

探寻产业发展“新引擎”

中国白酒如何撬动国际市场？

■本报记者 赵学毅
见习记者 梁傲男

2024年以来，白酒企业“走出去”的意愿空前迫切，“出海”声浪日趋高涨。正如中国酒业协会理事长宋书玉向《证券日报》记者所说：“白酒国际化是必然趋势，国内白酒产业目前已经能够满足中国市场需求，客观上产业自身也需要走向更广阔的舞台。”

那么，中国白酒产业本轮“出海”与以往有何不同？酒企应怎样撬动国际市场，让中国白酒“飘香世界”？

为此，《证券日报》记者深入一线，与行业头部企业、酒业协会、白酒经销商、“出海”餐饮企业、投资机构等分别对话，探讨白酒产业“出海”面临的机遇与挑战。

抱团“出海”成趋势

从近日中国食品土畜进出口商会公布的1月份至5月份酒类出口数据来看，我国白酒共向75个国家和地区出口，出口总量648万升，总额3.7亿美元。

另据中国酒业协会数据显示，2023年我国白酒总产量约629万升。海关总署数据显示，2023年白酒商品累计出口量约1.5万升，出口量占总产量的比重仅为0.2%。

据《证券日报》记者不完全统计，目前A股市场已有9家白酒上市公司公布了2023年度海外销售业绩。其中，贵州茅台海外营收约43.5亿元，占中国白酒出口总额的75.1%；五粮液出口额约10.04亿元；此外，泸州老窖、水井坊、古井贡酒、老白干酒、天佑德酒、酒鬼酒和华致酒行等7家白酒上市公司，去年海外销售收入总额不足3亿元。

为尽快打开国际市场，“政企联动”抱团“出海”成为新趋势，这在四川和贵州两大白酒产区尤为突出。

5月份，四川省经济和信息化厅发布《着力打造“川酒”品牌推动川酒高质量发展行动方案（2024—2027年）（征求意见稿）》，川酒“出海”任务被单独列出。此后，四川省酒业协会成立，提出四川要对标建设具有国际影响力的世界级知名烈酒产区，争取将降低白酒综合税率纳入各类多边、双边国际贸易谈判。

与此同时，多家贵州名优酒企再度携手组团“出海”，将产区、工艺、文化推向全球舞台，为白酒国际化注入“贵州白酒力量”。

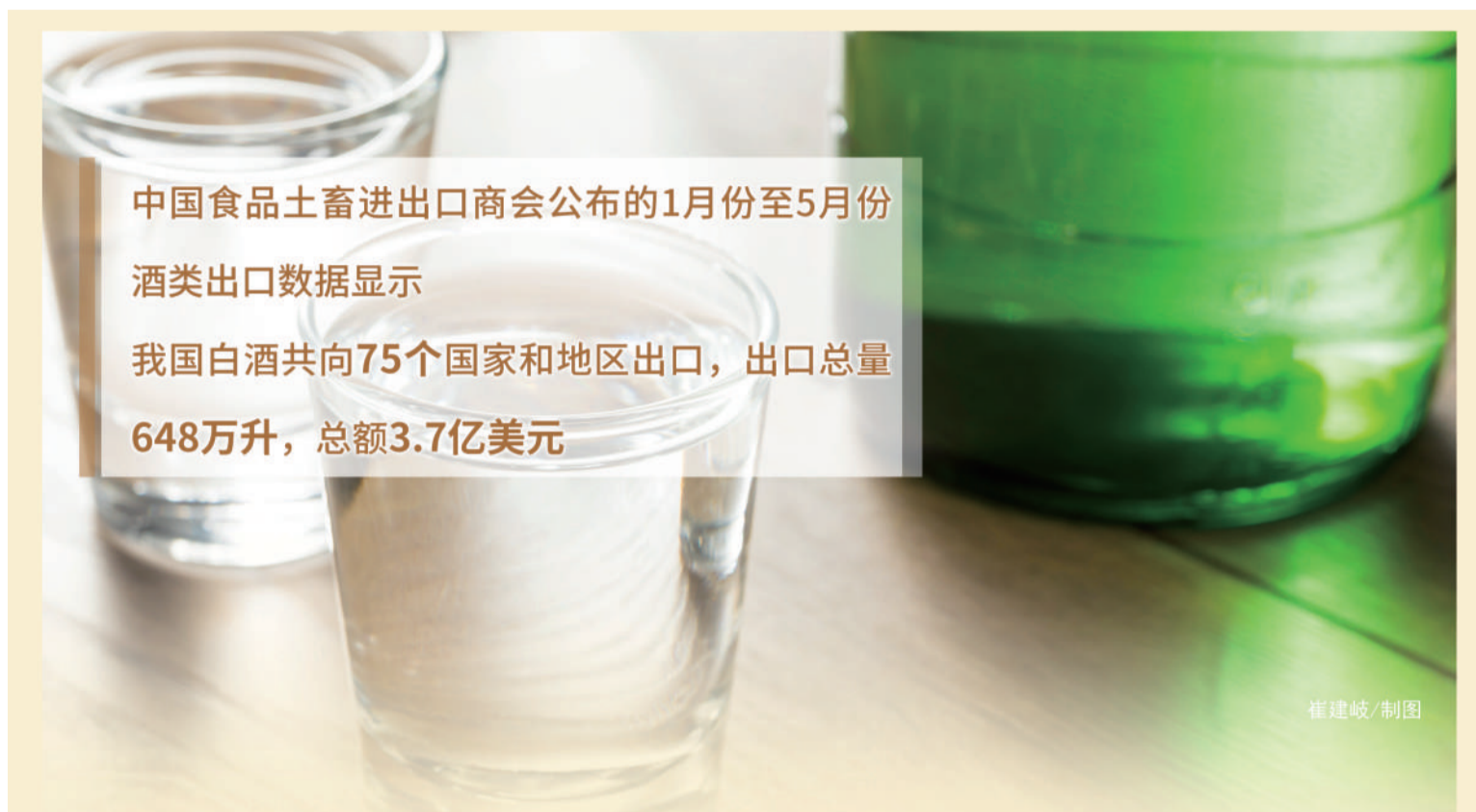
“在全球烈酒增长趋势明确与国家鼓励白酒‘走出去’等背景下，布局国际市场是顺势而为。”贵州茅台方面向《证券日报》记者表示。

