THE MANAGER'S DAILY

财富情报 Fortune Intelligence 文摘

◇财经大看台 ◇创业大展台
◇创富大舞台 ◇理财大平台

主编:冯光国 稿件推荐邮箱:cfqbwz@163.com 新闻热线:028-68230696 总第 111 期

责编:杜高孝 编辑:兰扬 版式:吉学莉 校对:梅健秋

堵住高收入阶层的避税"管涌" [详见 02 版]

"双轨制"能否破解保障房困局 [详见 04 版]

资金面趋紧 银行竭力揽储 [详见 05 版]

物以稀为贵 裸钻收藏正红火 [详见 06 版]

就业民企:选择还是被选择 [详见 08 版]

欧美车商倾力争夺华南市场

一向被汽车厂家所重视的华南市场正酝酿变化。5 月份的销量统计数据中,上海通用、上海大众、一汽大众表现突出,南北大众销量分别达到 7.35 万辆、6.92 万辆,而上海通用则为 8.19 万辆。这其中很大一部分来自于华南市场。随着大众南方战略的推进以及上海通用加大对华南市场的投入,有经销商认为,日系车原有市场或仍将被欧美品牌所蚕食。

◎SUV 市场 欧美品牌份额上升

欧美品牌的强势最突出表现在 SUV 市场上。在从全国乘用车市场信息联席会日前公布的统计数字可以看出,5 月份,除了长城哈弗、狮跑、途胜、圣达菲、瑞虎等自主品牌继续畅销之外,新推出的车型 IX 35、国产途观以及奥迪 Q 5 等均有良好表现。其中,IX 35 这一款车 4 月销量就与途胜差距不大,刚刚上市便有这样的表现,可窥视其车型实力非同一般。

欧美品牌的新 SUV 车型的上市,直接威胁了 CR-V 和 RAV4。在此之前,20 万元及以上 SUV 中高端市场一直由"日系掌控"。

◎资源向华南市场倾斜

一汽大众南区销售事业部区域经理陈森圭向记者透露,"一汽大众在 3 月份以来市场份额上升很快,仅在 5 月份,广州深圳东莞等多家店的销量总数与去年 12 月份销量基本持平。"陈森圭如数家珍般倒出一堆数字——在其他品牌销量下滑近半的 3-4 月份,一汽大众速腾高尔夫 A6 等车供不应求,且订单大幅增加;当其他品牌店内库存达到几百万甚至上亿元资金时,一汽大众广州区 7 家店基本处于轻库存状态 (每家店 50-60 台车左右)。

在接受记者采访时,上海大众华南区服务中心总经理沈万松也坦承,华南战略宣布后,一切资源都向南方倾斜,在现车资源非常紧张的情况下,厂家会优先让华南地区经销商拿车;同时在现车有限的情况下,华南区的提车数量会最多,这对广东市场份额提升很有帮助。

上海通用别克市场营销部品牌总监宋丽丽日前接受采访时也称,针对强劲对手大众品牌在南方市场提出的华南战略,上海通用也加强了对广东市场的投入。到今年 4 月止,广东市场已占全国销量总额的 1/4 比重,与去年同比上升了 35%。她表示,以前广东人不喜欢美国车,主要是因为油耗大,而且外形不够时尚。这几年,凭借"全球平台、欧洲技术"创新格局,别克双君威力凸现。

◎一二三级网点同时扩张

去年底,上海大众位于深圳和广西南宁的 4S 店相继开业;广物集团在番禺筹建的奥迪 4S 店,目前选址已完成,已进入动工修建阶段——这些一线城市的新网点增加,令其大众中国华南一线经销能力大大增强。

而一汽大众方面,陈森圭透露,在广州等一线城市年内将增加 1-2 家店;一汽大众品牌韶关店已开业,清远店 6-7 月即将迎客,肇庆店也在进行选址中……除了新网点的增加外,引导原有经销商渠道的下沉也是南北大众今年内的头等大事。据悉,目前南北大众已将广东的河源、肇庆、梅州、阳江等地区纳入了目标范畴,今年之内,这些三四级城市都将开设新点。

