

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](mailto:askci@askci.com)

★ 目 录 ★

一、	政策法规 .....	2
	1、中国人民解放军文职人员条例 .....	2
	2、消防安全责任制实施办法 .....	10
	3、发改委印发《关于全面深化价格机制改革的意见》 .....	20
	4、江苏省财政厅关于进一步推进政府和社会资本合作规范发展的实施意见 .....	28
	5、《上海市鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（试行）》印发 .....	31
二、	经济观察 .....	39
	1、50个城市主要食品平均价格变动情况 .....	39
	2、流通领域重要生产资料市场价格变动情况 .....	40
	3、2017年10月份居民消费价格同比上涨1.9% .....	42
	4、2017年10月份工业生产者出厂价格同比上涨6.9% .....	46
	5、2017年1-10月中国汽车产销情况分析 .....	51
三、	投资市场 .....	54
	1、阿里CEO张勇：双11不是为了冲数字 竞争用结果说话 .....	54
	2、猫眼获腾讯10亿投资，最新估值超200亿 .....	56
	3、一个“北斗”就创造了1万亿的经济，军民融合还能“融”出什么？ .....	57
	4、特朗普访华重头戏：两天，创造2535亿美元伟大的订单！ .....	61
	5、为何IPO否决率飙升，是审核重点变了么？ .....	67
四、	产业市场 .....	69
	1、电商周报：天猫双11成交1682亿 刘强东怒撕二选一 .....	69
	2、超市周报：永辉市值破千亿 欧尚将开百家无人便利店 .....	72
	3、百货周报：杭州商场双11怎么玩？银泰成线下主会场 .....	74
	4、服饰周报：双11品牌终极榜揭晓，优衣库表现如何 .....	77
	5、餐饮周报：德克士开出无人店 绝味鸭脖低俗营销惹争议 .....	81
五、	热点解读 .....	85
	1、《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》解读 .....	85
	2、价格改革再深化，如何影响你我生活？ .....	89

## 正文

# 一、政策法规

## 1、中国人民解放军文职人员条例

### 第一章 总 则

第一条 为了规范文职人员管理，保障文职人员合法权益，在军事人力资源领域贯彻军民融合发展战略，建设高素质文职人员队伍，促进军队革命化、现代化、正规化建设，制定本条例。

第二条 本条例所称文职人员，是指在军民通用、非直接参与作战且社会化保障不宜承担的军队编制岗位从事管理工作和专业技术工作的非现役人员，是军队人员的组成部分。

文职人员在军队和社会生活中，依法享有国家工作人员相应的权利，履行相应的义务。

第三条 文职人员的管理，坚持党管干部、党管人才原则，贯彻公开、平等、竞争、择优方针，依照法定的权限、条件、标准和程序进行。

第四条 军队对文职人员实行分级分类管理，提高管理效能和科学化水平。

第五条 军队建立与国家公务员和事业单位工作人员制度相衔接、具有比较优势的文职人员管理、保障制度和机制。

第六条 中央军事委员会政治工作部负责全军的文职人员管理工作，团级以上单位的政治工作部门负责本单位的文职人员管理工作。

第七条 国家和军队依法保障文职人员的合法权益，鼓励文职人员长期、稳定地为军队建设服务。

各级人民政府及其有关部门、有关军事机关应当按照职责分工，相互配合，做好文职人员的教育培训、户籍、社会保障、人力资源管理、抚恤优待等工作，为文职人员提供公共服务和便利。

第八条 对作出突出贡献的文职人员，按照国家和军队有关规定给予表彰和奖励，授予相应荣誉。

对违反军队纪律的文职人员，按照军队有关规定给予处分。

## 第二章 基本条件、义务和权利

第九条 文职人员应当具备下列基本条件：

- (一) 具有中华人民共和国国籍；
- (二) 年满 18 周岁；
- (三) 符合军队招录聘用文职人员的政治条件；
- (四) 符合岗位要求的资格条件；
- (五) 身体和心理健康；
- (六) 法律、法规规定的其他条件。

第十条 文职人员应当履行下列义务：

- (一) 忠于祖国，忠于中国共产党，努力为军队建设服务；
- (二) 遵守宪法、法律、法规和军队有关规章制度；
- (三) 服从命令，听从指挥，遵守纪律，保守秘密；
- (四) 认真履行职责，努力提高工作质量和效率；
- (五) 团结协作，勤奋敬业，恪守职业道德，模范遵守社会公德；
- (六) 学习和掌握履行职责所需要的科学文化和专业知识，提高职业能力；
- (七) 根据需要，参加军事训练和非战争军事行动，承担相应的作战支援保障任务，依法服现役；
- (八) 法律、法规规定的其他义务。

第十一条 文职人员享有下列权利：

- (一) 获得政治荣誉、表彰、奖励；
- (二) 获得工资报酬，享受相应的福利待遇、抚恤优待和社会保障；
- (三) 获得履行职责应当具有的工作条件和劳动保护；
- (四) 参加培训；
- (五) 非因法定事由、未经法定程序，不被免职、降低岗位等级、辞退、终止或者解除聘用合同、处分等；
- (六) 申请辞职或者解除聘用合同，申请人事争议处理，提出申诉和控告；
- (七) 法律、法规规定的其他权利。

## 第三章 岗位设置

第十二条 军队文职人员岗位的编制员额，由中央军事委员会确定。

文职人员岗位的编制及其调整，按照规定的权限办理。

第十三条 军队建立文职人员岗位管理制度，对文职人员岗位实行总量、结构比例和最高等级控制。

第十四条 文职人员岗位，分为管理岗位和专业技术岗位两种类别。

管理岗位是指担负领导职责或者管理任务的工作岗位。

专业技术岗位是指从事专业技术和专业技能工作，具有相应专业技术、专业技能水平和能力要求的工作岗位。

第十五条 文职人员的岗位等级设置：

（一）管理岗位由高到低分为九个等级，即部级副职、局级正职、局级副职、处级正职、处级副职、科级正职、科级副职、科员、办事员；

（二）专业技术岗位分为高级、中级、初级岗位，由高到低设一级至十三级。

#### 第四章 招录聘用

第十六条 军队实行面向社会公开招考、直接引进和现役军人转改相结合的文职人员招录聘用制度。

面向社会公开招考文职人员，适用于新招录聘用科级正职以下管理岗位的文职人员，以及中级以下专业技术岗位的文职人员。

直接引进文职人员，适用于选拔高层次人才和特殊专业人才。

现役军人转改文职人员，适用于选拔符合退役条件且拟作退役安置的现役军人。

第十七条 文职人员首次招录聘用的最高年龄分别为：

（一）局级副职以上或者专业技术七级以上岗位的，50 周岁；

（二）处级正职至科级正职或者专业技术八级至专业技术十级岗位的，45 周岁；

（三）科级副职以下或者专业技术十一级以下岗位的，35 周岁。

第十八条 面向社会公开招考文职人员，一般按照制定计划、发布信息、资格审查、统一考试、面试体检、政治考核、结果公示、审批备案的程序进行。考试工作由全军统一组织实施。

直接引进文职人员和现役军人转改文职人员的程序，参照前款规定执行。现役军人转改文职人员，应当履行退役安置程序，由国家退役军人安置工作主管部门会同中央军事委员会有关部门组织实施。

第十九条 面向社会公开招考和直接引进文职人员，由战区级以上单位政治工作部门审批；现役军人转改文职人员，按照本条例第三十条规定的文职人员职务任免权限审批。

第二十条 对批准招录聘用的文职人员，根据军队有关规定实行委任制或者聘用制。

对实行聘用制的文职人员，用人单位应当与其签订聘用合同。聘用合同管理办法由中央军事委员会规定。

第二十一条 文职人员招录聘用结果，应当逐级上报至中央军事委员会政治工作部备案。

## 第五章 培训和考核

第二十二条 军队根据文职人员履行职责、改善知识结构和提高职业能力需要，对文职人员实施分级分类培训。

第二十三条 文职人员的培训，分为岗前培训、在岗培训、专业培训和任务培训。

文职人员应当接受军事职业教育。

第二十四条 文职人员培训纳入军队人员培训体系统一组织实施。

军队可以利用国家和社会资源，对文职人员进行教育培训。

第二十五条 对文职人员的考核，应当根据职责任务，全面考核德、能、勤、绩、廉、体。

第二十六条 文职人员的考核，分为平时考核、年度考核和聘期考核。有试用期的文职人员，应当组织试用期考核。晋升领导职务的文职人员，应当组织任职前考核。

第二十七条 文职人员的考核工作，由用人单位或者其上级单位组织实施，一般按照个人述职、民主测评、个别谈话、专家评议、绩效分析、综合评定的程序进行。

第二十八条 文职人员年度考核和任职前考核结果，分为优秀、称职、基本称职、不称职四个等次。试用期考核和聘期考核结果，分为合格、不合格两个等次。

第二十九条 文职人员的培训和考核实行登记管理。

培训情况和考核结果，作为文职人员职务任免、岗位等级调整、工资待遇确定、奖惩实施、续聘竞聘和辞退解聘等的主要依据。

## 第六章 职务任免

第三十条 文职人员岗位确定和调整、辞职、退休以及其他情形需要任免职务的，按照军队规定的程序办理。

文职人员职务的任免权限：

（一）部级副职岗位，专业技术一级至专业技术三级岗位，由中央军事委员会审批；

（二）局级正职至处级正职岗位，专业技术四级至专业技术七级岗位，由战区级单位审批；

（三）处级副职和科级正职岗位，专业技术八级至专业技术十级岗位，由军级单位审批；

（四）科级副职以下和专业技术十一级以下岗位，由师、旅级单位审批。

第三十一条 文职人员任职应当在规定的岗位编制标准内进行，并有相应的岗位空缺。

第三十二条 文职人员调整任职、辞职辞退、终止和解除聘用合同、退休、受到开除处分的，原职务自行免除。

第三十三条 因工作需要，文职人员可以在用人单位内部交流使用；工作特别需要的，可以在本专业领域跨用人单位交流使用。

## 第七章 岗位等级调整

第三十四条 文职人员晋升岗位等级，应当达到最低任职年限、具备相应资格条件，且在规定最低任职年限内的年度考核结果等次均为称职以上。

文职人员年度考核结果等次为基本称职以下的，1年内不得晋升岗位等级。

第三十五条 文职人员晋升岗位等级，在现等级岗位任职的最低年限：



(一) 管理岗位局级正职、局级副职分别为 5 年，处级正职至科级正职分别为 4 年，科级副职以下分别为 3 年；

(二) 专业技术高级、中级、初级岗位，分别为 4 年、4 年、3 年。

第三十六条 文职人员的岗位等级，一般应当逐级晋升。表现特别优秀的可以提前晋升，表现特别优秀、工作特别需要的可以越级晋升。

文职人员岗位等级的降低，按照军队有关规定执行。

第三十七条 文职人员岗位等级调整，按照本条例第三十条规定的文职人员职务任免权限审批。

## 第八章 教育和管理

第三十八条 用人单位应当根据军队有关规定和文职人员职责要求，做好文职人员的教育管理工作，保持良好的战备、训练、工作、生活秩序。

第三十九条 用人单位应当将文职人员思想政治教育、党团组织管理纳入本单位政治工作计划并组织实施，提高文职人员的思想政治素质。

用人单位应当加强对文职人员的安全管理和保密教育，对涉密文职人员按照国家有关涉密人员管理规定进行管理。

文职人员参加社会组织和其他组织及其活动，以及与军外人员的交往，应当遵守军队有关规定。

军队建立文职人员宣誓制度。

第四十条 根据需要，军队可以派遣文职人员出境执行任务。

文职人员因私出境，按照国家和军队有关规定执行。

第四十一条 文职人员招录聘用、考核、职务任免、岗位等级调整、奖惩、人事争议处理等工作，实行回避制度。

第四十二条 文职人员应当依照军队有关规定穿着文职人员服装。

文职人员服装的制式及其标志服饰由中央军事委员会批准。

第四十三条 文职人员的专业技术资格和职业资格评定，按照国家和军队有关规定执行。

文职人员退出军队后，在军队工作期间取得的专业技术资格和职业资格仍然有效。

第四十四条 文职人员与用人单位发生的人事争议，按照国家和军队有关规定依法处理。

文职人员对涉及本人的考核结果、处分决定等不服的，可以申请复核、提出申诉。

文职人员认为用人单位及有关人员侵犯其合法权益的，可以依法提出控告。

第四十五条 文职人员的人事档案，由军队有关部门按照规定进行管理。

第四十六条 军队用人单位按照国家有关规定，进行组织机构登记。

## 第九章 待遇保障

第四十七条 军队建立统一的文职人员工资制度。文职人员工资包括基本工资、津贴、补贴等。

第四十八条 文职人员住房实行社会化、货币化保障政策，住房公积金、住房补贴和房租补贴参照现役军官政策确定的标准执行。符合规定条件的人员，军队可以增发住房补助。

文职人员可以租住用人单位的宿舍，符合规定条件的可以租住公寓住房。

第四十九条 文职人员探亲休假、交通补助、健康体检和子女入托等，按照军队有关规定执行。

第五十条 用人单位及其文职人员应当按照国家规定参加所在地职工基本医疗保险、失业保险、生育保险，缴纳保险费。参加养老保险、工伤保险的办法另行制定。

军队根据国家有关规定，为文职人员建立补充保险。

第五十一条 军队对文职人员给予医疗补助。文职人员参加军事训练、非战争军事行动和作战支援保障任务期间的医疗保障，实行军队免费医疗。

第五十二条 文职人员的伤亡抚恤，按照国家工作人员有关规定执行。文职人员的优待办法另行制定。

文职人员因参加军事训练、非战争军事行动和作战支援保障任务伤亡的抚恤优待，参照《军人抚恤优待条例》的有关规定办理。

## 第十章 人员退出

第五十三条 文职人员符合国家和军队规定退休条件的，应当退休。工作特别需要的，可以适当延长退休年龄，但是不得超过规定年龄5周岁。

文职人员退休后，享受国家和军队规定的相应待遇。

第五十四条 实行委任制的文职人员辞职，或者被用人单位辞退的，按照军队有关规定办理。

实行聘用制的文职人员解除、终止聘用合同，或者用人单位解除、终止聘用合同的，按照军队有关规定办理。

第五十五条 用人单位可以依法辞退文职人员或者单方面解除聘用合同。

有下列情形之一的，用人单位不得辞退文职人员或者单方面解除聘用合同：

- (一) 患职业病的；
- (二) 因公负伤，治疗终结后经劳动能力鉴定机构鉴定为一级至四级伤残的；
- (三) 患病或者负伤，在规定的医疗期内的；
- (四) 女性文职人员在孕期、产期、哺乳期内的；
- (五) 法律、法规规定的其他情形。

第五十六条 文职人员可以依法辞职或者单方面解除聘用合同。

有下列情形之一的，文职人员不得辞职或者单方面解除聘用合同：

- (一) 国家发布动员令或者宣布进入战争状态时；
- (二) 部队受领作战任务或者遭敌突然袭击时；
- (三) 参加军事训练、非战争军事行动或者承担作战支援保障任务期间；
- (四) 正在承担国家和军队重大任务，且须由本人继续承担的；
- (五) 正在接受审计、纪律审查，或者涉嫌犯罪，司法程序尚未终结的；
- (六) 法律、法规规定或者聘用合同约定的其他情形。

第五十七条 文职人员自退出军队之日起，与用人单位的人事关系即行终止。用人单位应当按照国家和军队有关规定，及时办理文职人员档案、社会保险、住房公积金等关系转移地方的相关手续。

符合国家和军队规定的补偿情形的，用人单位应当给予文职人员经济补偿。

第五十八条 文职人员退出军队的，按照本条例第三十条规定的文职人员职务任免权限审批，并逐级上报至中央军事委员会政治工作部备案。

## 第十一章 附 则

第五十九条 中国人民武装警察部队文职人员，适用本条例。

第六十条 对军队建设急需的高层次人才和特殊专业人才,可以在文职人员岗位设置、招录聘用、培训和考核、职务任免、岗位等级调整、待遇保障等方面采取特殊措施,具体办法由中央军事委员会规定。

第六十一条 军队体制编制调整改革期间,现役军人转改文职人员的具体办法,另行规定。

第六十二条 本条例自公布之日起施行。

## 2、消防安全责任制实施办法

### 第一章 总 则

第一条 为深入贯彻《中华人民共和国消防法》、《中华人民共和国安全生产法》和党中央、国务院关于安全生产及消防安全的重要决策部署,按照政府统一领导、部门依法监管、单位全面负责、公民积极参与的原则,坚持党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责,进一步健全消防安全责任制,提高公共消防安全水平,预防火灾和减少火灾危害,保障人民群众生命财产安全,制定本办法。

第二条 地方各级人民政府负责本行政区域内的消防工作,政府主要负责人为第一责任人,分管负责人为主要责任人,班子其他成员对分管范围内的消防工作负领导责任。

第三条 国务院公安部门对全国的消防工作实施监督管理。县级以上地方人民政府公安机关对本行政区域内的消防工作实施监督管理。县级以上人民政府其他有关部门按照管行业必须管安全、管业务必须管安全、管生产经营必须管安全的要求,在各自职责范围内依法依规做好本行业、本系统的消防安全工作。

第四条 坚持安全自查、隐患自除、责任自负。机关、团体、企业、事业等单位是消防安全的责任主体,法定代表人、主要负责人或实际控制人是本单位、本场所消防安全责任人,对本单位、本场所消防安全全面负责。

消防安全重点单位应当确定消防安全管理人,组织实施本单位的消防安全管理工作。

第五条 坚持权责一致、依法履职、失职追责。对不履行或不按规定履行消防安全职责的单位和个人,依法依规追究责任。

## 第二章 地方各级人民政府消防工作职责

第六条 县级以上地方各级人民政府应当落实消防工作责任制，履行下列职责：

（一）贯彻执行国家法律法规和方针政策，以及上级党委、政府关于消防工作的部署要求，全面负责本地区消防工作，每年召开消防工作会议，研究部署本地区消防工作重大事项。每年向上级人民政府专题报告本地区消防工作情况。健全由政府主要负责人或分管负责人牵头的消防工作协调机制，推动落实消防工作责任。

（二）将消防工作纳入经济社会发展总体规划，将包括消防安全布局、消防站、消防供水、消防通信、消防车通道、消防装备等内容的消防规划纳入城乡规划，并负责组织实施，确保消防工作与经济社会发展相适应。

（三）督促所属部门和下级人民政府落实消防安全责任制，在农业收获季节、森林和草原防火期间、重大节假日和重要活动期间以及火灾多发季节，组织开展消防安全检查。推动消防科学研究和技术创新，推广使用先进消防和应急救援技术、设备。组织开展经常性的消防宣传工作。大力发展消防公益事业。采取政府购买公共服务等方式，推进消防教育培训、技术服务和物防、技防等工作。

（四）建立常态化火灾隐患排查整治机制，组织实施重大火灾隐患和区域性火灾隐患整治工作。实行重大火灾隐患挂牌督办制度。对报请挂牌督办的重大火灾隐患和停产停业整改报告，在7个工作日内作出同意或不同意的决定，并组织有关部门督促隐患单位采取措施予以整改。

（五）依法建立公安消防队和政府专职消防队。明确政府专职消防队公益属性，采取招聘、购买服务等方式招录政府专职消防队员，建设营房，配齐装备；按规定落实其工资、保险和相关福利待遇。

（六）组织领导火灾扑救和应急救援工作。组织制定灭火救援应急预案，定期组织开展演练；建立灭火救援社会联动和应急响应处置机制，落实人员、装备、经费和灭火药剂等保障，根据需要调集灭火救援所需工程机械和特殊装备。

（七）法律、法规、规章规定的其他消防工作职责。

第七条 省、自治区、直辖市人民政府除履行第六条规定的职责外，还应当履行下列职责：

(一) 定期召开政府常务会议、办公会议，研究部署消防工作。

(二) 针对本地区消防安全特点和实际情况，及时提请同级人大及其常委会制定、修订地方性法规，组织制定、修订政府规章、规范性文件。

(三) 将消防安全的总体要求纳入城市总体规划，并严格审核。

(四) 加大消防投入，保障消防事业发展所需经费。

第八条 市、县级人民政府除履行第六条规定的职责外，还应当履行下列职责：

(一) 定期召开政府常务会议、办公会议，研究部署消防工作。

(二) 科学编制和严格落实城乡消防规划，预留消防队站、训练设施等建设用地。加强消防水源建设，按照规定建设市政消防供水设施，制定市政消防水源管理办法，明确建设、管理维护部门和单位。

(三) 在本级政府预算中安排必要的资金，保障消防站、消防供水、消防通信等公共消防设施和消防装备建设，促进消防事业发展。

(四) 将消防公共服务事项纳入政府民生工程或为民办实事工程；在社会福利机构、幼儿园、托儿所、居民家庭、小旅馆、群租房以及住宿与生产、储存、经营合用的场所推广安装简易喷淋装置、独立式感烟火灾探测报警器。

(五) 定期分析评估本地区消防安全形势，组织开展火灾隐患排查整治工作；对重大火灾隐患，应当组织有关部门制定整改措施，督促限期消除。

(六) 加强消防宣传教育培训，有计划地建设公益性消防科普教育基地，开展消防科普教育活动。

(七) 按照立法权限，针对本地区消防安全特点和实际情况，及时提请同级人大及其常委会制定、修订地方性法规，组织制定、修订地方政府规章、规范性文件。

第九条 乡镇人民政府消防工作职责：

(一) 建立消防安全组织，明确专人负责消防工作，制定消防安全制度，落实消防安全措施。

(二) 安排必要的资金，用于公共消防设施建设和业务经费支出。

(三) 将消防安全内容纳入镇总体规划、乡规划，并严格组织实施。

(四) 根据当地经济发展和消防工作的需要建立专职消防队、志愿消防队，承担火灾扑救、应急救援等职能，并开展消防宣传、防火巡查、隐患整改。

(五) 因地制宜落实消防安全“网格化”管理的措施和要求，加强消防宣传和应急疏散演练。

(六) 部署消防安全整治, 组织开展消防安全检查, 督促整改火灾隐患。

(七) 指导村(居)民委员会开展群众性的消防工作, 确定消防安全管理人, 制定防火安全公约, 根据需要建立志愿消防队或微型消防站, 开展防火安全检查、消防宣传教育和应急疏散演练, 提高城乡消防安全水平。

街道办事处应当履行前款第(一)、(四)、(五)、(六)、(七)项职责, 并保障消防工作经费。

第十条 开发区管理机构、工业园区管理机构等地方人民政府的派出机关, 负责管理区域内的消防工作, 按照本办法履行同级别人民政府的消防工作职责。

第十一条 地方各级人民政府主要负责人应当组织实施消防法律法规、方针政策和上级部署要求, 定期研究部署消防工作, 协调解决本行政区域内的重大消防安全问题。

地方各级人民政府分管消防安全的负责人应当协助主要负责人, 综合协调本行政区域内的消防工作, 督促检查各有关部门、下级政府落实消防工作的情况。班子其他成员要定期研究部署分管领域的消防工作, 组织工作督查, 推动分管领域火灾隐患排查整治。

### 第三章 县级以上人民政府工作部门消防安全职责

第十二条 县级以上人民政府工作部门应当按照谁主管、谁负责的原则, 在各自职责范围内履行下列职责:

(一) 根据本行业、本系统业务工作特点, 在行业安全生产法规政策、规划计划和应急预案中纳入消防安全内容, 提高消防安全管理水平。

(二) 依法督促本行业、本系统相关单位落实消防安全责任制, 建立消防安全管理制度, 确定专(兼)职消防安全管理人员, 落实消防工作经费; 开展针对性消防安全检查治理, 消除火灾隐患; 加强消防宣传教育培训, 每年组织应急演练, 提高行业从业人员消防安全意识。

