

美高梅欲携手“钓鱼台”在华拓豪华酒店

双方希望在 2007 年第一季度完成最终的合资企业协议

□本报记者 索佩敏

美国博彩业巨头美高梅集团(MGM MIRAGE)昨天宣布,该集团正与中国北京的钓鱼台国宾馆进行后期商谈,旨在建立战略合作伙伴关系发展豪华酒店业务,双方希望在 2007 年第一季度完成最终的合资企业协议。

美高梅表示,双方打算建立一家合资企业,以在全球发展豪华型非博彩酒店和度假胜地。合资公司初期将锁定中国市场。双方希望这家合资企业将开发其自身的特色品牌标识,将“MGM Grand”和“钓鱼台”结合起来,从而创建独具一格的豪华型酒店度假胜地和相关设施。

美高梅董事长兼首席执行官 Terry Lanni 表示:“能够与钓鱼台国宾馆进行合作,我们感到非常荣幸。”“钓鱼台”品牌享誉全球。我们相信,“MGM Grand”和“钓鱼台”的合作将扩大我们两家机构的优势以及在发展迅猛的国际市场拓展我们的品牌意识提供重大的发展机遇。”

昨日,上海证券报从北京钓鱼台国宾馆办公室负责人处证实了这一消息,但该负责人表示,目前尚无更多的细节可以披露。

钓鱼台国宾馆由钓鱼台宾馆管理局经营管理,是专门负责接待来华访问的外国元首和政



美高梅一直以博彩业闻名全球,同时也是著名的酒店管理集团 资料图

府首脑及世界知名人士的国宾馆,也是我国外事活动的重要场所。目前钓鱼台宾馆管理局旗下还有钓鱼台大酒店、前门宾馆、乔健里宾馆、钓鱼台山庄、东交民巷宾馆等多家宾馆。

美高梅集团是美国第二大博彩业公司,其主要业务包括博彩业、豪华酒店、餐饮等。该集团在美国内华达州、密西西比州和密歇根州拥有和经营着 23 处酒

店博彩设施,并在内华达州、新泽西州和伊利诺斯州投资了 3 处设施。

随着业务的不断发展,美高梅也正在更积极的寻求海外投资的机会。去年 6 月,美高梅宣布与澳门赌王何鸿燊之女何超琼共同投资 9.75 亿美元在澳门兴建美高梅金殿,该酒店拥有 600 间客房,集博彩、住宿、餐饮、娱乐为一体,预计于 2007 年下

半年完工。

不过一位酒店业人士透露,尽管美高梅一直以博彩业闻名全球,但该公司也是著名的酒店管理集团。目前美高梅的博彩业收入占全部收入的比重在不断下降。美高梅年报显示,2005 年该公司去除奖励津贴后的总收入为 70.8 亿美元,其中博彩业收入为 29.8 亿美元,占总收入 42%;而酒店、餐饮、娱乐等其他

板块收入达到 41 亿美元,占总收入的 58%。

值得注意的是,就在本月 6 日,美高梅刚刚宣布与阿布扎比一家名为 Mubadala 的公司成立合资公司,共同发展非博彩酒店业务。该合资公司初期将主要在阿布扎比、拉斯维加斯和英国发展业务,双方同样预计在 2007 年第一季度完成最终的合资企业协议。

结成战略合作伙伴 奇虎迅雷组建安全下载联盟

日前,国内知名的互联网厂商奇虎公司和最大的下载网站迅雷结成战略合作伙伴,共同组建安全下载联盟。此联盟还包括国内外著名的杀毒厂商金山和卡巴斯基公司。

有统计数据表明,超过半数以上网民在互联网上经常使用下载工具,下载已经成为网民日常生活中不可或缺的部分,与此同时,互联网流氓软件泛滥、病毒、木马横行导致下载安全问题就成为了危害网民上网安全的极大隐患。

面对此现状,奇虎董事长周鸿祎表示:“流氓软件的泛滥,不仅对网民是一种伤害,对所有的互联网企业也同样是伤害,这种现象如果不加以制止,会有越来越多网民、投资者、从业人员对行业失去信心。”有意思的是,周鸿祎既是奇虎公司的董事长,同时也是迅雷公司的天使投资人,在国内反流氓软件的浪潮中,周鸿祎也是最早的倡导者,奇虎 360 安全卫士目前装机量已经超过千万,日查杀流氓软件数百万。