洋河股份党委书记、董事长张联东亦表示，全球化时代正在到来，不“出海”就出局、慢“出海”也出局。

面临哪些挑战？

中国白酒企业的“出海”之路，仍有部分堵点待疏通。在业内看来，酒企仍面临平衡成本与售价、海外市场认知度低等多重难关。

价格过高，是白酒“出海”首先要攻克难题。目前，企业已有动作，桥头堡是中国香港市场。以2023年为例，当年国内白酒出口额的23.52%是通过中国香港实现的。记者实地走访了解到，在中国香港，多数白酒品牌在零售终端店



白酒“出海”未来可期

■梁傲男

2024年上半年已收官，于白酒企业而言，“走出去”已上升为重要战略。

今年以来，酒企“出海”热情高涨，纷纷发力海外市场，并拿出大量时间进行海外调研推广、增加经销商数量等工作。而这份激情背后，中国白酒“出海”是否真的迎来了转折点？

在笔者看来，白酒国际化是必

然趋势，这条路虽然并不好走，但未来可期。

首先，中国白酒“出海”存在的痛点不容忽视，要加大协商及贸易谈判力度。比如，关税高、价格高、准入成本高、文化差异、技术模式等，都是阻碍白酒“出海”的难点、堵点。但这并不意味着完全走不通，比如关税，可以通过协商及贸易谈判来解决。

其次，白酒企业需多条腿走路，提升价格竞争优势。与几十元甚至

几百元的国际烈酒相比，中国白酒是“奢侈品”，价格动辄几百元、上千元。想撬动国际市场，中国白酒企业需在产品附加值上做加法，在营销成本支出方面做减法，在产品差异化、满足多元化需求方面做精准定位，推出适合海外消费者的产品，以点带面打开市场。

第三，酒企应抓住机遇积极推进相关布局。在奔赴世界舞台的道路上，已有大型白酒品牌小有成绩，接下来，随着中餐“出海”规模

壮大，以及共建“一带一路”倡议的深入实施，白酒“出海”有望进入新的发展阶段。当前，无论是积极寻找中餐与白酒的最佳搭配模式，还是在共建“一带一路”国家开店寻找代理商，中国白酒已迈出“走出去”的关键一步。

总体来看，国际市场空间巨大，中国白酒“出海”未来可期。

记者观察

均有销售，从价位来看，贵州茅台、五粮液、国窖1573等白酒的价格都超千元/瓶。

另一大堵点来自关税。白酒企业在海外市场需要面对关税、消费税、酒精税、增值税等税费问题。不同国家的税费要求不同，税种叠加使税负成本相对较高。多家白酒企业向记者表示，解决“税”难题，需多方努力协商。

