

聚焦·上市公司监管

乐视网因五项违法事实被罚2.4亿元 专家呼吁加大信披监管力度

■本报记者 向炎涛

历时两年，证监会对乐视网及贾跃亭的调查结果终于出炉。4月12日，已经从A股退市至三板交易的乐视网3发布公告称，由于连续十年财务造假及非公开发行欺诈发行等行为，乐视网和贾跃亭分别被处以2.4亿元罚款。

2019年4月30日，乐视网曾发布公告称，因公司及贾跃亭涉嫌信息披露违法违规等行为，根据《中华人民共和国证券法》的有关规定，证监会决定对公司及贾跃亭立案调查。

五项违法事实 乐视网被罚2.4亿元

4月12日，乐视网3发布公告称，收到中国证监会北京监管局送达的《行政处罚决定书》，经查明，乐视网、贾跃亭等存在五项违法事实。分别为：乐视网于2007年至2016年财务造假，其报送、披露的申请首次公开发行股票并上市(IPO)相关文件及2010年至2016年年报存在虚假记载；乐视网未按规定披露关联交易；乐视网未披露为乐视控股等公司提供担保事项；乐视网未如实披露贾某芳、贾跃亭向上市公司履行借款承诺的情况；乐视网2016年非公开发行股票行为构成欺诈发行。

针对前四项违法行为，中国证监会北京监管局决定，根据《证券法》第一百九十三条的规定，对乐视网

网责令改正，给予警告，并处以60万元罚款；对贾跃亭、杨丽杰给予警告，并分别处以30万元罚款；对刘弘给予警告，并处以25万元罚款；对吴孟给予警告，并处以20万元罚款；对赵凯给予警告，并处以10万元罚款；对谭殊给予警告，并处以8万元罚款；对吉晓庆、张曼卿给予警告，并处以5万元罚款；对朱宁、曹彬给予警告，并处以3万元罚款。贾跃亭作为乐视网实际控制人，指使相关人员从事上述信息披露违法行为，对贾跃亭给予警告，并处以60万元罚款，合计对贾跃亭罚款90万元。

针对第五项的2016年乐视网非公开发行欺诈发行行为，中国证监会北京监管局根据《证券法》第一百八十九条的规定，对乐视网处以募集资金百分之五即2.4亿元罚款；对贾跃亭、杨丽杰处以30万元罚款；对贾跃民、吴孟处以20万元罚款；对刘弘、邓伟、谭殊、张特、吉晓庆处以5万元罚款；对沈艳芳处以3万元罚款。贾跃亭作为乐视网实际控制人，指使相关人员从事上述违法行为，对其处以2.4亿元罚款。

“由于乐视网造假时间是在新《证券法》实施之前，所以此次处罚适用修订前的《证券法》，从罚款金额来看，已是顶格处罚。”北京安坤律师事务所律师苏少华对《证券日报》记者解释称。

《证券日报》记者注意到，此次处罚范围涉及乐视网及乐视网时任董

监高共14人，已悉数先后从乐视网离职。此外，乐视网披露的行政处罚决定书并未披露乐视网十年财务造假的细节及涉及金额，对乐视网IPO是否涉及欺诈发行也未提及。

“目前投资者如何维权是个难题。贾跃亭人在国外，其在国内已经没有资产，2.4亿元罚款找谁去罚是个问题。同时，乐视网已退市，公司资不抵债，没有可处置资产。对投资者来说，可以通过保荐机构、审计机构、公司大股东三个方面进行维权。但保荐机构、审计机构是否应该承担法律责任、应承担怎样的责任、对相关责任如何认定，还要有个明确的说法。”武汉科技大学金融证券研究所所长董登新对《证券日报》记者表示，根据新《证券法》和刑法修正案有关条款，违法数额如果达到一定程度，可以判定为重大违法，相关责任人还要承担刑事责任。

