

聚焦上市公司退市

今年以来18家上市公司收退市“通知” “应退尽退”督促上市公司居安思危

■本报记者 吴晓璐

5月28日是康得新复合材料集团股份有限公司(以下简称“康得新”)在A股的最后一个交易日,当日,公司以0.2元/股的收盘价落下帷幕。

今年以来,随着退市新规的实施,以及“应退尽退”的监管理念贯彻落实,证券市场退市效率进一步提升。《证券日报》记者据上市公司公告梳理,截至5月28日,今年以来已有15家上市公司被交易所终止上市,另有3家上市公司收到交易所终止上市事先告知书,合计18家上市公司收到交易所“退市通知”。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳接受《证券日报》记者采访时表示,监管层对于壳公司、僵尸企业的清理,将释放更多流动性到更需要的企业,助力优质企业做优做强,同时也有利于净化投资环境,让投资者更注重企业的价值投资。对于上市公司而言,强调“应退尽退”也是一种“震慑”,使上市公司居安思危,做优做强,才不会“末位淘汰”。

多元化退市常态化

值得注意的是,康得新在4月6日被深交所终止上市后,曾于4月9日向深交所提交复核申请。5月27日,公司公告称,深交所上市审核委员会对康得新作维持终止上市决定,该决定为终局决定。

证监会日前曾表示,将强化退市监管力度,坚持应退尽退,对严重违法违规、严重扰乱资本市场秩序的公司坚决出清,打击退市过程中伴生的财务造假、利益输送、操纵市场等违法违规行为,对相关机构和个人加大追责力度。

在严监管下,今年退市公司数量增多,退市类型也更加多元化。具体来看,上述18家收到交易所退市“通知”的公司中,6家触及面值退市指标,6家触及财务退市指标,2家触及重大违法强制退市指标(其中,*ST斯太收到深交所重大违法强制退市事先告知书)。此外,*ST航通为主动退市,营口港为吸收合并退市,*ST北讯则是未在法定期限内披露暂停上市后的首个年度报告,收到深交所终止上市事先告知书。天翔环境在2020年5月份被暂停上市后,于今年5月12日向深交所提交了恢复上市申请材料,但未能提交保荐机构出具的恢复上市保荐书。由此,5月14日,深交所向公司出具了不予受理公司股票恢复上市申请和拟决定终止公司股票上市交易的文件。

“受退市新规影响,今年退市力度显著加大。从当前退市公司触及的指标类型来看,重大违法强制退市家数较少,面值退和财务退成为主流。这意味着,在退市制度优化后,市场逐步成为公司是否退市的裁决者。”南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受《证券日报》记者采访时表示。

“自退市新规实施以来,退市公司数量显著增长,退市类型上也较以前更多元化,全方位对上市公司质量提出了更高要求。”陈雳表示,全方位多角度对上市公司进行综合评判,进而制定的退市新规,更能防止一些绩差公司、空壳公司钻空子,保障上市公司整体质量。

逾百家公司被实施退市风险警示

除了上述18家收到交易所退市“通知”的公司,仍有多家上市公司面临退市



王琳/制图

风险。从面值退市指标来看,截至5月28日收盘,有11家A股公司收盘价低于1.5元股,其中2家在1.2元股左右徘徊。

另外,2020年年报发布后,逾百家公司适用退市新规被“披星戴帽”。具体来看,沪市39家公司被实施退市风险警示(即*ST),其中23家公司触及退市新规中新设的“营业收入+扣非净利润”组合指标;深市68家公司被实施退市风险警示,其中超四成触及财务组合指标。综合来看,今年有107家公司被实施退市风险警示,约五成触及财务组合指标,其余则触及净资产为负、财务报告被出具非标审计意见,以及被法院裁定受理重整等指标。

