

# 价格优势显现 中国客车出口激增

## 金龙、大中等企业出口数量增幅均超 100%，中端车渐显国际竞争优势

□本报记者 吴琼

在 2006 年曝出德国尼奥普兰客车股份有限公司状诉中国江苏中大客车侵权一事，中国客车业陷入了侵权困境。

但昨日在上海举行的第七届世界客车博览会亚洲展览会上，记者获悉，中国客车业在侵权争端中，仍然出口旺盛。较多的客车企业高层表示：一旦走过知识产权争端阶段，拥有自主创新和知识产权的中国客车企业，将成为国外客车最有力的竞争对手。

不过，来自世界客车联盟的秘书长 Luc Glorieux 指出：中国客车企业必须解决售后、维修体系的问题，才能与欧洲客车企业一较高下。

宇通客车和金龙客车的中层均表示，有意三分中国客车天下。目前，这两家中国最具竞争力的客车企业已将战火延伸至海外。此外，陷于侵权纠纷的江苏中大客车亦信心满满地冲向国际市场。

据了解，2006 年，金龙客车总销量为 2.4 万辆，较 2005 年增长 30%；出口 2500 辆，同比增长 200%。

“预计今年金龙客车在国内市场的总销量将增长 30%至 40%，海外销量将增长 100%。”金龙客车相关人士表示，“至 2010 年，我们计划占据中国客车市场三分之一的份额。目前，金龙客车在中国的市占率为 20%。”

据了解，金龙客车的主要出

口地为亚洲、东南亚、南美、俄罗斯；2005 年，金龙客车成为首个将车卖到欧洲的中国企业；并计划今年将海外市场拓展至新西兰和韩国。

至于何时进军美国市场，金龙客车显得相对谨慎。据了解，目前，金龙客车已有样车在美国试运行，但由于目前尚未获得进入美国市场的产品认证，且对美国当地需求不了解，金龙客车近期未打算进军美国。

与金龙客车势均力敌的宇通客车，亦将 2010 年市场份额定为三分之一。宇通客车目前的主要出口国为古巴、伊朗、俄罗斯。

2006 年，宇通客车总销量为 2 万辆，同比增长 20%；出口 2000 辆，同比增长 60%。按计划，2007 年，宇通客车将加快出口步伐，由 2006 年的 2000 辆增至 1 万辆；其总销售目标为 2.5 万辆至 2.6 万辆，同比增长约 30%。

“宇通客车每年耗资近 2 亿元于研发。”宇通客车相关人士表示，“中国客车企业只有不断学习和创新，才能走过知识产权争端这个门槛。”据其预计，走过这一门槛需要 5 年时间。

陷入侵权争端的江苏中大客车也表示：将加大出口力度，未来出口占其总销量的三分之一。今年，其将在俄罗斯建立组装厂；与此同时，今年主要销售重点区域定在中东。

据了解，2006 年，江苏中大客车共销售 2000 辆，同比增长 200%；出口 400 辆，同比增长 400%。



中国客车在国际市场中的优势主要体现在价格上 资料图

面对中国客车企业这股汹涌的“出口潮”，Luc Glorieux 给出了一个较为中肯的建议，“除了价格优势外，中国客车技术仍无法与欧洲客车相比。因此，想进入欧洲市场，中国客车企业应该以中欧为切口，熟悉欧洲市场后，再进入整个欧洲市场；另外，中国客车企业也要提高海外售后服务能力。”

对此，金龙客车相关人士表示，“中国客车的优势确实在于性价比。另外，中国客车的覆盖面积，尤其是在中高端和中低端客车上，即在 10 万美元的客车上拥有较大竞争力；而欧洲客车的优势主要在 15 万美元市场上”。

## 前两月商用车产销差达 10 万辆

□本报记者 吴琼

昨日，记者从中国汽车工业协会获悉：今年 2 月，我国乘用车产销降幅略高于商用车，但商用车存在 10 万辆的产销差(库存)。专业人士认为，3 月份将迎来商用车的激烈竞争。

据中国汽车工业协会统计：2 月份，汽车产销量较 1 月有所下降，产量降幅高于销量降幅。其中，汽车产销分别为

57.05 万辆和 55.34 万辆，较上月下降 25.12% 和 22.83%；乘用车产销分别为 42 万辆和 41.66 万辆，分别较 1 月下降 26% 和 24.41%；而商用车的产销量为 15.05 万辆和 13.57 万辆，分别较 1 月下降 22.55% 和 17.53%。

