



## 啤酒“巨无霸”赴港 IPO 告吹

■ 段伟林

日前,全球最大的啤酒公司百威英博(BUD.US)在官网上发出公告,公司暂停了百威亚太子公司在香港交易所的上市计划。百威表示,停止的主要原因包括现行市场在内的多种因素,并声称公司将密切关注市场状况,不断评估各种提高股东价值的选项,优化业务并推动长期增长。

就此,百威英博亚太公司的首次公开募股之路暂落下帷幕。规模如此之大的上市计划告吹,让人在措手不及之余不禁想问,百威亚太,你为何取消上市了呢?

### 百威亚太的港股上市路

自2013年起,中国人均啤酒消费量开始下降,人口老龄化为啤酒行业带来了持久的衰退期,需求市场萎缩,产能便过剩,供需不平衡为行业带来了巨大伤害,最终结果是啤酒行业资产回报率下降,市场产销急剧下滑。啤酒版块股价估值与之同步下滑,市场整体萎靡不振,青岛啤酒股价8年无涨幅,燕京啤酒股价长期低迷。在此背景之下,百威英博亚太区却申请在港股上市。

1月11日彭博报道,百威英博考虑将亚太区业务分拆在香港进行IPO,估计价值为700亿美元;5月10日,百威英博向港交所递交了招股申请,分拆亚太业务公司百威亚太控股赴港IPO招股书披露;6月14日、7月2日,百威先后更新了通过聆讯后的招股书;7月5日,百威亚太正式招股,招股价每股介于40港元至47港元之间,即人民币35.171至41.3259元间,发售16.262亿股,95%国际配售,5%公开发售,按照招股价计算,百威亚太此次可募集的资金在650.6亿元至764.47亿港元,最多合人民币672.1797亿元。

但在7月11日公开招股后,百威亚太并未在12日如约公布定价,反而在北京时间7月13日凌晨,出乎许多人意料,百威母公司在其官网公布不再推进亚太子公司在香港的IPO计划,百威亚太上市计划就此取消,这是有纪录以来被取消的规模第三大IPO。百威亚太已宣布将在本月17日之前陆续退回申请股款。

宏大的上市之路就这样被取消显得有些虎头蛇尾,在这中间究竟发生了什么?



### 主力消费区域为亚太地区的增长

百威英博亚太区域市场庞大,主力消费区域为中澳韩日印越等,旗下品牌数超50,主力品牌包括百威、时代、科罗娜、福佳、贝克、哈尔滨等,影响力从全球到区域,另外百威在精酿啤酒品类也有鹅岛、拳击猫等品牌,覆盖面积广泛,营销战略清晰。

2017年,百威亚太收入77.9亿美元,净利润10.77亿美元,2018年收入84.59亿美元,纯利14.09亿美元,19年第一季度收益19.9亿美元。其中,中国市场更是为百威带来了巨大利润增长,中国啤酒消费量占全球啤酒消费量的25%,据报道称,2017年至2018年,百威亚太在中国的市场份额以16.4%排第三位,毛利率保持在55%左右,净利润处于17%左右,除息税折旧摊销前盈利增长超

20%,而全球增速不过4.8%。

百威英博公司整体业务估值在1200亿美元,亚太区市值估计在700亿美元,以16%的销售量及10%的利润率占据了总体的50%以上。因此,将百威亚太区分拆出来独立上市是符合百威公司利益的选择。

但亚太区巨大的估值占比也暴露了百威全球业务和债务压身的尴尬境遇,母公司的政策和利益分配在左右着百威亚太上市的命运。

### 招股结果远低于预期

百威英博在公告中模棱两可的提出多种因素影响了上市的决定,但综合目前信息,百威退出的主要原因还是在于招股结果远低于预期,百威亚太公开发售部分虽实现了逾10倍的超额认购,但在占大头的国际配售上出了问题,在定价问题上,公司与承销商摩根大

通及摩根士丹利未能达成共识。

专业人士分析,从百威亚太的市场前景及公司地位来看,此次公开招募的估值并不算高,但投资者热情却不高。据新浪港股信息,摩根大通及摩根士丹利有可能给予公司定价在招股价以下,而百威英博则可能认为低价不利于公司提高股东价值,优化业务,从而造成了百威亚太定价和IPO夭折。

除此之外,还可能有多重原因导致此次招募的失败,其一,百威公司出于对自身股价的信任,此次未引入基石投资者,缺少知名机构支撑,没有相应限售期,使得投资人未能投入足够的信任;同时,即便亚太公司被整体分拆单独上市,但其与百威英博母公司仍有巨大关联,母公司的巨大债务危机让投资人却步。百威英博一直通过并购抢占市场份额,除完成对南非米勒的巨大收购外,百威还在海外市场先后收购了澳洲网上零售商、韩国精酿酒厂、蓝妹啤酒等;在中国市场,百威陆续收购哈啤、雪津、双鹿、金陵、三泰、牡丹江等,在一系列的收购之后百威公司背负了巨大债务。

