

证监会规范企业境外上市

境内企业间接境外发行证券审批程序明确

□本报记者 周翀

中国证监会昨日公布了“境内企业间接境外发行证券或者将其证券在境外上市交易审批”等行政许可项目的有关规定。

据了解,该行政许可项目早已列入证监会行政许可目录中,但针对其依据、条件、程序、期限的规定系在今年9月进一步充实,充实的内容主要来自今年商务部等6部委出台的《关于外国投资者并购境内企业的规定》。

根据该行政许可规定,特殊目的公司——即中国境内公司或自然人为了实现其实际拥有的境内公司权益在境外上市而

直接或间接控制的境外公司——境外发行,上市要向监管机构报送申请报告,商务部对特殊目的公司并购境内公司的原则批复函、被并购境内有限责任公司股东同意特殊目的公司并购的决议、境内公司所在地省级人民政府出具的同意境内公司通过境外特殊目的公司境外上市的文件等20余个文件和材料。

同时公布的“境外上市公司发行可转换为股票的公司债券审批”和“股份有限公司境外公开募集股份及上市(包括增发)审批”的行政许可事项和规定内容,则早于2004年即已被列入证监会行政许可项目目录。

保监会: 严禁产险公司任意降低费率揽客户

□据新华社电

保监会13日发布消息说,针对大型商业风险项目承保及分保问题,保监会近日下发了《关于认真执行财产保险危险单位划分方法指引与纯风险损失率表有关事项的通知》。

《通知》说,为规范大型商业保险市场非理性价格竞争,促进财产保险市场稳定健康发展,保监会先后两批推出了《财产保险危险单位划分方法指引》,明确了危险单位划分的基本原则和基本方法,组织推动中国保险行业协会制定下发了道路、地铁、电厂和商业楼宇4个项目的纯风险损失率表。

《通知》规定,各产险公司在业务经营活动中要认真贯彻执行指引,严禁随意划分危险单位;对纯风险损失率表中规定的业务类型,应严格执行经报备后的新条款费率,严禁使用原保险条款费率,严禁采取各种违规手段降费、退费,严禁在招标过程中任意降低费率,扰乱市场秩序。

《通知》强调,要做好承保和再保两个环节的衔接工作。防止出现因承保费率过低或危险单位划分不科学而导致无法获得再保支持的现象发生,积极防范风险累积。

所谓“危险单位”是指一次保险事故可能造成的最大损失范围。我国保险法第100条规定:保险公司对每一危险单位所承担的责任,不得超过其有资本金加公积金总和的10%;超过的部分应办理再保险。也就是说,保险公司开展业务必须考虑自身的资本金实力,谨慎承保和安排必要的风险转移措施,以保持经营稳定性,避免受到重大损失事件的冲击。

今年5月、10月,保监会先后两批推出了针对水力发电企业、风力发电企业、航天风险、公路和桥梁、地铁隧道工程、石油天然气上游企业等大型商业风险项目的危险单位划分方法指引。对规范产险市场秩序、强化产险业风险管理具有很强的指导性和可操作性。

国办发文稳定粮油价格

□据新华社电

国务院办公厅近日发出关于做好粮油供应工作稳定粮食市场的通知,指出我国粮食生产实现连续3年丰收,今年粮油供求总量平衡,库存充裕。近一个时期,受国际市场、国内流通等多方面因素影响,部分地区粮油副食品价格出现一定程度上涨,引起社会各方面的广泛关注。对这次粮价上涨,既要看到这是近两年连续下降后的合理回升,有利于保护农民生产积极性和增加农民收入;又要防止价格过度波动影响城市低收入困难群体的生活和社会稳定。要求各地区、各有关部门要明确责任,密切配合,采取有效措施,切实做好粮油供应和市场稳定工作。

通知强调,要加强市场监测,密切关注粮油市场供求和价格的变化,及时准确地反映粮油肉蛋奶等重要食品的购销、库存和价格动态,科学分析和判断价格变化趋势。发现趋势性和苗头性的问题,适时采取调控措施。