但数据指出，商用车的产销缺口远高于乘用车。今年前两个月，汽车产销 139.22 万辆和 127 万辆，库存为 12.22 万辆；其中乘用车库存为 1.74 万辆；商用车产销 10.38 万辆。

## 北京联通“长市卡”推出单向收费

北京联通 13 日对外宣布，旗下 G 网如意通中的“长市卡”(原称“长市合一”型如意通)从 3 月 14 日起，推出单向收费服务，同时主叫资费下调近 30%。

作为如意通品牌中的一项预付费业务，“长市卡”在北京已亮相 2 年多，以“长途市话一个价”吸引了不少消费者，目前在北京拥有近 300 万用户。

据北京联通介绍，新政策实施后，用户可根据自身需求自助申请选择服务项目。接听电话不是很多的用户，可根据自己的需要选择免费接听 500 分钟的“畅听王”政策。

另外“长市卡”主叫资费也大幅下调：一是取消忙闲时段，实行全天优惠；二是主叫话费(包含本地和国内长途，不含港澳台)降幅近 30%，由原先的每分钟 0.35 元降至每分钟 0.25 元(加投 96531)。

此外，根据北京联通公布的消息，选择单向收费服务项目需月功能费 16 元，若申请选择单向收费政策，短信费用为联通网内每条 0.10 元，联通网外每条 0.15 元。(据新华社)

## 韩五大汽车商今年全球销量将增 15%

据《日本经济新闻》日前报道，韩国五大汽车厂商今年的全球销售计划已全部发表，汇总结果显示，其总销量将增长 15%。

其中，韩国最大的汽车制造商——现代汽车集团和其旗下的起亚汽车公司的销售计划合计增长 14%，总销量为 427.5 万辆，其他各大厂商的销售计划也都有大幅增长。5 家厂商的总销售计划共计 640 万辆。

报道同时指出，今年现代汽车的国内产量将只增长 7%，海外生产将大增 15%，海外产量将首次超过 100 万辆。其中，其面向全球最大市场、专门生产 SUV 的全球阿拉巴马工厂将满负荷运转，当地生产将增加 30 万辆。

# 各方低调面对大宝天价股权转让

### 强生、雅芳等被传有意入主，大宝方面三缄其口

□本报记者 于兵兵

近些天来，北京大宝化妆品有限公司 23 亿元转让 100% 股权一事已经成为日化领域的热门话题之一，大型外资企业——美国强生集团与雅芳集团等相继传出有意接盘。而在强生(中国)表示对此不予置评之后，雅芳(中国)有限公司总裁高寿康在近日举行的公开活动中表示，“公司随时关注是否有并购好品牌或者好工厂的机会，对所有可能出售的品牌或我们认为有潜力的品牌，雅芳都会感兴趣。”在收购大宝问题上，高寿康无法回答“YES or NO”。

这一表态给市场留下了巨大的想象空间。雅芳可能通过收购大宝进一步开拓内地化妆品市场的说法不胫而走。

但是，在股权转让过程中，大宝公司本身一直三缄其口。昨天，北京大宝化妆品有限公司相关发言人称目前还没有可以对外公布的信息，当记者问及有关“强生与雅芳争夺大宝股权”的传言时，该人士称“没有听说”。对于股权转让完成后是否可能以较正式的方式介绍交易情况，该发言人称目前无法确定。

2 月 27 日，大宝化妆品有限公司 100% 股权在北京产权交易所正式挂牌出让，作价 23 亿。这



职工安置问题是 大宝股权转让的关键环节之一 资料图

个包含了 83.42% 国有企业股份和 16.58% 公司职工持股的国字头企业的全盘转让令市场瞩目。而早在去年开始，大宝股权就已经开始进入转让谈判，美国强生集团最早传出有意入主的消息。但是受职工安置问题的影响，谈判一度搁置。近日，雅芳等企业也曾与大宝公司进行接触的说法开始在市场流传。

“尽管市场占有率处于下滑趋势，但大宝并不是亏损企业。”广州日化协会副秘书长谷俊向记者表示。业内人士称，公司转让原因更多的是从国有企业减

负角度出发，而大宝成立 20 多年来在全国建立的庞大化妆品销售渠道成为吸引外资化妆品巨头的重要原因之一。数据显示，2003 年，大宝润肤品在行业中市场份额为 17.79%，但是到了 2005 年，这一占比已降至 1% 左右。目前，大宝公司仍有众多员工和相当比重的聋哑职工，这也是此次股权转让谈判中的关键环节。

