

中化集团圈地珠海 5.5亿建“超标”住宅

□本报记者 李和裕

大型国企中化集团公司近日宣布，其在珠海的第一个房地产项目已经开始动工。
 据了解，该项目名为“每一间”，属于中高档住宅项目，占地4.35万平方米，总建筑面积约13.58万平方米，建筑形态包括了11-12层的小高层和31层的海景高层，共有700多套住宅，主力房型为110-150平方米的两房和三房。

记者还获悉，中化集团目前在建珠海的情侣路到唐家湾全线储备了价值近5亿元人民币的土地，“每一间”项目就位于情侣路上，是中化集团去年拍得。项目总投资约5.5亿元人民币，预计在2008年4月交房。
 中化集团副总裁潘正义对外表示，“每一间”项目是中化集团进入珠海的第一个房地产项目，未来该项目应会着重面向港澳及内地市场。

而中化集团的这个项目也是国家实施房地产调控新政后，珠海第一个开工但无需改动的房地产项目。因为根据从本月起开始执行的“九部委十五条意见”，新开工项目中套型建筑面积小于90平方米的房屋比重不得少于70%，“每一间”似乎是完全“超标”了。但有关负责人表示，项目在6月1日前就通过了规划和开工审批，因此不存在调整规划的问题。

中化集团也并不担心宏观调控对自身房地产业务的影响。潘正义表示，房地产开发经营是中化集团的主业之一，多年来中化集团已经在上海、北京等地开发了金茂大厦、海怡别墅、财富广场等多个知名项目，累积了相当的实力，在今年下半年或明年年初还将陆续启动在珠海的土地储备。
 1950年成立的中化集团是国务院国资委监管的国有重要骨干企业，主业包括：石

油、化肥、化工产品贸易、分销及物流、原油、燃料油、天然橡胶期货；境外油气资源勘探开发、石油炼制，化学矿采选，化肥和化工品生产；酒店、房地产开发经营。中化集团在香港和广东分别拥有中化香港控股（0297.HK）和G中化（600500）2家上市公司，也是中国最早进入《财富》全球500强排行榜的企业之一，在去年的第15次入围中，中化集团名列第287位。

万向再登汽车零部件百强榜首

□本报记者 吴琼

日前，中国汽车工业协会和国家统计局工业交通统计司联合发布“2005年度中国汽车零部件百强”名单，其中万向集团以252.15亿元的销售收入再度名列榜首，上海汽车股份有限公司以6.388亿元名列第七。
 此次评比范围与历年有所变化。中国汽车工业协会常务副会长蒋雷介绍，由于外商在华投资汽车零部件企业正趋向由合资、合作向独资转变，因此“2005年度中国汽车零部件百强”企业统计将外商独资企业也纳入排名范围。
 这批百强企业2005年共实现销售收入2175.7亿元，同比增加210亿元，占国内规模以上汽车零部件企业销售收入的比重为63%。

上海汽车城引来百亿资金

□本报记者 吴琼

日前，在上海国际汽车城核心区招商会上，上海国际汽车城发展有限公司与10多家单位共签署了11个项目协议或意向书，其中4个项目涉及资金30.4亿元。
 据了解，上海国际汽车城工程研究院入驻汽车城核心区，项目投资高达18亿元。上海国际汽车城工程研究院是代表上汽集团自主品牌开发的主体，这一项目也被列为上海市“十一五”规划工程类一号工程项目。
 11个项目落户后，加上原有

的汽车贸易、上海国际赛车场、上海汽车博览公园项目，上海国际汽车城将成为集汽车贸易、研发、博览、旅游于一身的综合性汽车产业基地。
 “德国舍弗勒汽车二期投资项目即将正式迁往上海国际汽车城，其投资额增至1亿欧元。此前，其注册资本为3000万美元。目前，这一项目已经签署合作协议，工商迁址手续已经办好，只剩一些细节问题。”昨日，上海国际汽车城发展有限公司副总经理单春荣表示，“如果加上这一项目，上海国际汽车城实际招商金额超过100亿元。”

钢铁业两大民企结盟

复星联手沙钢欲探重组新路

□本报记者 徐虞利

在有控股钢铁企业纷纷建立战略联盟合作的情况下，国内两大民营钢铁巨头也开始探索联合重组的新路。昨日，上海复星集团和沙钢集团在京签订战略合作框架协议，拟通过联盟和重组，共同应对全球钢铁市场的竞争。此举也同时开创了国内两大民营钢铁企业战略合作的先例。
 这两家企业同位于长江三角洲地区，旗下钢铁产业在中国，特别是华东地区均具有相当的规模、影响及市场竞争力，而且双方的钢铁产业基地距离很近，资源供应条件和市场也基本相同，双方决定在大宗原燃料采购、市场营销等多个领域开展合作，以进一步提高双方的竞争力，达到合作共赢的目标。
 根据协议，双方将加强在大宗原燃料采购信息方面的沟

