4 月 8 日，新组建的文化和旅游部正式挂牌

全域旅游将迎一揽子财政金融支持

全域旅游正成为旅游供给侧改革的重要突破口。8 日上午，新组建的文化和旅游部正式挂牌。而数据显示，清明假日期间，全国共接待国内旅游总人数 1.01 亿人次，同比增长 8.3%；实现旅游收入 421 亿元，同比增长 8.0%。其中全域旅游供给充分，假日旅游市场既保持了量的增长，又实现了质的提升。

记者从多个渠道获悉，2018 年是全域旅游发展关键年，从中央到地方，多项扶持政策近期密集落地，一揽子财政和金融支持政策呼之欲出。除了地方财政将进一步加大投资力度外，还将创新旅游投融资机制。比如，设立旅游产业促进基金，将部分旅游资源进行资产证券化，依托股权交易平台进行交易，积极推广 PPP 模式，支持旅游企业直接上市融资，引导更多资金进入全域旅游项目。

中央层面，2018 年伊始，原国家旅游局办公室印发了《关于 2018 中国旅游主题年安排的通知》，确定 2018 年为“美丽中国 –2018 全域旅游年”。今年政府工作报告提出，创建全域旅游示范区，降低重点国有景区门票价格。国务院办公厅印发的《关于促进全域旅游发展的指导意见》（以下简称“指导意见”）提出，发展全域旅游，不断提升旅游业现代化、集约化、品质化、国际化水平。

地方层面，广西壮族自治区旅游发展委近日透露，从今年起，将实施全域旅游发展三年行动，争取 2018 年成为全国首批国家全域旅游示范区。到 2020 年，成功创建国家全域旅游示范区 20 个和自治区级全域旅游示范区 30 个。数据显示，截至目前，全国已有两批 500 多家国家全域旅游示范区创建单位，有海南、宁夏、陕西、贵州、山东、河北、浙江等 7 个省级全域旅游示范区创建单位。据悉，预计今年国务院还会组织验收一批试点项目。

全域旅游的快速发展离不开资金支持。上述指导意见提出，要通过现有资金渠道，加大旅游基础设施和公共服务设施建设投入力度，鼓励地方统筹相关资金支持全域旅游发展。

原国家旅游局规划财务司发布的《全域旅游发展报告 2017》（以下简称“报告”）显示，我国全域旅游政策框架中包括每年财政投入旅游发展资金不低于 3000 万元，并根据财政收入状况逐年递增；整合交通、发改、林业、农业、水利、城建等部门扶持资金，向全域旅游示范区创建项目倾斜等内容。

中国财政科学研究院宏观经济研究中心研究员王志刚在接受记者采访时表示，发展全域旅游需要大量资金投入，这些投入不能仅靠地方财政，还需要从资金支持上进行改革创新，这就需要借助一些市场化机制。

设立旅游产业促进基金并实行市场化运作，设立旅游投融资平台公司，促进旅游资源资产交易和市场化配置，引导私募股权、创业投资基金等进行投资就是重要的手段。事实上，不少地方此前已经积累了一定经验。上述报告指出，在国家全域旅游示范区创建单位中，65% 的创建单位利用财政资金设立了旅游产业发展基金，或利用财政资金引导社会资金成立旅游产业发展基金，或鼓励大型旅游企业成立旅游产业发展基金。43% 的创建单位成立国有“投融资平台”，发挥地方性金融机构的作用。

厦门大学宏观经济研究中心副教授王燕武告诉记者，首先，国家层面，相关部门需要共同研究支持推进全域旅游发展的具体政策和扶持措施，从财政扶持、税收优惠、投融资模型等方面出台相关细则；其次，要整合城镇化、环境保护治理、新农村建设、特色小镇、交通基础设施、休闲农业等多方面的财政扶持资金，设立全域旅游基础设施和公共服务的专项资金，加大对区域性休闲旅游和旅游扶贫的投入；三是要引导金融和社会资本投入，支持旅游企业上市直接融资，推进 PPP 的投融资模式，创新使用债务融资工具，开展景区门票收费权、项目特许经营权抵押等资产证券化的融资方式，利用相关产业发展基金、商业银行贷款，发展互联网金融，引导金融机构加大对全域旅游项目的融资支持。

