

改革重塑独董生态 上市公司治理将步入新阶段

■本报记者 吴晓璐

上市公司独董制度改革大幕拉开。为贯彻落实《国务院办公厅关于上市公司独立董事制度改革意见》(以下简称《意见》),4月14日,证监会就《上市公司独立董事管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》)公开征求意见,《办法》从独董事前聘任、事中履职、事后责任认定等各环节具体要求进行明确。同时,沪深北交易所就相关规则征求意见,为实践提供详细的操作性指导。

“随着全面注册制的稳步推进,上市公司治理进入精细推进、精准发力的新阶段。”清华大学五道口金融学院副院长田轩对《证券日报》记者说,独董制度改革后,将改变以往独董独立性不强、专业性不足、履职不充分等市场形态,在权利意识、责任意识、风险意识的深层次觉醒中,带领我国上市公司治理走入与经济发展同频的高质量新阶段。在此基础上,独董制度将与多项市场改革政策形成“组合拳”,进一步引导上市公司优化公司治理结构,提升治理水平,促进上市公司长期健康高质量发展。

撕掉“花瓶”标签 打牢独立、专业根基

此次改革建立了独董资格认

定制,全链条优化独董选任机制,要求独董切实具备独立性和专业性。

田轩表示,《办法》对独董资格认定要求更加详细,限制性条款更多。为保证独立董事独立性,增加了重大业务往来、提供实质性服务、原则上最多在三家境内上市公司担任独立董事等情况的排除性规定,并要求独立董事年度独立性自查。

“同时明确独董资格的申请、审查、公开等要求,加强资格认定工作,随着市场变化发展需要,可打牢独董独立性的根基,并进一步提升独董专业素质,彻底撕掉既不独立、又不‘懂事’的‘花瓶’标签,切实发挥独董制度在公司治理中的关键作用。”田轩进一步表示。

“独立董事的任职资格方面,更加强调了独立董事的履职能力,包括独立性、专业能力、履职时间等更加明确。特别是《办法》将独董的兼职家数由五家缩减为三家。此外,对于独立董事任职资格进行动态检查,有助于确保独立董事的独立性。”北京国家会计学院教授崔志娟对《证券日报》记者表示。

广西大学副校长、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,《办

法》提出探索建立独董信息库,鼓励具有丰富的行业经验、企业经营管理和财务会计、金融、法律等业务专长且具有较高声誉的人士担任独董,这不仅能够有效拓宽优秀独董来源,而且可以逐步形成我国独董职业市场,进而推动独董管理的中国式现代化。

确保独董履职“落地” 未来可建立市场评价体系

此次改革明确了独董的职责定位,要求发挥参与决策、监督制衡、专业咨询三项功能,并突出监督作用,同时优化独董履职方式,增强独董履职保障。

“独立董事职责定位更加清晰。”崔志娟表示,《办法》明确了独立董事参与董事会决策要保护中小股东合法权益。独立董事履职监督的关键领域,包括关联交易、财务会计报告、重要人事任免、薪酬等,这与注册制改革相呼应,体现信息披露决策有效性的价值功能。

在独董履职方式优化方面,崔志娟表示,《办法》对审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会的人员构成均要求独立董事占多数,且对财务报告、关联交易等重要事项的增加了独立董事事前认可机

制,以便独立董事能够有效履行关键领域的监督职能。

在事中履职,田利辉认为,《办法》关键在于强调了履职方式的落实。《办法》提出了公司对于独董的必要支持措施,强调了独董的知情权,明确了独董聘用专业机构的费用问题,为独董履职提供必要的保障。未来,上市公司独董履职可以更为有效地获得必要信息,可以更为有序地获得必要的办公条件支持,可以更为有力地聘任第三方专业机构处理自身能力不足的问题。同时,未来的上市公司独董能够有效规避非其主观过错的责任。

“未来上市公司独董履职,需要严格落实相关规定。在此基础上,可以探索更加市场化的运作方式,进一步完善独董制度的激励相容安排,提升独董的贵权利匹配度。如保障物质激励,提高独董待遇和话语权,强化精神激励,建立市场评价体系,促进独董职业的标准化和规范化,提高独董勤勉尽职的能力。”田轩表示。

压实责任同时精准追责 有效避免“寒蝉效应”

我国首例特别代表人诉讼案中,几名独董被判按比例承担连带

赔偿责任,涉及金额过亿元,引起市场热议。《办法》在强调对独董不履职不尽责任追究的同时,明确独董与非独董承担共同而有区别的法律。按照贵权利匹配原则,针对性细化列举独董责任认定考虑因素及不予处罚情形,体现过罚相当、精准追责。

