

顺丰控股登陆港交所 成为快递业首家“A+H”上市公司

■本报记者 王镜茹

11月27日，顺丰控股正式在香港联交所上市，成为快递物流行业首家“A+H”上市公司。

顺丰控股董事长王卫表示，在港上市对顺丰控股意义重大，公司可依托香港平台更好发展国际市场。顺丰控股已经经营31年，于7年前在A股上市，7年间公司面对过不少困难，但团队有能力接受任何挑战，有丰富经验接受很多不能预控的因素。

11月26日晚间，顺丰控股披露H股发行结果，此次全球发售H股基础发行数量为1.7亿股（行使超额配售权之前）。

其中，香港公开发售3145万股，

约占全球发售总数的18.50%（行使超额配售权之前）；国际发售1.3855亿股，约占全球发售总数的81.50%（行使超额配售权之前）。根据每股H股发售价34.30港元计算，经扣除全球发售相关承销佣金及其他估计费用后，并假设超额配售权未获行使，公司将收取的全球发售所得款项净额估计约为56.62亿港元。

港股发行上市后，顺丰控股拟将全球发售募集资金的45%用于加强国际及跨境物流能力；35%用于提升及优化公司在香港的物流网络及服务；10%将用于研发先进技术及数字化解决方案，升级供应链和物流服务及实施ESG相关措施；剩下10%用作营运资金及一般企业用途。

事实上，国际化一直是顺丰控股的首要战略目标。从航路扩展、产品创新、业务布局到收购整合，顺丰控股近年“出海”动作不断。

今年4月份，顺丰控股在回答投资者提问时表示，海外市场很大，需要采取“一国一策”因地制宜。同时，在走出去的过程中要向外寻求多维度合作，从而能够快速建立海外能力。

根据弗若斯特沙利文的报告，按2023年收入计算，顺丰控股是中国及亚洲最大的综合物流服务提供商，也是全球第四大综合物流服务提供商。截至2024年6月30日，顺丰拥有约220万活跃月结客户和约6.99亿散单客户。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示：“顺丰控股赴港上市是其全球化战略的关键一步，从资本运作层面帮助公司打开海外市场。同时，港股上市的低融资成本也有利于公司扩张其海外业务版图。顺丰控股作为我国快递物流行业龙头企业，中长期看，公司借力推进国际业务有望打开业绩新增长曲线。”

中国银行研究院研究员叶银丹表示：“近年来快递行业订单增速放缓，面对这一趋势，国内众多快递公司开始将目光投向具有更大增长空间的国际市场，寻求新的业务增长机会。因此，向海外市场扩张已成为快递行业新一轮竞争的关键。”

今年以来A股公司赴港上市持续升温

■本报记者 毛艺麟

“A+H”队伍持续扩容。11月27日，顺丰控股在港交所挂牌上市，成为快递物流行业首只“A+H”股，也是2024年港股第二大IPO。

今年以来，A股上市公司赴港上市成功案例增多，“A+H”股接连落地。尤其是行业龙头公司赴港上市，首发募资更是十分可观。例如，美的集团首发募资额达356.67亿港元，位居年内港股IPO募资额榜首；假设超额配售权未获行使，顺丰控股首发募资净额达到56.62亿港元，位居第二。

与此同时，据《证券日报》记者不完全统计，年内已有美的集团、龙蟠科技、顺丰控股等A股上市公司在港交所成功上市。同时，科大讯飞、歌尔股份、南山铝业、同仁堂等A股上市公司也正在分拆子公司赴港上市。此外，包括百利天恒、吉宏股份、赤峰黄金、安井食品、钧达股份、康乐卫士等多家A股上市公司正在筹划赴港上市。

