

上海建工集团跻身全球承包商 50 强

□本报记者 杨伟中
通讯员 章华平

以 G 建工(600170)为核心的上海建工集团,在享有国际工程界“晴雨表”之誉的美国《工程新闻记录》(ENR)杂志近日评出的“2006 年全球最大 225 家建筑承包商”排行榜中位居第 35 位。据悉,这家人综合营业额达 45.25 亿美元的上海施工巨头,是中国省市级建工集团中唯一跻身全球最大承包商

50 强的企业。上海建工集团自 1994 年初改制以来,坚持“大建设、大市场”经营理念,已发展成为国内城市建设行业的一支生力军。在巩固发展传统建筑承包主业的同时,上海建工集团把经营领域拓展至市政基础设施项目,包括桥梁、地铁、高速公路、隧道、轻轨、磁浮快线、高架道路、船坞和海底光缆等工程领域。与此同时,该集团近年来凭借其所拥有的品牌、核心技术

和总承包管理等综合优势,在站稳上海建筑市场的同时,积极实施向外拓展的经营战略,逐步将开拓外省市与海外建筑市场作为企业持续发展的重头戏,加快了“走出去”步伐。据了解,继去年中标承建苏州“东方之门”、南京朗诗城市广场、北京中央美术学院新校区、广州轨道交通,以及非洲加纳共和国 2 座可容纳 2 万余名观众体育场、中国驻美国华盛顿大使馆等近百个项目,上

海建工集团今年以来又先后中标承建 40 多个外埠项目,其中包括高达 610 米的世界第一高塔“广州新电视塔”、江苏第一高楼南京绿地广场“紫峰大厦”、青岛地标工程“青岛大剧院”、珠海市政府一号工程“珠海抗咸工程”等;同时又先后中标承建了 7 个境外项目,包括俄罗斯圣彼得堡“波罗的海明珠”的大型会所与建筑、南美洲特立尼达及多巴哥共和国的社

会发展大厦和斯里兰卡共和国的高档住宅群等。据统计,上年度上海建工集团在海外的经营额逾 5 亿美元;今年以来,集团在外省市和海外的经营额已占了集团总营业额的近 30%。具有 132 年历史的美国《ENR》杂志是在全球建筑行业享有广泛声誉的权威性杂志。此次被其列入全球最大 225 强承包商的中国企业共有 46 家,上海建工集团排在中国铁路工程总公司居首的 5 家中字头国企之后而居第 6 位。

■股改直通车

旭光股份 对价拟 10 转增 3.32

□本报记者 田立民

旭光股份(600353)今日公布股改方案,将以资本公积金向全体流通股股东每 10 股定向转增 3.32 股股份,相当于向流通股股东每 10 股送 1.6 股。按照这一转增比例,公司将共转增股份 14090607 股,公司的股本总数以及公司股东的持股数量和持股比例将相应发生变动。

除法定承诺外,旭光股份国有法人股股东成都欣天颐投资有限公司特别承诺,今后将用国有股权转让收益按照政府有关部门规定解决旭光股份原国企转换职工身份问题。

百大集团 打造区域百货龙头

□本报记者 赵旭

百大集团(600865)昨天下午在本报中国证券网(www.cnstock.com)成功举行了股改网上投资者交流会。董事长董伟平在回答关于此次百大股改方案设计原则时表示,“减少股价波动,维护市场稳定”,将是公司坚持的一个重要原则。

公司总经理李锦荣介绍说,公司半年零售总额 6.89 亿元,占杭州地区百货店总额的 16.95%,主营业务收入同比增长 4.8%,净利润同比增长 41.51%,各项指标完成情况非常好。大股东代表、西子联合控股有限公司董事长王水福阐述西子联合的新战略时指出,西子联合确立了“从以实业制造为主的西子转变为研发、制造、服务均衡发展的西子”的新战略。他还认为,零售业的地位不断上升,已迅速占据了产业链的主导地位,其控制力、决定生产、影响金融的作用日益明显。杭州市正面临着成为浙江省现代服务业中心城市、长三角现代服务业次中心城市,最终成为国际风景旅游城市和“东方休闲之都”的历史性机遇。城市的定位和现在所处的阶段,也为杭州市百货零售业的高速发展提供了发展的良机 and 广阔的市场空间。西子联合希望通过机制转换、企业理念和企业能力的融合,在不远的将来使百大集团成为区域性的百货零售龙头企业。

