

第四张IPTV牌照花落中国国际广播电台

□本报记者 陈中小路

广电总局 IPTV 牌照发放呈“提速”之势。
继 8 月下旬南方广电传媒明确获得牌照之后，广电总局法规司司长朱虹昨日向上海证券报表示，中国国际广播电台已于近日获得 IPTV 牌照，这一消息也从中国国际广播电台多媒体办公室获得了确认。广电系统 IPTV 相关人士进一步透露，除此之外，中央人民广播电台的牌照也将很快敲定。对此，朱虹只是谨慎表示：“目前还没批下来。”
至此，广电总局已经明确了四张 IPTV 牌照的归属——上海文广、央视国际、南方广电

传媒以及中国国际广播电台，而业内流传的“广电总局欲发五张 IPTV 牌照”也趋于明朗——再加上一家尚待批复的中央人民广播电台。不过，对于牌照的发放速度和数量，广电总局有关负责人此前向记者强调“并没有具体时间表”。
随着 IPTV 牌照持有者的增加，IPTV 市场格局也将发生微妙的变化，不过同属广电系统内的 IPTV 牌照持有者都在避开“竞争”这个词。
“我们的目标受众是在华的外国人和关注国际资讯的中国人，这部分内容也是我们独得之处。”国际广播电台多媒体办公室有关人士昨日向记者强调，国际广播电台依托其在国

际领域的优势资源，将与其他相关各方形成“有益补充”，而不会形成直接竞争。
“牌照不再一言堂，对于市场的发展有积极意义，更有利于 IPTV 产业的多样化发展。”IPTV 独立观察人士、流媒体网 COO 张彦翔认为，在这四张牌照中，南方传媒将首先立足于广东地区，在 IPTV 上暂时为守势；上海文广方面，目前北有哈尔滨，南有上海，在整个战略上采取进攻态势，目前他们正忙于圈地，上海文广最近从广电总局处获批在 10 个城市开拓 IPTV 业务；而央视和国际广播电台两家借助其背景资源，未来也将是以全国性的眼光来进行开拓。

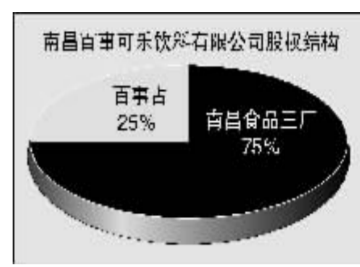
国际广播电台全面“涉足”新媒体

□本报记者 陈中小路

不久前国际广播电台才与中央人民广播电台、央视国际一起获得了手机电视牌照，但他们的目标并不仅限于此。
“我们从广电总局得到的批复，并不局限在IPTV或手机电视这一两项具体业务上，还涵盖了网络音视频、数字电视等目前所有新媒体领域。”国际广播电台多媒体办公室有关人士向记者强调，未来在新媒体领域具体的操作方案，台里正在加紧研究相关规划。
按照国际广播电台的构想，

将其多年来在音频、视频、报刊、网络上积累的资源进行整合，首先以新媒体的内容提供商的角色涉足。“虽然名称里有‘广播电台’四个字，但是我们旗下拥有视听网刊多层次的内容，而且还在国际领域内容提供上具备领先优势，现在从中央到地方电视台，很多国际节目资源都来自于我们，现在我们将进一步把这部分内容嫁接到新媒体上。”上述人士透露。
不过，在更为关键的新媒体运营方面，国际广播电台方面尚无传出明确说法，只表示目前正在跟踪研究具体操作方法。

百事将增资南昌百事可乐灌装厂



□本报记者 陆琼琼

百事公司全球 1000 多家罐装工厂中唯一的福利企业——南昌百事可乐饮料有限公司将由合作企业转为合资企业。百事中国负责饮料业务的公关经理李凌近日对上海证券报表示，百事将扩大投资这家唯一的福利厂，届时百事总部将提供给南昌百事最新、最先进的生产设备，以及完善的管理信息系统和严格的治疗标准体系。
南昌百事公司总经理付立三告

