机械制造	10%	2017-5-9
派森诺	桑尼生物	生物技术/医疗健康	-	2017-5-9
和科达	苏州超声	清洁技术	-	2017-5-9
安诺其	蓬莱西港	清洁技术	30%	2017-5-9
船山传媒	鑫科材料	能源及矿产	9.89%	2017-5-9
鑫达瑞明	通达动力	机械制造	5.97%	2017-5-9
陆家嘴	苏州绿岸	房地产	95%	2017-5-9
华宝信托				
奥马电器	中融金	金融	49%	2017-5-10
金达威	Labrada	生物技术/医疗健康	30%	2017-5-10
宇航股份	宇诚科技	IT	30%	2017-5-10
华博教育	南瑞利华	教育与培训	51%	2017-5-10
宏商科技	三讯电子	机械制造	3.23%	2017-5-10
广州凯隆	嘉凯城	房地产	52.78%	2017-5-10
三讯电子	三讯系统	机械制造	45%	2017-5-10
达孜易通	依华股份	其他制造业	2.86%	2017-5-10
正和药业	正和制药	生物技术/医疗健康	40%	2017-5-11
运达科技	恒信电气	能源及矿产	88.80%	2017-5-11
四创电子	博微长安	机械制造	100%	2017-5-11
华宏科技	尼隆电梯	电子及光电设备	26%	2017-5-11
三纯环保	天威华冠	清洁技术	2.39%	2017-5-11
神州数码	迪信通	电信及增值业务	23.75%	2017-5-11
华侨城集团	云南旅游	其他	47.47%	2017-5-11
御银股份	御银自动	电子及光电设备	-	2017-5-12

截止 12 日下午，本周并购市场共发生 47 起并购事件，交易金额为 316.51 亿元人民币。从并购事件交易数量来看，本周金融、机械制造、生物技术/医疗健康行业均发生 7 起并购事件，本周并购金额较大的并购事件是：2017 年 5 月 10 日，广州市凯隆置业有限公司成功受让中国恒大集团持有的嘉凯城集团股份有限公司 52.78% 股权，作价 62.18 亿人民币。广州市凯隆置业有限公司本次收购目的，深深房筹划以发行 A 股股份及支付现金的方式购买恒大地产 100% 股权，若嘉凯城继续由恒大地产控股并随恒

大地产注入深深房，将不符合现有上市公司股权结构的监管精神，此次收购使恒大地产不再持有嘉凯城的股权，满足上市公司股权结构的规范要求。

上市事件

(5 月 6 日-5 月 12 日)

【上市事件】

上市企业	交易所	行业	募资金额	发行日期
金陵体育	深圳创业板	文化/体育和娱乐业	2.60 亿人民币	2017-5-9
鸣志电器	上海证券交易所	机械制造	8.98 亿人民币	2017-5-9
奥翔药业	上海证券交易所	生物技术/医疗健康	3.12 亿人民币	2017-5-9
寿仙谷	上海证券交易所	生物技术/医疗健康	4.03 亿人民币	2017-5-10
铁流股份	上海证券交易所	汽车	6.12 亿人民币	2017-5-10
伟隆股份	深圳中小企业板	机械制造	2.62 亿人民币	2017-5-11
先达股份	上海证券交易所	化工原料及加工	3.53 亿人民币	2017-5-11
金能科技	上海证券交易所	化工原料及加工	10.34 亿人民币	2017-5-11
金牌厨柜	上海证券交易所	建筑/工程	4.73 亿人民币	2017-5-12

数据来源：私募通 (www.pedata.cn)

截止 12 日下午，本周共有 9 家企业上市，总融资金额 46.07 亿元人民币。本周融资金额较大的上市事件为：2017 年 5 月 11 日，金能科技股份有限公司在上海证券交易所上市，发行股票 7730 万股，每股发行价 13.37 元人民币，共募集资金金额 10.335 亿元人民币。金能科技是一家以煤化工为主体、精细化工为两翼的资源综合利用型、经济循环式的化工企业，具有独特的资源禀赋和区

域产业优势。金能科技股份有限公司产品有炭黑、焦炭、对甲酚、山梨酸(钾)、白炭黑等，主要应用于轮胎、钢铁、医药、食品、塑料、化纤等行业，建有国家级企业技术中心及国家级实验室。以此次 A 股发行为契机，金能科技股份有限公司将秉承“资源高效、绿色低碳”的循环发展理念，立足化工主业，通过横向拓展、纵向延伸产业链，将金能科技打造成为具有差异化竞争优势、高效利用资源、生态环保、节能创新、能够持续发展与盈利的全球优秀化工企业。

新三板事件

(5月6日-5月12日)

【挂牌事件】

挂牌企业	主办券商	总股本	行业	挂牌时间
景古环境	西南证券	0.37 亿股	建筑/工程	2017-5-8
速丰木业	华安证券	0.37 亿股	其他制造业	2017-5-8
钜士安防	上海证券	0.40 亿股	其他制造业	2017-5-8
龙翔新材	长江证券	0.50 亿股	化工原料及加工	2017-5-8
丰裕环保	华安证券	0.11 亿股	清洁技术	2017-5-8
飞利达	山西证券	0.50 亿股	电信及增值业务	2017-5-8
丰能环保	东莞证券	0.40 亿股	化工原料及加工	2017-5-8
吉田股份	国融证券	0.39 亿股	化工原料及加工	2017-5-8
美泰科技	申万宏源	0.65 亿股	生物技术/医疗健康	2017-5-8
嘉铭激光	长城证券	0.16 亿股	电子及光电设备	2017-5-8
观唐文化	中信建投证券	0.99 亿股	娱乐传媒	2017-5-8
资和信	华鑫证券	3.12 亿股	金融	2017-5-8
博迈特	长城证券	1.64 亿股	其他制造业	2017-5-9
永通重机	东莞证券	0.35 亿股	机械制造	2017-5-9
天奕股份	财富证券	0.11 亿股	IT	2017-5-9
甲子股份	兴业证券	0.10 亿股	机械制造	2017-5-9
亿林股份	恒泰长财证券	0.34 亿股	IT	2017-5-9
瘦西湖	东方花旗证券	0.10 亿股	其他	2017-5-9
和声钢琴	兴业证券	0.50 亿股	其他制造业	2017-5-9
贺祥机电	中信建投证券	0.35 亿股	其他制造业	2017-5-9
聚合电力	天风证券	0.50 亿股	能源及矿产	2017-5-9
美伦医疗	信达证券	0.35 亿股	生物技术/医疗健康	2017-5-10
伊维达	东莞证券	0.13 亿股	机械制造	2017-5-10
四川飞亚	长江证券	0.65 亿股	汽车	2017-5-10
剑门旅游	国信证券	0.50 亿股	其他	2017-5-10
基胜能源	申万宏源	0.35 亿股	机械制造	2017-5-10
百生医疗	长江证券	0.15 亿股	生物技术/医疗健康	2017-5-10
创盈光电	方正证券	0.07 亿股	机械制造	2017-5-10
同造科技	光大证券	0.13 亿股	建筑/工程	2017-5-10
江苏泰尔	东吴证券	0.42 亿股	化工原料及加工	2017-5-10
创悦股份	国融证券	0.20 亿股	金融	2017-5-10
盛利维尔	华创证券	3.69 亿股	其他制造业	2017-5-10
森宇文化	上海证券	0.07 亿股	其他	2017-5-11
宏基环电	东吴证券	0.48 亿股	机械制造	2017-5-11
莞银股份	东莞证券	0.12 亿股	IT	2017-5-11
紫云股份	中原证券	0.10 亿股	IT	2017-5-11
华夏视科	东北证券	0.22 亿股	机械制造	2017-5-11
博渊堂	招商证券	0.20 亿股	娱乐传媒	2017-5-11
同泰生物	国联证券	0.56 亿股	生物技术/医疗健康	2017-5-11
隆亿股份	金元证券	0.24 亿股	能源及矿产	2017-5-11
华建股份	恒泰长财证券	1.00 亿股	其他制造业	2017-5-12
海赫股份	国盛证券	0.33 亿股	食品&饮料	2017-5-12

截止 12 日下午，本周新三板市场共有 48 家企业挂牌，从挂牌企业数量看，机械制造和其他制造业都分别有 7 家企业挂牌新三板，并列排名第一。本周东莞证券较为活跃，是 4 家企业的主办券商。在成交方面，今日共有 975 支个股交易，有 25 家企业的交易金额超过 1000 万元，成交的冠军为合全药业，成交金额为 59143.05 万元，百裕制药、东海证券则紧随其后，具体成交金额分别为 13541.55 万元、12717.33 万元。

