

聚焦啤酒行业上半年业绩

## 国内啤酒行业进入“战国时代” 高端产品市场成争夺点

■本报记者 许洁

时下正值上市公司半年报发布期，大快消费品行业中的啤酒企业上半年表现如何？成绩单上的数字透露出了行业哪些变化？为此，《证券日报》记者梳理了6家国内外啤酒企业的2020年上半年业绩报告数据，从中或许能一窥端倪。

### 几家欢喜几家愁

截至8月19日，国内啤酒企业中，华润啤酒、重庆啤酒、兰州黄河等3家公司交出了2020年上半年成绩单。同时，喜力啤酒、百威亚太和嘉士伯等3家外资品牌的半年报也经发布。

外资啤酒品牌方面，百威亚太发布的2020年半年报显示，上半年，公司销量同比下降22.89%至387.33万千升，销售收入下降26.89%至25.75亿美元，股权结构有人应占溢利由2019年上半年的6.06亿美元减少至2020年上半年的1.85亿美元，同比下降69.46%。营收净利双降成为百威亚太2020年上半年的真实写照。

喜力集团发布的2020年半年报显示，上半年，喜力啤酒集团实现收入111.56亿欧元，同比下降18%；实现净利润92.43亿欧元，同比下降19.2%；实现营业利润8500万欧元，同比下降94.8%；净利润为亏损2.97亿欧元（上年同期为盈利9.36亿欧元），同比下降131.7%；全球销量1026万千升，同比下降11.63%。

此外，嘉士伯也于8月13日交出了

2020年上半年成绩单，报告期内，嘉士伯集团实现收入288.3亿丹麦克朗，约45.9亿美元，同比下降12.6%；营业利润46.15亿丹麦克朗，约7.3亿美元，同比下降10.8%；实现净利润28.55亿丹麦克朗，约4.5亿美元，同比下降7.3%。

上半年，上述3家外资啤酒企业均出现了业绩下滑的情况，而疫情则是造成其业绩下滑的主要原因。

从3家已披露半年报的国内啤酒企业业绩表现来看，其中，拥有高端产品的华润啤酒在上半年表现突出；而重庆啤酒的营收下降，净利润实现了微增长；区域品牌兰州黄河的表现则不尽如人意，营收净利双降。

8月5日，兰州黄河发布半年报，数据显示，2020年上半年，公司实现营业收入约为1.64亿元，同比下降34.97%，实现归属于上市公司股东的净利润亏损约997.86万元，同比下降143.95%，基本每股亏损0.0537元，同比下降143.94%。

8月14日，重庆啤酒发布半年报显示，上半年，公司实现营收17.5亿元，同比下降4%；实现归属于上市公司股东的净利润为2.4亿元，同比增长3%。

8月19日，在港上市的美商啤酒公司交出了上半年成绩单。报告期内，公司实现营收174.08亿元，同比下降7.5%；实现归属于上市公司股东的净利润为20.79亿元，同比增长11.1%。

综合上述6家啤酒上市公司半年报数据来看，疫情对外资品牌的影响巨大，而国内产品受益于国内市场复苏快，受到的影响相对较小。而拥有高端产品的国内啤酒品牌，在高端赛道上不



王琳/制图

断发力，且越战越勇。

### 加速布局高端产品

值得一提的是，百威亚太表示，由于中国市场强劲复苏，季内销量按月大幅改善，从4月份录得17%跌幅，到5月份及6月份录得个位数增长。6月份集团在中国的销售取得历史上最高的单月销量；嘉士伯同样在半年报中称，中国业务在第一季度受到疫情影响，在第二季度反弹，实现了18%的销量增长。

可以说，在当前全球疫情尚在蔓延之际，中国市场无疑是各大品牌看好的市场。而通过上市公司半年报可以看出，大力发展高端产品是大势所趋。

中国食品研究院研究员、食品产业分析师朱丹蓬对《证券日报》记者表示，未来啤酒行业的竞争将从过去一枝独秀走向“战国”时代，整个中国啤酒市场将陷入新的中高端布局的迷局里。而

随着嘉士伯、华润啤酒、青岛啤酒等在高端产品上的加速布局，将进一步蚕食其他高端啤酒的市场份额。

朱丹蓬指出，以前，百威在国内市场的业绩会明显好于百威。在方刚看来，百威这几年一直致力于高端、超高端产品的发展，占比已接近50%，几乎接近增量边界。而国内品牌的集体追赶，势必对百威的市场占有率形成渗透和争夺。

