

Companies

我国汽车产销量连续三个月超百万辆

前5月产销量双双实现两位数增长,商用车情况仍然艰难

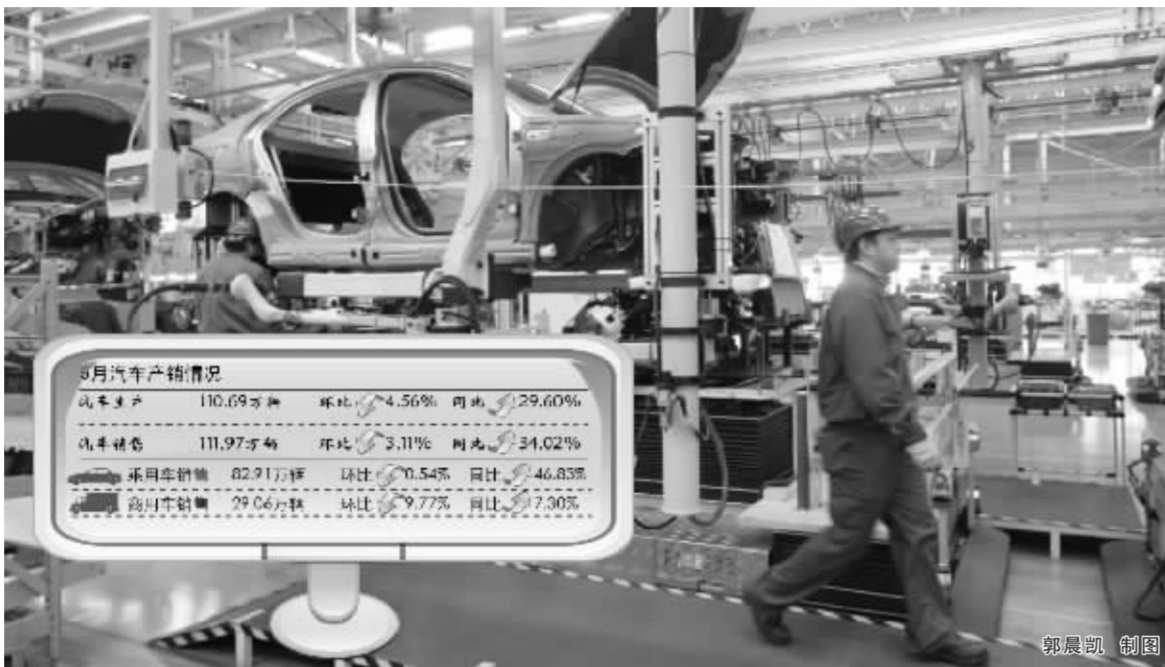
◎本报记者 官璐

在欧、美、日等全球市场持续下跌的背景下,中国车市继续上演“一枝独秀”。

昨天,中国汽车工业协会公布最新产销数据:在刚刚过去的5月,汽车整体产销依旧延续较高水平,虽然与上月产销有所下降,但仍超过百万辆,在政策效应的拉动下,中国汽车产销已经连续三个月在百万辆水平上运行。

来自该协会的统计数据称,5月,汽车生产110.69万辆,环比下降4.56%,同比增长29.60%;销售111.97万辆,环比下降3.11%,同比增长34.02%。在汽车主要品种中,乘用车销售82.91万辆,环比下降0.54%,同比增长46.83%。商用车销售29.06万辆,环比下降9.77%,同比增长7.30%。

据该协会统计信息显示,1至5月,汽车产销483.77万辆和495.68万辆,同比增长11.10%和14.29%。乘用车产销352.03万辆和366.09万辆,同比增长15.61%和21.20%;商用车产销131.74万辆和129.59万辆,产量同比增长0.62%,销量下降1.56%。



郭晨凯 制图

中汽协助理秘书长朱一平对记者表示,尽管商用车情况还十分艰难,但乘用车产销增速高于行业总体增速4.51和6.91个百分点,继续成为拉动行业发展的主力。

上海思迈汽车咨询公司大中华区预测总监张豫表示,由于销售的增

长主要集中在1.6L以下的中低端车型,这意味着今年以来的增长最主要的原因还是靠政策的拉动。1.6L及以下车型的购置税减免给了这部分消费者一个强大的刺激。

价格下降也是销量猛增的一个因素。据明腾华擎企业管理咨询有限

公司公布的最新调查显示,5月,除了A级车价格微升以外,B级车市场均价从19.88万元降至19.64万元,C级车市场均价从41.77万元降至41.20万元,使得B、C级车整体市场均价下降较大,从而促使B、C级车的销量开始抬头。