四、产业市场

1、电商周报：京东 Q1 净利 14 亿 杀进物联网

阿里市值首次突破 3000 亿美元

5 月 10 日消息，美国纽交所上市的阿里巴巴股价在 5 月 9 日股市交易中上涨 2.69%，收盘报价 120.00 美元，创历史新高。以周二收盘价计算，阿里巴巴市值达到 3000 亿美元。今年到目前为止，阿里巴巴股价涨幅为 35.4%。

苹果市值突破 8000 亿美元

5 月 9 日，作为美国三大最高科技股之一的苹果公司股价连创新高，突破 8000 亿美元大关。据了解，这也是全球首家市值正式突破 8000 亿美元大关的公司。这也是苹果股价今年以来第 18 次创出历史新高。

支付宝、高铁、共享单车和网购被评为新“四大发明”

5 月 9 日，人民日报上传的一段视频突然爆红。视频中，北京外国语大学丝绸之路研究院采访了一带一路沿线 20 国的青年，让他们谈谈对中国的印象。这些在中国的外国年轻人说最想把中国的新四大发明带回家：高铁、支付宝、共享单车、网购。

支付宝、财付通首收央行罚单 被罚 3 万

财付通、支付宝两大支付巨头近日首次收到来自央行的罚单。两家支付公司因未严格落实《非银行支付机构网络支付业务管理办法》相关规定，均被央行处以 3 万元罚款。

马云联合百万餐厅抵制地沟油

5 月 10 日，阿里旗下本地生活服务平台“口碑”宣布，联合线下百万餐厅发起“无地沟油”行动。据了解，承诺不使用地沟油的餐厅，其口碑在线店铺会被打上“无地沟油”的标志并重点推荐。目前，全国响应参与的餐厅门店数量已经有 1 万多家，并且还在不断增长中。

网易 Q1 营收 136 亿 电商等业务收入 24.6 亿

5 月 10 日消息，网易发布的 Q1 财报显示，第一季度净营收为人民币 136 亿元(约合 20 亿美元)，同比增长 72.3%；归属公司股东的净利润为人民币 39 亿元(约合 5.699 亿美元)，同比增长 59.4%。

其中，2017 年第一季度邮箱，电商及其他业务的净收入为 24.60 亿元人民币(3.57 亿美元)，上一季度和去年同期分别为 24.75 亿元人民币和 15.07 亿元人民币。

京东 Q1GMV 超 1800 亿 净利 14 亿

5 月 8 日，京东发布 2017 财年第一季度财报。财报显示，京东在一季度净收入 762 亿元人民币，同比增长 41.2%，净利润 3.557 亿元人民币。非美国通用会计准则下(Non-GAAP)经营利润则达到 17 亿元人民币。2017 年第一季度非美国通用会计准则下(Non-GAAP)净利润为 14 亿元人民币，去年同期非美国通用会计准则下(Non-GAAP)净亏损为 2 亿人民币。

京东进军物联网 刘强东宣布智能冰箱出世

5 月 9 日下午，京东在北京总部召开物联网[战略](#)发布会。京东宣布正式打造智能生活服务的场景入口，智能设备数据手机和分析平台，进军物联网产业。目前，京东智能物联技术平台涵盖了 100+的一线品牌、1000+类商品、700 万+的智能设备。同日，京东集团创始人 CEO 刘强东在微头条上发文称，历时三年研发，京东智能冰箱即将上市。刘强东表示，即将上市的京东智能冰箱与传统

冰箱有所区别，不再只是一个储存食材的大盒子，而是成为家庭的食品健康与服务中心，人工智能让“冷库”变身“智库”。

美团点评《餐饮白皮书》：店铺每月倒闭 10%

5月11日，美团点评发布的数据显示，高开店率、高淘汰率成为行业新常态。以北上广深四大热门城市为例，一边是餐饮新店暴增，每天新开100多家餐饮店，一边是餐厅的换手率大大加快，每个月餐饮店的倒闭率有10%，年复合倒闭率超过100%。

百度外卖或与顺丰成立合资公司

近期，顺丰收购百度外卖的消息引发社会关注。据知情人士透露，目前顺丰控股收购百度外卖的方向可能是，双方将按照5:5的出资比例，共同出资通过设立合资公司来运营。接近谈判的人士透露，去年10月，在双方接触谈判过程中，饿了么出价8亿元人民币希望收购百度外卖，而百度外卖方面的报价则是20多亿元，可见双方差距巨大，分歧无法弥合。

圆通 10.4 亿港元收购香港先达国际

5月8日晚间，圆通速递发布公告称，公司拟以10.41亿港元现金方式收购先达国际物流控股有限公司(下称“先达国际”)255.82亿股股份，约占先达国际全部已发行股份的61.87%。圆通收购先达国际此举，或是为其“出海”战略，未来不排除登陆香港H股市场的可能性。

店达商城获 8000 万人民币 B 轮融资

5月9日消息，快消品供应链电商平台店达商城宣布完成8000万人民币B轮融资，该轮融资由顺为资本领投、空中网、德同资本、合力投资 Empower 跟投。据了解，此次融资资金将用于团队建设和店面升级。

海关总署：支持跨境电商设立“海外仓”

海关总署日前印发《2017年海关推进“一带一路”建设重点工作》，部署12项重点工作，全方位服务“一带一路”建设，积极推进“网上丝绸之路”建设，支持跨境电子商务企业在沿线物流枢纽布局设立其“海外仓”。

2、超市周报：盒马鲜生政委离职 高鑫零售开美妆店

过去一周(5.8-5.14)，盒马鲜生人事震荡政委苗翠花离职；高鑫零售开美妆店；[物美](#)超市上线“自由购”……

1、盒马鲜生再现人事震荡，政委苗翠花离职

5月8日，盒马鲜生[人力资源](#)总监苗翠花(花名)内部称自己由于身体原因将离开盒马鲜生。同时她也表示，“从5月8日开始观音(花名)将接替她的工作”。

苗翠花的离职是盒马鲜生自4月北京总经理李江离职后又一[高管](#)离职，作为盒马鲜生政委的苗翠花离职其影响意义则更大，而至于苗翠花是否彻底离开阿里系目前还不清楚。

2、百联9.71亿买下义乌都市生活超市 [联华超市](#)连跌5天后反弹

5月9日百联股份发布公告，宣布2017年5月2日，公司控股子公司联华超市股份有限公司下属子公司杭州联华华商集团有限公司与[百联集团](#)有限公司签订《股权转让协议》，联华华商拟受让百联集团拥有的义乌都市生活超市有限公司100%股权，交易价格为970780000元。

其后联华连续5个交易日股价都在下跌，5月8日联华超市(00980.HK)终于迎来反弹。8日上午10:38，股价一度升至6.071%，达到2.97港元。当日最高价为2.99港元，总成交量为132.40万股，总成交金额为382.30万港元。

3、高鑫零售看上了美妆这门生意 第一家莱碧在宁波开业

“LLABEAU 莱碧”是由[大润发](#)母公司高鑫零售有限公司和韩国新罗免税店合资开出的进口[化妆品](#)专营店，第一家莱碧位于宁波北仑大润发商店街。

莱碧的初步定位是“由全球美妆专家提案的精品化妆品专卖店”，主要客群为有一定消费力的80后和90后女白领，在大润发、[欧尚](#)等综合[购物中心](#)中设立门店，预计2017年在华东地区先行开设5家门店，计划五年内全国开设150家门店。

4、[全家便利店](#) Q1 营收 148.5 亿 同比增 5.26%

全家便利商店今年第一季营收 148.5 亿元，较去年同期成长 5.26%，税后盈余为 1.19 亿元，年减 25.12%，每股盈余 0.53 元。全家表示，税后盈余受到提高加盟分润和经营绩效激励支出、转投资事业认列损失及劳动成本提升等，较去年同期减少约 4000 万元。

全家也公布了 4 月营收为 51.3 亿元，相较去年同期成长 7.46%。1-4 月营收为 199.82 亿元，年增 5.82%。第一季整体绩效，与事业计划相符，既存店日均营收较去年成长约 3%-3.5%，经营状态健康。

5、物美超市上线“自由购”项目已覆盖超 160 家门店

4 月 15 日物美北京中关村店进行了“自由购”项目测试，随后开始大面积推广，截至 5 月 8 日已经覆盖物美门店超过 160 家。目前，使用“自由购”最多可以购买 15 件商品，本月底可购买的商品数量将逐渐增多直至全部放开。

6、美宜佳迎来第 10000 家加盟店

5 月东莞美宜佳便利店迎来了第一万家加盟店，站稳行业龙头老大的脚跟。据东莞市商务局统计，东莞连锁便利店总数超 3 万家，平均每年以 1000 多家的速度在递增。

7、7-11 便利店进军浙江 杭州首店将于近期开业

杭州首家 7-11 便利店将于近期开业，首店地址为杭州市钱江新城国际时代广场。目前，其主体装修已经完成，现正在进行商品陈列工作，这将是杭州首个 7-11 便利店，也是浙江第二家 7-11 便利店。杭州首家 7-11 便利店属于台湾统一集团管理，店铺管理层会从上海直接派遣。