啤酒营销专家方刚接受《证券日报》记者采访时则表示，上半年受疫情影响，雪花、青岛啤酒、嘉士伯等公司的业绩会明显好于百威。在方刚看来，百威这几年一直致力于高端、超高端产品的发展，占比已接近50%，几乎接近增量边界。而国内品牌的集体追赶，势必对百威的市场占有率形成渗透和争夺。面对群雄围剿，百威未来走势将如何？对此，方刚表示，百威全球老大的地位不可撼动，但在亚太地区尤其是中国市场，会遇到一些波动。

## 决战高端+喜力加持 华润啤酒上半年净利同比增11.1%

■本报见习记者 王君

2020年是华润雪花啤酒（以下简称“雪花”）决战高端的开局之年。其能否完成既定目标，成为行业关注的焦点。《证券日报》记者了解到，虽然受到疫情影响，但上市公司华润啤酒在今年上半年还是交出了一份不错的成绩单。受益于高端产品发力，公司净利润实现了两位数增长。

对于公司上半年的业绩表现，华润啤酒首席执行官侯孝海在业绩说明会上表示，上半年业绩增长主要得益于公司优化产能、降低成本以及喜力品牌带来的收益增加所致。

### 决战高端 净利实现两位数增长

华润啤酒发布的2020年上半年业绩报告显示，报告期内，公司实现营收174.08亿元，较去年同期下降7.5%。实现公司股东应占溢利为20.79亿元，较去年同期增长11.1%。同时，华润啤酒董事会还宣布派发中期股息每股0.128元，超过2019年同期的每股0.12元。

事实上，受新冠肺炎疫情疫情影响，今年以来，整个啤酒市场都面临着业绩增长压力。不过，雪花在上半年的净利润增幅明显高于其他啤酒企业，而这份业绩的背后，与公司坚守“4+4”战略不无关系，同时也反映了雪花管理层的应对能力及战略前瞻性。

“疫情初期，对于2020年的战略部署是否要做调整，当时管理层也有不同的看法；目前来看，坚持原有战略是正确的。”华润雪花啤酒湖北区域总经理鲍常伟在接受《证券日报》记者采访时

表示。

而作为企业的舵手，侯孝海在接受《证券日报》记者采访时表示，疫情发生后，公司管理层就针对“疫情将会对啤酒行业及雪花带来怎样的影响”进行了研判。2月初，经过慎重的评判，认为此次疫情对啤酒行业的影响深远，对销售渠道、消费场景、销售终端及竞争格局都会产生巨大的影响。

“于是，雪花就制定了疫情期间的战略，决定做行业的逆行者，决战高端的策略要加速。雪花把疫情当做是决战高端、追赶对手的时刻，而不是当做危机来看。”侯孝海表示，公司决定目标不变、策略不变、投入不变，而上述决策让雪花的业绩在二季度快速增长。

### 高端产品锋芒已现 二季度表现强势

根据财报显示，上半年，华润啤酒整体啤酒销量约603.9万千升，较去年同期下降5.3%，表现好于行业平均水平。受疫情影响，公司中高端啤酒上半年销量较去年同期下降6.2%，但是公司的次高档及以上啤酒销量则实现了同比增长。

华润啤酒表示，受益于去年引入喜力国际品牌及各档次啤酒的销量在第二季度恢复增长，2020年上半年次高档及以上啤酒销量较去年同期增长2.9%，产品结构进一步提升。

值得一提的是，在雪花的战略中，做好纯生+勇闯天涯“1+1”品牌的同时，要做强“4+4”高端品牌。上半年，在其“中国品牌4大产品”中，除了险滩因为换包装没有太好表现外，匠心营造、勇闯天涯 SuperX 及马尔绿均表

现突出，而国际品牌方面，经典喜力在去年完成全国渠道布局后，今年上半年表现不凡。

另外，5月份新上市喜力星银也表现不俗，配合去年推出的雪花马尔绿啤酒和黑狮白啤两款高端新产品，进一步支持了公司的高端化发展及提升品牌形象。

“喜力星银上市短短一个月，我们的销售就超过了600箱。”武汉某便利店店员对《证券日报》记者表示。

对于喜力的表现，侯孝海也表示，上半年喜力实现两位数字增长，主要得益于经典喜力和喜力星银的销售增长，苏尔和虎牌还没有更大的表现。

《证券日报》记者对比华润啤酒往年业绩数据发现，今年虽然有疫情影响，但是，公司二季度的表现仍然创下历史新高。

根据此前财报显示，华润啤酒曾披露，截至2020年2月29日两个月未经审核综合营业额及未计利息及税前盈利，相比2019年同期，降幅为26%和42%左右。而结合半年报数据来看，公司上半年营收较去年同期下降7.5%，公司股东应占溢利较去年同期增长11.1%。

