

## 目 录

### 一、 市场动态

1. 中国 5 月份 CPI 降 1.4% PPI 降 7.2%
2. 国内成品油今年第三次调价 汽油每升上调约 3 角
3. 中央投资贡献率将进一步提升 力挺经济“保八”
4. 新能源发展规划将适时出台 风电和光伏唱主角
5. IPO 有望 6 月重启 股市短期存在回调压力
6. 5 月份 520 亿资金净流入股市 本月初将再现小高峰
7. 将信贷“鸡肋”变“金矿” “信贷工厂”施援中小企业
8. 创业板上市规则体现三大特征
9. 管理层控制发行节奏：IPO 或“小中大”循序渐进
10. 央行将继续实行适度宽松的货币政策
11. 人民币结算突破 首单下月可交易

### 二、 相关行业情况

1. 压缩机企业的机遇重在结构调整
2. 下半年压缩机行业备战回暖需靠新思路
3. 空压机实现网络推广与营销战略综述
4. 空压机区域销售模式与生产之质量售后为本
5. 新能源建筑受宠 避免沦为一句空洞口号

怀婵娟（投资者关系管理代表）

[emily\\_huai@hanbell.cn](mailto:emily_huai@hanbell.cn)

[ir@hanbell.cn](mailto:ir@hanbell.cn)

021-51365368

6. 商用空调：内销渐有起色，外销同比减半

### 三、 同行业资讯

1. 顿汉布什全热回收离心机中标正泰太阳能科技
2. 海尔中央空调全国开展万家“无醛”活动
3. 重通离心机中标方家山 福清核电站
4. 开立绿色解决方案亮相第五届国际绿色建筑大会
5. 广州日立新冷媒机组成功中标中央财经大学项目
6. 三菱重工 6 月底将在中国推出离心机产品
7. 格兰仕中央空调定能续写微波炉的神话
8. 美的中央空调大型机携手世界 500 强惠普
9. 富尔达新水源热泵技术成果通过国家鉴定
10. LS 离心机一季度销售额近 5000 万元
11. 扬子中央空调大力拓展销售领域

### 四、 关于汉钟

1. 汉钟精机调研简评
2. 汉钟精机新产品创造新的竞争优势
3. 汉钟空压机体以高品质产品利剑开拓欧洲市场
4. 汉钟精机(002158)：技术水平居全球前列
5. 汉钟精机：新业务前景广阔
6. 汉钟精机：真空泵业务将实现 50%以上增长 增持
7. 汉钟精机研发创新抗危机
8. 上海汉钟精机提升品牌竞争力

## 一、 市场动态

### 1. 中国 5 月份 CPI 降 1.4% PPI 降 7.2%

中国 5 月份消费者价格指数(CPI)较上年同期下降 1.4%，连续第四个月下降。同时 5 月份生产者价格指数(PPI)较上年同期下降 7.2%，连续第六个月下降。

中国上游和下游物价指数继续连续下降，显示经济不振和需求疲软的状况仍在延续。不过，假日因素和国际原油价格的飙升则使得零售物价的降幅略有收窄，物价未来大幅反弹的可能性进一步增加。

中国国家统计局周三公布，5 月份 CPI 较上年同期下降 1.4%，降幅小于 4 月份的 1.5%，不过是连续第四个月出现下降，当然也使得中国连续第七个月保持正利率局面。CPI 上一轮出现下降是 2002 年 12 月份出现下降 0.4%。

此前 CPI 的高企和官方在利率决策上的畏首畏尾曾经一度使得中国出现连续 23 个月负利率的荒谬局面，严重危害了经济的健康增长，并扭曲了经济数据。

中国 1 月份 CPI 较上年同期增长 1.0%，2 月份 CPI 出现 1.6%降幅，3 月份 CPI 则下降了 1.2%。

1—5 月累计，CPI 较上年同期下降 0.9%，降幅大于 1—4 月的 0.8%，而官方全年 CPI 的调控目标则为增长 4%左右。

中国 2008 年全年 CPI 较上年同期增长 5.9%，增速大大高于 2007 年的 4.8%，也高于 2008 年官方设定的 4.8%的目标，并且刷新了 1996 年以来的最高增速纪录。2008 年 CPI 月度增速最高为当年 2 月份的 8.7%，最低为受游资外逃和国际金融危机影响的 12 月份的 1.2%。

统计局同时公布，5 月份 PPI 较上年同期下降 7.2%，降幅大于 4 月份的 6.6%，为连续第六个月下降。

中国 1 月份 PPI 较上年同期下降 3.3%，2 月份下降 4.5%，3 月份下降 6%。

1—5 月累计 PPI 较上年同期下降 5.5%，降幅高于 1—4 月的 5.1%。

中国 2008 年全年 PPI 则较上年同期增长 6.9%，增速高于 2007 年的 3.1%。中国 PPI 增速曾在 2008 年 8 月份创下 10.1% 的公开数据中的 10 年新高。中国 PPI 公开数据仅从 1998 年 11 月开始。而 2008 年 PPI 最低月度增速则为 12 月当月出现的下滑 1.1%。

中国的 PPI 又称工业品出厂价格，是 CPI 的领先指标。

中国 5 月份上游和下游物价指数继续连续下降，显示经济不振和需求疲软的状况仍在延续。

中国今年第一季度国内生产总值(GDP)较上年同期仅仅增长了 6.1%，增速大大低于 2008 年第一季度修正后的 10.6%，也低于 2008 年全年修正前的 9.0% 和 2008 年第四季度的 6.8%，显示经济非常低迷。

经济的低迷、国际金融危机导致的需求疲软，加上持续泡沫化高企的国内房价和低位徘徊的中国股市，一起使得企业和个人的生产生活、投资融资受到严重冲击，导致实际消费凋零，经济畸形发展，生活诸多困苦。

国内外消费需求的凋零，自然使得物价不断下滑。

不过，假日因素和国际原油价格的飙升则使得 5 月份当月的零售物价降幅略微收窄。

虽然官方取消了 5 月份的黄金周，但是 5 月份仍然有劳动节和端午节两个小假期，这无疑将会增加消费、提升物价。

同时，国际原油价格 5 月份大幅飙升，涨幅接近 30%，为 10 年来最大单月涨幅。这也使得众多相关产品价格上涨，从而拉动了下游的物价，帮助中国 5 月份零售物价的降幅略微收窄。

而下游价格的降幅收窄将会进一步增加物价未来大幅反弹的可能性。

因此，除了继续保持正利率的健康局面，未来官方促进经济增长的重心还是需要放在摆脱人民币升值预期、打击住房价格和促进股市发展上来。

立刻停止人民币升值、甚至适当贬值，将能够彻底挤出期望套利的国际游资，使得物

价、贸易和投资恢复正常。同时，能够促进出口，进而拉动经济增长。

此外，采取有效措施推动中国股市摆脱持续低迷，同时继续打击居高不下的住房价格，才能真正恢复市场信心，恢复消费和生产热情，进而同样拉动经济增长。

只有这样，中国才能在保持温和物价上涨的同时恢复此前经济迅猛增长的健康势头。

统计局数据还显示，5月份消费价格中，食品价格较上年同期下降0.6%，继续推动物价下滑。

其中，肉禽及其制品价格下降15.5%(其中猪肉价格下降32.0%)；油脂价格下降23.1%；粮食价格上涨5.0%。

5月份交通工具价格较上年同期下降2.2%；城市间交通费价格上涨1.0%；车用燃料及零配件价格下降6.7%。

5月份酒类价格上涨3.3%。

此外，居住类价格中，5月份水、电及燃料价格下降3.6%；建房及装修材料价格上涨0.1%；租房价格上涨1.3%。

另外，统计局数据显示，城市物价下降幅度快于农村。5月份城市消费价格较上年同期下降1.5%，农村下降1.0%。

统计局报告还显示，钢材价格的大幅回落仍然是5月份生产者价格指数降幅扩大的主要原因。

5月份普通大型钢材价格较上年同期下降28.1%；普通中型钢材下降29.0%；普通小型钢材下降22.8%；线材价格下降31.3%。

5月份原油出厂价格较上年同期下降50.6%，降幅小于4月份的53.6%。

成品油中，汽油出厂价格较上年同期上涨4.7%；柴油价格下降11.2%；煤油价格较上年同期下降32.0%。

5 月份原煤出厂价格则较上年同期增长了 5.9%。

工业品出厂价格中，5 月份食品类价格较上年同期下降 2.8%。

此外，有色金属冶炼及压延加工业出厂价格降幅为 23.9%。 [Top ↑](#)

相关链接: <http://chinese.wsj.com/gb/20090610/bch101438.asp?source=mostpopular1>

## 2. 国内成品油今年第三次调价 汽油每升上调约 3 角

尽管姗姗来迟，市场从 4 月上旬起就开始预期的今年第三次成品油官方调价还是在昨晚浮出水面。国家发改委昨天宣布，国内汽柴油价格于今日零时起调整，其中汽、柴油价格均上调 400 元/吨。据测算，调价后 90 号汽油涨幅约为每升 3 角。

发改委表示，自今年 3 月 25 日国内汽、柴油价格上调以来，WTI 原油期货价格由每桶 53.98 美元上涨到 66.31 美元，国内成品油价格调整参考的国际市场原油价格由每桶 45 美元左右上涨至目前的 57 美元左右。根据完善后的成品油价格形成机制，决定上调汽、柴油价格，并综合考虑相关因素，适当缩小了价格调整的幅度。

4 月 14 日，因调价周期内国际油价变动幅度超过 4%，本报率先报道了“成品油出现调价窗口”的消息。当时，业内普遍预期调价会在 4 月中下旬进行。此后在 5 月 7 日、28 日晚间，关于当晚要调价的消息又在业界纷传。但和预期有所出入的是，政府直到今天才正式实施本次调价。这也是今年以来的第三次油价调整。

此前颁行的《石油价格管理办法（试行）》显示，当国际市场原油连续 22 个工作日移动平均价格变化超过 4% 时，可相应调整国内成品油价格。而据测算，4 月 27 日上一个计价周期结束后，至 5 月 26 日又届 22 个工作日计价期的截止日。在这个计价期结束时，三种国际原油（布伦特、迪拜、辛塔）平均价达到每桶 55 美元左右，期间的移动平均价格变化已远超过 4% 这一调价的设定条件。

“此次调价说明政府的新成品油定价机制还是发挥作用的。”北京资深石油专家韩学功教授在接受本报记者采访时表示，由于油价经常会剧烈波动，中国不可能在国际油价刚刚上涨或刚刚下跌时就马上跟随调整国内油价。

上周五，国际油价触及每桶 66 美元，创下 6 个月新高，并创出了逾 10 年来最大单月涨幅。

中国石油大学资深石油专家庞昌伟则表示，到 5 月底国内产业振兴已初具成效，经济形势也有转好迹象，此时调整油价不会给经济发展带来太大压力，反而可以提供有利于经济稳定增长的舆情。

中国石油大学工商管理学院副院长董秀成认为，这次的调价幅度也基本符合新定价机制中的有关计算规则。

但东方油气网首席经济学家钟健认为，按照原油成本价、税费、企业的加工及销售利润测算，满额调幅应在 500 元以上，而此次 400 元的调幅是被有意缩小了。

在他看来，这次调幅被有意缩小的原因可能是，国家管理层考虑到当下正值“三夏”农业用油高峰期，欲减轻对农业用油群体的冲击。同时，也为了在国内经济状况刚呈现回升势头时，尽可能减少运输物流的成本。[Top ↑](#)

相关链接：<http://www.p5w.net/news/gncj/200906/t2370663.htm>

### 3. 中央投资贡献率将进一步提升 力挺经济“保八”

万亿中央投资下达已逾三分之一

投资贡献率将进一步提升 力挺经济“保八”

财政部官员 5 月 27 日在国新办举办的新闻发布会上透露，截止到 4 月 30 日，新增中央投资已累计下达 3924 亿元，本轮 1.18 万亿中央投资下达已逾三分之一。前 4 月，我国固定资产投资增速升高至 30.5%，投资对“保增长”的拉动作用逐步体现。

专家指出，由于存货消减等因素，下半年我国固定资产投资对 GDP 的贡献率将进一步提升，今年投资拉动率有望达到 4.6 至 4.7 个百分点，投资的强劲增长大大增加了我国 GDP“保八”的希望。同时，应注意发挥本轮投资在“调结构”以及消化产能过剩方面的积极作用。

## 投资高增速有望持续

尽管国际金融危机的阴霾尚未散去，我国却正体现出旺盛的投资需求。1-4 月，城镇固定资产投资同比增长 30.5%，该增速已经处于改革开放以来的较高水平。“扣除掉价格因素后，4 月份投资实际增速已经超过 35%。而 1993 年个别月份投资增速虽曾逾 60%，但当时实际增速却在 30%以下。”国家发改委宏观经济研究院副院长陈东琪表示。

前 4 月，我国新开工项目计划总投资同比增长 90.7%，增速比一季度继续提高。而地方投资增速也已经逐步超越了中央投资，这预示着固定资产投资的较快增势短期内有望持续，中央投资的带动效应正在逐步体现。一些券商认为，今年二至三季度，投资名义增速均有望保持在 30%以上。

投资增速逐渐走高，4 万亿投资的拉动效应无疑首当其冲。国家发改委副主任穆虹在国新办于 5 月 27 日举办的扩内需保增长落实检查情况新闻发布会上表示，1-4 月份农业、水利、交通运输、教育、卫生、环境保护等方面的投资增速在 35%-85%之间，工程机械、建筑材料、机电装备等投资类产品领域的生产形势出现好转。

财政部副部长张少春表示，截至 4 月 30 日，新增中央投资已累计下达预算 3924 亿元，占 4 万亿投资中 1.18 万亿新增中央投资的 33.3%。

除此之外，今年我国又出台了不少扩内需保增长的政策措施。比如下达 200 亿元企业技术改造资金，有望拉动直接社会投资 4600 亿元。而调整投资项目资本金比例、节能产品惠民工程等措施也有助于带动投资和内需增长。

逾 30%的投资增速，既快于前两年我国处于经济偏快周期时的投资速度，又高于中央对今年固定资产投资增长 20%以上的预期。陕西省发改委经济研究所刘岩松认为，高增速下的投资建设项目，一方面来自前几年防止经济过热被暂时积压搁置的项目，另一方面则应警惕是否有未达到审批标准的项目“滥竽充数”。

## 投资拉动水平有望提升

今年一季度我国 GDP 增长 6.1%，其中投资、消费和净出口分别拉动经济增长 2.0、4.3 和-0.2 个百分点。按支出法计算，由于一季度存货投资消化已经逐渐接近尾声，二季度后，



