

Companies

南航:中国应重组产生国际性航空公司

称政府目前对于三大航的整合重组还只是处于考虑阶段

◎本报记者 索佩敏

南方航空集团总裁、股份公司董事长刘绍勇昨日在上海出席业绩说明会时指出,中国民航业未来至少得有一家国际化的航空公司,而产生这样的公司必须通过整合来实现。

不过他指出,今年民航业的主要任务是服务奥运会,政府目前对于三大航的整合重组还只是处于考虑阶段。

刘绍勇表示,民航格局的变化将与国家整个战略格局的变化相一致。目前在电信业、能源领域都是国资委旗下同时拥有三四家国有大型企业,因此他认为国家对于这些行业格局的调整趋势,也会影响民航业的格局。

今年两会期间,刘绍勇接受媒体采访时曾建议,中国民航业应该成立一个“中国航空控股总公司”,同时持有南方航空、东方航空、中国国航的国有股,并由国家向中国航空控股总公司注入资产。这家公司将以积极参与全球的并购,同时进行内部整合,使三大航空上市公司形成相对紧密的利益共同体。

对此,刘绍勇昨日接受上海证券报记者采访时表示,南航仍然坚持这一建议。中国至少将有一个航空公司在国际上站得住脚,而要产生这样的公司就需要整合。”不过他也指出,今年民航业的主要任务是服务奥运会,政府方面目前对于三大航的重组还只是处于考虑阶段,不过其拒绝透露南航在这一重组中将会扮演的具

体角色。

作为三大航中盈利能力最强的国航,其前任董事长李家祥在国航时一直倡导打造国际承运人的概念,认为国内民航业应该通过重组联合来产生一到两个能够和国际航空公司竞争的“超级承运人”。

而事实上,南航在国内民航业的合作方面已经开始有所尝试。今年1月22日,东航与南航在上海签署业务合作框架协议,将在市场营销、飞机采购、航材共享和地面服务等方面展开合作,而这也是三大航中的两家首度联手展开全面合作。对此刘绍勇昨日透露,目前南航与东航还在就合作细节进行讨论,具体包括地面服务、航线代码共享等业务,预计今年年内双方的合作可以进入实际操作阶段。

作为国内规模最大的航空公司,南航2007年净利润达到18.52亿元,同比增长7.9倍。刘绍勇透露,自去年11月正式加入天合联盟后,南航的国际化进程也大大加快。公司今年四季度计划新开北京至伦敦航线,此外今年还计划开辟广州至周边东南亚地区的航线,总共将新开7-8条国际航线。刘绍勇介绍,目前南航的运输收入中19%来自于国际业务,公司的目标是未来5年内将比重提升到25%至30%。与此同时,南航与法航合资成立货运航空公司的计划,也有望于今年年内落实。而对于南航是否要引入战略投资者,刘绍勇并未正面回答,他只是表示引进和不引进都是不同的路径,主要看公司是否需要。



刘绍勇:尚未接到航油提价通知

◎本报记者 索佩敏

针对近日市场传言发改委可能上调包括航空煤油在内的成品油价格以和国际油价接轨,南航集团总裁、股份公司董事长刘绍勇昨日表示,目前南航没有接到关于提价的通知。不过他认为,如果按照传言那样与国际接轨,应该是结构性调整而非单纯的价格接轨。

刘绍勇透露,2007年南航所用

航油的平均价格是每吨5962元,其中国内航油价格为每吨5990元,国外航油价格为每吨5616元,也就是说,南航所用的国际航油实际比国内航油每吨低374元。因此他认为如果传言最终落实,国内油价与国际接轨,也应该是从结构上进行接轨,例如我国航油进口环节需要缴纳17%的增值税,如果成品油出厂价提高,进口增值税可能会下降。

根据南航2007年年报,公司航空油料以39%的比重成为公司第一大营业成本。刘绍勇透露,2004年至2007年油价翻了一番,南航为此多支出了90亿元。为此,南航通过征收燃油附加费、规模效应降低成本、置换老旧飞机、套期保值等方式来尽量降低航油成本上涨对公司的影响。他同时预测,2008年油价的上涨趋势将会减缓。

我国研制成功 节能型中央空调

一种以水为制冷剂、没有压缩机、耗电量不到传统中央空调五分之一的风开式中央空调系统,日前通过了河北省科技厅专家组的鉴定。专家说,这种中央空调系统与传统产品相比,具有显著的节能节水性,室内空气清新自然,不会产生“空调病”和有害病菌的交叉传播等优点。

