

 **联盟制胜** | LianMengZhiSheng

18 家企业 联手打造“动漫春晚”



 **曾之悦**

2011 年春节黄金档期，除了传统春晚，全国亿万观众，特别是青少年朋友还有机会观赏一台精彩绝伦的动漫贺岁娱乐盛宴……首批 18 家国内龙头动漫企业日前在长沙领取了由文化部、财政部、国家税务总局联合认定颁发的重点动漫企业证书。

动漫春晚兔年添彩

放鞭炮，穿新衣，拜大年，全家人热热闹闹围坐一桌吃年夜饭，高高兴兴在电视机前收看央视一年一度的春节联欢晚会……这几乎已成为中国春节最具特色的庆祝方式，而至今已近 30 个年头的央视春晚也早已成为中国人辞旧迎新的过程中一个不可或缺的重要环节。但是，随着人民群众物质、精神生活水平的不断提高，观众的欣赏水平也不断提升，这就需要有更多的选择来满足观众的不同需求。

为此，中国动漫集团作为中国国内唯一的以引领中国动漫产业实现跨越式发展为使命的国有文化企业集团，联手上海美术电影制片厂以及国内外诸多优秀动漫企业，与阿尼迈

影视有限公司达成资金合作协议，经过精心策划，将于 2011 年春节黄金档期为全国亿万观众，特别是青少年朋友奉献一台精彩绝伦的动漫贺岁娱乐盛宴。

在中国动漫集团组织指导下，在全国众多动漫企业的积极支持下，动漫春晚主创团队针对众多节目与创意，进行认真筛选，决定打造一台既符合春节特殊时段收看、又区别于传统春节电视联

欢晚会表现形式的“纯动漫”式春晚。根据确定的动漫春晚总体定位、节目内容、表现方式，其总时长为 60 分钟。

主创团队成功邀请了一批国内外顶尖动画制作公司参与节目创意制作，如湖南蓝猫动漫传媒有限公司，广东原创动力文化传播有限公司，北京每日视界先锋数码图像制作有限公司，台湾同口公司，以及曾为《指环王》、《超人归来》等好莱坞巨作制作特效场面的澳洲 PHOTON 公司等共同参与，力求将一个以经典联动时尚、时尚融合经典，通过气势磅礴、美轮美奂的动漫世界焰火表演等耳

目一新的新颖形式，把一台全新视觉的动漫春节联欢晚会，奉献给海内外电视观众。

目前，动漫春节联欢晚会已完成样片审看程序，在国家相关部门的鼎力支持下，拟于兔年春节期间，通过央视和部分地方电视台频道与各大网络视频，同时向海内外播出。

18 家动漫企业 享税收优惠

据光明日报报道，首批 18 家国内龙头动漫企业日前在长沙领取了由文化部、财政部、国家税务总局联合认定颁发的重点动漫企业证书。央视动画、广州奥飞、湖南拓维、天津神界、上海今日动画、湖南蓝猫等首批 18 家国内龙头动漫企业日前在长沙领取了由文化部、财政部、国家税务总局联合认定颁发的重点动漫企业证书。

首批 18 家重点动漫企业代表了一批综合实力雄厚、创新能力突出、经营效益显著、社会口碑良好、海外影响较大的骨干龙头动漫企业，成长为引领我国动漫产业又好又快发展的主力军。据统计，我国年产值在 3000 万以上的动漫企业已近 30 家，年产值超过 1 亿的大型企业有 15 家，也涌现出湖南拓维、广东奥飞等成功上市的大型动漫企业，此次被认定为重点动漫企业的湖北

江通、中卡通等企业正处在上市进程中。

这次认定的 18 家重点动漫企业，除享有一般动漫企业享受的国家给予的营业税、增值税和所得税等方面的优惠政策外，还将享受到更优惠的税收政策，将在动漫产业专项资金项目扶持和上市融资、辅导、贷款贴息等金融支持和出口奖励方面得到国家更多的扶持。近年来，重点动漫企业被认定的 35 款重点动漫产品列入了“国家重点动漫品牌保护计划”，得到中央财政总额达 600 万元的知识产权登记补贴。

延伸视界

“长沙宣言” 吹响动漫产业科学发展号角

首批 18 家重点动漫企业代表联合发表了《全国重点动漫企业创新合作发展长沙宣言》，宣言指出，转型是动漫产业科学发展的必然要求，提质是动漫产业转型发展的核心任务。从动漫大国向动漫强国迈进，动漫生产方式必须变追求数量为追求质量，变模仿代工为自主创造，变各自为战为联合战斗。