以资本形成总额计算的投资需求将进一步提升。

国家信息中心首席经济师兼经济预测部主任范剑平认为，第二季度的投资拉动率将环比提升 1.5 至 2 个百分点，即拉动 GDP 增长 3.5 至 4 个百分点。

从全年来看，中金公司首席经济学家哈继铭认为，前三批中央投资规模达到 3000 亿元，再加上先前下调部分项目资本金比例。以此测算，去年四季度以来政府主导的新增投资规模可能已超过 1 万亿元。如果消费需求增长能稳定在 4 个百分点左右，今年投资拉动有望达到 4.6 至 4.7 个百分点。这样即使外需出现负增长，全年 GDP 仍然有希望达到 7.8% 左右。

有专家指出，去年年末中央制定“保八”目标时，业界大多估算今年我国净出口能维持在 5% 或 10% 的正增长。在今年外贸较快回落的背景下，投资的强劲增长无疑大大增加了我国经济增长“保 8”的希望。

然而，本轮投资对促进经济结构调整的表现仍有待观察。从积极角度来看，一季度我国固定资产投资维持高增速的同时，体现出第一、三产业快于第二产业，中西部区域投资快于东部，非国有投资增速有所加快等良好势头。

从另一面来看，近年来，我国消费贡献率逐步走低，经济增长过于依赖投资和出口，经济低谷受固定资产投资的影响尤为严重。尽管政府投资是保增长最直接有效的手段，但这也很可能在短期内加剧经济结构失衡的风险，由投资带动的经济增长质量尚待时间检验。

### 提防投资“隐忧”

部分业内人士指出，固定资产投资的高增速背后的“隐忧”还在于是否会加剧产能相对过剩压力，以及投资快速反弹带来的经济增长质量能否保证。

对此，国家信息中心经济预测部宏观经济处处长牛犁认为，新增投资领域决定了是否会加剧产能过剩。如果新增投资主要投向基础设施、民生工程等欠账领域，则不会加剧产能过剩压力，反而会消耗本来已经过剩的钢铁、水泥等工业产能。而如果投向本来已经大量过剩的领域，则有可能造成低水平重复建设。民间投资出于盈利考虑，可能投向相对过剩行业要少一些。但政府投资尤其是地方政府的投资冲动有可能加剧产能过剩。

刘岩松认为，当前既要警惕由于内外需求不足导致过多投资流向产能过剩行业，又要警惕流向即使需求旺盛但仍应严格限制的“两高一资”等行业。但对于工业投资应分情况而论，像一些大型工业改造项目需要 3-5 年的建设时间，未来投产后可能国内外产能过剩压力已经大大缓解。

投资带来的经济增长质量也应关注。海通证券日前发布的研究报告认为，固定资产投资效果系数（新增 GDP/固定资产投资）能够直观反映出投资的宏观收益，该系数在经济高速增长期过后下降，并随着经济波动同向波动。

该报告称，以美国为例，1961—2003 年，美国的固定资产投资效果系数维持在 0.2 左右，经济下滑时，效果系数也下降。中国的固定资产投资效果系数在 1992 年以后出现了持续下降，已经接近美国的长期平均值 0.2。1992 年，每百元固定资产投资可以导致 GDP 增加 45.5 元，到 2003 年每百元固定资产投资只能使 GDP 增加 24.2 元。

牛犁认为，中长期来看，社会投资对经济增长的拉动作用大于政府投资。改革开放 30 年来的数据显示，政府资本每增长 1 个百分点带动 GDP 增长 0.31 个百分点，社会资本每增长 1 个百分点带动 GDP 增长 0.38 个百分点。当前要抓住时机，实现经济增长动力由政府投资向社会投资转移。牛犁建议，应积极培育新的投资增长点。放宽市场准入，拓宽社会投资的领域和渠道。通过税收、财政贴息、政府采购等政策扶持中小企业，以带动社会投资。

相关链接：<http://www.p5w.net/news/gncj/200906/t2370820.htm> [Top ↑](#)

#### 4. 新能源发展规划将适时出台 风电和光伏唱主角

继十大产业振兴规划之后，新能源发展规划已成为业内最为关注的国家级战略蓝图之一。在昨天举行的国新办新闻发布会上，国家能源局有关负责人对新能源规划的制定情况作了全面介绍和解读，并称规划将适时出台。这也是政府高层首次就新能源规划公开表态，暗示着这一规划的出台可能为时不远。

◎本报记者 陈其珏

成熟讨论稿已形成

“国家能源局正在组织研究拟定新能源的发展规划。”国家能源局副局长刘琦说，“我们在4月2日正式启动这项工作，在近两个月时间内广泛听取了部门、地方、企业和专家学者的意见，现在应该说初步形成了一个比较成熟的讨论稿。”

但他同时表示，这一规划的出台，还要进一步深入研究，按照程序还要上报国家发改委、上报国务院。条件成熟后，会在适当时机出台。

就此次新能源发展规划中的新能源概念界定，刘琦表示，主要界定在两个方面：一是关于风电、太阳能、生物质能等新的能源；二是对传统的能源进行技术变革所形成的新的能源，如对煤炭的清洁高效利用、车用的新型燃料以及智能电网等等。

据他透露，新能源规划的基本框架包括五个方面：第一，我国新能源的现状及面临的形势；第二，指导思想和基本原则；第三，规划的目标；第四，工作任务和重要项目；第五，政策保障措施。

对此，国家发改委能源研究所一位专家昨天向本报记者表示，根据目前的草案，风电和光伏都将在新能源规划中占据相当大的比重，这两块的总投资可能超过1万亿元甚至更多。

另据中国可再生能源协会的一份会议资料显示，近期中国生物液体燃料的重点技术研发方向是利用非粮食原料(主要为甜高粱、木薯以及木质纤维素等)生产燃料乙醇技术，以及以小桐子等油料作物为原料制取生物柴油技术，并建设规模化原料供应基地，建立生物质液体燃料加工企业。

### 规划意义“一石三鸟”

在谈及制定新能源规划的意义时，刘琦称，“有三方面意义，也可以说是‘一石三鸟’。第一是应对当前的金融危机，扩大内需、拉动投资、增加就业；第二个是应对气候变化，调整能源结构，持续能源的可持续发展；第三是抢占未来经济发展的制高点，提升中国能源的国际竞争力。”

就最后一点意义，他进一步阐释称，“首先，新能源发展是一个方向，现在各国都非常重视新能源的发展，特别是经济发达体都把新能源发展放在更重要的战略地位。所以我们新

制定的新能源发展规划就把这个作为一个追求、一个方向、一个目标去努力，所以中国的能源必须把新能源发展作为一个战略思考，要未雨绸缪。”

“其次，一个新的产业发展，不光要政府推动、市场拉动，关键还要有科技去撬动。只有实现了科技的进步和撬动，才能使这个产业降低成本，形成规模化、产业化。最后，我们在制定规划期间和科技部进行了广泛交流，所以规划最后出台时大家会发现，科技在规划中的分量。”刘琦说。

而就新能源创造财富、增加就业这两层意义，国家发改委副主任、国家能源局局长张国宝在昨天发布会上特别举了无锡尚德和东北老工业基地的例子。他表示，无锡尚德的施正荣就是在介入新能源领域后登上了福布斯财富榜。而大连重机场今年的产值远远超过去年，主要也是依靠风力发电的订单比去年增加 200%。

“新能源产业振兴规划的制定具有非同一般的意义。它将与中国接下来的能源结构调整相结合，成为指导新能源产业未来发展的蓝图，将全面、系统地促进行业发展。”国务院参事、中国可再生能源学会理事长石定寰在接受上海证券报采访时说。

并非效仿奥巴马

在谈到中国下一步发展新能源的目标时，刘琦表示，要着力把五件事情做好：一是要把新能源放在一个战略地位上；二是做好新能源产业发展规划；三是要加强新能源的技术研发；四是要大力增加对新能源产业的投资；五是要创新体制，促进新能源的发展。

值得注意的是，由于中国几项针对新能源的重大举措都是在美国新任总统奥巴马上任之后出台的，外界认为，中国似乎是在效仿奥巴马的做法。对此，张国宝昨天予以否认。

“中国发展新能源，以及可持续发展能源并不是在这些国家公布新能源政策之后，如果你们注意一下的话，多年以来我们都在强调发展新能源、发展可再生能源。”张国宝说，“我们在两年多前，全国人大就通过了可再生能源法，这可不是在奥巴马当选总统之后。我们强调要发展太阳能、风能这样的可再生能源，也是在多年以前就开始。我们连续三年，风电的装机容量都是成倍、翻番地增加。我本人也在人民日报上发表了《要打造中国风电三峡》的文章，这也是在奥巴马宣布新能源政策之前。”

“所以，别的国家关于新能源的一些政策对我们有借鉴的作用，我们会结合中国的国情来制定关于中国发展新能源的政策，但这些政策还是依据中国的国情做出来的。”张国宝说。

他还在发布会上透露，“我们和美国在多边和双边交往当中，都把发展新能源和减少温室气体排放的合作作为中美合作的一个很可能发展的领域，双方都非常重视”。

相关链接：<http://www.p5w.net/news/cjxw/200906/t2372995.htm> Top ↑

## 5. IPO 有望 6 月重启 股市短期存在回调压力

IPO 重启的靴子有望 6 月落地。

5 月 22 日晚上，中国证监会就《关于进一步改革和完善新股发行体制的指导意见(征求意见稿)》(以下简称《指导意见》)公开征求社会意见，反馈截至 6 月 5 日。证监会有关人士表示，待征求意见结束并正式发布后，即会安排新股发行。

目前，大盘上行步伐已经显得蹒跚，加上 IPO 重启的逼近，市场面临新的考验。IPO 重启对目前的市场会造成什么影响？中小投资者怎么认识其中的风险？这些问题都不容忽视。

### 股市短期存在回调压力

从前期市场表现看，4 月 22 日下午市场传闻新股开闸，大盘出现大幅回落，当日上证指数下跌 74 点，跌幅达到 2.94%。与 4 月 22 日盘中的最高点 2579.22 相比，到 5 月 27 日，沪指仅上涨了 53.71 点。

申万巴黎基金公司的一位人士告诉记者，从 1990 年 A 股成立以来，剔除 IPO 暂停一个月以内的情况，IPO 共有 7 次暂停。每次重启后，指数并未出现大幅下跌，相反重启后一个月上证指数上涨的概率高达 83.3%，IPO 重启并未利空股市。

从长期来看，重启 IPO 不会在实质上改变市场的运行趋势，A 股 20 年的历史不断伴随着扩容，但是整体还是在向上走。短期而言，目前股市点位对应的市盈率已经不低，会有部分资金获利了结，也有部分投机资金会等待 IPO 开闸后的“无风险套利”。在分流、扩容、心理

等多方面因素影响下，短期市场存在一定的回调压力。

## IPO 网上申购中签率将上升

从证监会发布的《指导意见》内容来看，新股发行体制将网上网下发行渠道分开，任一配售对象只能选择其中一种方式进行新股申购。并设置了网上申购上限，单一网上申购账户的申购上限，原则上不超过本次网上发行股数的千分之一。

信达证券研发中心副总刘景德认为，新股发行制度改革《指导意见》中对单一账户申购上限的规定，会导致新股申购网上中签率和收益率上升。由于网上网下两种申购只能选一种，机构会集中在网下申购。这对打新类理财产品收益有一定的影响，但主要还是取决于新股发行节奏和数量。如果新股发行节奏快、数量大的话，打新资金能循环利用，收益也不会有很大影响。

### - 影响

市场 券商股将因此利好

虽然近期 IPO 重启的议程并未引起市场大幅调整，但是其对 A 股市场的影响是不容忽视的。

国泰君安策略分析师章秀奇认为，对 IPO 重启的恐慌主要来自资金面压力。初步估算，在每月流入资金 600 亿元的假设前提下，IPO 重启将带来 237 亿元/月的资金需求(假定现有存量 12 个月消化)。如果再加上 500 亿元/月的解禁股减持压力，市场资金面存在一定压力，但实质性影响将会在 6 月重启之后。

不过，虽然资金面将面临一定压力，但多数券商认为 IPO 重启并不会改变市场运行趋势，而是成为市场调整加速的契机。中信建投分析师陈祥生指出，本轮反弹行情系流动性支撑，因此 IPO 即使启动，对大盘的影响也不大，何况《指导意见》要求网下网上申购参与对象分开，并对申购账户设定上限，因此分流资金不必担忧。

从历史经验看，中国曾 6 次重启 IPO，但这 6 次重启都没有改变市场原有的趋势，80% 以上为上涨。

至于具体板块方面，券商股和参股潜在 IPO 目标的上市公司将因此利好。目前有 32 家企业拟发行股本超 143 亿股，其后还有 300 家企业正在等待过会。海通证券[16.64 1.59%]预计，2009 年证券业 IPO 开闸后的承销收入约为 63.70 亿元，其中小盘股发行规模将与去年基本持平，而大盘股发行规模约为去年的一半。IPO 重启时间早于预期，使得承销业务对证券公司业绩贡献也将超出预期。

此外，参股潜在 IPO 目标的上市公司将受益于股权投资的市值提升。

## 投资者

### 利好 增加小股民打新机会

增加打新股机会。此番 IPO 重启对普通投资者而言最大的利好就是，与以往相比提高了中签率。

《指导意见》对 IPO 提出的 4 项改革措施，被业内人士认为明显向中小投资者倾斜，照顾到了散户的利益，市场公平问题有望得到缓解。尤其是因为将采取“任一股票配售对象只能选择网下或者网上一种方式进行新股申购”，以及“合理设定单一网上申购账户的申购上限，原则上不超过本次网上发行股数的千分之一”等更适合现阶段市场情况的方式，散户们也就大大增加了成功申购新股的把握。

不过，按这一规定，如果申购小盘股，算下来每个账户最高只能申购 1 万股。因此，资金雄厚者将会通过多头开户规避千分之一比例限制，出现“麻袋账户”，从而变相降低一般散户申购中签率。

### 担忧 打新理财产品收益率降低

申购上限还将影响打新理财产品的收益率。在银行近期推出的理财产品中，部分产品已经设置了打新股的机制。比如刚刚结束销售的建行“乾元四号”第 1 期人民币理财产品，不低于 70% 的资金可以参与新股申购。中国邮政储蓄银行近日发行的一款产品——中国邮政储蓄银行天富系列人民币理财计划 4 号产品也可以参与新股申购。

西南大学信托与理财研究中心分析师张星表示，短期之内，新股申购类理财产品可能不

会参与创业板或者主板的新股上市申购，因为交易规则还没有出台，银行需要考虑其中的风险因素以及各项交易规则。而即便是有新股申购产品，从目前来看，可能收益率不会达到 2007 年时的收益水平。据了解，国内打新理财产品设计思路多为利用资金量大的优势打新股，所以申购资金受限后，这类产品的收益会大受影响。

