

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

2017



中商产业研究院
ASKCI Consulting CO.,LTD



扫码免费领报告

版权声明

版权所有。未经许可，本报告的任何部分不得以任何方式在世界任何地区以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载。

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

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

报告的所有图片、表格及文字内容的版权归中商产业研究院所有。其中，部分图表在标注有数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。中商产业研究院取得数据的途径来源于市场调查、公开资料和第三方购买。

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

全国统一服务热线：400-666-1917

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

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

电 话：(0755) 25407296 25193390

传 真：(0755) 25407715

网 址：<http://www.askci.com/>

E - mail：askci@askci.com

★ 目 录 ★

一、	政策法规	2
	1、国务院关于修改部分行政法规的决定	2
	2、国务院办公厅关于 2018 年部分节假日安排的通知	3
	3、2017 年第三季度全国政府网站抽查情况通报.....	4
	4、国务院关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意 见.....	12
	5、中共中央办公厅 国务院办公厅印发《领导干部自然资源资产离任 审计规定（试行）》	26
	6、国务院关于废止《中华人民共和国营业税暂行条例》和修改《中华 人民共和国增值税暂行条例》的决定	27
二、	经济观察	37
	1、2017 年 1-10 月份全国规模以上工业企业利润增长 23.3%	37
	2、2017 年 11 月中国制造业采购经理指数为 51.8%	45
	3、2017 年 11 月中国非制造业商务活动指数为 54.8%	47
	4、2017 年 1-10 月全国就业情况分析：城镇新增就业人数 1191 万 同 比增长 1.97%.....	50
	5、2017 年 1-11 月国内成品油历次调整价格情况一览.....	52
三、	投资市场	54
	1、印度人口红利如此巨大，但只有有钱的玩家才能玩转“创业江湖”	54
	2、未来教育行业投资 6 个重点关注领域	60
	3、微信信用卡的代扣“法外江湖”	63
	4、BAT“扎堆”入局，汽车产业迎来新一轮革命？	67
	5、首届宜信财富全球房地产投资高峰论坛引领行业新格局	74
四、	产业市场	77
	1、电商周报：京东进军汽车 B2B 业务 天猫无人超市亮相	77
	2、超市周报：永辉拟实施股票激励计划 盒马鲜生进军福州	81
	3、餐饮周报：2017 餐饮业看点汇总 西贝开外卖专门店.....	83
五、	热点解读	87
	1、12 月 1 日起，水资源税改革试点增加 9 省份.....	87
	2、我国将以工业互联网为抓手加快发展先进制造业	91

正文

一、政策法规

1、国务院关于修改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涉及的行政法规进行了清理。经过清理，国务院决定：对 2 部行政法规的部分条款予以修改。

一、删去《中华人民共和国中外合作经营企业法实施细则》第三十五条第二款。

二、将《中华人民共和国母婴保健法实施办法》第二十四条修改为：“国家提倡住院分娩。医疗、保健机构应当按照国务院卫生行政部门制定的技术规范，实施消毒接生和新生儿复苏，预防产伤及产后出血等产科并发症，降低孕产妇及围产儿发病率、死亡率。

“没有条件住院分娩的，应当由经过培训、具备相应接生能力的家庭接生人员接生。

“高危孕妇应当在医疗、保健机构住院分娩。

“县级人民政府卫生行政部门应当加强对家庭接生人员的培训、技术指导和监督管理。”

删去第三十五条第三款中的“以及从事家庭接生的人员”。

本决定自公布之日起施行。

2、国务院办公厅关于 2018 年部分节假日安排的通知

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

经国务院批准，现将 2018 年元旦、春节、清明节、劳动节、端午节、中秋节和国庆节放假调休日期的具体安排通知如下。

一、元旦：1 月 1 日放假，与周末连休。

二、春节：2 月 15 日至 21 日放假调休，共 7 天。2 月 11 日（星期日）、2 月 24 日（星期六）上班。

三、清明节：4 月 5 日至 7 日放假调休，共 3 天。4 月 8 日（星期日）上班。

四、劳动节：4 月 29 日至 5 月 1 日放假调休，共 3 天。4 月 28 日（星期六）上班。

五、端午节：6 月 18 日放假，与周末连休。

六、中秋节：9 月 24 日放假，与周末连休。

七、国庆节：10 月 1 日至 7 日放假调休，共 7 天。9 月 29 日（星期六）、9 月 30 日（星期日）上班。

节假日期间，各地区、各部门要妥善安排好值班和安全、保卫等工作，遇有重大突发事件，要按规定及时报告并妥善处置，确保人民群众祥和平安度过节日假期。

国务院办公厅

2017 年 11 月 30 日

3、2017 年第三季度全国政府网站抽查情况通报

国务院办公厅政府信息与政务公开办公室近期组织开展了 2017 年第三季度全国政府网站抽查。现将有关情况通报如下：

一、抽查情况

截至 2017 年 9 月 1 日，全国正在运行的政府网站 29431 家。其中，国务院部门及其内设、垂直管理机构政府网站 1972 家，省级政府门户网站 32 家，省级政府部门网站 2501 家，市级政府门户网站 531 家，市级政府部门网站 15219 家，县级政府门户网站 2770 家，县级以上政府网站 6406 家。

国务院办公厅政府信息与政务公开办公室随机人工抽查各地区和国务院部门政府网站 500 个，总体合格率 97%，比 2017 年第二季度提高 3 个百分点。其中，北京等 22 个地区政府网站抽查合格率为 100%；北京、天津、海南、新疆生产建设兵团连续三个季度抽查合格率达 100%；吉林、青海等地抽查合格率与第二季度相比明显上升。

各地区和 71 个国务院部门共抽查本地区、本部门政府网站 12466 个，占运行政府网站总数的 42%，总体合格率 94%。北京、河北、山西、海南和烟草局政府网站季度抽查比例超过 70%。经抽样复核，地区和部门抽查情况整体真实准确，抽查情况和问题网站名单已在中国政府网公开。第三季度，“我为政府网站找错”平台收到网民有效留言 14210 条，总体办结率达 98%。内蒙古、上海、江苏、环境保护部等 17 个地区和部门留言按期办结率达 100%。此外，抽查未发现政府网站刊登商业广告情形，第二季度通报的不合格政府网站已完成整改。

第三季度，各地区、各部门按照《政府网站发展指引》（国办发〔2017〕47 号，以下简称《指引》）要求，在推进规范管理、加强集约建设、提升服务水平的时候，进一步加大对不合格政府网站责任单位和人员的问责力度，183 名有关责任人被上级主管单位约谈，33 人作出书面检查，11 人被通报批评，6 人受到警告或记过处分，5 人被调离岗位或免职。

二、主要问题

(一) 少数地区和部门落实《指引》要求不到位。部分国务院部门网站季度抽查比例未按《指引》要求达到 30%。一些政府网站名称未按要求规范，如吉林省东丰县政府门户网站名称仍为“中国·东丰政府公众信息网”。外交部、住房城乡建设部、卫生计生委等部门“我为政府网站找错”平台网民留言办结率低于 70%。部分网站未能规范添加“我为政府网站找错”监督举报平台入口，“福建农业信息网”以静态图片代替平台入口，“重庆市体育局”网、江西省“萍乡市财政局”网等仍未添加平台入口。

(二) 一些网站办事功能不实用。黑龙江省抚远市“抚远网上政务服务中心”网的“并联审批”栏目下 20 余项主题服务内容均为空。河北省“辛集市行政服务中心”网的“在线申报”栏目多项办事指南要素不全，缺少依据条件、流程时限等。

(三) 部分网站日常运维存在薄弱环节。个别单位网站信息审核把关不严，出现文不对题、严重错别字等情况。一些基层政府网站安全防护能力薄弱，发生了病毒感染、恶意攻击和网页篡改等安全事件。

三、工作要求

各地区、各部门要按照习近平总书记在党的十九大报告中提出的建设人民满意的服务型政府的要求，进一步加大《指引》贯彻落实力度，加强工作力量，梳理细化工作任务，建立有效推进机制，持续提升政府网站建设管理水平，打造高效惠民的网上政府。加快推进集约化建设，以门户网站为核心，整合汇聚信息数据和服务资源，做好被整合网站内容迁移工作，杜绝一关了之，确保内容不少、数据不丢、保障不减。严格政府网站查遗补漏工作，将“政务服务网”、“政府数据开放网”、“公共资源交易网”等各类专项工作网站全部纳入全国政府网站信息报送系统统一管理，确保不留死角。加强网站名称和域名管理，规范添加“我为政府网站找错”监督举报平台入口，及时办理和回复网民留言，切实解决网站问题。全面提升政府网站服务水平，依托门户网站加快形成办事

系统互联互通、服务事项一站通办的一体化政务服务平台。建立健全运维机制，规范信息发布流程，提升网站安全防护能力。

对本次通报的问题网站，各有关地区和部门要采取有力措施进行整改。请于12月20日前将整改情况、第四季度网站抽查情况、网站集约化推进情况、一体化政务服务平台建设情况等书面报送国务院办公厅政府信息与政务公开办公室。

- 附件：1. 2017年第三季度各地区、各部门政府网站监管工作情况
2. 各地区政府网站运行和抽查情况
3. 国务院部门及其内设、垂直管理机构政府网站运行和抽查情况
4. 抽查发现存在突出问题的政府网站名单

2017年11月18日

附件 1

2017年第三季度各地区、各部门政府网站监管工作情况

工作情况		省（区、市）/部门
第三季度 总体抽查 合格率	达到 100%	北京、天津、山西、辽宁、吉林、江苏、浙江、福建、山东、湖北、湖南、广东、广西、海南、四川、贵州、云南、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆生产建设兵团
	低于 90%	内蒙古、黑龙江、上海、河南、重庆、西藏、新疆
连续三个季度抽查合格率 达到 100%		北京、天津、海南、新疆生产建设兵团
第三季度 上报 抽查网站 比例	高于运行网站总数 70% (注：各地区、垂直管理部门)	北京、河北、山西、海南、烟草局

	低于运行网站总数 30%	外交部、人力资源社会保障部、农业部、海关总署、地震局、民航局
“我为政府网站找错”网民留言办结情况	按期办结率达到 100%	内蒙古、上海、江苏、环境保护部、农业部、食品药品监管总局、知识产权局、侨办、法制办、中科院、地震局、气象局、银监会、粮食局、烟草局、铁路局、文物局
	办结率低于 70%	外交部、住房城乡建设部、卫生计生委、参事室、社科院、行政学院、证监会、公务员局

附件 2

各地区政府网站运行和抽查情况

序号	省(区、市)	运行网站总数	省级政府网站数		市级政府网站数		县级及以下政府网站数		抽查网站数	抽查存在突出问题的网站数
			门户	部门	门户	部门	县级门户	县级以下		
1	北京	1042	1	206	17	818	0	0	14	0
2	天津	279	1	64	19	195	0	0	5	0
3	河北	786	1	68	16	416	165	120	11	1
4	山西	511	1	65	11	314	113	7	10	0
5	内蒙古	671	1	65	15	488	102	0	11	2
6	辽宁	837	1	84	17	598	103	34	14	0
7	吉林	514	1	67	11	288	59	88	8	0
8	黑龙江	601	1	72	15	367	123	23	10	2
9	上海	687	1	88	16	582	0	0	9	1
10	江苏	877	1	74	14	682	97	9	12	0
11	浙江	2066	1	104	14	581	101	1265	21	0
12	安徽	1152	1	80	22	748	101	200	15	1
13	福建	447	1	48	10	230	78	80	10	0
14	江西	1373	1	74	12	509	99	678	14	1

15	山东	1804	1	82	18	965	147	591	22	0
16	河南	1737	1	85	29	888	176	558	19	2
17	湖北	903	1	89	19	669	102	23	13	0
18	湖南	763	1	69	18	548	121	6	12	0
19	广东	2799	1	135	27	1126	137	1373	28	0
20	广西	1478	1	121	15	575	117	649	16	0
21	海南	175	1	50	22	94	4	4	7	0
22	重庆	704	1	82	38	583	0	0	10	2
23	四川	1318	1	83	27	892	182	133	15	0
24	贵州	710	1	98	12	268	90	241	9	0
25	云南	630	1	58	17	329	126	99	10	0
26	西藏	170	1	39	5	42	72	11	6	3
27	陕西	798	1	78	13	533	110	63	12	0
28	甘肃	698	1	57	15	501	86	38	11	0
29	青海	240	1	54	10	95	44	36	6	0
30	宁夏	268	1	62	6	113	21	65	7	0
31	新疆	222	1	59	17	39	94	12	8	1
32	新疆生产建设兵团	199	1	41	14	143	0	0	5	0
合计		27459	32	2501	531	15219	2770	6406	380	16

注：运行网站数据取自全国政府网站信息报送系统2017年9月1日的数据。

附件3

国务院部门及其内设、垂直管理机构政府网站运行和抽查情况

序号	部门	运行网站总数	国务院部门门户网站数	内设、垂直管理机构网站数	抽查网站数	抽查存在突出问题的网站数
1	外交部	9	1	8	2	0
2	发展改革委	7	1	6	2	0

3	教育部	51	1	50	2	0
4	科技部	8	1	7	2	0
5	工业和信息化部	44	1	43	2	0
6	国家民委	14	1	13	2	0
7	公安部	19	1	18	2	0
8	民政部	8	1	7	2	0
9	司法部	2	1	1	2	0
10	财政部	2	1	1	2	0
11	人力资源社 会保障部	9	1	8	2	0
12	国土资源部	2	1	1	2	0
13	环境保护部	10	1	9	2	0
14	住房城乡建 设部	7	1	6	2	0
15	交通运输部	22	1	21	2	0
16	水利部	22	1	21	2	0
17	农业部	14	1	13	2	0
18	商务部	8	1	7	2	0
19	文化部	4	1	3	2	0
20	卫生计生委	7	1	6	2	0
21	人民银行	3	1	2	2	0
22	审计署	1	1	0	1	0
23	国资委	4	1	3	2	0
24	海关总署	45	1	44	2	0
25	税务总局	490	1	489	4	0
26	工商总局	14	1	13	2	0
27	质检总局	283	1	282	3	0
28	新闻出版广 电总局	4	1	3	1	0
29	体育总局	4	1	3	2	0

30	安全监管总局	23	1	22	2	0
31	食品药品监管总局	1	1	0	1	0
32	统计局	38	1	37	2	0
33	林业局	12	1	11	2	0
34	知识产权局	8	1	7	2	0
35	旅游局	1	1	0	1	0
36	宗教局	1	1	0	1	0
37	参事室	1	1	0	1	0
38	国管局	3	1	2	2	0
39	侨办	1	1	0	1	0
40	港澳办	1	1	0	1	0
41	法制办	1	1	0	1	0
42	中科院	33	1	32	2	0
43	社科院	2	1	1	2	0
44	工程院	1	1	0	1	0
45	发展研究中心	1	1	0	1	0
46	行政学院	2	1	1	1	0
47	地震局	31	1	30	2	0
48	气象局	126	1	125	2	0
49	银监会	1	1	0	1	0
50	证监会	1	1	0	1	0
51	保监会	42	1	41	2	0
52	社保基金会	1	1	0	1	0
53	自然科学基金会	1	1	0	1	0
54	信访局	1	1	0	1	0
55	粮食局	1	1	0	1	0
56	能源局	20	1	19	2	0

57	国防科工局	3	1	2	2	0
58	烟草局	57	1	56	2	0
59	外专局	2	1	1	1	0
60	公务员局	1	1	0	1	0
61	海洋局	15	1	14	2	0
62	测绘地信局	5	1	4	2	0
63	铁路局	1	1	0	1	0
64	民航局	8	1	7	2	0
65	邮政局	366	1	365	3	0
66	文物局	1	1	0	1	0
67	中医药局	1	1	0	1	0
68	外汇局	37	1	36	2	0
69	扶贫办	1	1	0	1	0
70	三峡办	1	1	0	1	0
71	南水北调办	1	1	0	1	0
合计		1972	71	1901	120	0

注：运行网站数据取自全国政府网站信息报送系统2017年9月1日的数据。

附件4

抽查发现存在突出问题的政府网站名单

序号	省(区、市) /部门	网站名称	存在的突出问题	网站标识码
1	河北	“保定市民政局”网	多个栏目长期不更新	1306000034
2	内蒙古	鄂尔多斯市“机场治安分局”网	多个栏目为空白	1506000119
3	内蒙古	兴安盟“扎赉特旗人民政府”网	多个栏目为空白	1522230001
4	黑龙江	抚远市“抚远网上政务服务中心”网	多个栏目为空白	2308330006
5	黑龙江	“桦川县行政服务中心”网	多个栏目为空白	2308260003

6	上海	松江区“浦江之首石湖荡”网	多个栏目为空白	3101170067
7	安徽	“安徽学位与高校科研网”	站点长期无法访问	3400000071
8	江西	“抚州市行政服务中心审批服务网”	站点长期无法访问	3610000029
9	河南	扶沟县“扶沟农牧网”	多个栏目为空白	4116210002
10	河南	“南阳市宛城区民政局”网	站点长期无法访问	4113020002
11	重庆	“梁平县商务局”网	站点长期无法访问	5002280024
12	重庆	“城口县城乡建设委员会”网	多个栏目为空白	5002290006
13	西藏	“西藏旅游政务网”	多个栏目为空白	5400000034
14	西藏	“拉萨市城关区旅游局”网	站点长期无法访问	5401020001
15	西藏	山南市“山南教育网”	站点长期无法访问	5422000021
16	新疆	奎屯市“国家级奎屯—独山子经济技术开发区”网	站点长期无法访问	6540030015

注：抽查采样时间为 2017 年 9 月 14 日至 10 月 30 日。

4、国务院关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

当前，全球范围内新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起。工业互联网作为新一代信息技术与制造业深度融合的产物，日益成为新工业革命的关键支撑和深化“互联网+先进制造业”的重要基石，对未来工业发展产生全方位、深层次、革命性影响。工业互联网通过系统构建网络、平台、安全三大功能体系，打造人、机、物全面互联的新型网络基础设施，形成智能化发展的新业态和应用

模式，是推进制造强国和网络强国建设的重要基础，是全面建成小康社会和建设社会主义现代化强国的有力支撑。为深化供给侧结构性改革，深入推进“互联网+先进制造业”，规范和指导我国工业互联网发展，现提出以下意见。

一、基本形势

当前，互联网创新发展与新工业革命正处于历史交汇期。发达国家抢抓新一轮工业革命机遇，围绕核心标准、技术、平台加速布局工业互联网，构建数字驱动的工业新生态，各国参与工业互联网发展的国际竞争日趋激烈。我国工业互联网与发达国家基本同步启动，在框架、标准、测试、安全、国际合作等方面取得了初步进展，成立了汇聚政产学研的工业互联网产业联盟，发布了《工业互联网体系架构（版本 1.0）》、《工业互联网标准体系框架（版本 1.0）》等，涌现出一批典型平台和企业。但与发达国家相比，总体发展水平及现实基础仍然不高，产业支撑能力不足，核心技术和高端产品对外依存度较高，关键平台综合能力不强，标准体系不完善，企业数字化网络化水平有待提升，缺乏龙头企业引领，人才支撑和安全保障能力不足，与建设制造强国和网络强国的需要仍有较大差距。

加快建设和发展工业互联网，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，发展先进制造业，支持传统产业优化升级，具有重要意义。一方面，工业互联网是以数字化、网络化、智能化为主要特征的新工业革命的关键基础设施，加快其发展有利于加速智能制造发展，更大范围、更高效率、更加精准地优化生产和服务资源配置，促进传统产业转型升级，催生新技术、新业态、新模式，为制造强国建设提供新动能。工业互联网还具有较强的渗透性，可从制造业扩展成为各产业领域网络化、智能化升级必不可少的基础设施，实现产业上下游、跨领域的广泛互联互通，打破“信息孤岛”，促进集成共享，并为保障和改善民生提供重要依托。另一方面，发展工业互联网，有利于促进网络基础设施演进升级，推动网络应用从虚拟到实体、从生活到生产的跨越，极大拓展网络经济空间，为推进网络强国建设提供新机遇。当前，全球工业互联网正处在产业格局未定的关键期和规模化扩张的窗口期，亟需发挥我国体制优势和市场优势，加强顶层设计、统筹部署，扬长避短、分步实施，努力开创我国工业互联网发展新局面。

二、总体要求

（一）指导思想。

深入贯彻落实党的十九大精神，认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，落实新发展理念，坚持质量第一、效益优先，以供给侧结构性改革为主线，以全面支撑制造强国和网络强国建设为目标，围绕推动互联网和实体经济深度融合，聚焦发展智能、绿色的先进制造业，按照党中央、国务院决策部署，加强统筹引导，深化简政放权、放管结合、优化服务改革，深入实施创新驱动发展战略，构建网络、平台、安全三大功能体系，增强工业互联网产业供给能力。促进行业应用，强化安全保障，完善标准体系，培育龙头企业，加快人才培养，持续提升我国工业互联网发展水平。努力打造国际领先的工业互联网，促进大众创业万众创新和大中小企业融通发展，深入推进“互联网+”，形成实体经济与网络相互促进、同步提升的良好格局，有力推动现代化经济体系建设。

（二）基本原则。

遵循规律，创新驱动。遵循工业演进规律、科技创新规律和企业发展规律，借鉴国际先进经验，建设具有中国特色的工业互联网体系。按照建设现代化经济体系的要求，发挥我国工业体系完备、网络基础坚实、互联网创新活跃的优势，推动互联网和实体经济深度融合，引进培养高端人才，加强科研攻关，实现创新驱动发展。

市场主导，政府引导。发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用。强化企业市场主体地位，激发企业内生动力，推进技术创新、产业突破、平台构建、生态打造。发挥政府在加强规划引导、完善法规标准、保护知识产权、维护市场秩序等方面的作用，营造良好发展环境。

开放发展，安全可靠。把握好安全与发展的辩证关系。发挥工业互联网开放性、交互性优势，促进工业体系开放式发展。推动工业互联网在各产业领域

广泛应用，积极开展国际合作。坚持工业互联网安全保障手段同步规划、同步建设、同步运行，提升工业互联网安全防护能力。

系统谋划，统筹推进。做好顶层设计和系统谋划，科学制定、合理规划工业互联网技术路线和发展路径，统筹实现技术研发、产业发展和应用部署良性互动，不同行业、不同发展阶段的企业协同发展，区域布局协调有序。

（三）发展目标。

立足国情，面向未来，打造与我国经济发展相适应的工业互联网生态体系，使我国工业互联网发展水平走在国际前列，争取实现并跑乃至领跑。

到 2025 年，基本形成具备国际竞争力的基础设施和产业体系。覆盖各地区、各行业的工业互联网网络基础设施基本建成。工业互联网标识解析体系不断健全并规模化推广。形成 3-5 个达到国际水准的工业互联网平台。产业体系较为健全，掌握关键核心技术，供给能力显著增强，形成一批具有国际竞争力的龙头企业。基本建立起较为完备可靠的工业互联网安全保障体系。新技术、新模式、新业态大规模推广应用，推动两化融合迈上新台阶。