在大众品牌华南发力的时候,上海通用旗下的三大品牌也在梳理产品和人员安排。

(摘自《南方都市报》杨彩芳 / 文)

中国 3G 前景广阔

明年可实现 4000 万人同时在线

中国工业和信息化部电子信息司副司长丁文武说,预计到 2011 年底,中国将建成 40 万至 50 万座 3G 基站,可实现 4000 万用户同时在线。

丁文武是日前在天津出席第八届国际手机产业展览会上作出上述表示的。

丁文武说,2009 年中国生产的手机总量超过全球终端的一半,其中具有国内品牌的移动终端超过 1.8 亿。截至 2010 年 3 月,中国手机用户累计达到 7.787 亿。

2009 年,中国第三代移动通信(3G)正式进入商用"元年"。中国科学院的数据显示,截至 2009 年底,中国手机上网网民已达到 2.33 亿人,占整体网民的 60.8%,其中利用 2G 网上网的手机网民占 2.3 亿,3G 手机网民不足 300 万,发展空间巨大。

工业和信息化部电信研究院高级工程师陈育平说,近年来,中国通信市场总体呈现移动电话用户增长迅速、固定电话用户持续减少、宽带用户稳步增长的特点。

此外,通信电子行业的发展推动了手机产业、电子阅读器终端生产等领域的业务。

(摘自《新华网》倪元锦 / 文)

淘宝百度竞逐电子商务"日本攻略"

6 月 9 日,百度方面正式对外公布,其与日本乐天合资网站品牌为"乐酷天",以吸引中国的注册商家。而在此之前 6 月 1 日,阿里巴巴集团旗下淘宝网与软银集团控股雅虎日本也宣布共同启动中日网购互联平台。面向中国消费者的淘宝网淘日本与面向日本买家的雅虎日本"中国商城"同时正式上线运营。

而此前 5 月,淘宝方面刚刚宣布与雅虎日本的合作事宜,似乎更有抢在百度前面公布"日本攻略"的意味,两家公司的你争我夺的态势就此也可窥见一斑。而根据淘宝近日公布的数据,该网站目前已经占到中国网络购物市场 80%的份额,百度与乐天的合作,能否改变这一竞争格局?

乐天每周交易额超 847 亿美元

有趣的是,在淘宝强调优势的同时,"乐酷天"的首页,除了吸引商家在线注册之外,还特别在最醒目处引用了日经 BP 咨询公司的一组数据,在这组数据中,乐天的品牌得分居于日本雅虎之上而位居第一位,似乎也显示了两家公司的各不相让。

乐酷天 CEO 中村晃一表示,自乐天 1997 年成立以来,目前在日本已经有超过 3 万家正规品牌厂商及渠道商在其电子商务平台上交易,每周交易额超过 847 亿美元。如果按 2010 年中国网购 5000 亿人民币的数字计算,乐天的这一交易额尚显然是几十倍于前者。

乐酷天方面同时表示,将把与 3 万日本商家合作的成功经验移植到中国,不过对此也有业内人士表示,日本的地域狭小,物流体系十分发达,而且电子商务市场的整体诚信度很高,这与中国目前的电子商务环境还是有着很大差别。

"淘日本"开张中日"通吃"

"在开始的 6 个月里,我们可能会碰到各式各样的问题,可能有翻译问题、物流问题、税收问题,因为毕竟是跨国贸易,但是要坚信一点,人永远在危险中找到机会。"尽管淘宝的淘日本与雅虎日本的"中国商城"的开通,等于为中日中小企业开通了两条并行的平台,但是阿里巴巴董事局主席马云还是保持着自己一贯的"忧患意识"。

根据淘宝方面公布的数据,中国数亿消费者将在淘宝网就能购买到来自日本的 800 万特色网络商品,而日本用户也能通过新平台享受到来自中国的 5000 万网货。

雅虎株式会社代表董事总经理井上雅博表示,雅虎日本之前做过一些调查,以高级羊绒围巾为例,加上国际运费,雅虎日本上的中国商城仍然比日本本地商场的价格便宜了 60%,"相当于打了 4 折。"而淘宝网 CEO 陆兆禧也表示,在淘宝和雅虎日本合作之前,淘宝已经有一个全球购的频道,美容、护肤、彩妆、香水、玩具、母婴用品、手表、女装等产品已经受到中国很多消费者的欢迎。

