

SANSHENG CONSULTING

# 产业经纬

2014年4月刊·总第124期

八部委力推仿制药，提升国产药品使用率

一季度银行业净利分析

特斯拉VS比亚迪，谁是新能源汽车之王？

一季度手机行业运行分析



### 信息消费释放万亿内需

当前我国经济发展的要素条件正发生深刻变化，增长速度处于换挡期，结构调整迈入紧要关口。培育新的消费热点，促进信息消费，增强内需拉动经济的主引擎作用，是实现经济内生增长中一项刻不容缓的工作。近年来，我国信息消费规模不断壮大，市场供需两旺，商业模式与挖掘需求潜力日益契合，信息消费的需求溢出效应、增长效应日益显著，正成为扩大内需和增长提质升级的重要引擎之一。

信息消费规模高速增长，撬动社会总需求快速扩张。2010-2013年我国信息消费规模由1.01万亿元增长到2.2万亿元，年均复合增长率29.7%。其中，基于互联网的新型信息消费规模由3800亿元增长到1.6万亿元，年均复合增长率超过60%。信息消费的快速发展引致信息技术产业领域大规模投资，拉动中间投资需求急剧增长。2013年，电信全行业固定资产投资规模3754.7亿元，创造了4年来的新高；电子信息制造业500万元以上项目完成固定资产投资额1.08万亿元，同比增长12.9%。物联网、云计算、大数据、认知计算等信息技术前沿领域正成为新的投资热点。

信息产品创新空前活跃，持续提升消费增长动力。近年来，基于互联网的信息产品种类和数量加速增长趋势显著，智能终端的换机与新增消费市场规模巨大。2013年国内智能手机出货量4.23亿部，超过前5年出货总和，占全部手机出货量的73.1%，同比提高8个百分点；智能手机整体消费规模约5566亿元，同比增长62%。平板电脑销量超过1600万台，同比增长61%，高于全球平均水平8个百分点，整体渗透率超过20%，消费规模突破510亿元，同比增长46.5%。此外，以可穿戴设备为代表的新型智能终端逐步进入推广应用阶段，智能手表、智能手环等产品相继涌现，不断引发消费新热点。

移动应用融合渗透，开启消费巨大空间。电子商务、互联网金融、网络视频等融合应用表现出明显的移动化趋势，提供了更加方便灵活的购物消费模式，催生和激发了大量新的消费需求。以移动互联网与零售、社交融合应用为例，2013年11月11日手机淘宝购物消费规模全面井喷，全日成交额53.5亿，是2012年同日成交额的5.6倍，占全天淘宝和天猫支付宝总成交额的15%；2013年除夕夜在微信上参与抢红包活动的总人数达到482万，最高峰时每分钟“新年红包”数量超过2.5万个，当日有200万张银行卡加入微信金融平台。2013年，我国移动互联网消费收入接近2000亿元，增长约47%，成为拉动消费增长的重要来源。

信息消费的增长带动效应日益凸显，为构建繁荣的信息经济发展奠定坚实基础。信息经济的一个突出特点是，经济发展主要依靠与信息产品和信息服务的生产、分配、交换和消费相关的活动。2013年，我国信息消费带动工业、服务业等相关行业新增产出1.19万亿元，对经济增长的贡献超过8.85个百分点，约占同期GDP增速的11%；网络零售规模1.85亿元，同比增长50%，占社会零售总额比重约8%，拉动新增消费7800亿元。信息消费前向嵌入到各类信息产品中，可直接为技术创新提供需求牵引力；后向绑定各种服务，使信息产品和信息服务具备了提升消费水平和衍生新消费热点的供给推动力。

2014年是落实中国宽带战略和4G商用元年，用户、服务、消费结构持续升级，将进一步推动信息消费市场繁荣发展。基于增长预期与结构转型，2014年，经济社会各领域对信息网络、技术、产品和服务等需求将进一步释放，信息消费将继续呈现快速增长态势，预计今年信息消费规模将超过2.8万亿元，同比增长超过29%，对GDP增长的贡献达0.8个百分点左右。

主办单位：三胜咨询

产经门户：中国产业信息研究网

主 编：邦 文

执行主编：唐国刚

责任编辑：吴 帅 王朝阳 曹文君 龚庆明 韩克敏

顾问团队：三胜媒体中心 三胜资本中心 三胜产业研究中心

专家顾问：刘辰宇 张昊明 吴 敏 邹志强 陈晓军

程 真 张旭东 孟学勇 刘 睿 陈一玮

刘志刚 肖 浚 陈 勇 何小军 朱 静

王仁鹏 周 炎 左一帆 王 毅 聂 帅

张晨光 丁 巧 王鑫鹏 王大为 何 叶

张艳秋 张彦军 刘 崧 齐 鲁 王恒伟

杨洁雅 陈 阳 郭永明 伍 全 刘元元

王传君 李立群 刘天明 张继强 郑拥军

公司地址：深圳市福田区中国凤凰大厦1栋19A

邮政编码：518035

全国服务热线：400-096-0053

订阅专线：0755- 25151558

24小时传真：0755- 28749841

三胜官网：www.sanshengzixun.com

电子邮箱：server@china1baogao.com

智慧援助：国家统计局

National Bureau of Statistics of China

国家海关总署

General Administration of Customs

国家信息中心

State Information Center

国际信息研究所

International Information Research Institute

中国产业研究协会

Industry Research Association of China

中国信息产业协会

China Information Industry Association

清华大学图书馆

Tsinghua University Library

武汉大学图书情报中心

Library and Information Center of Wuhan University

科学决策杂志社

Scientific Decision Magazine Company

# 目录

## Contents

|  |    |
|--|----|
| <b>宏观概览</b> .....                        | 1  |
| · 一季度 31 省GDP增速分析 .....                  | 1  |
| · 一季度 31 省经济数据解读 .....                   | 1  |
| · 二季度货币政策走向浅析 .....                      | 3  |
| · 国务院出“组合拳”稳外贸 .....                     | 4  |
| · 2014 年消费市场发展报告分析 .....                 | 5  |
| · 2014 年中国经济前景分析 .....                   | 6  |
| <b>产业热点</b> .....                        | 8  |
| · 基础产业投向逐回暖 .....                        | 8  |
| · 养老产业投资机会被点燃 .....                      | 9  |
| · 一季度全国电力供需形势分析 .....                    | 12 |
| · 一季度中国楼市行情分析 .....                      | 13 |
| · 一季度银行业净利分析 .....                       | 14 |
| · 一季度中国手机行业运行分析 .....                    | 15 |
| · 2014 中国文化产业发展改革报告解读 .....              | 15 |
| <b>产业数据</b> .....                        | 16 |
| · 4 月中国制造业PMI数据 .....                    | 16 |
| · 4 月中国非制造业指数统计 .....                    | 17 |
| · 4 月钢铁业PMI数据统计 .....                    | 18 |
| · 4 月汽车销量排行榜 .....                       | 18 |
| · 4 月物流业业务总量指数统计 .....                   | 20 |
| · 4 月房企销售数据统计 .....                      | 20 |
| <b>企业情报</b> .....                        | 21 |
| · 绿地乘胜追击，2014 能把万科拉下马？ .....             | 21 |
| · 特斯拉VS比亚迪，谁是新能源汽车之王？ .....              | 21 |
| · 管+云+端，2014 年华为能否傲视群雄！ .....            | 22 |
| · “天下第一村”转型阵痛！ .....                     | 23 |
| · 老干妈绝缘资本市场，底气从何而来？ .....                | 24 |
| · 京东通信，能否冲击移动联通或电信？ .....                | 25 |
| <b>三胜观察</b> .....                        | 25 |
| · 欢聚时代（YY）推独立教育品牌，免费模式抢占在线教育市场 .....     | 25 |
| · 《小微金融发展报告 2014》发布，急需减少税费政策降低经营压力 ..... | 27 |
| · 中央安排保障房专项资金 1158 亿，顺应廉租房和公租房并轨 .....   | 28 |
| · 《歌手 2》总决赛收视破 3，韩磊霸气夺冠 .....            | 29 |
| · 八部委力推仿制药，提升国产药的使用率 .....               | 29 |
| <b>趋势前瞻</b> .....                        | 30 |
| · 5 月中国钢铁发展形势分析 .....                    | 30 |
| · 中国汽车后市场未来发展趋势分析 .....                  | 32 |
| · 中国电梯行业发展前景分析 .....                     | 32 |
| · 2014 年饲料行业发展趋势分析 .....                 | 33 |
| · 我国传感器产业发展趋势预测 .....                    | 33 |
| · 2014 年空气能热水器发展趋势展望 .....               | 34 |
| · 我国城市园林绿化行业发展趋势分析 .....                 | 35 |
| <b>卓越管理</b> .....                        | 36 |
| · 万科向腾讯取经 .....                          | 36 |
| · 华为的不上市之道 .....                         | 38 |
| · 中国建材探路混合制 .....                        | 39 |
| · 万达管理集权的极致 .....                        | 41 |
| · 华润万亿资本帝国图 .....                        | 43 |
| · 格力女王董明珠管理术 .....                       | 44 |

## 宏观概览

### · 一季度 31 省 GDP 增速分析

近日，全国 31 个省区市已经陆续交出了今年第一季度的 GDP 成绩单。出人意料的是，30 个省份的一季度 GDP 增速未达到年度预期目标，只有安徽省的这一数据略超预期目标 0.1 个百分点。

#### 安徽成 GDP 增速唯一“达标”省份

截至目前，全国各省、直辖市、自治区今年一季度 GDP 数据已经全部公布。经梳理后发现，所有省(市、区)的 GDP 增速无一超过去年第四季度。

梳理 31 个省份今年全年 GDP 增速预期目标可以发现，各省份今年的预期目标定在 7.5% 到 12.5%，但今年一季度最终实现的增速区间为 4.1% 到 10.9%。多数省份的一季度增速在 8% 左右。

如果和年初制定的年度增长目标相比，31 个省份中的 30 个未达到预期目标。只有安徽省是 GDP 增速唯一达标的省份，该省一季度 GDP 增长 9.6%，超过全年 9.5% 的目标值 0.1 个百分点。

增速排名倒数第一的黑龙江，与年初提出的全年

GDP 增速目标差距最大，达到 4.4 个百分点，随后是河北差距 3.8 个百分点，山西差距 3.5 个百分点，云南差距 3.3 个百分点。与去年同期相比，除了河南增速略有回升外，29 个省份增速回落，河北、黑龙江与云南增速回落最大。

如果与去年四季度的 GDP 增速相比，云南省今年第一季度的 GDP 减速情况最为严重，回落幅度为 4.4 个百分点，而黑龙江、河北、山西等省份的减速也较严重，分别回落 3.9 个百分点、4 个百分点、3.4 个百分点。

#### 各地启动措施应对 GDP 增速下滑

GDP 增速的下滑和不及预期，使得各地方政府纷纷启动措施应对这一现状。此前，有专家分析称，中国经济增速面临的压力，集中体现为投资面临下行压力。而在投资减速的压力下，多个地方启动了招商引资以及扩大投资的计划。

28 日在北京的内蒙古大厦，内蒙古二连浩特推介其即将举办的 5 项大型活动，并进行旅游现场推介。同日，宁夏银川市召开专题会议，安排部署招商引资工作，提出强化全市招商引资工作的诸多措施，力争今年招商引资实际到位资金达到 430 亿元。此前一天，共青团延边州委、延边州商务局也在北京举办北京项目对接会。有统计显示，仅广东、海南、天津、

江西、贵州 5 个省份，已经公布的今年重点项目投资计划投资总额就超过了 7 万亿元。

#### 释疑：地方 GDP 总和为何超出全国？

在今年一季度的 GDP 统计中，各地的 GDP 数据之和再次高于全国的 GDP 数据。31 个省(市、区)的 GDP 相加之和为 132945 亿元，高于全国 128213 亿元的数据，超出数额为 4732 多亿元，这一数字和北京市今年第一季度的 GDP 总量相近。

不过，这种“数据打架”的现象并不新鲜，几乎每次 GDP 数据的出炉都会出现这种现象。

发改委有关人士针对这一现象曾解释称，这主要是因为各地重复计算、价格差异等核算技术问题。少数地方政府为了 GDP 的政绩，不排除地方 GDP 核算有“水分”。国家统计局也曾表示，坚决反对统计上弄虚作假，将加大查处弄虚作假案件的力度。

### · 一季度 31 省经济数据解读

截至目前，31 个省份已经全部出齐了“一季报”，有部分省份的增速创下了阶段性新低。尤其是那些重化工省份，增长乏力。而在交通、水利、棚户区改造等基础设施和民生领域增加投资，对经济发展进行有

效的“微刺激”，成为一些地方的投资首选。

### 重工业省份增长乏力

与往年大多省份增速高于全国平均水平不同的是，今年有 11 个省份的增速低于全国平均水平，一些省份更是在 6% 以下。

其中，黑龙江一季度 4.1% 的增速在各省份中垫底。分析其原因，主要是工业不“给力”，一季度该省第二产业增加值同比仅增长 0.9%，连带固定资产投资负增长 25.9%。

黑龙江省省长陆昊此前召开的全省一季度经济形势分析会指出了工业下降的主要原因。其中，黑龙江作为能源工业大省，能源工业占比非常高，但一季度能源工业增速首次出现负增长，为-2.2%。占规上工业比重 50% 左右的大庆油田出现多年来从未有过的增加值负增长；此外，受国内若干领域产能过剩影响，该省石化工业、装备工业增速回落，一季度分别增长 0.5% 和 5.1%。

除了黑龙江外，另外几个重化工业省份也不乐观。其中，为了治理环境污染大力压缩过剩产能的河北一季度增速只有 4.2%，煤炭大省山西也只有 5.5%，过去十多年增速曾领跑全国的内蒙古增速只有 7.3%，低于全国平均水平。

吉林省政府决策咨询委员会委员、吉林大学东北亚研究院教授衣保中表示这两年，国际国内大宗商品价格持续走低，以原材料生产为主的省份受到的冲击也比较大。此外，像东北地区结构转型尽管喊了很多年，但现在能源工业占比太高、国有经济占比太大，经济发展主要靠国有投资来拉动。

### 中部板块稳健

不光是这些重化省份，各地经济增速都出现了下滑。一季度云南、甘肃、广西增速都出现不同程度的下滑。

整体来看，与去年同期相比，只有两个省份的经济增速没有下降。其中青海持平，河南略高。

整体而言，一季度中部板块表现十分稳健。除了煤炭大省山西下滑明显之外，其他省份尽管增速也有所下滑，但均高于全国平均水平。位于长江中游的四个省份湖南、湖北、江西和安徽增速均超过了 9%。

国家发改委国土开发与地区经济研究所所长肖金成和武汉大学区域经济中心主任吴传清均认为，像中部沿江几个省份，丰富的水资源和平原、庞大的人口和消费市场，既靠近东部可以承接产业转移，又靠近中西部的市场，未来发展潜力和空间最大。

### “微刺激”在路上

在外需不振和内需开拓有限的情况下，地方如何让经济平稳增长？投资显然是最有效的砝码。当然，投资领域的选择十分关键。

广州市民营企业商会副会长、广州市华安达实业有限公司董事长丘育华称，目前制造企业普遍不乐观。“主要是产能过剩的问题一直无法解决。从去年下半年开始到明年，整个大环境都不太好。”

在产能过剩的情况下，工业领域显然不可能再成为投资的重点。地方对地铁、棚户区等老百姓仍十分需要，而且又不导致产能过剩的基础领域进行投资，既可以满足老百姓的切实需求，又能对经济发展进行有效的“微刺激”。

例如，山东省发改委的消息显示，国家发改委日前批复了《山东省环渤海地区山东省城际轨道交通网规划（调整）》，规划中包括济青高铁在内的全省 21 个城际铁路项目，使该省城际轨道交通网涵盖全省 17 市。

重庆市发改委日前的消息显示，近日该市共有 8 只合计 100 亿元企业债券获得国家发改委核准，包括江北嘴中央商务区投资集团有限公司 10 亿元、保税港区开发管理有限公司 15 亿元、高新区开发投资集团有限公司 23 亿元等企业债券，对促进当地基础设施建设投资有很大助力。

黑龙江提出，把加大固定资产投资作为经济增长的主动力，有效遏制当前经济下滑态势，向重大基础设施建设要增长点。包括：抓好水利基础设施建设，最短时间搞好项目立项、审批和环评，工程要在6月25日前开工。加快交通基础设施建设，哈佳铁路力争在6月份开工，哈牡铁路桥涵、隧道限制性工程要在10月份开工，密山至兴凯湖旅游高速公路项目要争取在6月份开工，加快推进哈尔滨机场扩建、哈尔滨火车站改造项目建设。

这些基础设施建设在某种程度上也可以消化当地能源工业的过剩产能。黑龙江明确提出，“与这些基础设施建设相关联的产业，所需要的原材料和产品，在同等质量标准和规格前提下，能在省里配套的就在省里配套。”

“工业产品生产出来过剩就是过剩了。但是投资在棚户区、铁路等基建领域，可以带动对工业产品的需求，化解产能过剩，这对经济增长很有好处。”吴传清说，投资的关键在于是否有效益、有需求，像棚户区改造、铁路建设等是十分必要的，不仅可以带动经济的发展，而且对改善民生也很有好处。

衣保中则提醒说，对一些经济增速较低的省份来说，现在既是危机也是转机。目前可能日子会比较难过，但现在这种情况也刚好迫使这些地方进行调整。经济增速可以低一点，但这些地方应该要加快结构调

整和产业转型，比如像东北应该加大民营经济的发展力度，而不能过于依赖国有投资。

## · 二季度货币政策走向浅析

央行2014年第一季度货币政策执行报告提出下一阶段货币政策走向。

“根据经济金融形势变化以及金融创新对银行体系流动性的影响，灵活运用公开市场操作、存款准备金率、再贷款、再贴现、常备借贷便利、短期流动性调节等工具，完善中央银行抵押品管理框架，调节好流动性总闸门，保持货币市场稳定。”央行发布的2014年第一季度货币政策执行报告同时提出，引导商业银行加强流动性和资产负债管理，做好各时点的流动性安排，合理安排资产负债总量和期限结构，提高流动性风险管理水平。

值得注意的是，2013年第三季度货币政策执行报告对下一阶段政策的表述是“合理运用……”，而今年第一季度则更换为“灵活运用……”。这一变化说明央行对当前经济形势的判断已经较去年第四季度发生了明显变化。

“当前中国经济正处在增速换挡和转变发展方

式的阶段，既有结构调整的阵痛，也渐显调整和改革所激发的活力。”央行强调，综合增长潜力和动能等各方面因素看，未来一段时期中国经济有望继续保持平稳运行。但也要看到，全球经济复苏进程中仍有风险和不确定性，中国经济内生增长动力尚待增强，部分行业产能过剩问题依然严重，资源环境约束进一步突显，潜在风险需要高度关注，结构调整和转变发展方式的任务还很艰巨。

央行在报告中指出，下一阶段要继续实施稳健的货币政策，保持政策的连续性和稳定性。坚持“总量稳定、结构优化”的取向，保持定力，主动作为，适时适度预调微调，增强调控的预见性、针对性和有效性，统筹稳增长、促改革、调结构、惠民生和防风险的关系，继续为经济结构调整与转型升级营造稳定的货币金融环境。同时，寓改革于调控之中，把货币政策调控与深化改革紧密结合起来，更充分地发挥市场在资源配置中的决定性作用。针对金融深化和创新发展的关系，进一步完善调控模式，疏通传导机制，通过增加供给和竞争改善金融服务，提高金融运行效率和服务实体经济的能力。

“一是综合运用数量、价格等多种货币政策工具组合，健全宏观审慎政策框架，保持适度流动性，实现货币信贷和社会融资规模合理增长。”央行指出，要继续发挥宏观审慎政策的逆周期调节作用，根据经

济景气变化、金融机构稳健状况和信贷政策执行情况等有关参数进行适度调整，引导金融机构更有针对性地支持实体经济发展。

二是盘活存量、优化增量，支持经济结构调整和转型升级。优化流动性的投向和结构，着力降低棚户区改造等重点领域和“三农”、小微企业等薄弱环节的融资成本。落实好差别化住房信贷政策，支持保障性住房、中小套型普通商品住房建设和居民首套自住普通商品房消费，坚决抑制投机投资性购房需求。

三是进一步推进利率市场化和人民币汇率形成机制改革，提高金融资源配置效率，完善金融调控机制。继续推进同业存单发行和交易，探索发行面向企业及个人的大额存单，逐步扩大金融机构负债产品市场化定价范围。

四是完善金融市场体系，切实发挥好金融市场在稳定经济增长、推动经济结构调整和转型升级、深化改革开放和防范金融风险方面的作用。鼓励创新，丰富债券市场产品和层次。

五是深化金融机构改革，通过增加供给和竞争改善金融服务。当前基于互联网的创新金融发展迅速，与传统金融互相补充和融合，有利于促进竞争、发展普惠金融、增加居民收入、提高资源配置效率。但创新过程中也存在监管套利、增大市场流动性风险等问

题。应进一步完善相关标准和制度，促进公平竞争，加强行业自律，提升风险防控能力，切实维护投资者权益，促进互联网金融健康发展。

六是有效防范系统性金融风险，切实维护金融体系稳定。

### · 国务院出“组合拳”稳外贸

#### 出口退税或扩至跨境电子商务与服务外包

继国务院部署支持外贸稳增长工作后，一系列具体的外贸稳增长措施将陆续出台。除继续提高贸易便利化措施、改善融资服务外，相关部门还在研究对跨境电子商务和服务外包实施出口退税，对这些新型的贸易方式予以支持。这是从权威人士处掌握的最新消息。

