

Companies

苏宁白皮书砸开空调降价通道

苏宁发布 2007 年空调白皮书一周后空调平均降幅近 16%

□本报记者 张韬

2007年的空调市场一开局就受到万众瞩目。在苏宁发布2007年空调白皮书一周后,全国超过500家连锁店的空调销售一路飙升,400万套投入市场的实际机型销售火爆。

据了解,与发布白皮书之前一周相比,上周上海苏宁实现空调台数增长超过200%,其中海信、春兰、志高等品牌表现尤为不俗,价格普遍比2月份均价拉低了10%-20%,以强有

力的事实击破了空调价格“虚高”迷局,使2007年的空调价格大势趋于明朗。

“近年来空调原材料成本的持续上涨,一度使得‘涨价’成为空调行业惟一的价格名词。”苏宁电器空调事业部总经理王明祥表示。在发布2007年空调白皮书之后,空调逆市降价,平均降幅接近16%。

据苏宁电器提供的销售数据显示,一周以来,市场上的空调销售爆出了去年来的最低价:2月份均价3114元的海

信空调在上周跌破2900元;均价2556元的春兰空调降至2200元左右;均价2362元的科龙空调也仅售2193元,志高、海信、长虹等国产品牌空调更降至1400元至1500元之间;而外资品牌1P空调更是跌破2000元。这一串数据说明,以第二阵营国产品牌为首的空调厂商已经顺应空调白皮书“价格低拉上量”的营销策略,开始了2007年空调价格回落的步伐。

据苏宁电器全国销售统计

显示,苏宁发布空调白皮书一周来,苏宁电器空调销量就接近空调旺季的销售水准,这一市场反应也迫使其他品牌必须在近期在坚持价格政策还是争夺市场份额之间作出抉择。

业内分析,经过数年的品牌整合,目前空调市场上存留的主流品牌不过10多个,在今年的成本压力下,各大品牌一度都采取了保利润放销量的市场策略,加之目前市场上的铜价已经有所回落,铜价已由一度的8.5万元/吨降至5.5万元/吨,随着整

体金属价格走软,铜价已进入下跌通道,空调成本压力从长远看已经得到缓解,空调价格涨价的借口不攻自破。

王明祥指出,最终决定价格的除了成本外,市场供需环境的变化是不可忽视的因素。因此,“靠天吃饭”的空调行业到夏天空调旺季时客观有所上升,如果这种价格涨幅是建立在三、四月份价格虚高的基础上,这对空调行业和消费者来说都将是个灾难,所以苏宁一直在“抑价”。

国家鼓励非公经济进入军工业

将在技术、政策、信息和服务四方面进行扶持

□本报记者 索佩敏

为加快国防科技工业的发展,国防科工委正在积极鼓励非公有制经济进入国防科技产业。日前,国防科工委透露,政府将在技术、政策、信息和服务四方面对非公经济进行扶持。专家指出,非公经济对于参与军工产业热情很高,政府的扶持对于整体行业快速发展都具有推动作用。

3月1日,国防科工委公布了《关于非公有制经济参与国防科技工业建设的指导意见》,指出国防科工委将推进资本运作,鼓励各类社会资本通过收购、资产置换、合资等方式,进入军工民品企业,推动优质资源集中。

对此,国防科工委日前进一步解读了非公经济在进入军工行业时享有的政策支持。国防科工委透露,在国家政策允许范围内,非公有制企业在军品市场准入、任务竞争及参与军工企业改制改制等方面与军工企业享有平等竞争地位。同时,考虑到非公有制经济在国防科技工业建设领域的初期还存在一些实际困难,政府确定了一些扶持措施。

政府推四点扶持措施

首先是技术条件支持,为公有制企业提供军工专用测试和试验设施等现有科技资源条件;二是政策支持,将根据非公有制企业承担军品科研生产任务的性质和特点,通过贷款贴息、资本金注入以及租赁、借用、调配等多种方式,为公有制企业完成重要军品科研生产任务提供必要的保障条件;三是信息支持,为公有制企业获得有关信息和开展信息交流创造条件;最后是服务支持,将指导和支持中介服务机构为公有制企业提供多方面的必要的服务,帮助非公有制企业尽快具备参与国防科技工业建设的资质和条件。

此外,国防科工委透露,非公有制经济可以在军品科研生产项目和基础设施、参与军品科研生产任务的竞争和项目合作、参与军工企业的改制改制和参与军民两用高技术开发及其产业化四个方面来参与国防科技工业建设。

