

“A+H”骤然升温背后 蕴藏企业国际化“雄心”

据不完全统计,目前顺丰控股、百利天恒、吉宏股份、赤峰黄金、安井食品等A股公司已宣布或启动赴港上市相关工作。同时,还有科大讯飞、歌尔股份、南山铝业等A股公司正在分拆子公司赴港上市。

近5年A股公司赴港上市情况一览

证券简称	上市日期	证券简称	上市日期
龙蟠科技	2024-10-30	凯莱英	2021-12-10
美的集团	2024-09-17	昭衍新药	2021-02-26
亿华通	2023-01-12	海尔智家	2020-12-23
中国中免	2022-08-25	荣昌生物	2020-11-09
天齐锂业	2022-07-13	泰格医药	2020-08-07
华新水泥	2022-03-28	海普瑞	2020-07-08
金力永磁	2022-01-14	诺诚健华	2020-03-23

A 不少A股公司针对赴港上市的态度中,几乎都离不开国际化一词。如顺丰控股表示,公司目前现金流充裕,本次境外上市的核心目的是进一步推进国际化战略、打造国际化资本运作平台、提升国际品牌形象、提高公司综合竞争力。

H 港股市场作为一个典型的机构投资者为主的,对公司自身质量和发展前景的要求也相对较高,没有核心竞争力的企业在港股并不会得到过多的资金青睐,反而会产生更多的监管合规成本。

图虫创意/供图 周靖宇/制图

(上接A1版)
沈军同时表示,港股市场的投资者结构和资金来源更加国际化,这对A股公司的融资具有积极影响。港股市场的投资者不仅包括来自世界各地的个人和机构投资者,还包括全球知名的投资基金和投行。这种多元化的投资者结构有助于A股公司获得更广泛的投资者认可,吸引全球资本,从而提高融资效率和降低融资成本。

拥抱国际资本走向全球

除此之外,A股公司赴港上市的背后还有着更为宏大的背景——“走出去”,而更为国际化的港股市场,即是这些企业面向国际市场和资本的第一站。

不少A股公司针对赴港上市的态度中,几乎都离不开国际化一词。如顺丰控股表示,公司目前现金流充裕,本次境外上市的核心目的是进一步推进国际化战略、打造国际化资本运作平台、提升国际品牌形象、提高公司综合竞争力;钧达股份则表示,为适应全球光伏产业发展趋势,满足全球市场客户需求,公司拟布局海外高效电池产能,推进国际化战略。同时,公司拟发行H股并在联交所上市,积极构建海外资本市场平台,整合各类股东资源,为公司全球化发展提供有利保障。

黄立冲表示,对于那些业务国际化的企业,港股市场提供了一个更加

适合其发展的平台,因为这些企业的商业模式和增长潜力往往更受国际投资者青睐。“当下出海寻找蓝海市场成为一种趋势。海外融资不仅为企业的国际扩张提供了资金,而且在监管层面,对于企业的国际化战略通常有更为宽松的态度。因此,尽管H股上市可能存在一定的折扣,但香港市场机构投资者居多,会更多基于公司的基本面进行长期投资,可能使得香港市场的估值更加稳定和理性。”此外,相比A股,H股上市公司可以更方便地进行跨境资金的筹集和运用,这对于寻求国际化发展的公司来说是一个显著的优势。

事实上,A股公司赴港上市案例的突然大增并不是偶然,这背后既有着大量的便利性诉求,也有着极为深厚的政策支持。

今年4月,中国证监会发布五项资本市场对港合作措施,其中一项便是“支持内地行业龙头企业赴香港上市”。10月,香港证监会和港交所发布联合声明,其中一条即是针对A股公司赴港上市——针对符合资格的A股公司推出快速审批时间表。港交所上市主管伍浩镛表示:“我们相信优化审批流程时间表(包括推行合资格A股公司快速审批时间表)将有助提升新上市申请审批程序的清晰度和确定性,有助申请人及其顾问制定上市计划,进一步提升香港作为国际金融中心的吸引力。”

2025年或迎来上市高潮

近几年来,A股公司在港股上市的数量其实并不太多,且分布极为分散:2020年有5家,2021年2家,2022年4家,2023年更是只有1家,2024年至今则只有美的集团和龙蟠科技完成上市。但同时,在2024年,却有着顺丰控股等一大批A股公司正在或已经走上赴港上市之路,按照目前的上市进度来看,这些A股公司大部分会在2025年完成在港上市,再叠加分拆上市的A股公司,这些公司或将在2025年形成赴港上市的高潮。

但需要注意的是,港股市场作为一个典型的机构投资者为主的,其对公司自身质量和发展前景的要求也相对较高,没有核心竞争力的企业在港股并不会得到过多的资金青睐,反而会产生更多的监管合规成本。

比如有一家今年主动申请退市的港股公司就直言不讳地表示:“考虑到H股的交易量较低且流动性有限,导致本公司难以在香港联交所有效地进行融资;H股退市将令本公司节省与H股上市监管合规相关的成本及费用,董事会认为H股退市将对公司及股东整体有利。”

