



政策周报

8月1日	沪市行情	深市行情	新兴铸管	际华集团	WTI 油价	汇率 \$: ¥	Myspic 指数
收盘价	2185	7880	4.13	2.98	99.88	6.1675	119.1
涨跌幅	-0.74%	-0.95%	-1.20%	-2.61%	-0.29%	-0.30%	-0.08%

(2014年第34期)

(总第354期)

2014年8月1日

宏观经济:	1
【李克强点题“东北装备”】	1
【国务院常务会议“大数据”解剖】	1
【中巴经济走廊规划路线图】	3
标题新闻:	4
【制造业 PMI 创逾两年最高】	4
【中企青睐苏格兰】	4
【钢铁等四行业实行产能置换】	4
【中蒙就矿业基建进行合作】	4
【新疆棉纺织产品成本降低 10%】	5
【非洲新兴经济体机械装备市场】	5
【五矿联合体并购秘鲁铜矿】	5
【上半年房地供应减 7.7%】	6
行业分析:	6
【首钢股份遭银行追债】	6
【互联网营销去明星化】	7
【LNG 沿海接收站布局】	10
【对中国地产泡沫的误读】	12
期货资讯:	14
【期货综合资讯】	14
一家之言:	15
【美国已走到尽头了吗?】	15
【五大发电集团年中会说了什么?】	16
法律案例分析:	17
【商标中地名的合理使用】	17
政策快递:	23
【对外劳务合作风险处置备用金管理办法(试行)】	23

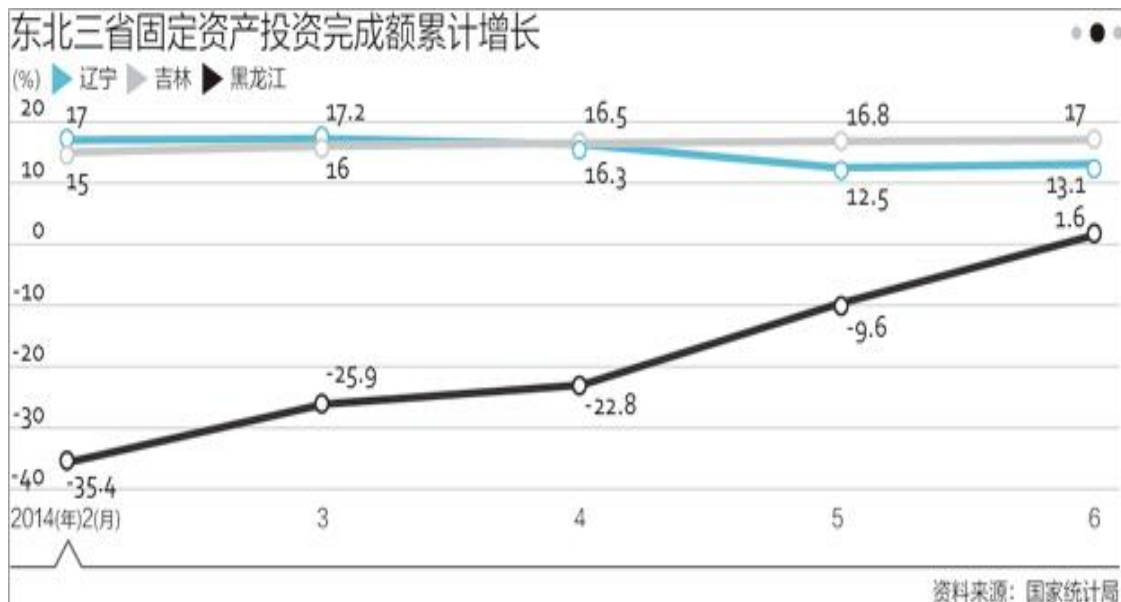
宏观经济：

【李克强点题“东北装备”】

经济增速放缓的东北三省，引起中央领导重点关注。

近日，李克强在主持召开国务院振兴东北地区等老工业基地工作会议时，分析了当前东北经济面临的新情况新问题，研究推进东北发展的相关工作。

李克强指出，当前要集中力量抓好几件一举多得的大事，努力破解东北发展难题。去年以来经济增速持续回落，部分行业生产经营困难，一些深层次体制机制和结构性矛盾凸显。习近平总书记等中央领导对东北发展和振兴十分关心。要按照党中央、国务院的决策部署，振奋精神，迎难而上，采取有效措施，促进东北经济稳定增长。



在谈到东北要发挥自身优势时，李克强称：“要做强装备制造业，抓住高铁、核电、特高压等重大项目建设契机，促进技术、产品创新，推动‘东北装备’走向世界。”（摘自：经济参考报）

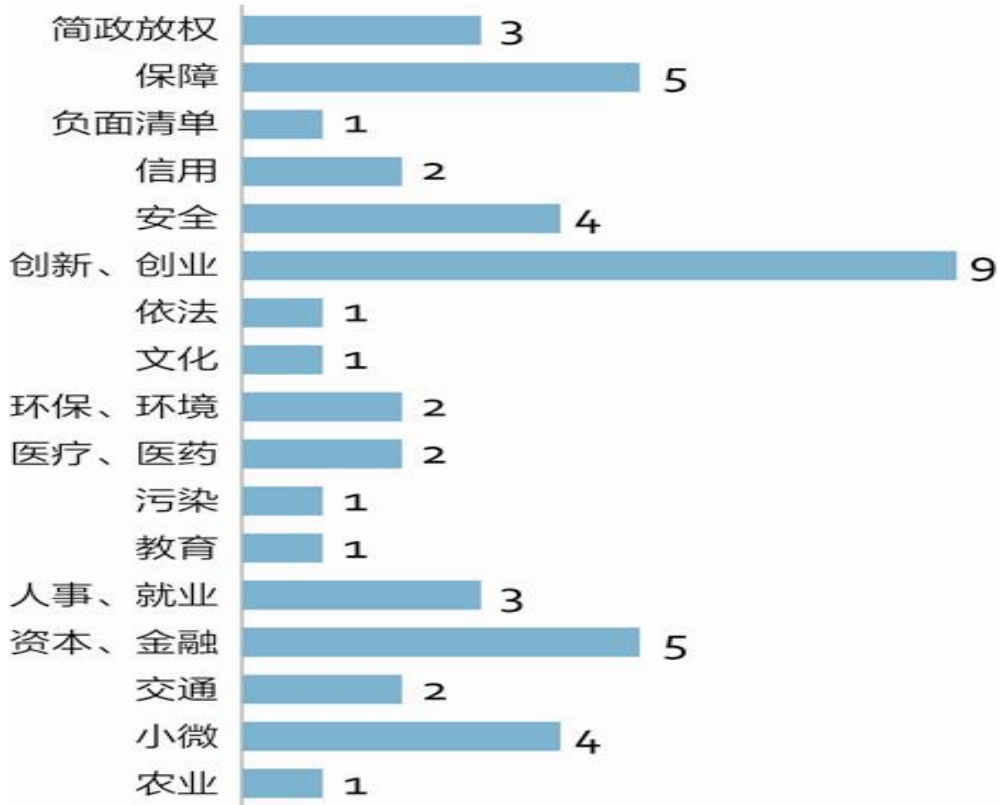
【国务院常务会议“大数据”解剖】

进入第三季度，分析上半年经济形势和部署下半年经济工作的重要高层会议陆续召开。国务院常务会议作为日常部署经济工作的重要会议，其主题关键词勾勒出经济发展的生态图。

据统计，截至7月30日，2014年国务院常务会议共举行23次。

国务院常务会议关键词

(次)



资料来源：本报整理

总体来看，促改革、调结构、惠民生是串联政策的主线，涉及到的关键词包括：简政放权、社会保障、负面清单、信用、安全、创新、创业、依法、文化、环保、环境、医疗、医药、污染、教育、人事、就业、资本、金融、交通、小微、农业等。简政放权、负面清单、环保等去年常务会议的热词，今年并没有保持高频曝光度。

