

Companies

TD测试5月封网 3G牌照发放仍未定

◎本报记者 张颖

记者昨日从权威人士处获悉,“TD网测试正在紧锣密鼓进行之中,且移动运营商必须在2008年5月1日前封网。”

随着TD网络的逐步完善,在2008年北京奥运会期间提供3G服务已经确定无疑,但各大券商分析师却认为中国在奥运之后的3G牌照发放及电信重组充满不确定性。

“首先确保试验网的无线工程进度,全面开展网络优化测试工作。”日前,中移动相关人士透露了中移动对后续TD-SCDMA试验网建设提出的具体要求:“做好业务测

试工作,加快核心网系统和业务平台的联调工作,同时结合前期规划和后期实施在网络覆盖和业务方面做好网络评估工作;最后,要求在年底前全面完成2G、3G互操作性升级工作。”

据消息人士透露,为了奥运期间网络的正常运营,移动运营商需要在2008年5月1日封网,此举为TD试验网建设带来严峻的挑战。

中移动该人士称,整个TD的建设正遵循中国TD-SCDMA产业化时间表顺利进行着,目前已经基本完成第三阶段并正进入第四阶段的工作,任务是完成10城TD-SCDMA网络的升级和优化,

是整个网络建设过程中的重要环节,也是TD-SCDMA商用能力的重大考验。

普天副总裁陶雄强日前表示:“中国移动第三、四阶段开展的网络优化测试工作,是TD扩大规模技术试验网建设过程中必不可少的重要环节,将在促进网络优化进程,提高网络质量等方面发挥重要作用。”

不过,TD-SCDMA终端厂商在信产部组织的入网许可证测试中半数失语为中移动首轮TD招标蒙上阴影。日前市场传出消息,在去年年底信产部组织的TD-SCDMA终端入网许可测试中,仅有七家终端厂商通过测试,有望获得入网许可证。

虽然TD测试正在紧锣密鼓的进行,在2008年奥运会的商用也基本确定,但这并不意味着3G牌照的发放即将指日可待。各大券商对奥运后3G发展,都抱保留态度。

里昂电讯分析员梁向奕称,看不到中国政府发放3G牌照的迫切性,即使3G进入商用,规模也不一定覆盖全国,因为中国电信市场仍以语音为主,对资料传输的需求仍然有限。她预期,若奥运能成功证明TD技术的成熟,当局可能会加大推动4G发展。

另外也有分析员称,奥运提供的3G服务跟发放3G牌照并无直

接关系,TD更可能继续以试行形式,于内地发展。3G发牌时间未明,固话商要开展移动业务,扭转现时竞争形势,惟有寄望电信业重组。过往两个月,虽然有关重组的消息多次传出,刺激市场炒作,但重组于2008年完成似乎仍困难重重。

重组方案目前仍以分拆联通移动网络,再跟两家固话商合并最为普遍。雷曼称,重组有数个主要障碍,包括联通未必愿意出售网络资产,买卖双方就网络的估价亦难以达成共识,同时满足三方的小股东等。美林预料奥运之前,难有落实方案,消息皆以炒作成分居多。

五大IT领域“十一五”规划发布

◎本报记者 张颖

昨日,信息产业部网站公布,我国集成电路、软件、信息化、电子基础材料和关键元器件、电子专用设备和仪器等五大IT领域的“十一五”规划已经于近日正式发布。

信息产业部称,在深入调研、广泛论证并开展一系列相关课题研究的基础上,信产部编制并颁布了《集成电路产业“十一五”专项规划》、《软件产业“十一五”专项规划》、《电子基础材料和关键元器件“十一五”专项规划》、《电子专用设备和仪器“十一五”专项规划》及《信息技术改造提升传统产业“十一五”专项规划》等五个信息产业领域专项规划。

上述五大规划将刊登在信息产业部网站的相关专题中,同时刊发的还包括对专项规划的思路、目标以及主要任务和发展重点的解读。

华为去年销售破1100亿元

◎本报记者 张颖

在全球通信设备市场几近饱和的状况下,华为在2007年依然交出一份漂亮的答卷:华为2007年全年合同销售额逾160亿美元(约合人民币1100亿元),同比增长率超过45%,超过此前150亿美元的年度计划。华为内部人士更透露,华为将2008年的目标合同销售额定为冲刺240亿美元,争取达到250亿美元。