对比上述两组数据，足以看出华润啤酒在二季度表现强势。

其中，以雪花的重点市场——湖北省为例。据了解，虽然湖北省在今年以来受到疫情和洪水灾害的双重影响，但雪花在湖北省上半年的表现超过去年同期水平。“1月份-6月份湖北省的增幅排名全国第四，公司高端产品表现突出。二季度市场份额增加5%左右。”鲍常伟表示。

此外，今年上半年，雪花在四川、山东、安徽、浙江、江苏、贵州及西北地区的业绩表现都不错。“目前影响最大的

是东北市场和北京市场。”侯孝海如此表示。

事实上，未来3年是华润啤酒决战高端的3年。而雪花上半年的业绩表现，也印证了公司制定战略的前瞻性以及落地的可行性。

据记者了解，今年以来，侯孝海多次进行走访调研，将复盘总结都一一写入了调研文案中。“我走访了80多个城市，并未发现行业因疫情出现两极分化，啤酒高端化发展的趋势确实没有变。”面对疫情下的市场走势，侯孝海给出如此答案。

对于华润啤酒的表现，安信证券分析师苏楠在研究报告中称，2019年收购喜力完成后，雪花推出“4+4”品牌矩阵，确保了公司在每个价格细分区间都拥有中国品牌和国际品牌的组合优势，并配合高端营销抢占高占点，实现高质量发展。

基于在销售市场的强势表现，华润啤酒在资本市场上也表现不俗。《证券日报》记者统计显示，自3月份至今，华润啤酒公司股价涨幅超过70%。截至8月19日，公司市值1747亿港元，排名港股食品饮料板块上市公司第二位，仅次于百威亚太。

对于未来发展，侯孝海表示，华润啤酒持续以“决战高端，质量发展”战略管理为主题，落实一系列的高质量增长举措，并积极探索决战高端举措。公司继续借助与Heineken集团的长期战略合作，推进国际品牌上市工作，增强华润啤酒在高端市场的品牌竞争力，并持续探索高端啤酒营销方式，以建立高端专业人才队伍、中国品牌和国际品牌组合群、拓展高占点、渠道营销、大客户经营模式等举措，提升华润啤酒在一线城市的竞争地位。



一线调查

## 海南离岛免税优惠政策不断更新 违规“海代”冒头自称“全能代”

■本报记者 昌校宇

“我于7月底和家人去海南玩儿了一圈，还分别去三亚海棠湾免税店和海口美兰机场免税店购买了近3万元的免税商品，的确是国内‘旅游+购物（免税）’的首选之地。”河南省信阳市市民郑艳丽（化名）8月18日告诉《证券日报》记者，海南免税商品比官网价优惠15%-60%。她举例道，一瓶75毫升的SK-II赋活修护精华露在线上官方旗舰店售价为1700元，免税价仅为1429.7元（免税店标价1682元打八五折）；一个雅诗兰黛持妆无瑕柔雾气垫官网价为420元，免税价仅为289.8元（免税店标价322元打九折），差价达130.2元；一只阿玛尼臻致丝绒哑光唇釉官网价为310元，免税价两只仅需268元（免税店标价价折上折）。

在7月1日起正式实施的海南离岛旅客免税购物新政的带动下，免税经济掀起一股热潮，可“海代”（海南免税代购）也闻风而至。《证券日报》记者近日通过暗访调查了解到，有“海代”及消费者利用免税政策优惠谋求套利。

### 免税购物额度 做“加法”

事实上，离岛旅客购物免税政策是国家赋予海南的特殊优惠政策，自2011年实施至今共经历了五次调整，目前已实现离岛旅客全覆盖。

今年6月1日印发的《海南自由贸易港建设总体方案》提出，“放宽离岛免税购物额度至每年每人10万元，扩大免税商品种类”。为落实要求，财政部、海关总署、税务总局于6月29日发布《关于海南离岛旅客免税购物政策的公告》（以下简称《公告》），明确离岛旅客每年每人免税购物额度为10万元，不限次；扩大免税商品种类，增加电子产品等7类消费品青味商品；仅限于化妆品、手机和酒类商品的单次购买数量；旅客购买商品超出免税限额、限量的部分，照章征收进境物品进口税；具有免税经销资格的经营主体可按规定参与海南离岛免税经营。自2020年7月1日起实施。