8、新零售新物种来袭 新华都海物会在福州开业

5 月 10 日新华都海物会在福州开业，其位于福州市五四路华城国际大厦 5 楼，是新华都和福建餐饮企业“新界”合资组建的“餐饮+超市”的全新业态，其以打造美食集市与食材集市为宗旨，致力于为消费者提供高性价比的美食。

9、盒马鲜生第 8 家门店将开业 深圳确定选址中

盒马鲜生第8家门店计划在5月26日开出，地址在上海田林东路75号，6月份将开出第9家，地址在上海松江区九峰路118号，7月份将开出第10家，地址在上海殷行路1388弄4号。

同时，盒马鲜生北京多家门店已经进入装修阶段，深圳也已经确定多家门店选址。预计盒马鲜生将很快覆盖上海、北京和深圳，并可能进入更多城市。

10、郑州两家沃尔玛将停业

5月3日，沃尔玛金水路店贴出“停业公告”，称沃尔玛金水路店将于2017年5月17日起停止营业。目前，店内不少区域已封闭，只有部分食品区域和租赁经营的商家在做最后的清仓。同一天，沃尔玛中国的衢州坊门店也发出了停业公告。

沃尔玛(中国)公共关系高级经理李呈舫表示：郑州两家店关闭是沃尔玛内部商业布局的调整。目前沃尔玛在郑州还有一家门店，会继续营业，未来还是很看好中国市场 我们计划2017年在中国继续开三十到四十家门店。

3、网络直播趋于规范平台拼啥？付费内容短视频成新出路

直播间的吸金能力，在2016年已经留下许多“神话”。然而，自2016年9月以来，国内已出台至少3个以上关于网络直播的相关政策，其中就包括网信办的《互联网直播服务管理规定》，实行“主播实名制登记”、“黑名单制度”等强力措施，且明确提出了直播平台“双资质”的要求。据易观调查分析数据显示，2016年9月监管政策的实施，直接导致该月娱乐直播市场活跃用户规模下跌近14%。

行业趋于规范，竞争也变得更加残酷。踏入2017年，据不完全统计，从年初起，包括爱闹直播、网聚直播、趣直播、微播、凸凸TV、ulook要看直播、美瓜直播、猫耳直播等十几个平台无法登录或宣布关闭。2017年2月，曾经估值5亿的光圈直播意外倒闭，映客直播也两次被APP Store勒令下架。目前除了花椒、YY、一直播等几个大平台，其它平台的流量和收入都在严重萎缩。

互联网分析人士柳华芳表示，“接下来比拼的是运营成本，直播成本主要是带宽成本，收入靠增值和广告，没有巨头支撑，很难熬到盈利临界点，同质化竞争太激烈，也加速了资本效率的衰减。”此外，有业内人士表示，进入2017年以来，各家关于直播流量的争夺已落下帷幕，直播内容成为新一轮的战场。

无论是 UGC 和 PGC、PUGC，目前直播平台都在积极铺内容渠道，短视频成为当前直播平台内容战略的重要一步。

短视频与直播相互融合

早在去年 9 月，映客等平台便已接入短视频端口。进入 2 月以来，各家平台对短视频流量入口、优质内容等的争夺更是进入前所未有的白热化阶段。无论是此前报道的今日头条，还是如今的花椒、陌陌，用户上传的短视频内容越来越像快手——猎奇、恶搞、笑点集中、话题性等等。

陌陌视频副总裁雷丹认为，短视频与直播这些形态会有很好的融合效应，或者说是协同效应。从去年开始，短视频已经变成陌陌平台上一个新的标签，也是未来会去探索的一个方向。

在开源增收上，除了基本的打赏，以及小部分直播间能收到一些广告收入，泛娱乐直播也在着手解决变现途径狭窄的问题。为此，各平台在付费直播上的尝试从不停歇。

开通“付费直播”功能

3 月 20 日，一直播官方宣布即将正式开通“私密”直播功能申请渠道，想看该类型直播的用户需买了“门票”才能进入直播间观看。事实上，在 2017 年 1 月 4 日的版本更新中，一直播就已经推出了针对“财经大拿”的付费观看功能以小试牛刀，这也是目前为止观看用户最多的一个带有“付费直播”概念领域。

2016 年 7 月，花椒直播就推出私密直播功能，达到 11 级的主播可以对直播收取门票。同年 8 月，易直播也推出了付费直播和付费录播功能，用户还可以免费观看 5 分钟的直播。在上线付费直播初期，易直播方面宣称，除打造非传统网红外，直播付费的运营模式还能为主播增加变现的渠道，为有料有内容的主播们提供了一种全新的选择，增加了收入的变现模式。这也同样是目前大多数平台试水“付费直播”的目的之一。

有业内人士评价称：“这降低了用户筛选优质内容的成本，节省了时间，同时也有利于优质内容的产出，带来个性化、多元化、创新性的内容升级。”

值得注意的是，付费直播的主力很难是直播间里的泛娱乐直播、网红，他们在内容的沉淀上达不到用户的需求，专业性很难把控。另一方面，直播用户对于付费直播并不感冒。据艾媒发布的《2017 年中国泛娱乐直播用户白皮书》数据显示，泛娱乐直播行业用户付费率仅为 21%，其中产生“付费订阅”行为的仅占人群 15.5%；此外，《白皮书》中另一项“用户付费原因”的数据中，对内容需求的用户几乎没有。

游戏直播领域成“吸金器”

除此之外，在游戏直播领域，大型网络游戏的分发市场一直是各家直播平台的重要收入来源，斗鱼、熊猫、虎牙等游戏直播平台也在过去几年大出风头。但就目前而言，多数游戏直播平台盈利情况并不乐观，直播内容也限于疲软状态。

从 2016 年起，随着手游及棋牌类游戏市场的兴起，游戏直播迎来了新风口，不少泛娱乐平台开始尝试游戏直播，尤其是近期热到爆的王者荣耀职业联赛开锣，吸引各大直播平台掀游戏直播热潮，市场预期，相关游戏的分发，或能让行业迎来新一轮的增长点，但也有业内人士对于手游用户的直播付费能力提出质疑。

今年行业真的不好混了

业内人士说

旗下拥有过千名主播的华科文化总经理丁京军对媒体表示，如果主播月收入 5000 元以下，那离被淘汰也不远了。“少数主播赚取了大量的钱，中小主播想要再向上挤的难度比此前更高，新人想要快速上升基本不可能。”最令人担忧的还是用户消费习惯，当直播不再新奇的时候，主播最依赖的打赏开始变得不稳定，“以前 100 个人看直播有 10 个人打赏，现在可能只有 1 个打赏。”

虎牙知名主播小智日前在直播中爆料说，2017 年将是所有主播洗牌的开始，想当主播，趁早死心。“今年行业真的不好混了，我跟你说实话吧，现在如果你跟我说要当主播，我劝你早点死了这条心，接下来做主播的话是没有底薪的，而取消底薪后，主播的收入主要靠礼物和打赏，头两年做主播的话，我一定支持你，但现在这个行业的水位已经满了，懂我意思吧？”

调查数据说

破局

行业那点事儿

网络主播都是年入百万？

现实却是如此充满骨感……

近日，有梦想直播平台上多位经纪公司及主播联合向媒体爆料称，梦想直播拖欠 12 个家族（公会/经纪公司），215 名主播将近两个月的工资，总计欠款额超过 48 万元。

有被拖欠工资的某主播经纪公司负责人透露，旗下主播在梦想上热一（热门第一），22 天 500 多元收入，同样的人在国内排名靠前直播平台一周不到收入 3000 多元，严重怀疑梦想的收入能力。他认为，梦想大部分主播都没有办法做到收支平衡，烧钱维持不了多久，留给小直播平台的机会越来越少。

梦想直播的欠薪案，可谓击破了时下年轻人对网络主播都是“年入百万、开跑车住豪宅”的幻想。

月入过万主播不足一成

全国扫黄打非办公室 3 月份对映客、快手等 9 家公司进行的调查数据显示，月入 10000 元以上的主播不到一成，而月入 5000-10000 元之间也不足一成，还有 3 成的人收入在 500 元以下。直播行业服务平台“今日网红”对映客、花椒、陌陌、一直播四平台共计 7.65 万名主播 2016 年 10 月-2017 年 3 月的收入监测统计显示，主播平均月收入约为 3212 元，而收入排名前 20% 的头部主播赚走了 92% 的收入，中小主播的生存难度加剧。

4、电动汽车电池困局：产业发展迅猛但投资分散 技术存差距

目前，中国超越美国坐上电动汽车市场的头把交椅，国内电动汽车市场连续两年产销量居世界第一，累计推广超过 100 万辆，占全球市场保有量 50% 以上。据不完全统计，仅仅传统汽车企业对新能源汽车的规划就是一个庞大的数

