

# 确保盈利 辉瑞启动万人大裁员

## 计划在明年底前减少15亿至20亿美元成本,中国公司的相关计划还未最后确认

□本报记者 于兵兵

昨天,世界最大制药企业之一美国辉瑞公司中国总部向记者证实,辉瑞公司已发布与裁员有关的全球战略调整计划,大幅裁员的主要原因是计划在明年年底之前减少15亿至20亿美元的运营成本。至于辉瑞中国是否在裁员重整之列,辉瑞公司仅表示不同区域会有不同的执行策略,更详细的计划还没有最后确认。

### 确保盈利增长之举

此前,有消息称,辉瑞美国总部已于22日发布重整规划,称公司两年内将裁员1万人,同时关闭多家药厂和研发中心。分析人士指出,万人裁员的数字,包括去年底辉瑞于美国总部裁去的2200位销售人员,和接下来的7800名全球裁员计划。

去年底,辉瑞首先对美国本土销售部门员工数量进行削减,裁员人数达2200人,占员工总数的20%。相关发言人曾表示,辉瑞将于今年1月公布长期前景以及有关公司转型的更多举措。

而在昨天披露的信息中,辉瑞公司接下来的裁员计划涉及人数为7800人,其中包括缩减欧洲销售队伍20%以上的人力。公司力图借此在2008年底前再节



辉瑞制药是全球最大制药企业之一 资料图

省至多10亿美元的成本,以确保在营业额停滞不前的情况下盈利仍然增长。

根据辉瑞公司公告及公开资料,去年第四季度,公司盈利增加2.56倍,达到94.5亿美元,每股盈利1.32美元。盈利上升的原因主要是公司将旗下消费者保健业务售出。但与此同时,公司营业额却总体持平。去年全年辉瑞总收

入为484亿美元,比前年略增2%,其中去年第四季度销售收入为126亿美元,与前年同期几乎持平。

市场人士介绍,营业额持平的主要原因是抗生素药物和治疗抑郁症药物的销售大减。根据辉瑞自身的预计,2007年公司营业额将继续持平,每股盈利介于2.18至2.25美元。2008年营业

额同样会保持不变,盈利增长率为6%至9%,每股盈利2.31至2.45美元。

对于裁员可能对辉瑞员工造成的影响,辉瑞中国表示,总部将完全根据相应的法律法规执行改革计划,“对于受到影响的辉瑞员工,将给予适当的尊敬和关怀。”辉瑞公司同时称,由于不同国家会遇到不同的挑战和机遇,

# 广汽集团重启整体上市计划 倾向境外

□本报记者 吴琼

昨日,记者获悉,广州汽车工业集团(简称“广汽集团”)重新启动整体上市计划。广汽集团董事长张房有表示,集团更倾向于在境外上市。

随着中国概念加消费概念的升级,汽车股再度受到境内外机构投资者的关爱。在此情况下,搁置近一年半的广汽集团整体上市一事,再度被提上议事日程。2005年7月13日,中国证监会批准广汽股份进入上市辅导期。有消息称,其打算募资400亿元。

日前,张房有表示,广汽集团更希望在境外上市,募集资金将主要用于建设自主品牌。

2006年,广汽集团就传出海外上市的意图。

尽管张房有未透露上市具体地点,但由于此前有消息传出广汽集团拟赴香港上市,且广汽集团持股的骏威汽车已为香港上市公司,因此业内猜测张房有所说的“境外”很可能为香港交易所。

而广汽集团股份公司(简称“广汽股份”)总经理曾庆洪亦表示:广汽集团股份公司今年下半年肯定上市,并优先选择海外上市。

但记者获悉,负责广汽集团整体上市计划的工作小组有两种意见:去香港上市还是在内地A股上市?产生分歧的原因有多种,其中内地A股市场的活跃和

高发行价是最为重要的一环。加上此前负责广汽集团整体上市的中介机构多为内地企业,如赴港上市,则将重新引入新的境外中介机构。

据广汽集团内部人士透露,此前负责广汽集团上市的资产评估机构为北京天建兴业资产评估有限公司;负责审计的机构则是广州羊城会计师事务所,该机构为著名的四大会计师事务所之一的普华永道在华的联营机构;负责广汽集团整体上市的主承销商为广发证券。

但无论在香港还是内地A股上市,按照目前广汽集团的发展规划和增长态势,都将获得较高的市场认可。

拥有广州丰田和广州本田两驾马车的广汽集团,在中国汽车市场越来越有话语权;其汽车产量从2004年的21万辆增加到2006年的35万辆,销售收入也从不足400亿元急增至720亿元。

此前,广汽股份总经理曾庆洪表示:广汽集团计划2010年乘用车年产能达110万辆,商用车年产能达23万辆。此外,2007年总销售收入达到1000亿元,2020年则希望实现2000亿元。由于广汽集团的汽车运作主体为广汽股份,该规划其实是针对广汽股份而言。