(三) 法律、法规和规章规定的其他消防安全职责。

第十三条 具有行政审批职能的部门, 对审批事项中涉及消防安全的法定条件要依法严格审批, 凡不符合法定条件的, 不得核发相关许可证照或批准开办。对已经依法取得批准的单位, 不再具备消防安全条件的应当依法予以处理。

(一) 公安机关负责对消防工作实施监督管理, 指导、督促机关、团体、企业、事业等单位履行消防工作职责。依法实施建设工程消防设计审核、消防

验收，开展消防监督检查，组织针对性消防安全专项治理，实施消防行政处罚。组织和指挥火灾现场扑救，承担或参加重大灾害事故和其他以抢救人员生命为主的应急救援工作。依法组织或参与火灾事故调查处理工作，办理失火罪和消防责任事故罪案件。组织开展消防宣传教育培训和应急疏散演练。

（二）教育部门负责学校、幼儿园管理中的行业消防安全。指导学校消防安全教育宣传工作，将消防安全教育纳入学校安全教育活动统筹安排。

（三）民政部门负责社会福利、特困人员供养、救助管理、未成年人保护、婚姻、殡葬、救灾物资储备、烈士纪念、军休军供、优抚医院、光荣院、养老机构等民政服务机构审批或管理中的行业消防安全。

（四）人力资源社会保障部门负责职业培训机构、技工院校审批或管理中的行业消防安全。做好政府专职消防队员、企业专职消防队员依法参加工伤保险工作。将消防法律法规和消防知识纳入公务员培训、职业培训内容。

（五）城乡规划管理部门依据城乡规划配合制定消防设施布局专项规划，依据规划预留消防站规划用地，并负责监督实施。

（六）住房城乡建设部门负责依法督促建设工程责任单位加强对房屋建筑和市政基础设施工程建设的安全管理，在组织制定工程建设规范以及推广新技术、新材料、新工艺时，应充分考虑消防安全因素，满足有关消防安全性能及要求。

（七）交通运输部门负责在客运车站、港口、码头及交通工具管理中依法督促有关单位落实消防安全主体责任和有关消防工作制度。

（八）文化部门负责文化娱乐场所审批或管理中的行业消防安全工作，指导、监督公共图书馆、文化馆（站）、剧院等文化单位履行消防安全职责。

（九）卫生计生部门负责医疗卫生机构、计划生育技术服务机构审批或管理中的行业消防安全。

（十）工商行政管理部门负责依法对流通领域消防产品质量实施监督管理，查处流通领域消防产品质量违法行为。

（十一）质量技术监督部门负责依法督促特种设备生产单位加强特种设备生产过程中的消防安全管理，在组织制定特种设备产品及使用标准时，应充分考虑消防安全因素，满足有关消防安全性能及要求，积极推广消防新技术在特种设备产品中的应用。按照职责分工对消防产品质量实施监督管理，依法查处消防产品质量违法行为。做好消防安全相关标准制修订工作，负责消防相关产品质量认证监督管理工作。



(十二)新闻出版广电部门负责指导新闻出版广播影视机构消防安全管理,协助监督管理印刷业、网络视听节目服务机构消防安全。督促新闻媒体发布针对性消防安全提示,面向社会开展消防宣传教育。

(十三)安全生产监督管理部门要严格依法实施有关行政审批,凡不符合法定条件的,不得核发有关安全生产许可。

第十四条 具有行政管理或公共服务职能的部门,应当结合本部门职责为消防工作提供支持和保障。

(一)发展改革部门应当将消防工作纳入国民经济和社会发展中长期规划。地方发展改革部门应当将公共消防设施建设列入地方固定资产投资计划。

(二)科技部门负责将消防科技进步纳入科技发展规划和中央财政科技计划(专项、基金等)并组织实施。组织指导消防安全重大科技攻关、基础研究和应用研究,会同有关部门推动消防科研成果转化应用。将消防知识纳入科普教育内容。

(三)工业和信息化部门负责指导督促通信业、通信设施建设以及民用爆炸物品生产、销售的消防安全管理。依据职责负责危险化学品生产、储存的行业规划和布局。将消防产业纳入应急产业同规划、同部署、同发展。

(四)司法行政部门负责指导监督监狱系统、司法行政系统强制隔离戒毒场所的消防安全管理。将消防法律法规纳入普法教育内容。

(五)财政部门负责按规定对消防资金进行预算管理。

(六)商务部门负责指导、督促商贸行业的消防安全管理工作。

(七)房地产管理部门负责指导、督促物业服务企业按照合同约定做好住宅小区共用消防设施的维护管理工作,并指导业主依照有关规定使用住宅专项维修资金对住宅小区共用消防设施进行维修、更新、改造。

(八)电力管理部门依法对电力企业和用户执行电力法律、行政法规的情况进行监督检查,督促企业严格遵守国家消防技术标准,落实企业主体责任。推广采用先进的火灾防范技术设施,引导用户规范用电。

(九)燃气管理部门负责加强城镇燃气安全监督管理工作,督促燃气经营者指导用户安全用气并对燃气设施定期进行安全检查、排除隐患,会同有关部门制定燃气安全事故应急预案,依法查处燃气经营者和燃气用户等各方主体的燃气违法行为。

(十)人防部门负责对人民防空工程的维护管理进行监督检查。

(十一) 文物部门负责文物保护单位、世界文化遗产和博物馆的行业消防安全管理。

(十二) 体育、宗教事务、粮食等部门负责加强体育类场馆、宗教活动场所、储备粮储存环节等消防安全管理，指导开展消防安全标准化管理。

(十三) 银行、证券、保险等金融监管机构负责督促银行业金融机构、证券业机构、保险机构及服务网点、派出机构落实消防安全管理。保险监管机构负责指导保险公司开展火灾公众责任保险业务，鼓励保险机构发挥火灾风险评估管控和火灾事故预防功能。

(十四) 农业、水利、交通运输等部门应当将消防水源、消防车通道等公共消防设施纳入相关基础设施建设工程。

(十五) 互联网信息、通信管理等部门应当指导网站、移动互联网媒体等开展公益性消防安全宣传。

(十六) 气象、水利、地震部门应当及时将重大灾害事故预警信息通报公安消防部门。

(十七) 负责公共消防设施维护管理的单位应当保持消防供水、消防通信、消防车通道等公共消防设施的完好有效。

#### 第四章 单位消防安全职责

第十五条 机关、团体、企业、事业等单位应当落实消防安全主体责任，履行下列职责：

(一) 明确各级、各岗位消防安全责任人及其职责，制定本单位的消防安全制度、消防安全操作规程、灭火和应急疏散预案。定期组织开展灭火和应急疏散演练，进行消防工作检查考核，保证各项规章制度落实。

(二) 保证防火检查巡查、消防设施器材维护保养、建筑消防设施检测、火灾隐患整改、专职或志愿消防队和微型消防站建设等消防工作所需资金的投入。生产经营单位安全费用应当保证适当比例用于消防工作。

(三) 按照相关标准配备消防设施、器材，设置消防安全标志，定期检验维修，对建筑消防设施每年至少进行一次全面检测，确保完好有效。设有消防控制室的，实行 24 小时值班制度，每班不少于 2 人，并持证上岗。

(四) 保障疏散通道、安全出口、消防车通道畅通，保证防火防烟分区、防火间距符合消防技术标准。人员密集场所的门窗不得设置影响逃生和灭火救

援的障碍物。保证建筑构件、建筑材料和室内装修装饰材料等符合消防技术标准。

（五）定期开展防火检查、巡查，及时消除火灾隐患。

（六）根据需要建立专职或志愿消防队、微型消防站，加强队伍建设，定期组织训练演练，加强消防装备配备和灭火药剂储备，建立与公安消防队联勤联动机制，提高扑救初起火灾能力。

（七）消防法律、法规、规章以及政策文件规定的其他职责。

第十六条 消防安全重点单位除履行第十五条规定的职责外，还应当履行下列职责：

（一）明确承担消防安全管理工作的机构和消防安全管理人并报知当地公安消防部门，组织实施本单位消防安全管理。消防安全管理人应当经过消防培训。

（二）建立消防档案，确定消防安全重点部位，设置防火标志，实行严格管理。

（三）安装、使用电器产品、燃气用具和敷设电气线路、管线必须符合相关标准和用电、用气安全管理规定，并定期维护保养、检测。

（四）组织员工进行岗前消防安全培训，定期组织消防安全培训和疏散演练。

（五）根据需要建立微型消防站，积极参与消防安全区域联防联控，提高自防自救能力。

（六）积极应用消防远程监控、电气火灾监测、物联网技术等技防物防措施。

第十七条 对容易造成群死群伤火灾的人员密集场所、易燃易爆单位和高层、地下公共建筑等火灾高危单位，除履行第十五条、第十六条规定的职责外，还应当履行下列职责：

（一）定期召开消防安全工作例会，研究本单位消防工作，处理涉及消防经费投入、消防设施设备购置、火灾隐患整改等重大问题。

（二）鼓励消防安全管理人取得注册消防工程师执业资格，消防安全责任人和特有工种人员须经消防安全培训；自动消防设施操作人员应取得建（构）筑物消防员资格证书。

(三) 专职消防队或微型消防站应当根据本单位火灾危险特性配备相应的消防装备器材, 储备足够的灭火救援药剂和物资, 定期组织消防业务学习和灭火技能训练。

(四) 按照国家标准配备应急逃生设施设备和疏散引导器材。

(五) 建立消防安全评估制度, 由具有资质的机构定期开展评估, 评估结果向社会公开。

(六) 参加火灾公众责任保险。

第十八条 同一建筑物由两个以上单位管理或使用的, 应当明确各方的消防安全责任, 并确定责任人对共用的疏散通道、安全出口、建筑消防设施和消防车通道进行统一管理。

物业服务企业应当按照合同约定提供消防安全防范服务, 对管理区域内的共用消防设施和疏散通道、安全出口、消防车通道进行维护管理, 及时劝阻和制止占用、堵塞、封闭疏散通道、安全出口、消防车通道等行为, 劝阻和制止无效的, 立即向公安机关等主管部门报告。定期开展防火检查巡查和消防宣传教育。

第十九条 石化、轻工等行业组织应当加强行业消防安全自律管理, 推动本行业消防工作, 引导行业单位落实消防安全主体责任。

第二十条 消防设施检测、维护保养和消防安全评估、咨询、监测等消防技术服务机构和执业人员应当依法获得相应的资质、资格, 依法依规提供消防安全技术服务, 并对服务质量负责。

第二十一条 建设工程的建设、设计、施工和监理等单位应当遵守消防法律、法规、规章和工程建设消防技术标准, 在工程设计使用年限内对工程的消防设计、施工质量承担终身责任。

## 第五章 责任落实

第二十二条 国务院每年组织对省级人民政府消防工作完成情况进行考核, 考核结果交由中央干部主管部门, 作为对各省级人民政府主要负责人和领导班子综合考核评价的重要依据。

第二十三条 地方各级人民政府应当建立健全消防工作考核评价体系, 明确消防工作目标责任, 纳入日常检查、政务督查的重要内容, 组织年度消防工作

考核，确保消防安全责任落实。加强消防工作考核结果运用，建立与主要负责人、分管负责人和直接责任人履职评定、奖励惩处相挂钩的制度。

第二十四条 地方各级消防安全委员会、消防安全联席会议等消防工作协调机制应当定期召开成员单位会议，分析研判消防安全形势，协调指导消防工作开展，督促解决消防工作重大问题。

第二十五条 各有关部门应当建立单位消防安全信用记录，纳入全国信用信息共享平台，作为信用评价、项目核准、用地审批、金融扶持、财政奖补等方面的参考依据。

第二十六条 公安机关及其工作人员履行法定消防工作职责时，应当做到公正、严格、文明、高效。

公安机关及其工作人员进行消防设计审核、消防验收和消防安全检查等，不得收取费用，不得谋取利益，不得利用职务指定或者变相指定消防产品的品牌、销售单位或者消防技术服务机构、消防设施施工单位。

国务院公安部门要加强对各地公安机关及其工作人员进行消防设计审核、消防验收和消防安全检查等行为的监督管理。

第二十七条 地方各级人民政府和有关部门不依法履行职责，在涉及消防安全行政审批、公共消防设施建设、重大火灾隐患整改、消防力量发展等方面工作不力、失职渎职的，依法依规追究有关人员的责任，涉嫌犯罪的，移送司法机关处理。

第二十八条 因消防安全责任不落实发生一般及以上火灾事故的，依法依规追究单位直接责任人、法定代表人、主要负责人或实际控制人的责任，对履行职责不力、失职渎职的政府及有关部门负责人和工作人员实行问责，涉嫌犯罪的，移送司法机关处理。

发生造成人员死亡或产生社会影响的一般火灾事故的，由事故发生地县级人民政府负责组织调查处理；发生较大火灾事故的，由事故发生地设区的市级人民政府负责组织调查处理；发生重大火灾事故的，由事故发生地省级人民政府负责组织调查处理；发生特别重大火灾事故的，由国务院或国务院授权有关部门负责组织调查处理。

## 第六章 附 则

第二十九条 具有固定生产经营场所的个体工商户,参照本办法履行单位消防安全职责。

第三十条 微型消防站是单位、社区组建的有人员、有装备,具备扑救初起火灾能力的志愿消防队。具体标准由公安消防部门确定。

第三十一条 本办法自印发之日起施行。地方各级人民政府、国务院有关部门等可结合实际制定具体实施办法。

### 3、发改委印发《关于全面深化价格机制改革的意见》

日前,发改委网站发布了关于全面深化价格机制改革的意见。意见中提到,扩大市场形成发电、售电价格的范围,加快推进电力市场交易,完善电力市场交易价格规则,健全煤电价格联动机制。进一步完善成品油价格形成机制。深化非居民用天然气价格市场化改革,适时放开气源价格和销售价格,完善居民用气价格机制,加快上海、重庆天然气交易中心建设。扩大铁路货运市场调节价范围,研究公平公开的路网结算价格政策,为社会资本进入铁路建设、运营领域创造有利的价格政策环境。以下为具体内容:

国家发展改革委关于全面深化价格机制改革的意见

发改价格〔2017〕1941号

各省、自治区、直辖市发展改革委、物价局:

为深入贯彻落实党的十九大精神,进一步落实《中共中央国务院关于推进价格机制改革的若干意见》(中发〔2015〕28号)要求,全面深化价格机制改革,推动供给侧结构性改革,更好服务决胜全面建成小康社会,现提出以下意见。

#### 一、重要意义

中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,必须坚持质量第一、效益优先,以供给侧结构性改革为主线,推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革,着力构建市场机制有效、微观主体有活力、宏观调控有度的经济体制,建设现代化经济体系。新时代对价格机制改革提出了新要求,必须牢牢抓住价格这一市场经济条件下资源配置

效率的“牛鼻子”，加快价格市场化改革，健全价格监管体系，使价格灵活反映市场供求、价格机制真正引导资源配置、价格行为规范有序，推动实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。

党的十八大以来，各级价格主管部门紧紧围绕党中央、国务院决策部署，蹄疾步稳、攻坚克难，推进价格改革取得突破性进展，政府定价范围大幅缩减，以“准许成本+合理收益”为核心的科学定价制度初步建立，价格杠杆作用进一步发挥，公平竞争审查制度逐步推行，市场价格监管和反垄断执法力度持续加强，对激发市场活力、增强发展动力、保障改善民生发挥了积极作用。但是，制约资源要素自由流动的价格机制障碍还没有完全消除，资源环境成本在价格形成中还没有充分体现，公平竞争的市场价格环境还不够完善，企业反映突出的价格收费问题还需要着力有效解决，民生价格稳定长效机制还不够健全，损害群众利益的价格违法行为还时有发生。站在新起点、迈进新时代，必须以敢于担当的精神和一往无前的勇气，纵深推进价格改革。

## 二、总体要求

（一）指导思想。深入贯彻落实党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，主动适应我国社会主要矛盾转化，坚持稳中求进工作总基调，坚持贯彻落实新发展理念，坚持以供给侧结构性改革为主线，围绕坚决打好防范化解重大风险、精准脱贫、污染防治的攻坚战，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用和更好发挥政府作用，加快价格市场化改革，完善价格形成机制，强化价格监管，维护公平竞争，打破行政性垄断，防止市场垄断，有效发挥价格机制的激励、约束作用，引导资源在实体经济特别是生态环保、公共服务等领域高效配置，促进经济高质量发展，更好适应人民日益增长的美好生活需要。

### （二）基本原则

——坚持市场规律。围绕使市场在资源配置中起决定性作用，着力破除限制资源要素自由流动的价格机制障碍，加快完善主要由市场决定价格的机制，逐步确立竞争政策的基础性地位，提高资源配置效率，激发市场活力，促进社会主义市场经济体制不断完善。

——坚持问题导向。聚焦当前经济社会发展的深层次矛盾问题，聚焦企业反映强烈、人民群众关心的突出问题，以提高供给体系质量为主攻方向，抓重点、补短板、强弱项，着力构建有利于经济转型发展、生态环境保护、公共服

务优化、民生保障改善的价格机制和价格环境。

——坚持改革创新。落实新发展理念，改革价格形成机制，使价格充分反映市场供求关系、资源稀缺程度，加快环境损害成本内部化，增强价格反应灵活性。按照放管结合、并重的要求，加强和创新价格事中事后监管，维护市场价格秩序。建立促进新技术新业态新模式发展的包容审慎的价格监管新方式。

——坚持保障民生。牢固树立以人民为中心的发展思想，坚持在发展中保障和改善民生，抓住人民最关心最直接最现实的价格问题，妥善处理提高市场效率和保障社会公平的关系，保持民生商品和服务价格基本稳定，保障人民群众基本生活和合法价格权益。

——坚持统筹推进。把价格机制改革放在经济社会发展大局中统筹谋划，坚持正确方向，把握好时机、节奏和力度，妥善处理政府和市场、短期和长期、加法和减法、供给和需求的关系，因地制宜，稳慎推进，以进促稳，务求实效。

（三）主要目标。到 2020 年，市场决定价格机制基本完善，以“准许成本+合理收益”为核心的政府定价制度基本建立，促进绿色发展的价格政策体系基本确立，低收入群体价格保障机制更加健全，市场价格监管和反垄断执法体系更加完善，要素自由流动、价格反应灵活、竞争公平有序、企业优胜劣汰的市场价格环境基本形成。

### 三、进一步深化垄断行业价格改革

按照“管住中间、放开两头”的总体思路，深化垄断行业价格改革，能够放开的竞争性领域和环节价格，稳步放开由市场调节；保留政府定价的，建立健全成本监审规则和定价机制，推进科学定价。

（四）进一步推进价格市场化。结合有序放开发用电计划，扩大市场形成发电、售电价格的范围，加快推进电力市场交易，完善电力市场交易价格规则，健全煤电价格联动机制。坚持市场化方向，进一步完善成品油价格形成机制。深化非居民用天然气价格市场化改革，适时放开气源价格和销售价格，完善居民用气价格机制，加快上海、重庆天然气交易中心建设。扩大铁路货运市场调节价范围，健全铁路货运与公路挂钩、灵活反映市场供求的价格动态调整机制，研究公平公开的路网结算价格政策，为社会资本进入铁路建设、运营领域创造有利的价格政策环境。

（五）强化网络型自然垄断环节价格监管。建立健全以“准许成本+合理收益”为核心、约束与激励相结合的网络型自然垄断环节定价制度，准确核定成



本，科学确定利润，严格进行监管，促进垄断企业技术创新、改进管理、降低成本、提高效率，维护消费者、经营者合法权益。加快制定出台分行业定价办法、成本监审办法，强化成本约束，完善价格形成机制。对输配电、天然气管道运输、铁路普通旅客列车运输等重点领域，实行严格监管，全面开展定价成本监审，科学合理制定价格。积极借助第三方力量参与成本监审。逐步建立健全垄断行业定价成本信息公开制度。

#### 四、加快完善公用事业和公共服务价格机制

区分竞争性与非竞争性环节、基本与非基本服务，稳步放开公用事业竞争性环节、非基本服务价格，建立健全科学反映成本、体现质量效率、灵活动态调整的政府定价机制，调动社会资本积极性，补好公用事业和公共服务短板，提高公共产品供给能力和质量。

（六）深化公用事业和公共服务价格改革。加快理顺城市供水供气供热价格。研究逐步缩小电力交叉补贴，完善居民电价政策。巩固取消药品加成成果，进一步取消医用耗材加成，优化调整医疗服务价格；加快新增医疗服务价格项目受理审核，促进医疗新技术研发应用；扩大按病种、按服务单元收费范围和数量。进一步研究完善机动车停放服务收费政策。按照体现公益性要求，研究制定国家公园价格政策，加快建立健全自然资源、风景名胜、历史遗迹等景区门票科学定价规则。

（七）建立健全价格动态调整机制。科学界定财政补贴、使用者付费边界，综合考虑成本变化、服务质量、社会承受能力，依法动态调整公用事业和公共服务价格。督促企业严格履行成本信息报送和公开义务。逐步建立健全城市供电、供水、供气、供热等领域上下游价格联动机制。完善政府和社会资本合作（PPP）项目价格调整机制，促进政府和社会资本合作模式推广。

#### 五、创新和完善生态环保价格机制

坚持节约优先、保护优先、自然恢复为主的方针，创新和完善生态环保价格机制，推进环境损害成本内部化，促进资源节约和环境保护，推动形成绿色生产方式、消费方式。

（八）完善生态补偿价格和收费机制。按照“受益者付费、保护者得到合理补偿”原则，科学设计生态补偿价格和收费机制。完善涉及水土保持、渔业

资源增殖保护、草原植被、海洋倾倒等资源环境有偿使用收费政策，科学合理制定收费办法、标准，增强收费政策的针对性、有效性。积极推动可再生能源绿色证书、排污权、碳排放权、用能权、水权等市场交易，更好发挥市场价格对生态保护和资源节约的引导作用。

（九）健全差别化价格机制。完善高耗能、高污染、产能严重过剩等行业差别（阶梯）电价、水价政策，鼓励各地结合实际扩大政策实施覆盖面，细化操作办法，合理拉开不同档次价格，倒逼落后产能加快淘汰。全面推行城镇非居民用水超定额累进加价制度，严格用水定额管理，合理确定分档水量和加价标准。

（十）完善可再生能源价格机制。根据技术进步和市场供求，实施风电、光伏等新能源标杆上网电价退坡机制，2020年实现风电与燃煤发电上网电价相当、光伏上网电价与电网销售电价相当。完善大型水电跨省跨区价格形成机制。开展分布式新能源就近消纳试点，探索通过市场化招标方式确定新能源发电价格，研究有利于储能发展的价格机制，促进新能源全产业链健康发展，减少新增补贴资金需求。完善电动汽车充换电价格支持政策，规范充换电服务收费，促进新能源汽车使用。

（十一）制定完善绿色消费价格政策。围绕倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，制定完善节能环保价格政策。定期评估完善居民用电用水用气阶梯价格政策。按照补偿成本并合理盈利的原则，逐步调整污水处理、垃圾处理收费标准，探索实行差别化收费制度，推进污水、垃圾减量化、资源化。鼓励有条件的地区探索建立农村污水、垃圾处理收费制度。鼓励缺水地区健全支持再生水回收利用的价格政策。完善北方地区清洁供暖价格政策。根据成品油质量升级进程，制定国 VI 标准价格政策。

## 六、稳步推进农业用水和农产品价格改革

围绕实施乡村振兴战略和推进农业供给侧结构性改革，扎实推进农业水价综合改革，积极稳妥改革完善粮食等重要农产品价格形成机制，有效反映市场供求关系，促进农业节水和发展方式转变。

（十二）全面推进农业水价综合改革。坚持“先建机制、后建工程”的原则，在总体不增加农民负担的前提下，扎实推进农业水价综合改革，结合大中型灌区续建配套节水改造、高标准农田建设、新增千亿斤粮食田间工程、农业

