

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、《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》	2
二、	经济观察	8
	1、流通领域重要生产资料市场价格变动情况	8
	2、50个城市主要食品平均价格变动情况（2017年1月1-10日）	10
三、	投资市场	11
	1、揭秘电商法诞生的台前幕后，治理互联网要平衡各方利益	11
	2、银行系与支付宝们的战争愈演愈烈，谁会是最后的赢家？	15
	3、盘点2016年崛起最快的十大互联网企业	20
	4、证监会：ST慧球奇葩议案是一场闹剧，已开展调查	27
	5、新三板企业刚迁址到贫困县，然后贫困县脱贫了	29
	6、比特币中国回应央行检查：比特币是法律灰色地带	31
	7、华润退出万科，深圳地铁接盘	32
	8、共享单车：政府合作成趋势 倒闭潮难避免	38
	9、国内外一周风投事件统计	41
四、	产业市场	42
	1、食药监总局今年将实现药品化妆品抽检信息每周公开	42
	2、新能源汽车发展仍处初级阶段 市场竞争力需提升	43
	3、二手车电商平台整合加剧 市场突破千万量级	45
	4、煤价上涨未引发电价跟随 电企心愿落空	47
	5、养老资本短视乱象：明里养老实为卖房	50
	6、中国房地产增量市场变存量市场 流通将成主角	53
	7、电力行业产能过剩加剧须警惕 国电集团压降投资规模	56
	8、国产乘用车油耗标准收紧 SUV市场压力沉重	58
	9、人工智能第三次革命：从零和到竞合 颠覆组织形态	61
	10、电视行业成本上升迎新一轮涨价	64
五、	环球市场	67
	1、美欧达成保险业监管协议	67
	2、欧债收益率普涨 因美联储官员暗示加快加息	67
	3、新西兰积极寻求与脱欧后的英国达成自贸协定	68
	4、全球车企缘何青睐墨西哥	68
	5、美联储官员对美国未来财政政策保持谨慎	70
	6、德国经济去年增长1.9%	71
	7、中美经贸将面临短期磨合 自由贸易与全球化趋势未改	71
	8、韩国19个批次化妆品上“黑榜” 欧美及国产化妆品品牌迎来抢位节点	74
	9、巴西央行再次降息 基准利率降至13%	76
	10、日本观察：用工荒之下的机器换人潮	76
六、	热点解读	79
	1、2016年基金募集氛围良好 创投市场投资规模创新高	79
	2、2016年消费及服务服务业融资遇冷 IPO数量显著提升	87

正文

一、政策法规

1、《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》

《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》全文如下。

随着信息技术迅猛发展和移动智能终端广泛普及，移动互联网以其泛在、连接、智能、普惠等突出优势，有力推动了互联网和实体经济深度融合，已经成为创新发展新领域、公共服务新平台、信息分享新渠道。为深入贯彻落实习近平总书记网络强国战略思想，促进我国移动互联网健康有序发展，现提出如下意见。

一、重要意义和总体要求

1. 重要性和紧迫性。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视网络安全和信息化工作，成立中央网络安全和信息化领导小组，作出一系列重大决策部署，有力推动了网信事业特别是移动互联网健康发展，对方便人民群众生产生活、促进经济社会发展、维护国家安全发挥了重要作用。当前，随着互联网技术、平台、应用、商业模式与移动通信技术紧密结合，移动互联网新技术快速演进、新应用层出不穷、新业态蓬勃发展，工具属性、媒体属性、社交属性日益凸显，生态系统初步形成、加速拓展，越来越成为人们学习、工作、生活的新空间。与此同时，移动互联网安全威胁和风险日渐突出，并向经济、政治、文化、社会、生态等领域传导渗透。面对新形势新挑战，移动互联网发展管理工作还存在一些短板：体制机制有待完善，法治建设仍显滞后，政策扶持力度不够，自主创新能力不足，核心技术亟需突破，管理基础相对薄弱，企业主体责任落实不到位，安全策略不完备等。这些问题已经制约移动互联网健康有序发展，必须高度重视、抓紧解决。

2. 指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，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，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，积极践行新发展理念，坚持以人民为中心的发展思想，坚持鼓励支持和规范发展并行、政策引导和依法管理并举、经济效益和社会效益并重，凝聚共识、防范风险、争取

人心、保障安全、促进发展，鼓励和支持技术创新，激发和保护企业活力，不断增强发展内生动力，全方位推进移动互联网健康有序发展，更好服务党和国家事业发展大局，让移动互联网发展成果更好造福人民。

3. 基本原则。坚持发展为民，充分发挥移动互联网优势，缩小数字鸿沟，激发经济活力，为人民群众提供用得上、用得起、用得好的移动互联网信息服务；坚持改革引领，完善市场准入，规范竞争秩序，优化发展环境，全面释放创新活力和市场能量；坚持创新为要，强化目标导向、问题导向、效果导向，发挥管理主体、运营主体、使用主体作用，全方位推进理念、机制、手段等创新；坚持内容为本，创新内容生产，拓展分享渠道，净化交互生态；坚持分类指导，对移动互联网信息服务实行分类管理；坚持安全可控，全面排查、科学评估、有效防范和化解移动互联网迅猛发展带来的风险隐患，切实保障网络数据、技术、应用等安全。

二、推动移动互联网创新发展

4. 完善市场准入制度。深入推进简政放权、放管结合、优化服务，进一步取消和下放相关行政审批事项，加快落实由先证后照改为先照后证，简化审批流程、提高审批效率。建立完善与移动互联网演进发展相适应的市场准入制度，健全电信业务分级分类管理制度，健全移动互联网新业务备案管理、综合评估等制度。在确保安全的前提下，引导多元化投融资市场发展，积极稳妥推进电信市场开放，推动形成多种资本成分和各类市场主体优势互补、相互竞争、共同发展的市场新格局。

5. 加快信息基础设施演进升级。全面推进第四代移动通信（4G）网络在城市地区深度覆盖、在农村地区逐步覆盖、在贫困地区优先覆盖。加快第五代移动通信（5G）技术研发，统筹推进标准制定、系统验证和商用部署。增强网络服务能力，简化电信资费结构，实现网络资费合理下降，提升服务性价比和用户体验。创新投资和运营模式，扩大用户宽带接入网普及范围，加快民航客机、高速铁路、城市交通等公共场所无线局域网建设和应用，带动引导商业性服务场所实现无线局域网覆盖和免费开放。加快建设并优化布局内容分发网络、云计算及大数据平台等新型应用基础设施。开放民间资本进入基础电信领域竞争性业务，深入推进移动通信转售业务发展，形成基础设施共建共享、业务服务相互竞争的市场格局。改善互联网骨干网网间互联质量，优化互联架构，探索建立以长期增量成本为基础的网间结算长效机制，更好满足用户携号转网需求，营造良好市场竞争环境。

6. 实现核心技术系统性突破。坚定不移实施创新驱动发展战略，在科研投入上集中力量办大事，加快移动芯片、移动操作系统、智能传感器、位置服务等核心技术突破和成果转化，推动核心软硬件、开发环境、外接设备等系列标准制定，加紧人工智能、虚拟现实、增强现实、微机电系统等新兴移动互联网关键技术布局，尽快实现部分前沿技术、颠覆性技术在全球率先取得突破。落实企业研发费用加计扣除政策，创新核心技术研发投入机制，探索关键核心技术市场化揭榜攻关，着力提升我国骨干企业、科研机构在全球核心技术开源社区中的贡献和话语权，积极推动核心技术开源中国社区建设。

7. 推动产业生态体系协同创新。统筹移动互联网基础研究、技术创新、产业发展与应用部署，加强产业链各环节协调互动。鼓励和支持企业成为研发主体、创新主体、产业主体，加快组建产学研用联盟，推动信息服务企业、电信企业、终端厂商、设备制造商、基础软硬件企业等上下游融合创新。推动信息技术、数字创意等战略性新兴产业融合发展。提高产品服务附加值，加速移动互联网产业向价值链高端迁移。完善覆盖标准制定、成果转化、测试验证和产业化投融资评估等环节的公共服务体系。加快布局下一代互联网技术标准、产业生态和安全保障体系，全面向互联网协议第六版（IPv6）演进升级。统筹推进物联网战略规划、科技专项和产业发展，建设一批效果突出、带动性强、关联度高的典型物联网应用示范工程。

8. 加强知识产权运用和保护。开展移动互联网领域专利导航工作，制定专利布局方向建议清单，鼓励企业面向战略前沿、交叉融合领域开展知识产权战略布局，充实核心技术专利储备。推进知识产权运营交易和服务平台建设，加快推进专利信息资源开放共享，鼓励大型移动互联网企业共同组建专利池，建立资源共享和利益分配机制。建立知识产权风险管理体系，加强知识产权预警和跨境纠纷法律援助。加大对移动互联网技术、商业模式等创新成果的知识产权保护，研究完善法律法规，规范网络服务秩序，提高侵权代价和违法成本，有效威慑侵权行为。

三、强化移动互联网驱动引领作用

9. 激发信息经济活力。加快制定完善信息经济发展政策措施，将发展移动互联网纳入国家信息经济示范区统筹推进，鼓励移动互联网领先技术和创新应用先行先试，扶持基于移动互联网技术的创新创业，促进经济转型升级、提质增效。加快实施“互联网+”行动计划、国家大数据战略，大力推动移动互联网

和农业、工业、服务业深度融合发展，以信息流带动技术流、资金流、人才流、物资流，促进资源优化配置，促进全要素生产率提升。创新信息经济发展模式，增强安全优质移动互联网产品、服务、内容有效供给能力，积极培育和规范引导基于移动互联网的约车、租房、支付等分享经济新业态，促进信息消费规模快速增长、信息消费市场健康活跃。

10. 支持中小微互联网企业发展壮大。充分运用国家相关政策措施推动中小微互联网企业在移动互联网领域创新发展，支持和促进大众创业、万众创新。进一步发挥国家中小企业发展基金、国家创新基金等政策性基金引导扶持作用，落实好税费减免政策，在信用担保、融资上市、政府购买服务等方面予以大力支持，消除阻碍和影响利用移动互联网开展大众创业、万众创新的制度性限制。积极扶持各类中小微企业发展移动互联网新技术、新应用、新业务，打造移动互联网协同创新平台和新型孵化器，发展众创、众包、众扶、众筹等新模式，拓展境内民间资本和风险资本融资渠道。充分发挥基础电信企业、大型互联网企业龙头带动作用，通过生产协作、开放平台、共享资源等方式，积极支持上下游中小微企业发展。遏制企业滥用市场支配地位破坏竞争秩序，营造公平有序的市场竞争环境。

11. 推进信息服务惠及全民。依托移动互联网加强电子政务建设，完善国家电子政务顶层设计，加快推进“互联网+政务服务”。在保障数据安全和个人隐私的前提下，推动公共信息资源开放利用，优先推进民生保障服务领域政府数据集向社会开放。加快实施信息惠民工程，构建一体化在线服务平台，分级分类推进新型智慧城市建设，促进移动互联网与公共服务深度融合，重点推动基于移动互联网的交通、旅游、教育、医疗、就业、社保、养老、公安、司法等便民服务，依托移动互联网广泛覆盖和精准定位等优势加快向街道、社区、农村等延伸，促进基本公共服务均等化。推动各级党政机关积极运用移动新媒体发布政务信息，提高信息公开、公共服务和社会治理水平。

12. 实施网络扶贫行动计划。按照精准扶贫、精准脱贫要求，加大对中西部地区和农村贫困地区移动互联网基础设施建设的投资力度，充分发挥中央财政资金引导作用，带动地方财政资金和社会资本投入，加快推进贫困地区网络全覆盖。鼓励基础电信企业针对贫困地区推出优惠资费套餐，探索推出“人、机、卡、号”绑定业务，精准减免贫困户网络通信资费。以远程医疗服务、在线教育培训等为重点，大力推动移动互联网新技术新应用为贫困地区农产品销售、乡村旅游、生产指导、就业服务、技能培训等提供更加优质便捷的服务。依托网络公益扶贫联盟等各方力量，推动网信企业与贫困地区结对帮扶，组织

知名电商平台为贫困地区开设扶贫频道，积极开发适合民族边远地区特点和需求的移动互联网应用。坚持经济效益和社会效益并重，在深入开展项目论证基础上，充分发挥中国互联网投资基金作用，大力推动基于移动互联网的教育、医疗、公共文化服务等民生保障项目落地和可持续实施。

13. 繁荣发展网络文化。把握移动互联网传播规律，实施社会主义核心价值观、中华优秀传统文化网上传播等内容建设工程，培育积极健康、向上向善的网络文化。加大中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站等主流媒体移动端建设推广力度，积极扶持各类正能量账号和应用。加强新闻媒体移动端建设，构建导向正确、协同高效的全媒体传播体系。在互联网新闻信息服务、网络出版服务、信息网络传播视听节目服务等领域开展特殊管理股试点。大力推动传统媒体与移动新媒体深度融合发展，加快布局移动互联网阵地建设，建成一批具有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。

四、防范移动互联网安全风险

14. 提升网络安全保障水平。牢固树立正确的网络安全观和动态、综合防护理念，坚持以安全保发展、以发展促安全，全方位、全天候感知移动互联网安全态势，不断强化移动互联网基础信息网络安全保障能力，大力推广具有自主知识产权的网络空间安全技术和标准应用。增强网络安全防御能力，落实网络安全责任制，制定完善关键信息基础设施安全、大数据安全等网络安全标准，明确保护对象、保护层级、保护措施。全面加强网络安全检查，摸清家底、认清风险、找出漏洞、督促整改，建立统一高效的网络安全风险报告机制、情报共享机制、研判处置机制。

15. 维护用户合法权益。完善移动互联网用户信息保护制度，严格规范收集使用用户身份、地理位置、联系方式、通信内容、消费记录等个人信息行为，保障用户知情权、选择权和隐私权。督促移动互联网企业切实履行用户服务协议和相关承诺，完善服务质量管理体系，健全投诉处理机制，提供更加安全、优质、便捷、实用的产品和服务。加大对利用“伪基站”、非法网站、恶意软件等侵害用户权益行为的打击力度，切实维护消费者权益和行业秩序。

16. 打击网络违法犯罪。坚决打击利用移动互联网鼓吹推翻国家政权、煽动宗教极端主义、宣扬民族分裂思想、教唆暴力恐怖等违法犯罪活动。严厉查处造谣诽谤、电信网络诈骗、攻击窃密、盗版侵权、非法售卖个人信息等违法犯罪行为。全面清理赌博、传销、非法集资、淫秽色情、涉枪涉爆等违法违规

信息。

17. 增强网络管理能力。强化网络基础资源管理，规范基础电信服务，落实基础电信业务经营者、接入服务提供者、互联网信息服务提供者、域名服务提供者的主体责任。创新管理方式，加强新技术新应用新业态研究应对和安全评估。完善信息服务管理，规范传播行为，维护移动互联网良好传播秩序。

五、深化移动互联网国际交流合作

18. 拓展国际合作空间。围绕“一带一路”国家战略，推进网上丝绸之路国际合作，促进移动互联网基础设施互联互通，大力发展跨境移动电子商务。在第五代移动通信（5G）、下一代互联网、物联网、网络安全等关键技术和重要领域，积极参与国际标准制定和交流合作。支持移动互联网企业走出去，鼓励通过多种方式开拓国际市场，加大移动互联网应用、产品、服务海外推广力度，构建完善跨境产业链体系，不断拓展海外发展空间。

19. 参与全球移动互联网治理。全面参与全球移动互联网治理相关组织、机制和活动，加强各类双边、多边对话合作。深入参与、积极推动移动互联网领域规则和标准制定。充分发挥世界互联网大会等平台作用，大力宣介中国治网主张。建立健全信息共享机制，积极参与国际联合打击移动互联网违法犯罪行动。

20. 加强国际传播能力建设。深化中外人文交流，积极利用各类社交平台，有效运用各种传播渠道，采用融通中外的概念、范畴、表述，讲好中国故事，展现中国形象。打造具有较强影响力的国际传播媒体，创新开展多语种、跨平台互动传播，不断提升移动互联网国际传播影响力。

六、加强组织领导和工作保障

21. 完善管理体制。在中央网络安全和信息化领导小组统一领导下，中央网信办要进一步强化移动互联网管理的统筹协调、督促检查，建立健全联席会议、工作例会等制度，研究处理各地区各部门移动互联网发展管理重大事项和情况，督促指导各地区各部门有效落实领导小组决定事项、工作部署和有关要求；工业和信息化、公安、文化、新闻出版广电等有关部门和军队要根据职责切实负起责任，依法加强对移动互联网相关业务的监督管理，制定出台支持和促进移动互联网技术、产业发展的政策措施。明确地方网信部门承担互联网信

息内容的监督管理执法职责，健全中央、省、市三级管理体系，加大人员、经费、技术等保障力度。

22. 扩大社会参与。鼓励社会各界广泛参与移动互联网治理，加快移动互联网社会组织建设，支持中国互联网发展基金会、中国互联网协会等各方力量积极开展网络公益活动。引导广大移动互联网用户文明上网，积极参与净化网络环境、维护网络秩序。健全行业信用评价体系和服务评议制度，完善行业管理、企业自律、社会监督联动机制。

23. 推进人才队伍建设。加强网信战线人才培养体系建设，不断提升业务能力和综合素质，注重培养、选拔、任用熟悉移动互联网发展管理工作的领导干部。坚持先行先试，创新人才引进、评价、流动、激励机制，将各方面优秀人才凝聚到网信事业中来。着力打造高端智库群，为移动互联网发展管理工作提供智力支持。采取特殊政策，建立适应网信特点的人事制度和薪酬制度。

24. 强化法治保障。加快网络立法进程，完善依法监管措施，化解网络风险。全面贯彻实施网络安全法，加快推进电子商务法等基础性立法，制定修订互联网信息服务管理办法、关键信息基础设施安全保护条例、未成年人网络保护条例等行政法规。完善司法解释和政策解读，推动现有法律法规延伸适用于移动互联网管理。建立健全网络数据管理、个人信息保护等重点管理制度。完善移动互联网管理多部门执法协调机制，加快执法信息技术系统建设，提高对网络违法犯罪识别、取证、联动查处打击等能力。加强网络普法，强化网民法治观念，提升全民网络素养。

二、经济观察

1、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 1 月上旬，与 2016 年 12 月下旬相比，18 种产品价格上涨，26 种下降，6 种持平。

图表 1 流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2017 年 1 月 1—10 日）

产品名称	单位	本期价格（元）	比上期价格涨跌（元）	涨跌幅（%）
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	3212.8	-69.8	-2.1
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	3302.8	-66.0	-2.0
普通中板（20mm, Q235）	吨	3556.6	-78.6	-2.2
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	3898.3	-42.7	-1.1
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	4196.2	-52.6	-1.2
角钢（5#）	吨	3416.7	-52.3	-1.5
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	45365.8	637.3	1.4
铝锭（A00）	吨	12711.5	-248.3	-1.9
铅锭（1#）	吨	17868.3	-128.6	-0.7
锌锭（0#）	吨	21532.2	673.8	3.2
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	285.0	-1.9	-0.7
烧碱（液碱，32%）	吨	916.2	-9.1	-1.0
甲醇（优等品）	吨	2756.1	-114.2	-4.0
纯苯（石油苯，工业级）	吨	7429.2	38.6	0.5
苯乙烯（一级品）	吨	10016.7	76.1	0.8
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	10101.4	-97.5	-1.0
聚丙烯（T30S）	吨	9369.1	-324.8	-3.4
聚氯乙烯（SG5）	吨	6249.7	-70.9	-1.1
顺丁胶（BR9000）	吨	22735.0	2075.6	10.0
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	9616.7	-133.3	-1.4
四、石油天然气				
液化天然气（LNG）	吨	3206.7	23.2	0.7
液化石油气（LPG）	吨	4164.5	316.6	8.2
汽油（95#国V）	吨	7085.0	7.9	0.1
汽油（92#国V）	吨	6531.4	-13.4	-0.2
柴油（0#国V）	吨	6259.2	-124.8	-2.0
石蜡（58#半）	吨	6733.8	135.4	2.1
五、煤炭				
无烟煤（2号洗中块）	吨	905.8	2.5	0.3
普通混煤（4500大卡）	吨	490.0	-3.1	-0.6
山西大混（5000大卡）	吨	545.8	-4.2	-0.8
山西优混（5500大卡）	吨	595.0	0.0	0.0
大同混煤（5800大卡）	吨	645.8	-4.2	-0.6
焦煤（1/3焦煤）	吨	1170.0	0.0	0.0
焦炭（二级冶金焦）	吨	1818.8	-64.7	-3.4

六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥（P.C 32.5R 袋装）	吨	307.5	-1.1	-0.4
普通硅酸盐水泥（P.O 42.5 散装）	吨	323.6	1.5	0.5
浮法平板玻璃（4.8-5mm）	吨	1543.0	1.9	0.1
七、农产品				
稻米（粳稻米）	吨	4366.5	2.1	0.0
小麦（国标三等）	吨	2620.3	6.2	0.2
玉米（黄玉米二等）	吨	1507.0	-11.0	-0.7
棉花（皮棉，白棉三级）	吨	15433.3	-46.2	-0.3
生猪（外三元）	千克	18.0	0.9	5.3
大豆（黄豆）	吨	4106.7	17.9	0.4
豆粕（粗蛋白含量≥43%）	吨	3319.2	-109.2	-3.2
花生（油料花生米）	吨	8044.4	-138.9	-1.7
八、农业生产资料				
尿素（小颗粒）	吨	1773.2	66.5	3.9
复合肥（硫酸钾复合肥）	吨	2185.0	0.0	0.0
农药（草甘膦，95%原药）	吨	25225.0	0.0	0.0
九、林产品				
人造板（1220*2440*15mm）	张	49.6	0.0	0.0
纸浆（漂白化学浆）	吨	4992.6	92.7	1.9
瓦楞纸（高强）	吨	4090.0	2.5	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（2017年1月1-10日）

图表 2 50个城市主要食品平均价格变动情况

商品名称	规格等级	单位	本期价格(元)	比上期价格涨跌(元)	涨跌幅(%)
大米	粳米	千克	6.34	-0.01	-0.2
面粉	富强粉	千克	6.32	0.03	0.5
面粉	标准粉	千克	5.13	0.02	0.4
豆制品	豆腐	千克	4.78	0.01	0.2
花生油	压榨一级	升	27.86	0.00	0.0
大豆油	5L 桶装	升	9.93	0.00	0.0
菜籽油	一级散装	升	14.15	0.01	0.1
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	30.20	0.27	0.9
猪肉	五花肉	千克	31.45	0.27	0.9
牛肉	腿肉	千克	67.17	0.17	0.3
羊肉	腿肉	千克	58.51	-0.02	0.0

鸡	白条鸡	千克	21.96	-0.04	-0.2
鸡	鸡胸肉	千克	20.47	-0.09	-0.4
鸭	白条鸭	千克	17.97	0.01	0.1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	9.12	-0.12	-1.3
活鲤鱼		千克	15.02	-0.03	-0.2
活草鱼		千克	15.76	0.02	0.1
带鱼		千克	37.59	0.62	1.7
大白菜		千克	2.87	0.00	0.0
油菜		千克	5.23	-0.18	-3.3
芹菜		千克	6.45	-0.39	-5.7
黄瓜		千克	7.04	0.59	9.2
西红柿		千克	8.66	0.83	10.6
豆角		千克	11.61	-0.27	-2.3
土豆		千克	4.44	0.06	1.4
苹果	富士苹果	千克	11.20	0.02	0.2
香蕉	国产	千克	5.40	-0.07	-1.3

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

三、投资市场

1、揭秘电商法诞生的台前幕后，治理互联网要平衡各方利益

电子商务法从 2013 年 12 月启动立法程序到 2016 年 12 月草案通过初审并向社会公布已经历时 3 年。业界异常关注电子商务的进展，因为关系到千万人的生计问题。

官方数据显示，2015 年中国电子商务服务企业的直接从业人员已超过 255 万人，间接带动的就业人数则超过 1835 万人。特别是处在中国经济新旧经济动能接续的关键时期，电子商务立法进程将成为业界观察国家对电商、互联网经济乃至整个新经济政策取向的窗口之一。

电商法草案引发大讨论 或成电信法翻版？

我国第一部电商领域的综合性法律——《中华人民共和国电子商务法（草案）》（以下简称“电商法草案”）于 2016 年 12 月 19 日通过十二届全国人大常委会第二十五次会议初审，已于 2016 年 12 月 25 日向社会公布，并进入为期一个月（从 2016 年 12 月 27 日至 2017 年 1 月 26 日）的征求意见阶段。

由于电商法草案包含“电子商务经营主体（包括自然人，编者注）都应依法办理工商登记”等条款，实际上将提高电商参与门槛，因此引发了全社会的广泛关注。比如，2017年1月8日，中国社科院法学所、中国法学会网络与信息法学研讨会举办“第一次网络与信息法治圆桌会议暨《电子商务法》草案研讨会”，2017年1月11日，中国社科院信息化研究中心举办“新旧实体经济研讨会”等针对电商法草案的核心焦点问题进行了讨论。

“30多年前很多人就想搞电信法，现在很少有人想搞了，因为电信的概念已经变化了。”中国互联网协会副理事长高新民在“新旧实体经济研讨会”上表示：“电商法和电信法很类似，法律要管的对象在发展、边界在拓展、形式在变化，因此现在搞电商法合不合适，值得重新考虑。”国家信息中心研究部主任张新红也表示：“在看不清的情况下，宁可晚一点立法，因为那样可以避免制定出来的法律不能适应未来的发展。”

