

# Companies

■关注“东新”合作

## 东航:联手新航有助于长航线扭亏

双方将共同商讨加入航空联盟问题,预计圣诞节后将召开股东大会

◎本报记者 索佩敏

东航董秘罗祝平昨日接受上海证券报采访时表示,与新航的合作正在按计划推进,预计圣诞节后将召开股东大会,东航今后将重点在长航线上就高端服务与新航展开合作,以推动长航线扭亏。

而针对南航与国航近期分别高调宣布即将加入天合联盟和星空联盟,他表示,东航将与新航共同商量加入联盟的问题。不过他同时指出,不管东航是否加入联盟,首先需要自己做好做强。

12日,南航宣布与天合联盟签署GAAA协议(世界航空公司联盟遵守协议),南航将按照天合联盟的标准和流程,全面改进、完善服务产品、设施和流程,并预计将于2007年年底正式成为联盟成员。而国航与上航也于近日宣布,两家公司将于12月12日正式加入星空联盟。国航方面透露,星空联盟共有五十七条准入标准,如运营流程、规则等等。国航需在安全、宣传、培训、服务、销售、产品、市场、IT、应急处置、运营等多方面与星空联盟展开业务及系统整合与对接。

目前,三大航中唯一没有加入国家航空联盟的就只有东航。由于南航与国航分别加入了天合联盟和星空联盟,国际航空联盟中只有寰宇一家还没有吸收三大航的成员,而此前寰宇一家的主要成员美国航空方面也曾透露,欢迎东航加入寰宇一家。不过东航此次联姻的新航,却是属于星空联盟。

对此罗祝平昨日指出,联盟的实

质是瓜分世界航空市场。对于国内航空公司是否加入,目前业界是仁者见仁,智者见智。目前国内已有三家航空公司加入,政府对此也具有紧迫感。但对于东航来说,不管加不加入,首先是要自己做好做强。在航空联盟中,哪个公司实力强,哪个公司就受益更多。”罗祝平如此表示。

此外,罗祝平指出,根据东航与新航近日签署的合同,东航在加入航空联盟的问题上需要与新航方面共同商量。不过,面对其他三家航空公司针对联盟标准来改善各项指标,罗祝平认为加入联盟对于航空公司来说是自己做标准,而此次东航与新航合作则是与新航一起来制定出符合东航的标准。

罗祝平进一步指出,新航与东航的合作对东航最直接的好处就是有助于扭转东航长航线亏损的局面。目前东航与新航共同派出的专家小组正在研究新加坡—上海—纽约航线,希望通过营销、客舱布局、服务等一系列环节的设计来制定出一个适合东航的高端国际航线产品标准,预计还需要半年时间完成标准的设定。如果该航线成功,还将推广到其他国际航线上。目前新航的公务舱客座率保持在90%以上,而东航只有30%至40%。东航方面希望通过与新航的合作,将公务舱的客座率提升到70%至80%。”

11月9日晚,东航公布正式与新航及淡马锡签约。罗祝平透露,目前东航正在准备公布通函,至于股东大会的时间,目前基本定在圣诞节之后召开。



资料图

## 航空业本轮上升周期将至2012年

◎本报记者 索佩敏

一边是航油价格节节攀升带来的成本压力,一边是航空市场的不断发展和人民币升值带来的汇兑收益,国内航空业未来发展将呈现怎样的趋势?东航董秘罗祝平认为,航空业的这一轮上升周期至少将持续到2012年。

罗祝平表示,这一轮航空业周期从2005年开始,目前飞机的运量投放控制得比较好。按照国际行业惯

例,航空业的发展速度一般是GDP的1.5倍。中国经济的持续发展将给中国航空业带来基础支撑。目前中国国内共有约1000架飞机,相对于人口数量来说,国内航空市场还有很大的发展空间。加上2008年的北京奥运会和2010年的上海世博会,预计未来几年中国航空业保持年均增幅超过10%的状态不会改变。

另一方面,罗祝平认为人民币的升值将给航空公司产生一次性汇兑收益。预计人民币会缓慢升值,升值周期越长,对于航空公司越有利。尽管航油成本居高不下,但是目前调高后的燃油附加费基本可以覆盖航油成本。

根据民航总局10月底公布的今年1至9月份的航空运输业统计数据,民航业前三季度实现利润137.2亿元。民航总局表示,航空公司的利润增长是由业务量增长和单位成本降低两方面的原因促成。

