

# Companies

## 上汽否认荣威发动机为英国组装

### 初步完成对南汽集团南京资产摸底工作,本月将对其英国资产进行摸底

◎本报记者 吴琼

上海证券报昨日获悉,上汽集团、南汽集团并购案进入新阶段,上汽集团已初步完成对南汽集团南京资产的摸底工作;9月将对南汽集团英国资产进行摸底;9月中旬将启动对南汽集团资产的审计工作,法律方面的评估将穿插在摸底与审计工作之间进行。随着上汽集团、南汽集团接洽的纵深化,关于上汽荣威英国购买发动机之谜终于得以解开——上汽集团副总裁、上汽股份总裁陈虹首次公开对此予以否认。

MG Rover 破产前,其旗下的 Powertrain 发动机公司生产发动机,以匹配 MG Rove 的几款轿车。今年7月间,有消息指出:上汽集团利用 Powertrain 发动机公司在英国组装了1万余台发动机,匹配在荣威轿车上,其后这一传闻甚嚣尘上。

直至日前,陈虹在会见机构投资者时,才对这一传闻公开置评。陈虹明确表示:汽车企业不可能只有1万台发动机就卖1万辆汽车,更何况,上汽汽车完全有能力生产匹配中高级轿车的发动机。

事实上,两大事实可以破解上汽荣威发动机的身世之谜。

其一,按照简单的数学逻辑:如果自产发动机,则卖出1万辆轿车表示其发动机产量亦为1万台。但事实

果真如此吗?

“汽车企业的发动机产量,应该高于轿车销量。”同济大学汽车学院教授、中德学院教授陈礼瑞指出,“因为在几个环节上均需要一定的发动机存货。”

这几大环节包括:试验车、流水线上的发动机备件、经销商仓库和运输途中的轿车、经销商展厅的样车、作为维修备件的发动机。

“按照正常规律计划,发动机产量应超出轿车产量40%至50%。”昨日,新华信汽车分析师孙木子指出。按照8月底上汽荣威超过1.1万辆的销量计算,上汽荣威的发动机产量应该在1.6万台左右。

按照这一规律,如果上汽汽车从英国组装了1万余台发动机,早就用完了。因此,关于上汽荣威销量近1万辆时碰到发动机问题的传言不攻自破。

“我们以后卖2万辆,是否传言的组装机也会水涨船高至2万台?”昨日,上汽集团内部人士半开玩笑地说,“我们只打算做好中高级自主品牌轿车,事实会证明一切。”

其二,英国产的发动机与上汽自产的发动机并不具有可比性。英国本地生产的是欧III发动机;上汽荣威轿车匹配的是欧IV发动机。

据了解,在MG Rover 破产前,旗下的 Powertrain 发动机公司生产发动



徐汇 资料图

机,以匹配 MG Rove 的几款轿车。但 Powertrain 发动机公司的设备只能生产欧III的发动机。而在任何一家荣威的经销商或者在马路上的荣威轿车中,记者看到的均是欧IV发动机。

“上汽荣威量产前,和我们谈过改变发动机硬件(如进气系统、发动

机管理系统、排气系统)之事。”接近上汽汽车的一位零部件供应商表示:“据悉,后来他们用了西门子的硬件,油门和发动机管理系统均采用西门子的最新技术。”

做如此大的硬件变化后,上汽汽车又相应提升了发动机的软件,最后

欧IV发动机开始驶出了宝山发动机厂。不过,令人遗憾的是,关于硬件匹配耗资几何,记者未能从上汽汽车及上汽集团处获得确切的答案。

昨日,陈礼瑞告诉上海证券报,“一般来说,做同样规模的发动机硬件匹配工作,需要上千万元的投入。”

## 上半年汽车产量增长 22.4%

记者从日前在武汉举行的“中国汽车零部件行业年会”上获悉,今年上半年,我国汽车产量达到445.7万辆,同比增长22.4%;出口24.1万辆,出口金额同比增长110.7%。

据中国汽车工业协会在本次年会上提供的资料,2007年上半年,我国生产、销售各类汽车总数分别为445.7万辆和437.4万辆,同比分别增长22.4%和23.3%。其中,乘用车产销量分别为315.1万辆和308.4万辆,同比分别增长20.9%和22.33%;商用车产销量分别为130.5万辆和128.97万辆,同比分别增长26.1%和25.9%。

(据新华社)