记者查询后了解到，乐视网2016年非公开发行时的保荐机构为中德证券、审计机构为华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)、信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)；公司2010年-2015年年报会计师事务所为华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)，2015-2016年年报会计师事务所为信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)。

苏少华告诉《证券日报》记者，根据《刑法》规定，发行数额500万元以上即可构成欺诈发行证券罪，



王琳/制图

乐视网和贾跃亭显然已经构成欺诈发行证券罪，后续证监会应该会将贾跃亭移送公安机关处理。虽然贾跃亭目前人在国外，但并不影响公安机关立案，立案后公安机关可以对其发布国际通缉令。

苏少华还认为，监管部门接下来还会对相关中介机构进行处罚。投资者除了可以对乐视网及贾跃亭等人提起集体诉讼外，还可以对中介机构提起诉讼，中介机构应当按一定比例承担相关责任。

专家呼吁 加大信披监管力度

“上市公司连续十年财务造假，说明公司内控完全失效，提升上市公司质量的重要一步就是要提升上市公司合规性。在外部监管层面，建议加大对上市公司的巡查、抽查力度。新《证券法》实施后，提高了违法成

本，在执法层面会形成一定威慑作用。”苏少华对《证券日报》记者说道。

在董登新看来，刑法修正案对于欺诈发行的刑期上限由5年有期徒刑提高至15年有期徒刑，这将带来很大的威慑性。目前实施的《证券法》创设了中国特色的证券集体诉讼制度，规定投资者保护机构可作为诉讼代表人，企业造假可能会被罚的倒闭，而直接责任人要承担连带责任，可能会赔得倾家荡产。威慑效果出来后，会逐渐净化整个资本市场，财务造假和重大违法现象会越来越少。

“关键是要加大信息披露监管力度，信披监管是注册制下市场监管的重中之重，所以监管层、交易所、证监会都应该把监管重心放在信披监管上。对信披监管到位就是对投资者最好的保护。同时，呼吁投资者能够主动维权索赔，这样能产生更好的威慑效果。”董登新表示。

控股股东再曝7亿元占资 澄星股份“戴帽”进入倒计时?

■本报记者 李亚男

近日，澄星股份再度曝出控股股东澄星集团资金占用事项，占用上市公司资金达7.07亿元。早在2019年，澄星集团就曾曝出占用上市公司35.85亿元资金。时隔两年，澄星股份再次陷入资金占用的泥沼之中。

澄星股份方面在上交所监管函回复中无奈地表示：“被动接受3家银行的方案，导致公司及全资子公司兴德物流被冻结和江阴市互助发展担保有限公司发生总计7.07亿元的担保余额。”上述往来余额正是澄星股份用来给控股股东澄星集团还贷的资金，至今未能偿还给上市公司。

公告称，如果澄星股份未能在2020年年报披露日(4月30日)前完成整改，公司股票将被实施其他风险警示。目前，澄星集团质押比例已达100%，且多次被司法冻结，距离年报披露日仅余17天，整改已经刻不容缓。

上市公司资金屡遭占用

近十个月以来，澄星集团的质押率一直保持在100%，澄星集团所持澄星股份1.71亿股(占总股本的25.78%)已被司法轮候冻结17次。

3月25日，上交所下发监管工作函，要求澄星股份说明上市公司货币资金存放及受限情况、及时披露股份冻结等事项以及妥善处置股票质押、司法冻结等风险事项，并核实与控股股东的资金往来和交易事项。

在4月10日的回复中，澄星股份自曝控股股东占用上市公司资金7.07亿元，同时表明澄星集团正在积极整改。该消息公布后，澄星股份的股价在4月12日开盘即快速下跌，最终以跌停价3.27元/股收报。