而在参与军品科研生产方面,国防科工委表示非公经济主要将通过两种方式获得生产任务。一是根据国家有关部门和



军工产业的市场前景值得期待 资料图

单位发布的军工产品和技术需求,凭非公有制企业已经具备的相应资质进行申请。二是通过市场机制获得军工单位的一般协作配套任务。

非公经济参与热情高

对于国防科工委的上述鼓励措施,一位军工行业的专家指出,目前我国军工产品主要分为传统

武器和信息化产品,后者由于信息化成为新时期军队发展的趋势,因此需求量也较大。目前非公经济参与军工行业的热情非常高。一方面,随着我国近年来国防支出有所增长,军工产业的市场前景值得期待,吸引着大批非公经济前来参与;另一方面,参与军工行业对于提升非公经济企业的知名度、信誉度都有帮助。

该专家认为政府鼓励非公经济进入这一领域,短期内对于部分军工企业可能会有一定的竞争压力,不过从长远来看有助于加强竞争,提升行业的效率。此外,对于大的军工集团来说,可以通过将零部件等外包给非公经济的形式,集中力量在核心技术产品的研发生产上,从而提升技术水平。

美国游戏机市场任天堂 Wii 称雄

据专业研究机构 NPD 公司日前发表的最新调查报告,目前在美国游戏机市场,任天堂 Wii 的业绩遥遥领先,2月份的销量几乎是两大劲敌——索尼 PS3 和微软 Xbox 360 的销量之和。

虽然任天堂 Wii 和索尼 PS3 都是从去年 11 月中旬开始在美国市场销售,但这两款游戏机自上市以来的销售业绩却相差甚远。今年 2 月份,任天堂 Wii 在美国市场的销量达到 33.5 万台,而索尼 PS3 的销量则只有 12.7 万台。微软 Xbox 360 于 2005 年 11 月上市,今年 2 月份在美国市场的销量为 22.8 万台。

任天堂 Wii 的售价为每台 250 美元,远低于 PS3 高端机每台近 600 美元和 Xbox360 高端机每台近 400 美元的售价。

(新华社)

日产公司高层发生变动

在日本日产公司预计本财年(3月底结束)利润出现7年来的首次下滑之际,公司高层也将发生变动。该公司近日表示,雷诺-日产公司总裁兼首席执行官卡洛斯·戈恩将交出部分职位。

戈恩说,他将放弃监督美国市场运营的职务,这一职务将由目前日产欧洲分公司执行副总裁西川宽人(音译)于4月1日接任。

另外,日产公司首席运营官志贺俊之(音译)将不再负责总体海外市场运营,而主要集中于日本国内业务。按照计划,日产公司负责生产和采购的高级副总裁科林·道奇将加入公司管理委员会,负责日本、北美和欧洲市场以外的海外市场运营。(新华社)

华晨首个涡轮引擎上市 或增收70亿

□本报记者 吴琼

昨日,华晨汽车集团推出搭载1.8T(涡轮)发动机的中华轿车,该发动机实现了中国中高级自主品牌在该领域的突破,搭载1.8T(涡轮)发动机的华晨轿车售价较此前高出约4万元。以3年销售17.5万辆计算,华晨汽车将增加逾70亿元的销售收入。

昨日,华晨集团宣布新车价格:搭载1.8T(涡轮)发动机5款尊驰轿车和4款骏捷轿车,售价从12.58万元至19.98万元。涡轮发动机是全球最新的技术之一,同级别车的合资轿车或者进口车售价基本售价在

18万元以上,而华晨集团将最低价打到了13万元以下,因此市场不仅怀疑是不是华晨集团在赔本赚吆喝,祁玉民在流血定低价?

“虽然没有流血那么严重,但为搭载1.8T(涡轮)发动机的华晨汽车定价,比当初为华晨骏捷定价的心情更复杂。”昨日,华晨汽车集团董事长兼总裁祁玉民透露,“我们前后研究了5次,直到3月16日才确定最终价格。”

据悉,在作定价前,华晨集团高层仔细研究过几家合资品牌和纯进口1.8T轿车,最终祁玉民还是决定选择一个相对适当的价格,以冲进这一市场。祁玉民坦言:决定价格的两大因

素,一是达到社会效益,中华轿车应该回馈国人,同时取得较高的品牌效应;二是考虑成本摊销周期。

“我们事先有一个规划,如果完成这一规划,就能做到(涡轮发动机)投资上的收支平衡。”祁玉民表示。而其所说的规划,即2007年销售2.5万辆中华轿车,2008年销售8万辆,2009年销售10万辆,这些中华轿车均搭载1.8T(涡轮)发动机。

据了解,搭载1.8T(涡轮)发动机的华晨轿车售价较此前高出约4万元。以17.5万辆计算,华晨汽车将增加过70亿元的销售收入。如以此销售收入计算,华晨汽车的确可以完全

摊销涡轮发动机上的投入。

“在涡轮发动机上,华晨汽车集团共耗资10.5亿元,低于此前预算批准(预算批准为11.3亿元)。”华晨汽车董事赵健表示,“其中研发耗资约3.3亿元,包括我们曾经走弯路的成本;设备投资约5亿元,因为90%为进口设备;发动机工厂的土建耗资约3亿元。”