一商业银行理财顾问表示，一旦 IPO 重启，该行肯定会有打新产品推出。不过，目前股市虽然有很大反弹，但毕竟宏观经济形势还不确定，银行在打新股的同时会做一些其他资产配置，比如购买一些风险较低的投资标的，以稳健为主。

### 新股发行体制改革四大亮点

亮点一：约束询价和申购报价，杜绝高报不买和低报高买，进一步完善市场化价格的形成机制。

亮点二：网上网下申购参与对象分开，任一股票配售对象只能选择网下或网上一种方式进行新股申购。

亮点三：网上单个账户设申购上限，原则不超过本次网上发行新股的千分之一。

亮点四：提示所有参与人新股认购风险。

相关链接：<http://finance.ifeng.com/topic/xingu/stock/zqyw/20090602/729542.shtml> [Top ↑](#)

## 6. 5 月份 520 亿资金净流入股市 本月初将再现小高峰

场外资金的井喷式入场在 5 月份继续进行。上海证券报和申银万国[4.62 5.48%]证券研究所共同推出的最新《股市月度资金报告》显示,2009 年 5 月份,A 股市场受场外资金加速入场和基金发行持续影响,出现了 520 亿元的资金净流入,月末资金由此攀升至 11420 亿元,创过去 10 个月的最高纪录。

### 资金面依旧宽松

最新发布的《股市月度资金报告》显示,2009 年 5 月 1 日至 5 月 30 日,两市的资金继续高



速流入。中登公司截止 5 月 22 日的周数据显示,5 月前三周,新增股票账户占比、新增基金账户占比,均较此前一月的状况明显上升,表明投资者在本轮上涨新高刺激下,股市投资意愿稳定。

具体来说,2009 年 5 月份,A 股市场因券商佣金、印花税支出的交易成本为 185 亿元;而 IPO 仍未恢复。另外,市场资金直接流入 610 亿元;交易支出和资金流入均较上月有所减缓。这可能相当程度上受了月中行情调整影响。

而新基金发行则继续回暖,5 月成立了 4 只新基金,受长盛同庆 147 亿的首发规模带动,平均募资由上月 26 亿大幅上升至 43 亿,依据最近 6 个月成立的基金规模,估计 5 月基金建仓的增量资金在 221 亿元左右;经测算的股改限售股减持资金需求为 125 亿元。综合上述因素,估计 5 月股市的存量资金流入 520 亿元,月末市场资金存量为 11420 亿元。

总体上看,5 月股市资金依旧保持高速流入的状态,资金面依旧宽松。

### 本月初将再现小高峰

跟踪日常的资金状况,则资金量的进入更加明显。《股市月度资金报告》显示,在 5 月份的 18 个交易日中,单日资金增量进多出少,“五一”小长假后首个交易日,资金净流入量超过 4 月 30 日的流出量,随后持续 3 个交易日流入。

而 5 月的 4 个周末交易日,资金则均为净流出,其中 22 日、27 日分别受 IPO 重启消息、端午小长假影响,流出量超过 200 亿。这亦显示出,场内资金同样有流出的意愿。

参照今年 3 次假期休市后的资金回流状况,以及投资者入市意愿估计,6 月初资金回流量将超过 5 月末的流出量,并将持续 3 至 5 个交易日。

具体板块跟踪显示,5 月份,资金加速流入饮料、电气设备和高 PB 板块。二级行业板块中,加速流出医药商业、化工新材料、医疗器械等 6 个下跌行业,缓慢流出小幅上涨的视听器材、化学制品、专用设备和其他电子器件行业。

资金加速流入量占比(流通市值)居前的依次为饮料制造、橡胶、金属新材料、电气设备、环保和其他采掘,其中其他采掘、金属新材料板块涨幅超过 15%。

## IPO 重启影响不大

而对于未来 IPO 即将重启的新闻,《月度资金报告》认为,其对市场资金面造成的压力不大。5月22日证监会发布了《关于进一步改革和完善新股发行体制的指导意见(征求意见稿)》,《指导意见》强化了“网上散户为主、网下机构为主”的申购资金格局,网上申购收益率的上升将大幅增加中小投资者的资金供给,且主要以新增场外资金为主,比如居民储蓄;对现存二级市场资金的分流,仅限于风险厌恶性投资者,尤其是 IPO 恢复初期,打新资金将视申购收益率水平渐进流入,因此从这方面考虑对资金压力不大。

相关链接: <http://finance.ifeng.com/stock/zqyw/20090602/729663.shtml> [Top ↑](#)

## 7. 将信贷“鸡肋”变“金矿” “信贷工厂”施援中小企业

### 银行专设“信贷工厂”施援中小企业

缺钱一直是困扰中小企业的问题。为改变这一现状,近期银监会频发政策鼓励银行加大对中小企业的信贷扶持力度,众多商业银行也纷纷转变观念,通过各种金融创新形式对中小企业施以援手。

有数据表明,99%的中国企业是中小企业,他们对GDP的贡献超过60%,对税收的贡献超过50%,提供了80%的城镇就业岗位和82%的新产品开发。尽管如此,他们依然很难获得银行的青睐。

因为,中小企业一般资本规模小,生产技术水平落后,产品结构单一,财务制度不健全,内部控制不完善,信息不透明,抵御风险能力较差,在贷款方面,他们被银行视为一块食之无味的鸡肋,能离多远就离多远。另一方面,中小企业严重依赖银行这种间接融资渠道也是不争的事实,融资方式单一,品种较少是中小企业融资的现状。而银行和担保机构出于利益和风险考虑,又不可能降低贷款门槛。

所以,为中小企业融资进行创新,在金融体制上另辟蹊径,已是当务之急。

中国银监会高级经济师杨家才曾表示,如果依靠我国银行业的现有金融产品和对中小企业贷款的相关规定,要想解决中小企业融资难问题是不可能的,我们改变不了中小企业的现

状，那么我们就改变我们银行的信贷方式。

据了解，目前银行业正在通过组织架构创新、风险管理技术创新、担保抵押创新和产品创新等多种途径改变中小企业融资难的现状。部分地方商业银行还因地制宜的推进金融创新，如阿里巴巴和当地建行推出网络联保的贷款方式，即阿里巴巴的三家会员企业以互相担保的方式，共同向银行申请贷款。这就大大降低了银行贷款的风险和成本，让中小企业看到了希望。

实际上，银监会作为监管层一直都致力于帮助中小企业摆脱融资难的问题，近期频发政策鼓励银行加大对中小企业的信贷扶持力度。5月19日，银监会和科技部联合发布了《关于进一步加大对科技型中小企业信贷支持的指导意见》公告。包括更早一些，监管部门的相关领导在各大场合上都表达了对中小企业融资问题关注以及加大对中小企业金融扶持的政策意向。2月20日，银监会还发布了《关于创新小企业流动资金贷款还款方式的通知》，通过鼓励银行业金融机构创新小企业贷款还款方式来缓解小企业资金压力等等。

如今，在政府部门的大力推动下，目前各大银行观念也正在转变，开始关注中小企业贷款。中国银行4月底推出了信贷工厂；招商银行也成立了具有法人资格的中小企业贷款公司……中小企业作为银行眼中的“鸡肋”如果通过金融创新，开发金融产品，加强风险控制，实际上会为银行开辟一块新的业务，是一块具有巨大潜力、给银行带来巨大收益的金矿。

相关链接：<http://www.p5w.net/news/gncj/200906/t2380098.htm>      [Top ↑](#)

## 8. 创业板上市规则体现三大特征

◎本报记者      王丽娜 潘圣韬 朱国栋

6月5日，深圳证券交易所颁布了《深圳证券交易所创业板股票上市规则》全文。业界对《上市规则》给予了高度评价，认为《上市规则》充分体现了创新、高效和市场化等三大特征，强化了创业板市场的规范运作、风险揭示和优胜劣汰机制，注重投资者合法权益的保护，贯穿了优化资源配置的理念。

强化监管手段与透明度

广发证券投资银行综合管理部总经理蔡铁征表示，《上市规则》正式颁布，意味着创业板离我们越来越近。上市规则中的基本监管和服务理念没有变化，同时可以看到针对创业板的特点，进一步强化了监管手段与透明度。

蔡铁征表示，对比中小板，创业板上市规则对控股股东和实际控制人、会计师事务所、保荐机构增加了一系列具体约束。这些主体虽不是发行人，但他们与发行人存在特定的关系，能够在很大程度上影响发行人的意识，从而间接影响发行人的行为。深交所对上述主体的行为监管、约束富有新意，有积极的现实意义，有利于降低创业板市场的风险。

蔡铁征表示，《上市规则》对股权的监管力度有所加强，监管措施非常系统而有针对性：一是不只申报直接持股，还要求申报间接持股，使各种可能通过股权安排来控制或对上市公司实施重大影响的机构和个人都在阳光下被监管；二是新增了在向中国证监会提交其首次公开发行股票申请前六个月内（以中国证监会正式受理日为基准日）新进股本的规范，自发行人股票上市之日起二十四个月内，转让的上述新增股份不超过其所持有该新增股份总额的50%。

招商证券投行部董事总经理谢继军表示，本次修改更加体现了对创业板上市公司从严监管的理念，从而加强对投资者特别是中小投资者的保护。如增加会计师责任的条款，尽管字数不多，且要求较为原则化，也没有提到处罚措施，但仍然是一个进步。同时规则对关联人的界定更为严格，也能减少内幕交易的产生。

### 退市制度设计更加市场化

创业板退市制度设计更加市场化，也较主板更为严格，以更好地实现优胜劣汰，引导投资者树立审慎的投资理念。在《上市规则》中，创业板公司终止上市后就可能直接退市，不再像主板一样要求必须进入代办股份转让系统，但公司退市后如符合代办股份转让系统条件，可自行提出在代办股份转让系统进行股份转让的申请。除此之外，创业板较主板新增了一些退市情形。

第一创业证券质控部总经理王岚表示，《上市规则》体现出创新、高效的特点，做到与主板市场、中小板市场有所差别，真正体现了创业板自身特点，特别是退市制度让人眼前一亮，体现了创业板“能上能下、可进可退”的特点。在信息披露上亦有创新，上市规则在加强

中介机构责任的同时，也给了其更多的监管手段。

对于这一点，中国风险投资研究院（香港）院长陈工孟认为这样的制度安排很合理，“如果一家创业板上市公司连续 3 年以上亏损，这基本意味着这家公司不符合创业板快速成长的标准了，这时再进入代办股份转让系统已意义不大。”

刘赋伟是浙江一家创投基金的投资总监，他认为直接退市对创业投资者的影响并不大，“一般的创投机构都会选择企业上市后几年内就选择退出，不会像公司创始人那样坚持到最后，而一般企业很少会出现刚刚上市就连续出现 3 年亏损的情形，因此直接退市制度对创投机构影响并不大。”

### 对公司治理要求更严格

和《征求意见》稿相比，正式颁布的《上市规则》增加的一些条款，内容包括独立董事职权、对会计师事务所和强化了对核心技术相关内容的披露等方面。

《上市规则》第三章第一节增加了“上市公司应当保证独立董事享有与其他董事同等的知情权，提供独立董事履行职责所必需的工作条件，在独立董事行使职权时，有关人员应积极配合，不得拒绝、阻碍或隐瞒，不得干预独立董事独立行使职权”的内容。

对于这一条规定，陈工孟认为，增加这样的条款，可以让独立董事更好地履行自己的职责，这对创业板上市公司的治理结构有利。

除此之外，《上市规则》强化对核心技术等核心竞争能力相关内容的披露要求。陈工孟对这一做法也表示赞同，“创业板上市公司多数是高科技成长型企业，这些公司具有哪些核心技术对投资者的决策会产生重大影响，因此有必要及时披露。”但陈工孟同时认为，这方面的信息披露应以不影响核心技术的保密为宜。

黄齐是广东一家企业集团的股权投资部负责人，他认为，《上市规则》中，对大股东减持增持部分的内容可能是创投企业最关心的话题之一。

根据规则，创业板市场实施增、减持 1% 事后披露制度，即要求持股 5% 以上的股东、实际控制人通过证券交易系统买卖上市公司股份，每增加或减少比例达到上市公司股份总数

的 1%时，相关股东、实际控制人及信息披露义务人应当在该事实发生之日起两个交易日内就该事项做出公告。

黄齐表示，有些创投机构的退出策略比较凶悍，可能在限售期结束后的若干交易日后，将手中持有的股份抛光。这样的制度安排可能让创投机构在退出时选择相对和缓与平稳的方式，这对防止股价暴涨暴跌有利。

相关链接：<http://www.p5w.net/stock/news/news/200906/t2383105.htm> [Top ↑](#)

## 9. 管理层控制发行节奏：IPO 或“小中大”循序渐进

21 世纪经济报道记者 华观发 北京报道

“三金药业的初步询价及推介还没结束，万马电缆就拿到了上市批文。这说明管理层对于近期二级市场的表现比较满意。”6 月 24 日晚间时分，一家大型券商投行部高层对记者表示。

就在桂林三金药业股份有限公司(下称三金药业)还在紧锣密鼓准备最后一站路演工作时，浙江万马电缆股份有限公司(下称万马电缆)如期获得了 IPO 重启后的第二张上市批文。

先推小型股测试市场

6 月 24 日，深圳证券交易所正式对外发布了万马电缆首次公开发行 A 股股票招股意向书及《初步询价及推介公告》。

上周四(6 月 18 日)，在三金药业率先宣布已拿到首单 IPO 批文后，谁将成为主板市场的首只 IPO？以及面对新的新股发行体制，新股发行节奏将会如何演变？

上述大型券商投行部高层表示，“万马电缆之后，几家与三金药业和万马电缆几乎同时封卷的中小板公司预计也将会很快拿到上市批文。”

本报记者了解到，深圳信立泰药业股份有限公司(下称信立泰)及家润多商业股份有限公司(下称家润多)等多家希望在深交所上市的中小板公司，与三金药业和万马电缆几乎同时封

卷。

“为确保新股发行不会对二级市场产生太大的影响，从目前的市场情况看，管理层显然会采取比较温和的发行节奏。”上述券商投行部高层认为，考虑到是次 IPO 重启与新的新股发行体制改革紧密结合在一起，所以，为检验新的发行制度是否适应目前的市场，肯定要在新股完全恢复正常发行前期，分别安排大、中、小不同规模的股票全部都发行一遍。

由于考虑到小盘股的股本及行业风险不尽相同，因此，三金药业首发之后，为检验深交所在适应新的发行制度方面的效果，该高层人士认为，管理层肯定是要在前期再安排诸如万马电缆这样的中小板公司发行，以保证深交所市场能够在未来适应可能出现的中小板公司批量发行的局面。