不过，王志刚表示，在创新旅游投融资机制过程中，要避免出现一些隐性债务风险。目前财政部门正在加强债务风险管控，涉及一些变相举债，包括政府的各种隐性担保和过度承诺。如是金融研究院执行院长朱振鑫也认为，由于财政部此前出台了一系列文件规范债务，地方政府提供隐性担保基本不可能了。“如何完成全域旅游项目的市场化融资，还需要一系列配套优惠政策。此外，旅游资产交易关系到投资机构的退出，在依托地方性股权交易平台方面，也应有相关的政策支持。”

中国财政科学研究院 PPP 研究所专家卓识建议，在推进 PPP 模式的投融资过程中，对于文旅项目中公益性部分可通过预算列支的方式给予项目合规性资金支持，在项目中产生出让土地的地方政府所属收益部分，可进行基金预算的相关列支，对于项目进行支持。

业内人士分析称，在一揽子财政金融扶持政策之下，各级政府财政资金或优先投向全域旅游相关项目中，相关企业也将不断跟进投资旅游市场。

据《经济参考报》

快递机器人 有望 6 月上岗

物业不许快递员入内，取快递还得亲自下楼，这一“快递最后一公里”难题将被攻克。由海淀驻区企业研发的快递机器人，经过清华大学、中关村智造大街、多个封团小区 7000 公里路测和调试，目前已实现小规模量产，有望今年 6 月在北京一些小区投入使用。快递成本将由人工每单 1.5 元左右降至 1 元以下。

六轮设计，车高一米左右，承重 30 公斤，爬坡高度 35 度，速度可达 12 公里每小时，续航可达 8 小时，定位精度 1 厘米到 3 厘米……清华大学南门外，在中关村智造大街 D 座的北京真机智能科技有限公司，记者见到了外观萌萌的快递机器人——“真机小黄马”。

“日常生活中，收快递常常受时间、空间限制。在许多园区，物业不允许快递员入内，客户需要到固定地点或快递柜取快递。”北京真机智能科技有限公司创始人、CEO 刘智勇介绍，“真机小黄马”就是为解决封闭园区“最后一公里”配送问题设计的智能配送机器人。有了它，用户只需要在手机里设定好送货时间和地点，“体内”装满包裹的机器人就可以自主按时送达，手机扫码开箱取货，快捷安全。

技术人员告诉记者，要让机器取代人工完成末端配送，最核心的是打造一套软硬件一体的无人配送网络，或者说是一套“云 + 端”的天地一体智能系统。终端就是高性价比、高可靠性、可量产的无人配送车队，云端则是一整套的高配送效率、高响应速度的调度系统。

“真机智能利用云计算和机器学习等技术，构建了我们称之为‘玄机’的调度大脑。通过零人工干预的高速实时团环，形成智能派单和智能规划，构建了无人配送局部网络。”刘智勇介绍。“玄机”调度大脑使调度更智能、高效，同时极具可拓展性，逐渐构建起无人配送的全局网络。“玄机”调度大脑可以在数据罗盘实时看到所有机器人的动态，并与行业合作伙伴的系统进行无缝对接。

快递机器人配备了一系列高端“装备”，包括激光雷达、摄像头和传感器等。针对核心技术之一的定位技术，真机智能选择了“多线激光雷达 +GPS+ 惯导”等多传感器融合定位的方案，实现了精准定位和自主导航。因为搭载多线激光雷达，“真机小黄马”可以在夜间自主巡航，24 小时配送。针对路况变化、行人众多等复杂环境，机器人可以通过摄像头进行行人检测、车辆检测、激光雷达进行障碍物识别，采用深度学习的环境建模技术识别行人和物体，提高避障的准确度。

