

# Companies

■聚焦电信业重组

## 3G 格局初显 中移动将获 TD 牌照

### 中移动正商洽接收电信、网通 TD 网络

◎本报记者 张翔

电信业重组在上周展开,而伴随着“六合三”的改革重组完成后,3张3G牌照也将发放。有专家估计,按进度国家或将在今年第四季发放3G牌照,最快明年第三季中国将步入第三代移动通信时代。

业内预测,根据电信业重组方案,3G牌照最有可能的发放方式是:新中国移动获得TD-SCDMA牌照,中国电信获得CDMA2000牌照,中国联通获得WCDMA牌照。上海证券报获悉,中移动和中国电信及中国网通正在商谈接收后两家运营商所经营的TD网络。

昨日有相关媒体报道称,国务院国资委相关人士表示,重组之后的3G牌照发放,大方向都已经确定。TD-SCDMA将由中国移动继续主要负责推进,中国电信将利用CDMA网络发展CDMA2000,而中国联通则将GSM升级为WCDMA。

对于TD牌照,有相关媒体引用运营商的话称:目前有说法是三个新运营商都要保持对TD的试用,未来可能以中国移动为主,但另两家也要保持跟进。如果中国移动不能独立负担TD的发展,不排除会发放两张3G牌照,其他运营商也可能要拿TD的牌照,而中移动再取得WCDMA的牌照进行发展。

但是,记者从消息人士处获悉,中移动和中国电信及中国网通正在商谈接收后两家运营商所经营的TD网络。由于网通在青岛以及电信在河北测试运营的TD网络都属于其相应的集团资产,与上市公司无关,相关资产的划拨过程并不复杂。

该人士称,中移动获得TD牌照已是铁板钉钉的事情。政府对自主3G标准态度十分明确,就是要大力扶持。由此可见,中国移动暂时不可能在3张3G牌照的名额中拿到WCDMA牌照,其得到的必然是TD牌照。

业内人士分析,中移动对另外两家运营商TD网络的接管,明确无误地表达出中移动将独家运营TD网络的信息。不过,中国移动自4月试商用TD网以来,市场的反映并不理想,同时有声音指责中移动在推广TD网商用时并不积极,故外界对TD的前景不抱信心。但此次三部委发出的电信重组通告中,特意提到大力支持自主创新,包括可能引导金融机构对融资的支持及政府优惠贷款等,在国家对TD组网的推广支持下,配合内需,中国移动TD-SCDMA的表现未必会太差。

国金证券分析师陈运红指出,此前政府提出要通过非对称管制达到解决电信竞争失衡的问题。事实上,让中移动运营TD网络就是非对称管制的最大体现。但反过来想,中国政府对TD扶持的态度已经十分明确,既然让中移动主要运营TD网络,也就不会对中移动有过激的打压。

陈运红的观点与瑞信观点一致。昨日,瑞信发布研究报告称,政府不会着力打压中移动,更需要维持中移动强大的地位,让公司能够发展TD-SCDMA。



## 部署C网战略 中国电信或牵手高通

◎本报记者 张翔

虽然中国电信与中国联通在收购C网的价格上仍存在分歧,但中国电信收购C网已经铁板钉钉,只需时日了。而中国电信已迫不及待地与网通的谈判过程中开始进行对运营CDMA网络的下一步部署。

消息人士透露,日前,中国电信与高通公司两高层进行了会晤,此次进行了两天的洽谈,并签署了谅解备忘录。据了解,高通方面人士出席此次洽谈的应为高通首席运营官兼高通公司CDMA技术集团总裁桑杰·贾博士。据称,该备忘录计划在“5·17世界通信日大会”期间待政府部门公布重组消息后生效,但出于各种原因推迟到5月底前正式生效。

5月24日,在三部委发放通告

中称,为实现三部委的改革目标,鼓励中国电信收购中国联通CDMA网(包括资产和用户)。目前,据估计中国电信资产约为4080亿元人民币,重组之后,中国电信将达到5000亿元人民币左右的资产规模。

不仅如此,SK电讯官方人士还在电信重组宣布后发表言论称,一旦出现机会,公司希望在现有在华业务联盟的基础上,扩展与其他电信公司的合作伙伴关系,其中包括中国电信股份有限公司。不过,目前SK电讯尚未与中国电信进行谈判。SK电讯表示,重组后SK电讯仍将保留中国联通股份有限公司的股份,但预计如果中国联通和中国网通合并,持股比例会发生变化。根据此前披露的信息,SK电讯持有中国联通股份有限公司6.6%的股权。而根据电信重组方案,中国

