

## 监管“组合拳”保护投资者 年内沪深两市公司收157张罚单

■本报记者 桂小笋

2021年政府工作报告强调,要完善资本市场基础制度,稳步推进注册制改革,完善常态化退市机制。“新证券法以及2021年3月1日实施的刑法修正案形成一套‘组合拳’,极大提高证券违法违规成本。”上海明伦律师事务所王智斌律师对《证券日报》记者表示。

同花顺数据显示,今年以来(即1月1日至3月14日),沪深两市公司共收到157份处罚,而在上年同期,两市公司则收到129份处罚。从今年收到处罚的原因来看,“信息披露虚假或重大遗漏”是处罚的主要原因。

王智斌对《证券日报》记者介绍,近年来,投资者的法律意识明显提高,通过法律手段诉讼维权的热情也日益高涨。“仅以我们律师事务所的数据为例,2018年至今,已有累计超过1万名投资者委托我们针对超过100家上市公司提起索赔诉讼。众多的投资者中,既有索赔一两千元的小散户,也有单个股票索赔超过2000万元的大户,既有大爷大妈等老年股民,也有新入证券市场的年轻人,机构投资者参与索赔诉讼的情形也越来越常见。”

“随着新证券法以及配套法律、法规、司法解释的实施以及司法实践的推进,投资者权益得到了更为立体的保护。”王智斌说。

需要注意的是,虽然纵向对比来看,投资者维权热情大大增加,但是横向来看,符合索赔标准和真正采取行动参与索赔诉讼的投资者相比,占

比仍然较小。

有投资者在和《证券日报》记者交流时坦言,投资者向上市公司提出诉讼维权的前提是公司被监管部门出具处罚,但出现违法现象被监管部门处罚的公司大多违法时间较长,“三四年前买过的股票出了问题,都不知道是不是符合索赔标准。”

对此,王智斌也认为,造成这种状况的主要原因有三方面的原因,“信息不对称,由于法律保护的是投资者历史上形成的亏损,所以很多投资者抛售股票之后,对于该股票的后续信息已不再关注,很多投资者对于索赔事项未能获得充分信息;有相当多的投资者是因为自身‘惰性’而放弃索赔;此外,在部分案件中,索赔诉讼的效果并不理想,这也大大影响投资者维权的积极性。有一些案例,虽然投资者赢得了诉讼,但是由于公司退市、破产等原因,这些案件至今未能执行到款项。”

注册制下,中介机构要切实承担起“看门人”的责任。与此相对应的,“看门人”不“看门”时,其法律责任就会更重。

“就目前的司法判例来看,审计机构已经成为投资者维权的重点对象,此外,评估机构、保荐人等中介也越来越多地坐上了被告席。这对投资者通过诉讼维护自身权益有积极的推动作用。”王智斌表示。

## “黄金证书”难换真金 中业网校等涉嫌虚假宣传屡上黑名单

■本报记者 矫月 张敏

贩卖焦虑成为当下教育培训机构被诟病的重要原因,而这种焦虑氛围下消费者更容易走进虚假宣传的雷区。

考虑到就业、职业发展、发展副业等因素,各种从业资格证成为职场标配。《证券日报》记者在黑猫投诉平台上看到,“黄金证书”——例如一级注册消防工程师证书、一级造价工程师、健康管理师证书等成为消费者投诉职业培训的重灾区。据记者梳理,虚假宣传、退费难、维权难成为消费者被套路之后共同面临的难题。

对此,北京市京师律师事务所高级合伙人钟兰安律师对《证券日报》记者表示,教育培训领域的商家虚假宣传,尤其是不诚信的宣传方式吸引消费者极其普遍,这种虚假宣传的行为涉嫌违反消费者权益保护法和广告法的相关规定,是一种严重的违法行为。

“同学,你知道中国的十大‘黄金证书’吗?一级注册消防工程师证书就是其中之一,获得证书之后挂靠相应单位一年收入十万元以上。”

一位刘女士接到了某培训机构销售人员上述营销电话。她向《证券日报》记者介绍:“文科出身的我当时确实心动了,因为销售人员称没有学历、学科限制,学习费用才一万多元,承诺考试不通过就退费。后来又跟我宣传有保过班,不过费用会更高。”

在黑猫投诉平台上,《证券日报》记者看到类似刘女士的案例不在少数。“我之前报名普华三人教育的消防工程师考试,前前后后费用交了万多元,承诺考试不通过会退费。可是过去十多天了,退费没到账,联系当初打电话给我的班主任老师,一直没有下文,不回消息。我想投诉北京的12315,不知道该怎么办?”一位消费者如是说。