据悉,迅雷目前拥有上亿的用户,迅雷将在自己的平台上向网民提供奇虎 360 安全卫士、金山、卡巴斯基的服务,合作几方未来还将有更深层的合作。

(张韬)

索尼称本财年 PS3 发货目标未变

索尼公司总裁中钵良治 14 日在东京对媒体表示,公司本财年(截至明年 3 月 31 日)PS3 游戏机发货 600 万台的目标未变。

对于有人质疑索尼 PS3 的发货量可能无法满足不同需求,中钵良治表示,目前为止这款游戏机的销售情况符合公司预期,到今年年底销售 200 万台是公司可以承受的。

索尼新一代游戏机 PS3 上月上市后十分抢手,供不应求。而为了与竞争对手微软和任天堂竞争,PS3 的定价低于成本。这意味着在一定时期内,每卖出一台 PS3,索尼公司都要赔钱。

但长期来看,PS3 成功与否对索尼至关重要。近年索尼在平板电视和数码音乐播放器等热门电子产品领域落后,经过前一阶段的调整,索尼已把重点重新转向消费类电子产品,其业务正逐渐出现起色。(据新华社)

法国乔达物流收购 TNT 货运管理

计划重点拓展在亚洲尤其是中国的业务

□本报记者 索佩敏

大力“瘦身”的四大快递之一 TNT 又将其货运管理业务成功出手。昨日,欧洲第四大供应链服务提供商法国乔达国际集团(GEODIS)主席兼首席执行官 Pierre BLAYAU 透露,公司近日收购了四大快递巨头之一 TNT 的货运管理公司礼信国际货运(TFM),希望通过这次收购,加快拓展亚洲尤其是中国市场。

2005 年 12 月,TNT 宣布其将出售旗下所拥有的合同物流业务,而专注发展基于网络的快递和邮政业务。随后,今年 8 月,TNT 终于以 14.8 亿欧元的价格为合同物流业务寻找到了合适的买家——一家私募股权投资商阿波罗(Apollo)管理公司。就在本周二,独立后的 TNT 物流宣布启用全新品牌

CEVA,由此正式告别老东家 TNT。

Pierre BLAYAU 介绍,乔达国际集团此次收购礼信国际货运的收购金额达到 4 亿欧元。这一收购目前正在等待欧洲公平竞争管理当局的批准。而收购礼信国际货运公司后,乔达将成为欧洲五大、全球十大货运公司之一。礼信国际货运公司是一家国际货物运输企业,去年销售收入 7.82 亿欧元,空运和海运收入占到了其中的 87%。

收购礼信而令乔达在北美和北欧的业务板块明显加强,而 Pierre BLAYAU 昨日透露,接下来乔达计划重点拓展在亚洲尤其是中国的业务。据介绍,目前乔达中国的运营主要是通过和东方集团旗下的一家货运公司组建的合资公司上海卡贝尔松国际货运有限公司经营,其中



收购 TNT 货运管理后,乔达将成全球十大货运公司之一 资料图

乔达拥有合资公司 75% 的股份。Pierre BLAYAU 指出,今后,乔达还会逐渐回购一些合资公司的股份以扩大股权比例。

此外,乔达还计划通过收购一些中国本土的中小型企业来加速扩张。Pierre BLAYAU 透

露,在 2006 年,乔达在中国的营业收入将在 7000 万-8000 万欧元之间,预计明年这个数字将达到 1.5 亿-2 亿欧元。目前乔达在华主要以卡车运输为主,未来还将加强对铁路运输和河道运输领域的拓展。

张丕杰:红旗 HQ3 的竞争对手是宝马

□本报记者 吴琼

12 月长春的户外,滴水成冰。一汽轿车正离顶级自主品牌——红旗越来越近。尽管一汽轿车总经理张丕杰谨慎地表示,一汽轿车是一家小企业,但这家首家敢于挑战顶级豪华车的中国自主品牌企业显然有着不小的雄心。为此,12 月 13 日,记者采访了一汽轿车总经理张丕杰。

上海证券报:今年下半年



张丕杰

以来,尤其是 11 月,不少汽车厂家为了年底冲击销售目标,开始大幅降价。一汽轿车完成情况如何?

张丕杰:一汽轿车降幅不像其它企业那么大。我们是一家上市公司,在市场占有率和股东回报率的选择上,我们会将股东回报率放在第一位,再兼顾市场占有率。

今年可能无法完成预期的销售目标,但利润指标不错。前三季度主营业务收入 73.2 亿元,同比增长 5.6%;净利润 2.9 亿元,比去年同期增长 38%。

上海证券报:哪些原因导致一汽轿车无法完成预期的销售目标?

