菲亚特中国未来五年计划曝光

计划与合作伙伴增资6亿欧元大力开拓中国业务

⊙本报记者 吴琼

意大利的菲亚特汽车在中国未来五年的轿车发展蓝图渐渐浮出水面。记者日前获悉,菲亚特汽车计划5年内与合资伙伴共同增资6亿欧元,用于开拓其中国业务。不过菲亚特汽车中国高层拒绝回答关于合资伙伴以及各自增资额度的问题;但其兴致勃勃地提及另一项即将公之于众的整车合作业务:奇瑞将代工生产菲亚特汽车旗下的阿尔法·罗密欧。

"2010年,菲亚特汽车集团的总销售目标为240万辆,其中中国销售目标为26.3万辆。"菲亚特集团汽车股份有限公司中国首席代表(简称:菲亚特汽车中国)韩同安表示,由于2006年菲亚特汽车大部分销售的增量来自于中国市场,所以为了达到上述目标,菲亚特汽车加速了中国扩张计划:2007年末,Grande Punto、Bravo、Linea(3款)整车将进口至中国;2008年末,Grande Punto、Linea将实现中国本地化生产;阿尔法·罗密欧159从进口整车过渡到在中国生产。

按照这一规划,菲亚特汽车应已和合作伙伴初步达成一致:这4款车在哪家中国汽车企业生产也应有定论。因为诚如韩同安所言,"从规划到正式下线,可能需要18个月的时间。"而今日至2008年末,刚好18个月。

但菲亚特中国商务有限公司首席执行官道格拉斯·申克不愿透露各款车的具体生产地址,仅表示,"2008年末国产是我们的底线。以最快的速度将这些车带到中国是菲亚特汽车的最主要目标,其它的都好商量。"

菲亚特的这一心声,也将于近期得到一位合作伙伴的响应。上海证券报获悉,奇瑞汽车将代工生产阿尔法·罗密欧159。

"阿尔法·罗密欧159的国产谈判已经进入尾声。"面对上海证券报关于阿尔法·罗密欧159较为窄众、何时能达到盈亏平衡的质疑,韩同安自信地表示,"按照我们的可行性报告,这款车将会给我们带来利润。我目前无法告知销量达到多少时才会盈亏平衡。但我们目标是年产2万辆至3万辆。"

据了解,阿尔法·罗密欧159的竞争对手是宝马、奥迪。2006年,宝马旗下的宝马和MINI品牌在华总销量为36357辆;奥迪品牌全线产品在中国总销量达80808辆。

尽管菲亚特汽车集团是为数极少有百年历史的汽车集团,也是少数几家拥有高汽车技术的百年汽车企业,但阿尔法·罗密欧在中国消费者中的认知度显然远远不能与宝马、奥迪媲美。

惠普CEO三度访华 "创新与收购"不离嘴

⊙本报记者 张韬

在惠普中国总裁刚刚换人2个多月后,惠普CEO马克·赫德于6月28日再次访华,这是他就任惠普全球CEO两年之内的第三次访华。访华期间,赫德透露了惠普收购的标准:战略、财务、运作和企业文化。

此前于4月16日,符标榜从孙振耀手中低调接棒,开始了他中国惠普总裁兼中国惠普TSG集团总裁的新职业生涯。当时业内人士分析,由于孙振耀对于中国惠普的影响深远,符标榜未来将面临很大的压力。

赫德的访华无疑起到了安定人心并给符标榜减小压力的作用。赫德称,符标榜在中国惠普担任的职位是最为重要的职位,惠普对他的期望是非常高,因为整个市场与客户对于惠普的期望值也很高。不过赫德也指出,目前总部对符标榜期望的重点并非销售量、销售额要达到多少,而更多专注于讨论创新方面的成绩。比如现阶段的创新如何,惠普的销售是不是有利润性的销售,以及惠普的战略执行是否正确等。

赫德在此次访华中还谈及惠普的收购策略。赫德称,首先,惠普会针对整个公司制定一个战略计划,看惠普想进入哪些市场。如果决定了要进入该市场,惠普将从多个角度评估这个市场,评估角度包括地理覆盖、行业覆盖、产品、以及客户分类等。"当我们考虑是否要收购一家公司的时候,首先我们要看收购这家公司是否有助于推动我们的市场,推动我们的战略。"在上述基础上,赫德透露了惠普收购的标准:战略、财务、运作和企业文化。他表示,对于一家公司的收购必须有一个坚实财务基础,同时被收购公司的运作和企业文化必须能与惠普融合。至于在中国市场,赫德表示在中国市场同样遵循上述三大收购标准。

