

Companies

江铃汽车打造亚太一流商用车基地

商用车走入上升通道

◎本报记者 宦璐

昨日,新世代福特全顺,在南昌江铃全顺厂总装车间下线。在下线仪式现场,江铃汽车董事长王锡高对外宣布,“江铃汽车将用五年的时间,打造一个在亚太地区最具竞争力的,以商用车为核心的,一流汽车制造基地。”未来五年,江铃预计将产能扩大到15万辆。

作为一款全球畅销的商用车,福特全顺自1997年被引入中国生产,投放市场以来,年均以30%以上的增幅高速发展,迅速成为中国高档轻客市场的主力军和十年销量增长冠军。新世代福特全顺由江铃汽车和福特汽车中外开发团队在短短20个月中开发完成,进行了累计达200万公里的本地化实验验证,建立了全新产品开发流程。

除了新世代福特全顺,新产品V348则是江铃未来最重要的产品之一。陈远清说,V348对于江铃股份来说是一个飞跃,同时也是江铃与福特良好合作的见证。V348项目江铃前期投资9个多亿。这款车是目前欧洲轻客的主流车型,并获得了“欧洲商用车大奖”等荣誉,市场优



势较强。江铃会以V348为平台,衍生出一系列的高端轻客产品。江铃会将高端进行到底。全顺V348的推出对于未来的五年产品规划,是非常重要的。江铃股份通过三年的努力,终于打开了俄罗斯商用车市场。江铃将在第四季度召开一个全球一百多家江铃代理商会议,进一步巩固江铃的海外市场,拓展网络。

今年,江铃股份通过三年的努力,终于打开了俄罗斯商用车市场。江铃将在第四季度召开一个全球一百多家江铃代理商会议,进一步巩固江铃的海外市场,拓展网络。

近十年来,江铃股份一直保持着平均37%的销量增长。今年的中期业绩报表显示,2007年上半年,江铃汽车股份有限公司销量达45728辆,并以强劲的盈利势头,实现净利

润4.02亿元,此业绩在国内上市汽车股位列前三。

业内人士透露,中国商用车正处于一个高速发展的黄金期,中国已成为世界商用车市场发展最快、盈利最高的市场之一。来自中国汽车工业协会的最新数据称,上半年全国汽车累计销售437万台,同比增长23%。尤其是商用车市场需求迅速提高。上半年,乘用车和商用车分别销售308万台、129万台,同比增长22%、26%。与上年同期相比,商用车市场同比增长提高11%。

江铃股份总裁陈远清则表示:江铃股份要成为以商用车为核心的,一流汽车制造企业。江铃股份不会过分追求产能和规模的扩张,而是要造精品商用车。因此江铃股份提出要做最具竞争力的商用车基地,让中国的商用车真正立足于世界市场。

他表示:目前,亚洲商用车市场占全球总销量的50%左右,以中国、印度和韩国为首的亚洲地区,产销量已经超过美国和欧洲,成为商用车增长的主要市场。到2013年将成为重型和轻型商用车的最大生产地区和销售市场。

义乌50亿元 建新一代市场

作为全球最大的小商品批发市场所在地,浙江义乌市日前宣布再投资50亿元建设其新一代市场。

据中共义乌市委宣传部负责人介绍,25日正式开工的义乌市国际商贸城三期市场,占地面积840亩,总建筑面积175万平方米,预计于2008年10月建成,届时将成为义乌新一代市场的标志。

作为义乌市场群之一的国际商贸城,共分三期实施,现已投入使用的国际商贸城一、二期市场,是目前全球单体规模最大的现代化商品批发市场。一、二期市场总建筑面积170万平方米,设国际标准商位2.5万个,融购物、旅游、休闲为一体。三期建成后,义乌市场的总经营面积将达到435万平方米,将推动“市场大市”向“市场强市”跨越。

位于义乌的中国小商品城历经20多年发展和培育,目前已形成篁园市场、宾王市场、国际商贸城等市场群和50余条专业街,总营业面积260万平方米,经营商位5.8万个,经营人员20万人,日客流量20多万人次,成为全球最大的小商品批发市场,被称为“永不落幕的博览会”。(据新华社)

