

Companies

丰田一季度全球销量冠全球

中国销量增长近五成

◎本报记者 吴琼

在上一年以微弱差距冲击全球销量冠军宝座未果后,丰田汽车在今年首季终夺冠成功。一季度,丰田汽车全球销量241万辆,高于通用汽车。中国正成为丰田汽车全球增长最快的市场之一,增速为国内平均水平的一倍以上。

丰田汽车表示,由于亚洲和欧洲的稳定需求,今年第一季度丰田汽车全球销量同比增长2.7%,达241万辆;产量达253.73万辆。

与丰田汽车继续保持增长势头不同,通用汽车尚未走出颓势,全球销量下降近1个百分点。尽管欧洲、亚太和中东、拉美及非洲三大通用汽车的销售区域整体销量上升8个百分点,但北美重灾区跌幅近10个百分点,从而拖累了通用汽车全球销量。

数据显示,丰田汽车的海外表现远强于其在日本的表现:3月,丰田汽车在日本销量为202516辆,下降近6.1%;同期丰田汽车出口量达251890辆,同比上升4%;且海外汽车产量为395707辆,同比上升4.3%。

丰田汽车社长渡边捷昭指出,提高新兴市场国家的销售比例是实现目标的关键,丰田将把新兴市场国家和资源大国作为扩大销量的重点。

在新兴市场中,中国表现尤为突出。昨日,上海证券报从丰田汽车中国获悉,1月至3月,丰田汽车在中国销量达14.9万辆,同比上升49%。相当于市场整体水平的一倍。据中国汽车工业协会统计:今年一季度,中国汽车销量为257.87万辆,同比增长21.42%;其中乘用车销量同比增长20.41%。

渡边捷昭对记者表示,将在中国、印度等迅速成长的汽车市场中加快建

设新工厂。这位一向含蓄的丰田汽车掌门人甚至表示:增强新兴市场国家的产能是丰田汽车的“当务之急”。

对于丰田汽车未来在华发展轨迹,渡边捷昭透露:丰田汽车在中国已有六个工厂,目前丰田在中国的产能已不能满足迅速增长的市场需求,因此必须扩大产能。至于新工厂,将优先考虑在现有生产基地附近建立。尽管渡边捷昭未指明新工厂设在何处,股东方是谁。但业内均猜测,丰田汽车在中国的两大合资企业——广州丰田和一汽丰田都将面临产能不足的问题,均在考虑成立新工厂。

在北京国际汽车展上,一汽丰田销售公司常务副总经理王法长告诉上海证券报,丰田汽车在中国的六家工厂中,有五家工厂是一汽丰田建立的。随着一汽丰田产销的提高,可能会有第六个、第七个、第八个工厂。未来只要市场有需求,产销量需要增大,新工厂就要继续跟进建立。”



丰田汽车 史丽 资料图

一汽丰田:今年40万辆销售目标能够实现

◎本报记者 吴琼

作为丰田汽车在中国的销量最大的合资公司,一汽丰田面临巨大的压力。

外有严峻的市场竞争,内有不断增长的成本压力;前有上海通用、上海大众的防御,后有兄弟企业广州丰田的奋起直追。在中国汽车舞台上,一汽丰田将如何化解难题,以完成丰田汽车在中国追赶通用汽车的目标呢?为此,上海证券报专访了一汽丰田汽车销售公司常务副总经理王法长、副总经理松井秀司。

上海证券报:一汽丰田2008年的销售目标定为40万辆,同比增长近五成。众所周知,今年的竞争形势更严峻,每个主流企业都互相盯着比销售、搞推广。一汽丰田是否能顺利完成全年目标,目前完成的情况如何?

松井秀司:考虑到车型推出的节奏和中国的春节,一汽丰田一季度排产并不多。今年一季度,一汽丰田销售了九万多台,销售状态比较好。我们的销售成长率高于中国汽车市场本身的年增长率,后者约20%。

王法长:整个车市受到股市等各种因素的影响,目前各个厂家风

险和压力都有所增加。但40万辆的销售目标是我们对市场分析后制订的,应该能够完成。

上海证券报:就产销量而言,一汽丰田与上海通用、上海大众等先行者有相当大的距离。而且这些企业在引进产品之后,开始了本土化改进。一汽丰田是否打算专门针对中国做一些产品开发,以满足中国市场需求?