对此,一位通过了一级消防工程师考试的人士向《证券日报》记者介绍,“以前确实存在挂靠而获得收入的情况,但是一旦项目出问题,是要承担法律责任的。很多机构都以挂靠收入进行营销,但该证书考试通过的概率并不高。”

安徽文得律师事务所律师向《证券日报》记者表示,保过班培训费用一般都很高,培训机构的心理是逮住一个算一个,大不了退费。而难点就在,即便退费条件达到,但其承诺也很难兑现,他们会在合同里设置更多的免责条款,另外,以掌握所谓的合同解释权来曲解协议内容。这个时候就需要消费者认真阅读理解双方协议,或者寻求专业的法律人员帮助,或向市场监督管理局,消费者协会反映这些情况。如抱着多一

事不如少一事的心理,一味退让,反而助长这些黑机构。“建议消费者一定要根据自己的能力和实际需求,慎重考虑,而不能盲目的跟风。”

据记者了解,2017年4月份,人社部印发《关于集中治理职业资格证书挂靠行为的通知》,部署打击住建、环评、药品流通、专利代理、消防等领域职业资格证书挂靠问题。不过,这种现象并未因监管部门的介入而就此打住。

记者在黑猫投诉平台上以“消防工程师”为关键词查询时发现,渊大教育、中业网校等教育机构均被消费者所投诉。据媒体报道,北京市海淀区市场监督管理局发布“关于谨慎选择教育培训机构的消费警示”,其中北京中业汇智教育科技有限公司海淀分公司(“中业网校”)等4家培训机构被列入“投诉数量较大的教育培训机构名单”,内容涉及“诱导买课、虚假承诺”“课程质量差”“收费不透明”“拒不退款”等。

“我们签的合同上写了不能退款。”“退款可以,你上的课要按照单次课最高价格来算,还要扣除各种手续费……”这些都是教育培训机构常见的推脱责任的说法。

消费者被套路后,退款难、维权难的情况不断上演。无证办学、解决率低、纠纷数量居高不下已经成为当下教育培训机构被监管部门点名的重要原因。例如,3月11日,北京市海淀区市场监督管理局发布的《关于谨慎选择教育培训机构的消费警示》显示,北京天龟教育科技有限公司(天龟教育,无证办学)共接到投诉92件,解决率为14.13%;北京中健健康管理有限公司(健学网,无证办学)共接到投诉58件,解决率为36.21%。

“一旦消费者跟商家产生交易,务必让商家出具相应的承诺,或者与商家签署的合同中,将其广告宣传内容列入组成部分。

在这种情况下,一旦商家出现了上述不能兑现承诺,或者不履行广告宣传的内容情况,消费者可以依法维权,向商家主张权利。首先,可以向消费者协会进行投诉,其次,可以向人民法院提起诉讼,要求商家进行相应的损失赔偿。”北京市京师律师事务所高级合伙人钟兰安律师向《证券日报》记者表示,针对有明显欺诈行为的虚假宣传,消费者权益保护法第55条规定了惩罚性赔偿,即退一赔三,消费者不仅可以要求商家把学费退还,还可以要求商家进行三倍赔偿。

# 诚信 3·15 国际消费者权益日 打假维权

## 企业高质量发展 需诚信与匠心相伴

■赵学毅

“要竞争就应当是公平的竞争,就必须有监管。管出公平,管出公正,这样才能让市场主体显示真正的创造力。所以我们放管并重,创新监管方式,加强事中事后监管,这都是改革。”这是3月12日李克强总理在回答中外记者提问时说的一番话,“我们支持‘互联网+’、物联网这些新业态,但是对于坑蒙拐骗、造假失信,或者利用新业态的旗号去搞诈骗、非法集资的,就要坚决打击,因为把市场搅乱了,没有公平,竞争就不可能持续,就不可能展现更强的活力。”

正值一年一度的“国际消费者权益日”,李克强总理掷地有声的这番话更是超提气,也为市场规范经营吹响了号角。

据我们观察,近几年在医美、培训教育、汽车等行业仍存在不少问题:除了医美事故外,在纷繁复杂的医美项目中,还充斥着虚假宣传、非法行医、定价混乱等乱象;黄金证书也是消费者投诉职业培训的重灾区,虚假宣传、退费难、维权难成为消费者被“套路”之后共同面临的难题;在汽车行业,车企与投资者普遍缺乏有效互动,热线电话虽能接通,但多应付了事,专业问题得不到解决……

笔者认为,在国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下,企业转型升级、提质增效、创新发展是必然趋势,随着新消费业态的迅速发展,更需要企业诚信经营,对消费者负责,助力打造自身品牌。

