

“先建网后牌照” 3G 发牌或推迟

专家认为可避免海外 3G 制式相关利益集团提出异议



史丽 资料图

□本报记者 张韬

似乎触手可及,却又难以确定。TD-SCDMA(以下简称 TD)今年3月将进入第三轮测试,但首季发放牌照应该将会落空,不仅如此,业内许多专家预测,3G牌照的发放甚至可能会拖到年底。种种迹象表明,政府可能采取“先建网、后牌照”的稳妥战略。

此前,瑞银发表研究报告认为,在TD成熟前中国不会发放3G牌照,发牌时间将进一步推迟。

TD 测试增加两城市

作为中国力主的3G技术标准,TD此前在厦门、保定、青岛三个城市进行了规模网络试验,以验证TD独立组网的能力。中国推广TD的决心非常

坚定,组织了持续数年的3G测试。除了上述城市外,在北京和上海也有小范围的信号覆盖。而且,TD今年3月将进入第三轮测试。

16日,来自TD联盟内部的消息称,将在深圳建立一个TD测试网。市场同时传出消息,中移动(0941-HK)母公司将负责主导第三阶段TD技术测试,并将首批建网的城市由奥运六大协办城市(天津、上海、青岛、秦皇岛、沈阳及香港),扩大到广州及深圳。

知情人士透露,六大奥运协办城市的TD建设“已经在做准备”,目前保定、青岛、厦门三地更多的是全城覆盖而非深度覆盖。而移动的“6+2”计划是为配合奥运场馆TD网络建设而设计,因此会更加注重深度覆盖,如满足停车场、电梯间的

通信需求,提高室内覆盖质量。

对于在深圳设立测试网,分析人士认为,因为深圳手机厂商很多,云集了大量的电信设备生产力量。深圳设立测试网可能拷贝香港模式。不久前,大唐移动在香港数码港建立了TD测试网。

一位电信分析师认为,根据中国政府对3G牌照发放的审慎的态度,可以将TD测试网范围的扩大解读为中国政府希望在TD标准足够成熟后,然后发放3G牌照。

拟先建网、后牌照

尽管在香港电信展上,信产部高层曾经表态中国3G牌照很快会发放,但是2006年12月28日,在全国信息产业工作会议上王旭东却透露,2007年将继续进行TD测试。毫无疑问,这让很

多预计2007年第一季度3G牌照就要颁发的人大失所望。

瑞银预计,中国将于2007年上半年继续测试TD,预计将扩至更多城市,并由中国移动领导、中国电信及网通参与。为了配合TD大规模测试,3G牌照可能延至今年底或明年初发放。

TD相关的一位人士表示,“去年TD网络测试非常正面,政府也有信心,所以才让移动实行“6+2”计划。”

但针对移动将主导TD测试的消息,中移动发出澄清:并未接到政府有关要求移动主导TD测试的通知,中移动在TD方面的测试还限于在厦门建设TD的规模测试网。

1月16日,中国移动的2007年集团工作会议上,中国移动总裁王建宙首次将奥运通信的准备工作列为中国移动的年度工作重点,不过并未提及3G牌照的相关问题。业内人士认为,从王建宙对投资方向的谨慎表态来看,3G牌照政策应该没有确定。

电信专家李进良之前就曾建议,中国应该尽量晚发牌照,而以试商用为名,通过行政手段分配TD频段,推动TD大规模建网,大规模发展用户,率先占领中国市场,继而积极开拓全球市场。“这样做既能回避一些敏感的经贸摩擦,也能让TD尽快壮大。”

而北京邮电大学教授吕廷杰也表示,政府策略可能采取类似当年发展小灵通的“先建网、后发牌”模式,避免一旦发放3G牌照,海外3G制式相关利益集团提出异议。

首开中欧直航 TNT收购华宇年中收官



资料图

□本报记者 索佩敏

经历了一系列“瘦身”后的快递和邮政服务供应商TNT正加快在中国市场的拓展步伐。TNT大中国区董事总经理迈克尔·德瑞克(Michael Drake)昨日透露,TNT于昨日正式开通上海至欧洲的直航服务。与此同时,TNT在中国国内网络的建设也在加紧进行,预计今年年中将正式完成对华宇物流的收购。

