

乐视网回应质疑： 遵循政策推动电视智能化

我们会严格遵循国家广电总局相关政策，与广电批准的集成播控平台牌照方合作，为广大电视观众引入海量正版高清影视剧内容。”乐视网(000104)副总裁金杰昨日在回应媒体质疑公司与海信集团合作违规时如是表示。

今年以来中国彩电市场集体爆发智能化热潮，海信、康佳、创维等各家彩电企业相继推出智能电视，一个崭新的电视智能化时代正加速到来，彩电业竞争开始由“硬件”向“硬件+内容+服务”的竞争模式转变。

根据广电总局下发的文件规定，所有正在生产和已售的互联网电视机、智能电视机等家电厂商必须切换到现有牌照运营商的播控平台上，以保证运营可控。金杰称，乐视网与海信的合作，正是为智能电视行业在内容提供、播控方式、技术规范等方面进行的有益探索。

金杰指出，乐视网TV版完全是在广电政策下推出的更适合电视机用户使用习惯的产品。乐视网TV版在用户体验、UI(界面设计)、操作方式上与乐视网PC版区别很大，乐视网TV版会与广电批准的内容播控平台牌照方签订协议后，并与播控平台进行技术对接完成后，才会正式推出使用。

金杰解释，乐视网与海信的合作分为三步实施：战略发布期、技术开发调测期、成品产量上市期。他告诉记者，之前和海信召开的新闻发布会只是宣布战略合作，处于战略探讨期，技术方面还处于调测期。乐视网将严格按照广电总局有关互联网电视的监管政策，在广电已批准的内容播控平台下引入乐视内容，与平台对接完成后才会进入最终的商用阶段。目前，双方合作的电视产品并没有正式上市。(邹昕昕)

恩华药业与以色列公司 合作开发治疗癫痫药物

今日恩华药业(002262)发布公告称，公司与以色列D-Pharm公司就DP-VPA治疗癫痫药物在中国的独家许可与合作开发，签署了相关协议。协议同意D-Pharm许可恩华药业独家在中国开展DP-VPA用于治疗癫痫患者方面的临床研究、注册、生产和销售。

恩华药业表示，公司分阶段付款240万美元，并需支付相应的提成与销售红利。

公告披露，DP-VPA是由D-Pharm公司开发的一种新型药物，用于治疗癫痫、偏头痛和双向情感障碍患者。目前DP-VPA已经在癫痫患者身上完成了首个II期临床。据了解，DP-VPA与丙戊酸相比，表现出更好的安全性和药代动力学特性。丙戊酸制剂是中国癫痫治疗的一线药物，但是一系列不良反应限制了丙戊酸的最大剂量和广泛使用。公告称，D-Pharm公司是以色列一家技术开发型生物制药公司，成立于1993年，是以色列知名度最高的医药研发公司之一。

恩华药业表示，目前，DP-VPA还未能获得中国食品药品监督管理局(SFDA)及美国食品药品监督管理局(FDA)生产批文。(张莹莹)

红宝丽 高阻燃建筑板材试产成功

今日红宝丽(002165)公告称，在红宝丽新材料产业园建设的年产100万平方米聚氨酯保温板材生产线项目，于近日试生产出合格的高阻燃聚氨酯建筑保温板。

红宝丽表示，公司大力发展建筑节能材料产业，利用参与淘汰ODS(消耗臭氧层物质)项目契机，获得国际多边基金组织的赠款设备。该项产品技术最显著的特征是通过改变主要原材料的分子结构而做到高阻燃，因而阻燃性能优异，燃烧时烟密度较低。经江苏省权威检测部门检测，该保温板产品阻燃各项指标均达到GB8624-1997 B1等级(即难燃级)各项标准。因此该保温板既能提升产品保温性能，又能满足建筑消防安全要求。(张莹莹)

天津普林 董事长、副总经理辞职

天津普林(002134)今日公告显示，公司董事长关建华、副总经理严光亮同时宣布辞职。天津普林表示，因工作原因，关建华不再担任公司的任何职务，其辞职不会影响公司董事会正常运行；严光亮辞职后，也不再担任其他职务，其辞职不会对生产经营带来影响。