亚洲动力传动展 下月再度登陆上海

在同类展会中排名亚洲第一、世界第二的亚洲国际动力传动与控制技术展览会,今年10月10日将再度登陆上海。

亚洲动力传动展由流体传动展、国际机械传动与零部件及制造设备展、国际紧固件、弹簧及专用设备展、国际压缩空气技术展、轴承及其专用装备展等专业委员会组成。

来自汉诺威展览会(中国)有限公司的消息说,本次展览会展出面积高达7万平方米,来自全球20多个国家和地区的1500多家企业将全方位展示传动、机械传动、压缩空气技术、机械零部件、紧固件、弹簧、轴承、内燃机和燃气轮机领域的最新产品及尖端技术。

据悉,液压力界巨头博世力士乐、伊顿、西德福、何威、盖茨易安毕、索菲玛、布赫、贺德克、阿托斯,以及气动巨头费斯托、SMC、CKD、小金井、康茂胜、诺冠、世格等知名企业,将在此次展会上悉数亮相。

另外,德国、意大利、美国、英国、法国、西班牙、韩国和中国台湾等还将组成8个国家和地区展团,参与此次规模盛大的展会。

汉诺威展览会(中国)有限公司董事总经理符禹表示,随着水利、能源、建筑、环保等行业成为中国“十一五”规划的重心,包括液压、气动、密封件、轴承、机械零部件等在内的设备市场需求迅速高涨。预测显示,2010年中国对液压、液力、气动、密封产品的需求总额有望增至约450亿元人民币,其蕴含的无限商机正吸引着全球厂商的目光。(据新华社)

奇瑞上市之路追踪

奇瑞进入战略调整期 或碍上市速度

改拼销量为拼品牌,对未来盈利将有一定影响

◎本报记者 宦璐

进入三季度以来,奇瑞汽车的增速放缓,销量也处于下降通道。近日,奇瑞销售公司副总秦力洪向本报记者表示,奇瑞第一发展阶段已经过去,目前已进入战略调整期。在这个阶段,销量已经不是最重要的目标。分析师认为,奇瑞下半年和明年的销量都将有所放缓,将对未来的盈利情况造成一定的影响,因此奇瑞的上市工作不会推进那么快。

销售量增速开始趋缓

据安徽省发改委有关官员透露,“安徽省8月份经济运行情况报告出炉,一些现象值得关注,包括汽车生产增幅回落。奇瑞产销27035辆,增长14.3%。明显增速不如江淮汽车。江淮产销18634辆,增长47.4%。”

8月,奇瑞的A级车A5的销量从今年3月10000余辆下降到4000多,A0级的轿车旗云和风云,也是从5月的10000多辆变成6月8000余辆,再到8月的5900辆。QQ今年以来的销量也一直处于不太稳定的状态。每月销量最高卖到过15000辆,最低则到6000多辆。

安徽省发改委有关官员表示,目前国内市场上,日韩系和大众系合资企业纷纷增加中低档轿车的生产,这对一些经济型轿车造成一定挤压。

秦力洪则认为,对于奇瑞来说,不是走通自主品牌这一条路,国内市场相比全球来看,还是一个比较小的市场。奇瑞必须考虑如何走出去。在第一阶段中,奇瑞实现了从无到有,8月22日,第100万



100万辆

奇瑞计划2010年时产能达100万辆,此前将在海外兴建7家厂房,以提高其海外销售比例。

IPO条件仍不够成熟

今年的奇瑞连续3个月成为国际合作重大新闻的主角。6月与美国量子公司成立合资企业,7月与克莱斯勒集团签署战略合作协议,8月与菲亚特集团签订战略合作协议备忘录。尹同耀曾表示,迈上“百万辆”台阶后,奇瑞的发展已步入第二阶段,即从“通过自主创新打造自主品牌”的阶段,跨越到“继续坚持开放创新,打造自主国际名牌”的新阶段。

正是对该战略方向的响应,奇瑞告别了以往的价格策略,销售策略也由“又快又好”转变为“又好又快”。“今后将以提升服务与品牌作为最主要的任务。自主品牌的质量和形象上不去,如果这样一直走下去,无疑会走进死胡同。因此奇瑞全面调整。”李峰说。而对销量数字,他表示:“2008年肯定要比今年多一些,但是增长幅度不会太大,比如50万辆。奇瑞要走稳几年。”

