

中日韩商议新“安大线” 终点大连 投资三三制

■本报记者 勾新雨 刘长杰 北京、大庆报道

“你想去油田看看？你现在就在油田啊。”8月12日,在大庆石油管理局的8楼,该局宣传部工作人员李方俊对记者说。

这显然是一座建设在油田上的城市,在马路边,在火车站前,在商店门口的3米处,在距离居民楼5米远,在记者住宿的酒店窗子前,就是一个个日夜不停运转的采油机。

多年以来,一条争论不休的中俄之间的石油运输管线“安大线”的走向,直接决定着这个石油资源日渐枯竭的城市的命运。而在近日,另一条“安大线”的设想正在中日韩三国的学者和银行界之间秘密商讨,其终点不是大庆而是中国北方著名的港口城市——大连。

三方秘商新“安大线”

中国人民大学国际能源战略研究中心主任查道炯,是在8月初向本报记者透露三方设想新“安大线”这一消息的。

据其介绍,安大线现在最新的进展是,“不管源头从俄罗斯的哪里来,终点是建在大连而不是大庆。”而且,这条管线计划实行三三制,即中日韩三方各投资30%,石油到了终端港口再三分分成。

查说,现在主要是三国的银行界和学者在谈,属半官方性质的接触和磋商。今年6月份已在中国谈了一次,随后的9月与明年3月,将在韩国与日本各谈一次。“中方现在有三个人在参与,我、发改委能源研究所所长周大地和外交部研究所的一位人士。”

8月24日,发改委能源研究所能源经济与发展战略研究中心主任高世宪向记者证实了这一消息。他说,“这个规划确实在做,中俄能源合作也有上升的空间,但是安大线已经谈了这么多年了,都没有成功,现在我们要再主张建在大连的话,那是自己在给自己制造杂音。”

对外经贸大学国际经济研究院的韩立华研究员对此则表示乐观,她在今年年初刚刚完成了一份东北亚能源竞争研究报告。她对本报记者说:“三方合作的可能性是有的,长远地看中日韩在能源上只能走合作的道路,否则就会走进死胡同,这样的多边合作其实也符合俄罗斯的利益。”

四国演义

对于俄罗斯酝酿多年的为中国或日本修建石油管道的计划,查道炯现在仍持怀疑态度,他说,“这不太可能”。

查分析说,首先,对于俄罗斯来说,最害怕的是石油管线的终端只有一个用户,无论是中国还是日本,这样都会受制于人。

其次,俄罗斯一方面不愿别人插手开发本国能源,另一方面也不愿为开发贸然投下巨资;此外,俄罗斯也会顾及与欧洲的关系,在相当程度上,俄罗斯更依赖于欧洲。

东北亚地区的能源局面因此在一个供应大户俄罗斯、与三个需求大户中日韩之间形成了微妙博弈的局面。

据韩立华介绍,在东北亚地区,中、日、韩三国分别是世界第二、第三、第六大石油消费国,三国的能源对外依赖日趋严重,尤其是日韩两国的石油消费几乎100%依赖进口。

据相关估计,亚洲地区石油的总消费量在2000—2010年间将增长35%,其中海湾国家的份额将从52%扩大到65%。这样严重依赖持续动荡不安的中东地区,海上运油的漫长运输线又存在极大的安全风险,因此近年来,东北亚国家开辟新的石油进口通道的愿望非常迫切,而近在咫尺的石油大国俄罗斯成为了首选。

中日之间在石油资源上的竞争早已开始。在远东,为争夺“安纳线”,日本向俄罗斯承诺提供近200亿美元的无任何政治附加条件的长期低息贷款;在非洲,日本承诺今后5年无偿向非洲提供总额10亿美元的帮助,同时保证放弃对非洲等重债务贫困国家总额约30亿美元的债权;在中亚,日本将向中亚国家提供包括财政支援在内的帮助。

如此背景之下,中日韩,尤其是中日两国能够联手来吗?

中国社科院俄罗斯东欧中亚研究所研究员、能源问题专家李福川告诉记者说:“在这样的情况下合作,不能说可能性一点没有,但微乎其微。”

查道炯也表示了如此担心,“管道在中国境内,怎样让日本和韩国放心将是个问题。现在设想是整个线的经营上组成一个联盟,就像一条线

上多拴几个蚂蚱。”

“能源合作的核心问题就是信任问题,欧洲的一体化正是从管道合作开始的。”查说,“如果日本打消顾虑,三方共同建设管道,将有非常大的连带效应,在东北亚的能源合作上将迈出非常坚实的一步。”

据悉,这个方案实际上是日本银行界最先提出来的,当时小泉政府要求日本银行筹借款项建设泰纳线,因为耗资巨大,日本银行就想出了这个办法。

韩立华说,韩国和中国合作的意愿一直很强烈,日本民间也想合作,但政府意图与企业并不完全相同。泰纳线的修建成本很高,日本政府也得靠银行,“小泉是极右政府,如果下一届政府温和,合作可能会更快。”

不确定性

分析人士指出,在三方共建管道的设想中,韩国最为受益,而俄罗斯分外紧张。因为如果中日韩三个消费大户联起手来,俄罗斯就难以达到以石油为筹码分而治之的目的了。

长期研究安大线的李福川对这个设想就抱有强烈的怀疑。他在8月25日告诉本报记者:“我是第一次听到要把安大线的终点修到大连的说法,这不太可能。”

他认为第一个关键性的问题就是,油从哪里来?而即使解决了油源问题,俄罗斯把管道的终点放到中国的境内也不现实,这样等于是俄罗斯在自我否定。“当年正是因为不愿把管道修建到中国境内,安大线才改成泰纳线的,现在再改,对俄罗斯人来说太没面子了。”

“像这样的项目,俄罗斯要通过政府决议才能实施,现在不光没有相关的决议甚至连讨论也没有,况且即使有政府决议也可能被推翻。”李说,“对俄罗斯而言,如果只修一条线的话,会非常被动,尤其是油价下跌的时候。”

李同时认为,如果俄罗斯的8000万吨或者5000万吨一旦进入中国境内,美国一定是会干预的,“这等于美国失去了制衡中国的一个重要手段,就是石油的海上运输线。”

大庆高新区经济科技局副局长、大庆化工研究院院长张洪升,也对新安大线的设想表示了谨慎的反对。

“修到大连的可能性不大,”张认为,大庆铁路交通很方便,各项基础设施都在建设,且从大庆到大连已有现成管道,“大庆完全可以成为一个石油的中转站,我们正在争取建设国家石油战略储备基地。”

韩立华则说:“修到大连,运输到韩国,日本是方便了,但大庆那么多的炼化设备怎么办?大庆的油越来越少,这还关系到振兴东北老工业基地的问题。我刚从大连回来,那里只有储备基地的储油罐,并没有炼厂。”

据张洪升了解到的最新消息,还是泰纳线的一期工程的胜算比较大,“管道修到漠河的对岸,离中俄边境线只有60公里处的斯科沃罗季诺,然后通过铁路或者管线运到中国。”

至于二期修到纳霍德卡的计划,张洪升和李福川都表示,“这是很久以后的事情了,如果给中国3000万吨以后就没有油了,就不会修了。”

链接

泰纳线简介

2004年最后一天,俄罗斯总理米哈伊尔·弗拉德科夫正式签署文件,决定由俄罗斯国营石油运输公司修建一条从泰舍特至纳霍德卡的石油运输管道,即泰纳线。

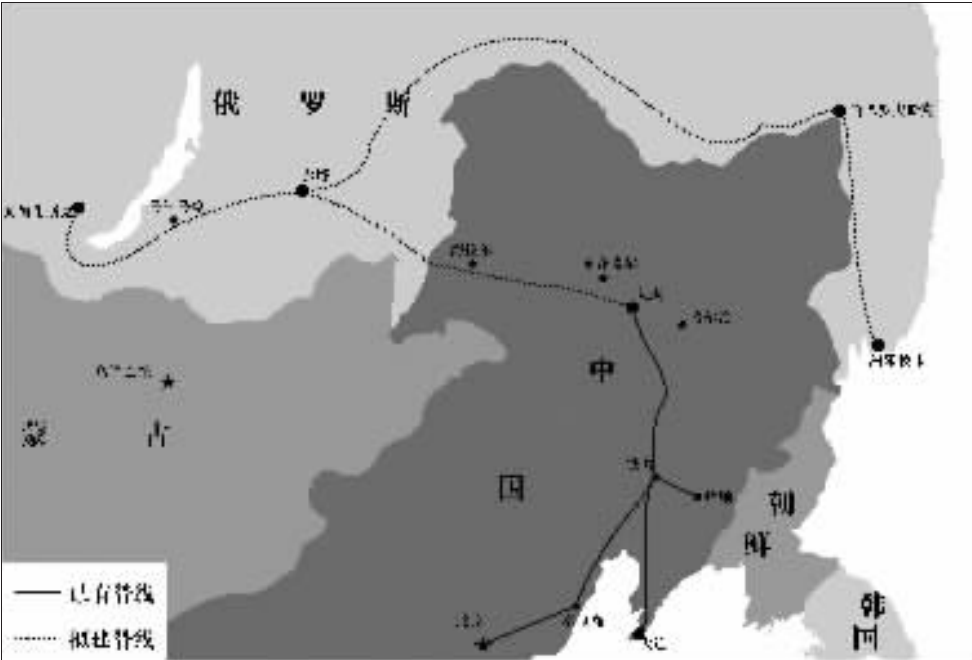
“泰纳线”实际上是“安纳线”的改良版,即在“安纳线”的基础上作出的远离贝

加尔湖的修改方案,“泰纳线”的起点改在了距阿加尔斯克西北约500公里的泰舍特。

该管线穿越贝加尔湖北部,然后沿着贝加尔—阿穆尔大铁路南下,途经滕达和斯科沃罗季诺,并沿着俄中边境地区一直通向纳霍德卡附近的佩列沃兹纳亚湾。

“泰纳线”的管道设计总长度为4130公里,途经伊尔库茨克州、阿穆尔州和哈巴罗

夫斯克边疆区,管道建设周期预计为4年,管道的年输油设计能力为8000万吨,输油管道的直径为1220毫米,沿途修建32个油泵站。



设想中的新“安大线”终点建在大连而不是大庆

■制图/钱子兰

俄对华石油出口锐减 近忧而非远虑

■本报见习记者 巫楠 记者 刘长杰 北京、哈尔滨报道

能源领域的专家认为,俄减少对华石油出口并无任何政治背景,而主要源于俄罗斯在石油运输的基础设施、及出口关税等方面的问题,因此目前的“断炊”只是暂时情况。

8月初,俄罗斯铁路公司宣布,将今年向中国运输的石油预测总量从1000万吨下调至700万吨,这直接导致东北部分炼油厂“断炊”。

1000万吨到700万吨

今年7月,俄罗斯运输部长列维京访华期间表示,在2004年俄罗斯铁路向中国输送600万吨的基础上,2005年俄预计将通过铁路向中国出口1000万吨石油,而到2006年,俄罗斯政府通过铁路向中国的石油出口将增加至1500万吨。

但目前看来,这一目标的实现似乎非常困难。虽然同比增长了28.4%,但今年上半年俄通过铁路对华出口的石油总量仅为370万吨,只完成了全年原计划的三成多。

8月5日,俄罗斯铁路公司即宣布,将今年向中国运输石油的预测总量从1000万吨下调至700万吨,剧减了近三成。

但8月17日,俄远东铁路局长扎伊琴科对当地媒体表示称:“俄罗斯铁路系统完全有能力保障将来‘东西伯利亚—太平洋’石油管道系统的石油运输量。”

列维京也表示,原先的“目标是可以实现的,但为此需做大量准备工作”。列维京所说的准备工作包括,铺设新线路和扩大俄边境口岸的货物通过能力等等,比如“东西伯利亚—太平洋”管道的建设。

中国能源网CEO韩小平先生在接受本报记者采访时也认为,导致俄对华石油出口量减少的主要原因,就是俄罗斯铁路运输能力低。“其原有的铁路系统老化,目前投资建设不到位,加之用铁路运石油成本比输油管线高,这些都使得俄罗斯在给中国输送石油时力不从心。”韩小平说。

而商务部国际贸易经济合作研究院欧洲部研究员刘华芹女士认为,“技术因素是阻碍俄向中国顺利输送石油的绊脚石。石油输出是一个复杂的过程,需要配套的基础设施支持,而目前俄罗斯的基础设施投资的资金到位,都还需要时间。”

据介绍,俄最大石油生产企业卢克公司的灌装能力受限,致使卢克公司从今年5月起已停止向中

国出口石油,这也是造成短期俄罗斯向中国输送石油能力不足的原因之一。

此外,俄罗斯国内有分析认为,俄政府近两年先后五次对石油出口提高征收税率,是导致俄对华原油出口量减少的又一个原因。

今年6月起俄罗斯每吨石油出口税上调至136.2美元,而2000年这一税额仅为14美元每吨。这对俄石油出口企业积极性打击很大。据俄媒体报道,高额出口税与中俄石油协议每桶石油的低廉价格之差,使得俄石油公司获利大大缩水。尤科斯董事会主席格拉克先因此抱怨,“向中国出口石油,不如国内市场更为有利可图。”

东北炼油厂断炊到几时

因俄方的运输能力、基础设施滞后与赋税问题,而导致的对华原油出口量的剧减,令诸如中石油哈尔滨石化分公司之类的东北炼油企业备受损失。

据该公司相关人士向本报记者介绍,企业今年申请了100万吨俄罗斯原油的指标,“如果得不到这么多的话,就会造成设备闲置、产能不足、人力开工不足,这无疑会加大企业的成本和负担。”

而且哈石化非常依赖俄罗斯原油。“像我们这样的内陆石化企业,(对俄原油)不依靠也得依靠,”该企业人士说,“大庆原油逐年减产,意味着我们从大庆油田分羹的机会逐年减少,而中东原油成本又过高,将来俄罗斯原油几乎是企业生存的惟一希望。”但综合各方的情况来看,“断炊”状况的解决值得乐观。

从运输能力来看,目前俄罗斯正在铺设从卡雷姆斯卡娅—外贝加尔斯克铁路复线,并准备对其进行电气化改造,预计于2007年全部完成。改造后该口岸每天可保障20对列车通过,从而将其石油工业运输能力翻倍。此外,俄正投建的乌亚尔灌装站建成后,俄每年将可通过铁路向中国出口1000万至1500万吨石油。

而在今年8月4日,俄经济发展和贸易部长格列夫表示,俄政府将在今年10月1日前出台旨在减轻石油企业税费负担的综合计划。这对俄石油出口企业也是个好消息。

黑龙江省社会科学院东北亚研究所宋魁所长也对本报记者表示,有两个国家的协议在手,目前的“断炊”情况并不会持续多久,只是市场正常的波动。

一周国际

人物

科尔德:本月底离职

汽车巨头戴姆勒-克莱斯勒公司旗下梅赛德斯轿车集团的负责人科尔德(Eckhard Cordes)将于本月底离职。在上个月戴姆勒-克莱斯勒首席执行官施伦普(Juergen Schrempp)宣布将于今年年底离开该公司后,科尔德立即递交了辞职信。科尔德是施伦普的密友,同时也是首席执行官职位的后继人选之一。科尔德在戴姆勒-克莱斯勒任职29年,他于去年10月份担任梅赛德斯轿车集团负责人,此前他在戴姆勒-克莱斯勒商用车部门任职期间工作出色。

事件

原油期货价格再攀新高

上周,纽约商交所十月原油期货合约盘中一度跃升1.69美元,至每桶67.40美元,涨幅2.6%。伦敦国际石油交易所十月布伦特原油期货收盘上涨1.40美元,至每桶66.05美元。纽约商交所九月汽油期货合约上涨6.78美分,收于每加仑1.9258美元。新的热带风暴及汽油库存大幅下降导致供应短缺担忧加剧,被认为是导致油价不断攀升的原因,分析人士表示,随着市场上看涨人气的日趋高涨,油价将达到每桶70美元。

外交

印度寻求 同中国共同投标收购油气资源



印度石油部长 艾亚尔

印度石油部长艾亚尔在23日说,印度将会寻求同中国一起投标,收购其他国家的油气资源。据报道,艾亚尔是在印度公司同中国公司收购哈萨克斯坦石油公司的竞争中失利后作此表示的。艾亚尔说,印度竞标失败强烈地表明,在投标收购石油和天然气资产方面,印度需要同中国采取合作的态度。艾亚尔说,他将在11月份前往北京访问,探讨在可能的情况下,以及在符合相互利益的时候,两国共同投标。

公司

穆迪将通用汽车和福特的公司债券评级下调至垃圾级

信用评级公司穆迪投资者服务将通用汽车公司和福特汽车公司债券评级下调至垃圾级,此前标准普尔公司也有类似举动。穆迪此举反映通用汽车和福特工会化的美国汽车制造业业务的基本竞争问题仍有待解决,尽管两公司近期销售有所增长。穆迪此次降级将影响到两公司金额高达1,500亿美元的债券融资计划,垃圾级信用评级将增加通用汽车和福特的融资成本。两公司新闻发言人对穆迪的这一决定表示失望,称公司正致力于改善业绩,而且已经出现了好转的迹象。

勘误

本报2005年8月22日出版的第225期报纸中,

03版《国资委放榜》一文中第8段“都无法除具审计结果”中的“除具”应为“出具”。责编文钊;

12版《非常华安》一文中,小标题《李光荣走向前台》下第五段中“刘贵昌”应为“刘昌贵”。责编高凡;

07版读者回音2中,“……启示:太上,下只其有;其次,亲而誉之;其次,畏之;其次,侮之。”应为“太上,不知有之;其次,亲之誉之;其次,畏之;其次,侮之”。责编闫婷。

特此更正,并向读者致歉。
本报值班电话:64209022 转125

六方会谈:在乐观与悲观之间

对于会谈的前景,最大的可能性是跟前几次的会谈一样,能取得实质性进展,但要取得决定性的突破并不容易

■本报实习记者 罗才盛 特约记者 孙宇挺 综合报道

在经历了短暂的三周休会会后,第四轮朝核六方会谈将于本周(8月29日起的一周)“按计划如期举行”。

8月24日上午,正在日本访问的朝核问题第四轮六方会谈中国代表团团长、外交部副部长武大伟与日本代表团团长佐江贤一郎举行了会谈,就第四轮六方会谈下一阶段会议有关问题交换了意见。武大伟在随后举行的新闻发布会上表示,在与各方协商后,六方会谈将“按计划如期举行”,即于8月29日开始的一周恢复举行。

此前,武大伟在就六方会谈发表主席声明后回答记者提问时表示,“如果说我们是在爬山的话,我们已经看清了山峰。现在休会的目的,是为了更顺利地到达山峰。”

第四次六方会谈原定于2004年9月举行,但因美朝之间分歧太大一再延迟。在中韩等国的努力下,2005年7月26日,搁浅的六方会谈终于得以恢复。

8月7日,为使各方代表团回国向各自政府报告会议情况,进一步研究各自立场,以解决尚存的

分歧,会议决定暂时休会,第四轮朝核六方会谈第一阶段宣告结束。

在三周休会期间,各方都通过双边交叉接触,为继续举行六方会谈并达成妥协而积极地进行外交努力。

据韩国联合社报道,美国国务院发言人麦考马克24日称,朝鲜和美国在休会期间共举行了四次双边接触,相互协调了立场。美国负责朝鲜问题谈判的特使约瑟夫·德特拉尼以“外交性交换意见”的形式,通过“纽约渠道”向朝方表示,美方愿意随时答复朝鲜方面对六方会谈的疑问。而朝鲜方面也对美国的这一善意做出了回应。

几乎与此同时,韩美之间的会晤也在紧锣密鼓地进行。8月23日,正在美国访问的韩国外交部长潘基文,于当日下午与美国国务卿斯宾先后进行了历时130多分钟的两次会谈,并与美国国防部长拉姆斯菲尔德会面,就解决朝鲜核问题交换意见。

双方重申朝鲜应放弃所有核武器和核计划,重返《核不扩散条约》。潘基文随后对媒体称,“已和美

国形成共识,决定在六方会谈复会后,对包括朝鲜和平利用核能在内的所有问题,授权各自的首席代表密切协商。”

除朝美之间的接触以及韩美外长的晚餐会谈外,六方会谈美国代表团长希尔和正在访美的中国外交部亚洲司高官的晚餐会晤,也于23日在华盛顿举行。此外,25日,希尔还将与到访的六方会谈日本代表团长佐江贤一郎举行会晤。

韩俄之间也在互动。正在访问莫斯科的韩国国家安全保障会议副秘书长李钟奭22日与担任六方会谈俄罗斯首席代表的俄副外长阿列可谢耶夫举行了会谈。据俄罗斯外交部宣布,李钟奭和阿列可谢耶夫除了确认两国将在重新召开的六方会谈中进行积极努力外,还一致同意将积极促进意见调整以能够在协商中达成共同文件。

而在中国方面,除了武大伟副部长于23日访问日本外,中国代表团还计划访问朝鲜。

“从一系列迹象来看,美朝双方的态度由强硬渐转向温和,在此次会谈中,双方表现出了认真态

度以及务实作风,提出了清晰细致的观点。”国际问题专家时殷弘在接受本报记者采访时说。

时殷弘认为,如果朝鲜的核计划一旦实现,美国的利益和处境将受到空前严峻的考验,所以布什政府第一次开始有了紧迫感。而朝鲜也清楚地看到,如果这样僵持的局面长期发展下去,国内的经济困难得不到真正的缓解,在外交上也会碰到越来越大的问题。

对于会谈的前景,时殷弘教授认为现在还很难预测,最大的可能性是跟前几次的会谈一样,能取得实质性进展,但要取得决定性的突破并不容易。

美国六方会谈代表团团长、助理国务卿希尔23日在华盛顿的表态似乎印证了时殷弘的判断。希尔称,美国将对“一个并非重要障碍”的问题采取灵活态度,朝鲜方面的要求只是个“理论上的、处于下游的”问题。“我们有一系列措施,使他们没有必要拥有核计划。”希尔说。

这被分析人士认为是美国态度软化的迹象。24日,美国务院高官在回答会谈需要多长时间时说:

“可以预测在13天以内达成协议,但如果必要,也有可能需要13天以上。”

韩国副外长李泰植则对即将复会的会谈前景表示乐观:“问题的大部分已经解决了……作为对朝鲜放弃所有核计划的回报,美国承诺朝美关系正常化,我相信很快会有好结果。”

另外,据俄罗斯国际文传电讯社消息,在上周参加朝鲜半岛光复60周年纪念活动期间,普京总统的远东地区事务特使普利科夫斯基与朝鲜最高领导人金正日也举行了数次会谈。金正日告诉普利科夫斯基,如果美国继续威胁朝鲜,朝鲜就“连一枚核弹都不需要”,还可以重返《不扩散核武器条约》。据称,金正日也肯定了六方会谈的积极作用。

但也有人对这种乐观表示怀疑,克林顿政府时期对朝协商代表团成员之一的美国战略与国际研究中心研究员乔尔·威特表示,几乎没有迹象表明朝核危机即将找到突破口,在朝鲜实际弃核之前,需要经历众多条件和阶段。因此他认为,希尔“要快速解决问题”的想法“令人吃惊和无法理解”。

汇市做市商缓行

■本报记者 马宜 北京报道

8月25日下午，交通银行一位外汇交易人员欣喜地告诉记者：“刚得到交易中心通知，我们可以在银行间做远期了，下午已经开始报价了。”

从8月15日远期交易上线到25日，交易主体由3家国有银行一下扩容到包括中资、外资十几家金融机构，外汇远期的交易主体大举扩容。但是刚拿到远期交易牌照就跃跃欲试想进场一试的人似乎并不多。

与远期交易的迅速推广相反，曾经有望与远期交易同时推出的外汇市场另一重大改革，人民币做市商制度，则被央行暂时搁置了。

缺少演员的远期

“我们这次反应的确有点慢，周四能得到批准的那些银行，肯定是早就开始为远期交易做准备了，所以能在8月10日人民银行刚一宣布开办银行间远期外汇交易时就递交了申请。”8月25日，一家中资股份制商业银行的交易员对记者说。这家银行正在为提交远期申请做着最后的技术准备。

8月10日人民银行宣布开办银行间远期外汇交易，15日，交易中心银行间远期外汇交易正式上线，25日，市场主体扩容……央行迅速的市场建设，商业银行的热情参与似乎都预示着这将是一个蓬勃火热的市场。

但参与者是否能将这种高涨的热情继续带到实际交易中，还是未知数。

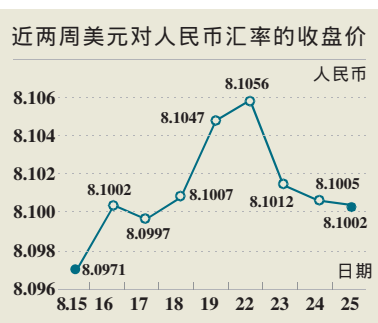
至记者发稿时为止，除工行与建行和中行总共成交了3笔30万美金的交易外，市场上一直是只有报价，无人应价。

“比如今天吧，5笔报价4笔都是单边‘买入’，期限品种也非常少。还找不到交易对手。”一位外汇交易员在25日对记者说。商业银行对于远期如何报价，还忐忑不安。

“汇率、利率都还没有完全市场化，人民币波动的趋势还看不准。在目前这种行政和市场双轨运行的时候，很多事情很难预测。”一位银行中层管理者对记者说。

汇率形成机制调整后，汇率变动风险正慢慢由央行转移至商业银行。为给商业银行提供避险机制，央行已经把台子搭起来了，让商业银行在上边唱戏。但大部分银行宁愿先在观众席上占个位置，四处观望一下。

在25日以前，大部分机构寄望于主体的扩大可以带来更活跃的市场氛围。



资料来源：中国人民银行网站

体多了在理论上应该可以带动市场，但如果大家都是单边报价，结果只能是有市场，无行情。”一位交易员对记者说。

按照商业银行的想法，在单边行情下，惟一的办法就是采用即期远期打通的交易模式，这也是商业银行之前一直向人民银行反复游说的。

“如果远期与即期不打通，流动性不好，交易也不会活跃，因为大家要找一个期限结构都是一样的远期对远期的对冲对手不是非常容易。最关键的是价格没法确定。”一位外汇交易员对记者说。

每次央行会议，开会各家银行都在呼吁，打通即期与远期的通道，人民银行也清楚商业银行所面临的风险，但这种方式并没有得到央行首肯。

“考虑的角度不同，他们主要考虑货币政策，如果打通两个市场后，即期市场的交易量上去，那就不光是汇率问题了，因为即期市场的外汇占款还会影响到央行的货币政策。”一位交易员对记者分析。

“在还没有办法完全规避价格风险的情况下，我们的考核标准已经不是利润了，而是以做量为主，扩大市场份额，以期占住市场，未来拉来更多客户。”一位外汇交易员对记者说。

然而当市场波动大的时候，任何一家银行面对束手无策的汇率风险，是不会无动于衷的。

“汇率风险从央行转嫁至商业银行后，央行再对银行收取0.03%的手续费就有点不合理了。”一位交易员认为。

国际任何一个外汇市场上都没有收取

手续费的惯例。在汇率变动前，央行为维持固定汇率而自己承担了风险，0.03%的手续费更像是商业银行风险补偿给央行的风险承担费。但汇率变动后，这种费用应当逐步取消。

“不能每天既要承受汇率风险还要交纳手续费。”一位交易员对记者说。

做市商，暂缓

与远期交易的迅速推广相反，曾经有望与远期交易同时推出的外汇市场另一重大改革，人民币做市商制度，人民银行却暂时不会考虑。

据透露，原定8月底推出人民币做市商。

“目前要做的事情太多了：远期，询价，第二批外币对的做市商……做市商要研究需要投入很大精力，现在央行有点顾不上考虑了。”一位知情人士对记者说。

由于涉及到央行对市场干预力度的问题，此前人民币做市商是个极其敏感的字眼。甚至询价制度刚被推出时也被一些银行误认为是做市商制度。

“做市商执行意味着央行对市场的干预力度减少，价格波动幅度可能会更大，在市场避险机制真正发挥作用之前，做市商制度是绝不会考虑的。”一位交易员对记者分析。

汇改后央行众多制度建设一涌而出，让商业银行也忙不过来了。

“以前都是商业银行先尝试，国家后出政策来补救，但这一次，国家政策第一次跑到商业银行前边去了。”

央行在汇市上的举措虽然激进，但并不慌乱。如果没到时机，制度不会贸然而出。

做市商制度推出后，央行将不直接在市场上现身。但在市场风险未完全化解之前，央行似乎还不能马上脱身市场。

最近一段时间，即期市场已经不像汇改最初时波动那么大了，与曾经60个点的波动相比，周四全天的市场波动只有4个点，这一点波动几乎与汇改之前没有变化的行情相似了。

“汇率保持稳定的事实说明，中国在人民币汇率的博弈中取得了主动。在新机制下，央行可以根据情况随时做出调整，从而使汇率如何波动、向哪里波动都变成了可控的事情。”中国社科院金融所所长李扬在最近接受新华社记者采访时说。

个税起征点九月听证

■本报记者 房煜 北京报道

8月23日，个人所得税法修正案草案提交中国最高立法机关进行首次审议。根据草案，20余年里一直没有任何变动的工薪所得减除费用标准（俗称起征点）从800元提高到了1500元。

但是这并非最终的结果。最新的消息说，全国人大法律委员会将在9月份举行听证会，对个人所得税起征点进行听证。

新浪网所做的一项调查显示，近70%的网民认为，起征点在1600元~2000元之间比较合适。有18.7万网民参加了网上投票。

根据草案，个税起征点从800元提高到了1500元，但这一结果还需在9月进行听证

抉择之难

现行个人所得税法的起征标准是1993年制定的。根据财政部部长金人庆8月23日所做的

解释，在现行的起征点标准下，“职工消费支出不能在税前完全扣除，税负明显加重。”

金人庆披露的数据显示，在当时的就业者中，月工资收入在800元以上的为1%左右，到2002年已升至52%左右。草案将起征点由目前的800元每月提高到1500元每月，以解决城镇居民生活费用税前扣除不足的问题。

中国人民大学教授安体富说，在起征点的问题上，一直存在着1200元加浮动比例与1500元不加浮动比例两种选择，其抉择的背后是百姓利益与政府财政收入的平衡。但起征点调至1500元后，如何平衡地区贫富差异的问题仍不容回避。

曾经参与草案讨论的安说：“我是比较赞同1500元的。不过，一开始我们给上面的建议却是1200元加浮动比例。”

《中华人民共和国个人所得税

法》自1980年9月1日诞生后，先后经过两次修正，但内容均与修改起征点无关。

2000年后，要求修改起征点的呼声日高，但这并未得到有关决策部门的认可。

2003年7月，财政部财政科学研究所一份名为《我国居民收入分配状况及财税调节政策》的报告中，建议适度提高个人所得税起征点，同时对中等收入阶层采取低税率政策。

2005年3月，在十届全国人大三次会议上，国家税务总局局长谢旭人表示，财政部和国家税务总局已经研究了个人所得税改革的问题。提出了适当调整个人所得税扣除标准的初步方案。

7月26日，国务院常务会议讨论并原则通过了个人所得税法修正案草案。

实际上，直至7月底，草案中写的仍是1200元加浮动比例的方案，但是进入8月，1500元成了最终的上报方案。

中央财经大学财政与公共管理学院副院长刘桓说，1200元加允许地方根据实际情况上下浮动比例20%或25%（发达地区上浮20%为1440元，欠发达地区下浮20%为960元），曾获多方论证的有力支持。

财政部科研所和中国社科院等机构的研究报告都曾建议，应在个税起征点提高的同时，给各地灵活运用的区间，而且国家税务总局和财政部领导在讲话中也提到，个税改革应该充分考虑到百姓的实际情况和各地不同的状况。

安体富倾向于将标准定为1500元，但他起初也同意1200元加浮动的标准。

他认为，定为1500元有利于操作，且能适应社会经济形势发展需要。如果标准定在1200元加上浮动比例，对财政收入影响小些。

但是提交人大审议的草案最终将个税起征前确定为1500元。

了解个税法修改决策过程的刘桓说：“最重要的是稳定。”他说，有

关领导认为，如果给予地方浮动比例，一旦发生问题，会使地方政府陷入被动。“个税和百姓息息相关。一旦浮动了，这是民意还是政府的意思？不好解释。”1500元的起征点虽使地方财政受到影响，但对百姓有好处。

财政部有关人士曾表示，统一标准1500将使国家每年税收减少200亿元。刘桓认为，这一数字不一定准确，“标准的上调对个税的主要来源地的税收影响不大，如北京、上海、深圳等，而这些地区个税收入占全国30%。但对于西部地区影响会比较大。”

事实上，浮动制设计的上调至1440元只是为发达地区设计，而为西部地区设计的是下调至960元。

稳定之难

现实中，800元的起征点标准已被多方“突破”。全国人大财经委员会透露，近些年来，全国有三分之二的省市费用减除标准已超过800元，其中11个省市在1200元至1600元之间。全国人大财经委员会认为，这影响了税法的统一性和严肃性。

如果此次修改最终将起征点确定为1500元，对于深圳这样已经自发改调到1600元扣除标准的地区，为了适应1500元的标准还要回降100元。也就是说，有一部分现在不交个税的人将来可能要按照新标准交税。

按照全国人大的计划，9月份人大将就个税扣标准问题组织广泛听证会。安体富认为，在公众的参与下，什么新的方案都有可能被公众提出。

值得注意的是，本次修改草案最后还增加规定，国务院可以根据实际需要适时调整工资、薪金所得减除费用的标准。这样将来居民收支水平和消费价格指数发生变化时，国务院就可以再调整减除费用标准，不必因此修改法律。

也就是说，减除费用的标准还可以变化，只是不改法律，保留了法律表面的稳定性。

MITSUBISHI PAJERO 帕杰罗

• 3.8升 24气门V6SOHC FCI-MULTI点喷油系统 • 越野4轮驱动系统 (SS4-III)
• INVECS-III智能5速自动变速运动模式 • IM-ASTC II三菱主动式稳定牵引控制 I
• 结合EBU电子刹车力分配系统的多模式ABS • 楔入楔梁式整体车架构造车身 • 4轮独立悬架
• 司机和前排乘客SRS安全气囊和侧气囊 • 真皮座椅 • 空气前照灯
※配置高可选项会因地域不同。

夏日购车送礼风暴 强势登场!



3.8L V6 新登场

购3.8升 PAJERO(帕杰罗) 丰厚大礼等你拿

活动时间: 即日起至8月31日
活动地区: 各地三菱汽车经销商
活动内容: 购买1辆3.8升PAJERO(帕杰罗), 就可获赠93号汽油1000L(即买即送);
购买2辆及2辆以上3.8升PAJERO(帕杰罗), 每辆可获赠笔记本电脑1台(即买即送);
(2辆及以上的购车发票, 用户名称必须相同)

装备强大V6发动机的3.8升PAJERO(帕杰罗) 已在全国同步上市!现在起只要购买新款3.8升PAJERO(帕杰罗), 就可获赠汽油或笔记本电脑!强劲好礼配合强劲动力, 助你超越平凡之旅!

详情请咨询800-849-0030或各地三菱经销商



制造商: 湖南长丰汽车制造股份有限公司
www.mitsubishi-motors.com.cn
了解详尽配置请电 800-849-0030

湖南长丰汽车制造股份有限公司销售总公司

电话: 800-849-0030

TCL 电脑 一人一个世界

两心相印 才能做你的新同桌



双核·64位·大屏 开学购机大“晶”喜!

款款有礼,别错过!

买SHE3221送千元“时尚大礼包”
买SHE6810送千元“精致大礼包”

买SHE3221送千元“时尚大礼包”
买SHE6810送千元“精致大礼包”

海盜6810

• 英特尔® 酷睿™ D处理器820 • 英特尔® 345系列芯片组 • 512M DDR2 533 双通道 • SATA80G 2M缓存 • 集成Intel® GMA950 Graphics(支持DX9.0) • DVD • DVD 光驱 • 15" 液晶 • 15" 液晶

送千元“时尚大礼包”

SHE3221

• 英特尔® 酷睿™ D处理器331 • 256M DDR • 80G 7200转 • DVD • 超薄键盘 • 另配鼠标 • 2.1音箱 • 17" 液晶

送千元“精致大礼包”

intel inside pentium D

钢煤价格趋降显过剩迹象

■本报见习记者 何谦 记者施春华 北京、上海报道

8月23日，中国最大的钢铁生产商上海宝山钢铁集团大幅下调了其第四季度钢铁产品价格。此次各类产品价格平均跌幅达到8.6%。钢铁这个最先感受到宏观经济过热的行业，再次成为大家关注的焦点。

与钢价下跌类似，煤炭产业也在7月份迎来了降价风。这发生在矿难频发，国家为此加强煤矿安全整顿，铁腕关停大量中小煤矿的背景之下。

这是否预示着产能过剩时代的提前来临？

供给过剩

“这个价格是针对当前钢铁市场现状做出的调整，我们认为还是比较恰当的。”宝钢股份董事会秘书陈纛说。

宝钢的热轧薄板从三季度的5480元/吨下调936元，环比跌幅最大为17%。其他如电工钢6441元/吨，下调15.4%；普冷板5963元/吨，下调8.9%；热镀锌板6782元/吨，下调3.3%；彩涂板7613元/吨，下调7.1%。

鞍钢集团钢材贸易有限公司钢贸部的一位工作人员对本报表示，一般大的钢厂之间，都维持着一个价格比。“你下调了，别的钢厂可能也会象征性地下调。”

早在宝钢之前，武钢已于7月1日调整了其8月份钢材销售价格，在7月份价格的基础上各类产品下调幅度大都在10%以上。

长期关注钢铁行业供应链的中国物流与采购联合会秘书长蔡进认为，钢材降价的根本原因在于供给增长过快，市场出现供过于求的变化趋势。

蔡进表示，近年来钢铁产能增长过快，新增产能释放比较集中，产量增幅较大：1-7月份钢材产量累计增长25.9%；而钢材实际需求只增长14.7%，比去年4月份29%-30%的峰值水平已明显放缓，但需求增长速度是适度的。

但国家统计局数据显示，1至7月份全国城镇固定资产投资增长27.2%，分月份看，今年以来，固定资产投资增速一直在上升，为何对钢铁的需求增幅反而下降呢？

国家信息中心经济预测部高级经济师王远鸿认为，目前国内的固定资产投资已发生一定的结构变化，前段时间制约经济进一步发展的瓶颈行业煤、电、油、运投资快速增长，而这些行业对钢材的需求相对较少。而对钢材需求量较大的房地产、汽车、工程机械、建材等行业的投资明显降温；同时重化工业存在的需求自我体内循环过程——如新建一个钢铁生产厂需要大量的钢材投入——由于受国家宏观调控的影响也已被打破。

更为重要的是，国内钢铁业产能实

际已经突破4亿吨，而“十一五”的规划末期才3.5亿吨。如此巨大的产能显然是国内市场难以消化的。

“所以我们现在很关注国际市场的变化。”中国建设银行公司业务部行业管理处高级经理周晓先生对本报表示。此前，出于保护国内资源的考虑，国家推出了一系列限制钢铁出口的政策：如禁止钢铁行业来料加工，取消出口退税等等。“现在出口增速在减缓。”

实际上，海外市场需求也存在問題。能源和原材料价格的上涨，使得全球制造业开始削减库存。国际大钢厂也不得不开始应对，美国的钢厂的开工率由95%降到了85%；印度钢铁巨头米塔尔也开始限产保价。

法国巴黎百富勤总经济师陈兴动说，宝钢降价是一种趋势的开始。

下降通道

对于未来的钢铁价格，浙江宁波一多年从事于钢铁贸易的宋先生认为短期会有所回暖；前些季度，钢价下降得厉害，各个环节库存都减少，现在价格稳定了，库存肯定要有所回升，而且，按照常规，年底建筑业回暖，钢铁用量上升。

法国巴黎百富勤总经济师陈兴动的判断是，目前钢铁价格只是由“需求拉上型”变成“需求不主导”的价格下降，但价格不会回落到1997、1998年的水平。

周晓和陈兴动同样认为，前两年的暴利时代已过去，而且再也不可能出现，钢铁产品价格会进入下降通道。

面对这样的趋势，银行业其实已经进行了调整。以中国建设银行为例，早在宏观调控开始之前的2002年，他们根据钢铁业规模化的趋势判断对钢铁业贷款进行了结构性调整。

“我们集中把贷款投放到优质的钢铁企业和行业排头兵企业，并从一些小钢厂实施退出。”周晓说，建设银行的钢铁业不良贷款率已经从2002年的14%，下降为年初1.7%，现在还在下降，6月份是1.1%。

周晓如此评价钢铁降价对银行带来的风险：“那些负债高、无长期合同、没有稳定市场、工艺落后的钢铁企业，可能在这一轮的整合中被淘汰。”

陈兴动也认为，利润会继续下降，这样对贷款将产生不利的影响，会使钢铁行业在银行的信用度下降。“但只是一个行业利润降低，对整个银行业的影响并不是致命性的。”

产能过剩时代

与钢价下跌类似，煤炭产业，也在7月份迎来了降价风。此时，国家加强煤矿安全整顿，铁腕关停小煤矿的行动正酣。

到8月下旬，山东、山西等主要产煤

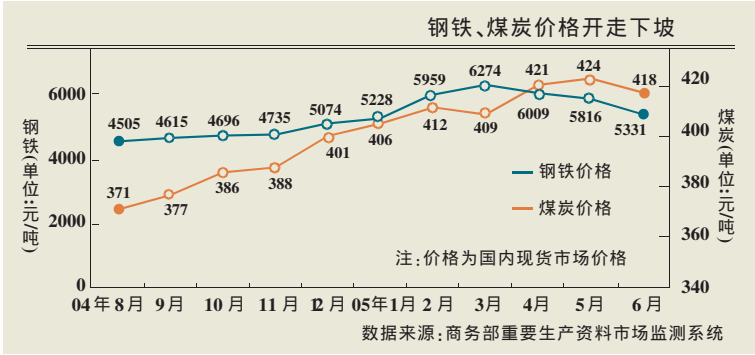
大省的煤炭价格下调了30元-50元不等，降价幅度约为10%。而坑口平均价格在300元左右的山西长治等地区的贫瘦煤，比今年一季度下降了75元/吨，跌幅达到20%。另外，几乎所有煤炭企业都放宽了对重点用户采购煤炭付款条件、付款方式的要求或限制，多数煤炭企业提高了合同煤炭供应质量，变相降低了煤炭价格。

中国物流与采购联合会副秘书长蔡进说，煤炭的价格下降主要原因来自于两个方面：一是在煤炭产量继续增长的同时，需求增长出现较明显的回落。1-7月份煤炭生产增长9.9%，煤炭实际需求累计增长9%，比去年回落了近7个百分点。目前，夏季用电高峰正在过去，火力发电造成大量的煤炭需要，在最近几个月将有所改善；二是国家为了缓解电力紧张，运输能力向电煤方面倾斜，缓和了电煤运输紧张的压力，也抑制了煤运价格的进一步上涨。

复旦大学经济学院张晖明教授认为，这些上游产业价格的下降，将为下游企业缓解价格上涨的压力，使亏损减少。不过由于下游有关产业亏损的原因，主要还是自身产品供大于求，所以现状并不会因此而扭转。

目前国内企业的利润贡献主要来自

自上游产业，所以这次钢铁、煤炭企业利润的下降将会对国内企业总利润有重要影响，不过国家信息中心经济预测部王远鸿说：“国内消费和固定资产投资还保持着良好势头，所以宏观经济将进入一个降温力量与升温力量相持的时期。”





博世创新科技——
精确把握在这里，成就在这里

创新的博世GST 135 BCE曲线锯，要抵达事业的巅峰，务求每一步都精益求精。博世以其一贯的创新精神，领导新锐科技的研发与应用，为您带来全新的“精密操控”专利技术*，引导锯条把握更精确的方向。精巧可靠的GST 135 BCE曲线锯，令切割更加得心应手。除此之外，博世更为您提供一系列电动工具，满足您事业上的不同需求。博世创新科技，精确把握，事业更有突破。

更多信息，敬请浏览www.bosch-pt.com.cn

* 国际知识产权组织专利号WO 02/22297 A1及WO 03/106087 A1



商务部官员大对调 薄熙来整合内外贸

(上接 01 版)

外贸官员的经历还让朱小良设想，将经济开发区“一站式”服务模式引到农村，“建立综合的消费服务区可行不可行？我国外贸出口中1/3是消费品，如果出口不旺了，国内市场能消化多少？”

商务部一位不愿具名的官员表示：“商务部目前已形成了一个比较详细的工作方案，从规划、信息、预警、监测四个方面加大了对内贸、外贸的统一部署。”

人员的交流带动了工作方式的改变。一些到商务部办事的企业负责人表示，商务部各部门间的协作更多了。“以前是内贸开内贸的会，外贸开外贸的会，现在部门之间互相参与。”今年8月，商业改革司召开服务业工作会，外资司、规财司、欧洲司、政研室等各个司的官员都来听会，参与讨论。

直销立法，过去是外资司做，现在是外资司牵头，条法司、市场体系建设司等内外贸部门共同制定。“内贸从原来的两章增加到四章内容。”参与规划制定的商务部国际经贸研究院专家张育林说。商务部规财司李荣灿副司长最近也表示，在编制“十一五”规划过程中，将充分体现利用两个市场、两种资源，更大程度地发挥市场在资源配置中的作用。

一体化难题

内外贸一体化被外界看作商务部成立后面对的最大考验。商务部部长薄熙来在今年初的商务工作会上也曾对本报记者说，他需要研究的新问题很多，其中一项就是“内外贸一体化”。

一些专家认为，薄熙来是来自辽宁的地方官员，这是他的优势。没有了或外贸或内贸的出身，他的经历可以让他更理解内外贸融合的迫切性，在政策制定上也更超脱一些。

商务部成立之后，一直处于两线作战的状态。去年，商务部专门发文，严令各地不得实行地方封锁和市场分割。与此同时，

中国企业正遭遇越来越多的贸易壁垒。2005年，在纺织品配额取消后，薄熙来也迎来了他上任后的最大考验。目前，商务部与美国就纺织品贸易的谈判仍然没有结果，而中欧也正在为是否增加配额展开新的谈判。

在外贸经营权放开后，中国企业所面对的已经是一个全球市场。但是目前在国内市场，粮、棉、油、烟、盐等重要商品的市场流通管理尚未统一，而是分散在工商、质监、农业、卫生等部门，重要商品的价格则由国家发改委掌握。

“商务部主管整个流通市场运行，仍然面临非常大的法律难题。”商务部研究院国内贸易与市场研究部主任李永江说。

中国商务部的组建模式接近于美国商务部，但美国商务部相当于集中了我国七八个部门的职能，包括商务部、发改委、知识产权局和质检总局等。

李永江认为，在目前机构设置不可能发生变化的情况下，商务部还要注重与国务院各个部门的协作合作。对属于商务部职能范围内但又涉及其他部门的事项，商务部要主动牵头，会同工商、质监等行政执法部门，统筹内外贸易管理。

而且，目前各地方行政部门还未统一内外贸易管理。

山东内贸流通部门一位官员说：“内贸流通部门的设置在各行业中是最混乱的。仅我们这地方就有经贸局、贸易办、外经贸局、中小企业局和三产局等。一件事，在这个地方这个部门管，到了上一级又在另一个部门管，很不好协调。”

去年以来，各地实施机构改革，一些省成立了商务厅，把原外经委和经贸委业务都合并到了商务厅，统一对口商务部。目前，山西、浙江、湖南等20几个省都成立了商务厅，但仍有近10个省没有动。“这多少对工作的推进有些影响。”商务部市场建设司的郑书伟处长说。

但一个明显的迹象是，今年以来各地加强了部门之间的协调机制，辽宁、上海和山东等地建立了主管省长、市长牵头的综合协调机制。

“其实，‘一体化’远非商务部一个部门能够完成，大市场、大流通的形成有待于实现流通体制改革和流通企业改革的新突破。这种新突破将是我国内外贸一体化真正实现之时。”李永江说。

中信红树湾 2期 MANGROVE BAY CITIC

湾区物业新作发表，缔造时代之作

关键词：65万平方米超大规模 / 永久海景 / 沙河高尔夫 / 红树林 / 15公里滨海长廊的东部起点 / 城市主题公园 / 见证远见的飞跃

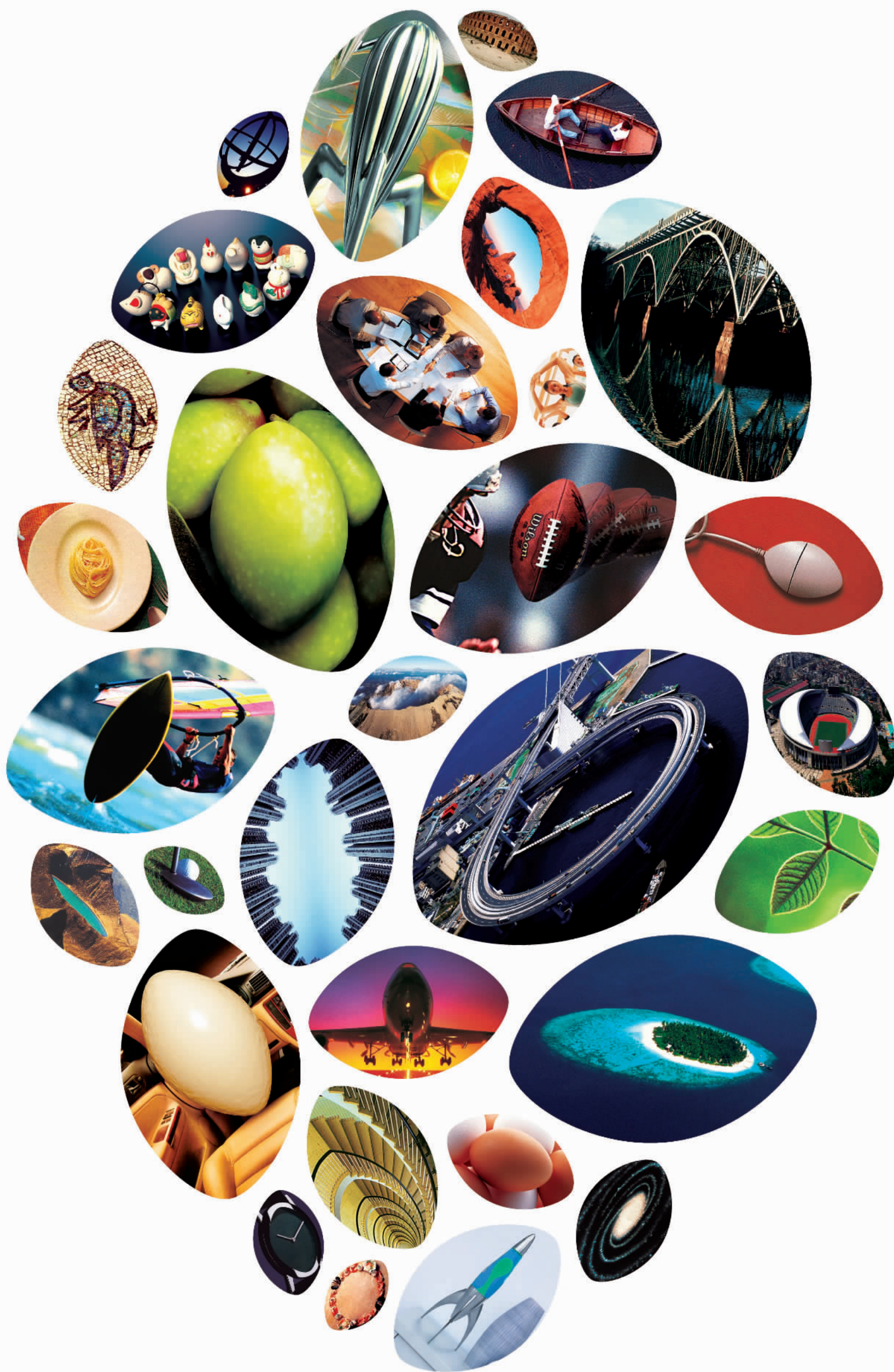
二期示范单位全景开放 即将公开发售
远见缔造 智慧创造 湾区热线: 86-755-8608 8888



湾区物业比肩全球

发展商：深圳中信红树湾房地产有限公司 园林设计：贝尔高林（香港）
建筑设计：澳大利亚柏涛（墨尔本） 策划代理：世联地产（中国） 整合推广：风火广告

预售许可证：深房许字（2005）南口13号



9月3日 融科·橄榄城 新鲜上市

稀缺型 纯板式 高级生态社区

都心地位 仰望京核心区，链接“CBD—燕莎—大山子艺术区—中关村—亚奥商圈”。

谐美建筑 以“纯、短、薄、宽”为纯板式建筑特点，营造和谐居住舒适新概念。

纯板规划 融科·橄榄城全部为18层/28层纯板楼建筑规划，望京住区新地标行将呈现。

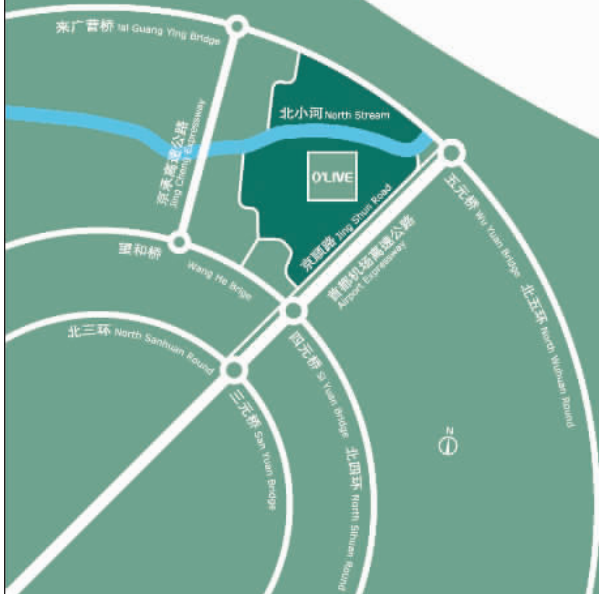
主力户型 谐美二居（96 m²—127 m²）；丰盛三居（136 m²—158 m²）；享逸四居（186 m²—204 m²）。

田园意象 旱溪驳岸景观，再造城市自然风情。12000m²中心公园绿地，畅享自然。

丰盛生活 动静双会所设计；商业街、双语幼稚园、国际老年公寓齐备。

Telephone : 010 5825 9999
http://www.raycomolivecity.com

O'LIVE 融科·橄欖城



“变化中的中国金融格局和金融市场”系列报道

两年，中国金融生态改变了

■本报记者 李利明 文钊 北京报道

对于一个央行行长来说，两年的时间能够改变什么？

答案或许是这样的：中国的金融生态已经发生重大变化。

换个方式，我们可以说，直接融资的比重正在上升，尽管间接融资仍然占据绝对主导地位。

两年前的8月，担任央行行长一职已8个月的周小川说，“要加大力度发展直接融资”；两年后，当时看起来不可能完成的任务，正在一点一点顽强地推进。

此时，中国股市正在经历一场痛苦的蜕变，对于周小川来说，也许他最终的目标仍然指向了股市。

突破还是从债市开始。

变化

8月24日，东方航空公司发行的第二期10亿短期融资券在银行间债券市场开始交易流通。目前已经有超过300亿元的短期融资券发行。根据央行确定的额度，今年短期金融债的总发行金额是1500亿元。

相比之下，2005年的企业债分属26家企业，总金额也只有512亿元。央行金融市场司司长穆怀朋说，目前，银行间债券市场托管债券的种类已经从单一的国债扩大到包括国债、央行票据、政策性金融债、商业银行次级债券、企业短期融资券、企业债券等多个品种。

2004年初至2005年6月末，银行间债券市场累计发行债券4.8万亿元；从2004年初至2005年6月末，银行间债券市场总成交量为23.5万亿元。至2005年5月末，通过银行间债券市场发行的各类债券近7.3万亿元，占我国记账式债券发行总量的90%以上。

截至2005年6月末，银行间债券市场已经成为了一个有着4692家参与者的大家庭，包括银行、证券公司、基金、保险机构，其他非银行金融机构和企事业单位，比2003年末增加1797家。

直接债权融资比重在这些参与者的推动下正在逐步增加。而这—轨迹开始于两年前。

2003年8月22日，在中国社科院金融所成立一周年举办的《金融体制创新：问题与挑战》研讨会上，就任央行行长已经8个月的周小川谈了三个方面的问题。第二个问题就是“要加大力度发展直接融资”。

对于周小川来说，也许最值得期待的仍然是股市。这毕竟是直接融资的主战场。重振的股市将在提高直接融资比例方面发挥更大的作用

周曾经任中国建设银行行长，在接手央行前是中国证监会主席。他熟悉银行业因背负太多的融资任务而引发的潜在的风险，也曾试图通过证券市场改变这一局面，但结果并非十分理想。此时变身为“制定和执行货币政策，防范和化解金融风险，维护金融稳定”的主角，他终于有可能在一个更高的平台上尝试改变。

