（上接B7版）

2010年以来，房价的过快上涨引起了舆论的高度关注，政府承受了较大的压力，驱使房地产调控政策频出。伴随着政府连续出台多项针对房地产市场调控的政策，以及监管部门对信贷进行逐月限额，各大银行相继收紧优惠利率的审批。同时，银行贷款额度紧张和国家调控力度的加大，地产开发公司进行开发贷款融资难度也增加。2011年国家多部门联合对房地产市场的调控将在一定程度上遏制房价的快速上涨，其主要目的是为了打击商品房的投资和投机性需求。2011年全国房地产开发投资61,740亿元，比上年增长27.9%，其中住宅投资44,308亿元，增长30.2%；办公楼投资2,544亿元，增长40.7%；商业营业用房投资7,370亿元，增长30.5%。2011年房地产市场增速逐渐放缓，但仍然呈现量价齐升的态势。

2012年，全国房地产开发投资71,804亿元，比2011年名义增长16.2%（扣除价格因素实际增长14.9%），增速比2011年回落11.9个百分点。其中，住宅投资49,374亿元，增长11.4%，占房地产开发投资的比重为68.8%。2012年，房地产开发企业房屋施工面积573,418万平方米，比上年增长13.2%，房屋新开工面积177,334万平方米，比上年下降7.3%；房屋竣工面积99,425万平方米，增长7.3%。房地产开发企业土地购置面积35,667万平方米，比上年下降19.5%；土地成交价款7,410亿元，下降16.7%。

2013年，全国房地产开发投资86,013亿元，比2012年名义增长19.8%（扣除价格因素实际增长19.4%），增速比2012年提高3.6个百分点。其中，住宅投资58,951亿元，增长19.4%，占房地产开发投资的比重为68.5%。2013年，房地产开发企业房屋施工面积665,572万平方米，比2012年增长16.1%，房屋新开工面积201,208万平方米，比2012年增长13.5%；房屋竣工面积101,435万平方米，增长2.0%。房地产开发企业土地购置面积38,814万平方米，比2012年增长8.8%；土地成交价款9,918亿元，增长33.9%。

2014年，全国房地产开发投资95,036亿元，比2013年名义增长10.5%（扣除价格因素实际增长9.9%），增速比2013年回落9.3个百分点。其中，住宅投资64,352亿元，增长9.2%，占房地产开发投资的比重为67.7%。2014年，房地产开发企业房屋施工面积726,482万平方米，比2013年增长9.2%，房屋新开工面积179,592万平方米，比2013年下降10.7%；房屋竣工面积107,459万平方米，增长5.9%。房地产开发企业土地购置面积38,383万平方米，比2013年下降14.0%；土地成交价款10,020亿元，增长1.1%。

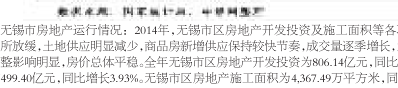
2015年以来，在央行降息降准降首付、住房交易税费减免、公积金政策持续放松等一系列利好政策叠加刺激下，全国楼市持续回暖、量价齐升，尤其进入2016年后明显升温。

2015年，商品房销售面积、销售额同比分别增长6.5%、14.4%。

2016年，在资产配置荒的背景下，新增社会融资仍集中流向房地产领域，楼市投资热潮蔓延到无锡、郑州、济南等弱二线城市，推动楼市销售逆势继续升温，成交量值均创新高。1～9月，商品房销售面积同比增长26.9%，其中9月当月同比增长34.0%；销售额同比增长41.3%，9月当月同比大幅增长56.1%。

2016年10月开始，随着热点城市密集收紧调控，楼市预期发生转变，后续调控收紧仍可能蔓延升级。由于限购重启削减了需求基数、限贷升级降低了房贷杠杆，10月热点城市新建商品住宅网签量、房价环比涨幅均明显下滑。预计随着调控效果进一步显现，尤其是楼市进入观望期，10月楼市销售整体将明显降温，开发投资增速趋于回落，热点城市房价涨幅将显著收窄。

图5-10：2015-2016年10月商品房销售面积及增速



数据来源：国家统计局，中华网数据库

无锡市房地产运行情况：2014年，无锡市区房地产开发投资及施工面积等各项指标同比增速均有所放缓，土地供应明显减少，商品房新增供应保持较快节奏，成交量逐季增长，尤其下半年受政策调整影响明显，房价总体平稳。全年无锡市区房地产开发投资为806.14亿元，同比增长5.39%；其中住宅499.40亿元，同比增长3.93%。无锡市区房地产施工面积为4,367.49万平方米，同比增长5.91%，其中住宅2,798.71万平方米，同比增长0.76%；房地产新开工面积为947.62万平方米，同比下降2.15%，其中住宅576.54万平方米，同比下降7.66%；房地产竣工面积为580.65万平方米，同比下降11.23%，其中住宅343.57万平方米，同比下降30.92%。2014年无锡市区商品房成交面积为602.91万平方米，同比下降0.02%，成交金额499.51亿元，同比下降3.99%；其中商品住宅成交面积为523.95万平方米，同比增长4.55%，成交金额409.77亿元，同比增长1.68%。从季度看，商品房成交量呈逐季增长态势，第二、第三季度环比分别增长18.42%、11.74%，第四季度受政策调整影响，市场成交量增长明显，商品房销售面积214.88万平方米，同比增长32.02%，环比增长46.79%，金额178.11亿元，同比增长21.67%，环比增长49.85%；其中商品住宅销售面积187万平方米，同比增长41.06%，环比增长39.23%，金额145.66亿元，同比增长33.93%，环比增长40.64%。2014年无锡市房屋价格总体平稳，一季度市区商品住宅加权均价环比增长0.26%，二、三季度环比依次下跌0.79%和0.58%，至四季度止跌回稳。经测算，第四季度无锡市区商品住宅加权均价为8,379元/平方米，环比增长0.23%。二手住宅加权均价7,289元/平方米，环比增长1.09%。

2015年，无锡市继续控制土地出让，土地交易平淡，开发企业放缓开发节奏，商品房新增供应量明显减少，在各项利好政策刺激下，市场需求逐步释放，无锡成交量达近五年新高，住房价格小幅回升。2015年，无锡市区房地产开发投资598.03亿元，同比下降25.82%；其中住宅401.58亿元，同比下降19.59%。无锡市区房地产施工面积为4,056.59万平方米，同比下降7.12%，其中住宅2,744.92万平方米，同比下降1.92%；新开工面积为426.37万平方米，同比下降55.01%，其中住宅318.94万平方米，同比下降44.68%；竣工面积为643万平方米，同比增长10.74%，其中住宅452.59万平方米，同比增长31.73%。2015年1-12月，无锡市区共出让19幅国有建设用地使用权，成交总面积121.22万平方米，同比减少47.64%，成交金额36.50亿元，同比减少55.39%。从土地用途看，经估算，住宅用地面积约42.23万平方米，非住宅用地面积约78.99万平方米。2015年，中央强调稳定住房消费，政策持续放松，连续降准降息，进一步降低首付比例，一系列新政刺激需求促进库存去化，市场成交量同比增长明显。全年无锡市区商品房销售面积687.33万平方米，同比增长14%，销售金额568.93亿元，同比增长13.9%；其中商品住宅销售面积603.15万平方米，同比增长15.12%，金额476.66亿元，同比增长16.32%。从季度看，第四季度商品房销售面积199.19万平方米，同比下降7.3%，环比增长20.88%，金额160.67亿元，同比下降9.79%，环比增长10.43%；商品住宅销售面积176.79万平方米，同比下降5.46%，环比增长23.24%，金额141.11亿元，同比下降3.12%，环比增长25.3%。受营业税"5改2"等政策利好，2015年无锡市区二手房市场成交活跃，全年成交总面积324.25万平方米，创历史新高，同比增长47.33%，总金额为189.5亿元，同比增长47.44%；其中二手住宅成交面积287.25万平方米，同比增长55.56%，总金额为175.79亿元，同比增长59.55%。从季度看，第四季度二手房成交面积97.73万平方米，其中二手住宅成交面积79.43万平方米，同比分别增长65.95%、48.91%，环比分别增长13.55%、1.69%。2015年，无锡市房地产市场成交保持良好态势，住房价格逐季稳步回升。经测算，第四季度无锡市区商品住宅加权均价为8518元/平方米，环比增长0.21%。另外，二手住宅加权均价为7338元/平方米，环比下降0.43%。

2016年1-9月无锡市区商品房成交面积875.98万平方米（77,663套），同比增长79.45%；其中商品住宅成交面积798.46万平方米（66,888套），同比增长87.27%。2016年无锡的楼市特征明显：一是境内外市购房人比例大幅提高。前9月境内外市人购买商品住宅套数占比达52%，这一比例同比增幅达83%。二是区域特征加强。滨湖区一直是无锡市商品房成交的热门区域，由于地理位置等优势，1-9月滨湖区商品住宅成交面积同比增幅达到129%，为各区域增幅第一。锡山区由于一直是无锡房价低洼区域，1-9月商品住宅成交面积同比增幅达117%。

2016年10月2日，无锡出台《关于进一步促进房地产市场健康稳定发展的意见》。《意见》明确，对已拥有1套住房的居民家庭，最低首付款比例由不低于30%调整为40%。第二次公积金贷款，首付比例调整为不低于30%。房地产开发企业不得向同一买受人出售多套商品住房；暂停对已拥有1套及以上住房的非该市户籍居民家庭出售新建商品住房。受调控及贷款新政影响，2016年10月无锡市商品房新增供应量及市场成交量均出现明显下降，商品住宅备案均价有所回落。

2. 相关政策

（1）国家政策

2010年9月25日：国家统计局公布了《住宅销售价格统计调查方案(征求意见稿)》。根据这个征求意见稿，直辖市、省会城市、自治区首府城市(不含拉萨市)、计划单列市等35个大中城市新建住宅销售价格、面积、金额等资料直接采用当地房地产管理部门的网签数据，不单独进行调查。

2010年9月26日：国土资源部、住房和城乡建设部联合下发了《关于进一步加强房地产用地和建设管理调控的通知》（国土资发【2010】151号），针对房地产用地和建设领域管理，在"国十条"的基础上进一步细化。要求继续抑制房价上涨、促进房价地价合理调整，并督促地方各有关部门"加强协作、形成合力，从当地房地产市场实际出发，落实各部门责任，促进房地产市场持续向好发展。9月28日，财政部和国家税务总局发布《关于支持公共租赁住房建设和运营有关税收优惠政策的通知》（财税【2010】88号），对公租房建设和运营中包括土地使用税、印花税等在内的多项税收予以免征优惠，执行期限暂定三年，政策到期后将根据公租房建设和运营情况对有关内容加以完善。

2010年9月29日：财政部、国家税务总局、住房和城乡建设部就调整房地产交易环节契税、个人所得税有关优惠政策发布通知，通知要求，对个人购买普通住房，且该住房属于家庭（成员范围包括购房人、配偶以及未成年子女）唯一住房的，减半征收契税。对个人购买90平方米及以下普通住房，且该住房属于家庭唯一住房的，减按1%税率征收契税。在个人所得税方面，通知要求，对出售自有住房并在1年内重新购房的纳税人不再减免个人所得税。通知自2010年10月1日起执行。

