



编者按 4月中旬,2012年上市公司年报发布进入最后收官阶段,一些上市公司拿出的实物分红回馈投资者的方案在A股历史上非常罕见,被舆论戏称为“舌尖上的红利”、股市“奇葩”。在“中国式”分红博取眼球的背后,上市公司付出的成本却很低,而更有上市公司连续11年没有现金分红。面对问题重重的实物分红,中国上市公司更需拿出真金白银回馈投资者。

中国股市绽露“奇葩”:实物分红



实物分红“奇葩”

南方食品发黑芝麻乳
4月8日,南方食品(000716)发布《关于向公司股东征集新产品品尝意见的公告》,在4月11日,公司又发布了修改版。大致内容是,南方食品开发了一种黑芝麻乳新产品,将免费向股东赠送,并借机征集对新产品的意见。除大股东黑五类集团外,每持有1000股将获赠礼盒装(12罐装)黑芝麻乳产品,而1000股以下的股东获得简易包装(6罐装)产品。此外,大股东黑五类集团还出资100万元,对参与该项活动的股东给予奖励。

看惯了冷冰冰公告的投资者们,突然发现这种新奇的回馈方式,自然被吸引和关注,当然随之而来的也有各种调侃和质疑。比如有人测算,一自然人股东林忆尔持有212.92万股(去年三季报),也就是可以获得2129盒产品,每天吃三罐,也够吃23年。

据悉,南方食品4月19日将召开股东大会,股东大会投票决定后才会正式确定是否发放黑芝麻乳产品。

量子高科发龟苓膏
南方食品的实物分红方式引发了其他食品类上市公司的效仿。有媒体报道,好想你(002582)表示“会好好考虑这一做法”,承德露露(000848)表态认为这是“蛮好的尝试”。4月11日下午,量子高科(300149)更是发布公告称,要向股东们赠送公司龟苓膏产品。

据新华网消息,记者16日了解到,量子高科的首批免费赠送的龟苓膏已经发放。

此前,量子高科发布公告称,公司对登记在册的持有公司股份的股东(除发起人股东外),每位股东赠送一份礼盒装(12杯装)龟苓膏产品。有关股东可于4月15日开始向生和堂网站进行股东身份资料提交、注册和生和堂龟苓膏申领的操作。

量子高科董秘甘露日前在接受记者采访时表示,目前已有约4%的股东去网站进行申请,其中以自然人股东为主,公司已于本周一发放首批大约几百盒龟苓膏产品。此后将每天下午收市后根据当天登记情况当天派发产品。

人福医药送套套作礼物
据新华财经报道,作为杰士邦公司股东之一的人福医药(600079)15日晚上发布公告称,为感谢广大股东对公司的关心和支持,将向截至2013年4月15日下午15:00收市后持有公司1000股以上(含1000股)的股东,每位赠送一份公司的新产品——“杰士邦”安全套、祖卡木感冒药颗粒和“爱卫”艾滋病快速自检试剂。经该公司核实确认为公司股东且持股数量相符后,将于2013年7月1日起通过邮寄、快递等方式将产品送达各申领股东。其中,杰士邦SKYN极肤安全套(两盒,6片/盒),由参股子公司武汉杰士邦卫生用品有限公司出品;祖卡木颗粒(两盒,9袋/盒),由控股子公司新疆维吾尔药业有限责任公司生产;“爱卫”艾滋病快速自检试剂(一盒,1袋/盒),由控股子公司北京玛诺诺生物制药有限公司生产。

另长江商报消息,人福医药董事长王学海14日接受记者采访时告诉记者:“南方食品、量子高科发黑芝麻和龟苓膏等,一个投资者跑来跟我说,人福是不可以发点麻醉药。”王学海称,麻醉药肯定不适合随便发,正好公司有安全套这个产品,自己就想开个玩笑。于是在4月12日,王学海跟风发了一条微博“人福会送套套”,引来众多网友的热议。

“没想到网友那么热情。”在网友的关注下,4月12日晚,王学海又发一条微博称:“本来是开玩笑,既然大家当了真,不能言而无信。”

王学海介绍,目前公司具体方案还没出来,但是根据自己的设想,将给股东提供多项选择,除了安全套,还有部分OTC药品。“毕竟领安全套,有的股东可能不好意思。”

王学海强调,这是公司送给股东的小礼物而不是分红,不会按照股东的持股数量来发,而是按照自然人数量来发。

连续11年不分红 实物分红被指促销

在拿出自己的产品进行实物分红博取眼球的背后,部分上市公司多年未有现金分红的历史也得以暴露。

20多年来,A股上市公司重融资轻回报,孕育出一批只从股市圈钱,不向股民分红的一毛不拔的“铁公鸡”。

有投资者戏称,A股市场中,8年不分红的青山纸业可以向股民派发纸张,11年不分红的中国服装可以向股民送出衣服,16年不分红的洛阳玻璃可以给股民派发门窗,17年不分红的新都酒店更可以给股民提供客房住宿。

