

## 上海拟整合国资参与大飞机制造

中国一航、中航二集团以及部分民营企业在内的多家企业表示将积极参与

□本报记者 索佩敏

业内盛传的上海国资整合又有新进展。昨日传出消息,上海将整合旗下四家国资企业的资产,打造金融、产业双平台。而上海证券报记者获悉,其中作为产业平台的“国盛投资公司”(暂定)可能由此成为上海参与大飞机项目的代表,由这家公司出面携手中国一航等其他投资方参与大飞机项目的投资组建。

昨日有媒体报道,上海市有意将上海国际集团有限公司(下称“上海国际集团”)、上海国有资产经营有限公司(下称“上海国资”)、上海大盛资产有限公司(下称“大盛”)和上海盛融投资有限公司(下称“盛融”)进行整合,形成金融、产业双平台。其中,大盛和盛融将合并组建为一间名为国盛的资产公司,将打造为上海的产业运作平台,其重点将有可能包括大飞机项目等。

上海证券报随后致电盛融办公室,其拒绝对此消息发表评论。而记者从接近大飞机项目的人士处获悉,尽管目前大飞机项目已经成立了专门的项目小组,也已公开宣布要成立股份制公

司,但目前招募投资者的工作尚未启动。

该人士认为,作为一项时间长、资金量大的投资项目,大飞机项目不仅需要国家投资,也需要更多的投资方参与。目前所谓的股份制公司将主要负责大飞机的研发等实际运作,而投资方则通过出资、技术支持等方式参与投资这家公司。此番上海国资方面的整合,其打造的产业平台国盛可能将作为上海方面参与大飞机项目的投资代表,由这家公司出资拥有大飞机项目公司部分的股权。

国务院总理温家宝2月26日主持召开国务院常务会议,听取大型飞机重大专项领导小组关于大型飞机方案论证工作汇报,原则批准大型飞机研制重大科技专项正式立项,同意组建大型客机股份公司,尽快开展工作。

上述人士分析,大飞机项目的流程应当是先由领导小组招募投资者,在确定各投资方后组建董事会,最后成立大飞机项目公司。目前招募工作尚未正式启动,但包括中国一航、中航二集团以及部分民营企业在内的多



中国研发大飞机举世瞩目 资料图

家企业都表示将积极参与大飞机项目。中国一航上海飞机制造厂厂长兼党委书记王文斌接受上海证券报采访时曾表示,作为中国航空制造业的骨干力量,中航一集团和中航二集团的参与是毋庸置疑。

而中国一航一位内部人士昨日也对上海证券报透露,中国一航可能会透过旗下的“一航投资”来参与大飞机项目。值得注意的是,中国一航本月8日刚刚宣布成立中航第一集团财务有

限责任公司。对此上述中国一航人士表示,财务公司是在原西飞财务有限责任公司和贵航财务有限责任公司重组基础上组建的,主要是为集团成员单位提供财务管理及多元化金融服务。而对外投资活动,今后主要还是通过一航投资这家公司来操作。

## 3月份汽车业产销再创历史新高

□本报记者 于祥明

中国汽车工业协会最新统计数据显示,一季度我国汽车工业累计产销双双超过210万辆,其中3月份,汽车产销不仅与上月比较快速增长而且双双超过80万辆,再创历史新高。值得注意的是,3月份商用车增长明显高于乘用车。

据统计,1-3月,汽车产销分别为219.28万辆、212.37万辆,同比增长分别为22.57%、22.17%。其中,基本型乘用车(轿车)产销117.27万辆和112.16万辆,同比增长30.45%和30.14%。

中国汽车工业协会主任朱一平向记者表示,3月份乘用车市场总体需求与上月比明显好转,其中多功能乘用车(MPV)和运动型多用途乘用车(SUV)增速最快,基本型乘用车(轿车)增幅相对略低一些,但也超过35%。

另据统计,前3个月销量排名前十位的企业依次是:上汽、一汽、东风、长安、北汽、广汽、奇瑞、哈飞、华晨和吉利。这十家企业共销售汽车177.43万辆,占汽车销售总量的83.55%。