诉记者，合资谈判已经进行了三年，目前新厂正在建设中。付立三说，南昌百事现在最大的问题就是生产能力满足不了市场需求，因为使用的是上世纪 80 年代的旧机器，因此在 2007 年双方合同期满以前双方一定会力促合资的成功。他预计明年的销售额能翻番达到 4 亿元，5 年内销售额能达到 6 亿-7 亿元。
南昌百事可乐饮料有限公司投资总额 482 万美元，原来的南昌食品三厂是公司中方股东，占股 75%，美方占注册资本的 25%。这家工厂 55% 的生产人员都是残疾人，早在 18 年前，原来的食品三厂厂长付立三就组建了百事公司的决策者，使南昌百事成为美国百事公司在华第五家罐装厂。在之后的利润分配方面，百事让利 8%，只占 17%。
据了解，百事公司进入中国的 25 年以来，已在全国各地先后建立了 40 多家合资或独资的企业，总投资额超过 10 亿美元。

掌上灵通 结盟 MTV 中国网

□本报记者 陈中小路

继华友世纪之后，又一家纳市中国 SP——掌上灵通(Nasdaq: LION) 也搭上了全球传媒“旗舰”维亚康姆(Viacom)旗下的 MTV。
掌上灵通昨日宣布，公司将与著名媒体公司 MTV 中国网(MTV China)建立专业的合作伙伴关系，掌上灵通将在中国联通的平台上为 MTV 中国网运营 WAP 服务。
“作为中国领先的互动娱乐公司，我们的目标是扩大移动互动娱乐服务市场。通过与 MTV 中国网的合作，将推动移动互动娱乐服务的应用群体，同时扩大掌上灵通的 WAP 服务用户群体。”掌上灵通首席执行官李广欣昨日强调，作为加强 WAP 服务产品量以及在 2.5G 无线增值服务市场中抢占市场战略的一部分，公司一直在寻求进一步扩展掌上灵通 2.5G 产品的销量。
近来，掌上灵通在与媒体的合作方面接连出手。最近还与山东电视台、中央人民广播电台有限公司等就互动业务开发达成战略、资金方面的合作计划。

外资将陆续“掘金” 中国民用直升机市场

□新华社电

根据市场预测，从 2006 年到 2026 年，我国各类型民用直升机新增市场需求量为 2763 架。
这是中国航空工业第二集团公司总经理张洪飏 16 日在庆祝我国直升机工业创建 50 周年的活动上说的。
张洪飏说，与世界水平相比，我国目前直升机拥有量和应用程度都很低，存在着巨大的潜在市场，一些世界主要直升机制造商正在抓紧制定策略，积极进入中国市场，以获得最大利润。因此，加速发展直升机产业，扩大直升机应用范围，是我们当前十分紧迫的任务。

东芝计划大幅提高 数字存储卡产量

□新华社电

据《日本经济新闻》网站日前报道，东芝公司计划在 2008 财年度(2008 年 4 月至 2009 年 3 月)将其数字存储卡的产量提高到 1 亿枚，比目前产量提高四成多。
由于数字家电的快速发展和手机功能的扩展，小型大容量数字存储卡的需求在迅速扩大。东芝公司预测，2008 年度全球数字存储卡的市场需求将扩大至 5 亿枚，比 2005 年度的 3 亿枚提高 66.6%。
东芝公司预计，其 2006 财年的数字存储卡产量大约在 7000 万枚，占全球市场 20% 的份额。
据悉，随着产能扩大，东芝公司除了继续生产自有品牌产品外，还将扩大贴牌产品的产量。

手机电视国标“情定”广电

或将催生数十亿市场规模

□本报记者 陈中小路

“国庆节我们都没怎么休息，一直在为标准的事情加班赶进度。”广电总局相关人士昨日向上海证券报透露，直接牵涉到广电和电信两大行业利益纠葛的“移动多媒体广播”国家标准(CM-MB,即通常所说的手机电视国标)已基本敲定，并将很快正式“出炉”。