其中，在 2018-2020 年三年起步阶段，初步建成低时延、高可靠、广覆盖的工业互联网网络基础设施，初步构建工业互联网标识解析体系，初步形成各有侧重、协同集聚发展的工业互联网平台体系，初步建立工业互联网安全保障体系。

到 2035 年，建成国际领先的工业互联网网络基础设施和平台，形成国际先进的技术产业体系，工业互联网全面深度应用并在优势行业形成创新引领能力，安全保障能力全面提升，重点领域实现国际领先。

到本世纪中叶，工业互联网网络基础设施全面支撑经济社会发展，工业互联网创新发展能力、技术产业体系以及融合应用等全面达到国际先进水平，综合实力进入世界前列。

三、主要任务

(一) 夯实网络基础。

推动网络改造升级提速降费。面向企业低时延、高可靠、广覆盖的网络需求，大力推动工业企业内外网建设。加快推进宽带网络基础设施建设与改造，扩大网络覆盖范围，优化升级国家骨干网络。推进工业企业内网的 IP（互联网协议）化、扁平化、柔性化技术改造和建设部署。推动新型智能网关应用，全面部署 IPv6（互联网协议第 6 版）。继续推进连接中小企业的专线建设。在完成 2017 年政府工作报告确定的网络提速降费任务基础上，进一步提升网络速率、降低资费水平，特别是大幅降低中小企业互联网专线接入资费水平。加强资源开放，支持大中小企业融通发展。加大无线电频谱等关键资源保障力度。

推进标识解析体系建设。加强工业互联网标识解析体系顶层设计，制定整体架构，明确发展目标、路线图和时间表。设立国家工业互联网标识解析管理机构，构建标识解析服务体系，支持各级标识解析节点和公共递归解析节点建设，利用标识实现全球供应链系统和企业生产系统间精准对接，以及跨企业、跨地区、跨行业的产品全生命周期管理，促进信息资源集成共享。

专栏 1 工业互联网基础设施升级改造工程

组织实施工业互联网工业企业内网、工业企业外网和标识解析体系的建设升级。支持工业企业以 IPv6、工业无源光网络（PON）、工业无线等技术改造工业企业内网，以 IPv6、软件定义网络（SDN）以及新型蜂窝移动通信技术对工业企业外网进行升级改造。在 5G 研究中开展面向工业互联网应用的网络技术试验，协同推进 5G 在工业企业的应用部署。开展工业互联网标识解析体系建设，建立完善各级标识解析节点。

到 2020 年，基本完成面向先进制造业的下一代互联网升级改造和配套管理能力建设，在重点地区和行业实现窄带物联网（NB-IoT）、工业过程/工业自动化无线网络（WIA-PA/FA）等无线网络技术应用；初步建成工业互联网标识解析注册、备案等配套系统，形成 10 个以上公共标识解析服务节点，标识注册量超过 20 亿。

到 2025 年，工业无线、时间敏感网络（TSN）、IPv6 等工业互联网网络技

术在规模以上工业企业中广泛部署；面向工业互联网接入的 5G 网络、低功耗广域网等基本实现普遍覆盖；建立功能完善的工业互联网标识解析体系，形成 20 个以上公共标识解析服务节点，标识注册量超过 30 亿。

（二）打造平台体系。

加快工业互联网平台建设。突破数据集成、平台管理、开发工具、微服务框架、建模分析等关键技术瓶颈，形成有效支撑工业互联网平台发展的技术体系和产业体系。开展工业互联网平台适配性、可靠性、安全性等方面试验验证，推动平台功能不断完善。通过分类施策、同步推进、动态调整，形成多层次、系统化的平台发展体系。依托工业互联网平台形成服务大众创业、万众创新的多层次公共平台。

提升平台运营能力。强化工业互联网平台的资源集聚能力，有效整合产品设计、生产工艺、设备运行、运营管理等数据资源，汇聚共享设计能力、生产能力、软件资源、知识模型等制造资源。开展面向不同行业和场景的应用创新，为用户提供包括设备健康维护、生产管理优化、协同设计制造、制造资源租用等各类应用，提升服务能力。不断探索商业模式创新，通过资源出租、服务提供、产融合作等手段，不断拓展平台盈利空间，实现长期可持续运营。

专栏 2 工业互联网平台建设及推广工程

从工业互联网平台供给侧和需求侧两端发力，开展四个方面建设和推广：一是工业互联网平台培育。通过企业主导、市场选择、动态调整的方式，形成跨行业、跨领域平台，实现多平台互联互通，承担资源汇聚共享、技术标准测试验证等功能，开展工业数据流转、业务资源管理、产业运行监测等服务。推动龙头企业积极发展企业级平台，开发满足企业数字化、网络化、智能化发展需求的多种解决方案。建立健全工业互联网平台技术体系。二是工业互联网平台试验验证。支持产业联盟、企业与科研机构合作共建测试验证平台，开展技术验证与测试评估。三是百万家企业上云。鼓励工业互联网平台在产业集聚区落地，推动地方通过财税支持、政府购买服务等方式鼓励中小企业业务系统向云端迁移。四是百万工业 APP 培育。支持软件企业、工业企业、科研院所等开展合作，培育一批面向特定行业、特定场景的工业 APP。

到 2020 年，工业互联网平台体系初步形成，支持建设 10 个左右跨行业、跨领域平台，建成一批支撑企业数字化、网络化、智能化转型的企业级平台。培育 30 万个面向特定行业、特定场景的工业 APP，推动 30 万家企业应用工业互联网平台开展研发设计、生产制造、运营管理等业务，工业互联网平台对产业转型升级的基础性、支撑性作用初步显现。

到 2025 年，重点工业行业实现网络化制造，工业互联网平台体系基本完善，形成 3-5 个具有国际竞争力的工业互联网平台，培育百万工业 APP，实现百万家企业上云，形成建平台和用平台双向迭代、互促共进的制造业新生态。

（三）加强产业支撑。

加大关键共性技术攻关力度。开展时间敏感网络、确定性网络、低功耗工业无线网络等新型网络互联技术研究，加快 5G、软件定义网络等技术在工业互联网中的应用研究。推动解析、信息管理、异构标识互操作等工业互联网标识解析关键技术及安全可靠机制研究。加快 IPv6 等核心技术攻关。促进边缘计算、人工智能、增强现实、虚拟现实、区块链等新兴前沿技术在工业互联网中的应用研究与探索。

构建工业互联网标准体系。成立国家工业互联网标准协调推进组、总体组和专家咨询组，统筹推进工业互联网标准体系建设，优化推进机制，加快建立统一、综合、开放的工业互联网标准体系。制定一批总体性标准、基础共性标准、应用标准、安全标准。组织开展标准研制及试验验证工程，同步推进标准内容试验验证、试验验证环境建设、仿真与测试工具开发和推广。

专栏 3 标准研制及试验验证工程

面向工业互联网标准化需求和标准体系建设，开展工业互联网标准研制。开发通用需求、体系架构、测试评估等总体性标准；开发网络与数字化互联接口、标识解析、工业互联网平台、安全等基础共性标准；面向汽车、航空航天、石油化工、机械制造、轻工家电、信息电子等重点行业领域的工业互联网应用，开发行业应用导则、特定技术标准和管理规范。组织相关标准的试验验证工作，推进配套仿真与测试工具开发。

到 2020 年，初步建立工业互联网标准体系，制定 20 项以上总体性及关键

基础共性标准，制定 20 项以上重点行业标准，推进标准在重点企业、重点行业中的应用。

到 2025 年，基本建成涵盖工业互联网关键技术、产品、管理及应用的标准体系，并在企业中得到广泛应用。

提升产品与解决方案供给能力。加快信息通信、数据集成分析等领域技术研发和产业化，集中突破一批高性能网络、智能模块、智能网联装备、工业软件等关键软硬件产品与解决方案。着力提升数据分析算法与工业知识、机理、经验的集成创新水平，形成一批面向不同工业场景的工业数据分析软件与系统以及具有深度学习等人工智能技术的工业智能软件和解决方案。面向“中国制造 2025”十大重点领域与传统行业转型升级需求，打造与行业特点紧密结合的工业互联网整体解决方案。引导电信运营企业、互联网企业、工业企业等积极转型，强化网络运营、标识解析、安全保障等工业互联网运营服务能力，开展工业电子商务、供应链、相关金融信息等创新型生产性服务。

专栏 4 关键技术产业化工程

推进工业互联网新型网络互联、标识解析等新兴前沿技术研究与应用，搭建技术测试验证系统，支持技术、产品试验验证。聚焦工业互联网核心产业环节，积极推进关键技术产业化进程。加快工业互联网关键网络设备产业化，开展 IPv6、工业无源光网络、时间敏感网络、工业无线、低功耗广域网、软件定义网络、标识解析等关键技术和产品研发与产业化。研发推广关键智能网联装备，围绕数控机床、工业机器人、大型动力装备等关键领域，实现智能控制、智能传感、工业级芯片与网络通信模块的集成创新，形成一系列具备联网、计算、优化功能的新型智能装备。开发工业大数据分析软件，聚焦重点领域，围绕生产流程优化、质量分析、设备预测性维护、智能排产等应用场景，开发工业大数据分析应用软件，实现产业化部署。

到 2020 年，突破一批关键技术，建立 5 个以上的技术测试验证系统，推出一批具有国内先进水平的工业互联网网络设备，智能网联产品创新活跃，实现工业大数据清洗、管理、分析等功能快捷调用，推进技术产品在重点企业、重点行业中的应用，工业互联网关键技术产业化初步实现。

到 2025 年，掌握关键核心技术，技术测试验证系统有效支撑工业互联网技术产品研究和实验，推出一批达到国际先进水平的工业互联网网络设备，实现

智能网联产品和工业大数据分析应用软件的大规模商用部署，形成较为健全的工业互联网产业体系。

（四）促进融合应用。

提升大型企业工业互联网创新和应用水平。加快工业互联网在工业现场的应用，强化复杂生产过程中设备联网与数据采集能力，实现企业各层级数据资源的端到端集成。依托工业互联网平台开展数据集成应用，形成基于数据分析与反馈的工艺优化、流程优化、设备维护与事故风险预警能力，实现企业生产与运营管理的智能决策和深度优化。鼓励企业通过工业互联网平台整合资源，构建设计、生产与供应链资源有效组织的协同制造体系，开展用户个性需求与产品设计、生产制造精准对接的规模化定制，推动面向质量追溯、设备健康管理、产品增值服务的服务化转型。

加快中小企业工业互联网应用普及。推动低成本、模块化工业互联网设备和系统在中小企业中的部署应用，提升中小企业数字化、网络化基础能力。鼓励中小企业充分利用工业互联网平台的云化研发设计、生产管理和运营优化软件，实现业务系统向云端迁移，降低数字化、智能化改造成本。引导中小企业开放专业知识、设计创意、制造能力，依托工业互联网平台开展供需对接、集成供应链、产业电商、众包众筹等创新型应用，提升社会制造资源配置效率。

专栏 5 工业互联网集成创新应用工程

以先导性应用为引领，组织开展创新应用示范，逐步探索工业互联网的实施路径与应用模式。在智能化生产应用方面，鼓励大型工业企业实现内部各类生产设备与信息系统的广泛互联以及相关工业数据的集成互通，并在此基础上发展质量优化、智能排产、供应链优化等应用。在远程服务应用方面，开展面向高价值智能装备的网络化服务，实现产品远程监控、预测性维护、故障诊断等远程服务应用，探索开展国防工业综合保障远程服务。在网络协同制造应用方面，面向中小企业智能化发展需求，开展协同设计、众包众创、云制造等创新型应用，实现各类工业软件与模块化设计制造资源在线调用。在智能网联产品应用方面，重点面向智能家居、可穿戴设备等领域，融合 5G、深度学习、大数据等先进技术，满足高精度定位、智能人机交互、安全可信运维等典型需求。

在标识解析集成应用方面，实施工业互联网标识解析系统与工业企业信息化系统集成创新应用，支持企业探索基于标识服务的关键产品追溯、多源异构数据共享、全生命周期管理等应用。

到 2020 年，初步形成影响力强的工业互联网先导应用模式，建立 150 个左右应用试点。

到 2025 年，拓展工业互联网应用范围，在“中国制造 2025”十大重点领域及重点传统行业全面推广，实现企业效益全面显著提升。

（五）完善生态体系。

构建创新体系。建设工业互联网创新中心，有效整合高校、科研院所、企业创新资源，围绕重大共性需求和重点行业需要，开展工业互联网产学研协同创新，促进技术创新成果产业化。面向关键技术和平台需求，支持建设一批能够融入国际化发展的开源社区，提供良好开发环境，共享开源技术、代码和开发工具。规范和健全中介服务体系，支持技术咨询、知识产权分析预警和交易、投融资、人才培养等专业化服务发展，加快技术转移与应用推广。

构建应用生态。支持平台企业面向不同行业智能化转型需求，通过开放平台功能与数据、提供开发环境与工具等方式，广泛汇聚第三方应用开发者，形成集体开发、合作创新、对等评估的研发机制。支持通过举办开发者大会、应用创新竞赛、专业培训及参与国际开源项目等方式，不断提升开发者的应用创新能力，形成良性互动的发展模式。

构建企业协同发展体系。以产业联盟、技术标准、系统集成服务等为纽带，以应用需求为导向，促进装备、自动化、软件、通信、互联网等不同领域企业深入合作，推动多领域融合型技术研发与产业化应用。依托工业互联网促进融通发展，推动一二三产业、大中小企业跨界融通，鼓励龙头工业企业利用工业互联网将业务流程与管理体系统上下游延伸，带动中小企业开展网络化改造和工业互联网应用，提升整体发展水平。

构建区域协同发展体系。强化对工业互联网区域发展的统筹规划，面向关键基础设施、产业支撑能力等核心要素，形成中央地方联动、区域互补的协同

发展机制。根据不同区域制造业发展水平，结合国家新型工业化产业示范基地建设，遴选一批产业特色鲜明、转型需求迫切、地方政府积极性高、在工业互联网应用部署方面已取得一定成效的地区，因地制宜开展产业示范基地建设，探索形成不同地区、不同层次的工业互联网发展路径和模式，并逐步形成各有特色、相互带动的区域发展格局。

专栏 6 区域创新示范建设工程

开展工业互联网创新中心建设。依托制造业创新中心建设工程，建设工业互联网创新中心，围绕网络互联、标识解析、工业互联网平台、安全保障等关键共性重大技术以及重点行业和领域需求，重点开展行业领域基础和关键技术研发、成果产业化、人才培养等。依托创新中心打造工业互联网技术创新开源社区，加强前沿技术领域共创共享。支持国防科技工业创新中心深度参与工业互联网建设发展。

工业互联网产业示范基地建设。在互联网与信息技术基础较好的地区，以工业互联网平台集聚中小企业，打造新应用模式，形成一批以互联网产业带动为主要特色的示范基地。在制造业基础雄厚的地区，结合地区产业特色与工业基础优势，形成一批以制造业带动的特色示范基地。推进工业互联网安全保障示范工程建设。在示范基地内，加快推动基础设施建设与升级改造，加强公共服务，强化关键技术研发与产业化，积极开展集成应用试点示范，并推动示范基地之间协同合作。

到 2020 年，建设 5 个左右的行业应用覆盖全面、技术产品实力过硬的工业互联网产业示范基地。

到 2025 年，建成 10 个左右具有较强示范带动作用的工业互联网产业示范基地。

（六）强化安全保障。

提升安全防护能力。加强工业互联网安全体系研究，技术和管理相结合，建立涵盖设备安全、控制安全、网络安全、平台安全和数据安全的工业互联网多层次安全保障体系。加大对技术研发和成果转化的支持力度，重点突破标识解析系统安全、工业互联网平台安全、工业控制系统安全、工业大数据安全等相关核心技术，推动攻击防护、漏洞挖掘、入侵发现、态势感知、安全审计、

可信芯片等安全产品研发，建立与工业互联网发展相匹配的技术保障能力。构建工业互联网设备、网络和安全平台的安全评估认证体系，依托产业联盟等第三方机构开展安全能力评估和认证，引领工业互联网安全防护能力不断提升。

建立数据安全保护体系。建立工业互联网全产业链数据安全管理体系，明确相关主体的数据安全保护责任和具体要求，加强数据收集、存储、处理、转移、删除等环节的安全防护能力。建立工业数据分级分类管理制度，形成工业互联网数据流动管理机制，明确数据留存、数据泄露通报要求，加强工业互联网数据安全监督检查。

推动安全技术手段建设。督促工业互联网相关企业落实网络安全主体责任，指导企业加大安全投入，加强安全防护和监测处置技术手段建设，开展工业互联网安全试点示范，提升安全防护能力。积极发挥相关产业联盟引导作用，整合行业资源，鼓励联盟单位创新服务模式，提供安全运维、安全咨询等服务，提升行业整体安全保障服务能力。充分发挥国家专业机构和社会力量作用，增强国家级工业互联网安全技术支撑能力，着力提升隐患排查、攻击发现、应急处置和攻击溯源能力。

专栏 7 安全保障能力提升工程

推动国家级工业互联网安全技术能力提升。打造工业互联网安全监测预警和防护处置平台、工业互联网安全核心技术研发平台、工业互联网安全测试评估平台、工业互联网靶场等。

引导企业提升自身工业互联网安全防护能力。在汽车、电子、航空航天、能源等基础较好的重点领域和国防工业等安全需求迫切的领域，建设工业互联网安全保障管理和技术体系，开展安全产品、解决方案的试点示范和行业应用。

到 2020 年，根据重要工业互联网平台和系统的分布情况，组织有针对性的检查评估；初步建成工业互联网安全监测预警和防护处置平台；培养形成 3-5 家具有核心竞争力的工业互联网安全企业，遴选一批创新实用的网络安全试点示范项目并加以推广。

到 2025 年，形成覆盖工业互联网设备安全、控制安全、网络安全、平台安全、数据安全的系列标准，建立健全工业互联网安全认证体系；工业互联网安全产品和服务得到全面推广和应用；工业互联网相关企业网络安全防护能力显

著提升；国家级工业互联网安全技术支撑体系基本建成。

（七）推动开放合作。

提高企业国际化发展能力。鼓励国内外企业面向大数据分析、工业数据建模、关键软件系统、芯片等薄弱环节，合作开展技术攻关和产品研发。建立工业互联网技术、产品、平台、服务方面的国际合作机制，推动工业互联网平台、集成方案等“引进来”和“走出去”。鼓励国内外企业跨领域、全产业链紧密协作。

加强多边对话与合作。建立政府、产业联盟、企业等多层次沟通对话机制，针对工业互联网最新发展、全球基础设施建设、数据流动、安全保障、政策法规等重大问题开展交流与合作。加强与国际组织的协同合作，共同制定工业互联网标准规范和国际规则，构建多边、民主、透明的工业互联网国际治理体系。

四、保障支撑

（一）建立健全法规制度。完善工业互联网规则体系，明确工业互联网网络的基础设施地位，建立涵盖工业互联网网络安全、平台责任、数据保护等的法规体系。细化工业互联网网络安全制度，制定工业互联网关键信息基础设施和数据保护相关规则，构建工业互联网网络安全态势感知预警、网络安全事件通报和应急处置等机制。建立工业互联网数据规范化管理和使用机制，明确产品全生命周期各环节数据收集、传输、处理规则，探索建立数据流通规范。加快新兴应用领域法规制度建设，推动开展人机交互、智能产品等新兴领域信息保护、数据流通、政府数据公开、安全责任等相关研究，完善相关制度。

（二）营造良好市场环境。构建融合发展制度，深化简政放权、放管结合、优化服务改革，放宽融合性产品和服务准入限制，扩大市场主体平等进入范围，实施包容审慎监管，简化认证，减少收费；清理制约人才、资本、技术、数据等要素自由流动的制度障碍，推动相关行业在技术、标准、政策等方面充分对接，打造有利于技术创新、网络部署与产品应用的外部环境。完善协同推进体系，建立部门间高效联动机制，探索分业监管、协同共治模式；建立中央地方

协同机制，深化军民融合，形成统筹推进的发展格局；推动建立信息共享、处理、反馈的有效渠道，促进跨部门、跨区域系统对接，提升工业互联网协同管理能力。健全协同发展机制，引导工业互联网产业联盟等产业组织完善合作机制和利益共享机制，推动产业各方联合开展技术、标准、应用研发以及投融资对接、国际交流等活动。

（三）加大财税支持力度。强化财政资金导向作用，加大工业转型升级资金对工业互联网发展的支持力度，重点支持网络体系、平台体系、安全体系能力建设。探索采用首购、订购优惠等支持方式，促进工业互联网创新产品和服务的规模化应用；鼓励有条件的地方通过设立工业互联网专项资金、建立风险补偿基金等方式，支持本地工业互联网集聚发展。落实相关税收优惠政策，推动固定资产加速折旧、企业研发费用加计扣除、软件和集成电路产业企业所得税优惠、小微企业税收优惠等政策落实，鼓励相关企业加快工业互联网发展和应用。

（四）创新金融服务方式。支持扩大直接融资比重，支持符合条件的工业互联网企业在境内外各层次资本市场开展股权融资，积极推动项目收益债、可转债、企业债、公司债等在工业互联网领域的应用，引导各类投资基金等向工业互联网领域倾斜。加大精准信贷扶持力度，完善银企对接机制，为工业互联网技术、业务和应用创新提供贷款服务；鼓励银行业金融机构创新信贷产品，在依法合规、风险可控、商业可持续的前提下，探索开发数据资产等质押贷款业务。延伸产业链金融服务范围，鼓励符合条件的企业集团设立财务公司，为集团下属工业互联网企业提供财务管理服务，加强资金集约化管理，提高资金使用效率，降低资金成本。拓展针对性保险服务，支持保险公司根据工业互联网需求开发相应的保险产品。

（五）强化专业人才支撑。加强人才队伍建设，引进和培养相结合，兼收并蓄，广揽国内外人才，不断壮大工业互联网人才队伍。加快新兴学科布局，加强工业互联网相关学科建设；协同发挥高校、企业、科研机构、产业集聚区等各方作用，大力培育工业互联网技术人才和应用创新型人才；依托国家重大人才工程项目和高层次人才特殊支持计划，引进一批工业互联网高水平研究型科学家和具备产业经验的高层次科技领军人才。建立工业互联网智库，形成具