与此同时，商务部还在会同有关部门抓紧研究制定《加快培育外贸竞争新优势的若干意见》，推动我国外贸由大到强的跨越。

#### 系列外贸稳增长措施待出

今年一季度，我国进、出口数据大幅低于市场预期，并双双出现负增长。虽然相关部门的判断并不全

然悲观，但由于中国外贸面临的复杂严峻形势依然未变，加之最新公布的宏观经济数据也略有放缓，因此，出台外贸稳增长的措施也一直在考虑中。

4月28日，国务院副总理汪洋在天津调研外贸工作时提出，今年我国进出口形势较为复杂严峻，既要立足当前，采取有效措施保持进出口贸易稳定发展；又要着眼长远，大力推动结构调整和转型升级，培育外贸竞争新优势。

4月30日召开的国务院常务会则全面部署了支持外贸稳定增长和优化结构有关工作。会议认为，目前我国外贸形势严峻复杂，必须采取果断有力措施，促进进出口平稳增长。会议还提出了五项稳外贸措施。

据悉，在国务院部署完相关工作后，一系列具体的外贸稳增长措施将陆续出台。除继续提高贸易便利化措施、改善融资服务这些措施外，获悉，相关部门还在研究对跨境电子商务和服务外包实施出口退税，对这些新型的出口方式予以支持。

相关人士表示，随着电子信息技术和经济全球化的深入发展，电子商务在国际贸易中的地位和作用日益重要，已成为我国对外贸易未来的发展趋势，而服务外包也是服务贸易的典型方式。相关部门一直在研究对这些新型出口和服务贸易出口采取退税措施。

不过,上述人士坦言,因电子商务涉及跨境结算,出口退税怎么核定很复杂。服务外包的金额也相对较难统计,退税税种还有待确定,这些问题都还在研究中。若能最终落实,对跨境电子商务和服务外包行业而言,无疑是一个好消息。

### 推动出台扩大服务出口指导意见

另据了解,商务部还在会同有关部门抓紧研究制定《加快培育外贸竞争新优势的若干意见》,推动我国外贸由大到强的跨越。

商务部研究院院长霍建国说,外贸稳增长的政策重点还是要强调新的竞争优势。商务部的重点工作也需落在培育外贸增长的新优势,鼓励企业进行市场开拓,提高产品附加值,推进贸易平台和国际营销网络建设,提高抗击外部风险和竞争的能力。

作为促进经济发展的新动力,服务贸易近年来稳定增长,重要性日渐凸显,其也因此成为商务部的重点工作之一。

商务部服贸司司长周柳军5日透露,今年商务部将扩大服务出口作为服务贸易工作的重点,推动出台扩大服务出口的指导意见,着力培育服务出口的国际竞争力。

据悉,商务部将探讨制定《服务进出口管理条例》

的可行性,对服务贸易的经营资格、促进政策和统计等进行规划。加强对重点服务出口领域的规划引导,制定《重点服务出口领域指导目录》,为财政、税收、金融等扶持政策提供支持。

### · 2014年消费市场发展报告分析

近日,商务部研究院发布的《2014年消费市场发展报告》以下简称《报告》显示,2014年全年社会消费品零售总额增速预计基本与去年持平,同比增速在13%左右。速度已不再是消费市场追逐的目标,在较低的增速下,实现消费发展模式的重大转型已成为社会的主旋律。中国消费模式的转型将为长期的消费平稳增长和消费的再次崛起打下更坚实的基础。

《报告》称,2014年的经济工作重点是调结构和稳增长并重,全年经济将延续次高速增长态势,对消费既不会产生明显的利好,也不会产生严重拖累。次高速的经济增长必然带来消费的次高速增长。最终消费对今年GDP的贡献率也很难超过投资。

商务部研究院消费经济研究部主任赵萍分析称,由于税收增长的难度较大,难以延续以往消费直接补贴政策,消费增长主要依靠内生动力支撑。内生动力体现在两个方面:一是随着收入水平提高所带来的生

活质量改善方面的消费要求;二是随着单独二孩政策的落实所带来的新增人口的消费需求。

在消费结构方面,2014年商品与服务消费将实现双轮驱动。服务业的增长仍将延续去年高增长态势,服务消费增幅将会赶上甚至超过商品消费,改变改革开放以来服务消费增速一直落后于商品消费的现状,使国内消费的增长实现双轮驱动。

另外,消费对住房和汽车的依赖将减轻。由于食品饮料类和服装类等基本生活用品在总消费中的占比较高,消费者对于基本生活需要的数量和质量不断提高,将成为今年消费增速保持与去年同等水平的最重要稳定力量。过度消费、超前消费等泡沫进一步挤出。其中,奢侈品消费仍将延续去年的微增长态势,增速将低于3%。

高端酒类的形势依旧严峻,餐饮行业分化明显,高端餐饮仍处于不景气状态,实现微增长,但大众餐饮消费火爆,增长速度将达到15%以上。《报告》显示,未来高端餐饮消费的增长将更依赖于面向大众,面向商务、旅游的新型餐饮消费的拉动。

《报告》指出,信息引领型模式基本形成。今年信息消费的增速远远超过社会消费品零售总额的平均增速,将达到20%以上,成为全年消费的最大亮点和消费增长的最主要引擎。其中,智能手机引领通讯



消费，使通讯类消费呈现前低后高的走势，全年智能手机消费将占手机消费的70%以上；智能家电消费增速上升，快速成为消费主流；信息内容消费增幅扩大，手机网络音乐、手机网络视频、手机网络游戏和手机网络文学的网民规模，同比增速将达到15%左右，手机网络游戏更是受益于智能手机的迅速普及，4G网络提速及移动消费平台的不断完善，年增长速度将会保持在200%以上；全年网络购物增速仍将超过30%，其中基于移动互联网的网购增速将达到50%以上。

并且，移动互联网、大数据、云计算等新技术不断融入传统行业的各个环节，互联网金融、电子商务以及移动互联网将传统行业与互联网的融合进一步加深。赵萍介绍，随着电子商务的快速发展，传统零售业与电子商务的融合进展也很快，即当下火热的O2O。对于O2O模式，赵萍认为其主角仍是传统零售。“O2O注重的是线下体验，线上的体验服务很窄，主要还是靠线下实体零售完成。”

二三线城市将成为信息消费的增长点。信息网络建设和智慧城市持续深入推进将带动二三线城市信息化建设步伐加快，信息消费能力的释放也将成为新的增长点。《报告》建议，通过落实城镇化战略提升消费规模、通过加快分配改革提升消费能力、通过改善消费环境提升消费意愿、通过扩大市场准入增强供给能力。

## · 2014年中国经济前景分析

4月29日，中国社科院发布的《中国经济前景分析(2014年春季报告)》(以下简称《经济蓝皮书》)预计，2014年中国经济增长7.4%左右，增速比上年稳中略降。

中国社科院数量经济所副所长李雪松表示，这次预测结果比上年底的预测下调了0.1个百分点，主要原因是受制于产能过剩、债务风险等问题。2014年固定资产投资增速将放缓。当前各项稳增长措施需要温和持续，过度的刺激性政策可能带来负面影响。

在发布会上，来自发改委、工信部和商务部等经济运行部门官员在点评经济时的共识，是目前经济增速依然没有滑出正常增长区间，区域和行业呈现分化态势，经济正处于结构调整进行时，不宜出台大规模刺激政策，但金融对实体经济的支持还应该加强。

### 主要经济指标预测值均走低

今年中国经济的外部环境并没有明显改善，李雪松表示，世界经济仍将处于缓慢复苏之中，发达国家新的增长动力尚不明朗，新兴经济体面临增长动力疲

弱、结构性矛盾突出等压力，以及美国缩减QE3(第三轮量化宽松)带来的资本流出等不确定性冲击。

主要经济指标预测值均较去年有所下降。社科院预计，2014年全社会固定资产投资名义增长18.4%，实际增长18.2%；社会消费品零售总额名义增长13.0%，实际增长11.2%；出口增长7.2%，进口增长8.6%；居民消费价格上涨2.5%，涨幅略低于上年，工业品出厂价格下降1.5%，仍处于通缩区间。

中国各项经济数据下行原因更多来自结构性而非周期性。《经济蓝皮书》分析称，从产业结构方面看，当前中国传统制造业部门的就业已经达到峰值，进一步的发展就必须从传统制造业转到现代服务业和高端制造业。

中国制造业的劳动生产率高于传统服务业的劳动生产率，因此传统制造业向传统服务业的大规模转移就意味着劳动生产率的下降和经济增长率的下行。

在此背景下，《经济蓝皮书》建议，宏观调控要更加突出就业优先，既要守住保就业、保稳定的底线，加快重点投资项目建设进度，适度加大交通等基础设施建设方面的投资，又要适当容忍经济增速下限的下移，使经济运行的合理区间更加富有弹性。

比如说宏观调控合理区间的下限可从2013年的7.5%下移到2014年的7%左右，以便为结构调整和改

革创新留出更多空间，着力提高经济增长质量。同时加快推动改革创新和转型升级，积极培育新的经济增长点，提高长期潜在增长水平。

### 应更加关注经济增长内生动力

在《经济蓝皮书》发布会上，发改委、工信部和商务部等经济运行部门官员也纷纷站在部门角度表达了对经济增长的一些看法。在承认经济增速下行具有客观性的基础上，他们对目前的经济增长态势并不悲观。

发改委综合司预测处处长赵坤分析说，去年中国GDP总量大约为9万亿美元，与美国20年前的经济总量相当，当时美国的经济增速只有3.9%，也并没有很强的呼声提到美国经济失速了。中国经济增长的内生动力比数据更加值得关注。“我们的劳动密集型产业要强于发达国家，而中高端制造业则比发展中国家发展得好，这就是我们的比较优势。”

赵坤认为，接下来宏观调控宜从供给与需求两侧入手，供给端重在调整，为微观经济主体创造条件，加快发展生产性服务业，推动新型城镇化建设以及调整区域结构，推出京津冀规划等。“比如顺应区域发展方向，加大中西部铁路投资，消费端不采取补贴等刺激政策，而是加大民生保障，推进棚户区改造，完善大病医保等给百姓形成良好的消费预期。”

财政部综合司预测处处长马拴友表示：“既然经济增速下行是结构性原因，我国潜在经济增长率已经位于7%~7.5%，这就说明GDP增速下降具有必然性，具有必然性的下行就不是问题。”

但他提示，宏观数据尚可，但微观主体经营困难，CPI和PPI增速长期一正一负增长以及货币宽松和市场高利率的矛盾等。

国家统计局综合司副司长王文波列举调研经历称，小微企业中只有8.6%能够拿到贷款，而利率则高达24.9%。“不应当让有发展前途的企业因为资金问题死掉。”

一位工信部官员也表示，企业财务成本上升速度很快，有些企业最长9个月才能拿到销售回款，有些行业正处于不求利润但求流动资金的窘境。

央行调查统计司副司长王毅并没有回避这一问题，但他认为，中国目前资产负债表扩张很快，贷款、同业资产都在加速扩张，3月同业存款利率是过去12个月最低水平，说明市场上资金还比较宽裕。

至于贷款难和资金贵的主要原因，王毅表示，贷款还是需要坚持基本原理，满足有预算约束和财务支撑的贷款对象，“国企的挤出效应、房地产因为高利润而能承受高利率以及地方债约束问题恐怕需要解决。”

### 稳增长需稳投资

究竟谁会成为稳定中国经济增长的力量？答案恐怕仍然是投资。

《经济蓝皮书》称，投资的贡献率虽有波动，但呈稳定增长态势，从2006年的43.6%提升至2013年的54.4%，2013年再次超过消费对GDP的贡献率。

消费和贸易则并不那么乐观。2006年以来，在一系列强刺激政策作用下，消费对经济增长的贡献率有过稳定增长，在2011年达到55.5%的高峰之后，其贡献率一路下滑，2013年降至50%。

考虑到公共消费受到抑制，消费对经济的拉动作用短期内难以大幅提升，无法成为促进经济稳定增长的主导力量。

近3年净出口对经济增长贡献均呈负值，2013年贡献率为-4.4%。考虑到2013年初部分地区和行业出现较大规模虚假套利贸易，导致外贸数据扭曲的因素，外需的贡献或进一步降低。

《经济蓝皮书》称，稳增长有两大对策，一是创新投融资模式，着力引入长期权益性社会资本，推进可持续型基础设施和新型城镇化建设；二是打破垄断，放松准入，积极发展混合所有制经济，大力发展具有高附加值的现代服务业和高端制造业。

这两项对策都与投资有千丝万缕的关系,《经济蓝皮书》指出,要想启动投资引擎,必须寻找新的领域,同时要为这些领域的投资创造必要的商业化环境。

有三个领域需要重点关注:一是有利于促进消费增长的社会基础设施领域,主要包括教育、文化、医疗保健等;二是有利于技术进步的更新改造投资;三是有利于可持续发展的节能环保产业。在资源环境约束不断增强,特别是以雾霾为代表的各种环境污染问题频现的新形势下,发展节能环保产业,能为切实解决高耗能、高排放的问题提供治本路径。

稳投资最终还会回到资金的老问题中,《经济蓝皮书》称,在美国缩减QE3、人民币汇率浮动区间加大、利率市场化快速推进、信托等债务到期较为集中阶段,如果出现资本流入和新增外汇占款持续减少的情况,可调整公开市场上的操作策略,注意使用结构性放松的政策操作。

一位不愿具名的经济学家称,实体经济缺钱,需要银行支持,一些产能过剩产业的个别企业转型升级愿望强烈,也具备条件,但就因为属于产能过剩产业就得不到贷款,这样的“一刀切”并不合理。

## 产业热点

### · 基础产业投向逐回暖

创出历史新高的 10.9 万亿信托资金,投向出现了小幅改道的趋势。相比 2012 年,2013 年的信托资金更多地投向实体经济、基础产业。

三胜产业研究中心发布的《2014-2018 年中国信托行业发展现状与投资机会风险分析报告》数据显示,2013 年,信托资金投向工商企业占比 28.14%,增加 1.49 个百分点;投向基础产业为 25.25%,增加 1.63 个百分点;投向金融机构占比 12.00%,增加 1.79 个百分点;投向证券市场占比 10.35%,减少 1.2 个百分点;投向房地产占比 10.03%,增加 0.18 个百分点;投向其他占比 14.23%,减少 3.89 个百分点。

### 投向实业占比不降反增

尽管 2013 年各项经济指标并不是特别好,但是信托资金投向实业的占比不降反增,规模由 2012 年 1.86 万亿元增至 2.9 万亿元,占比从 26.65%增至 28.14%。

在投入资产规模上,据不完全统计,中融信托取代兴业信托居首,共投入 1680.86 亿元,紧随其后的

是兴业信托 1495.07 亿元,渤海信托突然发力,以 1249.88 亿元规模位居第三,新时代信托 1235.17 亿元、中信信托 935.48 亿元分居第四、第五。

数据显示,2013 年实业资产占比前五的信托公司占比情况依次是:新时代信托 77.97%、渤海信托 66.42%、华澳信托 58.82%、中泰信托 58.72%、山西信托 56.15%。

“对待实业的比重可以看出各家信托公司对于宏观、产经的把握,尽管 2013 年实业也在走下坡路,但是信托公司依然看好实业。”一信托人士介绍。

### 基础产业投向逐渐回暖

据不完全统计,2013 年在基础产业投入规模绝对额最多的五家信托公司依次是:中信信托 2997.35 亿元、兴业信托 2017 亿元、英大信托 1603.29 亿元、中融信托 1334.74 亿元、华能信托 1099.85 亿元。

截至 2013 年底,基础产业资产占比前五的信托公司占比情况依次是:英大信托 76.25%、爱建信托 52.64%、万向信托 50.07%、陆家嘴信托 48.99%、新华信托 46.09%。

值得一提的是,过去战略布局聚集在基础产业上的英大信托、陆家嘴信托去年的基础产业资产占比均有所回落。

“虽然银监会曾陆续发布‘463号文’、‘10号文’旨在规范地方融资持续扩张，但并未否定基建信托的作用，基建信托对一些地方经济发展起了重要作用，随着新型城镇化的大规模推进，地方政府仍有大量融资需求，基建信托仍然有其市场。”一信托公司副总经理表示，“不过在项目评测时，我们会考虑在剥离政府因素后，项目是否依然拥有稳定收入。”

### 房地产类信托上升

2013年，房地产类信托占比呈现明显回暖迹象，不过仍然没有重回2011年巅峰。

数据显示，信托资金投向房地产类信托规模1.03万亿元，占比10.03%，2012年、2011年分别为9.85%和14.83%，排在所有资产分布领域的最后一位。事实上，2012年房地产信托资产规模甚至出现减少，全年投放净减1.62亿元。

据不完全统计，房地产业投入资金最多的前五格局变化较大，华润信托取代中信信托在房地产业投入的绝对资金额最多，达到756.56亿元，其后分别是737.68亿元的中原信托，693.52亿元的平安信托，646.81亿元的兴业信托和562.23亿元的中信信托。

而在比例方面，随着中原信托的突然发力，格局变化也较大。房地产业资产占比前五的信托公司占比情况依次是：中原信托61.92%、长城信托58.74%、

浙金信托29.62%、中建投信托24.04%、平安信托23.89%。

“2013年三季度是房地产信托的兑付高峰期，信托公司有借新还旧的动力，同时楼市的回暖及对住房的刚性需求，四季度信托公司大量发放房地产信托。”业内人士指出。

### 对证券市场投资降温

相比2012年，2013年信托资金投向证券市场略有降温，规模虽增至1.07万亿元，但占比只有10.35%，下降了1.2个百分点。

具体分布上，股票投资额为3030.93亿元，占比2.94%；基金投资额764.2亿元，占比0.74%；债券投资额6876.25亿元，占比6.67%。与2012年相比，股票、基金、债券均有所下滑。

据上证报不完全统计，在证券市场投入资产规模绝对额最多的五家信托公司依次是：建信信托1329.03亿元、华润信托872.86亿元、中信信托651.77亿元、华宝信托567.05亿元、中海信托504.13亿元。

“2013年证券市场并非没有机会，信托公司表现比较稳健，自主管理能力仍有上升空间。”业内人士表示。

不过，信托公司对待证券市场态度迥异，近8成

的信托公司在此投入占比不过10%，其中更有多家公司完全没有资金投向证券市场。

### 大举投资金融机构

与证券市场相反，2013年信托资产投入金融机构逐渐升温。中国信托业协会的数据显示，金融机构投向占比由2012年的10.21%升至2013年的12%。

投入资产方面，中信信托表现抢眼，一举超越银行系信托公司夺魁，共投入1636.5亿元，其余4家投入总额排名前列的分别是，建信信托1212.54亿元，华润信托1058.38亿元、兴业信托915.43亿元、华宝信托888.87亿元。

金融机构资产占比方面，前五的信托公司占比情况依次是：建信信托37.22%、华宝信托32.74%、华润信托29.05%、江苏国际信托27.46%、粤财信托23.08%。中粮信托在2012年一度以52.27%占比居行业首位，2013年占比降至10.88%淡出人们视野。

### · 养老产业投资机会被点燃

同欧美日等发达国家的“国先富民后老”有所不同的是，“未富先老”或为中国近年的新问题。9月13日国务院针对此问题印发《关于加快发展养老服务

务业的若干意见》(下简称为《意见》)。



“未富先老”距离中国越来越近，养老产业隐藏的巨大投资价值，也随着此前国务院印发的《关于加快发展养老服务业的若干意见》浮出水面。尽管社会各界对“以房养老”等养老服务业方式有诸多意见，但却多看好养老产业。“从中长期看，养老产业或将迎来高速发展期，可适当关注养老产业链的投资机会。”交银施罗德策略分析师沈楠分析称，“部分上市公司确实已经逐步涉及了一些养老产业，但大部分对主营的贡献仍较小，因此短期内也要注意防范概念炒作的风险。”投中集团指出，据统计：和养老最密切的医疗健康进入黄金时代并购大潮风声水起。而一些业内人士表示，目前来看，养老地产刚露苗头，可重

点关注。

同欧美日等发达国家的“国先富民后老”有所不同的是，“未富先老”或为中国近年的新问题。9月13日国务院针对此问题印发《关于加快发展养老服务业的若干意见》(下简称为《意见》)。

《意见》从某种层面指明了投资的逻辑框架。其中提出：到2020年，全面建成以居家为基础、社区为依托、机构为支撑，功能完善、规模适度、覆盖城乡的养老服务体系。养老服务产品更加丰富，市场机制不断完善，养老服务业持续健康发展。

其中，“开展老年人住房反向抵押养老保险试点”被民间通俗解读为“以房养老”，成了热议的话题。

据《2014-2018年中国养老地产行业深度研究及产业链投资价值分析报告》分析，目前，我国65岁以上老年人占总人口比重8.56%；而即将步入老年的人口(55—64岁)占比达到10.86%。从人口结构来看，“银发产业”即将迎来快速增长期，并且将可能有20—40年的“黄金时期”。

“现在是中央希望发展养老产业，但是政策不到位，地方政府不积极，没有足够的资金来发放补贴，建养老院又要无偿或者低价批地。”有券商分析人员分析说，“但需求是存在的，老龄化是实实在在的。在北上广深等一线城市，已有一些机构开始涉足这一产业。”

## 养老地产发展优势分析



## 养老地产回报率远高于传统地产，受政策调控影响小

|       | 传统地产      | 养老地产   |
|-------|-----------|--------|
| 拿地成本  | 高         | 低      |
| 盈利空间  | 小         | 大      |
| 行业竞争  | 红海泛滥      | 蓝海一片   |
| 政策影响  | 不放松       | 鼓励     |
| 产业链   | 短         | 长      |
| 投资回报率 | 2.5%-7.5% | 8%-10% |

