

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

传 真：(0755) 25407715

网 址：<http://www.askci.com/>

E - mail：askci@askci.com

★ 目 录 ★

一、 政策法规	2
1、 融资担保公司监督管理条例	2
2、 无证无照经营查处办法	8
3、 国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见	10
4、 国务院办公厅关于批准湘潭市城市总体规划的通知	17
5、 银监会发布《关于印发网络借贷资金存管业务指引的通知》 ..	19
二、 经济观察	25
1、 2017 年我国早稻产量 635 亿斤.....	25
2、 2017 年 1-7 月份全国规模以上工业企业利润总额同比增长 21.2%	27
3、 2017 年上半年规模以上医药工业实现营收 15314.40 亿元，同比增长 12.39%.....	35
4、 2017 中国挖掘机行业分析：全年预增 50%以上，销量或超 11 万台	37
5、 2017 年全球葡萄酒生产消费与前景展望.....	40
6、 流通领域重要生产资料市场价格变动情况	42
7、 50 个城市主要食品平均价格变动情况.....	44
三、 投资市场	45
1、 境外投资 13 年宽与紧：监管层鼓励什么？担心什么？	45
2、 两次入共享充电宝战场，这一次他刚起步就拿了 1000 万元融资，这场战还要打多久？	50
3、 人均营收秒杀 BAT，他们才是中国最会赚钱的公司！	51
4、 中印对峙，杨元庆、雷军你们心颤了么？	56
5、 恩怨情仇 20 年！华为任正非与中兴侯为贵才是最好的“对手” ..	61
6、 开心麻花遇大乌龙！签字律师离职，IPO 无奈中止.....	67
四、 产业市场	70
1、 百货周报（8.21-8.27）：Target 百货进军快时尚 金鹰上半年净利增长 60.6%.....	70
2、 餐饮周报（8.21-8.27）：海底捞“老鼠事件”发酵	71
3、 地产周报（8.21-8.27）：万达进军西部 凯德与阿里合作	76
五、 热点解读	83
1、 新消费对经济拉动有多大？	83
2、 把国企降杠杆作为“去杠杆”重中之重	87

正文

一、政策法规

1、融资担保公司监督管理条例

第一章 总 则

第一条 为了支持普惠金融发展,促进资金融通,规范融资担保公司的行为,防范风险,制定本条例。

第二条 本条例所称融资担保,是指担保人为被担保人借款、发行债券等债务融资提供担保的行为;所称融资担保公司,是指依法设立、经营融资担保业务的有限责任公司或者股份有限公司。

第三条 融资担保公司开展业务,应当遵守法律法规,审慎经营,诚实守信,不得损害国家利益、社会公共利益和他人合法权益。

第四条 省、自治区、直辖市人民政府确定的部门(以下称监督管理部门)负责对本地区融资担保公司的监督管理。

省、自治区、直辖市人民政府负责制定促进本地区融资担保行业发展的政策措施、处置融资担保公司风险,督促监督管理部门严格履行职责。

国务院建立融资性担保业务监管部际联席会议,负责拟订融资担保公司监督管理制度,协调解决融资担保公司监督管理中的重大问题,督促指导地方人民政府对融资担保公司进行监督管理和风险处置。融资性担保业务监管部际联席会议由国务院银行业监督管理机构牵头,国务院有关部门参加。

第五条 国家推动建立政府性融资担保体系,发展政府支持的融资担保公司,建立政府、银行业金融机构、融资担保公司合作机制,扩大为小微企业和农业、农村、农民提供融资担保业务的规模并保持较低的费率水平。

各级人民政府财政部门通过资本金投入、建立风险分担机制等方式,对主要为小微企业和农业、农村、农民服务的融资担保公司提供财政支持,具体办法由国务院财政部门制定。

第二章 设立、变更和终止

第六条 设立融资担保公司,应当经监督管理部门批准。

融资担保公司的名称中应当标明融资担保字样。

未经监督管理部门批准,任何单位和个人不得经营融资担保业务,任何单位不得在名称中使用融资担保字样。国家另有规定的除外。

第七条 设立融资担保公司，应当符合《中华人民共和国公司法》的规定，并具备下列条件：

- （一）股东信誉良好，最近 3 年无重大违法违规记录；
- （二）注册资本不低于人民币 2000 万元，且为实缴货币资本；
- （三）拟任董事、监事、高级管理人员熟悉与融资担保业务相关的法律法规，具有履行职责所需的从业经验和管理能力；
- （四）有健全的业务规范和风险控制等内部管理制度。

省、自治区、直辖市根据本地区经济发展水平和融资担保行业发展的实际情况，可以提高前款规定的注册资本最低限额。

第八条 申请设立融资担保公司，应当向监督管理部门提交申请书和证明其符合本条例第七条规定条件的材料。

监督管理部门应当自受理申请之日起 30 日内作出批准或者不予批准的决定。决定批准的，颁发融资担保业务经营许可证；不予批准的，书面通知申请人并说明理由。

经批准设立的融资担保公司由监督管理部门予以公告。

第九条 融资担保公司合并、分立或者减少注册资本，应当经监督管理部门批准。

融资担保公司在住所地所在省、自治区、直辖市范围内设立分支机构，变更名称，变更持有 5%以上股权的股东或者变更董事、监事、高级管理人员，应当自分支机构设立之日起或者变更相关事项之日起 30 日内向监督管理部门备案；变更后的相关事项应当符合本条例第六条第二款、第七条的规定。

第十条 融资担保公司跨省、自治区、直辖市设立分支机构，应当具备下列条件，并经拟设分支机构所在地监督管理部门批准：

- （一）注册资本不低于人民币 10 亿元；
- （二）经营融资担保业务 3 年以上，且最近 2 个会计年度连续盈利；
- （三）最近 2 年无重大违法违规记录。

拟设分支机构所在地监督管理部门审批的程序和期限，适用本条例第八条的规定。

融资担保公司应当自分支机构设立之日起 30 日内，将有关情况报告公司住所地监督管理部门。

融资担保公司跨省、自治区、直辖市设立的分支机构的日常监督管理，由分支机构所在地监督管理部门负责，融资担保公司住所地监督管理部门应当予以配合。

第十一条 融资担保公司解散的，应当依法成立清算组进行清算，并对未到期融资担保责任的承接作出明确安排。清算过程应当接受监督管理部门的监督。

融资担保公司解散或者被依法宣告破产的，应当将融资担保业务经营许可

证交监督管理部门注销，并由监督管理部门予以公告。

第三章 经营规则

第十二条 除经营借款担保、发行债券担保等融资担保业务外，经营稳健、财务状况良好的融资担保公司还可以经营投标担保、工程履约担保、诉讼保全担保等非融资担保业务以及与担保业务有关的咨询等服务业务。

第十三条 融资担保公司应当按照审慎经营原则，建立健全融资担保项目评审、担保后管理、代偿责任追偿等方面的业务规范以及风险管理等内部控制制度。

政府支持的融资担保公司应当增强运用大数据等现代信息技术手段的能力，为小微企业和农业、农村、农民的融资需求服务。

第十四条 融资担保公司应当按照国家规定的风险权重，计量担保责任余额。

第十五条 融资担保公司的担保责任余额不得超过其净资产的 10 倍。

对主要为小微企业和农业、农村、农民服务的融资担保公司，前款规定的倍数上限可以提高至 15 倍。

第十六条 融资担保公司对同一被担保人的担保责任余额与融资担保公司净资产的比例不得超过 10%，对同一被担保人及其关联方的担保责任余额与融资担保公司净资产的比例不得超过 15%。

第十七条 融资担保公司不得为其控股股东、实际控制人提供融资担保，为其他关联方提供融资担保的条件不得优于为非关联方提供同类担保的条件。

融资担保公司为关联方提供融资担保的，应当自提供担保之日起 30 日内向监督管理部门报告，并在会计报表附注中予以披露。

第十八条 融资担保公司应当按照国家有关规定提取相应的准备金。

第十九条 融资担保费率由融资担保公司与被担保人协商确定。

纳入政府推动建立的融资担保风险分担机制的融资担保公司，应当按照国家有关规定降低对小微企业和农业、农村、农民的融资担保费率。

第二十条 被担保人或者第三人以抵押、质押方式向融资担保公司提供反担保，依法需要办理登记的，有关登记机关应当依法予以办理。

第二十一条 融资担保公司有权要求被担保人提供与融资担保有关的业务活动和财务状况等信息。

融资担保公司应当向被担保人的债权人提供与融资担保有关的业务活动和财务状况等信息。

第二十二条 融资担保公司自有资金的运用，应当符合国家有关融资担保公司资产安全性、流动性的规定。

第二十三条 融资担保公司不得从事下列活动：

- (一) 吸收存款或者变相吸收存款；
- (二) 自营贷款或者受托贷款；
- (三) 受托投资。

第四章 监督管理

第二十四条 监督管理部门应当建立健全监督管理工作制度,运用大数据等现代信息技术手段实时监测风险,加强对融资担保公司的非现场监管和现场检查,并与有关部门建立监督管理协调机制和信息共享机制。

第二十五条 监督管理部门应当根据融资担保公司的经营规模、主要服务对象、内部管理水平、风险状况等,对融资担保公司实施分类监督管理。

第二十六条 监督管理部门应当按照国家有关融资担保统计制度的要求,向本级人民政府和国务院银行业监督管理机构报送本地区融资担保公司统计数据。

第二十七条 监督管理部门应当分析评估本地区融资担保行业发展和监督管理情况,按年度向本级人民政府和国务院银行业监督管理机构报告,并向社会公布。

第二十八条 监督管理部门进行现场检查,可以采取下列措施:

- (一) 进入融资担保公司进行检查;
- (二) 询问融资担保公司的工作人员,要求其有关检查事项作出说明;
- (三) 检查融资担保公司的计算机信息管理系统;
- (四) 查阅、复制与检查事项有关的文件、资料,对可能被转移、隐匿或者毁损的文件、资料、电子设备予以封存。

进行现场检查,应当经监督管理部门负责人批准。检查人员不得少于2人,并应当出示合法证件和检查通知书。

第二十九条 监督管理部门根据履行职责的需要,可以与融资担保公司的董事、监事、高级管理人员进行监督管理谈话,要求其就融资担保公司业务活动和风险管理的重大事项作出说明。

监督管理部门可以向被担保人的债权人通报融资担保公司的违法违规行为或者风险情况。

第三十条 监督管理部门发现融资担保公司的经营活动可能形成重大风险的,经监督管理部门主要负责人批准,可以区别情形,采取下列措施:

- (一) 责令其暂停部分业务;
- (二) 限制其自有资金运用的规模和方式;
- (三) 责令其停止增设分支机构。

融资担保公司应当及时采取措施,消除重大风险隐患,并向监督管理部门报告有关情况。经监督管理部门验收,确认重大风险隐患已经消除的,监督管

理部门应当自验收完毕之日起 3 日内解除前款规定的措施。

第三十一条 融资担保公司应当按照要求向监督管理部门报送经营报告、财务报告以及注册会计师出具的年度审计报告等文件和资料。

融资担保公司跨省、自治区、直辖市开展业务的，应当按季度向住所地监督管理部门和业务发生地监督管理部门报告业务开展情况。

第三十二条 融资担保公司对监督管理部门依法实施的监督检查应当予以配合，不得拒绝、阻碍。

第三十三条 监督管理部门应当建立健全融资担保公司信用记录制度。融资担保公司信用记录纳入全国信用信息共享平台。

第三十四条 监督管理部门应当会同有关部门建立融资担保公司重大风险事件的预警、防范和处置机制，制定融资担保公司重大风险事件应急预案。

融资担保公司发生重大风险事件的，应当立即采取应急措施，并及时向监督管理部门报告。监督管理部门应当及时处置，并向本级人民政府、国务院银行业监督管理机构和中国人民银行报告。

第三十五条 监督管理部门及其工作人员对监督管理工作中知悉的商业秘密，应当予以保密。

第五章 法律责任

第三十六条 违反本条例规定，未经批准擅自设立融资担保公司或者经营融资担保业务的，由监督管理部门予以取缔或者责令停止经营，处 50 万元以上 100 万元以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

违反本条例规定，未经批准在名称中使用融资担保字样的，由监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处 5 万元以上 10 万元以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得。

第三十七条 融资担保公司有下列情形之一的，由监督管理部门责令限期改正，处 10 万元以上 50 万元以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得；逾期不改正的，责令停业整顿，情节严重的，吊销其融资担保业务经营许可证：

- （一）未经批准合并或者分立；
- （二）未经批准减少注册资本；
- （三）未经批准跨省、自治区、直辖市设立分支机构。

第三十八条 融资担保公司变更相关事项，未按照本条例规定备案，或者变更后的相关事项不符合本条例规定的，由监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处 5 万元以上 10 万元以下的罚款，情节严重的，责令停业整顿。

第三十九条 融资担保公司受托投资的，由监督管理部门责令限期改正，处

50 万元以上 100 万元以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得；逾期不改正的，责令停业整顿，情节严重的，吊销其融资担保业务经营许可证。

融资担保公司吸收公众存款或者变相吸收公众存款、从事自营贷款或者受托贷款的，依照有关法律、行政法规予以处罚。

第四十条 融资担保公司有下列情形之一的，由监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处 10 万元以上 50 万元以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得，并可以责令停业整顿，情节严重的，吊销其融资担保业务经营许可证：

（一）担保责任余额与其净资产的比例不符合规定；

（二）为控股股东、实际控制人提供融资担保，或者为其他关联方提供融资担保的条件优于为非关联方提供同类担保的条件；

（三）未按照规定提取相应的准备金；

（四）自有资金的运用不符合国家有关融资担保公司资产安全性、流动性的规定。

第四十一条 融资担保公司未按照要求向监督管理部门报送经营报告、财务报告、年度审计报告等文件、资料或者业务开展情况，或者未报告其发生的重大风险事件的，由监督管理部门责令限期改正，处 5 万元以上 20 万元以下的罚款；逾期不改正的，责令停业整顿，情节严重的，吊销其融资担保业务经营许可证。

第四十二条 融资担保公司有下列情形之一的，由监督管理部门责令限期改正，处 20 万元以上 50 万元以下的罚款；逾期不改正的，责令停业整顿，情节严重的，吊销其融资担保业务经营许可证；构成违反治安管理行为的，依照《中华人民共和国治安管理处罚法》予以处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

（一）拒绝、阻碍监督管理部门依法实施监督检查；

（二）向监督管理部门提供虚假的经营报告、财务报告、年度审计报告等文件、资料；

（三）拒绝执行监督管理部门依照本条例第三十条第一款规定采取的措施。

第四十三条 依照本条例规定对融资担保公司处以罚款的，根据具体情形，可以同时负有直接责任的董事、监事、高级管理人员处 5 万元以下的罚款。

融资担保公司违反本条例规定，情节严重的，监督管理部门对负有直接责任的董事、监事、高级管理人员，可以禁止其在一定期限内担任或者终身禁止其担任融资担保公司的董事、监事、高级管理人员。

第四十四条 监督管理部门的工作人员在融资担保公司监督管理工作中滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的，依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第六章 附 则

第四十五条 融资担保行业组织依照法律法规和章程的规定，发挥服务、协调和行业自律作用，引导融资担保公司依法经营，公平竞争。

第四十六条 政府性基金或者政府部门为促进就业创业等直接设立运营机构开展融资担保业务，按照国家有关规定执行。

农村互助式融资担保组织开展担保业务、林业经营主体间开展林权收储担保业务，不适用本条例。

第四十七条 融资再担保公司的管理办法，由国务院银行业监督管理机构会同国务院有关部门另行制定，报国务院批准。

第四十八条 本条例施行前设立的融资担保公司，不符合本条例规定条件的，应当在监督管理部门规定的期限内达到本条例规定的条件；逾期仍不符合规定条件的，不得开展新的融资担保业务。

第四十九条 本条例自2017年10月1日起施行。

2、无证无照经营查处办法

第一条 为了维护社会主义市场经济秩序，促进公平竞争，保护经营者和消费者的合法权益，制定本办法。

第二条 任何单位或者个人不得违反法律、法规、国务院决定的规定，从事无证无照经营。

第三条 下列经营活动，不属于无证无照经营：

（一）在县级以上地方人民政府指定的场所和时间，销售农副产品、日常生活用品，或者个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动；

（二）依照法律、行政法规、国务院决定的规定，从事无须取得许可或者办理注册登记的经营性活动。

第四条 县级以上地方人民政府负责组织、协调本行政区域的无证无照经营查处工作，建立有关部门分工负责、协调配合的无证无照经营查处工作机制。

第五条 经营者未依法取得许可从事经营活动的，由法律、法规、国务院决定规定的部门予以查处；法律、法规、国务院决定没有规定或者规定不明确的，由省、自治区、直辖市人民政府确定的部门予以查处。

第六条 经营者未依法取得营业执照从事经营活动的，由履行工商行政管

理职责的部门（以下称工商行政管理部门）予以查处。

第七条 经营者未依法取得许可且未依法取得营业执照从事经营活动的，依照本办法第五条的规定予以查处。

第八条 工商行政管理部门以及法律、法规、国务院决定规定的部门和省、自治区、直辖市人民政府确定的部门（以下统称查处部门）应当依法履行职责，密切协同配合，利用信息网络平台加强信息共享；发现不属于本部门查处职责的无证无照经营，应当及时通报有关部门。

第九条 任何单位或者个人有权向查处部门举报无证无照经营。

查处部门应当向社会公开受理举报的电话、信箱或者电子邮件地址，并安排人员受理举报，依法予以处理。对实名举报的，查处部门应当告知处理结果，并为举报人保密。

第十条 查处部门依法查处无证无照经营，应当坚持查处与引导相结合、处罚与教育相结合的原则，对具备办理证照的法定条件、经营者有继续经营意愿的，应当督促、引导其依法办理相应证照。

第十一条 县级以上人民政府工商行政管理部门对涉嫌无照经营进行查处，可以行使下列职权：

- （一）责令停止相关经营活动；
- （二）向与涉嫌无照经营有关的单位和个人调查了解有关情况；
- （三）进入涉嫌从事无照经营的场所实施现场检查；
- （四）查阅、复制与涉嫌无照经营有关的合同、票据、账簿以及其他有关资料。

对涉嫌从事无照经营的场所，可以予以查封；对涉嫌用于无照经营的工具、设备、原材料、产品（商品）等物品，可以予以查封、扣押。

对涉嫌无证经营进行查处，依照相关法律、法规的规定采取措施。

第十二条 从事无证经营的，由查处部门依照相关法律、法规的规定予以处罚。

第十三条 从事无照经营的，由工商行政管理部门依照相关法律、行政法规的规定予以处罚。法律、行政法规对无照经营的处罚没有明确规定的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，没收违法所得，并处1万元以下的罚款。

第十四条 明知属于无证经营而为经营者提供经营场所，或者提供运输、保管、仓储等条件的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，没收违法所得，可以处 5000 元以下的罚款。

第十五条 任何单位或者个人从事无证无照经营的，由查处部门记入信用记录，并依照相关法律、法规的规定予以公示。

第十六条 妨害查处部门查处无证无照经营，构成违反治安管理行为的，由公安机关依照《中华人民共和国治安管理处罚法》的规定予以处罚。

第十七条 查处部门及其工作人员滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的，对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分。

第十八条 违反本办法规定，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十九条 本办法自 2017 年 10 月 1 日起施行。2003 年 1 月 6 日国务院公布的《无证经营查处取缔办法》同时废止。

3、国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见

近年来，随着互联网技术与经济社会深度融合，我国信息消费快速发展，正从以线上为主加快向线上线下融合的新形态转变，网络提速降费深入推进，消费主体不断增加、边界逐渐拓展、模式深刻调整，带动其他领域消费快速增长，已成为当前创新最活跃、增长最迅猛、辐射最广泛的经济领域之一，对拉动内需、促进就业和引领产业升级发挥着重要作用。但与此同时，我国信息消费有效供给仍然创新不足，内需潜力仍未充分释放，消费环境亟待优化。为进一步扩大和升级信息消费、持续释放发展活力和内需潜力，现提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。

全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略，认真落实党中央、国务院决策部署，统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，坚持稳中求进工作总基调，牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，以推进供给侧结构性改革为主线，优化信息消费环境，进一步加大网络提速降费力度，加速激发市场活力，积极拓展信息消费新产品、新业态、新模式，扩大信息消费覆盖面，加强和改进监管，完善网络安全保障体系，打造信息消费升级版，不断释放人民群众日益增长的消费需求，促进经济社会持续健康发展。

（二）基本原则。

坚持创新驱动。推动信息消费与大众创业万众创新、“互联网+”深度融合，鼓励核心技术研发和服务模式创新，促进新一代信息技术向消费领域广泛渗透，创造更多适应消费升级的有效供给，带动多层次、个性化的信息消费发展。

坚持需求拉动。以满足人民群众期待和经济社会发展需要为出发点和落脚点，加快拓展和升级信息消费，推动信息产品供给结构与需求结构有效匹配、消费升级与有效投资良性互动，用安全、便捷、丰富的信息消费助力经济升级和民生改善。

坚持协同联动。以企业为主体，促进信息消费产业链协同发展，加强网络、平台、支付、物流等支撑能力建设，构建完善的信息消费生态体系。统筹促发展与保安全，持续优化信用安全、市场环境和权益保护，营造“能消费、敢消费、愿消费”的环境，形成政府、企业、消费者多方协同的良好发展格局。

（三）发展目标。

到2020年，信息消费规模预计达到6万亿元，年均增长11%以上；信息技术在消费领域的带动作用显著增强，信息产品边界深度拓展，信息服务能力明显提升，拉动相关领域产出达到15万亿元，信息消费惠及广大人民群众。信息基础设施达到世界领先水平，“宽带中国”战略目标全面实现，建成高速、移动、安全、泛在的新一代信息基础设施，网络提速降费取得明显成效。基于网络平台的新型消费快速成长，线上线下协同互动的消费新生态发展壮大。公共数据

资源开放共享体系基本建立,面向企业和公民的一体化公共服务体系基本建成。网络空间法律法规体系日趋完善,高效便捷、安全可信、公平有序的信息消费环境基本形成。

(四) 重点领域。

生活类信息消费。创新发展满足人民群众生活需求的各类便民惠民服务新业态,重点发展面向社区生活的线上线下融合服务、面向文化娱乐的数字创意内容和服务、面向便捷出行的交通旅游服务。

公共服务类信息消费。推广高效、均等的在线公共服务,重点发展面向居家护理的智慧健康服务、面向便捷就医的在线医疗服务、面向学习培训的在线教育服务、面向利企便民的“互联网+政务服务”。

行业类信息消费。培育支撑行业信息化的新兴信息技术服务,重点发展面向垂直领域的电子商务平台服务,面向信息消费全过程的网络支付、现代物流、供应链管理等支撑服务,面向信息技术应用的综合系统集成服务。

新型信息产品消费。升级智能化、高端化、融合化信息产品,重点发展面向消费升级的中高端移动通信终端、可穿戴设备、数字家庭产品等新型信息产品,以及虚拟现实、增强现实、智能网联汽车、智能服务机器人等前沿信息产品。

