

# 电商销售乱象犹存 五粮液等白酒企业纷纷出手“打假”

■本报记者 李静

针对电商平台销售假酒现象，白酒企业纷纷出手“打假”。

11月13日，五粮液发布致五粮液消费者的告知书称，该公司对消费者在线上平台购买的148瓶产品进行鉴定，共计发现假冒产品18瓶，占鉴定总数的12%。

业内人士表示，目前一些电商平台商户监管不严，导致不良商户通过以次充好、真假掺售等手段欺瞒、误导消费者，严重威胁了消费者健康，破坏了行业经营生态，也损害了品牌企业的形象。

## 五粮液年内多次“打假”

五粮液在告知书中称，根据消费者提供的购买凭证，发现14瓶假冒产品部分来源于某大型电商平台“百

亿补贴”频道中的店铺，占假冒产品总数的77%，其余4瓶来源于其他电商平台中的店铺，以上售假店铺均非五粮液公布销售渠道中的店铺。

五粮液表示，通过此次免费鉴定活动，发现仍有不少不良商家利用电商平台售卖假冒公司产品，侵害了广大消费者合法权益。五粮液提醒消费者通过五粮液官网公布的销售渠道购买，在购买五粮液产品时务必要索要发票等凭证。公司将会同消费者一起持续加大维权力度，继续做好免费鉴定服务。

白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞在接受《证券日报》记者采访时表示，五粮液的发声体现了对线上售假问题的关注，有助于保障消费者权益，维护五粮液品牌形象。

这并非五粮液首次对电商平台上的假酒乱象发声。11月2日，

五粮液曾发布通告表示，近期公司接到众多消费者关于在某些电商平台“百亿补贴”上购买的五粮液产品真伪的咨询，提醒消费者通过五粮液官网公布的销售渠道购买。此外，今年3月份，五粮液也曾公开控诉某电商平台的多家店铺售假，并声明公司未授权该平台的任何店铺使用“五粮液”品牌。

在蔡学飞看来，电商渠道发展符合酒业多元发展趋势，虽然大多数酒企已经介入电商渠道，但是合作程度依然比较低，合作形式比较零散，整体上酒企与电商平台尚处于磨合阶段。

## 酒企与平台应加强合作

剑南春也于10月份在官方微信公众号上发表声明，指出电商平台补贴销售的52度水晶剑南春存

在授权书伪造、产品来源不明等问题。

白酒行业分析师、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青对《证券日报》记者表示，电商平台通过低价策略来引流，刺激消费者消费，但产品的品质难以得到保障，这不仅损害了消费者的权益，也对白酒的品牌产生了负面影响。白酒企业应该加强与网络平台的维权合作，联合打假。

五粮液方面曾向《证券日报》记者表示，已经与阿里巴巴、京东、字节跳动、高德地图等多家网络平台开展常年维权合作，与名优酒企开展联合打假合作，收集侵权违法线索，并重点布控，实施常态化监控和精准化打击。

线上平台是白酒企业不可忽视的销售渠道。据尼尔森IQ今年发布的《中国酒水市场报告》，中国酒水市

场在线上渠道的带动下，销售规模不断扩大。2024年上半年线上渠道的增速达到9.6%，而线下渠道增速放缓，显示出市场渠道的分化。酒企、电商之间该如何达成“共识”？

蔡学飞表示，首先，酒企应该主动与相关电商平台达成战略合作，增强互信与沟通，加强电商监管，积极引导电商销售规范经营；其次，酒企要培养自己的电商直营平台，树立品牌权威，提升电商销售的主动权；最后，酒企可以针对电商开发专销产品，或者可以考虑与线上经销商深度合作，建立联营体等新模式，从而获得线上销售新增量，规避相应的风险。