《证券日报》记者进一步梳理“披星戴帽”公司2020年财务数据发现,27家公司2020年营业收入不超过5000万元,其中,6家营业收入不超过千万元。若

扣除与主营业务无关的营业收入,甚至有公司营业收入“归零”。从净利润来看,有3家公司2020年亏损超过百亿元。

“退市新规的财务类退市指标是比较合理的,也是公司上市的基础指标。若上市公司因为自身原因,连最基础的上市条件都不能满足,那么其当前实力已经与‘上市公司’的头衔不匹配,此类公司自然是需要清理的。”陈雳表示,根据已经退市的上市公司数量来计算,今年退市公司预计将在30家至50家之间,较2020年显著增长。

“退市新规中财务指标不仅优化盈利要求,而且明确规模底线,有效压缩了会计操纵的空间,能够有力清除僵尸企业和壳公司。”田利辉表示,随着退市新规的实施,多年积压的问题公司或僵尸企业会在较短时期里先后退市,故今年退市公司数量会显著增多。

康得新终止上市 一重要股东提前两日清仓

■本报记者 桂小笋

5月27日晚间,康得新公司公告称,收到深交所《股票终止上市复核决定书》,深交所做出维持《关于康得新复合材料集团股份有限公司股票终止上市的决定》,对公司做出了股票终止上市的决定,本决定为终局决定。

此前,康得新由于重大财务造假轰动资本市场,最终走上了终止退市的道路。财务造假案件东窗事发后,如何维权挽回损失,就成了投资者关注的重点事项。

对此,上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时说,

康得新案件的情况比较复杂,公司缺乏赔付能力,投资者维权的关键在于被告的选择,例如,能不能把更多相关的审计、中介等机构列为被告。

需要注意的是,5月27日晚间,康得新同时发布的一份股权变更公告显示,持股5%以上股东浙江中泰创赢资产管理有限公司(以下简称“中泰创赢”)出具的《关于减持康得新复合材料集团股份有限公司全部股份的公告函》称,中泰创赢分别于今年5月25日、5月26日通过证券交易所的集中交易方式合计减持公司股份8738万股、18698万股,本次权益变动后,中泰创赢不再持有公司股份。

在此之前,中泰创赢从未发布相关计划减持的公告。而从其减持方式等细节来看,王智斌认为,每个退市股票情况不同,比如有些退市股票可能还具备一定的投资价值,“但这其中并不包括康得新。退市后的康得新还将面临刑事审判和大规模的投资者诉讼,该股票的投资收益和投资风险并不匹配,投资者需要密切关注相关风险。”

“减持股东能在市场上找到‘接盘侠’,只能说明市场上存在刀口嗜血、火中取栗的资本,散户不应盲目跟风。”王智斌对记者说。

相较持股5%以上的重要股东,康

得新的众多中小投资者更关注未来如何维护自己的权益,而随着公司的退市,相关话题的关注度也在提升。

王智斌介绍,康得新涉及犯罪被移送公安,刑事案件结论暂未出炉,目前无法将保荐人列为被告;而瑞华被立案调查,但目前证监会并未对瑞华出具调查结论,也暂不符合列为被告的条件。只有这些影响因素得到解决后,投资者维权才有可能真正得到赔偿,“有数百名投资者向我们咨询相关事项,但目前我们决定暂缓起诉,等这些因素清晰之后再做策划。”

对于康得新投资者维权的相关事项,《证券日报》将继续关注报道。

满帮集团、福佑卡车抢滩“货运第一股”:商业模式都有瓶颈 司机权益如何保障?

■本报记者 许洁

5月13日,国内公路货运平台福佑卡车向美国证券交易委员会递交了招股说明书,5月28日,福佑卡车的竞争对手之一,被称为“货运版滴滴”的满帮集团也紧随其后提交了赴美上市招股书。事实上,市场规模超过万亿元的公路货运行业仍存在诸多发展痛点。比如,高度碎片化、交易流程冗长且低效、定价机制不透明、缺乏服务标准等,这些问题也已成为行业持续增长的主要障碍。

半个月来,两家公路货运明星企业前后脚向资本市场发起进攻,外界纷纷猜测,谁将率先叩开IPO大门,坐稳“公路货运第一股”?上市后,他们又将如何引领行业的发展?