有政策研究能力和决策咨询能力的高端咨询人才队伍；鼓励工业互联网技术创新人才投身形式多样的科普教育活动。创新人才使用机制，畅通高校、科研机构和企业间人才流动渠道，鼓励通过双向挂职、短期工作、项目合作等柔性流动方式加强人才互通共享；支持我国专业技术人才在国际工业互联网组织任职或承担相关任务；发展工业互联网专业人才市场，建立人才数据库，完善面向全球的人才供需对接机制。优化人才评价激励制度，建立科学的人才评价体系，充分发挥人才积极性、主动性；拓展知识、技术、技能和管理要素参与分配途径，完善技术入股、股权期权激励、科技成果转化收益分配等机制；为工业互联网领域高端人才引进开辟绿色通道，加大在来华工作许可、出入境、居留、住房、医疗、教育、社会保障、政府表彰等方面的配套政策支持力度，鼓励海外高层次人才参与工业互联网创业创新。

（六）健全组织实施机制。在国家制造强国建设领导小组下设立工业互联网专项工作组，统筹谋划工业互联网相关重大工作，协调任务安排，督促检查主要任务落实情况，促进工业互联网与“中国制造 2025”协同推进。设立工业互联网战略咨询专家委员会，开展工业互联网前瞻性、战略性重大问题研究，对工业互联网重大决策、政策实施提供咨询评估。制定发布《工业互联网发展行动计划（2018-2020 年）》，建立工业互联网发展情况动态监测和第三方评估机制，开展定期测评和滚动调整。各地方和有关部门要根据本指导意见研究制定具体推进方案，细化政策措施，开展试点示范与应用推广，确保各项任务落实到位。

国务院

2017 年 11 月 19 日

5、中共中央办公厅 国务院办公厅印发《领导干部自然资源资产离任审计规定（试行）》

2017 年 6 月，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平主持中央全面深化改革领导小组会议审议通过了《领导干部自然资源资产离任审计暂行规定》（以下简称《规定》）。之后，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了文件，《规定》对领导干部自然资源资产离任审计工作提出具体要求，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真遵照执行。

《规定》明确，开展领导干部自然资源资产离任审计，应当坚持依法审计、问题导向、客观求实、鼓励创新、推动改革的原则，主要审计领导干部贯彻执行中央生态文明建设方针政策和决策部署情况，遵守自然资源资产管理和生态环境保护法律法规情况，自然资源资产管理和生态环境保护重大决策情况，完成自然资源资产管理和生态环境保护目标情况，履行自然资源资产管理和生态环境保护监督责任情况，组织自然资源资产和生态环境保护相关资金征管制和项目建设和运行情况，以及履行其他相关责任情况。

《规定》强调，审计机关应当根据被审计领导干部任职期间所在地区或者主管业务领域自然资源资产管理和生态环境保护情况，结合审计结果，对被审计领导干部任职期间自然资源资产管理和生态环境保护情况变化产生的原因进行综合分析，客观评价被审计领导干部履行自然资源资产管理和生态环境保护责任情况。

《规定》要求，被审计领导干部及其所在地区、部门（单位），对审计发现的问题应当及时整改。国务院及地方各级政府负有自然资源资产管理和生态环境保护职责的工作部门应当加强部门联动，尽快建立自然资源资产数据共享平台，并向审计机关开放，为审计提供专业支持和制度保障，支持、配合审计机关开展审计。县以上地方各级党委和政府应当加强对本地区领导干部自然资源资产离任审计工作的领导，及时听取本级审计机关的审计工作情况汇报并接受、配合上级审计机关审计。

6、国务院关于废止《中华人民共和国营业税暂行条例》和修改《中华人民共和国增值税暂行条例》的决定

国务院决定废止《中华人民共和国营业税暂行条例》，同时对《中华人民共和国增值税暂行条例》作如下修改：

一、将第一条修改为：“在中华人民共和国境内销售货物或者加工、修理修配劳务（以下简称劳务），销售服务、无形资产、不动产以及进口货物的单位和个人，为增值税的纳税人，应当依照本条例缴纳增值税。”

二、将第二条第一款修改为：“增值税税率：

“（一）纳税人销售货物、劳务、有形动产租赁服务或者进口货物，除本条第二项、第四项、第五项另有规定外，税率为 17%。

“（二）纳税人销售交通运输、邮政、基础电信、建筑、不动产租赁服务，销售不动产，转让土地使用权，销售或者进口下列货物，税率为 11%：

“1. 粮食等农产品、食用植物油、食用盐；

“2. 自来水、暖气、冷气、热水、煤气、石油液化气、天然气、二甲醚、沼气、居民用煤炭制品；

“3. 图书、报纸、杂志、音像制品、电子出版物；

“4. 饲料、化肥、农药、农机、农膜；

“5. 国务院规定的其他货物。

“（三）纳税人销售服务、无形资产，除本条第一项、第二项、第五项另有规定外，税率为 6%。

“（四）纳税人出口货物，税率为零；但是，国务院另有规定的除外。

“（五）境内单位和个人跨境销售国务院规定范围内的服务、无形资产，税率为零。”

三、将第四条第一款中的“销售货物或者提供应税劳务（以下简称销售货物或者应税劳务）”修改为“销售货物、劳务、服务、无形资产、不动产（以下简称应税销售行为）”；将第五条、第六条第一款、第七条、第十一条第一款、第十九条第一款第一项中的“销售货物或者应税劳务”修改为“发生应税销售行为”。

四、将第八条第一款中的“购进货物或者接受应税劳务（以下简称购进货物或者应税劳务）”、第九条中的“购进货物或者应税劳务”修改为“购进货物、劳务、服务、无形资产、不动产”。

将第八条第二款第三项中的“按照农产品收购发票或者销售发票上注明的农产品买价和 13%的扣除率计算的进项税额”修改为“按照农产品收购发票或者销售发票上注明的农产品买价和 11%的扣除率计算的进项税额，国务院另有规定的除外”。

删去第八条第二款第四项，增加一项，作为第四项：“（四）自境外单位或者个人购进劳务、服务、无形资产或者境内的不动产，从税务机关或者扣缴义务人取得的代扣代缴税款的完税凭证上注明的增值税额”。

五、将第十条修改为：“下列项目的进项税额不得从销项税额中抵扣：

“（一）用于简易计税方法计税项目、免征增值税项目、集体福利或者个人消费的购进货物、劳务、服务、无形资产和不动产；

“（二）非正常损失的购进货物，以及相关的劳务和交通运输服务；

“（三）非正常损失的在产品、产成品所耗用的购进货物（不包括固定资产）、劳务和交通运输服务；

“（四）国务院规定的其他项目。”

六、将第十二条修改为：“小规模纳税人增值税征收率为 3%，国务院另有规定的除外。”

七、将第二十一条第一款和第二款第二项中的“销售货物或者应税劳务”修改为“发生应税销售行为”；将第二款第一项修改为：“（一）应税销售行为的购买方为消费者个人的”；删去第二款第三项。

八、将第二十二条第一款第二项修改为：“（二）固定业户到外县（市）销售货物或者劳务，应当向其机构所在地的主管税务机关报告外出经营事项，并向其机构所在地的主管税务机关申报纳税；未报告的，应当向销售地或者劳务发生地的主管税务机关申报纳税；未向销售地或者劳务发生地的主管税务机关申报纳税的，由其机构所在地的主管税务机关补征税款”；将第一款第三项中的“销售货物或者应税劳务”修改为“销售货物或者劳务”。

九、在第二十五条第一款中的“具体办法由国务院财政、税务主管部门制定”之前增加“境内单位和个人跨境销售服务和无形资产适用退（免）税规定的，应当按期向主管税务机关申报办理退（免）税”。

十、增加一条，作为第二十七条：“纳税人缴纳增值税的有关事项，国务院或者国务院财政、税务主管部门经国务院同意另有规定的，依照其规定。”

此外，还对个别条文作了文字修改。

本决定自公布之日起施行。

《中华人民共和国增值税暂行条例》根据本决定作相应修改并对条文序号作相应调整，重新公布。

中华人民共和国增值税暂行条例

（1993年12月13日中华人民共和国国务院令第134号公布 2008年11月5日国务院第34次常务会议修订通过 根据2016年2月6日《国务院关于修改部分行政法规的决定》第一次修订 根据2017年11月19日《国务院关于废止〈中华人民共和国营业税暂行条例〉和修改〈中华人民共和国增值税暂行条例〉的决定》第二次修订）

第一条 在中华人民共和国境内销售货物或者加工、修理修配劳务（以下简称劳务），销售服务、无形资产、不动产以及进口货物的单位和个人，为增值税的纳税人，应当依照本条例缴纳增值税。

第二条 增值税税率：

（一）纳税人销售货物、劳务、有形动产租赁服务或者进口货物，除本条第二项、第四项、第五项另有规定外，税率为 17%。

（二）纳税人销售交通运输、邮政、基础电信、建筑、不动产租赁服务，销售不动产，转让土地使用权，销售或者进口下列货物，税率为 11%：

1. 粮食等农产品、食用植物油、食用盐；
2. 自来水、暖气、冷气、热水、煤气、石油液化气、天然气、二甲醚、沼气、居民用煤炭制品；
3. 图书、报纸、杂志、音像制品、电子出版物；
4. 饲料、化肥、农药、农机、农膜；
5. 国务院规定的其他货物。

（三）纳税人销售服务、无形资产，除本条第一项、第二项、第五项另有规定外，税率为 6%。

（四）纳税人出口货物，税率为零；但是，国务院另有规定的除外。

（五）境内单位和个人跨境销售国务院规定范围内的服务、无形资产，税率为零。

税率的调整，由国务院决定。

第三条 纳税人兼营不同税率的项目，应当分别核算不同税率项目的销售额；未分别核算销售额的，从高适用税率。

第四条 除本条例第十一条规定外，纳税人销售货物、劳务、服务、无形资产、不动产（以下统称应税销售行为），应纳税额为当期销项税额抵扣当期进项税额后的余额。应纳税额计算公式：

$$\text{应纳税额} = \text{当期销项税额} - \text{当期进项税额}$$

当期销项税额小于当期进项税额不足抵扣时，其不足部分可以结转下期继续抵扣。

第五条 纳税人发生应税销售行为，按照销售额和本条例第二条规定的税率计算收取的增值税额，为销项税额。销项税额计算公式：

$$\text{销项税额} = \text{销售额} \times \text{税率}$$

第六条 销售额为纳税人发生应税销售行为收取的全部价款和价外费用，但是不包括收取的销项税额。

销售额以人民币计算。纳税人以人民币以外的货币结算销售额的，应当折合成人民币计算。

第七条 纳税人发生应税销售行为的价格明显偏低并无正当理由的，由主管税务机关核定其销售额。

第八条 纳税人购进货物、劳务、服务、无形资产、不动产支付或者负担的增值税额，为进项税额。

下列进项税额准予从销项税额中抵扣：

(一) 从销售方取得的增值税专用发票上注明的增值税额。

(二) 从海关取得的海关进口增值税专用缴款书上注明的增值税额。

(三) 购进农产品，除取得增值税专用发票或者海关进口增值税专用缴款书外，按照农产品收购发票或者销售发票上注明的农产品买价和 11% 的扣除率计算的进项税额，国务院另有规定的除外。进项税额计算公式：

进项税额=买价×扣除率

(四) 自境外单位或者个人购进劳务、服务、无形资产或者境内的不动产，从税务机关或者扣缴义务人取得的代扣代缴税款的完税凭证上注明的增值税额。

准予抵扣的项目和扣除率的调整，由国务院决定。

第九条 纳税人购进货物、劳务、服务、无形资产、不动产，取得的增值税扣税凭证不符合法律、行政法规或者国务院税务主管部门有关规定的，其进项税额不得从销项税额中抵扣。

第十条 下列项目的进项税额不得从销项税额中抵扣：

(一) 用于简易计税方法计税项目、免征增值税项目、集体福利或者个人消费的购进货物、劳务、服务、无形资产和不动产；

(二) 非正常损失的购进货物，以及相关的劳务和交通运输服务；

(三) 非正常损失的在产品、产成品所耗用的购进货物(不包括固定资产)、劳务和交通运输服务；

(四) 国务院规定的其他项目。

第十一条 小规模纳税人发生应税销售行为，实行按照销售额和征收率计算应纳税额的简易办法，并不得抵扣进项税额。应纳税额计算公式：

应纳税额=销售额×征收率

小规模纳税人的标准由国务院财政、税务主管部门规定。

第十二条 小规模纳税人增值税征收率为 3%，国务院另有规定的除外。

第十三条 小规模纳税人以外的纳税人应当向主管税务机关办理登记。具体登记办法由国务院税务主管部门制定。

小规模纳税人会计核算健全，能够提供准确税务资料的，可以向主管税务机关办理登记，不作为小规模纳税人，依照本条例有关规定计算应纳税额。

第十四条 纳税人进口货物，按照组成计税价格和本条例第二条规定的税率计算应纳税额。组成计税价格和应纳税额计算公式：

组成计税价格=关税完税价格+关税+消费税

应纳税额=组成计税价格×税率

第十五条 下列项目免征增值税：

- (一) 农业生产者销售的自产农产品；
- (二) 避孕药品和用具；
- (三) 古旧图书；
- (四) 直接用于科学研究、科学试验和教学的进口仪器、设备；
- (五) 外国政府、国际组织无偿援助的进口物资和设备；
- (六) 由残疾人的组织直接进口供残疾人专用的物品；

（七）销售的自己使用过的物品。

除前款规定外，增值税的免税、减税项目由国务院规定。任何地区、部门均不得规定免税、减税项目。

第十六条 纳税人兼营免税、减税项目的，应当分别核算免税、减税项目的销售额；未分别核算销售额的，不得免税、减税。

第十七条 纳税人销售额未达到国务院财政、税务主管部门规定的增值税起征点的，免征增值税；达到起征点的，依照本条例规定全额计算缴纳增值税。

第十八条 中华人民共和国境外的单位或者个人在境内销售劳务，在境内未设有经营机构的，以其境内代理人为扣缴义务人；在境内没有代理人的，以购买方为扣缴义务人。

第十九条 增值税纳税义务发生时间：

（一）发生应税销售行为，为收讫销售款项或者取得索取销售款项凭据的当天；先开具发票的，为开具发票的当天。

（二）进口货物，为报关进口的当天。

增值税扣缴义务发生时间为纳税人增值税纳税义务发生的当天。

第二十条 增值税由税务机关征收，进口货物的增值税由海关代征。

个人携带或者邮寄进境自用物品的增值税，连同关税一并计征。具体办法由国务院关税税则委员会会同有关部门制定。

第二十一条 纳税人发生应税销售行为，应当向索取增值税专用发票的购买方开具增值税专用发票，并在增值税专用发票上分别注明销售额和销项税额。

属于下列情形之一的，不得开具增值税专用发票：

（一）应税销售行为的购买方为消费者个人的；

(二) 发生应税销售行为适用免税规定的。

第二十二条 增值税纳税地点：

(一) 固定业户应当向其机构所在地的主管税务机关申报纳税。总机构和分支机构不在同一县（市）的，应当分别向各自所在地的主管税务机关申报纳税；经国务院财政、税务主管部门或者其授权的财政、税务机关批准，可以由总机构汇总向总机构所在地的主管税务机关申报纳税。

(二) 固定业户到外县（市）销售货物或者劳务，应当向其机构所在地的主管税务机关报告外出经营事项，并向其机构所在地的主管税务机关申报纳税；未报告的，应当向销售地或者劳务发生地的主管税务机关申报纳税；未向销售地或者劳务发生地的主管税务机关申报纳税的，由其机构所在地的主管税务机关补征税款。

(三) 非固定业户销售货物或者劳务，应当向销售地或者劳务发生地的主管税务机关申报纳税；未向销售地或者劳务发生地的主管税务机关申报纳税的，由其机构所在地或者居住地的主管税务机关补征税款。

(四) 进口货物，应当向报关地海关申报纳税。

扣缴义务人应当向其机构所在地或者居住地的主管税务机关申报缴纳其扣缴的税款。

第二十三条 增值税的纳税期限分别为 1 日、3 日、5 日、10 日、15 日、1 个月或者 1 个季度。纳税人的具体纳税期限，由主管税务机关根据纳税人应纳税额的大小分别核定；不能按照固定期限纳税的，可以按次纳税。

纳税人以 1 个月或者 1 个季度为 1 个纳税期的，自期满之日起 15 日内申报纳税；以 1 日、3 日、5 日、10 日或者 15 日为 1 个纳税期的，自期满之日起 5 日内预缴税款，于次月 1 日起 15 日内申报纳税并结清上月应纳税款。

扣缴义务人解缴税款的期限，依照前两款规定执行。

第二十四条 纳税人进口货物,应当自海关填发海关进口增值税专用缴款书之日起 15 日内缴纳税款。

第二十五条 纳税人出口货物适用退(免)税规定的,应当向海关办理出口手续,凭出口报关单等有关凭证,在规定的出口退(免)税申报期内按月向主管税务机关申报办理该项出口货物的退(免)税;境内单位和个人跨境销售服务和无形资产适用退(免)税规定的,应当按期向主管税务机关申报办理退(免)税。具体办法由国务院财政、税务主管部门制定。

出口货物办理退税后发生退货或者退关的,纳税人应当依法补缴已退的税款。

第二十六条 增值税的征收管理,依照《中华人民共和国税收征收管理法》及本条例有关规定执行。

第二十七条 纳税人缴纳增值税的有关事项,国务院或者国务院财政、税务主管部门经国务院同意另有规定的,依照其规定。

第二十八条 本条例自 2009 年 1 月 1 日起施行。

二、经济观察

1、2017 年 1-10 月份全国规模以上工业企业利润增长 23.3%

1-10 月份,全国规模以上工业企业实现利润总额 62450.8 亿元,同比增长 23.3%,增速比 1-9 月份加快 0.5 个百分点。

1-10 月份,规模以上工业企业中,国有控股企业实现利润总额 14097.1 亿元,同比增长 48.7%;集体企业实现利润总额 371.3 亿元,增长 3.2%;股份制企业实现利润总额 43723 亿元,增长 25.3%;外商及港澳台商投资企业实现利润总额 15132.8 亿元,增长 18.5%;私营企业实现利润总额 20285.6 亿元,增长 14.2%。

1-10 月份，采矿业实现利润总额 4111.6 亿元，同比增长 4.1 倍；制造业实现利润总额 54847.8 亿元，增长 20.1%；电力、热力、燃气及水生产和供应业实现利润总额 3491.4 亿元，下降 16.3%。

1-10 月份，在 41 个工业大类行业中，38 个行业利润总额同比增加，3 个行业减少。主要行业利润情况如下：煤炭开采和洗选业利润总额同比增长 6.3 倍，农副食品加工业增长 5.1%，纺织业增长 3.2%，石油加工、炼焦和核燃料加工业增长 41.1%，化学原料和化学制品制造业增长 37.9%，非金属矿物制品业增长 23.2%，黑色金属冶炼和压延加工业增长 1.6 倍，有色金属冶炼和压延加工业增长 44.1%，通用设备制造业增长 14.6%，专用设备制造业增长 27.1%，汽车制造业增长 8.8%，电气机械和器材制造业增长 9.1%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长 19.3%，石油和天然气开采业由同期亏损转为盈利，电力、热力生产和供应业利润总额同比下降 21.7%。

1-10 月份，规模以上工业企业实现主营业务收入 100.1 万亿元，同比增长 12.4%；发生主营业务成本 85.5 万亿元，增长 12%；主营业务收入利润率为 6.24%，同比提高 0.55 个百分点。

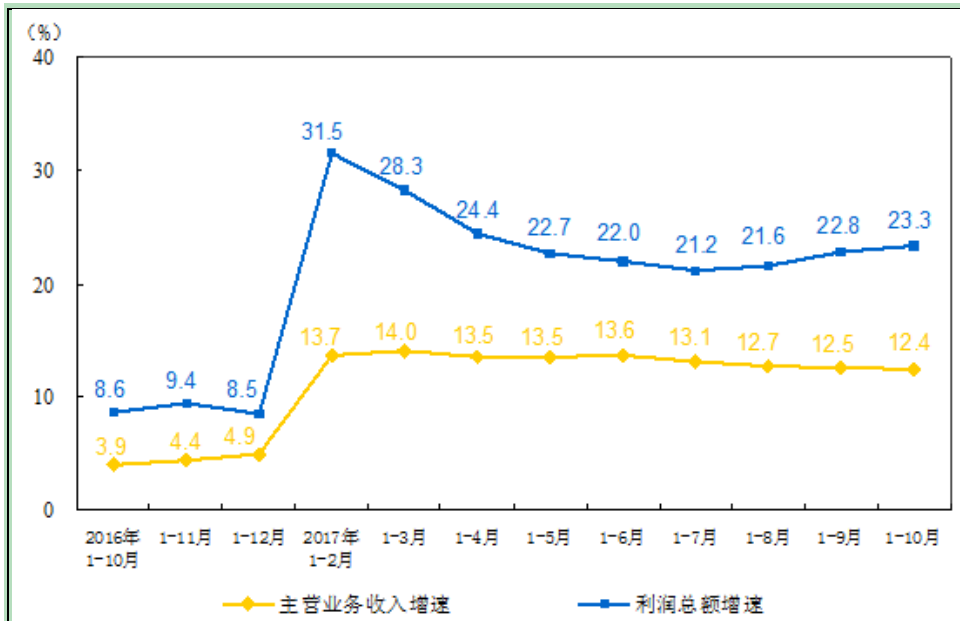
10 月末，规模以上工业企业资产总计 111.5 万亿元，同比增长 7.7%；负债合计 62.1 万亿元，增长 6.7%；所有者权益合计 49.4 万亿元，增长 9%；资产负债率为 55.7%，同比下降 0.5 个百分点。

10 月末，规模以上工业企业应收账款 13.5 万亿元，同比增长 8.4%；产成品存货 41908.2 亿元，增长 9%。

1-10 月份，规模以上工业企业每百元主营业务收入中的成本为 85.46 元，同比减少 0.26 元；每百元主营业务收入中的费用为 7.38 元，同比减少 0.25 元；每百元资产实现的主营业务收入为 112.1 元，同比增加 4.6 元；人均主营业务收入为 133.9 万元，同比增加 15.9 万元；产成品存货周转天数为 13.9 天，同比减少 0.6 天；应收账款平均回收期为 38 天，同比减少 1 天。