田轩表示,在明确“加大对独董不履职不尽贵的责任追究力度”的前提下,《办法》也详细列举了独董能够证明存在相关情形的可以免于处罚。在厘清了独董监督、管理及行政责任的基础上,进行了权责平衡,加强了对于独董履职风险的保护,体现了过罚相当、精准追责,能够有效避免独董履职过程中的“寒蝉效应”。在有效降低独董连带风险的同时,能够在信心层面鼓励更多具备专业认识的人士,加入独董监督治理的队伍中,不断促进独董制度的成熟与完善。

“明确责任认定考虑因素及不予处罚情形,能够有效防止将独董的责任无限扩大化,防止专业独立人士由于独董权责不对等而有意规避,因特定事件出现独董离职潮。”田利辉认为,此次独董制度改革,不仅具有科学性,而且具有可行性,能够有效提升我国上市公司的公司治理水平。

预制菜“出圈”糖酒会再战消博会 多家企业争相角逐万亿元“蓝海”

■本报记者 袁传玺

在刚刚结束的第108届全国糖酒会中,酒无疑是糖酒会的流量担当。不过,在众多的参展品类中,预制菜也是继酒水之外糖酒会上被关注的焦点。

广信天下、玉泉食品、高金食品、紫山集团、味尊农业、掌厨网、乐家客、美宁食品等知名预制菜企业以及闵行、巴中两个预制菜特色产业展馆,出现在糖酒会手册名单中。

预制菜不仅在糖酒会上“出圈”,在第三届消博会上,也备受关注。

预制菜频繁出现在各大展会的背后,预制菜行业是否迎来新的发展机遇?在资本追捧下,什么样的预制菜企业能够在该赛道上跑得更远?

从幕后到台前 预制菜频繁亮相展会

据相关数据显示,2022年我国预制菜市场规模达4196亿元,预计2026年预制菜市场规模将突破万亿元。

逐梦万亿元预制菜“蓝海”,行业内企业以及各地政府都在大力进军预制菜行业,在春季糖酒会、第三届消博会展展,来自全国的预制菜企业进行集中展示,也预示着预制菜行业从过去的幕后走向台前,争相抢占万亿元蛋糕。

得利斯、春雪、仙坛等多家预制菜品牌企业借助消博会平台把山东预制菜推介给全球客商。

预制川菜头部品牌高金食品在糖酒会参展期间,发布了预制川菜风味轮2.0版,引发行业热议。

高金食品相关负责人对《证券日报》记者表示:“高金食品的预制菜风味轮2.0将在持续挖掘客户需求,赋能标准化和规范化,同时,持续提升升级。也许在不久的将来,迭代升级的风味轮3.0版本也将会和大家见面,助力餐饮标准化过程中的高品质发展。”

值得一提的是,在去年的第106届全国糖酒会上,高金食品重磅发布了预制川菜风味轮,实现了对预制川菜各个维度评价指标的量化和标准化。

三全食品虽然没有正式在糖酒会展展,但也搭上了合作伙伴的便车,在四川华食科技有限公司(简称:华食科技)的展架上开辟了一小部分空间进行产品展示。而华食科技也是预制川菜团体标准起草单位之一,其业务包括野战食品、常温预制川菜生产、研发与销售。

春雪食品、山东德州扒鸡等在糖酒会都有设展。而小龙坎、蜀大侠不仅展示调味品,其自热锅也出现在展台上进行展示与招商。

对于预制菜在糖酒会、消博会展展,中国食品产业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:“预制菜在糖酒会出现,预示着整个预制菜行业进入全方位、多维度的营销节点,非常看好预制菜行业的未来发展。”

预制菜企业小而散 行业并购成未来发展趋势

在朱丹蓬看来,中国的预制菜整体发展超过了30年,只不过以前预制菜一直在幕后,最近三年预制菜从幕后走向台前。目前,全国各个地方政府都在出台支持预制菜高速发展的地方法律法规,这表明各地方政府都在力推预制菜。

预制菜今年首次被写入中央一号文件,被业界称为下一个“万亿元级”新赛道、新风口。加之各地也针对预制菜出台了一系列政策,包括方向指引、财税支持等,这也促使更多企业入局预制菜行业。

其中,包括眉州东坡、西贝等餐饮企业都纷纷加入预制菜赛道。另外,安井食品、得利斯、双汇食品、国联水产、龙大美食等企业在预制菜赛道上做得风生水起。除了传统的肉企及食品企业做预制菜外,包括格力、贵人鸟、叮咚买菜、步步高、盒马等企业也纷纷涉足预制菜,预制菜热度不断升温。