电信将收购中国联通的CDMA网络。此前外界曾传闻,SK电讯可能与中国电信组成合资企业,但随后遭到双方的否认。

另据接近电信高层的人士向上海证券报透露,电信也正在探讨收购联通C网后如何整合。据悉,目前主要有两种方案:一种是电信专门成立一个独立的移动子公司接纳联通C网资产,这种方式的好处是可以降低融合联通C网的成本;另一种方式是将收购的联通C网资产融入中国电信各子公司。中国电信更倾向于后一种融合方案。

中银国际昨日发布报告,预计中国电信将在成功收购联通CDMA业务后回归A股上市。这不仅有助于提高其CDMA业务的竞争力,更有助于公司为EV/DO(CDMA)的3G标准的升级筹集必要的资金。

## 中移动启动第二批TD-SCDMA终端招标

◎本报记者 张翔

中移动的TD二期招标在电信重组方案确定之后公布。

根据中国移动日前发布的《TD-SCDMA终端采购招标公告》,中国移动已经启动了针对TD-SCDMA终端启动第二轮招标,该轮招标将采购总计约10万部TD手机和数据卡。本轮集中采购都将在奥运之前完成,所采购的终端中将有一部分在奥运期间直接向海外用户提供租机服务。

中国移动表示,本次招标为公开竞争性招标,根据TD-SCDMA社会化业务测试整体安排,拟进一步分批开展社会化业务测试活动,本次活动所需TD-SCDMA终端规模共约10万部(包含TD-SCDMA手机和TD-SCDMA数据卡)。



关于招标要求,中国移动表示,本次招标中,中国移动通信集团总公司仅向符合投标资格要求的厂商出售标书,最主要的是,必须TD-SCDMA手机要求具有工业

和信息化部(或信息产业部)颁发的关于TD-SCDMA终端产品的进网许可证。

据悉,中国移动希望通过分批次的招标来推动TD-SCDMA终端不断完善,在招标测试结束后,主流的TD终端能够实现视频共享功能,并支持手机地图、手机导航、手机邮箱、手机动漫等新业务。

记者了解到,关于购买招标文件时间为5月26日至5月27日,业内预计有二三十家厂商将参与竞标。

业内专家分析,根据此前一期招标的结果,入围的TD终端厂商以国内厂商为主,如中兴、联想、海信、新邮通等,随着TD阵营手机制造商的不断增多,有一些国际企业也对该领域越来越关注,相信本批招标的竞争将会更加激烈。

■相关新闻

### 中国电信小灵通转网 可获近4000万移动用户

◎本报记者 张翔

中国电信几年前布局的小灵通产业将在中国电信运营移动网络后发挥巨大效力。

工业和信息化部、国家发改委以及财政部联合发布的《关于深化电信体制改革的通告》指出,改革重组与发放3G牌照相结合,重组完成后发放3G牌照。这样,小灵通面临着向GSM/WCDMA/CDMA转网的趋向。

昨日,一电信专家向记者预测,中国电信高达6000万的小灵通用户,将在中国电信运营CDMA网络后,对C网用户增加作出突出贡献。按照60%的转网率算,将有超过3600万小灵通用户变为C网用户,而目前联通C网用户高达4300万。目前,中移动的移动用户接近4亿。

对于小灵通用户目前的数目,工业和信息化部近日发布《2008年4月电信业主要指标完成情况》显示,其中无线市话用户79488万,比上年末净减505.7万户,这意味着我国小灵通用户已经跌破8000万。根据此前披露的资料预测,中国电信占有6000万小灵通用户,中国网通占有2000万小灵通用户。

一位电信专家向记者分析,其实在中国电信布局小灵通之前,业内就已经在探讨小灵通是一种淘汰的技术,迟早要死。但中国电信依然义无反顾的扑向小灵通。其实,小灵通的产生,并不是由于当时固话用户增长缓慢而让中国电信被迫采取的战略,事实上,中国电信的最终目的是希望通过小灵通,提前布局移动通信领域,从而为自身在将来进军移动领域时保留一些潜在“移动用户”。

此前一位网通技术专家曾撰文指出,小灵通在3G时代发展的规划思考,核心思想是保留品牌,淘汰网络。即抛弃PHS网络,用未来的3G网络承载小灵通业务,使得3G网络同时承载“小灵通”+移动业务品牌,也就是一个品牌承载两类业务;同时,小灵通用户将号码携带到3G网络,还享受小灵通的业务。

## 长城首批轿车批量出口 汇率波动打开赴欧通道

◎本报记者 吴琼

尽管在俄罗斯设厂久未获得当地批准,中国自主品牌企业并未停止进军海外市场的步伐。日前,上海证券报从长城汽车获悉:长城汽车并未放弃俄罗斯市场,其首批自主品牌轿车正批量出口俄罗斯;且今年下半年将出口到欧洲市场。全球汇率波动也为长城汽车进入欧洲市场打开了通道。