## 以房养老遭遇诸多拦阻

而对政府提出的以房养老概念，业内多有争议。

“以房养老是国际趋势，其中以住房反抵押模式为主，是指老年人将自有住房向政府或者金融机构进行抵押，以获取一次性或分期支付的养老金。”光大证券分析师竺劲指出，“国际上，住房反抵押参与的主体为政府和保险、银行等金融机构，房地产企业仅在日本以住房重建的形式参与。在国内南京、上海等地已有模式中，主要以地方财政、养老院为资金融出方，目前大多已终止。”

深圳最大家政公司中家家政的董事长朱凤莲昨日解释说：“以房养老在中国不靠谱，基本无法实行。从具体操作看，打个比方，把150万的房子以100万抵押给银行，按照10年来支出养老金，一个月估计扣除利息，估计一个月能给老人几千块钱，如果老人提早过世，余款怎么处理？如果10年后，老人还健在，剩下的日子又怎么办？”

朱凤莲分析认为：“未来可行的方式是候鸟式养老、旅游养老、居家养老等。比如，一个社区，10个老人都有房子，可以集中在几套房子中抱团取暖生活，多余的房子出租，以租金来养老。平时，可以请家政员、护工、社区医生等来上门服务。这样，将来养老产业最可能受益的是物业公司和家政公司。”

## 养老地产开发遇到的问题



竺劲指出，目前我国推进住房反抵押养老面临老年人口占比偏小、非永久产权和传统观念等约束。从传统观念上，国内老年人对转让房屋产权意愿不足，据搜狐网调查，仅26.3%的被访者支持反抵押，大多认为房屋应由子女继承或出售。所以，对当前房地产市场几无影响，短期看，因为大面积推进还存在阻碍，对房地产市场几乎没有影响；中长期影响还待政策进一步明确。

“养老概念主要涉及三个领域：养老服务业、养老地产、养老医疗。新一届政府强调统筹稳增长、调结构、促改革，为应对人口老龄化、满足老年人多样化多层次养老服务需求，同时填补服务业发展短板、拉动消费、扩大就业，陆续推出系列政策。”交

## 养老地产开发对应解决策略



银施罗德策略分析师沈楠分析。

“距离养老产业最近的应该是医疗健康。”投中集团有关人士介绍说，并指出，目前我国医疗保障体系尚不完善，医疗服务资源相对短缺，受到人口老龄化严重、医保覆盖面急需扩大、城镇化水平不断提高等因素的影响，医疗健康行业正涌现出大量投资机遇。目前医疗健康进入黄金时代并购大潮风声水起。

根据ChinaVenture投中集团统计，2012年10月国内A股市场IPO停发后，国内医疗健康企业IPO数量骤减。但2012年至今，国内医疗健康行业并购市场已完成交易共230起，共完成交易规模达180.34亿美元。

### 养老地产、高端养老最先受益

在以房养老短期多不被看好的情况下，南都获悉，机构多看好养老高端市场。

据有关人士透露，目前，已有某集团公司涉足深圳高端养老产业，建成的高端养老院，平均一个床位投资30多万。“普通老人肯定无法承受高额的床位费。”该人士透露，“这家集团公司也拿下美国某养老品牌的代理权，正在和深圳的相关公司商谈合作，初期也走高端路线。”

除了高端养老院外，养老地产也尤其被业内人士看好。据了解，养老地产包括适宜老年人居住的如老年住宅、养老公寓等项目的开发和经营的过程。国内外养老地产业的发展主要有三种模式：老年公寓、老年社区、普通自住型老年住宅。

“现在，一些民营资本，愿意进入养老地产，利用此概念也可能从政府拿到一些地。可以关注有一些这样项目的地产公司，但这一开始是富人的产业，对公司业绩影响目前比较有限。”有券商分析人士指出。

朱凤莲则分析认为，养老市场从初期市场化来看，应该是先走高端路线。对普通家庭的老人来说，还需要政府补贴以及养老方式的创新等。

国金证券分析师张英认为，在政府推动养老产业

化的过程中，养老地产发展是最受益的，相应的投资方、开发商、运营方等主体受益，包括保险、地产、医疗等行业；具体受益上市公司为：保险+龙头地产：中国平安、中国人寿、新华保险、中国太保、万科、保利、远洋地产（港股）、绿城中国（港股）等。

“十八届三中全会召开在即，市场对三中全会的改革憧憬寄予厚望，这种预期给资本市场带来一定的推动力。部分上市公司确实已经或逐步涉及了一些养老产业，但大部分对主营的贡献目前仍较小，因此短期内也要注意防范概念炒作的风险。”沈楠分析说。

### · 一季度全国电力供需形势分析

中国电力企业联合会发布的“2014年一季度全国电力供需形势分析预测报告”显示，一季度全社会用电量1.28万亿千瓦时，同比增长5.4%，增速同比提高1.1个百分点，但比去年四季度回落3个百分点。报告还预测，后三季度随着经济平稳回升，电力消费增速将稳中有升，预计上半年增速6%，全年增速7%，将低于去年7.5%的增速。

一季度全社会用电量同比增长5.4%，预计全年用电量增速比去年回落0.5个百分点。

对此，中电联有关负责人表示，用电量增速回落，其中一个主要因素是国家加大化解产能过剩矛盾力度，加上治理严重雾霾天气，部分工业企业减产或停产，此外还受到宏观经济增长放缓，特别是固定资产投资增速回落，出口负增长等因素影响。

### 高耗能产业低迷拉低用电量

根据中电联的报告，今年一季度5.4%的用电量同比增幅并不算太高。

按照中电联的表述，主要是考虑到我国经济增长及产业结构调整、国家大气污染防治与节能减排、化解钢铁等高耗能行业产能过剩矛盾以及2013年迎峰度夏期间持续高温导致用电基数偏高等因素。

“中电联这次给出的数据比较保守”，金银岛分析师戴兵认为，从今年初到5月份，经济形势较去年不是很好，由于钢铁等行业产能过剩严重，实际上用电量的增长很大程度上没有依靠这些重工业的支撑。

经济结构调整、产业升级、优化产能等诸多工作是政府部门今年的重点工作，社会用电量增速回落也在预期之中，国家层面不会将注意力放在保障7.0%的增幅上，能源电力结构调整才是重中之重。

尽管用电量增速回落，但电力消费结构出现了明

显优化。在一季度电力消费结构中，第一产业、第二产业用电比重同比分别降低 0.2 和 0.1 个百分点，四大高耗能行业用电比重同比降低 0.3 个百分点。而第三产业、城乡居民生活用电所占比重却分别提高 0.2 和 0.1 个百分点。

环境治理等要求压制了高耗能产业的发展，从这个态势来判断，今年二季度的形势可能跟 4 月份差不多。

### 地方特殊案例不具代表性

目前，各省市陆续公布了一季度用电量的情况。

呼和浩特市今年一季度全社会用电量增长迅速，达到 15.4% 的同比增长率，44.6 亿千瓦时消耗量。

按照今年呼和浩特市前 3 个月用电量累计计算，呼和浩特市制造业 20 个行业中仅有 6 个出现负增长，其他 14 个行业均为正增长，增速达到 10 个百分点以上的行业有 11 个。

在三分之二以上增长行业拉动下，一季度呼和浩特市制造业用电 21.79 亿千瓦时，同比净增 44139 万千瓦时，增速达到 25.4%，拉动全社会用电量增速 11.43 个百分点，是一季度呼和浩特市全社会用电量增长的决定因素。

根据呼和浩特市统计局公布的数据，在整个市用

电拉动百分比中，城乡居民生活用电、建筑业、金融、房地产、商务和居民服务业等对用电量增长拉动作用较小，不足 1 个百分点，不过，需要特别注意的是，整个呼和浩特市六大高耗能行业拉动 12.07 个百分点。

呼和浩特市统计局认为，从上述各行业用电对全市拉动百分点可以看出，关键仍然是六大高耗能行业，其他行业作用甚小。去除铝冶炼这种特殊情况的作用，一季度呼和浩特市全社会用电量增速应为 7.93%。在各行业内需不旺的宏观经济形势下，呼和浩特市国民经济发展状况仅可认定为稳定发展。

呼和浩特只是局部地区，而中电联的数据则更宏观一些。实际上在华东以及华中华北地区，高耗能行业相对而言更集中一些，而呼和浩特高耗能产业并不算太多，所以有一定的特殊性。

### · 一季度中国楼市行情分析

国家统计局 16 日发布一季度核心经济数据，包括房地产开发投资、商品房销售面积、销售额等楼市多项核心指标均出现大幅下滑。不过，此间多位专家表示，上述指标回落属正常反应，只要金融政策保持中性，中国楼市不会出现崩盘的危险。

数据显示，一季度中国房地产开发投资 1.53 万亿元人民币，同比名义增长 16.8%，较去年各月 19% 以上的增速出现明显回落。同期，中国商品房销售面积和销售额跌入下行通道，同比分别下降 3.8% 和 5.2%，迥异于去年各月的高速增长。

随着销售的迅速放缓，商品房库存出现上升，3 月末，全国商品房待售面积突破 5 亿平方米，同比增长 22.9%。

一季度的楼市降温也影响到了宏观经济。国家统计局国民经济综合统计司司长盛来运 16 日透露，房地产开发投资增速的下滑拉低了整体固定资产投资约 0.7 个百分点。随着杭州等多个城市的楼盘出现降价，看空中国楼市的声音重新响起。近期一些地方政府也传出酝酿松绑“限购”等楼市调控政策以图救市的消息。

中国国务院发展研究中心市场经济研究所副所长邓郁松表示，虽然中国局部地区楼市确实面临风险，但总体而言，目前还谈不上风险集中爆发，也谈不上崩盘。

邓郁松指出，楼市风险大致分为泡沫风险、供应过剩以及流动性风险三类，不可一概而论。泡沫风险是指房价过高，远超过居民的购买能力。这样的情况主要集中在一线的少数特大城市；而供应过剩主要存



在于三四线的个别城市，并非普遍现象。

邓郁松透露，对比1998年和2013年的数据，全国居民收入上涨幅度高于房价上涨幅度。且去年全国房价收入较之1998年不仅未升，反而有降。“之所以出现对楼市泡沫的高度警惕，是因为市场上习惯于用北京、上海、广州、深圳等特大城市的情况来衡量全国”。他指出，未来需要重点关注金融政策，只要流动性保持平稳，那么中国楼市并不存在整体崩盘的风险。

盛来运也认为，一季度住宅均价虽有所变动，房价涨幅收窄，但总体而言房地产市场仍然比较稳定。他承认，房价确实出现明显分化，一线城市房价温和上涨，部分二线城市房价有所松动，一些住房存量较多的三四线城市房价出现下降。“这种变化既是市场调节的结果，也是政府主动调控的结果”。

中国房地产学会副会长陈国强也表示，崩盘论、拐点论均属夸大其词。一季度楼市成交量价以及行业景气度确实出现下滑，但这实际上在预期之内。

由于2013年正值政府换届，楼市调控“国五条”并未起到降温楼市的作用，反而刺激了房地产市场的高增长。当年楼市成交量价陡然拉高，这种“高烧”又在去年一季度表现十分明显。

在此高基数的对比下，陈国强表示，今年一季度，

成交量、投资等出现同比的大幅下滑只是在市场供求关系等内生因素影响下的自然调整，而非政策突变所引发。如果从绝对值来看，目前楼市仍处高位。他认为，未来房地产行业会保持总体降温、增速收窄的态势，二季度的数据相较一季度可能略有恢复。

对于房地产开发投资等各项指标的快速回落，邓郁松说：不能说回落速度快就不正常，现阶段，中国户均住房略超过一套，住房绝对短缺时代已不存在。加之，20-64岁的购房主力人口数量在“十二五”（2011-2015年）会从增速放缓到总量下降，楼市高速增长无法持续。考虑到近年来房地产供应量的快速增加，目前总体供求已进入相对平衡。

## · 一季度银行业净利分析

各商业银行集中披露2014年第一季度业绩。数据显示，今年商业银行业绩增速整体下滑明显，多家银行净利润增速同比“腰斩”，不良贷款率和不良资产数额出现“双升”。

### 大部分银行净利润下滑

工商银行昨晚发布的一季度业绩报告显示，该行一季度归属于上市公司股东净利润为733亿元，同比

增长6.63%，而2013年一季度该行的净利润增速为12.08%。交通银行一季度实现归属母公司股东的净利润为186.9亿元，同比增长5.56%，而去年一季度该行净利润增幅达到11.52%。净利润增速不到去年同期一半的还有北京银行，去年增速为22%，今年一季度的增速只有10%。增速下降最快的则是光大银行，去年一季度实现净利润79.75亿元，增长16.15%，而今年一季度利润为81.67亿元，与去年同期相比只增长了2.55%。

同时，各银行不良贷款上升趋势明显。截至3月末，中国银行不良贷款总额为803.20亿元，较去年末大增79.49亿元，超过2013年全年78.23亿元新增不良贷款额度，同时不良贷款率也从去年末的0.96%上升至0.98%。农行一季度的不良贷款余额达到919.91亿元，比上年末增加42.10亿元，比去年全年19.33亿元新增额的两倍还多。

不过，也有包括平安、民生、中信等银行在内的一小部分银行逆势增长。特别是在业绩普遍下沉的大环境中，平安银行一季度的增速竟然高达40.82%，着实令人惊讶。与此同时，民生银行15.08%、中信银行16.14%的增速也显得比较亮眼。

### 银行将被迫创新迎挑战

在互联网金融竞争加剧、利率市场化进程加速、

监管强化及资本压力加大的背景下，主要依赖于利差收入的国内银行在 2013 年的业绩已略显疲态。在创新战略的定位上，面对来势汹汹的互联网金融，金融机构是采取加大投入积极竞争的进攻型战略，还是采用被动防御、以跟随者的姿态进入某一新兴细分市场，金融机构需要在风险控制和市场拓展之间进行平衡。

## · 一季度中国手机行业运行分析

在连续 7 个季度的增长之后，中国手机出货量出现了下滑。《2014-2018 年中国智能手机行业商业模式与优劣势研究咨询报告》显示，今年一季度国内手机出货量为 1 亿部，同比下降了 24.7%，更值得关注的是，2G 手机销量锐减 7 成。

从整体而言，在细分领域，2G 手机呈现出了一个全面退潮的景象，一共在一季度上市新品 135 款，同比下降 45.6%，总出货量是 1144 万部，同比下降超过 7 成。在 3G 手机方面，采用中国移动的 TD-SCDMA 网络的新机型是共 263 款，同比增长了 26.3%，出货是 4368 万部，增长了 16.5%，也成为唯一增长的部分。相比之下，支持中国联通 WCDMA 网络的手机上市新品 84 款，同比下降了 42.5%，支

持中国电信 CDMA2000 网络的手机上市新产品是 75 款，同比增长了 8.7%。

此外，采用 4GTD-LTE，也就是中国移动主推的这种制式的手机新品是 50 款，出货量是 974 万部。由于这个 4G 手机是去年四季度才开始出货，所以整个 2014 年它们的 Q1 同比都在净增长。

有分析认为，随着智能手机的进一步普及，功能手机 2G 手机是在逐步退出市场，这是它们大幅下滑的主要原因。根据工信部统计的数据，在今年一季度出货的 1 亿部手机之中，智能机就占了 8911 万部，不过这个数字同比其实也下滑了 9.8%。工信部方面则指出，手机情况的持续下降，是因为智能手机时代更加注重用户体验，而且同质化现在比较严重，企业创新的难度和成本都在加大。这将给中小手机企业带来巨大压力。中小手机企业也正在一个快速萎缩过程之中。

目前，关于国内手机出货量前十名的统计，不同的第三方机构有不同的结果。但是三星、苹果、中兴、华为、酷派、联想、小米这几家基本能出现在所有榜单之中。这些企业中属于上市公司的大多没有公布 Q1 财报，即第一季度财报，但他们的回复也都是第一季度呈增长的态势。因此，也有观点认为，手机销量的下滑本质是市场对于小品牌的淘汰。

## · 2014 中国文化产业报告解读

如果近些年的文化产业投资热是政策红利所带动的话，从今年开始，以“市场发展需求”的投资将成为主导。近日，中国社科院发布《中国文化产业报告（2014）》（下称《报告》）释放了这一信息。

这也有别于 2005 年以来的文化产业以固定资产投资为主线的格局。当年 4 月，国务院出台《国务院关于非公有制资本进入文化产业的若干决定》，其后包括国务院、财政部等多部委和各行业的主管部门先后出台了一系列鼓励和扶持政策，引导资本进入文化产业。

《报告》显示，剔除 2012 年文化产业重新分类引起的统计口径不一的影响，文化产业的投资规模从 2008 年的 9390.73 亿元增长至 2012 年的 19576.68 亿元，5 年投资规模年均增幅达 20%。

“文化产业的增速即便现在下跌到 16%，相对于其他行业，也是快速发展。”中国社会科学院文化研究中心常务副主任张晓明说。

在文化投资的持续推进下，2012 年，我国文化

产业法人单位实现增加值 18071 亿元，占到 GDP 的 3.48%。

但从历年文化投资趋势来看，公共财政资金实现政府职能主导文化公共产品投资，拉动了文化艺术服务和文化休闲娱乐服务行业的固定资产投资，同时，以规模较大的固定资产投资为主的文化地产、文化旅游项目成为文化产业投资的热点行业。

“无形资产投资与资本的对接渠道、手段比较缺乏。”《报告》参与者北京新元智集团总经理刘德良说。

《报告》显示，2012 年，我国文化产业投资同比增长 28.01%，其中固定资产投资增幅为 39.33%，无形资产投资增幅为 3.82%。

“这主要是因为我国文化企业普遍存在规模小、固定资产少、赢利方式不确定等特点。现在金融产品主要服务于传统产业，重视企业规模和有形资产，对人力资源、著作权、版权等无形资产的评估没有统一标准，致使文化企业受文化产业轻资产特点和经营管理能力的限制，仍不善于灵活运用多元化的金融工作。”刘德良表示。

业内诸多专家认为，政策红利所带来的文化产业投资热潮在一些领域已经产生了“结构性过剩”，文化产业的发展势必要以“市场”为主导，政府也要懂

得如何放手，如何把握这个度，而金融行业也要研究适应“无形资产”的信贷模式。

“要引导社会资本，加大对文化产业的无形资产投资。”张晓明说。

3 月底，经中国银监会批准成立的全国首家“文化银行”——无锡农商行太湖文化支行揭牌。

为规避资金风险，影视购片合同形成的应收账款、地方政府文化创意产业发展策略和规划、一定期间的景区收费权、签订的广告合同以及版权、著作权、知识产权、软件登记证书等，均可以视具体情况到太湖文化支行进行质押担保，以满足文化企业的资金需求。

“无形资产的‘评估’是一道世界性难题，但势必要解决。”刘德良认为，打通“授信”与“放款”的最后一公里，急需建立完善的文化资产价值评估体系，这是文化与金融走向深度合作的关键所在。



#### 读后感

## 产业数据

### · 4 月中国制造业 PMI 数据

据国家统计局，2014 年 4 月，中国制造业采购经理指数(PMI)为 50.4%，连续 2 个月微升 0.1 个百分点，预示我国制造业继续保持平稳增长势头。

分企业规模看，大型企业 PMI 为 50.8%，比上月微幅回落 0.2 个百分点，继续位于临界点以上；中型企业 PMI 为 50.3%，比上月上升 1.1 个百分点，重回临界点上方；小型企业 PMI 为 48.8%，比上月下降 0.5 个百分点，位于临界点以下。

2014 年 4 月，构成制造业 PMI 的 5 个分类指数 3 升 1 平 1 降。

生产指数为 52.5%，比上月回落 0.2 个百分点，继续位于临界点以上。

新订单指数为 51.2%，比上月上升 0.6 个百分点，位于临界点以上。

原材料库存指数为 48.1%，比上月回升 0.3 个百分点，仍位于临界点以下。

从业人员指数为 48.3%，与上月持平，低于临界

点。

供应商配送时间指数为 50.1%，比上月上升 0.3 个百分点，略微高于临界点。

反映制造业外贸情况的新出口订单指数为 49.1%，比上月下降 1.0 个百分点，低于临界点；进口指数为 48.6%，比上月下降 0.5 个百分点，连续位于临界点下方。

在手订单指数为 44.9%，比上月微升 0.1 个百分点，仍位于临界点以下。

产成品库存指数为 47.3%，比上月下降 1.0 个百分点，继续位于临界点以下。

采购量指数为 50.6%，比上月上升 0.3 个百分点，连续 2 个月位于临界点以上。

主要原材料购进价格指数为 48.3%，比上月大幅回升 3.9 个百分点，但仍位于临界点以下。

生产经营活动预期指数为 59.6%，连续 4 个月位于临界点以上，虽比上月回落 3.1 个百分点，但仍位于较高景气区间，表明制造业企业对未来 3 个月的发展态势较为乐观。

#### · 4 月中国非制造业指数统计

2014 年 4 月，中国非制造业商务活动指数为 54.8%，比上月上升 0.3 个百分点，高于荣枯线 4.8 个百分点。

分行业看，服务业商务活动指数为 53.4%，比上月上升 0.6 个百分点，其中邮政业、生态环境保护治理及公共设施管理业、装卸搬运及仓储业和航空运输业位于 60% 以上的较高景气区间，企业业务总量增长明显；居民服务及修理业、餐饮业、互联网及软件信息技术服务业和道路运输业商务活动指数位于临界点以下，企业业务总量减少。建筑业商务活动指数为 60.9%，虽比上月回落 0.4 个百分点，但仍位于较高景气区间。

新订单指数与上月持平。新订单指数为 50.8%，持续位于临界点以上。分行业看，服务业新订单指数为 50.7%，比上月上升 0.6 个百分点，其中生态环境保护治理及公共设施管理业、航空运输业、住宿业、租赁及商务服务业、电信广播电视和卫星传输服务业等行业新订单指数高于临界点，市场需求有所增加；餐饮业、居民服务及修理业、道路运输业、铁路运输