通知要求,要把握好调控目标,统筹规划,合理安排国有粮食存储布局,及时调整粮



国务院办公厅发布通知要求防止粮油价格过度波动影响群众生活 资料图

食调拨、运输数量。根据市场需求情况,把握好国家存储粮食公开竞价销售的节奏,既要做到保证供应,又使粮价在合理水平上保持基本稳定。

通知指出,要保证粮油供应,主销区粮食库存要满足一定时期的销售需求,合理增加粮食品种和成品粮的储备,保证随时能投放市场。大中城市要适当增加成品粮加工数

量。铁路、交通部门要优先保证粮油运输。

通知强调,要落实困难补助政策,确保城镇低收入居民的生活水平不下降。要关心和扶持高等院校,做好学生食堂饭菜价格稳定工作,落实好家庭贫困学生的生活补助。

通知要求,要加强市场监管,督促各类粮食经营企业保持必要的库存,补充市场粮

源。加大对各大型粮油、农副产品市场的巡查,坚决打击囤积居奇、哄抬价格、假冒伪劣等违法行为。

通知最后强调,各地区要高度重视粮食调控工作,认真落实粮食省长负责制,要切实抓好发展粮食生产,搞好总量平衡、落实地方储备,保证市场供应,维护市场秩序的各项

我国工业生产增速回调趋稳

□新华社电

国家统计局最新数据显示,继10月份工业生产增速从高位明显回调后,11月份中国工业生产增速基本稳住了回调的势头。

国家统计局昨日发布的报告显示,11月份,全国规模以上工业企业完成增加值7936亿元,同比增长14.9%。作为拉动经济增长的主

导产业,中国工业生产增速6月份达到十年来的峰值19.5%后,在宏观调控政策措施作用下,7月份回调为16.7%,8月份回调为15.7%,9月份为16.1%,10月份回调至14.7%。

从主要行业看,11月份,中国规模以上纺织业生产同比增长11.9%,黑色金属冶炼及压延加工业增长20.2%,交通运输设备制造业增长23.2%,通信设备、计算机及其

他电子设备制造业增长15.2%,电力热力的生产和供应业增长13.1%。

从主要产品看,11月份,中国原煤、原油和发电量分别为1.9亿吨、1509万吨和2363亿千瓦时,同比分别增长9.1%、3%和14.7%;钢材产量为4175万吨,增长23.9%;轿车产量37.9万辆,增长36.3%。

统计显示,11月份,中国规模以上工业企业产品销售

率为97.72%,同比上升0.34个百分点;实现出口交货值5506亿元,增长20.6%。

1月至11月份累计,全国规模以上工业企业完成增加值77891亿元,同比增长16.8%,增速比去年同期加快0.4个百分点。

规模以上工业企业是指全部国有工业企业和年产品销售收入500万元以上的非国有工业企业。

奥运相伴一路风光 地产体育相得益彰

中体产业:打造中国体育产业国家队

当2008年北京奥运的光彩与梦想渐行渐近,当体育运动和健康生活理念在21世纪蔚为大观,作为国家体育总局实际控制的上市公司,作为国内体育产业旗舰,中体产业董事会和经营层运筹帷幄,始终坚持以体育产业为本的经营方向,坚持以资本运营为中心,以品牌战略、资源战略为基本点的发展战略,坚持立足国内、放眼世界的经营理念,以及为全体股东谋求最大利益的经营目标,在体育本体产业以及相关产业开发经营方面取得了一系列优良业绩。

业内人士认为,奥运光环使中体产业独具魅力,奥运会门票、奥运文化广场、奥运会特许商品特许零售商,奥林匹克花园、中奥广场的全国拓展,中体产业有望走上快速发展上行道。

逐步快行道:
三年每年增长30%

为迎接股改后同股同权的新起跑线,中体产业倾听流通股股东意见,在流通股每10股获2.8股对价的基础上,并增加系列承诺,非流通股股东承诺在2006年度股东大会上提议以资本公积金实施每10股转增5股分红方案,并对该议案投票赞成;承诺在2006至2008年股东大会上提议当年度现金分红比例将不低于该年度实现可分配利润的50%。

