

聚焦汽车工业结构调整

发改委汽车新政出台

## 控制新建整车项目 催生汽车“航母”

□本报记者 吴琼

昨日,发改委网站发布了《国家发展改革委关于汽车工业结构调整意见的通知》。通知内容主要涉及在产能过剩情况下,如何加快汽车产业结构调整。汽车厂家均认为,该通知将对未来5至10年中国汽车业的格局产生深远影响,其一会形成几家汽车航母,其二未来自主品牌军团将壮大。

汽车业或将大洗牌

控制汽车整车生产产能建设分厂,成为该通知的重要内容。其主旨是:对产能利用率高,产品供不应求的企业继续给予支持,对产能利用率不足、产品供过于求的企业严格控制新增产能。而这一内容实际上将助长大型企业的发展。

通知明确指出,“上一汽车销售量必须达到批准产能的80%以上;原建产能未经国家批准或备案的,上一汽车销售量应不低于:轿车10万辆,运动型多用途乘用车(SUV)5万辆,多用途乘用车(MPV)5万辆,其他乘用车8万辆;重型载货车1万辆,中型载货车5万辆,轻型货车10万辆,微型货车10万辆;大中型客车5000辆,轻型客车5万辆。”但“汽车生产企业兼并其他汽车整车生产企业为分厂的不受建设分厂有关条件的限制。”按照这一说法,2006年轿车销量超过10万辆的企业有10余家,包括一汽大众、上海大众、上海通用、长安福特汽车等。

“这些企业基本上或背靠大型汽车集团,或为新生代的自主品牌排头兵集团,因此通知将推动汽车集团的大洗



目前中国汽车生产总量甚至不如一个通用汽车 资料图

牌。”申银万国汽车分析师王智慧说,“从历史经验看,扶大削小后,竞争变得有序,汽车价格大幅下降的可能将减少。”曾参与该通知制订的中国汽车技术研究中心的工程师吴松泉表示,鼓励汽车生产企业间的跨地区、跨部门联合重组,建立几家大型的汽车集团正是国家主管部门的意图。

目前,我国汽车有超过100家整车生产企业,约80家汽车集团。但从2003年到2005年,前三家企业集团的生产品集中度由49.3%下降为46.1%。

发改委及其他部分的官员屡次出席相关会谈时表示,中国汽车生产总量都抵不上一个通用汽车。建立大型汽车集团应对未来的国际竞争已经成为国家

主管部门考虑的首要问题之一。自主创新谁受益

“自主创新应该成为中国汽车企业的一个追求。”华晨集团董事长祁玉民说,“但打造中国自主品牌不能只靠我们这些小弟弟。从来都是高个子来顶天。像一汽集团这样的老大哥加入,才能增加中国汽车企业自主创新、自主品牌的实力。”

在通知出台后,祁玉民盼望的这一天会越来越早来临。通知不仅从制度上对自主创新企业给予了支持,且从地方政府的考核机制上刺激自主创新。

通知指出,“各地政府主管部门要把企业研发能力建设和自主品牌培育列为重要考核指标,努力提高自主研发能力,培

### ■记者观察 产能过剩苗头显现

去年底以来,关于中国汽车产业过热的声音不绝于耳。今年上半年,关于国家有关部门将针对产能过剩、出台相关政策说法就已传出。但政策迟迟未出台,在记者采访相关主管部门和企业后,大多数人表示:由于涉及面广,各利益群存在矛盾,因此该办法一直在探讨过程中。但解决这一问题,已经事不宜迟。

“产能过剩不容忽视。尽管明知有巨大的市场竞争压力,甚至会销不了多少辆,但还有些地方忙于搞汽车项目。”汽车分析专家新光表示,“长此下去,将消耗各地方财力,加大对钢材等资源的需求。”

据统计:截至2005年7月1日,我国汽车行业已形成冲压、涂装、总装的整车生产能力约800万辆,在建产能约220万辆,陆续在明年两年建成后整车总产能将突破1000万辆。2005年全行业的产能利用率为71.5%,其中轿车行业72.5%。

