

中商产业研究院·投资周刊
INVESTMENT INTELLIGENCE 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	3
1、国务院 2017 年立法工作计划的通知	3
2、国务院关于修改和废止部分行政法规的决定	6
3、国务院关于新形势下加强打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作的意见	15
4、2017 年政务公开工作要点	20
5、财政部 农业部发布 2017 年重点强农惠农政策	27
6、中国传统工艺振兴计划	31
二、经济观察	35
1、50 个城市主要食品平均价格变动情况	35
2、流通领域重要生产资料市场价格变动情况	36
3、2017 年 1-2 月保险统计数据	38
4、宁沪高速 2016 年报：净利润 33.46 亿 同比增长 33.49%	39
5、中国石化 2016 年报：营收同比下滑 4.4% 净利润同比增长 43.8%	40
三、投资市场	41
1、2016 年下半年北京 PE 指数发布，募资市场持续升温	41
2、北拓资本合伙人：把握历史机遇，打造中国新三板精品投行第一品牌	46
3、你爱喷香水？迪奥？纪梵希？但你知道巨头们正在分食这些小众香水品牌吗？	48
4、洋葱海外仓获险峰旗云、亦联资本过亿元 B 轮融资，一年内完成 2 轮融资	52
5、“和金在线”完成新一轮融资，为保险业提供大数据解决方案	53
6、美图 80 分钟市值蒸发 300 亿港元，背后的推手是谁？	53
7、狂赚 20 亿！Snap 上市，背后这家成立 17 年的 VC 彻底赚翻了！	61
8、首发 “朱李叶”获辰韬资本战略投资，移动医疗市场 2017 年将达 120 亿	64
9、新三板挂牌企业破万之际众呼“春天来了”，现在增速放缓了，你们怎么解释？	66
10、钱去哪儿了？怎么都倒闭了？全是假的？揭秘独角“瘦”和创投圈的“那些事”	67
四、产业市场	76
1、12 家挂牌新三板期货公司能扭亏为盈吗？	76
2、铁路运价接连上调 铁路行业改革步伐或加快	83
3、电缆业生态：低价竞标 想办法降成本	84
4、政策红利频释放 国内外巨头争抢千亿共享汽车市场	88
5、互联网医院投资热情降温 行业仍处初期培育阶段	94
五、环球市场	96
1、澳洲行业景气度盘点与预测：2017 上升榜	96
2、亚投行加速“一带一路”项目落地	98
六、热点解读	101

1、珠三角楼市限购限贷政策 101

正文

一、政策法规

1、国务院 2017 年立法工作计划的通知

根据党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会以及中央经济工作会议精神,按照党中央、国务院确定的 2017 年工作总体部署和主要任务的要求,国务院 2017 年立法工作重点是:紧紧围绕党中央、国务院 2017 年的中心工作,把贯彻落实《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》、《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》、《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十三个五年规划纲要》和《政府工作报告》确定的任务作为重中之重,及时完成有关促进经济平稳健康发展、保障和改善民生、促进文化发展、着力改善生态环境、维护国家安全、加强政府自身建设等方面的立法项目。具体安排如下:

一、全面深化改革急需的项目

为贯彻落实“十三五”规划、推进供给侧结构性改革等方面的重大决策部署,对党中央、国务院确定的立法项目,要根据改革进程和改革方案,抓紧办理,尽快完成起草和审查任务。这类项目主要有:税收征收管理法(修订)(税务总局、财政部起草),标准化法(修订)(质检总局起草),社区矫正法(司法部起草),出口管制法(商务部起草),烟叶税法(财政部、税务总局起草),船舶吨税法(财政部、海关总署起草),原子能法(国防科工局起草),密码法(密码局起草),住房公积金管理条例(修订)(住房城乡建设部起草),建设项目环境保护管理条例(修订)(环境保护部起草),无证无照经营查处办法(工商总局起草),外国人永久居留管理条例(公安部起草),强制医疗所条例(公安部起草),宗教事务条例(修订)(宗教局起草),志愿服务条例(民政部起草),基金会管理条例(修订)(民政部起草),社会团体登记管理条例(修订)(民政部起草),民办非企业单位登记管理暂行条例(修订)(民政部起草),行政区划管理条例(民政部起草),人力资源市场条例(人力资源社会保障部起草),失业保险条例(修订)(人力资源社会保障部起草),政府投资条例(发展改革委起草),楼堂馆所建设管理暂行条例(修订)(发展改革委起草),融资担保公司管理条例(银监会起草),私募投资基金管理暂行条例(证监会起草),行政机关督查工作条例(国务院办公厅、法制办起草),政府信息公开条例(修订)(国务院办公厅、法制办起草),重大行政决策程序暂行条例(法制办起草),基础

设施和公共服务项目引入社会资本条例（法制办、发展改革委、财政部起草），行政法规制定程序条例（修订）（法制办起草），规章制定程序条例（修订）（法制办起草），研究推进统一内外资法律法规，以及为了推进简政放权、放管结合、优化服务改革及公路管理、住房租赁市场、外商投资国家安全审查、文化市场综合行政执法等方面改革涉及的立法项目。深化国防和军队改革需要制定、修订的行政法规，适时提请国务院、中央军委审议。

对于党中央、国务院交办的其他项目，要抓紧办理，尽快完成起草和审查任务。

二、力争年内完成的项目

（一）适应经济发展新常态要求，促进经济平稳健康发展和对外开放需要提请全国人大常委会审议的法律修订草案和需要制定、修订的行政法规。（4件）

1. 为了进一步保护专利权人的合法权益，鼓励发明创造，促进专利实施和运用，提请审议专利法修订草案（知识产权局起草）。

2. 为了规范招标投标活动，确定必须招标的工程项目范围，修订工程建设项目招标范围和规模标准规定（发展改革委起草）。

3. 为了进一步规范专利代理行为，保障委托人、专利代理机构以及专利代理人的合法权益，维护专利代理正常秩序，促进专利代理行业健康发展，修订专利代理条例（知识产权局起草）。

4. 为了规范缔约程序，使缔结条约程序法相关规定更加细化、更具可操作性，以满足我国大幅增长的对外缔约实践需要，制定缔结条约程序法实施条例（外交部起草）。

（二）保障和改善民生，促进社会和谐稳定需要提请全国人大常委会审议的法律修订草案和需要制定、修订的行政法规。（9件）

1. 为了加强海上交通管理，维护海上交通环境与秩序，保护海上人身和财产安全，维护国家利益，提请审议海上交通安全法修订草案（交通运输部起草）。

2. 为了保障快递安全，保护用户合法权益，加强对快递市场的监督管理，促进快递业健康发展，制定快递条例（交通运输部、邮政局起草）。

3. 为了规范生产安全事故应急工作，保护人民群众生命和财产安全，制定生产安全事故应急条例（安全监管总局起草）。

4. 为了规范城镇住房保障工作，保障住房困难家庭和个人的基本住房需求，

促进实现住有所居，制定城镇住房保障条例（住房城乡建设部起草）。

5. 为了预防与处理医疗纠纷，保护患者和医疗机构及其医务人员的合法权益，维护医疗秩序，保障医疗安全，修订医疗事故处理条例（卫生计生委起草）。

6. 为了进一步细化食品安全法的规定，落实食品生产经营者的食品安全责任，强化食品安全监督管理，修订食品安全法实施条例（食品药品监管总局起草）。

7. 为了加强铁路交通事故的应急救援工作，规范铁路交通事故调查处理，减少人员伤亡和财产损失，保障铁路运输安全和畅通，修订铁路交通事故应急救援和调查处理条例（交通运输部、铁路局起草）。

8. 为了做好大中型水利水电工程建设征地补偿和移民安置工作，维护移民合法权益，保障工程建设的顺利进行，修订大中型水利水电工程建设征地补偿和移民安置条例（水利部起草）。

9. 为了加强对我国人类遗传资源的有效保护和合理利用，制定人类遗传资源管理条例（科技部起草）。

（三）坚持物质文明精神文明并重，促进文化发展需要提请全国人大常委会审议的法律草案和需要制定、修订的行政法规。（3件）

1. 为了发展公共图书馆事业，满足人民群众日益增长的精神文化需求，提请审议公共图书馆法草案（文化部起草）。

2. 为了促进全民阅读，提高公民思想道德素质和科学文化素质，制定全民阅读促进条例（新闻出版广电总局起草）。

3. 为了加强和改进互联网信息服务管理，促进互联网信息服务健康有序发展，修订互联网信息服务管理办法（网信办起草）。

（四）着力改善生态环境，节约能源资源需要修订的行政法规。（2件）

1. 为了加强海洋石油勘探开发环境保护，完善溢油事故应急处置机制，修订海洋石油勘探开发环境保护管理条例（海洋局起草）。

2. 为了规范报废机动车回收拆解活动，保障道路交通安全，促进资源综合利用和循环经济发展，修订报废汽车回收管理办法（商务部起草）。

（五）实施国家安全战略，维护国家安全需要制定的行政法规。（1件）

为了贯彻实施反间谍法，防范、制止和惩治间谍行为，维护国家安全，制定反间谍法实施细则（安全部起草）。

(六) 规范行政行为，加强政府自身建设需要制定、修订的行政法规。(3件)

1. 为了贯彻实施统计法，进一步规范统计行为，制定统计法实施条例（统计局起草）。

2. 为了贯彻实施预算法，进一步增强预算管理的规范性和可操作性，完善预算管理制度，修订预算法实施条例（财政部起草）。

3. 为了规范国家土地督察工作，强化对地方人民政府土地利用和土地管理情况的监督检查，制定国家土地督察条例（国土资源部起草）。

对于有关部门正在研究但未列入立法计划的项目，由有关部门继续研究论证。

为了配合外交大局，为国际合作与交流提供法治保障，开展有关国际条约审核工作（法制办会同有关部门）。

此外，配合全国人大及其常委会继续审议民法总则、证券法（修订）、测绘法（修订）、中小企业促进法（修订）、核安全法、水污染防治法（修订）、电子商务法等法律案，配合初次审议行政监察法（修订）、农民专业合作社法（修订）、土壤污染防治法、国际刑事司法协助法、基本医疗卫生法等法律案，做好相关工作（法制办会同有关部门）。

2、国务院关于修改和废止部分行政法规的决定

为了依法推进简政放权、放管结合、优化服务改革，国务院对取消行政审批项目、中介服务事项、职业资格许可事项和企业投资项目核准前置审批改革涉及的行政法规，以及不利于稳增长、促改革、调结构、惠民生的行政法规，进行了清理。经过清理，国务院决定：

- 一、对 36 部行政法规的部分条款予以修改。
- 二、对 3 部行政法规予以废止。

国务院决定修改的行政法规

- 一、删去《城市绿化条例》第十一条第三款、第十六条。

第二十二条改为第二十一条，修改为：“在城市的公共绿地内开设商业、服务摊点的，应当持工商行政管理部门批准的营业执照，在公共绿地管理单位指

定的地点从事经营活动，并遵守公共绿地和工商行政管理的规定。”

第二十四条改为第二十三条，修改为：“为保证管线的安全使用需要修剪树木时，应当按照兼顾管线安全使用和树木正常生长的原则进行修剪。承担修剪费用的办法，由城市人民政府规定。

“因不可抗力致使树木倾斜危及管线安全时，管线管理单位可以先行扶正或者砍伐树木，但是，应当及时报告城市人民政府城市绿化行政主管部门和绿地管理单位。”

第二十六条改为第二十五条，修改为：“工程建设项目的附属绿化工程设计方案，未经批准或者未按照批准的设计方案施工的，由城市人民政府城市绿化行政主管部门责令停止施工、限期改正或者采取其他补救措施。”

第二十七条改为第二十六条，第二项修改为：“(二)擅自砍伐城市树木的”。

第二十九条改为第二十八条，删去第一款。第二款修改为：“对不服从公共绿地管理单位管理的商业、服务摊点，由城市人民政府城市绿化行政主管部门或者其授权的单位给予警告，可以并处罚款；情节严重的，可以提请工商行政管理部门吊销营业执照。”

二、删去《中华人民共和国海洋倾废管理条例》第十二条第三款。

三、将《防止拆船污染环境管理条例》第十一条第二款修改为：“废油船在拆解前，必须进行洗舱、排污、清舱、测爆等工作。”

四、将《中华人民共和国河道管理条例》第十一条第一款修改为：“修建开发水利、防治水害、整治河道的各类工程和跨河、穿河、穿堤、临河的桥梁、码头、道路、渡口、管道、缆线等建筑物及设施，建设单位必须按照河道管理权限，将工程建设方案报送河道主管机关审查同意。未经河道主管机关审查同意的，建设单位不得开工建设。”

第二十九条修改为：“江河的故道、旧堤、原有工程设施等，不得擅自填堵、占用或者拆毁。”

五、删去《实验动物管理条例》第二十三条、第二十四条第一款、第二十七条。

六、将《放射性药品管理办法》第四条修改为：“国务院药品监督管理部门负责全国放射性药品监督管理工作。国务院国防科技工业主管部门依据职责负责与放射性药品有关的管理工作。国务院环境保护主管部门负责与放射性药品有关的辐射安全与防护的监督管理工作。”

删去第五条。

第六条改为第五条，第三款修改为：“放射性新药的分类，按国务院药品监督管理部门有关药品注册的规定办理。”

第七条改为第六条，修改为：“研制单位研制的放射性新药，在进行临床试验或者验证前，应当向国务院药品监督管理部门提出申请，按规定报送资料及样品，经国务院药品监督管理部门审批同意后，在国务院药品监督管理部门指定的药物临床试验机构进行临床研究。”

第八条改为第七条，将其中的“卫生部”修改为“国务院药品监督管理部门”，“能源部”修改为“国务院国防科技工业主管部门”。

第九条改为第八条，将其中的“卫生部”修改为“国务院药品监督管理部门”。

删去第十条。

第十一条改为第九条，修改为：“国家根据需要，对放射性药品的生产企业实行合理布局。”

第十二条改为第十条，修改为：“开办放射性药品生产、经营企业，必须具备《药品管理法》规定的条件，符合国家有关放射性同位素安全和防护的规定与标准，并履行环境影响评价文件的审批手续；开办放射性药品生产企业，经国务院国防科技工业主管部门审查同意，国务院药品监督管理部门审核批准后，由所在省、自治区、直辖市药品监督管理部门发给《放射性药品生产企业许可证》；开办放射性药品经营企业，经国务院药品监督管理部门审核并征求国务院国防科技工业主管部门意见后批准的，由所在省、自治区、直辖市药品监督管理部门发给《放射性药品经营企业许可证》。无许可证的生产、经营企业，一律不准生产、销售放射性药品。”

第十三条改为第十一条，将其中的“卫生行政”修改为“药品监督管理”，“第十二条”修改为“第十条”。

第十四条改为第十二条，修改为：“放射性药品生产企业生产已有国家标准的放射性药品，必须经国务院药品监督管理部门征求国务院国防科技工业主管部门意见后审核批准，并发给批准文号。凡是改变国务院药品监督管理部门已批准的生产工艺路线和药品标准的，生产单位必须按原报批程序提出补充申请，经国务院药品监督管理部门批准后方可生产。”

第十六条改为第十四条，第二款修改为：“经国务院药品监督管理部门审核批准的含有短半衰期放射性核素的药品，可以边检验边出厂，但发现质量不符合国家药品标准时，该药品的生产企业应当立即停止生产、销售，并立即通知使用单位停止使用，同时报告国务院药品监督管理、卫生行政、国防科技工业主管部门。”

第十七条改为第十五条，修改为：“放射性药品的生产、经营单位和医疗单

位凭省、自治区、直辖市药品监督管理部门发给的《放射性药品生产企业许可证》、《放射性药品经营企业许可证》，医疗单位凭省、自治区、直辖市药品监督管理部门发给的《放射性药品使用许可证》，开展放射性药品的购销活动。”

第十八条改为第十六条，修改为：“进口的放射性药品品种，必须符合我国的药品标准或者其他药用要求，并依照《药品管理法》的规定取得进口药品注册证书。

“进出口放射性药品，应当按照国家有关对外贸易、放射性同位素安全和防护的规定，办理进出口手续。”

第十九条改为第十七条，修改为：“进口放射性药品，必须经国务院药品监督管理部门指定的药品检验机构抽样检验；检验合格的，方准进口。

“对于经国务院药品监督管理部门审核批准的含有短半衰期放射性核素的药品，在保证安全使用的情况下，可以采取边进口检验，边投入使用的办法。进口检验单位发现药品质量不符合要求时，应当立即通知使用单位停止使用，并报告国务院药品监督管理、卫生行政、国防科技工业主管部门。”

第二十三条改为第二十一条，第一款修改为：“医疗单位使用放射性药品，必须符合国家有关放射性同位素安全和防护的规定。所在地的省、自治区、直辖市药品监督管理部门，应当根据医疗单位核医疗技术人员的水平、设备条件，核发相应等级的《放射性药品使用许可证》，无许可证的医疗单位不得临床使用放射性药品。”

第二十四条改为第二十二条，修改为：“医疗单位配制、使用放射性制剂，应当符合《药品管理法》及其实施条例的相关规定。”

第二十五条改为第二十三条，修改为：“持有《放射性药品使用许可证》的医疗单位，必须负责对使用的放射性药品进行临床质量检验，收集药品不良反应等工作，并定期向所在地药品监督管理、卫生行政部门报告。由省、自治区、直辖市药品监督管理、卫生行政部门汇总后分别报国务院药品监督管理、卫生行政部门。”

第二十七条改为第二十五条，将其中的“卫生部”修改为“国务院药品监督管理部门”。

第二十八条改为第二十六条，修改为：“放射性药品的检验由国务院药品监督管理部门公布的药品检验机构承担。”

第二十九条改为第二十七条，修改为：“对违反本办法规定的单位或者个人，由县以上药品监督管理、卫生行政部门，按照《药品管理法》和有关法规的规定处罚。”

删去第三十条。

七、删去《学校体育工作条例》第十四条第二款。

八、将《中华人民共和国防治海岸工程建设项目污染损害海洋环境管理条例》第七条第一款修改为：“海岸工程建设项目的建设单位，应当依法编制环境影响报告书（表），报环境保护主管部门审批。”第二款修改为：“环境保护主管部门在批准海岸工程建设项目的环境影响报告书（表）之前，应当征求海洋、海事、渔业主管部门和军队环境保护部门的意见。”

九、删去《中华人民共和国档案法实施办法》第十七条。

十、将《中华人民共和国计量法实施细则》第二十九条第一款修改为：“国家法定计量检定机构的计量检定人员，必须经考核合格。”

第三十一条第一项修改为：“（一）被授权单位执行检定、测试任务的人员，必须经考核合格”。

第五十八条第五项修改为：“（五）未经考核合格执行计量检定的。”

十一、将《城市市容和环境卫生管理条例》第三十三条修改为：“按国家行政建制设立的市的市区内，禁止饲养鸡、鸭、鹅、兔、羊、猪等家畜家禽；因教学、科研以及其他特殊需要饲养的除外。”

删去第三十五条中的“未经批准擅自”。

十二、将《食盐加碘消除碘缺乏危害管理条例》第二十条第一款修改为：“为防治疾病，在碘盐中同时添加其他营养强化剂的，应当符合《中华人民共和国食品安全法》的相关规定，并标明销售范围。”

十三、将《中华人民共和国中外合作经营企业法实施细则》第四十四条第一款修改为：“中外合作者在合作企业合同中约定合作期限届满时，合作企业的全部固定资产无偿归中国合作者所有的，外国合作者在合作期限内，可以在按照投资或者提供合作条件进行分配的基础上，在合作企业合同中约定扩大外国合作者的收益分配比例，先行回收其投资。”

删去第四十五条第一款。

十四、将《城市道路管理条例》第十条第二款修改为：“单位投资建设城市道路的，应当符合城市道路发展规划。”

删去第三十二条第二款、第三款。

十五、将《广播电视管理条例》第十三条第一款修改为：“广播电台、电视

台变更台名、节目设置范围或者节目套数，省级以上人民政府广播电视行政部门设立的广播电台、电视台或者省级以上人民政府教育行政部门设立的电视台变更台标的，应当经国务院广播电视行政部门批准。”

十六、将《饲料和饲料添加剂管理条例》第十二条第一款中的“应当委托中国境内代理机构向国务院农业行政主管部门申请登记”修改为“由出口方驻中国境内的办事机构或者其委托的中国境内代理机构向国务院农业行政主管部门申请登记”。

十七、删去《印刷业管理条例》第五条第一款中的“会同国务院公安部门”。

增加一条，作为第十三条：“出版行政部门应当按照国家社会信用信息平台建设的总体要求，与公安部门、工商行政管理部门或者其他有关部门实现对印刷企业信息的互联共享。”

第十四条改为第十五条，删去第一款中的“并按照国家有关规定向公安部门备案”。

第三十条改为第三十一条，第一款修改为：“印刷布告、通告、重大活动工作证、通行证、在社会上流通使用的票证的，委托印刷单位必须向印刷企业出具主管部门的证明。印刷企业必须验证主管部门的证明，并保存主管部门的证明副本2年，以备查验；并且不得再委托他人印刷上述印刷品。”

第三十八条改为第三十九条，第二款修改为：“单位内部设立印刷厂（所）违反本条例的规定，没有向所在地县级以上地方人民政府出版行政部门、保密工作部门办理登记手续的，由县级以上地方人民政府出版行政部门、保密工作部门依据法定职权责令改正，给予警告；情节严重的，责令停业整顿。”

第四十二条改为第四十三条，修改为：“有下列行为之一的，由出版行政部门给予警告，没收印刷品和违法所得，违法经营额1万元以上的，并处违法经营额5倍以上10倍以下的罚款；违法经营额不足1万元的，并处1万元以上5万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿或者吊销印刷经营许可证；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

“（一）印刷布告、通告、重大活动工作证、通行证、在社会上流通使用的票证，印刷企业没有验证主管部门的证明的，或者再委托他人印刷上述印刷品的；

“（二）印刷业经营者伪造、变造学位证书、学历证书等国家机关公文、证件或者企业事业单位、人民团体公文、证件的。

“印刷布告、通告、重大活动工作证、通行证、在社会上流通使用的票证，委托印刷单位没有取得主管部门证明的，由县级以上人民政府出版行政部门处

以 500 元以上 5000 元以下的罚款。”

十八、删去《地震安全性评价管理条例》第十二条、第十三条、第十五条。

十九、删去《中国公民出国旅游管理办法》第十条第二款。第三款修改为：“领队带团时，应当遵守本办法及国务院旅游行政部门的有关规定。”

第二十九条、第三十条、第三十一条、第三十二条中的“领队证”修改为“导游证”。

二十、将《地质资料管理条例》第十五条第二款修改为：“前款规定以外的地质资料，自汇交之日起 90 日内，由地质资料馆或者地质资料保管单位予以公开。需要保护的，由接收地质资料的单位按照国务院地质矿产主管部门的规定予以保护。”

二十一、将《中华人民共和国内河交通安全管理条例》第十八条修改为：“船舶进出内河港口，应当向海事管理机构报告船舶的航次计划、适航状态、船员配备和载货载客等情况。”

第六十八条第二项修改为：“（二）未按照规定向海事管理机构报告船舶的航次计划、适航状态、船员配备和载货载客等情况的”。

二十二、将《中华人民共和国文物保护法实施条例》第二十条第一项修改为：“（一）有 4 名以上接受过考古专业训练且主持过考古发掘项目的人员”。

第二十二條修改为：“考古发掘项目实行项目负责人负责制度。”

第三十五条修改为：“为制作出版物、音像制品等拍摄馆藏文物的，应当征得文物收藏单位同意，并签署拍摄协议，明确文物保护措施和责任。文物收藏单位应当自拍摄工作完成后 10 个工作日内，将拍摄情况向文物行政主管部门报告。”

第四十三条第一款中的“核准其销售、拍卖文物的文物行政主管部门”修改为“省、自治区、直辖市人民政府文物行政主管部门”。

第四十四条修改为：“国务院文物行政主管部门指定的文物进出境审核机构，应当有 5 名以上取得中级以上文物博物专业技术职务的文物进出境责任鉴定人员。”

第四十五条中的“文物进出境责任鉴定员”修改为“文物进出境责任鉴定人员”。

删去第五十八条中的“拍摄”。增加一款，作为第二款：“文物收藏单位违反本条例规定，未在规定期限内将文物拍摄情况向文物行政主管部门报告的，由文物行政主管部门责令限期改正；逾期不改正的，对负有责任的主管人员和

其他直接责任人员依法给予行政处分。”

二十三、将《中华人民共和国进出口关税条例》第十六条第三项中的“暂准”修改为“暂时”。

删去第四十二条第一款中的“经海关批准”，将“经纳税义务人申请，海关可以根据海关总署的规定延长复运出境或者复运进境的期限”修改为“需要延长复运出境或者复运进境期限的，纳税义务人应当根据海关总署的规定向海关办理延期手续”。第二款、第三款中的“暂准”修改为“暂时”。

二十四、将《直销管理条例》第十一条修改为：“直销企业有关本条例第八条第一项、第二项、第三项、第五项、第六项、第七项所列内容发生重大变更的，应当依照本条例第九条第一款规定的程序报国务院商务主管部门批准。”

二十五、将《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》第六条第一款中的“暂准”修改为“暂时”。

二十六、删去《取水许可和水资源费征收管理条例》第十一条第二款中的“由具备建设项目水资源论证资质的单位编制的”。

第二十一条修改为：“取水申请经审批机关批准，申请人方可兴建取水工程或者设施。”

删去第四十七条第一款第四项。第二款中的“（六）”修改为“（五）”。

二十七、删去《防治海洋工程建设项目污染损害海洋环境管理条例》第十条第三款、第四款。

删去第十三条第二款。

二十八、将《期货交易管理条例》第二十二条修改为：“其他期货经营机构从事期货投资咨询业务，应当遵守国务院期货监督管理机构的规定。”

二十九、将《中华人民共和国船员条例》第七十条修改为：“引航员的培训依照本条例有关船员培训的规定执行。引航员管理的具体办法由国务院交通主管部门制订。”

三十、删去《中华人民共和国水文条例》第二十四条第二款第二项中的“并经考试合格”。

三十一、删去《对外承包工程管理条例》第二章。

删去第二十四条。

第二十五条改为第二十条，第二十六条改为第二十一条，均删去其中的“商务主管部门可以吊销其对外承包工程资格证书；对工程建设类单位”。

三十二、将《公共机构节能条例》第二十条第二款修改为：“国务院和县级以上地方各级人民政府负责审批固定资产投资项目的部门，应当严格控制公共机构建设项目的建设规模和标准，统筹兼顾节能投资和效益，对建设项目进行节能评估和审查，未通过节能评估和审查的项目，不得开工建设；政府投资项目未通过节能评估和审查的，依法负责项目审批的部门不得批准建设。”

删去第三十九条第一款中的“或者核准”。

三十三、将《旅行社条例》第三十一条修改为：“旅行社为接待旅游者委派的导游人员，应当持有国家规定的导游证。

“取得出境旅游业务经营许可的旅行社为组织旅游者出境旅游委派的领队，应当取得导游证，具有相应的学历、语言能力和旅游从业经历，并与委派其从事领队业务的旅行社订立劳动合同。旅行社应当将本单位领队名单报所在地设区的市级旅游行政管理部门备案。”

第五十七条修改为：“违反本条例的规定，旅行社委派的导游人员未持有国家规定的导游证或者委派的领队人员不具备规定的领队条件的，由旅游行政管理部门责令改正，对旅行社处2万元以上10万元以下的罚款。”

删去第五十九条中的“或者领队证”。

删去第六十三条中的“领队证”。

三十四、将《防治船舶污染海洋环境管理条例》第十七条修改为：“船舶污染物接收单位从事船舶垃圾、残油、含油污水、含有毒有害物质污水接收作业，应当编制作业方案，遵守相关操作规程，并采取必要的防污染措施。船舶污染物接收单位应当将船舶污染物接收情况按照规定向海事管理机构报告。”