揭秘电商法诞生的台前幕后，治理互联网要平衡各方利益

1、草案公布的台前幕后

在第十二届全国人大常委会2013年10月31日公布的立法规划中，电子商务法被列入第二类项目，即需要抓紧工作、在条件成熟时提请审议的法律草案之一。

此后，第十二届全国人大常委会于2013年12月7日召开了电子商务法第一次起草组会议，正式启动《中华人民共和国电子商务法》的立法进程。从2013年12月27日全国人大财经委召开电子商务法起草组成立大会暨第一次全体会议到2016年12月25日电商法草案公布，已经历时三年。

具体来说，电商法草案是在2015年1月到2016年6月之间开展并完成起草的。全国人大财经委副主任乌日图在2016年全国“两会”期间透露，电子商务法已列入第十二届全国人大常委会五年立法规划，将尽早提请审议。电商法草案最终在2016年12月19日通过初审，只不过，这一版草案出乎了互联网业界特别是电商业界多数人的预料。

官方统计数据显示，中国电子商务交易额和网络零售交易额在2010年分别为4.5万亿元、5231亿元，到2015年则变为20.8万亿元、4万亿元；也就是说，整个“十二五”期间，中国电子商务交易额和网络零售交易额分别年均增

长 35%、50%。

另有统计数据显示，2015 年中国实物商品网上零售额占到整个社会消费品零售总额的 11%，2016 年前 11 个月该指标已接近 13%。

实际上，隐含的另一个背景则是，中国经济形势持续下行，尤其是传统行业近年以来遭遇增长困境。很多传统行业代表人物开始发起“虚实经济之争”，最著名的莫过于在 2016 年年底的央视《对话》栏目中，传统产业大佬李东生、董明珠、宗庆后一起对电商“放炮”，提出“年轻人开网店是国家隐患，危害实体经济”。

在这种形势下，电商法草案将电子商务定义为“通过互联网等信息网络进行商品交易或者服务交易的经营活动”。

这让电商法草案被诟病为针对零售电子商务和贸易电子商务的法律草案，因为《联合国电子商务示范法》在 1996 年就提出，电子商务法是指调整平等主体之间通过电子行为设立、变更和消灭财产关系以及人身关系的法律规范的总称；是政府调整企业和个人以数据电文为交易手段，通过信息网络所产生的，因交易形式所引起的各种商事交易关系，以及与这种商事交易关系密切相关的社会关系、政府管理关系的法律规范的总称。

另外，此前依据中国工商总局相关规定，网上开店的唯一门槛就是实名制，现在电商法草案相关条款开始要求一些电子商务经营主体“应当依法办理工商登记”，传递了提高电商参与门槛的苗头。

为何现阶段会出现一个狭义版本的旨在提高参与门槛的电商法草案？其实这是在全国人大、政协具有话语权的传统行业代表，其自身面临增长压力。

但中国社科院信息化研究中心秘书长、中国电子商务协会常务理事姜奇平表示：“我们发现电商法草案在最后关头突然出现了比较大的改动和波澜，我们有意在收集各方意见的基础上把这个问题提出来，并向更高层反映(这个问题)。”

2、互联网经济不是虚拟经济

电商为何会出现在“虚实经济之争”的风口浪尖？

高新民表示，这是概念的错误，一大部分的原因是根源于翻译的错误，国际上讲互联网空间是虚拟空间、虚拟世界，是相对物理空间而言，英文单词是“virtual”，翻译到中国变成了“虚拟”，然后在虚拟世界搞的经济就变成了虚拟经济。

高新民认为，电商等互联网经济实际上就是实体经济。“除了互联网金融之外，所有的互联网经济形态都是实体经济，互联网经济不是与传统经济对立的。”

另外，高新民反思，近年以来，互联网经济成为中国经济少有的亮色领域，业界一提起互联网经济就是“颠覆”传统产业，“今天要颠覆谁、明天要革谁的命”，好像互联网经济是与传统产业对立的，这不利于互联网经济的发展，“互联网+”其实是与传统产业融合发展。

中共中央政策研究室经济局副局长白津夫则指出，中国经济在“十三五”期间的重中之重是转型发展，这种转型发展不是一般的转型升级问题，而是要从原有的结构形态升级到新的结构形态。“旧的路子已经走不通了，我们就要走出一条新路子、培育新动能、新结构。如果还有传统产业抱残守缺、因循守旧，抱怨是电商冲击和颠覆了他们，那么我认为这种颠覆才刚刚开始，巅峰还在后面。”

值得注意的是，就在“虚实经济之争”如火如荼之际，国务院总理李克强站出来为网店、快递等“新经济”定调。在2017年第一次国务院常务会议通过了一份“要求各部门切实加快新旧动能平稳接续，促进覆盖一二三产业的实体经济蓬勃发展”的文件之后，中国政府网于2017年1月8日在一篇《加快新旧动能接续转换李克强给部长下“督战书”》的头条文章中披露，李克强明确表示：“网店是‘新经济’，但直接带动了实体工厂的销售；快递业作为‘新经济’的代表，同样既拉动了消费也促进了生产。这些典型的新经济行业，实际上就是‘生产性服务业’，都是在为实体经济服务，也是实体经济的一部分。”

阿里研究院副院长游五洋披露，目前消费者51%的消费是在互联网上，36%的广告营销、13.6%的零售、2%~3%的批发和零售也都转移到互联网上。且随着广告营销、媒体出版等实体行业的“互联网+”，目前物流、零售、批发/分销、本地生活、金融、旅游、教育、医疗正加快“互联网+”。未来，制造业、房地产、能源、装备、外贸等传统行业也将进入“互联网+”的行列。因此，互联网经济是与传统产业融合发展的，现阶段则肩负着“新旧动能平稳接续”的重任，国家应该继续秉承宽容的态度鼓励互联网经济的发展。

白津夫认为：“中国经济最近几年能在合理区间运行，在很大程度上是由于互联网经济的支撑，如果政策宽容，互联网经济就能继续提升，如果管得太严就有可能被打垮，而打垮了互联网经济，将不利于中国经济发展。”

清华大学教授刘鹰甚至表示：“互联网经济是中国经济赶超发达国家千载难逢的机遇。我们应该珍惜这个机遇。”

3、治理互联网应平衡各方利益

总结起来，对电商法草案，目前业界争论的焦点问题集中在四个层面：一是草案提出的工商登记等条款是否合适；二是电子商务立法边界问题，局限在零售电子商务是否合适；三是电子商务立法定位问题，究竟应对电子商务秉持鼓励、宽容态度还是严管态度；四是互联网治理的原则问题，国家管的应该是平台和细节等。

对于工商登记的问题，工信部电信研究院副总工程师何霞表示：“我认为，工商登记虽然在法律上是短短的一到两条的条款，但涉及到的市场面非常大，对这样的条款和政策应进行讨论和严肃评估，因为这涉及到上千万人的就业问题。

对于立法边界的问题，高新民认为：“目前这个电商法草案对 B2B 电子商务都没涵盖进去，是以零售电子商务为主的，而且目前阿里巴巴、京东的零售电子商务也处于转折点上，不是以前那种概念了，已经走向‘互联网+’、产业互联网化，所以，要不要以零售电子商务为主搞电商立法，这个问题值得讨论。”另有专家指出，如果非要搞一个零售电商为主的法律，最好别叫电子商务法。

多位专家指出，考虑到监管成本的问题，互联网治理的原则应该是“政府管平台，平台管商家”，比如，政府可以通过政策决定平台能否进行低价竞争、补贴等，同时督促平台规划包括零售在内的电商形态。

2、银行系与支付宝们的战争愈演愈烈，谁会是最后的赢家？

互联网的出现，让国内众多的传统产业都发生了翻天覆地的变化，而在中国的传统金融领域，他们也正在被移动支付、金融科技等新金融形态所冲击，尤其是在第三方支付领域，新的移动支付正在颠覆传统的支付方式。整个 2016

年，第三方支付市场发生了三个非常明显的现象。

现象一：大平台和公司纷纷收购第三方支付

2016年的1月份，小米科技通过6亿元从捷付睿通股份有限公司手中收购支付牌照，随后恒大集团5.7亿收购集付通获得支付牌照、万达集团则以3.15亿美元收购了快钱68.7%的股份、美的集团收购深圳神州通付100%股权、唯品会收购浙江贝付、美团点评也完成对钱袋宝的全资收购……

对于如此众多的互联网平台和大公司花高价收购第三方支付牌照，这当然离不开央行在多地暂停对第三方支付牌照的发放，物以稀为贵，第三方支付牌照的价值也就愈发明显。不过这最根本的原因还是在于未来的移动支付趋势，大平台或者公司拥有自己的第三方支付也就相当于掌握了自己的金融命脉，否则只能依托于其他第三方支付平台。

现象二：微信和支付宝二维码支付正在全面向线下渗透

过去，支付宝和微信支付在滴滴快的的支付战、春季红包战中争夺激烈时，传统银行们并不以为然，认为他们并不会给自己的线下刷卡消费带来太大的威胁。然而到了今年，越来越多的线下超市和商家都在开始接入微信支付和支付宝支付，用户通过手机扫一扫二维码付款正在成为一种新的支付方式。

即便是对于一些没有刷卡机的小商家来说，他们也推出了个人的微信二维码和支付宝二维码作为客户消费结账支付方式，这无形之中对于传统的刷卡造成了巨大的威胁。除了微信支付和支付宝，京东支付、百度钱包、苏宁易购等也在开始向线下渗透，传统的线下银行支付正在面临一个前所未有的挑战。

现象三：中国银联牵手京东金融，传统金融开始与金融科技公司合作

在春节即将到来之际，中国银联又牵手京东金融，二者将在支付创新、银行卡服务、大数据技术、海外支付、农村金融等领域展开全面深入的合作。中国银联作为传统金融机构领域的巨头，京东金融作为互联网金融科技领域的佼佼者，二者是想把科技与金融相结合，打造新的支付方式，传统巨头与互联网巨头的深度战略合作对整个第三方支付行业都将产生深远的影响。

而在整个第三方支付市场，中国银联和京东金融仅仅只是掀起了传统金融

与互联网平台合作的开始，未来必然还将会有越来越多的平台开始合作，第三方支付行业格局还将会发生变化。

银行系以牙还牙，也纷纷推出扫码支付

对于扫码支付，其实早在2014年，就曾因为安全隐患被一度叫停。不过经历了两年多的发展，技术也相对成熟，如今扫码支付成为了线下支付的新宠，受到越来越多用户的追捧。眼瞅着微信和支付宝的扫码支付正在全面吞食线下的支付市场，银行们也开始着急了。

上一次面对余额宝理财产品的挑战，随后银行们也纷纷推出了自己的宝宝类理财产品，如今银行们纷纷抢滩扫码支付。尽管总是比微信支付、支付宝们慢了半拍，但是银行们依托过去的用户和线下资源积累，其反击实力自然不可小觑。

建行推出了“龙支付”、农业银行推出了“K码支付”、交通银行推出了“立码付”、工商银行、邮政银行、民生银行、平安银行等也都推出了二维码转账支付方式。与微信支付、支付宝这类第三方支付相比，银行系的二维码个人付款、收款都没有手续费，而且个人间交易资金实时即可到账。而如今的微信支付、支付宝等第三方支付却要开始对提现加收手续费，支付账户内的资金也不能再免费回到个人银行账户。

此外，相比支付宝、微信支付等第三方支付平台来说，银行系在安全上也有着更高的保障，尤其对于中老年人来说，他们会愿意使用银行系的二维码支付来消费。

中国银联合纵联横打响反击战

面对以微信支付、支付宝为代表的第三方支付平台所带来的冲击，中国银联必然不能坐以待毙。凭借着过去数年的积累，中国银联打下了深厚的线下金融基础，同时也积累了上千万的线下合作商家。对于第三方支付平台的冲击，中国银联合纵联横，打响了反击战。

银行系与支付宝们的战争愈演愈烈，谁会是最后的赢家？

合纵联合一：联合苹果、三星等手机厂商推出云闪付

面对二维码支付，中国银联联合手机厂商们开始推出了云闪付，于是以 Apple Pay、三星 pay、华为 pay、小米 pay 等为代表的手机 NFC 支付方式也在兴起。先是科技巨头苹果的 Apple Pay 杀入中国移动支付市场，尽管它在中国市场的表现并不尽如人意，但是却引发了三星、华为、小米等安卓手机的跟风，随后三星 pay、华为 pay、小米 pay 等云闪付纷纷兴起。

不过比较可惜的是这种云闪付对于设备有一定的要求，它的支付功能需要有非接触式支付功能的 POS 机支持，但是要普及这种 POS 机却并没有那么轻松。一方面，商家们都需要更换新的 POS 机，这无形之中增加了成本，很多商家自然也就不愿意更换设备，它推广起来必然有一定的难度。

另一方面，Apple Pay、三星 pay、华为 pay、小米 pay 虽然依托于自己的智能手机已经具备了足够的用户，但是要想把这些智能手机用户转化为自己的手机支付用户，并没有那么轻松。既然没有用户作为根基，那么商家自然也就不愿意去购买新的设备来支持云闪付。

尽管银联联合各手机厂商推出的各种“Pay”进展不太顺利，但银联并没有偃旗息鼓，他们又向支付宝、微信支付发起了更猛烈的攻击。

合纵连横二：联合银行们推出二维码支付

2016 年 12 月 12 日，中国银联正式推出银联二维码支付标准，重新“杀”回二维码支付市场，这是继央行承认二维码之后，中国唯一的卡组织发布的合规扫码标准。中国银联正在联合数家发卡行以及第三方支付平台，反扑被支付宝和微信支付把守的线下扫码支付市场。

目前支付宝、微信支付等第三方支付机构通过直连银行，绕开卡组织进行网络支付，采取的是三方模式。而中国银联所推出的二维码支付是遵循现有银行卡支付的四方模式，四方模式相比三方模式而言，合作各方利益都能受到保障，尤其是银行们愿意参与。

此外，银联二维码支付仍然基于银行账户，不存在因资金沉淀在虚拟账户而带来金融风险，消费者的资金安全也更有保障。中国银联的入局，会对当前的二维码支付市场格局产生重大影响，也将会削弱支付宝和微信扫码支付的双寡头地位，但是这种卡组织的加入本身会增大支付交易的成本，中国银联的扫

码支付任重而道远。

合纵连横三：牵手京东金融，进军新支付

前面我们已经提到了中国银联与京东金融的携手，很明显中国银联此举剑在支付宝和微信支付。如果说银行卡是第一代支付产品，支付宝、微信支付等扫码支付是第二代支付产品，那么此次中国银联与京东金融此次牵手之后，就是要着眼下一代的新支付产品。中国银联要借助京东金融在金融科技领域的先进技术，来打造新一代支付方式，真正对支付宝和微信扫码支付实现颠覆。

2016年9月，京东金融与银行合作联名电子帐户，推出了“白条闪付”，这正是搭载银联的云闪付技术，实现了新支付体验的尝试。未来，京东金融将金融产品或服务区连接金融机构，产品的迭代让新技术能迅速落地，因此，与银联在新支付领域的合作充满想象空间。

新科技的快速发展让我们很多人都难以想象，而未来新技术对于支付行业的改变也会超乎我们很多人的想象，在新技术的推动下，支付行业的用户需求也会不断发生变化，那么未来支付市场的格局也将会发生变化。

第三方支付，将在三大领域迎来变数

支付宝和微信支付目前在扫码支付市场的双寡头格局正在被银行和银联系们所推出的扫码支付所打破，彼此之间的市场争夺将会越来越激烈。而中国银联牵手京东金融则已经开始在一些支付领域进行了初步探索：双方共同定制标准联名卡产品，服务银联发卡成员机构；同时，共同推动农村电商和配套金融服务；积极探索海外支付市场布局；以及在大数据技术和风控领域进行深度合作。从他们之间的合作来看，未来支付市场格局将会在三大领域存在较大变数。

变数一：新科技支付

其实，支付宝和微信的扫码支付能够流行，就是科技支付对过去传统支付方式的一种改变。不过这种扫码支付还只能算是科技支付的第一代产品，未来还有第二代第三代科技支付产品的出现，新科技支付产品必然会对旧科技支付产品造成冲击，甚至是颠覆，这也就是中国银联此番要联手京东金融科技的重要原因所在。

也许在未来的某一天，我们甚至连手机都不用带了，只需要刷脸支付就可以。中国银联与京东金融牵手发力下一代支付产品仅仅只是开始，银行们也已经意识到科技支付的重要性，微信支付和支付宝想必也不会沉迷于扫码支付，一场由新科技引发的支付大战才刚刚打响。

变数二：农村支付

从目前支付宝和微信的扫码支付来看，主要是在一二线城市，尤其是年轻人群中较为流行，但是这种新的扫码支付在广大的农村地区普及率还非常低。对于那些偏远地区的农民们和农村市场来说，他们仍然使用现金支付较多，其次便是刷卡支付了。

如今扫码支付还没有真正打入农村市场，银行系们已经开始意识到农村支付市场的重要性，这个领域的支付市场格局还没有确立下来，谁能够率先打造最适合农民的新支付工具，谁就能够第一步占领这个支付市场。

变数三：海外支付

对于海外支付市场，过去中国银联在这个领域也已经占据了一定的市场份额，不过支付宝正在开始疯狂抢夺海外支付市场，微信支付也在暗自发力，海外支付市场的争夺战在不断升级。

在国内的支付市场，支付宝通过借助口碑迅速笼络商家，而微信支付则通过自身庞大的用户量实现了对众多商家的自动覆盖。那么，在国际市场，支付宝和微信支付要如何抢占线下的商家市场，这个是摆在他们面前的一道难题，相比国内移动支付市场来说，海外支付市场仍然存在较大的变数。

3、盘点 2016 年崛起最快的十大互联网企业

2016 年，资本的寒冬一点儿也没妨碍创业圈的沸腾。

年初，分享经济四个字写入政府工作报告，随后人工智能、大宗商品 B2B 创业，分别在 AlphaGo 大战李世石、找钢网获 11 亿战略融资等导火索刺激下轮流爆发。

年中，内容付费、网红经济成为人们热议的话题。不管是分答、papi 酱的

爆红还是映客、快手的崛起都展示了模式创新的巨大魅力，为内容创业、娱乐文化开辟了新的方向。

年底，共享单车横空出世，持续沸腾。

2016 年的中国互联网领域，尽管资本圈相比去年稍显沉寂，但创新浪潮依然不断涌现。而每一股浪潮背后，抓住趋势的企业，就能幸运地站上浪潮之巅。

创业者&i 黑马选出了 2016 年度十大崛起最快的互联网企业，细数他们爆红的始末和背后引发的该领域创业热潮。（编者注：今日头条、OPPO 等今年数据表现亮眼，但早期已经为人熟知的较大规模企业不在本次筛选范围内）这里面大部分企业与人们的生活娱乐息息相关，Ta 们的走红或代表着新的生活方式的诞生，或代表一个新时代的开启。

1、坐上火箭的找钢网

2016 年上半年，找钢网销售额高达 138 亿元，距其 2015 年全年约 200 亿的销售额已然不远。其实，它在 2016 年一季度就已实现全面盈利，胖猫物流、胖猫金融、胖猫工场……，生态布局也已经初具模型。2016 年，找钢网火箭般的发展态势印证了钢铁 B2B 模式的前景所在。与此同时，找钢模式以前所未有的速度，疯狂启发着大宗商品交易行业。

找钢网成立于 2012 年。彼时钢贸危机肆虐，产能过剩的钢铁从卖方市场转向了买方市场，找钢网创始人王东看到了机会。找钢网早期的业务模式是，通过建立开放平台，由找钢网免费撮合代理商和服务商在平台上进行交易，从而淘汰靠信息差赚钱的中间链条，同时帮助服务商缩短采购业务所需要的时间。

2013 年，找钢网完成第二轮融资。取得大量客户数据的找钢网开始做直营业务，并在找钢平台为钢厂提供货物销售、定价、尾货处理等服务。直营不但帮找钢网找到了盈利模式，也让找钢网逐渐得到了上游钢厂的青睐。

2014 年，完成第三轮融资找钢网，开始为下游小微客户提供加工、仓储、金融等服务，形成产业链闭环，进一步满足客户的需求。2015-2016 年，找钢网分别完成 D 轮 1 亿美金融资和 E 轮 11 亿元融资，深耕全产业链电商，进行规模复制扩张，布局生态链。至此，找钢网从一个撮合钢铁买卖的网站成长为集钢材交易（包括撮合和自营）、物流、金融、仓储加工、投资等业务为一体的大

型商业平台。

不过，由于大宗商品交易 B2B 模式无论在美国，还是国内资本市场，此前并无对标的成功企业，作为该领域的领头羊，找钢网在未来的摸索中将面临不少未知的挑战。

2、持续霸屏的一下科技

2016 年，在短视频、直播的风口上，坐拥秒拍、小咖秀、一直播三款产品的一下科技在创投圈与大众娱乐市场持续霸屏。

但是谁也不会想到，这三款风靡产品背后，一下科技创始人韩坤早前的身份是一名户籍民警。因为偶然的的机会韩坤放弃“铁饭碗”进入搜狐网，并从夜班编辑起步做到 ChinaRen 总编辑。随后韩坤创办酷 6 网并带领其上市，2011 年二次创业的韩坤成为一下科技董事长兼 CEO。

2013 年，一下科技联合微博推出秒拍，提出 10 秒短视频概念，但这一产品模式直到 2015 年前后搭载短视频风口才开始展露头脚。2015 年年中，小咖秀上线，半年时间日活跃用户突破 500 万大关。官方披露，截至目前秒拍与小咖秀的日播放量峰值已突破 25 亿次，日均上传量突破 150 万条，日均覆盖用户超过 7000 万。

2016 年 5 月，移动直播应用“一直播”上线，凭借其在明星、大 V、网红等 IP 资源的深厚积淀，一直播很快成为移动直播红海里成长最快的新领军势力之一。

2016 年 11 月，一下科技完成 5 亿美元 E 轮融资，估值达 30 亿美元。五年来，中国移动视频行业从无到有，从沉默到爆发，一下科技也随之成为风口浪尖上的新晋独角兽。但只有平台矩阵显然还不够，如何更好的打磨产品，将海量内容变现，一下科技还需要更多的资源投入与更长远的商业化探索。

3、备受争议的快手

快手是又一搭载短视频风口起家的独角兽。

2016 年 6 月，一篇名为《残酷底层物语》的文章在互联网圈迅速形成刷屏

效应，文章将快手的内容称为“这个光鲜时代的暗面”。在中国互联网世界里，快手的确是一个极特殊的存在。一方面，它体量惊人，注册用户达 4 亿人，凭借 4000 万日活用户成为中国最大的短视频平台及第四大手机流量平台，估值 150 亿元。另一方面，它又因平台内容被打上了“低俗”、“炒作”的标签，甚至被频繁质疑价值观。

但快手创始人宿华在多次采访中坚持认为，快手不应该干涉用户，快手存在的意义，是为了记录普通人的生活和这个时代。

这是宿华的第三次创业。6 年磨一剑，当低调多年的快手站在众人面前，它早已成长为一头隐形的独角兽。不过，拥有数亿用户的快手，如何在不干涉用户的基础上，既不造成“失控”，还能稳步发展，是它需要持续思考的命题。

4、最潮出行的摩拜单车

自去年 4 月在上海上线以来，摩拜单车迅速成为最潮的城市出行方式。

与原本颇显鸡肋的公共自行车不同，摩拜单车不用办卡、没有车桩，用手机二维码即可开锁，在 App 上就能找到附近的车。用户可以把车停放在除了小区、楼道等封闭区域外的几乎任意合法非机动车停车点。因此，对于饱受“最后一公里”困扰的大城市居民而言，摩拜单车的火爆在意料之外，却也在情理之中。

摩拜单车近日斩获了来自携程、红杉、高瓴等企业、机构的 2.15 亿美元 D 轮融资后，其估值或已经达到 10 亿美金。摩拜表示，此轮融资之后，将加速在国内和海外的拓展。

与任何一个风口浪尖上的创新型企业一样，一旦这一模式稍被市场验证，必有无数追随者纷至沓来。尤其，随着越来越多资本方的入局，这个赛道几乎在一夜之间挤入了几十家类似企业。其中除了被滴滴、腾讯相中的 ofo、摩拜，也包括传统自行车厂商“永久”参与投资的优拜单车，已经完成 B 轮融资的小鸣单车等。初略统计，加上摩拜单车的新一轮融资，共享单车在半年多时间里涌入了超过 20 家企业和 30 亿人民币的资金。

共享单车赛道上的选手们已经各就各位，不过无论是资本还是用户最终都无法容纳数十家类似平台齐头并进，如当年的打车大战一样，共享单车的决战

时刻或将很快到来，但走到最后的是否是摩拜，目前局势尚未明朗。

盘点 2016 年崛起最快的十大互联网企业

5、突破重围的映客

被誉为直播元年的 2016 年已经过去，这一年，从直播玩家的集体涌入，到监管部门对直播平台、主播等出台的监管条例逐渐成形，直播平台们正各凭本事从去年初的“百播混战”、“千播混战”中杀将出来，意欲巅峰对决。

作为杀出重围的直播平台之一，映客绝对是一匹黑马。2016 年，映客用户量超 1.3 亿，日活达到 1500 万，估值达 70 亿元。

但在炙手可热的映客背后，作为舵手的创始人奉佑生却极少将自己暴露在公众面前。奉佑生应该算是中国最早的一批程序员，早年他曾创办多米音乐，但在做了十多年音乐软件却始终等不到付费音乐时代到来的 2015 年，奉佑生选择脱离多米创办映客直播。

在看准视频社交这一领域之后，奉佑生在早期手机直播市场做对了三件事：
1. 引入明星、网红这一本身就具有粉丝的主播群体，带动平台粉丝增长。
2. 利用手机摄像头直播，降低了准入门槛，避免了跟传统秀场巨头的直接竞争。
3. 在产品体验及运营推广上下功夫，比如映客在 IOS 端从 1.3 版本就引入美颜。与“我是歌手”等其它当下火热的节目合作，拉动新用户的同时，进一步巩固领头羊的地位。

