

鼓励外包 政府支持软件业国际化

2006年我国软件市场规模已达4800亿元,出口规模60亿美元

□本报记者 张韬

昨日,在2007第十一届中国国际软件博览会(以下简称“软博会”)上,信息产业部副部长姜勤俭表示,未来15年是我国软件产业发展的关键时期,各行业需求的升级、互联网的迅猛发展以及全球外包规模的扩大,都为我国软件产业发展提供难得的机遇。中国政府将从出口信贷、促进企业合作、建立公共服务平台、人才培训等方面对企业予以支持,建立海外市场开拓服务体系,提高软件企业的外包能

力,促进软件与服务联动出口,帮助国内企业进入日本、美国和欧洲市场。

据姜勤俭介绍,2006年我国软件市场规模已达4800亿元,出口规模60亿美元,并有1.3万家认证软件企业,其中超过10亿元销售规模的企业有35家,“产业聚集效应开始呈现”。

世界著名市场研究公司Gartner一位高管在评价中国的软件产业时曾表示,中国经济最近这几年的发展,已经建立了一个门类相对比较齐全,

产业信息比较完整的软件产业体系。这在全球是不多见的。相比较印度、爱尔兰等国,印度服务外包在全球是最大的,但是本国的基础软件非常薄弱,在电子政务、电力、金融、通信、汽车电子、数控机床、办公等应用领域并不占有市场分额,这是无法和中国比拟的。

姜勤俭则认为,软件产业已逐渐成为我国信息化产业发展与经济发展的新增长点。为保证软件产业的高速发展,应做好以下几个方面工作。一要继续加强软件产业立法,加强软件人才培

养,营造有利发展环境;二要集中力量突破操作系统等核心技术,培养一批具有自主知识产权企业;三要加快软硬件融合开发;四要打造完善规模化的软件产业基地;五要鼓励软件外包产业发展,鼓励跨国公司加大在华投入。

姜勤俭还指出,我国软件正版化进展顺利,打击软件盗版事业取得显著成效,未来将继续加大对盗版软件、恶意软件以及流氓软件的整治,营造更加有力软件产业发展的环境。

中科院院士科学技术部原

部长徐冠华表示,从国内情况来看,《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006—2020年)》(以下简称《规划纲要》)和《2006—2020年国家信息化发展战略》相继颁布实施,为软件科技创新和产业化注入强大的动力。《规划纲要》从重大专项、重点领域、前沿技术、基础研究各个方面都对未来15年软件技术创新的重点方向作出了相应安排。并将在制定政策、安排计划和配置资源等方面逐步加以落实。

巴西拟对进口成衣按重量加征关税

巴西财政部近日表示,巴西正在酝酿对进口成衣按重量加征关税,以提高本国企业的竞争力,减少巴西货币雷亚尔对美元升值所带来的压力。

巴西财政部在一份声明中说,巴西税局正在制定一份参考价格表,一旦发现有进口成衣价格达不到参考价格表定价的话,将按货物重量加征关税。

今年以来,雷亚尔对美元升值幅度超过10%,达6年来最高点。巴西制衣业界认为,本国货币升值导致其竞争力下降。1至4月份,巴西进口成衣总额达到1246亿美元,比去年同期增长32.5%。2006年巴西进口成衣总额为3468亿美元。

巴西政府4月份曾宣布成衣进口关税将从20%提高到35%。但这需要得到南美共同市场成员国的同意才能实行。不少巴西企业认为,相比于提高关税,对进口产品按重量加征关税对本国市场的保护更直接有效。

根据巴西外贸部的统计,巴西目前进口的成衣65%来自中国。

(据新华社)

嘉士伯在我国西部投资20多亿元

世界最大的啤酒企业之一丹麦嘉士伯集团,在我国西部地区投资已达20多亿元人民币。

嘉士伯集团于2001年开始投资云南,迈出了它投资西部的第一步。据嘉士伯集团大中华区总裁王克勤介绍,目前嘉士伯集团已在西部的甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区、西藏自治区、云南省等设立了10家独资及中外合资企业。

目前,嘉士伯还在筹划在西部建立一个全球性的采购中心,采购物资将直接通过西部发达的航空网络运往世界各地。

王克勤说,“西部地区已渐形成了一个完善的采购及物流体系,已无需再依赖东部沿海地区完成采购及物流。”