第十八条修改为：“船舶污染物接收单位接收船舶污染物，应当向船舶出具污染物接收单证，经双方签字确认并留存至少2年。污染物接收单证应当注明作业双方名称，作业开始和结束的时间、地点，以及污染物种类、数量等内容。船舶应当将污染物接收单证保存在相应的记录簿中。”

第二十二条修改为：“载运污染危害性货物进出港口的船舶，其承运人、货物所有人或者代理人，应当向海事管理机构提出申请，经批准方可进出港口或者过境停留。”

删去第三十条第一款中的“并经海事管理机构检查合格，方可进行船舶拆解作业”。

删去第三十二条第一款。

删去第四十二条第二款、第三款。

第六十条修改为：“违反本条例的规定，船舶污染物接收单位从事船舶垃圾、残油、含油污水、含有毒有害物质污水接收作业，未编制作业方案、遵守相关操作规程、采取必要的防污染措施的，由海事管理机构处1万元以上5万元以下的罚款；造成海洋环境污染的，处5万元以上25万元以下的罚款。”

第六十一条修改为：“违反本条例的规定，船舶污染物接收单位未按照规定向海事管理机构报告船舶污染物接收情况，或者未按照规定向船舶出具污染物接收单证，或者未按照规定将船舶污染物的接收和处理情况报海事管理机构备案的，由海事管理机构处2万元以下的罚款。”

第六十二条第一项修改为：“（一）船舶未按照规定保存污染物接收单证的”。

删去第六十四条中的“进行装卸”。

第六十九条中的“未经海事管理机构批准”修改为“未按照国家规定的标准”。

三十五、将《中华人民共和国招标投标法实施条例》第十二条修改为：“招标代理机构应当拥有一定数量的具备编制招标文件、组织评标等相应能力的专业人员。”

删去第七十八条。

三十六、将《国内水路运输管理条例》第十四条第三款修改为：“海事管理机构在现场监督检查时，发现从事水路运输的船舶不能提供有效的船舶营运证件的，应当通知有关主管部门依法处理。”

此外，对相关行政法规中的条文序号作相应调整。

国务院决定废止的行政法规

- 一、城乡集市贸易管理办法（1983年2月5日国务院发布）
- 二、工资基金暂行管理办法（1985年9月24日国务院发布）
- 三、国家体育锻炼标准施行办法（1989年12月9日国务院批准1990年1月6日国家体育运动委员会令第10号发布）

3、国务院关于新形势下加强打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作的意见

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为进一步加强打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品(以下简称侵权假冒)工作,保障国家知识产权战略深入实施,维护公平竞争的市场秩序,完善法治化、国际化、便利化的营商环境,现提出以下意见:

一、总体要求

(一)指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神,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,认真落实党中央、国务院决策部署,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,大力弘扬和践行社会主义核心价值观,着力推进市场监管体系和监管能力现代化,修订完善相关法规和标准,改革创新监管制度和机制,加强信息技术等新技术新手段运用,强化事中事后监管,全面提高打击侵权假冒工作水平,加快建设知识产权强国,为实现全面建成小康社会奋斗目标提供有力支撑。

(二)基本原则。

依法治理。加强打击侵权假冒法规制度建设,严格规范公正文明执法,推进公正司法和全民守法,保障打击侵权假冒工作始终沿着法治轨道前进。

打建结合。创新监管方式和手段,针对影响人民群众生命财产安全的突出问题开展集中整治,坚决遏制侵权假冒高发多发势头;加强机制建设,提高综合治理能力,努力铲除侵权假冒滋生的土壤。

统筹协作。加强对打击侵权假冒工作的统筹协调,密切部门间、区域间协作配合,由区域内、单个环节监管向跨区域、跨部门和全链条监管转变。

社会共治。发挥行业组织的行业自律和协调管理作用,鼓励媒体和公众参与监督,充分调动各方面积极性,形成政府、企业、社会组织和公众共同参与的工作局面。

(三)工作目标。到2020年,侵权假冒高发多发的势头得到有效遏制,市场监管体系和监管能力现代化水平明显提升,法规体系更加健全,工作机制更加完善,营商环境更加规范,行政执法、刑事执法、司法审判、快速维权、仲裁调解、行业自律、社会监督协调运作的打击侵权假冒工作体系基本形成。

二、推进跨部门跨区域综合治理

(四)强化重点领域集中整治。坚持专项整治与日常监管相结合,以关系生命健康、财产安全和环境保护的商品以及知识产权领域的突出问题为重点,定期组织开展专项整治,严厉打击侵权假冒违法犯罪行为。完善以随机抽查为

重点的日常监督检查制度，强化对互联网、农村市场和城乡结合部等侵权假冒高发多发领域和地区的监管，坚持线上线下治理相结合，深挖违法犯罪活动的组织者、策划者、实施者，清理生产源头，铲除销售网络，依法取缔无证照生产经营的“黑作坊”、“黑窝点”，维护公平竞争的市场秩序。

（五）加强部门间执法协作。执法监管部门、行业主管部门等要充分发挥各自优势，加强打击侵权假冒执法协作，促进执法监管和行业管理等信息共享，在执法检查、检验检测、鉴定认定等方面互相提供支持。执法监管部门发现违法行为涉及其他部门职责的，要及时通报相关部门采取措施，对于重大案件线索，必要时要共同研究案情，开展联合执法。加强对基层综合执法部门的指导，厘清监管职责，明确权力清单，堵塞监管漏洞，确保综合执法机构权威高效、运转协调，提高执法效能。

（六）推进区域间执法协调联动。针对侵权假冒行为跨区域、链条化的特点，加强区域间执法协作，探索建立跨区域联席会议、线索通报、证据移转、案件协查、联合办案以及检验鉴定结果互认等制度，完善线索发现、源头追溯、属地查处机制，推动执法程序和标准统一化，加强交界区域基层执法协作，消除监管空白地带，对侵权假冒商品的生产、流通、销售形成全链条打击。结合实施国家区域发展战略，在京津冀、长江经济带、泛珠三角区域等深入开展打击侵权假冒区域合作，总结经验，适时向全国推广。

（七）健全行政执法与刑事司法衔接机制。建立健全行政执法部门与司法机关信息共享、案情通报、案件移送制度，完善案件移送标准和程序，坚决克服有案不移、有案难移、以罚代刑现象。完善行政执法部门与司法机关间有关案件咨询、督查督办等工作机制，规范行政执法证据的固定和移送，实现行政执法与刑事司法无缝衔接。完善涉嫌犯罪案件移送中有关涉案物品处置制度，探索建立涉案物品保管“公物仓”和有毒有害物质统一销毁处理制度。建成中央、省、市、县四级联网的行政执法与刑事司法衔接信息共享系统，提高衔接工作效率和规范化水平。

三、提高市场监管和预警防范能力

（八）加强执法监管信息化建设。加强大数据、云计算、物联网、移动互联网等新技术在执法监管中的研发运用，强化对违法犯罪线索的发现、收集、甄别、挖掘、预警，做到事前防范、精准打击。大力推进不同部门间执法监管平台的开放共享，打破“信息孤岛”，加强对相关数据信息的整合、分析和研判，形成执法监管合力。建立电子商务平台企业向执法监管部门提供执法办案相关数据信息的制度，加强政企协作，用好用活数据信息资源，为开展执法工作提供支撑。

（九）加快推进信用体系建设。全面实施统一社会信用代码制度，完善全国信用信息共享平台，构建覆盖全部信用主体、所有信用信息类别、全国所有区域的一体化信用信息体系，推动信用信息跨部门交换共享。加强信用信息的征集、存储和应用，健全守信联合激励和失信联合惩戒机制，提高违法失信成本。进一步推进行政处罚案件信息公开和应用，健全信息公开的内部审核、档案管理、抽查考评等制度。建立完善生产经营主体诚信档案和“黑名单”制度，相关信息纳入全国信用信息共享平台和企业信用信息公示系统，实施市场主体信用分类监管。积极推进企业信用信息公示系统信息化工程建设，实现统一归集、依法公示、联合惩戒、社会监督。依法规范信用服务市场，培育和发展社会信用服务机构，鼓励第三方利用信用信息为社会公众提供增值服务。

四、推动完善法规标准和司法保护体系

（十）加快法规和标准制修订。推动制修订著作权法、专利法、反不正当竞争法以及电子商务、商业秘密保护等方面的法律法规，研究修订知识产权海关保护条例、植物新品种保护条例，增强法律法规的适用性和统一性。推动修订完善刑法或相关司法解释有关知识产权犯罪的条款，加大处罚力度，完善定罪量刑标准，加强刑法与其他法律之间的有效衔接。制定防止滥用知识产权的反垄断执法指南。完善电子商务产品监督检查管理办法，制订电子商务领域相关标准。完善执法工作的程序规范，细化、量化行政裁量标准，规范裁量范围、种类、幅度，严格限定和规范行使裁量权。

（十一）充分发挥司法保护的作用。支持法院、检察院依法独立公正行使职权，构建权威高效的知识产权司法保护体系。加强刑事司法保护，严厉打击侵权假冒犯罪，增强刑罚的威慑力。强化民事司法保护，完善技术专家咨询机制，依法减轻权利人举证负担，有效执行惩罚性赔偿制度，提高侵犯知识产权违法成本。推进民事、刑事、行政案件审判“三合一”改革，完善知识产权审判体系，提升审判效率和专业水平。研究建立知识产权纠纷人民调解协议司法确认制度。

五、构建多方参与的共治格局

（十二）强化社会组织的自治功能。建立健全社会组织参与政府打击侵权假冒政策研究、维护企业和公众合法权益、预防侵权假冒违法犯罪的工作机制，探索建立社会组织调解处理知识产权纠纷制度。支持行业协会商会类组织强化行业自律和专业服务功能，发挥其对成员的行为导引、规则约束、权益维护作用，加强行业数据统计、促进行业自律、开展自主维权，引导行业健康发展。培育发展知识产权服务业，支持知识产权信息咨询、培训、法律代理等新业态发展。

（十三）落实企业的主体责任。指导生产经营企业加强产品质量控制和知识产权管理，自觉守法诚信经营，建立完善权利人企业参与涉案物品鉴定的制度。督促电子商务平台企业加强对网络经营者的资格审查，建立健全对网络交易、广告推广等业务和网络经营者信用评级的内部监控制度。坚持堵疏结合、打扶并举，结合推进供给侧结构性改革和发展“互联网+”，引导和帮助企业利用电子商务拓展营销渠道、培育自主品牌。深入开展优质产品生产企业质量承诺活动，鼓励企业承诺采用严于国家标准、行业标准的企业产品质量标准。对企业履行承诺情况开展“双随机”执法检查，通过网络平台向社会公开承诺企业、产品及检查信息，培育“重质量、守承诺”企业，促进“中国制造”技术进步和转型升级。

（十四）加强舆论监督和宣传教育。发挥新闻媒体的正面引导和舆论监督作用，积极运用传统媒体和新兴媒体解读政策措施、宣传先进典型、曝光反面案例。组织开展宣传教育活动，普及知识产权和识假辨假知识，鼓励企业和公众举报投诉侵权假冒违法行为，营造抵制侵权假冒的良好社会氛围。创新知识产权人才培养机制，将保护知识产权等内容纳入中小学有关课程和高等院校就业创业指导课程，培养尊重创造、崇尚创新的认识。

六、提升国际交流合作水平

（十五）完善知识产权国际战略。把握国际知识产权制度演进趋势，结合我国国情完善知识产权保护制度，提高知识产权保护的国际化水平。深化与经贸相关的多双边知识产权谈判与磋商，加强部门间信息沟通和协调配合。加强传统知识、遗传资源、民间艺术等领域知识产权保护。依据相关法律法规，研究构建我国与对外贸易有关的知识产权保护制度，防范和查处进出口环节侵犯知识产权、危害对外贸易秩序等违法行为，积极开展知识产权海外维权。

（十六）深化和拓展国际交流合作。强化中美、中欧、中日等知识产权工作组对话机制，妥善处理好各方关切问题。加快实施自由贸易区战略，协调推进经贸领域知识产权合作，为企业“走出去”营造更加公平的知识产权保护环境。加强与“一带一路”沿线国家和地区的知识产权保护交流合作，优化贸易和投资环境。拓宽与发展中国家打击侵权假冒合作领域，发挥好驻外经商机构和中资商会的作用，利用对外援助、培训等方式，支持受援方打击侵权假冒工作能力建设。加强和扩大公安、海关、质检等部门执法办案的国际交流协作，联合打击跨境制售侵权假冒商品行为。

七、加强组织领导

(十七) 加强统筹协调工作。全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作领导小组要加强组织领导，切实抓好政策制定、执法协调、宣传教育、涉外交流等工作，统筹协调各成员单位形成更加有效的治理模式。积极发挥国务院知识产权战略实施工作部际联席会议制度的作用，加强机制间的沟通协调，调动各方积极性，形成工作合力。

(十八) 落实地方政府责任。地方各级人民政府要落实打击侵权假冒属地责任，健全打击侵权假冒工作统筹协调机制，落实人员和工作经费，推动打击侵权假冒工作有效开展。要将打击侵权假冒工作纳入地方政府绩效考核体系，科学设定考核指标，完善考核评价机制，定期开展评估，确保各项任务落实到位。

(十九) 加强执法能力建设。严格实行行政执法人员资格管理和持证上岗制度，依法确定不同岗位执法人员执法责任，全面落实执法责任制，完善激励约束制度。调整充实基层执法力量，加强业务培训，提高办案技能和依法行政水平。加强对打击侵权假冒执法经费和涉案物品环境无害化处理经费的财政保障，改善执法装备和检验检测技术条件，提高执法监管能力。

4、2017 年政务公开工作要点

2017 年政务公开工作的总体要求是：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，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，认真落实《政府工作报告》有关部署，坚持稳中求进工作总基调，以供给侧结构性改革为主线，按照中共中央办公厅、国务院办公厅《关于全面推进政务公开工作的意见》及其实施细则（以下简称《意见》及实施细则）要求，全面推进决策、执行、管理、服务、结果公开（以下统称“五公开”），加强解读回应，扩大公众参与，增强公开实效，助力稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险，以优异成绩迎接党的十九大胜利召开。

一、以政务公开助力稳增长

(一) 加强预期引导。围绕积极的财政政策、稳健的货币政策和更加积极的就业政策，国务院有关部门负责同志要通过参加国务院政策例行吹风会、新闻发布会等方式，深入解读政策背景、依据、目标任务、涉及范围，以及经济转型发展中的亮点等，及时准确将政策意图传递给市场和企业，以政策解读的“透”赢得市场预期的“稳”。加强国内外舆情收集研判，针对涉及我国经济发展的误导和不实信息，客观及时、有说服力地发声，澄清事实，解疑释惑，增强各方对我国经济稳中向好的信心。按月公开全国财政收支情况，解读财政收

支增减变化情况及原因、预判财政收入走势，主动解释说明收支运行中可能引发社会关注的热点问题。（国家发展改革委、人力资源社会保障部、财政部、人民银行按职责分工分别牵头落实）组织召开月度、季度国民经济运行情况新闻发布会，及时发布解读社会关注的重要指标数据，增加反映质量、效益、结构以及供给侧结构性改革推进情况等方面的内容，引导社会各界正确认识经济形势。（国家统计局牵头落实）做好党中央、国务院重大政策措施落实情况跟踪审计结果公开，尤其要加大问题典型和整改典型公开力度，促进政策落地生根。（审计署牵头落实）

（二）推进减税、降费、降低要素成本信息公开。围绕新出台的减税降费政策措施，以及促进创新创业、保障和改善民生等税收优惠政策，做好在政府网站集中发布、利用新媒体主动推送、加强政策宣讲等工作，帮助市场主体将政策用好用足。在财政部网站集中展示、实时更新中央及各省（区、市）人民政府行政事业性收费和政府性基金目录清单，让政府收费项目一目了然。及时公开清理规范涉企收费、降低物流成本、降低企业用电用地用矿等要素成本各项政策措施以及执行落实情况，扩大传播范围，让更多市场主体知晓政策、享受实惠。适时公布阶段性降低社会保险费率的执行情况和实际效果，定期公布参加社会保险情况和社保基金运行情况。（国家发展改革委、工业和信息化部、人力资源社会保障部、财政部、国土资源部、税务总局按职责分工分别牵头落实）

（三）推进重大建设项目和公共资源配置信息公开。出台关于重大建设项目批准和实施、公共资源配置领域信息公开的指导意见，明确公开的主体、范围、程序等。围绕易地扶贫搬迁、重大水利工程、现代农业、生态环保等重大建设项目，做好审批、核准、备案等结果公开，落实责任，着力推进实施过程信息公开。将碳排放权、排污权、公立医院药品、林权等纳入全国公共资源交易平台，依法应当公开的公共资源交易公告、资格审查信息、交易过程信息、成交信息以及履约信息都要统一在平台上发布，推进公共资源配置全流程透明化运行。（国家发展改革委牵头落实）

（四）推进政府和社会资本合作（PPP）项目信息公开。全面公开PPP相关法律法规、政策文件、项目进展、专家库等信息，做好项目准备、实施等阶段信息公开工作，加大对社会资本参与方式、项目合同和回报机制等内容的公开力度，着力提高公开的及时性、准确性和完整性，激发社会资本的参与热情。（国家发展改革委、财政部按职责分工分别牵头落实）

二、以政务公开助力促改革

（一）推进“放管服”改革信息公开。以清单管理推动减权放权，各类清

单都要及时向社会公开。深化地方各级政府及其部门权责清单公开工作，根据权责事项取消、下放、承接情况进行动态调整，并通过在政府网站集中发布、开设反馈意见信箱、增加在线提交意见建议功能等方式，让公众了解放权情况、监督放权进程、评价放权效果。国务院试点部门的权责清单，除涉密事项外，要按照统一部署及时向社会公开。投资核准事项清单、国家职业资格目录清单、政府定价或指导价经营服务性收费清单、中介服务事项清单、工商登记前置审批事项目录和企业设立后的经营许可清单等，都要集中发布，接受群众监督，推动政府更好依法规范履职。要及时公开政策性文件的废止、失效等情况，并在政府网站已发布的原文件上作出明确标注。围绕年内实现“双随机、一公开”监管全覆盖目标，地方各级政府要汇总形成并统一公布本级随机抽查事项清单，明确抽查依据、主体、内容、方式等，及时通过国家企业信用信息公示系统及其他平台公开抽查结果和查处情况。大力推进“互联网+政务服务”，年内完成政务服务事项目录编制工作，通过本级政府门户网站集中全面公开；省级政府要建成一体化网上政务服务平台，优先推动企业注册登记、项目投资、创新创业以及与群众生活密切相关的服务事项上网，加快实体政务大厅与网上服务平台融合发展，让企业和群众办事更加便捷。（各地区、国务院有关部门负责落实）

（二）推进国资国企信息公开。做好国有产权交易、增资扩股项目的信息披露和结果公示工作，推动产权交易机构与公共资源交易平台实现信息共享。按月公开全国国有及国有控股企业主要经济效益指标、主要行业盈利、重大变化事项等情况。依法依规公开中央企业生产经营、业绩考核总体情况，国有资产保值增值情况，中央企业改革重组结果，中央企业负责人重大变动、年度薪酬，以及中央企业履行社会责任重点工作情况。指导中央企业做好信息公开试点工作。（财政部、国务院国资委按职责分工分别牵头落实）

（三）推进农业供给侧结构性改革信息公开。做好农产品价格信息公开工作，每周发布国内批发市场价格信息、国际农产品价格信息以及全国小麦、稻谷、玉米、大豆收购价格信息，收购旺季时每五日发布主产区收购进度信息，每月发布中国玉米、大豆、棉花、食用植物油、食糖等农产品供需平衡表，反映市场供求关系。加大强农惠农政策公开力度，深入解读承包土地“三权分置”、农村产权制度改革、农村集体资产清产核资、农业补贴、农村劳动力转移就业、农民工返乡创业等政策措施，通过编印操作手册、组织专题培训、驻村干部讲解等方式，真正让农民群众看得到、听得懂。推动地方政府及时公开农村土地承包经营权确权登记颁证等工作进展情况，方便农民群众知情、参与和监督。（农业部、国家粮食局按职责分工分别牵头落实）

（四）推进财税体制改革信息公开。加大营改增相关政策措施、操作办法、改革进展及成效公开力度，密切跟踪企业对全面推开营改增政策的舆情反映，及时回应社会各界关心的问题。完善地方政府债务领域信息公开相关规定，指

导督促地方财政部门公开本地区政府债务种类、规模、结构和使用、偿还等情况，强化对地方政府债务的监督。深入推进预决算公开，各级政府特别是市县级政府各部门要按照规定做好部门预决算公开工作，在本级政府或财政部门网站设立预决算公开统一平台（或专栏），集中公开政府预决算、部门预决算，对公开内容进行分级分类，方便公众查阅和监督。（财政部、税务总局按职责分工分别牵头落实）

三、以政务公开助力调结构

（一）推进发展新产业、培育新动能工作信息公开。围绕推进制造强国建设、支持创业创新、推动新产业健康发展、改造提升传统产业等，加大政策及其执行情况公开力度，及时发布推广典型经验做法，调动企业和科研人员参与新旧发展动能接续转换的积极性。在制定新产业、新业态、新模式等方面监管政策时，要通过征求意见、听证座谈、咨询协商等方式，扩大相关市场主体的参与度。注重收集公众对发展新产业、培育新动能政策的反映，主动及时做好解疑释惑和舆论引导工作。（各地区、国务院有关部门负责落实）

（二）推进化解过剩产能工作信息公开。健全去产能公示公告制度，实行“事前公示、事后公告”。根据年度目标任务要求，分批次向社会公示承担化解过剩产能任务的企业名单、已完成化解过剩产能任务的企业名单，公布企业产能、奖补资金分配、违法违规建设生产和不达标情况。化解过剩产能验收合格后，及时向社会公开上一年度化解过剩产能情况。各省（区、市）人民政府要利用本级政府门户网站，集中发布化解过剩产能相关信息，并提供给“信用中国”网站同步发布。督促指导中央企业做好去产能公示公告工作。（各地区、国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、国务院国资委按职责分工分别牵头落实）

（三）推进消费升级和产品质量提升工作信息公开。定期发布消费市场运行情况分析报告，重点公开与群众密切相关的消费品和全域旅游、体育健身、医养结合、健康管理、文化创意等新兴服务业的消费情况，引导消费升级。推进产品质量监管政策法规、标准、程序和结果公开。推动推荐性国家标准全文公开。做好质量提升行动、执法专项行动信息公开，发布中国品牌价值评价结果，公开质量违法行为记录、缺陷产品名单及后续处理情况，促进中高端产品供给。及时公布流通领域商品质量抽检结果。加快推进全国 12315 互联网平台建设，做好消费者诉求数据分析结果公开工作。加大对查处假冒伪劣、虚假广告、价格欺诈等行为的公开力度。（商务部、质检总局、工商总局按职责分工分别牵头落实）

四、以政务公开助力惠民生

(一)推进扶贫脱贫和社会救助信息公开。围绕实施精准扶贫、精准脱贫，加大扶贫政策、扶贫对象、帮扶措施、扶贫成效、贫困退出、扶贫资金项目安排等信息公开力度。贫困县要公开统筹整合使用的涉农资金来源、用途和项目建设等情况；乡镇政府和行政村要公示建档立卡贫困人口和脱贫人口名单、扶贫项目实施情况。高度重视困难群众救助信息公开，进一步做好城乡低保、特困人员救助供养、医疗救助、临时救助等信息公开工作，切实增强公开的针对性和有效性，让困难群众知晓政策、得到保障。(国务院扶贫办、民政部按职责分工分别牵头落实)

(二)推进环境保护信息公开。实行环境保护例行新闻发布会制度，及时公开环境政策措施、环境治理工作进展等信息，特别是要加大重污染天气等治理措施、进展、成效方面的信息公开力度，主动回应社会关注的热点问题。开展城市水环境质量排名工作，每年公布水质最好和最差的城市名单。持续推进集中式生活饮用水水源水质监测信息公开。建立企业环境信息公开统一平台，集中发布重点排污单位环境信息。依法公开重特大或敏感突发环境事件调查结论、环境影响和损失的评估结果等信息。(环境保护部牵头落实)及时公开全面推行“河长制”工作实施方案、管理保护目标以及河湖保护情况。(水利部、环境保护部按职责分工分别牵头落实)

(三)推进教育卫生领域信息公开。进一步做好教育监管信息公开，继续推进高校本科教学质量报告、毕业生就业质量年度报告和高校信息公开年度报告公开，加大国家教育督导评估监测报告发布力度。有序公开全面改善贫困地区义务教育薄弱学校基本办学条件、农村义务教育学生营养改善计划、县域义务教育均衡发展督导评估认定、加快中西部教育发展等重点工作进展情况。推进义务教育招生入学政策公开，县级政府要公开义务教育招生范围、招生条件、学校情况、招生结果等信息。针对部分适龄儿童或少年延缓入学、休学或自行实施义务教育等特殊需求，做好政策解读工作。(教育部牵头落实)推行卫生计生重大民生决策事项民意调查制度。做好医疗机构院务公开和改善医疗服务行动计划落实情况公开工作，以设区的市为单位指导辖区内医疗机构公开常规医疗服务价格、常用药品和主要医用耗材价格信息。推进医德医风建设，建立违规违纪问题处理结果公开机制，改善群众就医感受。(国家卫生计生委牵头落实)

(四)推进食品药品安全领域信息公开。加大食品药品监管信息公开力度，公开食品药品安全违法行为处罚信息。定期公布全国食品抽检总体情况、发现的主要问题和核查处置情况。建设新媒体发布平台，强化食品安全定期常态化抽检信息公开机制，增强公众获取抽检结果、了解食品知识的便利度。进一步做好药品上市审批和监督检查信息公开，及时公布批准上市药品的受理、审评、

审批等相关信息，以及召回产品、停产整顿、收回或撤销证书等情况。做好医药代表登记备案信息公开工作。（食品药品监管总局牵头落实）

五、以政务公开助力防风险

（一）围绕防范金融风险推进公开。制定金融领域特别是金融市场相关政策时，在征求意见、对外发布等环节要高度重视政策解读和舆论引导，做到同步联动，防止脱节。密切关注政府债务、银行信贷、企业投资负债、金融市场运行、互联网金融、人民币汇率等方面的国内外舆情，针对误读、曲解、不实等情况，注重通过主要新闻媒体及时开展有理有据的回应，防止风险预期自我实现。及时发布资本市场违法违规案件查处情况和稽查执法工作动态，做好行政处罚决定、市场禁入决定和行政许可决定公开工作，不断提高执法公信力和透明度。（人民银行、财政部、国务院国资委、银监会、证监会、保监会、国家外汇局按职责分工分别牵头落实）

（二）围绕促进房地产市场平稳健康发展推进公开。加快建立统一规范、准确及时的房地产市场信息定期发布机制，做好对差别化信贷、因地制宜调控等房地产政策的解读工作，正确引导舆论，稳定市场预期和信心。加强房地产市场监管信息公开，严格规范房地产开发和中介市场秩序，防止虚假宣传、恶意炒作等加剧市场波动。深化棚户区改造及配套基础设施建设、农村危房改造相关政策措施执行情况公开工作，进一步做好保障性安居工程相关任务完成情况等方面的公开。指导、督促各地及时规范发布土地供应计划、出让公告、成交公示和供应结果信息，按季度公布房地产用地供应数据、城市地价动态监测数据等。加快建成省级征地信息公开平台，统一发布征地信息。（住房城乡建设部、国土资源部、人民银行、银监会按职责分工分别牵头落实）

（三）围绕防范遏制重特大生产安全事故推进公开。及时发布重特大事故预警信息和安全提示，做好重大风险隐患排查信息公开工作。加大安全生产监管监察信息公开力度，公开常规检查执法、暗查暗访、突击检查、随机抽查等执法信息。落实好安全生产不良记录“黑名单”制度，并向社会公布。（安全监管总局牵头落实）