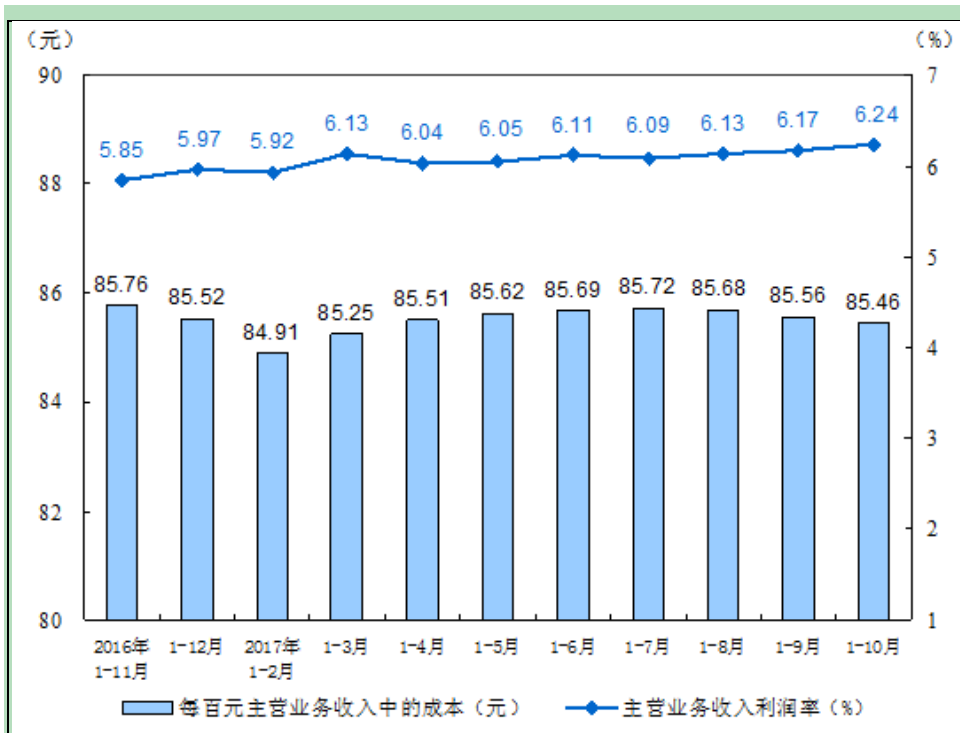
10 月份，规模以上工业企业实现利润总额 7454.1 亿元，同比增长 25.1%，增速比 9 月份放缓 2.6 个百分点。

图表 1 各月累计主营业务收入与利润总额同比增速



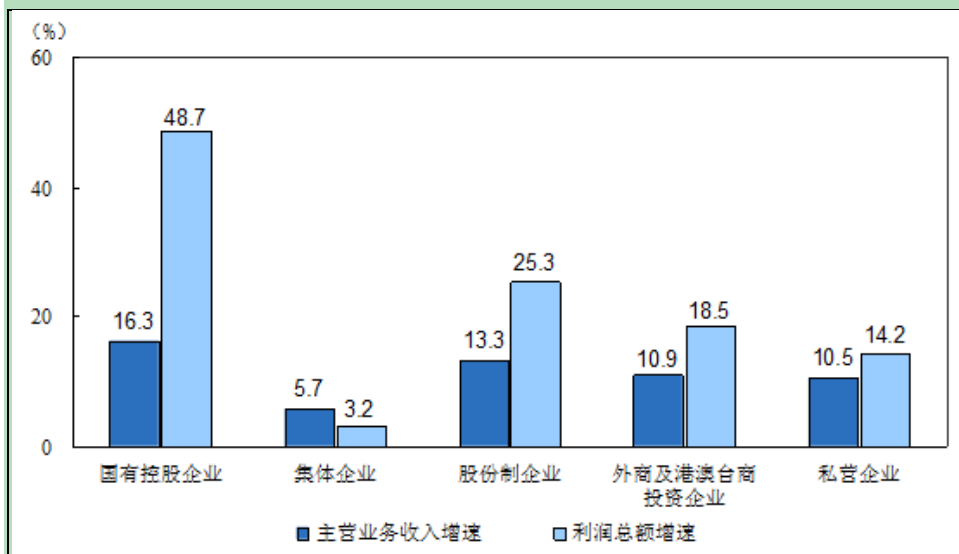
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 2 各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 3 2017 年 1-10 月分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 4 2017 年 1-10 月份规模以上工业企业主要财务指标

分组	营业收入		其中：主营业务收入		利润总额	
	1-10 月	同比增长	1-10 月	同比增长	1-10 月	同比增长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	1019145.1	12.4	1000662.9	12.4	62450.8	23.3
其中：采矿业	45856.6	22.0	43722.4	21.9	4111.6	405.4
制造业	917884.7	12.2	902342.2	12.2	54847.8	20.1
电力、热力、燃气及水生产和供应业	55403.8	8.7	54598.3	8.6	3491.4	-16.3
其中：国有控股企业	221154.4	16.1	212764.0	16.3	14097.1	48.7
其中：集体企业	5347.3	6.2	5242.4	5.7	371.3	3.2
股份制企业	735730.6	13.4	722209.2	13.3	43723.0	25.3
外商及港澳台商投资企业	224175.0	11.1	220091.8	10.9	15132.8	18.5
其中：私营企业	355863.4	10.5	352943.1	10.5	20285.6	14.2

注：经济类型分组之间存在交叉，故各经济类型企业数据之和大于总计。

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 5 (续表) 2017 年 1-10 月份规模以上工业企业主要财务指标

分组	营业成本		其中：主营业务成本	
	1-10 月	同比增 长	1-10 月	同比增长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	871717.2	12.0	855170.1	12.0
其中：采矿业	35842.9	12.2	33813.8	11.8
制造业	786493.6	12.1	772543.8	12.0
电力、热力、燃气及水生产和供应业	49380.7	11.7	48812.5	11.6
其中：国有控股企业	181842.6	15.5	174162.6	15.7
其中：集体企业	4491.8	5.9	4405.9	5.6
股份制企业	629446.2	12.9	617119.9	12.9
外商及港澳台商投资企业	190569.7	11.0	187121.3	10.9
其中：私营企业	311621.5	10.3	308942.7	10.3

注：经济类型分组之间存在交叉，故各经济类型企业数据之和大于总计。

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 6 17 年 1-10 月份规模以上工业企业经济效益指标

分组	主营业务利润率	每百元主营业务收入中的成本	百元主营业务收入中的营业费用	百元资产实现的主营业务收入	人均主营业务收入	资产负债率	产成品存货周转数	应收账款平均回收期
	(%)	(元)	(元)	(元)	(万元/人)	(%)	(天)	(天)
总计	6.24	85.46	7.38	112.1	133.9	55.7	13.9	38.0
其中：采矿业	9.40	77.34	10.14	55.4	90.6	60.4	13.1	33.1
制造业	6.08	85.62	7.35	132.2	134.4	54.2	14.8	38.9
电力、热力、燃气及水生产和供应业	6.39	89.40	5.78	41.8	196.8	61.0	0.6	26.2
其中：国有控股企业	6.63	81.86	8.05	61.8	169.3	60.9	15.5	41.0
其中：集体企业	7.08	84.04	8.80	117.1	128.4	60.1	21.3	26.1

股份制企业	6.05	85.45	7.37	112.7	135.3	56.5	14.1	34.6
外商及港澳台商投资企业	6.88	85.02	7.92	123.2	125.4	54.2	14.5	53.7
其中：私营企业	5.75	87.53	6.28	181.0	128.0	51.4	11.6	27.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 7 17 年 1-10 月份规模以上工业企业主要财务指标（分行业）

行业	营业收入		其中：主营业务收入		利润总额	
	1-10 月	同 比 增 长	1-10 月	同 比 增 长	1-10 月	同 比 增 长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	1019145.1	12.4	1000662.9	12.4	62450.8	23.3
煤炭开采和洗选业	23496.3	32.9	21701.1	34.1	2506.3	628.8
石油和天然气开采业	6338.3	22.6	6211.1	22.4	406.5	(注 1)
黑色金属矿采选业	5084.4	14.4	5006.5	14.2	372.4	56.4
有色金属矿采选业	5419.1	9.7	5371.4	9.5	514.2	41.8
非金属矿采选业	4241.3	1.5	4178.4	0.7	303.4	5.8
开采辅助活动	1241.5	6.4	1218.2	5.5	7.4	(注 2)
其他采矿业	35.6	58.2	35.6	58.9	1.5	36.4
农副食品加工业	56766.9	6.5	56475.4	6.6	2597.9	5.1
食品制造业	19832.7	8.9	19598.7	8.9	1520.2	8.2
酒、饮料和精制茶制造业	15608.5	9.6	15438.8	9.6	1690.0	20.0
烟草制品业	8232.5	1.7	7460.1	3.5	842.8	-3.8
纺织业	34742.5	6.6	34232.4	6.3	1658.8	3.2
纺织服装、服饰业	19832.4	5.0	19631.9	5.1	1097.7	8.6
皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业	12895.8	5.7	12864.4	5.7	763.4	9.2
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	11929.5	4.0	11900.9	3.9	672.9	4.8
家具制造业	7567.9	11.1	7525.7	11.0	449.6	11.2
造纸和纸制品业	13288.7	14.6	13126.0	14.4	849.0	44.5
印刷和记录媒介复制业	6927.4	8.3	6873.2	8.2	449.9	8.0
文教、工美、体育和娱乐	14745.2	10.6	14626.4	10.2	790.3	10.2

用品制造业						
石油加工、炼焦和核燃料加工业	34431.2	25.4	33620.9	25.3	1892.2	41.1
化学原料和化学制品制造业	77929.8	14.8	76699.4	14.9	5096.4	37.9
医药制造业	24294.6	13.0	24102.9	13.1	2713.2	18.2
化学纤维制造业	7363.3	15.2	7193.8	15.4	364.8	48.6
橡胶和塑料制品业	27726.8	9.0	27414.2	8.9	1546.2	4.1
非金属矿物制品业	54103.9	10.9	53797.1	10.8	3719.5	23.2
黑色金属冶炼和压延加工业	60714.3	23.3	58350.7	23.5	2737.3	162.2
有色金属冶炼和压延加工业	49277.8	17.4	47724.4	17.1	1738.9	44.1
金属制品业	32773.2	9.8	32389.1	9.5	1667.1	7.8
通用设备制造业	41544.3	9.8	40701.6	9.8	2585.4	14.6
专用设备制造业	31709.5	10.5	31422.3	10.6	2011.0	27.1
汽车制造业	71799.6	11.7	69957.2	11.6	5622.1	8.8
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	13481.9	7.6	13299.9	7.4	770.4	4.2
电气机械和器材制造业	65664.6	12.3	64319.7	12.4	3859.4	9.1
计算机、通信和其他电子设备制造业	87919.0	13.1	86929.3	13.1	4079.1	19.3
仪器仪表制造业	8234.6	14.4	8162.2	14.6	704.1	24.4
其他制造业	2103.9	9.8	2090.0	9.6	116.0	12.3
废弃资源综合利用业	3557.4	17.6	3537.6	17.8	199.1	40.3
金属制品、机械和设备修理业	885.0	14.2	876.0	14.0	42.9	-4.0
电力、热力生产和供应业	48023.4	7.9	47447.3	7.8	2856.2	-21.7
燃气生产和供应业	5370.2	15.0	5250.2	15.3	415.9	13.8
水的生产和供应业	2010.2	11.0	1900.8	11.4	219.3	42.5
注：1、石油和天然气开采业上年同期亏损 372.4 亿元。						
2、开采辅助活动上年同期亏损 46.3 亿元。						
数据来源：国家统计局、中商产业研究院						

图表 8 17 年 1-10 月份规模以上工业企业主要财务指标（分行业）

行业	营业成本	
----	------	--

	其中：主营业务成本			
	1-10月	同比增长	1-10月	同比增长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	871717.2	12.0	855170.1	12.0
煤炭开采和洗选业	17526.7	18.9	15848.4	19.0
石油和天然气开采业	4835.0	6.0	4668.5	6.2
黑色金属矿采选业	4308.6	12.0	4242.4	12.0
有色金属矿采选业	4483.6	7.1	4446.8	7.1
非金属矿采选业	3475.4	1.2	3422.5	0.4
开采辅助活动	1185.1	0.7	1156.8	-1.1
其他采矿业	28.5	59.2	28.5	59.2
农副食品加工业	51083.1	6.6	50841.9	6.7
食品制造业	16159.2	9.6	15945.1	9.7
酒、饮料和精制茶制造业	11660.7	9.0	11529.4	9.1
烟草制品业	2877.3	-1.1	2123.4	4.0
纺织业	31240.2	6.7	30817.0	6.7
纺织服装、服饰业	17102.7	4.7	16934.0	4.8
皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业	11219.1	5.4	11196.1	5.4
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	10510.0	4.0	10489.2	4.0
家具制造业	6426.3	10.6	6395.4	10.6
造纸和纸制品业	11441.4	13.6	11309.4	13.3
印刷和记录媒介复制业	5909.2	8.6	5871.1	8.5
文教、工美、体育和娱乐用品制造业	12960.6	10.7	12856.3	10.2
石油加工、炼焦和核燃料加工业	27516.6	29.7	26740.1	29.6
化学原料和化学制品制造业	66665.3	14.2	65565.3	14.3
医药制造业	16843.3	11.4	16706.8	11.5
化学纤维制造业	6625.6	14.4	6472.2	14.7
橡胶和塑料制品业	24096.6	9.5	23826.4	9.3
非金属矿物制品业	46171.2	10.1	45921.5	10.1
黑色金属冶炼和压延加工业	54883.0	21.1	52648.1	21.4
有色金属冶炼和压延加工业	45730.3	16.8	44220.6	16.4
金属制品业	28855.1	10.1	28533.6	9.9
通用设备制造业	35303.9	9.7	34537.3	9.6
专用设备制造业	26658.7	9.8	26437.3	9.9
汽车制造业	60387.1	12.3	58812.8	12.1

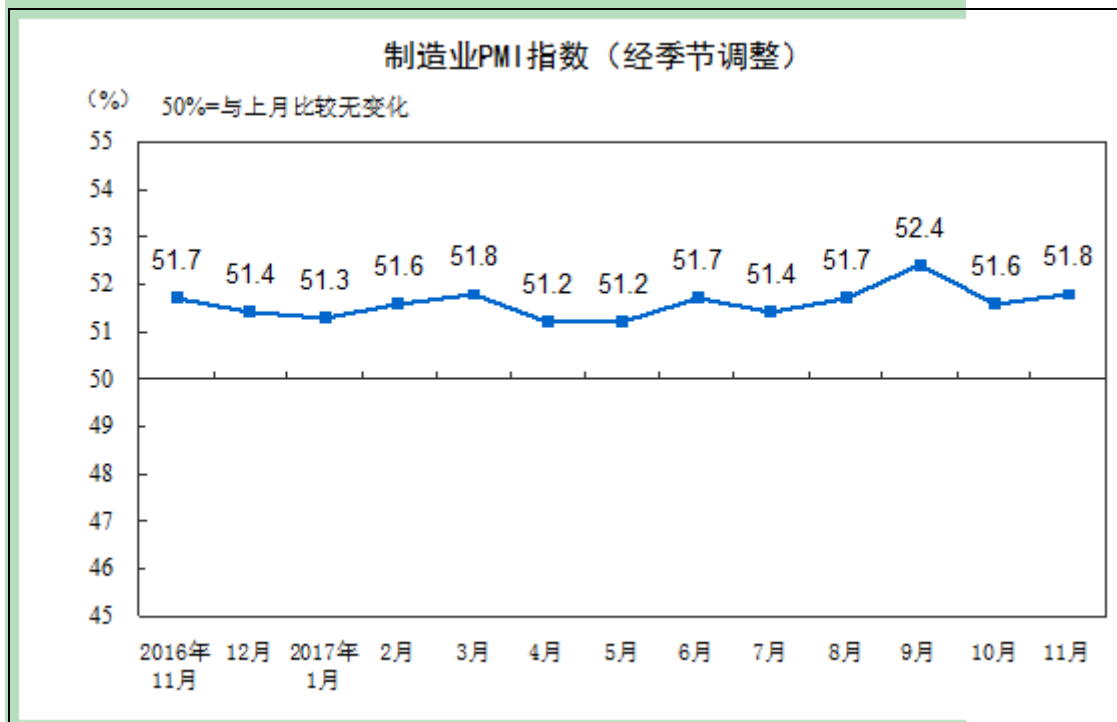
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	11608.6	7.6	11451.3	7.3
电气机械和器材制造业	56277.9	12.5	55050.3	12.5
计算机、通信和其他电子设备制造业	77802.9	12.7	76922.9	12.8
仪器仪表制造业	6681.4	14.1	6633.8	14.3
其他制造业	1822.0	9.8	1810.1	9.6
废弃资源综合利用业	3213.3	16.9	3194.3	17.2
金属制品、机械和设备修理业	760.8	13.8	751.2	13.9
电力、热力生产和供应业	43260.1	11.3	42822.1	11.2
燃气生产和供应业	4637.3	16.0	4567.4	16.2
水的生产和供应业	1483.3	11.2	1423.1	11.4

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2、2017年11月中国制造业采购经理指数为51.8%

2017年11月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.8%，比上月上升0.2个百分点，制造业继续保持稳中有升的发展态势。

图表 9 2016年11月-2017年11月制造业经理指数



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.9%，比上月微落 0.2 个百分点，继续在扩张区间内平稳运行；中型企业 PMI 为 50.5%，比上月上升 0.7 个百分点，重回临界点之上；小型企业 PMI 为 49.8%，比上月回升 0.8 个百分点，抵近临界点。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数、新订单指数高于临界点，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 54.3%，比上月上升 0.9 个百分点，持续位于临界点之上，表明制造业生产扩张步伐加快。

新订单指数为 53.6%，比上月上升 0.7 个百分点，位于临界点之上，表明制造业市场需求持续增长。

原材料库存指数为 48.4%，比上月下降 0.2 个百分点，低于临界点，表明制造业主要原材料库存量下降。

从业人员指数为 48.8%，比上月下降 0.2 个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业企业用工量有所减少。

供应商配送时间指数为 49.5%，虽比上月回升 0.8 个百分点，但位于临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间放缓。

图表 10 中国制造业 PMI 及构成指数（经季节调整）

单位：%	PMI					
		生产	新订单	原材料库存	从业人员	供应商配送时间
2016 年 11 月	51.7	53.9	53.2	48.4	49.2	49.7
2016 年 12 月	51.4	53.3	53.2	48.0	48.9	50.0
2017 年 1 月	51.3	53.1	52.8	48.0	49.2	49.8
2017 年 2 月	51.6	53.7	53.0	48.6	49.7	50.5
2017 年 3 月	51.8	54.2	53.3	48.3	50.0	50.3
2017 年 4 月	51.2	53.8	52.3	48.3	49.2	50.5
2017 年 5 月	51.2	53.4	52.3	48.5	49.4	50.2
2017 年 6 月	51.7	54.4	53.1	48.6	49.0	49.9
2017 年 7 月	51.4	53.5	52.8	48.5	49.2	50.1

2017年8月	51.7	54.1	53.1	48.3	49.1	49.3
2017年9月	52.4	54.7	54.8	48.9	49.0	49.3
2017年10月	51.6	53.4	52.9	48.6	49.0	48.7
2017年11月	51.8	54.3	53.6	48.4	48.8	49.5

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 11 相关指标情况（经季节调整）

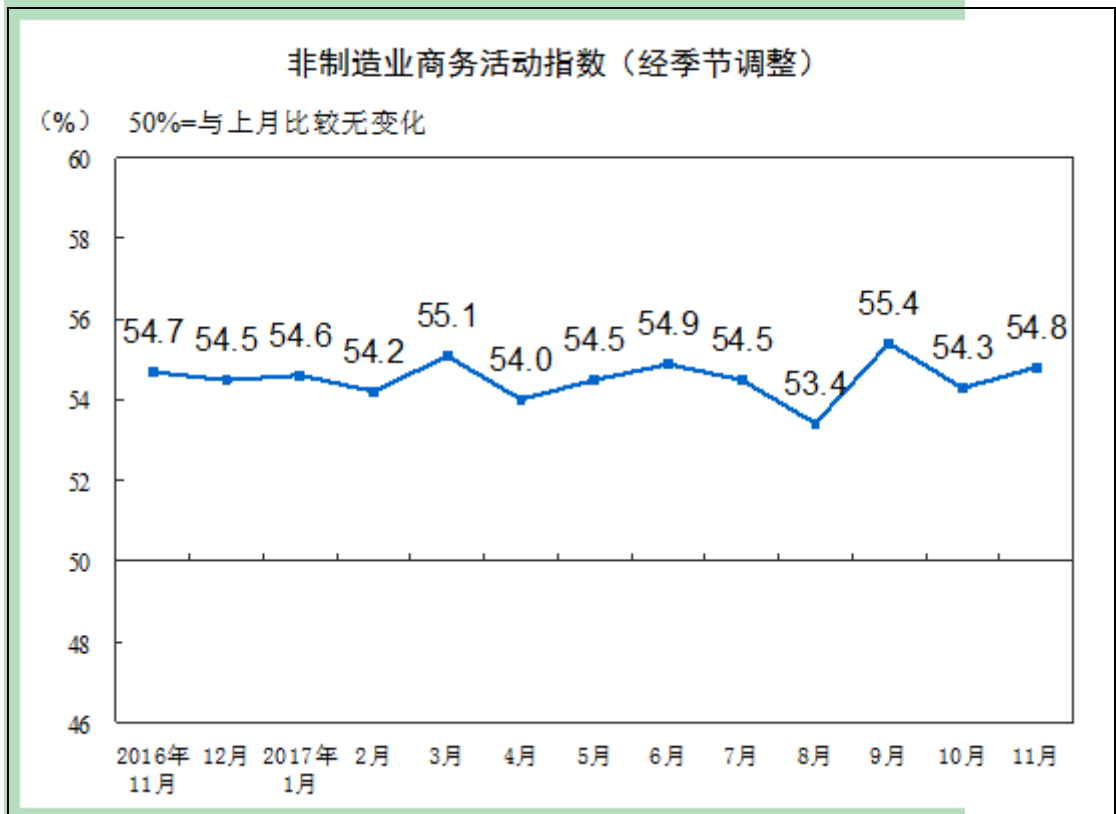
单位：%	新出口 订单	进口	采购量	主要原 材料购 进价格	出厂价 格	产成品 库存	在手订 单	生产经 营活动 预期
2016年11月	50.3	50.6	52.9	68.3	58.3	45.9	46.7	59.0
2016年12月	50.1	50.3	52.1	69.6	58.8	44.4	46.2	58.2
2017年1月	50.3	50.7	52.6	64.5	54.7	45.0	46.3	58.5
2017年2月	50.8	51.2	51.4	64.2	56.3	47.6	46.0	60.0
2017年3月	51.0	50.5	53.4	59.3	53.2	47.3	46.1	58.3
2017年4月	50.6	50.2	51.9	51.8	48.7	48.2	45.0	56.6
2017年5月	50.7	50.0	51.5	49.5	47.6	46.6	45.4	56.8
2017年6月	52.0	51.2	52.5	50.4	49.1	46.3	47.2	58.7
2017年7月	50.9	51.1	52.7	57.9	52.7	46.1	46.3	59.1
2017年8月	50.4	51.4	52.9	65.3	57.4	45.5	46.1	59.5
2017年9月	51.3	51.1	53.8	68.4	59.4	44.2	47.4	59.4
2017年10月	50.1	50.3	53.2	63.4	55.2	46.1	45.6	57.0
2017年11月	50.8	51.0	53.5	59.8	53.8	46.1	46.6	57.9