与此前政策相比，《公告》做出的主要调整包括：一是免税购物额度从每人每年3万元提高至10万元。二是离岛免税商品品种由38种增至45种。三是取消单件商品8000元免税限额规定。四是数量限制的商品种类，五是鼓励适度竞争，具有免税经销资格的经营主体均可平等参与海南离岛免税经营。六是加强事中事后监管，明确参与倒卖、走私的个人、企业、离岛免税店将承担的法律后果。如今年，政策红利正在加速释放。据海关总署披露的数据显示，7月1日至27日，海关共监管海南自由贸易港离岛免税消费金额22.19亿元。购物旅客28.10万人次，较去年同期分别增长234.19%、42.71%；环比分别增长45.51%、12.63%。

此外，自3月17日起，海南还推出“离岛免税补购活动”，明确已离岛的旅客在180天内可以用剩余额度在补购线上平台继续选购免税商品。据统计，补购平台上线一个月，销售额就达到8112万元。

“海代”活跃  
律师警示风险

不过，就在消费者享受海南派发免税“福利”的同时，代购圈也掀起了一阵“海南热”，“海代”日渐活跃。8月18日，《证券日报》记者在某电商平台及某二手交易平台发现了“猫腻”。当记者在上述两个平台输入“海南离岛”或“海南补购”等关键词后，就会出现大量带有“代购”“代拍”“人肉背回”“来图询价”等字样的链接，记者点击进入发现大多都是个人“海代”发布的链接。

记者观察发现，个人“海代”基本分为两种：一种是未来2个月内要离岛的“海代”，可在实体免税店为消费者购买免税商品并带出岛，到达目的地后邮寄给消费者；另一种是已经离岛且不超过180天的“海代”，可用离岛信息注册的个人账户在海南离岛补购商城官网为消费者代拍免税商品，生成订单后发货链接给消费者自行支付。上述两种情况均需要价格不等的“代购费”或“代拍费”。

《证券日报》记者随即和一位声

称要在8月底离岛的“海代”沟通，对方让记者先自行在三亚国际免税城官网挑选商品，然后截图询价。当记者将免税价为7710元的iPhone11 Pro (256GB、深空灰色)的图片发给对方时，对方表示支付7850元就可享受商品包邮，而该款手机在官网的售价为9999元。

另一位自称将在8月25日离岛的“海代”对《证券日报》记者放出“豪言”，“只要是海南免税商城官网上有库存的商品，我全都能代购到，代购费根据商品价格和品种来定。”为了增加可信度，该“海代”发布的代购链接里还放了一张飞机票截图。

随后，记者还咨询了两位已经离岛的“海代”。其中一名“海代”在收到记者从海南离岛补购商城官网上挑选的免税价为1870元的黎泰双球滚轮水钻美容仪（官网售价含税38280日元）的图片后说道：“向我支付3%（56.1元）的代拍费，现在就能帮你下单，商品由官方直邮到你家。”记者注意到，该“海代”在某电商平台公开发出的代购链接里显示着“月销135单”。

另外一位“海代”则按照商品件数代收代拍费，即1件15元、2件25元、3件30元等，相当于件数越多越“划算”。当《证券日报》记者告知对方欲购买价值近3000元的两件商品时（60毫升海蓝之谜经典精华乳霜19314元、50毫升圣罗兰反转巴黎女士香水665.1元），对方称，“没有问题，上海日上免税店的代购我也做。”而上述两件商品在官网的售价分别为2680元和1090元。

事实上，近日，在海关总署缉私局、海南省打私办的统一指挥下，海口海关缉私局联合地方公安机关，在海口、三亚等地对套购离岛免税商品牟利的团伙开展了离岛免税新政实施以来的第二轮精准打击。此次行动共打掉离岛免税套购团伙9个，抓获涉案人员40名，采取刑事强制措施24人，现场查封涉案离岛免税物品一千余件。

对于套购团伙、代购个人及最终购买者利用免税政策套利的行为，国浩律师（上海）事务所律师朱奕奕在接受《证券日报》记者采访时表示，团伙组织收购他人离岛免税额度套购离岛免税商品，并向市场出售牟取非法利益的，依据《中华人民共和国海关法》《海南离岛旅客免税购物监管办法》（以下简称《办法》）的规定，可能构成违反海关监管规定或者走私行为，应由海关依照《中华人民共和国海关法》和《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》的有关规定予以处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。个人通过代购、代拍等方式在网络销售海南购买的免税品违反的是《办法》第17条的规定，“以牟利为目的为他人购买免税品或将所购免税品在国内市场再次销售”。虽不构成走私等违法犯罪行为，但应由海关按照相关法律法规处理，且自海关作出处理决定之日起，3年内不得享受离岛免税购物政策，并可依照有关规定纳入信用记录。《办法》并未对最终购买者从中套取利益的行为作出限制。

