

积极拥抱旅游业 多家白酒企业推进“酒旅融合”

■本报记者 李静

“醉翁之意不在酒，在乎山水之间也。山水之乐，得之心而寓之酒也。”自古以来，不少文人墨客都将饮酒之乐与游山玩水之乐融合在一起。在现代化产业体系下，“酒+旅”（白酒+旅游）的深度融合，也已成为上市酒企撬动C端经济的重要突破口。

从旅游市场来看，据文化和旅游部数据中心测算，2024年“五一”假期，全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可比口径较2019年同期增长28.2%。旅游业的蓬勃发展，促使白酒企业积极拥抱亿级流量。进入5月份以来，衡水老白干酒、水井坊等多家白酒企业宣布推进“酒+旅”的相关布局。

《中国酒业“十四五”发展指导意见》描绘了酒旅融合发展的蓝图。在“十四五”期间，全面提升酒业的产旅融合发展，以酒旅融合等九大理念为指导，使酒旅融合真正成为酒业高质量发展的重要推手，为行业未来发展指明了方向。

中国酒业协会理事长宋书玉向《证券日报》记者表示，酒旅融合可以推进酒业从营销时代向体验时代转变，酒庄正成为撬动新质生产力的重要支点。

酒企加码“酒旅”投资

旅游业的繁荣，加速了白酒企业布局“酒+旅”业务的步伐。

5月中旬，衡水老白干酒推出了“探厂+互动+演出”的模式，让消费者在游览衡水老白干景区的时候对产品进行了解。

无独有偶，水井坊也发布了首条酒旅融合路线。在成都市文旅局的推动下，水井坊联合成都旅游

景区协会共同推出了成都首条酒旅融合路线《春饮一壶酒，古今穿越600余年》；汾酒集团在杏花村期间推出三条赏花主题路线；五粮液、泸州老窖、洋河股份、金得酒业、西凤酒、郎酒等多家头部白酒企业均对酒旅融合项目有所布局。

行业资深旅游专家杜山川对《证券日报》记者表示：“随着消费者多元化需求逐步释放，叠加酒企不断加码投资酒旅融合业务，其市场规模有望持续增长。白酒企业应抓住机遇，积极布局酒旅业务，拓展市场空间。”

洋河股份董事长张联东表示，公司将紧盯酒文化旅游资源的独特优势，立足酒文融合、酒旅融合，进一步探索新模式、新路径，推出将“白酒生产+文旅产业”融合起来的新商业模式，使得白酒产业发展成为一二三产业高度融合的产业。

五粮液方面表示，“酒+旅”的联动，正是行业破局的新机遇，既为白酒相关文化建设提供体验式的途径，同时也可使产品在愈发内卷的市场中博得更多机会。

白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞向《证券日报》记者表示，随着各大酒企纷纷布局，“酒+旅”正成为白酒产业集群发展、产区升值道路上的新发展趋势。

或成为酒企新盈利点

如果说酒旅融合是酒企基于“市场需求、历史文化、美好生活”的创新，对其加码布局的背后，则是白酒行业传统业务面临挑战，上市酒企试图寻找第二增长曲线的急迫表现。

近年来，随着终端市场动销不畅，导致部分酒企面临终端压货、渠道库存高企等问题。Choice数据显示，截至2023年末，20家白酒

上市企业的存货为1490.95亿元，同比增长12.24%。

“积极布局旅游项目，有助于酒企塑造品牌差异化竞争力，从而在存量市场开辟新的增量空间。”蔡学飞表示，酒旅融合也可以促进酒企从渠道与价格竞争，向文化与品质竞争的高质量发展转型升级。

“在白酒市场终端动销不畅、渠道库存高企，价格倒挂等现象频出的市场环境下，酒旅融合的新赛道，是众多酒企谋求利润第二增长点的重要途径。”深耕白酒产业20余年的贵州经销商王强对《证券日报》记者说。

