

# 贵州省“十四五”将稳步发展优质酒产业 争取将茅台集团打造成“世界500强”

■本报记者 王鹤

12月14日,《贵州日报》全文刊发12月9日中共贵州省委十二届委员会第八次全体会议通过的《中共贵州省委关于制定贵州省国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》(以下简称:贵州“十四五”规划建议)。

其中,贵州“十四五”规划建议明确了白酒产业的多项目标:一是稳步发展优质酒产业,提高白酒产业发展水平,巩固提升酱香白酒品牌地位;二是持续打造世界级酱香型白酒产业核心产区;三是大力发展世界名酒文化、红色文化、民族文化等特色旅游带,推动“旅游+多产业”深度融合发展。

尤其值得注意的是,贵州“十四五”规划建议指出,要力争将茅台集团(以下简称“茅台”)打造成省内首家“世界500强”企业。

“随着贵州酱香酒产区的不断发展,以赤水河为代表的高品质酱香酒正在全国快速普及,政府出面来规划产区发展,有利于提高准入门槛,并且推动酱香酒品类的价值提升,这对于产区企业,以及中国酱香酒发展都至关重要。”知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞告诉《证券日报》记者。

## 贵州白酒产业达千亿元级别

好山好水出好酒。贵州是我国酱香型白酒的主产区,在其境内全长约150公里的赤水河流域,聚集了以茅台为引领的多家酱香型白酒企业。

多年以来,凭借着得天独厚的地理条件、微生物资源及经久传承的酿造工艺,贵州赤水河流域的白酒产能居全国前列,当前,白酒产业已发展成为贵州十大千亿元级工业产业之一。

据贵州省工业和信息化厅此前发布的数据,2019年贵州规模以上白酒企业完成产值1131亿元,完成增加值1089.2亿元,同比增长15.8%。

近年来,贵州省不断将发展白酒产



王琳 / 制图

业圈为重点。2018年,贵州省人民政府发布的《省人民政府关于印发贵州省十大千亿元级工业产业振兴行动方案的通知》,指出到2020年,白酒产量达到50万千升,产值达到1200亿元;到2022年,白酒产量达到80万千升,白酒产值达到1600亿元。

2020年初,贵州官方表示,要把赤水河流域产业带打造成世界酱香酒的核心区,把茅台集团打造成千亿元级世界一流企业,将贵州白酒产业集群推动为行业未来发展的风向标。

白酒产业对贵州省当地经济发展的重要性不言而喻。茅台集团发布的《社会责任报告》显示,截至2019年年底,茅台集团实现税收430亿元,上缴税收约占全省税收收入总额的18%。

谈及此,中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林向《证券日报》记者坦言:“单一个茅台集团,就占贵州税收收入的近1/5,所以白酒产业是贵州省的核心收入来源,这点毫不夸张,白酒产业对贵州经济发展起着

举足轻重的作用。”

## 将茅台进一步推向世界

酒香不怕巷子深。作为贵州白酒产业的“领头羊”,茅台的品牌知名度颇广,中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时称,“茅台已不单纯是一瓶酱香酒,在引领了整个中国酱香酒的发展之后,茅台更是贵州省的一张名片,未来经济发展的一个重要融资平台,也是扶贫攻坚的一个排头兵”。

根据此次的贵州“十四五”规划建议,力争将茅台集团打造成省内首家“世界500强”企业,则意味着贵州省将把茅台进一步推向全世界。

朱丹蓬表示,“随着茅台的高速发展,它步入‘世界500强’的时间点越来越接近。让更多的中国企业进入‘世界500强’行列,既体现了大国崛起的战略意义,也可以让中国的白酒尽快走向世界,这对于贵州省也好,对于茅台也好,更多的意义是把整个中国的白酒文化发扬到全世界。”

2020年,“世界500强”的入围门槛为1751亿元,而根据茅台集团今年首次披露的财报数据,2017年至2019年,茅台集团营业总收入分别为662.5亿元、869.7亿元、1003.1亿元;2020年1-6月,茅台集团营业总收入为528.6亿元。