据了解，白酒企业也在积极布局电商领域。例如，剑南春表示，公司已在京东、天猫、抖音开设了官方旗舰店，并与京东自营、天猫超市等开展了直接的授权合作。

## “腾易合作”再深入 易车升级为“腾易科技”

■本报记者 谢岚  
见习记者 梁傲男

11月14日，易车正式宣布升级为“腾易科技”，并获得“腾讯广告”在大交通行业的正式授权，共同开创全域新增量。

腾易科技CEO张序安表示，此次战略合作升级不仅巩固和深化了双方过往的合作成果，更拓展了未来合作领域与合作深度，双方将共同致力于构建汽车与大交通领域的全新生态系统，通过价值创新的商业实践，推动汽车行业发展谋求新的增长点。

“腾易科技的整合优势将体现在多个方面。借助腾讯的大数据分析平台，可以精准把握用户需求，结合易车对汽车行业的深度理解，实现个性化服务推送。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示，利用腾讯的社交平台资源和流量入口，可以广泛传播易车的优质内容，如评测、资讯等，并依靠易车的专业服务团队，提升购车咨询、售后等环节的服务质量。

一直以来，“腾易合作”是行业协同共赢的样本。据记者了解，二者实现了从合作试点到合作加速，再到深度融合。腾讯与易车依托在汽车领域的垂直深耕积累与互联网全域的深度融合，成功打造了汽车互联网协同新范式，形成了全链路业务闭环，并取得了显著成果，有效助力行业提质增效。

“易车携手腾讯在汽车互联网方面的全新战略布局，是一次全面构建生态系统的跃升。”郭涛说。

早在2020年，腾讯已经对易车完成私有化。中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对记者表示：“易车与腾讯从生态合作迈向生态协同，逐渐从垂直走向全网。双方立足于易车在汽车互联网领域的长期优势和腾讯在互联网全域的流量优势，有望重塑产业格局。”

在推动数字化、智能化发展方面，洪勇分析称，“腾易科技”可以搭建起汽车与大交通领域的数字化平台，整合产业链数据，运用腾讯云云计算技术进行处理分析，为行业提供决策支持。同时借助腾讯广告资源与易车的市场洞察，推动智能营销，实现精准投放与活动策划。此外，还可以探索智能出行服务，结合腾讯地图技术提供出行规划与路况预警等服务，并凭借与车企的紧密关系及腾讯科技资源，促进汽车产品在智能驾驶、车联网等方面的智能化升级。

腾易科技方面表示，未来将凝聚行业合力，推动汽车与大交通领域的数字化、智能化发展，开放共享，携手并进，为共创汽车行业新未来注入不竭的动力。

# 华海诚科拟收购华威电子30%股权 双方有望优势互补

■本报记者 陈红

11月15日，华海诚科发布公告，公司拟使用全部超募资金约2.87亿元及其利息收入、理财收益和自有/自筹资金通过股权收购形式取得衡所华威电子有限公司(以下简称“华威电子”)30%股权，交易价格为4.8亿元。

此前的11月12日，华海诚科与华威电子全体股东签署《股权收购意向协议书》，华海诚科拟收购华威电子100%股权。根据相关公告，11月15日公告涉及的30%股权收购事宜，与华威电子剩余70%股权的后续拟收购计划互相独立，不互为前提。

本次收购不涉及关联交易，亦不构成重大资产重组。华海诚科表示：“华威电子在市场、客户、技术、产品、供应链等方面可以与公司形成优势互补，本次收购将有利于公

司整合行业产能。”

## 聚焦环氧塑料领域

华海诚科本次收购计划引发市场关注，也与德邦科技此前欲收购同一标的有关。今年9月份，德邦科技公告称，公司拟通过现金方式收购华威电子53%的股权并取得其控制权。但德邦科技11月2日公告称，“公司积极推进本次收购事宜，鉴于交易对方因故单方面发出终止本次股权收购交易的通知，本次股权收购事项已无法继续实施。”

此后仅过了10天，华海诚科便宣布了收购华威电子股权的计划。

据了解，华海诚科深耕于半导体封装材料领域，主营产品包括环氧塑料与电子胶粘剂。2024年前三季度，华海诚科实现营业收入2.4亿元，同比增长17.33%；归属于上市

公司股东的净利润3491.67万元，同比增长48.08%。今年以来，华海诚科紧跟下游封装技术持续演进的趋势，继续在连续模塑性技术、低应力技术、高可靠性技术、翘曲控制技术等具有创新性与前瞻性的核心技术上发力。