二、提高信息消费供给水平

(五) 推广数字家庭产品。鼓励企业发展面向定制化应用场景的智能家居“产品+服务”模式,推广智能电视、智能音响、智能安防等新型数字家庭产品,积极推广通用的产品技术标准及应用规范。加强“互联网+”人工智能核心技术及平台开发,推动虚拟现实、增强现实产品研发及产业化,支持可穿戴设备、消费级无人机、智能服务机器人等产品创新和产业化升级。依托消费品工业“三品”专项行动,促进信息产品相关企业争创“中国质量奖”。

(六) 拓展电子产品应用。支持利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动各类应用电子产品智能化升级,在交通、能源、市政、环保等领域开展新型应用示范。推动智能网联汽车与智能交通示范区建设,发展辅助驾驶

系统等车联网相关设备。推进农业物联网区域试验工程，推动信息技术与农业生产经营、市场流通、资源环境保护等相融合。

（七）提升信息技术服务能力。支持大型企业建立基于互联网的“双创”平台，为全社会提供专业化信息服务。发挥好中小企业公共服务平台作用，引导小微企业创业创新示范基地平台化、生态化发展。鼓励信息技术服务企业积极发展位置服务、社交网络等新型支撑服务及智能应用。支持地方联合云计算、大数据骨干企业为当地信息技术服务企业提供咨询、研发、培训等技术支持，推动提升“互联网+”环境下的综合集成服务能力。鼓励利用开源代码开发个性化软件，开展基于区块链、人工智能等新技术的试点应用。

（八）丰富数字创意内容和服务。实施数字内容创新发展工程，加快文化资源的数字化转换及开发利用。构建新型、优质的数字文化服务体系，推动传统媒体与新兴媒体深度融合、创新发展。支持原创网络作品创作，加强知识产权保护，推动优秀作品网络传播。扶持一批重点文艺网站，拓展数字影音、动漫游戏、网络文学等数字文化内容，丰富高清、互动等视频节目，培育形成一批拥有较强实力的数字创新企业。发展交互式网络电视（IPTV）、手机电视、有线电视网宽带服务等融合性业务。支持用市场化方式发展知识分享平台，打造集智创新、灵活就业的服务新业态。

（九）壮大在线教育和健康医疗。建设课程教学与应用服务有机结合的优质在线开放课程和资源库。鼓励学校、企业和其他社会力量面向继续教育开发在线教育资源。推动在线开放教育资源平台建设和移动教育应用软件开发，支持大型开放式网络课程、在线辅导等线上线下融合的学习新模式，培育社会化的在线教育服务市场。加强家庭诊疗、健康监护、分析诊断等智能设备研发，进一步推广网上预约、网络支付、结果查询等在线就医服务，推动在线健康咨询、居家健康服务、个性化健康管理等应用。

（十）扩大电子商务服务领域。鼓励电商、物流、商贸、邮政等社会资源合作构建农村购物网络平台。支持重点行业骨干企业建立在线采购、销售、服务平台，推动建设一批第三方工业电商服务平台。培育基于社交电子商务、移

动电子商务及新技术驱动的新一代电子商务平台,建立完善新型平台生态体系。积极稳妥推进跨境电子商务发展。

三、扩大信息消费覆盖面

(十一) 推动信息基础设施提速升级。加大信息基础设施建设投入力度,进一步拓展光纤宽带和第四代移动通信(4G)网络覆盖的深度和广度,促进网间互联互通。积极参与“一带一路”沿线重要国家、节点城市网络建设。加快第五代移动通信(5G)标准研究、技术试验和产业推进,力争2020年启动商用。加快推进物联网基础设施部署。统筹发展工业互联网,开展工业互联网产业推进试点示范。推进实施云计算工程,引导各类企业积极拓展应用云服务。积极研究推动数据中心和内容分发网络优化布局。

(十二) 推动信息消费全过程成本下降。重点在通信、物流、信贷、支付、售后服务等关键环节全面提升效率、降低成本。深入挖掘网络降费潜力,加快实现网络资费合理下降,充分释放提速降费的改革红利,支持信息消费发展。建立标准化、信息化的现代物流服务体系,推进物流业信息消费降本增效。鼓励金融机构开发更多适合信息消费的金融产品和服务,推广小额、快捷、便民的小微支付方式,降低信息消费金融服务成本。

(十三) 提高农村地区信息接入能力。深化电信普遍服务试点,助力网络扶贫攻坚、农村信息化等工作,组织实施“百兆乡村”等示范工程,引导社会资本加大投入力度,重点支持中西部省份、贫困地区、革命老区、民族地区等农村及偏远地区宽带建设,到2020年实现98%的行政村通光纤。全面实施信息进村入户工程,开展整省推进示范,力争到2020年村级信息服务站覆盖率达到80%。

(十四) 加快信息终端普及和升级。支持企业推广面向低收入人群的经济适用的智能手机、数字电视等信息终端设备,开发面向老年人的健康管理类智能可穿戴设备。推介适合农村及偏远地区的移动应用软件和移动智能终端。构建面向新型农业经营主体的生产和学习交流平台。推动民族语言软件研发,减

少数民族使用移动智能终端和获取信息服务的障碍。鼓励各地采用多种方式促进信息终端普及。

（十五）提升消费者信息技能。实施消费者信息技能提升工程，选择部分地区开展 100 个以上信息技能培训项目，通过多种方式开展宣传引导活动，面向各类消费主体特别是信息知识相对薄弱的农牧民、老年人等群体，普及信息应用、网络支付、风险甄别等相关知识。组织开展信息类职业技能大赛，鼓励企业、行业协会等社会力量开展信息技能培训。

（十六）增强信息消费体验。组织开展“信息消费城市行”活动。鼓励地方和行业开展信息消费体验周、优秀案例展示等各种体验活动，扩大信息消费影响力。鼓励企业利用互联网平台深化用户在产品设计、应用场景定制、内容提供等方面的协同参与，提高消费者满意度。支持企业加快线上线下体验中心建设，积极运用虚拟现实、增强现实、交互娱乐等技术丰富消费体验，培养消费者信息消费习惯。

四、优化信息消费发展环境

（十七）加强和改进监管。坚持包容审慎监管，加强分类指导，深入推进“放管服”改革，继续推进信息消费领域“证照分离”试点，进一步简化优化业务办理流程，推行清单管理制度，放宽新业态新模式市场准入。强化事中事后监管，积极应用大数据、云计算等新技术创新行业服务和管理方式，在信息消费领域推行“双随机、一公开”监管，完善守信联合激励和失信联合惩戒制度。严厉打击电信网络诈骗、制售假冒伪劣商品等违法违规行为，整顿和规范信息消费环境。深化电信体制改革，鼓励民间资本通过多种形式参与信息通信业投融资。做好自由贸易试验区电信领域开放试点，加大基础电信领域竞争性业务开放力度，适时在全国其他地区复制推广。

（十八）加快信用体系建设。健全用户身份及网站认证服务等信任机制，提升网络支付安全水平。结合全面实施统一社会信用代码制度，构建面向信息消费的企业信用体系，加强信息消费全流程信用管理。规范平台企业市场行为，加大对信息消费领域不正当竞争行为的惩戒力度，推动建立健全企业“黑名单”

制度，将相关行政许可、行政处罚等信息纳入全国信用信息共享平台和国家企业信用信息公示系统，并依法依规在“信用中国”网站公示，营造公平诚信的信息消费市场环境。

（十九）加强个人信息和知识产权保护。贯彻落实网络安全法相关规定，加快建立健全个人信息保护法律法规体系和管理制度。严格落实企业加强个人信息保护的责任，全面规范个人信息采集、存储、使用等行为，防范个人信息泄露和滥用，加大对窃取、贩卖个人信息等行为的处罚力度。健全知识产权侵权查处机制，提升网络领域知识产权执法维权水平，加强网络文化知识产权保护。

（二十）提高信息消费安全性。加强网络信息安全相关技术攻关，为构建安全可靠的信息消费环境提供支撑保障。落实网络安全等级保护制度，深入推进互联网管理和网络信息安全保障体系建设，加强移动应用程序和应用商店网络安全管理，规范移动互联网信息传播。完善网络安全标准体系，建设标准验证平台，支持第三方专业机构开展安全评估和认证工作。做好网络购物等领域消费者权益保护工作，依法受理和处理消费者投诉举报，切实降低信息消费风险。

（二十一）加大财税支持力度。深入推进信息消费试点示范城市建设。鼓励各地依法依规采用政府购买服务、政府和社会资本合作（PPP）等方式，加大对信息消费领域技术研发、内容创作、平台建设、技术改造等方面的财政支持，支持新型信息消费示范项目建设。落实企业研发费用加计扣除等税收优惠政策，促进社会资本对信息消费领域的投入。经认定为高新技术企业的互联网企业，依法享受相应的所得税优惠政策。

（二十二）加强统计监测和评价。完善信息消费统计监测制度，进一步明确统计范围，将智能产品、互联网业务、数字内容等纳入信息消费统计。加强中央、地方、行业、重点企业间的协调联动，强化信息消费数据采集、处理、发布和共享。建立健全信息消费评价机制，研究建立并定期发布信息消费发展指数，加强督查检查，指导和推动信息消费持续健康发展。

各地区、各部门要进一步统一思想，充分认识新形势下扩大和升级信息消费对释放内需潜力、促进经济升级、支持民生改善的重要作用，按照本意见要求，根据职责分工，加强组织实施，抓紧制定出台配套政策措施，强化协调联动，形成工作合力。各地方要因地制宜制定具体实施方案，明确任务、落实责任，扎实做好相关工作，确保各项任务措施落实到位。

4、国务院办公厅关于批准湘潭市城市总体规划的通知

关于报请审批湘潭市城市总体规划的请示收悉。经国务院批准，现通知如下：

一、国务院原则同意《湘潭市城市总体规划（2010—2020年）（2017年修订）》（以下简称《总体规划》）。

湘潭是长株潭地区中心城市之一，湖南省重要的工业、科技和旅游城市。《总体规划》实施要深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会及中央城镇化工作会议、中央城市工作会议精神，认真落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，认识、尊重和顺应城市发展规律，坚持经济、社会、人口、环境和资源相协调的可持续发展战略，提高新型城镇化质量和水平，统筹做好湘潭市城乡规划、建设和管理的各项工作，逐步把湘潭市建设成为经济繁荣、和谐宜居、生态良好、富有活力、特色鲜明的现代化城市。

二、重视城乡区域统筹发展。在《总体规划》确定的1069平方公里城市规划区范围内，实行城乡统一规划管理。加强城中村和城乡结合部地区的规划建设管理，城镇基础设施、公共服务设施的建设应当统筹考虑为周边农村提供服务。根据市域内不同地区的条件，重点发展县城和基础条件好、发展潜力大的重点镇，优化村镇布局，加强对村镇建设的指导，促进城乡基本公共服务均等化。加强湘潭与周边城市协调联动，推进区域基础设施互联互通、共建共享，协同保护生态资源，深化环长株潭城市群一体化发展。

三、合理控制城市规模。到2020年，中心城区常住人口控制在110万人以内，城市建设用地控制在110平方公里以内。要贯彻落实城乡规划法关于先规划后建设的原则，禁止在《总体规划》确定的建设用地范围之外设立各类开发

区和城市新区。要落实好《总体规划》确定的城市开发边界，加强边界管控，促进城市紧凑布局。增强城市内部布局的合理性，提升城市的通透性和微循环能力。坚持节约和集约利用土地，严格控制新增建设用地，加大存量用地挖潜力度，合理开发利用城市地下空间资源，提高土地利用效率，切实保护好耕地特别是基本农田。

四、完善城市基础设施体系。要按照绿色循环低碳的理念规划建设城市基础设施。进一步完善公路、铁路、港口等交通基础设施，加强城市内外交通衔接。建立以公共交通为主体，各种交通方式相结合的多层次、多类型的城市综合交通体系，方便不同交通方式的换乘。做好停车场规划布局，推动城市停车场建设。坚持先地下、后地上的原则，统筹规划建设城市供水水源和给排水、垃圾处理等基础设施，积极有序地开展地下综合管廊建设。划定基础设施黄线保护范围，加强对各类设施用地的规划控制和预留。高度重视城市防灾减灾工作，加强灾害监测预警系统和重点防灾设施的建设，建立健全包括消防、人防、防洪、防震和防地质灾害等在内的城市综合防灾体系。

五、建设资源节约型和环境友好型城市。要按照促进生产空间集约高效、生活空间宜居适度、生态空间山清水秀的总体要求，形成合理的城市空间结构，促进经济建设、城乡建设和环境建设同步发展。要切实做好节能减排工作，加快淘汰落后产能，严格控制污染物排放总量。加强城市环境综合治理，提高污水处理率和垃圾无害化处理率，限期达到《总体规划》提出的各类环境保护目标。划定城市蓝线保护范围，结合水域自然形态进行保护和整治，提高水资源利用效率和效益，建设节水型城市。推行低影响开发模式，推进海绵城市建设，积极发展绿色建筑。加强绿化工作，划定城市绿地系统的绿线保护范围。要加强对韶山等风景名胜区、自然保护区以及湿地、水源地等特殊生态功能区的保护，制定并严格实施有关保护措施。

六、创造优良的人居环境。要坚持以人为本，统筹安排关系人民群众切身利益的教育、医疗、市政等公共服务设施的规划布局和建设。将城市保障性住房的建设目标纳入近期建设规划，确保保障性住房用地的分期供给规模、区位布局和相关资金投入。加快棚户区、城中村、城乡危房改造及配套基础设施建设，根据城市的实际需要与可能，稳步推进城市有机更新。不断完善城市管理

和服务，提高城市发展的宜居性，努力把城市建设成为人与人、人与自然和谐共处的美丽家园。

七、重视历史文化和风貌特色保护。要统筹协调发展与保护的关系，按照整体保护的原则，切实保护好城市传统风貌和格局。要切实保护好毛泽东故居等纪念设施，充分发挥其作为爱国主义和革命传统教育基地的作用。要落实历史文化遗产保护和紫线管理要求，重点保护好历史城区、历史文化街区、各级文物保护单位及其周围环境。要做好城市整体设计，加强对湘江沿岸等重要地段建筑高度、体量和样式的规划引导和控制，保护好山水格局，突出“一江两岸、望山见水”的城市特色风貌。

八、严格实施《总体规划》。城市建设要实现经济社会协调发展，物质文明和精神文明共同进步。城市管理要健全民主法治，坚持依法治市，构建和谐社会。《总体规划》是湘潭市城市发展、建设和管理的基本依据，城市规划区内的一切建设活动都必须符合《总体规划》的要求。要结合国民经济和社会发展规划，明确实施《总体规划》的重点和建设时序。城市规划行政主管部门要依法对城市规划区范围内(包括各类开发区)的一切建设用地与建设活动实行统一、严格的规划管理，市级城市规划管理权不得下放，切实保障规划的实施。要加强公众和社会监督，提高全社会遵守城市规划的意识。驻湘潭市各单位都要遵守有关法规及《总体规划》，支持湘潭市人民政府的工作，共同努力，把湘潭市规划好、建设好、管理好。

5、银监会发布《关于印发网络借贷资金存管业务指引的通知》

8月26日，中国银监会办公厅发布关于印发网络借贷资金存管业务指引的通知，通知表示，为贯彻落实人民银行等十部门《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》和中国银监会等四部门《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》关于建立客户资金第三方存管制度的工作部署和要求，实现客户资金与网络借贷信息中介机构自有资金分账管理，防范网络借贷资金挪用风险，银监会研究制定了网络借贷资金存管业务指引。

以下为网络借贷资金存管业务指引全文

第一章总则

第一条为规范网络借贷资金存管业务活动，促进网络借贷行业健康发展，根据《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国商业银行法》和《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》、《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》及其他有关法律法规，制定本指引。

第二条本指引所称网络借贷资金存管业务，是指商业银行作为存管人接受委托人的委托，按照法律法规规定和合同约定，履行网络借贷资金存管专用账户的开立与销户、资金保管、资金清算、账务核对、提供信息报告等职责的业务。存管人开展网络借贷资金存管业务，不对网络借贷交易行为提供保证或担保，不承担借贷违约责任。

第三条本指引所称网络借贷资金，是指网络借贷信息中介机构作为委托人，委托存管人保管的，由借款人、出借人和担保人等进行投融资活动形成的专项借贷资金及相关资金。

第四条本指引所称委托人，即网络借贷信息中介机构，是指依法设立，专门从事网络借贷信息中介业务活动的金融信息中介公司。

第五条本指引所称存管人，是指为网络借贷业务提供资金存管服务的商业银行。

第六条本指引所称网络借贷资金存管专用账户，是指委托人在存管人处开立的资金存管汇总账户，包括为出借人、借款人及担保人等在资金存管汇总账户下所开立的子账户。

第七条网络借贷业务有关当事机构开展网络借贷资金存管业务应当遵循“诚实履约、勤勉尽责、平等自愿、有偿服务”的原则。

第二章委托人

第八条网络借贷信息中介机构作为委托人，委托存管人开展网络借贷资金存管业务应符合《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》及《网络借贷信息中介机构备案登记管理指引》的有关规定，包括但不限于在工商管理部门完成注册登记并领取营业执照、在工商登记注册地地方金融监管部门完成备

案登记、按照通信主管部门的相关规定申请获得相应的增值电信业务经营许可等。

第九条在网络借贷资金存管业务中，委托人应履行以下职责：

- （一）负责网络借贷平台技术系统的持续开发及安全运营；
- （二）组织实施网络借贷信息中介机构信息披露工作，包括但不限于委托人基本信息、借贷项目信息、借款人基本信息及经营情况、各参与方信息等应向存管人充分披露的信息；
- （三）每日与存管人进行账务核对，确保系统数据的准确性；
- （四）妥善保管网络借贷资金存管业务活动的记录、账册、报表等相关资料，相关纸质或电子介质信息应当自借贷合同到期后保存 5 年以上；
- （五）组织对客户资金存管账户的独立审计并向客户公开审计结果；
- （六）履行并配合存管人履行反洗钱义务；
- （七）法律、行政法规、规章及其他规范性文件和网络借贷资金存管合同（以下简称存管合同）约定的其他职责。

第三章 存管人

第十条在中华人民共和国境内依法设立并取得企业法人资格的商业银行，作为存管人开展网络借贷资金存管业务应符合以下要求：

- （一）明确负责网络借贷资金存管业务管理与运营的一级部门，部门设置能够保障存管业务运营的完整与独立；
- （二）具有自主管理、自主运营且安全高效的网络借贷资金存管业务技术系统；
- （三）具有完善的内部业务管理、运营操作、风险监控的相关制度；
- （四）具备在全国范围内为客户提供资金支付结算服务的能力；
- （五）具有良好的信用记录，未被列入企业经营异常名录和严重违法失信企业名单；
- （六）国务院银行业监督管理机构要求的其他条件。

第十一条存管人的网络借贷资金存管业务技术系统应当满足以下条件：

- （一）具备完善规范的资金存管清算和明细记录的账务体系，能够根据资金性质和用途为委托人、委托人的客户（包括出借人、借款人及担保人等）进行明细登记，实现有效的资金管理和登记；

(二) 具备完整的业务管理和交易校验功能, 存管人应在充值、提现、缴费等资金清算环节设置交易密码或其他有效的指令验证方式, 通过履行表面一致性的形式审核义务对客户资金及业务授权指令的真实性进行认证, 防止委托人非法挪用客户资金;

(三) 具备对接网络借贷信息中介机构系统的数据接口, 能够完整记录网络借贷客户信息、交易信息及其他关键信息, 并具备提供账户资金信息查询的功能;

(四) 系统具备安全高效稳定运行的能力, 能够支撑对应业务量下的借款人和出借人各类峰值操作;

(五) 国务院银行业监督管理机构要求的其他条件。

第十二条 在网络借贷资金存管业务中, 存管人应履行以下职责:

(一) 存管人对申请接入的网络借贷信息中介机构, 应设置相应的业务审查标准, 为委托人提供资金存管服务;

(二) 为委托人开立网络借贷资金存管专用账户和自有资金账户, 为出借人、借款人和担保人等在网络借贷资金存管专用账户下分别开立子账户, 确保客户网络借贷资金和网络借贷信息中介机构自有资金分账管理, 安全保管客户交易结算资金;

(三) 根据法律法规规定和存管合同约定, 按照出借人与借款人发出的指令或业务授权指令, 办理网络借贷资金的清算支付;

(四) 记录资金在各交易方、各类账户之间的资金流转情况;

(五) 每日根据委托人提供的交易数据进行账务核对;

(六) 根据法律法规规定和存管合同约定, 定期提供网络借贷资金存管报告;

(七) 妥善保管网络借贷资金存管业务相关的交易数据、账户信息、资金流水、存管报告等包括纸质或电子介质在内的相关数据信息和业务档案, 相关资料应当自借贷合同到期后保存 5 年以上;

(八) 存管人应对网络借贷资金存管专用账户内的资金履行安全保管责任, 不应外包或委托其他机构代理进行资金账户开立、交易信息处理、交易密码验证等操作;

(九) 存管人应当加强出借人与借款人信息管理, 确保出借人与借款人信息采集、处理及使用的合法性和安全性;

(十) 法律、行政法规、规章及其他规范性文件和存管合同约定的其他职责。

第四章业务规范

第十三条 存管人与委托人根据网络借贷交易模式约定资金运作流程，即资金在不同交易模式下的汇划方式和要求，包括但不限于不同模式下的发标、投标、流标、撤标、项目结束等环节。

第十四条 委托人开展网络借贷资金存管业务，应指定唯一一家存管人作为资金存管机构。

第十五条 存管合同至少应包括以下内容：

- (一) 当事人的基本信息；
- (二) 当事人的权利和义务；
- (三) 网络借贷资金存管专用账户的开立和管理；
- (四) 网络借贷信息中介机构客户开户、充值、投资、缴费、提现及还款等环节资金清算及信息交互的约定；
- (五) 网络借贷资金划拨的条件和方式；
- (六) 网络借贷资金使用情况监督和信息披露；
- (七) 存管服务费及费用支付方式；
- (八) 存管合同期限和终止条件；
- (九) 风险提示；
- (十) 反洗钱职责；
- (十一) 违约责任和争议解决方式；
- (十二) 其他约定事项。

第十六条 委托人和存管人应共同制定供双方业务系统遵守的接口规范，并在上线前组织系统联网和灾备应急测试，及时安排系统优化升级，确保数据传输安全、顺畅。

第十七条 资金对账工作由委托人和存管人双方共同完成，每日日终交易结束后，存管人根据委托人发送的日终清算数据，进行账务核对，对资金明细流水、资金余额数据进行分分资金对账、总分资金对账，确保双方账务一致。