这么萌的机器人上路，怎么防止被抱走？“有 GPS 摄像头和语音警报系统，一旦有人想抱走它，它会用语音发出警告。”工作人员介绍。

“物流行业中人力成本超过 50%，巨额成本吞噬着企业利润和服务质量。在全国 400 多万名物流从业人员中，末端配送人员就有 200 多万。‘最后一公里’的配送成本是前一千公里的五倍。这组数据说明了‘最后一公里’的配送是一个巨大的问题。”刘智勇介绍，有了智能配送机器人，可以大幅度降低成本，和人工配送相比，机器人配送可以把每单的成本从 1.5 元左右降低到 1 元以下。

目前，公司已和多家物业园区达成合作。根据不同园区业主的需求，开发了两款快递机器人：一款能直接从收发室取货并送至业主楼下；一款则拥有乘坐电梯送货的功能，可以将货物送到业主家门口。此前，“真机小黄马”已在广东的两个小区投入使用，今年，产量预计可达千台左右，6 月份有望走进北京一些小区。

真机智能团队目前正在研发“四足智能配送机器人”，预计今年 6 月产出第一批样机，届时，可以实现自主上台阶功能。未来，快递机器人还会走出园区，通过连接无人配送局部网络，像快递员一样在大街上穿梭送快递。

据《北京日报》

美团拿下摩拜后 共享单车的战争才刚刚开始

摩拜改姓，王兴的王。当交易尘埃落定时，如果再去回味谈判桌上刚过法定票数的无奈，创始团队的悲情，多少显得有些“矫情”。更何况，局内人都已决定要“既往不恋、纵情向前”。格外寒冷的“清明小长假”也用凛冽的寒风去问候街头上显得没那么鲜艳的小橙车，这已经是商业丛林能给予“情怀”最大的抚慰。

选择了创业，就没有任性的权利。更何况，3 年的时间，从无到有的共享单车真的已经得到了太多。

它不仅成为代表“新四大发明”之一的“中国名片”，提升了用户的出行便利，也让投资链条上的玩家们名利双收。

它将年轻的创始人胡玮炜推向台前，人们一边焦虑地计算，这位 80 后创业者卖掉股份后，到底能赚多少个亿，又在羡慕之余，从心里佩服她的勇气、清醒和执行力。

在理想与商业之间，在初心与选择面前，共享单车再度讲述了一个波澜壮阔的商业故事。

那一夜，悲喜交加

摩拜最终还是选择了美团，37 亿美元的总价，包括 27 亿美元的实际作价（12 亿美元现金及 15 亿美元股权）和 10 亿美元的债务。

数字背后，是谈判现场的紧张气氛和当局者复杂的心理活动。据悉，整个投票过程长达两个小时，摩拜部分创始团队不同意出局，过程激烈焦灼，同意美团收购议案的票数勉强通过法定票数。

悲壮，是大多数有机会独立却最终选择卖身的公司，在最后时刻的无奈旋律。

根据《第一财经日报》的报道，摩拜 CEO 王晓峰在投票最后发言称，“好多股东也纠结问我的意见，坦率说如果公司独立发展有着非常大的机会，也有挑战，但是我没办法……规则就是规则，投票就是投票，如果大家做了这个决定，希望大家不要后悔。”

看到媒体用“出局”评价摩拜的创始团队，摩拜总裁胡玮炜直接发了一条朋友圈回应：“大家都喜欢戏剧性，然而我更愿意积极看待一切。谢谢所有人把我们捧到改变世界的高度，也谢谢大家对摩拜的重新审视。”

但一切又能怎么样呢？刚刚超过规定的股东票数、创始人王晓峰“希望大家不后悔”的言论，在资本面前，没有傲娇的权利。

悲多于喜的还有蔚来汽车创始人、摩拜原董事长李斌。李斌在其朋友圈发布了几张图片，并配文：“继续爱 mobike”。据悉，他已经从摩拜“完全退出”。李斌的妻子，前中央电视台 CCTV News 著名主持人王屹芝也在朋友圈感慨，过去几周李斌的唏嘘每天都在增长，股东会开完李斌给她的电话里也是悲多于喜。

