

践行“以投资者为本” 基金业更需专业能力加持

■ 昌校宇

本立而道生。投资者是市场之本,必须真诚善待。证监会年内已至少3次强调“以投资者为本”理念,而这正是中央金融工作会议“坚持以人民为中心的价值取向”精神的进一步落实落地。

对于公募基金而言,“行动指南”已确定,“以投资者为本”理念渐成行业共识并正落到实处。



笑语言燃

例如,更多公募基金加入降费行列,年内已有股票基金、混合基金、债券基金等近80只产品调降管理费率或托管费率,切实让利予民;在首批13只重要货币市场基金名单公示后,多只名单上的产品纷纷修改基金条款,按照监管要求严控流动性风险,保护持有人利益;3月22日,工银瑞信基金宣布旗下中证A50ETF将实施2024年第一次分红,而这距离该产品3月18日上市仅过去4天,基金经理意在提升投资者获得感……

与此同时,随着今年权益市场回暖,公募基金的多项数据创历史新高,包括管理总规模首

次突破29万亿元,QDII基金、股票基金、债券基金、货币基金等多个细分类型的产品份额、规模均刷新历史纪录等。这些数据在提振投资者信心的同时,也促使其对财富保值增值的需求持续提升。

如责于心,担责于身,履责于行。在建设“以投资者为本”的资本市场的大背景下,笔者认为,公募基金等市场各方需更加担当善为,锻造出与“以投资者为本”理念相匹配的执业能力。

一是提升投研核心能力,以专业性回馈投资者。公募基金需持续精进投研能力,推动搭建

“平台型、团队制、一体化”投研体系,提升价值发现能力和投资决策的科学性,帮助投资者把握投资机会,实现投资业绩和管理规模的正向循环。

二是提高投资者回报,增强投资者获得感。今年的《政府工作报告》强调,“增强资本市场内在稳定性”,而逾2亿投资者是资本市场行稳致远的根基,公募基金只有将投资者的利益放在首位,切实增强投资者获得感,资本市场才能更加繁荣,投融资活动才会更加活跃。建议公募基金完善长期考核,将投资者长期收益指标纳入投资和销售体系考核中,不断提高投资者金融投资

收益率,帮大家共享经济增长红利。

三是创新产品,精进服务,满足投资者多元投资需求。公募基金可不断丰富完善产品体系,优化服务供给水平,加强逆周期布局,打造适合各类投资者需求的多元产品和服务体系,在更好满足投资者财富管理需求的同时,进一步为资本市场带来长期资金。

综上,“以投资者为本”是践行金融政治性与人民性的主要路径,也是公募基金高质量发展的重中之重。要真正守好广大投资者的“钱袋子”,行业更需专业能力加持。

会计师事务所要履行好执业监督职责

■ 朱宝琛

近日,中国注册会计师协会(以下简称“中注协”)向尤尼泰泰青会计师事务所(特殊普通合伙)发出上市公司2023年年报审计约谈函,提示临近年报披露日承接的上市公司年报审计风险,并要求会计师事务所说明新承接的上市公司客户2023年年报审计开展情况。

在本月初的时候,中注协会同财政部会计司、监管评价局及中国证监会会计司召开监管约谈会,对新备案首次承接上市公司2023年度财务报表审计业务的8家会计师事务所进行集体监管约谈。

资本市场是以信息披露为基础的市场,确保信息的真实、准确、完整、及时是最基本的要

求。作为资本市场的“看门人”,会计师事务所对上市公司的财务信息履行核查把关职责,出具的审计报告及鉴证意见对上市公司的财务报告提供合理保证,是投资者鉴别上市公司信息真实性的重要依据。约谈并提示年报审计业务风险,是引导督促会计师事务所完善内部风险控制机制、提升审计质量的重要举措。