“由于深交所发行的都是中小板公司，为达到效果，前期多发几家中小板应该是必须的。”上海一名知名券商研究员指出。

#### 中盘股跟随

现阶段，发行节奏出现温和化的趋势基本确立。“三金药业、万马电缆这样的中小板公司发完之后，四川成渝高速公路股份有限公司(下称成渝高速，0107.HK)及广东珠江啤酒股份有限公司(下称珠江啤酒)这两家发行规模适中的中盘股将有望紧随其后。”

该研究员认为，募资规模有望上百亿的中国建筑股份有限公司(下称中国建筑)、光大证券股份有限公司(下称光大证券)、招商证券股份有限公司(下称招商证券)等大盘股将会是 3 类企业中最晚启动新股发行的企业。

事实上，有关沪市 IPO 重启首单将花落成渝高速的消息已于日前传出。可以佐证的信息是，6 月 20 日，上海证券交易所组织的新股发行全网测试中，银河证券和中金公司都有参与。

市场人士认为，考虑到中金公司的项目中国建筑的发行规模最大，而银河证券恰好是成渝高速的保荐人，上述说法的可信度因而提升。

“小、中、大公司循序展开，应该是管理层目前可以选择的最稳妥的发行节奏。”上述券

商投行部高层指出。

6月24日，沪市收于2922点，上涨了29点，是6月18日管理层给三金药业下发首单IPO批文后，连续4个交易日处于上涨态势。

“面对国家近期没有要收缩积极的财政政策和适度宽松货币政策的前提，A股市场在流动性推动下，持续保持温和振荡上涨的趋势还是比较明确。”该高层认为，管理层推出的“小、中、大”这种循序渐进的发行节奏应该会取得不错的效果。

按照万马电缆的《初步询价及推介公告》，6月25日、26日、29日，公司将分别在北京、上海、深圳举行三地路演活动。6月30日，万马电缆将确定发行价格、可参与网下申购的股票配售对象名单及有效申报数量，并刊登《网上路演公告》。Top ↑

相关链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/newstock/zxd/20090625/02216395409.shtml>

## 10. 央行将继续实行适度宽松的货币政策

◎本报记者 苗燕

央行货币政策委员会在日前召开的二季度例会上指出，要认真贯彻党中央、国务院关于宏观调控的决策部署，落实适度宽松的货币政策，保持政策的连续性和稳定性，引导货币信贷合理增长。

会议称，下一阶段将进一步理顺货币政策传导机制，优化信贷结构，加大对“三农”、中小企业等薄弱环节的金融支持，努力发展消费信贷，支持自主创新、兼并重组、产业转移和区域经济协调发展。严格控制对高耗能、高污染和产能过剩行业企业的贷款。继续推进金融改革和创新，大力加强风险管理，增强金融企业防范风险能力。

会议在分析了当前国内外经济金融形势后认为，我国经济运行正处在企稳回升的关键时期。在一系列扩大内需、促进经济增长的政策措施作用下，当前经济运行出现积极变化，有利条件和积极因素增多，总体形势企稳向好。但是，经济回升的基础还不够稳固，特别是国际经济走势还不明朗，外部需求下降，我国经济发展的外部环境仍然十分严峻。为此，央行要按照党中央、国务院的统一部署，实行适度宽松的货币政策，加大金融对经济增长的支持



力度，银行体系流动性充裕，货币信贷快速增长，金融体系平稳运行。

会议认为，要全面贯彻落实好应对国际金融危机的一揽子计划，并根据形势变化不断丰富和完善。要深入贯彻落实科学发展观，全面增强国内需求对经济增长的拉动作用，着力转变发展方式，加快经济结构战略性调整。进一步加强货币政策与财政、产业、贸易、金融监管等政策的协调配合，提高政策的前瞻性，保持经济平稳较快发展。

相关链接：[http://paper.cnstock.com/html/2009-06/26/content\\_71023188.htm](http://paper.cnstock.com/html/2009-06/26/content_71023188.htm) Top ↑

## 11. 人民币结算突破 首单下月可交易

——金管局人行签备忘 港与 5 市试点企业先行

本报记者 李永青

经过六年的努力，本港跨境贸易人民币结算业务昨获得两个突破：最快下月将落实「第一单生意」；港银梦寐以求的人民币融资业务可望得到局部放行。人民银行行长周小川昨在港与金管局总裁任志刚签订相关补充合作备忘录，香港企业可与上海、广州、深圳、珠海和东莞五个地方的试点企业，选择以人民币进行贸易结算，任志刚表示，当前还有待具体实施细则的出台，但「希望 7 月可以做到第一单」。同时，随人民币跨境贸易结算的落实，达至人民币贸易融资的实现，不仅企业可以减轻汇兑风险，商业银行可以拓展新的业务空间，达至双赢。

香港于 03 年已开始争取人民币贸易结算，期间两地就相关事宜不断作研究。人行行长周小川表示，对于人民币贸易结算的技术问题，有关部门正在抓紧进行，料不应有问题。他强调，人民币贸易结算已经过长期酝酿，尤其是发生金融危机后，全球的金融合作变得更重要，香港与内地的金融合作亦如是。因此，加快推行人民币贸易结算，亦是内地支持香港作为国际金融中心的表现。

周小川：有助人民币国际化

周小川说，在港实行人民币贸易结算有助人民币国际化，因两地关系的密切而水到渠成。以前人民币在国际上接受程度不高，但随中国经济实力的壮大，人民币国际化日渐迫

切。而香港是全球重要的贸易中心、航运中心和金融中心，是一个非常好的试验场，未来有潜质的新业务，也要抓到手里。

任志刚：港业务更多元化

任志刚解释称，如果香港入口商到内地采购，人民币不足时，就可向银行借，人行与金管局早前签了货币互换安排，有需要时可以动用。「这就等如人民币贸易融资了。」至于香港当前只有 500 多亿元人民币，任志刚也不太担心，因内地入口商来港采购时，可用人民币在港或内地付款，令港人民币增加。

他又说，随人民币贸易结算试点的落实，香港人民币业务将会更多元化，亦有助加强香港金融体系处理以人民币计价交易的能力。金管局与人行签订合作备忘录后，仍要待人行与清算银行、以及清算银行与参加银行签署相关协议，但相信一切都会很快完成。

细则及试点名单料快出台

至于参加试点企业之要求，任志刚表示，人民币贸易结算的细则和企业的试点名单，相信不用等太长时间便可出台。日后，除港企和内地的试点企业均可使用人民币作贸易结算外，外地企业亦可利用香港进行人民币贸易作结算。

至于具体试点的企业数量及名单，周小川表示，有关事宜并非由人行来决定，而是由长江三角洲及珠江三角洲发展规划而定，并由内地相关部门选定试点城市及具体企业名单。相信试点企业数百家，具体数量毋须作预测。至于参加的香港企业，相信不会有什么限制。

周小川又指，从管理的角度，企业以人民币结算而减低汇率风险。除了香港可进行贸易结算外，周边的国家地区如越南、柬埔寨亦可以进行人民币的结算，可直接与中方双边进行，但透过香港金融中心进行，则可省时。Top ↑

相关链接：

<http://trans.wenweipo.com/gb/paper.wenweipo.com/2009/06/30/YO0906300001.htm>

## 二、 相关行业情况

## 1. 压缩机企业的机遇重在结构调整

自去年金融危机爆发以来，我国压缩机制造企业的订货量便大幅减少，许多已签订的供货合同也终止或者延期。面对严峻的经济形式，众多压缩机制造企业并没有怨天尤人，而是变被动为主动，加大自主创新力度，走高端产品发展之路，积极赢得市场机遇。

### 应对危机之举纷纷出台

“从 2006 年 6 月份到去年上半年，我国压缩机行业始终处于高速发展的态势，很多企业都在忙于扩张。我却认为，市场形式越好，就越要冷静下来思考：市场不好时该怎么办？”北京京城环保产业发展有限责任公司总经理康毅庆日前在接受记者采访时表示。

康毅庆解释说，一个企业的成长过程就像一个婴儿，如果一夜之间让他长大，就会出现各种不良反应。为了避免这种现象的发生，从 2006 年开始，京城环保就开始进行产品结构调整，优化公司内部管理流程。通过这些举措，2008 年，京城环保实现销售收入 7 亿元，今年一季度也基本与去年同期持平。

上海压缩机泵业有限公司总经理吴永辉说：“现在企业在手的订单有 5 亿多元，如果这些订单不黄，我们今年的日子还可以，但现在已经有一些订单暂缓交货。”尽管如此，吴永辉认为，从市场上看，大型往复式压缩机载石化领域里用量较大，今年如果把这块做上去的话，企业仍然可以保持 10% 的增长。同时他表示，前几年市场红火，再加上企业重组，没时间进行内部结构的梳理，借这次危机，企业正好可以对原来较小的试车台控制系统进行改造。

上海佳力士机械有限公司董事长朱孟君也表示，随着金融危机对装备制造业的影响逐步加深，佳力士迎来了战略转型期。

朱孟君说，今年除了拓宽市场领域外，还要向产业链下游延伸。过去市场好时配套的压力容器等产品全都外协。为了应对金融危机，从去年下半年开始，佳力士新建了一条压力容器生产线，并取得了生产制造许可证。除此之外，与之相配套的输配电高压开关等产品，也都由外协改为自己生产。

江西气体压缩机有限公司董事长胡恩和认为，危机时，最重要的是坚定信心，提振勇气，

凝聚人气，只有这样才能提高企业的抗风险能力。

### 新品开发趋向大型高端

康毅庆认为，2008年初南方遭受冰雪灾害后，国家将对能源结构进行调整，煤层气的开发利用得到极大关注。为此，京城环保新近开发的无油压缩机填补了国内煤层气压缩机的空白，为迅速开拓这片市场奠定了技术基础。

此外，国内的气体工业、石油化工、核电等行业及新型能源对大型隔膜式压缩机需求迫切，该公司抓住机会，成功开发了目前世界最大的GD4系列大型隔膜式压缩机。同时，作为清洁能源的核电在未来发展中越来越受到重视，为此，京城环保前不久还取得了核电压缩机生产许可证。

吴永辉说，处于企业长远发展和居安思危的考量，上海压缩机泵业有限公司在成功研制32吨、50吨活塞力压缩机组的基础上，2007年初试制成功国内第一台100吨活塞力的大型压缩机，其关键技术达到国际先进水平，满足了石化企业对大推力活塞式压缩机的需求。目前，该产品已经生产了10台。此外，上压还为大唐国际年产46万吨煤制烯烃装置制造了2台4M100往复式无油润滑活塞压缩机，为山西潞安年产16万吨煤基合成油装置示范工程研制了4台2D100吨无油润滑压缩机。

吴永辉告诉记者，上压目前正在开发125吨活塞力的压缩机。基础研究工作已经完成，现在最关键的是缺少一个依托项目。除此之外，上压还研制出了适用于纯碱行业的国际上最大的工艺螺杆压缩机，但受金融危机的影响，依托项目减产，虽然样机已经开发出来，但还没正式交付用户。

朱孟君告诉记者，佳力士将积极研发适用于混合动力、氢能源汽车使用的小型单螺杆压缩机。根据2010年上海世博会确定的园区“公共交通零排放”的交通规划，上汽作为上海世博会的全球合作伙伴联合成员，承担了所有新能源汽车包括燃料电池大巴、超级电容大巴、燃料电池轿车等车辆的开发任务。同时，作为合作伙伴，佳力士也就理所当然地成为上海大众唯一的压缩机配套供应商。除此之外，经过自主研发，他们更是在去年成功研制出高技术含量产品无油水润滑单螺杆压缩机，打破了国外该产品对我国的垄断局面。

金融危机同样让江西气体压缩机有限公司原有的产品优势逐步丧失。针对这种情况，胡恩和认为，科技创新才是企业发展的必由之路，他们自主研发开发了 4M27 型空气压缩机。该产品体积大，风量足，用途广，技术含量高，是该公司研制的最大型空气压缩机。

### 积极在危机中寻找机遇

上述企业在危机中积极调整产品结构的做法，得到了中国通用机械工业协会副秘书长、压缩机分会秘书长钱家祥的充分肯定。他认为，金融危机对世界经济的负面影响还在扩大。为了扩大内需，促进行业发展，国家出台了十大行业调整振兴规划。预计未来三年，我国石油、化工、冶金、船舶、环保、清洁能源等行业将进一步发展，压缩机市场需求前景依然看好。如大推力往复式压缩机、工业螺杆压缩机、大排量无油压缩机、高压大排量压缩机、机车配套压缩机、低噪声船用压缩机等。

为此，他建议压缩机制造企业要积极在危机中寻找机遇，把握大的发展趋势。一是要根据国家产业政策加快产品结构调整，开发新技术，发展特色产品，增强企业的核心竞争力；二是要加强现金流和企业内部管理，增强职工的质量意识，提高产品可靠性；三是要抓住机会引进人才。通过这些举措，力争今年继续保持全行业经济实现平稳较快发展。

-----数据来源：《压缩机》6 月刊 [Top ↑](#)

## 2. 下半年压缩机行业备战回暖需靠新思路

在当前全球经济不景气的大环境下，压缩机企业同样也不能独善其身，上半年面临了一系列的困境。时值年中，经济危机是否结束，将以何种形式结束，依然未知。但是可以预期的是压缩机行业已经出现回暖，一些企业陆陆续续的接到订单或者正处于交货期，企业的投资开始大幅的回升，更是由于企业消化高成本库存，生产成本大幅下降，行业毛利率有所提升等利好因素的影响，压缩机行业开始出现发展转机。那么，下半年如何把握住这一良机，使行业走出坚实的复苏步伐，则成为了全行业共同面对的问题。

### 上半年发展情况概述

上半年压缩机行业迎接了一系列的挑战，幸运的是各企业早已做好了打响自我保卫战的

准备，迎接挑战各有绝招，也确实收到了很好的效果。例如开山集团，截至今年4月10日，开山集团拟上市的浙江开山通用机械有限公司及其控股子公司浙江开山凯文螺杆机械有限公司累计上缴增值税699.78万元，同比增长472.45%，其中4月份上缴税额就达367.69万元。开山集团能取得如此骄人的成绩其主要原因是开山一贯依靠科技创新，调整产品结构和市场结构，成功进行了产业升级。目前，进行产业转型升级的企业并不在少数，这促进了压缩机行业的发展，提升了行业的景气度。如上海佳力士机械有限公司，在09年4期《压缩机》杂志专访栏目中，朱孟君总经理提到了佳力士应对金融危机的有效策略，首先是收缩对外投资，突出主业发展，二是加大研发投入，壮大研发队伍，努力提升企业技术创新能力，三是苦练内功，努力降低制造成本，四是加强企业管理和员工培训提升企业管理品质和员工素质，增强企业的市场竞争能力。佳力士多方位应对金融危机的策略也使该企业成功面对挑战，上半年订单不断。同时，他们依靠最新自主研发的城市燃料电池车用单螺杆空气压缩机获得了2010年上海世博会用的全部245辆电动大巴的单螺杆空气压缩机购销协议。依靠最新自主创新技术获得大单的企业比比皆是，这无疑证明和提升了压缩机行业整体的技术创新水平。同样的，在广东正力精密机械有限公司总经理李晓强在接受09年5期《压缩机》杂志采访时也提到了如何应对金融危机的问题，正力根据市场的变化迅速制定了一系列的举措：创新与经销商的合作模式，提高共同应对风险的能力，加强信用管理，规避经营风险，强化市场信息管理。这一系列的举措对正力业绩在市场萎缩情况下不降反升到了积极的作用。