然而，字还是签了，手还是握了。资本的车轮继续滚滚向前。而最能代表摩拜式情怀的总裁胡玮炜，据媒体报道，在最后时刻，投了赞成票。

留给温情和遗憾的情绪最多只有一夜。4 月 4 日下午，美团和摩拜联合发出了一份“热情洋溢”的声明。

声明强调，摩拜在未来将保持独立品牌、独立运营。摩拜的管理团队将保持不变，王晓峰将继续担任 CEO，胡玮炜将继续担任总裁，美团创始人王兴将出任摩拜董事长。

“机会永远属于敢冒险和能坚持的人。让我们一起，既往不恋，纵情向前！”王兴在内部信中表示。

相比美团“热烈欢迎新同学”的喜悦，摩拜的内部信更像一种自我暗示。“生活就像骑单车，为了保持平衡，我们必须不断前进。”

得与失

让 A、B 轮股东获得了堪比上市的超额回报，带领团队开辟了列入“新四大发明”的创新型产品，甚至把单车风刮向海外；获得了总理接见的机会，亲身参与到了一群聪明人的游戏之中，用户的出行效率也的确提升。这都是胡玮炜的“得”。

失去的，或许只是“带领公司独立上市”的原本设定，和创业前的那段日子中，关于梦想的定义和曾经的天真。

胡玮炜曾在接受吴晓波采访时表示，“资本和摩拜都是相互依存的，我们肯定是被资本助推了，但没有我们这样的产品和团队，其实它也没有办法助推。我自己的观点是，没有一家真正成功的企业最后成功的原因，完完全全只是因为资本。所以，资本是助推你的，但是最后，其实你都得还回去。”

用吴晓波的话说，胡玮炜是难得的还保有“一丝天真”的创业者。但这句话背后的现实恰恰正是，对于创业者而言，天真，只能是奢侈品。

摩拜加入后，将成为美团到店、到家、旅行场景的最佳连接，既为用户提供更加完整的闭环消费体验，也极大地丰富了用户的消费场景。美团创始人王兴早以个人身份参与了摩拜 C+ 轮投资，说明其个人对于摩拜的品牌和价值早已认可。再加上美团最近正在高调切入打车市场，控制摩拜之后，直接完善了其出行生态三公里内的布局。

对摩拜单车来说，得到的同样大于失去。

卖还是不卖？按照惯例，摩拜和 ofo 早晚要合并。虽然这一方案被双方创始团队强烈抵触，但并不意味他们就真的自由。从摩拜的现实运营情况来看，它能跟资本方任性的底气也没那么足。根据蓝鲸的报道，摩拜内部财务报表显示，截至当前摩拜挪用用户押金 60 亿元人民币，供应商欠款约 10 亿人民币，债务总额合计超过 10 亿美元。另外，摩拜每月运营支出超过 4 亿元，2017 年 12 月单月营收为 1.1 亿元人民币，每车每天仅周转 1 次。这样的财务数据不仅没法给投资人交待，也难以支撑后续激烈的市场竞争。

胡玮炜个人对王兴的管理风格一直比较认同。极客公园分析称，胡玮炜从当年做记者到创业，和王兴其实都保持着非常通畅的交流。况且，亟须在出行领域大展拳脚的美团能够给摩拜充分的独立性，因为两者的业务很互补。而如果选择坊间流传的另一家出价公司滴滴，不仅需要重新平衡跟 ofo、小蓝单车以及滴滴自身孵化的青桔单车的关系，也难以保持团队的整体独立，内部的斗争在所难免。

