

# 涉嫌信披违规被证监会立案 \*ST华讯离退市又近了一步

■本报记者 谢 岚  
见习记者 张晓玉

\*ST华讯最近有些祸不单行？前脚刚收到深交所发出的退市风险《事先告知书》，后脚又收证监会的《立案告知书》，而且控股股东的部分股份还要被司法拍卖，股价更是已连续9个交易日低于1元面值。

## 证监会立案+股权司法拍卖

5月10日，\*ST华讯发布公告称，因涉嫌信息披露违法违规，根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国行政处罚法》等法律法规，证监会决定对公司立案。公司表示，立案调查期间，公司将积极配合证监会的调查工作，并严格按照监管要求履行信息披露义务。

证监会立案对上市公司有何影响？一位券商投行人士对《证券日报》记者表示：“上市公司在立案期间，一切与证监会有关的行政许可（比如再融资并购重组等）会被中止审核，如未申报也不会接收。如确实涉及行政处罚，待查清后会收到行政处罚预先告知书。”

近年来，\*ST华讯的业绩持续亏损。2018年至2021年，公司营业收入分别为15.18亿元、2.7亿元、5381万元、3503万元，净利润分别为-4.63亿元、-15.3亿元、-10.78亿元、-7.2亿元。

\*ST华讯除了被证监会立案外，公司控股股东所持的部分股份还将被司法拍卖。5月10日发布的公告显示，公司控股股东华讯方舟科技有限公司所持的1.26亿股公司股份将被执行第一次司法拍卖，占其所持公司股份的55.69%，占公司总股本的16.41%。

\*ST华讯表示，如前述股份公

开拍卖最终成交，将可能造成公司控股股东、实际控制人发生变更。此次拍卖事项目前尚在公示阶段，后续可能将涉及竞拍、缴款、法院执行法定程序、股权变更过户等环节，拍卖结果尚存在不确定性。

