

投服中心持股行权系列介绍之理念篇

一、什么是投服中心

中证中小投资者服务中心(简称投服中心)是由中国证监会成立的一家专门从事投资者保护和服务的证券金融类公益性机构,于2014年12月注册成立,由中国证监会直接管理。作为一家投资者保护公益性机构,自成立以来,投服中心始终坚持“为民 奉献 专业 引领”理念,以投资者需求为导向,扩充投资者知权渠道,丰富投资者行权方式,完善投资者赔偿救济维权手段,切实维护投资者的合法权益。

二、什么是持股行权

持股行权即持有股票行使股东权利,具体是指投服中心持有上市公司每家一手股票以及之后因送转增持的股票、存托凭证等证券,依法以投资者身份自行或联合其他投资者共同行权。此外根据《证券法》第九十条规定,投服中心作为依照法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构的规定设立的投资者保护机构,可以作为征集人,自行或者委托证券公司、证券服务机构,公开请求上市公司股东委托其代为出席股东大会,并代为行使提案权、表决权等股东权利。截至2021年7月31日,投服中心共计持有4413家A股上市公司(包括317家科创板公司)股票。

三、持股行权关注点有哪些

对股东来说,其向公司投入资产最重要的目的就是希望从公司获取收益。为了确保实现这一目的,《公司法》第四条明确规定,股东依法享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。在这些股东权利中,追求资产收益权是最终目的,参与重大决策和选择管理者则是实现资产收益权的手段。为了使上述概括性的股东权利得以落实,《公司法》又详细规定了十多项具体权利,如利润分配请求权、剩余财产分配权、表决权、建议权、提案权、召集及主持股东大会等权利。

上市公司股东取得资产收益的途径主要有两个,即获取股利分配和股权增值收益,这就要求上市公司必须做好两方面工作:一方面要持续做好价值创造,另一方面要确保公司治理能够为价值创造活动保驾护航。因此,投服中心的持股行权工作,既关注上市公司的价值创造活动,也关注其公司治理情况。当发现公司上述两方面存在问题时,投服中心会通过参加股东大会、发送股东函件、参加媒体说明会及业绩说明会、

网上问询等方式行使表决权、质询权、建议权、提案权等股东权利。

(一)如何聚焦上市公司价值创造

1. 关注资产收购事项 一是关注标的资产是否存在瑕疵;二是关注标的公司的盈利能力受行业政策的影响程度;三是关注高技术含量的标的公司的技术领先性;四是关注标的公司收购前业绩大幅增长的影响因素及是否可持续;五是关注标的公司盈利预测是否符合行业发展周期及产品生命周期,预测期的业绩是否超常规高速增长;六是关注对标的公司评估时的参数选择是否合理;七是关注业绩承诺是否合理,是否保障上市公司利益,履约保障是否充分;八是关注若成功收购标的公司,上市公司是否有能力对其经营提供持续支持。

2. 关注资产出售事项

一是关注是否存在“黎明前黑暗”卖出。二是关注标的公司估值是否合理、是否存在贱卖;三是关注标的公司存在的未决事项处置是否合理;四是关注交易对方是否有支付能力;五是关注高买低卖案例中董事是否充分勤勉履职。

3. 关注业绩承诺不履行及承诺变更事项

一是关注公司为督促承诺履行所采取的措施是否及时充分;二是关注变更承诺的必要性和变更方案的合理性。

(二)如何聚焦上市公司治理

1. 关注上市公司制度是否合规健全 关注上市公司章程是否合规,内部控制制度是否完备。

2. 关注制度是否切实履行

(1)关注分红制度的实际执行情况。(2)关注董监高履职情况。一是关注董监高是否积极参与股东大会、董监事会会议等;二是关注在资产收购与出售、变更或不履行承诺、商誉减值、子公司失控等事项中,董监高是否充分勤勉履职;三是通过股东诉讼和股东代位诉讼的方式追究公司治理失败中的董事责任。如公司在公司治理、经营管理、风险监控等方面存在重大失误时,投服中心可建议监事会对负有失误责任的董事或高管提起民事赔偿诉讼。

