

探索大资管格局下证券投资基金的法治化路径——评《证券投资基金法律制度:立法前沿与理论争议》

■ 四川省社会科学院研究员 侯水平

中国资产管理行业的发展规模已经步入了 100 万亿元时代,但与其狂飙突进的急速扩张相伴而生的,却是刚性兑付、期限错配、多层嵌套、影子银行以及大量投资非标资产等各种非正常金融现象。党的十九届四中全会指出,要“加强资本市场基础制度建设,健全具有高度适应性、竞争力、普惠性的现代金融体系”。 证券投资基金是我国资管行业不可或缺的重要组成部分,加快完善证券投资基金的内外部制度,对于防范金融风险,推动资管行业高质量发展具有重大的现实意义。

2018 年 4 月中国人民银行等四部门联合发布《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》(即资管新规)后,标志着我国大资管行业进入了统一监管的新时代,行业格局面临重塑。 证券投资基金如何适应规则变化的要求,通过制度建设积极探索具有中国特色的法治化路径, 提升行业的核心竞争

力,已经成为摆在学术界和实务部门面前的重大研究课题。近期由社会科学文献出版社出版,郑泰安研究员领衔的新著《证券投资基金法律制度:立法前沿与理论争议》,综合应用法学、经济学、金融学的理论,采用比较分析、历史分析、规则分析和案例分析等方法,从证券投资基金法律制度的立法理念与顶层设计入手, 围绕投资基金的内部治理、监管体制、基金服务机构的监管规范、投资者适当性制度、互联网基金的法律规制以及投资基金领域的刑民交叉等问题展开深入研究,从宏观与微观两个层面提出了在大资管行业格局变迁背景下,完善我国证券投资基金法律制度体系的思路、框架和具体路径,不仅在相当程度上拓展了国内证券投资基金法理论研究的深度,而且为该领域相关研究的进一步开展提供了可资借鉴的思维视野与研究范式。

纵观全书,结构严谨、逻辑清晰、论证充分、观点新颖,按照“先宏观,后微观,宏观统摄微观”的排序思路,利用七章的篇幅对证

券投资基金法律制度体系中的前沿热点问题进行了全方位的探讨,本研究成果的创新主要体现在以下四个方面。

一是对与证券投资基金立法相关的文献资料进行了类型化的梳理与总结。通过在每一章的开篇设置专节的文献回顾与综述,对本章研究主题现有的研究水平,国内外最新的研究动向,已经取得的研究结论和成果进行分门别类的归纳,分析总结前人研究的空白或者不足之处,为本书研究内容的着眼点及创新点的展开提供理论铺垫。

二是对证券投资基金的立法理念和治理原理进行了原创性的阐释。从金融法基本理论出发,结合我国基金立法实践以及大资管行业的发展现状,提出《证券投资基金法》应当贯彻三大立法理念:投资者保护、金融诚信与政府适度干预。从组织形式、募集方式和运作方式三个不同节点的要素切入,对公司型基金与契约型基金的治理机制进行全景式解析,指出两种组织形式均面临基金投资者与基金管理人之间固有的委托代理

问题,囿于我国不同资产管理业态分别立法与监管的现实,应当采取“统分结合”的路径,参照公司法及信托法等商事法律确立基金受托人受信义务的一般条款,并在证券投资基金受托人受信义务上分别完善忠实义务和勤勉义务的具体规定。

三是对证券投资基金在大资管格局重塑过程中面临的挑战进行了由点及面的反思与因应。通过对我国私募基金监管滞后、基金服务机构及其相关业务的法律规则不完善、基金投资者保护机制不健全以及互联网基金法律规制困境等前沿热点问题进行深入探讨,在总结域外规制经验的基础上结合我国基金行业的发展实践,为在大资管新阶段中如何保障投资基金能得以持续、健康、快速发展提出了富有针对性的立法建议,对于我国进一步完善证券投资基金相关法律法规制度具有很强的参考价值。

四是对证券投资基金领域的刑民交叉问题进行了穿透式的解析与重构。从价值目标多元化和容忍合理试错两大方向重构我

国金融刑法的立法理念,将原有的抽象“秩序法益观”转变为各类金融主体的整体及具体利益保护;在金融领域突出强调刑法的谦抑原则,协调好刑法与金融创新的关系。通过类型化分析,从实体和程序两个层面为证券投资基金刑民交叉案件处理提供了一般性的规则参考。