字，广汽、东风、上汽、北汽、长安、吉利、奇瑞等 9 家自主车企发布的 2020 年新能源汽车销量目标接近 400 万辆，投资总额在 800 亿元左右，而在客车领域，宇通、中通、金龙这 3 家企业的新能源汽车投资总额就超过 100 亿元，新能源汽车行业总体资本预计超过千亿元。

补贴退坡后，今年以来新能源汽车销量放缓，但汽车电动化已是大势所趋，无论是国字号还是合资整车厂，甚至于借势电动打开汽车市场的互联网造车企业，都不会错失这块膨胀中的蛋糕。

补贴退坡，市场和技术成最大挑战

目前互联网汽车品牌几乎都选择将新能源汽车作为打开市场的入口，无疑在培育市场以及普及消费者对电动汽车的认知上起到了非常大的作用。全国乘联会秘书长崔东树表示，实际上不少互联网汽车品牌做这样的选择，一方面是顺应汽车制造业转型，另一方面，电动汽车制造相对燃油车制造门槛较低，跨界造车更有优势。

也有业内人士分析，在政策补贴退坡后，市场和技术成为电动汽车需要攻破的最大挑战。自新能源汽车迎来井喷式发展以来，不仅有老牌动力电池生产商 CATL、力神、波士顿等投资扩建产能，上市公司大手笔投资建厂，更不乏大众、丰田、北汽等整车厂虎视眈眈。

崔东树认为，由于补贴减少，今年一季度以及 4 月的新能源汽车销售总体同比放缓，也就意味着电池的需求量下降。这一点也体现在真锂研究机构的报告中，2017 年 1 季度 EV 客车的电池需求量仅 10.21 万 kWh，与 2016 年同期的 67.68 万 kWh 相比，降幅高达 85%。EV 专用车的电池需求也有较大幅度下降，2017 年 1 季度的 6 万 kWh 需求与 2016 年同期 11.3 万 kWh 相比，几乎减半。报告分析，这两大市场对补贴政策的变化极为敏感，很大原因在于 3 万 km 累积行驶里程要求的政策显示了威力。

虽然“用电大户”纯电动客车市场需求萎缩不少，但动力电池需求量仍然在高速增长。真锂研究机构的报告中还提到，“小容量”的纯电动乘用车和专用车产量将继续保持高速增长。以个人市场为主的 E V 乘用车的市场表现明显较好，也使得 2017 年 1 季度 E V 乘用车的 96 . 68 万 kWh 电池需求与 2016 年同期的 87.67 万 kWh 相比，增幅达到了 10%以上，是各类车辆市场中唯一的亮点。

“动力电池成败决定新能源汽车成败”

“动力电池的成败决定新能源汽车的成败。”中国电动汽车百人会学术委员会委员、国家新能源汽车技术创新工程专家组组长王秉刚认为，目前中国市场上，动力电池产业发展很快，但技术并不处于国际领先状况，投资过于分散，还存在大量低水平的小规模电池工厂。就电池单体成品质量控制方式，目前还有采用筛选的落后方法，筛选下来的不合格品率有的高达 10%以上。与国外三星、松下等企业差距巨大。

电动汽车巨大的市场潜力已成为共识，国家工信部也明确规划到 2020 年，新能源汽车年产达到 200 万辆，动力电池系统比能量达到 260 瓦时/公斤，成本降至 1 元/瓦时。

“(我国)新能源汽车骨干企业在全球的影响力和市场份额进一步提升，智能网联汽车进入世界先进行列，”工信部党组书记、部长苗圩说，这样才能撸起袖子建立安全可控的汽车零部件体系，迈入汽车强国行列。

“这是一场停不下来的游戏，”崔东树说，目前电动汽车的电池产业已经进入快速的良性发展阶段，虽然与国际上的动力电池厂商技术上存在差距，在市场需求下降的情况下，更加需要卯足劲儿加码投资抢占市场份额，否则最后会死得更惨。

据了解，在一季度汽车电池供应量中，宁德时代以 32.8 万 kWh 的汽车电池供应量超过比亚迪 (47.930, -0.10, -0.21%) 位居第一，同比增长 12.5%。不同于比亚迪闭合的生产链条，宁德时代是一家为华晨宝马、吉利、北汽、广汽等多家车企提供动力电池的供应商，最近又将携手上汽发展动力电池业务，拟新设两家合营企业。

上周，刚刚错失新能源汽车销量冠军宝座的比亚迪传出动力电池将对所有汽车制造商供货的消息，可以说做电池起家的比亚迪已经在悄悄打开闭环酝酿反击。

充电桩：孤立状态正被打破

作为新能源产业链上的重要环节，充电桩和充电站成为了新能源行业发展

的掣肘，也是影响消费者购买意愿的重要因素。国家能源局在《2017年能源工作指导意见通知》中明确提出，2017年内计划建成充电桩90万个。这一数量较2016年年底充电桩的保有量，增幅超过300%。

4月18日，广州市工信委印发《关于进一步加强电动汽车充电基础设施建设运营管理的通知》，将加强对电动汽车充电基础设施建设运营管理和财政支持政策，同时也鼓励自用充电设施信息录入广州市充电设施智能管理平台。广州市充电设施智能管理平台数据显示，2016年5月广州市全市充电桩为582个，到2017年4月已达6207个，增幅达966.49%。同时，广州市还计划在2018年前建设充电桩34700个。

充电桩数量陡增，充电桩在支付渠道、信息收集方面却都是孤岛运营，无法互联互通，市场化运营变成行业共识。支付宝于去年底推出“汽车充电站”，希望将大型充电桩运营商接入到这个平台，解决车主无法只用一个APP完成充电全流程的痛点问题，打通各家充电桩的孤立状态。

将充电桩资源接入平台化管理的模式已在北京、上海、广州、深圳开始，通过充电桩运营平台来统一管理各家公司的运营数据，进行统计支付结算。南方电网综合能源有限公司旗下控股子公司深圳市南电云商有限公司的“度度充”，以及广州市工信委与广州市供电局共同承接建设的“羊城充”就是这样的平台。

深圳市南电云商有限公司相关负责人表示，技术上，“度度充”已经在广西柳州试点具有颠覆性创新的免费充电项目。通过与深圳一家科技创新公司合作，“度度充”将充电桩压缩成为一个类似普通家庭插座的充电插板，从立体式的充电桩到手掌大小的插座配套充电设备，建设成本更是压缩近90%。

国家发改委、能源局和工信部发布《电动汽车充电基础设施接口新国标的实施方案》，明确今年1月1日起，新安装的充电基础设施、新生产的电动汽车必须符合新国标。该方案的实施也为充电设施互联互通打了一剂强心针。

工信部部长苗圩曾表示，新能源汽车的快速发展，汽车充电基础设施建设将成为大蓝海。汽车充电不仅仅是一个物理充电桩，更具有智能电网、互联网、物联网、大数据的基因和功能，短期内会出现千企建桩的繁荣景象，但同时也面临着行业洗牌。

5、政策松绑 皮卡市场一季度整体销量同比增长近 20%

国家关于皮卡的政策不断放开，去年河北、辽宁、河南、云南等多省逐渐放开皮卡进城限制，今年伊始，湖北和新疆两地也加入了皮卡解禁试点，为这个小众的细分市场传递出利好消息。上月在上海车展上，福特猛禽高调宣布登陆中国市场，将给国内高端皮卡市场带来强劲冲击，并有望扭转部分消费者对于皮卡的购买观念。而在中高端皮卡方面，郑州日产也即将带来新品纳瓦拉。

下半年皮卡市场将继续提速

2017年一季度，国产皮卡车市场销量同比呈现出近20个百分点的正增长，市场回暖迹象明显。其中1月份市场销量为负增长；2月份开始扭转，呈现出两位数的正增长率；3月份市场销量持续走高，增长率继续呈现出两位数。有业内人士预计，在一季度正增长率的拉动之下，接下来还将会呈现两位数的增长趋势。与此同时，如果国家继续开放一些省份对皮卡试行进城解禁政策，以及在单排座皮卡、各类改装专用车和新进车企新锐车型下线上市的拉动下，下半年皮卡车市场的发展更将进一步提速，全年销量将会再次超过40万辆大关。

国内整体皮卡车市场格局也正在发生重大改变，从今年一季度其销量排序及市场份额比重来看，江西五十铃皮卡、江淮皮卡已经发力上冲，老品牌郑州日产皮卡、北汽福田皮卡和黄海皮卡排位有所下降。接下来，国内皮卡车市场格局的调整变化，到年底将发生大变脸。

