

保利地产 1月份销售收入近50亿

今日，保利地产(600048)公布1月份销售情况简报显示，公司在1月份实现签约面积49.38万平方米、签约金额49.30亿元，分别同比增长22%、48%。保利地产2010年的销售签约660亿元，其中去年12月的销售签约为90.19亿元。

同时，保利地产还公布了新获得的5个房地产项目情况，5项目涉及资金59.3亿元。其中，全资子公司上海保利建霖房地产有限公司通过挂牌方式取得上海市宝山区大场镇捆绑基地塘祁路南侧地块，成交总价26.57亿元，系5项目中耗资最大的，该地块用地面积9.88万平方米。5项目中有2项目系子公司保利(成都)实业有限公司所为，即取得成都市高新区天府新城大源组团地块和德阳市利山路与奇江路交汇处东南角地块。另外2项目分别在青岛市和慈溪市。

宇顺电子 投资电容式触摸屏项目

宇顺电子(002289)决定通过全资子公司长沙宇顺触控技术有限公司投资建设“电容式触摸屏”项目。项目总投资9727万元，拟使用超募资金1709.65万元，项目建设期为12个月，项目建成后2年内即可达到年产720万片电容式触摸屏产品产能。

宇顺电子认为，随着iPhone手机推出，以及触摸屏在车载导航仪GPS上应用，市场对触摸屏需求越来越大，市场前景十分广阔。公司项目达产后预计年销售收入3.7亿元，税后净利润2478.6万元。据介绍，电容式触摸屏产品与宇顺电子的TFT-LCD产品关联度很高，是在公司现有业务上更高技术层次的拓展。

\*ST思达 否认杜康酒业借壳传闻

\*ST思达(000676)今日发布澄清公告显示，2月16日有财经网站出现杜康酒业借壳\*ST思达的传闻，\*ST思达表示该传闻为不实传闻。\*ST思达得知该传闻后，公司证券部电话询问董事长刘双河，并请刘双河询问控股股东河南正弘置业有限公司及实际控制人李向清。刘双河表示，公司与杜康酒业就公司重组问题进行过接触，正弘置业及公司实际控制人李向清均表示没有与杜康酒业就\*ST思达重组问题进行过商谈。

\*ST思达已于披露2010年三季度报告时，对公司2010年的经营业绩进行了预告，预计2010年公司盈利在500-1500万之间。\*ST思达还表示，公司及控股股东正弘置业、实际控制人李向清承诺未来三个月内不筹划重大资产重组、发行股份、收购等事项。

大单不断 天音控股骑着“摩托”卖“苹果”

证券时报记者 张珈

天音控股(000829)重大销售协议掀开面纱，公司继上月与摩托罗拉签署合作框架协议之后，又宣布成为苹果公司在中国的指定授权分销商。公告显示，天音控股子公司深圳市天音通信发展有限公司于2011年1月20日与苹果电脑贸易(上海)有限公司签订《苹果公司授权中华人民共和国分销商协议》，该协议经苹果新加坡亚太区总部审核通过后，天音控股于2月15日正式收到苹果公司寄来的协议，天

音通信成为苹果公司在中国的指定授权分销商。

天音控股表示，天音通信将于近期开始在手机渠道销售苹果iPhone3GS。此次协议初始期限从其生效之日起至2011年12月31日，协议的展期与终止由双方另行协商。

公告还显示，协议没有约定具体的销售量和销售金额，因此对天音控股业绩的具体影响尚无法测算。苹果公司指定分销商作为受限的、非独家的苹果公司授权分销商，以将产品从授权地点转售给苹

果公司授权经销商，供其根据协议条款将产品销售给中国境内的最终用户，分销商须接受指定。

根据协议，除在苹果公司授权其他采购的情况下，分销商将从苹果公司购买产品，苹果公司不会以任何形式，对苹果公司授权分销商的任何行为或疏忽对苹果公司授权经销商负责。分销商将以自行决定的价格，从授权地点向苹果公司授权经销商销售产品。