开通直航满足贸易需求

TNT此次专门购入一架全新的波音747-400 ERJ全货机投入中欧航线。这架货机将从1月18日起,每周三次往返于上海与TNT位于比利时列日的欧洲转运中心。通过连接

TNT中国递送网络和欧洲网络,该航线连通了500多个中国城市与400多个欧洲城市。

此前,TNT在中国主要通过租用商业航空公司如南航、东航等舱位来进行快速的运输,迈克尔·德瑞克对此表示,此次投入巨资自购飞机开辟中欧直航主要是为了满足中欧间快速增长的市场需求。据中国海关统计,2006年欧盟继续成为中国第一大贸易伙伴。中欧双边贸易总额比2005年增长25.3%,占当年我国外贸进出口总值的15.5%。随着双方贸易额的提升,两者间航空货物运输市场也在飞速提高。作为欧洲最大的快递服务供应商,TNT面临着急剧增长的客户需求。

迈克尔·德瑞克进一步透露,TNT将在今年5月购入并

投入运营第二架波音747-400ERF货机,同样投放至中欧航线,届时上海至列日的航班将增至每周6班。

收购华宇专注网络建设

在四大国际快递中,TNT近年来经历了大刀阔斧的改革。2005年12月,TNT宣布公司计划出售其合同物流业务,将战略重点进一步锁定于TNT自身的核心竞争力,即通过管理运输网络而提供的递送服务。2006年8月,TNT宣布以14.8亿欧元的价格将其“合约物流”业务出售给Apollo管理公司(Apollo Management,LP)下属公司,其在中国的物流业务——安吉天地汽车物流有限公司一并出售给了Apollo。

在大力“瘦身”的同时,TNT在网络建设上则不遗余力,频频以大手笔收购各地本土具有网络优势的企业。2005年12月,TNT宣布正在与国内最大货物包裹运输企业——华宇物流集团进行收购磋商。此次收购一旦完成,TNT将拥有中国最大的独家专营的货物及包裹运输网络。2006年,TNT收购了印度快递公司Speedage。2007年1月10日,TNT宣布完成对巴西最大的国内快递商莫库利奥(Mercurio)快递公司

100%股权的收购。

对此,迈克尔·德瑞克昨日表示,目前对华宇的收购已经进入最后的政府审批阶段,预计今年年中之前就会正式完成。“我们过去两个月一直在进行市场调查,明天(18日)会有一份报告提交公司讨论,研究华宇和TNT的品牌价值。”他进一步透露,TNT会基于这份报告来决定收购完成后华宇将采用何种品牌运营,短期内还是会保留华宇的品牌,不过从长远来看公司希望双方共同建立一个新的品牌。

值得注意的是,TNT过去2年曾大力推广的特许经营扩张模式正悄然改变。迈克尔·德瑞克承认,该项目实施后发现有利有弊,目前正在重新审视这个项目,在大部分市场,TNT倾向于直接掌控。2007年TNT将在中国增设9个分公司。

在自己拓展网络的同时,华宇物流的网络也开始为TNT快递提供服务。迈克尔·德瑞克透露,TNT已经尝试为一家跨国公司客户提供中国国内的快递服务,由华宇提供网络和具体的配送,TNT则主要负责IT系统支持、流程控制等管理工作,从而降低了递送成本。“这也许不是TNT日后开展国内快递业务的唯一模式,但的确是个好的模式。”迈克尔·德瑞克如此表示。

中国区总裁履新 家乐福领衔外资零售业

2006年外资在华卖场激增20%

□本报记者 于兵兵

福目前没有任何在华并购意向。数字显示,截至2006年底,家乐福在华门店数量92家,根据国内最大的商业零售网——联商网近期发布的零售业2006系列统计报告,家乐福成为目前外资零售业在华第一品牌,21家新增门店的规模较2005年的71家总规模相比增加30%以上。而包括家乐福、沃尔玛、易出莲花、TESCO乐购、麦德龙在内的五大外资零售商去年一年在我国内地的门店数量平均增加20%以上。