西凤酒方面表示，酒旅融合项目的开展，吸引了不少游客前来参观，可以促进公司白酒产品的销售，市场前景非常广阔。

杜山川表示，白酒企业布局酒旅业务是一种多元化的战略，不仅可以提高品牌知名度和影响力，还可以增加企业的收入来源，提高企业的经济效益。

事实上，率先抢占这一细分赛道的部分酒企，乃至部分酒产区的区域经济，已在该业务领域取得突破性进展。

据茅台文旅消息，企业2023年整体实现营收32.28亿元，完成计划的181.2%，同比增长高达211.89%。从整体产区来看，仁怀酒旅融合项目直接拉动旅游消费1.57亿元。

不难看出，“酒旅融合”模式，是上市酒企转型发展的新锚点。但挑战也是巨大的，如何从传统的B端逐渐转向C端，依然是酒旅融合细分赛道得以长久发展的关键。

不是简单的“酒+旅游”

现如今，上市酒企对酒旅融合的重视及投入，已经对酒产区的区

域经济发展起到拉动作用。相应地，多地酒产区也对打造酒旅融合IP给予了很大的政策支持。

该人士表示，目前市场上运营的酒旅融合项目，主要服务于经销商、企业用户团体，甚至多为政商之间的参观交流。

贵州某白酒企业经销商向《证券日报》记者表示：“大部分酒旅文之旅的体验性、互动性、趣味性和自主性有所欠缺。酒企通过酒旅融合模式，真正着力点应该是培育更多直接面向消费者的‘C端’市场，并加深与他们的关系黏性。”

有游客对记者表示，只是单纯参观酒厂以及学习酒的酿造过程，会觉得很有趣，如果结合白酒企业所在地区的旅游特点，将两者相容，或许可以吸引消费者。

贵州酒文化研究会副会长肖进春表示，“酒旅融合”不是简单的“酒+旅游”。酒企需要通过酒旅融合形式，找到销售产品的方案。同时，要通过旅游和酒业相结合的方式，打造出新业态。

对此，蔡学飞表示，酒企要做酒旅融合，就要摆脱厂家生产思维，以为消费者服务为核心逻辑，真正从酒的文化理念、品质创新与旅游新方式等方面结合开拓新产品线，才能释放商业价值。

鉴于此，白酒企业也在积极的认识问题并给出相应的规划。其中，在茅台集团的规划中，酒旅项目要围绕“茅台+”，建成并投酒文化城项目，积极推进茅台天街、茅酒之源等沉浸式体验旅游项目建设。

将成酒产区经济新动能

现如今，上市酒企对酒旅融合的重视及投入，已经对酒产区的区

域经济发展起到拉动作用。相应地，多地酒产区也对打造酒旅融合IP给予了很大的政策支持。

2024年开年，贵州省发展改革委发布《关于大力推进2024年2000个重点民间投资项目的通知（黔发改投资〔2024〕45号）》，向社会公布2024年2000个重点民间投资项目。其中，有107个项目涉及酒旅融合项目12个。

以茅台镇为例，通过创新“酒旅融合”模式，茅台镇走出了一条独具特色的高质量发展之路。官方数据显示，“五一”期间茅台镇接待游客28.17万人次，旅游综合收入超1.64亿元。而仁怀市“五一”期间全市累计接待游客59.93万人次，实现旅游综合收入3.77亿元。

四川省文化和旅游厅联合相关省级部门，正在积极推进包括中国白酒博物馆、中国酒城·长江生态文旅带在内的12个酒旅融合项目，计划总投资452.5亿元。

截至目前，全国多个酒类产区的酒旅融合建设正蓬勃推进。据不完全统计，包括仁怀产区、习水产区、吕梁产区、成都产区等全国超十个酒类产区正在积极推进酒旅融合项目建设，总计投资超1000亿元。