以上的例子充分说明了面对危机及时采取应对措施必要性，而对于今年下半年来讲，如何保持目前的发展态势，使压缩机行业复苏步伐加快，则是企业急需进一步规划的重点。在当前压缩机行业回暖的趋势下，下半年各企业是否能从困境中走出来仍旧需要依靠新的发展思路。

#### 下半年可能面对的风险因素与对策

一、市场需求持续低迷的风险。受国际金融危机的影响，压缩机行业所面临的国际国内经济环境发生巨大变化，在金融危机的冲击下对压缩机的投资需求和客户支付能力将大为下降，导致市场需求可能存在持续低迷的风险。面对这一风险，企业需要拥有较强的技术实力及研发优势、产品品牌及营销服务优势、成本控制及管理优势，并以此为基础，不断加强新产品的开发力度，进一步增强企业整体抗风险能力。同时企业要进一步调整营销布局，加强

营销网络建设，优化代理商结构，严格控制业务风险，强化营销队伍建设，开拓新的市场，构造行风险能力更强的市场结构，国内市场要进一步拓宽与代理商的合作模式，紧密联系终端客户，努力开拓集团客户，争取更多的市场资源。同时，不断完善国际营销网络，找准定位，改变思路，巩固现有市场，开拓新兴市场。对于出口型压缩机企业需要重点做好东南亚和南美市场的开拓，争取占据更多更好的市场资源。要加大质量改进的力度，不断提升产品的整体质量水平，抑制产品质量的下滑，保持产品的核心竞争力。

二、主要原材料价格大幅波动的风险。压缩机生产所需的主要原材料为钢材，而钢材价格近年来涨幅较大，尽管 2008 年第四季度钢材价格有较大幅度下降，但仍不排除市场转暖后钢材价格会持续上涨。钢材价格的上涨还带动了其它以钢材为原材料的配套件（如钣焊件、铸件、锻件等）的价格上涨。钢材及钢制配套件价格上涨，对企业的成本控制带来了较大压力。面对这一风险，企业需要进一步强化预算管理，严格控制成本，改进产品设计，改良制造工艺，提高材料利用率；继续推行采购招标、比价采购，降低采购成本。

三、人力资源风险。随着企业的快速发展和产品技术水平的不断提高，企业对各类专业人才的需求量不断增大，尤其是开拓新的业务领域与研发创新产品这两种专业性人才，企业未来发展就将面临较大的人力资源压力。面对这一风险，压缩机企业要继续大力引进专业技术人才和专业管理人才，满足企业产品研发和管理水平提高的需求，形成各类关键岗位的人才储备，加大培训力度和培训的针对性，努力培养和提高现有人员素质，深入挖掘现有人员潜力，特别是高、中层管理者素质的提高。应采取校企合作的模式，进行高层次人才的培训，逐步形成专业配置合理、年龄成梯形分布的员工队伍。

#### 市场变化促进业务改良

许多行业内人士坦言 2008 年的经济形式给压缩机行业带来的影响依然是存在的。其带来的最大的影响就是市场需求的减弱，无论是国内还是国外，对压缩机产品的市场需求萎缩严重，许多企业因而备有了大量的存货。一些企业遭受了被取消订单、被推迟订单和客户延缓付款的问题，这说明现在的市场在变化，客户需求在变化，这一系列的变化都使企业的压缩机业务需要被重新看待。企业的业务是必须根据市场的需要而进行调整的。因此，2009 年下半年企业的业绩如何，最主要的就是要随时掌握市场的变化，根据市场的变化而及时的做出调整，要全面的掌握市场信息。生产企业还要尽可能多的与产品的最终使用者进行面对面的

沟通，了解客户的需求心态和对价格的承受能力。在综合各方面的信息及影响因素后对产品价格的未来走势做出较为科学的预测，对市场饱和而价格趋低的产品要控制生产，以防在供大于求的价格狂跌。这就相当于建立起产品价格的预警机制，变被动防御为主动出击。

业内人士根据上半年的业务情况总结了下半年业务战略方针。第一个是更加全面地覆盖企业的客户群体。从直接跟踪的客户到零散分销客户，从以产品销售为主的客户到以解决方案为主导的客户，从以传统的产品为主导的客户到发展推销更多新型产品的客户，同时要根据企业下半年的业务部署情况做组织结构销售队伍的一系列调整。事实上，这个调整在上半年就已经定型，但是下半年仍需要根据市场的需要做出调整。没有人能预测下半年是否还处于金融危机的影响之下，因此做好充分的准备才是关键。第二个是开始逐步增大企业在业内就开发新型产品业务的比例，在继续保持传统压缩机业务上的优势同时，加大新型产品的市场开发力度。

业务的改良同时需要考虑各方面因素，比如如何平衡传统业务和新型业务的比重，又比如在进行业务拓展时客户的需求。同时，在面对新业务的时候，就需要更多的知识、经验和能力去适应市场和客户的新需求，为了做到这一点，也需要建立并扩大与业务伙伴之间的合作。因此，对于销售业务人员的培训将起到关键的作用。

### 加强培训与提高服务品质

近年来在服务方面，提高企业的服务能力已经成为业界一个最新的趋势，服务包括用户需要的在产品要求保养和维护期间的所有的售后服务。现在已经有许多企业纷纷重视起了服务项目。良好的服务将会给企业带来良好的口碑，带来更多的消费者，现在营销中，谁拥有更多的消费者谁就是胜者。因此良好的服务可以稳定企业业绩，增加企业的收入。因此，09年下半年企业应加强服务活动专业化，为客户提供解决方案将会吸引更多的客户，也是企业发展的新思路。不仅如此，企业也要加强对员工的培训，将服务当成企业的一个体系规划到企业的发展中。

现如今，各企业竞争格局进入白热化状态。为了求得市场份额的增长，生产厂家及经销商大打价格战，行业平均利润率持续下滑。因此加强服务战略，是彻底摆脱这一不利局面的良方，企业可以通过差异化服务来增加自己产品的价值。在产品同质化日益严重的今天，售



后服务作为销售的一部分已经成为众多厂家和商家争夺消费者的重要领地，售后服务是买方市场条件下企业参与市场竞争的尖锐利器。

-----数据来源：《压缩机》6月刊 [Top ↑](#)

### 3. 空压机实现网络推广与营销战略综述

#### 网络推广与网络营销

网络推广就是利用互联网进行宣传推广活动。广义上讲，企业从开始申请域名、租用空间、建立网络开始就算是介入了网络推广活动。而通常我们所指的网络推广是指通过互联网手段进行的宣传推广等活动；狭义地说，网络推广的载体是互联网，离开了互联网的推广就不能算是网络推广，而且利用互联网必须是进行推广，而不是做其它的事情。

网络营销与网络推广是不同的概念，网络营销偏重于营销层面，更重视网络营销后是否产生实际的经济效益。而网络推广重在推广，更注重的是通过推广后，给企业带来的网站流量、世界排名、访问量、注册量等等，目的是扩大被推广对象的知名度和影响力。可以说，网络营销中必须包含网络推广这一步骤，而且网络推广是网络营销的核心工作。

#### 网络营销的发展

随着网络化席卷全球，从市场本身到商家以及消费者都在日益接受网络带来的变化，网络营销也因此应运而生。它不仅使得网络从深度与广度上更加迅速地将社会、企业、消费者链接在一起，而且也大大地推进了网络营销的发展，并且因其独有的特点正在成为现代营销市场的主流。它无论从营销环境还是营销方法上都是一个转换过程，使得其从一个概念性的营销工具，真正变成一种提升企业竞争力的模式。

#### 压缩机企业进行网络推广

网络推广，使网络营销组成部分。压缩机企业或者个人在对自己的产品进行网络营销的同时，首先就需要对自己的产品进行网络推广。现阶段，压缩机企业纷纷开始利用网络的平台进行自我宣传，从而提高知名度和品牌效应。然而，许多压缩机企业对于网络推广并没有太深刻的了解与认识，只是顺应时代的需要并没有重视起网络推广的重要性，大部分仍旧选

择传统的营销模式来销售空压机。这就完全忽视了网络推广以及网络营销的效应，等于放弃了一种对自身而言极其有利的销售手段。事实上，伴随着网络的普及，越早对空压机进行网络推广进而销售就等于抢占了先机，掌握了网络这部分市场。

### （一）压缩机企业网站推广的要点

压缩机企业进行网络推广的主要方式就是建立自己的网站，企业网站是最有效的网络推广方式之一。对于建立企业网站这部分，现在大部分压缩机企业都已实现。但是对于自身的企业网站推广力度参差不齐，许多企业建了网站，但是建立后不管不顾，即使因为网站的建立吸引了客户，却因为自己的推广缺失容易丢掉订单。

事实上，压缩机企业网站的建立是企业进行网络营销的基础。目前许多压缩机企业网站建设与网络营销思想差距较大，普遍存在如下问题：网站总体策划目的不明确，栏目结构规划不合理，导航系统不完善，信息量小，信息内容陈旧，重要信息不完整，实用性和功能性较差，缺乏互动性，访问量小，网站优化技术落后，用户界面美观程度不够等。这些问题使压缩机企业网络营销缺乏必要的坚实基础，阻碍了网络营销操作技术层面的具体实施。因此，对于压缩机企业网站的建设要有着一套完善的正规合理的实施过程。

#### （1）选取优良的网址并加强网址宣传

在网络空间上，网址是企业最重要的标志，已经成为了一种企业的潜在发展资源，大部分企业利用自己的品牌或者企业注册名作为企业网址，一方面提高自身知名度，另一方面方便客户寻找。网络营销站点推广就是利用网络营销策略扩大站点的知名度，吸引网上流量访问网站，起到宣传和推广企业产品的效果。

#### （2）精心策划压缩机企业网站结构

许多压缩机企业网站结构一目了然，大部分并不花哨，结构简单明了。通过建立较为便捷的路径索引，以方便访问。同时，在结构简单明了的基础上，应做到内容全面，尽量涵盖用户需求的信息，从而达到宣传自身的目的。

#### （3）维护网站

压缩机企业网站的知名度的建立是一项长期的工作，推广也是一直需要持续的任务。因此，对于企业网站的维护也需要长期坚持。它包括网站创意和网站的开通，网站页面图片的更换，企业新闻以及行业新闻的更新，最主要的就是在网上及时更新产品的目录，以及最新产品的研制情况和最新产品的分布，还有价格等试销性较强的信息，以便更好的把握市场行情。而且，较之传统的宣传推广方式，企业网站的推广更为方便、快捷、成本低廉、利用率高。网站的维护也能集中反映压缩机企业的营销个性和策略，尤其是企业服务。压缩机企业网站的维护情况根据调查显示大部分企业并没有定期的更新网站信息，一些企业建立网站后也并没有进行维护，不仅企业历史、企业文化等相关信息陈旧，甚至一些企业没有产品目录与产品的详细信息。如果这样，等于企业网站没有建立，网络推广效果也收效甚微。

## （二）压缩机企业网站网络推广方法

建立了完善的压缩机企业网站后，企业还需要在互联网上对企业的网站进行推广，具体的方法有：

### （1）搜索引擎

a、搜索引擎登录：据分析，网站大量的流量都是来自搜索引擎，有的网站流量百分之八十以上来自搜索，网站建设好可以登录各大搜索，广大的客户才可以在百度等搜索上搜到该企业的网站。

b、搜索竞价广告：现在企业最常用的是搜索竞价的广告，较常用的百度竞价和 google 的关键词广告。

c、搜索引擎优化：这个就是常见的 SEO，针对企业网站的分析，对相关的关键词，在搜索引擎做一下优化，可以排在各大搜索的前面，可以为企业带来相关的转化。

因此，企业在著名的搜索引擎注册是十分必要的，一般来讲，进行注册通常是免费的。

### （2）友好链接

a、友情链接：做好友情链接对网站也可以带来相关的流量和排名，企业在做友情链接时要注意对方网站的相关性，要和自己公司的网站内容有相关。

b、网址站的链接：在网址站的链接中压缩机企业加入行业内的网站链接即可。

### (3) 线下

a、标识推广：在出现企业标识的地方同时出现网址。

b、广告附带：在企业的其它平面和媒体广告中附带企业的网址。

c、线下推广：在一些赠品上印有企业的网址。

### (4) 信息分布

a、论坛：选择压缩机行业内的一些论坛及贴吧，对企业的要宣传的信息进行发布和宣传。

b、博客：可以建立多个博客，加入相关的圈子进行信息发布，现在压缩机博圈很多，行业内人士关注度也很高。

c、黄页和分类信息：一些压缩机网站会做纯信息发布的平台，可以在上面发布企业的产品信息。

### (5) 广告

a、软文广告：在有关的网站发布企业的新闻，对企业的网站进行推广

b、竞价广告：百度、google、sogou、yahoo 等竞价推广。

### (6) 聊天软件

a、QQ/QQ 群：QQ/QQ 群聊天，加入相关 QQ 群进行聊天讨论，发一些相关的内容。并且可以自建 QQ 群，或者企业 QQ 群，这时就可以随时宣传了。

b、MSN：一些企业，尤其压缩机行业内打造国际性品牌的企业多注重发展国外的合资客户，因此 MSN 较 QQ 更容易与这类客户进行沟通与宣传了。

### (三) 压缩机企业网站需要网络推广人员

网站的建立，需要网络推广专员进行企业网站的推广。推广人员需要对压缩机产品进行分析从而集中产品的特色进行网络推广。

## 压缩机企业进行网络营销

网络营销是新世纪市场营销的必由之路，它给广大企业带了历史机遇。对于压缩机企业来讲，网络营销也是实现企业整体盈利目的的一种销售方式。

### （一）压缩机企业网络营销要点

（1）发掘信息资源，广泛收集网上信息。

（2）开展网上市场调研。网上市场调研时网络营销的基础职能之一，随着互联网应用的普及发展，企业的市场调研、用户需求信息的收集亦逐步跨进网络。与传统市场调研方法相比，利用互联网进行市场调研有很多优点，主要表现在缩短调研周期、节约费用、不受地理区域限制等方面。因此，网上调研成为一种不可忽视的市场调研方法。在网上市场调研的整个过程中，收集市场信息资料工作量最大，耗时最长，因此，互联网为获得第一手资料提供了良好的途径，其优势在收集市场资料阶段更加明显。