一旦完成销售目标,扣除前期投资成本,约60亿元的收入足以填补1.8T(涡轮)发动机的生产成本。因此,无怪乎华晨汽车集团再下杀手,而祁玉民亦表示:同样性能下,自主品牌轿车确实暂时卖不出合资品牌的价钱。

重庆渝富75亿战略收购储备土地

□本报记者 王屹

2007年3月18日,是素有“重庆的中央汇金”之称的重庆渝富资产经营管理公司成立三周年的纪念日。这一天,渝富公司再挥大手笔,与重钢集团签订了7500亩土地的战略收购储备协议,协议金额达75亿元。

据了解,为全力推进重钢集团的整体搬迁工作,渝富公司在重庆市政府和国资委的部署下,通过与国家开发银行合作,收购储备重钢集团土地7000多亩,向重钢集团的整体搬迁提供周转资金70多亿元人民币,为重钢主城区内最大环境污染企业的搬迁提供资金保障,同时也使得渝富这个市

政府的投融资平台的功能与作用得到更大程度的发挥。

渝富有关负责人介绍,公司成立三年来,作为地方政府的投融资平台,主要承担着三大职能:一是打包处置国有企业不良债务和资产重组;二是承担国有企业破产、环保搬迁和“退二进三”的资金托底周转;三是对地方金融和企业进行战略投资、控股。

三年来,渝富共处置工商银行不良债务107亿元、收购地方商业银行不良资产22.5亿元、对万贵公司等不良债务资产处置,共降低国有企业负债率达10多个百分点;同时,通过向重庆市机电控股集团、化医集团、轻纺集团等国有集团所属企业提供了近30亿元周转资金,有力地推动了国有企业的破产、搬

迁和重组工作;此外,渝富还积极进军资本市场,解决了S*ST重实、*ST东源等问题上市公司的困境,极大扭转了辖区绩差上市公司的形象;在金融投资领域,渝富还成为了重庆市商行的第一大银行,成功投资了三峡担保、安诚保险、银海租赁等金融类企业……这些都使得渝富已初步成为了具有中国汇金公司性质、地方金融控股企业。资料显示,2006年,渝富公司资产规模达到150亿元,三年来为全市国企改革、改制、重组提供周转资金100多亿元,累计实现经营收益3亿元。

这位负责人表示,此次收购储备重钢集团的7500亩土地,对渝富来说,既是一个

难得的发展机遇,又面临着严峻的挑战。因为以前渝富的土地储备更多的是主城区内中小企业,其土地储备整治工作一般只是简单的地上建筑的拆除工作,而重钢7500亩土地的储备整治是一个庞大的系统工程,包括了从最初的概念性规划的编制到地块城市设计的确定、从地上的房屋拆除到场地的平整和市政基础设施的建设、从前期的土地收购到后期的地块包装策划、招商营销等等,无一不是一种全新的模式。同时,渝富公司与国家开发银行的再一次联手,也标志着国家开发银行全面介入重庆的工业企业环保搬迁和退二进三工作,为今后合作的进一步开展拉开了新的序幕。

波音将停产超大型 747-400 客机

□本报记者 索佩敏

曾经作为波音超大型客机主力军的747-400将逐渐退出航空舞台。波音发言人日前表示,公司正将新一代机型747-8过渡,将不再接受747-400客机和货机订单。

据美联社报道,波音发言人Tim Bader上周五表示,公司将停止生产超大型747-400客机,代之向新一代机型747-8过渡,将不再接受747-400客机和货机订单。他指出,波音预计首架747-8货机和客机将分别于2009年和2010年投入使用。

波音747是美国波音公司研制的大型四发宽体远程客机,第一架波音747于1969年2月首次试飞,同年12月获得美国联邦航空局的型号合格证,1970年1

月正式投入航线使用。

而在波音全力打造“梦想飞机”787时,公司也开始考虑将787的部分先进技术运用到747系列中。波音表示,747-8的命名体现了787和新型747在技术上的联系。波音一直都在进行新型747的市场可行性研究,在客户确认订购18架747-8货机之后,波音于2005年11月14日启动了这一项目,卢森堡Cargolux货航和全日空货运公司(NCA)分别订购了10架和8架这款货机。按照目录价格计算,两笔订单总价值大约为50亿美元。

747-8能满足航空公司需求并为400到500级市场服务,是介于555座的空客A380和365座的波音777-300远程型飞机之间的等级。

孙德良旗下网站重金购国际域名

□据新华社

国内首家地域性门户网站——浙江都市网(zj.com)的掌门人孙德良18日宣布,其旗下的“浙江红娘”(love.zj.com)以24.8万元人民币的价格收购了国际域名“hongniang.com”。

