

建國 70 周年

中資公司到港上市 助力港交所成全球集資王 青島啤酒 見證中企崛起

1993年7月15日，香港聯交所交易大廳啤酒飄香。隨着一個嶄新的證券代碼“168”出現在大屏幕上，內地首只H股青島啤酒正式在港掛牌上市，中企海外上市的帷幕亦由此拉開。26年來，內地國企、民企、國有商業銀行、股份制商業銀行、險企、券商等大批內企紛到港上市。目前中資公司占港股市值近七成，占每天港股市場成交額約76%，中資公司到港上市令香港屢奪全球集資王，香港市場也助力中資公司走向國際。

■香港文匯報記者 殷江宏 山東報道

作為內地最早的啤酒生產企業之一，青島啤酒的前身為1903年英、德兩國商人合資開辦的日耳曼啤酒公司青島股份公司。赴港上市前，青島啤酒雖然在國際上多次獲獎並出口32個國家和地區，但整體規模並不大，仍是一家地方性國營啤酒廠。

青島啤酒前董事會秘書袁璐曾參與了香港上市籌備過程。據其回憶，1992年9月，原國務院體改委批准確立全國首批9家規範化股份制改革試點，並為到香港上市做準備，青島啤酒就是其中之一。當時香港還未回歸，內地和香港的法律體系、會計體系、監管體系方面有較大差異，因此上市之前的籌備工作可謂“千頭萬緒”。

海外知名度促H股“頭炮”

袁璐說，當時一個很困難的工作是理清家底，找齊各種資產證明、賬目等資料，這對一家國有企業而言是一件很繁瑣的事情，用了大量人力物力。“（九家候選企業中）青島啤酒是做得最快的，也應該是各方面都符合要求的，所以才有了青島啤酒成為第一家香港上市的企业。”

除了準備充分，她認為青啤在海外的知名度亦是其被選為第一家H股的重要原因，因為海外上市的“第一炮”一定要打響。

這一看法與許多業內人士不謀而合。據報道，中國證監會

前主席劉鴻儒曾經回憶：“當年青啤並非是第一候選，而國務院之所以最終將‘打頭炮’的重任交給青啤，正是看中它優良的品質和廣泛的國際影響力。”

啤酒主業上市屢破紀錄

從決策到成功上市，青啤只用了八個多月時間。與其他候選企業剝離出一塊優質資產上市有所不同，青島啤酒是整體上市，由原先的青啤一廠、青啤二廠和青啤四廠，變為由青啤一廠吸收合併另外兩個廠，以啤酒主業去上市。這個結構頗受投資者歡迎。在七天的認購時間內，青啤獲超額認購110.5倍，凍結資金851.8億元（港元，下同），創下當時港交所認購紀錄。

1993年7月15日，青島啤酒在港交所正式掛牌。其他公司上市大多開香檳慶祝，惟青啤選擇了啤酒。“168，寓意一路發，聯交所特意挑出這個代碼給青島啤酒，特別希望內地企業發展好。”袁璐說。

青島啤酒H股發行價是2.8元，當天收市就升到3.6元。同年8月，青島啤酒在上交所上市，再次打破紀錄，成為內地第一家在香港與內地同時上市的公司。

股份制改造“脫胎換骨”

依托資本市場的力量，青島啤酒1994年收購揚州啤酒廠，次年又收購西安漢斯啤酒飲料集團，內地啤酒行業收購擴張浪



▲1993年青島啤酒在香港上市，並選擇了以啤酒慶祝。

潮由此開啟。但對青島啤酒而言，赴港上市除了募集大量資金為發展迎來契機，更重要的是，通過股份制改造使企業自身“脫胎換骨”，對企業的國際化、品牌美譽度和可持續性發展均起到重要作用。

對於股份制改革前後的變化，袁璐如此評價：改制之前的國營青島啤酒廠，生產計劃是由政府來下指標，產品銷售亦是統一調撥。股份制改造後一個最大的區別，就是從計劃經濟走向市場經濟。“基本上我們要生產多少產品，是由我們自己來決定的。我們的產品賣給誰，也是我們自己決定的。我們的股東來投票選擇我們的經理人。”

據青島啤酒董事會秘書張瑞祥介紹，借助進入國際資本市場的契機，青島啤酒建立和完善了內地領先的現代企業法人治理結構，並按照國際通行的公司治理、會計標準等規則進行規範運作，逐步獲得投資者的認可。

每分鐘
全球飲
四萬瓶
青啤

香港文匯報（記者 殷江宏）在港上市26年，青島啤酒的出口國家和地區已從1993年的32個發展至今天的100多個，其中在加入“一帶一路”倡議的國家出口超過60個，成為“舌尖上的外交官”。

在哈薩克斯坦，青島啤酒位列亞洲進口啤酒品牌第一，2018年青島啤酒的銷售網絡已基本覆蓋首都為主的各大城市，銷售終端數量3,000多家，並進入當地主流前10大連鎖商超。

在哈薩克斯坦第一大城市阿拉木圖的一家超市里，維多利亞正忙著整理貨架上的商品。10年前，維多利亞從烏茲別克斯坦來到阿拉木圖從事青島啤酒的銷售，由於業績突出被提升為部門負責人。每週她都會到阿拉木圖的各個網點了解啤酒的銷售情況等信息。她坦言，青島啤酒已經成為其生活的一部分。

曾有人做過粗略統計，青島啤酒每天在全球有超過5,500萬次的開啟和飲用；平均1分鐘，全球消費者飲用4萬瓶青島啤酒；每年，全世界消費的青島啤酒瓶連起來，可繞地球119圈、地球往返月球7次。

青島啤酒上市前後對比

1993年	產量	28萬千升
	銷售收入	不足10億元
		人民幣
	規模	3家生產企業
	出口國家/地區	32個
	H股股價	2.8港元(發行價)

2018年	產量	803萬千升
	銷售收入	265.75億元
		人民幣
	規模	逾60家生產企業
	出口國家/地區	逾100個
	H股股價	47.25港元
		(10月4日收市)