郑泰安研究员及其团队的该项研究成果,深度切合国家加强资本市场基础制度建设的需要,充分利用跨学科、跨行业的团队优势,坚持走理论研究与行业实践相互印鉴,本土资源与域外经验创新融合的道路。本书是对我国证券投资基金领域理论研究和实践热点的最新全面总结和有力探索,不仅充实和完善了我国证券投资基金立法理论体系中的诸多要素和理论观点,而且有助于推进我国证券投资基金法律制度体系在大资管格局下的创新发展,为建设具有中国特色的证券投资基金法制制度理念、建设体系、治理规律进行了有价值的深度思考和有意义的类型化探索。

从产播基地开启农货的硬核“造梦之旅”

■ 邓海建 媒体人

一场突如其来的疫情,让不少行业面临危机,却为直播行业加了一把火,尤其是电商直播,数据显示,今年 2 月以来,全国范围新入驻电商及直播平台的主播较上个月同期增长了 10 倍。(4 月 26 日澎湃新闻)

被“秒光”的木耳,成“网红”的果园……在 2020 年这个“万物皆可播”的年份,直播撬动的杠杆,显然不只是“铁汁们”双击的爱心。就像网友说的,哪怕是个早餐店,不向全世界直播一下本店的面条或混沌,开业的底气似乎就要打个五五折了。不过,相较于李嘉琪薇娅的纯商业直播,瞄准脱贫攻坚的农货直播显然更温热、更动人。

客观地说,时下的农产品直播平台并不少,从阿里到拼多多、从京东到斗鱼,八仙过海,乱花迷眼。不过,播客和产品多是两层皮:沾着仙气儿的网红在聚光灯后秋波婉转,土味农货在他(她)们手里像个艺术品一样。说得更直白一些,这些农产品的硬核品质被忽略,反而成为搭着流量便车的寻常货。如果把电商直播当作农业产业化的实现路径,那么,隔靴搔痒的网红主播显然难以更深层次地为优质农产品代言。或者说,以类似“产播高地计划”等推动村播、农播走向专业与成熟,这是平台与农货最需要无缝对接的大事。

那么,农副产品直播带货的正确打开方式究竟是什么呢?

它至少满足三个基本要素:农货够硬气,推介够专业,平台够开放。4 月 23 日,拼多多首个“产播基地”落地泉州。泉州市及下辖各县市共计 6 位市长与参与线上展销会的当地优秀企业,组团向平台 5.85 亿消费者推介泉州品牌。短短一天时间——泉州线上商品展销会累计获得 6.73 亿次浏览,各产业带直播间累计吸 8100 万消费者围观和下单。全平台泉州商家成交额超过 15.48 亿元。这份盆满钵满的成绩单,背后是“6 位市长长助力”写就的传奇。如果说,以往地方官员线下吆喝是“运气式销售”,那么,以产播基地为承载、以常态赋能为目标的“市长当主播”,则真正为传统农业转型提供了样本式的契机。

一句话,这是让专业的人干专业的事情。一方面是专业基层干部更懂农产品的禀赋优势,另一方面是专业电商平台更擅于将手机打造成“新农具”、流量变现为“新农资”、直播转化为“新农活”。如果有了产播基地的加持,“楼上直播、楼下拿货”不再是梦,“先卖货、后付款、零库存”也必将照进现实。如此一来,互联网经济的数量优势、数据优势、技术优势,就真正进化为链接复工复产与扩大内需、释放被抑制、被冻结的消费需求,畅通产业循环、市场循环、经济社会循环的核心支点。而每一个农户、每一块土地、每一粒种子,都可以在产播联动的模式中开启自己的“造梦之旅”。

防疫当前、发展要,脱贫在即、实干为先。统计显示,一季度,全国农产品网络零售额达 936.8 亿元人民币,增长 31.0%。涉农商品销售旺盛,其中,肉禽蛋、粮油和蔬菜的增长较快,增速均在 70%以上。借助“新品牌计划”等民间力量,让产播基地成为农业柔性生产的依托——不远的将来,带货能力或会成为农业领军人物或企业的能力标配,而新基建下的新农村,也必会因特色农副产品而强力圈粉。对更多消费者来说,“去直播间买农货”,迟早就像逛超市一样习以为常、轻松自由。

