

今年以来671家公司重要股东减持 “误操作”竟成违规主因

■本报记者 桂小笋

据同花顺数据显示,截至3月8日,沪深两市671家上市公司的重要股东出现减持行为。其中,21家公司有超过5名以上的重要股东在年内减持。

《证券日报》记者发现,至少有15家上市公司在公告中坦言,公司股东有违规变动股份的行为。此外,还有一些公司的股东违规变动股份行为尽管比较“隐蔽”,还是未能逃脱监管部门的监管。

北京海润天睿律师事务所高级合伙人郑建鸥律师接受《证券日报》记者采访时表示,“违规减持的股东在事发之后往往以误操作或不懂规则为由避重就轻,试图逃避责任,恰恰反映其心存侥幸。资本市场的各类主体应当充分了解违法后果,自觉遵守合规。”

“误操作”成为违规主要原因

查阅两市上市公司公告可知,对于股东违规变动股票的行为,大多数公告的解释都将原因归结于“误操作”:当事人操作失误,并非主观故意,深刻认识到了违规事项的严重性,主动向公司董事会进行检讨,就违规减持股票行为向广大投资者表示歉意。

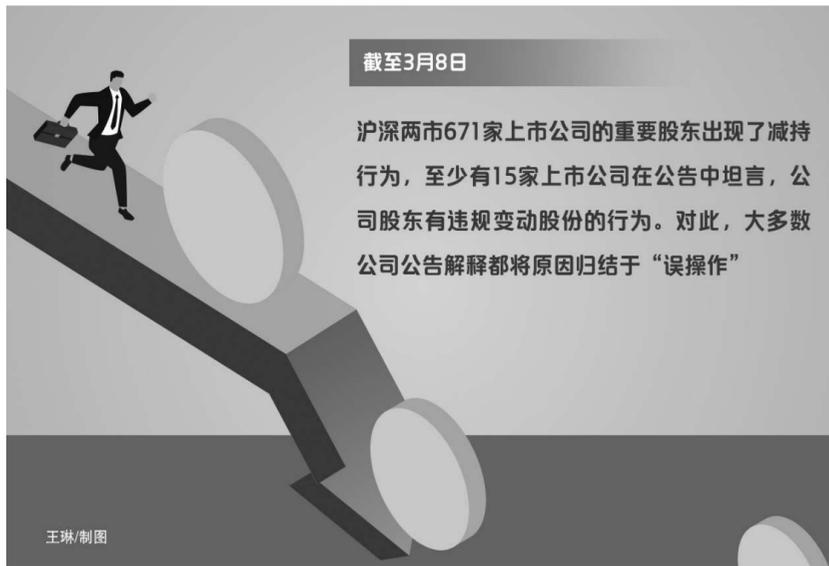
还有公司将违规的原因归结为操作人员业务不熟练所致。3月2日,ST维维在公告中称,“此次减持行为并非主观故意,主要系新聘工作人员对减持规定不熟悉,导致其在上述期间违规减持了部分

本公司股票。”

2月28日,股东维维集团通过集中竞价交易减持了占公司总股本0.1289%的股份。本次股份减持后,维维集团持有公司股份占公司总股本的2.88%。根据上交所相关规定,大股东减持采取协议转让方式,减持后不再具有大股东身份,其在6个月内通过集中竞价交易减持股份的,应当在首次卖出股份的15个交易日前向上海证券交易所报告备案减持计划,并予以公告。经公司核查,维维集团自持有公司股份比例低于5%之日起6个月内存在减持公司股票行为,构成了违规减持。

对此,上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示,如果按照相关规则,股东应提前披露减持计划或者在股份变动达到5%时需履行公告义务而未履行的,则涉嫌构成虚假陈述。“通常而言,公司重要股东掌握信息优势,相关法律法规之所以要求重要股东在特定条件下对增持减持履行公告义务,其目的在于保护中小投资者公平交易的权利。如果减持股东未妥善履行其信息披露义务,并且同期股价出现异动,受损投资者有权要求该减持股东承担赔偿责任。”

