

Companies

4年来首次 乘用车月销量同比下降

◎本报记者 吴琼

中国乘用车销量增长率满盘翻绿。昨日,来自中国乘用车联席会的数据显示,8月,乘用车共计销售434271辆,同比下降5.4%,环比下降6%。这也是4年来首次单月销量低于去年同期。乘用车联席会秘书长饶达认为,今年全年销量增长率可能降至6%至8%;但今年已经成为汽车价格拐点,未来将由降价周期转入缓慢提价周期。

在细分市场上,“降温”最快为MPV市场,其次为SUV市场。数据显示,8月份,轿车销量为335296辆,环比下降0.9%,比去年同期下降5.4%;MPV销量为12255辆,环比下降18.3%,比去年同期下降28.7%;SUV销量为28855辆,环比下降15.8%,同比下降0.8%;其他市场的销量为57865辆,环比下降22.3%,同比下降5.7%。

8月份,狭义乘用车销量综合前十名的企业分别为上海大众、一汽大众、上海通用、一汽丰田、东风日产、广州本田、北京现代、奇瑞汽车、长安福特、广州丰田,销量分别为40230辆、34730辆、31722辆、28109辆、27718辆、25018辆、16453辆、12760辆、12370辆、12051辆。

如果按国内外销售批发数排名,排名前十的企业则分别为一汽大众、上海通用、上海大众、一汽丰田、东风日产、广州本田、奇瑞汽车、北京现代、吉利汽车、广州丰田,分别为39215辆、33124辆、31059辆、



26513辆、25045辆、25018辆、20428辆、16453辆、13955辆、13781辆。

造成这一变化的主要原因有两个:其一,部分企业的批发数远远大于零售数,差距部分为经销商库存;其二,部分企业海外出口量较大,因此其国内外销量排名较为靠前,如吉利汽车、奇瑞汽车。

饶达表示,乘用车严重超前消费导致的此轮中国汽车市场超

高速增长已结束。今年下半年,很可能出现半数以上的月份销量同比负增长,全年增长率可能降至6%至8%。明年年初,中国汽车市场的增长率会较低,到明年年中,由于产销基数较低,汽车销量同比增速可能加大。

虽然中国乘用车市场的增长率下降,但并不意味着价格战会大规模上演。饶达指出,今年将成为汽车

价格的转折点,将从多年来的连续降价转为逐步涨价。虽然目前汽车价格低于去年同期水平,但今年多数月份车价较前一个月有所增长。预计今年年底或明年年初,汽车价格将高于去年同期水平。届时,中国汽车的降价竞争周期将基本结束,以技术、质量、营销、品牌、服务的竞争将从后台走向前台。从车价角度考虑,今年将是购车最合算的时节。

广寻中国伙伴 菲亚特属意广汽集团

◎本报记者 吴琼

尽管中国汽车市场增速放缓,但海外企业仍视之为避风港。昨日,来自菲亚特汽车的消息显示,为减轻菲亚特在欧洲销量疲软的负面影响,菲亚特汽车正在寻找新的中国合作伙伴。正与菲亚特汽车进行技术合作的广汽集团,成为市场关注的焦点。

昨日,菲亚特集团和菲亚特汽车首席执行官 Sergio Marchionne 表示,菲亚特汽车正在和数家中国潜在合作伙伴谈判,希望借此弥补菲亚特在意大利乃至欧洲销售疲软的负面影响。尽管他未透露具体企业名称,但众泰控股集团有限公司、广汽集团将牵手菲亚特汽车,却在市场广为流传。

菲亚特官方未公开评价众泰集团,但对广汽集团显得相当倾心。菲亚特汽车中国首席代表保罗·阿尔贝里诺告诉记者,“确实,我们和广汽集团在进行一些技术合作方面的探讨。不过,目前合作限于技术层面,主要是帮助广汽集团开发自主品牌车型。”

如果菲亚特汽车和广汽集团合作的传闻成真,那么菲亚特汽车或将搭上中国汽车发展的下一列班车。

菲亚特汽车显然寄希望于未来在华的合作进展。Sergio Marchionne 表示,菲亚特汽车可能推迟在华销售预期,将实现30万辆汽车销量的时间推迟至2010年后。

蒙牛副总裁姚海涛:

中国乳业增长 将步入“白银时代”

9月7日在内蒙古呼和浩特举办的2008国际发展论坛上,蒙牛乳业集团(股份)有限公司副总裁姚海涛说,今后中国乳业的增长将从“黄金时代”步入“白银时代”,并呈现与GDP同步增长的态势。