统计发现，今年被常务会议纳为关键词最多的前三位依次是创新和创业；资本和金融、保障；小微、就业、安全。多名专家认为，上半年经济波动使得关注点集中在激活市场内生动力和定向“微刺激”，这体现了政府集中力量解决主要问题的思路。

国务院发展研究中心发展战略和区域经济研究部副部长、研究员刘培林称，值得注意的是，有些高频词出现频率降低并不意味着力度减小。“例如简政放权，虽然没有像去年那样多次成为单独议题，但始终贯穿在各项改革和部署中，已经成为工作‘惯性’。”（摘自：第一财经日报）

【中巴经济走廊规划路线图】

中巴经济走廊建设已经驶入快车道，有望探路丝绸之路经济带建设。中巴经济走廊远景规划联委会第三次会议将于本月在伊斯兰堡召开，根据巴基斯坦代表团7月访华的情况，能源项目及为经济走廊建设融资32亿美元可能是主要议题。

中国驻巴基斯坦大使孙卫东此前表示，联委会已经举办了两次会议，下设了能源交通基础设施综合规划等工作组，未来还要扎实地推进瓜达尔港、卡拉奇和拉合尔的高速公路，以及喀拉昆仑公路这些项目的建设。落实好电力、新能源这些重大合作项目。

走廊是开放的概念

中巴经济走廊由国务院总理李克强在去年5月访问巴基斯坦期间提出，在6月巴基斯坦总理谢里夫访华期间签署框架协议，并由国家发改委与巴基斯坦计划与发展部牵头，成立了上述联委会。

孙卫东在7月27日2014首届丝绸之路经济带国际论坛暨环球企业领袖西部（喀什）圆桌会上表示，经济走廊的概念远远超出了一条路，是一个综合性的概念。它将依托中巴现有的主干公路和铁路，未来实现两国公路、铁路、航空、光缆，油气管线等五位一体的对接。

事实上，走廊既包括喀什的喀喇昆仑公路，通往印度洋的瓜达尔港交通基础设施，同时包括煤电、水电等能源项目，还包括纺织和家电这样的经济园区。未来随着走廊工作逐步深入，其内涵和外延还会进一步丰富。

巴基斯坦计划与发展部部长伊克巴尔（Ahsan Iqbal）表示，巴方希望大部分早期项目能在2017年底前完成，最大化利用项目带来的好处。孙卫东也说，走廊必将拉动更多的投资，创造更多的就业。此前，由伊克巴尔和巴基斯坦旁遮普省首席部长谢里夫（Shahbaz Sharif）率领的巴方代表团在7月6日~9日访华，与国家发改委、国家开发银行、中国工商银行、中国进出口银行、国家能源局以及中国企业代表进行了密集会谈。（摘自：一财网）

标题新闻：

【制造业 PMI 创逾两年最高】

中国国家统计局周五公布数据显示，中国 7 月官方制造业制造业采购经理人指数 (PMI) 升至 51.7，创九个季度 (2012 年 4 月以来) 最高水平，且为连续第五个月回升并加快扩张速度，超出市场预期，此前市场预期改善至 51.4，前值 51.0。新订单指数为 53.6%，比上月上升 0.8 个百分点，为 2012 年 5 月以来的高点。(摘自：汇通网)

【中企青睐苏格兰】

中国在苏格兰的投资项目非常低调，单个项目金额其实不小，但外界知道的不多，关注度也不是很高。事实上，就以 2013 年为例，中国和苏格兰方面的经济合作就相当活跃。去年 11 月苏格兰第一大臣萨尔蒙德访问中国时，就有 7 家苏格兰公司与包括万科、中海油子公司等在内的中国企业签订了金额高达 4000 万英镑的合作项目和意向书。在这之前，还有其他风能、医疗保健、羊绒及面料和新能源等方面的收购和合作协议。中国银行、联想、宁夏中银羊绒等公司，也都捷足先登苏格兰高地。(摘自：证券日报)

【钢铁等四行业实行产能置换】

工信部近日发布《部分产能严重过剩行业产能置换实施办法》，对钢铁(炼钢、炼铁)、电解铝、水泥(熟料)、平板玻璃行业项目建设实行产能置换，在京津冀、长三角、珠三角等环境敏感区域，实施减量置换。

根据实施办法，上述四个产能严重过剩行业新建、改建和扩建项目建设，须制定产能置换方案，实施等量或减量置换。等量置换指新、改、扩项目应淘汰产能数量相等的落后或过剩产能，减量置换是指项目应淘汰大于该建设项目产能数量的落后或过剩产能。(摘自：证券时报网)

【中蒙就矿业基建进行合作】

据蒙古国报道，中方代表已抵达蒙古国，洽谈中蒙两国中期经济合作计划。

报道称，来自中国外交部的官员已会见蒙古国副总理 D.Terbishdagva，蒙方承诺在中国国家主席习近平 8 月访问时最终达成两国中期经贸发展计划。

D. Terbishdagva 还是中蒙国家间委员会联合主席，他表示，该合作计划有利于扩大两国间的经济来往。

报道还援引中方代表的话说，中国有兴趣与蒙古国就矿业和基础设施行业进行合作，并引荐国内的知名企业。此外，他还表达了对包括包括蒙古国 Tavan Tolgoi 煤矿 Oyu Tolgoi 铜金矿项目进行支持与合作的战略兴趣。

2013 年，中蒙两国贸易额达到了 59.6 亿美元。（摘自：《UB POST》）

【新疆棉纺织产品成本降低 10%】

为鼓励新疆纺织企业加大投资力度，吸引更多企业来疆投资，新疆维吾尔自治区人民政府发布在疆发展纺织服装产业十大优惠政策，即设立规模为 200 亿元的纺织服装产业发展专项资金、实施税收特殊优惠、低电价优惠、增加纺织品服装出疆运费补贴、使用新疆棉花补贴、企业员工培训和社保补贴、支持集中建设印染污水处理设施、加大对南疆地区支持力度、开辟出口加工区扩大进口棉花、加大金融支持力度等。据测算，上述优惠政策的实施可使新疆棉纺织产品成本降低约 10%。（摘自：中国纺织报）

【非洲新兴经济体机械装备市场】

非洲的加纳、肯尼亚等国整进行大规模的基础设施建设，路桥工程和房建工程上急需各类起重机，此外，南非、加纳等国矿藏资源丰富，矿物开采的过程中也急需各类矿山机械。

在南非，经过几百年的开采，约翰内斯堡周围最深的金矿都已挖空了。但那些成堆的废弃矿渣中仍然含有黄金。一种新开发的提取技术——炭浸法——越来越多地被用于从这座城市周围堆积如山的矿渣中提取黄金。这为起重机行业提供了一个机会。炭浸法提取作业需要建造一个高 25m、宽 30m 的钢制水槽，配上重型水泵和搅拌机，此外工作现场还需要起重机长期作业。（摘自：雨果网）

【五矿联合体并购秘鲁铜矿】

近日，由中国五矿集团公司所属五矿资源有限公司牵头组成的联合体正式接手秘鲁邦巴斯特大铜矿，以 70.05 亿美元完成股权交割，从而实现了中国金属矿业史上的最大海外并购交易。

《秘鲁人》报道称，此项收购表明了全球矿业企业对秘鲁经济发展的信心。报道引述秘鲁能源与矿业部副部长吉列尔莫·新野的话说，该项目位于秘鲁最偏远的贫困山区。

五矿公司提供给本报记者的资料显示，邦巴斯铜矿是世界级的优质铜矿资产，资源储量巨大，已查明铜超过 1000 万吨，并伴生大量的钼、银、金矿。

五矿在收购时承诺，将帮助当地居民走出得不到发展的窘境。此前，中国铝业公司在收购秘鲁特罗莫乔铜矿之后就为当地居民建设了一座新城，开创了大型金属矿企与当地携手发展的新模式。（摘自：人民日报）

