

Companies

广电系抢食京沪沪深手机电视市场

中国移动多媒体广播即将提供试商用服务

◎本报记者 张翔

虽然利益各方依然在为到底谁将成为手机电视国标争论不休之际,广电系的手机电视标准已经按捺不住,提前采取了实质性的市场行动。

记者昨日从国家广电总局获悉,中国移动多媒体广播(CMMB)即将提供试商用服务。第一批享受此项服务的城市分别为北京、深圳、上海。试商用期间将提供7套免费节目,首批终端产品也将在近期开始对消费者售卖。

据悉,北京和深圳是最早可以收看到CMMB节目的两个城市,试商用期间将提供7套免费节目。而上海地区的CMMB试商用工作也将于本月底开通。

对于选择这几个城市的原因,广电总局相关负责人解释称,这主要是由于北京地区的网络肩负着直播2008年奥运会的任务,而深圳则是国内最大的电子手持产品制造、销售地区。相信通过这两个城市的成功试商用,能快速推进CMMB的商业化进程。

据介绍,广电总局提供的7套

免费的CMMB节目分别是:央视1套、3套节目、奥运频道、新闻频道、少儿频道、英语频道以及用户所在省市的1套节目。节目频道的选择全面覆盖了新闻、体育赛事、影音娱乐、综合节目、少儿节目、英语节目以及地方资讯等方面,可基本满足用户的收视需求,尤其是在奥运期间的特殊收视需求。

即将上市的CMMB终端为USB Dongle,俗称为电视棒,可以配合笔记本电脑随时随地收看7套免费的CMMB节目。目前首批即将上市的CMMB电视棒仅有收看电视

的功能,未来将陆续集成移动存储等其他功能。

根据国家广电总局的规划,在奥运会之前,将会陆续有MP4、手机、SD卡外插接收设备、蓝牙接收设备等种类丰富的CMMB终端产品陆续问世。而每一类终端也将拥有不同的品牌、款式、价位,给广大消费者提供更广的选择面。而随着CMMB试商用工作的进一步展开以及用户的逐渐普及,将会有更多的免费频道及特色频道与广大用户见面。

据广电总局相关人士介绍,

CMMB已经完成了北京地区精品网以及其他7个主要城市的CMMB地面网络建设工作。目前,除了深室内覆盖尚未完成之外,8个主要城市的建网工作已基本完善。

另外,根据国家广电总局的规划,在奥运会之前,将会陆续有MP4、手机、SD卡外插接收设备、蓝牙接收设备等种类丰富的CMMB终端产品陆续问世。而每一类终端也将拥有不同的品牌、款式、价位。国家广电总局相关人士同时表示,CMMB将逐步开通更多的免费频道及特色频道。

上海苏宁五一销售增七成

今年是中国取消五一黄金周的第一年,在首个“缩水版”五一假期中,上海苏宁实现比去年可比门店销售规模增长超过40%、整体规模增长超过70%的业绩。

据苏宁电器上海执行总裁凌国胜介绍,今年家电消费市场呈现“倒四六”现象,在苏宁连锁店体系中40%的大店完成整体销售60%的规模。成熟、便捷的轨道网络使得消费者选择大型商圈、家电旗舰店的几率更高。其中,超大型家电卖场表现更为突出。大店带来的高效益不仅体现在传统品类上,对于时尚3C品类的影响更为显著,其中最明显的就是电脑及周边商品,在引进全品牌阵容后,电脑产品整体规模同比增长200%,苏宁大店群成为手机、数码、IT品类的销售主力。

另外,今年五一家电市场出现的另一个特点是平均消费客价的大幅提升。据苏宁销售数据显示,2007年苏宁系统平均消费客价约为1600元,但今年平均客价已经接近2000元。苏宁营销中心负责人将其原因归结为受奥运商机影响,在上海、北京这样的一线城市,平板电视已经进入成熟普及期,超过90%购买彩电的顾客首选平板。单价较高的平板在绝对量上的爆发很大程度上带动了平均客价的提升。

(张良)

福建提出全国首个LED灯具地方标准

由福建省质监局、福州大学等单位联合LED灯具企业的专家及技术人员共同审定并修改的LED灯具地方标准日前提出。该标准规定:LED灯具使用寿命不应少于一万小时。

据了解,近年来LED灯具产品得到快速发展,但相关标准仍是空白,世界各国和地区都在加紧制定中。福建省作为国内该类产业发展较快的省份之一,目前已有LED灯具生产企业数十家,该标准的提出将成为全国LED灯具首个地方标准。