(据新华社)

三星将销售世界最大液晶电视

韩国三星电子将在市场上销售世界上最大的液晶电视,目标是高端电视市场。

据韩国联合通讯社14日报道,三星推出这款液晶电视的显示屏为70英寸,而目前市场上最大的液晶电视为65英寸。此外,这款名为“PAV LED 70”的液晶电视在动态对比度和画面反应速度上都有改善,电视图像更为清晰。

三星电子公司称,这款液晶电视的售价为5900万韩元(约合6.44万美元),将首先在韩国本地市场投放100台。该公司计划在今年下半年将这款电视推向欧洲市场。

(据新华社)

中国企业跨国并购需警惕保护主义

□本报记者 张韬

昨日,由艾金·岗波律师事务所(下称“艾金·岗波”)主办,上海证券报协办的“中国企业取得全球成功的法律及政治要素”在上海举办。

艾金·岗波在一份针对中国对外投资现状与前景分析的报告中指出,中国企业海外并购按其战略目标分为三个主要类别——资源型、技术型和市场开发型。随着中国企业购入矿山和油田的权益以及投资与资源开采相关的上下游项目,在全球寻找自然资源成为其海外投资的最大驱动力。非资源型投资项目经常与资源交易联合进行,以便更容易得到许可。这个趋势在资源丰富的发展中国家非常明显,且经常采用基础设施项目的形式,如修建公路、公共建筑、炼油厂、桥梁和电信网络。而今后5年,中国企业海外非资源并购最有可能在银行、保险、汽车和农业等行业出现。

报告还指出,长远来看,有些中国企业一定会从波澜与发展中国家签约的浪潮中获益。在电信领域尤为如此,目前正有几家中国公司通过在发



昨日,中国企业全球成功的法律政治要素研讨会在上海举行 本报记者 徐汇 摄

展中国家建立电信网络积累专业技能,其最终目标是将业务扩展到欧洲和北美市场。

但艾金·岗波律师事务所同时也对中国海外投资提出警示:全球范围内目前正掀起一波本国保护主义和施加更多限制的浪潮。中国企业往往不能针对其在海外可能会遇到的法律和政策问题做出前瞻性的准备,从而成为民族偏见和政治斗争的牺牲品。

华为技术(美国)副总裁赵毅表示,中国企业如果考虑进军美国的话,必须明白到底为什么,能给公司业务带来什么价值。公司在海外运作的时候,则要时刻谨记这是与中国完全不同的市场,是“两国两制”,时刻要考虑在法律、财务、制度与中国的异同,公司必需要有耐心,坚定长远的投资信念。

艾金·岗波在报告中建议,由于美国的投资环境十分复杂,有计划进入美国的中国企业必须提高警惕,避免成为政治攻击的目标。譬如企业可以针对投资结构进行设计,将交易当中的非核心产品予以剥离,以避免反对的声音,或者控制投资规模,以避免来自美国政府的审查。

华为:资金充裕近期无上市计划

□本报记者 张韬

在昨日举行的“中国企业取得全球成功的法律及政治要素”的论坛上,华为技术(美国)副总裁赵毅接受记者采访时表示,中国的WCDMA可能需要几年后才能启动。赵毅同时表示,华为目前的现金流相当充裕,近期没有上市的计划。

赵毅称,华为在WCD-

MA项目投入大量资金进行研发,但中国的WCDMA建网却迟迟没有进展,预计要几年之后,中国的WCDMA项目才会启动。鉴于此,华为不得不将WCDMA的发展重心转向海外市场。不过,华为在海外的3G市场已经取得了很大的成绩。

记者了解到,华为目前已经晋升为全球前五名的电信设备供应商的行列。去年,华

为宣布获得沃达丰在西班牙地区的3G合同,这份合同的签定被华为看做是突破欧洲市场的典型。不仅如此,华为还突破了许多其它高端市场,包括西班牙电信、荷兰皇家电信、FT/Orange、希腊电信、意大利电信等在内的多家世界一流运营商的认可。截至2月6日,华为已实现规模进入日本、欧洲、美国等发达国家市场。华为在全球累计获得67个

3G商用合同,WCDMA合同数目达到35个,其中12个来自欧洲。

虽然华为在海外市场进展颇为顺利,华为在国内TD领域却落后于同城竞争对手中兴通讯。赵毅对此种说法也表示了认可。记者了解到,2007年4月,备受关注的中国移动TD-SCDMA设备招标中华为严重落后于老对手中兴通讯。

宗庆后强硬的背后:一套班底全员持股

业内人士认为,宗庆后开出的和解条件,达能不可能接受

□本报记者 于兵兵

面对愈演愈烈的达能娃哈哈之争,中国商务部表示,“希望双方不要放过任何一个可以通过友好协商解决这一问题的机会。”关键的是,现在,还有这样的机会吗?