【上半年房地供应减 7.7%】

国土资源部近日发布统计数据显示，今年上半年房地产用地供应 7.6 万公顷，同比下降 7.7%。这显示楼市下调对土地供应的影响逐渐显现。此外，工矿仓储用地供应 7.0 万公顷，同比下降 25.4%；基础设施等其他用地供应 11.6 万公顷，同比增长 15.2%。综合下来，今年上半年全国国有建设用地供应 26.2 万公顷，同比下降 5.5%。（摘自：一财网）

行业分析：

【首钢股份遭银行追债】

针对媒体关于“首钢股份遭银行追债”的报道，首钢股份以公告形式作出回应：该公司已责成贵州首钢产业投资有限公司（下称“贵州投资”）协助贵州首黔资源开发有限公司（下称“贵州首黔”）会同各股东方做好应诉工作，并主动沟通贵阳银行股份有限公司（下称“贵阳银行”），争取庭外合解。

7 月 28 日，首钢股份全资子公司贵州投资收到贵阳市云岩区人民法院签发的(2014)云民商初字第 1004 号《应诉通知书》等相关法律文书，贵阳市云岩区人民法院已正式受理原告贵阳银行诉被告贵州首黔、贵州投资、盘江股份、贵州首黔发电有限责任公司、首钢水城钢铁(集团)有限责任公司金融借款合同纠纷一案。

公告显示，该诉讼开庭时间在今年 8 月 29 日，涉案金额约为 1857.02 万元。

贵州首黔成立于 2009 年，其余上述 4 个被告均为其股东，其中，贵州投资持有 51%股权，盘江股份则占 25%股权。当初成立该公司，主要是打造一个年产

200万吨的煤焦化项目，总投资为31.74亿元。如今，距离项目正式开工时间已经过去5年，但根据首钢股份的财报，截至去年底，该项目仅仅完成了土地平整工作，工程投入仅占预算比例的24.94%。

不仅如此，早在去年，首黔就已出现拖欠工程款的情况。根据盘江股份此前公告，贵州首黔及其股份被项目施工方贵州正业工程技术投资有限公司起诉至法院，原因是股东对其投资不到位，致使不能如期支付施工方总承包工程款。

盘江股份已对纠纷进行过披露。具体内容是，贵阳银行与贵州首黔曾于2012年4月10日签订了借款合同，并约定后者向前者借款2000万元，用于杨山煤矿30万吨/年生产能力技术改造，借款期限从2012年4月10日至2015年4月9日。

此外，贵州首黔将分十二期还款，即从2014年4月起每月归还180万元本金给贵阳银行。贵阳银行认为，目前借款虽未全部到期，但贵州首黔并未按借款合同约定分期归还本金及利息，且该公司因重大经济纠纷已被他人诉至贵阳市中级人民法院，根据当时的约定，贵州首黔不按约定归还本息、被诉讼的行为均已构成违约。

不过，在收到上述法律文书后，首钢股份并未在第一时间予以披露。该公司认为，此次诉讼未达到《深交所[微博]股票上市规则》第十一章第一节“重大诉讼和仲裁”及《公司重大信息报告制度》规定标准。目前，由于该诉讼尚未正式开庭审理，首钢股份无法判断对该公司利润的影响。（摘自：第一财经日报）

【互联网营销去明星化】

即使走大众品牌的路线，也越来越难像原先那样靠一个有大众影响力的明星和主流媒体广告结合的方法把所有受众一网打尽。因为传播渠道更多了，人群更加分散了。但每个群体的共性也加强了。

2013年欧莱雅奢侈品部门推出了一个全新的化妆品线EM by Michelle Phan。欧莱雅奢侈品部素来以和Giorgio Armani, Ralph Lauren等时尚大卡联手而著称。谁又是Michelle Phan，能让高大上的国际品牌垂青呢？



翻开 Michelle Phan 的简历，你会发现 27 岁的她，事业最亮眼的部分不过是在 YouTube 上的彩妆视频频道，全球粉丝将近 700 万，视频被点击将近 10 亿次。除此以外，Michelle 这两年做广告也好，自己开创业企业也好，都是依靠 YouTube 视频做基础，这大概也是 Michelle 不管做什么都没有停止过 YouTube 上每周更新彩妆视频的原因。

她，和同时代的网络时代自造明星有着共有的几大特征：有一技之长；但出生和背景很平民；不断通过 YouTube 或者推特 (44.13, -1.06, -2.35%) 等社交网络平台推出自制内容；还有一点就是和粉丝互动，这里说的互动不光是直接互动对话，也包括根据粉丝需求策划自制内容。

另一方面欧莱雅奢侈品部门旗下有兰蔻，植春秀，碧欧泉等一线品牌。启用过的代言明星从朱莉娅·罗伯茨到安妮-海瑟薇，仿佛国际影坛的花名册。这样的企业形象似乎没有理由去和一个网络视频明星合作。而欧莱雅奢侈品部门和 Michelle 的合作已经不是第一次，从 2010 年开始，Michelle 就签约成为兰蔻的代言化妆师，每月推出推荐兰蔻产品的化妆视频。显然欧莱雅已经在合作上尝到了甜头。而欧莱雅这样合作方选择的变化上也是为了顺应市场在网络时代市场的几个变化。

第一种变化：品味不再由权威决定，而是由受众选择。

Michelle 是被观众选择而不是被行业权威所选择。因为在网络时代渠道不再是稀缺资源。不光是涌现出了 YouTube 这样，没有门槛的新渠道，而且传统渠道也已经慢慢被侵袭。内容制造商争夺的不再是控制渠道的行业权威的青睐，而

是直接争夺观众的眼球。而品牌也不再能只依靠买足传统广告时段来影响大众。

主流审美开始由大多数人的来主动决定，而不再是被动接受，让行业权威牵着走，不但如此，大众品味还反过来影响行业权威对于自身的定位。而品牌再把自己束之高阁，无疑是和自己的顾客越走越远。

第二种变化：市场营销走群体化路线。

即使走大众品牌的路线，也越来越难像原先那样靠一个有大众影响力的明星和主流媒体广告结合的方法把所有受众一网打尽。因为传播渠道更多了，人群更加分散了。但每个群体的共性也加强了。

这也是利用 Michelle Phan 这样的网络明星的好处所在。因为他们的受众不但数量可测量，而且欣赏和消费取向也可分析，给了定向营销绝佳的渠道，对于品牌来说优势在于，第一，很容易判断这是不是你要的群体，第二，很好定位向他们宣传什么，用什么语言和手法去宣传，第三，可以及时获得他们的反馈并进行调整。当然作为大众品牌可能需要依靠类似的渠道就比较多，但总体来说可能更加有效。其实不光是市场营销策略开始走群体化，产品开发也是这样，受众更加明确的状况下，更容易给他最适合的产品。

第三种变化：销售和市场营销的界限越来越模糊。

欧莱雅这一次联合 Michelle Phan 产品线的合作中，除了打上 Michelle 的名字，新的产品线沿用视频，社交网络和会员制等让 Michelle 脱颖而出的营销手段，让市场营销内容直接变成了销售的途径。现在的受众的消费的场所已经被渠道，和宣传渠道一样，都更网络化和移动化，那在产业链上的这两个环节的结合也变成了顺理成章的事。除了减少经营成本，对于品牌来说产品销售成功也可能跟随提高，一方面产品和受众相关度提高了，另一方面冲动消费的可能会增加。

作为世界上最大的美妆公司，欧莱雅已经开始慢慢尝试进一步适应网络时代的品牌策略，选择 Michelle Phan 就是其中一步。但是有一点是不变的。欧莱雅依然是通过选择对的，符合时代的人去树立自己的品牌。而在大众做主的网络时代，这个面孔必然走向平民化。（摘自：路透社）

【LNG 沿海接收站布局】

在与俄罗斯签署完高达 4000 多亿美元的天然气进口大单之后，中国又旋即在东南沿海密集部署液化天然气(以下简称 LNG)国家级战略储备基地的开发建设。据业内人士介绍，在有关政策引导下，油气领域的新兴力量在这一开发建设潮中已经出演了重要角色。