王法长:丰田汽车开发设计肯定针对具体的用户群,但也会根据不同的国家、不同的区域、客户所追求的不同的风格和观念改进。卡罗

拉是全世界单款车型销量最多的车型,但也考虑到中国市场客户的追求。所以一汽丰田生产的卡罗拉在风格、配置上的很多方面跟国外车型并不完全一致。大家看到,丰田汽车5年有大换型,3年有小换型,这些换型都是根据调查后进行的。

松井秀司:去年在丰田汽车海外市场,美国销量为300万辆,泰国销量为28.4万辆。在中国,单是一汽丰田的销量就达到28万辆。由此可见中国在日本全球的重要地位和发展势头。丰田汽车会开发反映中国用户需求的新车。

南京依维柯

一季度销量增25%

上南合作后,中国第二大轻客企业南京依维柯进入发展新阶段。

今年一季度,南京依维柯销量同比增长25%。此外,南京依维柯出征北京国际汽车展,并亮出其新产品“宝迪”,且打出环保牌。

作为南京依维柯加盟上汽集团后的首款新依维柯产品,宝迪售价为20万元至30万元。2007年,南京依维柯销量达2.49万辆,在轻客销量中仅次于金杯;且在高端市场占有率超过50%。这在一定程度上预示着欧系高端轻客将成为未来轻客市场的增长点。

上海汽车副总裁肖国普表示:南京依维柯加入后,将推动上汽在商用车市场上的竞争力。

南京依维柯将成为上汽与依维柯双方在国内轻型商用车领域开展合作的新起点。”依维柯总裁保罗·蒙菲利诺表示,“上南合作后,依维柯在中国的合作平台更加强大;南京依维柯的盈利能力,坚定依维柯在中国优先战略的信心。”

(吴琼)

上影 拟整合动漫资产上市

正在筹划上市的上海电影集团正大力挖掘旗下庞大的动漫产业资源,全面开始品牌授权及衍生品开发,并将把其纳入将来的上市资产之中。

昨天,上海证券报从上影集团独家获悉,上影正在对旗下上海美术电影制片厂片库中的15个最受欢迎的卡通形象进行产业价值评估。待评估结束后,上影将全面开展卡通品牌形象的授权推广,将片库资源发扬光大。

这些动漫形象的生产成本已经在历年的财务中消化掉,目前只需要净产值。它们将成为上影绝佳的利润增长点,将来亦将成为上影集团上业务的重要组成部分。”上影集团总裁任仲伦向记者介绍,上海美术电影制片厂多年来作为中国唯一的动画制作单位,已经累积了庞大的动漫版权资源,孙悟空、黑猫警长、葫芦兄弟等众多极具影响力的卡通形象皆诞生于此。就像迪斯尼那样,上影的动漫品牌如果放在上市公司中进行不断经营,会变成最大的产业资源。”

(朱宇琛)

■追踪报道

白家粉丝拟募资1.5亿筹备明年A股上市

弃购五谷道场

◎本报记者 于兵兵

收购五谷道场未果,白家粉丝转而打算另立一个非油炸方便面“门户”。

日前,为进军非油炸方便面领域,中国最大方便粉丝生产企业四川白家食品集团宣布计划于明年年底登陆A股上市,融得资金全部用于非油炸方便面品牌开发和推广。这是白家在高调宣布收购五谷道场后,首次宣布将自行研发、生产、推广新的非油炸方便面品牌。

白家集团常务副总裁盛家武介绍,为服务于明年年底的上市,白家近日启动上市前最后一轮融资,融资金额1亿元,加上债权融资,共筹集资金1.5亿元,全部用于上市准备工作,包括对公司进行全面的股份制改造。而有关上市的申请工作和辅导期将于明年四月底前全部结束。

四川白家集团成立于2001年,以四川民间小吃方便酸辣粉丝为主要产品,目前在方便粉丝市场的市场占有率达到40%至50%。2005年,白家从美国西部投资基金融得3000万风险投资资金,此

次,美国西部投资基金又全面辅导白家新一轮私募和上市工作。

据了解,白家此轮融资的融资主要用于进军非油炸方便面领域做资金准备,这让市场很容易联想到此前沸沸扬扬的白家收购五谷道场一事。

五谷道场作为中国非油炸方便面的领军企业,这样快速的崛起和陨落,是我们没有想到的。而白家此前确实有意收购五谷道场的品牌,借助他们的品牌知名度推广非油炸方便面。”这是白家集团董事长陈朝晖首次就白家收购五谷道场一事做公开的正式表态。

陈朝晖称,因五谷道场受债务起诉已经被查封了部分商标,白家当时希望通过法院拍卖方式拿到五谷道场商标使用权,但由于五谷道场的债务结构十分复杂,资产评估进展缓慢,加上中粮也传出有意收购的消息,导致白家最终放弃。