## 业绩亏损+股价跌破面值

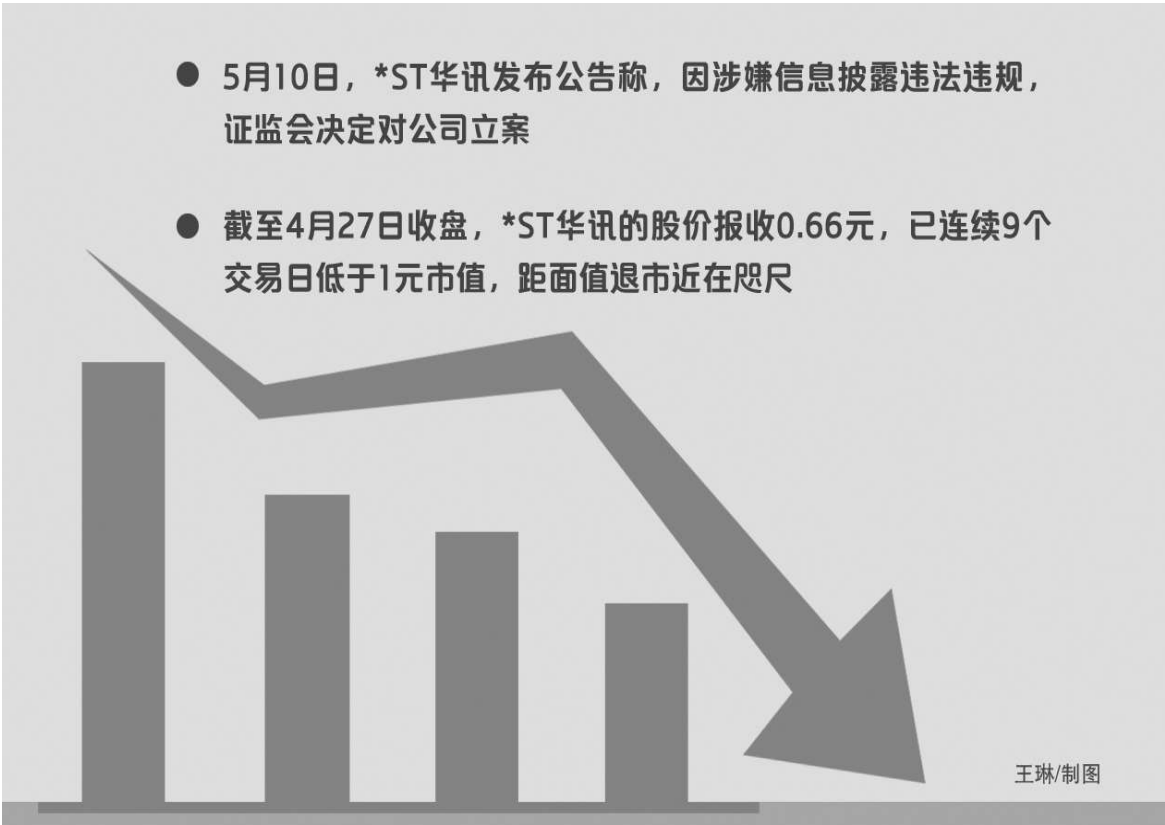
在被证监会立案之前，\*ST华讯已濒临退市。

《证券日报》记者对相关信息梳理后发现，\*ST华讯因2020年度经审计的净利润为负值，营业收入低于1亿元，期末净资产为负值，且2020年年度财务会计报告被出具无法表示意见的审计报告，公司股票交易已被实施退市风险警示。

在实施退市风险警示后，\*ST华讯经营并未转好，股价已持续9天跌破1元面值，面临财务类强制退市危机。4月28日披露的2021年年度报告和审计报告显示，公司2021年经审计的净利润为负值且营业收入低于1亿元，公司经审计的2021年期末净资产为负值，公司2021年财务会计报告被出具“无法表示意见”的审计报告。公司触及《股票上市规则（2022年修订）》第9.3.11条规定的股票终止上市情形。

此外，\*ST华讯还收到深交所下发的拟终止公司股票上市的《事先告知书》，对公司股票作出终止上市的决定。公司股票已于2022年4月28日起停牌。在宣告触发退市前，\*ST华讯的股价连续跌停，已跌至0.66元，市值仅为5.06亿元。

上市公司收到深交所《事先告知书》后，可以根据规定申请听证，提出陈述和申辩。深交所由上市委员会就“是否终止公司股票上市”事宜进行审议，并根据上市委



员会的审核意见作出是否终止公司股票上市的决定。若公司股票被深交所决定终止上市，自深交所公告对公司股票作出终止上市决定之日起5个交易日后的次一交易日复牌并进入退市整理期交易。

\*ST华讯表示，退市整理期间，公司的证券代码不变，股票简称后冠以“退”标识，退市整理股票进入风险警示板交易。退市整理期的交易期限为15个交易日。退市整理期间，公司股票原则上不停牌。公司股票于退市整理期届满的次一交易日摘牌，公司股票终止上市。

\*ST华讯退市后，投资者如何

维护自身权益？证监会立案对\*ST华讯的退市进程是否会有影响？

IPG中国首席经济学家柏文喜对《证券日报》表示：“如果\*ST华讯触发退市的原因并不涉及侵害投资者权益，就不存在投资者维权的问题。投资者维权是因为自身权益受到了侵害，在受害结果与原因之间有直接因果关系且原因由上市公司引起。因此，就公司退市是否存在对投资者的侵权问题，需要进行事先判断，然后才能就侵权问题和侵害程度大小及其损失进行索赔。立案调查与\*ST华讯退市之间并没有直接触发关系，如果调查结果属实，且存在信披违规情况并

造成误导投资者的事实，投资者是可以进行维权和索赔的。”

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时称：“首先，基于风险自负原则，投资者应该放弃侥幸心理，远离实施退市风险警示的股票。其次，如果\*ST华讯因违法违规行为导致退市，投资者在理论上是可以通过诉讼请求赔偿的。”

前述券商投行人士也表示，如果\*ST华讯触及退市标准，该退市就得退市。如果经调查后发现公司存在违法违规情形，按照相关规定，将对公司或涉事人员进行处罚，但这不会影响其退市进程。

