

2009年4月刊

April 2009

# 华经

# 产业评论

CEIR Industry Review

**【刊首语】** 由甲型H1N1流感引发的思考

**宏观热点**

创业版IPO办法发布实施对中小企业融资的意义  
金融危机下我国不锈钢厨具企业的发展之道

**产业评论**

国内新能源客车发展情况分析  
纯电动客车市场分析  
直接还原铁成为钢铁行业近期热点  
2009年我国3G产业竞争状况分析  
中国3G品牌标识比较  
iPhone手机的人华之路

**理论研究**

通过自主研发提高企业竞争力是国内企业突围必经之路  
孵化器与高新技术产业发展分析

封面：人群聚集  
封面人物：李强

刊首语

## 由甲型 H1N1 流感引发的思考

新闻报道说郭晶晶推迟复出时间，中国暂停进口来自墨西哥和美国猪肉等，看起来这两则新闻风牛马不相及，但却由 A/H1N1 型流感而联系在一起。

或许 A 型流感、引发的不只是流感，引起了世界范围的大动荡，全球的各个角落，各个行业均受到不同程度的影响。

世界卫生组织陆陆续续通报甲型 H1N1 流感的进展情况，前些时候报告的地区总是墨西哥、美国，总觉得这个事情距离自己是比较遥远的。

中国现在先是前几天的四川第一例病例，接着又是今天的山东第二例病例……，突然觉得 A 型流感一下子就这么近了。

不敢想象，尚若没有政府的高度重视，没有政府的严密监测，将会是什么局面了。

由 A 型流想到更多的是 A 型流感引发的其它现象：

比如，股市行情，股票市场中，推荐的医药股票就是涉及有 A 型流感产业链的相关企业，包括中医中药、疫苗、抗病毒、清洁用品、测温仪器、消毒产品、口罩等。

比如，猪肉市场，猪肉价格一跌再跌，所有和猪有关的东西，都遭到拒绝，不管是有意的是还是潜意识的。

比如，旅游产业，对于出境游，特别是去往墨西哥和美国的旅游者，均取消或

延迟出境游时间，同时部分旅游线路被暂停或改变。其实不只是我国的旅游产业受到影响，全球旅游业均受到影响，北美的旅游业或者受到更大影响。

比如，猪肉及猪肉进出口行业，我国明确停止进口来自墨西哥和美国的猪肉及猪肉制品等。到五月初，已有 10 个国家和地区宣布禁止进口来自墨西哥和美国等地的猪肉和猪肉制品。这些国家中包括俄罗斯、中国、菲律宾、韩国、泰国等。其中，俄罗斯禁止进口来自墨西哥、美国加州、得州、堪萨斯州和俄亥俄州的所有肉类，中国禁止进口来自墨西哥、美国得州、加州和堪萨斯州的猪肉，菲律宾、泰国、乌克兰、阿联酋等国则是禁止进口所有美国猪肉。据悉，美国芝加哥猪肉期货也出现连续下跌。

比如，公交车开始采取预防措施，进行公交车消毒预防 H1N1 病毒。

比如，……

的确，世界是一个整体，牵一发而动全身。

有消息称，或许 H1N1 流感病毒是实验室病毒外泄，不管是处于有意散播或者无意疏忽，如果这个假设成立的话，政府、法律或公众将会怎么处罚和评论当事人的行为，当事人要承担多大责任啊？！此时，我们平时强调的责任心、职业道德、敬业精神显得尤为重要！

（华经纵横研究员 杨妮妮）

**宏观热点****创业板 IPO 办法发布实施对中小企业融资的意义**

2 中国证监会 3 月 21 日发布《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》，办法自 5 月 1 日起实施。这意味着筹备十余年之久的创业板有望在 5 月 1 日后正式开启。办法共分为 6 章 58 条，对拟到创业板上市企业的发行条件、发行程序、信息披露、监督管理和法律责任等方面进行了详细规定。

可以说创业版的推出对中小企业来说是个重大利好消息，将成为今后中小企业解决资金困难的重要途径，为全国的中小企业发展带来了福音。

一般来说，企业的资金来源无非有自我积累资金、债务或债券融资以及股权融资。首先，创业企业和小企业本身不可能有较多的自我积累资金，否则也就不叫小企业了。那么从银行和民间获得贷款或者债务融资是否可行呢？从理论的角度来说这是可能的，在中小企业发展初期，民间贷款甚至是企业发展的主要来源之一，但是企业发展到一定规模，资金缺口加大，这种融资方式就不再适用了。同时从我国经济环境和金融发展现状的角度来看，这不可能也不应成为他们的主要融资方式。一方面，这些企业实力弱小，给他们贷款或者借钱要承担很大风险，贷款人一般不愿意借钱给中小企业；另一方面，贷款利息对创业企业来说也是一笔沉重负担。所以，按照正常利息获取收益的银行和民间融资，根本不可能解决创业企业的融资问题。我国政府早就意识到中小企业的重要性和融资难问题，也一直鼓励银行贷款给中小企业，出台了很多优惠政策，但一直无法有效解决问题。

股权融资应该说是最适合中小企业和创业企业特点的融资方式。对于投

投资者来说，股权融资的风险和收益都是股权的价值。股权投资的最大损失，也是在企业倒闭时血本无归。但是，股权的升值幅度可以达到几倍、几十倍甚至更高。一笔成功股权投资的收益，可以抵消掉几笔甚至几十笔投资失败的损失。对创业企业来说，股权融资无需还本付息，其代价是企业发展以后的股权价值摊薄，赚了钱大家分享。因此，股权融资是创业企业获得资金和投资者为创业企业提供资金的最佳方式。创业板的推出，就是给一些有一定基础和规模的创业企业提供股权融资的平台。所以说，创业板推出是一件大好事，为中小企业融资打开了一条光明大道。

当然，当前出台的创业板对上市企业有一定的限制，这时为了更好的筛选有竞争力的中小企业，也是一种对投资人的保护。这就在一定程度上抑制了一些有发展潜力的中小企业的上市机会，但是从长远来看创业版的出台绝对是中小企业发展的福音，它让我国众多的中小企业有了盼头。

华经纵横经济企业研究部认为用“千呼万唤始出来”形容创业板绝不为过，特别是在经济增长放缓和就业压力增大的时候，中小企业和创业企业的重要性更加突出，他们的融资难问题也更加严重，创业板就是针对性很强的一个解决办法。

(本文作者：刘建新)

## 金融危机下我国不锈钢厨具企业的发展之道

我国的不锈钢厨具行业生产企业众多，竞争相当激烈，但主要几种在以浙江、上海等为中心的华东地区、以天津、河北为中心的华北地区以及以福建、广东为中心的华南地区。我国的不锈钢厨具行业大型企业较少，只有

15.5%，大部分为中小企业。这说明了我国不锈钢厨具业发展还有待规范，产业需进行升级。

近几年我国不锈钢厨具行业由于急于扩大规模，造成产能利用率较低，只有 60%多。2008 年出口退税下调，各企业纷纷冷静思考，调整发展战略，升级产业，创新技术，提高产能利用率。

由于我国的不锈钢厨具行业是典型的外向型行业，因此华经纵横认为，2008 年金融危机以来，对我国的不锈钢厨具行业造成了不可估量的影响：

首先，受金融危机影响，美、日、欧三大贸易伙伴需求急剧减少，国际市场萎缩。根据国际货币基金组织（IMF）的预测，2009 年全球经济增速继续回落 1.5 个百分点，美国经济 2009 年将下降 0.7%，欧元区 2009 年经济将下降 0.5%，日本将下降 0.2%，新兴和发展中经济体经济将增长 5.1%，比 2008 年回落 1.5 个百分点。在这种背景下，必然导致我国不锈钢厨具行业的国际需求减少，造成我国的不锈钢企业出口订单不足，盈利能力下降。

其次，贸易保护主义盛行，贸易摩擦进一步加剧。贸易摩擦与全球或一国的经济发展状况呈正比，但经济发展良好时，贸易摩擦会减少，当经济发展减弱时，贸易摩擦将加剧。

2008 年，受金融危机的影响，我国遭遇的贸易壁垒空前增加，贸易状况日益恶化。在 2008 年，美国和加拿大继续加强对中国企业反补贴调查，澳大利亚也加入了“两反”之列。据统计，近几年，我国因遭受国外的技术性贸易壁垒每年损失至少几百亿美元，遭受技术性贸易壁垒前五位的国家和地区是美国、欧盟、日本、东盟和俄罗斯，主要贸易伙伴影响我国工业品出口的技术性贸易措施类型集中在认证要求、技术标准要求、产品的人身安全要求、环保要求、有毒有害物质限量要求和包装及材料的要求等六个方面；受国外技术性贸易措施影响较大的省份排在前五位的是广东省、山东省、江

苏省、上海市、河南省。

2009年，金融危机的影响仍会进一步加重，我国遭受贸易摩擦和贸易壁垒将不断增多，增加不锈钢厨具出口的困难。

另外，金融危机还使不锈钢行业贸易收汇风险不断扩大。2008年全球最发达的30个经济合作与发展组织成员中，有近半数风险增加，中国企业所面临的全球贸易环境发生明显扭转。在此影响下，我国不锈钢厨具行业收汇风险不断上升，出口形势不容乐观。

我国不锈钢厨具行业受金融危机的影响面临着上述种种风险，为了应对金融危机下的出口困境，华经纵横认为，无论是企业还是政府都要引起相当的重视，采取必要措施，振兴我国的不锈钢厨具业。

第一，不锈钢厨具企业要积极进行产业升级，提高产能利用率，在做大做强、建立资源节约型产业、发展环保型产业的基础上优化产业结构，做到资源消耗低、环境污染少，实现可持续发展。

第二，在国内外消费市场萎缩的背景下，企业要尽量做到产品创新来吸引消费者。重点投资产品包括成套产品和欧美风格的产品。单个产品在成本、利润方面来说都相差不大，成套产品一般附加值较高，更具投资加之；人们越来越追求生活艺术，欧美风尚备受推崇，投资于消费者感兴趣的产品，风险较小。