六、增强政务公开实效

（一）全面落实“五公开”工作机制。认真落实《意见》及实施细则的相关要求，年内要完成“五公开”纳入办文办会程序、建立公开内容动态扩展机制等工作，加快制定主动公开基本目录，稳步有序拓展公开范围。各地区要按照统一部署，组织开展好基层政务公开标准化规范化试点，选好试点单位，做

细试点方案，确保取得实效。对涉及公共利益、需要社会广泛知晓的电视电话会议，除涉及国家秘密的外，要积极通过网络、新媒体直播等向社会公开。进一步做好全国人大代表建议和全国政协委员提案办理结果公开工作，对涉及公共利益、社会广泛关注的建议提案，原则上都要公开答复全文，及时回应关切，接受群众监督。

（二）进一步健全解读回应机制。切实落实《意见》及实施细则关于做好政策解读回应的相关规定。国务院有关部门主要负责人要履行好“第一解读人和责任人”的职责，充分利用新闻发布会、政策吹风会等方式，主动回应重大舆论关切，释放信号，引导预期。各地区各部门要按照“谁起草、谁解读”的原则，做到政策性文件与解读方案、解读材料同步组织、同步审签、同步部署。严格执行特别重大、重大突发事件最迟5小时内发布权威信息、24小时内举行新闻发布会的时限要求，落实通报批评和约谈制度，确保回应不超时、内容不敷衍。

（三）加强政务公开平台建设。各地区各部门办公厅（室）要切实履行对政府网站的监管责任，进一步加强和改进政府网站内容建设，做好日常监测和季度抽查，及时公开抽查情况；推进政府网站集约化，对保障不力的要关停上移，切实提高管理水平。按照全国政务服务体系普查要求，全面梳理进驻政务大厅服务事项、服务信息公开情况、系统建设情况等，认真组织填报，确保数据信息真实、准确、完整。要用好管好政务新媒体，明确开办主体责任，健全内容发布审核机制，强化互动和服务功能，切实解决更新慢、“雷人雷语”、无序发声、敷衍了事等问题。鼓励国务院各部门入驻国务院客户端。适应互联网发展要求，积极推进政府公报同步上网，加快历史公报数字化工作。

（四）依法规范依申请公开工作。加快推进政府信息公开条例修订工作。畅通依申请公开受理渠道，依法保障公众合理的信息需求。进一步规范依申请公开答复工作，严格按照法定时限答复，增强答复内容针对性并明示救济渠道，答复形式要严谨规范。对依申请公开工作中发现的依法行政方面问题，要及时向相关单位提出工作建议。对公众申请较为集中的政府信息，可以转为主动公开的，应当主动公开。

各地区各部门要结合实际，制定具体实施方案或工作安排，并在本要点公布后30个工作日内在本地区本部门政府网站公开。加强督查评估，将政务公开纳入绩效考核体系，无绩效考核体系的国务院部门，年内要建立政务公开专项考核机制。国务院办公厅适时对落实情况进行督查，组织开展第三方评估。

5、财政部 农业部发布 2017 年重点强农惠农政策

落实中央农村工作会议、中央 1 号文件精神，紧紧围绕农业供给侧结构性改革，2017 年中央财政继续加大支农投入，强化项目统筹整合。现将农业部、财政部共同实施的重点强农惠农政策发布如下。

一、农民直接补贴

1. 耕地地力保护补贴。补贴对象原则上为拥有耕地承包权的种地农民。补贴资金通过“一卡（折）通”方式直接兑现到户。具体补贴依据、补贴条件、补贴标准由各省、自治区、直辖市及计划单列市人民政府按照《财政部 农业部关于全面推开农业“三项补贴”改革工作的通知》（财农〔2016〕26 号）要求、结合本地实际具体确定。鼓励各地创新方式方法，以绿色生态为导向，提供农作物秸秆综合利用水平，引导农民综合采取秸秆还田、深松整地、减少化肥农药用量、使用有机肥等措施，切实加强农业生态资源保护，自觉提升耕地地力。

2. 农机购置补贴。补贴对象为按规定程序购买农业机械、直接从事农业生产的个人和农业生产经营组织。实行自主购机、定额补贴、县级结算、直补到卡（户）的补贴方式。各省对粮食烘干仓储、深松整地、免耕播种、高效植保、节水灌溉、高效施肥机具和秸秆还田离田、残膜回收、畜禽粪污资源化处理与病死畜禽无害化处理等支持绿色发展的机具要实行敞开补贴。

3. 玉米生产者补贴。在辽宁、吉林、黑龙江省和内蒙古自治区实施。补贴资金采取“一折（卡）通”等形式兑付给玉米生产者。具体补贴范围、补贴依据、补贴标准由各省（自治区）人民政府按照中央要求、结合本地实际具体确定。鼓励各省（自治区）将补贴资金向优势产区集中。

二、支持新型农业经营主体发展

4. 新型职业农民培育。将专业大户、家庭农场、农民合作社、农业企业、返乡涉农创业者等新型农业经营主体带头人作为重点培育对象，开展针对性培训，提升生产技能和经营管理水平。

5. 农民合作社和家庭农场能力建设。以制度健全、管理规范、带动力强的国家农民合作社示范社、农民合作社联合社和示范家庭农场为扶持对象，支持发展绿色农业、生态农业，提高农产品加工、标准化生产、市场营销等能力。

6. 农业信贷担保体系建设。建立健全全国农业信贷担保体系，推进省级信贷担保机构向市县延伸，支持有条件的市县尽快建立担保机构，实现实质性运营。重点服务种养大户、家庭农场、农民合作社等新型经营主体，以及农业社会化服务组织和农业小微企业，聚焦粮食生产、畜牧水产养殖、优势特色产业、农村新业态、农村一二三产业融合，以及高标准农田建设、农机装备设施、绿色生产和农业标准化等关键环节，提供方便快捷、费用低廉的信贷担保服务。

三、支持农业结构调整

7. 耕地轮作休耕制度试点。在辽宁、吉林、黑龙江省和内蒙古自治区开展粮改豆（粮豆轮作）试点，支持以玉米改种大豆为主，兼顾改种杂粮杂豆、马铃薯、油料、饲草等作物。在河北黑龙港地下水漏斗区、湖南长株潭重金属污染区、西南石漠化区及西北生态严重退化区开展休耕试点。中央财政对开展耕地轮作休耕制度试点的农户和新型经营主体给予适当补助。

8. 粮改饲试点。在“镰刀弯”地区和黄淮海玉米主产区实施。选择玉米种植面积大、牛羊饲养基础好、种植结构调整意愿强的县整体推进，采取以养带种方式推动种植结构调整。补助对象为规模化草食家畜养殖场（户）或专业青贮饲料收贮企业（合作社）。

9. 高产优质苜蓿示范基地建设。在苜蓿优势产区和奶牛主产区实施，支持饲草生产合作社、饲草生产加工企业、奶牛养殖企业（场）和奶农合作社集中连片种植高产优质苜蓿。

四、支持农村产业融合发展

10. 现代农业产业园建设。按照发布的国家现代农业产业园认定标准，在省级推荐基础上，创建一批国家现代农业产业园，中央财政通过以奖代补方式给予适当支持。

11. 农村一二三产业融合发展。以延伸农业产业链、完善利益联结机制为切入点，选择部分重点县支持带动与农民分享二三产业增值收益的新型农业经营主体开展农产品产地初加工、产品流通和直供直销、农村电子商务、休闲农业、乡村旅游、农业文化遗产发掘保护、产业扶贫等工作。

12. 信息进村入户整省推进示范。选择若干试点省份，依托现有的农村信息服务、金融保险、农商等平台，通过整合资源，完善功能，达到技术、市场、商务、政务等信息一站式服务。信息进村入户采取市场化建设运营，中央财政给予一次性奖补。

五、支持绿色高效技术推广服务

13. 绿色高产高效创建。突出水稻、小麦、玉米三大谷物，兼顾薯类大豆、杂粮杂豆、棉油糖、菜果茶等品种，选择一批生产基础好、优势突出、特色鲜明、产业带动强的县开展整建制创建，示范推广绿色高产高效技术模式，增加绿色优质农产品供给。

14. 基层农技推广体系改革与建设。支持农业县进一步健全基层公益性农技推广服务网络，开展技术指导服务，建设试验示范基地，培育农技示范主体，提升农技人员业务能力，加快推进农技推广信息化建设。

15. 农机深松整地。支持适宜地区开展农机深松整地作业。作业深度一般要求达到或超过 25 厘米，打破犁底层。鼓励依托专业化服务组织开展社会化服务。

16. 土地确权登记颁证。继续按计划推进农村土地承包经营权确权登记颁证，启动农垦国有土地使用权确权登记发证工作。

六、支持农业资源生态保护和面源污染防治

17. 草原生态保护补助奖励。在内蒙古、四川、云南、西藏、甘肃、宁夏、青海、新疆等 8 个省（自治区）和新疆生产建设兵团实施禁牧补助、草畜平衡奖励和绩效评价奖励；在河北、山西、辽宁、吉林、黑龙江等 5 个省和黑龙江省农垦总局实施“一揽子”政策和绩效评价奖励。

18. 发展南方现代草地畜牧业。以农牧业合作社和相关涉牧企业为主体，建设一批草地规模较大、养殖基础较好、发展优势较明显、示范带动能力强的牛羊肉生产基地，促进南方草地生态保护，发展草地畜牧业。

19. 耕地保护与质量提升。选择重点县分区域、分作物组装推广一批耕地质量建设和化肥减量增效技术模式，依托新型农业经营主体开展土壤培肥改良和科学施肥服务。在东北重点地区开展控制黑土流失、增加土壤有机质含量、保

水保肥、黑土养育等技术措施和工程措施。

20. 农作物秸秆综合利用试点。选择部分粮食主产区和农作物秸秆焚烧问题较为突出的省份开展农作物秸秆综合利用试点,实行整县推进,坚持多元利用、农用优先。

21. 渔业增殖放流和减船转产。在流域性大江大湖、界江界河、资源退化严重海域等重点水域开展渔业增殖放流。支持地方开展海洋捕捞渔民减船转产,同时支持渔船更新改造、渔船拆解、人工鱼礁、深水网箱、渔港及通讯导航等设施建设。鼓励地方政府统筹中央有关转移支付以及地方有关资金,支持长江流域水生生物保护区渔民转产转业、全面禁捕等工作。

22. 畜禽粪污资源化利用。选择部分生猪、奶牛、肉牛养殖重点县开展畜禽粪污资源化利用试点。按照政府支持、企业主体、市场化运作的方针,以就地就近用于农村能源和农用有机肥为主要利用方式,通过整县推进,改造完善粪污收集、处理、利用等整套粪污处理设施,实现规模养殖场全部实现粪污处理和资源化利用,努力形成农牧结合种养循环发展的产业格局。

23. 推广地膜清洁生产技术。支持西北、华北等旱作区推广地膜科学使用、合理养护、适时揭膜、机械捡膜等集成技术模式,并通过“以旧换新”等方式推进残膜回收利用。

24. 果菜茶有机肥替代化肥行动。选择果菜茶种植优势突出、有机肥资源有保障、有机肥施用技术模式成熟、产业发展有一定基础、地方有积极性的重点县开展有机肥替代化肥行动,以新型农业经营主体为承担主体,探索一批“果沼畜”“菜沼畜”“茶沼畜”等生产运营模式,推进资源循环利用。

25. 河北地下水超采综合治理。以黑龙港流域为重点,开展地下水超采综合治理,推广农艺节水措施,探索建立耕地休耕制度,推动农业结构调整。

26. 湖南重金属污染耕地综合治理。以长株潭地区为重点,开展重金属污染耕地综合治理,调整种植结构,加强耕地质量建设和污染修复治理。

七、支持农业防灾救灾

27. 农业生产救灾。立足地方先救灾、中央后补助,中央财政对各地农业重

大自然灾害及生物灾害的预防控制、应急救灾和灾后恢复生产工作给予适当补助。

28. 动物疫病防控。中央财政对动物疫病强制免疫、强制扑杀和养殖环节无害化处理工作给予适当补助。

29. 农业保险保费补贴。纳入中央财政保险保费补贴范围的品种为玉米、水稻、小麦、棉花、马铃薯、油料作物、糖料作物、能繁母猪、奶牛、育肥猪、森林、青稞、牦牛、藏系羊和天然橡胶，按照农业保险“自主自愿”等原则，农民缴纳保费比例由各省自主确定，一般不超过 20%，其余部分由各级财政按比例承担。

八、大县奖励政策

30. 产粮（油）大县奖励。包括常规产粮大县奖励、超级产粮大县奖励、商品粮大省奖励、制种大县奖励、产油大县奖励。大县标准和资金使用要求按照《产粮（油）大县奖励资金管理暂行办法》（财建〔2016〕866号）执行。

31. 生猪（牛羊）调出大县奖励。包括生猪调出大县奖励、牛羊调出大县奖励和省级统筹奖励资金。大县标准和资金使用要求按照《生猪（牛羊）调出大县奖励资金管理办法》（财建〔2015〕778号）执行。

6、中国传统工艺振兴计划

为落实党的十八届五中全会关于“构建中华优秀传统文化传承体系，加强文化遗产保护，振兴传统工艺”和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》关于“制定实施中国传统工艺振兴计划”的要求，促进中国传统工艺的传承与振兴，特制定本计划。

本计划所称传统工艺，是指具有历史传承和民族或地域特色、与日常生活联系紧密、主要使用手工劳动的制作工艺及相关产品，是创造性的手工劳动和因材施艺的个性化制作，具有工业化生产不能替代的特性。

一、重要意义

中国各族人民在长期社会生活实践中共同创造的传统工艺，蕴含着中华民族的文化价值观念、思想智慧和实践经验，是非物质文化遗产的重要组成部分。

我国传统工艺门类众多，涵盖衣食住行，遍布各族各地。振兴传统工艺，有助于传承与发展中华优秀传统文化，涵养文化生态，丰富文化资源，增强文化自信；有助于更好地发挥手工劳动的创造力，发现手工劳动的创造性价值，在全社会培育和弘扬精益求精的工匠精神；有助于促进就业，实现精准扶贫，提高城乡居民收入，增强传统街区和村落活力。

二、总体要求

（一）总体目标。立足中华优秀传统文化，学习借鉴人类文明优秀成果，发掘和运用传统工艺所包含的文化元素和工艺理念，丰富传统工艺的题材和产品品种，提升设计与制作水平，提高产品品质，培育中国工匠和知名品牌，使传统工艺在现代生活中得到新的广泛应用，更好满足人民群众消费升级的需要。到2020年，传统工艺的传承和再创造能力、行业管理水平和市场竞争力、从业者收入以及对城乡就业的促进作用得到明显提升。

（二）基本原则。

尊重优秀传统文化。尊重地域文化特点、尊重民族传统，保护文化多样性，维护和弘扬传统工艺所蕴含的文化精髓和价值。

坚守工匠精神。厚植工匠文化，倡导专注坚守、追求卓越，树立质量第一意识，推动品质革命，加强品牌建设，多出精品、多出人才。

激发创造活力。保护广大手工艺者个性，挖掘创造性手工的价值，激发因材施艺灵感和精心手作潜能，恢复和发展濒危或退化的优秀工艺和元素。

促进就业增收。发挥传统工艺覆盖面广、兼顾农工、适合家庭生产的优势，扩大就业创业，促进精准扶贫，增加城乡居民收入。

坚持绿色发展。增强生态保护意识，合理利用天然材料，反对滥用不可再生的天然原材料资源，禁止使用非法获取的珍稀动植物资源。

三、主要任务

（一）建立国家传统工艺振兴目录。以国家级非物质文化遗产代表性项目名录为基础，对具备一定传承基础和生产规模、有发展前景、有助于带动就业的传统工艺项目，建立国家传统工艺振兴目录。实施动态管理，鼓励地方参照建立本级的传统工艺振兴目录。对列入振兴目录的项目，予以重点支持。

（二）扩大非物质文化遗产传承人队伍。鼓励技艺精湛、符合条件的中青年传承人申报并进入各级非物质文化遗产代表性项目代表性传承人队伍，形成合理梯队，调动年轻一代从事传统工艺的的积极性，培养高水平大国工匠队伍。各地要通过多种方式，为收徒授艺等传统工艺传习活动提供支持。引导返乡下

乡人员结合自身优势和特长，发展传统工艺、文化创意等产业。

（三）将传统工艺作为中国非物质文化遗产传承人群研修研习培训计划实施重点。依托相关高校、企业、机构，组织传统工艺持有者、从业者等传承人群参加研修、研习和培训，提高传承能力，增强传承后劲。组织优秀传承人、工艺师及设计、管理人员，到传统工艺项目所在地开展巡回讲习，扩大传承人群培训面。倡导传承人群主动学习，鼓励同行之间或跨行业切磋互鉴，提高技艺水平，提升再创造能力。

（四）加强传统工艺相关学科专业建设和理论、技术研究。支持具备条件的高校开设传统工艺的相关专业和课程，培养传统工艺专业技术人才和理论研究人才。支持具备条件的职业院校加强传统工艺专业建设，培养具有较好文化艺术素质的技术技能人才。积极推行现代学徒制，建设一批技能大师工作室，鼓励代表性传承人参与职业教育教学和开展研究。支持有条件的学校帮助传统工艺传承人群提升学历水平。鼓励高校、研究机构、企业等设立传统工艺的研究基地、重点实验室等，在保持优秀传统文化的基础上，探索手工技艺与现代科技、工艺装备的有机融合，提高材料处理水平，切实加强成果转化。加强传统工艺的挖掘、记录和整理。对具有独特历史意义的濒危传统工艺项目，加快实施抢救性记录，落实保护与传承措施。鼓励出版有关传统工艺的专著、译著、图册等研究和实践成果。

（五）提高传统工艺产品的设计、制作水平和整体品质。强化质量意识、精品意识、品牌意识和市场意识，结合现代生活需求，改进设计，改善材料，改良制作，并引入现代管理制度，广泛开展质量提升行动，加强全面质量管理，提高传统工艺产品的整体品质和市场竞争力。鼓励传统工艺从业者在自己的作品或产品上署名或使用手作标识，支持发展基于手工劳动、富有文化内涵的现代手工艺。鼓励传统工艺企业和从业者合理运用知识产权制度，注册产品商标，保护商业秘密和创新成果。支持有条件的地方注册地理标志证明商标或集体商标，培育有民族特色的传统工艺知名品牌。鼓励拥有较强设计能力的企业、高校和相关单位到传统工艺项目集中地设立工作站，帮助当地传统工艺企业和从业者解决工艺难题，提高产品品质，培育品牌，拓展市场。依托乡村旅游创客示范基地和返乡下乡人员创业创新培训园区（基地），推动传统工艺品的生产、设计等和发展乡村旅游有机结合。开展多种形式的传统工艺大赛、技能大赛，发现、扶持传统工艺创意人才。

（六）拓宽传统工艺产品的推介、展示、销售渠道。鼓励在传统工艺集中的历史文化街区和村镇、自然和人文景区、传统工艺项目集中地，设立传统工艺产品的展示展销场所，集中展示、宣传和推介具有民族或地域特色的传统工艺产品，推动传统工艺与旅游市场的结合。在非物质文化遗产、旅游等相关节会上设立传统工艺专区。举办多种传统工艺博览会和传统工艺大展，为传统工

艺搭建更多展示交易平台。鼓励商业网站与相关专业网站设立网络销售平台，帮助推介传统工艺产品。

（七）加强行业组织建设。鼓励地方成立传统工艺行业组织。行业组织要制定产品质量行业标准，组织或支持开展面向本地区或本行业传承人群的培训和交流等活动，并提供信息发布、权益维护等服务。

（八）加强文化生态环境的整体保护。鼓励各地对传统工艺集中的乡镇、街道和村落实施整体性保护。结合传统村落、少数民族特色村镇和历史文化街区保护，注意保护传统工艺相关的文化空间和特定的自然人文环境。鼓励研发绿色环保材料，改进有污染的工艺流程，加强生态环境保护。整合现有资源开展非商业性象牙雕刻技艺研究和传承，引导和支持使用替代材料传承以象牙等珍稀动植物资源为原材料的相关技艺。

（九）促进社会普及教育。继续开展非物质文化遗产进校园等活动。支持各地将传统工艺纳入高校人文素质课程和中小学相关教育教学活动；支持大中小学校组织开展体现地域特色、民族特色的传统工艺体验和比赛，提高青少年的动手能力和创造能力，加深对传统文化的认知。鼓励电视、网络媒体等推出丰富多彩的传统工艺类节目。拍摄和译制传统工艺纪录片、教学片和宣传片，弘扬工匠精神，促进知识传播、普及和技艺交流，方便大众学习传统工艺知识。鼓励有关部门和社会组织积极参与或组织传统工艺相关活动，充分发挥各级公共文化机构的作用，依托公共文化服务场所积极开展面向社区的传统工艺展演、体验、传习、讲座、培训等各类活动，使各级公共文化机构成为普及推广传统工艺的重要阵地，丰富民众文化生活，增强传统工艺的社会认同。

（十）开展国际交流与合作。通过双边、多边渠道，组织传统工艺传承人、企业和行业组织代表开展国际交流和研修培训，以及技术领域的研究与合作，开拓视野，借鉴经验。

四、保障措施

（一）加强统筹协调。各级人民政府有关部门要结合发展繁荣文化事业和文化产业、精准扶贫、新农村建设、少数民族传统手工艺及特色村镇保护与发展、传统村落保护、美丽乡村建设、乡村旅游发展等工作，积极探索振兴传统工艺的有效途径。广泛开展面向农村剩余劳动力、城市下岗职工、城乡残疾人、返乡下乡创业创新人员、民族地区群众的手工艺技能培训，鼓励其从事传统工艺生产。引导非物质文化遗产生产性保护示范基地发挥示范引领作用。

（二）落实支持政策。利用现有资金渠道，对符合规定的传统工艺相关项目以及特色文化产业传统工艺发展予以适当支持。将传统工艺展示、传习基础设施建设纳入“十三五”时期文化旅游提升工程。传统工艺企业符合现行小微

企业和高新技术企业等税收优惠政策条件的，可按规定享受税收优惠政策。

(三) 加强金融服务。探索建立传统工艺企业无形资产评估准则体系，支持符合条件的传统工艺企业融资发展。鼓励金融机构开发适合传统工艺企业特点的金融产品和服务，加强对传统工艺企业的投融资支持与服务。

(四) 鼓励社会参与。鼓励社会力量兴办传统工艺企业，建设传统工艺展示、传习场所和公共服务平台，举办传统工艺的宣传、培训、研讨和交流合作等。

二、经济观察

1、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	0
面 粉	富强粉	千克	6.22	-0.1	-1.6
面 粉	标准粉	千克	5.18	0	0
豆制品	豆腐	千克	4.82	0.01	0.2
花生油	压榨一级	升	27.91	0.02	0.1
大豆油	5L 桶装	升	9.94	-0.01	-0.1
菜籽油	一级散装	升	13.97	-0.05	-0.4
猪 肉	猪肉后臀 尖(后腿 肉)	千克	28.76	-0.39	-1.3
猪 肉	五花肉	千克	30.15	-0.29	-1
牛 肉	腿肉	千克	67.04	-0.04	-0.1
羊 肉	腿肉	千克	58.33	-0.2	-0.3
鸡	白条鸡	千克	21.59	-0.07	-0.3
鸡	鸡胸肉	千克	20.13	-0.01	-0.1
鸭	白条鸭	千克	17.62	-0.14	-0.8
鸡 蛋	散装鲜鸡 蛋	千克	7.53	-0.02	-0.3
活鲤鱼		千克	15.3	0.11	0.7
活草鱼		千克	17.1	0.31	1.9
带 鱼		千克	38.35	0.1	0.3
大白菜		千克	2.46	-0.01	-0.4
油 菜		千克	4.61	-0.06	-1.3
芹 菜		千克	5.26	-0.17	-3.1
黄 瓜		千克	6.21	-0.69	-10
西红柿		千克	7.89	-0.29	-3.6

豆角		千克	12.23	0.19	1.6
土豆		千克	4.67	0.05	1.1
苹果	富士苹果	千克	11.74	0.03	0.3

2、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 3 月中旬，与 3 月上旬相比，17 种产品价格上涨，29 种下降，4 种持平。

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期	价格涨跌 (元)
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	3833	24	0.6
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	3876.3	7.5	0.2
普通中板（20mm, Q235）	吨	3775.8	-19.4	-0.5
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	3883.1	-53.7	-1.4
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	4514.7	4.8	0.1
角钢（5#）	吨	3895.7	-47.1	-1.2
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	47253	-92.6	-0.2
铝锭（A00）	吨	13557.8	-56.2	-0.4
铅锭（1#）	吨	18057.5	-248.8	-1.4
锌锭（0#）	吨	22906	547.2	2.4
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	265	-5	-1.9
烧碱（液碱，32%）	吨	955.5	9.5	1
甲醇（优等品）	吨	2628.3	-101.4	-3.7
纯苯（石油苯，工业级）	吨	6887.5	-800	-10.4
苯乙烯（一级品）	吨	10152.5	-369.4	-3.5
聚乙烯（LLDPE, 7042）	吨	9548	-175.7	-1.8
聚丙烯（T30S）	吨	8467.7	-306	-3.5
聚氯乙烯（SG5）	吨	6417.5	-16.9	-0.3
顺丁胶（BR9000）	吨	20143.3	-2189.8	-9.8
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	8250	-587.5	-6.6

四、石油天然气				
液化天然气 (LNG)	吨	3360.3	-36.4	-1.1
液化石油气 (LPG)	吨	3912.3	-105.7	-2.6
汽油 (95#国V)	吨	6904.5	-120.4	-1.7
汽油 (92#国V)	吨	6352.4	-81.4	-1.3
柴油 (0#国V)	吨	5727.3	-115.7	-2
石蜡 (58#半)	吨	7711.9	124.4	1.6
五、煤炭				
无烟煤 (2号洗中块)	吨	947.5	6.2	0.7
普通混煤 (4500大卡)	吨	490	6.2	1.3
山西大混 (5000大卡)	吨	545	3.1	0.6
山西优混 (5500大卡)	吨	598.3	3.3	0.6
大同混煤 (5800大卡)	吨	633.3	6.4	1
焦煤 (1/3焦煤)	吨	1100	0	0
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5R袋装)	吨	323.2	22.5	7.5
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5散装)	吨	352	31.1	9.7
浮法平板玻璃 (4.8-5mm)	吨	1513.7	-2.9	-0.2
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4364.4	0	0
小麦 (国标三等)	吨	2639.5	10.7	0.4
玉米 (黄玉米二等)	吨	1518.9	14.8	1
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	15626.8	0	0
生猪 (外三元)	千克	15.6	-0.5	-3.1
大豆 (黄豆)	吨	4167.2	-7	-0.2
豆粕 (粗蛋白含量 \geq 43%)	吨	3090.2	-54.8	-1.7
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1701.9	-23.6	-1.4
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2282.5	60	2.7
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	22958.3	-735.5	-3.1
九、林产品				
人造板 (1220*2440*15mm)	张	49.8	0	0
纸浆 (漂白化学浆)	吨	5079.4	-116.7	-2.2
瓦楞纸 (高强)	吨	3648.3	-244.2	-6.3

3、2017年1-2月保险统计数据

一、原保险保费收入 11902.81 亿元，同比增长 31.27%

产险公司原保险保费收入 1654.40 亿元，同比增长 10.35%；寿险公司原保险保费收入 10248.40 亿元^[1]，同比增长 35.41%。

产险业务原保险保费收入 1535.27 亿元，同比增长 9.38%；寿险业务原保险保费收入 9167.96 亿元，同比增长 34.81%；健康险业务原保险保费收入 1069.51 亿元，同比增长 42.30%；意外险业务原保险保费收入 130.07 亿元，同比增长 16.67%。

产险业务中，交强险原保险保费收入 280.20 亿元，同比增长 4.32%；农业保险原保险保费收入为 56.65 亿元，同比增长 37.98%。另外，寿险公司未计入保险合同核算的保户投资款和独立账户本年新增交费 1653.24 亿元，同比下降 61.36%。