也就意味着,目前茅台集团距离“世界500强”仍有一段距离。盘和林对此强调道:“茅台集团的真正目标不应该是营收规模有多大,而是要扩展茅台业务的边界。如今,茅台公司依然还是飞天茅台酒,其他品类拓展乏善可陈。如果可以分层次,多年龄段各有一个爆款产品,对于茅台未来发展会更加有利。如果有条件的话,茅台要积极走向国际化。”

“作为中国白酒的代表品牌,茅台具备了消费品、奢侈品及金融品三品合一的特征,市场前景广阔。但茅台目前主要依靠的是国内消费市场,未来进军‘世界500强’,茅台不单需要国内消费市场,可能还涉及茅台酒的国际化发展问题,应该说这是一项长期的工程。”蔡学飞向《证券日报》记者如是说。

# 家电行业站上复苏优质赛道 近百家机构扎堆调研8家公司

■本报记者 赵子强

12月15日,沪指继续窄幅震荡,家电行业(东方财富分类)则呈低开高走之势,突破60日均线,5日均线。截至周二收盘,家电行业指数报14092.49点,涨幅0.92%,居东方财富行业涨幅首位,成交额达148.11亿元,较前一交易日放量25.19%。

个股方面,行业55只交易中的个股有34只上涨,其中,长虹美菱和彩虹集团涨停报收,此外,尚有包括小熊电器(6.28%)、惠而浦(5.61%)、澳柯玛(5.18%)等在内的11只个股涨幅均超2%。此外,统计显示,近1个月以来,有8家公司接待了包括基金公司、证券公司、海外机构、私募、保险公司等在内的98家机构调研。

对于家电行业的走强,私募排排网资深研究员刘有华在接受《证券日报》记者采访时表示,家电行业股价上涨是因为量价齐升,内需复苏明显,带动家电行业业绩提升。短期来看,国内疫情缓解、竣工后周期带来的需求复苏、政府加码家电换新等都让家电板块有明显的提振作用,刺激家电行业持续发力。长期来看,直播带货为家电销售扩充了新的销售模式,城镇化进程给家电行业带来了长期的增量,另外就是定制化、健康化的追求催生了行业的产品迭代创新,还有RCEP的签署有利于国内家电企业抢占东南亚和RCEP区域市场份额。

奶酪基金经理庄宏东从三个角度分析了家电行业的向好趋势。首先,从生命周期的角度,彩电和冰箱洗衣机处于成熟后期,进入存量竞争的市场,空调、厨电、小家电等处于成长期,保有量仍有提升空间。作为地产后周期行业,尽管2017年-2019年竣工持续低谷,但期间销售业绩明显正增长。第二,中长期看,房地产竣工高峰滞后开工高峰2年-3年,预计2021年-2022年是竣工高峰。家电行业有望受益地产竣工高峰。第三,从出口的逻辑看,从2020年6月份开始,各类家电出口呈现高速增长态势。例如冰箱6月份出口同比增幅超过20%,而到8月份,9月份增速已超过60%。部分龙头家电品牌,明年在外销领域有望取得进一步发展。

看好处于复苏通道中家电板块未来的表现,细分来看更看好空调、厨电、小家电等行业。“家电行业尤其是以空调、冰箱、

洗衣机为代表的白电,在机构看来是模式好、竞争格局稳定、现金流好、业绩增长可持续性很高的优质赛道。以格力、美的为代表的家电企业不仅是外资的重仓股也是国内机构投资者重仓品种,在疫情背景同时全球大放水的情况下得到资金的青睐是很正常的。”冬拓投资基金经理王春秀对《证券日报》记者表示。

机构看好的同时,场内资金也积极布局,据记者通过东方财富统计显示,周二家电行业股合计大单净流入资金达1.15亿元,28只个股买入态势,占比50.91%,其中,有包括美的集团(2.81亿元)、彩虹集团(9884万元)、长虹美菱(8822万元)等在内的10只个股大单买入金额均超1000万元,合计6.19亿元。

龙虎榜数据也显示出部分家电股近期的净买入特征。统计显示,截至12月15日,近5日有7只家电行业股现身龙虎榜,上榜营业部或账户净买入金额分别为:长虹美菱(4017.17万元)、亿田智能(2034.75万元)、天际股份(1946.27万元)、彩虹集团(894.00万元)、ST圣莱(264.48万元)。

