

Companies

油价高企 通用誓夺紧凑型车市场

同时收缩皮卡、SUV 战线

◎本报记者 吴琼

原油价格持续高涨,令通用汽车解困之路更艰难,但这家全球汽车巨头从未放弃复兴的努力。昨日,上海证券报获悉:通用汽车实行北美复兴计划,推进节油的紧凑型车、交叉型的生产。此外,通用汽车将中国视为最重要的海外市场,并将加大投入。

油价的高涨,改变了美国人的消费方式,也改变了汽车巨头们的经营思路。通用汽车总裁兼首席运营官韩德胜表示:“未来在北美要增加效益,我们需要做好几个方面:一方面,要推出有更具吸引力的交叉车型、紧凑型车型;另外,在零售业务领域,价格必须要有吸引力;此外,要改善我们的结构性成本。2005年至2007年底,结构成本降低了90亿美元;通过一系列谈判后,我们计划再降低50亿美元的结构成本。”

通用汽车在欧美市场上的战略为:加紧进军紧凑型汽车市场。当问到“通用汽车有什么法宝时”,韩德胜详细列出欧美市场的情况,在美国市场和欧洲市场上,情况不一样。在美国市场上,中型、紧凑型车主要被丰田汽车、本田汽车、日产汽车占据。但是我们的Malibu车型和Aveo车型仍然取得非常好的销售业绩。Malibu的经验告诉我们,这一市场并未对我们关闭,只要产品好就能够在这类细分市场获得市场份额。至于欧洲紧凑型汽车市场,通用汽车成绩不错,欧宝车型在欧洲的销量约50万辆。

此外,通用汽车将下一个机会放在了雪佛兰Volt(增程电动车)上。一旦成功,通用汽车将摆脱原油的束缚,开创新能源汽车的天地。韩德胜指出,“我们目前全部的精力集中在雪佛兰Volt上。2010年,我们的雪佛兰Volt将推向美国市场,它的成功将决定是否在全球其他市场进行推广。”

在部署交叉车型、紧凑型车、新能源汽车战略的同时,通用汽车开始收缩皮卡、SUV战线。韩德胜指出,“尽管在北美市场,通用汽车旗下雪佛兰、GMC等品牌都拥有非常出色的产品线,尤其在皮卡、SUV市场份额达到40%,在全尺寸SUV市场的



通用汽车生产线资料图

份额更高达65%到70%。但由于消费者正在走向不同的细分市场,大型皮卡、SUV的整体销量大大减少,导致通用汽车销量下滑,因此我们要进行调整。”

销售数据显示:美国5月汽车销量增长乏力,通用汽车和福特汽车均报告销量大幅下滑,其中通用汽车销量降幅超过预期,跌了30%,共销售272363辆。拖累通用汽车销量的自然是高油耗的产品——卡车和运动型多功能车,当月销量下降30%;轿车销量降幅为17%。而当月,亚洲汽车生产商在美国销售量首度超越美国三巨头。在汽油价格高涨的倒逼机制下,日本和韩国汽车企业5月份销售量增长3.7%;美国三大汽车巨头则合计衰退21%。

为此,韩德胜指出,通用汽车在四个整车工厂中停止生产皮卡、SUV及中型卡车等车型。”雪佛兰Malibu的成功,令通用汽车更加关注交叉型车型、紧凑型汽车,以弥补皮卡、SUV市场带来的损失。接下来,通用汽车将把每次推新车型当成建立品牌的机会。”

韩德胜:必须在中国取得成功



◎本报记者 吴琼

通用汽车股东大会后刚宣布一系列业务变革两周,韩德胜便来到合作伙伴上汽集团进行接洽。中国市场对于通用汽车的重要程

度可见一斑。昨日,履新后的韩德胜首次在华接受中国媒体的采访。上海证券报:在北美不景气时,中国市场对通用汽车尤为重要。现在,你们认为中国市场是新兴市场吗?

韩德胜:确实,中国经济不断发展,没有一个经济体的GDP能像这样保持10%以上的增长。2002年,我作为通用汽车亚洲总裁时,参与了上海通用汽车的董事会,那时,中国市场总量不到200万辆,今年预计接近1000万辆,这个增长是非常惊人的,所以,我们看到了整个中国经济的发展。消费者的消费方式也发生了变化,中国是新兴市场,而且是全球最主要的新兴市场之一。除此之外,在可预见的不远将来,中国将超过美国成为全球最大的汽车市场。我们必须在中国获得成功。

上海证券报:北美复兴计划会影响到通用汽车中国战略吗?通用汽车在中国将如何发展?

