

剑指违规交易 规范企业经营 股转系统频发监管函

□本报实习记者 齐金钊

新三板“监管潮”持续上演。针对违规案例，2018年以来股转系统出具监管公告110份。业内人士指出，随着市场规模不断扩大，部分挂牌企业、投资人在信息披露、经营规范及市场交易方面的问题集中暴露。随着新三板制度改革建设进入攻坚期，从严监管的态势将持续上演。同时，严监管也为新三板市场改革释放政策红利做好铺垫。



视觉中国图片

处罚违规交易

3月20日，股转系统同时发布了14条监管公告。因交易违规，左佳、周向东、上海眸熙医疗科技有限公司、上海弘昌晟集团有限公司等14名投资者被股转系统实施自律监管措施。

根据公告，这14名新三板投资者在股票交易过程中，均违反了《非上市公众公司收购管理办法》的相关规定。根据规定，新三板投资者在交易过程中，持有股票数量达到相应标准时，需要两日内编制并披露权益变动报告书，报送股转系统，同时通知该公众公司。

上述规定的持股标准主要体现在两个方面：在进行新三板股票交易（包括盘中交易和盘后协议转让）时，投资者及其一致行动人持有股份达到新三板公司已发行股份的10%；以及达到10%后，持股比例每增加或者减少5%。

规范信息披露

进入2018年，新三板市场监管从严态势持续上演。根据全国股转系统网站披露的数据，2017年3月26日—2018年3月26日，股转系统出具了监管公告329份。其中，2018年以来出具的监管公告达到110份。除了规范市场交易行为，今年来的“监管潮”还体现在对新三板挂牌企业的信息披露和经营规范方面。

2月26日，股转系统集中披露了对威龙再造、贵之步、倍通检测等25家新三板公司实施自律监管措施的决定书。监管公告显示，这些公司在2017年均涉及股权被冻结，但均未按照规定及时进行信息披露。

以威龙再造为例，2017年11月23日，股东凤国保所持公司股份1534余万股被司法冻结，占总股本比例为51.15%，累计被司法冻结股数占总股本比例51.15%。但威龙再造没有第一时间披露上述司法冻结信息，直至2017年12月22日

才进行了相关信披。

股转系统表示，依据相关规定，这25家公司的行为构成信息披露违规，决定对其采取要求提交书面承诺的自律监管措施。股转系统强调，承诺应当包括对违规事实和性质的深刻认识，对相关规则的正确理解、整改措施和行为保证。

除了股权质押被冻结被重点关注外，挂牌企业违规担保事项也是重要的监管方向。2月13日，股转系统向勃达微波、怡莲蚕桑、荣宝科技等12家挂牌公司及其相关责任人出具了实施自律监管的公告。

监管公告披露，这12家挂牌公司均涉及担保事项未及时经内部程序审议并披露相关信息。其中，涉及金额最大的为荣宝科技。2016年12月至2017年7月，荣宝科技为武威泰丰新能源有限责任公司提供了1笔担保，涉及担保金额高

达6000万元，占挂牌公司2015年末经审计净资产的141.08%。为此，荣宝科技和公司实际控制人都受到了股转系统出具警示函的处罚。

对于2018年以来持续上演的“监管潮”，南山京石投资创始合伙人周运南告诉中国证券报记者，2016年以来，新三板监管持续趋严，包括实施《主办券商执业质量评价办法》、严查企业资金挪用、严查投资门槛变相降低，并开展挂牌公司“监管第一课”培训。股转系统明确，对日常监管中发现的违法违规行为依法严厉打击，确保“有异动必有反应、有违规必有查处”，提高挂牌公司整体质量。

“不规范的挂牌企业容易引起很多投资风险。”东北证券研究总监付立春认为，企业挂牌新三板的前提应该是更规范、具有持续经营能力。但有些企业挂牌之初就有所欠缺，必须通过严监管予以规范。

为制度改革铺路

当前新三板市场仍面临流动性不足的问题。业内人士表示，强监管与解决当下新三板流动问题、帮助企业成长等命题并不冲突。事实上，加强监管，规范市场，为新三板下一步深化制度改革起到铺路作用。监管先行，差异化利好随后，新三板健康发展可期。

“没有合规的市场主体，没有规范的市场环境，解决新三板流动性问题只能是空中楼阁。”周运南表示，严监管是为了净化新三板的市场环境，对挂牌门槛低形成有效补充。严监管将为解决新三板流动性困局打下牢固保障。

周运南认为，监管将向主板靠齐，其实对新三板是利好。严监管引导新三板参与主体自觉规范化运作；市场环境净化良好，有助于深化新

三板制度改革，实现良性循环。

“严监管可以看作是下一步推出利好政策的配套措施。”中科沃土基金董事长朱为绎告诉记者，优质公司足够多，市场规范，自然能够吸引更多投资人进入。因此，严监管可以为下一步提高市场流动性以及推动二级市场建设做铺垫。建议投资者把眼光放长远，不要过分追求短期利益。在新三板投资应该选择成长性较好的公司，这样可以抵消部分流动性风险。