哪种商业模式更香? “其实都有瓶颈”

近几年,随着货运需求变得更加频繁和复杂,货物价值增长,托运人对高质量和灵活的整车运输解决方案的需求显著增长,使得由技术驱动的科技化货运平台市场应运而生。但经过2014年至2016年的资本洗礼,数以百计的货车匹配平台纷纷倒下,市场上最终形成了以福佑卡车、满帮集团为主流的规模化运营平台。

从商业模式上对比,满帮集团属于撮合型平台,而福佑卡车则属于承运型平台。

一位业内人士对《证券日报》记者表示:“满帮集团由货车帮和运满满合并而来,其模式的特点是提供货源信息但不参与交易,在货车帮和运满满合并后,运满满负责货运交易平台,即车货匹配业务;货车帮则重点去做稳定运力项目。但撮合型平台难以避免的问题就是信息不对称。平台若没有货源审核机制,当货源虚假信息时,与司机容易出现纠纷。在司机端,平台只是审核四证一卡,无法直接对司机进行管控,运输质量也难以把控。此外,撮

合型平台通过竞价的方式达成交易,价格波动较大。当客户货源稳定时,需要一个稳定的价格来控制成本,而价格波动则抑制了这些稳定的业务流失。”

有客户就曾因价格问题投诉货车帮,该客户对《证券日报》记者表示:“在装货地址和收货地址完全一样的情况下,第一次发货显示运输距离499公里,第二次显示525公里,平台更改运输距离,在相同运费的情况下,距离远了导致没有司机愿意接单。”而客服对此给出的解释为,“系统导航有异常。”

那么,承运型平台的模式会更“香”吗?

“应该说各有各的瓶颈,但相比于撮合类平台,承运型平台的优势在于解决了司机的管控问题。比如福佑卡车通过管理信息来实现对司机的管理,解决了司机与货主之间的信任危机。但是,这样就不可避免的加大了管理资本的投入,毛利进一步降低,使其难以实现盈利,扩张速度较慢。”上述业内人士表示。

福佑好运APP 新增用户数下滑,渗透率垫底

由极光iAPP独家提供给《证券日报》记者的数据显示,从APP新增用户数对比来看,2020年12月份至2021年5月份,满帮集团除了货车帮货主端APP没有增长,司机端以及运满满货主端都有增长,福佑好运(福佑卡车旗下)一款专为卡车司机开发的找货平台则有所下降。

“相比其他APP,货运行业的APP总装机量并不大,因此我们主要看渗透率,运满满司机端APP的渗透率为0.69%、货车帮司机端APP的渗透率为0.47%、运满满货主端APP的渗透率为0.28%、货车帮货主端APP的渗透率为0.17%、福佑好运APP渗透率0.03%、福佑卡车货主APP渗透率0.003%。”极光iAPP相关人士对《证券日报》记者表示。

“以上数据其实就反映出了两家公司不同的商业模式以及行业‘货车多’

的大背景。”上述业内人士如此表示。

福佑卡车之所以数据垫底,或与其用户构成有关。在客户方面,福佑卡车的托运人主要分为两类:KA(Key Account)托运人与SME托运人,前者比如德邦快递、长城汽车等,后者则是中小企业托运人。

福佑卡车在招股书的“风险因素”章节中就表示,公司已经与一些主要的KA托运人建立了长期联系,并且公司的营收在很大程度上依赖于这些KA托运人。2020年,福佑卡车最大的3家托运人(德邦物流、京东物流和顺丰快递)贡献了55.8%的营收;2021年一季度,这3家托运人贡献了45.3%的营收。

公司称,预计在可预见的未来,主要的KA托运人仍将占福佑卡车总营收的很大一部分,如果失去与这3家主要托运人的合作关系,将对福佑卡车的业绩造成重大不利影响。

招股书显示,福佑卡车2019年、2020年净亏损分别约为2.34亿元、1.16亿元;2021年第一季度净亏损约为5450万元,上年同期净亏损约为5016万元。对此,福佑卡车在招股书中也坦言,由于未来将继续扩大业务,使托运人基础多样化,并对基础设施设施进行投资和更新,所以收入成本和运营费用势必增加,因此无法保证在不久后实现或保持盈利能力。

与福佑卡车在亏损泥潭中挣扎不同,满帮集团2020年营收达25.8亿元,毛利率49%,非美国通用会计准则下实现净利润2.81亿元。2021年第一季度营收8.67亿元,同比增长97.7%,非美国通用会计准则下净利润大增24.4%,达1.13亿元。

行业迎来严监管 如何维护司机权益?