大单资金和龙虎榜数据一定程度上能反映机构资金的动向,同时,从机构调研的角度看也能发现机构对部分家电公司的关注。统计显示,近1个月以来,有8家公司接待了包括基金公司、证券公司、海外机构、阳光私募、保险公司、QFII等在内的98家机构调研,其中,兆驰股份(44家)、美的集团(18家)、三花智控(12家)等3家公司期间接待调研机构均超8家,新宝股份、浙江美大、奥普家居、奥佳华、万和电气等公司也均接待了超3家机构的调研。

对于家电行业的投资布局,信达证券重点推荐三类子板块。1.白电板块:积极关注龙头美的集团、海尔智家;关注正在进行渠道改革及治理的格力电器。2.小家电板块:积极关注经营能力强、品牌差异化的小熊电器,以及充分受益于全球代工份额提升和摩飞自主品牌快速成长的新宝股份。3.厨电板块:积极关注集成灶龙头浙江美大,以及受益于地产景气度回暖的老板电器。

中银证券建议关注估值分位较低或经营环比改善的标的:格力电器、海尔智家、美的集团、老板电器、小熊电器、石头科技、浙江美大、华帝股份。

# 消费需求疲软 供应链产能不足 智能家居市场第三季度出货量下滑

■本报记者 李正

作为实现环保节能居住环境的重要组成部分,智能家居产业近年来受到了极大的关注,包括小米、海尔、美的等众多家居产业头部公司纷纷投身其中,深入挖掘消费需求及市场潜力。

虽然近年来随着消费者需求持续提高以及诸多巨头的加入,智能家居市场供需两端持续增长,但中国智能家居行业出货量却在2020年出现了负增长。国际数据公司(IDC)于近日发布的《IDC中国智能家居设备市场季度跟踪报告》(以下简称“跟踪报告”)显示,2020年第三季度中国智能家居设备市场出货量约5112万台,同比下降2.5%。

IDC方面表示,第三季度智能家居市场出货量下滑,主要是由于智能音箱和家庭视频娱乐设备出货量下降,其中,智能音箱出货量约829万台,同比下降14.7%;家庭视频娱乐设备出货量约1238万台,同比下降19.9%。同时,上游元器件短缺也是一项重要原因。

对于出货量负增长问题,中国家居设计互联网战略专家、小伙伴产业服务机构创始人兼CEO王建国在接受《证券日报》记者采访时表示,造成今年第三季度智能家居设备出货量负增长的主要原因,是受疫情影响,消费者购买欲望及购买能力下降,需求降低导致供需两端“双疲软”现象。

通信高级工程师、战略规划专家杨波对《证券日报》记者表示,智能家居第三季度出货量下降的主要原因,是供应链的产能不足所造成的,比如目前面板、芯片的产能不足,对智能家居产品的出货带来比较严重的制约;次要原因是第三季度处于消费淡季,即“6·18”和“双11”这两个节点之间,消费者购买欲望不足,导致智能家居产品消费端出现疲软。

据IDC发布的跟踪报告,按市场份额来看,小米以16.3%的占比位列

第一;美的11.3%,位列第二;海尔9.8%,位列第三;其他品牌占据着其余62.7%的市场份额。

对此,王建国认为,上述三个品牌之所以能杀出重围,是因为其属于用户基数庞大的互联网或传统品牌,具有深厚品牌消费群众基础。

“这些头部品牌基本都是走高性价比路线,更能推进年轻人的‘潮流消费’,对智能家居了解不多但愿意尝试的‘小白用户’吸引力更强,而其他品牌虽然有可能在落地集成(系统工程)或大型渠道定制(比如房地产开发商的定制化产品)方面有一定优势,但在用户技术和消费门槛(客单价)等方面,被上述三个品牌甩开了较远距离。”王建国说。

对于IDC方面提到的智能家居产业链上游的芯片供给乏力问题,杨波认为,智能家居产业很难出现像华为面临芯片限制的情况,主要原因是由于智能家居所需的芯片制程要求不高。

“华为智慧屏的芯片也只有28nm工艺的,更何况其他低端智能家居产品。所以智能家居的芯片门槛并不高。最近格兰仕都推出了自己的RISC-V架构智能家居芯片,所以我认为智能家居的芯片只会是产能问题,不太会有智能手机那种芯片瓶颈存在。”杨波说。

