

烈酒关税下调或将促进白酒“出海”

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

10月16日，香港特区行政长官李家超表示，在促进烈酒贸易方面，当前香港对烈酒（酒精浓度多于30%的酒类）征收进口价100%的关税，即日起，进口价200元以上的烈酒，200元以上部分的税率由100%减至10%，而200元及以下部分，及进口价在200元或以下的烈酒，税率则维持不变。

随后，港股白酒板块迅速反应，一度出现短线拉升。其中，珍酒李渡在10月16日午间休市前涨幅一度超过5%，威扬酒业控股上涨超过34%，王朝酒业、海伦司等其他白酒股也纷纷跟涨。

面对日益加剧的存量市场竞争，在香港烈酒关税下调的利好推动下，白酒行业能否借此东风加速国际化步伐，成为业界关注的焦点。

行业影响几何？

中国香港是白酒出口的重要市场之一，中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会数据显示，2023年，23.52%的白酒出口额通过中国香港实现，尽管出口量下滑了1.84%，但1.89亿美元的出口额同比增长近17.75%。

谈及为何选择中国香港作为白酒国际化的重要支撑点，有白酒企业相关人士向《证券日报》记者表示，香港作为国际金融中心，具备完善的金融服务体系和自由经济环境，为快速推进国际业务提供了有力支持。作为中西文化交汇点，香港为推广中国白酒文化提供了独特平台，增强了国际市场的认同感。此外，香港丰富的国际营销资源和政府支持，也帮助企业建立了广泛的国际销售渠道和渠道。

不过，记者在香港地区实地走访后发现，白酒虽在当地零售终端店均有销售，但由于高昂的烈酒税，白酒价格长期高于亚洲其他市场，抑制了当地白酒消费需求增长。

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，香港是重要贸易周口岸，大幅降低烈酒进口税，必然会刺激酒类销售市场，“减税会直接降低高档烈酒的消费门槛，预留出更多的利润空间，也能直接刺激相关的分销、专销业务发展。”



王琳/制图

业内人士认为，多个国家及地区烈酒进口税较高，使得白酒“出海”后成了奢侈品，对其海外推广产生一定影响

香港市场一直被白酒企业看作走向国际化的“桥头堡”。此次降低烈酒关税，或将有效推动更多名优白酒企业走出去。

贵州茅台在国际市场耕耘多年，公司相关负责人对《证券日报》记者表示：“作为内地链接世界的重要窗口，香港市场是茅台重点耕耘市场，对于公司的国际化建设至关重要。公司后续将结合有关政策，因地制宜、因时制宜尽快制定并完善市场推广方案，助力茅台更好走向世界。”

“香港下调烈酒进口税，对于白酒行业而言，次高端及以上产品是较大利好，最直接的是此类产品的零售价格将大幅下降，吸引更多消费者。同时，对白酒厂家、香港经销商也减轻了关税资金负担，为企业在香港地区的发展创造更多空间。”古井贡酒方面对《证券日报》记者表示。

不过，江南大学教授徐岩对《证券日报》记者表示，烈酒关税下调后，国际烈酒也将以更加理性的价格与中国白酒形成竞争。

泸州老窖方面也表示，预计未来香港酒类市场将更加规范，消费者需求将更加旺盛，公司也将借助政策红利，依托泸州老窖国际发展（香港）有

限公司，更好地融入全球主流酒类消费市场。

白酒“出海”有望提速？

据了解，高关税是当前中国白酒“出海”的主要障碍之一。在10月11日举办的2024中国白酒文化国际推广活动中，安徽古井贡酒股份有限公司党委副书记、总工程师李安军表示，白酒在国内属于日常消费品，但由于贸易规则的影响，多个国家及地区烈酒进口税高达100%至300%，使得白酒“出海”后成了奢侈品，对其在海外推广产生一定影响。

而在关税之外，中国白酒“出海”还面临另一个难关，即白酒在海外市场的认知度低。

华润啤酒董事长侯孝海曾在接受《证券日报》记者采访时表示，中国白酒在海外表现不佳，主要是国外消费者对白酒品类的认知、品鉴、场景（中餐），以及中国白酒的历史文化还未得到认同。在欧美，白酒作为烈酒品类认知的门槛还没有过。

“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，不仅变相提高了中国白酒在国际市场

流通的准入门槛，还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。

“当前，尽管部分高端白酒已成功打入海外市场，但消费主力是国外的中资机构和华人。”曾在海外从事酒类贸易的业内人士向《证券日报》记者表示，虽然目前白酒在国外很多渠道已经实现了铺货和销售，但国外消费者对白酒接触较少，认知有限，酒精度数高、口感辛辣的白酒令人生畏。