而华威电子主营产品为环氧塑料，现有生产线12条，拥有Hysol品牌及KL、GR、MG系列等一百多个型号的产品。公司销售网络覆盖全球主要市场。截至2024年9月底，华威电子总资产5.37亿元、净资产4.01亿元。2023年及2024年前三季度，公司分别实现营业收入4.61亿元、3.55亿元；净利润分别为3239.48万元、3567.19万元。

公告显示，本次交易中，华威电子的整体估值为16亿元，其30%股权的转让对价为4.8亿元，双方同意以现金作为对价支付方式。

华海诚科表示：“华威电子深耕半导体集成电路封装材料领域二十余年，积累了一批国内外知名半导体集成设备制造商及龙头封测企业客户，历史经营情况良好。本次收购后，对公司财务状况有积极影响。”

科方得智库研究负责人张新原对《证券日报》记者表示：“通过此次收购，华海诚科可以与华威电子发挥业务协同效应，增强公司的市场竞争力，并扩大公司在环氧塑料封装材料市场的影响力。”

## 行业发展前景广阔

据悉，环氧塑料是用于半导体封装的一种热固性化学材料，应用于半导体封装工艺中的塑料环节，属于技术含量高、工艺难度大、知识密集型的产业环节。

“环氧塑料作为微电子封装领

域的关键材料，未来将继续保持快速发展的态势，特别是在全球电子信息技术不断进步和普及的背景下。同时，行业也将更加注重环保型产品的研发和生产，通过采用环保型原材料和生产工艺，减少生产过程中的污染排放，实现绿色生产。”中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示。

在张新原看来，随着技术进步和环保要求的提高，预计环氧塑料封装材料市场将朝着更环保、更高效、更安全的方向发展。华海诚科通过收购华威电子股权，将有助于把握这一市场趋势，并为公司带来更多的商业机会和竞争优势。

谈及高端封装材料领域，华海诚科方面坦言，相关企业在总体的研发能力和生产能力上还不能与国际竞争对手全面竞争。公司还需要加强技术创新、提升产品定位。

# 五粮液“和美全球行”走进美洲 持续向世界讲述中国白酒故事



名酒“走出去”战略正在积极行动中。当地时间11月10日-15日，五粮液2024年“和美全球行”相继走进美国华盛顿、纽约和秘鲁利马。期间，五粮液在华盛顿林肯剧院成功举办“和美乐章”五粮液中外经典名曲室内音乐会，并以首席合作伙伴亮相于纽约举行的2024《财富》全球论坛。

作为中国白酒典型代表之一和行业头部企业，五粮液还深度融入了2024年APEC工商领导人峰会等系列活动，以“铂金级赞助商”和“独家白酒合作伙伴”身份亮相峰会活动，并以“战略合作伙伴”参与“创新引领可持续未来”亚太可持续工商之夜。

白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞表示，五粮液作为全球性品牌，积极开展“和美全球行”，参与APEC峰会、《财富》全球论坛等活动。不仅通过高阶圈层完成与各国商业人士的链接与传播，更在全球范围内提升了五粮液的世界影响力，借助高端人士与平台提升品牌价值感

与影响力来实现意见领袖公关以及市场渗透，更对于五粮液的国际化市场拓展与销售起到积极的推动作用。

## 深化跨国文化交流

### 五粮液“和美全球行”版图再扩张

为讲好中国白酒创新故事、加快融入世界新发展格局，2023年，五粮液正式启动了五粮液“和美全球行”跨国文化交流活动，其首站活动在法国巴黎盛大启幕。

据了解，一年多来，五粮液“和美全球行”的足迹已遍布法国、新西兰、智利、中国香港、巴西、丹麦、芬兰、意大利、奥地利等多个国家和地区，通过文化牵引和美酒纽带，循着文化互鉴、多元交流、创新融通的“和美之路”，探索东西方文明的共鸣与交融。

今年11月份，五粮液“和美全球行”正式开启美洲之旅。11月10日，活动首站走进了被誉为“古典音乐之城”的美国华盛顿，在林肯剧院精心策划了“和美乐章”五粮液中外经典名曲