2014 年 7 月底，哈纳斯液化天然气投资(上海)有限公司(以下简称哈纳斯)与广东省珠海市万山海洋开发试验区管委会签订了投资意向书，宣布未来四年将在珠海投资 245 亿元，打造一个国家级的 LNG 战略储备基地。

根据双方签署的投资意向书，该 LNG 储备基地项目将涵盖液化天然气上、中、下游整个产业链，包括码头工程、接收站工程、海底管线工程、LNG 装车站工程、输气管道工程、燃气电厂、绿色能源推广中心等，项目将辐射动力、交通、及民用民生多个领域，计划用地面积约为 800 亩，工期为 48 个月。目前，该项目的核心工程是黄茅岛 LNG 接收站，其投资预计需 130 亿元，建成之后将具备年接收液化天然气 600 万吨的能力。

这是哈纳斯与地方政府签署的又一国家级 LNG 战略储备基地投资意向书，6 月份，哈纳斯刚刚与福建省莆田市政府签订了另一份投资意向书，140 亿的投资，在福建莆田打造一个具备年接收 LNG 能力 900 万吨的国家级战略储备基地。

截止 2013 年底，中国能源市场构成中，天然气仅占到 4.84%的份额，远落后于煤炭、石油等能源。但天然气相对煤炭、石油具有更为清洁、污染较小、碳排放更低等多方面的优势，因此日渐引起各方重视与青睐，中国政府也计划到 2020 年时，要将天然气在中国能源市场构成中的比例抬升到 10%。

这一改善能源结构的努力，也造成了中国天然气需求的大幅飙升。知名国际咨询机构麦肯锡预测，到 2030 年，中国天然气需求量届时将突破 5450 亿立方米，年均复合增长率达到 7.4%，远超全球年均 2.2%的复合增长率水平。其中交通领域，将成为拉动中国天然气消费增长的重要力量。随着各类天然气汽车的推广普及和建设加气站计划的推进，预计中国交通运输业对天然气消费需求年均复合增长率将高达 15%，这将使中国成为增长最快的细分市场。

而这一切，都在推动中国向全球寻求更多的天然气能源进口。2013 年，中国已经超越伊朗成为全球第三大天然气消费国，且当年的天然气进口量达到 530 亿立方米，对外依存度首次超过 30%，达到 31.6%。专家预测，天然气消费的对外依存度还将会随着时间的推移不断提高。

能源领域专家介绍，中国的天然气进口可以依照来源以及能源状态分为两大部分。在与俄罗斯达成协议之前，陆上进口主要从土库曼斯坦等中亚国家，这部分天然气进口主要通过陆上管道运输的方式进行，在我国天然气进口来源中的占比超过 50%，构成了“西气”板块。

但在另一方面，中国政府也一直没有停止东部沿海 LNG 接收站的规划建设，并致力于扩大南美、东南亚、澳大利亚等太平洋地区的天然气进口，这也是“东气”的主要来源。这部分天然气主要是通过海运方式进行，并且均属液化天然气即 LNG，其最大特点是天然气所占空间减少，极大地提升运输效率。

在新增俄罗斯天然气供应后，加速沿海 LNG 接收站建设，对于保持中国天然气进口的多元化格局，保障国家能源安全具有重大意义，而一些**能源市场的新兴企业，也从中找到了发展机会。**

此次在珠海和莆田接连布局 LNG 国家级战略储备基地的哈纳斯集团便是这样一家发展迅猛的新兴能源企业。**哈纳斯拥有中国陆地上最大的 LNG 生产工厂，并且拥有自己的运输车队和贮存、加注、供气站点等完善的生产经营链条。**强大的产能加上对天然气贸易市场的深度参与，哈纳斯已在中国 LNG 销售市场占据了约 15% 的份额，成为 LNG 领域国内领军企业。**近年来哈纳斯一直专注于 LNG 上中下游产品的市场开拓，包括 LNG 的生产、运输、销售、应用等领域，除西部市场外，哈纳斯在山东等省区已铺设和完善产供销体系，并计划在沿海 13 个省份开展投资建设，计划在近期年产销 200 万吨的基础上，中期将达到 500 万吨，远期则向年产销 800 万吨的目标迈进。**同时，该企业也逐步将业务拓展至风电、太阳能发电等领域，大力开拓新能源的推广应用。

哈纳斯集团介绍说，在民用天然气领域，LNG 相对于陆上管道天然气，其运输更加灵活，气源供应也更加多元化。在这些 LNG 战略储备基地建设的同时，哈纳斯也将致力于相关区域内的 LNG 供应网络的建设，把从海上运输的天然气输送到目标区域，为下游用户提供稳定、充足的能源供应。（摘自：中国新闻网）

【对中国地产泡沫的误读】

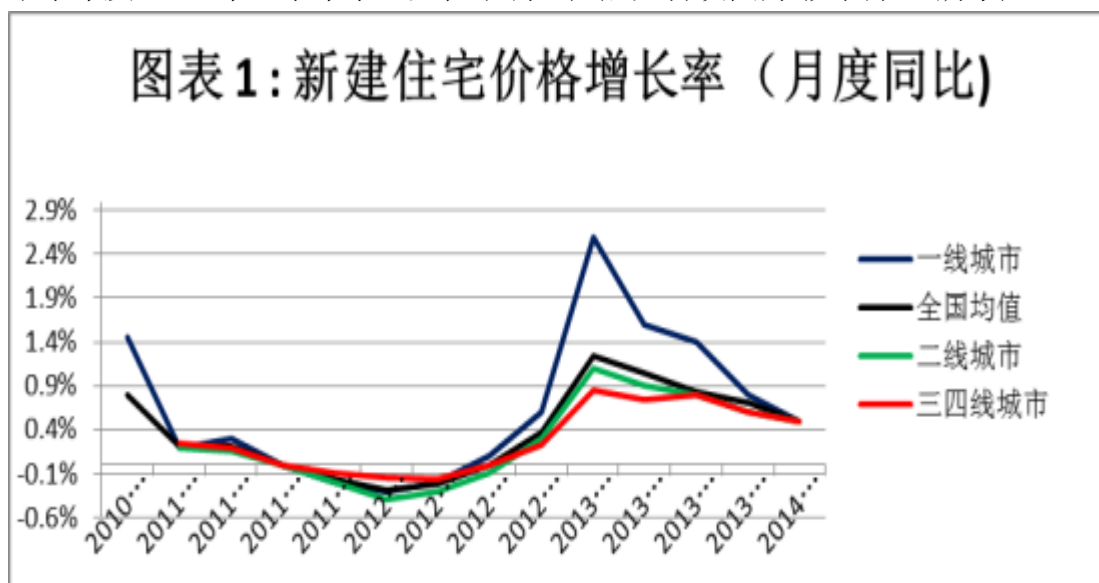
与其他国家不同，中国的房地产市场一直到十多年前住宅私有化以后才应运而生。为了应对 2008 年全球金融危机的影响，中国进行了大额的信贷扩张，而正是基于这次扩张，中国的土地价格激增：主要城市翻了五倍，中小型城市也翻了二至三倍，同时还引发了房地产价格与其他一些资产的相当增长。

如此大幅的增长反映了中国的市场正试图为资产确立相称的价格，由于之前所实施的社会主义制度，这些资产的价值都被隐藏起来了。这一模式曾经在俄罗斯也出现过，当它同样进行了住宅私有化之后，莫斯科的房地产价格上涨了近似的幅度。

尽管这并不能排除房地产市场存在泡沫的可能性，但这的确表明，价格上涨很大程度上反映的是土地在人口稠密国家中的实际价值，应该被解读为金融深化，而非是作为金融崩溃已千钧一发的事实证据。

主要的问题在于，中国住宅建筑的供给量已经超过了需求，在二三线城市这一状况尤其是明显，所以房地产价格将有一定程度的下跌。但是，我们有充足的理由相信，这次回调并不会伤及房地产市场的根本。

中国的房地产价格的长期趋势并不符合泡沫式增长的典型模式。从历史数据来看，周期性的下调总是伴随着反弹。拿最近的一次来说，住宅价格在 2011 年下半年及 2012 年上半年中一直在下调，随后又再次回升(如图表 1 所示)。