最后，国家要继续加大出口促进政策力度。推进出台的提高部分产品出口退税率的政策，进一步完善贸易融资政策，继续加强国际合作，创造一个好的外部环境，反对贸易保护主义，此外，各地政府也应进一步改善政府服务，提高通关便利化水平，加快进出口商品检验检疫等。

（本文作者：张悦）

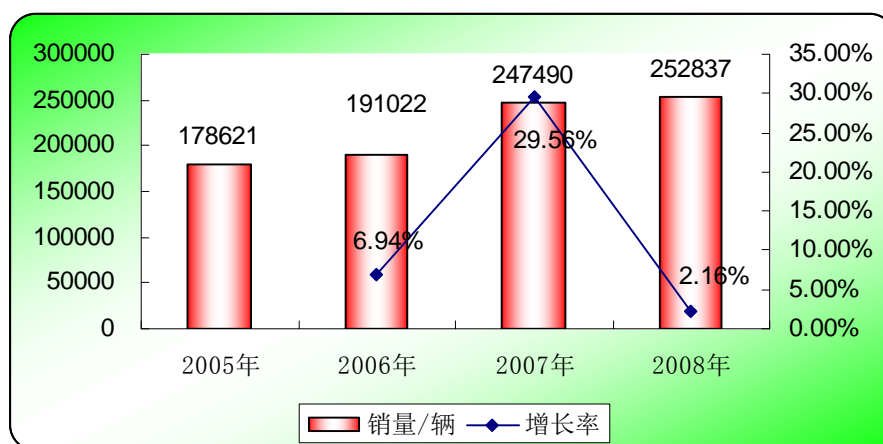
产业评论

## 国内新能源客车发展情况分析

### 一、行业情况

自 2008 年下半年来，客车行业受金融寒流侵袭，需求开始呈现低迷态势。与上年同期相比，客车企业全军溃败，除金杯、少林和中通仅略有下降之外，其它企业的降幅均超过 20%。

图表 2005-2008 年中国客车销量情况



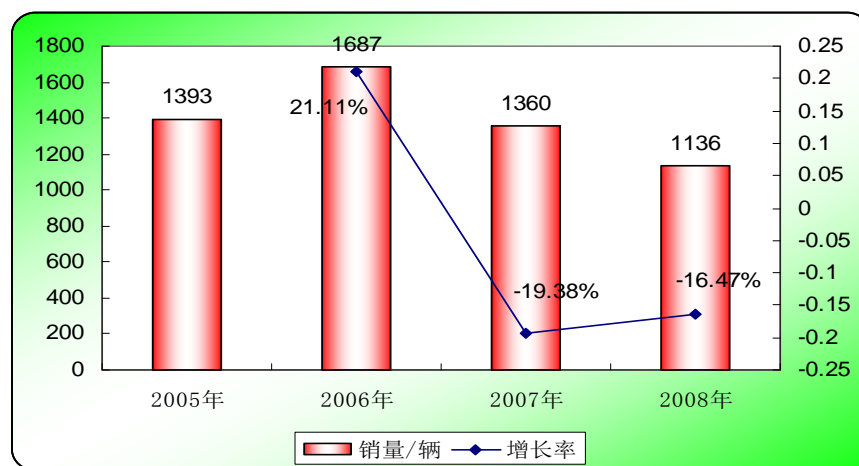
资料来源：www.chinacir.com.cn

在国家强力推动下，《节能与新能源汽车示范推广财政补助资金管理暂行办法》出炉，“真金白银”补贴政策给新能源客车带来了难得的机会。事实上，对众多的客车企业而言，新能源并不陌生。早在 2004 年，安凯客车就首家成功申请纯电动客车国家公告，这批车型随后正式在北京 112 路上试运行。中通客车是紧随安凯之后最早研发新能源客车的。2006 年 4 月 9 日，中通客车第一辆混合动力客车成功下线。客车市场上的“三龙一通”也一直致力于新能源客车的研发和推广。环保、节油加上价格补贴政策的落实，新能



源客车的道路正在清晰起来。客车行业 2009 年 1 月的销售统计中也传递出了这样一个信号，从按用途细分客车市场表现来看，2009 年 1 月各品种销量较上年均呈现不同程度下降。唯一表现较好的是无轨电车，本月共销售 100 辆，而上年同期销售为零。

图表 2005-2008 年中国新能源客车销量情况



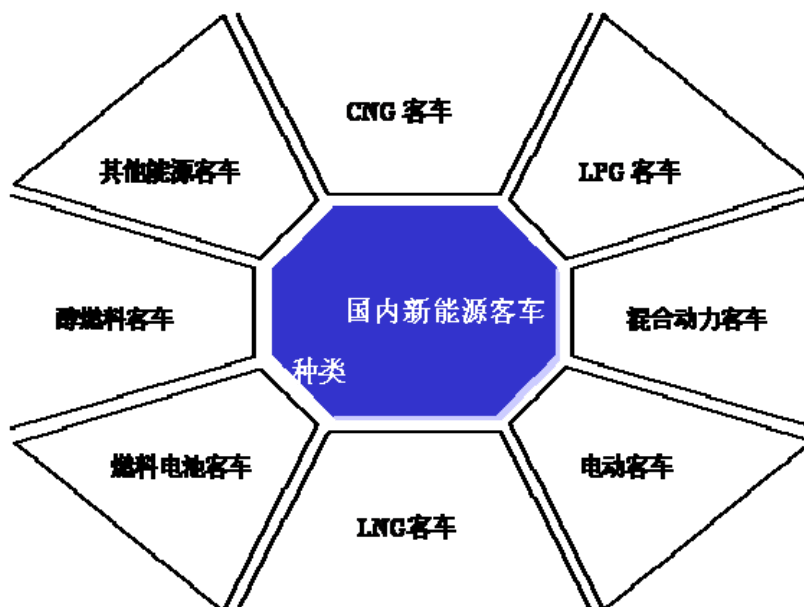
资料来源：www.chinacir.com.cn

国内各大城市都展开了新能源车采购工作，北京公交 2009 年将新能源公交车购置数量增加到 1000 辆，并在年初与福田欧 V 客车签订了 800 辆的采购协议。今年年初，重庆公交集团已从恒通客车采购了 50 辆混合动力客车并在年内投入运营。湖南省也将在长株潭地区推广 500 辆混合动力公交车。南昌市也将专门提供不少于两条公交线路进行新能源客车示范运营，一期示范运营不少于 50 辆电动公交车。另外，大连推出“33511 工程”，其中第一个“3”就是到 2012 年，重点打造出 3 条示范公交线。杭州公交多次公开表示，在未来几年内，新能源客车要占到该市公交车总量的 10%。武汉将在现有混合动力公交车规模的基础上再新增 1000 辆新能源客车。此外，福田汽车与北京市公交集团也签订了 800 辆混合动力城市客车的采购协议。

2009 年年内将有 3000 多辆新能源客车需求。对于遭遇拐点的客车市场，显然，新能源源的助力不容忽视。

## 二、国内新能源客车分析

图表 国内新能源客车种类



资料来源：www.chinacir.com.cn

### 1、CNG 客车

天然气作为一种气体燃料，与空气混合更均匀，燃烧更加充分，排放的CO、HC等有害物质更少；天然气燃烧后没有积碳，可减少发动机磨损，维护保养费用低；天然气发动机改装简单，特别是用汽油机改装的双燃料发动机，因性价比极高，使用广泛；最重要的一点是行驶同样公里数，天然气客车的燃料费用要远低于柴油或者汽油机，经济效益非常高。

因为以上原因，在天然气资源丰富的西南地域特别是在四川地区，地级城市的公交车基本都使用了天然气燃料，经过多年使用的情况看，效果非常显著，特别是在燃油价格大幅上涨的情况下，天然气的价格上涨幅度要小的多，公交企业运营正常，没有通过太多的提价增加群众的负担，对创造和谐社会起到了很大的作用。随着西气东输项目的贯通，目前华东地区也开始大规模使用天然气公交车，特别是芜湖和南京等地区，争相上马天然气公交产品，以应对不断上涨的柴油价格。

目前，制约天然气公交产品发展的主要是气源供应和加气站数量问题，特别是在不少企业油改气的影响，致使天然气供应紧张。部分城市在上马了天然气公交车后，受到上述原因的影响，最后又被迫恢复使用柴油燃料，典型的如上海。总体来说，天然气可以说是中国新能源客车发展最成功的产品，虽然在动力性等方面存在一些不足，但是随着国产大马力天然气发动机的不断推出，目前已经基本解决了这个问题。

## 2、LPG 客车

LPG（液化石油气）的性能和使用基本与 CNG 相似，主要使用的原因主要是三方面：一是作为燃油的替代品，二是排放清洁，污染低，三是使用价格便宜，但是在实际使用中遭遇到了重大挫折，目前基本没有推广的声音。

谈起 LPG 项目，客车行业第一个反应肯定是广州的 LPG 汽车的改造，最终号称打造了全球最大的 LPG 汽车城市。可是，在一片和谐声中，传来的是广州公交企业集体亏损的经营结果，并且亏损将长期持续下去。最主要的原因就是 LPG 价格过高，造成运营成本比使用柴油单车日高 200 多元，与理论上的省钱结论相差悬殊，最终造成该项目明显失败。

LPG 项目的气站建设投资巨大，并且气源 1/3 要靠海运进口，并且随着石油价格的上涨也在大幅度提高售价，最为关键的是广州项目的失败，已经让各地区望而却步，部分城市已经建立示范点的也基本放弃该项目

对于客车行业来说，混合动力主要是柴油—电混合，优点是可以降低 30% 以上的燃油消耗，排放标准可以达到欧四水平，缺点是电池容量和寿命问题没有得到彻底解决，至今没有明确验证能否批量生产，造成单车价值过高。