# 生猪养殖业在盈亏平衡线爬坡 专家称当前仍是新旧周期交替阶段

■本报记者 桂小笋

生猪价格上涨态势在5月份仍在延续。卓创资讯统计数据 displays，今年4月份，全国生猪行情呈现震荡上涨走势。进入5月份后，生猪价格上涨态势愈发明显，截至5月10日，全国外三元交易均价已涨至15.18元/公斤。不过，不同区域之间的生猪价格有明显差异。生猪预警网数据显示，5月10日，瘦肉型生猪价格最高的省份每公斤17.02元，价格最低的省份只有每公斤14元。

卓创资讯分析师李晶在接受《证券日报》记者采访时介绍，当前生猪养殖行业仍处在新老周期交替阶段，行业整体处在盈亏平衡线上，而且，当前行业存在“二次育肥”现象，这会影响到未来生猪价格。

中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示，当前生猪价格已经复苏，但仍处在为去年的亏损“补窟窿”阶段。

## 存栏量相对稳定猪价复苏

沪深两市上市公司发布的4月份销售数据，对生猪价格上涨的现象有所反映。正邦科技发布的公告显示，今年3月份公司的商品猪价格为每公斤11.30元，4月份为每公斤12.43元，环比上涨明显。温氏股份发布的公告显示，公司4月份销售肉猪142.70万头（含毛猪和鲜品），收入22.63亿元；毛猪销售均价为13.33元/公斤，环比变动分别为-1.48%、7.45%、9.53%，销售价格环比均有明显上涨。新希望

也在公告中称，4月份商品猪销售价格12.69元/公斤，环比变动9.02%。

对于生猪养殖行业的未来走向，有券商研报认为，猪周期拐点已现，预计下半年猪价进入上行周期，龙头养殖企业的业绩有望修复。

卓创资讯预计，此轮猪周期或已基本触底，二季度后或呈现震荡上涨走势。但当前猪价上涨的主要诱因多为市场情绪刺激，预计涨幅有限。生猪行业要想彻底扭转颓势，仍有较长的路要走。

朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时介绍称，5月份生猪价格复苏的原因是生猪存栏量进入相对稳定、相对平衡状态。所有的价格变化背后，与供需变化有着密切联系，今年生猪价格的上涨，更多是在“补窟窿”，毕竟去年生猪行业和相关企业

的亏损太严重了。

李晶在接受《证券日报》记者采访时表示，根据卓创资讯监测的数据测算，当前生猪养殖行业仍处在盈亏平衡点处，截至5月9日，自繁自养生猪的头均盈利是43.79元，但不同区域之间的价格差距较大。以广东省为例，5月份猪价上涨是因为广东省禁止了非疫区猪源的流入，导致该区域的猪价率先上涨。

## 二次育肥对猪价波动有影响

从全国范围来看，当前生猪行业存在“二次育肥”现象，有一些养殖企业将本该流入市场销售的生猪买回去重新育肥，这在一定程度上减少了当期生猪出栏量，支撑了当前的生猪价格上涨。

不过，李晶认为，当前的消费面并没有特别好的利好因素支撑生猪价格持续走高，预计未来一段时间生猪价格可能会出现高位震荡。“二次育肥的生猪也会影响价格上上涨。二次育肥的本质是人为干预出栏量，但二次育肥的生猪未来仍要流入市场，当这些生猪流入市场后，势必会增加供给量，从而影响到价格。卓创资讯监测的数据显示，新的猪周期尚未开始，当前仍是新老周期交替阶段，去产能仍在继续。新周期何时开始，最明显的信号就是价格稳定上涨。”李晶对《证券日报》记者表示。

“预计6月份生猪行业会进入健康、良性、有序发展阶段，当前的数据情况印证了这种判断。”朱丹蓬对《证券日报》记者表示。

# 重庆路桥收到年报监管工作函

需对去年主营业务下滑原因、存货中有关开发成本等内容补充披露

■本报记者 王 鹤  
见习记者 冯雨珊

继两年前收到有关2019年年报的监管工作函后，重庆路桥昨天再次收到有关2021年年报的监管工作函。

5月10日，重庆路桥发布公告称，经监管部门对公司2021年年度报告的事后审核，为便于投资者理解，根据《股票上市规则》相关规定，公司需进一步补充披露信息，需重点补充主营业务连年下滑的原因、投资金额较大的原因、存货余额中有关开发成本的具体项目情况以及受限资产对应的受限金额、受限原因等内容。

