

资库集团创投报告

(2010.02)

编辑：发展研究中心，博士后工作站

一、	创投动态	
1、	募资进度明显加快 创投与银行合作渐入佳境.....	
2、	2010 年全球 IPO 有望进一步回暖 创投机构渐入退出期.....	
3、	2010 全美风投预测报告：全球增长点在中国.....	
4、	开年首月中国并购市场依旧热闹 VC 和 PE 投资出现降温.....	
5、	IPO “新政”后新股频频破发，反证新股发行改革取得阶段性成果.....	
二、	IT 技术/芯片专业.....	1
1、	物联网市场持续升温 五大瓶颈因素有待突破.....	1
2、	2009 年中国物联网发展回顾与展望.....	1
3、	TD-LTE 准备规模测试 高通参加现阶段试验.....	1
4、	三大运营商因技术不统一面临手机支付瓶颈.....	1
5、	重庆 10 万 IT 人一年食品订单上亿 蕴含商机.....	1
6、	电子纸:E-Ink 高度垄断 新技术艰难推进.....	2
7、	智能手机正步入体验趋同的临界点.....	2
三、	生物/医药专业	2
1、	商务部支持医药流通“大鱼吃小鱼”	2
2、	5 年内 700 余亿美元药品专利到期 搅热国内药企.....	2
3、	今年力推药品集中采购配送制 医药巨头加速整合.....	2
4、	我国抗抑郁药市场需求巨大 中成药前景可期.....	2
四、	能源/环保专业	3
1、	新型能源醚基燃料在京问世 为新型超洁净替代能源.....	3
2、	中国成风电第一大国 国家电网称发展超出规划.....	3
3、	风电业步入“全竞争时代” 行业洗牌不可避免.....	3
4、	中国海上风电项目有规可循 开工须取得海域使用权.....	3
5、	国家电网：2010 年是坚强智能电网的关键年.....	3
6、	博弈碳排放：中国新能源困局 盲目投资风险大.....	3
7、	新能源有望成战略性新兴产业主攻方向.....	4
8、	VC/PE 身影活跃新能源市场 倾向产业合理布局.....	4
9、	安凯把脉新能源汽车 电池租赁降低客户成本.....	4
10、	国内首例生活垃圾无害化处理在安徽试运行.....	4
11、	工业炉窑节能减排技术获突破.....	4
五、	互联网/新媒体	5
1、	近五百万人访问四大门户公务员栏目.....	5
2、	悠易互通：卖的不是广告是技术.....	5
3、	AOL 剥离非核心资产 出售营销网站 Buy.at.....	5
4、	YuMe 模式中国效应 百亿资金追逐视频新媒体.....	5
5、	网络营销中的“抢逼围”	6

6、	社区交友在线视频占据网民过半上网时间.....	6
7、	社交游戏催生新支付市场 规模将达 36 亿美元.....	6
8、	三网融合首批拟圈定 10 个试点城市.....	6
9、	谷歌”地球共和国?	6

一、 创投动态

1、 募资进度明显加快 创投与银行合作渐入佳境

2010-2-25 9:01:00 来源： 证券时报 作者： 张宁

私募股权基金与银行私人银行部门的合作正渐入佳境。借助私人银行庞大的客户群体，私募股权投资基金的募资进度明显加快。

记者从普凯投资获悉，该公司旗下的两只人民币基金已经募集完毕。据悉，通过一家中资银行的私人银行渠道，在短短 1 个月内这两只人民币基金募资额就达到了 12 亿元。

与此类似，德同资本新近成立的一只人民币基金 10 亿元的募资额中约有三成的资金也是通过民生银行的私人银行渠道募得。此外，上海中科招商投资也对记者表示，该公司正与某银行洽谈合作事宜。

对此，业内人士认为，私募通过银行渠道可以获得大量高端客户，而银行作为中介也直接参与利润分成，双方之间的合作可实现双赢。据他了解，目前已经有民生银行、中信银行、兴业银行以及部分城商行的私人银行部门都与创投机构建立了合作关系。

上述人士同时介绍说，从他个人的接触来看，个人投资人多表示喜欢“短平快”式投资，即投资时间短、风险度平稳，收回本金快，这点与机构投资者存在很大的差别。“我听到的最多问题是，有没有短期内上市的项目、最迟多少年就能拿回本金等等。”

不过，该人士也认为，通过银行渠道发行仍是行业发展的趋势。私募股权研究机构清科发布的报告则认为，鉴于银行的公信力，私募股权机构通过银行与其掌握的高端个人客户接触，可以减少沟通及信任成本，而不少银行的私人银行部也开始探索或直接开展私募股权投资相关业务，这也将令市场会变得更加多元化和市场化，资金渠道的拓宽将极大推动中国私募股权投资市场的发展。

2、 2010 年全球 IPO 有望进一步回暖 创投机构渐入退出期

2010-2-1 中国证券报 徐畅

2010 年，在投资者信心继续向好、宏观经济稳步回升的基础上，全球 IPO 有望进一步回暖。而中国企业在境内外经济回暖、资本市场日渐活跃的环境下，有望继续领跑全球 IPO。随着创业板和中小板上市数量的增多，2010 年将有更多本土创投机构有机会从境内资本市场退出，同时获得较高的投资收益。

新股上市创新高

随着全球经济的进一步，企业融资需求也将逐渐凸显。清科研究中心预计，2010 年中国境外上市有望继续回暖，上市数量预计可达 85 家。其中香港主板、纽约证券交易所、NASDAQ 市场依然是中国企业上市的主流市场。

在境内市场，1 月份的上市节奏已初现资本市场加快扩容端倪。根据清科研究中心对新股发行的持续跟踪，2010 年中国过会企业资源相当丰富。自 2009 年证监会新股发审工作重启以来共 191 家公司通过审核，其中 71 家企业在 2009 年上市，30 家在 2010 年 1 月份上市，已通过审核但尚未上市的企业多达 90 家，其中 11 家企业已进行完或正在进行网上申购。其上市扩容力度前所未有。而目前证监会的新股发行审核工作仍在有序进行，每月约有 15 家中小企业板拟上市企业通过审核，创业板每月通过审核的企业也有望达到 20 家。

清科研究中心分析师张静宇表示，按 2009 年上交所、中小企业板和创业板从过会到上市的时间频率估算，并考虑受下半年通胀预期增加、货币政策可能轻微收紧、限售股大量解禁、部分大额资金流入股指期货市场等因素影响，2010 年上交所上市企业数量将达 15 家，深圳中小企业板和创业板上市数量平分秋色，预计分别达到 120 家。

创投回报率喜人

随着中国创投和私募股权市场的发展和完善，众多的投资机构多渠道猎取优秀企业，大量有潜在上市机会的企业都获得了 VC/PE 基金的资金支持。2009 年在境内上市的 99 家企业中，有 47 家企业获 VC/PE 机构的支持。

2010 年，这种态势将继续延续。清科研究中心数据显示，在 2010 年 17 家已上市及 90 家未上市企业中，31 家企业背后共有 53 家本土 VC/PE 投资机构的支持，其中 PE 机构 3 家，VC 基金 55 家。随着创业板和中小板上市数量的增多，2010 年将有更多本土创投机构有机会从境内资本市场退出，同时获得较高的投资收益。

深圳市同创伟业创业投资有限公司合伙人丁宝玉近日表示，已经上市的 36 家创业板企业平均市值为 45 亿，按照市场对 2010 年预测 300-400 家上市数量乐观预测的话，以 40%-60% 的公司有创投机构投资计算，按行业整体行情创投机构持股比例 5%-20%、上市后平均赚 10% 计算，2010 年整个上市公司给创投机构产生的账面收益将达到 600 亿。未来三到五年依然是创投机构大发展时机。

3、 2010 全美风投预测报告：全球增长点在中国

2010-2-10 融资中国 彭云翔

全美风险投资协会 2010 年 1 月 11 日发布的最新数据显示，尽管 2009 年第 4 季度风险投资行业有所增长，但 2009 年依然是 2003 年以来风险投资行业增长最为缓慢的一年。根据全美风险投资协会和路透社的数据显示，2009 年第 4 季度美国风险投资公司从 32 支基金募集到 38 亿美元。2009 全年从 120 支基金募集到 152 亿美元，从募集金额看，2009 年募集的金额为 03 年以来的新低。而从募集的基金数量看，2009 年募集的基金数是自 1993 年以来的新低。

全美风险投资协会主席马克·希森先生指出，从 2009 年众多风险投资公司主动放弃募集市场看，去年如此低的募集量就不足为奇了。尽管如此，业内已有多家机构开始布局 2010 年的募集市场了。

让我们跟随全美风险投资协会每年发布的《风险观察 2010 版》来看看风投业内人士如何判断 2010 年美国风投行业的发展趋势：

风险投资人士对 2010 年风投行业发展持谨慎乐观的态度，在风投业发展的同时，无法避免风投行业资源萎缩的现状。受访者认为，2010 年风投业将寻找渐进式增长的投资行业和退出机制，未来五年资产类别将会持续减少。前景乐观的领域包括：清洁技术领域、成长股权、晚期公司及增长的海外市场机遇。

本期全美风险投资协会的行业调查起止日期为 2009 年 11.30-12.8，包括了来自美国各地的 325 位风险投资专业人士参与了调查。

更多的钱投到更多的公司

大多数受访者预计，2010 年风投行业大部分钱将会分散到更多的投资组合中的公司去。63%的受访者认为，今年的总体投资规模将与去年持平或增加；44%的人士预测总投资金额将达到 210-250 亿美元。有半数受访者预计将有更多的公司从风投融资。1/3 的受访者认为投资组合里的公司数目将维持不变。

清洁技术领域将继续受到青睐

54%的风投人士预测，2010 年在清洁技术领域的投资将会在更高的投资水平上增长。其他一些为风投人士所喜爱的行业包括：互联网（预计投资增长率 46%），传媒和娱乐（33%）以及软件行业（32%）。

2010 年在生命科学领域方面，投资倾向在医疗设备和生物技术两个领域平分秋色。受访者人数对于在生物技术方面的投资是增加、减少还是不变的回答几乎均等。在医疗设备方面，38%的受访者预测投资水平将保持不变，而各占近三成的受访者认为投资水平会增长或下降。

大多数风投人士认为半导体行业投资将会下降。64%的受访者预测该行业在 2010 年达到较低的投资水平。许多风投人士认为无线行业将会萎缩，37%的人认为该行业明年将达到较低水平。

增长点在中国

绝大多数的受访者认为将有更多的投资流向亚洲，其中 70% 的风投人士预测，2010 年的投资增长点在中国，而 58% 的受访者则认为在印度。与此相反，大多数（53%）的风投人士认为，2010 年在以色列的投资将会下降。45% 的受访者认为风投在欧洲的投资将保持不变。

晚期投资预期增加

根据调查结果显示，大多数风投人士认为成长股权投资将会持续增长，55% 的被调查者预计 2010 年该投资将有所增加。53% 的人认为晚期投资市场将有所增加；而 49% 的人会投资在扩张阶段。少数风投人士认为年轻公司的投资将会增加，45% 的受访者认为早期和种子期的投资将会有所增加。

希森先生指出，在所有预测中，最令人担心的是相当多的人对种子期和早期的投资缺乏热情。疲软的退出市场交织着新的税收政策提议，严重打击了风投人士的长期投资热情，巨大的压力之下风投家们只能转向晚期投资市场。尽管如此，如果我国继续建立新的创新性公司的话，种子期和早期的公司则是我们必须支持的产业通道。我们需要环境来发展这些早期阶段的投资者。

促进退出机制

在退出市场方面，大多数风投人士预计由风投投资的首发上市公司数量不会大增，74% 的受访者认为明年将有 20 多家风投企业上市，平均值为 26.3 家。只有 10% 的风投人士认为上市的公司将超过 50 家。

大多数风投人士都看好并购市场，其中 91% 的人认为并购数量将会增加，63% 的受访者预计交易总额将会更高。

全行业萎缩

风投人士一致认为，风投产业将呈现萎缩。87% 的人认为，2010 年新募集的平均资金规模将小于以前的基金规模。受访者预计，有限合伙人会有新的变化趋势，48% 的人预计 2010 年将会有更多的国外有限合伙人参与投资美国本土的风投基金。

90%的风投人士预计，未来五年风投公司的数量将有所减少。72%的人认为风投业将萎缩1%-30%。

尽管从长期看来合并是趋势，但大多数风投人士预计明年美国国内将不会有太大变化。63%的人认为本公司内的投资专家人数将保持不变，71%的人认为管理层的人数也不会有变化。

希森先生认为，风投行业内部并购不会马上来临。这将是一个渐进的过程，随着时间的推移，能募集到资金的风投资公司数量将减少，而这些募集到的资金额度也会减小，风投的公司数量将会萎缩，行业内重组则会到来。

大多数风投人士预测 2010 年他们将会继续保持在原来的地区开展业务，仅有 20%的人预测将会有新增的外地区交易。从交易地域性的观点看，72%的人预计将保持现有的投资策略。

4、 开年首月中国并购市场依旧热闹 VC 和 PE 投资出现降温

2010-02-09 作者：吴正懿 文章来源：上海证券报

新年伊始，中国并购市场依旧热闹非凡，VC/PE 投资则出现降温。2010 年 1 月，中国市场共发生 30 起并购案例，其中包括 5 起跨国交易，披露数额的 21 起并购案例涉及金额 13.84 亿美元。VC/PE 市场的投资案例数量及交易金额环比则均出现下降。

刚刚过去的 2009 年可谓风云迭起的“并购之年”。数据显示，2009 年，中国市场共完成 294 起并购交易，披露的 235 起并购交易总额达 331.47 亿美元。其中，中国企业主导的海外并购达 38 起，同比增长 26.7%，披露的交易额高达 160.99 亿美元，同比增长 90.1%。

2010 年开局，风起云涌的并购案仍在延续。据统计，1 月份发生的 30 起并购案中，12 起发生于传统行业，占总数的 40.0%，涉及金额 7.39 亿美元，占已披露并购总额的 53.4%。此外，广义 IT 行业发生并购 11 起，涉及金额 7539 万美元，占已披露并购总额的 5.4%。服务业领域的并购案仅 5 起，但涉及金额达 5.59 亿美元，占已披露总额的 40.4%。从区域看，

境内并购有 25 起，涉及金额 10.23 亿美元，分别占并购案例总数的 83.3%和已披露金额的 74.0%；跨国并购发生 5 起，涉及金额 3.61 亿美元，分别占总数的 16.7%和已披露金额的 26.0%。

2009 年中国并购市场一个显著特征是，“重磅大戏”集聚于资源性领域。当年的 10 大并购交易中，资源性领域的并购占据 8 席，其中，中国石化以 75.02 亿美元收购瑞士 Addax 石油公司，成为 2009 年规模最大的并购交易。今年 1 月，最为人津津乐道的并购案同样来自资源性领域——四川汉龙集团出资 2 亿美元收购澳大利亚铂矿有限公司 51%的股份，将后者的控股权收入囊中，成为迄今为止中国民企在澳洲的最大收购项目。

今年 1 月份发生的海外并购案，还有中集集团收购烟台莱佛士 28.66%股权、海航集团收购澳大利亚 Allco 公司飞机租赁业务等。

相比并购市场的激荡，VC/PE 的投资热情降温。清科研究中心的统计显示，今年 1 月，中国 VC/PE 市场已披露的投资案例共有 24 起，与上月的 56 起环比下降 57.1%；披露的投资金额为 3.43 亿美元，与上月的 3.88 亿美元环比下挫 11.6%。但广义 IT 领域尤其是电子商务领域表现突出。

数据显示，今年 1 月，广义 IT 领域 VC/PE 的投资案例有 9 笔，占当月总数的 37.5%；投资金额 1.81 亿美元，占总金额的 52.8%。具体分析，VC/PE 对广义 IT 的投资主要流向互联网行业，其细分行业电子商务吸引了 3 笔注资。其中最大一笔投资源自京东商城，其获得高达 7500 万美元的 C1 轮投资。领投方老虎环球基金表示，年底前还将有 C2 轮投资到账，总金额逾 1.5 亿美元，成为金融危机以来国内互联网领域金额最大的一笔融资。同在 1 月份，联想投资也完成了对蛋糕电子商务网站 21cake 千万元的注资。

庞大的市场将推动互联网业更快发展，电子商务作为一项重要业务正日益崛起，“电子商务领域将成为 2010 年 VC/PE 投资的热点。”

5、 IPO “新政” 后新股频频破发，反证新股发行改革取得阶段性成果

发表时间：2010-2-10 来源：《瞭望》

中国证监会日前在上海召开“新股发行体制与改革研讨会”，再次谋划新股发行制度。其实，去年年中前后，IPO 重启进入倒计时，就连续出台了《关于进一步改革和完善新股发行体制的指导意见》《关于做好新股发行体制改革后新股询价工作的通知》和《股票上网发行资金申购实施办法》。这些被业内称为“IPO 新政”的政策动作，受到了广大的业内外人士的关注，时至今日，随着新政的实施，自然也引起了社会不小的争论。

从 IPO 新政的实施初衷来看，就是通过市场定价，改变机构投资者报价不合理现象，并提高中小投资者中签率。经过半年的运行，从 IPO 重启之后的新股发行定价来看，新股发行制度改革的效果还不太明显，除四川成渝的发行市盈率为 20 倍外，大部分新股的市盈率都在 50 倍以上，有的甚至高达百倍以上，已经远远超过了二级市场的平均水平，募集资金也远高于计划目标。

于是，出现了“高价发行、高市盈率和超高募集资金”的“三高”现象。其结果便是大量新股上市成功后便接二连三地“破发”，打破了新股不败的神话。一直以来，我国证券市场就长期存在新股二级市场和一级市场的价差现象，客观上造成“新股不败”神话，也使得当前新股破发显得尤为受人瞩目。

但从新股频频破发这一事件本身看，这也表明市场本身的调节机制在起作用，发行定价过高使新股在二级市场遭到冷遇，也属正常。而从我国新股发行制度改革的进程来看，从新股不败到新股破发，也是一个历史的变迁。

这意味着，一级市场和二级市场的定价基准开始接轨，逐渐还原一级市场的投资风险，新股上市首日爆炒现象开始出现变化，也是新股发行改革的一个阶段性成果。一方面有利于纠正“新股不败”所发出的不合理资本示范效应，另一方面也有利于价值投资理念的培育。现在，一些市场舆论将新股破发归因于 IPO 重启，尤其是 IPO 新政，但从我国新股发行定价改革的历史进程考察，此次新政无疑推进了我国新股发行定价机制的市场化进程。

作为新兴资本市场，我国新股发行制度的演进基本上沿着从行政管制向市场化演进的轨迹在渐进进行，大致讲，可分为以下四个阶段：一是 1990-1998 年底以固定市盈率水平确定新股发行价格；二是 1998 年后摆脱行政束缚，开始放宽与淡化市盈率水平发行方式，确立发行的利益关系人决定价格的原则，走向市场化；三是 2001 年开始“半市场化”的上网定价发行；四是 2004 年开始迈向市场化的询价制发行方式。

而作为对市场化定价方式的再次推进，此次 IPO 新政则主要是针对 A 股市场在 IPO 发行中出现的一些问题，尤其是对融资方式的定价、发售、承销和信息披露环节进行调整和规范。其一，完善询价和申购的报价约束机制，使新股发行定价能够反映市场价格；其二，优化网

上发行机制，将网下、网上申购参与对象分开，对每一只股票发行，任何股票配售对象只能选择网下或网上一种方式进行新股申购；其三，对网上单个申购账户设定上限，原则上不超过网上发行股数的 1%。其四，加强对所有参与人的新股认购风险提示，以期避免市场大起大落。

IPO 新政实施以来，尽管接二连三的新股破发，但客观地讲，从发行体制改革实施前后的新股询价与申购业务相关数据进行统计和比较分析后，我们可以看出，在行业治理管理方面，此次改革也取得了一系列阶段性成果：

一是新股市场化定价的程度有所提高，新股发行动态市盈率与市场平均估值水平比较趋近；二是网上发行的冻结资金减少；三是向有意愿的个人投资者倾斜，个人投资者中签的户数得到提高；四是新股首日上市涨幅降低；五是市场参与主体履职尽责逐步清晰，主承销商的意识增强，询价对象更加注重研究公司的资本面，提高自己的判断能力，公众投资者也更加明晰融资的风险。此外，此次改革后，监管部门基本上对于新股发行的价格很少干预，或者基本上没有进行任何的干预，这也是新股发行市场化改革中一个非常重要的变化。

当然，此次 IPO 新政的推出，也未能解决我国新股发行过程中的所有问题。还需要继续通过深化改革的方式来解决相关的问题。新股发行制度改革，就其核心内容而言，其实就是一个新股定价机制市场化的问题。定价机制市场化进程要取得更大进展，无疑需要进一步培育健全有效的市场约束机制，这需要强化发行人、投资人、承销商等市场主体归位尽责。

为此，需要在制度设计上进一步完善新股询价制度。对于上市公司，要强化其对信息披露的透明度和准确度，而且对其超募资金实施严格的监管；对于机构投资者，要强化对其在询价过程中的约束力；对于承销商，在要求其提高定价能力、引导理性竞价的同时，还应要求其为市场提供高质量的投资价值研究报告。当然，在发行制度上，还应考虑在时机成熟时，实行存量发行，将原有老股东所持有的股权出售给二级市场投资者，进一步推进新股发行的市场化。

二、 IT 技术/芯片专业

1、 物联网市场持续升温 五大瓶颈因素有待突破

发布时间：2010.03.09 08:16 来源：赛迪网-中国计算机报

【赛迪网讯】



2009 年对中国物联网的发展来说，可谓是不平凡的一年。在这一年，无锡建立了物联网基地;也同样是在这一年，传感器网标准化工作小组成立，标志着我国将加快制定符合我国发展需求的传感网技术标准，力争主导制定传感网国际标准。

物联网带来集群效应

物联网市场潜力巨大，物联网产业在自身发展的同时，还将带动微电子技术、传感元器件、自动控制、机器智能等一系列相关产业的持续发展，带来巨大的产业集群效应。

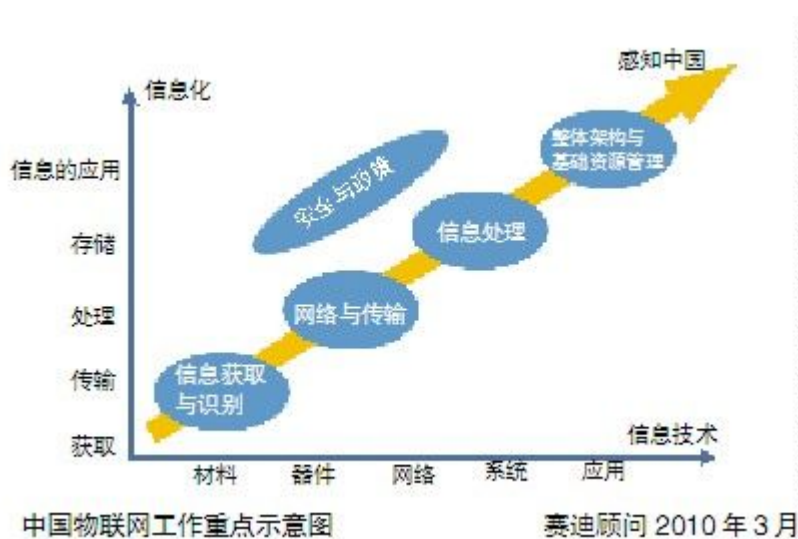
赛迪顾问研究显示：物联网是信息产业领域未来竞争的制高点和产业升级的核心驱动力。发展物联网产业不仅是提升信息产业核心竞争力、推动经济转型升级、增创发展新优势的战略选择，也是改造提升传统产业、促进两化融合的重要手段。

未来物联网产业的核心层面将形成于四大产业群，即共性平台产业集群、行业应用产业集群、公众应用产业集群、运营商产业集群。这四大产业集群构成了与物联网应用关联度最高的产业群体，并带动传感器、集成电路、软件等相关的一般关联产业群进入高速发展期。从整体市场规模来看，2010 年中国物联网产业市场规模将达到 2000 亿元;至 2015 年，中国物联网整体市场规模将达到 7500 亿元，年复合增长率超过 30%;到 2020 年，物物互联业务与现有人人互联业务之比有望达到 30：1，物物互联将成下一个万亿产业。从应用层面来看，中国物联网产业在公众业务领域以及平安家居、电力安全、公共安全、智能交通、环保等诸多行业的市场规模均将超过百亿元甚至达到千亿元。