2010年9月29日：中国人民银行、中国银行业监督管理委员会联合下发了《关于完善差别化住房信贷政策有关问题的通知》（银发〔2010〕275号），要求：各商业银行暂停发放居民家庭购买第三套及以上住房贷款；对不能提供一年以上当地纳税证明或社会保险缴纳证明的非本地居民暂停发放购房贷款；对贷款购买商品住房，首付款比例调整到30%及以上；对贷款购买第二套住房的家庭，严格执行首付款比例不低于50%、贷款利率不低于基准利率1.1倍的规定；各商业银行要加强对消费性贷款的管理，禁止用于购买住房；对有土地闲置、改变土地用途和性质、拖延开竣工时间、捂盘惜售等违法违规记录的房地产开发企业，各商业银行停止对其发放新开发项目贷款和贷款展期；对不认真执行差别化信贷政策的商业银行，一经查实要严肃处理；继续支持房地产开发企业承担中低价位、中小套型商品住房项目和参与保障性安居工程的贷款需求；鼓励金融机构支持保障性安居工程建设，抓紧制定支持公共租赁住房建设的中长期贷款政策。

2011年1月28日：上海、重庆试点开征房产税。上海市人民政府印发的《上海市开展对部分个人住房征收房产税试点的暂行办法》规定，从1月28日起对上海居民家庭新购第二套及以上住房和非上海居民家庭的新购住房征收房产税，税率因房价高低分别暂定为0.6%和0.4%。重庆市个人住房房产税税率征收标准为：独栋商品住宅和高档住房建筑面积交易单价在上两年主城九区新建商品住房成交建筑面积均价3倍以下的住房，税率为0.5%；3倍（含3倍）至4倍的，税率为1%；4倍（含4倍）以上的税率为1.2%；在重庆市同时无户籍、无企业、无工作的个人新购第二套（含第二套）以上的普通住房，税率为0.5%。

2011年1月26日：国务院常务会议再度推出"新国八条"，要求强化差别化住房信贷政策，对贷款购买第二套住房的家庭，首付款比例不低于60%，贷款利率不低于基准利率的1.1倍。

2011年2月21日开始：住建部陆续与各省、自治区、直辖市及计划单列市签订《保障性住房目标责任书》，完成1000万套保障性安居工程住房的分配任务。各地方政府必须在2011年10月31日前全部开工当年所有的保障性住房项目，否则主要领导将遭受处罚。

2011年2月25日：广州、海口、长沙、三亚、郑州、太原、武汉、浙江金华永康县等城市"新国八条"实施细则出台，进入限购令。截至此时，进入限购令的城市包括：北京、深圳、厦门、上海、宁波、福州、杭州、南京、三亚、天津、海口、广州、大连、温州、苏州、舟山、兰州、金华永康、太原、郑州、武汉、昆明、南昌、济南。

2011年3月16日：国家发改委发布《商品房销售明码标价规定》商品房销售要实行一套一标价，并明确公示代收代办收费和物业服务收费，商品房经营者不得在标价之外加收任何未标明的费用。

2011年7月7日：全国上调个人住房公积金存贷款利率五年期以上个人住房公积金贷款利率上调0.2个百分点，由4.7%上调至4.9%；五年期以下(含五年)个人住房公积金贷款利率上调0.25个百分点，由4.2%上调至4.45%。

2011年7月14日：国务院召开会议部署房地产调控，称部分城市房价上涨压力仍然较大，要求继续严格执行限购政策，上涨过快的二、三线城市也要采取限购。

2011年8月17日：住房城乡建设部公布对各地列入新增限购城市名单的5项建议标准。

2011年11月30日：中国人民银行决定，从2011年12月5日起，下调存款类金融机构人民币存款准备金率0.5个百分点。

2011年12月4日：住建部政策研究中心房地产处处长赵路兴明确表示，房地产调控政策从严落实的方向不会改变，并将延续至明年。

2011年12月9日：我国要求明年实施积极财政政策和稳健货币政策，根据形势变化做出预调、微调；坚持房地产调控政策不动摇，促进房价合理回归；保证物价总水平基本稳定。

2012年3月14日：十一届全国人大五次会议闭幕会后，温家宝与中外记者见面时表示，房价还远远没有回到合理价位，调控不能放松。

2013年2月20日：国务院确定了后来被称作"国五条"的政策，分别是：完善稳定房价工作责任制，坚决抑制投机投资性购房，增加普通商品住房及用地供应，加快保障性安居工程规划建设，加强市场监管。

2013年3月1日：国务院办公厅下发《国务院办公厅关于继续做好房地产市场调控工作的通知》（国办发〔2013〕17号），通知给楼市调控加码，被媒体和业界称为是"国五条"实施细则。该通知要求各地区坚持房地产调控，对限购进行升级，房价上涨过快的城市提高二套房首付比例和利率，出售住房按规定征收20%个人所得税，加快中小套型项目审批，禁止囤地、炒地、哄抬房价的开发商拿地等进行明确规定。

2013年11月20日：国务院常务会议确定整合不动产登记职责，建立不动产统一登记制度：由国土资源部负责指导监督全国土地、房屋、草原、林地、海域等不动产统一登记职责，行业管理和不动产交易监管等职责继续由相关部门承担；要求建立不动产登记信息管理基础平台，逐步建立健全社会征信体系；推动建立不动产登记信息依法公开查询系统。

2014年1月：银监会召开全国银行业监管工作会议，要求严控房地产贷款风险，高度关注重点企业，继续强化"名单制"管理，防范个别企业资金链断裂可能产生的风险传染。

2014年3月5日：国务院在《2014年政府工作报告》中提出：完善住房保障机制，加大保障性安居工程建设力度，新开工700万套以上，其中各类棚户区470万套以上；提高大城市保障房比例，推进公租房和廉租房并轨运行；增加财政投入，提高建设质量，完善准入退出机制，年内基本建成480万套；针对不同城市情况分类调控，增加中小套型商品房和共有产权住房供应，抑制投机投资性需求；做好房产税立法相关工作。

2014年3月16日：国务院颁布《国家新型城镇化规划（2014～2020）》，明确未来城镇化的发展路径、主要目标和战略任务：有序推进农业转移人口市民化，努力实现1亿左右农业转移人口和其他常住人口在城镇落户；稳步推进义务教育、就业服务、基本养老、基本医疗卫生、保障性住房等城镇基本公共服务覆盖全部常住人口；加快构建以政府为主提供基本保障、以市场为主满足多层次需求的住房供应体系，稳定增加商品住房供应，扩大保障性住房有效供给；调整完善住房、土地、财税、金融等方面政策，共同构建房地产市场调控长效机制。

2014年9月30日：央行发布《中国人民银行中国银行业监督管理委员会关于哪一步做好住房金融服务工作的通知》，对个人住房贷款需求的支持力度大幅提升，首套房贷利率下限重回基准利率的0.7倍，已有一套住房并已结清相应购房贷款后再次申请贷款的，执行首套房贷款政策。

2015年8月26日：财政部发布《关于做好城市棚户区改造相关工作的通知》，通知强调，对已经签订合同并实施的城市棚户区改造项目，要按照合同和项目实施进度及时拨付财政资金，确保资金需要。

2015年8月27日：住建部、商务部等六部委联合出台《关于调整房地产市场外资准入和管理的意见》，《意见》的主要内容为：外商投资房地产企业注册资本与投资总额比例，按照《国家工商行政管理局关于中外合资经营企业注册资本与投资总额比例的暂行规定》（工商企字[1987]第38号）执行。

（2）地方政策

2011年2月20日，无锡市政府办公室发出通知，自2011年2月21日起，在无锡市市区内执行十项房地产调控方法，进一步促进无锡市房地产市场平稳健康成长。在购房套数的问题上，暂定对已有1套住房的无锡本市户籍居民家庭、能够提供本市一年以上纳税证明或社会保险缴纳证明的非本市户籍居民家庭，限购1套住房；对已拥有2套及以上住房的本市户籍居民家庭、拥有1套及以上住房的非本市户籍居民家庭、无法提供一年以上当地纳税证明或社会保险缴纳证明的非本市户籍居民家庭，暂停在本市市区内向其售房。暂定对依据省、市有关人才政策引进的非本市户籍高层次人才，限购1套住房。对违反规定购房的，不予办理房地产登记。无锡各商业银行暂停发放居民家庭购买第三套及以上住房贷款；对不能提供一年以上无锡市纳税证明或社会保险缴纳证明的非本市户籍居民暂停发放贷款。对贷款购买商品住房，首付款比例调整至30%及以上；对贷款购买第二套住房的家庭，严格执行首付款比例不低于60%、贷款利率不低于基准利率1.1倍的规定。2011年无锡市商品住房用地供应计划总量原则上不得低于前2年年均实际供应量。保障性住房、危旧房改造和中小套型普通商品住房用地不低于住房建设用地供应总量的70%，并优先保证供应。土地出让时应明确地块中小套型住房的建设比例。文件要求房地产开发企业对开发建设规模较大，实行分期开发、分期销售和分期交付的商品房项目，每次申请办理《建设工程规划许可证》、《建筑工程施工许可证》和《商品房预售许可证》的建设规模不得低于30,000平方米；项目规模小于30,000平方米的，应一次性申请办理。房地产开发企业在办理商品房预售许可前，应当向价格主管部门申报价格备案。申报价格3个月内不得调高，3个月后需调高的必须重新申报价格备案。房地产开发企业取得《商品房预售许可证》后，要在10日内一次将取得预售许可的全部房源上网销售，严禁捂盘惜售、囤积房源。2011年12月1日，无锡住房公积金管理中心实施住房公积金新政，首次购房且面积在90平米以下的家庭，只要夫妻双方均符合公积金贷款条件，即使可贷额度不足50万元，也能按最高50万元的额度申请贷款。2014年5月1日，无锡市正式实施《无锡市户籍准入登记规定》，调整放宽购房落户政策，在无锡购买成套商品住宅（含二手房）、户均建筑面积达60平方米以上，且在无锡市有稳定工作的人员，准予本人、配偶和未成年子女来锡落户，而之前的购房落户门槛为70平方米。2014年7月26日，无锡市对限购政策进行调整，取消90平米以上（含90平米）住房的限购政策，90平米以下住房继续执行限购。2014年8月30日起，无锡市区范围全面暂停执行住房限购政策。2014年10月1日起，夫妻双方该基金贷款最高额度提高到60万元。2014年11月1日起，首次公积金贷款购买90平米（含）以下住房的，贷款最低首付比例为20%，90平米以上的最低首付30%，还清首次公积金贷款的购房者，可以申请办理二次公积金贷款，最低首付比例30%，贷款利率为基准利率的1.1倍。2015年4月21日，无锡公积金中心调整贷款政策，首次公积金贷款，首付比例不得低于总价的20%；第二次公积金贷款，首付比例不得低于房屋总价的30%。同时，首次及第二次公积金贷款均执行基准利率，在商业贷款转换公积金贷款业务基础上，逐步开展商业贷款转换住房组合贷款业务。2016年10月2日，无锡出台《关于进一步促进房地产市场健康稳定发展的意见》，无锡房地产开发企业不得向同一买受人出售多套商品住房；暂停对已拥有一套及以上住房的非无锡市户籍居民家庭出售新建商品住房；对已拥有1套住房的居民家庭，再次申请商业性个人住房贷款购买住房的，最低首付款比例由不低于30%调整为40%。