通与交流，积极寻求铁矿石、焦煤/炭、废钢等采购及运输方面的合作，逐步向大宗原燃料，尤其是进口铁矿石的统一采购过渡。将加强市场信息与营销经验的交流，积极寻求价格策略、销售渠道及网络、品种资源等方面的合作。
 双方还将加强技术创新理念、研发管理体制机制的交流，积极寻求生产工艺技术、产品技术以及用户使用技术研发方面的合作，建立新工艺、新技术及专有技术合作研发和成果共享机制。同时双方还将加强人力资源、战略规划、企业文化等方面的合作与交流，为双方今后的进一步重组（包括资产重组）奠定良好的基础。

复星集团副董事长副总裁梁信军、江苏沙钢集团董事长沈文荣均表示，“联大联强”是民营企业走向国际参与竞争的有效手段，“联大联强”不仅是国际大企业、国有大企业，还可



沙钢与复星战略合作签约 本报记者 史丽摄

以是战略利益一致，经营互补的民营企业。两家是江浙两省主要钢铁企业，其合作有助于繁荣稳定华东钢铁市场，有利于现实与战略利益，有形与无形利益的实现。

专家认为，沙钢集团和复星集团的此次合作是民营企业对国家钢铁产业政策的积极回应，通过市场化的、互惠互利的、渐进的联合扩大在原材料采购上的话语权和市

影响力；也表明了中国民营企业企业拟通过联盟和重组，加快提高产业集中度，做大做强民族钢铁企业，积极应对国际钢铁巨头在全球的并购行动的决心。



“股权合作将水到渠成”

——访复星集团副董事长、副总裁梁信军

高层互访。
 在未来几年，沙钢产量要达到1500万吨，复星控股控股企业的产量要超过1000万吨，其产品势必将在共同的市场上销售，但是双方产品重合度并不高，这是双方合作的一个重要基础。
 梁信军认为，合作最难的是信任和心态问题，没有这个前提，文化、人才、技术的交流最终很难走到一起，沙钢、复星谈合作不是“追求谁说了算，谁是老大”。
 梁信军评价说，“沙钢董事长沈文荣是国内民营钢铁企业的龙头，但沈总的为人及其团队都非常谦虚，拥有非常好的合作精神，同样复星也是如此。有了这种互信和坦诚的基础，双方三个生产基地的利益整合也好，还是两大集团的整合都不是难事。”

首先整合物流

梁信军告诉记者，目前双方的合作协议表面看比较接近“宝马协议”（宝钢与马钢的战略联盟），而他将牵头对复星集团钢铁产业进行资源整合与沙钢对接，力度会很大。

目前沙钢、复星控股的南

钢、参股的宁波建龙都位于长江三角洲，物流线路基本一致，其原料均是从宁波上岸，再进行分拨。梁信军表示，重要的是沙钢在长江沿线有5万吨到17万吨的深水码头，这对南钢的物流采购是一个很强的补充，而南钢还拥有自己的分拨码头，宁波建龙也拥有自己码头，只要将这些加以整合，一定符合各自股东利益。

还会股权合作

梁信军表示，物流整合是双方合作的一个原因，能立刻产生一个看得到的效应，而现在的种种合作都为未来的深入合作留下了可能。对于资本股权合作，双方都抱以开放和务实的态度，虽然暂时没有这种关系，但股权的合作是水到渠成的事。
 梁信军在接受采访时一再强调，沙钢、复星合作“不是说两个民营企业要联合起来对付国有企业”，民营企业是在探讨用什么样的方式去接轨国家政策，双方带这个头，可以让民营企业认识到不光与外企、国企可以合作，民营企业间的合作也非常有意义及现实与战略的利益。

看沙钢与复星孰更强

□本报记者 徐虞利

沙钢集团1975年建厂，地处在中国最发达地区长三角的张家港市，总资产372亿元。具有年产铁1100万吨、钢1500万吨、钢材1500万吨的生产能力，是目前国内最大的电炉钢和优特钢材生产基地，也是国内目前在一个地方建有1500万吨钢生产能力的民营企业。2005年完成销售收入405亿元，同比增长30.64%；利税25亿元，利润15亿元。

