

■关注白酒业

一个多月内两度传出与外资合作消息

剑南春集团被并购可能性遭否认

□本报记者 于兵兵

一向低调的名酒剑南春在一个月多的时间里两度传出与外资合作的消息。先是法国轩尼诗控股了四川剑南春集团旗下文君酒庄。一个月后,出产绝对伏特加(Absolut vodka)的瑞典酿酒商 Vin&Sprit(简称“V&S”)宣布将与剑南春集团合作成立合资公司。

因为剑南春对消息的低调处理,市场对此动作的真实意图和前景颇多猜测,有人称,轩尼诗收购文君酒庄的目标是以文君酒庄为跳板收购剑南春,以全面铺开其产品在内地市场的销售渠道。

一位与剑南春集团高层十分接近的人士称,剑南春高层已经坚决否认这一说法并表示,文君酒庄与轩尼诗为合作一事已经接触了两年之久,引入外资只是看好其成熟的企业管理和酒业运作经验,并购剑南春集团的说法是“无稽之谈”。

今年5月,酩悦轩尼诗酒业有限公司(法国轩尼诗中国分公司)对外表示,已出资9608.5万元人民币,收购了剑南春旗下文君酒庄55%股权。一个月后,V&S

表示将与剑南春成立一家合资公司,生产白酒产品。新公司总部设于成都,将由V&S持股51%,剑南春持股49%。

但是,记者没有从剑南春相关人士处得到V&S与剑南春合作的确切回复。当记者致电剑南春集团和文君酒庄相关部门时,工作人员以“外资发布的信息向外资”的说法拒绝介绍此事的进一步进展。

洋酒在今年初集中对国内品牌白酒展开收购,已经成为酒类市场一大关注焦点。“我们对并购一事处理得十分低调,一方面是因为涉及上市公司股价,一方面,外资也会考虑品牌名酒被并购引来的民族情绪。”英国帝业吉欧一位中国公关代表称。今年初,世界第一大烈性酒公司帝业吉欧集团通过控股全兴集团43%的方式,间接持有四川水井坊股份有限公司近17%的股权,创洋酒并购中国白酒企业第一案。

对于为什么洋酒品牌集中于今年上半年进入中国市场,相关人士均透露,这一时间点并不是外资进入中国市场的开始,外资洋酒品牌在国内寻



外资目前很看好中国白酒市场 史丽资料图

找、接触并购对象,多开始于两年前。除了看好高端白酒市场在中国巨大的潜在消费力外,引导中国品牌白酒走向国际,也是外资对这一领域持乐

观态度的理由之一。

专家介绍,2005年是根据WTO协议,洋酒进入中国市场门槛大幅降低的一年。目前,尽管根据《外商投资指引目录》,

品牌白酒仍然是外资限制进入领域,但“限制”并非“禁止”,只要履行相关报批手续,洋酒与国内品牌白酒的合作之路已经打开。

共合网欲做传媒界阿里巴巴

引来鼎晖、软银风投注

□本报记者 张韬

被互联网和广告传媒界广泛关注的“共合网”(www.randv.com)日前高调宣布正式开通。据介绍,共合网是全球传媒资源共享整合平台的简称,是中国第一个以实现广告交流、广告交换和广告交易为目的的电子商务网站,也是一个致力于发现资源、整合资源和经营资源的网络传媒机构。

共合网创新的商业模式、优秀的创业团队也吸引了国际风投的目光。据了解,鼎晖、软银两大著名风投已经在共合网投入巨额风险投资。不过,共合网并未透露风投的具体金额。

业内人士分析指出,这种商业模式即“R(Reality 现实)&V(Virtuality 虚拟)”模式是对现实传媒资源和虚拟传媒资源进行整合的有效途径。郭羽说,共合网正是利用R&V模式进行赢利,目前已经形成了传媒资源置换业务、多方互动平台和绝对中国首创广告信贷业务三个核心赢利模式。浙商在互联网界风光八面,而杭州可以说是互联网的风水宝地。马云在杭州创办了中国互联网第一个商业网站中国黄页,孙德良在杭州缔造了中国互联网“第一股”网盛科技,阿里巴巴和淘宝网更是称雄各自领域,而共合网的高层则希望共合网能够成为传媒界的阿里巴巴。