据介绍,这一中央空调系统突出特点是耗电量低,最小为传统中央空调系统耗电量的1/5,节能空间巨大。这一系统换气次数一般在每小时15次至40次,所以室内空气清新自然,不会产生“空调病”和有害病菌的交叉传播,更适宜人们享受“自然之风”。

(据新华社)

奇瑞汽车出口到 64个国家和地区

记者从22日在京召开的2008奇瑞汽车国际商务年会上获悉,我国自主品牌领军企业奇瑞汽车公司大力开拓国际市场,连续三年汽车出口翻番,产品出口到64个国家和地区。

奇瑞公司副总经理周必仁对新华社记者介绍说,2007年奇瑞汽车出口11.98万辆,比上年增长132%,占全国乘用车出口的一半以上。奇瑞研制的国产汽车,出口到包括独联体国家、中东、南美、非洲等重点市场的64个国家和地区。并在俄罗斯、乌克兰、埃及等国家建立了7个组装厂。

奇瑞是我国汽车特别是轿车出口的生力军,连续多年位于轿车出口第一名。近年来,奇瑞汽车出口结构发生了重大变化,一是出口散件到国外组装成为主要形式,近80%的出口汽车采用散件出口方式。二是出口的档次越来越高,SUV瑞虎和中档轿车A5的出口比例已经超过50%。

(据新华社)

2012年全球手机 出货量或逾15亿部

据《日本经济新闻》网站最新消息,日本专业市场调查公司富士Chimera综研的最新预测显示,到2012年全球手机出货量将达15.5亿部,比2007年增长36%。

预测报告称,在日本及欧美等手机已经普及的发达国家,今后手机更新的需求将继续稳步增长;而在中国及非洲各国,手机普及率将进一步提高,手机销量也将继续大幅增长。

(据新华社)

■聚焦北京车展自主品牌海外策略

吉利23款新车亮相 推迟进军美国市场

◎本报记者 吴琼

第十届北京国际汽车展是一场绝对自主品牌首发的盛宴。携23款新车,其中七成左右将在未来两年内上市的吉利汽车,成为未来两年产能最强的自主品牌企业之一。

此外,上海证券报从吉利汽车高层处获悉:正在进行战略转型的吉利汽车,正拟将海外出口比例扩大至三分之二。但吉利汽车推迟了进军美国市场的进程,预计5年至8年后进入美国市场。

携23款新车的吉利汽车创下了其史上最高参展规模纪录:从SUV、MPV、轿车、到亚洲方程式赛车,几乎覆盖目前国内汽车市场的主流车型;华普甲醇动力轿车等新车型也在其列。由于未来两年内,这些新车中的七成至八成将投放市场,如两厢小车吉利熊猫。因此,吉利汽车也创下了未来自主品牌车展的最高记录。

为实施国际化战略,吉利汽车集团制定了十年中长期发展规划:2010年将拥有9个平台40多款整车。这些车将左、右兼顾,且满足各国法规和消费习惯。”吉利

汽车董事长李书福表示,按照吉利汽车的产品战略规划,目前在研发的汽车有几十个,平均每季度吉利汽车将推出一款新车。因此吉利汽车将在充分考虑物流的基础上扩大产能。”但李书福未透露将在何处增设工厂。目前吉利汽车产能为35万辆,拥有浙江台州、宁波、上海、兰州、湖南湘潭、慈溪等生产基地。

2017年,吉利汽车国内市场份额将从2007年的4.1%增至10%。”李书福表示,竞争形势很严峻,但吉利汽车做了一些准备工作。2007年起,吉利汽车步入战略转型期,正计划从以前的立足国内、抢占低端市场调整为全球扩张、向中高端市场延伸。”

2006年,吉利汽车曾表示:2008年将进入美国市场。如今吉利汽车显得较为谨慎,推迟了进军美国的计划。在接受上海证券报专访时,吉利汽车副总裁赵杰表示,“进入美国市场是我们的梦想,但我们要做好充分的准备才去。其实此次展出的一些车上,就考虑到欧美的标准。估计5年至8年后,可以看到我们进军美国。”

李书福对于进军海外市场的



一位模特和吉利推出的一款轿车在车展上 新华社图

心情较为急迫。其表示,2017年,吉利汽车在国际市场份额将达到1%以上,2012年以后轿车进入西欧和北美市场。”

