总编室主编
值班主任/邹永晖 主编/陈海虹 美编/许 丽
E-mail:zbs@hndaily.com.cn
海南日报

“大非”锁仓 值得赞赏

陈 平

7月11日起,沪市公司半年报由岳阳纸业、航天通信拉开了序幕。而深市舒卡股份和中小板的安妮股份7月15日起也将拉开半年报披露序幕。岳阳纸业和航天通信的大股东在半年报中均作出了自愿锁定大非的承诺。

自6月18日三一集团作出表率后,一些上市公司大股东为了维持投资者信心,近期纷纷追加股份限售期限,至今已有20多家公司大股东作出相应表态。

对此善举,有人认为是在做秀,其实,不管出于何种目的,这些行为是值得大加赞赏的。

沪深股市自去年10月中旬从6124.64点下跌以来,至今累计已下跌58.1%,国民财富缩水20多万亿元。在沪深300市盈率15.8倍的情况下大盘仍跌势不止,其中重要的原因之一,就是庞大成本很低的大小非减持不但使正常的估值体系失效,而且使股市的供求关系失衡,使得市场出现了明显的信心危机。

为了规范大小非减持行为,增强投资者信心,不久前,国家出台了相关规定,但实际效果有限。毕竟这是股改对价的一部分,谁也没有权力不让大小非减持,否则,由于市场信用的缺失,后果将更为严重。如此之下,大股东自愿锁定大非减持,更显得难能可贵,这对股市的发展和社会的稳定都将产生积极的意义。

有人不以为然,认为这只不过是把矛盾往后推而已。没错,不过,这是在正确的时间做正确的事情。要知道,2008年是中国多事之秋,特别是奥运会举行在即,稳定压倒一切。有道是,事缓则圆 心静自凉,试想,2001年,也就是在519牛市的高潮阶段,管理层曾试图以市场价减持国有股,引起市场暴跌,在投资者的强烈反对下,不得不宣告暂时搁置。为什么?条件不成熟。然而,随着市场的大幅回调,市场各方对此又有了充分的沟通、酝酿后,2005年以股改的形式进行减持则要完善和顺利得多了。

值得注意的是,今年6月30日沪深交易所发布通知规定,除了常规的披露项目,上市公司在本次半年报中还要披露:公司持股5%以上股东自愿追加延长股份限售期、设定或提高最低减持价格等股份限售承诺的情况。市场人士指出,8月底前即可知道沪深股市大非抛售的意愿和比例,全部上市公司公布这一数据将对市场信心有推动作用。

视点

上市预先披露 招股说明书时间提前

据新华社北京7月13日电(记者赵晓辉、陶俊洁)记者13日从中国证监会获悉,证监会发行监管部近日发布《关于调整预先披露时间的通知》,将IPO(首次公开发行)预披露时间提前到反馈意见回复阶段,以增加审核透明度。

根据此前的规定,IPO材料预披露时间确定在发审委会议召开5天前,与发审委会议公告同步。

作为市场化约束机制的重要组成部分,预先披露制度使市场能够在刊登招股说明书之前提早了解公司情况,可以更有效地进行社会监督,也有助于增加审核透明度,提高审核效率,在实践中也起到了较好的效果。

证监会有关负责人表示,为更加充分地发挥预先披露制度的功能,进一步强化社会监督,促进发行人和保荐机构增强诚信意识,提高上市公司质量,将预先披露的具体时间进一步提前到发行人和保荐机构按照反馈意见修改申请文件之后。

6成股民认为 反弹将继续

本报讯 在连续跌了7周之后,上周沪指终于收出了一根阳线,全周涨幅达到6.99%。大盘在2800点找到了有力的支撑,这样的表现多少给了小散们一丝安慰。本周怎么走?网易财经的调查显示,超过6成的股民认为现在市场信心有所恢复,大盘还将继续攀升。不过数据却显示基金等主流机构却在上周利用反弹出货。大盘终于在3000点前止步,是反弹结束还是反弹调整?机构普遍认为3000点将成为第一道坎儿。

对于下周市场走势,机构普遍认为仍然存在较大压力,3000点目前是个坎儿。华林证券指出目前盘中虽有环保股、有色金属股点缀,但号召力不大,而前期强势的农业股、奥运股成为做空的主力,金融股、地产股等权重股也疲态渐现,这对市场人气打击较大。

