

主动退市能成常态机制吗

■ 高山 自由职业者

2014 年 11 月 16 日起,《关于改革完善并严格实施上市公司退市制度的若干意见》开始正式施行,到目前为止,这个曾经被称为“史上最严”的退市制度实施已满一年。然而时至今日,除了三家已经退市的公司外,真正退市的却没有几家,更多的则是在玩“重组”游戏,以及扮“僵尸”等待政府救命。(12 月 2 日《广州日报》)

随着第四季度的来临,一些处于退市边缘的公司又将开展自救措施,或者寄希望于“富爸爸”救援,或者通过重组来救急。但是,按照严格的退市制度的监管要求,最终符合退市条件的上市公司怎么也逃脱不了退市的制裁,退市,保障了投资者的利益,也规范了市场的健康发展。据统计,30 家今年半年报已续亏的公司若不能在下半年扭亏,则将

直面退市。

根据上交所《股票上市规则》规定,上市公司可能因多种情形而退市。其中既包括公司解散、被宣告破产的情形,也包括净利润、净资产、营业收入或者审计意见触及相关规定的标准、公司股本总额发生变化或者公司股权分布发生变化不再具备上市条件、公司股东大会在公司股票暂停上市期间作出终止上市的决议、公司未在规定期限内披露年度报告或中期报告等情形。

自 2001 年以来,我国退市的 A 股和 B 股共 98 只,不到目前 A 股所有上市公司总数的 4%。而在欧美、日本、香港等国家和地区,退市几乎是一种常态。2003 年-2007 年,纽交所年均退市率 6%,近一半是自主退市;纳斯达克年均退市率 8%,自主退市约占三分之二。而 A 股年均退市率仅为 0.3%。

在 A 股市场,因众多公司眼花缭乱的保

壳方法,助长了市场上“乌鸦变凤凰”的投机风潮。退市制度不健全,落实力不够,造成一个公司被借壳之后,公司经营业绩提升,股价上涨,似乎所有的参与者都皆大欢喜,但它破坏了市场规则,让内幕交易泛滥,长此以往股票市场就会变成“柠檬市场”,出现劣币驱逐良币的现象,不仅一般的散户投资者的利益得不到保护,整个市场的可持续发展都会受到挑战,最终买单的还是散户投资者。

退市制度的好处显而易见,匹配发行注册制,增加标准缩短退市时长;打击炒作壳资源,规范证券市场健康发展;规范公司合规性,整肃证券市场不法行为;健全主动退市制,发挥证券市场合理定价。退市制度旨在为更多的具有活力的中小企业腾出融资空间,提升资本市场的公司质量,做到吐故纳新。

2014 年 10 月 17 日,证监会发布《关于

改革完善并严格实施上市公司退市制度的若干意见》,并于 11 月 16 日正式实施。从《意见》发布以来,退市新政的威力已逐渐显现,多家上市公司根据规定公开提示可能被“强退”的风险。随着监管层对退市制度的不断完善,每年年末的上市公司退市压力将会越来越大,这也将成为证券市场的常态,特别是在注册制的背景下,事前监管在向事后监管转移,因重大违法违规被强制退市和主动退市的案例会越来越多。

随着退市制度的深入,不仅违规和连续亏损股票有退市的风险,对于那些遭到疯狂炒作股价虚高的股票也有退市的风险,这就会倒逼市场树立理性投资意识,注重股票的真正投资价值,彻底改变 A 股的投资生态——减少投机;引导投资文化——树立长期投资意识;学会投资逻辑——精选优质蓝筹股票。

健全完善退市制度,有利于实现优胜劣汰,提高市场有效性,并有利于培育理性投资的股权文化,保护投资者的合法权益。严格落实退市制度的规范要求,切实做到“出现一家、退市一家”,就能够维护退市制度的严肃性和权威性。