事实上，这并非澄星集团第一次占用上市公司资金。《证券日报》记者查阅资料后发现，2015年12月，证监会曾因澄星股份涉嫌未按规定披露信息对公司进行立案调查。在调查3年多后，证监会认定，澄星股份存在未按规定披露与控股股东及其关联方的非经营性资金往来，2011年、2012年年度报告存在虚假记载等违法行为。2011年至2014年，控股股东澄星集团及其关联方通过银行划款或银行票据方式，占用澄星股份及其控股子公司资金合计35.85亿元；通过银行划款方式向澄星股份及其控股子公司提供财务资助合计7.12亿元。

对于本次资金占用情况的发生，澄星股份解释称：“由于澄星集团及其子公司产生流动性金融危机，部分银行对原来投放给澄星集团及其子公司的金融授信额度，在业务到期、澄星集团及其子公司归还后继续展时，有些银行只愿意续展额度投放给上市公司。而澄星集团及其子公司的归还资金，借用的是江阴市人民政府设立的一个帮助暂时性有流动性危机的企业续展银行业务的过渡性资金，这些银行在澄星集团及其子公司借用政府资金归还后，将授信业务放给公司，然后归还澄星集团及其子公司借用的政

府资金。”

被动偿还控股股东贷款

控股股东面临流动性危机，澄星股份为何要上赶着“背锅”？

澄星股份称，由于澄星集团为公司的融资业务总计担保36.6亿元，若澄星集团及其子公司因贷款逾期，导致银行融资体系无法正常运转，将直接影响公司的银行融资业务，各金融机构都会要求提前还贷并调整公司银行业务的风险等级，导致公司现金流中断。

透视镜公司创始人吴玉清在接受《证券日报》记者采访时表示：“银行在放贷时，考虑的不仅仅只是担保方，也会考虑贷款方，两方面有一方信用足够好，确保贷款能按期还款，这个贷款仍然可以发放。如果担保方出现问题，银行有权收回贷款。因此，上述理由是说得通的。”

记者注意到，不仅澄星集团长期占用上市公司资金，其股权也多次被司法冻结并全部质押。

公告显示，澄星集团股份质押及冻结情况主要是因原油价格暴跌，引发集团关联方石化产品价格大幅下降，导致银行抽贷致使控股股东下属石化板块公司资金链断裂，控股股东旗下石化板块子公司汉邦石化、澄高包装已进入破产重整程序。

值得一提的是，上述进入破产重整程序的汉邦石化，是澄星股份在2019年计划收购的控股股东旗下资产。截至2019年10月31日，澄星集团及其关联方对汉邦石化的关联方资金占用余额为61.95亿

元，由于未能在约定期限偿还占用资金，上述重组已宣告终止。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林告诉《证券日报》记者：“母公司将上市公司作为提款机，说明母公司并不专注于上市公司运营。澄星股份的做法就是，由上市公司贷款，母公司提供担保，然后将上市公司资金挪用到母公司，其本质是母公司借上市公司的壳套取信贷借款。”

或再次涉嫌信披违规

在澄星股份回复监管函当晚，上交所就资金占用再发监管工作函，要求公司及控股股东全面自查是否还有其他占用、违规担保事项，限期4月30日前予以清偿或化解，如未能按时完成整改，公司股票将被实施其他风险警示。

“在限期内依然有整改到位的希望，如果没有整改，很可能会做出进一步处罚，戴帽是有可能的。”盘和林说道。

上海明伦律师事务所律师王智斌告诉《证券日报》记者：“从目前澄星股份、澄星集团的实际情况来看，在17天内解决7亿元资金占用问题，颇有难度。”

上交所第二份监管函中直接指出，“公司前后信息披露存在不一致”。近期公告显示，2020年8月5日至2021年4月8日期间，澄星股份连续披露过9份关于澄星集团持股被司法冻结冻结的公告。在前8份公告中，澄星股份均称“控股股东不存在对上市公司非经营性资金占用、违