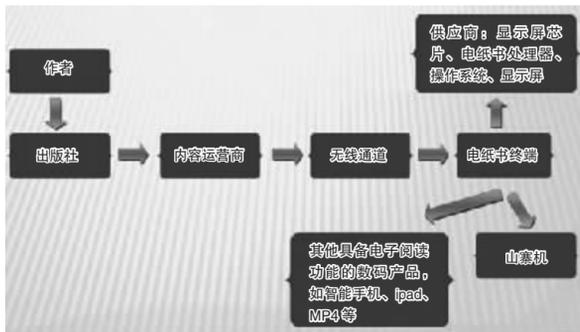
年报显示，天津普林去年营业总收入为5.6亿元，同比增长52.47%，但净利润却亏损1931.52万元，同比大跌771%。今年一季度，营业总收入1.27亿元，同比增长8%；净利润24.77万元。公告显示，一季度政府补贴31.93万元。(张莹莹)

掌上硝烟再起 汉王科技转型自救



宋春雨摄

电子书的产业链构成



资料来源:浙江中富资产管理有限公司

证券时报记者 郑昊

汉王科技(002362)在A股市场连涨三日打响反攻战的同时，正蓄势产品升级换代以启动消费市场。汉王科技董事长助理邢鹏向证券时报记者表示，汉王科技日前推出了拥有专利权的数位触控技术，这一技术将率先应用于在二季度末上市的9.7英寸大屏电子书E920上，主要面向专业市场。汉王科技董事长刘迎建也公开表示，电子书此前更多集中在礼品市场，现在要启动大众市场，必须在价格上进行调整。

与此同时，也有众多实力不济的中小厂商在激烈的市场竞争中黯然离场。易观国际分析师孙培麟表示，伴随出版社和内容平台的紧密合作，国内电子书市场已经从终端竞争过渡到内容平台竞争，终端厂商极有可能将面临更激烈的价格战。

双管齐下谋转型

汉王科技从2011年5月起对部分面向个人消费的电子书产品的销售价格进行调整，调整幅度为在目前市场价格基础上下调15%~40%。邢鹏告诉记者：“公司采取双管齐下的举措，一方面通过价格调整启动个人消费市场，另一方面通过产品升级和技术更新发力专业阅读市场。”据介绍，汉王科技依然坚持“立足电子书，发力平板电脑”的发展战略，2011年将进一步丰富产品线，继续加大研发投入力度，电子书产品将向彩色、电子纸屏、大容量存储、低功耗、无线传输、触摸屏等方向发展。

中投顾问高级研究员薛胜文告诉记者：“汉王科技进行价格调整的主要动机是为了刺激市场需求，促进产品销量，以低价获得市场规模，而这是由于当前电子书遭遇‘冷市’局面引起的。当前电子书产品优势不明显，以至于在iPad系列产品的冲击下表现不佳。此外，国内消费者未形成付费阅读的消费习惯，也在一定程度上制约了用户规模的扩大。”

邢鹏则介绍，汉王科技将推广多种类型的产品，既包含有付费下载和付费服务，也有大量免费产品和服务，满足不同客户的差异化需求。同时加强资源建设，通过汉王书城、动漫频道等应用提高用户活跃度和黏性。”邢鹏说。据介绍，公司此次推广的数位触控技术，可以在不影响屏幕显示效果的前提下，通过第三代电磁笔和手指同时操控、自由切换，使得电子书实现触摸功能，读者可以通过触摸的方式轻松实现翻页、游戏等功能。

内容短板待突破

平板电脑能够对电子书造成冲击的主要原因是，后者未构建内容终端的产品模式。”薛胜文认为，相关产品的用户黏性不强，极易被其他新兴电子产品所取代。作为移动互联网两大主力终端，电子书和平板电脑呈现此消彼长。易观智库披露的数据显示，2011年一季度中国电子书阅读器销量达30.42万台，出现环比负增长，增幅为-4.28%。与2010年环比持续攀升的势头相比，电子书市场在今年一季度遭遇拐点。而国内平板电脑市场依然春光无限，一季度销量达到了103.67万台，同比增长32.5%。

在此背景下，汉王科技一季度宣告亏损，认为电子书阅读器产业受到以iPad为代表的平板电脑等相关产品冲击，公司电子书产品的销量及价格受到影响而均有所下降。薛胜文认为，我国消费者尚未形成付费阅读的消费习惯，即使是亚马逊的电子书产品Kindle3用户也是通过一根USB线把免费内容导入电子书，我国电子书发展无法复制亚马逊在电子书市场的成功模式。