LED灯具产品具有使用寿命长的特点,可以达到一万至二万小时,而一般节能灯使用寿命为六七千小时,日常使用的白炽灯则为两三千小时。这类产品还具有很好的节能效果。目前,LED灯具产品广泛应用于交通指示灯、仪表以及显示屏等。(据新华社)

中国成阿根廷第一大家电进口来源国

阿根廷行业经济研究所4日公布的报告说,今年头两个月阿根廷从中国进口的家用电器占该产品进口总额的35.6%,中国已经取代巴西成为阿根廷第一大家电产品进口来源国。

报告指出,近年来阿根廷家电的对外贸易呈现高速增长态势。去年阿根廷的家电产品出口额和进口额分别为1.39亿美元和9.2亿美元,和2006年相比分别增加了31.8%和35.7%。

统计显示,中国产品所占的市场份额不断增加。巴西货币雷亚尔的大幅升值使其出口产品竞争力减弱,今年前两个月阿根廷从巴西进口的家电在进口总额中所占比例从原先的35%左右下降到29.1%。

报告认为,随着居民收入的增加和生活水平的提高,阿根廷家电市场将继续保持较高的增长速度。

(据新华社)

■关注汽车业

一季报落幕 车企从“成长型”变身“价值型”

◎本报记者 官璐

截至4月30日,汽车类上市公司已经全部公布了其第一季度的业绩报告,从中可以看出,汽车产业出现了新的趋势:中国汽车企业正在从“成长型”进化为“价值型”,并以上海汽车、一汽轿车为领头羊。

国泰君安汽车行业研究员张欣对本报记者表示,从目前情况来看,国内的汽车公司基本上都处于转型阶段了,上汽最典型,而一轿因为前期基数低所以高速增长。整个轿车行业处于一个增速放慢的增长阶段,轿车行业正在由成长型行业向价值型行业转变,如果以EPS每股收益达0.50元以上作为价值的标准,那么很多企业在增长速度趋缓的同时可达到这一标准。

一汽轿车今年一季度的财务报表显示,营业收入49.5亿元,同比增长71.09%。每股收益0.192元,同比增长261%。净利润率达到6.3%,而去年同期仅为2.98%,招商证券资深汽车分析师汪刘胜认为,产能利用率提高产生的规模经济是导致企业利润大幅增长的主要原因。

汽车股的龙头老大,上海汽车在今年1季度实现收入289.29亿元,同比增长13.56%;净利润12.41亿元,同比增长6.97%,实现每股收益0.19元。

值得关注的是,一些进入转型阶段的企业已经不可避免地迎来



“艰难时光”,为转型付出一定的代价。从江淮汽车一季报来看,其经营状况进一步恶化,实现利润仅为7819万元,同比下降37.29%。经营恶化的主要原因是,去年5月份的非公开融资,导致股本扩展,每股收益下降了45%。另外原材料涨价、销售费用的增加都导致资金紧张。张欣也认为,从今年1季度的情况来看,以自主品牌为主的企业则多面临较为困难的境地,代表的企业有海马股份、一汽夏利以及长

安汽车本部等。未来这样的格局还将延续。

而原材料价格的上涨,对汽车零部件企业带来了更大的压力。对此,福耀玻璃的表现颇具代表性。因原油价格和纯碱等材料成本可能超出预期的上涨压力,公司2008年和2009年EPS分别被调低至1.26元和1.63元。福耀玻璃1季度毛利率同比下降2.5个百分点,成本及汇率上升的负面影响已充分体现。

张欣认为,鉴于钢铁等原材料价格的上涨企业可以通过诸如选用薄板或替代材料,以一定的手段予以化解。但是如果电价也因煤电联动而出现上调,则对于汽车制造业来说短期内还无法自行消化,势必会进一步加大成本压力,进而影响到经营的业绩,对此企业应以密切跟踪和关注。此外,未来一旦国内油价开始提高,势必会对耗油大户之一的汽车业产生较大影响。

渡过难关 菲亚特拟在华新设合资公司

◎本报记者 吴琼

在通用汽车等坐享中国汽车市场高速增长之际,落后者也开始加紧追击。昨日,上海证券报获悉:已在全球脱困的菲亚特集团正将注意力转向中国,目前菲亚特已经做好了采购等后端准备工作。下一步将尽快成立合资公司、大规模推出国产车。

曾经陷入困境的菲亚特集团捷报频传。继2007年菲亚特集团总营业额为585亿欧元(同比增长12.9%)之后,2008年一季度菲亚特

集团营业收入创下历史新高、净利润连续13季增长:2008年第一季度,菲亚特集团营业收入达150.25亿欧元,同比增长9.9%。此外,其净利润为4.27亿欧元,同比增长13%。2007年一季度为3.76亿欧元。