规担保等侵害上市公司利益的情形。”在最新披露的公告中，公司却不再提示上述情况。

王智斌表示：“从时间上看，前8份公告发布时，资金占用已经存在，该8份公告中关于‘不存在非经营性资金占用’的表述已涉嫌构成虚假陈述中的虚假记载。在最新有关控股股东股份冻结的公告中，虽然澄星股份没有继续虚假记载，但其未披露相关风险的行为，亦涉嫌构成虚假陈述中的重大遗漏。简而言之，该系列公告均已涉嫌构成虚假陈述，澄星股份及直接责任人有可能会被监管部门立案调查，并给予行政处罚。”

“虚假陈述一旦确认，投资者是可以索赔的。澄星股份因为前次资金占用问题导致虚假陈述，已被证监会处罚过，同时被大量投资者提起民事诉讼，南京中院采取了代表人诉讼模式来审理系列案件，目前案件正在推进中。”上海久谦律师事务所许峰律师向《证券日报》记者表示，“建议投资者在证监会处罚落地后推进索赔事项，胜诉比较稳妥。”

值得一提的是，在公布收到第一份监管工作函之前的4月6日，澄星股份董秘韦莉及监事华凯公告辞职，这两人彼时在2018年10月份的换届中就职。当时，澄星股份因前次控股股东占资，导致涉及的相关人员离职。然而，新老管理团队交接不过两年，控股股东占用上市公司资金的一幕却再次上演。

“按照乐视网等公司最新收到的处罚，高管离职不代表可以免责，关键要看是否会承担违规责任。”况玉清说道。

水泥价格持续调涨迎旺季 多家上市公司一季度业绩大增

■本报记者 刘欢

清明节后，水泥价格再次提涨。受需求增加、价格交叉的影响，多家水泥行业上市公司交出亮眼的成绩单。据水泥行业上市公司业绩预告，2021年一季度业绩普遍增长25%。

浙江晓德律师事务所创始人陈文明主任接受《证券日报》记者采访时表示：“进入二季度，全国基建项目集中开工，且重大项目较多，水泥作为必需品，价格上涨是必然的。”

需求向好 水泥价格持续提涨

国家统计局数据显示，2021年1-2月份，全国累计水泥产量2.4亿吨，同比大幅增长61.1%。数字水泥网评价称，该数据不仅是2016年以来同期最高水平，还是历史同期次高水平。

水泥产量创新高，主要得益于基建投资的有力支撑。据基建通大数

据统计数据显示，2021年1-2月份，全国固定资产投资额(不含农户)为45236亿元，同比增长35.0%。截至3月初，全国已有28个省市发布2021年基建固定资产投资计划，累计投资额达3.2万亿元。植信投资研究院预计，2021年一季度，全国固定资产投资额将同比增长30%，其中，房地产投资同比增长25%，基建投资同比增长28%，制造业投资同比增长30%。

进入二季度后，全国各地集中开工的重大项目更多，“开工潮”的到来加速水泥需求的释放。据数字水泥网数据显示，3月22日-26日，全国重点区域水泥企业平均出货率为81%，环比增长10个百分点。

在库存方面，太平洋证券在研报中表示：“需求旺季来临，水泥企业出货量加速好转，全国水泥库存目前已低于五成。”

在需求加速释放的推动下，水泥价格持续调涨。4月5日至11日，全国水泥市场价格为451.8元/吨，

环比上涨0.3%。水泥价格上涨的区域涉及辽宁、福建、浙江、江苏等地，每吨涨价幅度普遍在20元至50元之间。

分地区来看，在东北地区，辽宁辽中地区水泥企业公布，水泥价格大幅上调50元/吨。在华东地区，江浙沪三地则启动第二轮提价。其中，苏锡常地区部分水泥企业的水泥价格上调30元/吨；苏北盐城地区的高标号水泥价格上调20元/吨；上海地区的低标号水泥价格在第二轮上调20元/吨；福建地区水泥企业公布的第三轮调价则上调40元/吨至50元/吨，其中福州及宁德地区价格上调40元/吨。在中南地区，珠三角水泥企业第三轮调价计划将水泥价格上调30元/吨。