但李书福所说的西欧和北美市场并非美国、欧洲主流市场。据负责海外出口的赵杰表示,“进入西欧和北美的第一步,我们将绕开美国等成熟的主流市场。先在那些主流市场的外围探索、成立生产基

地,然后积极推进至美国、欧洲主流市场。最终我们将拥有15个海外生产基地,实现出口量占总销量的三分之二的目标。”

赵杰进一步指出:目前,吉利汽车已经进行了墨西哥工厂、俄罗斯、乌克兰CKD工厂的建设,未来可能进一步在东亚寻找合资或合作伙伴。

华晨设国际销售公司“瞄准”海外市场



◎本报记者 吴琼

越来越多的自主品牌瞄准了美国市场。昨日,上海证券报从华

晨汽车获悉:为扩大出口比重,华晨汽车进行了相关组织机构的调整,设立了国际销售公司。未来,华晨汽车将出口到美国市场,目前正在做相关的市场调查准备工作。

在W1号馆内,华晨汽车携旗下9款车型、4台发动机亮相。其中有全球首发车、历时3年打造而成的骏捷Wagon,也有骏捷Wagon、骏捷FRV家庭版、骏捷FRV运动版在内的全新车型,及09款中华尊驰、骏捷顶级版、中华酷宝、中华酷宝GT版、09款阁瑞斯、新海狮第六代在内的升级版车型。

对于华晨汽车的几款车,华晨汽车董事长祁玉民评价较高,“华晨汽车已经步入第二个发展阶段,由求生存到求发展,因此目前开始着力做精品车。”近日刚上市的中中华酷宝1.8T6MT瞄准了运动轿车细分市场,这款国内首个涡轮增压发动机匹配6档手速的运动型轿车,按“以我为主,外部为辅”的原则研发而成。其竞争对手瞄准了名爵TF、马自达六轿跑车、现代酷派等。

在秀车阵的同时,华晨汽车也秀起了国际团队。以首席品质官彼得·施佩尔为首的国际化团队也出现在华晨展台上。华晨汽车此举,旨在形象地暗示外界:华晨汽车已经在汽车研发、生产、管理方面拥有全球化的高级管理人才和专家,正在为打造国际化企业作铺垫工作。

祁玉民在参观车展后表示,“华晨汽车一定在国际舞台上抓住三个核心东西:整车和核心零部件的核心技术,做精品车,抓国际市场。我一定要车卖到德国去,卖到美国去。”

为了这个计划,华晨汽车开始

做好大规模冲向海外市场的准备工作。目前,华晨汽车已经成立了国际销售公司,统管面包车、中华轿车、轻卡的出口业务。

越南产能为1.5万辆,主要产品为轻卡;埃及组装厂的产能为5000辆,主要生产中华轿车;俄罗斯组装厂的产能在5000辆至10000辆左右,主要生产中华尊驰、骏捷。”华晨汽车国际销售公司总经理刘鹏程表示,2007年,华晨汽车在埃及的销量达1800辆。

和吉利汽车、长丰汽车一样,华晨汽车也将进军美国市场作为自己的梦想。据了解,2009年1月,华晨汽车将参加底特律国际车展,目前正在和主办方就展位和费用进行沟通。华晨汽车拟对美国市场做全方位的调查,未来将结合欧美消费习惯,展出其感兴趣的车型。

中国私家车拥有率继续攀升

◎本报记者 吴琼

昨日,尼尔森公司年度汽车跟踪调查报告显示:尽管汽油价格不断上涨,但并未挫伤中国消费者购买私家车的热情。2007年中国私家车拥有率继续攀升,上海、北京和广州三大市场的私家车拥有率较2004年提高百分之七。

对1500名受访进行调查后,尼尔森公司发现:三大城市中,北京的私家车拥有率最高,约29%;上海私家车拥有率达19%;广州位列第三,拥有率为13%。

虽然消费者抱怨保养费用越来越高,但是他们购买汽车的热情却有增无减,这推动中国汽车市场发展。”尼尔森公司中国汽车研究副总监庄稼表示。据尼尔森在线最近的一次调查显示,中国消费者打算购买私家车的比例从2006年的29%猛增至2007年的43%。27%的现有私家车车主考虑购买新车,这将推动二手车市场的发展。

尼尔森调查还发现,56%的私家车主在当初选购汽车的时候主要考虑价格、油耗和保养等经济因素。欲购车的消费者们更关注汽车的经济性(约占52%);但考虑汽车性能如舒适度和安全性的开始增多,分别为48%和44%。