（3）在网上推销产品与服务，促进在线销售。例如博客、论坛、网站、聊天软件等。

（4）与客户沟通，通过网络收集订单。

（5）网络营销要有持续性。网络营销是大企业的营销补充，也是小企业的制胜法宝，作为低成本营销的探索，网络营销更应该注意长期和持久，在实践的过程中积累和总结，以便找出适合自己的营销方式。千万不要因为网络信息量的庞大，短期效应的难以衡量忽视了网络营销的魅力和潜力。

（6）确立良好的网络信用度与建立良好的服务。

### （二）压缩机企业网络营销方法

网络推广是网络营销的基础，因此网络推广的方法适用于网络营销。此外，网络营销还需要个性化的营销方式。由于网上信息两大且杂，因此只有进行个性化的营销策略才会使产

品脱颖而出。

个性化营销的主要内容包括：用户指定自己感兴趣的信息内容、选择自己喜欢的网页设计形式、根据自己的需要设置信息的接收方式和接受时间等等。个性化服务在改善顾客关系、培养顾客忠诚以及增加网上销售方面具有明显的效果。据研究，为了获得某些个性化服务，在个人信息可以得到保护的情况下，用户才愿意提供优先的个人信息，这正是开展个性化营销的前提条件。

还有一种营销方式是直接并且有效的销售方式，就是利用网上店铺进行销售。建立在第三方提供的电子商务平台上、由商家自行经营网上商店，如同在大型商场中租用场地开设商家的专卖店一样，是一种比较简单的电子商务形式。网上商店除了通过网络直接销售产品这一基本功能之外，还是一种有效的网络营销手段。从企业整体营销策略和顾客的角度考虑，网上商店的作用主要表现在两个方面：一方面，网上商店为企业扩展网上销售渠道提供了便利的条件；另一方面，建立在知名电子商务平台上的网上商店增加了顾客信任度，从功能上来说，对不具备电子商务功能的企业网站也是一种有效的补充，对提升企业形象并直接增加销售具有良好效果，尤其是将企业网站与网上商店相结合，效果更为明显。目前，网上商店的销售是很多压缩机代理商运用的一种方法，在为压缩机作了品牌性的广告同时也任由客户进行比较与选择。

### 压缩机企业网络营销的发展前景

近几年，人们的消费习惯伴随着网络的发展开始逐渐的改变。对于压缩机行业来讲，利用网络营销方式的企业也有不少，但是能够充分利用网络来进行销售的企业却不多。许多企业甚至停留在传统的销售方式中，这对改善企业销售渠道并没有过多的好处，但由于网络的便利与快捷已经使压缩机企业越来越多的认识到网络销售的优势。

现在，我们从网上可以越来越多的了解更多的压缩机企业的信息，压缩机企业网站也在逐渐递增中，通过网络寻找自己的客户、寻找需要的产品，这已经成为了习惯。相信，压缩机企业通过网络营销方式实现企业销售目标指日可待。

-----数据来源：《压缩机》6月刊 [Top ↑](#)

#### 4. 空压机区域销售模式与生产之质量售后为本

如今，空压机厂家面对激烈的市场竞争，采用各种方法进行产品推广。新产品系列不断推出，加强研发和售后力量，采取价格战，创新渠道等新的竞争手法层出不穷，在市场上掀起一波又一波的冲击。通过这样的竞争，一些企业不适应市场发展，推出市场，新的企业又进入市场，形成新的竞争。资源在不断地进行整合，新的渠道得到拓展，拥有优势技术，优秀产品和完善的售后服务体系的强势企业突现出来。

我们可以看到那些处于一线品牌的空压机企业经过十几年的风雨，在市场上雄风依旧；而有些企业在市场上“停停做做”，始终没有打的起色，错过了市场时机，只能在某个较小市场或者领域还被认可；还有些企业要么被收购、兼并，或者解散，改做它行。产品制冷、技术性能、售后服务，以及企业的内部管理体制等方面的因素将时刻制约着企业产品在市场上的竞争力和企业的发展壮大。

本文主要从市场上应用较广的螺杆空压机及相关产品的技术质量和售后服务体系，这些最基本的方面去分析探讨空压机企业的生存、发展之道。

##### 技术质量篇

在螺杆空压机厂家中，只有少数品牌的生产厂家在进行机头的设计，生产和组装，大部分厂家还是从国外进口机头进行组装生产，尤其国产品牌生产厂家更是如此。而这些依靠进口机头组装的品牌厂家的产品自然而然在市场竞争中只能充当二线品牌。往往这些品牌的产品，在使用单位对品牌不做具体要求，只为满足生产需要，依靠价格优势占有一席之地，但要想与一线品牌进行竞争，需要走的路还很长。而国产品牌的空压机企业要想真正的与国外品牌进行竞争，需要做的事情就更多。

从使用方的角度来看，针对那些研究设计单位、国有大型企业和知名的企业，因与国外企业交流较多，主管技术方面的专业人员对国外相关技术和加工精度的认可程度往往高于国内同类企业，也就更看好国外的产品，对国内同类产品的技术水平持怀疑状态，甚至进行排斥，同样造就国产品牌的空压机产品很难与国外品牌进行竞争。实际上，由于种种原因，国内企业在技术和基本加上设备上的投入不足，使得生产水平与国际水平仍有差距，直接造成

竞争上的先天不足。

因为大多处于二线品牌的空压机厂家为国内企业，而这些企业起步较晚，为了生存，都是先模仿国外产品，进行组装生产，资金积累到一定时，才注重研发。但目前螺杆压缩机也已成为通用设备，价格已成透明化趋势，投资商不愿介入，厂家的融资渠道受到限制，有资金的企业不愿投入到这个行业，国内企业的发展就更受到相当大的阻碍。加上随着国外企业不断对中国市场的投入，收购国内相关企业，以及国际间空压机企业的相互兼并，国内空压机企业的生存则更加困难。

从技术角度考虑，螺杆空压机的技术突破不会再有太大。从国外的应用和国内的发展趋势来看，节能和环保是必然的趋势所在，随之而来，空压机企业会在此方面进行“大肆渲染”。目前有些企业已对机头技术进行改进，通过空压机在运行过程中气量的调节而改变电机的功率进行节能化控制，众多厂家还是通过推广变频空压机的使用来达到节能目的。从环保方面看，一旦无油机的成本降下来，噪音能更好的控制下来，那么无油和噪音低的空压机将是未来市场的主力。虽然国家对这方面都作了相应规定，但在具体实践中却很难要求，一方面是使用单位得过且过，国家和地方的监督、检验部门因种种原因审查工作不到位，使得空压机厂家在宣传上“任意发挥”，与实际技术参数不符。另一方面，如果空压机企业真要在节能和环保上面进行突破，就要加大成本，在竞争中处于劣势。第三，大多数采购方只注重第一次的采购成本和维护费用，而对后期的节能和环保没有意识，也没有具体的标准和方法进行核算。不论目前何种态势，只要节能和环保被使用者认可，那些早作准备，真正能做到节能和环保的空压机就会在市场中占据优势。

从使用者的角度考虑，会首先选择质量好，运行稳定的空压机设备。从目前限制大多空压机企业的发展因素来看，质量是主要的一个问题。具体来说，企业的质量体系没有真正落实，往往许多产品一到用户处开机或使用一段时间就会出现这样那样的问题。一是生产厂商多为装配企业，就会存在采购配件的问题，国产如此，国外投资的装配厂也是如此，尤其那些没有稳定机头供应商的制造厂家，一旦改变原有机头，采用其他品牌机头进行组装时，就会因选配件的兼容而产生质量的不稳定问题。另外，有的生产厂商为了节省成本，不断降低采购标准，也容易因所选配件的质量而产生整机的质量问题。二是使用方由于对空压机知识的缺少或对新进入品牌空压机的排斥，也会在外界环境和使用中造成操作不当，产生种种质



量问题。这种由于技术方面产生的质量问题，选配件兼容产生的质量问题和人为因素产生的质量问题，是质量问题产生的主要因素，也是限制空压机企业发展的主要因素。尽管大家都知道质量问题的重要性，但作为“老生常谈”的话题，真正在企业中落实下来，坚持下来，所要走的路还很长。在我们所熟知的众多品牌中有的退出市场，被挤出某个区域市场或某个行业市场。究其原因，质量问题是第一因素。

## 售后服务篇

笔者在做空压机标书时，曾经参考过多个品牌和厂家的标书样本，在售后服务方面，可以说大同小异，有的几乎相同。当然这与行业内人员的流动有关，同时也放映了目前这个行业在售后方面的一个现状：真正能在售后服务体系中完全满足用户的企业并不多见，包括在市场上那些知名的国际品牌也是如此。尽管各个厂商都知道售后服务和产品质量一样重要，但面对实际情况，他们的侧重点就会有所不同，这就会造成用户对该品牌的售后服务体系的认知有所差异。

尽管大家都知道做空压机的售后服务是赚钱的，但那是指质保期过后的收费服务项目。这里主要阐述的是质保期内的服务问题，因为现在争议较多的问题就是在质保期内存在的质量和售后服务问题。不论知名品牌还是一般品牌的企业都会存在这样的问题，尤其是那些由代理商或者中间渠道经销的产品，各方面的分歧就更多。厂家希望由经销商自己去解决，减少自己的费用支出，而经销商认为是在质保期内的服务，因不会产生增值项目，且会增加自己的费用支出而推诿给厂家。而用户更不会出钱去解决这种质保期内的服务项目。因此使得服务不能满足用户要求，往往会让用户产生抱怨，甚至有些积怨会让用户拒绝该品牌再次进入所在企业或者该行业。

大部分国产品牌或者新进入市场的品牌都在此期间产生类似问题，如果能够做到服务及时，处理问题妥当，让用户满意，该品牌的生命力将延续下来。但往往许多品牌在某个市场做上一、二年就消失了，也与该品牌的定位有关，最重要的还是质量和售后服务问题不能令用户满意。大多厂家都是只管销售，服务跟不上来，或者因实力问题基本放弃。最终使用户对此品牌失去信息，该品牌厂家在市场上难以经营下去。

当厂商不遗余力的扩大市场份额时，一定要加大售后服务方面的投入，使售后服务深得

用户之心，即时产品质量极好，也不要忘记售后服务更重要，这也会减少其它品牌空压机进入该企业的机会。

尽管现在仍处于经济危机的严寒之时，但对于各个空压机厂家来说，是挑战也是机遇，这会加快行业内的重新洗牌，新的资源和发展机会将会再次出现，整个行业的“春天”亦将会不远了。总之，那些将产品的品质，服务作为企业生存的首要任务去重视和对待企业必将会在市场竞争中始终处于不败之地。

-----数据来源：《压缩机》5月刊 [Top ↑](#)

## 5. 新能源建筑受宠 避免沦为一句空洞口号

能源的革命已经成为，而且很可能至少在 21 世纪的前半段仍然是人类所面临最重要的挑战。虽然可能看起来是一个技术上的问题，倒不如说它是一个社会的和智力的问题：一个需要深度改变人们日常习惯的过程，并且在专业问题上遵循不同的规则。在不远的将来，我们将可能目睹新型“能源”城市的崛起,由于环境、建筑以及人之间这样的一种相辅相成的关系，所以倡导“能源新世界-节能建筑”就成为一个势在必行的举动。

在全国财政新能源与节能减排工作会议，财政部副部长张少春表示，财政支持新能源发展和节能减排，是当前落实积极财政政策的重要内容。在建筑领域加快实施十大重点节能工程，支持企业节能技术改造，推进大型公共建筑和既有居住建筑节能改造，鼓励合同能源管理发展是国家支持重要举措。中国能源战略研究中心执行主任王震也曾表示，“现在市场已经提前做出了反应，建筑节能挖掘的空间还很大。而且现在已经有一些成熟的技术在准备着，随时会择机进入建筑节能领域。”今年以来，新能源板块一直备受 A 股投资者关注。其中，节能建筑板块的表现最近格外抢眼，被业内人士戏称为“不死鸟”。

新能源在建筑商的发展趋势也推动着各个地区对建筑节能前进步伐。山东省近期发布了《加快新能源产业发展的指导意见》，其目标是通过重点发展太阳能、风能、生物质能、地热能、海洋能等五大新能源产业，到 2011 年，使 3 成以上的城市建筑普及应用新能源，新能源消费占比提高到 3%。重庆市主城区建设领域从 2008 年 1 月 1 日将全面执行《居住建筑节能 65%设计标准》，公共建筑执行节能 50%的标准，对新建建筑执行国家及重庆市地方性有关建

筑节能的强制性标准，同时对既有建筑推行节能改造。”

目前市场正处于经济危机时期，历史经验表明，每一次危机都孕育着新的技术突破，催生新的产业变革。金融危机缓解了经济发展与能源供应之间的矛盾，为能源行业解决一些深层次问题创造了机会。但是，新能源在建筑上的应用不能定义在仅仅也是为今后两三年走出经济危机、拉动经济增长的工具，而应该定义为市场发展的产期战略目标；不能由于国际油价上涨，新能源开发受到重视；而油价一回落，新能源计划旋即被束之高阁。发展新能源建筑应该是无论遇到任何阻碍都应持之以恒而不能使其仅仅沦为一句空洞的口号。

但是发展的同时不应该盲目和不择手段。既然新能源可以实现建筑的节能目的，就应该物尽其用、因地制宜。太阳能、地热能、海水能、空气能等都是目前可以应用在建筑上的新能源，各有各的特点，各有各的优势，而非任何地区都适用。太阳能如果选择梅雨比较多的南方显然不合适；地热能自然会选择地质合适或者地下水资源丰富的地区；海水能自然是选择沿海城市，业主和厂家不能因为政府补贴就盲目的投资和开发，这样做很可能不仅达不到节能反而会浪费能源。

对于新能源开发，我们不能坐失良机，但也不能从一个极端走向另一个极端，为了突出新能源而刻意贬低“旧能源”对于中国建筑的现实意义。而是应当立足国情，结合各地实际，依据比较优势有选择地各有侧重。尽管目前传统能源建筑在今后相当长时间内仍将为中国市场的主力，但我们有理由相信新能源终将彻底改变我们的生活方式。

相关链接：<http://www.tt2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=12526> [Top ↑](#)