细分市场差距很大

物联网具有广阔的行业应用需求，可被广泛应用于交通、安防、物流、零售等重点领域。然而，由于不同行业在物联网政策倾向、技术与市场成熟度等方面差别较大，物联网的细分市场并不均衡。一方面，物联网已在我国公共安全、民航、交通、物流、环境监测、电力等行业初步得到规模性应用。目前国家电网已经采用双向传输的电力线标准，第一批智能电表的招标工作也在近期结束。而就智能水表和智能暖气表来说，可通过 GPRS、CDMA 等无线通信标准进行无线抄表，甚至可以采用 ZigBee、蓝牙等标准进行人工无线抄表。同时，智能家居、智能医疗等面向个人用户的应用已初步展开。另一方面，由于区域分布不均衡，以及物联网关键技术攻关与应用示范系统建设尚处初级阶段，像城市智能灾害防控、智能医护等应用才刚刚起步，无论在技术还是规模上均有很大的发展空间。

【赛迪网讯】



2009 年对中国物联网的发展来说，可谓是不平凡的一年。在这一年，无锡建立了物联网基地；也同样是在这一年，传感器网标准化工作小组成立，标志着我国将加快制定符合我国发展需求的传感网技术标准，力争主导制定传感网国际标准。

物联网带来集群效应

物联网市场潜力巨大，物联网产业在自身发展的同时，还将带动微电子技术、传感元器件、自动控制、机器智能等一系列相关产业的持续发展，带来巨大的产业集群效应。

赛迪顾问研究显示：物联网是信息产业领域未来竞争的制高点和产业升级的核心驱动力。发展物联网产业不仅是提升信息产业核心竞争力、推动经济转型升级、增创发展新优势的战略选择，也是改造提升传统产业、促进两化融合的重要手段。

未来物联网产业的核心层面将形成于四大产业群，即共性平台产业集群、行业应用产业集群、公众应用产业集群、运营商产业集群。这四大产业集群构成了与物联网应用关联度最高的产业群体，并带动传感器、集成电路、软件等相关的一般关联产业群进入高速发展期。从整体市场规模来看，2010 年中国物联网产业市场规模将达到 2000 亿元；至 2015 年，中国物联网整体市场规模将达到 7500 亿元，年复合增长率超过 30%；到 2020 年，物物互联业务

与现有人人互联业务之比有望达到 30：1，物物互联将成下一个万亿产业。从应用层面来看，中国物联网产业在公众业务领域以及平安家居、电力安全、公共安全、智能交通、环保等诸多行业的市场规模均将超过百亿元甚至达到千亿元。

细分市场差距很大

物联网具有广阔的行业应用需求，可被广泛应用于交通、安防、物流、零售等重点领域。然而，由于不同行业在物联网政策倾向、技术与市场成熟度等方面差别较大，物联网的细分市场发展并不均衡。一方面，物联网已在我国公共安全、民航、交通、物流、环境监测、电力等行业初步得到规模性应用。目前国家电网已经采用双向传输的电力线标准，第一批智能电表的招标工作也在近期结束。而就智能水表和智能暖气表来说，可通过 GPRS、CDMA 等无线通信标准进行无线抄表，甚至可以采用 ZigBee、蓝牙等标准进行人工无线抄表。同时，智能家居、智能医疗等面向个人用户的应用已初步展开。另一方面，由于区域分布不均衡，以及物联网关键技术攻关与应用示范系统建设尚处初级阶段，像城市智能灾害防控、智能医护等应用才刚刚起步，无论在技术还是规模上均有很大的发展空间。

正因为物联网产业具有关联度大、渗透性高、应用范围广等特点，诸多细分市场发展才不能保持绝对的均衡。按照关联度大小，重点培育和发展核心产业，鼓励发展支撑产业，以应用促进带动产业发展成为目前发展物联网产业的核心策略。

物联网发展瓶颈因素分析

综观中国物联网产业发展现状与趋势，喜忧参半。物联网行业应用需求广泛，潜在市场规模巨大，政府各部门对发展物联网产业态度积极，这是产业发展之“喜”。“忧”的一面主要表现在在物联网产业发展初期阶段，存在诸多产业发展约束因素。赛迪顾问研究发现，中国物联网产业突破发展的关键因素主要有以下五个方面：

首先是标准化体系的建立。物联网在我国的发展还处于初级阶段，即使在全世界范围，都没有统一的标准体系出台，标准的缺失将大大制约技术的发展和产品的规模化应用。

其次是自主知识产权的核心技术突破。作为国家战略新兴技术，不掌握关键的核心技术，就不能形成产业核心竞争力。因此，建立国家级和区域物联网研究中心，掌握具有自主知识产权的核心技术将成为物联网产业发展的重中之重。

三是积极的可行性政策出台。出台相关的可行性产业扶持政策是中国物联网产业谋求突破的关键因素之一。“政策先行”将是中国物联网产业规模化发展的重要保障。

四是各行业主管部门的积极协调与互动。物联网应用领域十分广泛，许多行业应用具有很大的交叉性，但这些行业分属于不同的政府职能部门，在产业化过程中必须加强各行业主管部门的协调与互动，才能有效地保障物联网产业的顺利发展。

五是重点应用领域的重大专项实施。推动物联网产业快速发展还必须建立一批重点应用领域的重大专项，推动关键技术研发与应用示范，通过“局部试点，重点示范”的产业发展模式来带动整个产业的持续健康发展。

2、 2009 年中国物联网发展回顾与展望

发布时间：2010.03.08 13:49 来源：赛迪网 作者：Barry

【赛迪网讯】2009 年对中国物联网的发展可谓是不平凡的一年。8 月 7 日，国务院总理温家宝在无锡微纳传感网工程技术研发中心视察并发表重要讲话，表示中国要抓住机遇，大力发展物联网技术。8 月 26 日，工信部总工程师朱宏任在中国工业经济运行 2009 年夏季报告会上表示，我国也正在高度关注、重视物联网方面的研究。9 月 11 日，工信部传感器网络标准化工作小组的成立，标志着我国将加快制定符合我国发展需求的传感网技术标准，力争主导制定传感网国际标准。11 月 3 日，温家宝总理在人民大会堂向首都科技界发表了题为《让科技引领中国可持续发展》的讲话，再次强调科学选择新兴战略性新兴产业非常重要，并指示要着力突破传感网、物联网关键技术。

中国政府高层一系列的重要讲话、研讨、报告和相关政策措施表明：大力发展物联网产业将成为中国今后一项具有国家战略意义的重要决策，各级政府部门将会大力扶持物联网产业发展，一系列对物联网产业利好的政策措施也将在不久后出台。

值得一提的是，9 月中旬，中国股市在受钢铁、银行、券商、基金重仓等权重板块集体倒戈的影响下，大盘一路下滑，但以远望谷、新大陆、厦门信达、东信和平、大唐电信、上海贝岭为代表的物联网题材股逆势拉升，连续数天涨停。物联网概念股的疯狂逆向拉升充分表明了物联网的强大生命力和影响力，物联网再次在中国掀起了巨大波澜。

物联网市场潜力巨大，物联网产业在自身发展的同时，还将带动微电子技术、传感元器件、自动控制、机器智能等一系列相关产业的持续发展，带来庞大的产业集群效应。赛迪顾问研究显示：中国物联网产业在公众业务领域以及平安家居、电力安全、公共安全、健康监测、智能交通、重要区域防入侵、环保等诸多行业的市场规模均超过百亿甚至千亿，2010 年中国物联网产业市场规模将达到 2000 亿元，至 2015 年，中国物联网整体市场规模将达到 7500 亿元，年复合增长率超过 30%，市场前景将远远超过计算机、互联网、移动通信等市场。

物联网具有广阔的行业应用需求，但各行业发展并不均衡，整体来看，中国物联网产业发展仍处于初级阶段，技术、标准、产品以及市场并不成熟。细分市场方面，交通、安防、物流、零售、电力、金融、环保、医疗等将成为物联网行业应用的重点领域，但由于不同行业在物联网政策倾向、技术与市场成熟度、市场需求等方面差别较大，物联网的细分市场发展差距很大。

3、 TD-LTE 准备规模测试 高通参加现阶段试验

发布时间：2010.03.04 13:55 来源：C114 中国通信网 作者：于艺婉

两个月后，上海世博会将如期举行，而备受关注的 TD-LTE 试验网也将在世博期间公开亮相。与此同时，TD-LTE 工作组的既定日程也在紧锣密鼓地进行，近日，有知情人士透露，TD-LTE 规模试验的工作也在准备中。

据悉，TD-LTE 技术试验分为三个阶段：概念验证阶段、研究开发技术试验阶段、规模试验阶段。正在进行的 TD-LTE 研究开发技术试验开始于去年第三季度。该试验以“集中领导、统一规划、分步实施”的方式，为实现“加速推进 TD-LTE 技术和产品成熟”的目标。

高通参加现阶段 TD-LTE 试验

大唐、华为、中兴、上海贝尔、普天、烽火、新邮通、爱立信、诺基亚西门子、摩托罗拉共十家系统设备厂商参加了现阶段进行的 TD-LTE 研究开发技术试验。2 月底，摩托罗拉已经在 2010 中国上海世博会世博中心成功部署了一个 TD-LTE 网络，并在该场馆内完成了业内首次的 TD-LTE 空中下载（OTA）数据会话。

而 TD-LTE 的芯片阵容也颇为强大。除了展讯、T3G、联芯、重邮信科等老面孔外，高通公司也参与到了现阶段的 TD-LTE 测试，高通公司去年底在香港表示，2010 年将推出一款 TD-LTE 芯片。海思、中兴微电子、创毅视讯、苏州简约纳也在第二阶段测试中榜上有名。

终端测试国内三厂商参加

和 TD-SCDMA 当初发展的路径一样，终端的研发要落后于系统和芯片。在目前正在进行的 TD-LTE 技术试验中，只有联想、海信和宇龙三家终端厂商参加，国外手机厂商还没有明确的 TD-LTE 终端规划，而服务于世博会的 TD-LTE 终端也只限于数据卡产品。

TD-LTE 测试仪表环节也相对薄弱，目前，只有星河亮点一家仪表厂商参加。就在 2 月 26 日，中国移动在北京某酒店召开了 2010 TD-LTE 测试仪表会议，40 余家厂商的 200 多位代表参加了该会议，与会期间，中国移动呼吁国际厂商能够更多地参与到 TD-LTE 中。

按照 TD-LTE 工作组的规划，规模试验将从今年年底开始，规模试验将进行多个城市规模网络试验、规模组网性能测试以及面向商用系统、芯片、终端层面的测试。

4、 三大运营商因技术不统一面临手机支付瓶颈

发布时间：2010.02.10 11:34 来源：每日经济新闻 作者：陈未临

2 月 5 日，中国电信在上海南京路步行街发布了手机刷卡业务，办理了该业务的上海电信用户只需“刷”手机即可在南京路上 50 家指定商户内消费购物。这是继中国联通去年 4

月在上海推出手机公交卡业务和中国移动今年 1 月在上海推出手机地铁票和手机世博票之后，三大运营商再次在上海推出“类手机支付业务”。

之所以被称为“类手机支付业务”，是因为上述业务只分别实现了对公交、世博门票或约定商户的“刷手机”，而并未真正如银行卡一样深入消费的每个细节。但不可否认的是，随着 3G 应用在中国的普及，这一块市场正迎来巨大的发展机会，但同时，也面临着技术上的瓶颈。

运营商各自为战

据一位手机支付业务解决方案提供商人士介绍，在打造整个手机支付产业链方面，中国移动要稍早于其他两家。“目前中国移动的 RFSIM 卡技术已经形成一套标准，相对完备，芯片提供商只要按照他的标准来做就可以了。在这方面，中国移动比中国电信和中国联通两家要动得早一些”。

据《每日经济新闻》了解，上海电信此次推出的手机支付业务首批与上海南京路步行街的 50 多家商户签约。电信用户要开通此业务，需在营业厅更换一张 UIM 卡，并在内置的电子钱包中充值，即可在签约商户刷手机消费。上海电信公司方面透露，今年下半年将会把该业务的签约商户从南京路扩大到全市的各个商圈，预计到 2010 年底签约商户可以达到 3000~4000 家。

早在去年 4 月，中国联通已经率先在上海发布了其基于 NFC 技术的手机支付业务，可以刷手机乘坐公交地铁。之后，国产手机厂商七喜公司为中国联通定制的内置 NFC 芯片的刷卡手机亮相 GSMA2009 年亚太专题会议。然而，到目前为止，中国联通的这款刷卡手机还只能实现刷公交卡的功能，不能与银行卡绑定。

与电信、联通相比，中国移动的手机支付范围更广。今年以来，中国移动已相继在上海、北京、重庆等地启动了手机小额支付业务的试点。今年初，上海移动开通了“世博通”手机钱包，随后推出了刷手机乘地铁的业务，并与全市 1000 多家商户合作推动手机消费。1 月底，北京移动联手好利来、金凤呈祥、天客隆、嘉禾一品等连锁商户，以及京郊多家滑雪场、温泉度假村等 600 家商户推出了刷手机消费业务。2 月初，中国移动又分别在曲阜师范大学、淮阴师范学院等高校内推出了针对特定用户的“RFSIM 卡”校园一卡通业务。

去年 3 月 27 日，中国移动全国唯一全网手机支付平台在湖南建成并正式上线试运行，这被业界看作中国移动着力圈地手机支付的标志性事件。上述手机支付业务解决方案提供商人士介绍，和外围配套服务的完善相比，支付平台的建设和安全保障是件重要而艰巨的任务。而移动庞大和完善的代收费和信用系统已经为支付应用打下很好的基础，但在真正打造类似于支付宝这样的第三方清结算平台上，不论是移动还是其他两家运营商都还有很多工作要做。

解决方案之争

在三大运营商开始争夺手机支付市场时，产业链上位于他们上游的解决方案提供商们也正展开激烈的暗斗。

上述手机支付业务解决方案提供商人士在接受《每日经济新闻》采访时表示，在构成移动支付业务的账户、载体、支付环境这三个关键环节上，运营商只占据了载体一个方面。当前，手机支付业务的技术标准分 NFC（NearFieldCommunication，近距离通信技术）和 RFID（非接触式射频识别技术）两大阵营，各自阵营里有多种不同解决方案，使得运营商在打造手机支付产业链上面临较大瓶颈，导致当前已面世的手机支付业务面临诸多限制。

据《每日经济新闻》不完全统计，目前上海有上海复旦微电子股份有限公司、锦诺信息科技有限公司和瀚银科技公司三家手机支付解决方案提供商。

其中，为上海联通提供手机公交卡解决方案的复旦微电子公司和在北京通信展上承展中国电信集团手机支付业务的瀚银科技公司同属 NFC 阵营，不过复旦微电子提供的是 NFC 芯片内置手机终端的解决方案，在日本、韩国等国普遍使用，但用户需要为此更换内置 NFC 芯片的手机；而瀚银科技提供的是 NFCSD 卡的解决方案，这种方案只需在手机中插入 NFCSD 卡，但对手机终端的操作系统要求较高。至于锦诺信息科技有限公司的技术，与中国移动目前自推的集成 RFID 的 SIM 卡技术基本一致。

《每日经济新闻》注意到，在去年下半年北京通信展上，中国电信集团层面展出的是瀚银的 NFCSD 卡方案，但目前在上海实际应用的变成了锦诺的 RFSIM 方案。对此，上海电信手机支付业务解决方案提供商锦诺信息科技有限公司的市场部经理宫明魁表示，三大运营商目前在手机支付的解决方案上，还在进行着多种尝试，“尝试下来哪个方案好，以后就用哪个，我们的竞争机会也在这里。”

业内专家指出，目前手机支付技术的两大阵营中，NFC 技术、NFC 芯片和应用安全芯片是独立于 SIM 卡之外的，这项技术在日韩的应用相当广泛和成熟，也深受用户喜爱，但是涉及到终端的更替，推广阻力较大；而 RFSIM 技术相比 NFC 方案优点是不用换手机，但缺点是天线不能完美隐藏在机器内部，“而且 RFSIM 技术在频率标准上到底是 13.65MHz 还是 2.4GHz，目前中国移动与中国人民银行还有分歧”。

私募正调研相关公司

虽然尚处于起步阶段，但手机支付已吸引到了投资人的目光。

日前，深圳某知名私募管理人在一个内部会议上就向《每日经济新闻》记者透露，“我们正在调研某手机支付公司”。该公司此前刚刚成功投资腾讯。该管理人没有透露被调研公司的名字。据了解，在国内上市公司中，和手机支付相关的公司包括成都卫士通(002268, SZ)、东信和平(002017, SZ)、高阳科技(0818, HK)、大唐电信(600198, SH)、中兴通讯(000063, SZ)、拓维信息(002261, SZ)、长电科技(600584, SH)、南天信息(000948, SZ)等。

根据易观国际 Enfodesk 产业数据库即将发布的《2009 年第 4 季度中国第三方支付市场季度监测》数据显示，2009 年第 4 季度，中国第三方支付市场交易规模达到 1849.1 亿元，

环比增长 19%，同比增长高达 117.1%。2009 年，中国第三方支付交易规模达 5808.4 亿元。除客户活跃程度不断提高的因素外，部分第三方支付厂商在公共事业缴费、航空机票、保险基金等领域所推出的新服务也为其交易规模的扩大起到了积极的推动作用。

目前，流行的手机支付业务流程涉及到的支付参与者包括：消费者、商户、移动运营商、第三方服务提供商、银行。其中消费者和商户是系统的服务对象，移动运营商提供网络支持，银行方提供银行相关服务，第三方服务提供商提供支付平台服务，通过各方的结合以形成手机支付的完整链条。经营主体资格上，主要有以移动运营商为运营主体、以银行为运营主体和银行与移动运营商合作、第三方支付服务提供商协助支持三种模式，目前最常用的就是第三种模式。

“在主导手机支付产业链上，其实银行比运营商有优势，账户、载体、支付环境银行都有，运营商要想真正操盘手机支付市场，主导整个手机支付产业链，首先要搞定银行”，上述解决方案提供商人士介绍，“银行其实对与运营商合作手机支付业务很感兴趣，只不过出于最首要的安全考虑，在手机支付还没有形成统一规范技术标准的情况下，银行是不会加入这个市场的，尤其是大银行。再者就是行业未来主导权的问题，银行也在考量，手机支付能给自己带来什么，是不是要强势投入主导这个产业”。

工信部统计显示，截至 2009 年 9 月，国内 7 亿多的手机用户中，手机上网用户已达到 1.92 亿人，并继续呈现稳定的增长态势。专家认为，在 3G 时代，如此庞大的手机上网人群蕴藏着巨大的手机消费能量，而运营商的手机支付战，将在技术标准基本统一、市场需求基本成熟后正式展开。

5、 重庆 10 万 IT 人一年食品订单上亿 蕴含商机

发布时间：2010.02.08 13:22 来源：重庆商报 作者：孙黎明 梁龄 刘渝畅 蓝山

5 年内，将有数十万人聚集西永微电子产业园，围绕这些人的吃饭、穿衣、文具采购，都有“大文章”可做。有人曾对富士康深圳龙华园区做过专项调查，在那里，每天需要 40 吨大米、200 多头猪、几万只鸡、几十万只鸡蛋，有 4 家洗衣厂专门为富士康员工洗衣服……

西永服务业商机多多，想去开店淘金的市民要趁早行动。

商机·分析

10 万 IT 人每年将吃掉 5.8 万头猪

富士康、广达、英业达进驻西永，3 年内就业人数将超过 10 万人，带来的第三产业商机有多大？重庆大正畜牧科技股份有限公司、潼南县高坝米业有限公司高层和盘溪水果大户认为，保守估计，仅是采购水果、猪肉和大米等商品，一年的订单就上亿元。

每年猪肉采购超 7000 万元

记者了解到，在富士康当员工，每顿饭都有1个水果，有苹果、香蕉、梨等品种任选；此外，在龙华园区，富士康还制定了肉等具体的伙食标准，不过每个城市的标准并不一样。

重庆大正畜牧科技股份有限公司市场部部长车国义给记者算了一笔账：按富士康、广达、英业达进驻西永园区全部投产，三年后每天有10万人用餐计算，若每人每天猪肉摄入量为3两，一天就将消耗15吨猪肉。而重庆地产猪肉的净重一般为每头90公斤，按这个比例计算，10万人每天将吃掉167头猪。如果除去休息时间，按每年350天计算，每年将吃掉5.8万多头猪。而目前白条肉的市场售价为15元/公斤，一头生猪的价格为1350元左右。按此推算，一年的猪肉采购大单就7890万元。

10万IT人可带动67万人生计

据悉，富士康此前在全国的员工总数为75万人左右，围绕这75万人的油、盐、米、茶等，共解决了500万人的生计。按富士康、广达、英业达重庆基地3年内员工人数10万人计算，就可解决近67万人的生计。

来自西永微电子产业园的消息称，该园区将按30万人的规模解决笔记本电脑生产基地生活设施配套。目前，园区完工投入使用的生活配套用房有10万平方米，可保证1万人入住。按上述数据推算，若有30万人就业西永，就可解决近200万人的生计。例如，市民可在笔记本电脑生产基地周边，开办文具店、面馆、网吧等门面。

洗衣业也蕴含巨大商机

“有调查表明，深圳龙华园区富士康员工每年洗衣费达6000万元，这个商机太大了”。昨日，重庆逸家家居装饰品有限公司总经理陆家斌一边接受记者采访，一边忙着和技术顾问联系洗衣药水研发的事。“我们在西永洗衣服是论斤算，不再是简单的以件来计。”

陆家斌说，之前他经营的产业主要是百叶窗加工和户外高级遮阳棚的经销安装。得知笔记本生产企业即将大规模投产的消息后，他便变卖了之前经营的窗帘加工厂，转行做起了洗染厂生意。

商机·反应

米商盯住两千万元商机

记者了解到，富士康集团派驻重庆的人员，日前已在盘溪市场等地展开摸底调查，以了解市场上油盐茶米等商品的供应和价格情况。不过，对于IT代工巨头带来的庞大的第三产业商机，重庆相关企业反应不一。记者调查发现，成长型企业面对商机热情高涨，而销售渠道已成熟的猪肉、鸡蛋、调味品企业并不“感冒”。

热

果商欲筹资百万接大单

重庆洪九果品有限公司总经理邓洪九说，以富士康、广达、英业达重庆基地为例，若每个员工每天吃 1 个苹果，1 个苹果重 0.3 斤左右，10 万员工一天就会消费掉 2 万~3 万斤水果。“质量中等的苹果，每斤价格 2 元左右，照此计算，每天的水果采购订单预计为 4 万~6 万元，一个月为 120 万~180 万元。”邓洪九表示，近期洪九果品公司将派专人与富士康人员联系，商谈果品配送等问题，“如能顺利合作，我将筹集上百万元资金运作”。

“对大米种植加工企业来说，这里面也有巨大商机。”潼南县高坝米业有限公司经理江安东认为，每人每天一般要吃半斤大米，10 万人一天的大米消费量为 25 吨，一年就是 8750 吨。现在中档大米的送到价为 2800 元/吨，这意味着，10 万人一年就要吃掉价值 2450 万元的大米。江安东称，该公司非常看重与这些 IT 企业的合作机会。

冷

渠道成熟企业“不感冒”

重庆大正畜牧科技股份有限公司市场部车国义部长告诉记者，他们还没有主动与这些笔记本生产企业联系过。原因是该公司旗下有自己设立的 20 多个超市和多家直供市场，已经形成了自己的销售网络，现在产品供不应求。此外，重庆正大有限公司销售部经理戴世彬也表示，他们的鸡蛋都是高档“绿色”鸡蛋，售价比普通鸡蛋贵一倍，销售渠道也比较成熟。按市场规律，富士康、广达、英业达这样的厂区食堂采购量很大，相对来说出价就不会高，对正大公司的吸引力也有所降低。

西永园区商业街节后投用

来自西永微电子产业园的消息称，今年春节前后，园区 3 万平方米的商业街将投入使用，届时餐饮服务功能将初步形成。据悉，目前该商业街的招商已完成 50% 以上，秦妈火锅、加州饮食集团、霸王兔、黔江鸡杂等已经进驻。据了解，从去年 9 月至今，西永商业街的租金 5 个月内涨了 10% 左右，目前还有 20 多家商户在商谈进驻。