综合开发等项目建设，统筹农业水价形成机制与精准补贴和节水奖励机制、工程建设和管护机制、用水管理机制的协同推进。鼓励有条件的地区率先完成改革。

（十三）完善稻谷、小麦最低收购价政策。围绕确保国家粮食安全、口粮绝对安全，坚持市场化改革取向和保护农民利益并重，稳定政策框架，增强政策灵活性和弹性，分品种施策，分步骤实施，逐步分离政策性收储“保增收”功能，激发市场活力，同步建立完善相应的补贴机制和配套政策。研究完善糖料价格政策。

（十四）深化棉花目标价格改革。完善新疆棉花目标价格政策，合理确定目标价格水平和定价周期，优化补贴办法，探索开展“保险+期货”试点，促进新疆棉花优质稳定发展。

## 七、着力清理规范涉企收费

积极服务实体经济发展，清理规范各类涉企收费，建立健全收费监管长效机制，减轻实体经济负担。

（十五）严格行政事业性收费管理。加强行政事业性收费标准管理，取消不合理收费项目，降低偏高收费标准。建立健全收费政策执行情况报告和后评估制度。严格落实收费公示公开制度，推进网络等便捷高效的公示公开方式，强化社会监督。

（十六）清理规范经营服务性收费。取消违法违规收费项目，进一步放开具备竞争条件的收费。建立政府定价收费项目清单制度，实现全国一张清单、网上集中公开、动态调整管理，清单外一律不得政府定价。健全市场调节收费行为规则，加强收费行为监管，督促收费主体严格按照公平、合法、诚信、公开原则确定收费标准，提供质价相符的服务。加强行业协会、行政审批中介服务、电子政务平台等收费行为监管。

## 八、有效促进市场竞争公平有序

健全规则、强化执法、创新方式，持续加强市场价格监管和反垄断执法，维护市场价格秩序，积极营造公平竞争市场环境。

（十七）全面实施公平竞争审查制度。强化联席会议工作机制，促进公平竞争审查制度落地。严格审查增量，对涉及市场主体经济活动的规章、规范性文件等审查实现全覆盖，防止出台新的排除限制竞争的政策措施。逐步清理存量，稳妥有序清理废除妨碍统一市场和公平竞争的规定和做法。加大问责力度，探索建立公平竞争审查考核机制。

（十八）推进反价格垄断执法常态化精准化。对涉嫌价格垄断行为及时启动反垄断调查，依法查处达成实施价格垄断协议、滥用市场支配地位等行为，纠正滥用行政权力排除限制竞争的规定和做法。密切关注产能过剩行业、知识产权等重点领域排除限制竞争行为，坚决纠正滥用行政权力或市场优势地位排除限制竞争行为。依法查处滥用知识产权排除限制竞争行为，研究制定标准必要专利定价机制。加强反垄断执法经济学分析和市场竞争评估。

（十九）加强和创新市场价格监管。围绕群众关注的重点领域价格违法问题，持续加强市场价格监管，形成长效监管机制。按照建设大平台、构建大格局、提供大服务的要求，充分发挥全国 12358 价格监管平台作用，广泛动员社会力量参与监督，积极运用大数据等信息化手段，提升价格监管水平。完善价格应急处置机制，及时妥善处理各类价格突发事件。全面推行“双随机、一公开”监管方式，规范价格执法行为。探索推进“互联网+”等新技术新业态新模式包容审慎的价格监管。完善提醒告诫和价格承诺等预防性监管措施。完善价格社会监督网络，依托社会信用体系建设，构建经营者价格信用档案，对价格违法的失信行为实行联合惩戒。坚持民生导向、源头治理，逐步建立健全制度完善、组织健全、规范高效的价格争议纠纷调解体系。

## 九、切实兜住民生底线

坚持以人民为中心的发展思想，按照兜底线、织密网、建机制的要求，注重长效，综合施策，保障低收入群体基本生活，不断增强人民群众获得感和幸福感。

（二十）做好稳价工作。健全价格监测分析预警机制，密切跟踪分析国内外价格总水平和重要商品价格走势，及时提出调控建议。加强民生商品价格监测预警，研究完善价格异常波动应对预案，健全重要商品储备制度，丰富调控手段，提升调控能力，防范价格异常波动。逐步构建覆盖重要商品和服务的价格指数体系，合理引导市场预期。加强价格与财政、货币等政策手段的协调配合，充分发挥政策合力，努力保持价格总水平基本稳定。

（二十一）完善价格补贴联动机制。认真执行并适时完善社会救助和保障标准与物价上涨挂钩的联动机制，根据物价上涨情况，及时发放价格临时补贴，有效化解物价上涨影响，保障低收入群体基本生活，建设有力有效的民生保障长效机制。

（二十二）加强价格改革中的民生保障。科学制定价格改革方案，广泛听取社会意见，认真开展社会风险评估，深入梳理风险点，制定低收入群体保障预案，完善配套政策，保障低收入群体生活水平不因价格改革而降低。把握好改革方案出台的时机和力度，并注重与工资、社会救助和保障等标准调整相结合，确保平稳推进。

## 十、保障措施

价格改革涉及面广、政策性强，各方面高度关注。必须科学设计方案，狠抓改革落实，加强法制保障，强化宣传引导，有力有序有效地将各项措施落到实处，确保改革取得实效。

（二十三）加强组织实施。各地发展改革（价格）部门要牢固树立“四个意识”，提高政治站位，坚定改革信念，敢于担当，锐意攻坚，抓住“牛鼻子”，敢啃“硬骨头”，打好价格改革攻坚战。结合实际科学制定改革方案，周密部署，精心实施，细化改革任务分工，建立健全台账制度，以“钉钉子”精神，一个时间节点一个时间节点往前推进，一项一项抓好落实。加强部门协同、上下联动，形成工作合力。鼓励基层探索创新，做好典型经验总结推广。强化调度督查，压实压紧责任，一抓到底，确保每项改革举措落地生根。

（二十四）加强能力建设。深入学习、深刻领会党的十九大精神特别是习近平新时代中国特色社会主义思想，用新的思想武装头脑、指导实践。强化价格理论和政策研究，深入开展调查研究，加强系统谋划，丰富政策储备。深化国际交流合作，充分借鉴国际成熟经验。完善成本调查、监审制度，推进成本工作科学化精细化。加强价格信息化建设，提升价格调控监管服务水平。

（二十五）加强法制保障。积极推动《价格法》《反垄断法》等法律法规修订，完善政府定价、市场价格监管、反垄断执法等方面规章制度，巩固价格改革成果，规范政府和市场价格行为。动态评估、及时修订中央和地方定价目录，加快完善价格听证办法。制定完善重点领域市场价格行为规范、监管规则和反

垄断指南。及时清理废止不符合法律法规、不适应改革形势的政策文件。

(二十六) 加强宣传引导。统筹利用传统媒体、新兴媒体，加强新闻信息发布，准确、客观解读价格改革政策。创新开展新闻宣传，提升新闻宣传能力，以群众喜闻乐见的方式，讲好价格改革故事。积极回应社会关切，合理引导社会舆论和市场预期，为全面深化价格机制改革营造良好舆论氛围。

国家发展改革委  
2017年11月8日

#### 4、江苏省财政厅关于进一步推进政府和社会资本合作规范发展的实施意见

各设区市、县（市）财政局：

为贯彻中央、全省金融工作会议精神，根据财政部《政府和社会资本合作项目财政管理暂行办法》（财金〔2016〕92号）、省政府《关于在公共服务领域推广政府和社会资本合作模式的实施意见》（苏政发〔2015〕101号）等文件要求，进一步规范我省政府和社会资本合作（PPP）项目，加强监管，防范风险，确保我省PPP工作可持续发展，特制定以下实施意见。

一、统一思想认识，准确把握定位，确保PPP模式健康运行。各级财政部门要充分认识推广PPP模式在“稳增长、调结构、促改革、惠民生、防风险”以及公共服务领域供给侧结构性改革中的积极作用，准确把握PPP模式的核心内涵和科学定位。坚持规范操作和从严管理，严格落实财政部《关于进一步规范地方政府举债融资行为的通知》（财预〔2017〕50号）、省政府《关于规范政府融资行为防范化解政府性债务风险的意见》（苏政发〔2017〕124号）等文件相关规定，严禁借PPP模式变相举债融资，坚决防止PPP模式异化为地方政府新的融资平台。地方政府参与PPP项目时，不得以任何方式承诺回购社会资本方的投资本金，不得以任何方式承担社会资本方的投资本金损失，不得以任何方式向社会资本方承诺最低收益，不得对PPP项目提供担保或者出具任何还款承诺。

## 二、严格规范 PPP 项目库管理。

(一) 各级财政部门应会同行业主管部门，组织筛选辖区内拟采用 PPP 模式的项目，编制当地 PPP 项目计划，经本级政府批准后，报省财政厅审核入库。省财政厅 PPP 办公室会同省级行业主管部门进行审查论证，将符合要求的项目列入全省 PPP 项目库。所有采用 PPP 模式的项目都要纳入省 PPP 项目库管理，未纳入省 PPP 项目库的项目不得冠以 PPP 项目名称。

(二) 规范 PPP 项目入库审核，优先选择“两个强制”项目、政府平台存量项目以及有现金流、使用者付费项目进入 PPP 项目库。对于无现金流、完全政府付费的项目从严从紧控制；对前期 PPP 项目数量较多、地方政府支出责任占比较高地区申报的项目从严从紧控制；对无运营内容、无绩效考核机制、社会资本不实际承担项目建设运营风险、不属于公共服务范围的纯商业类项目等不得纳入省 PPP 项目库。

(三) 加强 PPP 项目库动态管理，坚持“有进有出”原则，落实动态调整机制。各市、县财政部门应加强对已入库 PPP 项目的跟踪管理，及时掌握项目进度，当项目出现已经不符合 PPP 模式运作要求、不再采用 PPP 模式、项目停止实施等情况时，报同级政府同意后 10 个工作日内向省财政厅正式行文申请退出。当项目实施与入库时相比发生重大变化（包括但不限于项目投资总额、建设内容、财政承受能力）时，按规定履行项目变更批准手续后 10 个工作日内，向省财政厅正式行文申请变更调整。省财政厅对市、县上报申请退出或变更的 PPP 项目及时审核办理。

三、健全完善 PPP 项目方案审核机制。各级财政部门应加强 PPP 项目实施方案审核，重点对物有所值评价、财政承受能力论证、实施方案中的股权结构、收支测算、收益分配、政府支出责任、风险分担、定价调价机制、政府采购、融资成本、资本回报率、绩效监督管理、退出机制等进行严格审核把关，真正实现 PPP 项目的风险共担、利益共享、物有所值、绩效导向目标。省以上试点项目实施方案继续实行由省财政厅审核备案，并通过省级采购平台实施采购。已入省库、未列入省试点的 PPP 项目，由同级财政部门审核备案，其中区级 PPP 项目实施方案由设区市财政部门审核备案，在市级以上采购平台实施采购。

四、规范建立 PPP 项目财政支出责任台账。各市、县财政部门要加强 PPP 项目财政支出责任管理，建立健全财政支出责任台账，动态记录当地财政对已签约实施 PPP 项目的资本金投入、政府付费、缺口性补助、风险责任及其他配套投入等各项财政承诺。要强化财政承受能力论证 10% “红线” 的硬性约束，当 PPP 项下财政支出责任达到当年一般预算支出 10% 时，一律不得安排新的政府付费 PPP 项目。对政府性基金安排的政府支出责任，应当符合政府性基金管理相关规定。省财政厅将建立 PPP 项目财政支出责任统计监测体系，对接近或超出 10% 红线的地区进行风险预警。

五、全面公开 PPP 项目信息。各市、县财政部门应将所有拟采用 PPP 模式的项目在申报入库时同步录入财政部 PPP 综合信息平台，并提交省财政厅审核，通过审核的项目信息将在财政部 PPP 中心外网上公开。各地应根据 PPP 项目进展情况，及时在信息平台上填报各阶段信息，重点应公开项目实施方案、物有所值评价、财政承受能力论证、项目采购文件、项目合同等关键内容。对经同意变更的 PPP 项目应及时调整相关信息。省财政厅将加强对信息公开的监督管理，对公开不及时的项目进行通报，对提供的信息不真实、不完整、不准确的责令限期整改，无正当理由拒不改正、超过一定时间且督促后仍未及时更新信息的将清退出项目库。

六、加大 PPP 项目监督检查力度。各级财政部门应定期组织开展已实施 PPP 项目合规性监督检查。对擅自变更实施方案内容、未按规定程序操作、违反 PPP 项目管理相关规定等行为，应责令实施机构限期整改；情节严重的，应给予通报批评，并追究相关部门和人员的责任。省财政厅将组织开展 PPP 项目重点抽查，及时查处、纠正不规范行为，确保 PPP 模式规范发展。

七、健全完善 PPP 工作体制机制。各地要严格按照《省政府关于在公共服务领域推广政府和社会资本合作模式的意见》（苏政发〔2015〕101 号）要求，建立健全政府与社会资本合作协调工作机制，成立由政府分管领导挂帅，相关部门参加的工作协调小组，在财政部门设立 PPP 中心（办公室），出台具体政策措施和实施细则并抓好落实，推动 PPP 项目加快落地和规范实施。



规范 PPP 模式发展，是当前和今后一段时期推广运用 PPP 模式工作的重要内容，各级财政部门要高度重视，在当地政府的领导下，切实担负起主体责任，加强统筹协调，做好沟通合作，合力做好 PPP 规范发展工作，推动我省 PPP 事业长期、健康、可持续发展。

## 5、《上海市鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（试行）》 印发

日前，上海市印发了《上海市鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（试行）》。指导意见中提到，总体要求方面，鼓励支持、规范引导互联网租赁自行车有序发展，同时提出不发展互联网租赁电动自行车。投放车辆应符合国家和行业标准，配备车载卫星定位装置，相关数据信息接入市信息服务平台。资金安全方面，收取押金或预存资金的，须在本市开设资金专用账户等。以下为具体内容：

### 上海市鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（试行）

为促进本市互联网租赁自行车规范有序发展，倡导市民绿色低碳出行，根据交通运输部等 10 部门《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》（交运发〔2017〕109 号）文件精神，提出以下指导意见。

#### 一、总体要求

##### （一）功能定位

互联网租赁自行车是以互联网技术为依托，由运营企业投放的分时租赁营运非机动车，是方便公众短距离出行和对接公共交通的交通服务方式。

##### （二）发展思路

坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，以交通供给侧结构性改革为引领，以优先满足短距离出行和对接公共交通需求为导向，鼓励支

持互联网租赁自行车发展；以合理配置城市公共资源为主导，以规范企业市场经营活动和维护城市秩序为重点，汇聚政府、社会、企业、用户等多方力量，规范引导互联网租赁自行车有序发展，在发展中规范，在规范中发展。

结合本市城市发展规划、公交优先发展战略、道路通行条件和交通安全状况，本市不发展互联网租赁电动自行车。

### （三）基本原则

一是积极引导。秉持开放包容态度，优化行业发展环境，激发企业技术创新，强化慢行交通规划建设和设施完善，倡导市民文明骑行停放。

二是注重有序。发挥市场配置作用，强化车辆运营调度和停放秩序的企业主体责任；综合城市设施承载力和出行需求特征，实行总量调控和动态监测，保证运营有序。

三是强化安全。确保车辆安全性能状况良好，建立健全骑行保险理赔机制，强化网络信息安全监管，加强用户资金风险管控。

四是加强协同。强化政府统筹兼顾、社会自律自治、企业规范服务的作用，鼓励公众共同参与治理，形成企业主体、政府监管、多方参与的社会治理体系。

### （四）各方责任

政府方面。市级政府：负责制定互联网租赁自行车发展政策文件和标准，编制慢行交通系统总体规划和道路非机动车停放点设置技术导则，指导区域慢行交通及配套设施规划建设；建立信息服务平台，加强全市总量控制，开展企业信誉考核，指导各区开展相关工作。区级政府：结合属地实际，负责规范互联网租赁自行车发展的具体管理，编制区域慢行交通系统和非机动车停放点设置规划，建设完善非机动车通行网络、停放点等慢行交通设施；根据区域停放容量加强动态监测并调控区域总量，督促指导企业加强车辆现场停放秩序管理，做好非机动车停放点的日常管理和违法骑行、违规停放的执法清理，并对企业服务实施日常监管。

企业方面。承担互联网租赁自行车服务与管理的主体责任，建立健全用车规则和信用管理机制，管理约束用户行为；科学制定投放计划和方案，投放数

量与运维能力相匹配；定期开展车辆安全评估，建立车辆管理维护机制，及时保养维修车辆和召回报废老旧车辆；配备足够管理力量，做好现场停放秩序管理和车辆运营调度，及时清理违规停放车辆和处理用户投诉；加强信息平台建设，保证网络信息与用户资金安全，及时提供相关信息数据，并接受政府的监管。

用户方面。在使用互联网租赁自行车过程中，自觉遵守道路交通安全、城市管理相关法律、法规和规章的规定及服务协议的约定，依法守约，做到文明骑行、规范停放，爱护车辆和停放设施，自觉维护环境秩序。

## 二、加快配套设施建设

（一）加强设施规划建设。市级层面加强慢行交通系统规划引领，对慢行交通网络和停放点设置提出相应要求，指导各区规划建设慢行交通及配套设施。区级层面通过疏通断点瓶颈、构建区域性非机动车车道网络、试点非机动车微循环网络等，规划建设和完善慢行交通及相关配套设施。

（二）保障非机动车路权。城市道路建设应支持非机动车出行便利。依据专项规划，新建及改扩建城市主干道、次干道，要设置非机动车道，并设置与规范相符的机非隔离设施，为市民提供安全骑行环境。占用或挖掘城市道路的，应尽量减少占用非机动车道，保障良好通行条件。

（三）优化车辆停放点设置。各区政府按照“交通相宜、衔接接驳、规模适度、因地制宜”的原则，分析停放需求，科学编制非机动车停放点设置规划；协调推进辖区轨道交通与公交枢纽站点、大型商业与办公区、医院、居住区等公共场所停放点设置。各区交通管理部门根据道路非机动车停放点设置技术导则，落实道路非机动车停放点设置。新建公交场站、轨道交通站点、商业区、居住区等应规划预留较为充足的非机动车停放点。

## 三、引导企业规范发展

（一）符合企业经营条件。企业应符合国家相关法律规定，在本市工商注册、开立用户押金及预付资金专用账户，为用户购买人身意外伤害保险；投放车辆应符合国家和行业标准，配备车载卫星定位装置；加强信息平台建设，相关数据信息接入市信息服务平台；应配备与车辆投放规模相匹配的管维人员、场站设施、运营方案、安全管理等力量，具备线上线下服务能力。企业在开始提供租赁服务前 30 日，须向市交通行政管理部门报备，并将相关数据信息接入信息服务平台；已在本市提供租赁服务的企业，应于本意见实施之日起 30 日内将完整数据接入市信息服务平台。

（二）规范企业运营服务。企业应通过网络与用户签订格式规范的租赁服务协议，明确各方权责和义务，明确用户骑行、停放等方面的要求。企业应利用技术手段加强对投放车辆的运营管理，创新运营服务方式，不断提升用户体验，提高服务质量。按照国家相关规定公开计费方式和收费标准，依法依规经营，接受交通及相关行政管理部门的监督管理。

（三）保证车辆质量安全。企业所投放车辆，其技术性能应符合现行国家和行业标准，性能安全可靠，且具备车载卫星定位和精确查找功能。根据《上海市道路交通管理条例》和《上海市非机动车管理办法》有关规定，互联网租赁自行车应当经本市公安机关交通管理部门登记，取得非机动车号牌。行业协会牵头制定互联网租赁自行车技术条件与服务规范团体标准，明确企业主体责任。市质监部门依法对投放前的车辆组织实施质量安全风险监测，并向社会公布监测结果，督促企业限期整改并召回缺陷产品；督促指导企业定期开展安全评估和维护保养，并向社会公示。

（四）确保用户信息安全。企业信息平台的数据采集与使用应遵守国家网络和信息安全有关规定，所采集的用户个人信息和生成的业务数据，应当在中国大陆境内存储和使用，除法律法规另有规定外，不得将上述数据信息公开或擅自泄露，不得外流。企业应建立网络、数据和信息安全管理和技术保障手段，提高系统稳定性、可靠性，保障系统正常运行。企业应当向交通行政、公安机关交通管理部门开放并提供本市注册用户数、投放车辆规模与分布信息、车辆运行与使用频率等信息数据。

（五）保障用户骑行安全。企业应通过车辆设计和网络信息平台的技术创新，加强用户身份信息注册和车辆使用管理，禁止未满 12 周岁的儿童使用，依法规范用户骑行行为。企业应当创新保险机制，应为用户购买人身意外伤害保险，鼓励企业为用户购买第三者责任保险，并提示用户使用中发生伤害事故的责任认定程序、赔偿范围与理赔程序。一旦用户骑行发生伤害事故时，企业应协助并通过保险公司进行理赔。

（六）建立车辆管理维护机制。企业应在本市配备与车辆投放规模相适应的服务网点、维修调度停放场地和管维人员，建立健全运营管理、巡检维修、安全保养、报废回收等机制，并及时报送相关数据信息。充分运用车辆实时定位信息，对停放超出停车点容量的车辆加强现场运营调度，及时平衡区域潮汐车辆供给；对废弃、存在安全隐患、不能提供服务的车辆必须及时回收，并按环保要求处理。保持运营车辆性能良好、车身整洁，维护城市良好环境。

（七）保障用户资金安全。鼓励企业通过信用管理和技术创新推行免押金、降低押金、实时退还押金等方式提升服务。收取用户押金、预付资金的，企业须在本市开立用户押金、预付资金专用账户，实施专款专用，资金由银行存管，并公示押金与预付资金退还时限，及时退还用户资金。人民银行上海总部、上海银监局加强对企业资金专用账户监管，防控用户资金风险。

#### 四、强化行业规范管理

（一）加强车辆投放引导。互联网租赁自行车投放运营在发挥市场配置作用的同时，应加强动态监测引导。交通管理部门研究建立与城市空间承载能力、停放设施资源、出行需求特征等相适应的车辆投放机制，引导企业合理有序投放车辆；企业对于投入运营的互联网租赁自行车，应按公安机关交通管理部门有关要求办理登记上牌，并将相关数据信息同步录入市信息服务平台。企业在投放前，应先向投放所在区主管部门通报投放规模和方案计划；各区应科学把握区域总量，对车辆投放运营进行动态监测、引导和调控。

（二）强化停放秩序管理。各区政府应组建专门管理队伍，加强非机动车停放点车辆停放秩序和环境卫生管理。企业应与属地主管部门签订管理服务承

诺书，包括投放数量与区域、停放管理、运营调度、处置响应、车辆回收、代为清理等，对违规停放车辆负有管理与清理责任，及时清理违规停放车辆。鼓励企业与各区建立共管共治机制，支持企业与区专门管理队伍开展合作，共担管理成本，加强停放秩序管理。鼓励企业运用电子地图、电子围栏等技术手段，采取经济奖惩等措施，有效规范用户停放行为。

（三）提升行业服务水平。行业协会在市质监部门的指导下，重点针对车辆质量、车辆完好率、应急处置、车辆使用年限和报废回收等方面，制定互联网租赁自行车团体标准。行业协会督促企业开通公众微信、微博和服务投诉电话，建立用户及市民投诉处理制度，及时处理投诉；建立应急预案，及时处置突发情况；制定行业公约，加强服务和自律意识，引导运营企业公平竞争、规范服务、有序发展。