不止于此,外资在2007年的发展目标同样惊人。联商网报告称,家乐福规划在2007年于中国大陆市场再开店20家,未来两年的全球新开店目标数量达到200家。大润发则高调表示2007年突破百家门店,目标直追家乐福、沃尔玛在华规模。相比全球第二大零售商家乐福在中国市场的首当其冲,作为世界第一零售品牌的沃尔玛正低调酝酿一次大举反攻。联商网报告称,沃尔玛已经列入计划的在华开店数量达到50家以上。

对于外资如此急切的跑马圈地心情,上海商业地产和零售

业分析师林戈介绍,为缓解“人民币升值”压力,扩大国内需求以抵御由过分依赖出口贸易带来的汇率波动已经成为2007年宏观经济走势的普遍预期。为此,中国经济政策必然向鼓励内需方向发展,中国消费品市场将为此将迎来发展高峰。而欧美地区成熟市场的零售业相对饱和也成为外资拓展海外业务的重要原因之一。

对此说法,家乐福相关人士表示,中国市场是任何一个大型国际零售品牌的必争之地,因此不存在短期套利的。

淘宝称去年交易总额突破169亿

超过沃尔玛在华全年营业额

□本报记者 张韬

淘宝网昨日宣布,2006年全年交易总额突破169亿元,与去年同期80.2亿元的交易额增长了110%。

仅淘宝一家交易额即突破2005年中国C2C市场全年交易总额,这一数字超过易初莲花(100亿)、沃尔玛(99.3亿)在华的全年营业额,更是北京王府井百货集团全年销售总额的2.6倍。

据介绍,淘宝网注册用户已超过3000万,与去年同期1390万用户同比增长116%,2006年淘宝用户人均在网购消费563元。

按照成交额排名,淘宝网上最热销的十大商品分别是手机通讯设备、化妆品、笔记本电脑、网络游戏虚拟商品、电脑硬件、数码相机、珠宝首饰、运动健身、手机充值/IP卡、汽车摩托配件。

以成交量来衡量,2006年全年淘宝网上一共销售出4000万件香水等化妆品,2000万张充值卡,2000万件保健品,940万本图书,450万双鞋子,430万个打火机,230万件内衣,220万部手机,210万条裤子,200万件外套,100万个U盘,60万台数码相机、40万台笔记本电脑。

业内人士称,电子商务已经开始成为主流销售方式,越来越多的人在网上购物,而且购物范围也越

来越广,服务行业和日常生活用品成为主流。淘宝网表示,在中国目前化妆品和手机是网上交易量最大的商品,淘宝网2006年全年销售手机及配件金额在53亿左右。值得一提的是,这同AC尼尔森2005年针对中国网购市场调查明显不同,根据AC尼尔森报告,在中国,56%的网上购物者选择在网上买书;影碟制品排在第二位,音乐类、衣物、鞋帽及服装配件排在第三。淘宝网认为由于支付宝等有效支付手段的增强,帮助了中国网上消费逐步趋向成熟。

淘宝网分析认为,鉴于中国的网上购物者以受过良好教育的年轻人为主,这预示着未来5至10年,随着这一人群的成长,他们将成为社会消费的主体力量,其消费模式将对社会消费习惯产生深刻影响。

淘宝网总裁孙彤宇认为,通过全面应用支付宝这一安全支付手段,涉足B2C领域以及在物流等诸多领域为用户提供附加服务,淘宝网真正满足了用户的购物需求。目前网上购物市场依然处于高速增长的市场培育期,作为这个市场唯一的领导者,淘宝网将在2007年致力于构建一个网上商圈,为用户提供全面完整的购物解决方案,并通过此服务,在实现社会网络化方面做出自己独特的探索。

奇瑞拟借宝腾扩军马来西亚

谈判3月内完成



史丽 资料图

□本报记者 吴琼

久无消息的奇瑞汽车和马来西亚国营汽车企业——宝腾汽车的合作事宜,又有最新进展。据了解,双方正在谈判,由宝腾汽车组装奇瑞汽车2款车型,在马来西亚销售。但奇瑞汽车未透露,是否由贴牌宝腾汽车在当地销售。