此外,虽然从市场供需来看,智能家居产业第三季度出现了疲软的现象,但是机构投资者对于资本市场智能家居板块的评价依然乐观。

东方财富Choice金融终端数据显示,截至12月15日,121只智能家居概念板块中,共有71只个股在半年内获得过机构投资者给予的买入评级。从整体来看,6家公司获超过20家机构给予买入评级;10家-20家机构给予买入评级的有11家公司;10家以下机构给予买入评级的共有54家公司。按机构投资者数量来看,给予买入评级机构家数靠前的个股有:歌尔股份(26家)、美的集团(24家)、格力电器(23家)等。

## 董事长面对面

# 顺利办董事长彭聪： 为企业提供人财物税等数字化服务

■本报记者 新月

近日,顺利办董事长彭聪接受《证券日报》记者专访时表示:“数字化不仅是在我们企业应用,而是在全国或者是全世界应用,这是不可逆的。”

## 踩数字化风口

“现在人的数字化进程可以说已经基本完成了。每个人在互联网公司的数据画像都已经很成熟了,比如我们早上从哪到哪?吃的什么?晚上坐的什么交通工具回家,经常喜欢去哪个网站等等?这些都有数据记录。”彭聪向记者分析道:“但是企业的数字化其实还没完成,未来企业也都是数字化的,因为现在互联网已经变成一个基础设施了,比如我们办公不一定要在办公室,拉个微信群,就可以把很多问题给解决掉,所以,数字化其实正在进行,这对企业的发展将会有更好的帮助。”

彭聪向记者举例称:“如果企业还是传统的企业,我们的服务压力会很大。如果我们纯线下公司,将因为没有数字化,双方说什么事都没法传,那么,我就得去当地店铺,帮忙记账,帮忙招人,还得拿个单子对一下,这都是因

为没有数字化。但有了数字化,这些过程都可以在互联网上完成,所以说数字化已经变成相互沟通所需的基础设施。”

据了解,顺利办是率先推出企业服务互联网化的企业,公司构建了“线上+线下”一体化的企业服务平台,线上依靠公司自主研发的办+管+精算+政务+、行业+等生态网络服务平台,实现规模化销售获客、专业化业务流程、规范化服务监管的功能,线下依靠全国百城千店的布局,形成了直接触达用户的庞大网络。

彭聪向《证券日报》记者介绍道:“顺利办的定位便是基于物联网、互联网、车联网场景下,提供人财物税事相关的服务。”

“顺利办是给企业提供服务,给政府产业定位的企业,有着税务基因的公司主要是围绕税收服务展开业务的。”彭聪向记者说道:“顺利办围绕税收服务展开的业务可以抽象为三个维度。第一个维度是基于商品流通的物联网。当前传统的贸易模式正在被新型的数字经济和贸易模式所取代,常见的场景如打车、买菜、购物等都已经是非常成熟的数字化贸易模式,这些新场景下,消费支付方式的变化影响税收。”

“通过对平台的管理,对交易数据

进行留存,在新的贸易和消费逻辑下,顺利办会跟踪会追溯到中国33个大行业的全品类商品从原材料,到生产加工、到销售各个环节的资金流动,通过为全产业链上的关联企业做财税合规咨询方案以及基础托管服务,沉淀海量的数据,将数据分析反馈给企业或者传递给政府,协助政府做好产业定位。”

彭聪认为,未来,税收和保障的对等将是趋势。“顺利办的视角是企业任何环节都会有交易,交易过程中产生的数据会变成企业和自然人的标签,企业及个人的税收合规就非常必需,为14亿自然人+1.2亿经营主体的合规税收提供服务,这是一个非常广阔的市场。”

## 预计人联网将有更大增长空间

在彭聪看来,未来的发展重点将在人联网这一业务上。“用人单位与劳动者的关系由雇佣关系正在向合作关系转变,合作关系的劳动者通过中介机构代缴五险一金并实现完税的诉求急剧增大,目前我国这类劳动者占据总劳动者的比例约4%,对标日本同一数据高达40%以上,预计未来将有更大的增长空间。”