福特 F-150 猛禽高调入华

事实上，在上月上海车展前后，合资品牌车企也宣布要将旗下重磅皮卡新品引入中国。最引人关注的是福特 F-150 猛禽高调入华，据悉，2018 年还将引入定位比猛禽低一级别的 Ranger 皮卡到国内销售。

之所以选择在今年进入中国，福特（中国）首席执行官萧达伟表示，目前中国市场对于个人皮卡的**市场需求已经存在。虽然，中国的皮卡市场相对来说规模还比较小，在整个市场中只占 1.3% 左右。但在福特看来，这样一个细分市场其实成长空间非常巨大。不过，他们也注意到，现在中国皮卡市场规模偏小，这与国家对皮卡的一些限制政策规定有一定关系，比如说，仍然有相当一部分城市限制皮卡进城，但是，近年国内部分省市已经出台一些支持皮卡“松绑”的规定，所以，未来皮卡进入市场的通道将会放大。了解到，福特第一批猛禽

已经两个月前到达中国，目前在该品牌的经销商处已经可以买到现货。但是，一线城市的进城限制、停车位紧张、油耗、价格等诸多因素制约，它的目标消费群体，显然只能是那些将它当成“大玩具”的富豪们。

郑州日产借新品卷土重来

5月8日，在郑州日产中牟工厂新总装车间，郑州日产第100万辆整车高调下线，与此同时，纳瓦拉上市前戏也正式展开。此时，距离郑州日产今年2月因新能源骗补事件受罚才过了三个多月。尽管新能源车在郑州日产销量所占的比重并不大，但骗补事件对郑州日产的销量仍然造成一定的影响。从中国乘用车联席会提供的数据看到，一季度，除了NV200的销量同比增长3.36%之外，其他车型同比都是负增长，其中帕拉丁、东风风度MX6的同比降幅都超过80%。不过，这一数据并未获得郑州日产认可。郑州日产也并未对外公布今年的销量数据。

事实上，去年郑州日产的市场表现就并不理想，旗下的三个品牌，只有日产品牌同比取得25.06%的增长，郑州日产和东风风度的销量同比分别下滑35.23%和34.09%。今年年初骗补事件发酵，当业界普遍认为郑州日产还将度过一段低迷期之时，郑州日产却借新品“复出”。据透露，纳瓦拉将于6月中旬正式上市，而东风风度MX3也将于年内推出市场。这一系列动作显示，郑州日产正欲卷土重来。

皮卡政策松绑，让以皮卡为主打产品的郑州日产见到了政策带来的曙光。不过，中国汽车流通协会产业协调部副主任回玉梅分析，皮卡产品在国内比较冷门，应该不会撬动太大的市场。全国乘联会秘书长崔东树则指出，纳瓦拉作为皮卡，属于非主要高增量产品，很难获得民众的认可，但郑州日产的SU V做得不错，如东风风度MX5，加上MX3也将在今年上市，郑州日产有机会在下半年东山再起。

另外，郑州日产也已完成整改，留意到，工信部4月18日发布公告称，拟恢复郑州日产申报新能源汽车推广应用推荐车型资质。

6、车企以价格换市场 SUV 频频官降价格战将会蔓延

最近打算买SUV的余小姐，发现5月看车的愉悦度提高了不少。“原本我们打算买传祺GS8，但是这个车没有优惠还要等，最近发现4月刚上市的斯柯达

柯迪亚克虽然车身价贵了几万元,但是已经在进行促销了,所以我们就出手了。”

对像余小姐这样打算买 SUV 的车主来说,4 月上海车展期间推出的新品丰富了他们的选择,而近期厂家的促销政策,也给了他们出手购车的理由。因此在 4 月的销售低迷过后,五一期间,车市迎来购车高潮。然而,大多数厂家都清楚,SUV 市场躺着数钱的好日子已经过去。为了提高销量,已经有一批厂家进行了官方降价。而从趋势看来,价格走低、利润变薄是 SUV 市场必须面对的事实。

畅销 SUV4 月遇“点刹”

神车哈弗 H6 销量同比下滑 17.25%

今年 4 月,汽车销售的数据并不靓丽。来自全国乘用车市场信息联席会的数据显示,4 月狭义乘用车销量为 166.10 万辆,同比微增 0.8%,环比下降 12.9%。1-4 月乘用车累计销售 709.25 万辆,同比下降 0.2%,这是近年来乘用车前四月销量同比首次出现下跌。而 4 月 SUV 共销售 68.94 万辆,同比增长 15.1%,环比下降 13.3%。

对于 SUV 在 4 月的表现,全国乘联会秘书长崔东树表示,中国消费者对 SUV 认可度很高,如吉利博越、荣威 RX5,传祺 GS4 都深受喜爱;但由于汽车市场整体发展并不乐观,加上新上市的车型亮点不多,以及消费者大量资金投入楼市,消费能力降低,所以 4 月份 SUV 环比有所下降。

分析单一车型的销量可以看出,很多畅销 SUV 在 4 月的表现都不好,“神车”哈弗 H 6 4 月销售 3.64 万辆。同比、环比都出现下滑,其中同比下滑幅度达到 17.25%。某种意义上讲,畅销车型的销售情况可以看出整个市场的发展趋势,而神车销量持续下滑,则表明市场竞争度明显加强。

除此之外,原本供不应求的 SUV 车型,现在的供货量也明显增加了。从市场获悉,途观 L 现在已经有现车供消费者选择,而传祺 GS8 的订车期也明显缩短。广州传祺溢景店市场部负责人表示,该店下周会有 10 辆左右的两驱版传祺 GS8 到店。一般来说,两驱版订车一个月左右可以交车,四驱版则要等三个月。也有车主反馈,汉兰达现在交车速度也加快了。

新品扎堆加剧市场竞争

SUV 利润变薄

五一期间到南方车展看车的多位车主表示，SUV 车型明显增加了很多。“原本我只是想看看哈弗 H6、传祺 GS4，结果发现 10 来万元的 SUV 非常多，选择好丰富。”车主吴小姐在南方车展上表示。这是因为上海车展前后，有一批新 SUV 推向了市场，并起到了搅局作用。

在接下来的几个月内，瑞风 S7、吉利远景 X1、长安 CS55、新 jeep 自由光、马自达 CX-5 等新车型也都会跟车主见面，今年小型 SUV、中型 SUV、大型 SUV 等不同细分市场的新品非常多。

实际上，无论是在别克、上汽大众、一汽丰田等主流合资品牌，还是在吉利、长城、传祺等 SUV 车型开发较成功的自主品牌厂家的规划中，SUV 都是重点产品。此外，很多二线品牌也都把 SUV 当做救命稻草。海马汽车(5.030, -0.01, -0.20%)销售有限公司市场部部长范浚表示，SUV 海马 S5 去年占了海马郑州基地销量的三分之二。在今年的海马汽车郑州基地产品布局中，车企是以 S5 为核心，打造明星产品。“3 月 21 日我们推出了海马 S5 强动力版&海马 S5Young. 8 到 9 月份，搭载 1.2TGDI 发动机的海马 S5 改款车型也会推出，预计今年下半年推出海马 S5YoungCVT 车型。”

而这将加剧 SUV 市场的竞争激励程度。在采访中，无论是豪华品牌还是合资品牌、自主品牌经销商都提到，SUV 现在的利润确实变薄。原因主要有两个，一个是车主对价格更加敏感，另外一个是大大家加装精品的意愿降低。

启动“以价格换市场”策略

多款車型官降

仔细分析今年的畅销车型排行榜可以看出，一些原本市场前景较好的 SUV 车型，现在已经慢慢被边缘化。根据车厂发布的数据来看，今年 4 月翼虎卖了 1879 辆，而去年同期的销量为 7144 辆，销量同比下滑非常明显。因此几年前需要加价的长安福特翼虎，现在则要靠降价来保市场。厂家在前段时间宣布官方降价，全系车型有 5000 元到 1.8 万元的调整。其中调整幅度最大的是 1.5T 低配车型，直降 1.8 万元。

了解到，4月份车企的官降行为比较多。除了翼虎外，上汽通用五菱也宣布对2016款宝骏560部分车型（不含最低配超值型）实施官降，8款车型的降价幅度在2000元到7000元之间。长安汽车(13.680, 0.14, 1.03%)也在五一前宣布长安CX70价格下调8000到1万元。其入门级的1.6L手动标准型原价6.99万元，调价之后官方指导价为5.99万元，调整幅度非常大。

除了官方降价外，联合威尔森公司调查了11款今年的畅销SUV后发现，有8款车型5月的终端平均优惠环比4月份都加大了。昂科威在折扣提高后，5月的平均优惠已经突破3万元了。而刚进行官降不久的翼虎，价格也有继续向下探的趋势。

可以看出，很多厂家都闻到了SUV市场浓浓的硝烟味，希望能尽快调整策略，适应市场变化。“看到5月的降价消息后，我觉得今年国庆才可能是买SUV的最佳时间。”有打算换车的车主如此表示。

