

《零售与消费品行业：变革、转型与突破》系列报告之三

助推上市，焕发零售 消费企业发展活力





目录

序言

3

01

零售及消费品行业在资本市场中占据重要地位

6

02

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

8

03

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

29

结语

47

序言

2023年以来，政府推出一系列政策和措施促进经济健康运行、激发企业发展活力。在此大环境下，零售消费企业纷纷抓稳发展机遇，进行变革求生。其中走向资本市场是零售消费企业获得稳定的融资渠道、提升品牌价值和市场影响力、增强企业自身竞争优势的重要途径。数据统计来看，零售及消费品行业依然在资本市场占据重要位置，其中在香港市场，依然保持着IPO数量第一的成绩，可见资本市场对零售及消费品企业敞开怀抱。

为了更好地帮助零售消费企业走稳上市之路，毕马威中国发布《零售与消费品行业：变革、转型与突破》系列报告之三《助推上市，焕发零售消费企业发展活力》报告。报告详细分析了零售及消费品行业的资本市场发展机遇、上市企业的发展趋势及现状，并且介绍了毕马威中国对于零售消费企业上市的问题解决方案和关注重点，是一份帮助企业明确市场近况、选择上市时机、了解上市流程的参考指南，希望此报告能给予零售行业管理者更多可行性参考与启发。

毕马威中国愿与各合作伙伴携手，同舟共济，铸就不凡。

毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人

林启华

2023年6月



毕马威寄语



张欣

毕马威中国华南区
消费餐饮行业审计
服务主管合伙人

毕马威中国华南区
零售及消费品行业
审计服务合伙人

毕马威中国华南区消费餐饮行业审计服务主管合伙人 毕马威中国华南区零售及消费品行业审计服务合伙人

进入2023年，市场需求逐步扩大，零售及消费品行业收入总额回升明显，反映出经济企稳回升的良好态势。伴随着消费者的消费心理、行为的变化，零售企业需在数字化、精细化等方面进行变革创新，这意味着企业需要更多的资金和渠道，而上市是企业壮大资金来源和扩展业务范围的有效途径。零售企业成功进入资本市场后，有助于提升品牌形象、市场信用以及核心竞争力，更有助于开拓新的领域。

追逐前进，奋力前行。毕马威深耕中国资本市场三十余年，构建起了紧密合作的联动网络，能高效和迅速地调动资源，将服务质量始终保持在行业领先水平，目前为止，毕马威已成功助力众多企业登陆A股、港股等资本市场。在零售行业发展回暖的背景下，毕马威将会结合政府的一系列政策举措，帮助更多的零售企业制定上市规划，希望能推动零售企业成功上市，实现进一步发展。

名词定义

简称	定义
A股	在境内上市交易的人民币普通股票
H股	注册地在中国内地、上市地在香港的外资股
港股	在港交所上市的股票
NASDAQ	美国纳斯达克证券市场
新三板	全国中小企业股份转让系统
红筹股	在中国内地以外地区注册成立并由中国内地政府机构控制的公司股票
IPO	首次公开发行
市盈率	每股市价和每股盈利的比率
资产负债率	负债总额和资产总额的比率，反映在总资产中有多大比例是通过借债来筹资的，或用于衡量企业在清算时保护债权人利益的程度
流动比率	流动资产和流动负债的比率，反映企业流动资产总体变现能力
速动比率	流动资产与存货净额之间的差额和流动负债的比率，反映企业变现能力
长期债务与营运资金比率	非流动负债和营运资金的比率，反映企业偿还债务能力
“中国证监会”或“证监会”	中国证券监督管理委员会
上交所	上海证券交易所
深交所	深圳证券交易所
北交所	北京证券交易所
上证主板	上海证券交易所主板
深证主板	深圳证券交易所主板
香港主板	香港交易所主板
GEM	香港交易所创业板
香港证监会	香港证券及期货事务监察委员会
港交所	香港联交所
数据库	

注：本刊物之币别，除特别注明外，均为人民币。

01

零售及消费品行业在 资本市场中占据重要 地位



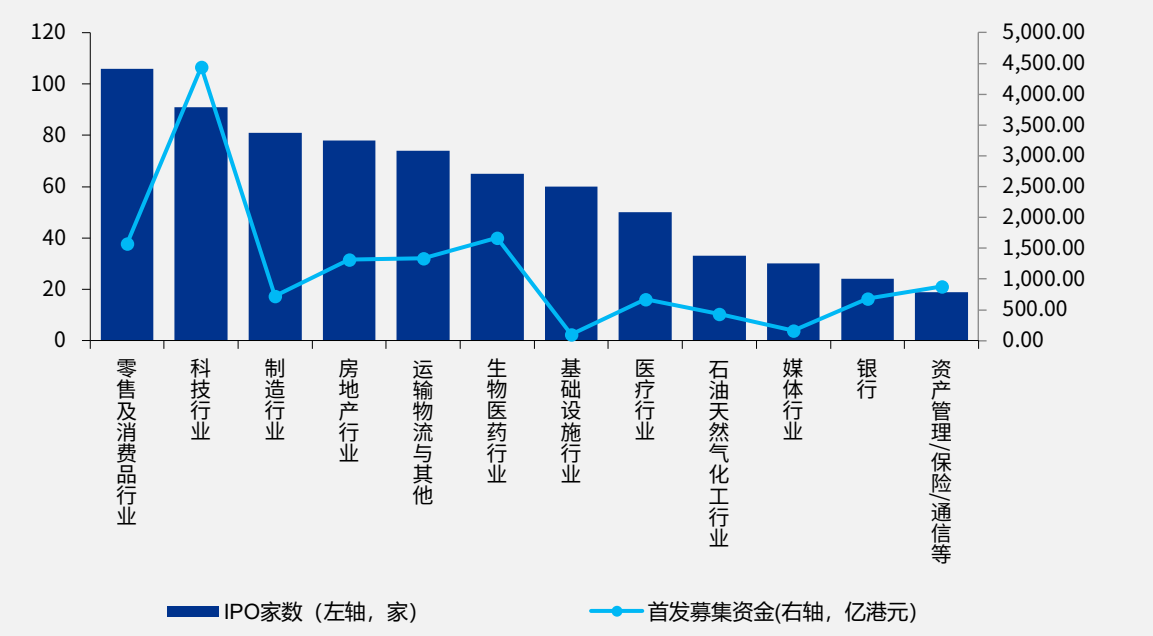
零售及消费品行业在资本市场中占据重要地位

零售行业是我国国民经济稳定运行的重要支柱，与人民群众日常生活息息相关。2023年，随着市场回暖，十四亿人消费潜力不断释放，零售行业不仅成为拉动中国经济增长的重要动力，也成为促进世界经济增长的重要因素。长期以来，零售及消费品行业在资本市场中占据重要地位，并有望会随着经济复苏和市场回暖持续得到资本市场的青睐。

A股资本市场中，随着科创板开板和北交所开市，更多高新技术、专精特新企业涌入市场，零售及消费品企业IPO占比有所降低。近五年来，除2021年零售及消费品企业IPO占比超11%外，其余年份均在8%上下。若排除科创板因素，零售及消费品企业在主板、创业板、北证的占比超过10%，2021年占比更是高达近17%。整体来看，虽然零售及消费品企业技术能力和商业模式偏向传统，但依然在A股资本市场中占据稳定地位。

香港资本市场中，截至2023年一季度，在香港2600余家上市公司中，零售及消费品行业占比最高，达17%，将近450家企业。2018年到2022年的五年间，零售及消费品行业IPO数量为103家，占同时期IPO总量的15%，排名第一。

图1 香港资本市场2018年-2023年一季度IPO企业情况



来源: 毕马威分析

02

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长



企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

零售及消费品企业可凭借实力将品牌实现“0到1”的突破，而部分企业则选择利用资本市场工具进一步助力其实现“1到N”的成长。资本市场为零售及消费品企业带来的价值主要体现在融资效应、激励效应、品牌效应、规模效应及协同效应。

图2 资本市场在零售及消费品领域的价值体现



来源：毕马威分析

融资效应 丰富融资渠道，增强融资信誉

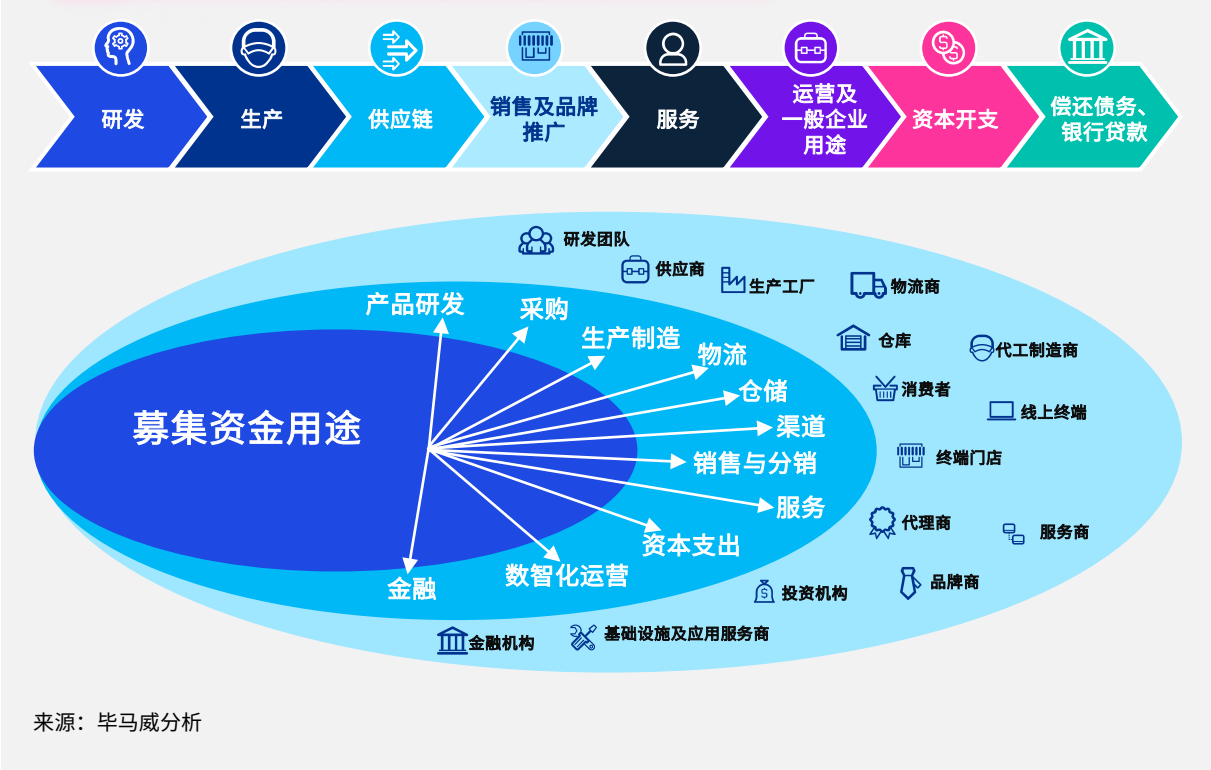
零售及消费品行业一般具备轻资产运营的特点，可抵押的固定资产存量较低。零售及消费品企业的快速发展及产业研发、生产运营及规模化发展均需要资金的支持，但公司发展主要依赖自身经营积累，融资主要依赖银行借款。

企业受制于自身规模，融资渠道较为单一，难以获得满足市场机遇和发展前景所需的资本支持。资本实力不足已经成为制约公司发展的瓶颈，一定程度上限制了公司未来的跨越式发展。因此，引进股权投资者与上市成为了零售及消费品企业缓解现金流窘境的主要途径。

零售及消费品企业选择资本化路径后，拥有更加丰富的融资、再融资、快速扩张的渠道，通过资本化，公司筹集资金，迅速提高实力，做大做强。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