前天(13日),达能娃哈哈纠纷的主角之一宗庆后首次面对全国媒体,对事件发展情况进行表态。宗庆后开出的三个和谈条件是:达能道歉、修改协议、维持现状。否则斗争到底。

对此,达能昨天表示暂时没有可以发布的回应。但业内人士分析,宗庆后开出的是达能不可接受的条件。

如果宗庆后明知达能无法接受这一条件,无疑他已经做好了斗争到底的准备。与达能“以规则为依据”的原则不同,宗庆后的底气来自于1.7万余名娃哈哈员工。

12日早上10点,达能原定

公司其实在日常经营运作上混淆不清。娃哈哈高层的解释是,“两个经营主体,一套班底。”“我们的工资都是集团发的。无论是工资还是工资都是集团发的。无论是合资公司还是非合资公司员工。”杨秀玲介绍。除了生产线有明确的归属外,包括市场、销售等部门都是合二为一。“合资公司与非合资公司销售都是我负责。”娃哈哈集团销售部经理刘智民称,“纠纷发生以后,合资公司销售情况有明显的下滑趋势,一些经销商从感情角度出发更愿意销售非合资公司的产品。消费者也有抵制达能合资公司产品的现象。”

由此,如何“分配”销售收入到合资公司名下,进而给达能分红,其实全在娃哈哈集团的掌控之下。“如果宗庆后最终与达能决裂,合资公司人员全体退出,只不过是走过场而已。”分析人士称。

据上海证券报了解,娃哈哈员工如此统一且强烈捍卫宗庆后地位的重要原因,是娃哈哈体系内捆绑一致的利益结构和合资非合资公司“合二为一”的经营模式。

与其它合资公司不同,娃哈哈与达能的合资公司与非合资

公司其实是在日常经营运作上混淆不清。娃哈哈高层的解释是,“两个经营主体,一套班底。”“我们的工资都是集团发的。无论是工资还是工资都是集团发的。无论是合资公司还是非合资公司员工。”杨秀玲介绍。除了生产线有明确的归属外,包括市场、销售等部门都是合二为一。“合资公司与非合资公司销售都是我负责。”娃哈哈集团销售部经理刘智民称,“纠纷发生以后,合资公司销售情况有明显的下滑趋势,一些经销商从感情角度出发更愿意销售非合资公司的产品。消费者也有抵制达能合资公司产品的现象。”

由此,如何“分配”销售收入到合资公司名下,进而给达能分红,其实全在娃哈哈集团的掌控之下。“如果宗庆后最终与达能决裂,合资公司人员全体退出,只不过是走过场而已。”分析人士称。

据上海证券报了解,娃哈哈员工如此统一且强烈捍卫宗庆后地位的重要原因,是娃哈哈体系内捆绑一致的利益结构和合资非合资公司“合二为一”的经营模式。

与其它合资公司不同,娃哈哈与达能的合资公司与非合资

手机充电器昨起统一接口

□本报记者 张韬

摩托罗拉等均在其列,联想、波导等一批国产手机企业也通过认证。

泰尔实验室主任、标准起草人之一的何桂立表示,根据信息产业部的文件要求,手机通用充电器的实施办法已具有强制性。他解释说,这意味着从标准的执行之日起,所有在中国境内(不含港澳台)新申请进网许可的移动电话机及配套的充电器,都必须通过依据该标准的检测,否则,手机企业的产品将无法入网,并且不具备上市销售的资格。

记者了解到,早在去年12月14日,信产部就颁布实施了《移动通信手持机充电器及接口技术要求和测试方法》。为加快推进手机充电器及接口统一技术标准,6月初信产部要求,从6月14日起,强制执行该标准。届时,所有在境内生产的新申请进网许可的移动电话机及配套充电器,均应符合该标准规定。据信产部泰尔实验室提供的数据显示,截至5月31日,已有14家企业生产的15种型号的手机充电器获得了认证证书。诺基亚、