业等行业新订单指数低于临界点，市场需求有所减少。建筑业新订单指数为 51.4%，继续位于临界点以上，但比上月回落 2.5 个百分点。

中间投入价格指数回落。中间投入价格指数为 52.4%，比上月回落 0.4 个百分点，表明非制造业企业用于生产运营的中间投入价格总体水平继续上涨，但涨幅收窄。分行业看，服务业中间投入价格指数为 52.4%，比上月回落 1.0 个百分点，其中互联网及软件信息技术服务业、租赁及商务服务业、餐饮业、居民服务及修理业、铁路运输业、装卸搬运及仓储业等行业中间投入价格指数高于临界点，企业中间投入价格总体水平上涨；水上运输业、航空运输业和邮政业的中间投入价格指数低于临界点。建筑业中间投入价格指数为 52.3%，比上月上升 1.8 个百分点，位于临界点以上，表明建筑业生产经营成本有所上涨。

收费价格指数位于临界点以下。收费价格指数为 49.4%，比上月下降 0.1 个百分点，位于临界点以下，表明非制造业企业的销售或收费价格总体水平有所下降。分行业看，服务业收费价格指数为 49.0%，比上月下降 0.3 个百分点，低于临界点，其中住宿业、装卸搬运及仓储业、生态环境保护治理及公共设施管理业、航空运输业等行业收费价格指数高于临界点；铁路运输业、餐饮业、水上运输业、电信广播电视和卫星传输服务业等行业收费价格指数低于临界点。建

建筑业收费价格指数为 51.0%，比上月上升 0.6 个百分点，高于临界点，企业的销售或收费价格总体水平继续回升。

业务活动预期指数与上月持平。业务活动预期指数为 61.5%，继续处于较高景气区间，表明非制造业企业对未来 3 个月市场预期持乐观的态度。分行业看，仅居民服务及修理业业务活动预期指数低于临界点，其他行业均位于扩张区间。

#### · 4 月钢铁业 PMI 数据统计

近日，中国物流与采购联合会钢铁物流专业委员会发布了钢铁行业 PMI 指数，4 月钢铁业 PMI 指数延续上个月回升势头，为 52.6%，较上月大幅回升 8.4 个百分点。注意到，这是该指数自去年 9 月份以来首次回归 50% 以上的扩张区间。

对此，金银岛钢铁分析师张影影认为，“今年 3 月份钢价的回暖拯救了寒冬中的钢市，且在一季度末带动大中型钢铁企业扭亏为盈。”

在 4 月份钢铁业 PMI 的主要分项指数中，新订单指数、新出口订单指数均回升至扩张区间，购进价格指数也自低位大幅反弹，显示出之前持续低迷的钢

市初现回暖迹象。

数据显示，4 月份，钢铁行业生产指数较 3 月份回升 13.3 个百分点，达到 53.0%。该指数连续 6 个月处于 50% 以下的收缩区间后，本月重回扩张区间。同时，当月采购量指数和原材料库存指数均有回升。

对此，西本新干线首席分析师邱跃成告诉，“从 3 个指数的变化情况来看，随着月初钢价的快速反弹，钢厂盈利情况转好，许多钢厂开始恢复生产，生产趋于活跃，导致产量再度回升。”

值得注意的是，4 月份钢铁行业的购进价格指数较 3 月份大幅回升 17.3 个百分点至 46.1%。该指数触底反弹，显示当前钢市成本重心有所上升，但仍处于 50% 以下的收缩区间，显示当前原料市场仍旧低位运行，钢价成本支撑仍显不足。

对此，邱跃成分析指出，从以上情况来看，当前钢材市场基本面依旧弱势，但随着稳增长政策的实施，一系列基础设施建设和民生工程实施加快，钢市需求将有一定程度的提升，后期拉动国内钢价企稳反弹的内在动力正在形成。

“先行指标 PMI 数据回暖，预示着 4 月份我国经济有望弱势复苏，政策刺激力度加大有望拉动钢市终端需求好转。加之当前钢价已处历史低位，5 月国内钢价将有一定回升动力。但同时，国内钢市依然面

临粗钢产量居高不下、成本支撑弱化、资金缺乏支持等压力，钢市回暖阻力重重。预计 5 月份国内钢市总体将在艰难中震荡盘升。”邱跃成指出。

#### · 4 月汽车销量排行榜

2014 年 4 月汽车销量排行榜数据是三胜咨询根据中汽协，流通协会和各大车厂的最新数据，进行了精心的整理和统计，其中包括了进口汽车、国产汽车、合资汽车以及各品牌汽车在中国的销量排名情况。

2014 年 4 月汽车销量排行榜

| 排名   | 车型  | 所属厂商 | 所属品牌 | 销量    |
|------|-----|------|------|-------|
| 排名 1 | 福克斯 | 长安福特 | 福特   | 37219 |
| 排名 2 | 朗逸  | 上海大众 | 大众   | 35784 |
| 排名 3 | 桑塔纳 | 上海大众 | 大众   | 29007 |
| 排名 4 | 捷达  | 一汽大众 | 大众   | 26928 |
| 排名 5 | 速腾  | 一汽大众 | 大众   | 26585 |
| 排名 6 | 帕萨特 | 上海大众 | 大众   | 26387 |
| 排名 7 | 轩逸  | 东风日产 | 日产   | 26261 |

| 排名    | 车型     | 所属厂商   | 所属品牌 | 销量    |
|-------|--------|--------|------|-------|
| 排名 8  | 凯越     | 上海通用   | 别克   | 26220 |
| 排名 9  | 英朗     | 上海通用   | 别克   | 23015 |
| 排名 10 | 科鲁兹    | 上海通用   | 雪佛兰  | 22351 |
| 排名 11 | 赛欧     | 上海通用   | 雪佛兰  | 21356 |
| 排名 12 | 宝来     | 一汽大众   | 大众   | 21090 |
| 排名 13 | 朗动     | 北京现代   | 现代   | 18167 |
| 排名 14 | 迈腾     | 一汽大众   | 大众   | 18098 |
| 排名 15 | 瑞纳     | 北京现代   | 现代   | 17622 |
| 排名 16 | 奥迪 A6L | 一汽大众   | 奥迪   | 15800 |
| 排名 17 | 凯美瑞    | 广汽丰田   | 丰田   | 15723 |
| 排名 18 | 高尔夫    | 一汽大众   | 大众   | 15321 |
| 排名 19 | 起亚 K2  | 东风悦达起亚 | 起亚   | 14295 |
| 排名 20 | 凌派     | 广汽本田   | 本田   | 13320 |
| 排名 21 | 威驰     | 一汽丰田   | 丰田   | 13280 |
| 排名 22 | 长安逸动   | 长安汽车   | 长安   | 13255 |
| 排名 23 | 悦动     | 北京现代   | 现代   | 12813 |

| 排名    | 车型      | 所属厂商   | 所属品牌 | 销量    |
|-------|---------|--------|------|-------|
| 排名 24 | 日产天籁    | 东风日产   | 日产   | 12791 |
| 排名 25 | 长安悦翔    | 长安汽车   | 长安   | 12720 |
| 排名 26 | 帝豪 EC7  | 吉利控股   | 帝豪   | 12415 |
| 排名 27 | 宝马 5 系  | 华晨宝马   | 宝马   | 12279 |
| 排名 28 | 起亚 K3   | 东风悦达起亚 | 起亚   | 11931 |
| 排名 29 | 奥迪 A4L  | 一汽大众   | 奥迪   | 10912 |
| 排名 30 | 大众朗行    | 上海大众   | 大众   | 10602 |
| 排名 31 | 爱丽舍     | 东风雪铁龙  | 雪铁龙  | 10523 |
| 排名 32 | 卡罗拉     | 一汽丰田   | 丰田   | 10484 |
| 排名 33 | 荣威 350  | 上海汽车   | 荣威   | 10423 |
| 排名 34 | 蒙迪欧     | 长安福特   | 福特   | 10352 |
| 排名 35 | 现代名图    | 北京现代   | 现代   | 10322 |
| 排名 36 | 世嘉      | 东风雪铁龙  | 雪铁龙  | 9840  |
| 排名 37 | 大众 POLO | 上海大众   | 大众   | 9466  |
| 排名 38 | 速锐      | 比亚迪汽车  | 比亚迪  | 9097  |

| 排名    | 车型      | 所属厂商  | 所属品牌 | 销量   |
|-------|---------|-------|------|------|
| 排名 39 | 别克君威    | 上海通用  | 别克   | 8626 |
| 排名 40 | 长城 C30  | 长城汽车  | 长城   | 8508 |
| 排名 41 | 迈锐宝     | 上海通用  | 雪佛兰  | 8215 |
| 排名 42 | 宝马 3 系  | 华晨宝马  | 宝马   | 8081 |
| 排名 43 | 丰田致炫    | 广汽丰田  | 丰田   | 7999 |
| 排名 44 | 海马 M3   | 海马汽车  | 海马   | 7925 |
| 排名 45 | 骐达      | 东风日产  | 日产   | 7640 |
| 排名 46 | 夏利      | 天津一汽  | 夏利   | 7346 |
| 排名 47 | 花冠      | 一汽丰田  | 丰田   | 7240 |
| 排名 48 | 明锐      | 上海大众  | 斯柯达  | 7163 |
| 排名 49 | 北汽 E 系列 | 北汽制造  | 北京汽车 | 7102 |
| 排名 50 | 马自达 6   | 一汽马自达 | 马自达  | 7033 |

如您对本刊有所建议, 欢迎邮件告诉我们:  
[server@china1baogao.com](mailto:server@china1baogao.com)

## · 4月物流业业务总量指数统计

中国物流与采购联合会发布的2014年4月份中国物流业业务总量指数为57.7%，比上月回升1.9个百分点。考虑到物流业的行业特点，自本月起，以业务总量指数反映物流业的总体变化。

本月，在物流业各主要分项指数中，新订单指数、设备利用率指数回升幅度在1个百分点以上；分行业看，运输型和仓储型物流企业均呈现不同程度的回升。总的来看，4月份物流活动较为旺盛，物流运行呈现稳中有升的发展态势。

中国物流信息中心副主任何辉认为：4月份，物流业业务总量指数回升，显示出物流活动转旺，供应链上采购、销售等经济活动较为活跃，物流运行呈现稳中有升的发展态势。新订单指数回升至55%以上，从业人员指数延续回升态势，显示出社会物流需求有所回暖。分企业类型看，小微企业发展态势良好，回升至55%以上。分行业看，运输型物流企业稳中回升，仓储型物流企业回升明显，运输与仓储环节的物流活动双双回升，反映出宏观经济进入稳中趋升的运行区间。

业务总量指数回升，物流活动转旺。4月份，业务总量指数比上月回升1.9个百分点，达到57.7%，反映出物流活动较为旺盛。分行业看，运输型物流企业回升2.5个百分点，仓储型物流企业回升8.1个百分点，均回升至55%以上。分区域来看，东部地区回升较为明显，回升至63.6%的较高水平。

从业人员指数和设备利用率指数回升。4月份，受物流业务活动增加带动，物流从业人员继续增加，设备利用率有所提高。从业人员指数回升1.1个百分点，回升至51.2%；设备利用率指数回升3.5个百分点，回升至55.4%。分行业来看，运输型物流企业和仓储型物流企业的这两项指数均呈现不同程度的回升。

平均库存量指数回升，仓储企业市场活跃度明显增强。4月份，平均库存量指数为56.1%，回升4.4个百分点。分行业看，仓储型物流企业平均库存量指数回升至56.7%，库存周转次数指数回升2.9个百分点，显示出仓储环节相关企业的市场活跃度整体上明显增强。

成本指数回落、利润指数小幅回升，企业效益略有改善。4月份，主营业务成本指数回落2.9个百分点，回落至55.6%；而主营业务利润指数小幅回升0.1个百分点，回升至52.1%，反映出物流企业效益有所好转。

资金周转率指数回落，资金环境偏紧。4月份，资金周转率指数为47.6%，比上月回落5.1个百分点，回落至50%以下。反映出，当前经济运行中的资金环境偏紧。

从后期走势看，新订单指数回升2.4个百分点，回升至55.4%，分行业看，运输型物流企业和仓储型物流企业的新订单指数均有较明显的回升，显示出物流需求不断改善；业务活动预期指数回落1.4个百分点，但保持在61.7%的较高水平。预示着物流有望保持平稳运行的基本走势。

## · 4月房企销售数据统计

### 2014年4月招商地产销售面积统计

招商地产公告称，4月公司实现签约销售面积14.89万平方米，同比减少26.31%；签约销售金额21.56亿元，同比减少7.72%。今年1-4月，公司累计实现签约销售面积83.92万平方米，同比减少6.39%；签约销售金额117.55亿元，同比增长0.60%。招商地产近期新增西安市曲江新区和南京市G16经五路两个项目，控股子公司招商局置地有限公司均拥有上述两项目100%权益。

## 2014年4月万科销售数据统计

万科A公告称，4月份公司实现销售面积109.3万平方米，销售金额127.5亿元，环比分别下降9.74%和11.64%，同比分别下降1.26%和增长2.99%。2014年1-4月份万科累计实现销售面积524.3万平方米，销售金额669.8亿元，分别比2013年同期增长8.7%和19.6%。自3月份销售简报披露以来，万科A累计新增5个项目，共计需支付地价18.686亿元，项目净用地面积累计为31.5万平方米。

## 2014年4月金地集团签约额统计

金地集团披露，1-4月份公司累计实现签约面积74.4万平方米，同比下降13.89%；累计签约金额100.4亿元，同比下降11.7%。4月份金地集团签约面积为16.7万平方米，签约金额23.3亿元。2014年5-6月金地集团有新推或加推盘计划的项目包括深圳名峰等33个。公告显示，近期金地集团增加两个项目，分别是东莞凤岗龙平大道地块项目和沈阳市九溪公馆项目，其中东莞项目占地面积3.51万平方米，用途为住宅商业用地，金地拥有50%权益，需支付土地成本3.19亿元；沈阳项目占地6909平方米，用途为商业，金地拥有全部权益，需支付土地成本1306万元。

## 企业情报

### · 绿地乘胜追击，2014能把万科拉下马？

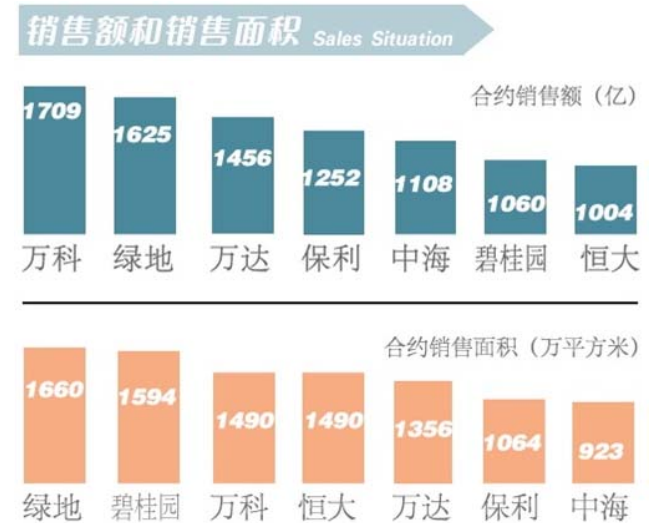
2013年万科以1709亿元的销售傲视群雄，此时绿地销售额为1625亿元屈居第二。然而，2014年绿地的销售目标为2400亿，万科的销售目标为2000亿元。

尽管万科2014年第一季度的财报让投资者有些失意，但是万科第一季度的销售额依然达到了528.1亿元。而绿地第一季度的销售额为340亿元，仅完成全年目标的14.2%。另一方面，绿地2014主要布局商业地产，在全国300米以上的地标性建筑有50%是由绿地集团投资建造的；在世界十大高楼中，绿地集团旗下就有3个，未来每年还将有2—3栋绿地中心竣工。

但是，2014年经济疲软现象持续，商业地产首当其冲。连商业地产老大万达也不得不放缓其扩张脚步，发展文化旅游业。并且相比于万达，绿地并没有便宜拿地这一优势。

事实上，2014楼市是艰难的一年。万科绿地都会受到冲击，但是相比于绿地2400亿的销售目标，

万科走的更踏实一点。



### · 特斯拉 VS 比亚迪，谁是新能源汽车之王？

特斯拉已经成为中国科技新贵的新玩具，成为资本的新宠。不少人士大呼，特斯拉将改变汽车行业。但是新能源汽车这件事，比亚迪已经做了很久了，并且做得其实也不错，在深圳的大街小巷都能看到比亚迪的新能源电动车，比亚迪K9纯电动客车也获得了不少国外订单。

虽然看起来一个是外来高帅富，另一个是国内小



土鳖，但是他们争夺的都是新能源汽车这个市场。那么，在未来谁能真正攻占中国的新能源汽车市场呢？

有人可能会说，肯定是特斯拉啊，看起来酷帅。可是亲爱的，你考虑过充电这件事没有？没有充电桩，买回来的特斯拉能去哪儿？

那是比亚迪？可是特斯拉售价也才 70 万，比亚迪却要 30 万。一个是电动跑车，一个是电动汽车。出门泡妞，谁愿意看到国产车的 logo 啊？

那中国注定没有新能源汽车吗？也不是，汽油资源总有一天会用完的，并且大家不都关注 PM2.5 么？

有一天，中国各地都是充电桩了再讨论这个问题吧。我真不是逗你玩。只是特斯拉据说会在 2017 年量产，那么会便宜很多。那时候，比亚迪又怎么会坐得住呢？



读后感

## · 管+云+端，2014 年华为能否傲视群雄！



3 月 31 日，华为发布了 2013 年的业绩报告。报告显示，2013 年华为全球销售收入达到 2390 亿元，同比增长 8.5%；净利润 210 亿元，同比增长 34.4%。而老对头爱立信的营收为 353 亿美元，低于华为整体营收（393 亿美元）；而思科 2013 年的净利润约为 109 亿美元，略高于 2012 财年的 100 亿美元。

**老对头们纷纷日薄西山，那么华为会摆脱魔咒，傲视群雄？**

华为经营的优势在于“云+管+端”。云是指云计算，在大数据的时代里，数据汇聚造就了百度阿里腾讯。下一个为什么不能是华为呢？

管，即使云与端之间的管道。现在有智能管道一说，电信运营商就是未来的智能管道提供商。而根据华为 CFO 孟晚舟的透露，华为的运营商业务占其 2013 年营收的 70%，所以这一点无需多言。

但是谈到端，华为真的会挤掉三星，坐上智能手机市场的第二把交椅吗？2013 年华为的手机出货量达到 5200 万台，其中智能手机出货量高达 3200 万部，成为全球智能手机市场销量季军。但是财报显示，其消费者业务仅占据其收入比例的 24%。也就是说这 5200 万台手机，给华为带来的收入仅为 573.6 亿美元。平均下来，一台手机带来的销售收入接近 100 美金。

然而除了端，云+管也是其老对手已经做或者正在做的事情。华为和中兴一直想进入美国市场，却一直遭到封杀。全球通讯市场又趋向于饱和，没有端，华为沦为第二个 IBM 是个必然事件。可是现在看来，华为端的优势也并不明显，有数量没质量，这多少让任正非有点内伤。

那么华为的端，在 2014 年能够发力吗？华为荣耀 3C 的发布，引发了全民抢购华为的风潮。可是前有红米和红米 note，后有联想 S8。华为荣耀的优势

又一次受到了前后夹击，并且荣耀本来已经是薄利多销。陷入无休无止的价格战，对于任何一个手机厂商来说，除了死，就是生不如死。毕竟2013年苹果和三星掠夺了智能手机市场107%的利润，无休无止的价格战厂商没得到任何甜头。掌握核心竞争力，才是立于不败之地的根本。

可是华为的手机呢？从庞大的消费群体可以看出华为手机是能被消费者接受的，但是谁能说出其独树一帜的优势吗？苹果有IOS系统，三星引领大屏潮流，小米为发烧而生。华为呢？

2013年华为发布了旗舰机 ascend P6，当时豪言要一年内销量超过千万部。但是在发布后三个月其副总裁很开心的宣布 P6 的销量超过了100万部。华为手机说不出多大的缺点，但是悲剧的是也没有特别突出的优点。

### 除了端，华为的云和管呢？

首先是华为云，云计算是个不错的概念。如果能把云计算做好，那么华为的企业业务一定会大幅度飙升。但是至少从2013年的华为财报来看，其企业业务仅仅占其营收的6%。而其CFO也表示，企业业务发展时间不长，目前还处在投入期，去年还是亏损状态，但是我们还是会持续保持投入。很明显，华为的云计算更多的是概念。不可否认，华为的云计算也许

在未来会有不错的发展，但是在正在进行的2014年，希望其能独当一面，依然困难。

华为的管呢？华为的运营业务占其2013年的营收的70%。可以预计的是，华为依然会在运营业务上有不错的表现。但是电信设备行业已经的利润已经在慢慢减少，华为和爱立信等一样需要新的利润增长点。2013年华为的营收首次超过了爱立信，但是其在美洲市场的收入是下降的。

可以预见，2014年的华为，依然会有一份不错的财报，也可能看到营收两位数的增长。但是对于科技企业来说，没有创新就是死。财报再漂亮，也比不上技术上的突出。2013年华为研发投入达307亿元，占销售收入约12.8%，过去10年累计研发投入超过1510亿元。不可否认，华为在技术上有投入的，但是有些技术产出是需要时间的。

