

一天签三约 上广电TFT产业扩张

□本报记者 李小白

在对国内TFT-LCD产业整合的期待中,长三角液晶产业率先露出“龙头”。昨天,上广电一口气签下三份协议,从而在上海与昆山之间,打通了一条TFT-LCD完整的模块生产线。

被业内称为构造了长三角液晶群“第一战略合作链”的三份协议分别是:上海广电元盛电子有限公司和广电元盛电子(昆山)有限公司合资合同、章程;上海广电光电子有限公司和昆山龙腾光电子有限公司战略合作意向书;上海广电NEC、昆山龙腾、广电光电子、

MTI四方“Cell买卖基本合同确认书”。

据悉,上广电与昆山龙腾的一纸战略合作意向,不仅将昆山龙腾光电有限公司(I-VO)建设的一条第五代TFT-LCD面板生产线纳入上广电TFT产业阵营内,使上广电TFT阵营的产能迅速提升,而且,在结束了双方各自为战的同时,还为双方实现TFT各细分市场的全攻略奠定了基础。在昨天的签字仪式上,双方表示,将充分发挥规模效应,有效地利用现有资源、增强竞争力。

而随后签订的“上海广电元盛电子有限公司和广电元

盛电子(昆山)有限公司合资合同、章程”,则成为上广电和昆山龙腾光电在战略互动的前提下,实现资源共享、增强竞争力的具体步骤。

据介绍,这两家公司都是上广电与台湾地区著名企业宝成集团的全资子公司——Mindtech Investments Ltd.(Mindtech)合资设立,专业生产TFT-LCD模块,属面板厂的配套企业。其中,全新合资设立的上海广电元盛电子有限公司,建在上海平板显示产业基地内,为同在上海基地内的上广电NEC做上下游配套;而广电元盛电子(昆山)有限公司,则是广电光电子通过对

Mindtech在昆山独资的模块工厂——元盛电子(昆山)有限公司增资入股设立,今后为昆山龙腾做上下游配套。根据双方提供的数字,这两家模块工厂的总投资均为9500万美元,注册资本均为3500万美元,广电光电子有限公司均占股60%。

据透露,这次的产业联合,不仅表现在地域上,还表现在产业细分上。据了解,上海广电元盛和广电元盛昆山,将主要为大陆各液晶电视整机企业以及华东地区的OEM/ODM代工厂提供模块产品。其中,上海广电元盛将主要生产用于液晶电视的大

尺寸TFT-LCD模块;广电元盛昆山则主要生产用于显示器和笔记本电脑的大尺寸TFT-LCD模块,计划月生产能力将分别达到40万台和30.4万台(以17英寸计)。

产业分析人士认为,由于目前华东长三角地区是大陆液晶产业配套最齐全的地区,其聚集效应正日益增强。因此,上广电将自己的TFT-LCD产业阵营顺势延伸,将使上广电在大陆液晶产业中的地位发生突出的变化,进而在提高上广电TFT-LCD的整体产能和规模经营优势的同时,大大增强其产业竞争优势。

潘氏欲五度染指京城 CBD

□特约记者 于兵兵

已经在北京中央商务区(CBD)拥有四个商业地产项目的潘石屹旗下 SOHO 中国有限公司有望在 1 至 2 个月后确定第五个商业地产项目。届时,北京 CBD 潘氏商业数量将占该区域全部商用物业总数的三分之一。

昨天,SOHO 中国有限公司(下称 SOHO 中国)高级副总裁苏鑫鑫告诉上海证券报,第五个商业项目总建筑面积 10 万平方米左右,加上 SOHO 中国此前拥有的 SOHO 现代城、建外 SOHO、SOHO 尚都,以及朝外 SOHO、北京三环 CBD 区域 16 个商业项目中,将有三成项目以 SOHO 系列品牌出现。SOHO 系的销售总额达到所有商用项目销售总额的 36%。

早在今年 1 月初,SOHO 中国董事长潘石屹就高调表示,SOHO 未来的开发重心将完全从住宅市场转入商业地产。

面对业内关于 SOHO 精心打造商用物业系,最终意在 REITs 上市的说法,潘石屹和 SOHO 相关高层均没有明确回应。但市场人士分析,由于目前的 SOHO 系商用物业均以出售方式运作,不符合收租型物业的 REITs 要求,SOHO 走 RE-