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

3、2017年11月中国非制造业商务活动指数为54.8%

2017年11月份，中国非制造业商务活动指数为54.8%，比上月上升0.5个百分点，持续位于扩张区间，非制造业延续平稳较快的增长态势，增速有所加快。

图表 12 2016 年 11 月-2017 年 11 月非制造业经理指数



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

分行业看，服务业商务活动指数为 53.6%，比上月微升 0.1 个百分点，连续 3 个月位于 53.5% 以上的景气区间，服务业保持稳定扩张。从行业大类看，批发业、零售业、航空运输业、装卸搬运及仓储业、邮政快递业、电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及软件信息技术服务业、保险业等行业商务活动指数均位于较高景气区间，业务总量实现快速增长。道路运输业、住宿业、餐饮业、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数低于临界点，业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为 61.4%，比上月上升 2.9 个百分点，升到 60.0% 以上的高位景气区间，建筑业生产经营活动明显加快。

新订单指数为 51.8%，比上月上升 0.7 个百分点，高于临界点，表明非制造业市场需求稳步增长。分行业看，服务业新订单指数为 51.2%，比上月上升 0.7 个百分点，位于临界点之上。建筑业新订单指数为 55.1%，比上月上升 1.0 个百分点，升至较高景气区间。

投入品价格指数为 56.2%，比上月上升 1.9 个百分点，高于临界点，表明非制造业企业用于经营活动的投入品价格总体水平涨幅加大。分行业看，服务

业投入品价格指数为 54.9%，比上月上升 1.8 个百分点。建筑业投入品价格指数为 63.9%，比上月上升 2.5 个百分点。

销售价格指数为 52.8%，比上月上升 1.2 个百分点，位于临界点之上，表明非制造业销售价格总体水平有所上升。分行业看，服务业销售价格指数为 52.5%，比上月上升 1.4 个百分点。建筑业销售价格指数为 54.8%，比上月微升 0.2 个百分点。

从业人员指数为 49.2%，比上月下降 0.2 个百分点，仍位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少。分行业看，服务业从业人员指数为 48.5%，比上月下降 0.1 个百分点。建筑业从业人员指数为 53.6%，与上月持平。

业务活动预期指数为 61.6%，比上月上升 1.0 个百分点，持续位于 60.0% 以上的高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为 60.9%，比上月上升 0.8 个百分点。建筑业业务活动预期指数为 65.6%，比上月上升 2.4 个百分点。

图表 13 中国非制造业主要分类指数（经季节调整）

单位：%	商务活动	新订单	投入品价格	销售价格	从业人员	业务活动预期
2016年11月	54.7	51.8	53.5	51.4	50.6	60.7
2016年12月	54.5	52.1	56.2	51.9	50.0	59.5
2017年1月	54.6	51.3	55.1	51.0	49.8	58.9
2017年2月	54.2	51.2	53.7	51.4	49.7	62.4
2017年3月	55.1	51.9	52.3	49.7	49.1	61.3
2017年4月	54.0	50.5	51.7	50.2	49.5	59.7
2017年5月	54.5	50.9	51.1	48.8	49.0	60.2
2017年6月	54.9	51.4	51.2	49.3	49.6	61.1
2017年7月	54.5	51.1	53.1	50.9	49.5	61.1
2017年8月	53.4	50.9	54.4	51.5	49.5	61.0
2017年9月	55.4	52.3	56.1	51.7	49.7	61.7
2017年10月	54.3	51.1	54.3	51.6	49.4	60.6
2017年11月	54.8	51.8	56.2	52.8	49.2	61.6

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 14 中国非制造业其他分类指数（经季节调整）

单位：%	新出口订单	在手订单	存货	供应商配送时间
2016年11月	50.9	44.2	45.8	51.5
2016年12月	48.9	44.0	47.2	51.6
2017年1月	46.4	44.6	46.2	51.4
2017年2月	50.1	43.5	45.8	52.1
2017年3月	48.8	44.7	45.8	51.4
2017年4月	47.1	44.0	46.2	52.0
2017年5月	48.5	43.7	46.1	51.8
2017年6月	49.8	44.6	45.9	51.8
2017年7月	52.1	43.9	45.9	51.7
2017年8月	49.0	44.0	45.5	51.1
2017年9月	49.7	44.2	47.0	51.6
2017年10月	50.7	43.9	46.4	51.1
2017年11月	50.9	44.1	46.5	51.6

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

4、2017年1-10月全国就业情况分析：城镇新增就业人数1191万 同比增长1.97%

日前，人力资源和社会保障部发布了1-10月全国人力资源和社会保障统计数据。全国就业形势总体稳定，延续了稳中向好的态势。截至10月底，全国城镇基本养老保险、基本医疗保险、失业、工伤、生育保险参保人数分别为3.98亿人、11.36亿人、1.86亿人、2.25亿人、1.90亿人。1-10月，五项基金总收入为4.92万亿元，总支出为4.29万亿元。

据人社部数据显示，2017年1-10月城镇新增就业累计1191万人，同比增长23万人，同比增长1.97%，基本完成全年目标任务。10月当月城镇新增就业人数94万，与去年同期相比人数增长3.36%。

图表 15 2017 年 1-10 月城镇新增就业人口

月份	当月值 (万人)	同比增长	累计值 (万人)	同比增长
1-2月	188	9.30%	188	9.30%
3月	146	0.00%	334	5.03%
4月	131	4.80%	465	4.97%
5月	134	0.00%	599	3.81%
6月	136	-2.86%	735	2.51%
7月	120	1.69%	855	2.40%
8月	119	5.31%	974	2.74%
9月	123	3.36%	1097	2.81%
10月	94	-6.93%	1191	1.97%

数据来源：人社部、中商产业研究院整理

截至 2017 年 1-10 月，城镇失业人员再就业 471 万人，与去年同期保持一致，就业困难人员实现就业 147 万人。10 月份，城镇失业人员再就业人数为 44 万人，较上年同期相比降低了 2.22%。从结构上看，矛盾仍然非常突出，长期以来的就业难和招工难并存的矛盾还没有解决。有许多人就业很困难，很多企业招工招不到。

图表 16 2017 年 1-10 月失业人员再就业人数

月份	当月值 (万人)	同比增长	累计值 (万人)	同比增长
1-2月	75	5.63%	75	5.63%
3月	54	-1.82%	129	2.38%
4月	52	10.64%	181	4.62%
5月	51	-15.00%	232	-0.43%
6月	55	3.77%	287	0.35%
7月	46	-2.13%	333	0.00%
8月	44	-2.22%	377	-0.26%
9月	50	4.17%	427	0.23%
10月	44	-2.22%	471	0.00%

数据来源：人社部、中商产业研究院整理

总体来说我国目前形势还是很好的，跟我国的整个经济社会发展的形势也是同步的。但是也要看到，就业工作长期以来都面临比较严峻的挑战。我国是一个人口大国、劳动力资源大国，总量压力长期不减，随着经济发展进入新常态，结构性矛盾更加突出。从总量上看，今后一个时期，我国劳动年龄人口还将保持在 9 亿人以上，继续保持高位运行。每年需要在城镇安排就业的新成长劳动力保持在 1500 万人以上，其中高校毕业生今年超过一半。登记失业率在下降，但是登记失业人员的数量仍然保持在 1000 万人左右，每年大概还有三百多万农村富余劳动力需要转移就业，总量压力还是非常大。

5、2017 年 1-11 月国内成品油历次调整价格情况一览

截至北京时间 11 月 2 日收盘，WTI 12 月原油期货收涨 0.24 美元，涨幅 0.44%，报 54.54 美元/桶，创 2015 年 7 月份以来主力合约收盘新高。布伦特 1 月原油期货收涨 0.13 美元，涨幅 0.21%，报 60.62 美元/桶，略微低于 31 日所创逾两年收盘高位 60.94 美元/桶。

据了解，11 月 2 日，国家发改委官网信息显示，根据近期国际市场油价变化情况，按照现行成品油价格形成机制，自 2017 年 11 月 2 日 24 时起，国内汽、柴油价格（标准品，下同）每吨均提高 150 元。折合升价 92#汽油上调 0.12 元，0#柴油上调 0.13 元。对于私家车而言，如被加满一箱油约多花 6 元。

受国际油价周期内整体上涨影响，国内成品油价格再次上涨。随着欧佩克维也纳会议临近，油价在高位盘整后有望企稳。加之考虑到本周期内高油价带动下，下一轮原油变化率起始点较高，且走势以正值范围内波动为主，预计下一轮成品油零售限价有望继续上调，但上调幅度不会太大。

2017 年以来，国内成品油价格共经历 21 次调价窗口，其中，6 次下调，9 次上调，6 次搁浅。涨跌互抵后，汽油、柴油累计均上涨 100 元/吨。根据国内现行成品油定价机制调价周期测算，2017 年第二十二轮汽柴油调价窗口将于 10 月 19 日 24 时开启。国内成品油价格“两连涨”落实，尽管成品油价在年内总体仍为下降趋势。

图表 17 2017 年 1-11 月国内成品油历次调整价格情况一览

日期	汽油	柴油
1月12日	上涨70元/吨	上涨70元/吨
1月25日	降低70元/吨	降低70元/吨
2月14日	上涨50元/吨	上涨50元/吨
2月28日	不作调整	不作调整
3月14日	降低85元/吨	降低85元/吨
3月28日	降低230元/吨	降低220元/吨
4月12日	上涨200元/吨	上涨190元/吨
4月26日	不作调整	不作调整
5月11日	降低250元/吨	降低235元/吨
5月25日	上涨140元/吨	上涨135元/吨
6月9日	降低180元/吨	降低175元/吨
6月23日	降低250元/吨	降低240元/吨
7月7日	不作调整	不作调整
7月21日	上涨75元/吨	上涨75元/吨
8月4日	上涨175元/吨	上涨165元/吨
8月18日	不作调整	不作调整
9月1日	不作调整	不作调整
9月15日	上涨95元/吨	上涨95元/吨
9月29日	上涨210元/吨	上涨195元/吨
10月19日	不作调整	不作调整
11月2日	上涨150元/吨	上涨150元/吨

数据来源：中商产业研究院整理

三、投资市场

1、印度人口红利如此巨大，但只有有钱的玩家才能玩转“创业江湖”

据一份年度报告显示，在今年成立的 1000 家印度创企中，B2B 创企所占的比例已经从去年的 34%上升到了 47%。

如今，印度的数字经济正在蓬勃发展，并呈现出以下三个特点：

智能手机的普及有助于公司发展新客户、维系老客户；

互联网用户的增加为数字经济带来了大量的潜在客户；

如此看来，印度数字经济的发展状况还是不错的，可是为什么现实中有很多 B2C 企业都在面临倒闭呢？

当然了，像 Flipkart, Ola 和 Practo 这样的大公司还是发展得不错的，因为它们能够争取到来自腾讯、软银等公司的巨额投资。不过，把这些顶级公司的成功现状作为判断印度市场发展状况的依据，显然是不够充分的。

印度最大的电商网站 Flipkart 的首席执行官 Kalyan Krishnamurthy 曾表示：当前最重要的不是考虑公司能赚多少，而是要重视市场的扩张。

事实上，市场扩张对于任何一家企业来说都是十分重要的。

很多大公司都在通过收购等形式来扩大自己的市场。下图所示的新闻是印度知名电商及支付公司 Paytm 正在和两家团购服务提供商 Nearbuy 和 Little 接洽，旨在收购这两家初创公司。

对于很多创企来说，就算发展得再好、再快，也可能很难快速成为行业的领导者，但是要想成为大公司的热门收购对象还是很有希望的。

那么，在当前的印度市场，B2C 互联网创企的发展前景是怎么样的呢？接下来就让我们一起一探究竟。

印度当前的互联网消费市场发展还不够快

当一位风投家被问及他对印度的互联网消费市场有什么看法时，他认为，当前的市场发展还不够迅速。

事实上，很多企业家和投资者也都这么认为。

在印度 41 家顶级的消费互联网公司中，只有一家在截至 2016 年 3 月的财政年度里有所盈利。由此可见，当前印度的互联网公司确实面临着一些生存难题。

之后，我又查阅了一下 2017 年的数据，发现大部分公司都是亏损大于盈收，并且这些公司还都具有以下两个共同点：

现有用户使用线上平台的频率不如预期；

新用户使用网络的频率也不如预期。

如今距离第一批 B2C 创企的成立已经有 10 个年头了。

2016 年，印度一共有 6000 万的人选择网购，这个数字大约是印度互联网用户的 14%，但是印度的网购月用户大约只有 1000 万。

使用互联网的用户和进行数字支付的用户是截然不同的，毕竟消费者的支付能力可以反映出一些宏观的经济趋势，比如以下的消费数据对于经济趋势的研究就很有帮助：

国内生产总值的增幅是 5~7%。

国民收入的增幅约为 12%。

人均消费电能增加了 5%。

售出的汽车数量增加了 6%。

家庭储蓄在国内生产总值中所占的比重是历史最低。

市面上经常会出现这类报道：现在印度的网购用户已经达到了 5 亿人的规模，他们将为印度的互联网行业带来 30% 的增长率。每次看到这样的报道，我就觉得头疼。

如果我们仔细看一下印度的消费者金字塔就会发现，仅靠线上业务并不能满足各个阶层的消费需求。

如今，印度的电子商务、出租车服务、食品配送和大宗交易的数字支付等行业都在迎合金字塔顶端人群的需求，并没有充分考虑大多数非顶端的印度互联网用户的支付能力，从而没能使自己的业务达到预期。

面对市场创造这一艰巨的任务，吸引到足够的用户将是新兴的 B2C 互联网公司生存的关键所在。

只有有钱的玩家才能“笑傲江湖”

2012 年，信实公司前 CEO Arun Sirdeshmukh 和印度传媒巨头 Times Internet 前 CTO Darpan Munjal 投资 800 万美元共同创办了 Fashionara。可惜，经过四年的运营，Fashionara 还是难逃倒闭的命运。

起初，Fashionara 想要通过提供优质的客户服务来吸引用户，但是效果并不明显。之后，Fashionara 又决定采取闪购的运营模式，想要靠大力度折扣来吸引用户，但最终还是失败了。

到底是什么导致了 Fashionara 的失败呢？

我想主要还是因为 Fashionara 没能获得足够的资金吧。对于大多数创企来说，一旦资金枯竭，它的运营也将难以继续。同为时尚电商平台的 Myntra 也遇到过类似的经营困境，但是在 2014 年，印度电商巨头 Flipkart 宣布全资收购 Myntra，这简直就是给 Myntra 的发展注入了一剂强心剂。

随着互联网技术的成熟，时尚领域无疑已成为电商行业的一大增长点。前有电商巨头 Snapdeal 收购奢侈品电商 Exclusively，后有 Tiger Global 投资印度的时尚平台 LimeRoad，而这一融资也让 LimeRoad 顺利解决了一个生存大难题。

我们必须承认，要想扩大互联网创企的规模着实是一件烧钱的事。当今市场，只有有钱的玩家才能坚持到最后的胜利。

经营成本日益高涨

我认识一位投资组合公司的创始人，他们公司在客户获取方面，主要是学习 Facebook 的做法。在一次与这位创始人的谈话中，我意识到，建立在线业务的成本增加了。

我们就以从数字渠道获取客户为例吧。

数字广告正迅速成为广告业最大收入来源。研究机构 eMarketer 称，广告业最大的份额正在流向数字领域的两大寡头：Facebook 和谷歌。在印度的数字广告行业，这两大寡头已经成功将十分之七收益收入囊中。也就是说，印度的创企要想通过数字渠道来获取客户，就不得不依赖于这两大寡头的帮助。而寡头则往往意味着价格的不断上涨。

比如，在金融科技领域，很多公司要想在这两个寡头网站上投放广告，往往一个点击可能就需要 1000 英镑。

每用户平均收入的下降和广告增长的放缓，使得这些社交平台将越来越重视每一个能够获取收入的机会。也就是说，对于要依靠这些平台的数字渠道的公司来说，他们获取用户的成本将只升不降。

另外，人才获取的成本也在增加。

华尔街日报的一篇文章提到，现在高层员工的年加薪率是 30%~40%。

有人开始担心过高的员工薪资会吞噬掉用于公司发展的融资。

更令人惊讶的是，即使行业的发展状况并不理想，这类支出也不会随之削减。

那么，处于早期发展阶段的公司能否支付得起这些钱呢？如果不能，自然难逃倒闭的命运。

进行企业合并或者业务拓展

有两个人在路上遇到了一只熊，为了保命开始拼命逃跑。跑着跑着，一个人突然停下来穿跑鞋。另一个人问他：“你干吗呢？你就是穿上运动鞋也跑不过熊的呀。”他说：“我不需要跑过熊，我只需要跑得比你快就行了。”

是的，你可以不用做那个跑得最快的人，但你必须做那个没有被淘汰的人，公司经营也是如此。你可以不用一开始就做最厉害的，但是你一定要努力不被淘汰，毕竟只有留在市场上，你才有机会获得更多的发展。

虽然每一家公司都在努力发展壮大，力求让自己能够有效的应对各种市场变化，但是消费者不断变化的口味和未来的不确定性让当今的企业很难自保。

这时候，最佳的生存方法也许就是进行企业合并。

Flipkart 就深谙这一点。目前,Flipkart 正在就收购 Bookmyshow 和 Swiggy 一事进行谈判。另外还有媒体表示, Flipkart 正在和家具零售商 Urban Ladder 协商收购事宜。

另外还有传闻称亚马逊准备收购 BigBasket，而阿里巴巴似乎也对收购 BigBasket 表示很感兴趣。

在印度，订阅业务可以说就是合并战略的副产品。

当单个公司发展壮大以后，他们会相互合作，将多种业务结合起来，以实现互利共赢。

中国企业家就深谙这一点，像腾讯和阿里巴巴的成功很大程度上就是受益于这一点。印度的互联网创企要想成功，不妨试试这一战略。

接下来，让我们把注意力转向印度的 P2P 借贷平台。印度的第一个 P2P 借贷平台成立于 2012 年，如今整个印度大概有 30 个这样的平台。

虽然没有官方的统计，但是据媒体报道，这些平台涉及的金额大约有 2 亿卢比~3 亿卢比。

印度最大移动支付和商务平台 Paytm 在业务拓展方面就做得不错。在电子支付领域获得了大量的用户以后,它又把发展目光转向了电子商务领域。现在, Paytm 还要进军旅游行业,计划收购总部位于班加罗尔的旅游预订网站 Via.com。

传统的大公司走进数字领域

随着我们对科技和互联网越来越了解,越来越的人和机构开始接受数字解决方案。

放在以前,谁能想到一个由银行领导并获得中央银行支持的财团将会使用一款新型的数字应用程序?可是如今,这款程序——Bharat Interface for Money (BHIM)已经上市了,还取得了不错的成绩。

BHIM 这款移动支付应用一上市就吸引了一大批用户,使得印度国家支付公司(NPCI)在 10 天的时间里就取得了 Flipkart 旗下的支付公司 PhonePe 五个月才能达到的下载量。

除此之外,2.0 版的 BHIM 还将进一步扩大移动支付在印度的影响,并对印度的现金业务带来一定的冲击。

另外,印度有很多酒店和航空公司在开始成立自己的门户网站,而不再是把自己的服务挂在其他的在线旅游平台上。

很多航空公司都在自己的网站首页设计了折扣专栏,并且都会附上这样一份声明:

所有优惠只适用于本公司的航班,并且只有通过本公司的网站或者本公司的 APP 进行预订才能享受以上折扣。

包括医疗、酒店、零售、娱乐等行业在内的大多数传统行业都认为,现在他们已经无法仅仅通过自己提供的折扣来发展忠实客户了,同时这些用户也并非在网上交易平台的忠实客户,所以他们想要利用数字渠道来发展客户。

他们希望能够通过数字渠道与客户进行直接的沟通,并及时把他们的折扣传递给客户,这将有助于他们提高客户忠诚度。随着这些公司加大其在数字领

域的投入，互联网公司在数字领域的发展将变得更加艰难。

复兴的火花

那么 B2C 创企是否存在复兴之路呢？我想答案应该是肯定的。

最重要的一点就是创企不应该再把互联网作为获取客户和提供业务的主要手段。

在这一点上，已经有一些公司在为我们指明方向了。成立于 2001 年的印度网络婚介市场老牌网站 Matrimony.com 在今年 9 月上市，并成功吸引了 300 万的活跃用户。

全方位渠道对很多人来说可能是一个比较新鲜的词，但是对于 Bharat Matrimony 来说并不陌生。该公司自成立以来，就把线下服务作为其在线服务的有机补充。我想这也是 Bharat Matrimony 成功的重要原因之一吧！

所以说，仅靠互联网来获取客户和提供业务已经不能满足当前的市场需求了。

2、未来教育行业投资 6 个重点关注领域

新时代下，教育行业投融资面临良好机遇。首先是国家创新教育投融资机制政策带来的机遇。其次是教育迈进资本时代带来的机遇。第三是科技革命为教育变革带来的机遇。

机遇之下蕴含着巨大的潜力。在 11 月 21 日召开的第三届教育行业投资与创新研讨会上，教育部学校规划建设中心主任陈锋在开幕致辞中说：“国家进入新时代，教育处于新周期，科技孕育新未来，在此背景下，教育领域的投资机会是不断变化的，有六个领域可以重点关注：**第一，优质和特色的教育。**教育的优质化和特色化是新时代教育发展最重要的趋势之一，也是民办教育可以发挥优势的领域。**第二，教育科技产业。**科技正在改变教育，教育对科技创新需求必然是全方位的，整合创新是教育科技发展的趋势。**第三，专业化外包服务。**包括优质的课程、管理、服务外包。**第四，职业教育与培训。**尤其是新技术领域和紧缺行业的职业教育与培训。**第五，儿童发展领域。**包括 0-3 岁儿童早期发展，3-18 岁儿童课外活动、健康与心理、生涯规划、研学旅行等以及与儿童

成长相关的其他服务。**第六，产业链整合。**包括纵向的整合、横向的整合，教育本身和教育服务的整合、国内跟国外的整合。”

教育公平、教育均衡，教育选择一直为我们所倡导。第三届教育行业投资与创新研讨会由教育部学校规划建设发展中心主办，中国教育智库网、中国现代教育研修中心、中国教育投资百人俱乐部、中国教育投资基金承办，正是为来自高等院校、职业院校、教育投融资机构、培训机构、产业机构、研究机构的120余名代表提供了沟通信息，交流经验和洽谈合作的平台。

教育是面向未来的事业。会上，教育部学校规划建设发展中心、中国教育智库网、中教基金联合启动中国教育投资基金子基金产教融合基金——

基金将以加快发展现代职业教育为核心目标，构建现代职业教育产教融合体系，激发职业教育办学活力，提高人才培养质量。引入产教融合龙头企业和院校在资金端的参与，投资产教融合优质标的，加快培育大批具有专业技能与工匠精神的高素质劳动者和人才，促进新动能的发展和产业升级。

