

Companies

再圈 65.5 亿港元 国美加速扩张

将配售股份和发行可换股债券,预计可募集约 65.5 亿港元

□本报见习记者 张良

在回归 A 股及引进海外战略投资者等方案尚无法在短期内得到落实的情况下,国美电器(0493.HK)正在寻求用其他方式暂时满足一下因公司快速“圈地”所带来的庞大的资金需求。国美电器昨日宣布,为配合公司未来发展,国美将通过以先旧后新方式配售股份和发行可换股债券,预计可募集资金约 65.5 亿港元。

国美集团总裁陈晓表示,这次集将为公司实践发展规划提供重要支持,募集资金中 40%将被用于进一步改善与供

应商的结算条件,35%的资金将用作购置部分优质门店的物业、租赁新的门店、优化网络、对现有门店的购物环境重新进行系统改造,其余资金用于建物流中心 and 升级 ERP 系统等。

值得玩味的是,国美电器于上周四刚刚宣布的 2007 年第一季度未经审计的财报显示,得益于和永乐合并之后的协同效应和规模效应,国美今年首季取得 1.69 亿元的净利润。既然公司业绩不错,那为何还要通过配售股份和发可转债来圈钱呢?缔造了中国家电有史以来最大一宗合并案的国美集团董事局主席黄光裕难道真

的缺钱了?

黄光裕向来就是资本市场上的“玩家高手”。自 2004 年在香港联交所上市以来,国美通过收购黑龙江“黑天鹅”、深圳“易好家”、湖北“中商电器”和江苏“金太阳”疯狂扩张,并先后在香港和澳门开设门店。2006 年 2 月,美国基金公司华平投资集团通过认购国美电器发行的 1.25 亿美元可转换债券及 2500 万美元认股权证获得国美 9.71% 的股份,成为国美的战略投资者。2006 年 7 月,国美电器以 52.68 亿港元“股票+现金”的形式成功收购中国永乐,并成为目前

中国内地规模最大的家电连锁企业。

不过,黄光裕并不仅仅满足于在家电领域的“攻城拔寨”。今年 3 月,黄光裕一头扎进私募基金行业,并先后分别与新加坡太平星集团和美国投行贝爾斯登共同设立了 8 亿美元的房地产基金和 5 亿美元的零售业投资基金。因此,从表面来看,黄光裕并不缺钱。

然而,就在去年 11 月新国美集团成立仪式上,国美抛出了一份详细的公司发展规划:2007 年销售额突破 1000 亿元,门店数量超过 1000 家,利润额达到 23 亿元以上;2008

年,销售规模将超过 1200 亿;2009 年,销售规模超过 1500 亿;2010 年,力争逐步走向国际化市场,重点在东南亚进行网络开发,销售规模达到 2000 亿,中国内地的市场份额达到 20%,成为全球行业的三甲。

面对这样一份宏伟计划,国美新闻发言人何阳青此前也曾向记者坦言,要达到如此之快的发展速度,国美的确需要大量的资金。于是,国美总裁陈晓近期频繁向外界表示有意回归 A 股以及拟在下半年引入海外战略投资者也就不足为怪了。

中材集团进军光伏产业配套材料领域

□本报记者 于祥明

继投资风能、余热发电后,中国中材集团(简称中材集团)又开始向光伏产业新材料领域进军。昨天,记者从中材集团获悉,集团旗下中材高新材料股份有限公司自主研发并承建的多晶硅铸锭用石英陶瓷坩埚生产线在江西开工奠基。对此,中材集团总经理谭仲明表示,该项目将推动中材集团进入光伏产业链中上游领域的产业化进程。

打破国外垄断

据了解,此项目固定资产投资约 3 亿元,首期将在今年 10 月建成投产,形成年产 3 万只石英陶瓷坩埚生产能力,项目达产达标后可实现年销售收入 5 亿元以上。

石英陶瓷坩埚,是用来装载多晶硅原料(太阳能电池等产品的主要材料)的容器,其生产技术难度较大,原料纯度要求较高,使用环境苛刻,是多晶硅生产过程不可替代的关键性消耗材料。据了解,目前该项目是我国国内唯一的多晶硅铸锭用石英坩埚生产基地。

“该项目填补了国内空白,可实现光伏太阳能关键消耗材

料的国产化,打破进口产品垄断的局面,满足了行业发展的所需要,对于降低太阳能多晶硅生产成本,提高市场竞争力,促进我国太阳能产业的快速发展起到极大的推动作用。”中材高新材料股份有限公司董事长余明清说。