SOHO中国董事长潘石屹

ITs 之路的可能性不大。

苏鑫鑫则认为,出售再管理的做法正是 SOHO 商业的特点所在。苏鑫鑫解释,具体而言,商业项目在分割出售,开发商 SOHO 中国仍负责 2 年的市场培育期,在此期间,开发商寻找优秀的代理企业,在全国范围内为小业主招商引资。代理团队的薪资由小业主按市场同标准薪资的 100% 发放,而 SOHO 中国另外支付 50%。这样以 150% 的高价位薪资待遇吸引招商代理人。

上海绿地斥 2 亿元常熟再拿地

□本报记者 唐文祺

新一轮房地产调控政策落地的背景下,上海最大的开发商绿地集团再次出手竟得常熟市 296 亩土地,在当地再下一城。“此次竟地成功说明了我们的现金流能力和看好房地产市场发展走势的信心。”绿地负责人表示。

据悉,这块标号为 2006A-G005 的地块,总成交价格达 2.1 亿元,占地面积 296 亩,容积率为 1.8,建筑形态为多层、高层住宅及配套商业用房。

绿地集团在 2004 年底进入常

熟,首期摘牌地块面积 552 亩,总建筑面积 47 万平米,项目总投资将达 28 亿元,绿地集团将其打造成“老街”住宅产品及配套商品房。在当时,绿地常熟老街项目是常熟市最大的住宅建设项目。此次绿地集团取得的新地块处于常熟市城北新区,在市政规划中,该区域为高尚居住板块。

“由于该地块区位优势明显,对企业而言有良好的投资价值,而且周边配套已经日渐完善,因此对有着自住需求的购房者有吸引力,加上老街主推的是主流型、自住性、消费型的产品,因此绿地有信心把项目打造成功。”

搜狐前 COO 投身微视频

□特约记者 许萍

记者昨日获悉,搜狐前 COO (首席运营官)古永锵创建的微视频 C2C 服务平台——优酷网(youku.com)在这个火热的六月问世,古永锵将出任总裁。

搜狐前 COO 古永锵去年 11 月创建了搜索引擎(Search Fund)“合一网络”。当时该搜索引擎计划投资一些与三网合一(融合 PC、手机和电视终端)相关的项目。但最终古永锵选择了自己研发类似项目——创建视频网站,于是蛰伏 7 个月后,出现了优酷网。古永锵在接受采访时表示,“优酷网是合一网络自己研发的项目。”

据古永锵介绍,“微视频是指时间长短在 30 秒至 20 分钟之间,涵盖小电影、纪录片、DV 短片、

视频剪辑、广告片段等多种视频终端录制或播放的视频短片。”而优酷将为用户免费提供无限量上传与存储空间,并具备个人发起的视频播台及评分系统。

由于和投资方有相关的约定,古永锵表示,不方便透露投入资金的数额。但业内人士估计,此笔投资价值不菲。

相关数据显示,国外视频服务类网站发展势头迅猛,全球排名前十的视频网站访问量在过去三个月增加 164%,激发了全球视频爱好者的追捧。

不过,视频网站我乐网(56.com)市场总监孙剑斌透露,目前国内的视频网站规模都很小,还未形成气候,我乐网 80% 以上的收入来源是在线广告,而用户基数是广告投放的重要标准。

华为预计今年订单增速放缓

□本报记者 陈中小路

上海证券报昨日获悉,华为技术有限公司亚太区副总裁刘江峰在日前进行的新加坡亚洲通讯展上透露,华为今年的目标是全球 107 亿美元的收入。华为 2005 年的合同销售额总价值 82 亿美元,合同销售收入为 60 亿美元。按照上述预测,华为今年定单的增速有所放缓,从去年的 45% 降到今年的 30%。

刘江峰对此表示,市场竞争加剧,产品价格下滑。目前,华为、中兴通讯、摩托罗拉、爱立信和诺基亚

等厂商在国内外市场争夺激烈。最近,朗讯与阿尔卡特合并,西门子与诺基亚通信设备部门重组等重大事件都是发生在这背景下。

不过刘江峰看好华为在亚太区的市场增长。据他介绍,目前亚太区是华为业务增长最快的地区之一,已经与超过 150 家亚洲运营商展开了合作。

华为预测数据显示,其在亚太南部地区的合同销售收入今年将增长 55% 达到 20 亿美元。亚太南部地区包括印度、东南亚国家、澳大利亚和新西兰,去年华为在这些国家的合同销售额为 12.9 亿美元。