改革的价值观、方法论、实践路径是如此清晰可见，教育行业成为各界资本竞相投资的焦点。

会上，中教基金分别与北京络捷斯特科技发展股份有限公司、北京智启蓝墨信息技术有限公司举行签约仪式。

教育迈进资本时代，民办教育成为新的蓝海，投资教育风起云动。民办教育如何把握新时代的契机？

关键词：PPP 挑战

财政部政府和社会资本合作中心推广开发部负责人夏颖哲作《PPP 的发展现状及在教育领域的应用》主题演讲：PPP 支撑着民生工程 and 生态治理两大领域，发展迅速，同时也存在实施不规范的问题，民营资本参与率仍待提高，潜在风险需要高度重视。十九大中报告中非常重视人才，人才要靠教育来培养。各种教育机构合力才能促进教育目标的实现。PPP 在教育领域的应用面临很多挑战，比如，理念的问题。在教学资源方面，学校是否愿意与社会资本合作，如何用多样式的供给方式来促进政府教育质量提升，这些是我们需要思考的。

关键词：跨界整合

浙江赛佳控股有限公司副总裁、乌镇虚拟产业园总经理翁佐君介绍了乌镇虚拟产业园的基本情况和运营经验：教育最终的目的是为了提高社会生产的效率，提高每个人的生产值。乌镇虚拟产业园是以政府为主导，实施企业化运营，以参与其中的一些企业为主体，以期能够让政府、银行、企业、银行、高校等各类资源进行跨界合作。乌镇虚拟产业园是一个大道至简、共赢共享、同舟共济的平台，是一个开放的平台，地方政府、银行、高校、企业都希望各类资源进行整合，各方合作会围绕共赢共享的方向开展。

关键词：消费升级

铭耀资本创始合伙人金铭：“公众对教育相关产品的要求提升一定程度上意味着教育支出的增加。教育作为重要的服务型产品之一，其占消费的比例增长大有可期。教育行业线上线下融合发展的消费渠道基本成型。不断扩大的中产阶级群体对教育有“高品质”的需求，包括新品类以及传统品类的品质升级。特别是80、90年代的年轻人，他们的教育观念发生改变，愿意花更多的钱换取更好的教育产品和服务，包括体验、氛围、品牌、便利性等等。同时，他们也更愿意关注自我身心的成长和愉悦，这带来“教育+消费升级”的创业机遇和投资机会。国内教育企业的资产证券化加速以及教育行业内积极的并购活动也为教育行业投资提供了更加广阔的退出渠道。”

关键词：教育基金

北京大学法学院副教授金锦萍：“教育基金会的法律地位是典型的公益财团法人。高校基金会是以学校发展为宗旨和目的的非盈利性法人。一些高校基金会不是高校自己举办，而是校友举办的。高校基金会的资金来源中，校友捐赠占了很大的比例。越是有名的高校，获取资源的能力越强。学校如果设立教育基金会，首先要明确，基金会跟学校之间的关系，以及是否要申请慈善组织。”

关键词：市场春天

几何投资创始合伙人、中教基金管理人钱鹏飞：“最近几年，市场对于教育投融资的热度非常高，很多教育企业或者学校上市，但我们也要冷静评估哪条路径比较长久，如何有利于企业或学校发展。教育的春天已然来临，庞大的人群基数和刚性需求造就万亿级的市场规模。到2020年，教育市场规模将增

长至近 10 万亿，并实现 12.7%的年均复合增长率，与此同时，政策利好，教育资产证券化元年开启。教育资产高估值，这在多个证券市场显现。教育类股票市盈率普遍高于传统行业市盈率，A 股教育类上市公司表现尤为亮眼。”

关键词：回报综合

中国教育智库网首席专家、中国教育智库网投融资中心主任张志强：“用资本的力量可以推动院校的变革和创新。教育的美好是在于爱。投资教育市场要遵循教育规律，教育要培养，回报综合，不能单纯的进行金融或财务的设计与考量。资本化不是教育的终极目标，资本只是创新教育发展不可或缺的手段。盈利也不是教育的终极目标。”

研讨会紧扣教育改革发展脉搏，有助于引导新一轮教育投资热潮，对提升教育质量，促进教育公平，改善教育环境，优化教育结构具有重要意义。会议期间，发布了学校及教育相关产业投融资优质项目。

3、微信信用卡的代扣“法外江湖”

12 月 1 日起，微信正式开始对用户的信用卡还款业务进行收费。按照其此前披露的收费方式，每个自然月累计还款额超出 5000 元的部分按 0.1%进行收费（最低 0.1 元），不超过 5000 元的部分仍然免费。

三天前，发生了一件看似不关联的小事。

11 月 28 日，多家支付公司收到来自深圳金融联网络服务中心的一封邮件，显示将于近期对现有代收付业务服务范围进行调整，其中非公益类、公用事业类商户及收款账户开户行（代收）、付款账户开户行（代付）不在深圳地区的商户将于 12 月 7 日起统一进行关停操作。

天眼查显示，这家“深圳金融联网络服务中心”正是深圳金融电子结算中心有限公司（下文简称“深金结”）的下辖机构。这家不为大众所熟知的机构所发送的邮件，可能是微信支付信用卡还款业务收费背后的真正原因。

经济观察报从多位支付人士处了解到，关停代收付通道的并非仅仅只有深金结，全国各地央行分支行的集中代收付系统都在陆续关停。一家第三方支付机构副总裁告诉经济观察报，其与深金结方面沟通的结论是“12 月 7 号关一批，

12月21日再关一批”。而除此以外，其他代扣通道“基本上也是今天关一家明天关一家的节奏，年底之前应该都会整治完”。

“深金结”们的尴尬

邮件内容显示，关停相应代收付业务的原因，在于“代收付业务市场环境变化的影响。各银行均加强了渠道管理，参照中国人民银行办公厅发布的《关于加强小额支付系统集中代收付业务管理有关事项的通知》（银办发[2017]110号，下文简称‘110号文’）的相关要求”所做出的决定。

今年5月，中国人民银行办公厅内部发布了110号文，明确了集中代收付中心将严禁向公用事业类和公益类以外的其他机构提供代收付服务，对于已为其他机构提供代收付服务的集中代收付中心要求断开，并提出了2017年12月31日的大限之期。

时隔半年，靴子终于落地。“财付通之前使用的通道，除了深金结，还有天津、陕西、山西央行分支行的集中代收付通道，这些通道一停，成本立刻就上去了。”一位银行系清算中心人士告诉经济观察报，代扣江湖临时生变，考验的是各家支付机构的金融通道能力，而之所以微信还信用卡开始收费，支付宝还没开始收，区别就在于此，“财付通之前是做游戏点卡起家，随着微信支付的发展规模才逐渐壮大起来，从金融通道能力来论，确实不敌支付宝，支付宝有300多个金融BD（地推人员），一个人搞定2家银行，直联网络基本覆盖全国。但是长期来看，直联这个事情也不能长久，所以以后到底怎样，还不好说”。

长远来看，银联和网联可能会成为支付机构们仅有的两个选择。

一位接近银联的人士向经济观察报确认，“财付通在银联是有交易量的，目前为止就支付宝没有”。

就全国而言，此前各集中代收付中心到底涉及多少灰色产业规模，是一个难以量化的数字。但一位接近监管的人士透露，全国而言，中国人民银行深圳市中心支行的接口规模相对较大。

而提及中国人民银行深圳中心支行，则不得不提一家名为深圳金融电子结算中心有限公司的企业。公开资料显示，深圳金融电子结算中心成立于1995

年 12 月，是经人民银行总行批准，由 13 家银行发起共同设立的专业跨行支付清算机构，2014 年由事业单位改制为企业，更名为深圳金融电子结算中心有限公司。“这家企业的存在是因为一些历史问题，为了解决同城结算的问题而设置的。”深圳当地一位支付机构副总裁告诉经济观察报。

经济观察报从公开资料中查询获悉，该公司董事长曲显斌此前担任人民银行深圳中心支行支付结算处处长。通过天眼查，经济观察报同时发现，该公司通过旗下全资子公司深圳金融电子结算科技有限公司持股深圳市快付通金融网络科技有限公司（下文简称“快付通”）20%的股份，快付通是一家持牌的第三方支付机构。

上述人士评价，以后各家集中代收付中心就回归同城结算的功能以及一些不收费的公益类代扣，各家集中代收付中心可能会面临收入的骤减，基本归零。他说：“深金结或许因为快付通的股权带来一些收入，但未来整体收入锐减已成定势，前景如何，依旧迷茫。”

代扣“法外江湖”即将消失

在一位接近央行的人士看来，110 号文与 217 号文，均是央行针对支付市场乱象的规范举措不断立体化的过程。

集中代收付到底是一个什么样的业务？顾名思义，该业务上分为两块，对消费者的代扣和对商户的代收。而事实上，对于该项业务，业内有一个更直白简洁的称呼，谓之“代扣”——基于持卡人与商户签订的业务委托协议，授权商户向持卡人指定账户发起并完成指定款项扣钱的业务，不需要持卡人再次确认和输入密码，甚至在每一次扣款时，无需再度提醒持卡人。

特别值得提醒的是，代扣服务本身不一定拘泥于银行卡，也可以是银行虚拟账户等，代扣服务分为对公代扣、对私代扣两类。相较于银联只能对私扣款的功能，集中代收付中心的代扣接口功能似乎更为强大。在拥有协议书的情况下，需要商户发起的扣款指令要素只有卡号（必送），姓名、证件号、手机号（可选）等，并不包括密码和其他验证要素。

一位第三方支付机构副总裁告诉经济观察报，此前代收付业务有三种玩法：

一、支付机构可以一家家谈银行，但这种做法存在一个致命缺陷，根据 2016

年《国务院办公厅关于印发互联网金融风险专项整治工作实施方案的通知》规定，非银行支付机构不得连接多家银行系统，变相开展跨行清算业务。然而对于一些规模较小的支付机构而言，与银行单点连接做代扣业务，效率太低，难成气候。而这个模式的可持续性已经很有限，趋势来看，未来将会被网联统一收编”。

二、支付机构也可以通过银联触达各家银行实现代扣，这样做效率很高，但是成本也很高。“银联目前所采取的是阶梯费率，单笔在 0.7 元到 1.7 元不等，银联自己留 0.2 元，其余给发卡行；而面向银行理财等大额，则根据金额大小收取 2/笔到 8 元/笔的费率，实时代扣则更高一些，采取相当于 POS 收单的费率。”

三、通过集中代收付中心实现代扣，同样高效，可以一次性打通国内所有银行。“但这个通道是稀缺资源，不是每家支付机构都能拿到，拿到接口的支付机构可以把接口继续外放，多放一道就多一重溢价。”“相较而言，集中代收付中心的代扣接口是最好的通道，比银联通道好用太多了。首先，便宜。代扣不以费率计价，按笔数计价，单笔几毛到几块不等，对大额而言，特别划算。其次，方便。POS 收单只能做对私的银行卡，且需要密码、验证等手段，代扣则不同，只要持卡人账号就可以做代扣业务，不需要密码、验证等手段，且对公对私不受限制，操作便捷。除此以外，不用顾忌银联的检查，代扣走的是集中代收付中心的代扣接口，属于中国人民银行清算总中心的业务，而后者是中国人民银行直属的、实行企业化管理的事业法人单位。央行没有出面整肃之前，没有机构监管这块市场。”一位第三方支付机构副总裁告诉经济观察报。

但某种程度而言，集中代收付中心的代扣接口很容易为一些“二清”机构、“大商户”甚至不法分子所利用，成为“法外之地”。从最终的结果来看，也正是风控的缺失导致了这条灰色产业链最终走向末路。

早在今年 5 月，就有接近监管的人士向经济观察报透露称，央行之所以动议整肃代收付业务，源于此前山西同城清算系统的一起风险事件。一家第三方支付企业 CTO 告诉经济观察报，理论上，只要掌握了代扣渠道，要实现不法目的几乎不存在任何技术上的难度。“在信息倒卖的这个灰色产业链里，持卡人信息根本不是什么秘密。而持卡人的银行卡号、身份证号等基本信息一旦泄露，通过代扣就可以在没有密码的情况下轻易扣完卡内资金并转移。”

随着 110 号文的落地，这片“法外江湖”可能也终将消失。

值得注意的是，除了 5 月出台的 110 号文，11 月 13 日央行进一步出台了《关于进一步加强无证经营支付业务整治工作的通知》（银办发[2017]217 号文，下文简称“217 号文”），除了切断无证机构的支付业务渠道，也将全面检查并从严惩处持证机构为无证机构提供支付清算服务的违规行为。值得一提的是，人民银行亦同步下发了持证机构自查内容，其中包括代收付业务开展情况，以及非银行支付机构、银行、银联、农信银资金清算中心、集中代收付中心也都在自查序列。“此前已经发生了多家支付机构将代扣、快捷、网银等通道放给银行，再由银行集中清分放给下游支付机构甚至‘二清’机构和‘大商户’，包括平安、中信、恒丰等多家银行在内的银行系清算中心都因此受到相应惩处。”一位央行中支机构的人士表示，217 号文的出台可以看出监管逻辑也在发生变化。

该人士评价称，以前是谁乱放通道就处罚谁，现在是谁帮通道做清分就处罚谁，现在是自查阶段，各家支付机构、集中代收付中心、银行，大家不该放的通道该停停、该关关，过了 12 月 31 日，就是各地央行中支机构进行检查，此后如果再发生重大风险事件，相关责任人就地免职。“这么一来，基本上从源头上断代扣收付乱象的根了”。

4、BAT “扎堆”入局，汽车产业迎来新一轮革命？

19 世纪中期，德国人卡尔本茨发明了第一辆汽车；到 20 世纪初，美国福特公司首次建成汽车装配流水线，开启了汽车大规模生产之路；再到二战后欧洲、日本汽车工业崛起，汽车生产进入多样化、物美价廉时代……今天，随着谷歌、百度等科技巨头进入汽车智能化领域，以及一汽-大众等传统车企的主动求新求变，汽车产业又迎来了新一轮革命。

在中国，BAT 三大巨头纷纷看到了智能汽车这一互联网新入口的价值，近年来不断加码对该领域的布局。虽然 BAT 进军汽车领域的时间、方式各不相同，但总的来看，三大巨头的战略都是和传统车企合作，用车载操作系统这一软件产品赋能传统汽车，每辆汽车不仅成为了物联网中的一份子，实现自动驾驶功能也指日可待。

对此，腾讯董事局主席马化腾上月曾做出解释：在这场新的汽车工业革命浪潮中，主角依然会是传统汽车厂商，这点不会改变，而 BAT 做的更多的是辅助与服务，腾讯的优势在于人工智能与互联技术。

BAT 三大巨头近年来在汽车领域做了哪些布局呢？本文进行了汇总。

百度：扎实研发技术，最早实现无人车商用

百度涉足汽车领域相对较早，多年来专注于无人驾驶技术的研发。

早在 2013 年，无人驾驶项目就在百度研究院起步。2014 年，原 Google 深度学习团队创始人吴恩达加盟百度，任首席科学家，全面负责在美国硅谷的百度研究院；此后不久，百度正式对外公布启动无人驾驶汽车研发计划。

在 2016 年 9 月举行的在百度世界大会上，百度的 L3 事业部正式亮相，事业部总经理顾维灏宣布未来会推出 L3 自动驾驶解决方案，此后该事业部更名为智能汽车事业部。

今年以来，百度进军无人驾驶领域的节奏加快。今年 4 月，百度宣布开放自动驾驶平台“Apollo”，旨在向汽车行业合作伙伴提供开放的软件平台，帮助他们快速搭建一套属于自己的自动驾驶系统。按照百度集团总裁陆奇的说法，Apollo 就是自动驾驶的安卓系统，但它将比安卓系统更加开放。

在 7 月举行的百度 AI 开发者大会上，百度创始人、董事长李彦宏乘坐自家的无人驾驶汽车上了北京五环路，引来热议，这显示出百度的无人驾驶技术已经趋于成熟。

9 月，百度宣布 Apollo 基金未来三年规模将达到 100 亿元人民币，将完成超过 100 个项目的投资。

再到 11 月举行的 2017 百度世界大会上，李彦宏宣布了一项重要计划：百度的无人驾驶小巴车将在 2018 年实现小规模量产及试运营。这标志着百度无人车距离实现商用已近在咫尺。

在自主研发无人车技术的同时，百度和多家传统汽车厂商建立了合作，这些车企包括长安汽车、金龙、北京汽车等。

2016 年 3 月，百度与长安汽车签署战略合作协议，双方表示将共同打造车载系统。

今年，百度与北汽集团签署战略合作框架协议，双方表示，将以百度 Apollo 计划、北汽车辆平台为基础，以人工智能为核心技术，致力于在 2021 年前分阶段实现 L3 级和 L4 级技术能力的车型量产。

也是在今年，百度还与金龙、奇瑞、江淮达成了合作，百度要在 2018 年量产的无人驾驶小巴车正是和金龙客车合作生产；同时，百度宣布要在 2019 年与江淮、2020 年与奇瑞共同推出无人车。

在无人车之外，百度还推出了国内第一款跨平台的车联网解决方案——CarLife，车机端、用户端都适配多种系统，提供导航、地图、音乐等智能服务，并与大众等多家车企达成了合作关系。

腾讯：全产业链的投资布局

腾讯入局汽车领域的方式主要是投资产业链公司。近年来，腾讯投资的公司覆盖了无人驾驶、共享出行、整车制造与服务等多个方面。

无人驾驶、共享出行

滴滴出行是腾讯最早投资的汽车出行领域公司之一，自 2013 年开始，腾讯相继参与了滴滴的 B 轮、C 轮、D 轮、以及 F 轮融资。如今，已成为全球第二大独角兽的滴滴出行正加紧对无人驾驶、智慧交通的布局。

上月，腾讯领投了蔚来汽车 10 亿美元融资，这家公司专注于无人驾驶技术，已获得美国加州无人驾驶测试牌照，蔚来汽车的“蔚来 ES8”汽车将于今年 12 月 16 日正式上市发布，明年上半年开始交付。

整车制造与服务

2015 年，腾讯曾与富士康、和谐汽车共同出资 10 亿元成立了和谐富腾合资公司，这是一家共同投资新能源及或智能电动汽车项目的投资平台。2016 年 3 月 1 日，腾讯、富士康共同投资的 Future Mobility 在香港注册成立。今年 1 月，Future Mobility 计划投资 116 亿元，在南京建设高端智能电动车生产工厂，并准备在 2020 年前发布自动驾驶电动汽车。

在汽车服务领域，腾讯也是广撒网，不仅投资了易车这样的汽车电商，优信拍、人人车等二手车公司，还有修车易、宽途汽车、亿车科技等汽车后市场（维修保养等领域）公司。

今年3月，美国证券交易委员会曝光的文件显示，腾讯通过旗下的黄河投资以17.78亿美元的价格收购了特斯拉816.75万股股票，持股比例达到5%，一举成为特斯拉的第五大股东。要投就投龙头，特斯拉不仅是全球最大的电动汽车生产商，未来在中国市场的成长潜力更是不可估量。

与特斯拉相似，上月腾讯领投的威马汽车同样专注于电动汽车的制造。“低调务实”是业界对威马的评价，该公司创始人前为吉利控股集团副总裁沈晖，他曾主导吉利对沃尔沃的收购。近日，威马公布了旗下首款量产车的预告图，这款定价20万元区间的纯电动SUV车型续航里程可达450公里，有望于2018年量产下线。

汽车智能操作系统

除了无人驾驶技术、整车制造等领域，腾讯目前又开始进军汽车智能操作系统。

在上月召开的2017腾讯全球合作伙伴大会上，腾讯与国家发改委综合运输研究所、四维图新等共同成立了“位置+联合开放实验室”，集成腾讯在AI、安全、内容方面的优势，发布了腾讯车联“AI in car生态系统”。广汽集团、长安汽车、吉利汽车、比亚迪、东风柳汽和腾讯车联已达成战略合作，成为AI in Car生态系统首批合作车企。

阿里巴巴：专注汽车操作系统

与百度、腾讯相比，阿里巴巴正式进入汽车领域的时间较晚，但阿里入局不久就盯准了汽车操作系统，目标十分明确。

2015年3月，阿里巴巴宣布与上汽集团合作，共同研发互联网汽车。同年4月，阿里巴巴整合了旗下的汽车相关业务，成立了阿里汽车事业部。7月，双方宣布合资设立10亿元的“互联网汽车基金”，共同打造“跑在互联网上的汽车”。此后，双方还成立了合资公司斑马，专注于汽车操作系统的研发。

2016年7月，阿里与上汽联手打造的荣威RX5车型上市，号称“全球首款量产互联网SUV”，这款车上搭载了阿里的YunOS系统（又称斑马系统），实现了蓝牙钥匙、车辆远程控制、车辆状态查询、售后维修预约等功能。荣威RX5上市后很快受到市场认可，销售火爆，今年9月，该车销量首次突破2.5万辆，10月销量再创新高，突破2.8万辆，同比猛增41%，进入了国内SUV单月销量前五。

在今年10月举行的云栖大会上，阿里与上汽集团共同发布了2.0升级版的斑马智行系统。同时，阿里还宣布与神龙汽车达成了战略合作，神龙汽车将陆续推出搭载AliOS的互联网汽车，首款选定的车型为东风雪铁龙。

据英国金融时报消息，明年斑马智行计划向开发者和汽车制造商开放阿里操作系统，这一举动类似于谷歌的Android系统开源计划。斑马智行CEO施雪松表示，该公司的计划是“通过阿里巴巴的生态系统和生态数据赋能制造商和终端用户。”

虽然阿里巴巴CEO张勇曾在去年表示“不会考虑做无人驾驶”，但阿里在无人驾驶相关技术方面的投入一直在进行。

2015年，阿里巴巴与中国兵器工业集团公司共同出资20亿元成立了“千寻位置网络有限公司”，千寻位置是一个基于卫星定位、云计算和大数据技术的位置服务开放平台；千寻位置CEO陈金培曾向澎湃新闻透露，“在未来，位置服务将成为各个应用场景最基本的服务，比如在机场、火车站找人更方便，让无人驾驶、无人机更安全。”

今年3月，阿里以1800万美元的资金领投了增强现实汽车导航初创公司WayRay。这家瑞士公司主要为无人驾驶汽车提供沉浸式的AR和VR抬头显示（heads-up displays, HUDs）系统。

此外，在今天的云栖大会上，阿里宣布未来三年将斥资1000亿元打造阿里巴巴达摩院。达摩院的研究领域将涵盖了量子计算、机器学习、视觉计算、人机自然交互、芯片技术、传感器技术等，这些技术都与无人驾驶关系十分密切。