南京市政府办公厅于2011年2月19日出台南京标准版限购令细则，对贷款购买第二套住房的家庭，首付款比例不低于60%，贷款利率不低于基准利率的1.1倍。对已有1套住房的本市户籍居民家庭、能够提供1年以上（含1年）纳税证明或社会保险缴纳证明的非本市户籍居民家庭，可新购1套住房（含新建商品住房和二手住房）；对已拥有2套及以上住房的本市户籍居民家庭、拥有1套及以上住房的非本市户籍居民家庭、无法提供1年以上（含1年）本市纳税证明或社会保险缴纳证明的非本市户籍居民家庭，暂停在本市市区内向其销售住房。2011年10月24日，南京住房公积金管理中心恢复南京公积金贷款最高可贷额度，最高贷款额度由原先的20万元/人、40万元/户，恢复为30万元/人、60万元/户。2015年8月，南京市政府办公厅发布《关于调整住房公积金个人住房贷款购房最低首付比例的通知》，2015年9月1日起，符合条件购买第二套住房申请住房公积金贷款的，最低首付款比例由30%降低至20%。其他贷款条件不变。2016年10月，南京市政府办公厅发布《市政府关于推进供给侧结构性改革 促进房地产市场平稳健康发展的实施意见》，对非本市户籍居民家庭申请购买首套住房时，应提供自购房之日起前2年内在南京累计缴纳1年及以上个人所得税缴纳证明或社会保险(城镇社会保险)缴纳证明；本市户籍成年单身人士(含离异)在本市限购1套住房；居民家庭首次购买普通住房(指从未购置过住房)，按照国家政策，最低首付款比例不低于30%；对于有购房贷款记录、但申请贷款购房时实际没有住房的居民家庭；有1套住房、但没有购房贷款记录的居民家庭或相应购房贷款已结清的居民家庭，申请商业性个人住房贷款购买普通住房的最低首付款比例调整为不低于50%；居民家庭拥有1套住房且相应购房贷款未结清，再次申请商业性个人住房贷款购买普通住房的最低首付款比例调整为不低于80%。对于拥有两套及以上住房的居民家庭，暂停发放商业性个人住房贷款。

（四）生物医药板块

1. 行业简述

世界卫生组织在2010年2月4日"世界癌症日"来临时警告说，如果人们不认真采取措施预防癌症，到2030年全球每年的癌症死亡人数将可能在现有基础上翻番，达1,700万。

我国恶性肿瘤发病人数仍将快速增长。目前我国每年新发肿瘤病例约350万例，恶性肿瘤在城市已经超过心脑血管疾病成为居民第一大死因。人口老化、环境污染、城市化等是推动肿瘤发病率上升的主要因素，我们预计未来20年，我国肿瘤发病率仍可能将持续上升。肺癌、胃癌和肝癌是我国最为常见的三大恶性肿瘤，结直肠癌、乳腺癌和前列腺癌的发病率在近年上升较快。

抗肿瘤药市场规模快速增长。受益于小分子蛋白酶抑制剂和单抗药物等的推动，2011年全球抗肿瘤药物市场大约为830亿美元，近五年来，全球抗肿瘤药物市场复合增长率为7.6%，显著高于全球药物市场4.3%的平均增长率。我国抗肿瘤药物市场规模在400亿元左右，年均增速在20%左右，据IMS，抗肿瘤和免疫用药在2012年以18.2%的市场份额超过抗生素16.46%的份额，成为国内最大的处方药类别。

抗肿瘤药品类繁多，增速不一。抗肿瘤药包括植物类、抗代谢类、烷化剂、抗肿瘤抗生素、铂类、激素类、单抗类、蛋白激酶抑制剂类、免疫调节类以及中药制剂等，除了免疫制剂等辅助用药之外，植物类制剂的市场份额最大，增长较为稳健，抗代谢类制剂市场规模排第二，未来仍可保持较快增长。烷化剂类、抗肿瘤抗生素类，铂类药物近年增长趋缓，单抗药物将是未来最大的增长亮点，中药制剂在肿瘤辅助用药领域中的增长潜力较大。多西他赛、紫杉醇、奥沙利铂、卡培他滨、吉西他滨、利妥昔单抗、表柔比星、培美曲塞、曲妥珠单抗和吉非替尼等品种在我国市场份额较为领先。

紫杉醇原料主要从红豆杉绿植中提取，中国野生红豆杉资源虽是世界上最多的，但可用于规模开发的十分有限。东北红豆杉估计总蕴藏量（鲜重）不足300吨。其枝叶、树皮采量极有限，采收量稍多即可造成植株第二年死亡。南方红豆杉资源储量相对较其它种大，但由于其材质坚硬，水湿不腐，是水利工程等的优良用材，长期以来都是砍伐对象。加之20世纪60年代以来原始森林的过度砍伐和利用，资源锐减。20世纪80年代末90年代初以来，很多商家高价收购其树皮，再加上本区盲目性发掘，南方红豆杉现存资源已很少，处于濒危状态，原林业部1992年将其列为一级珍贵保护树种；中国红豆杉现存资源蕴藏量较大，保存相对较好；云南红豆杉，近两年有数以万株被剥皮，砍掉枝叶，资源量锐减。西藏红豆杉是中国分布最小，也是资源蕴藏量最小的种类，也基本未遭破坏。由于红豆杉野生资源的极度匮乏，人工栽培的红豆杉日益受到致力于红豆杉资源当事人的青睐。且由于红豆杉生长缓慢，作为提取紫杉醇原料的红豆杉人工林数量有限，原料短缺没有得到根本改善，发展红豆杉前景广阔。

从目前行业状况来看，随着近几年来我国生物医药的快速发展，污染问题被国家环保部门确定为行业治理重头戏。迫于环保压力的加大，众多优质企业对环保工艺改造意识日渐高涨，逐步开始实施新的工艺改造以替代旧有的高能耗、高污染的生产方式，但仍有众多企业不乏铤而走险，在2012年1月，环保部下发《关于2011年环境保护部挂牌督办环境违法案件的通知》，在被环保部点名挂牌督办的15家企业中，有10家是生物制药相关企业，其中包括两家上市公司-永安药业和海正药业。可见环保问题是生物医药行业不可规避的课题。

2. 相关政策

国务院办公厅于2009年6月2日颁布的《促进生物产业加快发展的若干政策》（国办发〔2009〕45号），其中以下几个方面对发行人红豆杉产业发展产生深远影响：其一加强生物技术专利保护和物种种质资源保护，提高种质资源开发、利用水平，保障生物安全。其二生物医药领域，重点发展预防和诊断严重威胁我国人民群众生命健康的重大传染病的新型疫苗和诊断试剂。积极研发对治疗常见病和重大疾病具有显著疗效的生物技术药物、小分子药物和现代中药。其三生物农业领域。重点发展优质、高产、高效、多抗的农业、林业新品种和野生动植物繁育种源。大力发展生物农药、生物饲料及饲料添加剂、生物肥料、植物生长调节剂、动物疫苗、诊断试剂、现代兽用中药、生物兽药、生物渔药、微生物全降解农用薄膜等绿色农用生物制品，推进动植物生物反应器的产业化开发，促进高效绿色农业的发展。其四大力推进生物产业基地发展。鼓励与生物产业相关的企业、人才、资金等向生物产业基地集聚，促进生物产业基地向专业化、特色化、集群化方向发展，形成比较完善的产业链。在基础条件好、创业环境优良的区域，逐步建立若干个国家级生物产业基地。国家在创新能力基础设施、公共服务平台建设以及高技术产业计划、高技术产业化计划等方面按规定给予重点支持。支持生物企业利用资本市场融资。其五积极支持符合条件的中小生物企业在中小企业板和创业板上市，鼓励符合条件的生物企业在境内外上市筹资。开展生物产业基地内具备条件的生物企业进入证券公司代办系统进行股份转让试点，推进未上市生物企业股权的流通，拓宽创业投资退出渠道。支持符合条件的生物企业发行企业债券、公司债券、短期融资券和中期票据等，开展生物产业基地内企业联合发行企业债券试点。

2011年5月5日，商务部正式对外发布了《全国药品流通行业发展规划纲要(2011-2015)》（以下简称《规划纲要》）。《规划纲要》客观分析了药品流通行业的现状和问题，对行业面临的形势进行了深入剖析。同时，《规划纲要》明确了行业发展的"十二五"时期的总体目标和主要任务：一是提高行业集中度，调整行业结构；二是发展药品现代流通和经营方式，加强对外交流合作；三是规范药品流通秩序，加强行业信用建设；四是加强行业基础建设，提升行业发展水平。为实现《规划纲要》确定的目标，保障《规划纲要》的顺利实施，商务部提出四项保障措施：一是加强政策引导，改善发展环境；二是加强理论研究，培养人才队伍；三是发挥多方力量，形成工作合力；四是建立《规划纲要》的实施制度保障。《规划纲要》对包括生物医药在内的整个医药行业的产能整合、商业运作及技术创新等方面提出了较为明确的指导原则及发展方向。

2011年底，科技部下发《医学科技发展"十二五"规划》，提出"十二五"时期医学科技发展着力推进四个方面的转变：一是医学发展向健康促进转变；二是组织模式向协同研究转变；三是医疗服务向整合集成转变；四是产业发展向自主创新转变。该规划旨在进一步加大医学领域的科技投入，并对创新药物的支持力度大大加强。

2012年1月19日，工信部颁布《医药工业"十二五"发展规划》，要求：以转变发展方式为主线，以结构调整和转型升级为主攻方向，加强自主创新；大力发展生物医药，改造提升传统医药，增强产业核心竞争力和可持续发展能力；深化医药卫生体制改革，加快建立以国家基本药物制度为基础的药品供应保障体系。

2012年9月18日，国家发改委发布《关于调整免疫、抗肿瘤和血液系统类等药品价格及有关问题的通知》，从10月8日起调整部分抗肿瘤、免疫和血液系统类等药品的最高零售限价，有效地降低患者医疗负担。

2013年5月，环境保护部、国家发展改革委、工业和信息化部、司法部、住房城乡建设部、工商总局和安全监管总局联合印发《关于2013年开展整治违法排污企业保障群众健康环保专项行动的通知》，决定2013年5月至11月在全国组织开展整治违法排污企业保障群众健康环保专项行动。其中，"全面排查医药行业环境污染问题"正式作为这一行动的三项重点任务之一，全国性治污风暴将在未来半年席卷全国7,000多家制药企业。

（七）发行人行业地位和竞争优势

1、行业地位

根据中国服装协会公布的2015年中国服装行业"百强"企业名单，红豆集团列产品销售收入第三位。公司主要产品茄克、T恤、内衣、西裤4个单项产品在全国同行业销售排名第一，集团下属企业江苏红豆实业股份有限公司拥有亚洲最大西服衬衫生产车间，车间单层面积达14,000平方米，拥有法国力克CAD设计系统、CAM自动裁床系统、瑞典ETON吊挂成衣流水线、意大利MACPI后整理整烫设备等国际最先进的生产设备。红豆制订的企业标准很多被针织行业委员会采纳，近年来红豆"针织T恤"、红豆"针织高弹束身内衣"、红豆内衣"棉针织品规格尺寸系列"等分别写入服装行业标准和国家标准，还受邀参加了"针织家居服"行业标准和修订"文胸"行业标准。

