

对股市造假“零容忍”需三箭齐发

□ 祝惠春

深度观察

近日,中国证监会利用“北斗”高科技,破解了“扇贝之谜”,对獐子岛公司作出行政处罚及市场禁入决定。在为“正义不缺席”叫好之余,市场各方也在热议,要真正对造假“零容忍”,我国资本市场还缺什么?

不久前举行的陆家嘴论坛上,国务院副总理刘鹤提出“建制度、不干预、零容忍”要求。其中,“零容忍”剑指各种财务造假、侵占中小股东利益等行为,这些行为可以说是我国股市的顽疾。在当下注册制逐步从科创板向创业板推广的背景下,还资本市场一个良好的生态环境,更离不开“零容忍”。可以说,注册制把公司能否上市的决定权交给市场,但是这绝不意味着造假者可以欺诈上市。

诚信是资本市场的基石。真实、准确、完整、及时的信息披露是市场最重要的规则之一。对于注册制改革,市场最为关注的是如何遏制与严惩欺诈发行、虚假披露等违法违规行为。因此,“零容忍”直接关系到注册制改革的成功与否,关系到资本

市场的健康发展。

笔者认为,要真正做到对造假“零容忍”,发力点有三:

一是扎密制度的“笼子”,依靠制度建设“刚性约束”,促进监管法治化和精细化。3月1日起实施的新《证券法》在打击造假、强化投资者权益保护方面作出了一系列重大规定。其中,被社会各界寄予厚望的“中国特色的证券集团诉讼制度”(即证券代表人诉讼制度)已在南京中院启动。可以预计,证券代表人诉讼制度将成为悬在财务造假等证券市场乱象头上的“达摩克利斯之剑”。一旦造假,就可能被受害投资者告到倾家荡产,这将显著提高违法违规成本。

值得强调的是,随着基础制度的完善,下一步还应在完善制度细节上狠下功夫。要对防范财务造假、强化投资者保护的规则细节不断完善,杜绝因缺乏具体可操作或可执行的细节、相关规则可能被消解的问题,切实提高震慑力。同时,要加

强证券领域行政执法与刑事司法衔接,建立行政处罚、民事赔偿、刑事追责的立体追责体系。

二是坚持“倒查责任”,压实中介机构责任,给相关金融服务机构戴上“紧箍咒”。监管机构一旦发现上市公司高管、大股东财务造假或侵占公司利益,调查和惩处不能止步于“主谋”,对“帮凶”也不能放过。必须严厉对有关公司内审人员、会计师事务所、法律事务所的相关违法违规行为加强问责。这些被调查的机构和个人如果想避免惩处和索赔,就必须拿出切实有力的证据证明自己履行了相关义务,“自证清白”的门槛必须适当提高。在强化追责的同时,鼓励内部人“吹哨”。通过对市场秩序的严格规制,倒逼上市公司完善公司治理结构。

三是允许和鼓励“啄木鸟”式的负面研报,善用市场力量打假。

防范和惩治财务造假,既需要监管部门严格执法,还需要充分调动市场力量来

发现造假苗头、遏制造假行为。对此,证券研究机构不仅责无旁贷,而且可以大有作为。当前,我国还没有出现像浑水公司这样的专业调查和做空机构,作为证券研究主力军的券商研究机构也极少发布负面评级的证券研究报告,其中原因值得深思。有人认为,负面研报和卖空交易不利于市场稳定。其实,要提高市场韧性,就必须让市场“经风雨、见世面”。监管机构有必要鼓励和保护证券分析师在实事求是、小心求证、言之有据的前提下,提出对某些公司的质疑。同时,应进一步完善市场工具,建立合理的风险对冲和套利交易机制,对做空机制等市场中性交易手段要规范而非简单限制,利用市场自身的净化力量遏制造假。

总之,对造假“零容忍”不可能一蹴而就,而是一个长期改革的过程,但“零容忍”向市场传达出监管层清晰无误的改革决心,为资本市场建立了明确的改革与发展预期,也是市场信心重塑、预期稳定的最佳动力之一,对真正贯彻“零容忍”至关重要。

快递业仍有很大上升空间

□ 阎淑萍

据国家邮政局统计,5月份我国快递业务量完成73.8亿件,同比增长41%,快递业务收入同比增长25%。快递业在新冠肺炎疫情发生后逆势增长,业务量增速超40%,创2018年2月以来新高,快递业复工达产好于预期。