也应该看到,在信息不透明和不对等的环境下,退市制度要实现常态化,还需要多方齐心协力,但是,不管怎么说,强制退市或自主退市一小步,股市公平交易一大步,有进有退,体现了股市活性化,激活了流动性,保障了公平性。

最近,注册制再次风生水起,注册制真正实施后,IPO 身价降低,上市将变得容易,新股不再受宠。“A 股僵尸”的壳失去了稀缺性,愿意买壳的人就大幅减少,所谓的并购重组的游戏也就没有人玩了,这就倒逼“A 股僵尸”退市。

奢侈品市场需要“三板斧”

■ 余汉托 财经评论员

中国买家是全球奢侈品的最大消费群体,但最新行业调查显示,越来越多中国人的奢侈品绝大多数是在海外采购的。据《2015 年中国奢侈品报告》称,在 2015 年中国人购买的奢侈品中,约 78%购自海外,较去年 的 76%略有上升。(11 月 29 日参考消息网)

近几年来,中国一直是世界奢侈品消费的主战场。据有关资料显示,中国人在 2015 年的全球奢侈品交易中占 46%,达到 1168 亿美元。与 2014 年持平,依然是全球第一大奢侈品买家群体,远超于排名第二的美国买家占有 19%的市场份额。虽然国内外的奢侈品都是源于世界名牌奢侈品生产企业,其品质也基本都一样。而且,中国奢侈品市场经过多年的培育,不仅品种丰富,而且还把门店直接开到了消费者家门口,完全能够有效节约消费者远赴重洋购买同等奢侈品的高昂经济成本和时间成本。但是,令人遗憾的是,中国绝大部分奢侈品买家却宁愿舍近求远,不远万里出国购买。这对于中国奢侈品商家而言,无疑丧失了大量获利发展的机会,个中原因值得深思。

笔者认为,中国奢侈品市场之所以痛失国内丰富的买家市场资源,除了因为政策性因素,比如居民出国旅游便利性大增,使他们能够在国外边游玩边购买到原产地生产销售的奢侈品。同时,由于科技越来越发达,特别是各国奢侈品电商的崛起,使奢侈品的信息越来越透明,特别是价格信息的高度透明化,致使国内奢侈品市场定价远高于国外市场的营销策略难以持续推行。还有一个最重要的原因,就是国内奢侈品经营者们急功近利,经常以次充好,或者以假乱真,致使众多消费者蒙受巨大损失,加上国外奢侈品市场更加注重诚信经营,能够确保产品质量,其定价也普遍远低于国内奢侈品门店,使消费者转移到国外市场的经济成本大为下降,最终导致国内奢侈品市场状态长期无法出现畅旺景象。

那么,中国奢侈品行业应该如何才能更好地吸引国内买家,从国内约 7000 亿元的市场份额中分享到更多利润呢?笔者认为,至少需要以下“三板斧”同时发力,中国奢侈品市场才能有效根治急功近利的通病,进而促进行业健康发展。

首先,市场监管部门要进一步加大对奢侈品市场假冒伪劣产品的打击力度,充分利用法律法规,从源头保证消费者的权益不受损害。实际上,中国奢侈品买家之所以大量流失到国外,与产品质量无法得到保证关系极其密切,如果行政监管部门进一步加大监管力度,无疑将会使市场上的假冒伪劣劣产品数量大为减少。

其次,奢侈品行业协会要主动发挥更好的组织协调作用,帮助会员企业集体到国外寻找性价比更高的奢侈品进货源;在适当的时候,通过批量交易模式向著名奢侈品厂家集中采购,从而有效降低奢侈品进货成本价,进而降低国内市场定价,吸引更多的消费者;在消费者的奢侈品消费需求越来越趋向个性化的当今,单位产品的生产成本无疑随之大增,但是,如果奢侈品行业协会能够集中会员企业的个性化订单,然后集中与国外厂家签署订制协议,无疑能够实现满足消费者个性化需求并有效地降低进货成本的目的。