姚海涛介绍说,过去的10年,世界乳业年增长1.5%,而中国乳业则保持在20%左右的水平,相信未来十年中国乳业的年增长率应在6%至10%之间,并将呈现与GDP同步的态势,从而由“黄金时代”步入“白银时代”。

对于这样乐观的分析,姚海涛解释说,原因在于中国绝对奶人口将继续增加。目前中国有约3亿经常饮奶人口,而随着城镇化进程的继续、城镇居民饮食结构的改变和农民的不断富裕,中国经常饮奶人口比例将继续提高,预计到2018年,经常饮奶人口将达到5亿至6亿。(新华社)

中国奶协: 构建长效机制是 乳业健康发展的关键

中国奶业协会理事长刘成果近日在哈尔滨举办的中国奶业协会2008年会”上表示,只有构建长效机制,才能解决乳业发展中的深层次矛盾,保障乳业持续和谐发展。

刘成果说,近年来乳业出现较大波动的直接原因是饲料价格上涨,原料奶价格偏低,但深层次原因则是乳业各个环节存在问题的集中表现。因此,除继续推进奶牛养殖规模化、集约化、标准化外,必须从解决乳业发展深层次矛盾入手,构建乳业持续健康和谐发展的长效机制。

刘成果认为,奶业的长效机制,不是一两个机制,应该是一个配套的机制体系。国内外的实践证明,只有建立长效机制,才能理顺奶农与乳品加工企业之间的利益关系,及时合理地调整原料奶价格,保障奶源基地的稳定,保障生产、加工、销售的协调发展,避免奶牛养殖和乳品加工两层皮,避免乳品企业低水平重复建设,消除产销各环节的利益冲突。

刘成果还表示,由于国家扶持奶业发展政策逐步落实,当前我国奶业市场原料奶价格提高,奶牛存栏稳定,奶产量增加,奶牛饲养效益提高。根据对黑龙江省哈尔滨市郊区和双城市的典型调查测算,今年三月份散养户、养殖小区和规模养殖场销售原料奶的平均价格为每千克2.52元、2.8元和3元,分别比去年上涨0.832元、1元和0.7元,每千克的牛奶纯利润分别为0.16元、0.24元和0.86元。(新华社)

供应增加 上海购物中心空置率攀升

◎本报记者 索佩敏

上海高力国际物业顾问有限公司昨日发表研究报告指出,2008年上半年,由于数个新购物中心项目进入市场而增大了供应量,上海购物中心物业市场空置率比去年同期略高0.7个百分点,而租金则同比继续上升。高力国际认为,新增供应会使全年空置率有所上升,预计2008年底全市购物中心空置率约为9.7%。

高力国际指出,2008年上半年,数个新购物中心项目集中在长宁区及黄浦区,共释放出109740平方米的商业面积。由于这些新建购物中心项目的成熟需要培育时间,

以及一些购物中心业态调整,上海购物中心物业市场空置率由此有所回升,达到7.6%,比去年同期略高0.7个百分点。从区域情况来看,传统商圈空置率为8.6%,同比上升3个百分点。与传统商圈相反,上半年新兴区域空置率下降至4.7%,比去年同期下降7个百分点。

租金方面,今年上半年,上海购物中心首层平均租金达到每天每平方米31.0元,较去年同期增长4.5%,环比上升1.5%。二层平均租金达到每天每平方米22.5元,比去年同期大幅上涨10.3%,环比上涨9.7%。

从未来供应来看,2008年下半年,购物中心供应量约为20万

平方米,其中新兴区域的供应量占35%左右,并且集中在普陀区。高力国际认为,新增供应会使空置率有所上升,预计2008年底全市购物中心空置率约为9.7%。其中传统商业区空置率将上升到10.6%左右,而新兴区域预计回升到在7%左右。

高力国际同时预计,2008年下半年上海购物中心首层平均租金增长率为6%。传统商业区租金同比增长率约为6%左右,新兴区域租金的增长率约为4%。由于下半年新上市项目主要位于小陆家嘴外围的区域,整体租金相对较高,增大了传统区域项目整体比重,也拉高了传统区域的平均租金。



空调能效“门槛”要提高? 明年3月前揭晓

◎本报记者 张良

中国标准化研究院能效标准管理中心所长王若虹昨日向上海证券报透露,虽然目前空调能效新标准的准入“门槛”尚未确定,但修订后的空调能效新标准肯定会在明年3月之前出台,其具体实施时间仍待定。