周所考虑的问题，即使从现在来看也容不得乐观。

“我们比以往任何时候都更感觉到中国的直接融资比重太低。”中国社科院金融所所长李扬说。

李曾任央行货币政策委员会委员。他说，直接融资比重过低导致金融风险高度集中于银行。

中国银监会最近的统计显示，几个重要指标都在发生令人不快的变化：一是不良贷款率上升过快；二是银行三角债在上升。这些问题最后都集中体现于银行的不良资产。

此时，国有银行正处于关键时期。中行、建行已进入了海外上市的冲刺阶段，央行副行长吴晓灵不止一次强调，企业不能一没钱就找银行，让商业银行承担太多的压力，“他们应该寻求直接融资通道。”

而当企业风险直接转化为银行风险，不良贷款累积转化成金融体系的风险时，买单者只能是中央银行。

与间接融资相比，直接融资具有市场透明度高、风险分散、有利于金融稳定的特点。

思路

但是在2003年8月，周小川所面对的

金融分业监管格局使得很多人相信，他提出的设想，在相当长的时间里或许只是一个设想。

面对股市的低迷，央行并不能直接插手改变股市现状——那是证监会的职责。由于股市的低迷，导致了直接股权融资的比重过低；同时，直接债权融资的主要工具——企业债的审批权又在发改委手中，部委之间的顺利协调并非一日之功。

央行要想通过自身的努力来改变直接融资和间接融资比重失调的现状，必须找到一个立足点。

2003年9月底，央行“三定”，金融市场司成立，这个部门成立之初，很多人对它可能承担的职责并不清楚。直到2005年，随着银行间市场一系列产品和制度创新，金融市场司的职责才开始渐次清晰。

穆怀朋说，金融市场司在产品创新和市场建设方面总体发展思路是：遵循金融市场发展的客观规律，依靠市场主体的积极性和创造性，以金融产品创新作为突破口，深化改革，鼓励创新，同时坚持创新力度、发展速度和市场承受程度的有机统一，加快银行间债券市场的基础性建设，推进银行间债券市场乃至整个金融市场的整体发展。

从建设良好的金融生态的角度，央行要想通过自身的举措来提高直接融资的比重，有两种途径。一是改变股市的现状，恢复股市直接股权融资的功能；二是提高直接债权融资的比重。

后一种方式对于改变直接融资和间接融资的比重，对于完善金融市场体系，进而维护金融稳定，建立良好的金融生态，意义更大。

利用2003年通过的《中国人民银行法》中赋予央行对银行间市场的监管职责，央行选择了通过银行间市场改变直接融资和间接融资。

2004年，央行开始了一系列的尝试：《货币市场基金管理暂行规定》出台，支持基金管理公司开办货币市场基金业务，鼓励商业银行发展基金业务以及设立基金管理公司；

随着《商业银行次级债券发行管理办法》的发布，中行、建行发行次级债券获得批准。

符合条件的证券公司在银行间债券市场向合格机构投资者获准发行短期融资

券，拓宽证券公司合法融资渠道；

批准农行政策性金融债券，促进其资金来源的市场化；

铁路建设债券等部分企业债券进入银行间市场交易流通，扩大了市场覆盖范围；

推出债券买断式回购业务，为债券借贷和远期交易等利率衍生品的推出创造了市场条件。

现在看来，这些动作似乎只是热身。

重拳

2005年初，周小川在公开场合又一次表示：2005年将加大直接融资和直接投资的比例。

说这话的时候，他所面对的市场正酝酿着剧烈的变化。而周小川的指向很明确——通过丰富金融产品，调整金融结构，重整金融生态。

一系列政策随之而来，快得让市场甚至有些来不及消化。

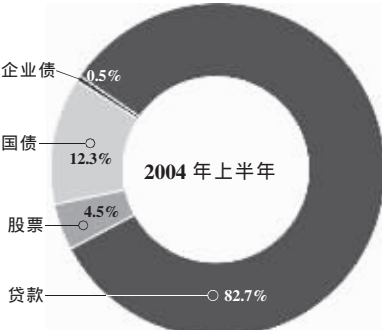
2月18日，央行与财政部、发改委、证监会联合发文，允许符合条件的国际开发机构在国内发行人民币债券。

两天后，商业银行获准设立基金管理公司，4月6日，工行、建行和交行被确定为首批试点银行。

3月21日，信贷资产证券化试点工作正式启动。国开行、建行成为试点单位，分别进行信贷资产证券化和住房抵押贷款证券化业务试点。

5月11日，我国债券市场第一个金融衍生工具——债券远期交易在全国银行间

非金融机构直接融资比例正在上升



债券市场推出。

5月23日，央行允许符合条件的企业在银行间债券市场向合格机构投资者发行短期融资券。

在这短短4个月里出台的一系列举措，将直接改变银行间市场在整个金融市场中比重，包括交易品种的丰富、交易量的增加、交易方的壮大，从而使得银行间市场成为最重要的机构进行债券投资的场所；通过增加交易品种，增加交易方的投资选择和融资渠道，改变银行间市场不同品种的占比，从而达到增加直接债权融资比重的目的。

可以衡量的数字表明：2005年上半年，企业债融资占国内非金融机构部门融资总量的比重是1.7%，2004年上半年这一数字是0.5%。

尽管不同的产品创新目标不同，有些侧重于解决银行的难题，有些把目标放在了企业融资上，但是这看似纷乱的背后，却开始改变整个金融业的生态。

秘密武器

在周小川最初的设想中，中央汇金公司的身份与现在显然并不一样。但现在，不仅是汇金，还包括建银投资公司，都已成为周手中化解金融风险的武器。

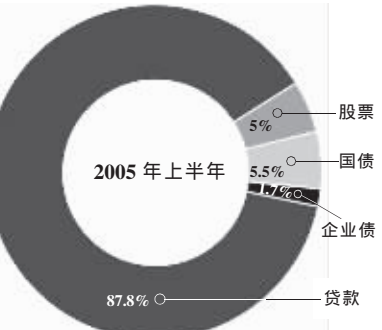
中央汇金公司是为国有银行改革而注册成立的。从2003年底到2005年4月，汇金出手主要是对国有银行的注资，它先后对中行和建行注资450亿美元，对工行注资30亿元，对工行注资150亿美元。

但是到了后来，汇金成了他手中化解证券业风险的秘密武器。在这个过程中，周小川亮出的另一张牌是建银投资公司。

建银投资当初成立的目的，只是把汇金公司对原建行的225亿美元一分而为二，以25亿美元成立建银投资，作为建行股份的股东之一，并承继原建行的非商业银行业务。

但是，随着整个证券行业系统性危机的出现，央行开始大力介入证券行业的风险化解。而在这之前，央行只为个别问题券

资料来源：中国人民银行网站



商关闭清算时提供“买棺材钱”。

汇金和建银的身份在此时发生了微妙的变化。

除了对一些流动性困难的券商提供作为“买药钱”的再贷款之外，它们已经成为央行化解包括证券行业在内的整个金融业风险的工具。

从今年5月份以来，央行频频出手，汇金公司注资的范围扩大到银河证券等国有大中型证券公司；而建银投资已经从建行股份第二大股东的身份扩大为很多证券公司的股东，建银投资通过在银行间市场发行100亿元金融债券来参股一些券商，帮助它们摆脱困境。

6月4日，央行行长助理刘士余公开表态，央行支持汇金公司、建银投资用市场化手段，对重点券商实施市场化财务重组。刘士余透露说，在第三季度，会有一批券商通过注资，解决备受困扰的流动性以及资本金不足的问题。

这样，通过汇金公司注资，建银投资参股，提供再贷款，央行在化解证券行业风险中扮演了主角。

可以看到，央行这一系列举措的潜台词是：通过化解证券行业的金融风险，在维护金融稳定的同时，将恢复股市的直接股权融资功能，而提高直接股权融资比例的结果是降低银行的间接融资比例，减轻银行所承担的金融风险过于集中的压力。

下一步

央行的动作可能并非仅此于此。

2005年2季度货币政策执行报告指出：今年下半年，继续以金融产品创新为突破口，扩大直接融资渠道。

穆怀朋说，我们将继续推动金融机构在银行间市场发行一般性金融债券，提供商业银行主动负债的工具，改善其资产负债期限错配的状况；做好国际开发机构人民币债券的发行与交易流通管理工作；做好信贷资产证券化试点的组织实施工作，抓紧进行资产证券化试点的前期准备，保证资产支持证券的尽快推出。引进更多的企业债券在银行间债券市场上流通。同时，我们还会在债券买断式回购和债券远期交易的基础上，继续加强对交易工具创新的力度，研究债券借贷、利率互换等其他交易工具，并适时推出，以深化市场功能。

但是，对于周小川来说，也许最值得期待的仍然是股市。这毕竟是直接融资的主战场。重振的股市将在提高直接融资比例方面发挥更大的作用。

当然，央行的这些举措都离不开金融监管部门的大力配合，很多规定都是和银监会、证监会联合推出的，央行在中间只是担负起“牵头人”的角色。

显然，央行下一步在提高直接融资比例方面再有创新，也需要不同监管部门的配合与支持，以及与相关部委之间的进一步协调。

招商银行总行诚聘英才

招商银行成立于1987年，是目前国内最大的上市银行，总资产逾6000亿元。在境内30多个大中城市和香港设有分行，在纽约设有代表处。招商银行坚持“效益、质量、规模协调发展”的战略指导思想，实现了稳健快速的发展，人均效益、股本回报率、资产质量等重要经营指标均位居国内银行业前列。近年来，连续被境内外权威机构媒体授予“中国本土最佳商业银行”、“中国最受尊敬企业”、“中国十佳上市公司”等多项殊荣。

招商银行是中央银行、银监会双重监管的金融机构，具有国际化管理水平和较强的全球竞争力。招商银行实行市场化薪酬制度，薪酬水平与市场接轨，薪酬结构合理，薪酬发放及时。招商银行实行市场化薪酬制度，薪酬水平与市场接轨，薪酬结构合理，薪酬发放及时。

一、高级风险管理专家

所属部门：风险管理部、信贷管理部、零售银行部
1、5年以上风险管理工作经验，具有国际化管理经验；
2、熟悉国际银行风险管理最佳实践；
3、熟悉国际先进银行的风险管理理论和工具；
4、熟悉巴塞尔协议，对银行风险管理技术有深入研究；
5、熟悉国内外银行产品市场；
6、有银行风险管理工作经验，有产品管理经验，有银行风险管理工作经验。

二、金融产品专家

所属部门：零售银行部、公司银行部
1、5年以上主要银行产品工作经验；
2、熟悉主要银行产品市场，对客户的产品需求有敏锐的洞察力和较强的分析判断能力；
3、具有银行产品管理经验，有产品管理经验；
4、有银行产品管理经验，有产品管理经验。

三、营销策划专家

所属部门：零售银行部、公司银行部
1、5年以上知名企业市场营销经验，有银行市场营销工作经验；
2、具有银行市场营销经验，有银行市场营销经验；
3、具有银行市场营销经验，有银行市场营销经验；
4、具有银行市场营销经验，有银行市场营销经验；
5、具有银行市场营销经验，有银行市场营销经验。

四、高级项目融资专家

所属部门：公司银行部
1、5年以上项目融资工作经验，有银行项目融资工作经验；
2、熟悉项目融资业务，有银行项目融资工作经验；
3、熟悉项目融资业务，有银行项目融资工作经验；
4、熟悉项目融资业务，有银行项目融资工作经验；
5、熟悉项目融资业务，有银行项目融资工作经验。

五、资深投资顾问

所属部门：零售银行部
1、5年以上零售银行、保险、证券业投资管理经验，熟悉各类银行、证券和保险产品；
2、具有较好的市场分析、客户沟通和表达能力；
3、具有CFA、CPA资格或相关银行从业资格者优先；
4、具有证券投资咨询从业资格者优先。

六、高级资金交易员

所属部门：资金交易部、计划财务部
1、5年以上银行资金交易工作经验；
2、具有银行资金交易工作经验，有银行资金交易工作经验；
3、具有银行资金交易工作经验，有银行资金交易工作经验；
4、具有银行资金交易工作经验，有银行资金交易工作经验；
5、具有银行资金交易工作经验，有银行资金交易工作经验。

七、国际业务专家

所属部门：国际业务部

1、5年以上国际业务工作经验；
2、熟悉国际银行业务，有银行国际业务工作经验；
3、熟悉国际银行业务，有银行国际业务工作经验；
4、熟悉国际银行业务，有银行国际业务工作经验；
5、熟悉国际银行业务，有银行国际业务工作经验。

八、法律合规专家

所属部门：法律合规部
1、5年以上银行法律工作经验，有银行法律工作经验；
2、熟悉银行法律业务，有银行法律工作经验；
3、熟悉银行法律业务，有银行法律工作经验；
4、熟悉银行法律业务，有银行法律工作经验；
5、熟悉银行法律业务，有银行法律工作经验。

九、高级研究员

所属部门：风险管理部、研究部
1、5年以上银行研究工作经验，有银行研究工作经验；
2、熟悉银行研究业务，有银行研究工作经验；
3、熟悉银行研究业务，有银行研究工作经验；
4、熟悉银行研究业务，有银行研究工作经验；
5、熟悉银行研究业务，有银行研究工作经验。

十、新业务专家

所属部门：零售银行部、公司银行部
1、5年以上银行新业务工作经验，有银行新业务工作经验；
2、熟悉银行新业务，有银行新业务工作经验；
3、熟悉银行新业务，有银行新业务工作经验；
4、熟悉银行新业务，有银行新业务工作经验；
5、熟悉银行新业务，有银行新业务工作经验。

十一、资深财务专家

所属部门：财务部
1、5年以上银行财务工作经验，有银行财务工作经验；
2、熟悉银行财务业务，有银行财务工作经验；
3、熟悉银行财务业务，有银行财务工作经验；
4、熟悉银行财务业务，有银行财务工作经验；
5、熟悉银行财务业务，有银行财务工作经验。

十二、资深稽核专家（北京、上海、西安、深圳）

所属部门：稽核部、审计部
1、5年以上银行稽核工作经验，有银行稽核工作经验；
2、熟悉银行稽核业务，有银行稽核工作经验；
3、熟悉银行稽核业务，有银行稽核工作经验；
4、熟悉银行稽核业务，有银行稽核工作经验；
5、熟悉银行稽核业务，有银行稽核工作经验。

十三、高级信贷专家

所属部门：信贷管理部、信贷管理部
1、5年以上银行信贷工作经验，有银行信贷工作经验；
2、熟悉银行信贷业务，有银行信贷工作经验；
3、熟悉银行信贷业务，有银行信贷工作经验；
4、熟悉银行信贷业务，有银行信贷工作经验；
5、熟悉银行信贷业务，有银行信贷工作经验。

十四、利率管理和产品定价专家

所属部门：计划财务部

一旦录用，我们将提供业内富有竞争力的薪酬待遇。应聘者请于9月20日前持个人简历、学历证明、专业资格和业绩材料等邮寄至招商银行人力资源部，并于信封上注明应聘职位。或登陆招商银行网站www.cmbchina.com，注册应聘相关职位。特别说明：以上职位工作地点主要在深圳，如有特殊地点意向的应聘者，我们将根据情况派往全国各地。地址：深圳市深南大道7088号招商银行大厦15楼 邮编：518040 合约约见，简历恕不退还



合规部 单独成篇” 建行接轨循规蹈矩

■本报记者 李利明 实习记者 孟为 北京报道

一个称之为合规部的部门刚刚出现在中国建设银行（下简称建行）的机构序列中。

单独设立这样的部门在国内银行中还是首例,尽管此前按银监会要求,多家银行相继有了合规部门,但很少能完全依据国际惯例将其完全独立。

依然还在寻求上市过程中的建行,此举无疑能为其加分。

单独设立

鄯锡文被任命为建行合规部的第一任总经理。

此前,鄯先后出任过建行甘肃省分行行长,总行风险管理部总经理等多个职务,他被视为建行内部颇有经验的管理者。

其实,在建行内部,还有一个职能与鄯所领导的合规部类似的法律事务部。而在国内别的银行中,这两个部门所担当的职能集中在一个部门中。

2002年,中国银行最早有了这样的合规部门,只不过是法律与合规部的面目出现。中国工商银行则于去年财务重组之前设立了内控合规部;中国交通银行则将原来的法律事务部改为法律合规部,下面单设合规处;民生银行、浦东发展银行也设立了法律与合规部。

建行的做法看似例外,是在已有法律事务部的情况下重新设置了这样一个部门,这实际更符合于国际惯例。

今年4月29日,国际巴塞尔银行监管委员会发布了《合规与银行内部合规部门》的高级文件,提出了合规方面的10大原则,明确指出,“一家银行应该以自身风险管理战略和组织结构相一致的方式组织合规部门”。与此同时,银监会也要求国内商业银行特别是即将上市的商业银行组建合规部门,以强化和改善商业银行的内部管理,减少各类大案要案和违规事件的发生。

背景和职责

在这些要求之后,一个颇让人不乐观的现实是,一直以来,尤其是今年上半年,国内多家银行频密发生违法犯罪案件。

这些案件在很大意义上并非完全因为制度的问题,“这些案件绝大多数都是有章不循,违章操作的结果,”这是业内人士的共识。而银行要减少案件,必须严格合规操作。

其实,合规管理并不新鲜,甚至也不特别,合规不过就是合乎规则,“循规蹈矩”而已。尤其是对于从事货币经营等风险业务的商业银行来说,能否严格按照规则、规章、

规定、规律、规范、规程、规矩等办事,是真正考验其风险控制能力的基本要求。实际上,国外几乎所有的商业银行,均设有合规部门,承担本行合规管理的任务。

“符合国际巴塞尔银行监管委员会的指导原则;适应银监会的监管要求;加强建行合规管理和内控管理的需要。”按鄯锡文的说法,这是建行单独设立合规部的主要背景。

合规部被建行赋予了十三项职责。鄯锡文将其归纳为四个方面:第一,合规制度的建设;第二,合规守法的监督执行,合规性的监管;第三,反洗钱;第四,信贷的责任认定。

最近,还增加了管理建行关联交易

的职责。而随着承担职责的扩展,建行合规部的机构设置已经由两个处室增加到四个。

协调能力

建行内部一份关于设置合规部门的指导文件中,只将其作为建行总行的一级部门,而对分行是否设置相同部门并未硬性规定,只是将其作为一级和二级分行的选设部门。

实际上,建行山东、新疆、湖北、江西等四家一级分行已设立合规部,与法律部和监察室分开。大多数一级分行,合规机构目前暂设在其他一级部门内,但具有相对独立地履行反洗钱、责任认定和合规性检查职责的负责人员。尽管并不新鲜,但对合规部的负责人鄯锡文来说,今后如何履行其职能仍是一个考验。

在鄯锡文眼里,合规管理工作最重要的是独立性。银行的合规工作应当独立于

经营活动,包括独立的报告路线、独立的调查权力、独立于经营业绩的绩效考核以及应避免合规人员的合规管理职责与其承担的任何其他职责之间产生可能的利益冲突。

其次,“合规部门要及时判定、评估和监测银行所面临的合规风险,并就合规风险向高级管理层和董事会提出咨询建议和报告,同时,通过执行系统的合规措施或程序,在事前识别合规风险和发现违规行为,从而最大限度地减少违规行为实际发生的可能性。”这就是合规管理工作的预警性。

此外,全面性、建设性、动态性、协调性都是合规管理工作中需要注意的。

“合规部门特别要处理好与内审、法律事务、风险管理、纪检监察、财务控制等部门的关系。”鄯锡文说,“合规部门与上述部

对于商业银行来说,合规不过就是合乎规则“,循规蹈矩”而已。能否严格按照规则、规章、规定、规律、规范、规程、规矩等办事,是真正考验其风险控制能力的基本要求

门既有区别,也有密切联系。比如与监察部门就有前后之分,合规部门在违规事件发生前有提醒的职责,也有事件发生后的监

督检查职责,而监察部门主要是事件发生后的监察处理、责任追究等,合规部门的工作也需要接受本行内部审计部门的审计检查,以确保其自身履行职责的公正性和合规性。”

据了解,为了便于协调,建行在高级管理层设立了合规守法委员会,是管理层九个委员会之一,该委员会由合规部、法律事务部、纪检监察部、保卫部等组成,该委员会的办事机构设在合规部。

鄯锡文透露,对于合规部门怎样设立,如何有效运作,国内银行业正处于尝试和摸索阶段。年底之前,建行合规部要到香港去调研,考察香港银行合规部门的设置和运行情况;同时,建行合规部正在翻译和研究一些国际银行业合规方面的资料。在一个新生部门,经验对其发展至关重要。

“福利促销” 工行销售旗下基金的是与非

■本报记者 刘兆琼 上海报道

作为首只银行系基金,工银瑞信一直在为其基金的销售使出浑身解数:鼓励工行内部员工购买、采用高额认购费返还、承诺交易量等销售手段。

“现在购买工银瑞信的基金,支行员工有福利补贴,每购买1万基金,贴补500-1000元。”工行上海某支行员工称。

上周末,工银瑞信基金将发行完毕,但是从记者截稿时看,总体的销售状况似乎很难达到当初设定的目标,业内人士估计,“销售量可能最多30多亿,和当初设定的50亿的规模有一定差距。

“50亿,对现在的市场来说,目标定得太高了。”50亿,看来对工银瑞信仍然是个难以完成的任务。

内部消化

作为工银瑞信的大股东,工行上下都为这只基金的销售铆足力气。

“购买这个基金成了员工福利,自己购买以及让家人朋友购买的,行里都会给予一定的补贴。”工行上海分行下属某支行员工称,“行里面购买的挺多的,领导会私下做一些动员工作——是自己行里发的基金,大家



■本报记者 董鑫/摄

都会支援一下。我就买了2万元。”

而像工行某支行这位员工,被领导“暗示”或“做私下动员工作”购买工银瑞信基金的并不在少数。据悉,在上海,除了上海分行没有这样的“软性摊派”之外,各家支行都有类似情况的销售。

据基金公司人士透露,工行在销售

时,除了工银瑞信给工行1.2%的认购费返还外,工行各支行还会给员工一定的奖励,目前工行员工一般可以拿到相当于基金销售额5%-10%不等的补贴。

似乎从一开始,工银瑞信就承担了太多的“政治任务”,而这些政治任务转化为了销售指标,销售指标又进而演化为这样的近乎全员动员式的销售手段。

据悉,工银瑞信最初的产品设计主要是投资货币市场以及固定收益类债券,但是由于证券市场的长期低迷,所以在高层的暗示下,改为偏股票型基金。而对于这只基金的销售目标,“高层也多次给予鼓励和支持,希望能够借此为股市增添增量资金。”

“给各家分行的一些指标,只是惯常的基金销售手法,目前尚不知道整体销售情况,到目前为止,还是比较理想的。”工银瑞信的市场部邓樱否认了工行使用非正当手段销售基金,“工行同时代理的基金,汇天富和博时销售情况都不错,工行对代理销售的基金和自己作为大股东发的基金都一视同仁。”而且,“因为是工行自己发的基金,所以即使不宣传,工行人

工也比较有积极性。”

首发之后

其实,首次发行基金,工行就能达到20亿-30亿的销售额已经是很好的业绩了。一位基金公司的人士说,一般基金公司销售股票型基金,能做到2亿-3亿,就已经是很不错的了。

“目前的基金销售虽然有所回暖,但是整体情况仍然不乐观。一来是投资者对于整体的证券市场状况仍然不乐观;再就是产品同质化现象;有些基金的销售也受到上次产品销售的不良影响。这些因素影响了基金的销售。”

“基金发行都依靠银行网络,工行在销售的时候有所侧重,而且有些客户可能本来就比较信任工行,这些都可能使工银瑞信的基金销售呈良好的势头。”湘财证券基金分析师曹朝龙表示。

然而,基金公司已经开始尝试拓宽渠道,并有望打通交易所的销售通道。那么,渠道优势消失后,银行系基金还有什么“杀手锏”呢?

“作为银行来说,发货币型基金是自

己最擅长的,可是这有可能会跟银行的理财产品客户或者储蓄客户之间发生冲突;但是发股票型基金,如果不是国家高层的政策鼓励和暗示,一般银行都没有擅长之处。”中国银行基金托管部人士因此认为,今后发的基金如何在货币型和股票型基金之间进行平衡,也是银行号基金公司面临的问题。

而如何避免基金产品的同质化,将成为今后银行号基金销售的关键。“我们今后发的基金会给投资者提供更多的选择,可能会偏货币型,发挥银行自有的优势,会在企业年金或托管人账户管理方面有动作。”浦发银行董事会秘书沈思称。

就在工银瑞信的销售即将落下帷幕,交银施罗德基金管理公司的首只精选股票型基金于8月26日通过农行、交行各网点以及海通、申银万国、国泰君安等各券商营业部正式发行。也许,出于工行目标定得过高的原因,交银施罗德没有公开宣布其预设规模。

链接

15版《交银施罗德基金“风险”争议》

3G（WCDMA、CDMA2000、TD-SCDMA），在海外不断实现商用突破……

GSM 全球销售已达4000万线

CDMA 进入全球50多个国家和地区

PHS 国内市场占有率达40%

始终立足客户需求，不懈为客户创造价值并带动成功——是中兴通讯二十年来高速成长的驱动力。

时至今日，中兴通讯凭借领先的无线网络解决方案和卓越的服务品质，为全球超过一亿用户营造自由沟通的无限欢乐。领先的市场份额、引领通信产业技术创新的研发实力、全球亿万用户的信赖——均可见证中兴通讯卓尔不群的综合实力。

纵观全球无线通信市场，中兴通讯胸怀凌云壮志，以科技指点江山，独揽风光无限。

www.zte.com.cn

ZTE中兴

预祝“2004—2005年度中国杰出营销奖评选颁奖典礼”于8月27日在上海顺利召开！

中兴通讯股份有限公司 电话：+86-(0)755-26770000 传真：+86-(0)755-26771999



基金业第二次震荡波 保险系基金年内试点

■本报记者 袁满 北京报道

继银行系基金公司之后,保险系基金有望在“年底完成相关政策制定,而且要推出试点”。

8月22日,保监会与证监会相关部门人士举行协商会议。权威人士透露,会上双方达成共识,保险系基金的设立被确立为继股权分置改革之后,下半年证券市场的“重大事件”。

增加股市增量资金、改善基金主体结构,这是被外界通常理解的保险系基金诞生的直接动因,但事实上,“除了股市现实的考虑,监管层考虑的更为长远。”

来自保险业内人士的观点是,12.9万亿居民存款向证券化金融资产转移的大趋势,给了银行、保险业加速混业布局的良好时机。

“两会”达成共识

保监会对于保险系基金的设立一直热情很高。早在去年,保监会资金运用监管部副主任曾于瑾就曾多次公开表示,保险业在探索设立基金管理公司事宜,但当时并没有得到证监会的回应。

由于保险系基金跨越保险和证券两个市场领域,必须先通过保监会与证监会共同协商制定有关政策。尽管在今年年初的全国证券期货监管工作会议上,中国证监会主席尚福林已明确表示,要研究保险公司设立基金管理公司的试点,但权威人士透露,一直以来,双方都处于“各自研究状态”。

“双方时间表不同步,一直没到‘接火’的时候。”上述人士称。

当时,摆在证监会案头的头等大事是A股市场的复苏。其最直接的顾虑是,保险业基金的成立可能对现有基金机构造成重创。

某证券机构分析师指出:“一方面,保险公司现在是基金的最大持有人,一旦允许其设立自己的基金公司,最大的客户就变成了竞争对手,而且这个竞争对手无论在资源还是渠道上都要比现有的基金公司强大许多;另一方面,保险公司很可能更倾向购买自己的基金,这样就造成基金投资资金分流。”

如今,股权分置改革已经全面启动,增量资金成为助推股市再上一个台阶的重要动力。上述权威人士表示,双方各自的时间表到了“碰头”的时机。他将保险系基金的设立表述为,“保险业支持证券发展”以及“防范保险资金运用系统性风险”的“重要举措”。

对于目前渐有起色的证券市场,保险系基金设立势必激发保险公司股市投资热情,随之带来增量资金的涌入,无疑是一个“锦上添花”的利好。而且,将商业银行和保险机构这两类实力强大的金融机构引入基金业,有利于基金市场结构调整和长远发展。

某保险资产管理公司人士表示,证监会对于银行、保险公司下设基金公司这样的国际混业趋势已十分认同。“国际经验是,股东背景对基金公司的成长性意义重大。目前,国内的基金公司大多是证券公司和信托公司发起的,在资金实力和销售渠道上都没有优势。银行、保险的进入,长远看来,将增强国内基金业的整体实力。”

“双赢”的共识,加上股市现实的需要,双方对于克服面临的法律障碍充满信心。

保险系基金的法律障碍主要来自1995年《保险法》第104条规定:“保险公司的资金不得用于设立证券经营机构,不得用于设立保险业以外的企业。”而且,《证券投资基金管理公司管理办法》对基金公司主要股东明确限定必须“持续经营3个以上完整的会计年度”。

曾于瑾曾在公开场合多次表示,通过保险资产管理公司下设基金管理公司的思路。这被业界解读为绕过《保险法》禁令的手法。

不过,去年5月颁布的《保险管理规定》第八十条规定,保险资金还可以进行“国务院规定的其它资金运用方式”,这为保险系基金的设立打开了一条通道。

“银行业设立基金不是同样面临法律障碍,就是通过报批国务院解决的吗?”上述权威人士暗示,这条通道对保险公司同样适用。具体试点程序则可以参照银行系基金,即先由保监会与证监

会合作制定相关管理办法,报经国务院批准发布,然后再推出具体试点企业。

业务重心转移

增加股市增量资金,增强基金业主体实力,这是证监会催生保险系基金的直接动因。但从保险业看来,“除了股市现实的考虑,监管层的立意更为长远。”权威人士表示,在即将出台的相关办法中,将充分体现制度性安排和长期规范的思路。

降低资金运作成本、投资类产品专业运作、资产管理专业化经营……对于当前市场上对保险公司设立基金的动机分析,这位权威人士都觉得立意并非仅此而已。

无论是银行的热情还是保险公司的冲动,两类金融机构涉足基金业的核心动机是,洞悉到了当前金融资产证券化大势中所蕴涵的混业商机。一家保险资产管理公司人士分析:“当前,中国金融资产主要表现为存款,国际经验是,随着金融资产证券化的推进,必然导致银行存款的分流。”

截至今年7月,我国居民存款高达12.9万亿。面临金融资源的重新配置,不同的金融机构纷纷采取战略调整。对于银行来说,需要考虑的是如何在分流中将客户资金重新引入自己的体内;保险公司的出发点则是希望借机扩大自身的资金来源。两类机构涉足基金业的热情由此被引发,基金客户的主要来源共同指向银行存款客户。

由于动机不同于银行,保险系基金自然有着不同的使命。一位证券公司人士分析,银行系基金主要是给银行客户提供新的投资服务,产品定位是利用自身在货币市场的优势,推广货币市场基金和债券基金,角色类似专业基金;而保险系基金则直接作为投资者,同时会利用基金规模优势,增强对资本市场的决定能力,有着强烈的投资回报驱动力。

“区别于保险业现有的资产管理公司,保险系基金将重点吸收公众资金进行集中理财,而前者则主要侧重保险企业内部理财。”上述保险资产管理公司人士表示,这种混业布局,长远看来将引发保险企业业务重心的转移,“随着保险系基金

不断拓宽资金来源,以及投资盈利能力的逐步增强,保险集团整体将不再侧重承保利润,而是更多把注意力放在投资上。”

保险业涉水基金业能看得见的好处是,为保险公司节约巨额的资金运作成本。截至今年7月底,保险资金投向基金的金额高达1000多亿元,目前基金公司管理费率为1.5%,照此计算,保险公司需支付基金公司约15亿元的管理费。如果保险公司购买自己旗下的基金,除去自己的管理成本,至少可以省去不少费用。

同时,保险系基金可以为投资类保险产品量身定做投资工具,不仅提高了保险产品的竞争力,而且还有利于保险公司抵御外部系统转移的风险。

那么,谁家最先进入年底的试点名单呢?

今年以来,在设立保险系基金的举

无论是银行的热情还是保险公司的冲动,两类金融机构涉足基金业的核心动机是,洞悉到了当前金融资产证券化大势中所蕴涵的混业商机

动上,3家保险公司风头最劲:中国人民财产保险股份有限公司曾试图通过债转股方式,接手由于汉唐崩盘而陷入停滞的汉唐澳银基金;中国平安保险集团计划与全球最大的基金管理公司之一——美国大联资产管理公司成立合资基金公司;太平洋保险联手交通银行、汇丰银行筹划基金管理公司。

“对此表现热情的远不止这三家”,权威人士表示,保险系基金试点的设立将比银行系基金更加“灵活”和“积极”。在设立渠道上,“保险业现在有保险集团和资产管理公司,基金的设立可以有几个载体,关键是看哪种形式有利于公司治理结构。”

信托保险首案 中信拉来平安压阵

■本报记者 程志云 北京报道

正当整个信托行业被即时兑付的问题所困扰时,中信信托联手保险公司寻求解决之道。

中信近日发行的“国宾世贸中心(B座)项目”集合资金信托计划,除了6个百分点的年期收益率、强担保以外,保险公司保障其收益按时兑付。

这是国内首次通过保险来帮助信托公司控制即时兑付的风险。

中信联手平安

根据信托合同,这款名为“国宾世贸中心(B座)项目”集合资金信托计划募集资金规模预计1.8亿元—2.5亿元人民币。募集到的资金,将贷款给北京中实恒业房地产开发有限公司用于其开发建设的国宾世贸中心(B座)房地产开发项目。贷款利率为年8.64%,扣除应承担的相关税费每年约为资金信托合同金额的2.64%。

为了保障信托本息安全,中信信托安排了一系列的常规担保抵押程序。一位中信信托人士称,为了保障该项目能够如期完工,信托公司还在工程建设的各个环节引入了保险机制。

除了一些相关财险及第三方责任险,中达保险经纪公司副总经理王红霞女士透露,为了防止房地产项目顺利实现主体结构封顶,进入租售阶段后,由于非特定因素导致不能按预期顺利租售,最终导致本信托计划相关贷款本息的不能按期足额偿付,中信信托向平安财险为本项目投保不少于人民币5000万元的“预期利润损失险”,作为本

项目相关风险控制与信用增级手段。

王红霞解释说,所谓“预期利润损失险”,就是由于项目完工延迟(从而导致运营或使用的延迟)而遭受的财务损失提供保障。该项目中,保险公司保障在相关房地产项目如期保质保量完工的前提下,应有不少于人民币5000万元的净利润。该险种基本保障范围为:预计的租/售收入;延期支付的财务费用(包括滞纳金/罚息);固定成本(管理成本和生产成本)和额外的其他成本等。简单来讲,就是即便大厦建成后,没有立即租出去,保险公司也保障其在工程完工后12个月内有5000万的租金入账。

中信信托的一位人士介绍说,作为贷款本身,有担保、抵押机制就足以保障本金不会损失。就该项目而言,基于当前市场基本情况保守测算,扣除相关费用,截止到贷款到期日共可实现净现金流入4.54亿元人民币。

缓冲兑付风险

实际上,随着资金信托业务的不断壮大,即时兑付的问题一直如影随形困扰着信托业。

王红霞女士称,传统的抵押担保措施通常只能保障贷款安全,但并不能保障工程本身能够顺利完工。

目前信托公司给房地产公司贷款的抵押率都在50%以上,本金损失的可能性不大,但是关键问题是,一旦项目本身失败了,项目方的资金链通常就会断裂。没有足够

最后截稿

半年报透底

人保市场份额 骤降

■本报记者 袁满 北京报道

中国人民财产保险股份有限公司(2328.HK)显然还未走出利润下滑的阴影。8月26日,中国人保在香港联交所公布中报显示,利润增幅依旧是负数。

中报显示,继去年赢利大幅缩水85.7%后,今年上半年,人保净利润比去年同期下滑7.7%,收益8.89亿元人民币。对此,公司高层的分析是,“公司营业额小幅下降,但承保业绩比较理想,投资业务表现不佳。”

在承保与投资两大业务领域中,投资亏损成为拉动公司利润下滑的“祸首”。据中报披露,2005年上半年,中国人保在债券类和权益类投资方面的净损失高达7.11亿元,比2004年同期增加1.97亿元。

“投资净损失的增加主要是由于公司存放在汉唐证券债权类投资减值准备增加,以及权益类投资已实现和未实现投资收益的减少。”中报分析。

好在承保利润的增加多少弥补了部分投资的亏损。今年上半年,中国人保承保利润由去年上半年的14.18亿微增至15.29亿元。

但值得关注的是,人保市场份额的占有率陡降,自去年底的58.1%降至今年6月底的53.1%,对照去年6月,一年内降幅更是达到一成以上。

英国《金融时报》曾援引一项预测数据称,由于中国保险市场竞争加剧,尤其是外资保险公司的压力,人保财险在财险市场的份额将由上市之初的接近70%,在2007年降低至大约60%,4年内丧失10个百分点。

现实中的转变显然来得更快。保监会新近发布的统计数字显示,人保市场占有率的滑坡依然在延续,今年1到7月,其市场份额已进一步降至53.03%。

人保中报显示,今年上半年,公司营业额为348.82亿元,比去年同期减少了5.07亿元,下降了1.4%。公司高层分析称,“该项目的减少主要原因是机动车辆险营业额减少13.25亿元人民币。”

在市场份额骤降的同时,人保上半年业务结构的调整策略也出现重大转变。在去年中报的新闻发布会上,人保副董事长王毅曾表示,将把业务占比高达68%的车险业务在年内降至65%以下,重点发展非车险业务。2004年年报数据则显示,实际上车险业务比例在2004年底上升到70.7%。

这在2005年中报进一步体现,截止到今年6月底,车险业务在人保业务的占比攀升到73.7%,半年时间上升了3个百分点。由此可见,今年以来,人保将业务重心重新转向了车险。

人保在中报“展望”部分依然表示要“调整业务结构,提高效益好的非车险业务比重”,但同时也表达了对车险业务的进一步看好——“随着中国经济的平稳增长,汽车销售量不断增加,2005年下半年国内保险市场仍将保持较快增长”。

股市再融资临近

■本报记者 郭宏超 北京报道

当股改步入既定程序之后,它就不再是市场的惟一重心了。“我们已看到为股改让道的二级市场融资正在渐行渐近。” 泰阳证券研究所所长向威达分析称。

8月24日凌晨,证监会、国资委、财政部、央行、商务部联合下发股改纲领文件《关于上市公司股权分置改革的指导意见》(下称《指导意见》),明确指出,“根据股权分置改革进程和市场整体情况,择机实行‘新老划断’,对首次公开发行公司不再区分流通股和非流通股。完成股权分置改革的上市公司优先安排再融资。”

证券业协会的一位官员对此的判断是,“择机”并不会太长。

股改进程步步紧逼,上周,证监会召集专家就《上市公司股权分置改革管理办法》进行最后一次研讨,该《管理办法》以及相关《业务操作指引》的出台为时不远。

信号明显

“虽然此次并没有明确指出再融资和IPO放开的具体时间,但这是第一次明确了这个问题,在股权分置改革到目前进展顺利的情况下,融资已经被提上了监管层的议事日程。”北京一家证券公司投行部的人士分析认为。

一家证券公司的分析人士指出:“五部委的共识说明,二批试点的全面成功使得监管层对股权分置的预期比较稳定,已经让监管层看到了股改的胜利前景。可以说,这个结果大大好于预期。”据了解,对于二批试点中的42家股改公司,证监会原本的心理预期是有33家通过就算成功。

而证监会主席尚福林关于“新老划断”的表述,也已悄然变化。6月27日下午,尚福林在国务院新闻办公室召开的新闻发布会上明确指出,新老划断仍无时间表。他当时表示,“新老划断后,首次新股发行即为全流通发行,同时解决了股权分置问题的公司可以进行再融资。至于何时实行新老划断,需要根据改革的进程进行论证。”

“从‘论证’到‘择机’,我们可以看到其中的变化。而从《指导意见》中监管层对

股改试点的肯定和对股改方向的明确,可以预见,股改应该不会拖得太久。‘择机’融资,这个时机并不远了。”上述证券业协会官员分析道。

不久前,证监会有关人士也表态说,待市值60%~70%的200~300家主要上市公司基本结束股改之后,股市将恢复融资功能。一位业内人士认为,预计随着下半年股改的加快,年内恢复上市公司再融资是可能的;实行“新老划断”的新股发行,在今年底或明年初恢复也是可以期待的。

“如果一直积压大批等待融资的公司,不利于证券市场稳定。可结合市场情况,适度批准再融资。”一家证券公司的投行部人士表示。

券商准备

“我们的新项目现在急需资金,如果这个项目抢占了先机,对公司今后的发展有很大的意义。但是现在股改阻碍了我们的再融资。”陕西一家上市公司的董秘抱怨道。而类似的这种现象并不是孤立的。

有再融资意向的公司	
公司名称	再融资方式
国电电力	增发不超过3000万股
宏盛科技	增发不超过6000万股
申能股份	增发不超过20000万股
中孚实业	增发不超过10000万股
卧龙科技	扩股可转换债3.5亿元
G亨通	扩股可转换债4亿元
风神股份	增发不超过5000万股
G凯诺	扩股可转换债6亿元
华联铝超	增发不超过10000万股
华发股份	扩股可转换债7亿元
物华股份	10配3
人福科技	10配3
中信证券	10配3
上港集箱	增发不超过35000万股
韶钢松山	扩股可转换债15.38亿元
G慈东	扩股可转换债4亿元
资料来源:根据公开信息披露	

“一个没有融资功能的 market 是不正常的。融资功能暂停这么久,已经产生了一些不良影响。”上述证券业协会人士指出。

为了给股改让道,IPO已经断断续续基本停了一年,大批的公司等待上市。这也是去年以来海外证券交易所比以往更加频频光顾中国进行游说的一个重要因素。而从另一个角度来看,这也说明国内很多公司非常渴求融资,如国内银行业改革即需要资本市场的继续支持,建设银行、中国银行、交通银行都在等待上市。

据了解,目前有股改保荐资格的各家证券公司都在紧锣密鼓地做项目。“我们现在的策略是,难度太大的项目先不管,像ST股,含H、B股的A股公司等。优先做的项目都是有再融资需求的股改公司。整个项目都是捆绑来做的,先股改,随后再融资,我们给客户一并做。”北京一家证券公司的投行部人士告诉记者。他同时透露,此前完成的项目也是下一步准备再融资的公司,“有再融资打算的公司肯定股改最积极。首先,它急于挪开股权分置这个障碍;其次,这类公司质量也相对较好,所以它们是股改的先行军。”

数据表明,第二批试点的42家公司中,已有16家公司披露再融资意向,韶钢松山、重庆百货和重钢股份再融资方案已经过会,多家证券公司的投行人士也表示,上报项目时最先上报那些有再融资需求的公司。“这些公司早一天通过,就能早一些再融资,而且对证券公司来说,后者的承销费用更吸引我们”,一家券商投行部副总直言,“排队在后面,融资越难,因为接下来会是一些非流通股上市,冲击太大。”

扩容狂潮?

面对饥渴的融资市场,股改后会不会爆发扩容潮?“股改过后出现大的扩容,这种预期是不可避免的。”国元证券战略研究部老总汪开振指出。但他认为,《指导意见》明确了方向,明确了预期,更有利于今后市场接受。

大批将融资与股改挂钩的公司,已经争取率先股改了。上海隆瑞投资的尹中余

的观点是,一些原先没有明确提出再融资计划而具备再融资资格的公司,股改后也会提出再融资方案。同样值得注意的是,大股东因向流通股股东支付对价而形成一定程度的利益损失,再融资的动力也较大。

目前来看,有140多家上市公司提出再融资预案,而且,去年已有40家左右的拟IPO企业通过发审会审核而没有发行上市,苦苦等待了一年多时间。更大的IPO压力来自于神华、交行、中行、建行、中石油等超级“航母”公司。“融资开闸后,这些公司对于市场是一个巨大压力,监管层不仅要在资金上进行有效的放行补充,更重要的是把握住节奏。”大通证券投行部人士指出。

“股票的市盈率整体已经降到一个合理的区域,新老划断之后,新股发行市盈率将不可避免地大幅降低。主要的问题可能是堆积起来的融资能量会对市场中的资金有较大的‘抽血’效应,尤其是那些航母级公司的A股上市。”向威达也持有同样的看法。

而《指导意见》已经为未来的融资开闸做着资金准备:继续完善鼓励社会公众投资的税收政策,推动企业年金入市,扩大社会保障基金、合格境外机构投资者入市规模,放宽保险公司等大型机构投资者股票投资比例限制。

上海酝酿股改 地方法规

■本报记者 蔡志杰 上海报道

“上海股改先行展开,其实是上海条件好,上海希望能够先行先试,上海自己主动争取。”上海证监局一位负责人强调说。

据了解,中国证监会曾表示,“在条件允许的情况下,条件好的区域或者公司可以积极推动”,这无疑为上海的行动增加了底气。

在8月24日《关于上市公司股权分置改革指导意见》发布后,以轮胎橡胶、氯碱化工等为代表的上海本地股强势上扬,其中轮胎橡胶再次创出本轮行情以来的新高,白猫股份、上海邮通、开开实业等纷纷封住涨停板。

合力督促

上述证监局人士表示,由于上海具备良好的金融环境和投资渠道等优势条件,加上自身积极主动地争取,一直有先行先试的愿望。“目前上海政府,还有国资委、证监局等部门正在积极加强研究,准备进一步推动和开展上海本地公司的全面股改。”

“对于进一步开展上海本地公司的股改工作,先行先试是一个大的方向”,上海国资委人士也表示,“证监局、国资委、金融办等,都在朝这个方向努力。”

上海金融办人士则称,与证监会出台政策性文件和指导、国资委出面推动上海众多国有企业的股改形成配套举措,金融办“主要是服务、沟通和协调,促进股改顺利开展”。这三方合力,共同加紧推动股改工作的进行。“至于股改具体方案,都是上市公司自己在操作。上海股改先行,对上海还是有很多好处的。”

业内人士分析,上海总共有140多家上市公司,占全国比例的10%以上,而且多数是国有控股,是股改重头,如果上海股改切实开展,将会起到示范作用。

申银万国证券研究所所长杨成长博士表示,如果是要针对一些难点公司,例如ST、H股、B股公司、流通市值比较低的、外资股东、大股东是上市公司如中石化等等,在上海试点,也还是可以理解的。上海公司含B股、H股特别是B股比较多,先行试点可能会有很好的效果。

知情人士透露,虽然一些具体实施的细则文件目前还没有出台,但是上海本地公司的股改方案基本雏形已经形成,并且不断地上报沟通,一旦细则出台,马上有批复结果,并进入实施阶段。

本地股热炒

整个8月,上海本地股表现突出,据统计,140只股票的平均涨幅达到了23.95%,超过上证综指。轮胎橡胶成为龙头,从8月1日的3.97元起步,22个交易日中累计涨幅达到121.65%。

“此前进行的试点已经为上海本地股的股改奠定了良好预期”,杨成长指出,“但上海本地股最近的的确是炒作过度了。”

德邦证券投行部吴凌东也表示:“上海股改先行的说法,只能理解为上海有关部门的一个决心。”股改的全面展开需要统一布置。

杨成长认为:“股改阶段中,任何一个热点都很难持久,建立在概念基础上的短期热潮往往是不安全的。”

上海部分本地股涨幅排行				
证券代码	公司名称	阶段涨幅	25日涨幅	
600615	ST丰华	168.70	4.92	
600623	轮胎橡胶	121.65	10.05	
600618	氯碱化工	85.71	10.07	
600679	凤凰股份	76.24	9.96	
600272	开开实业	66.02	9.97	
600842	ST中西	61.38	3.39	
600604	二纺机	52.54	8.43	
600619	海立股份	52.42	9.99	
600629	*ST棱光	50.51	4.93	
600843	上工申贝	50.13	9.93	
600818	上海永久	50.09	10.04	
注:阶段涨幅指8月1日~8月25日				
数据来源:德邦证券				

华宝系兑现背后存在“利益输送”?

广州控股 10 亿扩盘战起底

■本报记者 张勇 郭宏超 北京报道

资本市场博弈的后果是想不到的。广州控股大股东广东发展集团有限公司(下称发展集团)也许没有想到,为了实现股改承诺,仅仅四个交易日就耗尽本来预计在两个月内使用的10亿元资金。

也正是发展集团的护盘承诺,为包括华宝信托、华宝兴业基金等在内的华宝系提供了一个“绝好的套现机会”。

华宝抛售

广州控股股改复牌后的第一天,其股价就在盘中击穿了4.12元的自然除权价,这也让发展集团有些措手不及。

“8月22日,财务部为了调动资金,忙碌了整整一个上午。下午公司又加派了人手去中信证券天津河北路营业部帮忙下单买股票,那天可能是最近一段时间公司最紧张忙碌的一天了。”发展集团内部人士告诉记者,“8月25日,虽然广州控股的股价大部分时间一直保持在4.35元上方,但随着抛单的

现,是因为股改方案中存在的机会。

增加承诺

7月29日广州控股公告了修改后的股改方案,对价支付由每10股送2.5股提高到每10股送2.8股,同时发展集团增加了两项承诺。一是在不减持承诺期满后12个月内,出售价格不低于6元/股;二是在股改方案批准实施后的2个月内,若股价低于每股4.35元,发展集团将投入累计不超过10亿元的资金增持。在增持股份计划完成后的6个月内,发展集团将不出售所增持的股份。

内部人士透露,增加的第二项承诺,是基于华宝系的积极要求。“在股改之初,发展集团与华宝信托等机构的谈判焦点放在送股比例上,但当华宝信托发现对方在送股比例上难以做出太大让步时,转为要求发展集团一定要做出增持的承诺。”

“这样的要求显然发展集团更容易接受,因为广州控股质地还算不错,大

华宝信托从2001年下半年开始买入广州控股,2004年上半年大幅增加仓位,据此测算,其持股成本大概在10~12元之间。

实际上,如果将广州控股复权,目前4.35元的股价接近华宝的持仓成本。另外,在广州控股股改之后,华宝系共持有广州控股约8000万股,即使全部抛售,按照4.35元计算,市值也只不过3.5个亿。

因此,当发展集团以10亿元在4.35元挂出巨量买单进行托盘时,华宝系就能轻松且迅速抛出股票。

没有“输家”

“不管怎么说,大股东实现了对投资者的承诺。”8月25日收盘后,广州控股证券事务代表贝学容对本报表示,“我们对公司还是很有信心的,至于以后的股价,我们也希望能够维持在理想的位置之上,不过那还是要看市场因素。”

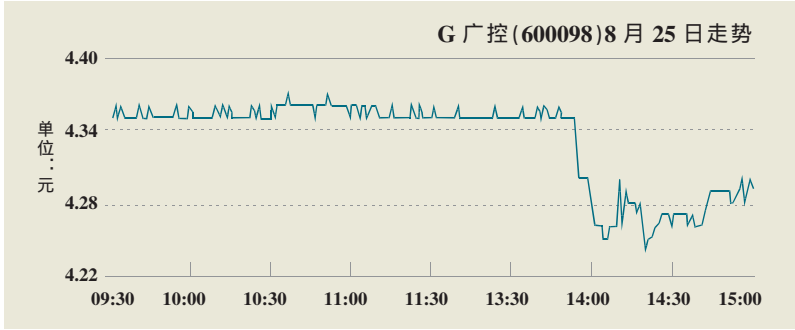
发展集团在支付对价之后,依然持有高达66.99%的股份。在短短四个交易日里,发展集团再度增持了11%的股份,目前其持股比例已经达到78%,比股改前还高。分析人士表示,由于广州控股质地较好,几乎年年分红,因此,发展集团花了这10个亿未必不是件好事。

华宝系的沽售也并不让人意外。知情人士透露,华宝信托整体仓位过重,资金链出现紧张,一直希望减轻股票持仓比例。而此次在广州控股上遇到如此良机,选择套现亦属自然。因为一般情况下,华宝信托要大规模减持广州控股,必然会引发其他机构跟风抛售,华宝本身也会损失惨重。如果发展集团以10亿资金托盘,华宝信托就可以通过规则安全减持。

从这些方面来说,广州控股的股改方案,实际上对各方既无太多损失也无明显利益,或许是因为这个原因,8月16日广州控股的临时股东大会上,华宝系竟然无一到场,致使其股改通过率成为最低。

天一证券研究所张冬云还指出:“其实不必担心广州控股的未来走势,因为经过这几天的多空拼杀,空方获利后自然不会再抛,以后的走势就看公司质地了。”

接近发展集团的人士表示,公司很快就会出公告说明这10亿元的使用情况。



迅速增多和增持资金的耗尽,下午1点53分,股价再次跌破4.35元。”

上海证券交易所8月22日的交易记录显示,发展集团的股票账户所在地中信证券广州天津河北路证券营业部名列第一,而知情人土透露,排在第三至第五位的光大证券上海张杨路证券营业部、华夏证券上海分公司向城路证券营业部和中金公司上海陆家嘴东路证券营业部,则是三个华宝信托机构账户。

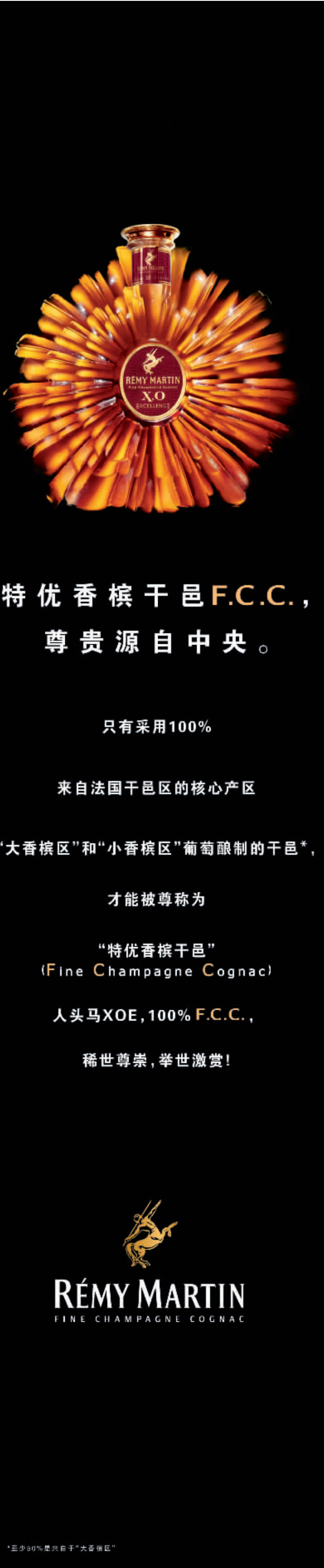
“散户不太可能主导这样集中的抛售,迹象很明显,华宝信托及旗下的基金是这次抛售的领头者。”

华宝信托是广州控股的第一大流通股股东。知情人士透露,在广州控股的股改过程中,华宝信托及旗下的基金是发展集团主要的谈判对象,而华宝系之所以会在股改完成之后旋即开始套

股东增持也不会吃亏。然而这样一来,却给了股票市场上经验丰富的华宝信托一次绝好的套现机会。”

据了解,华宝信托一直以来偏好股票投资,2004年的年报显示,在华宝信托12.88亿元固有资产中,投资于股票二级市场的账面余额高达63878万元,占自营资产的比例达到了50%,这也是监管部门所允许的证券投资最高比例。

根据广州控股2005年一季度报表,截至3月31日,华宝信托持有广州控股4355.14万股。同时,由华宝信托控股的华宝兴业基金公司旗下多只基金也进入前十大流通股名单中——华宝兴业多策略增长基金持有965.42万股、宝康消费基金533.75万股、宝康灵活配置基金330万股。



MARKET

基金/期货

■本报记者 孙健芳 北京报道

华尔街上的猩红女人光临了中国股市,她的热舞吸引了市场所有的眼球,但受其诱惑的投资者尚无人流泪,这便是宝钢权证上周交易的实况。

疯涨

机构用了精密数学模型计算了宝钢权证的理论价格,但市场却与人性一样复杂,没有人猜中宝钢权证上市后的走势。

8月20日,在宝钢权证上市前两天,长盛基金策划发展部副总监黄后川向部分机构介绍了宝钢权证的投资策略。

他认为,权证价值的根本在于股票价格,所以宝钢权证的价格变化首先取决于股价变化,其次取决于股价预期的变化。据此,他推算宝钢权证上市首日的理论价格在0.52-0.709元之间,考虑市场供给小于市场需求的现况,他将权证价格上调了10%。此估算与多数基金估算价格相当,实际上宝钢权证上市首日开盘参考价被内定为0.688元。

但8月22日,宝钢权证开盘之后的价格就颠覆所有市场预测,当天宝钢权证封在1.26元涨停板上,当日上涨幅度高达83.56%,成交份额达到1.39亿份,换手率为35.9%。

“连交易所都没有料到宝钢权证会涨这么多。”一位接近交易所人士透露,随即交易所对宝钢权证涨幅做出解释。这种解释是:根据《上海证券交易所权证业务管理暂行办法》规定,宝钢涨幅价格=权证前一日收盘价格+(标的证券当日涨幅价格-标的证券前一日收盘价)×125%×行权比例,因为宝钢权证开盘参考价为0.688元,G宝钢的前收盘价格为4.62元,行权比例为1,所以宝钢JTB1当日的涨幅限制价格就为1.263元。

宝钢权证的首日表现吸引了市场眼球,但有分析人士认为这种表现属于非理性炒作。8月23日,这种炒作加剧,宝钢权证价格再度飙升,最高直逼1.84元的涨停价位,之后回调至收盘价1.59元,当日成交份额达到12.8亿份,换手率为330%。

市场上开始出现较多的沽空声音,一家媒体援引一位资深市场人士的话说,“我知道宝钢权证该跌了,因为尾市最后15分钟,恶炒权证的主力开始心虚了,他们的平仓导致权证价格开始跳水。”

8月24日,宝钢权证没有出现所谓的跳水,与之相反是它仍旧在走强。当天最高价格达到1.98元,收盘于1.81元,涨幅高达13%,换手率达到429%。8月25日,宝钢权证甚至摸高2.09元的价格,4天之内换手率率达到1063%(计算公式:44.81/3.87),远远高于国际上权证年换手率1000%的标准。

但与宝钢权证价格走势相反的是,作为宝钢权证价值根本的G宝钢股价在悄然走低,8月22日,G宝钢高开低走,从最高4.74元跌至4.63元,第二天平开低走,从4.63元一路滑到4.57元收盘。到8月25日,G宝钢收盘价滑落到4.54元,接近宝钢权证的行权价格。

谁在买卖?