无论是在疫情防控工作中,还是在复工复产工作中,抑或是在居民日常生活中,快递业都发挥了重要作用。在常态化疫情防控背景下,快递业持续升温,有利于减少人们的出门次数,支持宅家抗疫和保持社交距离,又可以满足居民的消费需求,保障日常生活。特别是5月以来,大批农产品集中上市,时令水果、蔬菜、鲜花等需求旺盛,物流需求也随之激增,快递业将“满负荷”运转。可以说,快递业已成为疫情防控、拉动经济及服务民生的一支重要力量,

对社会贡献很大。

随着我国快递网络覆盖率不断提升,服务质量不断优化,末端投递方式日益多元,网络消费的体验也在大幅提升。笔者以为,未来我国快递业仍有很大的上升空间。对快递业来说,最需要做的事情是,一方面要做好快递市场“增量扩容”的思想准备和物质准备,加强快递业的软硬件建设,拓展和延伸服务领域,准备迎接新的快递高峰到来;另一方面,要总结经验,创新思维和方法,不断提升快递服务的效率和质量,使之成为助力经济社会发展的重要支撑。

总之,快递业不仅解决了众多人的就业岗位,盘活了人力资源,而且满足了大众的消费需求。在此,我们不妨给快递业鼓鼓劲,加加油,推动快递业抓住机遇,朝着高质量发展的方向不断迈进。

别让“防蓝光眼镜”成噱头

□ 付彪

新冠肺炎疫情期间,孩子们不得不使用电子产品上网课,引起很多家长对孩子视力的关注,一种宣称能“防蓝光、防辐射、防近视”的防蓝光眼镜在家长圈流传颇广。在商家口中,防蓝光眼镜是保护眼睛的“神器”。不过,有关专家表示,蓝光对人体健康影响是相对的,只有短波长的蓝光长时间、高强度、不间断照射才会影响眼睛健康。不达标防蓝光产品反而会造成“影响生物钟正常调节”“加剧视疲劳”等不良影响。“放大危害”“夸大效果”,是一些商家惯用的营销手段。有些地方质监部门发布的检测结果显示,在标识为“防蓝光眼镜”

的30批次样品中,有一半无防蓝光效果。可见,一些所谓“防蓝光、防辐射、防近视”产品,不过是商家的一种营销噱头。消费者不要被商家牵着鼻子走,应多点理性、少点盲从。

值得一提的是,新国标《蓝光防护膜的光健康与光安全应用技术要求》将在今年7月实施,为消费者选购合格产品提供了保障。生产企业应按照标准调整镜片设计,真正科学有效防蓝光;有关部门应将防蓝光眼镜纳入监管范围,提高行业准入门槛,严把生产、销售等环节,严厉打击过度宣传,为消费者健康保驾护航。

包容看待钢厂“扎堆”搞大数据

□ 周琳

自6月16日以来,钢铁板块连涨数个交易目,区间累计涨幅超过10%,钢企转型做IDC业务引燃宝钢股份、沙钢股份、杭钢股份等概念股炒作热情。钢厂不炼钢,却“扎堆”搞大数据中心,这是简单迎合市场的概念炒作?是盲目跨界和不务正业?还是内生增长的长期投资逻辑?市场一时议论纷纷。

钢厂建设互联网数据中心(IDC)项目,缘起于2000年开始的大型钢企信息化改造潮。从2000年起,以宝钢、武钢、杭钢等为代表的一批重点企业信息化建设项目上线。在此过程中,钢企培养了一批专业技术人才和软件公司,先后有16家钢企拥有自己的信息产业队伍。截至目前,涉足IDC领域的钢企已初具规模,其中,杭钢半山钢铁基地已关停转型数字经济,沙钢拟通过收购苏州卿峰进入IDC行业,杭钢股份用9.5亿元募集资金收购杭州杭钢云计算数据中心有限公司100%股权。