## 3、混合动力客车

作为国家 863 计划中重点扶持的混合动力客车项目，许多企业争相上马

该项目，目前一汽、东风、五洲龙、安凯、宇通、中通等多家企业推出了自己的混合动力客车产品，但是目前看来，很多企业仅仅是为了获得 863 的项目，为企业获得名声和经费，开发出产品后甚至没有小批量试运行过。并且，核心技术基本没有掌握在传统客车企业手中，一些机构的名称出现在多个企业的项目中，只要其中一家企业中标，他们就是赢家。这样的后果就是因为多方赢利需要致使整车价格高居不下，无法批量推向市场。

混合动力客车，未来几年内必然会成为新旧能源之间的一个过渡产品，而且在目前的国情下，只要价格再降低 10% 以上，电池寿命能够免维护保证到八年以上，必然成为未来几年客车市场的主流产品。

#### 4、电动客车

电动客车主要是指纯电动客车，全部使用电能行驶，该产品噪音小，行驶稳定性高，并且实现零排放，是目前最适合城市公交使用的产品。

同样列入“十五”“863”计划电动汽车重大专项的纯电动客车，目前也有多家企业推出了相应的产品在试运行，但是同样在核心技术上受制于人，传统企业基本没有话语权，典型的北京、上海等城市已经在试运行，目前使用效果看来，还存在一些问题需要改进，但是已经可以扩大试用线路，进行批量使用的性能检验。

电动客车目前受到电池容量和寿命、充电模式、质量稳定性和批量生产可行性的影响，短时间内不可能大规模推向市场，并且有城市试用下来的效果看，充电问题严重制约了该产品的大规模推广。目前，有部份企业推出的电—电混合动力客车，利用超级电容来提高电能的使用效率，非常值得行业参考。

#### 5、LNG 客车

LNG（液化天然气）可以更大地压缩天然气体积，一次充气，可以行驶 500km 甚至 1000km 以上，非常适合长途运输使用，并且 LNG 是液态，不受

天然气管网的影响，并且各项指标优于LPG。

LNG客车也是属于国家“863”项目之一，在长沙已经试运行，并且运行效果比较好，已经具备推向市场的条件，目前在长沙和贵阳已经批量使用。

LNG客车的最大问题就是LNG的运输和储存问题，因LNG是超低温产品，对于加气基站的要求也非常高，并且需要稳定的LNG来源，这一切决定了LNG客车项目不可能全面推广，只适合局部市场的使用。

## 6、燃料电池客车

该项目主要是氢燃料电池客车，被认为是最有前途的产品，人类未来的希望，能够真正解决能源短缺问题，并且真正实现了零排放。

燃料电池客车也是国家“863”的项目之一，目前在国内的发展形成了一南一北两个重心，南方以同济大学联合上汽集团为主，北方以清华大学牵头，都已经拿出了各自的产品，并且在相关发动机等技术上，部分国内企业也获得了重大突破，使得该项目得以顺利完成，并且开始上路试运行。

燃料电池客车的最大问题一是整车成本太高，400万的市场售价让公交满足不了客车批量使用的要求，三是目前的产品的关键部件——燃料电池的使用寿命太短，无法满足客车需要。如果电池寿命和价格两大问题得不到根本解决的话，未来几年，燃料电池客车不可能批量推向市场，最多做为示范线路使用几台。

## 7、醇燃料客车

醇燃料主要是指甲醇和乙醇，目前应用的大多是在汽油中混合一定比例的醇燃料，也有部分地区使用的是高比例的醇燃料。特别是甲醇燃料来源很广，可以从天然气、劣质煤，油砂，木屑等凡是能产生一氧化碳和氢气的物质中提炼出来，并且生产工艺简单，设备少，运输方便，但是近年来国际上

对于乙醇燃料的研究更加重视。

中国山西等地区，煤炭资源丰富，保证了甲醇燃料的来源，也因此成为了中国甲醇汽车示范基地，近几年来成果显著，专用的醇燃料发动机已经开发完毕，较好的解决了替代能源问题，未来山西地区的甲醇客车特别是公交车将会得到大规模的推广。

国外前几年曾经大规模研究过甲醇燃料，但是最后基本放弃，据相关报导的一个重要原因是甲醇对于设备的腐蚀性太强，造成相关保存和加注设备寿命太短，无法大规模推广。近几年，国外主要进行了乙醇燃料的研究推广，特别是巴西完全不使用纯汽油，并且研制了纯乙醇发动机客车，欧美等国家顺应农业发展的需要，也开始了乙醇燃料的推广。但是乙醇燃料的主要来源是粮食作物，与中国目前的国情不合，不可能在中国得到大规模推广。

## 8、其他能源客车

其他能源客车，目前在国内出现的主要有二甲醚燃料、节能减排装置与液压混合动力公交车和超级电容公交车等。

二甲醚燃料，可以从煤炭中提取，在中国市场前景非常广泛，并且排放低，目前得到了多个国家的重视，并且已经进行了相关的试验，取得了一定的成绩。目前，在上海已经进行了二甲醚燃料客车的试验。

节能减排装置与液压混合动力公交车，主要原理是使用液压储能装置吸收发动机制动能量，用于车辆启动时使用，在实际公交运行工况下同比节能15%以上，具有减少刹车片的磨损五分之四，并能起到缓速器的作用，目前处于试验状态，使用前景值得企业关注。

超级电容公交车，利用进站时乘客上下车的30秒时间即可完成对超级电容器充电，充电一次后可以行驶3km以上，是上海公交为取消电车开发

的新型产品，但是该产品需要的基础建设比较复杂，并且对产品稳定性要求较高，全面推广的可能性不大。

### 三、政策及企业情况

中国决定在北京等十三个城市开展节能与新能源汽车示范推广试点。未来四年，官方计划以财政补贴方式，支持试点城市在公交、出租等公共服务领域推广使用超过六万辆的节能与新能源汽车。

中央财政对购置节能与新能源汽车将按与同类传统汽车的基础差价，并适当考虑规模效应、技术进步等因素给予一次性定额补贴。对乘用车和轻型商用车，混合动力汽车根据混合程度和燃油经济性分为五档，最高每辆补贴五万元；纯电动汽车每辆补贴六万元；燃料电池汽车每辆补贴二十五万元。

长度十米以上的城市公交客车是此次补贴的重点，其中混合动力客车最高每辆补贴四十二万元，纯电动和燃料电池客车每辆分别补贴五十万元和六十万元。

财政部、科技部、国家发展改革委和工信部四部委联合在京为试点城市授牌。除北京外，试点城市还包括上海、重庆、长春、大连、杭州、济南、武汉、深圳、合肥、长沙、昆明和南昌。

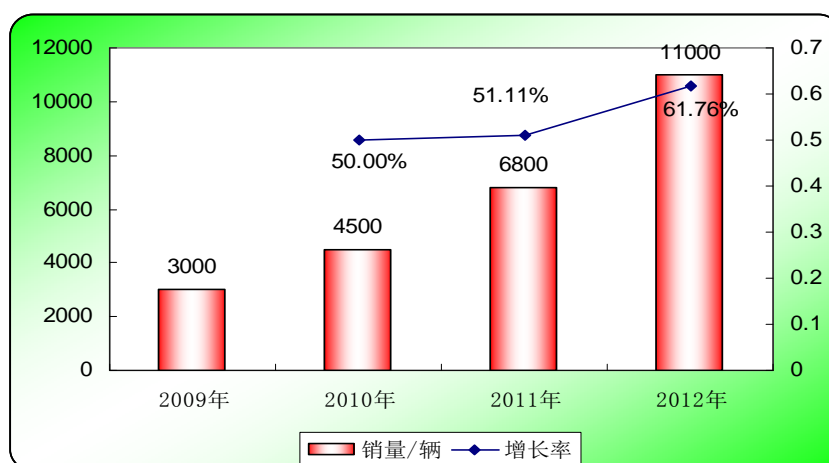
目前二三线客车企业瞅准新能源机会，也积极开发新能源技术，2008年底，福田汽车与北京市公交集团签订800辆混合动力城市客车整车及底盘的采购协议，这是目前为止我国最大的新能源汽车采购订单；同时，北京新能源汽车设计制造产业基地正式落户福田汽车昌平厂区。北京新能源汽车产业基地以福田汽车为依托，以已竣工的福田欧V新能源客车二期工程为核心，占地1000亩，建筑面积30万平方米，投资额达50亿元，目前已形成年产5000辆新能源客车及40万台高效节能发动机的生产能力。

一汽集团日前也与大连市政府签订了打造节能与新能源客车生产基地的战略合作协议。在协议中，一汽客车大连客车厂将作为一汽集团节能与新能源客车唯一生产基地，到 2013 年，达到年生产新能源客车 3000 辆的能力。

与此同时，上汽斥资 20 亿元开发新能源技术。恒通客车也在今年初推出气电混合动力客车。南车株洲电力机车研究所有限公司，也与中国华电集团新能源发展有限公司签署战略合作协议，开发新能源技术。

华经纵横信息中心研究员马吉山预测 2009 年中国新能源客车年销量为 3000 辆，2010 年为 4500 辆，2011 年为 6800 辆，到 2012 年中国新能源客车年销量将达到 11000 辆。

图表 2009-2012 年中国新能源客车消费预测



资料来源：www.chinacir.com.cn

(本文作者：马吉山)