(3)关注非经营性资金占用、违规担保、应收账款催收等事项。梳理还原资金占用、违规担保等事项发生的经过,督促上市公司激活内控机制,采取一切必要的措施积极追讨欠款、追究责任,维护中小股东利益。

(三)为什么关注上述事项

1. 为什么关注资产收购事项

投服中心欢迎的是物有所值的资产收购,反对的是定价畸高的收购,也就是收购价远高于拟收购的标的公司价值。若收购对价以现金支付,上市公司为畸高定价部分多支付了现金,直接损害了原有股东权益;若收购对价以发行股份支付,为畸高定价多发行的股份则稀释了上市公司原有股东的权益。在畸高定价下,资产出售方利用部分无效资产攫取了上市公司现金或股权。

在非同一控制下收购时,收购对价高于标的公司净资产公允价值的差额确定为商誉,当标的公司持续为上市公司创造预期收益时,收购形成的商誉物有所值;而当标的公司无法实现预期收益时,畸高估值对应的商誉部分应计提减值,商誉减值一方面直接减少了上市公司净资产;另一方面直接冲减上市公司当期净利润,而市场往往还会放大业绩下滑的负面效应,造成上市公司股价的降低,直接减少投资者持股市值。

在同一控制下收购时,收购对价高于标的公司净资产账面价值的差额,直接冲减资本公积,减少上市公司所有者权益。当标的公司无法实现预期收益时,畸高估值部分因冲减资本公积导致降低的所有者权益,不仅无法依靠持续盈利补回,“烂资产”还会持续蚕食上市公司所有者权益。这种关联交易涉嫌侵害上市公司资产和利益输送。

收购行为构成重组上市时,如果原上市公司的资产未置出,影响与非同一控制下收购相同;如果原有资产全部置出,则影响与同一控制下相同。

2. 为什么关注资产出售事项

上市公司出售资产如存在贱卖情形,会稀释公司股东权益。

3. 为什么关注资产收购后业绩承诺不履行和变更业绩承诺等事项

业绩补偿方案作为并购重组中一项重要交易安排,是对收购的标的资产盈利预测、估值和定价的一种背书,一般来讲,如果完成了承诺,说明收购时的交易定价相对合理,如果没完成承诺,说明收购时的交易定价过高,标的公司不值那么多钱,上市公司如能顺利收回承诺补偿款,则能全部或部分弥补收购造成的损失,如果收不回承诺补偿款,则收购造成的损失无法得到弥补,上市公司及全体股东的权益受到损害,因

此,投服中心一贯反对不可抗力以外的一切不履行承诺和变更承诺事项。

4. 为什么关注分红制度设计和实际执行情况

上市公司现金分红是实现投资者回报的重要形式,是投资者收益权实现的重要途径之一,因此投服中心要关注上市公司的分红制度设计是否合规,制度的执行是否到位。

5. 为什么关注违规担保和资金占用事项

上市公司控股股东或实际控制人违法占用上市公司资金或违规担保后发生实质扣划,会严重损害上市公司的权益,给上市公司带来重大损失。一是严重影响上市公司的正常经营,受控股股东及实际控制人资金占用或因违规担保被司法冻结扣划资金等事项的影响,上市公司现金流紧张、资金周转困难,资金链断裂,正常经营无法开展;二是严重拖累上市公司经营业绩,虽然无法证明上市公司的业绩暴跌和资金占用事项有直接的因果关系,但自资金占用发生以来,多家上市公司的业绩由盈转亏;三是导致上市公司被实施风险警示、破产重整或退市。

