

数字货币概念真假难辨 监管机构出手拷问成色

●本报记者 于蒙蒙

近期数字货币概念大火。亚联发展因在互动易平台披露旗下企业与银行合作向客户发放数字人民币红包，一举引爆市场情绪，公司连续收获四个涨停板。几乎同一时间，*ST聚龙、旗天科技、楚天龙股价也纷纷走高。

面对突如其来的股价异动，监管机构出面关注是否有公司在动“歪脑筋”，关注事项涵盖数字人民币业务对公司业绩影响，以及是否存在主动迎合市场热点、炒作公司股价的情形。

中国证券报记者梳理发现，数字人民币在今年加速推进落地应用，六大国有银行3月开始推广数字人民币货币钱包，近期支付宝也对部分用户新增数字人民币模块。业内人士指出，数字人民币落地对发行、分发、流通三大环节构成利好，涉及领域涵盖数字加密、网络安全、核心系统、数字货币钱包、ATM和POS机等支付终端。

点燃市场热情

今年数字人民币应用加速落地。2月，北京启动“数字王府井冰雪购物节”数字人民币红包预约活动，面向在京个人发放1000万元数字人民币红包。随后，全国其他城市也开启了不同程度的测试，试点的金额规模变得更大，使用范围更广。3月，六大国有银行开始推广数字人民币货币钱包。在此助推下，市场情绪被点燃了。

3月30日以来，旗天科技股价由3.38元/股上涨至8.88元/股，股价走高被指与数字人民币有关。旗天科技今年4月通过公众号披露，旗天科技旗下小旗歌飞成签约某国有大行，启动数字人民币相关业务。

5月6日，亚联发展在“互动易”平台回复投资者称，公司控股子公司开店宝科技集团有限公司（简称“开店宝科技”）的全资下属公司开店宝支付服务有限公司于2021年4月与



视觉中国图片 制图/韩景丰

中国邮政储蓄银行股份有限公司上海分行（简称“中国邮储上海分行”）合作，对“上海新世界城”客户发放每份金额为单个150元数字人民币红包，活动总金额3333个。公司股价自5月6日起连续四个交易日涨停。

新大陆5月11日晚公告，公司控股子公司亚大公司以自有资金设立子公司亚大数科公司，将专注于数字人民币的生态建设支撑及运营服务等业务。

也有公司一直低调，但挡不住投资者的热情。中国证券报记者注意到，今年3月以来，投资者反复询问御银股份数字人民币业务进展及是否与央行合作等，御银股份对此以合规为由未进行公开回应。但这并不妨碍市场对其追逐，御银股份3月23日以来累计涨幅高达95%。

关注是否有炒作公司股价行为

值得注意的是，相关公司股价持续异动的背后，减持动作如影随形，监管机构也在观察其中的炒作风险。

部分公司基本面临存在风险。因2020年财报被出具无法表示意见，聚龙股份4月30日开市起被实施退市风险警示，股票简称变更为“*ST聚龙”。*ST聚龙近期披露，公司控股股东安吉聚龙企业管理咨询合伙企业（有限合伙）、柳永诠、周素芹质押

给招商资管的部分股票被强制平仓导致被动减持，减持合计占公司总股本的0.51%。

旗天科技股东近期连续披露减持动作。4月30日，股东民生证券旗天科技1号集合资产管理计划在公告之日起十五个交易日后的三个月内以集中竞价交易方式减持公司股份不超过1%，而在5月10日晚的公告中，第一大股东费铮翔和上海川远计划分别减持不超过1%和0.8%。

深交所对旗天科技下发关注函，要求公司说明小旗歌飞与公司当前主营业务的关系、目前的进展及产生的收入及利润，是否对公司2021年及以后年度业绩产生重大影响。此外，还要求公司自查包括持股5%以上大股东、董监高成员在内各方在最近六个月买卖公司股票的情况，上述各方是否有减持计划。

针对亚联发展，深交所要求公司说明开店宝科技与中国邮储上海分行的具体合作内容，相关合作对开店宝科技经营业绩的影响，并结合开店宝科技2020年经营情况。

中国证券报记者梳理近期多份关注函发现，监管机构普遍关心上市公司在互动易的相关回复是否客观、真实、准确、公平地介绍和反映公司的实际情况，是否存在主动迎合市场热点、炒作公司股价的情形。