张丕杰:新产品投入太晚,所以对今年的贡献不大:今年 2 季度,我们推出了马自达 6 轿跑车和旅行车;8 月 18 日又推出自主品牌——奔腾,中高级轿车奔腾上月首月就销售了 7466 台;年底推出新版红旗轿车——HQ3。

由于奔腾是中高档车,推出时我们很谨慎。用我们的话来说,就是“偷一回东西,再也

做不成雷锋”。

上海证券报:为什么销量没有达到预期,但利润指标却能让投资者满意?

张丕杰:我们在成本控制上下了很多功夫。比方说今年在管理信息集成化方面下了一年功夫,现在采用的是一汽集团投资开发的 ERP 系统。这个系统与一些大公司采用的 SAP 系统相比,成本仅为 SAP 的十分之一。

上海证券报:长安福特和南京长安福特工厂的平台,不适合生产马自达的 MPV、SUV,但一汽轿车的平台却适合生产这些产品,请问未来马自达的 SUV、MPV 是否会借“一汽轿车”之腹生产?

张丕杰:在引进马自达技术的过程中,一汽轿车看中了马自达中高级车,目前正在和他们谈相关的合作。一汽轿车仅和外资进行引进技术方面的合作。我们希望,在合作中摊薄制造成本。

上海证券报:未来,一汽轿车有什么中长期规划?

张丕杰:规划到 2009 年,一汽轿车的产量达到 20 万辆。按照这一规划,所有后续产品量产的时间截点都应该锁定了。到那时候,你们会看到一汽轿车一系列自主品牌的产品:红旗品牌中,有售价 50 万元左右的红旗 HQ3、顶级“红旗”。红旗 HQ3 的竞争对手是宝马,明年销售目标是 5000 辆;而顶级红旗可能不赚钱,我们投入的 2 亿元主要是为了打响“红旗”这个品牌。第二个主力品牌是“奔腾”,奔腾未来将是跑量、占领市场的主力品种;2008 年将推出 A 级车,预计最后推出 A0 级车。

仅领先 0.26 分

北京城建自曝“地王”夺标过程

□本报记者 于兵兵

曾因一波三折的出让过程而备受市场关注的北京“地王”广渠路 36 号地块已于半月前结束了争夺,北京城开与城建组成的联合投标体以低于最高投标价 4.5 亿的 26 亿元拿到了这块宝地。前日,北京城建投资发展股份有限公司副总经理张财广向记者首次披露了激烈的竞标竞争过程,“其实我们与综合评分的第二名仅差 0.26 分。”

去年 9 月,在北京 CBD 核心区推出的总建筑面积 90 万平方米的广渠路 36 号地以预出让的方式在官方网站挂出,引来参与投标的内外开发商数量近年少有。但是,本着“不唯高价”、“配合调控”的原则,地块经历了近一年的调整后重新挂牌,占地面积与建筑面积均减半上市。

即便这样,最终投标的 13 家地产巨鳄中,央企华润置地还是报出了 30.5 亿的最高价,充分显示其在一线城市瞄准“地王”的进攻姿态。然而,11 月 30 日公布的最终结果却出人意外,出价排在 13 家企业中游位置的城开城建联合体最终夺标。仅花费 26

亿元。对此,市场不乏质疑之声。“今年开始,北京的土地出让市场确实出现了新的动向,协议招标代替了简单的价高者得。”张财广介绍,“因为是综合评标制,出让结果不像高价拿地那样简单。广渠路 36 号地的投标价格就仅占总分的 30%。”

据了解,城开城建联合体此前在出价问题上曾反复斟酌,开始定价是 25 亿元,后有 25 亿元至 27 亿元之间的方案,最终选择了 26 亿元的中间价。而综合排名第二位的北辰实业出价是 25 亿元。“我们与第二名之间仅差 0.26 分。”谈到最终中标,张财广至今仍觉得那是“惊险一跃”。

根据相关要求,各投标企业需要在标书公布意向销售价格。城开城建将最初的 9800 元/平方米下调至 9500 元/平方米。“揣摩政策意图是很重要的。”张财广称。

而对广渠路地块是否执行“70%以上住宅面积需要建 90 平方米以下小户型”的标准,张财广表示,“仍未明确。”根据招标文件,该地块会“严格执行‘国办 37 号文’精神”,但具体规划设计方案以规划主管部门审核为准。

