

# 45家A股上市公司披露市值管理制度

## 另有122家公司正加快推进市值管理工作,相关细则已提交至董事会审议并有望正式落地

■本报记者 田鹏

1月1日,万丰奥威发布市值管理制度,成为今年A股市场首家推出市值管理制度的上市公司。公司表示,将综合运用经营提升、并购重组、股权激励和员工持股计划、现金分红、投资者关系管理、信息披露、股份回购和股东增持等方式提升公司投资价值。

证监会于2024年11月15日发布《上市公司监管指引第10号——市值管理》(以下简称《市值管理指引》)以来,A股上市公司积极响应。Wind数据显示,截至目前,已有45家A股上市公司披露市值管理制度。与此同时,还有122家公司正加快推进市值管理工作,相关细则已提交至董事会审议,有望在不久后正式落地。

从已正式披露的45份市值管理制度的内容来看,相关公司围绕价值创造、价值实现与价值传播三个关键维度,精心构建适合自身发展的市值管理体系。

具体来看,在价值创造环节,相关公司锚定核心业务与创新发展的市值管理理念,通过优化资源配置、提升运营效率,以实现公司在价值的持续增长。例如,万丰奥威在市值管理制度中明确,将采取具体措施积极开拓市场、提升运营能力、强化成本控制、加大研发力度,以新质生产力的培育和运用,推动经营水平和发展质量提升。

在价值实现环节,相关公司强调注重资本运作与市场运营的协同,拟通过合理融资、并购重组等战略手段,最大化公司的市场价值。据统计,上述45份市值管理制度

均提及将适时开展并购重组,以强化主业核心竞争力。

“并购重组有助于实现规模经济效益、完善产业链布局、实现资源优化配置以及多元化发展。”川财证券首席经济学家陈雳对《证券日报》记者表示,上市公司并购重组是资本市场发挥优化资源配置功能的重要渠道。通过并购重组,企业能够整合资源、优化结构,加速技术创新和产业升级,从而在激烈的市场竞争中占据有利地位。

在价值传播环节,相关公司正计划通过投资者关系管理、公共关系维护和信息披露等方式,将公司的价值理念与业绩成果传递给市场,加深市场对公司的认知和信任。比如,招商蛇口在披露的市值管理制度中称,公司应与投资者建立畅通的沟通机制,向投资者阐明

公司的战略定位、功能使命、愿景目标等,并对公司发展方向的持续性和稳定性进行重点说明,增进投资者对公司的了解和认同等。

在南开大学金融发展研究院院长田利辉看来,市值管理核心是促使公司在价值与市场价值之间达成最大化统一。这一过程中,需兼顾合规性、平衡性、持续性、稳定性与动态性;提升信息披露质量及透明度,充分考量并平衡不同股东的利益诉求;构建科学的市值管理绩效评估体系,定期评估市值管理效果,并依据评估结果及时调整策略。

事实上,在提升上市公司价值的进程中,公平有序的市场环境、健全的市场机制等同样不可或缺。在此背景下,监管发挥积极引导与规范作用愈发重要。一方面,督促上

市公司合规运作,保障信息披露真实、准确、完整,切实维护投资者合法权益。积极推动资本市场改革创新,促进市场要素的优化配置,为上市公司价值提升创造有利条件,助力资本市场的健康可持续发展。

另一方面,对扰乱市场秩序、损害上市公司价值的违规行为,监管也予以严厉打击,形成强有力的威慑。《市值管理指引》明确提出,不得在市值管理中通过内幕交易、泄露内幕信息、操纵股价或者配合其他主体实施操纵行为等方式,牟取非法利益,扰乱资本市场秩序。

田利辉表示,监管部门在市值管理方面应始终强化信息披露要求,完善绩效考核机制,加大法治供给,严厉打击欺诈发行、财务造假等行为,以严惩重罚遏制企业负责人违法违规的冲动。