浙大城市学院文化创意研究所所长林先平向《证券日报》记者表示：“酒旅融合既可以互相拓展产区内的发展空间，也可以进行资源的互相借力与整合，有助于酒企找到业绩增长新的突破口。”

中国酒业协会常务副理事长王琦表示，酒文化旅游是酒企与消费者进行沟通的最佳方式，也是产业需求及推动产业转型的抓手。



强化审计机构履职尽责能力 应从三方面着手

■刘钊

因在对金通灵进行年度财务报表审计期间未能勤勉尽责，日前，江苏证监局向金通灵审计机构大华会计师事务所（以下简称“大华所”）下达行政处罚决定书。责令大华所改正的同时，没收大华所业务收入688.68万元，并处以3443.4万元罚款，以及暂停其从事证券服务业务6个月。

鉴于大华所被江苏证监局行政处罚，为保持审计工作的连续性，连日来，已有包括友好集团、光大教育、易德龙在内的逾50家上市公司，宣布解除与大华所的2024年度审计机构合作。

作为资本市场信息披露的“看门人”，会计师事务所出具的每一份审计意见都关乎投资者利益和资本市场运行秩序。近年来，多家从事证券服务业务的会计师事务所因违法违规被立案调查、行政处罚或承担巨额民事赔偿责任，严重影响行业声誉。据不完全统计，今年以来，监管部门针对会计师事务所至少已开具175张罚单，涉及41家会计师事务所和139位从业人员，持续压实审计机构的“看门人”责任。

笔者认为，未来应从以下三个方面强化审计机构的履职尽责能力。

首先，审计机构应加强对审计质量的控制。审计质量是审计机构开展业务的根本保证，任何时候都不能放松。审计机构应建立质量管理体系长效机制，强化一体化管理，增强质量控制人员力量，使质控人员尽早参与审计项目，并将质量控制贯穿审计全过程。同时，应加强审计人员的独立审计风险意识和职业怀疑态度，避免对被审计公司的财务违法违规行径背书。此外，审计人员也要培养全面的审计理念，加强反舞弊能力建设，做到对财务风险的早识别、早揭露和早处理。

其次，审计机构应增强社会责任感。在资本市场运行中，审计机构对于提高企业会计信息质量，维护广大投资者的权益，保障国家税收和经济秩序，以及引导企业和社会资源的有效配置等方面，发挥着至关重要的作用。其中，审计机构发表的审计意见更是其“看门人”作用的直接体现。审计机构应进一步增强社会责任感，秉持职业道德，坚守依法执业底线，克制私欲，实现社会价值与商业价值的和谐统一，严格遵循鉴证与咨询分离、业务收费与审计意见脱钩、实质性轮换以及与客户保持适当距离等原则。

最后，监管部门应提高对审计机构违法违规行为的查处力度。由于当前资本市场利益格局复杂，业务模式多变，导致审计机构执业风险相对较高。监管部门应严格履行职责，充实财会监督检查力量，推动形成常态化执法执纪机制，对从事证券业务的审计机构开展常态化监管。针对当前存在的审计机构注册会计师挂名执业、串通上市公司出具虚假财务报告等违法违规行为，坚决做到“零容忍”，对影响恶劣的重大案件从严从重处罚的同时，也要加大典型案例曝光力度，在全社会、全行业形成有效震慑。

新“国九条”明确提出，需要进一步强化证券中介机构作为“守门人”的责任，通过严格的监管和严厉的处罚措施，向市场展示了其坚定的立场和决心。未来，“长牙带刺”的监管将成为常态。审计机构应当严于律己、敬畏市场，为营造风清气正的资本市场良好生态贡献力量。

国际金价进一步走强 多家国内黄金品牌调涨产品价格

■本报记者 丁蓉

近日，国际黄金、白银价格再次出现大幅上涨。截至5月17日收盘，纽约商品交易所COMEX黄金主力合约报2419.8美元/盎司，当日上涨1.44%，逼近4月中旬创下的历史高点2448.8美元/盎司；COMEX白银主力合约当日上涨6.36%，报31.775美元/盎司，创自2013年2月份以来新高。