中国南车联姻宁波 拉动轨道交通产业

 **周文丹**

2011 年 1 月 27 日下午，宁波市委副书记、代市长刘奇与中国南车股份有限公司董事长赵小刚，共同为中国南车宁波产业基地揭牌。

宁波轨道交通线上跑的列车到时将从宁波市的这个基地下线。

中国南车股份有限公司是国内轨道交通装备制造业龙头企业。对于宁波产业基地的落户，刘奇说，这是个香饽饽，大家都抢着要。“这个‘亲家’，算是找对了。”

当天，宁波轨道交通 1 号线首批 132 辆列车，已确定由中国南车株机公司研制。

大企业为何与宁波“结亲”

中国南车，主要从事铁路机车、动车组等重要零部件的研发、制造等，有中国最大的电力机车研发制造

基地。中国南车副总裁唐克林说，单从销售收入看，中国南车在全球轨道交通业，排行第二。

宁波，究竟凭什么吸引这么一家大企业？

中国南车与宁波的缘分，最早要追溯到 1991 年。当时，中国南车在江北区成立了宁波市江北九方和荣电气有限公司。而这一次，是 20 年后的一次前缘再续。董事长赵小刚感叹：“到宁波有回家的感觉。”

不过，对于中国南车来说，建立南车宁波产业基地一举除了再续前缘外，也有更大的雄心。“北仑港的地理优势和出口优势非常明显，未来出口这一块，毫无疑问要借助北仑港的优势。”

刚好，宁波要大力发展轨道交通，中国南车又有过硬的技术和管理优势，双方一拍即合。唐克林说，这两天，他在宁波出行时，看到很多地方有堵车。也听市里领导讲，宁波要加

快轨道交通建设的进度。另外，硬件方面，宁波有很强的配套产业。“宁波还是中国在 80 年代划定的 14 个沿海改革开放城市之一，一直走在中国改革开放的前沿，有很好的投资环境，这也是南车选择到宁波来发展的重要因素。”

拉动宁波轨道交通产业

在 2011 年 1 月份召开的全市经济工作会议上，宁波市政府提出，今年要培育制造业优势，集中力量做大做新兴产业，也提到了要抓紧做好中国南车宁波产业基地等重大项目。

在聊到宁波为什么要引进中国南车宁波产业基地项目时，宁波市经委主任林克宇说，宁波要大力发展新兴产业，新装备就是其中一部分。

“宁波不缺零部件加工，但缺少整机加工业。宁波有零部件优势，有新材料优势，对下一步工业的转型升

级有重要作用。”林克宇说。

这一点，中国南车的赵小刚董事长也意识到了。他说，宁波民营经济发达，已经有发达的轨道交通工业配套产业。“南车项目落户宁波，将对宁波市的装备制造业、新材料等新兴产业领域，带来有力的支撑，拉起整个轨道交通产业。”

首批轨道交通列车宁波造

中国南车宁波产业基地，规划占地 3000 亩，选址在鄞州五乡镇。

唐克林说：“到时宁波轨道交通线上跑的列车，都会从宁波市的这个基地下线。”1 月 27 日揭牌的宁波产业基地，加上先前中国南车已经在宁波投资的——宁波市江北九方和荣电气有限公司、宁波南车时代传感时代科技有限公司，组成了中国南车在宁波产业化基地的基本框架。



 **联盟战略** | LianMengZhanLue

吉利联手富士康 电动车竞争加剧

 **邢锐**

2010 年以来，吉利集团似乎从不缺少新闻。自日前联手淘宝网开展网络营销之后，吉利又将和另一家知名企业结盟。

中国经济时报记者日前获悉，吉利正在与富士康商谈合作事宜。双方一旦合作成功将在纯电动汽车方面展开合作，此举也被媒体解读为吉利欲抢夺比亚迪纯电动汽车市场的尝试。

电动车暗战

吉利也看好电动车，但不是三五年内。有着和吉利同样想法的不止一家企业，长城汽车也持有相同的观点。他们始终认为眼下的电动车缺少足够的技术支撑，是纯粹的炒作。

吉利集团公关总监杨学良对记者表示，电动车在三五年内能否有大发展目前依然是未知数。长城汽车副总经理商玉贵也认为，国内除了在电

池方面具备优势外，电机以及电控系统与国外还是有比较大的差距。

国际巨头们也在觊觎这块看起来甜美无比的大蛋糕，大众汽车宣布 2013 年在中国生产纯电动车，日产也准备好了电动车聆风来分享美食，通用汽车的 VOLT（沃蓝达）已经悄悄入华，最近听说宝马也准备为中国开发电动车，这些巨头们之前并不看好电动车，如今却纷纷转向，这的确加强了对电动车未来的良好预期。

业内人士认为，吉利与富士康的强强联合意味着国内电动车的竞争已经悄然升级。

天平向谁倾斜

天平的两端，一边是吉利，一边是比亚迪，那个砝码更重呢？吉利在去年完成了三件大事，战略转型初见成效，完全收购沃尔沃轿车业务，还有就是多品牌战略完成，每一件的分量都是沉甸甸的。

