

# 金陵饭店拟投资兴建大型旅游生态园

◎本报记者 胡义伟

金陵饭店日前公布，公司计划在江苏省盱眙县国家4A级风景区铁山寺国家森林公园内兴建“金陵天泉湖旅游生态园”项目，投资建设包括五星标准度假酒店在内的高档旅游、休闲、度假、生态园区。项目拟进行一次性规划审批，分期分批投资建设，首期意向投资项目拟在2008年

开工建设，项目为具有国际五星级标准旅游度假酒店及相配套的酒店式度假公寓等，预计首期总投资约3亿元人民币。

据公司介绍，2007年12月18日，盱眙县人民政府、盱眙县铁山寺国家森林公园管理委员会与公司控股股东南京金陵饭店集团有限公司三方正式签署了《天泉湖旅游度假区合作开合同书》，决定由南京金陵

饭店集团有限公司与盱眙县铁山寺国家森林公园管理委员会共同出资设立江苏天泉湖开发建设有限公司，主要从事天泉湖旅游度假区的土地一级开发、公共配套设施建设与运营、项目招引和旅游度假区规划、经营、管理等，通过双方合作，将度假区打造成为具有极佳生态环境和国际影响力的集休闲度假、商务会议、居住娱乐为一体的综合休闲旅

游目的地，并力争将度假区建成省级以上旅游度假区。南京金陵饭店集团有限公司出资3000万，占公司注册资本的60%。2008年3月12日，金陵饭店与江苏天泉湖开发建设有限公司签署了《“金陵天泉湖旅游生态园”项目投资意向协议》，公司拟依照度假区总体规划参与区内具体项目开发，投资建设包括五星级标准度假酒店在内的高档旅游、休闲、度假、生态园区。

公司表示，此次意向投资开发的“金陵天泉湖旅游生态园”项目，在市场、环境、资源上均具备较好的可行性，契合公司“酒店实体+地产经营”发展战略，有助于进一步放大“金陵”品牌影响力，扩大公司资产规模，提高主营业务收入和投资收益水平，开拓新的利润增长空间，促进公司长远可持续发展。

## ■记者观察

\*ST金瑞  
大股东减持为哪般

◎本报记者 石丽晖

相关数据显示，\*ST金瑞第一大股东青海金星和第二大股东青海电力，均已将满足限售条件的第一个5%股份全部抛售。

\*ST金瑞主营碳酸锶，主要用于制造彩电玻壳。公司拥有世界最大的原材料天青石资源，但矿石品位较低，开发成本较大。目前公司面临非常严峻的经营形势，产品市场持续衰退，资源优势已难体现。

据业内人士介绍，随着LCD、PSP、TFT等新一代平板电视的问世，对传统CRT（显象管玻壳）电视带来了巨大冲击，CRT行业日趋低迷，被平板电视取代的趋势无可避免。碳酸锶用途的第一大行业玻壳行业全线萎缩，\*ST安彩、赛格三星、彩虹股份等采用碳酸锶制造玻壳的上市公司，最近一期财报无不亏损。这种形势导致\*ST金瑞产品销售不畅，库存已高达7000吨。碳酸锶是用煤、用电、用水大户，生产成本高，产品却卖不出去，公司资金来源匮乏，经营举步维艰。

2006年，\*ST金瑞完成股改后，青海金星持股比例为32.78%。2007年12月12日，公司停牌表示要进行资产重组。但半个月后却表示债务重组已完成，其他事项经论证尚不具备实施条件，股票随后复牌。这一时期，大股东持股比例仍超过30%。虽然资产重组未能进行，但大股东主导的债务重组使上市公司业绩扭亏为盈，成功保壳。

不过，\*ST金瑞并没有否极泰来。进入2008年，由于气候过于寒冷，水电供应时断时续，公司生产到目前仍未恢复正常。行业景气度仍然低迷，市场需求疲软，生产毫无起色，种种负面因素不断消耗着大股东的信心和耐心。3月4日，\*ST金瑞公告大股东继续减持公司股份。截至目前，虽然大股东青海金星仍保持控制权，但持股比例已不足28%，对于一个总股本只有1.5亿股的小盘股而言，大股东的控制力度已越来越弱。