最后,奢侈品经销商要彻底扭转以往通过信息不对称优势获利的传统营销思维,转向精细化服务,通过提供质量有保证的奢侈品,并改善售前、售中和售后服务,与顾客展开更充分顺畅的沟通,进一步提升客户满意度,最终形成良好的口碑效应,从而做大做强中国奢侈品市场。

经济增长亟待“供给侧改革”发力

■ 黄樵梓 职员

根据往年惯例,12 月上旬或中旬,将召开 2016 年中央经济工作会议。会议将分析当前国内外经济形势,总结 2015 年经济工作,提出 2016 年经济工作的总体要求和主要任务。一些新的内容将很有可能被吸纳进今年的中央经济工作会议中,成为明年的工作重点。供给侧改革的亮相,将为政策制定统一发力提供基础,预计产业和消费升级方面的刺激政策将成为热点。(11 月 26 日《第一财经报》)

长期以来,我们把拉动经济增长的主攻方向放在“需求侧”,即投资、消费、出口这“三驾马车”上,而忽视了向“供给侧”发力,

即生产要素的供给和有效利用。为何在国内经济下行压力不断加大,急需扩大内需顶住下行压力的情况下,有些国人却不在国内购物,而是通过出国旅游和“海淘”等途径大量购买外国商品?个中原因在于本土产品档次、质量、工艺较差,商品营销服务方式相对落后,不能满足国内消费者的需求。

譬如:中国有很多生产马桶、电饭煲的企业,但国人却不吝重金、不嫌麻烦,非得从日本购回这类商品;中国人对手机的消费需求量大,但本土品牌却缺乏高端产品,要买高端手机就得外购。有关人士曾经指出:这种购物现象折射出中国长期对“供给侧”的疏忽,因而造成了本土产品难以满足国内

市场需求的尴尬。

由此我们不难得到启示:我国经济增长亟待向“供给侧”改革发力,即从供给、生产端入手,通过解放生产力,提升竞争力促进经济发展。具体来说,就是要清理“僵尸企业”,淘汰落后产能,将发展方向锁定在新兴领域、创新领域,创造新的经济增长点。因此在促进我国经济结构转型升级上,我们必须在一些新兴领域和产业、创新企业和产品的“供给侧”加大投入和生产,这样才有利于提高我国产品在国内国际市场的竞争力。

学界早有专家学者撰文指出:我国在经济发展战略调整上要“从需求侧”转向“供给侧”,实现宏观调控的根本性转变。近期供给

财商,只是穿上时装的“财富观”

■ 邓海建 媒体人

11 月 29 日,北京、上海、温州三地同步举行了针对“00 后”的财商测试,这场测试由蚂蚁金服旗下蚂蚁聚宝财商实验室组织,包含测试题和线下实验两部分,北上温三地小学生财商平均分为 74 分,达到良好水平,最高分出现在北京,高达 90 分。测试中,仅 7%小朋友选择“月光”,更令人惊讶的是,居然有小朋友还借助主办方规则漏洞,在 1 小时内实现了 80%投资回报。(11 月 30 日人民网)

一群“熊孩子”,不等于一堆“败家子”。这是蚂蚁聚宝财商实验室在数场试验后,带给公众最直观的感触。其实无须矫情地号召“财商从娃娃抓起”,事实上,在每日的现代生活场景中,财商已渗透进了日常家庭生活与公共认知里。

所谓财商,与智商、情商一起,并称为三商,它体现的是一个人认知、管理、创造和享用财富的能力。简单来说,就是一个人与金钱打交道的“技术”。当年,一本《富爸爸穷爸爸》火遍全中国,引发的追捧与反思,便是有