对于各地水泥价格出现不同程度上涨，看懂APP独立财经评论员、高级经济师周正国接受《证券日报》记者采访时表示：“由于运输成本问题，水泥行业的市场半径有限，跨

区域竞争不激烈，市场集中度较低，因此各地涨价幅度会有较大区别。”

未来水泥价格是否会继续上涨？太平洋证券分析师认为：“从需求端来看，地产行业仍有韧性，基建端保持平稳，水泥需求仍有支撑。预计4月中下旬全国水泥市场价格仍将保持上升趋势。”

水泥量价齐升 多家企业一季度业绩大增

受需求增加、价格普涨的助力，多家水泥行业上市公司在一季报或业绩预告中给予了积极回应。

4月12日晚间，祁连山披露一季报显示，今年一季度实现营业收入7.78亿元，同比增长35.06%；归属于上市公司股东的净利润4682.99万元，同比增长273.09%；归属于上市公司股东的扣非净利润为3776.78万元，同比增长81.04%。对于一季度业绩的增长，祁连山相关负责人

在接受《证券日报》记者采访时因为“今年一季度公司产品销量同比增加，售价也较上年有所上涨”。

在一季度业绩预告中，天山股份表示，今年一季度公司水泥产品销量较上年同期上升，预计一季度净利润为8000万元至9000万元，而上年同期亏损2981.83万元。

华新水泥也在一季度业绩预告中预计，公司今年一季度实现归属于上市公司股东的净利润将同比增加3.65亿元-3.95亿元，同比增幅为103.07%-111.54%；归属于上市公司股东的扣非净利润将同比增加3.5亿元-3.8亿元，同比增幅为96.75%-105.04%。对于一季度业绩同比明显增长，华新水泥表示，一方面，上年同期受突发疫情严重影响，公司生产经营受阻，导致业绩大幅下滑；另一方面，今年一季度公司主导产品销量显著恢复，其中水泥销量同比增超60%，混凝土和骨料销量同比增超200%。

爱茉莉太平洋平价韩妆在中国“失宠”

悦诗风吟利润下滑89%，伊蒂之屋关闭所有线下店

■本报记者 许洁
见习记者 李豪悦

4月12日，关于“悦诗风吟陷假环保风波”的话题冲上微博热搜榜。众多用户对悦诗风吟产品吐槽称，“买过散粉，又贵又难用，最后被我当成遮头油的粉”。

在经营方面，悦诗风吟在中国的日子也不好过。公开资料显示，悦诗风吟在2019年关闭40家门店后，在2020年又至少关闭了90家门店。

无独有偶，与悦诗风吟“一母同胞”的伊蒂之屋也同时进入“大规模关店”模式。《证券日报》记者了解到，伊蒂之屋在中国的线下门店目前已全部关闭。

曾经在中国发展势头强劲的当红韩妆，为何现在不吃香了？

抢占中国市场 韩妆品牌曾收获颇丰

2012年在中国亮相的悦诗风吟，曾是高颜值、平价化的妆品代表，在中国曾斩获超高人气。据不完全统计，2012年至2014年，悦诗风吟在中国开出100家门店，并以每年100家新店的速度由一线城市沿海城市向二三线内陆城市挺进。

彼时韩流在中国盛行，悦诗风吟借此东风，利用韩国明星的人气与品牌捆绑，吸引了大量中国用户。2015年，悦诗风吟亚洲最大旗舰店在上海开业，现场邀请了韩国明星李敏镐站台。公司在财报中回顾了当时在中国市场上取得的成功，2015年中国区销售额达到10亿元。

伊蒂之屋比悦诗风吟晚一年进入中国，但也取得了迅猛发展。伊蒂之屋于2013年进入中国市场后，巅峰时期曾在北京、上海、广州、成都等25个城市开设了85家直营店。

旗下子品牌在中国的发展势如破竹，令母公司爱茉莉太平洋十分受益，销售额也明显提升。爱茉莉太平洋集团发布的2015年财报显示，包括中国在内的海外化妆品事业部当年的销售额达到12573亿韩元，约合人民币73亿元，同比增幅达44.4%。

