

■关注 2007 年度通信业数据

## 移动网已占电信业务收入半壁江山

### 固网收入、用户同比均降，对重组期待日益迫切

◎本报记者 张轶

昨日，信息产业部发布了 2007 年全国通信业务统计数据。数据显示，本地固网收入较 2006 年下降 5.5%，与此同时，移动电话的增幅则更强，移动通信的收入同比上涨 17.8%，高于通信行业收入的平均增幅 11.8%。

根据信息产业部的统计数据，在各项电信业务中，移动通信网业务收入 3702.7 亿元，比上年增长 17.8%，占电信业务收入的比例为 50.9%；固定本地电话网业务收入 1747.8 亿元，比去年下降 5.5%，占电信业务收入的比例为 24.0%。

对比信息产业部公布的 2006 通信行业的运营报告发现，移动通信收入在 2006 年占电信总收入的比重为 47.3%。而 2007 年已经攀升至 50.9%，与此同时，本地固网收入的占比却在下降。

在用户方面，也是移动网络保持强劲增长，固网用户持续下降。2007 年，固定电话用户减少 233.7 万户，达到 3.65 亿户；移动电话用户新增 8622.8 万户，达到 5.47 亿户。而在发达的城市地区，移动电话用户的态势更为明显。报告显示，在固定电话用户中，城市电话用户减少 273.5 万户，达到 2.49 亿户；农村电话用户新增 39.9 万户，达到 1.17 亿户。

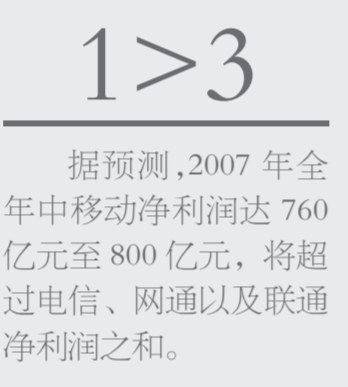
根据统计，2007 年通信业务量保持快速增长，但数据背后仍然难以掩盖固网增长的颓势。根据统计，移动电话通话时长累计达到 23055.9 亿分钟，比上年增长 36.7%；固定电话长途电话通话时长累计达到 1045.8 亿分钟，比上年增长 6.2%。另外，移动短信发送量累计达到 5921.0 亿条，比上年增长 37.8%。

中国电信的一位不愿意透露姓名的人士接受采访时对记者无

奈地表示，“随着移动资费不断下调，移动替代固网的作用已经显而易见。如果中国的固网运营商依旧拿不到移动牌照，移动运营商对固网运营商的劣势会越来越大。”

国证券分析师陈运红指出，相比 2006 年通信行业的统计报告，2007 年的通信行业呈现了相同的态势。即固定电话新增用户继续下降，移动电话用户保持高速增长，行业资源进一步向优势企业集中。尤其值得提出的是，固网运营商的用户数在 2007 年首度出现负增长。

陈运红预测，2007 年全年中移动的营收可达 3400 亿元，另外的电信、网通和联通的收入将分别达到 1800 亿元、950 亿元以及 820 亿元。在净利润方面，预计中移动将达到 760 亿元至 800 亿元，电信、网通以及联通的净利润预计分别为 225 亿元、110 亿元至 120 亿元及 70 元至 80 亿元。三季度中移动一家盈利已经超过其他三家运营商之和，而根据预测，中移动一家的净利润对三家利润之和的差距可能进一步拉大。这种情况是中国政府不愿意看到的局面。此前，信产部及国资委高层都曾表态认为通信行业的竞争不够充分，中移动一家独大不合理。这也是需要电信重组的根本原因。



## 电信联通慎对 C 网收购传闻

◎本报记者 张轶

在各种传闻烘托下，电信重组似乎一触即发。昨日外界传出消息，中国电信也开始正式大力推行其“C 计划”。消息称，中国电信人士透露，“中国电信集团移动办近期动作频频，一边经常和联通开会并与高层会谈；一边招兵买马，招聘熟悉 CDMA 网络的人员。”

对于中国电信大力推行“C 计划”一事，中国电信综合部的相关人士接受本报记者采访时不愿意作出任何评论，称上级并未下达任何收购联通 C 网的指示。

中国联通董事李建华接受记者采访时也表示，“关于电信行业重

组重组满天飞，现在并未有新的文件下达。”至于所谓在 3 月份的两会期间可能宣布电信重组方案，劳建华表示：“两会探讨的是国家大事，不可能就一个行业进行探讨。”