不过，当下移动直播仍处于多家混战，且大部分面临盈利尴尬的局面。此外，这一行业在用户量、利润与收入方面存在临界值，如果在一定时间内达不到这一临界值将难以存活。映客后续会成长为多大规模的公司也取决于其能多快、多大比例的达到并超越这一临界值。

6、“大胆出位”的斗鱼

斗鱼是去年又一个从混战中杀出来的直播平台。

作为武汉土生土长的互联网企业，其在成立至今短短 3 年内已经完成三轮融资，背后的投资人包括红杉资本、腾讯等知名机构和企业。2016 年 8 月，斗

鱼宣布完成 15 亿元 C 轮融资，至此斗鱼 2016 年已累计募资超过 20 亿元。

与直播平台的另一位佼佼者映客擅长运营意见领袖不同，斗鱼从 2014 年成立起就拥有“平凡人成为主角”的基因，在斗鱼平台可以看到社会上形形色色的人直播，这一点与短视频应用快手颇为类似。此外，游戏直播是斗鱼的又一利器。官方数据显示，以 LOL 为核心的游戏直播为斗鱼带来了巨大流量，比如英雄联盟月在线用户数就高达 4 千万人。

但是斗鱼的发展也一直伴随着争议。2016 年 1 月 10 日，斗鱼 TV 主播在线直播“造人”的淫秽视频现身网络引起轩然大波；2 月 24 日，斗鱼 TV 又被曝出主播直播更衣春光大泄。

尽管一系列劲爆的内容给斗鱼带来了巨大关注，但另一方面也带来一众非议。在网络直播风靡的时代，抛弃大胆出位博关注，从而更多的将精力放在通过直播与各个行业领域跨界结合创造更深层次价值是斗鱼 2017 年需要思考的重要命题之一。

7、受资本追捧的 Face++

继去年初 AlphaGo 大战李世石后，人工智能等高冷词汇成为大众热议的话题。该领域投资热潮也随之而来，Face++即是人工智能资本热潮下的获益者之一。

成立 5 年来，Face++相继获得联想之星、联想创投、创新工场等多轮投资。2016 年 12 月，Face++宣布完成新一轮超 1 亿美金 C 轮融资，最新市场估值 138 亿元。官方披露，目前 Face++人脸识别云平台日调用量接近 2000 万次，服务 300 余家企业和 6 万名开发者，并在 3 年内以云服务的方式为超过 1 亿人刷脸。

Face++成立于 2011 年，专注于图像识别和深度学习。2015 年曾惊艳了德国 CeBIT 的阿里“刷脸支付”技术也是由蚂蚁金服与 Face++ 联手研发推出的，旨在将“扫脸”代替传统的密码用于购物后的支付认证。

尽管搭载人工智能的风口，但对于这类产品而言，如何在大额融资后更好的打磨产品，为这些高科技产品找到更合适的应用场景进行商业化，并实现规模盈利是该类项目需要持续攻克的难题。

8、扶摇直上的瓜子二手车

2016年9月，瓜子二手车直卖网宣布完成共计2.5亿美元的A轮融资，估值超10亿美金。这距离其2015年9月27日正式上线不到一年时间。

官方披露，目前瓜子二手车实时在售个人车源量超过12万台，覆盖全国28个省、179个城市。自2015年底从赶集平台分拆独立后，瓜子二手车借国内O2O热潮扶摇直上，成为二手车领域的领军者之一。2015年交易额累计超37亿元。

瓜子二手车主要采用C2C直卖模式打通二手车垂直生态。在过去一年二手车交易市场的几轮混战中，瓜子二手车的实践让大家看到，面对同类模式的竞争，必须通过大资源配置来进行笼罩性的影响，来压制同类竞争，使品牌能够直达用户心智。不过，尽管目前瓜子二手车受到资本的青睐并获得了大量市场份额，但与大多数C2C模式二手车一样，瓜子二手车同样面临着模式和诚信的质疑，瓜子二手车的未来仍然任重而道远。

9、领衔手游的英雄互娱

这是一家被资本“围绕”的公司。成立两年，英雄互娱早在2015年底就完成了19亿元的C轮融资。有意思的是，去年底华谊兄弟（300027.SZ）收购英雄互娱失败后，2017年1月10日，英雄互娱发布公告称，公司选举华谊兄弟王忠磊为公司副董事长，协助董事长应书岭开展工作。

华谊兄弟对英雄互娱的“情有独钟”不是没有原因的。英雄互娱挂牌新三板以来的表现的确超出预期。英雄互娱去年8月公布的2016年三季度报显示，公司前三季度完成营收6.32亿元，实现净利润3.69亿元，归属于挂牌公司股东的净利润约为2.25亿元。截至8月18日，这家成立于2015年6月16日，且创办初期即挂牌新三板的互联网体育公司估值已高达165亿元。

2015年兴起的移动电竞，经过2016年的全面爆发，至今已经成为手游市场发展的催化剂。而无论应书岭还是英雄互娱都是这个行业不得不提的名字。一是，应书岭四处宣扬移动电竞，并将其定为英雄互娱的主要业务方向；二是，过去一年，英雄互娱已将由其主办的HPL移动电竞赛事从国内推广到，包括越南、新加坡、菲律宾、泰国、马来西亚、印尼等9个国家及地区。由此，应书岭也被冠以“移动电竞之父”的称号。

但回归赛事本身，你仍可发现，移动电竞在国内已成赛事但未现规模。尽管 HPL 进行地如火如荼，但整个移动电竞依然太过早期，后面仍需持续且海量的市场教育、培养、推广投入。

10、野蛮生长的趣分期

准确来说，趣分期开始为人所知是在其经营起家业务——校园分期时期，但其真正在创投圈风靡，并成为一家独角兽企业是在其 2016 年 9 月宣布退出校园市场，转型服务全社会非信用卡消费金融用户，并宣称将在一年内成为最大消费金融公司开始的。

趣店集团创始人兼 CEO 罗敏是个连续创业者，在创办趣分期之前尝试过校园社交网络、在线教育等十个左右的创业方向。他形容自己创业为“九十九死一生”，趣分期就是从九十九死中生存下来的一个项目。9 次创业经历，使罗敏在趣分期的项目上不仅准确的抓住了风口，实现了野蛮生长，更获得了投资人的青睐。尤其在趣分期转型后，2016 年 7 月其迅速获得 30 亿元 F 轮融资。

短短三年时间，趣店已经从一家校园分期消费平台成长为向年轻人提供分期消费的金融服务平台，员工从最初的 4 人增至超 3000 人，如同一匹创业黑马闪电狂奔。

不过，尽管趣分期在校园市场的成绩有目共睹，但在风起云涌的互联网金融市场，单个市场的胜利显然不足以让我们完全看到趣分期转型后的未来，产品的多样化和服务的纵深化，及平台后续的持续盈利将是趣分期下一阶段的重点。

4、证监会：ST 慧球奇葩议案是一场闹剧，已开展调查

2017 年 1 月 13 日，证监会召开例行发布会，以下为主要内容：

1、证监会：ST 慧球奇葩议案是一场“闹剧” 证监会党委已开展调查

该公司挑战监管，把重大的政治问题当做炒作的噱头，性质恶劣，影响极坏。证监会党委高度重视，立即展开调查，依法严肃查处。

目前针对公司及个人的调查都在有序进行，有的已取得实际进展。

发言人张晓军表示，证监会将对此案一查到底，不留死角，绝不姑息，以儆效尤。

2、证监会：抓紧制定区域性股权市场业务及监管规则

国务院常务会议对区域性股权市场的监管措施做出明确，证监会认为发展区域性股权市场具有重要意义，将抓紧制定业务及监管规则，做好对省级人民政府的指导、协调和服务，促进健康稳定发展。

证监会：ST 慧球奇葩议案是一场闹剧，已开展调查

3、证监会开出 7 张罚单：涉文峰股份、英威腾、恒泰艾普、世茂股份、瑞华所、及中信证券员工

7 宗案件分别是，文峰股份信息披露违法、盛巍操纵英威腾、文峰实际控制人内幕交易、恒泰艾普实控人内幕交易、世茂股份副总裁短线交易、瑞华所审计海南亚太实业发展股份有限公司报告虚假、中信证券员工曲乐违法利用他人账户炒股。

具体案情：

一，隐瞒代持案。

文峰集团 2014 年 12 月转让文峰股份 14.88%的股权给陆永敏，双方协商定价 8.635 亿。经调查，此为陆永敏为文峰集团代持，未及时按照规定披露。

证监会对文峰股份罚款 40 万，对文峰集团罚款 40 万，对陆永敏罚款 40 万，对其他责任人处以不等罚款。

二，拉抬股价操纵市场案。

盛巍 2015 年 9 月 9 日~14 日，利用资金优势，以涨停价大量申报买入“英威腾”，拉抬、维持该股股价，随后反向卖出，获利 51 万元。证监会没收其违法所得 51 万，处以 153 万罚款。

三，资本公积金转增股本内幕信息泄露案。

文峰股份实际控制人兼董事长徐某江，是公司拟向全体股东以资本公积金转增股本这一内幕信息的知情人。敏感期，戴国均与徐某江频繁联络，买入文峰股份 5.05 万股，获利 17.2 万元。证监会没收其违法所得并罚款 51.7 万。

四，董事长、董秘泄露收购信息案。

恒泰艾普董事长孙某文、董事会秘书杨某全是公司拟收购新疆新生代石油技术有限公司及其他公司股权的内幕信息知情人，敏感期，傅哲宽与两人多次联系，利用配偶林芳荔股票内幕交易 39.21 万股，没有违法所得。北京证监局对其罚款 30 万。

五，副总裁账户被他人利用短线交易案。

上海世茂股份有限公司副总裁孟洁 2015 年 6 月 16 日通过股权激励股票行权方式买入世茂股份 45 万股，9 月 29 日卖出 11 万股，获利 28.8 万。不过，经查，上述交易决策及操作都是由孟洁的朋友康某进行的，孟洁主动向世茂股份上缴收益，并积极配合。上海证监局对孟洁给予警告。

六，会计师出具虚假报告案。

瑞华会计师事务所在审计海南亚太实业 2013 年财报时，未勤勉尽责，出具审计报告存在虚假记载。证监会没收收入 39 万，罚款 78 万，签字律师分别罚款 5 万。

七，券商员工利用他人账户炒股案。

中信证券从业人员曲乐，从业期间控制使用他人账户买卖股票，累计获利约 6.7 万元，北京证监局没收其违法所得 6.7 万，并罚款 18 万。

5、新三板企业刚迁址到贫困县，然后贫困县脱贫了

奥吉特刚迁址贫困县 就遭遇“黑天鹅”

现在，这样滑稽的一幕正在上演。身在洛阳的新三板挂牌企业奥吉特(836758.0C)因为看到了证监会扶贫概念的机会，所以想要迁址到贫困县发展。

撸起袖子，说干就干。2016年12月13日，奥吉特召开董事会决定，要迁址到国家级贫困县——兰考县。

没用上半个月，12月25日，奥吉特就将注册地从洛阳迁址到了兰考县，且营业执照也已经做出了变更。

这下摇身一变，奥吉特就成了贫困县的企业，能享受扶贫概念的福利了。简直让其它身在非贫困县的挂牌公司“羡慕嫉妒恨”。

可谁知道，刚高兴没几天事情就出现了巨大转折。

2017年1月9日，河南省扶贫开发办公室发出了《关于兰考县、滑县退出贫困县的公示》，如无意外，兰考县将退出贫困县序列。

这下估计奥吉特要躲在墙角里哭了。所以指南君想说，脱贫来的太快就像龙卷风，想迁址到贫困县的企业前期可以一定要做好考察和沟通。

新三板指南研究中心资料显示，奥吉特主要产品为褐蘑菇和白蘑菇，所需的原材料主要是麦秸、鸡粪、菌种等，主要以鲜品的形式流通至各销售区域的商超、餐饮酒店等，以直接面向终端消费者的食用为主。

截止2016年6月30日，奥吉特2016年上半年营业收入为7466.22万元，较上年同期增长25.28%；归属于挂牌公司股东的净利润为2000.02万元，较上年同期增长1.96%；基本每股收益为0.47元，较上年同期下滑30.88%。

源达股份会成为下一个“奥吉特”吗？

自IPO扶贫绿色通道开启以来，不完全统计已经有15家新三板企业已经或将要迁址贫困县，希望通过借助政策红利减少IPO排队时间。

在这些企业中，迁址去向最多的是西藏，一共有8家。而近期西藏官方明确表示，要确保2017年完成20个贫困县(区)、1705个贫困村脱贫，易地扶贫搬迁16.3万人，贫困人口人均可支配收入增长16%以上。

虽然，具体哪些西藏地区的贫困县会摘帽，目前我们还不得而知，但想要迁址企业还是要做好前期考察，这样才能有备无患。

除了西藏，这些迁址的目的地中，青龙县在 2017 年年底也有脱贫摘帽的计划。

根据《秦皇岛市脱贫攻坚实施方案》中要求，到 2016 年底，实现青龙满族自治县“十三五”规划的 87 个贫困村及全市贫困人口 85560 人基本达到脱贫条件；到 2017 年底，确保青龙满族自治县实现脱贫摘帽；所有贫困人口不愁吃、不愁穿，义务教育、基本医疗和住房安全有保障；贫困地区农民人均可支配收入增幅高于全市平均水平，基本公共服务领域主要指标接近全市平均水平。

这样看来，源达股份（832881.00）很有可能成为下一个“奥吉特”。

附证监会扶贫意见：

2016 年 9 月 8 日，证监会公布《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》。

《意见》规定，“支持贫困地区企业利用多层次资本市场融资对注册地和主要生产经营地均在贫困地区且开展生产经营满三年、缴纳所得税满三年的企业，或者注册地在贫困地区、最近一年在贫困地区缴纳所得税不低于 2000 万元且承诺上市后三年内不变更注册地的企业，申请首次公开发行股票并上市的，适用“即报即审、审过即发”政策。”

6、比特币中国回应央行检查：比特币是法律灰色地带

1 月 11 日，中国人民银行上海总部、上海市金融办等对比特币中国开展现场检查，重点检查该企业是否未经许可或无牌照开展信贷、支付、汇兑等相关业务；反洗钱制度落实情况；资金安全隐患等。也在昨天，央行营业管理部也在北京进驻“火币网”、“币行”等交易平台。

比特币中国回应央行检查：比特币是法律灰色地带

1 月 12 日，比特币中国 CEO 李启元接受了看看新闻 Knews 记者的采访，回

应了央行的检查。

“比特币交易所做的事情在法律上还是灰色地带，我们知道，原因是在法律上根本没有比特币这个事情。央行这次来，问了我们很多问题，比如比特币交易所该怎么定位，未来怎么定规矩，以后是不是会发牌照，还讨论了一些基础的问题，手续费、杠杆、借贷、价格波动、是否交易所 24 小时营业，有没有限制充多少提现多少等等。”

此外，央行还要求比特币中国尽快出一份关于该交易所运营细节的报告。李启元表示，过去两三年，央行和比特币交易所的沟通一直都有，多是开会交流，鲜有过这样的检查。最近一段时间，比特币价格的暴涨可能让央行觉得有些担心。

昨日，央行检查消息一出，比特币应声闪崩，日内下跌超过 7%，一度跌破 5900 元人民币/枚关口。今天的价格维持在 5100 元左右。

比特币中国回应央行检查：比特币是法律灰色地带

为什么央行要在这个时候检查各大交易所？能源区块链实验室首席架构师曹寅认为，“某些比特币交易所的宣传不太合规，经常宣称比特币将替代法币，并且宣传比特币可以对冲人民币贬值，可以绕开国内的外汇管制等等，这与人行政策都是相冲突的。”在人民币外流压力较大、内保外贷抬头的情况下，此举并不惊讶，并且此次央行联合金融办检查是迟早的事情。

就在本月 6 日，央行上海总部公告称，该行联合上海金融办监管部门约见上海比特币交易平台主要负责人，并强调比特币是特定虚拟商品不能作为货币流通使用。

2016 年下半年，比特币价格暴涨 43%，并在今年 1 月 5 日凌晨触及记录高位。在过去 6 个月内，中国市场的比特币交易量占到全球的 98% 以上，部分原因是中国的比特币交易并不收取费用。另外全球 2/3 的比特币“采矿”主力都在中国。

7、华润退出万科，深圳地铁接盘

在经历 392 天漫长的争夺后，万科股权之争以一种让所有人意外的剧情迎

来拐点——出局的并不是宝能或者王石，而是华润。

晚间万科发布公告称，深圳地铁集团（下称“深圳地铁”）与华润集团签订万科股份受让协议，深圳地铁拟受让华润集团所属华润股份有限公司、中润国内贸易有限公司所持有的万科A股股份1,689,599,817股，约占万科总股本的15.31%，每股交易价格为22.00元/股，转让总价为人民币371.7亿元。转让完成后，华润股份和中润贸易将不再持有公司股份，万科股票将于1月13日开市时复牌。

通过此次股份受让，深圳地铁将成为万科重要股东。万科之争在历时一年半之后，终于迈出了第一步。

此番深圳地铁拟接盘华润持股，万科的股权结构将形成新的格局，宝能、深圳地铁、恒大在万科的持股分别为25.4%、15.31%、14.07%，位列万科前三大股东。据财新报道，恒大持股明面上仅有14.07%，但若加上疑为其盟友者所持H股，恒大所能控制的万科股份可能超过16%。

广发证券地产首席分析师乐加栋分析，此次深圳地铁受让华润持股，只能说万科股权事件朝着解决方向迈出了第一步，但要说该事件得到有效解决还为时尚早，局面依然复杂，未来走向有待观察，提醒投资者关注事件进程中的不确定性带来的投资风险。股权事件对万科在经营管理和团队稳定方面的影响仍在持续，希望此事能够尽快得到妥善解决，使公司重回正常发展轨道。

对于成为万科重要股东，深圳地铁表示，作为国内房地产行业龙头企业，万科拥有优秀的管理团队，丰富的开发经验和扎实的发展基础，入股万科将有利于双方在发挥各自优势的同时，形成更加有效的战略协同。深圳地铁将支持万科管理团队按照既定战略目标，实施运营和管理。

万科方面表示，深圳地铁成为重要股东将对公司发展起到积极作用，同时衷心感谢华润集团过去16年对万科健康发展的大力支持。今后，万科将和深圳地铁一道，按照国家“十三五”规划发展要求，努力实践“轨道+物业”发展模式，在巩固和发展既有业务的同时，加快向“城市配套服务商”转型。万科将坚持“为普通人盖好房子”的发展理念不动摇，坚持以客户为中心的经营宗旨不动摇，坚持走低碳环保的绿色发展道路不动摇，继续发挥行业龙头企业的引领和带动作用，为包括股东、业主、客户、员工等在内的全体利益相关方，创造更多价值提供更好服务。

就在数日前，王石对媒体表达“随着业务的扩大，现金流越来越扩大，两年以后现金流 1000 亿以上，贷款才三四百亿，贷款是为了维系关系，因为你现金流不需要贷款，这就是万科的做合作伙伴是非常非常成功的。”

其实不用王石说，万科这样优良的资产，正因为它优良，才引发了宝能、恒大、安邦等各派实力卷入战团。

万科的问题在于，股权的掌控并未让相关人成为公司的控制者，而没有什么股权的人，比如王石，却最终牢牢的控制着公司。

王石曾称，“1988 年，我就放弃了股权的所有，尽管当时股权并没有明细到我的名下，就是企业股，国家股。企业股 40%，国家股 60%，40%怎么分，因为我说我不要，所以不存在分配问题。还不是说有几个合伙人，我是唯一的创始人，我不要，谁还敢要。所以基本大家都没有份。我到现在终身无悔。如果到现在再让我选择一次我还是会放弃。”

而如今，即将出局的居然轮到了央企华润。

目前华润及公司之全资子公司中润国内贸易有限公司持有万科股份共计 15.3%。其中，华润持有万科股份占总股本比例约为 15.24%；中润贸易持有万科股份占总股本比例约为 0.06%。华润与中润贸易为一致行动人。华润同时强调，其与钜盛华等不构成一致行动人。

15.3%，以现在 20 元每股的股价算，大概只有三百多亿。但是如果算上奶牛万科的潜在价值和未分配利润，这将在不久的数年之内很可能是上千亿的价值。

而第一大股东宝能系目前合计持有万科 25.4%股份，恒大持股 14.07%系第三大股东。此外安邦则持股 6.18%，万科管理层合计权益占比有 8.41%。

在去年的 12 月 17 日至 18 日，恒大先表示无意控股万科，随后万科公告终止与深圳地铁重大资产重组。而宝能自去年 7 月的增持万科后，再也没有花费资金增持。分析认为，作为险资安邦同样承受着监管压力，增持可能性小。现在只剩华润还未明确站队，其态度尤为关键。去年 6 月中旬，万科不顾华润反对发布了与深铁重组预案。很快华润便表达不满并质疑方案。于是华润与宝能共同发布声明，反对万科重组预案。

可以让华润知难而退，这是怎样的力量？从另外一层意义上说，还有另外一种可能，那就是万科的实际价值达不到预期，或者存在问题。那么，这就要提醒投资者紧密关注投资风险了。毕竟你争我夺背后，上市公司走向没落，大股东掏空上市公司等等情况在中国屡见不鲜。

如今，华润退出、深圳地铁入局，整个局面被盘活。

对深圳地铁而言

尽管万科此前发行股份购买深圳地铁土地资产的方案被放弃，但它仍有机会成为万科的大股东，万科这个金字招牌加上深圳地铁的优质资源（大量地铁附近待开发土地），两者整合可以将现有资源的价值发挥到最大，加上深圳地铁本身有上市的诉求，入主万科实现一举多得。

深圳地铁也在其官网公告表示，作为国内房地产行业龙头企业，万科拥有优秀的管理团队，丰富的开发经验和扎实的发展基础，入股万科将有利于双方在发挥各自优势的同时，形成更有效的战略协同。深圳地铁集团将支持万科管理团队按照既定战略目标，实施运营和管理。

对万科管理层而言

王石们的诉求无非就是独立的经营和决策权、稳定的团队结构，深圳地铁原本就是王石请来的救兵，深圳地铁可能扮演前 17 年华润的角色，甚至对王石团队更友好。

对恒大而言

回归 A 股正在紧锣密鼓的进行中。去年国庆期间，恒大宣布了重组深深房将其绝大部分地产资产于 A 股上市的协议，恒大计划注入的资产，将包括除海南海花岛和江苏启东海上威尼斯两个旅游地产项目外的所有地产资产。今年 1 月 2 日晚间，恒大宣布，旗下凯隆置业及恒大地产已于 2016 年 12 月 30 日与 8 家投资者订立协议，这些投资者将合计出资 300 亿元取得恒大地产经扩大后股权的 13.16%。

值得注意的是，深深房是深圳国资旗下的上市公司，而深圳地铁也属于深

圳国资系统，恒大地产能否顺利借壳上市，深圳国资的态度也至关重要。深圳地铁顺利入主万科，也意味着恒大借壳深深房将顺利推进。深圳地铁给出的 22 元/股的价格，对恒大也十分重要。根据恒大之前披露的数据，其持有万科的成本为 23.36 元，高于万科最新股价 20.40 元。虽然深圳地铁的交易价仍低于恒大的成本价，但有了深圳地铁兜底，恒大继续亏损的风险显然小了许多。

宝能方面

其资金链一直以来都比较紧张，尤其是去年年底，保监会掀起了一场针对保险资金的监管风暴，前海人寿不幸中招，被暂停开展万能险新业务的监管措施；此后，保监会密集公布的一系列文件还涉及到了股权、财险机构产品设计等多个方面。宝能的保险资金来源遭遇重大打击，加之万科股价不断下跌，宝能可能已经心生退意——此前多家媒体报道，宝能已经有意出让万科股权。

如今，深圳地铁入主后，万科股权之争有了眉目，内在价值也有了定论（即交易价 22 元/股），未来的发展空间也已经打开，这对宝能顺利退出大有帮助。

不管怎样，暂时看来，各方都有望从华润退出万科之后获得自己的利益。对此，有观点认为，这场有史以来最轰动的高战大戏，可能真的要进入收官阶段了。

17 年前深圳国资与万科曾有过一段姻缘

深圳地铁代表的自然是深圳国资的利益，而深圳国资与万科渊源颇深。

十七年前，万科的第一大股东还不是华润，而是深圳经济特区发展(集团)公司（下称“特发集团”），属深圳国资委下属企业。也就是说，深圳国资曾经就做过万科的第一大股东。

2000 年 8 月 10 日，万科公告，深圳经济特区发展(集团)公司与中国华润总公司签署股权转让协议，将持有的深万科 5115.56 万股国有法人股一次性转让给中国华润总公司，转让总价款 2.28 亿元，占当时万科总股本的 8.11%。此外，华润关联单位华润北京置地股份有限公司当时已持有万科 B 股 1707.35 万股，占比 2.71%。

华润自此成为万科第一大股东，和以王石为代表的管理层做了多年的“好朋友”。从上述公告中也可以看出，华润成为万科第一大股东付出的代价不超过3亿元，拿到了其10.82%的股份。也就是说，华润现在持有的15.3%的万科股份中，2/3来自于2000年及之前。

持有万科17年 华润到底赚了多少钱？

而华润历年从万科获得的分红相当可观，小编在此仅计算2009年以来的利润分配（因为2009年以来万科没有送转股，比较好计算），万科每股的累积红利达到2.16元，而华润持有的16亿多股份。也就是说，华润在2009年以来获得的万科分红就超过了30亿元，远远超过其持股成本。

华润转让价高达372亿元，再加上其持股17年以来的分红，累积获得收益或超过400亿元。作为“接盘方”的深圳国资，当初以2亿多元的价格将第一大股东位置让出，现在要花上近400亿元的代价才能重新进入万科。