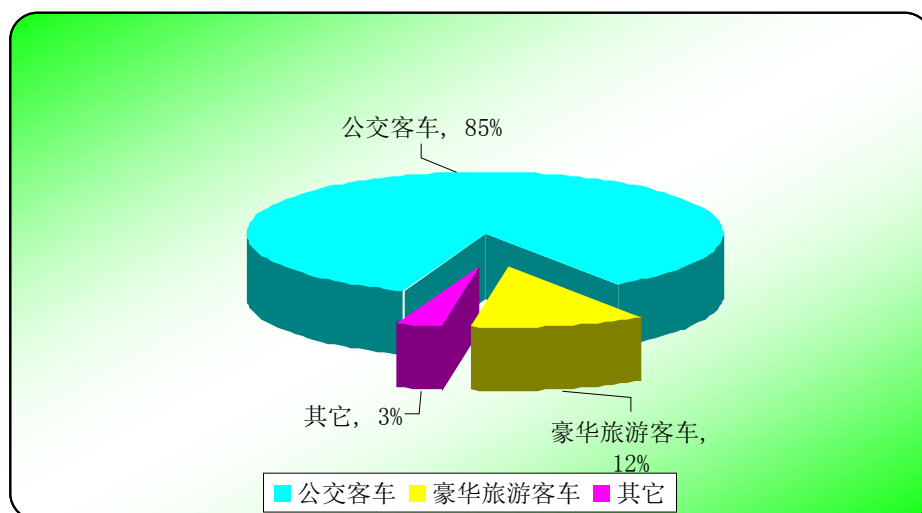


## 纯电动客车市场分析

近几年，我国纯电动客车市场发展迅速，研发投入持续提高。各大汽车企业中通、京华、安凯等均在大力发展纯电动客车。国家产业政策也鼓励纯电动客车向产业化方向发展，国内汽车企业、蓄电池企业等新增针对纯电动客车投资项目逐渐增多。投资者对纯电动客车市场的关注越来越密切，这使得纯电动客车市场的发展研究需求增大。

目前，我国研发的纯电动客车主要有公交客车和旅游客车。其中纯电动公交客车占 85%；豪华旅游客车占 12%，其它用途市场份额很少占 3%。

图表 纯电动客车下游应用市场结构



资料来源：www.chinacir.com.cn

当前我国纯电动客车市场在政策和研发技术的推动下，市场规模逐渐扩大。通过仔细的比较分析，华经纵横经济信息中心汽车研究部发现以下因素

对纯电动客车市场规模增长的影响比较大：

(1) 纯电动客车技术水平，特别是电池技术研发水平，对于市场容量增长特别重要。

#### (2) 成本价格因素

纯电动客车不使用燃油，不受油价飞涨的影响。但是由于纯电动客车需要改变整个动力体系，要花一部分额外的成本来装电机、电池，而电机控制系统的成本较高，带动整车销售价格也提高。高昂的市场售价影响纯电动客车的市场规模增长。

#### (3) 政策因素

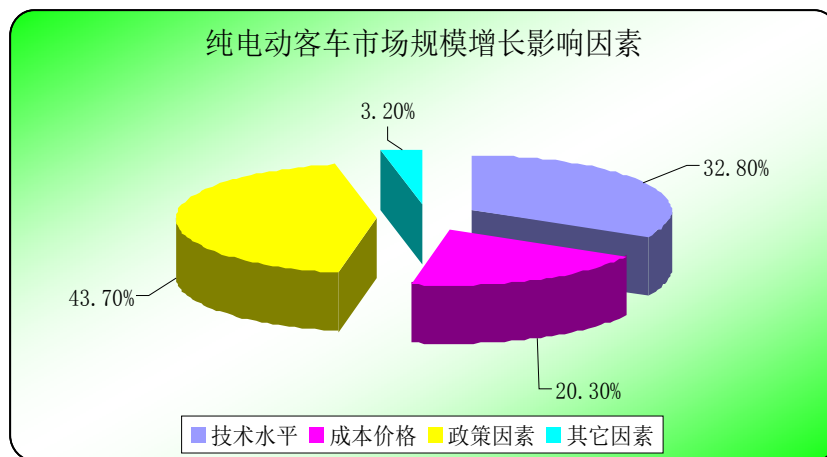
纯电动汽车在技术上、运行经济上、基础设施上还存在着产业化发展的瓶颈，需要政府相关政策支持，营造市场启动阶段的政策环境，推动纯电动客车的商业化过程，顺利完成示范宣传——政府主导的批量需求——大批量生产——国家逐渐淡出四个阶段。在这里，政府政策支持主要集中在3个环节。首先是研发环节，设立国家专项资金支持，吸收汽车企业、电池制造企业与研发单位组建共同的研发平台，形成官、产、学、研结合模式，集中财力、物力加快技术研发速度。我国在这方面做得较成功。第二是销售环节，借鉴世界各国发展高新技术产业的通用做法，建立一套完整的税收补贴政策，免收养路费、免征购置税和进口税，开征燃油税。这方面，美国、日本等国的例子很多，我国还没有相关政策措施。第三是使用环节，制定配套优惠政策措施，包括无偿提供停车场地、发行正式营运牌证、提供充电基础设施等，促进电动汽车的消费与使用环境。这方面我国正在积极探索与进行中。我国对新能源汽车及节能环保政策的不断推动引导，对纯电动客车市场规模增长具有直接拉动作用。

#### (4) 其它因素影响

其它影响纯电动客车市场规模增长的因素包括，研发投入、下游应用市

场开拓等。

图表 影响纯电动客车市场容量增长的因素



资料来源：www.chinacir.com.cn

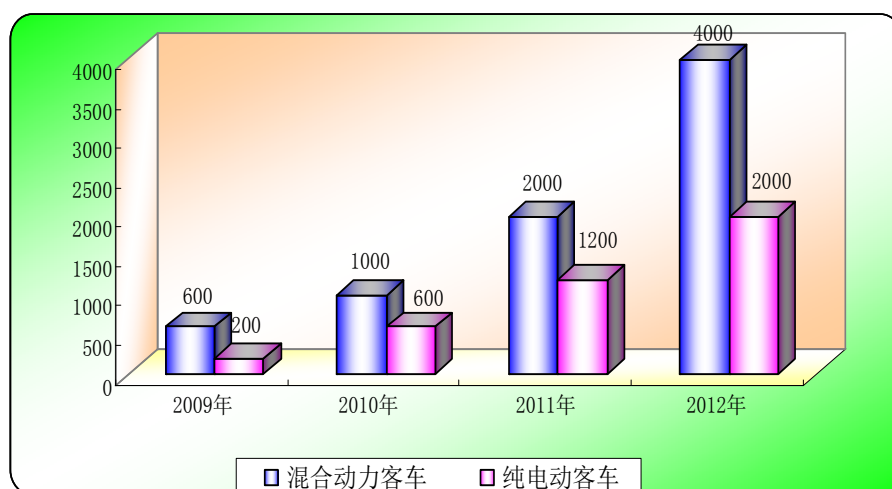
新能源公交客车因为需求主要来自各级政府相关公司,使用环境也更利于新技术的推广,将受到政策更大推动,在 2 年左右的时间内可能将对相关公司产生实际收益。而新能源乘用车仅处于初步发展阶段,产业化和产生实际业绩仍有待时日,但其发展速度将因为政府补贴大幅加速,有望在 3-5 年内产生一定规模。

2008 年 8 月 31 日,科技部部长万钢提出“2012 年每年汽车产量中有 10%,就是至少 100 万辆是节能新能源汽车”。如果 2012 年汽车产量达到 1200 万辆,按 10%的比重,节能与新能源汽车产量为 120 万辆,LPG 和 CNG 年产量 20 万辆,柴油轿车 20 万辆,则新能源汽车年产量要达到 80 万辆以上。而目前水平不足 1000 辆,市场发展潜力巨大。

在即将正式公布的汽车产业振兴规划细则中,其中一条是电动车(包括纯电动、插电式混合动力和普通混合动力车)到 2011 年要形成 50 万辆产能。新能源汽车占到乘用车总销量的 5%;在政府采购时,将优先采购自主研发的新能源汽车。

随着政策对新能源汽车的鼓励支持,以及各大汽车企业在新能源汽车技术上面不断的研发改进,新能源汽车的经济效益将进一步凸现。根据中汽协的预测,2009 年我国新能源汽车将达到 11600 辆,其中混合动力轿车达到 10500 辆,混合动力客车 600 辆,纯电动客车 200 辆。华经纵横汽车研究部根据目前新能源客车市场发展及政策、中期协的 09 年对新能源汽车销量,预测 2010-2012 年我国新能源汽车销量情况如下所示。

图表 新能源汽车预测 (单位: 辆)



资料来源: www.chinacir.com.cn

其它有关纯电动客车的详细分析内容见华经纵横汽车研究部最新报告《2009—2012 年纯电动客车市场发展研究预测报告》。

(本文作者: 杨妮妮)

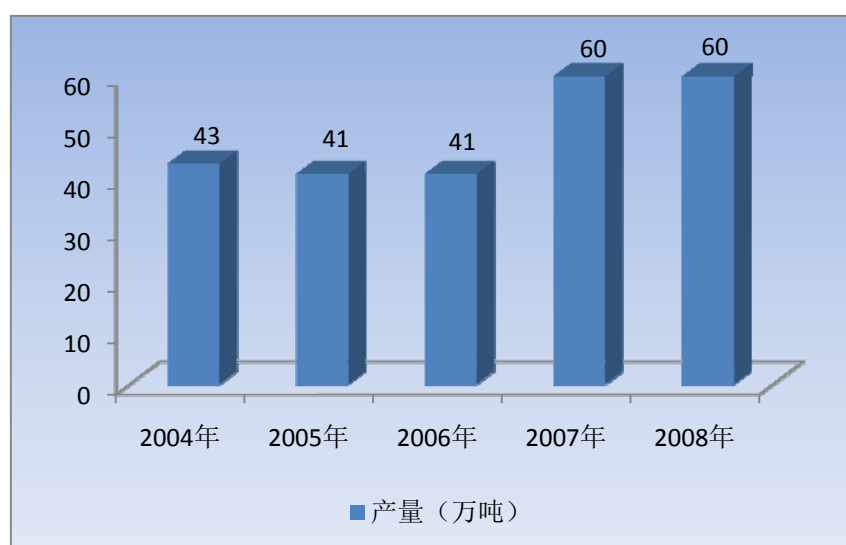
## 直接还原铁成为钢铁行业近期热点

随着国际钢铁产业的不断发展与产能的快速提高，近年来国际铁矿石、煤炭、焦炭、运输等价格也在持续上涨，全球钢铁产业已进入高成本时代。在国内铁矿石、煤炭价格的增长尤为突出，特别是国内焦煤资源的匮乏及环保要求的不断提高，给中国钢铁业的持续发展带来了巨大的压力。