吉利副总裁刘金良坦承，吉利的转型有过困惑，有过痛苦，但吉利挺过来了。记者从吉利的总结资料上看到，吉利将转型根据不同的时间段划分为三个阶段，第一阶段提升知名度，第二阶段打造影响力，第三阶段提升竞争力。

与吉利相比，比亚迪的电动车战略似乎更加给力，巴菲特的入股以及与戴姆勒的合作都让比亚迪在电动车领域显得超前一步。尽管电动车市场开发乏力依然是比亚迪必须要应对的难题。

好戏还在后头

事实上，尽管比亚迪在纯电动汽车方面一直高调，但整体销量依然未能占据 2010 年度总销量的 1%。

吉利尽管对于同比比亚迪之间的电动车竞争信心十足，但却无法忽视比亚迪在传统动力车型上的遥遥之势，比亚迪在 2010 年销售了 51.7 万辆，这比吉利的 41.6 万辆可是多出了



整整 10 万辆，吉利的增长缓慢和比亚迪的快速上升形成了鲜明的对比。

相对于吉利的压迫之势，比亚迪似乎表现得很大度，“竞争总会有的。”业内人士称，比亚迪是表面从容，但内心焦灼，F 3 DM、e 6 仍然鲜见个人购买，这与王传福的预期有着很大的差距。最近，比亚迪传出

消息称，e 6 将进军北美市场，虽然这一消息表面上看是比亚迪积极拓展海外市场的行动，但也可以认为是电动车在国内市场艰难前行的无奈之举。

“现在还无法确定哪一种发展模式能够脱颖而出。”杨学良表示，因此，吉利只是专注于储备此项技术。

西友首旅重组 进入商业整合 弥补“燕莎”物业短板

 **李铎**

西友集团与首旅集团的重组悄然进入核心阶段。近日，记者从西单商场一位高管处获悉，西单商场收购首旅集团旗下新燕莎全部股权的事宜，已进入实质性的资产注入阶段。由于西单商场旗下拥有多处物业，进入上市公司体系后，新燕莎将获得丰厚的物业资源。

实质性重组开始

就在公众对西单、首旅的合并大戏关注度逐渐降温之时，近日坊间再次传来有关重组的重大进展。

据西单商场一位高管透露，新燕莎控股的资产已开始注入西单商场上市公司的体系中。这意味着西单商场母公司西友集团与首旅集团的重组，已经从规划层面过渡到实质性合并阶段。而这也很可能成为首旅集团内部资源整合的开始。有消息称，为了规避同一集团内的同业竞争，除了新燕莎控股外，首旅集团很可能将其其他商业资源也注入到西单商场这一上市平台体系内。

公开资料显示，西友、首旅集团的重组始于去年 7 月，最终西单商场增发 248 亿股股份、价格 2467 亿元，向首旅集团购买新燕莎控股 100% 股权，同时首旅集团取代西友集团成为西单商场控股股东。

弥补“燕莎”物业短板

“西单、首旅版”商业航母起航进入倒计时的同时，新燕莎控股距离真正成为西单商场一分子的日期也随之临近。由于西单商场旗下在西单等地区拥有多处价值不菲的物业，这意味着“燕莎系”旗下缺少商业物业的现实将终结。

在业内人士看来，尽管新燕莎控股近年来经营业绩节节攀升，但这背后却隐藏着经营成本不易控制而带来的隐忧。某大型国资百货企业高管在接受记者采访时表示，近期不断加大对商业物业的购买力度，是为了规避租金成本难以控制带来的风险。在他看来，一般情况下，只要商场开始盈利，物业方就会大幅提高租金。

实际上，与新燕莎控股相比，西单商场也将从重组中获益。目前，新燕莎控股拥有金源新燕莎 MALL、燕莎奥特莱斯、燕莎友谊商城和贵友大厦多个优质商业品牌。据记者了解，金源新燕莎 MALL、燕莎奥特莱斯和贵友大厦去年的经营业绩都达到了历史最高水平。仅燕莎奥特莱斯一家的销售额就达到近 30 亿元，这一数字甚至相当于西单商场北京、外埠全门店的总销售业绩。

后续考验更加艰巨

在北京市国资委的主导下，西单商场完成对新燕莎控股的收购，既为北京市大型国有商业资产的重组拉开了序幕，也开启了西单商场、新燕莎控股两家新老零售企业崭新的发展篇章。

不过，由于这是一次“以小吞大”的收购，也引发了业内不少质疑声。据一位知情人透露，不少新燕莎系高管都曾表示，“对新西单未来的前景持观望态度”。

业内对于新西单未来发展的担忧并非毫无道理。事实上，西单商场和新燕莎控股在完成商业层面的整合后，还将面临更艰巨的考验。