富士康员工食堂正在选址

来自西永微电子产业园的消息称，目前，富士康正在就员工食堂进行选址，其首个食堂至少可容纳上千人同时就餐。资料显示，富士康深圳龙华园区有 20 多个员工大食堂，其中最大的食堂可以容纳 4000 人同时就餐，所有食堂加起来，中午会有 16000 多人就餐。

潼南欲提供蔬菜食品配套

重庆打造 IT 高地，潼南作为连接川渝两地的中心点，将发挥“绿色菜都”的产业优势，力争为西永的 IT 企业做好蔬菜食品供应配套。潼南县副县长刘顺伟表示，他们正在推动蔬菜大户与西永微电子产业园管委会接洽，若能成功入围，不仅会延伸潼南的蔬菜产业链，同时也将带动更多农民致富。据刘顺伟介绍，潼南县还计划依托当地的化工园区，做好西永的 IT 产业配套，例如重点发展 IT 包装产业等。

6、 电子纸:E-Ink 高度垄断 新技术艰难推进

发布时间: 2010.02.08 08:55 来源: 赛迪网-中国电子报 作者: 赛迪网-中国电子报

【赛迪网讯】

电子纸阅读器(电子书或称电纸书)市场正在升温。去年10月环球资源香港电子展上我们已经看到电子书的身影,但参展产品并不多。今年美国CES展会,电子书成为最为抢眼的电子产品。电子书的升温,为其上游关键组件——电子纸提供了商机。电子纸的蓬勃发展是不是会为液晶面板企业带来新商机?答案是肯定的。但同时,我们也发现,电子纸技术的高度垄断也在一定程度上影响了其应用的普及和发展。

电子书产业链发展环境已具备

2010年将迈入高速成长期

教育将是最大应用市场

市场方面,美国亚马逊书店推出的Kindle结束了电子书市场长期摸索的时代,掀起美国电子书的热潮。在中国电子书市场,汉王一直扮演着行业龙头的角色,方正、翰林、大唐、微星、易狄欧、易博士、博朗等企业电子纸阅读器的投入也在不断增加。据相关市场调查机构预测,2010年电子书将迈入产品的高速成长期,全球电子纸阅读器产业规模2010年的增长率将达到152.3%,市场规模为769万台,至2013年更将成长到1976万台。天马微电子股份有限公司开发部工程师徐丽华在接受《中国电子报》记者采访时表示,电子纸阅读器因其低能耗、环保、高信息量存储等特点将逐渐替代纸质阅读,涉及消费类的移动设备(手机)、电子书、电子报纸及办公商务、教科书等等领域。徐丽华认为,目前电子书涉及的消费类市场只占据电子阅读市场的较小份额,未来电子阅读可以替代纸张被广泛接受的话,教育及办公商务领域将跃居电子阅读器最大应用市场,可达到数千亿元的市场规模。

政策方面,今年年初工业和信息化部组织召开电子书产业发展与应用研讨会。参会的单位囊括了电子书相关的关键材料研究开发、驱动背板研发、器件制造、终端制造、内容提供及运营商等。加强技术的研发合作,同时加强产业链上下游企业间的沟通与交流,成为推动我国电子书产业链健康发展的共识。

由此,我们不难看出,高速成长的应用市场,让电子纸生产商发现了商机。良好的政策环境,也让电子书关键材料的研发单位看到了希望。

电子墨水高度垄断新技术尚待突破

目前90%采用E-Ink技术

其他技术尚未实现量产

电子纸其实就是一种超薄、超轻的显示屏，谈电子纸，必然会谈及电子墨水，电子墨水就是胶片上“涂”在显示屏上的一层带电的物质。20 世纪末，美国 E-Ink 公司(它是由朗讯公司、摩托罗拉公司以及数家风险投资公司为了开发电子纸于 1997 年成立的企业)利用电泳技术发明了电泳油墨(电子墨水)，极大地促进了该技术的发展。目前市场约有 90%的电子书采用 E-Ink 的技术。我国台湾的元太科技在 2009 年先后与奇美电合作，完成了 E-Ink 合并。合并 E-Ink 后，元太科技成为唯一一家掌握电子书量产关键技术的生产厂商。

作为核心部件，显示屏在电子阅读器中的成本占到了 1/3 到 1/2 不等。有专家介绍，屏的成本约占低档产品的 60%，占高档产品的 30%。而屏之所以贵，又与屏的核心材料——电子纸技术的不充分竞争有很大关系。除了目前比较成熟的 E-Ink 技术，厂商几乎没有其他选择，虽然友达 SiPix 技术正在积极的量产推动中，但与 E-Ink 技术竞争似乎还有一段路要走。元太科技董事长刘思诚在接受《中国电子报》记者采访时表示，元太科技所拥有的 E-Ink 技术，是目前兼具技术及量产能力的。明基近来推出应用 SiPix 技术的 nReader，台达电也有相关产品推出，但这些产品在市场上尚未普及，是否对 E-Ink 造成威胁，暂时看不出效果。电子纸技术目前除了 E-Ink 技术和 SiPix 技术，还包括电子流粉体(QR-LPD)、胆甾相液晶(Ch-LCD)、电润湿(EWD)、电致变色(ECD)、微机电系统(MEMS)、旋转球、电化学沉积等多种技术，但由于技术上的缺陷，尚未实现大规模量产。

电子纸是面板厂商又一机会

在制程上与液晶面板相似

应积极投入电子纸原材料的开发

未来中国一定是电子书的主要战场，电子纸应用应该说为我国液晶面板生产企业提供了一个不大不小的商机。京东方中央研究院张卓博士认为，电子纸显示屏和液晶面板的驱动背板制造技术是相同的，只是后段工序的技术不同，如果我们能掌握后段工序的技术，制造电子纸没有太大的问题。天马微电子股份有限公司开发部工程师徐丽华在接受《中国电子报》记者采访时也表示，电子纸技术在制程上与液晶面板有很强的相似性，E-Ink、SiPix 技术利用有源 LCD 面板生产线扩大生产能力，Bridgestone、ChLCD 技术也将给无源 LCD 面板企业带来新的市场。

张卓认为，电子纸显示器的应用将是液晶显示器发展的一个机会。但因为电子纸显示屏上游受制于人，发展必然受限，因此必须实现电子纸显示屏的国产化，而实现电子纸显示屏国产化的关键是电子纸技术选择，要从掌握自主技术的方面考虑。徐丽华认为，现阶段电子书产业在中国已启动，但是却呈现不合理的倒置三角局面，电子阅读器厂家蜂起、模组厂家为数不多、占据主要成本电子纸材料全部受制于人。这种情况必须在短时间内扭转，不然中国将会失去这一重要显示行业市场。徐丽华认为，在不放弃与掌握电子纸核心技术的厂家建立联盟的同时，我们要积极投入电子纸原材料的开发。充分利用中国强大的科研机构及 LCD 面板产业力量优势，建立高校、研究机构、面板企业、原材料企业相结合的电子纸产学研技术联盟，突破国外产业的专利垄断，研发在电子纸方面的自主产业技术。

7、 智能手机正步入体验趋同的临界点

发布时间：2010.03.08 10:38 来源：通信世界周刊 作者：李鹏

一年一度的巴塞罗那 MWC（移动通信世界大会）刚刚结束，这一全球性的行业盛会，往往能够折射出新一年通信行业的发展方向和竞争焦点，今年也不会例外。与往届相比，MWC2010 的特点之一在于——智能手机的相关展示激增，其受关注程度甚至超过了 B3G、LTE 等热门技术，这些展示包括了 HTC（宏达电）、三星、摩托罗拉、中兴通讯、华为等终端厂商推出的多款智能手机，微软、诺基亚等推出的新一代智能手机操作平台，TI（德州仪器）、ST-Ericsson（意法半导体）、高通等推出的智能手机芯片及各种新颖的手机应用等。

可以看出，智能手机在 2010 年将成为运营商、终端厂商以及应用开发者的竞争焦点，同时也是一个难得的机遇。智能手机将成为承载移动运营商业务的最佳载体，应用商店成为移动运营商的业务来源，而操作系统是智能手机的中枢神经，芯片则是智能手机的心脏，由此形成了一套以用户服务为基准的完美组合。

未来智能手机市场的竞争不会只是终端厂商，而是运营商、平台厂商、终端厂商、芯片厂商以及应用开发者等为一体的综合实力的角逐，而最终各集团之间的角力点无疑会落在用户体验上。

笔者认为，不同品牌的智能手机设计正逐渐走向一个交点，即外观、UI 界面、操控模式等设计会趋向于一种或者少数几种经典模式。同样，在操作系统层面，虽然采取了不同的底层技术，但用户并不会感到太多的技术差异，因为不同技术的最终目标都是让用户使用各种应用更方便，让开发者开发新的应用更容易。

以此，芯片架构也将会与操作系统更加契合，并以不同组合方式满足不同风格的业务需求。正如来自全球 24 家移动运营商在本届 MWC 提出的，应用商店最终会形成一个统一的应用平台，为不同平台、不同手机、不同运营商提供服务。而运营商则负责为不同需求的用户提供最佳的组合方案，让用户通过智能手机获得适合的使用体验，毕竟用户体验才是未来智能手机市场的取胜之道。

三、 生物/医药专业

1、 商务部支持医药流通“大鱼吃小鱼”

2010-3-4 南方都市报 梅勤

商务部日前印发《关于做好 2010 年药品流通行业管理有关工作的通知》，通知要求研究制定行业发展规划，健全药品流通体系；指导有规模、有实力的药品零售企业发展连锁经营，实行标准化统一配送，提高药品零售连锁企业的市场占有率。

而有消息称，随着商务部接管医药商业后，一系列的举措将陆续出台，医药商业标准预计会在近期面世，其重点内容在于加强行业管理并提高集中度、减少中间环节、鼓励企业自发兼并重组等。

政策推动医药商业兼并重组

为进一步落实全国药品流通行业管理工作会议精神，商务部通知要求研究制定行业发展规划，健全药品流通体系；加强行业指导，发展现代物流和连锁经营。

通知指出，要研究制定行业发展规划，健全药品流通体系。商务部上半年要制定出台《2010-2015 年全国药品流通行业发展规划纲要》，加强对地方药品流通行业发展规划的指导。要积极会同有关部门，按照规划审批药品批发、零售企业。同时要充分发挥现有流通网络资源的作用，完善药品流通体系网络，不断提高农村和偏远地区的药品供应能力。各级商务主管部门要做好制定当地发展规划的先期调查研究工作，重点了解当地经济社会发展水平、医药卫生体制改革进展情况、药品流通行业状况、城镇和住房建设改造规划、社区商业形态布局、人口密度及群众购药需求和医疗保险制度建设状况等情况，为制定本地药品流通行业发展规划做好充分准备。

而在 2 月底，消息人士告诉记者，在全国药品流通行业管理工作会议上，商务部正着手制定医药商业企业市场准入及物流标准（下称“医药商业标准”）。此次制定工作邀请了中国医药设备工程协会、中国医药企业管理协会、中国医药保健品进出口商会和中国医药商业协会参与其中。

中投顾问医药行业研究员郭凡礼指出，自 2003 年我国经贸委撤销后一直到去年年底，我国医药流通行业的管理一直缺位，也没有一个明确的管理部门，所以直到现在我国医药物流方面的标准都相当模糊。由于此次医药商业流通标准主要将淘汰一批“小、散、乱”的企业以及兼并重组一批具有实力和发展潜力的企业，同时也会培养一批“大企业、大集团”，因此商务部版的医药流通标准将主要研究及制定宏观方面的规划、药品流通体系的建立以及提高药品零售连锁企业的市场占有率等方面。

于明德指出，医药商业企业的兼并重组，和任何一个行业一样，都是市场作用使然，但是如果政府力量的推动，或进展更快，但政府干预不能过多。

发展第三方物流呼声渐高

中国医药企业协会会长于明德接受本报记者采访时表示，我国现在有 1.3 万余家药品批发企业，但是绝大多数企业都是规模小、管理差的企业。08 年，我国药品销售额超过 5000 万元的流通企业不到 500 家，只约占全国药品流通企业总数的 3.7%。而在国外发达国家，医药商业流通企业只有几十上百家，这也是为什么要制定医药商业标准的原因。

郭凡礼指出，此次医药商业标准的出台从小的方面说有助于药品流通企业整体水平进一步提升；从大的方面说有助于我国整个医药行业的稳定、健康发展。医药流通行业标准的明晰也将使各部委及下属部门的工作划分更为清晰，规避了以前各部委因为职能划分不清晰而造成的尴尬局面。

郭凡礼还指出，如果第三方物流得以推进，那么还将提高整个医药流通行业的效率。

中山市一家中小型医药流通企业的负责人王明（化名）告诉记者，目前，很多中小商业企业都把第三方物流当作新的发展方向，以期利用自身与一些医院的良好合作关系，开展配送业务。

在中国医药商业模式中，第三方物流还是比较新的模式，目前还没有专门针对第三方物流的管理规范。而很多业内人士也无法给第三方物流下定义。

2、 5 年内 700 余亿美元药品专利到期 搅热国内药企

2010-2-25 证券时报 仁际宇

未来 5 年，销售额超过 770 亿美元药品的专利即将到期。这对于在仿制药市场里成长起来的中国制药企业来说，似乎是英雄找到了用武之地。

不过，这张天上掉下的馅饼到底是画在纸上还是摆在桌上、而谁又能将这张馅饼吃到嘴里，却需要投资者仔细甄别。

2001 年到 2010 年，是世界制药史上商标名药品专利到期高峰时段，一些大型跨国制药公司陆续有一半以上的药品专利到期，一大批单品种销售额超过 10 亿美元的药品专利保护期也已届满。而从 2011 年至 2015 年，又将有价值 770 亿美元的药品专利过期、美国新医改将在未来 10 年内消耗约 1 万亿美元，这两个数字同时刺激着制药企业敏感的神经。

一方面，随着大量受到专利壁垒保护的高价药品专利到期，高利润将刺激仿制药厂商迅速进入这些刚刚解禁的市场；另一方面，美国这个全球最大药品市场启动新医保方案，将刺激价格相对低廉的仿制药的需求，促使制药企业加大对廉价中国原料药的采购，甚至将制剂

加工业务外包到中国。这种供需之间的微妙变化似乎为正在苦寻国际突破口的中国药企开启了一扇通往国际市场的大门。

在这一背景下，2010年以来已有多家上市公司公布了海外项目或海外合作，其中包括天士力复方丹参滴丸完成FDA II期临床试验；双鹤药业与韩国LG生命科学股份公司签署排他性协议，双鹤药业将在中国独家许可供应和经销LG生命的2型糖尿病的专利口服药；海正药业出资980万美元认购注射剂开发公司赛金控股有限公司发行的B类优先股700万股等等。

仿制专利药品早有先例

长期以来，中国制药类上市公司主要经营处于低端的大宗原料药，只有少量公司利用技术优势进入到特色原料药及非规范的制剂药市场。而由于原料药一般仅占药物总成本的10%左右，中国的制药类企业在国际分工中实际上处于价值链的最低端。

不过，以海正药业、华海药业为代表的少数特色原料药厂商却在国际商场屡有斩获。以辛伐他汀为例，这是一种临床用于治疗高胆固醇血症、冠心病的药物，原研厂家是德国默克公司（Merck），该药曾创造了年销售额70亿美元的记录。

该种药品在欧洲和美国的专利期分别在2003年和2006年到期。2003年，海正药业抓住了辛伐他汀专利到期前的机会，在全球率先仿制成功，实现了他汀类原料药的爆发式增长，使得公司的销售收入当年增加100%以上，利润更是飙升200%以上。

在此后的2007年，另一家特色原料药公司华海药业申报的抗艾滋病药物奈韦拉平片的新药申请获得FDA批准，成为全国第一家制剂药通过FDA认证的企业。不过，当时由于该药专利所属尚未过期，在专利过期前还不能在美国零售。

这两个例子证明，以原料药起家的中国制药企业完全有能力在国际药品专利到期的情况下参与其中，并分得一杯羹。不过，也并不是所有的原料药企业都具备参与国际竞争的实力。

根据国内不少券商分析师的看法，从价值链最低端的原料药到最高端的专利药，以海正药业、华海药业为代表的公司选择的是从低到高逐次发展的模式，目前它们已经试图从特色原料药逐步向利润更高的制剂代工出口方向升级。

而这种类型的公司将可以凭借自身在原料药领域内的传统优势，在仿制药需求大增的情况下获得更多的原料药订单；同时，又能通过与国际大厂的合作，提高争取到为国际大厂代工制剂药的可能性，是最为明确的专利药专利到期大潮中的受益公司。

对外合作成捷径

不过，如此巨大的馅饼并不能轻易吃到。2001年，美国发生了炭疽菌恐慌事件，直接导致用于治疗吸入性炭疽菌治疗的环丙沙星市场需求大增。当时包括原研药生产企业德国拜耳在内的一些企业迅速做出反应成为主要供应商，其中来自印度的南新制药先期就获得美国政府 100 万美元的订单。而我国当时环丙沙星生产企业有几十家，却因没有一家制剂通过 FDA 认证而未获任何订单。

这种尴尬一直延续到华海药业的上述突破。虽然经历了技术和管理上的改进，但中国制药业全面落后的现状并没有改变。根据统计，目前国内大大小小通过 GMP 认证的药厂超过 4000 家，产品质量良莠不齐。事实上，距离华海药业代表中国第一次获得 FDA 制剂认证已过去了两年有余，第二家认证单位却迟迟不能出现。如何才能通过 FDA 的认证，现在仍是不少中国药企最伤脑筋的问题。

在面临着制剂药认证等问题阻碍的情况下，国内制药企业通过与国外伙伴合作的方式加快了进入欧美的步伐。江苏地区一位从事药物研发的业内人士告诉记者：“许多原料药企业在对外销售原料药的过程中与国外药企存在合作关系。很多这样的企业正在利用国外合作伙伴的优势加快推进制剂药的认证过程。”

公开资料显示，上述两家在特色原料药方面颇有建树的上市公司都在积极进行国际合作。其中，华海药业正在与默克、诺华、阿斯利康、GSK、施贵宝等国际原研药巨头洽谈从原料药到制剂的全面合作；而海正药业的合作伙伴则包括礼来、菲玛、雅塞利和先灵葆雅等公司。

上海一位长期跟踪药品市场的分析人士告诉记者：“海正和华海之所以选择这条道路，是因为它们都通过特色原料药行业与国外大厂结成上下游的合作关系，在管理经验和生产程序上都学到了很多。另外，它们也利用与国外大厂的合作为未来进入利润更高的制剂药代工市场和仿制药市场打下基础。应该说，这是一条捷径。”

研发型药企也有机会

当投资者都把目光聚焦于从特色原料药领域成长起来的领军企业的同时，不应该忘记中国的制药企业还存在另一种模式，即自主研发与国内市场首仿相结合模式，采取这一发展模式的企业也同样能够分享国际专利药专利到期带来的利益。

目前，国内自主研发模式的领军型企业应该算是恒瑞医药，该公司于 2009 年 6 月申报新药磷酸瑞格列汀 FDA 临床一期，希望花费 3-5 年完成临床试验。实际上，这种新药是在默克公司一种专利药基础上进一步开发而来，恒瑞医药凭借自身相对较强的研发实力通过对专利药的仿制和提升，来达到规避专利限制的目的，相对于海正和华海药业纯粹模仿策略可谓是另辟蹊径。

事实上，恒瑞医药也在仿制国外专利药品，并在国内销售。例如，恒瑞医药是赛诺菲-安万特研发的多西他赛的国内第一家仿制企业，恒瑞医药仿制的多西他赛于 2002 年 9 月 30 日获得上市批文，第二家仿制企业齐鲁制药于 2003 年 12 月获得上市批文。截至 2005 年底，恒瑞医药已占据该药接近 50% 的市场份额，而齐鲁制药的份额不到 20%。

由此可见，仅凭借强大的研发能力，恒瑞医药仍能通过对专利药品的二次研发和优先仿制即将过期的专利药品获得相当大的市场利益。

恒瑞医药证券事务代表徐国文告诉记者：“我们选择仿制或再研发的药品有两个条件：一是针对慢性病的长期服用药；二是被市场证明疗效显著的新药。以国内首仿药为例，我们准备了许多梯队的产品，外国专利期一过，我们就能在国内上市。这样的产品每年都会有一两个，而后面梯队的临床试验已经排到了 2015 年。”

显然，以研发见长的恒瑞医药也将国际专利药专利到期大潮看做是自己的机遇。虽然专利药专利到期所带来的对原料药需求增加和可能的生产外包并不能给恒瑞医药这类的公司带来太大效益，但这类研发型企业将可以借此机会在国际市场上推出自己的创新型药物；并在国内市场上推出首先仿制成功的专利药。

3、今年力推药品集中采购配送制 医药巨头加速整合

2010-2-22 上海证券报 应尤佳

国务院医改领导小组办公室日前在合肥召开实施国家基本药物制度现场经验交流会上表示，确保今年 2 月底前在 30% 的基层医疗机构顺利实施基本药物制度。分析师认为，其中最值得重视的是，基本药物的招标采购和配备报销比例都将落实，这对医药商业企业而言是大展身手的时机。国药控股、新上药及一些地区性的巨头都正在加紧并购整合。

招商证券研报指出，医疗机构 2010 年首次开始实行药品集中采购和配送，医药商业 2010 年必将加快整合，因此，商业是我们最看好的投资子行业。各级医疗机构在实行药品集中采购和配送招标时，对配送商的信息管理、现代物流能力等软硬件的要求的门槛大大提高，中小企业不可避免地将被大型现代商业企业收购，2010 年医药商业集中度提高是必然，市场份额向商业龙头加速集中，有利于增强其长期核心竞争力，支撑其业绩保持较快增速。

一位医药行业的业内人士表示，对医药商业公司来说，谁能中标各省的基本药物配送权，有可能就意味占据了当地主要市场份额。

以北京为例，2009 年 12 月，《2009 年北京市医疗机构药品集中采购配送商遴选工作方案》出台，确定遴选 10 家大型现代化经营企业，作为 2009 年北京市医疗机构药品集中

采购配送商，并选择 2 家企业作为备选配送商。北京市对配送商提出六项要求：配送企业必须是注册在北京市行政区域内的法人企业，具有经营许可证和营业执照，参与遴选企业 2008 年度全年营业收入总额在 2 亿元（含）以上，仓库建筑面积在 1500 平米（含）以上，实施了药品安全追溯系统等。

据知情人士透露，在挑选配送企业之初，北京市最初只选定一家，打算由北药股份来做，后在其他企业的要求下，北京市方面遂改为 5 家，再后来定为 10 家。目前在北京地区，北药股份是第一大医药商业企业，但其在北京一些地区也存在不小的空白点，国药股份、国控北京等也不例外。“由 10 家大企业来做，能否完成任务悬念犹存。”一位业内分析人士向记者表示，“而且北京市严格规定生产企业直接或委托此次遴选出的配送商向医疗机构进行药品配送，原则上只允许委托一次。配送企业对外不能转包，否则作废。”

医药分析人士认为，要实现覆盖，对于北京的入选企业来说只有一条路可走，那就是收购一些中小企业，北京市有 200 多家中小批发企业，可以成为大企业的并购目标，也能快速向终端铺设网络。

东海证券认为，招标采购以省为单位将不可避免地带来了两个结果：地方保护主义和国进民退。医药商业的集中也将首先是在省内得到提升，这将对提高配送效率起到积极的作用。同时东海证券还认为，由于配送利润微薄，与利润相比，商业企业的并购重组也许是当前医药商业更大的看点。

招商证券认为，国药股份将受益于北京地区商业整合。北京 2009 年开始对医院和社区捆绑招标，对公司深度纯销十分有利。公司已与北京 340 多家医院有长期稳定良好合作的基础，2010 年借政策机遇将挺进北京社区市场、借此扩大市场份额。公司 2009 年已与北京几家三甲医院开展药品信息管理合作，未来为二级和社区医院提供技术支持。未来将新增销售人员，开展创新业务，深化增值服务。

目前，国内医药商业流通三巨头分别是在香港上市的国药控股，正在整合的“新上药”以及正筹谋上市的民企九州通。资料显示，在 A 股上市的复星医药参股国药控股，每股复星医药约含有 0.6 股国药控股。