业内有舆论认为,惠普重返PC全球老大位置部分原因在于戴尔自身发展受阻。如今,迈克·戴尔重新掌权,进行了一系列改革,交出的首份成绩单——上季度业绩超过了华尔街的预期。这将给赫德带来压力。

赫德对此表示,身居全球第一的位置并不给他添加额外压力,惠普最关注的并非竞争对手,而是如何把自身战略执行到位。其基本点是做出设计精良的产品,提供优质的服务和支持,不断去推动创新,提供良好的物流,及时交付产品和改善成本结构。

惠普重返PC全球老大位置 资料图

戴尔发布多款彩色电脑

继全球个人消费者业务部成立、将两款台式电脑改在沃尔玛出售之后,戴尔公司又在7月初推出一个专门针对个人消费市场的笔记本电脑产品系列。据悉,戴尔公司将改变一直以来自己在台式机和笔记本电脑产品设计领域的沉闷风格,开始提供一些新的颜色和设计供用户选择。

戴尔公司消费硬件业务高管称,外观已经变成对消费者来说甚至比性能指标更重要的因素,而戴尔过去在这方面的选择不多。日前,戴尔公司副总裁、中国内地及香港地区总裁刘峻岭在接受记者采访时就曾透露,新的笔记本电脑产品系列将采用专门的时尚化设计,共有七种颜色,其中一款甚至是粉红色。

据悉,戴尔公司发布的这条新的面向消费者的色彩鲜艳的电脑产品线是该公司为了已经落后对手的消费业务整改计划的第一波行动。 (张韬)

腾讯四处出击 挑战互联网各大巨头

——专访腾讯创始人马化腾

⊙本报记者 张韬

目前中国互联网界市值最高的腾讯最近公然宣称自己是中国第一门户网站,宣称进军C2C市场,宣称研发搜索业务,不惜同时挑战新浪、阿里巴巴和百度。与此同时,盛大总裁唐骏也将腾讯视为最具投资的中国互联网企业之一。

"大而全"是否适合腾讯的未来发展?日前,腾讯创始人马化腾在深圳接受了本报记者的专访。

上海证券报: 2006年,腾讯QQ的注册账户数达到5.8亿。依托庞大的用户群,腾讯门户网站的浏览量已经超越新浪成为第一,但腾讯门户的广告却远远不及新浪,门户中腾讯收入还在三甲之外。如何看待这个问题?

马化腾:QQ.COM对于腾讯的挑战难度确实比较大。未来5年内,网络广告将占到成熟市场的半壁江山,对腾讯而言,更多的是对用户的一种改变和培养。腾讯已经加大了品牌改变的投入。在内容和品牌方面将会投入更大的精力,也会花比较多的钱。目前,腾讯正在着力加大对财经、体育等频道的内容建设,以吸引房产、汽车等广告主的投放。而腾讯也有自己的优势,在服装、快速消费品方面,腾讯一直做得很出色。未来,网络广告将在腾讯的收入比重有大的提升。

上海证券报:在网络游戏方面,腾讯虽然已经成为第一休闲游戏门户,但更多的大型网络角色游戏,腾讯仍没有非常成功的产品。您如何看待网游的市场前景,对于大型网游,腾讯的未来战略是什么?

马化腾:网络游戏市场与一年前相比已经发生了很大的变化。免费网游模式对市场的冲击很大,同时,以代理为主的休闲竞技类的游戏也在市场风行。不过,网游的门槛比以前大大提高。一款好的产品,没有上千万美元的代理费很难拿到。这也导致了运营网游风险的增加。而网游市场正在等待一种变化,即会出现高成本拿下一款网游却运营不成功导致的行业洗牌,让大家的心态回归到一种理性的状况。具体到腾讯,目前跟一些大的游戏开发商都有接触,不过不能透露。

上海证券报:腾讯如何看待搜索市场,腾讯的目标是什么?