据《证券日报》记者了解，5月19日，国内黄金珠宝品牌火速调高了黄金零售价，不少品牌价格已站上新高。周生生当日足金饰品挂牌价为740元/克，周大福、周大生、老凤祥、潮宏基为739元/克。

5月19日下午，记者在深圳某大型购物中心一楼多家黄金珠宝品牌门店看到，正值“520”前夕，不少门店推出了促销活动，有年轻消费者正在驻足挑选。某黄金珠宝品牌门店负责人卢女士向《证券日报》记者表示：“‘520’活动期间，购买单件可减20元/克至30元/克不等。”

有人购买，也有人回收。深圳水贝市场一位商户负责人向《证券日报》记者表示：“今天我们门店金价为571元/克，回收价为561元/克。有的客户前段时间就打算出手，趁这个周末黄金价格大涨，都不约而同来卖出，我们门店这两天回收的黄金量很大。”

金价上涨对黄金珠宝行业的影响受到关注。东吴证券5月19日发布研报称，2022年底至今，金价已经累计涨幅超40%，黄金类产品兼具消费和投资属性，也为消费者提供了较好的消费需求支撑。金价持续上涨虽然对消费量会有一定的扰动，但对于黄金珠宝公司的利润率会有正面的拉动。整体来看，金价上涨对于黄金珠宝企业业绩增长利大于弊。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜向《证券日报》记者表示：“对于那些前期储备黄金较多的黄金珠宝企业来说，利润率有望随着金价的上涨而增加更多。”

黄金、白银等贵金属价格的上涨，分别来自多重因素的影响。黄金方面，供需基本面是推动黄金价格上涨的根本原因。根据中国黄金协会数据，今年第一季度，全国黄金消费量308.905吨，与2023年同期相比增长5.94%。宏观层面上，东吴证券研报表示，受到海外降息预期上升影响，以及中东地缘政治风险再起的影响，海内外黄金价格走势良好。

白银方面，广发期货分析师叶倩宁表示，供需基本面上，白银持续3年出现供应缺口。宏观层面上，美国年内降息预期得到巩固。技术面交易情绪上，白银技术指标转牛，当前投机资金流入加速。

对于黄金、白银价格的后期走势，多名分析师表示看好未来上涨空间。巨丰投顾高级投资顾问王旭向《证券日报》记者表示：“从长期看，在各国央行纷纷增持的背景下，国际黄金价格仍有上涨空间，黄金投资仍是一个不错的选择。”

国投瑞银基金经理赵建表示，主要经济体均将陆续步入宽松周期，这可能推动白银等贵金属价格长期向上。全球制造业的回升将增加上游的资源品和工业品的需求，考虑绝大部分上游资源行业过去几年的资本开支都处于历史较低水平，许多商品价格具备显著的向上弹性。

中国水泥行业“出海”成效显著 部分公司海外业绩爆发

■本报记者 黄群

5月18日，世界水泥协会2024年度大会在南京揭幕。据水泥大数据研究院统计，截至2023年底，国内水泥企业海外熟料产能已扩张至6465万吨，同比增长35%；截至2024年3月底，中国企业已经在海外21个国家建设了54座水泥厂。

世界水泥协会主席、中国建材集团有限公司副总经理魏如山表示，水泥是国民经济建设的重要基础原材料，中国水泥工业先进产能加速“出海”，有利于提升世界经济和产业活力，促进全球基础设施建设。

加码全球布局

4月28日，乌兹别克斯坦安吉延海螺6500t/d熟料生产线竣工，这是海螺水泥践行共建“一带一路”倡议，在中亚投资建设的第三座水泥工厂，也是公司在乌兹别克斯坦规模最大的水泥生产线。

