

抵御风险 提高盈利

中国玻纤“加码”下游深加工领域

中国玻纤股份有限公司是国内最大的玻璃纤维及制品制造商，也是世界知名的国际性玻纤生产企业。

2011年，中国玻纤增发收购巨石集团49%股权已经全部完成，巨石集团成为中国玻纤的全资子公司。此外，公司还持有北新科技发展有限公司97.22%股权，该子公司经营范围为新材料科研开发和技术咨询服务、投资兴办实业。巨石集团在浙江桐乡、江西九江和四川成都设有三个国内生产基地，其中成都和九江基地主要负责国内玻纤市场的生产，而浙江桐乡产出的玻纤主要负责出口。

2011年中国玻纤实现营业收入50亿元，比上年同期增长5.74%；营业利润49亿元，比上年同期增长5.54%；归属于上市公司净利润3亿元；比上年同期增长41.92%。

国外市场份额上升

玻纤纤维是一种性能优异的无机非金属材料，是以玻璃球或废旧玻璃为原料经高温熔制、拉丝、络纱、织布等工艺制成。玻璃纤维具有拉伸强度高、弹性系数高，具不燃性、耐化学性佳、吸水性小、加工性佳等优良特性，在电气、力学、化学以及光线方面也有优良的特性，通常作为复合材料中的增强材料、电绝缘材料和绝热保温材料、电路基板等，广泛应用于国民经济各个领域。

目前，玻璃纤维的生产呈现寡头竞争的格局，全世界玻纤的生产主要集中在六家企业：OCV、PPG、JM、中国玻纤、重庆国际和泰山，总共占据了83%的市场份额，其中中国玻纤的份额高达20%。

以地区为坐标，亚洲的玻纤产能占据全球产能的绝大部分，比例高达64%，而中国的产能占比一直处于高位，近几年超过50%。2011年国内的玻纤纱产量占到全球54%，成本优势和产业链的逐渐完善将继续推动全球玻纤产业向中国转移。

作为玻纤行业的龙头企业，中国玻纤不仅在国内市场拥有遍布全国的营销网络，同时在中国香港、加拿大、



南非、韩国、印度，意大利、法国、西班牙、新加坡、日本和美国等14个国家和地区成立了海外销售公司，并在德国、英国等地设立了独家经销商，建立起了辐射全球的营销网络，并同世界80多个国家和地区的客户建立了长期稳定的合作关系。

探索海外直供

除了全球销售，中国玻纤也在布局全球生产。

目前，中国玻纤对巨石埃及玻璃纤维股份有限公司实现了100%控股，承诺业绩7.7亿元。在埃及建设的8万吨玻纤生产线计划于2013年投产。此举一方面将使公司产品更加贴近需求市场，另一方面通过地中海从埃及采用集装箱物流，原材料和燃料当地取材，节省了大量物流成本。同时可以减少20.6%左右的贸易关税，有效规避了贸易摩擦。

为了消除贸易商带来的巨大波动，中国玻纤计划收购海外龙头经销商，一般采用控股60%的方式，实现直接供应终端客户。直供终端客户可以满足客户对于不同品种规模的玻纤需求，采用每个用户特有的工艺制度，定制化产品。由于不易切换产品，供货稳定性好没有可比性，有利于公司获得