图3 零售及消费品上市企业募集资金用途情况

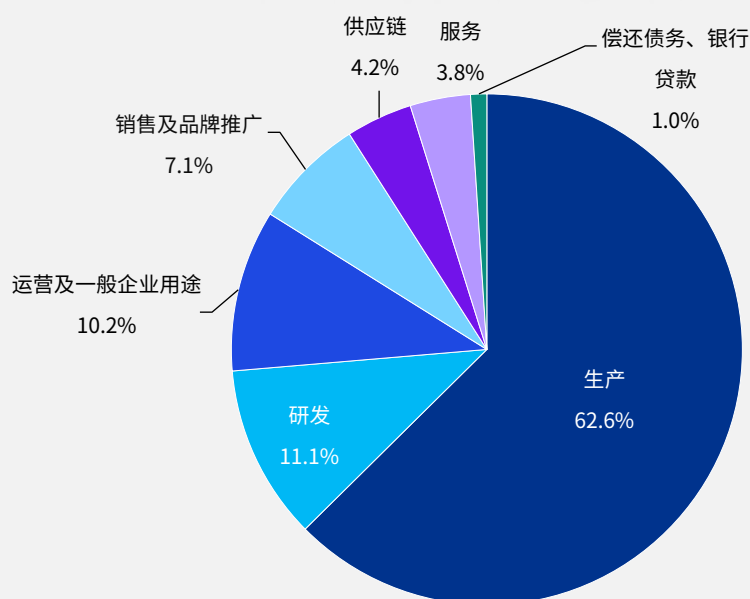


来源：毕马威分析

2018年至2023年一季度，共有161家零售及消费品企业于A股市场上市，募集资金净额达1370.09亿元，平均每家企业能募集到8.51亿元用于企业发展。本报告通过对2022年至2023年一季度A股市场上市的38家及在港股上市的9家零售及消费品企业的招股说明书进行研究，了解到零售及消费品上市企业主要将募集资金用于研发、生产、供应链、销售及品牌推广、服务、运营及一般企业用途、资本开支以及偿还债务或银行贷款等用途。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

图4 2022年-2023年一季度A股零售及消费品企业首次公开发行募集资金用途情况



来源：企业招股说明书，毕马威分析

根据统计后发现，首先，有超过6成资金被用于改善生产能力。企业获取资金后，通过改进原有的生产工艺、升级生产设备、加建新的制造工厂等方式，进一步扩充企业的产能。更大的生产规模能提高企业的议价能力，降低原料的采购成本；在生产端则能通过规模效应降低边际成本，从而提高产品定价的灵活性；供应能力的提升还有助于企业满足不断增长的市场需求，扩大业务规模，以获取更高的市场份额。

其次，在生产能力改善之后，零售及消费品企业最重视研发能力的提升，资金用途占比达到11.1%。良好的研发能力是企业不断发展的关键。然而，即使部分企业清楚研发的重要性，但由于前期投入相对较大且研发周期也较长，在企业也无法确保产品在投产和销售前是否适应市场需求的情况下，企业迫于资金压力难以持续提升其研发能力。企业通过上市融资，可以得到充裕的资金用于研发，在市场中保持竞争优势，在市场中取得更好的竞争地位。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

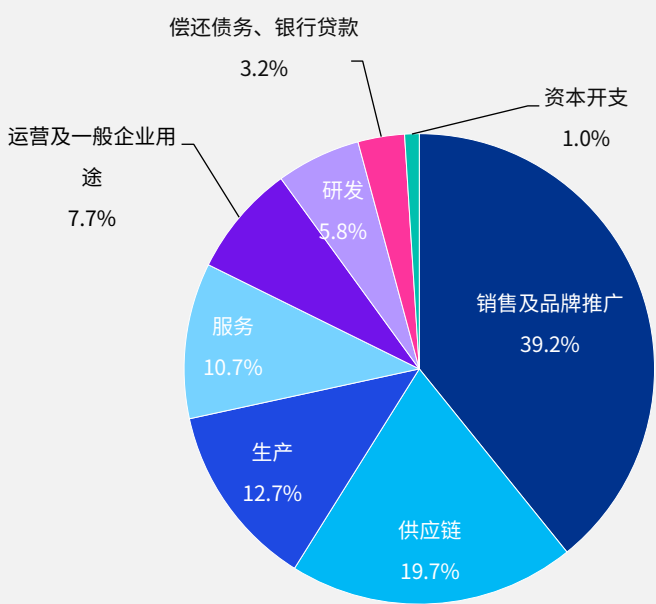
再者，约10.2%的资金被用于“运营及一般企业用途”，以帮助企业保持其流动性，应对运营中的短期资金需求，提高企业经营决策的灵活性。

最后，约7.1%的资金被用于提升营销水平以及品牌运营推广，增强企业及其产品的影响力，提升品牌价值。

总体而言，零售及消费品企业于A股市场上市，能通过融资实现产能的跃升、研发能力的提高、流动性的补充以及品牌形象的强化。同时，于A股资本市场上市，能够为企业带来更高的曝光度。这使企业获得在广大投资者以及机构面前展现自己的机会，有助于企业和社会各界建立友好的关系，为企业提高竞争力、实现可持续发展提供资金支持。

另外，根据2022年到2023年一季度港股零售及消费品上市企业的招股书，募集资金用途情况如下：

图5 2022年-2023年一季度港股零售及消费品企业首次公开发行募集资金用途情况



来源：企业招股书，毕马威分析

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

01

约39.2%的募集资金被用于销售及品牌推广，从数据反映出企业将资金用于积极探索门店网络扩张和升级，增强企业的全渠道销售及经销网络，增加自身产品的渗透率，以持续提升品牌形象并提高企业产品的品牌认知度。

02

约近2成的募集资金被用于改善供应链体系，企业透过投资冷链及其他基础设施、新设物流及仓储基地、购置物流车辆等，从而强化供应链管理能力和效率。

03

约12.7%的资金被用于提高生产能力，从数据显示企业重视通过生产设施的改造、购置新生产线、自动化设备升级及产能扩展来提高企业自身的生产供给能力。

04

约10.7%的募集资金被用于企业改善服务环节，随着互联网发展的逐步完善，企业将资金用于推进公司的数智化及改善信息基础设施，升级互联网平台开发，以更新更快更强的技术能力服务消费者。

05

约5.8%的资金被用于企业优化研发能力，随着消费者需求的日新月异，零售及消费品企业积极提升公司的研发能力，通过扩大研发团队，加强基础研究和产品开发，保持品牌的持续创新。

06

最后，分别占比7.7%、3.2%和1.0%的募集资金被用于运营及一般企业用途、偿还债务及银行贷款、资本开支。

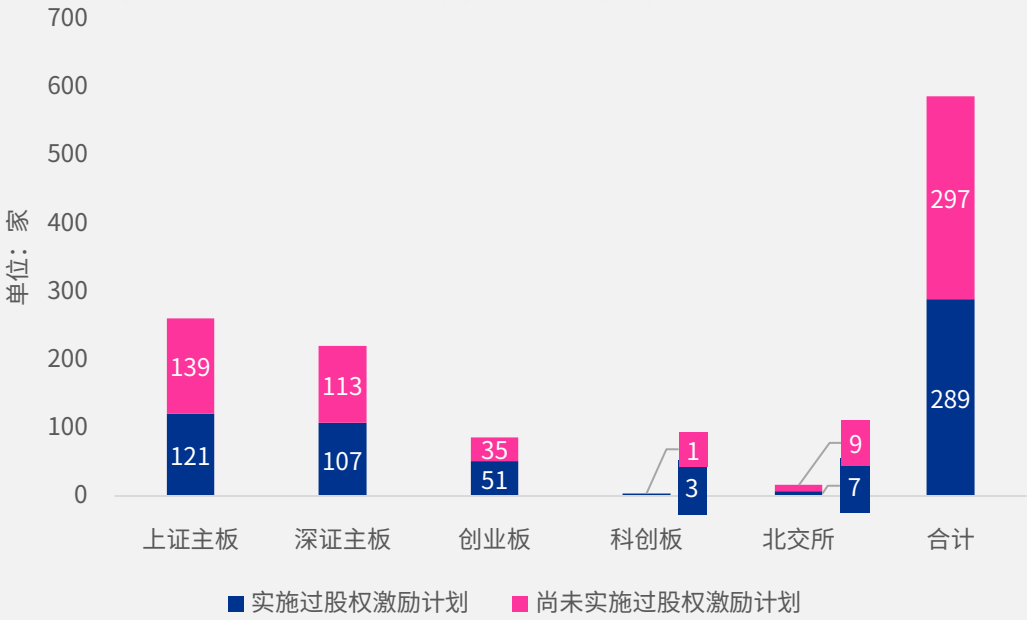
激励效应 锁定核心员工，吸引优秀人才

在国家经济由高速增长向高质量转型的时代背景下，知识型、技术型、管理型人才成为众多企业争夺的重点。与之相对的是企业如何留住人才，让人才有归属感、成就感，则成为企业家制定人才战略的必修课。不论从公司发展，亦或内部治理等角度，股权激励成为众多企业的首选。

截至2023年一季度末，数据显示586家A股上市的零售消费公司共有289家实施过股权激励计划，占比高达49%。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

图6 A股各板块零售及消费品上市企业股权激励实施情况



来源：，毕马威分析

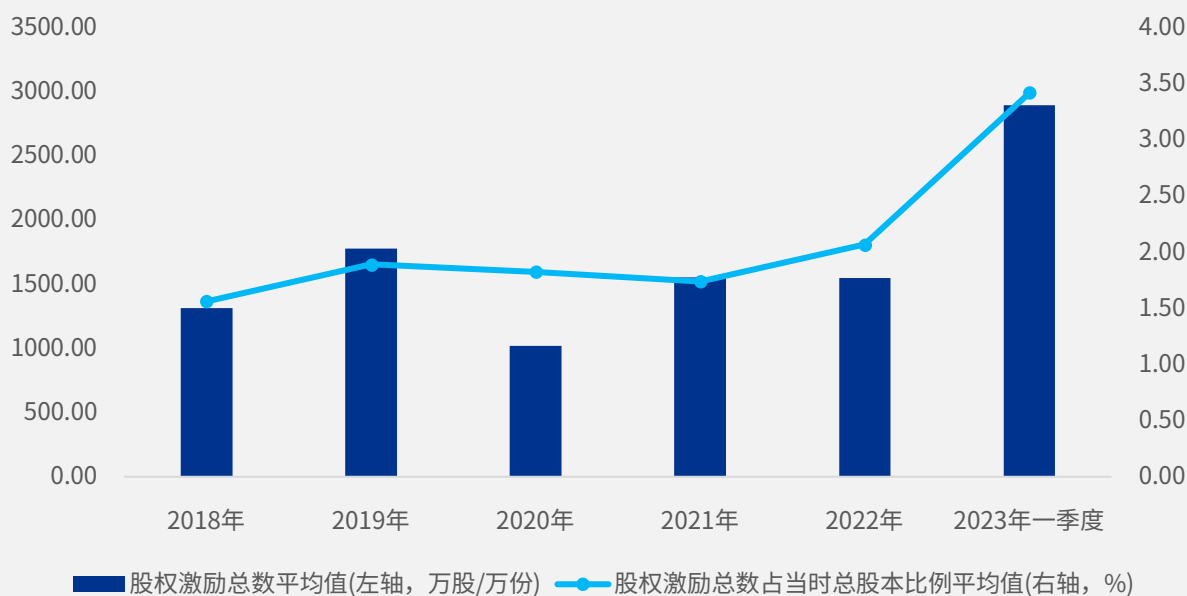
此外，2023年一季度期间A股零售及消费品上市公司股权激励总数平均值为2891.83万股/万份，较2022年一季度同比增长了8.15%；同样，2023年一季度期间的激励总数占当时总股本比例为3.42%，较2022年一季度同比增长了0.92个百分点。不难看出，股权激励正成为零售消费企业留住人才的重要手段。