关财商的时代性共鸣。今天的中国人,还需要财商指引吗?答案当然是肯定的。往大处说,比如在 2015 年瑞士达沃斯论坛上,李克强总理谈到了中国经济的一个特点,“中国的储蓄率高达 50%”。统计显示,从 1992 年到 2012 年,中国国民储蓄率从 35%升到了 59%。这固然能为经济增长提供充裕资金,也容易在投资理财层面陷入“越存越穷”的困局。往小处说,比如这一轮牛市波诡云谲,不少高校里的“小鲜肉”也是一个猛子扎进股市,结果呢,潮水退去,跟风的小小投资者成了被收割的“小韭菜”。有媒体针对大学生炒股现象进行的调查显示,31%的大学生在炒股,其中 26%的炒股学生投入 5 万元以上。学费炒股、借贷炒股,此类“后遗症”已经逐渐显露。类似事件的背后,仍是指向财商的症结。

财商是个听起来很时髦的说法,尤其是在“财产险收入”将逐渐占据居民收入重要部分的年代。公民或者家庭的理财能力,直接决定着恩格尔系数,更影响着消费型社会的成型。按照顶层设计的理念,眼下正在强

化供给侧结构性改革,因此对于个人及家庭来说,财商的高低、财富生息能力的多寡,并不仅仅是个微观的钱袋子的话题。从这个意义上说,关注“00 后”的财商水准,实际上是关注理想中的橄榄型社会结构的形成变量。

如果说得更通俗一些,财商也不是个多么稀奇古怪的概念,与传统教科书上的“财富观”亦非常接近。历史地看,财富理念的异化,其实并非只关涉赚钱不赚钱,那些攫取巨额财富而拮据度日的“变态官员”,谁说不是财商无底线的表现呢?

懂股票也懂买房,会投资也会消费,能信贷也能放债……孩子们的财商,出入意表,又在情理之中。当然,粗放的财商水平,与专业的财商教育与养成,也不是一个概念,纵使孩子表现上佳,社会的财商水准,也并非可以高枕无忧。测试仅仅是个开始,游戏也只是个游戏,如何让每个人在财富的洪流中激荡才智、勇猛获利,同时又能在物欲蛊惑下“万花丛中过、片叶不沾身”,这还真是一个十分严肃的社会课题,亟待制度设计积极回应。

保护投资者需协同联动机制

■ 田禾 自由职业者

日前,国务院办公厅对外发布《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》指出,健全金融消费者权益保护机制,加强金融消费者权益保护工作。从我国证券市场的发展看,尽管近年来中小投资者生存环境不断优化,股票投资者综合保护体系加速构建,但我国资本市场投资者保护的制度体系仍需进一步完善。(11 月 25 日《中国证券报》)

A 股在经历了 6 月份以来罕见的“股灾”之后,股民对投资者保护和教育,都有了刻骨铭心的深刻体验和体会。股市大跌对股民造成的巨大损失,有全球宏观经济下行的客观因素,但是就投资者而言,也正是因为对投资者保护和教育的不力以及投资者自己保护意识的淡薄,才最终造成了不应有的损失,惨痛的教训值得汲取。

股票市场要稳定健康的发展,对于投资者特别是中小投资者的保护教育必不可少。25 年以来,A 股市场一直是散户市场,中小投资者占到了投资者类型的 70%。中小投资者的财富保值或增值更需要公开、公平、公正的市场秩序。中小投资者的适当投资及其资金安全,不仅关乎股市的健康有序发展,更关乎社会的稳定。在一定的程度上,保护好中小投资者的利益,就是营造最坚实的慢牛股市。

证券市场是金融市场的重要组成部分,与商业银行领域相比,证券市场几乎是“零”

市场门槛,为各类市场主体特别是中小投资者提供了参与金融投资的机会,使其能分享金融经济发展的成果。但是,作为市场庞大的参与主体,中小投资者在信息、资金、专业知识等方面存在明显劣势,且投资行为存在较多短视化特征,使得中小投资者合法权益屡遭侵害。这种市场结构客观上要求市场监管要以保护中小投资者权益为落脚点,种种创新都不能脱离中小投资者占主体这个实际。充分保护投资者权益是股市管理和监管最终要实现的发展结果,资本市场实现健康稳定发展的内在要求。