山西汾酒方面对《证券日报》记者表示，尽管白酒“出海”面临着许多客观因素的影响，但真露和日本清酒的成功出口值得白酒企业学习和借鉴，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。

在业内人士看来，白酒“出海”之路并非坦途，高关税、文化差异、技术性贸易壁垒以及海外消费者对白酒认知有限等多重挑战依然存在。面对这些痛点，白酒企业需要积极应对，加强品牌建设，提升产品质量，深化文化推广，同时充分利用香港这一国际化平台，逐步突破市场障碍，实现更高层次的国际化发展。

山东证监局开展“并购重组赋能上市公司高质量发展”活动

据了解，包括山东辖区上市公司、拟上市公司、股权投资机构、中介机构在内的200多家市场主体参加了本次活动

■本报记者 王 僮

10月16日，山东证监局联合深圳证券交易所、地方政府组织，开展“并购重组赋能上市公司高质量发展”活动，宣讲并购重组最新政策精神，为市场各方搭建现场交流平台，打通并购重组政策在山东辖区落地的“最后一公里”。

据统计，自9月24日证监会发布《关于深化上市公司并购重组市场改革的意见》（以下简称“并购六条”）以来，山东辖区上市公司并购重组活跃度不断提升，数量明显增加，市场反应热烈，政策效果已经显现。

注重实操

据了解，包括山东辖区上市公司、拟上市公司、股权投资机构、中介机构在内的200多家市场主体参加了上述活动。围绕主题，活动邀请专家讲解并购重组政策，安排上市公司介绍实操经验，中介机构和投资机构介绍业务情况，优质非上市公司与上市公司进行项目推介和洽谈，内容丰富，针对性强。

据初步统计，活动当天，80多家上市公司现场与非上市公司、股权投资机构进行了初步对接，涉及项目50多个，项目资产价值上百亿元。

多家上市公司相关负责人向《证券日报》记者表示，此次活动举办恰逢其时，特别是几家上市公司现场交流的并购重组实操案例，非常有借鉴意义，自家公司也要抓住机遇，充分利用并购重组各项工具，实现上市公司跨越式发展，提升投资价值，增强投资者回报。

山东证监局相关负责人表示，“并购六条”进一步激发了并购重组市场活力，山东证监局发挥监管和服务优势，通过走访上市公司、推送政策解读视频等方式，加强政策宣传，第一时间摸排辖区上市公司、拟上市公司、股权投资机构等市场主体需求，主动服务市场发展，联合搭建交流平台，推动提高并购重组交

易的匹配度和效率，让更多公司通过并购重组实现高质量发展。

中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜向《证券日报》记者表示，地方证监局等单位联合举办并购重组政策落地活动，宣讲最新政策精神，并为市场各方搭建现场交流平台，是一项积极举措。特别是活动能促进上市公司与上市公司、股权投资机构之间的初步对接，有助于激发市场活力，推动资源的优化配置。

赋能转型

山东省是工业大省，作为实体经济的优秀代表，上市公司在山东省新旧动能转换中发挥着重要作用。山东证监局相关负责人表示，并购重组是实现产业整合和转型升级、优化资源配置、助力上市公司高质量发展的重要途径。

参加此次活动的企业一致认为，“并购六条”等政策坚持市场化方向，有针对性地解决市场面临的并购重组难点、堵点问题，从支持上市公司与上市公司进行项目推介和洽谈，鼓励上市公司加强产业整合、进一步提高监管包容度、提升市场交易效率等方面做出一系列创新性安排，措施具体、力度大，有效地激发了并购重组市场的信心与活力。

在现场，来自中金公司的主讲人吴丹分享了多个来自上市公司的经典并购重组案例，她表示，通过并购重组，上市公司可以实现资源整合，更好发挥协同效应，“此外，并购重组不一定是增、有的还会减，譬如福瑞达通过剥离非主业资产，实现了聚焦主业发展，优化了公司的产业布局。”

此外，近年来，不少山东辖区的上市公司还在并购重组发展中，市场化地创新了并购重组的新路径。例如，歌尔股份就由子公司歌尔光学，通过现金结合定向增发的方式，完成了对双光科技的收购。同时，公司还通过差异化定价平衡了各方利益。

电商平台延长“双11”大促周期 物流保障与服务升级成亮点

■本报记者 王镜茹

10月14日晚8点，2024年“双11”活动正式拉开序幕。截至目前，记者梳理各平台大促时段时注意到，重启预售、拉长大促时间是今年“双11”的一大看点。

中金公司发布研报称，2024年淘宝“双11”于10月14日晚8点开启第一波预售；京东于10月14日晚8点开启正式售卖；拼多多于10月14日开启双11活动，而抖音、快手分别于10月8日和10月10日开启了抢先活动和预热，活动时间普遍延长了10天至15天。