（四）注重信用管理约束。企业应建立健全用户信用评价制度与管理系统，制定安全骑行规范、停放守则、文明用车奖惩办法，运用信用评分、经济奖惩、黑名单等手段，加强对用户违规停放等行为的信用管理与约束。鼓励企业组成信用信息共享联盟，对用户建立守信激励和失信惩戒机制。加强互联网租赁自行车服务领域信用记录建设和信用管理，加强企业服务质量和用户信用评价，对企业和用户不文明行为和违法违规行记入信用记录，严重失信行为依法纳入公共信用信息服务平台。

（五）规范用户使用行为。互联网租赁自行车用户应依法守约，自觉遵守道路交通安全、城市管理等法律、法规和规章的规定及服务协议约定，按规骑行，规范停放。骑行前应检查车辆技术状况，不得使用互联网租赁自行车载人，不得擅自加装儿童座椅等设备，确保骑行安全。对违规停放、违法骑行等行为，应接受企业的信用约束及执法部门的处罚。企业应协助执法部门提供用户注册及相关使用信息，并督促用户主动到执法部门及时处理交通违法行为。结合交通执法管理，公安机关加大对违法违规行为的处罚和曝光力度，倡导市民文明用车。

（六）严格各类违法处罚。公安机关对盗窃及蓄意破坏互联网租赁自行车、借互联网租赁自行车实施欺诈等不法行为，加大执法力度，依法追究违法当事

人的法律责任。在道路上停放非机动车未使用非机动车道路停放点的，由公安机关处警告或者罚款；擅自占用城市道路堆物、停放车辆的，由城管与交通执法部门依法处罚；未停放在非机动车道路停放点，影响其他车辆和行人通行且行为人不在现场的，公安机关可以会同城管执法部门对现场予以清理，城管执法部门发现违规停放车辆应及时予以清理。

（七）建立企业退出机制。企业实施收购、兼并、重组或者退出市场经营的，应当制定合理方案，确保用户合法权益和资金安全；退出运营前，应当向社会公示，退还用户押金及预付资金，并完成所有投放车辆回收等工作。对乱停乱放问题严重、线下运营服务不力、不履行企业主体责任和行业自律要求、服务质量信誉考核不合格、经提醒仍不采取有效措施的运营企业，交通行政管理部门应公开通报相关问题，要求企业限期整改，逾期未整改的或经整改仍无法达到要求的，责令其退出运营。

## 五、保障机制

（一）加强政府协同管理。市、区、街镇等各层面相应建立规范发展互联网租赁自行车沟通协调机制。市级层面加强统筹指导，有关职能部门根据各自职责加强协同配合，做好相关服务和监督管理。区级层面加强属地推进落实，统筹区属各职能部门做好慢行交通设施建设和车辆投放及停放等管理。街镇层面利用城市网格化管理平台，加强车辆停放点设置与日常管理以及停放秩序管理。

市交通委负责制定互联网租赁自行车发展的政策文件和标准，编制道路非机动车停放点设置导则，指导各区慢行交通设施建设完善，建立信息服务平台，指导各区加强企业服务监管。

市公安局负责互联网租赁自行车注册登记、道路交通安全、通行秩序、社会治安等管理，对盗窃、破坏互联网租赁自行车等违法行为进行查处，对违规停放和违法骑行进行执法。

市住房城乡建设管理委、市绿化市容局、市城管执法局负责城市网格化管理、市容环境和城市管理执法的指导与监督管理，对擅自占道、损毁绿化等影响市容市貌行为进行查处。

市规划国土资源局负责慢行交通系统及配套设施规划，指导督促各区规划与相关配套用地落实。

人民银行上海总部、上海银监局负责企业资金专用账户监管。

市文明办负责市民遵章守纪、文明骑行和规范停放的教育宣传工作。

市发展改革委、市经济信息化委、市商务委、市工商局、市质量技监局、市教委、市网信办、市金融办、上海保监局等相关部门，按照各自职责对互联网租赁自行车服务实施监督管理。

行业协会、消保委牵头制定互联网租赁自行车团体标准，统一合同文本格式，加强行业自律，促进互联网租赁自行车企业规范服务、公平竞争。

（二）加强用地资金保障。开展大数据分析，在轨道交通与公共交通枢纽周边、商业与公建设施规划建设，研究落实非机动车停车用地保障和配套停车设施建设；加大资金投入，加强慢行交通系统规划建设与设施完善。

（三）加大社会宣传力度。通过新闻媒体加大宣传引导力度，倡导市民遵守交通法规，遵从公安、城管等部门的执法管理，依法文明骑行和规范停放。企业应配合政府部门加强宣传，引导市民规范用车，共同维护停放秩序，营造互联网租赁自行车有序发展的良好环境。

本意见自印发之日起施行。各相关部门和各区政府可根据本意见制定实施细则。



## 二、经济观察

### 1、50个城市主要食品平均价格变动情况

图表 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)	比上期涨跌(元)	涨跌幅(%)
大米	粳米	千克	6.4	0	0
面粉	富强粉	千克	6.25	-0.02	-0.3
面粉	标准粉	千克	5.24	-0.01	-0.2
豆制品	豆腐	千克	4.86	0.02	0.4
花生油	压榨一级	升	28.02	0.03	0.1
大豆油	5L 桶装	升	9.91	0.01	0.1
菜籽油	一级散装	升	14.01	-0.01	-0.1
猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	26.45	-0.05	-0.2
猪肉	五花肉	千克	28.04	-0.09	-0.3
牛肉	腿肉	千克	67.87	0.12	0.2
羊肉	腿肉	千克	62.83	0.62	1
鸡	白条鸡	千克	22.64	0.02	0.1
鸡	鸡胸肉	千克	20.4	0.03	0.2
鸭	白条鸭	千克	18.51	0.06	0.3
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	10.16	0.08	0.8
活鲤鱼		千克	15.57	-0.08	-0.5
活草鱼		千克	17.62	-0.17	-1
带鱼		千克	38.69	-0.13	-0.3
大白菜		千克	2.88	-0.18	-5.9
油菜		千克	6.23	-0.11	-1.7
芹菜		千克	7.2	0	0
黄瓜		千克	6.99	0.13	1.9
西红柿		千克	6.78	0.17	2.6
豆角		千克	10.62	0.68	6.8
土豆		千克	3.8	-0.03	-0.8
苹果	富士苹果	千克	11.72	-0.13	-1.1
香蕉	国产	千克	5.1	-0.18	-3.4

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 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 10 月下旬与 10 月中旬相比，24 种产品价格上涨，18 种下降，8 种持平。

图表 2 流通领域重要生产资料市场价格变动情况

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨 跌(元)	涨 跌 幅(%)
<b>一、黑色金属</b>				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	4006.7	-21.4	-0.5
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	4220.2	-31.4	-0.7
普通中板（20mm, Q235）	吨	4188.5	-17.3	-0.4
热轧普通薄板（3mm, Q235）	吨	4284.4	-28.3	-0.7
无缝钢管（219*6, 20#）	吨	5330.3	15.1	0.3
角钢（5#）	吨	4408.6	4.7	0.1
<b>二、有色金属</b>				
电解铜（1#）	吨	54825	536.8	1
铝锭（A00）	吨	16177.4	56.8	0.4
铅锭（1#）	吨	19317.5	-1474.4	-7.1
锌锭（0#）	吨	26305.3	-71	-0.3
<b>三、化工产品</b>				
硫酸（98%）	吨	261.4	11.4	4.6
烧碱（液碱，32%）	吨	1401.8	130	10.2
甲醇（优等品）	吨	2671.2	-10.9	-0.4
纯苯（石油苯，工业级）	吨	6246.4	127.6	2.1
苯乙烯（一级品）	吨	9902.9	86	0.9
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	9877.6	54.7	0.6
聚丙烯（T30S）	吨	9213	39.8	0.4
聚氯乙烯（SG5）	吨	6632.6	-47	-0.7
顺丁胶（BR9000）	吨	13177.9	481.6	3.8
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	9146.4	108.9	1.2
<b>四、石油天然气</b>				

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨 跌(元)	涨 跌 幅(%)
液化天然气 (LNG)	吨	4337.4	127.6	3
液化石油气 (LPG)	吨	4566.8	-106.9	-2.3
汽油 (95#国V)	吨	6803.7	-2	0
汽油 (92#国V)	吨	6398.8	-5.8	-0.1
柴油 (0#国V)	吨	6259	155.3	2.5
石蜡 (58#半)	吨	7194.1	-24.5	-0.3
五、煤炭				
无烟煤 (2号洗中块)	吨	1125.8	6.4	0.6
普通混煤 (4500大卡)	吨	480	0	0
山西大混 (5000大卡)	吨	545	-3.1	-0.6
山西优混 (5500大卡)	吨	580	-3.1	-0.5
大同混煤 (5800大卡)	吨	615	0	0
焦煤 (1/3焦煤)	吨	1280	0	0
焦炭 (二级冶金焦)	吨	1764.5	-271.1	-13.3
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5R 袋装)	吨	332.8	-1.7	-0.5
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5 散装)	吨	354.3	2.3	0.7
浮法平板玻璃 (4.8-5mm)	吨	1699	9.1	0.5
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4351.3	0	0
小麦 (国标三等)	吨	2537.4	21.5	0.9
玉米 (黄玉米二等)	吨	1667.2	-2.3	-0.1
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	15720.4	-1	0
生猪 (外三元)	千克	14	0.1	0.7
大豆 (黄豆)	吨	3794.8	45.2	1.2
豆粕 (粗蛋白含量≥43%)	吨	3015.2	-3.1	-0.1
花生 (油料花生米)	吨	7126.2	101.2	1.4
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1835.8	36.3	2
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2305	0	0
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	29500	2125	7.8
九、林产品				

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨 跌(元)	涨 跌 幅(%)
人造板 (1220*2440*15mm)	张	49.7	0	0
纸浆 (漂白化学浆)	吨	6675.4	124.8	1.9
瓦楞纸 (高强)	吨	5612.9	-117.1	-2

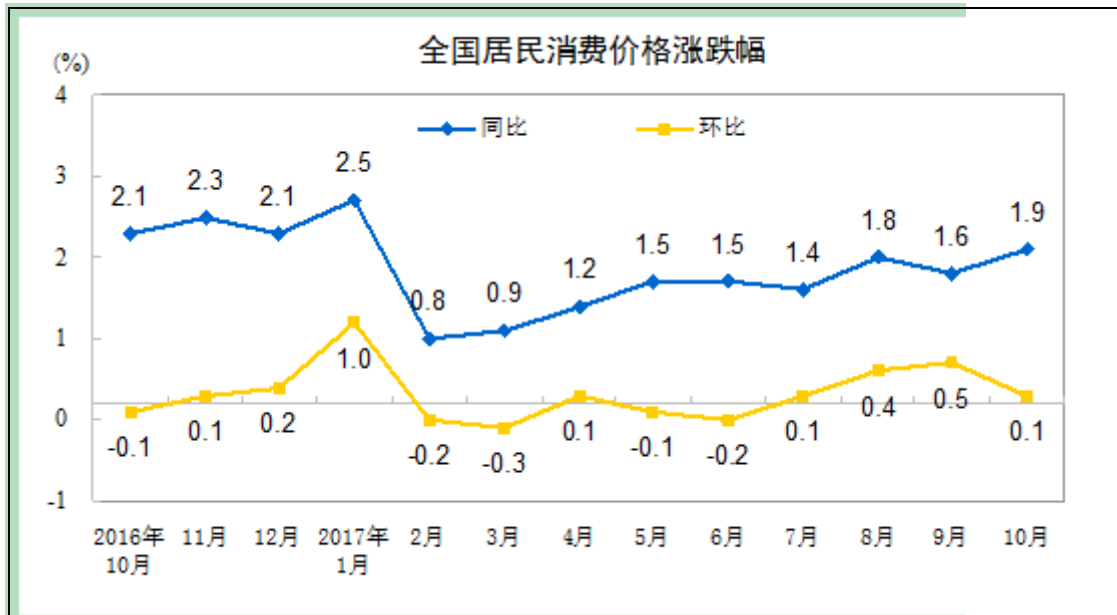
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 3、2017年10月份居民消费价格同比上涨1.9%

2017年10月份，全国居民消费价格同比上涨1.9%。其中，城市上涨1.9%，农村上涨1.7%；食品价格下降0.4%，非食品价格上涨2.4%；消费品价格上涨1.1%，服务价格上涨3.2%。1-10月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨1.5%。

10月份，全国居民消费价格环比上涨0.1%。其中，城市上涨0.1%，农村上涨0.2%；食品价格持平，非食品价格上涨0.1%；消费品价格上涨0.2%，服务价格下降0.1%。

图表3 2016年10月-2017年10月全国居民消费价格涨跌幅



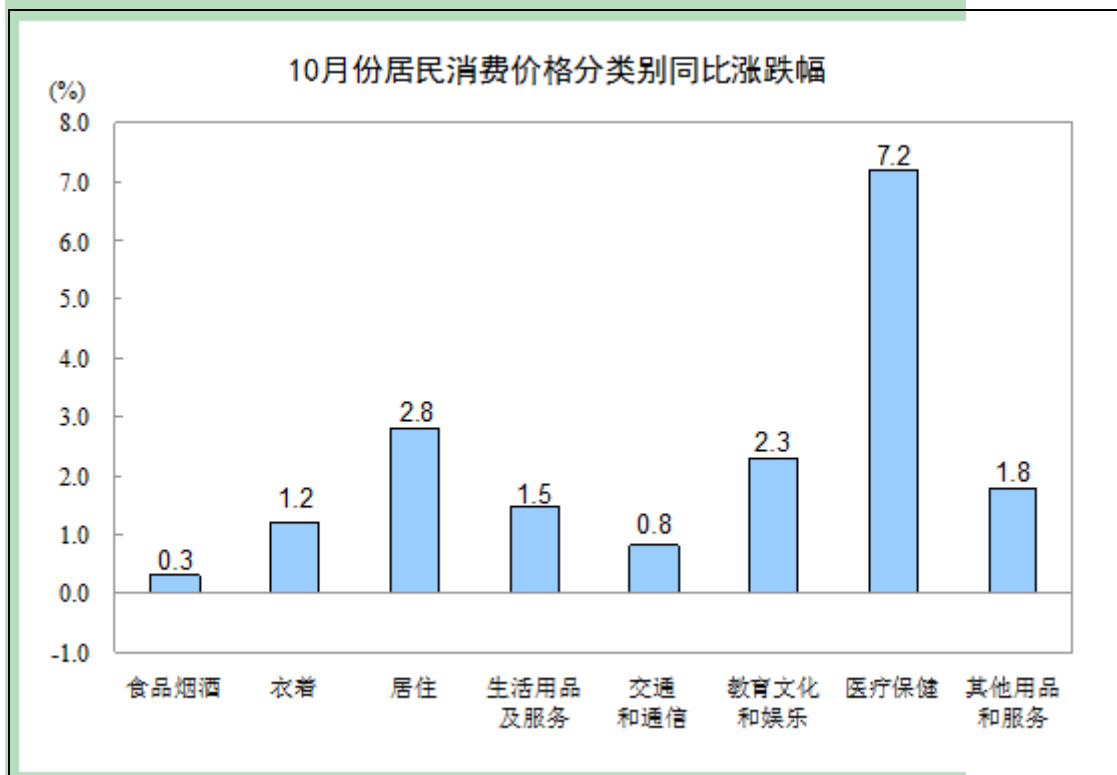
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

#### 一、各类商品及服务价格同比变动情况

10 月份，食品烟酒价格同比上涨 0.3%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点。其中，水产品价格上涨 3.8%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点；蛋类价格上涨 3.1%，影响 CPI 上涨约 0.02 个百分点；粮食价格上涨 1.6%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；鲜菜价格上涨 0.3%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；畜肉类价格下降 5.7%，影响 CPI 下降约 0.27 个百分点（猪肉价格下降 10.1%，影响 CPI 下降约 0.28 个百分点）；鲜果价格下降 0.7%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

10 月份，其他七大类价格同比均上涨。其中，医疗保健、居住、教育文化和娱乐价格分别上涨 7.2%、2.8%和 2.3%，其他用品和服务、生活用品及服务价格分别上涨 1.8%和 1.5%，衣着、交通和通信价格分别上涨 1.2%和 0.8%。

图表 4 2017 年 10 月居民消费价格分类别涨跌幅



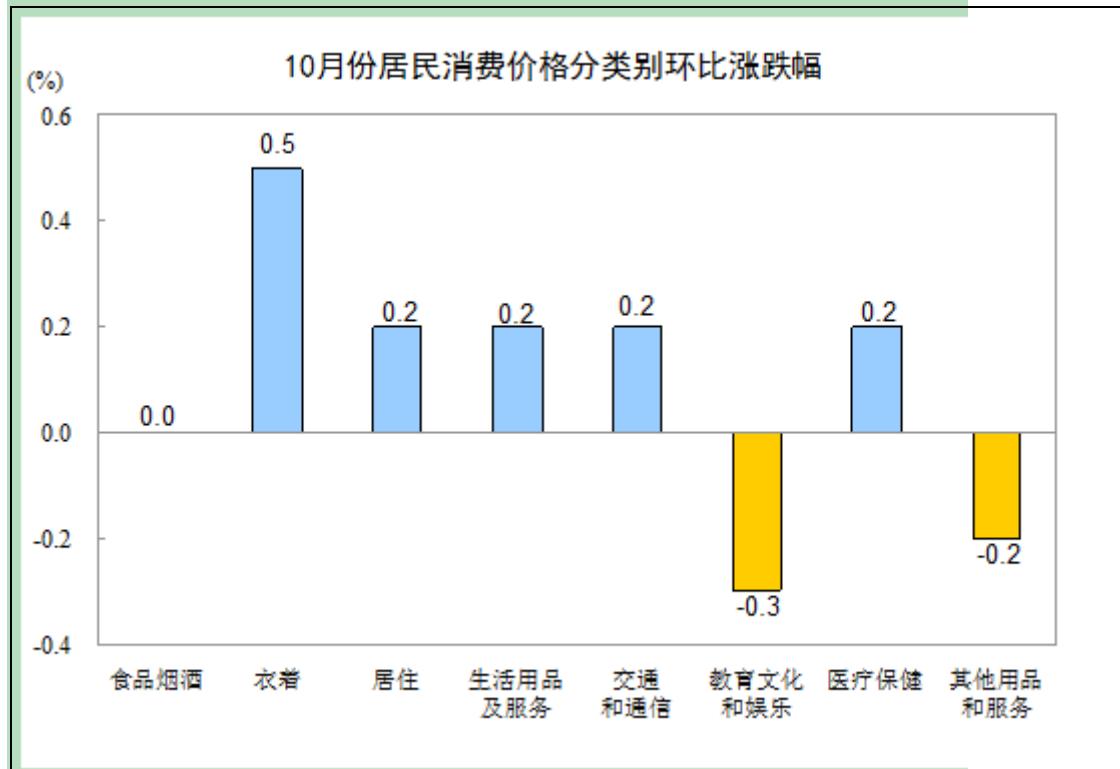
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 二、各类商品及服务价格环比变动情况

10 月份，食品烟酒价格环比持平。其中，鲜果价格上涨 0.7%，鲜菜价格上涨 0.4%，畜肉类价格上涨 0.3%，均影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；蛋类价格下降 4.6%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点；水产品价格下降 0.6%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

10月份,其他七大类价格环比五涨二降。其中,衣着价格上涨0.5%,居住、生活用品及服务、交通和通信、医疗保健价格均上涨0.2%;教育文化和娱乐、其他用品和服务价格分别下降0.3%和0.2%。

图表 5 2017年居民消费价格分类环比涨跌幅



数据来源:国家统计局、中商产业研究院

图表 6 2017 年 10 月居民消费价格主要数据

	10 月		1-10 月
	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)
居民消费价格	0.1	1.9	1.5
其中：城市	0.1	1.9	1.6
农村	0.2	1.7	1.2
其中：食品	0.0	-0.4	-1.6
非食品	0.1	2.4	2.3
其中：消费品	0.2	1.1	0.7
服务	-0.1	3.2	3.0
其中：不包括食品和能源	0.0	2.3	2.1
其中：不包括鲜菜和鲜果	0.1	2.0	1.7
按类别分			
一、食品烟酒	0.0	0.3	-0.5
粮食	0.1	1.6	1.5
食用油	0.2	-0.8	0.0
鲜菜	0.4	0.3	-7.9
畜肉类	0.3	-5.7	-5.1
其中：猪肉	-0.1	-10.1	-8.8
牛肉	0.4	1.3	0.4
羊肉	2.9	10.2	2.2
水产品	-0.6	3.8	4.6
蛋类	-4.6	3.1	-6.5
奶类	0.0	0.3	0.1
鲜果	0.7	-0.7	3.6
烟草	0.0	-0.1	-0.2
酒类	0.3	2.7	2.0
二、衣着	0.5	1.2	1.3
服装	0.7	1.3	1.3
衣着加工服务费	0.3	3.7	4.1
鞋类	0.2	0.9	1.1
三、居住	0.2	2.8	2.5
租赁房房租	0.1	2.9	2.9
水电燃料	0.5	2.5	1.8
四、生活用品及服务	0.2	1.5	1.0

家用器具	0.0	1.0	0.2
家庭服务	0.2	4.3	4.2
五、交通和通信	0.2	0.8	1.1
交通工具	0.0	-1.4	-1.5
交通工具用燃料	3.1	7.5	9.9
交通工具使用和维修	0.1	2.1	1.8
通信工具	-0.3	-2.4	-3.2
通信服务	-0.1	-0.2	-0.2
邮递服务	0.3	2.6	1.3
六、教育文化和娱乐	-0.3	2.3	2.5
教育服务	0.1	2.8	3.2
旅游	-2.3	3.6	3.9
七、医疗保健	0.2	7.2	5.9
中药	0.3	5.8	5.8
西药	0.3	5.9	6.2
医疗服务	0.3	8.7	6.1
八、其他用品和服务	-0.2	1.8	2.6

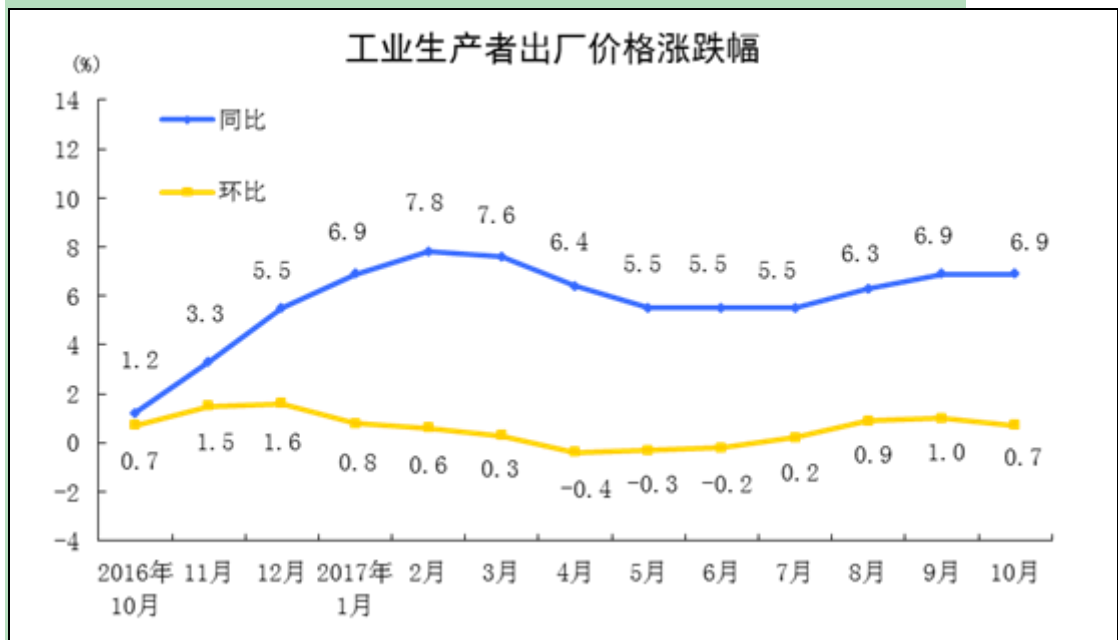
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