港龙航空增加内地航班

□本报记者 索佩敏

港龙航空昨日宣布,将由8月1日起,进一步加强由香港前往中国内地的航班,重庆及西安的航班会增至每日一班,而福州的航班数目亦会增至每周14班。

港龙航空进一步表示,刚于本年1月最新开办的釜山航线,亦会在7月1日起,由目前的每周3班增至每日一班。

此外,港龙航空计划由7月15日至8月26日,提供30班包机服务,以配合暑假期间强劲的旅游需求。包机服务主要前往日本,包括10班前往宫城县仙台、7班前往福冈北部的北九州等。港龙航空亦会提供五班包机服务前往马来西亚的浮罗交怡,以满足希望于暑假前往海滩的度假需求。

■产业观察

家电进口关税下调对国内市场冲击有限

从6月1日起,国家调整部分商品进出口关税税率,对家用电器等轻工产品实行了较低的进口暂定税率,20多类家电产品及其零部件的进口关税大幅下调,平均降幅接近50%。此项政策意图为何?一向竞争激烈的国内家电市场会受到怎样的影响?

专家:解决贸易顺差过大

此次商品进出口关税税率调整,对涉及婴儿食品、厨房炊具、餐具、食品加工机、视力矫正镜片、建筑材料、装饰用陶瓷、家用电器等部分轻工产品实施较低进口暂定税率,其进口暂定税率为6%-17%。

以家电为例,抽油烟机、电热水器、空调、电冰箱、洗衣机等常用大件家电的进口关税税率,由10%调至6%;微波炉、电磁炉等厨房小家电的关税税率由15%降至8%;咖啡机、家用自动面包机、电动剃须刀等商品关税降幅较大,均达到或超过50%。

商务部国际贸易经济合作研究院博士梅新育分析说,国家出台此项政策目的有二。一是促进国际收支平衡,当前我国贸易顺差过大给宏观经济的稳定带来较大困扰,也显著加大了我国面临的贸易争端压力。二是推进国家产业结构和外贸商品结构提升,在不影响国内自主先进制造业发展的前提下扩大进口先进制造业产品尤其是技术装备,增强国内经

济发展后劲,丰富人民生活。

自去年9月以来我国政府实施了密集的对外贸易调控措施。海关总署最新公布的数据显示,4月份我国实现贸易顺差168.8亿美元,增长62.5%,比1季度的增速减缓37.5个百分点,反映出国家宏观调控和外贸政策调整的效果正在逐步显现。

“家用电器等轻工产品进口暂定税率之所以降低,是因为我国制造业在这些行业的竞争力已经非常强大,降低进口税不会对国内造成太大冲击,却能够满足一部分国民的消费需求。”梅新育说。

那么,国内家电市场的反应究竟如何呢?

纯进口国外品牌家电很少

记者在苏宁、大中、国美等主要家电卖场发现,纯进口的国外品牌家电非常少,问津者寥

寥,而且价格变动还没有显现出来,大部分的外来品牌家电是由中外合资企业在国内生产的。

专家介绍说,“技术、产业梯度转移规律”表明,技术创新产品的初始动力在于创造市场,一旦市场形成并且成长起来,竞争的基础也就逐渐转变为以价格为主导,集团生产设施的最优区位随之会被转移到具有较低劳动力成本和较低原材料成本的地方。

随着中国市场被国外企业认同,其生产基地也纷纷转移到中国,中国是全球家电最佳生产基地已成为国际家电行业的共识。在中国建厂的同时,国外企业从单纯在中国生产,转变为生产和市场销售并重,最终形成在中国研发、生产、销售的“一条龙”。

这“一条龙”的举措,使得此次进口关税下调对外资品



美国迪尔拟收购宁波奔野拖拉机

收购方为世界最大农业机械制造商

□本报记者 徐虞利

昨日记者获悉,世界最大的农业机械制造商迪尔公司日前宣布,该公司计划通过收购中国宁波奔野拖拉机汽车制造有限公司来扩大其小型拖拉机的在华生产规模。迪尔公司表示该公司已经就收购奔野公司签署了最终协议,目前正在等待中国政府相关部门的最后审查。

迪尔公司通过此次收购将扩大其拖拉机产品系列和在世界范围内增加小马力拖拉机的产能。奔野公司主要生产20-50马力的拖拉机,而迪

尔公司位于天津的合资拖拉机厂目前主要生产60-120马力的拖拉机。

迪尔公司总裁兼首席执行官 Robert W. Lane 表示,公司的目标很明确,就是为农业服务。对奔野公司的收购使公司以更加齐全的产品系列为中国客户提供更好的服务,并从中向世界其它地区出口更多的拖拉机。