虽然电信、联通官方发言人对于中国电信收购联通 C 网一事言谈谨慎，但记者从相关渠道证实了与传闻相关的信息：中国电信和联通高层之间的接触确实举行过会谈。而且中国电信也开始与多家联通 C 网的业务支撑系统厂商进行高频度接触，征集各厂商对接联通 C 网系统的解决方案。

此前曾有媒体报道，“中国电信日前邀请包括联创、亚信、朗新、东软、思特奇在内的多家业界

主流运营系统支撑厂商进行 C 网系统调研，为对接联通 C 网做准备。”

甚至还有消息人士称，中国电信已着手制定支撑 C 网运营所需硬件设备的采购计划，并就相应计划征求系统厂商的评估意见。不过经过记者电话咨询，此消息依旧没有得到电信官方发言人的证实。

一向认为电信重组将在 2008 年之后发生的瑞银，近期态度的 180 度转变也颇为耐人寻味。瑞银日前发布报告称，“对电信重组时间表进行了重估。通过近期与中国联通、中国电信和中国网通管理层的会面，不能排除重组会在 2008 年 3 月发生的可能。”

### 产经速递

#### 戴尔完成收购 EqualLogic

昨日，戴尔公司宣布已完成对 EqualLogic 价值 14 亿美元的收购。EqualLogic 是一家业界领先的存储方案提供商，提供专为虚拟化应用而设计的、简单易用的高性能存储区域网络 (SAN) 解决方案。这次收购强化了戴尔在为客户端和合作伙伴简化 IT 方面的领导地位。

戴尔公司董事长兼首席执行官迈克尔·戴尔表示：“虚拟化和 iSCSI 技术是简化 IT 的两个关键因素。通过我们的直接渠道合作伙伴合作，我们将充分发挥 iSCSI 和虚拟化的能力使存储和数据处理使用更加简便、价格更加合理。” (张轶)

#### 诺康生物获 1700 万美元注资

昨天，中国诺康生物医药股份有限公司宣布正式获得红杉资本中国基金、HBM 生物基金 1700 万美元投资。中国诺康生物医药股份有限公司是从事医药品研究开发、生产、销售的专业企业。公司专注于心血管和血液学领域的生物活性酶类和自源性高效激活因子药物的研发、生产和营销。(叶勇)

#### 诺西与华为将加强鼎桥 TD 销售

昨日，诺基亚西门子通信与华为共同宣布，双方日前签署正式协议，将通过注入新技术，进一步加强双方合资公司鼎桥通信的产品研发能力，并负责 TD-SCDMA 产品的市场、销售、工程及服务。

根据协议，鼎桥将作为 TD-SCDMA 无线接入产品开发的研发中心，为诺基亚西门子通信和華為提供 TD-SCDMA 无线接入产品。(张轶)

## 无缘蒙牛忙回头 达能急追妙士再谱“恋曲”

◎本报记者 于兵兵

世界乳业巨头达能集团在中国市场日益陷入尴尬境地。继去年底与蒙牛联姻宣告解体后，日前，有消息称达能已与另一家奶制品企业妙士乳业签约，收购后者在北京和上海的两家工厂。

有分析人士认为，此举或说明在中国的合资道路屡遭挫折后，达能由此走向自主经营。

而根据本报记者昨日证实，达能与妙士确有合作谈判，但所谓的收购后由达能独立经营之说并不属实。达能与妙士的联姻也并非突然传出，早在达能与蒙牛进行合作谈判的同时，妙士便是达能另外一个洽购对象。而随着达能蒙牛合作协议的解除，达能回头再寻妙士，再次体现达能对中国市场情有独衷。

饶有趣味的是，对于这一经多方证实的合作意向，达能中国新闻发言人昨天继续用“不予置评”四字回复媒体，而妙士集团公关负责人对达能收购妙士北京、上海两家工厂之事称“从未听说”，“以讹传讹”。

即便是达能与妙士以合资方式合作的可能，妙士集团发言人也同样否认。

但当记者向妙士乳业其它工作人员询问此事，多位员工表示“已经听说”，甚至“确有此事”。

资料显示，妙士乳业成立于 1995 年，以生产中端乳酸菌饮料为主，其妙士品牌主打餐饮市场，定位为国内最大的餐桌奶生产企业。目前妙士在北京、上海、武汉、新疆、四川、大庆等多个区域设有分厂。最先传出被达能并购的是北京、上海两处。但据知情人士介绍，达能与妙士的合作并不限于上述两地，“如果两个分厂合作顺利，即生产规模、市场推广和新产品研发方面全面提升，达能不排除进一步并购妙士其它地区的工厂。”知情人士表示。