谁在买卖宝钢权证?市场人士相互询问。

在宝钢权证3.87亿总份中,基金持有量为44.52%,其他机构与散户拿了55.48%。

此次基金充当了宝钢权证最大的卖方。虽然证监会在8月16日表示,基金



8月22日,宝钢权证上市交易,一周内换手率达1500%,远高于国际上权证年换手率1000%的标准,涨幅为263% ■本报资料室

上周,宝钢权证很癫狂!

不仅可以持有在股权分置改革中被动获得的权证,还能根据交易所的有关规定卖出该部分权证、行权或主动投资于在股权分置改革中发行的权证。

但是,证监会同时要求基金公司运用基金财产投资权证时,应将权证投资方案报告证监会并公告,并且权证投资方案应当列明基金投资权证的比例限制、投资策略、信息披露方式、风险控制措施等,并充分揭示相关投资风险。这些规定部分限制了基金购买权证产品。

“实际上,受内部交易制度制约,基金肯定不会以现在价位买入宝钢权证。”在宝钢上市首日,一位基金经理就表示,“因为权证价格已经远远偏离了价值,如果在现在位置买入,就违背了理性投资规则,在公司内部肯定会受到处分的。”

的确,部分基金已经在逐步卖出权证,兑现利润。在宝钢权证上市之前,一些基金经理表示,“如果宝钢权证达到了0.6元以上则会考虑减持。”但市场没有给予卖出者0.6元兑现利润的机会。

虽然落袋为安就可以获取丰厚利润,但出于谨慎考虑,在宝钢权证上市第一天,多数基金仍旧持观望态度,他们大多数既没有减持也没有增持。

但包括保险公司在内的另一些机构却选择了卖出宝钢权证,“因为保险资金拿的都较少,我们在达到涨停板当天就出货了。”某保险公司投资管理中心的总经理告诉记者。

8月23日,部分持有权证较多的基金逐步撤退。据悉长盛基金在当天就卖出手中所持权证比例的2/3,其他基金也出货不少。如果此时基金没有选择卖出,则会持证观望,“因为比较少,我们既不卖出,也不买入。”湘财荷银投资总监刘青山告诉记者。

机构成为宝钢权证的最大卖方,但谁又是宝钢权证最大的买方呢?

“只有两种人会买卖权证,一种人是特别有钱的大户,他们拿出二三十万玩玩,即使亏损了也不会有什么影响;另一种人是没有钱的散户,他们会拿上一两万做个投机。”一些基金经理分析。

这种分析从营业部得到了验证,来自营业部的信息也反映,很少有券商、QFII主动买进宝钢权证,参与权证交易投资运作的主要是各类散户。在权证上市之前,深交所进行了权证交易模拟大赛,个人投资者就占据了绝大多数。

“现在,不少中小投资者正在享受宝钢权证‘T+0’交易模式所带来的快乐,他们喜欢‘炒新’,不判断其价值标准,只享受着瞬间交易的乐趣。”一位营业部经理形容。

本报获悉,某散户投资者在宝钢权证上市交易的第二天买入40万份,随即在第三天全部卖掉,仅一天的时间,投入不到50万元,便赚了15万元,获利高达30%以上。

未来走势

宝钢权证已经幻化为迷人的妖姬,沉浸其中的中小投资者已经懒得理会蕴藏其中的巨大风险。

“没准它会如深宝安一样,权证的价格超过股票价格”,一些基金经理开始担心。但一位投资者却在网上表示,“涨到10元我都敢买”,决定价格的标准是供求,凭权证“T+0”这惟一的特点,它是目前市场上最安全的品种,换手高则更符合技术分析,况且随时可走。”

一些分析人士也修正宝钢权证的估价标准,例如华夏证券分析师张宏业就表示,考虑到中国市场上已经近10年没有见到过权证,谁也不能据此认为目前宝钢权证的价格就不合理。“如果一年之后宝钢权证价格达到6元多,谁说宝钢权证1.7元、1.8元的交易价格不合理?”

投资者忽视宝钢权证风险的理由还

有,“炒新”将获得政策支持,因为宝钢权证是上交所搭车股改的创新品种,上证所已经表态权证只许成功不许失败。这时,被短期获利冲昏头脑的投资者更无法领会政府推行权证产品的初衷。

某种程度上,管理层是不希望散户过多的参与权证炒作的,因此在权证上市之初,上证所就给会员单位发布通知,要求各会员单位按规定向首次买卖权证的投资者全面介绍相关业务规则,充分揭示可能产生的风险并与投资者签署《权证风险揭示书》,如果没有签署风险揭示书,投资者将无法参与权证产品的买卖。

为了监控风险,上交所负责人还表示,在权证上市后,交易所还将加强实时监控工作,及时发现和制止宝钢权证交易中的异常行为,防范价格操纵和内幕交易风险。

正如如此,在宝钢权证上市第二天,宝钢集团副总经理马国强在接受媒体采访时特别提醒投资者注意投资风险。同一天,宝钢权证的承销商申银万国也向上交所提出增发相同数量备兑权证的要求,这意味着权证供不应求的局面将会相应改观。

24日,关于投资宝钢权证风向开始出现一边倒的趋势,各类媒体和市场分析师不断提醒投资者注意风险;有人甚至用当年基金湘证案例来预测:宝钢权证也无法逃脱崩溃的命运;部分官方媒体已经明确建议投资者卖出权证。

26日,宝钢权证收于1.807元,较上个交易日下跌1.26%。

“虽然超活跃的证券投资获取一个较高的价格,但宝钢权证价格已经远远高于公允价值”,银河证券人士分析。

但这些都却在波峰浪尖上享受财富的热炒者所忽视或许,只能等到退潮之后,参与其中的投资者才能仔细咀嚼大趋势变化来临时的细节。

国内期市“劫难” 百亿巨资流失海外

■本报记者 李欣 北京报道

内地资金正在加速流向境外期货市场,与此同时,国外期市也加紧了对中国投资者的争夺。

境外期货机构针对内地企业和居民的市场推广活动突然增多。今年4月,芝加哥商业交易所(CME)正式开通中文网站(www.china.cme.com);伦敦金属交易所(LME)在上海召开金属和塑料期货推介会;全球最大的非银行期货经纪商——瑞富集团在内地财经媒体和网站做广告,推介境外期货。

“内地流向外盘的资金保守估计有100亿元之巨,甚至可能超过境内期货市场的资金规模,这对内地期货业造成了不小的冲击。”8月25日,中国期货业协会一位高层人士向本报表达了担忧。

套保之需

在国内期货市场上,投资者不再满足于已有的交易形式。出于套期保值和巨额回报的诱惑,有越来越多的投资者和企业利用各种渠道“出海”。

8月25日,力元新材(600478)发布公告称,为维护公司可持续发展,寻求规避原材料价格剧烈波动的风险,公司已决定向相关主管部门申请从事境外期货套期保值业务资格。

“期市套期保值已成企业不可或缺的经营工具,事实上,在没有获得监管部门批准之前,已有相当一部分企业通过各种形式在做套保”,一位业内资深人士表示。

力元新材董事会秘书陈志军告诉记者,“镍在伦敦金属交易所(LME)挂牌交易,其现货价格和期货价格基本上保持一致;且公司主要的原材料供应商为金川集团,近几年镍价格不断上涨,如果不利用境外期货市场进行套期保值,公司生产经营很被动”。

陈志军称,“公司购买原材料要么是买现货,要么就是利用期货市场锁定价格。而套期保值是规避风险的主要手段”。

目前内地投资者参与境外期货渠道颇多。最近几年,境外期货公司和金融机构纷纷进入中国开发客户,吸走的保证金规模大约有几十亿元。此前,中国期货业协会会长田源在上海公开表示,期货行业如果被外资占领,大宗商品必须通过外资机构进行,将对国家经济安全构成严重威胁。

内地期货公司正在成为弱势群体并有被边缘化的危险。中国期货业协会最新统计表明,今年1-7月间,期货市场累计成交额达75686.88亿元,比去年同期下降22.03%。

国内商品期货成交量下滑直接影响了期货公司的经营,甚至使一些期货公司的生存受到威胁。深圳某期货公司高管向本报表示,今年上半年,至少有70%以上的期货公司亏损,即使80%-90%的亏损也不足为奇。

2001年5月,国务院转发了中国证监会《有关国有企业境外套期保值的管理办法》。除明文规定的一些大型国有企业可以参与境外期货套期保值,普通企业和个人投资者参与境外期货交易的渠道暂时并未开通。

但即便如此,仍然有相当多的境内企业和个人投资者绕道炒境外期货。今年5月28日,在上海召开的第二届衍生品市场论坛上,中国证监会期货部主任杨迈军提出,证监会将审慎稳妥地推进期货市场的对外开放。在严格控制风险的情况下,继续支持符合条件的内地机构和人员到境外从事期货套期保值业务,扩大境外期货业务许可证的颁发范围。

辗转外流

但有限的开放并不能满足内地企业和个人投资需求,更有一批个人投资者逐利其中。

卢先生有十年从业经验,对国内的投资、交易模式非常熟悉,“国内期货市场好似国外期货市场的影子,每当国外行情出现异常波动时,我们很难采取有效方式避免,很被动。”

在国外市场试了几把铜交易后,卢先生初尝了跨市套利的甜头。所谓跨市套利,是指在某个交易所买入(或卖出)某一交割

月份的某种商品合约同时,在另一个交易所卖出(或买入)同一交割月份的同种商品合约,以期在有利时机分别在两个交易所对冲在手的合约获利。卢先生的跨市套利即是在国内期市和国际期市间进行的。

卢先生表示,自己做外盘是通过朋友介绍,与某外资金融机构驻华代表处联系后办理开户,客户资金按要求存入海外公司账户。接下来,该办事处有关人员会为客户提供有关外盘中涉及的咨询和建议,供投资人在包括外汇保证金交易、商品期货及金融期货在内的多种标的交易操作中参考。

据悉,账户资金有500美元即可以参与外汇保证金交易,原油期货每手交易2000多美金,而像S&P指数的股指期货每手就需要10000美金。账户具体金额由客户的交易品种和资金实力决定。

国内市场参与的外盘主要以跨市套利为主,投资品种也是与国内联系比较紧密的铜、油和大豆等商品期货。

而据一家金融机构驻京代表处人士透露,虽然公司驻华代表处只能提供咨询服务,但可以根据客户需要介绍其到公司的海外机构。他表示,资金汇入公司海外账户并不难办。“通过贸易途径,也有的通过银行,客户们各有各的门路,反正资金都出得去。”

吸引力远不止于此,国内一些期货公司也在“积极”地从事二级代理。国内公司同国外公司建立合作伙伴关系,互相协作,帮彼此拓展市场。

而且,贸易进出口企业在争取合法海外套保的同时,亦想方设法进入国际期货市场。

毕竟对大多数投资者而言,国内的外盘交易还局限在打擦边球,不是完全合规合法的“阳光交易”。

业内人士认为,大部分投资人不会单方面向专门做国外市场,通常投资人还要考虑运费、仓储费、汇率等因素,因此交易大都以实盘为主,期货交易只是一个手段。以铜为例,就目前市场情况来看,暂时没有什么(套利)机会,此时的跨市套利资金便同时在国内外市场撤了。

在投资风险问题上,卢先生有着自己的考虑。一是资金安全问题,“我们选择海外代理公司,是对公司的资信比较重视,尽量选择规模大、信誉好的公司。但目前,仍感觉这种交易不‘十分合法’,如果出了问题,还不知道怎么解决。倘若随意选择一家公司进行外盘交易,资金存入个人账户,想取出来就难了;二是风险控制问题。由于国外市场在交易规则方面(包括时间、涨跌停板控制以及计量单位等)有所差异,所以在实际参与中要逐渐适应市场”。

此外,还存在一些小型的代理公司,使用联名账户,造成的结果是,客户把钱存入容易,取出就难了。

多位业内人士也都向记者证实,在国外参与期货投资的中国投资者,真正赚钱的没有几个(相反,大部分赔钱或盈利甚微)。2004年,国际基金在大豆和铜品种上狩猎国内投资者,使其蒙受巨额损失。针对目前国内市场资金流向,上述负责人表示,目前国内经济情况,并不存在大量资金向国外流失的问题。特别是在人民币升值后,现在的情况是,国外的资金拼命挤进来(国内),而不会自动向外流出。即使真的流出去,也是为了补亏(弥补在国际市场上的损失)。

某从事境外套保企业负责人提出,在现在的经验环境下,从事外盘交易还要防范汇率波动、两个市场不联动及境外市场由于人民币太集中造成挤仓危险(国内外两个市场承载容量不匹配)等风险。

虽然利用期货市场进行套期保值是实现企业保证利润、锁定风险的重要手段,监管部门也比较认可,但其中风险仍不容忽视。专家认为,期货市场和现货市场价格同方向波动是成功套期保值的前提。如果两个市场波动方向相反,其中会蕴涵较大的风险。近期折戟CBOT的中盛粮油就是典型。由于国内现货市场与CBOT期货市场价格走势发生背离,中盛粮油在期、现两市同时亏损,不仅没有起到规避风险的效果,反而放大了损失。

一只股票投资比例为60%至95%的基金,公司宣传称其风险为中小低风险

交银施罗德基金“风险”争议

■本报记者 申兴 孙健芳 实习记者 杜志鑫 深圳、北京报道

只是为了宣传?还是有意误导购买者?这样的争议出现在交银施罗德基金公司发售的基金上。这个基金公司的股东是交通银行和德国施罗德集团,为第三家银行系基金公司。

8月26日,交银施罗德精选股票基金开始正式发售。在该公司的新闻稿和宣传口径中均称,“该基金属于中低风险的股票基金”,其中股票投资比例为60%至95%,债券及现金投资比例为5%至40%。”

但按照该资产配置和招募说明书的情况,多位基金研究员均对本报表示,如此资产配置比例,不能说是“中低风险”,应该说风险较高,最起码也是中高风险。

“这是一种宣传策略”,博时基金人士介绍,这一现象背后是“基金产品定位往往与实际投资偏差很大”,基金契约模糊和基金公司对基金契约并不严格遵循的现实。

风险之辩

对交银施罗德精选股票基金的风险程度众说纷纭。

在该基金的招募说明书中写道:“本基金是一只稳健型的股票基金,属于股票型基金中的中等风险品种。”

但在交银施罗德基金公司对外发布的新闻稿中,一律是“该基金属于中低风险的股票基金”。交银施罗德基金总经理雷贤达也表示,这是一只中、低风险的股票基金,在产品设计过程中考虑了新兴市场高波动的特点,以及中国市场经济的资产情况和投资心理特点。

在营销中,出于吸引投资者的想法,中低风险之说也一再被基金营销人员提及。记者电话咨询交银施罗德基金管理公司客户服务中心,接电话的工作人员介绍,交银施罗德基金属于中低风险;25

日,记者在交通银行深圳华强北一家支行咨询时,客户经理也一再强调,该基金属于中低风险产品,不但风险低,而且收益也会非常好。

银河证券基金研究中心高级研究员王群航认为,“通常,股票型基金属于高风险,但在运作之后,不同的基金会表现出不同的风险收益特征”。

“我们会将交行基金列在高风险股

国内的基金契约很多关键条款都很模糊,在国外通常会比较慎重,像在美国,如果出现不符合惹官司

和业绩基准,但不管在国内还是国外,判断风险通常属于事后评价。

由于新基金还不存在实质的持仓组合,但在招募说明书中,“该基金的业绩基准为75%×沪深300指数+25%×中信全债指数”。

“资产配置比例和业绩基准来看,属于中等偏上水平”,“国都证券基金研究员姚小军认为,“风险属于比较高的,75%的股票比例在现有的基金里面算较高的了。”

姚小军表示,一般新基金发行都会宣称“低风险高收益”,主要是迎合一种心理需求,事实上风险和收益是成正比的,而目前基金发行上普遍这么做,往往宣传有利的方面,回避不利的方面。

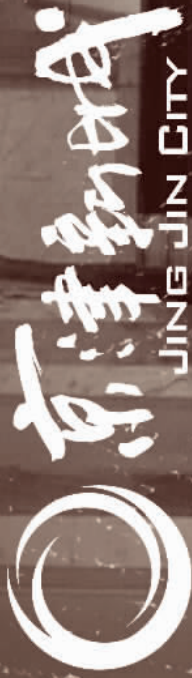
契约灵活性

在交银基金的“风险”之辩背后,折射出基金契约上的问题。“基金公司对契约都倾向于作出对自己有利的解释,并在契约里预留了一定的灵活空间。像交银基金在宣传时的说法并没有严格遵循基金契约,契约里中等风险的说法也不是很准确。”一基金公司不愿透露姓名人士称。

博时基金人士认为:“在国内,一个产品刚设计就定位了风险水准是十分可笑的,一是没有看到基金投资组合和组合中股票的风险度,二是投资标的和比例是一个静态的数据,而基金经理是不是遵守契约进行投资?”

“在国外,一般产品设计、风险定位和之后基金经理运作比较吻合,基金经理会严格执行基金契约投资。如果基金经理加大了某一类产品投资权重,事后基金经理必须解释为什么这么做,这么做是对了还是错了,以及主动性投资的贡献度。”

“国内的基金契约很多关键条款都很模糊”,赵宏宇博士介绍,“在国外通常会比较慎重,像在美国,如果出现



21 世纪上层社交生活亮相



琪汉男爵
用七千驾马车同时从绿林城堡出发
迎来几乎遍及欧洲各个角落的精英名流
这种生活发生在1538年
与当今一样的和平繁荣年间

社会关系的丰富是太平盛世中上层社会的最大财富
京津新城，二十一世纪上层社交生活亮相
等待您和您的圈子

THE LIFE STYLE, THAT
COEXIST WITH MILLENARIANISM ONLY
有一种生活, 仅与 太平盛世 共存

亚洲纪录一览表

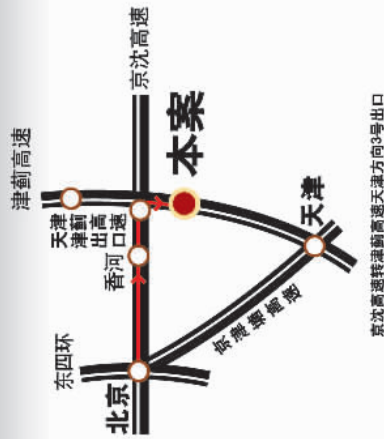
68公里的环城自然水域	亚洲最大4A级日式温泉	27洞国际级高尔夫场	国际会议中心
五星级水上皇宫大酒店	哥特式大教堂	复古超豪华剧院	尊贵游艇会
高等教育基地	马术俱乐部	新城书院
别墅: 167至1000平米以上 / 花园: 200至20000平米 / 在这里的生活, 必须依靠您的想像力			

“领岛”级别墅城 · 会所式别墅城 · 超配套别墅城 · 8000栋别墅城

010-58631111 58631122

接待中心地址: 朝阳区西大望路甲23号 (珠江帝景酒店北侧)

投资组合: 合生创展集团有限公司 广东珠江投资有限公司
物业管理: 广东康景物业服务有限公司
别墅及景观设计: 美国KXA设计师事务所/天津美新建筑设计有限公司



让世界一起联想

感受越来越轻松的数字办公

真正数字办公，当然从商务办公，基于超线程技术(HT)技术的英特尔®奔腾®4处理器，联想扬天电脑让你获得更领先的技术性能，实现更自如的办公应用，轻松完成更多任务。不仅如此，扬天电脑运行更长稳定，彻底告别病毒，并能简化工作流程，实现系统维护简单化，让您和企业创造更多成就，享受更多办公乐趣。

lenovo 联想

国际奥委会全球合作伙伴

联想扬天M6800、开天S8000、启天M6200采用含超线程(HT)技术的英特尔®奔腾®4处理器

联想商用台式电脑系列

扬天M6800

开天S8000

启天M6200

联想扬天 M6800

处理器：含超线程(HT)技术的英特尔®奔腾®4处理器630 (P4 3.0GHz 64位)

内存：512M DDR400

硬盘：160G SATA /200转

光驱：COMBO

显卡：6200TC 128M PCI-E 集成显卡

网卡：集成网卡

操作系统：WINDOWS XP PRO

售后服务：433个城市服务网络，3年有限免费上门服务

联想网站

www.lenovo.com.cn

阳光服务热线

800-810-8888

手机及小灵通800补充热线：客户请拨17

电话10-82879425(座机拨打)

Intel Inside Pentium 4

陆风涉嫌侵权通用 冷处理”

■本报记者 王亮 上海报道

中国江铃控股旗下的陆风汽车在欧洲涉嫌侵权通用欧宝事件，上周三之后开始暂时平息。不过，由于外界越来越担心中国汽车制造商抄袭欧美和日本设计，此事备受公众瞩目。

当再次面对来自中国的知识产权纠纷时，曾经一度在其与奇瑞汽车知识产权纠纷中咄咄逼人的通用汽车表现出了异常的温和，而另一边，与“江铃”有着复杂渊源的另一家跨国巨头福特汽车则更像是“无辜”地被卷入这次风波。

随着近年来中国汽车自主品牌开发的冲动逐渐升级，并开始对全球汽车市场表现出不成熟的野心之际，包括福特、大众在内的跨国汽车巨头名义上都务实地转为支持中方伙伴的自主品牌开发，尽管他们也承认不得不谨慎地提防这些未来的对手。

而目前他们新增加的一个担心是，当研发预算相对有限的中方伙伴们一些自主品牌开发车型存在知识产权争议时，如何保证对合资公司未来控股权“跃跃欲试”的福特们自己不惹上麻烦。这是未来可以绕开的一个陷阱？还是从现在开始积极帮助前者联合开发以避免争端？

“陆风涉嫌侵权”风波起落

8月22日，英国《金融时报》率先披露通用汽车正在调查陆风汽车在欧洲出口的一款车型是否抄袭了它的一款SUV。《金融时报》在报道中称，通用汽车正考虑对江铃汽车采取法律行动，他们认为江铃的陆风与欧宝的 Frontera 车体一样。通用汽车已将该案交给公司的法务部门，让它考虑是否起诉。

(下转 21 版)

Company

经济观察报
The Economic Observer

17
公司

2005年8月29日

责编：任雪松 E-mail:renews@vip.sohu.net 美编：刘会芹

百亿国资托管被叫停 严介和另类生意遭质疑

■本报记者 宁华 特约记者 杨真福 景德镇、南昌、南通、南京报道

很多人注意到了严介和的频繁收购，但并不是所有人都明白为什么他“最关注亏损的国有企业”。

严是江苏太平洋建设集团的董事长。他当过教师，在多家集体企业担任过厂长职务。1992年，严介和辞职注册了自己的建筑公司，他以亏损8万元的代价完成了南京市绕城公路的一个分包项目，由此掘到了“第一桶金”(净利润800万元人民币)。

2002年以前，严介和一直不声不响地在路桥建设业内“掘金”。但此后，他开始与许多地方政府部门打得火热，陆续收购、托管了31家亏损的国有大中型企业，集团旗下的成员企业达到115家。

严因此获得了大量市政工程项目。严自认为找到了一条捷径——通过收购业绩不佳的国有企业，从而博得当地政府的好感，进而在当地的市政工程中分得一杯羹。

他的最新战果是：7月刚和江西省景德镇市政府签订了一份合作协议，托管景德镇市六家国有企业(其中包括上市公司华意压缩)，并获得了一批基础设施建设项目。

但这一次，严可能要马失前蹄了。对他的质疑已经开始——江西省政府叫停了他在景德镇市的这个金额高达300亿元的合作协议。主要原因是，景德镇市处置几十亿国有资产却没有向省级国资部门汇报；受顾维军事件的影响(顾维军在南昌投资的江西格林柯尔-科龙工业园已全面停工，当地银行巨额贷款可能无法收回)，江西省高层领导对严的实力和动机存有怀疑，要求景德镇市谨慎行事。

百亿国资托管被叫停

与严介和的合作是景德镇市有史以来最大的一笔国有资产处置计划。7月1日，严介和与

景德镇市政府签订了《基础设施建设转让合作协议》和《国有企、事业单位改制合作协议》，太平洋建设集团获得了景德镇陶瓷工业园、高新技术开发区、新市区建设等基础设施建设项目，并托管包括华意电器总公司、景德镇焦化煤气厂、景德镇陶瓷股份有限公司、景德镇合资宾馆等在内的六家国有企业。据严透露，托管经营的“资产包”达到100亿元，而仅陶瓷工业园一个建设项目投资额就超过200亿元。

和其他的地方政府一样，景德镇市政府也非常重视与太平洋建设集团的合作，专门成立了由市长领衔的战略合作推进领导小组。项目领导小组其中的一位副组长表示，“到目前为止，还没有任何人向我说起(被叫停)这件事。现在也不明白到底到什么方面出了问题。”

本报记者获悉，景德镇市政府和太平洋建设集团正式签约一周后，江西省国资委主任吴明辉便亲率调查组前往景德镇对合作协议展开调查。据该市一位官员透露，“现在托管已经全部停下来了，市政府要等省国资委的调查结果出来，才能决定和太平洋建设集团合作的规模 and 方式。”对此，吴明辉主任表示，目前不便透露具体调查结果，他称“国资委的调查报告已经上报给了省领导，具体结果要等省政府批复后才能对外公布”。

另据知情者透露，合作协议被叫停的原因之一是，景德镇市与太平洋建设集团的合作涉及巨额国有资产的处置，但未上报给江西省国资委。江西省国资委宣传处副处长邱剑武也表示，“华意电器总公司虽然并不在省政府公布的21家由省国资委直管的国有大中型企业之列，但地方政府处置国有资产达到一定规模须向省国资委汇报。”

另外，如此大规模的国资协议，不但江西省国资委，甚至连景德镇市当地的国资部门也未参与此次国有资产的处置。景德镇市财政局国资办主任蒋伟承认，“国资办没有具体参与此次合作事宜。目前手头也没有市政府和太平洋建设集团的具体合作协议文本。只是在有关部门看到过协议，主要内容有三条，托管六家国有企业，陶瓷工业园建设项目和工业用地转化为商业用地。”

景德镇市经委的一位工作人员透露，“因为太平洋建设集团签订协议后便很快派驻人员进入了被托管企业，撤换了原先的企业负责人，托管协议被叫停在这些企业内部已经引起了混乱。”

业务模式遭质疑

严介和在三年内收购了31家亏损的国有企业，但谁也不知道，严介和收购那些亏损的国有企业到底花了多少钱。严本人的说法是，“收购那些亏损企业没有任何竞争，可以说是捡回来的，虽然企业的质地不好，但由此和政府建立了相当好的关系。”

比如此次托管的华意电器总公司、景德镇焦化煤气厂、景德镇陶瓷股份有限公司等都是

当地亏损的国有企业。当地官员透露，“托管协议中并没有标明这六家企业的资产总额，但可以肯定的是，被托管的六家国企负债巨大。有些负债太平洋建设集团是不负担的，比如双方就约定了在托管期间，华意电器总公司的债权、债务由华意电器自行承担。”

上述官员6月下旬曾随景德镇市政府考察团前往太平洋建设集团进行过合作前期考察，“太平洋建设集团当时只是提供了八家公司的审核情况，对该集团的具体经营情况并不是很了解。”该官员还表示，“我并不看好太平洋的这种经营模式。他们一直在搞市政建设，但却不停地在收购亏损企业，从来没有哪个企业通过这样收购大量不良资产而成功。”

而这也正是严介和的业务模式虽然看来运转自如，但却总有人对他心存疑问的原因。严介和在两三年内为太平洋建设集团“弄来”了上百家形形色色，与主业毫无关联的亏损的国企。去年，太平洋建设集团90%的利润来自于工程建设，严介和显然很难在这些收购来的非主营业务上投入太多的资金和精力，而严介和最熟悉、最擅长的就是路桥建设，并不具备管理、整合不同行业的国有企业的实践经验。

过去，严的生意在许多地方一直畅行无阻，但现在对他的质疑已经开始。一位当地的官员分析：“严的模式非常简单，但很难说长期可行。首先，对地方政府而言，不采取招标方式就将基建工程外包势必容易引发腐败，就算抛开不谈，严之所以愿意托管那些大量亏损的国有企业，只有一个可能，即他所能获取的工程利润足以支付托管所有的费用。”

“很难想象严介和会将资金投向那些已经很难找到买家的企业上，托管期一旦结束，这些企业问题将更为严重。”上述官员说。

地方政府急于摆脱亏损国企的心情，令一些地方官员选择不怎么合乎规定的手法。像景德镇市和严介和的合作便绕过了当地国资部门和江西省国资委。“我们在短短的三个月内就与景德镇市政府达成了共识，把景德镇陶瓷工业园拿出来，投资规模总共大概有两三百亿。”严介和说。

江西省政府的一位官员称，“没有向省国资委汇报只是景德镇协议被叫停的原因之一。更重要的是，受顾维军事件的影响，顾维军在南昌投资的江西格林柯尔-科龙工业园已全面停工，当地银行巨额贷款可能无法收回，省里正承受着很大压力。在这种情况下，省领导对严的实力和动机存有怀疑，要求景德镇市谨慎行事。”

资金悬疑

严介和因2004年收购ST纵横(纵横国际)而声名大噪，此后，他热衷于“造系运动”。他宣称“今后每年至少收购一家上市公司，到2008年至少拥有五家上市公司。”

7月17日下午，严介和在“太平洋建设与景

德镇市战略合作新闻汇报会”上称，“有些上市公司的规模太小，以后要收购的就是一个巨大的集团。比如这次景德镇六家企业托管是第一步，下一步就是真正的收购！”

严介和的计划颇鼓舞人心，但他掌控的太平洋建设集团总资产只有24亿元，净资产12亿元(该数据来自华意压缩的公告)，如何为托管、收购来的亏损国企“输血”？每年数百亿元的工程项目需要垫资建设，资金压力如何缓解？

“托管与收购是有区别的，托管价值几十亿的国有资产并不需要立即拿出几十亿来，”严介和说，“太平洋建设集团的大部分资产放在集团旗下三大下属集团公司中，一直没有进行报表合并，但如果以亿为计数单位，总资产和净资产都是三位数。集团过去负债率低，收购一些企业后现在高了一点，当然，下半年收购展开，目前20%的资产负债率肯定会上升，但也不会超过55%。”

目前尚无明确证据，严介和是以零成本或极低的成本获得景德镇那些亏损国企的托管经营权，以及是否政府在其托管期间会给予优惠政策，但至少要保证职工有稳定的基本收入。资料显示，景德镇这六家亏损国企职工超过6000名，以每人月收入800元计算(江西省劳动和社会保障厅数据显示，2003年度景德镇市在岗职工月平均工资为798元)，严每年仅职工工资支出就要近6000万元。

当然，按严以往的操作手法，他接管一家亏损国企后，首先会裁减人员。据纵横国际内部人士透露，“公司原来有两千多人，因为补偿标准较高(基数×1.5系数)，一次性减了400多人。补偿费用基本部分由南通市政府承担，超出部分由太平洋建设集团支付。”

据悉，南通市承担的职工补偿费用，即是纵横国际的股权转让收入。太平洋建设集团享有景德镇的这六家国有企业的生产经营管理权、人事管理权、财务管理权，但目前双方只是托管协议，如果严开始裁减人员，职工补偿费用政府并不会承担。

上述纵横国际内部人士表示，“太平洋建设集团的路桥建设项目都集中在中、西部地区，这些地方的政府财政都比较紧张，市政工程建设要求承包方先行垫资，集团资金压力较大。”

但严介和从不认为自己会在资金方面遇到麻烦，他说路桥建设行业的毛利达到25%，公司还与花旗、渣打银行有合作。不过，上述银行表示不能提供这方面的资料。

严在汇报会上透露，他已和长春市高新区签约，将在3-5年内投资人民币200亿元，在基础设施建设和小区建设、投资发展新材料及筑路机械、汽车电子等产业项目，参与国有企业改制以及提供资金支持 and 融资担保等四方面进行合作；严还透露，太平洋建设集团正与吉林省谈合作，收购的“资产包”超过300亿元。

严介和的希望正变得越来越大，这样，他投入也越来越多，但他之前的付出得到了怎样的回报并不为人所知。这是一位与严熟识的江苏某知名民企老总认为严可能会有麻烦的一个理由，“我并不看好这样一个城市打包经营”的计划，“他直言，‘毕竟完成收购不仅仅是将公司拿下来就完了，还需要更多的资金和人力作为后盾。’”不过，像其他心存疑虑的旁观者一样，他知道自认为手风正顺的人从不会轻易地在赌局刚刚开始时就收手。

中国联通
CHINA UNICOM

引领通信未来

12月支出

会议支出:

传真支出:

打的支出:

出差支出:

机票支出:

0元

0元

0元

0元

0元

一分钟组会
就这么简单

运转效率更出色!“宝视通”

可为您提供更便捷、高效的视讯会议功能,使企业会议沟通更简单。

宝视通
UNI-VIDEO

让沟通面对面

宝视通

节省开支的高效沟通!

详情请登陆 <http://video.cnunicom.com>

或拨打客服电话10101818咨询

索尼：重拾技术

■本报记者 常怡 徐正辉 肖可 北京报道

电子产品制造商索尼正试图重新找回技术巨人的感觉。

8月24日，索尼在北京及全球同步推出了以“BRAVIA”为副品牌的液晶电视，索尼几年中一直摇摆不定的彩电产品战略也由此确定：退出等离子电视，专攻液晶产品。“BRAVIA”被索尼寄予了厚望，希望能借此挽回索尼在消费电子领域的品牌优势，以迎接其60周年生日。

电视老大的失落

很长时间，索尼都是世界市场上毫无争议的电视老大，索尼的辉煌来自其旗下一个又一个技术独特的产品。然而二十世纪末的一次不成功的转型，让索尼在短短几年内就失去了这个位置，技术优势的丧失使其失去了跟随它多年的消费者。

“我们是2001年开始卖索尼电视的。”家电经销商北京大中电器的张勇在24日接受本报记者采访时表示，“然而卖得并不理想。主要是价钱较高，平均在6000元左右，另外其品牌认知度的降低也是其销量不理想的原因。”据悉，大中在北京拥有55家连锁店，每月索尼电视的销量在6000至7000台之间，销量在彩电品牌排名12、13位。而夏普、松下、三星等老对手的销量则都遥遥领先索尼。

作为顾客的直接面对者，家电经销商们已经敏感地察觉到了索尼的问题。

“索尼的销量在彩电品牌中排名在10名左右，外资品牌中夏普、松下、三星等销量都好于索尼。”北京苏宁电器彩电负责人王军在接受本报记者采访时认为，由于是高端品牌，所以价格高并不是其主要问题，索尼的关键问题是几年都没有好的产品出台，是企业战略方面的问题。

自1998年前推出了“贵翔引擎”技术后，索尼在电视技术研发方面似乎停顿了下来。于是在这七年中，索尼失去了平板电视的大片市场，然而今天平板电视又恰恰成为了主流方向。现在，当人们提起液

晶电视，三星是第一品牌；在等离子彩电市场，先锋、日立的技术已超越了索尼，目前先锋和索尼在日本国内的销售比达到了4:1。同样，索尼在家电领域的老对手松下电器和夏普，也凭借着平板电视等产品大幅提升了公司的营业收入。

面对众多对手的紧逼，索尼在消费领域的品牌优势正在逐渐丧失，这已经完全颠覆了索尼当初赖以成功的运作模式。

欲在中国拾旧梦

“BRAVIA”标志着索尼电视进入了新的篇章。”索尼中国消费电子营业本部市场总部副总经理奥田利文24日接受本报记者采访时表示，“我们希望以此能够有机会重新领导市场。”



索尼中国总裁川崎成一

“中国市场对索尼非常非常重要，”索尼日本总部消费电子事业本部副部长大川聪紧接着表示，“甚至将成为索尼全球最大的市场之一。所以我们首先在中国撤出等离子产品，因为液晶比等离子更有前途。”

索尼尤其重头推出BRAVIA“晶极光”电视，即3片液晶背投，并通过技术对比宣称，标准清晰等离子实际仅有30万像素，而索尼的晶极光电电视清晰度却达到100万像素以上，使用第七代液晶。此外，在电视厚度和重量上，液晶背投也不比等离子逊色。“是大屏幕市场上推出的最优技术。”

“我们相信，2006年BRAVIA系列产品的销量将超过贵翔，成为索尼彩电最重要的产品。”索尼中国公司消费电子营业本部销售副总经理谢颀表示，“其中50寸的液晶背投在中国市场的价格将在2万元以下。我们虽然不以价格战为策略，但

不能离市场价格太远。”据悉，目前松下、三星50英寸等离子价格在5万元左右。

7月底，索尼公布了2005年第一季度财报，在截止于6月30日的一季度里净亏损73亿日元(6520万美元)，同时宣布，由于电视价格急剧下落以及重组成本超出预期，公司将其全年度的盈利目标降低了将近90%。在过去6个季度中，索尼电视事业部已经有5个季度出现亏损(像大多数日本企业一样，索尼的会计年度始于4月份)。

在全球彩电业务都亏损的同时，虽然并不理想，但索尼在中国的彩电业务居然顽强地保持了盈利。“我没有办法公布各个产品的业绩，但我可以告诉你，索尼在中国的彩电业务没有亏损。”索尼中国有限公司总裁川崎成一在接受本报记者采访时明确表示。

与老冤家握手言和

要改变自己在彩电领域甚至整个消费电子领域的不利局面，索尼明白必须补上平板电视这堂课。

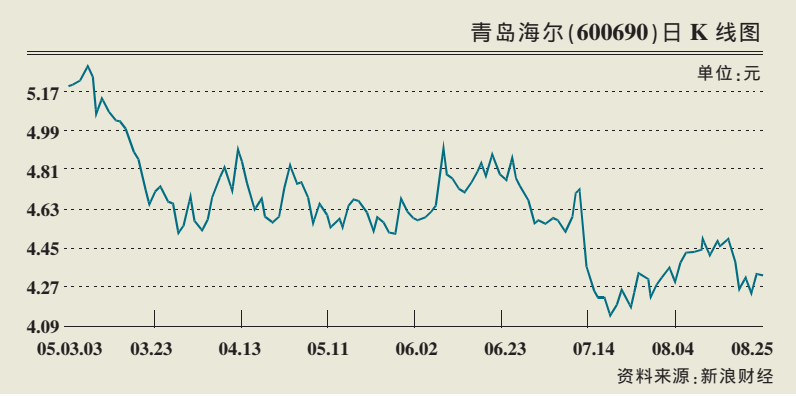
索尼选择了最简单、经济的一条路：合作，合作的对象就是其成长最快的竞争对手三星。

2003年，索尼与三星在韩国合作投资20亿美元新建了一个液晶显示器工厂。这是世界上最大的液晶显示器工厂，它不但可以巩固三星在全球液晶显示器市场中老大的地位，而且将增加索尼液晶电视市场的份额。

“这个液晶显示器工厂将在最近正式投入使用，以后索尼的所有液晶显示器都会在这个工厂生产。”索尼日本总部消费电子事业本部副部长大川聪24日告诉记者，“我们将生产第七代液晶显示器，它将比第六代液晶显示器有很大的飞跃。”

与三星的合作无疑为索尼提供了一条降低成本的途径，同时通过合作，索尼还进入了其原来并不擅长的液晶显示器和内存芯片等多个领域。在合作生产的同时，索尼和三星还共享部分专利，降低了彼此之间的专利权跟踪成本。在过去6年中三星在美国注册的专利数量已经有5年超过了索尼。

三星投资关系部主任Woo-Sik Chu表示：“索尼是全球少数几个知名品牌之一，我们从它身上学到了设计经验与市场技能。而索尼也想到我们身上找到品牌快速发展的原因。”



盈利乏力怎么办？ 海尔方法：投资 R&D

■本报记者 尹永铸 济南报道

家电类上市公司正在经历普遍的尴尬——销售量上升，利润却大幅减少。而被裹挟其中的青岛海尔正试图以一项8.1亿的巨额投资计划拉动盈利能力，以改变这种不利的前景。

遭遇普遍尴尬

青岛海尔正在经历历年来净利润下滑最严重的时节。

青岛海尔(600690.SH)8月17日发布的半年报显示，今年上半年，这家国内最大的白电制造商的净利润为1.48亿元，比去年同期的1.9亿元减少了22%多。

半年报还显示，青岛海尔第二季度销售额虽从上年同期的54亿元提高到55亿元，但盈利比上年同期的1.025亿元却减少了17%，只有8510万元人民币。今年上半年，公司的主营业务收入达到了95亿元，比去年同期的86亿元增加了近10亿元，且公司今年上半年的管理费用也同比减少了600余万元，然而由于其主营业务成本比去年同期增加了10亿元，公司的净利润仍出现大幅下滑。

销售量上升，利润却大幅度减少，这是目前家电类上市公司正面临的全行业“普遍尴尬”。而在目前已公布半年报的家电类上市公司中，青岛海尔的净利润下滑幅度也算是比较大的。

来自国家发改委经济运行局的数据显示，在经历连续两年的高速增长后，今年上半年我国电子工业累计实现利润总额336亿元，同比下降5.5%，而利润率只有3%左右，为1999年以来的最低水

平。其中消费类电子产品的利润状况更加糟糕，来自信息产业部的数据显示，“电子百强”今年1到5月实现利润总额48亿元，同比下降53%，其中前10家企业中有6家利润大幅下降。

青岛海尔董秘纪东表示，原材料的大幅上涨是其净利润下滑的主要原因之一。青岛海尔半年报显示，今年上半年，主要产品中冰箱受成本上涨的影响最大，在钢材涨价的同时，发泡材料价格也成倍增长，大大吞噬了利润空间。而整个行业竞争环境的恶化也是重要原因。

国务院发展研究中心市场经济研究所经济咨询中心副主任、家电产业研究专家陆刃波认为，尽管与原材料成本上涨有重要关系，更为主要的原因是海尔的销售额还远未上去，影响海尔销售额的原因则是其传统家电(冰箱、空调等)更新换代的速度较慢，不能适应市场需求。

“海尔的传统家电应该做得更高端、更强势，这当然还远远不够，因为传统家电的增长目前普遍缓慢，盈利乏力”，陆刃波说，“所以在传统家电之外，海尔应该有新的增长点，应该在相关产品的多元化上下功夫。”

陆刃波认为，外资品牌也会对海尔产生冲击——青岛海尔以冰箱和空调为主业，而外资家电企业的冰箱和空调产品预计占到了国内市场15%~20%的份额，这种冲击不可小觑。

并非应急

与海尔半年报同时浮出水面的是一项有关8.1亿元人民币的巨额投资相关的系列投资议案。

投资具体计划包括：青岛海尔将投资1.3亿元于数字家电产品研发项目；投资1.5亿元用于欧洲“WEEE”标准技术改造项目；投资1.3亿元于特种冷柜项目；投资9000万元于冰箱国际三期工程技改项目。此外，海尔还确定投资1.5亿元在重庆建设一个新的空调生产基地，在美国和欧洲各投资8000万元，建立当地化产品研发中心——据透露，这一研发中心主要针对3C产品。

纪东告诉记者，上市公司将从海尔集团手中接手网络家电业务，“网络家电是大趋势，将大大提升公司将来的竞争力，现在不说的话就会错失良机。”董事会认为，网络智能家居已成为房地产业销售的新亮点，家庭网络将提供远程保安、远程救护和远程家电维修等各种远程服务，将大力推动新型网络服务业的发展。青岛海尔预计其投资1.3亿元于数字家电产品研发项目达产后，年实现收入2.2亿元，实现利润总额2500万元。

“投资1.3亿元于数字家电，同时在美国和欧洲总计1.6亿元的投资也用于3C研发中心，与数字家电有关的投资已达2.9亿，这一巨额投资显示了青岛海尔对于数字家电的看重。”赛迪顾问家电行业分析师艾宏图认为。

也有分析人士表示，网络家电、数字家电、3C融合之类，目前还仅仅停留在概念上，“希望给上市公司带来一些好听的故事而已，实际上究竟多快能产生效益还是未知数。”华夏证券家电行业分析师陈远望说。

艾宏图认为，除了对“面向未来”的数字家电的投资，按欧洲“WEEE”标准做技术改造项目的投资也是非常必要的。“WEEE是一个关于环保的标准，它要求电器的元件要达到一定的回收标准，这一标准对出口欧洲的中国家电有着重要影响。”

纪东表示，这一系列的投资计划，并不是针对半年报所描述的净利润下降而采取的应对举措，这只是一种正常的投资行为，是“围绕市场并向市场进行深层次的拓展”。

“海尔的半年报与系列投资反映了中国家电市场的某种现实，它实际上回答了‘在传统家电产品盈利乏力的情景下，我们应该怎么办’的问题。”帕勒咨询董事罗清启对记者说。他认为，这一系列投资是长线与中短线的结合，也是行业共性与企业个性的结合：比如海外研发中心及数字家电的投资便是长线投资，也是反映企业个性化的一种投资，而对特种冷柜的投资便是短线投资（也是共性的投资，大家都在寻求能快速盈利的办法）——特种冷柜项目是海尔自主研发的技术，具有相当的创新性与市场竞争能力，它对海尔利润率的贡献起到一定的效果。



特别呈献

2005中国最佳商业领袖奖

ROYAL SALUTE

THE ULTIMATE TRIBUTE

皇家礼炮

联合主办：

第一财经

CNBN

CNBC

■本报记者 刘伟勋 谭瑞岗 北京报道

中国首家民营航空公司奥凯航空将再度创下“第一”：向韩国大韩航空公司出让股份，转身成为中国第一家引入外资的民营航空企业。

8月24日，奥凯航空董事长兼总裁刘捷音向本报证实，公司已于月初和大韩航空（下称大韩）签订意向协议，后者将收购奥凯的部分股权。随后，公司将把主营业务从目前的航空客运调整为货运。

在国有航空公司保持强势的中国民航业，外资和民企是两股新兴但依旧边缘的力量，它们通常各自为战。奥凯和大韩的牵手打破了这一局面，并首创了一种全新的互助模式：民营航空公司担当起外资进入中国的新通道，而借助外力，步履蹒跚的航空民企试图找到一条既能解决生存难题，又可提前布局未来的新出路。

外资的新通道

事实上，奥凯与大韩走到一起早已不是悬念。今年年初，双方携手合作的消息就已见诸报端。不过在两家公司最初的设计中，大韩的角色并不是外资股东，而是合作伙伴。目前奥凯运营的惟一一架飞机，就是向大韩租赁的。

“收购股权是后面谈出来的，并不是一开始就设计好的”，刘捷音认为，与成立新的合资公司相比，股权转让简洁易行，能加快双方的合作进程。

按照今年1月开始实施的《公共航空运输企业经营许可规定》，在中国成立一家新的航空公司，最低门槛是注册资金8000万元，购买或租赁3架飞机，拥有合格的专业技术人员和设施设备，组建中外合资航空公司，还须提交合同、章程的批准文件 and 外商投资企业批准证书等。从起步到起飞，要经过申请筹建、筹建、申请经营许可、适航安全审定等漫长而严格的程序。

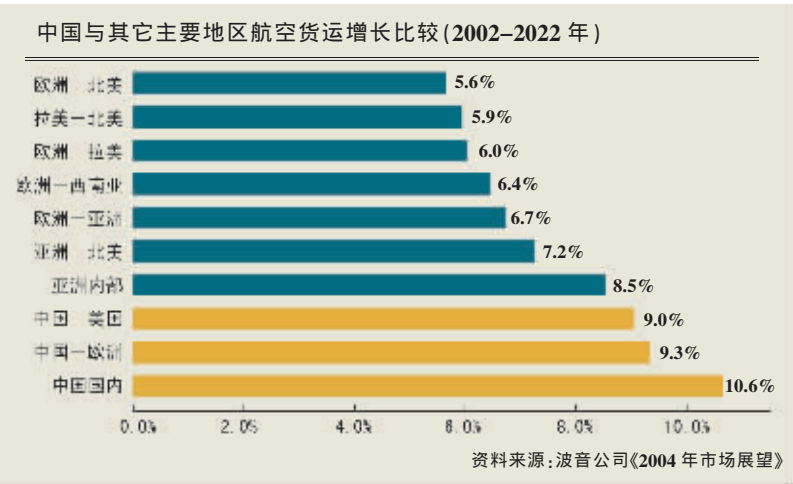
“太复杂了”，一位参与筹建民营航空公司的人士告诉本报，除了手续繁杂之外，最困难的是找到数量足够的合格飞行员，以及租赁到合适的飞机。在中国，飞行员和飞机极为稀缺。2004年就已经获筹建的几家民营航空公司之所以迟迟无法起飞，原因也在于此。

合资航空公司也有相同难题。2004年10月，深圳航空公司、德国汉莎货运公司和德国投资与开发有限公司签约组建翡翠国际货运航空公司。但直到今天，这家合资公司仍未踏上跑道。

而参股已经运行的航空公司，是外资进入中国的便捷通道。在民航管理干部学院经管系副主任耿淑香看来，这种方式规避了繁琐的程序，节省了大量时间。2003年12月，香港中信泰富就是借助入股中国



开航未足半年，奥凯便引入大韩航空，迅速实现从民营航空到中外合资航空的身份转变



国际货运航空公司，直入中国货运市场。

而以往，为外资提供进入通道的，是国有和地方航空公司。此次奥凯向大韩出售

股权，使民营航空公司第一次成为外资的中国通道。

“这是外资相当聪明的选择”，民航管

日称，都还没有确定。他甚至强调，双方8月初签订的意向协议并不具有法律效力。

那么，奥凯引入大韩的用意是什么？

“奥凯是想借助大韩的货运经验，把航空货运做起来”，中国民航学院航空运输经济研究所所长李晓津认为。

作为韩国最大的航空公司，得益于韩国与美、欧之间的天空开放政策，大韩迅速发展，在航空货运领域尤为突出。国际航空运输协会今年6月公布的2004年世界航空运输统计显示，大韩首次超过德国汉莎航空公司，以81.6亿吨公里的货运周转量跃居世界首位。

中国货运市场空间巨大，但国内航空公司的货运实力十分有限，目前整个行业的全货机不足20架，这对于大韩和奥凯而言，意味着十足的机会。有预测显示，今年国内航空货运的增速将超过30%，而航空客运的增幅约为20%。

事实上，奥凯筹备之初确定的主攻方向，就是航空货运，只是由于货机难以租到，无奈之下选择客机作为过渡。“如果客运飞得好，会继续开展下去，但我们的核心是货运”，刘捷音称。

奥凯选定的运营基地天津滨海机场，是中国北方重要的物流基地。李晓津指出，目前首都机场运出的航空货物中，70%左右来自天津。摩托罗拉、LG等大型跨国企业聚集在天津，其产品主要通过航空运往世界各地。但由于目前天津机场的货运航班十分有限，这些产品不得不首先通过卡车运到北京，再从首都机场转运到其他地方。

“大韩入股后，凭借其完善的货运网络和丰富的货运经验，可以帮助奥凯开辟始发天津的国内、国际货运航线，把天津货运市场的潜力挖掘出来。”李晓津说。

在奥凯借助外力谋划未来的同时，大韩也借势入股，向着它最为看重的中国市场跨出了关键一跃。

大韩1994年进入中国，最近两年已将中国确定为最主要的目标市场，尤其是在货运领域。大韩航空北京办事处为本报提供的数据显示，该公司目前拥有可以飞往中国15个城市的24条航线，每周往来中国的航班超过100班，来自中国的货运业务量已占到大韩全部的10%以上。

一直关注大韩航空的天合星联市场顾问公司分析师谢睿峰称，现在中韩之间的货运总量中，大韩一家就占到60%。但是欧美航空公司通过各种方式进入中国市场，对大韩形成了潜在的威胁。大韩今年增加了中韩航线的运力，并且计划在中国投入高于其他任何地区的货机数量。

此次入股奥凯，是大韩在中国的进一步试水，通过这个平台，它在中国的航空货运网络将进一步得到完善。

民营航空的出路

民企和外资相互借力，只是刚刚开始。奥凯和大韩越走越近的同时，另一家民营航空公司鹰联航空也悄悄开启了自己的海外引资之旅。据了解，这家7月26日才首航的航空公司已经在和新加坡一家公司商谈股权转让事宜，但鹰联航空不愿透露相关细节。

目前，国内只有三家民营航空公司投入运营，另外一家是7月18日首飞的春秋航空。这三家公司中，已有两家选择了联姻外资，而且这两家民营航空公司都是采用了传统航空公司的运营模式。这种模式的特点是重视网络和服务，但并不把削减成本放在重要位置。

在国有航空公司保持强势的中国民航业，外资和民企是两股新兴但依旧边缘的力量，它们通常各自为战。奥凯和大韩的牵手打破了这一局面

由于有母公司上海春秋国旅充足客源的支撑，春秋航空采用了低成本航空的运营模式。即便如此，在飞上蓝天的第一个月中，春秋航空仍然亏损2万元。

业界推算，由于奥凯和鹰联的运营成本较春秋航空要高，加之客源无法保障，因此经营业绩要逊色于春秋航空。刘捷音曾表示，奥凯希望用两年左右的时间实现盈利。

奥凯等民营航空公司曾试图走低成本道路，但这条路难以走通已成共识。因此，它们被迫寻找新的出路，牵手外资就是其中的一个方向。耿淑香分析说，引入国外航空公司，不仅可以带来资金，更能获得外航的网络、管理经验，这是民营航空公司，尤其是类似于奥凯的民营货运航空公司急切需要的。

“货运航空公司比拼的就是网络和频率。但是在中国，很少有航空公司拥有每天一班的货运航线”，她认为，国外航空公司恰好可在这些方面助力民营航空公司。

但有专家指出，引入外资不能一劳永逸地补长民营航空公司的每一块短板，更不能改变目前的政策和市场环境。直到现在，民营航空公司的出路仍不明朗，甚至这些公司自己也说不太清楚，它们将会走向何方。

“每家公司应根据自己的实际情况确定模式和方向。就春秋航空而言，目前没有引进外资的计划，也没有和外资展开接触。”李伟民说。

WWW.EOBSERVER.COM.CN

员工的视野——
决定企业的视野

2005年度经济观察报社秋季海外研习班即将启程

BEIJING
T.O
北京
华盛顿 | 纽约

我们将研究
新闻伦理及记者行为准则
重大新闻事件及突发事件的组织报道
编辑与管理
媒体市场训诫和读者调查
媒体公司管理技巧—公司品牌建设、财务管理及营销策略
新闻写作技巧
媒体公司管理
多媒体管理

我们将走访
The Washington Post, The Baltimore Sun, USAToday,
Leesburg Today, The University of Long Island,
The New York Times, Editor & Publisher, Businessweek,
The New York Post, Fortune,
Mediaweek and The New York Stock Exchange

理性·建设性

经济观察报

The Economic Observer

FOTON

福田汽车

北汽福田汽车股份有限公司是一家跨地区、跨行业、跨所有制的国有控股上市公司。现有资产达50亿多元。品牌价值超过106亿元。被业界誉为“中国汽车发展最快、成长性最好的企业”。是全国520家重点企业之一和北京市汽车工业三大板块之一。

《经济观察报》社海外拓展计划

由北汽福田提供特别支持

西山上游新别墅：香江别墅

上风上水·上西山

对于东方人而言，“山”具有丰富的人文内涵。西山是京城的精神圣域，它不仅是抵挡西北风沙，成就安居乐业的天然屏障，更是自古帝王修身养性的第一场所，历代文人墨客留下众多人文盛景，拥有不可复制的珍贵底蕴。

上西山，西山山脉上游区域，也是北京西部生态带中段，这里山峦起伏，叠嶂旖旎，是西山风景最为迷人的区域。



作为海淀和昌平这两个北京西部最具资源优势的区域交汇处，上西山被看作是共同的“生态人文后花园”加以规划，同时集中了生态旅游及大学城的远景规划。人文与生态，成为上西山区域两大主题。