早在2014年，其中国市场销售额在集团海外市场销售额的占比就超过56%，且有逐年走高的趋势。因此，爱茉莉太平洋难掩对中国市场的期待，曾在2016年表示，“中国是爱茉莉太平洋海外市场中的重要引擎与中坚力量。”集团CEO徐庆培也表示，到2020年，集团全球业务的目标是将海外销售贡献提升至总业务的50%以上。

悦诗风吟连续关店 伊蒂之屋退守线上

然而，经过六年的发展，曾为爱茉莉太平洋拓展中国市场“打头阵”的平价韩妆却逐渐失去了魅力。

近两年，悦诗风吟持续曝出关店的消息。2019年，爱茉莉太平洋关闭了40家亏损的悦诗风吟门店；2020年，爱茉莉太平洋宣布，再关闭至少90家中国门店。该集团披露的2020年财报数据显示，悦诗风吟2020年销售额为20.2亿元，同比减少37%，营业利润降幅达89%。

比悦诗风吟处境更难的还有伊蒂之屋。财报显示，伊蒂之屋的销售额为6.5亿元，相比去年10.5亿元的销售下降38%，营业利润仍处于赤字状态。财报解释称，因受疫情和卖场效率化影响，线下销售额降低。

《证券日报》记者在伊蒂之屋官网上发现，其在中国的实体店达58家，覆盖25个城市。根据官网公布的各线下店电话，记者分别致电北京、广州、深圳、长沙等几个城市的多家伊蒂之屋门店，但或显示空号，或显示无人接听，或显示停机，均无人应答。

伊蒂之屋官方客服向《证券日报》记者表示，伊蒂之屋在中国地区的线下百货专柜都已经关闭，原因是公司内部调整，目前产品主要通过线上渠道售卖。

此外，记者还从财报中发现，曾为爱茉莉太平洋2015年在中国市场“开疆扩土”的悦诗风吟、伊蒂之屋、IOPE、雪花秀等子品牌，到2020年底，仅有定位高端化妆品的雪花秀在保持业绩增长。

文化光环失灵 国产品牌挤压空间

对于2020年业绩不佳的原因，爱茉莉太平洋将之归因为“受全球疫情影响”。但市场分析人士认为，疫情并非其在中国市场节节败退的唯一原因。

“如今，韩流在中国的影响力已大不如前。”深圳市思其晟公司CEO伍岱麒认为，韩妆“不吃香”与文化有很大关系。“早些年日韩通过电视剧、电影等文化输出，对国内年轻人一代影响很大，为他们塑造了年轻人向往的生活，由此附带的一系列与文化有关的产业(如美妆、服装等)，都在中国成为畅销产品。”

盘古智库高级研究员江瀚向《证券日报》记者表示，韩妆品牌节节败退的核心原因是持续竞争力不足。“在国内现在比较流行的，要么是国产的化妆品品牌，要么是欧美化妆品品牌。从品牌影响力来看，国产品牌不如欧美品牌，但从性价比来看，韩国品牌又不如国产品牌。”

央视财经曾报道，从化妆品消费市场份额来看，国产化妆品已占56%的市场份额；从消费者购买意愿来看，42%的消费者更愿意选择国产化妆品，九成消费者表示未来会再次购买国产化妆品。

对于上述现象，伍岱麒向《证券日报》记者表示，高颜值、性价比成为一些中低端国货美妆品牌快速崛起的主要原因。“国货品牌的产品创新和社交媒体宣传做得更加到位，易获得年轻消费者的青睐，就会挤压韩妆低端产品的市场。”

为了改善现状，爱茉莉太平洋开始加重对高端市场的布局，推出了时妍露、LABO-H等高端新品牌。公司在年报中介绍称，将通过重整现有渠道、入驻多品牌集合店，确保公司的收益性和成长性。