## 中国特许经营体系已达2600多个

来自中国连锁经营协会的最新发布的数据显示,目前中国特许经营体系已达2600多个,加盟连锁店也已增至约20万个。

这是记者10日在此间召开的2007中国特许经营暨第9届中国特许加盟大会新闻发布会上获悉的。

据中国连锁经营协会秘书长裴亮介绍,《商业特许经营管理条例》已于今年2月颁布,并将于今年5月1日正式实施。《条例》的出台,将规范国内特许经营市场,同时对目前鱼龙混杂的加盟投资类展会也将进行一次洗牌。因此,2007中国特许经营首次以《商业特许经营管理条例》的规定为标准选择参展企业。

据悉,2007中国特许展将于4月21日至23日在北京国际会议中心举行。本届展览将设400多个展位,截至4月6日,确认参展的品牌达168个,参展品牌涉及零售、餐饮、服务等近60多个业种业态。参展品牌中包括历届中国优秀特许经营品牌37家;中国驰名商标企业9家;海外特许经营品牌占总参展品牌的20%;全聚德、东来顺、便宜坊等11家老字号企业也将其中亮相。

其中,投资额在10万元以下、适于中小投资者的项目约占项目总数的13%。(据新华社)

## 娃哈哈工会:外资从无研发技术支持



□本报记者 于兵兵

昨天,“达能-娃哈哈”股权争议事件又有新进展。娃哈哈集团工会委员会发布《娃哈哈集团全体职工代表声明》,称“坚决拥护宗庆后(宗庆后)的领导”,坚信“必将夺回‘娃哈哈’这一中国驰名商标的全部权力”。并称合

资10年来,外资没有给企业任何技术、研发方面的支持。

而达能集团中国区公共事务代理奥美公关相关负责人称,达能集团目前并未对娃哈哈集团全体职工代表声明。

4月2日,达能与娃哈哈谈判,欲收购娃哈哈集团非全资子公司51%股权的消息首次传出。达能随后召开新闻发布会

称,依据10年前中外双方的合作协议条款,这一要求合理合法。分析人士称,收购股权并不是双方核心矛盾,旨在收获更多利益的达能公司仅想以此作为条件,变通出更多获利可能,比如非合资企业的产品由合资公司以规定价格销售等。

但宗庆后依靠民族品牌背景发动的一场舆论大战,令事态快速升级。一位接近宗庆后的人士称,宗庆后已准备好与达能最后一搏。

而昨天以“全体职工代表”的名义所发表的声明,除反对达能对娃哈哈品牌的不断侵蚀与并购外,还称从1996年确立合资开始,从来没有看到达能作出过贡献。员工关于工资奖金方面的要求也屡屡遭达能所派董事会成员的反对。

声明中带有鲜明情绪性的

用词得到了市场正反不一的评价。回顾娃哈哈20年发展历史,声明用“呕心沥血,事必躬亲;牺牲了个人,牺牲了健康”描述宗庆后的贡献。称达能“妄图在企业高歌猛进的时候来摘取胜利果实。”还“搬出各种歪理,企图左右视听。”

有外电评价,虽然合资方对于具体合资条款经常存在不同意见,但宗庆后为主体的中方合作者“咄咄逼人,富含民族主义意味。”

为不影响中国民族企业在国际上的形象,有专家要求宗庆后应该“坐下来”谈判,反思在市场化规则中企业家法律意识的淡薄。但部分专家,甚至达能方面也表示,宗庆后的高调回击仅是一种谈判策略,事件发展方向目前仍不明朗,但终会以商业原则解决。

## 较量背后:得市场者得天下

□本报记者 于兵兵

无论娃哈哈与达能的较量最终输赢如何,无论业内对宗庆后的舆论战略评价如何,一个不容争议的现实是,在这场较量中,宗庆后凭借在管理上的高度集权和他个人的商业才华,起码赢得了坐在谈判桌前的权力,这一点已是乐百氏、光明所不敌。

假设今天的娃哈哈不是

一个销售额200亿的聚宝盆,假设没有了宗庆后,达能依然有能力驾驭这个品牌在生产、销售、市场推广等各方面游刃有余的继续冲杀,可以想象的是,无论今天的舆论压力有多么巨大,以法律为准绳的外资巨头达能集团一定会轻松地走进法庭,甚至在国际上讨个公道。