第十八条 存管人应按照存管合同的约定，定期向委托人和合同约定的对象提供资金存管报告，披露网络借贷信息中介机构客户交易结算资金的保管及使用

用情况，报告内容应至少包括以下信息：委托人的交易规模、借贷余额、存管余额、借款人及出借人数量等。

第十九条 委托人暂停、终止业务时应制定完善的业务清算处置方案，并至少提前 30 个工作日通知地方金融监管部门及存管人，存管人应配合地方金融监管部门、委托人或清算处置小组等相关方完成网络借贷资金存管专用账户资金的清算处置工作，相关清算处置事宜按照有关规定及与委托人的合同约定办理。

第二十条 委托人需向存管人提供真实准确的交易信息数据及有关法律文件，包括并不限于网络借贷信息中介机构当事人信息、交易指令、借贷信息、收费服务信息、借贷合同等。存管人不承担借款项目及借贷交易信息真实性的审核责任，不对网络借贷信息数据的真实性、准确性和完整性负责，因委托人故意欺诈、伪造数据或数据发生错误导致的业务风险和损失，由委托人承担相应责任。

第二十一条 在网络借贷资金存管业务中，除必要的披露及监管要求外，委托人不得用“存管人”做营销宣传。

第二十二条 商业银行担任网络借贷资金的存管人，不应被视为对网络借贷交易以及其他相关行为提供保证或其他形式的担保。存管人不对网络借贷资金本金及收益予以保证或承诺，不承担资金运用风险，出借人须自行承担网络借贷投资责任和风险。

第二十三条 存管人应根据存管金额、期限、服务内容等因素，与委托人平等协商确定存管服务费，不得以开展存管业务为由开展捆绑销售及变相收取不合理费用。

第五章附则

第二十四条 网络借贷信息中介机构与商业银行开展网络借贷资金存管业务，应当依据《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》及本指引，接受国务院银行业监督管理机构的监督管理。其他机构违法违规从事网络借贷资金存管业务的，由国务院银行业监督管理机构建立监管信息共享协调机制，对其进行业务定性，按照监管职责分工移交相应的监管部门，由监管部门依照相关规定进行查处；涉嫌犯罪的，依法移交公安机关处理。

第二十五条 中国银行业协会依据本指引及其他有关法律法规、自律规则，对商业银行开展网络借贷资金存管业务进行自律管理。

第二十六条 中国互联网金融协会依据本指引及其他有关法律法规、自律规则，对网络借贷信息中介机构开展网络借贷资金存管业务进行自律管理。

第二十七条 对于已经开展了网络借贷资金存管业务的委托人和存管人，在业务过程中存在不符合本指引要求情形的，应在本指引公布后进行整改，整改期自本指引公布之日起不超过 6 个月。逾期未整改的，按照《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》及《网络借贷信息中介机构备案登记管理指引》的有关规定执行。

第二十八条 本指引解释权归国务院银行业监督管理机构。

第二十九条 本指引自公布之日起施行。

二、经济观察

1、2017 年我国早稻产量 635 亿斤

根据对早稻主产区的实割实测抽样调查和非主产区的重点调查，2017 年全国早稻播种面积、单位面积产量、总产量如下：

一、全国早稻播种面积 5463 千公顷（8195 万亩），比 2016 年减少 156.5 千公顷（235 万亩），下降 2.8%。

二、全国早稻单位面积产量 5810 公斤/公顷（387 公斤/亩），比 2016 年减少 22.7 公斤/公顷（1.5 公斤/亩），下降 0.4%。

三、全国早稻总产量 3174 万吨（635 亿斤），比 2016 年减产 103.7 万吨（21 亿斤），下降 3.2%。

图表 1 2017 年各地区早稻产量

	播种面积 (千公顷)	总产量 (万吨)	每公顷产量 (公斤)
全国总计	5463.4	3174.0	5809.5
北京			
天津			
河北			

山西			
内蒙古			
辽宁			
吉林			
黑龙江			
上海			
江苏			
浙江	115.4	70.4	6104.7
安徽	158.4	96.5	6094.1
福建	144.6	88.7	6136.7
江西	1348.7	756.0	5605.5
山东			
河南			
湖北	375.4	217.6	5795.7
湖南	1383.1	808.5	5845.6
广东	892.5	532.3	5964.0
广西	865.1	501.6	5797.5
海南	130.1	74.6	5730.3
重庆			
四川			
贵州			
云南	50.1	27.8	5548.9
西藏			
陕西			
甘肃			
青海			
宁夏			
新疆			

注：1、未列出的省（区、市）没有早稻生产。

2、因计算机自动进位原因，分省合计数与全国数略有差异。

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

2、2017年1-7月份全国规模以上工业企业利润总额同比增长21.2%

1-7月份，全国规模以上工业企业实现利润总额42481.2亿元，同比增长21.2%，增速比1-6月份放缓0.8个百分点。

1-7月份，规模以上工业企业中，国有控股企业实现利润总额9273.9亿元，同比增长44.2%；集体企业实现利润总额259.4亿元，增长3.7%；股份制企业实现利润总额29907.3亿元，增长22.9%；外商及港澳台商投资企业实现利润总额10197.7亿元，增长17.7%；私营企业实现利润总额14161.6亿元，增长14.2%。

1-7月份，采矿业实现利润总额2795.5亿元，同比增长7.9倍；制造业实现利润总额37413.1亿元，增长18.1%；电力、热力、燃气及水生产和供应业实现利润总额2272.6亿元，下降25.3%。

1-7月份，在41个工业大类行业中，37个行业利润总额同比增加，4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13.7倍，农副食品加工业增长5.7%，纺织业增长5.4%，石油加工、炼焦和核燃料加工业增长25.1%，化学原料和化学制品制造业增长32.2%，非金属矿物制品业增长25.1%，黑色金属冶炼和压延加工业增长1倍，有色金属冶炼和压延加工业增长45.6%，通用设备制造业增长18.1%，专用设备制造业增长22.6%，汽车制造业增长11.9%，电气机械和器材制造业增长8.7%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长15.3%，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31.7%。

1-7月份，规模以上工业企业实现主营业务收入69.8万亿元，同比增长13.1%；发生主营业务成本59.8万亿元，增长13.1%；主营业务收入利润率为6.09%，同比提高0.41个百分点。

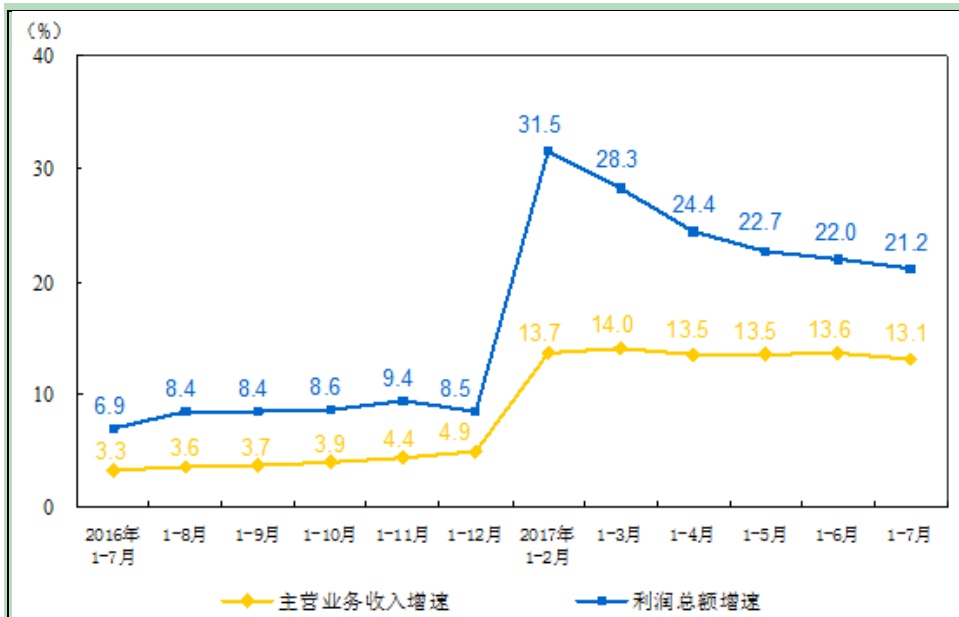
7月末，规模以上工业企业资产总计108.1万亿元，同比增长7.8%；负债合计60.3万亿元，增长6.6%；所有者权益合计47.8万亿元，增长9.4%；资产负债率为55.8%，同比下降0.7个百分点。

7月末，规模以上工业企业应收账款 12.9 万亿元，同比增长 9.4%；产成品存货 40732.2 亿元，增长 8%。

1-7 月份，规模以上工业企业每百元主营业务收入中的成本为 85.72 元，同比减少 0.04 元；每百元主营业务收入中的费用为 7.28 元，同比减少 0.32 元；每百元资产实现的主营业务收入为 113.5 元，同比增加 5.3 元；人均主营业务收入为 133.2 万元，同比增加 16.1 万元；产成品存货周转天数为 13.7 天，同比减少 0.8 天；应收账款平均回收期为 37.1 天，同比减少 1 天。

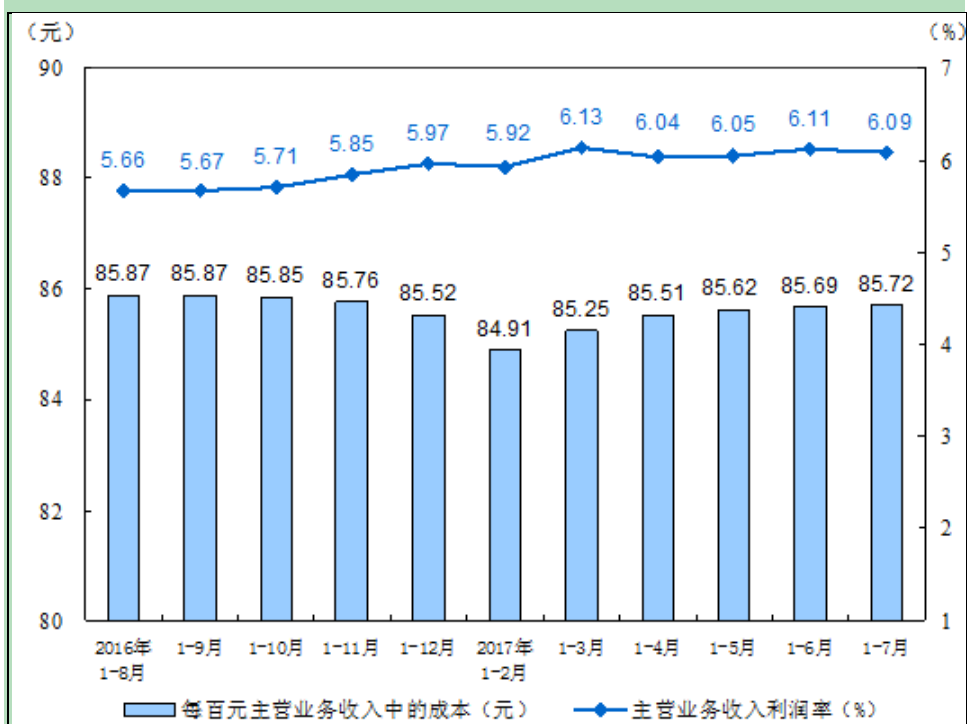
7 月份，规模以上工业企业实现利润总额 6126.7 亿元，同比增长 16.5%，增速比 6 月份放缓 2.6 个百分点。

图表 2 各月累计主营业务收入与利润总额同比增速



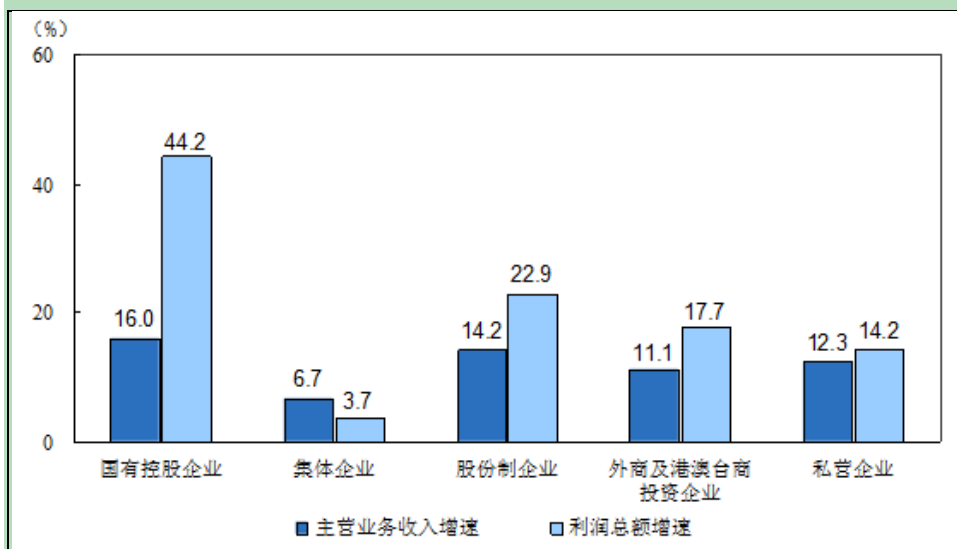
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 3 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 4 2017 年 1-7 月份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 5 2017 年 1-7 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

	1-7 月 (亿元)	同比增长 (%)	1-7 月 (亿元)	同比增长 (%)	1-7 月 (亿元)	同比增长 (%)
总计	710640.1	13.2	698053.4	13.1	42481.2	21.2
其中：采矿业	32948.0	25.9	31503.7	24.8	2795.5	788.9
制造业	639737.9	13.0	629135.3	12.9	37413.1	18.1
电力、热力、燃气及水生产和供应业	37954.2	8.0	37414.4	7.9	2272.6	-25.3
其中：国有控股企业	152213.9	16.2	146340.4	16.0	9273.9	44.2
其中：集体企业	3782.4	6.8	3726.1	6.7	259.4	3.7
股份制企业	516062.9	14.4	506836.6	14.2	29907.3	22.9
外商及港澳台商投资企业	154034.9	11.3	151223.8	11.1	10197.7	17.7
其中：私营企业	250631.5	12.3	248806.3	12.3	14161.6	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 6 (续表) 2017 年 1-7 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	
	1-7 月 (亿元)	同比增长 (%)	1-7 月 (亿元)	同比增长 (%)
总计	609689.4	13.2	598356.6	13.1
其中：采矿业	26040.6	15.4	24622.3	13.7
制造业	549787.5	13.1	540255.7	13.1
电力、热力、燃气及水生产和供应业	33861.3	11.8	33478.6	11.9
其中：国有控股企业	125733.2	16.0	120331.0	15.8
其中：集体企业	3211.3	7.5	3167.4	7.7
股份制企业	443051.8	14.2	434556.6	14.1
外商及港澳台商投资企业	131203.7	11.5	128837.2	11.3
其中：私营企业	219977.3	12.3	218276.1	12.3

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 7 2017 年 1-7 月份规模以上工业企业经济效益指标

分组	主营业务收入利润率	每百元主营业务收入中的成本	每百元主营业务收入中的费用	每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	产成品存货周转天数	应收账款平均回收期
	(%)	(元)	(元)	(元)	(万元/人)	(%)	(天)	(天)
总计	6.09	85.72	7.28	113.5	133.2	55.8	13.7	37.1
其中：采矿业	8.87	78.16	9.83	57.3	92.0	60.3	12.6	32.2
制造业	5.95	85.87	7.24	134.1	133.7	54.2	14.6	37.9
电力、热力、燃气及水生产和供应业	6.07	89.48	5.79	41.3	193.9	61.2	0.6	27.4
其中：国有控股企业	6.34	82.23	8.04	61.3	165.3	61.1	15.7	41.2
其中：集体企业	6.96	85.01	8.56	120.7	128.3	61.8	20.3	26.6
股份制企业	5.90	85.74	7.24	114.7	135.4	56.7	13.8	33.7
外商及港澳台商投资企业	6.74	85.20	7.89	123.2	122.8	53.8	14.5	52.6
其中：私营企业	5.69	87.73	6.10	186.6	129.6	51.6	11.2	26.0

数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 8 2017 年 1-7 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	
	1-7 月	同比增长	1-7 月	同比增长	1-7 月	同比增长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	710640.1	13.2	698053.4	13.1	42481.2	21.2

煤炭开采和洗选业	16837.7	37.9	15585.0	36.3	1714.0	1372.5
石油和天然气开采业	4397.4	25.2	4321.5	25.3	232.9	(注 1)
黑色金属矿采选业	3762.2	20.1	3720.5	20.1	267.4	71.3
有色金属矿采选业	3911.6	10.1	3880.4	9.9	354.1	41.0
非金属矿采选业	3140.6	6.6	3111.6	6.2	222.4	10.0
开采辅助活动	876.8	8.8	862.9	7.9	3.6	(注 2)
其他采矿业	21.9	67.2	21.9	67.2	1.2	33.3
农副食品加工业	39332.7	8.4	39127.4	8.4	1786.7	5.7
食品制造业	14229.9	9.1	14068.4	9.2	1158.2	8.1
酒、饮料和精制茶制造业	11295.2	9.8	11181.7	9.9	1165.5	14.8
烟草制品业	5764.6	-1.0	5216.0	0.8	615.8	-9.1
纺织业	24308.0	8.9	23970.0	8.8	1163.7	5.4
纺织服装、服饰业	13710.7	7.4	13578.0	7.5	767.9	12.0
皮革、毛皮、羽毛及其制品 和制鞋业	8865.5	7.1	8845.9	7.1	516.5	10.2
木材加工和木、竹、藤、棕、 草制品业	8453.0	8.6	8436.0	8.6	485.4	8.0
家具制造业	5210.1	13.0	5183.8	13.0	317.2	13.0
造纸和纸制品业	9154.3	13.9	9046.2	13.7	554.9	39.3
印刷和记录媒介复制业	4788.0	10.4	4753.4	10.4	298.5	6.0
文教、工美、体育和娱乐用 品制造业	10145.3	11.9	10063.9	11.4	542.4	13.0
石油加工、炼焦和核燃料加 工业	23915.5	25.0	23368.4	24.7	1215.4	25.1
化学原料和化学制品制造业	55448.1	15.2	54624.1	15.3	3474.7	32.2
医药制造业	17073.5	11.9	16934.5	11.9	1875.6	18.7
化学纤维制造业	5034.6	14.6	4922.2	14.9	240.5	54.6
橡胶和塑料制品业	19628.4	9.9	19417.7	9.7	1121.4	4.8
非金属矿物制品业	37076.6	12.6	36877.4	12.6	2485.9	25.1

黑色金属冶炼和压延加工业	43180.9	22.6	41531.7	22.7	1624.8	101.5
有色金属冶炼和压延加工业	34778.5	17.6	33651.1	17.0	1160.3	45.6
金属制品业	23182.5	11.2	22947.2	11.0	1174.7	8.1
通用设备制造业	29308.4	11.9	28707.7	11.8	1833.3	18.1
专用设备制造业	22513.1	12.4	22325.8	12.4	1391.9	22.6
汽车制造业	49182.6	12.1	47936.9	11.8	3966.1	11.9
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	9452.3	5.7	9324.1	5.5	512.2	-1.2
电气机械和器材制造业	45268.7	12.0	44379.9	12.0	2574.6	8.7
计算机、通信和其他电子设备制造业	59290.4	14.3	58661.7	14.2	2679.7	15.3
仪器仪表制造业	5600.2	14.8	5552.0	15.1	470.7	29.6
其他制造业	1459.9	8.5	1450.0	8.2	80.5	5.9
废弃资源综合利用业	2470.6	18.3	2458.0	18.5	133.1	43.7
金属制品、机械和设备修理业	615.9	0.8	594.2	-1.8	25.1	-3.1
电力、热力生产和供应业	32655.2	7.2	32271.8	7.1	1824.4	-31.7
燃气生产和供应业	3947.8	13.4	3867.4	13.7	309.4	10.6
水的生产和供应业	1351.2	11.0	1275.2	11.4	138.8	53.0
注：1、石油和天然气开采业上年同期亏损 383.3 亿元。						
2、开采辅助活动上年同期亏损 29.1 亿元。						
数据来源：国家统计局、中商产业研究院						

图表 9 (续表) 2017 年 1-7 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	
	1-7 月	同比增长	1-7 月	同比增长
	(亿元)	(%)	(亿元)	(%)
总计	609689.4	13.2	598356.6	13.1
煤炭开采和洗选业	12712.0	22.9	11502.3	19.6
石油和天然气开采业	3405.1	6.2	3295.3	6.2

黑色金属矿采选业	3211.0	17.6	3172.0	17.7
有色金属矿采选业	3262.0	7.5	3238.1	7.5
非金属矿采选业	2585.7	6.7	2560.4	6.2
开采辅助活动	847.9	4.8	837.6	4.0
其他采矿业	16.8	66.3	16.8	66.3
农副食品加工业	35397.3	8.7	35227.5	8.8
食品制造业	11503.7	9.9	11354.9	10.0
酒、饮料和精制茶制造业	8547.5	9.8	8453.2	9.8
烟草制品业	2025.2	-3.5	1488.7	1.8
纺织业	21883.9	9.2	21607.5	9.3
纺织服装、服饰业	11815.3	7.1	11704.5	7.2
皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业	7728.2	6.9	7713.2	6.9
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	7442.3	8.8	7429.9	8.8
家具制造业	4429.0	12.8	4411.3	12.9
造纸和纸制品业	7919.1	13.1	7828.8	12.9
印刷和记录媒介复制业	4092.6	11.1	4067.7	11.0
文教、工美、体育和娱乐用品制造业	8922.0	12.1	8852.6	11.6
石油加工、炼焦和核燃料加工业	19272.1	30.6	18745.1	30.3
化学原料和化学制品制造业	47709.2	15.1	46957.1	15.2
医药制造业	11956.3	10.5	11856.7	10.5
化学纤维制造业	4546.1	13.9	4444.6	14.3
橡胶和塑料制品业	17068.5	10.5	16890.2	10.4
非金属矿物制品业	31726.6	11.9	31561.0	11.9
黑色金属冶炼和压延加工业	39485.7	21.5	37939.3	21.7
有色金属冶炼和压延加工业	32397.4	17.2	31322.7	16.6
金属制品业	20449.1	11.5	20255.5	11.4
通用设备制造业	24951.3	12.0	24393.7	11.8
专用设备制造业	19002.4	11.9	18854.9	12.1
汽车制造业	41373.3	12.5	40344.9	12.3
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	8172.0	5.9	8063.3	5.7

电气机械和器材制造业	38940.8	12.3	38124.4	12.4
计算机、通信和其他电子设备制造业	52425.8	13.8	51838.0	13.8
仪器仪表制造业	4565.7	14.9	4533.8	15.2
其他制造业	1264.0	8.8	1255.7	8.5
废弃资源综合利用业	2239.9	17.5	2226.4	17.6
金属制品、机械和设备修理业	535.0	1.8	508.4	-2.0
电力、热力生产和供应业	29436.6	11.6	29139.8	11.6
燃气生产和供应业	3422.0	14.5	3375.5	14.8
水的生产和供应业	1002.7	10.7	963.3	11.1