罗祝平表示,这一轮航空业周期从2005年开始,目前飞机的运量投放控制得比较好。按照国际行业惯

## 产经速递

### “环球企都@新加坡”拉开帷幕

本月12日至15日,由新加坡商业联合会和新加坡经济发展局联合主办的“2007环球企都@新加坡”活动在新加坡正式举行。

作为新加坡每年举办的一场国际商业交流盛会,本届环球企都活动主题旨在把握全球局势——了解当前商业问题、探讨相关的机遇和风险,以规划商业发展。

今年已有超过700名来自中国的参与者登记,参与领域将侧重于资产及股本方面,展示其为资本货物和资产所提供的金融和投资服务。

据主办方介绍,本届环球企都还将举行最杰出中国上市公司颁奖活动,同时举办“龙筹崛起”论坛,这将是新加坡第一次整体集中且专业地对在新加坡上市的中国公司进行回顾和评选。(袁小可)

### 美风险投资在华寻找绿色商机

美国风险投资公司凯鹏华盈13日宣布,将与世代投资合作,专注于挖掘、资助绿色企业、高科技等项目,这家公司未来在中国的投资将有20%至25%用于绿色科技。

与以前锁定互联网、IT企业不同,随着中国对节能环保的强调和一系列硬性政策的出台,国际风险投资开始把目光转向中国的绿色产业,紧随中国发展趋势抓住商机。

今年4月进入中国的凯鹏华盈早在7年前就开始关注绿色产业。这家投资公司在中国基金合伙人汝林琪说,凯鹏华盈在中国已经投资了5家“绿色技术”公司,涉及风能、可降解塑料技术、环境监测、废物处理等领域。

她说,中国现在以及未来既是绿色创新的发源地,也是绿色技术的消费市场。

根据中国可再生能源中长期发展规划,中国到2020年可再生能源占能源总消费的15%,这给国际风险投资提供了很大的商机。(据新华社)

## IBM史上最大并购 50亿美元拿下Cognos

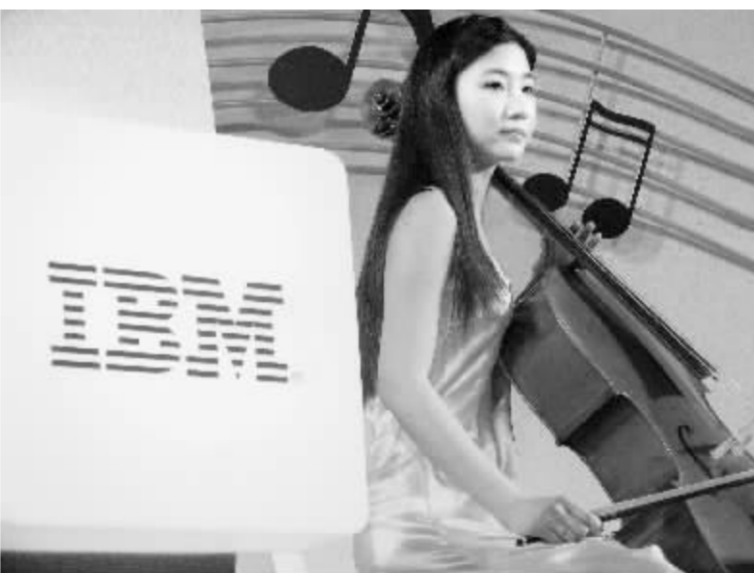
◎本报记者 张韬

软件业务的高额利润让IBM尝到了收购的甜头,自去年斥资48亿美元收购13家公司后,IBM于美国时间周一宣布,将再次斥资50亿美元现金收购加拿大的商业智能软件公司Cognos,而50亿美元也创造了IBM有史以来的最大收购金额。

IBM表示,此举是为了强化IBM在商业智能软件领域的竞争力。IBM公司称,他们已签署了一项最终协议,以每股58美元的价格收购Cognos公司。而相比之下,其周五在纳斯达克交易所的收盘价格仅为52.98美元。该公司在周一上午的交易中股价上涨到57美元。IBM表示,所有现金交易须经股东批准,并将在2008年第一季度完成此项收购。

今年,商业智能软件领域已经发生了数起并购活动。SAP最近以70亿美元拿下了Business Objects SA;甲骨文以33亿美元将Hyperion Solutions Corp.收购归麾下。

商业智能软件能够帮助大企业收集相关数据,模拟员工变化或营



目前IBM20%的收入和40%的税前盈利来自软件部门 史丽 资料图

销活动等业务活动的资料。因为这种能力与商业软件的其它能力交织在一起,SAP、甲骨文、IBM等大厂商纷纷在它们的软件包中整合商业智能软件。但是,它们面临的挑战是,以一种对客户来说相对容易和廉价的方式整合商业智能软件。

Nucleus Research的资深分析师大卫表示,他怀疑IBM和Cognos会出现协同效应。

Forrester Research的分析师鲍罗也认为,IBM需要时间才能够整合Cognos的技术,但他同时认为这对客户没有任何负面影响。IBM和

Cognos已经存在业务合作伙伴关系。在最近数年中,IBM一直在大肆收购,以强化自己的产品线,因为软件业务的利润率要远高于服务业务。过去,IBM主要是一家“中间件”厂商,最近的收购使得它也进入了销售应用软件业务。