本周23家公司 22.37亿股解禁

本报讯 根据上海证券报数据统计显示,本周二级市场共有23家上市公司的限售股解禁,解禁数量为22.37亿股,较上周的解禁数量增加250%。

根据上海证券报数据库统计,7月14日至7月18日,两市有*ST高新、东华科技、金宇集团、欣网视讯、双良股份、第一医药、三联商社、西部矿业、ST秦岭、中联重科、三佳科技、振华科技、东方银星、马龙产业、上海医药、金钼股份、亿城股份、大连友谊、鱼跃医疗、国旅联合、香梨股份、方兴科技和山西焦化,共23家上市公司的限售股解冻。

海口国贸新商圈浮出水面

能否形成大气候还待考验

本报记者 程娇

往年,7月并不是商家开业的黄金时期,但今年,海口国贸商区却在7月涌动商业投资热潮。

7月8日,号称海南最大规模的购物中心——上邦百汇城开业;7月10日,法国家乐福在海口国贸开了第二家分店,同一天,洋快餐肯德基将它在海南的第17家分店放在国贸……曾经缺少“商气”的海口国贸,因为这些商业大鳄的到来显得热闹非凡。

作为海口一个年轻的商圈,国贸商业发展曾留下许多令人叹惋的遗憾。现在,随着这些大企业的进驻,国贸商圈能否异军突起,凝集人气,形成气候,引起各界关注。

商圈形成气侯,人气是关键因素。 本报记者 程娇 摄

曾经的“商业死圈”

10年前,由于海口国贸片区的商业建设起步相对较晚,集聚度不高,尤其是在大型核心商圈建设方面没有大的突破,许多居住在国贸片区的市民只好到区外商圈购物消费。

近年来,因为海口百货业竞争日益激烈,不少外来百货店杀入国贸商区,但大多铩羽而归。从早期的京茂百货,到经营方向一改再改的风华时代,都难逃关门的厄运。

这几年,国美、信兴等家电企业也陆续进驻国贸商区,进入之时信心满满,但进入后却发现卖场内服务员比客户还多。

太多进驻国贸商区的商家频频遇冷,让人百思不得其解,“商业死圈”成为众商家对国贸商区的普遍印象。

新商圈形成

命运多舛的海口国贸商区,随着2007年宜欣广场的开业、大润发的进驻,开始有了新转机。

2007年,宜欣广场、大润发超市落户国贸,埋下了国贸商圈经济的“种子”,消费人气开始集聚。

“多年来,海口国贸商区因为缺少一个大型的百货购物中心,难以形成商业氛围,宜欣、大润发的开业,无疑为国贸商圈的崛起注入了强心针。”海口市商业网点规划建设管理办公室主任朱文海,回顾国贸商业萧条发展历史时认为,造成国贸片区成为“商业死圈”的原因,在于市民的消费习惯、消费水平,以及国贸商业氛围不足。

朱文海说,一个商圈的发展,与当地居民消费水平密不可分。据他介绍,这两年,随着海口经济发展,海口市民口袋里的钞票越来越多。去年,海口零售总额达到189.38亿元,城镇居民人均可支配收入达到了1.22万元,收入增加,消费需求旺盛。

进入海口市场这两年,海口一些大型超市见证了海口人深藏不露的消费潜力。

精明的商家看准商机,加大对国贸商区投资步伐。上邦百汇城在国贸开业了,它带来了法国零售大鳄家乐福和世界知名品牌洋快餐肯德基。家乐福和肯德基开业当天,火爆程度超乎商家想象。

发展中的软肋

虽然“圈内”人士热血沸腾,但身处“圈外”的商业人士却冷眼旁观:“从以往经验看,海口商业发展进入一个怪圈,一般新开张的商场都会火上几天,但热度一过就会冷下来,这一幕在国贸同样会上演。”

业界认为,国贸商圈与海口其他已形成气侯的商圈相比,在商圈特色、商业人气等方面都还存在一定的差距。“凭借一个上邦百汇城和宜欣广场,想让沉寂多年的国贸商圈红火起来,这个有点悬。”

“圈外”人士列举了国贸商圈未来发展的几大“软肋”。“国贸商圈与海秀商圈最明显的差距在于它的商业网点的支离破碎,与海秀路带状布局便利的购物环境比较,存在缺陷。”海口一家大型商场人士称,国贸商圈外头看着挺美,但却难以吸引人流。

他认为,有车一族进入国贸商圈购物,要逛完几个网点,必须不停地找车位停车,否则就得徒步在烈日下穿行于各个道路间,这对于追求一站式休闲购物的消费者而言,无疑是个痛苦的折磨。加上由于国贸片区道路狭窄、不顺畅,也增加了消费者的出行成本。

其次是商流不“环流”,宜欣广场和上邦百汇城各属东西两边,消费者从金龙路、明珠路往龙华路出行尚可,但如果从海秀路或是龙华路往这两个购物中心走,就不那么顺畅了。

业界认为,由于国贸商圈品牌集聚不高,业态配套不全,休闲娱乐设施还十分匮乏,商圈商业张力较小,要形成大气候还有待时日。而且,最重要的一点是,商业业态特色不明显,与周边的海秀路、解放西路有规模的商圈同质化程度较大。一业内人士说,海口有这么多的商业网点,国贸凭啥吸引消费者驻足呢?