# 建成工业园 康佳打造健康白电第一品牌

◎本报记者 姜瑞

日前，记者在康佳白电产业战略发布会上获悉，随着康佳在安徽巨资建设的白电工业园落成，2007年康佳白电年销量已达到近百万台，这也使此前以彩电和手机双轮推动业绩增长的康佳，又获得了新的增长动力。康佳多媒体营销事业部白电营运中心副总经理吕剑对记者表示，今年康佳白电将继续加大市场拓展力度，实现销量突破150万台，收入20亿元，并将康佳打造成“中国健康白电第一品牌”。

## 渠道复用一举两得

从康佳获得的数据显示，去年康佳冰箱、洗衣机等白电业务收入规模已近10亿元，并为康佳集团贡献了3000多万的净利润。业内专家分析认为，康佳能在2007年一举突破100万台的销量分水岭，源于有着公司其他新军企业无法比拟的独特优势。那就是多年来已经在家电领域建立起来的品牌、渠道和服务体系。通过这些平台的有效复用，康佳充分降低了迈入白电品牌一线阵营的门槛。

吕剑表示，康佳在全国有约两万个销售网点，和数千个零售商建立了直接销售关系，无论是价格调节还是新品推广，都能快速渗透到二级、三级、四级城市，在导入白电产品后，渠道的复用既降低了成本，又开辟了另外一个利润源。除了渠道复用外，康佳在CRT、平板电视及手机业务上保持着行业领先的姿态，其品牌认可度高，尤其是三、四级城市，借助于康佳的品牌影响力，



白电得以快速为消费者所接受。

目前，品牌、渠道和服务体系的复用，已成为康佳冲刺白电市场的重型武器。与此同时，产能的扩建也为康佳今年销售的增长提供了稳定的后方供应。2007年，康佳一期投资8000万元、总投资1.6亿元的白电工业园在安徽正式建成投产，年产能达到80万台，二期工程在建的全自动洗衣机生产线年产能30万台。吕剑表示，未来还要再新建或收购年产40万台冰箱和30万台全自动洗衣机生产线各一条，到2009年，康佳白电将达到冰箱生产线4条、全自动洗衣机生产线2条的生产规模，年产能将达到280万台，这为康佳冲刺白电市场提供充足的子弹。

## 突破高端名利双收

据悉，康佳冰箱已连续三年获

得“国家免检产品”称号，并获得“绿色产品奖”、“全国市场消费者放心购物可信产品”等多项荣誉。正因为如此，2007年12月底，康佳才得以力挫群雄，多款产品中标国家财政部、商务部的“家电下乡”项目。目前康佳已有6款入选冰箱在河南、四川、山东三个试点省全面销售，这些中小型冰箱以节能、健康环保作为主卖点，一些主打超级节能概念的产品日耗电量仅为0.35度，比普通节能冰箱降低近一半，这在对节能要求比较高的农村市场相当受追捧。未来，康佳将进一步配合国家的“家电下乡”工程的推进，加大对新农村市场的拓展力度。

吕剑表示，康佳白电2008年的策略是“突破高端、量利中端、挺进城市”，在新品规划和市场推广上将继续坚持“健康”为主旋律的差异化

路线，注重“节能环保”、“保鲜”、“抗菌”、“人性化外观”等健康概念诉求，研发上将重点规划开发多门、大容积、保鲜、节能等优势功能的高端精品。在巩固农村及乡镇白电市场的基础上，向一二线城市高端市场挺进，实现全年销售超越150万台，销售收入达到20亿元。

在日前举办的康佳2008年白电产业战略发布会上，康佳董事局主席兼总裁侯松容也高调表示，康佳将不遗余力的将白电产业做大做强，并在白电的产业链上不断有大动作、大作为，通过参股、投资、合作等方式积极寻求并购机会。他表示，在实现销量突破150万台之后，康佳将成功跨过白电一线品牌分水岭，进一步获取规模优势。利润相对丰厚的白电业务，有望成长为除彩电业务外支撑康佳业绩增长的第二大支柱产业。

# 三大措施见效 \*ST TCL 实现扭亏为盈

◎本报记者 凌力 霍宇力

\*ST TCL昨日发布公告称，公司2007年净利润3.96亿元，剔除可转换债券未实现公允价值变动损益影响后，公司实现净利润3.10亿元。据年报显示，公司2007年度实现营业收入390.63亿元，其中主营业务收入380.79亿元，在各产品中，多媒体电子产业销售收入占54.40%，移动通讯产业销售收入占12.67%。公司将向深圳证券交易所