广电标准胜出

CM-MB 包含了传输技术、视频、音频、信道传输、协议等其他组成部分。作为标准核心部分，也是一直为业内关注最多、争议最大的传输技术已基本确定采用广电系统自主标准 STiMi，这也意味着基于电信运营商无线移动通信网络的行业标准“靠边站”。

据了解，在此前的标准争夺战中，除了广电的 STiMi 标准、清华方案 DMB-TH 较为成熟，此外还有 T-MMB 等拥有电信背景的方案也得到了的支持。其中，STiMi 标准主要是针对我国幅员辽阔、地貌复杂、各地发展不平衡的情况设计的卫星与地面相结合的移动多媒体广播信道传输技术，着重性能和效率结合，先进性和适用性相结合，并形成完整的自主知识产权的框架体系。通过卫星和地面补点相结合的方式在国外也有，包括日韩的 S-DMA 系统、美国天狼星系统等。

标准试验进度提前

尽管基于移动通信的方案“失意”标准之争，但广电总局相关人士指出，这并不表示移动运营商将在手机电视的“游戏”中出局，未来双方仍会在有关业务上展开合作。而广电总局科技司副司长王联日前也在公开讲话中对电信阵营一番“拉拢”——“我国手机电视标准将坚持自主创新并出台统一标准以促进三网融合，可以利用现有的移动通信网，回传以及对用户的管理和授权，构



2008年手机电视用户数将达到5220万户 资料图

成一个完整的移动多媒体广播网络”。而从目前国际惯例来看，主要采用的也是“广播式上传+移动通信回传”。

为了加大 STiMi 推进力度，广电总局最近还抽调人手成立了专门的工作组从频率、系统平台、芯片、产业化等环节加快有关工作进程，而工作组的负责人正是 CM-MB 工作组的负责人、广电总局科技司司长王效。一位参与标准工作的人士透露，由于国家领导人的重视，手机电视标准工作正在加速进行，标准试验进度也可能提前。

市场规模24亿元

易观国际《手持电视年度综合报告2006》显示，目前中国手持电视市场处于启动期，基于无线数字广播网络

的手持电视市场仍处于试验阶段，试验地区集中在北京、上海和广东。诺盛电信分析数据显示，2005 年，手机电视用户数达到 50 万户，市场规模 1300 万元；2006 年，手机电视用户数将达到 5220 万户，市场规模 13 亿元；此后，经过两年的高速增长，2010 年手机电视用户数将达到 9750 万户，市场规模 24 亿元。

搅动两大阵营利益分配

“这只是广电总局闭门造车想出来的标准，这是垄断的产物，而不是市场考验下成长的样本。”一位电信业人士在听说广电总局欲把自主标准打造为中国手机电视国标之后，颇为不满。
即便如此“不公”，电信运营商仍将在手机电视产业链上的被动处境。从国际上看，发展较好的手机电视业务大都是基于广电的 DVB-H 或 DMB 标准，这就意味着电信运营商只能充当终端接入平台的提供者，无法占据产业链的主导地位。日韩运营商的对应方法是向产业链上游的内容和网络环

节扩张，例如 SKT 发射 DMB 卫星、NTT DoCoMo 收购电视台的股份等，可是在中国，在广电与电信分业经营的“天然屏障”下，这种做法又有多大的可行性呢？虽然数月之前，通过香港资本市场，中国移动已经率先战略入股了凤凰卫视，不过后者至今还在为落地内地而挣扎，未来双方若要在手机电视上双剑合璧，来自广电的障碍可想而知。
而在另一方面，历来封闭、垄断、缺少市场竞争经验和能力的广电怎么来开启手机电视这一广阔的市场，业内同样表示担心。至少在目前，在最需要与其新的技术标准形成呼应的终端厂商方面，并未展开太多具有实际价值的合作与开拓，未来是否真能指望一个所谓的强制标准让对方买账目前尚难定论。
对于以上种种问题，易观国际分析报告一针见血地指出，标准问题本质上是决定运营商产业地位或利益分配格局的问题。电信运营商需要在快速做大市场与掌控产业链之间抉择，而广电运营商、电信运营商和终端厂商之间的利益分配则需要从政策监管的高度加以协调。(陈中小路)