在薛胜文看来，我国电子书企业的内容平台建立不够成熟，缺乏独立性。孙培麟则认为：“平板电脑从价格上对电子书阅读器造成一定冲击。虽然平板电脑在阅读功能上无法完全取代电子书阅读器，但伴随苹果iPad1大

幅降价，平板电脑价格对一些需求更多元化的消费者的吸引力更为明显。”

针对电子书阅读器行业一季度销售环比下滑，邢鹏则认为是一季度波动的正常现象，并不能表明行业由盛转衰。汉王科技方面认为，从国际市场情况来看，电子书阅读器和平板电脑两类产品增长势头都不错，这两类产品有着不同的市场定位。国内平板电脑对电子书阅读器的替代效应主要表现在礼品市场，而目前电子书阅读器正由礼品市场向个人消费品市场转变。此外，与平板电脑的液晶屏相比，电子书阅读器采用不伤眼的类纸屏，无反射光、耗电量低，更适合深度阅读。

中小企业频退场

遭遇电子书阅读器行业倒春寒，不少中小企业败下阵来。孙培麟认为，由于电子书阅读器的硬件、营销、渠道等成本对利润空间的挤占，且终端的销量有限，方正飞跃、万物青等终端厂商逐步退出市场。目前国内用户的阅读需求量以及付费习惯还没有完全改变，现阶段在海外市场积极拓展还有一定盈利机会，而对于打算进入该市场的终端厂商来说，现在终端利润空间较低，已经失去了进入的时机。

薛胜文则表示：“行业洗牌和中小厂商退场代表该行业开始经历转型阶段，当前电子书阅读器行业以生产终端为主，由于未形成普适性强的内容资源供给平台，使该终端产品在实用性上既无法完全取代纸质书稿，也不具备价格优势，因而该行业产品无论在用户规模、用户黏性以及产业生态方面都不具备优势，行业洗牌在所难免，而缺乏竞争优势的中小厂商必然面临退场结局。”

在薛胜文看来，以汉王科技为代表的品牌厂商要重拾市场，一方面应当建立独立的内容平台；另一方面，由于在短期内消费者转变习惯的可能性不大，因此公司应当以功能创新为依托，继续进行产品功能的研发，这样有利于自身的长期发展。

中原内配董事长：市场是永远做不完的

证券时报记者 李彦 马晨雨

我国汽车行业在经历了前两年爆发式的增长后，如今已经恢复到理性的增长阶段，增速的下滑与宏观政策的调控，让很多与汽车相关的企业经营状况都受到了一定程度的影响。

中原内配(002448)作为亚洲最大的内燃机缸套生产企业，面对复杂多变的外部环境，公司经营状况却丝毫没有受到影响。目前，公司已经走上了一条有别于其他汽配企业、以技术优势和规模效应不断拓展国内外市场的快速发展之路。

专注技术抢占国际份额

我在这个企业工作40年，企业由小到大、由弱到强的发展过程历历在目，只要你的产品拥有核心技术、质量过硬、价格有竞争力，市场是永远做不完的。”董事长薛德龙说。

缸套作为发动机的核心零部件，被很多人喻为发动机的“心脏”。缸套处于高温、高压的恶劣工作环境，其性能直接影响发动机的动力性、经济性、可靠性和环保性。为满足上述要求，需要精心设计和严格控制缸套的材质性能、结构形状、加工精度和缸壁网纹形态(用于贮存机油)。公司的产品精度可以达到5μ(0.005毫米)，只有头发丝直径的1/40。由于在原材料配方、产品设计、加工制造技术方面都具有核心竞争优势，公司已连续20年蝉联亚洲最大的发动机缸套生产企业，与德国马勒(Mahle)、美国辉门(Federal-Mogul)并列为全球三大内燃机缸套生产企业。

在我们进入国际市场之前，这些高精度的零件都是外国人自己做的，他们不相信中国有这样的技术和水平。但我们开发出的产品经静态、动态等一系列的测试、检验后，他们不得不承认质量是最棒的！”薛德龙说。