“关税问题在很多人看来是白酒国际化的障碍，但实际上，可以通过谈判逐步解决。”宋书玉说。

相关部门和业内专家也正在关注该痛点的解决路径。今年全国两会期间，中国工程院院士孙宝国提交了“关于争取酒类国际贸易政策，加大白酒国际化推广”的提案。

孙宝国近日在接受《证券日报》记者采访时表示：“中国白酒是世界六大蒸馏酒之一，希望有关部门制定一系列白酒出口优惠政策，积极推动国家层面贸易谈判，助力中国白酒走向世界。”

中国白酒专家、江南大学原副校长、博士生导师徐岩向《证券日报》记者坦言，中国白酒“走出去”，需要在商业模式、文化、技术这三方面系统的思考突围之路。

“以技术标准、技术法规、包装标签规则等为代表的技术性贸易壁垒，不仅会变相提高中国白酒国际市场的准入门槛，还会在白酒进入进口国市场后，以政策法规的形式给销售、运营带来风险障

碍。”泸州老窖方面向《证券日报》记者表示。

山西汾酒方面向《证券日报》记者表示，明确出口定位、加快品牌建设将是白酒“出海”需要解决的关键问题，韩国真露和日本清酒的成功值得借鉴。

把握“出海”新机遇

如何完成从“走出去”到“走进来”的升级进阶？对白酒产业而言，共建“一带一路”倡议及浩浩荡荡的中餐“出海”潮，将对白酒“出海”起到积极作用。

在业内人士看来，作为中餐“出海”的紧密搭档，白酒亦将随之迎来新商机。

“中餐‘出海’会带动白酒销售，但需要一个过程。”眉州东坡总裁梁棣对《证券日报》记者说。

曾担任旧金山世界烈酒大赛评委的钟宇辰向《证券日报》记者表示，国外的中餐相比国内已发生了巨大变化，向国外消费者推销中国传统的酒桌文化，需重新寻找中餐与白酒之间的餐饮搭配，如同葡萄酒之于西餐。

除了中餐“出海”带来的机遇，中国白酒在选择“出海”国家时开始变得更为理性。中国酒业协会曾在报告中提出，鼓励酒企企业“走出去”拓展国际市场，扩大与“一带一路”沿线国家的贸易规模。事实上，随着共建“一带一路”

倡议的深入实施，相关国家对白酒文化的认知度较高，白酒企业也在这些国家或地区加快布局。

古井贡酒在2023年年报中表示，公司正统筹推进国内、国际两大市场，国内加大推进全国化进程；国际市场方面，则希望抓住“一带一路”契机，全面启动全球招商，寻找最佳代理商。

泸州老窖集团及股份公司党委书记、董事长刘淼表示，目前公司已建立起23个营销网络，覆盖“一带一路”沿线70多个国家和地区。

可见，伴随着共建“一带一路”倡议的落地生根，中国白酒的全球网络搭建不断完善。在头部品牌的带领下，中国白酒将在国际市场上开辟新的增长空间。

资本市场“酒意浓”

整体来看，中国白酒仍需集各方力量，夯实“出海”根基，而资本市场无疑是“好媒介”。那么，如何鼓励支持白酒行业借力资本市场，实现有序整合和高质量发展？

多位赴海外调研的企业家、券商机构负责人向《证券日报》记者表示，要把握海外资本市场及投资者对中国白酒表现出的浓厚兴趣。“中国白酒海外发展战略方向正确，欧美资本市场认为中国白酒周期很长，利润回报比较好。”华润啤酒董事会主席侯孝海对《证券日报》记者表示，国际资本市场对中

国白酒有着浓厚的兴趣，今年4月份在海外路演时，众多海外投资者咨询公司的白酒业务、白酒产业特征、产业周期及成本收益等。随着海外投资者对中国白酒的了解越来越多，将助力中国白酒“走出去”。

海通国际分析师闻宏伟向《证券日报》记者表示，海外投资者愈发关注、喜欢投资中国白酒，他们过去看重的是国内经济发展带动的消费潜力以及消费空间，未来可能更看重中国白酒走向全球。

得到资本市场认可，有助于提升企业形象和价值感，但酒企仍需从多种渠道提升销量，在海外网站站稳脚跟。大和证券(中国)CEO耿欣向《证券日报》记者表示，中国白酒企业在海外市场是否成功，核心在于要深化传播中国酒文化，积极拓展销售渠道，努力开发适应目标市场消费者口味与习惯的产品。