云+管+端的理念很美好，但是想要梦想照进现实。华为依然有很长的一条路要走。

### “天下第一村”转型阵痛！

一直以来，被誉为天下第一村的华西村已经成为不少教科书中的成功范本。家家别墅、医疗全免也仿

佛是未来共产主义社会的一个缩影。可就是这样一个人人向往的地方，近年来也在遭受着转型的阵痛。



华西村的支柱产业之一是钢铁加工，但国内这几年的钢铁行业景气度下降，华西村的这一大业务也走向下滑。据相关评估公司给出的报告显示，华西村从2010年以来现金流处于下降趋势，但相应的投资额却并未减少，造成大量的债务负担和风险。

4月10日，华西集团发布公告称，拟在银行间市场交易商协会注册总额为25亿元的无担保短期融资券，第一期发行金额10亿元。而这期短融债距离上次华西集团10亿元的中期票据发行仅仅过去了8个月左右。

大公国际资信评估有限公司（下称“大公评估”）

对该期短融给出的信用等级是 A-1，但评级报告提示：“2010 年以来，公司经营性净现金流持续下降，对债务的保障能力不断弱化；公司投资活动现金净流出一直处于高位，主要依靠银行借款、股东投入来弥补投资环节的资金缺口。”

此次短融评级报告中的财务数据显示，其最近几年的经营活动现金流量净额处于节节下降的态势：2010~2012 年，华西集团经营性净现金流分别为 7.56 亿元、5.02 亿元、3.47 亿元，2013 年前 9 个月更是变为 -7.84 亿元的现金净流出，经营性净现金流/流动负债分别为 4.86%、2.52%、1.61% 和 -3.64%。

与经营活动产生的现金流净额不断下降相反的是，评级报告数据显示，华西集团的总有息债务近几年呈现逐年上升的趋势，从 2010 年末的 154.82 亿元逐渐上升到去年三季度末的 203.67 亿元，占总负债比例为 77.7%。其中，截至 2013 年 9 月末，集团合并的银行短期借款余额为 51.1 亿元，集团本部为 20.4 亿元。而截至 2013 年 9 月末，其有息债务偿还主要集中在 2013 年的第四季度和 2014 年的第一季度，短期偿债压力较大。华西集团表示，为调整债务结构，提高直接融资比例，此次短融券的 5 亿元将偿还集团本部的银行流动资金借款。另外，华西集团存在大量关联担保和总计 45 亿元的对外担保（截至 2013 年 9 月末），或有较大风险。

## · 老干妈绝缘资本市场，底气从何而来？



一罐小小的老干妈，不足十元却享誉全球华人圈。值得称道的是，老干妈凭借纯口碑相传的营销方式保持十七年销售额连续增长，并成为登上美国奢侈品销售网站的国际品牌。更为“另类”的是，公司 20 多年的发展历程中，一直坚持着不上市、不贷款、不融资和现款现货的经营原则。

老干妈的“三不原则”也被一些媒体称为资本市场的绝缘体，但这样的独行侠风格并未阻挡老干妈成功的步伐。

由于老干妈的成功，直接带动了上下游产业链几

万人的就业，也成为当地的纳税大户。地方政府为了再进一步提高老干妈的跨越式发展，曾多次提议老干妈进行上市，但都遭到了老干妈创始人陶碧华的拒绝。而陶碧华提出的“上市圈钱论”中“上市是欺骗人家的钱”的看法就引来不少关注。

为何老干妈能够多次拒绝政府的提议，又为何能提出颇具争议的“上市圈钱论”，其背后的底气又从何而来呢？

这或许与陶碧华的企业家作风有关。作为老干妈的创始人，陶碧华起家艰难，但无论是大钱还是小钱都坚持现款现货的原则，因而老干妈拥有数十亿元的现金流，而这笔现金流在很大程度上就是老干妈的底气来源。

在老干妈所处的行业，二十年来竞争对手不停在更替，唯有老干妈自身保持领先高位，而老干妈在广告推广方面几乎没有投入，这也造就了老干妈的坚定自信。

我们总说，企业的管理方式需要跟得上时代的步伐和需求，而老干妈却多年坚持独行侠的作风。除了现金流保障之外，恐怕还是老干妈紧把质量关，保证口碑的结果。

毕竟着不同需要技术更新的行业，老干妈在这个光怪陆离的时代还能保持记忆中熟悉味道的传承才

是消费者们真正想要的。

### · 京东通信，能否冲击移动联通或电信？

一直以来，中国的电信市场都被移动联通和电信所垄断，而如果当月流量没有用完是不可以移至下月的。但是，这一次京东过来搅局，信息显示京东将发170号码段，其中每月多余流量可以赠送亲友或者留置下月使用。

这无疑是个尴尬的事情。在3月的时候，中国移动的总经理就曾用肯德基打比方，称在肯德基买的鸡腿总不能吃到一半就被退回吧，所以本月未用完流量也不得转入下月。当时肯德基在微博的回应是，鸡腿能被打包带走，所有权仍属于购买方。



而此次，京东的这一做法，无疑是打了移动联通和电信的脸。除了这一打脸举动，京东通信真正的诛心之举却是其打破了这些寡头垄断。如果京东通信能成功，为什么腾讯百度阿里不能加入呢？他们远比京东更有实力和财力。

而如果这些公司也纷纷加入，那么电信市场就不再是寡头垄断，而是垄断竞争。这样行业利润率会急速下滑。要知道，2013年的财报已经显示中国移动利润同比下降5.9%。如果搅局者越来越多，这些电信寡头只会越来越尴尬，越来越被动。

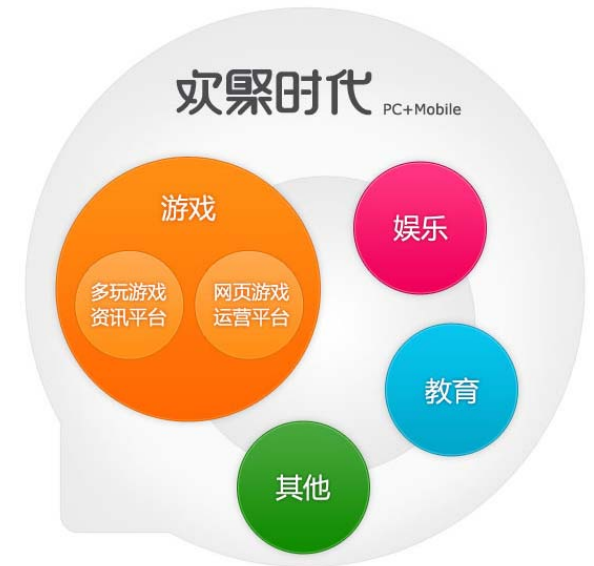
京东电信，很可能是引燃电信大战的星星之火。可是，星星之火可以燎原，这才是最可怕的，不是吗？

## 三胜观察

### · 欢聚时代（YY）推独立教育品牌，免费模式抢占在线教育市场

欢聚时代的独立品牌“100教育”将通过独立的团队和资源进行运作，未来两年内欢聚时代将在100教育上投入10亿元。随着欢聚时代等互联网企业及外部资金大量涌入，在线教育行业的产品将得到极大

丰富，竞争更激烈。



### YY推独立品牌“100教育”：引入免费模式

2月25日，欢聚时代发布了YY教育之外的独立品牌“100教育”（100.com），欢聚时代董事长雷军表示，100教育将通过独立的团队和资源进行运作，未来两年内欢聚时代将在100教育上投入10亿元。

100教育平台将包括100教育客户端、课程内容和100教育网站，官网100.com今日已上线，目前网站包含托福和雅思资讯及课程，雷军透露，收购100.com的域名花费了近600万人民币，在未来两到三年里，YY将在教育领域投入10亿元以上，并通

过独立的团队和资源运作。

100教育将首先进入留学英语培训市场。根据YY教育的调查，目前线下英语培训班的课程种类已经超过了80多种，80%的学生都会选择托福雅思强化班，平均收费3000元。基于该数据，100教育将推出英语强化班，囊括托福和雅思两大领域，完全覆盖线下强化班的内容，并会结合互联网产品提升课堂互动和课后辅导。

据了解，100教育的强化班服务将针对用户永久免费，同时对于完成学业的用户将每人补贴100元。

欢聚时代自纳斯达克上市以来一直维持稳定的业绩增长势头，2013年第二、三、四季度净营收依次同比增长117.8%，113%和129.5%。从财报会议和最近的动作来看，欢聚时代正在加大对移动平台的投入并开始涉足他们此前并不熟知的在线教育领域，这两块业务在短期内都未必能够给他们带来回报，但健康的财务状况给他们在新领域的探索提供了保障。

### YY教育后续的发展中遭遇的各种问题

第一个问题是，专业教育机构或讲师在YY教育平台发展不理想，现在YY教育内部生长的草根工会占了相应90%教育用户。

原因有两个，首先，虽然从人力、物力资源看，

专业机构都是优于草根机构的，但机构很难理解YY的生态。YY需要是团队长期花精力运营，YY用户是特定群体，他们更喜欢寻求工会的感觉。

其次，入驻YY教育平台以后，虽然平台也给他做了一些推广，但课程推广的效果还是不明显，来参加课程的人员，基本上还是来自其自有的渠道。YY教育与微博、QQ等社交网络没有打通，变成了一个相对封闭的平台，不方便进行课程信息的分享，“网络教室”就变成了信息孤岛，运营者需要利用QQ群、微博、微信等渠道去推广自己的频道。

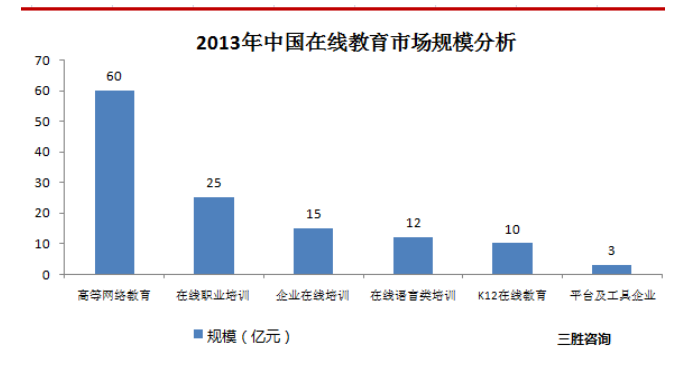
第二个问题是，从商业模式看，收费模式不健全，YY工会最早基本都是以免费的形式存在的，YY教育推出收费模式，对于已经存在于YY平台上比较久的工会来说转型非常难，YY教育缺乏对其政策上的扶持。作为平台应该培养用户的支付付费意识，调动讲师和机构的积极性。

此外，工会竞争环境复杂，老师、学生流动性强导致难以形成规模效应，外部各种新的在线教育平台兴起也冲击了YY教育的成长。

### 在线教育增速迅猛，进入激烈竞争时期

三胜咨询发布的《2014-2018年中国在线教育行业竞争格局与投资前景研究报告》显示，2013年在线教育市场规模为125亿元。其中最大的是高等网络

教育约60亿元，其次是各类职业培训，约为25亿元。企业在线培训约15亿元，K12在线教育约10亿元在线语言培训等约在12亿元，从事在线教育平台及工具软件的市场约为3亿元。



在线教育行业未来结合在线增值服务、平台佣金、网络广告、软件包月等丰富的盈利模式，利用其直接面对终端消费者的优势，加上新技术应用，各大在线教育企业若能找准定位和收费模式，预计其盈利能力将十分突出。在线教育持续发力，潜力无限，但终究无法回避“僧多粥少”的局面。三胜咨询文化服务行业研究员左一帆认为，随着欢聚时代等互联网企业及外部资金大量涌入，在线教育行业的产品将得到极大丰富，竞争更激烈。

## · 《小微金融发展报告 2014》发布，急需减少税费政策降低经营压力

小贷公司健康发展对缓解小微企业融资难发挥了积极作用。但由于法律及监管的严格限制，小贷公司的可持续发展一直面临资金不足的难题。

### 《小微金融发展报告 2014》正式发布，近六成小微企业未享受到税收优惠

4月8日，中国《小微金融发展报告 2014》在博鳌亚洲论坛 2014 年年会上发布。报告指出，仅 43.1% 的受访企业表示享受到了小微企业税收优惠政策，近六成小微企业未享受到税收优惠。

据悉，该政策自 2013 年 8 月 1 日起推行，小微企业中月销售额不超过 2 万元的增值税小规模纳税人和营业税纳税人，可以享受暂免征收增值税和营业税的政策福利。

报告显示，2013 年，小微企业经营状况略有改善，但企业净利润表现比较平淡。63.7% 的受访企业表示支出增加。小微企业净利润持平或下滑比例由上一年的 57.7% 上升到 62.5%。

报告指出，2013 年以来，在小微企业面临经济放缓、经营压力较大、风险提升的形势下，中国小微金融服务机构坚持服务实体经济的基本出发点，不断探索可持续、专业化的发展道路，小微企业的融资状况得到持续改进。其中小贷公司健康发展，对缓解小微企业融资难发挥了积极作用。但由于法律及监管的严格限制，小贷公司的可持续发展一直面临资金不足的难题。2013 年，监管机构、地方政府、小贷公司对此做出诸多尝试与努力，形成了一些可以推广的模式。探索融资模式创新、拓展资金来源渠道成为小贷公司进一步发展的现实选择。

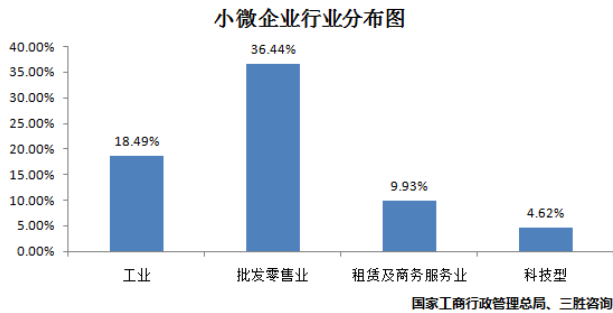
### 小微企业经营压力大，减少税费是最迫切的政策需求

三胜咨询发布的《2014-2018 年中国中小企业贷款行业全景调研与投资前景评估咨询报告》的显示，截至 2013 年年底，中国共有小微企业 1169.87 万户，占企业总数 76.57%。从小型微型企业的行业分布看，小型微型企业行业相对集中。工业（包括采矿业、制造业、电力热力燃气及水生产和供应业）小型微型企业占各类小型微型企业的 18.49%，批发业和零售业小型微型企业占各类小型微型企业的 36.44%，租赁和商务服务业小型微型企业占各类小型微型企业的 9.93%。这几大行业中的小型微型企业共 670 万户，占小型微型企业总数的近三分之二。科技型小型微型

企业（此处仅指信息传输业、软件和信息技术服务业小型微型企业）占各类小型微型企业的比重为 4.62%。

小型微型企业低价格、低技术、低收益、低附加值的传统发展路径依赖，直接制约了其投入产出效益水平的提高。产业层次普遍不高导致转型升级意愿不高、难度较大。此类行业显著特点是技术要求低，竞争充分，市场趋于饱和，利润微薄，从行业本身发展前景分析，相关企业不具备迅速扩张的条件。部分企业由于经营压力，转型升级的愿望较强，但在资本、技术、人才、管理等转型升级的关键因素方面积累不足，相当数量的小型微型企业转型升级较为困难，小型微型企业的发展后劲和活力不足。

减少税费依然是小微企业最迫切的政策需求。在小微企业最希望政府推行的举措中，“减少税费”连续两年占比均超六成。此外，希望“简化审批程序，减轻事业性收费”“放宽行业准入标准，允许民间资本真正进入”“引导信贷投向小微企业倾斜，缓解融资不足”的企业占比均接近四成。



### 延伸阅读：小微企业划分标准

根据《中小企业划型标准规定》，小微企业包括营业收入500万元以下的农林牧渔企业，从业人员300人以下、营业收入2000万元以下的工业企业，从业人员100人以下、营业收入2000万元以下的餐饮企业等。

### 中央安排保障房专项资金1158亿，顺应廉租房和公租房并轨

近日，财政部下发《中央财政城镇保障性安居工程专项资金管理办法》，该专项资金包括中央财政对廉租房、公租房和城市棚户区改造三项补助资金，今年共计1158亿元，相比去年执行资金数额增长了

14.3%。

### 中央安排保障房专项资金1158亿

根据《中央财政城镇保障性安居工程专项资金管理办法》，该项资金将按因素法分配给各地——根据各地区年度城镇低收入住房保障家庭租赁补贴户数、筹集公共租赁住房套数和城市棚户区改造户数三项因素，匹配相应权重，再结合各地财政困难程度进行分配。

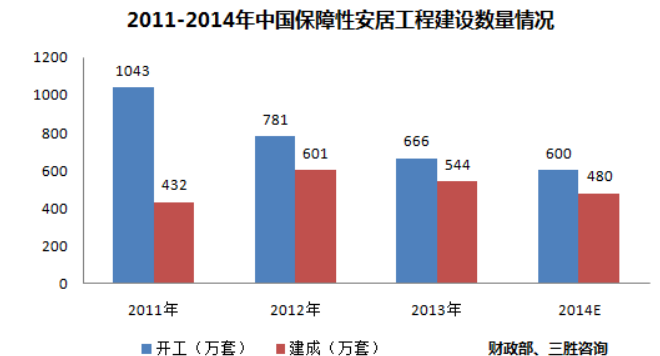
中央财政城镇保障性安居工程专项资金，是顺应此前廉租房和公租房并轨，财政部又将原中央补助城市棚户区改造专项资金合并，形成的新专项资金。

今年中央预算编制，首次将中央对地方的专项转移支付预算细化到具体项目。根据财政部公开的中央财政预算报告，相较其他专项项目，1158亿元的保障房专项资金数额较大；相比全部专项资金增长6%的速度，保障房专项资金增长较快。

除了上述专项资金，中央财政对地方保障房建设的补助，还包括国家发改委安排的保障性住房配套基础设施建设资金，这属于“基本建设”专项资金的一部分。

### “十二五”时期开工建设城镇保障性住房目标完成2/3

2013年，在保障性安居工程任务减少29.7%的情况下，当年中央安排用于保障性安居工程的补助资金达2003亿元，同比减少251亿元，下降11.1%。分城乡情况看，补助城镇保障性安居工程1749亿元，占87.3%；补助农村危房改造、游牧民定居工程、渔民上岸工程254亿元，占12.7%。分项目情况看，中央补助资金重点向各类棚户区改造和公共租赁住房倾斜，补助各类棚户区改造及配套基础设施建设723亿元，占36.1%；补助公共租赁住房595亿元，占29.7%。分地区情况来看，中央补助资金重点向中西部财政困难地区倾斜，当年中央补助中西部地区资金达1813亿元，占90.5%。



三胜咨询发布的《2014-2018年中国房地产行业

《全景调研与投资规划咨询报告》的分析显示，2014年的中国保障房建设计划，其目标为新开工600万套以上，基本建成480万套以上。数据显示，2011年和2012年已经开工了1800多万套。2013年，目标任务是基本建成470万套、新开工630万套，数据显示，2013年全国共开工建设城镇保障性安居工程666万套，基本建成544万套。为加快解决中低收入群众的住房困难，党中央、国务院决定大规模实施城镇保障性安居工程，并确定了“十二五”时期开工建设城镇保障性住房和棚户区改造住房3600万套（户）的目标任务，前三年已经开工建设2400多万套，完成了目标任务的2/3。

三胜咨询建筑房地产行业研究员何小军分析认为，虽然保障房建设计划一路高歌猛进，但供给与需求的良性对接仍有所欠缺，多地存在申请难、手续繁复等问题。中国政府今年已开始推动公共租赁住房和廉租住房并轨运行，以简化申请、分配等环节。

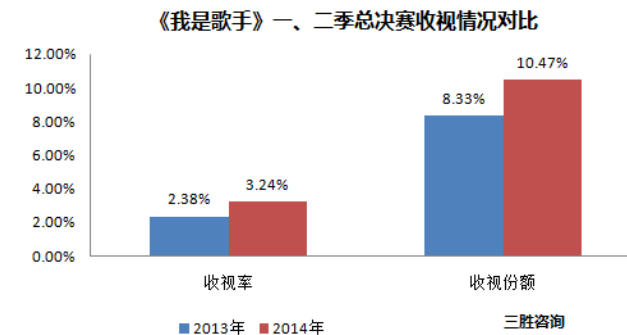
### · 《歌手2》总决赛收视破3，韩磊霸气夺冠

《我是歌手》第二季总决赛于4月4日晚20:00现场直播，七位歌手现场比拼竞争歌王，最终，韩磊获得《我是歌手》第二季冠军。

### 韩磊荣获《我是歌手》第二季总决赛冠军

《我是歌手》第二季总决赛于4月4日晚20:00现场直播，七位歌手现场比拼竞争歌王。周笔畅、张宇在首轮淘汰，五位歌手竞争最后名次，最终，韩磊获得《我是歌手》第二季冠军，亚军为邓紫棋。

三胜咨询发布的《2014-2018年中国综艺节目行业竞争格局与投资趋势预测报告》，数据显示，《我是歌手》总决赛全国网收视3.24%，份额10.47%，再次勇夺全国同时段第一，不愧公认的“综艺之王”称号。去年全国网收视率为2.38%，市场份额8.33%。同比去年上涨将近50%。



### 《我是歌手》成功在于专注和高度

目前，电视综艺节目同质化严重，如要取得成功，必需要创新。三胜咨询文化服务研究员周炎认为，《我是歌手》的成功不是偶然的，而是必然的，主要因素是专注和高度两点。

**专注：**《我是歌手》以其专业的技术，专注的态度。打造了一场顶级音乐盛宴。这次韩磊为什么能一举夺得歌王，靠的就是那份对音乐的专注，专注造就了他歌王的地位。

**高度：**创新一定要到一定的高度，才能称之为创新。《我是歌手》的高度在于他请了顶级的演奏团队，实力派的歌手。使得他们很多翻唱音乐成为经典。

### · 八部委力推仿制药，提升国产药的使用率

卫计委等八部委出台《关于做好常用低价药品供应保障工作的意见》。《意见》将引导医务人员尽量用价廉质优的药品，这一政策将大大提升国产药品的使用率，同时可能重挫外资药企。