超额收益。目前国内市场已基本上实现直供，2011年海外销售中有20%~30%是直供，公司目标是争取2012年达到50%以上的海外销售通过直供实现。

近年来，海外诸多国家对中国的玻纤企业采取反倾销策略，中国玻纤作为龙头企业首当其冲，利益受到损害，企业通过海外设厂等方式可以减少贸易摩擦带来的影响。

提价有望持续

中国玻纤在同行业竞争者中拥有技术优势。公司通过自主创新，取得了一系列科技成果和自主知识产权。巨石集团每年按销售收入的5%提取技术开发费用（2010年研发投入超过2亿元人民币，行业绝对领先），并建有浙北地区唯一的企业博士后科研工作站。公司近五年先后研究开发了年产10万吨及以上的超大规模池窑结构，为国际首创；熔化部纯氧燃烧技术实现国内首创；通路纯氧燃烧技术实现国际首创。而今中国玻纤已掌握了超大规模窑炉结构、纯氧燃烧技术、玻纤废丝回用技术等自主知识产权，在玻纤行业内率先达到国际先进水平，部分达到了国际领先水平。公司于2008年成功研制E6玻璃纤维，与传统E玻璃纤维相比，E6玻纤耐腐蚀性显著提高，强度提高15%，模量提高10%。2011年推出的Vipro高性能玻璃纤维是一种高强度高模量的无碱玻璃纤维，相比E6玻纤具备更高性能，其产品将凭借优异的机械性能及大规模池窑生产的适应性在大功率风力叶片制造、压力容器、拉挤等高端领域具有更加出色的表现。

此外，中国玻纤出口占比五成，海外经济形势影响重大，2012年下半年欧美经济刺激计划预计加码，经济复苏在美国大选投票时间窗口有望加速，玻纤产品出口需求前景改善，预计销量增长将拉动盈利的提升。

企业链接：

中国玻纤作为行业龙头，具备一定的议价能力。受国内外经济下滑影响，玻纤纱在进入2010年之后价格保持稳定。2012年以来玻纤纱平均价格约5200元/吨，二季度部分产品已经调价，7月份开始继续有新产品提价，提价幅度7%左右，随着“稳增长”政策持续加码效果将逐步体现，经济三季度出现投资拐点是大概率事件，房地产、基建和电子产品出口需求回升将有效带动国内玻纤需求回暖，2012年下半年玻纤涨价可持续，玻纤纱价格上升空间加大，有望成为增厚盈利的杠杆。

（宏源）

浙江省副省长朱从玖调研康奈时指出：上市进程稳健 步骤规划合理

□ 本报记者 何沙洲
通讯员 徐佩 王滨

自温州金融综合改革试验区3月底获批以来，温州全面推动金融综合改革试验区建设，在总体规划的步伐下稳步推进。为了了解金融改革以来温州企业的发展情况，不久前，浙江省副省长朱从玖一行莅临康奈集团考察调研。

朱从玖副省长一行在康奈集团董事长郑秀康、副总裁郑茉莉等公司高层陪同下参观了康奈企业形象展示厅和生产车间。在随后举行的座谈会上，

郑茉莉向朱从玖副省长汇报了康奈集团经营以及各项工作进展情况。郑茉莉说，目前康奈主营皮鞋，兼营服饰、俄罗斯乌苏里斯克经贸合作区和商业地产。为了提升康奈品牌形象，2012年邀请当红影星陈坤作为形象代言人，并推出了针对高端客户的一对一定制业务。

根据康奈集团公司十二五战略规划，对以皮鞋为主业的发展提出了更高的要求，包括提升高端制造能力，向多品牌、零售商和高端品牌的方向发展。在条件具备后计划将皮鞋包装上市。