继长城皮卡出口海外市场后,长城汽车首款轿车也进入海外市场。长城精英首批批量出口至俄罗斯,共计286台,通过铁路运送,在俄罗斯终端售价为每辆1.26万至1.45万美元。Ito汽车集团公司和Autoritoria公司分别在俄罗斯鄂木斯克、新西伯利亚销售长城汽车。随后,270辆长城精英批量出口,运往非洲。

长城汽车销售部副总经理商玉贵表示:自长城精英已实现全球同步上市,加上零星出口的数量,目前长城精英海外销量已达710辆。

据了解,长城汽车精英下一步将进入欧洲市场。长城汽车总经理王凤英指出:今年下半年,新产品将出口到欧盟,预计2010年左右进入美国市场。

王凤英所说的新产品即为长城汽车的首款轿车精英。据了解,针对欧盟市场,长城汽车开发出左舵的长城精英,并根据EEC欧盟指令和ECE法规进行海外认证的相关工作。

商玉贵告诉上海证券报,现在我们在等碰撞测试的结果。如果通过碰撞测试,预计不久长城汽车将获得欧盟相关认证。一旦获得欧盟认证,长城汽车将出口至欧盟地区,如意大利等国。此前,长城汽车曾做过一次对碰,碰撞结果比较令人满意。

欧洲的经销商们已在筹划精英销售之事。于米兰东北35英里的皮拉佐利奥的欧亚汽车就是其中之一,这家经销商目前销售长城哈弗。欧亚公司的热情源于两方面,一是长城汽车的高性价比,欧亚公司每购买一辆长城哈弗耗资约14000美元,但售价为19600欧元(约2.7万美元),对消费者有较大吸引力。二是,汇率波动带来的利润。即使销售短期内不尽如人意,欧亚公司用美元购买中国车,出售时收取强势欧元,在一买一卖中也赚得相当可观的汇率差价。

在进军海外市场、轿车市场的同时,长城汽车也在国内加大优势产品的开发。长城汽车近日推出四缸4G69汽油发动机的新哈弗。如此一来,四缸哈弗车共同守护其销量冠军。据统计,2008年前4个月,长城汽车占据国内SUV销量榜首,共计销售18851辆,在SUV市场份额为18.2%。其主力车型哈弗共销售16461辆。

## 吉利汽车 8月登陆土耳其

据土耳其参考报近日报道,继奇瑞之后,中国生产的吉利汽车也将进入土耳其汽车市场。

报道预计,吉利汽车将于今年8月在土耳其正式开始销售,最低价位车型的价格约为1.6万新里拉(1美元约合1.25新里拉)。

报道说,五十铃、起亚、拉达和韩国LS拖拉机的代理商、土耳其知名企业安纳托利亚集团已经取得了吉利汽车的代理权,并已向其工业和贸易部申请了吉利汽车的销售及售后服务许可证。

今年2月,奇瑞汽车在土耳其最大城市伊斯坦布尔开始销售,QQ轿车在土耳其的定价约在1.2万新里拉。(据新华社)

## 日汽车企业成本压力增加

据日本经济新闻27日报道,丰田汽车公司和新日本制铁公司已就汽车钢板和钢材每吨涨价约2.8万日元(1美元约合104日元)达成协议。

报道说,除车身所用的冷轧、热轧及表面处理的各种钢板以外,用于消声器等的不锈钢板和钢管,以及用在车轴和引擎等部件上的特殊钢也将无一例外地上调价格,预计涨幅也在每吨2.8万日元上下。

新日铁向丰田汽车的供货价格实际上是业界的一个标准,其他汽车厂商以及造船、电机等主要行业也将参照这个价格来执行各行业价格。

经过连续2年的上涨,汽车钢板价格首次超过了每吨10万日元大关,这也是汽车钢板最高价26年来首次被改写。

据悉,此次调价预计每年将给丰田增加3000亿日元的成本负担。为了尽可能减轻负担,丰田汽车已着手与钢铁和零部件厂商共同研究降低成本的对策。例如,与钢铁厂商一起研究减少使用的钢板、钢材的种类,要求零部件供应商削减成本等。(据新华社)

## 南京二手房成交量回升

根据南京市房管局网站统计,上周南京市的商品住宅认购量突破1800套,为今年单周最高的一次,而且自5月份以来一直呈现增加的趋势。此外,二手房成交也有不小增幅。有业内人士认为,新房认购量和二手房成交量的攀升有需求释放的因素,也与部分楼盘近期纷纷开盘有关,而南京楼市整体回暖尚不明朗。