市场人士介绍，去年 12 月，因在商务部审批环节受阻，达能与蒙牛合作协议宣告终止。而受阻原因即是相关政府部门开始吸取达能哈哈合资谈判的“前车之鉴”。

“此次达能与妙士的合作，妙士也会考虑避免类似达能哈哈的纠纷，重要方式就是在合资股权结构上占据主动。”一位妙士乳业内部人士否认达能全资收购，并称妙士仍会持股 51% 以上。

而对于达能妙士的合作是否同样会在商务部审批环节搁浅，妙士



乳业内部人士评价，相比蒙牛与娃哈哈这样的知名品牌，妙士受政府部门高度关注的可能不大。“对于达能和妙士的合作，应该看作是单纯的互有选择的市场行为。”

此前亦有消息称，妙士是因多家工厂陷入停产才卖给达能，妙士集团发言人昨天坚决否认这一说法，并称目前妙士所有工厂正常生产。而妙士内部人士也表示，与达能合作的主要原因并非资金问题，而是一直看好达能国际水准的生产技术与管理办法。

另外，这一轮农产品价格上涨加大了妙士等乳品企业的生存压力，随意调价可能会导致销量下滑，而不涨价又会面临利润率下降。“妙士产品目前还没有涨价，这也是妙士急于和达能合作，寻找新市场的原因。”消息人士称。

一方是因“单纯财务投资质疑”而丢失了大部分合作伙伴的达能急欲寻找下家合作方，一方是仍寄希望于国际巨头强身健体的民营品牌，达能是否能给妙士符合期望的助力，市场仍不得而知。

## 新闻出版企业转制跨地区并购将受鼓励

◎本报记者 叶勇

我国将继续推动经营性出版单位转企改制和股份制改造，以中央在京出版单位和高校出版单位为重点，有步骤、有计划、有秩序地推进出版单位转企改制。鼓励转企后的大中型新闻出版集团跨地区兼并、重组，以股份化为重点，加快联合，扩大资本，做大做强。

这是在 28 日闭幕的全国出版工作会议上，国家新闻出版总署署长柳斌杰所作的表态。

据了解，2007 年图书出版、报刊出版、音像出版、电子出版分别增长

6%到 39%，图书市场繁荣，零售增长 11.6%，印刷业年产值超过 4000 亿元，已经成为国际三大印刷基地之一。体制改革迈出新步伐。出版发行体制改革在整体转制、上市和跨地区发展等方面取得一系列重大成果，2007 年有 3 个省（市）、18 家高校和几个中央部门的几十家图书出版社、报刊出版社转企改制，有些通过重组完成了股份制改造，2 家企业上市。

柳斌杰指出，要深化投融资体制改革，支持符合条件的出版企业，通过上市融资或其他方式跨行业融资，培养我国出版传媒行业的战略投资者，整体提高出版传媒业的跨国竞争能力，更好地维护国家文化安全。

柳斌杰强调，要深化发行体制改革。要鼓励大型发行集团利用现有发行网络、物流配送体系和可供书目数据库等对行业资源进行合理整合，打造现代区域物流中心，避免重复建设和恶性竞争。

柳斌杰指出，要充分运用财税政策和价格、质量管理等手段强化调控力度，增加新闻出版产品和服务的有效供给。坚持在动态中调整产业结构。通过跨地区跨行业联合、兼并、重组和股份制改造，重点培育一批实力雄厚、具有较强竞争力和影响力的大型出版发行传媒企业、国有或国有控股

股文化战略投资者，提高产业集中度和集约化经营水平。

他还指出，要大力推进专业化集团化建设，鼓励发展“专、精、特、新”中小企业，形成富有活力的优势产业群。通过各种有效手段，合理配置出版资源，盘活存量，优化增量，解决国有新闻出版产品结构不优、效益不高、使用不活等问题。

## 去年电子信息产品出口增速回落

◎本报记者 叶勇

最新数据显示，2007 年我国电子信息产品累计进出口总额达 8047 亿美元，同比增长 23.5%，增速比去年同期低 9.8 个百分点，与全国增速相同。

其中累计出口额为 4595.2 亿美元，同比增长 26.3%，增速比去年同期低 9.5 个百分点，高于全国外贸出口增速 0.6 个百分点，占全国外贸出口总额的 37.7%，对全国外贸出口增长的贡献率达 38.4%，拉动全国出口增长 25.7 个百分点中的 9.9 个百分点。

累计进口总额为 3451.8 亿美元，同比增长 20%，增速比去年同期低 10.5 个百分点，低于全国外贸进口增速 0.8 个百分点，占全国外贸进口总额的 36.1%，对全国外贸进口增长的贡献率达 35%，拉动全国进口增长 20.8 个百分点中的 7.3 个百分点。