钢铁工业为了减弱焦煤资源短缺与铁矿石价格上涨对行业的不利影响，就必须实施节能降耗，改善钢铁产品结构，实现资源的综合利用，以适应日益提高的环境保护要求。

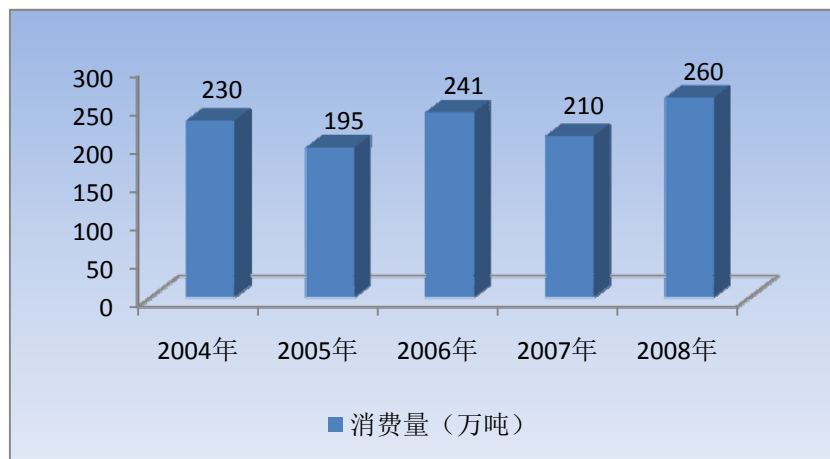
目前，我国钢铁产量已超过4亿吨，居世界首位，但结构不尽合理，高炉生铁多，直接还原铁（DRI）少；低附加值普通钢材多，优质高效钢材少。

图表 2004-2008 年中国直接还原铁产量



资料来源：www.chinacir.com.cn

图表 2004-2008 年中国直接还原铁消费量



资料来源：www.chinacir.com.cn

直接还原铁（DRI）属于杂质含量极少的高纯铁，是冶炼特钢不可缺少的有害元素稀释剂，通过向钢水中加入 20%-30%的直接还原铁来降低钢水中有害元素的百分含量，提高钢材品质。直接还原铁已经被国家列入钢铁行业“十一五”发展规划纲要，是国家鼓励和支持的产业。

随着我国钢铁工业产业结构的调整，优质品种钢的比例迅速增加，钢铁炉料的配置也在按照“精料入炉”的方针调节配置，直接还原铁成了倍受青睐的炼钢原料。世界直接还原铁生产的新技术，新工艺，新设备的研制取得了长足的进步，并在我国开始引进吸收推广应用，为我国直接还原铁产业的发展营造了一个良好的市场和发展环境。

当前，在国家宏观调控背景之下，各地都在取缔小高炉，而直接还原铁和熔融还原铁就无疑成为了近期的行业热点，国内知名钢铁企业都对非高炉炼铁技术产生浓厚的兴趣，并有意建厂。

根据华经纵横钢铁研究小组预测，“十一五”期间，我国废钢铁产业总的形势是消耗增加，资源偏紧，缺口较大，直接还原铁年需求量将达到 500

万吨。我国废钢资源贫乏，特别是优质废钢更为缺乏，为直接还原铁的生产和应用提供了广阔市场，直接还原铁的生产在我国刚起步，市场前景非常广阔。

(本文作者：魏利强)

## 2009 年我国 3G 产业竞争状况分析

从全球来看，不同的国家和地区呈现出不同的 3G 市场特征。日本和韩国 3G 业务发展起步较早，运营商在产业链建设和数据业务创新等方面积累了成功的经验。日本移动运营商十分注重 2G 业务与 3G 业务的延续性，从而有效启动了 3G 市场。在日本 3G 发展进程中，移动通信与其他技术和行业融合的趋势越来越明显。韩国 3G 业务以娱乐业务为主，SKT 等运营商十分注重进行市场细分和品牌推广，移动增值业务发展步伐较快。欧洲 3G 业务内容注重实用性，主打视频业务，金融类和音乐类的业务也在崛起。北美地区 3G 业务发展较慢，美国移动运营商主推数据卡业务，移动下载和电子邮件业务的发展步伐正在加快。从 3G 业务发展的情况来看，虽然话音业务仍然是 3G 运营商主要的业务收入来源，但数据业务占运营商业务收入的比重正在不断提高。目前，全球 3G 运营商移动数据业务收入占业务总收入的比重最高已达到了 30%左右。

在中国，2004 年 9 月信息产业部委托电信运营商进行的 3G 网络技术试验，仅是 3G 的第一步。

2009 年 1 月 7 日，工业和信息化部为中国移动、中国电信和中国联通发放 3 张第三代移动通信(3G)牌照。中国移动获得 TD-SCDMA 牌照，中国联通获得 WCDMA 牌照，中国电信获得 CDMA2000 牌照。3G 发牌，注定要成

为 2009 年通信行业第一件大事。

2008 年 12 月中国电信发布了 3G 业务品牌“天翼”，2009 年 1 月，中国移动的 3G 业务品牌“G3”发布，两家运营商也已进行了 3G 放号。

2009 年 4 月 15 日，《电子信息产业调整和振兴规划》正式出台，规划指出，今后三年，我国电子信息产业要围绕九大重点领域，完成确保骨干产业稳定增长、战略性核心产业实现突破、通过新应用带动新增长的任务。工信部对此规划作出解读，其中涉及到将加大 3G 投资力度。据统计，2008 年我国 3G 投资大约在 600 亿左右，预计未来 3 年 3G 网络建设投资规模约达到 4000 亿元。

在国际金融危机未见好转的大环境下，2009 年一季度运营商的投资额后期市场招标竞争更加激烈，设备商将面临更严格的环保能力考验。根据工信部数据显示，2009 年一季度，三家电信运营商已完成投资 1200 亿元，占全年计划投资额的 2/3。

4 月 28 日最后一个启动 3G 业务的电信运营商中国联通公布 3G 品牌名称及标识，中国联通 3G 亮相已经晚于其他两个电信运营商约 4 个月时间。目前，中国联通正式推出其单一全业务品牌“沃”，商用时间是 5 月 17 日。在“沃”体验区，共有手机上网、手机音乐、移动互联网、手机电视、视频监控、3G 即拍即传、视频通信以及数码相框等八大业务。从 9 月 1 日开始，中国联通将进行大规模放号。2009 年底将在全国 284 个城市提供 WCDMA 服务。



图表 三运营商 3G 上网资费对比

运营商	资费模式	具体内容
中国电信	按时长计费	广东电信：无线上网资费标准为 0.1 元/分钟；北京电信：160 元包 300 小时本地上网和 5 小时国内漫游上网；200 元包 200 小时上网时长(不区分本地和漫游)；300 元包 360 小时上网时长(不区分本地和漫游)。每月超出部分按 0.05 元/分钟计算，封顶费用为 1000 元(不包括港、澳、台地区)。
中国移动	4 档套餐，按流量计费	50 元包 500MB、100 元包 2GB、200 元包 5GB 以及 300 元包 10GB。每月超出的部分按 0.01 元/KB 收取。
中国联通	7 档套餐最低 186 元	3G 普通用户(不含上网卡)上网资费方案从 186 元到 1686 元共 7 档，186 元套餐包括 510 分钟语音、20 分钟可视电话、及 20M、40T、60MB 流量，1686 元套餐包括 7000 分钟语音、300 分钟可视电话，及 200M、250T、5GB 流量。

资料来源：www.chinacir.com.cn

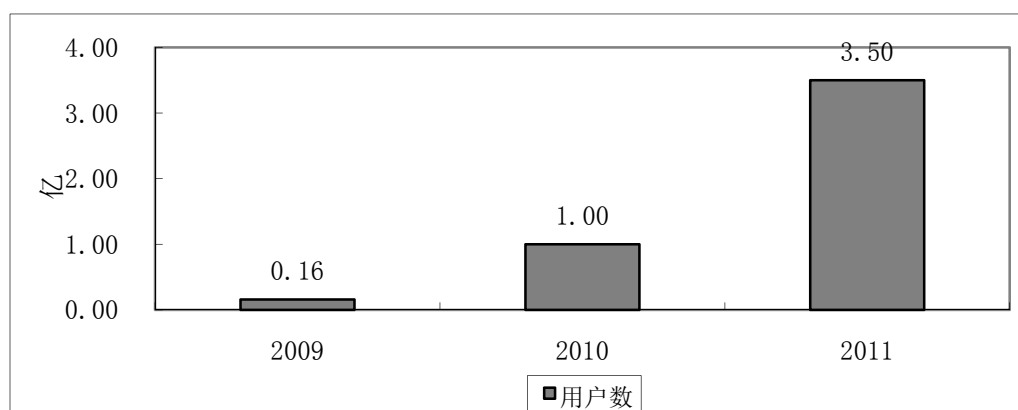
从目前的资费情况看，3G 资费价格较高，与固定宽带相比，没有任何优势，但是未来电信市场的竞争，必将围绕 3G 展开。

从未来发展目标来看，三大运营商都有其发展规划。**中国电信**：到 2009 年 7 月底，中国电信的基站投入将增加 80%，而针对室内的网络覆盖投入将增加 90%以上。**中国联通**：中国联通的目标是建成一张精品 WCDMA 网络，以实现 3G 时代“三分天下有其一”的产业格局，到 2011 年，2G+3G 网络覆盖率可达 96%。**中国移动**：目前，中国移动 TD 二期网络工程建设即将建成。除无线接入网(TD 基站)外，TD 二期网络涉及的业务平台、支撑网络、

核心网络的改造都已经完成。到 2011 年，中国移动 TD 网络总体建设规模会达到 14 万个基站，整个基站的数量将超过 16 万个，全国 100% 地市都可提供 3G 服务。

