

# 用好科创板“试验田”经验

## 财金视野

不能简单用少数量化指标衡量科创板,还应从更长时间去观察科创定位、科创企业成色以及制度创新成果。让科创板发挥好改革“试验田”功能,形成可复制和可推广的经验,以此带动资本市场全面深化改革,这才是科创板设立的初衷。

6月13日,科创板迎来开板2周年。设立科创板并试点注册制以来,科创板运行总体平稳,科创板上市公司数量从无到有,总募资额、总市值连创新高,这块资本市场改革创新的“试验田”,给投资者带来不少惊喜。

在看待科创板价值时,有人简单拿市值、交易额、上市公司数量等指标与其他板块比较,进而得出“试验田”“产量”不高、贡献有限的结论。笔者认为,这种观点错误理解了科创板的定位和使命,也忽视了设立科创板并试点注册制改革的深远意义。

科创板平稳运行的主要贡献,不能仅仅用部分股票短期表现或投融资指标来衡量,更要从战略视角加以审视。当前,我国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期,无论是从促进经济动能转换的角度,还是从增强国际竞争力的角度,依靠科技创新推动高质量发展都是我国经济社会发展发展的必然选择。打造以“面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求”为定位的科创板,无疑对支持实体经济发展、提升科技创新能力、引领资本市场改革意义

重大。

这是因为,科创板自诞生起就肩负着两大重要使命。一方面,与传统商业银行信贷融资相比,资本市场由于风险补偿方式、风险承受能力与传统银行有异,在长期投资和高新技术、关键领域创新活动中具有明显优势。设立科创板,通过资本市场推动经济创新转型、促进科技与资本深度融合,可谓天经地义。另一方面,从维护金融市场稳定的大局出发,科创板还承担着从增量改革深化到存量改革的重要使命,对完善资本市场基础性制度,推进金融供给侧结构性改革发挥着特殊作用。

因此,不能简单用少数量化指标衡量科创板,还应从更长时间去观察科创定位、科创企业成色以及制度创新成果。让科创板发挥好改革“试验田”功能,形成可复制和可推广

的经验,以此带动资本市场全面深化改革,这才是科创板设立的初衷。

用好这块“试验田”的经验,要牢牢抓住“完善信息披露制度”这一核心,推动发行人、中介机构、证券交易所归位尽责,保障审核注册各环节公开透明。从新股发行审核制、核准制到注册制,完善的信息披露制度和股东信息披露监管正成为科创板平稳运行的重要基石。这一经验表明,只有真实、准确、完整、及时的上市公司信息披露,才能提高证券市场有效性,从而更好发挥股市的投融资功能、提升资源配置效率。

用好这块“试验田”的经验,要完善科创板科创属性认定,聚焦技术优势明显、成长性突出的企业法人,让“硬科技”与资本高效对接。不是所有企业都适合在科创板上市,也不是所有上市的企业都能“成才”。2020年科创板上

市公司净利润同比增长59%,增速明显高于全市场整体水平,科创板公司研发人员占公司人员总数的比重、平均拥有发明专利数量等数据,均高于A股其他板块。取得这些好成绩的重要原因,在于科创板被赋予的制度红利“召唤”出更多“隐形冠军”,能发掘出更多财务指标不抢眼但“长跑能手”,这值得各方好好学习。

用好这块“试验田”的经验,还要完善上市、交易、退市、再融资、并购重组等各项配套制度。今年前5个月,科创板日均整体换手率高于同期的主板、创业板。由于科创板放宽了涨跌幅限制,优化了融资融券安排,市场交易更为活跃,有利于加快均衡价格形成,“炒新”现象也明显减少。这启示市场其他板块,任何改革不能单打独斗,需要配套措施保驾护航。

资本市场不仅是资金场、信息场,更须是法治市场,这样才能确保信息披露质量、科技成色以及交易制度公平。“2岁”的科创板能平稳运行,给各方提了个醒——在“无形之手”之外,必要的法治保障和行政监管一样都不能少。

周琳

# 天然气市场将进入「质量为王」阶段

刘满平

当前,我国天然气市场正处于重要改革发展期。如果说之前是“资源为王”“管网决定市场”,那么随着碳达峰、碳中和“双碳”目标的推进,未来天然气市场将进入“质量为王”阶段,市场主体将凭借企业规模和服务质量来取胜。