近日,笔者和某企业董事长交谈时,谈到了“匠心”二字。日本百年老店达3万家,除了“长子继承制”这种制度保障外,更重要的是匠人精神的传承。比如,以高质量家具工艺闻名日本的“秋山木工”,是只读过中学的木匠——秋山利辉于1971年建立的。已成大师的秋山利辉,逢人总是谦逊地说:“我是个匠人”。但就是“匠人”二字,让很多的听者因之肃然起敬!每当客人来做家具,秋山对自己提出一个“严要求”:我最后呈现给客人的物品,一定超过他的要求一倍甚至更多。“真正的大师级匠人,不为钱而工作。”他说。

反观国内,部分企业近几年却借机新业态发展投机取巧,不但没有规范经营、诚信发展,更谈不上“匠心”。随着我国经济的高质量发展,全链条、全流程监管的加强,制假贩假售假行为无处遁形,这些企业势必举步维艰。

发展是大趋势,高质量发展才是硬道理。

## 22家上市车企服务热线接听率达93% 公司董秘“复读机”式回复缺乏有效互动

■本报记者 龚梦泽

2020年,我国乘用车零售累计达1928.8万辆,行业呈稳步回暖态势。伴随而来的是越来越多的消费者在使用车辆时遭遇各种问题,在面临经销商服务缺失时饱受“鉴定难、求偿难、投诉无门”的困扰。

在此背景下,车企的400客服热线就显得尤为重要,成为消费者咨询车辆情况以及反馈问题的重要渠道。在2021年“3·15”国际消费者权益日即将到来之际,《证券日报》记者拨打了A股22家上市车企的30个汽车品牌公开电话,共有28个接通,接听率达93%,近半数客服热线没有主动报出工号。整体来看,各大汽车厂商的客服人员服务态度普遍较好,能够主动帮助核实问题并进行登记。其中回复质量最高的为东风本田、一汽-大众和上汽大众。

比如东风本田方面,客服人员详细询问记者车辆问题和信息后,能够就记者提出的车辆问题进行较为专业的解答。一汽-大众客服人员在近半个小时的通话过程中,积极主动向车主车辆问题和信息,耐心解答记者提出的问题,并联系4S店进行预约。东风悦达起亚、东风日产,客服人员向车主所在区域,并提供相应区域售后服务商。其中与东风日产客服人员沟通后,5分钟之内就会有经销商维修人员与记者取得联系。

从服务效率上来看,客服热线接听受理,对消费者进行反馈时间最短的是奇瑞汽车,客服表示2小时内厂家就会安排专人和消费者进行联系。而大部分厂家与消费者联系的时间,一般在1个到3个工作日。从客服人员专业度上来看,大部分客服人员仅对消费者问题进行记录和反馈,但对于车辆存在的问题并不能做出专业性的建议和意见,而是要求消费者与经销商进行联系。

此外,在解决问题的主动性上,当消费者与经销商之间产生纠纷时,大部分厂家表示消费者只能和经销商进行协商,厂家只是协助和督促。而奇瑞、上汽大众则更为积极主动,

会将问题转交至厂家相关部门进行介入解决。

需要指出的是,由于客服人员从业时间、经验以及存在个体差异,调查并不能全面地反映问题,但也暴露出了一些问题。如只能提供浅层的咨询服务,当遇到实质性的专业问题需要释疑时,难以做到主动担当。对此,新浪财经专栏作家林示认为,厂家将纷纷下压至经销商,在某种程度上会造成责任的缺位,甚至会将问题激化。建议厂家能够进一步提升客服人员的专业素质,制定更为人性化的处理方案,切实帮助消费者解决质量和售后服务问题。

中国上市公司协会副会长高靓认为,及时关注反馈中小投资者的意见建议,并在整个投资者关系管理工作中给予重视,才能有效保障中小投资者理性的价值判断。

为此,记者选取2020年3月1日至2021年3月1日这一时间段某第三方投资者互动平台的车企互动情况,通过不同车企董秘与股民的互动回复展示车企对于投资建议的态度和投资者关系的管理情况。上汽集团在投资者互动平台上共收到264条提问,这其中有的问题十分具体,如“上汽分红时间,相关产品研发,业务布局与经营”等。对此,董秘普遍以简短模糊的格式化内容“尊敬的投资者您好,感谢您对上汽集团的关注”统一回复。比亚迪董秘也几乎以“您好!感谢您的建议!”贯穿所有的问题。此外,江淮汽车、曙光股份等也普遍采用了类似的答复形式。长安汽车的董秘则会选择部分提问回答,有针对性地进行回答。如长安汽车董秘在回答公司销售产品和财务方面提问时,就会简述公司相关资料,最后辅以“请以官方发布的为准”结束对话。

