



星期二 今日二十八版
周二出版 邮发代号: 1-128
国内统一刊号: CN11-0029
京海工商广字第 8251 号
零售价: 4.00 元
全年定价: 192 元

■本报赠阅全国人大、全国政协、中央国家机关、国资委系统、世界 500 强、中国 500 强、中国企联会员企业 ■新闻热线: 010-68735737 ■新闻监察: 010-68701250 68485798 ■广告热线: 010-68701052 ■发行热线: 010-68701057



要闻	
消费信贷获政策加码	P02
节能补贴再扩容 扩内需任务艰巨	P02
撤项目、争项目游戏亟须改变	P02
来自中国多晶硅发祥地的呐喊	P03
碳排放权交易试点大幕开启	P04
资源税改革逼近 煤炭企业或难承重压	P04
中国企业评论	
中国企业一周新闻榜	P05
制造业困境 多歧路“兴”安在	P06-07
将档案资源升级为企业战略资源	P08
金融·投资	
绿色经济“绑架”信贷 投资风险拖累银行	P09
新股发行节奏放缓 证监会维稳意图明显	P10
产业·公司	
九龙山控制权或生变	P11
事故频发再次提速煤矿整合	P12
夺命煤矿采空区	P13
雀巢奶粉进中国价格涨 4 倍	P14
汽车周刊	
斯巴鲁筹划“收权”铺路国产	P15
宁述勇: 沃尔沃明年进入战略反攻	P16
人文·生活	
公司给我的父母发津贴	P19
《中国好声音》是个“连锁店”	P20



钓鱼岛事件 激发中国企业界共同声音

9月13日,中国企业联合会、中国企业家协会发布声明称,日本政府对中国领土钓鱼岛实施所谓“国有化”,这是对中国领土主权的严重侵犯,对此,中国企业联合会、中国企业家协会代表中国企业和企业家表示强烈愤慨和严厉谴责。同时,众多企业家以不同形式表示:做强企业就是最好的爱国行动。



■本报记者 陈青松

额出现萎缩,“将是很大的打击”。

不过,也有专家认为,目前日本汽车、电子行业的主要生产基地都集中在中国,一旦上述日企的经营真正恶化,对中国经济本身也有影响。同时,通过几十年的贸易往来,中国积极的对外开放和日本对中国广泛的直接投资,两国经济构成了“你中有我,我中有你”的格局。中日一旦交恶,在经贸关系上受其影响的不仅是日本方面,对中国的影响同样不利。

日系产品相继遇冷

自日本政府一意孤行宣布“购买”钓鱼岛以来,中日两国外交关系日益紧张,与之对应的是,以汽车、家电等为代表的日系产品在华销售遭遇下滑。

近日,《中国企业报》记者对北京等地进行的市场调查发现,用“门可罗

雀”来形容日系车店再恰当不过了。

“我本来是计划买日产天籁的,最后还是决定买德系车或美系车。”一位正准备买车的朋友李先生告诉《中国企业报》记者,一是作为普通公民,以实际行动表达对钓鱼岛事件的态度,二是怕万一买了日系车受到不必要的损失。

像李先生这样受钓鱼岛事件影响改变主意的汽车消费者不在少数,在汽车市场,4S店很多车主都表达了类似的观点。而在汽车论坛上,更是发起了抵制日系汽车的活动。

广州一家丰田4S店的销售人员告诉《中国企业报》记者,自从钓鱼岛事件发生后,门店客流量减少了非常多,还有很多客户取消了购买意向,“客户表示现在是敏感时期,再加上前段时间一些地方发生打砸日系车的过激行为,因此有诸多顾虑。”

(下转第十版)

紫竹评论

杜文

北京时间 9 月 14 日,美联储宣布开启新一轮量化宽松行动,也就是所谓的“QE3”正式实施。消息在引起全球经济界广泛关注同时,各经济体围绕 QE3 之间的博弈也将随之展开。作为世界第二大经济体的中国,不可避免地要参与这场博弈。从企业立场来看,关注这场博弈比关注 QE3 本身更为重要。

QE3 启动的实质就是美国再一次开动印钞机,向市场间接地投放大量纸币。如果把 QE3 作为逻辑的起点,可以推演出多个不同的结果。目前,包括中国在内的全球经济界人士也正在密切关注,分析预测 QE3 可能给不同国家和全球经济带来的影响。

对属于新兴市场的中国来说,QE3 的启动可能带来多种后果,但直接的、也最符合逻辑的两个后果是:一是可能导致中国开始新的通货膨胀;二是可能促进中国外贸出口的增长。

作为全球性货币,美元的增加会直

接导致石油、矿石、粮食等大宗商品价格的上涨,而中国作为全球最大石油、矿石消费国之一,不可避免地提高国内产品价格,这就造成输入型通胀。在美元增加投放的同时,人民币同美元的汇率关系也会发生很大波动,人民币对美元的升值也是在情理之中,这有利于中国产品出口。

但是,在经济全球化时代,事情变得更加复杂。在一个经济体出现政策变化时,相关的经济体必然拿出应对措施,从而达到趋利避害的目的。可以预测,QE3 的推出必然会出现连锁反应,欧盟、包括中国在内的新兴国家、主要经济体都会对政策进行相应的调整。

QE3 推出后,很多中国经济学者和政府官员进行了密切的关注以及积极的讨论和预测。有人认为 QE3 是洪水猛兽,有的认为 QE3 是重大利好,有人认为影响不会太大。总之,讨论并没有达成一种基本共识,大致形成了利大于弊、弊大于利、短期利大于弊长期弊大于利等几种观点。