“双碳”目标将对我国经济社会发展产生重大影响,加速我国能源转型和能源革命进程,倒逼能源清洁转型。天然气是碳排放量最少的化石能源,灵活性强,大力发展天然气对于降低碳排放具有重要的意义。近中期天然气发展环境是有利的,预计到2035年国内天然气仍将处于增长阶段。

同时要看到,国家油气管网公司正式运营后,天然气市场交易方式、商业模式、运行机制、市场制度、市场管理与监督机制等市场体系与运行规则将发生一定变化,各市场主体不得调整运行模式和发展思路,以适应新的市场形势。在内外部发展环境变化倒逼和技术创新、商业模式创新的带动下,未来天然气市场将会不断涌现新业务、新模式、新机遇,尤其是“双碳”目标将推动油气企业与非油气业务的深度融合发展和创新。

总体来看,我国天然气下游市场的竞争力度将不断加大。

一是外资企业的进入。2019年发布的《外商投资准入特别管理措施》,取消城市人口50万以上的城市燃气、热力管网须由中方控股的限制,标志着对外资彻底开放下游燃气投资,城市燃气行业实现全面开放。外资企业将通过独资、参股、合作等方式加速进入我国市场,发展天然气下游业务。

二是上游油气企业的进入。油气体制改革的目标是构建“x+1+x”体系,无论是上游油气勘探开发还是下游领域都将开放,下游可以向上游延伸,上游也可向下游市场开拓。剥离管网业务之后,油气企业难免会大力进入下游市场。

三是城市燃气工程安装业务的竞争。工程安装业务之前一般固定由城市燃气企业来承担,《关于规范城镇燃气工程安装收费的指导意见》提出要加快建立完善公平开放的燃气工程安装市场,鼓励具备燃气工程安装施工能力的企业依法取得相应市政公用工程施工资质后参与市场竞争,鼓励具备安装资质的企业跨区域开展工程安装和改造业务,促进市场竞争。尽管短期内还难以看到更多企业进入这一业务,但是时间长了、改革推进了,城市燃气工程领域的竞争者将增多。

四是现有城市燃气企业之间的竞争。目前国内下游城镇企业上千家,其中5家主要企业的市场占比超过6成,下游城燃市场进入集团化、规模化时代。未来竞争将主要是对现有城燃企业利益格局的重整,是存量市场的重新洗牌,或将出现企业重组和并购。

五是其他非气企业抢占市场份额。降低碳排放,实现“双碳”目标一个重要的举措是提高终端消费侧的电气化水平,未来要持续推进交通、供暖、工业、建筑等领域的电能替代工程。这些领域之前正是城燃企业重要的目标市场,它们电气化水平的提高,意味着这些市场份额将被以电力企业为核心的其他非气企业抢走。

可以预计,未来天然气市场将进入“质量为王”阶段。这个阶段将是一个“大改革、全开放、多竞争、强监管、低收益”阶段:资源供应日益充足,下游市场主体增多,竞争更加激烈,成本监管力度加大,收益有所降低。下一步,企业想要在中取胜,必须转变经营理念,树立市场营销理念,以用户需求为中心,积极响应用户用能需求,丰富新服务和新业务,大力提升服务质量。企业可以探索上下游一体化发展,要么与石油公司建立紧密合作甚至成立合资公司,要么与其他企业兼并整合等,扩大企业和市场规模,实现规模效益,降低成本,以保持企业竞争力。

(作者系国家发展改革委价格监测中心高级经济师)

洞见

# 对“后高考经济”保持理性

戴先任

2021年高考近日落下帷幕,这也意味着“高考经济”进入下半场。可以想象,庞大的应届生消费群体、长达近3个月的超长暑假,将给电子产品、旅游、餐饮、驾校培训等行业带来一波消费高峰。

“后高考经济”并非全是商家炒作,确实有着旺盛的市场需求。经过了紧张的高考备考,考生们有着放松心情、放松心情的需求,家长们也希望孩子们好好休息,会尽量满足孩子们的正当需求。而且,高三毕业生大多已成年,家长会相对放心让孩子自己做主去买点东西、做点事情。