# 中国联通夯实高质量发展底座 以价值创造为核心践行市值管理理念

■本报记者 李乔宇

上市22年来总市值涨逾两倍,年度收入规模增逾八倍,净利润连续7年实现同比增长,总分红金额超过300亿元……在推动上市公司投资价值合理反映上市公司质量方面,中国联通无疑是上市央企中的先行者。

“中国联通坚持以价值创造为核心的市值管理理念,积极引导市场形成合理预期。”2024年3月份,中国联通相关负责人在业绩说明会上表示,总结起来就是两个“坚定不移”,第一是坚定不移地坚持高质量发展;第二是坚定不移地坚持尊重和敬畏市场,提升股东回报。

灯光熄灭,生产线仍能高效运转;屏幕闪烁,一座城市的排水情况就能实时更新……在浙江宁波,《证券日报》记者见证了中国联通通过科技创新赋能千行百业转型升级,其以价值创造为核心的市值管理理念已结出累累硕果。

型、智能化升级以及融合化创新。

如今,覆盖了产业互联网的算网数智业务已经成为拉动中国联通业绩增长的第二增长曲线。中国联通2024年半年报显示,2024年上半年,中国联通持续做大产业互联网自研产品收入规模;算网数智业务为中国联通带来收入435亿元,同比增长6.6%;在公司总营收占比22.05%。

“据测算,一家制造业企业每对数字化转型投入100元钱,就能大致减少300元的成本。”华泰证券通信首席分析师王兴告诉《证券日报》记者,企业数字化转型的动力强劲,需求将随着经济回暖陆续释放。对于中国联通等通信运营商而言,政企端的转型需求也意味着新的收入增量正在酝酿。

## 加大科技创新力度

中国联通的市值管理既着眼于迅速构建第二增长曲线的产业生态,也着眼于科技创新的长期投入。据介绍,中国联通高度重视科技创新对于市值管理工作的重要性,公司在专注当前的同时也放眼长远,持续加大科技创新力度,为未来的长远发展积蓄动能。

2024年三季度报显示,2024年前三季度,中国联通研发费用为54.4亿元,同比增长26.01%。Wind数据显示,在2014年至2023年的10个完整年度中,中国联通研发支出共计415.09亿元。

数百亿元的研发投入为中国联通的科技创新注入了强劲动力。2024年上半年,中国联通对全国海量算力资源实现统一纳管和网络运营;实现全国云池毫秒级智能调度;打造超2万节点的数据计算引擎;构建“1+1+M”大模型体系……

这些科技创新成果不仅完善了中国联通的能力体系,还能够为整个城市构建起“智慧大脑”。

在宁波市生态环境局,中国联通浙江公司生态环境行业专家产金英向《证券日报》记者展示了宁波生态环的数智化赋能。“我们通过中国联通的算法和AI大模型为宁波市打造了‘智慧大脑’,能够同时为上万个单位和系统提供数据支持,打通多个横向及纵向功能部门。”

基于“智慧大脑”的数据处理能力,宁波市生态环境局与中国联通打造了多样化的功能模块。“比如,‘精准治气’和‘数字治水’。”产金英称,“我们现在可以通过算法对未来7天至15天的空气质量进行预测和分析,提前做好预防和管控;也可以整合宁波排水管网数据形成监测数据链,对水环境污染风险进行全面管控。”

更多科技创新应用正在酝酿。未来中国联通还将通过地面站、低空无人机以及卫星遥感等技术,助力宁波市生态环境局构建起全域互连的生态环境立体感知体系,形成面向多领域的立体监测网络。

## 持续提升股东回报

近期,国务院国资委发布《关



图①中国联通宁波5G创新中心 图②双鹿电池的5G+AI质检生产线 图③中国联通渔船管控系统中的硬件设备 图④双鹿电池的智慧仓储管理系统 图⑤中国联通携手合作伙伴研发的机器狗