趋势

SUV价格战将会蔓延

威尔森咨询有限公司市场分析师赵一禧认为，今年第二季度SUV的降幅会显著高于轿车的降幅，主要依据有二：自主小型SUV竞争进入白热化，长城、长安、一汽、北汽、上汽、奇瑞等各个自主厂商均在5-10万元价格段投放了两台以上的SUV，过度的竞争将使得这个细分的降价幅度显著高于其他细分；其次是合资中大型SUV也在今年急速膨胀，上有锐界、途观L、汉兰达三足鼎立，下有冠道、UR-V、昂科威虎视眈眈，整个细分市场的竞争也将愈演愈烈。

市场了解的情况来看，接下来整个SUV市场的价格都处于震荡中。豪华SUV方面，奥迪Q5由于换代最近出现“跳楼价”，售价40.04万元的2.0T进取型，五一期间已经有广州经销商报出31.5万元的终端售价。这对豪华SUV市场也产生了冲击。

此外，20来万元合资品牌区间SUV，10来万元自主品牌SUV新品的不断增加，也带来了激烈竞争，因此无论是合资紧凑型、自主中型、自主小型等不同SUV市场区间，价格战都是一触即发，对经销商来说，今年SUV市场的利润将会低于去年，大家都需要进行更加精细化的管理，才能提升经营利润。

对车主来说，SUV 市场竞争激烈，带来的好消息是产品的性价比提高了，此外，前段时间一直供不应求、吊起来卖的车型，下半年应该也会有现车了。

五、环球市场

1、美国 4 月商品零售额增长明显

美国商务部近日公布的数据显示，4 月美国商品零售额环比增长 0.4%，低于市场预期的 0.6%，但为 3 个月来最大增幅。与去年同期相比，4 月美国商品零售额增长 4.5%。

从分项来看，4 月美国汽车销售额环比增长 0.7%，建筑材料和园艺用品销售额环比增长 1.2%，体育用品、书籍和音乐制品销售额环比增长 0.6%，在线销售额环比增长 1.4%。

剔除波动性较大的汽车销售，4 月美国商品零售额环比增长 0.3%。

美国商务部同时将 3 月商品零售额从此前公布的环比下降 0.2%修正为环比增长 0.1%。商品零售额增速回升表明居民增加消费开支的意愿增强，二季度美国经济增速或将回升。

个人消费开支约占美国经济总量的 70%，是美国经济增长的主要动力。

美国商务部近期公布的数据显示，今年一季度美国实际国内生产总值按年率计算仅增长 0.7%，低于去年四季度的 2.1%，创三年来新低。

2、2 亿美元投影视 新西兰经济不走寻常路

在著名系列电影《指环王》中，当魔戒远征队逃出地底矿区，怀着悲伤的心情来到罗斯洛立安森林时，美丽的精灵女王告诉佛罗多，他的冒险旅程将会是孤独的。这一镜头令无数观众动容，对应到现实中，该场景则发生在位于新西兰南岛的皇后镇。据当地旅游机构统计，人口不足 2 万人的皇后镇如今每年接待约 130 万人次国际游客，而这一数字在 2009 年时仅为 98 万人次。

日前，新西兰经济发展部长西蒙·布里奇斯与艺术、文化和遗产部长玛吉·巴里在一份联合声明中表示，新西兰政府将拨款 3.039 亿新西兰元(约合 2.08 亿

美元)用于新西兰影视片制作和国际合作。根据计划,新西兰政府将在今后四年投资 2.22 亿新西兰元,用于推动海外制片方来新西兰制作影视作品,同时还将拨款 6390 万新西兰元用于国内影视制作。

影视制作业是新西兰重要产业之一。被誉为“世界上最后一块处女地”的新西兰曾被《时代》杂志誉为“全球最热门制片国家”。布里奇斯表示,自 2014 年起,新西兰政府支持了大约 50 家国际制片方在新西兰制作影视作品,同时拨款 1 亿新西兰元用于支持国内 23 个影视作品制作。

在政府的支持下,不仅仅是《指环王》,《钢琴课》、《纳尼亚传奇》等著名电影均取景于新西兰,更在近年来吸引了不少中国的影视剧和真人秀在新西兰后期制作或取景拍摄。

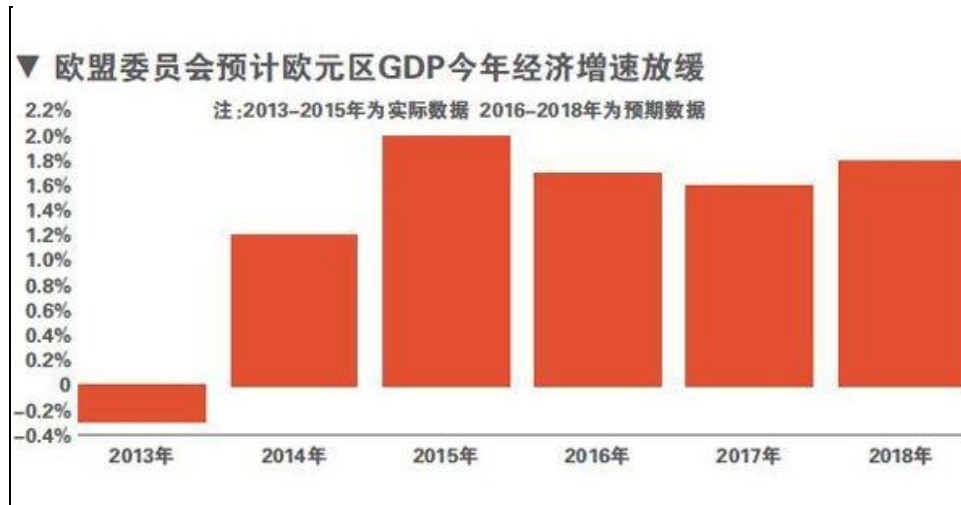
与此同时,在与众多国家电影人合作的过程中,新西兰电影人也在努力振兴自己的电影事业——彼得·杰克逊、简·坎皮恩等知名影人不断涌现,维塔工作室更在影视道具、数码后期制作等领域享有盛名——由他们组成的新西兰电影军团,一次次成为电影界的弄潮儿。每年,许多国外的大片都会来到新西兰做后期,这当中包括人们熟知的《泰坦尼克号》、《阿凡达》、《复仇者联盟》、《饥饿游戏》等。

这种努力并没有白费。一方面,国际影视制作领域的合作提振了新西兰的旅游业。以《指环王》为例,该片取景地点范围遍及新西兰南北岛两地共 150 个地方,由冰山走到火山、由农地穿越森林及湖泊。根据新西兰政府的统计,18%的游客表示选择来新西兰是受到电影《指环王》的影响。2014 年至今,电影产业为新西兰创造了 2.47 万个岗位,带动 1.4 万人次就业,每年给新西兰带来 33 亿新西兰元收入。

另一方面,风景如画的新西兰也吸引了大量移民和投资者。根据新西兰统计局最新公布的数据显示,截至今年 3 月 31 日,新西兰人口激增 10.03 万人,录得自欧洲殖民时代以来最大的名义增幅。据国际货币基金组织(IMF)的数据,新西兰是全球房价增长最快的地区之一,主要归因于外国投资者和移民的涌入。

与此同时,与国际影视制作领域的合作也带动科技发展进步。如今,从影视制作行业发展而来的人工智能和机器人技术在新西兰已经运用在保健等诸多经济发展领域。

3、欧洲释放退出宽松政策信号



法国选出了一位亲欧盟的中间派总统，欧洲的民粹主义势头得到遏制。欧元区经济增长更加强劲，价格指数开始回升。投资也在复苏，欧洲大陆各个股市纷纷创下历史新高。即便希腊，看上去也似乎可以在不发生危机的情况下顺利度过这个夏天。在此背景下，欧洲央行将逐渐退出量化宽松(QE)的消息不胫而走。

退出信号

最近，据德国媒体报道，欧洲央行可能从7月开始调整前瞻性指引，向外界释放退出超宽松货币政策的明确信号。

分析认为，欧元区经济下行风险基本可控，通胀水平趋向低于但接近2%的政策目标，上述表述将在下半年成为欧洲央行与市场沟通的基调。同时，欧洲央行可能在今年秋天公布渐进式退出量化宽松的方案。在目前每月600亿欧元购债计划的基础上，以一次缩减100亿欧元或200亿欧元的节奏逐步退出QE。

此外，欧洲央行首次加息时间预计为2018年底。

为应对通货紧缩和经济下行风险，欧洲央行于2015年初出台了量化宽松非常规货币政策，并于12月进一步加码。到2016年9月欧元区已经购债逾1万亿美元。统计数据显示，实行量化宽松货币政策后欧洲的经济的确有所好转。