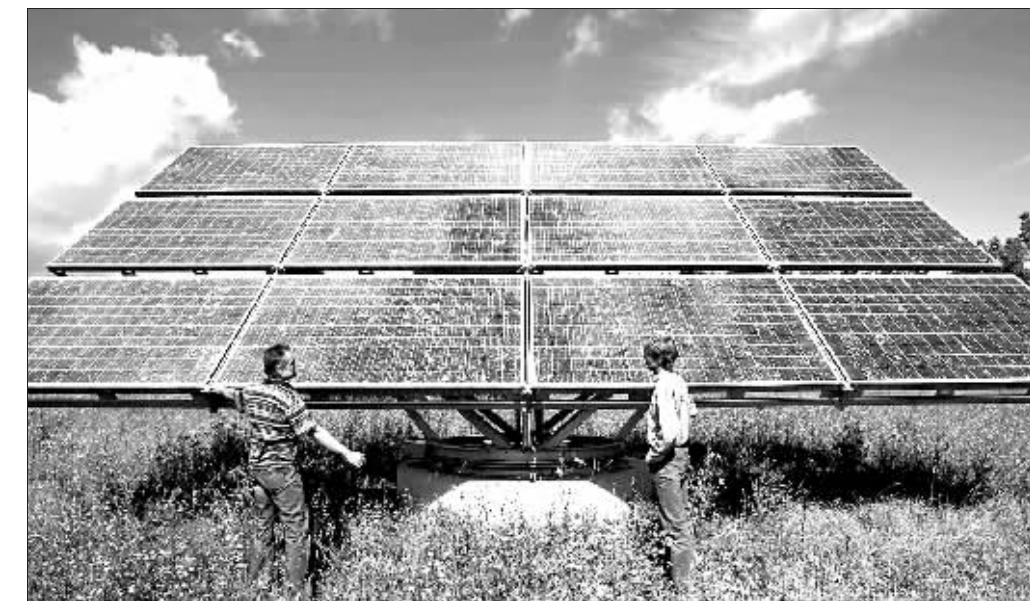
“至少在运费会上会大大降低。”江西赛维 LDK 太阳能高科技有限公司总裁兼首席运营官佟兴雪也向上海证券报表示,此前只有美、韩、法、日等少数几个国家拥有生产技术。

据专家预测,我国 2010 年的坩埚需求量在 10 万只以上;世界范围的需求量将超过 30 万只。由此可见,石英陶瓷坩埚具有广阔的市场前景。

打造光伏配套材料基地

业内分析人士向记者表示,此次中材集团进军光伏产业配套材料,将成为其拓展光伏的新材料产业的“跳板”。谭仲明更直言,石英陶瓷坩埚生产线的奠基,是中材集团发展新型能源新材料产业过程中的一件盛事。

据了解,中材集团始终致力于材料产业。目前已经形成了非金属新材料业、工程建设业和非金属矿采选制造业等三



大主导产业,以及玻璃纤维技术、玻璃钢/复合材料技术、人工晶技术、工业陶瓷技术、新型干法水泥生产工艺及装备技术、非金属矿深加工技术等“六大核心技术”。在此基础上,将中材集团进一步做大做强,光伏产业恰恰是又一市场前景乐观的选择。

据统计,自从 1999 年起,太阳能电池产量已经连续 7 年增长超过 30%。且中国已经成为世界第三大太阳能电池生产国。

“多晶硅铸锭用石英陶瓷坩埚项目,是中材集团又一个洁净能源关键配套材料的项目,将推动集团进入光伏产业链中上游领域的产业化进程。”谭仲明说。

与此同时,江西省正在试图打造光伏多晶硅产业基地,这恰恰为中材集团进军光伏产业提供了良好机遇。据了解,生产线奠基同时,江西中材太阳能新材料有限公司宣告成立。谭仲明特别表示,在

项目的建设过程及公司今后的运营中,中材集团将密切与地方政府配合。

根据《江西省多晶硅光伏产业发展规划》,至 2010 年,项目总投资 171 亿元,实现太阳能电池及其他附属配套材料的产业化集群。根据上述规划,江西省坩埚的需求量将占我国绝大多数坩埚市场份额,这恰恰为中材集团该项目提供了很好的产品“出口”。