而香港与内地不同的监管制度对即将赴港上市的A股公司而言也并不轻松。凯易律师事务所就表示,以H股招股书为例,招股书是港股投资者

做出投资决策的媒介,也是公司亮相国际资本市场的第一张名片,因此需要通过招股书展现公司的核心优势和战略。但在撰写时,需要特别注意其披露和A股已披露数据间的一致性。

黄立冲表示,面对“A+H”两地上市挑战,公司首先需要理解并遵守两套不同的监管框架,这不仅复杂且耗时。双重上市意味着需要为两个不同的监管环境准备报告和披露,可能涉及不同的会计准则和语言,从而导致合规成本增加。同时,公司还必须确保在两个市场的披露内容一致。

沈军也坦言,A股公司在赴港上市后,需要承担额外的监管和合规成本。这主要包括遵守港股市场的法律法规、履行信息披露义务、接受香港证券监管机构的监管等。同时,由于港股市场的监管环境和A股市场存在差异,A股公司还需要熟悉和适应港股市场的监管规则和操作习惯。

对于一些不熟悉港股市场监管环境的A股公司而言,沈军建议,一是加强对港股市场监管规则的学习和培训,提高公司员工的合规意识和专业能力;二是建立健全合规管理体系,明确合规责任和合规管理流程;三是加强与券商、律师、会计师等中介机构的合作,借助其专业力量提升合规水平;四是加强与投资者的沟通和交流,及时、准确、完整地披露公司信息,提高透明度和信誉度。

楼市回暖 “高得房率”成新看点

证券时报记者 吴家明

最近,多地楼市成交明显回暖,也有不少购房者发现,现在新房的得房率越来越高。

楼市经历深度调控之后,购房者越来越重视房子的居住属性。此前,多地新政明确要求提高住宅得房率,高得房率的新房也成为楼市的“新气象”,但购房者还是需要仔细辨别。

新房主打高得房率

“我们的房子得房率接近105%,88平方米做成四房两卫,而且还很宽敞。”在深圳五和片区,一处正在销售的新房项目以高得房率作为宣传点,吸引了不少购房者。“我们项目是在深圳出台建筑新规后的新房,公司在开发项目过程中采取高标方案,提升得房率等一系列举措,不仅让购房者得到实惠,也有助于项目销售。”现场的销售负责人表示。

自9月底出台楼市新政以来,深圳市场已经出现两个“日光”的新房项目,而这两个新房项目都拥有较高的“得房率”。无独有偶,记者走访发现,越来越多新房主打高得房率。在深圳龙岗的横岗和百鸽窝片区,同一开发商的项目一直主打实用面积“高赠送”,即使在没有通过第三方中介机构代理的情况下,依旧取得不错的销售成绩。另一边,一些超高层住宅由于容积率高等得房率低,让许多购房者“望而却步”,销售进度不如预期。

一般来说,过去的多层和小高层住宅公摊面积较小,得房率普遍在80%以上。如今,越来越多的超高层住宅正拔地而起,许多住宅楼的层数甚至超过50层,这些超高层住宅的得房率又有多少?记者以深圳市场为例进行抽样调查,在罗湖、福田和南山各取3个在售且层数超过50层的新房住宅项目作为样本并计算得房率,发现得房率普遍在69%至74%之间。相比起来,一些楼龄在10年至20年的二手住宅楼,得房率却普遍在75%至82%之间。

多地新政 明确提高住宅得房率

那么,为什么越来越多的“高得房率”新房出现?此前,许多城市推出的楼市新政出现“新风向”,



从一场国际洽谈会 看水果“出海”新机遇

9个国家、20余名商协会代表和贸易商、50余名本地果农和果商……在日前举行的山西(运城)国际果品交易博览会上,一场生动而接地气的国际经贸合作洽谈,为黄土高原水果生产“黄金带”探索“出海”新机遇。

运城地处北纬35度水果生产“黄金带”,有山有川有丘陵,从设施大棚到田间种植,从年初到岁末,草莓、樱桃、油桃、葡萄、冬枣、甜柿、苹果等各类水果接连上市,有中国北方百果园之称。

运城海关最新数据显示,当地主要栽植的14大类73种水果年出口量占山西省的80%,远销世界77个国家和地区。为保障辖区果品抢“鲜”出口,海关推出“单证不过夜”服务承诺和鲜活易腐农产品查验绿色通道。

作为运城当地出口大户,山西皓美果蔬股份有限公司外贸部部长杜庚师说,“有了高效便捷的通关服务,我们更要在果品品质上做到精益求精,才能进一步增强运城水果在国际市场的竞争力。”