从出口企业性质分析，外商独资企业出口 3093.1 亿美元，同比增长 27.3%，占全国出口额的 67.3%。

## 互联网占创投市场投资份额持续下降

◎本报记者 叶勇

据创投研究机构投资中国的昨日发布的数据，2007 年第四季度，中国创投市场投资案例数量为 96 个，投资金额为 7.67 亿美元，与第三季度相比分别下降了 11.9% 和 30.4%。互联网投资规模持续下降。由于受到前期互联网投资过热产生投资价值背离以及风险投资机构投资策略调整等因素的影响，互联网投资案例数量和投资金额占中国创投市场的比例从 2006 第三季度互联网投资高峰的 41.8% 和 46.4% 分别下降至本季度的 14.6% 和 14.7%。

医疗健康投资规模表现强劲。本季度医疗健康行业投资案例数量为 12 个，投资金额为 1.71 亿美元。医疗健康行业在整体投资规模的强劲表现将会对 TMT 行业在中国创投市场的传统优势地位产生影响。传统行业投资金额的领先格局没有改变。本季度 TMT 投资案例数量和投资金额占中国创投市场的比例分别为 37.1% 和 33.6%，与第三季度相比较投资案例数量比例下降 6%，投资金额比例上升 4%。

## 日手机厂商在华“全军覆没”

日本京瓷公司 29 日宣布将撤出中国手机市场。

至此，日本厂商在中国手机市场宣告“全军覆没”。据日本媒体报道，京瓷公司 2001 年与中国振华科技合资，成立了京瓷振华通信设备公司，生产手机终端，并在中国市场销售。该公司产品以具有拍照和音乐播放等功能的高性能机型为主，由于缺乏价格优势，在与低价位手机的竞争中，销售一直处于低迷状态。

报道称，尽管京瓷振华一度也推出了低端手机，但由于采用的是第三代通信标准，而目前国内占主流的仍是第二代手机，因此未能挽回颓势，2007 年发货量仅有 10 万台左右。

据悉，京瓷将在 3 月底与振华解除合同，把持有的合资公司股份悉数无偿转让给振华和另一家香港公司，并放弃大约 5760 万元债权。

在京瓷之前，已有松下电器等数家日本厂商陆续撤离中国市场，最后一家京瓷的撤出，意味着日本手机厂商在中国这一巨大市场上，在与以诺基亚、摩托罗拉为代表的欧美厂商的竞争中“完败”。(据新华社)

### 产业观察

#### 一片“涨”声 2008 年汽车仍陷价格战

◎本报记者 宦璐

在昨天举办的《2008 中国汽车主题论坛年会》上，行业专家企业界人士共济一堂，探讨了在人民币升值背景下，汽车产业的机会与挑战。在各种思想和观点的碰撞下，2008 年轿车价格的走势是降是升，成为了与会者集中争论的焦点之一。

中国汽车工业咨询公司首席分析师贾新光认为，今年车市降价潮不可避免了。他的论据是，从合资公司到国有汽车制造商都纷纷加大了 2008 年的产销目标。目前丰田公布了在 2008 年要达到 80 万至 90 万辆的产能，大众也号称将实现 120 万辆的产量，同时，长安集团也宣布了进军 100 万辆规模的年度目标，竞争越来越激烈的趋势下，把汽车价格下调，作为抢占市场份额的手段，是大家必然会采用的。

另外从经销商的角度出发，他们因为库存积压严重，为了尽快出货，收回现金，也希望采取降价方式。但他也认为，降价也不会导致洗牌，至少在 2008 年，不会有车企因为降价，而导致活不下去被淘汰出局。贾新光表示，真正的价格战，将有助于中国的汽车工业在混乱无序的竞争中走出来，重新洗牌，形成健康的汽车工业格局。

持相同观点的还有 AT 科尔尼咨询公司中国董事 Stephendyer，他对记者表示，近年来，跨国公司汽车巨头在中国也遇到了越来越大的挑战，他们也顺应变化，设定自己的本土化目标，就是为了留出打“价格战”的空间。

与会的上海某供应商也对本报记者表示，2008 年价格战应该会有个集中爆发阶段。从去年下半年开始，汽车公司就不断把原材料上涨带来的成本压力转移给一、二级供应商，2008 年是供应商们感觉生存压力最大的时刻，OEM(汽车零部件供应商)与汽车厂商之间会出现博弈，零部件降价则是今年的新现象之一。

而在全国乘用车联席会秘书长饶达看来，今年的汽车价格不会比去年低。首先，环保标准还将执行，这必然增加消费者的成本。尤其是在通货膨胀的压力下，今年中国的通胀率控制在 6% 的水平就不错了，汽车价格没有理由不涨。