2015年中国服装行业企业排名如下：

表3--38 2015年中国服装行业企业排名

销售收入前十名	
1	海澜集团有限公司
2	雅戈尔集团股份有限公司
3	红豆集团有限公司
4	杉杉控股有限公司
5	波司登股份有限公司
6	济宁如意投资有限公司
7	太平鸟集团有限公司
8	伟星集团有限公司
9	即发集团有限公司
10	江苏东渡纺织集团有限公司

另外，根据中国纺织工业联合会发布的2013-2014年度中国纺织服装企业竞争力500强名单，红豆集团排名在第七位，见下表所示：

表3--39 2013-2014年度中国纺织服装企业竞争力500强名单

序号	企业名称
1	山东魏桥创业集团有限公司
2	山东如意科技集团有限公司
3	雅戈尔集团股份有限公司
4	江苏阳光集团有限公司
5	上海纺织（集团）有限公司
6	宁波申洲针织有限公司
7	红豆集团有限公司
8	恒力集团有限公司
9	海澜集团有限公司
10	波司登股份有限公司

2、公司的竞争优势

（1）品牌优势

发行人主导产品使用的"红豆"牌商标于1997年被国家工商行政管理局认定为首批中国驰名商标。2001年9月，"红豆"牌衬衫被国家技术监督局评为"中国名牌"称号。2003年9月1日，"红豆"牌西服被国家技术监督局评为"中国名牌"称号，2004年，"红豆"衬衫、西服荣获"国家免检产品"称号。"红豆"茄克、内衣连续多年全国销量第一，"红豆"衬衫、西裤销售名列前三。2006年"红豆"获得商务部授予的"2006年度最具市场竞争力品牌"称号，红豆品牌从而成为中国服装界的一流品牌。2007年，在中国服装协会主办的"装典中国2005-2006中国服装品牌年度大奖"颁奖典礼中，红豆摘得服装行业最高殊荣——成就大奖。2010年11月27日，红豆集团荣获2010中国优秀企业公民，同时获得此项殊荣的企业还有雅士利、浦发银行、绿地集团、诺基亚、索尼、日立等国内知名企业和跨国公司。2011年10月，红豆荣膺"2011CCTV中国年度品牌"。2012年，红豆荣获中国消费市场20年最具影响力品牌，红豆衬衫、男裤荣列市场销售前三位。

（2）营销网络优势

发行人一贯注重营销网络的建设，1998年开始实行以经销商制为主的营销模式，经销商网络覆盖全国28个省、市自治区。2007年12月，公司开始实施战略转型，积极推行连锁专卖体系网络建设，在全国各大中城市开设专卖店、商场开设专卖厅，目前，红豆集团已形成红豆男装、红豆居家等连锁专卖体系，销售收入持续、快速增长。截至2016年12月末，公司品牌自营店和加盟店的门店数量已扩大到2,511家。

（3）生产规模优势

发行人服装生产能力、销售业绩以及盈利水平在同行业中处于领先地位，公司拥有亚洲最大的西服生产车间，车间单层面积达1.4万平方米，集团引进的吊挂式西服生产线和全棉免烫衬衫生产线中的核心设备分别引自德国、日本、美国、法国等发达国家，处于国内先进水平。

（4）技术研发优势

发行人下属的江苏红豆实业股份有限公司获得"2009年省级国家高新技术企业"称号。公司拥有世界先进的服装生产技术装备和生产流水线。红豆服装设计中心，自建成后以其CAD设计系统实现设计、放码、推档及排料的快速化和精确化，大大提高了公司服装设计水平和效率，增强了公司面对市场变化的反应能力。同时，公司通过与法国"ESMOD"国际服装设计学院合作成立的"红豆ESMOD国际培训中心"，培养了一批富有经验的设计师，同时引进意大利、香港和韩国的设计师，不断提升设计品味和设计效率。

（5）面料供应优势

发行人所处的苏、浙、沪地区纺织工业发达，服装生产所需面料供应充足，价格平稳。为使面料供应适应主营产品款式上的多样性要求，公司积极与国际、国内优秀的供应商共同开发面料，实行买断经营方式，且每年均有新产品推出，如与杜邦公司联合开发空调型T恤、与中国纺织大学共同开发甲壳素纤维T恤面料等。

（6）关键工艺优势

发行人"红豆"牌西服在制作加工时强力突出"人性化"设计和生产，率先引进了世界先进的法国CAD服装设计及打版工作站，服装尺码通过法国力克CAD的单量单排软件资料，形成单个用户的资料，反复核对后通过网络传输到生产车间。公司采用来自日本直本的布料预缩机，裁剪前每一块面料都要经过预缩机的处理，预缩完的面料法国力克自动无张力拉布机上进行拉布，避免了面料受到张力拉长和纤维变形而引起的尺寸误差。公司还引进了来自法国力克的CAM大型自动裁剪系统，整个裁剪过程只需五分钟。同时，为保证西服合身贴体，初裁的毛片将经过世界顶级的德国坎尼吉塞粘合机粘上德国骏马西服专用粘合衬，从而使得西服款款合身。

3. 主要竞争对手简要情况

目前，公司在服装行业竞争对手主要为：七匹狼、雅戈尔、海澜、杉杉、开开等。从长远看，销售收入和利润总额位居中国服装行业首位的雅戈尔是发行人不可回避的战略对手；从品牌打造模式来看，发行人主要的竞争对手是七匹狼和海澜之家。

品牌服装是雅戈尔集团的基础产业，经过30年的发展，已形成了已品牌服装为龙头的纺织服装垂直产业链。截至2016年9月末，雅戈尔在全国拥有959家自营专卖店，各品牌商业网点2,165家。目前，该公司已形成以YOUNGOR为核心，Mayor、Hart Schaffner Marx、GY和汉麻世家五大品牌多元化发展的格局。该公司针对国际商务、行政公务、商务休闲三大消费群体进行开发，形成了成熟自信、稳重内敛、崇尚品质生活的品牌特色，拥有衬衫、西服、西裤、茄克、领带和T恤六个中国名牌产品，主打产品衬衫为全国衬衫行业第一个国家出口免验产品，连续18年获得市场综合占有率第一位，西服连续13年保持市场综合占有率第一位。雅戈尔品牌多次获评最受消费者喜爱品牌和行业标志品牌。

七匹狼全国终端门店已达3,000多家，并在全国设立福建、北京、上海三大物流与信息中心，二十多个省级物流与信息分部，通过先进的信息网络系统对销售网点进行适时的物流配送服务和信息交流服务，最终通过终端网络将产品和价值观传递给终端客户。产品融合传统男装、男性服饰、家庭服装、家居用品等。品牌打造以终端渠道的建设来衬托出品牌的内涵。同时，为适应新型的"生活馆"终端营销模式，七匹狼根据产品线的多样性与定位将品牌细分为"国际设计师系列"、"商务系列"、"休闲系列"、"牛仔系列"、"女装系列"、"童装系列"等多种风格，打造时尚生活家庭一站式购物的经典场所。经过多年经营发展，七匹狼品牌服装已连续十一年在中国市场占有率第一，在休闲男装市场占有率名列全国第一。

海澜之家服饰股份有限公司是一家集男装生产、销售为一体的大型服装企业。海澜之家品牌自2002年9月推出以来，以全国连锁、超大规模、男装自选的全新营销模式引发了中国服装市场的新一轮革命，其高品位、中低价位的市场定位，款式多、品种全的货品选择，无干扰、自由自在的"一站式"选购方式迅速赢得了广大消费者的欢迎，海澜之家因此被称为"男人的衣柜"。海澜之家男装自选已遍及全国许多城市，市场销售态势良好。"海澜之家"男装自选连锁超市已在全国全面铺开，市场销售态势良好，到2016年9月末，全国各地连锁店已达4,962家。"海澜之家"除了率先开创了西服自选的营销模式之外，还倡导"高品位、中价位"的营销理念。"海澜之家"产品流通环节简单，从工厂直接进入卖场，直接让利给消费者。

（二）橡胶轮胎行业

1. 行业地位

发行人下属江苏通用科技股份有限公司的生产、试验设备先进，拥有一批专业的工程技术人员，并拥有自己独立的研发和培训基地。公司先后开发生产了全钢载重子午线无内胎和有内胎系列轮胎、全钢轻卡子午线无内胎和有内胎系列轮胎、斜交农用车系列轮胎、斜交轻卡系列轮胎、斜交载重系列轮胎、斜交叉车系列轮胎以及斜交精品系列汽车轮胎，其主要产品为全钢子午线轮胎。公司是国内首家同时拥有以零度带束层结构和四层带束层结构为特征的两种不同生产技术的全钢子午线轮胎制造企业，其产品以安全、耐久、高性能、节能、高速而著称，产品质量居国内领先水平，尤其在矿区轮胎市场具有明显的竞争优势。

公司最先于2006年在国内推出"0"度带速层矿用胎，并获得国家专利。截至目前，公司在矿山型轮胎方面仍是国内最大、技术力量最雄厚、产品系列最全的轮胎企业，占有国内市场50%以上市场占有率。拥有包括短途纯矿区用轮胎6个花纹系列，适用于北方极端气候的砂石路况及南方多雨潮湿、多山、泥泞路况的中短途超载型轮胎20多个花纹系列，以及全国城市建设翻斗车型轮胎等多个品种系列。

2. 公司的竞争优势

（1）品牌优势

目前公司主要品牌为"千里马""赤兔马"，同时拥有7个辅助品牌，其中"千里马"为中国名牌产品，2012年末获"中国驰名商标"，这是红豆集团继"红豆"品牌之后第二个中国驰名商标。"千里马"品牌曾授权悦达起亚使用，在轮胎市场建立了良好的知名度和广泛的影响力。

公司力争打造成橡胶轮胎行业一线品牌，至2014年末已开设形象店约194家，招牌店约6,112家。2015年1-12月新增形象店52家，达到246家左右。为提升品牌形象，公司近两年加大在高速公路广告牌投入。

（2）营销网络优势

公司在江苏省拥有全省最大的轮胎经销商，并在全国的32个省、市、自治区建立了客户服务中心，从产品类型到区域地理位置进行市场细分，力争快速响应市场动态。公司和轮胎经销商建立了良好的合作伙伴关系，全国市场覆盖面广、客户群多，且忠诚度高（至少有20%的轮胎经销商从建厂初期就和公司建立了合作关系），有利于公司品牌的推广和产品的销售。

（3）规模优势

发行人目前橡胶轮胎板块生产规模已进入快速扩张的阶段，主要产品全钢子午轮胎的年生产规模已达350万套（二期新增200万套全钢子午轮胎项目2011年9月已试生产，目前产能已达150万套左右，剩余50万套预计2017年7月可达产）。公司二期项目建成达产后，公司产能可达400万套，在橡胶轮胎行业中全钢子午轮胎生产规模有望进入前5名，将形成富有竞争力的规模优势。

（4）技术优势

发行人旗下通用科技属于江苏省高新技术企业，承担国家和江苏省火炬计划等项目，拥有2个高新技术产品，轮胎专利33项，发明专利7项，并建立了全新的全钢子午轮胎技术研发中心，现有32名工程师，432名技术人员和1,000多名经过专业培训的技术工人。公司还引进国际领先的研发和制造设备，与卡博特炭黑、贝卡尔特钢帘线公司等多家具有全球实力的原料供应商建立了战略合作伙伴关系，获得高品质的原料以及了解到新材料研究运用最前端的信息。公司具备在同一生产线上同时生产零度带束层结构和四层带束层结构两种产品的能力，这在国内属独家首创，在国际上掌握该技术的企业也不多见。公司自主研发的矿山型全钢子午线轮胎以其使用寿命长、抗载能力强的特性在市场上供不应求，在全国多个地区市场占有绝对优势。