### 新政策促进仿制药发展，提升国产药品的使用率

卫计委等八部委15日出台《关于做好常用低价



药品供应保障工作的意见》(简称《意见》)。《意见》将引导医务人员尽量用价廉质优的药品,能用便宜的不用贵的,能用仿制药不用原研药。三胜咨询医疗保健行业研究员张昊明认为,这一政策将大大提升国产药品的使用率,同时可能重挫外资药企。

我国药品分为专利药(在专利保护期内的药品)、原研药(过了专利保护期的进口药)、仿制药(国内药企仿制专利药企业的药品)。我国批准上市的药品 1.6 万种,药品批准文号 18.7 万个。其中,化学药品 0.7 万种,批准文号 12.1 万,绝大多数为仿制药。而国内上市的专利药、原研药,几乎都被外资药企垄断。2010 年至 2015 年,国际上有近 400 种专利药物到期,这些专利药的销售额高达 2550 亿美元。其中,包括全球 80 多个“重磅炸弹”药物,预计全球排名前 20 的制药公司将有 35% 的业务受到仿制药的挑战。

### 《意见》促进国内药企发展 低价药迎来新机遇

《意见》指出,工信部积极引导常用低价药品生产企业进行技术改造,食药总局对批准数量不足的临床急需的仿制药注册申请予以优先审评,人社部和卫计委应当加快推进医保付费方式改革,调动医疗机构和医务人员主动节约成本、优先使用低价药品的积极性。

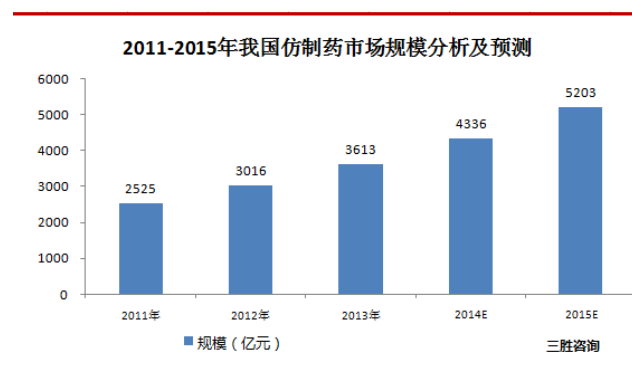
《意见》给了低价药很大的市场空间,也将带来

较大的市场机遇,但是国内药企能否抓住这一机遇,还要看企业自身的品牌、产品质量及疗效、价格市场是否接受。

最近几年,由于各地药品招标政策“唯低价是取”,原研药与仿制药的价格差距越来越大,有的甚至达到 50% 左右。三胜咨询医疗保健行业研究员张昊明认为,鼓励低价药生产、给予低价药保护政策,能促进国内药企发展,让老百姓用上价格合理的好药。

### 我国仿制药市场规模巨大 2015 年将突破 5000 亿

仿制药的流程简化,且成本较低。事实上我国除了部分中药独家品种之外,国内九成的药品都是仿制药,尤其是在化学药领域,目前国内已经批准上市了近四百种基因工程疫苗产品当中,原研药仅有 20 种左右,其余的均是仿制药。



三胜咨询发布的《2014-2018 年中国医药行业深度调研与投资前景预测报告》数据显示,近几年来国内仿制药市场的规模都是以大概年均 20% 的速度在递增,预计 2015 年国内仿制药规模将突破五千亿。

## 趋势前瞻

### · 5 月中国钢铁发展形势分析

一季度刚刚过去,钢铁行业交出了一份不及格的成绩单,而今年一季度也被中国钢铁工业协会称为“进入新世纪以来钢铁行业最困难的一季度”,国内大中型钢铁企业合计亏损 23.29 亿元,同比由盈变亏,累计亏损面为 45.45%;而就钢铁主业而言,从 2011 年第四季度开始至今已经连续 10 个季度亏损。今年二季度钢铁行业的前景颇为引人关注。

日前,普氏能源资讯发布的普氏能源资讯中国钢铁情绪指数,即普氏能源资讯 CSSI 却给钢铁行业泼了一盆冷水,数据显示,在 5 月份中国钢铁情绪指数达到 50.34 点最高 100 点,与 4 月份的 72.14 点相比下降了 21.80 点,但仍在 50 点以上 50 点是上升或下

降的临界点。数据表明，中国钢铁行业的健康状况似乎趋于平稳，5月份需求增长的支撑可能会减弱。

### 多方压力导致回暖举步维艰

《2014-2018年中国钢铁行业深度分析及发展建议分析报告》显示，随着国内扁钢价格走低和出口受阻，5月份的出口价格可能会下降。其中，由于计划从6月1日起实施进口检查措施，越南的采购所受影响尤甚。总体来看，调查显示新出口订单指数可能会维持在50的水平，在上升和下降之间徘徊，而4月份这一指数曾上升至64.51。

5月份的调查表明，随着夏季的临近，中国钢铁需求的季节性增长即将结束，5月份的需求增长相较于4月份而言不会有很大改观。长钢产品贸易商希望5月份的订单量会略微上升，很多人认为这将推动价格的上扬。

长钢和扁钢产品贸易商均表示，他们将在5月份减少库存以尽量降低风险和财务成本，但他们对于前景有不同的看法。长钢产品贸易商仍然认为需求将增长，而这将便于他们在下个月减少库存，但扁钢产品贸易商则认为将很难在需求疲软时减少库存。

我的钢铁网分析师徐向春表示，“钢铁行业二季度肯定还是要比一季度好一些，现在钢材价格已经开始出现反弹，库存也有所下降，从三月中旬的1940

万吨下降到现在的1538万吨，下降了四百万吨，而库存的下降往往是需求转好的一个明确的信号。”

另一分析师在表示时表示，“不管板材还是长材，实际需求是要稍微好一点，但大家预期都不敢太高，加上目前为止真实需求还未有效放大，再加上高产能，低利润，环保和债务风险的压制，钢材市场阶段性出货还是不够理想，导致价格很难明显的有所上涨，并且由于每到月末钢材市场都会有回笼资金的压力，因为月末会给钢厂打款订货，这也严重挫伤了大家对后市的信心。”

“本来就卖不动，又有回笼资金压力，钢企就只能又降价，就拿刚刚过去的五一来说，节前节后都不理想。”分析师表示。

### 回暖缺乏刺激因素

对于已经到来的二季度，钢铁市场能否交出一个合格的成绩单，分析师表示，“从实际需求来看，应该是比一季度有所增强的，毕竟，一些预算类投资和大的投资在二季度陆续开工，它的作用会逐步释放。只不过是增长速度已经回落，而且国家现在追求的是稳中有进，因此钢铁行业没有能够得到适时的‘刺激’，而毫无疑问的是，2014年固定资产投资增速会放缓。”

分析师同时表示，现在钢铁面临的难题依然存

在，“化解产能和深化改革将会在今后很长时间内左右着钢铁业‘疾步无序前进’的状态。产能过剩、债务风险等问题也严重影响着行业内对后市的信心。而且当前下游需求整体偏弱，采购较为有限，因此当下钢价难以出现大行情。”

徐向春则表示，“二季度钢铁行业肯定要强于一季度，但是恢复的力度还是有所不足，相比较往年肯定是退步的，一季度总体是亏损，二季度可能也就是亏损的少点到稍微盈利之间，很难有什么大的改观。毕竟现在房地产市场也是风声鹤唳，而这对钢铁市场影响显而易见，虽然政府也采取了一些对冲措施来应对房地产的下滑，不过能否真正阻止房地产下滑值得商榷，所以钢铁市场还是会受到影响。”

对于二季度钢铁行业的前景，分析师的看法颇为悲观。“想扭转困局还是挺难的，因为一些大的利好消息，比如11省市联动加快长江经济带建设步伐，但是从真正的实施到用钢材，现在还言之过早，远水解不了近渴。并且现在大兴土木的工程也不是很多，即使有那些工程，也只是惠及中标的几家企业，对整个钢铁行业的大局可能只是隔靴搔痒。”

## · 中国汽车后市场未来发展趋势分析

汽车后市场是指汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务，它涵盖了消费者买车后所需要的一切服务。也就是说，汽车从售出到报废的过程中，围绕汽车售后使用环节中各种后继需要和服务而产生的一系列交易活动的总称。

三胜咨询发布的《2014-2018年中国汽车后市场发展现状及前景趋势预测分析报告》显示，2002年起，十年间汽车后市场迅速崛起，国内一部分眼光独到的淘金者看到了巨大商机，大量资本相继流入汽车维修、保养、装修、美容为首的清洗、年检、后续保险、防盗、安全、二手车交易等多个领域，汽修美容门店犹如雨后春笋，可谓大街小巷，比比皆是。

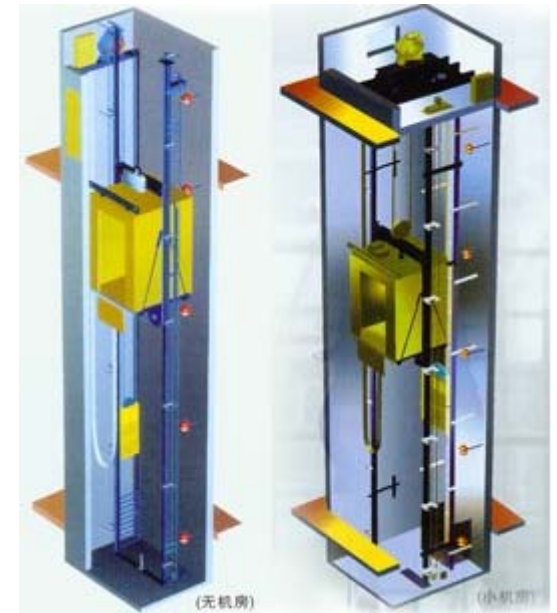
国家发改委中国设备管理协会汽车用品及改装技术专家，安莱(北京)汽车技术研究院院长阚友波：中国已成为全球第一大汽车消费大国，为后市场领域带来了巨大机遇。这一行业的先行者美国、日本等国家，后市场已成为成熟市场，是汽车产业获利的主要来源，被喻为“黄金产业”。

进入汽车后市场，投资者有很多选择，但每一个选择中，你都可以感受到它们的大趋势：品牌化经营、从修理转向维护和高科技的不断渗透。从汽车后市场发展历史来看，连锁经营是美国的汽修品牌化的基础，他分为汽车制造商和专业汽配维修商两类。这类维修厂规模较大，生产设备精良，维修人员受过统一培训，在技术上具有权威性，服务对象主要是定点维修的品牌车。但国内汽修市场的品牌建设一直是行业的一个痛。

我国汽车后市场才刚刚起步，巨大的利润驱使，众多企业资本蜂拥而至，在极其短暂的时间内汇聚集中，犹如裂变一般聚集了巨大的能量，然而，受种种因素的制约，普遍业态简单、规模不大，而且服务质量也参差不齐，极易容易造成业态的畸形发展，犹如裂变之殇，一方面，市场规律决定的大鱼吃小鱼，小品牌或无品牌的企业难以生存，纷纷倒闭，更甚者，胡乱要价，恶性竞争，最终受伤的是消费者，整个汽车服务市场毫无秩序，杂乱无章。

未来中国汽车后市场充满挑战，更充满机遇。

## · 中国电梯行业发展前景分析



我国不但是全球最大的电梯市场，而且形成了全球最强的电梯生产能力，成为电梯领域的世界工厂和制造中心。

尽管电梯产量飞速增长，我国电梯的市场需求远未达到饱和的程度。电梯行业的市场容量与建筑和基础设施等社会固定资产的投资，以及与社会生活品质

的提高有密切的关联。

截止到2007年底,我国在用电梯数量为917,313台,约为全球电梯总量的1/10。全球1/5的人口使用着1/10的电梯,我国人均电梯使用量为世界平均水平的一半。与发达国家相比,则仅仅是1/10—1/20。从长远看,将来如果能达到世界平均水平,我国电梯总量应在150万台左右,这意味着电梯总量还要翻一番。如果以发达国家为标准,我国的电梯总量至少还要翻十倍。

根据三胜产业研究中心发布的《2014-2018年中国电梯行业深度研究及产业链投资价值分析报告》分析:随着社会经济水平的提高和人口老龄化程度的加剧,既有建筑加装电梯的需求已引起政府的高度重视。如果我国的电梯总量达到了150万台,电梯的平均寿命按20年计,则每年仅更新就有7.5万台的需求。

## · 2014年饲料行业发展趋势分析

我国饲料行业正处于产业调整期,据了解,“十二五”期间,我国将加快推进现代饲料产业体系建设。

按照“提高门槛、减少数量,转变方式、增加效

益,加强监管、保证安全”的原则,将大力发展优质安全高效环保饲料产品;鼓励饲料生产企业竞合,建立饲料行业诚信体系,推行生产全过程质量安全管理;统筹国际国内两个市场,加强饲料资源开发利用,着力构建安全、优质、高效的现代饲料产业体系。

饲料产业政策调整的影响以及产业环境的变化,导致行业门槛提高,进而一批企业会被淘汰。

我国饲料原料市场已经逐步与国际接轨,受自然灾害、资源减少和国际贸易等因素的影响,这两年饲料原料价格居高不下,直接推动饲料产品进入高成本时代,由于饲料行业下游是养殖业,成本的增加直接会拉升畜禽产品的市场价格,而畜禽产品价格变动关系到广大民众的生活,因此,饲料价格的上涨。

我国是饲料资源并不丰富的国家,豆粕生产主要依靠进口大豆,对进口的依存度达75%左右,鱼粉进口依存度也在70%以上,饲用玉米用量已超过1.1亿吨,占国内玉米年产量的64%,玉米供应日趋紧张。从长远来看,随着养殖业和饲料工业持续发展,大宗饲料原料的供求矛盾将进一步加剧,饲料原料价格不断上涨、波动更加频繁是必然趋势。

近些年,饲料行业生产经营方式转变呈现新格局,一批大型饲料企业向养殖、屠宰、加工等环节延伸产业链,成为养殖业产业化发展的骨干力量,如新

希望打造了猪禽养殖、饲料生产、食品加工等完整的产业链。

饲料企业必须做到销售与服务的有效结合,在把产品销售给养殖场的时候,也要打包售后服务,以实现及时、便利、全方位的技术服务。

## · 我国传感器产业发展趋势预测

近年来,随着技术研发的持续深入,成本的下降,性能和可靠性的提升,在物联网、移动互联网和高端装备制造快速发展的推动下,传感器的典型应用市场发展迅速。2014年全球传感器市场规模预计达到795亿美元,2019年则有望达到1161亿美元,复合年增长率可达7.9%。

亚太地区将成为最有潜力的市场。目前,美国、日本、欧洲各国的传感器技术先进、上下游产业配套成熟,是中高端传感器产品的主要生产者和最大的应用市场。同时,亚太地区成为最有潜力的未来市场。英泰诺咨询公司指出,未来几年亚太地区市场份额将持续增长,预计2016年将提高至38.1%,北美和西欧市场份额将略有下降。

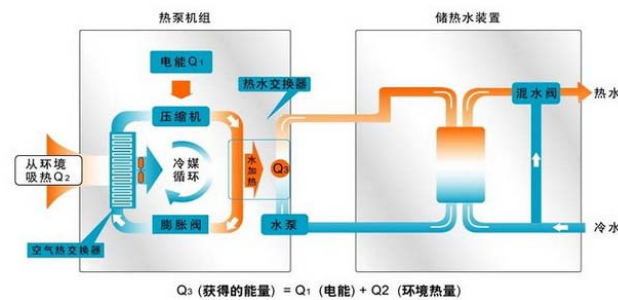
交通、信息通信成为市场增长最快的领域。据英

泰诺咨询公司预测，2016年全球汽车传感器规模可达419.7亿欧元，占全球市场的22.8%；信息通信行业至2016年也可达421.6亿欧元，占全球市场的22.9%，且有可能成为最大的单一应用市场。而医疗、环境监测、油气管道、智能电网等领域的创新应用将成为新热点，有望在未来创造更多的市场需求。

企业并购日趋活跃。美国、德国和日本等国的传感器大型企业技术研发基础雄厚，各企业均形成了各自的技术优势，整体市场的竞争格局已初步确立(附表)。需要指出的是，大公司通过兼并重组，掌控技术标准和专利，在“高、精、尖”传感器和新型传感器市场上逐步形成垄断地位。在大企业的竞争压力下，中小企业则向“小(中)而精、小而专”的方向发展，开发专有技术，产品定位特定细分市场。据统计，2010年7月至2011年9月，传感器行业中大规模并购交易多达20多次。如美国私募股权公司Veritas Capital III以5亿美元现金收购珀金埃尔默公司的照明和检测解决方案(IDS)业务；英国思百吉公司以4.75亿美元收购美国欧米茄工程公司的温度、测量设备制造业务。目前，越来越多的并购交易在新兴市场国家出现。

### · 2014年空气能热水器发展趋势展望

在空气能热水器的发展历程中，2012年与2013年是行业发展最具历史意义的两年。其间，空气能热水器产品首次入围国家节能惠民补贴政策，让一直默默发展的空气能产品开始迅速开展“分天下”的布局拓展手段，由此，2012年也被称为空气能行业发展的元年。2013年，节能补贴功成身退，能效标准接棒，GB29541-2013《热泵热水机(器)能效限定值及能效等级》这部规范化的文件将热泵热水机(器)的能耗划分为5个等级。2013年空气能热水器已经成为辉煌，在经历了跨越式发展之后，2014年已经启航，为此就空气能热水器行业发展方向趋势预测。



空气能热水器原理图

### 产品技术升级

2013年的空气能行业，浙江正理生能科技有限公司生能等领先企业继续将高端热水器上升到舒适、节能、安全的服务高度。智能控制、智能化霜、速热技术、壁挂式、一体式等等，空气能热水器产品从技术上做升级，做创新，做突破，从设计上追求时尚、智能，让更多的消费者感受到更超值的舒适热水体验和产品服务。

其中，技术作为主要驱动力，是企业高质量产品的保证，是赢得市场竞争的核心。2013年10月1日，国家热泵热水机(器)能效标准的正式实施，更在一定程度上刺激了空气能市场的规范化升级发展，同时也加速了行业洗牌。速热、静音、变频、智能联动，在2013年大放光彩，成为产品进化并承载高端内涵的新维度。

2014年，围绕技术升级、品牌升级、产业升级为核心的竞争将得到进一步升级，谁能在新的竞争机制中拔得头筹，谁就能在未来几年赢得更多的市场份额，而其中的关键就是以技术为核心的综合解决方案。

### 市场节能贯穿

如今热水器产品已发展成为生活必需品，同时也肩负着环保的担子。回顾2013年，社会需求的变

化和科技创新给空气能行业带来巨大的变革，热水器24小时持续不断供热及节能成为消费者的迫切需求，而作为新一代的热水器产品，空气能产品的安装及售后也是消费者考量的重点。

在空气能热水器领域，同质化、认知度低、价格偏高一直被认为是空气能行业的三大主要阻碍，但是，早在2013年10月1日能效标准实施之前，就已经有不少企业致力于创新技术的研发，立求差异化。越来越多的消费者在选购这些产品时，除了关注产品最核心的节能功能之外，就是外观与舒适性。

在节能政策方面，国家也给予了积极的引导。2013年12月，工信部组织开展工业节能、资源综合利用、环境保护、废水循环利用等关键成套设备和装备的产业化示范，组织实施一批示范工程，实施节能新能源、高效节能家电等产品市场推广的鼓励政策，将相关产品和服务纳入政府的采购范围，引导绿色消费，业内将其称为节能领跑者制度。也为空气能行业的发展指明了方向。

2014年，在节能环保政策的引导下，节能化发展将继续成空气能企业的重点，贯穿整个市场发展。

### 网络销售推进

2013年的电商发展依旧如火如荼。据数据显示，2013年国内热水器等产品在线上家电市场的销售占

比达33.6%。

面对互联网的快速普及，面对80、90后的新一代消费群体，加快布局、深入拓展电商渠道，成为了空气能企业增强品牌影响力、抢夺更多市场份额的必经之路。在2013年，逢节必大打促销战的电商、企业更是利用线上线下多种渠道进行消费引导，以各种主题进行的促销更是铺天盖地。

随着渠道市场的逐步覆盖，拓展新的电商渠道成为家用空气能企业发展的重点之一。据预计，未来十年内空气能企业若想有留住市场消费主力军，网络品牌建设与推广是重要途径。

2013年的空气能行业，在宏观经济企稳回升、楼市回暖、城镇化率提高的大环境下，空气能热水器产品的销售量、额均获得了大幅度的发展。2014年，空气能产品仍将以节能化为主要方向，产品技术也将继续升级，线上销售渠道进一步得到拓展，以此不断提高企业综合竞争力，提升产品销量。



读后感

### · 我国城市园林绿化行业发展趋势分析



近年来，环保意识不断深入人心，人们对于园林绿化在城市中所占地位的认识有了进一步的升华。随着科技的发展、社会的进步和人民生活水平的提高，我国已将城市园林绿化的发展和水平提到保护生态平衡的高度来认识。

建设“生态文明”为园林绿化行业的发展提供历史机遇，生态文明是指人们在改造客观物质世界的同时，以科学发展观看待人与自然的关系以及人与人的关系，不断克服人类活动中的负面效应，积极改善和优化人与自然、人与人的关系，建设有序的生态运行机制和良好的生态环境所取得的物质、精神、制度方