另据知情人士透露,今年上半年奇瑞利润大增210.63%,增长率居各集团之首。但随着进入战略调整期,增长速度要放下来。

的是,奇瑞下半年和明年的销量都将有所放缓,主观上,皆对它未来的盈利情况造成一定的影响,因此,国泰君安汽车行业分析师张欣认为,奇瑞的上市工作仍然前途漫漫。他告诉本报记者,“奇瑞现在的EPS很低,搞IPO的条件还不成熟。奇瑞的业绩还不达标,换句话说就是无法卖个好价钱,所以上市不容易。具体时间表还没有。”

业内人士透露,奇瑞汽车计划在3年内以A+H形式上市,预计将集资逾百亿元人民币,集资所得将用作扩充产能;奇瑞计划2010年时产能达100万辆,此前将在海外兴建7家厂房,以提高其海外销售比例。

在中国资深汽车评论员贾新光看来,快速增长期结束后,奇瑞需要的是稳定投资。要支撑未来生产,研发工作的延续性就需要大量的资金。“比方说最重要的V6发动机、柴油发动机,奇瑞都没有。”奇瑞销售公司副总秦力洪则认为,奇瑞包括跟国外企业的合资合作,其实是输出技术和产品,来换取市场。奇瑞目前阶段最需要的是资金。

苏宁“中华第一店”年销售额剑指10亿元

◎本报记者 张良

昨日,苏宁电器正式宣布斥6亿巨资自购的浦东第一店将于国庆开业。苏宁电器总裁孙为民向记者透露,上海浦东新区的年家电市场容量已达一个发达省会城市的年家电市场容量,可以预见,由于中外家电连锁都将聚集于此,未来这里将成为中国家电产业的风向标。公司的定向增发刚刚获得证监会通过,所筹资金中的一部分就将用来购置浦东第一店,公司计划将浦东第一店打造成苏宁的中华

第一店,其年销售额目标直指10亿元大关。

孙为民表示,浦东新区的年家电市场容量达50亿元,已相当于一个国内发达省会城市的年家电市场容量。而新上海商业城商圈年销售额在15亿元左右,超过整个浦东新区家电市场容量的1/3。相对于苏宁长宁店每平米租金5元,上海新商业城新大陆目前的租金要更贵一些,达到每平米8元,因此公司在对比租赁和购买所需要的成本后最终决定以购买的方式拿下浦东第一店。实际上,此前公

司就一直比较看好该项目,并有意在未来三年内将其打造成苏宁“中华第一店”。而随着苏宁的进驻,国美、永乐等家电巨头又在此构成“铁三角”,目前该商圈内直径半公里范围内家电卖场数量已经达到6家,未来竞争程度可想而知。

据悉,苏宁电器非公开发行的申请日前已获发审委审核通过,该公司将以每股不低于33.3元的发行价格向特定对象发行不超过7300万股A股,募集到的资金将重点用于在全国开出250家连锁店、建设沈阳物流中心、购置武汉

中南海店和上海浦东苏宁“中华第一店”。

“苏宁‘中华第一店’进驻该核心商圈后,将对周边分散型中小商圈产生极大的吸聚力,家电商品消费将进一步向新上海商业城集中和扩容,预计随着苏宁的入驻,商圈将达到20亿元的销售规模。”苏宁电器(上海)管理总部执行总裁凌国胜说,“苏宁电器浦东第一店凭借商业位置、经营面积、经营模式的优势,年销售目标直指10亿元,欲占据商圈内50%以上的市场份额。”

SanDisk斥1.7亿美元在华建厂

◎本报记者 张辑

昨日记者从SanDisk获悉,SanDisk即将投资1.7亿美元,在上海兴建一家手机闪存芯片封装与测试工厂,从而加入芯片厂商在中国投资高科技工厂的热潮。

SanDisk是全球最大的闪存存储设备厂商之一,而闪存芯片已经广泛应用于手机、数码相机和音乐播放器。SanDisk将于今天正式宣布成立中国工厂,总投资达1.7亿美元。SanDisk中国工厂坐落在上海紫竹科学园区,最初员工总数超过700人。SanDisk中国工厂将主要生产用于整合闪存芯片和控制器的外壳,这些外壳对于手机非常重要,因为手机内的空间十分有限。

SanDisk表示,该公司之所以选址在紫竹科学园区,是因为这里接近两所大学——上海交大和华东理工大学,有助于招聘大量优秀工程师。SanDisk董事会主席兼CEO埃里·哈拉里(Eli Harari)在接受国外媒体采访时称:“我们发现,越来越多的移动卡开始应用于手机,这是一个巨大的商机。”