马化腾:搜索领域的门槛很高,但它是未来很有潜力的市场。腾讯会对搜索进行持续的投入,在一年内,进入国内搜索市场的前三名。

马化腾

上海证券报:腾讯在电子商务的策略是怎样的?

马化腾:C2C和B2B市场目前都是阿里巴巴一家独大。腾讯进来晚了点,需要长期的投入才能取得收获。不过腾讯认为,C2C领域用户相对于IM的用户粘性比较弱,有一种分割的可能。腾讯将会坚持长期免费来争取C2C市场。

巨头奇招迭出 成品油零售竞争白热化

⊙本报记者 陈其珏

上海证券报日前披露的"中石化广州加油站开打降价牌"一事引发了高度关注和激烈评议。记者昨日再度从业内获悉,由各石油巨头主导的市场化促销已在全国各地大举铺开,竞争渐呈白热化。专家指出,这一现象的出现是中国成品油零售市场走向成熟的一个标志,未来将更加频繁。

作为本轮市场竞争的发源地,北京也是各大油企的"必争之地"。记者从当地获悉,中石化、中石油、吉利、道达尔等当地几大巨头为了争夺市场份额,已采取了直接降价、积分返礼等一系列促销活动。

而在其他省市,形形色色的市场化促销手段也已是如鲫过江、不胜枚举。

在成都,部分中石油加油站内打出了促销海报,截至月底,凡个人消费者购买汽油300升,可获0.02元/升的优惠;购买汽油1000升以上则可获0.03元/升的优惠。作为回应,中石化在当地的部分加油站也推出了针对大客户的优惠政策。

在西安,由于中石化加油站数量大大少于中石油,前者随即动起促销的"脑筋"。西安某中石化加油站新贴出海报称:"柴油用户单车单次加油800元以上的,均可赠送印有中石化和奥运会标识的精美T恤衫一件,送完为止"。在该加油站以及其他多家中石化的加油站里,各类汽油、柴油价格都比中石油低0.05元左右。

在南京,中石油某加油站最近推出一项针对IC卡客户的优惠:"持卡客户自助加油享受0.05元/升优惠"。与此同时,中石油江苏分公司原本于去年11月份暂停的积分送礼活动,也于近日重新启动。

在西南地区,部分中石油加油站实行进站优惠策略,即实价低于挂牌价格0.04-0.05元/升,对持牡丹卡消费的客户在进站优惠基础上再优惠1%,至于协议客户还有更多优惠。当地社会加油站的挂牌价则普遍比同区域的中石化加油站低0.05-0.1元/升。

即便在"价格同盟"一直维持得比较好的上海,近日也传出消息:位于万航渡路的"梅山长宁加油站"对90号汽油实施降价。

"这种促销在国外非常频繁、也很正常。"英国巴特莱银行能源商品中国代表李美龄接受记者采访时表示,在发达国家,很多城市几乎每个加油站都搞促销,且手法千奇百怪,而中国相当一部分促销手段可能就是由外资油企从国外引进的。"像新加坡一些加油站甚至给出5%-10%的价格折扣,这在中国应该还没有出现。"

申银万国证券股份有限公司
关于创设南航认沽权证的公告

依照上海证券交易所发布的《关于证券公司创设南方航空权证有关事项的通知》,申银万国证券股份有限公司向上海证券交易所申请创设南方航空认沽权证并已获核准,中国证券登记结算有限责任公司上海分公司已办理相应登记手续。本公司此次获准创设的南方航空认沽权证数量为1.5亿份,该权证的条款与原南方航空认沽权证(交易简称南航JTP1、交易代码580989、行权代码582989)的条款完全相同。

本公司此次创设的南方航空认沽权证的上市日期为2007年7月2日。

特此公告

申银万国证券股份有限公司
2007年6月29日

产业快讯

香港新世界 100亿投资贵阳地产

⊙本报记者 李和裕

随着在贵阳投资建设的大型楼盘"金阳新世界"昨天开始预售,香港四大地产商之一的新世界集团在西南地区的布局更进一步。据了解,金阳新世界项目占地3000多亩,香港新世界的投资总额将达100亿元人民币。