6. 为什么关注董监高勤勉履职

公司董事、监事、高级管理人员是经过股东大会选举或者由董事会聘任,代替股东经营管理公司的人员。其在法律和公司章程范围内被授予了广泛的决策权、管理权、监督权和业务执行权,在很大程度上实际控制着公司运营。但是,与股东不同,他们并非公司的所有人,为了追求自身利益的最大化,很可能与股东和公司利益不一致,甚至侵害股东与公司利益。为了保障公司及股东自身权益不受损害,包括投服中心在内的所有股东应该积极关注董事、监事及高级管理人员的履职行为,看其决策的出发点是否正确,决策过程是否勤勉尽责。以上行权思路是投服中心基于目前的行权实践所做的归纳和提炼,有效地指导着现阶段行权工作。同时投服中心还就如何履行股东积极主义进行着论证和探索,逐渐尝试在不干预公司日常经营的前提下,以适当方式参与公司长期规划的制定以及价值创造和价值管理过程。



车市“金九银十”接连失色 缺芯等多因素致产量存压

■本报记者 龚梦泽

多重因素影响下,汽车行业持续承压。10月31日,中国汽车流通协会发布最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,10月份汽车经销商库存预警指数为52.5%,仍位于荣枯线之上,处于不景气区间。

《证券日报》记者注意到,从调查数据看,与2020年同期相比,今年10月份的经销商库存预警指数下降了1.6个百分点。究其原因,与终端供应不足有较大关系。

芯片短缺依然是制约汽车生产供应的核心问题。进入10月份,芯片供给情况较9月份略有缓解,但仍不能满足生产需求。“车市的芯片供给是目前最大的短板。”乘联会秘书长崔东树表示,预计芯片供给在四季度环比有所改善,但年内依然紧缺,仍旧是制约四季度车产业发展的决定性因素。

车企缺芯到了何种程度呢?记者注意到,理想汽车为此已开启了“先交付后补装雷达”的特别交付方案。除造车新势力外,传统车企也饱受其苦。据上汽集团总裁王晓秋透露,最近与上汽集团总经理冯兴亚碰面打招呼的第一句话就是“这个月芯片怎样了”。

“汽车行业的节奏已经乱了,你根本不知道三天后生产什么车,因为不知道三天后能来什么芯片。”王晓秋直言,“现在不是用户需要什么,车企就来生产什么,而是要先看车企能生产什么。”此外,在国家能耗双控的同时,受煤炭供应短缺、煤电价格倒挂等因素影响,全国大范围实施有序用电,也对汽车生产带来了一定影响。

在缺芯、限电等不利因素共同影响下,车企面临着巨大的生产供应压力,这也导致经销商车源不足,尤其是诸多热销车型出现减配或订车周期延长的情况。

在此背景下,车企开始采取相关举措减轻经销商压力。针对畅销车型紧缺等问题,部分车企调减或取消经销商考核指标;针对订车周期长等问题,厂家和经销商出台保订单补贴政策,提升订单转化率。

四季度是传统的车市旺季,关乎各大车企能否达成销量目标。然而,今年下半年汽车销量持续下滑,被赋予厚望的“金九银十”也失去往昔成

色。乘联会数据显示,9月份狭义乘用车产量为172.1万辆,同比下滑18.4%;零售销量为158.2万辆,同比下滑17.3%。预计10月份狭义乘用车零售销量172万辆,同比下降13.7%。

记者注意到,“十一”假期期间,受车源不足影响,很多车企经销商并未如往年般进行大规模营销活动。此外,10月中下旬部分地区疫情反复以及农忙时节,也对车市产生一定影响。在诸多不利因素下,经销商经营信心受到打击,销售压力增加。

从中国汽车流通协会公布的具体指数情况看,与9月份相比,尽管10月份的市场需求、平均日销量、经营状况等指数均出现回升,但从从业人员指数下降、人员流失风险加大。中国汽车流通协会指出,预计11月份芯片缺口问题继续有所收窄,但部分地区出现疫情,消费者进店购车受限,市场需求很难完全释放,预计11月份销量将与10月份基本持平。