# 央企控股上市公司如何用好市值管理“工具箱”

■何文英

在资本市场,央企控股上市公司占据举足轻重的地位。市值管理不仅关乎企业自身形象与竞争力,更与国有资产保值增值紧密相连。笔者认为,央企控股上市公司可以从以下三个方面发力,巧妙运用市值管理“工具箱”。

首先,应夯实业务基本盘,持续创造价值。从提升业绩角度而言,央企控股上市公司需利用好“工具箱”,持续优化经营,打造核心优质资产。一方面,借助科技创新提升核心业务效率,加大研发投入突破产业瓶颈,如一些央企控股上市公司实现了关键零部件的自主研发制造,降本增效成果直接反映在财报中,可进一步夯实盈利根

基;另一方面,通过精细化成本管控与产业链整合,增强抗风险能力,稳住利润,为持续分红、市值增长筑牢坚实基础。

其次,应做好信息披露工作,与投资者保持多渠道的有效沟通。具体而言,央企控股上市公司应告别刻板、程式化公告,采用更加通俗易懂的语言。同时,在常规信息披露之外,从投资项目进展细节、新技术应用前景、社会责任履行亮点等方面丰富披露维度。此外,定期举办线上线下投资者交流会、高管面对面沟通等活动,把企业鲜活的一面展现出来,减少信息不对称带来的估值偏差。

最后,应灵活运用并购重组等多样化的合规方式进行资本运作,让公司市值与基本面相契合。例

如,央企控股上市公司可在股价低估时回购股份彰显信心,在市场低迷期适量回购注销,收缩股本提升每股收益;推出合理股权激励,将员工与企业利益深度绑定,激发创新活力,转化为市值增长动力;利用并购重组拓展产业边界,整合上下游优质资源,实现业务互补、协同增效,催生新盈利增长点,驱动市值攀升等。

央企控股上市公司运用市值管理工具时也需严守合规底线,杜绝内幕交易、操纵股价等违法违规行为,确保一切运作在监管框架内,透明进行。同时,市值管理要平衡短期市值波动与长期战略落地,锚定国家发展方向,稳步前行。如此,定能助力实体经济高质量发展,护航资本市场行稳致远。

区分公司副总经理陈希茜告诉《证券日报》记者,近年来,中国联通圆满完成北京冬奥会和冬残奥会、全国两会等最高等级通信保障任务,持续为重大活动提供通信服务保障,成功从技术上支持“云外交”,有力彰显了“国家首席、政府首选、人民首信”的担当作为。

如今,中国联通科技创新企业的新“名片”日趋清晰。在5G、AI等新技术的推动下,中国联通的角色已经从提供网络连接的通信运营商向提供定制化解决方案的科技创新公司,持续向具有全球竞争力的世界一流科技服务企业迈进。



# 政策红利释放 入境游持续升温

■本报记者 韩昱

1月2日,国家移民管理局发布数据显示,今年元旦假期全国边检机关共计保障180.3万人次中外人员出入境,较去年同期增长13.7%。其中,内地居民、港澳台居民、外国人出入境人次较去年同期分别增长11.1%、12.8%、33.6%。

多地口岸数据也反映出入境游的火热。例如,公开信息显示,2024年上海口岸累计进出境旅客达3647.3万人次,同比增长95.3%。其中,进出境航空旅客3509.9万人次,邮轮旅客137.4万人次,同比分别增长88.4%、28.6倍。再比如,截至2024年底,重庆江北国际机场口岸出入境人员总量突破190万人次,入境外国人突破22万人次,创历史新高。其中,免签入境外国人达11万余人次,超过该口岸全年入境外国人总量的一半。

“上述数据反映出,随着我国高水平对外开放进一步扩大,一系列举措的加快落实对国际交流便利化等方面起到了非常积极的作用。”星图金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示,再加上过境免签政策全面放宽优化,使得国际往来交流进一步便利。同时,我国旅游胜地众多,经济持续向好,对境外游客来说具有很强的吸引力,这也是入境游火热的原因之一。