吉利欲在哈尔滨建整车生产基地

□本报记者 吴琼

上海证券报昨日获悉，吉利汽车控股集团(下称吉利控股)正与哈尔滨政府讨论在该地建立整车生产基地事宜。一旦双方谈判成功，则哈尔滨将成为吉利控股的第八个国内基地。吉利控股表示，目前双方谈判正进入关键时期，但由于细节方面未敲定，故未签署正式协议。
吉利控股董事长李书福曾多次公开宣称，将择机在东北地区设立一个大型汽车制造基地。此次记者了解到的信息是，吉利控股拟在哈尔滨建立一个

年产 10 万辆至 15 万辆的轿车的生产基地。初期投资额超过 10 亿元。“东北部市场对于吉利而言，至关重要。”吉利控股工作人员称，“东北是老工业基地，城乡差别较大，轿车的差异化需求明显。吉利控股的汽车生产主体——吉利汽车(O175.HK)生产的低档轿车在这一地区相当受欢迎。”
正是基于面向市场的原因，李书福决定在东北设立一个生产基地，以降低在南方生产、北方销售的物流成本。实现当地生产后，吉利汽车在东北的成本可以降低 500 元至 1000 元左右。目前吉利汽车的

售价在 3 万元至 9 万元间，即使降低 500 元，亦对当地竞争对手构成相当威胁。
若哈尔滨生产基地正式确定，则吉利汽车的国内版图，将由过去集中于江南一带，慢慢扩张到中国东北地区。
目前吉利汽车现有 4 个生产基地：台州临海、台州路桥、宁波北仑和上海(华普)，现年产能 30 万辆。且上海华普第二期工程正在建设中，建成后，华普新增产能 10 万辆，如此一来，吉利汽车自身的年产能将达到 40 万辆。
此外，吉利控股与甘肃兰州、湖南湘潭、山东济南、慈溪

等地政府均签署了设立生产基地的协议。按照协议，兰州、湘潭、济南初始产能均为 5 万辆，未来产能达到 10 万辆；慈溪一期产能达到 20 万辆。
以此计算，吉利控股未来产能将达到 75 万辆至 90 万辆。吉利控股则表示，至 2010 年，公司计划将产能扩充至 100 万辆。今年前 9 个月，吉利控股的汽车运作主体——吉利汽车(O175.HK)累计销售约 12.7 万辆，较去年同期增长 44%。这相当于年销售目标的 70%。李书福表示，今年吉利汽车定能完成年初拟定的 18 万辆的销售目标。

挑战携程 趣拿探路旅游搜索引擎

□本报记者 索佩颖

面对携程等在线旅游网站受到投资界追捧，国内其他互联网企业也对此跃跃欲试。昨日，北京趣拿信息技术有限公司首席技术官庄辰超接受上海证券报采访时透露，作为国内首家旅游搜索引擎公司，趣拿网已经在 12 个月内基本实现持平，公司正在酝酿进入日本市场。
“我们最大的优势在于建立了一个比价平台，给消费者更多的价格信息。”据庄辰超介绍，由公司开发的 qunar.com 网站，是国内首家专注于旅游搜索的引擎。目前公司已经与超过 100 家的机票供应商和超过 12000 家的酒店供应商都建立了业务联系，后者将其房价、机票价格信息与公司的数据库实时连接。消费者只要在网站上输入机票和酒店的需求信息，即会出现各航空公司、票代及酒店报出的各自最