微软惠普将合作提供信息技术服务

美联社 13 日报道,美国微软公司和惠普公司已经达成一项合作协议,双方将在今后 3 年共同向企业提供信息技术服务。

根据这份协议,微软和惠普将为这一合作至少投入 3 亿美元,并将合作重点放在向企业提供通信和数据管理服务领域。微软公司首席运营官凯文·

特纳指出,两家公司的这一合作旨在占领全球商业网络市场的大部分份额。据预测,这一市场的规模到 2007 年将突破 500 亿美元。

微软是全球最大的软件企业,而惠普则是最大的电脑生产商之一。两家公司有着长期的密切合作关系。(据新华社)

三洋电机将彻底退出液晶市场

日本三洋电机公司 13 日在此间宣布,作为公司经营重建的又一战略举措,公司将把其拥有的三洋 EPSON 公司的股份全部转让给合资方精工 EPSON,从液晶显示器市场彻底退出。

三洋 EPSON 公司是三洋电机和精工 EPSON 于 2004 年共同创建的专门生产和销售中小型液晶显示器的公司,其产品主要用于手机

和数码相机,在全球市场约占 20% 的市场份额,2005 财年其销售额为 2968 亿日元(约 117 亿美元)。三洋电机拥有其 45% 的股份。

三洋电机表示,中小型液晶显示器市场由于韩国和台湾厂商的加入,价格竞争日趋激烈。由于产品价格下跌,三洋 EPSON 公司自成立以来效益一直处于低迷状态。(据新华社)

诺华 25 亿美元出售医药营养分部

欧洲主要的制药企业瑞士诺华公司 14 日宣布,它已同意以 25 亿美元将其下属的医药营养部门出售给雀巢公司。业内人士指出,通过剥离非主流业务,诺华的发展重点将回到药品和疫苗生产方面。

诺华公司首席执行官魏恩乐在以公司名义发送的一份邮件声明中说,通过这一资产的出售,公司可以更加关注医疗药品方面的业务。此外,公司财务状况得以

改善且公司在战略决策上将具有更多灵活性。

此前,诺华公司分别以约 2.7 亿美元和 3.3 亿美元的价格出售了下属的两个生产功能饮料的业务部门。而在今年 4 月,该公司收购了美国主要疫苗制造商凯龙公司,并于美国政府达成共同开发新流感疫苗的协议。数据表明,诺华公司目前是世界第四大制药集团。(据新华社)

雅虎 IBM 联手推免费信息搜索软件

美国雅虎公司和 IBM 公司日前宣布,联合推出用于在电脑内和互联网上搜索信息的 OmniFind 免费软件。

据法新社报道,该免费软件的推出是为了同 Google 等竞争对手争夺日益扩大的商业信息搜索市场。目前,Google 向其低端商业用户销售企业搜索系统的

价格在 3 万美元左右。

IBM 公司已经向其企业客户推出了 OmniFind 信息搜索系统,此次推出的免费版是专为雅虎搜索引擎和小公司设计的。

两家公司表示,这一免费版软件可以轻松地在网上下载,然后直接安装到电脑里就可使用。(据新华社)

中搜告别搜索主业转身个人门户

昨日,中国搜索对外表示将进行战略调整,搜索不再作为重点发展方向,转而主攻个人门户领域。

中搜正式发布个人门户产品 IG2.0,搜 CEO 陈沛表示,个人门户正在成为互联网新的发展趋势,这个趋势是不可更改的,传统登录互联网的方式一定会被改变。据悉,11 月底中进行首页改版即将把整个公司战略定位在个人门户市场上,而此次 IG2.0 发布全面打响中搜进军个人门户的市场战役。在未来的 1-2 个月里,中搜将在市场端全面启动推广与

合作,推动个人门户战略的实施。根据介绍,此次发布的中搜 IG2.0 集合了浏览器、新搜索、社区三大应用,期望为用户提供互联网信息的及时获取和主动呈现,并且逐步开始形成一个庞大的社区。据中搜有关人士介绍,在未来的两个月内,中搜将启动 IG 市场推广与合作计划,全面实施个人门户战略。

中搜自 2002 年进入中文搜索引擎市场,在多家调研机构发布的搜索市场报告中,中搜所占份额极小,几乎已可忽略不计。(张韬)