二、赔款和给付支出 2241.61 亿元，同比增长 18.06%

产险业务赔款 706.92 亿元，同比增长 5.06%；寿险业务给付 1317.28 亿元，同比增长 25.48%；健康险业务赔款和给付 186.91 亿元，同比增长 25.14%；意外险业务赔款 30.51 亿元，同比增长 14.02%。

三、资金运用余额 138521.65 亿元，较年初增长 3.44%

银行存款 25809.65 亿元，占比 18.63%；债券 45176.39 亿元，占比 32.61%；股票和证券投资基金 17967.54 亿元，占比 12.97%；其他投资 49568.07 亿元，占比 35.79%。

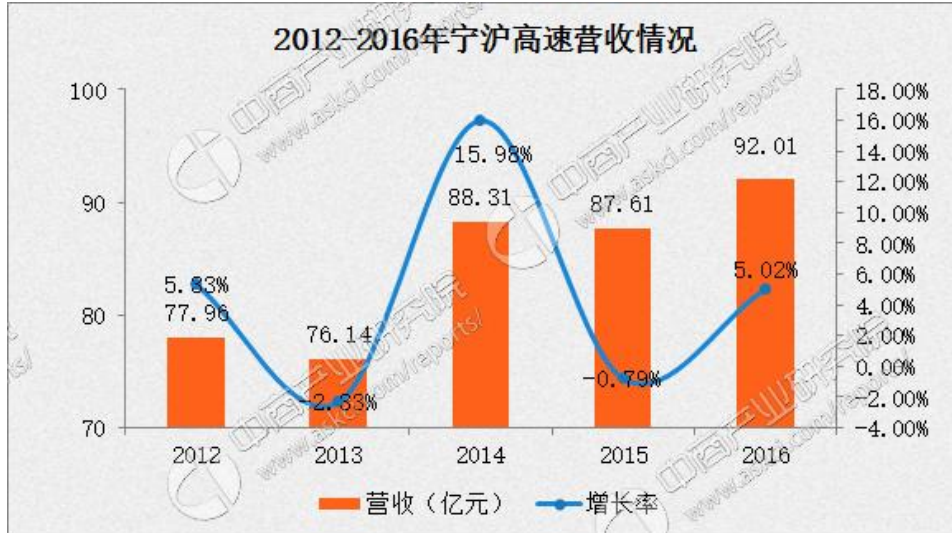
四、总资产 159578.04 亿元，较年初增长 5.56%

产险公司总资产 24556.69 亿元，较年初增长 3.42%；寿险公司总资产 124583.77 亿元，较年初增长 0.17%；再保险公司总资产 2727.70 亿元，较年初下降 1.22%；资产管理公司总资产 431.27 亿元，较年初增长 1.17%。

五、净资产 17708.50 亿元，较年初增长 2.71%。

4、宁沪高速 2016 年报：净利润 33.46 亿 同比增长 33.49%

3月26日，宁沪高速（600377）发布2016年年报，公司2016年1-12月实现营业收入92.01亿元，同比增长5.02%，公路铁路运输行业营业平均收入增长率为-17.21%；归属于上市公司股东的净利润33.46亿元，同比增长33.49%，公路铁路运输行业平均净利润增长率为6.24%。



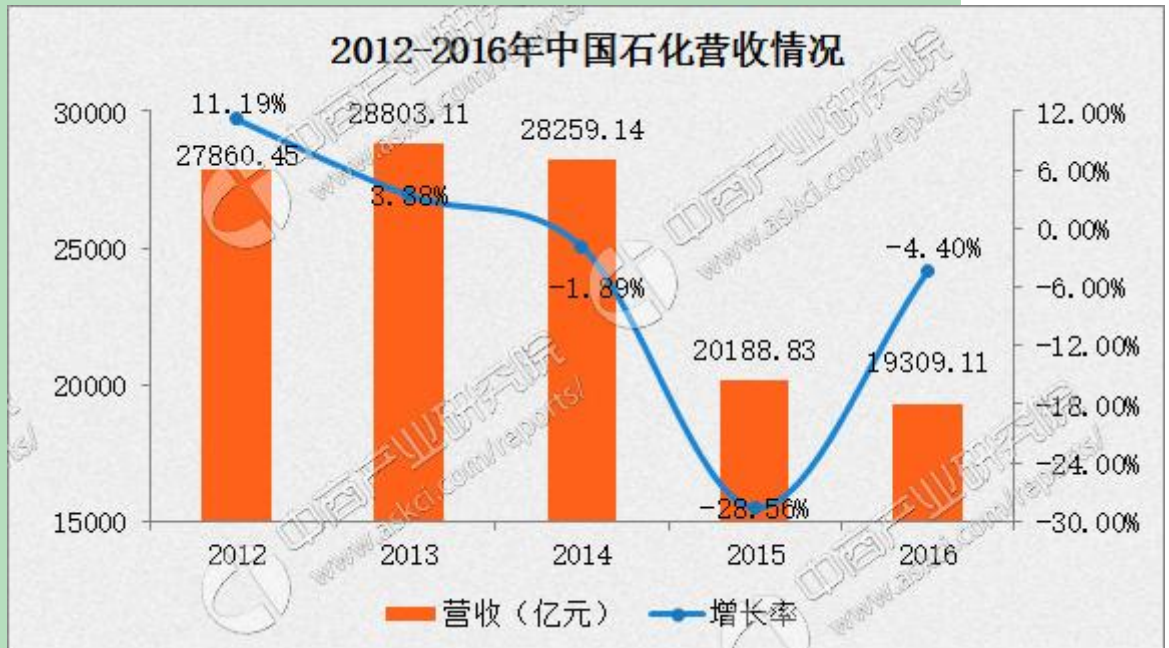
数据来源：中商产业研究院整理



数据来源：中商产业研究院整理

5、中国石化 2016 年报：营收同比下滑 4.4% 净利润同比增长 43.8%

中国石化披露 2016 年报显示，2016 年度实现营收 1.93 万亿，同比下滑 4.4%；实现净利 464 亿元，同比增长 43.8%。但归属于母公司股东的扣非净利润仅为 297 亿元，同比提高 2.8%。



数据来源：中商产业研究院整理



数据来源：中商产业研究院整理

查询历史数据，2012-2016年中国石化营收持续减少，五年时间减少8551.34亿元，累计减少30.69%。2014年开始中国石化净利润化持续两年下降，2016年净利润开始增长，但是相比2012年，净利润减少170.80亿元，累计减少26.90%。

2016年，中国石化营业收入为人民币亿元，同比降低4.9%。主要归因于石油、石化产品价格下跌。2016年，外销原油、天然气及其他上游产品营业收入为人民币474亿元，同比降低，主要归因于原油价格及销量均同比下降。

2016年，中国石化炼油事业部和营销及分销事业部对外销售石油产品（主要包括成品油及其他精炼石油产品）实现的对外销售收入为人民币亿元（占中国石化营业收入及其他经营收入的），同比降低6.3%，主要归因于各类炼油产品价格下跌的影响。汽油、柴油及煤油的销售收入为人民币亿元（占石油产品销售收入的），同比降低4.4%；其他精炼石油产品销售收入人民币亿元（占石油产品销售收入的），同比降低。

中国石化化工产品对外销售收入为人民币亿元（占中国石化营业收入及其他经营收入的），同比增长2.8%。主要归因于化工产品销量同比增长较大。

另外，公司披露今年一季度业绩预告，预计净利同比增长150%左右，因为今年第一季度国际原油价格同比大幅增长，上游板块同比减亏；中下游产品市场需求稳定，盈利能力同比增长。

中国石化26日晚间公告，公司预计2017年第一季度实现归属于母公司股东的净利润与上年同期相比，将增长150%左右。上年同期归属于母公司股东的净利润为61.85亿元，基本每股收益0.051元。

三、投资市场

1、2016年下半年北京PE指数发布，募资市场持续升温

3月23日，在北京市金融工作局指导下，北京市金融发展促进中心、北京股权投资基金协会联合发布2016年下半年北京PE指数。2016年下半年北京PE

指数为 124.00，环比增长 4.88%，同比增长 11.05%。从整体上看，2016 年下半年北京 PE 指数延续了 2016 年上半年的探底回升趋势，并迈向近年来的新高。



从指数分项指标看，2016 年下半年募资指标为 126.07，环比增长 9.03%；投资指标为 121.25，环比增长 2.64%；退出指标为 134.33，环比增长 5.51%；信心指标为 120.50%，环比增长 3.88%。（如下图）







指标数值的变化反映出，2016年下半年，北京地区私募股权投资行业的募资规模、投资规模、退出规模均达到历史最高。其中，募资指标增幅最大，调研数据显示，业内多家优秀投资机构管理人在2016年下半年均完成了10亿元人民币规模以上的基金募集，其中不乏百亿级基金规模，由此带来了募资指标的大幅上涨。

与募资指标的大幅增长相比，投资指标和退出指标增长相对平稳。根据调研机构数据，投资市场规模总体上小幅上涨，其中VC机构平均投资规模下降，PE机构平均投资规模上涨。VC机构投资的企业偏早期，相对投资风险更大，而PE机构投资的企业相对成熟，从机构数据上看其投资规模并未受经济不确定性影响，下半年并购投资、PIPE投资案例的增多一定程度上使得PE机构投资规模呈上涨态势。退出指标环比增长5.51%，为近期最大增幅。PE/VC退出环境不断完善，退出渠道多元化，特别是“新三板”企业挂牌数量的增加，为退出指标的良好走势提供了有力支撑。

从信心指标上看，2016年下半年募资、投资、退出市场的持续向好给投资人带来了信心的增长。机构投资人对未来半年行业总体评价较上一期微涨，达到1.0，即认为行业未来半年会保持平稳发展态势；而机构对自身业务评价和对被投资企业运营情况的未来半年评价都维持在较乐观水平，分别达到了1.6和1.8；对于未来募资情况的预期，机构投资人较谨慎，虽相比上一期募资预期分项指标有所增长，但仍然在1以下；而对于投资预期，投资人认为适合投资项目的可在3-6个月期间，对未来半年可投的项目数量持谨慎态度。



2016年下半年市场的数据表现和投资人对未来半年募资、投资预期的反差，主要缘于投资人对于未来激烈市场竞争的预期。随着市场升温，部分国有资本通过参与设立股权投资基金进入市场，一些优秀投资机构完成了大规模的基金募资，其中不乏优秀VC机构布局PE基金、并购基金，市场参与者增多，股权投资机构多元化布局，市场竞争愈加激烈。同时，募资的快速增长，带来了市场可投资本量的上涨，在未来可投资项目相对稳定的情况下，市场估值会走高，投资成本预计增加。因此，虽然2016年下半年市场募资、投资、退出数据都有很好的增长，但投资人对未来半年的募资和投资预期还是持谨慎态度。

2016年9月20日，国务院发布《关于促进创业投资持续健康发展的若干意见》，从投资主体、资金来源、政策引导、退出机制等多个方面对创业投资发展进行了全方位的顶层设计。政策利好下，股权投资行业迎来黄金发展时期，更多资金、更多参与者进入这个行业，带来市场竞争的同时，也有利于提高行业从业者专业素质，促进行业内机构向着更加专业化、市场化方向发展，从而更充分发挥股权投资支持实体经济的作用。而北京作为创新创业最活跃的地区，无论是金融工具产品的创新，还是优质创业项目的聚集，都为股权投资行业提供了有力的支持，股权投资行业作为企业融资渠道的重要一环，必将为北京产业发展提供重要的资本支撑。

北京地区私募股权投资行业发展指数（以下简称“北京PE指数”）是在北京市金融工作局指导和支持下，由北京市金融发展促进中心、中国股权投资基金协会、北京股权投资基金协会、北京大学金融与产业发展研究中心以及清科研究中心共同编制，并得到多家业内有影响力的PE和VC投资机构支持。北京PE指数以2013年上半年为基期，每半年编制发布一期。

2、北拓资本合伙人：把握历史机遇，打造中国新三板精品投行第一品牌

2017年3月5日上午，第十二届全国人民代表大会第五次会议在人民大会堂举行开幕会，国务院总理李克强作政府工作报告，在提及2017年重点工作任务时，政府工作报告首次提到了“积极发展新三板”。2017年的新三板市场，挂牌企业数量超过10000家，成为承载中国经济转型希望的新兴资本市场。与此同时，沪深A股IPO新股发行加速，制度改革预期渐起，新三板Pre-IPO项目受到追捧，投融资需求持续升温。根据证监会主席刘士余在2月26日的公开表态，2016年全年新三板市场融资额已经超过1390亿元，“新三板的功能越来越突出，它将发挥更大的作用。”

随着新三板市场功能的逐渐明晰，必然催生新型中介机构，匹配新兴产业成长型企业的资本需求，为其提供市场化且回归企业价值基本面的定价、融资和交易等投行服务，原有“通道式”资本生态必将发生改变。

始创于2013年7月的北拓资本，两位北大“85后”创始合伙人朱正国、黄少东分别来自九鼎、高盛。北拓资本团队80余人，总部座落于北京金融街股权转让公司正对面，2016年全年共操作40余个项目，帮助新三板企业完成融资、交易总额近50亿元。

新三板发展空间巨大、势头强劲，北拓资本顺势而为

“势有必至，理有固然。古往今来，但凡能成就一番事业的‘团队’，都必须顺应时势，并遵循事物发展的客观规律。”北拓资本董事长兼CEO、创始人朱正国表示。

首先，我们判断中国经济体正处于高速证券化的进程中，如果从股权分置改革到创业板的推出是证券化的第一波浪潮，那么新三板就是证券化的第二波浪潮。4年前，北拓团队基于对这个趋势的判断，聚焦新三板市场，并伴随着这个市场的快速发展而发展，不断进击。今天新三板市场挂牌企业已经超过10000家，北拓团队植根新三板的拓荒、探索、坚守和收获，让我们更加坚信这个判断。

我们认为中国多层次资本市场可以容纳几万甚至超过十万家挂牌企业，这些企业背后真正的价值在于能够不断创新、善于组织资源并持续创造价值的企

业家才能。新三板作为多层次资本市场的重要层次，是中国资本市场市场化改革的先行战场，一定程度上承载着推动投融资逻辑回归企业价值基本面、促进资源有效配置、推动中国经济转型的使命。这两个因素，都使得新三板成为孕育万亿级别投行市场机会的“土壤”。

我们坚信这样庞大的市场足以支撑有持续竞争力的新型中介机构的成长。可以说几年来新三板经历了“积数成气，积气成势”的过程，趋势已经形成，我们需要做的是顺势而为之。

利用规模化、标准化、流程化、体系化的精品投行服务，解决企业痛点

北拓资本现阶段对“新三板精品投行”的定义包括：股权融资、大宗交易、投资并购、市值管理四大业务。

目前，股权融资和大宗交易是企业的“痛点”，作为北拓的标准化业务；投资并购和市值管理是企业的“痒点”，作为北拓的个性化业务。我们现阶段专注解决“痛点”，布局并针对性解决“痒点”。未来三到五年，这四个业务的市场空间会随着企业的成长和市场流动性的改善而增长。

目前市场上“全民FA”、“个人FA”风潮四起，但我们认为这并不是把握大趋势的商业模式。真正优秀的投行不是散点式的撮合、简单的人脉搭建和初级的信息传递，而是在具备专业分析能力的基础上，深入挖掘企业的多维度价值，精准有效地传递给市场，为企业量身定制个性化的资本运作和解决方案。基于对新三板投行市场的长期判断，北拓对标国际投行模式，致力于打造规模化、标准化、流程化、体系化的组织架构和业务模式，源源不断为市场的优质企业输出高质量的投资银行服务。

通过专业的服务以及市场的检验，北拓资本对精品投行业务能力做出四方面定义：信息不对称的能力，在资产端体现为我们对一大批基本面优质企业实际控制人真实想法和诉求的把握，在资金端体现为对全市场超过 2800 家投资机构投资偏好和流程的深入了解；专业判断的能力，即对企业真正商业价值的梳理、判断和传递，这是精益求精的；服务的能力，在资产和资金的撮合服务中，北拓团队在不同阶段会有二十余位同事介入同一项目，流程化和标准化服务的品质远超几个人的小团队；影响的能力，在资产端和资金端拥有可以影响融资、投资实际决策者的市场声誉和专业程度，比如在定价这个关键问题上，企业对融资价格和融资成功概率之间的取舍，北拓能够提供专业建议共同参与决策。

合伙人黄少东强调，北拓把“客户利益永远至上”作为团队开展业务的核心价值观，只要抓住了客户的“心”，我们坚信一定能把事情做好。以标准化的股权融资和大宗交易服务为例，我们希望为企业达到三个意义层层递进的目标和价值：初级目标是成功发行和成功交易；中级目标是溢价发行和溢价交易；最高目标是达到资源的整合。在成功发行的基础上，我们认为企业融资是多轮博弈，是持续的资本形象塑造，不可为“溢价发行”而竭泽而渔，最理想的结果是达到资源整合。以夜光达（838321）2016年年底5.08亿元定增融资为例，北拓团队以成功发行为目标，经历四个月实现溢价发行，最终引入了可以为该企业外省业务拓展提供战略支持的投资机构。

人才与产品竞争战略并举，打造中国新三板精品投行第一品牌

作为一个新兴市场的拓荒者和先行者，朱正国分享他的成功秘诀：市场是最好的大学、客户是最好的老师、实战是最好的积累经验的学习过程，打胜仗是最好的团队建设，成功案例是最漂亮的成绩单。2016年，北拓资本成功地帮助新三板教育第一股——华图教育（830858.00）以近100亿估值完成新股发行时，北拓的项目执行团队很为自己感到自豪。

与此同时，投行业务是基于人才的生意，优秀的人才才是北拓团队战斗力和生产力的源泉。在搭建组织化架构的过程中，我们致力建立合理与明确的激励约束制度，更进一步地，通过合理的现金和适度的股权激励制度吸引、培养和留住优秀人才。

朱正国强调，北拓资本的战略目标是找准细分市场，开创新品类，专注聚焦，通过“饱和攻击”以夺取心智优势，成为“中国新三板精品投行第一品牌”。变局之中，百舸争流，以新三板为代表的资本市场市场化进程中，注定要诞生新一批领跑证券化浪潮的金融机构，我相信北拓资本会在这场重构与进化的趋势中作为一股积极的力量引领市场化和证券化进程的发展。

3、你爱喷香水？迪奥？纪梵希？但你知道巨头们正在分食这些小众香水品牌吗？

本周一，法国奢侈品集团 LVMH 宣布收购了一个法国的独立香氛品牌，叫 Maison Francis Kurkdijan。

这一品牌出自世界级香氛大师 Francis Kurkdijan 之手，创立于 2009 年，旗下产品除香水外，还有沐浴香氛泡泡、纺织品洗涤剂品类。

有报道显示，自成立以来，这个品牌的销售额每年都以两位数的速率增长。2015 年，它的销售额已达 2500 万美元，较 2014 年时大幅提升了约 40%。所谓小众香水品牌，其产量往往有限，高销售额其实也意味着高昂的定价，而 Maison Francis Kurkdijan 香水的平均售价是 1200 欧元/70 ml，约合人民币 9000 元。

LVMH 集团承诺，在完成收购后，将帮助品牌扩大生产规模，加速国际市场扩张的步伐。而在其独自运营的这 8 年时间里，该品牌分别在巴黎、中国台湾、马来西亚、迪拜四个地方拥有共 8 家门店外，还在 40 多个国家拥有 500 多个销售点。

交易的具体金额不得而知，想来也是不菲。

不过，旗下已经拥有迪奥、娇兰、纪梵希、Kenzo、帕尔马之水等多个明星香水品牌的 LVMH 为何又要收购这么一家并不为消费者熟知的香水品牌呢？

简而言之有三点：

- 1、香水依旧是高利润品类
- 2、全球香水市场稳中有升
- 3、商业香水不再受欢迎

香水，在奢侈大牌的产品线中一直有着甚为独特的地位，尤其近年来，成衣、鞋履、箱包品类销售表现疲软，香水业务往往就成了财报中难得的亮点。原因无外乎两点：其一，卖香水的利润破为可观；其二，单品价格较之服装等品类要“民主化”得多，可以帮助品牌触及到核心产品所不能触及的一些用户，以扩大目标受众群。而来自伦敦 Future Market Insights 的报告显示，到 2017 年年底，全球香水市场将当达到 396 亿美元的规模，2016 年至 2026 年间，将保持 5.9% 的年均增长。

显然，如此一块丰润可口的大蛋糕，巨头没有道理不出手。这也就不难理解 Louis Vuitton 在阔别了香水市场 90 年后，又于去年推出了新品。

但是，还需要注意的是，诸如迪奥、娇兰、纪梵希、Kenzo 这些大牌旗下的香水，已经没那么吃香了。现在的消费者，尤其是年轻消费者，似乎更青睐的是那些名字你都念不顺的.....小众香水。

老实说，而今祖马龙已有成为“街香”之势，再要说“小众”是有点名不符实的，更恰当的叫法是沙龙香。

这一概念，是由香水届奥斯卡 FiFi 奖主办方“香水基金会”建立的，用以将其与更为大众所知的，诸如迪奥、香奈儿、爱马仕之类的商业香水区分开来。

据公众号“香水时代”的文章介绍，一般来说，沙龙香水的用料要优于商业香水，价格上也会更贵一些。在产品创意上，由于能更遵循调香师的意愿而不受市场的制约，因此香味更加个性、更有趣、更独特。沙龙香水不像品牌香水那样需要庞大的销量，通常只在少量的专卖店销售，或者只通过网络销售，很多香水产量不大，有一种“限量版”的感觉。另外在瓶身设计方面趋向于单一化，大多使用统一的香水瓶，而不像商业香水那样每一款香水都有独自の瓶身。沙龙香水大多只专注于香水，不像香奈儿等品牌一样，香水只是它们的一部分业务。

沙龙香水品牌的专注与独特戳中了反感于“千人一味”的年轻消费者。

事实上，他们不仅不愿意跟大多数人闻起来一个味道，甚至不愿意每天都闻起来是一个味道。欧睿咨询的化妆品分析师 Eleanor Dwyer 曾说，“很多人从来没有听过 Frederic Malle, Le Labo 和 By Kilian，但这就是让这些香水更酷的原因。因为这和你每天闻到的‘街香’不一样。对于消费者来说，发现这些小众香水的过程就好像发现新大陆，有人找到了它们，喜欢，然后会购买并使用。”

显然，行业的巨头们也观察到了这一点。所以近年来纷纷开始向这些沙龙香水品牌抛出橄榄枝。

资生堂收购 Serge Lutens

2015 年 12 月，日本美妆巨头资生堂（Shiseido）宣布收购法国高端小

众香水品牌 Serge Lutens。该品牌由制片人、造型师、摄影师及时尚设计师 Serge Lutens 创立于 2000 年。Serge Lutens 的香水多以东方香调、木香调等比较厚重的香调为主，价格上没有 Maison Francis Kurkdijan 那么夸张，也是千元左右 50ml。

雅诗兰黛集团

Editions de Parfums Frédéric Malle

2014 年 11 月，雅诗兰黛宣布收购 Editions de Parfums Frédéric Malle。这一品牌由 Frédéric Malle 创立于 2000 年。Malle 容许每位香氛艺术家创作他们梦寐以求的香氛，而这些香氛配方一般不被香氛业界采纳。对很多香氛师来说，能够随心所欲，尽情表达所思所想，不受任何经济上或市场推广上的制爪，是千载难逢的机会。

数据显示，2015 年，Editions de Parfums Frédéric Malle 香水的批发销售额约 1600 万美元以上。

Le Labo

由 Fabrice Penot 和 Eddie Roschi 联合创办于 2006 年的 Le Labo，同样被雅诗兰黛收购于 2014 年。与上面提及的品牌不一样的是，这是一个来自纽约的高端小众香水品牌。

By Kilian

2016 年 2 月，美国美妆巨头雅诗兰黛集团收购 By Kilian，后者是一个由调香师 Kilian Hennessy 创立于 2007 年的法国高端香水品牌，市场规模于 LVMH 标的的 Maison Francis Kurkdijan 相当。业内估计收购价或为 8000 万美元。

巨头的收购热潮并未散去，可以想见的是，接下来一段时间，会不断地有新闻冒出，说哪个奢侈集团又收购了个你从来没听过的香水品牌。巨头们拼手速拼眼光的时候到了。华丽志有文章预言，下一波热门标的应该是 Creed、Memo Pairs 和 Juliette Has a Gun 这三个品牌，你们觉得呢？

4、洋葱海外仓获险峰旗云、亦联资本过亿元 B 轮融资，一年内完成 2 轮融资

3月23日，国内跨境电商洋葱海外仓宣布完成过亿元 B 轮融资，由险峰旗云、亦联资本共同参投，星汉资本担任本轮独家财务顾问。去年曾获国泰君安力鼎投资数千万人民币 A 轮投资，一年内，公司完成两轮融资。

其中，投资方亦联资本是欢聚时代 YY 旗下独立基金，专注互联网、教育、媒体、消费等行业。管理团队具有超过 10 年投资和管理经验，在中美成功地运作过企业的上市、兼并和收购交易，如分众传媒、PPTV、游戏谷、51talk 等企业。

洋葱海外仓成立于 2015 年 9 月，是一家综合跨境电商服务平台，旗下有洋葱海外仓、洋葱 DSP、洋葱海外聚合供应链等。创始团队在渠道拓展、电商营销、零售运营、商品管理、及跨境贸易等领域积累超过 15 年经验。数据显示，2016 年公司 GMV 已达 5 亿，实现盈利过千万，拥有 6 万多加盟渠道。

数据显示，进口跨境电商市场规模自 2012 年起均保持 30% 以上的年增长率，2016 年交易规模已达 1.5 万亿元，2017 年达 2 万亿级别。洋葱目前拥有 6 大海外仓，所有商品 100% 自采直邮。通过深耕产业链上中下游，逐步构建起高门槛的核心壁垒。

洋葱海外仓创始人李淙表示：“跨境电商，应该是两部分，跨境和电商，而跨境部分比拼的是综合进口贸易能力，供应链、进口清关、合法税收，配送物流的高度整合都是基于成本和效率的迫切需求，而帮助更多优质品牌进入国内，避开爆款集中化的业态，令消费者更方便地享受到优质商品，这才是跨境的未来趋势。而电商讲的是渠道，不应该考虑流量聚合的大平台模式，而是建设更多元化更立体的渠道来覆盖和渗透市场，这是生意的传统本质。在中国就是渠道为王，我们是用正常生意的逻辑来做项目，而非简单的互联网概念。”

险峰旗云的合伙人王世雨认为：“虽然玩家众多，但行业纵深涉猎不够，造成打法单一，同质化严重的市场环境。同时，受新政影响，跨境税收及准入清单逐渐规范，许多新生跨境企业经营空间萎缩，而资历悠久的跨境 B2C 平台同样面临流量瓶颈，价格竞争，留存率下滑的困境。低价获客，烧流量的时代早已结束，随着税收政策日益明朗规范，成本上扬，行业已迎来阵痛期。随着二三线市场的消费升级被拉动，在刚需带动下，跨境进口增长势头依旧强劲，市场

下沉空间更大。进口跨境电商进入下半场，竞争格局才刚刚拉开序幕。”

5、“和金在线”完成新一轮融资，为保险业提供大数据解决方案

3月23日消息，保险行业的第三方大数据公司“和金在线”宣布完成新一轮融资，由博将资本领投，红点创投跟投。此前，和金在线完成两轮融资。

和金在线融资表			投资界制表
时间	轮次	资金	投资方
2015.1	A轮	600万美元	红点创投
2016.2	A+轮	数百万美元	晨兴创投、红点创投
2017.3	—	—	博将资本、红点创投

成立于2015年9月的和金在线，抓住保险业获客及控费两大痛点，主要为保险行业提供第三方大数据闭环解决方案，用大数据技术推动保险行业数字化转型。

和金在线创始人王亚卿表示，本轮融资之后将重点发力两个方面：一是继续拓展与更多国内保险公司的合作，夯实公司在保险大数据行业已经取得的领先地位；二是引进更多全球顶级的数据科学家，结合人工智能，探索保险业大数据新的应用领域、进一步挖掘保险大数据的商业价值。