企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

图7

2018年-2023年一季度A股零售及消费品上市企业股权激励数量情况



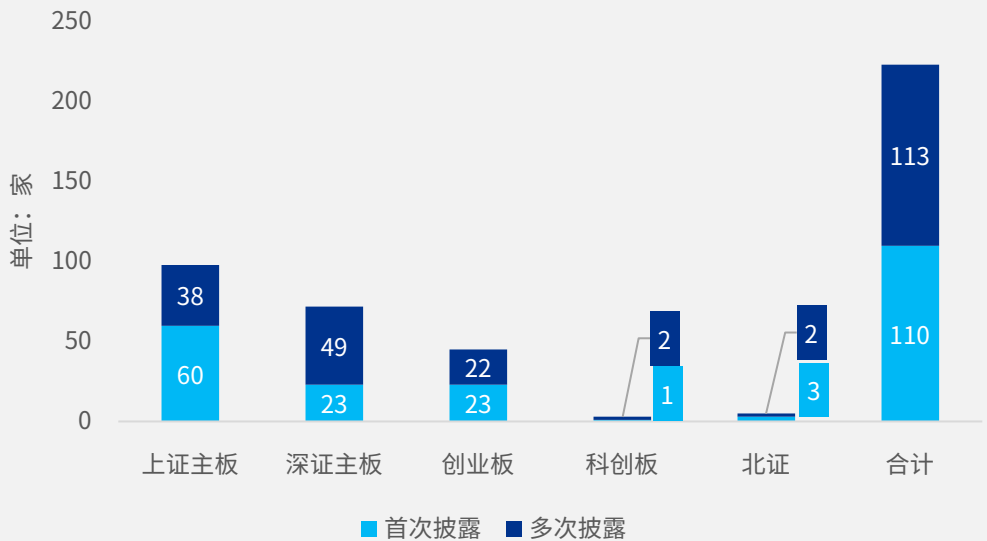
来源：，毕马威分析

根据公开数据统计，2018至2023年一季度末，已有2170家A股上市公司公开披露股权激励计划，共计披露股权激励计划3380例。其中，有223家零售消费上市公司披露338例股权激励计划，占已披露股权激励计划的A股上市公司总数的10.3%。

在上述的223家零售消费上市公司中，共有113家已进行多次股权激励披露，另外有110家曾进行一次股权激励披露，超过50%的零售消费上市公司曾多次披露股权激励计划，意味着A股股权激励实践逐渐规范化、常态化。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

图8 2018年-2023年一季度A股各板块零售及消费品上市企业股权激励计划披露情况



来源：，毕马威分析

股权激励的内涵为提升公司治理水平、推动公司价值提升，能够将资本市场、人力资源和企业自身有机联结的一体化解决方案。股权激励一方面可以减少企业的现金压力，另一方面可重新界定企业和员工的关系，员工成为企业的“股东”，企业和员工成为利益共同体，将人力成本“资本化”，有利于增强企业凝聚力，促进企业的长期稳定发展。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

品牌效应 证明企业实力，提升企业形象

上市是对企业管理水平、发展前景、盈利能力的有利证明，可提高企业知名度，提升企业形象，扩大市场影响力。

根据已披露的A股数据来看，2018年到2022年零售及消费品上市企业营收总体呈现出稳步上升的态势。其中，2022年零售消费企业合计实现营业收入7046亿元，同比增长7.85%；净利润为394.3亿元，较2021年下降9.01%。相较2018年，营业收入、净利润两项经营指标近5年年均复合增长率分别为11.33%和5.07%，上市公司经营质量持续稳步提升。

图9 2018-2022年A股零售及消费品企业营业收入情况

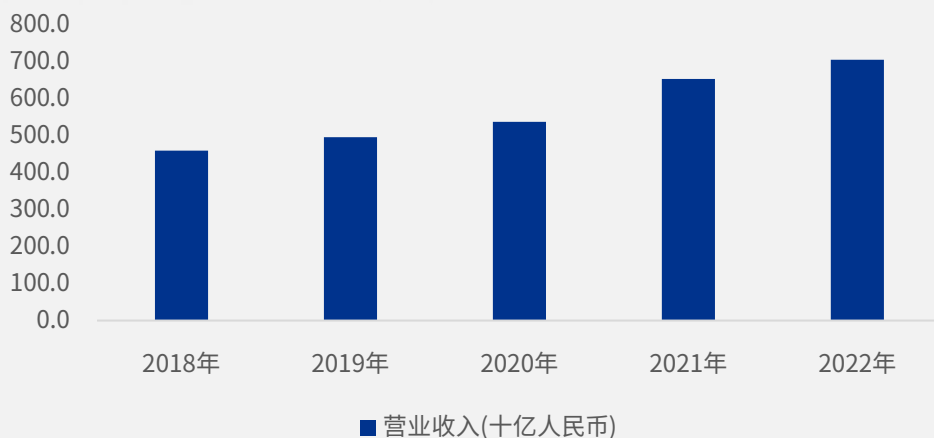
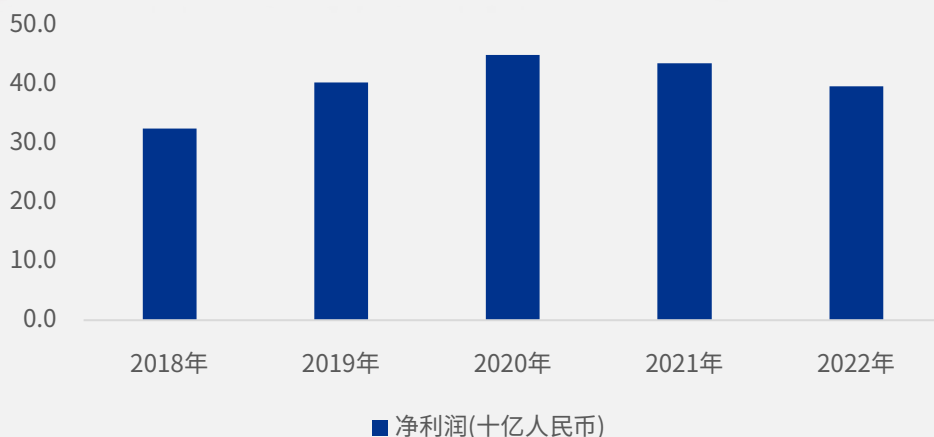


图10 2018-2022年A股零售及消费品企业净利润情况

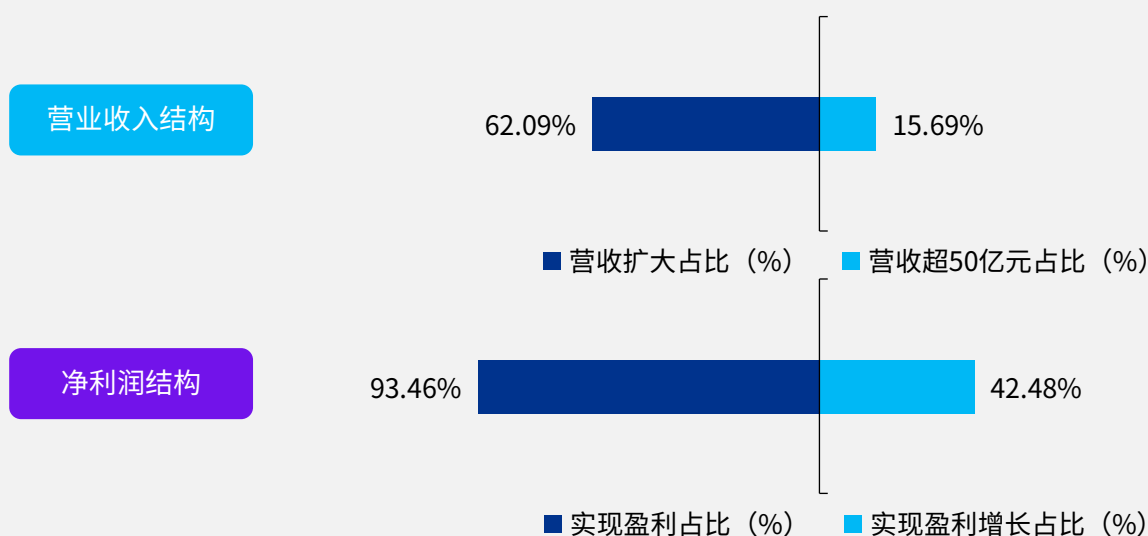


来源：毕马威分析

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

在营收方面，2022年超6成A股零售及消费品企业营收扩大，其中有15.69%公司实现营收超50亿元。净利润方面，超9成公司实现盈利，但受传统销售模式的转变、实体店客流量减少及消费者的消费行为等多重因素的影响，2022年仅有42.48%公司实现净利润增长；88家零售及消费品公司发生亏损，较2021年增加85家。

图11 2022年A股零售及消费品企业营业收入和净利润结构情况

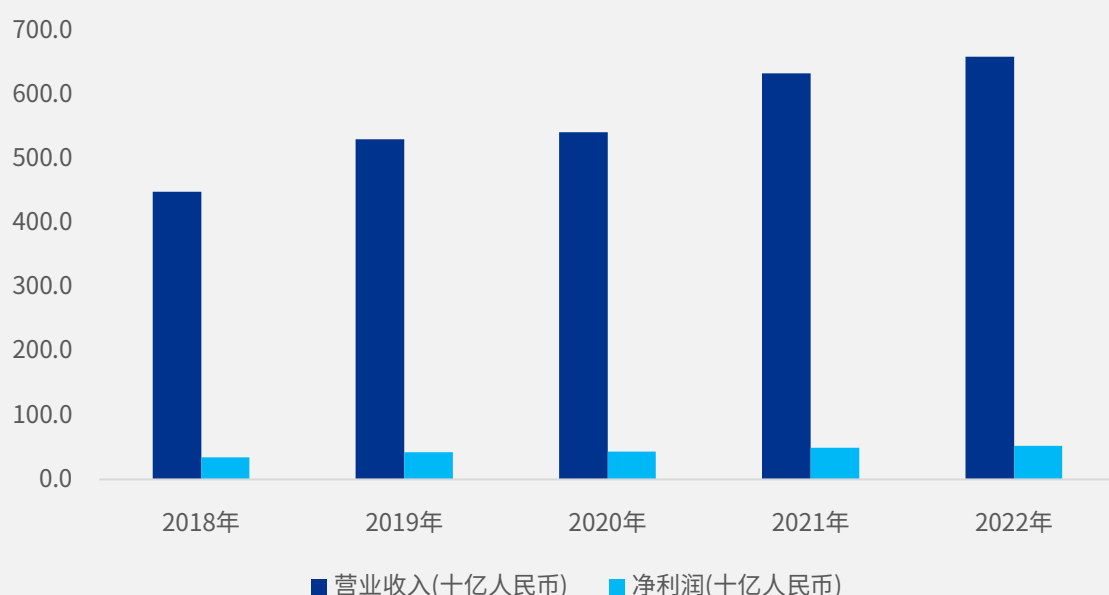


来源：，毕马威分析

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

零售及消费品行业除了在A股资本市场展示其经营业绩的发展潜力外，在香港资本市场也展现出其强劲韧性。

图12 在2018-2022年期间首次公开发行的港股零售及消费品企业营业收入和净利润情况

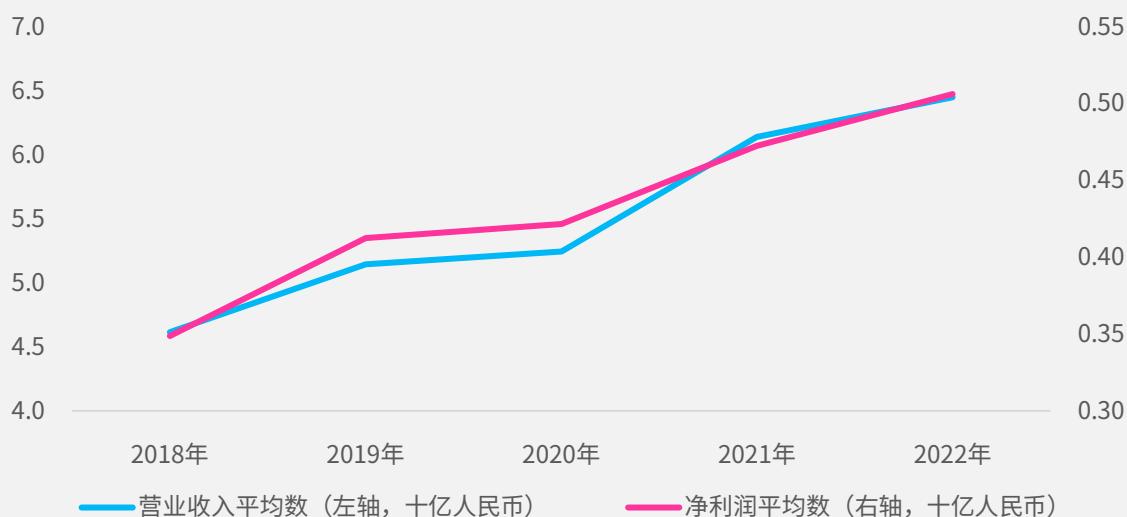


来源：，毕马威分析

根据数据显示，2018年到2022年港股零售及消费品首次公开发行企业的营业收入和净利润均保持一定程度的增长。其中，营业收入连续两年超过6000亿元，2022年规模达6582.62亿元，同比小幅增长4.08%；2022年净利润总额为516.59亿元，同比增长6.09%，营业收入和净利润均实现新一轮的突破。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