## 6. 商用空调：内销渐有起色，外销同比减半

经历过一季度市场的“严寒”考验后，4月份的商用空调市场终于出现了一丝明媚的春光，销售额继3月份开始抬头之后持续了增长的态势，虽然难以企及2008年的销售额，但环比已经有较大幅度的增长。上海世博会日期的临近使得相关项目面临交货期，房地产行业的回暖刺激了华东地区房地产项目对中央空调产品的需求。据上海、苏州、杭州、宁波、温州、南京市场的部分销售人员反馈4月份的销售有较大回升，一些知名品牌在4月份取得的业绩在一定程度上弥补了一季度的下滑。多联机继续成为这块市场上最热门的产品，家用中央空

调的接受程度也有很大的提高。

在以往表现较为平淡的华中地区近来有不少节能改造项目，如商场、超市、厂房等项目，为这个大型项目匮乏的区域带来机会，总体看冷水机组产品更受青睐。奥运会之后行业对华北地区的销售预期较低，从 4 月份来看华北地区有不少大型项目招标，如北京地区的联通大厦、天津软件园、中国人大办公楼项目，同时河北地区也屡传标讯，而这些项目绝大部分都由著名品牌获得，在项目大幅减少的时期小品牌的生存遭遇严峻考验。而华南地区在 4 月份的起色不大，广州亚运会对于市场的带动效应较为有限，广州、深圳两个城市中央空调的消费能力有所下降，广东的佛山、中山以及福建省的潜力日渐明显。

从产品角度看，多联机和螺杆机是销售额的主要来源，离心机产品的竞争较以往略显激烈，LS、顿汉布什都有不错的收获。数码多联机组的推进遭遇较大的阻力。

2009 年 1-4 月，中国商用空调产品的海外销售较去年同期锐减近 50%，跌落至 2006 年的水平，主要的下滑来自于欧洲和日本。4 月份亚洲各国的优势出口地区如泰国、印度、印度尼西亚、新加坡都有较大的下滑；针对澳大利亚和新西兰的出口额在以往并不突出，但在外销大幅下降的时期看来非常稳定。因此总体上 4 月份的出口环比虽略有增长，但仍徘徊在较低水平。

### 三、 同行业资讯

#### 1. 顿汉布什全热回收离心机中标正泰太阳能科技

近日，顿汉布什离心机产品中标杭州正泰太阳能科技项目，提供 2 台单机制冷量为 800 冷吨的全热回收离心机项目。离心式冷水机组全热回收项目在工程应用中并不多见，顿汉布什此次中标的全热回收离心机组，采用全年制冷方式，热回收水主要用于冬季办公区域的供暖。

-----数据来源：《中国电子商情-空调冷冻》5 月刊 [Top ↑](#)

#### 2. 海尔中央空调全国开展万家“无醛”活动

为了给所有的用户打造绿色健康家居环境，海尔中央空调将于近期在全国开展“万家无醛”活动。本次活动将深入小区，通过现场演示、上门设计、购机优惠等方式，让所有的用户都拥有“健康无醛”的生活环境。海尔中央空调采用的除甲醛技术是近年来新兴的一种甲醛净化技术——室温催化氧化法，其特点是在室温条件下，利用空气中的热量长期稳定地将空气中甲醛污染物催化氧化成水和二氧化碳。为用户彻底清楚室内甲醛，保护家人健康。为了支持本次活动的开展，海尔中央空调特别定制了 1000 个除甲醛演示模型，该模型根据海尔除甲醛中央空调的工作原理，让广大用户现场感受除甲醛中央空调快速高效去除甲醛的优异性能。

-----数据来源：《中国电子商情-空调冷冻》5 月刊 [Top ↑](#)

### 3. 重通离心机中标方家山 福清核电站

4 月 15 日，重庆通用工业（集团）有限责任公司在中国核电工程有限公司组织的方家山、福清核电站 DEG 离心式制冷机组招标活动中，力挫行业群雄，一举夺下 12 台设备订单。这是重通集团制造的离心制冷机组继秦山核电站（二期）、秦山核电站（二期扩建）、大亚湾核电站、岭澳核电站后再次强势切入核电领域，为我国核电站设备国产化作出的又一重大贡献。

-----数据来源：《中国电子商情-空调冷冻》5 月刊 [Top ↑](#)

### 4. 开立绿色解决方案亮相第五届国际绿色建筑大会

3 月 27 日，开利公司携手其母公司联合技术公司，参加了由住房和城乡建设部主办的“第五届国际智能、绿色建筑与建筑节能大会暨新技术与产品博览会”。在大会上，开利强调了其领先的绿色、可持续性楼宇技术和解决方案，展示了综合的可持续性楼宇解决方案，整合了绿色建筑设计、创新设备提供、楼宇自控系统，以及既有建筑的节能再造。开利所传递的信息聚集优化楼宇解决方案，实现长期的高效性能。开利亚洲暖通空调业务总裁舒若思先生出席了联合技术公司媒体见面会，与多家重要的中国媒体分享了开利在中国市场的蓬勃发展，以及近期在推进中国绿色事业方面取得的成绩。

-----数据来源:《中国电子商情-空调冷冻》5月刊 [Top ↑](#)

## 5. 广州日立新冷媒机组成功中标中央财经大学项目

广州日立冷机有限公司自 2008 年推出新型 R410A 环保冷媒螺杆机组后,一直致力于市场推广,不仅在华东有收获,而且出口海外,如今在华北也初见成果。2009 年 2 月成功中标中央财经大学。此项目采用的是日立水冷螺杆式 R410A 系列机组,总冷量 600 冷吨。机组使用的 R410A 冷媒对臭氧层的损耗潜值 ODP 为零,在同等制冷能力情况下,与使用非环保冷媒机组相比,效率可提高 7.3%~14.3%,而且,其选用的彩色液晶屏有人机对话界面,可视化操作,简便直观。

-----数据来源:《中国电子商情-空调冷冻》5月刊 [Top ↑](#)

## 6. 三菱重工 6 月底将在中国推出离心机产品

日前从三菱重工业(上海)有限公司空调部技术统括部长马步平处获悉,6 月底,三菱重工将在中国推出其离心机产品。

一直以来,三菱重工中央空调在中国上市和销售的产品都以多联机为主,而这主要是因为三菱重工公司根据中国市场的需求而做出的决定。众所周知,多联机产品在中国中央空调市场一直占据着最高的市场份额,每年也以不小的增长速度向上攀升。因此,包括三菱重工在内的很多日资企业进入中国中央空调市场时都会以多联机产品来打开市场。但这并不表示,包括三菱重工在内的这些日资企业不具备研发和生产其他中央空调产品的技术实力和能力。就比如三菱重工,其在全球其他地方生产和销售的离心机产品已达到欧洲 A 级最高节能标准。而 6 月底即将被三菱重工引入中国的离心机就是其在全球其他国家销售的、使用 R134A 环保制冷剂的离心机产品。

据介绍,此消息,三菱重工会在 6 月 28 日南京三菱重工 K-POINT 店开业时对外正式宣布。[Top ↑](#)

相关链接: <http://www.ttb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=12439>

## 7. 格兰仕中央空调定能续写微波炉的神话

格兰仕是全球微波炉生产企业的龙头老大，它连续 13 年蝉联中国微波炉市场销量及占有率第一的双项桂冠而被誉为“世界微波炉工厂”，以至在不少人心目中，格兰仕就成了微波炉的代名词。

2007 年 6 月格兰仕斥资 1 亿元又进军中央空调领域，成立独自运营的格兰仕中央空调有限公司，同时在广东中山格兰仕空调城建立了商用空调第一期生产基地，产值达 3 个亿。

在微波炉做得风生水起的时候，格兰仕为什么又要来抢中央空调市场的“蛋糕”，在中央空调市场格兰仕将要扮演一个什么样的角色，能否延续在微波炉王国里创造出的神话？在空调制冷大市场论商台 (<http://1st.178b2b.com>) 上，众多网友就此发表了自己的看法，其中更多的网友是对格兰仕充满信心的评论。

### 不是盲目的多元化而是相关产品的品牌延伸

对于格兰仕为何要相继进军空调和中央空调领域，网友进行了激烈的交锋，其中一位网友的发言很有道理：格兰仕微波炉的产销量已连续多年占了全球市场的 70% 以上，可以说是高度垄断了。到了这种程度，在微波炉这个行业格兰仕要想再做大，已基本没有什么空间了。而格兰仕多年来累积起来的十分雄厚的综合实力，特别是它的品牌影响力都要求它一步发展壮大，强势品牌的扩张之路一般都选择品牌延伸的多元化之路，因此格兰仕选择了向空调和中央空调这两个与微波炉有一定的相关性的产品延伸，这是从品牌延伸战略的核心要素——产品的相关性来讲的。

虽然从表面上看，空调和中央空调是与微波炉之间没有什么相关性，但了解格兰仕的人都知道，格兰仕生产的空调和中央空调则是同微波炉之间有一定的相关性的，那就是格兰仕的微波炉与空调、中央空调中都有一个叫做光波管的部件，或者说是格兰仕把微波炉中的光波管移植到了空调和中央空调中。

正是由于这个光波管使格兰仕空调和中央空调与原品牌微波炉之间有了一定的相关性，也使这一品牌延伸具备了成功的品牌延伸战略必备的二个条件，一是品牌产品的强势度，二是延伸产品与品牌产品之间的相关性。也正是因为这个光波管是格兰仕的专利产品，使格兰

仕的空调和中央空调具有了自己独有的优势。由此可见，格兰仕进军空调和中央空调不是盲目的多元化扩张，而是经过了严格的科学分析论证后制定的品牌延伸战略。

### 技术研发是崛起的保障

“格兰仕做微波炉有核心技术，中央空调掌握了什么核心技术？能制造压缩机吗？”这是论商台一位网友的评论。

但马上就有另一位网友反驳到：“中央空调是一项庞大的系统工程，涉及的零部件成千上万，现在有哪家公司能够上下通吃的？在经济全球化的大背景下，零部件的相互采购是再正常不过的现象了！更何况，对众多零部件进行整合，使之成为一个兼容稳定的有机整体，这样的整合能力就不算核心技术吗？如果不是，就只能说明你的理解太片面了。”

格兰仕做微波炉之所以成功，掌握核心技术无疑是其最大的法宝之一。在中央空调上面，格兰仕似乎也在遵循着和微波炉相似的成功经验，初期通过和制冷业界顶尖的约克公司合作，实现技术上跨越式的发展，同时将强自身的研发改进，取得更大的技术突破，直至完全掌握其核心技术。目前看来，这样的思路对于格兰仕而言，确实是最好的选择。

### 营销方式的适时转变

在市场营销方面，中央空调和微波炉之间存在巨大差异。微波炉属于家电，是终端消耗品，一直以来都走的是家电卖场模式；而中央空调属于工程类产品，面向的客户是工程商、设计院之类截然不同的群体，延续微波炉的营销模式，基本是不现实的。格兰仕显然早已意识到这点，在积极搭建营销渠道的同时，大手笔投入参加前不久的中国制冷展，引起业界轰动，就是格兰仕高层开始正视中央空调行业营销的特殊性最好的证明。

论商台一位网友对此评价道：“终端消耗品和工程类产品还是有很大区别的，梁总若不去涉水恐怕难知深浅。到时溺水还认为是水的密度问题。当然不是猛龙不下海，我们相信他会有惊人之举的！”

### 成本控制是杀手锏

领先的成本控制是格兰仕的杀手锏，凭借百试不爽的超低价格，格兰仕微波炉得以快速



膨胀为全球第一。在中央空调领域，格兰仕是否还会用这一招？按照格兰仕过去“价格屠夫”的作风，史上最便宜的中央空调，似乎很可能会出自格兰仕之手。能否结束目前中央空调行业的暴利状况，格兰仕的动作值得期待。

论商台某网友对格兰仕充满信心：“格兰仕最强势的是成本管理，看好格兰仕！希望能够改善中央空调市场的暴利现象！” [Top ↑](#)

相关链接：<http://www.tt2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=12441>

## 8. 美的中央空调大型机携手世界 500 强惠普

作为重庆市 2009 年工业项目的“一号工程”，惠普电脑将在重庆建立占地 20000 平方米的生产基地，并将其打造为中西部地区唯一拥有国际知名品牌的电脑生产基地。

美的中央空调为惠普(重庆)研发基地 1、2 号建筑、二期工程餐饮中心提供 4 台 600RT 离心式冷水机组，其中一台为变频式离心冷水机组，整个项目总制冷量达 2400RT；末端设备采用组合式空调机组、吊顶式空调机组和风机盘管的组合方式，其中二期工程餐饮中心采用变频多联机系统。重庆惠普电脑生产基地将采用惠普先进的台式机和笔记本生产线，计划于今年 10 月正式投产，争取今年底形成 1500 万台电脑生产能力，为中国市场生产电脑产品，主要面向重庆和西部市场。

该工程位于沙区西永镇，总建筑面积 59712 m<sup>2</sup>，招标人为重庆西永微电子产业园区开发有限公司，建设资金来自国有。经过激烈的竞争与较量，美的中央空调战胜美国四大品牌，通过和中国建筑一局(集团)有限公司的紧密合作顺利中标。此次携手世界 500 强再一次表明，美的离心机已经开始打破外资品牌在中国离心机市场的垄断地位，并在高端市场建立样板客户群体。 [Top ↑](#)

相关链接：<http://www.tt2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=12635>

## 9. 富尔达新水源热泵技术成果通过国家鉴定

由行业内专家组成的鉴定委员，5 月 26 日，在富尔达公司举行新产品鉴定会，两项新产

品通过鉴定，达到国内领先水平。这两项新产品的推广应用，将进一步拓宽水源热泵应用的领域，促进新型环保工质的推广。

一是利用低温热源的两级压缩高温水源热泵机组。在一般低温热源的情况下，热泵机组只能最高提供 65c 左右的热水，要制取 85c 左右的高温热水是无法实现的。

富尔达公司研制的双级压缩高温水源热泵机组，就能在一般低温热源条件下，制取 85c 的高温水，并且具有较高的效率。双级压缩高温水源热泵机组的制热性能系数设计值分别比不带经济器的单级压缩热泵机组和带经济器的单级压缩热泵机组的设计值高 20%和 13%。

双级压缩高温水源热泵机组开拓了利用低温热源制取高温水的先河，创新性和先进性明显，打破了过去一般低温水只能实现 65c 的界限，对于一些在一般低温水条件下有高温水需求的项目，可以取代锅炉或燃油燃气装置，使水源热泵的应用领域更加广泛。

二是 R410A 变频满液式水源热泵机组。本项技术开拓了将环保工质 R410A 和变频压缩机应用于满液式水源热泵的又一先例。采用新型 R410A 变频满液式压缩机，能效比高，达到 GB/T19409—203 标准要求，环保性能好，运行稳定可靠，为水源热泵领域的一支新秀。特别是随着 HCFCs 制冷剂的淘汰，将得到广泛的应用。