#### 4、2017年10月份工业生产者出厂价格同比上涨6.9%

2017年10月份,全国工业生产者出厂价格同比上涨6.9%,环比上涨0.7%。工业生产者购进价格同比上涨8.4%,环比上涨0.9%。1-10月平均,工业生产者出厂价格同比上涨6.5%,工业生产者购进价格同比上涨8.4%。

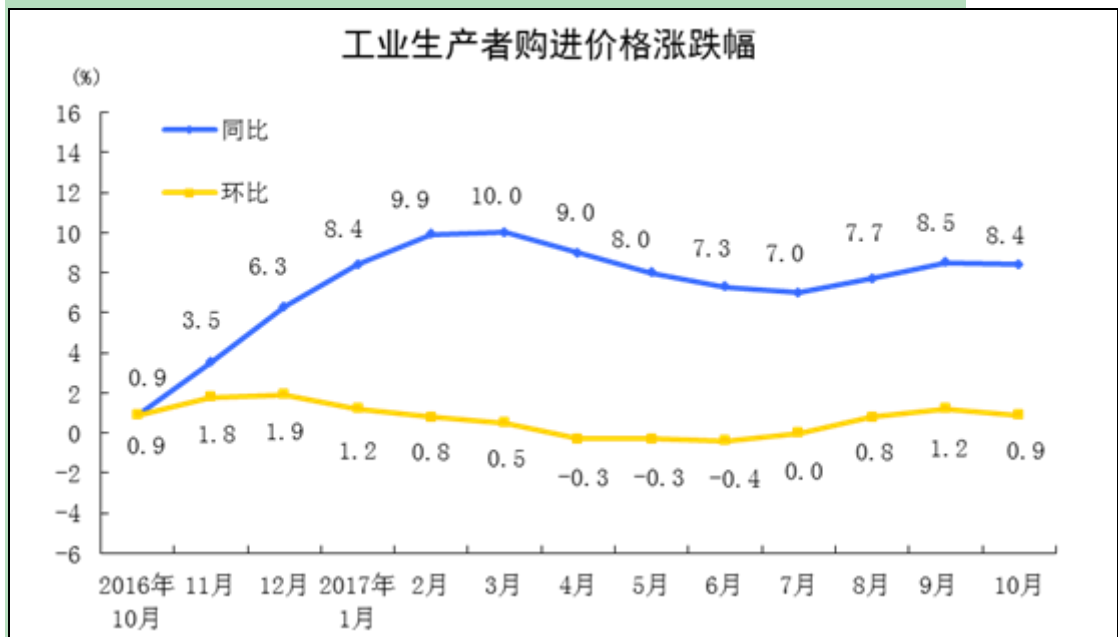


图表 7 2016 年 10 月-2017 年 10 月工业生产者出厂价格涨跌幅



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 8 2016 年 10 月-2017 年 10 月工业生产者购进价格涨跌幅



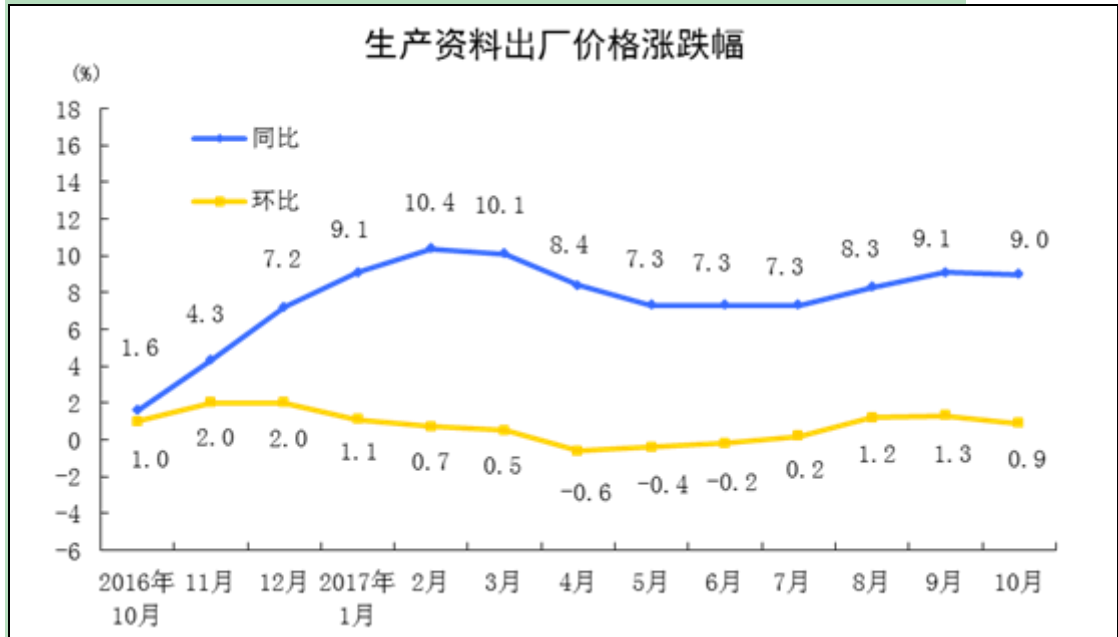
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

### 一、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 9.0%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 6.7 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 14.7%，原材料

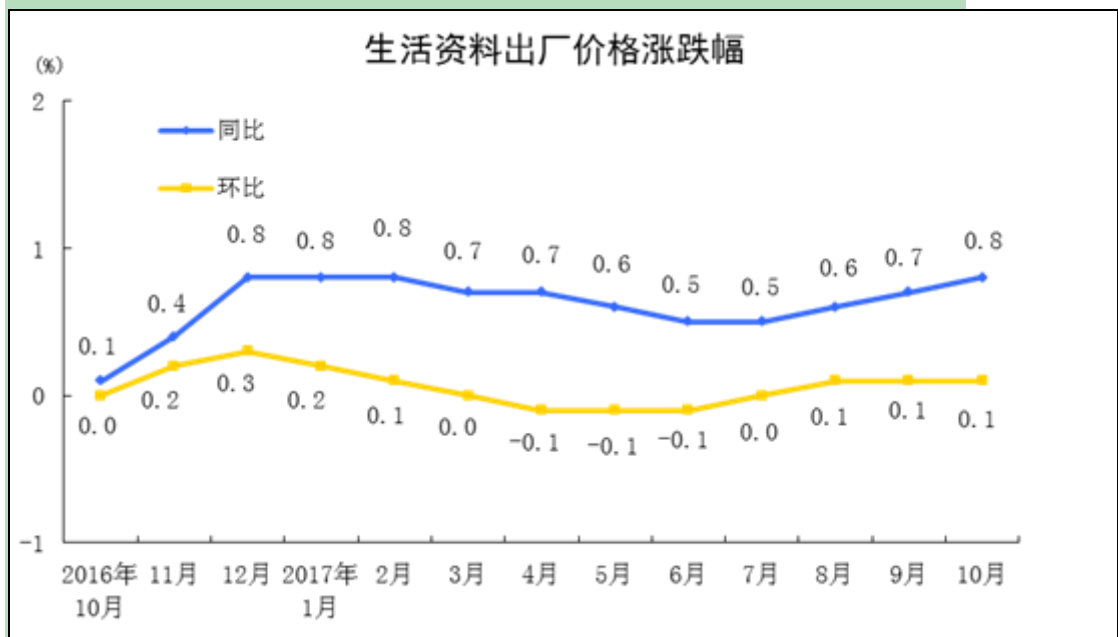
工业价格上涨 11.6%，加工工业价格上涨 7.5%。生活资料价格同比上涨 0.8%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 0.6%，衣着价格上涨 0.9%，一般日用品价格上涨 1.9%，耐用消费品价格持平（涨跌幅度为 0）。

图表 9 2016 年 10 月-2017 年 10 月生产资料价格涨跌幅



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 10 2016 年 10 月-2017 年 10 月生活资料出厂价格涨跌幅



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格同比上涨 19.5%，黑色金属材料类价格上涨 15.9%，燃料动力类价格上涨 10.6%，建筑材料及非金属类价格上涨 10.0%。

## 二、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 0.9%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.7 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 2.1%，原材料工业价格上涨 1.4%，加工工业价格上涨 0.6%。生活资料价格环比上涨 0.1%。其中，食品价格下降 0.1%，衣着和耐用消费品价格均上涨 0.1%，一般日用品价格上涨 0.3%。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨 2.0%，燃料动力类、木材及纸浆类价格均上涨 1.5%，黑色金属材料类价格上涨 0.3%。

图表 11 2017 年 10 月工业生产者价格主要数据

	10 月		1-10 月同比 涨跌幅 (%)
	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	
<b>一、工业生产者出厂价格</b>	<b>0.7</b>	<b>6.9</b>	<b>6.5</b>
生产资料	0.9	9.0	8.6
采掘	2.1	14.7	23.2
原材料	1.4	11.6	12.1
加工	0.6	7.5	6.1
生活资料	0.1	0.8	0.7
食品	-0.1	0.6	0.7
衣着	0.1	0.9	1.3
一般日用品	0.3	1.9	1.2
耐用消费品	0.1	0.0	-0.1
<b>二、工业生产者购进价格</b>	<b>0.9</b>	<b>8.4</b>	<b>8.4</b>
燃料、动力类	1.5	10.6	14.2
黑色金属材料类	0.3	15.9	16.9
有色金属材料及电线类	2.0	19.5	15.9
化工原料类	1.3	9.4	8.4
木材及纸浆类	1.5	9.8	5.7

建筑材料及非金属类	1.3	10.0	8.1
其它工业原材料及半成品类	0.4	3.1	2.7
农副产品类	-0.1	1.4	1.6
纺织原料类	0.4	3.8	4.2
<b>三、工业生产者主要行业出厂价格</b>			
煤炭开采和洗选业	2.2	19.7	33.8
石油和天然气开采业	5.1	16.5	31.1
黑色金属矿采选业	-1.4	11.4	17.7
有色金属矿采选业	1.2	15.5	14.2
非金属矿采选业	1.3	7.1	4.4
农副食品加工业	-0.2	0.3	0.8
食品制造业	0.2	1.4	1.2
酒、饮料和精制茶制造业	0.1	0.9	0.2
烟草制品业	0.0	0.0	0.0
纺织业	0.3	2.7	3.2
纺织服装、服饰业	0.1	0.7	0.9
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	0.3	0.8	0.4
造纸和纸制品业	2.6	16.6	8.8
印刷和记录媒介复制业	0.4	2.2	1.2
石油加工、炼焦和核燃料加工业	3.2	15.5	20.6
化学原料和化学制品制造业	1.7	10.7	9.4
医药制造业	0.2	1.8	1.3
化学纤维制造业	1.1	11.6	9.8
橡胶和塑料制品业	0.4	3.4	2.6
非金属矿物制品业	1.5	10.3	7.4
黑色金属冶炼和压延加工业	0.3	30.8	29.5
有色金属冶炼和压延加工业	1.4	20.0	16.7
金属制品业	0.8	7.0	5.4
通用设备制造业	0.2	1.2	0.7
汽车制造业	0.0	0.1	-0.3
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	0.2	1.2	1.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	0.0	-0.7	-0.1
电力、热力生产和供应业	-0.1	-0.4	-0.8

燃气生产和供应业	1.0	3.1	1.5
水的生产和供应业	0.0	2.1	2.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

## 5、2017年1-10月中国汽车产销情况分析

从中国汽车工业协会处了解到，据统计数据显示，2017年10月汽车产销比上月小幅下降，同比略有增长。1-10月，汽车产销保持小幅增长，但同比增速比前9月略有回落。具体分析如下：

### 汽车产销量环比下降、同比增长

10月，我国汽车产销量环比小幅下降，同比保持增长。当月汽车产销分别完成260.4万辆和270.4万辆，产销量环比分别下降2.5%和0.2%；同比分别增长0.7%和2%。

1-10月，汽车产销分别完成2295.7万辆和2292.7万辆，同比分别增长4.3%和4.1%，低于上年同期9.5和9.7个百分点。产销量累计增速分别比1-9月下降0.5和0.3个百分点。

图表 12 2017 年 10 月中国汽车产销量

	汽车产量		汽车销量	
	产量 (万辆)	同比增长 (%)	销量 (万辆)	同比增长 (%)
2017年1月	236.90	-3.90	252.00	0.20
2月	215.96	33.77	193.92	22.37
3月	260.40	3.00	254.30	4.00
4月	213.80	-1.90	208.40	-2.20
5月	208.70	0.70	209.60	-0.10
6月	216.74	5.42	217.19	4.54
7月	205.94	4.76	197.12	6.15
8月	209.30	4.80	218.60	5.30
9月	267.09	5.54	270.91	5.66
10月	260.40	0.70	270.40	2.00

数据来源：中汽协，中商产业研究院整理

#### 乘用车产量下降，销量略有增长

10月，乘用车产销分别完成222.5万辆和235.2万辆，产量环比下降3.2%，同比下降2.7%；销量环比增长0.4%，同比增长0.4%。

1-10月，乘用车产销分别完成1955.3万辆和1950.2万辆，同比分别增长2.3%和2.1%，分别低于汽车总体2个百分点。乘用车四类车型产销情况看，轿车产销同比分别下降1.4%和1.9%；SUV产销同比分别增长15.5%和15.8%，增速回落；MPV产销同比分别下降为16.9%和17.2%；交叉型乘用车产销同比分别下降26.6%和25.4%。

10月，1.6L及以下乘用车销售163.7万辆，占乘用车销量比重为69.6%，同比下降2.5个百分点。

1-10月，1.6升及以下乘用车销售1333.6万辆，同比下降2%，占乘用车销量比重为68.4%，比上年同期下降2.9个百分点。

图表 13 2017 年 10 月中国乘用车产销量

	乘用车产量		乘用车销量	
	产量 (万辆)	同比增长 (%)	销量 (万辆)	同比增长 (%)
2017年1月	207.20	-4.20	221.80	-1.10
2月	184.75	31.50	163.27	18.29
3月	218.80	1.80	209.60	1.70
4月	178.30	-3.30	172.20	-3.70
5月	174.80	-1.80	175.10	-2.60
6月	184.49	3.72	183.18	2.32
7月	175.86	1.97	167.84	4.27
8月	179.00	3.60	187.50	4.10
9月	229.72	2.94	234.26	3.27
10月	222.50	-2.70	235.20	0.40

数据来源：中汽协，中商产业研究院整理

#### 商用车同比保持较快增长

10月，商用车产销分别完成37.9万辆和35.1万辆，产量环比增长1.6%，销量环比下降4.1%，产销量同比分别增长26.6%和14.8%。本月客车、货车同比继续保持增长，客车产销分别增长9.4%和10.2%，货车产销分别增长29.5%和15.6%。

1-10月，商用车产销分别完成340.4万辆和342.5万辆，同比分别增长16.9%和17.2%，高于汽车总体12.7和13.1个百分点。分车型产销情况看，客车产销量同比分别下降6.9%和6.7%；货车产销同比分别增长21.1%和21.3%，产销量持续较快增长。

图表 14 2017 年 10 月中国商用车产销量

	商用车产量		商用车销量	
	产量 (万辆)	同比增长 (%)	销量 (万辆)	同比增长 (%)
2017年1月	29.70	-1.60	30.10	11.30
2月	31.22	49.04	30.65	49.90
3月	41.60	10.20	44.70	16.20
4月	35.60	5.90	36.20	5.30
5月	33.90	15.60	34.50	15.20
6月	32.25	16.36	34.01	18.36
7月	30.08	24.73	29.28	18.36
8月	30.30	13.20	31.10	12.80
9月	37.37	24.97	36.66	23.94
10月	37.90	26.60	35.10	14.80

数据来源：中汽协，中商产业研究院整理

### 三、投资市场

#### 1、阿里 CEO 张勇：双 11 不是为了冲数字 竞争用结果说话

11 月 11 日晚间消息，2017 天猫双 11 即将进入尾声，阿里巴巴集团 CEO 张勇刚刚从杭州赶到位于上海的媒体中心接受了采访。谈到了双 11 的交易额、新零售等话题，同时也对今日京东与阿里的口水战进行了回应。

谈双 11：顺势而为 不是为了冲数字而是创造价值

截至 21:39 分，2017 天猫双 11 成交额已超 1520 亿元。谈到对今年双 11 当天总交易额的预期，张勇表示，每年都会被问预测多少亿，但每次都会笑而不答，“不可能从我这拿到答案。只要我们做好准备，数字到哪里是自然的结果，不是为了冲一个数字。”在他看来，双 11 成为了一个重要商业的节日，看到了创新，这是双 11 最重大的意义。

同时，今年也是双 11 的第九年，在去年 1207 亿和今年的数字基础上，很难预料未来双 11 能否继续保持较大规模的增长。张勇则表示，自己也不敢保证每年都会增长，第九次双 11 以来，也没想过能够实现这个数字，都是顺势而为。



同时双 11 也是一个满足现有需求，同时发现新的需求的过程，为用户创造价值才是最重要的。

比如国际化，今年双 11 一个重要主题是帮助中国品牌出海，怎么帮助中国商品和品牌走向海外，同时也满足海外消费者的需求，而这又与一带一路的国家政策是一致的。双 11 也是展示中国消费力量的窗口，海外商家对中国的消费能力非常惊叹。

再比如随着中产阶级的崛起，消费者更注重健康、个性化，非生活必需品的消费，这些都带来了新的商机，需要不断新的尝试和挖掘。

“双 11 是社会大协作的结果，也是在发展中解决问题的过程，前几年是银行支付能否承受压力，现在已经不是问题。今年物流的压力还会比较大，但比前几年已经进步很大。双 11 会发现新的短板，但这也是双 11 的动力所在。”

谈新零售：要具备三个核心能力 有两个路径

阿里去年提出了新零售的概念，今年双 11 也是对新零售的初步演示。张勇对新零售的定义是大数据渠道下的人货场重构，而这需要需要三个核心能力：零售知识的累积和创造能力；基础信息架构的技术能力；超级的网上用户入口。他认为，同时具备这三个核心能力的公司并不多，而阿里则同时具备三方面的领先能力。

张勇提出了新零售的两种路径：新物种和旧城改造。最直接的例子就是新物种盒马鲜生和旧城改造的银泰。银泰集团 CEO 陈晓东在今日的分享中也谈到，在 5 月份完成私有化后，银泰就与阿里、淘宝、天猫、支付宝、口碑等体系实现打通，目前 90% 的客人已经线上线下一体化。今年双 11 银泰客流同比增长 22%，销售同比增长 25%。

而对于盒马鲜生，张勇直言不少模仿者只是做到了表象，“现在做新零售好像都要做餐饮，盒马不是在大卖场里放个餐桌，这些都是没看到核心。”

张勇认为，新零售最难的是突破现有零售业的瓶颈，人货场相结合创造的价值。而目前新零售刚刚开始，数字化商业的过程刚刚开始，商业与技术的结合刚开始，还有很多东西要做。“创新也在演进，不是画好图纸照做就是新零售，新零售是不断试错的过程。”

谈竞争对手：有竞争才能找到差距 用结果说话

每年的双 11 都会是各个电商互相比拼的过程。

今日，京东宣布从 11 月 1 日零点到 11 月 11 日 7 点，下单金额累积达 1000 亿（总耗时 10 天 8 小时）；而在 11 日 9 点零 4 秒，天猫双 11 成交金额达 1000 亿（总耗时 9 小时零 4 秒）。对此，阿里巴巴集团市场公关委员会主席王帅则评价称，“不得不承认京东数学很好，只要京东自己愿意，可以把一年的下单金额都算成双十一跨年大活动的下单总额，能让自己开心不是一件坏事，这样天猫一天的交易量肯定超不过京东一年的了”。

京东集团 CMO 徐雷随后在朋友圈做出回应，“搞不明白，为啥你家可以提前预售 20 多天开卖然后算一天销售额，我家不能正常开门做买卖只算 11 天购物季销售额，这不是数学问题，这是逻辑学问题，你有本事让商家 20 多天开门不做买卖，我只有本事 11 天好好做买卖。”

实际上，这已经不是京东与阿里在双 11 第一次的口水战。对于竞争对手，张勇则认为，有竞争，双方才能更加警醒，并从中找到差距，“还是要用真正的结果说话。”

## 2、猫眼获腾讯 10 亿投资，最新估值超 200 亿

合并不过一个半月，猫眼又有了新动态。

10 月 30 日消息，猫眼于近日获得了腾讯 10 亿投资，最新估值已经超过 200 亿，腾讯依旧是第二大股东。同时也有消息称，猫眼也在筹备 IPO。

如今，猫眼业务涵盖电影演出在线票务及影视投资发行等领域。猫眼娱乐旗下包含猫眼电影、格瓦拉生活等业务品牌，而且拥有美团、大众点评、微信、猫眼在内的四大入口核心流量优势，是目前市场占有率第一的在线电影票务选座平台，数据显示猫眼占据份额已经超过 65%，占到三分之二。猫眼平台娱乐资讯、在线选座购票及电影宣发业务服务的用户已经超过 2 亿。

猫眼娱乐旗下还拥有影院营销平台、电影宣发平台、影视人合作平台和影视数据平台等专业服务平台，可以为电影制作公司、电影院等上下游行业合作

伙伴提供大数据、营销、发行、交易等专业服务。

数据显示，目前猫眼已经与超过 7600 家影院展开合作，猫眼影院营销及数据魔方系统为 7300 多家影院提供营销支持。

在近期主控宣发电影《羞羞的铁拳》突破 21 亿票房，猫眼向电影产业链上游拓展的步伐进一步加快。除了电影业务之外，猫眼也展开了其它文娱业务品类探索，演出业务方面同样发展迅速，并成为迪士尼大剧院、乌镇戏剧节的战略合作伙伴。

经历三年多的洗牌后，以猫眼电影、微影时代和淘票票三分天下的票务市场变成了双雄争霸，而百度糯米早已被遗忘在了角落。而手握大 IP 的腾讯在文娱上的投资，也逐渐在养大，阅文、QQ 音乐、猫眼等腾讯系都是腾讯文娱帝国重要的一部分。

随着各头部票务平台纵向完善上下游产业链、横向拓展业务，国内在线票务市场资源进一步集中，平台间的竞争已从电影逐渐向演出、体育等其他娱乐业务延伸，新一轮的大战似乎即将拉开帷幕。

### 3、一个“北斗”就创造了 1 万亿的经济，军民融合还能“融”出什么？

11 月 7-8 日，西安市人民政府主办的“2017 西安全球硬科技创新大会”在陕西省西安市举行。邀请国家部委、省委省政府领导，诺贝尔奖获得者、国内外相关领域院士专家、科技企业领袖、知名投资人等约 800 余人参会。本次大会以“硬科技改变世界，硬科技发展西安”为主题，大会由开幕式、主论坛、分论坛及多场系列活动组成。

在 11 月 8 日的“2017 全球硬科技产业化高峰论坛”上，丰年资本合伙人常彬以“军民融合能“融”出什么”为主题，发表了演讲。以下为演讲内容实录：

一个“北斗”就创造了 1 万亿的经济，军民融合还能“融”出什么？

历史背景

自 1999 年开始，中国的国防军事化建设进入了新时期，在 2002 年到 2008

年期间，在川陕两江地区涌现出一批优秀的民参军企业。自 2014 年至今，我们经历了军队反腐败和军队改革，目前已经进行到了深化改革和成果巩固阶段，为国防建设体系奠定了体制基础。2016 年，习近平主席宣布军民融合上升为国家战略，并在刚刚过去的十九大政府工作报告中进一步重申并确定这里重大国家战略。