公告还显示，苹果公司保留在任何时间，在不做任何通知的情况下，从授权苹果产品列表中删除或添加产

品，约束或限制定制产品，或者变更《政策及惯例》及分销商授权范围的权利。分销商须在从商业角度考虑合理的期限内(不超过三十天)执行苹果公司做出的变更。苹果公司要求，分销商不得销售、出租或租赁四类产品，包括直接或间接出口到中国境外的产品，供公共或私人非营利性教育机构使用的产品，供参与特殊计划、并经苹果公司确认的苹果客户使用的产品，以及直接供给最终用户的产品。

天音控股近期加大与通讯终端巨头的合作力度，事出有因。据悉，

去年12月三星开始对中国的手机销售渠道结构做出调整，改变所有产品通过国代商总代理销售的模式，这对三星手机的原分销商而言是一项利空。业内人士分析，在这种情况下，天音控股加大与苹果公司、摩托罗拉等国际品牌合作力度，成为必然之选。

另有分析人士指出，苹果公司在中国的营销策略正在发生变化，正在改变以往对中国市场重视度不高、饥饿营销的营销策略。苹果公司与具有完善分销网络的天音控股合作，其意图是借其渠道全面覆盖市场。

政策利好频出 稀土行业走进春天里

证券时报记者 陈锴

昨日，市场的聚焦点再次落在稀土上，国务院有关促进稀土行业持续健康发展的政策措施”激起了市场关注。会议要求，我国将对稀土资源实施更为严格的保护性开采政策和生态环境保护标准，统筹考虑国内资源和生产、消费以及国际市场情况，合理确定年度稀土开采总量和出口配额。

虽说会议中的很多要求在此前整治措施中似曾相识，但还是引起了业

界的高度注意。从以往工信部、国土资源部及环保部等部委对稀土行业的整治，到如今国务院专门召集会议研究部署行业发展，体现了我国政府对稀土行业的整治再次升级。”湘财证券研究员叶鑫对记者称。

不仅是行业整治的高度在升级，此次会议关于“加快稀土关键应用技术研发和产业化”也尤为引人注目。国元证券研究员苏立峰对记者称，在以往监管中，行业整治是重头戏，但此次会议对稀土应用要求显示了行业发展的新方向。

长期以来，低门槛的行业准入使得国内稀土行业污染严重，也加剧了行业混乱和无序。在此次政策中，关于稀土行业整治的描述占据了相当篇幅。叶鑫称，稀土行业的准入门槛一直是市场期待点，联系到前不久环保部领导关于稀土工业排放标准的讲话，行业的整治更加有法可依。

资料显示，酝酿已久的《稀土工业污染物排放标准》在通过环境保护部审核后，已经进入国家质量监督检验检疫总局审批的阶段，但至今未正式颁布。

而在英大证券研究员化定奇眼里，此次会议就是“调供给，谋未来”。他说，目前，国内稀土行业的乱象很多，加强和改善行业管理和开展稀土专项整治可以调整稀土的供给，而关于行业整合可以落在提高集中度上；加快稀土关键应用技术研发和产业化就是发展深加工。

就此次文件的细则而言，稀土概念公司的机会体现在两个方面，一是行业的整治力度、出口配额的多少都关系到稀土的价格。如果整治力度强，出口配额减少，国内稀土的报价

也将水涨船高，稀土价格高位将得以持续。相关资源丰富的公司将长期受益，如包钢稀土、厦门钨业、中色股份、广晟有色等；其次，初级产品出口减少将利好钕铁硼等深加工产品的出口，具有产业链一体化和深加工能力强的公司将受益，如中科三环、宁波韵升等。

二级市场显示，无论是拥有稀土的资源股，还涉足稀土深加工的稀土永磁公司，其近期的走势明显走强。昨日，以广晟有色和太原刚玉为代表的股票更是以涨停收盘。

久等了!深国商MALL项目招商中心启动

证券时报记者 天鸣

深圳，久等了!”位于深圳会展中心北侧黄金位置，被大面积玫红色玻璃幕墙包裹着的深国商(000056)旗下“皇庭IA MALL”项目(前晶岛项目)工程外墙上打出上述醒目广告，而项目现场的招商中心已于春节前启用。