而供需矛盾正在不断加大。新光认为,如果这些产能成功实现,以目前的需求增长率,产能利用率将会进一步下降。

尽管产能利用率不足是一个常态,但发改委也注意到另一趋势:部分车型供不应求、生产能力不足。因此,在多方参与讨论后,发改委将对汽车产业的控制定调为——控制结构性过剩。

因此,终于在新一年来临前,发改委给了一个说法:在现有汽车产能过剩的情况下,把鼓励重组、发展自主品牌和自主创新放在重要地位。

## 李嘉诚 22 亿轻松夺上海新“地王”

□本报记者 李和裕

昨天,上海今年3号土地公告推出的17幅土地开始摘牌,其中最引人瞩目的普陀区真如城市副中心综合地块因为只招全球500强企业而备受关注,却并无多大悬念地被李嘉诚麾下的“长和系”以底价22亿元收入囊中。

昨天下午四时,即真如地块挂牌文件所显示的挂牌截止时间,普陀区房地局的会场内已在座多人,主持人宣布,仅有一位具有竞买资格的竞买人报价,该竞买人为三家企业组成的竞买联合体,分别是雅富投资有限公司、上海长润房地产开发有限公司和上海江和房地产开发有限公司。

根据挂牌规定,由于至挂牌截止时间仅有一家竞买人报价且无人表示要求进行现场竞价,因此真如地块平静地被上述三家企业以22亿元的挂牌起始价获得。记者还了解到,这三家企业的投资比例为雅富占60%、长润占25%、江和占15%。

“要等发布公告才确实,其余无可奉告。”昨天现场的竞买企业代表对于自己的身份并不愿多加解释。不过尽管如此,事后一位知情人士还是向记者默认了三家企业的“长和系”背景。同时,

记者也在网上的公开资料查询发现长江实业的公告中出现过“雅富”公司的名字。

位于普陀区重点建设的真如副中心启动区的A3-A6地块,一经推出就被业内视作此次土地出让的最大热门,地块更提出了“独立竞买人或联合竞买人中至少一家必须是世界500强企业(以2006年美国《财富》杂志公布的名单为准)或其控股子公司,且该企业必须占联合竞买投资比例50%及以上”的要求。

而在坊间,有关真如地块将属于李嘉诚的传言早已不径而走。据称,“长和系”对该地块有相当浓厚的兴趣,并早和有关部门接触过。并且,查阅美国《财富》杂志年中评出的2006年度世界500强企业名单,入选的23家中国公司中,名列第259位的和记黄埔是唯一的地产商。从昨天的摘牌结果来看,“长和系”还是采取了与以往相同的旗下子公司联合投资的策略。

分析人士则表示,地块出让条件“苛刻”反映出相关主管部门对外资、大企业的期待,希望借助他们的实力与声誉推动区域发展,如今李嘉诚成为真如地块的“真命天子”,对该区域市场的发展是大有裨益。

## 新鸿基上海国际金融中心预备招商

□本报记者 唐文祺

上海浦东新区小陆家嘴区域除了土地价格寸土寸金之外,商业市场的竞争趋势也在明显升温。新鸿基地产旗下的上海国际金融中心,一边在紧锣密鼓加紧建设,另一边,招商人员已经悄然到位。“上海浦东地区小陆家嘴地区已经聚集有正大、新鸿基以及长实项目,加上未来上海环球金融中心的商业部分,未来市场供应体量会有显著增加。”业内人士指出。

“上海浦东地区的商铺供应体量与浦西地区不同,供应面积相对更大。因此随着几个项目的相继竣工,市场供应量增长明显。”仲量联行商部董事韦泽铭表示,新鸿基项目招商工作的逐步紧锣,加之前一阶段上海环球金融中心的高调亮相,都显示出力图抢占市场先机的紧迫感。

在仲量联行最新发布的《亚洲零售信心调查报告》中,显示零售信心对于中国经济预期非常乐

观,而受访者中上海的零售商对未来市场持有乐观情绪,高达99%;但大部分中国零售商认为“选址”是主要困难之一。虽然小陆家嘴地区是公认的黄金地段,然而随着正大广场20多万平方米商业面积的调整完成,新鸿基国际金融中心项目的建设,以及未来可预知的长实X3-2地块和上海环球金融中心商场部分的相继推出,当地商业市场的发展压力仍然存在。