自媒体应自觉维护网络生态

■ 许贵元 评论员

今年 3 月,数百篇“华商太难了”的雷同文章,通过微信公号批量发布。有网友感慨:一个“郭红”,就让全世界华商“太难了”。 4 月 24 日起,国家网信办组织各地网信部门,开展为期两个月的网络恶意营销账号专项整治行动。(人民网 4 月 28 日)

进入移动互联网时代,自媒体蓬勃发展。据有关资料显示,作为头部社交平台的自媒体,2019 年微信月活跃账号数就超过 11.5 亿。截至 2019 年 6 月,我国网民规模达 8.54 亿,手机网民达 8.47 亿,网民使用手机上网的比例达 99.1%。一些利欲熏心的不法自媒体,为了抢市场、争流量、捞大钱,无

视法律法规,铤而走险,各类乱象层出不穷。尤其令人愤怒的是,一些自媒体在全国万众一心、共同抗疫的“拼命时刻”,乘机而入,利用所谓合法的“公众号”,别有用心地编造谣言,制造恐慌,借机谋取暴利。陕西西安一企业旗下公众号批量发布以“XX(国家或地区)为何渴望回归中国?”等为题的文章,通过“标题党”激化社会情绪,以充满狭隘民族主义的噱头误导公众。对这种“混世魔王”的违法行为,有关部门对其公众账号已进行封号处理。

作为自媒体,为了生存与发展,正当追求社会关注、实施合法营销、守法维系,本无可厚非。但无视法律法规,肆意冲破法律底线,只能是遭到“自我毁灭”的下场。当今处于发

达的互联网时代,自媒体确有“一席之地”,完全可以发挥自身平台的优势,积极传播社会正能量,引导和激发人民群众爱国力量和干事激情。少数自媒体奉行“只顾赚钱、不择手段”的不文明、不道德、不健康、不守法的营销方式,给社会造成了不应有的、无法挽回的恶劣影响和危害。同时,也严重触犯了《网络安全法》和相关的互联网行政法规。

营造良好的网络生态,对深化改革、扩大开放,营造风清气正的发展环境,具有重大政治意义。习近平总书记在在全国网络安全和信息化工作座谈会上明确指出:“网络空间天朗气清、生态良好,符合人民利益。网络空间乌烟瘴气、生态恶化,不符合人民利益。我们要本着对社会负责,对人民负责的态

戏画闲言

首富造假也变凉

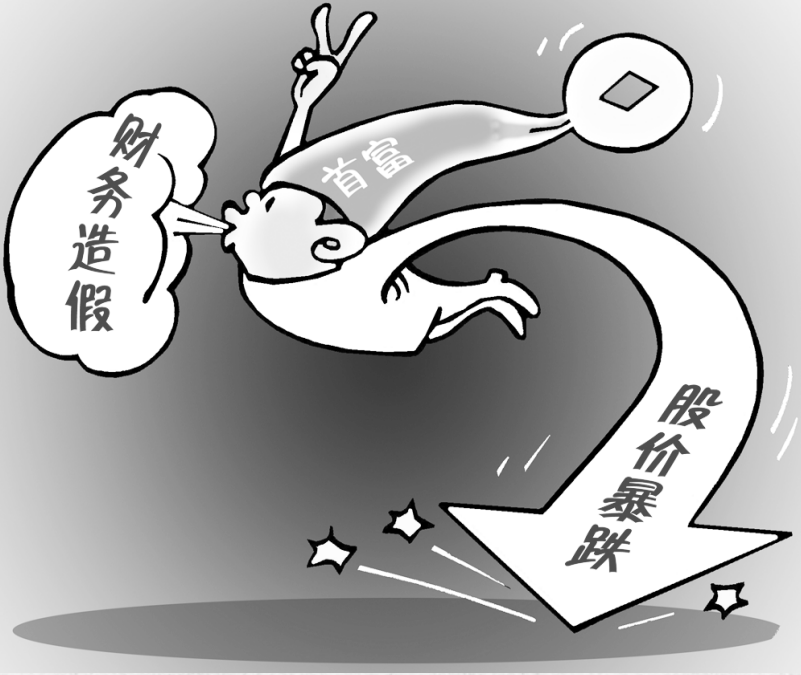
■ 吴之如 文/画

《每日经济新闻》近日报道,因财务造假被证监会点名后,近来,藏格控股股价已连续两个交易日跌停,创近 11 年新低。

无论是谁,弄虚作假都必须付出代价。去年年底,曾是身家达上百亿的“青海首富”“钾肥大王”的藏格控股因财务造假、资金占用而领到罚单,公司实控人被采取 5 年市场禁入措施。有道是:发家岂能靠扯谎,首富造假也变凉;诚信原为人之本,肆意践踏必自伤。