菲亚特集团的季报显示:菲亚特汽车公司(菲亚特、蓝旗亚、阿尔法罗密欧三大品牌)营业收入增长8.4%,达68.3亿欧元;营业利润为1.93亿欧元,与去年一季度基本持平。但跑车表现相当出色,跑车品牌玛莎拉蒂一季度扭亏为盈,营业利润达1000万欧元;

法拉利营业利润增长近1倍,达5900万欧元。

缓过气来的菲亚特集团开始关注中国市场。尽管菲亚特集团中国新合资工厂尚无进展,但其已经开始做好后端准备。福特汽车在中国的快速发展离不开其先行布子全球采购。因此,菲亚特从福特汽车中国挖来郑显聪,由其任菲亚特中国副总裁、菲亚特全球采购中心首席代表,负责拓展菲亚特集团在华全球采购业务。

我们三个战略目标:一是确保中国客户无顾虑驾驶;二、为

了支持90个售后网络,我们成立了菲亚特南京有限公司,该公司现有45个员工,保证备件供应和维修;三、未来将推出菲亚特国产车,毕竟进口整车不是长远之计。已经国产车完成了国产化认证和商检工作。”郑显聪指出

菲亚特集团汽车股份公司中国代表处首席代表保罗·阿尔贝里诺表示:中国是菲亚特的重要目标市场,菲亚特将立足于中国并辐射全球的业务。未来,我们将引进更多的车型,最重要的是在中国量产。”

追随淘宝 易趣网宣布开店全面免费



◎本报记者 张翔 李小兵

易趣网在经过了若干年“收费探索”后,最终向淘宝看齐。易趣昨日宣布,在易趣网开设店铺一律免费,这被看做易趣网对竞争对手淘

宝网发起的反击。而淘宝网相关人士则在第一时间回应称,欢迎易趣免费,一起把市场做大。”

易趣昨日宣称,即日起对用户终身免收包括高级店铺和超级店铺在内的店铺费,也不再收取商品登录费、店铺使用费等传统项目费用。

据易趣副总裁常琳介绍,即日起任何用户只要在易趣上开店,一律免费。同时,对于一些已经付费的用户,易趣会做出免费推广资源或全额退款等补偿。常琳直言:免费开店将帮助大量的新手卖家以零成本尝试易趣平台。”

业内人士分析,“免费”背后是由于淘宝网一直推行免费策略,已经让易趣没有退路。易趣国际总裁于扬表示,易趣网这次大的变革的最大目的是为了应对其竞争对手淘宝网的B2C计划,以完善易趣前段时间推出的“卖家成长计划”。而易趣也在发给记者的新闻稿中表示,当年易趣这个中国C2C市场的先行者和领军者,在经历了一段近两年的低潮期后,正努力顺应

国内用户需求,以更务实的市场策略去赶超竞争对手。

此前,易趣网采用的是美国e-Bay的模式,对在易趣网上开店的用户收取费用,而后来者淘宝却依靠免费策略,逐步扩大市场份额。随着市场的变化,这一模式并没有得到多数用户的认可。

根据国内市场调查机构易观国际去年发布的一份报告显示,第二季度按照交易额排名,易趣在国内C2C市场的份额为7.2%,落后于腾讯旗下的拍拍网1.8个百分点,位列国内第三,而淘宝网的市场份额则超过八成。

对于易趣此时采用免费策略和不在一个数量级的竞争对手竞争时,有分析人士指出,易趣的转变过于迟缓,已经失去了与淘宝竞争的最佳时机。

净利增近七成 通用汽车业务走出困境

◎本报记者 吴琼

全球汽车巨头通用汽车复兴初现成效。昨日,上海证券报从通用汽车中国获悉:尽管2008年第一季度通用汽车整体净亏损33亿美元,但其汽车业务已经走出困境。汽车业务的税前利润约4亿美元,同比净增近七成。以中国为首的亚太市场营业收入更创下历史新高。

通用汽车2008年第一季度财报显示:今年首季,通用汽车公司营业收入达427亿美元,同比减少7亿美元,主要受美国汽车市场整体不景气、金融服务和保险业务收入的减少拖累;净亏损额为33亿美元。

但通用汽车称:除去29亿美元的特殊项目计提后,通用汽车本季度调整后的净亏损则为3.5亿美元。这些特殊项目计提均为非现金形式,包括在通用汽车金融公司(GMAC)上14.5亿美元的产权投资损失、支持德尔福破产和重建而产生的7.31亿美元、北美和欧洲业务的结构性成本支出计3.24亿美元以及欧洲业务区域的递延税抵备3.94亿美元。