上西山区域绿化率超过65%，林木覆盖率高达80%；京密引水渠自东北向西南横贯，直达颐和园昆明湖；地下水资源极深厚，矿物含量丰富，水质清冽甘甜，空气清新；周边已建成“南竹北移示范区”、美国红提采摘园、北京京郊生态公园等，正在逐步形成以观光、采摘、度假为特色的新型生态旅游度假区。北京最具规模和档次的高尔夫俱乐部华彬庄园与香江别墅·北园一路之隔，国际汽车赛场、国际滑水场及阳坊美食城等等休闲娱乐场所毗邻左右。

未来这里还将成为学院最为集中的地区，海淀界内将规划两百平方公里大学城，昌平界现已有吉利大学、北京人文大学、卓达大学城、汇佳双语学校等，未来北京邮电大学、北京

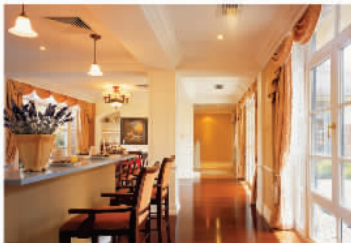
航空航天大学、中央财经大学、中国政法大学等也将进驻。

别墅开发尤为重要的交通状况，上西山具备着特殊的优势。即将开通的六环路从旁边经过，京昌高速路、海淀后山的温泉路以及京承高速路构筑的交通路网，使香江别墅到市区的距离缩短至40分钟左右，相当方便。

中西合璧·新院落别墅经典

作为京城知名地产开发商，香江国际集团的开发理念是“建造适合地段的产品”。香江地产经过长期对北京豪宅市场的考量，决定利用“上西山”原汁原味的“上风上水”，为现代中国人创造与京城人文一脉传承的原创别墅——让别墅更贴近地缘人文和生活伦理，回归到真正以人为本、以家庭为本、以亲情为本，以人和自然的关系为本的基础上。

从庭院绕着房了转，到房了绕着庭院转，不管是东方还是西方，庭院都是居住的奢侈所在。西式别墅是典型的点式别墅，庭院围着别墅转，庭院空间基本不具使用功能；中式别墅是典型的围合式，比如北京传统的四合院，庭院更多的承载了家庭伦理观念与亲情氛围。



在香江别墅，庭院设计融入了建筑师与开发商的更多心血和创意，独有的“零退后线设计”，用经典的U型空间布局规划出三重院落空间，每个空间均有对应的院落，三重院落从开放到私密，旨在能够真正融合东方与西方的院落精神，创造最适合现代中国人的“庭院别墅”。

2005年，进京十年的香港香江国际集团，以打造市中心的地标性建筑综合体而蜚声业界。继数码大厦、北京财富中心、南新仓国际大厦之后涉足高端别墅市场，并首次以其集团品牌为别墅命名，以原创的设计理念，开启上风上水的西山上游别墅新板块。个中文章，值得关注。



东方的意境，西方的建筑

无论是传统的深宅大院，还是移步换景的皇家园林，总是强调在空间的切换与延宕中营造出的尊贵体验。进深越长，空间的尊贵感越强。在现代别墅的设计中，层层递进的过渡空间恰好是这种体验的点睛之笔，层层深入的交通流线和适当奢侈的交通面积正是高品质别墅的重要部分。

香江别墅充分吸纳了这一特点来创造空间变幻的悬念：河道、石桥、密林、街区营造了奢华的进入序列，一步一步从社区的开放步入家居的独立；石材为主的西式外观设计，长进深的空间打造出从开放到私密、从前庭到后院，以及坡地别墅独有的阶梯式递进，每一步的深入，都让别墅的空间意境发挥到极致。

东方的伦理，西方的空间

餐厅几乎是所有家庭活动的核心场所，它不仅是一个就餐的空间，更是一家人聚在一起的亲情纽带。在传统的中式建筑中，厨房往往是隐藏起来的，总有“不见光”之嫌；西式的厨房则是典型的开放展示空间，然而与中国人的就餐习惯却不甚符合。

香江别墅在设计上充分考虑了这一点，在尊重现代中国人生活习惯的基础上，让一个完整的餐厨空间成为整个户型的家庭核心。它既是连接开放与私密的空间过渡，更是倡导家人间、朋友间相互交流的核心。餐厨空间正对近百平米的中院，主妇在厨房里操作，抬头就能看见院子里玩耍的孩子；天气好的时候邀三五好友在中庭喝茶聊天观山，悠闲的生活情境跃然而现。

东方的后院，西方的前庭

香江别墅，每户都拥有西式开放的前庭、中式围合的中庭和私密后院。

开放的前庭既保持住宅独立性又是与相邻住宅进行沟通交流的空间。坡地别墅独有的起伏地势给予了公共街区与前庭近1.6米的高差，通过台阶、花坛一体化的处理以及人造材料与天然材质的穿插运用，私家的领地感就在这错落的空间中充分显现。

面对餐厅的中庭突出了客厅、厨房以及餐厅的核心家庭空间，大尺度的落地玻璃门让中庭变成一个有天有地的户外起居室，一个纯粹的家庭活动的核心区域。

后院的私密花园是香江别墅设计精华所在。是一个颐养、休闲、收藏、读书、嬉闹的好地方。传统上讲，北京人有讲接地气的概念，从居家生活角度看，一层的生活空间更为方便，早上起来穿着睡衣，打开门就是后花园。它不仅是一个居住的空间，更是一个精神的寓所。

香江别墅园林设计更是与建筑、生活融为一体，其中最具特色的是拥有两公里长的湿地郊野公园。这条依托于香江别墅·南园与百葛路之间数公里长的湿地河道，是以植物造景为主，香江国际投资修建了面积近15公顷、北京罕有的坡地郊野公园，充分营造独有的自然、健康、亲情氛围的乡村休闲环境。

千米的郊野公园、社区中心景观及每户的庭院空间构成了香江别墅三大环境景观，层层递进，功能互补，构成香江别墅独有的园境链。社区内起伏的自然坡地、公共空间在造园时都吸纳了这里纯天然的环境因素，使乡村气息扑面而来，彰显隽永的朴素与高贵。



香江进京 十年奉献

香江地产隶属于香港香江国际集团，拥有20年以上专业地产开发经验。1995年涉足北京房地产市场，以“创造地段价值”为核心开发理念，全力打造区域型地标产品。从北京国际友谊花园到数码大厦（北京科技会展中心），从北京财富中心到南新仓国际大厦，香江地产在开发城市建筑综合体方面拥有专业的操盘经验，以建筑带动了周边区域的共同繁荣，业绩斐然。

香江别墅是香江地产首个以集团名称命名的项目，美国SASAKI公司的规划方案很好地将东方人文与自然色彩相融合，打造一个充满东方意境的全新别墅区。香江别墅的设计方案曾获“2004年亚洲地域居住文化及人文景观创作奖”。

庭院之美，只在香江别墅。 典藏大宅组团现正热销



香江别墅
上西山·纯独栋山景大盘
MOUNTAIN VIEW

● 中西合璧，东方宜人居住

香江别墅创造性地将东方的居住伦理融入现代西方别墅设计中，西方点式布局与移步换景的东方大宅与园林意境融合，建造更适应现代东方居住理念的现代别墅。

● 三重院落，主卧独享花园

香江别墅每一户都拥有开放的前庭、以家庭为核心的围合中庭和主人独享的私密后院，一层的主卧设计更是兼项“接地气”的东方养生哲学与主人的私密生活空间。

● 西山上游，纯独栋山景大盘

香江别墅，位居北京西部生态带，上西山东麓，是京城少有的山景别墅。总占地1500亩，周边绿化率超过65%，低容积率，超大原生郊野公园。

● 十年香江，经典佳作巨献

拥有十年北京专业地产经验的香港香江国际集团继数码大厦、财富中心、南新仓国际大厦之后倾力打造，美国SASAKI规划设计公司担纲整体规划，本案荣获“2004年亚洲地域居住文化及人文景观创作奖”。

香江别墅样板组团现已精装完毕，盛情绽放，恭请莅临鉴赏

300—530m²，200—400万/栋 www.hki.com.cn www.mountainview.com.cn

■ 总体规划：美国SASAKI公司 ■ 建筑方案设计：源野建筑设计(上海)有限公司 ■ 施工图设计：华源设计(上海)有限公司 ■ 园林景观：上海壹格景观设计咨询有限公司

现场热线：8610-60758866

市内热线：8610-51627766



竞开协同办公

敏捷提升效率

 dianji

点市科技

www.dianji.com

010-82358662-600

责编 任雪松 E-mail:renews@vip.sohu.net 美编 刘会芹

2005 年 8 月 29 日

韩国网游中国失意

■本报记者 王乐 北京报道

舞台上三个红衣少女正在高歌劲舞,台下数万名歌迷高喊着“SHE、WOW(魔兽世界)”,四周的银幕上播放着 SHE 为主人公的“魔兽大战”,这是 6 月 11 日上海新国际展览中心网络游戏展上的一幕。一周后,这段视频成了可口可乐在全国热播的广告;一个月后,《魔兽世界》的形象出现在成千上万的可口可乐罐上,一个叫做《魔兽世界》的美国网络游戏以前所未有的营销手段和力度取代了《天堂》、《传奇》、《奇迹》等韩国游戏成为中国网络游戏市场的最大热点。实际上韩国游戏已经很久未能引起市场的最大关注了,在《魔兽世界》到来前,市场中的热点是网易、腾讯、金山等公司的“国货”。

几个数据让韩国软件产业振兴院长牟荣宙意识到韩国网络游戏在中国市场的地位正面临严峻的挑战。报告显示,韩国网游占中国网游市场的份额从 2003 年的约 68%,逐年下降到 2004 年的 38%和 2005 年将不到 20%。

骏网公司产品总监马丽民给出的一组数字是这份报告的很好佐证,目前韩国游戏点卡占骏网公司总销售额的 30%左右,而在 2002、2003 年初这个比例高达 90%。骏网是国内的主要网络游戏点卡销售渠道商之一。

“韩国网游这些年在中国市场的份额正在稳步下滑,更为危险的是大多韩国企业还没有意识到这种地位的变化,他们仍然有着某种优越感”,牟荣宙的助手金华告诉记者。

那,到底是什么原因造成韩国一夜间丧失霸主地位的呢?

韩国经验水土不服

“要什么不给什么,说了等于白说,100 万人在线的游戏做成 800 人在线,这是谁的责任?”2004 年时任新浪乐谷总经理的杨震在一次内部会议上再也忍不住对方的指责,他拍着桌子向韩国 NCsoft 公司的代表怒吼。《天堂》在中国的失败使得大多参与运营者至今难以忘记,现任天游公司总裁郇彦卿把主要责任归为韩国公司“韩国经验放之四海而皆准”的心态。



韩国游戏发行时的盛大场面似乎一去不复返了

■本报资料室

在美国网游《魔兽世界》到来之前,国内市场上的热点是网易、腾讯、金山等公司的国货游戏。韩国网游失宠已久

似现场互动的活动,这种在大城市营销的方式在韩国被证明是成功的,因此韩国企业也认为这种方式也适合中国。

无论是网博会还是 Chinajoy(中国国际数码互动娱乐产品及技术应用展览会),NCsoft 这样的公司会毫不犹豫地投入巨资,在展览会上租用最大的场地,搭建非常豪华的场景,进行 2-3 天的活动,但是他们却不愿意以同等或更低的代价在全国性的媒体上投广告。

消息人士透露,新浪乐谷的中方运营商曾多次试图说服韩方:中国是一个国土巨大,人口众多且分布广泛的国家,在全国区域内推广的最好手段就是在全国性媒体打广告,但是韩国公司并不能理解,因此也并未采纳这项建议。

一位业内人士分析,NCsoft 仅在上海嘉年华的投入就在 100 万元人民币上下,两次 Chinajoy 的投入也都超过 100 万,但是在全国性的广告投放上面,即便是《天堂 2》公测期间的投放都没有超过 100 万元人民币,同为进口游戏的《魔兽世界》给某个门户网站的广告投放近 1000 万元人民币。

其次,韩国游戏厂商与中国运营方就客户端发生了争执。《天堂》游戏的一位中国代理商向记者回忆说,2003 年韩国最大开发商 NCsoft 携《天堂》进入中国,中方运营组开始就与韩国人在客户端问题上争执不下;韩国公司坚持认为不需要制作游戏客户端程序光盘,通过网络下载是韩国游戏客户端发放的主要方式。

《天堂》中方团队认为,韩国每家都是

光纤到户,百兆带宽,即便下载一个上 G 的客户端程序也不成其为大问题,然而在中国这样的网络环境下,下载一个客户端长达数小时,因此必须制作免费发放的客户端方便用户安装。

韩国企业普遍认为本国游戏水平高于大陆 1-2 年,因此韩国成功经验带到大陆就一定可以成功,在中国这样大的市场就算有点问题也不会影响太大。

Nexon 是韩国最大的休闲游戏发行公司,旗下泡泡堂在中国曾创造 70 万同时在线,日收百万的记录。

第三,韩国游戏实名制的运营经验也成了其在中国成功的包袱。根据韩国游戏运营经验,由于韩国互联网采用实名制,Nexon 可随时查到来自某网吧的某台电脑在《泡泡堂》的游戏时间,因此韩国消费者不需要另购买游戏点卡,他们在网吧玩游戏后可直接交钱给网吧,由网吧与运营商进行结算,网吧几乎是游戏运营商的终端渠道,享受渠道折扣的利润,因此韩国网吧经常上门找运营商寻求新产品。

而中国的情况截然相反,由于中国普遍没有网络实名制,运营商无法直接对网吧实现监控和结算,因此游戏的支付主要依靠玩家购买点卡直接与运营商结算,网吧不能通过游戏直接盈利,游戏只是网吧用来吸引用户、增加上网费收入的手段,网吧不会上门去找运营商主动谈合作。

Nexon 始终对中方员工的解释半信半疑,在等待了一段时间后发现并没有网吧主动找上门来,于是 Nexon 就主动找一些网吧业主来谈合作,结果这些网络老板都对此不感兴趣。

中国的网络格局是南方电信北方网通,游戏运营商必须根据这个格局安排 IDC 机房和服务器专区,然而韩国企业并不理解这个中国的常识,几乎所有韩国企业都要质问中国合作伙伴为何要把电信机房那么安排,因为在韩国的网络情况只需要一个机房就可以。

《神话》的韩国开发商认为,中国大陆地域过大,韩国经验在台湾可以取得成功,也

可以将这种模式推广到大陆,于是他们就考虑缩小授权,在中国大陆每个省寻找代理商,结果没有中国代理商答应他们的条件。

本土化受挫

“在所有我打过交道的韩国公司中,没有一个完全执行中方提交的版本规划,他们根本不相信中方提出的问题”,已经参与过 5、6 款韩国产品在华运营的金泓杰回忆。有一次韩方老板自己都承认他们设计游戏时根本没有考虑到会有那么多用户使用,因此当中方提供“错误清单”后对方的答复竟然是“这些不可能发生,因为在韩国没有遇到过”。

金泓杰在运营《凯旋》时告诉韩国开发商,中国玩家不像韩国玩家那么“斯文”,他们喜欢 PK,因此不能对 PK 予以太大的限制,对方不听;说国内玩家人数比韩国多很多,一个游戏里面的工会成员不能只有几十个,应该可以多到上百,韩国公司表示不理解;运营某武侠游戏时金泓杰告诉对方,中国的功夫需要有气功效果而不是魔法效果,结果韩国人认为没必要。

分析人士称,对中国公司合理要求置若罔闻造成了一些著名游戏在国内的直接失败。

东方资通总经理郑平雄对记者表示,审查中国运营商市场计划是韩国开发商比较常见的现象,如果中方不按照他们的意见,对方就会以技术相要挟。

(下转 26 版)



www.mymai.com


买麦网

网 / 罗 / 生 / 意 汇 / 聚 / 买 / 卖

盛夏北京,冰爽高尔夫

>>>在太伟盛势登场!

●圣山圣水,会员专享



(图片为实景拍摄)

太伟高尔夫球场占地 2000 余亩,拥有 18 洞风景秀美的山地高尔夫球场和五星級太伟高尔夫度假酒店。球场景色宜人,四季鲜花,鸟语花香,秀水幽静。恬静自然恬适。健康愉悦的惬意人生。3 亿人民币的球场制作投入,价值 8 亿人民币的主柏树林,价值 10 亿人民币的“京北自然太伟”等无形资产,彰显该球场设施品质。只要您是经济观潮报的热心读者,就可以报名参加本次活动,尽享太伟盛景的第一排清凉和尊贵的尊贵享受!

●主办单位:经济观察报

●奖品赞助:Country Club 顺驰·林溪 II

●活动场地:北京太伟高尔夫俱乐部

●活动时间:2005 年 7 月至 9 月每周三
7 月 20 日, 7 月 27 日, 8 月 3 日,
8 月 10 日, 8 月 17 日, 8 月 24 日,
9 月 7 日, 9 月 14 日, 9 月 21 日

●联系人:王怡 陈锋

●报名电话:010-64241503 / 13366817755

●电子邮箱:esgolf@vip.sina.com

TREND MICRO 趋势科技



别让间谍软件动了您的奶酪

威胁:止于趋势!
从桌面到网关 趋势科技层层紧逼
步步设防 让间谍软件无处遁藏

登录 trendmicro.com.cn/spyware 了解更多网络安全信息
《线网间谍报告》还有机会获得《报不生的趋势》一书(每人抽 80 名),分享趋势科技精英、快乐的企业文化,了解华人企业走向国际化的成功历程、体会富家思维与西方公司治理文化的差异!
了解间谍软件详情请拨打电话 800-820-8876



©2005 Trend Micro Incorporated. All rights reserved.

Linux 市场的快速增长,给了厂商巨大的想象空间。IDC 最新数据显示,中国的 Linux 市场年均增长率为 23.9%,在 2009 年将达到 2700 万美元

■本报记者 杨兆清 北京报道

雅虎中国科技频道编辑王建锋的个人网站已经一年没有更新了。8 月 17 日在 Linux World 中国展会现场,王一边登录经常访问的开源社区,一边念叨准备在周日改写一下程序,重新启动个人网站的更新。

作为一名 Linux 爱好者,王建锋一直是开源社区千百万常客中的一个。眼下 Novell 和红帽(Redhat)两家国际 Linux 厂商正将其社区“搬”入中国。

Novell 在现场发放的光盘上印着:“您可以拷贝并重新传播本光盘,但不得接受任何形式的付款。大胆行动吧。”这是 Novell 中文社区蜥蜴风暴(openSUSE.org.cn)的宣传语。而红帽中国区市场经理吉喆称,红帽 8 月 17 日面向中国开通的社区(fedoraproject.org.cn)已有 8 万人次的访问量。

长大成人?

开通中文社区只是 Novell 中国投资计划中“增强技术扶持力量”的一个项目。17 日,Novell 公司首席执行官迈斯曼(Jack Messman)公布了 6 月份获董事会批准的中国投资计划。除了建设中文社区外,还建立研发中心和技术支持中心,并扩张在中国的销售团队。Novell 亚太区副总裁张先民说:“按照投资计划,中国区的团队人数将翻两番到三番,增长到 100 到 150 人,其中一半是研发人员。”

红帽中国区总经理陈实承认,2004 年他的团队只有 4 个人,创造的销售额相当于国内一些 Linux 厂商 100 人以上团队的成绩。“自进入中国市场以来,红帽中国的增长速度为 74%,我相信今年这个增长速度还会维持。”

在中国市场的成功使国际 Linux 厂商纷纷增加投资,Linux 似乎正在迎来其黄金时代。

张先民打了个比方说:“如果用一个人成长的历程打比方,我们可以说,Linux 已经大学毕业,长大成人了。父母的作用将慢慢淡化。”

张先民认为,在 Linux 商业化的初期,IBM、SUN、惠普等厂商的推动起了至关重要的作用。对培育市场、说服企业接受 Linux 是一个可用操作平台上,IBM 凭借其在 IT 业界的影响登高一呼,所起的作用自然比名气逊色许多的 Linux 发布商要大得多。张认为,今年初左右 IBM 的阶段性任务已经完成,剩下的路将主要靠市场“真正的主角”Linux 发布商自己来走了。

IDC 中国区副总经理万宁显然对此有不同看法。万宁认为,IBM 等大厂商拥有庞大的市场营销资源,在 Linux 的生存和发展中仍扮演十分关键的角色,促使 Linux 继续增长。而独立的 Linux 供应商的影响范围相对有限。

IDC 广泛访问了将服务器平台移植到

Linux 的企业,而他们最大的感受就是:降低硬件、操作系统以及第三方软件方面的成本。

“谈到 Linux 降低总体拥有成本(TCO)的优势,单单是硬件一项,就足够引起企业管理高层注意的了。”陈实举例说,UBS 瑞银集团在 UNIX 环境下的服务器硬件成本约每台 15000 美元,而移植到 Linux 系统后,硬件成本迅速降至 3000 至 4000 美元。

据万宁介绍,业内对总体成本的计算,除硬件外,还包括软件、劳动力、外包服务等。“而迁移向 Linux,通过降低总体拥有成本和提升投资回报比,将达到 IT 商业价值的最大化。”

Linux 市场的快速增长,给了厂商巨大的想象空间。IDC 最新数据显示,中国的 Linux 市场年均增长率为 23.9%,在 2009 年将达到 2700 万美元。

商业模式探讨

当 25 岁的芬兰青年利纳斯·特沃茨(Linus Torvalds)1991 年发布自己编写的 Linux 时,或许他并未想到 Linux 会逐步商用,并不断从 Unix 和微软的 Windows 地盘里抢食市场份额。

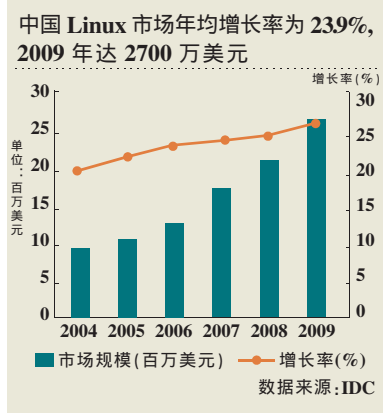
赛迪顾问 Linux 分析师钱磊认为,从最初的自由软件发展到现在的开源模式,Linux 发展面临的最大问题是商业模式竟

争力不够。

况且中国 Linux 市场目前并不大,2004 年服务器和桌面端总体市场份额为 9000 多万元,厂商之间的竞争激烈程度可想而知。

钱磊分析说,自由软件的设想是软件不需投入,只从发布软件后的服务获得收入。开源软件仍坚持分享的初衷,但保留了知识产权。从软件工程开发的角度,开源是最好的方式,有利于消除软件产品的缺陷。

Novell 的张先民说:“不能用传统的思维来看 Linux。与封闭式的软件开发相比,其最主要的特点是借力使力,充分借助社



区的力量,比自己埋头开发更重要。”张先民在担纲 Novell 中国区以前,曾在 IBM 工作了 17 年,担任 Linux 事业促进部总经理。

而陈实则简单地作了个对比,他认为开源模式使红帽能有固定的 12-18 个月的产品发布周期。这句话另有其弦外之音,进入 2005 年,微软几次推迟其新版操作系统长角牛(Longhorn)的发布时间。

从本届 Linux World China 来看,Linux 厂商正在中国市场结盟,以抱团的方式对抗微软。从各厂商发布的消息来看,Novell 与上海中标 Linux 方案、培训、技术支持和服务等领域全面合作,共创开源和拓林斯结成联盟,而红帽的中国投资计划也包括与独立软件开发商(ISV)的广泛合作。

迫于开源软件的压力,商业软件模式的领军企业微软已经有所动作,开放了部分产品的源代码。在今年 Linux World 中国展会的赞助商名单上,微软赫然在列。而此前,Linux 曾被微软指责为“软件业的毒瘤”。

张先民仍然坚持 Linux 已经长大成人:“在其他操作系统位数增长的同时,Linux 的成长率是 30%。Linux 成长为主流操作系统已经是不争的事实。”

而 IDC 的万宁则认为,从全球范围来看,开源的商业模式仍然在探索之中。

AMD

谁能做到，每秒4.2万亿次的高性能精准计算？

AMD企业级处理器解决方案

数字化城市同样也为卫通、铁通这样的小运营商打开了生存空间——

电信运营商济南试验

■本报记者 冯大刚 济南报道

济南正在成为距离“数字化城市”最近的中国城市之一,国家选定的数字集群试验在这里进行。数字集群改变了这座城市的生活,也给卫通、铁通等中小电信运营商带来了新的生存空间。

一呼百应的“手机”

山东卫通的总经理郝军坐在会议室里,他掏出一部看似平常的手机,对着话筒说:你好,请汇报位置信息。半分钟后,手机中开始不停传来他的手下们的汇报声:嗨,报告,我在公司;嗨,报告,我在济钢(济南钢铁厂);嗨,报告,我在……

这并不是一个虚拟场景,而只是数字集群的一个小应用而已。所谓数字集群,是专网移动通信的一种,一般用在紧急事件的调度上。通过专门的网络和终端(类似于手机),可以做到“一呼百应”——权限高的人员可以一次性通知到自己的所有下属,也可以立刻获得所有回答。简单地说,数字集群就是你在街头看到的交警手中对讲机的高级版,除了指挥调度,还增加了权限控制、群组呼叫、短信息、图像等专业功能。

在没有普通的公众通信前,集群通信就已经存在了,只是由于使用者多为公安、消防、交通、医疗等专业客户而不为普通消费者所知。但这并不是一个小市场——按照国际通行的计算方法,这些行业大客户的总用户量约为公众移动网的十分之一。当曾经广泛使用的模

拟集群通信开始向数字集群转化,这个城市的很多人生活发生了改变。

济南钢铁厂是济南的国有大型企业,仅员工手中的手机数量就超过一万,这里是济南所有电信运营商眼中的第一大客户。有了数字集群这个差异化定位的利器,山东卫通顺利把“济钢”变成了自己的最大客户。

“以前的模拟集群手机个头特别大,耗电特别多,现在的数字集群终端好多了。”济南钢铁厂李田池工程师说,“最大的不同就是调度功能。尤其是出紧急事故的时候,好多个车间、生产线一呼百应,简直太好用了。”

在济南郊区靠近黄河的一个镇,由于偷牛事件频发,许多农民夜里不进屋,而是睡在牛背上。这个镇的镇长对山东卫通的郝军说,“你们的数字集群非常好。我给每个村的村长、民兵连长等五六个人发下去,夜里有了偷牛贼,我一呼叫前后几个村子就都听见了,大家一起围追堵截,看贼往哪里跑。”

这是郝军没想到的一种应用,同样不容易想到的还有,在济南的婚庆公司、餐饮连锁店也同样喜欢数字集群。高速运行的十几辆花车的调度比从前简单多了,不会再出现“新娘丢了”的笑话。

运营者思路

“数字集群现在占卫通的业务收入总量还很小,但到明年就将成为我们利润来源的重头”,山东卫通总经理郝军说。在中国卫通的业务规划中,数字集

群与传统卫星业务、长途 IP 电话业务和卫星导航业务并列为四大重点。2005 年的情况是,卫星导航、长途 IP 是收入的重点来源,但到了 2006 年,数字集群将与上述业务并驾齐驱。

两年前,信息产业部批准卫通、铁通在全国部分城市开展数字集群的实验,随后开展了预商用实验。在卫通进行商用实验的天津、南京、济南三大城市中,济南是发展最快的一个。6 月 30 日,卫通济南数字集群网一期建设完成。

按照信息产业部规定,数字集群业

数字集群将改变城市面貌和市民生活,也将给卫通、铁通等中小电信运营商创造新的生存空间

务的最低包月收费为每用户 80 元。在济南,卫通为不同大客户度身定做的业务套餐有些甚至达到 150 元每月的水平。山东是全国移动通信资费最低的省区之一。济南移动的月租费用只有 18 元,联通只有 12 元,两者的 ARPU 值(单用户单月贡献收入)分别只有 90-100 元和 60-70 元。卫通的 ARPU 值显然值得大运营商羡慕。

在海外,运营数字集群的电信运营商往往是当地 ARPU 值最高的。中兴通讯研发的 GoTa 数字集群标准应用于济南和挪威、马来西亚、埃及等十余个国家。这个标准初步改变了国内原有的外国标准 iDEN、TETRA 一统市场的局面。

中兴通讯 CDMA 事业部副总经理崔丽告诉记者,GoTa 的系统成本只有 iDEN 的三分之一或一半。此外,通过与“GoTa 产业联盟”内多家伙伴的合作,融合了普通 CDMA 手机与集群通信功能的 GoTa 手机价格仅为 1000-2000 元之间,这个价格不到 TETRA 终端的五分之一。

来自山东省电信设计院的数据显示,济南、天津的数字集群网络规划支出分别为 1.5 亿人民币,包括网络建设与优化。如果算上终端采购,总投入为 3 亿元。这是一张 5 万线容量的网络,平均每线成本约为 6000 元。

铁通集团发言人郭晓昭告诉记者,刚刚获批发行的 10 亿元企业债券用途将向数字集群业务倾斜。因为数字集群是铁通未来最重要的利润增长点之一,也是铁通差异化运营的体现。2005 年 5 月 25 日,铁通在重庆宣布推出“一讯通”数字集群服务。一个月后,卫通也宣布推出“一键行”数字集群品牌服务。

郝军透露,目前济南数字集群用户已超过 3000,年内该市的数字集群用户计划发展到 1 万户,五年内达到 20 万。除目前预商用的三个城市外,卫通正在申请开通国内另外大量城市的数字集群业务。

韩国网游中国失意

(上接 25 版)

2003 年盛大《传奇》被韩国开发商突然解除合同事件就是中韩游戏公司此类摩擦的代表,在此后的 2 年中这种局面不断发生。

反观来自美国的《魔兽世界》则采取了完全本地化的思路,暴雪公司专门组建了中国运营应该将主动权掌握在自己手中,要主动的去“认知”、“避免”、“改变”。他的话音未落,来自久游网的产品总监出人意料地站起来反驳,“你说的倒很好,不过问题是,我们中小运营商不能认知,所以我们不可避免,出了问题我们也无法改变”。

双方的争执反映了韩国市场产品良莠不齐的局面,盛大等大企业有实力挑选成熟、稳定的产品;中小游戏运营企业只能揣着仅有的美元量力而行,一旦选的产品有技术问题运营不下去,无异于被判了极刑,凯旋、A3 等中途退市的产品都是因为韩国产品的技术问题被迫退出的。郑平雄的东方资通于 2003 年和韩国

DooBic 公司签署了《火线任务》的代理协议,为期 2 年,韩方应在 2003 年 3 月交付首个内测版本,7 月提供公测版。当东方资通在 3 月份收到首个内测版后便发觉游戏的开发度仅有 30%-40%,“韩国人隐瞒了开发进度,展示产品时他们以网络状况为由只在局域网环境下进行了演示,实际上 3 月份那个内测版根本无法内测,而 5 月份那个版本连 80 人在线都不支持”郑平雄醒悟时已经为时已晚,2004 年 3 月韩方才提交可内测的版本,这比合同原定日期延迟了 1 年,等到 2004 年 11 月东方资通做好收费准备时,2 年的合同已经接近尾声,此时 DooBic 公司突然发难要求东方资通必须改变合同,提早支付剩余 15% 版权金,否则不提供公测版本。“他们的目的就是利用东方资通的钱养活这个项目,设法要拖到合同完成后,转手卖给下家再挣一笔”。郑平雄说。

据郑平雄介绍,目前的韩国游戏版权金大多是 100 万美元以上,足以养活一个开发团队同时开发 2 个产品,这样即便一个做死了,另外一个照样可以顺利开发。

从 2002 年以来,韩国游戏企业和中国的商业模型一直没有改变;对中国企业收取越来越多的版权金,从中国企业的收入中抽取越来越高的分成比例,这样的做法严重影响了中国运营商的运营能力和抗击打能力。

韩国软件振兴院内金华认为,韩国游戏公司必须认识到中国市场的变化,如果继续闭门造车、急功近利,很难对抗日益增长的中国本土企业和欧美企业的发展势头。

这位英特尔背后的巨人至少在三年内无法在中国市场盈利,他把目光投向了未来

ARM 的 取“ 予”哲学

■本报记者 李晶 北京报道

这是一家“Inside Intel”公司,它不制造芯片,也不卖芯片,就像变化万千的 PC 产品里总有一颗 Intel 处理器的“心”一样,在许多消费电子产品的 IP(知识产权)核上也都拥有同一个名字——让我们欢迎这位隐身在 Intel 背后的“巨人”;英国 ARM 公司闪亮登场。

没错,ARM 公司只出售芯片中的 IP 授权。你不能不叹服,这家英国公司用福尔摩斯式的冷静避开了与芯片强手的正面冲突,而采取了别具一格的“Chipless 模式”(无芯片的芯片企业),其结果是全球几乎所有的半导体大佬都成了 ARM 的合作伙伴。

四年前,这位全球芯片行业的“幕后英雄”来到中国寻找机会。如今,一心培育中国市场的 ARM 公司推出了“DesignStart”计划——免费向中国芯片设计公司提供 IP 技术下载。人们关心,这个仅拥有 1200 名员工、收入却有 3 亿多美元的技术授权公司能否在芯片设计知识产权保护并不完善的中国市场赚取真金白银?

特立独行

ARM 公司中国区总裁谭军有个小习惯,在出差的旅途上搜集各种专业杂志上有关 ARM 技术的介绍,然后做成剪报。一个有趣的事实是,如今有关 ARM 的培训课程在全国遍地开花,培训机构大赚特赚,但 ARM 公司却并不从中赚钱。不过,这种变化却让谭军感到兴奋。他告诉记者:“昨天我在深圳逛书店时,看到了两个专柜上堆满了有关 ARM 技术的书;在全国一个芯片设计会议上获得的免费杂志上,河南安阳一个技术学院也在做 ARM 技术的培训。”

事实上,这家拥有全球嵌入式芯片技术市场 70% 的市场份额的公司,至少在未来三年内在中国市场无法盈利。不过,让谭军欣慰的是,在今年下半年即有两款基于 ARM 芯片授权的产品上市,ARM 公司终于可以收费了。

ARM 公司特立独行的赚钱方法是,半导体公司首先向 ARM 支付某种 IP 的专利授权费,然后在这种 IP 的基础上添加自己的个性化芯片设计。芯片设计经过验证之后,半导体公司将之送往芯片生产工厂投产,实现量产并销售给下游的系统厂商或终端设备制造商之后,公司再向 ARM 公司缴纳每块芯片的版权费。

ARM 公司的优势在于拥有一个完整的网络,来自芯片厂商、集成器件商、终端设备商

提出的最贴近市场需求的反馈和建议随时让 ARM 捕捉市场的动态,那些被软硬件配套问题、操作平台问题、芯片良率问题、产品面市时间问题困扰不已的客户,自然会心甘情愿地投入 ARM 的怀抱。

“先用技术后买单”,谭军向记者解释 ARM 的富有创意的赚钱方法,“芯片设计公司在项目启动初期就可以从网络上免费下载 ARM 处理器技术,以提高项目成功可能性,并减少开发时间成本。”“一旦芯片设计公司设计并准备投产,设计公司需购买一个单次使用的设计授权,从而获得一套完整的可缴付使用的授权,然后可以在任何一个支持的代工厂进行投产。”

“DesignStart”计划

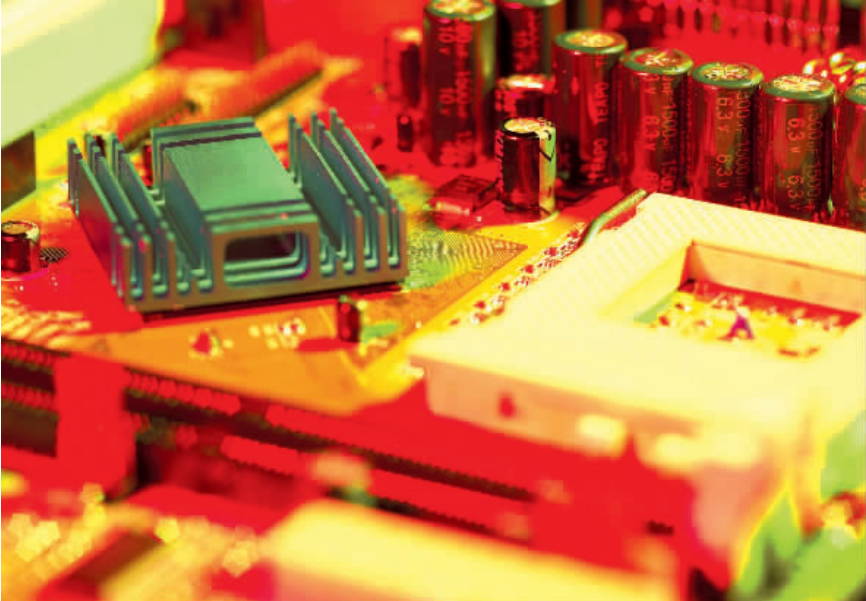
一个让人们疑惑的问题是,在知识产权保护并不完善的中国市场,ARM 的创意商业模式是否会成为一种冒险行为呢?谭军告诉记者:“ARM 与可以投产的代工厂签订一个第三方协议,芯片设计公司如果在投产时拿不出 ARM 的授权书,代工厂将拒绝进行投产。”

“那些用户需要在网站上进行登记并经过我们审核后才能下载,而且下载前需要承诺保密协议。当用户投产的时候才需要向 ARM 提交授权费(License)。而且,如果用户设计成功后,或者拿到中芯国际去生产的时候,这些芯片生产工厂也会要求他们出示已经获得 ARM 授权的证明,才会进行生产。”

而对于 ARM 公司在今年 4 月启动的“DesignStart”活动,谭军的解释是为了充分培育国内市场。“IC 设计厂商可以在 ARM 的网站上免费下载 ARM7TDMI 的 IP 核,设计自己的芯片,可以到芯片流片的时候再缴纳版权费用,这样大大降低了 IC 设计公司的风险和成本。”“以往用户需要购买 ARM IP 授权的时候,往往先要支付数十万美元的授权费,这样很多小公司就买不起了。通过免费下载活动,IC 设计公司在设计成功后才需要向 ARM 支付授权费,如果失败放弃了,就不用支付任何费用,你不能不承认 ARM 公司在培育市场上的用心良苦。”

在 ARM 公司的 IP 收入中,50% 来自版权费(License fee),25% 来自版权费(Royalties)、15% 来自系统开发,还有 10% 是来自咨询费等。

据谭军介绍,对于并不宽裕的中国芯片设计公司来说,有很多方案可以选择,比如可以直接购买授权费,也可以购买版权费。



2005 年中国芯片市场达 343 亿美元,而中国自给自足的仅占 5%

■本报资料室

这是一家 In-side Intel”公司,它不制造芯片,也不卖芯片。让我们欢迎这位隐身在 Intel 背后的巨人”:英国 ARM 公司闪亮登场

中国缺口

2005 年,对于 343 亿美金的中国芯片广袤市场来说,中国能自己制造、自给自足的仅占 5%,绝大多数依靠进口。事实上,对于在芯片业“无所不在”的 ARM 这正正是机会所在。

在手机领域,将于 2006 年上市的 ARM 公司的一款名为“Tiger”的新的设计芯片能够把手机的速度提高到 1GHz,远远超过目前的手机速度。而在日本,甚至有人发明了一种消防队员的手套,这种手套内置一个采用 ARM 芯片的对讲机。

同时,在分析师看来,ARM 公司的声誉不仅来自于顶尖的技术,还来自于他友善的销

售模式。毫无疑问,在作出让步容忍自己的客户或者将侵权的客户搞得焦头烂额的选择上,ARM 选择了第一条道路。因此,ARM 的功能就像是一家瑞士银行,甚至向坦率认错的敌人提供技术帮助和工程设计支持。由于 ARM 的客户遍布全球各地,ARM 的董事长罗宾·塞克斯比爵士说,ARM 在国际上的办事处几乎同该公司的雇员数量一样多。

或许,正是这种客户服务让 ARM 这个小型的垄断者毫无阻挡地发展。不过,对于 IC 设计产业基础薄弱的中国市场来说,ARM 还能横扫一切吗?

谭军告诉记者,在中国的 IC 设计工业中,有三大门槛需要跨越。首先是人才,因为中国的集成电路设计工业还处于起步阶段,缺少大量受过专业训练、有经验的工程师。“一个 IC 设计大师的培养,需要 10 年左右的时间。”其次,产业化是横亘在发展路上的第二个门槛,基础建设,从设计到芯片生产工厂,从软件到 OEM 厂商,产业链正处在雏形阶段;第三是知识产权保护,集成电路设计工业对知识产权保护、投资环境的依赖比较高。

“芯片研发需要的是软硬件同时设计。这个很关键。”谭军认为,“中国 IC 设计产业尤其应该避免‘闭门造车’,国内从设计到制造、封装、测试,要形成一个相对完整的产业链,同时中国芯片业要加入到全球产业链,成为不可或缺的一环。”

新 E 周

人物

张汝京

被称作大陆晶圆厂教父的中芯国际 CEO 张汝京以放弃台湾户籍表达其不满。今年 3 月底,台湾当局指责中芯国际在大陆投资晶圆厂非法,并处以 500 万元新台币罚款。张被指责的罪名是“违法赴大陆投资”,遭台当局限期 6 个月内撤资,否则将连续处罚,直到撤资。在声明书中,张汝京表示:“(两岸)互助、合作和产业上的互补都是顺应自然的和双赢的。绝对不应该加以人为的设限。”如此一来,台湾当局将陷入尴尬境地:如果不处罚中芯国际,将有更多厂商跟进投资大陆;如果处罚张汝京,又会造成更多商人仿效他放弃台湾户籍。



吴世雄

现任微软大中华区首席营销官的吴将于 9 月底就任 eBay 易趣首席执行官。吴世雄具有丰富的 IT 行业经验,过去的 20 多年里,他曾在产品研发、产品管理、销售以及公司总经理等多个岗位上工作过。除此之外,吴还有 11 年国内管理销售、市场、OEM 及分销渠道等诸多领域的经验。梅格·惠特曼希望借助吴世雄在市场营销领域多年的经验以及对中国市场的了解,帮助 eBay 易趣进一步巩固其市场地位。(杨阳)

引语

“资本在把钱交给企业之后,会被真正的企业家绑架。我觉得今天不是王志东的时代了。”

完成收购雅虎中国的马云春风得意,认为决策权在中国,不需要向美国汇报。

事件

下一代 DVD 标准融合无望

下一代 DVD 标准的两大阵营均做了两手准备,然而双方三年来的争斗让陷入僵局的标准融合成为不可能的任务。双方明确表示的骑墙政策是,边谈判边按各自的原计划开发。东芝称如果在年底前无法与索尼的谈判达成一致,将按时推出 HD DVD 播放机产品。索尼则计划明年将其蓝光光驱配置到新一代 PlayStation 游戏中。统一 DVD 标准对产业的影响至为深远,然而,双方因技术差别显著而都无意让步,使标准融合的谈判几度陷入僵局。随着双方阵营均有新产品推出,融合已经来不及了。

趣味

短信文学

中国移动正努力吸引其手机用户享用“文学的零食”——短信。拇指经济正在渗入手机用户的艺术生活空间。移动用户可以登录移动梦网,E 拇指文学艺术网站浏览著名作家的手机文学作品,还可通过短信发表评论、投稿以及与作者互通电子邮件等。(李晶)

AMD

高性能计算， 精准勘测

AMD企业级处理器解决方案·助力石油勘探

PC

Notebook

Server

AMD 64 Athlon 速龙™64 处理器

AMD企业级处理器解决方案·高性能计算速度达每秒4.2万亿次，缩短石油勘探数据处理周期，提高勘测精准度。

基于X86架构的AMD皓龙™处理器，采用直连架构，先进的集成内存控制器，降低内存延迟。更含超传输总线技术，提供更高的传输带宽。同时，全面支持32位及64位应用。更可平滑升级至双核计算平台。基于带优化电源管理(OPM)的AMD PowerNow!™技术，减少散热和减轻对设施冷却系统的压力，全方位降低总体拥有成本(TCO)。增强病毒防护技术(EVP™)*，防御内存缓冲区溢出型病毒攻击，保障您的系统安全稳定。

AMD企业级处理器解决方案，针对台式机、笔记本和服务器，相应推出性能强劲的AMD速龙™64处理器、AMD炫龙™64移动计算技术及AMD皓龙™处理器。为您的IT系统提供全面企业级解决方案。

AMD

我的“芯”

©2005年Advanced Micro Device公司版权所有。AMD、AMD徽标、AMD速龙、AMD皓龙、AMD炫龙及其组合，以及AMD PowerNow!和EVP均为Advanced Micro Device公司的商标。

AMD服务热线：8008305643

需Windows® XP SP2支持

软件外包的诱与惑

■本报记者 沈建缘 北京报道

早在 1989 年，著名管理学家彼得·德鲁克就在其著作中这样描写，“任何企业中仅做后台支持而不创造营业额的工作都应该外包出去，任何不提供高级发展机会的活动与业务也应该采取外包形式”。

这种更高效、更经济的业务模式创新包括 ITO (Information Technology Outsourcing) 信息技术外包和 BPO (Business Process Outsourcing) 业务流程外包。ITO 关注企业 IT 基础设施建设如服务器、网络、操作系统和支持等，而 BPO 关注的是企业内部运作或客户的后端活动。BPO 对外包企业的管理和服务水平要求更高，产生的利润也更大。

到 1999 年，BPO 市场全球的增长率已经达到了 23%。随着世界 500 强企业在全球掀起“新千年公司发展新模式”的 BPO 浪潮，大量中型企业也开始采用 BPO，内容涉及金融、保险、医疗、人力资源、资产管理、顾客关系和营销领域。2004 年全球 BPO 行业产值超过 3000 亿美元，增长速度超过 IT 服务的平均增长率。IDC 则预测，到 2008 年全球 BPO 产值可能达到 6825 亿美元。面对 BPO 的广阔市场和诱人“钱景”，无论已经得到丰厚回报还是仍不得其门而入，越来越多的国内企业正投身这个充满诱惑的行业，希望获得一席之地。

新千年的商业模式

目前，国内的 BPO 产业仍然以软件外包为主，所占比例在 85% 以上。

成立于 1995 年的博彦科技从获得微软的本地化和测试服务而真正开始欧美外包业务后，一直以每年 100% 的速度增长。不过这个日后成为国内数一数二外包企业的公司也至少度过了 6 年的“黑暗期”。但这些并没有妨碍博彦在这几年“闷头挣钱”——30% 以上的利润率、客户的信誉和预付款使博彦远比国内其他非外包的软件企业活得“滋润”。员工数量从十年前的不到 100 人，增长到 800 多人。

同样成立于 1995 年的中讯是由王志强和他曾在日本工作多年的同学王旭斌共同建立的，2004 年 4 月中讯在香港上市时，对日外包业务占公司业务的 90% 以上。与博彦不同的是，中讯做外包只是尝试。而将外包作为主营业务是因为 CEO 王

志强发现，外包业务使中讯的现金流从做系统集成时只能维持 1 个半月增加到够维持 1 年半的时间。王志强很明白，目前和印度企业争夺欧美业务，中讯并没有多大的优势，但在对日外包业务中，中讯争取进入了外包的高附加值阶段，可以完成经验和资本的积累，最终实现企业的长期目标——做自有品牌软件。

与此同时，通用电气、埃森哲、IBM、松下等 500 强企业纷纷在中国建立外包中心。“同样的质量，不到五分之一的成本”，加上政府土地、税收、人才的优惠政策，中国成为多数跨国公司公认的 BPO 目标市场。2004 年，中国 BPO 市场实现 35.1% 的强劲增长，市场规模达到 93.7 亿美元。Gartner 预测更显示，中国软件服务外包收益 2006 年将与印度并驾齐驱，两国 BPO 市场规模均将超过 270 亿美元。中国正在成为从事 BPO 业务的主要国家之一。

中国的外包市场的巨大活力吸引了更多企业进入这个领域。据说爱尔兰贸易发展局的官员不久将来华考察，原因是想让做外包的中国企业成批地到爱尔兰参观学习并寻求外包业务，他们想真正了解一下，外包业务在中国到底“火”到什么程度了。

欧美外包将成主流

事实上，相比印度外包业务中纯粹软件外包项目占 20% 的比例和爱尔兰在软件开发、工程及设计等高端业务上的优势，中国大多数外包企业还停留在产业链的最底层。

中国 80% 的外包业务来自日本，欧美市场只占 15% 左右。全球软件消费市场美国占 40%，而日本只占 10%，日本并不是 BPO 发包市场的主流。

赛迪顾问战略投资部咨询师马顺认为，



大客户、预付款、良好的现金流和高利润率，每年 50% 以上的增长速度，还有邻国印度的巨大成功，在 BPO 业务成为被追逐的对象背后，是这一切带来的难以抗拒的诱惑

为，中国企业愿意选择日本外包业务，主要是由于在欧美市场面临印度、爱尔兰的垄断和菲律宾、俄罗斯、澳大利亚等国家的竞争，而在日本市场则有语言和文化理解上的优势。但“中国企业过度依赖日本外包市场无助于整体技术水平提升，将影响中国企业走向国际化”。日本富士通总研常务取締役的福井和夫在接受记者采访时也曾提醒说，“日本商人骨子里有这样一些 DNA，重视长期人际关系，合同的概念比较淡薄；在商务活动中的‘暧昧性’都是值得中国企业理解和重视的。”

因为看中“每天有五六个航班飞日本”，从 1998 年开始，东软在大连投入开展对日外包业务。与阿尔派等日本企业在汽车音响和图像识别等高端领域的合作使东软 2004 年外包业务上的收入达到 3000 多万美金。刘积仁表示，外包的意义在于“从最简单的工作中学会了最复杂的管理”，他认为，“与日本市场相比，来源于欧美市场的外包业务开始得比较晚，但增长更迅猛，将来的高端业务肯定是以欧美为突破口的。”随着中国企业逐渐被欧美企业接受和认识，“再过十年中国跟日本的外包与跟欧美的外包会有一个平衡，可能是一比一。”

与东软等企业不同，更多国内企业首先面对的是如何进入 BPO 领域和如何进入国际市场与国际企业建立合作的问题，这时政府的导向和扶持作用显得更为重要。

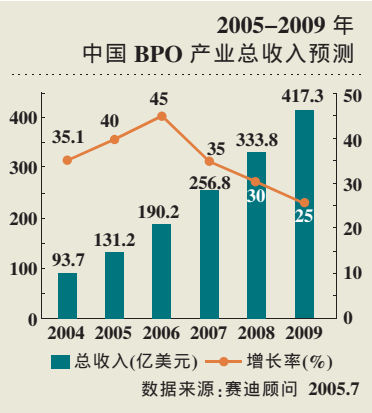
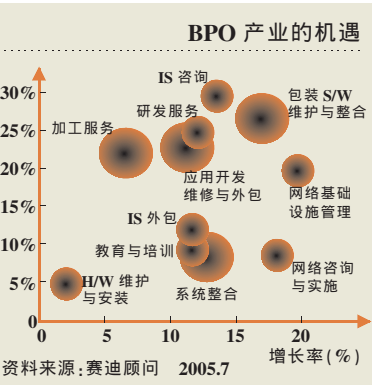
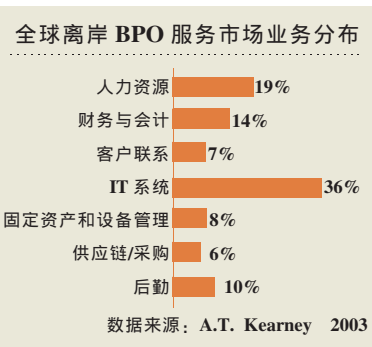
2005 年 3 月，国家科学技术部联合多个国家部委启动了“中国软件欧美出口工程”。政府主导，重点支持 100 家软件企业软件出口欧美。浙江大学的校企合作企业浙大网新恒宇软件有限公司是“中国软件欧美出口工程”的试点基地，由于曾和美国道富公司共同设立软件研究所建立的合作关系，在与印度企业的竞争中胜出，获得了道富公司价值十几亿美元的系列软件开发项目外包订单。

未来五年决定成败

根据赛迪顾问数据显示，随着中国 BPO 企业的崛起和壮大，未来 5 年，中国 BPO 产业将保持年均 39% 左右的速度增长，经过总量的持续快速扩张，开始进入调整和升级的过程。

在国内的 BPO 产业飞速发展的同时，目前，印度几大软件外包企业都在中国市场进行了战略调整，Infosys 中国总经理林德贤就曾表示，“Infosys 目前在中国市场仍处在投入和积累阶段。”印度企业五年之内仍将以欧美市场为主要业务来源，在五年之内发展到 5000 人左右的规模，完成中国本地化，然后开展已经进入中国市场的 500 强企业的在华业务，七八年之后才可能依托中国开拓日本市场，十年以后中国可能成为全球第三大软件外包市场。

对此，中国软件行业协会会长华平澜指出：“在一段时间内向印度学习甚至与印



度企业合作，可以改善我国的软件产业结构。”未来中国的发展应该以成本优势为立足点，提高产品的质量和附加值，从而增强自身的国际竞争力，“中国的优势是有巨大的内需市场，单纯的外包不能满足未来软件产业发展的需要。印度的模式我们要学习，但主要是学习爱尔兰有自主知识产权的产业模式。我们最终的产业目标是超过印度，形成有自己的品牌、有自己的知识产权的软件产业。”

他表示：“未来五年是关键时期，如果把握好，中国有可能出现像印度那样的大型企业。”

文思创新业务拓展部经理符山认为：“中国外包企业面临的挑战首先是企业规模，做外包就必须做大做强，印度企业的发展历程也说明了规模对于外包企业的重要性；其次是能力，单子接到后的业务能力；还有就是接单的渠道和方式。”

符山说：“能力问题首当其冲，一定要看清自己能做什么，强项在哪里，当你什么都会做的时候，客户往往不会信任你，就像一个餐馆川鲁粤菜什么都经营，说明什么都不精。”

而解决能力问题最关键的是人才。

人才规模仍是挑战

目前，国内外包企业中能处理技术问题又能直接和客户交流的 80% 是“海归”或有外企工作经验的，真正能满足客户要求的人才几乎是百里挑一。据说德勤的一个咨询师在国内出差时打了 10 个电话，发现至少 8 个接线员不会说英语，因此对中国的外包业务状况很是疑惑。

印度企业 Infosys 的“Infosys 大学”可以同时培训 4000 人，在 14 周内就可以把一个毫无经验的人员培养成熟。与此相比，中国的教育培训机构远远不能满足需要。而印度外包企业为了留住人才，员工工资每年都上涨 20%，也是国内企业无法比拟的。现在国内企业同样面临着向产业链高端发展时的人力资源瓶颈问题。目前，软件外包人才的问题已经开始引起各地政府的重视。

王斌说自己压力很大，“既要扩大规模又要往产业链上游发展，因此人员的招聘培训都要做得很细，投入的成本要比一般企业更高。”



矗驻长安, 构筑中国商务长城。

光彩国际中心，凭借稀缺的东长安街地段，卓越的建筑品格，完善的配套，全面超越5A标准，彰显品牌与实力，成就环球商务平台。

GLORY CHINA CENTER



■位处长安街东单路口东南角，西距天安门广场仅两公里，为东西商圈交汇点。■地下一层与地铁一号线及五号线连通，配合公共交通网络四通八达。■甲级写字楼标准配置，充分满足国际商务人士对办公环境的高端要求。■整体规划气势恢宏，2万平方米景观门前广场成为高端写字楼项目的典范。■C座大堂挑高13米，采光上中庭高达86米，为迄今亚洲罕见的写字楼设计。■外立面设计庄重、典雅，进口高档石材与环保玻璃幕墙展现完美视觉感官。■会议展览中心满足企业国际商务活动与高标准办公需求。■地下一层以纯写字楼标准设置完善商业配套。■准4管空调，蓄冰制冷系统，节能环保，保证办公区域鲜风量充足，健康自然。■办公区高速光纤直达，信息畅通，确保办公硬件需求。■43部瑞士进口迅达S-700型电梯保证高峰期输送顺畅。

光彩国际中心 GLORY CHINA CENTER

开 发 商：泛海建设控股有限公司 | 建筑设计：美国LTC设计公司 | 物业管理：CBRE 世邦魏理仕 | 租赁代理：戴德梁行 | 广告全程：sky无限传媒 | 地址：中国北京市东城区建国门内大街28号

LEASING HOTLINE 租赁热线 65138855



责编 韩彦 E-mail:hanyan007@263.net 美编 钱子兰

专题:高油价给中国汽车业带来什么(之一)

经济观察报
The Economic Observer

29 汽车

2005 年 8 月 29 日

Automobile

油荒后的中国汽车新图景

■本报记者 李志军 王亮 王秋凤 深圳、上海、北京报道

一辆辆巨型油罐车从各条干道驶入广州、深圳，那些饥渴的加油站纷纷撕掉门前无油歇业的告示，等待加油的车辆长龙日渐一日地缩短，无力地趴在街边和停车场里的车也再次转动四轮充斥了大街小巷。8月24日，清静了将近一周的深圳的马路又开始堵了。

笼罩在华南上空的油荒阴影渐渐散去，它给汽车产业链终端造成了什么样的影响？中国汽车产业未来格局会因一场局部的油荒而改变吗？

终端反应

深圳。

8月22日，在一家上海大众4S店里，一个来做保养的车主提到刚过去的油荒时充满兴奋：“那段时间深圳加油站要么没油，有油的加油站通常要排几小时的小队。刚出现油荒的第二天，我的汽车就快没油了，我连续去了4家加油站都没有油，幸好在第5家加到了，不然真有推着车回家了的。”

第二次要加油时，深圳已经处处油荒了，我想凌晨加油人可能会少一些，睡到4点钟醒来，赶紧开车去加油站加油，谁知加油站已经排了200多米的长队，排到早上8点才加到油。”8月24日排队加油的时间已经缩短到十几分钟。

北京

要吗？

8月23日，记者在亚运村车市一家标致307的4S店里注意到，一位看样子很想买标致307的女车主，围着307左看右看，问的问题除了动力性、安全性外，最多的是油耗问题，工作人员解说了很长时间，女车主好像还拿不定主意，从店里出来后，直奔一家长安铃木的销售店，打听起奥拓的情况来。记者问她选择车型的标准落差为什么这么大，她表示，看到广州油荒的消息，而且现在北京汽油价格一直往上升，93号汽油已经涨到4.26元，油耗已成为不得不考虑的关键因素。当销售人员向她介绍奥拓的油耗是百公里5升的时候，她不停地点头，与记者一起从这家销售店里出来时，她向记者说，“如果要买车的话，我选择奥拓的可能性最大。”

上海。

“最近，我经常凌晨 2:00 排队加油，到 3:30 才加



2005年8月17日,珠三角持续油荒,东莞车辆排成长龙

■ 本报资料室

到油。”8月22日，一位上海的出租车司机告诉记者。

当上海庆幸于本地未出现 7 月下旬珠三角等地的油品供应紧张局面时，实际的情况仍暗示这样的心态过于乐观。事实上，长三角也隐现了油品供应紧张的苗头。

记者手头一份过去一周长三角地区成品油供应简报显示,长三角地区油品供求渐趋紧张,预计这一情况在本月内无法得到缓解。23日上午,记者走访了上海市区的一些加油站,发现部分加油站已没有93号和90号汽油供应。一家加油站的工作人员明确告诉记者,加这两个标号的汽油应该去市政府定点保证供应的加油站。

记者在采访中了解到，随着油价的不断攀升，沪上

一些出租车为了降低运营成本纷纷加入到“油改气”大军。据说，“油改气”后，出租车一天最多可省30多元。目前，上海约有1万辆出租车使用车用液化气(LPG)。

1.0 的转机?