贵州项目由香港新世界在内地的房地产旗舰公司新世界中国地产(0917.HK)成立的贵阳新世界房地产有限公司负责开发,而在今年初,执掌新世界中国地产的香港地产巨子郑裕彤就表示要在内地市场大发展,去年香港新世界共斥资逾43亿元购入海口、贵阳、成都及长沙共4个内地项目,可建楼面面积727万平方米以上。

据了解,随着近年来500多家港资企业进驻,香港已成为贵州最大的省外资金来源地。而新世界中国地产已在北京、上海、武汉、南京等17个城市开发有37个物业项目,在诸多利好因素影响下,其进军内地的目标也愈发明确。

绿地50亿建牡丹江"综合城" 集团全年收入有望逾260亿

⊙本报记者 柯鹏

继在长春开发"绿地上海城"、在沈阳收购沈阳绿建集团之后,上海最大房地产企业之一的绿地集团开拓东北市场又有新动作,昨天,由绿地集团投资逾50亿元建设、总建筑面积超过200万平方米的牡丹江"绿地世纪城"等5个大型住宅与现代服务业综合项目正式开工建设。

资料显示,今年3月,绿地集团与牡丹江市人民政府签署城市建设战略合作协议,此次系列项目的开工建设标志着绿地与牡丹江的合作进入实质启动阶段。据悉,此次兴建的五个项目地处牡丹江市江南新城中心区域,地理位置优越。其中,"绿地世纪城"项目占地面积约600亩,总建筑面积约75万平方米,总投资约19亿元,将建设为集商业、酒店、办公和高档住宅于一体的现代服务业综合项目。

绿地集团董事长、总裁张玉良表示,绿地在继续稳固、扩大一线城市项目建设的同时,加速进入二、三线城市进行项目开发,进一步挖掘市场潜力。据悉,绿地近期在扬州、滁州、芜湖等地的投资开发计划均进入实质性项目商讨和协议签订阶段。与此同时,面对所谓房地产企业的"百亿元"销售收入大关,绿地称今年整个集团的全年销售收入有望超过260亿元。

新华财经媒体 又遭IPO违法诉讼

⊙本报记者 姚音

美国纽约一家名叫"FGlancy Binkow & Goldberg"的律师事务所于美国东部时间6月29日再次向新华财经媒体(纳斯达克代码:XFML)提交了集体诉讼,指控该公司上市时隐瞒重要信息,违反了美国《证券法》。新华财经媒体股价当天跌了4.5%。

据悉,原告指控的内容和此前新华财经媒体遭到的几次集体诉讼基本相同。诉讼的重要信息包括:新华财经媒体上市时,其CFO辛哈尔拥有的一家公司被纳斯达克股市认为违反了美国证券交易委员会相关规定,此外,这名CFO已经收到了纳斯达克发出的停止违规行为的通知。原告还指控说,新华财经在IPO之前没有进行认真的审核,该公司缺乏足够的内部和财务控制;最后,原告认为新华财经媒体的财务报告存在虚报和误导投资者的情况。

此前,新华财经媒体遭遇美国方面的集体诉讼始自五月份,由于被披露新华财经媒体在IPO过程中没有披露CFO违规的信息。5月21日,新华财经媒体股价曾大跌11.8%。此后,新华财经媒体数次公开宣称指控内容不实,并表示IPO过程符合美国证券法律规定。据悉,受到最新指控的影响,6月29日,新华财经媒体股价下跌了4.5%。

国内首部软件产业法规 在江苏正式实施

⊙本报记者 胡义伟

为了保证软件产业的优先发展,促进软件产业争先崛起,国内第一部软件产业地方法规《江苏省软件产业促进条例》,已于7月1日在江苏省正式实施。

据悉,这部条例共6章48条,除总则、附则外,分别从人才保障、知识产权保护、服务引导、扶持措施四个方面,对促进软件产业做了具体法律规定。重点针对软件产业发展中急需解决的问题作出规定,要求政府相关部门由管理软件产业向服务软件产业转变,并充分调动各方资源和力量,从政策、资金等方面支持软件产业发展。

据介绍,江苏省物质资源禀赋不足,人力资源丰富,制造业发达,经济外向程度高,大力发展软件产业是贯彻落实科学发展观的必然选择。为此,江苏省高度重视软件产业发展,"十五"以来,全省软件产业年均增速超过70%,2006年软件销售收入为512亿元,总量是"九五"末的20多倍,居全国第三。