表面上看,放着好好的钢铁工业不做,去搞互联网数据中心,这样的转型有不务正业之嫌。但实际上,钢铁行业转型做

应该以包容心看待钢厂“扎堆”搞大数据中心,不能简单“扣帽子”“打棒子”,而要看

到钢企转型发展的必要性,站在“转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力”的高度,

全面审视传统行业借助信息化发展,进而推动数字经济勃兴的必然性

IDC有很大的必然性和必要性。

从经济学视角看,钢铁、煤炭、有色等传统重资产产业天然具有扩大产能的“冲动”。在技术水平维持相对平稳的情况下,这些行业通常只有不断增加产量才能摊低成本,提高毛利率水平。加上我国钢铁企业本身数量多、小而散、布局有待优化等因素长期存在,钢铁业过剩产能居高位,钢企效益日渐回落已是不争的事实。

为此,削减过剩产能,实现降本增效,成为钢铁行业存续的必然选择。自2014年开始,监管部门就多次明确,严禁钢铁行业新增产能,对在建的违规项目逐步清理。自2016年推进供给侧结构性改革以来,通过3年时间,钢铁行业共化解1.5亿吨过剩

产能,彻底清除“地条钢”,行业景气度得到明显修复。

控制产能让钢企看到了“活”下去的希望,但要“活得好”“活得滋润”,禁锢于重资产行业显然还不够。当前,我国正处于新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化快速发展阶段,要发展数字经济,加快推动数字化转型,这也是监管部门反复强调“依靠信息技术创新驱动,不断催生新产业新业态新模式,用新动能推动新发展”的题中应有之义。

新兴的互联网、大数据等轻资产行业提高毛利率的手段主要是依靠科技投入,而非单纯增加产能和产量。这种新兴行业与传统行业的对比,让众多钢厂看到了未来转型

的方向。再加上钢企自身的资金、土地、能耗考虑,旧钢厂“原地”转型为互联网数据中心的可行性越发清晰。Wind资讯统计,A股钢铁板块2019年利润总额预计达700亿元左右,虽有所回落,但仍处于历史高位水平。尤其是少数尝到IDC转型“甜头”的钢企,对转型必要性认识更加深刻。

因而,我们应该以包容心看待钢厂“扎堆”搞大数据中心,不能简单“扣帽子”“打棒子”,而要看到钢企转型发展的必要性,站在“转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力”的高度,全面审视传统行业借助信息化发展,进而推动数字经济勃兴的必然性。

如此看来,钢铁股近期优异的市场表现也不足为奇。一方面,IDC只是催化剂,钢铁板块上涨是普涨,并不仅仅是转型股(IDC概念股)上涨,总体上是板块性的估值修复的普涨行情。另一方面,转型IDC类的钢铁股走势比较稳健,兼具弹性,说明钢厂搞IDC既有中长期发展逻辑支撑,又有新型基础设施建设考量,并非简单炒作的“空中楼阁”。

行业

据报道,近日有消息称腾讯计划收购视频网站爱奇艺,但这笔收购案还远未到落定的时候,双方对此消息均回复“不予置评”。

截至目前,国内视频行业可分为短、中、长三大业务方阵。短视频的代表企业是抖音和快手,中视频的代表企业是B站,在长视频市场则形成了腾讯、爱奇艺和优酷“三足鼎立”局面。目前,爱奇艺和腾讯视频的订购用户都突破了1.1亿。

通过购买版权或者自制内容,然后以付费形式向会员推送,同时吸引广告商的赞助与入驻,是国内视频企业的普遍商业模式。由此,会员付费与广告投入构成了视频公司的收入来源。目前来看,无论是收费会员制,还是广告来源,视频企业正面临着某些制约因素。

首先,随着互联网人口红利进入下半场,无论是增量用户资源获取,还是存量用户潜能挖掘,均遭遇“天花板”。互联网用户的时间分布呈明显的碎片化特征,花费在屏幕前的娱乐时间也相对有限,视频企业如果没有明显的价格与服务优势,很难吸引消费者落户买单,这也决定了争取增量用户的边际成本必然增加。同时,视频用户总在寻找更高品质内容以及体验,黏性并不稳定,会选择用脚投票,留住存量用户并非易事。

其次,在长视频企业争取用户群体与广告市场的竞争过程中,短中视频平台近年来快速崛起,切走了长视频企业的增量资源,还将原来依附于长视频平台的存量用户与广告收益的很大一部分也给分走。因此,长视频企业的收益承压明显。据统计,在国内网络视频用户分布上,短视频抢占了八成以上的受众。