韩德胜:北美复兴和中国增长并不排斥。我们仍将延续多品牌战略,加强与上汽集团的合作。在中国,通用汽车以别克品牌起家。我个人认为,中国是别克品牌最重要的市场。如果没有中国市场,仅依靠美国市场,别克的发展可能困难得多。未来希望别克品牌在中国继续成功,我们也希望凯迪拉克成为全球消费者关注的品牌。为此,我们会继续加大在中国的投资。

雪佛兰是通用汽车销量较大品牌,无论在北美、欧洲、俄罗斯、印度、中国都表现不错。未来我们也会推出新的产品,继续占领这个市场。

至于凯迪拉克,是通用汽车旗下最重要的高端豪华车品牌。老实说,在美国以外市场打造凯迪拉克比较少见,中国是很少的地区之一。我们认为中国豪华车市场将继续发展,我们也希望凯迪拉克成为全球消费者关注的品牌。为此,我们会继续加大在中国的投资。

汉庭第100店 落户王府井

昨天,汉庭酒店集团为旗下的第100家店——王府井店正式开业,而这也是经济型酒店中少有的在顶级商圈内开店。

据汉庭首席运营官张拓介绍:这家酒店在汉庭旗下的三个级别酒店中属于最高档的“旗舰店”,每日入住价格为300元。此外,在开业之初推出“百元庆百店”活动,仅一百块钱就可以入住王府井大街。张拓表示,汉庭不会盲目追求扩张速度,对地段的选择会十分谨慎。此前,汉庭CEO季琦也曾表示,汉庭在去年底也开始意识到了行业扩张速度有些过快。为此,汉庭在2008年1月开始调整战略,将原本计划2008年新签约150-160家的计划,调整为100家;而原本计划进入新疆、内蒙古等中西部市场的计划也取消,改为集中在珠三角、渤海湾等区域内发展。

汉庭此次在王府井开店,也是近些年来各酒店集团为争夺奥运商机而在京跑马圈地的体现。(索佩敏)

广电总局 呼吁视听网站自律

11日晚间,国家广电总局在其官网上发布公告,称欢迎中国境内从事互联网视听节目服务的单位踊跃加入中国互联网视听节目服务联盟(下称“联盟”)。

据悉,该联盟由央视网、新华网、人民网等8家中央网络媒体2008年2月发起成立,并签署了《中国互联网视听节目服务自律公约》。目前,已有200多家网站加入联盟,签署了该公约。其中,包括新浪、搜狐等门户网站,土豆、优酷等视频分享网站和pplive、优视网等P2P在线直播网站,形成了范围广泛的自律同盟。(张颖)

铁通否认“一拆三”传言 称重组无时间表

◎本报记者 张颖

关于近日部分媒体报道的铁通“一拆三”传言,中国铁通昨日公开否认:这一传言毫无根据。

另有消息人士透露,国资委已给中国移动和中国铁通下达命令,要求在7月30日之前,必须拿出相关的整合方案,待审核通过后,方可执行。不过,铁通和中国移动相关人士并未就此说法作出正面回应。

此前的消息称,铁通很可能会被拆分为三部分:成立为铁路服务的通信服务公司,其余部分将并入中国移动上市公司。为铁路服务的通信服务公司将以网络维护、工程建设、施工等为目标,以服务移动为对象。包括专网以外大部分人员,但本身网络资源将基本控制在较少范围,也保持相对独立运营。原铁通互



中国铁通 史丽 资料图

联网骨干网、接入网资源、互联网、数据人员、部分网管人员和支撑人员将被合并到中国移动上市公司。铁通方面表示,目前还没有和中国移动坐下来商谈具体的重组事宜。至于铁通与中移动重组进展的具体时间表,铁通方面表示目前没有具体的时间表。

铁通内部的一位人士向记者表示,其实,中国铁通和中国移动双方此前一直没有怎么正式接触。日前,在铁通总部召开的全国电视电话会议上,中国移动总经理王建宙、副总经理刘爱力第一次出现在了铁通。中国移动副总经理、中国铁通董事长赵吉斌、铁通总经理张永平也出席会议。这也是中国移动领导第一次来铁通。