即便如此，深圳国资也并没有拿回万科第一大股东的位子，前有宝能持股25.4%领先，后有恒大持股14.07%紧随。

万科股价大幅下挫 恒大、宝能持仓成本几何？

近期，万科A、万科企业的股价均大幅下挫。2016年12月1日万科A创下历史新高29元/股后一路下跌，停牌前一交易日收盘价仅为20.4元/股，下跌幅度达到33%，已低于恒大的持仓成本，距离宝能成本亦不遥远。万科企业股价走势相似，2016年12月1日创下历史新高24.1港元/股之后，一路下跌至18.6港元/股，跌幅23%。

根据此前公告，恒大持有万科A15.53亿股，占万科总股本的14.07%，共耗资362.73亿元。按此计算，恒大持有万科A的成本约为23.35元/股。

去年7月19日，万科在《关于提请查处钜盛华及其控制的相关资管计划违法违规行为的报告》中提到，宝能通过钜盛华、前海人寿、钜盛华作为劣后委托人的九个资产管理计划合计持有万科25.4%的股份，资管计划平均持股成本18.89元/股，如按7%的利率加计融资成本，持仓成本约为19.83元/股。

万科事件后续怎么走？还有待于华润披露进一步的细节以及宝能、恒大等

怎么走下一步。

8、共享单车：政府合作成趋势 倒闭潮难避免

在资本寒冬的哀嚎中，共享单车以一匹黑马的姿态冲了出来，点燃了整个冬天。

最近一段时间，每隔几天就会收到一家共享单车平台融资的消息，有的媒体人表示“已经麻木了”。随着摩拜获得 2.15 亿美元 D 轮融资，ofo 随机发表声明宣称已经准备好了充足的弹药，可以应对各种竞争。火爆的对话将公司间的竞争氛围引向了高潮。

但这并非终点。骑记 CEO 黄尉祥说，现在推出共享单车产品的已经有数十家公司，接下来市场上还会迎来十多位竞争者，小蓝单车 CEO 李刚也表示，三月底会是共享单车的决战期。没有融资的，连战场都无法进入。

在接受采访时，不少共享单车的创业者都表示，产品、服务、资金是决定这场赛跑最终胜利的关键。在这场即将到来的鏖战中，产业链的上下游都已经全身心投入。一位共享单车品牌的 CEO 表示，现在全国 80% 的自行车生产线上出产的，都是共享单车。

抢占市场靠拼数量 供应链压力难纾解

摩拜单车 CEO 王晓峰表示公司现在的目标是每个城市投放 10 万辆车，目前的最新消息是摩拜马上进入到第 12 个城市。粗略估算下，摩拜需要上百万辆车才能达成目标。

单价低廉的 ofo 也不遑多让。ofo 公关在 1 月 10 日告诉凤凰科技，小黄车覆盖了 33 座城市，链接单车 80 万辆。根据 ofo 的大共享计划，个人闲置车辆也可纳入小黄车的体系中，但目前只透露了校园市场中有 10% 的车源来自于个人。

摩拜、ofo，已经出现的各个公司，再加上业界认为将要现身的不少于十家共享单车平台，整个市场上将会迎来近 50 个玩家。2017 年的共享单车，和 2011

年的团购、2013年的打车平台处在一个相似的境地。单车供应链的压力或许遏制了更多平台的涌现，但有限的资源更加剧了其中的竞争。

厂商的生产能力始终是有限的。根据《财经天下》的报道，飞鸽为 ofo 订单开的两条产线每天各自能够生产 1200 辆自行车，赶进度的时候能够生产 2000 辆左右。而飞鸽去年 10 月、11 月与悠悠单车 Joybike、快兔出行谈下的生意，都还没来得及挤出产线来投产。更令供应链吃紧的消息是，现在可能还会有新的共享单车的订单。

像摩拜、小蓝这样既有自己投建的生产线，又有合作工厂的平台最有优势。它们没有断货之虞，还能进一步提高产能。背后有自行车大厂商作为投资方的公司，比如优拜、小鸣，最大的保障则是生产质量的稳定。如果没有这样关系足够密切的工厂，那就要向 ofo 一样用足够大的数量来吸引供应商。

一些厂商如飞鸽等“明显感觉产能不足，开始筹备扩建产房了”，但是更多的上游供应链仍处于观望的状态，担心扩大产能后共享单车订单反而减少的种种问题。单车供应链的压力或许遏制了更多平台的涌现，但有限的资源更加剧了其中的竞争。

盈利模式成谜 融资能力是破局关键

现在看来，共享单车的盈利模式不外乎以下几种：第一是租赁过程中用户支付的骑车费用，这是目前最直接的收入方式；第二是用户在注册使用时缴纳的押金，为平台带来一部分沉淀费用，从而通过各种金融手段获得收益；第三是在规模足够大的情况下获得厂商投放的平台广告。

摩拜不急于盈利，王晓峰曾说：“摩拜的产品和服务从正式推出到现在还不到一年的时间，在这样的情况下，太着急考虑短期之内实现盈利，摩拜就很难成为一个伟大的公司。”其创始人胡玮炜也在多个场合表示，现阶段的重心是要打磨产品，盈利要以后再考虑。

Ofo 也表示不担心钱。他们的官方回复是：“ofo 现金流很健康，是业内唯一一个具备良好自我造血能力的共享单车服务平台，后续运营成本也是业内最低的。”但具体到有哪些造血方式时，ofo 暂时还不予外漏。

连领跑的两家公司都无法解释清楚盈利问题，其余的共享单车平台则更是讳莫如深。

根据《江苏商报》的报道，全国公共自行车最普及的杭州，2015年平均日利用率是每辆车3.75次。现在的共享单车大多采用1小时收费1元的标准，以每辆车日均收益4元来计算，一辆造价1000元左右的车，要用250天才能收回成本，这还不包括每日进行单车投放、密度调控、检修维护等费用，也没有将折损率计算在内。一些缺乏保护措施 of 共享单车，虽然造价低廉，维修费、折损率会相应增高，也无法在短期内收回成本。

花钱和挣钱的不对称性，对公司的融资能力造成了严峻的考验。在前期划分势力范围的斗争中，融资速度的差异将会成为平台进化的分水岭。

不过只要能持续融资，盈利模式并不是共享单车公司最头疼的问题。按互联网公司的标准，规模最重要，有了用户，不愁没办法获得收入。

政府合作成趋势 倒闭潮难避免

除了已经展开激烈竞争的北上广深等一线城市，大量的二线城市既没有庞大的单车容纳量，也没有对大平台产生足够的吸引力。但在环境和交通双重重压下，城市政府也开始积极寻求合作对象。

厦门市政府与骑记展开合作，为共享单车设立合作站点和停放区域，同时将市民卡与共享单车打通。骑呗已经进军山西省临汾市，同当地政府合作推行互联网+绿色出行的共享单车理念。

黄尉祥说，目前地方政府也在按照实际承载量规划共享单车的发展，向各个公司分配限定的数额，以促使共享单车项目达成有序竞争，以免出现平台撤离后，废弃车辆妨碍市政环境的情况。

如果没有赶上第一波抢占城市红利的浪潮，单车平台选择与二线城市进行合作也是个不错的选择。战火暂时没有蔓延到这些城市的情况下，这些公司还可做一方诸侯。

但这并非长久之计。为了寻求规模效益，各大平台无法停下扩张的步伐，供应链和融资能力的差异越发凸显。采访中，不少共享单车界人士都认为，这

场热潮期限不会超过 1 年。等下一个冬天来临,共享单车公司们也将迎来冬天。

9、国内外一周风投事件统计

医疗健康

推想科技完成 A 轮融资,金额 5000 万人民币,投资方红杉资本中国基金、广发基金、英诺天使基金、臻云创投

推想深度人工智能系统在胸肺疾病的诊断当中接近住院医师水平,可有效辅助医生的日常诊疗工作,减轻医生的负担。

交通出行

“优信二手车”完成 E 轮融资,投资方包括:TPG、Jeneration Capital、华新资本联合领投,华平、老虎环球基金、高瓴资本、KKR、光控众盈新产业基金、华晟资本

2016 年优信业务规模较 2015 年成长了 3 倍,刚刚过去的 16 年 12 月份更是交出了单月交易突破 5 万台,交易规模 37 亿,单月收入超过 1.5 亿的经营业绩。优信集团董事长兼 CEO 戴琨表示,今年优信成交车辆将达到 80 万辆,交易总规模将突破 600 亿,营收规模将翻两番。在行业内企业普遍面临盈利难题的情况下,优信两大业务平台中占据 B2B 市场绝对份额的优信拍业务已于 2016 年 7 月实现盈利,而发展迅猛的优信二手车也在 2016 年 11 月单月突破 2 万台,并实现盈利。

电子商务

“美亚商旅”完成 1.2 亿元 A 轮融资,投资方为达晨、国家中小企业发展基金

此轮融资将用于加大技术和品牌的投入,结合先进互联网技术,整合全球优质旅游产品资源,使机票分销走向多元化、国际化、自动化和数据化,发展商旅管理市场。

美亚商旅是一家全牌照的航旅企业，在全国多地设有分子公司，多年来深耕 B2B 国际机票分销及商旅系统服务平台，为包括世界 500 强公司在内的 3000 余家企业客户提供专业商旅服务，董事长伍俊雄提出打造商旅生态圈概念，以“技术+服务+产品”的综合实力作为发展方向。

金融支付

什马金融完成近亿元 B+轮融资，投资方信中利资本、顺为资本、峰瑞资本、华创资本

什马金融是一个 P2P 网贷服务的平台，主提供互联网金融信息服务，聚焦在电动车、摩托车、三轮车等新能源交通工具领域，主要产品为什马免息宝分期业务、什马信用袋资金周转业务等。

杭州绿湾完成 B 轮融资，金额 3 亿人民币

杭州绿湾采用机器学习技术，通过对文字、图片、音频、视频等各种媒介格式的海量数据进行挖掘处理、分析，将全量、多维、动态的数据降维到直观、简单可用并转化为统一格式存储，从而建立成以人为节点的关系分析模型，并进一步计算和挖掘以人为实体的时间与空间关联，形成全文检索、图谱分析、时空分析等各种可视化工具。

四、产业市场

1、食药监总局今年将实现药品化妆品抽检信息每周公开

据食品药品监管总局新闻宣传司李东芹介绍，2016 年，国家食品药品监管总局加快完善法规标准制度体系，发布了《食品生产经营日常监督检查办法》《保健食品注册与备案管理办法》等 9 部规章，着力加强法治建设。

2016 年，继续简政放权，在食品生产领域，取消许可换证现场核查和换证产品检验，取消审查收费，实施“一企一证”；在食品经营领域，取消卫生许可证，实行食品流通许可证和餐饮服务许可证“两证合一”。

2016年，药品审评提速，积压注册申请已由2015年高峰时的近2.2万件降至去年年底的8000余件，化学药和疫苗临床试验申请、中药民族药各类注册申请已实现按时限审评。对防治艾滋病、恶性肿瘤、重大传染病和罕见病等疾病的创新药以及临床急需药，专利过期药和国内首仿药等146个药品实施优先审评。例如国家食品药品监管总局批准了抗癌药吉非替尼片、抗艾滋病药依非韦伦片以及富马酸替诺福韦二吡呋酯片的国产仿制药品上市，这3个仿制药品与原研药的质量和疗效基本一致，提高了患者用药的安全性和可及性。

2016年，国家食品药品监管总局重拳打击药品医疗器械违法违规行为，同时加大境外检查力度，对49个药品品种境外生产现场和19家进口医疗器械份额较大的境外生产企业进行检查。

2017年，国家食品药品监管总局将努力让监管工作“跑”在风险前面，聚焦群众关切开展突出问题大整治，严守安全底线抓好风险隐患大排查，坚持问题导向抓好质量安全大抽检。2017年，国家食品药品监管总局将在每周公布食品抽检信息的基础上，实现药品、医疗器械、化妆品抽检信息的每周公开，抽样检验结果将依法向社会全部公开。

2、新能源汽车发展仍处初级阶段 市场竞争力需提升

1月14日，中国电动汽车百人会论坛（2017）召开。每年百人会论坛上的议题都是当年新能源汽车行业政策与技术的风向标。相比前几年的新能源车安全性的问题，今年的议题主要透露出以下几个信号：新能源车技术路线逐渐偏向纯电动；整治新能源车企骗补的力度加大。除此以外，还有充电桩基础设施建设以及如何应对补贴政策退坡等老生常谈的问题。

工业和信息化部部长苗圩对中国新能源汽车取得的进展、存在问题和未来的工作进行了解读。他认为中国新能源汽车在规模上取得了可喜的成就，比如2016年新能源汽车产量达到51.7万辆，连续两年产销量居世界第一。2016年，多家中国车企进入全球新能源乘用车前十位。此外，2016年新建的充电设施是2015年的10倍，达到10万个以上。与此同时，苗圩也指出：“我们应清醒地认识到我国新能源汽车产业仍处于初级阶段，仍然存在着产能过剩、技术水平不高、企业违规骗补等问题。”他表示，2017年新能源车行业需要通过不断完善补贴政策、加强产品核查、进一步规范行业秩序等方面继续提升水平。

“补贴”是去年新能源车行业的关键词。为了拿到补贴，不少企业不惜抛

却诚信，违规骗补。关于这一问题，财政部经济建设司副司长宋秋玲认为企业都是跟着政策走，在国际上真正具有竞争力的企业很少。她表示，补贴政策的稳定性和持续性是必要的。但是，补贴政策不干涉技术路线；支持期限保持不变；支持力度不变。

2017年，国家对新能源车的补贴退坡幅度为20%，再加上地方补贴相应退坡，一款新能源车的总补贴退坡幅度甚至可能达到40%。政策一出，不少车企也是措手不及。财大气粗的可以拍着胸脯说2017年新能源车产品不涨价，而规模稍小的企业日子相对更难过。但从政策的意图上来说，并不是要让车企自掏腰包补贴消费者，而是希望通过这种“施压”逼着企业技术进一步创新，从而降低成本。

在这一方面，中国电动汽车百人会执行副理事长欧阳明高阐述了一个新趋势。他表示，相比油电混合和插电混合还有燃料电池，中国新能源汽车更适合走纯电动路线。他还认为，“十三五战略”中提到的“三化”（电动化、轻量化、智能化）长期来看将发展成为“六化”，即电动化与能源低碳化结合、轻量化与制造业结合、智能化与网联化结合。

说纯电动路线适合中国新能源车产业是有依据的。一方面油电混动技术由日本丰田率先主导，中国在此方面无优势。因此首先发展纯电动可以说是“弯道超车”的唯一机会；另一方面发展纯电动将带动中国电池行业发展。此外，从市场上各大车企的新车规划中也不难发现，纯电动车的比重正在上升。例如大众汽车表示将在2020-2025年间在中国推出10款纯电动汽车；丰田也在从油电混合逐渐转向插电混合甚至纯电动。

随着近年来国内雾霾强度递增，发展纯电动汽车更是变得刻不容缓。国家能源局副局长郑栅洁在论坛上表示，解决雾霾主要依靠能源结构转型和清洁能源的替代，加快推广应用新能源汽车就是其中重要一环。他认为，中国充电桩建设遇到了一些问题，这阻碍了新能源车的发展。主要表现为私人充电桩遭物业阻碍、公共充电桩普及速率不够快、旧电桩与新车型充电标准不兼容、充电桩企业门槛低水平参差不齐。对此，其给出的建议是应该加强支持标准的升级统一以及充电技术的研发。

如苗圩所说，中国新能源车行业仍处于初级阶段，但从市场竞争角度来说，国内车企与国外车企处于同一竞技场。虽然从《新能源汽车推广应用推荐车型目录》、《汽车动力蓄电池行业规范条件》中仍看得出对于国内车企的保护动作，

但鉴于 WTO 给予中国的保护期即将到期,以及 2020 年新能源车补贴政策也将完全消失,市场留给中国新能源车企业的时间真的不多了。

3、二手车电商平台整合加剧 市场突破千万量级

数据显示,截至 2016 年 11 月,二手车累计交易量达到 927.06 万辆,累计同比增长 10.36%。“我们预测 2016 年已经突破了千万辆大关,大致的数字在 1030 万辆左右。”中国汽车流通协会秘书长肖政三表示,二手车交易量过千万被认为是二手车交易市场进入新的规模量级的标志。

一直以来,限迁是限制二手车行业发展的重要因素。继去年 3 月国务院办公厅印发《关于促进二手车便利交易的若干意见》(下文简称“国八条”)之后,最近,商务部等部门再度强调将“推动各地尽快取消二手车限迁政策。”这被视作取消二手车限迁政策的二度破冰。

处于“互联网+”风口的二手车电商平台早已察觉这一市场潜力。当一个二手车电商交易平台如雨后春笋般崛起,一轮轮资本相继涌入之后,在新的交易规模刺激下,二手车电商平台也开始了新一轮的竞合。

爆发将至

在肖政三看来,二手车市场能够实现千万量级的突破,一方面与我国汽车保有量提高,部分车辆达到自然替换周期密切相关;而另一方面,则与限迁政策的不断破冰有关。

“二手车交易一千万辆里面,1.6L 及以下排量车型占据整个交易量的 80%,而 6 年左右使用期限的车型则占到整个交易量的 70%。”在肖政三看来,2009 年前后买的车,五六年之后需要进行二手车的替换,“如今到了爆发期。”肖政三说。

数据显示,我国汽车市场在 2009 年突破了千万量级的销量大关,达 1364.48 万辆,同比增长 46.15%,首度成为全球第一大汽车产销国。而从那时起,新车交易场所积累的量均成为近两年二手车市场重要的来源。艾瑞咨询数据显示:预计到 2020 年,中国二手车交易规模将达到 2920 万辆,新车与二手车交易规模比例将接近 1:1。以每辆二手车均价 6 万元计算,2020 年的交易总金额将达 2.34 万亿元。

不仅如此，政策层面对于限迁的不断破冰，也为二手车的发展带来新的机遇。

2016年3月，二手车“国八条”开始正式执行。“国八条”从流动环境、交易登记、税收政策、金融支持等八方面提出意见，其中破除限迁、税收政策调整、临时产权制度等为二手车发展松绑。

但从具体执行情况来看，“国八条”的落地虽对我国二手车市场的繁荣起到了一定促进作用，但仍有不尽如人意的地方。据不完全统计，2016年已有十几个省、自治区、直辖市，全面执行了“国八条”，解除“限迁”城市已达到200多个。而广西壮族自治区和辽宁省则部分执行了国务院办公厅的文件。

也因如此，2016年12月29日，环保部办公厅、商务部办公厅联合下发《关于加强二手车环保达标监管工作的通知》，要求各地严格执行“国八条”，对于在机动车环保定期检验和安全检验有效期内，经转入地环保检验，符合转入地在用车排放标准要求的车辆，各地不得设定其他限制措施。

一周之后，商务部新闻发言人孙继文于1月5日在通报近期商务领域重点工作情况时表示，2016年政府工作报告明确提出要“活跃二手车市场”。对于活跃二手车市场、使老百姓(43.290, -1.54, -3.44%)更加方便地选择消费具有积极作用。下一步，商务部将配合环境保护部督促检查，推动各地尽快取消二手车限迁政策，确保加快活跃二手车市场政策真正落地。

“这是对二手车‘国八条’落地的又一次督促，值得二手车行业庆幸。”肖政三表示，“这意味着破除二手车限迁将在2017年得到100%的执行。”

硝烟四起

巨大的市场蛋糕吸引了二手车电商交易平台的崛起，在利益诱惑之下，大批资本开始涌入。

在过去的一年，多家二手车电商平台获得资本青睐。2016年11月，二手车B2B平台“车到山前”获1亿元B轮融资；车易拍宣布获得了3亿元的E轮融资，估值超10亿美元；10月，“淘车无忧”获1.2亿元A+轮融资；9月，“人人车”获1.5亿美元D轮融资；同月，“瓜子二手车”完成超2.5亿美元的A

轮融资，瓜子二手车 CEO 杨浩涌也对外宣布正式启用知名影星孙红雷为品牌形象代言人，同时宣布未来一年在品牌层面投入 10 亿人民币……

“2017 年，瓜子将成为二手车电商的入口级平台，月成交量将达 10 万+。”瓜子二手车负责人毫不掩饰其野心，“瓜子将深度布局汽车金融领域，智能金融云平台合作伙伴超过 300 家。”

一波波的投资热潮，明星代言铺天盖地。不过，在这看似繁荣的二手车电商背后，危机也一直存在。一批融不到钱的电商网站已经开始默默倒下，而巨头之间新一轮的整合也开始显现。尽管二手车电商关注度在不断提升，但却仍处于“烧钱”状态，开支大，收入来源却很少。

在去年车易拍登上央视 3·15 晚会后，多家二手车交易平台陆续公布了交易服务费标准。杨浩涌曾表示，目前，瓜子二手车抽取 3% 的佣金，这项营收仅能维持公司运营成本，距离实际盈利还有很远的路要走。优信二手车 CEO 戴琨也表示，虽然优信二手车收取一定的佣金，但是如果扣除掉向客户支付的各类补贴，目前“并不能盈利”。

此外，按照官方此前公布的二手车电商 11% 渗透率计算，2016 年全年二手车电商平台总交易量约为 110 万辆，平均每月通过二手车电商平台成交的车辆为 9 万辆。而按照中国汽车流通协会提供的数据，2016 年 11 月主流 B2C 电商平台共上传车源 18.0 万辆，当月 14.20% 车辆完成交易，仅占总交易量的 2.57%。而在 11 月售出车辆中，线下渠道销售周期为 27.7 天，线上 B2C 销售周期却长达 58.2 天。

矛盾与机遇并存，2016 年最后一个工作日，二手车电商车来车往与开新二手车宣布合并。合并后双方将在 2017 年完成 120 亿元的目标交易额，实现 20 万辆的交易量，行业整合初步显现。“其实就是线上和线下的补充。”北辰亚市副总经理蔡海员表示，“这也是二手车电商真正的落地，抱团取暖，优势互补将成为一种趋势。”在二手车市场步入千万量级之后，二手车电商平台的整合也将正式开始。

4、煤价上涨未引发电价跟随 电企心愿落空

目前，随着全国输配电改的全覆盖，我国自 2015 年新电改以来已累计降低用电成本 1800 亿元以上。

而进入 2017 年，随着新一轮电价上调的预期落空，新年度用电成本仍将保持较低水平。1 月 13 日，目前全国煤电标杆上网电价上调的预期落空。据申万宏源(6.250, 0.00, 0.00%)根据煤电价格联动计算公式测算，2017 年煤电标杆上网电价全国平均应上涨 0.18 分/kWh，因不足 0.2 分，当年不调整，调价金额纳入下一周期累计计算。据此，2017 年 1 月 1 日全国煤电标杆上网电价将不做调整。

电价上调预期落空

近期有传四大发电央企联名上书向政府申请电价上调，目前看来该预期暂时落空。

据悉，此前华能、华电、大唐以及国电 4 家电力央企联名向政府提交报告，表示现在的电煤价格已经超出企业成本，要求政府对电价进行上调。

据业内专家介绍，2016 年前三季度，26 家火电上市公司中，已有 3 家企业当前净利润为负，分别为大唐发电(3.770, -0.09, -2.33%)、华银电力(4.920, -0.25, -4.84%)、新能泰山。另有 17 家非亏损企业的归属净利润同比下降，其中漳泽电力降幅最高，达 99.94%。去年同期，上述 26 家火电上市公司亏损和净利润同比下滑的企业数量分别为 0 家和 8 家。据此，该专家称，火电行业已逼近微利，面临亏损。

近日，大唐发电发布公告，2016 年前三季度，公司营收 445.03 亿元，同比减少 3.43%；亏损 31.45 亿元，上年同期溢利 35.87 亿元；每股亏损 0.2363 元。对此，大唐发电回应称，经过国家调控，煤炭价格上涨趋势将会趋缓，无需对火力发电秉持悲观态度。公司对煤炭价格上涨保持高度警觉，发改委也已多次召开会议进行协调。公司认为国家宏观调控将会使煤炭价格上涨趋缓，无需过度恐慌。公司目前也没有得到有关煤电联动的消息。

不过，电价上调的预期目前已经落空。

申万宏源也指出，电煤价格变动尚未触发联动机制，2017 年煤电标杆上网电价不作调整。我们以 2016 年 11 月电煤价格指数测算，从时点数据上看，山东、河南等地火电度电收益已为负值。按照煤电价格联动机制，每期电煤价格按照上一年 11 月至当年 10 月电煤价格平均数确定。据此 2017 年煤电标杆上网

电价全国平均度电应上涨 0.18 分。由于不足 0.2 分，当年不作调整，调价金额纳入下一周期累计计算。

电价的稳定，对目前我国经济发展有着很大意义。有专家表示，在经济下行压力和去产能的双重冲击下，我国工业企业面临着前所未有的压力，工业用电增速加快可以说是行业复苏的积极信号。而一旦出现电价上涨的情况，无疑将会对我国经济回暖起到非常不利的影响。

根据国家统计局 2016 年 11 月份发布的统计数据，2016 年 1-10 月份，全社会用电量同比增长 4.8%，比 2015 年同期加快 4.1 个百分点，其中工业用电量显著上涨。在 10 月份，工业用电量同比增长 4.9%，增速比 9 月加快 3.5 个百分点。

输配电改革继续降成本

事实上，由于近两年经济下行以及去产能幅度增大，工业企业的发展受到较大冲击，工业企业对用电成本的变化显得尤为敏感。

近日，国家发改委正式印发《省级电网输配电电价定价办法（试行）》，来约束电力市场化改革过程中的输配电环节监管。省级网络输配电成本的核定，让不同地区在输配电环节的成本信息通过数据展示出来，使电网运营变得透明，省与省之间的对比效应，会让部分地方的输配电成本下降。