南京房管局网上房地产的数据显示,从5月19日至5月25日一周时间里,全市总共认购住宅1821套,日均认购量超过260套,成为今年以来商品住宅认购最多的一个星期。而在此前的两周内,这一数据分别为1500多套和1600多套,可以看出,南京人的购房热情呈现上升态势。

据南京网上房地产统计,5月中旬南京二手房成交量为1278套,较5月上旬时的1035套增长了23%,全市各个片区的成交量均有所增长。业内人士指出,近期住宅认购量和二手房成交量上升有两方面原因,一是市民在观望了数月后,刚性需求开始释放;二是近期许多楼盘扎堆上市,尤其是多个低价楼盘上市增加了成交量。从认购区域来看,主城区增幅不大,主要是江北区出现大幅增长。因此,并不表示南京楼市整体回暖。(据新华社)

## 广州市民购房意愿下降

广州市统计局近日对城区5000名常住居民进行的一项调查显示,对今后两年的房价走势,广州市民观望情绪加重,购房意愿下降。

广州市统计局介绍,在去年3月广州出台稳定房价的“七项措施”前后,该局曾开展过两次调查,当时预测房价将“稳中有降”的市民从措施出台前的18.4%大幅上升到36.9%,但仍低于表示“房价看涨”的市民所占比例(48%)。

此次调查中,预测今年房价将“稳中有降”的市民继续上升至39.6%,已超过表示“房价看涨”的市民所占比例(31.6%)。对房价持观望态度的市民也有较大幅度上升。

调查显示,广州目前仅有6.5%的家庭在今明两年内有购房计划,比去年调查的10.2%减少了3.7个百分点。(据新华社)

## ■上海户外广告禁令追踪报道

# 时隔一月未解禁 上海户外广告业整体“停摆”

◎本报记者 叶勇

本报4月29日曾报道“上海户外广告叫停或殃及几十亿广告市场”。上海证券报昨日从上海广告协会户外广告委员会(下称“上海户外委”)主任裘东明处获悉,目前上海市政府有关部门仍然没有对户外广告禁令——“紧急通知”作出明确表态,整个上海户外广告业在揣揣不安中度过了一个月。

现在业务全部冷冻,快瘫痪了,损失难以估计,与广告主和场地方之间的矛盾也越来越明显,很多广告主已停止付费”,上海市户外广告公司总经理吴伦中表示:“这个月我们完全停止营收了。”

当记者问及解决途径时,吴伦中表示:“等待消息吧,是政府政策,还

能怎么办呢?”在记者采访过程中发现,大多户外广告企业把这纸突如其来禁令当成不可抗力事件,而不是从户外渠道投放广告的企业也开始转向电视等其他媒体渠道。

上海日茂广告公司总经理助理何勇韬说:“我们完全停止业务了,营收上的损失很难估计,而且很多客户也已知道,现在早停止下单了,损失难用数字表述。而且对于请求场地方顺延合同期上来讲,因为没有解禁的明确预期,我们也无法交涉。”

上海户外委认为,禁令带来了一系列弊端:造成整个行业“全面停产”;企业的管理系统基本“瘫痪”,营销、媒介、设计、制作人员无所事事;产生一系列的违约“官司”,包括与客户、与场地单位的、(正在制作的)与制作单位的、与代理公司的等等;

公司收支面临重大危机,管理费用和工人工资等无以为继等。

值得注意的是,现在业内不少广告企业已越来越不耐烦了”,一位业内人士表示。而且,业内人士存有很大质疑的是,上海的广告管理历来是工商、市容、规划三大部门,为何这么一个对行业致命的决定由一个部门做出?

4月22日紧急通知发出后,4月28日和4月30日,上海市广告协会户外广告委员会分别上书有关领导和市容局,要求改变“停止审批”规定。5月2日,户外广告委员会向全体行业同人发出“我们的态度”希望理性表达意见。

5月7日,市容局于福江处长等7人,与户外委6人座谈,听取意见,并表示将尽快反映行业意见。

5月13日,上海市规划局景观处约见上海市广告协会秘书长和户外广告委员会共6人,表示广告行业协会应尽快在5月20日前提供户外广告专业规划意见,否则“就来不及了”。上海户外委于5月19日上午向市规划局提交了赶写的“上海市户外广告设施设置总体规划框架”草案。不过,至今有关部门仍无明确态度。

裘东明则多次表示,希望暂时放开禁令,使得已经签订的合同得到履行,正在“生产”的不停止。

在4月30日上海市府例行新闻发布会上,市政府新闻发言人陈启伟曾表示,这个通知是暂时性的。目前,市容局正积极会同市相关部门研究制订新的管理措施,并将尽快告知广告经营单位。