图13 2018-2022年期间首次公开发行的港股零售及消费品企业营业收入和净利润平均数情况



来源：，毕马威分析

同时，港股零售消费企业2022年全年营业收入的平均数由2018年的46.2亿元上升至64.5亿元，净利润的平均值由2018年的3.5亿元上升至5.1亿元，稳中向好的趋势明显。以2018年为基数，零售消费企业近5年营业收入和净利润的年复合增长率分别为10.10%和11.16%，为香港资本市场发展注入强劲动能。

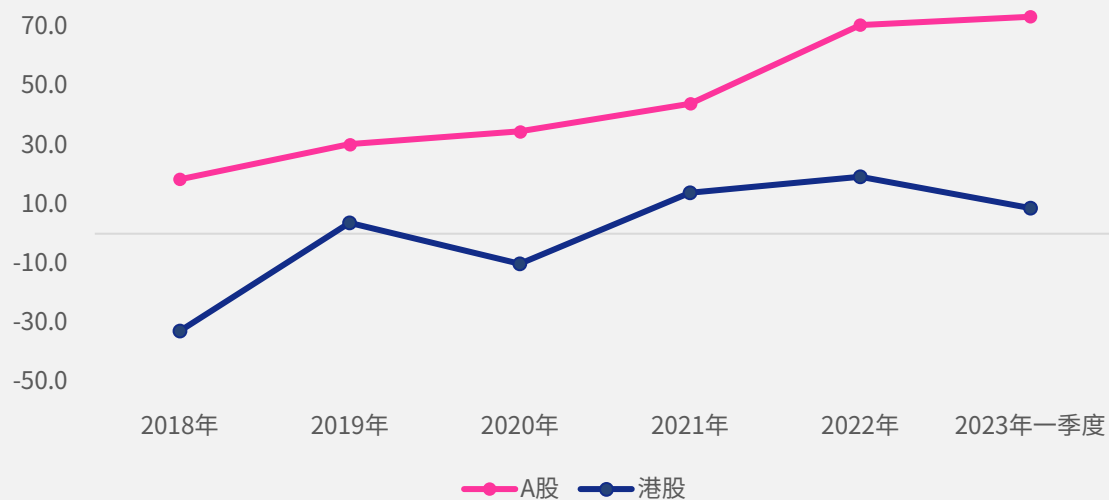
总的来说，在稳增长、促消费的政策驱动下，零售及消费品上市公司展现出更为良好的高质量发展势头，体现较强的经营造血功能。2022年随着消费市场逐步放开，国家接连出台政策扩大内需，对资本主义市场大力支持，鼓励新型消费，引领高质量发展。在相关政策的引导下，社会生产状况的持续改善，吸引了国内外的投资者，消费者的信心也将持续恢复。中国零售与消费市场进入升级创新的快车道，未来中国消费与零售品行业依然有长足的发展空间，有望进一步走向增长趋势，打开新的发展局面。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

规模效应 发现股票价值，增加其流动性

市盈率是指普通股每股市价与每股收益的比率，它反映普通股股东愿意为每1元净利润支付的价格。其中每股收益是指可分配给普通股股东的净利润与流通在外普通股加权平均股数的比率，它反映每只普通股当年创造的净利润水平。首发市盈率则能反映企业首次发行时的定价水平，该水平主要受到企业自身实力及所选择上市板的影响。

图14 2018-2023年一季度A股及港股零售及消费品上市企业年平均市盈率



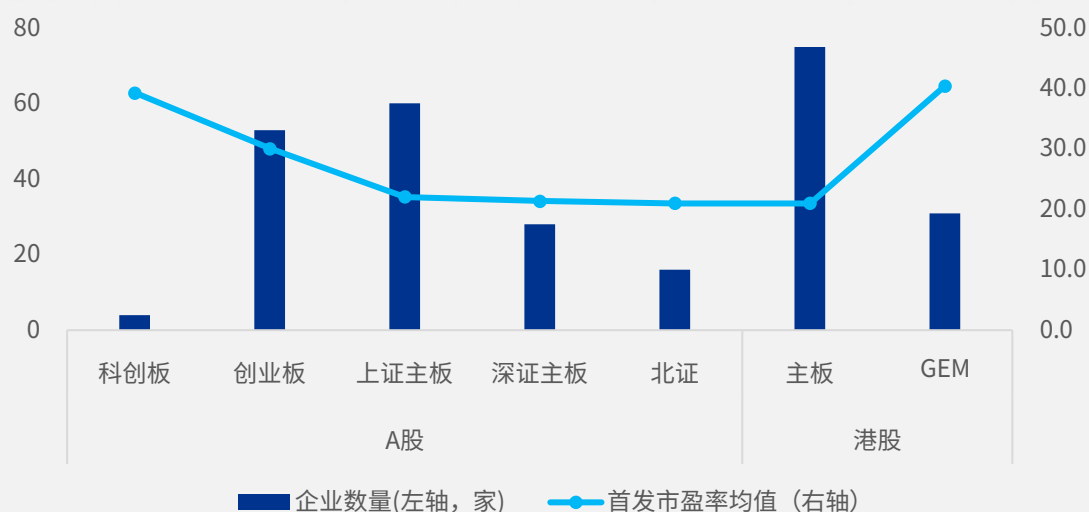
来源：，毕马威分析

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

根据统计，2018年到2022年期间A股零售及消费品企业年平均市盈率呈现节节高升的走势。企业平均市盈率自2018年的18.4倍，升至2022年的70.5倍并不断创下新高，刷新行业水平。截至2023年一季度末，A股零售及消费品企业整体平均市盈率更是达到了73.4倍。盈利数字真实反映公司在持续经营基础上的获利能力，说明投资人普遍相信零售消费品行业每股盈余将快速成长。

同期上市港股零售及消费品企业的年平均市盈率则处于一个水平相对较低、起伏更大的波动状态，整体趋势向上。虽然其走势不如A股稳定和亮眼，但已于2021年开始摆脱亏损的状态，获利能力趋于稳定。

图15 2018-2023年一季度于A股及港股零售及消费品上市企业数量及平均首发市盈率



来源：，毕马威分析

分板块来看，A股中最先实行注册制的科创板首发平均市盈率最高，达39.3倍，但受限于科创板对发行企业所属行业的限制，于科创板上市的零售及消费品企业的数量最少；创业板的平均首发市盈率次之，为30倍，同期有约33%的企业于创业板上市；两市主板平均首发市盈率分别约为22.1倍和21.4倍，与核准制上市规定的23倍市盈率的IPO发行价格隐形红线十分接近；实施注册制的北交所所以21倍市盈率排在最后，主要原因在于当前北交所的流动性不足，过高的定价可能会对发行造成影响。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

港股方面，在同期上市的零售及消费品企业中，于港股创业板上市的首发市盈率达40.42倍，而港股主板则为21.02倍。

整体上讲，所有A股零售及消费品企业的首发平均市盈率为24.80倍，略低于港股的26.86倍。但是，随着全面注册制的实施，“23倍市盈率”的隐形红线也将作古，于两市主板上市的零售及消费品企业能更灵活地制定其发行价格，优秀的企业有望在上市之初即获得更合理的估值。

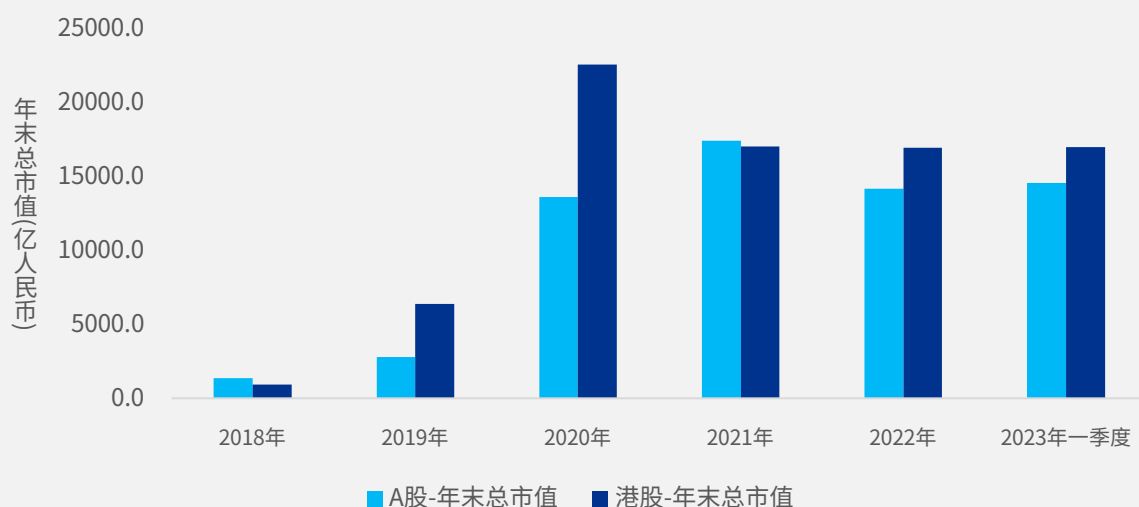
此外，港股零售及消费品企业整体首发市盈率高于A股。在2018年到2023年一季度期间于港股上市的零售及消费品企业中，首发市盈率为负值的港股企业有7家，发行数量更多的A股仅有1家。尽管目前已经有多家企业通过特殊发行标准于科创板在亏损情况下上市，但在其它板块上成功的寥寥无几。而科创板对发行企业行业的限制，使其难以成为零售及消费品企业的首选。所以，对于尚未盈利需要资金用于发展的零售及消费品企业，于港股上市是不错的选择。



企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

总市值是上市公司的所有已发行股份市场价值的总和，它是用于衡量上市公司在市场上的整体价值指标。总市值反映了公司的规模，以及市场对该公司的估值和投资者对其价值的认可程度。总市值还可以反映出企业的流动性，较大的总市值意味着更高的流动性和更广泛的投资者基础，而总市值较小则意味着更高的波动性和更少的流动性。

图16 2018-2023年一季度于A股及港股零售及消费品上市企业年末总市值



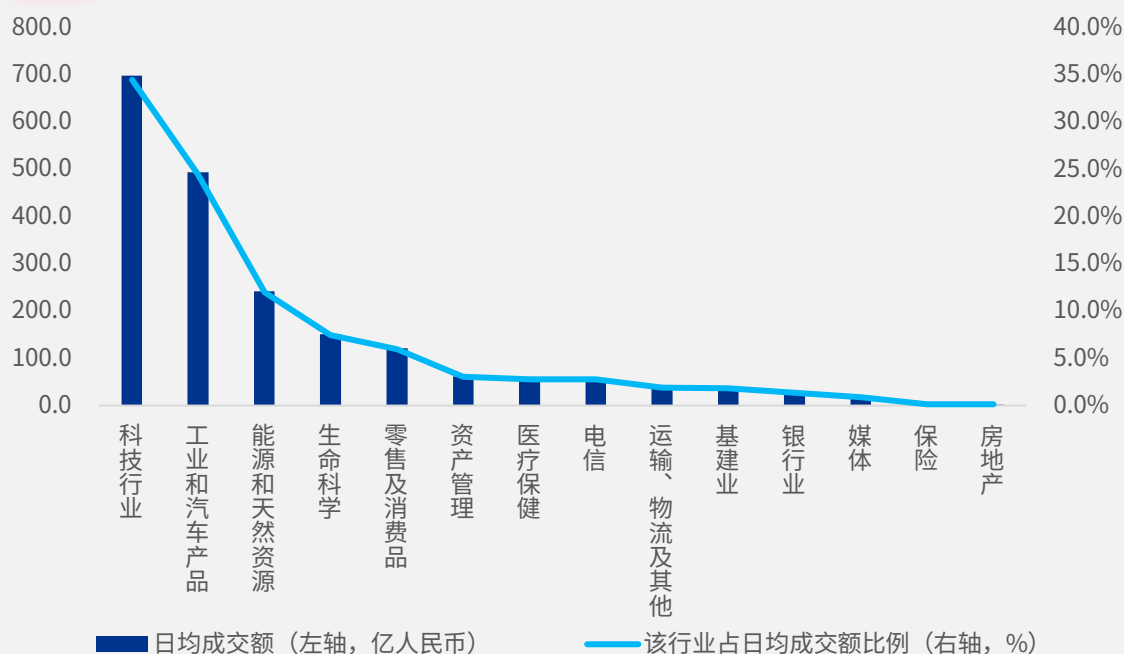
来源：，毕马威分析

根据数据，A股及港股上市零售及消费品企业总市值变化均呈现出先急速上涨，随后回落并于高位保持稳定的走势。在2018年到2020年期间，两地上市的零售及消费品企业规模不断膨胀，受疫情的影响，开始回落并趋于平缓。两地零售及消费品上市企业总市值在2023年一季度均较2022年小幅回升。后疫情时代，随着社会经济环境的持续改善，良好的企业基本面将带来企业价值和流动性的回归。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