迪尔公司自1976年以来一直向中国农业市场提供产品和服务。1997年该公司在佳木斯合资生产联合收割机,这标志着该公司在中国有了自己的制造厂。该合资企业现在已经

成为迪尔独资企业,此外,迪尔还成立了合资企业约翰迪尔天拖有限公司生产拖拉机。

据了解,奔野公司成立于1955年,是中国南方最大的拖拉机生产企业。该公司新厂区占地20万平方米,是一家集研发、生产和销售为一体的拖拉机制造企业。该公司目前95%的营收都来自中国国内,产品远销世界70个国家。

负责北美、澳大利亚、亚洲以及全球拖拉机和设备外包业务的迪尔公司农业部门总裁 David Everitt 表示,公司对开拓中国国内市场和出口市场都非常有信心,中国农业

的影响有限。某日本品牌家电销售商就表示,这个企业基本不再向中国进口产品,反而要向日本出口其在中国生产的家电。

国内企业竞争力不会被削弱

国内品牌的企业也普遍认为,本轮进口关税下调不会影响其市场份额。

近年来,我国家电行业尤其是电视机、空调、电冰箱、洗衣机等频频爆发价格大战,每次“战争”之后,这些家电产品的价格都有一定程度的降低,明显优惠于同类进口产品。这对国内消费者很有吸引力。

同时,国外品牌由于掌握核心技术、技术领先等因素,往往能在价格大战中更加超然,所以家电市场目前已形成国产品牌比同美国外品牌便宜很多的局面。“纯进口家电的目标消费人群不会在意因进口关税调整导致的降价,大部分普通消费者甚至注意不到这种降价。所以国内企业的竞争力不会因此被削弱。”某家电销售企业负责人说。

创维负责家电出口的高层就表示,液晶电视屏的进口关税约为3%,等离子屏的进口关税为5%,其他彩电元器件基本在中国生产,所以彩电零件进口关税从15%下降至6%,对国内彩电销售几乎没有影响。(据新华社)

我国提高稀有金属出口门槛

将对钨、钼实行出口配额许可管理

商务部、海关总署11日发布2007年第54号公告,自2007年6月18日起对钨、钼实行出口配额许可证管理。

公告称,自2007年6月18日起,对钨及钨制品、钼及钼制品出口实行出口配额许可证管理,符合钨、钼出口许可证申领标准的企业到省级商务主管部门发证机构申领出口配额许可证。海关凭出口

许可证办理通关手续。据了解,钨、钼等稀有金属是不可再生的重要战略资源,广泛应用于国防工业、航空航天、信息产业、制造业等。

此外,为加强资源性商品出口管理,商务部、海关总署近日发布公告,自2007年6月15日起对标准砂出口实行出口许可证管理。(据新华社)

广电或将打出手机电视免费牌

□本报记者 姚音

为加速推广移动多媒体广播行业标准(CMMB)的商用化进程,CMMB组织的基础专利持有方将在两年内完全免去下游厂家使用CMMB的基本专利许可费,免费期过后也仅收取具有象征意义的1元使用费。据接近广电方面的权威人士透露,2008年手机用户将能免费看手机电视。

据了解,CMMB手机电视开通后,用户通过手机可免费收到CCTV1或CCTV5新闻频道,还可接收多个付费频道,而这个费用也远远低于其他方式通过手机收看电视的费用。也正基于此,CMMB标准一出便受到各界关注,也加剧了之前已经白热化的电视手机国标之争。目前国内各界提出手机标准多达8个。

不久前,广电总局广播科学研究院副院长邹峰曾在“第三届中国传媒科技高峰论坛”上公开表示,广电总局力推的手机电视行业标准CMMB已经获得了关键的频

段资源。邹峰透露,信息产业部已经为CMMB划分了2.5GHz频段的25M带宽资源,获得此资源的具体意义是,利用CMMB就可提供20套电视节目、30套广播节目及数据服务。

按照广电总局的时间表,从2006年到2007上半年,多媒体广播正在北京地区进行建网实验和终端设备的制造。2007年下半年将会进行“天地一体”播出的接收实验和运营实验,2008年上半年先在奥运转播的六个城市北京、上海、青岛、沈阳、天津、秦皇岛进行实验,在奥运会开幕的时候有奥运转播城市都可以看到手机电视这种新媒体的播出方式。