河南白酒品牌 影响力仍待提高

◎本报记者 周帆

记者从河南省酒业协会获悉,最新出炉的《河南省白酒行业景气报告》指出,河南白酒恢复了酿酒大省地位,但河南白酒品牌在全国的影响力较弱,缺乏具有代表性的形象品牌。

该报告指出,去年,河南省90家规模以上企业白酒产量42.19万千升,同比增长31.45%,居全国第三位,销售额83.23亿元,同比增长56.11%,居全国第五位。经过几年的不懈努力,河南白酒恢复了酿酒大省地位。但值得注意的是,和其他白酒强省相比,河南白酒还有较大差距。河南白酒尽管有两个国家名酒、四个优质酒,占有较大的名优酒份额,但在全国市场的影响力较弱,没有形成品牌优势。有的品牌在全国也有很高的知名度,家喻户晓,但缺乏美誉度,沦为中、低端产品,品牌难以提升。

不过,报告也指出,河南白酒具备较强的有利因素。河南的白酒企业,特别是名优骨干企业,过去全部是国有企业,在经营形势好的时候,把大部分利润都交给了国家,自身没有留利。从2002年开始,大部分企业陆续进行了改制,民间资本纷纷进入酿酒行业,改制有大的突破。经济体制趋于合理,已与市场经济接轨,具备了市场竞争实力。

■产业观察

“撑过去就能获得更大空间” 纺织服装企业“断臂求生”

在第103届广交会上,成交困难、订单减少成为纺织服装企业面临的普遍现象。2008年无疑将成为我国纺织服装行业最为困难的一年,也将成为行业洗牌的一年。在新一轮洗牌中,谁将胜出?广交会上,一些参展企业“断臂求生”,积极应变,表现出强劲的抗风险能力。

自去年以来,随着国内政策调整,纺织服装类不少产品出口退税降低,列入加工贸易限制或禁止类目录,纺织行业的日子越来越不好过。而今年,伴随美国次贷危机影响日益扩大,国际市场疲软,加上人民币升值步伐加快,纺织服装企业更感雪上加霜。

从第103届广交会看,今年纺织企业订单减少几成定局。来自山东淄博博雁集团的业务经理张猛说,兰雁是中国最大的牛仔面料及服装的生产企业,今年出口也遇到了很大问题,特别是美国市场整体萎缩,有一个美国大客户每年下500万米的订单,而今年只下了100万米。

广交会不少参展企业认为,在这轮行业洗牌中,一些企业会被淘汰,但只要在这一过程中“挺”过来,企业便将获得更大的发展空间。宁波甬南针织有限公司销售经理杨宏昌说,今年企业已基本放弃了利润追求,目标只有一个,就是维持工厂正常运转。同时积极从内部节约人手,降低成本。只要工厂维持运转,机会总会到来。”

中国纺织品进出口商会副会长曹新宇也认为,今年的出口形势虽然严峻,但谁在最困难的时候坚持过来了,调整好了,三五年后就能够迎来市场的大发展。这也是我国纺织行业转型升级提升的良好机会。

在困难形势下,如何应变成成为纺织服装企业关注的焦点。

浙江凯普雅国际股份有限公司业务经理沈志敏说,越是形势严峻,越能显现出一些公司的抗风险能力。以服装为例,国际的潮流变化是非常快的,你赶上这个潮流,就只能做以价格低廉取胜的产品,也就受制于人。在严峻的外贸形势下,那些设计能力强,灵活性强的企业将是最后的胜出者。

一些参展企业反映,现在各种各样的不确定因素很多,那种“差不多”接单订单的方式很可能把企业送上亏损的泥潭。以今年一季度为例,人民币升值超过4%,很容易就把利润“吃”掉了。

曹新宇认为,纺织行业是一个充分竞争的行业,在内外环境改变的情况下,企业应针对环境变化及时调整生产经营策略,学会在发展中调整,在调整中求发展。对于那些仅仅依靠出口退税才能盈利的企业而言,适时退出将是一种选择。而对于具有较强实力的企业来说,应大力进行产品升级和技术创新,通过差异化战略巩固并拓展市场空间。

曹新宇表示,面对今年的不利形势,中国纺织企业正在积极进行产品结构调整:稳定低端市场,拓展中高端市场,有条件的企业迈向高端市场,大力发展自有品牌。(据新华社)