相关链接：<http://www.tb2b.com/ShowGridDetails.aspx?id=12662> [Top ↑](#)

## 10. LS 离心机一季度销售额近 5000 万元

受金融危机的影响，09 年的中央空调旺季比往年要推迟一些，尽管经济形式不是很理想，但 LS 空调的离心机销售确是逆势而上，接连中标。09 年第一季度以来，LS 空调离心机取得了将近 5000 万元的订单，树立了一批离心机样板工程：山东金宇轮胎、山东海力化工、北京现代、辽宁抚顺金融街、苏州 DS 电子、杭州丽水华侨、威海乐天等等。

-----数据来源：《中国电子商情 空调与冷冻》6 月刊 [Top ↑](#)

## 11. 扬子中央空调大力拓展销售领域

扬子中央空调近期接连获得医药行业的工程项目：黄陂医院采用扬子变分量机组；浙江

海州医药有限公司选用扬子风管机组；铜川市人民医院使用扬子模块机及末端设备；自贡中医院是政府提倡的节能减排标志项目，选用扬子水源热泵；浙江海州医药有限公司是台州较大的医药连锁公司，也选择了扬子。

除医药行业外，扬子中央空调在工业项目上的应用日益广泛：

## 四、 关于汉钟

### 1. 汉钟精机调研简评 P3

公司第一季度业绩大幅下降，有下游需求减少的影响，也有公司大幅计提研发费用的影响，目前公司订单已有明显改善，一季报中，公司预计中报业绩同比下降幅度小于 30%。随着经济环境好转，我们预计这一目标能够实现。公司一季度是传统销售淡季，对全年业绩影响不大。公司正在大力推广大流量空气压缩机、干式机械真空泵等高端产品，是公司未来的利润增长点，我们看好这些产品的长期发展前景，但短期内还无法为公司带来大量利润。公司 IPO 募集资金项目正在进行中，目前已实现核心零部件的国产化，预计明年公司产能将大大提高，一旦经济形势好转，下游需求增加，公司具有快速增长的潜力。我们认为过去的两个季度是公司业绩的低点，经济环境如能持续好转，公司业绩将随之改善，我们已略微上调全年估计的 EPS，后续将继续跟踪。预计公司 2009 年到 2011 年的 EPS 分别是 0.31 元、0.37 元、0.44 元，目前估值基本合理，维持对公司的“中性”评级。

（机械行业核心分析师 龙华、机械行业助理分析师 舒灏）[Top ↑](#)

相关链接：<http://www.caihuanet.com/hsstock/baogao/200905/P020090520338702164840.pdf>

### 2. 汉钟精机新产品创造新的竞争优势

事件：2009 年 5 月 19 日研究团队赴汉钟精机调研，与公司高管进行交流并参观工厂。

我们的观点：

□ 螺杆压缩机行业需求稳定。公司主要从事压缩机应用技术的研制开发、生产销售及售后服务，螺杆式压缩机相比往复式压缩机，具备节能环保的特点，符合国家构建节约型社会的

基本国策。公司主要产品有 1) 螺杆制冷压缩机：主要用于大型中央空调主机及工业制冷行业：商用中央空调行业与房地产开发、百货仓储物流、大型公共建筑等；公司在该领域国内市场占有率第一，超过 40%，主要竞争对手是比泽尔、复盛、莱富康等海外品牌；2) 螺杆式冷冻压缩机：主要用于农产品保鲜冷库储存和工业冷冻，该业务受益于国家三农政策，近年来增长迅速，也将是公司业务发展的重点；3) 螺杆式空气压缩机：配套服务于机械、电子电力、化工、冶金、医药等行业，其中螺杆式空气压缩机体 2008 年约占国内市场的 10%。

□ 新产品业务快速增长。由于公司主要产品 R 系列制冷压缩机的销售收入占公司总收入 70%以上，公司在不影响公司核心业务的前提下，通过弹性的产销系统，生产多样化的产品，逐渐将目标市场由空调制冷领域延伸到冷冻冷藏、压缩空气和真空泵技术领域。在空气压缩机业务领域，公司已具备中小型空气压缩机制造能力，其中螺杆式空气压缩机体 2008 年约占国内市场的 10%，未来还将逐渐进入包括离心机等中大型空压机市场。在真空泵业务领域，真空泵可用于半导体行业、化学工业、薄膜等产业。我国泵及真空设备制造行业处于快速发展时期，目前国内使用的干式真空泵主要从国外进口，而考虑到其下游电子半导体产业的高速增长，未来市场容量还将大幅增长，预计二到三年内，真空泵业务将对公司业绩产生实质性影响。综合来看，公司 2009-2011 年销售收入有望实现 10%，20%，30%的增长。

□ 产能建设进展顺利。公司募投项目包括新建压缩机零部件自动化生产线项目、新建螺杆式流体机械综合生产线项目预计于 2009 年底完工，企业信息管理和物流仓储系统项目、技术中心技术改造项目预计将于 2010 年底完工。2010 年压缩机产能有望达到二万套。此前由于产能瓶颈，公司外购空压机体，从而导致产品毛利率走低，但较为有效地抢占了部分市场份额。随着产能逐渐释放，公司空压机体业务毛利率将较快提升。

□ 催化剂：国家加大环保节能产品推进力度。

□ 风险因素：国内国际宏观经济波动影响的不确定性。[Top ↑](#)

相关链接：[http://allcom8.p5w.net/Report\\_Annex/80908.pdf](http://allcom8.p5w.net/Report_Annex/80908.pdf)

### 3. 汉钟空压机体以高品质产品利剑开拓欧洲市场

目前，随着汉钟空压机体在大陆市场占有率的不断加大，“HANBELL”的品牌开始被

大家了解和熟知，尤其是会接到国外市场的咨询信息。他们销往欧洲的主打产品主要为汉钟喷油螺杆式压缩机。正如此前，“Air Center International GmbH”总经理作为压缩机行业中的资深销售人员，看到了跟汉钟合作的前景，双方经过一段时间的接触后，最终达成意愿并正式签约合作。与这一家欧洲经销商的签约合作，足以说明汉钟的产品达到欧洲的高标准并逐渐得到欧洲客户的认可，并充分证明“国外品牌能做到的，汉钟也一样能实现”。

通过欧洲经销商在欧洲市场的开拓和深耕，有助于汉钟品牌形象的提升。最重要的是，汉钟作为一个中国品牌，能够达到欧美国家的高标准，打入欧洲市场并获得认可，实现了中国人一直以来的理想。

-----数据来源：《压缩机》5月刊 [Top ↑](#)

#### 4. 汉钟精机(002158)：技术水平居全球前列

公司是国内唯一一家专注于螺杆式压缩机产品研发、制造及销售的企业，是全球应用工质最多的螺杆式压缩机生产企业，并且研制出具有节能降耗的变频式螺杆压缩机，技术水平居全球前列。公司压缩机产品具有优良的性能和较高的技术水准，曾被应用于首都体育馆、秦山核电站和北京南站等重点工程，其质量得到了国家相关部门的认可。目前，国内只有汉钟品牌产品在技术水平上与外资优质产品比较接近。随着我国城市轨道交通、机场等交通设施大规模建设的相继展开，相关工程在规划的指导下将会优先采购国产的优质产品，这在一定程度上会对公司的压缩机产品销售形成利好。

公司是国内螺杆式制冷压缩机主要生产厂商中，唯一采用直销模式的企业。相比渠道代理模式，采用直销模式有利于减少产品流通环节，降低销售成本。公司已建成转子精加工线，转子由外购转为自制，本土化经营不仅有助于公司降低产品成本、缩短供货周期和维修时间，同时也为公司采用直销模式提供了保障。

二级市场上，该股上升趋势良好，量价配合理想，近期调整低点不断抬高，周五走势明显强于大盘，后市有望震荡攀升，建议关注。 [Top ↑](#)

相关链接：[http://www.caihuanet.com/hsstock/guping/200906/t20090615\\_813186.shtml](http://www.caihuanet.com/hsstock/guping/200906/t20090615_813186.shtml)

## 5. 汉钟精机：新业务前景广阔

螺杆制冷压缩机行业需求稳定。螺杆式压缩机相比往复式压缩机,具备节能环保的特点,符合国家构建节约型社会的基本国策。公司主要产品之一的螺杆制冷压缩机(冷媒机)主要用于大型中央空调主机及工业制冷行业:商用中央空调行业与房地产开发、大型公共建筑等;公司在该领域国内市场占有率第一,约为 40%,主要竞争对手是比泽尔、复盛、莱富康等海外品牌。行业总体需求增长较为稳定,预计将维持 10%以内的稳定增长。

螺杆式冷冻压缩机加速增长。公司的冷冻压缩机(冷凝机)产品主要用于农产品保鲜冷库储存和工业冷冻,由于国内目前的冷链设施和冷链装备不足,原有设施设备陈旧,发展和分布不均衡,无法应对日益增长的居民消费需求,近年来国家对此予以积极引导和鼓励,受益于此,公司产品销售增长迅速,也是公司业务发展的重点。预计 2009 年有望实现 50%的高速增长。

空压机业务增长稳定。空气压缩机配套服务于机械、电子电力、化工、冶金、医药等行业,在工业制造领域用途广泛。目前公司已具备中小型空气压缩机制造能力,其中螺杆式空气压缩机体 2008 年约占国内市场的 10%,公司未来还将逐渐进入包括离心机等中大型空压机市场。公司未来还将逐渐进入包括离心机等中大型空压机市场,预计 2009 年空压机业务有望实现 20%的增长速度。

真空泵业务前景广阔。真空泵可用于半导体行业、化学工业、薄膜等产业。目前,我国泵及真空设备制造行业处于快速发展时期,但国内使用的干式真空泵主要依靠进口,而考虑到其下游电子半导体产业的高速增长,未来市场容量还将大幅增长,预计公司新业务真空泵产品 2009 年开始实现销售,2010-2011 年真空泵业务将实现 50%以上的高速增长。

给予公司 45 倍估值水平,对应 2009 年预测 EPS 的股价为 15.75 元,维持增持评级。东方证券股份有限公司 (证券之星编辑整理) [Top ↑](#)

相关链接:

<http://news.stockstar.com/info/darticle.aspx?id=JI.20090618.00000232&columnid=2461>

## 6. 汉钟精机：真空泵业务将实现 50%以上增长 增持

东方证券 6 月 18 日发布投资报告，通过对汉钟精机[12.07 0.25%](002158.SZ)的调研，维持该股“增持”评级。

东方证券指出，螺杆式压缩机相比往复式压缩机，具备节能环保的特点，符合国家构建节约型社会的基本国策。公司主要产品之一的螺杆制冷压缩机(冷媒机)主要用于大型中央空调主机及工业制冷行业：商用中央空调行业与房地产开发、大型公共建筑等；公司在该领域国内市场占有率第一，约为 40%，主要竞争对手是比泽尔、复盛、莱富康等海外品牌。行业总体需求增长较为稳定，预计将维持 10%以内的稳定增长。

公司的冷冻压缩机(冷凝机)产品主要用于农产品[10.40 -1.05%]保鲜冷库储存和工业冷冻，由于国内目前的冷链设施和冷链装备不足，原有设施设备陈旧，发展和分布不均衡，无法应对日益增长的居民消费需求，近年来国家对此予以积极引导和鼓励，受益于此，公司产品销售增长迅速，也是公司业务发展的重点。预计 2009 年有望实现 50%的高速增长。

空气压缩机配套服务于机械、电子电力、化工、冶金、医药等行业，在工业制造领域用途广泛。目前公司已具备中小型空气压缩机制造能力，其中螺杆式空气压缩机体 2008 年约占国内市场的 10%，公司未来还将逐渐进入包括离心机等中大型空压机市场。公司未来还将逐渐进入包括离心机等中大型空压机市场，预计 2009 年空压机业务有望实现 20%的增长速度。

东方证券称，真空泵可用于半导体行业、化学工业、薄膜等产业。目前，我国泵及真空设备制造行业处于快速发展时期，但国内使用的干式真空泵主要依靠进口，而考虑到其下游电子半导体产业的高速增长，未来市场容量还将大幅增长，预计公司新业务真空泵产品 2009 年开始实现销售，2010-2011 年真空泵业务将实现 50%以上的高速增长。

东方证券给予公司 45 倍估值水平，对应 2009 年预测 EPS 的股价为 15.75 元，维持“增持”评级。 [Top ↑](#)

相关链接：<http://finance.ifeng.com/stock/ggpj/20090618/809070.shtml>

## 7. 汉钟精机研发创新抗危机

在国际金融风暴席卷全球的同时，汉钟精机 2008 年实现营业总收入 4.34 亿元，比上年

同期增长 14.28%；实现营业利润 6778.09 万元，比上年同期增长 14.47%；实现净利润 6057.51 万元，比上年同期增长 12.75%。企业的长期发展仍保持旺盛的势头。

汉钟精机总经理余昱暄表示，受金融危机影响，压缩机行业预计将在国际、国内主流品牌主导下进行重新洗牌。

为此，汉钟及时调整产业结构，把干式机械真空泵的生产销售作为公司未来发展的支柱产业，不断加强研发队伍的建设，加大技术研发投入，加快技术管理人才和技术创新人才的培养，根据市场的需求，不断开拓新项目及新产品的研究和开发以提升汉钟的品牌核心竞争力。

上海汉钟精机股份有限公司是经中华人民共和国商务部批准、由原上海汉钟机械有限公司实体变更的外商投资股份有限公司，是全球少数专注于设计及制造螺杆式压缩机的世界性制造服务供应商之一，是上海市高新技术企业、外商投资先进技术企业行业龙头企业。汉钟精机于 1998 年落后上海后，企业迅猛发展。2007 年在深圳上市后，更以每年两位数的递增扬名业界。（胡申、于庆香）

-----数据来源：《中国金融报》2009 年 5 月 19 日 [Top ↑](#)

## 8. 上海汉钟精机提升品牌竞争力

在国际金融风暴席卷全球的同时，汉钟精机 2008 年实现营业总收入 4.34 亿元，比上年同期增长 14.28%；实现营业利润 6778.09 万元，比上年同期增长 14.47%；实现净利润 6057.51 万元，比上年同期增长 12.75%。企业的长期发展仍保持旺盛的势头。

汉钟精机总经理余昱暄表示，受金融危机影响，压缩机行业预计将在国际、国内主流品牌主导下进行重新洗牌。为此，汉钟及时调整产业结构，把干式机械真空泵的生产销售作为公司未来发展的支柱产业，不断加强研发队伍的建设，加大技术研发投入，加快技术管理人才和技术创新人才的培养，根据市场的需求，不断开拓新项目及新产品的研究和开发以提升汉钟的品牌核心竞争力。（余新江）

-----数据来源：《中国产经新闻》2009 年 5 月 25 日 [Top ↑](#)