## 主营业务下滑 投资收益增加

公告显示，重庆路桥需补充的第一块内容为公司主营业务连续下滑的原因，并结合投资收益的具体情

况，说明收益金额较大的原因及是否具有可持续性。

重庆路桥主营业务为路桥收费业务、工程总承包、股权投资等。年报显示，公司主要收入来源为路桥收费业务，2019年至2021年，实现营业收入分别为2.39亿元、2.02亿元、1.65亿元，实现净利润分别为2.5亿元、2.27亿元、2.56亿元，其中，投资收益分别为1.97亿元、1.7亿元、2.05亿元，占净利润比重较高。

公司披露的信息显示，近三年公司主营收入持续下滑，主要是因为长寿湖旅游高速、嘉陵江石门大桥收费权先后被收回所致。报告期内投资收益对净利润贡献较大，主要包含对参股公司的投资及金融产品的投资。

重庆路桥在年报中表示，2021年面对公司资产萎缩、主营业务收入持续下降的现状，公司在加大对现有设施运维管理的力度，确保相关设施良好运行的同时，加大了对外投资的管

理，确保公司投资资产的保值增值。

对于公司主营收入下滑、投资收益增加的问题，透镜公司创始人况玉清对《证券日报》记者表示：“这类公司主营业务本身也是投资业务，路桥收费即公司通过投资建设高速公路等以换取收费权的形式实现投资回报。公司在主营业务收入持续下滑的情况下，加大其他投资并无不妥。除了一部分收费项目被收回外，公司近几年营收下降可能与疫情也有关。疫情发生后，高速公路车流量减少，也会对公司收入造成一定影响。”

## 开发成本 在存货中占比过高

监管函还针对重庆路桥的存货余额、开发成本等问题，要求公司进一步补充说明。

2021年年报数据显示，报告期内，公司存货余额为3.54亿元，除30.7

万元为原材料外，其余均为开发成本。2017年至2021年，公司的开发成本分别为3.49亿元、3.50亿元、3.52亿元、3.53亿元、3.54亿元，变化较小，且未发生减值。

对此，监管函要求重庆路桥披露开发成本的具体项目名称、开工时间、预计竣工时间、预计总投资金额，近五年来项目的开发进展情况以及未来的开发计划；此外，还要结合行业背景、项目所在地区及周边可比楼盘价格变化等，说明相关项目是否存在减值迹象，是否存在应当计提但未计提存货跌价准备的情形。

“公司计入存货里的开发成本最近几年变化不大，既没有计提减值准备，也没有转入固定资产，这意味着，项目要么是烂尾，要么是没有钱继续投下去，或是项目不具有商用条件，转不到固定资产里。”况玉清对《证券日报》记者表示，上述内容涉及会计操作。如果公司对此计

提减值准备，或项目建完后转入固定资产，意味着以后每年要进行摊销，但公司将开发成本一直放在存货里，意味着公司不用负担摊销，可能涉嫌会计操纵。

况玉清指出，从现金流量表来看，公司近几年用于购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金大多介于几万元到几百万元之间，由此可以判断，项目已基本处于停工状态。在这种情况下，既不转入固定资产，也不继续建设投入，还不计提减值，明显存在一定问题。

香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者时表示：建筑施工企业的存货减值计提或转入固定资产有独立的会计标准，与一般制造业不同。“建筑施工企业的待售存货，不能简单地转为固定资产，如果存货是未交付工程或建筑材料，也可能不存在减值计提，毕竟土地与楼宇价格目前并未出现明显下滑。”

# 上线“京东新百货” 京东试水线下实体店 比拼精细化经营能力

■本报记者 许 洁

5月9日，京东宣布，已完成对服饰、居家、美妆、运动、奢品钟表等业务的商品与服务能力的深度整合，并将现有时尚居家业务全面升级为“京东新百货”。《证券日报》记者还发现，京东APP上的“京东新百货”频道也在同日上线。京东还表示，将在全国重点城市布局不同主题模式的新百货精选集合店。