给“流连”一个理由

海口海秀路一家大型百货商场有关负责人认为,商业是一个门槛很低的行业,但又是一个专业性很强的行业,入门容易,但要做成功,只有信心是不够的。

一位业界人士认为,一个商圈要发展壮大,关键是靠人流,有了人流就有客流,有客流就有商流,作为一个商圈,如果连人流都吸引不了,就谈不上未来发展问题。

那么,国贸商圈靠什么来凝集人气,让消费者流连忘返呢?

海南生生百货商场总经理单荣生认为,现代商业不是以量来衡量大小,而应是以质为主,说到底还是特色经营,没有自己的特色和亮点,消费者到哪都可以逛,为何一定要选择国贸?他认为,国贸商圈未来发展一定要找准自己的定位,与海口其他商圈有所区别,才能得到消费者的认可。

“一个商业项目想运作成功,商家要学会一个‘养’字,商圈发展需要一个培育过程,不能急功近利,而是随时根据市场变化,不断调整自己的商品结构,满足不断变化的需求。”单荣生说,虽然这几年生生百货培养了自己固定的消费群体,但即便是现在,商场仍在不断地调整,以适应市场更高的要求。

国贸一家商场人士认为,国贸商圈要形成大气侯,商家应用长远的眼光来创造一个多赢的机会。他说,在一个商圈里,商家各自为阵的经营状态很难形成默契,在商圈的发展过程中,商家必须顺应整个市场的氛围,才能有长远的发展空间。

针对交通不畅已成国贸商圈发展瓶颈问题,海口市有关部门已做了道路建设规划。朱文海介绍,海口计划将金龙路、龙华路几条通向海秀路的道路打通,将海秀商圈与国贸商圈连接起来,共同营造一个更大的繁荣的海口商圈。

(本报海口7月13日讯)

海马汽车在谋求企业的全面发展,掌握市场的话语权。 资料图片

海马郑州基地近日获批,以生产微型车为主

海马汽车布局中原

本报海口7月13日讯 (记者郭景水 张中宝)今天,海马汽车有关人士向记者证实,国家发改委日前已经正式批准海马在河南郑州基地的轿车生产权,这意味着海马郑州基地可以生产自主研发的轿车和发动机。预计最快今年年底,海马将在河南推出福仕达系列自主产品。

海马正在按照自己的设想,打造海口、郑州两大生产基地和上海研发中心三位一体的产业布局,从而在中国激烈甚至喧嚣的车市竞争中,牢牢占据一席之地。

海南特殊的地理环境,在发展汽车工业等制造业方面,有着天然的交通物流、消费市场等条件上的掣肘。于是,分析中国的汽车工业版图,海马经常被冠以“偏安一隅”之说。

然而,就是在被人认为远离汽车工业发展地缘核心的地方,海马成功了。20年时间,由一个汽车冲压件厂开始,海马汽车一步步走来,如今,成长为年销售收入近百亿元、年纳税10亿元、关联员工1.5万人的大型企业。

目前,海马海口基地已具备15万辆的年产能,其中第一工厂和第二工厂的产能分别为7万辆与8万辆,而已经启动的第三工厂项目设计产能要翻一番。但海马并不满足于此。他们看中了郑州,布局中原。

据统计,以河南郑州为中心,方圆1千公里内人口达到了7亿。此外,郑州的铁路、公路交通相当发达,铁路南北大动脉京广线和东西大动脉陇海线、京珠高速公路和连(连云港)霍(新疆霍尔果斯)高速公路分别在此交汇。

便捷的交通条件,潜力巨大的消费市场,更加便利的原材料配送,占据中原市场的桥头堡,海马没有理由不选择在郑州插上自己的发展大旗。

今年4月北京车展的海马展台上,展出了海马郑州基地的福仕达品牌微型车,主要有福仕达微面和福仕达1。在接受媒体采访时,海马相关人士表示:海马郑州基地将以微型车这一广阔市场作为切入点,并逐步丰富产品序列,未来的郑州基地主要是海马的微车生产基地。