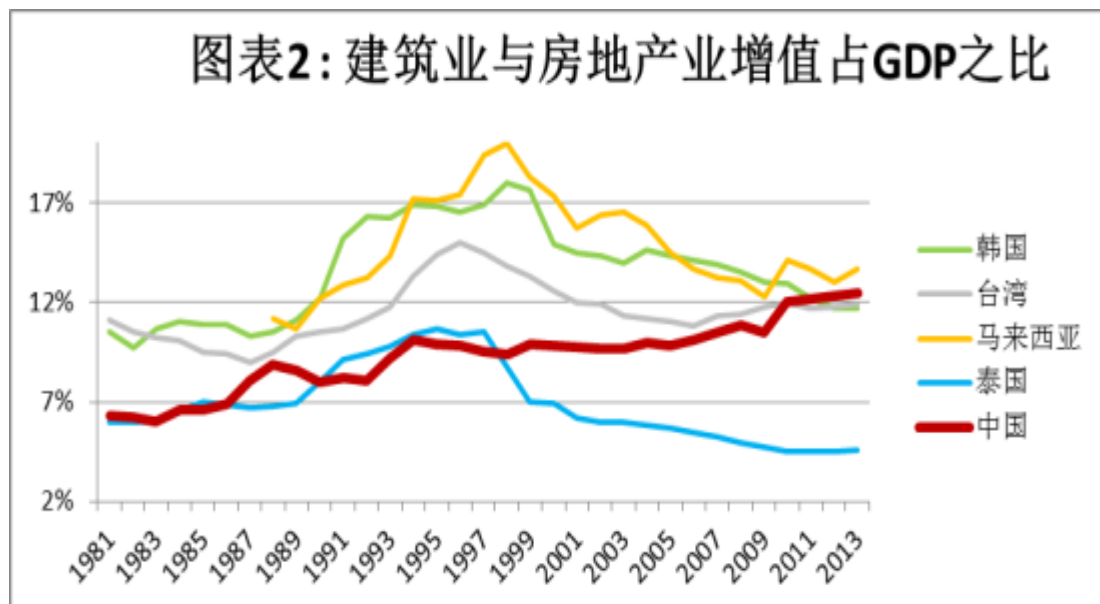


而经历了显著且持续的价格回落后再继续膨胀的泡沫式增长，这几乎是找不

到任何先例的。一般来说，当价格出现下跌的迹象，投资者们通常都会仓皇出逃、抛售进而导致价格暴跌。而2011至2012年的那次价格下跌并没有造成这种崩溃。这表明，房地产市场截止2012年的高价，是由一些比“非理性繁荣”更加真实的东西来支撑的，并且也许处于一个合理的水平。这意味着，在未来的一两年之内，房地产市场的整体价格将会下跌大概20%，不过最高不会超过30%。

中国家庭金融调查的结果表明，由于高水平的首付和累计权益，即便房地产价格下跌30%，也仅有不到3%的家庭住宅价值会低于银行欠款。中国家庭的资产负债表的强度使得中国的银行判断：这种程度的下跌对银行业的不良贷款率所造成的影响几乎可以忽略不计，因而，房地产价格回调的溢出效应将会相当温和。

尽管可能的价格回调也许不是一个主要问题，工程量的缩减将会对增长率产生显而易见的负面影响。在过去三十年间，建筑业占GDP的比重呈现逐步上升的趋势。而就房地产价格来说，与亚洲金融危机中几个国家的房地产泡沫破灭，致使房地产价格从激增到暴跌的共有模式不同，中国的曲线并没有这种特征(如图表2所示)。作为占GDP总量13%的重要业务，建筑业和房地产业的活动将对增长指标产生重大影响，尤其是考虑到连锁效应会对相关行业产生的影响。



对过剩的房地产存量的估算表明，工程量将会减少大约10%，这会从GDP增长率中扣去2-3个百分点。然而，本次市场回调对GDP增长率的全部影响很可能会分散体现于数年间，并且，假如不被另外的基础设施投资所弥补，这可能导致GDP增长率在接下来的一两年中下降至6%-6.5%。但是，诸如GDP增长率暴跌

至 5%乃至更低这般更为暗淡的情景，发生的概率近乎为零。

不过，许多悲观主义者确信，近几年中国 GDP 仍然保持高速增长的唯一原因，是信贷的增长更为迅速，并且，最终信贷一旦收到抑制，经济便将会急剧萎缩。然而，鉴于信贷扩张、房地产价格增长以及 GDP 增长率三者间的联系，人们并不需要如此悲观。

近期的信贷扩张的确在很大程度上助长了资产价格的上扬，但却并没有影响到 GDP 增长率，这也是为什么债务与 GDP 之比在近几年飙升的原因。但是，即使资产价值的上升是不可持续的，那也仅仅是一个独立的问题，并不会影响到经济的其他方面。虽然被浪费了一部分，绝大部分的信贷扩张仍得到了高效地利用，同时土地相关的资产的实际价值也得到了发掘。

就这一点而论，最近中国的信贷与 GDP 之比的飙升，极大程度上被认为是由于中国资产价值朝着更为市场化的方向前进而发生的金融深化。这也是为何尽管自全球金融危机以来，中国的债务与 GDP 之比一直在增加，但比例却大致仍处于预期水平的原因——它比绝大多数的发达国家低，而同时又比绝大多数的发展中国家要高。在这样的背景下，中国的房地产相关的债务问题的确需要被控制，但这并不会像某些人所警告的那样，演变成为一场灾难性事件。（摘自：新浪网）

期货资讯：

【期货综合资讯】

螺纹钢：螺纹钢期货弱势整理，RB1501 合约终盘报收 3067 元/吨，跌 6 元/吨，持仓量为 1689858，日减仓 74684。

郑棉：郑棉主力 1501 合约放量增仓大跌，开盘于 14335 元/吨，收盘于 14020 元/吨，较前一交易日跌 355 元/吨，成交量大幅增加，持仓量增加 56256 手至 328102 手。

沪胶：沪胶市场低开震荡。主力 1501 合约最高报 15640 元/吨，最低报 15360 元/吨，尾盘报收于 15485 元/吨，较上一交易日下跌 1.78%，减仓 9376 手，成交 491288 手。

期铜：沪铜主力合约 1410 探底回升，尾盘收至 50530 元，较隔夜收盘价 50370 元回升 0.32%。铜市期限结构继续呈近高远低排列，1408 和 1410 价差倒挂 330

元/吨，较 31 日进一步扩大，因远期合约上涨意愿较弱。

一家之言：

【美国已走到尽头了吗？】

最近的一些民调显示，比以往任何时候更多的美国人——在某些情况下近 60%——相信美国实力正在逐渐减弱。

换句话说，哪怕是在面临苏联科技压力的 20 世纪 50 年代后期、深陷越战泥潭的 60 年代后期、石油禁运的 1973 年、苏联实力显著回升的 1979 年和经济问题层出不穷的 80 年代，也没有如今那么多美国人担忧本国影响力的衰退。

这种焦虑是真实合理的，也成为公众支持美国从世界各地撤出的原因。美国经济相对衰退是事实。这是发展中世界 200 年来第一次经济增速最快，全球化的作用令变化速度如此之快令人难以想象。就在 1990 年时，源于新兴经济体的商品、服务和金融的跨境流动仅占全球经济比重的 14%，现在这一比例则已升至近 40%。就在 2000 年，中国 GDP 仅为美国的十分之一；14 年后，两个经济体几乎是平等的（至少以购买力平价衡量是如此）。

生产率增速日益恶化（年均下降 0.5 个百分点）对美国经济放缓发挥了特别大的作用，《金融时报》称此为“生产力危机”。这和美国劳动力技能水平下降和研发划拨资源下滑等一系列因素有直接的关系。