## 年产7000辆专用汽车项目落户乌鲁木齐

◎本报记者 吴琼

年产7000辆专用汽车的项目将落户乌鲁木齐。

日前,内蒙古第一机械集团、宝钢集团新疆八一钢铁有限公司、伊犁星河商厦有限责任公司三方签订了新疆天山汽车制造有限公司增资(扩股)合资合作项目协议,计划5年内,在乌鲁木齐经济技术开发区建设一家年产7000辆专用汽车的新疆汽车龙头企业。

据悉:该合作项目总投资5亿元。预计项目一期于2008年内完成,投资总额2亿元,达产后年产值7亿元以上;二期项目于2009年实施,投资增加到3亿元,达产后年产值12亿元以上;三期项目于2010年完成后,投资增加到5亿元,达产后年产值18亿元以上。

一旦该专用汽车厂建成投产,则有望借地域优势,进军中亚国家。目前,哈萨克斯坦等中亚国家对专用汽车的需求逐年增加,而新疆又与中亚接壤。因此,这也是三方联手共建新疆天山汽车制造有限公司主要原因。

## 7月宁波口岸汽车零部件出口创新高

◎本报记者 吴琼

据宁波海关统计:今年1月至7月,宁波口岸累计出口汽车零件8.07亿美元,同比增长43.6%;其中7月单月出口1.36亿美元,创下单月出口新高。

来自宁波海关的统计数据 displays:最主要的三大出口国为美国、欧盟和阿联酋,分别出口2.89亿美元、1.64亿美元和0.55亿美元,三者合计占出口总额的62.9%。从出口看,私营企业和外商投资企业是出口主力军,分别出口4.57亿美元和2.08亿美元,合计占出口总额的82.4%。

## 押宝消费升级 美葡萄酒集中进入中国

◎本报记者 于兵兵

受中国内需启动和消费升级的带动,越来越多的食品类品牌进入中国。日前,有消息称,来自美国加州的100余个葡萄酒类通过好沃山酒业贸易(中国)有限公司进入中国内地。该代理企业首先进入地为上海,并在包括香港在内的中国市场首次采用专营方式公开集中销售美国加州葡萄酒。这也是美国葡萄酒首次集中进入中国市场。

“虽然已经进入WTO,中国目前在食品类产品的进口方面仍然相当严格,包括质检、报关、赋税等环节都比其它国家的市场繁琐很多。”一位接近上述酒业公司的人士告诉记者。但是,这种形势并没有阻挡住外资进入的脚步。

根据上述人士介绍,目前美国加州共有14个葡萄酒产区,此次进入中国葡萄酒品类全部来自其中一个名为Napa valley(纳帕谷)的产区。因为产量有限,美国葡萄酒在国外的销售量十分有限。此

次之所以集中进入中国,即看好中国日益增长的国内消费实力的消费升级概念。

业内人士认为,目前中国正在成为世界最大的洋酒消费国之一。越来越多的法国和法国之外洋酒品牌的进入将逐渐改变高档酒消费结构。

值得注意的是,今年年初以来,洋酒在中国的进入及扩张态势明显。今年初,世界第一大烈性酒公司帝亚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。今年5月,法国轩尼诗中国分公司对外表示,已出资9000多万元人民币收购剑南春旗下文君酒厂55%股权。一个月后,出产绝对伏特加(Absolut vodka)的瑞典酿酒商 Vin&Sprit V&S 表示将与剑南春成立一家合资公司,生产白酒产品。

对于为什么洋酒品牌集中于今年上半年进入中国市场,相关人士称,2005年是根据WTO协议,洋酒进入中国市场门槛大幅调低



的一年,受此拉动,大多数今年出现的洋酒进入中国或并购案例都酝酿自2005年前后。

根据WTO协议,2005年1月1日起,洋酒关税调整为:除苹果酒、梨酒、蜂蜜酒等发酵饮料外,葡

萄酒、蒸馏酒等洋酒的关税税率平均降为10%至30%,其中最大降幅达36.7%。这直接刺激了洋酒的进口增长。据中国海关统计数据,2005年一年,洋酒进口总值增长115%。

## 雀巢宣布完成并购美最大婴儿食品公司

◎本报记者 于兵兵

雀巢公司昨天宣布,雀巢并购美国最大婴儿食品公司嘉宝公司一事近期正式完成。雀巢目前已经开始将嘉宝整合进雀巢婴儿营养业务部。雀巢公司全球版图因此这笔交易再度扩张。

今年4月,瑞士上市公司雀巢首度传出并购嘉宝品牌的消息,决定以55亿美元代价,买下这个美国最大的婴儿食品制造商。后者此前为瑞士诺华制药集团旗下子公司,在美国的婴儿食品市场占有率