说实在的,在中国假如不是依托改革开放的好政策,又哪会有民营企业家的立足之地和发展空间。因此,民营企业也须遵守国家法令,不能瞎搞歪门邪道,尤其是上市公司更应该规范运营。像“藏格”那样靠财务造假,欺骗股民,糊弄政府,愚弄百姓,不仅是法律严禁,道德良心也该受到严厉谴责啊。若如此混下去而不思幡然悔改,企业自然是只有步入穷途末路的前景了。

政府要依法治国,企业也必须依法运营。谁若不肯循此正路而一心要钻空子走歪路,那么,结局不但是此路不通,代价还将十分惨重。



全城造节,提振疫后消费的“上海样本”

放下思想包袱、抛开精致人设,为提振消费“全力开黑”,这大概是每个城市在复工复产路上都该配的思路与情怀。

■ 海建 媒体人

5 月 4 日,在青年节到来之际,上海市在全国率先启动“五五购物节”,最大力度刺激消费需求,释放内需潜力。包括欧莱雅、特斯拉、拼多多、腾讯、上海第一百货、上海第一八佰伴、百联集团、新世界百货等在内的多家企业都参与其中。(5 月 7 日澎湃新闻)

走过路过,没有错过。上海的这场“五五购物节”,或是中国商业版图上造节运动的 2.0 版本。举城之力、与民之利——有人说,这是继双十一、618 之后诞生的另一个中国购物节。这话大概只说对了一半,从传统的平台造节到新版的城市造节,新零售在城市航母上策动的新消费旋风,展示的

不仅是一座城市的“内需野心”,更是公共治理在疫后经济中的雷霆效能。

从“百亿补贴大牌”到“有声南京路”,从“打通线上线下双通道”到“重点商圈街数字化营销”……云逛街、云购物、云展览、云走秀、云体验,十里洋场再次缔造出繁盛如斯的火爆消费盛景。实时数据显示,自 5 月 4 日 20 时启动五五购物节后的 24 小时,上海地区消费支付总额达 156.8 亿元。时节不居,岁月流转,在“BAT 抛弃论”等陈年旧梗如风过耳的今天,作为商业文明重镇的上海,在低调奢华的“五五购物节”里,秀出了新零售“策源地”和“竞技场”的风范。今年一季度,上海商品类网络购物交易额逆势增长 19.1%。在热闹的数字和热闹的节日背后,大概还有理性的“门道”支撑着城市商业的高质量愿景。

一则,城市的平台经济规模,成为全城造节的有力支撑。这些年,上海诞生了一大批科技互联网企业,比如小红书、B 站、喜馬拉雅等。这些高地经济的弄潮儿,为城市商业转型升级提供了宝贵的“支点”。二则,领军企业的飞速发展,成为全城造节的技术

主力。比如截至 4 日中午 12 点,拼多多平台已发放价值超过 20 亿元的现金券和满减优惠券,直接带动线上和线下交易额超过 40 亿元。扫码抽奖、网红+店员联合直播、O2O 小程序内购、VR 购物体验……线下店铺打造线上私域流量,真正实现了线上线下融合发展。相较于纯电商的传统购物节,这种“融合沉浸”的新式购物节,多了几分共享与共融的温暖,在重构产业格局与均衡利益分配中,更让人直观感受到信心满满的人间烟火气。

放下思想包袱、抛开精致人设,为提振消费“全力开黑”,这大概是每个城市在复工复产路上都该配的思路与情怀。“五五购物节”固然是“上海牌”的,但创新消费场景与模式的规律总是“通存通兑”的。时下,31 省份经济“一季报”悉数出炉,疫情影响明显,回升势头亦足。如何以新动能稳住经济基本盘,这个问题不仅考验着发展的初心。

在“千店大联播”等具体而微的创新之下、在“五五购物节”等颠覆式创意之中,让清冷的交易热血起来、让犹疑的信心强悍起来,谁也不能小瞧了一整座城市的“带货能力”!