4、 我国抗抑郁药市场需求巨大 中成药前景可期

2010-3-2 医药经济报

抑郁症目前被医学界公认是一种常见精神疾病。世界卫生组织官员最近撰文指出：全球人口中，基本上每 20 人就有一人是抑郁症患者。西方医学界认为，大多数人在其一生中某

一阶段会患上抑郁症，只不过症状有轻有重而已。患了抑郁症以后如不及时治疗，有些病人会产生自杀倾向并因此走上绝路。所以，抑郁症是一种必须认真重视的精神疾病。

全球：药品销售占整个大类八成

在 2002 年，世界卫生组织将抑郁症确定为世界第四大疾病，并预测到公元 2020 年，其将上升为全球第二大疾病，但令人意想不到的是，仅仅过了 6~7 年时间，抑郁症现已上升为世界第二大疾病（仅次于心脑血管病之后）。由此可见，抑郁症近几年来在世界各地的发病率增长速度之快。

综合国外消息，目前，全球约有 3.4 亿人患有抑郁症，而我国抑郁症患者总数最保守估计也有 2600 万人。过去几十年来，我国医学界无论在抑郁症的诊断技术和治疗手段上均落后于西方发达国家，直到上世纪 90 年代初，我国临床医学研究人员才真正开始重视抑郁症的治疗。

在国外，抑郁症与焦虑症药物销量合计已占中枢神经药物市场份额的 45%，而抑郁药与精神分裂症治疗剂合计占世界精神病药物的 80%。去年，全球抗抑郁药物总销售额已达 190 亿美元左右，比 2002 年纯增约 90 亿美元，已上市或正在研制中的抗抑郁药品种合计有 50~60 种之多，数量已超过精神分裂症治疗剂。据报道，目前全球最畅销的 8 只抗抑郁药为氟西汀、帕罗西汀、舍曲林、氟伏沙明、文拉法辛、米氮平、度洛西汀和阿米替林，总销售额超过全球抗抑郁药物市场的 80%。

国内：治疗市场尚未充分发展

综观我国，由于诊断技术落后于西方同行以及国内百姓对此病认识不足，人们即使得了抑郁症也很少会主动去医院治疗。所以，直至今日，国内抑郁症病人的治疗比例仍只有 10% 左右，远远落后于世界抑郁症病人的治疗率。

与此同时，我国抗抑郁药市场长期以来发展速度极其缓慢。如据国内医药商业部门的统计，2001 年我国抗抑郁药市场规模仅有 10 亿~12 亿元人民币。经过 8 年时间，目前全国抗抑郁药市场规模仍只有不到 50 亿元人民币。相比之下，美国礼来公司生产的抗抑郁药物“百优解”（氟西汀）最高年份的全球销售额曾一度达到 28 亿美元之多，即使现在此药已失去专利保护，世界各地仿制者众多，但其市场规模仍有 20 亿~23 亿美元。而我国的抗抑郁药市场规模不到美国氟西汀一只药全球销售额的一个零头。由此可见我国抗抑郁药市场发展的滞后，而实际上，我国国民的抑郁症发病率并不比世界各国低。

热销产品分析

总而言之，相对于其他药物市场（尤其抗生素、心血管药等）而言，我国抑郁症药物市场是一个尚未充分发展的市场。现将我国抗抑郁市场几只主要产品的销售情况和未来发展趋向扼要分析如下，谨供读者参考。

氟西汀：原研药占尽优势

氟西汀在 1986 年正式上市，1995 年进入我国市场（商品名为“百优解”）。这是全球首只 5-羟色胺再吸收抑制剂类药，上市时，在国际市场曾引起轰动，此后，随着其他 5-羟色胺再吸收抑制剂类抗抑郁新药的陆续上市，自 2000 年以后，氟西汀销量迅速下滑。由于我国与美国有过约定：在 1992 年前，国内企业仿制的新药允许生产但不能向海外出口。故 1996 年，我国共计有 5 家制药企业获准生产氟西汀原料药和制剂。但实际上，这些国内企业生产的氟西汀所占的市场份额极小，其主要原因是礼来公司在过去十几年里在国内大中医院对主治医生做了大量的学术营销工作，使广大医生认识到百优解的优点，此后，国内医生为抑郁症病人处方百优解的数量大增。以致国内药企生产氟西汀虽然在时间上不比美国晚多少，但由于在国内对主治医生所做宣传工作力度不够，故难以与百优解展开竞争，所以，在氟西汀销量上国产药远远落后于百优解。

据国内医药商业部门的统计，虽然我国有 5 家生产商在生产氟西汀，但国内企业的氟西汀销售额合计不到美国礼来公司一家在我国市场销量的 1/4。国产氟西汀无论在知名度还是销量上均不是百优解的对手。据报道，百优解销售额主要集中于京、津、沪、穗等特大型城市，而国产氟西汀销售额主要来自中西部地区医院。广大农村医院的百优解或氟西汀制剂销量更小（不到全国氟西汀总销量的 1%）由于氟西汀治疗抑郁症疗效确切，加上价格较低的仿制产品大量上市，预计此药今后在我国市场仍有巨大发展空间。目前百优解和国产氟西汀销售额合计约有 12 亿~15 亿元人民币。

帕罗西汀：百优解克星？

帕罗西汀也属 5-羟色胺再吸收抑制剂，但药物起效比氟西汀更快。帕罗西汀于 1999 年进入我国市场（商品名为“赛乐特”），但由于进口赛乐特价格比较昂贵，当时每片赛乐特售价高达 25 元人民币，故国内市场销量并不大（此药尚未进入我国医保药品目录中，这意味着病人必须自费）。

2008 年后，随着帕罗西汀专利的到期，世界各国出现多只帕罗西汀仿制药，赛乐特在我国市场的售价随之下降，现在，帕罗西汀的售价已降至每片 10 元左右。由于帕罗西汀的副作用小于氟西汀，且起效较快等因素，故该药在国内市场销量开始上升，并有望取代百优解在我国抗抑郁药市场的地位。目前，帕罗西汀在国内市场销售额不到 10 亿元人民币。

西酞普兰：价格最关键

西酞普兰被国际药学界公认为抗抑郁药的升级换代产品，因为西酞普兰在临床试验中证实能同时治疗抑郁症和焦虑症两种症状。而据国内医生评估，我国抑郁症病人大多数伴有焦虑症症状，故西酞普兰实际上非常适合我国抑郁症病人治疗。

据了解，西酞普兰于 1999 年进入我国市场（商品名为“喜普妙”），但遗憾的是，西酞普兰同样面临价格过高，难以打开我国市场的尴尬局面（当时进口西酞普兰售价每片一度达到 20 多元人民币，这使得大多数工薪阶层的病人难以承受）。令人欣慰的消息是，西安杨森公司引进国外的西酞普兰原料药生产的氢溴酸西酞普兰片售价已大大降低，20 片为 162 元人民币，折合每片售价仅为 8.1 元人民币，这一价格与百优解或氟西汀相比虽略贵一点，但由于西酞普兰的疗效优于两药，故总体上说，属于一只性价比较高的抗抑郁症药物。目前关键的问题在于西酞普兰进入我国时间较晚，故要想取代百优解在我国抗抑郁药市场上龙头老大的地位还尚需时日。有关部门估计，西酞普兰制剂在国内市场的销售额在 5 亿~6 亿元左右。

文拉法辛：双重抑制受推崇

盐酸文拉法辛是惠氏公司于 1994 年开发上市的一只抗抑郁症新药。2002 年进入我国市场（商品名为“怡诺思”）。目前国内已有药企仿制成功文拉法辛制剂并上市（如成都大西南药业生产的“博乐欣”胶囊）。据介绍，盐酸文拉法辛具有双重抑制效果，即同时治疗抑郁症与焦虑症症状，且不会产生口干、便秘和视物模糊等副作用，故其市场增长率较高。

据国内医药商业部门统计，2008 年，文拉法辛在我国抗抑郁症药物市场的占有率已达 20% 左右，增长势头十分明显。可以认为，在形形色色的抗抑郁药物中，文拉法辛属于一只性价比最高的药物。无论是进口品还是国产品，近年来的年销售增长率均超过 10%。

如据国外报道，去年文拉法辛全球总销售额已达 25 亿美元，但由于价格较高等因素，目前文拉法辛在我国市场的年销售额仍不到 10 亿元人民币。但其增长势头较快。如能进一步下调价格，相信文拉法辛今后一定能超越其他抗抑郁药成为国内排名第一的抗抑郁症药物。

中成药：前景可期

从总体上看，一些在上世纪曾一度占据国内抗抑郁药市场主流地位的单胺氧化酶抑制剂和三环类抗抑郁剂等老药（如丙咪嗪和阿米替林等），其市场份额已开始逐年萎缩，而 5-羟色胺再吸收抑制剂类药物在国内市场份额迅速增大。但事实上，由于我国尚未实现全民医保，故国际市场上一些畅销抗抑郁药物如舍曲林、氟伏沙明和度洛西汀等因价格因素之故，目前难以在我国市场打开销路。

而另一新情况是，中成药类抗抑郁制剂却在国内市场上悄悄打开了销路。据国内报道，前几年，我国已上市的抗抑郁中成药制剂有：解郁丸、蒲郁胶囊、安乐片、舒神灵胶囊、宁心安神胶囊、脑乐静口服液、解郁安神颗粒、珍苓解郁胶囊等等。

据估计，上述中成药类抗抑郁药国内市场总销售额为 10 亿~15 亿元人民币。正在研制中或即将上市的中成药类抗抑郁药还有宁郁异型片、忘忧胶囊、灵寿解郁胶囊和开郁宁片等。

由于中成药制剂具有副作用相对较小（与化学合成抗抑郁药相比而言），以及多靶点、多功效等优点，故业内人士非常看好治疗抑郁症中成药的市场前景。

四、 能源/环保专业

1、 新型能源醚基燃料在京问世 为新型超洁净替代能源

2010-2-1 人民日报海外版 李林

由北京兰凯博能源科技有限公司研发的一种车用醚基燃料日前问世。该燃料区别于普通车用汽油，为非烃类绿色产品，它系首次以二甲醚为主要原料，与煤基甲醇、生物质乙醇等化工原料合成的新型超洁净替代能源。

经国家乙醇汽油质量监督检验中心、南阳市环境监测站汽车尾气检测结果显示，该燃料具有高辛烷值、高氧含量、高清洁性和能耗更低而动力更强的特点。醚基燃料清净如水，抗暴性好，来源广泛，成本低廉。醚基燃料既可混溶掺烧，又可单独使用，具备推广应用的条件。该产品投入固定资产1.2亿元可建设年产100万吨醚基燃料，年产值可达66亿元。

2、 中国成风电第一大国 国家电网称发展超出规划

2010-2-3 中国广播网

国家电网首次回应风电上网难，称发展已超出规划。对此，中国之声特约观察员曹景行作如下点评。

曹景行：美国《纽约时报》日前有文章说，中国正以惊人的速度发展清洁能源，成为世界清洁能源当中的领跑者。它特别指出，在风力发电方面中国已经成为世界第一大国。但是，我们同时看到中国的风力发展正面临新的困难，那就是上网难。

风力发电这几年在中国有了突破性的进展，而中国的风力发电主要是在边远地区，对改变当地的贫困面貌起了明显的作用。但是由于上网难的问题没有解决，许多已经建设起来的

风力设施无法充分利用。上网难的原因，首先是电网的规划比风力发电的实际速度要慢许多。

此外，因为风力发展的成本计算，以及风力发电的不稳定性，也给电网带来了新的难题。现在需要国家电网尽快的适应风力发展的需要，因为这不只是关系到发展清洁能源保护环境，也且也对贫困地区的经济发展有很重要的作用，从国家全局利益的出发，国家电网必需改变自己的态度，适应风力发电的需要。

3、 风电业步入“全竞争时代” 行业洗牌不可避免

2010-2-4 中国证券报 李晓辉、邢佰英

1月中旬，国家能源局正式确定取消“风电设备国产化率要超过70%”政策。中国可再生能源学会风能专业委员会一位负责人对中国证券报记者表示：“中国风电产业经历5年的发展，已经有了行业龙头，产业链布局也是全面打开，并不会因为这样的政策取消而发生逆转。”但也有业内人士指出，中国风电产业将由此进入全面竞争时代，行业内企业将遭遇一个优胜劣汰的洗牌过程。

“70%红线”成“鸡肋”

2005年之前，国内只有少数几家风电制造商，且规模小、技术落后，外资企业占据大部分市场，风电场建设主要依赖进口。为了保驾中国本土的风电制造企业能建立起市场竞争力、国内的风电朝阳产业不被外资全部占领，2005年颁布的《国家发展改革委关于风电建设管理有关要求的通知》规定：“风电设备国产化率要达到70%以上，不满足设备国产化率要求的风电场不允许建设。”

正是这一政策，直接鼓励了中国大规模上马风电项目。根据中国风电协会统计，2008年，中国新增风电装机625万千瓦，同比增长了88.42%，累计装机容量达到1215万千瓦；预计截止到2009年末，中国风电装机量将达到2000万千瓦，较上年新增800万千瓦。

中国如此庞大的市场，必然会引起外资企业的极大兴趣。不过，由于有了70%国产化率的限制，这些外资企业不大可能整机进入中国市场。看起来，国产化率70%的红线保护了中国国内的企业。

“对于我们风电厂业主来说，我们主要考虑稳定性和价格两方面。实际上，对于是否是国产的并不是非常看重，这些都在招标中由一个总包商来完成。”位于内蒙古的国泰风电厂一位负责人对中国证券报记者表示。该风电场是保利协鑫能源100%拥有的风电站，总装机容量49.5MW。

不过，这位负责人也对中国证券报记者坦言，“国产化率70%”这个概念如何界定存有玄机，只要在国内生产的都算是国产的了，但是核心部件都是外国公司的，只是拿到中国来组装生产而已，唯一的价值，就是暂时放缓全面竞争。

Bosch Rexroth AG(博世力士乐)风电业务中国区首席专家和技术总监赵学永表示，70%的国产化率实际上并不好测算，目前中国所谓的国产化率已经达到70%-80%，实际上多集中在技术含量较低的设备上，而齿轮箱、控制器这类技术标准较高的关键设备，多数还是依靠国外进口。

据了解，早期国内生产的750KW 主流机型，均是购得包括德国等欧洲企业的生产许可。

另外，外资公司也普遍以合资形式进入中国，这些都算是“国产化率70%”。

前述风能专业委员会负责人对中国证券报记者表示，国产化率70%只是一个阶段的政策，实质要看的我们自己掌握多少。

据中国证券报记者了解，早在2009年11月，能源局就召集多家风电设备商就取消国产化率一事做了内部讨论；紧接着，《国家发改委关于取消风电工程项目采购设备国产化率要求的通知》12月底就开始全面下发到各级发改委手中。

强者“淡定”应变

在国产化率政策的支持下，国内企业的市场占有率快速提高，已经从2006年的不足50%提高到了2008年的68.4%。其中排在前三位的分别为华锐22.45%，金风科技（002202）18.12%，东方电气（600875）16.86%，第四位以后的市场份额都不高，浙江运达3.73%，上海电气（601727）为2.86%。

如今，国产化率政策的取消，可能对不具备规模、技术实力的企业带来冲击，但对这些已经位居行业龙头的企业来说影响甚微。

金风科技董事长武钢在接受中国证券报记者采访时表示，取消70%风电设备国产化率对公司的影响不大，因为公司的风机设备已经实现了80%-90%的国产化率，公司的产品和技术在国内外都已取得一定的优势。

他介绍说，目前公司的风电设备产品在国内拥有超过20%的市场份额，公司对于国外市场的开拓也取得了良好的进展，其中，公司在美国投建的项目已经投入运行，公司的2.5兆瓦风机在国外市场也具有领先水平。

“国内取消70%的国产化率，不仅有利于国内企业的竞争，也有利于国内的企业走出去。”武钢解释说，我国首先取消了保护政策，国内公司在开拓国外市场的时候，遭遇他国保护政策的可能性也将大大降低。

据风能协会的最新数据显示，目前，600kW和750kW机组的国产化率可以达到90%，1.5MW机组的国产化率也达到了70%。

“从整个产业链上看，国内企业的市场份额是很高的，看起来大局已定，而且已经形成3家明显的龙头企业，不过，我们还是有必要把产业链分一分来看。”上述风能专业委员会负责人表示。

整个风电制造业可以分为：叶片、齿轮箱、发电机、塔架、控制系统等主要零部件的生产体系。据国都证券2009年第四季度发布的报告中称，风电机组成本结构中，叶片20%，齿轮箱15%，电机12%，轴承8%，塔架13%，机舱罩9%，控制系统8%，其他15%。

上海玻璃钢研究院有限公司是国内排前10位的叶片制造企业，年生产量1.5MW风机叶片约300套。公司总工程师毛彭龄对中国证券报记者表示，公司生产的叶片，本身国产化率就很高，实际所受影响甚微，不过，今后的利润会越来越薄。如果从整个产业链来说，受到冲击最大的将是国内的整机装配厂家，因为其享受的补贴就没有了。

业内熟悉风电零部件的分析师对中国证券报记者介绍，我国的发电机工业基础好，制造企业较多，包括中国南车（601766）、北车、哈电机均可批量生产风机用的750KW、1.5MW电机。不过，风机组的主轴承是比较缺的重要部件。

值得注意的是，近几年已经投入安装的大都是600KW、750KW的机型，合计约占2/3，

而目前国际的主流已经进入到1.5MW、2MW,甚至更大,这方面,我国包括金风科技、上海电气在内的企业已经推出了样机,但整体的产业化水平和整体设计能力仍然与国外先进企业有相当大的差距。

洗牌“兵临城下”

“我正在去华能吉林通榆风电场的路上,这次对我们公司来说,可是一笔大单子,整个项目有1000万的金额。”作为风机配套企业——上海西瑞实业有限公司的副总经理,范兆骥正风尘仆仆地赶去吉林的项目基地,洽谈这笔开门红的大单子。

老范这样的风机配套商,对于中国风电市场的变化最为敏锐,一线感受着中国风电市场的变化。“现在整个风电项目招标报价价格越来越低,现在价格已经到4800元/千瓦,去年9月份还在5300元/千瓦,实际上已经没有利润,除非生产规模能达到2000台。”范兆骥对中国证券报记者表示。

国家能源局去年12月发布的数据显示,目前我国已有风电整机生产厂商80余家,能进入风电特许权项目招标的厂商约有25家。引入风电特许权项目招标机制,旨在增加竞争、降低风电上网电价、提高设备国产化率,但也带来了一些诸如为争抢资源而恶性竞争的负面效果。

事实远远比此前预计的要残酷。2008年,风电装机成本为6500元/KW,去年的价格已经降为5400元/KW,一年多的时间降幅约为17%。据联合证券测算,2009年的价格战已经使得行业毛利率较2008年下降约15%。

按风电的度电收入模型测算,利用小时数为2400小时和2000小时的风电场,当度电收入分别为0.55元/千瓦时和0.65元/千瓦时,才能维持8%的内部收益率。不过,现在显然已经无法达到保证8%内部收益率的盈利条件。

另外,去年底中国数十个风电 CDM 项目遭到拒绝或者延期,更令风电盈利状况雪上加霜。据测算,风电场 CDM 项目收入贡献为0.074-0.095元/千瓦时,对于风电装机的影响非常大。

与此同时,我国风电运营商对设备的招标普遍青睐低价,这也导致设备商之间的竞争更加激烈。但赵学永提醒,风电机组的预期运行寿命为20年,如果运营商采购的设备运行水平不稳、频出质量问题,将给风电场带来极为昂贵的维修费用。

与竞争激烈相对应的是,在去年下半年工信部和能源局召开的几次信息介绍会上,两次提到了关于“风电行业总体产能过剩”的问题。2009年12月30日,国家能源局新能源司副司长史立山表示,中国将严格控制风电行业的产能增长,同时,政府将支持风电领域的并购重组,希望产生3-5家跻身全球十强的风电设备企业。

也有分析人士认为,此次取消国产化率政策与抑制行业的产能过剩是相契合的。

在赵学永看来,70%的比例取消之后,短时间内不会带来明显冲击,因为很多设备商还可以通过低价竞争优势(310368)获得不错的订单,但长远看来,未来风电场无疑将提高对设备质量的要求,目前已经出现了这样的迹象,届时资金实力欠缺、技术实力不足的行业参与者,可能被兼并或者因订单稀少而不得不退出市场。

“就今年这样的市场环境看,行业洗牌不可避免,具有一定市场竞争力的整机厂商将剩下不超过10个。”范兆骥对中国证券报记者表示。

4、 中国海上风电项目有规可循 开工须取得海域使用权

2010-2-10 第一财经日报

已经通过招标方式找到了合理陆上风电价格的中国风电事业，将通过同样的办法，寻找合适的海上风电价格。

今后，中国海上风电工程项目，将优先通过招标方式选择开发投资企业，而企业要想中标，其上网电价、工程方案、技术能力和经营业绩都将成为重点考核内容。

国家能源局和国家海洋局近日联合下发的《关于印发海上风电开发建设管理暂行办法的通知》（下称《通知》）明确了以上内容。

海上风电“寻价”

中国自2003年启动风电市场以来，先后进行了5期风电特许权招标，并逐步摸清了风电上网的合理成本。

最终，国家发改委在去年7月底发布风电的固定上网标杆电价政策，此举被认为是中国风电走上健康发展之路的一个重要信号。

用国家能源局局长张国宝的话来说，特许权招标方式，也帮助中国风电取得了非常迅猛的发展。

“执行风电定价机制以来的六年，风电规模是扩大了还是缩小了？投资风电的人是增加了还是减少了？我想媒体能给出公正的评价。”张国宝曾在国新办发布会上这么说。

从2006年到2008年，中国风电连续3年翻番增长，2009年，中国风电装机容量增长也达到50%以上，已经超越西班牙，成为世界第三大风机装机大国。

而现在，中国正希望从海上获得更多的风能，以完成在2020年让可再生能源占一次能源比例15%以上的目标。

限中资或中资控股企业

《通知》规定，在中国开发海上风电项目的企业，必须为中资企业，或中资控股（50%以上股权）的中外合资企业。

该规定令业内人士也颇为惊诧。中国风能协会副理事长施鹏飞表示，在陆上风电领域，并无相关规定——不过，由于在中国经营风电场的收益微薄，在实际运作中，目前并无外资企业直接参与中国陆上风电场的运营。

国家能源局一位不愿透露姓名的官员告诉《第一财经日报》，制定该规定，主要出发点在于避免一些类似洋流、海洋信息等敏感数据的泄露。

根据《通知》，国家能源主管部门负责海上风电项目的开发权授予。沿海各省（区、市）能源主管部门依据经国家能源主管部门审定的海上风电发展规划，组织企业开展海上测风、地质勘察、水文调查等前期工作。

《通知》还明确提出，在未经许可的情况下，企业不得开展风电场工程建设。而企业如果在项目获得审批后两年仍未开工建设海上风电场，国家能源主管部门将收回项目开发权，国家海洋行政主管部门也将同时收回海域使用权。

据了解，国家能源局和国家海洋家最早在2008年就已经开始着手《海上风电开发建设管理暂行办法》的编制，其间经过多次沟通，并征求了地方意见，最终于今年年初下发。《通知》仅下发到中国拥有海岸线的省区市能源主管部门和海洋部门及相关电网、规划单位。

5、 国家电网：2010年是坚强智能电网的关键年

2010-2-4 证券时报 郑晓波

记者昨日获悉，在日前召开的国家电网公司2010年坚强智能电网工作会议上，该公司副总经理栾军强调，2010年是公司坚强智能电网规划试点阶段的关键一年，是积累经验、实现突破、为第二阶段全面建设打好坚实基础的重要一年，要确保全年坚强智能电网各项任务顺利完成，进一步深入推进电网发展方式转变，推动公司科学发展。

据悉，2010年，国家电网公司建设坚强智能电网的总体目标是“一完善、两完成、五突破、五深化”。具体而言，即完善国家电网公司智能电网工作体系；完成国家电网智能化规划和支撑智能电网试点工程的关键标准制定；实现智能电网调度技术支持系统、智能变电站、电动汽车充电设施、用电信息采集系统、“多网融合”等五项试点工程建设的突破；实现设备研制、专题研究、商业模式、管理创新、宣传交流等五个方面的工作深化。

围绕建设坚强智能电网的总体目标，国家电网2010年将着力抓好七项具体工作：完善工作体系，有序推动坚强智能电网建设；完成规划编制，完善电网智能化规划内容；加快试点建设，确保在重点领域取得突破；明确工作分工，完善标准化体系；加强重点专题研究，提升技术研发和管理创新能力；深入总结第一阶段工作，科学谋划下阶段工作思路；深化沟通与交流，积极获取外界理解与支持。