4月底,交通运输部新业态协同监管部门联席会议办公室对满帮集团和货拉拉进行了约谈。

约谈提出,近年来,依托移动互联网的货运物流平台等新业态新模式不断涌现,在创新服务模式、降低物流成

本、改善消费体验等方面发挥了积极作用,与此同时部分平台特别是满帮集团、货拉拉,也存在定价机制不合理、运营规则不公平、生产经营不规范、主体责任不落实等突出问题,平台部分经营行为涉嫌侵害货车司机合法权益,广大货车司机对此反映强烈。

约谈要求,满帮集团、货拉拉公司要正视存在的问题,立即开展整改,要合理制定经营规则。在交易规则、派单规则、运价规则、收费标准等重大业务规则调整前,要与货车司机做好沟通协商,深入了解司机群体的诉求,对司机反映集中的问题要及时进行优化调整。要进一步关心关爱货车司机群体,聚焦货车司机在社会保障、运费收入、工作休息等方面的难点问题,用心用情采取有效举措,着力改善货车司机经营环境。

针对广大货车司机反映的突出问题与利益诉求,两家平台企业要尽快研究制定整改方案,逐项落实,立行立改。但约谈之后,5月10日,满帮集团首先升级了货主端的权益保障,承诺“迟到必惩”“爽约必保”“加价必赔”,称要为满帮注册车主免费提供保障服务,维护2021年货主权益保障升级第一单,保护货主的合法权益。而对司机端则提出了以下措施,比如迟到必惩:司机自身原因迟到,24小时内发起投诉,平台扣罚司机信用分;爽约必保:司机无故爽约,平台判定属于司机责任的,司机在线支付的定金,支付给发货人作为补偿;加价必赔:司机无故加价或加价不合理,发货人15天内发起投诉,平台判定属于司机责任且符合平台先行赔付规则的,平台按标准进行赔付。

那么,满帮集团未来在司机端会为司机们提供哪些权益保障呢?《证券日报》记者就此采访满帮集团相关人士,但未获得回复。

对此,上述业内人士表示,“在货车多车的行业背景下,平台肯定会优先考虑货主们的权益,毕竟运力方面,平台是可以慢慢解决的。”

网易云音乐上市:3年净亏70亿元 “人情味”价值几何?

■本报记者 谢若琳

网易云音乐上市的消息终于有了实质性进展。5月26日,在网易云音乐“人格主导色”测试刷爆朋友圈的同时,这家被称为“云村”的音乐平台向港交所递交了招股书。

在音乐市场的较量中,网易云音乐以音乐社区为符号,号称承包了“90后们”的深夜时间,演化成一款具备独特特质的音乐产品。但从财务情况来看,网易云音乐却一直处于亏损状态,尽管其九成活跃用户年龄在29岁以下,但也难逃社区类软件的命运——不赚钱。

在一位专注于TMT行业的券商分析师看来,网易云音乐的突破口不仅在于版权,更在于依托社交音乐开拓更广泛的盈利空间,“国内音乐付费用户的总量有限,基本都被腾讯系所覆盖,网易云音乐的优势也不在此。”

“网易云音乐从来都不是一个冷冰冰的工具,它与其他平台最大的不同在于,这里更具有人情味。”网易云音乐CEO朱一闻曾表示。

那么,资本市场相信“人情味”吗?