接近宗庆后的人评价他是一个营销奇才,娃哈哈独有

的联销体模式和跟随着战略让宗庆后不仅拥有忠实的管理层和职工队伍,甚至使娃哈哈拥有了相当稳固的销售通路。而这些才是支撑宗庆后大胆叫板达能的真正力量。

在以生产型企业身份初入中国市场失利后,达能已经转型为投资型外资企业,依靠经验丰富的合同制作水平,达能在光明乳业、乐百氏、正广和饮用水等多个企业投资中

占尽先机。无疑,达能希望在娃哈哈身上如法炮制所谓的合同来技,却在宗庆后非“常理”出牌的回击下遭遇了阻击。

从达能第一次新闻发布会到第二次公开声明,一个没有改变的基调是,达能仍希望通过协商方式解决纠纷,而宗庆后紧抓市场和经营权的战略才是保证娃哈哈顺利脱险的最终王牌。

## 苏伟铭再下“刀” 一汽大众销售公司变阵

□本报记者 吴琼

继2005年上海大众变阵后成绩斐然后,一汽大众近日亦宣布销售公司变阵。

昨日,记者获悉:在日前海南三亚的一汽大众2007年度经销商会议上,一汽大众销售公司宣布将对公司组织架构、人事安排进行重大调整:原“5+1”SBU(战略业务单元)将整合为4个区域销售事业部,主机厂将进一步加大对经销商的支持;销售公司总经理理由此前的4人增加至9人,原京津地区首代静国松等6位二级经理亦被提升至副总经理级别。

至此,新成立的4个区域销售事业部总监均提升至副总经理级,但总部培训、财务等部门

除销售部门的组织架构调整外,售后、财务、培训等部门亦不能幸免。据悉,原客户部部长荆青春等3位分管售后、财务、培训等部门的二级经理被提拔为副总经理级,将直接向总经理苏伟铭汇报工作;原分管市场营销的外籍副总经理凯文调离,负责SBU支持的副总经理华明耀暂时代管其凯文工作。

这也是一汽大众汽车销售公司自去年3月后的另一大变阵举动。当时,一汽大众汽车销售公司将全国9个大区整合为“5+1”SBU(战略业务单元),仅有

部,南方事业部总监由副总经理孙宏宇暂时兼任。

对于此次重大架构变动,一汽大众和业内众说纷纭。有消息指出,尽管这次变阵缩短了一汽大众销售公司的市场决策周期和流程之名,实际上亦强化了总经理苏伟铭统帅地位。

2006年,受一汽集团董事长竺延风盛邀,大众中国副总裁苏伟铭任一汽大众销售公司总经理。此时,一汽大众如果不算上奥迪的业绩,大众品牌业务创下史上最大亏损。

业内人士指出:如果不是空降兵苏伟铭,一汽集团高层不敢下痛手大搞变革;但唯有如此,才能解决一汽大众痼疾。

## 铁通获国际通信设施服务业务许可

□本报记者 卢晓平

记者获悉,近日,信产部批准中国铁通拥有的部分国际通信设施投入对公众服务。至此,中国铁通在获得国际语音业务、国际数据业务、国际互联网业务经营许可的基础上,更可利用自有的国际设施承载以上国际通信服务,将极大的提高其国际语音、国际数据服务的提供能力。

由于国际铁路联运通信的需要,中国铁通在深圳、绥芬河、满洲里、二连浩特、阿拉山口等10个口岸城市通过跨境光(电)缆与我国香港特别行政区、俄罗斯、哈萨克

斯坦、朝鲜、越南等国家的通信网络互连。近年来随着技术进步,跨境光缆逐步替换为光缆,传输带宽也逐步提升,目前跨境电路已开通总带宽在10G以上,形成了较大的富余通信能力。

经营许可的获得可以使中国铁通在保障国际铁路联运通信的基础上,利用既有国际设施资源的富余通信能力,向公众用户提供能力。一方面提高了中国铁通提供国际通信服务的能力,另一方面还可以有效的降低中国铁通的国际业务经营成本,初步来看,节省国际电路租费每年将在千万元以上。

## TD韩国测试网络正式开通

□本报记者 张韬

昨日,韩国运营商SK电讯在韩国首尔附近的京畿道益唐举行了TD-SCDMA测试平台开通仪式。此前在2月25日,首尔附近TD-SCDMA试验网在当日13时50分打通了首个电话,SK电讯已经进行了包括视频电话在内的多次演示活动,网络质量、设备性能均表现良好。

据悉,去年8月,国家发改委与SK电讯签署了关于推进TD-SCDMA项目开发合作的谅解备忘录。今年2月,SK电讯还在北京

设立了TD-SCDMA联合开发中心。SK电讯将通过TD-SCDMA测试平台,进行网络建立和同步网试验,测试服务器和手机平台、开发3G多媒体产品和多功能服务产品等,为今后可能出现在商用化过程的问题,进行事前检验和改善工作。