做好投资者保护和教育,让更多的中小投资者能够享受到安全、和谐和理性的资本投资环境,吸引更多中小投资者入市,实现股市流动性的宽松增长,首先,需要完善相关法律法规。六月以来的股市大跌,也是迟观、修正和修改不合时宜法律法规的契机。比如,规定强制分红制度;引入更标准的惩罚和赔偿制度;引入公益诉讼制度,真正实现投资者零成本维权;明确投资者适当性管理。要根据投资者的投资目标、资产金额、风险偏好等因素设计服务策略,引导理性投资。金融机构在销售产品的过程中,要坚持适合性原则,即把合适的产品卖给合适的人。强调不同环节不同层次不同维度的适当性原则,对于证券市场的投资者保护工作是非常重要的

其次,将投资者保护与日常监管紧密衔接。虽然通过落实上市公司现金分红监管指

引要求、建立先行赔付机制、实行政和解试点、开展持股行权试点、完善以投资者需求为导向的信息披露制度等多种方式健全投资者权益保护,但部分制度的配套细则有待健全,相关要求尚未落地;投资者保护与日常监管衔接不够,存在脱节现象;纠纷解决与赔偿救济刚刚起步,离投资者要求还有差距;投资者保护统筹不足,资源利用不够合理。切实改变中小股东参与决策管理不便利、意见不受重视的现实,有效推进中小股东单独计票、网络投票、累积投票等制度落地;明确上市公司信息披露内容和标准,以浅显易懂的语言,让投资者看得懂,切实保障中小投资者的信息知情权和监督权。

第三,保护投资者体系需要完善。当下对投资者的保护,相关部门制度也不少,但是分布零散、层次低、处罚力度不够,司法救济面较窄等问题突出。除《证券法》《公司法》外的相关规定,大多是部门规章和自律性规定甚至公司章程。一些监管部门各扫门前雪,由于不能自成一个有机的科学系统,投资者很难全面知晓诸多方面的规定,也就谈不上自我保护。中小投资者权益保护是涉及全社会的系统工程,要加强与各地方、各部门的配合与合作,建立常态化联系沟通机制,努力搭建“法律保护、监管保护、自律保护、市场保护、自我保护”的保护体系,推动各方力量共同参与,形成合力。

第四,管理好金融产品的设计。如今随着资本证券化的深入,创新乃至繁衍的金融

产品越来越多,客观上加大了证券交易的复杂程度。对于监管而言,也应该与时俱进,针对不同的金融产品要有不同的监管流程和规程,而不能搞一刀切,更不能不作为。在条件成熟的情况下,可以成立一个拥有足够信息能对金融风险进行识别、计量、评价、预警与管理的专业部门,强化金融消费者的权益保护工作,防止和减少消费者在交易过程中隐藏的潜在风险。

第五,强化上市公司的自律制度建设。作为证券市场的主要参与主体,上市公司首先要按照相关的保护投资者要求,知法守法,积极开展形式多样的投资管理教育工作,这不仅是上市公司的份内义务,更是和投资者拉近距离的积极作为。将中小投资者的利益放在重要位置,建立投资回报体系,提升公司盈利能力,真正地将中小投资者作为公司的主人。

要防范化解金融风险,加快形成融资功能完备、基础制度扎实、市场监管有效、投资者权益得到充分保护的股票市场。保护好投资者利益是归宿,建立中小投资者合法权益保障检查制度与评估评价体系,并以此作为日常监管和行政许可申请审核的重要依据。除了法律保护、监管保护、市场保护,对投资者来说,自我保护的意识更需要加强,投资保护和教育。既需要“股法”,更需要“股德”,要“法德兼备”,提高风险自担意识,摒弃炒短、炒差、炒小、炒概念等投机行为,树立长远的投资意识,以期获得良好的预期收益。

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下
购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销