根据此前披露的数据,全球通信设备企业排名第一的爱立信2006年的总收入为1778亿瑞典克朗(约合人民币2550亿元);而另一通信巨头思科2006财年的收入为285亿美元(约合人民币2000亿元)。业内人士称,根据华为披露的数据,华为无论从技术还是收入都已经跻身于世界一流通信商的水平。

华为相关人士表示,华为在2007年主要得益于海外业务增长。

中国惠普30%股权挂牌价抬高

◎本报记者 张良 实习生 朱宇琛

记者昨日从北京产权交易所获悉,中国电子进出口总公司已将其之前挂牌转让的中国惠普有限公司30%股权的挂牌价由8.562亿元提高到了9.67亿元,同比增长率超过45%,超过此前150亿美元的年度计划。标的企业的其他股东尚未放弃其在相同条件下对挂牌股权的优先购买权。

中国惠普有限公司由惠普华夏投资有限公司与中国电子进出口总公司合资组建,分别持股70%和30%。去年12月25日,中国电子进出口总公司在北交所将其持有的中国惠普公司30%股权挂牌,挂牌价为8.562亿元,挂牌截止日期为1月22日。

对于此次为何突然将挂牌价格抬高,中电和北交所方面拒绝向记者透露任何信息。

公开资料显示,成立于1985年的中国惠普有限公司是目前惠普全球范围内主要区域市场唯一采用合资经营方式的运营管理机构。

对欧纺织品出口难再“井喷”

◎本报记者 叶勇

在昨日召开的首届纺织技术与经济论坛上,中国纺织品进出口商会副会长曹新宇表示,2005年对欧盟纺织品出口“井喷”现象,在步入后配额时代的今年不会出现。

曹新宇表示,经历过以前历次的锻炼,我国纺织企业也在走向成熟,加上国际贸易形势和宏观调控政策不利的为多,因此“井喷”现象不会出现。

他指出,我国纺织行业已经由高速增长转为快速增长,发展中国对出口国的贡献率在加大。不过,虽然CPI在上涨,但是服装均价反而在下跌,纺织行业并没有实现量价齐增。固定资产投资增速高于工业平均增速,产能扩张迅猛。不过,非常明显的可喜转变是,国内需求已经超过国外需求了。

他也指出,纺织企业产能并没有释放完全,在国内外受阻、国内需求没有很好拓展的情况下是值得担忧的,纺织企业的发展空间并非无限的。在泰国、土耳其、墨西哥已经相继对我实施相应的贸易壁垒,而欧盟这对我实施了严格的技术壁垒。

联通推统一接口手机

◎本报记者 张颖

联通为了扩张C网用户可谓不遗余力。在联通C网于年底刚刚正式提出了“一县一店、一乡一店、一村一点”的计划密集轰炸农村市场,将战场由“饱和的城市”转移到尚未充分挖掘的农村市场后,联通再次动起了CDMA手机终端的念头。

记者昨日获悉,从2008年1月1日起,联通华盛合作厂商新生产上市的CDMA定制手机率先实现所有手机充电器接口、数据传输接口、耳机接口统一标准化,各品牌手机的充电器、数据线以及耳机实现通用。自此,中国联通2008年“深层定制”战略正式展开。

在一系列积极因素推动下,联通华盛预计2008年定制CDMA手机量将达到1500万台,比2007年增长50%。

分析人士指出,联通CDMA定制手机的统一接口,有利于联通继续快速扩张C网用户。

产经动态

信产部调整电子产品进口税率

记者昨日从国家信息产业部获悉,从今年1月1日起,我国再次对部分消费类电子产品、元器件及部分电子产品专用原材料进口暂定关税税率和税目进行调整,包括多晶硅、激光视盘机机芯精密微型电机、手机用摄像组件、摄像机、摄录一体机、数码相机的其他零件等电子产品的进口关税税率都出现了不同程度的下降,但平板电视的零部件关税税率基本保持不变。

“国家调整平板电视模组元件进口关税税率对液晶、等离子等国内平板电视的普及将起到较为明显的促进作用。”厦华电子品牌推广部苏在泉说。

中国电子商会副会长陆刃波认为,此次关于平板电视显示器元件进口关税税率的调整幅度很小,对彩电制造业的影响也不大。不过,就价值方面而言,目前国内平板电视面板的价格已经大约占到了平板电视总价格的70%,而这些核心技术大多数仍掌握在国外同行的手里,因此国家有必要加快对平板电视上游产业链的开拓和扶持。(张良)