与此同时，外部环境，2012 年钓鱼岛事件、2016 年南海仲裁、2017 年洞朗对峙都在无时不刻敲响警钟，欧美、日印等世纪经济体都面临着多变经济和政治化境。十九大后，习近平主席视察军委联合作战指挥中心时强调，强化备战打仗的鲜明导向，全面提高新时代打胜仗能力。通俗点讲，就是做好能打仗的准备。

今天我们站在这样的历史背景下，聊两句军民融合。

#### 军民融合上升为国家战略

这是丰年资本公司介绍、募集简章、网站等 VI 信息上经常出现的一句话。“军民融合是国家战略，关乎国家安全和全局，既是兴国之举，又是强军之策。加快形成军民深度融合发展格局，要继续推动体制机制改革创新，加快形成军民深度融合发展格局，为实现中国梦强军梦作出新的更大的贡献。”

#### 兴国之举，军转民极大的促进了经济发展

新技术、新材料、新工艺、新装备，几乎硬科技的一切渊源均源于军事化应用对于技术成熟、产业深化、和成本降低的牵引、试错和强化。这是由于军事化应用的特殊性和商业逻辑所决定的。军工产业占据人类科技和制造业的金字塔尖。

#### 历史上的应用

11 月 5 号，北斗三代卫星开始全球组网，到 2020 年完全全球服务能力，而在此之前，我们已经进行了 7 年左右的军事应用和深化。无独有偶，美国 GPS 全球定位系统的诞生，是源于 1958 年美国的军方项目，主要目的是为陆海空三大领域提供全实时、全天候和全球性的导航服务，并用于情报搜集、核爆监测和应急通讯等一些军事目的。数十年来，GPS 市场经历了从小众到大众的发展路径，最初是为了军事应用，国防安全部门率先批量应用卫星导航产品，其次

道路交通、海洋渔业等行业应用爆发，最后随着技术成熟和成本降低，大众消费市场爆发。到目前为止，GPS 市场在全球每年创造了 1 万亿的经济总量，相当于中国年经济总量的 1.3%。今天无论你是自驾车、滴滴打车还是共享单车过来会场，都在使用 GPS。

北斗市场的日益深化，未来将为中国带来年新增 5000-8000 亿的经济总量。相当于中国年经济总量的 1%。除此之外，我们知道手机源于美海陆特战队实时联络而制造出来的。

### 现实中的应用

提到硬科技，就不得不提到计算机和互联网。计算机的发明事实上是对人脑智力的继承和延伸。这个我们每天工作和生活已无法拜托的伴侣，源于 1944 年第二次世界大战期间，由霍华德·艾肯为美国海军绘制弹道图而专门设计的全电子计算器，半个足球场大，所有电磁信号都依靠移动机械部件来实现。众所周知，计算机科学与技术是第二次世界大战以来发展最快、影响最为深远的新兴学科之一。

如果说霍华德·艾肯给予了计算机以躯干，那么艾伦·图灵则给予了计算机以灵魂。计算逻辑源算法的重大突破则源于二战期间盟军为破解纳粹海军舰队和地面部队的通讯安全而专门设计的密码破译机，而这发生在 1941 年，比计算机本身还早三年。

那么，在目前的军民融合大背景下，又有哪些技术和产品正在深度影响我们的经济结构呢。比如说军用战地机器人对于家居和消费机器人的牵引，尤其是大量传感器、伺服系统、光电产品开始影响到了消费机器人的设计理念、军用数据链自组网对于物联网的深远影响；激光雷达和毫米波雷达对于自动驾驶的设计应用、电子交互手册是虚拟现实的雏形。我们周边已经发生和正在发生大量的军转民的系统应用。

工业物流产业正面临是无人平台运输的重大变革。2002 年至今，中航 611、航天 11 院、中航 132、西工大、北航等不约而同地投入到军用无人机的前期科研中去，随着近五年来工业无人机的需求的日益增加，以及军用无人机的技术日益成熟，子系统、光电/飞控/材料产业的日益成熟，目前正在上演着工业无人机大战。而从我们的行业分析来看，只有具备军工产业成熟经验的团队才会大概率会胜出。未来十年，工业无人机市场总额为 5000 亿人民币。

工业无人机将极大的打破传统安防、交通、物流等产业格局。

民参军极大的提升了国防军事化建设效率

最先进的技术优先用于国防军事化建设。民参军本质上是借助发动广大人民群众的智慧和,有效地补充国防军事化建设序列,最终实现提高装备配套效率,更好的建设好国防事业的目的。简单点讲,就是把国有企业不愿意干的,干了划不来的,没效率的、还有一部分干不了的事情,交给民营企业。

民参军带来的更多的是实现了国防军事建设事业的创新、合作、体制解放、竞争。

关于创新。仅仅在西安,我们用加工无缝钢管的技术来实现大口径薄壁发射机构制造,我们用纺织缠绕新工艺克服了复合材料热塑性和热固性工艺弊端,实现减重机构和发动机舱段和快速制造,我们用快速迭代法、导引系统与航电系统的高度集成实现小当量战术导弹整体制造的模块化,我们打破常规,体制壁垒,重复性科研瓶颈,实现从理论研究,到工程应用的一步跨越,小步快跑,这就是民营企业。

关于合作。大量国有院所厂以及军事院校的人才涌入民营体制。黄埔军校生一旦有了灵活指挥,快速机动的组织,将发挥巨大的效能,将国有院所厂多年的积累和沉淀借助民营机制实现快速成果转化。大量科研项目开始向民营企业进行倾斜,无论申报主体确认,还是招投标评价机制,都为民营企业提供了一定程度的公平参与机会。大量的思路开放的国有院所厂主动和民营企业进行合作,开展纵向课题研究、广泛人才交流、甚至成立联合体。

关于效率。某光电标,65家企业参加招投标。预研标,越来越多的预研课题希望6级以上的技术成熟度,越来越多的作战需求直接跨越演示验证,越来越多的招投标采用实物比测,整体装备的研制效率大幅提高。国有企业和民营企业的竞争意识也明显增强。

当然在创新、合作和竞争的过程中也有一些不好的现象,比如保障能力不足、恶性竞争、剽窃、知识产权泄露等。但未来十五年到二十年,国防军事化建设将在经济发展中发挥重大作用。

#### 4、特朗普访华重头戏：两天，创造 2535 亿美元伟大的订单！

2535 亿美元，伟大的订单！

这是中美历史上最大的一笔经贸协议大单，也创造了世界经济史上最大的纪录。

所有这一切就在美国总统特朗普访问中国的两天之内完成的。历史将铭记这次伟大、而意义非常的国事访问。这一天价大单意味着中美经贸合作在两国元首的见证下翻开了新的篇章。这也是中美两国外交史上，中美人民友谊的伟大见证。

而这次签署经贸协议的中美企业，都是商业史上教科书式的伟大企业，其中包括通用、波音和高通等等，也有中国的大国企和互联网科技企业，比如京东、小米、联想等等。

这些订单既有助于缩小美国与中国之间的贸易逆差，达到特朗普访华的一个意图，也有利于两国企业在能源、技术和农业等领域的深入合作。

特朗普：跟你们在一起的每一分钟都很享受

11月8日下午，美国总统特朗普乘坐“空军一号”降临在北京首都国际机场，开始了对中国的正式国事访问。

稍后，中国领导人在故宫博物院接见了来访的特朗普总统及夫人梅拉尼娅，并在宝蕴楼茶叙。

这是中国领导人特别用心安排的高规格接待，从特朗普及其夫人的脸上可以看出对这样的安排非常惊喜和满意。

特朗普果然是推特狂人，在进行国事访问之中，仍不忘发布推特个人日志，向世界表达他的喜悦和感谢！

特朗普是这样写的，“谨代表梅拉尼娅和我自己，感谢中国领导人在故宫带给我们一个难忘的下午和傍晚。期待明早跟你们再次相见！”

9日上午，中国领导人在天安门广场非常正式隆重地欢迎特朗普总统及其夫人访华，还邀请特朗普检阅了三军仪仗队。场面非常壮观震撼。

特朗普在人民大会堂会谈时是这样表达自己的心情的。

“昨天晚上的会晤是非常棒的，我们的晚餐时间超出了预期。本来安排了25分钟的晚餐，可您这么友好，晚宴持续了至少两个小时。和您和您的夫人一起，每一分钟我们都非常享受。

我们的关系是被证明了伟大的关系，包括我们两个人之间的。

我对您的感觉是非常热情的，我们是很投缘的。我认为我们会为中国、为美国做出一些非常伟大的事情。能够和您在一起这真的是一个非常大的荣幸，非常感谢。

今天上午仪仗队非常精彩，全世界都看了，我已经接到世界各地的朋友的电话，他们都看了，真的很美。再一次非常感谢您的热情欢迎。”

经贸合作，本次访华重头戏

特朗普总统的首次访华，也是中共十九大之后的首次正式国事访问，本次的访问的两大核心议题就是经贸合作和安全问题。

尤其是经贸合作备受关注。众所周知，中美两国作为世界大国甚至是具有决定性意义的大国，世界前两大经济体，其经贸合作不仅是关自身的经济发展，更能影响世界各个国家。

所以商人出生的特朗普此次访华带来了非常豪华的商务代表团来中国谈生意。代表团包括29家美国大企业的老板，其中包括了能源、环保、工业、金融和农业等多个领域的世界知名企业。

而据彭博社报道透露，有超过100家美国企业申请加入此次访华代表团，最后美国商务部挑选了上述的29家。其中，包括高通、波音、高盛和通用电气等。

在中美贸易上，中国一直处于贸易顺差，美国处于逆差状态。自称要复兴



美国经济和工业的特朗普，一直希望美国通过工业复兴，带动经济重回强劲复苏，扭转或者缩小中美贸易中的逆差。

此前有分析称，中美两国经贸谈判的重点领域包括知识产权保护、产业政策、服务业、农业、政策透明度，以及法律框架等六个方面。

美国想要缩小中美两国的贸易逆差，最有效的途径就是美国要放宽对高科技领域的对华出口限制，另一方面就是要增加能源和化工领域产品对华的出口。

中美拓展经贸合作的前景是广阔的。作为最大的发展中国家和最大的发达国家，中美经济互补性远大于竞争性，中美经贸合作空间巨大。

这些方面在此次中美经贸谈判和企业家对谈会上得到了体现，并达成了商业合作协议。

伟大的订单，2535 亿美元，创造历史

特朗普访华不仅使中美之间的经贸合作扩大和深化了，而且推进的效果也是立竿见影，非常之神速！

8 日下午，特朗普和商务团抵京后的两个小时内，中美两国企业家在两国领导和政府官员见证下，立马签署了 19 项商业合作协议，金额为 90 亿美元，其中包括京东等企业在内。

中国国务院副总理汪洋开玩笑说，“今天只是‘暖场’，好戏还在明天（11 月 9 日）。”这一句玩笑，给了企业家们更大的期待和悬念

果然，在 9 日上午的中美企业家对话会上，中国领导人和特朗普亲自出席，见证中美企业签署更大的合作协议和订单。

特朗普总统亲自出席中美企业家对话会，并见证了签约仪式，充分体现了其对加强中美经贸合作的高度重视。在两国元首的正确引领下，这两天，两国企业创造了奇迹，经贸合作的金额达到 2535 亿美元。

中国官方评价，这既创造了中美经贸合作的纪录，也刷新了世界经贸合作史上的新纪录，这充分说明合作是中美关系发展的唯一正确选择，互利共赢符

合中美两国共同利益。

我们来看看，具体是哪些中美企业，签署了哪些大订单。

#### 1、通用电气：与中国合作伙伴签署 3 项商业协议，总价值 35 亿美元

吉祥航空为其波音 787 机队订购 GENX 发动机，按目录价格，与吉祥航空的合同总价值达 14 亿美元；与大唐集团签署“一揽子”项目合作协议；工银租赁为其波音飞机订购发动机订单价值达 11 亿美元。

#### 2、美国大豆出口协会：中国同意在 2017/18 年度再进口 1200 万吨美国大豆，50 亿美元

美国大豆行业已与中国进口商签署了两份意向书，中方将在 2017/18 销售年度进一步购买 1,200 万吨大豆，金额为 50 亿美元。中国食品土畜进出口商会将采购 800 万吨美国大豆，金额为 34 亿美元。美国粮食交易商 ADM 与中国中粮集团签署，中方意向采购 400 万吨美国大豆，金额为 16 亿美元。

#### 3、中国或在阿拉斯加州投资 430 亿美元开发液化天然气

美国政府周四宣布，作为特朗普总统访华收获的一部分，阿拉斯加州政府、阿拉斯加州天然气开发公司（AGDC）、中国石化、中投公司与中国银行已签署一项协议，以促进阿拉斯加州的液化天然气开发。声明称，这项协议将涉及至多 430 亿美元的投资，建设期间将在美国创造至多 1.2 万个工作岗位。

#### 4、中国航空器材集团签署协议采购波音飞机 总价值超 370 亿美元

中国航空器材集团 11 月 9 日与波音公司在北京签署协议采购 300 架波音飞机，其中包括 260 架 B737 系列、40 架 B787 系列和 B777 系列飞机，总价值超过 370 亿美元。

#### 5、东华能源与特朗普访华团 UOP 签署合作协议

东华能源 9 日午间公告，8 日已与特朗普访华团 UOP 公司签署了《关于 60 万吨/年丙烷脱氢装置项目的合作谅解备忘录》，有意向全部采用 UOP 公司技术打造丙烷脱氢项目，总供货金额预计达 2.2 亿美元。

#### 6、京东未来三年将在美采购 20 亿美元农产品

11 月 8 日下午，刘强代表京东集团与美国史密斯菲尔德签署了 3 年 10 亿美元的采购协议、与蒙大拿州家畜饲养者协会及克罗斯福尔牧场签署了 3 年 2 亿美元的采购意向。京东生鲜将在未来 3 年扩大从美国采购生鲜农产品的规模，金额总计达 20 亿美元！

#### 7、春秋航空与霍尼韦尔签约，将陆续引进首批空客 A320NEO、A321NEO

11 月 8 日春秋航空与霍尼韦尔方面签约，在 A320 NEO 系列机型选型合作及包修达成合作。2018 年下半年起，春秋航空将陆续引进首批空客 A320NEO、A321NEO，有助于春秋航空的航线网络布局。

#### 8、海伦哲与美国特雷克斯公共事业设备公司签约

海伦哲 9 日早间公告，根据特朗普访华议程安排，公司 11 月 8 日与美国特雷克斯公共事业设备公司在人民大会堂参加了签约仪式。双方在五年内将合作生产 5000 台高空作业车，销售额约 50 亿元。

#### 9、福田汽车与美国迪捷集团签署《智慧城市交通解决方案备忘录》

11 月 8 日，福田汽车获悉集团与美国迪捷集团（简称：TDG）签署《智慧城市交通解决方案备忘录》。

#### 10、摩拜单车与美国陶氏化学签谅解备忘录

11 月 8 日，摩拜单车与美国陶氏化学签谅解备忘录，达成全面战略合作伙伴关系：摩拜单车与陶氏将继续通过技术创新和模式创新，将更多的新材料和解决方案应用在摩拜单车产品服务中，在不断提升用户骑行体验的同时。

#### 11、高通跟小米等三家中国厂商达成重磅合作：耗资 120 亿美元

11 月 9 日，高通与小米、Oppo、VIVO 签署非约束性采购意向备忘录，将在今后三年向这三家手机制造商销售零部件，交易价值或达到 120 亿美元。

## 12、中国能源建设和美国西弗吉尼亚州签署 837 亿美元投资框架协议

国家能源投资集团与西弗吉尼亚州宣布框架协议，对后者页岩气和化学品生产项目投资 837 亿美元，这是总规模达到 2535 亿美元的一系列美国投资项目中规模最大的协议。

13、11 月 9 日商务部例行发布会透露，通用电气公司与丝路基金将签署合作意向，建设“一带一路”投资合作平台。

.....

相信这些实实在在的、真金白银的经贸订单，会让特朗普更加享受在中国访问的时间。

### 传承历史，翻开新篇

45 年前的 1972 年，中美两国恢复外交关系。前美国总统尼克松访华开启了中美之间正式的互动和往来。为中美两国人民的友谊打开了一扇门，奠定了基础。45 年来，中美两国的经贸合作、中美两国人民的友谊都实现了历史性发展。

45 年后的今天，美国总统特朗普开启上任后的首次访华，并带着强大的商务团与中国企业签署天价大订单。中美两国领导、两国企业和人民，共同继承了前人为和平、友谊开辟的传统，并用实际行动，翻开了中美外交和经贸史上的新篇章。

明天，特朗普总统将结束这次对华国事访问。但我们相信，中美两国人民的交流和友谊不会停止，中美两国企业的经贸合作和投资往来不会减少，反而会开辟新的景象，拓展更大空间。

中美工商界长期致力于两国友好，是增进中美经贸合作和两国关系发展的生力军。中国古人称，“通商者，相仁之道也，两利之道也”。相信在两国企业家和工商界共同努力下，中美经贸合作一定会在平等互利基础上续写更多成功故事，中美两国人民也一定会从中获得越来越多的利益。

## 5、为何 IPO 否决率飙升，是审核重点变了么？

11 月 8 日首发上会企业 3 家，2 家通过 1 家被否：

8 日上会的惠州光弘科技股份有限公司、北京中石伟业科技股份有限公司、常州中英科技股份有限公司 3 家企业，除了常州中英科技股份有限公司被否外，其它 2 家顺利过会，单日通过率为 66%。

3 过 2，这一结果还让不少投行人士稍微舒了一口气，相比于昨日 6 过 1 的 16.67%超低通过率，今天 66%的发审通过率较为符合预期，本周五还将有 5 家企业上会待审，届时结果如何也将牵引着全市场参与各方的心。

净利润刚过 3000 万元，且大幅下滑的 IPO 顺利过会

常州中英科技股份有限公司（被否）2014 年、2015 年、2016 年及 2017 年 1-6 月实现扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润分别为 1361.72 万元、2144.78 万元、3856.76 万元和 2603.79 万元。

北京中石伟业科技股份有限公司 2014 年、2015 年、2016 年及 2017 年 1-6 月实现扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润分别为 6554.88 万元、3082.00 万元、3024.16 万元和 2971.56 万元。报告期内，发行人净利润出现大幅下滑，从 2014 年的 6554 万元下降至 2016 年的 3024 万元，出现较大的波动。

惠州光弘科技股份有限公司 2014 年、2015 年、2016 年及 2017 年 1-6 月实现扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润分别为 5909.71 万元、8976.14 万元、16433.05 万元和 7666.96 万元。

被否的中英科技主要问题包括：毛利率高于同行业、关联交易、应收帐款等问题。从近期被否的案例来看，关联交易、募集资金运用、重大不利状况是否会导致持续盈利受影响、财务和业务的规范性、同业竞争是发审委关注重点，尤其毛利率异常，发审委盯得很紧。

由近期审核情况来看，新一届发审委审核从严已是不争事实。近期 IPO 审核通过率已跌至 50%左右，基本是 2 家否 1 家！

为何 IPO 否决率飙升

我们明显感受到新一届发审委的否决率明显提升了，投行事儿哥微信公众号分析发审会内部真实变化如下：

随机性强

新的发审会，委员产生都是摇号确定！开会的委员之间几乎都不认识！

表决结果的随机性和不确定性增强！

而发审会召集人在审核过程中的引导作用变得更重要。

方式变化

新的发审会，七个委员都会从自己的角度连环追问！

如果发行人代表对企业整体与财务情况不熟悉，或者沟通和承压能力不行，几乎必被否！

对象变化

新发审委上任后，问发行人的问题特别多、特别细、并且有深度！

而且问发行人的问题，不让保荐人发表意见或代为回答！

所以很多老板被问住了，甚至回答和招股书矛盾了！项目被否了！

重点突出

企业持续盈利能力和内控是最核心的关注点！

独立意见

发行部副主任、发审委工作处负责人明确对委员强调：每个委员都要发表自己的独立意见！

初审会的结果对发审会的影响变的越来越小！

审核重点变了吗？

从这次发审委提出询问的主要问题来看，证监会审核重点仍集中于披露的真实性，尤其是财务的真实性；关联方与关联交易，是否存在利益输送等。其实还都是以前经常讨论的老问题，只是，审核标准全面上调！

证监会此前集中公布 35 家终止审查及 18 家未通过发审会的 IPO 企业情况时也曾强调，今后将继续定期公布终止审查和未通过发审会的 IPO 企业名单及审核中关注的主要问题，持续提高发行监管工作的透明度，进一步贯彻落实“依法、全面、从严”监管的工作要求，督促发行人和中介机构归位尽责，提高首发企业申报质量，支持符合条件的企业上市融资，提升资本市场服务实体经济能力，维护经济金融安全，为资本市场和实体经济发展不断提供源头活水。

IPO 审核重点真的没变，关注的问题还是那些问题。只是，审核尺度可能提高了几个级别。所以拟上市企业还是提高内功，做好自己该做的事情，千万不要抱有幻想！

## 四、产业市场

### 1、电商周报：天猫双 11 成交 1682 亿 刘强东怒撕二选一

上周（11.6-11.12），电商正式进入双 11，苏宁无人店开始复制，刘强东怒撕二选一，苏宁入股恒大，阿里双 11 成交额 1682 亿，京东累计成交额 1271 亿。

#### 1. 苏宁上海首家无人店开业 苏宁 Biu 开启大规模复制

11 月 6 日，苏宁上海首家无人店苏宁易购Biu作为今年O2O购物节期间的“新物种”，在苏宁易购五角场云店亮相。这是苏宁全国范围内的第二家无人店，相比苏宁今年 8 月份在南京开设的无人店，苏宁易购 Biu 面积更大、品类更丰富，其最大的特点就是全程实现刷脸购物，消费者刷脸进店选购商品后，正常步行速度通过付款通道即可实现付款。范志军，相比以前，无人店已经从概念阶段，走到可实际运营、可落地的商业模式阶段。苏宁无人店的系统造价相较

于其他同行，成本更低，商业化程度更高，并且可以快速复制。

## 2. 刘强东：二选一不是公司牛逼的表现，是无能

双 11 到来，二选一又成了商家不可避免的话题。一些大型电商平台推出“二选一”要求作为商家合作条件，即商家只能选择一家电商平台作为网络销售平台，这种做法引发行业争论。今日，刘强东发布微头条明确不支持二选一。刘强东表示，二选一不是一家公司牛逼的表现，其实是一种无能的表现！不过，任何下三滥的竞争手法从来都不会赢到最后！

## 3. 苏宁 200 亿入股恒大 双方开启全面合作

11 月 6 日，中国恒大发布公告显示，苏宁控股集团旗下苏宁电器集团之全资子公司南京润恒将向恒大地产战略投资 200 亿元，恒大地产增资扩股完成后，南京润恒将持有其 4.70% 的股份。在双方进行资本合作的同时，苏宁控股集团与恒大地产集团将在商业物业定制、基建物资的供应链及金融服务、智能家居与智慧物业服务、房产销售的 O2O 模式创新等方面开展全面合作。

## 4. 网易考拉拟投 110 亿美元布局跨境电商

“双十一”即将到来之际，中国第二大电子游戏出版商网易正深入推进电子商务业务，计划加大投入采购来自美国、欧洲和日本的产品，向中国消费者销售。网易考拉海购 CEO 张蕾周一在接受采访时表示，未来三年该公司将从美国、欧洲和日本采购约 110 亿美元的商品供顾客选购，产品涵盖荷兰婴儿配方奶粉到日本化妆品等方方面面。如果考虑到从澳大利亚和韩国的采购，这个数字很可能会更高。