3、2017 年上半年规模以上医药工业实现营收 15314.40 亿元，同比增长 12.39%

8月24日讯工信部官网今日发布2017年上半年医药工业主要经济指标完成情况。2017年上半年规模以上医药工业增加值同比增长11.3%，增速较上年同期提高1个百分点，高于全国工业整体增速4.4个百分点，位居工业全行业前列，医药工业增加值在整体工业增加值中所占比重为3.3%。

2017年上半年医药工业规模以上企业实现主营业务收入15314.40亿元，同比增长12.39%，增速较上年同期提高2.25个百分点。各子行业中，增长最快的是中药饮片加工，化学药品制剂、中成药、制药设备的增速低于行业平均水平。

2017年上半年医药工业主营业务收入

行业	主营业务收入(亿元)	同比(%)	比重(%)	2016年同期增速(%)
化学药品原料药制造	2602.06	13.68	16.99	9.55
化学药品制剂制造	4080.48	9.47	26.64	11.07
中药饮片加工	1047.88	21.33	6.84	13.03
中成药制造	3339.72	10.95	21.81	8.16
生物药品制造	1620.02	14.52	10.58	9.32
卫生材料及医药用品制造	1124.88	14.44	7.35	10.62
制药专用设备制造	82.71	6.05	0.54	6.46
医疗仪器设备及器械制造	1416.65	12.37	9.25	12.60
医药工业合计	15314.40	12.39	100	10.14

数据来源：中国网财经

2017年上半年医药工业规模以上企业实现利润总额1686.52亿元，同比增长15.83%，增速较上年同期提高1.22个百分点。各子行业中，增长最快的是生物制品制造和中药饮片加工，制药设备出现负增长。2017年上半年规模以上医药工业主营收入利润率为11.01%，高于全国工业整体水平3.88个百分点。

2017年上半年医药工业利润总额

行业	利润总额(亿元)	同比(%)	比重(%)	2016年同期增速(%)
化学药品原料药制造	210.10	4.57	12.46	33.30
化学药品制剂制造	549.64	17.42	32.59	16.21
中药饮片加工	73.61	22.78	4.36	13.27
中成药制造	363.63	12.62	21.56	6.14
生物药品制造	229.03	28.45	13.58	5.07
卫生材料及医药用品制造	109.08	16.67	6.47	9.32
制药专用设备制造	6.13	-6.62	0.36	-4.31
医疗仪器设备及器械制造	145.30	15.55	8.61	29.30
医药工业合计	1686.52	15.83	100	14.61

数据来源：中国网财经

2017年上半年医药工业规模以上企业实现出口交货值994.11亿元，同比增长5.49%。根据海关进出口数据，2017年上半年医药产品出口额为288.24亿美元，同比增长5.47%。

2017年上半年医药制造业完成固定资产投资 2846 亿元，同比增长 2.7%，低于制造业整体增速 2.8 个百分点。

4、2017 中国挖掘机行业分析：全年预增 50%以上，销量或超 11 万台

中国工程机械工业协会挖掘机分会发布的最新数据显示，挖掘机销量增长强劲，2017 年 1-7 月中国挖掘机市场销量同比涨幅达到历史新高。业内人士指出，根据挖掘机销售季节性特点，1-7 月销量约占全年销量 70%，2017 年全年销量预计在 11-12 万台，涨幅在 50%以上。

2017 年中国挖掘机产量情况

自 2016 年下半年以来，工程机械主要机种开始筑底回暖，挖机行业进入高速增长阶段。据中商产业研究院大数据库数据显示，2017 年 7 月中国挖掘机产量 14651 台，同比增长 66.1%；2017 年 1-7 月中国挖掘机产量 117735 台，同比增长 69%。

图表 10 2016-2017 年挖掘机产量及增减变动月度数据表

日期	当月产量(台)	累计产量(台)	当月同比增长(%)	累计增长(%)
2017年7月	14651.0	117735.0	66.1	69.0
2017年6月	14730.0	94839.0	72.7	72.6
2017年5月	16675.0	80108.0	63.8	71.4
2017年4月	18676.0	63433.0	62.7	73.5
2017年3月	19292.0	44682.0	79.6	78.2
2017年2月	--	22381.0	--	55.9
2016年12月	11920.0	111395.0	65.4	19.4
2016年11月	10774.0	99447.0	61.4	15.5
2016年10月	9286.0	88476.0	62.9	11.4
2016年9月	8795.0	79192.0	34.0	7.4
2016年8月	7518.0	70397.0	34.0	4.8
2016年7月	8215.0	63156.0	27.1	2.6

数据来源：中商产业研究院大数据库

2017 年中国挖掘机销量情况

今年以来的销量表现：一季度销售 40400 台，同比增长 98%；4 月份销售 14360 台，同比增长 100%；5 月份销售 11280 台，同比增长 106%；6 月份销售 8900 台，同比增长 100%。7 月，挖掘机械产品 7656 台，同比涨 108.9%。

1-7 月国内挖掘机销量前十企业分别是三一重工、卡特彼勒、斗山、小松、日立建机、柳工、山东临工、沃尔沃、神钢和现代江苏。其中三一重工 1-7 月销量为 17880 台，同比增长 184.26%，位居榜首。此外，卡特彼勒 1-7 月销量为 10999 台，突破销量 1 万大关，同比增长 139.11%。

2017年1-7月中国挖掘机销售量排行榜

微信公众号：商业排行榜 (askplan)

官方网站：<http://top.askci.com>

排名	企业	销量(台)	同比增长%
1	三一重工	17880	184.26
2	卡特彼勒	10999	139.11
3	斗山	6609	136.8
4	小松	5796	110.46
5	日立建机	5113	100.2
6	柳工	4680	168.19
7	山东临工	4037	172.95
8	沃尔沃	2730	157.3
9	神钢	2622	40.06
10	现代江苏	2368	305.48
11	久保田	2238	176.98
12	福田雷沃	2004	124.41
13	山河智能	1877	66.11
14	住友建机	985	84.46
15	玉柴	939	6.34
16	山重建机	783	33.62
17	厦工	644	-34.22
18	卡特重机	621	47.86
19	山东力士德	525	-22.45
20	洋马	476	54.05
21	约翰迪尔	222	164.29
22	利勃海尔	192	380
23	詹阳动力	186	190.62
24	广西开元	24	-7.69
25	现代京城	0	-100

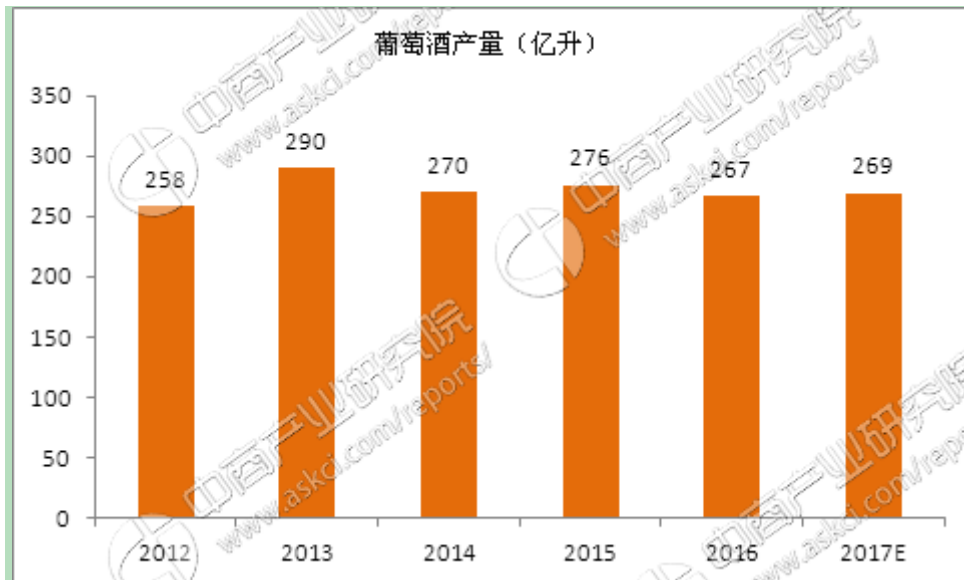
数据来源：中商产业研究院大数据库

5、2017 年全球葡萄酒生产消费与前景展望

1、生产分析

据国际葡萄与葡萄酒组织（OIV）发布的最新报告显示，近年来，全球葡萄酒产量有所减少，其中，法国 2016 年的葡萄酒产量为 43.5 亿升，为 30 年来的最低水平。法国农业部的报告显示，冰雹、霜冻和霉病等灾害自今年春季起就一直频频发生，导致葡萄减产。春季的霜冻和冰雹灾害袭击了香槟（Champagne）、勃艮第（Burgundy）和卢瓦尔河谷（LoireValley）等产区，地中海产区（Mediterranee）少雨的情况也是导致减产的原因之一。预计 2017 年全球葡萄酒产量与 2016 年基本持平。

图表 11 2012-2017 年全球葡萄酒产量



数据来源：OIV、中商产业研究院

2、生产区域分布

全球葡萄酒生产主要分布在欧美地区，产量排名前四的国家分别为意大利、法国、西班牙和美国，2016 年，意大利的葡萄酒产量为 50.9 亿升，占全球葡萄酒总产量的 19.1%，法国的葡萄酒产量为 53.5 亿升，占全球葡萄酒总产量的 16.3%，西班牙的葡萄酒产量为 39.9 亿升，占全球葡萄酒总产量的 14.9%，美国的葡萄酒产量为 23.9 亿升，占全球葡萄酒总产量的 9.0%。

图表 12 2016 年全球葡萄酒主要生产地区占比

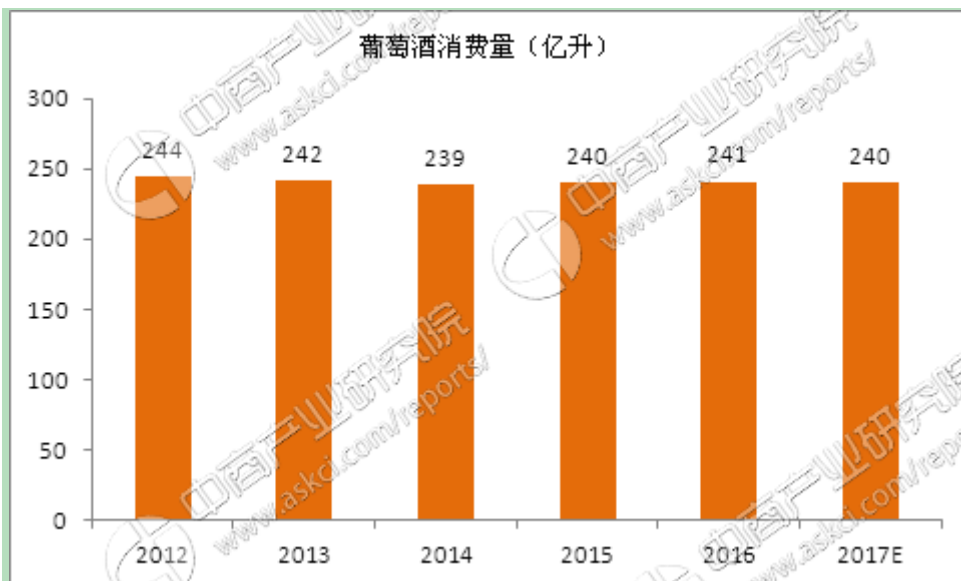


数据来源：OIV、中商产业研究院

3、消费分析

据中商产业研究院发布的《2017 年全球葡萄酒产业研究报告》指出，近年来，全球葡萄酒消费量较平稳，传统葡萄酒消费国家葡萄酒消费呈现整体下降（或停滞）趋势，而新兴葡萄酒消费国的消费增长乐观，2000 年至 2016 年期间，葡萄酒消费量出现转变，葡萄酒在生产国以外被越来越多地消费，其中，中国 2016 年葡萄酒消费量为 17.3 亿升，较 2015 年增长 6.9%，涨幅居世界一位。预计 2017 年全球葡萄酒消费量将近 240 亿升。

图表 13 2012-2017 年全球葡萄酒消费量

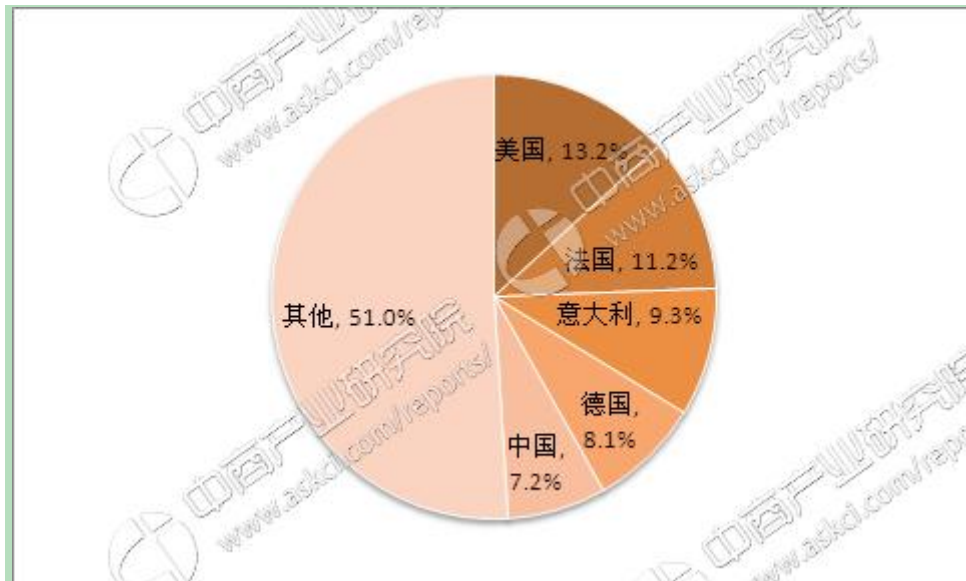


数据来源：OIV、中商产业研究院

4、消费区域分布

美国，法国，意大利、德国和中国为主要的葡萄酒消费国家，2016年，美国的葡萄酒消费量为31.8亿升，占全球消费总量的13.2%，法国的葡萄酒消费量为27.0亿升，占全球消费总量的11.2%，意大利的葡萄酒消费量为22.5亿升，占全球消费总量的9.3%，德国的葡萄酒消费量为19.5亿升，占全球消费总量的8.1%，中国的葡萄酒消费量为17.3亿升，占全球消费总量的7.2%。

图表 14 2016 年全球葡萄酒主要消费地区占比



数据来源：OIV、中商产业研究院

6、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 8 月中旬与 8 月上旬相比，32 种产品价格上涨，10 种下降，8 种持平。

图表 15 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(%)
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm, HRB400）	吨	4082	66.2	1.6
线材（Φ6.5mm, HPB300）	吨	4221.4	125.8	3.1
普通中板（20mm, Q235）	吨	3973.6	98.4	2.5

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期价格 涨跌(元)	涨 跌 幅(%)
热轧普通薄板 (3mm, Q235)	吨	4185.3	82.6	2
无缝钢管 (219*6, 20#)	吨	5039.5	252.9	5.3
角钢 (5#)	吨	4367.2	209.2	5
二、有色金属				
电解铜 (1#)	吨	50246.9	-34.7	-0.1
铝锭 (A00)	吨	15822.2	945.7	6.4
铅锭 (1#)	吨	19405.8	718	3.8
锌锭 (0#)	吨	25148.7	1435.1	6.1
三、化工产品				
硫酸 (98%)	吨	240	5	2.1
烧碱(液碱, 32%)	吨	970.4	-2.9	-0.3
甲醇 (优等品)	吨	2312.4	53.3	2.4
纯苯 (石油苯, 工业级)	吨	6125	85.6	1.4
苯乙烯 (一级品)	吨	9571.7	155.4	1.7
聚乙烯 (LLDPE, 7042)	吨	9560.9	3	0
聚丙烯 (T30S)	吨	8686.8	46.2	0.5
聚氯乙烯 (SG5)	吨	7361.9	145.2	2
顺丁胶 (BR9000)	吨	12867.5	1532.5	13.5
涤纶长丝 (FDY150D/96F)	吨	8591.7	-36.4	-0.4
四、石油天然气				
液化天然气 (LNG)	吨	3122.1	-15.9	-0.5
液化石油气 (LPG)	吨	3743.2	69.8	1.9
汽油 (95#国V)	吨	6646.8	120.9	1.9
汽油 (92#国V)	吨	6232.1	111	1.8
柴油 (0#国V)	吨	5495.3	94	1.7
石蜡 (58#半)	吨	7057.1	-23.4	-0.3
五、煤炭				
无烟煤 (2号洗中块)	吨	995	8.9	0.9
普通混煤 (4500大卡)	吨	475	0	0
山西大混 (5000大卡)	吨	540	0	0
山西优混 (5500大卡)	吨	582.5	-2.5	-0.4
大同混煤 (5800大卡)	吨	615	0	0
焦煤 (1/3焦煤)	吨	1091.7	44.2	4.2
焦炭 (二级冶金焦)	吨	1833.6	88.2	5.1

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期价格 涨跌(元)	涨 跌 幅(%)
六、非金属建材				
复合硅酸盐水泥 (P.C 32.5R 袋装)	吨	333.9	5.4	1.6
普通硅酸盐水泥(P.O 42.5 散装)	吨	338.2	1.5	0.4
浮法平板玻璃 (4.8-5mm)	吨	1552.5	18.7	1.2
七、农产品				
稻米 (粳稻米)	吨	4366.3	-1.1	0
小麦 (国标三等)	吨	2436.3	9.3	0.4
玉米 (黄玉米二等)	吨	1656.1	-1	-0.1
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	15682.1	-5.4	0
生猪 (外三元)	千克	14.3	0.1	0.7
大豆 (黄豆)	吨	3971.7	-19.1	-0.5
豆粕 (粗蛋白含量≥43%)	吨	2823.1	-33.3	-1.2
花生 (油料花生米)	吨	6638.9	122.2	1.9
八、农业生产资料				
尿素 (小颗粒)	吨	1574.7	-23.3	-1.5
复合肥 (硫酸钾复合肥)	吨	2305	0	0
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	22783.3	552	2.5
九、林产品				
人造板 (1220*2440*15mm)	张	49.7	0	0
纸浆 (漂白化学浆)	吨	5461.3	253.9	4.9
瓦楞纸 (高强)	吨	4248	266.5	6.7

7、50个城市主要食品平均价格变动情况

图表 16 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	6.39	0.01	0.2
面粉	富强粉	千克	6.37	-0.01	-0.2
面粉	标准粉	千克	5.23	0.02	0.4
豆制品	豆腐	千克	4.83	0	0
花生油	压榨一级	升	28	0.04	0.1
大豆油	5L 桶装	升	9.88	0.04	0.4
菜籽油	一级散装	升	13.95	-0.04	-0.3

猪肉	猪肉后臀尖(后腿肉)	千克	26.35	0.06	0.2
猪肉	五花肉	千克	27.89	0.06	0.2
牛肉	腿肉	千克	66.98	-0.08	-0.1
羊肉	腿肉	千克	59.09	0.42	0.7
鸡	白条鸡	千克	21.91	0.19	0.9
鸡	鸡胸肉	千克	20.13	0.19	1
鸭	白条鸭	千克	17.84	0.17	1
鸡蛋	散装鲜鸡蛋	千克	10.21	0.84	9
活鲤鱼		千克	15.97	-0.01	-0.1
活草鱼		千克	18.81	-0.08	-0.4
带鱼		千克	39.45	-0.03	-0.1
大白菜		千克	3.76	0.04	1.1
油菜		千克	7.65	0.04	0.5
芹菜		千克	7.38	-0.07	-0.9
黄瓜		千克	5.5	-0.16	-2.8
西红柿		千克	6.27	0.11	1.8
豆角		千克	9.32	-0.27	-2.8
土豆		千克	3.89	0.07	1.8
苹果	富士苹果	千克	12.22	0.04	0.3
香蕉	国产	千克	6.14	-0.1	-1.6

三、投资市场

1、境外投资 13 年宽与紧：监管层鼓励什么？担心什么？

这是一次酝酿了半年的“刹车”行动。

指导这次刹车行动的是《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（以下简称《指导意见》），8月18日由国务院发布，按“鼓励发展+负面清单”模式引导和规范企业境外投资方向，正式明确了中国将要鼓励、限制和禁止的三类境外投资活动，限制房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等领域的境外投资。

2017年8月24日，商务部新闻发言人高峰在例行发布会上针对《指导意

见》执行和落实的表态中明确提到了：“确保企业境外投资行稳致远，确保‘一带一路’建设顺利推进，确保国家金融安全和经济安全；坚持对外开放的战略方向不动摇，坚持推进‘走出去’战略不动摇，坚持防范境外投资风险的原则不动摇”。

“三个确保、三个不动摇”的提出，进一步明确了对外投资的监管思路。对外经济贸易大学教授、中国与全球化智库高级研究员崔凡对经济观察报表示，《指导意见》的出台，使得监管思路终于有章可循，监管思路也逐渐明晰。一方面，是对“一带一路”的进一步鼓励；另一方面，则是控制资本外逃风险。

其实，眼下这场针对境外投资的刹车行动，早在去年年底就已经揭开了序幕。

2016年11月28日，国家发改委等四部委就曾发声要加强境外投资领域的监管，重点关注“个别企业或个人通过对外投资渠道来转移资产”的行为，并将继续“对所有境外投资交易推行备案制管理，且将对跨境投资交易实施严格审核”。

此后，局势逐渐发生变化。

商务部公布数据显示，2017年1到7月，我国境内投资者对境外企业新增非金融类直接投资572亿美元，同比下降44.3%。其中房地产业、文化、体育和娱乐业对外投资同比分别下降81.2%和79.1%，仅占同期对外投资总额的2%和1%。

从2004年中国出台第一份规范境外投资的文件——《关于境外投资开办企业核准事项的规定》，到2009年出台《境外投资管理办法》，再到2017年8月18日下发的《指导意见》，中国关于境外投资的政策文件不断修订和变化。

3份文件，勾勒出了过去13年间政府部门对中国企业海外投资监管方式的变化路径：由限制到放开、再到最近的“点刹”式规范。这背后，闪现的是中国境外投资主体、投资规模和方式在不同阶段的演化。

新规后续

“刹车”并不意味着就此止步。

两桩在微妙时间点发生的跨国交易引起人们的关注。就在《指导意见》出台前，2017年7月28日，北京三元食品股份有限公司发布公告，宣布与复星集团联手收购了法国健康食品百年品牌 St-Hubert；2017年8月3日，复星集团合营公司南京南钢钢铁联合有限公司宣布，成功完成对德国一家汽车行业轻量化公司的控股收购。

“投资便利化长期方向并没有改变，对外投资现在的一些限制今后是会逐步放松的。”崔凡指出，一方面，对于境外投资将越来越多采用备案形式，这依然是发展方向；但是目前出现了投资风险，企业利用大量的杠杆，将银行的钱拿出去做非理性投资的行为，也需要加以监管。

关于“一带一路”建设的投资依然被鼓励。《指导意见》指出，支持境内有能力、有条件的企业积极稳妥开展境外投资活动，推进“一带一路”建设，深化国际产能合作，带动国内优势产能、优质装备、适用技术输出，提升我国技术研发和生产制造能力，弥补我国能源资源短缺，推动我国相关产业提质升级。