据悉,中国移动方面已经就此成立了专门的工作组,由中国移动副总经理刘爱力担任组长,赵吉斌等出任副组长,全面开展整合工作。重组方案公布之后,中国铁通董事长赵吉斌曾表示,重组后的铁通公司要一如既往地做好铁路专网服务工作。同时,铁通并入中国移动后,成为其全资子公司,仍保持相对独立运营。

江苏两大民营船企计划年内海外上市

◎本报记者 于祥明

昨天,记者获悉,江苏新世纪造船有限公司、新时代造船有限公司和靖江新世纪钢结构制造有限公司,上市地点选择在香港。值得注意的,去年高盛携对冲基金D.E.Shaw 2.5亿美元入股。

江苏新世纪造船股份有限公司负责人日前对外透露,上市计划预计7月份获得相关部门批准。该负责人表示,选择新加坡是因为它是全世界主要船东的集中地,市场对于船舶制造比较了解。并据透露,公司已决定引入一家国际知名金融集团作为战略投资者,募集资金将用于海洋工程技术改造和钢结构技术生产改造,扩大生产能力。据公司相关负责人介绍,江苏新

世纪造船将在新加坡设立新世纪船业控股公司作为上市主体,其下设新世纪造船有限公司、新时代造船有限公司和靖江新世纪钢结构制造有限公司。上市主承销商为瑞银和高盛。

无独有偶,记者独家获悉,江苏另一家主要造船民企——江苏裕盛重工也在紧锣密鼓地准备登陆资本市场。据悉,此前裕盛重工已获得高盛和对冲基金D.E.Shaw 2.5亿美元入股。

据了解,根据国际金融环境和资本市场变化及公司上市准备工作进展情况,日前裕盛重工公司董事会再次明确提出力保11月底以前对于船舶制造比较了解。并据透露,公司已决定引入一家国际知名金融集团作为战略投资者,募集资金将用于海洋工程技术改造和钢结构技术生产改造,扩大生产能力。据公司相关负责人介绍,江苏新

洋工程项目、船舶配套项目、柴油机组项目、LNG项目和豪华游轮项目等。虽然目前资本市场波动较大,但对于江苏两大优质民营船企即将启航的海外资本市场之旅,业内人士大多持乐观态度。

这两家造船企业都算得上国内最好的民营造船公司,其未来发展前景都很好,这也是高盛参股裕盛的原因之一。“船舶工业协会一位专家向记者表示。记者注意到,日前江苏国防科工办对其省内造船企业的一份调研报告指出,以新世纪(含新时代)、中远川崎、裕盛等为代表的10家造船骨干企业造船规模约占江苏全省的90%以上市场份额,一季度销售收入达到101.22亿元,同比增长74.7%。经济效益不断提高,实现利润17.5亿元,同比增长66%。

据统计,今年一季度新世纪造船股份公司(含新时代)完成现销售39.7亿元,约占全年的30.5%。与此同时,目前裕盛重工累计手持船舶合同订单79条、意向20多条,约1800万载重吨,合同总金额约90多亿美元,名列中国民营造船企业前茅。据悉,截至5月底,裕盛船厂已交船1条,出坞3条,下坞9条,开工17条,近期将另有6条船舶开工,4条下坞。

且值得注意的是,美国次贷危机正促使全球船舶融资重心从欧洲转移到亚洲,增加了造船资本市场的活力。“中国船舶工业经济研究中心一位专家分析说。

对此,业内船舶制造业证券分析人士也认为,虽然船舶金融更多与船东、航运市场相关,融资重心转移并不会对船舶制造业有直接影响,但无疑会为国际资本看好亚洲船舶增加砝码。

中移动八城市 TD 网升级 TD 终端数量达 38 款

◎本报记者 张颖

中国移动董事长王建宙日前关于“中移动支持TD发展责无旁贷”的言论绝非一句空言。上海证券报记者昨日从TD相关设备商了解到,中国移动在八个城市的TD-SCDMA网络HSDPA功能升级测试完成。而截至2008年6月6日,已有21家终端企业的38款TD终端产品获得工业和信息化部颁发的人网许可证。

业内人士分析,由中国移动来运营中国主导的TD标准已板上钉钉,但中国移动能否在3G发牌前抢得市场先机,TD的进展将是一个重要的衡量指标。

记者观察到,近半个月来,中国移动的TD布局目前明显加速:5月初,中国移动启动了第二轮TD终端招标,总量在10万部以上。6月5日,TD第二轮商用正式启动,中国移动向每位用户补贴800-1500元话费,同时面向全社会公开募集6万名友好用户,扩大了友好用户的范围。而最为明显的表现则是,北京等城市的电视、广播和车身上都出现了TD宣传广告。

