

Companies

启动改制 北汽集团年内上市无望

◎本报记者 吴琼

关于北汽集团整车资产上市的传言一时甚嚣尘上。昨日,上海证券报独家获悉:北汽集团仅获得北京市政府批准,进行其股份改制工作;因北汽集团旗下资产关系过于复杂,预计2008年内上市基本无望。

“股份改制和上市并非一回事,股份改制只是上市的前奏。”昨日,接近北汽集团相关人士告诉上海证券报,“北汽集团股份公司正式成立后,才可能以北汽集团股份公司的名义

递交相关上市材料。无论如何,距离上市仍有相当时间,仍需要走相当多的程序。”

日前,北京市国资委已经原则通过了组建北汽集团股份公司。但至昨日,北汽集团股份公司仍未挂牌成立。

国内一著名投行总经理告诉上海证券报,“按照正常程序,做如此大规模集团的改制需要3个月至4个月的时间;改制完成后,上报相关上市材料,即使顺利获批,也需要3个月至4个月的时间。”

如此算来,北汽集团股份公司即使成立,且以该公司作为上市主体,至少需要6个月至8个月的时间,才可能真正实现上市。

“由于北汽集团与韩国现代、德国戴姆勒、美国克莱斯勒均有合资,如果将合资企业的中方资产上市需要与合资方沟通,预计会耗时不少,2008年内基本无望上市。”知情人士指出,“北汽集团股份公司成立后,可能仿效上汽集团整体上市模式。即北汽集团股份公司取代北汽集团,成为北汽控股的控股股东;北汽集团控股

北汽集团股份公司。”

目前,北汽集团确实开始做上市前的一些准备工作,其资产运作主体即为北汽控股。北汽集团正将三大资产(北汽福田、北京现代、北京奔驰-戴姆勒、克莱斯勒汽车有限公司)注入北汽控股。

日前,经国资委同意,北汽控股成为北汽福田第一大股东。具体而言,原北汽福田大股东北京汽车摩托车联合制造有限公司将其持有的26361.2250万股划转给北汽控股;至此,北汽控股持有北汽福田

29559.2986万股,占总股本的36.43%。

北京现代和北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司实际控股股东为北汽控股;北京现代的大股东为北京汽车投资有限公司、韩国现代汽车株式会社;而北汽控股为北京汽车投资有限公司的控股股东;北京奔驰-戴姆勒·克莱斯勒汽车有限公司由北汽控股、戴姆勒·克莱斯勒股份公司、戴姆勒·克莱斯勒(中国)投资有限公司组建而成,其中北汽控股持股50%。

山东整合广电业 力推影视企业上市

◎本报记者 叶勇

记者昨日从国家广播电视总局获悉,山东省广电局日前决定,今年要加大力度,加快速度,积极推进广电产业发展,培育市场主体,积极参与文化市场竞争。首先就是推进全省广播电视网络整合。坚持行政与市场相结合,统筹兼顾各方利益,建立起省、市、县广电网络统一规划、统一建设、统一运营、统一管理的新体系,争取2008年完成网络整合任务。

不久前,贵州省委办公厅、省政府办公厅印发了《贵州省整合全省广播电视网络推进信息化发展方案》。该方案提出了整合全省广播电视网络的指导思想、整合目标、整合方式等13项要求。业内人士认为,山东省此举虽然紧随贵州之后,却奋起直追,争取后发先至,要在今年就结束“战斗”。

有分析师认为,现在广电网络都是一省一网,非常独立,以省级实体为平台整合全省资产是理想的作法。通过整合市县一级的资产,有利于提高运营能力和议价能力,降低运营成本。

此外,山东广电局还表示,将继续推进影视企业上市,利用资本市场的资金优势与机制优势,总结经验教训,选好、选准主营业务,加快上市步伐。

中国重汽 启动消费信贷业务

◎本报记者 郑义

由光大银行授予中国重汽和安邦保险10亿元人民币消费信贷额度,开始对中国重汽客户启动。2月2日,中国重汽举行2008年首批汽车消费信贷业务签字仪式。

据了解,山东东营冠中汽贸和山东寿光光甲汽贸成为首批消费贷款授权经销商,分别获得3000万元和1000万元授权额度。据悉,遍布全国各地的157家中国重汽一级经销商和重汽产品改装企业将全部获得开办此项业务的资格,与银行联手为中国重汽终端用户开展消费信贷。

据介绍,此前,中国重汽还与招商银行、农业银行等和安邦保险等金融机构签订了银企合作协议,安邦保险同时与各商业银行签订了保证保险合作协议。

此外,据中国重汽集团统计快报显示,1月份重汽集团产销重型汽车9400辆,同比增长39%,继续保持国内同行业第一的位置,超出第二位2300余辆。

■产业观察

汽车自主品牌 酝酿投资新高潮

◎本报记者 宦璐

2007年,因部分中国自主品牌汽车状态低迷,未完成当年产销目标,自主品牌的发展路径开始受到广泛质疑,但据业内人士分析,在2008年,自主品牌企业将获得资金支持,投资有道,并有望获得新的起飞。