根据欧洲统计局公布的初步数据显示，2017年一季度，经季节因素调整后

的欧元区国内生产总值同比增长 1.7%。欧元区 4 月通胀率升至 1.9%，接近 2% 的政策目标，暂时告别通货紧缩风险。3 月的失业率则跌至 9.5%，创九年来最低水平。另外，欧洲股市也越来越受到投资者青睐。上周三，欧洲斯托克 600 指数收盘创 2015 年 8 月以来最高收盘水平，德国 DAX 30 指数也创下历史最高收盘纪录。

量化宽松政策为欧元市场注入了大量流动性，在压低欧元汇率、回升通胀以及降低融资成本等方面产生作用。但是有专家认为，宽松的货币政策不是欧元区经济复苏的惟一原因。黄金钱包首席研究员肖磊表示，“宽松货币政策确实在一定程度上刺激了欧元区经济的活力，产生直接后果是债券收益率大幅下降。但欧洲经济转好主要原因还有全球经济危机降低以及区域内政治风险的消退”。

“双刃剑”

不能否认 QE 在帮助欧洲摆脱经济危机的过程中发挥了很大作用，但是 QE 就像一把“双刃剑”，短期内可以刺激消费，长远来看反而不利于经济发展。

肖磊指出，“宽松的货币政策有助于企业和个人筹资，但是持续的低利率可能会导致经济泡沫，居民收入远远赶不上支出的规模，长期来看，将加大社会负债程度，社会福利水平也会因此下降。此外，以降低利率的方式促进经济增长，意味着政府支出扩大，政府需要投资公共配置解决就业问题，显然公共建设的投入压力就会随之增加，意大利修宪事件就是一个很好的说明。量化宽松只能将问题延后”。

欧洲央行管理委员会委员、德国央行行长魏德曼日前表示，他不支持欧洲央行最近的刺激政策，他认为货币政策调节力度不该超过必要的程度。今年 1 月欧元区形势乐观。如果通胀趋势稳定持续，欧洲央行应该考虑结束刺激计划。

但就个别国家而言，经济发展的步伐并不一致，国与国之间仍存在显著的落差。法国去年四季度 GDP 增长率达 0.4%，符合预期，年增长率达 1.3%，处于正确的复苏轨道上。而意大利的情况则相差甚远，银行坏账问题悬而未决，失业率升至 12%，年轻人的失业问题极为严峻，失业率达 40%。

德国的表现最好，失业率仅 5.9%，贸易及经常账盈余之高为欧元区内之冠。肖磊认为，德国经济已经完全复苏，为了抑制市场泡沫有必要退出 QE，负利率虽然可以刺激出口，但持续的低利率会对长期投资造成不良影响。因此德国央

行要求结束宽松，以加息的方式减少投机，防止经济过热。

“但是像希腊和意大利这样的国家债务水平高企，失业率居高不下，所以它们肯定是希望 QE 继续实施的。而欧洲央行要考虑的是区域内协调发展，所以在制定政策时自然要考虑这类国家的情况。”肖磊说。

破题改革

量化宽松并不是拯救经济衰退的灵丹妙药。它虽然有助于防止经济陷入另一次大萧条，但资金连续注入也导致其作用递减。就如同欧洲央行行长德拉吉不断强调的，“货币政策只是解决方案的一部分，但并不是解决问题的灵丹妙药，货币政策正在为欧盟及欧盟成员国的经济提供流动性，但还需要结构性改革”。

欧元区经济疲软的根本原因是成员国经济结构性问题，而非仅仅是缺乏流动性，因而量化宽松政策不太可能从根本上解决欧元区面临的问题。欧洲内部缺乏统一的财政政策，在财政刺激政策难以推行的情况下，量化宽松货币政策便成为一个必选项。不过有批评人士称，量化宽松政策导致了成员国推行结构性改革的积极性降低，催生金融泡沫风险上升。

这是由于对于一些陷入债务危机的国家如希腊、葡萄牙而言，要减少债务，政府则必须削减开支，增加收入，这才是解决之道。但是，如果政府削减开支，减少投资，就会造成企业经营困难、失业率高升乃至通缩现象，这又会让经济变差，政府的收入减少，还债更难，容易陷入开支越缩，经济越差，债务更重的死亡漩涡。会让原本债务严重的欧元区国家，更缺乏动力去推行紧缩政策。这种拆东墙补西墙的做法，只会让债务越滚越大，债务危机再次爆发的风险也逐步提高。

选择合适的时机退出 QE 很重要。如果太早，有可能危及经济增长和价格稳定；如果太迟，则可能最终带来更高的通胀，甚至金融泡沫。肖磊推测，欧元区退出 QE 的行动将会于明年初开始，“显然，目前欧元区还不能完全退出 QE，另外退出将会以规模性扩张的形式进行”。

六、热点解读

1、“多证合一”改革推动“简政”取得实效

国务院办公厅近日印发《关于加快推进“多证合一”改革的指导意见》，部署推进“多证合一”改革，进一步优化营商环境，解决目前仍然存在的各类证照数量过多、“准入不准营”、简政放权措施协同配套不够等问题。

意见指出，按照能整合的尽量整合、能简化的尽量简化、该减掉的坚决减掉的原则，全面梳理、分类处理涉企证照事项。

目前仍然存在涉企证照数量过多、行政审批过多等问题。国家工商总局副局长马正其说，“多证合一”改革的目标是使企业不用为了仅仅去政府部门挂个号、备个案、提交一下信息四处奔波，费时费力。同样的信息，企业向政府部门提供一次就够了，实现“一套材料、一表登记、一窗受理”的工作模式。

意见明确，将信息采集、记载公示、管理备查类的一般经营项目涉企证照事项，以及企业登记信息能够满足政府部门管理需要的证照事项整合到营业执照上，实行“多证合一”，使企业在办理营业执照后即能达到预定可生产经营状态，最大程度便利企业市场准入。

马正其说，“多证合一”除了证照的整合，更需要结合行政审批制度改革的推进，从全面梳理涉企证照事项入手，从根本上推动证照的削减，通过减少证照数量，简化办事程序，降低企业办事成本，以“减证”推动“简政”。

意见提出，要坚持互联互通与数据共享相结合，大力推进信息共享，打通信息孤岛。

国家工商总局企业监管局局长马夫说，这一轮商事制度改革，特别是在市场主体监管的过程当中，确立的理念是以信息的公示为基础，以信用监管为核心。工商部门建立了全国企业信用信息公示系统，各个政府部门在监管企业的过程当中，形成的涉企信息，都统一归集到这个系统上，这是国家在企业信用建设其中的一个巨大的技术支撑平台。

专家表示，“多证合一”改革涉及的证照类型多、需要协调的部门多。各地要对本行政区域内证照种类、数量进行全面梳理，决定哪些证照要“合一”、需

要哪些部门协同配合，要特别注重部门信息共享交换平台的完善，要下大力气推动各相关部门业务信息系统的互联互通、信息共享和业务协同。“多证合一”不能简单追求数量上的“多”，而要实现协同多、联系多，以有效的协同推动更多的减证，确保改革真正取得实效。

2、实现“五个确保” 力促教育公平

5月10日，教育部发出通知，对2017年普通高等教育招生计划和管理工作进行部署。这份年度招生计划是如何制定的？今年的招生计划有什么新特点？教育部有关负责人对这些问题进行了回答。

问：年度招生计划是怎样制定的？

答：每年的全国普通高校本专科招生计划总量，是由国家发展改革委和教育部，根据国家教育发展规划确定的五年、十年高等教育发展目标，结合国家年度国民经济和社会发展实际情况，提出安排建议，经全国人大审议通过后执行。

国家安排分省普通高校本科招生计划总量时，重点考虑各省高考报名人数和入学机会、经济支撑能力和高校办学条件、区域公平和国家重大战略等一系列因素，每年各省高校招生计划随上述因素的变化动态调整。为落实国务院简政放权的要求，进一步扩大省级政府高等教育统筹权，自2016年起，教育部将高职（专科）招生计划审批权下放到各地各部门，地方所属高校的高职（专科）招生计划由各地教育行政部门根据本省实际自主确定，报教育部备案后组织实施。

问：2017年招生计划安排有何特点？

答：2017年全国和分省分部门普通本专科招生计划安排，是在综合考虑教育“十三五”规划目标、考生入学机会和高等教育发展实际等多方面因素基础上研究制定的。

今年总体考虑“五个确保”：一是继续统筹维护各地考生的切身利益，确保各地高考录取率不降低；二是继续实施国家支援中西部地区招生协作计划，确保省际录取率差距进一步缩小；三是适度扩大国家农村和贫困地区定向招生专项计划实施规模，确保重点高校招收农村和贫困地区的学生人数进一步增加；四是引导中央部委所属高校适度增加本科招生规模，确保这些高校投放到31个省份的招生计划总量不降低或略有增加；五是进一步加强宏观调控和规范管