区间日均成交额是指在一定时间区间内，每日的平均成交额，能反映企业、行业的市场活跃度和流动性。

图17 2018-2023年一季度A股上市企业2023年3月31日当日平均成交额



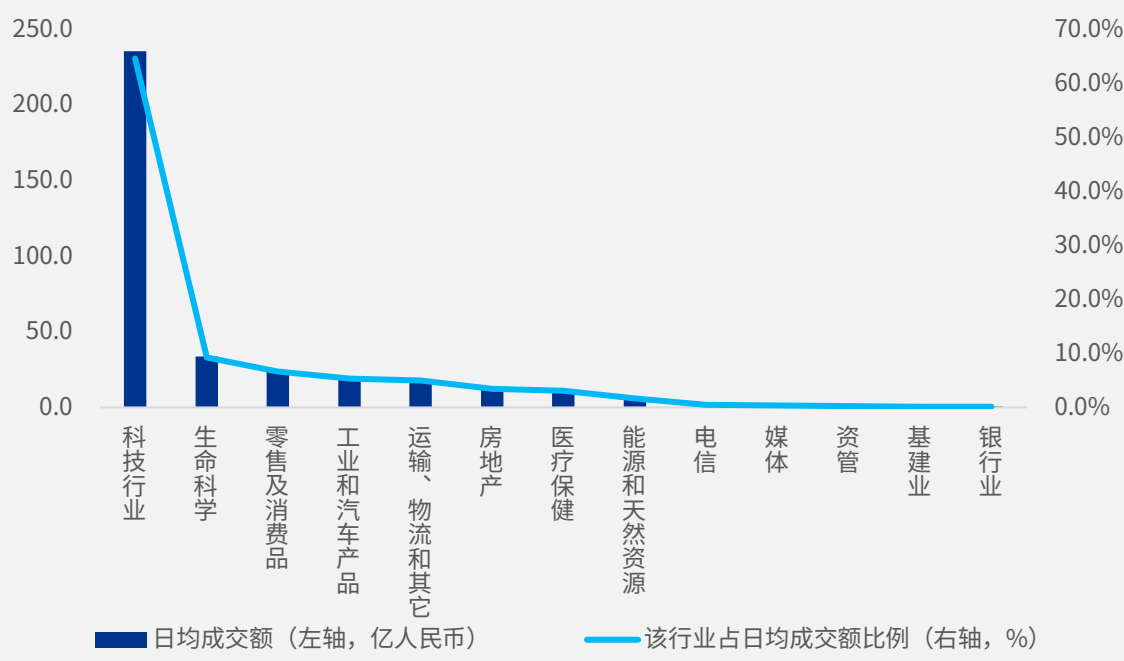
来源：，毕马威分析

2018年到2023年一季度于A股上市的企业，在2023年一季度平均每天的成交额超两千亿元，市场整体交投活跃，流动性充沛。分行业进行分析，各行业成交额的分布则十分不均匀。其中，零售及消费品企业日均成交金额为121亿元，占每日成交金额的6%，在所有行业中排在第五位，在市场中受到较高的重视，有着较好的流动性。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

同期于港股上市的企业，在2023年一季度平均每天的成交额为364.21亿元，行业分布的头部效应更为明显，仅科技行业就占同期成交额六成以上。零售及消费品企业日均成交金额为24.27亿元，占每日成交金额的6.66%，在所有行业中排在第三位，说明该行业在投资者心中占据一定地位，受到资金的青睐。

图18 2018-2023年一季度港股上市企业2023年3月31日当日平均成交额



来源：，毕马威分析

综合比较，A股市场整体日均成交额远高于港股，有着无可比拟的流动性，成交额占比排名靠前的零售及消费品企业能充分受益。港股的成交金额虽然不如A股，但从成交额占比上看，零售及消费品企业在其中有着较A股更高的地位。而且港股市场资金的一致性更强，头部效应更为明显，有利于优秀的企业获得更高的曝光和资金高集中度的支持。

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

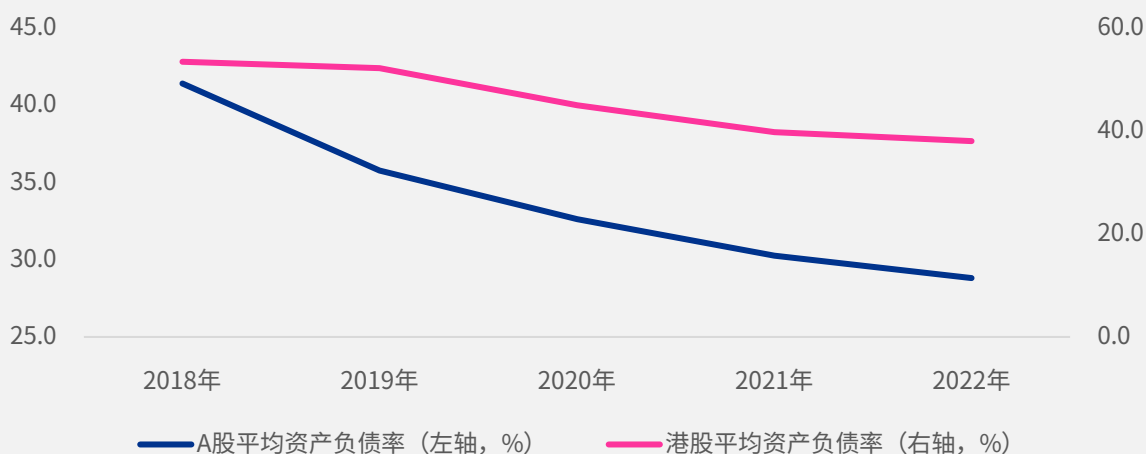
协同效应 改善资本结构，提高抗风险度

资本结构问题是上市公司财务风险管理中的重要一环，零售及消费品企业通过IPO募集所需的长期发展资金，募集资金到位并使用后，可进一步改善企业资本结构，降低财务风险。在行业竞争愈发激烈的背景下，资金的补充可有效缓解公司经营活动扩展带来的资金压力，有利于公司战略转型，提高上市公司盈利能力，进一步提升公司的综合竞争力，确保公司业务持续、健康快速发展。

本报告通过综合分析在2018年到2022年期间A股和港股首次公开发行的零售及消费品企业的资产负债率、流动比率、速动比率及长期债务与营运资金比率，反映零售消费企业在上市后偿还各种到期债务的能力。

根据数据显示，在2018年到2022年期间A股和港股首次公开发行的零售及消费品企业的平均资产负债率分别在33.76%和45.62%左右，行业的资产负债率已实现回落。其中2022年A股企业平均资产负债率为28.79%，与上一年同比下降1.46个百分点，港股则同比下降1.67%。

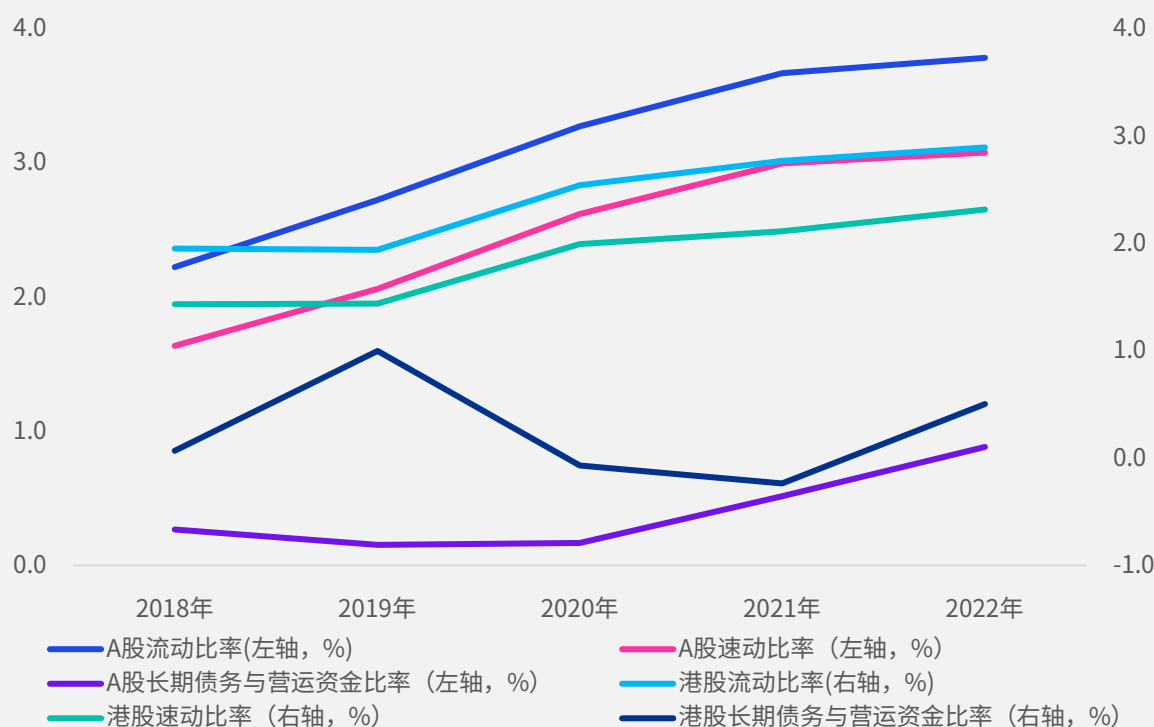
图19 在2018-2022年期间A股/港股首次公开发行零售及消费品企业平均资产负债率变化情况



来源：，毕马威分析

企业上市为零售及消费品企业带来价值的持续成长

图20 在2018-2022年期间A股及港股首次公开发行零售及消费品行业企业偿债能力指标情况



来源：，毕马威分析

此外，在2018年到2022年期间A股和港股首次公开发行的零售及消费品企业的流动比率和速动比率一直处于稳步上升趋势。其中，2022年A股流动比率和速动比率分别为3.78%和3.08%，同比2021年分别上升0.11%和0.08%，而2022年港股流动比率和速动比率则分别上升0.37%和0.12%。

A股和港股的长期债务与营运资金比率一直维持较低水平，充分反映了在近5年来首次公开发行的零售及消费品企业各项偿债能力指标处于合理水平，资产流动性良好，资产负债结构合理，公司短期偿债能力、长期偿债能力均较强，可有效增强公司抗风险能力，实现公司长期稳定发展。