博将资本创始合伙人罗阗认为，企业服务、云计算和大数据是近几年的重点投资方向，尤其看好深耕细分领域、创建行业信息互联互通、改善行业传统格局、提升运作效率与精细化管理的创业公司。此次投资和金在线，是博将资本在大数据领域的又一布局。

6、美图 80 分钟市值蒸发 300 亿港元，背后的推手是谁？

在港股市场上，很少有近千亿市值的个股出现巨大振幅，只有那些小市值公司或遭遇机构做空的公司才会这样。但偏偏美图是个例外。

市值蒸发 300 亿港元需要多久？美图公司只要 80 分钟。

3月20日，美图终结了连续11个交易日上涨，总市值由逼近千亿港元大

关高台跳水缩至 600 多亿港元，全天振幅 42%。

3 月 21 日，美图公司股价再度大跌 8.64% 收至 14.6 港元/股，至此，如果从 3 月 20 日最高点 23.05 港元算起，美图的股价两天跌了 8.45 港元。如此巨大的振幅，对于多数时间波澜不惊的港股市场而言，的确是触目惊心。

其股价过山车般的走势，也吸引了不少 A 股投资者的瞩目。



有段子说：美图一直是一家负责的“教育企业”，先是教姑娘们怎么 P 图，后教男人们怎么炒股。

喜欢追高的，一定要把这图打印出来贴在床头，最好下载下来做手机屏保壁纸，睡前看看，醒来看看，追涨前更要看看，没事一定要背背口诀——“顺势、轻仓、止损、止盈”。

多么痛的领悟。

天堂地狱一线间

美图公司，号称腾讯第二，3月20日股价坐了一回过山车，截至港股收盘，报 15.98 港元/股，跌 11.22%，盘中一度涨逾 28%，全天巨震 42.5%，成交 38 亿港元，创历史新高。

3月21日战斗仍在继续，美图公司股价早盘试图上攻，但中午临近收盘再度承压跌 10%，午盘资金明显放量，截至收盘报 14.6 港元/股，跌幅 8.64%，换手率 3.13%，成交额 20.44 亿港元。

3月6日是美图股价上涨的分水岭。3月6日，因恒生综合大型指数、中型股指数、小型股指数实施成分股定期调整，这一天，美图公司被纳入深港通和沪港通名单。自这一天开始，美图公司股价开始扶摇直上，连收 10 根阳线，累计涨幅达到 80%。

昨日有消息称，美图公司的股价连日急升，已经引起香港证监会的注意。自美图上市以来，香港证监会已三度向券商索取该公司的事务历史记录。

针对“香港证监会及港交所向部分券商发信，索取透过深港通交易的美图及顺丰控股的事务历史记录，包括参与买卖的客户资料”一事，港交所昨日表示“不予置评”。

蔡文胜朋友圈直播股价“过山车”

从暴涨到大跌，美图公司董事长蔡文胜曾在朋友圈做直播。早盘美图开涨，公司股价突破 20 港元，蔡文胜在朋友圈写道“美图股价 20 港元，公司市值达到 845 亿港元，超过安踏体育，成为福建民营企业市值最高公司”。午盘继续

大涨，当公司市值突破 900 亿港元时，蔡文胜激动地在朋友圈 mark 一下。

资料显示，蔡文胜 1970 年出生于福建，从投资域名到投资网站，成为中国著名的天使投资人，以出人意料的速度完成了从传统商人到新兴行业领跑者的角色转换。

不过，临近收盘的 80 分钟里，美图股价上演高台跳水，直至收盘大跌 11.22%。此时，蔡文胜在朋友圈发文称“这就是香港股市，一天过山车。没有涨跌板限制！”

美图盘后这样回应：

对于 3 月 20 日股价走势，美图公司相关人员表示，美图的核心价值是其超过 11 亿的用户，并不会因股价短期的波动受任何影响。美图一直以用户为中心，并致力于通过平台化，国际化和商业化来为用户和股东创造更大的长远价值。

港股通买入卖出成交 13 亿港元

上市三个月股价几近翻倍

港交所盘后公布的数据显示，内地资金多空激烈博弈，成为美图公司暴涨暴跌的主要推手。

3 月 20 日美图成为十大活跃股之首，通过沪市港股通买入卖出金额均超过 4 亿港元，通过深市港股通买入卖出金额均超过 2 亿港元，全天港股通成交 21.44 亿港元，结束了连续多日以来的净买入，昨天净流出 8.37 亿港元。

此前，美图连续 10 个交易日上涨，按照起涨点 9.97 港元计算，公司股价在不到半个月涨幅就超过了 100%，公司市值也在此期间快速上升，昨天最高时市值达到 984 亿港元，至收市，市值为 676 亿港元。相比于上市当天开盘 371 亿港元的市值来说，涨幅超过 80%。

美图上一次成为资本市场焦点是在去年 12 月，彼时其顶着巨额亏损的帽子登陆港股市场，并在上市首日成为港交所仅次于腾讯的第二大互联网公司。

有分析认为，美图主要是被中国内地资金炒起来的，有在美上市的“美版

美图” Snap 大涨作为参照物，美图成为游资的炒作标的，被当成次新科技股来炒。

2016 年 12 月 15 日，美图公司正式挂牌港交所，该股以 8.78 港元价格开盘，但开盘后一小时便跌破发行价。截至收盘，美图公司报价 8.5 港元，市值 359.3 亿港元，成为港交所仅次于腾讯的第二大互联网公司。

即便昨日美图科技收盘暴跌，但上市三个月的美图公司股价几乎翻倍。据统计，自上市以来，截至昨日美图股价上涨 82%。公司创始人蔡文胜身家也随之暴涨，上市三个月至今身家 258 亿港元，暴涨 100 多亿港元。

港股投资者结构正发生巨变

在业界看来，美图股价的巨幅震荡，只是港股投资生态巨变的冰山一角，未来，类似美图股价走势的港股公司会越来越多。

有数据显示，自 2014 年 11 月 17 日开通至 2017 年 3 月 15 日，港股通南向（包括沪市和深市两个通道）累计净买入额已达 4539 亿港元，其中保险机构、公募基金、私募基金堪称主力队员。

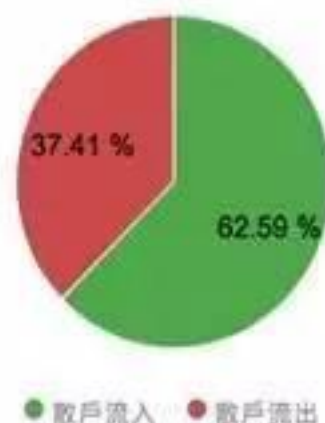
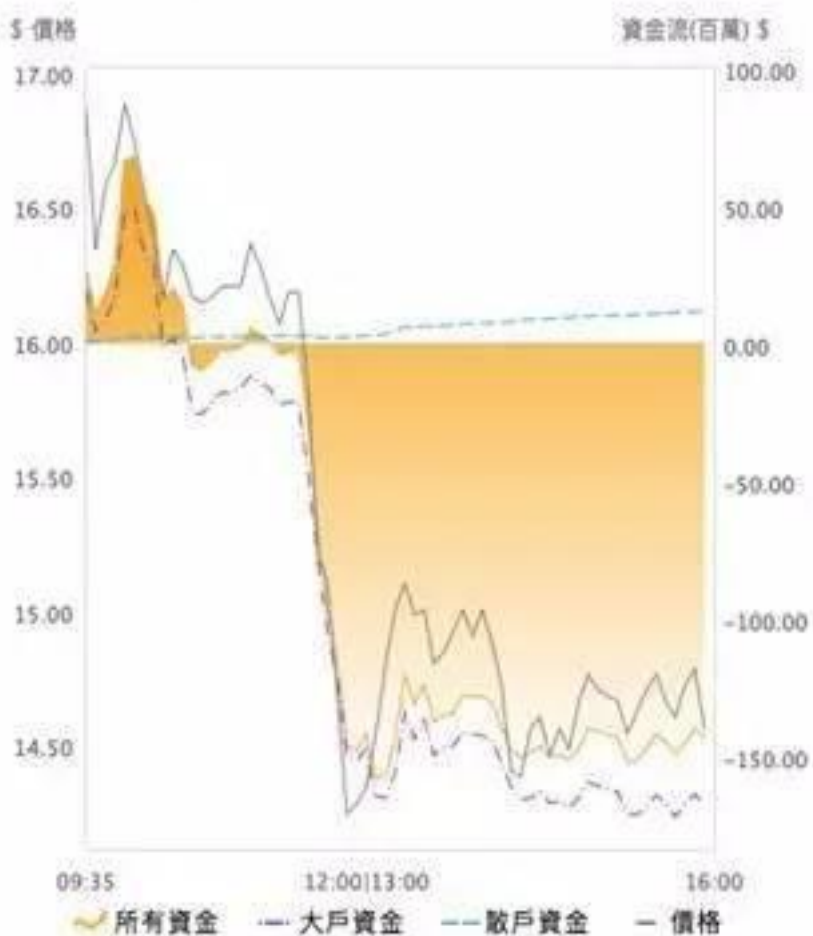
有一张图，非常充分、完美地解释了到底谁在买美图：散户。

個股資金流向 (美圖公司)

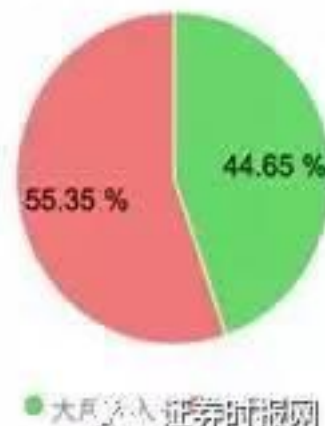
	散戶投資者		大戶投資者		所有投資者	
	量(股)	金額	量(股)	金額	量(股)	金額
總流入	2,297,000	\$28,742,840	43,491,000	\$700,608,620	57,890,500	\$897,583,070
總流出	1,345,000	\$17,183,010	54,401,500	\$868,346,890	67,615,500	\$1,040,918,120
淨流入(+)/流出(-)	+952,000	+\$11,559,830	-10,910,500	-\$167,738,270	-9,725,000	-\$143,335,050

個股資金走勢圖

散戶資金流分佈



大戶資金流分佈



“来自 powerticker 的资料显示，在过去 2-3 个月，资金净流入主要为沪港通、深港通南下资金，最近两天，美图跌得很厉害，但是卖出最厉害的其实还是香港本土的一家机构富昌，另外就是招商、国泰君安，而大量买入的还是南下资金。”南华金融高级策略分析师岑智勇表示。

此外，内地资本南下的另一个渠道——QDII 自去年四季度以来也加快了港股产品的设计、报批。借道港股通及 QDII，公私募机构近几个月来积极发行沪

深港基金产品，目前内地发行的沪深港公募基金产品的总规模超过 500 亿元，且呈加速态势。

有媒体报道称，香港交易所正在撰写 2016 年的交易统计报告，各市场主体的交易占比数据很快就会对外公布，有观点预计，2016 年内地投资者在港股市场的交易占比将上升至 20% 左右。港交所此前发布的数据显示，2008 年内地投资者的交易占比是 3%，2009 年至 2012 年占比都是 4%，2013 年、2014 年占比是 5%，2015 年占比是 9%。

日期	收盘价	涨跌幅	港股通净买额(港元)	港股通(沪)净买额(港元)	港股通(深)净买额(港元)	港股通成交额(港元)
2017/3/21	14.6	-8.64%	1.79亿	5766万	1.22亿	12.52亿
2017/3/20	15.98	-11.22%	-8.37万	-1381万	1373万	21.44亿
2017/3/17	18	20.97%	5376万	8771万	-3395万	4.95亿
2017/3/16	14.88	4.64%	6585万	-	6585万	1.17亿
2017/3/15	14.22	11.09%	1.06亿	6098万	4528万	1.86亿
2017/3/14	12.8	2.24%	8104万	5171万	2933万	2.15亿
2017/3/13	12.52	5.21%	1.18亿	9595万	2250万	3.03亿
2017/3/8	11.38	0.89%	3578万	-	3578万	4853万
2017/3/7	11.28	11.68%	3230万	-	3230万	3408万

对此，有分析指出，伴随着越来越多的内地资金，尤其是机构投资者南下配置港股，港股市场的投资者结构正在发生巨变，港股市场的估值体系也将面临重建，“港股正在 A 股化，一个是估值，一个是炒作手法”。

一家净利润连续亏损的企业

如何撑起 600 亿市值？

回看美图公司，其主要逻辑是公司用户定位为以“女性群体为主，拥有近 12 亿海内及海外用户的 APP 产品”，美图旗下的核心应用共包括美图秀秀、美颜相机、美拍、潮自拍等，这些软件主要以自拍、视频拍摄、直播等功能为主，核心数据为近 5 亿月活，用户定位极强。

翻看美图公司的招股书，该公司主营业务为提供一系列创新影响和社区应用，美图手机及一款手游。但是公司营收就只有两块，一块是广告，一块是靠美图手机。根据其提供的 2016 年中报显示，该公司在去年上半年智能硬件（美图手机）营业收入为 55685 万元，占比达到 95.11%，而在线广告业务收入只有 2590 万元，仅为 0.47%。

说起主要营收来源——美图手机，就要不得不从公司基本面进行分析。

美图公司净利润连续 4 年亏损。一般来说，既然主营收入来源为手机，那么除了财报直接给出的信息外还要看 2 个数据：付款周期和存货周转率。付款周期越长说明企业影响力越大，越有能力拖欠应支付供应商的欠款，给自己留下充足的资金流动；存货周转率越高说明企业出货速度越快，也从侧面证明企业销售的产品受欢迎程度。

但是由于美图公司提供的数据显示，其账户期末资金显示为负，我们主要来分析其存货周转率：

从 2014 年的 35.93% 到 2016 年 6 月 2.88%，我们可以看到美图手机的出货速度愈发不及从前。这也从侧面证明美图手机受欢迎程度渐渐下滑。

而如此一家需要不断靠融资来获取资金的企业，为何还为游资追捧？何天仲表示：“美图没有盈利却能上市，这是港交所的一大突破，在错过阿里巴巴的 IPO 之后，港交所或许希望通过美图的上市来改变现在香港市场传统行业的比重，是美图点燃了这轮港股通行情。”

7、狂赚 20 亿！Snap 上市，背后这家成立 17 年的 VC 彻底赚翻了！

全球顶尖风投资本的名单上最近又新添上了光速创投（Lightspeed Venture Partners）。这家硅谷的风投资本因为 Snap 的上市成为了继红杉和

Benchmark 之后又一家明星风投，并晋级全球风投的第一梯队。上周光速创投投资的另一家企业云服务软件提供商 MuleSoft 也在纽交所上市，而且表现比 Snap 更为强劲，上市首日股价就大涨 44%。

迅速精准投资“大手笔”

尽管过去几个月美国 IPO 市场放缓至三年最低水平，不过光速创投却精准地投资了一批明星公司。就以 Snap 一家为例，光速创投的 810 万美元的投资已经为其赢回了超过 20 亿美元的回报。

研究机构 CB Insights 市场研究总监 Anand Sanwal 表示：“光速创投过去一年的表现就已经让它跻身全球前五大风投名单。我无法想象一家公司能在那么短的时间内做出那么多成功的投资，这是令人瞩目的。”

去年 9 月，数据中心软件提供者 Nutanix 上市，目前股价已经接近翻番。Nutanix 最大的股东就是光速创投。光速创投还是移动应用性能监测公司 AppDynamics 的最大股东。今年 1 月，AppDynamics 在 IPO 前夕，硬是被思科 (Cisco) 以 37 亿美元的价格收购。

光速创投是 Snap 的第二大股东，仅次于最大股东 Benchmark。Snap 上市后的两天股价分别上涨 44% 和 11%。光速创投在 Snap 上市后抛售了 7800 万美元股票，手上还留有价值 20 亿美元的股份。

Benchmark 的普通合伙人 Bill Gurley 表示：“光速创投的成功并非一夜之间，他们一直在暗中观察，寻找机会。” Gurley 认为这很大程度上归功于光速创投联合创始人 Chris Schaepe 的投资策略。

Schaepe 于 2000 年帮助光速创投成立，当时还处于互联网泡沫破灭前夕。他很擅长将目标瞄准具有潜力的为企业提供服务的软件和硬件公司。以他投资的两家公司 fusion.io 和 Riverbed 为例，就为其赢得了丰厚的回报。fusion.io 是一家固态硬盘业务厂商，Riverbed 是一家企业级的数据服务公司。“Schaepe 为此努力了好多年，即使不被认可也依然坚持。” Gurley 说道。

为企业提供技术服务支撑的公司通常被认为是“不性感的”，但是这正是光速创投的强项，并且最终将成功建立在此基础之上。2006 年光速创投引入了一名新的合伙人 Jeremy Liew。Liew 曾是美国在线 (AOL) 和网景公司 (Netscape)

的高管，Liew 加入光速创投的目的是帮助公司发展消费级科技业务，收购 Snap 就是 Liew 的一大成就。

2012 年，Liew 发现光速创投的另外一位创始合伙人 Barry Eggers 的女儿沉迷于 Snapchat，此后 Liew 开始跟踪这家公司，与 Snapchat 的创始人接洽，并最终获得投资。

根据《纽约时报》的报道，光速创投最初对 Snap 的投资额是 48.5 万美元，而且在第二轮的投资中还获得了 Snap 的投票否决权。虽然以如此低的投资额还要求那么多权益，这样的投资行为被视为是贪婪的，而且曾损害了 Liew 与企业的关系，但最终让 Snap 妥协的是光速创投在硅谷所扮演的重要角色。根据彭博社的统计，光速创投的投资人即有限合伙人（LP）也将从中获取暴利，它们包括 AT&T、波音、宾夕法尼亚州立大学、加州、伊利诺伊、密歇根、纽约和田纳西公共养老基金。

Liew 在上周 Snap 上市后的采访中表示：“过去五年中，和投资人的关系难免会有摩擦，但是我们的工作是用资本来回报有限合伙人。Snap 终于上市了，我们觉得自己的使命达成了，这种感觉很好。”

除了 Snap 之外，光速创投还有其他消费级技术公司的投资，比如美国订餐搜索引擎公司 GrubHub 和智能家居公司 Nest。前者已经于 2014 年上市，Nest 则于同一年被谷歌以 32 亿美元的价格收购。

低调的“技术派”风格

但光速创投的主要精力仍然放在企业级公司的投资上。公司以合伙人 Ravi Mhatre 为中心，投资了包括 AppDynamics、MuleSoft 和 Nutanix 在内的企业级软件服务公司。

之所以敢于对这些企业做出大胆的投资，是基于光速创投对技术的精通。一名软件公司的创业者和投资人 Jason Lemkin 表示：“和很多投资人根本不懂或者懒得去学习不同，光速创投对技术的深度掌握和对顶尖工程师价值的判断令人惊叹。他们也耐得住寂寞，不哗众取宠，一切都暗自进行。”

在 Snap 上市之后，光速创投联合创始人 Barry Eggers 对于公司晋级全球

最大风投资本之列态度也非常谦逊。他说：“我觉得我们可能刚刚开始进入这个阶段，还没有真正到达。”光速中国合伙人宓群也非常低调地以“上市后静默期”为由，婉拒了对 Snap 上市置评。

光速创投看好中国和印度的互联网市场，分别在这两个市场设立创投基金。光速中国的投资集中于企业软件服务、硬件、电子商务、工具软件、社交网络、智能家居、医疗和金融等，已经在中国投资了超过 60 个项目，其中包括企业级技术和消费级技术公司，还包括大量的互联网应用平台，如大众点评、途家、e 代驾、房多多、杏仁医生等。此外，光速中国还投资了大量的互联网科技金融初创公司，比如中国比特币交易平台 BTCC、比特币钱包 Blockchain，以及金融搜索平台融 360 和 P2P 平台拍拍贷。

宓群在去年表示：“光速中国不激进投资互联网金融，会更多关注企业服务里的 SaaS、云计算、人工智能和智能硬件的投资机会。”这意味着在中国，光速创投仍然延续了“看好强技术创新公司”的特色。

从光速中国的合伙人背景来看，也是拥有“强技术”的专业型人才。宓群毕业于普利斯顿大学，获得电子工程硕士学位，曾在英特尔公司总部担任工程师，后担任谷歌公司投资并购总监，先后投资了百度、赶集、迅雷、大众点评等一系列优秀的互联网公司。光速中国另一位合伙人韩彦曾是微软的软件工程师，后来加入咨询机构麦肯锡，是中国最早一批出来做风投的。两位合伙人都是典型的技术投资派投资人，他们凭借在互联网 IT 领域的经验，促成了光速中国从一开始的传统行业成长期投资转变成 2008 年之后的早期互联网领域的投资。

宓群还透露，互联网和移动互联网、互联网+，以及企业服务和 IT 三个板块是光速中国未来主要投资板块。“互联网+结合了互联网的技术性和传统行业的盈利性，是中国特有的经济突破点。”

8、首发 | “朱李叶”获辰韬资本战略投资，移动医疗市场 2017 年将达 120 亿

3 月 22 日，今年 1 月，辰韬资本已与北京朱李叶健康科技有限公司（以下简称“朱李叶”）签订投资协议，向朱李叶战略投资，具体投资金额暂未透露。

在此之前，辰韬资本主要关注新兴产业，投资项目多半与新能源汽车相关。此次投资朱李叶，是向移动医疗领域迈出的第一步。

近三年来，移动医疗市场井喷增长。2014 年中国移动医疗用户规模 0.72 亿人，2015 年则增长到 1.38 亿人。据第三方数据机构艾媒咨询公布的信息，2014 年中国移动医疗市场规模约为 29.5 亿元；2015 年增长 44.7%，达到 42.7 亿元；预计 2017 年将达到 120.8 亿元。

这样的市场背景下，前阿里巴巴集团副总裁李俊凌、誉衡药业董事长朱吉满以及互联网技术专家叶一火于 2014 年联合创办朱李叶，专注打造覆盖全国的私人医生与家庭保健服务体系。

目前，朱李叶公司已经有两大移动医疗产品，分别为“24 热线”和“朱李叶专属医生”。

“24 热线”上，医生和患者注册后会拥有专有的平台热线号码，患者可通过平台直接拨号联系到医生，进行付费咨询、预约就医、远程问诊等服务。最初平台用来提高存量医疗资源的服务供给能力，建立长期稳定的医患服务关系，发展到现在，已从医疗延伸至心理咨询领域，目前已拥有注册用户 25 万人，其中医生用户 2 万以上。

“朱李叶专属医生”则为高端付费用户提供专属家庭医生服务，解决长期的健康和就医问题。

朱李叶 CEO 李俊凌先生表示，“今天的医疗健康服务行业，也许是既有利益分配格局最坚实、抵御外力的堡垒最顽固、拒绝变化的心态最彻底的行业。然而，越是生产力扭曲的地方，爆发的可能性越大。仔细去看，所有的政策指向、市场释放的细微信号、以及蠢蠢欲动的汹涌暗流，都在暗示着行业巨变的开始、格局的根本性调整、以及利益分配规则的重新设定。”

投资方辰韬资本则认为，朱李叶抓住了医疗行业发展中最大的痛点——医疗供需不匹配，即专科专家大量的工作间间接诊常见病患者，而基层医生大量的工作时间闲置，两个平台在政策层面分别对接“家庭医生”和“分级诊疗”两大医改措施，具有巨大前景。

成立于 2014 年的辰韬资本，全称为“上海辰韬资产管理有限公司”，是一家专注于新兴行业私募股权投资的基金管理公司。不到 3 年时间内，它已经投资了 16 家企业，其中有 10 余家是新能源汽车相关企业，而又以乐唯为行业最

熟知。

9、新三板挂牌企业破万之际众呼“春天来了”，现在增速放缓了，你们怎么解释？

3月22日，读懂新三板今天在北京悠唐皇冠假日酒店举办“中国新三板做市商大会”，业内多位专家学者纷纷出席，其中，毅达资本创始合伙人樊利平、东北证券股转业务总部总经理助理沙威、广证直投融资及新三板投资负责人梁雪妮、东方证券股权投资与交易业务总部总经理助理陆江平、中信建投证券做市研究负责人张咏梅、北大纵横管理咨询集团创始人王璞等人以“2017年新三板市场展望”为主题进行了讨论。

根据现场内容，整理干货如下：

做市商是新三板流动性的救星吗？

毫无疑问，新三板流动性差的问题已经让很多企业头疼，于是业内很多人指出，做市商可以增加新三板流动性，要加速做市，但是做市商是提高新三板流动性的唯一方法吗？

沙威从事做市业务已经三年了，他说：“如果新三板把做市和非做市分开，以2016年交易量为例，做市的数量企业只有15%，这样算的话，做市企业大概在5-6倍区间，我认为在这个流动性区间内做市不太合适。”

张咏梅也表示：“虽然数据显示企业在做市之前和做市之后流动性有明显的改善，但是我认为做市商可以改善流动性，不能决定流动性的高低。流动性的好坏是由多个因素共同决定的，做市商只是其中之一。”

王璞也认为：“实际上，我们进行股票交易有三种协议，假设做市商取消，也不做A股交易，此时新三板的流动性一定会提高。现在我们对于新三板的流动性不满意，想要改善，但是改善的方法其实不只做市商一种。当然，如果做市商的数量和质量再进一步提高，很容易对流动性起到很好的作用。”

总而言之，做市商可以对新三板的流动性起到一定的积极作用，但不是决定性作用。

企业挂牌新三板速度为何放缓？

2016年12月19日新三板挂牌企业破万，发展速度之快令人咂舌。但是到了2017年，前两月的数据是，挂牌企业不足600家，这其中必然有股转公司门槛提高、标准放严的原因在，但是这是否与当下多数挂牌企业的业绩惨淡有关呢？

王璞从现状出发表示：“现在在新三板的万家企业里，大概有10%的企业都有往A股转的念头。如果当前新三板的流动性还不能尽快改善，我也建议大家选择去A股排队，因为当下A股的审批速度也有加快的趋势。”

陆江平从两个角度分析了这个问题，他说：“站在企业的角度，目前新三板和A股在流动性和企业估值上差异巨大，主动摘牌是可以理解的。但是站在市场发展的角度，我认为制度的引导对于市场的发展至关重要，它是可以促使新三板市场在内部生成优势的。”

梁雪妮则认为：“对于这个问题，我首先考虑的是这个企业是否有上市计划，即使是好的企业也不是一定要上市的，每个企业都有属于自己的特殊发展阶段。就我个人而言，如果我创建的企业依然处于行业蓝海，天花板足够高，我自己还在团队、技术和服务上有竞争优势，那我不一定要上市。”

樊利平在总结大家观点之余也表达了自己的看法：“企业在不同的发展阶段应该选择不同的资本市场，这样也可以充分发挥多层次资本市场的功能。”

10、钱去哪儿了？怎么都倒闭了？全是假的？揭秘独角“瘦”和创投圈的“那些事”

无论是“C轮死”还是“D轮死”，只要没有大笔的新资金进来，就无法支撑下去。这几乎已经成了相当数量曾以独角兽自诩的创业项目命运的俄罗斯轮盘赌。

好一点的迹象是，“双创”的高音喇叭终于消停了，经济学的朴素常识正在以不可阻挡的势头在这个全球第二大经济体中加速回归——创业是少数人的事情，创业成功是小概率的事情。对于普罗大众而言，朱自清先生在《荷塘月色》里的这句话要在当下创业大潮喧嚣之中时常脑补一下——“这时候最热闹的，要数树上的蝉声与水里的蛙声；但热闹是它们的，我什么也没有。”

当然，对于天使基金、VC 和 PE 们来说，广种薄收本来就是这个行业的立身之本，赢的就是概率，只不过越来越多的创业项目都变成了这个概率的分母。要知道，根据不完全统计，仅仅 2014 年就有 846 家公司拿到了 A 轮投资。