坊间观察人士认为,海马汽车布局中原并选择微车作为市场目标,极具战略前景。目前中国是发展最为快速的汽车市场,而其中城乡结合部人口对于高品质、低价位的微车具有广大的潜在需求。

海马宣传负责人表示,海马的海口、郑州两大生产基地在定位上有很大的不同。海口基地主要生产中级轿车,以品味、时尚、动感为理念,打造精品家轿;郑州基地主要生产微型车,以品质、经济、实惠为出发点,造老百姓需要的好车。通过拓展新的领域,海马在谋求企业的全面发展,掌握市场的话语权。

油价“高烧”,海南车市“感冒”

消费者持币观望 汽车销量下降 大排量越野车滞销

本报海口7月13日讯 (记者张中宝)国内成品油价格在国际油价持续走高的影响下,再也顶不住压力,汽油、柴油价格每吨再次上调1000元,而海南93号汽油价格也由原来的每升6.69元飙升至7.56元。油价飙升给海南汽车市场带来极大影响,许多消费者持币观望,汽车销量下降,车市需求结构改变,经济型汽车受消费者青睐,而大排量越野车下降了大约五成。

大排量越野车滞销

记者今天从省车管所了解到,今年6月份新注册上牌的轿车数量为1239辆,而5月份为1794辆,下降了28%,而综合记者从海口各汽车交易市场获得的数据,6月的汽车销量比5月下降30%左右,其中大排量越野汽车销量更是下降了50%左右。

为何出现如此情况呢?海南联合皇冠汽车服务有限公司市场部有关负责人说,油价上涨,消费者一时难以适应,影响了部分人的购车心态,对越野车的销量,多少存在一定的影响,尤其对今年销量一直处于低迷状态的国产越野车影响最大。

记者调查发现,宝马、奔驰、克莱斯勒、奥迪等进口高档越野车价格和销量未出现大的变化,处于平稳状态。但是不少国产商务越野车的销量受油价上涨冲击很大,有些经销店6月份国产越野车的销量只有一两台。

海南世博汽车服务有限公司市场总监张从一认为,目前汽车原材料价格上涨很快,导致成本增加,利润空间减少,如果越野车价格再下降的话,对本来利润不高的越野车来说,厂家和经销商只能面临亏损,尤其是国产车,因此,他们宁愿硬着头皮在油价上涨的冲击下销售,即使销量下降,也不降低价格。

经济型车受益

“油价上涨对汽车业总体来说是个打击,油价升高肯定会增加汽车销售的难度。但对于日系车,特别是比较省油的一汽丰田、广州本田、东风日产等车型,受影响要小得多。”海口日之星丰田汽车销售服务有限公司副总经理谭彦平认为,油价上涨对车市是把“双刃剑”,使排量小、经济省油型轿车旺销。

经济型和小排量车在“油涨”声中,变得十分抢手,许多消费者放弃对中高级车的垂爱,转而追捧小排量经济型汽车。省车管所的数据显示,尽管6月新注册上牌的轿车比5月有所下降,但其中微型小排量轿车却比上月上涨19%。

记者今天走访东风雪铁龙、东风悦达起亚、天津一汽、奇瑞等国产汽车经销店了解到,今年,威驰、飞度、RIO锐欧、赛拉图、新爱丽舍等10万元左右的小排量经济型省油车正成为市场宠儿,它们6月的销量均比上月增长了20%左右。

一业内人士指出,从动态看,油价上涨会悄无声息地改变车市需求结构,节能、经济型汽车将更受消费者青睐。

持币观望者众

“汽油价格突然升高,本来已经选好车型准备交钱的客户选择了‘再等等’,持币观望的消费者大幅增多。”海口日之星丰田汽车销售服务有限公司企划部魏翔说,这几天来购车的消费者,最关心的就是汽车油耗,尤其是中级车这部分消费者对于油耗特别敏感,每月增加近200元的燃油消耗毕竟不是小数目。

“这种持币观望心态,相对而言,会影响汽车的销售。”魏翔表示,但是这也是消费者不适应油价上涨带来的变化所致,就像肉价上涨一样,一开始购买的人少,但是想吃,还是不得不买,同样道理,等过了这段低潮后,汽车销售情况可能会迅速回暖,但对于部分车主来讲,持币待购者的心态可能会影响一两个月的时间,等一切稳定之后销量依然会回到正常轨道上来。