但朱奕奕同时强调，对于购买者，《办法》规定：“购买或者提取免税品时，不得提供虚假身份证件或旅行证件、使用不符合规定的身份证件或旅行证件，或者提供虚假离岛信息，否则将由海关按照相关法律法规处理，且自海关作出处理决定之日起，3年内不得享受离岛免税购物政策，并可依照有关规定纳入信用记录。”

“海南离岛旅客免税购物新政出台的初衷是有效促进海南岛建设国际消费中心，旨在增强对往来往商的吸引力，而部分团伙、个人利用新政牟取非法利益与政策初衷背离，应想办法堵住政策漏洞。”中国国际经济交流中心经济研究所副部长刘向东在接受《证券日报》记者采访时表示，既要严格把关审查，还要对个人代购严格实施年限制度，充分利用大数据等手段审查，防患于未然。

朱奕奕建议，应在《办法》等法律规定中进一步明确出关、出借免税额度游客的法律责任，以及最终非善意消费者的责任，对制度进一步优化。

“9个离岛免税套购团伙被打掉，充分显示不法分子的违法违规行为已被关注，监管部门正在出手整治。”刘向东建议，监管部门还应应对偷税违规套利行为依法建立惩罚机制，提高惩罚成本，以便形成威慑，减少套利行为。

## 深交所创业板改革 | 交易特别规定ABC(三)

编者按：为帮助投资者充分了解创业板改革并试点注册制的相关规则，深交所投教中心特别推出创业板改革系列解读文章，本文主要介绍创业板股票竞价交易市价申报方式、盘中临时停牌机制、相关基金竞价交易涨跌幅及有效竞价范围等内容，敬请关注。

### 1. 创业板股票的市价申报方式有哪些？

创业板股票的市价申报方式适用《交易规则》的规定，包括对手方最优价格、本方最优价格、最优五档即时成交剩余撤销、即时成交剩余撤销和全额成交或撤销五类方式。

需要注意的是，增加2%价格笼子后，以上市价申报中的本方、对手方最优价格，以及对对手方申报价格是取当前集中申报簿中有效竞价范围内的价格。

### 2. 创业板股票交易出现哪些异常

### 波动情形会实施盘中临时停牌？

在创业板股票竞价交易中，当无价格涨跌幅限制的股票盘中成交价格较当日开盘价格首次上涨或下跌达到或超过30%、60%的，以及出现中国证监会或者深交所认定属于盘中异常波动的其他情形，深交所将实施盘中临时停牌。

投资者需要注意的是，如股票出现快速上涨或下跌，直接较当日开盘价上涨或下跌达到或超过60%，深交所将对其实施一次临时停牌，当日后续在该方向上不再实施临时停牌。如股票出现剧烈波动，较当日开盘价先上涨达到或超过30%、60%，各停牌一次后，转而下跌，又较开盘价下跌达到或超过30%、60%，也将各停牌一次，全日最多停牌四次。

### 3. 盘中临时停牌的具体安排是如何规定的？

单次盘中临时停牌的持续时间为10分钟，停牌时间跨越14:57的，于当日14:57复牌，具体时间以深交所公告为准。盘中临时停牌期间，投资者可以申报，也可以撤销申报。复牌时，深交所对已接受的申报实行复牌集合竞价，当日14:57复牌的，先进行复牌集合竞价，再进行收盘集合竞价。

### 4. 创业板股票涨跌幅调整后，跟踪创业板股票的相关基金交易涨跌幅、有效竞价范围等是否会相应调整？

放宽创业板股票涨跌幅后，下列基金竞价交易涨跌幅限制比例相应调整为20%：

（一）跟踪指数成份股仅为创业板股票或其他实行20%涨跌幅限制股票的指数型ETF、LOF或分级基金B类份额；  
（二）基金合同约定投资于创业板股票或其他实行20%涨跌幅限制股票

的资产占非货币基金资产比例不低于80%的LOF。

为便于投资者识别，深交所将在官网公布涨跌幅限制比例为20%的具体基金名单。投资者也可以在行情或交易软件中看到此类基金“涨跌20%”或“±20%”等特殊标识。

相关基金协议大宗交易的成交价格范围在该基金当日涨跌幅限制价格范围内确定。

需要注意的是，相关基金单笔最高申报数量和有效竞价范围仍然适用《交易规则》的规定，即单笔最高申报数量不得超过100万份，有效竞价范围与价格涨跌幅限制范围一致。

### 深交所投教专栏