华经纵横认为，中国已经是世界上用户最多的 2G 市场，未来也会成为世界上 3G 用户最多的市场。

图表 2009-2011 年中国 3G 用户增长情况



资料来源：www.chinacir.com.cn

在牌照发放的第一年，华经纵横预测中国 3G 移动用户的数量将达到 1600 万，整个 3G 用户数量将占移动通信市场的 2.2%。到 2010 年 3G 用户量将突破一个亿，数量将占移动用户总数的 13%。

(本文作者: 张庆霞)

## 中国 3G 品牌标识比较

2009 年 4 月 28 日，中国联通发布了 3G 新标识。自此，加上 2008 年 12 月 22 日，中国电信发布的 3G 业务品牌“天翼”；2009 年 1 月 7 日中国

移动发布了 3G 标识 G3，中国三大运营商 3G 品牌标识全部公布。

中国电信 3G 牌照叫“天翼”，口号是“互联网手机”。中国电信 3G 品牌释义：“天翼”的中文名称和飞翔、翅膀、天空直观相关，体现了自由自在的移动体验和广阔的覆盖；“天翼”与“添翼”谐音，寓意用户使用中国电信的移动业务后如虎添翼，可以更畅快地体验移动信息服务，享受更高品质、更自由的信息新生活。“天翼”的英文名称为 e surfing，e 是信息、互联网、信息时代的浓缩；e surfing，信息冲浪，充分体现移动互联网的定位。中国移动推出了“G3”作为 TD-SCDMA 业务的新标识，口号是“引领 3G 新生活”。

联通 3G 品牌标识由英文字母的“WO”和中文“沃”搭配组成，“沃”将是中国联通全业务品牌名称，而不仅指联通 3G 品牌。联通有 3 个不同定位的品牌标识，沃·商务、沃·生活、沃·精彩，联通 3G 业务品牌分为商务、生活、时尚三个子品牌，分别用蓝色、绿色和橘黄色表示。

一、从 3G 品牌标识切入点来比较，中国移动最有霸气，中国电信最具实用，而联通则没有明显的 3G 切入点。中国移动打出“引领 3G 生活”的口号，就把 3G 的业务、产品、服务、资费等等都是所有的与 3G 有关的东西都归于中国移动门下，中国移动所做出的业务、产品、服务都是代表着 3G 方向。3G 有 4 个不同的标准，而中国移动已经把这 4 个标准都纳入其中了，也把中国电信的 CDMA 标准和联通的 WCDMA 标准也纳入了中国移动范畴了。中国电信的“互联网手机”给人感觉就是很实用，这个口号突出了 3G 上网速度快，同时也把 3G 所能做什么，以及怎么做都表现出来了。而中国联通一个“沃”没有明显的指向性东西，没有突出联通也没有突出 WCDMA，而仅仅只是一个主体名词“我”，中国联通“沃”创意是与中国移动动感地带品牌口号“我的地盘听我的”有点类似，但是中国移动动感地带品牌突出了我自己选择，突出了我选择动感地带是一种对个性、对自由的尊重，而中国联通“沃”要干什么没有体现出来，仅仅停留在主语上，没有了动词和谓

语，是不完整的表现。一句话只有主语没有了谓语和动词，都不知道这句话要表达什么意思。

二、从接受者角度比较，中国电信“天翼”最容易被接受，中国移动“G3”最上口，具有中国元素，中国联通“沃”显得很唐突。中国电信“天翼”在宣传中突出了手机和互联网的结合，把 3G 的特点表现出来了，把 3G 高科技元素表现出来，这对于强调科技立国的中国来说，这种高科技迎合了这种趋势。“互联网手机”则是把当今最热门的科技产品恰当的融合到了一起。对于想拥有手机和互联网的人来说，只要一个“互联网手机”就可以把二者完美的实现了，而且互联网和手机都是有形的产品，对于 3G 的服务业也是有一个承载，这无形中拉近了与用户距离。中国“G3”口号简洁明了，从标识本身来看，G3 反过来就是 3G，一下就让人联想起 3G 来。中国移动广告上采用了中国传统的水墨画来表现 3G，也表现了中国移动 3G 标准属于中国民族标准，但没有直接明说是 TD，这样可以避开 TD 不是很成熟的缺陷。而联通的“沃”则给人一种没有任何铺垫的情况下，突然出现了一个“沃”的感叹词，这未免有点太唐突了。

三、在推广成本上，中国联通费用最高。华经纵横认为，由于 3G 在国内还是尚处于发开阶段，需要大量的资金来进行营销和推广，而一个好的品牌标识对于推广能起到事半功倍的作用，而一个不好的标识则会对企业产生严重的影响，最好的例子就是重组前的中国联通 CDMA 标识。

目前，新联通 3G 标识推 3 个不同定位的品牌标识，而且这个标识与 3G 业务没有任何清晰地关系，而且从上面的分析我们也已经看出了联通 3G 标识的空洞和不足，这无疑更增加了推广的成本。而中国移动采用了中国元素进行宣传，更容易被国人接受，推广起来更容易被授受。

四、从 3G 定位上看，中国电信最贴切，中国联通则把 3G 的本意弄错了。华经纵横认为，作为定位于中高端消费人群的 3G，无论是 3G 的视频通

话，还是高速上网，都需要一定的经济基础来支撑，所以现在 3G 的定位应该是具备消费能力的中高端用户。中国电信在其宣传中则把商务放到了突出的位置，无论是现在广告中的李开复或者是丁磊，这些都是成功人士，这对于宣传 3G 推到了推到作用。而“沃”与英文名称“WO”发音接近，意在表达对创新改变世界的一种惊叹，表达了想象力放飞带来的无限惊喜。中国联通的定位则更多的是定位与学生和刚工作的年轻人，但是这些都不是目前使用 3G 的主力，这些群体不能给联通带来更高的 ARPU 值。中国移动“G3, 引领 3G 生活”在 3G 定位上则继续扮演者“3G”信息专家的角色。

从以上我们可以看出，在三大电信公司 3G 标识上，中国电信 3G 品牌标识具有现实指导作用，中国移动具有良好的推广，中国联通品牌标识更多的是空洞。

(本文作者: 谭东灵)

## iPhone 手机的入华之路

2009年4月28日，随着联通发布“沃”品牌，国内电信业这出 3G 大戏的主角们全部站到了前台，硝烟渐起的 3G 战场上，三家运营商都持有制胜的法宝，却也有受制于人的软肋。

图表 国内运营商 3G 业务优劣势分析

运营商	优势	劣势
中国电信	C 网升级所需时间最短，成本最低。固网实力雄厚，有利于全业务融合发展。	移动运营的经验相对较弱，CDMA 产业链终端品牌数量较少。
中国移动	在移动用户规模及个人高端用户方面处于绝对优势。国家大力扶持 TD 标准的发展	与 WCDMA、CDMA 相比，产业链最为薄弱，知名的终端品牌数量最少
中国联通	WCDMA 是主流 3G 制式，拥有 iPhone 等众多终端企业，产业链最为成熟	联通用户以低端为主，ARPU 相对较低。

资料来源：www.chinacir.com.cn

弥补弱势的一个途径是寻求“如虎添翼”的合作伙伴，运营商们都明白：3G 战役的胜负很大程度上取决于终端的数量和品质。2007 年至今，Iphone 成为运营商们竞相追逐的对象，与之相关的新闻标题也从“移动苹果”变成现在的“联通苹果”。

### 苹果与移动——“强强相遇”

2007 年 8 月，中国移动开始与苹果接触，就引进 iphone 进行谈判。与此同时，中国联通也宣布“中国联通对引入 iPhone 也持开放态度”，使事态发展出现戏剧化一面。

中国移动与苹果谈判的最初阶段，苹果希望从中国移动获得 20%~30% 的分成，即运营商将部分每月流量费分给苹果，这种业务分成模式遭到中国移动拒绝。

在第二阶段，苹果取消了业务分成模式，提出可以一次性采购终端；但要求运营商每部 iPhone 600 美元要一次性付给苹果，并且运营商还必须给客户以补贴，这一方式也遭到了运营商的质疑。

第三阶段，用户可不与运营商捆绑就购买 iPhone 裸机，任何 SIM 卡插上去都可以使用；苹果采用了在线软件商店 iTunes APP Store，通过用户在网上下载大量的软件获利。苹果坚持通过网上商店直接向用户销售软件和应用，而中国移动则坚持应该通过中国移动的网络。双方仍是不欢而散。

华经纵横认为，苹果公司的乔布斯之所以提出如此苛刻的条件，是认为“所有喜欢 iPhone 的用户都是我的用户，不是运营商的用户。”美国 AT&T 接受了苹果的条件，是因为他希望借助 iPhone 强大的品牌号召力可以助其扩大市场占有率，但中国移动已经掌握了 80% 的移动用户市场份额，这使得中国移动在谈判桌前相对强势。

2G 时代移动互联网由运营商称霸，但 3G 时代的移动互联网是一个开放的花园，未来竞争主体除了电信运营商，还包括终端设备商、互联网公司、服务提供商、内容提供商等，产业去中心化态势越来越明显。如果中移动接受了苹果的条件，那么 NOKIA、GOOGLE 很可能效仿该模式，提出同样的要求，那么中国移动将彻底排除在核心利益圈之外。双方的强势地位、在利益分成模式上的分歧使得“移动苹果”合作未能成行。

### 苹果与联通——谈判进行式

用户对终端的偏好，很大程度上会决定其对网络的选择。iPhone 首创

了“手机软件商店”营销模式得到了大量客户的青睐。由于目前 iPhone 只支持 WCDMA 制式，而美国的四大移动运营商中只有 AT&T 采用 WCDMA 布局 3G，自 2008 年 7 月 iPhone 的 3G 版发布后，AT&T 的新增用户数迅速超过 Verizon，成为市场的领先者。

中国联通正处在与当初美国 AT&T 相同的谈判位置上，联通相对于中移动的弱势市场地位让谈判有了更多的回旋余地。

华经纵横认为，中国联通看重 iPhone，除了希望借助其发展用户数量外，iPhone 还可以提升联通品牌形象。2009 年，联通将提升品牌形象作为重要战略目标，拥有这件 3G 应用利器，在高端用户市场将会如鱼得水，在 3G 终端匮乏和杀手级应用乏力的移动互联网应用初期，iPhone 或将成为捕获高端用户芳心的利器。对联通来说，引入 iPhone 所能带来的形象提升可能远大于产品所能带给联通的营收。