据了解，2009年，国家电网建设坚强智能电网取得良好开局，坚强智能电网工作机制已初步形成，第一阶段实施方案及时出台，电网智能化规划编制工作顺利开展，试点项目建设全面推进，标准化工作扎实有序进行，重点研究专题取得阶段性成果。

6、 博弈碳排放：中国新能源困局 盲目投资风险大

2010-2-21 时代周报

新能源大跃进

进入2010年，千呼万唤的中国新能源产业振兴规划还是迟迟没有出台，随着时间流逝，政府的图章恐怕已经跟不上业界投资的步伐。无论是风电、核电还是太阳能，他们都从来没有受到如此的重视与宠爱，霎间一股股投资的燥热感已经传遍整个中国经济的肌体。

截至2009年年末的数字是：中国风电装机总量已经突破2000万千瓦；核电的在建规模达到24台机组成为世界上最大的建设工地；太阳能利用方面，多晶硅目前投资超过1000亿元，在建产能达到8万吨。

过剩的苗头已经出现。2009年下半年，风电设备和多晶硅产能过剩的表态持续出现在决策层的表述中，中国已经有18个省份提出要打造新能源基地，上百个城市要把风能、太阳能

作为自己的支柱产业。

生产方面，全国有近50家公司正建设、扩建和筹建多晶硅生产线，总建设规模逾17万吨，目前中国已经有70余家企业涌入风电设备这一领域，而在国外，“全世界风电企业数得上的不过七八家，现在中国投资风电的太多，制造整机的企业太多了。”国家能源局局长张国宝也是忧心忡忡。

即便如此，在各地政府空前的热情和资本推动下，相关产业的投资在2010年还将会进入一个爆发期。很多人用“大跃进”来描述中国新能源产业的发展态势，这种局面是否会被有效遏制，需要等中央政府的定调。

中国政府在年前已经对世界承诺，为实现到2020年单位国内生产总值二氧化碳排放比2005年下降40%至45%的目标，“到2020年，非化石能源在一次能源当中所占的比重提高到15%”，而现在比重还不到15%的一半，所以政府拥有进一步推动清洁能源发展的动力。

据悉，新能源产业已经进入国家布局战略性新兴产业规划当中，这将是一次更高级的政策红利。

但是现实中，中国新能源产业还停留在盲目圈地、重复建设和效率低下的初级阶段，这在决策者看来，是难以接受的。光伏产业的污染问题一直没有得到解决，而且这个领域的原材料和市场是属于“两头在外”，中国需要看世界的脸色。

风电也遭遇了上网的难题。风电与水电和火电不同，与自然界的风力大小有关，因而波动很大。目前，中国的电网只能将风电的比例控制在5%以内，因为如果比例太高，则会造成整个电网的不稳定。

另外，中国风力大的地方主要在西部地区，这些地方离耗电大的东部地区很远，存在着发了电，电网传不出去的问题。例如，内蒙古等地的1/3的风力发电场处于闲置状态。所以，盲目投资风电风险极大。

核电则主要是技术受制于人以及安全因素羁绊。不过相对来说，核电发展中存在的问题还是少数，这也导致了相关省份的积极争抢，目前中国有17个省份规划了核电项目，很多已经在开展前期工作，但是谁能拿下“内陆核电第一”批准文书，却依然是个未知数，专家也指出，过快过急地发展核电很容易导致对安全的忽视，这才是高层慎重考虑的原因。

能源的发展，最终还是市场需求驱动的。2009年，随着全球经济的不景气，中国的经济发展也慢了下来，因而对能源的需求也会下降。这时候盲目投资新能源，会带来很大风险。

业界预期，未来中央政府肯定会一方面发布相关政策规范新能源产业健康有序发展，另一方面也会有打有压，避免产业蹈入泡沫和低水平发展覆辙。

中国需要转变经济结构，也需要给后代子孙留下更多的燃料，这时候提高新能源的利用比例尤为关键。

而根据传说中的新能源产业振兴规划描述的数字，到2020年的电力供应中，风电装机规模将提高到1.5亿千瓦；核电装机规模将提高到8000万千瓦，光伏装机规模要达到20GW，这些数字至少都比金融危机开始前增加了一倍以上。相关的投资更是难以估算，单单是核电一个领域，需要的资金就超过9000亿元。

在世界范围内，法国的电力需求有80%来自核电，德国的可再生能源消费占到40%，对比来看，它们的可持续发展能力，比我们更强劲，所以美国正和中国一样要摆脱对石油的依

赖，转而支持发展新能源。依靠美国的技术和资金实力，奥巴马政府推出了庞大的新能源支持规划，这在外界看来就像是一场革命。

能源革命已经到来？

在那些高瞻远瞩无时无刻不在观察世界局势的专家教授眼中，新能源产业的大发展，将会是继蒸汽机、电力和电脑之后，第四次转变人类社会发展轨迹的重大事件。

真如所述的话，这一次显然中国人赶上了。

450万电动车待产 电网抢滩充电站

低碳经济时代，新能源概念才是王道。

各大汽车公司纷纷加入这一场汽车工业的革命，电动汽车正日益成为它们新的赌注。但被赋予了节能减排、探寻低碳经济工业使命的电动车，正略显孤独地前行。

不少业内人士在谈及电动汽车的市场化时，更是以“遥遥无期”来形容的。看起来很符合当前崇尚自然环保的消费者胃口的新能源概念的电动车，却让消费者不敢贸然下手——在充电设施没普及之前，随时可能遭遇半路车子没电熄火的窘况。

麦肯锡最新发布的一份电动车调查研究显示，大部分接受调查的消费者对电动汽车有多重顾虑，其中电动汽车的电池续航里程是消费者最为担心的问题。此外，车主们还顾虑充电便利性和电池的维修更换。

麦肯锡指出，如果未来5年内，有关电动汽车的一系列关键问题如电池技术可靠性、成本和充电设施等能够得到一定程度的解决，国内最具代表性的区域汽车市场之一上海，电动汽车销量可望达到新车总销量的5%。

毫无疑问，电动车的大规模推广和商用，依赖于充电站等基本设施的完备和建设。只有充电站、充电桩像传统加油站一样变得无处不在，电动车才能真正走向市场化。

进入2010年，充电站和充电桩才算开始起步。2009年8月份，国内第一座具有商业运营功能的电动汽车充电站——漕溪电动汽车充电站建成，国家电网为此耗时三年、投资508万元。2009年12月底，南方电网在深圳筹建的首批两座电动汽车充电站以及134个充电桩正式投入使用。

但当两大电力龙头国家电网和南方电网分别宣布，将开建电动车充电站作为2010年的战略重点时，这一信息给电动车行业带来的鼓舞无疑是不言而喻的。

国家电网在年度工作会议中提出，计划2010年在全国27个城市铺开建设电动车充电站。

在同样的年会场合，南方电网董事长袁懋振提出，将参与电动汽车配套建设，探索充电站运营模式。

作为电动车的试点城市，深圳市政府在《深圳市新能源汽车产业规划》称，2009-2015年间将要兴建250个充电站和各类新能源充电桩12500个。深圳是南方电网重点试点的城市。这些信息都被视作电动汽车大规模推广的前奏。

但市场对此却没有一致叫好，有行业分析师甚至提出疑问：两大电网公司在电动汽车条件未成熟时就要大规模全国布局充电站，是否冒进了？它们如何建设，又以什么形式建设呢？何时能盈利，商业模式又是什么？

国家电网对外联络部新闻处副处长刘心放表示，目前影响国内电动汽车市场的关键是政策扶持不够，“一旦政府进行强有力的补贴，电动汽车市场马上会迎来飞速增长，到时候再

建充电站就迟了”。

据一个汽车行业内的预测，到2020年中国10%-20%的乘用车销量将来自纯电动车、充电式混合动力和其他新能源汽车。如果2020年中国汽车产销3000万辆，新能源汽车比例为15%，那么每年也将有450万辆新能源汽车进入中国的家庭，这将是一个非常庞大的数字。对于行业链条上的各方来说，也是一个非常诱人的数字。而在电动汽车的发展当中，国家相关产业政策是重要的推手。

在潮流大势面前，谁的脚步都不能迟疑。因为两者是荣辱与共，互促共生。2010年，电动车是否会迎来它的产业元年，我们尽可拭目以待。

航空业减排起飞

去年，中国航空业复苏领先全球，三大航公布的业绩预报均表示去年实现盈利。但汹涌而来的减排压力将为航空公司插上沉重翅膀。

2009年8月22日，欧盟正式公布了全球所有纳入欧盟碳排放交易体系的航空公司名单，总数超过2000家。名单包括国航、东航、南航、深航等33家中国的航空公司。

航空公司将以2010年为基准年，依据各航空公司欧盟境内和境外航线吨公里数在整体中所占的比重，算出该航空公司当年可以获得的免费排放额。

在起步阶段，各航空公司主要通过免费的“配给”方式，获得相应的排放额度。以2012年为例，航空公司85%的排放额度都可以免费获得，只有15%需要以拍卖方式有偿获得。不过，航空公司可以免费获得的排放额度，将会逐步下降。到2013年，该比例将下降到82%。另外3%则将留给那些新进入航空业的公司。

国际航空运输协会报告指出，该法案实施的第一年（2012年），就会给欧洲航空业带来35亿欧元的额外支出，且这一数字还会逐年增加。

独立的航空数据模型咨询机构 RDC Aviation 和能源与环境信息机构 Point Carbon 在发布的一份联合报告中称，若按照碳交易现价计算，整个航空业将每年为此额外支出超过10亿欧元。这使得航空业感受到前所未有的环保压力。

中国民航局先后两次以民航局局长名义，致函欧盟委员会，表明中国的反对立场和严重关切，批评欧盟此举为典型的“单边行动”。尽管这一法案的正式实施尚待时日，但对中国航空业的冲击不容低估。

东航股份董事长刘绍勇曾表示，碳排放交易对刚刚开始增长的中国民航国际航线来说，成本压力巨大。

在中国各家航空公司中，受影响最大的或许是国航。2008年，国航的欧洲地区业务收入超过90亿元人民币，是其海外最大一块收入，约占国航总收入的17.2%。

长期参与气候变化谈判的世界自然基金会全球气候变化应对计划主任杨富强表示，由于仍然存在较大争议，比如航空货运的排放份额是否应该完全由承运国负担等，目前航空业减排并未列入正式的大会谈判日程之中。在他看来，将其纳入一揽子减排计划的可能性并不大。

但不管是欧洲方案还是全球方案，一个信号是明确的：对于中国航空业而言，这或许是一场注定无法回避的挑战。如果能在技术、运营和监管上进行相应的变革，比如淘汰旧机型、优化空域和航线航路等，无论成败，都足以为鉴。

日化业的绿选择

长期以来，高污染几乎就是日化行业的别名。然而在新一轮的市场乱战中，各大洗涤品牌生产商正努力为自己贴上科技、环保等高附加值的标签。

2009年12月26日，广州本土日化洗涤巨头浪奇在其50周年庆典上，宣布2010年将正式拉开其五年绿色战略。浪奇副董事长、总经理傅勇国指出，2010年将是日化洗涤产业的绿色元年，国内洗涤行业面临新一轮洗牌，各大洗涤企业纷纷加大转型升级力度，力图抢占绿色制高点。

作为石化产业链的一环，日化洗涤业的绿色化备受关注。在前年国务院颁布的振兴纲要里和最近正在编写的轻工业“十二五”规划中，提出了12个重要课题，均一致提出日化洗涤用品行业必须实现产业的绿色升级。

同时，哥本哈根气候峰会过后，日化洗涤企业面临的环保压力将大大加重，洗涤行业绿色化的潮流也将随之而来。

浪奇绿色战略的主打武器，就是成本比传统表面活性剂低10%的MES。表面活性剂是洗涤剂的最核心成分，MES（脂肪酸甲酯磺酸钠）则是一种从天然可再生资源原料——椰子油、棕榈油等提炼得到的新一代产品。但由于技术壁垒较高，只有日本LION、美国HUIUSH等大规模生产，且都留作自用。浪奇的MES项目——年产3.6万吨的生产能力使其成为世界第三大MES的生产公司。

据相关数据，目前国内洗涤行业年产值大概为1000亿元，其中1/3就来自表面活性剂。所以，表面活性剂的产业绿化极其重要。

傅勇国透露，今年6月，浪奇南沙工业园的第一期完成，浪奇所有产品都可以用上MES。今年一季度后，浪奇将以洁能净品牌推出应用MES的洗衣液新品。这意味着，绿色日化离消费者越来越近了。

业界指出，无论是浪奇首批MES产品进入市场，还是MES的规模化生产，都会对整个日化行业产生影响。

中船重工挥师低碳船舶

随着哥本哈根会议的闭幕，全球同步进入低碳时代。低碳经济的理念延伸到了衣食住行方方面面。

在所有运输方式中，航运被认为是最具碳效率的一种运输方式，低碳大潮下航运巨头中船重工率先开启低碳之旅。不仅在低碳船舶制造取得领先，还加速进军海上风电市场。

就在月初，中船重工旗下大连船舶重工集团宣布，该集团已决定在国内率先研发低碳船舶，在船舶开发设计过程就导入低碳概念，为今后参与国际竞争积蓄力量。在2009年，大连船舶重工集团就先后确定了新型32万吨超大型油船、11万吨阿芙拉型成品油船、15.9万吨苏伊士最大型原油船三个新船型展开重点研发。

上述三个新船型的开发，正是考虑了新船能效设计指数，顺应了市场发展方向，达到了日韩同类型船舶的制造水平，因此一经推出就受到了船东的欢迎，一举得到6艘船的订单，成为去年惨淡的造船业中难得的亮点。

对此 中国船舶工业经济研究中心高级分析师梁志勇说：“以节能环保为代表的低碳船舶技术正成为韩日造船业的研发重点。特别是在当前低碳经济成为热流的背景下，这一技术将成为竞争法宝。其实越是在产业低谷时期，韩日越注重研发高科技产品。”

在集团内部资源的互相推动下，中船重工正加速进军海上风电市场。中船重工旗下洛阳双瑞风电叶片公司，与中船重工（重庆）海装风电设备公司达成近1.7亿元的2兆瓦风电叶片供货合同，从而成功立足风电市场。

为了应对金融危机后航运业的低迷，中船重工正大力开拓非船产业。

“中船重工造船业比重占70%-80%，而韩国、日本等国家造船企业造船业比重只有20%-30%。目前，风电装备已成为中船重工重点发展的非船产业，今年的销售收入将达到10亿元。”中船重工总经理助理、中船重工（重庆）海装风电设备公司董事长杨本新说。

据悉，中船重工国产化率达90%的850kW和2MW风电机组研制成功后，已获得100多台订单，与五大电力集团都有合作。

通过集团化布局，中船重工已经打造出风电装备产业链条。“目前我们已经成为不少风电装机商的供货商，集团下属另一个风电设备生产商重庆齿轮箱公司已在新疆经历了11年的运行考验，是目前金风科技、东汽等公司主要供应商，占国内60%的市场份额。”杨本新说。

水运是“节能减排”的理想运输方式，它具有运能大、运距长、能耗小、成本低、投资省、占地少、污染轻且易于维护等不可替代的优势，特别是在大宗、大件货物的运输中，其地位是其他运输方式难以替代的，因此，水上运输也被称为“绿色运输方式”。

有资料显示，在单位货运量中，公路的二氧化碳和氮氧化物排放量约为水路的2.5倍，铁路形成的污染是内河水运的3.3倍。

在1月28日举行的2010年航运、物流发展论坛上，与会专家就表示，受全球减少碳排放的呼声日益高涨，集装箱企业纷纷表示将参与开发新的节能技术和新能源船型，低碳经济或将成为2010年航运市场新的增长点。

7、 新能源有望成战略性新兴产业主攻方向

2010-2-23 上海证券报 李雁争

由工信部、发改委、财政部等部门组成的部际协调小组春节前成立，并召开了“战略性新兴产业总体思路研究工作启动暨协调小组第一次会议”。会议明确将编制战略性新兴产业发展“十二五”规划。

会议决定成立由国家发展改革委主任张平任组长，国家发改委会副主任张晓强、科技部副部长杜占元、工业和信息化部副部长苗圩、财政部副部长张少春任副组长，共由20个部门或单位负责人组成的加快培育战略性新兴产业研究部暨协调小组，统一协调发展思路研究以及规划编制工作中的重大问题。

记者了解到，部际协调小组将确定我国战略性新兴产业发展的主要目标任务、发展重点领域、主攻方向和产业区域布局等重大部署。

据悉，在政府有关部门于2009年11月提出的信息产业、生物科技共七大新兴技术领域中，新能源最有可能成为战略新兴产业的主攻方向，从而获得更多的政策支持。

目前，国家层面对选择战略新兴产业提出了三条重要依据：要有稳定并有发展前景的市场需求；要有良好的经济技术效益；要能带动一批产业的兴起。博览财经研究员柏双告诉记

者，与其他技术领域相比，新能源最符合以上要求。

工信部人士称，新能源与我国发展低碳经济的思路非常吻合。该人士对记者表示，“哥本哈根会议后，（工信部）把发展低碳经济放到了更重要的位置上。”

8、 VC/PE 身影活跃新能源市场 倾向产业合理布局

2010-2-23 人民网 陈湘静

无锡尚德、天威英利、江西赛维……，这些知名新能源企业成功的背后，无不活跃着VC/PE（风险投资基金/股权投资基金）的身影。曾经默默无闻的他们一经投资机构在资金、管理上的点拨，迅速成为国内外金融资本眼中的“香饽饽”，先后实现国内外成功上市。屡屡成功的案例发挥了巨大的样板效应，各方资本逐利涌入，新能源与清洁技术的市场空白点在不断地被挖掘和填补。

据美国能源基金会与国家发改委的联合预测，2005-2020年，我国新能源、节能环保等清洁技术领域的投资需要大约为7万亿元。面对如此大规模的投资，政府显然无力大包大揽，相当一部分需要民间的投入。而对于正在显露冰山一角的清洁产业而言，发展初期最需要的往往是大量的资金和有效的商业模式，而这些正是VC/PE的强项和优势所在。经过产业市场和金融市场的几番沉浮过后，与早年单纯的概念炒作和市场膨胀相比，如今的投资人更加审慎，也更加专注。而这对于产业的健康发展无疑是一件幸事。

一方是就差钱的企业，一方是想投资的基金，在蓬勃成长的清洁技术产业里，创业者和投资人都期盼着合作的机会。在普凯基金联席董事张爱民看来，VC/PE与企业的合作就像婚姻，“谁追的谁，怎么对上眼，婚后生活怎么样”，资本和产业成功融合的缘故、过程背后都有很大的学问。

资金怎么选定行业？

更倾向产业合理布局，企业要处在产业链的合理位置

在光伏领域，青云创投几年来的布局脉络十分清晰：南京中电光伏主打光伏核心部件——太阳能电池，注资江西赛维则是着眼于上游硅料产业，然后从下游的上千家企业中又选中了中盛光电，其核心技术可以大大增加光伏产出率；去年，又增加了对汇能科技的投资，他们看好汇能的技术致力于平衡电网负荷，对不稳定的风能和太阳能电厂是重要配套技术。“现在突然要大力发展智能电网，与我们的意图不谋而合，我们就好像高考猜对了题目。”投资人叶东很是得意当初的决定。

新能源、节能环保等清洁技术领域一般为初期投资，投资人在判断项目时，如果没有看到有显著的技术优势，或者之前有相似的成功案例，决定投资的难度就会相对加大。几年前，技术至上让很多投资人的嗅觉似乎就围着专利打转，热衷于对技术的追逐。而如今，投资人的眼光更加理性，越来越关注整个产业，从完善链条的角度来考虑问题。

青云创投与三得普华的联姻也相当典型。前者是最早一批专注于清洁技术的投资公司，后者则是风电涡轮和风场无功补偿设备生产商。在回答“怎么对上眼”的问题时，青云创投的合伙人陈晓平说，沟通就花了七八个月时间，首先讨论的是对整个风能产业如何有效地介入。“在设备生产上有利可图，大家一窝蜂地将精力和资本都投进去了。零部件有了，整机也有

了，我们怎么接进去？”三得普华的主打产品可以有效帮助风电场达到接入标准，改善电能质量，且具有高可靠性、免维护、损耗小等优点，对于风力发电不稳定、接网不顺的障碍可谓对症下药。这和投资人从配套技术、服务角度入手的思路不谋而合。

“人在江湖飘，哪能不挨刀”，智基创投合伙人林霆强调投资机构可以承担风险，但是要承担经过分析和评估的风险。他向记者强调了两个经验：一是重点考察企业可持续发展的能力，包括技术和团队。另外就是要在产业链上做整体的布局。“东方不亮西方亮，对冲一些风险。”

投资者怎样选择企业？

充分考察技术、项目、客户，看重技术及管理的创新，在行业里要处于靠前排位，尽管大家普遍看好新能源和清洁技术的投资前景，但如何在如云的企业中做出选择、企业要有哪些特质才能吸引投资人等问题依然十分关键。

去年下半年，青云创投先后对地源热泵供应商挪宝新能源、餐厨垃圾无害化处理公司嘉博文注资。其中，对嘉博文的投资只花了一个月就做了决定。“一见钟情”的背后是叶东对嘉博文5年的了解和关注。嘉博文利用微生物技术处理有机废弃物（餐厨垃圾等），并将微生物再生产品应用于清洁畜牧业及有机种植业，实现资源的循环再利用。“主打碳循环，并形成了完整的产业链，嘉博文的技术及产业模式都堪称典范，是我们理想的投资对象。”叶东表示。

而主要负责挪宝新能源投资的青云创投合伙人陈晓平在做出决定前，同样把大量的时间花在调查上，包括政府和用户，分包商、设计院、供货商，并对公司项目储备进行了走访。“我们看中挪宝的核心竞争力在于：其一，比起国内地源热泵机组的硕大，挪宝的机组体积小，占地面积小，还在硬件基础上做了软件开发。其二，酒店总是担心原有供暖供热和新系统的衔接问题，挪宝针对这一问题开发出了切换系统。这使得公司的客户群包含大量新老楼宇。”陈晓平说。

对渴望资金的企业家们，招商和腾创投合伙人金晨的建议是：“中小企业要获得风险投资的青睐，最重要的是要突出自己在技术、团队上的特点和优势。”

对此，联想投资董事总经理王能光也深表赞同，他对记者说：“我们选择企业最基本的前提是企业要有持续的成长力，及在行业尤其是细分行业里靠前的排位。而决定这些企业素质的因素就是创新。有的创新是在技术层面，有的是在运作管理层面，只有创新才能实现企业的持续增长。”

什么样的团队能获得青睐？

务实、理性、健康成长的团队，投企业的本质是投人

投资企业就是投“人”。一个企业的市场潜力固然重要，但在同等条件下，创业团队才是风投商们最看重的因素。

同为清华的校友，当初给陈晓平留下深刻印象的除了技术上的独创性，就是三得普华总经理王志勇的团队。“2003年开始，几个同窗开始在筒子楼里创业，始终坚持自主研发、脚踏实地，到2009年已经有30多家国内主流风电场使用他们的设备，在行业中取得了令人惊讶的成绩。”

看多了花哨的意向书、见多了“忽悠”的企业家，在陈晓平看来，作为早期公司，其最大

的价值之一就是领导人和团队能够正确地认识自己。“王志永对未来发展的阶段步骤都有客观明晰的想法。公司在发展早期阶段，由于资金等限制，确实有一些事情还做不到，他很坦率地与我们沟通。而有了资金以后，怎样一步步地提升发展能力，引入外部更专业的管理层等，他也很清楚。”

深圳风发科技与松禾资本成功“闪婚”，除了技术创新的因素外，双方对产业、技术、发展理念上的默契，是促成合作并保证合作质量的关键。松禾资本的合伙人王勇说：“有两种情况可能会影响双方的合作。一是投资人违背客观规律，需要很快地获得超额收益。二是企业过高地估计了自己的价值和成长力，确立的目标过高。事实上，双方都应该实事求是地来评估企业、业务的发展进程，这是双方合作的良好基础。”

当初，松禾资本只用了一个多月就决定注资。在解释被如此青睐的原因时，周庆余非常自信：“首先企业要找准自己的创新点，要有创意。其次是企业自身要完善，人财物、管理等各个方面要干干净净、清清楚楚。如果一团乱，就是再好的技术，资金也不会来支持。”