多个领域可望受益

业内人士指出，国家推出数字人民币的原因主要是顺应数字时代发展、应对“私人货币”挑战，提升央行货币政策有效性。

资料显示，央行数字人民币是纸币人民币的替代支付工具，是电子化人民币的一种。在数字经济时代、移动互联网时代，使用央行数字人民币相比使用现金和银行卡均更为便捷，相比第三方支付，央行数字人民币具有法定地位，即在中国境内个人、企业、机构均不可拒绝接受央行数字人民币，且背后是国家信用；另外央行数字人民币可实现双离线支付，即双方在无网络状态下亦可进行支付。

对于受益领域，国泰君安研报认为，数字人民币落地对产业链三大环节构成利好。发行环节以央行为主体，利好数字加密和网络安全领域；分发环节商业银行为主体，银行IT行业最为受益，包括核心系统、数字货币钱包等领域；流通环节旨在推进数字货币在商家和个人间的流通，ATM、POS机等支付终端领域受益，支付市场的竞争也使得深耕线下收单的支付公司迎来机会。

受印度疫情影响

今年全球智能手机出货增幅将收缩

●本报记者 张兴旺

日前机构数据显示，受印度疫情影响，三星、OPPO、vivo、小米已下修2021年二季度印度市场订单约10%—20%。机构预计，全球智能手机出货将受冲击，2021年全球智能手机市场的年度增幅将因此自原先的9.4%，收缩至8.5%。光弘科技、大族激光等手机产业链公司表示，目前来看，印度疫情对公司整体影响较小。

印度疫情影响手机出货

5月10日，天风国际分析师郭明錤发布研报预测称，印度新冠肺炎疫情暴发短期对安卓手机需求有负面影响。最新调查显示，三星、OPPO、vivo与小米均已下修2021年二季度印度市场订单约10%—20%。

市场调研机构Canalys发布研报显示，2021年第一季度印度市场的智能手机出货量同比增长11%，达到3710万部。其中，小米出货1050万部，排名第一；三星、vivo、OPPO、realme出货量排名第二至第五名。

Canalys预计，由于新冠肺炎疫情第二波来袭，印度市场的智能手机出货量在2021年第二季度将骤降。

5月10日，市场研究机构TrendForce集邦咨询表示，印度自2019年跻身为全球第二大智能手机市场，近期因新冠肺炎疫情日趋严重，进而影响各大手机品牌的生产与销售力度。集邦咨询预计，2021年全球智能手机市场的年增幅将因此自原先的9.4%，收缩至8.5%；生产总数约13.6亿部，且未来不排除有持续下修的可能。

集邦咨询指出，目前全球前五大手

机品牌三星、苹果、小米、OPPO、vivo，皆在印度设置产线或通过OEM厂协力产出，且比重逐年扩大，不过目前的产出仍以供应当地需求为主。依现阶段当地生产情形来看，初估第二季度至第三季度共有1200万部的生产量会受影响，而印度全年生产总量将可能因此下潜7.5%。

从苹果来看，据媒体报道，受印度疫情影响，日前富士康印度工厂的苹果iPhone产量下降了50%以上。5月11日下午，富士康方面回应中国证券报记者称，不针对客户及产品发表评论。

多公司称印度疫情对业务影响小

5月10日，手机代工厂商光弘科技在互动易称，公司印度工厂位于印度哈里亚纳邦，哈里亚纳邦政府近期也已经出台一系列措施控制疫情蔓延。公司印度工厂也在当地政府的指引下，依照相关防疫要求继续正常工作。

光弘科技还表示，去年上半年印度开始发生疫情以来，公司印度工厂一直保持良好的发展趋势，整机出货量已经由最初每月不到10万部的出货量逐渐不断提升，在刚刚过去的4月单月出货超70万部亦创下新高。公司也将密切关注疫情的发展，确保印度工厂持续稳定经营。

5月10日，大族激光在互动易表示，公司2020年度印度市场营业收入占比不到0.2%，以消费电子行业客户为主。目前，公司业务主要集中在国内市场，印度疫情对公司业务影响较小。

5月7日，苹果供应链公司鹏鼎控股表示，公司印度工厂主要是后段组装业务，投资不大且目前尚未投产，印度疫情对公司整体发展影响不大。

“银发经济”利好老字号餐饮企业

●本报记者 潘宇静

餐饮行业一直是不断变化且竞争激烈的红海市场。在不断推陈出新的行业中，餐饮老字号在大浪淘沙中勇立潮头，必有其独特的发展路径。日前，在2021中国连锁餐饮峰会上，老字号餐饮企业掌门人共坐一堂，他们一致认为，中老年消费者对于老字号更感亲切，“银发经济”或成为老字号的优势。在做好做强做稳中老年消费者市场的同时，老字号应积极拥抱餐饮新零售，加快数字化转型，拓展年轻消费市场。

