

■ 短讯

南车集团子公司 获出口机车大订单

记者昨日获悉,中国南车集团资阳机车有限公司获得苏丹交通部采购价值近9000万美元的机车订单,并已举行了采购合同签订仪式。这是我国1959年同苏丹建交以来首次向该国大批量出口内燃机车。

2005年4月,资阳机车有限公司与苏丹铁路公司签订了5台内燃机车技术合同,并同时签署了机车战略合作备忘录。今年2月,资阳机车有限公司将5台机车交付苏丹铁路公司,并及时投入干线运营,5台机车在苏丹投入运营以来表现优秀,牵引能力比苏丹现有机车大幅提高,从而为获得大宗订单打下了基础。(徐虞利)

中钢承建建龙钢铁 11套TRT工程

日前,中钢集团所属中钢设备公司承包建设建龙钢铁控股有限公司11座高炉TRT项目合作框架协议在北京签署。

据悉,根据合作框架协议,中钢设备公司作为总承包方,按EPC模式承包建设建龙控股下属唐山建龙、黑龙江建龙、新抚钢的11套高炉煤气余压发电(TRT)工程。并首先从唐山建龙的3座450M3高炉开始建设,其余TRT工程按双方拟定的时间表分步实施。中钢设备公司承诺采用先进成熟的技术,选用优良可靠的设备,按照约定工期完成工程,对工程的完整性、先进性负责,并采用延期支付方式为建龙提供项目所需资金的支持。(徐虞利)

大唐集团 “掘金”金沙江水电

记者昨天获悉,大唐观音岩水电开发有限公司发起人协议书签字仪式最近在云南省昆明市举行。据悉,观音岩水电站由中国大唐集团公司控股建设,出资比例70%,云南金沙江中游水电开发有限公司出资比例16%,云南省开发投资有限公司出资比例14%。

观音岩水电站是金沙江中游一个重要水电站。金沙江是我国最大的水电能源基地。据悉,观音岩水电站装机容量300(5×60)万千瓦,工程静态总投资约为178.5亿元,动态总投资约为209.3亿元。(阮晓琴)

SK电讯 实现HSDPA商用

5月23日,记者获悉,韩国移动通信运营商SK电讯宣布,正式推出世界上首个3.5G的HSDPA(高速下行分组接入技术)网络,同时,基于该网络的HSDPA手机也将问世。

为了便于用户熟悉该服务,SK电讯将其命名为“3G+”品牌服务。HSDPA是3G时代WCDMA的升级技术,与3G移动网络体验相比,HSDPA支持用户进行视频会议,高速、大容量数据传输以及国际漫游。(明月)

文化部查处第四批 违法游戏产品

文化部办公厅5月24日发布了关于查处第四批违法游戏产品等事项的通知。该通知称,天联世纪信息技术(上海)有限公司非法提供游戏《街头篮球》属于擅自从事经营性互联网文化活动的行为,违反《互联网文化管理暂行规定》第二十二條的规定予以查处。

天联世纪信息技术公司总裁朱威廉表示,该公司也刚刚接到通知,现正在研究“第二十二條”规定,目前不能予以任何评论。(陆琼琼)

广州丰田贴身肉搏广本

总投资38亿,起步产能10万台

□特约记者 金欢

昨日,总投资38.21亿元的广州丰田正式投产,其开篇之作——国产中高端车CAMRY凯美瑞价格出炉,排量从2.0升至2.4升的5款售价在19.78万至26.98万元间。由于这一定价与广州本田最畅销的车型——雅阁大牙交错,因此预示着这场肉搏将在广州丰田与广州本田这两个日系合资企业之间展开,这可能导致同级别车型价格体系变动。

“预计2006年凯美瑞产销6万台,佳美在美国年销40万台。”丰田(中国)总经理矶贝匡志在接受采访时称。据了解,凯美瑞是在佳美的技术基础上,考虑中国国情后量身定做而成。

矶贝匡志表示,“希望我们在中国可以取得与佳美一样的成功。”

肉搏广本雅阁

新成立的广州丰田汽车有限公司将成为丰田在中国攻城略地的重要基地。该公司总投资38.21亿元,其中近30亿元用于引进冲压、焊装、树脂、涂装及总装等整车制造总成等五大工艺所需的设备;首期占地面积110万平方米,实际占地面积达190万平方米;起步产能达10万台。

凯美瑞能实现6万辆的产能吗?