海螺水泥相关负责人对《证券日报》记者表示，海螺水泥于2011年在印度尼西亚建厂，拉开了企业“出海”的序幕。截至目前，海螺水泥已在海外五个国家投资布局，累计熟料产能达1400万吨/年，水泥产能达2300万吨/年，投资规模居国内企业前列。

华新水泥也是中国水泥企业“出海”的标杆。截至目前，公司已在海外11个国家布局，并已成为中亚水泥市场的领军者。4月9日，公司总裁李叶青在业绩交流会上对投资者表示，未来华新水泥可能会在25个国家甚至更多的国家拥有生产线。

4月8日，中国建材股份有限公司在中国香港举行了2023年度业绩发布会。公司董事长周育先表示，

2024年中国建材股份将加快国际化发展，推进全业务、全流程、全要素国际化。其中，基础建材以国际化拓展市场空间；新材料适时“出海”，加大全球影响力。

此外，也有上市公司正努力实现海外布局“零突破”。4月27日，冀东水泥宣布，为加速公司海外发展步伐，公司拟现金收购关联方冀东发展持有的中非冀东建材投资有限责任公司（以下简称“中非建材”）60%股权，中非建材旗下的曼巴水泥位于南非，拥有一条日产2800吨熟料的水泥生产线。

水泥大数据显示，截至2023年底，中资企业在海外已投产运营多达62条水泥熟料生产线，主要集中在东南亚、中亚及南非等地区。其中，印度尼西亚、乌兹别克斯坦、老挝、缅甸等地的产能尤为突出。

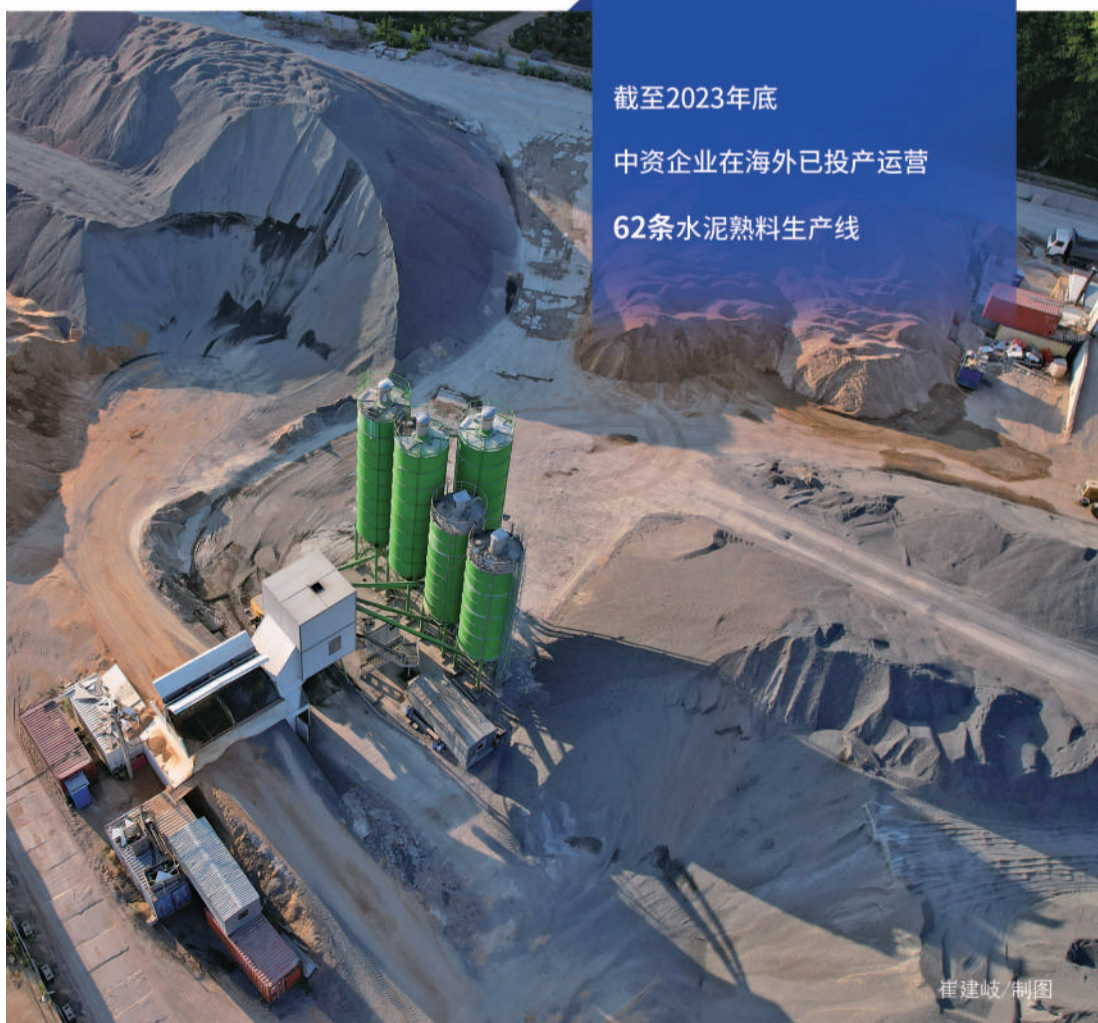
水泥网水泥分析师李坤明在接受《证券日报》记者采访时表示，目前国内水泥产能充分，促使企业积极寻找新的出路。而当前共建“一带一路”国家仍有较大市场需求，水泥企业除了拓展上下游产业链、进军第二产业之外，积极拓展海外市场不失为一条可行之路。