如今,约谈已经成为年报审计监管的重要手段,所发挥的作用显著。据中注协介绍,自2021年修订发布《上市公司年报审计监管工作规程》以来,先后约谈从事证券服务业务会计师事务所200家次,涉及上市公司295家次。据统计,被约谈会计师事务所出具非标意见的比例明显高于行业平均水平。

在笔者看来,不管约谈与否,会计师事务所都要自觉履行好执业监督职责,这是对资本市场负责、对上市公司负责、对投资者负责、对自

己负责。然而,有的会计师事务所和注册会计师不能履行好“看门人”职责,如缺乏独立性,存在利益输送;专业能力不足;未勤勉尽责,所制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等。

对于这些违法违规行,监管部门及时出手。据不完全统计,今年以来,已有40余家会计师事务所收到了监管罚单。给出的处罚,轻则出具警示函,责令改正,重则处以罚款,并暂停业务开展。

时下正值上市公司年报披露期,希望相关会计师事务所能聚焦提升审计质量,树立“质量至上”执业理念,守住诚信操守底线,筑牢法律法规红线,独立、客观、公正地提供专业服务,恰当发表审计意见;要增强风险意识,发挥好会计师事务所执业监督作用,履行好资本市场的“看门人”职责,助力资本市场高质量发展。



有毅说一

像可口可乐那样筑宽“护城河”

■ 赵学毅

在分红和回购的助攻下,近期可口可乐的股价再度逼近历史新高,截至2024年3月25日总市值达到2604亿美元。巴菲特持有可口可乐超过35年的时间,实现了超过300亿美元的利润。而在A股,有没有像可口可乐这样的公司呢?

可口可乐的最大特质就是拥有一条“护城河”。作为世界著名品牌,可口可乐拥有高于行业平均值的净资产收益率,相对较小的资本投入、释放现金流的强大能力。可口可乐的“护城河”在于其品牌力强大,与快乐、体育等场景联系起来,拥有全球分布的罐装商和随处可见的购买渠道等。由于在全球市场份额继续增加,品牌威力、产品特性以及销售实力,赋予可口可乐一种巨大的竞争优势。

最新财报显示,2023年,可口可乐营收为457.54亿美元,经营利润为113.11亿美元,均实现了增长;公司聚焦可持续运营、绿色供应链等层面,持续加速供应链布局,助力实现长期持续增长。

“(投资时)真正重要的是搞清楚公司在长期经营中的平均盈利能力以及公司的‘护城河’到底有多强大。”这是巴菲特评估企业的重要依据。在他看来,企业如果舍本逐末,做自己不懂的事是很荒唐的。另一位投资家芒格则更形象地描述:“理想的生意是座了不起的城堡,城堡里住着位诚实的勋爵,四周还围着宽阔坚固的壕沟,壕沟既能抵御竞争者的进攻,又能降低成本,甚至进一步成了商标、规模和技术优势。”

回到A股市场,我们也能发现不少可口可乐这样的公司。这些公司深深扎根自己的赛道,不轻易跨界经营,核心产品竞争力强,并且负债低、毛利率和净资产收益率高,不断拓宽、加深自己的“护城河”。

比如白酒行业的贵州茅台,除了其不可复

制的生产区域环境外,更是拥有万亿级品牌,还不忘回报投资者。贵州茅台集团董事长丁雄军直言:贵州茅台上市22年累计分红超过了2000亿元,与各相关方共同筑起了贵州茅台可持续发展的生态“护城河”。根据财报,贵州茅台毛利率超过90%,业绩基本维持两位数的增长,再加上很多很老的基酒,更筑牢了贵州茅台难以撼动的头部地位。