03

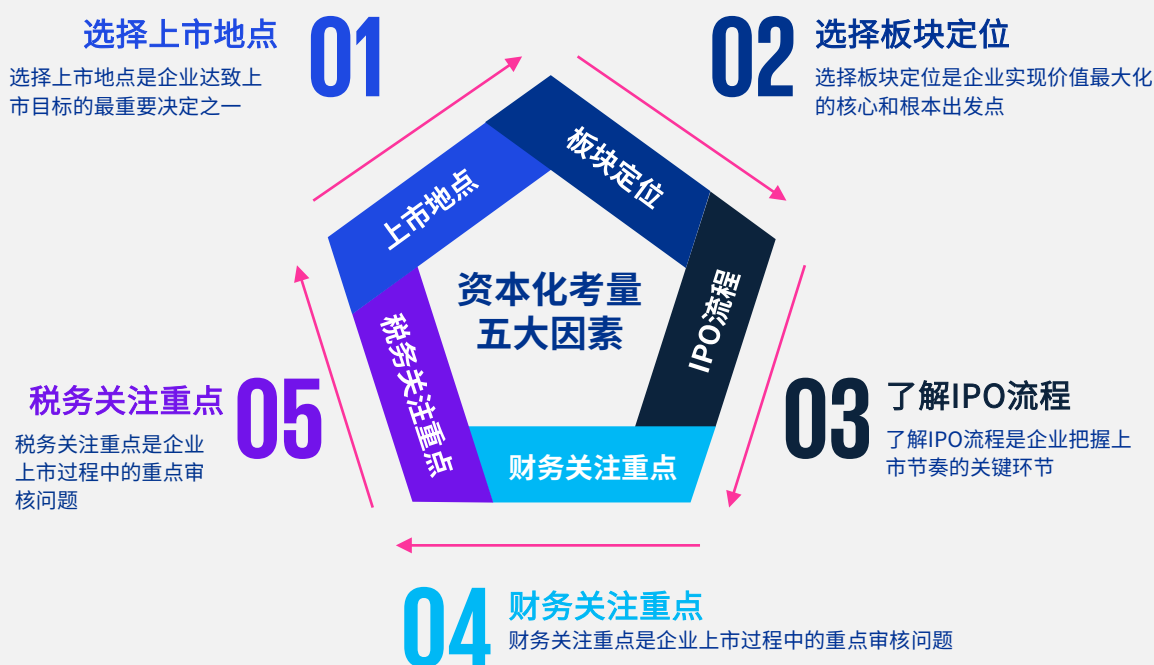
零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素



零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

资本市场兼具持续发展及大股东退场机制之特性，如何考量资本化的因素成为企业逐渐茁壮成长的一大课题。

图21 关于资本市场的选择，上市企业需要考量以下五个因素



来源：毕马威分析



零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

考量因素一 选择上市地点是企业达致上市目标的最重要决定之一

中国内地市场、香港市场以及美国市场零售消费企业上市规则对比

本报告针对中国内地市场、香港市场以及美国市场的不同市场状况及上市规则进行了对比，详见下表。

图22 中国内地市场、香港市场以及美国市场-市场状况对比

	中国内地市场	香港市场	美国市场
上市公司组成	来自中国内地不同板块的企业	来自全球不同国家及地区、不同板块的企业	来自全球不同国家及地区、不同板块的企业；其中NASDAQ主要为科技公司
主要投资者	本地机构投资者及散户	全球机构投资者	全球机构投资者

来源：毕马威分析



零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

图23 中国内地市场、香港市场以及美国市场-上市规则对比

	中国内地市场	香港市场	美国市场
上市申请程序	注册制，由相关交易所审核，证监会进行注册	- 披露为本的申请程序，由香港交易所及证券及期货事务监察委员会共同审查 - 主要评估申请人上市的合适度	- 披露为本的申请程序，由美国证券交易所审查 - 主要审阅披露内容作为供投资者评估企业表现的参考的完整性
同股不同权的资格	容许部分符合相关条件的企业	容许部分符合相关条件的创新和新兴领域企业	容许所有企业
亏损公司申请	容许市值、收入、现金流、研发投入等指标符合相关要求的企业	容许符合相关条件的企业	容许符合相关条件的企业
排队时长	根据经验，所需时间较其他市场稍长	6至9个月	
IPO估值限制	市场主导		

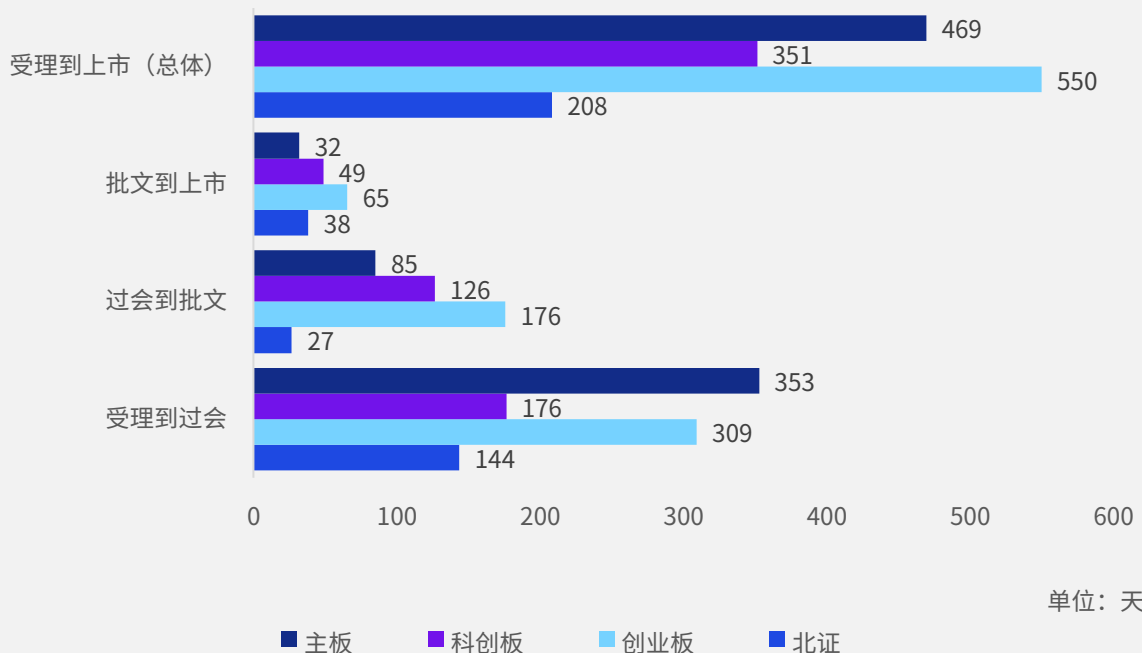
资料来源：毕马威分析

上述规则中，IPO排队时长是选择上市板块的重要考虑因素。因此，本报告统计分析了2022年至2023年3月31日在A股发行上市的496家企业的IPO排队时长。其中，A股注册制IPO上市企业共计403家（科创板133家、创业板165家、北交所105家），核准制IPO（即主板）共计93家。



零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

图24 A股各板块各环节平均审核时长



来源：，毕马威分析

从各板块的IPO排队时长看，速度最快的为北交所，平均IPO排队的时间为208天（约7个月）；其次是科创板，时间为351天（约11.7个月）；再次是主板，排队时间是469天（约15.6个月）；最慢的是创业板，排队时间达550天（约18.3个月）。

从不同环节的排队时长分布情况来看，创业板的各环节都较长于其他板块，而主板的受理到过会这个环节的等待时间特别长。具体来看，创业板IPO耗时的主要原因是较多企业热衷于申报创业板IPO。此外，注册制IPO企业扎堆向证监会提交注册，导致获取批文较慢。

在核准制下，企业在主板申报IPO的反馈时间受证监会审核政策影响较大，而且反馈难易程度较注册制更加严格，导致从受理到过会环节过慢。全面注册制改革后，主板股票发行上市审核注册机制得到优化，审核效率也会明显提升，进一步提升企业上市融资的效率和节省融资成本。综合当前的市场和国际环境来看，中国内地A股资本市场和香港资本市场是国内零售及消费品企业较为合适的发行上市市场。

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

考量因素二 选择板块定位 是企业实现价值最大化的核心和根本出发点

A股和港股资本市场板块定位分析

2023年2月17日，全面实行股票发行注册制制度规则正式发布实施，标志着A股全面注册制的制度安排基本定型，使多层次资本市场体系更加清晰，进一步厘清了每个市场的定位和所支持的行业及企业，更有利于市场主体选择最适合的发行上市板块。

图25 A股资本市场各板块定位

沪深主板-大盘蓝筹

- **定位：**重点支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业
- **认定模式：**禁止、限制、允许、支持类别

深交所创业板-三创四新

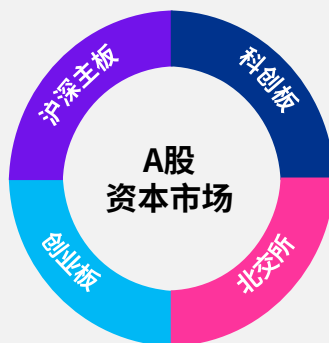
- **定位：**主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合
- **认定模式：**行业负面清单+创新属性指标

上交所科创板-硬科技

- **定位：**优先支持符合国家战略，拥有关键核心技术，科技创新能力突出，主要依靠核心技术开展生产经营，具有稳定的商业模式，市场认可度高，社会形象良好，具有较强成长性的企业
- **认定模式：**高新技术产业和战略性新兴产业等符合科创板定位的领域

北交所-专精特新

- **定位：**对全国股转系统的示范引领作用，主要服务创新型中小企业，重点支持先进制造业和现代服务业等领域的企业，推动传统产业转型升级
- **认定模式：**行业负面清单



来源：毕马威分析

不同板块对拟上市企业的要求及关注点略有差异。下面对各市场板块的基本上市条件进行对比分析。

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

图26 主要A股和港股板块基本上市条件对比

项目	A股主板	创业板	北交所	香港主板
主体资格	- 持续经营3年以上 - 有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司的，持续经营时间可以连续计算 - 不得存在对持续经营有重大不利影响的事项	/	在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司	- 具有不少于3个会计年度的营业纪录；或 - 在下列情况下，香港交易所可接纳为期限较短的营业纪录，并/或修订或豁免财务要求：根据市值/收益测试要求申请上市的申请人(选择三如 (i) 董事及管理层在申请人所属的业务和行业拥有至少3个年度令人满意的经验；及 (ii) 至少经审计的最近一个经审计的会计年度的管理层维持不变。
独立性和稳定性	- 资产完整，业务及人员、财务、机构独立； - 与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易； - 最近3年主营业务、董事、高管无重大不利变化，实际控制人无变更，主要资产、核心技术及商标不存在重大权属纠纷；	最近2年主营业务、董事、高管无重大不利变化，实际控制人无变更，主要资产、核心技术及商标不存在重大权属纠纷；		- 至少前3个年度的管理层维持不变 - 至少近一个经审计的会计年度的拥有权和控制权维持不变
会计基础及内控制度	- 会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合相关规定，最近三年财务会计报告由注册会计师出具无保留意见的审计报告 - 内部控制制度健全有效，被出具无保留结论的内部控制鉴证报告		最近三年财务会计报告无虚假记载，被出具无保留审计意见的审计报告	- 会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合相关规定，最近三年财务会计报告由注册会计师出具审计报告 - 风险管理及内部监控系统健全有效，保荐人必须聘请内部监控顾问来审查内部监控
财务指标要求	一般企业			- 选择一：盈利测试 - 选择二：市值/收益/现金流量测试 - 选择三：市值/收益测试
	- 净利润+收入/现金流 - 市值+净利润+收入+现金流 - 市值+净利润+收入	- 净利润 - 市值+净利润+收入 - 市值+收入	- 净利润 - 市值+收入+现金流 - 市值+收入+研发投入 - 市值+研发投入	
	红筹企业			
	市值、收入、技术优势		/	
	存在表决权差异的企业			
	- 市值+净利润 - 市值+净利润+收入	- 市值 - 市值+收入	- 市值+净利润 - 市值+收入+收入增长率+现金流 - 市值+收入+研发投入 - 市值+研发投入	
是否允许未盈利企业上市	除符合条件的红筹企业外，无其他未盈利企业上市标准	是	是	是

来源：毕马威分析

注：由于在A股科创板和港股创业板上市的零售及消费品企业较少，本报告暂未将A股科创板和港股创业板作为主要板块列出其基本上市条件。

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

除了上述A股、港股各板块上市基本要求外，零售及消费品企业成功上市还需关注业绩真实性、财税合法合规等重点事项。多层次的A股资本市场和多元化的港股资本市场为不同发展阶段、不同风险特征的企业提供了广阔的舞台。零售消费企业应从自身实际和发展目标出发，找准板块定位，做好前期规范和统筹工作，切实推进上市工作进程，实现企业价值最大化。