(本文来源:和讯网作者:李宽宽)

▶ 观点 | Guandian

对价格操纵行为更应"零容忍"

国家发改委在其官方网站表示,"对于不实报道,今后我们要零容忍,第一时间给予澄清"。专家表示,作为价格主管部门,发改委此举显示其面临通胀预期压力下,管理好通胀预期的决心。以笔者之见,对于发改委来说,更为重要的职责需要直面,即对各类价格操纵行为"零容忍"。

从 CPI 连续两个月超过一年期存款利率,而且伴随着房地产调控的开始,部分资金开始炒作农产品,一时间绿豆、大蒜、玉米价格高涨等迹象来看,连发改委也承认"坚守 3%CPI 底线难度加大"。这凸显出两个严峻的问题:其一,物价持续上涨趋势短时期内恐怕难以获得根本性改变,由此势必会加大民众尤其是中低收入群体的生存压力;其二,在物价持续上涨,特别是某些经济领域产品价格集中喷发可能隐含了不正当竞争、价格操纵乃至市场资源垄断霸道,相关部门应及时介入予以清查。

显然,发改委就属于相关职能部门。按照反垄断法,由国务院设立反垄断委员会,负责组织、协调、指导反垄断工作,从规定中可以看出,我国反垄断机构的设置模式是以反垄断委员会为中央协调机构,继续维持现行多部门执法的机构运作体系。发改委当然要对各类不实报道第一时间予以澄清,但更要发挥价格监管的主导作用,进一步明晰其监管职责,依法打击各类显性或隐性的价格操纵行为。

比如,之前发改委采取临时价格干预等手段打击炒作农产品,是采取以政策杠杆调节价格过快上涨现象的传统策略。但是,正如媒体已深入披露的,当庞大投机资本已控制了相关农产品的上下游,形成一条龙式操纵时,则临时价格干预只能在零售环节阶段性地抑制价格,却无法阻挡价格操纵者等风声过后再次坐庄抬高价格,从而牟取暴利。

因此,正如已有一些学者所建议的那样,发改委等相关部门应参照国外应对价格操纵的强硬举措,对造成严重影响的价格操纵者,除了反垄断法所规定的没收非法所得,并处上一年度销售额 1%以上、10%以下的罚款外,还应订立制度激励受害人可以请求多倍赔偿(即惩罚性赔偿)。甚至可以学习美国式监管,对价格操纵者追究其刑事责任。有了这样的严厉处罚,价格操纵行为才会大大减少。

进一步而言,不能仅仅将矛头对准投机资本之类的价格操纵行为,发改委还应按照反垄断法的规定,调查核实、检查监督那些在行政保护下的市场垄断行为,这是反垄断法赋予其最基本的权力,也是行使其他职权的前提。**(摘自《上海证券报》毕舸 / 文)**

国内外公开发行
国内统一刊号:CN51——0098
邮发代号:61——85
第 159 期 总第 6585 期
2010 年 6 月 19 星期六
庚寅年 五月初八

《经理日报·财富情报文摘》征订通知

开启商业智慧与商业操手的传媒高地 获取创富信息与创富精典的全新平台

该《文摘》周刊是目前国内单独邮发,唯一一张集财经焦点、财富聚典、商业精典、创富名典、理财智典,融百姓经济生活化、知识化、趣味性和实用性于一体的财富文摘总汇。

报纸为对开 12 版。本周刊宗旨:关注百姓创业、理财、创富故事;关注百姓创业、致富、理财之道。内容包括有头版焦点、精典观察、环球商道、车市生活、理财智典、收藏精典、股市风云、楼市投资、财富聚典、古今商趣、商业精典、创富智典等版面。

欢迎订阅 2010 年报纸
欢迎拥有 2010 年财富
邮发代号:61—145 全年订价:96 元
全国各地邮局均可订阅

咨询电话:028—87369123 87319500 13980425008

《经理日报·财富情报文摘》编辑部 2010 年 6 月 19 日

| 一 | 个 | 阶 | 层 | 的 | 声 | 音 |

经理日报