排排网财富研究部副总监刘有华向《证券日报》记者表示，目前国内移动互联网用户增长放缓，消费者对于购物节的参与热情和购物习惯不断变化，对

于电商平台而言，越早启动促销活动越有利于抢购销量，不仅可以提前锁定消费者需求，也为商家预留了更加充裕的销售时间，方便消费者提前选购商品，享受优惠。

在促销提前启动的同时，物流保障与互通也在同步推进。10月份，淘宝天猫正式接入京东物流，商家发货迎来新的选择。同时，京东快递接入菜鸟系统，京东包裹可放入菜鸟驿站。

深度科技研究院院长张孝荣向《证券日报》记者表示，互联网平台之间的互联互通为用户带来了购物的便捷性，同时也提供了更多样化的选择。这种互通性或有利于增加相关平台购物者的数量，优化消费者体验。

此外，各电商平台也在加码香港市场物流布局。9月下旬，阿里宣布自10

月份开始计划投入10亿元为中国香港提供为期三个月的“满99元限时包邮”服务，并从服饰扩展到大部分轻小件商品；京东表示将投入15亿元，用于加码中国香港市场布局，资金将用于商品价格优惠、物流成本削减及服务品质改进等措施。

另一方面，快递企业也为“双11”业绩冲刺做了充足准备。

10月8日，韵达速递宣布全网180多个转运基地、80余个枢纽分拨开足马力，采取“就快”原则，便利商家、客户根据包裹目的地，全面减少中转环节和发货及运输时间，让包裹从发货到消费者收到包裹的时间更短，进一步提升服务体验。10月11日，极兔速递宣布其国内首个自建智慧供应链产业园在江苏宝应投入使用。项目总投资15亿元，

总建筑面积达15万平方米，单日快速处理量峰值可达600万件，为“双11”旺季产能加码。菜鸟速递10月12日在全国范围内计划招聘8000名快递员，还对核心的自营分拣集散中心进行升级扩容，开通近300条直发线路，提升中转及运输效率，确保“双11”期间半日达、次日达等产品的服务。

在刘有华看来，近年“双11”快递物流规模增速放缓，快递物流企业竞争将更加聚焦在技术创新、服务升级以及绿色物流等方面，“未来快递企业需更多利用5G、云计算、工业互联网和物联网等技术提高运营效率和服务质量，从控制成本、提升服务品质和稳定时效保障等方面来提升企业自身价值，此外，还需要提升快递包装的环保水平，促进绿色物流水平提升。”

上市公司各显其能 减少粮食损失与食品浪费

■本报记者 肖 伟

10月16日是第44个世界粮食日，今年的主题是“粮安天下，共建更好生活，共创美好未来”。联合国粮农组织、国际农业发展基金、联合国儿童基金会、世界粮食计划署和世界卫生组织共同发布的《2024世界粮食安全与营养状况》报告显示，全球饥饿水平连续第三年居高不下，2023年全球有7.13亿至7.57亿人面临饥饿。

另一方面，联合国环境规划署此前发布的《2024年食物浪费指数报告》显示，全球每年浪费的食物价值超过1万亿美元；在2022年浪费的食物总量中，60%发生在家庭层面，食品服务业占28%，零售业占12%。

据《证券日报》记者了解，多家上市公司正在积极行动，努力减少粮食损失与食品浪费。

截至目前，国内多地秋粮收获工作任务已经完成超过六成。从事粮食收购和粮油加工的金健米业在积极收购优质秋粮的同时，努力提升加工工艺，打造多款新品，不仅降低粮食损耗，还将粮食高效转化为食品。金健米业董秘胡靖向《证券日报》记者表示，今年南方多地秋收季节雨水偏多，公司及时做好粮食收购、烘干入库等工作，减少粮食在流通过程中可能发生的霉变风险。同时，公司旗下的食品生产企业也开足马力，生产优质面条、米粉、湿粉、包点馒头等，供应学校、机关、厂矿企业等食堂。为符合用餐者需求，公司还特地生产小规格、小包装食品，方便群众按需选购，减少家庭储藏数量，从而减少浪费行为。

在丁臻宇看来，虽然当前商业卫星的制造、发射成本依然较高，但随着规模化应用的到来，未来卫星制造和发射的成本有望大幅下降，商业航天的应用场景也将不断拓展，加速赋能各行各业。