据韦泽铭分析,从目前的情况来看,新鸿基项目与正对面的正大广场存在有定位错位现象。“正大广场的定位是以家庭为主要对象的‘一站式’消费场所,而新鸿基项目的商业部分则仿效了香港IFC商场概念,定位较高。”他表示,在未来一段时间内会出现商业供应面积增大的市场趋势,但随着交通网络的愈加便利,小陆家嘴区域内住宅或服务式公寓用户的增加,以及写字楼企业入驻率的提升,市场需求量同样在增长之中。

## 嵌入式软件将成 软件产业“十一五”研发重点

信息产业部将嵌入式软件、基础软件以及信息安全软件等确定为“十一五”期间我国软件产业重点发展方向。

信息产业部电子信息产品管理司副司长陈英在正在此间召开的全国软件工作会议上说,借世界电子信息产品制造业向中国内地转移的契机,信息产业部在“十一五”期间将重点推动嵌入式操作系统、集成开发环境以及嵌入式应用软件产品的研发与应用。

统计数据表明,2005年我国电子制造业规模达3.45万亿元,居世界第二,彩电、程控交换机、笔记本电脑、显示器和手机等主要电子信息产品的产量居全球首位,这为嵌入式软件发展提供了巨大的市场。随着数字化、智能化、网络化进程的加快,嵌入式软件在我国制造业强劲市场拉动下快速增长,应用领域不断扩大,软件附加值明显提升。

2006年评选的全国软件100强企业的前10名中,以嵌入式软件产品为主的生产企业占了6家。陈英说,除了嵌入式软件以



外,基础软件也是一个发展重点。基础软件是软件技术的基础和龙头,具有高门槛、高利润的特点,是软件与信息服务业竞争的焦点,未来我国软件产业将以操作系统为重点,继续发展包括操作系统、数据库管理系统、中间件软件等基础软件。此外,信息安全软件产品也是我国自主创新的重点之一,对建立自主可控的信息安全保障体系而言至关重要。(据新华社)

## 普天获中国银行 50 亿元授信

□本报记者 陈中小路

中国普天信息产业股份有限公司昨日与中国银行共同签署了银企全面战略合作协议。根据协议,中国银行将向中国普天提供50亿元人民币的综合授信,并以优质、全方位的金融服务,支持中国普天的科研创新、

产业发展和国际业务拓展。此外,中国普天也将为中国银行提供先进、优质的通信设备及ATM柜员机、金融智能卡、POS机等产品,并在金融业务领域与中国银行展开深度合作。双方昨日强调,将进一步确立双方优势互补、相互促进、互利双赢、共同发展的合作关系。

■关注百思买在华开店

## 百思买进驻上海 “差异”策略显端倪

□本报记者 张韬

昨日,北美最大的消费类电子产品零售商百思买(纽约证交所代码:BBY)对外宣布,其位于徐家汇商业中心的首家门店将于12月28日正式开业。选址在中国最繁华的都市上海市徐家汇商业区,开业时机则精心选择了元旦旺季销售之前,准备3年有余的百思买终于走上前台运营,直面中国家电连锁的“惨烈”竞争。

百思买中国区总裁吕维民信心满怀地称,在中国市场,国美、苏宁并不是我们的竞争对手,百思买将会引领一个行业的变化。

否认门店难产说法

2003年9月,百思买进入中国,业内喧嚣,大有“狼来了”之意,出人意料的是,这“狼”姗姗来迟,至今才宣布正式开店。其实,百思买并不如外界所想象的,花了3年多时间来孕育第一家店。据百思买内部人士说,要在中国开店的计划也就是2005年决定的,之后百思买花了一年多的时间做市场调研。实质性的筹备行动,是今年8月份才开始的,最近一两月,新门店将要陈列的产品陆续地送到百思买在上海松江区的仓库。

百思买中国公关经理王颖介绍,其实百思买早在3年前便已经在上海、北京、深圳三地开设采购办公室,年均在华采购高达亿美元。百思买早已在中国及北美与拓展销售的本土消费电子制造企业建立了良好关系。