IBM软件集团的掌门人米尔斯说,对手的并购交易不是收购Cognos的原因,不是为阻止其它厂商或根据其它厂商的活动进行收购。

在这一交易于2008年第一季度完成后,Cognos将加入IBM的信息管理软件部门,其CEO将继续负责公司的运营,在工作上向信息管理软件部门的负责人戈耶尔负责。成立于1969年的Cognos在全球拥有4000名员工。上一财年Cognos的销售收入为9.79亿美元,利润为1.16亿美元。

根据路透社提供的数据,目前IBM20%的收入和40%的税前盈利来自软件部门。IBM软件业务的毛利率今年一季度达到83.6%,为其主要业务部门中最高的。与之相比,硬件部门的毛利率只有34.8%,全球技术服务部门该指标仅为29.2%。

### ■高端访谈

## 炎黄传媒:选择能卖出好价钱时机上市

◎本报见习记者 叶勇

继去年9月拿下软银赛富基金首笔500万美元的投资之后,国内医院液晶广告市场的老大——炎黄健康时代传媒广告有限公司日前完成第二轮融资,包括汇丰银行在内的四家国际风投联手向炎黄健康投入3500万美元,这笔筹资将主要用于医院液晶屏网络的开拓和扩张。就市场关心的公司问题,记者对其董事长赵松青进行了专访。

上海证券报:炎黄健康传媒在选择以医院人群为受众进行广告营销业务的商业模式市场前景何在?

赵松青:我同意分众传媒的观点,他们不看重楼宇广告,还看重机场、医院和银行三种分众传媒模式。我们选择的医院有很大空间。

我们传播内容一部分是健康教育,因此兼具公益性和盈利性的特点,受到医院的欢迎。炎黄的精

化还体现在,我们根据对医院科室和人群的细分,把炎黄健康广告网络划分为妇幼联播网、大内联播网、大外联播网、五官科联播网及VIP等五个独立的联播网。

上海证券报:相比其他同以医院人群为受众的分众媒体,公司的市场地位如何?

赵松青:目前从市场总体来看,只有互力健康传媒与我们具有可比性,其他都是一些地方性传媒。互力现在网络铺至1000家医院,六七千块显示屏,我们现在铺至2500家医院,10000块显示屏;自上月我们拿到第二轮3500万美元风投后,我们的资金规模已经超越了互力。

目前,我们的网络已经遍及北京为中心的全国35个经济发达城市。预计到2008年,炎黄健康将在全中国60个城市的6000家医院,安装80000台液晶屏。

上海证券报:最近获得的这轮融资准备如何投放?

赵松青:将用于扩大网络以及地方媒体收购,迅速在全国二三级城市“跑马圈地”。一是借助卫生部、当地政府资源及中国医院协会独家授权,与各地医疗卫生系统商谈合作,目前已在广东、重庆、山东、浙江、湖南、天津等重要省市获得授权;二是通过收购模式进行圈地,已收购上海、武汉、贵州等地的三家地方同行。

上海证券报:炎黄目前的财务状况如何?2008年业绩预测如何?

赵松青:由于前期投资较小,网络铺设不够,2006年获风投后才开始有盈利,不过2007年同比已增长了十几倍。我们预计2007年的利润率是35%至40%,2008年能达到45%至50%,2008年收入预计将达到3.5亿人民币。

上海证券报:对于赴美国上市的工作如何筹备?

赵松青:没有特殊情况,将预计在明年6月至12月间开始IPO工

作,关键要看明年一度业绩情况与那时资本市场的行情,确定股票能有个比较好的价格后,再开始选择券商,推进上市工作。可以说,从公司业绩的成长来看,2008年达到纳斯达克上市标准没有问题。当然,如果资本市场条件不容许或者2009年上市价格更好,也可以推迟。

上海证券报:为何选择在美国上市?

赵松青:第一轮融资的目标就是将来在美国上市,另外,高科技和新媒体行业在美国市盈率较高,而在国内上市则没有先例和标杆,在国外上市,成功的例子已经不少。

上海证券报:获第二轮风投后,公司的股本结构可不可以透露一下?