再比如宁德时代,公司通过动力电池+储能业务双轮驱动保持业绩高速增长,通过领先的研发实力和广泛的客户基础,成为储能领域的翘楚;长江电力则是全球最大的水电上市公司,有望打造以水电为核心的综合性清洁能源平台;我国免税店龙头企业中国中免,具有无与伦比的核心竞争力;渠道完善、资源优质、股东强大,是全球最大的旅游零售运营商;恒瑞医药则具有强大的研发实力,是中国创新药行业的龙头,最有机会挑战国际医药巨头的中国公司;拥有领先技术的格力电器,难以被模仿配方的云南白药等,也均在各自领域独树一帜。这些企业的“护城河”堪称固若金汤,品牌赋能下正不断打开新增长极。

除了各行业的龙头公司外,还有更多上市公司纷纷在产品创新、核心技术、管理创新等方面各显其能,不断打造自身优势,拉长短板。如今,世界已经进入品牌经济时代,国际市场已由价格竞争、质量竞争上升到品牌竞争。2022年2月份,习近平总书记主持召开中央全面深化改革委员会第二十四次会议强调,“加快建设一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业”。对标世界一流,上市公司以高质量发展为主题,持续推动产品与服务

质量改善,拓宽赛道增强发展动能。“打铁必须自身硬。”上市公司是我国经济高质量发展的主力军和领跑者,只有通过品质、服务、品牌、价值等不同维度上的整合提升,多层次构建自身“护城河”,才能使中国品牌屹立于世界品牌之林。

欧美车企缘何步入电动化“战略迷茫期”?

■ 龚梦泽

德国汽车制造商梅赛德斯-奔驰集团股份公司宣布调整其电动化转型计划,放缓了“2030年全面电动化”目标;苹果宣布关停推进十年之久的电动车项目“泰坦计划”;英国豪华汽车制造商阿斯顿·马丁将首款电车上市时间推迟一年至2026年……近期,欧美从政府到企业层面,在推进新能源战略方面均有放缓迹象,由此引发了关于“欧美正在放弃电动车”的讨论。

那么,是什么原因导致欧美车企放缓电动化转型呢?笔者认为原因有三:

一是,欧美车企的燃油车凭借多年积累的经验 and 品牌优势,正处于变现期。而电动汽车产业目前普遍处于投入期,相关业务巨大缺口令欧美车企力不从心。

以福特汽车为例,即便2023年净利润实

现了扭亏为盈,但电动汽车业务巨亏47亿美元。为此,福特已撤销2026年实现8%电动汽车利润率的目标。可以看出,在燃油车商业模式盈利主导的当下,欧美车企此前立下的激进电动化目标已无法有效指导现实经营。

二是,在电动汽车产业发展初期,必然需要政府通过补贴等形式在充电补能设施建设等方面施以援手,实现行业“冷启动”。然而,在诸多因素影响下,欧美国家政府很难将更多的公共资源投入到电动汽车领域。

三是,中国电动汽车产业的迅猛发展极大地加剧了欧美车企对未来全球汽车势力格局演变的担忧。欧美车企陷入短暂的“战略迷茫期”——跟随,相当于主动削弱甚至舍弃已成熟的燃油车盈利路径;不跟随,又怕有违于汽车产业发展大势,错失发展窗口。

细究之下,欧美国家政府和主流车企的表态所传递出的信息更多是纠偏先激进转型目标。

笔者认为,我国汽车产业不应被杂音所扰,应继续推进电动智能化转型。首先,对于中国车企而言,欧美国家政府和车企策略的调整会在短期内带来一定程度的政策阻力和库存压力,比如被质疑电动化转型路线错误,导致部分出口产品面临滞销等。我国车企要坚定信心,保持战略定力,要清醒地认识到,中国汽车已经抓住了历史机遇,成功走向全球,不能动摇转型发展的决心,更不能放慢转型的步伐。

其次,“战略迷茫期”终会结束。届时面对日益拉开的技术差距,竞争对手可能会动用资源以快速实现赶超。欧美车企燃油车积累多、投入小、盈利好,斥资投资国内新能源车在情理之中,是市场行为,但也要提防新能源车被外资大规模购买的风险。



深语连珠