2004年6月,广汽股份成立。其时净资产为34.9596亿元,总资产为85亿元。

# 中国广告市场今年可达2000亿元

## 互联网和户外广告有望成为增长最快的类型



中国户外广告在广告业收入中所占的比重达到了15%左右 资料图

□本报记者 索佩敏

在全球广告市场复苏的背景下,中国广告市场也将继续快速增长。摩根士丹利执行董事季卫东日前接受上海证券报专访时预测,2007年中国广告市场的增幅将为15%,预计达到2000亿元;而受惠于北京奥运会的带动效应,中国广告市场将在2008年迎来一个增长高峰,较2007年大幅增加25%,达到2450亿元。互联网和户外广告将成为增长最快的媒体类型。

### 传统媒体广告继续分流

实力传播预测,2007年全球互联网广告增幅将达

28.2%,远高于其他媒体3.9%的平均增幅。

易观国际相关研究也表明,2010年中国网络广告市场规模将达115.63亿元,年均复合增长率将达26.2%。中国超过3000万的中小企业营销资源将得到撬动,互联网广告客户在未来3年将以每年20%的速度增长。

与互联网广告额的不断上升相反,传统纸媒的广告份额正在缓慢下降。2006年,中国纸媒广告额较2005年下降了1%。季卫东表示,纸媒应该引起警惕,今后需要着重考虑的方向是成为“内容的精品店”。

### 中国户外广告一枝独秀

与户外广告在美国的低比重不同,中国户外广告在广告业收入中所占的比重达到了14%—15%,季卫东预测其将与互联网双双成为广告收入增幅最快的媒体形式。季卫东指出,户外广告在中国面临的监管风险较低,而且在同一区域内户外广告商往往具有垄断性。智威汤逊(JWT)集团旗下天业广告总经理曹成认为,与美国等国地广人稀不同,中国人口密度较大,使户外媒体具有较好的效果。

尤其值得注意的是,户外广告将在2008年奥运会中中大受益。“雅典奥运会期间,全球最大的户外广告商Clear Channel在雅典的广告价格上

升了50%。”季卫东表示,考虑到2008年奥运会召开时为夏天,而且中国人一般倾向于在户外活动,预计到户外广告也会有较大幅度增长。

事实上,户外广告在中国的巨大前景已经引起了业内的关注。TOM集团首席执行官王斌近期对外界表示,TOM集团从今年起将采取投资加盟模式扩大自身户外广告业务,重点则瞄准二线城市。而白马户外媒体、大贺传媒、JC Decaux等户外媒体商也正在积极整合旗下的户外媒体资源。

### 分众传播成为新趋势

“过去靠一个广告通吃天下的时代已经过去了。”曹成如此感慨。在他看来,广告正在由过去的追求大量覆盖转向精细营销,即专业细分广告广告的出现。

季卫东也表示,“分众传播将是未来广告业发展的趋势。”他指出,广告公司越来越关注广告的实际效果,即是否能够有效地到达人群和所到达人群的质量。

不过,这并不意味着传统的电视、报纸等大众媒体将完全被取代。季卫东指出,对于品牌广告来说,权威的主流媒体如央视、新浪等由于受众面广,仍将作为品牌广告投放的主要阵地。

曹成则认为,得益于中国消费市场的迅速增长,零售网点会成为新的分众传播渠道。专卖店、大卖场和便利店这些商业业态在一线城市逐步崛起,也成为广告投放的新渠道。

# 谋出口转型 奇瑞汽车欲新建海外组装厂

□本报记者 吴琼

昨日,记者从中国奇瑞汽车有限公司(简称“奇瑞汽车”)获悉,奇瑞汽车正拟实现出口战略的转型,由此前的出口产品、出口技术到在海外建立组装厂的方向转变。这一变化将最终有利于实现奇瑞汽车2010年40万辆的出口目标。

昨日,有消息称,奇瑞汽车计划在中东、东欧及南美洲开设3家组装厂;奇瑞汽车董事长尹同耀表示,今年将对这3家工厂进行详细规划。

而此前,拉丁美洲的阿根廷 Socma集团透露,正与奇瑞汽车商谈合资事宜,双方拟共同出资1亿美元成立合资公司,奇瑞持股51%,Socma持股49%。双方将于2007年5月,在Socma集团旗下乌拉圭的一家工厂组装生产奇瑞汽车、QQ汽车。初期产能为2.5万辆,目标产能为10万辆。