广州丰田表示,凯美瑞具有极强的性价比,是公司在考虑了成本、市场上竞争对手以及顾客的期望等诸多因素后所作。其售价确实比竞争对手日产天籁稍具优势:日产天籁售价在21.33万至36万元间,同种配置的凯美瑞比它便宜近10%。但与同城的其它日系竞争对手相比,凯美瑞只赚得个

贴身肉搏的机会:二者定价相差不多。

以丰田一贯稳中求胜的特性看,完成6万辆的销量似乎并不困难。它急于超越广州本田成立4年创下的辉煌战果:1999年3月26日下线,2000年产销3.2万辆,2002年产销5.9万辆。

市场预计,凯美瑞上市后将导致同级别车型价格体系变动。事实上,在凯美瑞上市前,广本雅阁、上海大众帕萨特领驭、日产天籁等价格不断走低:在上海,广本雅阁优惠幅度已达9000元至10000元水平;上市不足1个月的新天籁在北京、上海地区优惠4000元左右;即使帕萨特领驭、锐志这样一直加价销售的紧凑型自5月后也不断刷新优惠纪录。

丰田中国局

2005年丰田成为全球第

二大汽车生产企业,其销量为809万辆,仅次于通用汽车的920万辆。但退行一步的丰田,在中国的地位完全无法与其全球地位相提并论。

2005年丰田在中国的合资公司一汽丰田销量为13.5万辆;而通用在中国的合资企业上海通用销量为29.8万辆,高出丰田1倍多。

看到中国巨大的汽车市场后,丰田已调整战略,以加快占领中国市场的步伐。它提出占据中国汽车市场10%的市场份额。这一目标直接指向上海通用。

完成这一目标不可能指望凯美瑞,因此丰田一方面扩大一汽丰田的产能,另一方面将扩大对广州丰田的产品投入。按计划,大霸王今年将在广州丰田投产。

届时,一场新的龙虎斗将在广州展开。

零售商齐拒空调巨头“喊涨”

□本报记者 陆琼琼

记者近日从有关渠道获悉,美的、格力、海尔三大空调巨头正酝酿在本周全面上调空调价格。诸如格兰仕、海信、三菱重工、松下、志高、LG、科龙、奥克斯等其它品牌也“蠢蠢欲动”。

“我们已经收到厂商来函,纷纷要求空调涨价”。面对如此涨势,家电零售企业纷纷构筑防线,确保自身优势。“作为商家,我们也不想涨价,因为市场反应一定会很强烈,而且各大零售企业也都在逆势压价,最后就要看各个公司的投入和实力了。”苏宁电器的一位市场负责人告诉记者。

零售商:不考虑涨价

5月22日,苏宁电器正式宣称,40亿元空调库存将“开仓放粮”,平价入市抑制物价,在空调旺季全线涨价到来之前筑起最后一道价格“防波堤”,并誓言坚守平价底线最后三周。

同日,国美电器新闻发言人何阳清在接受上海证券报采访时表示,2月份,国美50亿元现金买断了50%市场份额的家电,使国美有了足够的空调存量。“我们当时也没想到空调厂商受不了成本上涨的压力而集体涨价,当时的采购行为是打打正着,所以国美起码在未来2个月内不会涨价。”何阳清说。



铜价飙升令空调制造商成本压力大增 资料图

永乐的姿态并没有前两家高,但其新闻发言人黄建平也对记者表示,永乐暂时不会考虑空调涨价。“涨价还要根据市场情况而定,永乐也会和空调厂家协商,进行一些促销和双方让利的活动。”

自2003年10月以来,LME三个月期铜价格从约2000美元/吨,上涨到上周的近9000美元/吨。可见空调制造商的压力有多大。上海交家电商业协会的专家告诉记者,算一笔账,平均每台空调机需用铜6至7公斤,每吨铜涨1万元,那么每年生产1000万台空调,就要增加生产成本7亿元。这一残酷的市场现实终于迫使空调厂商集体喊涨,

并将全线产品的调价通知单纷纷发给各大卖场,“厂家把成本压力转移给了零售企业,但为了争取消费者,各大零售企业不得不构筑抗震防线,把价格战竞争到底。”

供应商:涨价是为了生存

空调涨价的呼声由来已久,但总是雷声大雨点小,业内人士透露,供货商与零售商家从来没停止过较劲,过去最多通过营销方式曲线涨价,但现在成本的压力太大了,厂商的压力比以往任何时候都大。长虹空调市场部部长余皓对上海证券报说,“定价一定由厂商说了算。”余皓认为,即使与国美电器的订单也只是在利益分配上有所界定,但没

有定产品的价格。因此他认为,即使零售商坚持,空调涨价也在所难免了。

联合证券分析师吴红光认为,成本压力把供应商与零售商的博弈关系又推到一个高点。苏宁电器空调事业部总经理夏建双也表示:“一般涨价都会放在新品推出之时,像今年6、7月份销售旺季大家如此兴师动众地扎堆涨价,反映出成本价格的上涨,让这些空调制造商们开始吃不消了,生存已经代替发展成为空调品牌的第一目标。”