商家自然不会放过这样的好商机。往年高考之后,各大旅游网站就会推出持准考证可参与团购的旅游套餐,抢滩“高三毕业生”这一消费群体。各大驾校也会推出针对高三毕业生的学车套餐,开辟“学车绿色通道”,保证高三毕业生随到随学等,尽

可能多吸引学员。

尽管如此,“后高考经济”消费也应保持理性。高三毕业生刚刚成年,社会经验不足,需要防范无良商家的欺诈。比如,面对有关消费需求,一些商家浑水摸鱼,进行虚假宣传;有一些消费不是没有必要,或存在安全风险,比如整容整形,有的整形机构甚至根本就没有相应资质。

因此,家长们此时还要帮助孩子甄别真假,引导他们理性消费,不能盲目消费,避免奢侈浪费,还要注意安全事宜。学校仍要跟进加强教育引导,提醒学生理性消费。监管部门也应加强“后高考经济”市场监管,规范市场秩序,保护消费者权益。总之,“后高考经济”背后隐藏着教育问题,特别是消费观、价值观的教育引导问题。一言以蔽之,玩乐需有度,消费需理性。



## 开屏广告莫任性

徐骏作(新华社发)

当前,手机中的各类APP已成为人们社交、购物甚至工作中必不可少的应用工具。但是,相当一部分手机APP在启动的第一时间,使用者并不能直接进入应用主页,而是会被动着数秒第三方广告,让人不胜其烦。对此,有关部门要引起重视,加强APP开屏广告监管,及时跟进完善监管办法,对APP开屏广告推送明确规则、规范管理。同时,APP运营者不应短视,莫贪恋眼前小利益,而应做好获取广告收益与尊重用户感受的准确平衡,这样才有利于实现长远发展。(时锋)

# 信用修复助失信者“重生”

江德斌

近年来,我国在大力推进信用建设,探索对失信者施以信用惩戒,让失信被执行人“一处失信、处处受限”,以倒逼其纠正错误,履行守信义务。截至2020年底,有751万名失信被执行人迫于惩戒压力自动履行了生效法律文书确定的义务,效果不言而喻。

对于那些有意彻底改正的人来说,确实需要给一个“重生”的机会。这是因为,实施信用惩戒并非将失信者一棒子打死,使其不得翻身,而是为了借此让失信者受到处罚,进而让其认识到失信行为的错误之处,纠正错误,引导社会大众诚实守信。

从这个意义上说,信用修复是必要的辅助工具,可让失信者看到恢复信用的希

望,以主动修复去除信用惩戒带来的“枷锁”,恢复正常的生活和工作,以免失信者失去信心,“破罐子破摔”。

失信者信用修复的主要内容,包括在规定时间内纠正失信行为,公开作出信用承诺,主动参与志愿服务和社会公益事业等。这些措施的实施,有助于推进失信信用惩戒走向精准化精细化,让惩戒和修复工作并存,各自发挥出应有的效力。

当然,信用修复工作不能过于随意,要鼓励轻微失信者主动纠错自新,并畅通社会公众对信用修复的异议、投诉、举报渠道,引导公众及社会组织关注和参与信用修复工作,不断提升全社会信用水平。

# 临期食品售卖必须规范

周慧虹

如今,线上、线下销售临期食品的渠道越来越多,无论是中老年消费者,还是年轻消费群体,都对临期食品表现出认同态度。

所谓临期食品,指的是临近保质期但仍在保质期之内的食品。临期食品打折销售,能让消费者得实惠,也有益于商家及时止损,还能在一定程度上缓解粮食浪费,可谓好处多多。

不过,临期食品有其一定的特殊性,售卖过程中若是把关不严、营销不当,很可能形成消费纠纷,甚至侵害消费者的合法权益。目前,从笔者观察到的情况来看,临期食品售卖确实存在一些问题。

比如,有的商场、超市将临期食品与未临期食品夹杂在一起,如果以未临期食品的价格销售,消费者便可能“入坑”;有的商场、超市对于临期食品标示不明,要么只是标注“特价”,要么采取“买一赠一”方式销售,使得有些消费者不明所以。又如,网售临期食品中往往存在如此条款:“不接受7天无理由退换货”“快递过程中无法保障产