摩托罗拉称雄全球手机蓝牙耳机

□本报记者 陈中小路

IT 市场研究机构 Strategy Analytic 昨日发布的调查报告显示,2005 年全球手机用蓝牙耳机销量增长 153%,达到 3300 万个,总值为 10 亿美元,预期今年将增长 70%。

目前,全球第二大手机制造商摩托罗拉在蓝牙耳机市场上占有 28.2% 的市场份额,位居全球之首。随后是丹麦 C/N Store Nord 公司的捷波朗蓝牙耳机,占有 16.3% 的市场份额,

Plantronics 公司的蓝牙耳机所占的份额为 12.3%,名列全球第三。

据了解,由于全球蓝牙耳机价格的下降,和一些国家规定驾驶时不准打手机等因素,蓝牙耳机市场逐步扩大。目前,立体声蓝牙耳机的平均售价超过了 100 美元,而且还可能继续下降 50% 左右。

蓝牙耳机就是将蓝牙技术应用在免持手机上,让使用者可以免除恼人电线的牵绊,自在地以各种方式轻松通话。

央企携地方国企拓风电市场

业内认为中国节能投资公司与浙江机电合作成败还要看机制

□本报记者 阮晓琴

近日,央企中国节能投资公司与中国最早从事风机设计制造的浙江省机电集团有限公司签署了共同开发风电产业的战略合作协议,双方将携手推动兆瓦级风力发电设备国产化的发展。

业内人士称,浙江省机电集团从事了二十多年的风机制造,但因体制原因,发展缓慢。而近几年才设立的新疆金风科技股份有限公司凭借职工持股的灵活机制,迅速获得老大地位,目前在国产风电设备中占据八九成市场,而且近年市场比例还在扩大。

根据协议,两家公司的战略合作将以对原由浙江机电集团控股的浙江运达风力发电工程有限公司(下称:运达公司)增资的方式实施,将运达公司改造为双方共同控股的合资企业,承担兆瓦级风机国产化等技术的开发和自主创新。争取在 2007 年底达到年产 100MW,2008 年年产 150MW,远期 300MW 的风机生产能力。

业内人士评价说,这是资金与技术的结合,即中国节能投资公司有钱,浙江机电集团有技术,这样的联手可以帮助它们占领更多风机市场。

据我国风电发展中长期



按照我国风电发展中长期规划,2015 年风电规模将达到 1500 万千瓦 本报记者 史丽 摄

规划,2015 年风电规模将达到 1500 万千瓦,2020 年达到 3000 万千瓦的发展目标。而目前风电总装机容量仅 126 万千瓦。为了占据风电资源,国内正兴起投资风电的热潮。而国家发改委提出的风机设备国产化率 70% 的标准,给国产设备带了许多机遇。

我国风力发电机组制造与国外先进水平差距较大,是制约我国风电产业升级的重要瓶颈,国内现已运行风电场的装机约 85% 为进口风机,国产风机仅占 15% 左右的份额,尤其兆瓦

级以上机组基本为进口机组垄断。

据悉,目前,运达公司承担的国家 863 攻关项目——1.5 兆瓦风力发电机组正在研制开发之中,现已完成了 1.5 兆瓦变速恒频风力发电机组总体及各主要部件的初步设计,并通过了科技部验收。

中国节能投资公司是由国务院国有资产监督管理委员会监管的中央企业,是我国在节约能源与环境保护领域唯一一家国家级投资公司,风力发电是公司主业

之一。公司目前已拥有了 12.45 万千瓦装机规模的风电场。

浙江省机电集团有限公司是浙江省大型国有企业,通过其控股公司运达公司从事并网型风力发电机组设计、生产和销售,兼营风电规划、可研和风电设计等技术咨询服务,现已形成 250 千瓦和 750 千瓦风力发电机组批量生产能力,并打造出了一支优秀的企业团队。

业内人士认为,运达公司重组后,能否焕发新的活力,还要看它的机制如何。

风电设备商金风科技上市加速

□本报记者 喻春来

我国最大风力发电设备制造商金风科技股份有限公司正在加速上市融资进程。昨日该公司董事会秘书处工作人员古丽对上海证券报透露,公司正在考虑内地和海外两个上市方案,现阶段还未向证监会上报申请材料,也没有具体时间表。

据悉,该公司已与摩根

斯坦利、高盛公司、德意志银行、花旗银行以及国内的一些券商进行谈判,希望它们能够成为自己上市之前的财务顾问。

金风科技主营大型风力发电机组及零部件的研制开发和生产销售,同时承担大型风电场的工程服务及运营管理。

该公司是在原新疆新风光工贸有限责任公司的基础上改制设立的股份公司,1998 年 2 月,由新疆风能公司、中国水利投资公司、新疆风能研究所等企业及若干自然人共同出资设立。