A股上市公司热衷搭建“A+H”双融资平台，是多方面因素叠加的结果。一方面，内地积极支持符合条件的优质龙头企业赴港上市，港交所也在积极开展上市改革，优化A股上市

公司赴港上市的审批流程。另一方面，A股涌现出一批优质的全球化公司，公司利用港股市场“出海”及加速全球化发展布局。

从“A+H”双重上市模式来看，根据上市地及具体发行顺序的不同可分为“先H后A”“先A后H”“A+H同步”三种模式。

A股上市公司赴港上市属于“先A后H”模式，对A股上市公司拓宽融资渠道有着实实在在的好处。此外，从二级市场来看，“A+H”公司稳价期结束后即可直接进入港股通，为其带来更多增量资金。例如，龙蟠科技于10月30日在港股上市，由于公司已经在A股上市，稳价期结束后直接进入港股通。随后的11月25日，也就是公司获纳入港股通名单的首日，股价暴涨超90%。当天，龙蟠科技总成交量达到1.12亿股，成交额达到7.5亿港元。

港股沙利文捷利(深圳)云科技有限公司研究总监袁梅表示，实际上，港股通已经成为港股流动性的重要组成部分，贡献了港股大约四分之一的成交量。同时在港上市的大部分公司也来自内地，很多港股上市公司都希望进入港股通。

Wind数据显示，截至11月27日，在



内地与香港两地同时上市的企业共有151家，大部分为行业龙头和知名企业。而多家企业均在赴港上市计划中提及“国际化”。例如，顺丰控股表示，在港上市将有助于顺丰控股进一步推进国际化战略，打造国际化资本运作平台，优化国际品牌形象、提高综合竞争力。同时，港股发行上市后，顺丰拟将全球发售募集资金的45.0%用于加强国际及跨境物流能力。美的集团此前在2023年股东大会中表示，公司之所以要去香港上市，是看中了港股的

“突破性、便利性和快速性”。

从政策面来看，今年10月18日，香港证监会及香港联交所宣布优化上市审核机制，对市值不少于100亿港元的A股上市公司赴港上市，设有快速审批通道。

高资本合伙人孔庆勋表示：“市值较大、业绩稳健的A股上市公司，更容易吸引港股长期资金进行配置。同时，赴港上市可以优化上市公司股权结构，吸引外资进入；对于制造业公司，赴港上市也有助于其海外布局。”

中国电气装备加速整合输变电装备业务 保变电气“易主”方案推进中

■本报记者 张晓玉

11月27日晚间，保变电气发布控股股东拟发生变更的进展公告，截至目前，本次无偿划转事宜尚在推进过程中，无偿划转股份尚未完成过户。中国兵器装备集团有限公司（以下简称“兵器装备集团”）及中国电气装备集团有限公司（以下简称“中国电气装备”）正在办理无偿划转事项所涉相关工作。

清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒斌在接受《证券日报》记者采访时表示：“当前，我国正积极推动国企改革向纵深发展，专业化整合是其中的关键环节。通过将相关业务整合到具有更强实力和资源优势的企业集团，能够实现资源的优化配置，避免同质化竞争，提高产业协同效应。中国电气装备集团在整合保变电气后，将进一步完善其在电力装备产业链的布局，不断做强战略性新兴产业，尤其是在高端装备制造领域提升整体竞争力。对于保变

电气来说，可以借助新集团的优势，突破自身发展瓶颈，在技术创新、市场拓展等方面取得新突破。”

兵器装备集团 仍将持有16%股权

保变电气此前公告称，控股股东兵器装备集团拟将其直接持有的公司37.98%股份、保定同为电气设备有限公司（以下简称“同为电气”）100%股权无偿划转至中国电气装备。

本次划转完成后，中国电气装备将取代兵器装备集团成为保变电气的控股股东，直接持有37.98%股权，并通过同为电气间接持有保变电气0.85%的股权。兵器装备集团仍将直接持有保变电气16%股权。

保变电气表示，本次双方的股权划转是为了深入贯彻国务院国资委关于中央企业加快推进专业化整合工作部署，优化国有资产配置，深化产业协同

发展，全面提升中国输变电装备产业链完整性和安全性。

保变电气主营输变电装备业务，主要从事变压器及附件的制造与销售，是兵器装备集团控股的输变电业务平台，后者直接持有保变电气股份比例为53.98%，通过子公司间接持股3.4%。

天眼查APP显示，同为电气成立于2013年，注册资本5000万元，由兵器装备集团100%控股，持有保变电气0.85%的股权。该公司经营范围包括输变电设备及相关控制设备、电线电缆、电子和电工机械专用设备等。