记者还注意到,在投资者提出的各类问题建议之中,有相当部分已超出董秘职责范围,对此,各家车企的董秘也都表现出了较好的态度与职业素养。如长城汽车董秘在大量的已处理回复中都会注明:“感谢您的建议,已将您的建议反馈到相关部门”。

## 医美行业事故频发背后: 山寨产品充斥市场 非法机构鱼目混珠

■本报记者 李春莲 张敏

近年来,医美行业受到市场和资本的双重热捧:热玛吉、光子嫩肤、水光针等各种医美项目层出不穷,不少爱美女士趋之若鹜。与此同时,A股市场不少相关概念股股价翻倍,布局医美行业的上市公司不断增多。

然而,在业内人士看来,存在监管空白的医美行业仍然处于野蛮生长阶段,行业充斥着虚假宣传、非法行医、定价混乱、医疗事故频发等乱象,这也导致投诉不断。

“这几年来医美比较火,问题也比较多,尤其是没有资质的小机构冒出来,技术和产品都不过关,靠营销和价格忽悠一些没经验的客户。”北京一家大型医美机构的工作人员向《证券日报》记者表示,有不少客户来做修复,主要包括做热玛吉被烫伤,填充劣质材料导致下巴变形等。

“我第一次做双眼皮并不顺利,后来又做了修复。当时就是穷学生,没有钱,医院就建议借款。我在某平台上借了18000元。后面修复效果并不好,于是又借了一笔钱进行继续修复。这个贷款用了两年才全部还完。很长一段时间,我都是借了贷款去还贷款,还了又借,最多的时候凑到三万多元。”田晓(化名)在接受《证券日报》记者采访时介绍。

野蛮生长的医美背后,田晓的案例只是其中之一。除了医美事故外,在纷繁复杂的医美项目中,行业被诟病最多的还存在于普通消费者难以辨别真假的医美产品之中。目前田晓已通过新氧公益救助项目的筛选,接受了面部修复手术。

据新氧发布的数据显示,去年以来,医美市场上第五代热玛吉(Thermage FLX)爆红,但山寨货也随之充斥市场。

《证券日报》记者在新浪黑猫看到有消费者投诉称,花了16800元在上海华美医疗美容医院做热玛吉,但因为其操作不当(含麻药操作),脸上过敏灼伤。此外,还有不少消费者投诉,商家使用的热玛吉

探头是伪劣产品。

根据中国整形美容协会发布《医疗美容舆情报告·第3期》中指出,热玛吉高居不良医疗服务或产品相关事件的首位。北京一家大型医美机构的工作人员向《证券日报》记者表示,做热玛吉被烫伤与机构医护人员不专业有关。“小机构使用热玛吉医疗器械多数是山寨产品,所以会有很多人投诉做完没有效果,并且烫伤概率加大。”

除了热玛吉外,其他医美产品也面临着真假难辨的情况。据艾美瑞咨询发布的《2020年中国医疗美容行业洞察白皮书》显示,目前医美市场上流通的针剂正品率仅为33.3%。在水光针产品前六名的品牌中,只有一款是经过国家药监局注册审批的正规产品。

医疗事故频发,不少女性在寻求变美的同时,也开始关注安全问题。艾美瑞咨询发布的《2020年中国医疗美容行业洞察白皮书》提及,随着医美事故/失败报道的增加,医美安全性能成为医美用户最关注的信息。

2018年6月份,艺星医美提交申请书赴港交所主板上市。2019年,艺星医美旗下大连艺星医疗美容医院发生了涉嫌医疗事故致死而被调查的情况。艺星医美的上市之路就此折戟。“目前大连艺星尚未恢复营业。”艺星医美旗下销售人员向《证券日报》记者介绍。

另一家医美机构——华韩整形“踏”了资本市场,2013年在新三板挂牌。同花顺数据显示,自去年3月份以来,截至今年3月13日,华韩整形区间内股价最高涨幅达600%。

不过,《证券日报》记者在新浪黑猫搜索查询到,华韩整形因医疗事故、隆鼻失败、乱加价等问题被客户投诉,目前显示均未解决。

“当前医疗美容服务行业规范度处于不断提升的阶段,大型企业连锁经营是主要模式。”招商证券分析师董瑞斌表示,目前医美行业的痛点主要集中在大量非法机构涌现以及合法机构违规操作、药品流通、非法从业人员泛滥等问题。我国医疗美容行业需要加大监管,对市场进行正确引导,才能促进行业良性发展。