2000年，是中原内配走向国际化的关键一年，公司成功取代英国竞争对手成为康明斯发动机缸套供应商。经过反复的试验和研究，产品的精度比原有供应商更高，价格更具竞争力。而后中原内配又取代美国竞争对手成为国际卡车的供应商，目前占有康明斯、国际卡车缸套供应量100%的份额。如今，中原内配作为最早进入美国康明斯、唯一进入国际卡车等全球采购系统的发动机零部件企业，近5年来将近1/3的收入来自出口。薛德龙表示，尽管欧美汽车成熟市场的增速要慢于国内市场，但是其市场容量仍数倍于国内市场，对国际市场的开拓将为公司发展提供巨大的成长空间。

中原内配是中国第一家进入美国三大汽车公司进行主机配套的发动机核心零部件企业。以前没有一家中国零部件企业能进入到世界主流乘用车发动机市场。公司的成功进入是民族工业的光荣，这种价值远远大于经济价值。”薛德龙说。

进军主流乘用车市场

薛德龙介绍，每开发一款产品一般需要1~3年时间。主机厂把发动机的技术数据提供给公司，公司根据该款发动机的技术要求同步研发缸套。包括材料配比的选择、技术参数的设定和内孔网纹的设计及动态、静态的实验等过程。公司采用先进的检测手段，保证每一个零件都是精品，比起国外的竞争对手，质量和成本控制都有明显的优势。

2006年公司进入了规模更大的乘用车市场，顺利成为了美国三大汽车公司——通用、福特、克莱斯勒的供应商。经历了多次发动机的换代更新，公司已为三大汽车公司配套了10余款发动机。公司目前正在为欧美主机厂研发欧VI标准的发动机缸套，并且和美国通用公司研发的第五代、第六代发动机成功配套，进一步提升了和通用



中原内配缸套生产线

马晨雨/摄

公司的长期战略合作关系。通用新一代发动机量产，公司将至少占据其70%的气缸套配套份额。公司现已融入全球主流乘用车汽配采购体系，发展空间更加广阔。

中原内配是中国第一家进入美国三大汽车公司进行主机配套的发动机核心零部件企业。以前没有一家中国零部件企业能进入到世界主流乘用车发动机市场。公司的成功进入是民族工业的光荣，这种价值远远大于经济价值。”薛德龙说。

据介绍，公司在欧洲市场处于市场快速开拓期，经过两年半的磨合试验，今年下半年公司将开始为标志雪铁龙批量供货。正在同步研发的合作对象还包括奔驰、沃尔沃、菲亚特。公司立足国内，放眼全球，从欧洲、北美、南美到亚洲只要是能生产汽车的国家，都在公司的战略布局之内。

售后市场潜力巨大

出口的持续增长将会抵消国内销量可能下滑的不利影响。未来三年

还是要继续增大产能，目前的增量主要是来自已经开发成功且批量供货的国际大客户和正在开发的潜在客户。”薛德龙说。

业内人士称，全球每年约有3亿只缸套的市场需求，中原内配的产能占比不足10%。公司凭借自身的研发实力，与国外主机厂的合作模式已经由单纯代工的OEM向同步研发、同步设计的ODM转变，使得公司未来出口市场的潜力巨大。据悉，公司多个先期研发中的产品将在未来两年迎来量产。

今年，让薛德龙十分苦恼的事是产能的制约。从已经取得的订单来看，公司目前的产能不能满足国内外市场的需求。国际商用车市场方面，全球康明斯、国际卡车的订单是要必保的，因为公司是其独家供应商。在乘用车方面，采取重点保大客户的策略，由于通用汽车巨大的需求量，以现有的产能公司只占通用需求量的15%。募投项目达产后也不能完全满足其需求。国内方面，虽然公

司占据约38%的市场份额，产能相当于国内排名第二到第五的同行业竞争对手之和，但很多大客户的订单也都无法完成，对此公司只能力保有长期战略合作关系的主机厂。

中原内配目前年产能为2300万只，现有募投项目7月份达产后，将增加产能1000万只，达到每年3300万只的产能，产能不足的矛盾会有所缓解。

薛德龙表示，根据目前公司与国际国内战略合作伙伴达成的共同开发意向及开发进度安排，中原内配有募投项目达产之后，公司还会有扩大产能的需求。此外，我国今年的商用车售后市场规模为14亿元~18亿元，由于产能有限和市场不规范等原因，公司占有率不到10%，随着产能扩张、商用车缸套升级和售后市场逐步规范，未来公司在售后市场的占有率将进一步提升。公司未来将根据国际国内市场发展趋势，不断进行国内外市场和维修市场的调整，增强企业的盈利能力。