广安爱众 股改方案获得通过

□本报记者 陈伟

广安爱众(600979)昨天召开股权分置改革相关股东大会,每 10 股送 2.8 股股改对价方案获得通过,公司成为四川 5 家水电类公司中首家完成股改的公司。

广安爱众是电力水燃气三管齐下的地方公用事业类上市公司,2006 年中期每股收益 0.115 元。目前公司在政府支持下完成了对广安市水、电、气资源的整合,计划在 2006 年至 2010 年期间,采取收购、参股、控股等资本运作方式,逐步向四川全省拓展,成为具有相当市场竞争力的公用事业服务商。公司承诺,未来几年公司业绩将保持稳定增长,以更好地回报广大投资者。

康佳欧洲市场战略悄然加速

□本报记者 姜涛

上周的德国柏林电子展(IFA)上,康佳派出了由彩电、手机、数字网络、汽车电子等全系列产品组成的庞大参展队伍,吸引了国内外参展商的关注。

作为与美国消费电子展(CES)并驾齐驱的国际性展会,柏林国际电子消费品展览会(IFA)至今已有 80 多年的历史,成为全球范围内展示和交易各类消费类电子产品的最佳场所。康佳集团国际营销事业部总经理杨国和告诉记者,与上届相比,本次参展面积扩大了近一倍,增加了数字网络、手机等多个产品线,以数字电视、平板电视、超薄手机等高端产品为主,占到了展品总数的 80% 以上,同时康佳还展出了多款超薄管、宽屏 CRT 产品,得到了大量海外买家的驻足关注。康佳最新研发的带 DVD 功能的数字机顶盒、发动机电喷和刚刚荣获德国 IF 设计大奖的 D163 超薄手机等新品也亮相展会,展现了中国消费电子行业的设计研发水平。

杨国和表示,符合欧洲



康佳以高端产品突破欧盟的反倾销壁垒 资料图

数字电视地面传输标准的数字一体机是康佳本次参展的主打产品。这其中既包括装备“丽翔二代”数字引擎、在与日韩品牌的对播中胜出的平板机型,也有数模一体机像管电视。参展的 DVD、机顶盒等新品也全部基于欧洲数字电视标准研发设计,达到了国际领先水平。杨国和表示,数字电视将是康佳进一步扩大欧洲市场的主打产品。康佳希望通过柏林电子展这个平台,让更多的欧洲

客户进一步了解康佳,信任康佳的产品和品牌。近一两年来,虽然欧盟针对中国的彩电产品设置了不少的障碍,但中国家电企业仍然冲破重重,赢得了不少订单。去年,康佳中标“家乐福”法国总部的大额电视机采购项目,一次签下 3 万台出口订单,被业界视为中国彩电企业在欧盟第一次真正意义上的强势登陆。随着东欧生产基地的落成和全球化布局的推进,康佳成功突破了欧盟

的反倾销壁垒,依托迅速壮大的研发设计实力和全球化制造优势,康佳开拓欧洲市场的战略正在悄然加速。据了解,截至上半年,康佳已与欧洲 10 多家顶级大型连锁电器、大型超市、大型百货商场等渠道建立了稳定合作关系,欧洲分公司也已经正式投入运营。仅上半年,康佳海外业务就实现了 62% 的增幅,而柏林电子展无疑成为康佳继续提升欧洲市场业绩的助推器。

74 款海信电视获得国家环保认证

□本报记者 王尧

日前,中环联合(北京)标志产品认证中心一次性将 65 款 I 型环境标志产品认证证书和 9 款 II 型环境标志产品认证证书颁发给海信电视,海信成为近年来一次性获得环境标准产品认证证书最多的家电企业。从 1999 年 4 月海信拿到中国 001 号环境标志产品认证、2000 年获得中国环境标志产品贡献奖和开拓奖,到今年 9 月 74 款产品一次性获得中国环境标志产品认证,海

信在家电环保技术领域的技术创新已经走到了全国同行业的前面。

据中环联合(北京)标志产品认证中心的专家介绍,环境标志是一种产品的“证明性商标”,它表明该产品不仅质量合格,而且在生产、使用和处理处置过程中符合特定的环境保护要求,与同类产品相比,也具有低毒少害、节约资源等环境优势。

多年来,海信一直重视环保产品的研究开发,1999 年就成功将消除 X 射线辐射的电路技

术应用到电视产品上。近年来,海信加大了国际市场的开拓力度,成立了专门由集团副总裁带头的攻关队伍,积极着手使用新材料、新技术,从元器件采购到产品生产制造全过程杜绝有害物质出现。比如,在生产过程中引入“无铅焊接”技术,对电容电阻进行“无铅化”改造等起到了很好的效果。2005 年 12 月,海信正式批量生产出符合欧盟环保新标准的产品。