早在2004年,国家就制定了《房间空气调节器能效限定值及能源效率等级标准》。根据该标准的要求,预计到2009年,将中国市场的空调

能效标准门槛由现行的5级能效提升为2级能效,即提高3个等级。

今年1月底,中国家用电器协会曾向国家发改委建言把能效比调整为目前的3级比较稳妥,也有利于行业的健康发展。但国家标准化委员会在今年6月18日下发的《房间空气调节器能效限定值及能源效率等级》升级征求意见稿依旧延续了2004年提出的要求,即将空调能效比提高至现行的2级水平。

该征求意见稿一出,引发了业

界越来越多的争议。国内空调企业大都希望空调能效标准能够放缓“脚步”,先升级到目前的3级,而日韩系空调企业则是升级到2级的坚定支持者。一位国内中小型空调企业负责人此前在接受记者采访时曾表示,出于对生产成本的考虑,1、2级能效比空调产品的市场售价普遍较高,市场需求也比较有限,因此目前市场上超过80%的空调仍以3-5级能效比空调为主。征求意见稿一旦在明年3月份强制实施,并且仍然

坚持2级能效比的准入标准,那么对公司来说无疑将压力骤增。

王若虹告诉记者,空调能效标准的准入门槛究竟是升级到现行的3级还是2级水平,目前各方仍有争论,还未最终确定。但可以肯定的是,这一问题一定会在明年3月之前得以解决,修订后的空调能效新标准也会在明年3月之前出台。从新标准出台到正式实施之间会有一个过渡期,一般大约半年左右。在过渡期内,空调企业的生产仍然可按照老标准执行。”

产业观察

奥运转播推高网络视频业 行业洗牌将加剧

◎本报记者 叶勇

今年被称为视频网站多事之秋:牌照的审核、政府监管的加大、版权问题,特别是运营和盈利问题,让整个视频行业走到十字路口,大洗牌和大整合已成业内公认趋势。

事实上,视频行业已成为少数者的游戏,从网络电视领域的PPS、悠视网和PPLIVE,到视频分享领域的优酷、土豆、酷六、乐风和六间房,谁能在这一轮洗牌中脱颖而出?恰逢其时的奥运带来了契机,直播权的争夺也使得洗牌时刻将加速到来。

奥运直播收视几何

网络视频的崛起使央视网手中的奥运视频版权成为各大视频网站逐鹿的焦点。

6月底,央视网分别授予PPS和悠视网奥运视频直播权。PPS方面人士透露,奥运赛事转播的起步价为3500万元。悠视网CEO李竹称,悠视网与PPS购买都是全部赛事内容,所花费的价钱为2000万至3000万元之间。不过,随后,酷六、PPLIVE也不甘示弱,纷纷出手购买。不过,PPLIVE仅购买了部分节目的直播权。

巨额争夺直播权为何事?悠视网CEO李竹直言,让所有网民充分利用、了解网络视频。对于广告主来说,将看到网络视频的力量,今后也会带来更多的广告投放。

当然,不参与者也有它的道理,优酷网CEO古永锵称,没有花重金向央视网购买转播权是考虑到多数观众仍然习惯于从电视媒体收看赛事直播,也考虑到赛事直播的同质性强,很难判定高额投入是否能够收到

预期效果。

不过,可观的是直播为网站带来的流量。有统计数据称,网络传播受众规模达2.44亿人,其中80%的人通过互联网观看了奥运。

当然,最大的好处显然不是赚钱。业内分析人士指出,悠视网、PPLIVE购买奥运直播权的最大好处就是既提高了品牌形象,又拉近了向主流文化靠拢的距离。

盈利能力是“终极指标”

无论是视频分享网站还是网络电视,作为一个企业,盈利能力始终是考量其发展的“生死关”。悠视网今年年初宣布,其2007年12月实现盈利,全年收入总额达1000万美元,成为国内视频网站中首个实现盈利的网络电视媒体。据记者了解,另外两

家网络电视企业尚未表示其已盈利。

业内人士认为,视频网站的盈利显然对于投资者和广告主都是一个巨大的信心。不过,视频分享网站“烧钱”仍在继续,在李竹看来,视频分享网站不时爆出的巨额融资消息就是仍在“烧钱”的明证。

从盈利具体方式上看,悠视网的广告为主,网吧增值服务为辅的方式显然具有代表性。NIKE、奥迪、雪花啤酒加入广告主行业也显示了网络电视的价值发现的提升。

业内分析指出,网络电视原有100多家,现在只剩3家了,相差不多,从销售、覆盖面来说悠视网首,但从客户端流量看,PPS更多一些,在版权和用户上有竞争有合作。现在面临的挑战是找准自己的媒体定位,谁找准了自己的定位,谁尽快实现自己的盈利谁就是成功的。(新华社)