郑建鸥律师表示,未提前公告减持计划就直接卖出股票,属于证券法第85条规定的“未按照规定披露信息”的行为。“此类行为既有可能构成虚假陈述,也有可能构成内幕交易,要看具体事实。如果不构成内幕交易,则可以按虚假陈述处理,毕竟这种故意不披露的行为与披露的信息中存在重大遗漏的



行为之间没有本质区别。”

财报窗口期 股东变动股份需谨慎

除了上述股份减持行为之外,还有一些上市公司的股东减持股份是“暗中进行”。

3月4日,ST远程收到监管函,原因在于有持股5%以上股东,自2019年11月15日至2021年2月10日,累计减持ST远程4036万股,占ST远程股份总数的5.62%,在持有ST远程股份比例累计减少达5%时,未按照《上市公司收购管

截至3月8日

沪深两市671家上市公司的重要股东出现了减持行为,至少有15家上市公司在公告中坦言,公司股东有违规变动股份的行为。对此,大多数公司公告解释都将原因归结于“误操作”

理办法》第十三条的规定及时履行报告义务,且至今仍未出具相关权益变动报告书。

针对上述减持现象,郑建鸥律师表示,2019年修订的《证券法》提高了投资者保护等级,主要体现在行政处罚的力度大幅提高,对一些严重违法行为,证监会有权开出千万元级罚单。前述最高法院司法解释进一步明确明确了虚假陈述民事赔偿案件的具体受理和审理规则。

目前,正处在上市公司财报披露期,重要股东的股份变化稍有不慎即会出现“踩雷”的现象。对此,

郑建鸥律师提醒,控股股东、实控人、董监高在财报披露窗口期不得买卖股票,这一规定旨在防范内部人利用重要信息进行内幕交易、操纵市场。

“对于前述人员以外的股东在窗口期减持,虽然可能不涉及内幕交易,如果违规减持,确实引起了交易价格或交易量较大变化,这种行为符合今年1月22日施行的最高法院《关于审理证券市场虚假陈述民事赔偿案件的若干规定》所规定的‘重大性’条件,遭受损失的中小投资者有权向违规减持的股东索赔。”郑建鸥表示。

比亚迪单月销量同比增7.5倍 提价难阻新能源汽车销售上升势头

■本报记者 李春莲
见习记者 李昱丞

即使受到补贴退坡、车企涨价等因素影响,新能源汽车销售势头依然较为强劲。根据车企相继发布的2月份产销快报,2月份比亚迪、广汽埃安新能源汽车销量同比增速分别达到753%、163%。

对此,无锡数字经济研究院执行院长吴琦在接受《证券日报》记者采访时表示,在补贴进一步退坡、相关监管政策从严以及车企提价的情况下,新能源汽车销量依旧增加,表明消费者对新能源汽车的接受度越来越高,市场对政策的依赖度有所降低,需求也不再是简单的靠补贴来创造。

2月份比亚迪成销量增幅最大车企

中汽协3月8日发布的数据显示,2月份,比亚迪销售汽车91078辆,同比增加335.22%,为销量增幅

最大的车企;广汽集团汽车销量为143464辆,同比增长36.47%。

具体到新能源汽车上,根据产销快报,比亚迪销售新能源汽车88283辆,同比增长752.56%。其中,九成九都是乘用车,纯电和插电混动汽车分别为43173辆和44300辆,分别同比增长451.03%和1836.19%;广汽集团旗下新能源品牌广汽埃安销量8526辆,同比增长162.82%。

造车新势力方面,小鹏、理想、蔚来、哪吒分别销售新能源汽车6225辆、8414辆、6131辆、7117辆,分别同比增长180.03%、265.83%、9.91%、255%,除了蔚来以外,其他车企销售增幅均同比翻倍起步。

“从2月份车企的销售数据来看,我国新能源汽车消费仍存在巨大的市场空间。”吴琦表示。受到春节假期、2月份天数较少等因素影响,环比来看2月份各大车企产销均有所回落。广汽埃安销量环比下降约46.82%;比亚迪则相对坚挺,新能源汽车销量相对