说句远的。在十五世纪的地理大发现之后，水手们最恐惧的是副热带无风带（指的是两个位于赤道南北纬 30° 附近的高压无风带）。因为这两个地区时常无风，当时的船只无法依靠风力航行。在北半球地区（特别是百慕大群岛附近），运马船从西班牙到新大陆的途中经常会因为无风而无法航行。当船上储水量不足时，船员首先就会限定马的供水量。大批马匹因缺水而死亡后被扔到海中，因此探险者和水手都将这一无风带叫作“铺满了马尸的地方”，并将这一纬度命名为“马纬度”。

然而，当机帆船出现后，“马纬度”一词迅速成为历史。因此，对于一次目标远大的创业航行来说，风不应该是决定性因素，项目本身才是。这也是《首席财务官》研究部在丁酉新年之际做这个有关“风停了，独角‘瘦’”的研究性专题报道的初衷。

作为近两年创投圈最火热的名词，从硅谷舶来的“独角兽”一词，原本是用来指在新一轮融资时估值超过 10 亿美元的创业公司。当然后来也被泛指拥有细分领域市场份额优势的高估值创业项目。相对更深一层的理解，来自 O'Reilly Media 的创始人兼 CEO Tim O'Reilly 对独角兽公司的三大特征做了系统性梳理：

- 1、在刚出现的时候人们会觉得难以置信。
- 2、它会改变世界的工作方式。
- 3、它会产生巨大的经济影响，但并不完全是由它的创始人和风险投资人创造的。

2016年创业死亡榜

序号	公司名称	成立时间	融资轮次	主营业务
1	蜜淘网	2014.3	B轮	进口商品特卖
2	博派养车	2014.4	B轮	O2O上门保养
3	淘在路上	2011	B轮	自由行商品电商
4	大可乐手机	2012	A轮	国产手机品牌
5	美味七七	2013.5	B轮	生鲜电商
6	神奇百货	2015	A轮	95后个性化电商
7	大伟之味	2015.5	天使轮	餐饮外卖
8	孔雀机构	2010	-	孵化器
9	云在指尖	2014.1	-	电商
10	壹桌网	2015	天使轮	生鲜电商
11	品一照明	2006	-	照明电商
12	曹吉馨	2015.2	A轮	酒类B2B
13	最鲜到	2014	天使轮	同城众包配送
14	久车久网	2006.1	天使轮	汽车后服务资讯
15	2号车库	2011.5	-	汽车后O2O电商
16	人人爱车网	2012.1	-	汽车后服务
17	畅行	2012.2	-	LBS汽车后服务
18	72人拜师网	2007	-	拜师学习网站
19	酷伴网	2009.4	天使轮	英语口语学习
20	呵护网	2010.12	-	年轻父母学习交流社区
21	择师网	2100.5	-	家教平台
22	我爱酒	2012.1	-	葡萄酒搭配方案、购买服务
23	卡卡鲜	2012.9	-	生鲜电商
24	榜单客	2013.1	-	生活购物服务网站
25	暴走购物	2013.1	-	电子商务导购
26	爱颜色网	2013.3	-	图片颜色商品搜索导购
27	神盾快递	2015	A轮	同城极速直送服务
28	平安好车	2013.3	-	二手车交易
29	大健康伴侣	2013.1	-	健康数据记录
30	我懂睡眠	2013.7	-	睡眠健康管理
31	咚咚健身	2013	-	运动健身APP
32	瘦身战争	2012.2	天使轮	健身减肥服务
33	FeRoot	2012.11	-	运动数据记录
34	糯米汇	2010.11	-	美妆分享社区
35	放心美	2013.7	天使轮	用户、发型师对接
36	油通	2014.3	天使轮	汽车后服务
37	骑遇	2014.12	天使轮	骑行智能硬件

资料来源：黑马

尽管如今的独角“瘦”们普遍起于创投资本的青萍之末，但如今这些“造风”的机构投资者，日子也同样艰难。从概率上看，机构投资人中通常有 30% 是“聪明人”，其余 70% 的投资并不像看上去那么聪明，不仅缺乏对行业的深度理解，而且往往是追热点、跟风投资。在过去一年里，许多投资机构无论是新投资项目还是投资总额都出现了同比腰斩甚至断崖式下跌的情形，比如像今日资本这样的“老江湖”已经将近一年时间没有投资新的项目。

独角们有多“瘦”？

近日流传在微信朋友圈的一张 2016 创业死亡名单，使得眼下的创业氛围显得异常黑暗。

这张名单中既有一些当年颇为引人注目的项目，更包含一些昔日堪称“独角兽”的明星创业公司。从这一榜单中我们不难看出，电商依然是死亡重灾区。以蜜淘网、美味七七、神奇百货为代表的项目，都纷纷死在“风停了”的尴尬中。此外，伴随着 2015 年下半年开始的 O2O 死亡潮，那些盈利模式不清、同质

化严重、资金链断裂（烧钱补贴）的项目纷纷倒下，以至于一时间 O2O 几乎已成创业者和投资人避之唯恐不及的“马纬度”。



就算有一些 O2O 幸存者撑了下来，其生存状况也日益步履维艰。2016 年 7 月，O2O 社区电商爱鲜蜂被曝大面积裁员，从 1100 人减少至 700 人，比例近 40%。而美团和大众点评这样的大牌“独角兽”，也开始优化团队、削减业务、节约成本。本来生活下线其 O2O 业务“本来便利”、天天果园大面积关闭线下门店。不久前，爱鲜蜂宣布获得美团点评入股，显然，O2O 企业开始抱团取暖了。O2O 项目的大面积下马，究其根本，主要是重金打造的豪华团队耗费时间、排除万难地做出了一款所谓爆款应用，但在数月后痛苦地意识到，原来根本押错了用户的“痛点”，无法令用户持续使用，粘合度低，最终从手机界面的首屏滑向次屏再被卸载。

而更为值得关注的是，独角兽们的估值假设正在发生不可逆的变化。比如，纯正的独角兽——估值高达 2000 亿元人民币的滴滴，原本这一估值对应的是“2020 年快车、专车、顺风车等合计市场规模 1 万亿美元”的假设，但在目前国内网约车新政之下，业内普遍担心届时整个市场规模连 1 万亿元人民币也许都达不到。所以朋友圈中各种“遥遥领先的预言”都在猜滴滴接下来的裁员数字，幅度从 1000 人到 4000 人不等。再比如，作为深港通开闸后港交所最大一笔 IPO，美图公司自上市以来就备受关注。然而 7 个交易日里斩获 6 根大阴线、股价累计下跌 12.53% 的“战绩”也让投资者发出“坑爹”的感叹。招股书显示，美图公司从 2008 年成立至今，累计实际亏损超过 11 亿元。不得不说，“如何扭亏”已成为摆在美图面前的首要问题。

雪崩中的汽车后市场

汽车后市场可以说是这两年 O2O 项目角逐最为惨烈的市场之一。近年来，围绕汽车交通+互联网领域的创业公司累计达到 1500 家。而汽车后市场是一个

广义的范畴，包括汽车电商、二手车、汽车后服务、交通出行、汽车金融、智能汽车等多个细分领域的集合。当然，这个市场的容量之大也成为创业者和投资人为之疯狂的理由，中国连锁经营协会与菁葵投资共同发布的《2015年中国汽车后市场连锁经营研究报告》显示，2015年中国汽车后市场规模达8000亿元，同比增长33%。预计2018年市场规模有望突破1万亿元。

一时间，汽车后市场被快速涌入的资本推向高潮，仅2015年在汽车后市场发生的融资事件就高达342起。然而，这股风很快就在投资方越来越谨慎的情况下戛然而止，创业公司融资失败或倒闭的消息不绝于耳。2016年8月初，曾估值超过10亿元的独角兽级别的汽车电商O2O平台“车风网”宣告因资金链断裂而倒闭。近期，另一个更大牌的独角兽诸葛天下旗下电子平台诸葛修车网，也曝出曾于2016年6月启动的10亿元E轮融资失败的消息。

据统计，2009-2016年6月国内汽车后领域融资事件共发生742起，但2016年上半年融资事件只有99起，而挺得到D轮和E轮项目的总和只有9个，通过IPO退出的只有2家，分别是神州租车和一嗨租车。有人认为：或许还会有像滴滴一样在短短时间内快速成长起来的企业，但独立IPO的企业或许会更少，而被巨头并购的可能性则更大，对投资机构来说退出的途径会变窄。

复盘一下2016年4月倒闭的博湃养车，我们不难看出原委。博湃曾在2015年初获得京东、易车1800万美元B轮融资，投后估值高达6亿美元。京东的导流对博湃的扩张也起到了至关重要的作用，使其不到一年便成为汽车养护行业的老大，然而极度的扩张和烧钱补贴让博湃资金链迅速断裂失去造血功能，不到一年便倒下了；而资金链断裂也成为压倒车风网的最后一根稻草。

“开仓放粮”式的烧钱战略与消费者行为模式改变的速度协同不一致是导致大量互联网+汽车企业失败的主因。再好的商业模式在启动之初仅仅只与创业者自己有关，与消费者并没有直接和必然的关联。刨去补贴效应的严重干扰，消费者要求的仍然是高性价比的服务和质量保证，也只有满足了用户的真实需求，消费者才会对平台或者是创新商业生态认可，否则，靠烧钱烧出来的市场占有率不堪一击。

互联网+医疗：钱都去哪儿了

要说互联网+医疗这个大风口，绝不亚于汽车后市场，而且备受投资大佬的青睐，无论是BAT还是复星投资都把健康产业、医疗作为重头，一时间风头无两。互联网+医疗的企业在这五年多以来获得了飞速发展，创立数量在2014、

2015年达到了高峰。而从投融资来看，2016年的投融资金额相比往年并没有明显减少。在“资本寒冬”的2016年上半年，仅在第二季度的投融资交易就达60起，融资额达9.7773亿美元，环比增长83.1%。而就在2016年8月，医疗健康领域更是屡屡获得大额资本的注入，欢乐口腔、京颐股份、趣医网和吉因加获得近9亿的融资总额。从金额来看，互联网+医疗领域的资本热情并没有减少，但行业内的企业却依然感到阵阵寒意，钱都去哪了？

显然，这些资金几乎都投向了更成熟、商业模式更清晰的大企业。据统计，2016年的投资金额大多数投向了早期建立的企业。而新企业想要再进入这个领域已经非常困难，尤其是针对大众的产品，无论是行业门槛还是融资难度上都明显提高。

互联网+医疗投资风向的变化，也让一大批创业者被打入冷宫，为什么曾经的香饽饽突然就变成了万人嫌了？2016年在互联网+医疗行业流传着各种各样版本的死亡名单，无论是哪种名单，都不难看出大部分死亡企业还停留在天使轮，天使轮的获投金额绝大多数在100万元人民币左右。但是在产品经过验证后发现市场接受度不高、盈利模式不清晰的原因下，很难再能获得资金。虽然资金对于企业来说是很重要的，但是导致其失败的原因也是多方面的。许多互联网出身的创业者，由于对医疗行业缺乏深入的了解，导致错误判断市场痛点，没有找到好的盈利模式，非常容易失败。同时，医疗行业进入门槛高，是否掌握真正的医疗资源才是决定“生死”的问题。如何把握住患者真正的需求，并将需求转化成产品，这是移动医疗企业不得忽视的问题。

此外，很多互联网医疗企业创业项目模式雷同也是硬伤之一，这些项目大多是一个app简单连接医患，企业进入A轮或B轮后，投资机构只会在相同细分领域内选择第一或第二企业；大部分互联网医疗无法通过流量等进行变现，为用户提供的服务缺乏核心医疗价值，无进一步增值服务空间，商业模式上令投资者犹豫。已投多家上市公司的某PE负责人则坦言，目前不会轻易投互联网医疗项目。“我们目前投资的方向是医疗、TMT、环保，其中医疗领域重点在精准医疗、生物医药等方向。”

互联网+医疗行业的用户活跃度相对较低，使得行业必须走出自己的道路，不能完全照搬互联网行业的经验。互联网+医疗行业相比其他行业来说，并未遇到真正的“寒冬”，移动医疗企业需要存活和发展，需要企业不断进行行业深挖，找到市场真正的痛点。对于盈利模式不明的互联网+医疗来说，毫无疑问会跌落在转向了的风口。

假红火的 VR

和看上去“技术含量”不高的 O2O 不同，VR 自诞生起就自带神秘高科技光环亮相。据统计，在硬件设备方面，2015 年国内有 200-300 个厂商开发了自己的 VR 头显。现在，正规厂商的数目降到了十几家。即使那些还在苦苦支撑的厂商也免不了裁员、降薪、缩减开支。而在应用端，各种创意更是五花八门地涌现，一时间，VR+演唱会、VR+影视……貌似什么都能“+”的 VR 产业如火如荼，甚至吸引了王菲、鹿晗等一众明星的视线。可令人尴尬的是，截至 2016 年年底，不少 VR 视频平台不再更新、公司濒临倒闭的消息接连传出。噱头炒得火热却缺乏优质内容，无法给观众带来良好体验的行业现状，让不少刚刚诞生的 VR 产品，阵亡在起跑线上。现在市面上有米多娱乐、爱奇艺 VR、优酷 VR、VR 看片王、VR 世界等数十个 VR 视频 APP，但可供点播的内容不多，不少平台上最近上传的视频还停留在 9 月份。有些节目的点击量更是在万人左右徘徊，这样的 APP 早已成为名存实亡的空壳。

有人说 VR 产业刚起步就跌入寒冬，而真正更理性的业内人士认为，VR 其实压根就没有过“春天”。事实上，VR 产业所谓的热只是投资方的热，在消费环节根本没热过。一些技术研发公司能够引来投资，一些穿戴设备的线下体验店也可以吸引发烧友，资本对其的热捧就已经开始，而主打视频直播的平台很少能从普通消费者手中赚到钱。VR 产业始终没能变现，从业公司的接连倒闭也就不足为奇。

显然，现阶段的 VR 价格高、体验度差是制约其发展的硬伤，VR 眼镜尚未普及就是第一个门槛。高级的 VR 穿戴设备价格普遍超过 8000 元，普通设备也要几千元，小型的 VR 眼镜价格也是三位数。可是，即便是顶尖的 VR 头盔，还是有不少用户反馈说“戴上没半个小时就头晕”，而百元的 VR 眼镜又被吐槽“效果还不如看 3D 视频”。而制作优质的 VR 视频同样存在难点，让观众有优良的沉浸式体验并不简单。以演唱会的 VR 直播为例，由于 VR 拍摄镜头无法像传统摄像机一样变焦，歌手离镜头太远，观众视线里就会一片模糊；如果走得太近，面部成像又会严重变形，甚至出现双影。而在国内，能够制作优质 VR 视频的团队仍属少数，内容生产能力不足，观众能看到的作品更是少得可怜。

事实上，VR 产业的前景毋庸置疑，但由于技术成熟度不够，对于创业者来说都难逃失败的下场。在一些极客人群和垂直应用领域，VR 会在未来 2-3 年会迎来爆发式增长，但 VR 技术普遍应用还需 5-10 年时间。VR 的发展需要大量的

技术累积，是构建在大量算法数据上的，并非一朝一夕能够完成，而且高质量 VR 人才的匮乏成为中国 VR 产业发展的核心症结。VR 产业的泡沫消失从某种程度上来说，反而促进了产业的未来健康发展，资本拔苗助长的风停了，VR 这棵需要慢慢长大的小树才得以有深深扎根的机会。

创业还是“耍流氓”？

在经历了创业的风风雨雨之后，大家终于逐渐明白这样一个浅显的道理：一切不以盈利为目的的故事和情怀都是耍流氓。越来越多的投资人发现：今天独角兽，明天 C 轮死。曾被视为互联网餐饮经典案例的“黄太吉”及因贩卖情怀而著称的“锤子科技”等互联网“独角兽”公司频频爆出转型困难、营业亏损等诸多消息，诸多风景资本追逐的明星企业逐渐褪去光环。很多创业企业盯着所谓的趋势和风口进行创业，编制了概念和故事希望投资人买单，但经过两三年运作后，会发现这些故事无法实现，如果去掉这些说辞，回到实质的商业模式和财务问题上，却难以发现企业的核心价值。

就以中国创业圈的“奇迹”之一罗永浩的“锤子科技”为例。2016 年 9 月 20 日，证监会官网披露了手游公司成都尼毕鲁（Tap4Fun）科技股份有限公司的 IPO 预披露材料，由于今年 3 月份尼毕鲁旗下抱团创投以 3000 万元的投资，从投资前估值 21.1 亿元的锤子科技那获得了 1.13% 的股权。因此，作为尼毕鲁的投资对象，锤子科技的财务状况随之曝光。数据显示，2015 年，锤子科技亏损了 4.62 亿元，2016 年上半年继续亏损 1.92 亿元。同时，锤子科技的资产总额由 2015 年底的 8.25 亿元急剧缩水至 2016 年 6 月 30 日的 2.96 亿元，所有者权益一项则由 2015 年年底的 1.93 亿元缩水至 2016 年 6 月 30 日的 20.98 万元。

锤子科技四年推出三款手机，而最重要的消费者“锤粉”们除了喜欢罗永浩及其口中的情怀之外，对于锤子手机的工匠技艺比较欣赏。但是据了解，锤子手机的工业设计基本都是外包，而外包团队只会按照规划要求做出具体方案，很少关心后期的技术细节。这为后期质量问题埋下了祸根。按照罗永浩早前表示“日产 1800 部为正常水平”而“好的时候一天能出来几百个良品，差的时候甚至要把整个产线彻底停下进行整顿”来看，锤子手机的良品率至少在 50% 以下。这对成本及产量都是极大的考验。显然在整个手机市场趋于饱和的情况下，锤子手机在产品的设计、工艺、配置等方面差异化不足，产品质量也有隐忧，在手机市场当中，难和华为、OPPO、小米等手机厂商相抗衡。

无论是市场潜力巨大还是科技手段先进抑或“情怀”感人，显然，资本对

这些“故事”已经失去了兴趣。那么，到底具备什么样资质的企业才能真正获得投资者青睐？

现金流是王道：首先企业创造现金流的能力必须达到合格。从稳健财务的视角来看，通常业内对衡量企业现金流是否健康的算法公式是：现金流的增幅，等于业绩增幅的平方根。2 的平方根是 1.4，也就是说，你的销售额增长了 2 倍，现金应该至少增长 1.4 倍。

警惕烧钱：互联网反复上演的烧钱大战让很多人误以为创业=烧钱，而时至今日，许多投资人已经态度鲜明地站在了烧钱的另一端——“烧钱的项目绝不投”。经常有创业者说：“我的盈利模式，就是没有盈利模式。我先烧钱，先把用户规模给烧出来，等到这个市场上只有我一家了，我手上有几百万用户了，我再考虑如何变现。”这种典型的烧钱思维在资本开始理性的今天已经不再具有任何说服力。

当然，像滴滴打车这种“烧”出来的市场同时还有着巨大的客户粘性毕竟是极少数，而且这一个企业的胜出，背后是几十家企业的倒闭，因此，对投资者来说，失败的概率实在是太高了。毕竟，靠高额补贴导流过来的消费者大多缺乏忠诚度，补贴一取消，便作鸟兽散。

所以，资本的“风停了”既不是创业公司失败的根本原因，也不是主要原因。它更像是一个商业模式的加速器。而在这个风停了的档口，我们也同时能看到创业者依然不灭的热情正在更多的新兴行业遍地开花，直播行业的“百播大战”提前打响，资本市场不降反升疯狂涌入；单车出行迎来生机，ofo、摩拜提前进场，资本再度展现出热情。

对于身处“无风带”的那些创业者来说，沉下心来打磨自身的商业模式，优化现金流，不断提升真实的客户粘性，才有可能等得到下一轮季风。

最后建议那些胜机与斗志尚未消散的创业者们，要向身处漩涡中的贾跃亭学习如何做好心态的调整，像他在发布会上唱的那首《野子》一样——“怎么大风越狠，我心越荡。幻如一丝尘土，随风自由的在狂舞。我要握紧手中坚定却又飘散的勇气，我会变成巨人，踏着力气踩着梦。”

四、产业市场

1、12家挂牌新三板期货公司能扭亏为盈吗？

3月15日又一家期货公司——福能期货挂牌新三板。从创元到福能，截至目前，新三板已有12家期货公司在新三板挂牌。

为何期货公司如此热衷新三板？

这些期货公司有什么背景？

挂牌后这些期货公司的发展情况如何？

今天就随着小编一起来起底这12家新三板挂牌期货公司，一起来揭开它们的神秘面纱！

一、期货公司挂牌热情高涨

2015年3月，创元期货登陆新三板，成为内地首家挂牌新三板的期货公司，此后开启了期货公司挂牌新三板的征程。2015年、2016年、2017年分别有5家、2家、5家期货公司挂牌新三板，2017年仅前三个月就有5家公司挂牌，除此之外更有数家期货公司排队等待挂牌。从挂牌节奏来看，期货公司新三板挂牌加速迹象明显，期货公司挂牌新三板热情高涨。

期货公司为何如此热衷新三板？主要有两大原因：

1. A股上市艰难

作为金融业的“屌丝”，“穷”和“小”是期货公司一大特点。期货公司高度依赖经纪业务、股权高度集中、业务结构单一，收入主要依靠手续费，并且依赖大客户，而行业间的交易成本相对透明，使得期货公司之间对客户资源的竞争非常激烈。传统经纪业务依赖于牌照资源、竞争同质化明显。而IPO上市条件苛刻，排队时间长，中小期货公司大多无缘主板或中小板，迄今为止尚无期货公司在A股上市。这在一定程度上影响到了期货公司在资本市场的进一步扩展，期货公司的融资需求难以得到满足。新三板则为这些公司打开了希望之门。新三板能满足或部分满足期货公司融资需求，在A股上市无望的情况下，期货公司挂牌新三板算得上是次优选择。

2. 行业监管推动

支持期货公司利用资本市场拓宽融资渠道是当下期货行业监管的一大导向。2014年12月25日，证监会发布《关于证券经营机构参与全国股转系统相关业务有关问题的通知》，表示“支持证券公司、基金管理公司、期货公司、证券投资咨询机构等证券期货经营机构在全国股转系统挂牌。申请挂牌的证券期货经营机构无须向我会申请出具监管意见书，只需在挂牌后5个工作日内报我会和住所地监管局备案。”同时，2014年底，中国期货行业协会发文规定，期货公司进入资产管理业务不再设置行政许可，并降低净资本要求等。

2016年证监会副主席方星海在第十二届中国(深圳)国际期货大会等多个场合公开表示，继续支持期货公司拓展融资渠道，鼓励其通过境内外发行上市、“新三板”挂牌等方式扩大筹资规模，不断增强资本实力，提升行业抗风险能力。

二、股东背景：国资 VS 社会资本

下表是小编从各家公司股份转让说明说上扒下来的各个期货公司的股东及他们各自的持股数量和持股比例。在这12家挂牌期货公司中，**国有控股或者拥有国有大股东的比例超过50%**，共有7家，分别是：创元期货、福能期货、广州期货、华龙期货、先融期货、天风期货以及永安期货。从集中度来看，挂牌的这些期货公司**大部分的股权高度集中**，12家公司中有8家公司股东数量小于或等于3家，且**大多拥有国资背景**。此外，**券商系**期货公司居多，有5家，分别是渤海期货（东北证券）、华龙期货（华龙证券）、天风期货（天风证券）、永安期货（财通证券）、广州期货（广州证券），占挂牌公司近半数。

12家挂牌公司股东背景情况一览表

股东名称	持股数量 (万股)	持股比例 (%)	股东性质
创元期货	12000	100	7
苏州创元投资发展(集团)有限公司	6120	51	国有法人
苏州创元房地产开发有限公司	1699	14.16	国有法人
中利科技集团股份有限公司	1320	11	社会法人
张家港市嘉广天进出口贸易有限公司	1200	10	社会法人
创元科技股份有限公司	935	7.79	社会法人
苏州市农业发展集团有限公司	576	4.8	国有法人
江苏物贸中心(集团)有限公司	150	1.25	国有法人
大越期货	10000	100	3
大越股份	6380	63.8	社会法人
西博投资	3300	33	社会法人
期望咨询	320	3.2	社会法人
海航期货	50000	100	3
长江租赁有限公司	45545	91.09	社会法人
西安民生集团股份有限公司	3000	6	社会法人
扬子江投资控股有限公司	1455	2.91	社会法人
华龙期货	13000	100	2
华龙证券	12633	97.18	国有法人
甘肃有色金属	367	2.82	国有法人
天风期货	16000	100	2
天风证券	15780	98.63	国有、社会法人
四川孚和	220	1.38	社会法人
先融期货	33000	100	3
国家电投集团资本控股有限公司	12540	38	国有法人
国家电投集团远达环保股份有限公司	10560	32	国有法人
中国电能成套设备有限公司	9900	30	国有法人
永安期货	86000	100	10
财通证券股份有限公司	43935	51.09	国有法人股
浙江东方集团股份有限公司	14022	16.3	社会法人股
浙江省协作大厦有限公司	11685	13.59	国有法人股
浙江省经济建设投资有限公司	11685	13.59	国有法人股
杭州美淳投资合伙企业(有限合伙)	2002	2.33	社会法人股
宁波梅山保税港区银地股权投资管理合伙企业(有限合伙)	872	1.01	社会法人股
北京卓邦投资有限公司	600	0.7	社会法人股
浙江省经协集团有限公司	400	0.47	社会法人股
浙江天堂硅谷盈通创业投资有限公司	400	0.47	社会法人股
宁波图南投资合伙企业(有限合伙)	400	0.47	社会法人股
迈科期货	32695	99.54	11
西安迈科金属国际集团有限公司	20314	61.93	社会法人股
西安投资控股有限公司	8859	27.01	社会法人股
陕西蓝海风投资管理有限公司	2605	7.94	社会法人股
上海启致信息科技有限公司	339	1.03	社会法人股
刘金美	158	0.48	自然人
赵越	124	0.38	自然人
齐晓娣	70	0.21	自然人
王宏斌	69	0.21	自然人
魏西	68	0.21	自然人

三、业务情况

目前这 12 家期货公司业务范围主要有：期货经纪、期货投资咨询、资产管理及风险管理，收入也主要是来自这几个方面，但目前这些挂牌的期货公司业务结构比较单一，大部分都以期货经纪业务为主，而且经纪业务的收入也是公司收入来源的重头。下表是这 12 家期货公司业务情况一览表，表内列了各个公司的主营业务，公司挂牌前两年营业收入和经纪业务收入，以及经纪业务收入占营业收入的比重。除了偶有例外，经纪业务收入占比几乎都在 60%以上。

公司名称	公司业务	挂牌前两年营收情况				经纪业务收入占比	
		经纪业务收入 (T-1)	经纪业务收入(T-2)	营业收入 (T-1)	营业收入 (T-2)	T-1	T-2
创元期货	商品期货经纪、金融期货投资咨询	4439.7	4360.2	5846.9	5343	76%	82%
永安期货	商品期货经纪、金融期货经纪、资产管理和期货投资咨询业务，并通过全资子公司永安资本开展风险管理服务业务	71390.9	68600.2	234977	84431.9	31%	80%
海航期货	主营业务为商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询和资产管理，并通过全资子公司陆盛投资开展风险管理业务。	9173.86	8579.43	14522.6	8869.4	63%	97%
华龙期货	商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询、资产管理业务	1271.6	1273.3	2302	1942.7	55%	66%
天风期货	商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询、资产管理	6245.2	7520.2	9477.7	9243.6	66%	81%
大越期货	商品期货经纪、金融期货经纪、资产管理和期货投资咨询业务	7870.6	7532.6	9145	7887.4	86%	96%
先融期货	商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询。子公司的主营业务为：资产管理业务	3079.66	2518.17	3579.069	2781.67	86%	91%
广州期货	商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询、资产管理	5763.9	5517.5	10,965.20	8,241.90	53%	67%
迈科期货	商品期货经纪、金融期货经纪、资产管理和期货投资咨询，并通过迈科资管开展风险管理服务业务	8,843.50	8,035.70	1044335	30049.7	1%	27%
渤海期货	商品期货经纪和金融期货经纪	4426.04	5608.95	10056.5	7749.3	44%	72%
混沌天成期货	商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询	2945.4	1111.6	6172.1	1686.5	48%	66%
福能期货	期货经纪业务、期货投资咨询业务以及资产管理业务	4781.3	3972.8	7273.4	5512.8	66%	72%