朱从玖副省长听取了汇报之后，对康奈所取得的成绩和上市的准备工作给予了充分的肯定，表示康奈上市

进程稳健，步骤规划合理，同时，他还提出了几点关于康奈上市准备的建议。

万达：快速扩张 信托成为主融资渠道

南万科，北万达。一个是住宅房，一个是商业地产，成了房地产市场最简单的分割。

2011年，楼市不断面临调控，房企一直都在“过冬”，然而这更多地是针对住宅房。相比住宅房的繁荣，商业地产才刚兴起。万达一直在打造它的商业地产帝国。

它一直在进行快速地扩张，从过去持续到现在。即便从2010年，不断有万达广场的“事故”发生，即便是2011年银根不断收紧。

温州龙湾万达广场是万达广场进入温州的第一个项目，然而很多温州当地人对此项目的销售情况却不乐观。在多方不利因素下，快速扩张的万达都有哪方资金的支持？让人意外

的是，万达在今年以前只有1次通过信托融资，而今年它共新成立了10只信托产品，不完全统计募集资金达78亿。

万达的资金来源主要包括自有资金、银行贷款、建筑商垫资、销售回款、租金收入和物业中长期抵押贷款等。

一位业内人士表示，在分期滚动开发下，前期销售收入对持有型物业的资金来源支持作用很大，通过项目的销售还款平衡投资现金流，以售养租。

据了解，万达商业地产开发所需资金，约20%由万达直接投资——“销售利润+内部资金调配：商业地产约60%投资向项目当地银行贷款；另

20%左右由主力店企业自己投资——如沃尔玛、前台、后台、配供系统、电脑系统和结算系统等均由企业自行涉及投资。

同时万达具备多种融资渠道，包括银行资金、国内私募、信托融资和外融资渠道等。

“万达和多家银行都保持着良好、深度的合作关系。之前它很多项目都从银行贷款的，不过因为近年来，银根紧缩，它才开始大幅度转向信托融资。”一位信托业人士说道。

同时万达已经分别与中行、建行和农业银行签订了“总对总授信”的协议。万达在该商业银行各地分行的贷款，将无须再履行既有的信贷逐级审批程序。

2009年万达尝试信托融资，当时国内信托融资的综合成本普遍在12%左右。然而从今年起万达大幅染指信托融资，在其成立的11只信托产品中，有10只是在今年成立的，只有1款是在今年以前推出的。

在万达的信托产品中，大部分为股权信托，其中部分产品披露的信托规模在5亿~15亿元，10只信托产品共计募集资金大约78亿元。

除此之外，万达还通过国内私募募集资金，与麦格理在2005年完成的9项商业物业的24%股权转让，涉及资金高达32亿元。为配合A股上市进程，万达与建银国际已完成的股权私募，同时它还在海外融资渠道上不断探索。

（总裁网）



主动打击假货常态化 淘宝网公布 2012 年上半年维权数据

8月1日，淘宝网公布2012年上半年维权数据：今年1至6月，淘宝网共处理侵犯知识产权商品信息达4763万条。其中，淘宝网与18000家品牌商、权利人联手，直接删除的侵权商品只有235万件，仅占总处理数量的5%，剩下的95%均为淘宝网通过日常监管机制处理。这证明了淘宝网长期主动打击假货已经进入了常态化阶段，并且取得了行之有效的成果。

长期以来，淘宝网积极采取各种措施保护知识产权，促进网购市场的良性发展。目前，淘宝网已经打造了一支超过2000名专业人员组成的团队，建立了从侵权商品信息的发现、取证、确认、删除、处罚的一整套维权体系，并且通过主动打击、商品抽检、权利人合作、联手公安等多种方式加强对商品信息的管理力度，坚决打击制售假冒商品的行为，进而更好地保障消费者权益和品牌厂家利益。今年下半年，淘宝网还将继续结合市场情况开展专项整治工作，加强打假力度。

淘宝表示，打击侵权行为是一项长期性的工作，相信在政府部门、网络交易平台和权利人的共同努力下，势必能营造出一个知识产权保护秩序良好的网络购物环境。

主动打击假货常态化：全力保障知识产权

淘宝网公布的数字显示，2012年上半年淘宝网共处理侵犯知识产权商品信息达4763万条，其中4528万条均为淘宝网通过日常监管机制主动处理，主动打击处理量占95%以上，侵权行为得到了极大程度地遏制。

目前，淘宝知识产权保护分为维权和合作两个团队，维权团队负责接受权利人投诉，建立快速、透明、公正的维权平台，合作团队负责联合各大品牌商建立战略合作打击侵权行为，帮助正品行货拓展市场，同时长期开展普法宣传工作。截至2012年6月底，淘宝网已经与18000个品牌权利人在知识产权保护方面建立了互动关系，其中，深度合作的品牌将近500家。