“这是方向上的进一步明确。”崔凡介绍道，此前，由于各地外汇平衡情况参差不齐，地方对于监管的松紧力度不一致，企业对此也不明确，丧失了很多投资机会。

有关境外投资的条例正在酝酿中。高峰介绍道，下一步商务部将积极推进境外投资立法，将境外投资引导、监管、规范、保障纳入法治化的轨道。“负面清单原则下的备案制，原则上应予以保留。”崔凡分析道，目前，境外投资的审批和核准还需进一步完善。从国别、产业、投资形式、投资设备、技术标准、环保等多方面的限制，难以落实到执行操作上来，具体领域还太模糊，未来可能会出台更加细致的清单和目录。

上海融孚律师事务所律师倪建林经常会接到客户的电话，咨询目前有关境外投资政策的变化。《指导意见》的出台，一些对境外投资持观望态度的客户担心限制将更加严格。

倪建林的解释则是，“这不属于新的限制措施，只是明确重申以往的监管底线，使得境外投资监督政策更加透明化。”

不过，新规给一些企业和项目带来的冲击也将逐步显现。今年3月16日，万达集团终止了对美国 DCP 集团高达 10 亿美元的收购交易。DCP 集团是美国一

家为好莱坞制作颁奖典礼的电视制作公司。万达董事长王健林对此表示，两边的政策都发生了变化，所以就放弃了这次收购。

倪建林介绍道，有项目出现了交割违约，收购合同已经签好，但因资金无法出境而造成交割违约。

十余年放权

2004年到2014年，普遍被外界评为境外投资政策去繁就简的“黄金十年”，也被称为是宽松和放权的十年。

中国境外投资主要涉及三个管理机构：发改委项目核准、商务部境外企业核准、外管局登记（对境外投资所涉的外汇、换汇及汇出进行审核）。

国家发改委主要从投资项目角度进行审核。从2004年《境外投资项目核准暂行管理办法》到2011年开始实施的《关于做好境外投资项目下放核准权限工作的通知》，核准投资金额从3000万美元一路提高到3亿美元、10亿美元。

商务部为拟进行境外投资的境内企业核发《企业境外投资证书》。从最早的2004年《关于境外投资开办企业核准事项的规定》到2009年的《境外投资管理办法》，对于中央企业1亿美元以下的境外投资及地方企业1000万美元以下的境外投资，由15个工作日的“实质审查”，松绑为仅需3个工作日的“简易审查”。

2014年被视为境外投资政策利好元年。这一年，发改委、商务部和国务院发布的一系列文件，都先后对境外投资项目改核准制为备案制为主。

同时，个人境外投资政策也在进一步松动，而个人直接跨境担保也成为了一种可能。2013年5月24日，发改委发布的《关于2013年深化经济体制改革重点工作意见的通知》提出“稳步推进人民币资本项目可兑换，建立合格境内个人投资者境外投资制度”，被认为是允许个人境外投资的原则性信号。

2014年5月8日，国务院发布《关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》，也提出“稳步开放境外个人直接投资境内资本市场，有序推进境内个人直接投资境外资本市场。”

2015年，中国实现境外投资规模实现井喷式增长。这一年，中国对外直接投资（OFDI）流量达到1456.7亿美元，首次成为全球第二大对外直接投资国，同时中国对外投资（ODI）超过使用外资（FDI）金额。商务部国际贸易谈判副代表张向晨称，从统计上来说，2015年中国正式成为资本的对外输出国。

也正是在这一年，中国企业共实施对外投资并购579起，涉及62个国家和地区，实际交易金额达到544.4亿美元，其中直接投资372.8亿美元，占68.5%。并购领域涉及制造业、信息传输、软件和信息技术服务业、采矿业、文化体育和娱乐业等18个行业大类。

民营企业渐渐成为境外投资的主力。商务部数据显示，2015年非公经济占中国对外投资的65.3%，在境外并购金额中的占比达到75.6%，数量和金额上都首次超过国有企业。

清华大学经济管理学院创新创业与战略系副主任李东红分析道，很多民营企业处于过剩产能行业，国内处于经济增速换挡期，投资机会减少，投资回报下降，企业在这样的時候大规模“走出去”是必然现象。

境外投资的火热在2016年得以延续，并达到历史新高。据商务部数据显示，2016年，我国投资者全年共对全球164个国家和地区的7961家境外企业进行了非金融类直接投资，累计实现投资1.13万亿元人民币，同比增长44.1%。

折戟风险

十几年间，中国企业境外投资的领域和方式也越来越宽泛和新颖。投资手笔越来越大，频次也越来越高。

境外投资热潮下，潜藏和不断暴露的问题也受到监管部门越来越多的重视。

今年8月24日，高峰在发布会上称，“中国企业境外投资也出现了一些问题，特别是去年以来，非理性的对外投资快速增长，对我国的金融安全、国有资产安全等方面带来了一定的风险和隐患。”

就在同一时期，中国外汇储备的较大波动也引来监管层的高度关注。外管局数据显示，中国外汇储备从2014年6月的3.99万亿美元下降到2016年11月的3.05万亿美元。对外经济贸易大学教授、中国与全球化智库高级研究员崔凡对经济观察报分析道，两年半的时间下降了近一万亿美元，肯定要防风险、

加监管。

一位娱乐业内人士说，早在去年 11 月，不少海外项目都已按下了暂停键。2016 年 11 月 28 日四部委加强对外投资监管的消息已经为诸多海外投资项目亮起了黄灯。

此时，一些领域的境外投资备案申请已受到限制。倪建林称，一些在上述领域的境外并购项目目前面临着无法完成交割的风险。

“自 2016 年底政策收紧以来，有关境外投资的话题也变得越来越谨慎。”倪建林说，过去境外投资火热的时候，他们团队所服务的境外投资客户纷至沓来，但这种情况，在今年上半年已明显下降。

今年 8 月 18 日《指导意见》的出台，则直接给中国企业近几年来不断飙升的境外投资踩了急刹车。

一些境外投资基金人士指出，对于采取“在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或者投资平台方式（SPV）”，今后或将要面临更严格的审批。一些即使已经谈好的项目，可能也会因为变故而折戟。

2、两次入共享充电宝战场，这一次他刚起步就拿了 1000 万元融资，这场战还要打多久？

投资界 8 月 26 日消息，前云充吧 CEO 丁明磊创办的“伏特+”于近期完成了 1000 万元的天使轮融资。

先说说云充吧，云充吧成立于 2015 年 10 月，是一家从事电子高新技术的研发生产企业，主要专注于智能充电宝租赁终端项目。云充吧也于 8 月宣布获得了 2500 万元的 A 轮融资，由友宝领投，估值达 2.5 亿元。

据猎云消息，因与合伙人在市场战略上发生分歧，丁明磊离开云充吧，于 2017 年 5 月份创办了伏特+。其认为，目前行业市场空间依旧很大，市场占有率不高，这也是其二次创业继续切入该赛道的原因。

据了解，伏特+主要为用户提供两款共享充电宝：基座型和立柜式。用户通过扫码支付 100 元押金后，可解锁充电宝。第一个小时 1 元，第二个小时 2

元，单日消费 10 元封顶。

此外，伏特+的单套设备（1 个基座+5 个模组）成本不到 1000 元，回本周期大概在 40 天。丁明磊透露，目前伏特+已经签约了 56 家渠道商，分散在上海、厦门、青岛、苏州等城市。

共享充电宝究竟是真风口还是伪需求一直是备受议论的问题，目前市场上已经有数十家共享充电宝获得资本加持，纵观共享充电宝局势，目前也已进入后战国时代，巨头资本均已布局各家共享充电宝项目。不少业内人士分析认为，资本的跑马圈地已暂告段落，接下来的重点是抢占份额、比拼产品投放速度。

3、人均营收秒杀 BAT，他们才是中国最会赚钱的公司！

又逢财报季，这一次 BAT 三家一起大放光彩。腾讯、阿里在很大体量的基础上依然保持高速增长，并且双双站上 4000 亿美元市值的台阶上。这两年有些掉队的百度，二季度利润大涨，也算是转型成功的一个标志。

除了看营收，看利润，还有什么最能证明公司的赚钱能力？换一个姿势扒一扒财报的数据。不算不知道，一算吓一跳：原来 BAT 都不是最会赚钱的那家公司。

腾讯总营收是 566.06 亿元人民币，目前在职员工 40678 人，人均创造营收 139 万；

阿里巴巴总营收为 501.84 亿元人民币，目前员工总数是 57302，人均创造营收 87.6 万元；

百度总营收是 208.74 亿元人民币，员工总数是 45887 人，人均创造营收 45.5 万元。

从这三家来看，腾讯是人均创造产值最高的一家，其实这也恰好符合大家一贯 BAT 的认知。

再看看人均创造的利润：

腾讯净利润 163.91 亿元人民币，人均创造利润 40.3 万元；

阿里巴巴净利润 200.19 亿元人民币，人均创造利润 34.9 万元；
百度净利润 44.15 亿元人民币，人均创造利润 9.6 万元。

由此可见，百度的盈利能力远弱于腾讯和阿里。

总体来说，BAT 这一季度的财报都是相对喜人的。不过，当看到陌陌的财报的时候，还是有些震惊和意外。

陌陌本季度营收 20.79 亿元，然而员工人数只有 1072 人，这么一算，人均产值是 193.9 万元！

陌陌本季度利润是 4.92 亿，人均创造利润 45.9 万元！

从人均创造营收看，陌陌是腾讯的 1.4 倍，阿里的 2.2 倍，百度的 4.3 倍。

从人均利润看，陌陌是腾讯的 1.1 倍，阿里的 1.3 倍，百度的 4.8 倍。

没有对比就没有伤害！

什么算是一家成功的公司？规模大，营收高，市场份额高，利润高，人数多，市值高……

在懂懂笔记看来，人均创造营收高、人均利润高，这样的公司也算得上是成功的企业吧。BAT 再风光，也不如陌陌来得实在。

据说陌陌去年组织全员去普吉岛旅游，过年每个员工阳光普照奖发了两万五。今年第二季度财报发布完了，陌陌又要带全体员工去新加坡度假。为什么这家公司给每一个员工的福利都这么好？因为人均产值高、人均盈利能力强啊！

除了大公司，互联网更需要“轻公司”

让懂懂带大家具体看看陌陌的财报数字。第二季度陌陌的营收达到 3.122 亿美元，同比增长 215%。调整后净利润达到 7388 万美元，同比增长 217%。这两个最重要的财务标准，陌陌都保持三位数的增长，这样的增长速度确实令所有的同行艳羡不已。

收入结构方面，直播、增值服务、移动营销、游戏四大业务在财务方面均取得了显著的增长。其中直播业务在 2017 年 Q2 贡献营收 2.594 亿美元，同比增长 348%；包括会员服务及虚拟礼物服务在内的增值业务 Q2 营收 2460 万美元，同比增长 58%；移动营销业务 Q2 营收 1900 万美元，同比增长 15%；移动游戏 Q2 营收 910 万美元，同比增长 23%。

这其中看出陌陌增长的源动力还是来自于直播业务，主要原因在于直播服务付费用户的增长，2017 年第二季度直播服务的付费用户达到 410 万，ARPPU 值高达 63.3 美元。

说实话，这一次陌陌的增长又让华尔街大跌眼镜。根据此前华尔街分析师的平均预测，陌陌每股收益(不按照美国通用会计准则)为 0.31 美元，净营收为 2.8633 亿美元。而财报显示，二季度陌陌每股收益(不按照美国通用会计准则)为 0.35 美元，净营收达到 3.122 亿美元，远高于华尔街及公司预期。

由于 2015 年布局直播，陌陌从 2016 年第一季度开始，净营收和净利润都进入快速增长通道，连续几个季度高达 200% 以上的增长率，甚至曾一度增长幅度超过 1000%，在所有上市公司当中相当罕见。

不得不说，陌陌是一家变现能力极强的公司，是一家很会赚钱的公司，同时也正在成为一家非常值钱的公司。如今陌陌市值接近 80 亿美元，在这几年持续增长之下，已经跃居中国互联网公司海外上市前十大的行列，基本可以排在第八位。但以这样的规模、盈利能力、以及市值排名，陌陌的员工增长却很平缓，到目前只有 1072 名员工。这个数字确实少的有些惊人，现在随便一个融资到 B 轮、C 轮的公司，人员过千甚至大几千都是经常的事。

“凭借轻资产运营模式下的杠杆效应，我们稳定的营收表现带来了利润的显著增长。”在财报的分析师会议上，陌陌 CEO 唐岩这样总结道。

这句话，突然击中了懂懂：互联网经济区别于传统经济，互联网本身就是一种轻模式，是效率优先，是通过模式创新来创造价值。

在互联网领域，我们不能只将目光局限于“大公司”，如果论大，永远只会有那很少的几家。但他们的大，不是谁都能学得来，难以复制。而在互联网领域，还有更多的中小企业，他们或许更应该学一学“轻公司”，轻公司才是互联网价值的真正体现。

从社交+视频到社交+娱乐的“化反”

陌陌近两年业绩的爆发来自于视频，但根子在于社交。

社交是永远的风口，不同时期总有人以不同的形式进入这个赛道。陌陌2011年3月创业开始，选择了陌生人社交领域。单纯的陌生人社交，前景并不是很清晰，用户群体也没有熟人社交的微信发展迅猛。但是几年来陌陌的陌生人社交也是稳步增长，积累下一大批活跃用户以及难能可贵的流量。

而这些用户和流量价值的爆发来自于视频的“催化”。陌陌2015年9月开始布局视频化战略，先后推出了陌陌现场、动态视频、直播、时刻、群组视频、短视频等基于视频形式的服务。由于此前几年在社交领域的积累，陌陌很容易就打通了直播的商业化之路。

很有趣的一个现象，2016年直播行业大火，但真正营收和利润表现比较好的，都是有社交背景的平台，比如背靠微信的一直播、YY直播、陌陌。这三家的财报都如同坐上了火箭一样。懂懂笔记将之归结为“社交+直播”产生的化学反应。

我们知道，独立的直播平台获得流量和粘住用户是两大痛点，去年一直排名在直播领域第一名的映客，最大的成本就是用于购买流量。今年映客的排名、用户活跃度都开始下滑，后来卖身于宣亚。

有社交属性的平台能有效提升平台的活跃度和粘性，能够有效的解决其他类型直播平台面对的用户流失问题，同时还可以减少平台的获客成本，所以相较于泛娱乐直播平台的竞争力也会更强。

具体到陌陌，上线直播业务以来，给这个陌生人社交平台带来了化学反应：社交给直播带来流量和粘性，而直播不仅帮助陌陌解决了用户天花板的难题，还唤醒了原本平台上就存在的沉默用户。两者相互带来正向循环，让平台更加活跃起来。

那么在视频之后，陌陌还能找到哪些化学反应新场景呢？此前唐岩就表示有两个大的趋势是陌陌必须要把握的：第一，视频越来越成为年轻一代分享和互动的主要方式。第二，线下娱乐消遣活动正在向线上转移。

以视频切入，将年轻人的社交继续深化，从长期看陌陌需要更多的新鲜业务与社交进行化学反应。懂懂笔记认为，如果说过去两年陌陌业务的爆发是“社交+直播”，接下来陌陌的战略是将直播扩大到娱乐，未来是“社交+娱乐”，而娱乐显然比直播有更广的覆盖。

让我们看一下社交起家的腾讯，它的化学反应最明显的一块就是“社交+游戏”，今年 Q2 腾讯网络游戏营收 238.61 亿元，同比增长 39%，在腾讯的整体收入中占了半壁江山，正是在社交关系链的带动下，《王者荣耀》才能创下一个个接一个的高峰。而腾讯正是凭借社交的流量和分发能力不断孵化出新的产品，并逐渐成为一个泛社交的超级平台。

有着天然社交优势的陌陌，也可以在视频之外向更多的娱乐领域扩展。正如唐岩在分析师会议上所说：“现在陌陌平台上的各种社交和内容体验，包括附近的人、点点、各类同步及异步视频服务、社交游戏以及群组，正逐渐形成一个充满活力的社区，令我们的用户可以展开多种多样的社交和娱乐活动。而所有的功能玩法都服务于我们一直致力于满足的一个核心用户诉求，即发现和连接身边有趣的人，并能够及时高效地进行互动。”

今年 7 月中旬，陌陌推出了 8.0 版本，开创性的将产品首页改为了模块化设计，涵盖了附近的人、点点、快聊、狼人杀、直播等主要社交和娱乐内容。唐岩表示，8.0 改版最重要的目的是为陌陌规模化孵化创新项目提供了一个基础架构，使得新功能和场景都能获得首页流量支持，以推动团队快速迭代试错。目前，年轻用户社交和娱乐的偏好极其多样化，陌陌新版本的首页模块化架构为未来业务发展和产品创新提供了更为广阔的想象空间。

尾 声

在陌陌发布了超过 200%增长的财报之后，陌陌的股价反而出现大跌，因为投资人认为直播业务将遇到天花板。懂懂笔记认为，陌陌的天花板还没有到，几方面原因：

第一，陌陌是一家轻模式的公司，业务之间协同、化反能力比较强；

第二，中国直播用户总数 2016 年已经达 3.44 亿规模，相信今年还会有所增长。而陌陌平台月度活跃用户数为 9130 万，还有可以拓展空间，用户红利还在；

第三，在视频之后，陌陌正在撬动更多的娱乐业务，“社交+娱乐”的成功在腾讯已经被验证过，陌陌也有机会在这个方向上获得更多的成长。

4、中印对峙，杨元庆、雷军你们心颤了么？

政治与经济，从来都是分不开的。一场中国智能手机品牌在印度市场的盛宴有可能会受到中印对峙局面的影响。参与这场盛宴的有：小米、联想、华为、中兴、vivo、OPPO、金立……

中印手机盛宴

五年前中国智能手机市场快速增长的繁盛局面，如今正在印度市场上演。

来自市场研究机构 Counterpoint 的数据：2016 年印度智能手机出货量较上一年增长 18%。

2016 年，超过半数的印度人还在使用功能机。9 月，印度一个亿万富翁加快了手机厂商争夺人口红利的步伐，这位富翁运营商 Reliance Jio 开始免费提供无流量限制的 4G 网络服务，时限 6 个月，随后其它竞争对手只得加入这场价格战，接连推出低价套餐。于是印度的 4G 用户开始大规模增长，在智能手机市场形成了巨大推动力。印度手机运营商协会总干事 Rajan Mathews 给出数据：印度的移动网络使用量从每用户每月不到 500MB 一下子飙涨到 6GB 以上。

2017 年，摩根大通的一份《印度智能手机市场》报告判断：随着库存和市场环境的不断改善，印度智能手机市场预计会在今年第三季度迎来“大爆发”。

不同的是，那时候，国产品牌在中国手机市场开始强劲起来。而此时的印度，本土手机品牌节节溃败。成为这场盛宴里猎手的依旧是当年分食中国市场的猎手们。

根据 IDC 2017 年一季度的数据，印度前四大手机品牌分别是三星、小米、vivo、OPPO 和联想。其中，四家中国手机品牌在印度的市场份额总和达 43.5%。

中国手机品牌为何集体出征印度，原因很明了。

中兴通讯印度公司总经理黄达斌之前给媒体提供了一组数据：印度手机用户月增 1400-1600 万；手机用户已达到 5 亿，预计还有 4 亿新增用户的空间。因为目前全球移动用户量约 39 亿，渗透率约 60%，而印度市场渗透率才 40%左右。

与此同时，中国工信部最近发布数据显示，2017 上半年国产品牌手机出货量 2.16 亿部，同比下降 4.3%。

中国手机品牌有理由比中国市场更重视印度。他们甚至在这个异国市场押了更大的注。

如果不是中印对峙，一切看起来还挺美好的。雷军、杨元庆、任正非们也对这个市场充满了信心，他们准备在 2017 年有一场大收成的。

印度市场能保住杨元庆 CEO 的位子么？

前不久，杨元庆高调发声：联想集团短期目标是提高在线销售额，使年收入在三年内增加 120 亿美元，并与京东——中国第二大在线零售商看齐。若完不成此目标，将辞去 CEO 职位。

杨元庆的这一雄心，很大动力来自于联想手机在印度市场的节节胜利。

2012 年，联想进入印度市场，那时三星刚刚取代印度最大智能手机供应商诺基亚。

同是销售中低端手机，与 vivo、OPPO 在印度的模式不同，联想选择了与代工厂伟创力合作，进驻印度当地的零售店面。

2016 年第三季度，联想度曾在印度手机市场出货量排名中位列第二，打败了印度本土手机品牌 MicroMax，市场占比为 9.2%，仅次于三星。

进入这一财年，联想在中国智能手机市场的销售额却下降了 85%。

这一年，小米依靠红米成为中国产手机在印度的第一品牌。Canalys 的数据称，今年第二季度印度智能手机市场份额中，小米仅落后于三星位列第二，占 15.5%；vivo 排名第三，在印度市场的出货量达到了历史最高的 340 万部，占 12.7%；OPPO 和联想分列第四和第五位，占 9.6%和 8%。

印度市场明显的贫富差距与阶层划分促使联想采访了双品牌的战略：摩托罗拉主攻高端市场，占据了公司在印度三分之一的出货量，联想品牌以价格取

胜，主攻中低端市场。

杨元庆可能面临的来自印度市场的挑战，除了小米的强势圈地，还有越来越紧张的中印关系，随时会让联想智能手机在印度紧张兮兮。

8月11日，联想在印度新德里举办了发布会，推出了仅在印度市场发布的K8 Note手机，根据配置不同，售价12999卢比和13999卢比，折合人民币1400元左右。

但此次发布会出现了意料当中的意外情况，现场发布会的PPT出现了地图，与中国接壤的两地因为被划进了印度地图里而引起了中国人的不满。印度现在是全球最大的智能手机增量市场，在中国式微的联想手机无法小心翼翼。

之前，联想印度董事总经理和首席执行官Rahul Agarwal就曾对福布斯印度表示：“在印度这样复杂的地理环境中建立稳定的线下分销网络成本过高。”

雷军，are you ok?