颠覆汽车行业

随着BAT等科技巨头入局汽车领域，推动车联网、无人驾驶技术发展，这

一场变革对汽车产业的冲击力会有多大呢？

一位汽车圈高管曾向媒体创事记表示，汽车行业在最近十几年里发生的变化，将超过过去一百年来发生的变化。而出现这种现象的一个重要原因就是谷歌、特斯拉、BAT 这类科技公司们的大举入侵。

对传统汽车行业来说，无人驾驶技术的影响可能是最大的。据科学网消息，今年 10 月，在英特尔举行的无人驾驶分享沙龙上，英特尔中国区总裁杨旭以一组数字揭示了无人驾驶的发展前景：

2013 年，有 18%的消费者表示希望购买无人驾驶汽车；2014 年，50%的消费者表达了这一愿望；如今，已有超过三分之一的消费者认为无人驾驶汽车将是驾驶的未来。预计到 2025 年，全球无人驾驶汽车市场规模将达到 420 亿美元；2030 年，将有 1.2 亿辆无人驾驶程度不同的汽车上路；2035 年，无人驾驶汽车将占全球汽车销量的四分之一。

面对来势汹汹的无人驾驶技术，宝马、奔驰、奥迪、通用、福特等汽车商已经感受到了压力，这些百年车企不得不“放下身段”，积极与科技公司合作，共同研发无人驾驶汽车。入局较晚的大众也于今年 3 月正式推出了一款名为“Sedric”的无人驾驶纯电动概念车，可以实现完全自动驾驶。同时 Sedric 上还隐藏着大众基于无人驾驶的“汽车共享”野心，根据大众的计划，量产后 Sedric 将进入城市穿梭巴士以及出租车领域，为乘客提供轻松、可持续、方便以及安全的道路出行方式。在今年 9 月的法兰克福车展上，大众还宣布 2022 年将出售一款电动微型无人驾驶巴士。

一汽-大众在科技创新领域上也不甘示弱，2018 年型迈腾搭载着“多重行人碰撞保护”、“MKE 智能疲劳监测系统”、“MKB 多次碰撞预防系统”、“智能感应雨刷”、“空气净化可视化”等智能技术，为时代领创者们带来了全新的汽车驾驶感受，让驾驶体验更舒适，更安全，更领先。

目前来看，在发展无人车方面，传统车企还没有被科技公司甩开，《中国汽车画报》出版人兼主编庄鉴韬在上述沙龙上表示：

未来谁能够率先把服务做好了，谁就会离未来的愿景更近。从这个角度理解，科技企业和汽车厂商与未来是等距的，因为目前两者都还属于制造业，只有抓住‘服务’这个关键才能走向未来。

除了传统汽车制造商，汽车零部件供应商、销售商、汽车维修公司也将面临新的挑战。

有观点认为，随着汽车趋于智能化，事故风险会大大降低，对汽车维修的需求也将随之变少。同时，在智能驾驶软件的配合下，车辆零部件损耗也会减少，这当然会影响零部件供应商的生意。与之相反，汽车智能硬件的需求会显著上升，传统的零部件供应商将面临来自英伟达等科技公司的竞争。普华永道预计称，到 2030 年，电子产品会占到汽车制造成本的 50%，而目前只占三分之一。

对于汽车销售商来说，无人驾驶技术的普及可能会导致私人购车数量减少。分析认为，当未来无人驾驶车队在城市间来回穿梭时，人们无需再花钱自己购车，因为无人车可以随叫随到。此外，租车的模式可能会更加盛行。

BAT 的机会与挑战

BAT 等科技公司进军智能汽车领域，既面临着广阔的市场前景，风险与挑战也不容小觑。作为“拓荒者”，技术研发投入可能给这些公司带来沉重的财务负担。

上月，美国布鲁金斯学会统计显示，过去三年全球无人驾驶领域的投资已超过 800 亿美金，尤其是 2016 年以来，全球无人驾驶领域投资开始迅猛增长。

以百度为例，多年来豪赌 AI、无人驾驶给百度带来的财务压力显而易见。去年 3 月，时任百度无人驾驶事业部总经理王劲曾表示，百度对无人驾驶投资金额已远超 200 亿元。财报数据显示，2015、2016 两年，百度研发经费均超过了 100 亿元人民币，今年上半年已接近 60 亿元。2016 年，百度研发经费在当年公司营收中占比为 14%，远超腾讯的 7.8%，京东的 2%。

百度似乎已经意识到“all in”无人驾驶的风险。今年 8 月，百度集团总裁陆奇表示，百度现在专注于打好两场仗：一是移动，一是人工智能，百度的眼光并不限于无人车，而是希望无人驾驶系统可以帮助百度“建立庞大的生态系统”。

再从谷歌、苹果等科技巨头来看，在独立研发无人驾驶多年之后，目前也

纷纷选择了和其他公司“抱团”推进研发，以节约资金成本、规避风险。

网易科技今年8月报道称，有企业高管和无人驾驶行业专家认为，一些公司担忧无人驾驶汽车可能会达不到当初引发资本大量融入的盈利预期。德国车企的一位董事会成员指出，“尽管无人驾驶是一个很大的市场，但它或许不值得像现在这样投入大把的资金”。

像BAT这样的科技巨头，从不敢放慢脚步，始终打磨和研发自己的技术和科技，走在时代前沿，正如2018年型迈腾所展示出的“领创精神”，历史由胜利者书写，未来由创造者引领。

5、首届宜信财富全球房地产投资高峰论坛引领行业新格局

随着这些年房地产政策调控的逐渐落地，炒房、炒地热正在“退烧”，中国房地产行业高速增长阶段已经结束，现已进入从债权向股权、从增量向存量、从短期炒作思维向长期价值投资的转变，可以说房地产投资市场正在引来一场重要变革。

在这样的大环境下，11月24日，首届“宜信财富全球房地产投资高峰论坛”在上海拉开帷幕。宜信公司创始人、CEO唐宁携海内外房地产投资领域顶级专家齐聚上海，论道全球房地产投资热点话题，帮助高净值人士探索一条科学有效的全球房地产投资路径。

唐宁表示：第一，房地产投资的暴利时代已去，价值投资已来，投资非投机，重在深入研究、全球配置、科技驱动；第二，客户对综合回报、增值服务越来越重视，基于房地产投资的移民、教育、择业、养老、传承等，需要端到端的专业服务；第三，自己动手已去，专业机构已来，客户应更为关注与顶级专业机构合作，重视对机构的选择，而不是自己做项目。

同时在当天的大会上，宜信财富重磅发布了三份全球房地产行业重量级报告：宜信财富联合世界顶级房地产咨询公司仲量联行（JLL）发布《全球房地产投资报告》、宜信财富好望角发布《2017美国地产第三季度研究报告》、宜信财富携手澳洲最大别墅销售运营商RPM发布《澳洲墨尔本投资置业发展报告》，解读全球主要地区房地产投资趋势和机遇；宜信财富与RPM达成战略合作，双方将搭建一个强大的澳洲房产置业专业投资及运营管理平台，并提供澳洲市场咨询等全方位战略策略。

债权+股权、中国+海外、投资+生活，宜信财富在房地产这一资产类别的顶级国际化能力、强大投资能力、一站式增值服务能力得到集中体现。宜信财富作为全球房地产投资专家，以母基金和直接投资的方式，全面、深度覆盖全球房地产股权投资、债权投资与直接置业，开启并引领全球房地产投资新格局。

债权+股权：引领国内高净值人士房地产股权投资兴起

关于未来房地产投资，股债并举是一大趋势。宜信财富理财产品总经理侯琳表示，“我们推荐大家关注真正的房地产股权投资机会，债权的本质是相对低风险、低收益，但是大家如果想在房地产投资领域获得真正的溢价空间，股权应该是大家不可错失的机会”。

宜信财富全球房地产母基金与全球排名前 10 中的 8 家、前 30 中的 16 家顶级地产基金深度合作，帮助客户实现母基金、单一基金、稀缺跟投项目的地产投资三步走。宜信财富新加坡公司董事总经理、全球房地产投资母基金管理合伙人张鹏表示，宜信财富全球房地产母基金是高净值人士分享全球房地产投资增值的首选途径：自 2015 年以来，宜信财富陆续推出地产机会型母基金、收益型母基金两大系列股权投资母基金，并且均是国内首创、超大体量、顶级配置的美元母基金。

宜信财富好望角作为宜信财富旗下移民金融的领航者和高端海外生活规划平台，传承宜信强大的投资基因，依托长期积累的海外投资经验和风控能力，宜信财富好望角以投资的视角规划移民，在精选投资项目的基础上，设计投资产品，覆盖了投资移民、财税规划、地产基金、美国置业等全方位的产品和服务，好望角拥有专业的美国房地产投资团队，建立了房地产开发分析和尽职调查体系，拥有顶级投资能力和国际化能力。

在此次峰会上，宜信财富高级副总裁、宜信财富好望角创始人及总裁詹惠敏发布了《2017 美国地产第三季度研究报告》。报告详细分析了美国地产投资特点及趋势，并指出房地产债权类基金在美国市场的投资机遇，相较于实物房产，债权类基金起投门槛低，在资产配置中处于流动性、收益性兼具的防御位置，能够帮助投资者享受到全球房地产投资收益。

中国+海外：国内体量最大、产品线最完整的全球房地产投资平台

房地产作为高净值人士资产配置中的重要组成部分，在全球层面进行布局是必然趋势。宜信财富作为国内体量最大、产品线最完整的全球房地产投资平台，携手全球顶级地产投资机构，深耕各主要国际市场。

宜信财富海外置业团队深入调研全球主要经济体，如美国、英国、德国、澳大利亚、日本等门户城市的住宅房地产市场，与全球顶级开发商合作，为高净值客户精选国际一流城市的核心物业，并提供法律、税务、融资、出租管理的全面服务。

此次宜信财富与澳洲最大的别墅销售运营商、澳洲最著名的房产机构之一的 RPM 的战略合作，不仅增强了宜信财富逐鹿澳洲市场的决心，也将大大提升宜信财富的专业服务能力，为客户提供澳洲市场咨询等全方位战略策略：提供全方位的第一手市场调查报告，为海外客户提供包括物业投资、项目开发及高端房产在内的服务，帮助管理客户的物业资产。

RPM 地产集团首席执行官 Kevin Brown 在《澳洲墨尔本投资置业发展报告》中揭示了澳大利亚未来地产开发模式和投资趋势，他指出，“西部走廊是悉尼和墨尔本两个城市中非常值得投资的地点，不仅因为它的经济增长，而且也考虑到移民的涌入和新增就业数量的因素，能够为投资者带来机遇”。

宜信财富全球房地产母基金坚持与全球最顶级的机构合作进行房地产领域投资。此次峰会，宜信财富联合世界顶级房地产咨询机构仲量联行（JLL）发布《全球房地产投资报告》，报告不仅为投资者指出未来中国及全球主要地区地产投资战略分析，帮助投资者更好地判断未来趋势、把握投资先机；同时，报告揭示了四大关键主题词：第一，电子商务打破传统零售格局，推动全球物流市场；第二，欧洲和美国市场自住型住房短缺，推动多户型住宅市场增长；第三，旅游业游客量增长推动酒店业市场增长；第四，老龄化推动医疗相关的市场需求增长。

投资+生活：一站式增值服务尽享全球房地产增长收益

房地产除了是高净值家庭资产组合中不可或缺的组成部分、优秀的投资标的，同时也是美好生活的载体，如移民、留学、养老等。宜信财富在房地产这一资产类别所建立起来的强大的投资能力、服务能力及国际化能力，能够为高净值人士多元化的投资、移民、生活需求提供一站式增值服务。

宜信财富好望角拥有专业的美国房地产投资团队，建立了房地产开发分析和尽职调查体系，通过多年积累的经验，强大的项目获取能力、出色的投资能力和国际化能力、广泛的人脉和投资渠道，建立了良好的市场信誉，为投资者提供风险可控、回报可期的移民金融和海外资产配置服务。

正如宜信财富高级副总裁、宜信财富好望角创始人及总裁詹惠敏所言，“宜信财富好望角拥有一支与众不同的跨国界房地产团队，与大多数中国投资美国房地产的机构不同，我们更加注重在美国的本土化。这个团队要有能力把全球化的中国资本带进最好的项目，要忠实法律，能够发挥中国资金的优势，搭建从金融、法律、政治文化、土木工程、物业管理、投资管理等一系列的房地产投资关键网络”。

“宜信财富海外置业从项目的选择到购房再到后续的服务，为投资人提供全流程的服务，我们在项目的挑选方面有非常严格的程序，合作伙伴的选择标准也很严格”，宜信财富董事总经理周媛指出，“无论是我们的合作伙伴还是宜信财富，我们都非常珍惜自己的客户，看中客户的利益，同时也珍视自己的声誉，就像爱惜我们自己的羽毛。所以只有和这样的机构合作，您海外置业的资产才是安全的”。

宜信财富作为全球房地产投资专家，携手全球顶级合作伙伴，引领未来房地产投资新格局下的新打法。正如宜信财富理财产品总经理侯琳指出，“宜信财富的房地产投资策略在于，股债并举、从中国到全球、从短期投机到长期价值投资；而宜信财富在房地产投资体系化能力建设当中所具备的投资能力、国际化能力、一站式增值服务能力，使其成为全球领先的房地产投资解决方案提供者。”

四、产业市场

1、电商周报：京东进军汽车 B2B 业务 天猫无人超市亮相

过去一周(11.27-12.3)，天猫无人超市亮相乌镇互联网大会，微笑购物能打折；阿里 36 位合伙人集体亮相，未来 5 年投入 100 亿扶贫；京东完成淘气档口收购，汽车 B2B 业务正式上线；苏宁张近东连夜开部署会：开 5000 家店不是喊口号……

1、马云：第三次世界大战将打响 这次并非国与国

12月3日，第四届世界互联网大会在乌镇开幕，阿里巴巴董事局主席马云在开幕式致辞时表示，对数字经济和网络空间与其担心，不如担当。

“如果说过去20年互联网‘从无到有’，那么未来30年，互联网将‘从有到无’，这个‘无’是‘无处不在’的‘无’，没有人能够离开网络而存在”，他认为。

在马云看来，人类正面临着新一轮共同的挑战。第一次技术革命导致了第一次世界大战，第二次技术革命导致了第二次世界大战。第三次技术革命，也就是说第三次世界大战也将即将打响，但这不是一场国与国之间的战争，这是一场人类携手对抗疾病、贫穷和气候变化的战争。

2、天猫无人超市亮相乌镇互联网大会 微笑购物能打折

12月3日，在第四届世界互联网大会上，天猫无人超市作为唯一独立参展项目，惊艳亮相。

天猫无人超市，是阿里巴巴新零售战略的重要成员，更是全球无人零售技术的拓荒者和引路人。此番亮相乌镇的无人超市，是阿里巴巴无人零售业务和技术的集中展示，为无人零售这个全球最前沿的零售业态树立标杆。

3、阿里36位合伙人集体亮相 未来5年投入100亿扶贫

12月1日，阿里巴巴宣布成立脱贫基金，未来5年将投入100亿一件事：让绿水青山变成金山银山。

其中这一百亿资金将由阿里巴巴每年营业收入的千分之三加上阿里合伙人和阿里员工内部捐献组成。每个脱贫项目遵循“可落地、可跟踪、可公示”原则，基金整体每半年对外公布一次脱贫报告。

4、阿里京东“抹黑”罗生门 电商只有三国杀才是稳定格局？

一则阿里律师的文章，将阿里、京东“黑稿”事件带入到台前。这一场关于“黑稿”事件的罗生门在11月30日达到高潮。

阿里市场公关委员会主席王帅称“京东指挥 701 谣言攻击计划，呼吁司法部门介入调查”，京东副总裁宋旻则在朋友圈回击称“哪家企业是公认的黑公关鼻祖，大家认知肯定比我更深刻”。

值得注意的是，在如今的商业竞争中，利用“黑稿”形式抹黑对手，成为一条隐蔽的商业战线。这种做法既不合法，也不光彩，同样也不利于新媒体领域健康有序发展。

5、京东完成淘气档口收购 汽车 B2B 业务正式上线

11 月 30 日，京东召开汽车后市场业务线上发布会，在发布会上京东确认已经完成对淘汽档口的收购，将在其原有业务和平台基础上叠加京东新的战略思路和资源进行改造和升级，从五个关键点着力，打造国内首个汽车后市场全产业链一体化平台，同时京东汽车后市场 B2B 业务正式上线。

据了解，在此之前，业内多次流传京东收购“淘汽档口”，但是双方均以否认。“淘汽档口”是汽车配件的 B2B 采购平台，公司成立于 2014 年，总部位于杭州，现有员工 1000 多人，此次收购完成标志着京东正式入局汽车后市场领域。

6、京东对标盒马的新物种 7FRESH 到底是什么？

对标盒马鲜生，京东旗下线上线下一体化的生鲜食品超市 7FRESH 即将揭开面纱。

据了解，在 7FRESH 的门店内，消费者可亲手挑选食材，还可以尝试到更多新奇科技产品。同时，门店中的所有商品也会在 7FRESH 的 APP 上售卖。

此外，门店周围五公里范围内，都可以在 1 小时内收到配送员上门配送包裹。

7、苏宁张近东连夜开部署会：开 5000 家店不是喊口号

11 月 28 日，刚刚被再次选举为全国工商联副主席的张近东，从北京参加完工商联大会，直接飞往重庆与当地政府领导举行战略签约，而趁着签约前的晚上一点空隙，他依旧通过视频会议，在苏宁云商集团的年底重点工作部署会

上为全体管理人员进行了长达一个半小时指导。

谈及 2018 年的工作规划时,张近东重点关注的另一件事情则是近期传得沸沸扬扬的“5000 家店”项目。

张近东明确指出,这 5000 家的门店,不是放卫星、喊口号,是要真正的落地,而且这些店绝非传统的连锁店,而是苏宁智慧零售最前沿的新业态,苏宁云店的 3.0 版本就将于年底在南京新街口落地。

8、国美前 9 个月销售收入 574.3 亿 利润同比下跌 10.71%

11 月 30 日傍晚,国美零售(00453.HK)公布今年前 9 个月的未经审核业绩。

报告期内,国美销售收入 574.29 亿元,同比增长 3.68%。归属于母公司拥有者应占利润 220.1 亿元,同比下跌 10.71%。

今年前 9 个月,国美线上线下交易总额(GMV)与去年同期相比增长 20.04%,其中线上电子商务业务的 GMV 增长 58.13%。

综合毛利率约为 17.05%,比去年同期的 16.02%增长 1.03 个百分点。

9、美团点评王兴组建大零售事业部 聚焦生鲜零售

11 月 30 日,有消息称,美团点评内部正进行新一轮的架构调整,设立新到店事业群、新零售和打车事业群。对此消息,美团点评官方未予置评。

次日,美团点评 CEO 王兴的一封内部信确认了该消息,并详细解释了公司新阶段的业务重点及全新的组织架构。

据悉,美团点评今后的业务将聚焦到店、到家、旅行、出行这四大 LBS 场景,升级前台业务体系,强化中后台支撑和保障能力,升级公司综合管理体系。

10、易果 CEO 张晔:先完成 10 亿精准扶贫的小目标

据张晔透露,易果集团第一阶段拟投入 10 亿元资金,用于贫困地区农产品上行,帮农扶贫,拉动产业升级,这些资金将主要用于贫困地区农产品原产地

采购、订单农业、产地仓建设及冷链物流等基础设施落地、技术投资等方式，帮助更多贫困地区农业端脱贫。除此之外，易果也会联合天猫超市、村淘、一亩田等上下游战略合作伙伴，共同打造扶贫+兴农的新生态。

2、超市周报：永辉拟实施股票激励计划 盒马鲜生进军福州

过去一周(11.27-12.3)，永辉拟实施股票激励计划；盒马鲜生福州首店选址君临茶亭；永辉董事长张轩松发表最新演讲……

1、永辉拟实施股票激励计划 激励对象达 339 人

11月30日晚，永辉超市发布《2017年限制性股票激励计划(草案)》，拟向激励对象授予合计不超过1.67亿股限制性股票，约占本激励计划草案公告日公司股本总额的1.74%，授予价格为4.58元/股。激励对象为公司战略管理层、核心管理层、重要经营层及核心业务骨干共计339人。拟授予的股票来源为公司从二级市场回购本公司A股普通股。

2、与阿里合作的三江、联华、新华都、高鑫都怎么样了

阿里的新零售版图在不断扩大。11月20日，阿里巴巴、欧尚零售以及润泰集团宣布达成新零售战略合作，旗下拥有大润发和欧尚两大品牌的高鑫零售与阿里正式“联姻”。

至此，阿里先后入股的传统零售企业就包括银泰商业、苏宁云商、百联集团、三江购物、联华超市、新华都以及高鑫零售。这其中，三江购物、联华超市、新华都以及高鑫零售都是线下商超。

高鑫零售引阿里入股一事在业内也是引起了轩然大波。有的人很看好双方的合作，有的人却对此表示质疑。

“商超一哥”与线上巨头结合，产生如此巨大的影响，这一点也不奇怪。不过，人们更为关心的是，这种“1+1”的结合究竟会以“何种方式”产生出“大于2”的效果呢？

3、永辉董事长张轩松最新演讲：超级物种是如何产生的

11月28日下午，永辉董事长张轩松在清华大学做了一场题为“第三种智慧”的视频直播。张轩松表示，永辉是一个平台公司，对标的是要成为全球化的科技公司。未来要进入中国2600个城市。

4、华润通布局支付业务 将率先在浙江华润万家推行

继与支付宝、微信展开深度合作之后，国内零售巨头华润万家今年“双十二”期间，将开启华润通·润钱包支付业务，以进一步提升消费体验和会员服务，深化向数据+体验驱动的新零售转型。

据了解，消费者只需下载华润通 app，在 app 中开通润钱包支付功能并完成支付，即可成功参与本次双十二优惠活动，华润通老用户成功支付享同等优惠。

5、盒马鲜生进军永辉大本营 福州首店选址君临茶亭

据媒体报道，阿里巴巴盒马鲜生福建首店已定址福州君临茶亭购物中心。

福州君临茶亭购物中心位于福州八一七路与群众路交叉口的茶亭商圈，是茶亭商圈最大的城市综合购物中心。据有关方面统计，君临·茶亭商圈1公里范围内，辐射30万常住人口；2公里范围内，辐射50万常住人口；3公里范围内，辐射68万常住人口。可以说，君临·茶亭缔造的是“人口中心”，人口红利引爆全城。

6、永辉全国第一家无人收银概念超市亮相福州

除了加速拿地、快速开店外，永辉也在加速创新。最近，永辉超市默默的干了一件大事，旗下的门店正逐步地“干掉”人工收银，撤掉了人工收银台，全部改为自主研发的手机APP扫码购+自助收银机结账形式。