另外,除了企业自身在加大预制菜的研发生产与销售外,今年以来,各地政府也在组团上马预制菜项目。截至目前,广东、福建、河南、四川、山东等地已经出台或落地预制菜扶持政策,并纷纷提出预制菜“三年计划”“五年计划”。同时,各地政府还成立预制菜产业基金,助力当地产业发展。

IPCR预制菜研究院发起人周鹏向《证券日报》记者表示,预制菜行业未来将逐渐向渠道强势化、品牌联名化、产品细分化、营销联合化四个方向发展。

虽然预制菜行业很热,但目前仍未出现行业龙头。小而散是当前预制菜行业的真实写照。而作为行业内企业,通过并购重组实现企业的做大做强,也是当下预制菜企业的主要动作之一。

日前,海欣食品拟受让东晓食品51%股权,布局鲍鱼预制菜。3月27日,莲花健康发布公告称,拟以现金方式收购自嗨锅创始人、董事长蔡红亮所持不低于20%股份,并促成莲花健康成为杭州金羚羊企业管理咨询有限公司(自嗨锅所属公司)的控股股东。

对于预制菜当下的现状及未来发展,中国农业科学院农产品加工所预制菜首席研究员张春晖向《证券日报》记者表示,我国有7万家从事预制菜的加工企业,整体产值只有4200亿元。产业存在散、小、乱的问题,并购是一个必然的趋势。一些区域性的预制菜产品可借助平台或大的并购实现扩张和快速流通。

在张春晖看来,预制菜产业正值初期,赛道仍在长板需拉长、短板需补齐的发展阶段。投资并购等手段可以加速产业发展的节奏,提升产业市场集中度。

国海证券分析师在研报中称,目前预制菜行业正处于快速发展期,BC两端均有驱动因素。行业未来发展空间广阔,具备长期投资价值。

3月份房地产市场延续复苏进程 各线城市商品住宅销售价格环比上涨

■本报记者 孟珂

4月15日,国家统计局发布数据显示,3月份,70个大中城市中商品住宅销售价格上涨城市个数增加,各线城市商品住宅销售价格环比上涨,一线城市商品住宅销售价格同比上涨、二三线城市同比降幅收窄。

诸葛找房数据研究中心高级分析师陈霄对《证券日报》记者表示,3月份,房地产市场延续复苏进程,且从恢复进入稳恢复阶段。从成交数据也可以看出,3月份重点城市新房、二手房成交表现不俗。

从环比看,3月份,70个大中城市中,新建商品住宅和二手住宅销售价格环比上涨城市分别有

64个和57个,比上月分别增加9个和17个。

同时,一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.3%,涨幅比上月扩大0.1个百分点;二手住宅销售价格环比上涨0.5%,涨幅比上月回落0.2个百分点。二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比分别上涨0.6%和0.3%,涨幅比上月均扩大0.2个百分点。三线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.3%,涨幅与上月相同;二手住宅销售价格环比由上月持平转为上涨0.2%。

58安居客研究院研究总监陆骑麟对《证券日报》记者表示,从70城房价指数来看,3月份上涨城市数量和上涨幅度均出现了增加,并已连续上涨两个月,这表明楼市底

部已经基本确认,市场将逐步进入企稳回升阶段。

据58安居客研究统计数据显示,3月份全国一二手房市场依旧延续2月份的反弹行情,重点城市新房成交量环比平均涨幅超40%,随着成交量的回升,房价已逐步出现了企稳回升的态势。3月份重点城市二手房在架时长环比回落15%,已连续两个月出现下跌,购房者加速入市带动房源成交速度加快。

从同比看,3月份,一线城市新建商品住宅销售价格同比上涨1.7%,涨幅与上月相同;二手住宅销售价格同比上涨1.1%,涨幅比上月扩大0.1个百分点。二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别下降0.2%和1.4%,降幅比

上月均收窄0.5个百分点。三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别下降2.7%和3.9%,降幅比上月分别收窄0.6个百分点和0.5个百分点。

贝壳研究院首席市场分析师许小乐向《证券日报》记者解读道,“3月份房价整体延续上月的修复走势,市场修复面扩大,这是前期各项政策支持效果的显现,降低房贷利率等政策支持刚性需求和改善型需求满足,一季度特别是二三月份市场交易量比去年有大幅回升。”