15张连号奥运钞 叫价100万

何以拥有成谜

本报讯 15张连号奥运纪念钞1000000元。11日,有哈尔滨卖家在淘宝网上叫卖15张连号奥运纪念钞。到11日晚8时,已有958人次浏览此信息。但尚无人购买。

据广州日报报道,一人只能购买一张的奥运纪念钞,卖家如何能有15张连号?12日,记者一直试图与要价百万元的卖家取得联系,但因卖家一直未在线而未果。

记者在淘宝网、拍拍网等网站上搜索奥运纪念钞,二三十家商户正在拍卖该纪念钞,价格从五六百元到上万元不等,而河南郑州的一商家出价甚至达到99万元。在淘宝网上记者看到,有卖家出价为2008元这一特殊数字。尽管纪念钞浏览量大,而实际成交的几乎没有。

在各大论坛里,记者发现,不少未购买到纪念钞的网友遗憾地表示,奥运纪念钞发行数量太少了。网友表示,看重这枚奥运会纪念钞,是因为其意义重大。但又有网友随即回帖表示,如果发行数量较大,那么收藏价值就被降低了。

一张纪念钞在发行第二天,价格就被炒到数十甚至数百倍,这种价格正常吗?对此,中国收藏家协会钱币收藏委员会秘书长储侠认为纪念钞的正常价格在300元左右,待奥运热潮趋于平静后,其价格会回归本身估值。

储侠称,我国规定,流通纪念币不能在发售当年在民间以议价出售,否则为违法行为。但对于民间纪念币的买卖行为,国家目前不好约束。

房地产专家认为

房地产市场 基本面依然向好

据新华社信息 当前的房地产市场面临房价涨速减缓、销售量下跌局面,尽管如此,众多业内人士表示,依然看好房地产市场基本面。在日前举行的长三角区域房地产论坛上,与会学者和业内人士普遍认为,尽管当前房地产市场低迷,但市场基本面依然向好。

2008年以来,受多种因素综合作用影响,曾经一路高歌猛进的房价涨幅开始趋缓甚至回落。“局部地区房地产价格有可能冲高回落,但回落后的市场依然会在新的起点持续发展。”复旦大学房产研究中心主任华伟指出,“中国的经济还在向上发展,老百姓的消费潜力和要求也在稳步提升,中国房地产市场长期向好的趋势不会发生变化。”

复地集团总裁范伟认为,种种迹象表明,当前的市场需求还是很旺盛,购买力也依然较强,市场缺乏的是信心。

前IBM经理 盗窃商业机密

企图出售给惠普

据新华社信息 一名曾在国际商用机器公司(IBM)工作近10年的官员,企图在跳槽到惠普公司后将IBM的商业机密出售给新东家。他11日承认有罪,面临最高10年监禁的惩罚。

犯罪嫌疑人阿图尔·马尔霍特拉现年42岁,自1997年到2006年在IBM全球销售部当经理。调查人员说,马尔霍特拉2006年跳槽到惠普公司前两个月,索要了生产价格等机密材料。跳槽后不久,他给惠普公司的两位上级主管发了电子邮件,里面附上了他在IBM得到的机密材料。

检察人员说,马尔霍特拉在电子邮件中称那些机密材料能让惠普公司销售团队在同IBM的竞争中取得优势。

马尔霍特拉在惠普公司工作了5个月。惠普公司发现他的行为后将他开除,并报告了执法部门。

马尔霍特拉11日承认有罪。盗窃商业机密的指控使他面临最高10年监禁以及25万美元罚款的处罚。法院定于今年10月29日宣判本案。

雅虎拒微软与伊坎 联合收购方案

本报讯 据中新网消息,当地时间12日,雅虎再次宣布拒绝微软购买其在线搜索业务。

雅虎12日发布声明称,其已拒绝了微软CEO史蒂夫·鲍尔默与激进投资人卡尔·伊坎提出的联合收购方案。该方案与之前微软提出的收购雅虎搜索业务的方案极为相似——微软将收购雅虎搜索业务,而伊坎提名的董事会将接手雅虎剩余业务。

雅虎称其在11日接收到这份复杂的收购方案,并被要求在24小时内作出答复。但在雅虎董事会与财务和法律顾问紧急磋商后发现,此次收购条件与雅虎和谷歌之前达成的广告合作协议相比并未给雅虎带来明显利益,雅虎遂对此次收购再次予以拒绝。

雅虎董事长罗伊·波斯多克说:“如果认为我们的董事会能够接受这样的收购条件就太可笑了,虽然微软这种不按常理出牌的举动早在我们预料之中,但这不符合我们股东的最大利益,我们当然不能接受。”

目前微软和投资人伊坎均未对此事做出任何评论。