夏建双说,“今年全行业涨价10%几成必然,强势渠道将凭借强大的议价能力坚守最后一道价格防线。”

安防巨头泰科来华“围堵”老对手

决定在中国筹建合资公司

□特约记者 文轩

全球最大的安防巨头——泰科消防与安防公司开始发力中国,企图在中国与对手霍尼韦尔展开抢点大战。昨日,泰科安防亚洲总裁Mark Barry指出,中国的安防市场已达到了24亿美元。为了抢占更多的份额,泰科安防决定在华筹建合资公司,并着力推出ADT警报呼叫中心。

在华“围堵”老对手

泰科安防旗下的ADT是世界上成立最早、规模最大、最富经验的电子安防服务供应商,也是该领域最强大、知名度最高的全球品牌之一。

泰科安防此次的合作伙伴是中国新视尔公司,不过双方均未透露投资金额。但Mark Barry表示,选择ADT主

打中国市场,是因为ADT在全球的年销售已经达到65亿美元,约占其公司全年销售额的65%。目前全球有700多万商业企业、政府机构和家庭用户均安装了ADT。

据悉,ADT就是将用户端的监控系统与全天候的监控中心相连接,由专业人员实时监控。当用户端出现盗窃、烟火警报、一氧化碳、水浸泡、医疗急救等紧急状况时,监控中心会在第一时间得到警报,并迅速联系业主及警察、消防队或救护车等机构,使事件得到及时控制和处理。

对此,业内人士指出,泰科用ADT警报呼叫中心抢占中国市场,意味着在华全线“围堵”老对手霍尼韦尔。

曾受挫于中国盗版

名列财富500强的霍尼韦

尔安防是最早进入中国报警市场的国际巨头之一,目前拥有中国国内最大的用户群,共有3000多个中心,上世纪90年代,霍尼韦尔在华一边收购知名品牌安防企业,一边建工厂,其中国业务由此获得迅猛发展。自从霍尼韦尔安防亚太区迁入上海后,实力不断增强。

泰科几乎与霍尼韦尔同时进入中国市场,但其名声没有霍尼韦尔大。对此,Mark Barry透露,ADT先期曾经突进过中国市场,但盗版行为影响了公司抢占市场。

Mark Barry表示,在目前知识产权保护已得到良好改善的情况下,泰科有信心在华全线推进ADT。据悉,目前有80%的世界100强零售商和90%的财富500强企业采用了ADT系统。

安防行业市场潜力大

面对激烈竞争,霍尼韦尔集中火力主打以广州为核心的华南市场,以上海为中心的华东市场和以北京、天津为中心的华北市场。泰科则在上海和沈阳各设一个工厂,并且在南京、上海、广州、深圳、杭州、南京、大连等7个主要城市设立了分公司和办事处。

不过,Mark Barry透露,尽管整个亚太地区的安防行业规模已达到300亿美元,中国也正在以每年20%—30%的速度快速增长,但全球任何一个安防公司在中国市场份额都没有超过10%。而随着中国经济的进一步增长和新富有人群数量的增加,本身比国际市场延迟了20年发展的安防行业将拥有巨大的空间。

备战3G NEC通讯加强本地化

□本报记者 陈中小路

上任仅一个多月的NEC通讯中国新总裁鲁敢传递出的首要信息是,NEC通讯将继续坚持中国市场本地化的发展策略。

不过,鲁敢此举另有深意。随着中国3G市场的启动,国际通信企业融入中国市场的脚步正在加快。对于被爱立信、北电、诺基亚等欧美电信厂商包围之中的NEC通讯而言,构架中国“本地化”发展战略体系的背后隐藏着率先发力3G的意图。

鲁敢强调:“即将启动的中国3G市场,将是对NEC通讯‘本地化’策略的一次综合考评。” NEC通讯内部人士指出,公司希望在中国3G市场谋求与其全球身份相对等的地位,本地化战略是重要的准备功课,NEC通讯还专门为此提出了“3G,以中国为核心”的口号。

上海证券报了解到,围绕中国3G的建设进度,NEC通讯正着眼于



NEC通讯中国新总裁鲁敢

从研发、生产、服务的本地化以及加强本地合作四个方面发力。尤其是与和记电讯在香港的合作被NEC寄予厚望,NEC期望这种运营商服务外包模式能借鉴到中国内地运营商身上。