2015年4月，小米在印度举行了发布会。董事长雷军、从谷歌跳槽到小米担任国际副总裁的Hugo Barra先后登场。除了“互联网思维”，这场发布会又让人记住了雷军的仙桃英语“are you ok”。

到今年，虽然Hugo Barra以躲雾霾的理由离开了小米，回归硅谷，小米在国内市场上出现疲软，但印度市场却是小米复兴的关键力量。

2016年，小米在印度市场的全年收入超过10亿美元。据市场研究公司Counterpoint Research的统计数据显示，在印度，小米成为了销量第二大的智能手机品牌，仅次于三星。

雷军本人也成了印度政府的座上宾。今年春天，他与印度总理莫迪见面，聊了半个小时。“我介绍了小米在印度的发展情况，他非常关注我们印度制造的进展和遇到的困难。”雷军说，智能手机对印度互联网的发展普及有巨大的价值。会谈中，莫迪还问雷军，可不可以当地销售的小米手机中预装印度政府的APP。

雷军表示，小米手机在印度经常缺货，将会继续扩大在印度的产能。从2015

年开始，小米已经和富士康集团合作，在印度生产手机。有报道称，富士康已经开始建设小米的第二家手机代工厂，新工厂将雇佣 5000 人。即使是第二座工厂投产，小米在印度产能依然不足，雷军还考虑设立第三座工厂，继续增加产能。

推动小米在印度崛起，有两大利器。其一是用户思维。正如雷军在今年 3 月印度举办的峰会上发言所讲，“我们通过互联网建立起庞大的粉丝群体，这使我们更容易和用户互动，及时了解用户的需求并快速迭代改进产品。从 2010 年 8 月 16 日到今天，小米一直坚持每周五发布 MIUI 新版，已经连续更新超过了 320 周。”

其二是小米的性价比策略。对于发展中国家印度的国民来说，小米的价格对于他们具有很强的吸引力。

不过，小米在中国强大的对手 vivo 和 OPPO 对印度市场也是虎视眈眈。在今年第一季度，小米在印度所占的市场份额为 13%，而 vivo 和 OPPO 分别占有 12%和 10%的市场份额。

在国内，注重线上销售和闪购的小米曾被注重线下渠道和广告的 OV 所赶超，在印度，小米也不能掉以轻心。

进入第三季度，印度的民族情绪加剧，如果因此而出现抵制行为，目前中国智能手机品牌在印度市场份额最大的小米无疑也是受影响最大的。

中国手机军团集体出征印度

从 2014 年开始，中国手机品牌几乎是集体出征印度。今年也是他们集体为印度市场加码的一年。

金立董事长卢伟冰每月至少在印度待一周时间。

三年前，刚进入印度市场不久，为了推金立品牌在印度的占有量，他甚至放弃了一份为当地手机品牌做代工的大生意。他相信，金立和印度如此贴切，这次不能错过。

目前，金立 2016 年在海外市场出货量约 1200 万台，2017 年目标为 2000

万台，其中印度是占比最高的海外市场。

2016年9月，金立宣布将投资50亿卢比（约合人民币4.95亿元），在印度北部的哈里亚纳邦建设新工厂，新工厂占地面积50英亩，计划年产能为3000万部手机。

2017年，金立在营销上不惜重金，抢到印度板球国家队队长Virat作为形象代言人，连带着赞助了Virat所在的RCB队和KKR队。

去年，拿下中国市场手机销量第一的OPPO和vivo，在印度市场采取同样的营销战略，大街上铺天盖地的广告。

印度当地财经媒体报道，2017年，OPPO和vivo将投入达220亿卢比（约合人民币23.6亿）的营销费用。广告气势碾压三星等韩日竞争对手。

vivo甚至在印度设立了海外最大制造工厂，月产量达100万台，员工约1200名。他们翘首期待在第三季度末和第四季度迎来销售高峰。

华为兵团在印度市场已经深耕16年。去年10月，华为宣布与全球领先的电子制造商Flex India合作，在印度生产智能手机。谷歌也与华为合作推出其高端机Nexus 6P。今年，华为宣布要用荣耀系列手机争夺印度市场。如今，它在印度市场的占有率为1.15%。

变数

摩根大通判断的今年三季度即将到来的印度智能手机销售盛宴，对于中国手机厂商而言，因为中印政治关系的紧张而增加了变数。

今年6月，印度边防部队越境进入中国领土，称出兵为保卫不丹的领土完整，制造“洞朗事件”。中印对峙已经过去两个多月了，事情依旧没有得到完全解决。有观点认为，中印关系可能跌入自1998年印度核试验之后的最低谷。

对于正在印度做着发财梦的中国手机厂商而言，最直接的影响是，印度对中国的民族情绪已经在发酵。

去年11月30日，印度最高法院宣布，国内所有电影院在播放电影前必须

先放国歌。同时，影院银幕要配合出现国旗画面，全体人员起立，不得走动，国歌播放期间关闭所有出口。

对于在印度工作的中国籍工人，印度提出，每人都要有工作签证，增加中国工人去印度的难度。

鉴于在中印手机大战中，印度众多手机品牌的溃败，印度当地媒体报道，已经有印度工商业人士联名上书莫迪政府要求调查和限制中国手机品牌。

今年3月，OPPO印度生产工厂发生了一起印度工人罢工事件，原因是印度工人认为中国工人在打扫卫生的时候不恰当的处理了印度国旗。

类似的突发事件，还会继续。

5、恩怨情仇 20 年！华为任正非与中兴侯为贵才是最好的“对手”

2005年，在一个国际论坛上，美国主持人发难一位中国企业家。

“你们中国和印度现在发展得太快了，9%的GDP增长率，太疯狂了，所以你们中国和印度得竞争一下。”

“那美国和谁竞争啊？”没等主持人反应过来，这位中国企业家补充说，“美国是在和拉登竞争啊”。

主持人一下很尴尬。

这个反应敏锐、口才也不错的中国企业家是侯为贵，中兴集团董事长。

外界认为，国产通信厂商里，真正做到跨国规模的只有华为和中兴通讯。不过，和华为的任正非相比，同是40年代生人，在通讯行业创业，一度把中兴通讯做到国内最知名通讯企业的掌门人侯为贵，是一个温和不善言辞的人。他是国企工程师出身，信仰技术，也依赖技术。

任正非则要强势得多，他信仰专利，信仰销售，或者说他只信仰结果，一派军人作风。

在过去的二十年里，这两家企业先后在深圳创业，发展。又先后走出国门，巩固行业地位，行业地位一度旗鼓相当。

任正非一度让侯为贵觉得，“不能理解。”

而侯为贵让任正非，“非常上火”。

这两个年龄相仿，风格迥异的人，从企业创始地深圳开始较量，一路较量到全国，最后较量到全球市场。

两家的竞争手段里，互相诉讼，互相举报，互相骗对方，都是家常便饭。

侯为贵的精

侯为贵比任正非大两岁，比任正非早三年创业。1985年，43岁的侯为贵辞去了国企车间主任的职务，带着同车间出来的几个人跑到深圳创业，专门研究生产交换机。

侯为贵是一个人缘特别好的企业家，人们对他的印象是：温文尔雅的工程师，重技术，重研发，重人性管理。

当然，他也很聪明。他预料，中兴通讯做的事日后一定会很赚钱。他对员工们说，以后买房子一定要有车库。

他的决策也很精准。

中兴通讯和华为业务上针锋相对。在两件事上，侯为贵表现出了比任正非更敏锐的判断。

一件是在CDMA业务的判断上。

早期的通讯设备企业对运营商的依赖非常大。中兴通讯和华为的产品销售绝大部分依赖于运营商的订单。

2001年，中国联通第一期CDMA再次正式招标。

在这之前，中国联通推出过一次 CDMA 业务，并不顺利。业务暂停后，任正非觉得，这个业务应该不会再上市了，他开始指挥华为全力研发 CDMA2000 版，一个比之前中国联通推出的 CDMA95 版更强的版本。而侯为贵则让中兴通讯继续全力研发 95 版的业务升级。他们都在等待这次机会。

结果，中国联通的这次招标业务对准的是原来版本的加强版，中兴通讯完全对标，中标了 10 个省共 7.5% 的份额。紧接着，2002 年 11 月底联通 CDMA 二期建设招标中，中兴通讯又获得了 12 个省份总额为 15.7 亿元的一类主设备采购合同。

华为颗粒无收。

还有一件是在小灵通业务的判断上。

小灵通业务传到国内，主动权依旧在运营商手中，在运营商的政策不明朗之前，设备商只能靠运气。

任正非判断，小灵通简单落伍，不久就会被淘汰的。

侯为贵做出了完全相反的判断，他把小灵通作为中兴通讯短期内的市场助攻产品。

他的判断依据是，中国移动可能不在乎小灵通，但是中国电信想有所建树，小灵通是一个比较快速便捷的通道。侯为贵抓住了运营商之间的竞争关系，又一次赌对了。

2002 年，小灵通业务为中兴通讯贡献了 22.89% 的份额。

到 2004 年年底，小灵通用户已达 6000 万，基本都是 UT 斯达康与中兴通讯的天下。

华为销售起家，市场占有速度快。中兴通讯技术起家，发展相对稳健。但是到了 2003 年，中兴通讯年销售额达到 251 亿元，华为年销售额为 317 亿元。两家的销售额相差无几。这与侯为贵的精准判断划等号。

侯为贵懂人性，重视人性管理。在中兴通讯，员工们看到的侯为贵依旧像

一个工程师一样，稳重，和蔼。也正是因为这一点，他准确的判断了 CDMA，特别是小灵通的市场。

对于任正非来说，侯为贵是难对付的。

华为以销售起家，后重技术研发和专利，前者是中兴通讯的弱势，后者却同样是中兴通讯的强势。工程师出身的侯为贵更懂得技术专利的重要性。于是，双方也展开过技术专利之战，在通讯企业中，这两家都是名符其实的专利控。

在专利上，双方也没有少用心思。

2011 年 4 月 28 日，华为突然宣布将以侵犯公司数据卡、LTE(第四代移动通信系统)专利和商标权的名义，正式在德国、法国和匈牙利对中兴通讯提起法律诉讼。

20 小时之后，中兴通讯发表反诉声明称，中兴通讯也以侵犯 LTE 若干重要专利的名义，在国内对华为提起法律诉讼。

侯为贵，应对任正非，从来都是如此，没让任轻松过。

几年下来，侯为贵为了抵抗华为，给中兴通讯制定了在价格上“一定要比华为低”的原则。这让华为在海外也栽了不少跟头。

中兴通讯在世界范围内低价围剿华为的行为，最终引来了欧盟对中国公司进行“三反”调查。华为也被牵连。

任正非的狠

任正非军人出身，做事出了名的果断勇敢，赌性狠劲都十足。

和温文尔雅的侯为贵相比，任正非让员工害怕。

这样的任正非，强势，前瞻，不服输。

中兴通讯和华为在 2003 年，销售额差距达到历史最低。之后，华为每年都在扩大这一差距。

国内市场，在经历了 CDMA 和小灵通之战后，任正非不敢小视侯为贵。

2008 年 7 月，中国电信 270 亿元 CDMA 网络招标。这一轮的中标竞争中，任正非先发制人，华为先于中兴通讯抛出“地狱价”，甚至开始传出消息，华为设备免费。

中兴通讯则意外连连，先是受华为免费消息的影响，股价大跌，后是送标人员耽误了送标时间。背后发生了什么，不言而喻。

华为中标，成功扳回 CDMA95 版时的失利，市场份额占到 25%。

2009 年，WCDMA 招标，华为技术领先，获得 31% 的订单。背后，是任正非卧薪尝胆，在 CDMA95 版失利后苦心钻研 WCDMA 技术的收获。

除此之外，任正非较早大魄力的开展海外市场。除了国内市场的比拼，任正非首先开拓了国际市场。

上世纪 90 年代中期，华为开始布局海外市场。为了达到目的，任正非大量招兵买马。2001 年，重庆邮电大学电信专业一个 40 余人的毕业班，39 人被华为招走；东南大学无线电专业 30 人的毕业班，25 人进了华为。严格的培训诱人的激励机制，这些人迅速上岗开拓海外市场。到 2002 年，华为海外市场收入就达 10.5 亿元，占总营收 5% 左右。

在《商界》的一篇报道中，一位华为的在职高管透露了当年一项海外竞争的内幕：

2003 年，在印度 MTNL 公司的一次竞标中，华为和中兴通讯分别通过印度本地合作伙伴同时参与了项目竞争。几天角逐，所有参与竞标的公司中，中兴通讯排在第二位，华为殿后，中兴通讯夺标几乎毫无悬念。最后，MTNL 却出人意料地弃中兴通讯选华为。

对于这个结果，侯为贵心里很不服气，他很快找到了反击点。在 MTNL 的标书中有这样一行字：参与本次工程竞标的企业必须具有在世界任一地方至少 20 万线 CDMA 设备供应记录，方能参与竞标。

侯为贵欣喜若狂，华为此前在亚非拉市场拿下的项目都比较小，根本没有20万线CDMA设备供应记录。侯为贵派人准备了一份中国联通CDMA网络建设工程中标公司的统计资料，并明确标注华为不具备相关条件，意欲把华为到手的订单再抢回来。

虽然侯为贵的如意算盘最终落空，不过MTNL接到中兴通讯的材料后特意派出调查小组奔赴华为进行盘查，搞得任正非大为光火。

两次巨亏定输赢

2003年，中兴通讯和华为的销售额差距历史最低。之后，每年都在跌宕变化。总趋势是，华为越来越强大，中兴通讯挑战越来越大。

2012年，中兴通讯遭遇上市15年来的首次亏损，亏损额达28.4亿元，营业收入同比下降2.4%至842.2亿元。

面对那场巨亏，中兴通讯一位高管曾说，“就像一个高速奔跑的人突然摔了一跤，疼，钻心地疼。”

侯为贵显然更不好受。为此，侯为贵组织了“扭亏”团，深刻反思，重新布置企业策略，亲自主抓内控和风控。

他对媒体说，等中兴通讯扭亏为盈解决了这个问题，我再考虑休息。

侯为贵平时就重视人性管理，在企业遇到危难的时候，对企业领导人的敬重而生的动力瞬间凝聚起来。

2013年，财报显示，中兴通讯归属于上市公司股东的净利润为13.58亿元人民币，同比增长147.8%，实现扭亏为盈。

2016年，中兴通讯再次遭遇历史巨亏，净亏损达23.6亿元，较上一年同期净利润减少173.49%。

致使中兴通讯“扭盈为亏”的最直接原因，是因为中兴通讯近期承认违反美国制裁伊朗的相关规定，并同意支付8.9亿美元的罚款。

但是，最根本上是，中兴通讯已经承受不住这个罚单，因为余终端业务持续低迷。

与此同时，2016年华为消费者业务实现销售收入1780亿元，同比增长42%；智能手机发货量达到1.39亿台，同比增长29%，增速甚至超过行业平均水平。

华为的成长来自于手机业务，中兴通讯的低迷也来自于手机业务。

最近几年，中兴通讯对手机的定位开始偏差，从前五跌落到十名以后。

IDC发布2016全球智能手机出货量报告时，有一句话模糊的讲到了中兴通讯手机的销量，“中兴通讯2016年的全球智能手机出货量与2015年相比锐减了36.5%。”

面对2016年的这场巨亏，侯为贵只能叹口气了。他老了，没有和华为继续斗下去的决心和信心了。

2016年1月7日晚间中兴通讯公告称，将选举第七届董事会成员。侯为贵不在候选董事名单之列，这意味其将不会进入最高管理层。随后，76岁的侯为贵宣布退休，“我今年就要75了，人生总要有不同的阶段。”

任正非比侯为贵小两岁，依旧保持着昂扬斗志。

等到任正非也退休，两个年近80的老人会不会坐在一起聊一聊：他们曾经作为国产通信品牌厂商，在中国市场击败了西门子、阿尔卡特、诺基亚，进入全球电信设备商前四位。

或者下盘象棋。马走日，象飞田，人生的路不过是殊途同归。

6、开心麻花遇大乌龙！签字律师离职，IPO无奈中止

开心麻花这次也不开心了。

今天，连开心麻花也开心不起来了，它的IPO之路中止了。从6月30日首发上市申请被受理到被中途叫停，只经过了不到两个月。

原因是为公司出具 IPO 相关文件的签字律师之一袁金瑞，因个人发展需要从事务所离职。

根据相关规定，开心麻花将在完成更换签字律师等相关程序后，向证监会提交恢复审查申请。

这不是新三板第一例因更换签字律师而叫停的 IPO 案例了，看来以后拟 IPO 公司连签字律师这种细节也要注意了。

在 IPO 路上，“中介机构”的稳定性很重要

在 IPO 之路上，中介机构也很重要。

根据《发行监管问答—关于首次公开发行股票中止审查的情形》第(一)条第 4 款：“负责本次发行的保荐机构、保荐代表人发生变更，会计师事务所、律师事务所或者签字会计师、律师发生变更，需要履行相关程序”

因此，为了履行相关程序，涉及以上情形的公司需要暂时中止 IPO 审查，彻底结束后再提交恢复审查的申请。

读懂新三板研究员注意到，这个变更的情形执行还是很严格的，连签字律师“之一”更换也不能通融。

读懂新三板研究员看到，和开心麻花同样因为签字律师之一变更而中止 IPO 的还有芯能科技。

公告显示，芯能科技于 2017 年 4 月 19 日向证监会提交了 IPO 申请，并于 5 月 4 日获得受理。而 6 月 19 日就收到了中止审查的通知书，原因是签字律师之一——郑重律师离职。也是不到两个月就出了“状况”。

而现在已经 A 股上市公司的华大基因，曾经也因为变更了经办人员一度耽搁了 IPO。

公开资料显示，去年 10 月 27 日，深圳华大基因 IPO 审核状态显示为中止审查。中止情形显示为：申请文件不齐全等导致审核程序无法继续。

随后公司发了公告，称并非因为文件不齐，而是“公司 IPO 中介机构原经办人员因职业发展等个人原因，无法再作为经办人员为公司提供服务，根据相关法规要求，更换中介机构经办人员需要履行中止审查程序，因而公司 IPO 中止审查。”

看到这里，拟 IPO 公司们，还不赶紧看好你们的“中介机构”，以免平添波折啊。

开心麻花新电影要上映了，业绩能否再度起飞？

虽然 IPO 之路出现了小小的波澜，但开心麻花最近的热度确实直线上升，原因就是新片《羞羞的铁拳》就要上映了。据传，这次马丽的身体要“住进”一个男性灵魂，再塑造一个比马冬梅还汉子的形象。

而此前带火“马什么梅”的《夏洛特烦恼》对开心麻花的影响仍然值得称道。

一方面，其 14.4 亿的票房神话，为开心麻花在 2015 年带来了 3.83 亿营收和 1.31 亿元的净利润。同时该电影也让公司一下子成为资本市场的宠儿，促成了一轮实打实的高价定增。

2016 年 3 月，公司以 106 元每股发行了 284.18 万股，共募集资金 3.01 亿元。当时开心麻花的总股本为 4736.37 万股，也就是说，估值飙到了 50.21 亿元。

这较开心麻花第一轮 2.4 元/股定增后 1.07 亿元的估值，增长了近 46 亿，就是这么霸气。共有 11 位新增机构投资者在 1 月 29 日发行方案公布后“火速”进入，包括 5 名自然人投资者和 5 名机构投资者。

其中，上海盛歌投资管理有限公司认购 80.52 万股，东方证券认购 47.37 万股，嘉兴信业创赢伍号投资合伙企业（有限合伙）和深圳市易同投资有限公司各认购 14.21 万股，北京北后溢久投资中心（有限合伙）认购 4.74 万股。

但另一方面，因为公司的第二部电影《驴得水》票房不敌《夏洛特烦恼》，导致 2016 年的业绩有了明显的下滑。

目前公司尚未披露 2017 年半年报，这部将于 9 月 30 日上映的新片能否让开心麻花迎来的业绩再度起飞呢？

四、产业市场

1、百货周报（8.21-8.27）：Target 百货进军快时尚 金鹰上半年净利增长 60.6%

过去一周(8.21-8.27)，新华都泉州首家百货精品折扣主题店“丰泽惠”开业；上海文峰广场创意美食街开街；海航增持免税店巨头 Dufry 持股逾 20%成最大股东……

1、新华都泉州首家百货精品折扣主题店“丰泽惠”开业

8月19日新华都百货打造的泉州首家百货精品折扣主题店——“丰泽惠”在泉州丰泽店落地。

据了解，新华都百货“丰泽惠精品主题折扣店”占地 1500 平米，汇聚了 17 家大型运动户外休闲品牌，将以超值低价折扣回馈百万消费者，旨在缔造泉州首家精品奥莱馆。

2、上海文峰广场创意美食街开街 当日人流破万

8月26日，上海文峰广场3楼创意美食街区——静海小镇开街，汇集了邵东家、香天下火锅、欢乐牧场自助餐、西域疆南、大咀等十三大知名餐饮品牌。同时，上海著名主持人“老娘舅”阿庆也助阵现场。

3、海航增持免税店巨头 Dufry 持股逾 20%成最大股东

海航集团有限公司已经完成增持世界最大免税品零售商 Dufry AG (DUFN.S) 的交易。

新加坡政府投资公司 Temasek Holdings Pte. Ltd. 淡马锡和新加坡主权财富基金 GIC Pte. Ltd. 分别向海航集团出售对 Dufry AG 8.55%和 7.79%的持股，使海航集团的持股比例增加至 20.92%，一跃成为 Dufry AG 的最大股东。

4、Target 百货进军快时尚将推出两个新品牌

Target 百货将为女性消费者推出全新品牌 A New Day，该品牌将更新周期从季度提升至按月更新，目标是与 Zara、J. Crew 等品牌争夺快时尚的市场份额。与此同时，Target 还将为男性消费者推出男装快时尚品牌 Goodfellow&Co.，新品牌将于 8 月 27 日正式上架。首席营销官 Rick Gomez 表示新品牌的推出旨在更好地满足 Target 年轻消费者的需求，引入更多自有品牌是 Target 共计 70 亿美元的三年复兴计划的一部分。Target 将加大对更新商店、提高供应链效率

的投资，以更好地与亚马逊和沃尔玛竞争。

5、运动品类势头良好?实体百货顺势调整战略布局

广百股份将于8月前完成广百百货北京路总店运动类品牌优化计划，并引进具有时尚影响力的品牌。而天河城百货也表示，近期也进行了体育品牌方面的调整，置换一些更好的品牌进场。其实早在去年4、5月间，其奥体店已经增加了体育运动品牌的销售面积。

实体百货的这一切动作，都缘于运动品类的良好发展。

6、马云说新零售是“线上+线下” 名创优品创始人不同意

我觉得新零售并非简单的“线上+线下”，而是以产品为中心，利用互联网和人工智能等新技术，为客户提供高用户体验和高性价比的购物体验，并纵向整合从研发、设计、生产、物流到终端的价值链，创造更大价值，提升运营效率。人们的需求越来越简单、理性、高效，只有精选、优质、低价的商品才能让大多数人爽。

7、韩国乐天百货损失惨重 欲为中国业务继续砸钱

据新加坡《联合早报》27日报道，因“萨德”风波遭受重创的韩国乐天百货，正在考虑为公司的中国业务注入更多资金。报道称，这家韩国最大的百货业公司今年3月已向中国市场注资3.15亿美元(约合人民币21亿元)，集团计划在香港发行新一批由韩国进出口银行担保的债券。彭博社引述乐天百货一名高层说，这批债券总值约3亿美元，一部分融资所得将用来支持公司的中国业务。