在激烈的同质化竞争下，这些期货公司也在寻求转变，业务模式向风险管理、资产管理业务等多元化方向转型。转型较快的公司有永安期货、迈科期货等。

风险管理业务（根据相关规定，期货公司可设立风险管理服务子公司开展以下试点业务：基差交易、仓单服务、合作套保、定价服务、做市业务等）为期货公司提供了新的盈利渠道，并能体现期货公司差异化服务的水平，从长远看，将逐步成为不同期货公司的分水岭。2013年5月8日，永安期货成立以开展风险管理服务业务为主的风险管理全资子公司——永安资本，其注册资本1.5亿元。2014年风险管理服务业务收入就大幅上升，风险管理服务业务收入占公司业务收入比例从17%直线上升到67%，2015年1-3月进一步上升到77%。相应的业绩也有大幅增长，营业收入增长近三倍。

业务收入分类	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)
期货经纪业务 手续费收入	98,174,253	11	369,440,209	16	467,266,069	55
利息收入	92,062,575	10	344,469,204	15	218,736,250	25
期货投资咨询 业务收入	15,344,736	2	42,081,644	2	6,858,448	1
资产管理业务 收入	2,938,292	0	22,128,908	1	7,542,879	1
风险管理服务 业务收入	714,740,650	77	1,571,649,925	67	143,915,557	17
期权经纪手续 费	8,969	0	-	-	-	-
合计	923,269,475	100	2,349,769,888	100	844,319,204	100

迈科期货公司业务结构也出现了较大幅度变化，2014年经纪业务收入占比为28%，2015年则大幅下跌至1%。但从收入情况上看，经纪业务收入并未下降，占比下降是由于营业收入的大幅度增加。这背后的原因是，2015年迈科期货子公司迈科资管大力开展风险管理业务，现货买卖交易量大幅增加，其他业务收入和其他业务支出相应大幅增加。

四、挂牌公司“贫富差距”较大，整体交易和融资情况不乐观

从这些公司挂牌前两年的利润来看，多数相当“穷”。从下表这12家期货公司挂牌前两年的利润上看，5家公司挂牌前一年利润不到千万，除去永安期货及混沌天成利润过亿，剩下10家公司在挂牌前一年平均利润才1241.34万，“贫富差距”可谓相当大。

挂牌后的期货公司利润整体有所提升（据已公布年报来看），但差异仍然较大。截至2月22日，仅有先融期货、渤海期货、天风期货、永安期货4家公司公布年报。

其中，永安期货于2015年10月28日在新三板挂牌，天风期货于2015年11月24日挂牌，挂牌满一年。据永安期货年报，2016年其实现营业收入68亿元，比上年增加56%；实现净利润6.15亿元，同比增长26.83%。天风期货实现营业收入1.48亿元，较去年同期下降8.19%，实现净利润4015.45万元，较去年同期下降16.04%（注：天风期货于挂牌当年成立全资资产管理子公司，新增资产管理公司营业收入7900.45万元，2015年实现净利润4782.478万）。

先融期货与渤海期货分别于去年12月及今年1月挂牌，挂牌还未满一年。根据先融期货年报，2016年公司实现营业收入1.03亿元，同比增长188.20%；净利润2367.63万元，同比增加489.33%。利润成倍增长主要得益于公司注册资本的增加（由1亿元增加至3.3亿元），提高了公司的业务规模及盈利能力，公司各项业务经营效益增加。渤海期货净利润也同比上涨了49.46%。

公司名称	挂牌日	股票总量	挂牌前两年利润 (万元)		转让方式	募资情况
			T-1	T-2		
创元期货	2015/4/9	12,000	456	391	做市	终止方案
永安期货	2015/10/28	86,000	31869.54	22477.5	协议	完成募资17.505亿元，计划20.18亿元
海航期货	2015/11/10	50,000	1024.35	568.4	协议	定增预案30亿
华龙期货	2015/11/13	13,000	558.8	509.51	做市	完成募资4.07亿元
天风期货	2015/11/24	16,000	215.65	780.64	协议	完成募资1.29亿元，计划募资1.44亿
大越期货	2016/11/21	13,000	1880.55	982.41	协议	—
先融期货	2016/12/16	33,000	401.75	111.43	协议	—
广州期货	2017/1/4	55,000	1808.73	1669.59	协议	—
迈科期货	2017/1/19	32,800	3598.75	4331.9	协议	—
渤海期货	2017/1/20	50,000	3206.45	2677.29	协议	—
混沌天成期货	2017/3/8	81,000	14609.91	1869.04	协议	—
福能期货	2017/3/15	20,000	844.33	666.55	协议	—

在期货公司抢滩新三板的同时，成交情况并不理想。截至3月22日，创元期货、华龙期货2家公司采取做市转让，其余的均是协议转让；从成交情况来看，仅创元期货、华龙期货和永安期货3家公司有成交，占总挂牌家数的25%。

从融资情况看，永安期货、天风期货、创元期货、华龙期货、海航期货5家公司公告了定增方案，但总融资规模较少。这5家公司共发布了7次股票发行方案，累计计划融资57.14亿元。其中，海航期货定增预案金额最大，达30亿元；永安期货公告了两次股票发行方案，首次完成募资17.505亿元，共计划融资20.18亿元；天风期货也先后公告两次股票发行方案，首次完成募资1.29亿元，第二次计划募资1.44亿元；华龙期货完成募资4.07亿元。此外，2016年7月14日，创元期货称因相关政策和资本市场变动，终止此前计划定增募资1590万元股票的发行方案。

2、铁路运价接连上调 铁路行业改革步伐或加快

大秦铁近日公告称，公司决定自3月24日18时起，对管内实行国家铁路统一运价率的营业线的整车煤炭运价水平恢复至基准运价率9.80分/吨公里；大秦、京原、丰沙大铁路本线煤炭运价水平恢复至基准运价率10.01分/吨公里，整体提价幅度约11%。另据铁总公告，从4月21日起，东南沿海高铁时速200-250公里动车组列车票价将上调，涨幅10%-20%。

综合上海证券报等媒体消息，大秦线此次提价幅度11%远小于公路运价提价30%，沿海高铁提价后很多区段二等座票价仍明显低于公路客运价格。因此，调价对运量影响甚微。铁路煤运及客运价格陆续上调，显示出运价市场化步伐正在加快，这将有利于提升铁路投资回报率，进而吸引更多民间资本、多元化资金进入铁路领域，推动铁路行业改革。

近日，中国铁路总公司公布了票价改革方案，将于4月21日起对东南沿海运行时速在200-250公里的动车组进行提价，主要涉及杭甬段及甬深段铁路，其中二等座涨幅25%-30%；一等座涨幅65%-70%。这是铁总获得高铁定价权后首次提价，未来不排除有继续提价的可能。

加速市场化、开启混改正是今年铁路的主要任务之一。在今年的全国铁路工作会议中，铁总明确了混改计划，包括理顺交通部-铁路局-铁总-路局的政令体系，推进铁路混改，推进铁路资产经营，加大土地为主的综合经营，调整普客票价等。在券商看来，铁路公司化改革、投融资体制改革和资产证券化是未来投资机会的核心。

3、电缆业生态：低价竞标 想办法降成本

发端于网络举报的“奥凯电缆事件”，撕开了电缆行业的一道口子，这个行业的竞争生态也引发了关注。

由于 2016 年年报未披露完毕，为此选取 2015 年年报作为素材进行分析。据 i 问财数据，A 股主营业务包含电缆的上市公司有 47 家。在 47 家电缆行业上市公司中，销售费用中多包含投标费用，不少在千万元以上。

与此同时，据发现，最低价竞标是电缆行业流行的竞标方式。“一些企业为了中标不择手段，在中标后，便想尽办法降低成本，牺牲质量，造成隐患。”有业内人士表示。

有人透露，由于行业的特殊性，应收款回款较慢是行业每年比较头疼的问题。据发现，A 股电缆行业上市公司，应收款占营收比例高企，47 家电缆行业上市公司中，有 20 家应收账款占营收比例高于 40%，这也造成了一些企业资金链的问题。

“不肯牺牲质量的公司，竞标时很苦恼”

3 月 21 日，奥凯电缆负责人王志伟公开道歉称，在（西安）地铁三号线招标过程中，采用低价竞标的方式获取订单，在生产过程中，为了获得一定的利润，降低了成本，造成了产品不合格。

参与招标，是电缆行业主要的销售模式。2016 年下半年，扬州曙光电缆在招股书中提到，电线电缆产品的目标市场主要集中在电力、石化、铁路、城建、机场等国家重点行业，客户对产品的安全性、可靠性、耐用性要求高，通常以招标的形式进行采购。

Hack ie first node is script

明星电缆(9.250, -0.07, -0.75%)也在 2015 年年报中称，公司自成立以来一直采用直销的销售模式，主要通过招投标方式和客户签订购销合同；红相电力(25.870, 0.62, 2.46%)对销售模式解释为：公司客户主要采用招标模式进行采购，而销售订单主要通过招投标方式获得。

据发现，在 A 股电缆行业上市公司中，招标费用是普遍存在的一个会计科目。

如太阳电缆(15.200, 0.01, 0.07%)2015 年投标费用 980.77 万元，仅次于同年销售费用中的运杂费、职工薪酬，位列第三；汉缆股份(4.240, -0.03, -0.70%)中标服务咨询费 2048.28 万元，占同期销售费用的七分之一；中天科技(12.150, 0.08, 0.66%)中标费 3942.43 万元；亨通光电(25.810, 0.07, 0.27%)招标费 2335.92 万元；中超控股(5.980, -0.06, -0.99%)管理费用中的投标及标书费 2639.33 万元。

这些投标费用在了哪里？一位西安电缆从业人员称，在招标过程中，会涉及标书费、咨询费等。有些公司甚至会将招标业务外包，因此会产生一定佣金，“招标费并没有统一的规定，标的大小、种类等也会致使招标费多少不一。”

一位电缆上市公司副总称，电缆行业进入门槛低，因此企业数量多，造成产能过剩，企业就吃不饱，因此出现了交易中一些不规范的地方。前述西安业内人员对此表示，“在产能过剩的行业，处于买方市场。卖方议价能力弱。”

据统计，截至 2013 年底中国电线电缆行业内的大小企业达 1 万家之多，规模以上企业就有 3794 家。

低价竞标在电缆行业普遍存在。

看来，这种现象尤为尴尬，如果不是最低价中标，可能滋生腐败，但实行最低中标价，可能导致偷工减料。“一个企业只有获得合理利润之后，才能生存和发展。如果把价格压低，其自然会从别的渠道想办法。”

上述上市公司副总称，这种竞标方式，使一些企业不择手段中标，为了保住自己利益，想尽办法降低成本，牺牲质量，最后有可能就会拼得血本无归。

“这种现象在电缆市场长时间存在，对于规模以上的企业而言，管理比较正规，不允许牺牲质量的行为出现，因此在竞标中往往比较吃亏，很苦恼。”前述副总称。公开资料显示，电线电缆行业大型企业所占销售收入比重依然在 20% 以下。

4 成公司应收款占营收超 40%

以销定产，是电缆行业普遍存在的生产模式。如明星电缆称，根据与客户签订的合同或订单，结合基地生产能力，以交货期、产品种类和运输距离制定生产计划并组织生产。

前述西安电缆业从业人员称，由于销售目标多为工程建设项目，因此账款回收期相对比较长，如果遇到拖欠款，就会造成资金周转不良。

A股电缆上市公司财务数据印证了这一点。通光线缆(15.050, 0.05, 0.33%)在2015年财报中称，2013年末至2015年末，公司应收账款占营收比例分别为52.81%、60.02%和61.36%。

“随着公司业务规模的扩大，应收账款余额可能保持在较高水平。”通光线缆称，尽管公司主要客户的资金实力强、信用好、资金回收有保障，但若催收不力或客户财务状况出现恶化，公司将面临一定的坏账风险。

据统计发现，在目前的47家电缆行业上市公司中，有20家应收账款占营收比例高于40%。其中，中能电气(32.770, -0.21, -0.64%)以145.2%高居榜首。

在2015年，中能电气实现营收7.31亿元，净利润0.2亿元，但其应收账款达到10.61亿元。年报中，中能电气称随着公司销售规模的增加，以及来自铁路、地铁等轨道交通领域回款周期较长客户的应收账款数额不断增加，将可能导致公司资金周转速度和运营效率的降低。

对此，中能电气根据不同客户的回款状况，将应收账款额度纳入相关销售人员的绩效指标，将应收账款的实际回收与销售人员的薪酬直接挂钩，以加强货款的催收力度。

“每年电缆行业最头疼的就是应收账款问题。”前述西安电缆业内相关人员说，原材料是电缆行业主要生产成本，要想产生销售，必须先囤积原材料。应收账款没收回来，又有新的原材料要买，现金流就会很吃紧。

有人称，当市场一直在扩张，虽然回收的一部分应收款可支撑采购原材料，但经济状况不景气的时候，应收账款就能压断现金流。

有公司电缆业务毛利率仅1.55%

“电缆行业是一个传统行业，虽然也有一些高附加值产品，但大多是常规的。导体大多是铜，都是贵金属，材料成本占整个销售价格的 80%，毛利率很低。”前述某上市公司副总说。

曙光电缆在招股书中也表示，电线电缆行业是典型的“料重工轻”行业，铜、铝等主要原材料的价格波动是影响电线电缆行业利润水平的重要因素。

曙光电缆以 2015 年为例，分析了主营业务毛利率对铜价波动比较敏感。即在其他条件保持不变的情况下，铜价每下降 5%，销售毛利变化率上升 25.36%。

鑫科材料(4.920, 0.00, 0.00%)在 2015 年年报中称，由于下游需求萎缩，产品价格竞争加剧等，以致铜加工业务板块出现亏损。

目前，鑫科材料主营业务有两大板块：加工制造业、影视行业。前者 2015 年毛利率仅 1.55%，相比影视行业的 53.91%毛利率，可谓杯水车薪。

东方电缆(16.710, 0.15, 0.91%)是较晚上市的一批电缆企业。其招股书显示，电缆行业平均毛利率在 13.73%至 14.65%之间。

“电缆产品在现在的科技水平之下，生产工艺并不复杂，利润相对比较低。”前述西安业内人士说，铜价上涨之前如果签订了合同，很多时候就是签一单亏一单。

如何提高电缆毛利率？曙光电缆在招股书中称，加快研发高附加值、高科技含量的电缆新产品，对提高产品综合毛利率，显得十分必要和迫切。

但在前述副总看来，行业里能重视研发的公司并不多。“企业都没有钱赚了，哪有钱搞研发？没有研发，企业发展就没有后劲，进而影响行业进步。”

纷纷跨界转型，去年并购事件 14 起

从业绩表现来看，47 家电缆上市公司 2015 年只有 7 家出现扣非净利润为负，但在盈利的企业中，有 20 家扣非净利在 1 亿元以下。

在盈利能力欠佳的情况下，一些电缆企业纷纷抛出并购计划，或横向发展，

或多元化跨界。据统计发现，在 2016 年，电缆行业上市公司发生 14 起并购事件，并购方向有商业贸易、通信、光伏设备等领域。

2016 年 7 月 28 日，中利科技以 11.76 亿元作价收购中利腾晖 25.19% 股权。中利腾晖是从事光伏电站开发建设、光伏组件及电池片生产销售的企业。

实际上，早在 2011 年，中利科技收购同一控制下企业中利腾晖 51% 股权，进入光伏领域。随后，通过不断增资、引入战略投资者，其持股数增至 74.81%。而此次对其 100% 控股，彰显了中利科技涉足光伏产业的决心。

同年，南洋股份(16.560, -0.05, -0.30%)拟通过发行股份及支付现金相结合的方式购买天融信股份 100% 股权。天融信股份为国内最早进入信息安全行业的公司之一。

南洋股份解释了此次并购意义，电线电缆行业属于周期性较强的行业，受固定资产投资等宏观经济因素影响较大；而信息安全行业属于周期性较弱的行业，两者结合有利于上市公司熨平经济周期所带来的业绩波动，为股东创造相对稳定回报。

通鼎互联(15.390, -0.03, -0.19%)也在 2016 年抛出并购方案，拟并购百卓网络 100% 股权、微能科技 100% 股权。前者是互联网安全的高新技术企业，后者为互联网服务运营商。

进入 2017 年，电缆行业并购之路没有停止。截至发稿，今年正在进行中的电缆上市公司并购事件有 7 起。

4、政策红利频释放 国内外巨头争抢千亿共享汽车市场

继共享单车以后，共享汽车逐渐进入人们视野，目前全国超过 20 个城市出现了共享汽车，嗅觉灵敏的各路资本也竞相进入，国内外巨头纷纷布局，共享汽车正在成为各界争相投资的新风口。业内人士表示，虽然共享汽车利好政策频出，市场需求不断增加，但其发展面临的挑战和问题远多于共享单车，采购成本和停车成本高企长期困扰企业，配套设施不完善更是难言之痛，如何解决网点少、充电桩少、号牌资源紧张等难题乃是当务之急。

共享汽车在多个城市落地

用手机下载共享汽车 APP 并完成注册，使用时掏出手机扫码，然后领取钥匙，发动汽车……共享汽车正在全国各地如雨后春笋般出现。

据不完全统计，目前北京、上海、广州、深圳等 20 个城市已经出现了共享汽车，品牌和用户都呈现井喷态势。目前市场上出现了 GoFun 出行、巴歌出行、绿狗租车、一度用车、零派乐享、壹壹租车、易卡租车、宝驾出行、EVCARD、途歌 TOGO、车普智能、联程共享、即行 car2go、盼达用车等共享汽车品牌。

GoFun 出行是首汽集团旗下新能源分时租车品牌，目前在北京、上海、成都、长沙、青岛、武汉、成都等城市上线。在手机应用商店下载“GoFun 出行”APP，在完成手机号码注册、验证身份证及驾驶证信息、提交押金后，定位附近可用车辆，一键解锁便可以轻松使用。

在确定取车网点和还车网点后，APP 上会显示车辆信息、电池续航里程以及计价方式。GoFun 出行透露，截至今年初，GoFun 在北京市内投放的汽车数量已达 1100 辆，租赁网点达 100 多个。预计到今年年底，GoFun 出行将扩展到全国 20 多座城市，点位扩展到 1000 余个。

“共享汽车可以提高私家车的利用效率，私家车长期闲置造成了巨大的资源浪费。”北京汽车出行服务有限公司副总经理王玉静表示，目前我国每天有 4.5 亿人次的出行需求，所以介于公共交通和私家车之间的汽车共享服务市场潜力巨大，快速增长趋势可期。据他透露，北汽集团从 2014 年开始涉足汽车共享和分时租赁，投入 10 个亿先后成立了绿行租车、北京出行、北京绿行等分时租赁品牌。

EVCARD 是新能源汽车分时租赁公司“环球车享”旗下品牌，该平台仅在上海已有 6000 多辆车、2500 个运营网点，日均使用超过 15000 人次，每辆车平均行驶时间将近 4 小时。去年 12 月底，EVCARD 进入南京市场，运营近 3 个月，共享汽车在南京的用户数量正以倍数快速增长。按照计划，今年内将在南京投放 1200 辆车，布局 300 个运营网点。

叮咚出行在广州推出分时租赁共享汽车服务，不到 5 个月时间，投入 300 台车，建成 60 个站点，出行会员达到了 15000 人。3 月 8 日，途歌 TOGO 正式落地广州，投放了 300 多辆雪铁龙 C3-XR 和奔驰 smart。

随着北京、上海等城市车辆号牌资源越发紧张，二三线城市成为共享汽车焦点争夺战场。郑州、武汉、大连、合肥、芜湖、莆田、佛山、东营等城市都出现了共享汽车。

3月15日，安顺市首个新能源汽车分时租赁一体化运营示范项目启动，总投资3.7亿元人民币，项目建成后，将在安顺市范围内建设新能源汽车租赁点200个，改造停车位7500个。

2016年4月，睿驰达新能源汽车科技有限公司在大连推出的“氢氦出行”新能源共享汽车项目上线，目前拥有新能源汽车100余辆，今年计划在全国25个城市落地。

“易开租车”在芜湖已建成70多个租赁点，投入新能源汽车1160辆，节假日一车难求。

央地支持政策密集出台

目前，共享汽车分时租赁进入政策红利期，顶层支持政策陆续出台，地方配套支持政策也在不断落地。

3月5日，李克强总理在政府工作报告指出，要支持和引导分享经济发展，提高社会资源利用效率，便利人民群众生活。本着鼓励创新、包容审慎原则，制定新兴产业监管规则。

两会前夕，国家发改委就《分享经济发展指南》征求意见，提出了允许和鼓励各类市场主体积极探索分享经济新业态新模式、加快形成适应分享经济特点的政策环境、鼓励创新监管模式等规划布局。

国务院办公厅发布的《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》指出，在个人使用领域探索分时租赁、车辆共享、整车租赁以及按揭购买新能源汽车等模式，及时总结推广科学有效的做法。

2016年3月，发改委联合中宣部、科技部、财政部等共十部委印发《关于促进绿色消费的指导意见》指出，支持发展共享经济，鼓励个人闲置资源有效利用，有序发展自有车辆租赁，创新监管方式，完善信用体系。

去年 12 月，国家发改委印发了《绿色发展指标体系》和《生态文明建设考核目标体系》，作为生态文明建设评价考核的依据。其中，新能源汽车保有量增长率为考核指标之一。

随着中央鼓励政策不断出台，地方配套支持政策也在不断落地。北京市交通委提出，将设置共享汽车停车位与充电桩，如将二环、三环 40 余处高架桥下的空间改造为共享汽车租赁点，专门用于这些汽车的停放与充电。此外，北京市政府还将推进分时租赁网点布局，预计到年底前，分时租赁汽车将达到 2000 辆。

上海市出台的《关于本市促进新能源汽车分时租赁业发展的指导意见》强调，优先保障用于分时租赁的纯电动汽车额度需求，对分时租赁企业购买新能源汽车给予补贴，对用于分时租赁服务的充电设施建设和运营给予补贴。到 2020 年底，新能源汽车分时租赁服务网点超过 6000 个，纯电动汽车超过 20000 辆，充电桩超过 30000 个。

据了解，成都正在加快拟定新能源汽车分时租赁发展指导意见，以鼓励、推动、规范其发展。同时，成都还将加快研究促进共享停车发展的办法和举措，整合停车资源，推动“互联网+停车”融合发展。

共享出行成为投资风口

共享经济利好政策叠加巨大的市场需求，共享汽车正在成为投资风口。国内外汽车巨头纷纷布局共享汽车，各路资金竞相进入，共享汽车从产品、资金到应用模式呈现百花齐放的局面。

在共享经济为消费者普遍接受的状态下，新能源汽车分时租赁将迸发更强劲的发展动力。尤其在交通压力巨大的城市，通过有效整合社会零散汽车资源，新能源汽车分时租赁不仅能够缓解城市交通，还能够解决城市生活中人们普遍存在的停车用车难问题。

国际战略咨询公司罗兰贝格在最新发布的《2018 中国汽车共享出行市场分析预测报告》认为，汽车共享出行（主要包括租车和网约车两种业态）在中国拥有广阔的发展前景，其直接需求将由 2015 年的 816 万次/天快速增长至 2018 年的 3700 万次/天，对应市场容量有望增长至 3800 亿元/年。“我们预测汽车共享出行的潜在需求在 2018 年有望达到 1.6 亿次/天，对应潜在市场容量有望达

到 1.8 万亿元。”罗兰贝格在上述报告中预测共享汽车的火热趋势难以阻挡。

国家信息中心分享经济研究中心、中国互联网协会分享经济工作委员会在京联合发布的《中国分享经济发展报告 2017》显示，2016 年中国分享经济市场交易额约为 34520 亿元，比上年增长 103%，其中交通出行 2038 亿元，同比增长 104%。与互联网行业投融资相对趋冷的大环境不同，分享经济企业融资规模继续保持大幅扩张。2016 年分享经济融资规模约 1710 亿元，同比增长 130%，其中交通出行领域分享经济的融资规模为 700 亿元，同比分别增长 124%。

就具体企业融资情况来看，一度用车 A 轮融资 1.28 亿元，成都市场上的 Soda 共享车以及在部分地区出现的嗒嗒用车和易开租车完成了 A 轮融资，UCAR 用车科技、Ponycar 马上用车等完成了天使轮融资，海马汽车 (6.100, 0.00, 0.00%) 与易鑫金融的福美来系列和首汽集团的 GoFun 出行完成 B 轮融资。

国际巨头方面，戴姆勒—奔驰集团正计划在中国将两大汽车共享项目整合，集中发力共享汽车市场。戴姆勒—奔驰集团在中国市场有“即行 Car2go”项目和“Car2share”两大共享（汽车）出行项目。通用汽车通过多种渠道进入共享出行领域，以自建公司及参股方式进入海内外市场，其车型包括传统汽车和新能源汽车；通用汽车还要打造汽车共享头牌——Maven 居民区服务项目。

大众汽车集团参股了共享汽车公司，如向以色列的 Gett 投入 3 亿美元，该公司是欧洲第一个提供专车服务的公司。在中国市场上，大众汽车中国宣布和滴滴合作，加速在全球汽车共享、按需打车领域的布局。大众汽车还成立了全新的移动出行服务公司——MOIA，其业务分为两种，即 APP 网络约车服务和共乘业务，均可通过手机应用程序享受用车服务。宝马集团也和汽车租赁公司合资成立 DriveNow 公司，已推出汽车共享服务。

不同于共享单车，共享汽车是重资产行业，每个平台前期仅车辆采购动辄就需上亿投入。共享汽车背后除了资本大鳄，汽车制造企业也没有袖手旁观。近年来，新能源汽车个人市场销售局面受困于充电难、续航短、价格贵等因素。通过共享汽车模式，由运营方解决充电、续航、价格等问题，可最大限度消除人们对电动汽车的使用顾虑。

近日，北汽集团董事长徐和谊更是公开表示，北汽开发了一款专门适合于共享新能源车的产品，并将在今年二季度正式推出。力帆、长安等汽车厂商的分时租赁业务都在推进中。力帆集团旗下盼达用车分时租赁项目，已在重庆主

城区建设超过 50 个分时租赁点，投放新能源汽车近 800 辆。

武汉畅的公司大股东是合康新能(8.160, -0.01, -0.12%)公司，该公司产品覆盖电动车动力总成系统及关键零部件。武汉电动汽车示范运营公司的股东之一是东风电动车辆股份有限公司，其采购并投放运营的车辆，也都是“东风造”。

普华永道的报告指出，未来 5 年汽车分时租赁市场将以超过 50%的增幅继续发展，分时租赁市场预计在 2018 年后逐渐趋于明朗，主流企业会通过并购形式进一步扩大市场份额和领先地位。未来分时租赁市场也将形成 3 到 4 家全国范围内领先的龙头企业。

行业发展仍面临重重挑战

共享汽车虽然受到许多人追捧，但是，不同于共享单车，汽车分时租赁行业门槛较高，企业市场规模易受车辆、牌照等各种资源影响，在发展过程中面临重重挑战。

首先，共享汽车的成本高企。由于车辆采购成本高，一些共享汽车平台投入汽车数量少、网点少，用户还车取车不方便，难以形成规模。不同于共享单车，共享汽车面临停车成本问题，在一二线城市核心地段，一辆车仅停车月租成本少则四五百元，高则上千元。由于专用车位稀缺，有些平台甚至暂时无法实现异地还车。这意味着，在某些网点租车，也必在原来的网点还车，这在很大程度上限制了消费人群。