近日,中国乘用车信息联席会秘书长饶达生对本报记者透露,一些人看到国内自主品牌的主力市场——小排量车市场下滑和一些自主品牌乘用车出口不同程度受阻的信息后,以为自主品牌发展的好时光过去了,这样的报道从11月开始每周都有几篇。其实,自主品牌生产企业在酝酿着今后更高速的飞跃。在国内,前10位的大汽车企业集团为发展自主品牌乘用车,少则40.50亿,多则100多亿元投入的新投资高潮已经开始,将在2010年前后把自主品牌乘用车的产能、质量、技术、车型档次、市场占有率、品牌形象推向一个新的高度。中小自主品牌企业基本都是上市公司,他们去年在股市上也融到了几百亿元的资金,正酝酿着新的起飞。

不在沉默中爆发,就在沉默中灭亡,2008年对自主品牌来说至关重要,各企业也纷纷公布其2008年战略。1月底,比亚迪旗下汽车业务谋求上市的步伐明显提速。1月29日,比亚迪股份发布公告称,公司正计划通过资本公积金扩充资本增加公司注册资本,每10股转增28股。公积金转增股本完成后,公司注册资金将由5.395亿元增至20.5亿元。比亚迪股份透露,如落实发行2.223亿股A股,占扩股后股本的9.78%,而H股占总股本的比例将由原来27.7%摊薄至25%。发行A股所募集的资金将用于锂离子电池、LED车棒、相机模组、汽车、电动汽车、汽车零部件及组件业务。不过,所有计划还有待股东大会和商务部等有关部门批准。

奇瑞和吉利等企业也早早公布了2008年的战略目标。1月中旬,吉利汽车就对外宣布,携手合作伙伴,投资5亿美元在墨西哥建厂,并以墨西哥工厂为桥头堡进军美国市场;奇瑞汽车日前也透露,2008年该公司市场销量总目标为48万辆,其中国内销售目标为30万辆,海外销售目标为18万辆。比起2007年的销售目标,国内销售目标虽少2.3万辆。海外目标却大幅增加了11万辆。

另据中国汽车工业协会有关人士提醒,2007年自主品牌轿车市场表现总体来看仍然出色,截至2007年底,自主品牌轿车累计销量达到124.22万辆,占轿车销售总量的26%,其中销量排名前10位的自主品牌依次为:夏利、QQ、福美来、旗云、F3、骏捷、自由舰、A520、奔奔和吉利金刚。2007年,上述10个品牌共销售88.91万辆,占自主品牌轿车销售总量的72%,相信自主品牌在今年仍然能在中国市场上取得不俗的业绩。

产经速递

汽车出口企业 规模大幅提升

记者从中国机电产品进出口商会汽车分会获悉,2007年我国汽车出口年报日前发布,专家分析指出,我国汽车出口主要企业规模大幅提升,出口集中度得到有效提高,有利于我国汽车出口良性持续发展。

2007年,我国汽车出口金额达到1亿美元以上的企业(含集团)共14家,合计出口金额和数量占出口总金额的49.8%和出口总数量的55.6%。出口金额1亿美元以下5000万美元以上的企业有17家。而在2006年,出口金额达到5000万美元以上的汽车出口企业仅13家。

出口金额在100万美元以上的企业(集团)共计374家,比2006年增加了138家;出口金额合计占比96.8%,出口数量合计占比97.1%。(据新华社)

黑龙江近三年拟形成 50万辆汽车产能

近三年,黑龙江省拟做大做强汽车产业。记者从黑龙江省政府获悉:三年内,黑龙江省计划形成50万辆微型车和轿车的生产能力,最终成为中国重要的汽车生产基地。

黑龙江政府工作报告中指出:黑龙江政府拟大力推进东安三菱与日本三菱公司、哈飞汽车与国内较大汽车集团的合作,三年内形成120万台汽车发动机、30万台自动变速箱、50万辆微型车和轿车的生产能力。2008年黑龙江省的汽车销售收入目标为100亿元。(吴琼)

去年江苏汽车 出口约5亿美元

昨日,记者获悉:2007年,江苏省汽车(包括成套散件)出口1.7万辆,同比增长47%;累计出口金额4.8亿美元,同比增长107.8%。

据了解,江苏省汽车整车产品出口到115个国家和地区,主要出口至亚洲、非洲和欧;其中对亚洲出口2.2亿美元,同比增长73.6%;对非洲出口1.1亿美元,同比增长109.1%;对欧洲出口8436万美元,同比增长161.8%。此外,江苏省汽车出口金额最大的国家分别是俄罗斯、沙特阿拉伯和阿尔及利亚。(吴琼)