电信专家李进良认为,现在距离奥运会开幕的日子已经不到两个月,应该尽快启动TD设备的二期招标工作,迅速发展百万级用户,否则TD将错过一次发展的千载良机。

伴随八城市TD网升级完毕,TD终端也日趋丰富。TD-SCDMA产业联盟近日公布了获得入网许可的TD终端产品的最新目录:38款TD终端产品获得工业和信息化部颁发的人网许可证外,6家系统厂商取得TD-HSDPA全系列设备入网许可证。

业内人士称,丰富的TD手机产品为用户的多样选择做好准备,HSDPA网络的逐渐成熟将使TD-SCDMA网速慢的问题得到改观。在今年4月1日开始至今的TD-SCDMA试用过程中,TD-SCDMA网络最高只有384kbps为用户所诟病,以此多方认为TD-SCDMA相比WCDMA和CDMA2000相比技术落后。随着电信重组正式启动,中国移动更是坚定不移地走TD-SCDMA 3G标准路线,为了解决网速限制,中国移动引入被称为3.5G的TD-HSDPA技术。

此次获得工业和信息化部入网许可证的TD-SCDMA手机产品一共有32款。这32款产品分别来自19家不同的厂商,除去首批供应商中的6大厂商,一共新增了13家TD-SCDMA手机厂商。

业内人士分析,国际巨头的“异动”和新增了13家TD终端厂商充分说明,以前对TD前景担忧的厂商,已经纷纷认清局势,开始发力TD终端。

英博开价463亿美元购安海斯

◎本报记者 于兵兵

被称为史上最大啤酒并购案的英博欲购安海斯一事近日传出新进展。昨天,有市场消息称,比利时英博啤酒为收购安海斯开价463亿美元(约3611亿港元)。资料显示,英博目前为世界排名第一的啤酒生产企业,而安海斯因持有世界知名啤酒品牌百威而排名世界第三。

瑞信分析师陈磊认为,安海斯作为家族企业可能会对并购一事有所抵抗。而最新消息是,安海斯已经表示董事会将仔细评估收购要约。据了解,目前英博开出的价格相当于安海斯每股65美元,较安海斯周二晚收市价58.35美元溢价11.4%。

一旦英博并购成功,其对中国啤酒市场的格局影响不小。陈磊介绍,按照瑞信证券分析,目前中国啤酒市场以销售量排名,前四位分别是华润雪花、青岛、燕京和英博,但因为安海斯参股中国另外两大啤酒品牌哈尔滨啤酒和青岛啤酒,合并后的英博将跻身中国啤酒行业市场占有率第二位。

浙江商品房销售持续萎靡

浙江省统计局日前发布的统计快讯显示,今年前4个月在房地产开发规模不断扩大的同时,商品房销售却依然萎靡不振,继续处于下降态势。

今年1-4月,浙江全省房屋施工面积15025万平方米,同比增长8.3%。其中,住宅施工面积10832万平方米,同比增长5.0%。房屋新开工面积1628万平方米,同比增长18.1%,其中住宅新开工面积1122万平方米,同比增长7.9%。

与此同时,受信贷资金紧缩、贷款利率上涨等多个因素的影响,浙江省商品房销售面积出现了下降,且降幅有所扩大。1-4月全省商品房销售面积885.2万平方米,同比下降13.9%,其中住宅销售面积下降13.8%;办公楼下降8.5%;商业营业用房下降17.3%。但是,90平方米以下和经济适用房的销售面积分别增长了1.4倍和4.9倍,销售额分别增长2.4倍和6.1倍,说明中小户型中低价位住房受到市场欢迎,显示供需的结构性矛盾仍较为突出。(据新华社)

武汉商品房成交量下滑

被武汉开发商寄予厚望的六月商品房交易仍是一片清冷,加上连日大雨,六月的第二周这里的商品房成交量下滑了15.78%,每日商品房销售量仅146套。

武汉房研中心介绍,目前武汉市主城区在售楼盘454个,成交均价每平方米6132.75元,比上周下跌了43.84元,价格跌幅为0.71%。从成交量看,6月4日到6月10日武汉市销售商品房1025套,较上周减少了192套,降幅为15.78%,平均每天销量146套。

中国指数研究院华中分院分析师李国政分析,从年初到现在武汉房地产市场一直较为低迷,不少楼盘将开盘期一推再推,直到目前成交情况也未见大的起色。(据新华社)