据国家发改委数据显示，自 2015 年以来，通过输配电价改革、推进电力市场化交易等方式综合施策，我国已累计降低用电成本 1800 亿元以上。

2015 年，国家发改委在深圳、蒙西、湖北、安徽、宁夏、云南、贵州开展输配电价改革试点。通过成本监审，核减电网企业不相关资产、不合理成本，综合考虑未来投资增长因素后，用于降低销售电价的部分约 80 亿元。

目前，国家发展改革委正在加快审核 2016 年第一批 12 个省级电网输配电价水平。从成本监审情况看，电网历史成本平均核减比例为 16.3%。从输配电价测算情况看，除北京、河北电网受投资大幅增长、售电量增速较低等因素影响，输配电价有上涨需求外，大多数省级电网的输配电价均将有不同程度的降低。

输配电价改革的目的之一，就是通过制定独立输配电价，推动电力市场交易。据测算，2016年电力直接交易将达7000亿千瓦时，按每千瓦时降低6.4分钱测算，全年可降低用电费用450亿元。

申万宏源指出，以准许成本和有效资产为基础，按成本加成方法定价输配电价，规范电网企业的经营。自2014年部署深圳和蒙西开展输配电价改革试点以来，目前已实现全国输配电改覆盖。参考试点经验，发改委发布该《办法》，规定“准许收入=准许成本+准许收益+价内税金”。其中，准许成本由折旧费和运行维护费构成，准许收益=可计提收益的有效资产乘以准许收益率。在确保电网企业提供安全可靠的电力，且输配电价合理反映输配电成本的前提下，以尽可能低的价格提供优质的输配电服务。

申万宏源方面称，实行费率上限并核减电网企业不相关资产、不合理成本，降低用电企业电费支出。《办法》按照准许成本加合理收益的原则，在明确折旧费、运行维护费、有效资产、准许收益率等定价指标的同时，还明确规定了材料费、修理费等相关费用的费率上限。超出费率上限部分，以及电网投资与电量增长、负荷增长、供电可靠性不匹配的成本费用暂不予纳入输配电价。

据统计，国家发改委在审核2016年第一批12个省级电网输配电价水平的过程中，电网历史成本平均核减比例达16.3%，有效降低用电企业电费支出，并推动电力直接交易。以度电平均降低5分钱测算，2015年全国电力直接交易减轻用电成本215亿元。按度电降低6.4分钱测算，2016年预计电力直接交易可降低用电费450亿元。

5、养老资本短视乱象：明里养老实为卖房

“众所周知，资本都是逐利的，但是养老产业更多的是希望雪中送炭而非锦上添花，但资本往往做的是锦上添花而非雪中送炭。因为，它必须要看到趋势才会介入，否则就不投。”1月7日，国家开放大学社会工作学院执行院长乌丹星在首届养老产业环球峰会上表示，目前资本最关键的问题是，它对养老产业必须要有耐心，绝对不可以急功近利，急功近利的结果就是不光资本不能获得相应的预期，而且还可能成了养老市场的搅局者。

目前我国主板市场有29家上市公司涉足养老产业，但尚未有一家以养老为主的上市公司。

“短视资本”扰乱养老市场

养老产业发展需要社会资本进入，但目前，中国投资养老产业的大都是追逐短期利益的资本，这跟养老产业的发展特点相悖。

“近年来，我国从中央到地方出台了大批介入养老产业的立法和优惠政策，也吸引了很多过剩资本的追逐，它们介入的热情和投资积极性都很高，但是，很多资本看中的恰恰是眼前的利益，对于投资回报的预期并没有做好心理准备，而其中还不乏搅局者。”1月11日，武汉科技大学金融证券研究所所长董登新表示，目前，我国投资养老的资本尚处于洗牌阶段。

从过往的政策来看，我国对养老产业投资的扶持力度越来越大，优惠内容也越来越多。从2015年2月，民政部联合十部委发布《关于鼓励民间资本参与养老服务业发展的实施意见》，对民间资本参与养老产业给予相应政策优惠。同年11月，国务院常务会议决定推进医疗卫生与养老服务结合，更好地保障老有所医、老有所养。就在今年元旦前夕，国务院办公厅还印发了《关于全面放开养老服务市场提升养老服务质量的若干意见》，要求降低准入门槛，引导社会资本进入养老服务业。

而在中央鼓励养老产业全面市场化之前，国内各方资本就已经开始加紧布局。比如，去年国内不论是基金行业还是医药产业资本，都已经在加速布局养生养老产业，一些房地产企业受政策影响，也纷纷涉足养老产业，不断加大资金投入规模。

“不少房企转型涉足养老产业，旨在消化库存从而转移政策风险，然而，这种打着养老地产的旗号来牟取暴利的资本恰恰与养老产业的发展特点相悖，势必会影响到国内的养老市场。”董登新表示，即使在国外成熟的地区，养老社区的投资回收期都要在5至7年甚至更长，但在中国，很多开发商还只是把开发养老地产作为一种营销噱头，真正的目的仍是出售物业。

以京津冀为例，去年至今，出现了不少养老社区进行“返租销售”的违规现象。即业主将所购房屋返租给开发商，再交给第三方公司运营。由于此类销售模式难以保障业主的基本权益，一旦开发商资金链断裂，维权将十分困难，因此，这种模式早在2001年就已明令禁止。

资本的力量是巨大的，当它发挥积极作用的时候，其促进养老产业发展的

成效显著；而当它发挥消极作用的时候，其对整个产业的侵害程度同样惊人。

随着政策放开及老龄人口增长，未来养老产业市场广阔，有明确盈利模式的养老新业态将大有可为。据中国社科院老年研究所此前测算，目前中国养老市场的商机约 4 万亿元，到 2030 年有望增至 13 万亿元。

轻资产型投资是发展方向

一边是多路资本对老龄产业的虎视眈眈，一边是养老产业普遍缺钱；一边是资本投入巨大，一边是养老产业收益周期远。那么，产业与资本如何更好地对接？

“从养老投资的角度来看主要有两种模式，一种是重资产型的投资，主要是以养老地产作为载体进行机构养老的资金，这部分资金规模比较大、投资周期比较长、投资风险相对较高；另外一种则是轻资产型的投资，这类投资规模较小、回收期较短，主要就是整合医疗、旅游等方面的资源，针对社区和居家养老群体进行服务。”董登新表示，对于养老产业，尤其是养老服务产业，国家有一个基调就是“9073”，也就是 90%的老年人依托社区居家养老，7%的老年人在老年化社区养老，3%的老年人在机构养老，其中，重资产型的投资主要集中在 3%的机构养老部分，轻资产型投资主要集中在社区和居家这部分市场。

在董登新看来，“短视资本”虽然扰乱了养老市场，但资本的逐利性能够带来一种示范效应，使得社会资本都关注这个领域。其中，社区养老和居家养老比较有发展空间，同样，轻资产型的养老投资也将是未来的发展方向。

我国主板市场有 29 家上市公司涉足养老产业，其中，至少有一半以上参与的都是轻资产型的养老投资。

养老产业的光明前景毋庸置疑，但乌丹星认为，目前养老产业投资依然存在三大瓶颈：首先，投资的进入和退出机制不清楚，所以大家都在观望，如果金融市场不开放，资本不愿意进入；其次是模式问题，做养老健康的企业多在亏损，缺乏成熟的盈利模式。投入的资金受到政策和机制的制约，同时要对接很多的部门；第三是人才问题，从事养老健康的一定是专业人士，而现行体制下公立医院的医生很难招进来。

同时，虽然国家层面上出台了一系列相关政策，但是在土地供应、资金补

助、税费减免政策上，不少地方缺乏相应配套机制，最终使得政策落地困难，这些都使得商业养老成本居高不下，不利于竞争力的提升。

6、中国房地产增量市场变存量市场 流通将成主角

2017年1月13日，由链家研究院举办的“存量时代，流通为王”链家思享会年会在北京举办，现场发布了《存量时代，流通为王》行业研究报告。链家研究院院长杨现领表示，目前中国房地产已进入存量市场时代，流通将成为这一市场的关键。

报告显示，新房将进入中低速发展阶段，未来房地产将由以购为主向购租并举转变，由房地产开发向服务运营转变。据其统计，2016年通过租房解决居住问题的人数已超过1亿人。

事实上，近年来政府也逐步开始重视和规范房地产流通市场，鼓励租售并举。杨现领认为，在存量房时代，房地产经纪行业和流通机构将发挥关键作用，链家作为这一行业的代表，希望能对行业的规范起到一定的带动作用。

增量市场变存量市场

据了解，链家思享会2016年已在北京、上海等一线城市召开8次，链接房地产产业链从业人士超过2000人次，成为存量房领域的品牌论坛。此次年会以“存量时代，流通为王”为主题，围绕存量时代市场的运营机制、市场价值以及各个市场角色如何应对挑战等问题进行了探讨。

《存量时代，流通为王》行业报告数据显示，2016年我国商品房销售额达到11万亿新高点，而在此光鲜的业绩背后，却是开发商不断下降的利润率。从2009年开始，房企营业利润率不断下滑，从最高峰21.7%下降到2015年的13.4%，2016年又进一步下降。

这一现状短期内很难改变，从近几年一线城市的土地供应情况来看，其均呈现逐渐减少的趋势。北京已连续6年下调土地供应，且2016年的土地供应明显呈现“远郊化”的趋势，中心城区供地量继续减少、土地集中供应向远郊区转移。

与此同时，三四线城市的土地供应也将逐渐减少。2017年1月12日，国

土部门在全国国土资源会议上明确表示，对库存压力大的三四线城市要减少以至暂停住宅用地供应。

对城市开发边界的划定更是促成了土地供应减少的趋势。为限制城市的无节制扩张，守住耕地红线，2014年国家相关部门配合修订了相关规划，给城市划定边界。

业内专家认为，这一局面随之带来的则是新建商品房供应量不足。而与之相比，二手房交易却成了房地产市场的“主角”。链家研究院数据显示，我国2016年约有10个城市二手房交易额超过新房，其中北京、上海和深圳最为明显，二手房交易额分别是新房交易额的1.5倍、2.4倍、2.5倍，二手房成交已经占主导地位。其分析指出，随着城市化水平的提高，未来更多的城市将进入存量房时代。

并且，房地产市场也正在由以购为主向购租并举转变。

同时，政府也正在对房地产租赁市场进行引导和培育。2016年6月，国家发布《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》，提出要改善租房市场有效供给，扩大租房市场有效需求，并明确市场主体权利义务，规范住房租赁市场发展的要求，促进住房市场由以售为主向租售并举转变。

流通将成房地产市场主角

《存量时代，流通为王》报告指出，房地产由增量市场转向存量市场，也给开发商带来了转型机遇，促进其由房地产开发向房地产服务转变。在存量房时代，开发商的作用日益下降，主动或被动转型是开发商的可能出路，建造并持有公寓、城市更新、主题地产将成为下一阶段的转型方向。

不少开发商表示，目前在一线城市通过招拍挂的方式拿地十分困难。中粮地产曾表示，在深圳通过招拍挂流出的土地已经少之又少，他们不得不开发城市更新项目。随着土地供应减少，开发商只能选择开发城市更新项目，迫使其转型。

链家研究院分析称，存量房时代不再是开发的时代，而是服务的时代，包括二手房流通、租赁等交易服务，装修、维护、搬家、保洁等维护服务，租金、货币化等金融服务。

事实上，存量房不仅包含狭义的二手房交易，还包括在建项目、待售项目以及租赁市场，与存量房交易相关的服务业，如青年公寓、信息服务、资产管理、房屋美化改造、房地产金融等发展势头迅猛。这些新兴行业与传统的房地产开发、经纪行业加快渗透融合，逐渐成为产业升级的主要驱动力。

报告指出，未来的企业竞争不在于抢夺到优质的土地或开发出好的楼盘，而在于用服务创造价值，其表示这是一个主体广泛多元的住房供给服务生态体系，是不同于新房时代开发主导的市场。

在这一服务体系中，流通至关重要，德晟资本 REITs 事业部总经理车阳表示，增量开发解决去化问题是关键，而存量地产解决流动性问题最为重要。链家研究院《存量时代，流通为王》报告分析指出，存量房市场的供给即取决于房屋的流通速度，中介、代理等流通机构会对交易双方预期形成和变动产生重要影响。杨现领表示，作为存量房流通的关键，经纪行业有较高的渗透率和更广泛的服务范围，在此背景下产生的新中介成为促成流通的中坚力量，而链家等房地产经纪企业作为流通市场的重要载体，将扮演着重要角色。

据了解，链家自 2001 年在北京开设第一家门店，十几年来有较好发展势头，实现了线上、线下融合，拓展二手房、新房等多方面业务，目前已进驻 28 个城市及地区，拥有 8000 多家直营门店，旗下经纪人数量达到 13 万人，并且着力建立自身数据库“楼盘字典”，目前已管理有 7000 余万套房屋数据。

杨现领表示，作为经纪行业的探索者，链家在存量房时代还将有更快的发展，并且对存量房市场的流通服务作出更多更大的贡献。

事实上，政府也逐步开始重视和规范房地产流通市场。2016 年 8 月，国家相关部门发布《关于加强房地产中介管理促进行业健康发展的意见》，从中介服务行为、行业管理制度、市场监管等方面对房地产流通市场进行规范。北京“930 新政”不仅提高了限购门槛，也表示要对房地产经纪行业加强管理，在其发布的“京八条”中，其中一条即为“加强对房地产经纪机构及其经纪活动的管理”，对房地产经纪机构及房地产经纪人员的行为进行规范。

进入存量房时代后，相关体系也应随之建立，企业要顺应存量房发展规律，通过更好的信息匹配、金融服务，建立覆盖用户从租房到首次买房再到换房全生命周期的服务体系，提高用户交易的安全、效率和体验，只有这样，企业才

能享受到存量流通带来的市场红利。

7、电力行业产能过剩加剧须警惕 国电集团压降投资规模

在钢铁、煤炭压减产能力度越来越大的大背景下，我国也开始警惕电力行业产能过剩的问题。

“发电行业必须要吸取煤炭、钢铁行业的教训，严控投资规模，尽快遏制住装机过快增长的势头。”1月13日，中国国电集团公司党组书记、董事长乔保平在国电集团二届四次职工代表大会暨2017年工作会议上表示。

据悉，国电集团2016年完成投资582亿元，严格控制在年度目标之内，2017年将控制投资在448亿元以内。

严控投资规模

近年来，电力市场持续低迷，全国火电设备平均利用小时连年下降，电力行业产能过剩问题日益凸显。

华能集团在刚刚结束的2016年工作座谈会上也强调，2017年将“着力防范风险，重点从资本支出管控等方面，做好去杠杆、防风险工作”。截至目前，华能、华电、大唐、国家电投还未对外公布2017年投资计划，但在国家层面强调警惕电力行业产能过剩的背景下，估计都将“刹车”投资规模。

同时，值得关注的是，“五大发电”在电源方面的投资结构也将发生巨大变化。国电集团总经理助理刘金焕表示，2017年国电集团计划投资448亿元，其中风电投资将在200亿元以上，火电投资只有80多亿元。

实际上，国电集团过去几年一直在优化电源投资结构，并推行“投资向清洁能源和大型清洁高效火电机组倾斜”的策略。官方数据显示，2015年，国电集团电源投资在总投资额中的占比为81.2%，在电源投资中，清洁能源占比已经占到68.4%。

据了解，2016年国电集团加强投资管控，严控火电投资规模，坚决贯彻煤电“三个一批”等政策措施，停建、缓建了10个煤电项目，停建、缓建装机容量达到1180万千瓦。同时，国电集团在2016年还“坚决退出效益不达标的小

水电项目”，同时优化风电发展，全年投产风电项目 300 万千瓦，风电装机容量达到 2583 万千瓦，继续保持世界第一。

通过上述策略，国电集团电源结构调整成效明显，清洁可再生能源占比达到 30.3%，60 万千瓦及以上火电机组占比达到 50.4%。

国电集团控制投资规模、优化电源结构的背景是：我国发电装机容量的增长速度远远高于全社会用电量的增长速度；同时，我国火电机组利用小时数已降至历史最低水平。

据中电联《2016 年上半年全国电力供需形势分析预测报告》，2016 年上半年我国新增发电装机容量达到历年同期新高，截至 2016 年 6 月底我国 6000 千瓦及以上电厂发电装机容量 15.2 亿千瓦、同比增长 11.3%，已超过全社会用电量增速 8.6 个百分点，局部地区装机过快增长、产能过剩压力进一步加剧。

另据统计数据显示，全国火电设备平均利用小时数近年以来连年下降，2016 年仅为 4200 小时，创下 1969 年以来的新低。

优化发电主业

2017 年发电企业形势不容乐观。

首先，“电力产能过剩问题日益凸显”。尤其是在煤电领域，国家已经密集出台了煤电“三个一批”、风险预警、淘汰落后产能等措施。乔保平认为，“由于投资惯性问题，预计 2017 年全国火电设备平均利用小时数将继续下滑，发电行业须尽快遏制住装机过快增长的势头。”

其次，“清洁可再生能源限电仍在恶化”。2016 年前三季度，我国平均弃风率达到 19%。另外，西南地区“弃水”也日趋严重，但由于“十三五”仍有较大水电在建规模，预计弃水问题在短期内很难得到根本缓解。

再次，“发电价格下行趋势明显”。2013 年以来，煤电标杆上网电价经历 4 次下降，累计下调 7.44 分，已对发电企业经营产生很大影响。现在，新能源价格也开始下调，且 2020 年我国风电、光伏发电将取消补贴，实现平价上网。对发电企业来说，也将面临巨大的挑战。

另外，“煤炭价格大幅上涨”。2016年最后一期环渤海动力煤指数为593元/吨，较2016年初上涨222元/吨，涨幅高达60%。虽然煤炭产能大于需求的基本面没有改变，煤价上涨的基础并不牢固，预计2017年煤价将呈现高位企稳、略有下降的态势，这将继续挤压发电企业的盈利空间。

在此背景下，乔保平强调，国电集团2017年的工作重点是“做强做优发电主业”，策略包括严控火电投资规模、优化风电布局、稳妥推进水电项目发展、打造精品工程等。

火电方面，国电集团提出继续严格执行国家能源局提出的“对经电力、电量平衡测算存在电力冗余的省份，采取‘取消一批、缓核一批、缓建一批’煤电项目”的政策，同时严格落实集团公司调控煤电有序发展的工作方案，严控发展规模、前期工作节奏和项目建设进度，做好取消、缓核、缓建项目后续工作。

风电方面，国电集团提出继续优化布局结构，严格控制限电严重的“三北”地区风电发展，重点在中东部和南方地区、海上发展。

另外，国电集团将稳妥推进水电项目发展，坚持多元开发，做实边界条件，有序推进大渡河干流项目发展。

国电集团2017年总体目标为：完成发电量5070亿千瓦时，煤炭产能5740万吨，供电煤耗降至307.2克/千瓦时，利用小时数和标煤单价保持行业先进，利润完成国资委考核目标，力争考核A级。

数据显示，国电集团2016年完成发电量5052亿千瓦时、同比增长4.4%；基建投产787万千瓦，可控装机容量达到1.42亿千瓦、同比增长5%；售热量达到21636万吉焦、同比增长13.7%；营业收入为1828亿元，资产总额8031亿元，完成了2016年年度目标和保增长任务。

8、国产乘用车油耗标准收紧 SUV市场压力沉重

按照工信部规划，2017年我国乘用车产品平均燃料消耗量将降至6.4L/100km，国产乘用车平均油耗在2017~2020年的目标分别为6.4L/100km、6.0L/100km、5.5L/100km、5.0L/100km。

压力升级

自“十一五”规划以来，我国就一直倡导节能减排。为了促进这一理念的健康发展，《乘用车企业平均燃料消耗量核算办法》（以下简称《办法》）于2013年3月由工信部、国家发改委、商务部、海关总署、质检总局五部委共同制订颁发，并于2013年5月1日开始正式实施。

《办法》规定，实现2015年和2020年我国乘用车产品平均燃料消耗量降至6.9L/100km和5.0L/100km的目标。2016年7月13日，工信部将企业递交的2015年企业平均燃料消耗量执行情况年度报告、企业平均燃料消耗量改善计划承诺书递交情况进行公示，显示31家汽车企业未达标。其中2015年度国产乘用车企业共计89家，未达到企业设定的2015年达标值的企业共计22家，占比25%；进口乘用车企业共计27家，未达到企业设定的2015年达标值的企业共计9家，1/3企业未达平均燃料消耗量目标值。

2017年是乘用车燃料消耗量第四阶段标准（2016~2020年）中的第二年。按照工信部的规划，自2016年起，我国乘用车燃料消耗量标准便进入了“史上最严”的第四阶段，自2016年至2020年，车企每年要依次实现的平均油耗目标分别为百公里6.7L、6.4L、6L、5.5L和5L，2017年车企需要实现的平均油耗目标则为百公里6.4L。

平均油耗目标是否达标，对企业未来发展有着深远影响。根据2015年发布的《关于加强乘用车企业平均燃料消耗量管理的通知》的要求，平均油耗不能达标的车企将被施以公开通报、暂停新产品申报、暂停新建企业和扩大产能项目的审批等处罚措施。

然而，虽然整体油耗目标日趋收紧，但各个企业所面临的收紧幅度却不尽相同。“企业的强制平均油耗标准与企业的产品结构有关，不同质量的车型燃料消耗目标值不同。”崔东树表示。《办法》指出，核算主体平均燃料消耗量目标值的计算方式为“核算主体各车型燃料消耗量目标值与各车型所对应核算基数的乘积之和除以该核算主体所有车型核算基数之和，计算结果四舍五入至小数点后2位。”即是说，各个企业的平均油耗目标值为单个车型的目标值乘以该车型生产数量，然后将各个车型所得结果相加，最后除以企业生产的汽车总数后所得的数值。

2016年底，国家发改委还公布了《新能源汽车碳配额管理办法（征求意见稿

稿)》(以下简称《碳配额管理办法》),《碳配额管理办法》中,对汽车企业实行“碳配额”进行了较为明确的规定。据悉,该管理办法拟于 2017 年开始试行,2018 年正式实施。

碳配额是新能源汽车在使用过程中,与燃油汽车相比减少的二氧化碳排放量。企业根据应承担的新能源汽车比例要求,计算出应减排的二氧化碳排放总量,即企业必须上缴的新能源汽车碳配额总量;企业可以通过生产和销售新能源汽车达到碳配额总量要求,也可通过碳排放权交易市场向有多余碳配额的企业购买。《碳配额管理办法》的实行,也将进一步推动车企在油耗方面积极转型。

两手准备

事实上,车企所需承担的油耗压力除来自油耗政策规定外,市场需求的特殊性也左右着车企的油耗“选择”。

据乘联会发布的 2016 年全年乘用车市场分析报告显示,乘用车市场 2016 年全年累计销售量达 2325.13 万辆,同比增长 18.4%;其中 2016 年 SUV 车型全年销量达 878.89 万辆,同比增长 43.6%,占全年乘用车市场总销量比重 37.80%;轿车全年累计销量 1146.4 万辆,同比增长 5.4%,占全年乘用车市场总销量比重 49.30%。“从数据中可以看出,SUV 车型依旧呈现了高速增长态势。”崔东树表示。然而,在市场中走俏的 SUV 车型面临着自重相对较大,油耗相对较高的问题。因此,在选择投放市场车型时,车企若是选择推出 SUV 车型提振销量,就要接受平均油耗目标或将难以达标的难题;而放弃 SUV 市场,则会出现拉低销量及利润率的现实情况,可谓左右为难。“车企要面临的难题之一,就是高速增长 SUV 市场与不断收紧的油耗目标之间的矛盾。”国家信息中心信息资源开发部主任徐长明对此表示。

在现有市场需求的驱使下,车企往往难以割舍现有的传统燃油车车型。而由于《办法》中规定,为鼓励发展节能与新能源汽车产品,在统计企业达到国家乘用车平均燃料消耗量目标的情况时,对企业生产或进口的纯电动乘用车、燃料电池乘用车、纯电动驱动模式综合工况续驶里程达到 50 公里及以上的插电式混合动力乘用车,综合工况燃料消耗量实际值按零计算,并按 5 倍数量计入核算基数之和;综合工况燃料消耗量实际值低于 2.8L/100 公里(含)的车型(不含纯电动、燃料电池乘用车),按 3 倍数量计入核算基数之和;其他插电式混合动力乘用车,按实际数量核算。因此,为了达到逐年降低的强制油耗标准,部分车企选择“双管齐下”,同时发展传统燃油车市场及新能源车市场,做好两手

准备。“发展小排量加轻量化是车企当下最好的选择之一，发展插电混合动力车型也不错。”上海明华有道商务咨询有限公司执行总监封士明表示。然而，以发展车身轻量化技术为例，一般的做法是采用高强度钢、镁铝合金以及碳纤维复合材料等来代替传统钢材，成本也会水涨船高。“而若发展混合动力技术，也需要大量的研发资金投入。”徐长明表示。因此，在保证传统燃油车盈利的基础上发展小排量及插电混合动力技术，成为部分车企“两手抓”的原因之一。

以自主品牌为例，尽管 2016 年吉利汽车主要热销车型仍为传统燃油车，但吉利汽车方面表示，至 2020 年，吉利新能源汽车销量将占其整体销量的 90%以上，其中插电式混动与油电混动汽车销量将占比 65%，纯电动汽车销量占比 35%；而奇瑞、北汽、广汽等自主品牌也早已入局新能源市场，并提出各自的发展规划。例如，奇瑞已经建立起系统的“全系列四五七”新能源技术规划，包括全系列插电式混合动力技术的新能源乘用车研发体系和集成平台。根据规划，奇瑞将分三个阶段实施其 2020 年的战略目标，到 2020 年实现产销 20 万辆，产品线将覆盖所有系列乘用车的插电式混合动力与纯电动车。第一阶段自 2015 年开始，实现混动车型综合油耗低于 2.2L/100km；第三阶段 2019 年实施，将开发全新混动车型，插电式混动车型纯电动续航里程超过 80km。“在产品方面，插电式混合动力将在 A 级车以上车型推出，纯电动车将重点在小型车与微型车上。”奇瑞新能源总经理高立新表示。