品毫发无损”“膨化食品挤压发生漏气、破碎概不赔偿”等,不利于保护消费者合法权益。

当前,临期食品消费越红火,商家的售卖行为越要讲求规范,这样才能树立这一领域的市场口碑,让消费者买得放心。

首先,临期食品的认定标准须规范统一。有关行业组织应及时出台统一明确的规范标准,以免形成认知和操作误区。其次,临期食品的售卖形式须规范统一。商场、超市应设立专区或专柜销售临期食品,并在醒目位置标明“临近保质期食品销售专区”或“临近保质期食品销售专柜”字样。与其他商品一起捆绑搭售时,不得隐藏该食品的生产日期和保质期。再次,临期食品的网络销售要求规范统一。网上销售的临期食品究竟不适用于“7天无理由退换货”规定,其快递包装、运输等环节中还应有哪些具体要求,需要完善法律法规,及时予以明确。

# 企业应增强汇率风险管理意识

姚进

企业应把汇率波动纳入日常的财务决策考虑因素,聚焦主业,尽可能降低汇率波动对主营业务以及企业财务的负面影响,以实现预算达成、提升经营的可预测性以及管理投资风险等主营业务目标。金融机构要不断丰富避险产品,满足企业多样化的避险保值需求。

近年来,人民币汇率有升有贬、双向波动,弹性不断增强。这对各类市场主体汇率风险管理能力提出了更高要求。如何答好汇率风险管理的“考卷”,对企业尤其是国际业务占比较高的企业来说,已是稳健经营的必修课。

今年以来,人民币对美元汇率双向波动愈加明显。今年初至2月,人民币对美元中间价表现为明显的升值趋势;2月10日升值达到高点之后开始呈现贬值趋势,一直到3月31日迎来6.5713的最低点,这区间总体为贬值;4月以来,人民币对美元中间价表现为波动升值的趋势,这一趋势延续至5月,并在6月1日达到6.3572的高点。

面对汇率双向波动,有的企业汇率风险管理意识较强,经营没有或很少受到影响,未来开拓国际业务的信心更足;有的企业则因汇率波动使经营利

润受损,甚至损失较大。那么,企业该如何做好汇率风险管理?一个关键在于树立“风险中性”理念。这是因为,一方面,国际市场不确定性因素较多,汇率双向波动增强;另一方面,基于汇率“风险中性”的汇率风险管理有助于实现主营业务目标,偏离汇率“风险中性”的投机套利只会额外增加风险。

什么是汇率“风险中性”?通俗来讲,是指企业既不追求人民币升值,也不期待人民币贬值,无论汇率是升是降,都能正常看待,并且能审慎安排资产和负债的货币结构,避免外汇风险管理的“顺周期”和“裸奔”行为。同时,应合理管理汇率风险,以保持财务稳健和可持续为导向,而不应以套保的盈亏论英雄。

事实上,避险保值就像花钱买保险,是以一个

比较小的成本来管理比较大的不确定性和可能的损失。企业要有充分的认识和信心,应把汇率波动纳入日常的财务决策考虑因素,聚焦主业,尽可能降低汇率波动对主营业务以及企业财务的负面影响,以实现预算达成、提升经营的可预测性以及管理投资风险等主营业务目标。

企业管好汇率风险离不开银行的帮助,而汇率风险管理也是银行不应忽视的“大生意”。可能一些银行认为,与传统的信贷业务相比,外汇衍生品交易的专业性比较强,人员培训耗时、投入多,积极性相对不高,这样一来,结果必然是银行对企业的专业化服务不充分。现在,很多银行都提出要建设国内一流甚至国际一流银行,如果不重视汇率风险管理等企业需求,就很难真正成为一流银行。

因此,企业和金融机构都应积极应对汇率双向波动的状态。企业要聚焦主业,树立“风险中性”理念,避免偏离“风险中性”的“炒汇”行为,不要赌人民币升值或贬值。金融机构不仅不能帮助企业“炒汇”,自身也不宜“炒汇”,否则不利于银行稳健经营,还会造成汇率大起大落。金融机构要不断丰富避险产品,满足企业多样化的避险保值需求,进一步降低避险保值成本,与企业一道排除汇率波动的干扰,实现平稳健康发展。