而来自另一位白家集团人士的说法是,当时白家给出的商标收购价格在千万元左右,而五谷道场的创始人王中旺却开出了30亿的价格。这个差距实在太大了。实际上,王中旺虽然一直在接触合作方,但他的真实想法仍是自己东山



再起,重做五谷道场。随后又听说中粮集团有意介入五谷道的收购,我们觉得这个生意有点复杂了。最好决定退出。”该人士称。

而对于白家为何执意要介入非油炸方便面市场,一位白家内部人士表示,目前中国非油炸方便面在方便食品市场占有率远不及国际平均水平,而随着健康概念的兴起,这一种类的产品市场空间较大。但如果康师傅、统一等油炸方便面巨头来做非油炸,对他们的核心产品又造成推广上的矛盾,因此

这个领域除了已经折戟的五谷道场外,还没有一个强大的核心品牌子的出现。”该人士称。

另外,关于食品加工业受原材料涨价影响纷纷提高销售价格的现状,陈朝晖告诉记者,白家于今年初上调了部分产品销售价格,幅度在3%至5%。而根据目前的原材料价格上涨情况,估计年底前还将上调销售价格5%至10%。而目前方便粉丝的毛利率在35%至40%,高于方便面的25%左右的平均毛利率。

皇明太阳能拟年内登陆A股市场

◎本报记者 叶勇

在昨日举办的首届中国清洁技术投融资峰会上,皇明太阳能集团副总裁谭洪起透露,皇明太阳能集团正在筹备上市,如果一切顺利可在年内实现国内A股上市。

谭洪起在随后接受本报记者采访时表示,选择在此时上市,并不是公司需要多少资金,而是如董事长黄明所说,需要的是通过IPO达到国际化的视野,同时改善公司治理结构和运营水平。据介绍,目前皇明太阳能主要市场是在国内,国际市场只占很小一部分。而

据一位VC人士透露,皇明其实在三年前就具备了IPO的资格。

不过,对于融资额度、上市日程表等具体细节,谭洪起表示不便透露。另据公司内部人士透露,在股权层面,国有股权已经只占很少一部分了,公司IPO进程已经步入静默期。

谭洪起证实,皇明已经基本接受了鼎晖和高盛战略投资。业内人士认为,鼎晖已经追踪皇明九年,而高盛也追踪其五年,每年都会去公司考察,不过,直到IPO前期才和高盛联手进入,应该说是名符其实的PRE-IPO。在我们推动国际

化战略的时候,鼎晖和高盛这样战略投资者的进入有助于我们改善公司治理、推动国际化和引进人才。”谭洪起说。

对于下一步战略规划,谭洪起表示,在今后的业务发展上,会继续以公司最大优势光热投资为重点,对于光电投资我们会非常慎重。另外,我们投资的北京太阳能地产项目非常抢手,利润率很高,今后会继续开发太阳能地产项目。

另据皇明集团董事长助理安俊方介绍,目前皇明还在德州开发一个35万平方米的太阳能住宅国

家级示范小区,已投入10亿元,而且国家已经给与节能投入补贴4000万元。此外,皇明还在组建节能咨询公司,为大房地产商提供综合节能解决方案服务,为地产开发商提供建筑节能增值服务,目前已有万科等大地产商在接洽。

皇明太阳能集团有限公司是集太阳能光电、光热、太阳能真空集热管、太阳能建筑、温屏节能玻璃等产品研发检测、制造、营销推广于一体的太阳能产业集群,大型民营企业股份制企业,是世界上最大的太阳能热水器和真空管制造基地。

东风本田:看好混合动力车销量前景

◎本报记者 官璐

昨天,在接受上海证券报采访时,东风本田汽车有限公司执行副总经理刘裕和透露了东风本田混合动力车型的规划、销量情况和今年的销售目标。

刘裕和告诉本报记者,从去年11月底开始进口一部分的本田思域混合动力车到国内来销售,最终目的是在中国实现本土化生产。到现在为止,将近5个月的时间,销售了100台左右。今年这个车的销售目标是200台。混合动力应该说是现在的汽车新技术的主要的发展方向,并且具备一定的商业前景。”

据了解,去年底在广州车展后正式上市的思域混合动力是一款原装进口车型,是继丰田普锐斯、丰田雷克萨斯LS600之后,在中国上市的第三款混合动力车型。1.8L思域混合动力综合工况油耗为百公里4.7L,较普通思域下降37.42%,目前在全球累计销售超过10万辆。