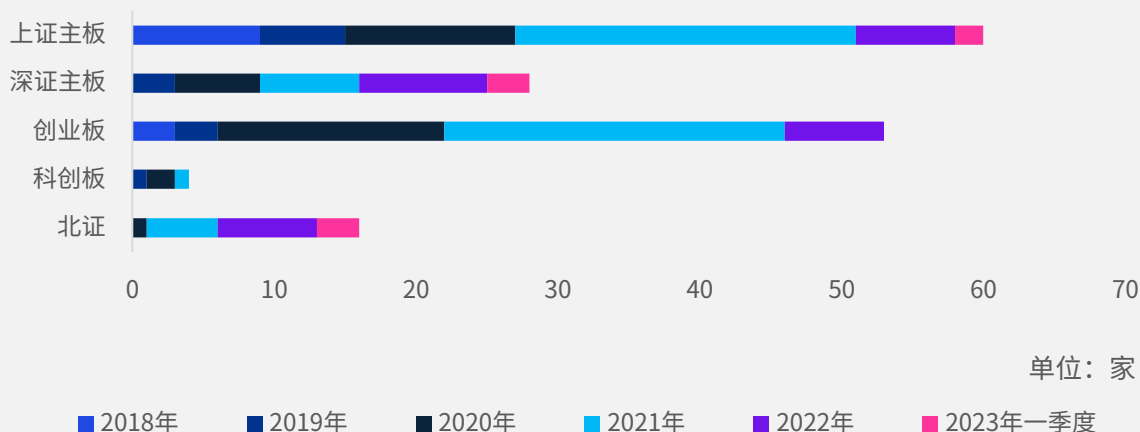
零售消费企业上市公司的板块分布情况

A股市场和香港市场融资平台各具特色，零售消费企业通常根据自身情况选择最适宜的资本市场，促进资本有效运作，实现长期可持续发展。为厘清近年来零售消费企业上市情况，本报告整理了2018年至2023年一季度的相关数据。其间，有161家零售消费企业登陆A股资本市场，相较于港股市场的103家，前者的零售消费上市企业存量更大。

A股

2018年至2023年一季度，共有161家零售及消费品企业成功登陆A股市场，其中，主要集中于上证主板和深证创业板，上市企业数量分别是60家和53家。

图27 A股零售及消费品行业上市公司



来源：，毕马威分析

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

由上图可知，自2020年起，选择登陆A股资本市场的零售及消费品企业数量增长幅度明显扩大，尽管在全球经济存在众多不确定因素的情况下，A股市场总体表现也比较平稳，展现了较强的韧性和抗风险能力。截至2023年3月31日，2018年至2023年第一季度期间上市的A股零售及消费品企业总市值排名前五的上市企业信息如下表。

图28 零售及消费品行业A股上市公司总市值排名前5名

证券代码	证券简称	上市日期	上市板	总市值 (亿元)	首发募集 资金 (亿元)	2022年总 收入 (亿元)	2022年总 利润 (亿元)
300999.SZ	金龙鱼	2020-10-15	创业板	2336.7	139.3	2574.9	38.7
605499.SH	东鹏饮料	2021-05-27	上证主板	769.7	18.5	85.1	18.4
605117.SH	德业股份	2021-04-20	上证主板	616.4	14.0	59.6	17.5
300979.SZ	华利集团	2021-04-26	创业板	612.9	38.9	205.7	40.9
300957.SZ	贝泰妮	2021-03-25	创业板	543.2	30.1	50.1	12.1

来源：，毕马威分析，截至2023年3月31日

随着资本市场加速推进市场化改革，A股资本市场IPO持续扩容，不少企业抓住机遇加快A股IPO进程。截至目前，已有多家零售消费优秀企业开始辅导备案的流程，全力冲刺IPO。

香港资本市场零售消费行业IPO比较活跃，2018至今，已经有10373家企业登陆香港交易所，包括农夫山泉、百威亚太、海尔智家等细分行业企业相继在港股完成上市。近三年来看，受宏观经济和地缘政治影响，港股市场受波动较大，选择港股上市的企业数量明显减少，但是香港交易所上市制度改革与创新的步伐却从未停歇，香港资本市场的竞争力和吸引力仍在不断提高，后续发展值得期待。2023年至今，就有包括燕之屋、乡村基、锅圈食品、十月稻田等9家零售消费企业在港交所递交A1申请，其中，1月递交A1申请的珍酒李渡已于4月发行上市。港股资本市场亦是零售消费企业的热门选择。

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

2023年2月17日，中国证监会发布了《境内企业境外发行证券和上市管理试行办法》，同时还发布5项配套指引，对境内公司直接和间接境外上市统一进行备案管理，完善了境外上市监管制度，境内企业境外上市从此进入了全面备案制的新时代。一般情况下，内地零售消费企业赴港上市主要有H股、红筹上市两种模式。市场主体需要根据自身实际情况选择适合的境外上市模式。为更清晰地了解两者差异，下表对两者进行对比分析。

图29 H股和红筹股对比分析

项目	H股模式	红筹模式
定义	上市主体为中国境内注册公司，在境外发行股票并上市	上市主体为中国境外注册公司，但其业务、盈利、资产及管理层主要来自境内
境外发行上市的认定	直接境外发行上市	间接境外发行上市
上市审批机关	中国证监会、香港证监会、香港交易所	
全流通	经证监会备案后为全流通	公司整体股份拥有上市地位，即全流通
外商投资	不存在外资限制/禁止投资的业务领域	

来源：毕马威分析

对于拟上市的零售消费公司来说，无论是选择H股还是红筹，都需要对公司IPO难易度以及上市后的发展进行综合考虑，在保证稳定快速上市的同时，还需要考虑到上市后可能面临的问题，同时也应该根据境外上市监管规定，做出适合公司本身的上市方案。

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

打通境内外双融资平台成趋势

企业发行上市可以从股票市场上获得资金，用于公司的经营发展，从而发挥更大潜能，创造更多市场价值。通过A+H股双重上市，可以使公司充分利用境内外两个资本市场的优势，使公司一次性构建两个融资平台，使其后续融资不再受制于单一市场的规则及状况限制，拓展公司的融资渠道及方式。截至2023年一季度，在A股586家和港股339家零售及消费品上市公司中，总计有5家A+H股上市公司。

图30 零售消费行业5家A+H股上市公司

证券简称	A-上市板	H-上市板	A股代码	H股代码	A股-上市日期	H股-上市日期
安德利/安德利果汁	上证主板	香港主板	605198.SH	2218.HK	2020-09-18	2003-04-22
美凯龙/红星美凯龙	上证主板	香港主板	601828.SH	1528.HK	2018-01-17	2015-06-26
海信家电	深证主板	香港主板	000921.SZ	0921.HK	1999-07-13	1996-07-23
青岛啤酒/青岛啤酒股份	上证主板	香港主板	600600.SH	0168.HK	1993-08-27	1993-07-15
海尔智家	上证主板	香港主板	600690.SH	6690.HK	1993-11-19	2020-12-23

来源：，毕马威分析，截至2023年3月31日

图31 A+H股上市公司股价情况对比

证券简称	A股股价 (人民币/元)	H股股价 (人民币/元)	股价差异 = (A股-H股)/A股
安德利/安德利果汁	19.86	5.82	70.7%
美凯龙/红星美凯龙	120.6	69.78	42.1%
海信家电	5.61	3.10	44.7%
青岛啤酒/青岛啤酒股份	20.95	16.06	23.3%
海尔智家	22.68	21.92	3.4%

来源：，毕马威分析，截至2023年3月31日

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

5家A+H股上市公司中，同一家公司在不同上市主体的股价均有所差异。其中安德利的股价差异最大，超过50%，而海尔智家则最小。随着A股市场持续发展日趋成熟以及两个市场的融合，未来二者对于同一上市主体的价值判断也更为接近。

零售消费企业选择搭建A+H等境内境外双融资平台，一方面有利于企业拥有更便利的融资渠道和更灵活的资本工具使境外资金周转顺畅，另一方面也有助于境外业务发展以及国际化战略推进。

除此之外，分拆上市也是上市公司产业发展、资源配置、资产重组的重要手段。据统计，零售消费上市企业主要通过A拆A方式分拆子公司上市。截至目前，零售消费上市企业分拆子公司境内上市进度如下：

图32 零售消费行业A拆A上市公司

证券代码	证券简称	拟上市板	分拆子公司名称	分拆子公司境内上市进度
600060.SH	海信视像	科创板	青岛信芯微电子科技股份有限公司	股东大会通过
000521.SZ	长虹美菱	北证	中科美菱低温科技股份有限公司	股东大会通过
600298.SH	安琪酵母	北证	湖北宏裕新型包材股份有限公司	股东大会通过
000333.SZ	美的集团	创业板	美智光电科技股份有限公司	股东大会通过
600739.SH	辽宁成大	科创板	辽宁成大生物股份有限公司	股东大会通过

来源：，毕马威分析

无论是在首次公开发行前的股权融资，还是到后续不同资本市场的公开发行，企业需要前瞻的顶层设计和提前的布局安排。同时，更需要专业中介机构的协助，充分讨论、分步实施，共同完成全过程的上市工作，尽早准备、少走弯路。

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

考量因素三

了解IPO流程是企业把握上市节奏的关键环节

► A股IPO上市流程

拟上市公司自筹划改制到完成发行上市，主要包含重组改制、尽职调查与辅导、申请文件的制作与申报、申请文件的审核及发行与挂牌上市等阶段，其中任何一个环节的疏忽都可能导致上市发行失败，因而了解整个IPO流程十分关键。总体上拟上市公司IPO的过程分为5个阶段，流程大致如下：