中国电气装备是中国输变电领域规模最大、产业链最完整的输变电装备制造企业，截至2023年年末资产总额达到1561.51亿元。

将成为中国电气装备 第七家上市公司

当前，中国电气装备已拥有中国西

华为新款手机“催热”叠层OLED产业链

■本报记者 殷高峰

叠层OLED的热度在持续升温。11月26日下午，华为推出了Mate 70系列及Mate X6等产品。其中，Mate 70 RS非凡大师配备了叠层OLED屏幕。

叠层OLED又称Tandem OLED，是指在单层OLED屏幕的基础上，增加了一个或多个发光层，通过电致发光产生两个或多个发光层串联起来，使屏幕具有多层独立的有机发光层。叠层OLED屏幕的亮度较单层传统OLED屏幕有了极大的提升，同时功耗更低、重量更轻、续航以及屏幕的使用寿命更长，适合对产品寿命、显示效果要求严格的中尺寸

应用领域。

“如何兼顾高亮度与长寿命是OLED屏幕一直以来的技术难题，叠层OLED是解决该问题的重要途径。目前在一些高端手机、平板等显示设备上应用越来越多，其市场关注度不断升温。”济慈资产合伙人丁炳中在接受《证券日报》记者采访时表示。

除了华为Mate 70 RS非凡大师，今年华为发布的MatePad Pro 12.2英寸平板电脑以及苹果的新款iPad Pro和戴尔的XPS 13笔记本也都搭载了叠层OLED屏幕。早前荣耀发布的Magic6 RSR保时捷设计手机也采用了叠层OLED屏幕。

而随着今年叠层OLED产品的接连

推出，2024年也被业内称为叠层OLED元年。

在丁炳中看来，随着叠层OLED技术的不断攀升，未来在手机、平板、PC、电视，甚至车载和VR显示领域都可以预见到广阔的前景。

在叠层OLED市场热度不断攀升的背景下，产业链相关企业也在加速布局。9月25日，京东方A投建的国内首条8.6代AMOLED生产线在成都全面封顶。该生产线主要生产笔记本电脑、平板电脑等智能终端高端触控OLED显示屏。

作为国内少数具备自主专利并实现OLED终端材料量产供应的企业之一，同时也是京东方A、深天马A等头部

面板企业OLED终端发光材料的供应商，莱特光电也在加速叠层OLED相关领域的布局。

“公司密切关注行业发展动向，积极进行前沿技术及对应材料的研发布局，包括叠层器件用材料、蓝色磷光材料、TADF、超荧光材料等。”莱特光电相关负责人对《证券日报》记者表示，叠层OLED是在目前OLED各功能层的基础上，新增连接两个发光单元的CGL层材料，起到产生电荷和传输电子的作用，发光层材料用量较单层OLED器件有所增加，公司目前已有较多支CGL材料及发光材料在客户端叠层OLED器件体系验证测试。

紧抓机器人行业发展机遇

双环传动子公司环动科技科创板IPO获受理

■本报记者 冯思婕

11月26日，双环传动发布公告，控股子公司浙江环动机器人关节科技股份有限公司（以下简称“环动科技”）首次公开发行股票并在科创板上市申请获上交所受理。

突破产能瓶颈

招股书显示，环动科技是从事机器人关节精密减速器的研发、设计、生产和销售的国家高新技术企业，为客户提供覆盖3KG至1000KG负载机器人所需的高精密减速器整体方案，产品包括RV减速器（旋转矢量减速器）、精密配件及谐波减速器，RV减速器为公司主要产品，广泛应用于机器人、工业自动化等高端制造领域。

从股权结构来看，控股股东双环传动持有环动科技61.29%的股权。本次分拆上市完成后，双环传动仍将保持对环动科技的控股权。

在本次获科创板受理之前，环动科技也颇受国内外资本追捧。其中，公司的国有股东有转型升级基金、玉环国投；公司的外资股东则包括Springleaf、True Light；此外，高瓴旗下的高瓴辰韵、高瓴裕润均现身公司股东榜。