刘裕和认为,混合动力车的使用在全球和中国遇到的问题是一样的,主要是它的价位。在全球的经验来看,主要是靠三个方面,一方面是通力合作,要靠政府的政策,政府积极扶持,要有对于新能源车的使用给予税收上的优惠。第二个方面就是企业自身,企业还是要努力地使混合动力的技术日渐成熟和商品化。第三个就是消费者,要有一批对环保有先行责任的消费者,愿意为混合动力车价承担一部分的责任。

东风本田总经理仓石诚司则对记者表示,作为一家成立仅仅五年的年轻企业,东风本田产能从3万辆扩大到12万辆,销量连续三年保持超100%增长,为行业平均增幅的4倍以上。据了解,东风本田在今年一季度的销售速度继续保持了去年的高速增长态势,思域销售了4万1千台,一季度的销量比去年同期增长了70%,是行业增长的3倍。

在谈到今年的整体销量目标时,刘裕和表示,东风本田今年的销售目标是150200台,其中200台就是指思域混合动力。不过该车既不是作为扩大销量的主要车型,也不是一个指望靠它来盈利的车型。更多的是考虑先进技术导入,不仅做一个环保和理念的先行者,同时也作为一个市场的培育。所以,在这种情况下,也许不要说是盈利,可能都会亏损。

上海户外广告叫停 或殃及几十亿广告市场

◎本报记者 叶勇

在日前召开的第五届广告大会上本报获悉,上海广告协会户外广告委员会主任裘东明在会上透露了上海叫停户外广告的紧急通知。而这则通知将危及繁荣多年上海市户外广告市场。

裘东明在接受本报记者采访时透露,上海市市容环境卫生管理局(下称“上海市环卫局”)4月22日下发的一纸叫停审批的“紧急通知”,“紧急通知”称:“从即日起全市停止各类形式户外商业广告设置的审批,包括到期续批”,即便是“已经通过审批但目前尚处于施工阶段的”,也要“立即暂停施工”,而属于重大活动的公益性宣传则“由市里统一安排”。而对于违反规定的则要严厉查处。

据其介绍,上海市户外广告是由三个部门来审批,即规划部门负责位置上的审批,市容部门负责形象审批,工商部门负责内容审批。现在市容部门这道门完全关了,就卡住了整个户外广告发展。

据悉,市容局的此次行动没有和广告企业作过协商。裘东明认为,一方面,“通知”违反了《行政许可法》,仅凭“上级通知”这个理由根本不充分,属于行政不作为,且违反了《广告法》、《合同法》和《上海市户外广告管理的43号令》。另一方面,“通知”没有时限,这也违反了行政法作出的必要条件。

据了解,上海市目前从事户外广告产业的约有3000家企业,几万名从业人员,加上上游从事设计、材料、喷绘等行业的人员,大约有十万人从事该产业。而去年上海户外广告收入达到55亿(包括地铁、楼宇),这样一来,这纸禁令可能危及这几十亿广告市场。

政府可能更多考虑的是奥运会和世博会,但是,如果这么多企业一旦停业,10万名从业人员是一个应该考虑的问题。”一位业内人士专家认为。

裘东明称,将于今明天前汇总各会员单位的意见和建议,并整理成书面文字,报给上海市环卫局和上海市政府法制办,希望通过协商解决。

对于这个“一刀切”的通知我们希望能和政府讲理讲法,过如果协商解决不了,企业可能会诉诸法律程序。”一位上海户外从业人士说。上海证券报将会密切关注事件的动态,迅速传达相关信息。

土豆网获5700万美元风投

◎本报记者 叶勇

土豆网4月28日正式宣布获得5700万美元融资,投资方除之前投资土豆网的IDG、General Catalyst和GGV之外,还包括美国洛克福勒家族。

土豆网CFO王志琦则披露,新的融资将主要用于企业运营、带宽服务器和视频分成计划。土豆网于2005年4月15日推出公测,是中国几家大型视频分享网站之一。土豆网目前日播放视频次数已达2500万次,每天接受将近2万个新视频上传。

算上这最新的一笔融资在内,土豆网已经进行了四轮融资。2005年8个月,土豆网获得来自IDG的80万美元投资;2006年5月土豆网再获慧投资(Granite Global Ventures)、集富基金(JAFCO)及IDG投资的850万美元;2007年4月,今日资本、General Catalyst Partners、KTB、JAIC等投资土豆网1900万美元。