正是由于对环保的高度重视,海信电视在国内外市场上赢得了消费者的一致认可,

根据中怡康统计机构公布的 7 月份最新统计数据,海信平板电视的销售量和销售额占有率分别以 12.82% 和 11.47% 高居中国市场的第二位,这是海信从 2004 年下半年到现在连续 22 个月占据着中国平板电视市场的龙头地位。在海外市场上,海信平板电视已经成为欧美市场沃尔玛、百思买等大型连锁机构的重要采购对象,截至今年 5 月,海信自有品牌平板电视在北美的出货量已经达到 10 万台,在法国的占有率也已经达到 2.5%。

过程也逐步加深。可以说,兵装集团是与公司主业紧密相关、具有比较雄厚的实力和比较明朗发展前景的特大型企业。从各方面看,兵装集团应该是 ST 轻骑比较理想的战略投资者。

□本报记者 郑义

在 ST 轻骑(600698)送股、以资抵债、清理关联占款,以及进行国有股转让的组合式股改方案中,最为投资者关注的是股权受让方中国兵器装备集团重组 ST 轻骑的真正意图,以及未来重组、整合 ST 轻骑的力度如何。本报记者对济南轻骑公司董事、副总经理、董事会秘书吕来升进行了采访。他给出了一幅 ST 轻骑重组相对全面的规划蓝图。

兵装集团是战略投资者

记者:自公司披露股权重组信息后,许多投资者致电本报,希望更多地了解兵装集团的情况。请您对了解的兵装集团作一介绍。

吕来升:公司本次大股东股权转让已运作了一年多时间,各有关方面对此都表现出了足够的积极精神和审慎态度。其间,通过各种方式,彼此之间的了解

过程也逐步加深。可以说,兵装集团是与公司主业紧密相关、具有比较雄厚的实力和比较明朗发展前景的特大型企业。从各方面看,兵装集团应该是 ST 轻骑比较理想的战略投资者。

兵装集团是经国务院批准成立的特大型企业集团,是国家授权的投资机构,注册资本 126 亿元,总资产达 700 多亿元,拥有长安、嘉陵、建摩等 40 多家工业企业,已形成军品、汽车、摩托车、汽车零部件、光电等五大主业务板块,产业能量居国内制造业第 8 位。集团 2005 年实现摩托车产销 380 万辆,是中国最大的摩托车制造供应商。据我了解,摩托车制造和销售在未来仍然会作为兵装集团的主业,依兵装集团的实力,成为我国乃至全球范围内的行业旗舰应当是理所当然的事情。

ST 轻骑将得到重点支持

记者:ST 轻骑纳入兵装集

团版图之后,在兵装集团中处于何种定位?将进行哪些优化配置以及调整?

吕来升:兵装集团拥有多家研究院所、国家级技术中心,形成了国内领先、国际一流的摩托车整车、发动机研发能;同时在 30 多个国家和地区建有生产基地或营销机构,产品销往 100 多个国家地区。这些优势对于迅速提升 ST 轻骑的技术开发水平,并在公司原有的基础上建立国际化销售网络,具有重要意义。

我的感觉是,兵装集团对摩托车行业、对济南轻骑公司的优势与不足了解得相当深入。兵装集团表示,ST 轻骑将成为兵装集团重点支持发展的对象。本次重组的各有关方面,已制定了 ST 轻骑比较清晰的总体发展思路。即:在本次股权转让后,将以产业重组为契机,通过改革改制,减负增效,提升经营水平;通过迁建改造,改善工艺、优化物

流;通过与兵装集团整体资源相结合,发挥轻骑品牌、地域、市场和制造能力等优势,加快轻骑摩托车的发展。计划到 2008 年,实现产销整车 150 万辆,发动机 150 万台,其中出口 50 万辆以上,实现销售收入 65 亿元,利税达到 8 亿元,创造就业岗位 4000 人;到 2010 年,产销整车 200 万辆,实现销售收入 100 亿元,利税达到 10 亿元。

共同搭建一个腾飞平台

记者:要解决以上问题,实现新的目标,重组各方有没有更具体的计划?