大宝公司股权转让的谈判正在低调的氛围中进行，其交易结果也有可能处理得相当低调。

根据挂牌规则，本月 26 日

为挂牌期。如未征集到意向受让方，则不变更挂牌条件，按照 5 个工作日为一个周期延长挂牌，直至征集到意向受让方。如征集到两个及以上符合条件的意向受让方，则以招投标(评审)方式确定受让方。

昨天，北京产权交易所工作人员以不符合规定为由拒绝透露目前是否已经有正式的意向受让方。根据该工作人员的介绍，交易结果不会在产权交易所网站公布，但称 3 月 26 日后，如果挂牌信息已经从网上撤消，则标志着该股权转让已经完成。

## 阿斯顿·马丁重回英国怀抱

# 福特 9.25 亿美元剥离豪华车品牌

□本报记者 吴琼

豪华运动汽车——阿斯顿·马丁重回英国怀抱。昨日，福特汽车公司宣布：将以 9.25 亿美元“下嫁”阿斯顿·马丁，“迎娶者”为以英国赛车企业家大卫·理查兹为首的投资集团。此举意味着，福特汽车的瘦身计划正在顺利进行中。在近年来欧美汽车巨头的解围过程中，屡屡见到投资集团的身影，预计未来投资集团与汽车企业间的合作将会越来越多。

昨日，福特汽车宣布：已就阿斯顿·马丁公司出售事

宜，与大卫·理查兹(David Richards)为首的投资集团达成最终协议。4 家财团共出资 4.79 亿英镑(约 9.25 亿美元)接手阿斯顿·马丁；但福特汽车将保留 4000 万英镑(合 7700 万美元)的投资，即持股 8%；未来大卫·理查兹将出任阿斯顿·马丁公司的非执行董事。

据了解，大卫·理查兹是英国 Prodrive 车队创始人兼经理，另三家“迎娶者”中，约翰·辛德斯特是一名大银行家，Investment Dar 和 Adeem Investment 公司则来自于科威特。

至于福特汽车和 4 大财团交易的其它条款，福特汽车并未对外公布。早在 2006 年 8 月，福特汽车全球销量急剧下滑，业绩不理想之后，福特汽车开始公布重组核心汽车业务部门和进行筹集资金时，就考虑过处理阿斯顿·马丁公司一事。其后众多买家开始与福特汽车接洽，最终福特汽车选择了以大卫·理查兹为首的投资集团。

据悉，这笔巨额的交易将于今年第二季度完成。福特汽车总裁兼行政总裁艾伦·穆拉利表示：“出售阿斯顿·马丁公

司，有利于支持福特汽车完成目标。福特汽车旨在重组公司，以更多的销量和更佳的车型组合来实现盈利；并有更多的资金加快新产品开发。对阿斯顿·马丁公司而言，该项交易也是一桩好事。因为此后会有更多的资金用于阿斯顿·马丁公司的发展。”

部分英国人将这一消息视为利好。因为阿斯顿·马丁是英国“血统”；在著名影片 007 中，该车频频亮相。1987 年，阿斯顿·马丁被福特收购，收购其 75% 股份；7 年后，福特汽车全额收购该公司。

## 通用电气、丰田和宝洁蝉联《财富》最受尊敬公司榜单三强

美国《财富》杂志日前公布了最新的年度全球最受尊敬 50 家公司的榜单。榜单显示，美国通用电气公司、日本丰田汽车公司和美国宝洁公司连续第二年位列该榜单前三甲。

《财富》杂志与合益集团合作，对全球 347 家公司超过 80 亿美元的大公司的金融分析师和公司高管进行了调查，根据财务、人力资源、产品和服务质量等几大指标得出这一结果。

榜单显示，美国公司上榜最多，高达 35 家，占了 70%；其次是

日本公司，共有 5 家公司上榜。除了日本公司以外，亚洲还有两家公司上榜，分别是新加坡航空公司和韩国三星电子公司，分列第 17 和第 34 位。

另外，从单一指标上看，创新方面最受尊敬的三家公司分别为美国苹果公司、美国联邦快递公司和美国迪士尼公司；人力资源管理最受尊敬的三家公司分别为美国宝洁公司、美国联邦快递公司和美国通用电气公司。

(据新华社)

## 松下拟增加在欧洲平板电视销量

据日本共同社 12 日晚间报道，松下电器公司当天发表 2007 财年(2007 年 4 月至 2008 年 3 月)销售计划称，下财年公司在欧洲市场的平板电视销量将比本财年的预计销量增加约四成。

松下表示，本财年公司在欧洲的平板电视销量预计将达到 185 万台，2007 财年的销售计划将在此基础上扩大 43%，达到 265 万台。其中，液晶电视销量将扩大 75%，达到 140 万台；等离子电视销量将扩大 44%，达到