同时，北汽方面也称，到 2020 年，北汽新能源汽车产销量将达 50 万辆，销售收入达 600 亿元；广汽集团(24.730, 0.40, 1.64%)总经理曾庆洪也曾在公开场合表示，广汽自主品牌“广汽传祺”将打造“3e”体系，提速电动化战略，争当新能源汽车行业引领者。而在新能源车型布局方面，广汽传祺的目标是于 2020 年新能源汽车产销量达 10~20 万辆。长安汽车(15.050, -0.03, -0.20%)也称，在 2017 年，长安汽车将推出 8 款新能源车，分别为 5 款商用车、2 款轿车以及 1 款 MPV。按照规划，到 2020 年长安汽车将在电动车研发上投资 80 亿元，这一数字到 2025 年将增长至 180 亿元。

9、人工智能第三次革命：从零和到竞合 颠覆组织形态

一年一度的全球消费电子展(以下简称“CES”)像是创新科技成果放大镜。2017 年，物联网和人工智能技术日臻成熟，一直以来被诟病“智商”不足的智能产品也盼得云开月明，在 CES 上大放异彩。

道路坎坷，前途光明，经过 17 年的探索，人工智能终于迎来一个新的春天。

智能化被业内视为第四次工业革命，人工智能技术自身发展也经历了三个重要阶段，第一阶段人工智能技术尚无载体，孤立探路；第二阶段智能技术开始尝试与数字产品相结合，电视和手机是最初的实验田；在物联网技术的助力下，人工智能适配范围扩大到全品类的数码和家电产品中，进入目前的第三阶段。

人工智能摧枯拉朽颠覆旧的组织形态，单打独斗无法适应新的商业环境，硬件企业与 IT 企业合纵连横趋势明显。

人工智能无处不在

2017 年 CES 开幕之前，业界对于人工智能的猜想层出不穷。美国知名科技网站 CNET 撰文预测，人工智能普及度提升，CES 上的智能产品将遍地开花，除了常规的智能家电被展出外，小到电灯泡、安保报警设备，都将以智能产品形象示人。

果不其然，这一预言和猜想很快得到应验，2017 年 CES 的智能化程度空前。各类产品均体现了以人工智能、物联网、大数据等为代表的新兴互联网技术。

中国知名家电企业 TCL 集团(3.320, -0.06, -1.78%)展出多款智能产品，其最新款人工智能电视，通过语音等方式已经可以实现很好的互动。第二代产品 XESS mini 平板电脑是 TCL 此展的亮点之一，作为最核心的智能家庭操控终端，XESS mini 可以多任务同屏操作。使用者可以通过此款智能产品操控不同的家庭场景，可满足不同用户的需求。通过 XESS mini，用户可接触到全球性儿童教育内容、视听娱乐内容，以及物联网购等内容服务等。TCL 集团董事长李东生在现场就表现出了对人工智能的看好，人工智能将成为 TCL 产品的标配，未来通过家庭路由器可以把智能家居产品连接起来。对于人工智能的价值认知，TCL 工业研究院北京创新中心总监刘靓认为有两点：一是人工智能应用到智慧家庭中本质上要解决家庭的一些问题，真正为家庭带来增值。二是人工智能技术一定是围绕着人的需求不断发展，人的需求会随着社会的发展水平不断升级，人工智能技术的发展必须紧跟社会发展步伐体现相应价值。

参与 CES 12 年的中国最大家电企业海尔，智能化程度日新月异。和其他企业关注产品不同，海尔更着眼于全方位的智能化的成果展示。在 CES 上海尔全球首个多入口、全场景的智慧家庭操作系统 UHomeOS 以及搭载这个系统的多入口、全场景的智慧家庭吸引了消费者驻足。

除了主流企业，其他小型企业，也展出了像梳子、背包、牛仔裤等智能产品。智能化忽如一夜春风来。

第三次智能化浪潮来袭

人工智能由来已久，早在 17 年前，产业界就认为其对工业领域有画龙点睛的作用。不过最初的起步阶段，人工智能并未找到合适的载体，传感器、控制器技术不断提升，但系统性的应用实例并不多。智能产品碎片化，各产品、各品牌单兵作战。第二阶段彩电和手机产品率先智能化。近年来智能电视成为竞争新亮点，被业内视为客厅经济的入口。第三阶段人工智能与全线家电、家居产品融合。家电厂商开始强调智慧家庭生态，海尔全场景的智慧家庭操作系统 UHomeOS，弥补了智慧家庭操作系统的空白，实现了物联网场景的互联互通。

人工智能在家庭中变得更加无孔不入，智能厨房是此次展会的最大亮点。海尔的 GEA 的声控厨房引发关注，波士顿大学教授在现场体验了海尔互联互通的智慧厨房。冰箱能根据该教授的喜好和身体状况推荐菜谱，并将菜谱发给了烤箱。烤箱自动烹饪，并自动提示操作进程。“真正的智能就应该主动提供服务，通过体验真正感觉到智能化新阶段的来临。”该教授认为。

人工智能技术与家电产品结合实现了快速落地。对此，北京航空航天大学机器人(19.820, -1.19, -5.66%)研究所研究员陶永给予肯定，他认为，“人工智能真正的成熟，还需要很长时间。”就硬件来说，应避免一些太高大上、太空的东西，还是要把小的、成熟的技术往前推一小步，应用到产品中去，哪怕只是提升一小点功能。

合纵连横整合资源

人工智能摧枯拉朽袭击各个行业，单打独斗的商业模式寿终正寝，新的组织形态呼之欲出。

科技创投领域对于人工智能趋之若鹜，在 2016 年年底的专访中，联想创投总裁贺国强表示，智能互联网将彻底改造所有传统行业，人工智能是核心驱动力。这是一个非常新的时代，智能互联网将彻底改造所有传统行业：智慧城市、交通、智慧农业、智慧楼宇、智慧教育、智慧家庭、智慧工厂等。

在此产业大潮之下，向来反应滞后的日资企业率先推动人工智能和物联网

技术落地。日立和松下是最为积极踊跃的企业，给外界最突出的印象就是，两家企业一抓一放，抓住人工智能和物联网技术，加大 IT 技术的关注度，硬件大有放手之势。

对此，松下 AVC 事业董事有菌表示，松下并不是要成为一个硬件企业，而会更加关注系统技术。近 10 年，大众消费和 B2B 客户的需求发生根本性变化，从原本对硬件的需求，到现在对服务、软性的东西有很大的需求。IT 技术服务公司、系统公司利润率很高。松下的互联解决方案公司，并非意味着松下要转变为 IT 公司，而是希望通过软硬结合的方案，满足市场需求。

松下通过内部结合，日立则通过协创的方式与中国企业展开合作。“协创”定位了中日制造企业的新关系。双方之间的关系早已不单单停留在终端领域零和博弈状态，竞合的新局面也一并开启。在中国，日立就和众多本土企业在电力能源智能制造等新领域开展着多种形态的“协创”。

消费电子产业分析师马俊颖认为，软硬件企业联手，进行资源整合，可以推进智能产品的品质和智能化的进程。企业在单品领域针锋相对的零和竞争减少，合作将成为新常态。

新年第一周，中国最大的家电上市公司美的集团 (28.250, 0.03, 0.11%) 也为智能产业带来了惊喜：美的与腾讯 QQ 达成战略合作，并计划于近期内共同推出数款智能家电。此前，美的曾先后获得过小米 12.66 亿元的投资，并与华为、阿里等达成战略合作。此次，腾讯也成为美的智能家居合作名单中的又一巨头。

据了解，为了提升 XESS mini 平板电脑的内容覆盖。TCL 在内容上进行全球化的合作，接入了美国亚马逊电子书、购物 APP 及德国 Kitchen Stories，具有了海外优质内容。

除了企业级的合作，迎合智能潮流，人才流动趋势也非常明显。向来习惯自主研发的厨电企业，也打开心扉，在智能领域不断推进的华帝在 2016 年 5 月成立华帝云厨公司。该公司整合前腾讯、百度、晶晨半导体等尖端人才。

10、电视行业成本上升迎新一轮涨价

近日，继乐视公开宣布部分电视机型价格上调后，小米电视也对旗下部分

产品进行了价格调整，上调幅度最高达 300 元。而此前，小米联合创始人、小米电视负责人王川曾在微博高调表示，“小米电视不涨价，压力我们扛”。

而随后小米电视公关部相关负责人透露，“我们之前确实扛了三四个月的压力，今年也不是扛不住，而是大家都在涨价，从商业角度和成本角度来看，我们都没有不涨价的理由。”

对此，多位受访专家表示，惯于低价操作的小米电视此时选择涨价的做法似乎并不明智。

成本上升 电视行业整体调价

日前，小米电视公开表示，将对旗下两款电视产品进行提价：一款是 48 英寸的小米电视 3S 从 1999 元上涨至 2299 元，上调 300 元；另一款是 55 英寸的小米电视 3S 从 3499 元上涨至 3699 元，上调 200 元。值得注意的是，这两款产品的上涨幅度均高于乐视此前公布的价格。

2016 年 11 月 21 日，乐视继同年 9 月份首轮电视产品涨价后，再度宣布上调部分机型价格。

就在乐视宣布部分电视产品涨价之后，王川发微博表示“小米电视不涨价，压力我们扛”。然而没过多久，小米电视部分产品却迎来了提价。对此，王川接受媒体采访时表示，今年涨价是今年的事情，（小米电视）去年没有涨价。

与此同时，小米电视的一位公关部相关负责人透露，对于涨价问题，小米电视也是情非得已，由于上游液晶面板的价格走高，电视整机的生产成本也在上升，“我们之前确实扛了三四个月的压力，今年也不是扛不住，而是大家都在涨，从商业角度和成本角度来看，我们都没有不涨价的理由。”

此外，小米电视的尺寸种类很多，除前述两款机型进行了价格上调外，剩下的尺寸都没有涨价。不过，对于其余尺寸机型为何没有一同涨价的问题。

值得注意的是，不只是小米、乐视这些互联网电视在涨价，整个电视行业都是因为成本上升而上调价格，甚至包括空调、冰箱在内的家电行业都迎来了一轮涨价风潮。

这样一波家电涨价潮，亦引起了相关部门的重视，国家发改委价格监督检查与反垄断局还专门于1月9日对家电生产流通企业价格行为召开告诫会提出“六不准”，以约束不规范的涨价行为：一不准相互串通横向垄断；二不准达成实施纵向垄断协议；三不准滥用市场支配地位；四不准捏造散布涨价信息；五不准低价倾销；六不准价格欺诈。

小米大屏生态落地

在互联网分析师于斌看来，小米电视凭借成本低、价格低的优势，经过几年的发展之后有了一定的话语权，但小米真正想要打造的是智能家居的生态圈。而小米电视所代表的大屏生态则是生态圈中较为关键的一环。

在进一步发掘互联网电视竞争优势的过程中，小米电视将内容当作了展示产品魅力的重要所在。两个多月前，王川在公开场合表示，目前已接入视频巨头之一搜狐视频。至此，小米电视在内容层面已经完成了对爱奇艺、腾讯视频、优酷视频和搜狐视频这四大视频网站的集结，从而使其视频内容在此前暴增180%的基础上又实现了大量扩充。

值得注意的是，尽管小米电视已经与占据庞大市场的四大视频网站联姻，但对于互联网电视更为关键的是，如何打通各视频资源提供商之间的会员界限，实现统一付费、统一观看。

小米电视作为PC端，已经接入了多家视频内容资源方，用户可以在小米电视这个终端观看各个视频资源方的免费内容，但若想要观看各方的付费内容，依然需要分别购买各家视频网站的会员以获取观看资格。

与此同时，小米电视借助内容优势如何促使生态落地也成为行业比较关注的问题。擅长打造内容等软件的小米电视，在硬件制造与创新上相较于其他成熟的大企业来说还稍有欠缺。家电分析师刘步尘指出，小米电视以低价的互联网思维切入市场，成本低、价格低是其模式特点，但是在硬件研发、工艺制造上仍然落后于传统电视厂商。

此外，与小米公司布局的整个生态链相比，小米电视的生态逻辑略显单一。在业内看来，小米电视依然是小米生态链中一个单独的硬件产品而已，其生态价值还有待进一步发掘。

五、环球市场

1、美欧达成保险业监管协议

美国与欧盟 13 日发布联合声明,宣布双方结束为期约一年的保险业监管谈判并达成一份双边协议,以促进欧美保险机构在对方市场拓展业务。

这份由美国财政部和贸易代表办公室发布的联合声明说,这份协议涵盖保险业审慎监管的三个方面:再保险、集团监管和监管机构之间互换信息。对于再保险来说,该协议将增强消费者保护,同时将取消对欧盟和美国再保险机构在对方市场运营的抵押和本地化规定。

根据这份协议,在欧盟市场运营的美国保险集团不再需要满足欧盟监管标准,而是由美国根据全球保险集团审慎监管的要求进行监管;同样,在美国市场运营的欧盟保险集团也不再需要满足美国监管标准,而是由欧盟进行监管。

该协议鼓励欧美监管机构相互交换在欧美市场运营的保险和再保险机构的监管信息,规定双方都有权获得可能危及辖区利益和金融稳定的保险机构的全球业务信息。

这份协议旨在减少欧美保险机构在对方市场运营的监管不确定性和运营成本,以促进欧美保险机构在对方市场拓展业务。

美国与欧盟间的保险业监管谈判于 2016 年 2 月正式启动,此次达成的监管协议还需获得欧美立法机构批准才能生效。

2、欧债收益率普涨 因美联储官员暗示加快加息

欧债收益率在 1 月 13 日上涨,美联储官员的讲话引发了市场担心,美国货币政策收紧速度可能要快于之前预期。

美联储官员 1 月 12 日表示,即将上任的特朗普政府所提出的扩大财政支出和减税的计划可能在短期内刺激经济,但他们可能不得不对更长期的通胀和债务问题。

随着美国债价格周五面临卖压，欧债收益率升势加速。美国十年期国债收益率升 5 个基点，报 2.41%，较 1 月 12 日触及的逾一个月低位高约 10 个基点。

欧债收益率全线升 1-5 个基点。德国十年期国债收益率攀升 3.5 个基点，至 0.27%，并逼近近期触及的三周高位约 0.33%。德国 30 年期国债收益率升至一个月高点，至 1.11%，日内上涨 8 个基点。

荷兰合作银行利率策略部主管 Richard McGuire 称，“市场风险偏好增加，推升了国债收益率。”他表示，在摩根大通和美国银行等银行公布良好的业绩后，美国股市上涨，对债市带来一定压力。

周五(1 月 13 日)发布的数据显示，中国 2016 年 12 月出口降幅超预期，进口表现较好，但全年两者均告负，显示在全球经济整体放缓，贸易保护主义重新抬头情况下，中国外贸难有亮眼表现。这一数据对压制国债收益率的上涨起到一定作用。

市场还将关注全球第四大信用评级机构 DBRS 在 1 月 13 日稍后公布的意大利债信评级的结果。意大利 10 年期国债收益率日内上涨 1.5 个基点。

3、新西兰积极寻求与脱欧后的英国达成自贸协定

新西兰总理英格利希(Bill English)于本周五(1 月 13 日)表示，将继续推进贸易自由化，并寻求在英国脱欧后尽快与英国达成贸易协定。

英国首相梅也承诺，将在脱欧后与新西兰保持密切交往，寻求与新西兰就新贸易协定达成一致。梅同时表示，英国贸易大臣福克斯将在未来几个月内访问新西兰。

“我们已做好准备，将在时机成熟时与英国协商达成一份高质量的贸易协”英格利希表示。

“我国与英国已有坚实且多样化的贸易关系。我们的自由贸易协定将在该基础上建立。”他补充道。

4、全球车企缘何青睐墨西哥

美国候任总统特朗普近日连续在社交媒体推特上发文，威胁将对在墨西

哥设厂制造并出口美国的汽车征收高额关税。

特朗普之所以对福特、通用汽车、丰田等在墨设厂车企再三发难，是因为墨西哥作为全球最具吸引力的汽车生产地之一，已威胁到美国本土的汽车制造业。尽管墨西哥投资环境优势显著，特朗普的政策取向不免给这个国家的汽车产业蒙上阴影。

在特朗普施压下，美国汽车巨头福特日前宣布，将取消在墨西哥投资 16 亿美元新建汽车加工厂的计划，转而向美国密歇根州的工厂投资 7 亿美元，用于生产混合动力、电动和自动驾驶汽车，并增加 700 个工作岗位。

对此，福特首席执行官马克·菲尔茨表示，由于该公司中小型车销售额下降，取消在墨西哥建厂计划部分原因是希望全面利用现有设施的能力。福特取消建厂，很大程度上是因为福特无法抵挡来自特朗普的“威胁”。

福特公司这一举动给墨西哥带来不小震动。在宣布取消建厂当天，墨西哥比索大幅走弱，美元对比索汇率突破 1 比 21，再创历史新高。

通用汽车公司的回应是，其绝大部分在美销售的雪佛兰科鲁兹轿车都是在美国俄亥俄州生产的，在墨西哥生产的科鲁兹掀背车型是面向全球市场的，只有少量车辆返销回美国。

日本丰田汽车公司发表声明说，在墨西哥设新工厂并不会减少丰田在美国的汽车生产及提供的就业机会。声明还说，丰田 2015 年有 16 万辆在美国生产的汽车出口到了全世界 40 个国家，表明丰田为美国提供了大量就业机会。

低廉的生产成本、广阔的出口渠道，让墨西哥受到全球各大汽车厂商的青睐，而这自然会让美国原本就不景气的汽车制造业和相关就业市场承受更大压力。

近年来，国际车企十分看好墨西哥市场，纷纷在该国新设厂房或扩大产能。这与墨西哥汽车业在出口方面的显著优势紧密相关。

首先，墨西哥占据得天独厚的地缘优势，可辐射整个美洲市场。除北美自由贸易协定外，墨西哥还与 40 多个国家及欧盟签有自贸协定，为出口提供了便利。2014 年，墨西哥超过巴西，成为拉美第一、世界第七大汽车生产国和世界

第四大汽车出口国。

其次，国际车企之所以青睐墨西哥，还在于它们格外看重墨西哥劳动力成本的优势。据德意志银行估算，在美国，生产一辆汽车的人力成本约为 2400 美元，而在墨西哥，人力成本仅为 500 美元。这意味着，一辆美国生产的汽车人力成本约占汽车销售价格的 13%，而在墨西哥，这一比例可能还不到 3%。

墨西哥伊比利亚美洲大学经济学教授罗伯托·德拉瓦拉表示，墨西哥应着眼于开发新市场以寻求更多汽车行业投资，并关注如何留住现有的汽车行业投资者以及如何吸引更多外资。德拉瓦拉说：“美国的投资固然十分重要，但墨西哥汽车业不应局限于仅追求来自美国的投资，而应成为一个能吸引全球投资的国家，中国、韩国、日本、德国等都应成为墨西哥吸引投资的目标。”

5、美联储官员对美国未来财政政策保持谨慎

据新华社消息，多位美联储官员 12 日表示，对新一届美国政府可能实行的财政政策持谨慎态度，同时指出财政刺激政策可能在短期推动经济走高，但有可能带来通胀风险。

芝加哥联邦储备银行行长埃文斯当天表示，财政刺激政策有可能在一两年内推高经济增速，但如果没有提高生产力和改进劳动力市场的政策配合，通胀风险有可能增加。

他说，如果经济前景改善，有必要收紧现在比较宽松的货币政策，预计美联储今年可能会加息 2 到 3 次。

费城联邦储备银行行长哈克当天也指出，由于目前新一届政府的政策措施尚不明朗，现在对经济前景和货币政策走向作出判断为时尚早。

埃文斯和哈克今年在美联储货币政策决策机构——联邦公开市场委员会均享有投票权。

圣路易斯联邦储备银行行长布拉德当天也指出，由于目前通胀水平仍比较低，美联储可以保持耐心，等待财政政策明朗后再行动。

6、德国经济去年增长 1.9%

美联储去年 12 月宣布将联邦基金利率目标区间上调 25 个基点到 0.5%至 0.75%的水平，这是美联储时隔一年后再度加息。市场人士预计特朗普的财政刺激政策将推升美国通胀压力，美联储可能会在 2017 年加快加息步伐以避免美国经济过热。根据美联储上个月发布的联邦基金利率预测中值，美联储官员预计 2017 年将加息 3 次。

据德国联邦统计局 12 日公布的初步统计数据，2016 年德国国内生产总值增长 1.9%，高于前一年的 1.7%。

联邦统计局认为，去年德国经济增长的主要原因是国内就业增加，职工工资提高，通货膨胀维持低水平，国内消费扩大对拉动经济增长发挥了重要作用。2016 年德国私人消费比上年增长 2%，政府开支因难民安置和融合等原因大幅增加 4.2%。

去年，外贸对德国经济增长率的贡献有限，尽管出口总额创下新高，但进口增长速度快于出口。

数据还显示，2016 年德国政府连续第三年实现财政盈余，盈余总额占去年国内生产总值的 0.6%。2014 年和 2015 年财政盈余分别占当年国内生产总值的 0.7%和 0.3%。

此间经济专家认为，消费仍将是拉动 2017 年德国经济增长的主要动力。此外，房地产市场的持续兴旺对德国经济增长也起到刺激作用。

7、中美经贸将面临短期磨合 自由贸易与全球化趋势未改

1 月 20 日，唐纳德·特朗普将正式入主白宫。中美之间的贸易、投资等关系面临的不确定性却并未消除。

特朗普胜选后，似乎并未完全遵守选举后“变脸”的美国政治传统，其进一步推进贸易保护、逆全球化的姿态并未明显改变，在贸易投资方面具体如何施政仍有待观察。

中美之间经贸关系是否会加剧摩擦？针对特朗普明显违背 WTO 规则的一些言论，中国在 WTO 框架内外有哪些反制措施？作为全球化的受益者，美国为何

出现逆全球化浪潮？特朗普力促制造业回流背景下，如何看待中美投资的不平衡发展？中美经贸关系未来走向如何？中国前驻旧金山、纽约总领馆经济商务参赞，中国与全球化智库高级研究员何伟文表示：

这个问题首先取决于中美双方的沟通工作，现在中国正在与特朗普的团队做密切的沟通，包括政治、经济、经贸、外交等各个领域，充分的沟通非常关键。第二，要看美国政府本身的政策取向，就职以后特朗普要对具体的言行负责任，大选时期的表态和具体的政策是不一样的。

中美贸易基本上可以这么看：大规模贸易战的可能性很小，但是小规模的贸易摩擦不可避免，甚至部分领域会非常尖锐。

具体领域上，钢铁、有色金属等领域遭遇的“双反”可能会更多一些；另外，比较高端的，诸如计算机、电子、通讯设备等方面会存在知识产权方面的摩擦。

特朗普上台后，受影响最大的主要是自由贸易的氛围：一方面，他老说中国人偷走了他们的工作，这显然并不科学；另一方面，特朗普对区域和多边贸易协定也带来冲击，他要求与墨西哥、加拿大重谈 NAFTA、退出 TPP；同时，其对整个世贸组织也会带来负面的影响。

不过，他首先肯定要做的一件事是限制进口、鼓励出口，这方面甚至可能要做一些违反 WTO 规则的举动。比如，特朗普有可能会对进口采取一些莫名其妙的限制；另一方面，在出口上，他也可能搞一些补贴等措施。

中美都是 WTO 成员，都应为对方提供最惠国待遇，如果单方面采取一些其他措施，就是违背了 WTO 的规定。

第二是在投资方面，特朗普更倾向于限制投资出去，如果投资在国外，而销售在美国的话，不排除他会对此征税，这也是违反世贸规则的。

在此背景下，企业将有所取舍，主要分三种情况：一种是在国外投资，在国外当地销售，这类企业没有必要回流美国；第二是在国外投资生产，然后返销美国，这类企业在墨西哥比较多；第三种是在多国生产，是全球价值链企业，这类企业很难搬回美国去。

美国最终肯定会回归自由贸易，这是经济规律使然。美国一直是自由贸易的获益者，特朗普团队内部对此也有很大争议，除了提名的国务卿蒂勒森，特朗普提名的副总统彭斯、全国经济委员会主任科恩、财政部长努钦都表态支持自由贸易。

所以，不能为特朗普不断变化的表态口径而过度紧张，我们要关注他这些表态背后美国的经济社会基础。

现实是部分美国人丢掉了工作、贫富悬殊加剧，但其原因不是自由贸易，而是生产效率的提高。为了迎合民众，将板子打在自由贸易身上并不能解决问题。

失业和收入悬殊问题也不是出在全球化身上，而是资本运动内在矛盾的激化，资本运动下，为了追逐利润，必须压低成本，在设备等不变资本上需要更新技术、提高生产率；在可变资本上要压低劳动力成本，而且需要一部分失业为其提供后备军。

第二，贫富差距上，美国的基尼系数为 41.06，确实较高，但是未深入参与全球化的南非、纳米比亚等国家都已达到 60 以上，而全球化开放程度比美国还要高的德国、荷兰、瑞典却只有 30 左右，这说明关起门来并不能减少贫富差距。

第三个因素是美国金融资本的大幅扩张，极大地拉大了贫富差距。所以，全球化只是问题的载体，而非原因，国际贸易更是替罪羊。

但实际上看，现在美国市场对资本的吸引力确实在增强，根据美国荣鼎刚刚发布的数据，2016 年中国在美国直接投资（包括并购和绿地投资）达 456 亿美元，比 2015 年翻了一番，而且大大超过美国对中国的投资。

目前美国经济相对较好，在美联储加息背景下，美元资产相对其他货币资产更容易保值增值，所以很多资本流向美元资产，这是一个阶段性现象。加息之所以有这么大的影响，主要是它的不确定性，一旦能确定，而且加息很有规律，对成本可预测可测量的话，它对投资的影响就会大大缩小。