中国国际经济交流中心总经济师陈文玲则认为，中国企业积极勇敢“出海”，这本身是捍卫全球化的一个表现。在实际“出海”过程中，需探索贸易“出海”、园区“出海”、博览会“出海”、品牌“出海”等多种营销模式。

从“走出去”到“走进来”并非一日之功，随着众多白酒企业踏上国际化征程，国际资本市场对中国白酒的认同也愈发深刻，必将带动中国白酒在世界舞台上绽放，中国白酒“飘香世界”，未来可期。

上半年多地中欧班列运行强劲 产业链上市公司积极借力布局

■本报记者 徐一鸣

今年上半年中欧班列运行情况正陆续出炉。具体来看，上半年，中欧班列(武汉)累计往返开行331列，其中始发开行206列，发运量同比增长超六成；黑龙江省累计开行中欧班列91列、9132标箱，分别同比增长116.7%、99.4%；苏州中欧班列累计开行146列，去程班列发运箱数同比增长13.18%。

中物汇成物流研究院高级研究员袁帅对《证券日报》记者表示，中欧班列作为一种高效、经济的跨国铁路货运服务，不仅极大促进了亚

欧大陆间的经济贸易往来，也加深了沿线国家之间的文化交流。安全稳定、高效便捷的服务，使之成为连接亚洲与欧洲的重要桥梁，为全球经济发展贡献了重要力量。

进入7月份，多地进一步开通了新的线路。例如，7月6日，满载汽车配件等机械产品以及落地扇、LED路灯等日用品的列车，在泸州海关查验监管下，从合肥铁路物流中心鸣笛启航，在霍尔果斯口岸出境后，采用铁水联运方式，经阿塞拜疆巴库、格鲁吉亚波季，先后两次下水通过船运接驳，跨越里海和黑海，最终抵达土耳其伊斯坦布尔。这是安徽

省首趟跨里海、黑海班列，标志着中欧班列(合肥)南通道线路的正式打通，有力推进了中欧班列(合肥)多通道、多路径发展。

“中欧班列相比传统海运具有时间成本低、运输稳定性高的优势。”中农农有限公司总裁袁培元在接受《证券日报》记者采访时表示，对于产业链上市公司而言，可以降低物流成本，提高产品竞争力。

袁帅表示，中欧班列的快速展将促使上市公司调整和优化供应链布局，提高供应链的灵活性和响应速度，以更好地适应市场需求变化。

“公司2023年通过中欧班列出口电梯1000台，2024年预计将达到2000台。”远大智能表示，公司对部分出口产品采用中欧班列代替传统海运进行运输，加强了对国际市场的开拓力度，进而不断增强品牌的国际影响力。

铁龙物流表示，公司与中欧班列有关业务，主要在两个方面：一是公司在德国汉堡注册的铁龙国际联运公司，与欧洲主要物流枢纽城市的二十余家集装箱堆场签约，主要从事国铁集团中欧班列专用集装箱的欧洲地区箱管服务；二是公司控股的上海铁洋多式联运公司，主

要从事中欧班列运输代理业务。

“随着未来运营质量的不断提升和国际合作的持续深化，中欧班列将在推进全球经济发展、促进国际友好合作等方面发挥更加重要的作用。”世界数字技术院元宇宙委员会秘书长吴高斌对《证券日报》记者表示，产业链上市公司借力中欧班列，可以更加便捷地将产品销往市场，进而增加收入。

袁帅表示，产业链上市公司也要深入了解市场需求变化和消费者偏好，以便精准定位产品和市场策略。同时，运用大数据、云计算等数字化技术提高运营效率和服务质量。

头部券商加码布局母基金 服务新质生产力发展

■本报记者 周尚任
见习记者 于宏

近日，两家头部券商国泰君安、海通证券同步披露公告称，旗下全资子公司均计划出资10亿元参与设立上海市集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业母基金。

《证券日报》记者在采访中了解到，券商纷纷布局母基金，是积极响应国家战略、助力金融服务实体经济、推动新兴产业升级换代的体现。同时，也为自身经营开辟了新的业绩增长点。

两家头部券商出手

为积极落实上海市委、市政府决策部署，支持上海市集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业创新发展，7月5日晚间，国泰君安、海通证券宣布拟通过旗下全资子公司布局“上海三大先导产业母基金”，此举备受市场关注。