在中国制造业500强中，沙钢名列第29位，在江苏名列第1位。在全国民企中名列第2位。在全国冶金行业排名第5位。

2006年6月8日，沙钢斥资20亿元人民币并购江苏淮钢91%的股权，与韩国浦项钢铁合资的60万吨热轧不锈钢板项目7月底投产。据了解，沙钢的整合并购计划正在进行详细规划，将涉及到钢铁主业及其上下游产业等多方面。
 复星集团创建于1992

年，是中国第3大民营企业集团，核心业务主要包括医药、房地产开发、钢铁及零售业务这四个具有竞争优势和增长潜力的主导产业。2005年列中国企业500强销售收入第83位，利润第40位。2005年集团及投资企业共缴纳税金44.7亿元，在全国工商联民营企业调研排序中，缴税总额已连续三年被列为全国第一。在钢铁领域，复星集团控股南京钢铁联合有限公司，直接参股建龙钢铁集团有限公司，间接参股宁波建龙钢铁有限公司。

南京钢铁联合有限公司是中国规模最大的中厚板生产基地之一。而建龙钢铁集团2005年完成铁780万吨、钢795万吨、钢材695万吨（含新托钢和通钢），是中国最大的热轧中宽带钢生产基地之一。
 宁波建龙项目已获国家发改委批准，预计2006年底逐步投产，项目设计规模为年产400万吨高附加值板材。

上海地区第二家直销店开业

安吉黄帽子争抢汽车用品千亿元蛋糕

□本报记者 吴琼

“2010年，上海安吉黄帽子汽车用品有限公司将成为中国汽车用品的龙头老大。”昨日，上海安吉黄帽子汽车用品有限公司（下称：安吉黄帽子）总经理吴宏说。此时，第二家安吉黄帽子直销店刚在上海大华地区开张。

18个月就能盈利

吴宏的信心来自于安吉黄帽子的盈利状况。作为合资方的日本第二汽车用品连锁企业

黄帽子注重滚动发展，只有当前一家店盈利后，才会投资下一家店。据了解，在日本，新开张的黄帽子平均18个月才能盈利。在上海也基本保持这一速度。

“安吉黄帽子吴中路店（一号店）已经接近盈利。”吴宏表示。于是开出了第二家店。

5年市场扩至1900亿

汽车用品是继汽车制造、汽车销售后的又一块“大蛋糕”。罗兰·贝格咨询管理公司

预测，2010年中国汽车售后服务市场规模将达到1900亿元。

中国巨大的市场引起国际巨头的关注，在黄帽子之前，日本最大的汽车服务用品连锁企业澳德巴克斯已进入中国服务市场。日本第二汽车用品连锁企业黄帽子也携手上海汽车工业销售有限公司进驻中国。

安吉黄帽子是上海汽车工业销售有限公司与中国黄帽子投资有限公司共同组建的中日

合资公司，双方分别持股50.1%和49.99%。公司总投资额为1249万美元，注册资金为500万美元。

准备开到超市里

“我们主要的竞争对手是美车饰汽车用品有限公司，他们起步比我们早、网点比我们多、在消费者中的影响也比我们大。”上海汽车工业销售有限公司（以下简称：上汽销售）副总经理夏军坦陈，“但我们的用户满意度要高于美车饰汽车用品

有限公司。”
 面对激烈的竞争态势，安吉黄帽子正在研究新的销售渠道。

“1号店集中在汽车4S店（销售、售后服务、配件供应、信息反馈）周围，新店（2号店）则放在社区。”上汽销售副总经理胡顺华表示，他们正在研究将来黄帽子开到超市里。

按照规划，今年安吉黄帽子将扩大到6家门店；目前仅有2家直销店，1家济南的加盟店。预计2008年前发展到50家连锁店。

联想副总裁出任亚信董事

□本报记者 陈中小路

亚信(Nasdaq: ASIA)日前宣布，任命张宗为为公司董事，于2006年6月22日生效。此前，张宗自1997年以来一直担任联想集团有限公司副总裁，主要负责企业发展计划，包括并购、合资、投资组管理和发展计划等方面。亚信总裁兼CEO张振清对此表示，“张

宗在指导企业战略方面拥有丰富的经验，他加入董事会对亚信的发展具有重要意义。”
 在今年年初联想亚信的人事调整中，原联想集团高级副总裁俞兵辞去了亚信集团董事长、CEO等职位，而联想集团当时派出张宗进驻联想亚信，并进一步介入其信息安全事业部（联想网域）的重组管理工作中。