## 5. 腾讯要大举进军智慧零售

11 月 8 日，2017 腾讯全球合作伙伴大会现场，腾讯集团 COO 任宇昕现场表示，腾讯接下来将重点进军“智慧零售”行业。

对于腾讯的“智慧零售”，任宇昕表示：1、腾讯做智慧零售，并不是腾讯要自己做零售、做电商。所有的商家不用担心腾讯会去抢流量；2、腾讯进军智慧零售行业，是把技术和流量，开放给商家，跟商家形成长期互补优势而不是彼此竞争。所有的商家都能有自主的运营能力；3、腾讯将从大数据以及 AI 等



层面的支持，根据不同的场景，为智慧零售打造千店千面；4、通过新技术、新理念，为合作伙伴打造定制化解决方案，实现“智慧零售”的数据化、智能化。让每个门店都能赚更多的钱。

#### 6. 京东无人货架新业务曝光 藏着哪些黑科技？

11月8日，京东到家宣布，其新一代智能货柜——京东到家 Go 已经正式对外运营，预计年底前，京东到家 Go 将会覆盖包括北上广深在内的全国10个以上主要城市。京东到家方面表示，“京东到家 Go”使用了人工智能、大数据、生物识别、物联网等技术为基础，拥有人脸识别、重力感应、智能库存管理和智能广告牌等多种“黑科技”，使其在便捷性、场景应用、商品品类选择等方面领先于市场同类产品。

#### 7. 无人超市、盒马、智能试衣镜亮相 2017 双 11 晚会会场

11月10日，2017天猫全球双11晚会即将在上海梅德赛思奔驰文化中心开始，在双11媒体中心聚集了超过了700家的全球媒体。同时阿里在现场展示了阿里巴巴无人超市，盒马鲜生，天猫魔镜，智能试衣镜等体验区。

#### 8. 2017 双 11 天猫成交额 1682 亿元 京东 1271 亿元

2017年11月12日零时，天猫双11成交额揭晓，数字定格在1682亿。全球消费者通过支付宝完成的支付总笔数达到14.8亿笔，比去年增长41%。相当于在双11这一天，平均每个中国人在支付宝上完成超过1笔支付。2017年天猫双11当天物流订单8.12亿个。截至24点，全球225个国家和地区的剁手党加入2017天猫双11全球狂欢节。

截至2017年11月12日零时，京东全球好物节累计成交额揭晓，数字定格在1271亿。11月11日当天京东的订单已有85%实现当日生产出库。11点15分08秒，全国仓库发货量超过去年11月11日全天；10点18分32秒，生鲜仓库生产单量超过去年11.11全天；11点03分21秒，中小件仓库生产单量超过去年11.11全天；13点27分18秒，大件仓库生产单量超过去年11.11全天。

#### 9. 苏宁双 11 全渠道增长 163%

今年苏宁双11，O2O购物节期间，苏宁全渠道取得了163%的增长，IT服务

调用次数达到250亿次,但是大促期间物流发货及时率却进一步提升到98.7%,第一单送货只用了13分钟。

#### 10. 唯品会双11全天订单量突破800万

根据唯品会官方提供的数据显示,双11全天,其销售额创历史新高,订单量突破800万。其中,PC端占比5.3%,移动端占比94.7%。据统计,唯品会的最强剁手城市TOP10依次为:北京、重庆、成都、深圳、上海、广州、武汉、西安、昆明、长沙。同时,男性顾客最爱购买男装、3C、体育用品,女性用户最爱购买美妆、女装、鞋包。

## 2、超市周报：永辉市值破千亿 欧尚将开百家无人便利店

过去一周(11.6-11.12),永辉终于迈进“千亿市值俱乐部”;北京商超“双11”现场:线下也“疯狂”;欧尚计划今年在中国开数百家24小时无人便利店;山姆京东旗舰店销售额同比增长三倍……

### 1、直击北京商超“双11”现场：线下也“疯狂”

备受商家和消费者关注的“双11”终于在今天拉开大幕。线上各大电商巨头激战正酣,线下实体零售企业也是花样不断。

11月11日,经实地考察了包括永辉、盒马鲜生、家乐福、物美、超市发、华冠、华润万家、王府井、大悦城在内9家北京商超企业。

整体看来,线下同样热闹,实体零售的逐渐回暖不光是体现在财务报表上,企业的创新能力也得到了消费者的认可;线上线下融合加速,实体企业正借助互联网工具摸索适合自己发展的方式方法。

### 2、永辉终于迈进“千亿市值俱乐部” 这可能才刚开始

11月10日,永辉开盘延续上涨趋势,盘中股价一度创出历史新高,总市值成功突破1000亿元。截止收盘,永辉超市报价10.32元,年内累计涨幅达到115%。

至此,在商业百货行业中,永辉超市市值仅次于苏宁云商的1316亿,这也

是该行业中唯一两家市值超过千亿的企业。

### 3、欧尚计划今年在中国开数百家 24 小时无人便利店

法国大型零售企业欧尚公司 6 日宣布,计划今年在中国开设数百家 24 小时无人便利店,推广“无人零售”。欧尚当天发布新闻公报说,每间无人便利店面积约 18 平方米,所售商品以速食品、零食、饮料和水果为主,售货过程将实现完全数字化。

据介绍,因无人在店内服务,消费者需先扫描张贴于店门口的二维码,自动开门后,再通过手机和电子设备完成选择商品和支付的全过程。如需人工协助,消费者可与无人便利店后台管理人员进行实时远程联系。

### 4、超级物种亮相腾讯全球大会 成都首店落户北城天街

继在福州、厦门、深圳、南京、北京开店后,永辉超级物种再下一城。在 2017 腾讯全球合作伙伴大会现场,《联商网》独家获悉,永辉超级物种成都首店落户成都北城天街,预计将于 11 月 24 日左右开业。

据了解,超级物种成都首店位于成都北城天街,面积 930 m<sup>2</sup>,汇集了波龙工坊、鲑鱼工坊、盒牛工坊、麦子工坊、生活果坊、有机生活馆、花坊、咏悦汇、慢小活共计九个工坊;超级外卖、黑科技、择物工坊、沙拉工坊则暂未开设。

### 5、永辉秘密孵化新业态“易鲜生活” 比肩超级物种

据悉,永辉继超级物种之后又一全新力作易鲜生活将在重庆亮相,这是永辉在新零售背景下不断迭代创新的产物。据了解,这家位于重庆市九龙坡区谢家湾华润万象城的新业态将在春节期间开门纳客。

据知情人士透露,易鲜生活致力于打造“品质生活、一站式生活购物圈”的服务理念,围绕“品味易鲜、科技易鲜、人文易鲜、便捷易鲜”的发展宗旨,依托于永辉全球供应链优势、合伙人机制以及前沿科技,打造线上线下相结合的“体验式新零售”应用超市,给品质客户带来全新品位生活。

### 6、沃尔玛卖自有品牌烤鸡 想凭大生鲜实现差异化

11月6日，沃尔玛自有品牌MARKETSIDE推出了藤椒烤鸡、避风塘炸鸡、9寸薄底披萨等商品，这是该自有品牌第一次推出熟食。MARKETSIDE是沃尔玛2015年推出的中高端自有品牌，首批产品以面包蛋糕类为主，其中不乏销量千万级商品，SKU数(商品款数)也在不到两年的时间里增长近2倍。

尝到甜头的沃尔玛现在决定增加更多品类，推出烘焙类熟食。为了保证稳定供应，MARKETSIDE的产品都是在沃尔玛11个生鲜配送中心预处理好后，再送至全国门店现场加工。而与京东达成合作已经一年多的沃尔玛也将把这些产品上架到京东到家。

### 7、上线一年后 山姆京东旗舰店销售额同比增长三倍

11月8日，山姆会员商店宣布其京东旗舰店上线一年后实现销售额同比增长三倍。

山姆方面表示，自2016年10月入驻京东商城后，山姆借助京东制定的专属智慧供应链解决方案，将业务拓展至全国大部分地区。此外，北京和上海地区的线上商品几乎涵盖生鲜全品类，并实现部分生鲜当日送达。

据介绍，在合作过程中，京东向山姆开放了其在仓配一体、O2O、冷链等全方位的物流资源，在专仓存储、24小时实施管控等方面制定了山姆专属仓配解决方案，这也是京东物流首次为零售商提供最高标准的个性化服务。

## 3、百货周报：杭州商场双11怎么玩？银泰成线下主会场

过去一周(11.6-11.12)，银泰成为双11线下主会场 预计500万人在商场看直播；陈晓东微顿悟，银泰推出业内首张收费会员卡；梅西百货进军电商渠道……

### 1、杭州实体商场双十一众生相 娱乐元素爆红

武林银泰相关工作人员告诉《联商网》：“今年武林银泰专门安排四条线巴士接送顾客，四条巴士线分别为银泰武林总店至火车东站、城战火车站、浙大玉泉校区和拱北小区，还在大巴等候处设置顾客休息区，此外，购物满一万元的顾客可以去服务台预约专车接送”。

in77 也在方便顾客购物方面下足了功夫,《联商网》了解到, in77 今年选择与顺丰合作, 11 号-12 号, 凡是在 in77B、C 区指定商品累积消费满 800 元即可享受。

## 2、银泰成为双 11 线下主会场 预计 500 万人在商场看直播

“大屏互动, 小屏成交” 是今年银泰双十一的重要特征之一。

外界十分关注的还有另外一种屏幕——双十一数字娱乐大屏。作为天猫双十一玩法之一, 各地市民均可在就近的银泰与大屏互动。

据悉, 11 月 10、11 日, 51 家银泰门店的双十一数字娱乐大屏将直播天猫双十一晚会、天猫 GMV 直播、东哥红包、天猫美妆直播等内容, 预计有 500 万人通过该屏幕互动。

## 3、梅西百货、耐克的新零售试验: 大力进军电商渠道

尽管梅西百货在今年频繁传出关闭和出售的消息, 但其依然在积极转型, 即打通壁垒, 实现线上线下统一价格销售。这与天猫今年在“双 11” 实行的全渠道策略不谋而合。此外, 体育品牌耐克也将在“双 11” 期间开出两家智慧门店。这两家新店具备仓店一体的功能, 从而得以实现天猫引流、门店自提、门店发货、线上线下同款同价销售等功能。

像梅西、耐克这样通过天猫在中国试水新零售的美国品牌已有 7000 多个, 近 3000 个美国品牌是首次进入中国市场, 主要涵盖服饰鞋服、保健品、母婴、数码等多个品类。

## 4、与阿里新零售深度融合一年后 陈晓东又有了微顿悟

陈晓东宣称 INTIME 365 推出是自己“微顿悟” 的结果, 怎么和会员之间建立更紧密的联系和怎么能够改变跟顾客和供应商之间的交互关系是他一直思考的问题, 这无疑也是现如今实体零售经营过程中面临的主要问题。

而 INTIME 365 的成功之处在于用付费会员把原来会员体系进一步升级, 即由原来的单向沟通变成双向沟通。

## 5、传统百货的新零售之变：如大象跳舞 要自我叛变

“判断顾客下一步的需求，或者该不该打折，要全靠经验是不行的。”陶晓纲笑称，百货商场对大数据的学习动力来自自身经营的需要，因为入驻商场的品牌企业早已明白大数据的作用，若商场再不主动行动，“有你没你都一样”。

陈晓东认为，“新零售”让商场和消费者的供需关系发生了改变，也让商场和品牌供应商的关系发生变化，在这个趋势下，商场的变革首先要用数据精准描画消费者需求，再针对性地提供商品。

## 6、玛莎百货将推出更激进的“瘦身”计划

英国零售业巨头玛莎百货董事会主席艾奇·诺曼日前表示，这家老字号企业在服装业务领域需要创新发展，在降低售价的同时还应更多关注 55 岁以下的消费群体，以此回应网络零售商对传统零售业的巨大冲击。

据英国媒体报道，艾奇·诺曼是在视察英国本土商铺后作出上述表态的。根据英国《卫报》拿到的内部资料，诺曼对玛莎旗下的服装、食品两大业务线都表达了不满。在诺曼看来，玛莎自主品牌的服装在价格上缺乏竞争力，而且服装的时尚程度不足以吸引中青年女性消费者。诺曼认为，目前玛莎的顾客群体明显失衡，主要购买力集中在 55 岁以上的女性人群，年轻群体的消费比重不足。诺曼还对食品业务线没能做到令顾客更加方便快捷地选购商品感到担心，他认为玛莎在网络零售的冲击下应该更加注重客户体验的满意度。

## 7、苏州金鸡湖天虹变身城市花园 17 个品牌首驻苏州

2015 年儿童馆率先面世；2016 年家居馆、运动馆、休闲馆、设计师馆继落成；2017 年精品馆、女鞋馆、设计师馆、少淑馆、绅士馆开馆……三年时间，十个百货主题馆在 2017 年秋天实现了“城市公园”的全馆转型，“城市公园”融合城市生活和自然元素，即便室外拥挤嘈杂，室内总能提供心灵放松的购物体验。

## 8、东百前三季度营收增长 119.44% 净利增 1606.07%

截止 2017 年 9 月 30 日的前三季度，东百集团实现营业收入 26.77 亿元，同比增长 119.44%；归属于上市公司股东的净利润 1.38 亿元，同比增长 1606.07%。

#### 9、为吸引中国游客 日本百货店展开“化妆品竞争”

近期，日本东京、大阪等地的百货店业绩开始恢复，尤其是中国游客的逐渐回潮。尽管如此，2017年中国游客的消费趋势和2013年到2015年间截然不同，高级化妆品逐渐成为了商品中的王者。聚集了数家大型百货的东京银座，更是高级化妆品销售的“激战区”。为了吸引更多的中国游客，各家百货公司可以说是使出了“浑身解数”。

在银座不大的街区内，松屋银座本店和三越百货银座店的销售额较为理想。三越百货银座店的化妆品采购穴户贤太郎在媒体上表示，“从今年开始，中国游客希望和日本人得到相同的服务。”以前，中国游客往往是拿着照片或名单直接购买大量的化妆品，但是近期，中国游客会向专柜的导购仔细询问，耐心寻找适合自己的化妆品。为此，大型百货公司不得不配备专门的中文翻译或精通中文的导购为他们服务。同时，利用银联卡支付、开通手机支付系统也成为了争夺中国游客的关键。

#### 10、中韩关系现回暖趋势？韩国免税店经营权再成香饽饽

随着中韩关系出现回暖趋势，韩国免税店经营权再次成为各大品牌争相争取的对象，济州机场免税店尤其如此。据韩国 money today 网站 11 月 7 日报道，6 日下午，韩国济州国际机场免税店招标报名正式结束。免税店行业“三大巨头”乐天免税店、新世界免税店、新罗免税店均参与竞标。

### 4、服饰周报：双 11 品牌终极榜揭晓，优衣库表现如何

过去一周（11.6-11.12），2017 双 11 品牌终极榜揭晓，太平鸟双 11 卖了 8.08 亿，伊芙丽联合天猫开了家新零售快闪店，优衣库线下门店首次提前一天“双 11”，传山东如意耗资 20 亿美元收购 LYCRA 莱卡，90 后 00 后更爱国货.....

#### 1、2017 双 11 品牌终极榜揭晓，全品类前 6 位置没变

2017 年双十一电商狂欢节已结束，经过 24 小时疯狂抢购后，天猫最终交易额为 1682 亿元，相比去年的 1207 亿，足足多出 475 亿，同比增长 39.35%。

纵观全品类品牌榜 TOP10，包括苏宁易购、小米、荣耀、海尔、NIKE、优

衣库在内的前 6 名和去年排名并无差别。而去年排名第 7 的三只松鼠今年不但跌出 TOP10，连预售榜单也很少见其出现。而去年排名第 10 的 adidas 今年跃升至第 8 位。

## 2、去年提前交卷让马老师头疼的优衣库 今年怎么样了

2017 年天猫双 11，不到 1 分钟时间，优衣库销售突破 1 亿，又刷新了去年的纪录，这比去年双 11 的 2 分 57 秒破亿，又快了两倍。截止今天 11:41，其仍暂居男装、女装、童装类目第一。

不仅如此，优衣库线下热度也丝毫未减。上万人去线下门店扫货，甚至在店铺开门前，便已排起了长龙。

## 3、太平鸟双 11 卖了 8.08 亿 再度蝉联时尚服饰桂冠

数字最终定格在了 8.08 亿。

11 月 11 日 24:00，中国时尚服饰公司——宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司（以下简称“太平鸟”）交出了第 9 份双十一成绩单。

当天，太平鸟旗下包括太平鸟时尚女装、太平鸟风尚男装、乐町、MATERIALGIRL 和 Mini Peace5 大品牌均创历史新高，销售总额达 8.08 亿元，相比去年（2016 年双十一）单日 6.15 亿的成交额，同比增长 31.38%。

## 4、伊芙丽联合天猫开了家新零售快闪店 双 11 营业

近日，去杭州西溪印象城，可在中庭看到一个类似礼物盒的红色围挡。据悉，这是由伊芙丽和天猫联手打造的大型新零售快闪店，于 11 月 10 日 10 点整正式与顾客见面。

届时，新零售道具虚拟试衣镜也将首次亮相。顾客可以不用试穿，直接在试衣镜前模拟自己的身材比例即可直观看到上身效果。同时，还可享受和去年一样的全渠道服务，线上下单，线下提货，今年双 11 伊芙丽将有 500 多家门店参与 O2O 发货。

## 5、优衣库又放重磅消息 线下门店首次提前一天“双 11”



11月7日，离“双11”还有3天，优衣库又放出重磅消息：线下门店将提前一天“双11”。

优衣库表示，11月10日门店将提前开启购物狂欢，指定人气商品优惠5折起；11月11日-11月15日百款精选商品，门店网店同款同价优惠5折起。

“每一次的穿衣都会让你体会生活的无限可能，而这种愉悦的体验不该被限时。”对此次线下提前开启双11，优衣库解释道。而据优衣库与第三方调研机构最新调查显示，72%的消费者希望双11促销时间更长，不只双11当天，58%的消费者则希望网店与门店有同步商品优惠。为回应消费者期待，2017年双11优衣库将首次在实体门店提前开启购物狂欢盛宴。

#### 6、传山东如意耗资20亿美元收购LYCRA莱卡

彭博社周二援引消息人士称，上周中国纺织集团山东如意对纤维面料商LYCRA莱卡的收购金额高达20亿美元。

10月28日，山东如意集团发布公告，宣布旗下Shandong Ruyi Investment Holding山东如意投资控股公司收购INVISTA英威达旗下Apparel & Advanced Textiles业务，双方未透露交易具体金额，交易以及于明年中关闭。

#### 7、双11男装预售前5的GXG、Aape、Levi's等都怎么玩

据天猫最新公布(截止11月1日24点)的双11男装预售榜单显示，TOP10分别为GXG、Aape、Levi's/李维斯、Uniqlo/优衣库、Jack Jones/杰克琼斯、Semir/森马、PEACEBIRD/太平鸟、Meters Bonwe/美特斯邦威、HLA/海澜之家，以及Gap。《联商网》统计了排名前5的男装品牌此次双11的具体玩法。

#### 8、风向变了？90后00后不爱国际大牌，更爱国货

据第一财经商业数据中心CBNData最新发布的报告显示，随着消费不断升级，国货高端产品正在强势崛起，在服装、家居等生活相关的多个消费领域，国货占到半数以上市场。

数据显示，山东福建等沿海地区对进口产品的消费增加，北京与江浙沪等

传统一线城市及发达地区的增幅却有限。这说明，更接近消费升级的发达地区消费者的注意力正在转向国内品牌。

#### 9、美邦这家县级街边店一天卖 20 万元的背后

都说街边店不行了，美邦这家县级门店却一天卖了 20 万。

近日，面积为 1320 m<sup>2</sup>的美邦张家港全风格旗舰店正式于步行街核心位置开业，共分为上下两层。开业当天，业绩突破 20 万，打破了“街边店做不好业绩”的魔咒。

店铺外立面采用玻璃幕墙设计，给人通透且焕然一新的视觉体验效果。在场景规划上，张家港店大胆突破常规，强化五大风格以及生活方式类周边产品的价值挖掘，优先采用自然、清新、文艺的简约风格作为前场，以吸引新生代消费者的目光。

#### 10、2017 中国百佳 CEO 揭榜：苏宁张近东赶超腾讯马化腾

日前，《哈佛商业评论》发布了“2017 中国百佳 CEO”榜单。今年 100 位入榜企业家掌管的公司总市值为 10.27 万亿人民币（汇率调整），榜单中有 49 位 CEO 来自工业、信息技术和地产等 3 大行业。

零售行业入榜的有占据榜首的伊利潘刚、排名第 4 的苏宁张近东、排名 18 的雅戈尔李如成、排名 47 的安踏体育丁世忠和排名 55 的格力空调董明珠等。

同时，今年入榜的 100 位 CEO 平均任期为 14 年，在任期间平均创造 1648% 的股东总回报，平均年回报率为 22%

#### 11、阿迪上调 2017 收益盈利目标 大中华区又帮了大忙

11 月 9 日，阿迪达斯发布其第三季度业绩报告。期内收入增长 12%（剔除汇率因素）；毛利率上升 2.4 个百分点，达到 50.4%；运营利润率上升 2.7 个百分点，达到 14.0%；全球持续运营带来的净收入增长 35%至 5.49 亿欧元。

大中华区再次成为阿迪达斯全球增速最快的市场。期内，大中华区第三季度销售增长 28%，而这主要得益于阿迪达斯运动表现系列、运动经典系列及锐

步品牌的大力驱动。

## 5、餐饮周报：德克士开出无人店 绝味鸭脖低俗营销惹争议

在过去的一周（11.6-11.12），在双十一购物节的氛围下，餐饮品牌营销手段“千奇百怪”，肯德基、必胜客设双十一天猫旗舰店；德克士在上海开了第一家“无人店”；绝味鸭脖性暗示广告事件……

### 瀛厚德袋装烤鸭登黑榜：抽检大肠菌群超标

11月10日，北京食品药品监督管理局（以下简称“市食药监局”）官网发布抽检公告显示，瀛厚德的袋装烤鸭产品被检测出大肠菌群超标，聚义盛餐饮的牛肉被检出瘦肉精。

上述公告显示，市食药监局组织抽检食用农产品、餐饮食品、肉制品、乳制品、蔬菜制品、茶叶及相关制品、食糖、淀粉及淀粉制品、薯类和膨化食品9类食品314批次样品，其中合格样品311批次，不合格样品3批次，合格率约为99%。其中，标称北京瀛厚德食品有限责任公司生产的北京烤鸭（袋装），不合格项目为大肠菌群，经检测实测值为230MPN/100g，标准值规定为 $\leq 90$ MPN/100g。此外，由北京聚义盛餐饮管理有限公司经营的安格斯精品肥牛，不合格项目为莱克多巴胺，经检测实测值为 $0.8\mu\text{g}/\text{kg}$ ，标准值规定为不得检出；标称北京道禾盛餐饮有限公司经营的熟牛肉，不合格项目为盐酸克伦特罗，经检测实测值为 $1.5\mu\text{g}/\text{kg}$ ，标准值规定为不得检出。

### 大董烤鸭试水北美市场意外走红 纽约店年内预订爆满

大董在美国的旗舰店将于12月正式对外营业。半个月前，大董烤鸭向纽约的食客们开放在线预订。据纽约当地媒体报道，大董开放预订当天，短短两小时内就收到了2500份预订。

记者进入大董线上订餐系统OpenTable发现，大董纽约在线预订分为两个部分，一个是大董纽约（Dadong NY）在线预订，另一个是大董纽约—主厨推荐（Dadong NY—Chef's Tasting Floor）的线上预订。系统显示，顾客可以从12月11日起开始预订。目前，大董纽约年内已全部订满，目前只能订到1月3日和4日晚上10时30分以后的位子。