申请撤销股票交易退市风险警示。

资料显示，2005年，该公司因彩电和手机(TTE和TCT)两项跨国并购的整合与国内手机业务的较大滑坡形成了经营性亏损14.49亿元，虽因出售TCL国际电工和智能楼宇取得11.29亿元收益，但净利润仍亏损3.2亿元；2006年，公司TCL多媒体(TMT)欧洲区亏损25.96亿元，按股权比例分占亏损10.06亿元，加上剔除此项影响公司整体亏损9.26亿元，净利润亏损总额达

19.32亿元。公司表示，连续两年的亏损是公司为实现国际化所付出的历史代价。

据了解，2007年该公司采取三大措施实现扭亏为盈，一是欧洲业务重组完成，止住了亏损的根源，同时启动全新的“无边界集中”经营模式，在组织结构、运营成本、供应链整合等方面狠下功夫，推动欧洲业务最终走出困境，并实现连续六个月经营性盈利；二是发行可转换债券进行融资，偿还国际银团的贷款，

公司财务结构获得明显改善；三是聘请多年消费电子行业国际管理经验、原飞利浦高管梁耀荣执掌TCL多媒体，为公司的运营和管理注入了全新的活力。

公司表示，2008年将是公司国际化健康发展的一年，公司提出“固本强基、持续创新、实现新跨越”的总体战略思路。在“4+2”产业架构的基础上实现“经营效益有明显改善，销售收入有明显增长，运营效率有明显提升”的经营目标。

## 西宁特殊钢股份有限公司 关于2007年年度报告财务数据更正公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，对公告的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。  
由于公司财务人员及审计机构深圳鹏城会计师事务所工作人员疏忽，公司2007年年度报告财务报表部分数据错误，特更正如下，并请投资者谅解。

### 一、现金流量表更正

(单位：人民币 元)

### 合并现金流量表更正

项目 附注 本期金额 原公告数 更正数

项目	附注	本期金额	原公告数	更正数
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金		6,281,901,459.62	4,972,036,340.99	
经营租赁现金流净额		6,418,333,438.42	5,108,468,319.79	
经营活动现金流出小计		4,633,839,005.06	3,323,973,886.43	
二、投资活动产生的现金流量：				
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金		936,192,279.66	919,092,279.66	
投资活动现金流出小计		936,192,279.66	919,092,279.66	
投资活动产生的现金流量净额		-930,881,305.66	-913,781,305.66	
五、现金及现金等价物净增加额		647,475,136.67	664,575,136.67	
加：期初现金及现金等价物余额		199,492,201.78	169,082,948.91	
六、期末现金及现金等价物余额	7.48	846,967,338.45	833,658,085.58	

### 母公司现金流量表更正

### 二、财务报告 附注十六 补充资料更正

1、现金流量表补充资料  
(1)合并现金流量表补充资料

项目 2007年度 原公告数 更正数

1.将净利润调节为经营活动的现金流量：

加：资产减值准备

固定资产折旧

处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“-”填列)

财务费用(收益以“-”填列)

存货的减少(增加以“-”填列)

经营性应收项目的增加(减少以“-”填列)

3.现金及现金等价物净增加额

现金及现金等价物的净增加额

4.现金及现金等价物余额

5.现金及现金等价物净增加额

加：期初现金及现金等价物余额

六、期末现金及现金等价物余额

6.期初现金及现金等价物余额

7.期末现金及现金等价物余额

8.现金及现金等价物净增加额

9.现金及现金等价物余额

10.现金及现金等价物净增加额

11.现金及现金等价物余额

12.现金及现金等价物净增加额

13.现金及现金等价物余额

14.现金及现金等价物净增加额

15.现金及现金等价物余额

16.现金及现金等价物净增加额

17.现金及现金等价物余额

18.现金及现金等价物净增加额

19.现金及现金等价物余额

20.现金及现金等价物净增加额

21.现金及现金等价物余额

22.现金及现金等价物净增加额

23.现金及现金等价物余额

24.现金及现金等价物净增加额

25.现金及现金等价物余额

26.现金及现金等价物净增加额

27.现金及现金等价物余额

28.现金及现金等价物净增加额

29.现金及现金等价物余额

30.现金及现金等价物净增加额

31.现金及现金等价物余额

32.现金及现金等价物净增加额

33.现金及现金等价物余额

34.现金及现金等价物净增加额

35.现金及现金等价物余额

36.现金及现金等价物净增加额

37.现金及现金等价物余额

38.现金及现金等价物净增加额

39.现金及现金等价物余额

40.现金及现金等价物净增加额

41.现金及现金等价物余额

42.现金及现金等价物净增加额

43.现金及现金等价物余额