环动科技此次IPO拟募资14.08亿元，资金将用于机器人精密减速器智能制造基地建设、机器人精密传动研发中试建设项目和补充流动资金及偿还银行贷款三个项目。

环动科技表示，机器人关节精密减速器也是重资本投入行业，由于其生产工序多、制造要求高，为形成多品种、规模化的生产制造能力，满足客户在产品品质、生产成本和型号齐全方面的综合要求，需要较大规模的固定资产投资。本次融资有助于发行人聚焦核心业务发展，突破产能瓶颈，形成可持续的规模化生产能力，拓宽产品谱系以满足市场需

求。“随着国家对智能制造和机器人产业重视程度的提升提高，以及国内企业在技术研发和市场拓展方面的不懈努力，预计我国机器人关键零部件的国产化进程将进一步加快。”

临时股东大会释放多重信号

贵州茅台2035年要成为国际化企业

■本报记者 冯雨璿

11月27日，贵州茅台2024年第一次临时股东大会在茅台国际大酒店召开。本次大会审议了分红、回购等5项议题。来自全国各地的投资者聚集于此，在股东交流环节，贵州茅台高管层就市场关切的话题与投资者进行了积极交流。

根据贵州茅台早前的公告显示，此次临时股东大会将采用现场投票和网络投票相结合的方式进行现场表决，审议《2024—2026年度现金分红回报规划》《2024年中期利润分配方案》《关于以集中竞价交易方式回购公司股份的方案》《关于调整酱香型系列酒酒技改工程及配套设施项目建设规模及总投资的议案》《关于选举监事的议案》5项议案。

11月8日，贵州茅台发布公告，公司拟实施2024年中期利润分配方案，拟向全体股东每股派发现金红利23.882元（含税），合计超300亿元。根据此前披露的《2024—2026年度现金分红回报规划》，贵州茅台拟决定在2024年至2026年，公司每年度分配现金红利总额不低于当年实现归母净利润的75%，每年度现金分红分两次（年度和中期分红）实施。

此外，根据贵州茅台发布的公告，公司拟以不低于30亿元（含）且不超过60亿元（含）的自有资金，通过集中竞价交易方式回购公司股份，回购价格不超过1795.78元/股（含）。回购股份数量在167.0583万股至334.1164万股，占公司总股本比例为0.1330%至0.2660%，本次回购用于注销并减少公司注册资本。

“公司管理层非常认真听取了投资者的意见，同时也在积极改进工作。”投资者张先生对记者举例称，“回购注销回应了投资者的期待，我们很满意。”

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：“贵州茅台宣布年度分红不少于利润75%，主动履行上市公司责任向股东分红发挥了龙头引领和示范效应，优秀上市公司积极将发展成果与投资者和股民分享，将进一步提振资本市场信心，坚定投资者长期价值投资的理念。”

另据了解，贵州茅台2024年第一次临时股东大会通过了《关于调整酱香型系列酒酒技改工程及配套设施项目建设规模及总投资的议案》，项目总投资由35.83亿元调整至24.19亿元。

数据显示，前三季度，贵州茅台实现营业收入1207.76亿元，同比增长16.95%；实现归属于上市公司股东的净利润608.28亿元，同比增长15.04%。

在现场交流环节，贵州茅台代总经理王莉表示，目前茅台不存在纾困的问题，但有供需适配的问题，公司将会进行客户转型、消费场景转型、服务转型，也将加强自营体系、经销体系、商超体系和平台体系的建设，比如在私域渠道等增加更多触点。

对于茅台国际化问题，王莉称，茅台要加速国际化市场的拓展，包括从产品出口到文化服务“出海”等，到2035年，茅台要成为国际化企业。

“今年我走了9个国家。即使在国外的华人聚集区，国内的品宣体系还不适应国际传播需求。我们希望国际品宣有内容、有形式、有载体、有受众。法规体系上，首先要分析去哪些国家，不同国家法规要求和习俗都有区别。产品方面，以53度、43度贵州茅台酒为支柱，同时要学习国际烈酒品牌的优势来开发新品。茅台王子酒在国外有一定市场，是系列酒的主力。”王莉说。

此外，王莉还表示，贵州茅台酒（散花飞天）、贵州茅台老年生肖酒的替代产品目前正在研发中。考虑到满足市场需求，新产品在销售方式上也将有创新。