品浪费，“散装油主要集中在农村地区。散装油的缺点是需多次倒换容器，存在容器污染、油品挥发、混入杂物等问题，且不方便长期保存。包装油不仅有效解决上述问题，而且头部企业的包装油可清晰追溯来源，更让消费者用得放心。”

另据了解，唐人神是深耕生猪产业链的上市公司，公司近年来正在大力推动小碗装预制菜，从家庭消费环节入手，努力降低食品浪费。该公司董秘孙双胜向《证券日报》记者表示，预制菜正在往精细化方向发展，年轻单身人群、白领人群、老龄人群对预制菜的需求呈现高频、小碗装、精致化的要求。小份菜肴不仅满足消费者的特定需要，更能节约粮食，防止浪费，是公司在预制菜领域研发的重点方向之一。

与唐人神类似，湘佳股份也高度重视预制菜减量化发展方向，并视为节约粮食、杜绝浪费的方式之一。从事粮食收购和粮油加工的金健米业在积极收购优质秋粮的同时，努力提升加工工艺，打造多款新品，不仅降低粮食损耗，还将粮食高效转化为食品。金健米业董秘胡靖向《证券日报》记者表示，今年南方多地秋收季节雨水偏多，公司及时做好粮食收购、烘干入库等工作，减少粮食在流通过程中可能发生的霉变风险。同时，公司旗下的食品生产企业也开足马力，生产优质面条、米粉、湿粉、包点馒头等，供应学校、机关、厂矿企业等食堂。为符合用餐者需求，公司还特地生产小规格、小包装食品，方便群众按需选购，减少家庭储藏数量，从而减少浪费行为。

“千帆星座”第二批18星发射成功 卫星产业链加速发展

■本报记者 丁 蓉

10月15日19时06分，在太原卫星发射中心，长征六号改运载火箭点火起飞，随后将千帆极轨02组卫星顺利送入预定轨道，发射任务获得圆满成功。

据了解，这是继8月6日“千帆星座”首批18颗卫星发射成功之后，“千帆星座”的第二批18星成功发射。

巨丰投顾高级投资顾问丁臻宇在接受《证券日报》记者采访时表示，商业航天的发展正加速推进卫星批量化发射时代的到来。随着技术的进步，成本的降低以及市场需求的增长，卫星产业将会形成前所未有的巨大规模，产业链上下游企业有望受益。

卫星发射量大幅跃升

据悉，“千帆星座”计划（即G60星链计划）是中国正在实施的低轨卫星互联网星座计划之一。截至目前，我国已

规划了3个“万星星座”计划，分别是千帆星座、GW星座和鸿鹄-3星座。

西南证券发布研报称，2023年全球运载火箭发射次数大幅跃升，首次突破200次大关，达到223次。2023年全球发射能力集中于美国、中国、俄罗斯三国，合计占发射总数80%以上。在国家间太空资源博弈的背景下，海量的低轨卫星和商业火箭制造需求将成为我国内需的新增量。

萨摩耶科技集团首席经济学家郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示，卫星产业链覆盖面很大，包括卫星设计、制造、发射、运营、数据服务等多个环节，参与者有航天科研机构、商业航天公司，以及电信、互联网等领域企业。日益增长的发射任务，将加速该产业链走向完善，推动产业实现整体快速发展。

“卫星产业经济带动效应强，其发展带来的巨大增量市场，还吸引了汽车零部件制造、芯片制造等领域的企业参

与，这些制造企业有望利用其在技术、工艺等方面的优势，获得新的商业机会和利润增长点，助推企业实现转型升级。”郑磊说。

上市公司纷纷布局

与此同时，相关上市公司持续关注商业航天产业发展动态，进行前瞻性研发布局，利用自身核心优势积极拓展市场。近日，多家上市公司在投资者互动平台回答投资者提问时，纷纷介绍了公司在商业卫星领域取得的进展和突破。

臻镭科技方面表示，公司在商业航天领域特别是低轨大规模星座系统的建设中，承担着越来越多的元器件研发和供货任务，已成为国产基础元器件最重要的供应商之一，公司的电源芯片、SIP组件和高速高精度ADC/DAC芯片三大类产品均可合作，目前以电源芯片、高速高精度ADC/DAC芯片、射频收发芯片为主。

振华风光表示，公司的信号链及电源管理器等系列产品，是电子信息领域的核心基础产品，可广泛应用于海、陆、空、天、网等各个领域，可实现信号传输、运算处理、伺服系统驱动等功能。公司目前有30余款产品已完成相关实验，将应用于商业卫星领域。

在丁臻宇看来，虽然当前商业卫星的制造、发射成本依然较高，但随着规模化应用的到来，未来卫星制造和发射的成本有望大幅下降，商业航天的应用场景也将不断拓展，加速赋能各行各业。