目前，中国联通与苹果公司引进 iPhone 的谈判仍在继续，与之前移动和苹果的谈判面临同样的问题，即收入分成和终端补贴的谈判将会是双方博弈的焦点。从市场信息来看，中国联通已经要求其 WCDMA 定制终端除支持 Windows Mobile、Linux 操作系统外，还必须支持苹果操作系统，似乎暗示中国联通与苹果公司之间的谈判取得重要突破。

中国移动虽然退出了合作谈判，却加紧了 3G 市场抢夺的步伐。为了阻击联通和苹果的合作，中国移动宣布将在 5 月 17 日推出类似于苹果 AppStore 的应用下载服务，而这一天正是中国联通 3G 放号试运营的日子。除了应用商店外，中国移动加入被称为“苹果终结者”的谷歌 Android 手机平台阵营，加紧研发自己的开放移动系统(OVS)，并在此基础上开发 OPhone 手机，矛头直指 iPhone 和联通。

(本文作者：韩雪)



**理论研究****通过自主研发提高企业竞争力是国内企业突围必经之路**

2009 年 5 月 7 日，我国出台了新能源产业振兴规划草案，国家能源局资料显示此次总投资将超过 2 万亿，其中风能的总投资能达到 1 万亿元，投资在太阳能上的资金将超过 3000 亿元，风能、太阳能再次成为各方投资的热点，这不禁令笔者想起了一年前的煤化工投资浪潮，同样的大投资，同样的能源效益，同样的火热，同样的关键技术为外资集团所掌控。

2008 年以前，由于高油价的刺激，中国涌起了一场煤化工、煤制油浪潮，新疆、山西、内蒙、山东、宁夏全国各省纷纷以跑马圈地的形式进入煤制油、煤化工市场，而煤化工投资大多在上百至上千亿，保守估计，仅 2007 年投入到煤化工、煤制油项目的资金已达上万亿。

笔者也受到煤化工浪潮的吸引，于 2007 年进入某煤化工基地深入了解其前景，通过调研后，最终放弃了进入煤化工产业的计划。通过调研发现，国内煤化工企业大多采用国外技术，自主知识较少，同时外资也对中国煤化工市场虎视眈眈，并且容易出现亏损现象。

果不其然，通过一段时间建设运营后，部分企业盈利水平有限，产品销路不佳，价格成本凸显，经济效益逐渐下降，而国外巨头已逐渐渗透到国内煤化工市场。

华经纵横郭龙彪通过对煤化工及多个产业发展历程及发展特点，发现了国外企业控制影响我国市场的方式：

华经纵横郭龙彪通过观察国内企业表现发现，无论是什么时期，国内人员普遍存在一种盲目跟风的现象，独立思考，独立判断的情况十分少见。往往我们看到的是，一个项目有前途，大量的资金、人力纷纷涌入，同时由于短期内国内产能迅速扩张，下游消费增速有限，原本有剩余的市场被迅速填满，产品价格大幅下降，企业利润空间远远低于企业预期，企业被迫采取降低价格或减产的方式度过难关；而国外企业由于其良好的成本控制能力及先进的管理技术，即使在国内产能规模扩大后仍能凭借其产品质量及成本优势获得良好收益。

郭龙彪发现，在国内企业迅速扩大规模，产品价格迅速下降后，国外企业乘势大力加大对中国市场倾销，进一步打击国内企业，大量国内企业盈利不佳；同时，国外企业利用资金及技术优势兼并国内企业，通过资源整合，再次以低成本取得国内市场控制权。

图表 不同情况下国外企业影响中国市场方式

	产业发展初期	产业发展期	产业整合期
国内企业	由于经济效益及技术垄断原因，除部分自主品牌外，国内企业技术实力较弱	国内企业掌握关键技术后，国内企业大多以低水平扩大生产规模	国内企业规模扩张过快，同时通常缺乏管理经验，加上国外产品刺激，企业盈利不佳；
国外企业	国外企业通过对技术严格保密，对关键技术申请专利等方式，限制国内生产能力	国外产品迅速降价，进入国内市场，打击国内自主品牌产业	国外企业利用资金、管理及市场优势，在混乱中保持较好竞争力，乘机以低成本兼并国内企业资源，重新控制中国市场

资料来源：www.chinacir.com.c

之前我国企业大多采取引进外资，企图引进国外的先进技术。但事实证明，通过引进外资，更多是将我国的实体资源变相为外资所控，而所获得的技术有限。

加强自主研发的必要性在重型机械产业也很明显。我国是传统的装备生产大国，重型装备生产在70、80年代具有强大的生命力，最有名的如徐工、宁夏小巨人并购案等事件。我国重型装备生产受外资控制情况已相当严重。

同样在工程机械行业，我国优势资源不断被国外巨头收购，国家发改委体改所国有资产研究中心资料显示：我国投资占GDP的40%以上，其中设备投资占投资总额的40%，进口设备占设备投资占2/3以上，也就是说进口装备占GDP的10%。我国100%的光纤制造装备，80%以上的集成电路制造装备和石油化工装备，70%的轿车制造、纺织机械设备、数控机床依靠进口。重引进轻消化吸收，陷入了“引进—落后—引进”循环。大量进口装备养肥了跨国公司的同时，削弱了本国的装备工业。

国家发改委体改所国有资产研究中心资料显示：美国卡特彼勒在收购山工后，又把目光转向柳工、三一重工和厦工。厦工集团资产总额近40亿，2007年销售总额42亿，主导产品轮式装载机市场占有率行业领先，已完成了1.34平方公里的工业园建设和技术改造，多年形成了销售渠道和服务体系。一旦卡特彼勒竞购厦工集团股份获得成功，它在中国装载机市场的垄断地位必将提前形成。

原大连电机厂曾经是中国最大的电机企业，一直肩负着引领国内中小电机行业技术发展的重任；原大连第二电机厂曾是机械部生产起重冶金电机的排头兵企业。1996、1998年，两个电机厂分别与外商（新加坡威斯特、英国伯顿）合资，被外商控制了经营权和购销渠道，连年亏损，巨额隐蔽收入流失境外。外资掏空了合资企业后，收购了中方全部股权，仅3年就完成了

“合资、做亏、独资”三部曲。合资不仅没有达到国企解困的初衷，还造成了大量国有资产流失，一半以上职工丢了饭碗，政府背上了沉重的负担，国家多年培育的行业技术自主创新的平台被瓦解破坏。

西北轴承曾经是全国轴承行业一流企业，是铁道部生产铁路轴承的定点厂。2001年，西轴整体与德国FAG公司合资，德方占51%的股权。在德方资金久不到位、德方人员垄断决策权的情况下，宁夏要求西轴“从招商大局出发，坚决把合资工作搞下去”。连续三年亏损后，德方全部收购了中方股份，从此西部最大的轴承企业落入外方手中，同时拿去了中国铁路轴承25%的市场份额。后嫌利润太薄，德方竟停止生产铁路轴承。

佳木斯联合收割机厂是全国惟一能生产大型联合收割机的企业，其产品占中国市场份额的95%。1997年，美国跨国公司约翰迪尔与佳联合资，到2004年改为独资公司，约翰迪尔遂取代了原佳联在农机市场的地位，我国失去了在大型农业机械领域的自主发展平台。

无锡威孚是国内柴油燃油喷射系统的最大厂商。在国家出台提高汽车排放标准的法规后，2004年，德国博世与威孚成立合资公司，博世占2/3控股地位，从此威孚只能生产欧II以下产品，欧III以上全部由合资企业生产。国家投巨资长期培养的技术中心被撤销合并，技术人员全部被收进合资企业，使威孚失去了核心技术和产品开发主导权，使我国原本就不强、但尚能与跨国公司较量的技术队伍，少了一支主力。由于博世控制了销售渠道，新公司将P型喷油泵产品的销售单价由7000元提高到13000元。

锦西化机是中国著名的化工设备生产基地，其透平机械分厂的石化装置维修能力很强，拥有一支通晓各国装置的技术型、专家型队伍，国内独家，国外少有，多次承担国家重点科技攻关项目。在葫芦岛市政府主持下，锦西化机被迫拿出透平分厂与西门子合资，外方占70%的控股地位。自此锦西化机失去了自己核心竞争力的源头和惟一的利润点，面临存亡考验。这一合资

案对国内化工装备制造行业带来巨大震动,影响到相关核心企业——沈阳鼓风机(集团)、陕西鼓风机(集团),也在和跨国公司谈合资。

杭州齿轮厂是中国最大的传动装置、粉末冶金制品的专业制造企业之一,主导产品是船用齿轮箱、汽车变速器、工程机械变速箱。在其大股东杭州市萧山区的主持下,今年年底前将与某外国公司签订合资合同,外方控股 70%。合资如实现,杭齿将失去最具优势的产品和研发力量,且不得自主开发与自已三大产品相关的技术。企业的著名品牌将销声匿迹,多年积累的技术成果将尽数收入他人囊中。杭齿所承担的军工研制任务立即面临危机。

常州变压器厂在国内生产变压器的企业中,排名第八。该厂领导职工多年奋力拼搏,克服困难,开发了一系列新产品,效益不断提高。但在“国企就是搞不好,必须产权改革”的大环境中,常变逃不脱改制命运。政府两次给他们选择日本东芝和 TMT&D 当“婆家”,但管理层和职工希望愿意选择国内企业。常州市已对常变挂牌出售,东芝正加紧行动,志在必得。