去年9月深国商董事会换届，标志着困扰深国商多年的股权之争落下帷幕。记者了解到，紧随

其后，市场关注的深国商前晶岛项目房产证顺利办理完毕，着手解决员工认购商铺的历史遗留问题，并理顺成章的弃用旧名，正式更名为“皇庭IA MALL”(IA是深国商公司英文缩写)，招商工作于去年四季度启动，项目现场的招商中心则于今年春节前正式启用。

记者在项目现场看到，800多平米的招商中心已经装修完毕正式启用。项目整体结构施工完毕，玻璃幕墙、电梯电力设施等安装完

毕，外围绿化部分完成，消防通道的天花板和地板则裸露着水泥，招商中心的相关负责人告诉记者，这些部分需待商户入驻后根据区域的装修风格来确定装修方案。

据介绍，该项目房产证上的商业项目面积为8.08万平米，参考毗邻的中心城商场10多万平米的商铺销售价格，其商业价值十分突出。商场车位初步规划逾千，为下沉式综合性SHOPPING-MALL设计，类似于毗邻的中心城商场，地面部分为1层半，地下部分为四层，建筑物顶部为屋顶

花园，根据城市整体规划将设置为开放式成片打通的中心区步行休闲长廊公园，范围从会展中心延伸至莲花山公园。

记者问及招商进展情况时，该负责人表示招商方面没有压力，她强调说该项目有别于周边的商场，在入驻品牌的选择上定位要更高一些，走高端精品路线。目前已与许多国际一线品牌进行深入接触，碍于商业机密的问题不能一一列举，但有很多品牌表示有强烈的人驻意愿。同时深圳市贸工局、福田区贸工局等上级主管部门

也非常重视商场的招商工作，尤其在针对海外品牌的组团招商推广方面将给予大力支持。接下来招商工作的重点是根据商场自身的规划对有人驻意愿的品牌进行筛选。

针对市场最关心的开业时间问题，深国商相关部门负责人表示确实是让市场“久等了”，政府主管部门对该项目也非常重视，希望该项目能赶得上给深圳大运会献礼。公司方面现在各项工作都在加紧进行，初步预计试业开业时间将在年报内披露。

三一重工:从“被”创新到自主创新

证券时报记者 文星明

虽然2010年度国家科学技术奖励大会已落下帷幕，然而关于科技创新的话题仍在延续，尤其是以三一重工(600031)为代表的中国工程机械行业通过自主创新振兴民族工业改变世界市场格局所引来的思考。

三一重工的“工程机械技术创新平台”在“企业技术创新工程”奖项评选中荣获国家科学技术进步奖二等奖，这是继2005年“混凝土泵送关键技术研究开发与应用”获得国家科技进步二等奖后，三一重工在全国级科技奖项上的又一重要斩获。全国获得国家科学技术进步奖的企业仅21家，而三一重工是工程机械行业中唯一的获奖企业。

温家宝总理在此次大会上提出要鼓励企业自主创新”，而三一重工作为民营企业始终坚持走自主创新的道路，在国企林立的夹缝中异军突起，成为行业科技创新的领跑者。记者近日专程走访了三一重工，力求再现三一重工自主创新之路径。

**创新之始：竞争“逼出”自主创新**  
三一重工创立于上世纪90年代，工程机械行业处于洋品牌肆虐时期，原装进口占据了95%以上的国内市场。当时企业技术发展的路线无外乎

两条：其一，采取“拿来主义”，即引进国外技术；其二，遵循依葫芦画瓢模式，走模仿路线。然而，这两条路线在三一都被否决了。

三一重工首席科学家、首届全国十佳科技工作者易小刚回忆道：“我们也试过技术引进，但是别人看不上我们。而模仿永远只能跟在别人后面走，不可能做到世界一流，因此只能逼得我们自主创新。”

三一在技术引进上遭遇闭门羹后，深刻认识到中国装备制造业落后和受制于人的根本原因，三一掌门人梁稳根提出：“与其引进技术跟在人家后面亦步亦趋，沦为‘生产车间’，不如另辟蹊径，以自主创新掌握发展主动权。”

关键零部件依赖进口是中国工程机械行业发展的瓶颈。如拖泵上的核心零部件集流阀组以前只有日本的企业能生产，然而这家企业自己也生产拖泵整机，在三一的拖泵成为他们强有力的竞争对手时，日本企业便扼住供货咽喉，通过抑制供货量来削减三一整机生产的数量。