值得一提的是,面对缺芯问题以及“新四化”大潮,自主品牌响应市场变化的速度更快,也更好地抢占了发展先机。广汽埃安副总经理席忠民在接受《证券日报》记者采访时表示,相较于缺芯问题,大宗商品涨价和限电带来的影响更大。广汽埃安与其他车企一样,面临着缺少零配件等问题。不过,作为自主品牌,在供应链的灵活性、自主性上有一定优势。“面对缺芯问题,自主品牌可以做替代性开发、设计。然而合资企业受制于合资方,很难改变设计方。”

席忠民表示,为了缓解原材料价格上涨带来的压力,自主品牌在产业链开始了价格联动。同时,主机厂与供应商还通过战略协议实现锁定,形成较佳的成本竞争模式。

数据是最好的佐证。今年9月份,中国品牌乘用车共销售82.1万辆,环比增长16.7%,同比增长3.7%,总体表现好于乘用车全行业。占乘用车销售总量的46.9%,占有率比上月提升1.6个百分点,比上年同期提升1.1个百分点。

谈及业内对主机厂产品涨价议论颇多,席忠民坦言,“仍在观望,如果形势持续,各行业都会算这笔账,就是怎样从困境中走出去。相关部门能否控制住原材料价格上涨,仍需等待。”

天眼查迎来七周年 历数商业查询领军者长征路

“天眼查的名字起源于我们的技术特点——通过点线连成面,继而连成一张图,像是用一种天线的视角来看清商业社会中的关系。我们把零散的信息聚合在一起,让大家能够看得更远更透。”

2014年,长期深耕大数据领域的柳超博士嗅到了中国大数据的一缕春风,在清华科技园一个50平方米的间间中,毅然开启了商业查询的拓荒之旅。在此之前,他以河南省理工科高考第一名考入北京大学计算机系,后来又获得美国伊利诺伊大学香槟分校(UIUC)计算机硕士与博士学位,2008年进入美国微软研究院主管数据智能团队。2012年回国并加入腾讯,领导“腾讯搜索”的相关数据挖掘与机器学习业务,一年后出任首席科学家,从零组建搜狗数据科学研究院。

岁月倏忽,历久弥新。2021年10月30日,天眼查已经迎来了它的7周年生日。

作为中国社会信用体系建设的参与者、贡献者和见证者,7年来,天眼查秉持“公平看清世界”的使命前行,以公开数据作为生产资料,致力于打造一个“为公众所有、为公众所治、为公众所享”的平台,以可信数据、可信服务,积极推动数字经济和实体经济深度融合,推进社会长足进步。

7年风雨同舟 为中国社会信用体系建设添砖加瓦

2014年6月份,《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)》发布。同年,天眼查踏上数字化征信的列车,并在这条路上越走越远,越走越宽。如今,天眼查已经成长为商业查询行业的领军者。历数7年漫漫长征路,不仅实现版图从无到有的突破,更伴随时代脉搏跳动,顺应市场需求向纵深拓展,完成了数个属于自己的“第一次”,树立了多个领域内的里程碑。

在B端商业市场打磨成熟后,2016年初,天眼查的个人端产品全面上线,并在当年8月份便实现产品全站每日千万级人次查询的骄人成绩。为了让用户更好地理解和使用天眼查,2017年3月份,“查公司 查老板 查关系”广告全面上线,天眼查的核心用途第一次如此清晰明了且迅速地被公众知晓。同年4月份,天眼查个人端产品商业化落地,首月便实现收支平衡,预示了巨大的商业潜力。

2018年3月份,创始人柳超博士宣布,天眼查正式从商业调查工具升级为商业安全工具,并在业内率先公布用户过1亿。之所以取得细分市场领先的成绩,得益于政府出台鼓励促进大数据发展及政府信息公开等关键性条文,更离不开《中华人民共和国网络安全法》的颁布,带来了正本清源、合法合规的良好市场风气。