“银发经济”或成优势

在会上，餐饮老板内参创始人秦朝表示，从老龄化市场角度分析，餐饮老字号大多开在社区周边，天然贴近中老年人群。中老年消费者对老字号更感亲切，“银发经济”或成为老字号的优势。

第七次全国人口普查数据显示，我国60岁及以上人口的比重达到18.70%。其中，65岁及以上人口比重达到13.50%。国家统计局局长宁吉喆5月11日在发布会上表示，人口老龄化是社会发展的主要趋势，也是今后较长一段时期我国的基本国情，这既是挑战也存在机遇。人口老龄化将促进“银发经济”发展，扩大老年产品和服务消费，有利于推动技术进步。

全聚德集团总经理周延龙认为，老字号更适合中老年消费者主要有两个原因。一是很多老字号在一个城市诞生、发展和成熟，深深影响和迎合着当地的消费者。陪伴成长的消费者步入中老年之后，老字号餐饮品牌更容易成为消费者口味的追忆。二是老字号对厨艺有坚守的底线，年纪偏大的消费者更偏向对餐饮食材和口味的讲究。

周延龙称，老字号应该从两个方面进行努力。一是做好做强做稳中老年消费者市场。二是号召老字号餐饮品牌一起研究年轻的消费者，在强化老字号自身优势的同时，对更广阔的市场进行拓展。

西安饮食董事长靳文平说，老字号除了拥有众多的中老年消费者之外，近几年老字号正在加速自身的升级和转型，数字化的应用、产品的创新、新形式的传播手段，老字号在加速融入社会新

时代。随着国潮的复苏，老字号受到越来越多年轻人的喜爱。

靳文平举例说，西安饮食这两年进驻了许多商业综合体，也开了一些连锁店，老字号一方面在积极拥抱餐饮新零售，另一方面餐饮新零售也在不断赋能老字号，“我们坚信老字号不会掉队”。

周延龙称，老字号开进商业综合体，对于很多老字号尤其是地方老字号来说，是一个非常重要的标志，相较于开在社区或者街边的老字号，在品牌塑造及优势上，商业综合体可能更具有优势。

老字号是天然IP

国泰君安研报显示，2019年正餐市场规模达4247亿元，是餐饮行业最大细分赛道。不过，连锁化率仅17%，远低于快餐(82%)和饮料(74%)，仍有很大的提升空间。

华天集团董事长贾飞跃表示，老字号随着行业的发展在进步，华天集团的销售额和利润在不断增长，应该说在时代发展的浪潮中，老字号并没有落后多少。

“在100多年历史长河中生存下来，肯定有它独到的地方。”东来顺集团总经理王国辉表示，餐饮企业生产物超所值的产品是永恒的课题，对于年轻市场，东来顺做了一些尝试。北京的总店在疫情期尝试60元火锅，结果成了网红打卡地，很多年轻人在小红书、抖音上自发做宣传，结果每天排长队。一个老字号企业不是没有年轻人的市场，关键在于如何设计。

在老字号经营过程中也有一些原则必须遵守。贾飞跃称，首先老字号应立足自身。互联网时代下，实际上老字号是天然大IP，品牌形象已经深入人心，父辈的消费习惯也潜移默化地影响着年轻的消费者。怎么把IP发挥好，需要靠新的手段传播好、塑造好。其次，坚守老字号的匠心精神。长时间积累的客户是老字号形成的优势之一，再过500年这种精神也要有。同时，随着数字时代、智能时代的发展，Z世代已经成为很重要的消费群体，老字号要随着时代的变化不断调整。

“老字号相比先进企业还有差距，但已经有了新的变化，我们也希望通过学习和交流，能够学到更加新的、好的做法，丰富完善老字号。”贾飞跃说。

“兜底”增持数量大减

员工持股计划新标配：利用银行资金放大杠杆

●本报记者 董添

多家上市公司日前披露员工持股计划购买完成的公告。从目前股价看，多数公司员工持股出现浮亏。中国证券报记者观察到，2020年以来，使用银行贷款的方式放大员工持股计划杠杆的上市公司十分常见，其原因和2020年以来上市公司股价位于高位不无关系：一方面，上市公司需要利用杠杆降低员工持股成本；另一方面，需要员工持股计划资金对股价进行一定的支撑。