共享单车的战争停止了吗？

美团拿下摩拜后，共享单车的战争就停止了吗？答案当然是否定的，一切才刚刚开始。他们背后站着的资本，又该怎样衡量得与失？

先看美团和摩拜的背后站着的股东腾讯（T）。早在几年前，马化腾便通过开放，扶持一个基于微信的大生态。微信入口的巨大流量和微信支付的打通，让这个生态的商业逻辑形成了完美的闭环。这个生态里衣食住行都孕育出了独角兽。无论是财务角度，还是战略角度，对于腾讯，都是利好的。但近年来线上流量吃紧，驱使巨头纷纷瞄准线下流量。通过促使美团收购摩拜，腾讯再一次控制了线下最为重要的场景——“吃和远方”，还不必纠结在无休止的烧钱中，也让投资人落袋为安，这是腾讯的得。

对于目前唯一能够跟腾讯抗衡的资本阿里巴巴（A）而言，面对的是一个更加升级的战场。此前，阿里巴巴已经投资了 ofo，蚂蚁金服投资了哈罗单车，并在支付宝上给多家单车品牌开通了骑行入口。显然，共享单车背后的用户数据，以及阿里巴巴已经建立起的用户信用体系是金矿。这已经不是共享单车领域的 PK，而是阿里系与腾讯系的生态之争。阿里巴巴该怎么做？像收购饿了么一样继续全资买下 ofo？还是笃定资金没那么宽裕的美团不会选择盲目在单车上烧钱，反而放手一搏让 ofo 独立发展，用时间换空间？

此前跟 ofo 关系交恶、扶持小蓝单车的滴滴，或许也将重新审视自己的战略布局。因为对于出行起家的滴滴来说，未收购摩拜之前的美团或许只是搅动市场的鲶鱼，未来打车 + 单车都要做的美团，将给滴滴造成很大的压力。滴滴会跟 ofo 重修旧好吗，双方联手形成“反美团联盟”，还是同样隔岸观火，让时间给出答案？

一切都可能是未知数。但随着摩拜归属的尘埃落定，经历了快速扩张、高额补贴、小玩家出局、盈利遥遥无期、资本不甘等待的共享单车行业的竞争已经从资本战变成了运营战。谁能更精细地运营？谁能获得用户的认可？谁能控制好成本和收益？谁才可能成为笑到最后的人。从这个角度看，无论是 ofo 的戴威还是摩拜单车的胡玮炜，都还得继续奋力向前。

据新华网

忙改名、忙打折、忙去化 房企纷纷忙“去地产化”？

上市房企的大佬们最近除了忙去年的业绩发布，更为今年的开局忙得不可开交。记者注意到，为了进行新的业务扩张和突破，房企开年就开始“快跑”了：忙改名、忙招人、忙去化，忙租赁证券化。业内分析认为，房企更名折射出整个行业的剧变动向。在房地产走过黄金时期之后，房企纷纷寻找多元化的发展路径，急需培育一些新兴产业来替代房地产业务成为企业集团的新增长点，名字改为集团就是迎合这种变化。

忙更名 加多元化标签找新增长点

记者注意到，龙湖、时代等开发商近期纷纷更名，其中，龙湖地产发公告建议将公司名称变为“龙湖集团控股”。时代地产也更改为“时代中国控股”。朗诗绿色地产将名称改为“朗诗绿色集团有限公司”。万达商业更名为“万达商管集团”，并对外表示欲在 1 至 2 年内消化掉房地产业务，转向纯粹的商业管理运营企业。

“借助年报季的曝光度，多家房企相继宣布更名，目的是撇去‘地产’标签，转而迈向集团化发展道路。”易居研究院智库中心研究总监严跃进分析认为，这说明房地产市场其实正处于一个阶段性的调整，也会促使房地产市场的发展更加多元化，所以类似更名其实也是一个趋势。

实际上，房企更名，不仅反映企业自身的发展新战略，背后更折射出整个行业的剧变动向。新城控股集团有限公司高级副总裁欧阳捷认为，未来三年将是房地产见顶的时期，因此一些企业必须寻找多元化的发展路径，急需培育一些新兴产业来替代房地产业务成为企业集团的新增长点，名字改为集团就是迎合这种变化。