奥迪前5月销量降12.1%

◎本报记者 官璐

去年全球销量排名第二的豪华车奥迪受经济危机影响严重,进入2009年销量持续下滑。

昨天,上海证券报获悉,今年5月,奥迪在全球的销量为82800辆,同比下降6.1%,今年前5个月累计销量为374750辆,同比降幅为12.1%。

奥迪公司负责销售与市场的董事兼首席财务官阿克塞尔·史博科预计,2009年公司净利润将比2008年的22.1亿欧元有很大下降,降幅将高于销量降幅。

奥迪在亚太地区的汽车销量则保持了增长趋势,增幅达16.7%,尤其在中国,销量增长甚至超过了20%。

腾中“买马”非单干 四川富豪索郎多吉或助力

◎本报记者 吴琼

四川民营企业腾中重工收购美国悍马事件有新眉目。昨日,上海证券报从旭光资源处获悉,旭光资源的大股东索郎多吉可能以个人身份参与收购悍马。腾中重工则表示,将与其他私人共同成立公司、投资收购悍马。目前腾中重工已经确定收购的是悍马的轻资产,即悍马品牌及设计权、3000人的运作团队。

自收购协议公布后,注册资本仅3亿元的腾中重工如何驾驭悍马备受外界质疑,腾中重工昨日表示,将通过一家占有多数股权的投资公司收购悍马,同时还会有其他私人投资者与公司一起投资。据工商登记资料显示,腾中重工的法定代表人陈实,股东为32岁的自贡籍女性钟胜男和宗瑞儒,钟胜男持

股99.3%。

昨日,旭光资源证实了腾中重工方面的说法。旭光资源称,经索郎多吉确认,其或可能会以个人身份参与收购悍马(作为财团成员之一)参与悍马的收购建议。如果索郎多吉投资悍马业务,将不会透过四川腾中(重工)做出。本报此前曾报道,腾中重工背后运作收购悍马者为四川民营富豪,46岁的索郎多吉(又名李炎)。由于其控股的旭光资源有限公司是国内第一大芒硝生产商,索郎多吉又被称为“中国芒硝王”。

腾中重工相关人士表示,就目前双方谈判结果,腾中重工收购悍马品牌及设计权,并拥有3000人的管理、营运及销售团队。腾中重工将延续和悍马销售网络相关的现行经销商合约。至于未来将收购哪些悍马的知识产权,双方仍在讨论中。”

昨日,美国悍马公关部的Nick Richards对外表示,军用车辆及科技将不会出售给腾中重工。具体来说,腾中重工将购买包括H2、H3和H3T在内的民用车型,去年面世的HX概念车也有可能量产。”

腾中重工相关人士表示,目前并没有购买悍马在美国的生产厂,交易结束后,通用汽车将按照合同在美国继续生产悍马车型。至于未来是否国产悍马,还在考虑中,尚未确定。”Nick Richards指出,悍马的总部及管理阶层全部留在美国,未来随着悍马全球业务的增长,也可能在中国建立管理机构。

在谈及为何看中名不见经传的腾中重工时,Nick Richard表示,因为腾中重工将为悍马品牌提供全球销售及发展的机会,这是通用汽车不能给予的。

悍马收购案再遭“泼冷水”

◎本报记者 吴正懿

跨国并购是馅饼还是陷阱?昨天,在宁波召开的第二届中国开放论坛上,国务院发展研究中心企业所所长张文魁对愈演愈烈的海外并购“泼冷水”,并称不看好腾中并购悍马的前景。杉杉投资控股有限公司董事局主席郑永刚则戏言,腾中重工是想一夜成名。

近期,中铝注资力拓受挫和腾中重工收购美国悍马,使海外收购成为各界热议的焦点话题。昨天,在做题为“跨国并购是馅饼还是陷阱?”的演讲时,张文魁主动提到了腾中收购悍马,认为悍马汽车在中国缺乏市场。如果不知道销售市场在哪里,销量不能达到盈亏平衡点,那什么也谈不上,”张文魁说,无论腾中使用的是过桥资金还是自有资金,最终都会使它陷入财务危机。他指出,相比资金实力,收购后的整合能力更为重要。

参加论坛的杉杉股份实际控制人郑永刚认为,这项收购形式大于内容,并略带调侃地说:“一夜之间出名了,它要的就是这种感觉。”据传曾被悍马多次找过的吉利控股集团副总裁安聪慧则重申对悍马不感兴趣,吉利的发展战略是要造最安全、最环保、最节能的车,悍马不节能,也不具市场竞争力。”

北大纵横管理咨询集团投资中心执行总经理郑晓军表示,企业并购主要涉及知识产权、品牌和销售渠道等内容,从知识产权看,悍马油耗高,违背节能减排趋势;品牌方面,尽管悍马知名度高,但它威猛、剽悍的品牌形象与国人的传统品性不符;渠道上,国内销量小,卖到美国也不现实。”