（5）管理优势

通用科技推行现代管理模式，整体上实现了"扁平化"管理，建立了以市场为导向的企业质量管理创新体系和严格的财务运行制度。公司通过推行卓越绩效管理，进行专业化、精细化、制度化的管理和创新工作，保证公司能有效地制定和实施业务目标，以迅速响应激烈的竞争环境。

公司重视质量管理工作，从原材料采购、制造过程直至产品交付，全过程执行质量"一票否决制"，严格质量把关及各项检验、实验程序，持续稳定的产品品质，在市场中获得了一致的良好口碑。

3. 主要竞争对手简要情况

目前，中国市场上轮胎品牌可分为三大阵营，知名度最高的第一大阵营为：米其林、固特异、韩泰；第二大阵营为：普利斯通、锦湖、邓禄普；第三大阵营包括：横滨、大陆马牌、回力、三角、玛吉斯、佳通、赤兔马等。相对来说，普利斯通、横滨和大陆马牌的知名度随着车型级别的升高而增加，市场重点在高端市场；而三角、佳通轮胎刚好相反，市场重点在低端市场；其余品牌知名度基本呈正态分布，即中间级别居多，两级别低。

2016年3月26日，中国橡胶工业协会发布"2016年度中国橡胶工业百强企业"，14家轮胎企业上榜，发行人下属江苏通用科技股份有限公司位列其中，详见表3--40。目前，发行人在载重子午胎系列产品方面较具市场优势，其在该细分市场的主要竞争对手为：杭州中策橡胶有限公司、佳通轮胎（中国）有限公司及贵州轮胎股份有限公司等。

表3--40 2016年中国橡胶工业百强企业轮胎厂商情况

单位：亿元

排名	厂商	销售
1	中策橡胶集团有限公司	167.99
2	三角集团有限公司	146.03
3	佳通轮胎（中国）投资有限公司	136.52
4	山东玲珑轮胎股份有限公司	85.22
5	厦门正新橡胶工业有限公司	84.23
6	兴源轮胎集团有限公司	82.27
7	风神轮胎股份有限公司	63.38
8	赛轮金宇集团股份有限公司	60.69
9	双钱集团股份有限公司	60.26
10	盛泰集团股份有限公司	52.72
11	双星集团有限责任公司	47.51
12	贵州轮胎股份有限公司	40.72
13	江苏通用科技股份有限公司	40.19
14	浦林成山（山东）轮胎有限公司	40.06

杭州中策橡胶有限公司是中国最大的轮胎生产企业，在中国企业500强名单中，位于第363位，中国制造业第204位，在美国《橡胶与塑料新闻》发布的2014年世界轮胎企业排名中位列第10位。目前该企业已形成年产4,600万套一千多个品种规格汽车轮胎的生产能力，其中包括年产1,300万套全钢子午线轮胎，2,800万套轿车子午线轮胎，500万套斜交轮胎。此外还可生产8,000万套自行车胎，340万套摩托车胎及20万条橡胶履带。轮胎技术和生产能力在中国处于领先地位。

佳通轮胎则在美国《橡胶与塑料新闻》发布的2014年世界轮胎企业排名中位列第11位。其总部位于上海，在中国五个城市拥有七家工厂，总占地面积330万平方米，拥有员工21,000名，以北美和欧洲为主要出口市场，产品销往全球100多个国家和地区。涵盖各种交通工具不同品牌的卡车子午胎（全钢子午轮胎）、客车子午胎（半钢子午轮胎）和斜交胎。

三角轮胎在2014年世界轮胎企业排名中位列第15位。该企业始建于1976年，具有30多年专业生产制造轮胎的历史。主要产品包括轿车和轻卡子午胎、卡客车子午胎、工程子午胎、巨型工程子午胎、巨型斜交工程胎和普通斜交轮胎等产品，年生产能力2200多万套，其中子午轮胎1800万套，同时具备炼胶能力40万吨，轮胎翻新能力50万条，以及独立的研发能力，建有国家级技术开发中心和博士后科研工作站，是全国最大的综合性供产销研一体化轮胎企业。

（三）房地产行业

1. 行业地位

发行人房地产开发，自2004年起，无锡红豆置业镇江分公司已连续三年在江苏省镇江市房地产综合实力十强评比活动中荣获第一名，同时也连续三年被经江苏省建设厅评定为江苏省房地产综合实力50强企业。2009年，无锡红豆置业获得"2008无锡地产最具影响力企业"和"中国房地产诚信企业"称号。2010年晋升江苏省房地产综合实力20强企业。2011年荣获中国房地产开发企业500强。

发行人在无锡开发了无锡红豆国际广场、红豆花园A区、宜东苑等楼盘；在镇江市开发了香江花城、江南府邸、红豆商业广场等楼盘，发行人2015年完成营业收入132,149万元，占比7.86%。2016年完成营业收入169,989万元，占比10.19%。

2. 公司的竞争优势

（1）战略定位优势

首先，发行人围绕"立足沪宁线，瞄准长三角"的战略发展目标，进军无锡、镇江、南京等地，该地区经济发达，居民购买力强，市场需求旺盛，有利于公司产品的销售，加快资金回流。如镇江的香江花城项目，以销售套数和销售面积第一的成绩获得了"镇江市地产风云榜销售总冠军"。其次，公司将其产品定位于中、高端的住房和商用房，提升产品质量和品位，增加自主定价权，避免恶性竞争，通过建立品牌知名度来增加产品的附加值。公司在无锡的红豆国际广场项目已经成为无锡市中心的新地标建筑，2009年获得"2008年无锡地产最具竞争力楼盘"、"2008无锡高端物业特别奖"、"无锡市十大名盘"、"无锡市金牛综合大奖地标楼盘"的称号，并在人民大会堂获得了"2009引领中国楼市最具投资价值楼盘"的荣誉，这是长三角唯一获奖楼盘。

（2）品牌及口碑优势

公司开发的楼盘凭借着优良的工程质量、优质的产品服务得到了政府部门及广大居民们的认可，同时依托红豆集团企业知名度和"红豆"商标的品牌知名度，"红豆地产"的品牌效应显著。

3. 主要竞争对手简要情况

发行人在无锡、镇江、淮安房地产市场的主要竞争对手为：无锡万达商业广场投资有限公司、无锡金科房地产开发有限公司、华润新鸿基房地产（无锡）有限公司、万科企业股份有限公司、镇江恒顺房地产开发有限公司、绿地集团、茂华集团等、淮安有绿地集团等。

（四）生物医药行业

1. 行业地位

江苏红豆杉生物科技股份有限公司是发行人进行跨行业发展组建的生物制药企业，致力于红豆杉资源研究、提取紫杉醇制成抗癌药物的高新科技企业。2008年公司被评为"江苏省农业产业化龙头企业"和"江苏省农业科技型企业"。2011年公司荣获"2011中国最具发展潜力企业"。2012年公司被评为第五批农业产业化国家重点龙头企业。公司拥有全球人工培育最多的红豆杉基地，种植面积超万亩，拥有红豆杉约5,000万株，占全国人工培育红豆杉数量的90%以上，其中5年龄以上的更占到全国95%以上。公司拥有国内外最先进的全自动生产线，并配备全套的原料加工设备、先进的检测仪器及配套的污水处理系统，形成了紫杉醇粗制品到精品的整套加工工艺，年可提炼300公斤紫杉醇成品。公司获得了国家食品药品监督管理局颁发GMP证书，目前已建年产600万支抗肿瘤药针剂的新型无菌制剂车间。

2. 公司的竞争优势

（1）品牌优势

公司品牌意识较强，首先将"红豆"品牌注册保护，并将"红豆杉，健康伞"广告语进行设计注册，确保了品牌的唯一性。公司采用种子催芽技术培植（均为实生苗培植），再对土壤进行有机配料，同时采用宜兴紫砂盆栽树，使"红豆牌"红豆杉造型美观，净化能力强。"红豆牌"红豆杉还加大策划宣传，通过广告将"红豆牌"红豆杉推向全国。在终端市场，发行人设立专卖店，取名"红豆杉，健康馆"，在花木市场首创品牌连锁经营模式。2008年9月，公司培育的红豆牌红豆杉成批进入了首都中南海。2010年1月，央视少儿频道"快乐大巴"走进红豆杉，现场录制节目。同年5月，"红豆"牌红豆杉在世博会中国馆展出，被誉为"植物活化石红豆杉——将成为改善城市环境的新树种"。2011年7月，"红豆牌"红豆杉入驻深圳大运会，在深圳仙湖植物园、莲花山公园、国际园博园等15个主要公园栽种了3万多棵红豆杉。

（2）技术优势

发行人已建立起世界最大规模的种植基地和紫杉醇提炼厂，生产模式和技术符合国际紫杉醇生产的主流技术要求。在紫杉醇产业链中，公司通过自主研发的系列创新集成技术，提取生产紫杉醇实现了规模化、标准化和低成本化，突破了供应瓶颈。目前公司紫杉醇年生产能力300公斤。

发行人还攻克了提高单位面积上紫杉醇产量的重大技术难关，系统地掌握了南方红豆杉的人工配套栽培管理和加工利用技术，突破了南方红豆杉种苗繁殖困难、幼林生长缓慢和全株加工利用提取高纯度紫杉醇的难题，获得了具有自主知识产权的"红豆杉的人工栽培方法"等多项国家发明专利和"人工种植南方红豆杉全株采集提取紫杉醇新技术"的科技成果，能使红豆杉生产周期短化、高效化和规模化，使紫杉醇生产实现低成本、标准化和产业化。公司利用层积变湿催芽快繁技术和发明专利"红豆杉的人工栽培方法"使3年生南方红豆杉生物量达到8年生曼地亚红豆杉的4倍以上，种植面积世界最大。紫杉醇及其相关副产物提取分离纯化技术国内领先，国际先进：采用初提发酵技术以及同线生产和转化副产品技术，使得总体紫杉醇获得率增加一倍；使用公司自主开发独特的粗短型中压色谱柱和特殊开发订制的填料，月处理红豆杉鲜枝1,500吨，月提取纯度99.0%的紫杉醇30公斤，产能世界第一，综合技术经济指标达到或超过国外生产水平。公司运用国际先进的在线检测技术，产品质量稳定，符合中国药典和美国药典（USP）要求。

发行人与中国医学科学院、北京药物所、中国科学院上海药物所、清华大学、江苏省农业科学院、江苏省药物研究所、江南大学等建立了产学研合作关系。其中正与美国Roswell Park癌症研究所、国家新药开发工程技术研究中心合作开发的国家一类新药新型抗肿瘤光敏剂HPPH的研发与产业化项目，已获十一五"重大新药创制"科技重大专项支持。