室内音乐会，吸引了当地知名金融、文化、艺术、学术机构的重要嘉宾，以及高等院校、华人社团组织、知名文化协会等逾千名观众到场聆听。

随后，五粮液以首席合作伙伴亮相于纽约举办的2024《财富》全球论坛，开启合作新篇章，向全球展示了中国白酒的深厚文化底蕴和独特魅力。活动期间，五粮液不仅展示了中国白酒品牌与文化风采，还通过鸡尾酒品鉴等互动环节，让与会嘉宾领略了“中西合璧”的魅力，深切体验文化交融的独特韵味。此外，五粮液还成为《财富》全球论坛晚宴的指定用酒，助力商界精英深化对话交流、凝聚智慧共识，在品味“大国浓香”的典雅之韵、和美之味的同时，共同领悟“和合共生、美美与共”的东方智慧与“和美”理念。

“和美”作为五粮液品牌的独特标识，不仅承载着对中华优秀传统文化的传承与致敬，更深刻诠释了企业核心价值观的精髓。业内人士认为，五粮液“和美全球行”不仅是商业盛事，更

是文化盛宴。通过一系列营销互动活动，五粮液不仅提升了品牌的话题性与关注度，还增强了消费者的体验感与满意度。这一系列举措无疑增强了五粮液的品牌传播价值与产品竞争力，为其国际化市场拓展奠定坚实基础。

## 探索多元“走出去”形式 五粮液国际化步伐更稳健

五粮液，源自“中国酒都”宜宾。作为世界上首个采用五种粮食酿造的蒸馏酒，五粮液以其天然的谐调与全面之美，深受全球消费者的青睐。然而，尽管白酒在中国拥有深厚的文化底蕴和庞大的消费群体，但在国际市场上的知名度相较于一些国际知名烈酒品牌仍显不足。

为了推动白酒国际化，五粮液积极探索“走出去”的多元形式，致力于向世界讲好中国白酒故事。其中，五粮液“和美全球行”跨国文化交流活动便是五粮液扩大品牌知名度、展示

中国白酒魅力的重要举措之一。通过这一活动，五粮液不仅向世界各地传播了白酒文化，还加深了国际消费者对五粮液的认知和喜爱。

除了持续开展“和美全球行”活动，五粮液还频频亮相世博会、博鳌亚洲论坛、APEC峰会、进博会等国际性盛会，持续扩大品牌影响力。此次“和美全球行”美洲之旅从美国华盛顿到纽约，再到秘鲁利马，五粮液以“和美”为纽带，通过不同的文化交流平台和活动，向世界展示了中国白酒的独特魅力和深厚文化底蕴，持续扩大品牌影响力。

在国际化进程中，五粮液不仅注重品牌传播，还积极探索新的市场进入模式和消费体验。五粮液相关负责人表示，作为中国白酒典型代表之一，五粮液持续深耕拉美等国际市场，通过“文化+体验”的运营模式，从不同文化的交流互鉴、情感交流中引导当地消费者感受东方审美，并以“中国菜+中国酒”的消费场景，为消费者提供具象的品饮模式，带来正宗

中国味。

白酒行业分析师、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青表示，五粮液等名酒企业正积极利用中华文化圈的影响力，结合“白酒+”等创新模式，推动中国传统文化的传播与中国白酒的国际化认知。国际化的视野让五粮液等品牌在传统与现代元素中融合发展，展现出蓬勃的生命力，并通过不断丰富企业国际化表达，向世界彰显中国品牌的品牌魅力、时代活力以及品牌、文化和品质自信，传递中华优秀传统文化“和美”文化理念，对中国品牌全球化进程具有深远意义。

五粮液相关负责人表示，未来，五粮液将继续倡导“和美”文化，以艺术为桥梁，以美酒为媒介，努力做好中国优秀传统文化的传播者，世界经典文化和艺术交流的连接点，推进全球不同文明交流融合、和合共生，构建更为开放、包容、多元、和美的全球社会。

(CIS)