## 肯德基、必胜客双联动 设双十一天猫旗舰店

近日，肯德基在杭州庆春路店推出了天猫线下双十一智慧门店，此次也是肯德基首次与电商合作的开设主题店，全杭州仅此一家。

此次天猫联合 KFC 在北上广深杭开设了 5 家主题店，分别为北京三里屯蓝桥店、上海美罗城店、杭州庆春店、深圳万象天地餐厅、广州花城湾店，活动时间为 10 月 31-11 月 11 日。

对于同属于百胜中国旗下的在全国有 1700 家门店的必胜客，在上海和杭州也同时推出了天猫主题店，以黑色为主打颜色，顺势推出了以陈伟霆代言的黑色披萨新品套餐。据悉，必胜客天猫主题店分别为上海中心店、杭州万象城店。

## 德克士在上海开了第一家“无人店”

在顶新集团上海总部的底楼，德克士开出了第一家主打“无人自助式”的餐厅。与其说是无人餐厅，使用“德克士未来店”的说法可能更严谨些。

和目前市面上所有打着“无人店”旗号的商店一样，无人店肯定还是“有人”的。德克士完成的“无人”环节主要是支付、取餐。整个门店最智能的部分是进门就能看见的一排取餐窗口，微信扫描 - 手机点单 - 窗口取餐，整个流程几乎没有使用门槛。

德克士和微信的合作从今年年初开始洽谈，微信有一套成熟的商家接入系统——这和你平时在连锁餐厅看到的扫码下单没什么区别，德克士未来店需要增加的技术，是将微信和智能透明屏、后厨系统联动，也就是汉堡做完后，用户会在微信上收到取餐提醒和密码。

比较有科技感的透明屏取代了传统的收银、取餐柜台，为了让“无人店”的感觉更逼真，店员在后方放置餐点时，屏幕会变成不透视的黑色，然后再恢复到可以输入密码的键盘模式。

## 黄太吉创始人赫畅承认战略失误 转战加盟后市场

曾多次宣称不做加盟的黄太吉近期在部分地区开放加盟。这是黄太吉继发展多品牌、布局外卖平台均告失利后推出的又一新举措，毫无例外也再度引发

舆论热议。11月6日,黄太吉创始人赫畅在接受北京商报记者独家采访时表示,选择现阶段开放加盟是因为这一模式已逐渐成熟,且黄太吉对品牌的管理逐渐完善,开启加盟后可操作的市场空间也将更大。

回顾过去,赫畅坦言,黄太吉的副牌更多是实验性产品,目的是寻找像煎饼一样的爆款单品,而“单品+品牌”这一模式在当时有一定市场。但在单一品牌运作还不完全成熟时开始多品牌运作,给产品的供应链和品牌管理方面带来混乱。

至于进军外卖平台则存在战略上的失误,原因在于黄太吉“分兵”过多,把人力和财力投放到配送、生产、营销、推广等多方面,没有把有限的资源运用到最有价值的地方。

#### 绝味鸭脖广告屡次遭炮轰 低俗营销谁来管?

“双11”在即,商家通过广告博出位的心思越来越急,为了业绩更是无所不用其极。绝味鸭脖在“双11”营销海报上因为内容低俗遭到广泛批评,不得不紧急下线该海报并致歉,但是,随后绝味鸭脖官方微信再次推送文章,比起之前的内容,低俗程度有过之而无不及。针对此事,11月7日北京商报记者曾多次联系绝味鸭脖方面但并未取得回复。据悉,绝味开“黄腔”已成常态,通过此种营销方式吸引消费者从而带动产品的销售。业内人士分析称,市场竞争加剧,饱受业绩承压,采取加盟模式的绝味鸭脖一直难破门店数量多但净利润低的困局。打擦边球虽然给相关部门执法带来难度,但在明确法律界定后,应对违规的商家进行查处,并提高行业的监管力度。

11月1日,绝味鸭脖天猫旗舰店的营销海报内容因涉及低俗营销遭到消费者炮轰。11月2日,绝味鸭脖方面表示,该海报由第三方公司设计,但因偏离店铺主旨,原本并未打算采用。但因运营人员是新手,当天失误上传该海报,现已将海报撤下,对于造成的不良社会影响感到抱歉,并称“接受批评和建议,承诺将以更加严谨的态度对待每一项工作每一个细节”。

但仅隔一日,绝味鸭脖官方微信再次推送低俗文章,这让人对绝味鸭脖的致歉诚意产生了怀疑。绝味鸭脖相关负责人曾向媒体表示,“双11”广告确实造成了一定影响,但已经撤除。而微信发布的内容目前还在商讨,正在寻求解决方案。截至11月7日,北京商报记者发现,绝味鸭脖微信公众号中的低俗文章并未删除,阅读量已经10万+。

## 星巴克出让 Tazo 茶品牌聚焦主业 应对业绩增长放缓

星巴克以 3.84 亿美元价格出让旗下 Tazo 茶品牌的消息引发关注。11 月 7 日，星巴克方面回应称，星巴克的出让之举是为将精力重新集中到主业之上。

作为星巴克旗下的两大茶品牌，Tazo 定位偏向中端，除了在星巴克门店内销售以外，在部分超商也能够看到 Tazo 的身影；Teavana 定位高端，由星巴克于 2012 年收购，此后星巴克便有意逐渐用 Teavana 取代 Tazo 在茶产品中的地位。根据星巴克方面的回应，将 Tazo 业务转让给联合利华之后，星巴克对茶饮业务的经营将集中至旗下高端茶饮品牌 Teavana，并以此为重点推进星巴克高端茶饮增长战略的实施。星巴克方面同时强调，Teavana 品牌使企业持续看到了高端茶饮业务的增长。

但也有观点指出，星巴克的此番“瘦身”，或也是应对企业全球范围业绩增长放缓的举措之一。根据星巴克 11 月 4 日公布的报告，当个财季主营业务收入为 57 亿美元，同比去年同期并无明显增长，并且归属公司的净利润下滑了 1.6% 至 7.885 亿美元。不过也有业内人士指出，星巴克出让 Tazo 并不会对以中国为首的亚太市场增长情况造成影响，因为业务交叉不大。

## 星巴克新财季净利下滑 日子不好过了该怪谁？

近日，连锁咖啡品牌星巴克发布了新财季业绩。财报数字显示，2017 年第四个财季（从 2017 年 7 月 2 日至 10 月 1 日），收入为 56.98 亿美元，归属于公司的净利润下降 1.6% 至 7.885 亿美元，每股经调整收益为 0.55 美元，同店销售增长 2%。由于各项数据未达市场预期的 58 亿美元，星巴克股价在美股市场的盘后交易中大幅下跌近 6%。

受飓风影响，星巴克北美地区的近 1100 家门店的销售额出现下滑，截至到 10 月 1 日，星巴克美国地区店铺销售额下降 2%。中国大陆地区的同店销售额在最近一个季度上涨 8%，但亚太地区的涨幅仅为 2%，低于市场预期的 3.2%。

尽管星巴克 CEO Kevin Johnson 不愿承认被各种咖啡品牌夹击，财报会议中，CFO Scott Maw 还是意识到了“竞争压力的上升”，并表示，“2018 年我们将着重推动盈利的增长。”

餐饮大数据白皮书显示：餐饮在商业中心占比下降

近日，辰智科技与口碑联合发布了《2017 年度餐饮大数据白皮书》，对餐饮行业在 2017 年度整体发展现状及趋势进行了分析，对 2017 年度餐饮消费场景的数据进行了解读，对 2018 年餐饮发展趋势进行了预测。

据国家统计局最新数据显示，2017 年 1-7 月我国餐饮收入 21750 亿元，同比增长 11.2%。预计 2017 年我国餐饮收入将达 3.9 万亿元，餐饮行业进入稳步发展阶段。而截至 2016 年全国餐饮收入超过 3.5 万亿。

餐饮门店在商业中心的占比从 2016 年的 31.6%下降到 24.8%，截至 2017 年 6 月，我国省、市、县（区）商业中心内共计餐饮门店 300198 个，在商业中心中休闲餐已经成为餐饮业态中三大业态之一。

## 五、热点解读

### 1、《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》解读

为加强网络餐饮服务食品安全监督管理，保证餐饮食品安全，保障公众身体健康，国家食品药品监督管理总局制定颁布了《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》（以下简称《办法》）。该《办法》将于 2018 年 1 月 1 日起施行。现就有关问题解读如下：

#### 一、为什么要制定《办法》？

随着我国互联网经济的迅猛发展，“互联网+餐饮服务”等新兴业态快速增长。网络餐饮服务促进了餐饮业的发展，方便了人们的生活，但也存在一些问题，主要有：一是网络餐饮服务第三方平台责任落实不到位，对入网餐饮服务者审查把关不严；二是部分入网餐饮服务提供者的食品安全意识不高、经营管理水平有限、经营条件较简陋，食品安全存在隐患；三是与传统餐饮服务的一手交钱一手交货相比，网络餐饮服务由于经营主体和经营环节增加，涉及信息发布、第三方平台、线上线下结算、餐食配送等，法律关系更加复杂；四是监管难度较大。由于网络餐饮的虚拟性和跨地域特点，对行政管辖、案件调查、证据固定、行政处罚、消费者权益保护等带来一些问题。针对上述问题，制定具有针对性和操作性的管理办法，非常必要。据此，根据《食品安全法》等法

律法规，顺应网络餐饮食品安全监管工作的实际需要，国家食品药品监督管理总局制定了该《办法》。办法共四十六条，包括立法宗旨，适用范围，网络餐饮服务交易第三方平台提供者、通过第三方平台和自建网站提供餐饮服务的餐饮服务提供者义务，监督管理以及法律责任等内容。

## 二、《办法》对网络餐饮服务第三方平台提供者和通过自建网站提供餐饮服务的餐饮服务提供者规定了哪些主要义务？

一是备案义务。网络餐饮服务第三方平台提供者应当在通信主管部门批准后 30 个工作日内，向所在地省级食品药品监督管理部门备案。网络餐饮服务第三方平台提供者设立从事网络餐饮服务分支机构的，应当在设立后 30 个工作日内，向所在地县级食品药品监督管理部门备案。自建网站餐饮服务提供者应当在通信主管部门备案后 30 个工作日内，向所在地县级食品药品监督管理部门备案。

二是建立食品安全相关制度。网络餐饮服务第三方平台提供者应当建立并执行入网餐饮服务提供者审查登记、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全事故处置等制度，并在网络平台上公开相关制度。

三是审查登记义务。网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的食品经营许可证进行审查，登记入网餐饮服务提供者的名称、地址、法定代表人或者负责人及联系方式等信息，保证入网餐饮服务提供者食品经营许可证载明的经营场所等许可信息真实。

四是设置机构和配备人员相关要求。网络餐饮服务第三方平台提供者应当设置专门的食品安全管理机构，配备专职食品安全管理人员，每年对食品安全管理人员进行培训和考核。培训和考核记录保存期限不得少于两年。

五是公示义务。网络餐饮服务第三方平台提供者和自建网站餐饮服务提供者应当在餐饮服务经营活动主页面，公示餐饮服务提供者的食品经营许可证。同时，在网上公示餐饮服务提供者的名称、地址、量化分级信息。

六是记录义务。网络餐饮服务第三方平台提供者和自建网站餐饮服务提供者应当履行记录义务，如实记录网络订餐的订单信息，信息保存时间不得少于六个月。



七是抽查和监测的义务。网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的经营行为进行抽查和监测。

同时，考虑到餐饮服务连锁公司总部建立网站为其门店提供网络交易服务的特殊性，《办法》规定，餐饮服务连锁公司总部建立网站为其门店提供网络交易服务的，参照本办法关于网络餐饮服务第三方平台提供者的规定执行。

### 三、《办法》对入网餐饮服务提供者规定了哪些主要义务？

一是主体资质要求。入网餐饮服务提供者应当具有实体经营门店并依法取得食品经营许可证，按照食品经营许可证载明的主体业态、经营项目从事经营活动，不得超范围经营。

二是公示义务。入网餐饮服务提供者应当在网上公示菜品名称和主要原料名称，公示的信息应当真实。

三是制定并实施原料控制要求的义务。入网餐饮服务提供者应当选择资质合法、保证原料质量安全的供货商，或者从原料生产基地、超市采购原料，做好食品原料索证索票和进货查验记录，不得采购不符合食品安全标准的食品及原料。

四是加工过程控制要求。入网餐饮服务提供者在加工过程中应当检查待加工的食品及原料，发现有腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的，不得加工使用。

五是定期维护设施设备等义务。

《办法》还规定，入网餐饮服务提供者应当在自己的加工操作区内加工食品，不得将订单委托其他食品经营者加工制作。网络销售的餐饮食品应当与实体店销售的餐饮食品质量安全保持一致。

### 四、《办法》对送餐过程做了哪些要求？

送餐是网络餐饮服务中的重要一环。《办法》对送餐人员和送餐过程均提出了明确要求。

一是送餐人员相关要求：送餐人员应当保持个人卫生，使用安全、无害的配送容器，保持容器清洁，并定期进行清洗消毒。送餐人员应当核对配送食品，保证配送过程食品不受污染。网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理。委托送餐单位送餐的，送餐单位应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理，培训记录保存期限不得少于两年。

二是配送过程相关要求：入网餐饮服务提供者应当使用无毒、清洁的食品容器、餐具和包装材料，并对餐饮食品进行包装，避免送餐人员直接接触食品，确保送餐过程中食品不受污染。网络餐饮服务第三方平台提供者提供食品容器、餐具和包装材料的，所提供的食品容器、餐具和包装材料应当无毒、清洁。配送有保鲜、保温、冷藏或者冷冻等特殊要求食品的，应当采取能保证食品安全的保存、配送措施。鼓励网络餐饮服务第三方平台提供者提供可降解的食品容器、餐具和包装材料。

## 五、小餐饮能否从事网络餐饮服务？

《食品安全法》第三十六条规定，食品生产加工小作坊和食品摊贩等的具体管理办法由省、自治区、直辖市制定。小餐饮能否从事网络餐饮服务，如何从事网络餐饮服务属于地方事权，由省、自治区、直辖市决定。据此，《办法》规定，省、自治区、直辖市的地方性法规和政府规章对小餐饮网络经营作出规定的，按照其规定执行。

## 六、《办法》对各级食品药品监管部门职责如何划分？

国家食品药品监督管理总局负责指导全国网络餐饮服务食品安全监督管理工作，并组织开展网络餐饮服务食品安全监测。国家食品药品监督管理总局组织监测发现网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者存在违法行为的，通知有关省级食品药品监督管理部门依法组织查处。县级以上地方食品药品监督管理部门负责本行政区域内网络餐饮服务食品安全监督管理工作。

## 七、《办法》与《网络食品安全违法行为查处办法》之间是什么关系？

《办法》属于与《网络食品安全违法行为查处办法》并列的规章。按照后法优于先法，特别法优于一般法的原则，对于网络餐饮服务食品安全的监督管理，优先适用《办法》。《办法》对网络餐饮服务食品安全违法行为的查处未作

规定的，按照《网络食品安全违法行为查处办法》的规定执行。

## 2、价格改革再深化，如何影响你我生活？

国家发展改革委 10 日公布《关于全面深化价格机制改革的意见》，对未来三年价格改革进行了系统谋划和全面部署。

价格机制是市场机制的核心，和百姓生活更是密切相关。下一步价格领域将有哪些重大改革？将如何影响你我生活？

### 垄断行业竞争性环节价格稳步放开

**【看点】**按照“管住中间、放开两头”的总体思路，深化垄断行业价格改革，能够放开的竞争性领域和环节价格，稳步放开由市场调节。扩大市场形成发电、售电价格的范围；深化非居民用天然气价格市场化改革，适时放开气源价格和销售价格；扩大铁路货运市场调节价范围。

建立健全以“准许成本+合理收益”为核心、约束与激励相结合的网络型自然垄断环节定价制度。对输配电、天然气管道运输、铁路普通旅客列车运输等重点领域，全面开展定价成本监审。

**【解读】**中国国际经济交流中心信息部副部长景春梅说，放开竞争性环节价格是垄断行业市场化改革的“牛鼻子”；对自然垄断环节定价进行成本监审，有利于打破成本“黑箱”，是垄断行业监管的重大制度突破。

### 取消医用耗材加成

**【看点】**加快理顺城市供水供气供热价格。研究逐步缩小电力交叉补贴，完善居民电价政策。巩固取消药品加成成果，进一步取消医用耗材加成，优化调整医疗服务价格。研究完善机动车停放服务收费政策。按照体现公益性要求，研究制定国家公园价格政策。

**【解读】**医用耗材包括心脏支架、人工膝关节、手术用纱布、手术缝线、牙材料等。目前各地医用耗材加成基本在 5%至 10%。我国已全面取消公立医院“药品加成”。专家指出，进一步取消医用耗材加成，有利于提高医疗服务质量，满足人民要求。

国家发改委副主任胡祖才说，要引导资源在公共服务领域高效配置，对政府定价的环节，科学界定财政补贴、使用者付费边界，建立健全价格动态调整机制。

### 绿色消费价格引导低碳生活方式

**【看点】**制定完善绿色消费价格政策。定期评估完善居民用电用水用气阶梯价格政策。完善北方地区清洁供暖价格政策。根据成品油质量升级进程，制定国 VI 标准价格政策。

**【解读】**完善绿色消费价格政策是倡导简约适度、绿色低碳生活方式的重要手段。据了解，我国将综合运用峰谷价格和阶梯价格、扩大市场化交易等措施，促进北方地区“煤改电”“煤改气”。探索实行污水处理、垃圾处理差别化收费制度。合理确定和调整居民用电用水用气各阶梯用量、价格，研究拉大价格级差，提高居民节约意识。

### 防止出台限制公平竞争政策

**【政策】**全面实施公平竞争审查制度。严格审查增量，防止出台新的排除限制竞争的政策措施。逐步清理存量，稳妥有序清理废除妨碍统一市场和公平竞争的规定和做法。推进反价格垄断执法常态化精准化。构建经营者价格信用档案，对价格违法的失信行为实行联合惩戒。

**【解读】**地方保护、区域封锁、行业壁垒、企业垄断……针对这些不符合建设全国统一市场和公平竞争的现象，我国已出台《关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》。

经济学家吴敬琏认为，通过大力实施竞争政策，保障各类市场主体之间的公平竞争，使缺乏竞争力的企业退出市场，让优质企业在市场竞争中因获取更多的资源而发展壮大，将提升相关产业乃至整个经济的活力。

### 建立政府定价收费项目清单制度

**【看点】**加强行政事业性收费标准管理，严格落实收费公示公开制度。清理规范经营服务性收费，建立政府定价收费项目清单制度，实现全国一张清单、

网上集中公开、动态调整管理，清单外一律不得政府定价。

**【解读】**瑞华会计师事务所管理合伙人张连起认为，涉企收费高的要害在于一些地方政府对行政性收费和经营收费存在一定依赖。建立清单制度，接受包括新闻舆论在内的社会监督，切实对涉企收费“瘦身”，对于振兴实体经济极为必要。

### 保障低收入群体生活水平不因价格改革降低

**【看点】**加强民生商品价格监测预警，研究完善价格异常波动应对预案，健全重要商品储备制度。认真执行并适时完善社会救助和保障标准与物价上涨挂钩的联动机制。制定低收入群体保障预案，完善配套政策。

**【解读】**中央财经大学教授温来成说，这体现了新阶段价格管理的特点，即实行价格、财税等政策工具联动调控价格总水平。同时，重视民生保障，切实兜住民生底线。

### 全面推进农业水价综合改革

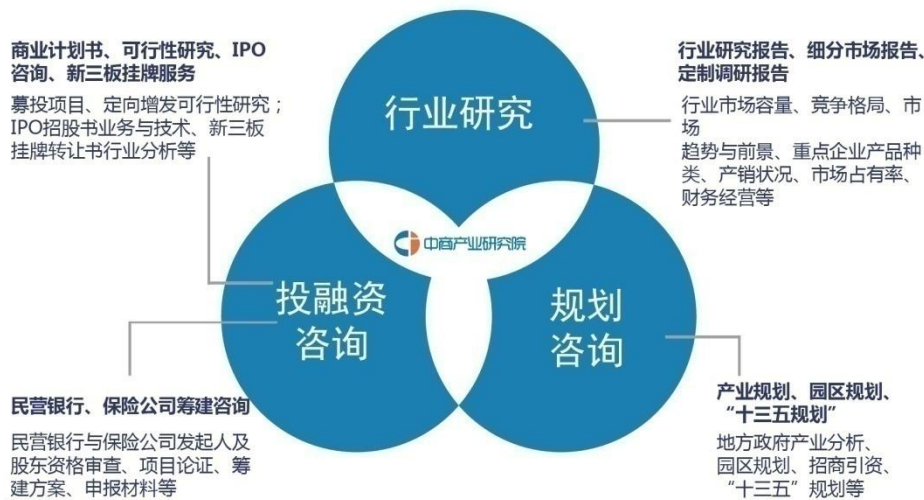
**【看点】**在总体不增加农民负担的前提下，扎实推进农业水价综合改革，积极稳妥改革完善粮食等重要农产品价格形成机制。

**【解读】**胡祖才说，坚持综合配套施策，更加有效地发挥市场机制作用和保障农民利益，推进实施乡村振兴战略和农业供给侧结构性改革。

## 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。

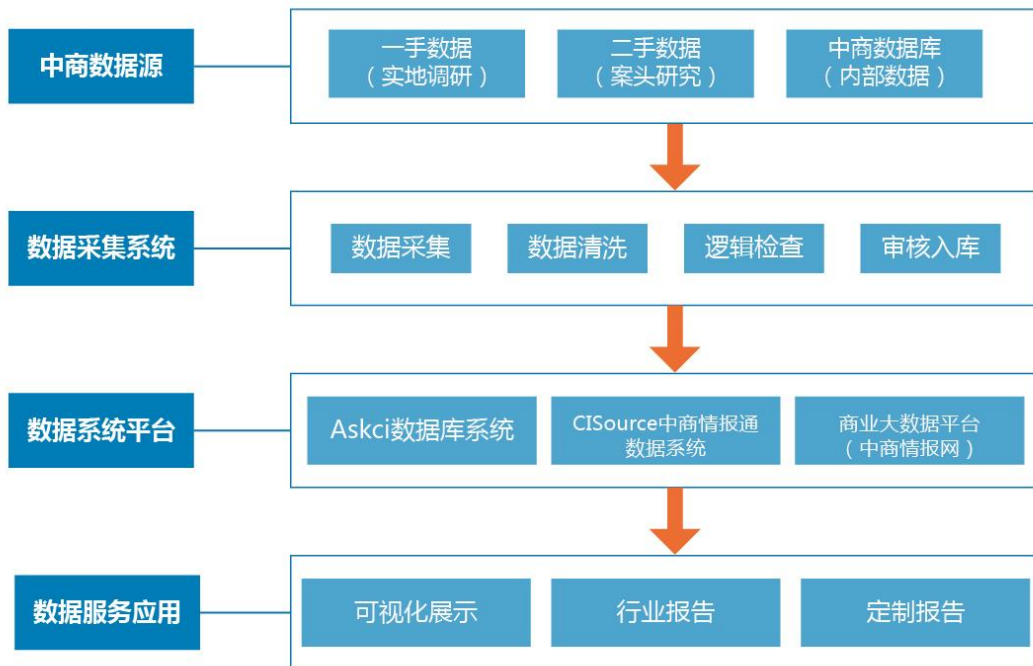
自 2003 年以来，中商在发展中已不断成长，迄今为止，中商汇聚了 350 余名来自不同行业的资深顾问。中商依托自主研发的 Askci 数据库和 CISource 中商情报通对各类数据建立月度、季度、年度持续的信息收集监测，覆盖近 5000 多个细分产业市场数据库，持续更新。中商始终为客户提供最新最全的数据服务、研究报告、产业规划咨询等高价值咨询服务。



## 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**