油荒及油价高企使放开小排量汽车限制的呼声空前高涨，汽车市场未来走势会否如小排量汽车厂家所愿？

北京市交管部门在接受记者采访时表示,他们近期将就限制小排量汽车的政策改变问题召开新闻发布会,上海、深圳两地交管部门负责人也于油荒期间通过媒体表达了有条件放开小排量汽车限行政策的意愿。

天津一汽销售公司副总经理苏连元认为,从长远来看,油价上涨对小排量车有好处,现在天津一汽全系列的车型都有突出的市场表现,特别是1.0L、1.3L的夏利。上半年夏利在全国平均每月销售18000到20000台,华南区平均每月在1000台左右。

但从市场反应来看，这次油荒对小排量汽车的利好并不是非常大。

天津一汽的经销商天汽南方一市场人员表示，油荒对深圳汽车销售的影响是全面的，小排量汽车也不会因此占到什么便宜，“前期整个汽车市场都很差，主要原因除了油荒外，还有天气的影响，原来去深圳车管所上牌都要排队，现在基本不用排队就可以上牌了，不过因为买新车的人少，也很少有人来上牌。”

上汽通用深圳经销商红彤汽贸副总经理王海琛认为, 油荒对深圳汽车市场有一定的影响, 但是短期的影响, 现在已经得到缓解。“将来汽车市场不会因为油荒或油价上涨问题而改变太多, 高排量的车还是有其生存空间。”因为油荒, 红彤汽贸8月份的销售统计会上月降低20%, 不过其他厂家的情况也还好到哪里去, “上周六周日连着下两天雨, 基本上没有客户过来。” 上汽南方上述市场人员说, 他认为从传统走势来看, 8月份本身就是一个淡季, 受大环境影响, 汽车销售会上月少一些。

吉利汽车公关部张晓东认为,油荒及油价高企对小排量汽车的作用现在看来不是很明显,吉利汽车的销量这几个月以来一直很平稳,保持在每月平均8000到9000辆左右,“但从长远来看,油价增长会使部分汽车消费者选择小排量汽车。”

不过，目前中国最适合家庭消费的汽车可能并非 1.3 升以下的小排量汽车。根据来自深圳市汽车市场的销售数据，目前深圳市场销量最大的车型在 1.6 到 2.0 排量区间。上个月深圳市场汽车 7000 台的销量中，1.5 到 2.0 的车型占 4000 到 5000 台，2.0 到 3.0 占 1000 多，3.0 以上占 100 多，其他都是 1.5 以下的车型，“相对于深圳市场来说，1.0 及 1.0 以下车型的实用性较小，因为深圳大部分的时候处于高温之下，小排量车的制冷效果无法满足需求。”王海琛说。

中国汽车协会秘书长张伯顺认为，中国汽车市场的黄金排量正从 2.0L 变成 1.6L。今年年内 1.3-1.6L 的车市场占有率比例将最高。“西方成熟汽车市场，私人买车的黄金排量是 1.0 到 1.3。国内的黄金排量已经呈现出逐渐下移的趋势。”张伯顺分析。

(下转 32 版)

(下转 32 版)

H 广州 HONDA

世界品质 一脉相承

车随心动 掌控自如

雅阁(Accord)2.0 i-VTEC系列 普通版、标准版、舒适版

心动，手动，自由掌控，表现出众。

雅阁(Accord)2.0 i-VTEC系列普通版、标准版、舒适版，搭载i-VTEC发动机，动力强劲澎湃，同时兼顾了低油耗与优异操控性。

05款普通版的登场，令选择更多元、让驰骋更随心！

05款雅阁(Accord)2.0L 普通版全线登场，带来更多驾驶乐趣

享受手动，
i-VTEC
激情全掌控

专为追求驾驶乐趣人士而设的五档手动变速器，令换挡反应更精准、提速更迅速、动静随心，带来极佳操纵感。

手动变速器 / 2.0L 普通版配置

自动变速器 / 2.0L 标准版配置

高质感真皮座椅 / 2.0L 舒适版配置

雅阁(Accord)2.0 i-VTEC系列包括普通版、标准版、舒适版，配备i-VTEC发动机，最大功率达110kW/6000rpm。普通版配备五档手动变速器；标准版配备五档自动变速器；舒适版全面配备了真皮座椅、真皮方向盘、真皮门内饰和真皮的换挡杆。

■百公里油耗仅6.8L (90km/h 等速行驶) ■双横臂独立前悬挂/五连杆双横臂独立后悬挂
■i-SRS (智能安全带辅助装置) 安全气囊 ■减轻对步行者伤害的缓冲式车前部构造
■带预紧、ELR前座椅三点式安全带；带ELR后座椅三点式安全带 ■左右独立控制自动空调
■智能防盗启动锁止系统 ■ABS (带EBD功能) 防抱死制动系统 ■前、后盘式制动器
雅阁全系列：更多车身色，更多好选择

塔夫绸白 沙漠雾灰 丝缎银 钛紫灰 永恒蓝 夜鹰黑

激活新力量

雅阁

ACCORD

广州本田汽车有限公司

广州市 黄埔区 广本路1号

免费服务热线:800-830-8999

总机电话:(020)82277789

专题:高油价给中国汽车业带来什么(之二)

小排量车解禁的黎明静悄悄

■本报记者 雷梓 采访整理



本期嘉宾



李安定: 新华社高级记者



林雷:新华信市场研究咨询有限公司总裁

不久前,温家宝总理在关于建设节约型社会的公开讲话中强调,要“取消一切不合理的限制低油耗、小排量、低排放汽车使用和运营的规定”。这似乎预示着84个城市限制小排量车使用的有关禁令即将解冻。解禁会给中国汽车业带来怎样的变化和机会?什么样的小排量车符合中国的现实需要?解禁需要怎样的制度保障?为此,本报记者与新华信市场研究咨询有限公司总裁林雷和新华社高级记者李安定促膝论道。

解禁无疑是一种进步

经济观察报:最近温家宝总理的讲话和央视新闻联播的表态都表明,中央政府开始敦促各地解除有关歧视小排量车的禁令,黎明近在眼前,你们认为城市对小排量车的限行措施是否合理?该不该解禁? 林雷:解禁是好事,购买汽车,享受汽车文明应该是所有人的平等权利,从小型到大型,不应以排量来区分而作人为的限制。

李安定:解禁小排量车是建设节约型汽车社会的一个重要途径,节省油耗,减少停车占用面积,从价位上提高购买力,让更多中国百姓享受到汽车文明。这无疑是一种进步,我对此已经呼吁五年了,以前没人理,现在终于有人出来说话了。但是我最怕这次解禁又是搞运动,其结果不应该是让“黄面的”卷土重来,充斥街道。

中国小车:既不是“面的”,也不是MiniCooper

经济观察报:你们认为小排量车这一概念在中国应该如何界定?

李安定:我认为1.3L以下都属于小排量车,其中包括两类,一种是小型车,一种是微型车。在欧洲,1.3L以下就是小排量车,0.36L到0.8L是微型车,0.8L到1.3L是小型车。北京这次解禁的对象是1.0L以下的小型车。

以前我们一提到小排量车,就认为是低档车。其实小型车里面也有很多高档车,比如宝马MINI、奔驰A系列。我们应该让消费者明白一个概念,小型车也可以高档,而不是车越大越高档。

林雷:关于小排量车,国内标准与国际标准差异是很大的。事实上,在中国1.6L的车是一个基准,通常,小排量车在日本指0.66L以下,而欧洲指1.3L以下。

了解世界上一些高档小型车,会对中国百姓原来的小型车即低档车的观念进行颠覆。

李安定:另外需要说明的是,为什么我们以前会限小?因为当初拿进来的小型车都是技术含量很低的二、三十年代的落后产品,安全性能差,污染严重、噪音大、提速慢,而且这种状况至今并未有太大改变。

经济观察报:什么样的小排量车是中国真正应该鼓励生产和消费的?

李安定:小型车其实应该是精品车,许多厂家都需要对原有的落后产品进行终结,小型车应该有更高的技术含量,比如飞度、SPARK和POLO。我们需要的是当今小型车里技术含量比较高

的,在排放、操控、安全等方面都不亚于中档车的的小排量车。不能因为解禁又回到黑烟滚滚、轰隆作响、一碰就碎的面的时代。小排量车应该是更安全、更环保、升功率更高的车。

也就是说,我们需要的小排量车既不是面的也不是Mini Cooper。国家应该拿出一个清晰的技术标准,一定要更加安全、环保,速度要上得来。不能再像从前那样,最高时速也是120,可那是夜晚大街上没人,跑15分钟才提起速来,更别说雨雪天气,一辆面的就可以堵死一条高速路。

经济观察报:但是,中国人一般不像国外一个人开一辆车,买车一般都是全家一起坐,相对体型较小的小排量车能适应中国的现实需求吗?

林雷:目前,中国汽车消费是呈橄榄模型的,以中级车为主,豪华型和小型、微型车(小排量车)是橄榄的两端。但是我们看到中国汽车消费群的结构正在发生变化。以前都是有车人买车,或者结婚以后才买车,现在有些年轻人工作两三年后就开始考虑买车了,不一定是为家庭共用而买。需求已经多元化了,所以小型车的市场不光是有,而且可能上升。而且随着汽车设计的改进,小型车的空间并不小。

李安定:另外,我们的汽车消费长期以来受中国的面子消费影响很大。日本汽车诞生与进入家庭是同步的,所以观念比较单纯。而中国汽车的大众消费受到那么多年的压抑,很多人买车的第一个念头就是要跟官员坐的公车做比较,甚至要更好。面子消费较长一个时期占据了市场主导。就算是解禁,很多消费者也不会去买小排量车的。事实上是因为中国真正能满足需求的小排量车太缺了。

“油价上涨是好事”

经济观察报:油价的持续上涨是否是小排量车真正的突破口?这又将对中国汽车的产业和产品结构产生什么样的影响?

李安定:油价飞涨是个决定性因素。小排量车的机会来了。我们一直在说节能,反对歧视小排量车的呼吁已经喊了多年,但一直没有回应。现在能源紧张了,60美元一桶,而且还将继续上涨。发改委官员也说,中国已经进入高油价时代。对老百姓来说,这是一个可怕的负担。油价涨了多少呢?95年的时候是两块多钱,现在几乎是翻了一番。10年前我去美国,相当于我们90号的油在亚特兰大是99美分/加仑,现在同样的油卖2.56美元/加仑,涨了1.5倍。换算之后,加上养路费,我们的油价与美国几乎持平,但我们的收入没法跟美国人比。

今年我们涨了5次,而今后涨价的频率会越来越高,涨价的幅度会越来越大。油价上涨对政府、对百姓都产生了很大压力。

最重要的是,油价上涨,对于中国汽车产业以及汽车社会产生了正面影响。它提醒老百姓不要再糊里糊涂去追求门面上的消费了,面子好看,钱包难受,大部分人会由此明白。第二个就是推动了汽车技术的进

步。车型风阻要降低,车重要减轻,发动机的升功率要提高,轮胎的摩擦系数要减小,替代燃油要出现。

现在84个城市面临限小解禁,油价是重要原因,影响无疑是正面的。

林雷:油价影响的确是非常大的。消费者用不用过车,心理差别是很大的。没用过车的人与成天加油的人,感受绝对不同。用数据说话,近几年消费者在购买小型车时多数出于对油耗的考虑因素非常大,尤其对买第二辆车的消费者来说,油耗因素占得更重。他不一定会上去买小,但是一定会注重省油。

而且很明显,油价的增长对日本车最有利,欧美的车相对油耗高,韩国车也因为一直以来只注重性价比,对节能型发动机的研发不够而无法与日本车竞争。

李安定:如果油价不涨,消费者不重视油耗,厂家就没有动力去提高技术含量,去创新。日本正因为燃油紧张,他才花心思在发动机上下功夫。

但中国老百姓现在还不能说真正接受小排量车,大多数人现在买夏利是因为没有钱又想开车,他买第二辆车时就不会买小排量了。可是你看那些欧洲人,多爱他那辆小排量车呀。

林雷:中国人最早接触的入门车是普桑和捷达。这个调子一开始就定高了,在车型大小和排量上形成了起始的一个印象基础。但是现在中国消费群的观念也正在发生重要变化,已经越来越多地认同汽车是代步工具这个观念了。这个观念的形成,会对小排量车的发展形成正面的促进,性价比、使用成本方面的考虑会成为消费者购买时的重要倾向。

解禁必须有条件

经济观察报:以前一提到油价上涨,媒体就骂地方政府限制小排量车,似乎这是万恶根源,那么小排量车解禁之后真的就能解决一切矛盾吗?会不会以前买不起车的人都去买便宜的小排量车,反而使总量更大,能耗、污染和拥堵更严重呢?你们认为解禁政策该如何制定才能趋利避害?

李安定:是的,解禁肯定会拉动中国消费者对小

排量车的新需求,但可怕的是中国目前缺乏适用的产品,大部分都是老的技术水平。如果这些车蜂拥进入84个城市,绝对是灾难。如果引导不好,小排量车对治理拥堵的反贡献度是很大的。我们不敢设想,一开放柴油车,墨斗鱼就上路了;一解禁小排量,满街都是面的“蝗虫”。解禁肯定应该是有条件的,向飞度、SPARK这样的车解禁,绝对不能开放给“面的”。

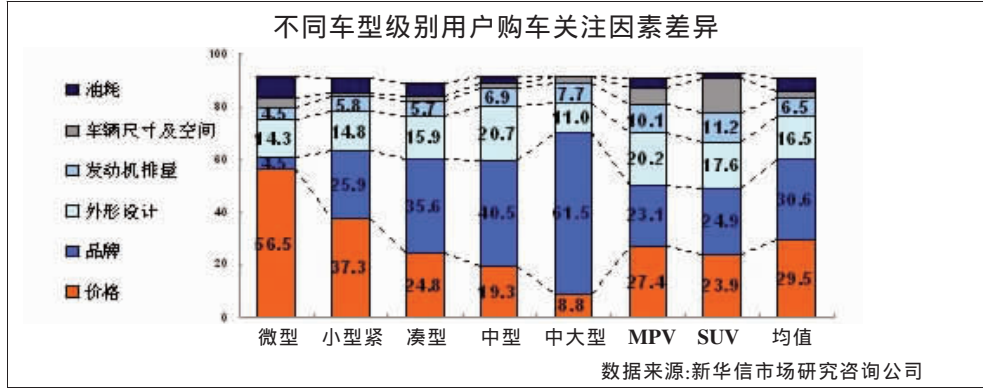
在制造标准上,以后对小排量车应该更高更严格,因为它体积重量小,本身对安全和操控的要求就更要高些。

经济观察报:那您认为应该从消费的角度去限制,还是从生产的角度去限制呢?

林雷:首先应该制定小排量车的准入标准,引导厂家进行产品创新开发,满足市场需求。其中重要的是制定技术标准,使小型车更加精品化、环保化、安全化,同时也为消费者提供指引。

李安定:这就像当初恢复高考,大家都可以上大学了,但每个人都要通过考试。这个入门的标准就是技术,特别是升功率水平和安全性能。

中国小排量车销量及比例与西欧、日本之对比					
万辆	0	100	200	300	400
中 国	2000年	15万辆	在乘用车中占比例 24%		
	2003年	51万辆	在乘用车中占比例 23%		
	1997-2004年	400万辆	在乘用车中占比例 30%		
	1990年	80万辆	在乘用车中占比例 16%		
日 本	2003年	129万辆	在乘用车中占比例 29%		
	数据来源:新华信市场咨询研究有限公司				



金奖即将揭晓!

谁是2004—2005年度中国市场最富成效与创新精神的营销者? 8月27日,六件精彩入围案例将在中欧国际工商学院现场角逐,决出金奖一名,银奖两名,铜奖三名,并于当晚举行隆重的颁奖典礼。届时敬请关注!

决赛裁判团成员(排名不分先后)

- 张维制 中欧国际工商学院副院长兼中方教务长、管理学教授
- 孟凡展 西门一体化总裁 西门子(中国)有限公司副总裁
- 简善泰 宝洁中国有限公司 市场研究总监
- 孙晓东 上海通用汽车有限公司 市场营销部执行总监
- 张曦柯 麦肯锡全球资深董事 上海分公司总经理
- 河水判 高尔迅国际货运有限公司 总裁
- 周其玲 SAP中国市场总监
- 何士友 中兴通讯股份有限公司 董事、高级副总裁

决赛流程 1:30 pm-5:30 pm
嘉宾主持 东方卫视主持人(待定)

1:30 pm-1:35 pm 主持人致开幕辞
1:35 pm-1:40 pm 经济观察报社总编辑 何力 致辞
1:40 pm-1:45 pm 主持人介绍评选流程
1:45 pm-2:05 pm 案例1陈述

一个不设防的广阔天地——传统行业(猪肉)的创新营销
送选公司: 湖南岳阳九鼎科技有限公司/上海沐古管理咨询有限公司

2:05 pm-2:15 pm 裁判问答
2:20 pm-2:40 pm 案例2陈述
顾客V9: 创新品类 博弈细分
送选公司: 福建雅客食品有限公司/叶茂中营销策划机构(上海)

2:40 pm-2:50 pm 裁判问答
2:55 pm-3:15 pm 案例3陈述
“威曼速度”是如何练成的
送选公司: 北汽福田汽车股份有限公司

3:15 pm-3:25 pm 裁判问答
3:40 pm-4:00 pm 案例4陈述
可口可乐2004雅典奥运会市场推广
送选公司: 可口可乐(中国)饮料有限公司/麦肯·光明广告有限公司

4:00 pm-4:10 pm 裁判问答
4:15 pm-4:35 pm 案例5陈述
冲击第一宝座——2004年新康泰克确立市场领导地位
送选公司: 中美天津史克制药有限公司/精信广告有限公司

4:35 pm-4:45 pm 裁判问答
4:50 pm-5:10 pm 案例6陈述
景观扶梯 风升棋起——富士达扶梯营销方案
送选公司: 上海华升富士达扶梯有限公司/上海博纳视觉策略与设计公司

5:10 pm-5:20 pm 裁判问答
5:20 pm-5:30 pm 决赛结束, 预告颁奖流程

晚宴 5:30 pm-6:30 pm
颁奖典礼 6:30 pm-8:00 pm

●主办单位 经济观察报 香港管理专业协会 ●支持单位 上海通用汽车有限公司 中兴通讯股份有限公司 ●协办单位 中国市场总监业务资格培训认证办公室
●特别支持单位 中欧国际工商学院 ●战略合作单位 英国特许营销协会 ●特别支持媒体 《南方人物周刊》、《新营销》 ●协办媒体 《成功营销》、《每日经济新闻》、《东方早报》、东方卫视、湖南卫视《财富中国》、《首席市场官》、《市场圈》 ●独家网络直播 搜狐网 ●特别鸣谢: ZTE中兴

中国杰出营销奖组委会联络方式 地址: 北京市东城区兴化东里7号 邮编: 100013
联系人: 张瑾、陈新 电话: 010-64299022/2424 50、147、182 传真: 010-64297549
电子邮箱: zhangjin@eeo.com.cn chenxin@eeo.com.cn jingxin@eeo.com.cn 网址: http://www.eeoobserver.com.cn
“2004-2005年度中国杰出营销奖”参选报名联系人 陆小敏: 021-34250120-17 grace00760@yahoo.com.cn

经济观察报
The Economic Observer

业界

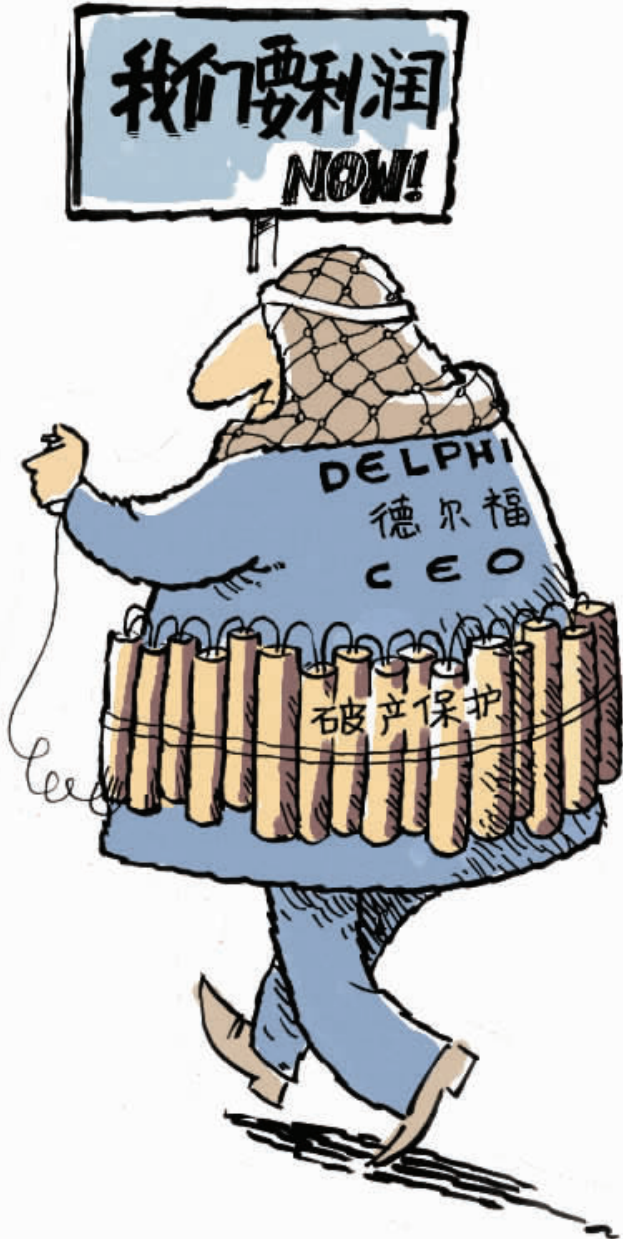
谁是德尔福的拯救者

德尔福在中国已经有 14 家合资企业, 去年以来中国市场整车利润下降, 本土化采购成为所有企业当务之急, 世界各大汽车零部件企业纷纷来华跑马圈地, 为将来的决战打基础, 而现在发生在美国的事情将如何影响这位全球 500 强中排在第 103 位的汽车零部件巨擘正需要添柴加火的中国业务呢?

电气、电子与安全系统	上海德科电子仪表有限公司(合资)
	德尔福德科电子(苏州)有限公司(独资)
	无锡德尔福大星电子有限公司(合资)
	上海德尔福汽车空调系统有限公司(合资)
	上海德尔福汽车门系统有限公司(合资)
动力、推进、热工及内饰系统	德尔福电子(苏州)有限公司(独资)
	德尔福上海汽车动力及推进转向底盘系统有限公司(独资)
	上海德尔福汽车空调系统有限公司(合资)
	北京德尔福万源发动机管理系统有限公司(合资)
	德尔福沙基诺凌云驱动轴有限公司(合资)
其他	上海德尔福汽车排放控制系统有限公司(合资)
	德尔福汽车系统(中国)投资有限公司
	德尔福中国科技研发中心
	北京德尔福技术开发有限公司

(本报记者王亮对本文亦有贡献)

破产保护——是基于《美国破产法》，目的主要是为了企业进行重组需要，也就是说建立一个‘保护网’，使债权人在保护期间不能随意干扰日常运营。它给企业一年的时间，一年以后如果觉得重组没有完成的话，可以申请继续延长。在保护期内可以少受干扰，全心全意做事。



我们诚邀您参加
华商名人业余高尔夫系列赛

主办单位 **经济观察报**
 The Economic Observer

赛事冠名单位  **央扩置业**
 CHINA OVERSEAS REAL ESTATE DEVELOPMENT CO., LTD.

独家网络支持  **sina 高尔夫频道**
 golf.sina.com.cn

 **高尔夫时尚**
 WWW.GOLF FASHION.COM

 **机械工业出版社**
 CHINA MACHINE PRESS

赛事办公室
 联系人: 王怡 陈锋 杨喆
 报名电话: 6424 1503 13366817755
 传真: 6420 9018
 邮箱: eeogolf@vip.sina.com

开行国际广场杯2005跨国公司精英赛

赛事地点: 四川青城山高尔夫俱乐部
 赛事时间: 2005年9月8日—10日

请登陆<http://golf.sina.com.cn>下载报名表

一杆进洞奖由四川央扩置业有限责任公司提供开行国际广场写字间免费使用2年(价值150万)
 每位参赛选手将获得《高尔夫时尚》杂志一年赠阅及外籍PGA职业教练课程一次

油荒后的 中国汽车新图景

■本报记者 李志军 王亮 王秋凤 深圳、上海、北京报道

(上接 29版)

上汽通用深圳一经销商表示,从中国国情来看,1.6到1.8排量的车型与国外1.3、1.4排量的车型使用情况差不多,“在短期内真正适合中国家庭的可能还是1.6排量的车,这与中国汽车供应链的水平有关系,比如国外同标号的燃油品质、发动机技术会比国内高得多,导致国外1.3、1.4排量车的功率达到甚至超过国内1.6中级车。”

各系车重划领地

西南证券研究员余兵认为,中国目前油品供应对汽车市场的影响与欧美六、七十年代汽车市场有点相似,“当时由于中东战争,国际原油紧张,欧美油价上涨,由于欧美汽车的油耗高,日本汽车的优势就体现出来,很快就打入了欧美市场。”可以预见,由于日、韩车的经济性,欧美汽车厂家如果不调整产业结构,目前国内汽车市场格局也会受到比较大的影响。

在北京亚市,丰田、本田及现代展台受消费者关注程度较其他品牌展台要高,在丰田展台,一消费者向记者表示,听说丰田汽车比较省油,就特地过来咨询一下,她选择的威驰的油耗比同级别欧美系及韩国车型的确低许多。

“今年已经经历了5次油价上涨,再涨的可能性还很大。此外,一旦我们提出的消费税率调整成为现实,小排量车将更有优势。”中汽协秘书长张伯顺所说的这个消费税率调整方案正处在征求意见阶段,核心是对1.0以下的小排量车降低消费税,对3.0以上将提高消费税。

平安证券姚宏光认为,将来中国的政策会倾向于抑制石油消费,但不可能压抑汽车的发展,因为汽车是一个系统关联性很强的产业,国家会通过措施推进节约型消费,如减免甚至取消小排量汽车的消费税等,一些地方性的限制政策会慢慢取消,和国家政策抵触的政策将会被强力取缔。“另外燃油税一定会实行,但可能会找一个机会来发布,如油价适当回落,市场对燃油税的概念慢慢习惯,燃油税开征后,即使油品价格回落,

燃油税也会弥补,从国际惯例来看,燃油税开征比例最低标准可能为30%,将来可能会达到100%-200%。”

光大证券汽车分析师赵雪桂用韩国应对高油价的经验告诉记者,鼓励企业及消费者在设计生产及消费过程中走节能路线,最终还是要通过经济的手段解决。韩国政府通过对生产企业及消费环节税费的调整,以及对每周少开车一天的人给予补贴,有效地抑制了汽车对能源的消耗,中国可资借鉴。

在政府宏观调控及汽车市场上端环境变化背景下,欧美汽车厂家在华合资企业开始感受到压力,上海大众对除POLO外所有车型进行大幅降价,几家合资企业销售、利润同比大幅回落,而日系企业销量突飞猛进,东风日产今年推出了1.3L的颐达和骐达后,销售增长一倍半。如果欧美企业不及时调整在中国市场的产品结构,当年日系车横扫欧美市场的历史就将逐步在中国市场上演,只是韩国车系虽然一直被与日系一起提及,但在中国的韩国车却并不省油,北京的许多出租车司机都表示,他们开的伊兰特开空调油耗在10L/100公里以上,十分心疼。看来,韩系车还需要拿出在美国开拓市场的诚意来,真正让中国消费者感受到韩系车的节油优势。

而大众更要抓紧产品更新,上海大众深圳一经销商对记者抱怨,上海大众在中国推出的车型油耗都很高,越来越难以和对手竞争,过去一直畅销的POLO车,现在正面临两厢车本田飞度及日产骐达的严峻挑战。

不过,从欧美汽车厂家在今年推出的新车型以及明年的新车计划来看,他们中的许多人显然更早地意识到了这一点。上汽通用雪佛兰品牌推出了1.4L的两厢车乐骋,据说上市后反应不错。上海永达雪佛兰店总经理沈和芬对记者表示,目前该店每个月的销量保持在100台左右,比去年同期还高。福特在中国市场推出的新车福克斯及即将推出的另外几款新车都选择在1.8L以下,在1.6及1.8排量区间,这些欧美新车与现代、起亚近期将推向市场的韩系新车将展开最为激烈的争夺。

中国汽车如何分享全球化 龙永图、何光远广州论辩

■本报记者 李志军 深圳报道

在全中国的本土汽车企业都开始为自主品牌而奋发图强时,8月21日,在广州花都举办的汽车论坛上,博鳌亚洲论坛秘书长龙永图说:“不必刻意追求自主品牌,中国汽车产业参与全球化的突破口不在整车领域。”这个观点马上遭到原机械工业部部长何光远的反对,使得整个论坛演变为中国汽车产业究竟该走巴西模式还是韩国模式之古老争论的现场。

中国汽车业该如何夙美全球化,并发展壮大?是利用这一机会迅速提升自身竞争能力,打造完全自主的品牌还是作为跨国企业“联合国军”的附庸,提高制造水平,用别人的技术、车型和品牌赚钱?贸易专家与行业专家心中有着完全不同的看法。究竟谁是更优解?

**巴西模式:
制造工厂+自主知识产权:**

龙永图

“有人问我,什么时候才能出现中国的自主品牌。我认为我们不必刻意追求中国自主的汽车品牌。”龙永图在论坛上说。他认为,中国的企业必须在全球汽车发展的高水平基础上来发展自己的品牌,在丰田、日产、通用、大众的基础之上创造自己的品牌,只有这样才能在全球化的时代里面推动中国汽车全面发展,“在全球化的时代,汽车产业注定是一个全球性的产业,不可能有一个美国生产的企业,也不可能有一个日本生产的企业,只有一个全球生产的企业,中国汽车产业的胜利,不一定要独资搞出一个中国自己的品牌才是中国汽车工业的胜利。……过去在中国入世谈判时大家都担心中国入世以后,中国汽车产业会在国外汽车产业的冲击之下全线崩溃,情况不是这样,不是全线崩溃,而是全面发展。”

不过,龙永图也表示,品牌只是一个表征,要看它的实质内容,并非是中国不需要自主知识产权。

张小虞

中国汽车工业协会会长张小虞也认为,自主创新不一定非要拥有中国名字的品牌,如果合资企业通过人才本土化、技术本土化、管理本土化,同样可以创造出自主品牌的产品,“我曾经问过通用中国公司的总裁,我说你泛亚技术中心开发的产品能不能叫上海牌?他说经过研究以后,如果中国市场接受这种名字,可以叫上海牌。从这个意义上讲,无论哪种创新,只要是我们自己做的,我们就掌握了自主的知识产权。”

据张小虞介绍,墨西哥大概有10家外国独资的企业,巴西大概有12家外国独资公司,发展于60年代后期,这些公司目前已经实现了人才本土化、开发本土化、管理本土化。“从这个意义来讲,实现产品的开发,实现产品品牌的生产,都应该理解为是本土化的产品,我们感到这些公司工作的技术人员也好,高级管理者也好,他们感到很自豪,他们也讲这是墨西哥的汽车工业,他们也讲这是巴西的汽车工业。”

除了零部件的自主创新,张小虞认为,实现人才的本土化和资本结构的多元化也是中国汽车企业参与全球化竞争的路径选择。“人才是汽车产业最重要的基础,实现人才本土化,自己管理高层

技 术 人 员 和 管 理 人 员 将 是 这 个 企 业 以 至 于 整 个 国 家 产 业 能 不 能 自 主 发 展 的 最 关 键 环 节。”

“我们在讨论汽车市场国际化的时候,一定要考虑到,凡是一个比较强大的占全世界排位比较前面的汽车生产大国都是一个大出大进的国家。我们目前为止,还是一个小小出小进的国家。中国的汽车工业在国际市场贸易方面要从今年上半年已经出大于进的苗头上再下工夫,最后实现良性循环。”

张小虞表示,做到

这一点,中国汽车产业就完全融入到汽车竞争的全球化中了。

在全球化浪潮的冲击下,中国汽车产业该如何发展?

来自吉利汽车一人士指出,现在中国的合资企业动不动就吹嘘其整车国产化率达60%到80%,其中核心零部件是否在国产化率的范畴呢?如果不是,则合资企业还没有摆脱为他人“打工”的角色。他认为,汽车有没有自主知识产权,不在汽车的品牌,而在于关键零部件有没有自主创新能力,因此,中国汽车工

业可以首先在汽车关键零部件的自主创新上取得突破。

**韩国模式:
自主品牌+自主知识产权**

何光远

原机械工业部部长何光远则认为,品牌代表知识产权,“没必要搞自己的品牌”这个观点没道理。2003年中国就成为第四大汽车生产国,合资引进先进的制造技术已经有20多年,但一直没有能够将合资所带来的技术知识转化成为技术能力,中国汽车产业就会缺乏核心竞争能力。“在合资企业中,我们在产品问题上基本没有发言权,任何一个小小螺丝钉要更改,也要拿到国外去认证,一拖就拖很长时间,这个不是我们奋斗的目标。”

何光远认为,2003年中国奠定了从汽车大国向汽车强国的基础,但是中国汽车工业要走向国际市场,不仅要有战略眼光,更要具有创新意识和创新能力,必须首先成为具备国际竞争力的产业。

第一证券研究员董建华认为,没有自主知识产权的汽车企业,即使换车型都要按照外方的工业要求买设备,同时交知识产权使用费,每一点的小改动都需要经过外方的同意,而在销售和网络营销方面,也要按照外方的要求来建立,中国汽车企业只能赚组装的钱。“一旦外资发现中国汽车产业的成本优势丧失,将汽车生产转移到其他国家时,不仅中国的汽车企业受到打击,包括钢铁、橡胶等关系到宏观经济层面的产业链都会受到影响。”

深圳一家南京菲亚特经销商说:“在中国汽车最初引进外资的几年,外国企业输出到中国的车型都是在欧美过时的车型,比如南京菲亚特,我们去意大利菲亚特汽车厂考察时,发现在这个厂出产的汽车,任何一款都比现在在中国销售的三款合资车型先进、便宜。中国的许多车型在中国外都是早已被淘汰了的,但由于中国市场需求比较旺盛,这些车型的设计公司得到了额外的利润。车型都无法与全球化同步,更遑论以自主品牌参与全球化竞争。”



奢华享受
品质生活
极致体验...
与欧洲同步的奢侈品嘉年华
登陆上海

十月十八日至二十一日
财富精英相会上海国际会议中心

THE FIRST AND MOST EXCLUSIVE LUXURY SHOW
Welcomes high net worth individuals
to Shanghai International Convention Center
from Oct. 18 -21, 2005
www.topmarquesshanghai.com

贵宾专线
VIP Hotline: 021 - 5597 0979

在欧洲被称为“时尚富豪玩具展”的奢侈品展TOP MARQUES将首度登陆上海, 展览汇集了世界最顶级的跑车、房车、游艇、私人飞机、珠宝、手表、豪华旅游、顶级房产等众多展品, 展览前三天仅对邀请客人开放, 最后一天对公众开放。

ISO9001:2000国际质量管理体系认证 中国名牌产品 国家免检产品 3C产品品质认证 ISO14001:1996环境体系



DONG PENG

东鹏陶瓷

缔造灵性空间

磁砖 · 洁具

网址: www.dongpeng.com



责编 吕尚春 E-mail:bu728@263.net 美编 姜坤瑛

■本报记者 姜洪桥 阳静纯 北京、深圳报道

“广东年代,99%香港人在大陆购房都吃过亏,每个人谈到大陆楼市都害怕。我们不得不承认大陆期房销售制度确实有问题。”被称为中国地产营销教父的邓智仁所指的“广东年代”是指上世纪80年代末、90年代初房地产刚刚开始在广东兴盛的时期。那个时候期房销售已经为市场广泛采用,把它推广过来并且又深受其害的都是香港人。

回顾期房销售在中国大陆的十多年历史时,我们不得不首先澄清的一点是,期房销售方式首先是市场自然发展出来,而后才被1995年正式实施的《城市房地产管理法》所追认,才形成我们今天所指责和激烈争论的期房销售制度。这种临时起意的方法最初的目的仅仅是为了缓解开发商融通资金的困难,根本缺



邓智仁



马力



朱永平

乏相关的配套监管政策的准备。也正是这一点区分了为什么期房销售制度在香港畅行无碍,而在大陆却被列入黑名单的原因。

邓智仁:我就知道会出问题

邓智仁是在大陆房地产开发早期影响巨大的人物。深圳和上海第一个外销楼盘都是由其一手策划并参与销售。也是他首先将香港楼盘的销售模式引入大陆,从上世纪80年代末深圳第一个外销楼盘——金田别墅开始,大陆就出现了期房销售形式。他也是最早认识到期房销售在大陆所面临的问题的人之一。十多年后,邓智仁在接受记者采访时说:“我就知道会出问题”。

看起来邓智仁的回答有点事后诸葛亮的味道,但事实的确如此,邓智仁靠他的营销技术和管理在大陆挣了很多钱但却没有投资过大陆的房产。当年跟随邓智仁而来的香港员工在90年代初都卷入到投资大陆房产的大军之中,唯独邓智仁没买。员工都很奇怪,为什么老板不买呢?“因为我有眼光啊”,邓智仁说这话的时候甚至都没有发笑反而一本正经,“我当时就认为大陆楼市升值机会低,但是香港人觉得便宜。这个道理他们几年之后才明白过来”。

邓智仁是在楼盘操作与香港的对比中发现了问题。深圳金田别墅没有出问题,那是因为它本身是上市公司操作,别墅的建设周期和难度也小于普通楼盘。这个项目的成功无疑在很大程度上鼓励了香港人的消费信心。但是就期房销售更为复杂的配套制度来说,大陆和香港存在根本的不同。“当时做很惊讶,大陆采用香港的期房预售模式,却又不采用香港的监管方法”,邓智仁分析是制度的执行有别,香港楼盘可以预售,但土地必须全款支付,开发商把土地抵押给银行获得建设贷款,但是这些贷款不能由开发商支配,而是由律师行按照工程进度划拨给施工方。每个阶段都会有监理机构和律师行验收。

(下转 35 版)

Home & House

经济观察报

The Economic Observer

33

蓝筹地产

2005年8月29日



期房原罪？

期房预售模仿于香港,这种临时起意的方法最初目的是为了缓解开发商融通资金的困难。最让香港人尴尬的是,他们把期房预售方式推广到大陆,深受其害的又恰恰是香港人。直到几年后他们才明白,在大陆实行期房预售没有合适的土壤,根本缺乏类似香港的相关配套监管政策



富力·爱丁堡公馆

Chateau Edinburgh

CBD行宫 尊贵专属

CBD行宫 荣登国贸—燕莎贵胄版图

有些疆域,注定是王土。国贸北,燕莎南,白家庄1号,无可挑剔的贵胄版图。

CBD—中央商务区,世界500强在华总部与国内重量级企业云集,第二使馆区,77个发达国家驻华使馆,三里屯,娱乐不夜天,国际游乐场。

100平米国际豪华一居,200—400平米家族大宅,城市贵族憩息之所,14000平米中庭花园,专属私家会所,演绎缤纷时尚生活。

富力·爱丁堡公馆,尊贵地位,至高无上,贵为CBD行宫,当之无愧。



贵胄领属 北京、CBD、白家庄路1号。从来没有一块建地如此跋扈。这厮是国贸、中央电视台;那厮是燕莎、使馆区;咫尺间三里屯微服私访,朝阳公园逍遥遨游。对于生活而言,其珍稀其尊贵,令世人仰止。

气质建筑 凝聚经典建筑之美,新古典主义风格,现代却不失古典情怀。于细部和节点融入欧洲哥特时期的建筑符号与意象,外立面特别甄选上等石材,浑然呈现亘古不变的建筑底蕴。

中庭花园 阔达14000平米的中庭花园,提取精华元素,用独特的景观设计于营造丰富而轻松的视觉空间,使之成为典雅、幽静的私家景观场所。通过七大景观特色的布设,收藏CBD绝版园圃。

装修艺术 以完成一件艺术品的心情对每一处空间精雕细琢,全套豪华精装修。厨房卫生间甄选国际顶级品牌;客厅、餐厅地面天然石材。细节彰显豪宅品质,处处闪耀不凡尊崇。

国贸物业 品质卓越的国贸物业酒店管理有限公司提供高素质物业服务,不仅提供日常特色服务项目,更有个性化有偿服务可供选择。全面关怀,恰如身份。

名厂制造 富力地产,全国房地产企业前三甲,香港联交所主板H股上市规模最大之内地民营企业。倾心力做,锻造永恒经典。实力共鉴,信心之选。



投资方: 富力地产集团

发展商: 富力(北京)地产开发有限公司

样板间展示: 东三环内双井桥西北侧(富力城售楼处一层)

项目地址: 东三环长虹桥西南,白家庄1号

http://www.rfbeijing.com.cn

贵宾专线: 010-5870-7777

“经济观察报”艺术·文化

Art Forum

经济观察报艺术收藏与投资论坛

经济观察报邀请国际知名艺术策展人、画廊、拍卖行、投资银行及艺术投资机构、艺术收藏家等共同探讨“艺术收藏与投资”这一话题。

论坛支持：深圳国际投资峰会
深圳吉达国际地产开发有限公司
学术支持：亚洲艺术文献中心

「分享中国现当代艺术收藏与投资经验」

时间：10月11日
地点：深圳南澳浪琴游艇会

论坛安排：

1. 部分当代艺术画廊陈列、幻灯片播放及讲解
2. 当代艺术收藏作品幻灯片播放及讲解
3. 收藏家私人收藏作品幻灯片展示
4. 主题论坛
5. 为什么收藏当代艺术？

亚洲当代艺术拍卖市场趋势
近期拍卖行因素及拍卖行增值介绍
中国当代艺术在拍卖行的趋势
如何投资当代艺术？

1979年以来中国当代艺术潮流
西方的中国绘画收藏
中国当代艺术不投资市场从国外回流

演讲嘉宾：

张颂仁

香港以雅轩负责人

亚明·文森特·李

杜相庆 (Philip Tse)

原美国旧金山海博物馆副馆长

Jan Roderick

伦敦爱丁堡艺术学院艺术经济专业负责人

何耀林 (Laurin Heung)

上海艺博会负责人

查立

中国艺术国际促进组织 CEO

陈海屏

轩国际投资咨询公司总裁

傅伟

雅昌艺术网总经理

尤永

上海泰云打有限公司画廊部主管

主持人：

吕澎博士 艺术史家

《中国现代艺术史：1979-1990》

《中国当代艺术史：1990-1999》作者

鸡尾酒会：10月11日 19:30

游艇出海：10月11日 清晨

10月11日 星期六

经济观察报
The Economic Observer

“经济观察报艺术收藏与投资论坛办公室”联系人：

北京 杨婷 010-61297311 yaying1999@vip.sina.net
深圳 杨婷 0755-33347907 yunqiy6733@yahoo.com.cn

The Economic Observer
Lifestyle

顺势转身

■Lydia Chen/文

不出意料,2004 年的中国继续着 2003 年超过 9% 的高速增长。但是,繁荣的背后埋藏着危险的种子:能源供应吃紧,企业和百姓不得不承受拉闸限电的痛苦;实际利用外资出现下滑,挑战外向型经济的增长后劲不足;国际贸易环境多变,不少中国制造企业生存艰难;经济体制改革需要攻坚,私有经济在中国各地的发展仍很不均衡。

这些因素既是中国城市在过去一年间发展的背景声音,也大致决定了 2005 年《福布斯》中文版“中国最佳商业城市”榜上各城市名次的起起伏伏。在这些客观原因之外,能够影响城市命运的只有企业和城市管理者的智慧;没有人能够与经济规律抗争,但及早地洞见各种变化并顺势而为,却可以让城市漂亮的转身,就像技艺高超的冲浪选手总是能顺着风浪前进。

我们记录了这样三个城市:东莞代表了顺应趋势改变经济模式的一类,当以“代工”为主的产业结构难以继时,东莞开始了在松山湖的大手笔建设,这使它们至少有了一个目前已经相当切实的梦想——就像当年用低廉的劳动力吸引港资,漂亮舒适的生活环境可以吸引科技人才,他们所服务的科技企业就是东莞的明天;湖州代表了从产业的初级阶段进行技术升级的一类,凭借在高科技纺织和特色纺织上的先行一步,这个城市的不少纺织企业经受住了最近一年多来国际贸易风云变幻的考验;青岛开发前海,发展港口经济的例子向很多北方城市证明,私人资本可以成为城市发展的重要帮手——这也是顺势而为。

在对 2003 年 GDP 超过 110 亿人民币的 206 个城市的评估中,我们仍然延续对私人资本的一贯关注。中国民营企业在长大,他们与跨国公司不仅竞争,相互之间在资金、技术和管理上的合作也益发频繁。因此,今年我们加强了对各个城市的年销售收入 500 万规模以上民营企业贡献率和外资经济的考量。

在今年的榜单中,杭州蝉联了冠军:房产价格回落、市场潜力提升、私人资本和外商投资的均衡发展再次把它推向首位。其它一些长三角城市却因成本飞涨和增长乏力降低了综合排名。以京津为中心,延展至辽东半岛和山东半岛的环渤海经济圈值得一提;优良的地理位置和较高的人才素质让这里成为东北亚软件产业和物流航运业的聚集地。中西部城市的综合实力因低廉的成本和私人资本的加速进入而增强,但仍然受到市场规模的限制。

本次调查采用的原始数据仍然由美兰德信息公司和《福布斯》中文版调研部共同完成。今年我们同样向所有候选城市的市政府发出了数据搜集函,获得的回复率比去年高出 15%。对于关键数据缺失率超过 1/4 的候选城市,我们不得不遗憾地取消其参评资格。

《福布斯》眼中的城市魅力

■周颖/文

2005 年中国大陆最佳商业城市排行榜是继去年首次公布此榜单后,《福布斯》中文版第二次发布以中国 661 座城市为调查对象的榜单。

按照 2003 年 GDP 超过 110 亿人民币的标准,《福布斯》中文版筛选出了 206 个城市进行“最佳商业城市”的详细评判,评判指标包括劳动力素质指数、高级人才指数、经营成本指数、市场规模指数、市场潜力指数、客运指数、货运指数和私有经济活力指数。为了反映每个城市的发展状况,绝大多数分指标都采用了 2001 年到 2003 年的三年平均值,为了延续对私人资本的一贯关注,今年的评判体系加强了对各个城市年销售收入 500 万以上民营企业贡献率和外资经济的考量。

调查的工作分成三个阶段,历时半年,在结合首次榜单反馈情况重新论证指标体系和计算方法的前提下,4 月开始数据搜集,挑选合作伙伴并与各城市政府联系,同时进行个别城市的采访报道,以及对搜集到的初始数据进行核对、处理和调整,最后的榜单在 8 月中旬正式完成。

在榜单制作过程中,首先对原始数据进行统计调整,基于榜单为各级城市的混合排名,需要对地级、县级城市的数据进行分离,调整后的数据将根据指标体系进行加权,最后根据公式计算出城市的综合得分,从而得出榜单排名。

《经济观察报》:《福布斯》今年的排行榜与去年最大的不同是什么?

陈岚(中国大陆最佳商业城市排行榜制榜人):《福布斯》今年的榜单观察角度会与去年有所不同,去年更多看到的是资本对城市的一种选择。而今年,我们更关注到企业和城市管理者对城市发展的理性思考,他们如何主动地去选择城市的发展方向,顺应趋势改变经济模式。

《经济观察报》:中国社科院的倪鹏飞教授也制作过中国城市竞争力的榜单,《福布斯》的这份榜单与之有何不同?为什么做商业城市的排行,而不是综合实力的排行榜?

陈岚:其实可以从榜单的指标体系中看出这个榜单内容与很多的城市排名的区别。我们更关注于资本的投资效率,从教育素质、经营成本、基础设施、市场规模、私有经济活力这五大方面来考量一个城市,从客观的数据分析得出榜单的结果。这份榜单是希望更多地给投资人提供有价值的信息,对人文方面的因素考虑得较少一些。

《经济观察报》:在评选过程中你们对不同城市进行了调研,有没有对中国城市发展的总体体会?

陈岚:城市发展的同质化比较严重,尤其感觉是在地级城市中。我们认为,城市发展过程中市政建设的类似都不是严重的问题,道路、花园、绿地等等的建设,终究给城市居民带来方便的交通、生活质量的提高。比较担心的是城市的产业结构的同质化。例如,珠三角地区、东莞、惠州、江门等通过“三来一补”发展起来的镇区经济,就带有很强的同质性,这种经济发展模式会对城市、整个地区未来的经济发展造成瓶颈。当然,我们也可以看到广东省在通过结构梯度转移在改变这些状况。类似的同质化的问题也发生在长三角等地方。

《经济观察报》:您感觉各个城市对自身今后的发展方向是否比较明确?

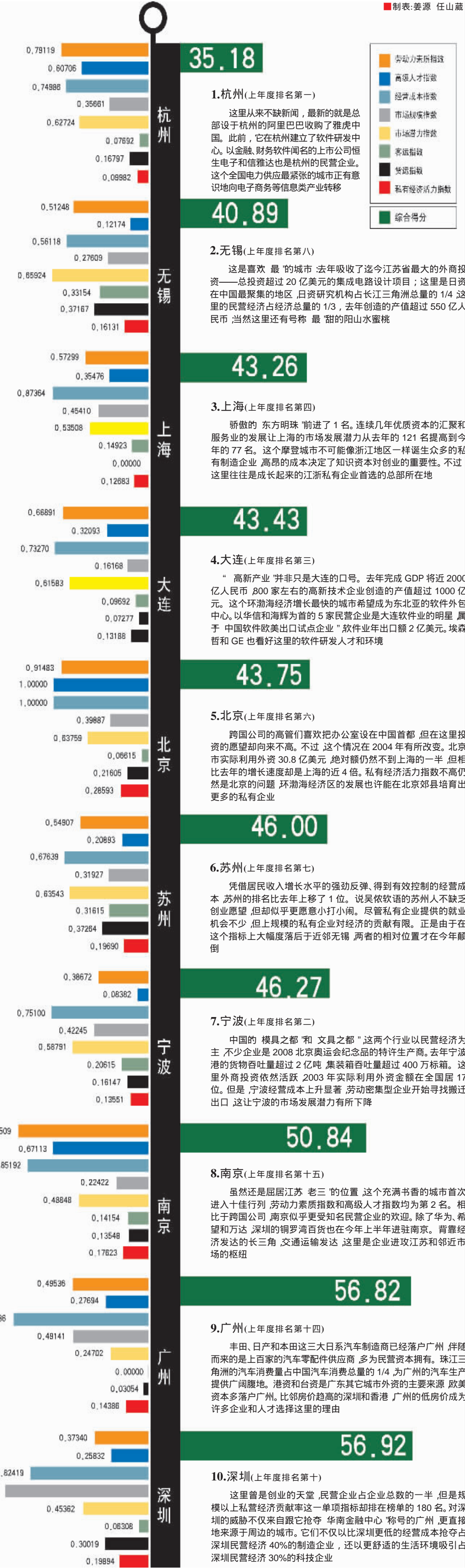
陈岚:在调查的过程中,我们接触了很多城市的市长。与我们以往理解的不同,他们年轻、睿智、有着高学历,他们对城市未来的发展都有着比较明确的定位与规划。他们的周围还有一些学者、专家给予智力支持。很多市长和他们所代表的城市一样,充满了活力和进取精神,而不再拘泥于陈规旧范。

《经济观察报》:有人认为大部分所谓的规划成为了一种破坏,规划变成城市魅力的敌人,你怎么看待这个问题呢?