三年“烧掉”70亿元

招股书显示,过去三年(2018年至2020年)网易云音乐收入增速迅猛,分别为11.48亿元(人民币,下同)、23.18亿元、48.96亿元。同时期,快速增长的还有营业成本,上述三年公司的营业成本分别为24.65亿元、33.75亿元、54.91亿元。

所谓营业成本,主要包括内容服务成本(涵盖版权费、直播分成)、其他成本(涵盖广告、物业、设备折旧、员工薪酬、相关活动及渠道开支)。

在这样的背景下,2018年至2020年网易云音乐净亏损分别为20亿元、20亿元、30亿元,三年累计亏损达到70亿元。

艾德证券期货持牌代表陈刚在接受《证券日报》记者采访时表示,“尽管网易云音乐处于亏损状态,但乐观的一面是,公司的亏损幅度增长率远远小于公司收入增长率。2019年公司收入增长101.7%,亏损增长率基本为0;2020年公司收入增长111.2%,亏损增长了46%。如果排除可转换可赎回优先股公允价值变动等因素带来的影响,2018年至2020年,公司亏损分别为18.1亿元、15.8亿元和15.7亿元,即公司收入在高速增长,但亏损实际是在显著收窄的。”

在风险警示中,网易云音乐表示,公司实现盈利及产生正经营现金流的能力亦取决于多个外界因素,其中有很多并非公司所能控制。“例如,我们的收入依靠增加订阅会员的数量及广告客户将更多预算分配至在线音乐平台。此外,用户是否愿意付费并订阅

我们的内容取决于我们所提供内容的质量及广度,以及是否有可以替代的娱乐内容产品。”

此外,招股书显示,截至2018年、2019年及2020年12月31日,网易云音乐的净负债状况分别为9亿元、29亿元及53亿元。“我们过去主要依赖内部产生来自经营的现金流量及来自投资者融资的现金流量(包括可转换可赎回优先股)为经营及业务发展提供资金。”

直播收入增速迅猛

从收入构成来看,网易云音乐收入分为两部分,在线音乐服务、社交娱乐服务及其他,过去三年社交娱乐服务收入占比急速增长,从2018年的10.6%增至2020年的46.4%。

2020年,公司在在线音乐服务收入26.23亿元,占总收入53.6%。而2018年这一板块收入为10.26亿元,总收入89.4%。2020年,公司社交娱乐服务及其他收入22.73亿元,占总收入46.4%。而2018年这一板块收入仅为1.22亿元,占总收入10.6%。

换句话说,直至2020年,网易云音乐已经摆脱了单纯依靠在线音乐的收入模式。

招股书中,网易云音乐着重强调了“用户群快速增长”及“社区”。公司称,“我们以用户为中心的产品特色及动态社区文化鼓励及驱动下,我们高参与度的用户群持续产生广泛的音乐衍生内容,如歌单、意见、评论、短视频、播客、K歌表演及音视频直播活动。”

2020年,网易云音乐在线音乐服务的月活跃用户为1.8亿人,其中付费用户总数为1596.16万人,单人月贡献收入为8.4元。而社交娱乐服务的付费用户仅为32.71万人,这32.71万人月贡献的平均收入为573.8元。

陈刚表示,在社区娱乐上持续发力将是公司未来业务重点之一。公司在2018年下半年推出直播服务“LOOK直播”之后,成为了社交娱乐服务绝大部分的收入来源。在“LOOK直播”上,注册的独立音乐人可以举行线上演唱会,上直播表演录像,与粉丝的连接。

2020年,公司又推出了K歌移动应用“音街”,音乐衍生社交移动应用“心遇”,以及根据音乐爱好者兴趣自由组建小组的“云圈”。

“直播”终将是音乐软件不得不拥抱的“现金牛”吗?