8、金鹰上半年净利增长60.6% 销售同比增长4.4%

截止2017年6月30日，金鹰商贸实现收益约人民币23.15亿元(单位下同)，同比增长7.6%;公司拥有人应占溢利为约5.76亿元，同比增长60.6%。

2、餐饮周报(8.21-8.27): 海底捞“老鼠事件”发酵

在上一周(8.21-8.27)，海底捞成为各大媒体热搜榜头条，从起初的“老鼠事件”到北京食药监局介入调查，让一向打感情牌的海底捞风波不断。同时，快餐业大佬麦当劳宣布2027年前中国停用抗生素鸡、星巴克关闭美国在线商场、味千拉面上半年业绩净利降八成……

海底捞“老鼠事件”道歉 北京市食药监局介入

知名餐饮企业海底捞火锅北京劲松店、北京太阳宫店，8月25日被曝老鼠后厨乱窜、打扫卫生的簸箕和餐具同池混洗、用顾客使用的火锅漏勺掏下水道。下午14时40分左右，海底捞官方微博@海底捞火锅正式发布致歉信。

北京市食药监局26日再次约谈“海底捞”北京公司，要求“海底捞”总部按照承诺对北京各门店实现后厨公开、信息化、可视化，限期一个月完成。

25日，北京市食药监局针对反映的问题，立即对上述两家门店进行立案调查，并对四川海底捞餐饮股份有限公司位于北京地区的1家中央厨房和26家门店开展全面检查，第一时间责任约谈该公司北京地区负责人。

26日下午，北京市食药监局再次约谈“海底捞”公司北京地区负责人，将本次对“海底捞”全面检查发现的问题进行通报，问题包括消毒记录不全、餐饮具混放、未戴工作帽及口罩等，要求“海底捞”总部落实食品安全主体责任，全面进行限期整改，并按照《关于海底捞火锅北京劲松店、北京太阳宫店事件处理通报》中所承诺，主动向社会公开整改情况，主动接受社会监督。市该局将上述检查发现问题的门店记入北京市企业信用信息平台，并在第二年度餐饮服务单位量化分级中实施减分降级。

该局要求“海底捞”总部按照承诺对北京各门店实现后厨公开、信息化、可视化，限期一个月完成，同时北京地区负责人能够主动对各门店进行随时检查。

联商短评：海底捞，请不要用感情牌转移话题

海底捞“老鼠门”事件发生48小时，但从媒体报道和朋友圈对事件看法，却出现近乎一边倒的赞美海底捞公关危机。那句“这锅我背、这错我改、员工我养”竟然成为海底捞胸怀和格局的标记。

问题的本质被忽略，海底捞却用感情牌成功转移了话题，在我看来实属荒谬。

海底捞接二连三使用的危机套路：高调认错，没有借口，同情员工，最后借用员工关爱转移话题。把危机一次次转变成树立形象的“机遇”。

海底捞的员工关爱牌打的好，是因为社会上大多数人和读者都是打工者，都有同理心，祭出员工的同情牌，会引起社会的共鸣，但是这是解决投诉的好方法，却不是解决管理的方法。

“老鼠门”是一件非常大的食品安全事故，门店难道没有责任？是总部没有要求，还是门店没有执行，这次事件的当事人必须开除，否则海底捞的管理只会停留在做作的层面。“涉事停业的两家门店的干部和职工无需恐慌”通报里的这句话，看不出来是海底捞对员工的爱心还是处理食品安全事件的决心。

恶果有轮回，请为消费者负责，我们不听你说了什么，而是看你做了什么，这是我们要的唯一结果！

星巴克关闭美国在线商场 更看重移动端和线下生意

星巴克美国官方网站正在进行大甩卖，不少商品可享受 5 折优惠。然而这场折扣的背后，其实是星巴克关闭在线购物，实施战略大调整的一步。

继关闭全部 Teavana 茶店后，星巴克计划关闭其官方在线购物商城了。据 BI 报道，10 月 1 日起，在美国的星巴克官方网站，将不会看到购物入口了。

星巴克只在美国、加拿大、德国和法国开辟了官方线上商城，出售包装茶、咖啡和马克杯、咖啡机等商品。待美国的商城关闭后，消费者可通过亚马逊和其他星巴克授权的第三方购物渠道购买。

星巴克方面称，关闭官方线上购买渠道是为了让消费者多光顾星巴克线下门店。换句话说就是，促进线下的客流量，提高同店销售，无论是买饮料还是马克杯，欢迎消费者统统到线下。

麦当劳回应：2027 年前中国停用抗生素鸡

美国快餐连锁巨头麦当劳公司 23 日宣布，要求全球的肉鸡供应商 2018 年开始逐步停止使用世界卫生组织认定的人类药物中“最高优先级的重要抗菌药物”（HPCIA），以防止出现更多的超级细菌。据悉，该方案将分阶段进行，但麦当劳中国并不在第一批名单中。

麦当劳中国指出，麦当劳的该方案将分阶段进行，逐步推进。其中第一批是从 2018 年 1 月开始，麦当劳旗下巴西、加拿大、日本、韩国、美国和欧洲（除粘菌剂 Colistin）将停用 HPCIA；第二批为 2019 年底，澳大利亚和俄罗斯的供应商将停止使用上述抗生素，欧洲供应商停止使用粘菌素；而包括中国在内的剩余麦当劳市场供应商至 2027 年 1 月全面停止使用上述抗生素。

这也是麦当劳中国针对原料鸡肉停用抗生素一事一年以来的第二次表态。去年，麦当劳中国曾向网易财经表示，“在动物治病过程中使用抗生素是必须的。麦当劳要求中国供应商对于抗生素的使用须严格遵守国家相关的法律法规。我们将与相关政府部门、供应商、专家协作，根据中国农业的实际情况，逐步推进行业的发展。”

麦当劳与印度特许运营商决裂 169 家店或因此关门

上周一，麦当劳突然宣布终止和印度的特许运营商 Connaught Plaza Restaurants(以下简称 CPRL)的特许经营协议，声称 CPRL 违反了他们的协议，而且没支付特许经营费用。

对印度的麦当劳爱好者来说这实在不是什么好消息。麦当劳在印度有 429 家店，不过只有两个特许运营商，Hardcastle Restaurants 负责南部和西部的 260 家，而 CPRL 正在经营北部和东部的 169 家门店。

如果协商后没有其他变化，协议中止意味着 CPRL 继续用麦当劳品牌、商标、菜单、配方等等麦当劳财产的时间只剩下 15 天，他们旗下所拥有的 169 家麦当劳门店必须在此之后停止经营，6500 名员工会被解雇。

味千拉面上半年业绩变脸：净利降八成 关店 13 家

今年上半年，味千拉面营业额 11.52 亿元，下滑 2.5%；去年投资百度外卖贡献 6.3 亿元收益。

去年靠投资百度外卖净利润翻了 5 倍后，味千拉面未能续写这一投资神话。今年上半年其业绩“变脸”，下滑八成。

8 月 23 日，港股味千（中国）控股有限公司公布的 2017 年中报数据显示，其上半年实现营业收入 11.52 亿元人民币，同比下滑 2.5%；净利润 1.09 亿元人民币，同比下滑 80.9%；基本每股收益 0.10 元；拟每股派现 0.02 元。

公开资料显示，1996 年，味千（中国）控股有限公司创始人潘慰将日本味千拉面引入香港及内地，并先后取得该品牌在香港、澳门及内地的永久经营权。

对于业绩下滑原因，味千拉面在公告中称是因为上半年集团同店销售增长下降及门店数量减少。到 6 月 30 日，集团共拥有快速休闲连锁餐厅 649 家，较 2016 年同期 662 家减少 13 家，其中上海关闭 8 家。

喜茶广州保利中环、惠州港惠新天地连开两店

2015 年 10 月，喜茶进驻广州在东方宝泰店开出第一家门店。两年来，喜茶在广州开出了 13 家店，而这第 13 家店位于广州保利中环广场，现已营业。

据了解，保利中环广场店将极简、禅意、美学融入门店设计，营造质感层次丰富的空间体验，给顾客以沉浸多维度的感官体验。为了丰富空间层次，店中定制了亚克力艺术板。

同时，在喜茶在惠州也开出了第二家门店，同样采用极简风格，融入禅意元素。据悉，截止目前喜茶全国门店已达 61 家。

纽约汉堡品牌 Shake Shack 将于 2019 年进军中国

上周，正在迅速扩张的纽约汉堡品牌 Shake Shack 宣布他们要来上海开店了。

按照 Shake Shack 的声明，他们将会在 2019 年上海开出在中国内地的第一家店。和将会于 2018 年开张的香港门店一样，Shake Shack 在上海也会是和美心集团合作开特许经营店。除此以外，Shake Shack 还表示他们的计划是 2028 年时在上海和华东地区一共开出 25 家店。

我国餐饮新业态快速发展 1-7 月餐饮收入同比增 11.2%

根据《2017 中国餐饮业年度报告》数据显示，正餐集团 50 强营业额合计超过 550 亿元，比上年增长 10%。我国饭店餐饮业新兴业态快速发展，主题酒店、民宿客栈、租赁式公寓、单品连锁、甜品咖啡、外卖产业、O2O 发展迅速。国家统计局数据表明，2017 年 1—7 月，餐饮收入 21750 亿元，同比增长 11.2%，高于社会消费品零售总额增速 0.8 个百分点。

杭州市商务委员会主任刘晓明表示，杭州一直积极探索餐饮业转型发展的新途径，近年来已经形成了投资主体多元化、经营业态多样化、经营方式连锁化的发展新格局。今年上半年，餐饮收入达到 252 亿元，同比增长 10.4%，高于去年同期 6.2 个百分点。同时杭州餐饮企业积极开拓国内外市场，已在全国多个城市开出 1300 余家餐饮连锁店，尤其以外婆家、绿茶、新白鹿、老头儿为代表的大众化正餐近年来声名鹊起，显示了强劲的竞争力，成为新杭帮菜的代表。

面包新语门店减至 367 家 未来会撤出二三线市场？

面包新语被爆要退出二三线市场？随后，面包新语品牌方公开声明否认媒体报道的“撤出二三线市场”说，但南都记者调查发现，面包新语门店数一直在下滑却是不争的事实，从此前高峰期 400 多家门店减至现在的 300 家左右。专家分析，扩张太快、管理跟不上导致的食物安全问题是引发此次关店潮的主要原因。

据相关媒体报道，日前面包新语正在大规模撤出二三线城市，其中，8 月份以来，面包新语关闭了在福州的所有门店，退出这个经营了 7 年的市场；今年年初，南昌店也全部关闭；去年年中，郑州店全面撤退。与此同时，报道称，在面包新语的官方网站上，福州、重庆、大连、青岛、武汉、长春、合肥、沈阳、南昌的城市分店数量均已显示为零。

8 月 15 日，面包新语在其官方网站挂出声明对此作出回应称，媒体报道的面包新语撤出二三线城市的报道并非如此，关闭一些地区门店原因是面包新语每年会对加盟商的经营及管理情况进行评估，为了选择更注重品牌发展、食品安全的合作伙伴，经过严格评估和考察，决定与其中几个加盟商解除合作关系，福州加盟商是其中一家。同时表示，将继续致力于更多城市扩张。

网红餐厅“很高兴遇见你”又关店，现存门店生意冷清

网红餐厅“很高兴遇见你”苏州圆融时代广场店近日关门歇业，距离其开业仅一年 2 个月。除苏州店，“很高兴遇见你”的宁波店、杭州店此前也传出歇业消息。昨日，记者走访该品牌旗下广州门店，发现之前“车水马龙”、人气爆棚的网红餐厅如今门可罗雀。

作为上海焜飧餐饮管理有限公司旗下餐饮品牌，“很高兴遇见你”公开资料

显示，由韩寒和他人于 2014 年合伙成立，主营创意菜。因为有韩寒的明星光环加持，该品牌一经推出便备受关注。但在短短两年多时间内，这家网红餐厅不仅出现关店问题，还频陷入食品安全、薪资拖欠等负面新闻当中。对此，专家分析认为，网红餐厅急于将人气变现，但欠缺基本功。

熟食连锁品牌“热辣生活”获 1.4 亿元 B 轮融资

餐饮品牌麻辣诱惑孵化的“热辣生活”近日获 1.4 亿元 B 轮融资，高榕资本领投，经纬中国和 A 轮股东五岳资本跟投。此前，热辣生活曾于去年 9 月获得五岳资本领投，梅花天使创投跟投千万元 A 轮融资。但腾讯创业无法证实其融资额。

据悉，本轮融资主要用于线下门店的拓展和用户数据的优化。

据了解，热辣生活成立于 2010 年，由连锁餐厅品牌麻辣诱惑团队创建。其中，“麻小”小龙虾已经成为了线上外卖第一品牌。除了“麻小”品牌外，主要产品还包括外带新鲜卤味、香辣熟食，以及白鳃小龙虾、“柳谷精酿”啤酒等品牌。据悉，到 2017 年底，热辣生活连锁门店数量预计将达到 80 家，单店面积平均 60 平左右，产品线达到 100 多个品项。

3、地产周报（8.21-8.27）：万达进军西部 凯德与阿里合作

在过去的一周（8.21—8.27），商业地产大佬们纷纷发布上半年中期财报，调整战略，扩张版图。比如远洋中期溢利 26.68 亿，成都远洋太古里销售增 43%、华润置地上半年营业额跌 21%、富力上半年纯利 24.8 亿 提升全年销售目标至 800 亿等等。同时，万达继续占领了“热点”，发力进军西部、信息再逢“连阴雨”员工持股计划屡遭滑铁卢、弃购伦敦地块，富力接盘……

恒大文旅版图扩编 恒大童世界横空出世

8 月 27 日，恒大旅游集团在广州恒大中心举行“恒大童世界”新闻发布会。恒大集团董事局副主席兼总裁夏海钧，恒大集团常务副总裁兼恒大旅游集团董事长肖恩，恒大集团副总裁何妙玲、史俊平等恒大高层出席了此次发布会。

据恒大旅游集团董事长肖恩介绍，恒大童世界是全球唯一的“全室内、全天候、全季节”大型主题乐园，面向 2-15 岁的少年儿童，以中国文化、中国历史、中国故事为核心内容，既融合中国文化精髓和世界文明，又采用世界最成熟、最受欢迎、科技含量最高的顶级游乐设施设备及技术，打造出全球规模最大、档次最高、世界第一的顶级童话神话主题乐园。恒大童世界将作为恒大文化旅游的拳头产品，布局全国，走向世界。

资料显示，每个恒大童世界都设计有 33 个大型游乐项目，远高于其他顶级

主题乐园。记者了解到，迪士尼通常有 18-22 个大型游乐项目，恒大童世界的规模相当于迪士尼的 1.5 倍，显然已超越世界经典迪士尼。

规模还是盈利 华润置地下半年 1800 亿货值中的选择题

在 8 月 23 日公布的 2017 年中期业绩报告中，华润置地表示，业绩期内，开发物业和投资物业均保持平稳发展的趋势，各项目销售情况和工程进度符合预期，为 2017 年全年业绩奠定了良好的基础。

按照此前公布的数据，华润置地首六个月累计合同销售金额约 632.18 亿元，同比增长 14%，累计合同销售建筑面积约 436.76 万平方米，同比增长 2%。

中金公司此前的研报也显示，华润置地在下半年有 1800 亿元可售货值，预计下半年销售额同上半年持平，原因是华润为了保护销售毛利率正在延迟推新盘。

查询中报，2017 年上半年华润置地综合毛利润率为 34.9%，比去年的 33.9% 略有增长。其中，开发物业毛利率由去年的 32.5% 提升至 33%，投资物业的毛利率由去年的 61% 提升至 62.3%。

香港地产巨头业绩表现不俗 但在内地发展保守

近期，多家香港房企发布了 2017 年中期业绩报告，包括太古地产、长实地产、恒隆地产在内的房企均取得了不错的成绩，盈利较去年同期有所增长。但在楼市调控等因素影响下，这些香港房企在内地都面临着扩张乏力的局面。

今年上半年，虽然政府“辣招”不断，香港楼价依然保持上扬姿态，并屡破新高。在整体火热的市场环境下，多家香港房企的中期业绩也表现不俗。

其中，长实地产的表现十分抢眼。2017 年上半年实现收入达 298.63 亿港元，较去年同期增加 8%。上半年股东应占溢利为 144.1 亿港元，较去年同期的 86.1 亿港元增长 67%。此前，长实地产的香港荃湾海之恋 5 月 26 日开售，曾遭遇“万人空巷”的抢购状况。

太古地产、恒隆地产的股东应占溢利均同比增长 30%。其中，太古地产基本溢利由 2016 年上半年的 35.59 亿港元上升至 2017 年上半年的 46.28 亿港元，主要反映出出售香港高尚住宅物业的买卖溢利增加，来自物业投资的营业溢利上升 5%。

郁亮披露五大业务分类 万科争夺新赛道王者？

在“城市配套服务商”战略之上，借力资本运作，万科在新业务领域不断深入，商业地产、物流地产、长租公寓等处于行业领先地位。

在 8 月 25 日的中期业绩发布会上，万科董事会主席、首席执行官郁亮直言，“过去两年万科上太多头条了”，希望能够做好业务，“先耕耘再问收获。”

财报显示，在万科上半年的营业收入中，房地产业务明显下降，物业管理和其他业务的占比开始上升。说明公司转型有了一定收获。

郁亮再次展示了万科对转型的最新观点。他披露，万科旗下业务共分为五类，包括传统业务和创新业务。郁亮表示，对公司新业务不会去“计划”，而是用自然生长的方式来考虑，新业务看上去很好，但是不去尝试也不会知道风险。

长实地产更名长江实业 李泽钜称地产业务永远是主业

8月24日上午，长实地产举行股东特别大会，其中一项表决议案正式将公司名称改为“长江实业”。长实地产副主席兼董事总经理李泽钜对此表示，董事会会对改回长江实业这名字感到高兴，又指出地产乃是公司核心业务，永远都会参与。

李泽钜表示，日后长实在业务发展上，会视乎回报率以决定投资在地产项目或是其他业务，而公司物色的非地产项目需可以带来稳定收益，同时中长期而言税后回报率要达到双位数。若是非地产项目回报率较地产项目为高，自然会多参与非地产项目。至于地产业务回报率则要视乎买地时间，若在去年才买地，回报率自然不及以往。

他称日后长实在业务上不会与长和重叠。若有大型项目，长实与长江基建之间可以互补长短。

两位碧桂园高管加盟后 阳光城如何开始下半场决战？

不久前，阳光城迎来碧桂园前高管朱荣斌、吴建斌加盟，让这家二线房企一跃成为地产圈的焦点，“二斌”加入后的不断改革，也让这家公司开始了自己的地产下半场决战。

从阳光城披露的半年报看，2017年上半年度实现营业收入75.25亿元，同比增长83.88%；归属于上市公司股东净利润3.28亿元，同比增长91.82%。

其中，房地产主营业务（即房地产销售）的收入为73.42亿元，同比增长84.58%。尽管这一项业务的营业收入大为增进，但毛利率却同比下滑9.84%至22.36%水平，去年同期为32.2%。由于房地产销售回款增加，其经营活动产生的现金流净额扭负为正，达到59.11亿元，同比大增774.93%。

朱荣斌的加盟，很重要一个目的就是提高阳光城的运营效率。“地产公司很重要的三要素就是人才、土地、资金，我希望依靠一个良好的运营管理体系，实现效率提高。”朱荣斌说。

万达发力进军西部 王健林到底在下一盘多大的棋？

日前甘肃书记省长会见王健林，消息一经传出，不少人读出其中的独特隐喻，并放大意味深长的信号，却忽视了最大的“干货”——王健林表示，将加

大投资力度，在兰州市投资建设一个大型文化旅游项目，同时选择甘肃其他城市新建设 10 个项目，并积极参与甘肃脱贫攻坚，努力为甘肃与全国一道全面建成小康社会贡献力量。

万达卖掉 13 个文旅项目，不代表万达不在文旅项目上做文章。其实，万达哪怕卖掉所有的文旅项目，也不等于万达不再开疆拓土了。更何况，万达的 IP 是无与伦比的。此外，万达这方面的经营经验也不是一般企业所能企及的。

“不谋全局者，不足谋一域。”万达在下一盘很大的棋，棋高一着便能盘活全局。这个棋局值得期待。

万达信息再逢“连夜雨” 员工持股计划屡遭滑铁卢

曾受到热捧的员工持股计划，却成了万达信息的梦魇。

据公告，万达信息第三期员工持股计划将于 2018 年 2 月 22 日届满，但其 24.61 元/股的持股成本，相较万达信息截至今年 8 月 23 日的收盘股价 15.12 元/股，浮亏幅度达到 38.56%。

不仅如此，万达信息更大的亏损还在于第一期员工持股计划，其买入均价为 68.58 元/股，但届满出售的均价却仅为 12.5 元/股，持股两年多时间亏损了 81.77%。

事实上，面对跌跌不休的股价和浮亏不断加深的员工持股计划，作为该计划资金补偿方的万达信息控股股东上海万豪投资有限公司，其于 2016 年 1 月 6 日以自有资金替换了首期员工持股计划中的优先级资金 6 亿元。

此举虽然被万达信息称为“增强投资者信心”，但却难以挽回颓势，首期员工持股计划届满后，其并未像一些上市公司那样选择延长存续期，而是在今年 7 月黯然“割肉”。

远洋中期溢利 26.68 亿 成都远洋太古里销售增 43%

8 月 23 日，远洋集团控股有限公司（以下简称“远洋集团”或“集团”，股票代码：3377）公布截至 2017 年 6 月 30 日止六个月的中期业绩，集团协议销售额录得约人民币 304.66 亿元（单位下同），同比大幅增长 48%，已完成全年销售目标的 51%，并实现营业收入 172.59 亿元，同比上升 85%，毛利 38.01 亿元，同比增长 69%。同时，本公司拥有人应占溢利为 26.68 亿元，核心净利润为 15.20 亿元，每股基本盈利为 35.8 分，分别大幅提升 84%、59%及 101%。

公告披露，2017 年上半年远洋集团成功获取 36 个项目，新增土储资源共 1,039 万平方米，并首次进入石家庄、苏州、合肥、长沙等热点城市。截止 2017 年 6 月 30 日，集团已布局 25 个城市，总土地储备达至 3,003 万平方米，平均土地成本约每平方米 6,100 元。

上市公司高管薪酬报告：增长放缓 万科郁亮 979 万最高

近日，人力资源管理咨询公司怡安翰威特发布了《2017 年 A 股上市公司高管薪酬报告》，报告显示，就 2016 年全行业而言，各职位高管年度现金薪酬水平平均实现增长，副总裁级高管涨幅尤为明显。副总裁级别高管平均现金薪酬 2016 年增长率为 9.6%，而这一数据 2015 年仅为 4.5%。与 2015 年比较，高付薪水平的企业行业集中度更高，从现金薪酬付薪前 50 的总裁分布来看，传统高薪行业金融业和房地产业占据了半壁江山，制造业中高付薪水平企业又以 TCL、中兴和海康威视为代表的电子制造业为主。