一位TD设备商的高层表示,“这次合作由发改委出面,说明是中长期的战略规划。SK电讯在技术及运营方面的国际运作经验丰富,三星、LG等韩国企业在TD终端研发方面也颇有建树。如果应用环境做得好,则TD-SCDMA技术不限中国。”

## 联通借牌国际广播电台推手机电视



□本报记者 张韬

昨日,记者获悉,中国联通已经于日前和中国国际广播电台(CRI)签署合作协议,中国国际广播电台手机广播电视正式开播。

分析人士指出,这意味着一直申请手机电视牌照没有结果的中国联通另辟蹊径,通过与已经拥有手机电视牌照的中国国际广播电台手机合作,试水推手机电视业务,是广电模式与电信合作模式的一种探索。

此前,中国国际广播电台刚宣布获得手机广播电视牌照。CRI将与中国联通合作,这是第三张全国性的手机牌照,前两张分别由上海文广传媒集团(东方龙)和央视获得。据悉,中国联通CDMA1X

手机用户将可在境内外收听、收看中国国际广播电台整合的音视频节目。

分析人士指出,此前,联通曾表示准备尽量争取收集电视牌照,但迄今为止,电信运营商中还没有任何一家获得国家广电总局的许可证,由于手机电视的内容由国家广电总局管理,没有牌照就有风险,因此,这使得包括联通在内的电信运营商犹如芒刺在背。

有业内人士表示,手机电视将成为一种普遍的3G应用服务,为人们所熟悉。因此,此番联通与中国国际广播电台合作推手机电视业务显然是广电与电信合作模式的一种探索——广电出牌照,电信运营商实际运营。这与中国电信、中国网通与上海文广等合作推IPTV一样。

## 社区化搜索大战揭幕

### 雅虎中国旧貌换新颜

□本报记者 张韬

4月10日,此前已经露出端倪的雅虎空间(iyahoocom.cn)和雅虎群组(club.yahoo.com.cn)一起出现在雅虎中国首页的显著位置,这不但预示着雅虎中国总裁曾鸣此前提到过的彻底打通搜索、社区和资讯的想法开始落入执行环节,也第一次揭示出一个本地化、社区化的雅虎中国的初步轮廓。

尽管在此之前,MSN、QQ、百度都已推出了自己的个人空间产品,但后发的雅虎中国却显示出强烈的进取意图。据雅虎内部人士表示,雅虎空间的模型是基于雅虎全球已经大获成功的“360°”个人空间,并在此基础上根据中国网民的习惯和自身优势做了很多改进。

据雅虎群组负责人介绍,雅虎空间不同于目前流行的“博客”和“网络日志”,博客不过是雅虎空间中的很小一块内容。雅虎空间自从2月份开始公测,到目前已经有130多万用户在雅虎空间落户。雅虎空间目前融合了雅虎相册、论坛等特色功能,不久还将迅速融合雅虎通、音乐盒等雅虎服务,而雅虎群组则更加强调了圈子的概念,成为一个小群体交流与分

享的网络平台,群组还将增加个性化界面、邮件列表、群组成员聊以及群组成员空间的RSS订阅等功能。

雅虎中国总裁曾鸣表示,融入网上社交圈,结合强大的搜索力量,与他人分享音乐、图片、视频等是雅虎空间、群组的一个潜力催化剂,雅虎希望通过社区互动搜索平台,促进人们交流获取知识,发挥搜索最大价值。

分析人士指出,从全球范围来看,一些具有社区化特性的网站,包括Myspace、YouTube、Blogger等已经占据了全球互联网非常显著的地位。而对中国互联网而言,互联网用户中25岁以下用户的比例超过50%,他们对人与人之间沟通、交流的需求特别强烈。互联网上的社区化服务能够以较低的成本满足他们的需求,因此尤其能够得到他们的喜爱。

业内人士评价,社区化一方面可以提供原创内容,尤其是将一些只存在于人脑中的内容转化到互联网上,丰富了搜索引擎的信息源,同时也能提供搜索引擎所欠缺的粘性。雅虎社区化第一次以人为主线,以人与人之间的关系为直接诉求,串联起各个产品,在社区化的道路上前进了一大步。