（3）社会效益优势

发行人红豆杉种植基地的发展，将使当地林木覆盖率增加。林木覆盖度增加具有夏季降温、秋冬季增温的效果，和可以减少地表蒸发量和作物蒸腾量，对调节当地气候具有积极的作用。同时，红豆杉净化空气效果明显，能使空气中二氧化硫、二氧化氮、一氧化碳及总挥发性有机物均有明显减少，空气质量明显改善。公司红豆杉种植基地形成红豆杉种植、紫杉醇提取一条龙的产业链，有效带动地方经济发展，并对推进社会主义新农村建设具有现实意义。在公司红豆杉基地建设中，已有1,000多名农民在种植园区参与红豆杉种植、紫杉醇提取及管理工作，直接或间接增加了就业机会。红豆杉基地建设科技含量高，种植和抚育都采用先进的经营管理手段，明显促进当地林业经营的科学化、集约化和现代化发展，为推动林业科技进步起到示范作用。红豆杉种植、紫杉醇的研制、开发、应用，能够减轻癌症患者的痛苦，挽救生命，增强人类战胜癌症的信心。公司红豆杉基地建设有助于保护国家珍稀野生植物资源，使濒临灭绝的国家一级保护树种红豆杉得以迅速扩大和在利用中保护，促进生物资源多样性和生态环境安全。

3. 主要竞争对手简要情况

发行人在国内种植业的主要竞争对手为：湖南新宁、福建明溪、四川洪雅等；原料药主要竞争对手为：南方生物、重庆美联、金和生物、上海三维等；制剂主要竞争对手为：太极集团、扬子江药业、奥赛康药业、海口制药等。

六、发行人法人治理结构及其运行情况

（一）公司治理结构

发行人根据《中华人民共和国公司法》及有关法律、法规的规定，制定公司章程，不断完善公司法人治理结构，规范股东会、董事会、监事会的议事规则和程序，明确董事会及董事长、总裁的决策权力，保证议事效率，依法行使董事会及董事长、总裁的各级职权。

《红豆集团有限公司章程》规定股东会是公司的权力机构。股东会行使下列职权：决定公司的经营方针和投资计划；选举和更换非职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会的报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损的方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改公司章程。

发行人设董事会（即红豆集团董事局常务董事会），成员为9人，由股东会选举产生。董事会设董事长（即董事局主席）1人，副董事长2人，由董事会选举产生。董事局是集团公司的决策顾问机构，属非法定机构。集团董事局成员由红豆集团有限公司股东代表及其控股子公司股东代表及相关方面代表组成，对集团公司及其控股子公司重大决策作出决议，日常职权由董事会（即集团常务董事会）代表董事局行使。该机构主要为董事会、控股子公司提供顾问意见、决策依据等。董事会是股东会的常设机构，行使下列职权：负责召集股东会议，并向股东会报告工作；执行股东会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或减少注册资本以及发行公司债券的方案；制订公司合并、分立、解散或者变更公司形式的方案；决定公司内部管理机构的设置；决定聘任或者解聘公司总裁（即总经理）及其报酬事项，并根据总裁（即总经理）的提名决定聘任或者解聘公司副总裁（即副经理）、财务负责人及其报酬事项；制定公司的基本管理制度。

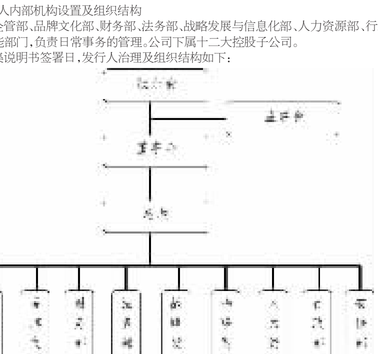
发行人设监事会，成员3人，由股东会选举产生。监事会设主席一人，由全体监事过半数选举产生。监事会中股东代表监事与职工代表监事的比例为二比一。监事会行使下列职权：检查公司财务；对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东会决议的董事、高级管理人员提出罢免建议；当董事、高级管理人员的行为损害公司利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；提议召开临时股东会会议，在董事会不履行本法规定的召集和主持股东会会议职责时召集和主持股东会会议；向股东会会议提出提案；依照《公司法》第一百五十二条的规定，董事、监事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者公司章程的规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任，监事会可以依法对董事、高级管理人员提起诉讼。

发行人设总裁（即总经理），由董事会决定聘任或者解聘。总裁（即总经理）对董事会负责，行使下列职权：主持公司的经营管理工作，组织实施董事会决议；组织实施公司年度经营计划和投资方案；拟订公司内部管理机构设置方案；拟订公司的基本管理制度；制定公司的具体规章；提请聘任或者解聘公司副总裁（即副总经理）、财务负责人；决定聘任或者解聘除应由董事会决定聘任或者解聘以外的负责管理人员；董事会授予的其他职权。

（三）发行人内部机构设置及组织结构

公司设有企管部、品牌文化部、财务部、法务部、战略发展与信息化部、人力资源部、行政部和安保部等八个职能部门，负责日常事务的管理。公司下属十二大控股子公司。

截至本募集说明书签署日，发行人治理及组织结构如下：



1、企管部职能：建立健全集团的制度体系建设；建立及维护绩效管理体系（部门关键指标体系、绩效考核方案等），卓越绩效管理的推进工作；负责集团质量监督、标准及体系认证工作；对集团房屋、设备等资产进行管理；对集团招标参与式管理；对集团仓库工作进行管理。

2、品牌文化部职能：对外宣传材料（包括文字、图案、广告等）的审核；参于创意、策划及具体实施集团重大活动（宣传方面）；新闻媒体关系日常维系及日常来访记者接待、材料照片提供；撰写集团文件及一些对外宣传工作，包括《红豆》等的采写、编辑、刊印、内发、外寄。

3、财务部职能：负责集团总部财务核算工作；税务、财政协调工作；资金统筹安排工作；集团内的股权转让工作；指导下属企业财务核算预算分析工作；制定和完善各项财务制度；对下属企业的经营成果进行排名分析；协助、配合拟定上市公司再融资工作等相关工作。

4、法务部职能：合同管理，法律诉讼、非诉讼处理；企业信用管理；风险防控；法律文件起草；重大项目谈判；法律意见出具；法律培训；商标管理，商标注册、续展、异议；商标许可；商标制作、外包装审核；市知名商标、省著名商标、驰名商标申报及管理；集团公司及下属公司设立申请和工商变更登记、年检；打假维权等。

5、战略发展部职能：进行战略信息搜集与分析，为高层决策提供支持；参与集团战略制定，指导各一级子公司、二级事业部、三级企业制定三年战略规划及年度经营计划，并组织评审；组织做好战略部署，围绕战略规划做好工作展开分解，制定相关子规划以及部门工作计划，并组织评审；组织每季度对年度经营计划执行情况进行评审；编写集团半年度、年度总结；指导、监督各一级子公司的战略管理推进工作；集团内项目立项管理；政府部门立项审批；基本建设、改扩建项目的竣工验收；扶持资金项目的管理；科技项目的研究开发及改进推广；科技项目、科技平台的申报及维护；提升企业的研发能力，并对产学研的成果进行跟踪；集团专利申报及补助申请；专利维护；开展集团"科技质量月"活动，组织评选集团"科技进步奖、科技先锋、技术能手"；指导、监督科技条线工作的推进和优化。

6、物联网事业部职能：负责集团公司信息化项目立项、设计、实施、验收、评估、协调等工作；参与集团公司信息化项目的工程设备及软件的采购招标工作，提供技术支持；指导、管理一级子公司、三级企业信息化项目的规划实施；负责集团信息网络的运营和维护；负责集团公司机房的管理，以及对一级子公司机房的监督管理。制定集团公司软件系统规划、软件工作年度推进计划，并分阶段落实；负责软件工程的需求分析、系统功能设计、代码开发、测试工作、软件交付、问题追踪、系统修复等工作；指导、管理、检查一级子公司、三级企业其他软件项目工程；指导智能可穿戴、智行科技两个项目制定发展规划、战略目标及年度经营计划，管理服务两个项目的日常经营工作。

7、人力资源部职能：协助公司管理层制订人力资源规划和策略，建设发展人力资源各项构成体系并督促执行，对集团人力资源管理工作进行全面协调、指导、监督和管理；确保公司能够吸引、激励、培养、留住人才，提升组织效率、人力资源素质，增强员工凝聚力和忠诚度；协助集团接待各方客人，合理安排接待工作；协调集团团委的相关工作等。

8、行政部职能：负责集团的土地管理工作；负责办理全集团所有工程主体项目的手续；监督、督促二级公司基建工程项目建设及房屋维修等；协助二级公司项目工程竣工结算等工作；负责集团宿舍、食堂、水电等相关后勤工作。

9、安保部职能：建立和完善安全生产管理制度，制定安全生产年度实施计划，健全安全生产网络和安全生产责任制，组织召开集团安全例会，传达上级指示，通报安全生产工作情况，部署安全生产工作计划，分析和总结安全生产工作，指导集团安全生产工作；负责新建、改建、扩建项目的环保、消防审核，项目竣工的验收。

（三）发行人合法合规经营情况

发行人及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近三年一期内不存在违法违规及受处罚的情况；发行人也不存在《公司法》第一百四十六条中列示的不得担任公司的董事、监事、高级管理人员的情形；发行人董事、监事、高级管理人员的任职符合《公司法》及《公司章程》的规定。

（四）发行人独立经营情况

公司在业务、人员、资产、机构、财务等方面独立于控股股东、实际控制人，在实际控制人授权范围内从事经营活动，具有独立完整的业务及面向市场自主运营的能力。

1. 业务方面

发行人拥有独立于出资者的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。发行人日常业务独立于出资者，与出资者、实际控制人没有显失公平的关联交易。发行人能够按照自己的独立意志行使经营管理权、独立开展各项业务活动，不受任何行政干预和出资人意志的影响。

2. 人员方面

发行人有独立的组织机构及各部门相应的人员。员工由人力资源部与其签订劳动合同，并独立进行劳动、人事及工资管理。董事长由董事会选举产生；总裁（即总经理）、副总裁（即副经理）、财务负责人、副部级及以上人员由董事会决定；总裁（即总经理）决定聘任或者解聘除应由董事会决定聘任或者解聘的管理人员。

3. 资产方面

发行人及所属子公司拥有的生产经营性资产权属清楚，与出资者之间的产权关系明晰，不存在以资产、权益或信誉为出资者提供担保的情况，不存在资产被出资者、实际控制人无偿占用的情况。公司能够独立运用各项资产开展生产经营活动，未受到其他任何限制。

4. 机构方面

发行人设立了健全的组织机构体系，拥有独立的财务部、人力资源部、企划部、项目发展部等部门，所有机构设置程序和机构职能独立，内部机构独立运作，各部门有明确的部门职责，各岗位有岗位描述。

5. 财务方面

发行人建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度，并且独立开设银行账户，依法独立纳税，不存在出资者干预公司财务运作及资金使用的情况，在财务方面完全独立于出资者。

七、发行人2017年1-6月关联交易情况

（一）关联方的标准

根据《红豆集团关联交易管理制度》和《企业会计准则第36号—关联方披露》，公司关联方认定标准以是否存在控制、共同控制或重大影响为前提条件，并遵循实质重于形式的原则，即判断一方有权决定一个企业的财务和经营政策，并能据以从该企业的经营活动中获取利益，及按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，或对一个企业的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，均构成关联方。