“公司在人联网这块收入比较高,我们通过做合规插件平台,向每日优

鲜、美团等合作平台发行这个插件,顺利办负责给每日优鲜、美团去派发人员的工资,这样我们的收入会随着合作平台业务量增加而增长。”彭聪如是说。

“人联网这一业务涉及14亿人,其市场空间足够大。”彭聪向记者举例道:“如果有大学的教授想要在外边兼职,或者有医生想在其他地方兼职的话,他们都会需要一个平台去实现完税,而我们如果能建立好这个平台的话,可以让他们更加合规的完税并获得合法收入。”

据了解,为了扩大人联网业务,顺利办开始与民生银行合作。

彭聪向记者介绍道:“在民生银行的软件里会有个按钮,就是‘我要完税’,如果有大学教授兼职给人讲课获得10万元的酬劳,而没完税的话,则算是非法所得,如果他主动在银行软件上点了‘我要完税’,那么,国家将会按照讲课所得给他核定一个税率,交税后讲课费用就变成合法所得,同时还能拿到完税证明,其实这个需求还是蛮大的。”

事实上,在彭聪对未来的设想中,顺利办面对的服务对象不仅仅是闪送、美团等平台,公司还在酝酿一个可以为人们提供兼职机会的平台。

彭聪向《证券日报》记者表示,站在数字化的风口上,顺利办的未来有着很大的成长空间。

# 11月份进出口总额同比增7.8% 上市公司参与“一带一路”实现业绩高增长

■本报记者 苏诗钰

12月15日,国家统计局召开新闻发布会,国家统计局新闻发言人付凌晖在发布会上表示,11月份进出口形势应该说还是保持了较快的增长,11月份进出口总额同比增长7.8%,比上个月加快了3.2个百分点,其中出口增长了14.9%,保持了较快的增长。

付凌晖表示,进出口形势保持改善,首先,中国生产供给的稳定起了重要作用。随着中国的复工复产,经济运行逐步改善,生产的稳定增加是中国面对外部需求变化的重要支撑点。第二方面,在疫情冲击下,国外一些供给

受到了影响,中国由于供给的稳定,有效弥补了全球供应链上的一些堵点和断点。第三方面,党中央国务院在稳定外贸上出台了一系列政策,推动了外贸的便利化,推动发展外贸的新业态、新模式,也有助于外贸的稳定。

可以说,近年来“一带一路”倡议的稳步推进,对稳外贸稳外资作出积极贡献。(中国“一带一路”贸易投资发展报告2020)数据显示,2013年至2019年,中国与“一带一路”相关国家货物贸易进出口总额从1.04万亿美元增至1.34万亿美元。来自海关总署的数据显示,即使是在受疫情影响的今年,前10个月中国与“一带一路”相关国家外贸进

出口总额合计7.58万亿元,同比增长1.4%,在中国外贸中的占比提升至29.2%。

《证券日报》记者据东方财富Choice数据统计,在上市公司披露的2019年年报中,有1008家提及“一带一路”,较多上市公司搭车“一带一路”开展境外业务,实现业绩高增。有2581家上市公司年报披露了去年我国港澳台及境外业务收入情况,涉及金额规模达56502.11亿元,而2016年2308家上市公司披露其规模则为29893.49亿元。

中国银行研究院博士后叶银丹在接受《证券日报》记者采访时表示,“十三五”时期,“一带一路”建设取得重要

进展和明显成效。新“三驾马车”作为经济增长的重要力量,也有效拉动上市公司经营业绩,促进上市公司转型发展。未来,上市公司应抓住我国经济驱动力转换的机遇,加快自身在产品研发、设计、生产等方面的转型,积极拓展“一带一路”沿线市场。

国新未来科学技术研究院执行院长徐光瑞在接受《证券日报》记者采访时表示,上市公司的市场不仅在业态领域上逐步拓宽,也在地域范围上持续扩展,特别是与“一带一路”沿线国家的对外贸易、投资持续增加。“一带一路”建设为我国和沿线国家的发展带来了新的机遇,实现了优势互补、共建共赢。