我国软件服务业 保持高速增长态势

工业和信息化部软件服务业司司长赵小凡8日在厦门透露,上半年我国软件服务业保持高速增长态势,软件和信息服务累计实现收入3456.7亿元。

赵小凡在出席此间召开的第二届亚洲-太平洋地区软件园高峰论坛时表示,软件服务业上半年的累计收入同比增长了30.4%,增速比2007年同期提高了7个百分点,比电子信息制造业高出9.7个百分点。软件出口及服务外包发展形势良好,完成出口额49.5亿美元,同比增长45%。

赵小凡说,2008年及今后几年,我国软件和信息服务业面临的发展环境总体是有利的,良好的国民经济发展水平为产业快速发展提供了坚实保障,同时信息化与工业化融合成为推动产业发展的强大驱动力。

赵小凡同时表示,与国际先进水平相比,我国软件和信息服务业还存在较大差距,如产业总体处于做大的发展阶段,产业结构还需进一步优化,经济效益较低;自主创新能力不强,缺乏能与跨国公司竞争的龙头企业;软件人才结构性矛盾和供需矛盾突出;公共技术平台支撑能力还需进一步加强,服务体系有待完善等。

据统计,2007年,我国软件和信息服务业规模达到5834亿元,在全球软件产业中的份额由2000年的1.3%提升至8.74%。截至去年底全国共认定软件企业超过1.8万家,登记备案软件产品超过5万个,已有521家企业收入超过亿元,其中收入超过10亿元的企业有40家。(新华社)

浙江将启动 万家企业电子商务推进工程

◎本报记者 陶君

浙江省近日宣布,将于近期启动“万家企业电子商务推进工程”(下称“万企工程”),此项将于本月正式启动的计划依托阿里巴巴电子商务平台,通过财政支持的方式构建一个浙江电子商务专区。并计划在3年内,实现注册用户数超200万个、企业会员总数超40万家,开展电子商务业务的企业超20万家的目标。

据了解,为激发企业开展电子商务的积极性,浙江省将依托B2B模式的开创者“阿里巴巴”公司的营销平台,将其平台上已有的浙江企业和新增的企业汇集起来,形成“阿里巴巴”浙江专区。

近年来,浙江省积极发展电子商务,已经成为我国电子商务最发达的地区之一,中小企业电子商务应用全国领先,全省有20.8%的中小企业已开展了电子商务,远高于全国2%的平均水平。截至2007年底,浙江省中小企业电子商务成交额突破5000亿元。

DHL中亚区枢纽中心 扩建完成

◎本报记者 索佩敏

四大快递之一的DHL昨日宣布,斥资1.1亿美元的中亚区枢纽中心扩建项目已经完成。DHL中亚区枢纽中心的总投资额为2.1亿美元,是亚洲首个大规模的自动化快速枢纽中心。而这一中心在未来也将与位于浦东的北亚枢纽中心互相配合,共同处理区域内货物。

DHL中亚区枢纽中心位于香港国际机场,扩建后的面积增加一倍至35000平方米,预计今年可处理4000万件货物。扩建后,中心内先进的自动化设施每小时可处理75000件文件及货物,较扩建前每小时35000件的处理量增加114%。通过自动化运作,处理货物的时间由12分钟进一步降至7分钟。

DHL还表示,北亚枢纽中心将于2010年落成后,届时将与香港的中亚区枢纽中心互相配合,共同处理区域内货物,进一步提升运营效率。

海南众多本土品牌 被“移动实名”抢注

对于当今的“移动一代”而言,手机早已超越了通话功能。据悉,随着3G通信在国内几个大城市投入使用,依托3G开发的移动商务平台和应用迅速在全国范围内推广,现已有众多淘金者“钻”进手机市场,“移动实名”抢注现象层出不穷。

对于大多数人来说,“移动实名”是一个新名词。据率先在海南抢占这一市场的用友移动海南运营中心负责人胡静介绍,移动实名是基于3G移动网络建立的一个大型全功能移动电子商务平台,入驻的商家和企业可以通过移动实名进行市场营销、品牌展示和产品推广与销售,并可实现移动交易和支付。就像现在广泛使用的阿里巴巴、百度、淘宝网一样。用户按手机的按键,就可以穿行在上百家商店中进行消费。

据了解,海南省目前已经有300多个“移动实名”遭抢注,包括“天涯海角”“三亚旅游”等海南众多本土品牌,这些“移动实名”大多都被个人抢注。

据介绍,参照互联网的发展速度,手机网络将很快普及。目前在移动实名上注册实名的多为投资者,而很多被抢注的企业还不知道此事,这对那些还没有注册的企业来说,无疑将是一次冲击。(新华社)