（二）关联方

截至2016年12月末，公司的关联方主要为存在控制关系的关联方、参股合营的关联方及其它关联方，关联方的具体情况如下：

表3--41 2016年12月末发行人存在控制关系的关联方情况

单位：万元，%

公司名称	持股比例	注册资本	业务性质
江苏红豆国际发展有限公司	100	30,000.00	制造业
南国红豆控股有限公司	46.1	20,000.00	制造业
江苏通用科技股份有限公司	96.38	55,200.00	制造业
红豆集团无锡长江实业有限公司	100	8,000.00	制造业
红豆集团公司远东有限公司	100	8,000.00	制造业
无锡红豆居家服饰有限公司	100	8,000.00	制造业
江苏红豆杉生物科技股份有限公司	82.47	25,000.00	农业
红豆集团财务有限公司	51	70,000.00	金融业
红豆投资有限公司	100	100,000.00	服务业
江苏太湖柬埔寨国际经济合作区投资有限公司	85	16,000.00	服务业
江苏红豆实业股份有限公司	57.82	71,185.03	制造业
无锡市锡山区阿福农贷股份有限公司	25	23,000.00	金融业
无锡红豆织标有限公司	100	200	制造业
无锡锡商传媒有限公司	60	100	服务业
江苏红豆杉生态旅游发展有限公司	100	2000	服务业
红豆集团无锡旅行社有限公司	100	30	服务业
无锡红豆杉庄会议中心有限公司	100	5000	服务业
无锡红贝服饰有限责任公司	75	$930	制造业
江苏阿福网络信息有限公司	100	10000	服务业
红豆纽约公司（HONGDOU NEW YORK,INC）	100	300万美元	服务业

2017年6月末发行人存在控制关系的关联方情况

单位：万元，%

公司名称	持股比例	注册资本	业务性质
江苏红豆国际发展有限公司	100	30,000.00	制造业
南国红豆控股有限公司	37.00	20,000	制造业
江苏通用科技股份有限公司	73.19	72,691.9085	制造业
红豆集团无锡长江实业有限公司	100	8,000.00	制造业
红豆集团公司远东有限公司	100	8,000.00	制造业
无锡红豆居家服饰有限公司	100.00	8,000.00	制造业
江苏红豆杉生物科技股份有限公司	82.49	25,000.00	农业
红豆集团财务有限公司	51.00	70,000.00	金融业
红豆投资有限公司	100	100,000.00	服务业
江苏太湖柬埔寨国际经济合作区投资有限公司	90.00	16,000.00	服务业
江苏红豆实业股份有限公司	54.91	180,946.9223	制造业
无锡市阿福农贷股份有限公司	25.00	23,000.00	金融业
无锡市红豆织标有限公司	100	200.00	制造业
无锡锡商传媒有限公司	60.00	100.00	服务业
江苏红豆杉生态旅游发展有限公司	100.00	2000.00	服务业
红豆集团无锡旅行社有限公司	100.00	30	服务业
无锡红豆杉庄会议中心有限公司	100.00	10000	服务业
无锡红贝服饰有限责任公司	75	$930	制造业
江苏阿福网络信息有限公司	100	10000	服务业
红豆纽约公司（HONGDOU NEW YORK,INC）	100	300万美元	服务业
红豆电信有限公司	26.375	8,000.00	服务业
无锡红豆海峡企业管理发展中心（有限合伙）	99	10000.00	
无锡红豆置业有限公司	60.00	50000.00	房地产开发
新加坡公司 HODO SINGAPORE PTE.LTD.			

3、其他关联方

表3--42 2016年12月末发行人其他关联方情况

公司名称	与本公司关系
无锡红豆物业有限公司	国际公司持股
无锡赤兔马车业有限公司	国际、红豆进出口公司持股
无锡红叶园林有限公司	无锡千里马车业、红豆投资持股
镇江红豆物业管理有限公司	无锡红豆物业持股
无锡苏服服饰有限公司	国际公司持股
淮安红豆置业有限公司	国际公司持股
无锡红豆商业管理有限公司	国际持股
无锡爱梦服饰有限公司	国际公司持股
无锡红豆国际投资有限公司	国际公司持股
无锡千里马车业制造有限公司	国际公司持股
江苏红豆进出口有限责任公司	国际公司持股
上海红豆国际贸易有限公司	国际公司持股
无锡泰伯服饰有限公司	国际公司持股
无锡红福置业有限公司	国际、红豆置业持股
无锡红地置业有限公司	红豆置业持股
南京红豆置业有限公司	国际、红地持股
淮安红豆物业服务有限公司	淮安红豆置业持股
江苏红日新能源有限公司	国际公司持股
江苏红日光伏农业有限公司	国际、红豆杉生物公司持股
台州红地新能源有限公司	红日新能源有限公司持股
红豆集团(无锡)纺织品有限公司	长江、长江国际贸易公司持股
红豆集团无锡长江国际贸易有限公司	长江、纺织品公司持股
无锡红豆女装有限公司	长江、纺织品公司持股
无锡红帆制衣有限公司	长江公司持股
无锡红豆国际贸易有限公司	红豆股份、无锡置业持股
无锡后墅污水处理有限公司	红豆股份持股
无锡红豆置业有限公司	红豆股份、国际公司持股
无锡市红豆男装有限公司	红豆股份持股
无锡红豆红服饰有限公司	红豆股份、红豆纽约公司持股
江苏红豆缘健康酒业有限公司	生物科技持股
江苏红豆杉药业有限公司	生物科技持股
江苏红豆杉健康科技有限公司	生物科技持股
无锡红豆缘园艺有限公司	生物科技持股
上海红豆服饰有限公司	居家公司持股
无锡红豆棉纺有限公司	居家公司持股
无锡红豆居家服饰销售有限公司	居家公司持股
红豆集团(无锡)太湖服饰有限公司	红豆居家持股
无锡红豆情服饰有限公司	居家公司持股
上海相思豆服装有限公司	居家公司持股
红豆国际制衣有限公司	居家公司持股
无锡红豆居家供应链管理有限公司	居家公司持股
无锡红豆缘服饰有限公司	南国持股
江苏长三角纺织服饰检测有限公司	通源持股
无锡市通源塑胶制品有限公司	南国控股持股
无锡市红豆服饰有限公司	南国控股持股
无锡市南国服饰有限公司	南国控股持股
无锡红豆电力燃料有限公司	南国控股持股
HONGDOU INC	南国控股持股
南国制衣有限公司	南国控股持股
无锡南国货运有限公司	南国控股持股
红豆电信有限公司	南国控股持股
上海雅欢莱国际贸易有限公司	南国控股持股
江苏红豆基金管理有限公司	红豆投资公司持股
上海红豆投资有限公司	红豆投资公司持股
上海红豆骏达资产管理有限公司	股份公司持股
江苏红豆融资租赁有限公司	红豆投资公司持股
无锡喜达通橡胶轮胎销售有限公司	通用科技股份持股
无锡千里马轮胎有限公司	通用持股
天马国际（香港）贸易有限公司	通用持股
无锡红豆网络科技有限公司	远东公司持股
红豆集团无锡远东服饰有限公司	远东公司持股
无锡纺织材料交易中心有限公司	远东公司持股
无锡红豆包装装潢印刷有限公司	远东公司持股
无锡红轩制衣有限公司	远东公司持股
无锡市红博面料馆有限公司	远东公司持股
西哈努克港经济特区有限公司	柬埔寨公司持股
新疆红豆服装有限公司	股份公司持股
江苏红豆杉科技开发有限公司	生物科技持股
江苏红豆杉中药饮片有限公司	红豆杉药业持股
铁门关市红日新能源有限公司	江苏红日新能源持股
沛县红日光伏有限公司	江苏红日光伏持股
深圳前海阿福投资有限公司	红豆投资公司持股
深圳穿戴智能科技有限公司	股份、远东公司持股
江苏红豆电力工程技术有限公司	南国控股持股
无锡相思南国服饰企业（有限合伙）	南国控股持股

表3--42 2017年6月末发行人其他关联方情况

其他关联方名称	与本公司关系
无锡红豆物业有限公司	国际公司持股
无锡赤兔马车业有限公司	国际、红豆进出口公司持股
无锡红叶园林有限公司	无锡千里马车业、红豆投资持股
镇江红豆物业管理有限公司	无锡红豆物业持股
无锡苏服服饰有限公司	国际公司持股
淮安红豆置业有限公司	国际公司持股
无锡红豆商业管理有限公司	国际持股
无锡爱梦服饰有限公司	国际公司持股
无锡红豆国际投资有限公司	国际公司持股
无锡千里马车业制造有限公司	国际公司持股
江苏红豆进出口有限责任公司	国际公司持股
上海红豆国际贸易有限公司	国际公司持股
无锡泰伯服饰有限公司	国际公司持股
无锡红福置业有限公司	国际、红豆置业持股
无锡红地置业有限公司	红豆置业持股
南京红豆置业有限公司	国际、红地置业持股
江苏红日新能源有限公司	南国红豆控股持股
江苏红日光伏农业有限公司	红豆杉生物公司、红日新能源持股
台州红地新能源有限公司	红日新能源有限公司持股
红豆集团(无锡)纺织品有限公司	长江、长江国际贸易公司持股
红豆集团无锡长江国际贸易有限公司	长江、纺织品公司持股
无锡红豆女装有限公司	长江、纺织品公司持股
无锡红帆制衣有限公司	长江公司持股
无锡红豆国际贸易有限公司	红豆股份、无锡置业持股
无锡后墅污水处理有限公司	红豆股份持股
无锡市红豆男装有限公司	红豆股份持股
无锡红豆红服饰有限公司	红豆股份、红豆纽约公司持股
江苏红豆杉药业有限公司	生物科技持股
江苏红豆杉健康科技有限公司	生物科技持股
无锡红豆缘园艺有限公司	生物科技持股
上海红豆服饰有限公司	居家公司持股
无锡红豆棉纺有限公司	居家公司持股
无锡红豆居家服饰销售有限公司	居家公司持股
红豆集团(无锡)太湖服饰有限公司	红豆居家持股
无锡红豆情服饰有限公司	居家公司持股
上海相思豆服装有限公司	居家公司持股
红豆国际制衣有限公司	居家公司持股
无锡红豆居家供应链管理有限公司	居家公司持股
无锡红豆缘服饰有限公司	南国红豆控股、无锡相思南国服饰持股
江苏长三角纺织服饰检测有限公司	通源塑胶持股
无锡市通源塑胶制品有限公司	南国红豆控股持股
无锡市红豆服饰有限公司	南国红豆控股持股
无锡市南国服饰有限公司	南国红豆控股持股
无锡红豆电力燃料有限公司	南国红豆控股持股
HONGDOU INC	南国红豆控股持股
南国制衣有限公司	南国红豆控股持股
上海雅欢莱国际贸易有限公司	南国红豆控股持股
江苏红豆基金管理有限公司	红豆投资公司持股
上海红豆投资有限公司	红豆投资公司持股
上海红豆骏达资产管理有限公司	股份公司持股
江苏红豆融资租赁有限公司	红豆投资公司持股
无锡喜达通橡胶轮胎销售有限公司	通用科技股份持股
无锡千里马轮胎有限公司	通用持股
天马国际（香港）贸易有限公司	通用持股
无锡红豆网络科技有限公司	股份公司持股
红豆集团无锡远东服饰有限公司	远东公司持股
无锡纺织材料交易中心有限公司	远东公司持股
无锡红豆包装装潢印刷有限公司	远东公司持股
无锡红轩制衣有限公司	远东公司持股
无锡市红博面料馆有限公司	远东公司持股
西哈努克港经济特区有限公司	柬埔寨公司持股
新疆红豆服装有限公司	股份公司持股
江苏红豆杉科技开发有限公司	生物科技持股
江苏红豆杉中药饮片有限公司	红豆杉药业持股
沛县红日光伏有限公司	江苏红日光伏持股
深圳前海阿福投资有限公司	红豆投资公司持股
深圳红豆穿戴智能科技有限公司	股份、远东公司持股
江苏红豆电力工程技术有限公司	江苏红日新能源持股
无锡相思南国服饰企业（有限合伙）	南国红豆控股持股
霍尔果斯市兴利创业投资有限公司	红豆投资持股
霍尔果斯市红豆股权投资合伙企业（有限合伙）	基金公司、红豆杉庄、融资租赁持股
红豆金融（香港）有限公司	红豆投资持股
无锡南国管理咨询企业（有限合伙）	南国红豆控股持股
杭州红朝新能源有限公司	江苏红日新能源持股
兴利国际发展有限公司	红豆金融（香港）有限公司持股
无锡红豆东鲲商业服务有限公司	海峡企业管理发展、霍尔果斯市兴利创业投资持股
昆山红豆投资管理中心（有限合伙）	基金公司、上海红豆投资持股
扬州红豆置业有限公司	红豆置业持股
无锡阿福创赢投资合伙企业（有限合伙）	基金公司、红豆投资持股
无锡阿福创富投资合伙企业（有限合伙）	基金公司、红豆投资持股
无锡红硕商业管理有限公司	红豆商业管理持股
无锡南国红豆信息科技有限公司	红豆电信持股
绍兴红朝新能源有限公司	红日新能源持股
禹州市飞扬农业有限公司	红日新能源持股
无锡阿福壹号投资合伙企业（有限合伙）	基金公司、红豆投资持股
南京红福置业有限公司	南京红豆置业持股
上海红兆服务有限公司	南国红豆控股持股