针对计容面积和公摊等提出新规。例如,2024版《深圳市建筑设计规则》修订内容包括过去计入“公摊”面积的避难层、机房等大部分公共空间,修订后将列为“不计容面积”。

据不完全统计,今年以来成都、贵阳、湛江、绍兴等超过20个城市的规划和自然资源部门出台了新规,新规对包括住宅在内的所有建筑物的标准进行调整。

此外,许多城市新推的地块相继有了“计容新规”,包括部分新挂牌宅地中注明,空中花园绿化阳台、小区景观绿化亭廊、开放式风雨连廊纳入“建筑公共开放空间”,可享受部分指标不计容,其中还包括多宗“第四代住宅”用地。“第四代住宅”又称为“立体生态住宅”或“城市森林花园住宅”,其主要特征是把地面的庭院置于高层建筑,让每层住户都能拥有公共院落和独立花园。

购房者要仔细辨别

总体来说,高得房率成为楼市的“新气象”,房企对户型设计拥有较大操作空间。在高实用率项目集中入市的情况下,做出相对差异化且更优质的产品成为赢得竞争的关键。不过,有律师也提醒,近期多地出台新政明确提高得房率,并不等同于市场上部分开发企业推出的“偷面积”“赠送面积”等营销行为,购房者也要仔细辨别。

美联物业全国研究中心总监何倩茹表示,市场上对得房率的计算会有两种比较普遍的方法,一是计算套内面积与建筑面积的比例,比例越大的得房率越高,反之得房率越小;二是计算实际居住面积与建筑面积的比例,比例越大的得房率越高,反之得房率越小。在第一种情况下,得房率高的公摊面积必然小,但在第二种情况之下,房企可以通过建筑设计提高实际居住面积,但公摊面积却是一样的,并没有改变。

“不过,购房者在买房时还是需要留意第二种情况,需要关心开发商‘送的面积’是否合法合规、交房时这些赠送的空间是否已搭建好并具备使用功能以及后期是否存在违规拆卸的情况。从长远看,上述的情况都应在购房时列入购房成本中一并考虑。”何倩茹表示。

进博会紧扣全球商业脉搏 “买手团”跃跃欲试

证券时报记者 陈雨康

以“新时代,共享未来”为主题的第七届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)将于11月5日至10日在上海举办。随着第七届进博会进入倒计时阶段,全球商业脉搏也加速跳动,来自各地的采购交易团已跃跃欲试,瞄准高质量展品,力求在进博会上发掘新商机。

上海青浦是进博会永久举办地、核心承载区。首届进博会以来,上海青浦交易分团已连续6年签下中国国际进口博览会上海交易团“首单”。记者获悉,本届进博会青浦交易分团共计注册单位3528家,专业观众20029人,意向采购金额超3.5亿美元。

毗邻上海的“万亿之城”南通将派出5000余人的交易团,在进博会上开启“逛买”模式。南通市商务局数据显示,南通交易团由1309家企事业单位、5524名专业观众组成,其中,制造业领域采购占比超47%。

南通市商务局相关负责人介绍称,预计技术装备展区仍将会是南通采购商们最为关注的展区。南通交易团每年都围绕发挥产业优势、深化国际合作等目标,精准做好采购商邀请,组织一批重点企业参加,大力开展意向对接,进一步提升进博会期间洽谈、签约成功率。

围绕第七届进博会,陕西省采购招商成果丰硕。陕西省商务厅数据显示,陕西省交易团共注册单位1544家,注册人数4694人。目前,已征集采购意向87项,金额81.9亿元,其中与参展商签约项目11项,金额7300万美元。

浙江是历届进博会的重要参与者、贡献者和受益者,在本届进博会也全力以赴。数据显示,浙江已组织专业采购观众超4.3万人,其中,食品及农产品领域采购占比33.9%,技术装备领域采购占比24.2%,消费品领域采购占比18.6%。初步预估意向采购金额超50亿美元。专业采购观

众注册数量和意向采购金额均居全国前列。

除了地方采购交易团整装待发,不少知名企业也热切备战,力争通过进博会深度链接全球优质供应链。

叮咚买菜相关负责人向证券时报记者表示,本届进博会上,公司主要采购澳洲的葡萄酒、果汁、牛肉等商品。“公司最近在做澳洲商品,所以这次进博会采购的澳洲产品较多。”

将展品变成消费者触手可及的商品,盒马在历届进博会上动作频频。据盒马相关负责人介绍,本届进博会上,盒马首次把直播间开进会场,让消费者能在线上与现场观众同时观看进博会上的首发商品。此外,一批签约将在进博会上达成,覆盖生鲜、健康、酒水等。

安永中国华中区主管合伙人夏俊

在接受证券时报记者采访时表示,进博会为进口企业提供了直接接触中国庞大市场的绝佳机会。中国拥有世界上最多的人口,中产阶级规模不断扩大,消费升级趋势明显,对各类高品质进口商品和服务有着强劲的需求。进口企业能够通过进博会展示自己的产品和服务,与潜在客户建立联系,了解中国市场需求特点和趋势,从而有针对性地调整市场策略。

夏俊还表示,要更好发挥进博会平台效应,可以考虑从强化供需对接入手,深入分析国内外市场的需求变化趋势,有针对性地邀请相关领域的供应商参展,提高供需双方的匹配度。同时,组织形式多样、内容丰富的供需对接活动,利用线上平台,开展云对接、云洽谈等活动,打破时间和空间的限制,提高对接效率。