2024年12月17日,国家移民管理局副局长毛旭表示,近年来,国家移民管理局聚焦推进更高层次对外开放,持续推出一系列灵活、便利的外国人来华政策,不断优化口岸签证、过境免签、区域性入境免签等政策,会同外交部“大单方面免签、互免签证范围,会同文化和旅游部、商务部等相关部门提升外籍人员在华出行、支付、通讯、住宿便利度,有力促进了中外人员交往和交流合作,带动了旅游、交通、餐饮等相关产业发展。2024年1月份至11月份,全国各口岸入境外国人2921.8万人次,同比增长86.2%;其中通过免签入境1744.6万人次,同比增长123.3%。

当天,国家移民管理局也发布公告,从当日起全面放宽过境免签政策,将过境免签外国人在境内停留时间由原72小时和144小时均延长为240小时(10天),同时新增21个口岸为过境免签人员出境口岸,并进一步扩大停留活动区域。

“通过不断优化过境免签政策,进一步增强了中国作为旅游目的地的吸引力。入境游客的增加将直接带动旅游相关产业的消费,包括住宿、餐饮、购物、娱乐等,促进消费增长,为经济注入新的活力。”陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问丁臻宇告诉《证券日报》记者。

付一夫也认为,入境游火热有望成为推动消费增长的重要力量之一。从旅游角度看,过境免签政策能够吸引更多国际游客。在享受便利之时,国际游客也可能探索我国各地的文化风景,进而带动我国旅游业的发展。

# 百货零售业公司积极行动 抢抓年关消费红利

■本报记者 何文英

临近农历春节,百货零售业上市公司正积极行动抢抓新一轮消费红利。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示:“在提振消费政策的推动下,消费者购物意愿增强,年货采购、节日礼品、家庭聚会用品等需求旺盛,农历春节前后,百货零售业有望迎来销售高峰。”

2024年12月份举行的中央经济工作会议,将“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为2025年九大重点任务之首,释放出明确的政策信号。

詹军豪认为,百货零售业将在政策的推动下加速转型升级,提升服务质量和消费体验,吸引更多消费者。

在政策带动下,百货零售业上市公司正多措并举谋增长,多家企业以内生变革驱动发展。

超市业态方面,ST步步高和永辉超市在胖东来的帮扶下,主动开展内生变革并取得了不错的成效。截至目前,ST步步高已完成14家门店的调改,其中步步高超市衡阳店2024年12月31日开业销售额创新高达到193万元,步步高超市长沙金星店2025年1月1日开业销售额达到186万元。

ST步步高总裁邓静对《证券日报》记者表示:“ST步步高充分响应了零售业创新提升的号召,尤其是在绿色消费、健康消费方面,全力推动舌尖上的品质化供给,从源头到餐桌全过程质量控制,给消费者带来高标准的放心商品。”

永辉超市的改革成效亦可圈可点。调改后的永辉超市郑州首店首日销售额达到188万元,是调改前的13.9倍,日均客流量是调改前的5.3倍;调改后的永辉超市北京首店首日迎来了1.4万人次的支付客流,超5万人进入超市,单日销售额达到170万元,超过调改前日均销售额的6倍。

百货业态方面,友阿股份作为区域百货零售龙头企业,在岁末年初的传统旺季也在加紧布局抢抓消费红利。

友阿股份网络运营事业部总经理许勇波对《证券日报》记者表示,为抢占春节消费热潮,公司自2024年12月份开始布局,从新年购物季到新春特别企划,整体营销覆盖整个岁末年初。期间,公司旗下核心商圈的多家门店将陆续开启“店庆季”系列活动。

为适应当前新的消费形式,詹军豪建议,百货零售业上市公司可从内部进行一些战略调整,强化商品管理,确保商品品质优良、种类丰富且独具特色;提升服务品质,关注细节,提供贴心、个性化的服务;优化运营管理,合理布局门店、调整营业时间等;积极推进数字化转型,拓展线上销售渠道和提供线上服务。