笔者认为,在关于美国量化宽松货币这个问题上,中国已经历了两次,同时又经过在 2008 年金融危机的洗礼,中国在应对 QE3 这种问题上有了相当的经验,有能力采取有效的积极措施,把负面影响降到最低。

具体到经济单元企业来说,QE3 的影响应该是间接的,不能单纯地考虑 QE3 产生的后果,而是考虑围绕 QE3 的各方博弈的最终结果。也就是说,中国企业和企业关注的焦点应该是国内经济尤其是金融政策的变化,这种影响是最直接和最见效的,对企业的影响也是最重大的。

事实上,中国经济政策的调子基本上已经确定了,转变经济增长方式、提高创新能力、提高企业核心竞争力等仍是主旋律。企业只要在这些方面扎实做好功课,无论是 QE3 产生输入型通货膨胀后增加成本,还是其他问题,都能应付自如。总之,以不变应万变、以我为主练好内功才是企业安身立命的正道。

区域

互保危局: 浙江式“火烧战船”

“互保”、“联保”所形成的担保链条,环环相扣,一旦发生断点,就会引发多米诺骨牌式的连锁反应,原本只是一家企业的风险就可能蔓延至数家甚至数十家。

■本报记者 陈玲英

“现在没有人愿意说互保的事情,可能一个人说旁边的人都在竖着耳朵听。”浙江一家输配电行业公司高管仇先生在电话那端极不情愿地说。

“如果我在其他企业面前提到互保,人家就会认为我们卷入到了这场危机中,那我们就等于引来了‘杀身之祸’。”仇先生向《中国企业报》记者解释说,“我们的客户、上下游产业链的客户,包括贷款银行、民间借贷都会逼上来。那我们不得不了,行也不行了,现在互保问题压得我们快喘不过气来了。”

由互保引发的危机正在浙江省持续发酵升温。“应该看做是中国市场经济发展过程中的所经历的一种阵痛。”浙江大学管理学院院长吴晓波如是说。



热点

“特供”商品重出江湖

■本报记者 陈青松

中秋连着国庆,难得的“双节”销售旺季。然而,《中国企业报》记者调查发现,一年前在国家四部门严厉整治下,一度销声匿迹的“特供”商品近期重出江湖,试图搭乘“双节”快车大捞一把。

不过,或许是为了避免市场监管,与此前明目张胆在大超市、大商场、甚至街边店等传统渠道售卖不同,“特供”商品已将“主战场”转移到互联网等新型营销渠道。



百元就能买到“特供”月饼

在淘宝网上,《中国企业报》记者输入“人民大会堂特供月饼”后,有网店和实体批发店提供有盛世年华、金秋吉祥、金华秋实等品牌的“人民大会堂特供月饼”,价格从最低的 100 多元到 500 元不等。同时,“中南海特供月饼”也有网店售卖。

此外,淘宝网上还有“人民大会堂特供茶”、“人民大会堂特供杯”等有售卖。

9 月 11 日,博主“节尚礼”发布博客称,今年中秋节送礼,就送钓鱼台月饼、中南海国宴月饼。

记者随后找到一家名为“节尚礼”的网站,发现除了应节的食品月饼居于最醒目的位置,其它还有红酒、阳澄湖大闸蟹等。而众多的月饼品牌中,还有钓鱼台国宾馆月饼国宴,每盒 458 元,北京中南海月饼礼盒(内部供应)498 元等。

“我们店目前供应钓鱼台、中南海特供月饼,都是‘内部’出来的,价格在二百五六六十元到四百元,多的话还可以便宜。”这家网店的相关负责人向《中国企业报》记者介绍,除了月饼,还销售人民大会堂特供酒、钓鱼台特供茶,“钓鱼台特供茶每盒 880 元,月饼可打折,但茶不可以。”

(下转第二版)

《中国企业报》社郑重声明

日前,中国企联转交本报国家新闻出版总署致中国企联《关于核查中国企联新闻网有关情况的函》,函中指出,“中国企联报社所办中国企联新闻网以负面新闻报道相要挟敲诈勒索基层企事业单位”。对此,本报郑重声明:

1、中国企联新闻网现由中企连线(北京)网络科技有限责任公司管理运营,中国企联新闻网及其所开设的地方频道均无独立新闻采编报道资质,故其所属人员采访行为均为违法行。另国务院新闻办公室 2012 年 7 月 25 日发“国新网函[2012]1 号”《关于取消中国企联新闻网互联网新闻信息服务备案案》中已取消了“中国企联新闻网 www.cenn.cn”互联网新闻信息服务备案,故其进行互联网新闻信息服务的行为目前均为非法行为。

2、中企连线(北京)网络科技有限责任公司是《中国企业报》社与中连畅捷(北京)科技有限公司于 2006 年 10 月创办的有限责任公司。因股东双方合作长期存在矛盾,本报已多年无法行使股东正当权益,对中国企联新闻网已无法有效管理。本报目前正在采取行政、法律等手段解决双方存在的问题。

3、鉴于中国企联新闻网目前状况,本报郑重提醒所有单位和个人,对中国企联新闻网的任何“新闻采访活动”不予接待,或向当地公安机关报案。对于冒充、盗用本报名义进行新闻采访等活动的行为,本报保留追究当事人法律责任的权利。

欢迎社会各界给予监督。
《中国企业报》社监督联系电话:
010-68485798 68701500 68701250