忙去化 有房企五折甩盘称不计成本

4 月 2 日，一家销售额超 2000 亿，土地储备 2016 年、2017 年增加 3830 万平米的一家大型房企的内部紧急会议记录传出炸裂消息，其中关于“不惜首先挑起价格战”的策略备受业界关注；网传的内部会议记录称：“市场销售断崖……已经开工项目，进入多重销售阶段，内部认购、资格后补、延后网签、保证回购等皆可实施，打折幅度最低可以 5 折，不惜首先挑起价格战”等说法引人关注。

实际上，记者注意到，早在 2 月份以来，各品牌房企已在悄悄促进项目去化，推出了较为丰富的营销活动。尤其是深耕三四线城市的品牌房企如中梁、蓝光等，为促进项目去化，抓住春节返乡置业高峰，推案热情高涨。

在 2 月份的所有房企中，恒大优惠力度最大，全国所有楼盘享基础优惠 8.8 折，部分特价房额外享最高 9.5 折优惠。根据支付方式不同，还享有 9.6–9.8 折不等的购房优惠。通过集团营销配合充足的推案量，恒大 2 月实现了 478 亿元的销售额。

3 月 26 日起，富力地产启动主题为“千亿富力，力撑经典”的特惠购房派对，线上线下齐联动，广州富力旗下 7 大楼盘联合“富力好房”APP，共同推出购房好礼及重磅优惠。

忙“猎”人 拓新领域寻求新突破

多元化之后自然需要更多人才。3 月 25 日，越秀地产举办了粤港澳大湾区 2018 年专场招聘会。此次招聘会是其近年来规模最大的一次招聘，现场共提供 200 余个岗位，“猎取”的人才将全部入职越秀地产总部及其分布在大湾区的子公司。据悉，实际到场应聘人员超过 1200 人。

越秀地产人力资源负责人透露，虽然公司传统业务为住宅开发，但正在拓展新的领域，如养老产业、长租公寓以及城市更新。显然，这正是其大举招兵买马的意图所在。

到处“猎”人的房企当然不止越秀，记者注意到，千亿房企碧桂园去年以 5508 亿元的销售业绩登顶中国地产第一宝座，今年就马不停蹄在全国展开一场又一场招聘会，上万个招聘岗位分布在山东、沪浙、安徽等区域，“诚聘地产菁英，高薪职位等你来”的英雄帖铺天盖地。

租赁证券化 谋定租赁市场大发展

在今年的全国两会上，住房租赁机构化、专业化、证券化得到了前所未有的关注。市场与政策的力量相叠加，将极大地改变我国租赁市场生态。

发力租赁市场因此成为房企集体在忙的一件事。在获批近 5 个月后，3 月 13 日，由保利地产和中联基金共同实施的国内首单房企租赁住房 REITs（第一期）成功发行，规模为 17.17 亿元。

不止保利地产，碧桂园、招商蛇口、龙湖、旭辉、越秀地产等房企也已获得租赁证券化的入场券。据不完全统计，截至目前房企获批的 REITs、CMBS、ABN 等租赁证券化产品规模已超 500 亿。

与此同时，租赁并购基金也已出现。3 月 12 日，中国建设银行与新派公寓发起首期 20 亿元公寓资产并购基金，促进租赁市场快速整合发展。

平安集团旗下平安不动产也在去年年底开始涉足长租公寓市场，并与合作伙伴共同设立基金投资了上海森兰项目，拟将其改造为中高端长租公寓。未来三年，双方还将在一线及多个强二线城市投资长租公寓项目，目标资产管理规模 100 亿元。

专家认为，当前房企发行租赁证券化产品一石二鸟：其一，为探索 REITs 积累经验；其二，目前开发端融资收紧，租赁就成为了新型融资渠道。

据新华网