■专家视点

国际航协理事长:中国应着力恢复国内市场

◎本报记者 索佩敏

面对2009年全球航空将亏损90亿美元这一再度恶化的预测,国际航空运输协会理事长乔万尼·比西尼亚尼对中国政府的经济刺激计划表示赞赏。他在昨日接受上海证券报采访时指出,在国际市场衰退的情况下,中国应着力恢复国内航空市场。

据他介绍,此次经济危机给全球航空业的打击可谓前所未有。“9.11”事件令全球航空业年收入下降了7%,但得益于全球经济的恢复,当时我们在当年年底就实现了重新增长。但是这一次,航空业年收入将下降15%,而全球经济也陷入衰退。这是一个艰难的时刻。”

不过,中国的国内市场或许成为全球航空市场的一个例外。比西尼亚尼指出,早在去年6月,中国市场已经开始出现下跌。当时市场以为是因为奥运期间的航空管制,但实际上奥运会后市场依然下跌,显示出是市场的疲软。”同样,在今年2月和3月,国际航空市场依然保持了快速下跌的态势,但中国国内航空市场却与之相反,出现增长。

比西尼亚尼认为,这一切得益于中国政府有力的经济刺激计划。因此,他认为中国政府应该继续朝这一方向努力,着力促进中国国内航空市场的复苏。

他同时呼吁,中国政府降低机场收费以促进航空业的发展。我们关注到中国的机场在过去两年内开始出现收费的增长。”他认为,机场一方面需要更透明的价格机制,向航空公司解释涨价的原因,另一方面则应该致力于推进效率的提高。

对于近日业内广受关注的东上(东航与上航重组事件,比西尼亚尼不愿正面作出评价。他只表示,政府应该对整合重组持开放的态度,以支持业内产生更有效率的航空公司。

上海市中心房价五个月激涨三成

◎本报记者 李和裕

5月上海纯商品住宅价格与1月相比基本持平,但区域差异非常大,其中内环以内的市中心区域房价已大涨30%,而外郊环间却下跌3.2%。

昨天,记者获得最新统计显示:上海内环以内的商品住宅成交均价从1月的23823元/平方米升至5月的31001元/平方米;内外环之间则平均上涨约17%,如中外环间从12345元/平方米升至15255元/平方米,值得关注的是,外郊环间却从10694元/平方米跌至10317元/平方米,分析师认为这说明中低端住宅价格基本稳定。从二手房看,1月成交均价为10904元/平方米,5月为11984元/平方米,涨幅10%。

易居房地产研究院综合研究部部长杨红旭表示,目前上海外郊环间的商品住宅成交量占全上海的六至七成,这些区域的成交体现了自住需求,尤其是刚性需求的购房

特征。成交价格出现小幅下跌,意味着这一“主战区”的房价上涨空间并不大,很多楼盘一旦涨价便可能引起刚需的退缩与观望。整体而言,虽然成交量和价格上涨已持续超过一个季度,但在宏观经济复苏坎坷的大背景下,这只是本轮楼市大调整中的短期波动,整体上并没进入新一轮增长通道,后市可能还会经历起伏,如三季度成交量或有所回落。

1月和5月上海商品住宅(剔除保障房)成交均价比较

环线	1月成交均价(元/平方米)	5月成交均价(元/平方米)	涨幅
郊外环	7655.88	9133.11	19.30%
内环内	23823.68	31001.45	30.13%
内中环	18286.54	20129.18	10.08%
中外环	12345.73	15255.64	23.57%
外郊环	10694.22	10317.98	-3.52%

中信银行和BBVA联合报告指出:京沪深一线城市房价或下调20%

◎本报记者 于祥明

6月9日,中信银行和西班牙对外银行(BBVA)一份联合研究报告指出,北京、上海和深圳等一线城市房价被高估,房价将下调约20%,但报告又认为中国住宅地产市场仍具有巨大的长期投资潜力。

在收入快速增长、快速城市化以及现存楼宇的折旧率高等因素综合支撑和影响下,中国住宅地产市场具有巨大的长期投资潜力。”该报告撰写人之一、BBVA中国区首席经济学家刘利刚说。

据介绍,该报告基于中国主要城市供需状况评估的商品房价格显示,北京、上海和深圳的

房价目前比均衡价格分别高估16%、18%和20%。

对比我们的均衡计价,目前广州住宅房价比较合理。”刘利刚表示,BBVA经济研究部还注意到,在某些二线城市(例如重庆和天津)也存在房价高估20%至25%的情况。

该研究报告指出,目前经济急剧下滑并且高端住宅地产供过于求,因而短期调整不可避免。据分析,中国住宅价格将进一步下调,不同城市的情况差别很大,短期内一线城市房价可能下调约20%。