无论投资的是什么项目，都是由人来经营的，最终项目的风险回报也是需要靠企业的团队来完成。“一个中等水平的技术，如果有非常好的管理，也可以成为非常成功的技术。”叶东曾经这样表示。

能不能让企业成长？

很多企业存在财务混乱、管理不完善、团队建设的问题

决定投只是一个成功融资案例的第一步。大多数情况下，即使双方合作成为事实，有关企业未来发展路向的争论有时会一直持续。尤其对于很多 PE 来说，他们希望以自身的现代化管理经验来帮助企业迅速健康成长。受访的投资人纷纷表示，投钱并不难，难的是帮助企业成长并实现资本的漂亮退出，这才最具挑战性。很多节能环保领域的民营企业存在财务混乱、管理不完善、团队建设的问题，现代化管理的任务往往非常繁重。

融资之后，如何向企业提供高附加值、帮其“改头换面”如今已经成为 VC/PE 最关注的领域之一。比如帮助企业进行贷款债务支持、技术服务，帮助企业建立完善的治理结构和商业模式、计划等等。张爱民就经常对企业建议，除了资金之外，企业一定要寻求投资机构能够带来的其他方面资源。

深圳风发无疑是得到了比资本毫不逊色的“增值服务”。周庆宇对此深有体会：“以前我们这个团队只专注于埋头研发，会忽略很多企业发展大局上的事情。作为我们的风投，站在行业、市场的全局上不断地给我们一些提醒，我觉得对企业的发展来讲是非常有意义的。”

尽管承认青云创投为企业发展、产品规划等方面提供了很多帮助，但王志永对于一些“服务”还显得有点“不适应”。他开玩笑地说，获得风险投资之后，也戴上了不少“紧箍咒”。我们企业需要适应各种管理上的改变。“企业在初期较小规模的时候，忽略了很多管理、软件方面的问题。而风险投资进来之后，就会立足于长远、战略的规划，对企业管理提出全面要求。”

如今，增值服务已经和投资成为固定的“套餐”。但王勇认为，企业和投资人都不要贸然选择点单。“企业选择增值服务时要考虑多个因素。首先是增值服务与企业的发展阶段、需求及业务是不是能够结合。早期企业在资源、效率、管理和接受程度等方面都是有限的，在选择增值服务方面，更要慎重。其次，就是投资结构是否有足够的资源提供增值服务。如果

有需要的时候，投资机构无法有效跟进，那么双方的合作也不会顺畅。”

9、 安凯把脉新能源汽车 电池租赁降低客户成本

2010-2-23 汽车观察

新能源汽车的发展迫在眉睫，那只无形的手正助力新能源战略稳步推行。

当选择性条件变成必然结果时一定是发生了不可逆转的事情。日益加重的能源危机与环境压力迫使发展新能源汽车成为一种必然。

对于中国这个石油资源匮乏的国家尤其重要。在政策和资金的双重推动下，掘金新能源汽车成为国内外各大汽车厂商追捧的热潮。

当新能源从概念车的相继登台亮相到批量生产，这个过程看起来是需要走上一段时日，但在中国，那只“无形的手”会加速这一进程。你不可怀疑这一力量。

今年3月发布的《汽车产业调整和振兴规划》，针对新能源汽车中的电动车，已明确提出到2011年要形成50万辆产能的近期目标。

而近日，在南昌举行的新能源汽车与锂离子电池专题论坛上，国家发改委汽车专家组组长王书林说：“我国近期将发布新能源汽车技术规范，而新能源汽车发展规划已由发改委上报国务院，预计明年3月正式颁布。”该意义在于，国家在发展新能源汽车上既有长远、宏观的目标，也有近期具体的细则。

这一切似乎都在提速。

突破“价格命门”

新能源汽车的“致命点”在动力电池。目前，核心动力电池的市场化仍然偏低，其根本原因在于生产成本低，一辆电动车使用的动力电池组的成本要占整车造价的1/2。这也正是全世界电动车无法形成气候的根本原因之一。

研制一种高性价比的电池能够同时满足电动车产业化的性能与成本需要，这成为一种期盼。电池成本已经成为新能源汽车发展的最大瓶颈，所以短期内大规模商业化显得不那么现实。50万辆电动汽车的规模，按照动力电池、电机、电力电子等关键部件成本计算，其年产值预计达到1000亿元以上。

采取怎样的举措才能解决目前的燃眉之急？人类之所以伟大是因为会多次拆分、集合多种信息后形成一种新的思维模式。新能源汽车电池成本搞、充电设备投入大等原因，电池租赁成为一种不错的选择。

目前，除了日产在其国内有此计划外，国内仅有安凯客车一家采取换位营销的策略，这家最早研发新能源汽车之一的企业，在国内率先推出租赁电池营销策略。

在安凯的计划中，纯电动车的电池将以租赁的方式租给消费者使用。这样一方面可以大幅降低客户买车的成本，使纯电动客车（不包括电池组）的售价将与以传统动力的汽车不相上下。

另一方面，在油价不断提升的环境下，电池租赁方式使用车费用的优势进一步向电动车倾斜。不久前购买安凯纯电动豪华客车的大连交运集团相关负责人说，安凯客车采用电池采取租赁方式，其使用费用不会超过目前同规格传统客车的加油费用。而租赁电池方式更深远

的意义在于安凯还可以实现对电池的有效管理，出租电池意味着安凯将控制电池回收和再利用环节，真正做到绿色发展，同时如果新的车用电池技术能够普及，安凯的客户可以及时进行以旧换新。

如果能较好的解决电池的矛盾，按照发改委提出的新能源汽车发展展望，2012年我国汽车市场纯电动汽车保有量将达到10万辆，2020年纯电动汽车保有量达到400万辆，这一看似宏伟的目标就不那么难完成。

产业绿色通道

新的变革出现时总会有反对呼声出现，一方面发展好传统的燃油汽车，另一方面要着手抓好新能源汽车的发展。很幸运的是，中国政府早已充分意识到新能源汽车对于中国汽车工业的深远意义。

“十五”期间国家设立了电动汽车重大科技专项课题，确定了“三纵三横”的研发布局，其中“三纵”指燃料电池汽车、混合动力电动汽车和纯电动汽车三种车型；“三横”指多能源动力总成控制系统、驱动电机及其控制系统和动力蓄电池及其管理系统三种共性技术。

安凯相关负责人乐观地对《汽车观察》说，安凯将新能源汽车开发和市场化作为未来战略的重要组成部分，最近几年投入了巨大的人力、精力、资源执著于新能源客车的开发，目前安凯已经成为国内新能源客车市场上，产品线最全，实用范围最广的客车企业，同时，安凯积极整合新能源产业的上下游资源，目前安凯与上海雷博已取得深度合作，产业联盟的规模在未来也将进一步扩大。

新能源汽车的应用先驱当之无愧的是公共交通。在今年几大部委联合启动了节能与新能源汽车示范推广试点工程，确定了上海、北京、大连等13个城市在公交、出租等行业推广使用节能与新能源汽车。政府的大力扶持，也得到了国内新能源客车生产企业的肯定和积极响应，在前不久召开的第十一届中国国际高新技术成果交易会上，作为其合作伙伴之一的安徽安凯客车公司董事长王江安表示，加快实现新能源汽车产业，可以从大力发展公共交通领域着手，让新能源汽车在市场竞争中获得安全软着陆，也就是推动新能源汽车社会化、百姓化。

中国城市公共交通车辆以新能源车辆为主，作为主要的运输工具，无疑将社会关注的绿色低碳话题转变到百姓生活中的运用和感受，社会需要新能源汽车，百姓也在体验着新能源汽车，这种催化效果是实现新能源汽车社会化、市场化、百姓化的最直接方法。

清洁的新能源是未来的重要趋势，这也将成为国际重要的趋势，各国纷纷出台各项政策，加大对低碳经济的支持力度，这无疑为低碳产业的发展提供了较好的机遇。机会一定是给有准备的人。安凯深知这一道理，在今年10月的比利时车展上，安凯 G03EV 新能源客车首次亮相，这是中国的电动客车首次出访国外车展，同时，这也是欧洲车展上首次出现电动客车的身影。

立足国内，走出国门是很多企业的梦想。这一梦想有多难实现？扎实稳妥地走好每一步，梦想就离现实更近一步。安凯已经在新能源技术取得关键性突破，其研发的第三代纯电动客车，通过采用锂电池+超级电容的电电混合系统作为动力，满足车辆启动、爬坡等条件下的瞬时高功率需求，又可延长电池的循环使用寿命，实现电动车动力系统性能的最优化。

创新还在继续。

10、 国内首例生活垃圾无害化处理在安徽试运行

2010-2-24 中国经济时报

日前，全国首例生活垃圾无害化处理项目（利用水泥工业新型干法旋窑技术处理生活垃圾），在安徽铜陵点火试运行。

据中材国际南京水泥工业设计研究院和安徽省工业设计院专家分析，填埋、堆肥、焚烧等是我国目前处理城市生活垃圾的主要方式，但都存在二次污染的风险，水泥工业新型干法旋窑处置生活垃圾工程项目可将垃圾中的一部分热量用于燃烧，将剩余的可燃成分作为可燃气体从炉中导出，通过将这种可燃气体及垃圾燃烧后产生的粉灰投入水泥窑，燃烧后的成分作为水泥烧成燃料使用，粉灰作为水泥制造原料加以利用。垃圾焚烧时产生的有害成分通过在水泥窑中的高温分解，最终达到无害，实现城市生活垃圾“减量化、无害化、资源化”，符合环保、节能和国家大力发展循环经济的需要。

城市垃圾处理已成为一个急迫的任务，据安徽铜陵的统计显示，该市2008年全市城市生活垃圾日产量达到500多吨，预计2010年将达到620吨左右，城市生活垃圾无害化处理工程的缺失，不仅影响了市民的日常生活，也已成为制约经济社会发展的瓶颈因素。据介绍，铜陵生活垃圾无害化处理项目于2008年4月17日由铜陵市政府和海螺集团公司签署，项目总投资2.47亿元，总规模为日处理城市生活垃圾600吨，年处理生活垃圾总量为19.8万吨，垃圾焚烧后的煤气产品可折抵1.82万吨原煤。

11、 工业炉窑节能减排技术获突破

光明日报，冯永锋，2010-02-20 09:35:20

近日获悉，由天立环保工程股份有限公司承担的“33000千伏安密闭电石炉节能减排系统技术”项目，在北京通过了由中国环保产业协会组织的专家评审。专家组认为，该项目在我国工业窑炉节能减排方面，有很好的推广前景。

我国经济发展的一个突出问题是工业能耗高，工业炉窑的能耗占工业总能耗60%；同时，大型焦炉的节能减排、余热余能回收利用技术多为国外垄断。天立环保公司在消化吸收引进国外技术的基础上，自主开发和优化了“计算机专家操作系统”、“节能型短网技术”、“节能电极技术”、“高温炉气直接除尘技术”、“高效密闭水冷却技术”等技术，并将这系列技术在新疆圣雄能源开发有限公司年产60万吨电石项目连续运行6个月。其中，该公司自主开发的“高温炉气直接除尘技术”，使炉窑高温尾气不需降温直接净化，不仅提高了工业尾气的利用价值，还解决了尾气在降温过程中造成的黏状物析出、灰尘沉降、管路堵塞等长期困扰行业的技术难关。

经新疆节能技术服务中心测试，“33000千伏安密闭矿热炉”项目运行以后，吨产品

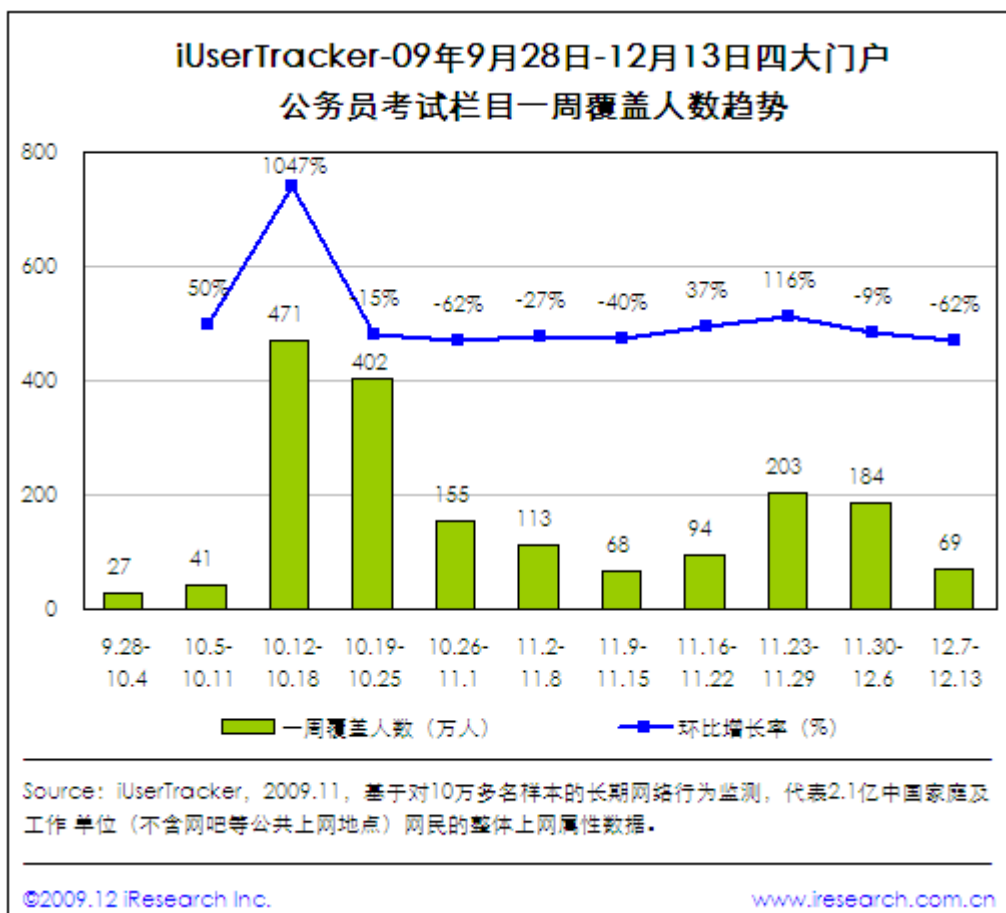
电耗为2960度，低于同行业3250—3450度的范围；年节约电耗可达2625万度；折合标煤20260吨，减排二氧化碳37200吨；一氧化碳回收利用率达到99%以上；节能减排综合增效达到2190万元。

五、 互联网/新媒体

1、 近五百万人访问四大门户公务员栏目

根据 iResearch 艾瑞咨询推出的网民连续用户行为研究系统 iUserTracker 最新数据显示，2010 年国家公务员考试网上报名期间，四大门户公务员考试栏目的用户数量激增。10 月 12 日-18 日这周覆盖人数从 41 万增长至 471 万，增长 10 倍之多。公务员网上考试报名期间和笔试期间形成两个访问高峰。报名期间的一周覆盖用户数在 400 万左右，而笔试期间一周覆盖用户数则在 200 万左右。

艾瑞咨询分析认为，随着公务员考试体制的成熟与完善，网民对国家公务员考试的关注度逐渐提升，网上报名期间，网站关于报名的信息发布以及形势分析等内容引起了考生及普通网民的注意；而在笔试前后，网站推出的真题点评等专题则吸引了大量考生关注。



艾瑞 iUserTracker 监测数据显示, 公务员考试报名期间, 访问四大门户公务员考试栏目的用户主要为 19-30 岁, 本科及以上学历用户, 而在校学生的比例达到了 28.2%。一方面, 公务员考试的报考资格决定了其用户以高学历用户为主; 另一方面, 在金融危机等因素的影响下, 大学生就业形势严峻, 报考公务员成为毕业生找工作和考研之外的另一大选择, 因此学生用户所占比例高, TGI 达 149。

iUserTracker-09年10月12日-18日四大门户公务员考试栏目用户属性

用户属性		一周覆盖人数 (万人)	一周覆盖人数比例 (%)	覆盖人数TGI
年龄	18岁及以下	10.7	2.3%	18
	19-24岁	241.9	51.4%	183
	25-30岁	130.8	27.8%	120
	31-35岁	46.4	9.8%	76
	36-40岁	17.0	3.6%	36
	40岁以上	24.3	5.2%	40
学历	初中及初中以下	7.3	1.5%	72
	高中(中专)	12.5	2.6%	18
	大学专科	62.9	13.4%	44
	大学本科	310.7	66.0%	142
	硕士及以上	77.7	16.5%	247
职业	在校学生	132.7	28.2%	149
	销售人员	25.2	5.4%	58
	技术人员	74.1	15.7%	80
	专业人士	64.7	13.7%	95
	文职/办事人员	104.6	22.2%	115
	工人	5.9	1.2%	36
	教师	43.2	9.2%	144
	其他	20.7	4.4%	51

Source: iUserTracker, 2009.11, 基于对10万多名样本的长期网络行为监测, 代表2.1亿中国家庭及工作单位(不含网吧等公共上网地点)网民的整体上网属性数据。

©2009.12 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

注：四大门户公务员考试栏目包括：

新浪：<http://edu.sina.com.cn/official/>

搜狐：<http://learning.sohu.com/official/>

腾讯：<http://edu.qq.com/official/>

网易：<http://edu.163.com/special/00293S0l/gongwuy.html>

2、 悠易互通：卖的不是广告是技术

你可能无法想象，当你在各大网站上醉心地冲浪时，你的信息已经被一家新技术广告公司分析了。

这些被分析的信息包括你的登录时间，你喜欢查看的网页、点击的广告、留言的地址。更甚的是，你的这些数据被这家公司的专业数据分析人员做过分析后，得到的各种消费习惯也被高价卖出了。

分析你的相关信息的公司之一叫悠易互通广告有限公司（下称“悠易互通”），这家成立于 2007 年致力于互联网精准技术研发和互联网市场营销服务的广告公司，于 2010 年 2 月底获得了来自戈壁投资和思伟投资共计约 1200 万美元的投资，思伟投资的崔麟和戈壁投资的谢士骏将加入悠易互通的董事会。

靠技术找到目标消费者

经常会有企业朋友这样抱怨：我的广告费又不知道花到哪里去了，监测部门给的反馈很不理想。事实上，不管是平面还是互联网，广告资源大量是被浪费掉的，即使一直宣称相对精准投放的互联网广告点击率也仅仅徘徊在千分之一到三而已，而且这千分之几里还有相当比例是无意点开的。用户对广告页面不感兴趣的理由，无非是对广告内容不敢兴趣。但为什么他们对广告内容不感兴趣呢？悠易互通 CEO 刘竣丰认为，原因无外乎两种：一是没有把广告内容推给合适的人，二是广告内容本身不吸引人。而如果能在合适的时间，并在合适的平台上将合适的内容推介给用户，效果恐怕有很大的不同。

本着这样的初衷，刘竣丰及其团队研发了一套“智能四维定向”技术。悠易互通的技术总监赵征给记者进行了下面的演示：四维定向就是时空定向、环境定向、兴趣定向和心理定向。概括来说，心理定向和兴趣定向的主要作用在于跟踪受众、分析受众、了解受众，他们一般在什么时间上网，习惯去哪些网站，都做了什么等等，掌握了这些有效信息，就能锁定目标受众人群；而时间定向和环境定向则是根据不同受众所处的时间地域及环境的差异，对具体的广告投放行为进行更为精准的划分，确保完整覆盖目标受众。

对于精准营销来说，技术和数据依据当然很重要，但更重要的是对数据进行长期的积累与分析，不断优化整个定向系统的精准性，从而达到更高的广告效益。对于一个互联网技术公司来讲，悠易互通是否具备这样的数据分析能力？“我们公司有一个专门的数据分析小组负责分析研究从终端得到的具体数据，这个小组内有技术人员、有市场人员，也有网络广告专家。”刘竣丰说，为了保证数据的准确性，悠易互通没有选择和市场上任何一家调查公司合作，因为目前国内大部分的调查公司相对来说还不够专业，而且调查公司使用的样本分析法也不是特别适合悠易互通，因为悠易互通需要的是真实的数据，而不是随机选择的样本。

事实上，在目前的互联网精准营销领域，已有不少企业在推行自己的定位技术，其中受关注程度较高的有“行为定向技术”、“网页分析技术”、“泛关键词关键技术”等，都力图去挖掘和发现网民的关注点在哪里。但是，刘竣丰认为，悠易互通的“智能四维定向”技术和市场上的其他定位技术相比，最大的区别在于：悠易互通在寻找到网民的关注点以后，还会通过云计算和大量的数据分析，从而找到更精准的用户，这些工作是有专门的团队在做的。戈壁投资的合伙人谢士骏也认为，定向技术其实并不稀罕，只有能够根据定向数据找到规律并因此分析出消费者的习性，才是比较有价值的。事实似乎确实说明：经过分析后的数据对精准营销而言，效果是相当明显的。刘竣丰说，传统网络广告的点击率在千分之三左右，

而悠易互通经过大量真实的投放证明，通过“诱惑”的声音画面效果，精准的定向技术，广告的点击率平均在 5%左右。

搭建一个满足三方需求的平台

“有些广告公司是以业务为核心价值驱动的，而我们有的模式是以技术为核心价值驱动的，这一点我们更像 IT 公司，在媒体和广告主之间搭建一个平台。” 刘竣丰说。

市场上绝大部分的精准营销平台都是采取按效果收费的模式，在这一点上，悠易互通没有例外。但刘竣丰认为，悠易互通的广告效果和一般广告公司承诺的效果有非常大的差别。悠易互通通过与国内权威第三方广告监测系统 adpoIESTar 合作，对广告效果进行监控。严格的第三方数据监测以及客户可登录后台查询操作使得广告投放更加真实，客户更容易及时调整投放策略。

而在收费方面，则在广告有效播放后根据精准定向后的人访问（CTPM）的方式计费。刘竣丰说，这种收费模式摒弃了网络传统的按日计费方式，使得客户只为其真正的到达率付费，基本上可以做到每一次广告展现都切实有效。比如奥迪汽车要通过悠易平台投放广告，悠易互通的平台会先寻找到登录该网站的用户的登录频次，感兴趣的内容，然后把用户有价值的信息反馈给广告主，和广告主一起制作出符合用户喜好的广告形式，经过层层精耕以后，广告的平均点击率达到 5%，而不管日点击量如何，奥迪只需要根据点击率付费。

当然，除了满足客户的要求，一起合作的媒体平台和用户的需求也是悠易互通着重考虑的利益群体。刘竣丰认为，判断任何一个新的商业模式是否能够在市场上立得住脚，一个通用的评判标准就是这个商业模式是不是能够做到各个利益相关方共赢。刘竣丰说，广告公司就是一个赚取广告费的机构而已，但悠易互通则希望能够从平台的角度考虑以后的发展。首先，平台为更多的网络媒体争取到了利润和发展空间。在不占用原有网站资源的基础上为其带来了更多的受益，并提供了技术支持。另一方面，平台也尊重了网站的用户体验。悠易互通过第三方监测系统保全了平台、网站、广告主三方的利益，创造了共赢的局面。

投资物语

戈壁合伙人联合创始人及合伙人谢士骏表示：尽管新兴的互联网公司面临着门槛低，容易被复制的问题，但风险投资人对一个公司感兴趣的不仅是他们是否能开发出好的产品，更重要的是他们是否能坚实地执行计划，悠易互通的管理团队在执行力方面表现出色，即使在金融危机的高峰期，每个月的销售额依然有出色的增长。我们与悠易互通公司的管理者拥有共同的理想和心愿，那就是改变互联网广告在中国的运营方式。

第三只眼

互联网资深研究专家、[博客中国](#)的创始人方兴东认为：悠易互通目前之所以能够被投资者和广告客户接受是因为市场上还没有更好的定位技术出现，就像天下互联所做的窄告网一样，概念炒过以后可能就在市场上没有任何声音了。更何况在整个互联网广告的竞争环境里，新技术、新模式总是伴随着大巨头的进入而陷入发展僵局，要么被收购，要么直接成为了某个大平台的一个产品线，这样的历史如何避免重演，是悠易互通的团队需要面对的问题。

3、 AOL 剥离非核心资产 出售营销网站 Buy. at

根据即将发布的《2008-2009 年中国社交网络行业发展报告》，艾瑞总结归纳了中国社交网络行业发展历程，并抽象出各阶段特征要点。经研究发现：中国社交网络行业正处于品质竞争阶段，市场规模处于快速增长初期。