全球知名品牌 争夺中国奥运市场

据法国《世界报》4日报道,在距北京奥运会开幕还有6个月之际,全球各知名品牌纷纷加快了广告投入速度,在蓬勃发展的中国广告市场上展开了激烈竞争。

阿迪达斯和耐克在中国也展开了正面交战。类似的还有可口可乐与百事可乐之争,肯德基与麦当劳之争。不过,这些企业还不得不面对一些中国对手的竞争,如知名的运动品牌李宁。

报道认为,北京奥运会的合作伙伴身份能够提升品牌知名度,并影响中国消费者行为。(据新华社)

新老划断 民营视频网站松了口气

今后申请该业务主体必须“为国有独资或国有控股单位”

◎本报记者 张翔

在视频网站投入高达20亿风险投资的资本玩家终于可以松口气了。国家广电总局、信息产业部负责人近日以答记者问的形式明确表示,“《互联网视听节目服务管理规定》(下称《规定》)发布之前依法开办、无违法违规行为的互联网视听节目服务单位,可重新登记并继续从业。不过,《规定》发布之后申请从事互联网视听节目服务的,必须符合《规定》第8条所列的条件,即必须是国有独资或国有控股单位。”

相比于2007年12月29日广电总局、信息产业部联合发布颁布的《规定》,此次细则的出台无疑为民营的视频网站放出一条活路。此前颁布的《规定》中第8条称,从2008年1月31日起,申请互联网视听节目服务的企业,必须“为国有独资或国有控股单位”。而目前运行的视频网站大多数不是国有独资或国有控股。

对于《规定》颁布的原因,广电总局、信息产业部负责人强调,《规定》明确以国有资本为主导开展互联网视听节目服务,有利于加强网上思想文化阵地建设,有利于维护公共利益。

悠视网李竹向接受记者采访时说:“此规定的出台对整个视频行业都是件好事。证明有关主管部门对该行业的发展有比较深的了解和把握,希望其能够更好的发展。此外,视频网站和国资视频网站都可以申请牌照,处于相对公平竞争的位置。最后,随着新规定的出台,对于之前一成立的民营视频网站来说,其实政策



风险在降低,一切都相对明晰了。”

优酷网CEO古永锵表示:“首先是主动配合有关法规的执行,除了在内容上抓紧把关外,公司法律部门也会积极主动与有关主管部门进行沟通,筹划应对之策。”他也认为新规定的出台更多程度上是为了规范视频行业,而不在于打击整个行业。他预测这一举措有助于视频网站的长期发展,且有部分网站被迫出局。“我非常确信,将会有优胜劣汰。”

而悠视网副总裁徐浩宇也对视频网站传播主流内容表现出积极姿态。他表示,视频网站需要有清楚的定位,而悠视网现在定位是主流文化的传播。“我们希望做的事情是一种能

够持续见效果的东西。”

“我想,《规定》出台的目的主要还是加强管理,而不是要限制视频网站行业的发展。”视频网站六间房的CEO刘岩认为:“目前某些网络视频确实存在低俗化现象,解决这一问题,需要在政府监管、行业自律、用户举报三方面齐下功夫。”他表示六间房将支持该规定的出台,积极配合政府主管部门的管理,促进视频行业的健康、有序发展。

在被问及《规定》为什么对互联网视听节目服务实行许可制度时,国家广电总局、信息产业部有关负责人称,互联网视听节目服务是向社会公众提供的内容服务,具有大众传媒的

性质,与公共利益密切相关。依据《国务院对确需保留的行政审批项目设定行政许可的决定》,国家对互联网等信息网络视听节目服务实行许可制度。制作、编辑、集成并通过互联网向公众提供视音频节目,以及为他人提供上传传播视听节目服务的网站(不含网民),须获得许可证。

数字显示,2007年中国网络视频用户已经达到1.7亿,约占网民总数的81%,上网欣赏视频节目已经超过浏览新闻,成为仅次于搜索的第二大网络需求。网络视频广告收入也从2006年的1.7亿元锐增至2007年的4.1亿元。据不完全统计,中国视频网站引人的风险投资也已高达20亿元。

■记者观察

出让遭遇寒流 “拐点论”刮至土地市场

◎本报记者 唐文祺

2008年的房地产市场,可能注定不平静。在年初,全国各地的土地市场招拍挂现场,底价成交、流标流拍等现象屡屡出现,似乎正在上演与去年截然不同的乾坤大挪移。今年年初的寒风劲吹,显然已刮向了土地市场,一时间,市场开始兴起土地市场“拐点论”的争论。