记者了解到，2016 金融行业的高管薪酬水平总体领先于其他行业，但较 2015 年呈明显下降趋势，各行业薪酬水平差异大，市场呈现冰火两重天。

细分行业来看，2016 年银行业与证券业绝对值水平仍存在较大差异。2016 年，证券行业业绩遭遇大幅度下滑，直接对高管的现金薪酬水平造成了影响，多数证券业总裁薪酬减半。银行业 2016 年整体营业收入增长水平有所放缓，但总裁的现金薪酬水平涨幅仍达到 19%。怡安翰威特研究员对《金证券》记者分析，2016 年银行业虽然规模增长速度下降，但净利润增长有所回升，因此也带动了高管薪酬的小幅回升。

凯德与阿里战略合作 将负责管理阿里巴巴上海中心

8 月 23 日联合早报消息，凯德集团发布声明表示，已经和阿里巴巴达成协议，管理这家电商巨头新的上海总部。

据了解，凯德集团与中国电商巨头阿里巴巴展开战略合作，将负责管理阿里巴巴上海中心，并在阿里巴巴掌控的网购平台“来赞达”（Lazada）设立网上商城，帮助旗下商场租户与消费者建立网上联系。

据资料显示，阿里巴巴上海中心位于上海虹桥商务区中心北部，包含四栋办公楼和一个四层的商业裙楼，总楼面达 8 万平方公尺，预计明年开幕。凯德集团将负责商业裙楼和其中一栋办公楼的管理。

凯德集团方面称，这桩交易将让凯德集团实现零售商和购物者线上线下双连接。凯德集团预计上述两桩和电商公司达成的交易将促进现代零售的重塑，通过整合实体和网络零售渠道取得增长。

华润置地上半年营业额跌 21% 下半年将开四家商场

8 月 23 日中午，华润置地发布公告宣布 2017 年上半年业绩，截止 6 月 30 日，华润上半年综合营业额为 352.6 亿港元，按年下降 21%，其中，开发物业经业务为 290.9 亿港元，同比下降 25.9%，投资物业资金收入为 40.1 亿港元，按年增长 13.2%。

2017 年上半年，华润的综合毛利润率为 34.9%，同比去年的 33.9%略有增

长，其中，开发物业毛利率有去年的 32.5% 提升至 33%，投资物业的毛利率由去年的 61% 提升至 62.3%。

报告显示，上半年内华润的结算面积约 247 万平方米，同比下降 10.3%。另外，已锁定二零一七年开发物业结算营业额港币 959.4 亿元。

万达弃购！富力中渝置地 40 亿接盘伦敦地块

大连万达商业地产股份有限公司在最后环节放弃了的地块，被富力、中渝置地合资公司以 4.7 亿英镑（约合 40.1 亿元人民币）接盘。据英国当地一名业内人士透露，“他们是内部协议转让地块，应该是一周前就差不多定了的事情。”

据彭博社 8 月 22 日报道称，富力地产和中渝置地的联合企业接盘了万达在最后环节放弃的伦敦大型开发地块。

整理公开资料可见，Nine Elms Square 的卖方，英国房地产上市公司 St Modwen 和法国建筑公司 Vinci 的合资公司曾于 8 月 21 日公告称完成了 Nine Elms Square（九榆广场）地块的转让，涉及交易对价 4.7 亿英镑。公告没有提及买方信息，但今年 6 月，St Modwen 在交换合同的公告中，提及买家是万达商业。8 月 22 日，万达方面否认购买上述地块，富力、中渝置地联合体浮出。

武汉商圈上半年租金 631 元/m² 居二线城市第二

2017 上半年全国 6 个二线典型城市重庆、成都、武汉、杭州、南京、天津，其购物中心的首层平均租金在 458.5-703.5 元/m²/月，其中重庆、武汉、成都月租金位列前三，分别达 703.5 元/m²、631 元/m²、602.5 元/m²。

此上数据以已开业、商业面积 3 万 m² 及以上的 200 家购物中心为统计标准。数据显示，从上半年 6 个城市的租金涨跌幅度来看，杭州增幅最大、其次为成都，分别环比增长 5.1%、2.9%；武汉、重庆则下跌幅度较大，分别下降 4.2%、2.5%。

据悉，今年上半年，武汉优质新开业购物中心集中入市，购物中心首层平均租金半年度环比下降 4.2%，较 2016 年上半年同比下降 3.8%。2014 年以来，这一数值徘徊在 591-658.3 元/m²·月，季度环比平均上涨 0.2%。

富力上半年纯利 24.8 亿 提升全年销售目标至 800 亿

8 月 22 日，广州富力地产股份有限公司发布其中期业绩，截至 2017 年 6 月 30 日止六个月，该集团总营业额为人民币 204.1 亿元，纯利较去年同期升 8% 至人民币 24.8 亿元。

公告内容显示，截至 2017 年 6 月 30 日止六个月，富力集团物业发展核心业务的营业额为 182.3 亿元，分别在 21 个城市完成与交付物业，售出可售面积从 187.34 万平方米减少 12% 至 165.4 万平方米。总体平均售价与去年同期相若，

为每平方米人民币 1.1 万元。物业发展核心业务的纯利增加 10%至人民币 22.7 亿元，而盈利增加主要由于毛利率显著增至 38.7%所致。

其中，北京富力新城、惠州富力湾及北京通州富力中心三大项目期内其各自的营业额均超过人民币 12 亿元，合并营业额高达人民币 43 亿元，占总营业额的 24%。而当期其余的营业额来自集团开发项目所在的其他十八个城市，其中营业额较主要的有海南、太原及杭州，分别各约占总营业额的 6%至 12%。

嘉兴八佰伴，一个“类购物中心”的商业逻辑

2016 年 1 月开业的嘉兴八佰伴，以近 8 亿的销售成绩交出了首年答卷。2017 年已经过半，按照 1 至 7 月 33%的增长速度，今年有望冲击 10 亿俱乐部。

刚过去的 7 月，该店客流 121.82 万人，同比增幅 14.2%。销售增幅 37.8%，其中百货部增长 38.1%，女装增长 56.4%，童品增长 49.8%，少淑增幅 44.3%，男装增长 30.1%。

“我们观察后发现，与典型的购物中心相比，百货店固有的布局方式更有体系”。在嘉兴八佰伴，400 多个品牌分布在地下 1 层至地上 8 层，每个楼层都有明确的定位和主打品类。除了地下 1 层超市和 7 层、8 层的餐饮娱乐楼层，基本上，经营者是先确定了百货零售类的品类布局，再以此为基点匹配相应的功能配套类品牌。

一大一小两个中庭聚集并引导人流去向各个楼层，这不仅体现在垂直动线，《联商网》巡店时发现，百货零售类品牌主要集中在小中庭附近，而经营者将人流最旺盛的大中庭区域给了“流量型”品牌，其中以功能配套型品牌为主。

按照购物中心的招商逻辑，只要位置合适、租金合适，甲乙双方就可以签约合作。而在嘉兴八佰伴，考量的因素更多。自 4 月份开始，嘉兴八佰伴正在通过有节奏的品牌置换，持续不断的吸引嘉兴市民的光顾。先是开了无邪，紧接着是海马体、幸福侯彩播。海底捞是 6 月份开业的，之后是三只松鼠、星期六之家、小米之家等。

西单大悦城首条主题街区样街 YOUNG STREET 揭幕

8 月 27 日，西单大悦城首条主题街区一样街 YOUNG STREET 揭幕，这条致力于为 18-25 岁最 in 群体打造的社群集结型空间，召集了塔罗占卜、纹身、BJD 娃娃、二次元手办、拇指滑板、电竞黑科技、网红奶昔等 29 家潮玩潮酷店铺的街区终于展露真容。多元化的业态组合与开放式的动线设计，新鲜出炉的样街无处不释放着“我够 YOUNG，更有样儿”的年轻宣言。

西单大悦城总经理沈新文表示：“西单大悦城团队引进了最先锐的品牌与业态，样街的许多商户都有着自己的故事，比如首次从线上落地线下的手指滑板、首进中国的变态奶昔、首进购物中心的塔罗占卜等等；我们希望创建一个富有

想象力及情感联结的社群空间，为 18-25 岁的年轻潮人打造一个酷玩之地”。

为了呈现一个富有生命力的样街，团队走街串巷，只为寻找那些最有感觉的产品。于是，占卜、纹身、手办、电竞、BJD 娃娃、手指滑板，这些尽管有些小众但却极受年轻人追捧的元素都被带进了样街；而陶艺、调香、皮具、绘画、精酿、尤克里里等手作、体验业态也在街区自由生长；更有首进中国的澳洲网红奶昔与瑞士精灵配饰品牌鼎力加磅。

大悦城的百亿轻资产棋局：成立境外基金和境内基金

希望通过更少的钱撬动更多资产的大悦城地产有限公司（以下简称“大悦城地产”），正在逐渐落地“轻资产”模式。8月17日，大悦城地产发布公告称，公司附属企业与多家合作方成立境外基金和境内基金，寻找中国境内潜在物业项目的收购机会，并升级改造为大悦城品牌商业项目。然而，“轻装”上阵后的大悦城地产，日子还好过吗？

对于大悦城地产成立基金收购商业项目的事情，全国工商联商业地产研究会会长王永平也对这一方式表示肯定，物业管理方对于商场的运营有着至关重要的作用，曾有不少商业品牌方想做轻资产转型，但是在物业选址或者建筑构造中难以插手，在决策上话语权也相对有限，大悦城地产通过成立合作基金再收购物业的做法很好地规避了上述两种问题。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳分析表示，商业项目发展存在不确定性，大悦城地产在收购后将投入不菲的改造成本。商业项目被收购之前经营不佳，或许会对日后的运营发展造成影响。不过，在收购“稍差”的商业项目时，大悦城地产拥有更大的讲价空间。

不断扩张的大悦城地产也面临竞争压力。赖阳认为，实体商业需求在改变，大悦城也面临挑战。不同地区消费者的生活方式存在差异，三四线城市对于扩张中的大悦城品牌的认知度不高，这是大悦城地产扩张中需要迈过的一道坎。

五、热点解读

1、新消费对经济拉动有多大？

最近一段时间以来，河北、四川、内蒙古、甘肃等多个省份陆续出台了扩大旅游、文化、体育、养老等重点领域消费的实施方案。

这些“地方版”的实施方案密集出台，一个重要目的在于通过积极扩大新兴消费，增加消费领域的有效供给，发挥好消费对经济增长的基础性作用。

近年来，随着我国模仿型排浪式消费阶段基本结束，个性化、多样化消费渐成主流，以服务消费、信息消费、时尚消费等为代表的新消费快速发展，中央和地方都在积极采取措施释放消费潜力，以确保消费在推动经济发展中继续发挥基础作用。

那么，这些新消费对经济增长的拉动作用究竟有多大？

促进经济增长趋于稳定

消费、投资、出口是拉动经济增长的“三驾马车”。在过去很长一段时间里，中国经济增长主要依靠投资和出口拉动，消费对中国经济增长的贡献率较小。2008年，我国最终消费支出对GDP增长的贡献率仅为45.7%，远低于大多数发达国家水平。

不过，随着各级政府加快结构调整、推动产业升级，消费对经济增长的贡献不断提升。今年上半年，我国最终消费支出对经济增长的贡献率为63.4%，稳居“三驾马车”之首。

在消费对GDP增长贡献率稳步提升的同时，消费结构升级的步伐也在进一步加快。近年来，随着我国居民消费从注重量的满足向追求质的提升、从有形物质商品向更多服务消费转变，通讯器材、汽车、居住相关商品、文化用品等品质升级类商品销售旺盛，大众餐饮、文化娱乐、休闲旅游、教育培训、医疗卫生、健康养生等服务性消费成为新的消费热点。

国家统计局中国经济景气中心副主任潘建成分析说，当前我国经济总量已经跃居世界第二，处于从中等收入向高收入国家迈进的阶段。在这个进程中，人们已经逐渐从满足温饱和物质富足向满足精神需要转变，客观上会带来消费行为的根本性转变。而且，消费升级的过程往往有很强的集聚效应，人们对新兴消费的需求往往是爆发式的，使得新兴消费从萌芽到活跃的时间周期大幅缩短。

多位经济学家指出，从机理上看，新消费对经济增长的拉动作用与传统消费并无二致，不过新消费的快速成长将带动服务业的发展，并更好地对冲经济下行压力，保证经济平稳增长。

国家统计局局长宁吉喆撰文指出，“服务业大多不是资本密集型产业，受投资波动影响小；多根植于本地市场，受国际市场波动影响小；产品差异化程度

高，受需求波动影响小；主要依靠消费拉动，而消费增长具有较强稳定性，因而服务业发展能够平滑经济波动，增强经济平稳性。由于服务业对经济周期性变化不敏感，因而具有熨平经济波动的重要作用”。

随着服务业比重持续提高，我国经济运行的波动性明显减小。数据显示，2011年至2015年，GDP增速标准差为1个百分点，而2006年至2011年，GDP增速标准差为2.1个百分点。

带动经济结构趋于优化

不少专家坦言，新消费对于宏观经济运行最大的贡献在于进一步促进经济结构的优化。

“新消费的发展，要求商品和服务的供给者要不断提升供给水平，特别是增强高层次和个性化产品或服务的供给能力，不断形成新的消费点。”国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长李佐军说，消费结构的升级将在很大程度上倒逼供给的转型升级。

这些新消费的快速发展带动了供给体系的调整，也带动了服务业特别是中高端服务业的快速发展。

例如，随着信息消费的快速发展，以云计算、大数据、物联网、人工智能为代表的新一代信息技术加速孕育、蓬勃兴起，互联网成为创新驱动发展的先导力量，占据了国际竞争的主动权。

2013年至2016年，我国互联网行业保持高速增长态势。规模以上互联网接入及相关服务、互联网信息服务、软件和信息技术服务、其他互联网服务企业营业收入分别年均增长21.5%、32.4%、17.5%和28.0%。

在以服务业为代表的供给体系迈向中高端的过程中，整个社会的经济结构也在悄然发生变化，首先就是就业结构。

近年来，尽管我国GDP增速换挡，但就业形势总体保持稳定，这与服务业不断开拓发展领域、吸纳就业规模越来越大密切相关。“当前，我国第一产业的占比逐步下降，第二产业占比变动缓慢，甚至由于结构调整、转型升级导致吸纳劳动力的能力有所下降，服务业则吸收了从第一产业中转移出来的大部分劳

动力。”李佐军说。

随着新消费热点的形成，中高端服务业发展进入快车道。今年上半年，全国规模以上服务业企业从业人数同比增长 5.6%，增速高于第二产业 4.9 个百分点，在全部规模以上企业同比新增的就业人员中，服务业新增加的就业人员占 73.7%，高于第二产业 47.5 个百分点。

新消费给经济结构带来的另一个重要改变，还表现在投资结构上。例如，随着居民消费结构的升级，旅游、文化、体育、健康养生、教育培训等民生领域投资快速增长。此外，随着信息消费的兴起，以信息网络等高新技术为主要支撑的电子商务、数字媒体等现代服务业新兴业态层出不穷，投资也保持了高速增长。

推动发展动能加速转换

随着新消费的快速发展，新兴服务业呈现出了蓬勃发展的良好态势。值得注意的是，新兴服务业发展与传统服务业不同，更加强调创新驱动的重要价值。

潘建成表示，新兴服务业的加速发展，不仅可以带动像自行车制造等一批传统产业加快转型步伐、焕发新的生机活力，也可以为广大创新创业者提供更加广阔的舞台和无限的想象空间，使他们有更多的出彩机会，这将为形成创新驱动新格局提供重要支撑。

近年来，随着我国积极发展服务型制造业和生产性服务业，加快推动制造业与服务业的协同发展，生产性服务业在帮助制造业企业减少技术创新成本、缩短技术创新周期，实现创新成果即时转化等方面发挥了积极作用，引领我国经济转型升级的新动能加快成长壮大。2016 年，工业战略性新兴产业增加值比上年增长 10.5%，高于规模以上工业 4.5 个百分点。在战略性新兴产业加快发展的同时，顺应结构升级和消费需求的新产品不断涌现。

国家统计局服务业统计司司长许剑毅表示，随着“互联网+”政策持续发力和国家大数据战略的积极推进，互联网特别是移动互联网用户高速增长，互联网经济极大地改变了人们的生产生活方式，催生了许多线上线下融合的新模式，促进了服务创新。

例如，以“摩拜单车”“滴滴出行”为代表的出行共享平台，为人们出行带

来更多便利；以“猪八戒”、“知乎”、微信公众号为代表的知识服务平台，提供了服务技能交易、知识变现和知识分享的新渠道；以“蚂蚁短租”“小猪短租”为代表的房屋分享平台，大幅提高了空置房使用率，开创了具有“人情味”的短租时代。

此外，随着新消费的快速发展，个性化、多元化需求快速释放，也为创业提供了更多的空间，引发了新一轮创业潮。

专家指出，由于服务业对资本规模要求不高，创业门槛和难度低于制造业，加之近年来我国加大简政放权力度，加快服务业“营改增”步伐，全面推进商事制度改革，服务业发展潜力的不断释放，将推动新发展动能加速集聚，使服务业在拉动国民经济增长中迸发出更强活力。

2、把国企降杠杆作为“去杠杆”重中之重

23日召开的国务院常务会议提出，当前要抓住央企效益转降回升的有利时机，把国企降杠杆作为“去杠杆”的重中之重，做好降低央企负债率工作。

供给侧结构性改革的微观基础在于企业改革，其中国有企业是主力军，也是主战场。今年前7个月，中央企业利润由降转升，资产负债率比年初下降0.2个百分点，但控负债防风险、优化资本结构方面依然重任在肩。

建立严格的分行业负债率警戒线管控制度，建立多渠道降低企业债务机制，积极稳妥推进市场化法治化债转股，强化问责，在推动新旧动能接续转换中实现产业转型升级和降杠杆……此次的国务院常务会议就央企深化改革降低杠杆做出了一系列具体部署。

国务院国资委总会计师沈莹此前介绍说，国资委对一些高负债企业实施负债率和负债规模“双管控”，通过预算、考核、薪酬、投资管理等方面联动，加大管控力度。

她表示，截至今年上半年，已有12家央企与有关银行签订了市场化债转股框架协议。此外，国资委还鼓励企业通过IPO、配股等方式从资本市场融资，改善资本结构；支持企业开展资产证券化业务，盘活存量资产来筹集发展资金，尽量减少对负债的依赖。

中国人民大学重阳金融研究院高级研究员董希淼分析说，目前开展的市场化债转股主要集中在钢铁、煤炭、冶金等行业，未来应积极稳妥地扩大到更多负债率较高、产品有市场、有竞争能力的实体经济行业和企业。

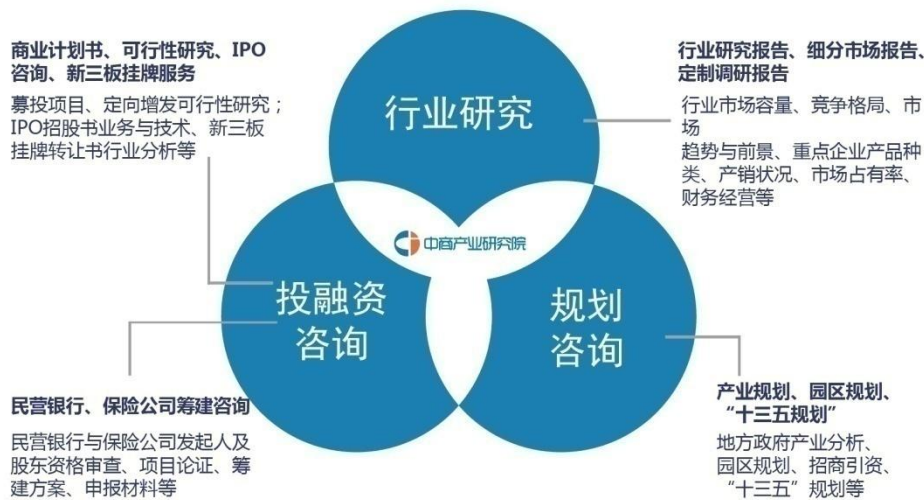
他认为，兼并重组是国企“去杠杆”的有效途径，有利于提高国企的资源整合和使用效率，进而降低企业的杠杆率。“国企的高杠杆率和产能过剩经常同时出现、相互交织，推进国企兼并重组应与去产能工作有效结合。”董希淼说。

专家表示，推动央企资产负债率总体持续稳中有降，一方面要从内部发力，可以在深化国企改革、盘活存量资产、增加经营积累、强化资本约束、拓展股权融资、推进债务重组等方面综合施策；另一方面要从外部着力，加快多层次资本市场建设，创新金融服务方式，提升金融服务的效率和水平。

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。

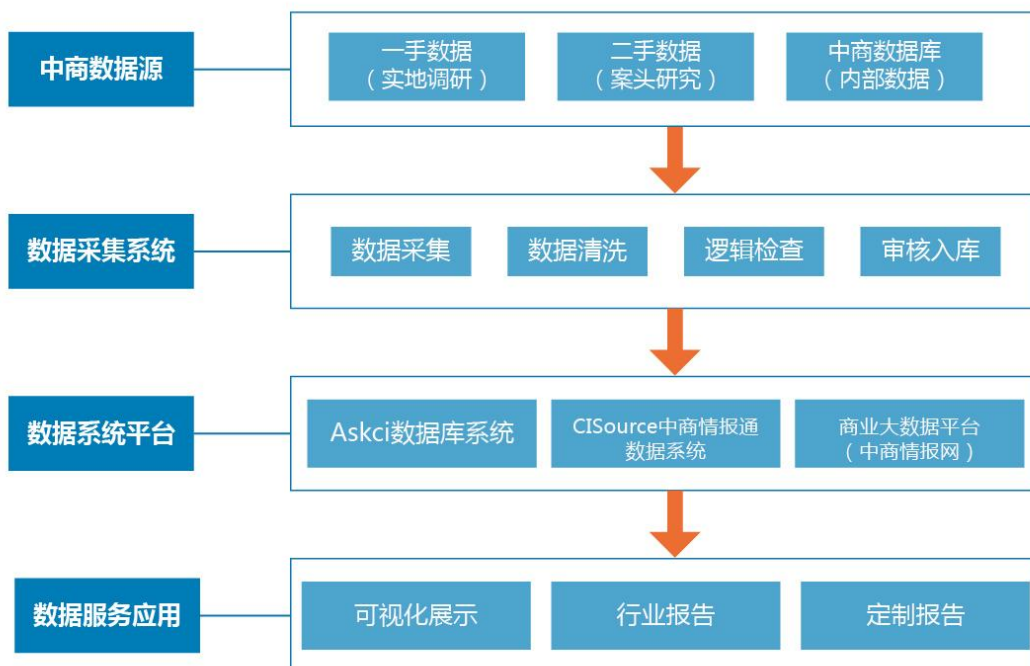
自 2003 年以来，中商在发展中已不断成长，迄今为止，中商汇聚了 350 余名来自不同行业的资深顾问。中商依托自主研发的 Askci 数据库和 CISource 中商情报通对各类数据建立月度、季度、年度持续的信息收集监测，覆盖近 5000 多个细分产业市场数据库，持续更新。中商始终为客户提供最新最全的数据服务、研究报告、产业规划咨询等高价值咨询服务。



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