此外,视频网站为争夺内容尤其是优质内容的竞争不断升级,彼此竞相烧钱抬价,导致版权购买成本越来越高,即便是走上自制视频道路,也难掩高昂制作费用带来的成本攀升之痛。

一方面是由用户与广告支撑的收入端萎缩,另一方面是内容竞争导致的支出端扩张,有的长视频企业难免遭遇运营压力。理性地看,过于激烈的行业竞争特别是非理性竞争,可能会带来多输结果,特别是那种围地“烧钱”“杀敌一千自损八百”的搞法很难持续,行业进一步整合或是视频企业界的一个出路所在。

视频企业联盟会产生资源叠加效应,新的整合体可增强面向版权方的谈判话语权,在消除恶性竞争的同时,显著降低内容购置成本。同时,行业整合不仅能做到资源共享,还能实现人力资本与创新要素的整合,增强内容自制能力,强化产品差异性与抬高竞争壁垒,进而提升对用户的黏性,打下改善财务状况基础。当然,任何两个或者几个企业的整合并不代表视频行业竞争的终了,随着全生态布局成为视频行业的一大努力方向,视频市场难免还会发生一轮又一轮的竞争与整合。

微议室

严惩高空抛物有现实必要

刑法修正案(十一)草案28日提请全国人大常委会会议审议。草案规定,从高空抛掷物品,危及公共安全的,处拘役或者管制,并处或者单处罚金。有前款行为,致人伤亡或者造成其他严重后果,同时构成其他犯罪的,依照处罚较重的规定定罪处罚。

【短评】关于高空抛物入刑的呼声由来已久。随着城镇化的深入推进,“头顶安全”关涉每个人的切身利益,虽说每一次高空抛物行为不见得都发生伤害,但一旦发生就是致致重伤的重大危害。与酒驾、醉驾不同,高空抛物行为比较隐蔽,且发生只在一瞬间。遏制这种行为,需要提高法治的震慑力。因此,推动高空抛物入刑,是维护公共安全的重要举措。下一步,有关方面还需完善细则与相关配套,对不同场合、不同高度、不同物体等具体情况作进一步区分细化,设置更加明确、可执行的标准。

婚恋平台“实名认证”莫形同虚设

据报道,多名在一些婚恋平台交友被骗的受害人,近日反映骗子均经过平台实名认证,而平台却称不能确认就是本人。据悉,某些婚恋平台的实名认证账户在部分电商和社交软件中有买卖渠道,一些不法中间商以二三十元一个的价格,招揽人员在婚恋平台实名注册并加以“包装”。

【短评】婚恋平台打着“实名认证”“真实交友”的宣传旗号,吸引更多用户注册交友,如果坚持健康的经营模式,能够形成良性循环,实现经济效益和社会效益双丰收。然而,从有关调查看,一些人利用平台规则和用户信任,通过倒卖实名认证账户、虚假包装身份,做“杀猪盘”宰割用户,令“实名认证”沦为诈骗工具,侵害了消费者合法权益,相关乱象亟待整治。对此,婚恋平台需承担身份信息核实、资料审查的责任,不能让“实名认证”形同虚设;监管部门则需要采取措施,督促婚恋平台加强“实名认证”账户审核。

“只念标题的毕业典礼”很暖心

据报道,6月28日,重庆大学举行毕业典礼时突降大雨,在校学生穿着雨衣坐在台下。该校校长在演讲时缩短篇幅,仅念几个小标题寄语毕业生,为同学们送上毕业祝福。

【短评】毕业典礼是学生完成某个阶段学业的一个标志,也是学校给学生上的“最后一课”。因而,各校对举办毕业典礼向来十分重视,从场地布置、时间敲定、领导发言等方面都要做精心、细致的安排。在举办毕业典礼时突降大雨,大学校长当即决定缩短演讲篇幅,体现了对广大师生的关爱,彰显了“以生为本”的教育理念。受新冠肺炎疫情影响,今年很多学校取消了毕业典礼,或举办“云毕业典礼”,这其实都是站在学生健康安全角度考虑的暖心之举。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画,来稿请发至:mzjgc@163.com

本版编辑 马洪超 祝伟

□ 张锐

视频行业整合不足为怪