天风证券发布研报称，2023年中国水泥企业“出海”速度明显加快，主要系国内需求拐点已现，盈利中枢不断下移倒逼具备扩张实力的头部企业加快“出海”步伐。

海外市场业绩爆发

2023年，尽管水泥企业整体营收规模和盈利能力较2022年都有所下降，但龙头企业海外业务均出现了逆势增长，一些企业甚至实现了爆发式增长。

港股企业西部水泥主要业务分布在陕西省、新疆维吾尔自治区、贵州省及非洲莫桑比克、刚果



截至2023年底
中资企业在海外已投产运营
62条水泥熟料生产线

崔建斌/制图

（金）、埃塞俄比亚等地。2023年，公司海外市场收入达27.7亿元，同比增长145%，占总营收比重达到31%。公司表示，尽管国内业务售价较低，但公司非洲业务仍能够贡献较高利润，使得公司在2023年度保持利润的整体稳定。2024年，西部水泥将全面统筹主营业务及上下游产业链延伸，稳步推进国际化发展战略，加强风险识别及控制，建立健全中长期海外发展规划，完善海外项目运营管理机制，积极构建多元化合作模式。

中材国际海外核心经营区域包括非洲、中东、南亚、东南亚等地市场。2023年公司境外新签合同金额333.07亿元，占合同总金额比例达54%。公司预计2024年境外水泥需求和价格较2023年总体保持稳定，部分新兴市场国家区域水泥需求旺盛，水泥行业仍处于快速发展阶段。

此外，华新水泥2023年境外业务营收达到54.89亿元，同比增长近30%。李叶青表示，2023年公司在中亚国家的4家工厂盈利非常好，是华新水泥海外业务的

核心利润贡献地区，南亚及东南亚的一些工厂也处于续盈状态。海螺水泥2023年海外业务收入为46.7亿元，同比增长17.75%，产品综合毛利率达到30.10%，同比上升3.25个百分点。“2023年中亚地区整体需求不错，东南亚国家中柬埔寨和缅甸市场需求也较好。未来海螺水泥不排除在海外投资新的工厂，但是策略会相对谨慎，毕竟海外一些地区是一个高收益和高风险并存的存市场。”前述海螺水泥相关负责人说。