但是,该报告同时认为,中国地产市场大幅度下滑的可能性很小。

工信部推进全国农村互联网建设

◎本报记者 张韬

日前,工信部在其网站上公布了《农村综合信息服务站建设和服务基本规范(试行)》(下称《规范》),要求各地建设农村综合信息服务站,并保证接入互联网。

据工信部介绍,农村综合信息服务站是统筹城乡均衡发展、缩小数字鸿沟、以城带乡、工业反哺农业的重要手段,是为农民提供综合信息服务的场所,是推进信息进村入户的途径,是农村信息基础设施和信息服务体系建设的组成部分。

制定该《规范》的目的,为进一步规范农村综合信息服务站的建设、管理和使用。《规范》中表明,农村综合信息服务站建设遵循“政府主导、社会参与、整合资源、共建共享”的原则,应具备“五个一”基本条件:一处固定场所、一套信息设备、一名信息员、一套管理制度、一个长效机制。

据了解,农村综合信息服务站的服务内容包括公共服务、信息咨询服务、培训服务、文化娱乐服务和各项代理服务。《规范》还规定,各级信息化主管部门会同相关部门按职责分工对农村综合信息服务站进行监督,要定期对服务站进行检查和考核,鼓励利用网络平台开展监督。

美国私募“撤资” 汇源果汁股价大挫

◎本报记者 朱先妮

昨日,有财经媒体报道美国私募基金华平投资“撤资”汇源果汁(01886.HK)的消息,汇源股价当日跌8.31%,收至5.96港元。后经汇源果汁发言人向媒体证实,华平投资拒绝将其所持有的可转换债券转换成汇源果汁7%的股权。

汇源果汁赴港上市前,达能曾联合华平基金等公司以“战略投资者”身份入股汇源。对于华平此次“撤资”,柏坊资产管理公司投资总监谢柳毅认为,可口可乐收购汇源的失败或是引发华平拒绝将汇源可转换债券换成股权的源头。他同时表示,华平的“撤资”只代表个人行为,这种个案还不足以引发境外基金在汇源的恐慌性出逃。

和记港陆近12亿港元购和黄债券

◎本报记者 朱先妮

和记港陆(00715.HK)昨日晚间公告,公司于二级市场购入本金总额为1.43亿美元的和黄债券,收购总价为1.5319亿港元(约11.875亿港元)。据悉,公司于2002年开始隶属于和记黄埔,主要从事玩具制造、物业投资等业务。公司表示,通过购入债券进行投资,可使公司在提升回报的同时,增加风险控制的能力。

雅虎成立北京研发中心 被疑违规

◎本报记者 张韬

雅虎昨日宣布,将在中国北京设立全球研究和研发中心。有分析人士指出,该中心或成为雅虎的违规产物,并恶化阿里巴巴与雅虎的关系,因为两者此前曾签署合作协议。

业界将雅虎的上述举动归结为“雅虎和阿里巴巴产生了不合”:雅虎研发中心的成立是其要绕开阿里巴巴,进行新的中国战略部署的信号。阿里巴巴集团强调,雅虎在中国成立研发中心,需要征得阿里巴巴的同意,并且北京全球研发中心不能在中国涉足任何领域的互联网业务。

据悉,雅虎美国与阿里巴巴在2005年达成了合作协议,雅虎品牌在中国的使用权以及雅虎当时在华资产都归阿里巴巴所有。按照双方的约定,雅虎在中国的品牌归阿里巴巴集团所有,雅虎中国是阿里巴巴旗下的子公司。

不过,雅虎全球高级副总裁杰夫·金德林在昨日的发布会上回避了“合规与否”的问题。金德林表示,目前没有改变与阿里巴巴合作关系的计划。但他强调,该研发中心与阿里巴巴没有隶属关系,其主要任务是研发雅虎全球产品。

百度与耐克启动创新品牌营销合作

◎本报记者 张韬

昨日,耐克与百度共同宣布,将启动创新品牌营销的合作。有专家表示,双方的合作意味着品牌广告搜索营销正在创新中走向成熟。

百度首席运营官叶朋表示,百度一直尝试通过创新的技术和商业模式将巨大的流量转化为营销价值,与耐克的营销合作,将通过特定主题锁定信息传播的目标人群,真正做到把线上注意力转化为线下的参与度和购买力。

专家介绍,事实上,品牌厂商的搜索营销,在北美市场非常成熟,但在中国市场上,品牌广告与搜索引擎的合作近两年才刚刚兴起。据悉,英特尔、诺基亚、联想,以及汽车行业的奔驰、宝马,像化妆品行业的迪奥、香奈儿,都与百度启动了搜索品牌营销。