转增股本将增加股本数量,中体产业利润增长是否能跟上股本扩张?对此,中体产业副董事长、总裁吴振绵掷地有声地表示:“公司管理层承诺从今年开始,中体产业总利润增长将不低于30%。2005年中体产业净利润3100万元,按照每年增长30%核算,2006年就需要超过4000万,2007年要超过5000万,2008年要完成7000万。”

吴振绵表示,这个增长速度能保证公司经营有力支撑股本扩张。每10股转增5股后,中体产业总股本将达4亿股,三年净利润增长率连续超过30%,2008年净利润如达到7000万,“就是每股0.175元,比现在高,如果公司再有进一步发展,将有可能达到0.2元以上。”

拓展奥运会门票总代理的附加值

中体产业与中国奥委会、2008奥组委保持着长期、良好的关系,将在奥运会开幕式策划、市场开发、奥运保险、奥运票务等诸多方面进行深度合作。

吴振绵介绍说,具体而言,中体产业的奥运商机包括门票、奥运文化

广场和奥运特许商品特许零售权三块,“这三块盈利都非常好,而且风险不大。”

奥运商机首当其冲的是中体产业获得的奥运会门票总代理,这将具备附加值很高的拓展空间。

“中体产业拿到了奥运会门票总代理,我们无法直接计算它的总价值”,中体产业总裁吴振绵表示。

吴振绵介绍说,奥运会门票自身销售价值可以计算衡量;无法直接计算的价值在于通过奥运会门票整合资源,获得一加一大于二的效果。

奥运会门票定价的一个基本原则是充分考虑国情,希望尽可能多的人到现场观看比赛,所以票价定得比较低。2008年奥运会门票可销售的约有700多万张,除开闭幕式和一些决赛门票稍微贵些外,其余大量票都是低价票。纯粹的奥运会门票代理销售收入应该是有限的。

但中体产业产生了以奥运会门票为中心整合资源的思路:公司以奥运会门票资源为龙头,融合旅游、接待、交通等多种资源,形成合力来拓展商业空间。

吴振绵举了这样一个例子,比如法国已有机构要组织由6个国家、近3000人参加的自行车旅游团从巴黎骑自行车来到中国,他们在观光旅游的同时,希望能观看奥运会自行车的比赛。这样我们就可以在提供给他们奥运会门票的同时,从他们一入境我们就开始提供服务,从吃住游玩到组织活动,并收取相应的服务费用。这样的回报率要远高于单纯的提供奥运会门票服务。

业内人士也看重中体产业在票务代理经验,公司全资子公司中体文化奥曾经国家体育总局交流中心授权全面负责2004年雅典奥运会门票、2006年都灵冬奥会门票在华销售的

具体操作事宜以及相关市场开发,为奥运会门票销售积累了丰富经验。

奥运文化广场
伴奥运而生

奥运给中体带来的第二个机遇是奥运文化广场。奥运文化广场作为观看奥运会的公共广场,主要是通过广场的形式,将奥运会的赛场内外有机结合起来,比赛的实时转播将赛场的气氛传达给广场上共同观看比赛的群众,而广场上人们在观看比赛的同时能够体会赛场氛围,体现一种全民参与奥运的精神。这种形式在历次重大的体育赛事中,无论是奥运会还是足球世界杯,都广泛地被主办国采用。

中体产业总裁吴振绵介绍说,北京奥组委按照全民办奥运的理念,也将在奥运会期间在北京和全国其他城市设立奥运文化广场。目前中体产业已获奥组委授权在北京以外的城市建设奥运文化广场。为奥运文化广场的选址,吴振绵四处考察,今年10月、11月,去了辽宁、吉林、黑龙江、河南、陕西、安徽等6省12个城市,了解当地对项目的认可程度。