1月份仅环比略降5.24%,其中插电车型表现更佳,销量环比下降幅度仅为4.81%。

旺盛的需求之下,各大车企纷纷在供给端发力保交付。广汽埃安有关人士向《证券日报》记者透露,2月18日,广汽埃安智能生态工厂二期产能扩建竣工并迎来首辆新车AION LX Plus下线,完成产能扩建并达成投产仅耗时15天。

根据广汽集团规划,广汽埃安工厂二期产能扩建后,标准产能可达20万辆/年。去年全年,广汽埃安共销售120155辆。从产能大幅扩充可以看出,广汽埃安对于今年全年销售目标有着较为乐观的预期。

涨价难阻增势 有望走出补贴驱动阶段

随着消费者群体的培育和市场的逐渐成熟,新能源汽车不再一味依赖补贴驱动,而是由需求拉动。从比亚迪、广汽埃安的经验来看,部分车型涨价对销量影

响有限。

3月4日,广汽埃安再次发布车型调价通知,对旗下AION Y、AION S Plus、AION V Plus等相关车型的官方指导价进行调整,幅度在4000元至10000元不等。年初,广汽埃安已经对埃安LX价格上调4000元。比亚迪则是从2月1日起,上调旗下王朝网和海洋网相关新能源车型的官方指导价,调整幅度为1000元至7000元不等,涉及旗下所有新能源车型。

据不完全统计,截至3月初,已有至少16家新能源汽车企宣布调价,涉及车型至少36款,涵盖10万元以下至30万元以上主流购车区间。对于提价的理由,车企大多宣称出于原材料价格上涨、新能源购车补贴退坡等因素。

“新能源汽车提价后销售比较坚挺,主要是因为需求比较旺盛,消费者相对来说能够接受。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受记者采访时表示,多数车企在1月初提价,2月份交付1月

初的一些订单,而1月份下旬市场开始逐步恢复,所以提价后影响不是很大。

东吴证券研报认为,截至2月底,除特斯拉价格涨幅大于1万元外,其余车企20万以上的车型涨价5000元至7500元,10万元至20万元车型涨幅2000元左右,涨价幅度不高,影响基本有限。同时车企为抢占市场份额,需保障全年销量目标,若订单不及预期,后续将大概率出台促销手段,全年目标仍可高增。

吴琦表示,中国已经慢慢跳出靠补贴创造需求的新能源汽车普及初级阶段,开始步入加快建设新能源汽车基础设施的中级阶段,新能源汽车行业有望可持续性健康发展。

“未来,新能源汽车的政策补贴虽有所下降,但政策引导力度将不断增强,新能源汽车消费理念将更加普及,并逐步走向市场化发展,消费需求将迎来持续快速增长。”吴琦表示。

美图影像SaaS商业路径变迁: 从C端到B端从生活到工作

■本报记者 谢若琳
见习记者 武琪

美图公司近日在“美出圈”美图影像节发布会上一口气发布了Chic相机、美图证件照、Wink、美图秀秀Mac版、美图设计室、美图云修6款影像产品,产品方向从生活场景扩展到工作场景。

自成立以来,美图公司一直以影像为核心业务,其最重要的产品是美图秀秀。这段时间,美图公司不但增购美业SaaS服务商美得股份,在产品线上也实现跨越式发展。

美图公司变了吗?3月7日,美图公司创始人兼首席执行官吴欣鸿接受《证券日报》记者专访时表示,美图是一家以“美”为核心,以人工智能为驱动力的科技公司,公司第一个阶段以影像为主,在虚拟世