2019年央行重启企业征信备案。4月份,

天眼查率先成为该领域获此资质的企业,以人人都能用,人人都在用的优点,被认定为“普惠型浅度尽调工具”。

2020年11月份,“3亿人都在用的商业查询平台”主题广告全线投放。经过多年深耕,“天眼查一下”成为商业查询领域的超级符号。亿级用户量也为应用场景的无边拓展奠定了坚实的用户基础。

2021年3月份,天眼查升级发布,作为天眼查旗下的可信企业服务平台,聚焦中小企业全生命周期,领先业内第一个为企业服务制定标准。天眼查就此构建以“查公司、开公司”为核心的天眼生态。

正如柳超博士所言,数据的价值不在于稀缺性,而在于数据分析、挖掘、联系之后得出的“洞见”型结论。顺应时代潮流及用户需求而做出的努力,终被一张张满意的答卷所证实。

重要决策前 就用天眼查

2021年9月份,“重要决策前,就用天眼查”的品牌新主张面世,天眼查从国内领先的商业查询平台蝶变,成为用户提升决策确定性的首选平台。品牌主张更迭的背后,正是天眼查致力于与更多用户建立可信连接。以国家公示数据为基础,以人工智能、可信计算、区块链等技术为手段,构建中国商业世界的数字双胞胎,服务于中国超3亿用户,赋能到“生意、工作、生活”等充满无限想象力的应用场景,提升大众对信用价值的感知,降低因信息不对称而产生的商业交易成本,创造更远的社会价值。

对于普通用户,天眼查可用于求职应聘、医美婚恋、理财防坑等;于专业人士而言,如金融审计、法律从业者,可用于金融信贷、IPO首发等场景,审核企业股权风险、履约能力等;于企业级用户而言,则可用于智能开户、精准拓客、合规性审核、风险评估监控等场景,在竞争中赢得先发优势。

如今,各行各业的数字化转型进入下半场,大数据已经成为各个领域、不同行业、不同人群寻求突破和升级、面临重要决策时辅助判断的必要手段。在信用行业日新月异,数据要素流通、信用信息应用需求不断增加,经济迈入新发展阶段的当下,天眼查新主张描绘了一幅“3亿人都安心”的美好图画。

客户第一 携手同行 开辟商业信息新纪元

管理学大师彼得·德鲁克开山之作《管理的实践》指出,客户是企业存在的唯一目的。

为客户服务,依客户为生,是企业的本职。

天眼查的企业文化墙上,有一位遨游于星云空际、向地球挥手致意的宇航员,这是员工心目中的一枚寄托浪漫想象的愿景图腾。于天眼查人而言,他们正在做的是改变世界的大事,而这个世界终会报之以歌。

工作中,这样的愿景被内化为“客户第一,过程为纲,质量高标准”的价值准则。在产品的设计、开发、测试、上线、宣发、推广、客服的全工作流程中,天眼查时刻将客户放在第一位,聚拢起大批数据挖掘、人工智能、金融法律

等领域的高级专家,保持两周一次的高频迭代速度不断打磨精进产品,力求将质量高标准的产品与服务交付到客户手中。

根据艾媒咨询发布的《2021中国商业查询行业研究报告》显示,天眼查从数据准确性和挖掘的进阶数据价值方面更好满足用户需求,用户满意度业内领先,月活市场份额占有已达到了72.4%。

就在今年7月份,创始人柳超博士获得国际数据科学和数据挖掘领域的国际大奖——KDD中国技术转化奖,再一次展示了公司在大数据

领域雄厚的技术实力。本着开放合作的理念,柳超博士还宣布推出天眼查科研公益数据开放平台,免费向高校和科研机构开放,以积极回馈学术界。

雄关漫道,扬帆起航,天眼查的征途是星辰与大海。伴随“十四五”开局,未来的答案早已给出:持续保持技术上的专注和投入,继续在商业信息查询、企业征信、企业服务等领域深耕细作,通过搭建“可信商业元宇宙”惠及社会每一个企业实体与个人的重要决策,推动国家数字经济、社会信用体系的高质量发展。(CIS)