图33 A股IPO上市流程



来源：毕马威分析

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

香港IPO上市流程

通常分成三个阶段：首次公开募股计划和准备、详细审核、听证会和上市，以下是香港上市的参考时间表，列出了三个阶段中每个阶段的主要任务。

上市流程所需的实际时间取决于结构复杂程度和涉及的具体问题。

图34 香港IPO时间表

首次公开募股计划和准备

重组和规划

- 重组
- 税收结构

准备财务信息及审计

聘请专业团队

- 保荐人/承销商
- 审计师
- 律师
- 账簿管理人员

公司治理

- 董事会组成
- 内部控制
- 审计、提名和薪酬委员会

详细审核

更新预测/负债/备考财务信息

研究分析师

- 公司预报模型
- 商业概览

香港交易所和证监会

- 定性评估和评论

听证会和上市

上市委员会听证

路演和营销

- 投资者定位
- 询价圈购
- 公开发售

定价

出具聆讯后资料集(PHIP)和招股说明书

保荐人尽职调查

资本结构

- 所得款项用途
- 股息政策
- 优先股

准备预测/负债/备考财务信息

准备招股说明书/上市表格 A1

3-24个月

提交上市A1

3个工作日内

向中国证监会备案（《管理试行办法》第16条）

5个工作日内告知补正

完备后20个工作日内出具

中国证监会备案通知书

1-3个月

1个月

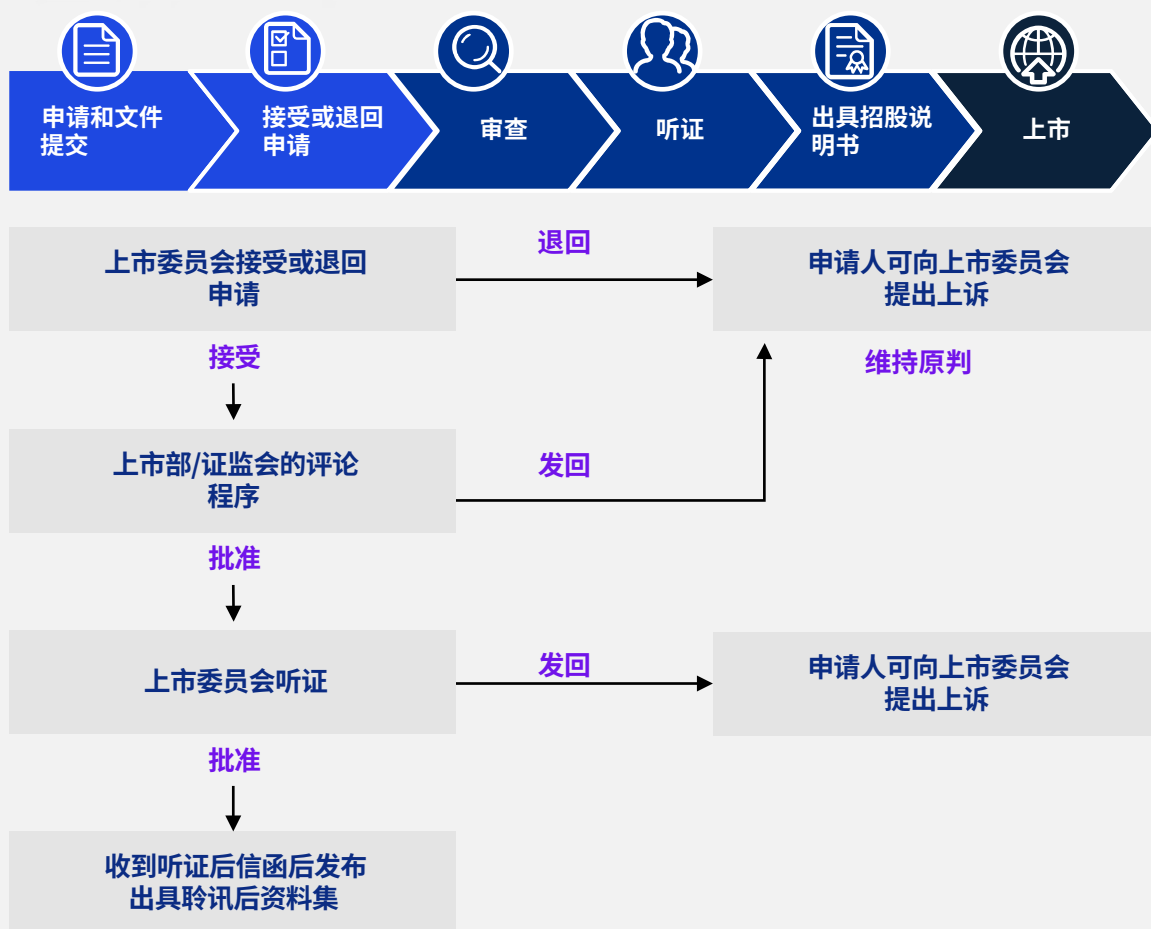
上市发行后

中国证监会境外发行上市情况备案

来源：毕马威分析

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

图35 香港IPO上市流程



来源：毕马威分析

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

考量因素四 财务关注重点是企业上市过程中的重点审核问题

财务管理是企业管理的基础，是企业内部管理的中枢，是企业高效发展、提升企业竞争力的重要保障。企业在日常运营过程中，需要采取有效措施，构建并完善财务制度，同时还需要监督财务制度的实施，提高企业内部竞争力，实现企业高效发展。但是，不同成长阶段的公司规模，经营模式，辐射领域，所有权结构及外部监管要求有所不同，公司的财务管理的目标也存在较大的差异，配套的财务制度也在逐渐丰富与优化。

在企业的起步阶段，公司通常是以单店经营，公司整体的财务管理模式主要依托资金的收付实现制管理，财务管理的主要目标是简单的数据记录并满足工商及税务的监管要求，公司的资金流水收支基本通过管理层或者所有者的记忆留存，整个会计核算过程中未设立健全的财务管理制度。

随着公司的发展，公司规模增大。公司的员工数量逐渐增多，从个体股东直接经营，到聘请员工开展经营；采购从股东分散直采到确定供应商配送；生产物料从少量低值后台管理到中转会货仓管理，从人工结账到自助结账等，以上公司规模及经营模式的变化，导致原来的收付实现制、记录式财务管理模式已不能实现社保代扣代缴，供应商对账及账期管理及存货实物监管及核算等新增要求。完整的财务制度架构搭建，独立的财务信息系统上线，对企业各个生产环节和经营过程的监督和反映体系的建立以及企业基本资金的短期筹集和使用等预算管理制度的推行成为当下公司的主要财务重心及目标。

公司投资者的引入，对公司的财务管理核算提出了更高的要求。通常在投前投资人尽职调查中，被投资公司财务基础不够规范，财务人员少，财务管理架构简单，不能实现不相容职责分离等问题均是常见问题。投资者注资后，随着股权架构的搭建，新的董事会成立，企业进行相对成熟的独立运作，企业的财务工作要与公司法所要求的董事会、监事会和总经理领导的经营管理机构进行有效对接。此时财务管理工作需要理顺与各个管理机构之间的关系，并在一定范围内独立运作行使财务工作所需要的独立核算权利，以便满足会计信息的计量和反馈的工作要求。

零售及消费品企业IPO之路，需要接受监管的全面体检，这一环节被称为“问询”。毕马威中国在服务企业过程中发现，监管机构在问询中，最关注的九大重点包括收入确认及应收款项管理、研发费用核算和确认、存货采购及效期管理、员工激励安排、长期资产核算及减值评估、法律合规风险、合并范围确定、关联交易合规风险、业财融合及记账规范。

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

庞大的零售及消费品市场需求吸引了大量参与者涌入，催生出了各类细分市场，在创造机遇的同时加剧了竞争。对企业而言，在资本市场立足，需要把抽象的“消费习惯”、“消费心智”等主观因素，具象到根本的“顾客”、“产品和服务”，以及“如何完成价值交换”之间的逻辑关系上；并在明确了基本商业逻辑的基础上，梳理出贴合业务运行的有效模式。

企业在不同的发展阶段，可能会对业务模式进行调整，以适应当下的境遇。对于零售及消费品企业，赚取利润的通路主要包括直营销售和加盟商销售。从财税及运营视角观察，不同业务模式间存在共性问题，也存在源于模式本身的风险事项，以下汇总了在资本化过程中重点关注的财务、税务及运营问题，若需要就具体问题展开详细探讨，可联系毕马威中国零售及消费品行业团队。

图36 零售及消费品上市企业重点关注的财务、税务及运营问题



来源：毕马威分析

零售及消费品行业资本化需要考量的五大因素

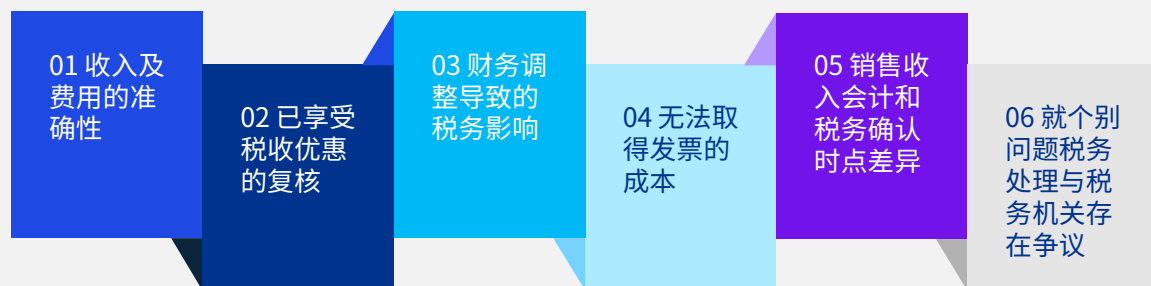
考量因素五 税务关注重点是企业上市过程中的重点审核问题

2023年中国经济增长仍面临许多不确定因素，税务部门的监管力度日益加强，零售及消费品行业的税务合规成为监管重点。另外，随着金税系统的逐步发展，税务部门也会通过大数据筛查等智能归集手段进行税务稽查。

在零售及消费品企业申报上市的过程中，企业常见的税务问题往往与其发展和所属业态息息相关，监管机构会特别关注历史税务问题及合规性问题。

部分零售消费品企业历史沿革复杂且税务管理较为混乱，存在未按规定报税、未取得合规发票、就个别问题税务处理与税务机关存在争议等大量遗留问题，导致投资者需承担极大风险。合理合法的税务规划不仅可以优化零售及消费品企业整体税负，提高投资者收益，同时又能有效地管控税务风险。

图37 零售及消费品企业相关税务关注问题



来源：毕马威分析

在“智慧税务”和“以数治税”的大背景下，企业数据信息的透明化程度更深，基于丰富的税务优化项目经验，毕马威税务风险管控和合规贯穿零售及消费品企业全周期各环节，其中包括纳税申报、税务审阅、税务尽职调查、集团重组和税务筹划服务等，为企业成功上市保驾护航。

结语



结语

改革开放以来，零售消费行业发生许多重大变革，传统零售的转型升级，新型零售的扩能增效，给行业带来新的发展模式与发展机遇。

尽管受到疫情的影响，但随着国家扩大内需、恢复和加快消费的一揽子政策的推动，我国消费品市场整体规模保持稳定，发展前景一片明朗。在国家政策的支持和市场需求的影响下，越来越多的零售及消费品企业启动上市计划，目标是通过上市积累更多资金，让企业形成良性的资金循环，提升企业的核心竞争力。

中国内地的A股市场以及香港资本市场一直是企业走向资本市场的重要选择，近年来，两地资本市场互联互通逐步加深，给零售及消费品企业提供更多上市机会。毕马威中国作为领先的专业服务机构，一直以来积极关注零售消费行业的发展动态，并在助力企业上市的过程中积累了诸多宝贵经验，在本篇报告中，深入分析了A股与港股市场的上市发展情况，提供A股与港股市场的上市流程，希望能通过精准服务推动零售及消费品企业成功上市。

未来，毕马威中国将积极响应政府的号召，持续不断提高服务质量，通过关注企业财务重点以及税务问题，进一步优化上市氛围，帮助更多的零售及消费品企业走向资本市场，竭力为零售行业的高质量发展添势赋能。

关于毕马威

毕马威在中国内地、香港和澳门运营的成员所及关联机构统称为“毕马威中国”。毕马威中国在三十一个城市设有办事机构，合伙人及员工超过15,000名，分布在北京、长春、长沙、成都、重庆、大连、东莞、佛山、福州、广州、海口、杭州、合肥、济南、南京、南通、宁波、青岛、上海、沈阳、深圳、苏州、太原、天津、武汉、无锡、厦门、西安、郑州、香港特别行政区和澳门特别行政区。在这些办事机构紧密合作下，毕马威中国能够高效和迅速地调动各方面的资源，为客户提供高质量的服务。

毕马威是一个由独立的专业成员所组成的全球性组织，提供审计、税务和咨询等专业服务。毕马威国际有限公司（“毕马威国际”）的成员所以毕马威为品牌开展业务运营，并提供专业服务。

“毕马威”可以指毕马威全球网络内的独立成员所，也可以指一家或多家毕马威成员所。

毕马威成员所遍布全球143个国家及地区，拥有超过265,000名专业人员。各成员所均为各自独立的法律主体，其对自身描述亦是如此。各毕马威成员所独立承担自身义务与责任。

毕马威国际有限公司是一家英国私营担保有限责任公司。毕马威国际及其关联实体不提供任何客户服务。

1992年，毕马威在中国内地成为首家获准中外合作开业的国际会计师事务所。2012年8月1日，毕马威成为四大会计师事务所之中首家从中外合作制转为特殊普通合伙的事务所。毕马威香港的成立更早在1945年。率先打入市场的先机以及对质量的不懈追求，使我们积累了丰富的行业经验，中国多家知名企业长期聘请毕马威提供广泛领域的专业服务（包括审计、税务和咨询），也反映了毕马威的领导地位。



毕马威中国

零售和消费品团队



林启华

毕马威中国
零售及消费品行业主管合伙人
零售及消费品行业审计主管合伙人
电话: +86(20)38138388、+86(755)25474388
邮箱: raymond.lam@kpmg.com



翁晔

毕马威中国
零售及消费品行业税务主管合伙人
电话: +86(21)22123431
邮箱: jennifer.weng@kpmg.com



孙国宸

毕马威中国
零售及消费品行业咨询主管合伙人
电话: +86(21)22123740
邮箱: willi.sun@kpmg.com



张欣

毕马威中国
华南区消费餐饮行业审计服务主管合伙人
华南区零售及消费品行业审计服务合伙人
电话: +86(20)38137617、+86(755)25474357
邮箱: rachel.x.zhang@kpmg.com



苏逸婷

毕马威中国
华南区零售及消费品行业
审计高级经理
电话: +86(20)38137370
邮箱: sandy.su@kpmg.com



张诗颖

毕马威中国
零售及消费品行业市场经理
电话: +86(20)38138974
邮箱: cherry.s.zhang@kpmg.com



黄丽婷

毕马威中国
零售及消费品行业市场助理经理
电话: +86(21)52031432
邮箱: ol.huang@kpmg.com

kpmg.com/cn/socialmedia



如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：
<https://home.kpmg/cn/zh/home/about/offices.html>

所载资料仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的资料，但本所不能保证这些资料在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载资料行事。

©2023毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)—中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询(中国)有限公司—中国有限责任公司，毕马威会计师事务所—澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所—香港特别行政区合伙制事务所，均是与英国私营担保有限公司—毕马威国际有限公司相关联的独立成员所全球性组织中的成员。版权所有，不得转载。

毕马威的名称和标识均为毕马威全球性组织中的独立成员所经许可后使用的商标。