赵松青:由于与基金签了保密协议,不太方便透露。不过可以告诉的是,我仍然是公司第一大股东,软银赛富依然是第二大股东。

## 电子信息业投资增速趋缓

◎本报见习记者 叶勇

记者昨日从信息产业部获悉,今年1-9月,我国电子信息产业固定资产投资增长呈先升后降态势,1-9月增速比1-8月降低1.8个百分点,同比降15.2个百分点,增速低于全国制造业7.7个百分点。

信产部认为,前三季度电子信息产业投资增长先升后降,与全国制造业平均增速的差距拉大;新开工项目数逐步增加,其计划投资额增速放慢;新增固定资产投资增长放缓,集成电路、计算机等行业新增固定资产投资负增长;本年到位资金中国家预算内资金大幅减少,自筹资金比重加大;各行业投资呈不同发展趋势;电子器件、电子工业专用设备和信息机电行业投资高速增长,电子元件、计算机及通信设备行业投资增长缓慢。

数据显示,1-9月,我国电子信息产业累计完成固定资产投资1851.8亿元,同比增长27.9%,增速较1-8月份降低1.8个百分点,较去年同期低15.2个百分点,增速低于全国制造业7.7个百分点。

## 迪拜建世界最大飞机维修中心

阿联酋计划在迪拜航空城中打造世界最大的飞机维修中心。

迪拜有关部门在第十届迪拜航空展上向媒体宣布,迪拜方面已经制定了总体规划,在占地面积140平方公里的航空城中投资50亿迪拉姆(约合13.6亿美元),建造世界最大的飞机维修中心。

维修中心将占地7.6平方公里,与正在建设中的世界最大机场——迪拜世界中心国际机场“相邻”。维修中心将具备维修包括空客A380飞机在内的各种大小型喷气式飞机的能力,为世界各地的各类客户提供飞机保养维修、科研、咨询和人员培训等服务。

维修中心建成后,迪拜航空城将成为集机场、维修中心和科研中心为一体的全球航空业“航母”。(据新华社)

## 铁通发5年期固定利率公司债

◎本报记者 卢晓平

记者获悉,8日,中国铁通集团有限公司发行8亿元5年期固定利率公司债券。票面年利率为5.30%,发行期为8日至14日。主承销商为中信证券,发行对象是境内机构投资者。国家法律、法规另有规定者除外,将在承销团设置的发行网站公开发售。采用单利按年计息,不计复利。票面利率是根据Shibor基准利率,加上基本利差1.07%确定。

### ■3C 视点

#### 创维总裁张学斌:渠道精耕是超越外资平板良径

◎本报记者 张良

昨日,创维集团总裁、创维数码控股有限公司(0751.HK)董事局主席兼CEO张学斌在接受媒体采访时表示,虽然今年以来外资品牌通过大打价格战占据了国内一线城市的大部分市场份额,但国内品牌并不惧怕竞争,事实上国内品牌在渠道方面是很有优势的,完全可以实现对国外品牌的超越,而整合也将是未来数年中国平板电视产业发展的一大趋势。

近年来,为了扩大在中国平板电视市场的占有率,众多外资品牌高举降价“大旗”,与国内品牌展开了异常激烈的争夺,其效果也相当明显。据市场调研机构赛诺公司统计数据,去年12月,国内一线城市国内品牌与外资品牌的市场占有率之比约为6:4,但今年“十一”黄金周过后,国内品牌与外资品牌的市场份额之比已变成4:6。对于这一变化,张学斌认为,随着平板时代的到来,外资品牌将中国市场视为其全球重要的战略市场,因此不惜降低自身的利润率也要通过降价来抢占市场份额。但从长远来看,外资品牌以这样的方式扩张其本身的压力也是非常大的。

在中心城市外资品牌迅速崛起这是事实,外资依靠价格快速抢占市场,但是在整个国内市场来看,情况可能不是这样的。”张学斌说,中国的民族企业经过近20年的市场打拼,有很多的技术,尤其是应用技术的开发,跟国际大公司和跨国公司相比实际上已更具优势。中国的平板市场具备其特殊性,主要体现在渠道模式上,外资品牌不适合大规模的作战方式,也不可能只用一种渠道在全国铺开,外资品牌在国内三、四线市场上要建立优势还是需要时间的,因此如果国内品牌在渠道上进行精耕细作,国内品牌在产品上是完全可以对外资品牌实现超越的。”

张学斌指出,企业的竞争力不只是一掌握产业链上游,关键是在国内构建一个完整的平板电视产业链。中国彩电企业的优势在CRT电视,对于平板时代的来临,许多企业的准备并不充分。不过一旦国内品牌关注并加强在这一领域的拓展,情况就完全不同了。

从国内平板电视未来发展趋势来看,在中国甚至全球都不会有这么多的厂家继续竞争。产业链上的企业会在竞争中慢慢减少,最后会形成少数企业竞争,甚至也会出现寡头的现象,这是每个产业发展的规律,对于平板电视来说,现在才只是开始,品牌很多,但是我相信过几年会减少,市场的资源会慢慢向优势企业集中,通过几年的整合,产业格局就会稳定。”张学斌说。