其次，共享汽车大多使用新能源汽车，因此充电桩等配套设施的完善程度，直接影响共享汽车的发展。不少企业认为，购车资金问题还能想办法解决，但布局网点难于上青天。

电动汽车需配备建有充电桩的专用车位，由于充电桩还不普及，新能源汽车分时租赁也面临着里程焦虑和充电难题，车辆的调度、充电都需要耗费大量人力，加大了平台的运维成本。

加之充电桩的建设成本高，目前的充电桩大多分布在商场、酒店、社区、机关大院等，与之匹配的车位权属分散，共享汽车运营公司与车位业主洽谈合作比较困难，但是没有充裕的车位，共享汽车平台就无法增加网点。

第三，在北上广深等限牌城市，越来越稀缺的新能源汽车资质牌照，也是制约共享汽车扩大规模的一大障碍。一度用车 CEO 王杨就表示，目前新能源分时租赁行业最大的问题是牌照，比如 2016 年，受制于机动车牌照发放总量控制，北京市仅下发了 2000 个分时租赁小客车的经营指标，共有 5 家企业分得该指标。

共享汽车市场是块巨大的蛋糕，但是如何消化它仍需要很长的时间。3 月 10 日，新能源汽车分时租赁企业友友用车宣布停止运营，称停运的直接原因是“之前签署的投资款项未如期到位”。虽然友友用车的车辆运营效率称得上是业界优秀，但仍难逃关门的命运，这给刚刚起步的共享汽车行业敲响了警钟。

共享汽车的发展离不开地方政府的支持。业内人士表示，政府将它纳入公共交通体系，给予政策扶持和资源配套支持，共享汽车才能真正发展起来。

5、互联网医院投资热情降温 行业仍处初期培育阶段

没有拥挤嘈杂的就诊环境，没有倒卖专家挂号的黄牛，不用多开药、不需要给红包，这就是与传统医院明显不同的互联网医院。

互联网医院的投资热情已经开始降温，而已经运行的就诊平台还处在初期的培育阶段。

好大夫在线创始人王航表示，目前互联网医院的主要业务量规模还不小，仍需要长期投入来培养患者的就医习惯，医院对于线上如何布局的认识也难以全面深入。对投资端来说，2014 年和 2015 年互联网医疗的融资过热、泡沫过多，行业同质化竞争严重，开始出现了一些企业倒闭的现象。

“这其实是很正常的现象，2016 年很多投资者开始回归理性，看有没有新的盈利模式，更加青睐有盈利模式、发展稳定的互联网医疗企业。”王航说道。

投资回归理性

2014 年 10 月，广东省第二人民医院与深圳友德医科技有限公司（以下简称友德医）对外推出广东省网络医院。此后，互联网医院如雨后春笋般涌现，2016 年更是被业内视为互联网医院的爆发年。

腾讯研究院与动脉网联合发布的《2016年中国互联网白皮书》显示，截至2016年11月，全国互联网医院已经扩充到约36家，其中的31家集中在2016年开工，已经实现落地运营（已提供PC端或者APP端服务入口）的共有25家。

但从去年第三季度开始，互联网医疗市场的融资环境陡然变化。根据蛋壳研究院公布的报告显示，2016年第二季度国内数字健康市场投融资交易共60起，融资额达67亿元，环比增长83.1%。但到第三、四季度，这一数据比上年同期分别萎缩41%、10%。

“2016年下半年投资数额急剧下降。”王航认为，2014年和2015年互联网医疗投资过热，但行业缺乏创新，同质化严重，资本市场便开始冷却并保持观望。

长期专注于医疗领域投资的高特佳投资集团就是观望者之一。高特佳副总经理胡雪峰表示，集团关注了很多互联网医疗项目，但一直没有出手。在他看来，大家认为互联网是一个独立的产业，互联网医疗本质上是“医疗互联网化”，目前互联网医疗还在很不成熟的发展阶段。

胡雪峰认为，目前互联网医疗企业往往只做某一部分业务，这些项目一旦没有资金支撑就会出现很大危机。互联网医疗现阶段要用功能性、模式、市场覆盖来衡量价值，短期内不容易实现盈利，但对医疗行业发展有极大地促进作用。

就诊端尚缺火候

为了解互联网医院的运营情况，发现部分知名互联网医院平台的医生处在空闲状态，只有少数医生显示有1~2名患者等待，而知名教授、专家的问诊异常火爆，基本已经约满。

2月27日上午，登陆广东省网络医院网站可以看到，174位来自广东省第二人民医院的医生团队中，只有3名在线。2月28日下午3点，15名在线医生中只有3名显示忙碌，12名显示空闲，没有一名特约专家在线，绝大多数医生的级别是主治医师以下。

大部分互联网医院的就诊状况也不容乐观。据观察发现，在阿里健康网络医院的武汉市中心医院和枝江市网医通两个平台上，大部分在线医生处于空闲

状态。在云集了广东多个三甲医院医生的广东云医院的 APP 上，医生访问量大多在 0~24 之间。今年 1 月“开门迎客”的微医集团广州互联网医院，网站推荐的“人气医生”最高访问量是 724，而从随机翻看的 10 页信息中，绝大多数医生的问诊量是 0。

也有一些互联网医院的医生、患者互动频繁。注意到，在好大夫在线智慧互联网医院上，有些专家的问诊量甚至超过 1 万。王航说，好大夫在线免费咨询和义诊每天的规模约 20 万人次，其中 5%能转化为付费用户，今年 1 月平台付费问诊量比去年 10 月提升 30%。

复旦大学附属华山医院副教授方有生，他在 2010 年就加入好大夫在线进行在线咨询，如今已有 7 个年头。方有生感叹，移动互联网技术改变了就医模式，他有 2/3 的患者来自线上。“现在医生和患者不再受时间、空间限制，比如我刚才喝咖啡等待采访的时候，就已经在 APP 上回复了几名患者的问题。”

方有生认为，通过 APP 不仅可以做简单的诊前咨询，还能参与诊后的处理、术后的管理、及后期的康复指导。随着好评数、排名提升，医生个人的品牌价值也越来越大，能帮助广大患者精准地找到他们需要的“好大夫”。“他们提前在线上与我沟通病情并预约后直接来上海做手术，有些原来要待在上海等检验报告的也可以直接回去，节约时间和经济成本。”

常年与公立医院打交道的金蝶医疗副总经理李朝明，也明显感受到互联网医疗与越来越受重视。李朝明还记得，2014 年与广东一家三甲医院院长推荐金蝶医疗的移动互联网医院时，对方光决定要不要做就考虑了三四个月。“公立医院都很谨慎，一是怕线上支付有风险，二是国家没出政策，院长承受着巨大压力。不到三年，金蝶医疗已经与全国近 400 家三甲医院签约建立移动互联网。”

五、环球市场

1、澳洲行业景气度盘点与预测：2017 上升榜

行业及市场研究机构 IBISworld 预测，2017 年澳大利亚增长最快的行业将集中在路桥建设、制糖、油气开采、数据存储和幼儿托管。而其它行业，如重工业和非房地产建筑业，以及近几年的热点领域，如公寓及排屋建设，奶粉业、矿产勘探和农业则不容乐观，需要适应新的现状、调整预期。

IBISWorld 高级行业分析师 Nathan Cloutman 评价如下：“过去几年发展良好的行业今年可能要失望了，研究表明这些行业的繁荣期即将结束，至少在接下来一年内，形势并不乐观。”

“相反，随着需求增加，过去几年较为低迷的行业预期将在今年回暖。”

路桥建设

几个大型交通基础设施建设项目将带动整个路桥建筑行业的发展。IBISWorld 预计该行业在 2016-17 年间行业收入将猛增 27.2%，总额接近 201 亿澳元。

Cloutman 认为：“悉尼即将建设的 Northconnex (连接 M1 和 M2 公路) 和 Westconnex 项目工程是目前行业增长的主要动力。项目属政府和私有企业共同投资建设，会为接下来几年的路桥建筑业发展打下基础。”

Hunter 高速路、维多利亚半岛连线 (Peninsula Link)，布里斯班的 Legacy Way 隧道等几个大型项目完工，则是 2013-14 和 2014-15 年间的行业总体下滑的主要原因。

制糖业

2016-17 年制糖业的营业收入预计将增加 19.9%，总额接近 30 亿澳元。由于甘蔗种植面积扩大，本地糖产量预计将在年内增加 3.7%。产量增加一般会压低价格。但是，由于出口占主力 (约占行业总利润的四分之三)，本地价格将跟随世界市场价格变化。

2016-17 年，由于全球总的消费量连续第二年大于总产值，存量持续减少，糖的价格预计会上涨 20.1%。世界市场以美元标价，未来澳元贬值将进一步提升本地糖价 (以澳元计)，促进本地制糖业的复兴。

油气开采

2016-17 年，由于产出量和出口量的持续增长，预计油气开采行业的收入将增加 16.8%，达到 380 亿澳元，近三年以来世界天然气价格大幅下降的走势

会改变。日本、中国和韩国是澳大利亚液化天然气(LNG)的主要出口市场，再加上印度进口量提升，2016-17年出口将贡献整个行业收入的76.7%。

Cloutman认为：“2016-17年，几家主要合资企业液化天然气项目即将启动、或将在已有基础上增加产量，如澳洲雪佛兰在西部开发的Gorgon、Wheatstone等大型项目。此外，桑托斯公司及其合作伙伴下一步将增加昆士兰州液化天然气的出口。”

数据存储服务

过去的五年间数据存储服务发展迅速，随着2014-16年几家数据中心完成扩张和发展，预期2016-17年行业收入将增长14.4%，金额达到21亿澳元。

Cloutman认为：“伴随网络流量的极速增长，对云储存需求也将不断增加。公司会将IT需求转移到专门数据处理公司以节约成本。”

幼儿托管

预期托儿所行业将在2016-17年迅猛发展，营业收入将增加12%，达到124亿澳元。

“儿童入园比例增加将刺激行业发展。随着职场女性越来越多，政府会对托儿所进行补助，鼓励母亲们参加工作。随着家庭就业状况的改变，越来越多的人参与兼职或轮班制工作，对托儿行业的需求也会越来越大。”

在澳政府80亿澳元的育儿补贴和优惠政策的扶持下，符合条件的家庭将孩子送去托儿所的费用成本下降，也有助于行业发展。

2、亚投行加速“一带一路”项目落地

在于26日闭幕的博鳌亚洲论坛2017年年会上，“一带一路”成为国内外与会人员讨论的焦点，亚洲基础设施投资银行(亚投行)行长金立群在博鳌论坛上透露，今年预计还有15个国家将会加入亚投行，成员总数将达到85到90个。

博鳌与会政商领袖指出，以亚投行为核心的跨国金融机构将加速“一带一路”沿线项目落地，各方期待“一带一路”倡议为全球经济注入新的动力，成

为打开包容性经济全球化新局面的新钥匙。

预期共同开发前景广阔

“今年预计还有 15 个国家将会加入亚投行，成员总数将达到 85 到 90 个。”亚投行行长金立群在博鳌论坛上表示。就在 3 月 23 日，亚投行宣布正式批准 13 个新成员的申请，这是 2016 年 1 月正式开业运营的亚投行在 57 个创始成员基础上首次扩容，成员总规模达到 70 个。目前，从成员规模上来看，亚投行已经成为仅次于世界银行的全球第二大多边开发机构，超过了欧洲复兴开发银行和亚洲开发银行的规模。

亚洲开发银行副行长史蒂芬·格罗夫接受新华社专访时表示，目前亚洲地区的基础设施融资方面存在巨大的缺口，亚投行的成立与扩张可以有效弥补这一投资需求，只有更多的成员加入，双方才能更好地开展投资工作，解决亚洲地区长期发展的问题。

格罗夫认为，“一带一路”倡议已经对亚洲地区的经济发展产生了非常积极的影响，亚开行非常欢迎“一带一路”倡议。全球经济未来依旧依赖于亚洲提供增长的动力，亚开行希望借助“一带一路”将其投融资经验推广到沿线国家，进一步支持亚洲地区的一体化发展。

欧洲投资银行副行长乔纳森·泰勒在博鳌论坛上透露，欧盟 3150 亿欧元战略投资计划目前进行到第一阶段，虽然项目都在欧盟境内，现在欧盟正在考虑下一阶段投向欧盟以外的项目，这意味着直接与亚投行合作的可能性极大。

乔纳森·泰勒表示，该行有很多与多边金融机构合作的经验，与亚投行运作初始阶段就接洽合作，现在已经有了一些具体的合作意向，希望在亚洲包括中国的一些项目开展联合融资、联合投资。

进展合作意向大幅提升

中国推动一批重大“一带一路”合作标志性工程相继落地。亚的斯亚贝巴-吉布提铁路正式通车，从投融资、技术标准到运营管理维护，全部采用中国标准。印尼雅万高铁、中老铁路、中泰铁路、马来西亚南部铁路、匈塞铁路、瓜达尔港等重大项目有序推进。已取得双赢效果的国家给出了积极评价，预计将在不远未来会有更多成功案例。

巴基斯坦前总理阿齐兹在论坛上接受采访时表示，“一带一路”通过加强互联互通使中巴人民更接近。“除了公路、铁路、航运等交通上的互联互通，还包括数字上的互联互通。一旦两国人民有了这种相互的联接，就可以创造出一种相互依存的关系，通过相互依存则能建立更深刻的关系。”

香港财政司司长陈茂波在博鳌亚洲论坛上说，香港在“一带一路”倡议中可以发挥自己的独特优势。一方面，在“设施联通”方面，香港有专业人才，在基础设施建设、运营和管理方面具有优势。另一方面，根据亚洲开发银行测算，从现在到 2020 年，每年亚洲国家需要投入约 8000 亿美元进行基建投资。“这不可能都是来自政府的钱，香港作为一个国际金融中心，肯定可以发挥作用。”陈茂波说。据他介绍，香港在金融管理局下成立了基建融资办公室。

另外，“一带一路”倡议对欧洲的影响也在加大，并可能成为亚欧合作的一大抓手。

“‘一带一路’将中国与欧洲联接起来，受到欧洲国家的欢迎。”约翰霍普金斯大学东亚研究中心主任肯特·凯尔德教授在博鳌论坛上关注“一带一路”中国和欧洲的关系。

目前中欧班列实现了统一品牌，累计开行近 3000 列，已逐步形成连接亚洲各区域以及亚非欧之间的交通基础设施网络。

葡萄牙经济部部长曼努埃尔·卡布拉在论坛上表示，他认为亚投行能够帮助打造欧洲和亚洲国家之间的纽带，而且可以帮助欧洲和亚洲联合进军到非洲和拉美市场，通过加入亚投行，通过促成中葡公司之间的合作，我们也能利用这样一个新的机制来找到新的投融资项目，这也是一个很好的工具，来拓展亚洲和世界其它地区新的合作领域。

机遇各路企业争享发展红利

无论是贸易还是投资的广阔发展前景，都给走向国际市场的中国企业带来了新的机遇，“一带一路”令他们国际化的脚步走得更加扎实，而且拓展了商业合作可能性。

天合光能董事长兼首席执行官高纪凡表示，太阳能在东南亚、中东、非洲

等地区有巨大的发展空间，所以会进一步扩大新兴市场，进一步扩大全球化市场布局。

晶科能源副总裁钱晶表示，“‘一带一路’沿线国家多数为发展中国家，电力基础设施比较差，天然能源少，火电价格高，同时很多地区光照资源丰富，是发展光伏的理想地区，但他们缺乏人才、产品、经验、资本，这给了有实力和能力的民营企业走出去的绝佳机会。”钱晶说。据介绍，晶科能源马来西亚的工厂已经成为光伏行业“走出去”最大规模的投资，1.5GW 电池产能和 1.3GW 组件产能，约占公司产值的 15%。

除了传统制造企业和贸易商，创新型公司也正在通过“一带一路”拓展海外市场。共享单车企业 oFo 创始人戴威表示，该公司旗下的共享单车服务已进入东南亚市场，先登陆了新加坡。一带一路倡议下，公司业务在沿线国家充满机遇，通过创新商业模式带动中国自行车产品在海外地区落地，满足当地需求。

中国(海南)改革发展研究院课题组认为，“一带一路”倡议来自中国，但成效惠及世界。“一带一路”秉承共商、共建、共享原则，践行开放、包容、平等、互利的务实行动，成为反对贸易保护主义、推动全球经济治理变革的新引擎，成为打开包容性经济全球化新局面的新钥匙。

该课题组认为，2013 年以来，以“五通”为主要内容的“一带一路”建设，之所以能够赢得国际社会的广泛共识和积极参与，就在于其为区域和全球经济增长注入新动力，为世界经济走出阴霾带来新希望。此外，国际金融危机以来，以发达国家为主导的全球经济治理机制作用在减弱，随着 G20、金砖机制、上合组织、亚投行、丝路基金、新开发银行等新型国际机制和制度的发展，“一带一路”倡议不仅是对现有全球经济治理规则的补充与完善，增强了新兴国家和发展中国家的话语权，更为重塑全球经济治理新格局注入动力。

六、热点解读

1、珠三角楼市限购限贷政策

广州、深圳、佛山、东莞、惠州、中山、珠海

楼市限贷限购到底是个什么情况？

广州

（一）限购：

1. 本地户籍居民限购 2 套
2. 本市户籍单身(含离异)人士限购 1 套
3. 非本市户籍需连续缴满 5 年个税或社保，限购 1 套
4. 从化、增城仍不限购
5. 境外机构和个人购房按照现行政策

（二）限贷：

1. 无房无贷(过)者：首付最低 3 成
2. 无房有贷款记录者：普通住房首付最低 4 成
3. 有房无贷款记录者/首套房贷还清者：首付最低 5 成
4. 有房首套未还清者：首付最低 7 成
5. 有房购买非普通商品房：首付最低 7 成

（三）执行时间

3 月 17 日及之前已签订认购书或购房合同，并且完成购房合同网签的，按原政策执行。

3 月 17 日及之前未完成购房合同网签，但已签订认购书或购房合同且能提供交付房款(含定金、首付款或部分房款)的银行入账凭证或完税证明原件的，仍按原政策执行。

深圳

（一）限购

1. 本市户籍成年单身人士（含离异）限购 1 套住房
2. 本市户籍居民家庭（含部分家庭成员为深圳户籍居民的家庭），限购 2 套住房
3. 连续缴纳 5 年以上个人所得税或社保的非户籍居民家庭，限购 1 套住房。

（二）限贷

1. 无房且无贷款记录，继续执行三成首付。
2. 无房但有贷款记录，首付不低于五成。
3. 已有 1 套住房的，首付提高到七成以上。

（三）重点打击零首付、首付贷、众筹买房

（四）对超出备案价格、擅自提价且不接受价格指导的企业，立即停止网签并责令整改。

佛山

（一）限购

1. 继续在禅城区全区，南海区桂城街道、大沥镇、里水镇，顺德区大良街道、陈村镇、北滘镇、乐从镇执行新建商品住房限购政策和差别化住房信贷政策。
2. 本市户籍居民家庭在本市拥有两套及以上住房的，继续暂停向其销售限购区域的新建商品住房。
3. 非本市户籍居民家庭在本市没有住房的，在限购区域购买新建商品住房

时，需提供购房之日前两年内在本市累计缴纳 1 年以上的个人所得税缴纳证明或社会保险缴纳证明，通过补缴的个人所得税或社会保险缴纳证明不予认定。

4. 非本市户籍居民家庭在本市拥有 1 套及以上住房的，暂停向其销售限购区域的新建商品住房。

5. 境外机构和个人购房的，继续执行国家及省有关政策。

（二）执行时间

自 2017 年 3 月 25 日零时起执行。

执行时间点之前已完成购房合同网签的，按原政策执行。

执行时间点之前未完成购房合同网签但已签订认购书且能提供交付房款的银行入账凭证的，仍按原政策执行。

东莞

（一）限购

1. 有无本市户籍都限购 2 套新房；其中非本市户籍第 2 套需连续 2 年社保

（二）限贷

1. 两套房以上暂停贷款

2. 首套房、有贷款记录但无房、有房贷款已结清，首付 3 成

3. 首套房贷款未结清，二套房首付 4 成；144 平方米以上非普通住宅首付 6 成

（三）限价

1. 重启备案价；实际成交价不得高于备案价，下浮幅度不得超 15%；

2. 新房备案价不得明显高于同区域同类项目价格；上涨幅度不得高于最后一次备案价的 5%。

惠州

（一）限价

执行“一套一标”，规定实际销售价格不得高于明码标价价格，不得捂盘惜售。

商品房明码标价必须与申报监制的价格相一致，商品房成交价格不得高于明码标价的价格。不得开展“垫资”、“零首付”、“赎楼贷”。

房地产经纪代理机构及从业人员不得炒卖房号，不得在代理过程中赚取差价，不得通过签订“阴阳合同”违规交易，不得采取内部认购、雇人排队等手段制造营销恐慌。

中山

（一）限购

1. 对拥有 3 套及以上住房的本市户籍居民家庭，暂停向其销售新房。

2. 非本市户籍居民家庭能提供购房之日前半年以上在本市连续缴纳个人所得税证明或社会保险证明的，允许购买 1 套新房。

3. 对拥有 2 套及以上住房的非本市户籍居民家庭，暂停向其销售新房。

非本市户籍居民家庭不得通过提供补缴个人所得税证明或社会保险证明购买新房。

4. 对在中山辖区内没有住房的祖籍中山的华侨及港澳台同胞家庭，允许购买 1 套新房。

（二）限贷

符合条件的购房者，首套房首付不低于 30%，二套房首付不低于 40%。

1. 居民家庭购买首套住房，首付不低于 30%。

2. 对于有购房贷款记录但申请贷款购房时实际没有住房的居民家庭、拥有 1 套住房但没有购房贷款记录的或相应购房贷款已结清的居民家庭，再次申请商业性个人住房贷款购买住房的最低首付款比例不低于 30%。

3. 居民家庭拥有 1 套住房且相应购房贷款未结清，再次申请商业性个人住房贷款购买住房的最低首付款比例不低于 40%。

4. 对本市户籍居民家庭，暂停发放第三套及以上住房的商业性个人住房贷款。对非本市户籍居民家庭，暂停发放第二套及以上住房的商业性个人住房贷款。

（三）限价

1. 对报价明显高于周边在售项目价格和本项目前期成交价格且不接受指导的商品住房项目，价格主管部门不予备案；没有进行价格备案的项目，属于期房预售的暂不核发预售许可，属于现楼销售的暂不办理权属登记。

2. 实行“一套一标、一房一价”，实际销售价格不得高于备案价格。同一批次分批销售时，不得提高销售价格。

3. 严肃查处哄抬房价等价格违法行为。禁止隐瞒销售情况，捂盘惜售。

珠海

（一）限购

拥有 3 套及以上的本市户籍居民家庭、拥有 1 套及以上的非本市户籍居民家庭、无法提供购房之日前在本市逐月连续缴纳 1 年以上个人所得税或社会保险证明的非本市户籍居民家庭，暂停向其销售建筑面积 144 平方米及以下的普通住房。

（二）限贷

1. 居民家庭首次购买普通住房（指从未购置过住房），最低首付款比例不低于 30%；

2. 居民家庭拥有一套住房且相应购房贷款未结清，再次申请商业性个人住房贷款购买普通住房的最低首付款比例不低于 40%。

3. 对拥有两套及以上住房的居民家庭，暂停发放商业性个人住房贷款。

珠海楼市限价 增幅不得超 3%

（三）限价

报备项目有前期价格的，报备价格在项目前期价格的基础上，增幅不应高于 3%。

没有前期价格的，报备价格在周边在售价格的基础上，增幅不应高 3%，没有周边在售价格的，报备价格在区域价格的基础上，增幅不应 3%。

如前期价格明显低于周边在售价格的，按周边在售价格或区域价格比较。

（前期价格指项目在该次备案前三个月的网签交易均价；

周边在售价格指报备的项目所在区域周边 2 平方公里范围内，选取 3 个至 5 个在售项目前三个月的网签交易均价；

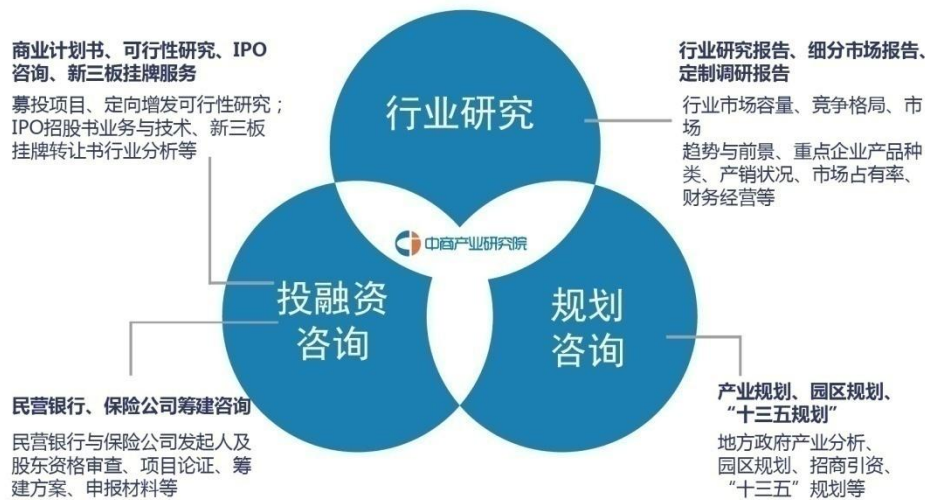
区域价格指报备的项目所在的区域内（有设立不动产登记分机构的区域）前三个月的网签交易均价。）

此外，商品房销售价格原则上不得高于备案价格，确实需要调价的，必须重新备案，且间隔时间应在 6 个月以上。

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。

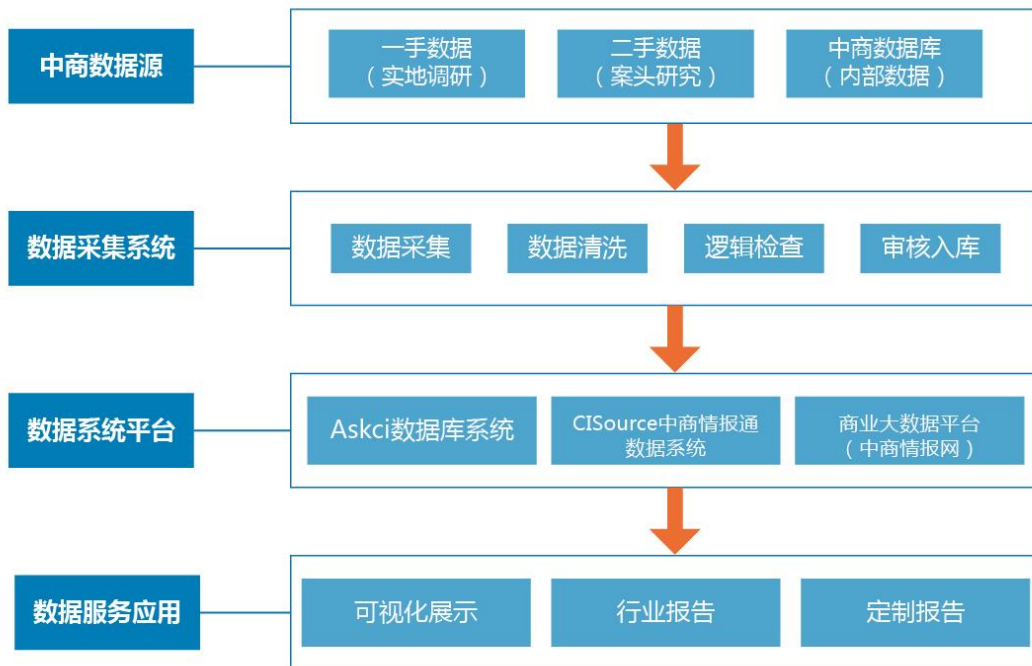
自 2003 年以来，中商在发展中已不断成长，迄今为止，中商汇聚了 350 余名来自不同行业的资深顾问。中商依托自主研发的 Askci 数据库和 CISource 中商情报通对各类数据建立月度、季度、年度持续的信息收集监测，覆盖近 5000 多个细分产业市场数据库，持续更新。中商始终为客户提供最新最全的数据服务、研究报告、产业规划咨询等高价值咨询服务。



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