昨日,中国奇瑞汽车在马来西亚的总经销商阿拉多公司执行主席苏锦鸿表示,奇瑞汽车计划在马来西亚推出新车型,以促进其销量。

据悉,奇瑞A160、奇瑞QQ、奇瑞QQR和奇瑞B140今年在马来西亚的销量亦将达到2000辆左右。但奇瑞汽车仍打算通过不同产品切入细分市场,以获取更大的市场。

苏锦鸿透露,奇瑞汽车正与宝腾汽车商议:由宝腾汽车组装奇瑞B14型多用途车、T11型越野车,并在马来西亚销售。初期,宝腾汽车将组装50辆至60辆奇瑞汽车。预计,该项谈判将于3个月内完成。但苏锦鸿并未透露,宝腾汽车组装的奇瑞汽车,是贴奇瑞汽车的牌还是宝腾汽车的牌。

因为2005年下半年,马来西亚出了一项新政策:要求新进入马来西亚的汽车品牌,若在马来西亚当地生产及组装汽车后,不允许在

马来西亚销售,必须100%出口。此前,马来西亚对外国汽车企业相当友好。在马来西亚设厂的外国汽车企业享受“进口关税全免,前5年免70%企业所得税”的优惠,因此,奇瑞汽车初期打算以在当地设厂的方式进入当地市场。

不过,昨日奇瑞汽车拒绝就谈判事宜作出回应,仅表示出口按原先拟定的出口战略进行。2006年,奇瑞汽车出口超过5万辆,其2007年出口目标为10万辆。

奇瑞汽车和阿拉多公司的合作始于2004年。2004年11月12日,奇瑞汽车与阿拉多公司签订合作协议:由后者在马来西亚制造、组装、配售和进口代理奇瑞牌轿车,奇瑞汽车试图借马来西亚来为跳板进军东盟汽车市场。

其后,奇瑞汽车和阿拉多公司合作日渐紧密:2005年5月,奇瑞汽车带着A160汽车进入马来西亚;2006年7月,奇瑞公司又在马来西亚推出QQ和QQR两款车型。

记者从奇瑞汽车获悉,一旦奇瑞汽车和宝腾汽车签订在马来西亚的代工销售的协议,马来西亚乃至东盟市场将进一步将奇瑞汽车打开大门。与此相应,宝腾汽车会要求奇瑞汽车为其开展进入中国市场的大门——即奇瑞汽车为宝腾代工生产轿车,并在中国销售。

田力普:希望北交所尽快形成无形资产评估、作价流程

□本报记者 卢晓平

17日,国家知识产权局田力普局长表示,希望北交所能尽快形成一套对无形资产评估、作价的流程,成熟完善后可以在全国进行推广。

他在视察北京产权交易所中关村办公区,并参观了国家专利技术(北京)展示交易中心时上述的话。

田力普充分肯定了北交所所在知识产权交易方面所做的工作。同时,他指出,知识产权制度是推动我国自主创新的关键保障,在建设创新型国家中的作用日益突出,党中央、国务院对知识产权工

作空前重视,我国经济、科技、贸易和文化发展也对知识产权工作提出了更高的要求。国家知识产权局实施的全国专利展示交易平台计划,也是知识产权战略相关配套政策的一个具体体现,其目的就是要大力促进专利技术的商品化和产业化,为我国知识产权工作跨入战略新阶段奠定良好的基础。

北京产权交易所熊焰总裁向田力普局长介绍了北交所成立知识产权交易中心以来,在打造专利技术展示交易平台、无形资产评估等方面开展的相关工作,并汇报了知识产权交易中心的下一步发展规划。

去年中国网络游戏市场规模达65亿

17日在2006年度中国游戏产业年会上发布的《2006年度中国游戏产业报告》显示,2006年中国网络游戏市场规模达到65.4亿元人民币,比2005年增长73.5%,大大超出46.3%的增长预期,中国网络游戏市场已经成为国际公认的最具发展潜力的市场。

据悉,这份报告是由中国游戏工委与IDC国际数据公司联合开展的一项针对中国游戏产业的调查工作的结果。(据新华社)