陈岚:这个问题的本质是可持续发展的问题,中国目前还是处于粗放型经济的阶段,可在经济发展的过程中肯定会付出一定的代价,但是很多城市也已经把高效利用能源和资源作为城市经济发展的一个关键因素。很多城市的规划也是从节能的角度出发。在前几年防磁产开发热潮中,对于农田的侵占,的确是一种破坏。在很多城市的发展过程中,我们可以看到新老城区的和谐发展,保持老城的特色的同时,新城提供了更多的发展空间。而且城市的领导者,也开始从城市发展产业的选择上来解决这些问题,比如,杭州这个美丽城市的信息产业的发展,无疑会对城市自然环境的发展起到保护作用。

中国最佳商业城市排行榜

本内容由《福布斯》中文版联合《经济观察报》独家平面媒体发布



期房原罪？

(上接 33 版)

与香港的方式相比,大陆的初期期房预售目标显得更为单纯了:深圳国土局房地产业管理处处长李东表示,早期实行预售的原因是刺激房地产发展,开发商实力较弱需要支持。建设部政策研究中心副处长文林峰表示,房地产开发贷款是 90 年代中后期才蓬勃兴起的,此前都是以其他名目获得银行贷款,而个人住房贷款则是从 1998 年才开始迅速发展。在房地产业的起步发展阶段,开发企业需要市场上筹集资金,在直接融资匮乏,间接融资数量有限的情况下,只能通过从消费者预收款和订金中获得资金支持进行项目开发。

期房销售的出现要远早于政府的具体认识。当年跟随邓智仁现为北京世纪百人行投资顾问有限公司经理的童渊回忆,是先有实践后有政策,监管确实有问题。事实上,期房销售出现在 80 年代末的深圳,而期房销售制度正式落实到文件上,却是在 1995 年 1 月 1 日开始实施的《城市房地产管理法》。即便是这个姗姗来迟的正式法规,对于期房销售的条件阐述仍然彼此矛盾。在明确期房销售地位之前,配套监管政策的虚弱程度是可想而知的。

马力:“问题楼盘”短期之内无法解决

习惯炒“楼花”的香港人在大陆栽了大跟头。由于这些问题过于复杂,香港民建联主席马力在记者招待会上公开承认,解决广东涉港“问题楼盘”是一项长远且艰巨的工作,短期之内无法解决。

马力接到的问题各种各样。来自香港的陈先生是香港普通公务员,希望退休后退居深圳。90 年代初在布吉以楼花方式买别墅,总价 60 多万,开发商后来跑掉,他交的定金 10 多万赔在里面。

香港民建联试图解决这些问题,时隔十多年之后的 2004 年收集问题楼盘的个案时仍然收到了超过 3000 份的求助。民建联网站提供的统计资料显示,涉及香港人的问题楼盘因停建或其他原因无法收楼的 152 个,楼盘“货不对版”的 48 个,没有房产证的 105 个,其他诉求 130 个。

这些问题甚至可以追溯至 1993 年之后呈现恶性发展。在深圳、惠州等地常见事情是开发商收取期房订金之后卷款逃跑,紧接着东莞、江门等地区出现大量烂尾楼和各种各样的纠纷,其中,数香港人购买最多,受害最深。香港人也就此将这些楼盘统称为“问题楼盘”。

无可否认,烂尾楼和货不对版等现象大多和期房销售方式有直接或者间接的关联。客观讲,这些问题并非完全由于期房销售引起。童渊认为,当时全国房地产普遍出现问题,还有土地拍卖等问题,不能完全怪罪于期房预售。

疑问被更多指向为什么银行能轻易贷款给这么多容易出问题的开发商,从一夜之间兴盛起来的林立楼盘到迅速破灭时间如此之短,期间为何没有采取措施;这些问题同样也是邓智仁疑惑的问题,“为什么广东出现大量问题之后,期房预售制度还继续在全国推广?为什么没有吸取教训?”文林峰分析,由于我国房地产业的相关法律法规还不是很健全,因此,不仅因资金链跟不上而出现了烂尾楼,也因质量监管力度较弱而出现大量的质量纠纷,有些还存在开发商虚假合同的严重欺诈行为。显然,这些问题要超越期房销售本身。

朱永平:建议取消期房预售制

与期房预售制度相关联的还有虚假按揭和期房造成的房产权属问题。尽管假按揭与期房预售并无必然关系,但至少从表面看期房预售为假按揭或卷款逃跑提供更为方便的可能。2002 年 9 月,中行北京分行在对零售按揭贷款进行内部稽核时,发现“森豪公寓”开发商——北京华运达房地产开发有限公司以员工名义,虚构房屋买卖合同,提供虚假收入证明套取按揭贷款及重复按揭贷款 6 亿元,并将按揭得到的资金移往外地,致使该项目的工程被停工,形成烂尾工程。

问题的积累在 2003 年发酵。当年 10 月,广东省人大代表朱永平向广州市国土房管局指出期房预售制度的五大弊端,建议废除商品房预售制度。朱永平的意见主要集中在期房造成的权属问题上。取消期房预售制度的建议没有被采纳。

实际上,期房预售制度确立以来,管理越来越严格。正参与研究在深圳取消期房预售制度的李东表示,门槛一直在逐步提高,如拍卖取得土地,地价必须在 5 天交清。去年年初要求,投入资金方面,已达工程预算投资总额的 25%,并经注册会计师验资;工程形象进度方面,七层以下的商品房项目,已完成结构工程并封顶,七层以上的商品房预售项目,已完成三分之二结构工程。在银行方面,2003 年之后央行也出台了很多关于控制房贷的政策。童渊和邓智仁都确认,广东和上海的期房预售出现的问题明显减少,越来越可靠。

但形势发生了变化,取消期房销售制度突然成为热门话题。这一事件源于国土资源部官员的表态,国土资源部土地利用管理司司长廖永林在 7 月底一次座谈会上指出:“现在的房地产市场出现的种种问题,特别是乱炒房地产,都跟预售有关。我个人的意见是,应该完全取消商品房预售,没有完全建好就卖出去,卖了个半成品,出了问题怎么办?”紧接着是央行发布的 2004 年地产金融报告,该报告明确建议取消期房预售制度。

在期房预售制度日益完善时,国土资源部和央行这两个和房地产紧密相关的部门却同时建议取消期房预售,这是相当有趣的现象。相当多的分析人士认为,央行的建议不用考虑太深,尽管此后建设部召开了研讨会,研讨的结果是暂不能取消期房预售。

文林峰认为,现房销售适于市场供需关系和房价比较稳定,甚至是供略大于求的地区。而且当前金融品种单一的问题还没有改善,房地产企业缺乏直接融资渠道,如果相关的金融配套政策不能及时跟进,则会导致开发项目不能及时竣工建成,带来更大的银行金融风险和市场纠纷,也会带来一些虚假行为,如施工企业垫资并造成新的拖欠工程款,私下收取订金和预收款,给消费者带来更大的风险。

作为与监管、金融乃至土地制度紧密相关的期房预售制度是否会取消可能在相当长时期内还要取决于土地和金融配套改革进度。

德国 **bau format** (博夫曼) 厨具

保税库(中国) 直销旗舰店

原装进口 绿色环保 仓储直售 国内价格



德国·博夫曼厨房家具

旗舰店 北京市朝阳区北三环东路
慈惠里108号远洋广场
邮编:100028 (太平洋大厦内)
传真:010-64473232
电话:010-64473737
各城市分店:
上海 021-64811481/54583332
天津 022-66236632
北京 010-64473232
南京 025-84088494
武汉 027-63725935
西安 029-88388255
深圳 0755-82446238

www.bauformat.cn

诚征全国代理商:010-64473737

责编 宋铁军 E-mail songtiejun@hotmail.com 美编 肖利亚

Observer

经济观察报
The Economic Observer

37
观察家

2005年8月29日



没有资格轻视拉美

拉美国家不过是顺应自己的历史轨迹,走了一条独有的发展道路,陷入了独有的困难。中国在经济和社会发展两方面都明显落后于拉美国家。中国人还没有资格轻视拉美,更没有资格造出一个“拉美化”的负面概念来,把拉美国家当成“经济和社会政策失败”的反面教材。

■吴向宏/文

什么叫“拉美化”?
在中国的网站上,顺手引用一个搜来的定义,那就是“拉美地区国家在发展过程中由于过度贫富分化,出现了以经济危机、政权更迭和社会失范为特征的整体性危机。从经济上看,主要表现为GDP增长停滞、高失业率、高通货膨胀率、高外债。从政治上,主要表现为频繁的军事政变和政权更迭。从社会上看,就是连续不断的罢工、游行,城市贫民窟化,高犯罪率以及黑社会组织的武装化和公开化”。

总而言之,把几乎所有可能发生的负面社会现象都和一个地理名称——拉丁美洲——联系起来,这种明显带有地域歧视色彩的概念,居然理直气壮地在全中国的公开出版物上反复使用。请问:有哪个具有现代学术道德的知识分子,会把一个地区的法西斯倾向命名为“德国化”?或者会把鸦片等毒品在人群中的流行现象,命名为“中国化”?

过去几年中,中国民间同拉美地区的经济文化交流基本停滞不前。而在知识界,拉丁美洲的存在也只剩下一个理由——让某些学者们有机会猛批一个概念:“拉美化”。

从未证实过的前提

尽管拉丁美洲国家在过去20年中的确纷纷陷入某种程度上的经济危机,但是,当中国人开始满怀同情心地讨论“如何避免陷入拉美式的经济危机”时,整个事情就变得有点滑稽了,一如前几年,我国流行同情东欧国家那样滑稽。

拉美国家的整体经济发展水平当然比我国高得多。它们的困难,也是更高层次上的困难。我国人均GDP刚刚超过1000美元,而这是拉美主要国家早在20世纪60-70年代就已经达到的水平。今天,拉美国家的人均GDP,普遍为中国的3-6倍。如果我们不相信以名义汇率计算出来的GDP,改为用购买力平价美元衡量,拉美国家和我们的差距仍不会显著缩小。如阿根廷的人均GDP将高达11000美元,智利将近1万美元,墨西哥将近9000美元,巴西为7800美元(以上均为2002年数据)。可以说,中国的经济发展水平,落后拉美国家起码在10-15年左右。
(下转38版)

“风行汽车”品质强势提升



敬请登陆 <http://www.fxauto.com.cn>

风行现代化乘用车生产基地 已正式投入使用

该生产基地整个系统集网络与自动化于一体。工艺流程与制造技术均达到国际先进水平。喷涂、焊接等工艺足以媲美轿车水准。一流创新科技造就风行汽车的品质精益求精,不断强势提升。

风行·菱通	● 2.0L先锋版 9.88万元
风行·菱越	● 2.0L商务版 12.18万元 (新格栅,双气囊) ● 2.4L优越版 13.88万元 (长车身,双气囊) ● 2.4L领先版MT/AT 14.78/16.98万元 (五天窗,双气囊)

具体配置以实车为准。详情请洽当地经销商

- 广东浩鸿 020-36402268

● 广东万保 020-37884333

● 深圳新大兴 0755-82439395

● 东莞兴龙 0769-2661928

● 上海东仪 021-64199580

● 浙江元通 0571-88012822

● 宁波锦通 0574-27818585
- 江苏恒润 025-52633188

● 无锡东方 0510-2126131

● 苏州世纪 0512-65962880

● 苏州乘龙 0512-67516691

● 北京锦德基业 010-87782566

● 青岛飞利 0532-85711880

● 上海云峰 021-56028855
- 上海锦弘 021-51302978

● 大连汽贸 0411-86530333

● 湖北东安 027-88605181

● 沈阳凯大 024-88621888



服务热线: 4008877668 0772-3281111 E-mail:dffcfw@163.com



风行汽车
循我同行 天下风行

没有资格轻视拉美

弥漫于我国学界的对拉美经济的悲观描述，依笔者看，很大程度上是带着有色镜片观察的结果。值得深思的是，这有色镜片是怎么来的？是诚实的学术工作被错误的研究范式误导了，还是压根儿就是主题先行的宣传文章？

(上接 37 版)
“拉美化”概念不仅带有明显的地域歧视色彩，而且隐含了一个从来没有得到任何证实、甚至没有任何有力证据的前提——“拉美化是拉美国家错误经济(政治)政策的结果”。没有人去认真研究过，对于以殖民种植园经济为起点、以极少数大庄园主和绝大多数贫困农奴的两极化财富分配为初始条件、以缺乏强有力民族认同感为背景、以行政经验和能力先天不足的中央政府为主导，这样一个拉美的独特发展模式下,所谓“拉美化”是否是一个必经的阶段？是否是一个不得不偿还的历史债务？

如果这样,则所有那些关于“拉美化”之“罪魁祸首”的分析,什么自由主义的经济政策啦，什么国际垄断资本的剥削啦,就都是无的放矢。所谓“中国应当怎样避免拉美化”，就是一个彻头彻尾的伪命题。举个例子,这就好像一直按自由经济政策发展的拉美国家不会陷入东欧前计划经济国家的“转型阵痛”，更不必要去自作聪明地讨论“巴西怎样避免陷入东欧式的转型危机”。

事实恐怕正是：拉美国家不过是顺应自己的历史轨迹，走了一条独有的发展道路，陷入了独有的困难。而且,这困难不是不可克服的。即使在拉美经济最困难的时期，整个拉美地区也并非一团漆黑,而是有暗处有亮点。例如,90 年代初墨西哥经济陷入困境,到 1993 年爆发了金融危机;但同期阿根廷经济是高速增长的,1991-1992 年经济增长率高达 10.6%和 9.6%。到 90 年代末,阿根廷经济遇到麻烦,1998 年后连续四年经济衰退；与此同时,墨西哥经济却在 1996 年至 2000 年,经历了年均 5.42%的连续增长。

最近两年来，拉美地区经济更呈全盘复苏势头。2003 年阿根廷经济率先以 5.5%的增长率实现反弹。2004 年拉美经济则全面开花，整个地区经济增长 5.5%，创下了 1980 年以来的

纪录:人均 GDP 增长 4%，是 1979 年以来的最高点。其中,委内瑞拉和乌拉圭的经济增长率分别高达 18%和 12%。阿根廷势头不减，仍然保持在 8.2%的高位上。巴西经济增长 5.2%。墨西哥也实现了 4.2%的经济增长,结束了前 3 年经济一直徘徊不前的状态。

弥漫于我国学界的对拉美经济的悲观描述,依笔者看,很大程度上是带着有色镜片观察的结果。值得深思的是,这有色镜片是怎么来的?是诚实的学术工作被错误的研究范式误导了，还是压根儿就是主题先行的宣传文章？

有关贫富分化的主观感受

不过，我国学界近几年对拉美地区的种种批评中，有一点确是言之有据的,那就是该地区严重的贫富分化。若以基尼系数为衡量标准，拉美国家均在 0.5 以上，属分配严重不公的范畴。2002 年,阿根廷为 0.53,墨西哥为 0.55,巴西则最高达 0.59。相比之下,中国这几年贫富分化虽呈加剧的趋势,但官方公布的只有 0.40。不过,其将城乡人口分开计算的做法，显然不合常理。联合国发布的《人类发展报告》给出中国 2002 年的基尼系数为 0.45,虽然也属分配相当不公,毕竟比拉美国家要强一些。

但是，基尼系数衡量的是收入两极化。拉美地区基尼系数高于中国的原因之一，是其极少数高收入人口占据了相对大份额的收入。这种财富的集中虽然不公，但在一定时期内对经济发展不完全是坏事。从社会正义的角度，更值得关注的是极少数低收入人群的状况。中国不像拉美地区那样，有一个庞大的极富裕阶层。这拉低了中国的基尼系数。但是，若比较最贫困阶层的相对贫困化情况，则中国的收入差距并不比拉美小。

衡量最底层人口的相对贫困化程度，一个指标就是看最贫困的 10%人口总收入占 GDP 的比率。目前,中国



仍有 3000 万绝对贫困人口（年收入 637 元以下），以及 6000 万未稳定脱贫的人口（年收入在 637 元上下徘徊）。两者相加已有 9000 万。中国最贫困的 1.3 亿人口(占总人口 10%)的年均收入应当在 800-1000 元之间。以 GDP 总量 11 万亿计,10%最贫困人口总收入占 GDP 的 0.95%-1.2%。把这个数据和拉美主要国家对比,智利为 1.2%,阿根廷、墨西哥为 1.0%，哥伦比亚为 0.8%。除了明显强于巴西(0.5%)和秘鲁(0.7%)外,中国最底层人口的相对贫困化程度和拉美主要国家其实是相当的。

在大众传媒表面化的报道和一些所谓专家的观察中，拉美的贫富差距要比中国的大得多。许多时候,这仅仅是因为一些主观的观察。到拉美走马观花的人很容易发现，在一些拉美大城市里,贫民窟位于城区中心,里面游民遍地,枪手横行。距其不远,便是富人美女如云的豪华住宅区。这种贫富比邻而居的现象，不用说必将给初到拉美的人以极大的视觉震撼。

问题在于，这类主观观察是不可靠的。越是尊重人权、强调个人自由的国家，越不可能对贫困人口采取强制的“清理”和“隔离”措施,越有可能导致贫民窟和海滩豪宅比邻而居的视觉现象,造成“贫富分化极为严重”的主观观感。一个典型的例子:看看印度孟买、新德里等大城市的贫民区,再看看整洁和充满秩序的北京与上海，你也许会认为印度贫富差距比中国大得多。许多中国游客的印象正是如此。而真相呢?印度的基尼系数只有 0.33,远远低于中国。

真实社会发展水平

贫富分化仅仅是“社会发展”诸项指标中的一个。即便有严重的贫富分化存在,拉美国家整体的“社会发展”水平依然大大高于中国。

以联合国制定的“人类发展指数(HDI)”衡量,2002 年,在全球 177 个国家中,拉美各主要国家的 HDI 排名均大大高于中国。其中，阿根廷以 0.853 的高分（满分为 1.000）排在第 34 位,领先于波兰(第 37 位)、匈牙利(第 38 位)。此外,智利以 0.839 分排在第 43 位,墨西哥(0.802 分)排在第 53 位,都属于人类发展程度较高的国家,高于像俄罗斯(57 位)和马来西亚(59 位)这样的中等发展程度的国家。至于委内瑞拉排 68 位,巴西第 72 位,哥伦比亚第 73 位,在拉美国家中算是差等生了。然而中国呢?中国排名第 94 位,其 HDI 得分(0.745)只相当于阿根廷 60 年代、墨西哥和智利 80 年代初的水平，甚至比哥伦比亚还要落后 10 年！

当然,HDI 指标编制时,包括了人均 GDP 的因素。有人或许会争辩说,这是因为中国人均 GDP 较低而拖了后腿。但是，仔细观察可以看出,在 HDI 指数的另外两个部分，即人均预期寿命和人均受教育程度上，中国也相对落后。从附表的数据不难看出,中国无论在公共教育还是公共健康投资方面，都逊色于几乎所有主要拉美国家。这是中国在社会发展方面落后于拉美国家的根本原因。

必须指出，人类发展指数中尚不

包括其它那些对社会发展至关重要的项目。例如:性别平等,环境保护,社会文明等等。而在这些方面,中国同样普遍落后于拉美。例如,性别平等可以用联合国编制的性别发展指数(GDI)来衡量。在被测试的国家中,中国排名第 71 位，略优于秘鲁(74 位),但显著落后于巴西(60)、哥伦比亚(59)、委内瑞拉(58)和墨西哥(50),大大落后于智利(第 40 位)和阿根廷(第 36 位)。

中国的优势

当然,和拉美国家相比,中国在很多地方有值得自豪的成就。中国政府的行政能力和管制效率高于拉美,后者普遍存在地方势力坐大的局面。特别是中国在维持社会稳定、打击犯罪方面明显强于拉美国家，无论全国范围还是在大城市里，中国的犯罪率远远低于拉美各国。

中国强调“科教兴国”，虽然在教育投入上落后于拉美，但在科技投入上还是肯下本钱的。以科技投入占 GDP 的比率论，取 1996-2002 年 7 年的平均数，中国为 1.1%；而拉美主要国家除巴西能与中国持平外，其它均在 0.5%以下，其中秘鲁和哥伦比亚分别只有 0.1%和 0.2%。投入的差距反映在科技产出成果上。2000 年，每百万居民所获得的专利数,中国有 5 件,拉美国家除阿根廷 4 件、智利 2 件外,其余均在 1 件以下。科技对经济增长有长远的推动作用。对科技的重视,使我国在长期的经济竞争中拉美应当有一定的优势。

但是，这些优势不足以否定中国在经济和社会发展两方面都明显落后于拉美国家这个基本事实。因此,中国人还没有资格轻视拉美，更没有资格造出一个“拉美化”的负面概念来,把拉美国家当成“经济和社会政策失败”的反面教材。

(作者系发展战略研究博士)

Advertorial |

“风云感恩节”真情上演·奇瑞再开行业之先 “国民车”真诚回报国民·奇瑞风云首创汽车感恩节

近日,作为“国民车第一品牌”，奇瑞汽车率先在奇瑞风云的用户中举办大规模的系列感恩活动，这就是奇瑞人开车市先风的“感恩节”。凡是在 2002 年 12 月 31 日前购买奇瑞风云的车主，都将成为此次感恩活动惠及的对象，也将有机会免费得到风云轿车一部。据奇瑞汽车透露，此后奇瑞每年都将广泛开展类似大规模的感恩节，以真诚回报新老用户。目前，奇瑞汽车感恩节已横空出世,车市刮起风云感恩风。

奇瑞感恩用户 10 台风云期待幸运儿

为了本次活动,奇瑞汽车特别准备了 10 台全新金属漆风云轿车作为感恩节礼物,奇瑞汽车如此大规模的感恩回馈,开历史之先河,震撼车市。目前几乎所有国产车厂包括众多合资大厂,从来没有开展过如此真诚的回馈用户活动。奇瑞风云,再次以其卓越表现，赢得市场的广泛认可,得

到了消费者的普遍认同。奇瑞汽车，越来越成为“国民车”的典范之作。据称自今年起,奇瑞汽车每年都将举办类似感恩节。奇瑞汽车透露,此次活动的具体办法是:从 7 月 28 日起,凡 2002 年 12 月 31 日前的奇瑞风云车主,均可凭购车发票和行驶证及车主身份证，于 8 月 18 日前到当地奇瑞汽车风云特约经销商处报名参加抽奖活动。8 月 22 日,奇瑞汽车将在北京长城饭店进行盛大的公证抽奖活动,产生的十名风云老用户将成为奇瑞“终身荣誉顾问”,免费得到最新一款奇瑞风云轿车! 8 月 28 日,中奖的风云用户和中奖区域的经销商,将齐聚芜湖奇瑞公司参加赠车仪式并参观奇瑞工厂,见证“中国国民车第一品牌”的历史进程和最新成果。

无偿赠车 奇瑞风云走“国民车”情感之路

奇瑞汽车销售公司副总经理秦力洪介绍，奇瑞风云不仅仅

是自主品牌汽车的杰出代表，更是国民幸福生活的引领者，事业成功的伴随者！作为国民车第一品牌,奇瑞不仅要关注国民的使用需求和安全感，更要把国民放在最重要的位置，用最适合的车回报他们的厚爱与支持。此次奇瑞汽车之所以用抽奖的形式对老用户进行首次回报，主要考虑这批用户是在奇瑞创业之初最坚定的支持者，可以说没有他们就没有奇瑞的成长,因此,把回报这批老用户的行动作为奇瑞风云感恩行动的第一步。

“国民车”不仅是一个光辉的荣耀，更是一种社会责任和历史使命,它代表了大多数用车族最集中的情感历程。奇瑞风云不是沉寂在光环中,而是把社会责任当作更最艰巨的使命,以“国民需求”为服务方向,以“国民标准”为服务准则,坚定地走上了符合国民心理需求的情感之路,奇瑞感恩节即是其具体措施之一。

Optima 远舰——我无比的选择

一日在公司大厦里面等电梯,旁边的液晶显示屏正播着各种广告,屏幕上突然出现一辆车,从一架巨大的金色天平旁驶出来,在都市的道路上尽情驰骋。同事在旁边说道:“这不是你的远舰吗?好气派!”接着他又疑惑地说:“这天平是什么意思啊?远舰和天平有什么联系?”我指着屏幕上的画面得意地告诉他:“俗话说心中自有一杆秤,做任何事都须细细衡量,才会让自己真正满意;就像选择远舰,是在经过性能、价格、外观等各方面反复权衡后的结果,远舰正是高性价比比的典范，所以说是无比的选择啊!”

我买远舰已经有半年了，当初选车的时候,也看了不少车,最后在花冠和远舰之间徘徊,难以选择。跑了几次专营店，听了销售人员专业而详尽的介绍，对车辆有了更为全面的了解,越来越觉得远舰好。好在哪儿？首先吸引我的就是远舰够气派,外观大气,内部空间大,更重要

的是,远舰价钱实惠,在 15 万这个价位里面，对我这个思维严谨作风实在的工程师来说，远舰尤其让我心动。经过细细考量,最终我在上海绅协 4S 店里面买了一辆黑色的 GL/AT 远舰。

远舰视野开阔，和它宽敞的空间和大气的的外观相互呼应，浑然一体,一种高档感和现代感油然而生。一些细微的优点在使用中也被不断发现，我对远舰越来越喜欢。比如说,远舰开门的声音很好听,那低沉浑厚的声音配上黑色的外观，显示出一种尊贵感。甚至有朋友对我说,就凭这开门的声音和好看的前大灯,我就喜欢上你的车了。

远舰动力之强劲没的说，特别是后半程的提速。起步时没什么特别的感觉点，到了 40-60KM/h 的时候，远舰的优势一下子就体现出来了,感觉动力源源不断,想超车一点问题都没有,刹车也挺灵活,雨天雾天刹车有保证,能收放自如,倒车便

捷，方向盘使用起来感觉也挺轻巧的,能真正体会到驾驶的乐趣。底盘比较高,减震器挺灵敏,在工地凹凸不平的地面上开过去，没什么明显的不适感。

远舰配置的丰富也是没话说了的，大家都知道这是韩系车的特点嘛。即便是这部远舰的入门级自动波,遥控+防盗装置,电瓶降耗、行程电脑、CD 等等,该有的都有了,而且还达到欧 3 排放标准呢！体会最深的就是空调制冷特别快，车内车外就是两个世界。

现在车这么多,选择什么车喜欢什么车每个人都有自己的看法,我只钟情我的远舰。我当初买车的时候,也不是一开始就冲着远舰去的。在经过心中有如天平式的反复衡量之后,我最终选择了远舰。现在公司已经有三辆远舰了,两个同事已经步了我的“后尘”,买了远舰。当三辆远舰排在一起时,那种气派,没话说。Optima 远舰,我们无比的选择！

CHINA BUSINESS CENTER ,
NEW YORK CITY
中国企业纽约商务中心

中国企业纽约商务中心
为您的企业提供以下服务：

1. 提供纽约曼哈顿市中心的商务办公室

2. 代理贵企业设立美国分公司

3. 代寻美国对等的商业伙伴

4. 提供融资、信贷等资本服务

5. 提供在美国设立户外广告

6. 提供来美国购买酒店、地产等投资信息

中国企业纽约商务中心 (China Business Center ,New York City)
地址：311 West 48 Street, New York, NY 10036, USA

巨内联系方式
经济观察报社北京记者处
地址：北京市东城区和平里兴化东里111号5楼 100013 联系人：张兰小姐
电话：2096 10 64209022 115 传真：2096 10 64209010

经济观察报
The Economic Observer

超级女声： 狂欢的漩涡

让我们用同样的态度，看看超女的漩涡是怎样形成的，“超女”传染病是如何兴起、流传，直至成为风潮的。当朋友们向你提及超女，甚至拉你为某选手短信投票时，你便也被卷入这个流行潮了。但在传播链条上，你不过是末梢。

短信投票是选手能否胜出的一个重要因素。“超级女声”节目吸引力再大，也不容易让一般人拿起手机投票。那么，每周数百万条短信是如何发出的呢？这自然是歌迷的功

在大多流行潮中，口头传播比大众媒体的威力大得多。朋友和亲戚的推荐和赞许，在促成行动方面的效力，远远胜过整版的报纸和电视节目的视觉轰炸。

而这仍然是冰山之一角。歌迷们通过手机和互联网连接成一个更

而在8月26日决赛之前,凉粉们在百度贴吧发起了“全国统一行动——十城凉粉百脑汇拉票宣传活动”。在成都、上海、长沙、南京、杭州、广州、合肥、天津、济南、郑州十个城市,百脑汇在其卖场门口为凉粉的宣传活动提供场地,并无偿提供大屏幕、音响等设备。

“通过这些节目,大家可以将对生活的不满释放出来,他们是不是还需要另一种通道,来表达他们的快乐?”

张华立的话来结束本文，他说：“通过这些节目，大众可以把对生活的不满释放出来，他们是不是还需要另一种通道，来表达他们的快乐？”





■ 本报资料室

“超女”之后，“学徒”之前

于是,特朗普在遥远的东方有着很多“信徒”:央视的《绝对挑战》、《实习生》上演职场竞争真人秀,浙江卫视的《天生我才》(胜者获得100万元

即使李湘不去上海,她所在的单

囿于国情及观念差异，诸如《爱情》、《交换妻子》、《我恨工作》、《为爱花钱》、《自食其力》(减肥)、《性巡视员》(名人)、《富贵险中求》(维CEO 理查德·布兰森)等节目不可在中国落地，但真人秀文化的张扬和觐，正反映了大众消费文化之趋势。美国传播学家尼尔·波兹曼说，电是一种新的宗教，“一切公众话语日渐以娱乐的方式出现，并成为一文化娱乐……其结果是我们成了一个娱乐至死的物种……”

比如“超女”，就令人欣喜也有失控地成了一场“审美民主”。特朗打破了商界的“政治正确性”，把真金钱世界的游戏规则残酷呈现。北台每年一度的“中华才艺大赛”去首次到美国、法国和日本选拔参赛者，反证中国文化仍然具有强大的引力。

真人秀,星星之火也能燎原。
乐至死,是诅咒,也是狂欢。

宝德
PowerLeader

POWER¹LEADER

我们有一颗炽热的心

- 2004年安腾服务器中国销量领先
- 2004年刀片服务器中国销量领先
- 2004年机架式服务器中国销量领先

宝德，服务器技术从来都是领先一步！

专为可靠性而设计

采用英特尔®至强™处理器的宝德服务器能够使您的企业不间断运行并保持高效，永不中断。

型号	POWER ¹ LEADER 8700E
外观结构	4U 立式
支持操作系统	支持 32 位/64 位 Windows、Linux、Unix、Solaris 等操作系统
芯片组	Intel Xeon 处理器
内存	DDR2 4GB 3000MHz 注册内存 支持 16GB 内存，最高支持 64GB 内存
硬盘	2 个 3.5 英寸 SATA 硬盘 支持 16GB 内存，最高支持 64GB 内存
网络	2 个 1000Mbps 以太网接口 支持 16GB 内存，最高支持 64GB 内存
电源	2 个 1000W 电源 支持 16GB 内存，最高支持 64GB 内存
其它	支持 16GB 内存，最高支持 64GB 内存
可靠性	支持 16GB 内存，最高支持 64GB 内存

英特尔®至强™处理器

宝德科技股份有限公司

地址：深圳华强中电电子科技大厦C座43楼
电话：0755-88273998 传真：0755-88273980
免费服务热线：800-830-6808 免费售后服务专线：800-830-3851

西安：029-87810471 福州：0591-83326661 江西：0791-6292446 广西：0771-5315425 天津：022-87894135 长沙：0731-4125218
广州：020-38844706 成都：028-85214030 济南：0531-88191725 杭州：0571-88163192 上海：021-64326188 贵阳：0851-5803413
安徽：0551-2835455 重庆：023-89089965 郑州：0371-65990622 南京：025-84617646 沈阳：024-23960129 海口：13368938793
哈尔滨：0451-62541131 昆明：0871-6416813 武汉：027-87869501 北京：010-64413411 石家庄：0311-86918079

英特尔、Intel Inside、Intel Xeon、Intel Xeon Processor、英特尔至强、英特尔处理器、英特尔SpeedStep、安腾、安腾处理器（Intel Itanium 2 处理器及其在英特尔至强处理器）均为英特尔公司之注册商标或商標。

挑灯看剑
周其仁

取之于民易 用之于民难

作者:北大中国经济研究中心教授
邮箱:zhouqiren2005@yahoo.com.cn

传统的理念,把国家财政行为界定为“取之于民,用之于民”。但是,我们发现,“取之于民”固然不容易,“用之于民”却往往更难。

以中国情况为例吧。税收增长持续多年比经济增长快很多,应该是“取之于民易”的证据了。这里的“易”,还有另外一层意思:各种加税的专家主张,提出来容易,被采纳更容易。这是我在“闻税则喜的专家理由”里讲过的,此处不赘述。

“用之于民难”,又从何说起呢?当看到报道,某年国家财政开支等于财政收入时,那难道不是说,取之于民的全部用到老百姓头上去了?但常识说,财政开支不等于“用之于民”——因为政府花钱不可能处处遵守“用之于民”的原则。问题是,要指证哪一些财政开支违背了原则并不容易。比方我见到国家财政机关的办公楼比许多其他国家的豪华,不免心里嘀咕。可顶多只是个人之见,构不成“用

天下也没有哪一个国家,完全达到了至善境地。可争取的,是用之于民的部分尽可能多、失之于民的尽可能少。但是审计报告还告诉我们,即使要实现上述“次优”目标,困难也还不少

之于民难”的证据。

所幸的是,最近几年国家审计长的报告,提供了权威证据。说到审计报告,顺便要提一句,媒体每年少不了的“审计风暴”标题,可能颇为不合适——“风暴”再猛,总是来得疾,去得快。政府和国有机构的大把银子是否用之于民,要持之以恒的监督,不可以一阵风暴就过去的。

阅读近两年审计长的报告,我们可以知道多少取之于民的资源,却用之于官。不提那些明目张胆的挪用、挤占、挥霍和“吃”(2003年审计报告用过这个相当传神的词),单举一个不那么易引起震惊的例证:“2003年,财政部在批复和追加交通部预算时,同意交通部将车辆购置税435.2亿元直接拨付地方交通部门,用于公路建设”。这好像只不过把款项换了一个地方,没什么大不了的。但审计长接着补充了一句,“使这部分资金的使用脱离了地方政府、人大的管理和监督。”这里有什么名堂吗?大有名堂。原来中央部门的款项拨到下面后,就成了地方交通部门从条条“争取”来的钱,地方除了高兴,还怎么监督?

几百亿遁入监管真空的人民币,能不能保证用之于民呢?审计长的报告没有说。但是我却从中看到,近年全国14个交通厅长贪污腐败案的一个体制性根源。厅长们手中有权,这当然是一个条件,但如果没有数额惊人的不受监督的公共款项,他们就是下决心要翻身落马,也不容易吧?

结论很清楚——取之于民的,不可能全部用之于民。天下也没有哪一个国家,完全达到了至善境地。可争取的,是用之于民的部分尽可能多、失之于民的尽可能少。但是审计报告还告诉我们,即使要实现上述“次优”目标,困难也还不少。

基本的困难有两项。其一,目前的审计远不是法定审计范围内的普查。别的不论,仅就“中央预算的执行”看,2003年审计报告说“审计55个中央部门和单位”,而2004年报告“审计38个部门”。究竟是中央部门减少了,还是审计范围没有全覆盖?报告语焉不详。但是从我国法定审计范围惊人庞大来看——包括中央预算、中央银行财务收支、国有金融机构和国有企业的资产、负债和损益、国家事业单位财务、国家建设项目预算的执行和决算、政府管理的专项基金、以及国际组织和外国政府的援助和贷款——现在完成的年度审计应该只是非常小的一部分。

其二,抽查的审计很“随机”。比如2003年报告涉及了对税收征管、专项基金(土地出让、扶贫、基础教育、基本养老保险、救灾)、财政资金投资效益、国有商业银行以及国家电力公司的审计;到2004年,题目就转为18所高校、10家医院、科研基金、水利部和长江水利委员会财务、违规征地、农村公路改造工程、粮食风险基金、四大有金融资产管理公司和10户中央国企。两年抽查的领域都重要,也都发现了问题。但问题是:在审计署没有抽查到的时候,那些出问题部门的公共资源就自动“用之于民”了吗?

是批评审计署没有依法行政吗?不是。因为现存《审计法》只规定了法定审计范围,并没有明确规定多长时间完成一轮审计。别的不比,我们知道每家上市公司每个年度(甚至每季度都要完成财务审计)——即使如此,上市公司出的问题还是惊人——数目远为庞大的国家财政收支和国有资产存量和流量,仅靠“解决紧迫问题”的脉冲式抽查,行吗?

困难的根源是清楚的,那就是审计力量远远不足。改进的方向也明确,大幅度增加审计的编制和预算,以及整改和执法的费用就是了。经济学的计算反正很可靠:只要增加的监督、审计、整改和执法的代价,在边际上少于由此增加的可用之于民的收益,就是合算的。今天若有人下注,把李金华的8万部属增加十倍、可用之于民的净收益还将增加,我认为并不太离谱。

悖论来了:用于审计、整改、执法等的国家开支,本身算“用之于民”吗?从一个角度看,应该算。因为没有监督方面的投入,取之于民的钱财就根本不可能用之于民。但是从另一个角度看,审计、办案等等的庞大开销,再也不能成为人民可享受的资源。多一块钱用于审计和执法,就少一块钱用于公共设施、教育、医院或公园。当经济学家推断说,最优监管水平就是增加的监管成本在边际上等于被监管资源浪费的增加时,他究竟在说什么呢?用常识来回答吧:你出价500把偷盗500的贼人捉拿归案,你的净损失也正好就是500。说“用之于民难”,原来难上还有难。

结论是,除非增加其他限制条件,我们不能逼近尽可能增加用之于民部分的目标。这限制条件是什么,请读者想想吧,我们下周分解。

中国·企业
马宇



作者:商务部研究院高级研究员
邮箱:mayu1994@vip.sina.com

去年TCL收购汤姆逊电视、阿尔卡特手机,似乎引发了中国企业的国际并购潮,最近一段时期,接二连三地传出中国企业并购欧美知名企业的消息,联想并购IBMPC业务、海尔并购美泰、中海油并购优尼科、华为中兴竞购马克尼,令人目不暇接。这很使见惯了跨国公司并购我国企业、睡梦里都惊喊“狼来了”的国人振奋,有媒体和专家甚至高调宣布:中国企业全面出击的时候到了!

恍惚之中,笔者也产生了某些幻觉,以为中国企业在国际市场上真的转入了战略反攻。改革开放27年,我们都是“开”、在“放”,让外国产品进来,让外国资本进来,让外国企业进来,眼看着我们的市场在一点点失守,眼看着我们的企业在一个个陷落,我们的心态也一点点在失衡。我们也在出口,还是世界上增长最快的出口,但那水平太低,净是劳动密集型产品,靠剥夺中国劳工的剩余价值催起来的,况且又有多半出口是外商投资企业做的,利润让外国人拿走了,即便成了世界第三大贸易国也还是只“大”不“强”,心里不爽;而外国产品、外国企业进来,那是实实在在的赚我们的钱啊。人家玩儿的都是高端的,一架波音飞机就顶我们几百万双鞋(权威官员、权威媒体、权威专家都这么说),我们的企业也是要最好的(所谓“靓女先嫁”),那些爱国的中国人、“以振兴民族产业为己任”的中国企业家,能不倍感压抑?

十年前,曾经有过一场铺天盖地的经济问题大讨论,某权威经济报道篇累牍地进行系列报道:洋啤酒入侵,中国民族啤酒业完了;国际四大日化巨头大规模投资中国,中国日化

行业即将全军覆没;跨国公司在数字程控交换机领域“七国八制”形成寡头垄断,中国企业没有了生存空间……笔者还清楚地记得,有一位政府主管部门的处长在审批“活力28”与德国美洁时的合资项目时持坚决反对意见,说“即使我不当这个处长了,也要为中国民族日化行业留下一个品牌”!颇为悲壮。当然,最后还是合资了,他的处长照当,也没影响他升任司长,不过那个合资企业却一直闹别扭,几年后中方又把品牌收回来自己做,据媒体报道有人痛哭流涕地欢迎老品牌“回家”,说一定要尽心竭力把它做好,不过又是几年过去了,这个品牌似乎无声无息了。奇怪的是,那场大争论已经过去十年了,当时的危言耸听已被事实打破,中国啤酒没被外国品牌冲垮,反而是某些外资铩羽而归;日化、交换机也没成了跨国公司的天下,一大批更具活力的民族品牌又在激烈的市场竞争中冒了出来,并且期间还经历了一次“入世”那样的全国范围内从上到下的开放观念、理论、规则大洗礼,国人的心态似乎仍没有多大变化,该糊涂的还糊涂着,该争论的还争论着,该忧虑的还忧虑着,该指责的还指责着。说到底,还是根深蒂固的自卑情结难以化解。

这些并购案来得正是时候。IBM是美国制造业的象征啊!它的PC做不下去了,得让我们并购;美泰也是美国家电前几位的企业;优尼科是美国大型石油天然气公司。这些并购少则十几亿美元,多则近两百亿美元,也体现了中国企业的实力。以往中国企业也有出去的,“夫妻店”之类的开了成千上万家,我们自己都不好意思提;对外投资的也有,海尔、万向、华为、中兴等等也不在国外设厂或者并购吗?但无论投资额还是并购的对象,都与此轮并购潮不在一个量级,似乎更把这些并购案的象征意义凸显出来了。

难怪大家兴奋。这不相当于天上掉馅饼么?也有生性小心的人不无疑虑:别是什么坑吧?若是好资产,赚的钱收还来不及,他们舍得卖吗?肯定是一些劣质资产,不知有多少财务黑

我国很多企业不具有学习基因,同样的错误可以绊倒一大批,屡错屡犯、你犯我犯大家犯得让人不可思议。假如这是国有企业的通病,那就更值得我们深思

洞呢。上世纪八十年代日本企业在美国大肆收购,号称“买下美国”的,最后不是亏得一塌糊涂吗?更有“大胆怀疑决不求证”者说,这纯粹就是个套,是那些居心叵测的国家(也就是那些妖魔化我们的)担心中国发展太快了,要绊我们一下。

笔者倒不太在意这些兴奋、怀疑、愤怒是否有足够的理由,而更在意在这些情绪背后体现出来的思维模式:我们、我们的媒体甚至我们的专家,多半关注的不是这些并购案本身,不是这些并购作为“一件生意”合不合理、符合不符合商业逻辑,而关注的是其象征意义和出售者的动机。这才是真正可悲的——这并不能证明我们善于归纳提高、思虑周全,而恰恰证明我们即使在从事所谓的商业活动时,沿用的仍然是政治化或者意识形态化的思维模式。

生意就是生意。这在市场经济国家是一句名言。你可以看出其中的冷漠无情,但你更应该了解其中的专业精神和规则意识。联想收购了IBMPC,并且在两个月后实现了盈利,或许说明了联想的资本实力、管理水平和整合能力,证明了“脱离IBM高成本的运营是可以实现的”,但不能证明这次并购就一定成功,因为还需要更长时间检验(实际上,联想对IBMPC18个部门的整合还远没完成,供应链、产品线等业务单元是否能有效对接还有

待观察,难度尤大的企业文化、经营理念的融合更是长远的事情,而其中每一方面的冲突都可能导致并购的失败);更不能证明中国企业已有了普遍并购国际知名企业的实力和能力。

笔者更为担心的是,中国企业若是为了生意之外的理由到国际上去并购,可能会陷入新的跨国困境——那才是真的陷阱,不过更糟的是这陷阱是我们自己挖的。也就是说,可能因为对于生意之外某些理由的追求而导致商业考虑不周全,造成并购失败。最早起步的TCL收购阿尔卡特手机业务,似乎已经提供了这样一个例证。很难想象,一件纯粹商业化的收购,会连最基本的人力成本都没有考虑到?以至于本来是要利用阿尔卡特的技术力量,最后却造成了“不能承受之重”,不到一年的时间里就要重新调整公司结构,还要付出重大代价把360名研发人员“退还”阿尔卡特——据有关专业人士测算,因此造成的损失至少10亿港币!这也导致TCL通讯出现巨额亏损,去年第四季度和今年第一季度亏损达到6.15亿港币。而TCL得到了什么呢?技术专利阿尔卡特收回了,品牌和销售渠道价值多大还是疑问。究其原因,TCL当初做手机、中途没退出,是错之一;选择阿尔卡特这样一个二、三线品牌进行并购是错之二;但如果严格按照商业模式来操作,是不是可以减少或者避免其中的某些损失呢?对比此后明基收购西门子一案,TCL的失误就更为明显。而在目前国内气氛下,不会有几家企业能真正吸取TCL的教训——根据以往经验,我国很多企业不具有学习基因,同样的错误可以绊倒一大批,屡错屡犯、你犯我犯大家犯得让人不可思议。假如这是国有企业的通病,那就更值得我们深思。

中国企业的跨国并购,不是天上掉馅饼,但也不是陷阱,挖这样一个陷阱等着你可不容易,且还恰好是你掉进去,只能说明你自己脑子有问题。并购成效如何,关键在于中国企业是不是能以商业心态去面对,真正按商业逻辑去操作。



成功把握在你手中吗?

和中医
MASSAGE CLUB

足道·指压·推拿·油压·沐浴·茶食

金茂会所:上海浦东新区陆家嘴花园石桥路166号 TEL: 021-58788839
国贸会所:北京东三环南路2号大北物业中心三层 TEL: 010-65676755

AIM HIGH PARKER

OFFICIAL SPONSOR
大会指定赞助商

2005年网球大师杯赛官方指定用笔

上海·东方大厦有限公司·第一八佰伴·虹桥友谊商城·太平洋百货·福州路专卖店·新世界百货·永安商厦

广州·广州友谊商店·广州百货大楼·广州新大新百货·天河城百货·正佳广场名品名店

北京·北京燕莎友谊商城·北京赛特购物中心·北京东方广场专卖店·北京百盛购物中心·北京赛德大厦

经济随笔
张军

卡通世界

如何看待中国经济的崛起 (上)



作者:复旦大学中国经济研究中心主任
主页:<http://www.prozh.com>

这些年来,预测中国经济增长的走势离不开海关统计。从这些数据中可以发现,贸易部门在过去10年获得了迅速的扩张。8月11日中国海关官员说,在今年头七个月,中国贸易增长了22.8个百分点,从2005年3月以来,贸易量每月都在1000亿美元以上。

目前,中国同世界其它国家的贸易量已占到其GDP的近70%。这是一个不同寻常的现象,在日本和西德高速发展的1950年代至1970年代,也没有出现类似的情况。10年前就有经济学家对此感到困惑,对中国这样高的贸易依存度,人们有很多讨论,给出的解释也五花八门。为了持续增长,中国也许积蓄好了自己的内力。但问题是,中国同东亚单纯依靠出口拉动的经济增长模式还不大一样,中国总体上是依靠贸易带动的经济,与日本和韩国在高速发展阶段相比,中国今天的市场要开放得多。

形式上讲,念经济学的学生可能会认为,与比重占绝对优势的投资和消费相比,微弱的贸易盈余(过去十年平均低于5%)对中国的GDP不会有太大的贡献。预计今年的贸易盈余会超过1000亿美元,这一数据与过去十年相比的确很高。然而即使如此,它也还不到中国GDP的1/10。那么贸易要紧吗?

这取决于你看待统计的方式。在支出法下,尽管计入GDP的是净出口而不是整个贸易额,但是整个贸易额及其增长引起了制造业、服务业和公共部门产出的巨大增长。不用担心,中国相关的行业部门在做统计时已经考虑了这种引致效应。作为一个新兴经济体,通过加总每个部门的增加值来计算中国的GDP可能会更好,尤其是工业部门和服务业。实际

上,比较而言,中国对制造业的数据处理要远好于服务业。

大致是在十年前,通过一系列大刀阔斧的改革,中国最终走上了有自己特色的增长之路。这一切都来源于邓小平1992年春天在南巡过程中的谈话。这些谈话实际上为后来党内形成共识奠定了基础,这个共识就是中国需要进一步扩大开放。在这些改革中,对于形成中国特色的增长体制具有极其重要意义的措施包括:消除外贸控制,1994年人民币贬值40%、依靠政绩对地方官员进行考核的制度以及1994年中央和地方政府财政关系的调整。

理解中国增长体制的关键是要意识到,这个体制是开放化、分权化和通过党形成政治凝聚力等因素相

在准布雷顿森林
货币体系的安排下，
全球化在为亚洲实现
出口拉动的增长创造
机会的同时，也为美
国的贸易失衡埋下了
种子。作为亚洲的关
键经济体，中国的崛
起使得这种失衡更加
明显

互作用的产物。对省级和市级官员来说,这种体制在很大程度上形成了一个独特的激励框架,那就是要一心一意致力于促进经济增长,我曾经把这种现象称作“为了增长而竞争”。对地方政府官员而言,GDP的增长率成了考核政绩的惟一尺度,因而对他们来说,首要的工作就是保持经济年复一年的增长。由于中国的金融体系和行业部门存在着严重的结构性矛盾,地方官员也很清楚,走出困境的最佳办法就是吸引外资。为了吸引FDI,他们提供了很多优惠政策,如劳动力、土地的无偿使用和给予外资一定的

免税期。

1980年代,一些跨国公司为了将其产品打入容量巨大的中国市场,通过与中国企业合资的方式,将其有关业务搬到了中国。但是在过去的十年中,绝大多数FDI之所以选择中国作为落脚点,是因为它们认为,为了保持国际竞争力,不去做“中国制造”是不明智的。十年来,中国成了仅次于美国的第二大FDI的投资对象国。

FDI的持续流入促进了中国的进一步开放,也使中国融入到全球化的进程中。凭着供给无限大的廉价劳动力和对FDI的偏爱,中国与世界经济迅速融为一体,这引起了世界的高度关注。坦率地说,随着FDI流入量的连年攀升以及在世界贸易体系中所占份额的不断提高,中国的确受益匪浅。但与此同时,中国贸易量的增长也为东亚和美国带来了巨大的机会和财富。这一点无人能否认。中国对外贸易的增长有助于亚洲经济的发展和复苏,对动态化的全球经济体系的贡献也日渐突出。

中国是一个大市场,也是世界级的加工中心,目前有50万家外国制造商在这里落户。十多年来,中国出口的增长速度是GDP增速的3-4倍。如今,在纺织品、电子和机械产品等很多领域里,中国产品在市场上都居于主导地位。在中国东部沿海最具活力的地区,一个共同的特征是FDI的高度群聚,珠江三角洲和包括上海在内的长江三角洲在吸收FDI和出口产品加工方面处于领头羊的位置。

十年来,FDI在机械和电子等最具活力的部门的出口中所占的份额是过去的两倍甚至三倍。在PC及相关部件、其它电子和通讯设备的出口中,FDI所占的份额超过了80%-90%。整个贸易量的增长中有90%多要归于加工贸易的增长,这是中国经常账户中贸易盈余的惟一来源。当然,FDI的源源不断的涌入也为中国带来了巨大的美元储备,到2004年已经超过了7000亿美金。

一个显著的事实是,尽管中国的出口增长迅猛,但与日本(1950年代-1970年代)和韩国(1970年代-1990年代)相比,中国的整个贸易大

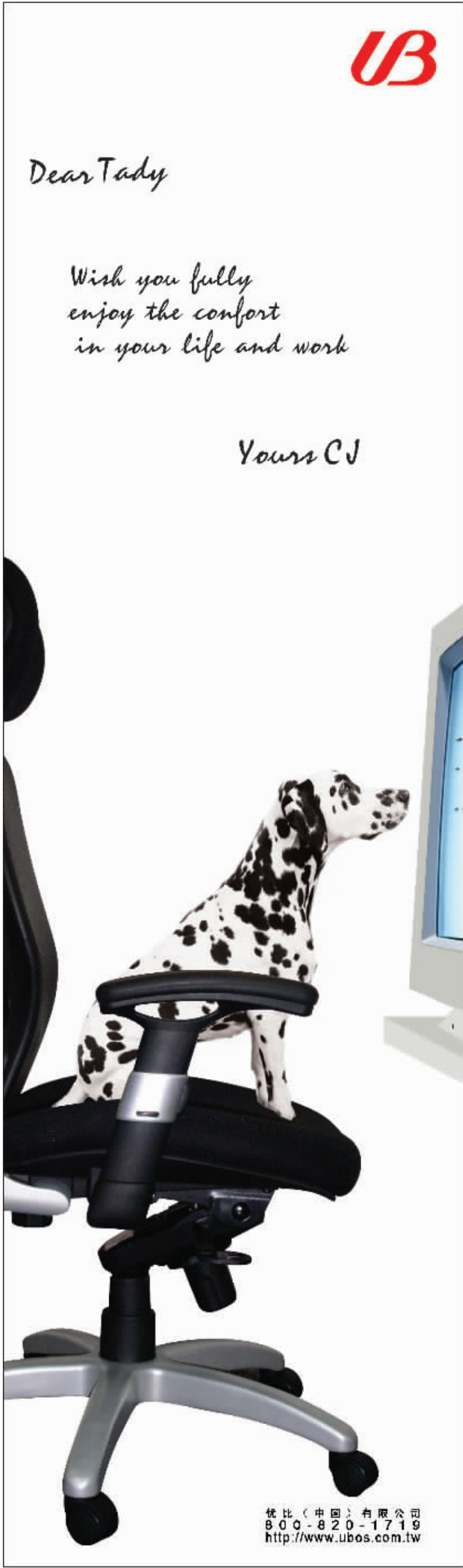


■哈里文/漫画

体上是平衡的。当然,这种状况在很大程度上要归因于加工贸易在整个贸易中所占的主导地位。但是中国同美国的贸易盈余是巨大的而且逐年攀升(2004年大约是1620亿美元)。实际上,美国对外贸易的总赤字大约是7000亿美元。有些经济学家把这种状况归咎于美国人储蓄太少的缘故。的确,美国人(包括公司部门)支出比起储蓄要大得多。但是,这也是由于美国人借钱成本太低的缘故。这样,问题就回到美国的货币市场上。如果没有国外货币源源不断地流入所形成的货币供给,美国的利率很快就会上升,从而经济增速放慢。

这里碰到一个蛋生鸡、鸡生蛋的问题。美国经常项目的高赤字使得中国和亚洲其它国家成了美国债券市场的大买主,外国对美国债券的庞大持有额使得美国人继续有能力把金钱大量花在进口商品上,这又使得美国的贸易赤字状况进一步恶化。这种循环局面暗示着美国 and 全球贸易体系面临着一个困境。在准布雷顿森林货币体系的安排下,全球化在为亚洲实现出口拉动的增长创造机会的同时,也为美国的贸易失衡埋下了种子。作为亚洲的关键经济体,中国的崛起使得这种失衡更加明显。

(原文为英文,罗长远/译)



优比(中国)有限公司
800-820-1719
<http://www.ubos.com.tw>

中国·市场
易宪容

牛市,不可能一夜生成



作者:社科院金融研究所金融发展室主任
邮箱:yixrong@vip.sina.com

近几天来,当市场一连走出几根阳线,股指又迈上千一点时,市场的人气与信心开始回暖。面对着这种现象,有人说是因为人民币升值之结果,因为人民币升值可以促使更多的资金进入股市;有人说国内宏观好转,因为股市是宏观经济晴雨表等。不过,无论列出多少理由,最主要的原因应该是股权分置改革的结果。因为,很简单,当一个市场的初始条件出现重大的改变时,市场利益关系也会出现重大的调整。如果这种调整是在少数人的操纵下进行,那么市场的多数人可以会面对着更为恶劣的制度环境,市场要想走好是不可能;如果这种利益调整是市场多方博弈之结果,那么市场就容易找到当事人利益的均衡点,就能够达成市场当事人都可能获利的机会。而股权分置改革就是以市场化的方式来找回股市应有之功能,就是要通过股权分置改革来确立市场发展的基础性制度。



在三个多月以前,当股权分置改革刚试点时,大家心中无底。在当时的市场条件下,面对着市场一系列的不确定性(这种前无古人、后无来者的事情,谁又能够知道其中结果如何呢),当时确实是无法让投资者看到股权分置改革之重要性,无法看到国内股市发展之前景。不过,我当时就指出,尽管市场面对着许多不确定性,如果整个股权分置改革的思路是正确的,是以市场化方式来进行,那么整个股权分置改革就能够顾及市场各方面的利益,这样市场所面临的不确定性与困难都是暂时的,市场最终会走出困境。因此,根本就不需要盯住股市指数来评价股权分置改革成效,而是要看这种改革是否让基础性制度确立。

同时,股权分置改革试点是一次重大的利益关系调整,而这种调整不可能是立竿见影,不可能是一蹴而就,它完全是一个过程。因此,在这过程中,股指的波动变化是正常的,但股权分置改革决不可以股指来左右。只有这样,市场的利益关系的调整才能逐渐地理清、稳定与重新建立。这样才能把股权分置改革的利益调整固化在制度上来。

其实,大家也都知道,之所以要进行股权分置之改革,之所以要改变目前股市发展之初始条件,就在于基础性制度缺乏。这是什么意思呢?在现有的制度规则中,有基础性制度与一般性制度,基础性的制度对市场发展、个人与企业行为激励起到至关重要的作用,而这样的制度只能由政府来提供,并非由当事人选择之结果。如产权清楚的界定对私人投资的激励、金融市场的发展是至关重要的,而产权的界定必须通过政府来提供制度规则。而一般性的制度规则只是影响市场行为不同的合作方式与调解方式而已,这些方式完全可以由当事人选择。比如在中市场,个人总是能够找到改变他们所选择合约的各种方法,

从而避免遭受不公平合约安排所带来的损失,但人们则很难以这种方式来减少在产权得不到保护下的财产掠夺。比如在股权分置的条件下,为什么凡是自由进入市场的人都会亏损,而凡是通过审批的方式进入市场者都能够获利?道理就在于基础性制度缺乏,没有基础性制度来保护每一个投资者的利益。股权分置改革就是要重建这样的市场基础性制度。

既然股权分置改革是重建市场的基础性制度,那么这种制度的确立

不要让股权
分置改革成为炒
作的题材,也不要
让股权分置改革
为市场的未来发
展造成潜在的负
向影响,否则股权
分置改革成果可
能会昙花一现

应该是一个过程而不是一蹴而就的。因此,最近市场走好,应该是好事,是市场对股权分置改革的肯定及市场的信心重新确立。但是,如果仅仅因为市场目前的一些表现,就断言可能是国内股市牛市的开端等等,我想这种言论还得受时间的检验。因为,任何市场重大的利益关系调整都是一个逐渐的过程。如果市场的这种充分博弈过程太过跳跃,每一个当事人的意见不能够充分表达,利益关系调整的不均衡,不仅个人利益可能受到伤害,而且也可能出现市场新制度的缺陷,从而为今后的市场发展制造新的障碍。

在最近一批的股权分置改革中,

管理层正在动员各方面的力量,如地方政府及相关的机构,以保证股权分置改革的试点能够真正的成功。这样做有其有利的一面,但也会导致一些负面的因素。如果地方政府对股权分置改革过多的参与,其改革的公平性就会令人质疑。而且地方政府参与过多,并以完成计划的方式来干预市场的运作,那么最终导致的结果是相当不确定的。从最近股权分置改革试点中流通股股东投票率偏低(如有公司的流通股股东投票率不到30%),其中所隐藏的问题则不少夙。因为,这说明了流通股股东对参与这次改革试点的淡漠。还有值得注意的是,目前有人在把一个完全市场化的股权分置改革的问题上升为一个政治层面上问题的苗头,如以战略的高度来理解股权分置改革等说法,就是走向了另一极端。这种做法对股权分置改革只会有害无利。