“国内音乐用户付费观念及付费能力较弱,相对版权支出,仅仅依靠用户付费很难支撑在线音乐软件的现金流,直播等社交娱乐服务便成为现阶段音乐产品的不二之选。”上述分析师认为,从用户数量增速来看,过去三年,网易云音乐的在线音乐板块增速远不及社交娱乐服务,单个用户月贡献金额也远不及社交娱乐服务,后者目前月活用户仅为32.71万人,还有很大的增长空间。

宁夏打造红色名片 助推现代枸杞产业高质量发展

■本报记者 李立平

日前,宁夏新闻办召开新闻发布会,发布宁夏枸杞区域公用品牌标识(LOGO)、广告语、吉祥物。宁夏枸杞品牌广告语确定为“宁夏枸杞,贵在道地”,宁夏枸杞吉祥物是一颗竖起大拇指、处于奔跑状态的小枸杞。宁夏枸杞的LOGO由枸杞和“宁”字两大视觉元素构成,红色象征着枸杞,黄色象征着黄河,突出的“宁”字,表达了区域公用品牌的专属性与权威性。

宁夏林业和草原局副局长王自新在接受《证券日报》记者采访时表示,宁夏党委和政府高度重视枸杞产业发展,始终将现代枸杞产业作为宁夏最具地方特色和品牌优势的战略性新兴产业来抓。宁夏枸杞LOGO、宣传语和吉祥物的发布,是全面打造宁夏枸杞区域公用品牌的关键一步,后续将通过举办国内外一系列系统宣传推介活动,扩大宁夏枸杞LOGO、宣传语和吉祥物的知晓度,进一步打响宁夏枸杞“红色名片”,助推宁夏现代枸杞产业高质量发展。

据介绍,2020年7月份,宁夏确定重点发展枸杞等九大特色产业。截至目前,宁夏全区枸杞种植面积35万亩,良种使用率95%以上,鲜果产量26万吨,加工转化率25%,综合产值210亿元。宁夏枸杞核心产区农民来自现代枸杞产业的收入达60%以上,枸杞产业已成为宁夏农业增效、农民增收、巩固脱贫成果的富民产业。

宁夏枸杞及其深加工产品出口大户宁夏沃福百瑞枸杞产业股份有限公司董事长潘泰安在接受《证券日报》记者采访时表示,作为道地枸杞产地,宁夏枸杞的品牌影响力比其他省区要大得多,此次宁夏枸杞LOGO、广告语、吉祥物的发布并加强宣传,将进一步叫响宁夏枸杞产地及品牌优势,体现出宁夏枸杞的品牌价值,这非常有利于宁夏枸杞及其深加工产品的销售。

公开资料显示,宁夏枸杞干果、酒类、功能性食品和中药饮片等枸杞及其衍生制品达6大类50余种,12款特膳食品、4款保健产品批量生产,枸杞原浆产能达到1万吨以上,枸杞糖胶、护肝片等保健食品已进入医院营养配餐渠道。宁夏枸杞精深加工在全国处于研发能力强、科技含量高、产能大、品类多的领军地位,产品远销欧美等40多个国家和地区,平均年出口枸杞5000吨,出口额达6000万美元以上。

王自新表示,为了助推现代枸杞产业高质量发展,宁夏正在实施基地稳杞、龙头强杞、科技兴杞、质量保杞、品牌立杞、文化活杞“六大工程”。其中,品牌立杞工程,除通过召开专业枸杞产业博览会等诸方式着力打造“宁夏枸杞”“中宁枸杞”区域公用品牌外,还鼓励指导企业打造自主品牌,采用“区域公用品牌+企业自主品牌”商标模式,培育拥有自主知识产权和核心竞争力的产品品牌。龙头强杞工程将开展“育龙计划”,实施企业“小升规”,培育一批能带动种植、连接市场,引领产业发展的领军企业,利用国内、国际两个市场做强宁夏现代枸杞产业。

潘泰安告诉记者,沃福百瑞正加大投入扩展公司在国内的品牌知名度和影响力,大力拓展国内市场,努力实现国际、国内市场齐头并进,甚至在不远的将来实现国内市场份额超过国际市场的目标,力争成为世界级的有机枸杞第一品牌,助力宁夏现代枸杞产业高质量发展。

本版主编 沈明贵 编于南 制作 李波 E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785