许小乐进一步表示,房价稳定是市场预期持续恢复的基础,能够促进量价循环上升,促进观望的客群入市,对于新房二手房去库存和保交楼具有积极作用。

但市场人士普遍判断,由于当

前楼市回升速度相对较快,前期积压需求集中释放,4月份市场交易或有所回落。

陆骑麟表示,目前需要各地持续出台利好政策来保证楼市回暖态势的延续。目前楼市调控逐步从“一城一策”向“一区一策”转变,通过部门区域性的楼市政策调整,既能盘活区域库存,也能够达到整个城市“房住不炒”的目的。短期来看,房价的底部基本得到确认,尤其是随着土地成交活跃提升,新房供应能够持续,保证楼市的持续回暖。

“4月份市场交易自然回落并不意味着市场修复动力减弱。”许小乐认为,随着宏观经济与房地产的良性循环逐步恢复,未来市场交易将稳步修复,房价将进一步走稳。

实探广交会：参展企业与参会人数双现“人从众” “新三样”展位火热

■本报记者 李雯珊

全球关注的中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)来了!第133届广交会于4月15日至5月5日分三期在广州举办,广交会将全面恢复线下展,同时常态化运营线上平台。

据悉,本届广交会参展企业数量再现“人从众”,将首次启用新落成的展馆D区,展览面积由过去的118万平方米扩大到150万平方米,涵盖8个板块16大类,共设置54个专业展区,线下参展企业超过3.4万家;在参展企业中拥有制造业单项冠军、国家级高新技术企业等称号的优质企业达5700家,展览面积与参展企业数量创历史新高。

规模创新高 中国品牌扬帆出海

《证券日报》记者实探4月15日至19日举办的首期广交会展馆,这期展馆主要涵盖电子家电、建材家装、工业制造、新能源、卫浴设备、五金工具等;家居消费、时尚生活、健康休闲、贸易服务等板块将会在后面两期举办。

4月15日和16日连续两天,记者发现广交会的四个展区人头攒动,甚至连安检区都排起了长队;同时记者在走访各个展位时发现多数采购商向展位工作人员咨询相关问题,且有部分采购商表示有意签约。

杭州博乐工业设计股份有限公司相关负责人向《证券日报》记者表示,“参展前就激动地睡不着,

时隔三年又可以与客户线下交流,这种感觉非常好;近年来,我们在专注自身小家电与工业设计生产的领域苦练内功,我们期望中国品牌能够引领全球的发展潮流,扬帆出海。”

记者在展会上看到,来自荷兰、迪拜、阿联酋、加纳、新加坡等国家的几位采购商正在家电展馆里认真地寻找自身感兴趣的产品,上述来自荷兰的采购商告诉《证券日报》记者,“我是从荷兰鹿特丹来的,这是第八次参加线下广交会,很久都没感受到这么热闹了,希望能满载而归。”

志高空调海外营销公司总经理助理李彪向《证券日报》记者表示:“这两天在广交会上可以看到不少的国外老客户,今年一季度志高海外市场同比增长超60%。近三年我们一直在贴近客户需求的背景下,不断提升研发能力,针对不同海外市场采取不同的产品经营策略。”据悉,2022年志高调整体规模中有40%来自国际化业务,目前在“一带一路”沿线国家和地区,志高所占的市场份额约为10%。

中山大学岭南学院经济系教授林江在接受《证券日报》记者采访时表示,“今年广交会参展人数与规模创新高,不少参展商手中有订单,通过广交会提升公司在产业中的影响力并进一步拓展客源。”

多款新品首发 “新三样”展位火热

据广交会新闻中心介绍,新品首发是本届广交会的一个显著亮点。初步统计线上线下举办的新品



李雯珊/摄

首发活动有300多场,涉及工业制造、电子家电、建材家装、五金工具、家居消费、时尚生活、健康休闲等。

据悉,我国在今年一季度,电动载人汽车、锂电池、太阳能电池“新三样”,合计出口2646.9亿元,同比增长66.9%,占我国出口比重同比提升1.7个百分点,达到4.7%。

广交会新设了新能源及智能网联汽车等展区,广汽集团,五菱汽车,亿航智能(主营业务为自动驾驶飞行器产品和解决方案,覆盖空中交通包括载人交通和物流运输)等有不少采购商在展区前驻足

交流。

“不止我们一家展位前人多,新能源展馆里人流一直不断,很多老客户都来问我们有哪些新产品,有些下单速度非常快,已经开始追问交货时间了,新客户则很关心可不可以尽快安排到工厂实地考察。”主营业务为太阳能的上市公司拓日新能相关工作人员告诉《证券日报》记者。

在拓日新能源展位上,负责海外业务的副总经理林晓峰从一早开展忙到中午时分,接待了十多轮外商客户。记者在展位采访时,正有