美国军事优势退化的后果已经开始显现，因为受益于全球化经济增长最快的国家正利用新得到的财富加强军事能力建设，特别是高科技武器方面。正如“新美国安全中心”的罗伯托·沃克和肖恩·布里姆利今年曾在报道里写道：“美国上世纪 90 年代末及本世纪初在高端传感器、制导武器、作战网络、太空和网络系统和隐身技术享有的主导性已开始弱化。而且，这种弱化趋势现正在加速。”罗伯特沃克现为美国国防部副国防部长。

《我们美国已走到尽头了吗？》这篇文章是由新美国安全中心的研究员埃尔布里奇·科尔比和前美国国家安全委员会战略规划高级主管保罗·莱托发表在美国最有影响力的外交政策杂志《外交政策》。（摘自：《外交政策》杂志）

【五大发电集团年中会说了什么？】

7月中下旬，五大发电集团陆续召开了集团年中会，总结上半年成绩，为下半年工作作出新的部署。在对外发布的信息中，各大发电集团在一些指标公布、工作亮点、任务等内容公开都有所筛选和侧重。

经营指标：

1、华电集团：上半年，华电集团完成发电量 2341 亿千瓦时，同比增长 6%；实现销售收入 1048 亿元，同比增长 8.8%；资产负债率 83.4%，同比降低 1.33 个百分点；完成原煤产量 1995 万吨，同比增长 53%。完成供电煤耗 310 克/千瓦时，同比降低 3.44 克/千瓦时。

2、国电集团：截至 6 月底，国电集团电源装机达到 12107 万千瓦；发电量 2470 亿千瓦时；煤炭产量 3143 万吨，同比增长 4.9%；营业收入 1043 亿元。

3、华能集团：上半年，华能集团完成境内外全资及控股电厂装机容量 14527 万千瓦，同比增长 5.2%，低碳清洁能源装机比重达到 25.4%；发电量 3262 亿千瓦时，其中国内发电量 3210 亿千瓦时，同比增长 6.72%；完成合并营业收入 1413 亿元，同比增长 4%。

4、中电投集团：截至 6 月底，中电投集团累计完成发电量 1842.92 亿千瓦时，营业收入 911.79 亿元，实现利润 32.18 亿元。水电装机突破 2000 万千瓦。煤炭产量 3367.49 万吨，电解铝产量 135.27 万吨。

5、大唐集团：在五大集团中，唯独大唐集团没有公开经营相关数据。只是以“形势持续向好、业绩超出预期、工作亮点频现”对上半年工作进行了总结。在大唐对外公布的数据中，只公布了以下三组数据“供电煤耗同比下降 3.06 克/千瓦时，发电厂用电率同比降低 0.09 个百分点，单位发电油耗同比降低 1.72 吨/亿千瓦时”。

上半年，华电集团新核准项目中清洁能源比重接近一半，高效火电项目占国家核准总量的近两成。国电集团主业投资占总投资的 98.3%，清洁可再生能源投资占电源投资的 70.3%。中电投集团累计核准容量 393 万千瓦，开工容量 112 万千瓦，新增容量 498 万千瓦，清洁能源比重突破 35%。

二是均重视煤耗数据，体现火电高效利用以及经营水平。上半年，华电集团

完成供电煤耗 310 克/千瓦时，同比降低 3.44 克/千瓦时。华能集团完成供电煤耗 309.57 克/千瓦时、同比下降 3.46 克/千瓦时。中电投集团火电完成供电煤耗 309.49 克/千瓦时，同比降低 2.77 克/千瓦时，在中央五大发电集团中排名第一。大唐集团供电煤耗同比下降 3.06 克/千瓦时。（摘自：《能源》杂志）

法律案例分析：

【商标中地名的合理使用】

广东省深圳市思美达实业有限公司与刘其才商标侵权纠纷上诉案

【裁判要旨】通常情况下，含有地名的商标所获得的保护相对较弱，他人可以以合理使用相抗辩，但地名的合理使用有一定的界限，应在商标保护与地名合理使用之间保持平衡。

【案号】（2006）深龙法民初字第 1403 号；（2006）深中法民三终字第 18 号

【案情】

原告：刘其才。

被告：广东省深圳市思美达实业有限公司。

原告诉称：2005 年 1 月 21 日，原告以自己经营的惠阳区淡水蓝田饮用水厂名义在国家工商行政管理总局商标局注册了“沙田山泉”商标，主要在自己生产的饮用纯净水上使用该商标。一段时期以来，被告在其生产的饮用纯净水上使用与原告注册商标相同或相似的“沙田”字样，并且在销售市场上与原告进行竞争，造成一些消费者误认为原告生产的沙田水是假“沙田”牌的饮用水，给原告的生产经营造成很大损失。原告认为被告未经原告同意，擅自在同类产品上使用与原告注册商标相同或极为相似的字样，是侵犯商标专用权的行为，故诉请法院：判令被告立即停止在其生产、销售的纯净水包装物上使用“沙田”字样；判令被告在《深圳特区报》、《惠州日报》上登载违法侵权声明，向原告公开赔礼道歉；判令被告赔偿因侵犯原告商标专用权给原告造成的损失 20 万元；判令被告支付原告为制止侵权行为而支出的律师费、差旅费等 2 万元；本案诉讼费由被告承担。

被告辩称：原告的诉讼请求不能成立，本案争议的“沙田”是本地地名，被告在产品包装上使用“沙田”是为了表明纯净水的产地，被告自 2002 年开始生

产灵池牌沙田纯净水至今，属在先使用，被告并未侵犯原告的注册商标专用权。

一审法院查明，被告于2000年9月19日注册成立，经营场所位于深圳市龙岗区坑梓镇沙田村李中工业区，其经营范围为直接饮用水（桶装纯净水）生产、销售；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；食品和饮料包装设备、净化水设备、饮水机的产销；五金加工、塑胶加工等。2001年7月28日，被告取得“灵池”商标专有使用权，商标为文字“灵池”，其核定使用商品为第32类，包括：水（饮料）；果茶（不含酒精）；茶饮料（水）；果汁；杏仁乳（饮料）；可乐；绿豆饮料；汽水；水果饮料（不含酒精），商标注册有效期限自2001年7月28日至2011年7月27日，商标注册证号：第1611462号。原告为2003年12月19日注册成立的惠阳区淡水蓝田饮用水厂个体业主，经营场所位于广东省惠阳区淡水镇马留岭河背村，其经营范围为饮用水生产、销售。2005年1月21日，原告以惠阳区淡水蓝田饮用水厂为商标注册人取得“沙田山泉”商标专有使用权，商标为“沙田山泉”，其核定使用商品为第32类，包括：水（饮料）；矿泉水（饮料）；纯净水（饮料）；奶茶（非奶为主）；豆类饮料；乳酸（果制品、非奶）；汽水；可乐；无酒精果汁饮料；植物饮料，商标注册有效期限自2005年1月21日至2015年1月20日，商标注册证号：第3601410号。原告在生产经营过程中发现被告销售的桶装水在包装桶桶体印有与其注册商标中字体相同的“沙田”字样，遂诉至法院。

另查，依据广东省地图出版社出版的《深圳市地图》（2006年1月第3版），与原告经营所在地广东省惠州市淡水镇东南方向相邻的惠州市澳头镇大亚湾经济开发区有一地名为“沙田”，而与之西南方向相邻的被告经营所在地深圳市龙岗区坑梓镇有相同一地名“沙田”。

再查，本案庭审过程中，将原、被告确认的各自饮用水生产包装用桶进行比对，被告使用的饮用水包装用桶在瓶颈封口位置的绿色塑料封上小字载明“灵池”商标，并在灵池二字右上角使用“ ”标记，在商标右下方用较大字号载明“沙田饮用纯净水”，其中“沙田”字样与原告注册商标字体不同。在饮用水包装用桶桶体印刷部分，被告将与原告桶体注册商标字体、颜色相同的“沙田”字样突出使用，“沙田”字样右上角载明小字商标“灵池”。