而准备派发黑芝麻乳的南方食品,已经11年没向公司股东派发过一分钱现金红利了。4月16日,正好是南方食品上市16周年,16年来这只“铁公鸡”仅仅现金分红一次,分红金额不到1000万元(含税)。

尽管几年前证监会开始将上市公司再融资资格与现金分红挂钩,但不少上市公司依然以各种借口拒绝分红,其中甚至还包括一些盈利情况和现金流状况不错的房地产公司。

按南方食品测算,本次赠饮活动产生的费用合计约为550万元,将列入今年的销售费用。在去年前三季度,南方食品的经营费用是1.27亿元。简单测算,550万元约占全年经营费用的3%。对于一个新推广的食品来讲,一般也会采用赠饮及广告等营销方式。而南方食品采用发公告式的营销,不仅成本低,还被广泛报道。而且,投资者申请赠饮过程中,公司还能获得一大批数据库,为以后做营销调查提供很多便利,一举多得。

而人福医药赠送的新产品——“杰士邦”安全套、祖卡木感冒药颗粒和“爱卫”艾滋病快速自检试剂,实际上也是人福医药进行的一次营销尝试。公告中用了“全球首款革命性的”、“国内首款”等字眼对每种产品的作用做了介绍,其广告宣传意图明显。该公司相关负责人16日在接受《上海证券报》记者采访时表示,看到有些上市公司向股东赠送产品和分红,觉得是一种不错的营销和宣传产品的方式,也就这么做了。但该负责人认为,应该不会有太多股东要。

人福医药表示,将自2013年7月1日起通过邮寄、快递等方式将产品送达各申领股东。这意味着,公司或将支出一笔不小的全国派送费用。

据悉,南方食品和量子高科在公告中已经明确表示,“送礼”费用分别仅需500万元和100万元。

而根据人福医药股民的推算,就算加上物流成本,此次回馈中小股东的费用也不会超过200万元。截至2012年底,人福医药的股东户数仅为1.6万户,

根据此次送出“福利”的规则,持有人福医药1000股以上(含1000股)的股东,

才有资格“三选一”。按照目前在电商网站查询到的价格,人福医药三选一“大礼包”中每种赠品的价格都只在100元左右,而以2012年至今平均股价计算,买入1000股人福医药却需要大概2万元。

记者调查发现,作为一家生产药品的上市公司,人福医药2012年的营业收入达53亿元,净利润超过4亿元。这意味着上市公司实物分红相较于收入的比例极低。

据了解,人福医药是“情色概念股”之一,每逢“2·14情人节”等特殊节日就会迎来游资炒作,股价得以拉升。不过在16日,人福医药赠送“安全套”后,其股价并未应声上涨,反下滑0.54%。

国际金融报称,有市场人士质疑,上市公司拿出滞销产品“糊弄”中小股东。“量子高科作为一家创业板公司,其2012年净利润不过3500万元,但去年底公司的存货就有近3400万元。”国信证券经济研究所的一位分析师笑言,“要想知道是不是清仓滞销品,看来只能像人福医药董事长所说那样看看生产日期了。”

人福医药董事长王学海日前则在众人惊讶声中还发出微博解释:“都是畅销产品,不存在处理积压库存问题,股东拿到产品后可以从生产日期看出。”

而不少网友也表示,所谓的“实物分红”,不过是上市公司在努力“卖萌”,是自我炒作的营销手段而已。

同时,有市场人士指出,近两年来,中国上市公司在监管部门的要求下加大了现金分红力度。与南方食品这类上市十几年鲜有分红的“老油条”不同,近年来上市的中小板、创业板上市公司,在严格监管要求下开始持续分红,回报投资者。根据中国证

监会的数据统计,2012年境内上市公司实际现金分红4772亿元,较2011年增长22%。2012年底沪深300指数公司股息率为2.66%,我国大型上市公司特别是蓝筹股股息率已经高于新兴市场和部分成熟市场。此前监管层一再要求上市公司加大现金分红力度,这一方面将给投资者一个稳定的投资收益,打击投机炒作;另一方面也将吸引追求稳定股息回报的境外机构投资者。

上市公司拿股东做营销

知名股评人皮海洲指出,对于上市公司股东来说,“福利”显然不是免费的午餐。虽然上市公司的“福利”看似免费,但其成本的支出终究是要入账的。发放“福利”500万,企业的利润就要减少500万,投资者的权益就要减少500万。因此,所谓免费发放的福利,最终还是由股东来买单的。