理，确保国家年度高等教育事业发展目标得到更好落实。

下一步，教育部将指导各地、各部门做好招生计划编制和管理，并对招生录取工作进行实地督查，确保 2017 年预期政策目标顺利实现。

问：国家支援中西部地区招生协作计划成效如何？

答：教育部于 2008 年启动实施国家支援中西部地区招生协作计划。据统计，该计划实施 9 年间，录取率最低省份与全国平均水平差距缩小了 12 个百分点，如果按在校生规模 1 万人折算，相当于为中西部地区增设了 100 多所普通高校，圆了 100 多万中西部地区孩子的大学梦。

2017 年，该计划安排 28.7 万人，其中本科计划 16.7 万人、专科计划 12 万人，预计省际间录取率差距将进一步缩小。

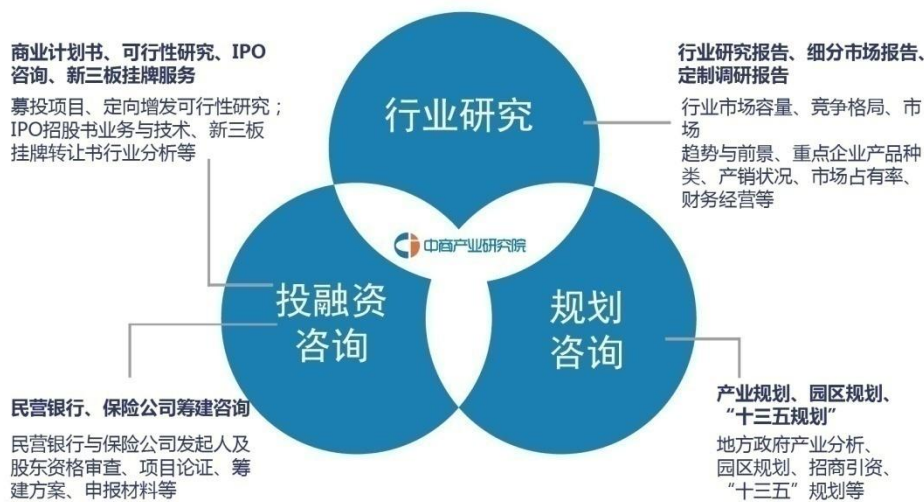
问：国家支援中西部地区招生协作计划是否会影响承担省份的考生考取中央部委高校的机会？

答：国家支援中西部地区招生协作计划任务由地方所属普通本科和高职院校承担，不影响中央部委所属高校投放到各省份的招生计划。2017 年，教育部引导中央部委所属高校根据自身办学条件，适度增加本科招生规模；要求中央部委所属高校本科招生总规模不少于去年，投放到各省的招生计划也不少于去年。

中商产业研究院简介

中商产业研究院是深圳中商情大数据股份有限公司下辖的研究机构，是国内领先的产业研究咨询服务机构，是中国专业的第三方市场研究和企业咨询服务提供商，研究范围涵盖智能装备制造、新能源、新材料、新金融、新消费、大健康、“互联网+”等新兴领域。公司致力于为国内外企业、上市公司、投融资机构、会计师事务所、律师事务所等提供各类数据服务、研究报告及高价值的咨询服务。

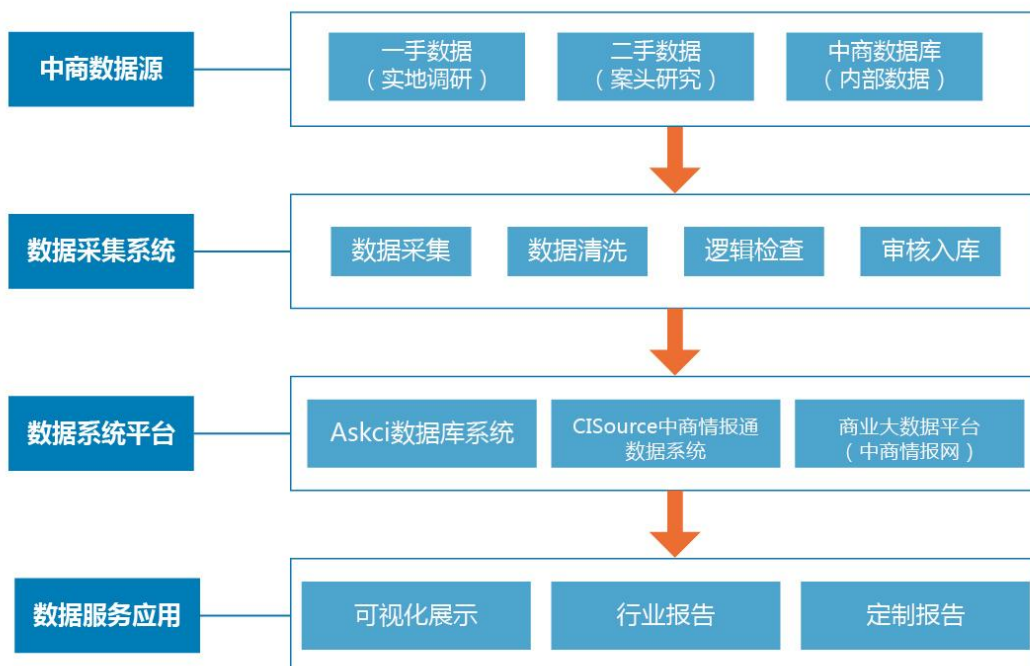
自 2003 年以来，中商在发展中已不断成长，迄今为止，中商汇聚了 350 余名来自不同行业的资深顾问。中商依托自主研发的 Askci 数据库和 CISource 中商情报通对各类数据建立月度、季度、年度持续的信息收集监测，覆盖近 5000 多个细分产业市场数据库，持续更新。中商始终为客户提供最新最全的数据服务、研究报告、产业规划咨询等高价值咨询服务。



中商研究报告数据及资料来源

中商利用多种一手及二手资料来源核实所收集的数据或资料。一手资料来源于中商对行业内重点企业访谈获取的一手信息数据；中商通过行业访谈、电话访问等调研获取一手数据时，调研人员会将多名受访者的资料及意见、多种来源的数据或资料进行比对核查，公司内部也会预先探讨该数据源的合法性，以确保数据的可靠性及合法合规。二手资料主要包括国家统计局、国家发改委、商务部、工信部、农业部、中国海关、金融机构、行业协会、社会组织等发布的各类数据、年度报告、行业年鉴等资料信息。

数据来源	数据类型
金融机构	金融机构公开发布的各类年度数据、季度数据、月度数据等
政府部门	宏观经济数据、行业经济数据、产量数据、进出口贸易数据等
行业协会	年度报告数据、公报数据、行业运行数据、会员企业数据等
社会组织	国际性组织、社会团体公布的各类数据等
行业年鉴	国家相关部门及行业协会发布的各类行业统计年鉴
公司公告	上市公司、新三板公司等发布的定期年报、半年报、公司公告等
期刊杂志	公开期刊杂志中获取的仅限于允许公开引用、转载的部分
中商调研	研究人员、调研人员通过实地调查、行业访谈等获取的一手数据



中商产业研究院影响力

国家政府部门如发改委、商务部、农业部、国务院发展研究中心（国研网）等，权威媒体如央视财经、凤凰财经、新浪财经等广泛报道与引用中商产业研究院专业观点及研究结论，中商为国内外上百家拟上市企业提供 IPO 咨询服务。



中商 IPO 咨询服务案例（部分）

- 大洋洲绿色食品控股有限公司（港）
- 中國普甜食品控股有限公司（港）
- 鸿伟（亚洲）控股有限公司（港）
- 中华包装控股发展有限公司（港）
- 蒙古投资集团有限公司（港）
- 台一国际控股有限公司（港）
- 福邦控股有限公司（港）
- 自动系统集团有限公司（港）
- 宇陽控股（集團）有限公司（港）
- 达进精电控股有限公司（港）
- 中国食品包装有限公司（韩）
- 海洋王照明科技股份有限公司
- 广东台城制药股份有限公司
- 重庆燃气集团股份有限公司
- 广东金莱特电器股份有限公司
- 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司
- 湖南千山制药机械股份有限公司
- 广东冠昊生物科技股份有限公司
- 常熟风范电力设备股份有限公司
- 南通四方冷链装备股份有限公司
- 广州市爱司凯科技股份有限公司
- 江苏新美星包装机械股份有限公司
- 北京长久物流股份有限公司
- 临江市东锋有色金属股份有限公司
- 北京博晖创新光电技术股份有限公司
- 浙江富春江环保热电股份有限公司
- 唐山港集团股份有限公司
- 重庆三圣特种建材股份有限公司
- 海南康芝药业股份有限公司
- 佛山市南华仪器股份有限公司

中商产业研究院期待与您更深度的合作！

服务热线：400-666-1917