【审判】

深圳市龙岗区人民法院一审认为：

一、原告享有“沙田山泉”商标的专有使用权。本案中原告使用乡镇自然村地名“沙田”向工商行政管理部门申请注册“沙田山泉”商标，已获得审核批准，于2005年1月21日取得商标注册证，即时获得受法律保护的注册商标的排他专有使用权。但另一方面，原告注册的“沙田山泉”商标具备地名商标的特殊性，与一般商标相比显著性较弱，故而保护程度也相对较低，即原告不能禁止其他人在相同或相似产品上对该地名的合理、正当使用。

二、本案被告对“沙田”地名的使用不构成合理使用。就本案原、被告使用的饮用水包装用桶对比分析，被告在瓶颈封口位置使用的“沙田”二字，系作为产品来源地使用，字体与原告注册商标不同，且被告使用“灵池”商标规范，此种使用不构成对原告注册商标专有权的侵犯；但被告在桶体位置使用的“沙田”二字，无论字体、颜色均与原告在饮用水包装用桶使用的注册商标中“沙田”字样相同，且被告在此位置使用“灵池”商标违反使用规范，将商标符号“ ”放大置于“灵池”左侧，共同标注于突出使用的“沙田”二字右上角，依据商标使用规范，容易令人误认为产品商标为“沙田”。虽然本案中原告的注册商标因其地名商标的属性和两地同名“沙田”事实的存在而在保护程度上受到一定的限制，但被告在桶体位置对于“沙田”字样的突出使用方式显然已经超出了合理、正当的使用范畴。原、被告经营地相互邻近，销售市场彼此重叠，足以造成相关公众对于二者商标及产品的混淆，被告在相同商品上使用与原告注册商标近似标识的行为构成对原告“沙田山泉”注册商标专有权的侵犯。被告关于其在先使用等答辩意见，缺乏事实与法律依据，法院不予采信。

三、被告应承担的民事责任。本案被告的行为侵犯原告注册商标专有权，应当承担停止使用、赔偿损失等民事责任。在损失赔偿数额的计算方面，原告要求被告赔偿经济损失20万元，并未向法院提供充分证据予以证实其因侵权行为所遭受损失或被告因侵权行为获利情况，原告除举证律师费5000元外未能举证证明差旅费实际发生情况。法院综合考虑本案中原告取得注册商标使用权的时间、两地同名的实际情况、被告的主观过错程度、双方当事人生产规模等因素，酌情确定由被告赔偿原告因侵权所致经济损失及维权支出合理费用共计15000元。原告并未举证证明被告的侵权行为造成其商誉的严重损害，故其要求被告赔礼道

歉、消除影响，法院不予支持。

据此，一审法院判决：被告深圳市思美达实业有限公司须于本判决生效之日起停止侵权行为；被告深圳市思美达实业有限公司须于本判决生效后 10 日内向原告刘其才支付经济损失及合理支出费用共计 15000 元；三、驳回原告刘其才的其他诉讼请求。

一审宣判后，被告不服一审判决，提起上诉，请求二审法院撤销一审判决。理由是：1. 思美达公司使用“沙田”文字在先，不具有侵犯刘其才商标权的故意。2. 思美达公司使用的“沙田”文字与刘其才注册的“沙田山泉”商标没有相似或相近之处。3. 地名具有公共性和通用性，思美达公司对“沙田”文字的使用，是对地名的使用，不应视为侵权。

原告刘其才也提起上诉，请求：撤销一审判决第二项，改判支付刘其才赔偿金 22 万元。理由是一审判决被告支付原告赔偿金额明显偏低，与法律的规定也相去甚远。

二审法院查明，2005 年 1 月 21 日，国家商标局核准注册第 3601410 号“沙田山泉”图形及文字组合商标，注册人为惠阳市淡水蓝田饮用水厂。2005 年 6 月 22 日，国家商标局核准上述商标变更注册人名义为惠阳区淡水蓝田饮用水厂及相应地址的变更。刘其才为惠阳区淡水蓝田饮用水厂个体工商户业主。思美达公司一审提交的公司灵池系列饮用水宣传单显示，该公司五加仑桶装系列饮用水桶体有两种包装，除本案中被告所使用的被控侵权标识外，另外一种名为“沙田饮用净水”，桶体标注“沙田”字体放大，与本案被控侵权的产品标注的“沙田”字体有所不同。思美达公司自更换饮用水桶体包装为涉案包装后未对新的包装作过宣传。其他事实与原审法院查明的事实一致。

深圳市中级人民法院认为，思美达公司不能提供在刘其才“沙田山泉”商标注册前思美达公司已在自己产销的饮用水商品上使用被控侵权标识多年、在广告宣传上有较多的投入、所使用的标识具有较大的知名度并得到消费者认同的依据，思美达公司在先使用的理由缺乏事实依据。思美达公司的经营范围并非限于涉案纯净水的产销，不能根据对该公司业务的整体宣传推断其涉案纯净水的获利。刘其才未向法院提交其因侵权行为遭受损失或思美达公司因侵权行为获利情况的确切证据，原审法院依职权综合考虑涉案商标权的情况及侵权行为的情节等

因素酌情判决思美达公司赔偿刘其才经济损失及合理支出共计 15000 元并无不当。刘其才以思美达公司的宣传图册可以推断其产量，原审法院判赔 15000 元明显偏低的上诉请求，法院不予支持。

二审法院根据查明的事实，依法作出判决：驳回上诉，维持原判。

【评析】

一、关于地名的合理使用问题我国商标法规定，县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标，但商标法并不禁止将县级以上行政区划的地名注册为商标。商标法实施条例第四十九条也规定：“注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，或者含有地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。”因此，一方面，合法注册的包含有地名的商标应依法予以保护，另一方面，这种保护要受到一定限制，他人为表明产品的质量、产地等，可以正当使用地名，由此而造成了含有地名商标保护与他人合理使用地名之间的冲突。

笔者认为，解决这一冲突的关键在于利益平衡，在于规范使用。具体到本案，原、被告所在地均有一名为“沙田”的小地名，刘其才将“沙田山泉”作为自己所生产的饮用水商标并获得核准，且处于有效期内，应受法律保护。但刘其才没有因此获得“沙田”二字的垄断使用权，他人可以正当、合理使用“沙田”二字，但合理使用亦有一定界限，超出正当、合理的范围则可能侵犯他人商标权。在本案中，思美达公司未经许可，在同类商品包装上单独、放大使用“沙田”二字，且违反我国商标法实施条例第三十七条“使用注册商标标记，应当标注在商标的右上角或者右下角”的规定，将注册商标“ ”标识标注于“沙田”二字右上角，而自己的注册商标“灵池”字体相对较小，且位于“ ”标识的右方，足以造成相关消费者误认“沙田”为该公司注册商标，思美达公司的行为已经超出了合理使用的范围，构成对原告商标权的侵犯。笔者认为，在存在地名商标的情形下，无论是标注企业地址或者说明产品产地，均应该规范使用该地名，而不宜单独、突出使用地名，避免与他人注册商标相混淆。

二、关于地理标志问题

在本案中，也有人认为，“沙田”是地理标志，被告使用“沙田”二字，只要与原告注册商标中“沙田”字体、颜色不同，即便单独使用，亦不构成侵权。

笔者认为，所谓地理标志，是指标示某商品来源于某地区，该商品的特定质量、信誉或者其他特征，主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志。在我国，地理标志可以通过注册为证明商标的方式加以保护。同时，根据地理标志产品保护规定，也可以通过向国家质量监督检验检疫总局申请的方式取得对地理标志产品的保护。地理地名、地名商标与地理标志三者之间既有联系，也显而易见地存在差别。联系在于，某些地理地名，如果具有显著性，可能被注册为地名商标。地理标志标示某商品来源于某地区，地理标志中存在明显的地理地名因素，地理标志大多由地理名称构成。区别在于，地理名称仅具有指示某一地理方位的意义，不具有地理标志那种表明产品来源或质量的意义。而地名商标与地理标志也存在着不同。“商标表明商品或服务来源于特定的生产者、制造者或服务的提供者，以此将其商品或服务与他人的商品或服务区别开来。地理标志不能识别产品的生产者或制造者，它只能识别产品的原产地，并表明来源于该地方的产品具有某种特殊的质量或特征”；“商标的形成往往涉及人类的创造性活动，也正是人类的创造力才使新颖独特标记的产生成为可能，并以此将特定的商品或服务与其他商品或服务区分开来。”“地理标志作为产品地理来源的标记，与地形地貌、人类的劳作、气候或其他与人类创造力无关的因素相联系，因此产品与其地理来源之间的联系是不能割裂的，该产品的生产也不得转移到其他地方。”“地理标志仅适用于商品上，主要用于农产品和其他相关产品上，不适用于服务。商标则同时适用于商品和服务。”