易小刚不甘心受制于人，随即组织研发团队展开了一场集流阀组的集中攻坚战。不到一个月，一个工作原理与日本产品完全不同的集流阀组设计出来了并应用到自己的混凝土拖泵

上。1995年底，三一60A拖泵调试下线。当时一台产品售价在50万元左右，毛利高达50%。1998年，三一拖泵产品的年收入超过2亿元，德国大象的进口产品不再是市场的主流，三一由此在工程机械行业站稳了脚跟。

“自主创新并不是很难的事情，而且自己制造成本低，这是我们第一次尝到甜头。”易小刚回忆当时的情况，言语中仍透露着成功的喜悦。

创新之旅：打破恐惧，大胆创新

在采访中，易小刚的一些独到见解映射出三一创新文化的精髓。在中国的课堂里，讲到某项技术的时候，总是说国外是什么水平，我们是什么水平，我们与人相差甚远。长期以来，就形成中国人自卑的心理，总认为技不如人。所以我们的创新思维很不活跃，大家都是在一种畏畏缩缩的心理下工作，总认为国外的东西就是最先进的，就是唯一的。在这种情况下，我们的研发人员最需要的是信心。”易小刚一针见血的指出了中国技术创新的弊病。

在三一重工的研发团队中有两条禁忌：因为国外是这么设计，所以我也这么设计”，国外没这么做，所以我没这么做”。

易小刚憋着这口气，决定自主

研发。而对于学液压出身的他，材料学是一个全新的领域。为了研发这个材料，易小刚在高温热处理车间守了一个夏天，即便条件如此艰苦，他回忆当时的心情仍是“像父亲等待即将降生的儿女一样的焦急与喜悦”。最终，抗压强度1400MPa的高强度钢板研发成功，制造成本仅8000元/吨，而之前进口需要28000元/吨。以三年需求60000吨计算，节约了12亿元。

创新之果：面朝世界竞争 代表未来发展的方向

三一通过自我创新引领了中国工程机械行业的振兴，极大的颠覆了市场的格局。在国内，国产品牌市场占有率从99年的5%跃升到09年的95%，三一品牌达到了15%。目前，中国工程机械产业规模已进入世界前三位，是我国最具国际竞争力的产业之一。

三一重工通过自主创新积累自身资本的同时，力求为股东创造最大价值回报。近期，波士顿咨询公司公布了一个前五年全球712家上市公司对股东回报的排名榜，三一排名全球第五，中国第二。公司总裁向文波继续接受记者采访时表示，“三一的发展不是靠钱人不是靠偷技术来的，是靠创新来的；三一的发

展和良好的业绩不是靠恶性竞争来的，是靠良性竞争、理性竞争、规范竞争得来的；三一的竞争也不是靠体制的优势靠占国家政府的便宜得来的，每一砖一瓦都是靠自己赚来的。他进一步强调：“我们的竞争对手不在国内，而在国外。”

在凭借自主创新占据国内工程机械行业半壁江山的基础上，三一重工现在有了更高的战略目标，要在2015年以前把三一的混凝土机械做到除中国市场以外的第一。”易晓刚称。目前，三一正在紧锣密鼓的进行海外市场的排兵布阵。

从创立之时的无名小卒到如今名声鹤立的国际化大企业，三一重工的发展速度甚至让世界工程机械巨头都感到震惊，2009年，三一重工超过德国的普茨迈斯特，成为混凝土泵领域的全球冠军。世界顶级管理大师赫尔曼·西蒙在1月28日英国《金融时报》撰稿：《中国制造VS德国制造》一文中提及了他访问三一重工后的感想：“三一重工是一家很有潜力的隐形冠军，它代表着未来的方向。”同时他认为，由于以三一为代表的中国企业在中国和新兴市场的强大影响力，德国企业也应为即将到来的竞争做好了准备。

不止德国的竞争者为三一重工的影响力所震慑，美国的小卡特彼勒、日本的小松等世界级工程机械企业也纷纷将三一重工列为未来5年最主要的竞争对手。