界使人变美。未来,美图的影像SaaS将延伸至线下,并与美业相结合,将服务对象从toC延伸到toB,服务场景从生活延伸到工作。

发布新产品的底气

美图公司被大众所熟知的产品主要美图秀秀和美颜相机两款产品。此前,美图公司最主要的收入来源是广告收入。

美图公司首席财务官颜劲良对《证券日报》记者表示,相比广告,VIP会员服务是更“原生”的商业模式。纵观商业市场,广告业务已经成为互联网企业的成熟业务,为了能够寻求更大的商业空间,获取更多突破,美图一直在探索商业第二增长曲线。VIP会员服务基于美图的影像SaaS服务,是更为“原生”

的商业模式,通过高度贴合用户的需求,为用户提供更优质的服务,未来也会有较大的发展空间。

此次,美图发布6款产品,从产品内核来看,美图证件照、美图秀秀Mac版、美图设计室及美图云修均为工作场景设计。比如,美图设计室是面向中小企业用户线上营销和带货需求提供海报模板和商用版权素材;美图云修是为商业摄影提供商业级智能影像解决方案,美图为用户的服务从生活场景扩展至工作场景。

吴欣鸿告诉记者,截至2022年2月底,美图全球VIP会员数约450万。其中,国内会员约为293万。这也是美图发布新产品的底气。

“新产品的商业模式以VIP会员服务为主,2021年上半年,美图收入构成中‘VIP会员服务’业务取得

大幅增长,占总收入比超过20%。未来面向B端的产品VIP会员服务与SaaS服务将是公司主要收入增长空间。”吴欣鸿进一步表示。

SaaS服务打开增长空间

去年12月19日,美图拿到美得控股股权,后者财务业绩将会并入美图公司的财务报表中。在SaaS业务协同层面,美图和美得将在影像SaaS生活娱乐场景、影像SaaS工作设计场景、美业SaaS服务三方面产生协同效应。

美得成立于2014年,并于2020年初开始向美妆产品供应链业务拓展,为下沉城市的个人护理和美容产品零售店提供商户服务及SaaS产品。2020年下半年,美得收入较上半年增长约216%,

2021年上半年,美得收入较2020年下半年增长约73.5%。

目前,美得为11500多家线下化妆品集合店提供SaaS服务。吴欣鸿表示,美图有不少客户来自于化妆品行业,而化妆品销售最大的两个需求是营销与渠道,这恰恰是美图擅长的。公司未来可将VIP会员服务部分功能与美得得科技的企业资源规划SaaS系统捆绑销售给美妆集合店,以发挥更好的协同效应。

吴欣鸿表示,美图目前的根基还是影像科技,过去十几年,美图公司以影像产品为主,也看到影像赛道巨大的发展空间。只有把我们影像的底盘做大做强才有更多的行业延伸的可能性,因而围绕美业延伸去提供解决方案,它是属于未来会持续布局的业务。



地产观察

龙光控股坦言短期流动性压力 正推进平安信托债事项

■本报记者 王丽新

3月份是房地产行业2022年第二个偿债高峰期。当下,部分面临流动性压力的房企正在分秒必争,试图打赢“没有中间状态”的生死战。

3月7日,龙光控股发行的“18龙控02”价格发生明显波动。有消息称,龙光控股正在为该笔债券展期进行谈判。近期,龙光控股间控股股东龙光集团发行的“19龙控04”、“20龙控01”、“21龙控01”3笔境外债券价格也发生异常波动。

对此,3月7日晚间,龙光控股(以下或简称龙光)发布公告称,股票和债券价格异动,主要是由于近期房地产行业整体受到持续深入调整,公司间接控股股东龙光集团评级被国际评级机构分别下调至,导致二级市场成交价格明显偏离合理价值的情况。公司正积极筹措资金应对短期流动性压力,目前经营活动一切正常。

承认存在短期偿债压力

据披露,于2022年3月份,龙光控股到期及回售期债券,或作为差额补足人的资产证券化产品到期规模合计52.99亿元。截至目前,龙光控股已通过自有资金兑付11.33亿元。

Wind数据显示,龙光控股目前处于存续期的境内债有19只,余额为205.69亿元;以行权计,一年内到期的债务余额约124.39亿元。除了上述出现价格波动的“18龙控02”将到期外,“19龙控01”将于3月21日迎来行权日。