近80%,而美国也是全世界最大的婴儿食品市场。

根据当时媒体报道,雀巢公司的这项并购案将以现金交易。买下嘉宝后,雀巢仍将确保该公司在美国婴儿食品市场第一品牌的地位。雀巢公司高层称,并购将确立雀巢在婴儿食品界的领导地位,并为雀巢营养食品迈向全球领导地位跨出决定性一步。

根据雀巢刚刚公布的半年报,今年上半年,雀巢公司营业额增长8.4%,达511亿欧元(约合425.8亿美元),净利润增长18.4%,

达49.2亿欧元(约合41亿美元)。另外,受收购嘉宝公司业绩拉动,下半年雀巢营养食品部规模将扩大,全年营业额超过100亿欧元(83.3亿美元)。所谓营养食品范围包括健康食品、医学营养品、婴儿食品与奶粉等。

在此带动下,雀巢公司称原定的2007年全年增长5%至6%的目标将可能突破,全年营业额可望首次超过1000亿欧元(约合833.3亿美元)。

雀巢公司总经理彼得·布拉贝克在介绍中报业绩时表示,近期雀

巢公司不再考虑大型收购计划,优先消化近期并购项目。而受食品原料价格,尤其是牛奶价格上涨影响,雀巢称已经提前将牛奶收购价提高2.1%,以确保牛奶原料供应,这将减缓下半年增长速度并影响下半年利润空间。

今年7月,雀巢集团在中国内蒙古额尔古纳投建的新奶制品工厂正式投产,以确保和适应市场对雀巢奶品日益增长的需求。业界评价这是雀巢为拓展在中国的奶源基地而走出的战略性一步。

## 两年开十店 湖南广电倾心打造“快乐购”

◎本报记者 王文清

如果说国美和苏宁创造了中国家电连锁销售模式的第一个英雄时代的话,湖南广电全力打造的新型电视购物平台“快乐购”将有可能创造另一个以家庭销售为对象的商业奇迹。不到两年时间在全国连开10店,2007年上半年实现销售4.47亿、7月份营业收入9572万,每分钟销售电脑4.3台,种种迹象表明这家高成长的企业将有可能在未来成为湖南卫视在电视广告之外最大的盈利点。而日前联想、惠普等全国7大主流IT品牌

与“快乐购”达成战略合作协议也标志着这个迅速扩张的新型虚拟购物渠道对厂商和顾客的吸引力正悄然攀升。

作为由湖南卫视和湖南广电集团出资设立的国内首家全国连锁专业电视直播购物运营商,“快乐购”不到两年的时间里实现了在湖南、广西、南京、广州、东莞等10地同时直播销售,覆盖1200万家庭用户,会员人数突破65万,且以每月5万人的速度增加。目前该公司已经在长沙、南京、广州建立了总面积2万平方米的现代物流仓储中心,拥有200个坐

席的两个呼叫中心,在10个城市每天10小时直播销售节目,24小时连续播出。

据“快乐购”董事长陈钢介绍,该公司的经营模式和发展定位完全不同于目前国内的传统电视购物公司。目前国内的主要电视购物模式为购买电视台垃圾时段推销高毛利的“新奇特”产品。而“快乐购”自己拥有湖南电视购物频道的使用权,不用购买广告时段,在异地扩张采取与当地电视台签订协议,由当地电视台拿出一频道资源,共同开发并共同分享当地销售利润。由于各地方电视闲置电视频道资

源丰富,因此只要能够产生足够的利润,“快乐购”可以在全国各地实现迅速开店的扩张目标。

对于记者提出“快乐购”是否会成为湖南广电在“天娱传媒”之后又一个潜在的上市资源时,陈钢出言比较谨慎。而据湖南广电内部人士评价,“快乐购”目前是湖南广电系统管理最规范、公司化程度最高、成长最快的商业机构,在湖南广电的“二次创业”大局中占有重要的地位。另外由于电视购物不涉及新闻宣传业务,因此也为其未来涉足资本市场埋下了伏笔。

## 民航总局: 民航正处于重要战略机遇期

中国民用航空总局副局长王长顺3日在香港表示,本世纪前20年是中国民航发展的重要战略机遇期。

王长顺3日在香港出席亚洲国际航空展研讨会时,以“中国航空运输业的前景”为题介绍了中国航空运输业的发展现状与前景。

他表示,从国内环境看,中国经济迈入了新的发展阶段,对民用航空提出了持续增长的巨大需求,预计到2020年中国人均国民生产总值将达到3000美元,而在人均国民生产总值1000至3000美元这个区间,国内外贸易将十分活跃,产业结构将发生重大转移,城乡居民消费水平将大幅度提高,对交通运输的需求空前旺盛,是航空运输发展的黄金时期。