走访感受,吴振绵神采飞扬:“没有一个城市不欢迎奥运文化广场。现在的情况是我们要从这些城市中选出符合条件的。”目前中体产业已初步选择了四、五座城市作为奥运文化广场选址,“但奥组委与我们协商,希望能够在更多地城市建设奥运文化广场。”

从修建时间而言,大约每个奥运文化广场需要半年。吴振绵表示,在2008年奥运会到来之前,所有奥运文化广场能够全部修建完毕。

中体产业修建的奥运文化广场有两个必备设施:大屏幕和大舞台,建成之后将由中体产业负责运营。谈

起奥运文化广场运营,吴振绵胸有成竹,他介绍说,将引入外资公司投资大屏幕,中体产业则负责大舞台搭建,策划由北京奥组委批准成立的“中国文体明星北京奥运宣传助威团”巡回演出,这个助威团包括中国明星足球队、中国金牌队、香港明星足球队、中国超级名模啦啦队共同发起,由中体产业集团进行统一组织与管理。

但吴振绵强调,明星巡回演出费用由中体承担,观众观看是免费的。奥运文化广场经营在于大屏幕广告等商业运作,大屏幕不光播奥运节目和活动,“还要播广告,价格不菲,如果把各地奥运文化广场广告联合一起就更为昂贵;奥运文化广场冠名可以商业运作;还有赞助商展览展示的商业运作;奥运特许商品销售将按摊位收取租金;提供饮料和快餐都需要租金,奥运文化广场依靠这些商业运作能够维持平衡运转。但因为文化广场是公益性的,可能会有小小亏损。”

尽管奥运文化广场将尽量盈亏平衡,甚至小有亏损,但中体产业修筑的体育地产项目奥林匹克花园运动城的收益不仅将弥补奥运文化广场建设的小幅亏损,更将有更好的盈利提升空间。

至于奥运会特许商品特许销售权,中体产业目前正在积极申请在全国的自有渠道的特许销售权。公司一是在所有的奥林匹克花园运动城中销售;二是在所有中体倍力俱乐部销售;三是在体育比赛场馆中销售。而这一部分能够给公司带来多少收益,吴振绵总裁还不愿过多地预测。但据有关专家介绍,在重大体育赛事中,特许商品的销售在比赛场馆中的

销量是最大的。

体育+地产魅力四射

在打造中国体育产业国家队旗帜指引下,中体产业业务发展迅速,已涉及体育竞赛、体育健身、体育主题地产等诸多方面,并形成了“一园、二健、三竞赛”及“中奥广场”的“3+1”主营业务。“一园”即奥林匹克花园;“二健”就是健身连锁店;“三竞赛”指的是拓展体育竞赛市场。

研究中国体育产业不可不谈及其体育主题地产——奥林匹克花园。中体产业是中国奥林匹克运动委员会特许授权的奥林匹克花园品牌的管理者和投资者,负责奥林匹克花园在全国的建设和推广,体育设施的建设和城市运营,旨在响应国家体育总局“全民健身”号召,宣传奥林匹克精神文化,推广体育健康主题社区。

据介绍,奥林匹克花园品牌创立于1999年的广州奥林匹克花园,历时7年,并形成了初步连锁的格局,基本完成了全国范围的点线布局战略,在全国主要房地产市场形成了一定的品牌影响力和市场份额。其所推崇的“科学运动、健康生活”的理念已得到了消费者、投资者的认同和接受。国际奥委会前任主席萨马兰奇和现任主席罗格先后为奥林匹克花园提过辞。

在北京的年轻人中提起中体倍力健身俱乐部,应该是一定知名度的品牌,“您身边的健身专家”中体倍力健身俱乐部,则是中体产业与美国最大的健身连锁企业美国倍力完全健身公司携手创建的。从2002年开业,现在已拥有超过10万名的会员,截至2006年4月,中体倍力在北京开设了10家店,并在大连、沈阳、石家庄、太原、武汉、上海、长沙、广州、贵阳、山东东营、内蒙古包头等城市开设了俱乐部,总数已达到20余家。同时,中体