然而,从账务上的规范处理来看,是应该视为分红来处理的。投资者同样面临着扣税与股价除权的问题。只是由于目前对实物分红在账务处理上还没有一个统一的规范,这才使得实物分红有了逃税的空间,但这终究不是长久之计。并且,“实物分红”往往是“铁公鸡”公司玩弄的把戏,如南方食品已连续10多年未向投资者进行现金分红,人福医药多年的分红都没有超过“一毛”的水平。

不仅如此,上市公司的“实物分红”对于投资者来说未必实用,甚至成为累赘。如人福医药提供的安全套、祖卡木颗粒、艾滋病快速自检试剂,对于股东来说可有可无,甚至根本就派不上用场。而南方食品发放的黑

芝麻乳更成为某些投资者的负担了。如自然人股东林忆尔持有212.92万股(去年三季报),该股东可以获得2129盒产品,按一个人每天吃三罐,够吃23年了。

尤其重要的是上市公司的“实物分红”并没有尊重与维护股东的权益。因为从上市公司的分红来说,其每股股权都对应着相应的权益,但实物分红却剥夺了股东的这种权利。如人福医药持股不到1000股的股东就不能享受股东的福利,而且持股1000股与持股10000股的福利是一样的,持股不足1000股与持股超过1000股的股东权益明显没有得到公司的保护。

归根到底,实物分红是上市公司在拿股东做营销。而且这种营销在一定程度上都会损害投资者的利益,因此它并非是投资者的免费午餐。

另一方面,实物分红的可操作性太差。有食品业上市公司就委婉地表示“操作起来有点麻烦”。股东填写申请表并提交身份证明、公司核实、集中配送……对于上市公司而言,都是不小的工作量。此外,每个股东分多少也是个难题。如果不按照持股数分配,对于大股东明显不公平,持有100股和10000股没有多大区别。如果按照持股数分配,小股东分到实物或许难以达到整数件商品的数量,或许还赶不上“实物分红”所付出的物流配送费用,实属劳民伤财。尤其是投资者中有基金,而基金投资是由众多基民资金汇集而成,上市公司实物分红的最终归属其实是众多基民,让基金公司将这些实物派发给各个基民,根本就不现实;而要让基金公司将这些实物兑换成现金,这也偏离了基金公司本业,让其变成商品批发部或销售部。

再则,实物分红也损害市场机制。即便清除了上述障碍,真得给股东派送实物,上市公司获得的收益远远大于投资者。以南方食品为例,实物分红可谓一举四得,第一产品有了去向,第二也省得分红,第三做了一次广告,第四支撑了股价。但说到底,南方食品此举还是为了造势,毕竟花500万元在股市上派发产品,其效应比花500万元做广告效果更佳。然而,实物分红会给市场带来负面影响,目前上市公司回报投资者的意识本就淡薄,如果可以用发实物方式来“感谢股东”,上市公司会更不愿意向投资者提供真金白银的分红。对于股东来说,这种做法也得不偿失,分红拿到的是物不是钱,不属于强制性消费?投资者该不该为此支付红利税?如果公司产品就能够把投资者打发掉,监管层为督促上市公司分红做的努力都付诸东流,显然不利市场长期健康发展。

曾经有政协代表提出应尽快出台鼓励上市公司实施“实物分红”的政策,借此推动投资者购买公司产品或服务,从而应对外需不足,内需疲软;但实物商品分给投资者,并不代表人家就真真实实消费了,这或许根本不是拉动消费,而是资源浪费。

目前上市公司免费派送自家商品,还属于博眼球阶段,没有发展到实物分红地步,但也应预防这种趋势,上市公司利润分配理应以现金为主。实物分红是条歪路。

(本报综合报道)

链接1

股民求“送礼” 中国式分红引“围观”

上市公司的实物分红越演越烈。网友们在被雷倒的同时疯狂吐槽,在网络上提出五花八门的“实物分红”诉求。:茅台五粮液送酒,中石油中石化送汽油,山东黄金、中国黄金送首饰,招保万金送房子,三一重工送挖掘机,中联中科送泵车,就连光线传媒女主

播柳岩的写真集也出现在网友们的诉求列表里。

相映成趣的是,部分上市公司也积极做出了回应,经过微博认证的“云南白药网”表示“如果股东需要,可以考虑送云南白药生产的洗发水、牙膏、面膜等”;承德露露则表

态称这是“蛮好的尝试”;梅花伞负责人则回应网民说,从公司角度看,(送伞)这个可以有。

不少网友当即表示已经保留相关截图作为证据,届时准备向公司索要礼品……