综合以上，从实质上，地理标志所标示的商品必须具有特定品质、信誉或者其他特征；从程序上，地理标志必须经过国家质量监督检验检疫总局审核批准或经国家商标局核准为证明商标。只有具备以上实质及程序条件，地名也才可能成为地理标志。所以，被告使用“沙田”二字，尽管有部分说明其饮用水产地的因素，但尚不能称之为作为地理标志使用。而作为地名或产地使用，又存在同样内容的地名商标时，被告的合理使用应该受到更加严格的限制，应规范使用地名的全称。（作者单位：陈文全 广东省深圳市中级人民法院）

政策速递：

【对外劳务合作风险处置备用金管理办法（试行）】

第一章 总则

第一条 为规范对外劳务合作企业的经营行为，保障外派劳务人员合法权益，根据《对外劳务合作管理条例》，制定本办法。

第二条 对外劳务合作风险处置备用金（以下简称备用金）是指对外劳务合作企业缴存，用于《对外劳务合作管理条例》第十条所规定使用范围的专用资金。

第三条 对外劳务合作企业缴存备用金的银行，由负责对外劳务合作经营资格审批的商务主管部门（以下简称商务主管部门）会同同级财政部门指定。

第四条 商务主管部门和财政部门应根据本地区对外劳务合作企业数量和外派劳务规模等实际情况，在本行政区域内择优指定一家或多家信用等级良好、服务水平优良，并承诺按照要求提供相关服务的银行作为备用金缴存银行。

第五条 对外劳务合作企业应到指定银行办理备用金缴存和取款手续。

第二章 备用金的缴存

第六条 对外劳务合作企业应当自获得对外劳务合作经营资格并在工商行政管理部门登记之日起5个工作日内，在指定银行缴存备用金。

第七条 备用金缴存标准为300万元人民币，以现金或等额银行保函形式缴存。

第八条 对外劳务合作企业以现金形式缴存备用金的，需持《营业执照》副本和《对外劳务合作经营资格证书》到指定银行开设专门账户并办理存款手续。缴存备用金的对外劳务合作企业应与指定银行签订《对外劳务合作风险处置备用金存款协议书》（附件1），并将复印件送商务主管部门备案。

第九条 备用金本金和利息归对外劳务合作企业所有，对外劳务合作企业可自由提取和使用备用金利息。

第十条 对外劳务合作企业以银行保函形式缴存备用金的，由指定银行出具受益人为商务主管部门的不可撤销保函（附件2），保证在发生《对外劳务合作

管理条例》第十条规定使用情形时履行担保责任。对外劳务合作企业应在其对外劳务合作经营资格存续期间提供有效的保函，保函有效期至少为两年。商务主管部门应在保函到期前一个月提醒对外劳务合作企业延长保函的有效期。保函正本由商务主管部门保存。

第十一条 商务主管部门应当将缴存备用金的对外劳务合作企业名单向社会公布。

第三章 备用金的使用

第十二条 对外劳务合作企业拒绝或无力承担违反国家规定收取应退还给劳务人员的服务费或按照约定应向劳务人员支付的劳动报酬的，在劳务人员向商务主管部门投诉并提供相关合同以及收费凭证或者工资凭条等证据后，商务主管部门应书面通知对外劳务合作企业在 5 个工作日内退还或支付劳务人员有关费用。

对外劳务合作企业在规定时间内未退还或支付有关费用的，商务主管部门应做出使用备用金的决定并书面通知有关对外劳务合作企业和指定银行，同时出具《对外劳务合作风险处置备用金取款通知书》(附件 3，以下简称《取款通知书》)。指定银行根据书面通知和《取款通知书》，从备用金中将相应数额的款项以现金或转账方式支付给商务主管部门指定的劳务人员。

第十三条 对外劳务合作企业拒绝或无力承担依法应向劳务人员支付的劳动报酬或赔偿劳务人员的损失所需费用的，商务主管部门凭人民法院判决、裁定及其他生效法律文书使用备用金。

第十四条 对外劳务合作企业拒绝或无力承担因发生突发事件，劳务人员回国或接受紧急救助所需费用的，商务主管部门应向对外劳务合作企业提供发生劳务人员回国或接受紧急救助所发生的费用证明，并书面通知对外劳务合作企业在 5 个工作日内支付有关费用。

对外劳务合作企业在规定时间内未支付有关费用的，商务主管部门应做出使用备用金的决定，并书面通知有关对外劳务合作企业和指定银行，同时出具《取款通知书》。指定银行根据书面通知和《取款通知书》，从备用金中将相应数额

的款项以现金或转账方式支付给商务主管部门指定的人员或单位。

第十五条 提供保函的指定银行应在收到书面通知和《取款通知书》5个工作日内，履行担保责任。

第十六条 备用金使用后，对外劳务合作企业应当自使用之日起20个工作日内将备用金补足到300万元人民币。

第十七条 对外劳务合作企业停止开展对外劳务合作的，应当对其派出的尚在国外工作的劳务人员做出妥善安排，并将安排方案连同2年内有效的备用金缴存凭证或者保函报商务主管部门备案。

对外劳务合作企业自备案之日起2年内未发生针对其的劳务纠纷投诉或者诉讼的，商务主管部门应出具书面通知和《取款通知书》，指定银行根据书面通知和《取款通知书》，退还其缴存的备用金或允许其撤销保函。

第十八条 指定银行应每季度分别向对外劳务合作企业和商务主管部门提供备用金存款对账单。

第十九条 对外劳务合作企业对商务主管部门使用备用金的决定持有异议的，可以依法申请行政复议或者向人民法院提起行政诉讼。

第四章 备用金的管理

第二十条 备用金实行专款专用。

第二十一条 对外劳务合作企业未依据《对外劳务合作管理条例》和本办法规定缴存或者补足备用金的，商务主管部门责令其在备用金应缴存或补足之日起一个月内改正；拒不改正的，吊销其对外劳务合作经营资格证书。

第二十二条 备用金由商务主管部门负责使用、管理，同级财政部门负责监督，并接受审计部门的审计。

第五章 附则

第二十三条 对外承包工程企业备用金缴存标准暂为20万元人民币。缴存和使用依照《对外承包工程管理条例》及本办法相关规定执行。

第二十四条 本办法施行前从事对外劳务合作经营的企业，如不再从事对外

劳务合作经营的，应向商务主管部门、财政部门申请退还备用金；如继续从事对外劳务合作经营的，应按照《对外劳务合作管理条例》和本办法的有关规定及时缴存备用金。未取得对外劳务合作经营资格或未及时缴存备用金的，分别按照《对外劳务合作管理条例》第三十九条和第四十一条有关规定处理。

第二十五条 本办法由商务部会同财政部负责解释。

第二十六条 本办法自2014年8月17日起施行，2001年11月27日原对外贸易经济合作部、财政部发布的《对外劳务合作备用金暂行办法》（原对外贸易经济合作部财政部二〇〇一年第7号令）及其补充规定同时废止。

联系我们

李英华

E-mail: nicelee311@163.com

电话: 010-59290128

传真: 010-59290029-92

林波

E-mail: cuplbo@126.com

电话: 010-59290219

于峰

E-mail: yuf2007@126.com

电话: 010-59290127

地 址: 北京市朝阳区东三环中路 7 号财富中心 A 座写字楼 27 层

网 址: <http://www.xxcig.com/>

邮编: 100020

E--mail: xxzgfl@126.com