但昨日,记者致电奇瑞汽车高层时,其称:目前此事暂无定论。但奇瑞汽车正在考虑出口新战略,由此前的纯汽车产品出口、出口技术,转变为技术输出+当地生产的模式。

据悉,奇瑞汽车已在5个国

家设有6个组装厂,如东欧的俄罗斯、东南亚的印度尼西亚、中东的伊朗等。这6个组装厂的投资,均为外方现金出资,奇瑞汽车以技术出资的模式。

奇瑞汽车在俄罗斯的合资伙伴为加里宁格勒的阿夫塔托尔公司,该工厂的投资在2亿美元左右,产能约15万辆,奇瑞汽车利用阿夫塔托尔的产能组装奇瑞QQ、旗云、东方之子奇瑞等车。套用此前尹同耀的话:采取这种合作模式后,奇瑞汽车才发现有多种盈利途径:合资建厂后,奇瑞汽车至少可以分享三种收益,一为技术转让费;二为技术培训费;三为按股比分成的利润。

而且这一方式更利于奇瑞汽车开拓海外市场。尤其在海外,奇瑞汽车兵临城下的大举杀入后,纷纷制造对中国汽车企业设置诸如关税等各种阻碍时,奇瑞汽车通过此举,很好地起到了规避作用。

“2007年,包括在海外组装厂的销量,奇瑞汽车计划出口7万辆。”奇瑞汽车高层称,“尽管这一销量离2010年出口40万辆的目标还很远,但我们还是努力往40万辆的路上走。”

# 达美航空申请明年中美新增航权

□本报记者 索佩敏

2007年中美新增航权争夺战刚刚落幕,美方航空公司又开始争取2008年的新增航权。美国达美航空公司昨日宣布,公司已经向美国交通部提交了申请,希望开辟亚特兰大至上海的直飞航线,而这也将是两个城市首条直飞航线。

在达美航空19日递交的这份申请文件中,公司计划从2008年3月25日开始,全年提供亚特兰大和上海之间的每日直飞航班。达美航空将在该航线中使用波音777型飞机,并在两舱布局的飞机上提供商务精英舱服务。

达美航空同时表示,希望与其代号共享合作伙伴和未来的天合联盟(SkyTeam)成员——中国南方航空公司展开更密切的合作,将到达上海的旅客输送到全中国众多的其他商业和旅游城市。此前,中美航线上最大的承运人美联航也表示将与同为“星空联盟”伙伴的国航和上航展开合作,使公司在中国的航线网络可以当天衔接至国内16个城市。

作为全美第三大航空公司,达美航空以亚特兰大机场为枢纽,该机场是目前全球客流量最大的机场。然而在中国这个快速增长的市场上,达美航空却一直徘徊在外。目前中美航线上共有美联航、美西北、美大陆和美利坚航空四家公司运营客运航班。由于按照中美航权协议,



2007年新增的航班仅从中美航线现有运营的公司中选择,因此与达美无缘。最后由美联航赢得了2007年美方仅有的7班客运航权,后者将于今年3月开辟北京—华盛顿航线。

但达美航空并没有放弃进入中国市场,早在去年9月亚特兰大市长雷吉·富兰克林来华访问时就表示,将全力支持达美航空申请2008年开辟亚特兰大至中国的航线。

“毫无疑问,达美航空公司是下一个进入中国市场的最佳候选航空公司。”达美航空的首席执行官Gerald Grinstein如此表示。Grinstein指出,目前美国东南部地区和中国之间缺乏航班服务,美国东部和上海之间没有美国航空公司的直飞服务,达美航空新的上海航线将填补的这些空白。

# 中石油集团去年上缴税费 1777 亿

记者23日从中国石油天然气集团公司获悉,中国石油集团2006年上缴税费总额达到1777亿元,集团总资产达到1.4万亿元,比2002年增长近一倍。

根据中国石油集团公布的数据,2006年,集团实现销售收入8061亿元,利润总额1856亿元。在美国《财富》杂志2006年度全球500强中居第39位,在美国《石油情报周刊》世界最大50家石油公司中排名第7位,分别比上年提高7位和2位。

据集团总经理蒋洁敏介绍,在保障国内市场供应方面,集团全年加工原油1.16亿吨,同比增加4.8%;生产成品油7349万吨,占全国的41.4%,增加3.3%;化工产品产量1361万吨,增加1.6%。(据新华社)

# 日韩石油巨头将全方位战略合作

日本最大石油企业新日本石油公司近日宣布,将与韩国最大石油企业SK集团建立全方位战略合作关系。

根据协议,双方将互相持有对方1%的股份,并在石油开发和石油制品供给等领域进行广泛的资金和业务合作。此外,在石油化工领域,将考虑在共同建设生产设备等方面进行合作。

据悉,上述两家公司现阶段

合作协议的期限为10年,如果合作顺利将自动延长。随着合作计划的具体化,双方还将考虑进一步提高相互持股比例。

日本媒体报道说,日韩两国石油行业老大开展合作,主要是为了提高国际竞争力,以应对亚洲地区快速增长的市场需求。另外,由于中东局势不稳定导致石油价格难以预测,双方加强合作也是为了确保能源安全。

(据新华社)