同时，淘宝与众多知识产权领域相关单位和品牌商合作开展了形式多样的活动，共同探索如何保护知识产权。今年3月，淘宝网联合工商，邀请QBPC、Jetro代表以及阿迪达斯、新秀丽等品牌商召开知识产权交流会，共同讨论在网上保护知识产权的行动对策。6月，在新闻出版总署、国家版权局的见证下，淘宝网与“京版十五社反盗版联盟”签订版权保护合作备忘录，规定在淘宝网经营书籍、杂志、报纸的商家需具备并持有《出版物经营许可证》，双方将深入合作，打击盗版出版物，积极维护版权。

淘宝网认为，打击假货是保障消费市场健康向上发展的重要手段，打假并不是一时的“运动”，而是一项长期的“斗争”。

如今，在淘宝和天猫上已经形成了很多知名的商家，但是部分淘品牌的商标正在被恶意抢注。淘宝网和天猫及时关注到了这一点，第一时间提醒这些网络上的商家，加强自身商标保护。并且对于淘品牌合理的商标保护诉求，淘宝网和天猫会全力支持。

今年上半年，淘宝网和天猫先后运作了扶持原创品牌的“天猫原创”和教育消费者识别假货的“Brand+”这两个知识产权保护方案，以鼓励商家加强品牌建设，及时注册商标，正面推动知识产权保护。

淘宝网认为，鼓励商家注册商标是保护知识产权的重要组成部分。在严厉打假的同时，大力扶持原创品牌，也能够遏制侵权者的气焰，从而进一步促进以淘宝为代表的网购行业，乃至整个经济领域知识产权环境的改善。

业内人士分析，网络购物环境的改善，对于消费环境以及实体经济的影响意义重大，从网商到产业链的每一个环节的企业以及消费者都能从购物环境的提升中受益，最终将提升消费者体验并带动“中国制造”这一品牌。

（沈文）



秘买手抽查商品质量，上线知识产权保护平台，并对根据维权经验和市场动向对《淘宝规则》中涉及侵犯知识产权的相关条款进行了修订。

今年3月8日，淘宝网创新推出曝光台（bgttaobao.com），该平台不仅会定期公布淘宝网店铺处罚名单及网购中的一些不良现象，同时，用户也可以通过曝光台这一入口对伪劣商品和不良商家进行举报。这是淘宝网打造一个安全透明的网络购物平台，净化网购环境的又一项有力举措。

淘宝网曝光台上线，意味着淘宝网将排查、处罚的结果由后台转向前台，向公众公开淘宝网的处理结果，该处罚名单将时时更新。消费者可以从该曝光平台上看到淘宝网抽检出假货的会员名单，以及重复抽检商品不合格的会员名单，作为消费者网购的一种指引。同时，该曝光平台不仅仅是淘宝网单方面的公告平台，更采取用户互动的形式，会员可以通过平台上的举报入口对假冒伪劣产品进行举报。

由于当前大环境的影响，网络知识产权保护仍然任重道远。淘宝网表示，接下来将通过优化流程、设立投诉平台，与权利人密切合作，持续提升维权效率、完善维权制度体系。淘宝也会将发现和掌握的有关信息、证据提交给相关厂商企业和工商、公安、消协等相关部门，将打击假货之风从淘宝延伸到线下，一同打击社会上制假售假的黑色产业链。

鼓励商家注册商标：正面推动知识产权保护

今年上半年，淘宝网和天猫先后运作了扶持原创品牌的“天猫原创”和教育消费者识别假货的“Brand+”这两个知识产权保护方案，以鼓励商家加强品牌建设，及时注册商标，正面推动知识产权保护。

淘宝网认为，鼓励商家注册商标是保护知识产权的重要组成部分。在严厉打假的同时，大力扶持原创品牌，也能够遏制侵权者的气焰，从而进一步促进以淘宝为代表的网购行业，乃至整个经济领域知识产权环境的改善。