据称,“浙江红娘”之所以砸下重金收购“hongniang.com”,主要是为其进军全国网络婚恋市场作预热。

据了解,浙江都市网自创办“浙江红娘”这个品牌以来,已成功开辟网络婚恋的新市场,形成了传统婚介与网络婚介的有机结合。短短1年间,“浙江红娘”的注册会员遍布全国各地,接近5万名;来自浙江、江苏、上海等地的至少500对新人靠网络“红娘”成功牵手,喜结良缘。

浏览“浙江红娘”时可以发现,这个网上“红娘”的服务,从网上征婚到VIP面对面服务,从心理咨询到法律咨询,从语音客服到传统婚介,都一应俱全。“浙江红娘”还对网络婚介的真实性作了必要的甄别。

据孙德良介绍,“hongniang.com”看似繁琐,却是最能代表中国特色的红娘域名。为了获得这个好域名,浙江都市网曾多次与该域名的注册者协商,终于成功受让。他认为,域名的好坏直接关系到网站的成功与否。

根据艾瑞公司的预测,到2008年,中国网络婚介交友的市场规模将达到6.53亿元人民币,网上交友的人数将以每年60%的速度递增。而事实上,中国传统婚介市场的规模在2004年就达到了114亿元。

诺基亚积极抢占 NFC 手机市场

□本报记者 张韬

日前,诺基亚在上海宣布,将拓展其NFC(近距离通讯)的应用领域,并完成中国第一例移动验证解决方案试点。该项目为上海市烟花爆竹防伪管理。这是继诺基亚利用NFC开拓手机支付后,进军第二个领域。诺基亚全球负责NFC移动验证方案总监金柏西在访华时透露,诺基亚认为NFC技术在手机的应用将有很好的市场前景。

根据国际知名调研公司ABI的报告,到2010年NFC手机发货量将达到3.5亿台。这对国产手机

来说,是一个手机发展技术趋势的重要信号。

金柏西认为,NFC这个新技术的普及还需要时间,NFC不仅可用于小额支付这种未来用途非常广的领域,而且,还已经成功将NFC技术用于企业防伪技术。

据悉,用户持有NFC手机就可以识别商品上的电子标签。几天前,诺基亚刚刚宣布成功完成中国第一例NFC移动验证解决方案试点,在上海,诺基亚上海质检中心、上海安技防伪公司等合作开始将NFC应用于上海地区的烟花爆竹管理。

上海零售企业集体败退广州

□据新华社

记者从广东省连锁经营协会获悉,继上海联华快客、可的便利店等在广州的店铺去年全部售出后,世纪联华目前在广州经营的3家大型超市也被深圳华润万家收购。这意味着作为“过江龙”的上海零售业已全线退出广州零售市场。

上海世纪联华公司和光明乳业公司旗下的可的便利店公司几年前高调南下羊城,曾一度成为国内零售业的盛事。上海世纪联华自2001年7月在广州海珠区开设其在华南的第一家店以来,又先后在同属繁华路段的洗村、淘金路等开出多家分店。该公司属下的联华快客便利店也曾宣布三年内华南开

设300家至500家店。而可的便利店公司前几年也曾制定了在广州发展500家专业便利店的目标。

然而南下广州几年来,上海零售业企业在广州的经营并没有达到预期目标。从2006年10月份开始,上海可的便利店公司已逐步关闭在广州的30家分店,其中有8家经营较好的自营店转让给了7-11公司,从而退出广州市场。同样,进入广州多年的110家联华快客便利店,也已全部售出。由于经营不善,近两年,世纪联华关闭了其设在洗村和保华广场的大型超市。近日,其仍在广州经营的3家分店也售给了深圳华润万家,预计在今年第三季度,这三家店将被冠上华润万家的商号重新开业。

梁冬辞去百度副总裁职位

□本报记者 张韬

记者日前获悉,百度创意品牌副总裁梁冬向公司提出的辞去副总裁工作的申请,已经获批准。梁冬表示,其仍在广州经营的3家分店也售给了深圳华润万家,预计在今年第三季度,这三家店将被冠上华润万家的商号重新开业。

梁冬辞去百度副总裁职位,结束了其在中国互联网行业长达10年的职业生涯。梁冬表示,他近期没有打算去其他企业担任实质性工作,但仍将担任百度高级品牌策划顾问。

“一家独大”的地位。他协助百度展开与媒体、电影、音乐及出版业界的全面合作。2006年9月20日,梁冬被任命为百度创意品牌副总裁,负责百度品牌与文化建设和品牌运营。

梁冬表示,他近期没有打算去其他企业担任实质性工作,但仍将担任百度高级品牌策划顾问。据百度方面介绍,梁冬任职重要的两年多时间,正是百度发生重要变化的时期,该公司不仅成功在美国纳斯达克上市,其在中文搜索领域的市场地位也迅速跃升为