曹德旺在美国那部分投资主要是在美国销售的那部分，他供应中国厂商的

那部分仍然在中国生产，这并无问题。比如美国通用汽车，在全球 125 个国家都有销售，其最大的市场在中国，366 万辆，所以在中国设了很多厂，而且还要再加 5 个厂。所以汽车行业的 global policy 就是“在哪销售、在哪生产”。

中国制造业的根本问题不在美国，而在自己。中国制造业成本过高，其中，金融泡沫、房地产泡沫是最大的问题；其次，近些年我们片面强调压缩工业、提升服务业比重，并将其视作经济结构优化，这是有问题的。

中美 BIT 谈判我估计还会继续，但是会失去原来的势头，达成的难度也将增加。因为特朗普并不鼓励到国外投资，甚至还在促使美国企业回流。另一方面，他欢迎中国在美国投资，但是他会说，你投资我的这些行业我都开放，但中国在这些行业却不开放，从而向中国施压。

但是，中长期来看，中美之间的经贸关系一定还会继续增长的，过若干年以后再回头看，中美之间的经贸关系抹平一些短期的波折后，仍然是一个波浪上升的态势。

8、韩国 19 个批次化妆品上“黑榜” 欧美及国产化妆品品牌迎来抢位节点

彼时，韩剧风靡国内，而韩国化妆品更是快速的打开中国市场，并跃居进口化妆品国内第二的位置，中国市场也成为韩国化妆品除本国外的第一大市场。然而，就在韩国化妆品强势增长之际，问题也快速暴露出来。越来越多的韩国化妆品登上国家质检总局的“黑榜”单，韩国化妆品在中国快速发展的路上遇到了一道坎，如何消除消费者的信任危机，成为摆在韩国化妆品企业面前的新的挑战。

韩国 19 个批次化妆品上“黑榜”

通过查阅国家质检总局官网显示，在今年 1 月 3 日，质检总局发布了《2016 年 11 月未准入的食品化妆品信息》，178 项未能获得准入的商品中韩国商品占了 31 批次，其中食品 12 批次，化妆品 19 批次，近 11 吨相关产品受到退货处理。

据了解，未能获得准入的化妆品包括面霜、精华液、洁面乳、面膜、沐浴乳等。具体品牌涉及到伊雅索，其多款产品退货的原因是，无在有效期内的进

口化妆品备案凭证授权使用书。

19个批次韩国化妆品上质检总局“黑榜”的原因，包括“无在有效期内的进口化妆品备案凭证授权使用书，霉菌和酵母菌超标，菌落总数超标；二恶烷超标；申报与实际产品不符，实际查验产品无法提供进口化妆品备案凭证；检出防腐剂4-羟基苯甲酸甲酯，但产品备案凭证的产品配方中无此成分，该产品配方变更，未取得相应的备案凭证。”

其中，施龄誉清水凝润肌面膜被退货的原因有两个，霉菌和酵母菌超标和菌落总数超标。而可可星玫瑰花瓣面膜则是因为申报与实际产品不符，实际查验产品无法提供进口化妆品备案凭证；米时代白米香波(适合正常发质)则是二恶烷超标；爱敬可希丝名画沐浴液(滋润型)检出防腐剂4-羟基苯甲酸甲酯，但产品备案凭证的产品配方中无此成分，该产品配方变更，未取得相应的备案凭证；爱敬可希丝名画沐浴液(滋润型)则检出防腐剂4-羟基苯甲酸甲酯，但产品备案凭证的产品配方中无此成分，该产品配方变更，未取得相应的备案凭证。

值得一提的是，此前有关韩国部分化妆品存在化学成分超标的新闻也见诸报端，此次再上黑榜，韩国化妆品或将遇到在华发展中的一道坎。

作为韩国化妆品最大的消费市场之一，中国消费者从各个角度都给予了韩国化妆品品牌很高的认知和接受，而大部分韩国化妆品也有品质保障，但也存在少数品牌滥用中国消费者的信任以次充好的现象。作为彼此重要的贸易伙伴，中韩双方应更积极培育双方的贸易关系。

欧美、国产化妆品迎来发展机遇

数据显示，从2010年以来，韩国化妆品出口都保持了两位数的增长，尤其是2013年以后，每年增速都超过50%，其中2014年对华出口同比增长95%，2015年增长100.6%，达到10.88亿美元，韩国化妆品在中国市场的销售仅次于法国排名第二。而从韩国化妆品企业布局来看，包括爱茉莉太平洋和LG生活健康在内的多个韩国化妆品企业，都在加大力度拓展在华市场的份额。

值得一提的是，在1月初，包括爱茉莉太平洋中国、欧莱雅、雅诗兰黛等大型化妆品品牌纷纷宣布降价，国内化妆品行业新一轮的抢占市场大战才刚刚开幕，韩国化妆品再次登上“黑榜”，这对于当下竞争激烈的化妆品行业将会产生怎样的影响？

韩国化妆品近段时间以来频频上“黑榜”，将影响消费者对韩国化妆品品牌的消费信心，降低对韩国化妆品的信任度。

而在中国品牌研究院研究员朱丹蓬看来，韩国化妆品受限对欧美和本土化妆品是一个阶段性的利好。

朱丹蓬表示，前段时间包括欧莱雅、雅诗兰黛在内的大型化妆品企业都在降价，其目的就是在抢占国内市场，如今在韩国化妆品受限时期，以及春节来临，“对它们可以说是多喜临门的节点。”

9、巴西央行再次降息 基准利率降至 13%

当地时间 11 日，巴西央行宣布将基准利率降低 0.75 个百分点，由 13.75% 降至 13%，这是自去年 10 月以来巴西央行实施的第三次降息，此举欲通过加码货币宽松政策，拉动经济以帮助巴西摆脱史上最严重的衰退。

近年来，巴西通胀率居高不下，2015 年更是达到了 10.67%，为 2002 年以来的最高点。因此，自 2012 年 10 月以后巴西央行开始了连续加息的周期，基准利率最高曾达到 14.25%。而利率水平过高对已深陷衰退中的巴西经济来说，无疑是雪上加霜。巴西央行近日发布的最新《焦点调查》报告显示，金融市场分析师预测巴西 2016 年经济将萎缩 3.49%，经济连续两年萎缩已成定局。

巴西央行表示，目前经济形势比预期更加疲软，经济复苏很可能放缓。不过，此次巴西央行声明中并未给出任何有关未来调息决定的提示，显然下次央行会议什么都有可能发生。Infinity 资产管理投资公司的经济学家 Jason Viera 表示，降息可能会帮助重振巴西经济，但并不会在短期内奏效。

巴西地理统计局公布的数据显示，2016 年巴西通胀率为 6.29%，低于先前巴西央行的预期，为 2013 年以来最低。巴西通胀率收窄的情况在 2017 年或将持续，今年巴西通胀率将在 4.5% 左右，与巴西央行先前预计的 4.81% 接近。为进一步刺激经济增长，巴西央行将继续降息，基准利率今年有望降至 10.25%。

10、日本观察：用工荒之下的机器换人潮

2016 年 11 月，日本东京成田机场入境处，几位白发苍苍的老人格外惹眼，他们身着统一制服，佩戴工作证件，指引着人们去各个窗口办理入境手续。

这是日本老龄化的缩影。根据日本总务省统计局的数据，2010 年到 2015 年，日本 65 岁以上人口从 23.0% 上升到 26.7%。

老龄化加剧的同时，日本总人口还在持续下降，这造成了近年来日本社会的一大特殊现象——用工荒。

根据日本厚生劳动省公布的最新数据，2016 年 11 月日本的有效求人倍率（每名求职者对应的招聘岗位数）为 1.41 倍，创下 1991 年 7 月以来的新高。

企业招工困难，使得日本各地之间针对劳动力的竞争加剧，同时，也促使日本企业提高管理效率，并加速创新，用机器人等新技术解决人工不足的难题。

用工短缺日益严重

晚上十点多，新宿街头依然有不少年轻人在四处派发广告传单，每班地铁的停靠，都带来大量的潜在客户。

年轻人工作很辛苦，是人们对泡沫经济破灭后日本社会的一个直观印象。但是，这并不意味着日本的就业压力很大。

根据日本总务省统计局公布的《日本统计年鉴 2017》，日本的完全失业者从 2010 年的 334 万人减少到 2015 年的 222 万人，完全失业率从 5.1% 降到 3.4%。与之相应的一般有效求人倍率从 2010 年的 0.52 上升到 2015 年的 1.20，意味着每位求职者对应的工作岗位数增加了 2 倍多，而且岗位数已经多于应聘人数。

“（大阪）企业面临人手不足问题，东京也一样。”大阪经济战略局企画部地域经济战略担当课长藤本博一说，严重的时候甚至 2 个企业职位仅有 1 个求职者应聘。

用工荒背后，除了日本近年经济回暖带来的就业机会增加，还有一个重要因素就是低生育率下日本社会老龄化日趋严重。

近年来，日本总人口不断减少，从 2010 年的 1.28057 亿减少到 2015 年的 1.27110 亿，减少了 94.7 万人，平均每年减少 18.9 万人。

再看日本的人口结构，15岁以下人口为1586.4万，占总人口12.7%；15到64岁人口为7591.8万，占60.6%；65岁以上人口为3342.2万，占26.7%。日本的老龄人口占比是世界最高的，远高于第二名意大利的22.4%和第三名德国的21.2%。

在老龄化与总人口减少的背景下，日本劳动力人口从2010年的6632万，减少到2015年的6598万，共减少了34万人。因此，用工短缺问题日益严重。

大阪为了应对这一问题，开始与东京争夺劳动力。藤本博一说，大阪为了吸引年轻劳动力，着手解决年轻人的孩子抚养问题，这样一来大阪经济就好多了。

而在用工荒影响最直接的企业层面，开始探寻各种应对方法和技术。

机器替代潮

“现在缺人，招不到工人。”奥姆龙绫部工厂相关负责人高见真司告诉21世纪经济报道，为此奥姆龙将要把人的操作工序压缩50%，引进机器人替代部分劳动力，目标是2020年将生产效率提高2倍。

用工荒迫使这家工厂加速研发机器人技术。在工厂车间，一台搬运机器人正在调试，这款机器人可以自动检测障碍物和人，选择最佳路线进行搬运。一旦投入使用，可以替代3个人左右，而且成本降低，效率也会大大提升。

为解决日本妇产科医生人数不足的问题，早稻田大学次世代机器人学研究机构(Future Robotics Organization)研发了一款远程孕检机器，可以通过远程操控为孕妇做B超检查。这些机器最终将进入社区，以方便孕妇，不用再跑远路去医院检查。

同样，在大阪经济战略局下属的大阪创新中心，有家创业公司已经研发出来一款护理机器臂，可以替代两三个人，将病人从床上搬运到轮椅上。

为了解决劳动力不足问题，除了加速技术创新，企业在管理方面也进行创新，以提高效率。

奥姆龙绫部工厂采用的生产管理方法就是单元生产，采用U字形操作台，

可以容纳 1-3 名工人进行多项业务操作。这样可以减少工人的等待空闲时间，解决不同工序速度快慢的不平衡问题，快的可以帮助慢的，而且还可以根据生产量的大小调整工人数量。

此外，管理上还引入物联网技术，对每个生产环节进行实时监控，提高效率减少浪费，一旦出现问题可以及时追溯到源头。

当然，这些并不能在短时间内解决劳动力不足的问题。在日本，外国劳动力越来越多。由于中国游客这些年来大量增加，日本的旅行公司、中介机构中工作的中国人越来越多，甚至很多企业都是中国人自己创办的。

但是，大阪经济战略局的官员和奥姆龙公司都对 21 世纪经济报道表示，目前在日本雇佣外国劳动力还存在障碍。日本对外籍劳工和移民态度都较为保守，虽然这些年外籍劳工增加较快，不过仍未有较大改变。

六、热点解读

1、2016 年基金募集氛围良好 创投市场投资规模创新高

2016 年中国 VC/PE 市场基金募资渐入佳境，整体募资氛围表现良好，无论是开始募集还是募集完成的基金，开始募集基金的数量和目标规模更是创下了历史最高值。根据 CVSource 投中数据终端统计，2016 全年共披露 1065 支基金开始募集和成立，总目标规模为 3307.41 亿美元，同比 2015 年（披露 974 支基金开始募集和成立，目标总规模为 2711.55 亿美元）的新募集的基金数量和规模均有很大幅度的提升。2016 年共披露出 1351 支基金募集完成，披露的募集完成的规模为 1746.95 亿美元。从开始募集和募集完成的基金数量和规模来看，Growth 基金依旧占主流。从开始募集和募集完成的基金币种来看，仍然呈现出以人民币基金为主导的格局。

2016 年全年国内创投市场（VC）共披露案例 3386 起，披露的总投资金额为 449.01 亿美元。同比 2015 年（披露的投资案例 4967 起，投资金额为 444.40 亿美元）的投资案例数目有幅度下降，投资金额规模却基本与去年持平，2016 年的投资案例金额规模达到了近几年的峰值，本年度 VC 市场的单笔较大金额规模的案例较多。从投资行业来看，互联网行业依旧是投资者最追捧的投资领域，紧随其后的是 IT 和电信及增值行业。投资地域的分布，北京、上海、广东和浙

江依旧是最活跃的投资地域。发展期的企业阶段融资金额规模依旧占主导，但早期阶段的企业融资数目位居榜首，早期阶段企业融资增长态势不容小觑。VC市场人民币投资依旧占主流。

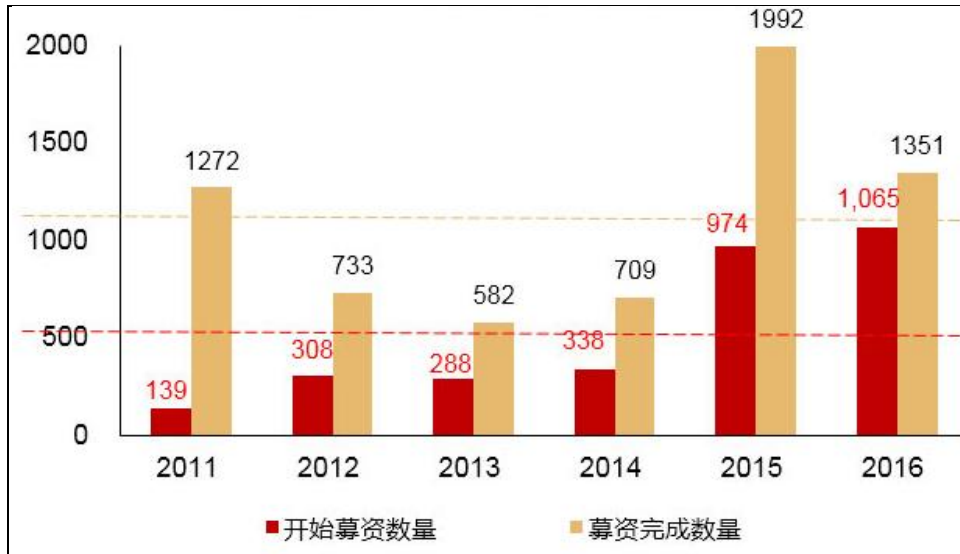
2016 全年国内私募股权市场（PE）共披露的投资案例数 1491 起，披露的投资金额为 540.48 亿美元。同比 2015 年度（披露的投资案例数目为 1719 起，投资金额为 623.98 亿美元）投资案例的数目和规模都有幅度回落。从行业分布来看，制造业和 IT 业最为活跃。从投资地域分布来看，北京地区发生的案例数量和规模都是最大的。从融资类型来看，PE-Growth 类型投资成主流。PE 市场也是人民币投资位居榜首。

2016 年基金募资氛围良好

2016 年中国 VC/PE 市场基金募资渐入佳境，整体募资氛围表现良好，无论是开始募集还是募集完成的基金，开始募集基金的数量和目标规模更是创下了历史最高值。根据 CVSource 投中数据终端统计，2016 全年共披露 1065 支基金开始募集和成立，总目标规模为 3307.41 亿美元，同比 2015 年（披露 974 支基金开始募集和成立，目标总规模为 2711.55 亿美元）的新募集的基金数量和规模均有很大幅度的提升。2016 年共披露出 1351 支基金募集完成，披露的募集完成的规模为 1746.95 亿美元。

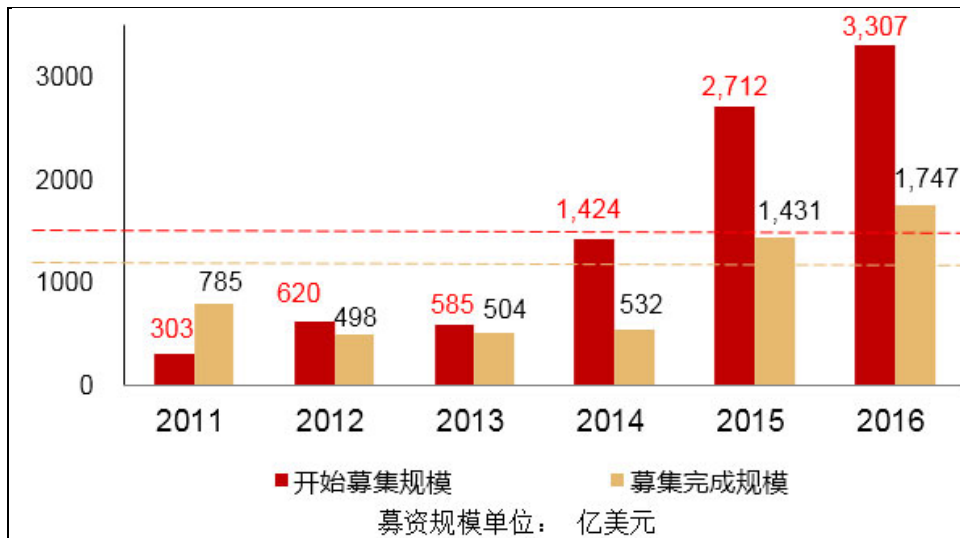
纵观 2016 年度的开始募集和募集完成的基金，无论是从募资的基金数目来看还是从规模来看，2016 年基金目标金额规模和完成金额规模均创近几年的新高，从另一方面也反映出市场是相对比较活跃的，也表现出 Lp 的出资意愿和投资者的投资热情是比较强烈的。

图表 3 2011-2016 年中国 VC/PE 市场募资基金数量



数据来源：投资中国、中商产业研究院

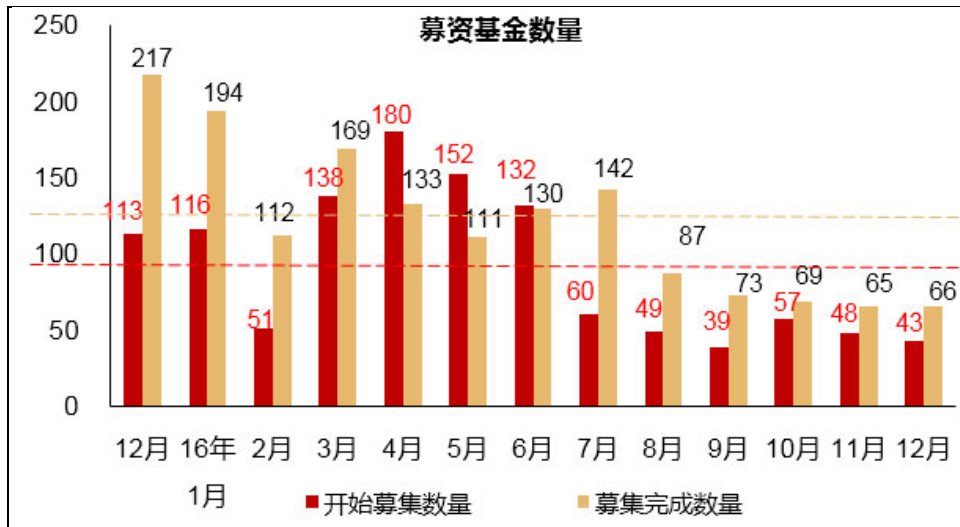
图表 4 2011-2016 年中国 VC/PE 市场募资基金规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

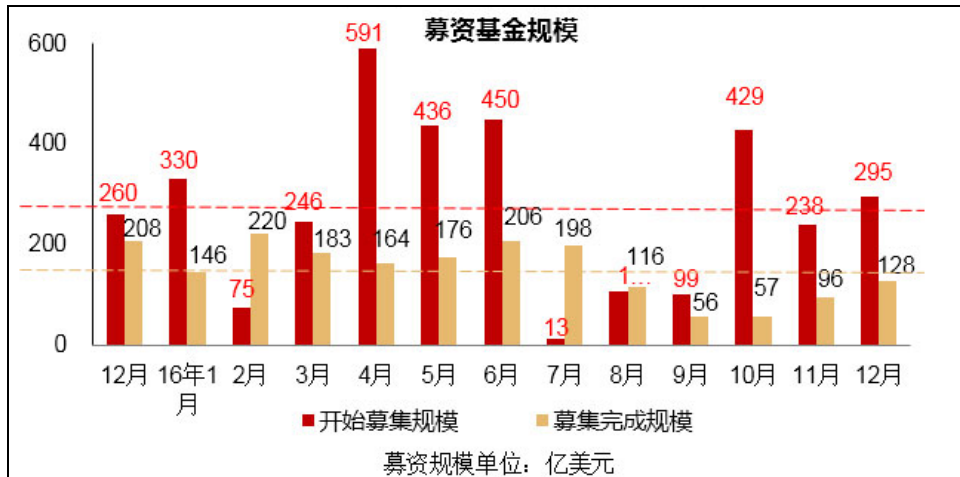
2016 年 12 月中国 VC/PE 市场披露 43 支基金开始募集和成立，目标募集规模为 294.92 亿美元；在募资完成方面，本月披露共计 66 支基金完成募集，募集完成的规模为 127.98 亿美元。

图表 5 2015 年 12 月-2016 年 12 月中国 VC/PE 市场募资基金数量



数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 6 2015 年 12 月-2016 年 12 月中国 VC/PE 市场募投资基金规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

Growth 基金成主导

从 1065 支开始募集基金和 1351 支募集完成的基金来看，共同特点是从募集基金数量的维度和募资的规模上来看，都是 Growth 基金更胜一筹。2016 年基础设施建设基金（Infrastructure）也是受到广大投资者的追捧，募集基金规模也是可圈可点。从开始募集和募集完成的基金币种来看，依然呈现出以人民币基金为主导的模式。

图表 7 2016 年开始募集基金募资类型分布

募集状态	类型	数量	募资金额 (US \$ M)
开始募集	Growth	616	222928.69
	Venture	233	20213.33
	Buyout	113	35099.06
	FOF	44	34122.20
	Gov. Matching	21	2239.71
	Angel	18	390.94
	Infrastructure	15	13747.03
	NEEQ Fund	4	0.00
	Real Estate	1	2000.00
总计		1065	330740.97

数据来源：投资中国、中商产业研究院

图表 8 2016 年募集完成基金募资类型分布

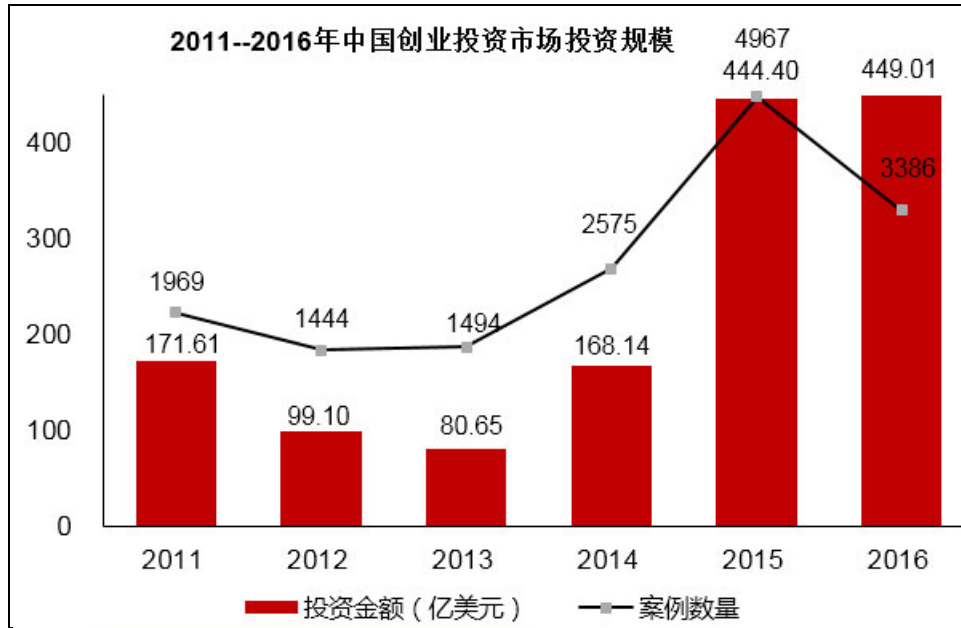
募集状态	类型	数量	募资金额 (US \$ M)
募集完成	Growth	740	108493.15
	Venture	256	14679.03
	Buyout	141	14881.37
	NEEQ Fund	73	24.73
	FOF	63	10988.28
	Infrastructure	34	17254.13
	Angel	22	389.19
	Gov. Matching	11	2704.21
	Real Estate	10	4748.84
	Mezzanine	1	532.03
总计		1351	174694.95

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年中国创投市场投资规模创历史新高

2016 年全年国内创投市场 (VC) 共披露案例 3386 起, 披露的总投资金额为 449.01 亿美元。同比 2015 年 (披露的投资案例 4967 起, 投资金额为 444.40 亿美元) 的投资案例数目有幅度下降, 投资金额规模却基本与去年持平, 2016 年的投资案例金额规模达到了近几年的峰值, 本年度 VC 市场的单笔较大金额规模的案例较多。2016 年创投市场投资业绩继续大放异彩, 投资案例规模再创历史新高。从 VC 市场近几年的投资业绩来看, 进入了 2012 年 VC 投资遇冷, 但随着移动互联网的兴起和投资者对互联网等新兴产业投资的持续看好, 近几年国内的创投市场开始逐步回暖向好。