在杠杆型收购模式下,百威一直以高利润来填补债务值,但在行业不景气、增长放缓情况下,百威受到了反噬,股价跳水。在2017年底,百威负债已达1000亿美元,其每年税前融资利息支出接近50-60亿美金,截止2019年3月,公司商誉负债已达132亿美元,占总资产的51%。

在母公司这样的背景之下,百威亚太的上市也是为母公司偿还巨大的债务,优化母公司财务结构,亚太公司在招股书中亦明确表示,此次IPO筹资净额将全数用于偿还母公司百威集团附属公司的贷款。巨大的资产危机难免为投资人带来不安全感,降低投资兴趣及积极性。

而另一方面,摩根大通及外债等对亚洲新兴市场前景持怀疑态度,尤其是中国之外的新兴市场,在全球贸易不确定的大环境之下,贸易争端极易对新兴市场造成巨大冲击,同时中美贸易结果未定,美股公司想在港股上市,前景如何难以判断,局势的不明朗加剧了上市的困难。

取消上市的结果已定,百威面临的实际困难没有得到丝毫改变,是就此放弃还是重新再来亦或就此改换方式,百威英博会采取什么措施还需拭目以待。

### 酒业周报

#### 古井推动白酒数字化

当前,推动中国白酒的数字化、法治化和国际化进程已成为新时代白酒行业发展的必由之路。古井等名酒企业已开始了智能酿造、智慧包装、打造物联网与“互联网+”的尝试,实现了制造过程与信息过程的双融合。通过可视化信息流能有效识别制造过程中的浪费和损失,从而稳定质量,优化成本,为企业市场规模的扩大打下坚实基础。

#### 郎酒下发

#### 『关于商家布局审定权限上收的通知』

近期,郎酒下发『关于商家布局审定权限上收的通知』,公司成立商家布局及经销商资质审核小组,将商家布局、新客户资质审核权上收至销售公司、事业部。

对于现有商家,公司立足全局,推行「一商一策」,分类聚焦扶持;对于新商家,经高标准严要求的筛选与厂商面对面洽谈,等待他们的将会是更具含金量的郎酒经销权。

名酒发展财富风口,共襄郎酒财富红利。据悉,郎酒商家布局新举措已在公司上下举力实施,这既是新商家的喜讯,也让老商家更有信心。

#### 刘化霜担任洋河股份副总裁

最新获悉,江苏洋河酒厂股份有限公司第六届董事会第七次会议,会议以举手表决的方式,审议通过了《关于聘任公司高级管理人员的议案》,聘任刘化霜为公司副总裁,任期与本届董事会任期一致。

历任江苏洋河酒业有限公司市场部部长、副总经理兼洋河蓝色经典总经理,江苏洋河酒业有限公司总经理,公司党委常委、战略研究总监,江苏苏酒实业股份有限公司常务副总经理、党委副书记,苏酒集团贸易股份有限公司党委书记、副董事长。

#### 汾酒景区入选全国十条

#### 工业旅游特色线路

日前,全国工业旅游联盟成立大会在上海举行,并首发十条工业旅游特色线路。汾酒文化景区应邀参加了此次会议,这是继2017年,汾酒景区入选“国家十大工业旅游示范基地”后,再次作为白酒行业唯一工业旅游企业入选。

#### 泸州老窖子公司将投资

#### 钦州葡萄酒灌装生产项目

日前,泸州老窖发布公告,称同意公司全资子公司泸州老窖优选供应链管理有限责任公司投资设立广西自由贸易试验区钦州老窖葡萄酒有限公司(以下简称“钦州公司”),以工商部门核准为准,由钦州公司作为投资建设及运营主体实施广西钦州葡萄酒灌装生产项目。项目总投资为1.6亿元,其中钦州公司注册资本金1000万元,项目剩余所需资金由钦州公司融资筹集。项目建成后,钦州公司主营业务为葡萄酒原液进口、储存、灌装及成品葡萄酒。

#### 白水杜康销售业绩增长105%

近期,陕西白水杜康酒业2019年半年总结会顺利召开,白水杜康的全体员工和全部经销商团队参与了本次半年总结会。陕西杜康酒业集团董事长张红军指出:“2019年是中国酒业的复苏年,也是白水杜康发展的提速年,在全体员工共同努力下上半年工作业绩增长105%,取得了良好的销售业绩。”