王长顺说,据初步预测,到2020年,中国民航运输总周转量将达到1400亿吨公里,旅客运输量将达到7.7亿人次,货物运输量将达到1600万吨。(据新华社)

## LG预计其显示器业务今年将告亏损

韩国第二大消费电子制造商LG电子公司2日表示,由于国际市场显示器价格疲软以及原材料价格上涨,今年该公司显示器业务部门将出现亏损。

LG公司显示器业务负责人当天正在柏林举行的IFA国际消费电子展上说,受韩元汇率走强、显示器平均售价下跌、原材料成本上升以及国际油价高涨等因素影响,公司显示器业务今年预计将出现亏损。

尽管对盈利前景预期悲观,但该负责人表示,今年公司等显示器和液晶显示器的销售额有望比去年大幅增长30%,达到126亿美元。

该负责人还透露,LG公司显示器部门计划2008年实现销售额140亿美元,全球市场占有率达到15%。(据新华社)

## 保时捷欲获大众汽车绝对控股权

据德国《明镜》周刊2日报道,豪华跑车制造商德国保时捷公司欲将其在欧洲最大汽车制造商德国大众汽车公司的持股比例提高到51%,从而获得后者的绝对控股权。

报道援引市场知情人士的称,保时捷已经开始购进大众公司的股票期权,即在未来某一时间按照一定价格购买大众汽车股份的权利。

今年3月份,保时捷将其在大众公司的持股比例从原先的27.3%提高到31%。但保时捷方面当时表示,公司只是增持股份,没有任何收购意图。

《明镜》周刊报道说,保时捷持有可能在明年年初通过行使股票期权,将其在大众的持股比例提高到50%以上。

目前,保时捷是大众公司的第一大股东,紧随其后的第二大股东是德国下萨克森州政府。(据新华社)

## 谋与家电连锁争夺话语权 长虹低调开建零售渠道

◎本报记者 张良

近年来,随着零售矛盾时有发生,越来越多的家电制造商开始意识到自建渠道的重要性。继TCL的幸福树之后,长虹集团也悄然开建零售渠道,在川、渝地区推出名为乐家易的连锁卖场。业内分析认为,长虹自建渠道后如果运作得好,可以增加与传统家电连锁渠道的议价筹码,从而追求比较合理的利润空间。

上海长虹有关负责人向记者透露,乐家易不久前已在四川绵阳正式成立,并且在川、渝地区设立分公司。长虹之前在国内不少城市都购置过房产,从去年开始公司利用其中的一部分房产设立了C生活体验馆,用以展示和销售公司的彩电、冰箱、小家电、厨具、音响甚至空气净化器等一系列产品,而乐家易就是在C生活体验馆的基础上成立的。目前乐家易主要面对西南市场,原主管平板电视营销的吴定刚已调任乐家易总经理一职。

据不完全统计,目前国内家电制造商中格力、美的、TCL、志高等企业都设立了自己的零售渠道。但大多数企业都是以自己产品专卖店的形式出现,唯有TCL的幸福树是面向各家企业的开放式连锁平台,虽然TCL的幸福树主要存在于国内三、四级城市中,但依然受到了国美、苏宁等全国家电连锁的关注。因此,为避免不必要的麻烦,长虹在自建渠道时就显得更加“悄无声息”。

长虹集团新闻发言人何克思在接受记者采访时异常低调地表示,对于乐家易的事情公司目前不想做任何宣传,“还没到可以对外讲的时候。”而吴定刚的手机也一直处于无人接听的状态。

“事实上从去年开始,长虹的多媒体产业公司就成立了市场渠道拓展部,并通过频繁地与长虹多年来在各地的众多区域经销商紧密沟通洽谈,开始筹备开辟新渠道的事宜。”长虹集团内部人士称,“乐家易并不仅仅销售长虹的自有产品,其他企业的品牌产品同样也会出现在乐家易的门店中。”

东方证券分析师张小嘎认为,鉴于TCL的幸福树运作并不很成功,长虹乐家易的前景目前仍比较难预料。但无论如何,有了自建的渠道之后,长虹在与国美、苏宁的供货谈判中的议价筹码比以前更多了。另外,长虹肯定是经过周密的市场调研才会决定要实施该计划,因此只要采取差异化经营的策略,相信应该还是会有一定空间的。