据有关部门初步统计,目前我国每年更换的手机超过1亿部。而手机报废了,很多充电器却通常还可以正常使用,跟着一同废弃也是个很大的浪费,将来出售的手机可以不必配备新的充电器,这也将降低手机的生产成本。同时大大减少电子废弃物污染。

波音:亚太是未来20年新增飞机最大市场

□本报记者 索佩敏

波音公司昨日公布了最新的2007年当前市场展望,该报告指出,未来20年市场对新增飞机的需求将达到2.8万亿美元。截至2026年,市场将需要新增28600架民用飞机,其中亚太地区以36%的比例成为最大市场。

根据波音预测,截至2026年,市场将需要新增28600架民用飞机(客机和货机),全球各地区对飞机的需求更趋均衡。新增飞机将用来满足客/货运的增长,预计客运和货运的年增长率将分别达到5%和6.1%。

值得注意的是,波音这一预测依然坚持其之前公布的报告中所提出的概念,即未来航空市场需要更多点对点的直航航班,此外,北美地区将占交付美元值的26%,欧洲、俄罗斯和CIS(独联体)总共占25%。

波音预测,未来20年内,全球客运和货运航空公司需要3700架支线机,17650架单通道飞机,6290架双通道飞机和960架747及更大型飞机。截至2026年,新增飞机和原有飞机将使全球民用机队总数达到

36400架以上。

根据波音的当前市场展望,未来20年内,航空旅行的增长需求将几乎全部通过90—400座级的民用飞机来满足。航空公司通过增加航班频率和不经停直飞航班,而不是使用越来越大的飞机,来满足这一增长。

以交付美元值计算,亚太区将成为最大的市场,在2.8万亿美元的总交付值中占36%。此外,北美地区将占交付美元值的26%,欧洲、俄罗斯和CIS(独联体)总共占25%。

波音预测,未来20年内,全球客运和货运航空公司需要3700架支线机,17650架单通道飞机,6290架双通道飞机和960架747及更大型飞机。截至2026年,新增飞机和原有飞机将使全球民用机队总数达到

戴姆勒联手福汽集团造商用车

□本报记者 吴琼

在将克莱斯勒资产出售给Cerberus资本管理公司后,戴姆勒开始了中国急行军。8日,福建戴姆勒·克莱斯勒汽车工业有限公司(下称“福建戴姆勒”)从福建省工商行政管理局获得营业执照。这也意味着戴姆勒与福建汽车集团正式联姻。

据了解,福建戴姆勒由福建汽车集团、原戴姆勒·克莱斯勒股份公司和台湾中华汽车工业股份有限公司共同投资而成。

福建戴·克目前正在申请相关证书以开始建设工厂,以赶上2009年中期能正常投产。据悉:福建戴·克的工厂设在厦门市青口投资区,总规划生产及物流用地为66万平方米,其中一期计划用地33万平方米。该工厂率先投产的将是梅赛德斯-奔驰威霆、唯雅诺和凌特厢式汽车。

固特异销售持续增长达9个季度

□本报记者 吴琼

全球轮胎巨头固特异正出现复苏迹象。固特异轮胎公司日前宣布:2007年第一季度,其来自持续经营业务的销售收入达45亿美元,较2006年增加1%。在2006年第四季度北美钢铁工人罢工影响,固特异公司今年首季仍保持销售收入增长之势。至今,固特异销售收入已经持续增长9个季度。

固特异全球销售收入增长主要归功于三大新兴市场的轮胎业务:亚太市场、拉美和东欧市场、中东和非洲市场。这三大

市场的业务在2006年的基础上增长了11%,均创下季度销售额记录。亚太地区增长极为强劲:今年一季度销售收入达3.84亿美元,较2006年增长9%。

“基于2006年的情况,我深信我们2008年降低成本超过10亿美元。”固特异公司董事长兼首席执行官罗伯特·齐根先生说,“我们正朝着2009年节约更多成本的目标努力,计划在这4年节约总成本18至20亿美元。”

在节约成本的同时,固特异开始扩大核心业务的收入。其核心业务为乘用车、商用车领域的轮胎业务。