从线上攻入线下，京东并不是首家。但在当前的环境下向线下市场发力，这会是一个正确选择吗？

## 上线新百货频道 瞄准年轻消费群体

据悉，京东新百货瞄准的是年轻态消费群体，基于服饰、居家、美妆、运动、奢品钟表等五大业务领域的商品与服务能力，提供全新的浏览体验、品质服务、互动玩法，打造新时尚生活的线上专属场景。

杭州希疆新零售研究院院长游五洋对《证券日报》记者表示：“京东新百货应该是一个更精选的商城，这符合消费趋势，因为现在国内消费呈现两极分化，高端消费持续旺盛，大众消费较为疲软。”

京东集团一位内部人士对《证券日报》记者表示：“受经济环境和行业环境的影响，近两年来时尚居家业务持续迎来大批国内外品牌的人驻与合作。从奢品品牌、KA商家到中小商家及产业带商家，到全品类上新、定制款、限定款爆品的推出，时尚居家业务的商品品类短期内获得极大丰富。从去年京东11.11开始，时尚居家全品类迎来前所未有的高速增长发展局面。”

“对京东而言，首先要做品类升级，精选一线品牌、国际大牌，打造明确的客户群体，开辟新市场。与其他平台相比，与之相匹配的是天猫进口直营，但二者的定位又不一样。”游五洋表示：“天猫进口直营打的是进口牌，从供货方式来打动用户；京东新百货则从生活方式来吸引用户。”

“京东新百货是一个精选集合业态，满足年轻消费群体新的场景化、沉浸式消费趋势，符合目前大众消费的方向和习惯，是可以带动线下实体店高质量增长的有效路径。这对广大品牌商而言，增加了新的销售和展示空间，是新消费趋势下新的行业增量。”前述京东集团内部人士如此表示。

## 平台竞争白热化 京东从线上走入线下

在APP中开设频道并不惊奇，但当百货企业都在积极拥抱线上之时，京东却决定走向线下，这让人感觉意外。

“品牌商家需要像京东这样的合作伙伴，有更多新的销售和展示空间，实现更加稳定和持续的增长。”前述京东集团内部人士表示，“同时，更多具备品质力、潮流力的新锐品牌，需要通过高效的供应链和全渠道合作伙伴，实现商品线上、线下能力的打通，尤其是从线上走到线下这一步尤为重要。”

游五洋认为：“从全球零售业态发展趋势来看，百货业运行在持续下降的通道内。因此，选择线下开店确实存在很大风险，但并不是说没有一点机会，毕竟高端人群对线下体验和服務的要求更高些。”

但游五洋强调，京东如果要做线下店，必须要做立体化门店。什么是立体化门店？“就是不能仅靠实体店来获客，而要把线上获客、线下成交和私域会员运营结合起来，才有可能做好实体店。在这方面，阿里巴巴旗下的银泰百货已经做了大量探索，可以说是百货业改革的急先锋，已走在全球百货业数字化探索的最前面，并取得了一些成绩。”

易观分析品牌零售行业分析师曾颖对《证券日报》记者表示：“现在线上线下的协同发展已成为大趋势，纯线上环境让用户缺失了消费场景的体验。京东此次全面布局，一方面能提升新消费体验场景，给用户提供更优质的购物服务与商品；另一方面，也在探索线下增长的新动力。”

近两年来，电商平台之间的差异化发展特色越发凸显，竞争也日趋激烈。一位券商行业分析师对《证券日报》记者表示：“受消费疲软及直播电商平台分流等因素的影响，2021年天猫和京东在双十一期间累计成交额达到8894亿元，同比增长15.6%，与2020年同期28.4%的增速相比，已出现明显下滑。”

曾颖表示：“在取消‘二选一’的背景下，品牌商家的选择更多，平台间的竞争也更为激烈。因此，各平台之间的竞争和比拼还是要以消费者为核心。比如，为商家提供更多的福利与保障，吸引更多品牌入驻；为消费者提供更多样的选择，严控商品质量，优质选品；优化服务，升级消费者的购物体验。总之，要让平台整体回归高质量发展的路径。”

“现在电商之间的竞争已经白热化，未来的突破点需要在人群和消费场景的细分上再下工夫，比拼精细化运营能力。”游五洋如此表示。