全日空本财年设备投资计划创新高

据《日本经济新闻》网站 13 日的最新消息,日本航空业巨头全日空公司将上调本财年(2007 年 4 月至 2008 年 3 月)设备投资计划,投资总额将创出历史新高纪录。

报道称,全日空将在原定设备投资计划基础上再增加 1200 亿日元(约合 10 亿美元),使设备投资总额达 3550 亿日元,比上年大幅增长 40% 左右。其中,2860 亿日元将用于购买低燃费的新飞机,约占设备投资总额的 80%。据悉,此前全日空出售其系列酒店所得的资金将重点投放在增强主体业务盈利能力方面。

据悉,全日空此次共计划采购 15 架飞机,这也是全日空最大规模的一次飞机更新计划。(新华社)

法航进军廉价航空客运市场

法国航空公司子公司——法国泛航空公司(Transavia France)12 日进行了廉价航班的首航,航线是法国巴黎到葡萄牙波尔图。这标志着法航开始进军廉价航空客运市场。

12 日,法国泛航的一架波音 737-800 飞机载着大约 150 名乘客从巴黎奥利机场起飞前往波尔图。巴黎-波尔图单程票价为 49 欧元至 300 欧元不等,票价的确定主要是看订票时间,在未来两个月内,法国泛航还将开通法国至突尼斯、摩洛哥等地的廉价航班。(新华社)

宝马盯上福特旗下沃尔沃品牌

□本报记者 吴琼

跨国汽车巨头间的联盟再次进行。最新消息显示,宝马汽车欲收购福特的沃尔沃品牌。但福特汽车并未透露有意出让这一盈利品牌。分析人士指出,宝马汽车从福特汽车手中获得沃尔沃所有权的可能性不大,但不排除宝马汽车和福特汽车在沃尔沃品牌上展开合作。

最新显示,宝马汽车高层正在对可能从福特汽车旗下的首席执行官集团(Premier Auto Group,简称 PAG)手中接管沃尔沃汽车品牌一事展开评估。

据悉,宝马汽车相当慎重,甚至已经委托欧洲一家投资银行作为顾问,并要求其提供沃尔沃的财政决算副本。由于沃尔沃是福特汽车旗下子品牌,其详细财务数据一直未对外披露。

但针对这一消息,福特汽车并未发表评论。此前,福特首席执行官艾伦·穆拉利访问沃尔沃总部时曾明确表示:尽管福特已决定出售一些豪华品牌轿车业务(如阿斯顿·马丁),但会保留沃尔沃品牌。

目前看来,艾伦·穆拉利这一席话事出有因。PAG 是福特汽车的主要亏损部门;2006 年

共亏损了 3.27 亿美元,在过去的 3 年内共亏损 11.5 亿美元。身处危机的福特汽车开始瘦身裁员时,将目光首先投向了 PAG。尽管如此,福特汽车也仅打算卖掉坏资产、保留好资产。PAG 由沃尔沃、捷豹、路虎以及阿斯顿·马丁品牌组成。

沃尔沃是 PAG 盈利的主要来源。在过去的几年里,沃尔沃品牌年均盈利 13 亿美元。尽管 2006 年,沃尔沃利润大大下降,但雄心勃勃的沃尔沃将继续推出全新的 S80、V70、XC70 和新款 C30 等多款新车,并大力开拓新兴市场。据悉,PAG

在 2007 年有望盈利,而盈利的动力除了剥离亏损汽车品牌外,也要看沃尔沃的业绩。

宝马汽车未来是否得到沃尔沃的关键在于,其能否开出让出好价钱。如果双方未能达成协议,则照目前沃尔沃咄咄逼人的态势,其未来势必挑战宝马在豪华车市场的优势地位。

如果福特汽车与宝马达成协议,则宝马汽车将如虎添翼。沃尔沃素以安全称雄,这正是宝马汽车所欠缺的。而沃尔沃的小型车也可以与宝马 Mini 实行技术上的共享,如此一来可以扩展 Mini 阵容。

Google 挺进软件领域 反扑微软

□本报记者 张韬

在日前召开的 Google 年度股东大会上,Google 公司 CEO 埃里克·施密特(Eric Schmidt)表示,Google 日前将重点发展搜索、广告和应用软件三项业务。施密特同时针对日前关于微软收购雅虎的传闻高调表示,即使微软能够成功收购雅虎,也不会对 Google 构成威胁。

分析人士指出,Google 公司此次大举进军软件市场,将与微软展开直接的竞争。而施密特如此高调的表示不怕微软和雅虎的合作或是并购,表现出 Google 不惧微软以及进军