国产手机将受益电子产品税率调整

2008年1月1日起,我国降低部分电子产品进口关税税率,其中,手机用摄像组件进口税率由2007年的6%降低为4%,将对降低手机成本有利,也对消费者有利。

不过,银华证券分析师王庆国告诉记者,由于摄像头占整个手机的成本并不高,单独摄像头关税的下调对于国产手机厂商而言并不算是大的利好。

我国手机检测权威机构、信产部电信研究院泰尔实验室相关专家表示,我国手机摄像头模组已经国产,国产手机厂商都是购买国内的手机摄像头模组,但是手机摄像头模组的关键性零部件感光镜头和数字信号处理电路(芯片)仍完全进口,因此,降低镜头和数字信号处理电路的进口关税税率将有利于降低摄像头模组的成本,从而最终降低手机成本。(张颖)

奥康借壳国际化营销

中国最大民营鞋企奥康集团昨天正式启动了借助意大利著名品牌到国际市场营销的战略。

8日,奥康集团与意大利知名度和美誉度排名第一的VALLEVERDE品牌签署了全球战略合作协议。根据双方达成的协议,奥康集团取得了VALLEVERDE全球品牌经营权,其全球品牌营销全部由奥康负责运作,VALLEVERDE则提供产品研发资源,提供技术和法律方面的支持。此外,VALLEVERDE将协助奥康集团在其意大利总部成立产品研发中心。

业内人士认为,奥康尝试这种全新的合作模式,意在升级自己的国际化战略。始于2006年底与欧盟的皮鞋反倾销官司,已经让全世界看到了奥康推进国际化战略的坚定信心。(陈建军)

步入战略增长期 福特在华销量增幅领先

◎本报记者 官璐

昨天,本报记者从福特中国获悉,2007年,福特汽车公司直属品牌(福特、林肯、沃尔沃、捷豹和路虎,不含马自达)产品的零售总销量达到了216324台,相比2006年同期增幅高达30%。福特汽车旗下乘用车合资企业——长安福特马自达汽车公司各品牌批售总量比2006年同期增长60%,达到217100台,增长速度在汽车行业居于领先地位,并已成为中国增长最快的汽车生产厂家之一。

业内人士分析,到2007年,福特汽车在中国的基本战略布局已完成,形成了从研发、采购、发动机及整车生产、汽车金融、销售、服务的全价值链竞争实力。

“福特汽车在中国已经经历了不同的发展阶段,从深耕准备期,到战略布局期。我们用不到5年的时间实现了年零售汽车20万辆的突破。这些信号表明,福特汽车正在业务增长的快车道上稳步向前,并且这种增长是可持续的,建立在坚实基础上的。”福特汽车(中国)有限公司董事长兼首席执行官程美玮先生告诉记者,“福特汽车在中国已顺利展开长远规划的战略,目前已稳步进入一个崭新的战略增长期,各业务单元都在全速推进。我们将在乘用车和商用车领域加大投入,全面进军中国汽车市场领军阵营。”

业内人士分析,从福克斯到马



福特汽车在中国已稳步进入一个崭新的战略增长期 资料图

自达3·S-Max,再到去年底刚推出的蒙迪欧致胜,福特中国所引进的车型都具有鲜明的运动元素,“欧洲设计+德国工艺+精准驾驭”三个共同的特性和准确的市场定位是其受欢迎的主要原因。福特福克斯全年的批售数量达到124972台,增长率高达57%,成为2007年销量增长最快的中级车型。福特蒙迪欧一致胜上市不足两月批售销量即达14845辆。

长安福特马自达汽车公司总裁

沈英铨则向记者表示,他们在2007年已完成战略布局,形成了横跨东西的战略布局,第一整车厂位于重庆,目前生产福特福克斯、福特蒙迪欧、福特S-MAX、沃尔沃S-40以及马自达3,年产能达25万台。随着长安福特马自达汽车南京公司的投产,长安福特马自达汽车公司的年产能将达到40万台以上,能够生产从紧凑型到中级到高级的各种乘用车。重庆及南京整车厂都将增强长安福特马自达汽车公司的

市场竞争力。

“长安福特马自达目前的产品组合正处于最佳的上升周期中,新款蒙迪欧的上市确保公司2008年继续保持快速增长;更重要的是,长安福特马自达的产品毛利率在可比公司中排名第一。”国金证券分析师李孟涛这样表示。他判断长安福特马自达将在2008年迎来业绩爆发式增长期,2007年至2009年净利润增速分别可达33.0%、77.3%和23.2%。