至于平安信托提前收贷的传闻,3月7日晚间,龙光控股发布公告称,这涉及的是附属子公司向平安信托申请的一笔附抵押融资,目前融资余额为11.8亿元,与平安信托一直保持友好沟通,双方仍在按照合同相关条款和双方约定推进。此外,针对市场关注的“美元债担保”事宜,龙光控股表示,发行人不涉及对美元债的担保。

在这份公告中,龙光控股坦言了短期流动性压力。公司表示,自2022年1月中旬开始,受行业整体变化以及境外评级机构下调龙光集团评级等突发事件影响,银行等金融机构放款停滞,公司现金资源受限比例较高,加之遇到还款高峰期,公司短期存在一定的偿债压力。

不过,龙光控股也强调,公司未发行过任何私募类理财产品,也没有外部商票类融资。尽管目前公司阶段性面临流动性困局,但有决心也有信心妥善解决。

“去年以来市场下行,企业或多或少受到一定冲击,近期又面临债务兑付压力,龙光控股出现流动性压力并不意外。”诸葛找房数据研究中心分析师关荣雪向《证券日报》记者表示,当前房企主动应对还是有一定机会的。首先市场政策端及金融端不断吹来暖风,高信用房企所获融资支持将有所加大,其收购优质项目将给处置资产房企带来现金流;另外,临近3月份、4月份楼市旺季,市场表现有望回升,带动房企回款速度加快,将在一定程度上缓解流动性压力。

在关荣雪看来,主动应对流动性紧张的操作路径是,先利用现有产品的去化带动回款增多,同时盘活存量资产进行处置,多渠道增加资金来源。再积极与金融机构就贷款方面友好沟通,寻求债务展期;期间,可采取缩减运营开支、人员架构调整等控成本方式。当然,如果资金压力急剧,要果断变卖部分资产以加速资金回笼,也可选择积极引入战投,主动寻求外援等。

将“处置资产”提上日程

“公司高度重视境内公开市场债券及资产支持专项计划的偿还风险,通过各种方式积极筹措资金,履行偿债义务。”龙光控股在公告表示“不躺平”的决心,并同时公告了三大缓解短期流动性压力的措施。

在积极采取开源节流措施方面,一是加快销售回款,目前已取证项目650亿元,未来将取证可售货值约2000亿元,结合不同区域市场,一盘一策差异化调整,加快销售去化,并持续推进各项工程建设、手续办理,按揭银行沟通的力度;二是缩减运营开支方面,龙光控股将在重点保交付的前提下,在建工程量从最高2600万平方米缩减到1700万平方米,节约工程支出;三是积极开展资产盘活,以增加资金来源。

据披露,2022年1月起,龙光控股已积极与国企、金融机构进行对接,开展资产盘活处置工作。目前已梳理,待盘活处置资产分开发类,城市更新类,持有物业类三类项目,其将加快资产盘活进度。龙光控股还表示,将积极沟通监管机构和金融机构,盘活预售监管户资金、加快开发贷和按揭贷款的审批和放款,力争在2022年上半年取得实质性进展,回笼资金改善流动性。

在积极沟通监管机构和金融机构方面,盘活预售监管户资金、加快开发贷和按揭贷款的审批和放款。在与投资者沟通方面,龙光表态,积极与投资者进行沟通,及时告知公司的经营情况,统筹考虑境内外及公司各项债务的安排,维护投资者合法权益。

“当前房企主要通过两种方式快速化解风险:一是‘开源’,即通过出售资产快速回笼资金,以达到补充现金、偿还债务的作用;二是‘节流’,也就是与债权人积极沟通,达成债务展期协议,延缓短期偿债压力。”中指研究院企业事业部负责人刘水向《证券日报》记者表示,“时间短、起效快”是这两种方式的主要特征。当前政策面已在预售资金监管、收并购融资等方面释放了利好信号,房企应抓住政策窗口期,协同金融机构和相关部门开展风险化解工作,以求顺利穿越周期。