据悉，12月6日，永辉将迎来全国第一家全新改造升级的未来2.0概念超市——永辉Bravo福州白马万科店。

7、沃尔玛绍兴新昌店今日开业 为浙江第33家店

11月30日，沃尔玛购物广场绍兴新昌海洋城店开业。这是沃尔玛在绍兴

新昌开设的第一家商场，也是沃尔玛在浙江省开设的第 33 家购物广场。今年至今，沃尔玛已在浙江开设 32 家新店。

据悉，沃尔玛新昌分店位于鼓山西路 256 号海洋城购物中心负一层，营业面积约 7770 平方米，商场经营商品总类超过 28000 种，覆盖生鲜、百货等品类。租赁区域约 1126 平方米，更突出生活服务类型店铺，主要租户包括 COCO、大光明等品牌。商场提供 640 个停车位，便利有车一族到店选购。

8、时隔 3 个月，天虹 2.0 版无人值守便利店来了

早在今年 8 月 8 日，天虹便开出了深圳第一家无人值守便利店—天虹 WELL GO，时隔三个多月，在相同的位置上（深圳湾天虹总部大厦一楼），天虹 2.0 版无人值守便利店正式亮相。

据了解，新的无人值守便利店除解决了 1.0 版本进出不顺畅、支付环节繁琐等问题外，还对购物流程、消费体验等多方面进行了升级迭代，其中最大的改变是实现了无感购物的体验，商品自动感应即拿即走。

3、餐饮周报：2017 餐饮业看点汇总 西贝开外卖专门店

2017 年即将接近尾声，在上周（11.27-12.3），《联商网》总结了餐饮业 2017 五大关键词：五芳斋携手口碑在杭州推出首家无人餐厅；沙县小吃计划传媒广告和供应链单独上市；星巴克上海烘焙工厂门店将开业……

2017 餐饮业五大关键词：网红餐饮成风 老字号求变

2017 年堪称是新零售的元年，线上线下融合更为紧密。零售的新风口，新技术，新物种，新玩法不断涌现，资本，新玩家不断涌入，零售行业呈现出多年未见的活跃气氛。

以餐饮业态为导向，总结分析了行业 2017 年的发展与变革。餐饮行业更新换代速度加快，行业“一哥”不再是老字号的天下，消费者需求变化，新兴的品牌吸引着他们的眼球，而老牌餐饮业绩惨淡，转型是唯一的出路。

并非所有的老牌餐饮都能成功转型，全聚德在试水外卖平台“小鸭哥”；收购“汤臣小厨”后均以失败告终。

转型对于老牌餐饮老说，其实是一把双刃剑，对市场调研不够充分，病急乱投医使经营受阻，业绩惨淡，作为消费主力军的 80、90 后客群，老牌餐厅需稳中求变，用自身优势迎合市场需求，方为上策。

沙县小吃股东谈转型 计划传媒广告和供应链单独上市

在 11 月 29 日的一场农业论坛上，雏鹰农牧董事长侯建芳表示已经初步明确了沙县小吃的上市方向。

“在完成线下 6 万家门店的标准化体系改造后，沙县小吃的供应链、传媒两大板块将分别单独上市。”侯建芳说。

雏鹰农牧则是沙县小吃的第二大股东，主营养猪生意。2016 年 12 月，它同意出资不少于 9000 万元和 4500 万元，取得沙县小吃连锁餐饮公司 45%和沙县小吃传媒公司 45%股权。沙县地方国资委是这两家合资公司的大股东。

侯建芳表示未来沙县小吃的重点还是在供应链金融部分，“利用店铺的装修、保证金、贷款等形成良性循环，为餐饮从业者提供相应的金融衍生服务品。”

雀巢在东京开了家抹茶概念快闪店

前不久刚刚在东京原宿开设无人咖啡店的雀巢最近又有了新的线下门店活动：根据顾客的压力大小来提供抹茶与抹茶甜品。

雀巢针对 1030 名 20-59 岁日本人进行了一项压力调查，96.2% 的受访者表示他们有压力，其中 20.2% 的人表示他们压力很大。当人们压力较小或压力中等时，人们更加倾向于吃甜食来排解压力；可一旦压力较大时，27% 的受访者选择吃点苦味的东西，这一比例略高于甜食与辛辣食品的 22%、24%。

“苦味能不能使人感到治愈呢？”雀巢日本市场部部长榎亮次表示他们从抹茶中获得了灵感，于是他们决定开一家“治愈的宇治抹茶 cafe”快闪店。

翠华中期净利润上涨 13.7% 2022 年将达 130 家

11 月 28 日，翠华控股有限公司集团（以下简称“翠华集团”）发布了截至

2017年9月30日止六个月期间的中期业绩。

内容显示，在此期间翠华集团录得收益为9.048亿港元，较2016年同期为9.315亿港元减少约2.9%；净利润为4800.9万元，同比增长13.7%；毛利为6.487亿港元，较2016年同期约6.632亿港元减少约2.2%；物业租金及相关开支分别为1.583亿港元及1.668亿港元，占相应期间收益约17.0%及18.4%。

对于收益减少翠华集团称主要由于上个财政年度及本财政年度上半年关闭若干家餐厅、回顾期内国内消费气氛疲弱及竞争激烈所致；物业租金及相关开支增加主要由于集团于期内筹备开设新餐厅所致。

五芳斋携手口碑推出首家无人餐厅 明年落地杭州

日前，百年老字号五芳斋宣布，五芳斋将携手本地生活服务平台口碑推出首家无人餐厅，该餐厅主打“无人自助式”体验服务，实现24小时营业，并将于2018年1月在杭州正式落地。

《联商网》了解到，作为中华老字号，五芳斋一直在拥抱互联网。五芳斋先在天猫平台推出旗舰店，又将线下门店全面入驻口碑平台，通过阿里大数据，五芳斋在产品研发上不断推出新品种、新品类，例如推出泡菜芝士粽、小龙虾月饼等，并从粽子单品类拓展到快餐。在营销方式上，五芳斋选择与迪士尼、同道大叔等合作，吸引了一批年轻人。

11月21日，口碑宣布开放无人餐厅技术，为广大餐饮商家提供包括智能点餐、智能推荐、服务通知、自助取餐、自动代扣、用餐评价在内的全流程解决方案。根据口碑方面估算，运用口碑无人餐厅技术的餐饮商家可以在有效节省用工成本的同时，让餐厅的接待能力平均提升30%以上。而五芳斋将成为口碑无人智慧餐厅第一批落地门店。

上海1点点被爆喝出蟑螂 涉事门店被要求停业整改

约一周前，无锡“1点点”奶茶被爆喝出蟑螂，引发消费者关注。昨天，上海的“1点点”奶茶发生了相似事件。

据微信公众号爆料，一名消费者叫了“1点点”金沙江店外卖奶茶后，在杯中发现了一只蟑螂。记者从普陀区市场监管局了解到，执法人员已对门店进

行了检查，现场虽未发现蟑螂活动痕迹，但要求该门店停业整改。

爆料显示，消费者自称双 11 当天叫了“1 点点”奶茶外卖，在这杯红茶玛奇朵喝到一半时发现一只蟑螂。在其上传的图片中，红茶玛奇朵的泡沫中混着一个指甲盖大小的黑红物体，单独取出后的确是一只蟑螂。该消费者还贴出了购买截图和消费小票。据称，“1 点点”的相关人员曾登门道歉，但根据贴出的对话截图，消费者要求赔偿 5 万元。

德克士带着无人店、肉夹馍 想重回北上广市场

在过去这几年来，在北上广拼搏的你，也许已经很久没见德克士了，但它并没有停止发展。目前为止，德克士在全国有 2300 家门店（麦当劳在内地约有 2400 家门店），只是大部分都坐落在三四线城市，北上广只有 100 多家门店。

2018 年，德克士计划将一线城市门店翻一倍，再次尝试重归一线市场。

为了向消费者和合作伙伴展示品牌的竞争力，11 月初，德克士在上海开了首家无人智慧餐厅“德克士未来店”，爱范儿前往体验了一番。

星巴克玩了 20 年圣诞红杯 今年的主题是“留白”

11 月 27 日，星巴克完成了今年的红杯换装，和去年不同，杯身正面去除了繁复的圣诞花纹，只留下用白描线条绘制的一双“比心”的手，正中的心形图案则选用了留白的设计，可以让消费者自行在上面书写祝福语或创作简单的绘画图案。

实际上，类似的手绘设计，星巴克在半个多月前已经尝试了一次。11 月初，在推出圣诞红杯之前，星巴克在全球范围内，推出了一款在经典杯身设计基础上，画满手绘图案的“圣诞故事杯”，与之配套的是印有“Give Good”字样的红色杯套，而“Give Good”也是今年假日杯的创作主题。

西贝在麦香村旧址上 开了首家外卖专门店

11 月 26 日，还是在麦香村的旧址，西贝莜面村的首家外卖专门店诞生了。这一天，距贾国龙 10 月 14 日宣布暂停西贝麦香村业务仅过去了 43 天。

在前段时间的中国全零售大会上，贾国龙曾经分享过关于“10 万+”快餐店的后续：“关掉麦香村之后，我们收获了一些经验，会用到新项目上。我们会在莜面村的基础上迭代、优化。比如在北京、上海的麦香村，可能会把它改成一个小型的莜面村。”

“莜面村会小型化，小到多少要尝试，也许把它改成莜面村的精选。我们仍会把它拿到拿市场去测试，试对了就往前复制。”那么，西贝的首家纯外卖店，就是一个新的市场测试。

星巴克上海烘焙工厂门店将开业 天猫首发周边

星巴克全球第二家烘焙工厂门店（Roastery）即将于12月6日开业。

据悉，这家新的 Roastery 将在“中华商业第一街”上海南京西路落成，具体选址为兴业太古汇。整个店面分为两层，总面积 2575 平米，达到了西雅图首家 Roastery（1400 平米）面积的近 2 倍。星巴克董事长兼 CEO 霍华德·舒尔茨曾表示，上海烘焙工坊将是星巴克史上对品牌最大的投资。

在团队方面，工厂店由以下几个团队组成：生产 Manufacturing、焙意之 Princi、零售 Retail、设计营建 Liz 以及上海支持中心。这些新伙伴都是来自各个国家和地区，选拔基础为经过星巴克认证的“咖啡大师”。

五、热点解读

1、12月1日起，水资源税改革试点增加9省份

12月1日起，水资源税改革试点增加9省份
用水，今后得算“绿色账”

试点省份水资源税最低平均税额表

单位：元/立方米 地表水 ■ 地下水 □



2016年河北省



2.8%

用水总量较上年降低



6.6%

地下水取用水量较上年降低

11月28日,《扩大水资源税改革试点实施办法》正式发布,自12月1日

起，我国将目前在河北省开展的水资源税改革试点，扩大至北京、天津、山西、内蒙古、河南、山东、四川、陕西、宁夏 9 个省区市（以下简称试点省份）。水资源税改革的初衷是什么？将会给水资源使用带来什么影响？会不会加重居民用水负担？人民日报记者采访了有关部门和专家。

有效抑制不合理用水，为全面推开水资源税制度积累经验

财政部税政司司长王建凡介绍，根据党中央、国务院决策部署，我国自 2016 年 7 月 1 日起在河北省率先实施水资源税改革试点，由水资源费改征水资源税，一年多来改革试点运行平稳有序，达到了预期目标，具备了扩大改革试点的基础和条件。

我国水资源分布不均衡，北方水资源紧缺，尤其华北地区供需矛盾较大，其人均水资源量仅为全国平均的 1/4，地下水超采总量及超采面积占全国 1/2，是全国超采最为严重的地区。为充分发挥税收杠杆调节用水需求，此次扩大改革试点以华北地区为主，同时选择试点意愿强、有典型代表性的其他省份。

“北京、天津、山西、内蒙古等 4 个省份位于华北地区，其他 5 个省份分布在东、中、西部，其水资源丰枯程度不一、取用水类型多样，具有一定代表性。”王建凡表示，通过扩大试点，有利于进一步发挥税收杠杆调节作用，有效抑制不合理用水需求，促进水资源节约保护；同时为全面推开水资源税制度积累经验、创造条件。

水资源税改革试点在河北省实施一年多来，有效抑制了不合理用水需求。数据显示，由于对超采区取用地下水加倍征税，促使河北省许多企业由抽采地下水转为使用地表水。改革同时倒逼高耗水企业节水，河北钢铁集团唐钢公司实现工业水源全部改用城市中水，年可节水 1460 万立方米。

“我们对高尔夫球场、洗车、洗浴等特种行业从高征税，增强了税收约束机制，促使特种行业转变取用水方式，减少取用水量，部分地区特种行业月均取用水量较改革前下降 30% 以上。”河北省财政厅副厅长李杰刚表示，在有效促进高耗水行业节约用水的同时，改革试点总体没有增加一般工商业企业和居民正常生产生活用水负担。

截至今年 10 月，河北全省水资源税累计入库 23.28 亿元，月均入库 1.55 亿元，是 2015 年水资源费月均入库的两倍多。

“用税收杠杆提高用水成本后，企业自然会调整自己的生产行为，促进节约用水。”中国财政科学研究院院长刘尚希认为，此次扩大水资源税改革试点，有利于完善资源有偿使用制度和生态补偿机制，加快建立绿色生产和消费的政策导向。同时有利于增强企业等社会主体节水意识和动力，加快技术创新提高用水效率、优化用水结构，减少不合理用水需求。

不增加正常生产生活用水负担，对特种行业从高征税

根据《实施办法》，除规定情形外，水资源税的纳税人为直接从江河、湖泊（含水库）和地下取用水资源的单位和个人，对一般取用水按照实际取用水量征税，对采矿和工程建设疏干排水按照排水量征税，对水力发电和火力发电贯流式（不含循环式）冷却取用水按照实际发电量征税。

《实施办法》明确试点省份最低平均税额为：地表水每立方米 0.1—1.6 元、地下水每立方米 0.2—4 元，其中北京的地表水和地下水税额为试点省份中最高，试点省份可根据实际情况上调税额。

同时，为发挥水资源税调控作用，比照河北省试点政策，按不同取用水性质实行差别税额，地下水税额要高于地表水，超采区地下水税额要高于非超采区，超采区取用地下水税额加征 1—4 倍；对超计划或超定额用水加征 1—3 倍；对特种行业从高征税；对超过规定限额的农业生产取用水、农村生活集中式饮水工程取用水等从低征税。

为支持农业生产、鼓励水资源循环利用等，《实施办法》还规定了对限额内的农业生产取用水免税、对取用污水处理再生水免税等 6 项减免税情形。

“扩大水资源税改革试点采取差别征税政策，既抑制不合理用水需求，又不影响社会基本用水需要。”刘尚希表示，费改税后，对居民和一般工商业企业税额标准基本没有改变，其正常用水负担不会增加，同时对合理的农业生产取用水量予以免税，超过限额的部分从低征税，不增加农民负担。考虑到征税后对企业的约束机制进一步增强，将促使企业加大节水投入，主动采取措施减少用水量、调整用水结构和转变用水方式，一些企业的纳税额会有所减少。

适当赋予地方政府管理权，因地制宜制定政策

王建凡表示,考虑到试点省份差异较大,改革试点确定了适当授权的原则,根据各地水资源禀赋、取用水类型以及经济社会发展水平不同的状况,在统一税收政策的基础上,适当赋予地方政府确定具体税额等管理权,使各地因地制宜制定相关政策,调动地方积极性。

据悉,此次纳入试点的9个省份,水资源状况、取用水类型、经济发展水平等与河北省有所不同。北京、天津经济发达且严重缺水,现行水资源费征收标准为全国最高;山东、河南属于南水北调受水区,因筹集南水北调工程基金需要,现行水资源费征收标准也较高;山西、内蒙古、陕西、宁夏是矿业大省,采矿排水占全省取用水量比重大,对采矿排水征收的水资源费金额大;四川水资源丰沛,水力发电项目多,水力发电取用水占全省取用水量比重大,对水力发电取用水征收的水资源费金额大。

针对9个省份的情况和特点,《实施办法》明确了不同水资源状况和取用水类型的征税政策,增加了跨省水力发电、采矿排水等具体征税规定,并确定了差异化的最低平均税额标准。

为加强税收征管、提高征管效率,《实施办法》确定了“税务征管、水利核量、自主申报、信息共享”的水资源税征管模式,即税务机关依法征收管理,水行政主管部门负责核准取用水量,纳税人依法办理纳税申报,税务机关与水行政主管部门建立涉税信息共享平台和工作配合机制,定期交换征税和取用水信息资料。

“实现纳税人、税务部门和水利部门三方共享涉税信息,既发挥水利部门在水资源管理上的专业优势,又充分发挥税务部门的税收征管优势,更好地形成征管合力。”税务总局财产行为税司司长蔡自力表示,目前9个试点省份水利部门已向税务部门移交6.4万户取用水户档案,重点纳税户移交基本完成,税务部门据此建立了水资源税纳税人清册和税源数据库,能够确保扩大试点政策平稳落地、精准实施。

2、我国将以工业互联网为抓手加快发展先进制造业

国务院日前印发《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》,提出增强工业互联网产业供给能力,持续提升我国工业互联网发展水平,深入推进“互联网+”,形成实体经济与网络相互促进、同步提升的良好格局,并提出分2025年、2035年和21世纪中叶“三步走”的目标。

工信部副部长陈肇雄认为,工业互联网是我国抢占国际制造业竞争制高点、数字经济发展主动权的不二选择,必须下大力度攻关和推广。

先进制造业的重心是智能制造。智能首先意味着互联。目前我国工业互联网有智能化生产、智能化产品、网络协同制造、个性化定制等四种模式,其核心要义是通过数据应用与智能连接,提升生产效率和质量,创造精准供给。比如,在服装、家电等领域,不仅可以通过工业互联网满足用户对智能产品的需求、提高生产效率,还可以让用户参与到产品生产全流程,带来个性化的体验与服务。

工信部规划司副司长李北光认为,工业互联网是互联网在深刻改变社会生活后,对生产端的又一次革命。“并不是单纯价值转移,而是通过深度融合,创造增量,做‘加法’。”他说,以工业互联网为代表的工业化与信息化融合是世界主要国家产业发展的重点模式,也是产业博弈的阵地所在。

意见明确了建设和发展工业互联网的主要任务,特别提出加大关键共性技术攻关力度,提升产品与解决方案供给能力。

“发展工业互联网,技术是核心,融合是关键。”工信部信息化和软件服务业司司长谢少锋说,用工业互联网加速制造业向智能化转型,最终要落到“融合”二字上,要形成完备的协同创新、发展体系,要加快创新孵化和应用。工信部已经遴选 206 个智能制造试点示范项目,其中工业互联网创新应用项目 28 个,下一步还将加快新技术、新模式融合应用。

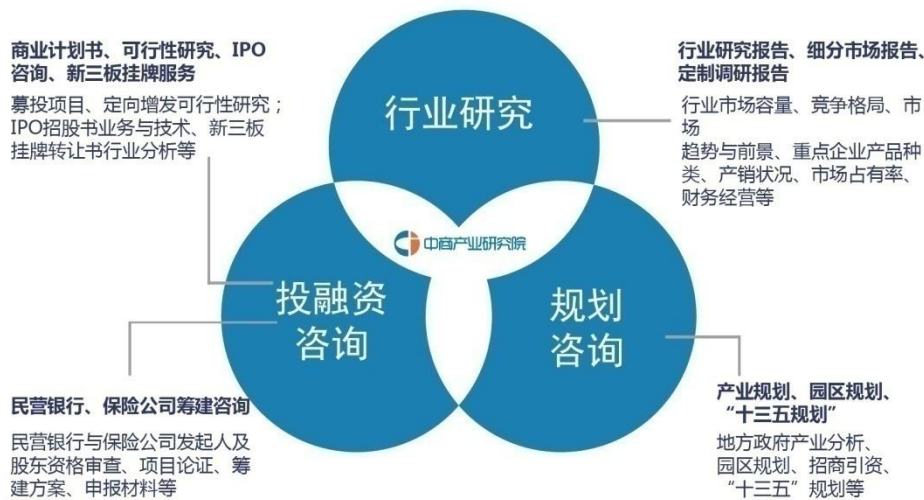
“工业互联网安全是底线和基础,应得到足够重视和保障。”360 公司董事长周鸿祎说,随着应用范围迅速扩展,构建网络安全立体防御体系尤为重要。

陈肇雄提出,工信部将加强工业互联网安全顶层设计,大力提升安全监测预警能力、应急处置能力,推动攻击防护、漏洞发现、可信芯片等产品和技术研发。

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。

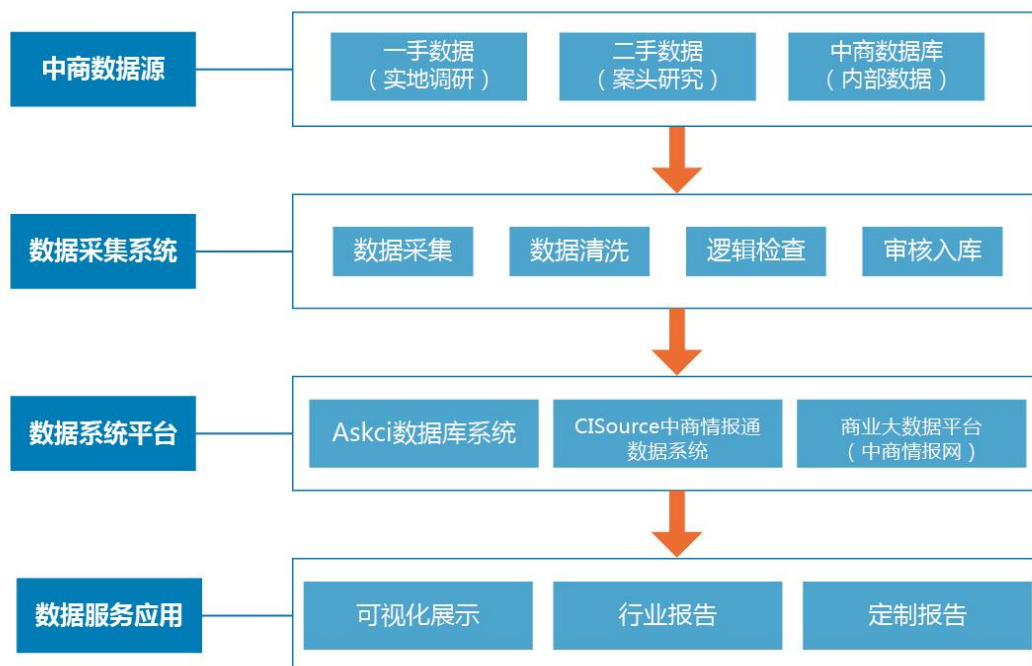
自 2003 年以来，中商在发展中已不断成长，迄今为止，中商汇聚了 350 余名来自不同行业的资深顾问。中商依托自主研发的 Askci 数据库和 CISource 中商情报通对各类数据建立月度、季度、年度持续的信息收集监测，覆盖近 5000 多个细分产业市场数据库，持续更新。中商始终为客户提供最新最全的数据服务、研究报告、产业规划咨询等高价值咨询服务。



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