如果扣除这些因素的影响,通用汽车的季报显示:公司汽车业务已经进入良性发展轨道。

第一季度,通用汽车公司汽车业务税前利润同比增长1.61亿美元,达3.92亿美元。美国本土以外市场的汽车业务营业收入增长20%,增长最快的主要为中国、巴西、俄罗斯和印度等金砖四国。

阿里妈妈 拟推网络广告新品挑战百度

◎本报记者 张翔

在阿里妈妈刚刚宣布其日均覆盖人群数突破7000万大关之际,昨日,记者获悉,阿里妈妈公司将在本月中旬左右,推出一种重要的网络广告新产品,该产品将依托于目前其覆盖的近40万中小网站和18万的博客站点。分析人士指出,阿里妈妈的产品形式将改变目前业内认为其和百度等广告联盟竞争的看法。

阿里妈妈拒绝对“网络广告的新产品”这一消息发表意见。但广告界人士透露,这一产品事实上已经基本成型,并且已经有个别消费类、数码类广告主在小范围内接受了测试,反响普遍较好。

记者从消息人士处获悉,阿里妈妈从今年年初开始即投入大量人力研发这款产品,包括从北京调集大量雅虎搜索的技术人员到杭州支援,而此前江志强带领的原属于集团的媒体销售部在今年2月份并入阿里妈妈,也是为这款产品做前期布局,在整个过程中,也不断和美国雅虎方面交流。

■产业观察

微软雅虎战中的输与赢

◎据新华社

美国微软公司CEO鲍尔默3日发表声明称,由于在收购价格上无法达成一致,微软已撤回收购雅虎公司的提议。这一决定不仅关乎微软、雅虎自身命运,也决定网络广告行业是否会重新洗牌,牵涉谷歌、美国在线等多家公司的利益。

自微软2月1日正式向雅虎发出收购要约以来,雅虎以报价低估公司价值为由,多次拒绝微软盛情,甚至联手谷歌来打击和对抗微软。从这个角度看,微软放手显然证明雅虎保卫战的成功。但是,拒绝一个溢价70%的慷慨出价,雅虎到底是输是赢恐怕只能看表面。

在微软提出收购雅虎的前一天,雅虎股价已跌至约19美元这一四年来的最低水平,而此后受可能与微软合并的推动,5月2日其股价涨至28.67美元。分析师预计,微软放弃收购计划后,雅虎股价将跌至20到25美元。

除股票面临抛压外,压力最大的恐怕要数雅虎创始人兼CEO杨致远。据美国媒体援引消息人士的称,目前已有股东对交易未能达成表示不满,认为雅虎管理层此举是将员工利益和前途置于股东利益之上。大多数雅虎股东曾暗示,他们愿意接受每股34到35美元的收购报价,并认为与微软之间的价格分歧是可以弥合的。

而对微软来说,放弃或许是最理性的选择。微软最终收购价已高达475亿美元,但距离雅虎要求的530亿美元仍有数十亿美元差距。何况,即便啃下这块骨头,整合也是一大难题。

微软提议收购雅虎,首要目标就是联手对抗网络广告市场巨无霸谷歌。如今联姻计划流产,谷歌无疑是最大赢家。

谷歌CEO施密特曾公开表示要竭尽全力阻挠微软收购雅虎。2月3日,谷歌发表文章警告说,该交易可能使微软把其在个人电脑领域拥有的“不适当和不合法的影响力”扩大到互联网领域。为赶走微软,谷歌还从4月9日起与雅虎展开为期两周的试验性合作,雅虎3%的搜索业务会使用谷歌搜索广告系统,在显示雅虎搜索结果时附加谷歌广告条。同时,双方还酝酿建立长期合作关系。

雅虎与谷歌的合作成为微软决定放弃收购的一个直接原因。鲍尔默在声明中说,这不仅将破坏雅虎的战略,而且不利于雅虎在广告业务方面保留高素质的技术团队,并将引发监管部门的调查。谷歌不仅赢在破坏了竞争对手的联合,同时,微软放弃雅虎还将减少雅虎在与谷歌合作谈判中的筹码,使谷歌更可能达成有利于自己的协议。

收购雅虎失败,微软或将退而求其次,考虑其他收购选择。鲍尔默日前在接受《华尔街日报》采访时表示,具有足够规模、能迅速进入微软网络广告业务并提高市场份额的网络公司屈指可数,其中就包括时代华纳旗下的美国在线。