由于移动设备和其他消费电子产品的芯片需求强劲,在SanDisk之前,已经有多家高科技公司在华投资建厂。到目前为止,中国已经成为全球第一大手机市场,以及第二大PC市场。在中国生产的手机和PC中,有很多都在其他市场销售。受较低的劳动力成本,以及中国政府优惠政策的吸引,英特尔、现代半导体和意法半导体等主要芯片厂商都已经在中国建厂。

航天科技集团 将在海南建主题乐园

◎本报记者 索佩剑

随着国务院、中央军委批准在海南省文昌市建设第4个航天发射场,相关的配套工程规划也正在展开。上海证券报记者昨日从航天科技集团获悉,该集团计划与文昌市在发射场周围共建系列配套设施,其中包括一座航天主题乐园。

据航天科技集团内部人士透露,相关的配套设施主要包括专家公寓等生活休闲配套设施,此外,双方还计划兴建一座航天主题乐园,包括让游客观摩发射等项目。不过该人士也强调,目前这些都只是初步规划,还没有最后确定。

而文昌市委书记谢明中近日也透露,航天主题乐园的建设一期面积约6100亩,基本上全部坐落在东郊镇范围内,一期大概投资70亿,分为模拟太空、航天博物馆、航天专家休闲度假区等5大功能区,将来是集旅游观光、航天科普为一体的主题公园。航天主题乐园将于航天发射场同时建设。

近日,经国务院、中央军委批准,我国将在海南省文昌市建设第4个航天发射场,预计2010年前后投入使用。新基地建成之后,主要承担地球同步轨道卫星、大质量极轨卫星、大吨位空间站和深空探测卫星等航天器的发射任务。

汉莎货运联手 DHL 成立货运航空公司

◎本报记者 索佩剑

德国汉莎航空集团下属的汉莎货运公司和德国邮政下属公司DHL快递昨日宣布组建合资货运航空公司。新公司业务将主要集中在进出亚洲的航空货运和快递业务,2009年4月其货机将正式投入运营。

据汉莎集团透露,新公司总部位于莱比锡,汉莎货运和DHL各持50%的股份。新公司将租用11架新型波音777-200 LRF货机。上述货机将于2009年2月交付使用,汉莎货运和DHL均可使用新合资公司的运力,但各自独立地进行市场推广和载重量的处理工作。

获得航权后,新航空公司计划从2009年夏季开始逐步扩大飞行网络。工作日飞行服务将覆盖新加坡、曼谷、迪拜、孟买、上海、香港、首尔、名古屋、阿拉木图、英国东部地区和米兰。周末航班则飞往上海、阿斯塔纳、新加坡、曼谷、沙迦、香港、芝加哥和纽约。在货运飞行之外,两家公司将各自负责仓储和莱比锡和哈格港口转运业务。DHL将在新建的货物中心进行快递装运,而汉莎货运也将在附近建立自己的现代物流中心。

汉莎货运公司执行委员会主席卡斯滕·斯波尔表示,联合货运能力令双方可以更经济的投入抓住增长机遇。在工作日,DHL可将额外的汉莎运力投入其快递网,进行商业化的运作。而在周末,汉莎货运则可利用DHL的运力,满足其客户的需求。

麦格纳二季度销售额增6%

◎本报记者 吴琼

昨日,上海证券报从麦格纳中国获悉,麦格纳国际公司2007年第二季度销售收入为67.3亿美元,较2006年第二季度增长6%;净营业收入为2.62亿美元,2006年同期为1.93亿美元。导致麦格纳业绩飘红的最重要因素是其国际业务。

2007年上半年,麦格纳国际公司的营业收入相较2006年同期大幅增长,达6.82亿美元;净营业收入也大幅上升,为4.8亿美元。

“麦格纳在欧洲区表现优异。”麦格纳中国指出:2007年第二财季麦格纳欧洲表现优异,主要受益于其为宝马公司的Mini Cooper、宝马3系和梅赛德斯·奔驰公司的奔驰C级车等进行代工生产的项目。此外,麦格纳北美地区的业务也有所增长,其主要业务来自于与通用汽车、福特、林肯以及宝马等的合作项目。

麦格纳预测:2007年,其销售收入将达到243亿至256亿美元。麦格纳中国暂未透露其中国业务的利润。但自1996年,麦格纳在中国设立合资公司以来,其主要业务部门均已陆续落户中国。