产业正在大力推进一种新的模式,即发展社区健身会所,利用房地产商开发房地产项目所建设的社区会所,由中体产业来经营管理健身会所。一方面可以降低地产商的管理费用,另一方面中体产业通过建设管理健身会所,建立起全国的健身网络,实现健身产业的发展。

吴振绵谈起中体产业在健身和体育竞赛方面的长远发展目标时,雄心勃勃的说到:“改革开放20年,我们已经解决了老百姓的吃、穿问题,正在解决住的问题,以后就要解决玩、乐的问题了。这就是我们的发展机遇,也是我们后奥运期发展重点。可能过几年后,中体产业的主业就是健身、竞赛在前了。”

强势推出

奥林匹克花园升级版——中奥广场

为满足各地对体育设施的需求,同时解决融资、投资和后期运营问题,中体产业通过整合旗下三大集团的核心优势,推出了奥林匹克花园的升级产品——中奥广场。

中奥广场由居住、体育、商贸三大职能设施所构成,强调以体育与居住功能为主,以商业促进城市产业结构的调整和优化,形成体育居住商贸中心。这里聚集规模宏大的居住群,覆盖体育产业的硬件资源及软件资源,还有与其匹配的商贸中心。通过居住和商业用地的变现解决体育设施的投资问题,同时通过商业设施的经营、体育比赛和大型活动的举办,来弥补体育设施后期的运营费用。

据介绍,中体产业的中奥广场运营模式有两种,第一种运营模式是新建体育中心——中奥广场模式;地方政府拥有建设体育中心的需求和建设用地;在体育中心用地外还有可供

顾维军称被逼采用B计划 德勤声明这与事实不符

□本报记者 岳敬飞 袁克成

昨日下午顾维军在接受庭审时称,德勤曾在四种账务处理方案中,逼迫科龙选择不被科龙董事会认可的B方案。而德勤则在昨天深夜发给本报的声明中表示,顾维军所言与事实不符。

顾维军称,德勤在审计的最后阶段,给了科龙董事会四种会计处理及其审计结果的方案供选择。其中B方案为科龙保留5.7亿的销售额,德勤只对5.7亿的销售收入的最终实现出具一项保留意见。D方案为取消5.7亿的销售额,德勤将不出具任何保留意见。顾维军称,科龙董事会选择了D方案。

不过当时德勤称只接受B方案,否则德勤将拒绝作为审计师在年报上签字。因此,所有科龙董事不得接受德勤的最后通牒,接受了按B方案出年报。

另一名犯罪嫌疑人晏果还作证说,科龙财务部本身并不做财会报告,科龙只是把销售的各种财务凭证和单据收集和统计起来,全部交给德勤,科龙本身并不对这些财务凭证和单据的真实性进行核查,而是由德勤对这些凭证和单据的真实性进行核查。

德勤在昨天深夜发给本报的声明中则称,德勤已关注到媒体有关科龙案开庭审理工作的报道。相关报道与其所了解的事实不符。由于目前该案还在审理当中,德勤不便对此案发表评论。德勤称,审计师的责任就是对被审计单位出具的财务报表发表独立意见,在这一过程中,审计师需要与被审计单位的财务部门、管理层、董事会等进行沟通,尤其是在发现财务报告中载有与公认会计准则不相符的情况下,这种沟通更为重要。

德勤强调,就科龙公司的审计而言,公开的记录表明,德勤对2004年度年报出具具有保留意见的审计报告,并随后主动辞去审计师之职,因为德勤不相信公司有决心做好财务报告。而德勤的审计人员,完全没有以任何形式参与或协助任何涉嫌的欺诈行为,任何人都不应对此作出其它的暗示。