低价格，由消费者自行选择，这模式与携程有着很大不同。据他介绍，趣拿目前的主要盈利模式是向酒店、航空公司和机票代理商收取广告费，趣拿只是提供一个比价的平台，消费者通过这个平台自由选择销售方，直接与销售方联系来预订。而携程扮演的仍然是机票代理商的角色，其收入是从每笔成交的订购中抽取佣金。
携程公关部邵静表示，携程的优势并不在于价格，而是其便捷及时的订票、送票等配套服务。而且携程 80% 的客源都是商务客，这类客人并没有把价格作为第一考虑的因素。因此面对价格搜索引擎，携程不会感到竞争压力。
“目前已经达到了 12 个月内基本持平的目标。”庄辰超表示，公司现在进入了新一轮扩张时期，公司计划在近日进军日本市场，目前已经与日本本土的一些企业建立了合作伙伴。

上汽集团居前 9 月汽车销量榜首

□本报记者 吴琼

据中国汽车工业协会统计，前 9 个月，销量排名前十的汽车集团共销售汽车 434.05 万辆，占汽车销售总量的 83.96%，其中前三甲依次为：上汽集团、一汽集团、东风集团。分别销售 89.90 万辆、85.46 万辆、66.48 万辆，同比分别增长 40.71%、24.18%、24.61%。

但是增幅最大的却是排名第九的华晨汽车，其增幅达 73.37%。新华信汽车资深分析师孙木子说，“这主要是因为华晨骏捷等新品的热销、产品降价等战略。”
今年前 9 个月，销量前 10 名的品牌共销售 102.93 万辆，占轿车销售总量的 37.90%。这 10 个品牌依次为捷达、伊兰特、凯越、夏利、桑塔纳、QQ、雅阁、领驭、旗云、花冠。

软银：海外风投热衷高新产业

□新华社电

亚洲风险投资商软件银行集团公司在近日在中国信息化论坛上预测，以 3G 技术、数字电视和宽带网络为代表的高新技术产业将是海外资金投资中国的新热点。
软银中国风险投资基金副总裁宋安澜说，未来 5 到 10 年国际风险投资基金会看好的产业包括宽带服务以及软件基础设施建设，数字电视、IP 电视、以及移动电视等数字媒体，3G 产品和服务等以信息化为核心的高新技术产业。此外，软件生产、医疗保健、能源、新材料、汽车电子等也将是风险投资追捧的热点。

宋安澜说，软银在中国选择投资项目的标准是有巨大的市场潜力、拥有独一无二的商业模式或最先进的技术，企业有清晰的竞争优势有望成为市场潜在领袖。重点是净利润预期在 3000 万美元以上，并将以每年 30% 的速度增长的企业。
软银认为在未来的 5 到 10 年内，中国经济仍将以 7%—12% 的速度增长，政府政策也将越来越开放，购买力将持续增长，中国企业也会更加国际化，中国市场将吸引更多风险投资。

长安福特、北京现代各召回部分轿车

□新华社电

国家质检总局 16 日发布消息说，日前，长安福特马自达汽车有限公司、北京现代汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理规定》的要求，分别向国家质检总局递交召回报告，于近期召回各自部分轿车产品。
长安福特将于 10 月 17 日起召回从 2005 年 6 月 17 日至 2006 年 7 月 30 日(含)之间生产的三厢福特福克斯轿车，召回车辆总数为 52,838 台。所有两厢福特和 2006 年 7 月 30 日以后生产的三厢福特不受本次召回影响。
本次召回所涉及的福克斯是由于燃油泵电线的绝缘材料生产工艺不稳定，造成召回期内车辆的燃油

泵电线的绝缘材料可能存在质量问题。在高温使用状态下，燃油泵电线的绝缘材料可能会出现膨胀、发泡现象，如果在极端路况下，绝缘层与导线脱离，有可能会引起某些车辆的燃油泵保险丝熔断，从而造成发动机熄火。
北京现代将于 10 月 26 日起，召回 2004 年 10 月 1 日至 2005 年 3 月 22 日期间生产的 98559 辆伊兰特和索纳塔轿车。
本次召回范围内的伊兰特、索纳塔轿车，由于部分车辆点火开关内部零件尺寸不符，可能导致启动时点火开关非正常工作，极端情况下启动电机可能烧毁。北京现代汽车有限公司将对相关车辆进行免费检查、更换点火开关，以消除缺陷。