#### 今年上半年的酒业股市

#### 白酒板块总市值增长近万亿

2019年上半年的酒业股市,白酒板块总体大幅拉升,可以说是高歌猛进。从今年年初开盘,到6月30日,白酒板块总市值增长超过9740亿元。19支上市股的总市值已经达到2.297万亿元。

#### 2019年前5个月

#### 啤酒业利润同增逾25%

国家统计局公布的数据显示,2019年1月-5月全国啤酒产量为1508.47万千升,销售收入达到675.37亿元,同比增长6.49%,利润总额65.58亿元,同比大涨25.13%。与2018年相比,2019年啤酒行业仍保持着强劲的增长势头,中泰证券研报认为,啤酒行业的高速增长主要受益于结构升级+提价。多家机构表示,随着气温的逐渐升高,国内啤酒市场也迎来了2019年的销售旺季,可望再下一城。(综合)

## 世界级金奖品质 红星引领市场潮流

7月,贴着金色奖标的红星二锅头蓝盒系列旗舰产品——蓝盒大金奖成为今夏最流行的酒品之一。备受消费者青睐,深究其背后的原因,当属布鲁塞尔国际大金奖品质光环。

被誉为“酒中奥斯卡”的比利时布鲁塞尔国际酒类大奖赛,创立于1999年,是全球三大酒类赛事中规模最大、参赛厂商最多、评审机制最科学公正、全球标准最高、拥有权威评酒大师最多的国际酒类赛事,具有极高知名度。

2017年9月4日,第17届布鲁塞尔烈性酒大奖赛,在智利拉塞雷纳市(La Serena)揭晓。本届大赛延续了历届赛事的宏大规模,来自48个国家1150款参赛作品,通过国际评审团严苛的盲品打分的方式进行评选,中国共揽获1项大金奖、21项金奖、25项银奖,其中获得中国唯一大金奖的正是红星蓝盒大金奖酒体。

### 市场与品质兼 蓝盒大金奖实至名归

与很多赛事不同,布鲁塞尔烈性酒大赛不仅具有超强的权威性,还具有更强大的市场性。据悉,大赛评委不仅有专业的品酒师和



记者,还有超市采购负责人及买手参与其中。实现了市场性与权威性的平衡。简而言之就是品评出消费者喜爱的优质酒品。

对此赛事哈弗主席指出,“一个布鲁塞尔奖牌,是生产者对消费者的承诺和担保”。

蓝盒大金奖酒精度数为43度,与国际上的重要烈酒品类如白兰地、威士忌,酒精度相

近,都在40度左右,十分切合了国际饮酒习惯。另一方面,红星二锅头作为清香型白酒的典型代表,符合国际上对烈性酒纯净、适口性强的风格喜好,天生国际范,获得国际大金奖也是众望所归。

这得益于红星早在多年前就攻克白酒降度工艺难关,通过工艺传承、技术创新,使得

43度蓝盒大金奖具备“饮时愉悦,饮后舒适”的体验,更加贴近现代消费者国际化的饮酒需求。

### 工艺与颜值俱佳 带来上乘酌饮体验

据透露,蓝盒大金奖在国家级非遗北京二锅头酒传统酿造技艺基础上,融合地缸固态发酵、清蒸清烧、清蒸二次清工艺,呈现出“清香优雅,圆润绵柔”的独特风格。

在打开瓶盖的一刹那,层次丰富、饱满立体的酒香萦绕鼻尖:天然粮香、雨后花香、林中果香……香气和谐交融,令人怡然自得。细腻品味,只觉清而不淡,诸味协调,堪称上品。

此外,在包装设计上,蓝盒大金奖也颇符合国际审美标准:一枚精致的“大金奖”奖牌作为产品概念符号,印刻在瓶身,引人注目。瓶盖宛如一颗钻石熠熠生辉,寓意红星对产品品质的永恒追求。酒液透过通透的蓝水晶玻璃,流光溢彩,散发着迷人魅力。

随着白酒消费升级的趋势进一步发展,积极传承创新酿造工艺,匠心打磨产品品质的红星蓝盒大金奖或将国际风范赢得消费者的青睐,成为消费者宴请礼赠、重要聚会的心仪之选。(酒协)

广告

实现线上线下融合  
找链酒科技

链酒  
股票代码:8308713.000

区域代理商招募中  
联系人:邢先生  
联系电话:13241123699  
企业电话:400-6368-919  
邮箱:nayaleng@lanjutech.com  
北京市中关村科技园科创东大街1号

佳池股份  
GARTCHEE  
中国白兰地文化推动者

股份代码:880051  
www.gartchee.com

免费400服务热线  
400-090-8939

中国酒周刊  
设立信息采集中心  
邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808