此外,既然股权分置改革是一个利益关系充分博弈的过程,那么市场要在短期内就走出大牛市行情也是不现实的。既然如此,如果大家期望短期内让股市指数炒上去,那么我们的市场又可以面临着新风险。因此,无论是对市场的当事人,还是对市场监管者来说,一定要密切注意上述这些现象。不要让股权分置改革成为炒作的题材,也不要让股权分置改革为市场的未来发展造成潜在的负向影响,否则股权分置改革成果可能会昙花一现。

总之,目前国内股市有一些好的喜色,这是好事情,也是未来市场发展之大势。但是作为一次重大的利益关系制度变革,它决不是一蹴而就的,它是一个过程。只有在这样的过程中,市场的利益关系调整才能够得到充分的博弈,才能找到一个市场当事人所认可的利益均衡点,这也是市场真正得以发展的条件。否则,目前这种有缺陷的利益关系是不可能得到真正改善的。中国股市的牛市并非一夜生成。

个人历史



■本报资料室

郝 舫：把你的灵魂接到我的线路上

■本报记者 黄锴坚 北京报道

在各个年代，郝舫都享受过众星捧月般的辉煌。

80年代中期，在诗歌占据社会王座的日子，他在武汉测绘大学教哲学。台上的他口沫横飞，批判琼瑶，宣讲西方文化，台下的听众如痴如醉。

90年代末期，赶上网络热潮，他成了MTV中国网站总监，在中国大饭店的网站发布会上，他一出场，下面掌声雷动。台下的年轻记者都是看着他的《伤花怒放》、《灿烂涅槃》长大的。

今天的郝舫似乎已经远离大众，他在星空卫视做高级经理。但在虚拟空间，在网络游戏“魔兽世界”里，他扛着大斧子走来走去，招来小孩们羡慕的眼光。

如此风光，也许这要归因于他的先知先觉。从哲学到摇滚，从另类书店到启示录文化，从互联网到网络游戏，他总是比别人抢先一步占据大众文化的潮头浪尖。

寻找出口

历史往往反过来左右关于历史的叙述。关于郝舫，绕不开摇滚。

“很多作家、搞音乐的、搞电影的，都有这样的经历：突然，某一瞬间，很偶然地被什么作品击中。觉得这个太牛了，得去探索它是什么玩意儿。”

给郝舫带来电击的是电影《现代启示录》。80年代中期，他在录像厅第一次看到这部片子。“那时候音响很差，但音乐的确震撼。美军直升机攻击时用的是瓦格纳的《女武神》。在我看来，老瓦那气势磅礴的音乐已经是古典的大成了，可是‘大门’的音乐一出现，把古典音乐在我心目中的地位击得粉碎。”

“大门”乐队的灵魂吉姆·莫里森，摇滚乐的最高境界，竟然成了郝舫的入门第一课。难怪日后他对中国摇滚甚少评论。“Beatles的歌我都觉得老土，中国摇滚就更别说了，这是感情问题，没法改变。”

等到郝舫提笔书写摇滚文化，已是1993年。90年代初，摇滚乐资源少得可怜，更别提有关的书籍了。于是，郝

舫苦心孤诣写成的《伤花怒放——摇滚的被缚与抗争》成了中国摇滚乐的圣经，必读书和敲门砖，甚至被《城市画报》列为“70年代人的必读书”。“伤花”、“被缚”、“抗争”成了吸引一代离经叛道的年轻人竞相购阅的主要因素。

不过，在作者心中，《伤花怒放》其实有着别样的写作初衷。在书的每一章，大多是先讲摇滚史，后有大段哲学阐述。饥渴的年轻人把目光投向摇滚乐手的逸闻佚事，但在郝舫，他却试图以摇滚的抗争历史，了结自己对理想时代的回顾与困惑。

从1980年上大学一直到1990年研究生毕业，整个八十年代他全部在学校里度过。“我想追问的是，一个看起来非常繁盛的、精神追求的运动，为什么以悲剧收场。”《伤花怒放》仿佛憋了一口气，它为郝舫90年代初的苦闷思考提供了一个出口。

精神导师

在一次访谈中，郝舫认为，“写作无非两种，一种是想自我表达，一种是想跟别人交流，我呢，作为第三种，我是想知道是什么东西把我塑造成现在这个样子。举一个简单的例子，比如我大学毕业以后，我可以走另一条路，也可以不把所有的钱花在这些塑料片上。”

1992年，郝舫曾写过一个小册子《将你的灵魂接到我的线路上——大众文化中的流行音乐》，在书中他预言了涅槃乐队主唱柯特·科本的自杀。科本也成了他的第三部书的主角，《灿烂涅槃——柯特·科本的一生》。

“此书着力太多，太费脑筋。但我敢说，即便你把美国人写的关于涅槃的书都拿来，我的书依然无法取代。我的出发点是他的作品，从作品里挖掘东西。”

“你从没接触过他的生活环境，怎么可能比美国人写得好呢？”

“这就是我为什么喜欢以赛亚·伯林的原因了。看过他写的传记，你会觉得其他人写的同类传记都很傻。伯林从没接触过这些传主，这些都是死了

50年的人。他为什么写得那么有激情？因为他占有资料特强。他有精力、热情去占有资料，而且他以一个全新的视角去观察同一个事实。在他笔下，事实变成另一种逻辑、另一种历史。我觉得，不管是学者、作家，还是记者，做到这一步，就没有人敢和你叫板了。”

以赛亚·伯林曾让郝舫精神沸腾。“当时报社的办公地点在北京四中。有一天我精神痛苦，睡不着觉，就给精神导师写封信。是那种半透明红色横格的信纸，我现在还记得。信的大致内容是，我可找到指路明灯了；雄心壮志的，要把你的书翻成中文。其实，他在音乐方面是一个很保守的人。他觉得只有他才是哲学，福柯那根本不是哲学。我现在已经不那么崇拜他了。”

在全社会都为商业和金钱而疯狂时，郝舫却偏要和社会主流较劲。1996年他放弃《中国教育报》的稳定工作，辞职开了书店。旁人都以为他疯了。

“他们说《伤花怒放》能卖3000本就不错了。我说，真卖不动？那我自己卖。我走火入魔，就想自己做自己的事情。”

他把“舫”字拆开，取名“方舟书店”。书店经营惨淡，“我喜欢的书一个书架都装不满，其他烂书我又不屑于摆上去。”不过书架上放的《麦田守望者》、村上春树的小说，几年后都成了臭大街的畅销书。“我没有做生意的天才，但我有观察潮流的天才。”

在金钱上亏本的郝舫，却在另一面获得长期收益。特立独行的“方舟书店”成了北京先锋青年的精神家园，很多文艺青年回忆往事时都会提到这个书店。日后郝舫掏出名片时，很多人都抬起眼睛，“哦，你就是开方舟书店的那位？”

商业社会

90年代末，郝舫开始赶上好生活。互联网来了，他成了第一代网民。“当时只有中科院和清华有网络。我那时开始写《灿烂涅槃》，yahoo、google都没有，在AltaVista上一敲，涅槃乐队有400多个网址。把我乐坏了。”

“我喜欢研究因为受

压抑变得很邪恶，或者本身就很邪恶的东西。”

“我喜欢看不同的说法，喜欢新鲜的东西。这

一个对我一辈子的审美倾向、观察倾向，有决定意

义。”

最近几年，郝舫的作品包括《比零还少——探访欧美先锋音乐的异端禁地》，目的是让人知道摇滚乐原来如此多姿多彩，不光是泄愤的手段；《上车走人》译自亨利·罗林斯的传记《与“黑旗”在路上》，罗林斯是硬核朋克乐队“黑旗”的主唱。据说这本书是让不愿意吃苦的中国摇滚人看的。今年他与人合译了《请宰了我——一部叛逆文化的口述史》。

郝舫认为，这几十年来，最富创意的潮流，都是被商业消灭的，政治的迫害反而很少。90年代非主流音乐就是因为被商业过度开发，来得快去得快。“它们被富于野心的市场、资本主义、资本家征服了。在战斗过程中，为什么文化批评、学者、酷的创造者和拥护者拿不出一套办法来对付征服呢？你没有武器嘛。现在摇滚乐在中国不用像以前那么地下了，最大的敌人不是来自意识形态，而是市场化体制。所以现在的问題是要学会怎么利用它，然后反抗它。”

但批评他今日文字的人也很多。有人写道，“你这两年的乐评呈现出一种极其病态的趣味，一味追求艰涩的生活，在很夸张的气氛里。天天在聊天室里泡着就算工作，天下哪有这样好的事儿！后来我说Internet不垮，天理难容。每天花钱不挣钱，怎么可能？”

经济上的宽裕逐渐改变了他的写作态度。“现在写书是副业，文章也写得很少。我回到最初了，写作是享受。有话要说，想写才写。为了一顿饭东奔西跑的年纪，我已经过了。写作变成极其业余、很纯粹的事情。图个好玩，有快感就够了。非要靠爱好赚钱，那真不舒服。”

尽管写作成了副业，但大学时养成的文化恶习依然未变。每到一一个陌生城市，即便是拉斯维加斯，他也会查黄页，找书店和唱片店。他对生活的奢侈化要求也只限于一堆数字设备、高级音响，还有书和碟。房子的装修布局是老婆一手操办的，他所拥有的是三排大书架，一排书，一排CD，一排DVD、游戏软件和录影带。

最近几年，郝舫的作品包括《比零还少——探访欧美先锋音乐的异端禁地》，目的是让人知道摇滚乐原来如此多姿多彩，不光是泄愤的手段；《上车走人》译自亨利·罗林斯的传记《与“黑旗”在路上》，罗林斯是硬核朋克乐队“黑旗”的主唱。据说这本书是让不愿意吃苦的中国摇滚人看的。今年他与人合译了《请宰了我——一部叛逆文化的口述史》。

郝舫认为，这几十年来，最富创意的潮流，都是被商业消灭的，政治的迫害反而很少。90年代非主流音乐就是因为被商业过度开发，来得快去得快。“它们被富于野心的市场、资本主义、资本家征服了。在战斗过程中，为什么文化批评、学者、酷的创造者和拥护者拿不出一套办法来对付征服呢？你没有武器嘛。现在摇滚乐在中国不用像以前那么地下了，最大的敌人不是来自意识形态，而是市场化体制。所以现在的问題是要学会怎么利用它，然后反抗它。”

但批评他今日文字的人也很多。有人写道，“你这两年的乐评呈现出一种极其病态的趣味，一味追求艰涩的生活，在很夸张的气氛里。天天在聊天室里泡着就算工作，天下哪有这样好的事儿！后来我说Internet不垮，天理难容。每天花钱不挣钱，怎么可能？”

经济上的宽裕逐渐改变了他的写作态度。“现在写书是副业，文章也写得很少。我回到最初了，写作是享受。有话要说，想写才写。为了一顿饭东奔西跑的年纪，我已经过了。写作变成极其业余、很纯粹的事情。图个好玩，有快感就够了。非要靠爱好赚钱，那真不舒服。”

会的，那种无法自拔的沉溺是用苦心孤诣和形影相吊等价交换而来的。”

末世情结

好多人以为郝舫就是一个对哲学、摇滚乐感兴趣的人，但他却说，“摇滚乐只是我感兴趣的很小的一部分。”现在他更喜欢的是——启示录文化。

“启示录其实是西方人对一类文化的统称：人类已经堕落到一个阶段，这个场景和《圣经》启示录描述的景象差不多了。从反面来讲，人类未来的出路在哪里？很多人认为，恰恰是在这些最阴暗的地方，而不是前途一片光明。比如，很多侦探片有连环杀手，这不是犯罪现象，是文化现象。很多人从连环杀手看到人类未来可能发生的症状，在美国就有很多做学问的人在研究这个现象。每个时代总有一个特别的精神病。这个精神病是社会造成的，是下一步社会变动的集中表现。”

“邪恶有时候就是有趣的代名词。文化取向上，我不太喜欢光明正大的东西。我喜欢研究因为受压抑变得很邪恶，或者本身就就很邪恶的东西。”

郝舫自称绝对的科幻迷，具有cyberpunk小说的专家级水平。他还提到《黑客帝国》、《攻壳机动队》、《银翼杀手》以及其他我们闻所未闻的作品和作者。

“那些想象中的城市应该是阴森的，湿漉漉的，每一步不可预知，同时它又是物质极度辉煌的。人们就像在一座迷宫里一样彷徨着，颓废着；但又可以过自己需要的生活，他出于无奈去做着不想做的事情，而且做得很了不起……”

他手头同时在操作的有几本书。比如吉姆·莫里森的传记；比如《酷回忆》和《艳回忆》，从个人角度谈谈这个世界上最酷的人和最艳的女人。

谁也无法预料他的轨迹，没准什么时候他会写出一本让都市人共鸣的小说，因为他觉得能够反映中国城市荒谬感的书几平空白。

“我喜欢看不同的说法，喜欢新鲜的东西。这个对我一辈子的审美倾向、观察倾向，有决定意义。”

环咨

HZ Consulting

中国行业分析报告

China Industry Analysis Report

企业如何在竞争环境下生存？
如何实施现有业务生存战略？
如何实施向其他行业扩张战略？
行业竞争程度及其赢利水平是最重要因素！
行业报告提供行业竞争程度及其赢利水平分析！

为何众多伟大的世界 500 强企业，全球著名的
投资银行、投资公司、咨询公司连续选购
环咨行业分析报告，忠诚于环咨行业报告品牌？

因环咨行业报告具有以下显著特点
◆环咨科学系统的行业分析模型
◆环咨行业分析报告信息数据准确、更新快
◆环咨提供行业竞争程度及其赢利水平深度分析
◆环咨提供完善报告使用服务，客户专项顾问服务

购买环咨行业报告和环咨专项顾问服务
请致电环咨公司-客服部
电话：010-63343371、63343372、63343373
邮件：report@icinet.com.cn
或登陆环咨公司网站：www.hzconsulting.cn

广州房地产行业分析报告 9600 元
海口房地产行业分析报告 9600 元
成都房地产行业分析报告 8600 元
中国商业地产分析报告 9600 元
中国航空货运行业分析报告 9600 元
中国港口码头行业分析报告 9600 元
中国高速公路行业分析报告 8600 元
中国物流行业分析报告 9600 元
中国快递快递行业分析报告 8600 元
中国零售行业分析报告 9600 元
中国连锁经营行业分析报告 8600 元
中国旅游行业分析报告 9600 元
中国宾馆酒店行业分析报告 9600 元
中国快餐行业分析报告 9600 元
中国广告传媒行业研究报告 9600 元
中国文化行业分析报告 8600 元
中国城市供水行业分析报告 8600 元
中国医疗服务行业分析报告 8600 元
中国农行业业分析报告 8600 元
中国林业行业分析报告 8600 元
中国造纸行业分析报告 8600 元
中国移动支付行业分析报告 9600 元
中国电信运营行业分析报告 9600 元
中国 IC 卡行业分析报告 9600 元
中国印制电路板行业分析报告 9000 元
中国集成电路行业分析报告 8600 元
中国液晶显示器行业分析报告 8600 元
中国葡萄酒行业分析报告 9600 元
中国机顶盒行业分析报告 8600 元
中国数字电视行业分析报告 9600 元
中国影碟机行业分析报告 8600 元

中国多媒体音箱行业分析报告 8600 元
中国手机行业分析报告 9600 元
中国通讯设备行业分析报告 9000 元
中国微波炉行业分析报告 8600 元
中国家用电器行业分析报告 8600 元
中国厨房具行业分析报告 9600 元
中国家用电冰箱行业分析报告 9000 元
中国家用洗衣机行业分析报告 9000 元
中国家用空调行业分析报告 9000 元
中国纺织行业分析报告 9000 元
中国服装行业分析报告 8600 元
中国男装行业分析报告 9000 元
中国女装行业分析报告 9000 元
中国内衣行业分析报告 8600 元
中国童装行业分析报告 8600 元
中国运动鞋服行业分析报告 9000 元
中国制帽行业分析报告 8600 元
中国制鞋行业分析报告 9000 元
中国床上用品行业分析报告 9000 元
中国食品制造行业分析报告 9600 元
中国保健食品行业分析报告 9600 元
中国乳制品行业分析报告 9000 元
中国调味品行业分析报告 9000 元
中国白酒行业分析报告 9000 元
中国葡萄酒行业分析报告 8600 元
中国啤酒行业分析报告 8600 元
中国果露酒行业分析报告 9000 元
中国枸杞酒行业分析报告 9000 元

中国果汁饮料行业分析报告 9600 元
中国软饮料行业分析报告 9600 元
中国饮用水行业分析报告 9000 元
中国卷烟行业分析报告 8600 元
中国食用植物油行业分析报告 9000 元
中国饲料行业分析报告 9000 元
中国医药制造行业分析报告 9000 元
中国化学原料药行业分析报告 9000 元
中国化学制药行业分析报告 8600 元
中国医疗器械行业分析报告 9600 元
中国试剂试剂行业分析报告 9600 元
中国兽用药物行业分析报告 9000 元
中国生物制药行业分析报告 8600 元
中国中药行业分析报告 8600 元
中国医药零售连锁行业分析报告 8600 元
中国汽车行业分析报告 9600 元
中国小轿车行业分析报告 9000 元
中国货车行业分析报告 9000 元
中国摩托车行业分析报告 8600 元
中国脚踏自行车行业分析报告 8600 元
中国客车行业分析报告 9000 元
中国汽车零部件行业分析报告 9000 元
中国子午线轮胎行业分析报告 9600 元
中国力车胎行业分析报告 9600 元
中国印刷行业分析报告 9000 元
中国玩具行业分析报告 9000 元
中国文具行业分析报告 9000 元
中国珠宝首饰行业分析报告 8600 元
中国眼镜行业分析报告 8600 元
中国地毯行业分析报告 8600 元
中国生活用纸行业分析报告 9000 元

中国化妆品行业分析报告 9600 元
中国护肤品行业分析报告 9600 元
中国气雾剂行业分析报告 8600 元
中国日用洗涤剂行业分析报告 8600 元
中国牙膏行业分析报告 8600 元
中国木地板行业分析报告 9000 元
中国家具行业分析报告 9000 元
中国塑料型材行业分析报告 9000 元
中国塑料薄膜行业分析报告 8600 元
中国涂料行业分析报告 9000 元
中国 PVC 行业分析报告 8600 元
中国 ABS 树脂行业研究报告 8600 元
中国 PS 聚苯乙烯行业分析报告 8600 元
中国钛白粉行业分析报告 9000 元
中国农药行业分析报告 9000 元
中国化肥行业研究咨询报告 9000 元
中国化学试剂行业分析报告 8600 元
中国机械行业分析报告 8600 元
中国食品机械行业分析报告 8600 元
中国建筑机械行业分析报告 8600 元
中国衡器行业分析报告 8600 元
中国泵行业分析报告 8600 元
中国阀门行业分析报告 8600 元
中国焊焊行业分析报告 8600 元
中国衡器行业分析报告 8600 元
中国包装机械行业分析报告 8600 元
中国液压气动行业分析报告 8600 元
中国电池行业分析报告 9000 元
中国电动机行业分析报告 8600 元
中国变压器行业分析报告 8600 元
中国电线电缆行业分析报告 8600 元



让中国真正优秀的地产企业为人瞩目

城市的责任、远见与荣耀

2005 中国蓝筹地产年度评选

颁奖盛典

将于2005年9月4日下午13:30在
北京·中国大饭店——大都会议厅
隆重举行

蓝筹地产评选组委会电话：010—65530638

会务电话：010—65530639/13801288742



Business Review

经济观察报
The Economic Observer

45 商业评论

2005年8月29日

责编 詹娜
E-mail: lunana@vip.sina.com
美编 刘会芹

海外并购：要成长，更要聪明地成长

8月23日，哈萨克斯坦石油公司董事会接受了中石油通过其全资子公司中油国际提出的收购报价。在中海油竞购优尼科和海尔竞标美泰失败之后，中国企业终于走出了屡屡失手的阴影。

中石油8月22日宣布通过中油国际以每股55美元现金参与收购哈萨克斯坦石油公司。这一报价总价值约为41.8亿美元。如果收购成功，这将是迄今为止中国公司进行的最大一起跨境并购。

近年来，中国企业的跨国并购中已经不再是一个陌生人的形象，分外活跃。2004年，中国已超过韩国成为亚洲第二大并购交易市场。但是大跃进式的中国企业海外并购，充满了高风险。

一系列的中国企业海外并购事件中，无论出于何种动机——或是中

海油欲收购优尼科、五矿欲并购世界矿业巨头诺兰达等这样的资源驱动型，或是华立并购飞利浦CDMA部门、联想并购IBM个人电脑业务、明基收购西门子手机业务等这样的技术、市场驱动型；也无论海外并购的最终结果是否成功，中国企业成长的努力是显而易见的。

哈萨克斯坦石油公司这次能成功通过了中石油收购要约，一个重要因素就是中石油与其母公司成立专门开展收购的合资公司，让交易更为透明。总的来说中国企业通过海外并购，公关能力和投资者关系得到了加强，公司品牌得到了世界级的提升，在资本运作方面更灵活、更多样，就像英国《金融时报》所评价的，中国企业学得更聪明了。

品牌：别做陌生人

■本报记者 王晶 北京报道

这显然是一条清晰可见的反应链——海外并购事件让这些中国企业频频成为世界各地媒体的主角，而媒体的传播效应客观上产生了广告效应，广告效应又使得这些中国企业获得了品牌传播。

“并购行为属商业行为，本身与品牌传播无直接关系，但客观上就形成了这样的连锁效应关系。”国际品牌公司(Interbrand)中国区总裁陈富国说。

对于意欲进军海外的这些中国企业来说，此时的品牌传播对于今后即将展开的国际化业务都有着重要的预热作用。

不过，品牌传播并非就是件好事，并购事件中出现的不可控因素所导致的负面品牌形象也可能让品牌传播变成一件坏事。为了让企业借并购事件获得更大的品牌价值提升，而不是形成国际市场“陌生人”的形象，企业必须先在品牌塑造上未雨绸缪。

品牌不只是传播

从某种程度上说，并购事件导致的有意无意的品牌传播是一件好事，可以不费一分一厘借机使国际

大众认知这些企业品牌以及产品品牌。但同时，并购事件中出现的不可控因素所导致的负面品牌形象，也可能让品牌传播变成一件坏事。因为，品牌认知仅仅是品牌工作完成的第一步，即是说，此时的品牌传播只是传播，而获得传播并不等于就是好事。

“如果认为，中国企业在海外并购中能够‘混个脸熟’，这种观点显然既幼稚又错误。”南开大学品牌营销专家白长虹教授如此评价说，“品牌的建立切忌随便形成品牌形象，品牌形象要形成必须是好印象，否则，随便形成的错影响或者坏印象一旦被大众记住，便很难更改。”

比如中海油收购优尼科案例。该并购最后演变为一场沾染浓厚政治

色彩的商业活动。

“中海油收购优尼科事件中，虽然中海油的品牌得到了传播，但是这种传播的效果目前看却是品牌毁誉参半，海外媒体解读方式不同，海外大众对于中海油的市场化程度、经营与政府的关系、企业自主行为都画上了多个问号，那么这些负面的品牌形象都将对它下一步创建跨国企业的目标形成了严重障碍。中海油未来再展开收购，被收购企业将会担心很多问题，比如经营上如何处理与中国政府关系。”白长虹说。

不仅如此，类似的这种国有企业与政府之间的印象使得海尔也最后放弃了收购工会力量强大的美国电器制造商美泰公司的努力，海尔也将继续面对这样的问题。

(下转 46 版)



330m² 新户型推出

— GOLDEN GREEN PHASE 3 —

世界第一球会 球场中央别墅

享受荣耀：家在吉尼斯纪录世界第一大球会，经历10年孕育的国际高尔夫生活社区，荣膺『绿色奥斯卡』国际花园社区金奖第一名。

享受生态：坐拥10平方公里不可复制的绿色生态景观，户户尊享独立私家大花园。

享受居住：黄金岭三期330平方米新户型，建筑形态奢华气派，室内布局高阔方正，空间利用超乎想像。户户设有私家升降机。

享受特权：同时拥有观澜湖会籍。

享受文化：置身名流汇聚、赛事云集的文化交流胜地，感受浓郁的国际文化氛围。

享受配套：享受近40亿投资的商业及生活配套，24小时管家式服务。

享受安全：拥有多重安防系统，训练有素的退役军人和特训军队日夜护卫居家的安全和尊崇。

享受便捷：半小时车程直达深圳市中心，机荷高速、梅观高速、深平高速、莞深高速在此交汇，四通八达。

深(宝)房许字(2004)042号 www.missionhillsgroup.com



Invitation 诚邀

值观澜湖高尔夫大宅新一期330平方米黄金岭别墅新户型推出前，我们特别为您呈现优先认购计划。诚邀您携亲朋好友光临，我们将为您安排全程体验活动。

我们为您开通了服务专线，恭候您的光临。

(86 755) 2801 6000

责编: 鲁娜 E-mail:lunana@vip.sina.com 主编: 刘会芹



海外并购:更聪明地成长

融资:学做聪明人

■特约记者 林嘉湖 北京报道

《中国经济季刊》主编乔·斯塔威尔认为,强大的政府资金支持让中资企业得以站上跨国并购的舞台,但也正是这种背景,让中国国企的海外并购之路并不像预想中的那样一帆风顺。

但就在这样的两难困境中,逐渐与国际并轨的实战经验却也开始让中国企业的融资技巧在迂回与反复中不断成长,中国企业进行海外并购时不再仅仅依靠国家支持和国内贷款,更灵活的融资方式说明,他们在拿钱与花钱方面学得更聪明了。

海外资金青睐中国企业

实际上,在近年发生的数起海外并购案例中,数额巨大的银团贷款以及大量世界著名金融机构的名字都曾经出现在中国企业的财务安排中。

2003年,在京东方收购韩国现代液晶面板业务 3.8 亿美元的交易中,京东方除了通过自有资金购汇 6000 万美元,其余 3.2 亿美元全部来自国际和国内银团贷款。

为并购 IBM 个人电脑业务,联想在 IBM 与财务顾问高盛协助下,从巴黎银行、荷兰银行、渣打银行和中国工商银行获得了总额 6 亿美元的国际银团贷款;为协助中海油收购优尼科,

高盛财务伙伴有限公司、摩根大通证券(亚太)有限公司、中国工商银行共为其提供了 90 亿美元的银团贷款。

“在国际投资者对亚洲及中国市场普遍充满信心的情况下,中国企业吸引到足够的资金并非难事。”加拿大联邦国际金融公司董事长王普旭认为,“一方面,投资者可以利用大型国有公司的垄断地位取得稳定的利润;另一方面,考虑到人民币进一步升值的可能性,投资风险也被适当地抵消。”

万盟投资管理有限公司执行董事李斌对此表示赞同:“大量的境外私募基金因为这些原因对中国企业觊觎已久。”国内企业一旦有并购动作,海外资金就会主动找上门来。

学会花钱的艺术

虽然拥有强劲的资金支持,但国内企业在支付方式的选择上,却依然与当前国际通行的做法有较大差距。李斌指出:“近年来发生的大型国际并购中,直接换股往往是主要交易方式。但除了联想在并购 IBM 的笔记本业务时采用了‘股权+现金’的对价方式,中海油、海尔、南汽在并购时采用的都是全现金支付。”

联想以私募的方式向德克萨太平洋集团、泛大西洋集团及美国新

桥投资集团发行股份,获得了总计 3.5 亿美元的战略投资。

用股票完成对价支付,可以尽可能地增加企业资金的流动性。而全现金支付的方式无疑会给完成跨国并购的企业带来极大的经营现金流压力。

中国企业想要融入国际并购大潮,就必须有大型投资咨询机构的积极参与,“投资顾问在并购交易进行之

逐渐与国际并轨的实战经验让中国企业的融资技巧不断成长,中国企业在拿钱与花钱方面学得更聪明了

前就会为企业制定周全的应对之策。比如财务性的支出会不会对正常经营的现金流量构成压力;如果收购失败,会不会对公司整体价值造成影响;如果是上市公司,资金流断裂、股价下跌等情况会不会造成被其他公司收购等等。”李斌认为,“中国企业在国际并购中应更加信赖投资顾问,实现更专业化的分工模式,而不再像过去那样让

企业的管理者站到台前。”

联想集团同意以 12.5 亿美元收购 IBM 旗下个人计算机事业之后,美林与高盛分别获得了高达 900 万美元的顾问收入。联想最终得以成功收购 IBM 个人电脑业务,如果没有美林与高盛的牵线搭桥,将会困难重重。IBM 聘请美林担任顾问,而高盛则为联想提供了一整套财务解决方案。

随着中国企业得到越来越多境外投资者的垂青,如何谨慎地面对纷至沓来的巨额资金,也成为摆在即将踏上并购之路的中国企业面前的一道难题。“要注意保护民族产业的独立性,不要因此在跨国并购的过程中失去对一些重要产业的控制。”王普旭认为。

另一方面,“好大喜功”心态也令中国企业在天价交易面前迷失了方向。对优尼科的并购中,中海油报出的是 185 亿美元的全现金。一旦并购成功,中海油不仅仅将面对巨大的现金流压力,更要承受 204% 的负债比率。单从企业经营的角度考虑,这样不惜代价的扩张风格显得得不偿失。

王普旭认为,“现在的问题不是‘怎么拿到钱’,而是‘有了钱该怎么花’。如何避免盲目扩张,对于尚在转型期的中国企业而言,至关重要。”

公共传播:别做野蛮人

■本报记者 漏丹 北京报道

7月6日,中海油收购优尼科最高潮之时,中海油董事长兼首席执行官傅成玉在《华尔街日报》刊登署名言论文章《美国为什么担忧?》。尽管中海油在并购案中黯然返航,但是这篇文章仍然是一个最不容忽视的传播亮点。

在并购案最终结束后,美国国内也有人反思此次美国政府的做法,很多角度都来自傅成玉的文章。今后中国企业实施跨国并购,如果更加熟练地运用这种方式,摆脱“门口的野蛮人”的身份,让世界更了解自己,可能会起到意想不到的效果。

公关要整合资源

中海油在此次并购案中所采取的这一公关策略与之前联想并购案的手法并无太大的差别。两者都聘请了熟悉美国当地市场和美国政界的公关公司,这是最基本的原则。中海油雇用了曾经帮助布什竞选的公关公司公共策略公司(Public Strategy Inc)以及美国媒体公司布朗集团(Brunswick Group)。

并购案中的公关首先是对被并购方的公关。从结果来看,中海油甚至没有使优尼科公司看清这次商业并购的事实。在危机公关的过程中,中海油显得形单影只。在多个阻碍介入时,中海油只能凭借自己的力量力挽狂澜。

而在联想并购案中,联想和 IBM 似乎预先就已经通过谈判站到了一条战壕里。两者共同在美国组成一个

庞大的谈判队伍,以应付由美国外资投资管理委员会、美国司法部和国土安全部的联合调查工作。并且,联想事先也作了高调公共传播。

摆脱野蛮人的身份,让世界更了解自己,可能会对海外并购起到意想不到的效果

定人群的公关传播表现并没有达到预期的效果。“动力飞扬公关沟通机构总经理谢骏说。他认为,在并购案中,公关传播一定要能够整合国内外资源,并通过制定有效的信息传递方式向核心人群传递有效的信息。在中海油并购案中,中海油对美国那些关键部门的公关并未起效。另一方面,谢骏认为,拥有核心资源的企业之间

的资本置换问题,中美两国都非常敏感,可能需要更多时间和力量的推动。在此背景下,更多层次上的公关活动不可或缺,因为这不完全是企业层面的问题。

“中国企业海外并购案无论成败,都说明针对这种层次的并购案,中国企业仍然处在初级阶段。”谢骏说。

“企业家应该以政治眼光看待跨国并购问题。”郑砚农说。他认为,如果事先考虑到能源问题的敏感性,中国企业应当与所聘请的公关公司制定非常完善的方案,“如临大敌”。在发出并购意向的消息前,中国企业应当在美国预先传播自己的品牌,确立自己国际化公司的形象,并主动寻求两国政府层面的协作,打好种种伏笔。

更规范,更开放

源于中国的国际化企业,如何淡化自己的“祖籍”,减少由此带来的民族情绪和政治影响,要做到这一点,首先要让外界对整个中国和中国的市场环境更新观念。但是这种观念的更新并不是一家公司力所能及的。

曾有一位国内的企业家提到,韩国在这一点上,有自己独特的做法。韩国人把本土的公关公司开到美国,与美国的政界和行业界进行深入沟通和互相了解,这在很大程度上方便了韩国公司的“出行”。但是郑砚农认为,目前中国的本土公关公司还不具

备走出去的能力。

“现在全世界都在贪婪地看中国。”谢骏说。贪婪的原因是认为中国有廉价劳动力市场和庞大的消费市场。但是随着中国加入 WTO,中国政府更应该以非常规范的市场经济国家的形象出现在别人的眼前。

“中国政府应该面向世界去说,我们是符合规则的。只有符合规则大家才能玩啊。如果政策上有很多不可预测和变动的东西,就不能赢得国外的信任。”谢骏说。

在整体形象和文化方面,中国政府已经做了不少工作。今年 1 月海啸事件发生后,国内的公关公司曾经建议中国趁此机会加深与联合国的关系,建立一个国际灾难救援基金会。中国政府听取了建议,目前正在和联合国洽谈。

“但是在经济界,中国政府所做的显然是不够的。”谢骏说,“世贸组织是一个非常好的平台。到 2006 年中国的关税会降低,中国政府应该主动出来造势,向国外说明在中国投资或者合作的安全性和可靠性。”

而郑砚农则认为,政府除了应该为企业国际化发展创造良好的大环境以外,还必须鼓励国内非政府组织发挥作用,学会掌握用民意说话的方法,有时甚至会胜过政府出面。另外,在确实无法以沟通和诉求解决问题的情况下,政府必要时应该能够有理有力有节地采取对等性措施。

为了获得更大的品牌价值提升,而不是形成“陌生人”的形象,企业必须先在品牌塑造上未雨绸缪

品牌:别做陌生人

(上接 45 版)

国际品牌公司陈富国也说,这些中国企业的确获得了国际上的品牌知名度,但是品牌知名度不等于成功,惟有在业务经营中将其知名度上升到美誉度,否则仅仅是传播。

“至于这些中国企业是否获得了品牌无形资产的提升,我想应该没有,无形资产提升属于商业概念,目前,品牌仅仅获得了有意或者无意的传播。”他指出。

品牌提升需要未雨绸缪

“中国企业当务之急是学会用全球视角。”长江商学院院长项兵说。

“我们的企业思考问题时往往站在自我立场上,容易忽视做这件事过程中可能出现的其它因素,特别是不可控的一些因素,比如并购行为一旦发生后,企业品牌必然会受到正面或负面的影响。”白长虹说。

媒体关系近了远了都让陈觉得问题多多! 有一个媒体甚至问一个记者为什么会出这种预料,撰写陈过去写的文章? 如何能让陈老板(或发言人)学会面对不想回答但又必须回答的问题?

公关部门在接手企业品牌设计时,一个能有数钱也买来的部门吗? 如何制定适合自己的企业公关战略? 如何思考公司最高层支持公关部你干了的公关事件取得成功? 如何挑选和管理你的公关公司才能取得理想效果?

你清楚知道,老板总是希望公关部能在销售中扮演强力推动者的角色。如何在销售上让产品与公关要达到的产品一致?

你的老板属于企业战略中的哪个类型? 如何把公关作为其寻求市场形象定位?

如今你不得不把“企业社会责任”作为你公关工作的主要部分,老板和顾客想自己的商业被尊重,因为,有时声誉比业绩更重要。但问题是,为什么称做“责任”对企业形象是有帮助,甚至严重质疑和曲解?

为什么你认为是重大新闻的企业事件得不到你看中的媒体的认同? 为什么花了钱得不到不是你想要的观点更没有被发在你想要的媒体上? 为什么公关公司与你一起辛勤努力的结果会最终落空?

面对各种危机,政府公关如何展开? 如何把握最佳时机? 更重要的是,在利益利益与政府政策貌似相背时,如何协调一致?

为什么一个看似简单得不能再简单的事件会因处理不当而,你才发现? 为什么好不容易抓住了时机却又迷失在事件不断延展变幻的过程中而不知所措? ……

答案就在《有效公关10讲》

中国著名公关咨询大师 Mediabank 创始人,聚业西精英,澳澳十大公关会议【企业公关】与【企业形象】如何有效互动兼谈危机管理 / 媒介关系管理 / 危机管理 / 企业公关部门管理 / 企业公关责任 / 媒体眼中的企业家形象 / 新品上市的公关管理 / 媒体主编看公关 / 政府公关 / 事件公关 , 邹保成霖, 刘编成册。汉钢全部来自 Mediabank 资深行业公关论坛和培训现场录像。演讲人分别为著名企业家、公关专家、媒体主编,全部深入现场,现身说法。

或者致电 010-8580 4412

8580 3067 听听公关顾问

张中锋怎么说

Mediabank 盈媒社
驱动公关动力

■本报记者 黄继新 纽约、费城报道

钟

鸣坐在美国运通总部的董事会议桌旁。从美国运通大厦第56层的董事会议室的大窗望出去,是曼哈顿的林立高楼、迈德逊河上的重重叠叠的桥梁、吊桥,远处的中央公园的浓荫绿地。7月11日上午,和钟鸣一起坐在运通董事会议桌旁还有中欧国际工商学院的20多个EMBA学员,他们在这里开始了中欧全球商务模块的第一课。会议室的装饰非常简洁,但却特别注重和气氛,中央是一张巨大的圆形会议桌。

钟鸣是联合利华中区的市场董事,负责和路喜品牌在中国的运作。他是联合利华送往中欧国际工商学院学习的员工,这家公司每年都会送五六名员工在那里参加课程。7月中旬,钟鸣与29位中欧同学从北京、台北、广州、上海出发,齐聚纽约和费城,参加中欧的“全球商务方向”课程(Global Track)。在一周的时间里,由中欧和沃顿教授共同带队,访问和考察了9家美国最有影响力的公司,听取公司高层关于全球战略的介绍;并在沃顿商学院参加了三天的战略管理课程。

但是,对于什么叫Global Track?这个问题钟鸣在出发前并没有想清楚,对于参观访问也没有太多期待。他已经见过太多太多“名为介绍,实则推销”的公司情况介绍。然而第一天上午就令钟鸣出乎意料,他们在美国运通享受了董事的待遇。155年前成立的美国运通,从运送财物的“邮局”起家,后来发展了旅游和相关的旅行支票业务,现在已是全球最大的旅行社和最大的旅行支票服务商,在全球200多个国家设有经营网点,在全球信用卡的高端市场占有垄断地位。2004年全球收入达340亿美元。当天作为主题演讲的是首席财务官温斯,介绍了运通的全球市场进入战略,解释了为什么在有些国家采用品牌特许经营,有些国家采取合资,有些国家则独立发行信用卡。

下午的访问是高盛(Goldman Sachs),它同样是一家成立于19世纪的老店,位于曼哈顿中城的高盛的一切都和气氛、宽敞的美国运通董事室截然不同。大家参观的是交易员楼层,会议桌很小,办公室也嘈杂忙乱,每个交易员面前是层层叠叠的排着七八个计算机显示屏,各种股票曲线



钟鸣的全球之旅

你最喜欢哪家公司?你最喜欢哪家公司?你更喜欢跟哪家公司合作?会跟哪家公司竞争?

不停的起伏变动,楼层充斥着此起彼伏的交谈声、报价声,有人从别的办公室走了进来,行政部人员则在将新主人的名字从空座位上的天花板摘下来。一面搬迁改组,一面运行交易,杂乱却有序。高盛公司全球可兑换债券部门总经理王铁飞在会议室里分批接待了学员。王是在高盛公司做过的职位最高的中国大客户经理,也是高盛所有的主管一样,他也和普通员工一样只有一个小办公隔间。交易员楼层只有四个角上的办公室给高管使用。

钟鸣第三天下午是在纽约第五大

道最著名的高档时装商场 Saks Fifth Avenue 度过的。钟鸣以顾客的身份走进了这个三层楼的商场。为了避免干扰商场的购物气氛,参观是学员们三三两两分头完成的,没有人介绍,没有人导游。尽管纽约第五大道上高档时装专卖店林立,但是 Saks 似乎并不担心客流量,因为顾客那些装饰着窗、空阔宽敞的顶级专卖店并排上足够长的时间是需要留意的。Saks 作为一家以高档时装为主要卖点的商场,却运行着一套最先进的客户管理系统,以帮助这家公司抗衡其他大型商场的竞争压力。参观之后, Saks 消费者行为模型和豪华品牌营销总监为大家介绍了如何从浩瀚如烟的消费者数据中,找出消费规律,指导精准营销。

第四天是在钟鸣很熟悉的两家消费品公司:强生公司(Johnson & Johnson)和金宝汤(Campbell's Soup)。强生公司主营药品和护肤用品,其婴儿护理用品在全球和中国都

享有了极高市场占有率。与高盛公司同龄的强生,和其他百年老店一样有着一些在今天的商界无法相信的信条,1943年由创始人罗伯特·伍德·强生亲自拟定的把病人和医生的利益放在最前而股东放在最后的“信条”,至今仍悬挂在全球200家子公司的最显眼处。近年来,强生公司不停收购药厂和医疗器械公司,过去四年里收购的交易量达到了20余起。不过在多元化带来的文化融合方面,强生公司没有给钟鸣一个满意的答案。尽管这家公司仍然保持了连续72年收入增长,连续20年利润以两位数增长的奇迹。

金宝汤是本次访问公司中全球化程度最小的公司。那种又有肉、又有菜、粘糊糊的汤,在美国可以成为主食,在中国却只能作为配菜的角色。金宝汤的大厨们都是美国味道的代表,七十年代著名的艺术家安迪·沃霍尔甚至还给金宝汤设计过系列广

告。金宝汤已经成功地凭借一些新产品打开了亚洲国家的市场,这家看似并不急于进行全球扩张的公司也有了三分之一的收入来自于美国本土以外。

第三天考察的 Vanguard 集团令钟鸣感觉新奇不已。这家基金管理公司的独特之处是:它的顾客就是它的股东。这种运营方针,使得其公司结构变得非常短,传统的客户-员工-管理者-股东的公司结构不复存在,取而代之的是员工/管理者-股东/客户的形式。Vanguard 的管理者几乎与员工无异,他们在公司内部都叫做“队员”(crew member),一个国际业务总监的穿着打扮和大学生并无不同,而且和其他员工一样需要轮流接听客户的电话。这就不难理解为什么今天的 Vanguard 运营成本只有业界平均值的1/4,而管理的资产总额已达7500亿美元,即将超过 Fidelity 成为全美最大的基金公司。

最后一天的考察对象是这次行程中最有趣的——美国最大的赌场公司 Harrah's,这也是钟鸣所在小组需要重点考察的对象。Harrah's 娱乐公司年收入228亿美元,占有全美赌场业的31.5%市场份额。Harrah's 坚持多元化战略,旗下拥有从低端到高端的443家赌场,仅在拉斯维加斯就有6家赌场酒店。但是 Harrah's 最让人意想不到的,是它所秉持的先进科学营销、负责责任的赌博(responsible gambling)和客户服务理念。不过这并不奇怪,Harrah's 的现任 CEO 加里·勒夫曼曾是哈佛商学院教授,讲授高级管理课程,他帮助 Harrah's 设计出了一整套客户服务标准和完善的客户服务体系。

钟鸣认为,赌场业搅乱固守的做法可能助长了人们的赌博倾向。不过 Harrah's 的客户服务战略副总裁雷吉·弗林德德显然不同意这一点,“根据我们所作的统计,大多数进入赌场的人不是为了赢钱,而只是获得快乐。有些人的休闲方式是旅游,有些人的休闲方式是看戏,有些人则选择赌博。”

告别 Harrah's, 钟鸣没有回到费城便直奔纽约,提前告别了美国。他必须赶在周一早的会议上,钟鸣会一直考虑沃顿商学院教授大卫·利伯斯廷在行程第二天向学员们的一系列问题:“你最喜欢哪家公司?你最喜欢哪家公司?你更喜欢跟哪家公司合作?会跟哪家公司竞争?……”

商业新知

协作的力量

■菲利普·埃文斯、鲍勃·沃尔夫/文

增长、创新、组织学习,是每个公司的领导都孜孜以求的,而这需要一支充满创造激情和团队合作精神、甘愿奉献的员工队伍。Linux 开放源代码软件社群就有这样一个绝大多数公司领导都梦寐以求的工作群体。在莫大学 Linux 服务器遭黑客攻击的一次突发事件中,20多个来自不同公司、住在不同地区的 Linux 社群成员只用了约29小时,就找出了安全漏洞并成功阻止黑客攻击,完成了一项即使是近距离办公也可能要花上数周甚至数月时间方能完成的工作。没有人授权开展或领导这次行动,也没有人因参加这项工作而得到一分报酬,可他们就是走到了一起,并肩作战。有人可能说这不是 IT 行业的另类做法罢了。可是丰田汽车供应商在火灾之后齐心协力挽回损失、恢复生产的例子证明,传统公司也可以拥有同样的协作能力。

在将市场和层级组织的主要特点相结合方面,丰田与 Linux 社群惊人地相似。丰田和 Linux 社群具有像市场一样的自我组织机制;而它们不同于市场的是,在关键之处不以金钱和合同为手段。丰田和 Linux 社群的交易成本都很低,这一点与层级组织颇为相似;但与层级组织不同的是,它们的成员来自许多不同的公司(有的甚至不属于任何公司),而且没有既定的具体工作职责的约束。正如层级组织那样,丰田和 Linux 社群成员也有共同的工作目标,但这种目标是人们自发形成的;而在层级组织中,其共同的目标通常是借助外部激励或约束措施强加于人。

Linux 社群和丰田公司通过类似的方式取得了如此辉煌的成就,其中的一些原则是值得其他公司借鉴的。

·科学准则非常适用于企业内部,甚至于企业之间的工作管理。

·在某些情况下,信任可以取代市场中的合同和层级组织中权威的作用,不仅小型团队如此,大型社群也是一样。

·在整个供应链中,以信任取代合同的公司在协作中获得的收益,要大于它们在谈判实力方面的损失。

·低廉的交易成本要比高额的物质奖励更能激发创新。

(本文选自《商业评论》(译文)由 Harvard Business Review (哈佛商业评论)独家授权)2005年8月刊)

Advertorial |

近期,美国《银行家》杂志公布了世界1000家银行最新排名,作为我国十家全国性股份制商业银行之一,兴业银行各项排名继续大幅提升,按照总资产排名第210位,比上年提升86位;按照核心资本排名第325位,比去年提升109位,成为近几年来国内银行国际排名提升最快的银行之一,显示了强劲的发展势头。

作为一家在国内银行中素以低调、稳健著称的股份制商业银行,近几年兴业银行不断地因其良好的发展态势、创新的管理体系、重大的市场动作而引起业界的广泛关注。从偏僻一隅、名不见经传到全国性发展、信安瞩目,兴业银行十七年的发展浓缩了中国股份制商业银行发展的历史,展现了中国股份制商业银行为建设一流现代商业银行所作出的不懈探索和努力。

善创价值,业绩突出

在市场经济中,价值创造能力始终是衡量一家企业经营绩效高低的基本标准,也是一家公司核心竞争力强弱的重要体现。十七年来,兴业银行以杰出的价值创造能力赢得了股东、市场和客户的广泛认同。

这种“价值创造能力”首先体现在兴业银行各项业务的持续、快速、健康发展上。截止2005年6月末,兴业银行资产总额突破4000亿元,年增长37%;本外币各项存款余额2998亿元,年增长54%;本外币各项贷款余额2488亿元,年增长36%;按照国际通行的五级分类法,不良贷款率2.32%,接近国际先进水平;资本实力不断增强,目前资本净额达到190多亿元,资本充足率符合法定监管要求,连续十七年盈利,累计实现利润超过86亿元,实现了规模、速度、质量和效益的协调统一,在国内各家银行中保持了最好的发展态势。

这种“价值创造能力”更体现在股东的投资回报上。兴业银行的财务报告显示,在1988年到2004年的17个年度中,共有15个年度进行了分红,年平均分红率超过60%。与此同时,股东权益保持快速增长,开业初期兴业银行净资产只有4亿多元,如今已达到了111亿多元,年增长23%,所有投资兴业银行的股东都从中得到了丰厚的回报。以该行创始股东同为是现有最大股东——福建省政府为例,成立当年,福建省政府股东权益为3.13亿元人民币,十七年后其股东权益价值已经超过30亿元,增长达10倍。

以一流树百年 ——兴业银行建设一流现代商业银行再创佳绩

这种“价值创造能力”还体现在为广大的客户和国家经济建设提供强大支持上。秉承“服务源自真诚”、“与客户同发展、共成长”的经营理念,兴业银行通过不断壮大资金实力,持续创新金融产品,充分发挥金融服务的功能,积极支持国家能源、交通、通讯、城市基础设施等支柱产业和重点项目,并与广大公司客户、同业客户和个人客户建立起良好的业务合作关系。仅是近三年,兴业银行已累计向各类客户投放贷款超过9000亿元,重点支持了东北电网、杭州湾跨海大桥、宁波北仑港、京福高速、宁沪高速、同三高速、福建炼化一体化、福州国际机场高速公路、福建省广播电视中心项目等国家重点工程、省市重点项目,以及中国石化、中国电信、中国移动、宝钢集团、东南汽车、冠捷电子、山东鲁能、粤电集团、正泰股份等各行业的龙头企业及重点企业。

全国发展,长袖善舞

作为一家新兴商业银行,兴业银行从区域性银行向全国性银行的成功跨越一直为人们所津津乐道。服务网络的快速扩张无疑是这一成功的最直观的表现。自1996年设立上海分行、迈出跨区域经营的第一步以来,兴业银行抢抓机遇,迅速走出了一条独具特色、“虚实结合”的全国化发展道路。如今,已在北京、上海、广州、深圳、杭州、南京、宁波、重庆、济南、武汉、沈阳、天津、成都、郑州、西安、长沙、东莞、佛山和福建省内设立27家分行,315家分支机构,建立了覆盖全国的网上银行网络和电话银行网络,基本形成立足东部沿海、辐射全国主要经济中心城市、衔接境内外服务网络。特别是近几年,抓住国家深化金融改革机遇,在国内银行中成功开展市场化并购城市信用社、城市商业银行的先河,先后成功并购浙江义乌南城信社、温州瓯北城市信社、台州仙达城信社和佛山市商业银行,探索出了一条股份制银行快速扩张网络的新路子,被业内监管机构主流媒体评价为“成功案例”、“具有示范意义”。

与服务网络的外延扩张相比,经营格局、资本结构、体制机制、竞争实力等内涵的提升似乎更具说服力。从

经营格局上看,到2000年末,兴业银行福建省外机构只有32家,在全行存贷款规模、利润贡献上的占比分别是48%、49%、60%;到今年上半年,福建省外机构已达到了199家,在全行存贷款规模、利润贡献上的占比分别上升到79%、84%、88%。同时,一些与市场联系紧密的客户机构例如民生银行资金营运中心、产品研发中心、信用卡中心、总行大型客户业务部、资产托管部等纷纷移师上海、北京,全国化经营格局已完全确立。从资本结构上看,经过1997年、2000年和2003年三次增资扩股,兴业银行注册资本迅速由最初的4.3亿美元扩大到39.99亿股,中国电子信息产业集团、宝钢集团、招商局、平安保险等一大批国内知名企业和恒生银行、国际金公司、新加坡政府直接投资公司等数家国际知名机构成为兴业银行新的股东,股东结构实现“全国化”以至“国际化”。从体制机制上看,适应机构、业务全国化发展需要,兴业银行实行了分区管理,按照地区经济发展水平将全行机构划分为四类,分别采取不同的管理政策,优化资源在全国市场的配置。同时强化科技创新,在国内银行中首批推出办公自动化系统、视频会议系统、行内IP电话为主体的全行办公通讯网络,实现全行“零时差”远程管理。从竞争实力上看,近年来兴业银行以现代信息技术为依托,创新产品层出不穷,现代金融专业服务能力显著增强。其中,代理证券资金结算、代理债券结算、同业拆借、银证通、网上银行在业内具有较雄厚的实力,代理证券资金结算业务多年来位居国内商业银行业务前三位,网上银行交易量、同业拆借交易量和债券融资交易等在全国银行中也是保持排名前列,2004年网上银行“在线兴业”获评“中国商业网站100强”和“成长最快网站”。特别是去年以来,该行先后推出的公司业务产品“兴业财智星”,以“万利宝”、“万汇通”为主要业务品牌的本外币理财产品,与花旗银行合作推出的兴业信用卡,与花旗银行合作推出的个人黄金外汇买卖系统“外汇宝”,以中小金融业务为主要服务对象的银银平台等创新产品,以其特色鲜明、强大功能、价格优惠迅速得到市场的认可,取得了广泛的反响。

综合实力的壮大,将兴业银行由一家偏居一隅的小银行迅速提升为“全国十大股份制银行”,确立了该银行在中国金融体系中的重要地位。在中国银监会目前的银行类金融监管机构序列中,全国的商业银行业务基本划分为三个方阵,并进行分类监管:第一方阵是工、农、中、建四家国有独资商业银行,第二方阵是十家全国性股份制商业银行,第三方阵是众多的城市商业银行、城市信用社、农村信用社等地方性商业银行,兴业银行属于第二方阵的重要成员。今年,国内《银行家》杂志暨中国商业竞争力“研究中心”公布的国内商业竞争力排名从另一个侧面印证了这一点。按照这一排名,兴业银行综合竞争力在全国14家主要商业银行中排名第6,而在资产质量及安全性、盈利能力、内控机制等方面竞争力更是位列前茅。从业务资格审批上看,在债券代理结算、网上银行、新股申购融资、开放式基金代销、外汇衍生品交易等创新业务领域,兴业银行在全国商业银行业务中历来是首批获得监管机关的批准,反映了监管机构长期以来对兴业银行的良好评价。2002年12月,中国人民银行特例批准该行行名为“福建兴业银行”变更为“兴业银行”,成为国内商业银行去除名称区域性色彩的第一个成功案例。2003年度,中国银监会批准兴业银行首家发行长期次级定期债务,开创了国内商业银行资本补充方式的先河。今年初,中国银监会又首家批准兴业银行资金营运中心领取金融许可证,成为专业化的综合资金营运机构。

社会和媒体的广泛关注或许能够从一个角度反映出兴业银行在全国性银行地位的日益巩固以及市场影响的日益扩大。尽管兴业银行一贯以低调、稳健而著称,但随着其进军全国市场并取得了显著成功,全国媒体和社会各界对其关注日渐增多。据不完全统计,仅从2002年至今,兴业银行已累计被海内外各种媒体报道超过1000次,其中被华尔街日报、美国金融时报、路透社、道琼斯社、美国合众社、新加坡联合早报以及香港大公报、文汇报、台湾工商时报、凤凰卫视等国外和港台权威媒体报道近百次,被中央电视台、人民日报、金

融时报、证券时报、新华网、新浪网、搜狐网等国内权威媒体报道500多次,被全国各个地方性媒体报道更是数不胜数。由于兴业银行福建省外分行新建一家、成功一家,并对当地经济建设作出了积极贡献,不少地方政府纷纷向兴业银行伸出“橄榄枝”。据了解,仅近两年无论是东部沿海还是中西部地区,均有不少省市地方政府先后向兴业银行发函,邀请其到当地设立分支机构,支持当地经济和社会发展。

接轨国际,力争上游

走进国际市场、融入国际舞台,这既是中国人世界贸易组织对国内企业提出的必然要求,也是兴业银行创建一流现代商业银行的必由之路。近年来,伴随着金融对外开放的不断扩大以及自身实力的不断增强,兴业银行与国际市场接轨步伐大大加快。

接轨首先是管理方法和技术手段的接轨。近几年,兴业银行在国内商业银行业务中首批推行新的金融企业会计准则,加快会计准则和信息披露标准国际化,首批全面采用国际通行的信贷资产五级分类方法,推进信贷资产质量管理国际化,首批按照国际先进银行组织架构进行“银行再造”,快速提升企业竞争力;首批探索引入经济增加值考核办法和全面质量管理体系,开展内部评级法研究等,提升考核激励和内控管理国际化水平。今年上半年,兴业银行国际结算和票据业务顺利获得英国皇家认可委员会许可颁发的 ISO9001 认证证书,标志着其业务质量管理已经达到国际严格标准。在技术手段上,兴业银行瞄准国际先进水平,积极与国内外著名 IT 厂商合作,奋起直追,先后完成了全行数据大集中、新一代核心系统以及众多管理信息系统开发工作,与国际先进银行的差距迅速拉近。目前,兴业银行是国内唯一一家具备全行 365 天、7x24 小时不间断服务能力,今年其“实现不间断服务的数据处理方法”和“系统正式获得国家知识产权发明专利”,是国内首家以业务系统和方法作为专利客体获得国家发明专利授权的商业银行。在 IT 业内极具权威的国际数据公司(IDC)和 IT 经理世界网这样评价:“近三年,兴业银行的

信息化实现了从平凡到优秀的转变。”