出现浮亏

以拓斯达为例，公司5月7日晚公告，“陕西投·拓斯达2020年员工持股集合资金信托计划”已通过二级市场集中竞价及大宗交易方式共买入拓斯达股票461.5万股，占公司现总股本2.66亿股的1.73%，成交均价为每股42元。至此，公司已完成2020年员工持股计划的股票购买，本次持股计划购买的股票将按照规定予以锁定，锁定期自公告披露之日起12个月，即2021年5月7日至2022年5月6日。

中国证券报记者计算发现，上述买入金额合计约为1.94亿元。截至5月12日收盘，拓斯达二级市场股价收报31.7元/股，相比成交均价42元/股，浮亏约24.52%。

中国证券报记者从拓斯达方面了解到，员工持股计划公司出资约9000万元，银行贷款约6000万元，员工出资约5000万元，比例大概为4:3:3。员工自有成本约为成交价的30%。

“股价下跌，当然是有压力的，员工自己的钱虽然没有亏，但员工持股计划本来就是给员工的激励，让员工通过买股票赚钱。公司出资的9000万元和员工出资的5000万元都是劣后



视觉中国图片

级，银行的6000万元是优先级，员工持股计划买的股票本身是抵押物。公司出的这部分钱是给员工买股票的，不需要偿还。银行的钱当然需要偿还，锁定期结束后出售、变卖股份进行偿还。之所以引入银行贷款，是为了放大杠杆。”拓斯达方面指出，“放大杠杆是为了在股价上涨时增加员工的股票收益。”

“兜底”增持罕见

2020年以来，使用银行贷款的方式放大员工持股计划杠杆的上市公司十分常见。此前，很多上市公司通过实控人“兜底”，号召员工增持公司股票的方式则更为常见。

多位参与员工持股计划的上市公司相关负责人介绍，实控人兜底式员工持股计划放大员工持股的杠杆有限。而杠杆式员工持股计划一般利用公司出资的资金、银行贷款、员工自筹资金的方式，往往能筹得更多的钱，不仅有利于扩大员工持股的规模，也有利于变相增持股票，起到市值管理的作用。

中国证券报记者梳理发现，2021年以来，“兜底”式增持的上市公司较罕见，仅有个位数公司推出此类计划。中顺洁柔近日发布公司董事、实际控制人向全体员工发出增持公司股票倡议书的公告。公告显示，公司董事会于日前收到公司董事、实际控制人邓颖忠提交的《关于倡议全体员工增持股票的函》。邓颖忠承诺，凡在2021年5月10日至2021年5月31日期间净买入中顺洁柔股票（不低于1000股），且连续持有至2022年5月30日并在职的员工，若因在前述期间买入公司股票产生的亏损，由本人予以全额补偿；若产生收益，则全部归员工个人所有。截至2020年12月31日，公司及下属控股公司共有员工6618人。

从上市公司披露的结果看，以“兜底”的方式让员工增持买股票，其数量和规模微乎其微。有的公司甚至不是全部兜底，最终只收获了几百万元的增持额度。

以九安医疗为例，公司2021年2月发布关于董事长向公司员工发出增持公司股票倡议书事项实施完毕的公告。公告显示，公司于2020年2月17日

收到公司实际控制人、董事长刘毅提交的《关于鼓励公司员工增持公司股票的倡议书》。刘毅承诺，凡2020年2月18日至2020年2月21日期间净买入的九安医疗股票，且连续持有12个月以上并在职的员工，若因在前述期间增持九安医疗股票产生的亏损，刘毅将以个人资金予以补偿50%，若有股票增值收益则归员工个人所有。最终，公司及全资子公司、控股子公司全体员工中共有55名员工通过二级市场以集中竞价的方式增持公司股票，累计增持股票数量为47.82万股，增持均价为6.52元/股，增持总金额为311.6万元。

多个问题待解

针对员工持股计划存在的问题，中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林对中国证券报记者表示，在公司成长长期的时候通过持股计划对员工激励作用比较明显，部分企业已经进入成熟期再分配员工股权，对于员工激励作用有限。有些股权激励的行权价格定在高位，员工看到行权可能性很低，于是就放弃了行权，也不能产生积极意义。

“管理层通常是股权激励的最大受益人。对于公司而言，员工持股激励了公司员工的工作积极性；对于中小股东来说，股权激励其实是通过这些计划对员工进行利益补贴，短期来看是牺牲了一部分中小股东的利益。”盘和林指出。

他认为，激励需要小步累积，盈利目标不能定太高，要分阶段实施。员工持股计划被动依赖于市场行情，如果股价达不到，就没有激励的作用，如果股价涨很高，员工持股又会从中小股东中套现利益。总体来看，定价是个主要问题。