面成果的总和。

国家制定的“建设良好生态环境、实现生态文明”的政策方针为园林绿化产业的发展提供了广阔的市场，同时对园林行业的设计、建设、质量、管理与科研实力也提出了更高的要求。

截至2012年末，我国城镇人口约为7.12亿，到实现“全面小康”的2020年，城市化水平将达到55%-60%，城镇居民将增长到8亿至8.5亿人，在此期间约有近1亿左右的新增城镇人口需要解决住房问题。同时原有城市人口同样存在改善住房条件的需求。

在城市化进程中，不断增加的城镇人口对城市的生态环境要求越来越高，对城市管理者来说，不断发展提升城市园林的绿化水平，是维持城市化进程可持续发展的必要条件之一。

根据三胜产业研究中心发布的《2014-2018年中国城市园林绿化行业发展格局及投资前景研究报告》分析：随着我国绿地面积的逐年增长，养护市场将继续增大而且是积累式的增长，将会成为我国远期园林行业发展的重要支撑点。

## 卓越管理

### · 万科向腾讯取经

把腾讯作为新榜样公司，郁亮的解释是：“学习腾讯，建立生态系统，自己革自己的命。”

对骨子里就弥散着清高气质的万科来说，想让它承认你是榜样，且愿意放下身段去登门受教，可能不是一件很简单的事情。

从索尼到新鸿基地产，再到帕尔迪，万科历史上每一次向榜样公司学习的背后，往往都意味着一次非同寻常的深刻转型。

2013年12月9日下午，万科集团总裁郁亮率领一支由200人组成的团队来到腾讯总部，万科周刊官方将此行称为“取经”。

一个是中国房地产行业首个销售金额超千亿元的房企，一个是中国首家市值过千亿美元的互联网公司，两个千亿巨头跨界“耳语”让外界不禁浮想联翩。

自今年6月在西安首次抛出万科新定位之后，郁亮对万科要做的“城市配套服务商”至今仍没有给出完整的定义。

2013年是万科成立30周年，面对第四个十年，郁亮亦坦言，对于一家千亿公司来说，最大的难题是给公司确立未来的发展方向。

### 万科取经

腾讯公司董事会主席马化腾亲自接待了万科团队的来访，马化腾还给万科来访团做了题为《新互联网时代》的内部培训。

根据万科周刊官方披露的内容，尽管马化腾的演讲不像马云那样具有煽动性，但听众没人敢忽略他说的每一个字。

尽管马化腾说话谨慎，但他这次演讲中还是下了两个十分肯定的论断：“智能终端是人感官的延伸；移动互联网才是真正的互联网。”

马化腾甚至坦言，没微信，腾讯可能就面临重大危机。在做微信时，他和几个核心高层亲自上阵，打磨用户体验，在一家千亿级的公司，这样的危机感真是宝贵的财富。

没有人知道郁亮那一刻在思考什么问题，他对马化腾演讲的现场点评是：不咄咄逼人恰恰说明有底气在，不用声嘶力竭自然会吸引人来。

负责组织这次学习活动的部门是万科集团管理培训学院，这是为万科集团高层、中层、基层及各个

专业系统提供职业发展培训的部门。

这次名为“之间”的系列学习活动，可能并不涉及具体经营问题，但多位业内人士却对万科的此次举动表示高度关注。

在万科将拜访腾讯之前，花样年集团总裁潘军就提前获知了这一消息，当时他透露，万科还拜访了阿里巴巴。

10月31日上午，郁亮带领万科集团执行副总裁周卫军、万科集团副总裁兼物业事业部执行官朱保全等高管，奔赴阿里巴巴总部。

除马云因事无法到场外，阿里巴巴集团首席执行官陆兆禧、总参谋长曾鸣、首席技术官王坚等高管，均出面接待万科团队。

获悉，除腾讯和阿里巴巴之外，郁亮还率万科各部门负责人拜访了一家高科技公司华大基因，它是全球最大的基因组研究中心。

从上述被访公司没能获得关于郁亮此行目的的更多内容，但郁亮在华大基因的讲话却耐人寻味：“IT技术和BT技术深刻影响着人类的生活，王石董事长提出万科未来将在服务和技术两个方向进行转化升级。”

## 转型与榜样

未来将在服务和技术两个方向进行转化升级，这是万科未来十年的发展方向，更是摆在郁亮面前的现实命题。

在2013年6月底的西安媒体会上，郁亮首次正式公开了他给万科的新定位：从房地产开发商转型为城市配套服务商。

但关于城市配套服务商的具体设想，万科尚未找到答案。郁亮不久前向媒体表示：“我们还在做论证，但基本上会往这边走。”

从攀登珠峰到倡导马拉松，郁亮和他的团队一直在不断运动中思考着万科的转型，轻松愉悦的表象下或是千钧之重。

郁亮把万科的未来称之为没有终点的马拉松，跑得太快可能会很快崩溃，跑得太慢将会被别人赶超，他需要给万科找到最佳方向和配速。

一名曾给万科做过顾问服务的人士说，每当处于这种转型节点，万科总会向世界最优秀企业学习，郁亮率众向腾讯等企业取经或暗合此意。

可以肯定的是，在过去30年，万科从一个业务庞杂的多元化公司发展成世界上规模最大的房企，正是向优秀企业学习的结果。

在万科的第一个十年里，从经销索尼摄录像设备

转向房地产，提出把索尼当作学习目标，学习索尼的营销方法和售后服务。

从索尼的售后服务中延伸过来，这也直接奠定了万科物业的运行模式基础，对万科物业软实力的打造影响至今。

此后第二个十年开始从多元化转向专业化，万科又把新鸿基地产作为学习目标，包括对专业化和客户服务的理解，万科的“万客会”就是学习新鸿基的“新地会”。

随着万科跨地域开发的不断深入，尽管新鸿基地产仍然是世界一流公司，但新鸿基地产在香港的开发模式逐渐不再适用于万科。

2003年12月，时任万科董事总经理的郁亮代表管理层首次提出，万科将把美国帕尔迪作为新的标杆企业。

当时的理由是，地域同样辽阔、市场同样高度分散的美国，与中国内地市场特点更为贴近，而帕尔迪在跨地域经营、土地储备方式、持续盈利能力、市场占有率、客户细分及关系维护等诸多方面堪称万科的楷模。

仅仅六年之后，万科在2009年就从学习帕尔迪变为超越帕尔迪，成为迄今为止全球销售金额最大的



房地产公司。

### 跨界联姻

万科总是很聪明地站在巨人的肩膀上，这是万科的“可怕之处”。而更可怕之处在于，万科在成功之后却一直心怀忧患和不断自省。

在2011年，郁亮在行业中抛出了惊人的“过冬论”，中国楼市现在进入了下半场，并将告别暴利时代。此后，他又表示，国内房地产每年巨额销量不可持续，万科在第四个十年一定会遇到行业“天花板”。

郁亮顺势提出了万科的“城市配套服务商”定位，原因是如果继续坚持只做传统住宅，越来越拿不到地了。郁亮说：“我发现，只要城市有工地，我们就有发展机会，只是这个工地就不一样了，不只是住宅了。如果跟着城市发展，为城市提供配套服务，召开全运会了，就盖全运会场馆，大城市人太多了，就去建卫星城。那么，万科未来十年、二十年还会有发展机会。”

在这样的新定位下，万科在2013年10月突然宣布参股徽商银行，帮助公司率先向客户提供国内领先的社区金融服务。

谋划社区金融服务仅仅是万科转型城市配套服务商的一个细小动作，但这让外界仍然看不清万科的规划，因为万科本身仍在探索。

潘军表示，万科的做法是试图在原有模式之上引入互联网思维，以此提升客户的黏度与体验，而花样年已展开先行探索。

按照潘军的说法，第一个考察互联网企业的房企是花样年，他在万科之前已经带队拜访了阿里巴巴和腾讯总部，学习互联网思维。

如何将互联网思维引入房地产运营模式，这也是事关整个中国房地产行业的转型和发展问题，目前没有可供借鉴的模式。

但郁亮已经给万科找到了这方面新的学习榜样：腾讯。

郁亮不久前说出了万科的三个新榜样公司，即汇丰、铁狮门和腾讯，因为美国铁狮门可以告诉万科怎么用金融化手段去做房地产；股东分散的汇丰银行同样由职业经理团队驱动，一百多年来任凭市场风高浪急都能适应，它的公司治理值得万科学习。

对于把腾讯作为新榜样公司，郁亮的解释是：“学习腾讯，建立生态系统，自己革自己的命。”

用潘军的话来说，在未来十年能够逆袭互联网的最有可能是线下具备互联网思维的企业，运用互联网思维打造一个更高的平台。

关于这一点，万科集团执行副总裁、北京万科总

经理毛大庆在“2013中国房地产500强测评成果发布会暨500强峰会”上演讲时曾表示：“万科下一步的商业模式将与苏宁、阿里巴巴、菜鸟网络等的商业模式如出一辙，将产业链的上下游全线打通，利用万科充沛的金融资源为其提供服务，吃定供应商和业主，以获得更高的利润。不出意外，万科在搞定银行金融通道后，下一步定会和互联网公司合作，将这种金融服务变得更加便利化、互联网化，符合现代消费趋势。”

如果按毛大庆所言，万科下一步会和互联网公司合作。而潘军称，花样年已经和一家互联网公司敲定合作方案，很快就会对外宣布。

### · 华为的不上市之道

任正非称，华为绝不会上市，因为“资本市场本质贪婪”。

在世界500强企业中，华为是非上市的公司，而当一些国家屡屡因所谓“军方背景”对华为大加限制时，希望华为通过上市的方式打消外界疑虑的建议也不断被人提起。此次，任正非公开表达了自己的态度，“华为肯定不上市”。

任正非在解释华为不上市的原因时称，虽然传统经济学中的大量理论宣称，股东拥有长远视野，他们不会追求短期利益，并且会在未来做出十分合理、有据可循的投资，但事实上，股东是“贪婪的”，他们希望尽早榨干公司的每一滴利润，而拥有这家公司的人则不会那么贪婪。“我们之所以能超越同业竞争对手，原因之一就是没有上市。”

事实上，之前华为的高管们在不同场合都对外透露过，华为在近几年内并没有上市的打算，而此次任正非的表态则是给外界对于华为上市的猜想作出了一个明确的结论。任正非还表示，就算不上市，华为也可以在业务方面做到足够的透明。

同时，他还再次解释了华为内部的股权结构，称自己只持有1.4%股份，其余都是由公司员工持股。

“华为的员工也是公司的所有者，因此他们往往会着眼长远，不会急于套现。”他同时又提到“但是，我不可能永远活着，也许有一天华为人也会变得贪婪。”

## · 中国建材探路混合制

2002年以来，中国建筑海螺水泥开始进军徐州，与中国建材集团下属的中联水泥狭路相逢。竞争最激烈时，两家企业都以低于成本的价格对外销售。两家

企业都想早日结束恶性竞争的局面，决定通过谈判方式解决这一问题。经过十多次谈判，中国建材用上市融资所得资金的半数，把徐州海螺万吨线收入囊中。仅仅过了一年，原本亏损的两家企业都开始盈利。

此后，中国建材又把整合触角伸向了南方。时任虎山水泥董事长的张剑星清楚记得当年浙江民营水泥企业群雄混战、家家亏损的惨烈局面：“我们4家规模较大的水泥企业其实都可以出来牵头整合行业乱局，但谁也不服谁，谁也牵不了谁，再竞争下去，可能几败俱伤。”

僵持中，4家企业各自找了新的合作伙伴准备新一轮搏杀，这些伙伴多数是外资背景。作为整合者的中国建材集团给民企准备了颇具吸引力的“三盘牛肉”：第一盘，公平合理定价，按国际惯例的定价原则作资产评估，在整个国企改革过程中，这是个核心问题；第二盘，为民营企业保留30%的股权，这就把中国建材的利益与民企老板的利益结合起来，双方形成共同体；第三盘，就是把民企老总聘为职业经理人，让他们继续在所热爱的事业中发挥作用。

中国企业研究院首席研究员李锦认为：“‘三盘牛肉’分别解决了企业关系、产权制度和职业经理人3个产权关系的核心问题。”

中国建材集团在南方地区整合上百家民营水泥

企业，成立了覆盖六省一市的南方水泥有限公司，实现了在南方水泥市场的从无到有。

## 试出来的三层架构

2009年3月23日，北方水泥宣布成立。与之前不同，这次中国建材没有绝对控股，而是与民企辽源金刚各出资4.5亿元，各占45%的股份，同时引进与中国建材有过良好合作的弘毅投资占据10%的股份，实现了产业资本和金融资本的合作。辽源金刚水泥的当家人张传军说：“中国建材主导的混合所有制最大限度地解放了企业生产力。”

2010年，新增产能的集中释放和灾后重建任务的逐渐结束，让西南地区的水泥行情一跌再跌。贵州当地的民营水泥龙头企业泰安水泥在资金和市场压力下，有心寻找一家强有力的合作伙伴。中国建材给出的“3个不变”承诺打动了泰安水泥掌门人龚雷海：原有人员及工资待遇不变；现有运作机制不变，按照原来的方式开展市场经营、推广产品和建设渠道网络；设定一个3至5年的过渡期，在此期间维持原厂牌商标不变。

中国建材集团旗下的中国联合水泥集团有限公司、南方水泥有限公司、北方水泥有限公司和西南水泥有限公司共重组了900多家水泥和混凝土企业，水泥产能合计达4.5亿吨，位居世界第一。此外，中国

建材通过联合重组，在纸面石膏板、玻纤、风机叶片等领域也创造了数个世界第一。截至2013年底，中国建材集团各级企业中，混合所有制企业数量超过85%。

中国建材集团混合了上千家民企，到现在没有一家“反水”的，关键还是因为混合的方法。其混合强调战略合作而非并购，仔细梳理可以发现，一张混合架构图清晰可见。集团形成三层混合结构：第一层是在上市公司中，集团二级企业中国建材股份公司作为香港上市公司吸纳大量社会资本，目前国有股占比46.67%，公众投资者持股占比53.33%；第二层，在四大水泥公司等大型业务平台上，把民营企业的一部分股份提上来交叉持股；第三层，在水泥厂层面的企业里，给原来所有者留30%左右的股权。

在混合所有制企业中，集团既保证了在战略决策、固定资产与股权投资等层面的绝对控股，也提高了子公司在精细化管理、技术改造等环节的积极性。更为重要的是，将市场机制真正引入央企内部，提升了企业的竞争力。

“央企有资源资金、人才技术、品牌价值和管理的优势，民企有活力、激励机制和职业化精神。搞混合所有制要吸收国企和民企的优点。”宋志平说，“改革首要的就是解放思想。比如一杯茶水，水可能是国企的，茶可能是民企的，可变成了茶水，谁还能分清哪

是国哪是民呢？分不开了，也没必要分开。”

中国建材不仅留住了民企的人，也留住了这些民企管理者的“野性”，包括企业家精神、拼搏能力，这样不仅能增加集团经理队伍的来源，也有助于民企和国企形成像水稻一样的“杂交优势”。

### 管出来的整套制度

企业大了未必就有规模效应。如果管理不过关，“混合”可能变成“混乱”。对于管控，宋志平认为，关键在于解决“二乱”：一是行权乱，不知道该听谁的，不能令行禁止；二是投资乱，子子孙孙的公司都在投资，母公司职能缺位。

为此，中国建材集团在混合后的企业推行“格子化”管控，包括治理规范化、职能层级化、业务平台化、管理精细化、文化一体化。通过精准管控，将企业的职能分工、经营模式和发展方向都固定在相应的格子里，确保了数百家重组企业行权顺畅、经营有序。如同盒子里的巧克力，用塑料打着格子，就不至于黏在一起。

此外，五集中(市场营销集中、采购集中、财务集中、技术集中、投资决策集中)、KPI(关键经营指标)、零库存、辅导员制、对标优化、价本利、核心利润区、市场竞合，一整套管理组合拳确保了混合所有制的顺利推进，使企业逐步发展为规范市场化运作

的企业集团。

宋志平提出“央企市营”的概念，包含5个核心内容：多元化股份制、规范的公司制和法人治理结构、职业经理人制度、内部机制市场化、依照市场规律开展企业运营，并进一步提炼出一个广为流传的融合公式：央企实力+民企活力=企业竞争力。

对混合所有制的积极探索，不仅让中国建材集团实现了自身成长，还带动众多民营企业实现了包容性发展，推动了行业市场健康化和结构调整，推进各方共生多赢。通过探索上市公司、业务平台、工厂的三层混合结构，中国建材集团用220亿元国有权益控制了660亿元净资产，进而带动了超过3600亿元总资产，以少量国有资本撬动大量社会资本，扩大了国有资产的控制幅度。

“中国建材集团虽然在混合所有制的道路上领先了一步，但今后仍有大量改革要推进。”宋志平说，“集团要争取成为国有投资公司，更加重视投资决策和资本收益。集团成员企业继续加大混合所有制比重，通过证券市场、产权市场和股权投资等多种市场化方式，吸引民间投资者参与企业改革改制。同时大力推进员工持股，在管理层进行中长期激励机制的探索，把劳动要素和资本要素真正结合起来。”

## · 万达管理集权的极致

近年万达发展速度之快，规模扩张之猛，可谓当代中国商业史的奇迹。据2013年年底统计数据，这家公司已经连续八年环比增长超30%（最高时达到45%），企业资产达3800亿元，年收入1866亿元，净利润125亿元。而且，万达战车仍在保持着巨大的膨胀张力，触角也伸向了更广的领域。

谈到万达的成功，就不能不谈其类军事化管理，其显著特质是超强的执行力，体现在开业绝无延期，决算不超标等。

万达内部有个段子，说万达一独董去广州开会，与会者游珠江。有人问他，听说万达公司内部管理极苛，动不动就抽鞭子，是不是真事？独董哭笑不得，“光靠抽鞭子，人早跑光了。”

万达执行力究竟强到什么程度，执行力又是怎么炼出来的？

### 说和做，想和能

万达执行力有两大显性特点，一是说到做到，二

是算到拿到。

每年9月，万达会有个数千商家参加的商业年会，万达在这个时点公布次年所有项目的开业时间，这个时间早在开工时就定下来了，雷打不动。王健林放言，从事不动产16年以来，万达所有项目无一延期。

如果开发商说五一开业，商户配齐了人员物料设备，回头又改口要推到十一或元旦。这些流动资产便损失了半年的周转，仅仅多出来半年工资就可抵消可观的利润。这种机制，最大程度保证了万达开业招商很少出现商家撂挑子的情况。

什么叫算到拿到？房地产，特别是不动产首先是一个长周期行业，少则两年，多则三四年，其成本控制极难。而且房子是非标准化生产，不同地段不同设计，不同区域不同商家。再者，从开工到竣工决算，行业里超支15%-20%是正常的。

全部不超预算可能有些绝对，但一年操盘数十个，动辄数十亿，确能体现出万达在成本控制方面的功夫优于同业。

### 管理集权制

执行效果往往靠制度保障，万达模式经过了十多年锤炼，已形成非常成熟的体系。

首先是总部集权。在商业地产发展的草莽时期，这点非常有效。过去地产行业的项目总经理，权力极大，往往将在外君命有所不受。万达项目总经理，在中央集权的思路下，角色作用被大大弱化，被轮换是家常便饭。王健林原话是，“不存在不服从，不服从就解雇，大家都想在北京、上海了，那你公司怎么发展呢。当然特殊情况也讲人情。”

具体到制度设计，则是垂直扁平管理。万达的成本部门、财务系统、人力资源系统以及质量监督系统、安全系统都是总部垂直一条线。其设计出发点，是基于对任何人的不信任。比如招标，所有行业里都有品牌库，且仅限三家。垂直后，人员满三年轮岗。各诸侯间形成既支持又有制约的关系。

后面保障性抓手，有极强的内部审计制度。万达要求审计部门要懂业务，有权威，保证不冲高压线。举例来说，审计文书就包括审计通报、整改通知书、管理建议书等等。在这一套严控体系下，万达漳州公司的总经理、副总经理和销售经理，被查出贪污数百万，并追究其刑事责任。

总部集权、垂直管理、强调内审，将万达定义成一个力度极其聚焦的组织体系。这就为以王健林为核心的强人管理层实行系列攻守战略战术提供了保障。

## 管理模块化

执行层面，万达的计划性、模块化，给整个组织运行制定了明确的导向和标准。这也是万达军事化管理的精要所在。

在万达内部，计划无处不在。包括开工、财务、成本、现金流、利润、招聘、人员成本都有计划，大到每年9~11月底做次年年度计划，小到月、周、日计划。

计划这么细，怎么保障？万达开发出一套非常庞大的工作计划模块化软件。这套软件被称作其“看家本领”，强调“进度就是现金流和生命线”。预计哪一天交什么，什么时间招商、哪些店进场，开业计划如何操作。每个执行单位只做本分，节省了大量跨部门沟通成本。值得一提的是，即使有严密的计划，正常开发企业很难在平均22个月内完成酒店的开业。万达采取的是一系列的超常规手段，抢前期时间，做到拿地即开工，提高资金周转率。其中包括：人员前置、设计前置、招标前置等。

所有节点运行的进度，在全集团信息系统中都有显示。黄灯预警、红灯处罚，一周内未完成计划，亮黄灯；黄灯亮一周没补上，亮红灯。红灯根据节点的级别不同，进行不同的处罚。三个黄灯等于一个红灯。一年三个红灯责任人下课。