125 万台。松下公司预计，2007 财年，欧洲的平板电视市场将扩大 15%，与此同时，平板电视的价格将继续下降，降幅在 15% 到 20% 之间。在这种形势下，松下将通过扩大销售确保企业的利润。

据悉，目前松下在欧洲等离子电视市场上最畅销的机种为 42 英寸的机种，今后松下将一方面促进等离子电视的大型化，一方面考虑推出更多超高清精细机种。(据新华社)

## 去年全球存储软件市场增长 8.3%

权威市场研究机构国际数据公司(IDC)12 日发表报告说，2006 年全球存储软件市场销售额达到 98 亿美元，比上年增长 8.3%；其中第四季度销售额为 26 亿美元，比上年同期增长 3.1%。

IDC 分析家说，该市场增长的动力来自归档、复制和文件管理软件需求增加。去年第

四季度，存储复制软件市场增长了 14.4%，规模较小但发展更快的归档和分级存储管理软件市场增长了 25.5%。

去年，EMC 公司居存储软件市场首位，市场份额达 27.4%；第二位是赛门铁克公司，去年市场份额为 18.8%；其后分别是 IBM(12.4%)、网域存储(9%)、CA(5.4%)和惠普(5.3%)。(据新华社)

■领导者说

## 恩智浦大中华区高级副总裁：中国半导体市场将是考虑重点

□本报特约记者 姚音

去年 8 月，飞利浦电子集团以 83 亿欧元的价格，出售原飞利浦半导体事业部 80.1% 的股份给两大私人国际财团后成立恩智浦公司。目前，恩智浦保持着全球半导体市场十大独立领导厂商之一的市场位置。

针对新公司成立后的战略方向及中国市场未来的推广计划，本报记者近日专访了恩智浦半导体大中华区高级副总裁兼区域行政官李耳(Tony Lear)。

李耳：在 NXP 半导体独立之前，我们已进行了一项称之为“业务更新”的计划。该计划着重提升业务利润、自身的生产力以及制造方面的策略。业务更新计划的重点之一，一方面是通过提升生产力创造最佳的利润；另一方面也通过降低成本以达到更好的收支平衡，从而实现投资效益最佳化。

《上海证券报》：NXP 在 2005 年投入 10 亿欧元在研发上，成本相当高，未来会如何化解研发的成本压力？

李耳：我不认为将资源专注在少数业务是一项风险。与其花很多钱在多件事情上不如投入一样的钱专注在少数事情上，这样反而能为客户创造更佳的研发成效。

《上海证券报》：能否介绍一下 NXP 半导体目前的业务结构？

李耳：NXP 的业务主要包括五大事业部。其中手机及个人移动通信业务占了很大的业务比例，但我们是手机芯片，例如多媒体应用、蓝牙等为主，而非手机制造。此外，电视及家庭娱乐，汽车电子等也是 NXP 主要关注的几个市场领域。在智能卡部分，目前中国已有 80 个以上的城市采用我们的智能解决方案以应用在公共交通上。《上海证券报》：对于上海的低成本手机(ULC)设计中心，你的未来构想是什么？



李耳

李耳：该设计中心不只是专注于低成本手机，而是面向所有的 2G 平台。我们另有一个 3G 的研发团队在北京，是 NXP 和三星、摩托罗拉、大唐电信的合资企业——T3G。该合资企业主要发展符合 TD-SCDMA 标准的芯片，相对于 ULC 设计中心来说，我们在 3G 方面有更大的投资力度。

《上海证券报》：你对半导体产业未来的发展有何预测？

李耳：半导体产业从每年 17-20% 的复合成长率，降到目前每年 10% 的成长率。然而，即便 10% 仍是不错的进展，那也就是为何在半导体产业仍然可以看到很多活动在发生，比如私募财团的加入……但由于半导体产业的发展趋缓，半导体产业目前正逐渐发生变化。我们期望外来加入的团队能借整合的契机，带动整个产业的变化。

从整体而言，我对半导体产业的发展抱乐观看法，特别是对中国而言。我们刚刚完成在东莞的第五期投资计划，决策过程十分迅速，自 2000 年起，NXP 在东莞投资已达到了 1.59 亿美元，巩固了其作为 NXP 全球制造中心之一的地位。

未来，中国的 TD-SCDMA license、2008 年的奥运、3G 服务、TVoM(手机电视)标准及服务，这些和中国市场息息相关的因素都将成为 NXP 策略发展考虑的重点。在东莞之后，NXP 会持续对中国的投资计划。