吕维民对于“百思买门店难产”一说法极力否认:百思买建店选址有一个固定的流程,三年时间对于百思买来讲已经很快了。之前关于百思买开业缓慢的种种猜测都不准确。



百思买店内已经摆好了购物篮,等待顾客到来 本报传真图

百思买门店“求异”

百思买并未强调“高端”的概念。“以顾客为中心”倒是始终挂在吕维民的嘴上。百思买上海旗舰店共占四个楼层,坐落于徐家汇商圈飞雕国际大厦的三至六层,总面积约8000

平方米。

吕维民介绍,和一般家电连锁店不同的是,门店内还将包括三个专业品牌区域:专为消费者提供高端影音产品的Magnolia极品影音世界,提供全套厨房解决方案的“妙趣厨房”专区,以及提供专业电脑技术服务的

GeekSquad。

记者现场参观店面的时候看到,百思买店内商品将按照品类摆放。比如百思买店内有一个“液晶墙”,不同品牌相同尺寸的液晶电视挂在一起,节省消费者挑选的时间。有点类似于“宜家”,百思买卖场中多了许多体

## 百思买:扩张速度不是最大问题

□本报记者 张韬

在百思买宣布正式进军中国家电零售行业后,业内关于百思买所带来的行业震动猜测颇多。百思买是否会像国美一样高速扩张?百思买每年高达数百亿美元的全球采购的购买力,是否会引发百思买和国美这些家电连锁“砍价权”的争夺?

昨日,在百思买宣布其首家店面即将开张之际,百思买总裁向记者透露了一些疑问。

上海证券报:国美给自己定下的扩张大算是:在2008年内把店面数量扩大到1200家。相比之下,百思买在中国的1家店面再

加上五星的131家店,数量甚微,百思买是否会采取急速扩张?

吕维民:国美一年能开100多个店。百思买开店的速度以及数量并不取决于别的厂商怎么样。如果经过我们的调研,中国的消费者确实需要,百思买开店速度不会比国美差。

上海证券报:请介绍一下百思买在中国的未来的市场策略。

吕维民:百思买在进入任何一个新市场都会采取两条腿走路,一是寻求合作伙伴,二是自己开店。百思买希望让中国成为百思买在北美市场之外最大的市场。扩张速度不是最大的问题,关键是如何最大程度满足中国消费者的需求。百思买希望在

最短的时间内成为中国市场最好的家电连锁企业。

上海证券报:百思买的全球采购系统能带来怎样的优势?

吕维民:事实上,百思买的全球采购中,超过70%至80%都是来自中国制造的产品。百思买店面的开张,吸引了很多中国的供应商。但是出于百思买的考虑,并不是每个供应商的产品都能在店面里摆出。百思买不但可以将市场的最新需求回馈给供应商,还能帮助供应商节省很多“流通成本”。更被供应商看中的是,良好的合作关系可以让它们通过百思买的全球采购系统,把产品推向国际市场。

上海证券报:百思买在中国

验中心,少了充斥在传统家电的各种广告宣传。

称不惧价格战

国美、苏宁以“低价”为旗帜,发展成国内前两大家电零售商。吕维民虽然没有正面回应“价格战”的问题,但他表示,百思买一定会给消费者提供“最好”的价格。

百思买店内的一位员工向记者透露了“天机”:百思买保证向消费者提供最低的价格,如果发现国美或者苏宁的价格比我们低,我们这里可以提供“补偿券”。王颖介绍,百思买店内的大多产品是通过百思买全球采购系统订的货,一定可以提供给消费者有竞争力的价格。

吕维民称,他们为新店开业做了大量顾客调研,新店的侧重点是满足中国顾客一些“未满足的需求”。

的毛利率达到多少才能令您满意?

吕维民:(笑)当然越高越好。我们通过一个模型预测后,可以确定百思买每平米的利润率将非常可观。在北美市场我们的毛利率达到25%。

上海证券报:国美曾对外宣称认为百思买近期都不会对行业造成冲击,您怎么看?

吕维民称:关于竞争,我并不认为国美是我们的竞争对手。进入中国,我们最需要的是向消费者学习,了解他们的消费习惯。百思买会引领中国家电连锁行业的改变。百思买将以自己的独特方式占据中国消费电子市场的合理份额。