适应不了这种紧密节奏的人，“做不好就换”，万达“常年有好几个总经理趴在总部”。这种办法是保证按时开业的核心法则。据说该模块软件已获得专利。

此外，在信息集成管理方面，尤其是消防、水、电、节能等物业辅助管理的信息化方面，万达也走在行业前列。

## 执行力基因

前面说的都是容易学习的执行力。最后说说学不来的，即万达1988年成立以来，从娘胎里带来的执行基因。

王健林，川人闯关东，部队家庭出身，十五年行伍生涯，恪守纪律、执行力强、以身作则已深入其性格理念。

王健林对这个血统颇为自豪，并在很多场合拿他那一代的企业家，如柳传志、王石、任正非的军人出身举例，他发现世界500强高管中超过30%毕业于西点军校，远胜哈佛、耶鲁等名校。所以万达执行文化中呈现出诸如背影效应、办法总比困难多、奖罚分明的特点。

万达执行文化，最简单地概括是“没有不可能”。

十多年前，中国住宅业方兴未艾。王健林就预见

大规模、大现金流时代即将结束，力排众议转向现金流长期稳定的商业地产。转型初期万达并无参照，前三年当了200多次被告。王健林对股东们说，熬满5年，再不行就收。2004年，上海的五角场、宁波、北京西单店同时开工，最后人气爆棚，万达商业地产自此扬名。

像前述广州白云万达广场，武汉中央文化区，都是在地方首长某阶段的一号政绩工程范畴。为了赶上类似亚运会、辛亥百年庆典之类活动，万达硬生生创造了诸如从开工11个月甚至9个半月开业的神话。

在万达内部讨论目标，没人敢对老板说“肯定不行”。有一次，一位项目总经理在汇报时情绪很悲观，被王健林劈头盖脸骂了一通，“干不了。那我们讨论什么呢？你可以说，有困难，一二三四五。肯定不行，那就是你不行。”

这些超级项目最后的呈现效果，用王健林的话说，“质量还是混得过去”。据说台湾新党主席郁慕明夜游中央文化区后，对武汉首长说，感谢你们把过去建筑保存得如此之好。其实这些都是仿建的民国建筑。

在某种程度上，内部强力执行间接屏蔽了外部对万达执行力的干扰。万达在长白山、武汉、广州等地以高效运作，配合地方政绩，令政府非常欢迎。据称，

万达现在所有项目全部来自邀请，只挑其中30%做，由此掌握了强势议价权。诸多项目许可环节，政府的大力推动自不待言。从长白山项目中的高尔夫和别墅，曾因涉嫌违规受到国土部调查一事，可见一斑。

对效果奖罚分明，鼓励了这种执行文化的发扬和渗透。

### 硬币的另一面

万达自上而下、严密设计的管控模块，确实帮助其实现了超乎想象的发展。不过，凡事皆有两面。其风险在于超常规和专制是不是同样适应于其对新领域的开拓。

万达凭借在各个环节对时间的极致挤压，获得了超出同业的发展空间。但过去在工程质量和合规程序上的失范也不在少数。比如沈阳项目售楼处火灾、四川瘦身钢筋、上海项目塌方，绵阳机场违建。

一位万达常年的合作方项目总经理就说：“一些万达制定的程序都不符合国家规范，工期往往一压再压，下面的混凝土没干，就往上盖。这么大的规模，上下游产业链都拿他没办法，连政府都像是他的乙方。”

近年万达在内部多次强调着力提升工程质量，以过硬品质收获长远效益，2013年还开过数次品质专

题研讨会，重拾过去“法宝”。

此外，万达今年在非地产业务上的拓展，也对其固有的专制型执行体系产生了碰撞。

一年前受王健林之邀到牵头万达电商的龚义涛，近日离职。龚对外坦承，互联网思维提倡“用户第一”和“快速试错”，与万达自上而下的类行政体系隔阂甚深。其过去不管在谷歌还是阿里巴巴，都是放手让团队先做，一开始很少考虑财务层面。“而在万达，通常先是用PPT的模式向领导请示汇报，所有的事情都需要领导批准才能做。开了好几次会议之后，才有人好意提醒我：“领导不问，你不要发言。””

似是巧合。王健林近日在对外谈及“互联网思维”时说，“这是个别互联网企业为自己贴金的一种说法，所谓的互联网思维不存在。总结起来它是一种创新思维，它是互联网公司独有的么？很多公司都具有。万达从住宅地产到商业地产、文化产业，难道不是创新吗？我们做文化领域难道不是创新吗？”

### · 华润万亿资本帝国图

身在香港的76年老央企“华”代表中国，“润”取自毛泽东的字“润之”。

与大多数央企不同，华润集团的总部不在北京，甚至不在内地，而是在香港。在香港湾仔港湾道26号的华润大厦，背靠着大鹏展翅形状 of 香港会议展览中心，并不起眼。

这家在港业务不足5%的央企，坚持将总部留在香港，这一点，人们并不奇怪。它的前身“联和行”于1938年在香港成立，旨在接受和保管各界抗日捐款和物资，为抗日根据地采购军需物资及药品。这奠定了华润未来76年显赫的红色身份。

华润改为现在的名字是在1948年。“华”代表中国，“润”取自毛泽东的字“润之”。钱之光任首任董事长。

当时，与联和行一并在香港创立，同样具备红色使命的还有广大华行、五丰行等。联和行吸收了所有其他由共产党在港创办的商号，改组为“华润公司”，成为今日华润集团的雏形。

新中国成立后，华润迎来自己第一次重要转型，在1952年被指定为中国各进出口公司在香港的总代理，划归中央贸易部管理。时值西方国家不承认新政权，中国的贸易伙伴局限于苏联和几个国家，正是通过香港这扇大门，中国才打开了通向西方资本主义国家的贸易通道。

一个无所不包的企业：华润万家、雪花啤酒、999

## 感冒灵皆属华润

改革开放之后，华润迎来重要转型，开始尝试实业投资，涉足零售、房地产、电力、基础设施等领域，代理贸易也转向自营贸易。上世纪80年代后期，华润开始接触资本市场。1992年，华润集团注资上市公司永达利，更名华润创业，成为华润系第一家上市公司，开创了中资企业进军资本市场的先河。2000年，华润成为万科第一大股东。

在资本市场上的长袖善舞，让华润进入发展的快车道，也让华润成为一个无所不包的企业，光是战略板块就包括消费品、电力、地产、水泥、燃气、医药以及金融。

由最早的两根金条起家，到如今已在香港和内地分别拥有5家上市公司的商业巨头，这家发展逾75年的大央企，如今已成为一个超过万亿(港元)的多元化控股集团。根据华润最新的财报显示，去年集团营业额为5002亿港元，利润为563亿港元，总资产11337亿港元。去年，华润集团位列世界500强第187位。目前，华润96%的资产已经上市，集团整体上市正在提上议事日程。

统计数据显示，华润旗下零售连锁企业华润万家已成为中国最具规模的零售连锁企业集团之一。旗下啤酒业务——雪花啤酒自2005年起销售位居全国第

一。

此外，华润还在诸多不为人知的领域深耕。2010年，华润煤业控股有限公司在港注册成立，主要从事煤矿投资、建设与运营，成为华润集团的一级利润中心。华润医药同为华润的重要组成部分，其整体规模已达中国医药行业次席。据了解，华润医药旗下销售额过亿港元产品超过20个，其中有2个突破10亿港元，即999感冒灵、东阿阿胶。

## 疯狂扩张的“并购之王”宋林时期的华润：迈入万亿俱乐部

2001年，华润集团旗下的华润创业股价持续低迷，当年11月，宋林被任命为华润创业副主席兼董事总经理，作为时任华润集团总经理宁高宁的助手谋划华润创业的新发展模式。此后，他在华润系香港5家上市公司中执掌过4家的帅印，并于2004年接替宁高宁担任华润集团总经理。2008年5月起，担任华润集团董事长。如此快速的被提拔，让外界一度对宋林的能力颇为认可。

2005年，已是华润集团总经理的宋林说，早年为开拓业务，驾车在香港元朗和上水奔波，与原居民讨价还价，还要应付黑社会。香港黑社会很凶悍，有一次谈判中双方以互扔瓶子告终。

当华润集团正式进入宋林时代后，公司的发展也

开始带有了宋林的性格。最近的十年里，宋林大举阔步并购。据不完全统计，从2004年至今，华润在能源、医药、金融、零售、啤酒等行业进行了数十起大手笔收购。

成也萧何败也萧何。宋林遭举报也源于并购。去年7月和今年4月，王文志两次举报称，宋林在华润电力斥资百亿收购山西金业集团所属资产包的过程中，存在渎职，致使数十亿元的国有资产流失。

业界猜测，傅育宁掌管华润后，这个曾经疯狂扩张的“并购之王”可能会有所收敛，转而更关注到公司内部的管理与改革。

## · 格力女王董明珠管理术

女超人、铁娘子、霸气老板，有时会很凶，厉害！

好妈妈、真性情、商界玫瑰，最懂90后的温柔阿姨，可爱！

格力女王董明珠，就是这样一位让人又爱又恨的人物。

和董明珠在一起，年龄是被淡化的。

一来，你很难看出活力十足的她，其实已届花甲

之年；二来，在她“革命人永远年轻”的号召影响下，你往往会忘记自己的年龄。

面前的董明珠，灰色外衣有点起毛球，一脸素颜脂粉未施，笑中透着智慧。如此朴素的做派掩盖不了深入骨髓的霸气。

1990年孤身南下闯荡，从销售员做到董事长，董明珠和格力牢牢地捆在了一起。

20多年风雨洗礼，成就了全球销量第一的格力空调，也养成了董明珠非一般的女强人气场。干脆利落得没话说，只是在言语莞尔之间，偶尔流露出一丝南京话的绵软腔调，才让回过神，哦，伊毕竟是个出自江南的魅力才女。

“董老板”旗帜鲜明的格力做派，“董阿姨”外刚内柔的独特性格，就这样舒展开来。

山重水复疑无路，唯有明珠璀璨来。

做她的下属，亦是一桩又爱又恨的事情。他们敬重董老板的霸气与执着，喜爱董阿姨的可爱与性情，却又怕老板“骂人”。“当然，关键是要把工作做好，董总是非常赏罚分明的性格。”一位接近她的下属说

董明珠

生于1954年8月，江苏南京人。一位以“中国

制造”书写市场奇迹的企业管理者。

现任珠海格力集团有限公司董事长、珠海格力电器股份有限公司董事长、总裁。

1990年，36岁的她辞掉南京的工作，南下广东打工，应聘到当时名为海利空调器厂的格力电器，成了一名基层业务员。

从一开始不知营销为何物，成长为珠海格力电器股份有限公司董事长、总裁，领导企业成长为全球知名的空调制造商，销售总额突破千亿元人民币。同时，她也带领企业在技术创新和履行社会责任上达到了新的高度。

对于未来，董明珠依然激情满满：“中国将会出现更多国际化的自主品牌，代表中国走向世界各个角落。”

“不怕人才流失，新技术带不走”

从观察董明珠几次公开露面的细枝末节来看，女强人的底气名不虚传。无论扑面而来的是什么样的质疑、指责，她总选择用最有力的事实予以回应。

比如，面对“格力是血汗工厂”的指责，董明珠会淡定且细心地从员工的故事讲起，无意间曝出最低工资的梦想，之后再跟你深入探讨“中国制造”的障碍。

“如果说格力电器是一个血汗工厂，那我们家电行业可能没有一家不是血汗工厂了。”

董明珠说，格力一直致力于提高员工的待遇。“要呵护他们，但也要严格管理他们。”因为没有品质就没有市场，没有市场就没有消费者。

“质量一定要有保障”，这是董明珠的底线，谁也不能触碰。

她的语气严肃起来，“每个员工在自己的岗位上绝对不允许破坏质量，或者不履行自己对控制品质的岗位要求。”

盘子大、问题难、操心多，但董明珠依然有信心让格力的员工在3年后，能拿到十万元最低薪酬。注意，这可是最低薪酬。

“不怕员工流失，格力的用人之道，是想方设法提高员工的技艺。用更多的自动化来替代人工，从而令后者获得学习的空间。”

董明珠透露，目前格力已与德国相关机构合作办学，为员工创造更多的机会与发展空间。

一句话，就是“让他们以后走到任何地方，都能有饭吃。”

她的脸上浮现笑容，“美国开利来挖我们的人，



我觉得应该高兴，这说明格力培养的人才可以参与世界级的竞争。”

董明珠很肯定：不怕人才流失。因为我们的核心技术就是不断发现新技术，不断更新的技术是带不走的。

“不会做代工，格力不是简单的制造业”

看5年后，小米公司的销售额能不能超过格力电器——去年年底，董明珠和雷军立下了一个广为流传的赌约，赌资从一块升到十亿。

这一对赌，也让传统销售出身的董明珠和主打互联网思维的雷军，碰撞思维的同时，站上了舆论的风口浪尖。

管它一块钱还是十个亿，董明珠依然保持着一贯底气。在她看来，雷军的手机、电视可能卖得多，但质量、售后服务不一定跟得上。而格力空调有着“系统解决、一步到位”的一体化优质服务体系，包括售前充分沟通、售中的方案选择到售后服务，已经为全球30000多个大型项目提供服务并受到一致好评。

“小米与格力本身就不是同一个产业，之间没有什么可比性。”

她也承认，互联网思维、互联网金融确实是当下发展大势，但格力的传统制造业优势也不可小觑，“毕

竟格力电器在家电行业发展了20多年。空调技术、销量都是全球领先，营业收入每年以200亿的速度增长。”

“我们当然有信心。”只要说起格力的业绩，董明珠实打实的语气，不给任何质疑留哪怕一点缝隙。

董明珠说，实体经济与电商的虚实之间，制造业是不可缺失的。“就像微笑曲线，可能更多人希望处于微笑曲线的当中，而我抢的是上下两头，一个是研发基础，一个就是营销。”

她进一步诠释，如果没有中间的底部，微笑就没有了，所以制造业更显得重要。

“在这个曲线过程中，有人会选择利益最大化的那个点。格力不会，我们更倾向于选别人觉得利不多的地方。”

寻找到空隙点，董明珠愿意全身心投入：“因为只有这一个支撑，才可能保证我们的微笑可以长期地保留下去。”

她所说的支撑点，就是格力全力以赴的制造业，只不过此时的格力，已经在专业化道路上越走越远。

在与雷军打赌之后，王石曾在一次发布会上表达了“如果我是董明珠，就去给小米做代工”的观点。

对此，女强人分毫不让。她斩钉截铁地表示：“我不会去做代工，因为格力是技术创造型的企业，不是简单的制造业。”

要知道，董明珠最终的目标，是持续改变“中国制造”在全球市场上的形象与地位。

“格力混合所有制，不受珠海国资委影响”

在眼下如火如荼的混合所有制改革热潮中，格力在一众国企中非常显眼。

公开数据显示，格力电器1996年上市，当时国资绝对控股。2005年2月，格力集团直接持股格力电器50.28%，明显一股独大。2006年3月持股41.36%，降至50%以下。2007年3月持股39.74%，低于40%。2007年5月持股29.74%：低于30%这个相对控股的比例。2009年12月持股20%，事实上可谓不控股了。2010年4月持股19.45%，首次低于20%，至今持股18.22%。

自2012年5月起，董明珠从前任朱江洪手中全盘接班，任珠海格力集团有限公司董事长、珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁。

在她接任“掌门”后，格力集团营业利润中，格力电器的贡献度超过100%；营业收入中，格力电器的贡献度达到99%。

强大数据又一次为她回应了各方质疑。

对于市场关注的格力混合所有制改革，董明珠依旧只是淡淡地回答：“一直以来，格力集团没什么好项目、好资产，只拥有了一家很好的上市公司，而作为一个集团，要发展不能仅仅依靠旗下一家上市公司，因此要引进战略投资者，寻找新的项目，并进行产业优化，最终拥有自己的造血功能。”

当问及市场盛传的，格力与耶鲁等合作的“绯闻”，董明珠未正面回复。她说：“是谁并不重要，能带来怎样的资源、怎样的活力才重要。并且，虽然我现在是集团董事长，但99%的精力放在格力电器上，这次股权转让主要是珠海国资委在做。”

在珠海国资委面前，董明珠底气还是很足，没有丝毫畏惧。她并不认为格力在一步步脱离珠海国资委，“即便是原来（珠海）国资委绝对控股，也没有影响到格力电器的发展”，董明珠说，“（珠海）国资委就是一个投资者，做好投资者该做的事情，不能超出一个投资者的行为，做类似一股独大、利益输送等侵害小股东利益的事情。这种事情就从来没有出现过。”

“不要年龄符号化，爱人才能被爱”

对80后的儿子，董明珠说自己“疏于管理”、“放养惯了”。她说：“从小让儿子吃了不少苦，关爱他的

时间太少”。

相比之下，对企业里的90后，董明珠说自己“非常喜欢和他们交流”。

90后大学生不断走进格力电器，董明珠略带几分俏皮地表示：“我们百分之九十九的大学生，特别是90后的大学生，都是最可爱的，他们有活力、有创意，企业需要这些鲜活的血液。”

“大家都觉得现在的孩子太自我，可我一直在考虑，如果有一天要退休，这个企业是一百年、一千年的企业，是要多少代人去继承啊。”

代际继承的问题，是每一个想做百年老店的企业家，都会遇到的问题。董明珠认为，除了制度建设，关键是人才培养。

而且，格力电器的口号就是掌握核心技术。“实现口号的前提就是80后的这一拨孩子们。”董明珠透露，格力的一个光伏空调的技术，从研发到创造，完全出自80后。

不管是80后还是90后，董明珠在格力年轻人身上，也常常看到50后、60后习以为常的奉献精神与吃苦能力。

她很感慨，“不要用年龄去符号化，我们爱别人，才能得到别人的爱，每个人心中都有这样一个观念发

生，我觉得诚信就自然而然形成了。”

江山代有人才出。传统制造业的未来，有了董明珠和她的“格力派”传承团队，在互联网趋势下，必然也不会“闲吃干饭”。有董明珠做舵手的格力，不会轻易跟风，因为他们，都在憧憬更远的航程。

## 快问快答

格力电器的用人之道？

坚持自己培养人才。95%以上的中层都来自格力内部的人才培养体系。生活上关爱员工，为已婚买不起房的员工安排过渡房。一个真正有社会责任感的企业的企业，就是要给予员工强烈的归属感。

格力电器的企业文化？

我提出了“公平公正、公开透明、公私分明”的十二字企业管理方针，这也是格力的管理哲学。

分享一下你的“管理法则”

我推崇军事化管理。很多人说女性管理者，更人性化；我说没有“人性化”的管理，管理只有一种，就是制度。中国有句古语，“水至清而无鱼”，我认为只要给水足够的阳光和养料，鱼就能生存，我就是要做到水至清而有鱼。浑水摸鱼，永远没有建立一个大家公平竞争的机制。



新订阅

如需申请免费订阅《产业胜经》，请用中文清楚地填写您的个人资料、日期及签名，并按要求回答以下所有问题。填妥后，请传真至 0755-28749841，或电邮至 server@china1baogao.com。所有申请需经出版方批准方可生效。

更新读者资料

免费订阅后，读者欲更改个人资料，请用以下表格通知我们。

姓名：\_\_\_\_\_  先生  女士 职务：\_\_\_\_\_

单位/公司名称：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_ 邮编：\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_ 手机：\_\_\_\_\_ 传真：\_\_\_\_\_

E-mail：\_\_\_\_\_ (提供电子邮箱可免费获得《资本胜经》月刊)

我希望免费收到《产业胜经》(请务必签名并填写日期)

签名：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

关于贵单位

关于您本人

1. 贵单位所在的行业

- 医药保健  能源矿产  食品饮料
- 家用电器  石油化工  机械电子
- IT与通讯  纺织服装  运输设备
- 冶金材料  农林牧渔  交通运输
- 建筑房产  商业贸易  旅游酒店
- 金融投资  文化服务  其他行业

2. 贵单位的性质

- 国有企业
- 外资/合资企业
- 民营企业
- 集体所有制企业
- 上市股份制企业
- 中央、地方政府机构
- 其他\_\_\_\_\_

3. 贵单位的员工规模

- 100人以下
- 100-200人
- 200-500人
- 500-1000人
- 1000人以上

1. 您的职位

- 董事长、总裁、首席执行官、董事、企业所有人、合伙人
- 执行董事
- 副总裁
- 总经理、副总经理、总监/部门经理
- 专业人员(律师、会计师、分析师、研究员等)
- 政府高级官员、职员
- 其他\_\_\_\_\_

2. 您的教育程度

- 大专  本科  硕士  博士

3. 就目前您所从事的行业而言，您的从业经历

- 3年以下  3-5年  5-10年  10年以上

您对《产业胜经》的建议：

三胜咨询

中国领先的投资咨询服务机构、细分产业市场研究的领导者

专业成就行业先锋，三胜咨询主要致力于提供细分产业研究、项目可行性研究  
市场调研、营销策划、企业 IPO 上市整体解决方案、专项市场解决方案  
产业/园区规划、运营管理咨询、政府招商促进、企业发展战略规划  
数据库营销服务等以及为满足企业学习和提升经营能力的  
世界级经营管理智慧。

智慧援助

National Bureau of Statistics of China  
Gendral Administration of Customs  
State Information Center  
International Information Research Institute  
Industry Research Association of China  
China Information Industry Association  
Tsinghua University Library  
Libraryand Information center of Wuhan University  
Scientific Decision Magazine Company

深圳市三胜投资咨询有限公司

SHENZHEN SANSHEG INVESTMENT CONSULTING CO.,LTD.  
华南运营总部：深圳市福田区中国凤凰大厦 1 栋 19A P.C:518035  
全国统一服务热线：400-096-0053 咨询服务专线：0755-25151558  
传 真：0755-28749841 电子邮箱：server@china1baogao.com  
官方网站：www.sanshengzixun.com 深圳/北京/上海/成都/香港/河源  
门户网站：中国产业信息研究网 www.china1baogao.com  
业务咨询 QQ：1559444945/951110560 网站合作 QQ：307333508