中国社交网络发展历程

发展要点	消费引导阶段	品质竞争阶段	品类竞争阶段
发展阶段	消费引导阶段	品质竞争阶段	品类竞争阶段
用户特点	用户认知	用户认可	用户分化
平均利润率	暂未盈利	增长	降低
产品特点	单一初级	同质化	个性化
主体数量	较少	增多	减少
市场规模	有限	快速增长	稳定增长
进入门槛	低	增高	稳定在较高水平
	2005年	2009年	2015年

消费引导阶段（2005-2009 年）

2005 年 12 月，校内网（现改名人人网）在清华、北大、人大三所学校开通服务，这是中国首个实名制、[SNS](#) 特征清晰、具有一定影响力的社交网站案例，艾瑞将其作为中国社交网络行业真正开始的标志。

中国社交网络行业的发展由此进入消费引导阶段，该阶段核心目的在于培养用户认知，产品单一初级（如日志、相册、留言），市场主体数量有限（同期成立的网站还有同学网、占座网等），网站运营尚未全面盈利，市场规模相对有限，市场进入门槛较低。

2008年2月，开心网（kaixin001.com）成立，凭借朋友买卖、争车位等应用在白领用户市场迅速获得认知，由此引起媒体方面的关注进一步扩大了社交网络的认知范围，截至2008年底，中国社交网络行业基本完成消费引导阶段。

品质竞争阶段（2009-2015年）

2009年开始，中国社交网络市场进入品质竞争阶段：基于用户对社交网络的普遍认知和市场平均利润率水平的提高（部分社交网站逐渐实现盈利），越来越多的企业进入市场，同质化产品充斥、竞争的焦点集中于服务品质，进入门槛逐渐增高。

艾瑞咨询认为，在用户需求尚未分化之前，同类产品上更优的品质将获得用户认可，留在市场上获得逐渐乐观的利润。

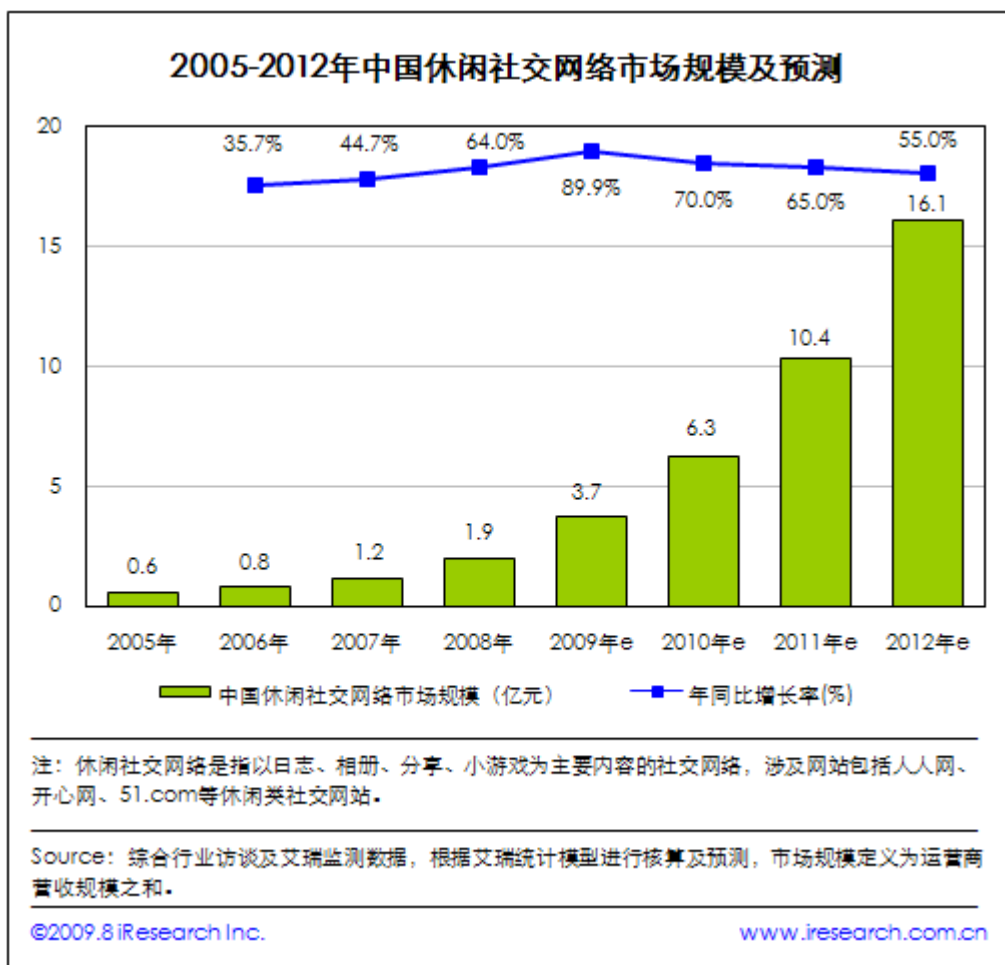
品类竞争阶段（2015年以后）

2015年，中国社交网络市场进入品类竞争阶段：参与者数量达到一定水平，市场平均利润率下降，市场开始分化：市场领导企业扩大生产（如出现复制性强的盈利方式后，迅速大规模运作），实现规模效应，以降低单位成本提高自身利润率；实力有限的企业面临两类选择：第一，降低服务质量（以降低成本，获取利润），逐渐退出市场；第二，走差异化路线，在某一细分领域寻求新的利润空间。

经历一定的行业洗牌，市场留存企业数量减少，市场规模稳定增长，进入门槛稳定在较高水平，新进者机会有限。

中国休闲类社交网络市场规模

根据艾瑞核算统计，2008年中国休闲类社交网络市场规模为1.9亿元，较2007年的1.2亿元增长64.0%。另外，2006年和2007年，中国休闲类社交网络市场规模增长率分别为35.7%、44.7%。艾瑞预计中国休闲类社交网络市场规模，将在2009年达到3.7亿元，并在2012年达到16.1亿元。



艾瑞分析，上述增长情况与中国社交网络行业发展阶段基本符合：2005年至2008年，市场处于消费引导阶段，运营商以积累用户为核心目标，盈利问题尚未提上议程，市场规模处于初级水平。2009年开始，行业发展进入品质竞争阶段，社交网络服务开始受到用户广泛认可，优质运营商逐渐实现收支平衡，行业平均利润率增长，市场规模快速增长（2009年市场规模增长率达到89.9%），但随着进入者增多，行业竞争日益激烈，行业平均利润率下降，市场增长渐趋稳定，艾瑞预估2010年至2012年市场规模增长率将分别为70.0%、65.0%和55.0%。

注 1:

本文所指社交网络指以日志、相册、分享、小游戏、插件应用为主要内容的社交网站，涉及网站包括人人网、开心网等，不包括交友中心、校友录及论坛类社区等其他web2.0媒体形式。

注 2:

消费引导阶段，指以消费引导为主要矛盾的市场阶段，企业以积累用户为核心目的，暂不涉及盈利问题。

品质竞争阶段，指以品质竞争为主要矛盾的市场阶段，企业以优质的产品服务为核心竞争力。

品类竞争阶段，指以品类竞争力为主要矛盾的市场阶段，少数领先企业扩大经营，多数企业寄希望于品类拓展，开拓细分市场。

4、 YuMe 模式中国效应 百亿资金追逐视频新媒体

遭受金融危机洗礼的美国风险投资再次将橄榄枝伸向网络视频等新媒体领域。2 月底，美国覆盖了 500 多家网站的知名视频网络公司 YuMe 第三轮成功融资 2500 万美元。YuMe 成立于金融危机前的 2007 年 3 月，成立当年即两次获得多家风投机构共 1600 万美元的投资。

金融危机后的 2010 年，风险投资机构卷土重来，视频网络正成为互联网 3.0 时代新一轮投资热点，正在吸引数百亿的资金投入，而国内的视频网络也成为一匹匹潜伏的黑马。

“YuMe”模式的中国效应

YuMe 成立于金融危机前的 2007 年 3 月，总部位于美国加州红木城，第一轮融资来自 Khosla、Acceland 和 BVCapital 的 700 万美元投资；2007 年 10 月份又获得四家风险投资机构第二笔 900 万美元投资。

YuMe 模式正在冲击中国新媒体投资领域，那么，YuMe 模式为何受到海外投资商的追捧呢？

“YuMe 拥有非常强大的跨媒体视频广告投放、媒体资源管理、精准定向、实时效果追踪的跨媒体视频广告网络，不仅能够支持网站媒体的广告形式，还可以支持手机和 IPTV 等新兴媒体。”随视传媒科技首席运营官薛晨接受采访时这样表示。

随视传媒的商业模式与 YuMe 相似，2006 年获得英特尔、百度和法里隆几百万美元的第一轮融资，独家运营百度 TV，依靠百度的联盟网站和核心的搜索定向技术，为网络媒体客户管理庞大过剩的视频媒体资源，为广告客户提供精准的定向发布和监播反馈。

“YuMe 从一开始就具有很可靠的盈利模式，这种模式让 YuMe 和媒体能够共赢发展，而不是靠简单买断媒体资源或分成模式；YuMe 过去 12 个月的盈利状态使它轻松撑过危机，吸引到大量的投资商。”薛晨说。

美国研究机构对 2010 年当地市场的视频广告收入看高到 31 亿美元，YuMe 依仗其强大的技术和媒体及广告客户建立了长期稳定的合作关系，重新成为风险投资追捧的对象。当 YuMe 成功获得第三轮融资的消息一发布，中国互联网领域都开始讨论一个问题：风险投资是否将寻找中国的 YuMe 模式。

视频搜索定向成投资热点

“YuMe 融资成功，确实有很多机构和我们在谈投资的事宜，包括风投和传统媒体集团，但现在还不方便透露交易的具体情况。”薛晨透露，全球风险投资下一步将瞄准中国新媒体领域，寻找中国媒体转型中的投资机遇。

“我们在过去三年中基本上把中国市场上的富媒体广告网络都看过了，随视传媒的技术体系、运营理念和所实现的功能与美国的 YuMe 的确非常接近。”高原资本的董事总经理辛耀州说。

“和 YuMe 商业模式比较相近的视频广告网络就是随视传媒，他们在百度联盟媒体资源基础上运营的‘百度 TV’广告网络，最大的特点是突破网站传统的二维度存货管理（广告位置×时间）方式，为网站开发出第三维度（独立受众）的存货，加大了网站的广告价值，而不是侵占网站的既有利益。”CR-尼尔森的 COO 马旗戟指出。

“随视传媒所打造的媒体资源管理系统在跨媒体广告运营上让广告代理公司找到了一种新的购买逻辑和方法，帮助代理公司把新兴视频媒体的价值充分地挖掘出来。”记者采访安吉斯媒体中国区执行副总裁黎创富时，他简明扼要地表述了自己的看法。

“百度 TV 系统包含媒体资源管理、广告管理与实时报告三大部分：一是帮助媒体开发广告存货资源，并完善其存货预测和售卖规划的能力；二是为媒体和代理公司提供透明实时的数据，第一时间看到投放反馈并及时优化调整。”薛晨透露，目前，随视传媒的系统每日管理的媒体资源量和广告投放量已经超过 YuMe 公布的现有数据。

“随视传媒在 2007 年完成第一轮融资后，一直在快速成长；有意思的是最近有意向的投资方不乏国内外的媒体集团。”在薛晨看来，传统媒体正在转型，新的投资机遇正在显现。

中国网络电视台成立后，国有的广电企业开始规模性投入互联网市场，这代表着网络视频内容在中国正式进入商业化时代；而传统媒体集团不仅在媒体内容上进入互联网，也在思考如何利用互联网技术切入到壁垒很高的广电媒体领域，曲线实现纸媒、广电、互联网和手机跨媒体的运营。

文化创意产业正在成为重点支持的产业，垂直媒体模式和多媒介整合成为传统媒体转型的新方向，数百亿资金投资聚集视频网络领域。中国网民迅速成长到 3 亿人的规模，视频广泛应用，这使得视频广告的存货大量增加，势头超越国外。网络视频媒体资源存货的变现管理和市场传播需求之间需要有效匹配，这就为视频搜索和定向传播管理技术提供了市场机遇，成为新一轮投资热点

5、 网络营销中的“抢逼围”

实体终端的抢逼围：

1、抢位置：通过抢夺好的堆头、柜台让自己在商场中最易为顾客发现。这里有一个细节，进商场左侧 45 度角的第一位置为最佳柜台位。

2、逼促销：指和竞争对手的肉搏战，如果你是市场后来者，那就先步步跟进、贴身短打，逼迫对手，抢断价格敏感的顾客群。如果你是市场的领先者，那就先发制人、步步领先，不给对手出招还击的机会。

3、围顾客：利用海报、吊旗、横幅、路演、举牌游行等海陆空终端宣传手段，让进入销售区域的潜在消费者视线躲不开、听觉避不掉，实现销售强渗透。

网络营销，要考虑到网络购物的特点，可以从以下几点展开：

1、抢位置：抢关键词排名，可以先细类，再大类，使顾客在搜索核心关键词时，排在前几位的都是你的

2、逼促销：这个和实体终端战法差不多，价格永远比对手低一块钱，促销赠品永远比对手多一件。这样做的目的同样是为了让用户能搜索到你。

3、围顾客：以一个主店为核心，同时在布局几个辅助店面，同一款产品不同角度描述，抢占更多关键词覆盖，使用户无论搜什么样的相关词，你的店、你的产品总能出现在他面前，并通过其他手段排在前面。

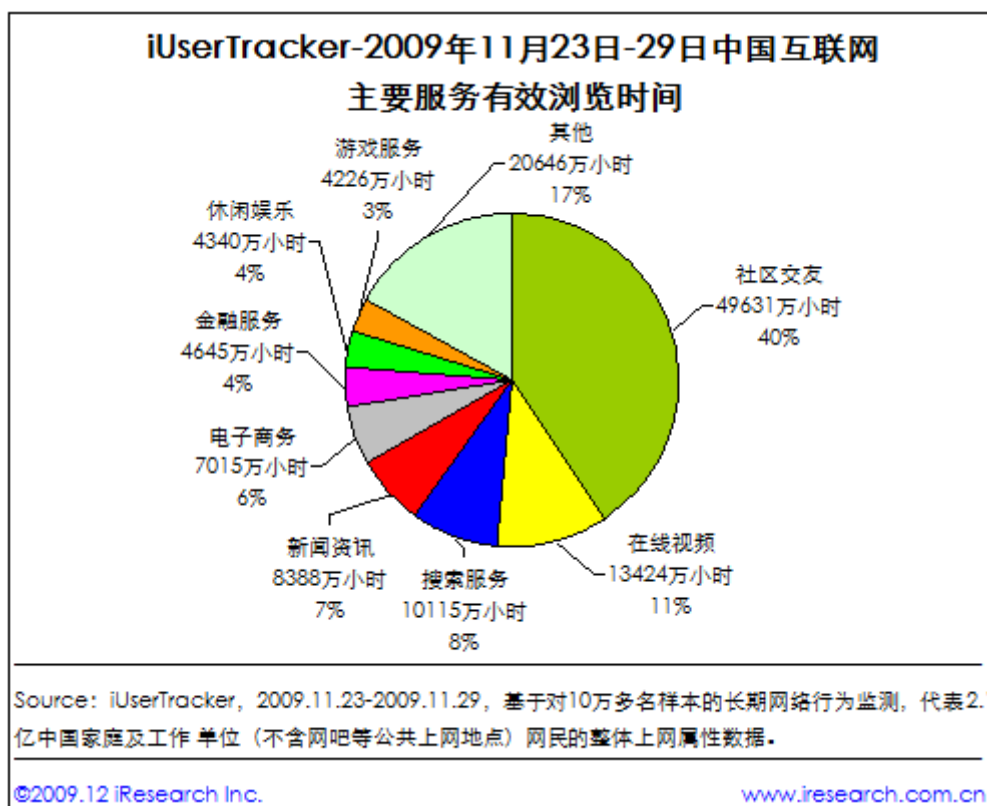
6、 社区交友在线视频占据网民过半上网时间

根据 iResearch 艾瑞咨询推出的网民连续用户行为研究系统 iUserTracker 最新数据显示，2009 年 11 月 23 日至 29 日一周期间，网民总有效浏览时间 12.3 亿小时，其中社区交友和在线视频服务有效浏览时间合计达 6.3 亿小时，占 51.4%。

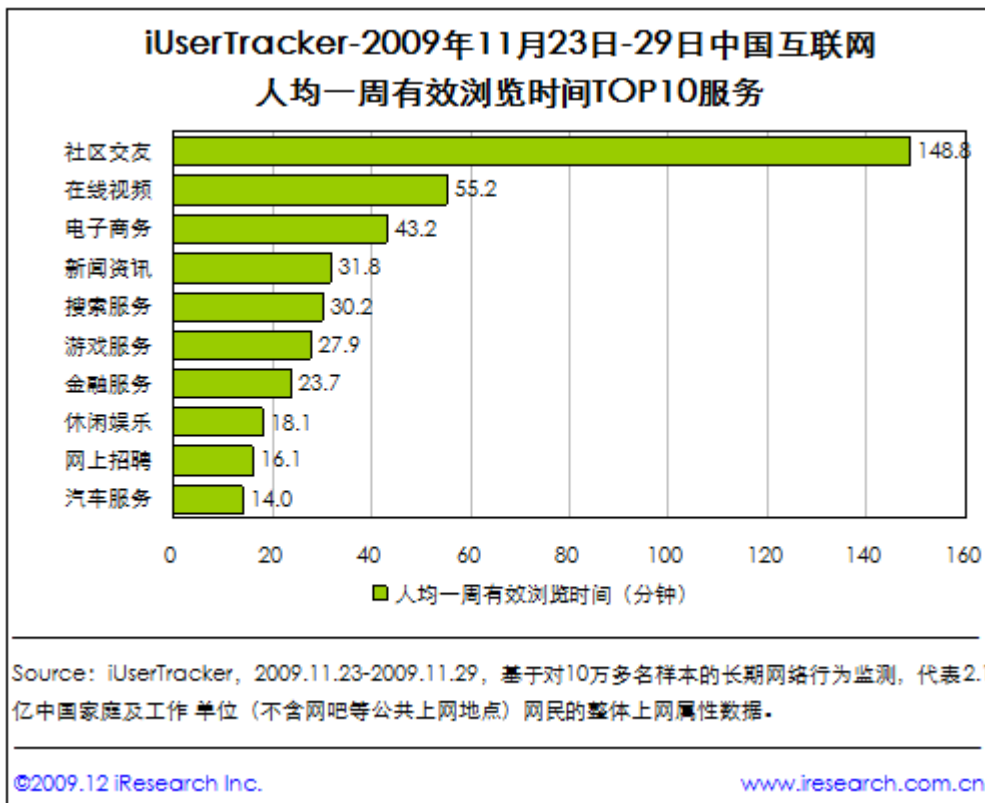
通过对数据进一步细分发现，社区交友服务有效浏览时间主要来自[博客](#)和休闲交友，其中博客为 2.9 亿小时，休闲交友 1.1 亿小时；在线视频则主要来自[视频分享](#)，达 1 亿小时。博客、休闲交友和视频分享也是仅有的三个有效浏览时间破亿的小服务。

艾瑞咨询分析认为，博客和视频分享是以提供内容为主的服务，天然属于长时间浏览的服务。而博客中逐渐增加的休闲交友性质小插件，大大增强用户黏性，也带来有效浏览时间

的增长。休闲交友服务则得益于其超强的用户黏性和访问频次，人均一周浏览页面数达 97.5 页，使所有服务中最高的，排在第二位的 C2C 平台为 96.6 页，第三位博客仅 34.9 页。



iUserTracker 最新监测数据人均一周有效浏览时间分析显示，社区交友和在线视频也是所有服务中人均有效浏览时间最长的服务，特别是社区交友，人均一周有效浏览时间达 148.8 分钟，大幅领先于其他服务。而电子商务服务虽然总有效浏览时间仅排在第五位，人均有效浏览时间却以 43.2 分钟排在第三位，艾瑞咨询分析认为，电子商务的购物过程中，用户倾向于花时间对不同商家提供的商品进行价格性能等的多方位比较，购物决策是一个谨慎的过程，所需时间更长，因此人均有效浏览时间较高。



注：社区交友包括博客、休闲交友、社区、文学小说、婚恋交友、商务交友、社区搜索、校友录、维客和威客

在线视频包括视频分享、宽频影视、网络电视（网络电视软件不包括在内）

7、 社交游戏催生新支付市场 规模将达 36 亿美元

据国外媒体报道，Facebook 上“开心农场”和“咖啡世界”的开发商正积极开拓新的支付渠道，以方便用户购买虚拟商品。预计到 2012 年，虚拟商品市场规模可能达到 36 亿美元。

总部位于加州山景城的 Kwedit 公司将今天宣布，玩家将可以采取多种方式购买虚拟货币，比如稍后在 7-11 便利店支付，或是通过邮件付款等。

他表示，“现在有许多孩子在玩这些社交游戏，而他们没有信用卡。如果能让支付过程无缝衔接绝对大有裨益，且手机在其中将扮演重要角色。”

社交游戏去年在美国大放异彩，这也促使艺电斥资 4 亿美元收购了社交游戏开发商 Playfish，后者开发了“Pet Society（宠物社会）”，“Restaurant City（餐厅之城）”等游戏。而开发出“FarmVille（开心农场）”和“Café World（咖啡世界）”的 Zynga 去年 12 月在一轮私募融资中筹得 1.8 亿美元。

亚洲市场更领先

事实上，亚洲的虚拟商品市场更为成熟。中国腾讯公司的股票市值超过 330 亿美元，而总部位于上海的盛大市值约为 25 亿美元。

全球最大的社交网站 Facebook 目前正在测试自己的支付系统，用户将可购买 Facebook 货币并在不同游戏中使用，而 Facebook 则从中分得一杯羹。

市场研究机构 Inside Network 创始人贾斯汀·史密斯 (Justin Smith) 表示，诸如 Kwedit 等支付领域的创业公司或将扩张至新的领域，比如电子商务交易和网络音乐、视频购买。Inside Network 是一家致力于追踪社交游戏和虚拟支付业务的研究机构。史密斯认为，这些创业公司首先应该证明，它们的业务模式契合虚拟商品的购买，而且有足够多的人更愿意使用它们的服务，而不是使用信用卡或 PayPal 付款。

Kwedit 将于今天推出一款产品，其目标用户是没有支票或储蓄帐户的美国消费者，据美国联邦存款保险公司表示，这一群体的数量在 1700 万左右。去年 11 月，Zynga 拥有 2 亿玩家，但只有不到 1% 购买虚拟商品。Kwedit 认为，如果有可能的话，这些玩家的确会购买虚拟商品。

Kwedit CEO 丹尼·沙德 (Danny Shader) 表示：“如果有合适的支付途径，许多玩家都愿意为游戏付费。我们能为 Zynga 这样的公司带去滚滚利润”。沙德曾创办了两家公司，并分别出售给了摩托罗拉和亚马逊。

目前，FarmVille 的玩家可以通过信用卡或是 PayPal 帐户购买游戏货币。借助 Kwedit 的服务，玩家将可以通过更多不同方式获得游戏货币，比如只要承诺稍后将在 7-11 支付、提供支票或是让朋友代为付费等。如果玩家没有付费，Kwedit 则停止提供虚拟货币，这也不会带来任何损失，因为货币是虚拟的。

信用卡公司也没有袖手旁观，Visa 公司一位发言人表示，该公司正设法鼓励客户多用信用卡。而万事达一位发言人则表示，公司正试图让信用卡网上支付变得更方便。

风投机构 Spark Capital 合伙人托德·达格瑞斯 (Todd Dages) 正在寻找第三方支付领域的投资机遇，他表示：“支付领域现在已经有了数家企业，但尚没有企业能完全替代它们。这一市场必将迎来一场激烈的竞争。”

8、 三网融合首批拟圈定 10 个试点城市

与以往“三网融合”仅停留在口号层面相比，国务院常务会议日前通过的实施三网融合具体方案，准许电信和广电两大行业互相进入，首次明确提出了实现的路径和时间表。专家认为，三网融合趋势不可阻挡，2010 年三网融合将正式进入实质性推进阶段。