由于错过了中国移动通信市场快速增长的10年黄金期,在2G上几乎处于空白的NEC通讯对3G的渴望更为迫切。

鲁敢指出,今后NEC通讯在系统方面将继续发挥NEC多年来在全球3G市场积累的综合优势。目前NEC通讯在全球3G市场处于领先地位。

雅高集团抢占大珠三角市场

□据新华社电

著名国际酒店管理集团——法国雅高集团准备从大珠三角洲进一步扩大在中国内地的市场,务求在华南地区经济范围内把旗下酒店数量增加两倍。

雅高集团亚太区董事总经理米夏埃尔·伊森伯格23日表示:“集团业务在中国内地发展迅速,在大珠三角洲的扩展计划正是其中的一部分。”

从今年开始,雅高集团已在香港、深圳及东莞经营7家酒店。集团希望2008年扩展至最少12家,其中包括索菲特酒店、诺富特酒店及宜必思酒店的发展计划。

米夏埃尔·伊森伯格说:“为配合旗下酒店在大珠三角洲的

扩展,集团已与中国南方航空公司签署合作协议。此外,雅高集团首个订房中心已在广州开业,为海峡两岸及港澳提供电话预定服务。该中心每年将为雅高遍布全球的4000多家酒店预定达50万天数的客房。”

据悉,雅高旗下的5个酒店品牌:索菲特、豪华美居、诺富特、美居及宜必思覆盖了由五星级到经济型酒店的各个层面。

1985年,雅高集团成为首个进军中国内地市场的国际酒店管理公司。过去20年,雅高已在中国内地主要商业及旅游中心建立了33家酒店组成的业务网络。雅高集团计划在2010年底建设成为在中国内地规模最大、最具活力的酒店集团。

水务巨头“试水”中国能源交通领域

□据新华社电

中国水务市场最活跃的外国投资集团——全球最大环境服务商法国威立雅环境集团不断扩大在华传统水务和废弃物管理市场份额的同时,正将目光投向中国的能源和公共交通领域。

“我们选择在这个时候进入中国能源管理和交通运营领域,正是看好中国将发展战略转向节约能源和优先发展城市公共交通所带来的巨大市场需求。”威立雅环境集团董事长兼首席执行官亨利·普格里奥23日在北京对媒体说。

中海油又一采油平台投产

□据新华社电

中国海洋石油有限公司23日宣布,渤中25-1/25-1南油田二期A平台已成功投产。

据介绍,目前该项目共有2口井在产,可日产轻质原油2200多桶。A平台的成功投产标志着渤中25-1/25-1南油田总体开发方案中的6个平台已经全部在产。

威立雅环境集团是全球第一的环境服务提供商,在财富世界500强中排名第160位。该集团在全球业务覆盖水务、废弃物管理、能源和交通四大领域,自1992年进入中国以来,主要为中国城市提供城市水务、生活垃圾处理以及工业危险废弃物管理等环境服务。

针对中国所面临的这些环境问题,普格里奥介绍说,威立雅目前已经成立多个工作团队,一方面正和中国一些大城市商谈在城市供热系统管理方面如何采取节能措施,另一方面也尝试参与部分中国城市的公共交通管理系统。

铁矿贸易商计划提高现货矿报价

□本报记者 徐虞利

近几天国外其他钢厂对铁矿石供应的妥协对国内现货市场已产生影响。记者了解到,不少铁矿贸易商已经在“蠢蠢欲动”,计划提高现货矿的报价。

目前,按照19%上涨后执行的新的协议价格和目前水平的现货价格差距明显缩小,甚至部分品种的现货价格还低于上涨后的长期协议矿价格,这自然引起现货市场价格的松动。

据了解,此前国内进口矿贸易商在签订购销合同时基本上都附加了相关谈判的条款。如果签订时附加“跟随谈判结果相应按某某比例调整合同价格”之类的条款的合同,损失较小。如果合同没有附加相应条款,贸易商的利润就要缩水。

联合金属分析师认为,铁矿石价格在签订执行的合约,外方势必会要求补差,这就将增加进口贸易商

的购买成本,相应的在内销时,短期内的报价上涨就在情理之中。

有贸易商表示,希望中国最后将上涨的幅度控制在能接受的范围之内。如果迫于压力,不能如愿则要赔本。

从国内主要港口的信息看,目前巴西西矿和澳洲矿的报价已经有明显的上扬,65%品位巴西粗粉的市场报价已经达到660元/吨,67%品位的最高报价为688元/吨。块矿资源近期十分紧缺,拥有澳大利亚块矿资源的贸易商,对后市非常有信心,部分贸易商甚至已经停止报价。但印度矿市场至今仍然表现稳定。

业内人士分析,目前宝钢、新日铁、安赛乐的联盟战线可以坚持多久,各方持怀疑的态度居多——中国有可能最后将孤军奋战。

韩国浦项制铁与澳大利亚力拓集团签订的块矿协议昨日公布后,引发了很大的市场震动。按照19%的比例,今年块矿的离岸价格将上涨约10美元。