注：关联方中有三个境外投资企业：1、红豆国际制衣有限公司：注册资本100万美元，由无锡红豆居家服饰有限公司全额出资，法定代表人周宏江，注册地为柬埔寨，主要经营生产服装销售。2、南国制衣有限公司：注册资本100万美元，由南国红豆控股有限公司全额出资，法定代表人周宏江，注册地为柬埔寨金边市，主要经营境外加工贸易。3、西哈努克港经济特区有限公司：注册资本为1,000万美元，由江苏太湖柬埔寨国际经济合作区投资有限公司（中方股东）与柬埔寨国际投资开发集团有限公司（外方股东）共同投资设立。其中，中方股东出资800万美元，占注册资本的80%，外方股东出资200万美元，占注册资本的20%。主要经营园区建设与开发、土地出租。

（三）关联交易情况

无。

（四）关联交易决策及定价机制

发行人对关联交易的决策权限、决策程序、定价机制作了具体规定和安排，主要包括：

1、决策程序

（1）由公司总经理审议批准的关联交易，应当由公司相关职能部门将关联交易情况以书面形式报告公司总经理，由公司总经理对该等关联交易的必要性、合理性、公允性进行审查。

（2）由董事会审议批准的关联交易，董事会应当就该项关联交易的必要性、合理性、公允性进行审查和讨论，经董事会表决通过后方可实施。

（3）公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。

2、定价机制

关联交易的价格或者取费原则应根据市场条件公平合理的确定，任何一方不得利用自己的优势或垄断地位强迫对方接受不合理的条件。

关联交易的定价依据国家政策和市场行情，主要遵循下述原则：

（1）有国家定价（指政府物价部门定价或应执行国家规定的计价方式）的，依国家定价；

（2）若没有国家定价，则参照市场价格定价；

（3）若没有市场价格，则适用成本加成法（指在交易的商品或劳务的成本基础上加合理利润）定价；

（4）若没有国家定价、市场价格，也不适合以成本加成法定价的，采用协议定价方式。

关联交易双方根据交易事项的具体情况确定定价方法，并在相关的关联交易协议中予以明确。

八、发行人近三年及一期资金占用和担保情况

（一）近三年及一期资金被控股股东、实际控制人及其关联方违规占用情况

2014年、2015年、2016年及2017年1-6月，发行人不存在资金被控股股东、实际控制人及其关联方违规占用的情形。

（二）对关联方担保情况

截至2017年6月30日，公司为关联公司提供债务担保形成的或有负债合计人民币598,058.6199万元（短期借款316,944万元，长期借款218,094.4319万元，银行承兑汇票63,020.188万元。发行人对关联方担保情况如下表：

表3--43 发行人对关联方担保情况

单位：万元，%

担保单位	被担保方	担保方式	责任种类	担保事项	担保金额	被担保方经营情况	担保金额占净资产比例
红豆集团有限公司	江苏红豆实业股份有限公司	保证	连带责任担保	短期借款7,000	7,000.00	正常	0.47%
红豆集团有限公司	江苏红豆国际发展有限公司	保证	连带责任担保	短期借款65,909；长期借款46,880；银行承兑汇票16,999.9	129,788.9	正常	8.68%
红豆集团有限公司	南国红豆控股有限公司	保证	连带责任担保	短期借款59,360；长期借款32,394.4319	91,754.4319	正常	6.14%
红豆集团有限公司	红豆集团公司远东有限公司	保证	连带责任担保	短期借款52,390；银行承兑汇票2,640	55,030.00	正常	3.68%
红豆集团有限公司	江苏通用科技股份有限公司	保证	连带责任担保	银行承兑汇票13,890.388	13,890.388	正常	0.93%
红豆集团有限公司	红豆集团无锡长江实业有限公司	保证	连带责任担保	短期借款64,000；银行承兑汇票8,990	72,990.00	正常	4.88%
红豆集团有限公司	无锡红豆居家服饰有限公司	保证	连带责任担保	短期借款57,985；银行承兑汇票20,499.9	78,484.90	正常	5.25%
红豆集团有限公司	江苏红豆杉生物科技股份有限公司	保证	连带责任担保	短期借款3,900；长期借款6,000	9,900.00	正常	0.66%
红豆集团有限公司	无锡市阿福农贷股份有限公司	保证	连带责任担保	短期借款6,000	6,000.00	正常	0.40%
江苏红豆国际发展有限公司	红豆集团有限公司	保证	连带责任担保	短期借款400；长期借款29,000	29,400	正常	12.71%
红豆集团财务有限公司	红豆集团有限公司	保证	连带责任担保	长期借款20,000	20,000	正常	20.92%
红豆集团有限公司	兴利国际发展有限公司	保证	连带责任担保	长期借款83,820	83,820	正常	5.60%
合计					598,058.6199		

九、发行人内部管理制度的建立及运行情况

（一）内部管理制度的建立情况

发行人根据《公司法》等有关法律法规的规定，明确了股东行使职责的方式，以及董事会、监事会的议事规则和程序，确保发行人重大决策等行为合法、合规、真实、有效。为了加强内部管理，发行人还进行了公司法人治理结构配套的制度规划和设计，建立健全了一系列的内部控制制度。发行人制订的内部管理与控制制度以公司的基本控制制度为基础，涵盖了会计核算、投融资管理制度、资金管理、重大事项决策等公司经营管理过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

（二）内部管理制度的运行情况

发行人在产权清晰的前提下，以相关法律法规为指导，建立良好的内部运行制度，从而保证公司有效运作与规范决策。

1、人事管理制度

在人事管理方面，发行人执行国家有关劳动保护法规，在劳动部门规定的范围内自行招收员工，全权实行劳动工资和人事管理制度，并制订《红豆集团人事管理制度》。公司对员工实行合同化管理，由人力资源部负责公司的人事计划、员工的培训、奖惩、劳动工资、劳保福利等工作的实施，并办理员工的考试录取、聘用、商调、解聘、辞职、辞退、除名、开除等各项手续。

2、行政管理制度

发行人制订了《红豆集团行政管理制度》，完善行政管理机制，建立规范化的行政管理，明确规定企业文件管理、文印室管理、企业会议管理、车辆使用管理等的规范要求。

3、财务管理制度

发行人根据《企业会计准则》和《企业会计制度》及国家其他有关法律和法规、集团公司有关文件制订了《红豆集团财务管理制度》，界定集团内各层级财务机构的工作职责和运作流程，明确资金管理模式和资金管理组织工作流程，规定内部稽核制度和对外投资管理制度。非上市的下属公司向银行贷款，由集团资金部统一管理。为加强集团资金集中管理和提高集团资金使用效率，经中国银行业监督管理委员会《中国银监会关于红豆集团财务有限公司开业的批复》（银监复【2008】460号）批复，发行人于2008年11月成立红豆集团财务有限公司，该公司一方面为集团及成员单位（包括母公司及其控股51%以上的子公司；母公司、子公司单独或共同持股20%以上的公司，或者持股不足20%但处于最大股东地位的公司；母公司、子公司下属的事业单位法人或者社会团体法人）开展多项财务服务工作，另一方面利用自身的资金管理平台和资源，为集团及成员单位节省融资成本及经营费用，并提出各项财务建议。

3、财务审计制度

为加强集团公司内部管理和审计监督，维护公司合法权益，保障企业经营活动健康发展，保证资产的增值保值，发行人制订了《红豆集团财务审计制度》。集团公司本部、二级公司、三级企业都依照规定接受审计监督。财务收支金额较大或所属单位较多的二级公司设立独立的内审机构，其他业务较少的二级公司，设置专职内部审计人员；集团有限公司内部审计工作，由总裁直接领导，并接受上级审计部门的指导监督。

4、安全生产保卫工作制度

发行人制订了《红豆集团安全生产、保卫工作制度》，以维护正常的生产秩序、工作秩序，确保财产安全和生产安全。制度内容包括安全生产责任制、安全生产教育、安全生产检查、安全生产事故责任追究、治安保卫、用电安全管理规定、消防安全管理、特种设备的管理和危险化学品管理规定等。

5、设备管理制度

发行人制订了《红豆集团设备管理制度》来规范集团的设备管理，理顺设备管理的主要内容和要求，使生产、动力、基建、通讯及办公设备保持最佳状态，延长设备使用寿命，提高集团整体的经济效益。

6、物资采购管理制度

发行人为规范物资采购程序，加强内部控制，制订《红豆集团物资采购管理制度》。明确规定了生产经营所需的原料及主要材料、辅助材料、包装物、低值易耗品以及固定资产购置的采购要求、采购流程、进货验收及入账付款程序等，并且对需要招标的物资采购范围、招标流程等进行了明确。

8、合同管理制度

根据《合同法》及其他有关法规的规定，结合实际情况，发行人制订《红豆集团合同管理规定》。对公司各部门及下属企业对外签订各类经济合同的要求和程序、合同履行及经济纠纷处理等作了具体规定。

9、统计管理制度

发行人实行集团、二级公司、三级企业统计管理体制，由集团统计部门领导负责和组织协调下属公司的统计工作，特制订《红豆集团统计管理制度》，有效科学地组织统计工作，保证统计资料的准确性与及时性，发挥统计工作在集团生产经营活动中的重要作用。

10、质量管理制度

发行人建立文件化的质量管理体系，制订了《红豆集团质量管理手册》，着重对管理职责、资源管理、产品实现和测量、分析和改进四方面提出要求，明确公司的质量方针、质量目标、组织结构、资源配置以及从识别顾客要求到产品交付顾客并通过持续改进使顾客持续满意的质量管理和控制要求。为贯彻落实国务院《质量发展纲要》和江苏省《关于推行首席质量官制度的实施意见》，提高集团质量管理水平，公司建立了首席质量官制度，明确了首席质量官是企业中的第一质量管理人。

（下转B9版）