●国家力促三网融合

早在 1998 年，有人就提出三网融合的概念，此后它屡次被列入“十五”“十一五”规划以及 2009 年电子信息产业振兴规划，但一直进展缓慢。

“这主要涉及到部门之间的利益问题，一直无法平衡协调，三网融合更多是停留在口号层面上。”资深独立电信分析师付亮对记者表示。换句话说，大家都想吃对方的蛋糕，而不愿开放自己的市场。电信和广电行业拥有各自完整的产业链，包括网络、终端设备、业务模式、内容供应等方面。三网融合势必打破原有的格局，形成新的产业版图。

事实上，在美、英等发达国家，三网融合业务已蓬勃开展了十多年，极大地促进了信息产业的发展。人们普遍认为三网融合是一种必然趋势。

这次，国务院常务会议决定，加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合。打破了原有网络之间的樊篱，广电和电信之间的界限被突破，双方被允许互相准入。

不仅如此，根据时间表，2010 年至 2012 年将重点开展广电和电信业务双向进入试点，2013 年至 2015 年全面实现三网融合发展。对于这次自上而下的政策推动，电信专家陈金桥称为，这是推进三网融合的破冰之举。

●三网融合将改变生活方式

工信部副部长苗圩近日透露，三网融合试点城市首批拟圈定 10 个。具体城市现在还没有确定。不过，这足以让人们们对三网融合的试点生活充满了期待。

“对普通消费者而言，三网融合最简单的体现就是三屏融合，即手机、电视和电脑屏幕的融合。今后手机可以看电视、上网，电视可以打电话、上网，电脑也可以打电话、看电视。”北京邮电大学教授曾剑秋表示。也就是说，三网融合后，消费者要使用固定电话、上网、看电视，不用再接三根线，一根线就够用了。

随之而来，IPTV、手机电视、移动互联网、VOIP 等新业务将迎来大发展，人们的生活工作将因此而改变。

曾剑秋举例，今后家里两台电视，一台用来看高清电视，一台收看 IPTV，而这样的业务分属于不同的运营商在经营。电脑也可直接接收电视节目信号，节目清晰度、流畅度与用电视机看电视一样，不用担心马赛克；手机等移动终端将可以直接添加广播电视接收模块，随时随地收看移动多媒体广播电视节目，手机上网速度也会大大提高。

三网融合后，消费者将会感受到资费的降低。由于网络和业务的融合，运营者肯定会提供差异化的服务，用户会有更多的自由选择。“行业内的竞争将更加激烈，资费肯定会下降，这会给用户带来更多实惠。”付亮表示说。

●融合监管将成新课题

2008年电信重组，6家运营商整合成3家。随着三网融合，未来将可能出现电信、移动、联通和广电四家运营商。曾剑秋表示，“如果前一轮整合是希望竞争的话，现在的整合更希望看到合作的结果。电信和广电有各自的优势，目前最主要的任务是把蛋糕做大。”

对于三网融合，专家提到最多的是，今后广电和电信在许可证发放、监管法律体系、监管机构等方面都需要融合，从而构建协调有效的统一监管体制。

有专家建议，在三网融合初期，广电涉及到通信网络部分，交由工信部管理；而原电信企业涉及到节目内容，还是要广电总局发牌照。当三网融合有了一定基础后，可以对各级机构也进行重组，成立中间层面的监管机构。

“三网融合监管要先行，不能照搬西方的监管模式，建议今后跨越工信和广电部门之上，成立融合监管部门。”曾剑秋表示。

随着三网融合政策的深入推进，专家期盼《电信法》早日修改通过。陈金桥认为，今年春节后的“两会”上，应该有提案继续讨论电信法制化的议题，人们期待能有更好的法制环境，指导行业的发展

9、“谷歌”地球共和国？

核心提示：我们以谢尔盖·布林的一段话来展望 Google 与互联网时代的未来。他说：“当我还是个小孩子的时候，想学点什么东西，要跑很远去当地的图书馆，如果运气好，才能找到一本感兴趣的书。在不久的将来，人们可以在数秒之内协作完成专业研究。当今世界经济还是乌云笼罩，对我们所有人来说都是一段相当困难的时期。但等到今天的孩子们长大后，这次衰退只不过是历史上的一个脚印，而我们一直以来所创造的技术将决定未来。”



刚刚过去的情人节那天，生活在硅谷的华裔软件工程师赵先生邀请妻子来到屋后的花园里，他一手牵着她的手，另一只手中握着手机。夜空中挂满窃窃私语的星斗，赵先生对准星空拍了几张照片，只见手机屏幕上显示出相应的星座名称。

“我太太当时吃惊得说不出话来！”人们虽然已经习惯了手机应用越来越智能化，但很少有人想象得到——Google 的一项创新性应用能使手机拥有一只具有识别信息能力的“魔眼”。

2009 年 12 月 7 日，Google 公司发布了手机搜索应用“Google Goggles”，即“视觉搜索”，用户使用 Android 操作系统的手机拍摄照片即可搜索相关信息，这让[搜索引擎](#)向真正的智能化迈上了一个新台阶。

现在 Google Goggles 已经能够实现：如果被拍摄的主体是风景，用户会得到相关的旅游和建筑信息；如果被拍摄的是书籍，用户将会搜到基本信息、价格比较和书评信息；如果对准某一件商品的条形码或是商标一拍，就可以找到与该产品相关的信息；如果用户想要收录某张名片上的所有资料，也只需按下拍摄键就可以轻松搞定。在拍下照片的一刹那，这款软件会将照片与数据库里的 10 亿张带有有效信息的图片进行比对，并迅速给出答案。而本次摄下的图像也会成为 Google 庞大的数字储备中的一部分。

听起来像是神话，但还有更神奇的。对于商业网点的识别，则连拍照都省略了。采用类似“增强现实”技术的方式，将摄像头指向该店铺，Android 系统即可利用 GPS、电子罗盘信息，给出该店铺名称和更多信息。Google 还表示，未来会给 Goggles 增加更多识别能力，比如识别植物、更大范围内的天体等。

尽管 Goggles 的技术还处于起步阶段，但是它传递出一个明确的声音——Google 睁开眼睛了！

让 Internet 变成 Outernet

中国移动总裁王建宙早在一年前就曾说过：“中国移动如果不创新，不进入 Google 的地盘，迟早会被对方干掉的。”2010 年 2 月，业界传言王建宙欲收购腾讯的消息，他在接受采访时，说：“以前一说到手机，马上想到的是著名的电信设备的制造商、电信终端的制造商。现在人们第一个想到是会是苹果、谷歌。原来的 IT 企业、互联网业，大举地进入了移动通信领域。在不长的时间之内，利用手机来上网的人数会超过用电脑上网的人。互联网跟移动通信融合，新的[移动互联网](#)时代真正来到了。”

王建宙道出了 Google 未来发展的一个大方向：移动通信领域的全能搜索。GPS 功能让手机成为一个个“神经元”，我们所处的世界将成为一个庞大又精细的“神经系统”。现在各商家的竞争就在于抢先进入这个系统。

这为手机上网的人们提供方便的同时，Google 也为自身创造了两个优势：它知道用户身处何处并且可以利用一切机会提供符合他们需求的广告：最近的加油站在哪里、街角有一家新开的红酒商店、某家超市的商品正在大幅折扣。这里也蕴含了 Google 一贯的企业经营之道——互联网企业必须首先尽可能满足用户的信息需要，人们才愿意为它搜集更多的信息，进而也有可能借着庞大的用户群体获得收益。

Google 鼓励团队不断研发的语音识别和图像识别正是配合了智能手机的各项功能。谷歌中国手机地图团队的工程师杨帆说：“在整个手机地图项目的开发中，中国工程师与美国总部和伦敦的工程师合作，全程参与开发，并向全球推出。”比如在地图中搜索公交线路的功能就是杨帆与他的同事们完成的。

Google 创始人之一谢尔盖-布林说：“今天世界上有一半的人们通过计算机和手机上网，在接下来的 10 年上网人数将达到数 10 亿。我希望通过使用简单而又功能强大的计算服务，每个人的生产力都能得到提高。这些工具使得个人、小团体、小企业能够做从前只有大公司才能做的事情，不管是制作和推出电影、从事商品活动，或者报道战争。”

让信息流动超越机器限制和地理局限，甚至时间消逝，2008 年 Google 提出的“云计算”概念更是为人们展开未来网络应用和协作的美好前景。谷歌中国的第一位女工程师、技术总监谷雪梅目前正负责这一项目，她引用了一个比喻来描述“云时代”的互联网，就好比是从古老的单台发电机模式转向了电厂集中供电的模式。它意味着 Google 标志性的计算能力也可以作为一种商品进行流通，就像煤气、水电一样，取用方便，费用低廉。

当 Internet 成为 Outernet，我们应该更好地理解赛博空间的先驱威廉-吉布森说过的一句话：“将来，我们的子孙会为我们这一代人非要在数字和真实之间划一条线而感到怪异万分。什么是虚拟空间，什么又是真实的，两者之间有什么区别？”

信息王国的经济基础

1998 年，拉里-佩奇和谢尔盖-布林拿到了他们的第一笔投资 10 万美元。如今，这家互联网公司在全球范围内的雇员多达 20000 人，股票价值高于百年老牌戴姆勒汽车和德意志银行。2008 年，Google 的收入为 218 亿美元，其中 97%来自于广告收入。

谢尔盖·布林在 2009 年 5 月发布的上一年度报告中总结 Google 走过的十年，其中谈到了他们的广告机制：“我们始终相信它不仅仅给我们自己带来价值，也会为搜索结果页面的质量带来价值。我们不散发华而不实的广告，而是把一些有关联度的、简单明了的文本广告，放在搜索结果的右侧。”

2000 年，Google 推出第一个自我服务的广告系统 AdWords，一开始有 350 个广告客户。尽管这种广告比传统网站的横幅广告赚得少，每次点击可能只能带来几美分的收入，但是一些真正受欢迎的条目每点一次就会带来近十美元的广告费。在网络泡沫破灭的时候，这

套系统成了 Google 的生命线。现在，AdWords 已经成为了一个庞大的生态系统，提供了有价值的广告信息流量，促成成千上万的生意。正如谢尔盖·布林所说：“它帮助大家能在一个公平民主的开放市场里面做广告，在这个开放市场里小企业、创业公司可以和资金雄厚的大公司一较高低。”

除季搜索页面广告外，Google 不遗余力地免费发布各种工具，其实也有着广告方面的考虑。比如他们的邮件系统 Gmail，就会根据用户的邮件内容投放相关度更高的广告。对于 Google 来说，“相关度”意味着“会给我们带来更多钱的广告”。

对此，《世界博览》杂志邮件采访了 Google 现任北欧和中欧区域 CEO 菲利普·辛德勒，他 2005 年加入 Google，掌管公司在英国、爱尔兰、比荷卢经济联盟、德国、瑞士、奥地利、瑞典、丹麦、挪威和芬兰等国家/地区的运营工作。

菲利普·辛德勒表示：“事实上，鼠标永远在用户自己手中，人们可以自主选择要不要点击 Google 提供的与他们搜索内容密切相关的广告或资讯。比如，一个用户在 Google 账户登录的情况下搜索‘高尔夫’，我们的机器算法可能会指向高尔夫运动装备、一款汽车或是墨西哥的一个高尔夫球场，相关信息又多又杂，但是如果你在半年前曾经搜索过‘高尔夫球训练班’，好的，Google 能够最快地提供给你最准确的搜索结果。”

2008 年，面向出版商提供的 AdSense 程序为 Google 的出版合作伙伴产生了 50 亿美元的收入。同年，Google 收购 Doubleclick，开始涉足其他广告模式，比如在 YouTube 里面插入[视频广告](#)，在游戏网站插入动态广告。“我们的目标是去匹配广告商和出版商的想法，采用最符合他们目标和受众的广告模式和广告媒质。”

谢尔盖·布林也雄心勃勃地宣布：“在接下来的 10 年里，我希望我们能更有效地整合来自世界各地成千上万的商品，把这些商品展示给客户，告诉客户这些商品何时何地最有用处。”

Google 是谁的敌人？

Google 宣称自己的使命是“整合信息，使信息流动，让所有人受益”，先不说这个目标是否过于宏大或理想化，仅从字面来看，就对那些自主控制并配置产品的产业巨头或试图阻碍信息自由流动的力量形成挑战。

最担心 Google 强大的莫过于全世界最强大的技术公司——微软。微软公司实体销售的 Office 软件不仅是全球通用的办公工具，最重要的是它的利润高达 70%。Google 推出了自己的文字处理、电子制表、文稿演示、日历等工具，不同之处在于它们都是在线使用并且完全免费的。这些统称为“云计算”，每个人将资料存储在“云”里，无论任何时间和地点，只要连上网络就可以找回所有的材料。

2006年10月，Google收购全球最有影响力的在线视频网站YouTube，引起好莱坞电影和媒体公司的集体围攻，他们担心观众被分流；2007年3月，媒体巨头维亚康姆集团以侵犯版权为由向Google提出索赔高达10亿美元的诉讼；2009年12月，中国作家棉棉指控谷歌中国的数码图书馆中擅自收录了她的作品，扫描作品片段并展示其内容。

这些官司看起来与信息搜索无关，而是Google不停地对其他行业插一脚，它的优势就在于已经积聚起了一个世界上最大的数据库——这个资源使他们可以进入任何一个行业。Google首席执行官埃里克·施密特就曾说过：“我们是最好的广告公司。”

Google如今已经包揽了全世界大约60%的网络搜索业务，其力量也来自人们通过搜索行为而提供给Google的数据和信息。当人们每使用一次搜索，就会留下一个“指纹”，它会将你正在寻找、正在阅读或仅仅是你感兴趣的东西记录在案。这些信息会被保留9~18个月不等，Google可以通过这些搜集来的数据将精准的用户分析提供给广告客户。2009年，Google的广告收入高达160亿美元，接近美国四大广播电视网全部广告收入的总和。这进一步增强了竞争对手们对于Google不断膨胀的焦虑。

为了不招来势力更大的敌人——国家，Google在华盛顿设立了一个30人的办公室，其中包括自己的政治行动委员会(NETPAC)，另外还雇用三个专门的外部游说机构为Google的利益展开游说。这些改变缘于创始人之一的谢尔盖·布林遭遇的闭门羹。2006年6月，他为了“网络中立”问题拜访美参议院商业委员会主席特德·史蒂文斯，参议员并没有接待这位互联网公司的老板，可是谢尔盖·布林却越来越清晰地认识到，必须要与政府进行有效公关。Google公司发展事务高级副总裁大卫·德鲁蒙德说：“我们已经处于政府和某些行业的雷达之下，必须强调我们的魅力。”

但是在美国之外的国家，Google还是不可避免地遇到了国家级别的对手。

2010年1月6日，萨科齐钦定的一个调查小组向法国文化部部长密特朗提交了一份长达69页的调查报告，其中最重要的是建议政府向欧盟境内的互联网搜索引擎巨头Google及其他互联网企业的广告收入征税。1月7日，萨科齐强调了互联网巨头在法国网络广告市场“发财”的同时，不应逃避这里的税收。据法国媒体报道，仅Google一家每年在法国的互联网广告收入就高达12.5亿美元。

互联网专家克雷格·巴克莱认为，“这是法国政府提出的又一项无知且在技术上可操作性极低的提议。”他质疑称，尽管政府为即将到手的金钱“沾沾自喜”，如果网络服务供应商被迫安装链接监视软件，这将是一大笔支出。此外，政府如何判断每个链接带来了多少收益？如果不能判断，如何确定征税额度？

在Google看来，现有的知识产权保护事实上正在阻碍创新。Google知识产权方面的首席法律顾问巴特利反击说：“目前的现实是知识产权的有效期太长，对发明者的奖励太慷慨，这严重削减了他们再次创新的动力。解决方法是建立一套理性的奖励标准、知识产权的

保障机制和合理有效期。”巴特利在他名为《道德恐慌和版权战争》的新书中指责：知识产权保护者夸大互联网的威胁，企图营造“道德恐慌”，最终目的只是为了保护停顿并维持旧有的商业模式。

另外，由于不同国家对于隐私的保护程度不同，Google 在美国深受用户欢迎的“街景”功能在瑞士遭到了官司。“街景”会显示当前位置周围的建筑、装置、汽车、行人等等。虽然 Google 表示已经做出技术处理，但是汽车牌照号码及人脸并不足够模糊，这意味着依然可以从照片中认出具体的某个人。

瑞士联邦数据保护和信息委员会将 Google 告上法庭。该委员会的托马斯-特尔先生反复强调，尤其不该在“敏感地点”出现这种情况，比如在医院、学校或监狱门口。他还担忧 Google 装备特殊的街景采集车辆，其安装在车顶的 360 度相机的高度能使它们拍摄到围栏、树篱以及围墙以内的东西。“这意味着，诸如后院这样的私人区域的隐私将不再得到保证。”

但是 Google 拒绝采纳该委员会提议的保护公民隐私权的安全措施，同时表示街景视图功能在瑞士“毫无疑问”是合乎法律的。

而 2010 年年初，谷歌中国与中国人民的矛盾更是吸引了全球关注。1 月 13 日凌晨，Google 高级副总裁、首席法律顾问德拉蒙德在 Google 官方博客上表达了“重新评估中国市场”、可能“关闭谷歌中国”的博文。很快，Google 官方就澄清了不实传闻，但是首席执行官埃里克·施密特还是表明了个人的态度。

他在回答记者提问时说：“在中国的运营一直让我们觉得很复杂。我们必须接受一个让人感到非常不舒服的监管系统。我们的公司理念是不会仅出于商业目的而做决定。我想知道基于全球价值观，做什么样的决定更好。在一个可以自由思考、创造、与他人交流的系统里，人们才能获得更高的收益。越多的人可以独立思考，情况就会越好。人与人之间交往越多，信息流通才能更顺畅。”

透明的时代必将是宽恕的时代

由于人脸识别较为复杂，Google Goggles 暂时还不支持此项功能，但是不难想象，一旦技术成熟，人们可以拿着刚拍下的照片与数据库里的信息比照，立刻知道眼前这个人是谁、做过些什么。

你我可能都有这样的经验，曾经用 Google 搜索过恋人或同事好友的名字，希望寻找一些不为我们所知的信息或秘密。最近一项调查显示，多数人对于自己传到网上的照片并不在意，根本不去想到自己的照片会被谁看到。

某跨国人力资源公司调查研究了美国、英国、德国和法国的大量雇主，许多 HR 表示在进入最后一轮面试之前，他们会上网搜索一下应征者的信息。美国有 70% 的雇主表示，他

们曾因为某些人在网上的行为而拒绝对方的工作申请，比如上传一些醉酒之后的狂欢照、留有不良购物记录、前女友大骂这个人品行不端等。60%的网友承认他们在网上的行为可能会影响自己的职业生涯或个人生活。仅有 15% 的人说他们每次在网上发表任何内容的时候都会思索后果。当然，事情要看正反两面，网络名声有时也会给人带来好处。86%的美国 HR 说职位申请者如果网上的名声很好，他们会在心中加分，有一半 HR 甚至说这是一个重大的优势。

当技术迷们为 Google Goggles 的发布欢欣雀跃时，19 岁的日本女孩坂井却陷入极度恐惧之中，她在少年时受到过性侵犯，被对方拍下大量照片并上传到网上。她的一家为此不得不搬到一个没有人认识他们的小城市生活。坂井很担心：“这样的情况将不复存在。任何一个陌生人都可以通过手机来实现自动人脸识别，从而把我和我的过去联系起来。我们可以隐姓埋名，难道要我去整容吗？”通过人脸识别，每个人都将和自己的过去不可分割地联系起来。

与坂井同样烦恼的还有各路明星和名人们，他们有能力 and 金钱去整容，但是人们通过照片比对一眼就能认出来了。另外，如果素颜朝天的明星们上街被人偷拍，Google 根本无法将她与数据库里浓妆艳抹、过度 PS 的定妆照联系在一起，岂不也很尴尬？

一直以来，Google 推出的各种创新软件让明星们的隐私无处可藏。2007 年推出的全球卫星地图集成软件 Google Earth，可以经计算得出三维地图，其精度也相当于在 5000 米空中俯瞰地面，相当于将近乎军用级别的卫星地图向民间开放，另外用户可以上传实景图片，通过 GPS 还可以锁定某个目标的移动。

好奇心驱使一些网民搜索并爆料了一些国内明星的千万豪宅。以陈道明在北京的豪宅为例，将网络上的截图放大之后，可以清楚地看到附近的立交桥、干道走向、标志性建筑，以及小区大门、停在路边的汽车、小区里的绿化都一清二楚。追星族或娱乐新闻记者将会毫不费劲地找到明星家门口。

好莱坞电影明星卡梅隆·迪亚兹对此看得很开，她说：“在我看来，网络这东西就像是民意调查，完全取决于你个人的生活方式，千万别看得太重，否则无异于把自己扔进垃圾桶。”

普通人没有大明星的烦恼，却有着更深一层的忧虑——Google 对我们的思想也不陌生。Google 的成功基于不断革新的机器算法，它是否已经从人们的浏览网页、阅读书籍、邮件来往、[电子商务](#)中获取了足够多的个人信息，终有一日，会成为英国作家奥威尔在政治小说《1984》中提到的、时时刻刻监视着人们的“老大哥”？“从没有哪个政府可以了解那么多的公民个人信息和所思所想，即使是东德的秘密警察也不能。”德国石荷州州立数据保护中心专家蒂欧·魏谢尔特不无担忧地说。

Google 北欧和中欧区域 CEO 菲利普-辛德勒表示：Google 搜集数据并不是为了实现权力或是控制人们，也不会向第三方出售用户数据，而是希望利用这些数据为用户创造更多价值。Google 的终极目标是使信息在世界范围流动并且可用。

“我们并不像看待一个真实存在的人那样看待用户信息。姓名、住址、隐私、电子邮件、银行账户，这些对于 Google 毫无用处。只有你的网络接入商才知道你的真实姓名。对于我们的电脑来说，你永远是匿名的，对我们的广告客户，你也将一直保持这样的匿名状态。除了过滤病毒之外，Google 对用户邮件里的内容丝毫不感兴趣。而且每九个月，我们会更新一次搜索结果，所存下的用户 IP 地址等信息都会更改。”

菲利普-辛德勒巧妙地转换了话题，解释 Google 记录用户 IP 的其他用途，他说：“比如在‘Google 流感趋势’这项功能里，我们能够通过用户在一定时间内搜索流感症状的频率和人数，尽早锁定流感可能爆发的区域，给更多的人和医疗机构提供帮助。”

为公共利益而存在的“国家”

正如我们在图表中分场景所呈现的那样，Google 对于我们日常生活方方面面的影响早已不可忽视。而这个企业所尊重和遵循的创新精神，也在为实现公众利益创造了更多可能性。

通过 Google 健康，一个乡村医院的医生可以通过互联网传送三维医学成像，并与世界各地的名医一起讨论特殊病例。即使年轻人遭遇高考失利或家庭条件无法满足孩子的留学愿望，他们也可以通过 YouTube 浏览 3D 教学视频或是利用 Google 图书阅览到剑桥大学图书馆里的典藏书籍。对于一些因政治原因而屏蔽国外网站的国家，比如土耳其，网民们可以通过一个网络共享界面走到一起，展开一场有趣的、非暴力的、并有望取得效果的可视化游行。互联网的精神是参与和共享，认同这一理念的人们自然会参与进来。

2010 年 2 月 11 日，Google 正式宣布在美国部分实验地区建造并测试超高速宽带网络，它将提供比现在美国大多数地区快 100 倍的速度——每秒钟 1Gb。这一计划还将以非常有竞争力的价格至少服务五万名用户，并让 50 万人成为潜在的受益者。活跃在华盛顿的游说集团已经督促联邦通信委员会检视这种新网络的服务成效，计划向全美国推广。

Google 将测试用新方法建立光纤网络，并宣传、帮助和支持世界上其他地方的开发，正如它一直以来倡导的那样：开放、公平和透明地管理互联网。

最后，让我们以谢尔盖-布林的一段话来展望 Google 与互联网时代的未来。他说：“当我还是个小孩子的时候，想学点什么东西，要跑很远去当地的图书馆，如果运气好，才能找到一本感兴趣的书。在不久的将来，人们可以在数秒之内协作完成专业研究。当今世界经济还是乌云笼罩，对我们所有人来说都是一段相当困难的时期。但等到今天的孩子们长大后，这次衰退只不过是历史上的一个脚印，而我们一直以来所创造的技术将决定未来。”