吕来升:这些问题已经过各方面充分的探讨,并且有了比较详细、切实的解决方案及措施。

其一,关于解决公司生产能力的匹配问题。在济南高新开发区,济南轻骑公司已建有发动机分厂,还有闲置的厂房和 92 亩土地,新厂区规划设计将充分利用闲置厂房、土地。结合轻骑的

■公司一线

G 教东专心致志做好医药主业

□本报记者 高文力

随着广发证券“借壳”延边公路(000776)昨日破题,作为广发证券二股东、延边公路大股东的 G 教东(000623)今日复牌,虽然广发借壳上市给 G 教东带来想象空间,但 G 教东有关高管表示:G 教东更看中这一事件对公司带来的长远影响,即有利于 G 教东专心致志做好医药主业。广发借壳上市及延边公路的回购换股,将对 G 教东带来多方面的积极影响,一是吉林教东是延边公路第一大股东,持有 8497 万股延边公路,占 46.15%,延边公路的回购及广发“借壳”后有助于教东专注医药主业。二是 G 教

东持有 54274 万股广发证券股份,占 27.14%,为第二大股东,G 教东这部分股权将变成有限售条件的流通股,可以分享溢价带来的收益。据介绍,目前 G 教东的总股本只有 28668 万股,1 股教东股票将对应约 2 股广发股票,同时,这次换股广发将给 G 教东 4000 万的补偿款。G 教东和延边公路同处吉林省延边州,两年在延边公路最困难的时候,在地方政府的支持下 G 教东重组延边公路,虽然这两年延边公路变化较大,也撤销了 ST,但由于教东以医药产业为主业,并不擅长公路产业的经营,这次换股将使教东从被动的多元化中回归到医药产业。

G 成发整体搬迁着眼产能扩张

□本报记者 陈伟

G 成发(600391)明年 1 月开始整体搬迁,公司搬迁有土地转让收益吗?近日,该公司有关人士表示,公司原厂址所占用的土地属公司大股东成发集团所有,土地转让收益不归股份公司所有。G 成发因进行整体搬迁而涉及的现有生产规模房屋建(构)筑物及其附属设施、机器设备的搬迁损失及搬迁费用,成发集团公司根据中介机构的评估,支付成发科技人民币 8231.37 万元作为补偿。

该公司表示,如果说从搬迁中受益,是体现在搬迁后对业务发展的促进上。2006 年公司新厂

区已全面开工建设,年底竣工。在新厂区,公司对现有生产工艺进行了完善,使产能分配更加合理,制造能力将得到更大程度发挥,公司的制造能力也将得到相应提升,明年的产能将比今年略有增长。2008 年至 2009 年公司的复合增长率有望再度快速增长,实现搬迁调整后的产能扩张。

G 成发经过几年的发展,公司经营规模效应已初步体现,2006 年半年度合并净利润较上年同期增长 50% 以上,这是几年来的首次,从目前的经营形势来看,公司快速增长的势头不减,劳动生产率已得到明显提高。公司的发展战略是成为世界级的航空发动机及燃气轮机零部件供应商。

“好当家”获中国名牌产品称号

□本报记者 朱剑平

G 好当家(600467)产品品牌近日被国家质量监督检验检疫总局、中国名牌推荐委员会授予“中国名牌产品”称号,成为海洋食品类首个上榜品牌。该公司董事长表示,公司将以此为契机,积极开发新产品,用 2 年时间在全国建立 500 家“好当家”品牌连锁专卖店,打造“中国海洋食品第一品牌”。

公司董事长李鹏程表示,品牌消费将成为食品消费的长期趋势。公司将加大科研力度,研究国内消费者水产品消费习惯、消费能力和市场需求趋势,加快开发生产营养美味、方便快捷、品质优良的海洋食品,并以获得“中国名牌产品”称号为契机,将通过建设旗舰店和连锁加盟的方式,用 2 年时间在全国建立 500 家“好当家”品牌连锁专卖店,打造中国海洋食品第一品牌。

神马产品上榜“河南出口名牌”

□本报记者 周帆

日前,由河南省商务厅、发改委、科技厅等 8 部门首次联合评审确定的“河南出口名牌”名单中,G 神马(600810)的“神马牌”帘子布、帆布榜上有名。

此次评审由河南省商务厅等 8 个省直厅(局)委联合进行的。评选标准要求:参评企业必须具备拥有进出口经营资格;年度自营出口额不低于 500 万美元等条件。在近

百家参评企业中最终产生 40 家。据悉,首批 40 个河南出口名牌产品有效期两年。按照有关规定,在有效期内,列入名单的名牌产品出口企业可以享受相关政策;海关对名牌出口企业提供“AA”级的通关便利;检验检疫部门把名牌出口企业纳入一类企业和优良企业名单进行管理;并优先推荐绿色通道企业;税务部门为名牌出口企业优先办理退(免)税审核审批手续。