古丽表示,目前还没有最终确定上市所要筹集的资金额度,但是,所筹集的资金将投入风力发电的研发,以及新项目扩展。

该公司董事长兼总经理武钢曾透露,金风科技目前年风力发电机的装机容量为

50 万千瓦,今年实际产量将在 30-40 万千瓦。公司 2003-2005 年三年,在国产风力发电市场的占有率分别为 70%、82% 和 90%,位居国产风电设备老大。

对于金风科技这类新能源企业的上市,一些分析人士普遍看好上市后的行情,因为现在这类股票正受投资者追捧,它的高成长性让国外投行对其也产生浓厚兴趣。

董玉国表示,在中国的一线城市,特别是经济较发达的华东地区,家乐福的攻势已经非常明显。山姆大叔当然也十分清楚选址和扩张速度的重要性。但从沃尔玛目前在中国的开店情况来看,都在有意无意地避开家乐福的锋芒。

董玉国并不认同沃尔玛精

耕二三线城市的说法,他表示,沃尔玛开店的标准是看该地域市场的条件是否已经成熟,包括当地的消费能力和市场需求等等。“金华是个很有潜力的城市,很难界定他是一线还是二线城市。”董玉国说。他并没有表示在这类城市将主要以完善经营网点为主。

中国人民大学商学院副教授黄江明表示,零售企业的关键问题在于早日完成布点,发挥出其规模效应,这是一个紧迫的问题,沃尔玛同样也不例外。

沃尔玛首入浙江 拟今年全国再开 20 店

□本报记者 陆琼琼

世界 500 强之首的沃尔玛在进入中国 10 周年之际用开店的方式来庆祝生日。22 日开业的金华时代购物广场成为了沃尔玛在中国的 60 家连锁店,也是沃尔玛在浙江布下的第一颗战略“棋子”。

沃尔玛金华店营业面积 15000 平方米,是迄今为止金华单体面积最大的超市,主营生鲜食品、服装和家电等,商品总数近 2 万种。

在金华店,沃尔玛延续了一贯的“节约作风”,不仅办公

区与仓库挤在一起,甚至在 10 个人的办公室里只有 6 张椅子。但是沃尔玛的人微服务给当地零售业带来了耳目一新的感觉。

沃尔玛中国区公关总监董玉国接受上海证券报采访时表示,长三角是经济发展迅速的区域,沃尔玛一定会非常重视该区域。据透露,浙江的第二家店年内也可以开业,沃尔玛已经与宁波、绍兴、嘉兴、衢州等城市签约。在全国,沃尔玛今年将新开 20 家店。

董玉国表示,其实沃尔玛家乐福都没有传言中那么可

怕,不会对当地小零售商产生杀伤性冲击力。“在中国,国际零售巨头与当地小商户满足的是不同的需求,甚至两者是双赢的。”他表示,沃尔玛目前在深圳和天津有两个物流中心,因此很多商品特别是生鲜产品都实现本地化采购。

沃尔玛第二任 CEO 大卫·格拉斯曾表示中国是全球市场中除美国之外唯一能让沃尔玛再次创造奇迹的市场。今年 3 月份,沃尔玛宣布将扩大在中国的运营规模,并将在中国增招 15 万雇员。5 月 22 日,沃尔玛又宣布退出韩国市

场,重点发展中国及拉丁美洲。

但目前,沃尔玛在中国的发展远不如美国本土那样顺利,而老对手家乐福在中国的成绩更为骄人,2005 年家乐福全球销售增长率仅为 2.5%,中国却超过了 20%。在中国的一线城市,特别是经济较发达的华东地区,家乐福的攻势已经非常明显。山姆大叔当然也十分清楚选址和扩张速度的重要性。但从沃尔玛目前在中国的开店情况来看,都在有意无意地避开家乐福的锋芒。

董玉国并不认同沃尔玛精

耕二三线城市的说法,他表示,沃尔玛开店的标准是看该地域市场的条件是否已经成熟,包括当地的消费能力和市场需求等等。“金华是个很有潜力的城市,很难界定他是一线还是二线城市。”董玉国说。他并没有表示在这类城市将主要以完善经营网点为主。

中国人民大学商学院副教授黄江明表示,零售企业的关键问题在于早日完成布点,发挥出其规模效应,这是一个紧迫的问题,沃尔玛同样也不例外。