刚刚结束的上海陆家嘴浦东中块总部基地土地招标,热热闹闹地开了场,却以应者寥寥的冷清局面结束。这块位于上海陆家嘴金融区域的商办用地,在去年10月份推出之时,曾经被业内外视为“宝地”。该地块在招标文件中的定位,是将其打造成为陆家嘴核心区的延伸地和企业总部聚集地,“定将成为继陆家嘴中心区CBD之后又一优质商务办公区域”。地段、环境的优越性显而易见,周边的写字楼市场的行情也是触手可及,但在冷风频频的2008年,却由于投标企业未能达到三家而黯然收场。

无独有偶,在今年1月份挂牌出让的上海新江湾城F地块,虽然属于该区域至今出让面积最大的一幅土地,却以出让底价完成了交易。去年11月挂牌出让的D3地块,占地面积仅为该地块的20%,楼板价却较之高出了逾六成,可谓相差悬殊。而这一结果,距离上演“面粉比面包贵”的黄浦区163号地块,才半年不到时间。

今年以来,全国多个城市的“新年第一拍”,纷纷上演流拍流标、底价出让或溢价不高的现象。南京市2008年第一场土地拍卖会上,推出的5幅地块,3幅底价成交、1幅流标,剩余的1幅溢价幅度为30%,而流标的地块居然是唯一一幅位于主



城区的住宅用地。1月份,福州市推出了3幅商业、金融和居住地块,其中两幅因无人报价宣布流标。而被公认为“地王”级别的北京朝阳区广渠路15号地,由于流标的再度上演,成为北京土地市场的大冷门。

各地频繁出现的土地市场爆冷,不由容易让人联想到,隐约的“拐点”迹象,是否已在楼市源头——土地市场中出现?

不可否认的是,中国的土地市场仍然处于不可争辩的供小于求态势,去年“地王”频频出现的景象正是建立在该论点基础上。但从今年开始,明确无误的货币收紧政策趋向,无疑向过热上脑的开发商们泼了一桶凉水。以上海新江湾城地块为例,根据仲量联行亚太区董事陈立民的看法,该幅地块的成熟仍然需要一段时间的“培养和发展”,对于未来前景的不明确,的确会阻碍部分不理性开发商的“脚步”。

去年对于楼市未来具备良好预期的心态,使得开发商们勇于“索

取”,导致土地价格在争抢中不断增长。同时,也有业内人士对于土地管理部门不时推出大面积土地的策略表示置疑。目前,随着对房地产市场的观望情绪日浓,开发商们的积极竞地热情已现冷却;而另一方面,没有买家响应的局势,也开始促使土地管理部门对土地策略实行调整。在厦门市今年的首次土地出让公告中,9块土地是由去年年底两幅流标地块分割而来。

但是,土地市场“拐点论”并未完全得到认可。任志强在其更新的博客中便公开表示,今年1月份北京多块土地的成交价格,仍然是底价的3倍多。因此,他明确表达观点,“北京的土地仍是狼多肉少,至少在市场上阴云笼罩的今天,北京市的土地价格仍是一路飘红的。”同时,还有业内专家认为,二、三线城市的遇冷,无法证实所谓土地市场“拐点”的出现。“大量一线城市住宅用地的无人问津,可能会成为衡量风向标,但至少如今,尚未到达这一时候。”

上海万科: 优惠只为升级会员权益

◎本报记者 李和裕

面对楼市步入深度调整,开发商也开始启动应对策略。昨天,上海万科便宣布将在今年元宵节举行一场9.5折的剩余房源特卖活动。不过对于此次万科在上海首次明折促销,万科表示所有优惠都只是针对老客户的,是为了升级“万客会”会员的权益。

“尊敬的会员,万客会将于2月21日在万豪虹桥大酒店举办会员新春特卖会,详情可咨询各项目销售中心……”昨天,曾购买过万科房子的业主们陆续收到了这样短信。记者从上海万科有关人士处了解到,这次参与促销的主要是万科在上海已发售楼盘的剩余房源,类型包括公寓、别墅和商铺,涉及白马花园、新里程、假日风景等10个楼盘。

同时,此次的优惠幅度对上海万科来说是近年来最大的一次,活动当天成功认购者即可享受所认购房屋公开房价的9.5折优惠,而前几年上海万科一般只是对一次性付款购房者给予1%-2%的折扣。

“这个折扣对于卖房者来说是不小了。”上海万科有关人士也承认,但他同时指出,万科的优惠一向仅针对“万客会”会员,且类似这样让会员享受到更多权益的活动今后每年都会持续下去。而对于市场中不少人所指的万科看淡楼市、率先降价,上海万科有关人士表示无法作正面回应