接轨更表现在与全球众多银行的“同台竞技”。从2001年开始,美国《银行家》杂志正式把兴业银行纳入全球1000家大银行排名。在2001年7月公布的全球1000家大银行排名中,兴业银行按一级资本排名第568位,按资产总额排名第413位。到今年,这两项排名分别上升到第325位和210位,短短四年时间分别提升了243位和203位,显示了兴业银行国际地位跨越式上升的强劲势头。

接轨还表现在与境外投资者的“对接”。2003年底,在先后与十几家国际著名金融机构、财团进行多轮次、深层次谈判之后,兴业银行最终与恒生银行、国际金公司、新加坡政府直接投资公司等三家境外投资者达成总额近27亿元人民币、股份占比24.98%的投资入股协议,开创了国内商业银行一次性引入股东家数最多、入股比例最高、涉及金额最大的一宗引资交易,被国际权威媒体评价为“中国引进国际金融对外开放的标志”。成功引进境外战略投资者为兴业银行加速与国际接轨创造了一个良好的平台。利用这一平台,兴业银行正在加速引入国际先进银行的市场经验、管理技术和创新产品,全面推进自身“一流现代银行”建设。去年,在外资资金到位后,兴业银行参照国际先进银行规则,全面完善公司治理,改组了新一届的董事会和监事会,引入了3名外资股东董事、4名独立董事和2名外部监事,董事会、监事会的人员结构、知识结构、素质结构更趋合理。社科院金融所一位专家在深入考察兴业银行公司治理后这样评价:“对比目前国内各家商业银行的公司治理,兴业银行即使不是最好的,也应当是最好的几家之一。”《金融时报》这样评价:“从兴业银行的公司治理建设现状看,核心制度和上层架构的基础已经建立起来,并走在了同业的前列。”在嫁接境外股东优势,紧跟国际潮流,加强产品开发方面,兴业银行也已迈开实质性步伐。去年,兴业银行就与恒生银行合作,成功推出了一卡双币、符合国际标准的兴业、恒生双标信用卡,成功共享了恒生银行的人才、管理、技术和网络资源,颇受客户的好评。

“建设一流银行,打造百年兴业”,这是兴业银行孜孜以求的宏伟目标。尽管目前仅仅走过了十七年的历程,与百年兴业相比只是一个开端,但通过其追求一流、争创一流的行动,我们有理由相信,兴业银行的道路必将越走越宽。

2004-2005 年度中国杰出营销奖(第三届中国杰出营销奖)于 2005 年 4 月开始,共收到报名材料 200 余份。组委会从中筛选提名 53 份案例。经过 8 月 1 日的评审团初选,入选 16 份案例,包括前 14 名及由评审团直接提名的最佳成效奖和最佳创新奖各一名。

入选案例中的前六名参加了于 8 月 27 日举办的决赛,角逐金奖(一名)、银奖(二名)、铜奖(三名),其余八个案例获得优秀奖。在 8 月 27 日决赛结束后进行了现场颁奖。以下是获奖的前十六名案例。

杰出、创新、成效

2004-2005 年度中国杰出营销奖初选案例

六个决赛案例



农村市场:不设防的广阔天地
传统行业(猪肉料)的创新营销

一、项目概况

沐古(上海)管理咨询有限公司作为岳阳九鼎科技的咨询服务商,2004 年 3 月至今为其规划并协助实施该方案。通过“新一代”分级战略,降格竞争对手,并以“九鼎核心养猪模式”为策略平台,实现“新一代”分级战略向“九鼎三段宝”的战术转换,引爆以“九鼎三段宝”为龙头的新一代膨化饲料销售热潮,并引发全行业对九鼎新产品的关注。

二、营销策略

1. 产品不设防:借鉴奶粉经验,针对“养猪核心阶段”开发创新产品,以“九鼎三段宝”占据最大利基市场;
2. 价格不设防:产品由 20kg 到 12kg 的调整,以低价小猪料为价格尖刀,降低养殖户对价格的敏感度,同时带动配套饲料销售,实现可观的利润;
3. 渠道不设防:开发兽医、家电维修点,发展为直控渠道,并以手机短信平台进行客户关系管理;
4. 传播不设防:出版图书塑造权威,运用墙体进行覆盖,制造口碑引爆流行,发展经销商活动和群众运动。

三、市场效果

九鼎三段宝产品上市 6 个月,累计销售已超过 80000 吨,九鼎三段宝占整体销售增长的 60%。与去年同期相比,九鼎全线产品在湖南市场销量增加 30%,市场占有率提高近 5 个百分点。



“欧曼速度”是如何炼成的
北汽福田汽车股份有限公司案例

一、项目概况

利用“品牌动力学”理论,在欧曼初步进入市场时,定位在来源于欧洲的中高档重卡,起步就与世界同步,为了避免当时“福田”低端的品牌认知,特以“欧曼”品牌有意与“福田”区隔。在用户中培养意见领袖,辅以有效媒体组合,快速启动用户链条;采用用户忠诚度策略,培养用户的忠诚度,增强口碑传播效果。此次营销推广使福田进入重卡市场第一方阵。福田欧曼的发展被业界和专家称为“欧曼速度”。

二、营销策略

1. 品牌定位:“与世界同步”国际化产品形象。
2. 产品定位:与国际同步的高端产品,价格采取由高端向下做的策略,价格从 12 万到 30 万不等,分 4 个层级。
3. 产品组合策略:细分化的产品组合建立起与国际同步的服务、价格、性能、品牌等手段,与消费者和经销商协同发展的“同步工程”,向“为价格与市场同步,服务与客户同步,性能与世界同步,品牌与国际同步”的纵深品牌认知发展。
- 4.精细化传播整合显效果。

三、市场效果

欧曼重卡在 2002 年投放市场以来,取得了突破性进展,进入 2003 年,欧曼重卡更是出现了旺销局面。从 2002 年投产到 2004 年,福田欧曼在不到 3 年的时间里,不仅走完了传统卡车企业几十年才走完的路程,飞速跻身中国重型卡车行业第一集团军,创造了年销售重型卡车近 45000 辆的骄人成绩。



景观扶梯风升景起
富士达扶梯营销方案

一、项目概况

上海华升富士达扶梯有限公司是中国目前惟一家只定位于自动扶梯的专业合资厂商,他们开创工业产品景观化先河,强化细分产品“景观扶梯”。竞争厂家全部在低价格、节能、节省空间、安全、平稳、舒适传统的功能要素上做文章。富士达的“景观”概念,细分了追求优美环境的目标顾客群,成为高品质、高追求人群的首选产品。富士达扶梯成为“景观”细分市场的绝对领导品牌。

二、营销策略

1. 产品策略:强调富士达扶梯公司优势——专业厂家,专业品质;日本技术,全球标准。
2. 价格策略:富士达扶梯不参与价格竞争,在价格压力下通过引导客户关心的诉求进行提升。
3. 渠道策略:全国设置 4 个分公司,6 个办事处,由此为中心在各自区域实行代理销售,并同时展开活动,形成一个有序、通畅的销售网络。

三、市场效果

富士达扶梯成为“景观”细分市场的绝对领导品牌。富士达扶梯用 3-4 年的时间实现了第一集团竞争厂家 7-10 年才能达成的业绩,四年间产量增长了 18 倍。富士达扶梯以闯入者的身份,直接挺进行业第一集团。



可口可乐 2004 雅典奥运会整合行销

一、项目概况

整个奥运营销的核心概念沿用品牌主题“要爽由自己”,从 2004 年 2 月瓶装厂奥运营销推广大会开始至 10 月奥运会庆功大会,可口可乐公司在奥运会前、中、后三期在营销渠道和消费者层面展开了多层次的整合行销,包括装瓶厂推广大会、奥运火炬接力、奥运火炬接力纪念罐、奥运新包装、“看奥运、赢大奖”促销活动等;广告活动包括以三位奥运夺金选手为主角的整套售点广告及陈列。

二、营销策略

1. 奥运会前:瓶装厂推广大会召开,推出奥运火炬接力纪念罐、火炬路演和“可口可乐奥运中国行”迷你嘉年华。
2. 奥运会中:打造奥运主题广告,邀请了刘翔和滕海滨等世界冠军出演,设计奥运包装。举办“看奥运,赢大奖”家庭装促销活动。
3. 奥运会后:推出了“为奥运英雄举杯喝彩”的报纸祝贺广告和电视广告以及包装。

三、市场效果

2004 年 6-8 月,可口可乐销售量比 2003 年同期增长 19%,其中个人普通装的业绩增长 21%,家庭大瓶装增长 17%。同期,可口可乐品牌偏好度(最受欢迎的品牌)与 2003 年同期相比上升 2 点,购买意向上升 5 点。可口可乐的奥运主题广告在媒介独立调查中成为提名率最高的广告(87%)。可口可乐成功的奥运营销得到了北京奥组会的充分肯定。北京奥组会确信可口可乐公司将是 2008 北京奥运会的一个值得信赖及强大的合作伙伴。



冲击第一宝座
新康泰克确立市场领导地位

一、项目概况

康泰克 1989 年进入中国市场,成为中国最早的西药感冒药品牌,但是在 2000 年 PPA 风波之后康泰克等药品下架的空当,很多感冒药市场份额增长迅速,给新康泰克的回归制造了很大的障碍。经历了三年的市场深耕细作后,2004 年新康泰克提出了建立有竞争差异性的传播诉求,要实现在销售上的真正飞跃,再度冲击第一品牌的宝座。

二、营销策略

1. 产品及品牌定位:2004 年新康泰克将目标受众重新定义,并锁定在一个相对小的人群:18-35 岁的城市人群,希望能控制和自信的生活
2. 推广及宣传:寻找到了一个具备号召力诉求策略——“早吃早好”。
3. 整合行销模式:主要运用电视为主要载体,大规模启用户外广告,阶段性的使用互联网广告和“早×早×”填词游戏,尤其是利用娱乐营销,与年轻受众产生互动并沟通产品功能,药店投放售点广告和宣传单页等材料,在销售终端拉动购买。

三、市场效果

新康泰克广告片在目标消费者中间赢得了极大的共鸣,品牌知名度超过 PPA 风波前高达 93%,而未提示第一品牌提及率对比战役前增长超过 60%。2004 年第四季度新康泰克市场占有率在天津、青岛和重庆已重回第一宝座,而北京、广州、武汉和成都也已上升至第二位。



奥运整合营销
纽崔莱倾力之作

一、项目概况

2004 雅典奥运是纽崔莱拓展品牌建设的契机。通过体育的整合营销,在中国营养保健食品市场,纽崔莱更占到了 1/5 的市场份额。中国保健食品协会的统计也表明纽崔莱已经成为中国营养素补充剂类销量最大的产品,成为了中国营养保健食品行业的第一品牌。

二、营销策略

1. 纽崔莱先后邀请伏明霞、田亮担任产品代言人和纽崔莱“营养、运动、健康”的品牌定位相辅相成。
2. 2000 年 4 月,在第 27 届奥运会上,纽崔莱营养保健食品被指定为中国体育代表团惟一专用营养品和第 28 届奥运会中国体育代表团惟一专用营养品。
3. 让“健康”奥运与消费者零距离
4. 加强了纽崔莱赞助 2004 年奥运会中国体育代表团的有关信息,还全新制作了“超越篇”、“五环篇”和“热情篇”等平面广告。
5. 实时更新的户外“纽崔莱奥运金牌榜”是全新创意媒体形式,吸引大众。
6. 请奥运冠军王军霞担任形象大使,举办了“纽崔莱运动嘉年华”。
7. 店铺展示,与消费者一起感受奥运热情。

三、市场效果

纽崔莱每年占去安利产品销售总额的 60%以上,2004 年的销售额为 170 亿元。奥运营销带给纽崔莱的直接回报不仅是营业额的上,更是品牌价值的提升。根据安利纽崔莱广告追踪调查,纽崔莱两次赞助奥运代表团,品牌知名度从 2002 年的 34%上升到 87%,消费者对品牌的好感度也提高至 76%。



雅客 V9:
创新品类 博弈细分

一、项目概况

雅客企业因其从事多年的糖果生产销售,一直走“多品种”的路线,共计有 800 多个糖果品种,叶茂中营销策划机构开创维生素糖果新品类,以新的思路及新的营销模式把细分市场拓展为“分众”市场,把雅客品牌做成“维生素糖果”市场的领袖品牌;以“维生素糖果品牌”为核心龙头,带动其他分品牌的共同成长;进入该细分市场后迅速构建该品类市场的竞争壁垒。

二、营销策略

1. 产品策略:雅客 V9,通过申请雅客 V9 获得中国营养学会认证。
2. 价格策略:确定了“高质低价”的价格策略。
3. 渠道策略:“以核心产品迅速拓网络、实现点面结合”的策略,还采取“重点市场直销与区域代理相结合”的渠道政策,强化对不同渠道终端的掌控能力。
4. 推广策略:围绕:“创新、运动、健康维生素”展开;选择活力十足的周迅以运动——“跑”的形态贯穿广告;媒体投放集中媒体、集中时段。

三、市场效果

截至 2003 年底,雅客 V9 实现销售收入 3.1 亿元,雅客 V9 占有维生素糖果 80%以上的市场份额;雅客全国经销商由年初的 300 家增加到 626 家,2004 年 7 月的消费者调查显示,雅客品牌的市场知名度由 2003 年 5 月的 26.5%上升为 47.6%。



驶向泰康新生活
中国首家企业赞助 F1 车队整合营销案例

一、项目概况

2004 年,F1 赛事首次登陆中国。泰康人寿成为首家并惟一出资赞助 F1 大赛车队的中国企业。借助 F1 赛事,泰康人寿总公司 F1 项目工作组策划实施了“驶向泰康新生活”F1 整合营销活动;并通过 7 个月的实战为企业摸索创建了一个运行有效、机制完善、协同作战、全方位体验式的 360 度整合营销平台。泰康人寿在国内没有先例可循、没有借助外援的情况下,利用成为中国企业第一家赞助 F1 大赛车队的良机,创造国内 F1 体育营销经典案例。

二、营销策略

1. 活动主题名为“驶向泰康新生活”F1 整合营销推广活动。广告语为:体验速度激情、感受泰康时尚。
2. 针对泰康人寿销售人员,搭建统一的业务激励平台。
3. 借助 F1 领域流行的款待计划,邀请公司贵宾赴 F1 比赛现场。
4. 科学统筹管理市场营销费用,创造“小投入,高产出”模式,投入产出比例约为 1:200。泰康人寿各业务系列推广激励费用从各系列年初预算中支出,没有增加额外开支,建立了一个公司统一的市场拓展平台,使品牌与业务真正实现对接,这在泰康也是首创。

三、市场效果

泰康人寿强化了保险中的“家庭”的概念,,泰康人寿实现保费收入近 19 亿元,其中营销激励方案入围销售人员,平均每人每月标准保费超过 2 万元,远远超过公司常规标准。2004 年,泰康人寿保费收入同比增长 32%,远远高于 7%的寿险行业增长速度。

八个优秀奖营销案例

理念创新推动营销创新

中国联通增值业务品牌 uni 重拳出击

uni 是联通移动数据增值业务的综合性媒体门户,内容以娱乐(play)、生活(live) 和工作(work)为主题.uni 是与人们的娱乐、生活和工作息息相关的移动通讯服务,是一种新的信息消费行为,甚至是一种新的娱乐、生活和工作的方式,提出了移动增值业务是“第五媒体”门户的全新理念。2005 年 3 月到 6 月底期间,联通增值业务总收入增加了 9%,WAP 用户数增加了 16%,市场效果明显。

诉求情感关注体验:以定位战规避价格战
BenQ Joybee“数码随身听”营销案例

明基切入 MP3 市场时,在近 300 多个 MP3 品牌中,明基 Joybee MP3 产品坚持不以牺牲品质、牺牲品牌形象为代价,坚持情感诉求与产品个性的营销策略“享受快乐科技”。BenQ 做出了简单诠释——“数码时代随身听”,起名为“Joy-bee”,产品定位为大众化“精品”。2003 年下半年 BenQ 正式推出三款 Joybee 产品,仅用半年就冲入 2003 年销量 Top 10 的 MP3 品牌榜。2004-2005 年,BenQ Joybee 又进一步跻身 MP3 市场第一阵营。

思想有多远,我们就能走多远
“红金龙”策划纪实

2003 年,武烟集团规划了“联云抗湘,围川北上,明战粤赣,实立北方”的出省方略,并重新设计了品牌形象。“红金龙”品牌写真是:有思想、有远见、有行动力的男人,品牌核心价值是“思想力、行动力”,广告口号是“思想有多远,我们就能走多远”,品牌形象载体为太空人。红金龙品牌 2004 年销量突破 50 万箱,省内增长 200%,省外增长 14 倍,迈入全国名优卷烟品牌八强;增幅稳居名优烟之首。

感观就是标准

长虹成功的整合营销传播创新

“感观就是标准”是长虹发起的大型营销战。长虹首倡的感观新标准,以消费者感受为出发点,是“体验经济”理论在中国的一次创新尝试,在液晶、等离子高端市场加大推广力度。2005 年“五一”期间长虹彩电传统 CRT 和背投保持全国销量第一,液晶首创全国第二,等离子跃居第三,远远超过长虹 2005 年 4 月液晶第四、等离子第六的全国市场零售份额。

抢占瑞士糖“列车头等车厢”
东莞得乐多公司案例

“瑞士糖”进入中国将近 20 年,还处于无品牌识别的状态。东莞得乐多食品公司在准确定位的基础上,通过创造标志品目产品品牌地位或其核心优点的产品名,并对包装、口味、广告诉求等元素所做的系统性创新,“瑞士先生”、“缤纷水果风”这两个品牌为自己在消费者脑海中树立了正宗瑞士糖的形象,发展趣味公关活动——“舌头味觉比赛”。在准确定位的基础上,通过对包装、口味、广告诉求等系统的改变,取得了不俗的销售业绩,得乐多一个春节的销售收入是去年一年的三倍多。

创新营销模式,打造涂料明星

科荣兴渗透结晶防水涂料活性母料市场营销之路

深圳市科荣兴实业公司 2004 年研制出拥有自主知识产权的倍耐克牌渗透结晶防水涂料活性母料。根据竞争对手和行业发展现状,科荣兴公司在两条战线上同时开战,面对国际品牌,不盲目打价格战,以免使自己混同于低档假冒产品;而是在产品性能、服务的本土化方面做足功夫;面对混乱的行业环境,则通过建立实验数据体系、公开发表成果论文、健全完善营销资料、塑造推介样板工程等市场推广手段,系统、全面、立体化地塑造自己的专业形象,取得市场的信任。

启动一汽-大众柴油轿车品牌战略

一汽-大众柴油轿车捷达 SDI 成功营销案例

一汽大众是目前国内惟一生产柴油轿车并投放市场的厂商,意欲打造“中国柴油轿车市场领导者”形象。新疆挑战赛是一项能凸显捷达 SDI 卓越的燃油经济性以及成熟稳定技术的公关事件,加上“一箱油 1952 公里,纵横沙漠无人区,惟捷达 SDI 独尊!”的广告,对于扩大捷达 SDI 的知名度、加深市场和消费者对捷达 SDI 优良性能的了解、树立捷达 SDI 的品牌形象并进一步促进产品销售,都具有重要的作用。2004 年捷达柴油轿车销量较 2003 年增长 150%。

附形以魂

以品牌打造强势齿科诊所

齿科连锁诊所是资本进入医疗行业的试金石。瑞典齿科于 1999 年在中国成立,连续在中国商业最为繁荣的北京、上海、深圳开设了 7 家诊所,目前已成为齿科连锁诊所行业的翘楚。在 2003 年年底前的连续 9 个月不见营业额有上升的趋势。瑞典齿科从塑造品牌入手,更新了 LOGO,更直观的表明诊所定位,由奥美广告进行创作并选择了中产阶级喜爱的媒体,引进医生教练计划,在诊所品牌的基础上,打造医生个人品牌。在医生、椅位、投入资金三不变的情况下,一举扭转了 9 个月不增长的局面,从 2004 年 1 月到 2005 年 3 月,收入增长达 187%。



中国杰出营销奖由经济观察报社与香港管理专业协会联合主办。决赛及颁奖典礼于 8 月 27 日举办。



责编 郭莉 E-mail: guoli@vip.sina.com 美编 姜坤瑛

F1 世界，女士止步！

■本报记者 侯莹/文

8月21日，F1大赛土耳其站。赛道上依然充斥着刺鼻的硝烟和震耳欲聋的轰鸣，作为赛场上惟一的女性元素，身材丰腴、面容妖媚的F1宝贝们，还是只能在维修区后面的围场里作秀。一切似乎都循着一条无形的惯性轨道前行。在巨大的惯性下，人们没有看到传说中女车手的影子。酝酿了三个月，也被炒作了一夏天的“女车手进入F1正式比赛”计划，失败了。

一名叫做丹尼卡·帕特里克的美国姑娘是这一切的缘起，她在2005年5月的美国印第500车赛中与男子车手同场竞技，最终获得第四名，创下了历史上女车手的最佳战绩。据说丹尼卡的出现让那场比赛的收视率提高了8个百分点，人们等着瞧她能把多少个男车手甩到后面。在这场车赛之后，“一个F1女车手要横空出世”的话题被老调重弹，精明的迈凯伦车队随即向丹尼卡伸出橄榄枝，邀请她参加今年夏天的车队试训。但一个夏天过去了，一切都无声无息。

女人是否能够驾驶F1赛车？

“女人根本开不了F1赛车，她们就没长那样的右脑！”前美洲虎车手埃尔文这样说。

支持他的是F1运动55年的历史中女子车手几乎空白的纪录。从1950年开始，有超过700位车手名字出现在国际汽联的参赛名单上，仅有5位女性。1992年之后，F1赛场上再也没有出现过女车手的身影。

巴顿、维伦纽夫、库特哈德等车手认为，女性根本不能承受驾驶F1的生理折磨。F1赛车高速转弯时产生的巨大离心力相当于自身体重的四五倍，此时车手的脖子就像挂上了一个30多公斤重的大铁球。此外，在车厢内超过五十度的高温中，车手必须长时间高度集中、当机立断。这些似乎都是女性难以做到的。

“我觉得能不能开F1赛车因人而异，不是男人都能开F1，也不是女人都不能开F1。”一位刚刚在今年5月开过F1赛车的中国女记者这样说，她叫朱环，是中央电视台《精彩F1》节目的主持人。在法国站马尼库尔赛道，朱环驾驶着一辆退役的飞箭赛车疾驰。“转弯时的离心力的确很大，如果不是有HANS头颈保护系统，可能我的头就不知道飞到哪儿去了。”“F1赛车的操控性特别好，由于有电子控制系统，感觉上比其它赛车更好开。开F1要求的不仅仅是驾驶技术，还有车手冷静的头脑、对于机械的理解和人车合一的感觉。开F1需要耐性，我觉得女人的耐性和承受力更强。”

朱环的看法和丰田车队的队医、意大利人切卡雷利不谋而合。切卡雷利认为，女车手在经过充分训练之后，颈部和肩膀等部位的肌肉可以达到比赛的要求。由于女性的重心低，还会让她们驾驶时在重力分配上占有优势。至于很多人所怀疑的心理问题，爱尔兰著名运动心理学家艾登·莫兰表示：“赛车运动需要注意力集中、手眼协调能力、观察周围环境、控制焦虑情绪的能力以及想



不是不美丽，不是不能驾驭F1赛车，丹尼卡不能进入F1赛场的原因是：“你是女人！”

像力和动力。目前没有任何科学依据证明女性比赛时在这些方面不如男性。”

如果理论上的判断没有现实有说服力，也许我们可以跟着丹尼卡到美国印第500赛车场去看看。崇尚速度的印第赛车采用的是超高速椭圆形赛道，因为没有F1赛道不规则的弯角，印第赛车平均时速接近360公里，远远高于F1赛车。值得一提的是，椭圆赛道的一个弯角正是今年在F1美国站里让小舒马赫等车手折戟、最终导致了罢赛事件的那个13号弯。在高速和巨大的离心力之下，如果抛去轮胎的因素，可以说最终获得第四名的丹尼卡表现至少不比小舒马赫差。

如果谈到男女在驾驶技术和耐力上的差别，我们也许应该去世界上最艰苦的达喀尔拉力赛。在从欧洲大陆到茫茫非洲大漠20多天的征程中，车手们面临的不仅仅是长途奔驰，还有迷路、翻车、陷阱、机械故障、身体与精神的极度透支。即使是这样，仍然有一位叫克莱恩·施密特的德国女子在2001年把她们的名字写在了冠军榜上。

最有力的反证来自F1本身。2002年，迈凯伦车队邀请美国女车手萨拉·菲舍尔试训；2001年，迈凯伦车队邀请爱尔兰女车手萨拉·卡瓦纳试训；2000年，前美洲虎车队邀请萨拉·卡瓦纳造访总部。几次打交道下来，来自车队的回馈都是：这位女车手很棒，身体条件完全可以满足F1作战的需要，但是一谈到实质性的参赛问题，一切都戛然而止。

既然女性能开F1，那么是谁让她们从F1世界走开？

谁是伯尼梦想中的女人

F1总裁伯尼·埃克萊斯頓一直梦想F1出现女车手，但连他自己也不相信这将成为现实。“没人会拿女车手这事当真的，也没有赞助商冒着风险掏钱，她们根本没有机会。”威廉姆斯车队老板弗兰克则直截了当：“女车手开一两圈可能挺快，可那不是整个F1。”迈凯伦车队的一位高官则给出了一个有些暧昧的理由：“其实我们有些女车手很有天赋，身体强壮，速度快。可问题在于她们不漂亮，看起来像男人一样。F1需要的是漂亮女人，哪怕她们不会开车。”（下转50版）



Plan the dream achieve the future

规划梦想，成就未来

Mark Fairwhale&Peking&Tsinghua University hand in hand,2005

2005年，马克·华菲执手北大、清华

北大，《未名规划中心》

在北大2005届学子毕业典礼晚会 MARK FAIRWHALE's Night（马克华菲之夜）的舞台上，年轻的歌者们济济一堂，为梦想谱曲，为未来放歌。

这洋溢欢笑和泪水的离别之际，青春的旋律是如此扣人心弦。未名湖、博雅塔、百年纪念讲堂……在皎洁月色中铭记每一串动人音符，深情拥抱学子们最灿烂纯真的笑容。

这一出由多首风格迥异的歌曲所组成的音乐剧《未名规划中心》，完全由北大学生全权负责策划创作、编排及演出。早在该项活动策划孕育之初，MARK FAIRWHALE即已主动请缨，向北大团委伸出翠绿橄榄枝，以极大的资金和技术支持协助北大学子梦圆“音乐剧之夜”。

《未名规划中心》的故事开始于浪漫北大校园：出国不到一年的毕业生田甜回母校参与“未名规划中心”的设计工作，然而却被充满戒备之心的老郭分派去设计一座澡堂。在人生的机遇面前，在尴尬的境遇面前，田甜会何去何从？她设计的澡堂会成功吗？她能为理想坚持不懈地奋斗吗？

“未名规划中心”是否正是一座“人生规划学堂”……故事的结局出人意料，谜底等待我们自己去揭晓。

清华美院，01级毕业作品汇报演出

2005年6月20日晚7:30，“马克华菲之夜——清华大学美术学院染织服装艺术设计系01级毕业作品汇报演出”在北京大山子艺术社区时空态倾情上演。

五彩灯光照耀着学子们激昂的脸庞，羽衣霓裳的背后清晰可见他们力透纸背的时尚鉴赏力。

实验性的成衣及概念时装设计更多地表达了年轻心灵对未来社会、生活方式及服装形态的探索和思考，在《边缘》、《不译……》、《Emotion》、《合》、《Blood》等作品中，学生们大胆的创意和精巧灵感不断涌现，仿佛一场漫天落下的星辰大雨，洒落时尚T台。

MARK FAIRWHALE，梦想成就未来

MARK FAIRWHALE牵手北大、清华，为梦想的征程播种美丽鲜花。

他与北大、清华精诚合作，在这个充满激情的梦想征途上找回属于自己最原初的心跳。智慧火花引领设计灵感，青春梦想点亮人生舞台……MARK FAIRWHALE热爱原汁原味的校园文化，他于这片纯洁的土壤上呼吸新鲜创意、汲取璀璨学养、燃烧生命激情。

MARK FAIRWHALE畅游在时尚艺术殿堂里，划过千帆，向着梦想的星河大步前进。



FAIRWHALE
by MARK CHUNG

馬克華菲
MARK FAIRWHALE
FAIRWHALE FASHION

FAIRWHALE

- 1、2000年马克·华菲耀世登陆中国市场，世纪新宠暗示时代流变。
- 2、2001年3月，马克·华菲“蓝色激情”中国北京流行趋势发布，引燃秋冬蓝色风暴，40家专卖店夸张中国时尚版图。
- 3、2002年马克·华菲JEANS再度问鼎中国，同年“哈佛情缘”&“剑桥周末”秋冬流行趋势发布。
- 4、2003年“巅峰激情”&“璀璨岁月”流行趋势发布，CCTV-4盛赞为中国服装表演的“图兰朵”。
- 5、2004年马克·华菲家族JEANS女装如蓝翼天使闪亮登场，中国第一家“ART STYLE”时尚旗舰店于上海淮海名店街上启航，马克·华菲中国版图220家规模。
- 6、2005年4月2日，马克华菲JEANS女装北京国际服饰博览会耀世展现：6月赞助北大清华毕业典礼，为明日中国，为人文中国。

www.fairwhale.com.cn



GOLF 高球資訊

■ 百分百高尔夫体验：挥动惬意

为深受广大高尔夫爱好者、中国高尔夫（www.2igolf.com）近期隆重推出北京知名企业集团、高尔夫俱乐部——北京高尔夫爱好者可以超值的价值超值的享受亲身体验高尔夫的在场状态。

活动时间为：周一至周五，分大组（全天）和小组（半天），并设有更衣室、更衣室衣柜、热身训练、发球比赛、发球练习场及提供100%的饮料由中国高尔夫网（www.2igolf.com）提供的礼品包括：毛巾、专用手帕等。
（注：非会员）

要求体验者身上穿有领有袖衬衫，下身穿裤装的休闲服装。建议初学者最好穿专业鞋，不要穿凉鞋或拖鞋，忌穿背心、牛仔系列服装，越整洁、越正规就越便于于休闲和服装打扮。

咨询热线：康文化发展有限公司

网址：www.2igolf.com

联系电话：010-8725589—221

■ 怎样才能正确的学习与练习

教师的教学能力是运用专业的知识与经验，通过简单有效的训练方法使学生能够较快地掌握所学内容。

如果学生有机会在上课期间指导小量学习，学习和记忆，能够在最短的时间内掌握正确的知识，少走弯路，它是最理想、最有效的学习和练习方法。因此，教师在上课时，应尽量采用这种方法，而且教师的不断重复会让学生对知识的进一步提高，我们应尽可能地为学生提供最好的学习方法帮助。

一个好的教师能正确地评估学生的现状，并有能力根据学生的日程与要求设计出针对性的培训计划。然后，学生只需完全按照教师的指导下认真学习，完成各项学习任务即可。

一个好的教师应该教会学生以下知识：

——正确的身体训练方法

——掌握技术和练习技术的方法

——高尔夫规则和礼仪知识

——合理有效安排训练计划和练习内容

同时，教师要对学生产生的影响并以长期在比賽中保持良好的心态为主。

如果现在能按照上述指导原则进行培训以上的内容，将导致对以上内容感兴趣，欢迎联系SGA。

咨询热线：北京永升华国际文化传媒有限公司

SGA网站：www.SGA-China.com

咨询热线：010-6507-6509 （0100-2118-3181 24小时）

■ 9月海南度假酒店球场

（一）三亚万福酒店：700元/间含早餐；

三亚悦来酒店：900元/间含早餐；

兴隆热带花园酒店（正阳楼）：350元/间含早餐；

绿城金海岸酒店：600元/间含单早；

海口假日五月花酒店：500元/间含单早；

（二）三亚联合球场：850元/10洞全包（菜、茶、水果、夜宵、按摩、停车）；

另外国际球场：250元/人（含早餐18洞果岭可无限畅打）；

博鳌国际球场：300元/18洞果岭；

海口喜来登球场：450元/18洞果岭、打球、夜宵；

备注：订满20间、订至20元以上，可免费当地机场司机入住酒店。以上价格有效期至9月30日截止。

咨询热线：海南文化国际旅行社有限公司

咨询电话：0898—88688811 13元/元0898

网址：www.hnmgolf.com

以上资料仅作为《经济观察报》上刊登如有变动请与资讯提供方联系

咨询电话：010-611103 1300881/766 联系人：李松、赵四

地址：北京市东城区和平门内大街甲1号经济观察报社 邮编：100013 邮箱：seagolf@vip.sina.com

因为拿不出 4000 万欧元的保证金 ,都灵队被迫在财务上作假 ,因此被取消升级和加入意甲的资格。这个多灾多难的昔日王朝 ,第一次尊严扫地

你的尊严不值 4000 万

■王岩军/文

一架意大利飞机在从葡萄牙返回的路上,撞到了一座名叫苏佩加的山,随着飞机残骸落下的,是无数人难以愈合的心。震惊世界足坛的“苏佩加空难”令当时横扫亚平宁半岛、有红色公牛之称的都灵球队全军覆没,也让意大利足球失去了一代精英。那是 1949 年 5 月 4 日。

55 年过后,血痕淡去,但已经被抹上沉郁底色的都灵,却再次倒下。这一次,公牛倒在 4000 万欧元搭建起来的栅栏之外,这无情的栅栏阻挡了公牛进入意甲的步伐,灭绝了公牛昂扬的斗志和曾经在死亡的伤痛中都不曾丢失过的尊严。

牛背上的剑

球场上的红色公牛从来就不缺乏激情。2005 年 6 月 26 日,斗志旺盛的都灵队经过两轮四场地狱般残酷的乙级联赛升级附加赛,取得了宝贵的升级资格,都灵城一片欢腾。

然而,球场外的红色公牛却贫弱交加,厄运连连。4000 万欧元,差不多仅是去年鲁尼从埃弗顿转会曼联时的身价(2700 万英镑),此刻成了一柄插在红色公牛背上的利剑。

意大利足球联盟今年严格规定了意大利各级球队的财政准入制度,要求各队必须在相应

的工资、税务等方面均达到要求方可获得参赛资格。用意足协主席佛朗哥·卡拉罗的话来讲:“我们今年准备采取异常严格的联赛准入制度,这远比欧洲足联的相关规则要严格得多。”照此规定,仅有成绩还不够,都灵俱乐部首先应该拿出 4000 万欧元的保证金。

为了在规定期限凑齐这笔救命钱,“公牛”老板奇米内利费尽心思,先是动员都灵小企业联盟和媒体企业联盟主席罗达以及律师马兰格四处活动,为俱乐部拉到尽可能多的赞助;其次,都灵还得到了信息服务公司维塔·塞雷纳的几名股东的支持;另外,几家企业联合组建了一个“都灵民间赛场公司”,据说这家公司筹集到了大约 1200 万欧元的资金……但这些还远远不够。

雪上加霜的是,在意大利足球联盟严格审查各俱乐部财务状况时,发现都灵在新赛季的财政报告中出示了一张伪造的银行汇票,试图以此掩盖 1800 万欧元的债务。这给俱乐部招致了严厉的降级处罚。

钱,已经成了能够在职业体育领域内创造一切奇迹的神奇药水:名不见经传的切尔西战车,因为有了阿布拉莫维奇数亿美元的滚滚注入而火力十足,称霸英伦,威震欧洲;七次顶级联赛冠军、五次杯赛冠军荣耀光环下的都灵落

拓不堪到了造假的境地,不仅整个赛季的汗水全部白费,也丢尽了昔日王者最后的颜面。

不能说现实如此冷漠,或许英雄更适合生活在传说与回忆中。

流年年代

都灵队始建于 1890 年,是意大利最古老的一支球队,其前身是都灵国际队。1906 年,易名为都灵足球俱乐部。上世纪 40 年代是意大利足球史上的“都灵时代”,这段强盛时期开始于第二次世界大战之前的 1942~1943 赛季。那个赛季,都灵队以领先 1 分惊险夺冠,这也是意大利联赛职业化以来都灵队的第一个冠军(职业化以前夺过两次冠军)。1943 年 5 月 30 日,都灵队又在意大利杯决赛中轻取威尼斯,加冕双冠王。

第二次世界大战的爆发让都灵队遭受了损失,不然他们很有可能会超越同城宿敌尤文图斯创造的联赛五连冠纪录。此时都灵队显得无比强大,压得尤文图斯和米兰双雄无法抬头,从 1946 年到 1949 年,凭借整体实力的强大,红色公牛毫无争议地完成了四连冠。这也是意甲历史上除了尤文图斯的五连冠之外最辉煌的战绩。

二战的战火不仅摧毁了意大利的经济,也使意大利足球元气大伤,并导致意大利足球损失了不少精英球员。但是都灵队的崛起让意大利人看到了足球复兴的希望。以当时那批都灵队球员为班底的意大利国家队在那几年国际大赛中的成绩是 9 胜 4 平 2 负,相当可观。当时有两场比赛,意大利队首发 11 人中都灵队球员达到了 10 名,都灵一手培养出的马佐拉更是彪炳意大利足坛的代表人物。

沉沦还是涅槃

苏佩加空难后,意大利足坛失去了王者,同城死敌尤文图斯借机很快重新崛起,从此原本两支势均力敌的同城冤家便判若云泥。尤文图斯的斑马军团始终是意大利最强足球队的代表,获得了最多的顶级联赛冠军(28 次),红色公牛仅在 1975~1976 赛季昙花一现般重温了一次冠军梦,大多数时候更像一头羸弱的病牛:1995~1996 赛季“红色公牛”惨然降级,1999~2000 赛季他们重新回到甲级,但马上就再遭降级厄运,2001 年再回甲级,这次他们多留了一个赛季,于 2003 年才再度降级——而且是排名垫底,整个赛季输掉了 21 场比赛。

其实,红色公牛骨子里始终是不甘心的。每次同城德比,面对实力远在自己之上的强大对手,公牛都会拼尽自己所有的力量,那份勇猛与顽强即使不能战胜对手,也足以使对手心悸和敬畏。仿佛只有这个时候,与他们荣辱与共的都灵球迷才能见到那似曾熟悉的红色王朝的影子。

不知红色公牛的命途为何如此多舛,通过整赛季的拼杀以及惨烈的两轮附加赛而得来的意甲资格就这样轻易从手中滑落。虽然俱乐部不停上诉期待转机,但国家议会的最后判决已无法更改,难道 55 年前散失于苏佩加山上的不仅仅是都灵的足球灵魂,还有整支球队的运数?

很多人为了重振红色王朝先后来过都灵。比利时最伟大的球星希福、乌拉圭“王子”弗朗西斯科利、“矮脚虎”阿吉莱拉、加纳“球王”贝利、天才少年伦蒂尼、意大利“尖刀”里兹特利、西伦齐、卢卡雷利、费兰特……一连串响当当的名字却难唤回渐行渐远的公牛。

历尽起伏悲凉是否心已成灰?曾经沧海横流真的再难成水?更多长年支持红色公牛的人们,此时只能选择忍住感伤,继续期待一位王者的真正归来。



2005 年 1 月 12 日,都灵对桑普多利亚的比赛中,两位都灵球员拥抱庆祝

■本报资料室

如果米老鼠也打羽毛球



以迪斯尼和米老鼠闻名于世的阿纳海姆如今与羽毛球扯上了关系

■本报资料室

■王岩军/文

如果有人问:什么是羽毛球比赛?印尼人会郑重回答,那是一场战争,每名球员都是战士,必须为胜利拼尽全力;而美国人则会考虑一下说,哦,那不是吃烤肉野餐时进行的游戏吗?

当地时间 2005 年 8 月 21 日,第 14 届世界羽毛球锦标赛在美国阿纳海姆结束,这里是米老鼠的故乡,是迪斯尼创造商业神话的地方,但是,这里是美国,一片羽毛球荒漠。冒着无人喝彩和大赛失败的危险,国际羽联把世界上最重要的赛事放在这里,难道是在希望在体育商业化趋势中不断走向边缘的羽毛球,多少沾上点米老鼠的人气?

险招? 奇招?

相对于美国堪称职业化商业体育运作典范的篮球、冰球等项目,羽毛球在美国人眼中的分量的确是轻飘飘的,以至于当 2005 年世界羽毛球锦标赛选择在美国加利福尼亚州的小城阿纳海姆举行时,有人甚至认为,国际羽联的官员们可能是迪斯尼动画片看多了。

阿纳海姆城市很小,只有 32 万人口;阿纳海姆名气很大,闻名于世的迪斯尼乐园就诞生在这里,直到现在还为阿纳海姆每天都吸引差不多 100 万的游客。同时,这座城市与体育也有着很深的渊源,“老虎”伍兹高中就读的学校就在这座小城,包括 NBA 巨星布莱恩特在内的很多体育明星都在此购买了别墅,两年前的世界体操锦标赛也是在这里进行的。

1955 年 7 月 17 日,世界上第一座迪斯尼乐园在阿纳海姆建成并正式开园。一只动画老鼠创造的传奇由此上演;迪斯尼乐园建成开放以来,每天仅门票收入就近百万美元。再加上园内各项服务行业,其收入更为可观。近 40 多年来,乐园已接待游客达 10 多亿人次。

阿纳海姆是座美丽的、商业气息浓郁的、充满童话色彩的、成功的城市,这些特质也许正是处于困境中的国际羽联所需要的。因此,美国羽联主席当初在申办世锦赛时一句“羽毛球不在美国这样的世界最大的体育市场上发展起来,就不会有大前途”,令国际羽联真的动了心,将关系到这项运动未来前景的砝码押在了美国身上。

无奈? 无助?

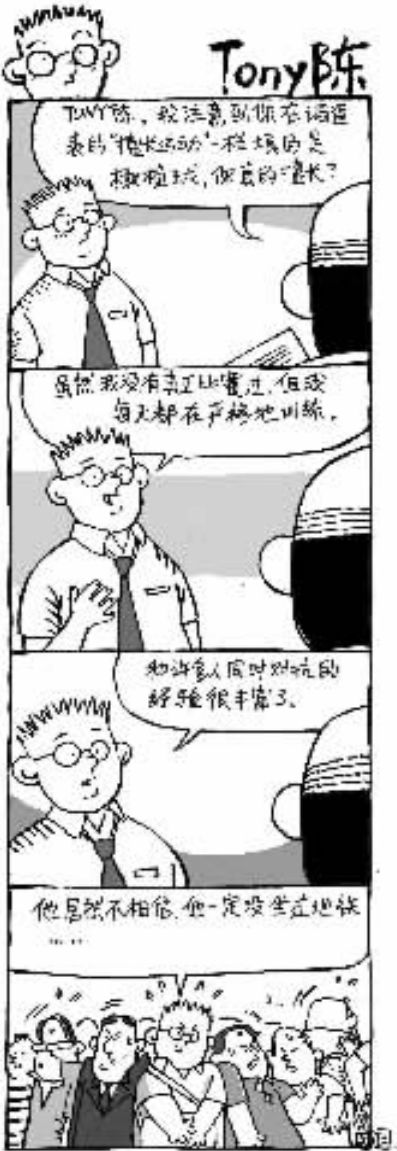
国际羽联的官员们当然深知羽毛球在美国的“影响力”,以及做出这个决定所冒的市场风险。在阿纳海姆享誉全美的箭头湖体育馆里举办羽毛球比赛,永远不会有在东南亚比赛时的火爆,也不会有在东亚地区的热情,甚至引不起在欧洲比赛时的观众兴趣,更别指望美国媒体会对此予以多大关注。事实证明,这的确可谓是历史上最冷清的一届羽毛球世锦赛,没有开幕式,没有铺天盖地的报道,观众席上不多的面孔也绝大多数为亚裔……但即使这样,也已经超出了国际羽联的预期。更何况,国际羽联目前的处境决定,这条险路必须要走。

今年 7 月,国际奥委会在新加坡举行的会议上,处于被踢出奥运会警戒线边缘的羽毛球之所以在 2012 年伦敦奥运会上依然得以保留,与本届羽毛球世锦赛已经“落户”美国有着一一定的关系。

项目本身的巨大压力和本届比赛的美元收入,让国际羽联在美国见到了柳暗花明的契机。但自以为是的美国人习惯了引导潮流,很少愿意跟在别人后面玩,如何把美国人吸引到羽毛球场上是个难题。国际羽联副主席古纳兰开诚布公地表示:“至少现在,我们还不可能指望羽毛球运动在整个美国普及起来。我们的目标是首先在加利福尼亚、迈阿密以及纽约三个地点把人们对于羽毛球运动的热情点燃起来。因为如果我们在这三个地方做到了这一点,那么羽毛球运动应

该很快就可以在整个美国普及、发展起来。数十年前,没有人相信沃尔特·迪斯尼的米老鼠会给他带来如此巨大的财富和成就;而在今天,又有多少人相信艰难飞翔的羽毛球将从此时来运转?但令国际羽联喜出望外的是,本次世锦赛代表美国参赛的吴俊明、白国豪最终奇迹般地为美国赢得了历史上第一个羽毛球世锦赛的冠军,他们激起了一些美国观众的兴趣,极大地配合了国际羽联的这场“赌注”。巧合也好,天意也好,这个意外的收获足够让国际羽联充满期待……希望,对于羽毛球运动本身,这是个良好的征兆与开端。

TONY 陈运动纪实 3)



■任山藏/漫画

《TONY 陈运动纪实》是我们新推出的系列漫画,主人公陈建军今年 28 岁,英文名 TONY,狮子座,在某外资 IT 企业工作,身高 173 厘米,体重 69 公斤。平时常见打扮,平头,眼镜,白衬衫或西装,背一个沉重的电脑包,不抽烟偶尔喝酒,自认为轻微肥胖,希望成为拥有完美体形的酷男。TONY 经常有运动计划,但经常实施不了。有时候会看运动类节目,偶尔也买几张运动类报纸,知道为数很少的体育大腕,几乎很难看完完一场球赛。当然,我们也不能据此判断 TONY 就是个伪运动爱好者,他运动理想远大。他想过参加业余马拉松,想过锻炼好身体去西藏一个月,甚至认为说不定自己参加铁人三项赛也是很合适的。如果您和 TONY 陈有相同的遭遇或者想法,欢迎把您的“运动纪实”发给我们,如果你的故事非常典型并很有趣,我们会让 TONY 陈在漫画中重演你的经历。请发邮件至:guomansi@yahoo.com.cn

■特约记者 赵越 发自芬兰赫尔辛基

飞过波罗的海最狭窄的港湾,在空中俯瞰赫尔辛基。那感觉像是在山顶眺望一座世界上最现代化和最富有的村落,殷实、恬静,但不乏活力。

但当飞机与这片土地只有几百米垂直距离时,我开始怀疑:这样一座只有 56 万人口的小城,怎能成为欧洲七大富国之一的首府?怎能成为世界上第二大纸张、纸版出口跨国公司总部的所在地?怎能成为欧洲奢侈商品的重要集散地?又怎能有足够的精力和财力,承办世界田径锦标赛这样最高级别的国际体育赛事?

全民动员

入境程序比想象中简单得多,离开的时候,一位长相神似英格兰球星加斯科因的警察微笑着说:“很羡慕你能去看世锦赛,希望你将在赫尔辛基玩得开心。”

芬兰是一个地处北欧、有 1/3 国土在北极圈之内、每年有 7 个月极昼天气的国度。走出候机大厅,眼前出现一副在电视上常见的欧洲风格画面:远处是一幢幢欧式的、或红或黑色的尖顶小楼,一台台机场巴士豪华得更像是“航空母舰”,而近处则是以奔驰、标志、宝马、马自达和丰田等世界名牌车组成的出租车队。

从机场到坐落在赫尔辛基北端的奥林匹克体育场只需要 20 分钟的车程,因为是雨天,司机始终将车速控制在 90 公里/小时。交谈中,这位中年人告诉我,在机场负责接待的工作人员都是志愿者,他平日里的职业居然是个大提琴

小城故事

演奏师!

赫尔辛基为举办这次世锦赛不惜动用一切人力、物力和财力,仅志愿者人数就达到 3200 人,而将在比赛期间出勤的警察将达到 3700 人,其中还包括从芬兰其它城市临时借调过来的警力。由于在世锦赛前,英国伦敦的爆炸案让整个欧洲都处于一片恐慌之中,组委会为了将赛事的反恐工作做到万无一失,更是与国家议会达成共识,将在世锦赛期间出动 3000 名国防军在赫尔辛基的每个港口、交通要道进行驻守和盘查,并动用了 30 架战略直升机每天 24 小时不间断地进行空中管制。

赫尔辛基还为这次比赛投入了大量的资金,9 天的田径锦标赛,2850 万欧元的总预算,平均下来每天要花掉 300 多万欧元。其中,修缮奥林匹克体育场花掉了近 500 万欧元,对一些市区内主要街道的装饰用去 200 万欧元。赫尔辛基人对这次比赛的重视程度由此可见一斑。

探“营”

转眼间到达了赛事组委会所在地。组委会临时设在奥林匹克体育场内,这里曾经举办过第一届世界田径锦标赛,现在,这里又迎来第二个田径世锦赛。

与进入这个国家所受到的安检相比,组委会的检查要严格得多,5 分钟从头到脚的细致

检查后,我被允许进入这个有着古典外表和现代内核的体育馆。露天的旧式风格,木制的长条座椅,可以容纳近 4 万人的看台似乎可以让人感觉到第一届田径世锦赛在这里隆重开幕时的盛况。不过,体育场还是有很多地方甚具现代感,比如体育场边高耸的塔楼,场地东西两侧的超大电子电视显示屏,拥有 400 台液晶电视和网络线路、电话线路的记者工作席,环绕赛场四周的高速摄像机。当然,最吸引人的还是即将迎接诸多田径名星的崭新赛道——著名的意大利蒙多赛道。

在帮助记者选择宾馆的时候,赫尔辛基组委会再次显示了人性周到的一面。他们帮我改定了一家价格公道且距离体育场很近的旅馆,并再次向机场确认我很快就可以收到遗失的行李。最有意思的是,我在组委会发给记者的采访背包中发现了一罐 LAPIN KULTA 啤酒!

赫尔辛基对这届世锦赛的巨大投入背后有着一个强大的赞助商阵营支撑,TDK、TOYOTA、EPSON、MIZINO、SEIKO、EUROVISION、TBS 这些享誉世界的品牌,再加上芬兰本土的航空公司、旅游集团和数家饮品公司的加盟,使本届世锦赛看起来更像个大型的狂欢节。世锦赛期间,赫尔辛基每天的游客数量激增到 6000~10000 人/次,这些人大多数是来观看世锦赛的,因此对于这些赞助商来说,这是个很好的展示舞台。

世锦赛同样是这个城市盛装展示的舞台。国际上最具实力的电视台、报纸、电台和通讯社全部到场,仅电视转播车就来了近 70 辆,而记者数量居然达到了 3000 人。

聆听院长们的高瞻远瞩
遥望商学院的未来发展
瞩目中国商学院院长论坛

DEANS'FORUM
中国商学院院长论坛 2nd

拟邀主题演讲嘉宾院校：

活动日程（拟定）：
2005年9月27日 全天 报名、注册及签到
2005年9月28日

上午 第一部分 论坛开幕式：
经济观察报社长 赵力先生 致开幕辞
五洲在线总经理 曹章武先生 致欢迎辞
教育部 主管领导 致主题辞

第二部分 主题演讲：
六位著名商学院院长智慧演讲

中午 工作午餐

下午 会场一 封闭式院长圆桌会议
会场二 分论坛一：中外合作管理教育新趋势
分论坛二：EDP与HR总监论坛
分论坛三：MBA与职业竞争力
分论坛四：首份中国EMBA市场报告发布会

晚上 VIP晚宴 （商学院院长与媒体领导）

组织机构：
主办单位：经济观察报、五洲在线、CONTINENTAL.com
特别媒体支持：中国企业家、新京报、英才
独家网络支持：新浪财经、SINA
独家国际合作媒体：DOW JONES 道琼斯、华尔街日报
承办单位：五洲君士公关顾问有限公司、智联网络、康诺展讯设计事务所

**2005年9月29-30日 华商名人业余高尔夫系列赛
商学院杯高尔夫球赛
——中国最有价值群体的高尔夫球赛（欢迎冠名）**

特别说明：①、论坛参会前十名注册者将优先获得入场券
②、论坛期间发布首份《中国EMBA市场报告》
③、9月29-30日同期举办“商学院”杯高尔夫球赛
地点：北京太伟高尔夫俱乐部

2nd 商学院院长论坛组委会秘书处
联系人：陈亚峰 010-88572554 蔡绚丽 010-88571884
电子邮件：forum@continental-ad.com.cn cyf7913@vip.sina.com
赞助热线：马艳 010-88579305
参会注册：www.continental-ad.com.cn
(以上拟邀院校为部分院校名单，最终嘉宾院校名单以实际到场为准，主办方有对嘉宾和最终议题的释疑权)

盛况再现 精彩更加

体育营销国际年会

International Sportmarketing Annual Forum

2005年11月19.20日 北京

“体育营销国际年会参会者用三天时间学习‘MBA课程’。国际体育营销领域大师及人物现身说法，用赛事的成功经验为中国本土的体育营销市场‘把脉’。”
——《北京青年报》

“一个时代的诞生，体育营销国际年会是中国体育经济领域的第一次高规格国际会议”
——人民网

“体育营销国际年会为我国体育营销界带来了宝贵的经验和真正国际化理念，从而推动我国‘体育营销’市场的强势启动，也将促进我国体育市场的快速发展”
——新华网

“中国的体育产业刚刚起步，中国的体育营销需要一个很好的方向和成功的经验作指引，而体育营销国际年会就为中国的体育营销指引了方向”
“体育营销年会已成为撬开中国企业国际化征途的一个支点。”
——新浪网

“首届体育营销国际年会举办的非常成功，从未有过这么多的国际体育营销顶尖人士齐聚到中国，这使我们中国的体育营销界人士从此有了一个向国际顶尖体育营销权威们学习的地方！”
——魏纪中 CDC(中国奥委会)原副主席、中体产业集团原董事长

“中国的这次体育营销国际年会举办的非常好，为中国与国际体育营销界之间搭起了一个很好的交流平台，使中国能尽快地驶入体育营销的快车道，也增加了中国与国际间的合作机会”
——Laurent Schurupun 原国际奥委会市场开发总裁，现SPORT5全球副总裁

“体育营销国际年会的成功为中国体育营销事业带来了极大的价值。”
——Alan Ridley UEFA(欧洲足联)全球市场及商业销售总裁

“体育营销国际年会将帮助中国体育营销事业获得发展。”
——Paul Stimpson FIBA(国际篮球联合会)全球商业电视转播权益总监

关于首届年会的一组数据：
现场媒体达到81家；发布新闻稿385家/次；google搜索年会信息达52900条；
与会副总理级以上人员140人；与会副省部级以上人员216人；
全球500强企业到场43家；体育营销业知晓度达到95%以上。

今年我们有更多的话题要探讨、要学习……
让我们在这中国体育营销第一论坛平台，再一次相聚、认识、成长！

- ★ 在充分保持国际化的基础上，体现本土性，直击如何建立中国特色的体育营销。
- ★ 增加各级分论坛，就体育营销的多个方面展开权威讨论，尤其是企业赞助权益与实施、赛事管理和商业运作等。
- ★ 实行定向免费邀请，控制与会人员的数量和质量。

主办：经济观察报社
协办：体育营销杂志
承办：中国体育营销俱乐部
中国国际体育营销网
出品：TIDO太度体育

参会详情及更多合作机会请致电
年会组委会：010-85892450/51/52
E-mail:webmaster@sportmarketing.com.cn
或登陆中国国际体育营销网 www.sportmarketing.com.cn

首届体育营销国际年会部分嘉宾

张纪中 CDC(中国奥委会)原副主席、中体产业集团原董事长

Alan Ridley UEFA(欧洲足联)全球市场及商业销售总裁

Hidenori Araki FIFA 市场宣传总监

Laurent Schurupun 原国际奥委会市场开发总裁

奥地利经济论坛 全球商业论坛 方超为 腾讯、Swatch、GE 松下、三星、中国网通企业代表

年会会场绝无主席

中国体育产业人才工程全国大型巡讲全面启动
中国最顶级、最权威专业师资队伍，体育产业MBA核心课程，首批城市：晋江、南京、青岛、杭州等八城市；欢迎各地企业和机构洽谈合作！
咨询电话：010-85892450/51/52；13501038468
联系人：金老师 网站：中国国际体育营销网
E-mail:jym974@hotmail.com

社址：山东省济南市历源大街22号中银大厦22层 联系地址：山东省济南市市中区建设路14号3-3-1101 邮编：250021 联系电话：(0531)2021658 北京记者站联系电话：(010)64209026、64209022 广告联系电话：(0531)2028908-804、805 广告经营许可证号：3701004000040 发行联系电话：(0531)2028908-806 传真：(0531)2028908-802
印刷质量投诉热线：(010)-64243008 本报在全国六城市同时印刷：北京经济日报印刷厂、上海文汇新民联合报业集团印务中心、深圳宝安印刷厂、成都君区印务有限公司、湖北日报楚天印务总公司、山东大众华泰印务有限责任公司