自主品牌汽车遭遇“冰火两重天”

◎本报记者 官璐

猜到了开头,却猜不中结局。2007年上半年,当我们在为中国自主品牌成功占据30%的市场份额而欢欣鼓舞之后不久,自主品牌的市占率就不断下滑,大多数自主品牌厂商都进入调整阶段,连当年目标都未完成的企业也大有人在。

最近,奇瑞汽车表示,2007年的销量目标完成率为97%。在奇瑞全部的38.1万辆的总销量中,出口数量翻了一番还多,达11.98万辆,排除之后,我们得出结论,奇瑞汽车2007年在国内的实际销量为26.12万辆,这

比2006年度国内销量25.34万辆仅有微弱增长。在今年乘用车市场迅猛增长,总量超过千万的背景下,奇瑞不进反退就值得反思了。

奇瑞并非个别现象,以小排量车为主的自主品牌都提前进入了“寒冬”。从近来的市场走势看,油价上涨非但没有帮助提升小排量车的销量,反而使其受到冷遇。因为小排量车消费群体往往经济能力相对较弱,用车成本的变化会直接影响他们的购车决策。

不过,“自主品牌中也不乏逆势向上、表现抢眼企业,像上汽、比亚迪、海马汽车。”国信证券汽车行业首

席分析师赵雪桂分析指出,上汽的自主品牌荣威的品牌已树立起来,明年还将推出WR2车型,其自上而下打造自主品牌的路线非常独特,并且上汽的产品规划是全系列的,以追求商业上的成功为终极目标。

今年海马汽车也是一个“异类”。资料显示,海马汽车2007年产销达13万辆,产销同比增长60%,其表现引起媒体和业内专家的关注。

赵雪桂向记者表示,对于自主品牌来说,我们看到了前半段的情况,结果如何,还不知晓。但从手机的自主品牌发展的经验来看,与汽车业的发展有着非常类似的情

消费品涨价追踪报道

洋啤酒跟涨 外资消费品牌纷纷提价

◎本报记者 于兵兵

随着国内啤酒品牌纷纷上调销售价格,洋啤酒开始跟进。

昨天,世界最大啤酒酿造商——比利时英博啤酒集团中国公司宣布,会根据中国各地市场具体情况“对啤酒价格进行适时、适当的调整。”分析人士指出,因为英博啤酒在中国多达13个啤酒品牌,年产啤酒量高居中国前三大啤酒商品牌,其价格调整将进一步引发啤酒市场的全行业涨价。

“目前,受原材料大幅度涨价的影响,啤酒生产涉及的原料、辅料、能源、运输等环节成本都有不同程度的增加,这对整个国内啤酒行业都有影响。”英博啤酒中国公司昨天表示。

受此影响,英博将根据各地市场情况对啤酒价格进行适时、适当调整。“同时,我们将通过对生



产程序的改进和精密控制,在中国所有酿酒厂采纳并实施最佳的节能减排技术和经验,以有效降低部分运作成本。”英博啤酒表示。

比利时上市公司英博啤酒集团成立于2004年,由英特布鲁和美洲饮料公司合并而成。目前占据

全球14%的啤酒市场份额,旗下品牌超过200个,包括时代、百瑞马、贝克等。

资料显示,在中国,英博啤酒集团是青岛、华润之外,中国第三大啤酒生产商,共有32个啤酒生产厂,年产能达300万吨,本土啤酒品

牌包括双鹿,雪津、金龙泉、KK、红石梁、白沙、金陵、绿兰莎、三泰等。

除啤酒行业之外,一些外资消费品品牌也在悄然提价。有市场消息称,饮料巨头雀巢已经将中国市场的部分产品价格上调10%左右。昨天,雀巢中国相关发言人向记者证实此事,并表示此次调价的产品类别分别是咖啡、巧克力和乳品。其它雀巢产品如饮用水等均未调价。而价格调整的主要原因是咖啡原材料价格的大幅上涨。

另一家咖啡饮品巨头星巴克昨天表示,目前暂无调价计划,而根据此前公开消息,星巴克已经于去年年中上调部分单品价格1至5元不等。“相对于其它咖啡饮品的品牌,雀巢此次调整其实滞后。”分析人士指出。

而对于咖啡饮品,在2008年是否会持续多次上调价格,雀巢公司相关人士表示目前无法明确。