应用软件市场的巨大决心。原本是微软希望借助收购雅虎向 Google 挑战,现在反而是 Google 直接向微软的核心业务叫板。

本月初有消息称,由于在 DoubleClick 竞拍战中败给 Google 之后,微软加紧了对雅虎的“追求”。据预计,微软要想成功收购雅虎,可能需要支付近 500 亿美元。如果能够成功收购雅虎,那么微软在搜索引擎广告市场的份额将增至 27%,距离 Google 65% 的市场份额仍有较大差距。但微软在整个网络广告市场占有的份额也将有较大提升,可能会与 Google 之间的差距缩小至

13%。更为重要的是,微软收购雅虎后将在网络流量方面占据垄断性优势。

Google 在关于竞争对手的合并的各种传闻下,却一反以往“不予评论”的常态。施密特说:“即使微软成功并购雅虎,也不会迫使我们改变策略。当然,这会一定程度上改变竞争态势,但不会给我们带来任何不同。”发表完上述评论后,施密特强调了公司的战略:Google 不再是单纯的搜索公司。施密特表示,Google 公司提出的企业方针将是“搜索、广告和软件”,这反映出 Google 公司在其以搜索和广告为主的范围之外向在线软件

领域扩展的战略。

据悉,Google 公司在去年通过推出 Google Apps 进入了软件领域。Google Apps 包含一系列的在线应用软件和 Web 发布工具,能够供消费者免费使用。此外,Google 公司还向企业、大学以及政府部门等提供这款软件的收费版。

施密特曾表示,“我们希望能够引领一种在线生活的方式。人们在网络上消磨的时间越来越多了,Google 公司能够推出一些能够真正地满足他们需求的新软件。”他表示,Google Calendar 的登场就是 Google 公司推出这类软件中的范例。

诺基亚在华获 25 亿美元手机订单

□本报记者 张韬

诺基亚日前宣布,已同中国的中邮普泰公司签署了一份总额 25 亿美元的手机供应合同,这是该公司历史上最大的一笔供应手机的订货协议。

据悉,中国邮电器材集团公司所属中邮普泰公司和诺基亚(中国)投资有限公司双方于 5 月 11 日签署了手机采购及战略合作协议。根据该协议,中邮普泰公司 2007 年度将从诺基亚公司采购合同金额高达 25 亿美元的手机。此订单的手机供应数量将超过 2000 万部。诺基亚透露,这份 25 亿美元合同覆盖了 2007 年全年,包括前 4 个月已经发货的手机。得益于高效的销售体系,诺基亚在中国、印度等新兴市场占据了非常有利的地位。

根据市场调查公司 GFK 的数据,去年底诺基亚在中国的市场份额超过了 35%。由于较早地进入快速发展的新兴市场,诺基亚在 2007

年初拉大了与紧随其后的竞争对手摩托罗拉的差距。由于摩托罗拉决定在 2007 年初逐渐退出竞争激烈的低端市场,诺基亚的竞争压力有所减轻。

诺基亚发言人称,中国对诺基亚来说是非常重要的市场,按照营收计算,中国已成为诺基亚最大的市场。诺基亚表示将加强与中邮普泰的战略合作,自 1998 年以来中邮普泰已经销售了超过 3700 万部诺基亚手机。

据悉,中国邮电器材集团公司所属的中邮普泰公司是目前中国最大的手机销售企业,从 1999 年至 2006 年,连续八年销售手机数量保持市场领先地位,2006 年市场份额超过 30%。

诺基亚全球副总裁邓元鏗对双方的合作表示了满意:“诺基亚与中邮普泰的强强合作将进一步积极推动中国移动终端市场的发展。”诺基亚的声明中还表示,双方还将在渠道建设和资源投入等方面展开深层次的战略合作。

戴-克将商讨出售克莱斯勒细节

□据新华社

据美国《底特律新闻》12 日报道,戴姆勒-克莱斯勒公司已将私募基金 Cerberus 资本管理公司作为出售旗下克莱斯勒公司的主要对象。

《底特律新闻》当天援引知情者透露的消息称,戴-克公司已经开始与 Cerberus 资本管理公司进行有关交易细节的讨论。此前报道指出,克莱斯勒公司的可能买家还包括总部设在纽约的私募基金黑石集团和全球知名汽车零部件制造商加拿大美德国际公司。