图表 9 2011-2016 年中国创投市场投资规模

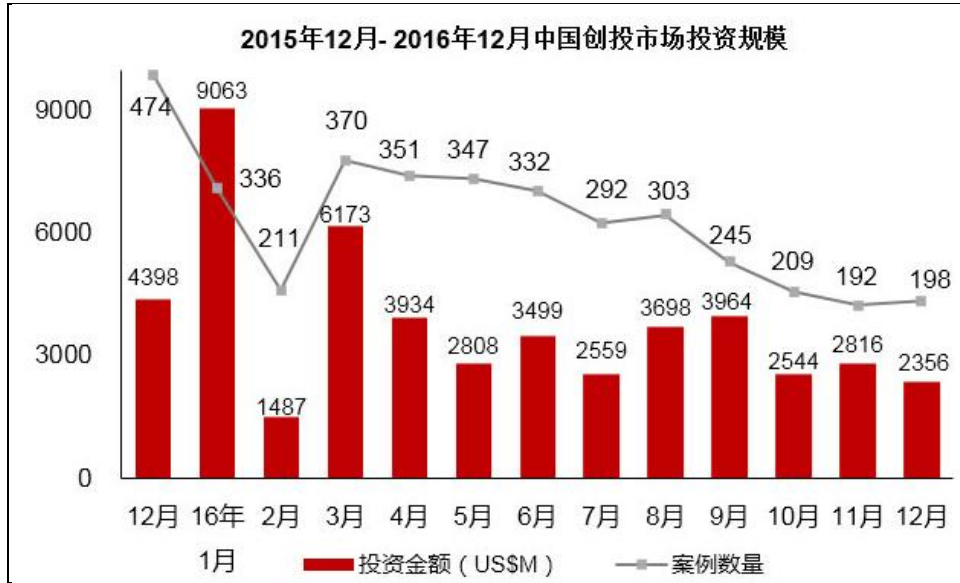


数据来源：投资中国、中商产业研究院

从月度统计数据来看，2016年12月国内共披露出198起投资案例，投资规模为23.56亿美元。本月的投资案例金额规模，无论是同比2015年12月的投资数据还是环比2016年11月的数据，投资案例金额规模均有幅度的下降，本月VC市场的投资业绩表现平平。

从案例方面来看，本月度较大金额规模的投资案例依旧是来自于互联网、电信及增值和IT行业。2016年12月30日，杭州开迅科技有限公司获得4亿元融资，由纪源资本、顺为资本领投，启明创投、沸点资产等联合注资。2016年12月16日，北京普缇客科技有限公司（达令礼物店）获得光际资本5亿元融资，占股20%。2016年12月14日，北京市商汤科技开发有限公司获得1.2亿美元融资，由鼎晖投资领投，大连万达集团股份有限公司、IDG资本、Star VC等投资方共同参与。

图表 10 2015年12月-2016年12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

互联网投资仍居首位 IT 和电信及增值行业表现活跃

2016 年 VC 投资的行业分布来看，从投资案例的数量和规模来看，互联网行业依旧是投资者持续看好、大力追捧的行业，2016 年披露的互联网行业投资案例 3386 起，投资规模更是高达 449.01 亿美元。互联网行业分别占比全行业投资数量和金额的 44%和 45%。紧随其后的是 IT 和电信及增值行业，投资案例数分别是 721 起和 222 起，投资金额规模分别为 91.36 亿美元和 34.27 亿美元。电信及增值行业依旧伴随移动互联网的兴起、发展，涌现出大量投资机会，但近一年的移动互联行业的投资略有回落的态势。纵观 2016 年度的行业投资数据，依旧呈现出互联网行业位居榜首，IT 和电信及增值行业表现活跃这样的局面。

图表 11 2016 年度中国创业投资行业分布

行业	案例数量	融资金额 (UM \$M)	平均单笔融资金额 (US \$ M)
互联网	1493	20070.94	13.44
IT	721	9135.98	12.67
电信及增值	222	3426.52	15.43
文化传媒	180	922.16	5.12
综合	146	983.18	6.73
金融	129	3025.37	23.45
制造业	128	1054.36	8.24
医疗健康	126	1844.00	14.63
教育及人力资源	65	519.10	7.99
交通运输	36	1152.25	32.01
连锁经营	33	409.84	12.42
能源及矿业	23	309.09	13.44
汽车行业	21	1571.41	74.83
食品饮料	15	205.12	13.67
旅游业	13	51.25	3.94
建筑建材	11	82.49	7.50
化学工业	10	65.00	6.50
农林牧渔	9	15.84	1.76
公用事业	5	56.95	11.39
总计	3386	44900.86	13.26

数据来源：投资中国、中商产业研究院

北上广投资最活跃 PE-Growth 投资类型占主流

从投资地区分布来看，2016 全年投资案例分布最多的三个地区分别为北京、广东和上海，案例数分别为 275 起、257 起和 159 起，北上广地区历年来 VC/PE 投资均保持活跃，紧随其后的江苏和浙江也是表现不俗，投资案例数目分别为 152 起和 127 起。

图表 12 2016 年度中国私募股权投资地区分布 TOP10

地区	案例数量	融资金额 (UM \$M)	平均单笔融资金额 (US \$ M)
北京	275	15848.84	57.63
广东	257	8626.13	33.56
上海	159	6720.34	42.27
江苏	152	2501.16	16.46
浙江	127	4396.94	34.62
山东	86	1750.83	20.36
湖北	52	1084.58	20.86
安徽	50	1243.16	24.86
福建	47	1281.00	27.26
天津	32	785.22	24.54

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2、2016 年消费及服务行业融资遇冷 IPO 数量显著提升

2016 年度消费及服务行业 VC/PE 融资案例数量 210 起，融资规模达 36.07 亿美元，融资均值达 1717.57 万美元。总体来看，2016 年消费及服务行业融资市场活跃度下降，交易规模保持稳定，走势愈加平稳。

2016 年度消费及服务行业并购宣布交易案例达到 494 起，披露交易规模共计 331.92 亿美元；完成并购交易案例数量 266 起，披露交易规模达 219.38 亿美元，并购市场活跃度下降，完成并购交易规模创近年来新高。

受新股审批收紧和市场情绪低迷等因素影响，我国 2016 年消费及服务行业新股募资规模总体依旧维持在较低水平，但发行数量相比上一年有了显著提高。

消费及服务行业融资遇冷，交易规模小幅下滑

2016 年消费及服务行业 VC/PE 融资案例数量 210 起，融资规模达 36.07 亿美元，融资均值达 1717.57 万美元。与上一年度相比较，融资案例数量出现较大滑落，但融资规模仅出现轻微下滑。总体来看，2016 年消费及服务行业融资市场活跃度下降，交易规模保持稳定，走势愈加平稳。

深究 2016 年消费及服务行业融资市场遇冷原因，不难发现，2015 年起资本由狂热趋于冷静，初创企业一片哀鸿。机构投资者的愈发谨慎和对低风险融资的偏好，导致创业公司融资难度进一步加大，估值瓶颈难以突破，资本转而又进一步追逐大战之后睥睨食物链底端的独角兽企业。在种种不利影响下，资本寒冬的出现可谓意料之中。

图表 13 2011-2016 年中国消费及服务行业 VC/PE 融资情况



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从融资轮次来看，2016 年消费及服务行业 VC/PE 融资的 210 起案例中，VC 融资案例占到 139 起，融资规模达 12.66 亿美元，占融资总规模的 35%。PE 融资案例共 43 起，融资规模为 23.25 亿美元，占融资总规模的 64.46%。而 2015 年发生的 288 起案例中，VC 融资案例 199 起，PE 则仅有 43 起。与 2015 年相比，2016 年的 VC 融资案例出现了大幅度减少，进一步验证了投资者们面对早期较高风险的投资，顾虑重重，望而却步。

从细分行业分布来看，2016 年连锁经营、教育及人力资源、服装鞋帽、食品饮料、旅游业分别以 14.40 亿美元、11.02 亿美元、4.14 亿美元、3.71 亿美元及 2.81 亿美元融资规模，占比 39.91%、30.54%、11.47%、10.28%、7.79%；从融资案例数量来看，连锁经营 56 起、教育及人力资源 83 起、服装鞋帽 21 起、食品饮料 32 起、旅游业 18 起。

图表 14 2016 年国内消费及服务行业细分领域 VC/PE 融资分布



数据来源：投资中国、中商产业研究院

盘点 2016 年度国内消费及服务行业获得 VC/PE 融资的重大案例，启行教育于 2016 年 5 月获得纳兰德投资、嘉禾资产等多家机构高达 32.39 亿元的增资，与之相对应的是 2016 年四通股份（603838.SH）出资 45 亿元对启行教育的全资收购事件，四通股份希望从单一的以陶瓷业务为主的制造业向生产制造与教育服务并行的双主业转变，然而出国留学行业巨头启德教育集团借壳上市的意图，亦十分明显。

拥有肯德基、必胜客等世界著名餐饮品牌的美国百胜全球餐饮集团，其旗下的百胜中国完成 4.6 亿美元融资，由春华领投 4.1 亿美元，蚂蚁金服进行了跟投。在国内经济增速放缓的大背景下，餐饮业的发展前景也不容乐观，国内的俏江南和全聚德相继经历了上市无果和业绩下滑等不利情形，百胜餐饮集团自 2013 年起受福喜事件等风波的影响，在中国的业绩近年来也出现了较大幅度的波动，蚂蚁金服和春华入主百胜中国，一方面无疑是对百胜中国业务策略和增长潜力的高度认可，另一方面蚂蚁金服可以更好地借助百胜的零售平台推广移动支付业务，百胜餐饮则借助这股资本力量，为百胜中国发展成为独立的餐饮业巨头奠定了稳健基础。

自去年获得上亿美元融资后，魔方公寓今年再次获得中航信托领投的 3 亿美元融资，成为长租公寓行业第一只“独角兽”。本轮资本完成后，魔方公寓将全方面开拓租赁领域的细分市场，通过新推出的“轻奢”和“企业公寓”新品牌，试图成为能够覆盖全人群的、提供租住解决方案的公寓运营商。

图表 15 2016 年国内消费及服务行业获得 VC/PE 融资重点案例

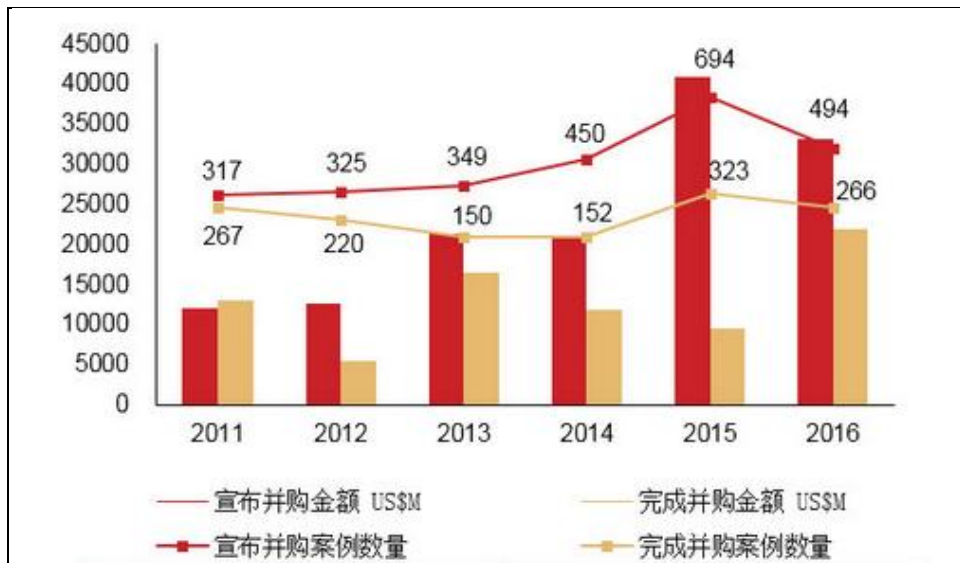
企业	CV行业	投资机构	融资金额 US\$M
启行教育	教育及人力资源	纳兰德投资/至尚投资/嘉禾资产/金 海资产/珠海乾亨/德正嘉成/复思资 产/澜亭投资	492.37
百胜中国	连锁经营	春华	410.00
魔方公寓	连锁经营	中航信托	300.00
世纪游轮	旅游业	华安未来资产/大成创新资本	152.01
新世界	连锁经营	综艺控股	146.86
希努尔	服装鞋帽	重庆信三威/重庆信三威	137.51
北京文化	连锁经营	大有财富/嘉梦投资/无极股权投资	105.87
亚朵酒店	连锁经营	君联资本	100.00
大米科技	教育及人力资源	红杉中国	100.00
天天果园	食品饮料	英联	100.00

数据来源：投资中国、中商产业研究院

并购市场活跃度下降，完成交易规模创新高

根据投中信息旗下金融数据产品 CVSource 统计显示，2016 年度消费及服务行业并购宣布交易案例达到 494 起，披露交易规模 331.92 亿美元，与 2015 年同行业相较，宣布并购案例数量下降了 28.82%，披露交易金额下降了 18.63%；2016 年度同行业完成并购交易案例数量 266 起，披露交易规模达 219.38 亿美元，对比去年，完成案例数量下滑了 17.65%，但完成交易规模有了大幅提升，上涨了一倍以上；综合来看，2016 年消费及服务行业并购市场活跃度下降，完成并购交易规模大幅提升并创近 5 年新高。

图表 16 2011-2016 年消费及服务行业并购宣布及完成趋势图



数据来源：投资中国、中商产业研究院

从具体案例来看，安邦保险出资 65 亿美元收购 Strategic Hotels 100% 股权，这笔交易不仅成为中国大陆卖家在美国作出的最高额房地产收购，也标志着安邦保险继斥资 19.5 亿美元购买纽约地标华尔道夫酒店后，进一步深入美国酒店市场的重要举措。

西安民生（000564.SZ）出价逾 268 亿元收购海南供销大集 100% 股权，成为海南供销大集唯一股东，近年来，西安民生的净利润保持在近亿元水平，而海南供销大集控股的盈利补偿方承诺业绩达到了数十亿元，西安民生“吃”下注入资产无异于蛇吞象。

并购市场中另一件引人注意的事件是首旅酒店（600258.SH）以 110.5 亿元私有化上海如家酒店管理公司（HMIN.NASDAQ），

本次交易完成后，不仅有利于迅速扩大首旅酒店集团规模，更是有助于提升首旅酒店集团和如家酒店的市场竞争能力。

图表 17 2016 年消费及服务行业重大并购案例

标的企业	CV行业	买方企业	交易类型	交易金额 US\$M	交易股权
Strategic Hotels	连锁经营	安邦保险	收购	6500.00	100%
海南供销大集	连锁经营	西安民生	收购	4073.82	100%
如家	连锁经营	首旅酒店	私有化公司	1679.69	100%
铂涛集团	连锁经营	锦江股份	收购	1300.42	81.00%
深圳茂业	连锁经营	成商集团	借壳上市	533.35	100%
学大教育	教育及人力资源	紫光学大	私有化公司	368.85	100%
华强北茂业	连锁经营	成商集团	借壳上市	332.87	100%
亚博科技控股	连锁经营	Ali Fortune	收购	306.67	N/A
易才	教育及人力资源	阳光保险集团	收购	304.02	40%
广州龙文教育	教育及人力资源	勤上光电	收购	304.02	100%

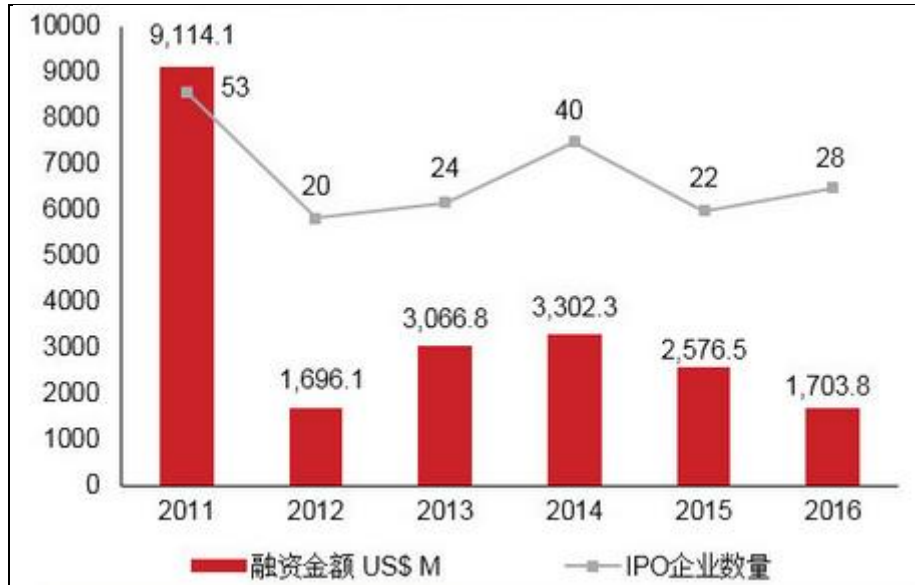
数据来源：投资中国、中商产业研究院

消费及服务行业 IPO 数量显著提升

受新股审批收紧和市场情绪低迷等因素影响，我国 2016 年消费及服务行业新股募资规模总体依旧维持在较低水平，但发行数量相比上一年有了显著提高。根据 CVSource 数据产品统计显示，2016 年度国内消费及服务行业 IPO 融资案例共有 28 起，披露募资金额的 25 起，IPO 披露融资规模 17.04 亿美元。28 起

IPO 企业中，上交所上市 10 家，深交所 2 家，香港联合交易所创业板 7 家，香港联合交易所主板 8 家，美国纽约证券交易所仅 1 家。

图表 18 2011-2016 年中国消费及服务行业 IPO 融资规模



数据来源：投资中国、中商产业研究院

盘点 2016 年国内消费及服务行业重大 IPO 融资案例，成实外教育(01565.HK) 在港交所创业板上市，募集金额 2.31 亿美元，是国内第一个上市的全日制学校。家家悦 (603708.SH) 于上交所上市，募集金额 1.87 亿美元，IPO 市值达 7.46 亿美元。家家悦的上市对其本身来说迈出了握手资本市场的重要一步，而对零售业来说则是市场对实体商业转型互联网化变革举措的一次确认。东方时尚 (603377.SH) 上交所上市，募集金额 1.25 亿美元，IPO 市值达 10.47 亿美元。至此，东方时尚成为 A 股市场名符其实的驾校第一股。同时，东方时尚也将借此加快进军全国的步伐。

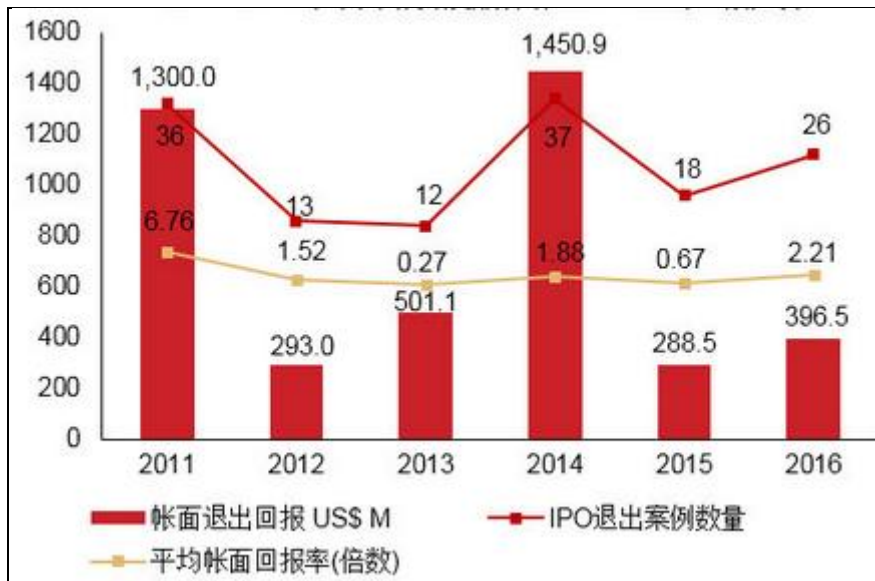
图表 19 2016 年消费及服务行业 IPO 融资案例

企业	CV行业	证券代码	交易所	募资金额 US\$ M	股权	IPO市值 US\$ M
成实外教育	教育及人力资源	01565	HKEx	231.16	25.00%	928.42
家家悦	连锁经营	603708	SSE	186.61	25.00%	746.42
东方时尚	教育及人力资源	603377	SSE	124.65	11.90%	1047.45
金徽酒	食品饮料	603919	SSE	116.41	25.00%	465.63
颐海国际	食品饮料	01579	HKEx	110.19	25.00%	440.74
比音勒芬	服装鞋帽	002832	SZSE	106.09	25.00%	424.38
天创时尚	服装鞋帽	603608	SSE	104.28	25.00%	417.11
江南布衣	服装鞋帽	03306	HKEx	102.74	25.00%	410.95
元祖股份	食品饮料	603886	SSE	92.66	25.00%	370.66
桂发祥	食品饮料	002820	SZSE	80.75	25.00%	322.99

数据来源：投资中国、中商产业研究院

2016 年国内消费及服务行业共涉及 26 笔 IPO 退出案例，平均账面回报率 2.21 倍，与 2015 年相较 IPO 退出案例数量有所上升，平均账面回报率增加了 2 倍以上。

图表 20 2011-2016 年中国消费及服务行业 IPO 退出回报趋势

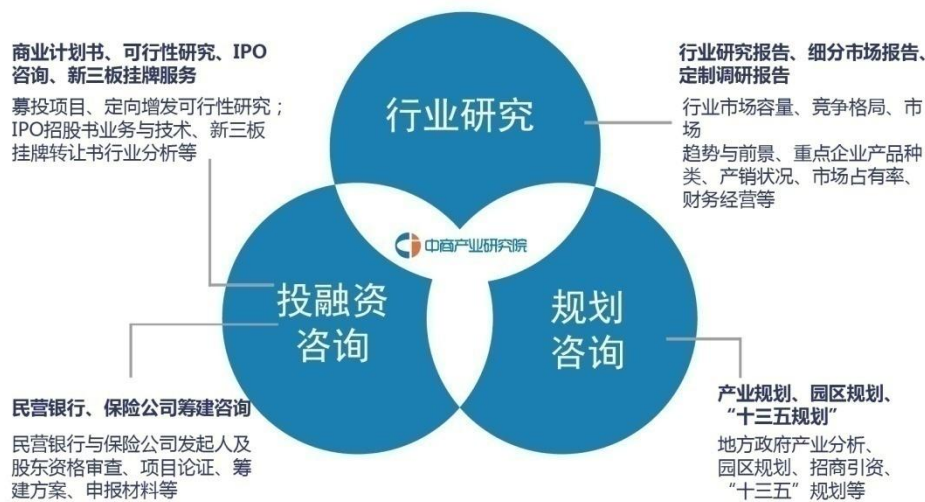


数据来源：投资中国、中商产业研究院

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。

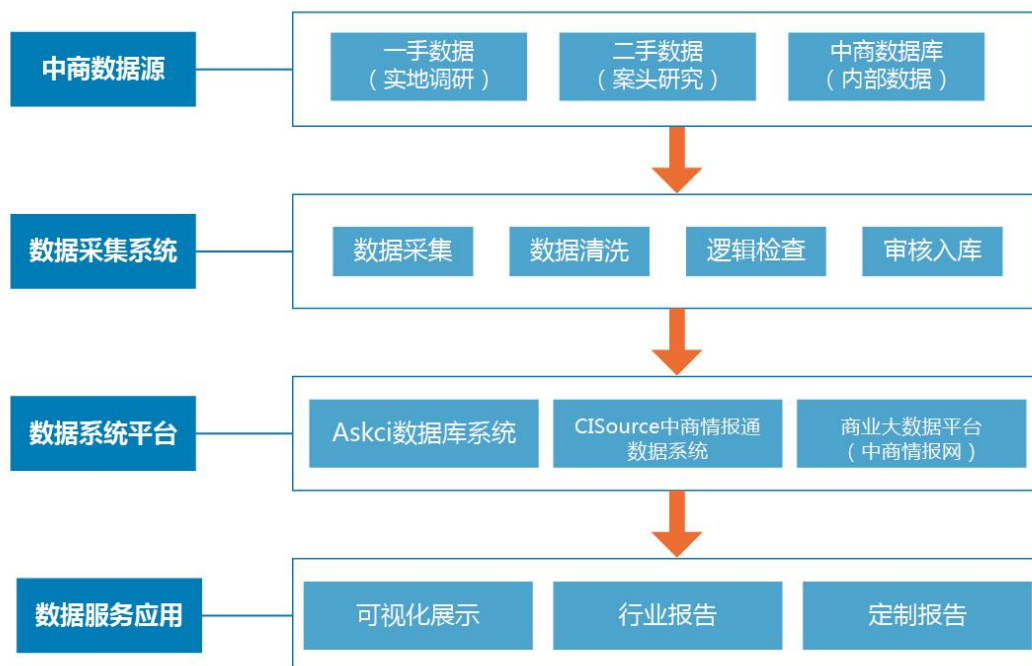
自 2003 年以来，中商在发展中已不断成长，迄今为止，中商汇聚了 350 余名来自不同行业的资深顾问。中商依托自主研发的 Askci 数据库和 CISource 中商情报通对各类数据建立月度、季度、年度持续的信息收集监测，覆盖近 5000 多个细分产业市场数据库，持续更新。中商始终为客户提供最新最全的数据服务、研究报告、产业规划咨询等高价值咨询服务。



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