目前,到底有多少装备制造业的行业龙头企业已被跨国公司并购、多少行业已被跨国公司控制,还没有全面统计,但很明显,这一现象在 2008 年以前持续发生且愈演愈烈。

许多跨国公司在华经营多年,形成了很强的公关能力。地方政府和企业一般为了“维护投资环境大局”,忍气吞声,任由外资恣意妄为。由于地方政府主要考虑本地的 GDP、税收、社会稳定、招商引资等问题,不太关心骨干企业对全局的战略意义,甚至不惜牺牲本国权益,对外商的种种苛刻要求步步退让。上列八个案例中,佳联、西北轴承、大连两电机厂已经成为前车之鉴。

日本山崎马扎克株式会社与宁夏长城机器集团的合作于 2000 年 5 月 29 日正式开始。按照合约,双方合资期为 20 年。山崎马扎克以技术转让方式

入股，占 25%的股份，宁夏长城机器集团占 75%的股份。

公司成立不到五年时间，小巨人的业绩蒸蒸日上，合资路却走到了尽头，小股东日本山崎马扎克株式会社“小鱼吃大鱼”，将宁夏长城机器集团有限公司踢出局，独享小巨人的未来“钱”途。

小巨人机床有限公司开业以来，一年建成投产，两年实现赢利，三年达到设计能力，2004 年建立了月产 50 台数控机床的生产体制，超过了设计能力 40%以上，产品也从开业时的四个机型增加到了 17 个，创造了国内新建机床生产企业的奇迹，也给国内同行企业带来了许多全新的理念。

就在经营良好的阶段，日方突然变脸，提出不想再合资了，要么日方退出，由中方经营，要么中方退出，由日方经营。看似两条路，实际只有一条路，中方只有退出的份，这是因为，在几年的时间里，中方根本没有学到日本的核心技术，如果接受这个方案，机床厂就变成一堆废铜烂铁，根本没有发展的前途。

以上国家发改委体改所国有资产研究中心资料显示出了我国前几年因过于重视外资引进忽视自主研发导致国内企业在原本优势领域逐渐失去话语权，逐渐为外资所控的现状。

郭龙彪认为，我国企业面临的挑战还不止于此。当国内企业逐渐获得自主知识产权成为行业龙头之后，具有资金优势的外资企业通过在关键技术周围设置专利障碍，限制国内产业发展；通过市场挤压及利用资源优势打压国内优势自主品牌的例子已屡见不鲜。

中国曾经创造巨大利润的 VCD 产业，当在国内展开市场后进军国际时才发现国外已有公司注册专利……国内优势饮料品牌被国际巨头收购后即被雪藏，逐渐淡出市场……国内农业研究人员直至 2001 年才发现国外某粮

食巨头已用中国大豆种子申请了中国在内的 101 个国家申请 64 项控制大豆高产性状密切相关的基因专利,而中国要发展任何一项,孟山都可以诉中国技术侵权……东莞全球最大玩具代加工企业瞬间倒闭……一系列的教训及惨痛的经验告诉我们,加强国内产品自主研发能力才是我国企业制胜的关键。

通过此次金融危机,我国政府进一步认识到了自主研发的重要性。正在从一个曾引以为荣的“制造大国”向“创造大国”转变,并有意识的保护民族品牌,2009年初炒的火热的“汇源反收购案”就是一个很好的例子。

整的来说,我国已逐渐加强了国内产业的自主研发能力,如在水电设备、风电设备、卫星通信设备的国产化率的要求;在动漫等文化创意产业的大力支持、再次加大对大飞机项目支持等措施,表明我国对产业发展的思路已有了较大程度的转变。

但同时,我们也要意识到目前我国自主研发仍存在一定的问题,首先是我国高校后备力量的不足。

我国高校通常采用的教育方式,能够很大程度上提升个人的理论深度及普及文化知识。但目前存在的最主要的问题是技术与实际的结合以及科研人员支撑体系的问题。我国高校学生在校期间通常只是学习一定的行业基础知识,并且大多为陈旧理论,在进入实际应用时具有很大差异,这导致了科研人员不能够很好的融入研究工作。

同时,由于国内市场经济进入科研领域的影响,我国企业及个人通常习惯于集中在尽快出结果的部门,即使有一些有前途的项目,但由于缺少经费支持及研究人员的浮躁心理,导致了我国科学研究产业存在较强的功利性。

郭龙彪认为,科技为生产服务当然是非常必要的,但作为学术研究部门,保持相对的独立还是十分必要的,而这当然还要建立在完善的科研保障体系之上。我们可以看到,虽然我国目前自主科技仍存在一定问题,但随着我国

保障体系的完善，政府、企业发展思路的转变及对自主研发的重视，自主研发必将成为我国企业提高竞争力，扩大市场的有力武器。

根据以上情况，华经纵横郭龙彪认为，我国企业有必要了解国外企业控制及影响手段。十分有必要采用自主研发的手段掌握主动权。

烟台万华聚氨酯有限公司就是一个非常好的例子。聚氨酯生产技术在世界范围内只有巴斯夫、陶氏等大型国际化工巨头掌握，在我国建国前20年，国内聚氨酯几乎完全依赖进口，国内厂商在引进技术无果的状态下，烟台万华潜心研究出了具有自主知识产权的生产技术，同时采用了先进管理理念之后，烟台万华已成为我国聚氨酯产业的龙头，并且由于其良好的产品性能及价格在世界范围内也占有了较大市场份额，成为我国为数不多的能够与巴斯夫等化工巨头相抗衡的企业，为我国企业的发展提供了良好的典范。

华经纵横郭龙彪认为，此次金融危机更是一个绝佳吸收先进技术、先进人才的机会。我国企业及政府正在此期间通过采用技术买断、人才优惠政策等方式取得技术及研发人才资源的占领，郭龙彪认为，技术及人才，才是我国在此次金融危机下收获的最宝贵财富，更是我国企业突出国外巨头重重包围，走向世界的必经之路。

*(本文作者：郭龙彪)*

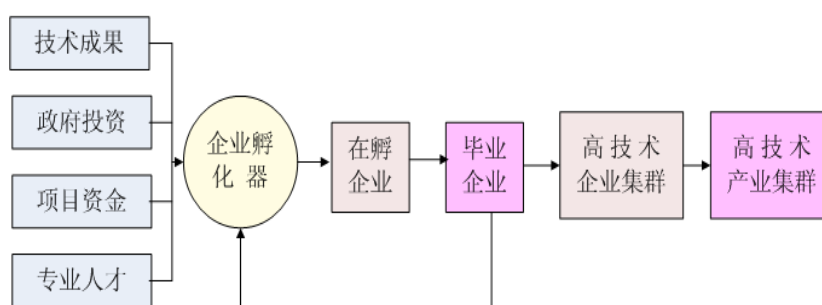


## 孵化器与高新技术产业发展分析

高技术开发难度大、风险大、成本高，没有适宜的环境，没有良好的栖息地，高技术是很难转化为产品的。而企业孵化器则是高技术产品、高技术企业、高技术产业的温床，是技术创新的推进器，是高新区发展的加速器。企业孵化器在激发创业欲望、提供创业服务、促进技术成果转化、开辟产品市场、拓宽融资渠道、培养创业人才、塑造创业文化等方面都有着极其强大的功能。就我国孵化器的创办与发展状况来看，极大多数科技型企业孵化器都是在高新区内创办的，且极大部分企业孵化器是科技型的。

2007 年高新技术企业科技经费支出 7040 亿元，占到国内生产总值的 1.49%，比上年同期增加 0.07 个百分点。2007 年我国高技术产业企业数共计 21517 家，比去年增加 2356 家，其中，三资企业的数量比去年有较大增加，共计 8028 家，比 2006 年增加 1029 家，三资企业持续保持高技术产业的主体地位

图表 孵化器孵化高技术产业线路图



数据来源：www.chinacir.com.cn

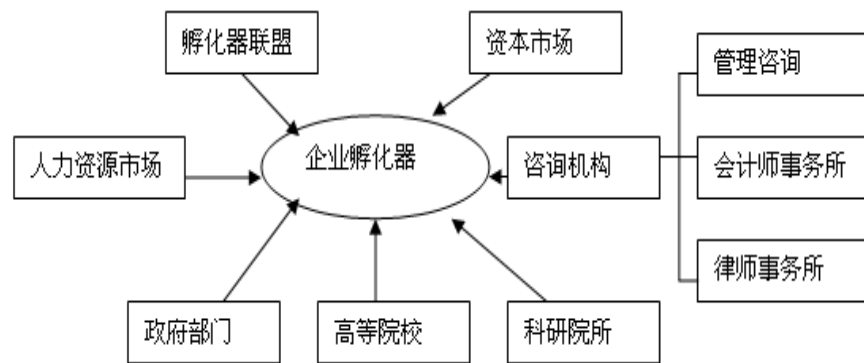
从上图可以看出，华经纵横孵化器孵化高技术产业、促进高技术产业的发展主要是在以下四个方面发生作用：

第一 孵化器是高新技术产业发展所需的人才凹地。孵化器为拥有发明专

利的专业技术人才、拥有经营管理才能的企业家的创业提供良好的社会环境、文化氛围和沟通的平台,使各类人才的价值与创业的理想在这里得到了充分的展现。

第二 孵化器为高技术产业的发展提供了完善的基础设施。孵化器尤其是高新区内的科技企业孵化器拥有良好的基础设施,完善的功能配套,适宜的投资环境,健全的服务体系,为高技术产业的发展提供了完善的软硬环。

图 孵化器支撑网络



数据来源：www.chinacir.com.cn

第三 孵化器的发展大大促进了高技术企业的集中经营和高技术产业的积聚发展。孵化器在中央与地方政府的支持下,有着较为完备的政策与法制环境、灵活的运营机制、庞大的社会资本、健全的产业体系,可以有效加强技术、人员、资金与信息的交流。

第四 孵化器是高新技术企业经营风险的避风港。科技成果的转化风险很大,研发投入风险,产品市场风险、时间风险、道德风险等等都存在。孵化器拥有良好的外部支撑环境、灵活的经营机制、丰富的产业化管理经验、多元化的投资方式、专业化的服务人才以及市场运作能力可以大大降低高技术企业的经营风险,提高创业企业的成活率和成功率,大大延长企业的生命周期。

(本文作者: 门华)