目前,参与CMMB组织的企业已有120家。其中包括诺基亚、摩托罗拉、索尼爱立信在内的国际手机厂商以及联想、华为、中兴、UT斯达康等国内主流手机厂商都在研发相应终端。分析人士认为,CMMB组织此次祭出专利费利器,将会使得此前进入胶着状态的手机电视市场加快“发酵”。

TCL炮轰洋品牌打价格战

□本报见习记者 张良

日前,借着发布彩电全高清战略,TCL对目前国内平板电视市场上某些洋品牌携低端液晶产品与国产品牌大打价格战的做法进行了“炮轰”。

去年10月以来,合资品牌通过低价策略不断抢占国内液晶电视市场份额。数据统计显示,今年“五一”期间,合资品牌平板电视整体价格下降约27%,形成了咄咄逼人的攻势。

对此,TCL多媒体副总裁兼中国业务中心总经理韩青表示,今年彩电市场的向本来是将全高清作为一个主流,但目前中国彩电市场仍然比较乱,大家都在一味打价格战;洋品牌现在更是在拿低端产品来打价格战,“其实他们不是真正地打什么价格战,而

是把产品线做低端了,做低端产品,进而把价格定得比国产品牌还低,低端产品也有一些是OEM的,产品功能也不全,都是我们不愿意做的一些产品,因此我们必须出来发布策略,调整方向升级全高清,否则市场就没有方向了。”

中国电子商会和国务院发展研究中心最新发布的2007年第一季度《中国平板电视城市消费者需求状况调研报告》显示,高清已成为2007年中国平板电视消费市场的主流趋势之一。与此同时,与高清晰度电视相关的各项国家标准也渐渐浮出水面。今年1月1日,八项高清晰度显示器标准的正式实施拉开了我国数字高清规范化发展的序幕,中国数字电视地面传输标准也将在今年8月1日启动。

前5月汽车产销双双增两成以上

根据中国汽车工业协会11日发布的月度产销统计,今年1-5月中国汽车产销达到372.04万辆和364.62万辆,同比增长21.32%和22.03%。

其中乘用车产销261.77万辆和257.27万辆,同比增长20.11%和21.09%;商用车产销110.27万辆和107.35万辆,同比增长24.30%和24.36%。

统计显示,5月份中国汽车产销与上月比呈一定下降,其中商用车

产销降幅略高于乘用车。5月,汽车产销71.02万辆和71.36万辆,比上月下降12.88%和11.76%,同比增长21.76%和25.29%。在商用车主要品种中,乘用车产销49.27万辆和48.85万辆,比上月下降9.54%和10.50%,同比增长18.47%和23.40%;商用车产销21.75万辆和22.51万辆,比上月下降19.61%和14.37%,同比增长29.94%和29.61%。(据新华社)

爱立信获中国移动扩容大单

□本报记者 张韬

昨日,爱立信在瑞典首都斯德哥尔摩宣布,爱立信已与中国移动签署19省、市、自治区的GSM网络扩容框架协议,金额约为10亿美元。另外,爱立信与索尼的合资公司索尼爱立信宣布获得中国移动普泰和深圳天音通讯这两大经销商总计85亿元的采购合同。

根据爱立信与中国移动签署的GSM网络扩容框架协议,爱立信将对中国移动覆盖中国19个省、市、自治区的网络进行扩容。爱立信一直是中国移动GSM网络重要的设备供应商,根据扩容框架协议,爱立信将提供核心及无线网络,以及相关的技术支持与服务。

目前,设备交付工作已经开始。此次,爱立信负责扩容的省份为广东、山东、江苏、辽宁、四川、湖北、黑龙江、河北、甘肃、陕西、安徽、天津、重庆、上海、云南、新疆、内蒙古、广西和宁夏。

另外,索尼爱立信与中国邮电器材集团公司所属中邮普泰签署了手机采购合同。根据合同,中邮普泰公司计划从索尼爱立信公司采购总金额高达45亿元人民币(约合近6亿美金)的手机。索尼爱立信还宣布,最近与深圳市天音通讯签署了2007年度价值40亿元(约合超过5亿美金)的合作框架协议。中邮普泰和天音通信都是国内最大的手机经销商之一,同时一直是索尼爱立信的重要销售代理商。