早在3月29日，上海市国有资产监督管理委员会宣布，聚焦产业基金，围绕集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业，推动设立总规模1000亿元产业投资母基金，发挥“投早投小”、产业投资、并购整合、补链强链功能，提升上海市三大先导产业整体能级和发展水平。

公开资料显示，“上海三大先导产业母基金”为有限合伙企业，分别对应集成电路、生物医药和人工智能三大重点方向。具体为——上海国投先导集成电路私募投资基金合伙企业(有限合伙)(暂定名，以下简称“集成电路母基金”)，规模为450.01亿元；上海国投先导生物医药私募投资基金合伙企业(有限合伙)(暂定名，以下简称“生物医药母基金”)，规模为215.01亿元；上海国投先导人工智能私募投资基金合伙企业(有限合伙)(暂定名，以下简称“人工智能母基金”)，规模为225.01亿元。“上海三大先导产业母基金”的基金管理人均为上海国投先导私募基金管理有限公司。

国泰君安全资子公司国泰君安证券拟出资不超过10亿元参与投资设立“上海三大先导产业母基金”项目。具体来看，国泰君安证券拟向集成电路母基金出资不超过5亿元，向生物医药母基金出资不超过2.5亿元，向人工智能母基金出资不超过2.5亿元。

海通证券全资子公司海通创新也拟出资10亿元，与公司第一大股东国盛集团及其全资子公司国经投资参与投资设立集成电路母基金，与国经投资参与投资设立生物医药母基金、人工智能母基金。具体来看，海通创新拟向集成电路母基金出资5亿元，向生物医药母基金、人工智能母基金分别出资2.5亿元。

对于本次投资事项的影响，国泰君安表示，在战略层面，本次参与投资有利于助力上海市三大先导产业创新发展，培育新质生产力，补产业链短板，支持原始创新和成果转化；在协同层面，“上海三大先导产业母基金”规模庞大、项目数量众多，可为公司发挥综合金融服务优势提供抓手，母基金后续项目中存在大量协同业务机会，有助于公司打造全面领先、具有国际竞争力的现代投资银行。

海通证券表示，参与设立“上海三大先导产业母基金”，一方面将助力公司打造国内一流、国际有影响力的现代金融服务企业；另一方面，将进一步发挥公司在三大产业发展方面的业务优势，拓展客户生态圈，做深服务价值链，为可持续发展夯实基础。

推动产业创新与发展

近期，证监会就进一步全面深化资本市场改革开展专题调研，其中提到，“进一步推动畅通私募股权投资基金‘募投管退’循环，引导其投早、投小、投长期、投硬科技。压实中介机构‘看门人’责任，加快提升专业服务能力。”

作为资本市场的重要参与者，近年来，已有不少券商积极投身于母基金的设立与管理工作，依托专业能力，推动产业创新与发展，有效支持、助推新质生产力发展。

例如，6月28日，浙商证券发布公告称，为更好地发挥投资服务实体经济的重要作用，进一步融入长三角一体化发展大局，有效支持新质生产力发展，浙商资本联合浙商投资与合肥高新建设投资集团有限公司通过基金的形式进行合作，双方合作设立“浙商聚金嘉融高投基金(合肥)合伙企业(有限合伙)”母基金，浙商资本联合浙商投资拟正式对基金进行投资，投资额度上限为5亿元，其中，浙商资本拟出资3亿元、浙商投资拟出资2亿元(均为浙商证券全资子公司)。

“服务实体经济是金融机构的重要职责，而产业升级、科技创新是当前经济发展的重要任务。”上海交通大学上海高级金融学院副教授李楠在接受《证券日报》记者采访时表示，通过设立母基金等方式为我国产业升级、科技创新创造更好的金融环境，是券商重要的业务导向。近年来，券商加强了股权投资领域的业务布局，特别是母基金的设立和管理，既响应了国家战略，有助于推动形成产业升级、科技创新与金融市场的良性互动，又在一定程度上优化了自身的重点经营方向，有助于为未来的业务发展提前占据有利位置。

此外，已有多家券商表示，未来将持续发力母基金业务领域。例如，东吴证券表示，公司全资子公司东吴创投将瞄准科技型、创新型企业，通过扩大母基金管理规模、新设产业基金等方式撬动社会资本，更好助力科技创新和经济社会高质量发展；兴业证券也表示，子公司兴业资本将持续聚焦科技智能、医疗健康、碳中和及先进制造等战略新兴产业，挖掘优质产业项目资源，充分发挥私募股权投资服务实体经济能力，为经济高质量发展做出贡献。