戴-克公司和 Cerberus 资本管理公司目前尚未对上述消息进行评论。

《底特律新闻》还透露,戴-克公司管理层和监事会将在几天后举行会议,相信该公司很快会决定克莱斯勒的买家人选。

近来,有关克莱斯勒买家的报道说法不一。德国出版的《欧洲汽车周刊》5 日曾报道说,目前加拿大美德国际公司是“唯一认真”愿意收购克莱斯勒的买家,预计本月它将与戴-克公司就收购事宜达成某种交易。

今年全球液晶显示器销售额将增 6%

□据新华社

美国专业市场调查公司 DisplaySearch 日前预测,由于价格反弹,2007 年全球液晶显示器销售额将比去年增长 6%,达到 737 亿美元。

另外,在液晶显示器销售增加的带动下,今年全球平板显示器的整体销售额也将比去年增长 5%,达到 880 亿美元。DisplaySearch 除了对液晶显示器的市场情况进行调查之外,还同时对等离子显示器和有

机发光显示器(OLED)的销售情况进行跟踪调查。

DisplaySearch 公司总裁罗斯·扬指出,今年 4 月份,笔记本电脑显示器的价格已开始上扬,预计从 5 月份开始,电视用平板显示器的价格也会有所攀升。

目前,平板显示器的主要生产厂商三星电子和台湾 AUO 等公司都寄希望于今年下半年的市场需求会有所增加。不过,DisplaySearch 认为,今年全球平板显示器的整体销售增幅将低于去年。

用友 ERP 市场份额环比大跌

□本报记者 姚青

据易观国际近期发布《2007 年第一季度中国 ERP 市场数据监测》数据显示,中国 ERP 市场 2007 年第一季度整体规模达到 10.11 亿元人民币,比上季度环比下降 20.32%,比去年同期微弱增长 1.11%。

从厂商竞争格局来看:用友软件本季度的市场份额为 23.8%,与上季度 31.6% 大幅度下滑。用友软件 2006 财年销售额增幅创下近年最低,仅有 11.2%。

市场分析,本季度市场总体规模下滑,一方面是主要厂商新财年调整销售计划,另一方面主要由

本土领先厂商的业绩下滑引起。

此外,电信运营商正在加大投入中小企业信息化市场,成为中小企业信息化的主流服务商也是导致领先厂商的业绩下滑的原因,但据了解,电信运营商当前该业务的赢利状况并不佳。

数据监测同时也反映出目前以金算盘为代表的一些管理软件厂商正在经历商业模式的转换过程——从销售软件许可向全程电子商务平台提供转变。分析认为,这是一种结合了在线服务模式 and B2B 平台的综合商业模式,虽然当前市场尚不成熟,但契合了产业链上核心企业今后的信息化发展方向。

IT 咨询机构赛迪顾问最新报告预测

中国 MP4/PMP 销量将突破 200 万台

□据新华社

IT 咨询机构赛迪顾问最新发布的一份报告显示,2007 年第一季度,中国 MP4/PMP 播放机销量 47.88 万台,销售额 7.08 亿元,预计全年中国 MP4/PMP 播放机市场销量将突破 200 万台。

赛迪顾问消费电子产业研究中心咨询师韦玉怀在日前发布的《2007 年第一季度中国 MP4/PMP 播放机市场分析报告》中指出,尽管中国 MP4/PMP 市场竞争依然激烈甚至混乱,利润也在逐渐走低,但国内品牌仍然掌握着 2007 年第一季度中国 MP4/PMP 市场销售量的前五名,其中纽曼、爱国者和长虹佳华形成三足鼎立之势。

相对于 2006 年全年的市场格局

来看,MP4/PMP 市场品牌格局产生突变,爱国者被后来居上的纽曼所赶超,市场地位也随之下滑到第二。赛迪顾问调查数据显示,2007 年第一季度,纽曼以 25.3% 的市场份额,成为销量市场占有率最高的品牌。

从 2007 年第一季度的中国 MP4/PMP 播放机市场屏幕尺寸的分析情况来看,闪存型 MP4/PMP 播放机以 2.5 英寸的产品为主,而硬盘型 MP4/PMP 播放机以 3.5 英寸和 4.3 英寸的产品为主。其中 3.5 英寸以上的 MP4/PMP 播放机市场占有率超过了五成比例。随着新厂商加入 MP4/PMP 播放机市场竞争,以及消费者对大屏尺寸的需求和屏幕成本的降低,3.5 英寸以上的产品将更加丰富起来。