“不管规模大小、成长性高低，规范经营都是企业安身立命之本。”付立春认为，当前新三板监管趋严，让挂牌企业主动去满足规范性，增强持续经营能力，为未来更多的政策红利落地打好基础。从长远的逻辑看，监管加强，市场规

范性就比较好，更多投资者能参与到新三板市场投资。

对于市场参与者如何应对“监管潮”的问题，周运南认为，中介机构、挂牌企业和投资者都应该主动顺应当前严监管的要求，自觉规范，加强自律，营造良好的新三板市场环境。新三板市场良性发展，改革政策落地自然水到渠成。同时，投资者应及时掌握公开信息，擦亮眼睛，回避违规违法的挂牌企业。

付立春认为，挂牌企业要适应新三板的严监管常态，将规范性作为发展的前提，回归主业，将基本面做得更扎实。投资者则要摒弃投机取巧、钻规则漏洞的心理。同时，提高自身专业投资水平，选择优质的企业进行深度研究，伴随企业共同成长，享受成长溢价。

孩子王董事长详解新零售心经

□本报记者 杨洁

根据科技部火炬中心与长城战略咨询近日共同发布的《2017年中国独角兽企业发展报告》，新三板企业孩子王再度上榜，以15.85亿美元估值排名第60位；孩子王董事长汪建国创立的主营农村电商的汇通达则以16亿美元估值排名第58位。

接受中国证券报记者采访时，汪建国言语中充满对旗下公司探索新零售路径的信心。“到2020年，集团实现总销售额1000亿元，利润20亿元。”

以顾客为中心

汪建国认为，“新零售”的“新”是转变思维，从以业务为中心到以顾客为中心。“以打出租车为例，你打完了车下车就走了，这是传统模式。如果对出租车司机的服务很满意，并留了他的电话，下次直接叫他的车。这是新零售。新零售最大的变化是与顾客建立关系，为顾客创造更多价值。”

以与顾客建立紧密关系为理念，孩子王开创以会员为核心资产的母婴童零售经营模式。据汪建国介绍，目前孩子王拥有1700万会员，800万为活跃会员。

会员数量增长很快，但增加会员粘性、提高客单价却很难。在维系与顾客关系方面，汪建国表示没有诀窍，只能一步步理解顾客，把握顾客的需求变化。“线上线下全方位捕捉需求、满足需求。”

在经营孩子王之前，汪建国卖过家电。2009年，汪建国将五星电器卖给百思买，开始瞄准母婴领域进行二次创业。随着互联网的广泛应用，汪建国的生意经发生了很大变化，从“卖货”为核心转向以“经营顾客”为顶层设计。“2009年提出来的，现在看来仍不落后。经营好顾客很难，现在大数据、人工智能等新技术手段都用来辅助经营顾客。”

注重线下体验

汪建国认为，大数据时代，容易重视了数据却忽视了人，每个人沦落为一个个冷冰冰的数字。“我们通过线下亲子体验活动，让流量变成有情感、有温度的东西。”

罗兰贝格的一份调研报告显示，当前母婴用户以80、90后年轻父母为主，

线上购物和获取内容及工具使用早已养成，但仍具有线下购物及服务体验需求。同时，由于母婴童领域消费者购买产品时对渠道可信度的要求较高，更加关注产品质量。这使得线下成为主要的消费渠道。

汪建国认为，零售行业需要再度走向线下，实现线上线下融合。“如果线上线下都是我们的用户，单体产值是纯线上的7倍、是纯线下的4倍。通过渠道融合，顾客会更满意。”

据了解，孩子王的店铺均开在一、二线城市大型购物中心，平均每家店面在4000平方米以上，力图为消费者提供一站式服务。

“行业空间大，但也相当难做。一是生产企业分散，二是客单价低、消费频次不高，三是过了0-3岁的核心需求阶段之后的需求很难延展。我们在做延长生命周期的增值服务探索，比如亲子旅游、儿童保险等。”汪建国表示。

市场空间大

罗兰贝格的调研报告显示，2010年以来母婴童市场呈爆发式增长态势，市场规模由2010年的8000亿元增长至2016年的2.23万亿元。未来三年，中国母婴童市场仍将处于上升态势，预计将以每年15%左右的速度增长。2018年，母婴市场规模将突破3万亿元，2019年达3.6万亿元。

同时，消费者对母婴童产品质量的重视程度达70%以上，价格敏感度则在30%左右。消费者愿意为高质量、高安全性和高附加值的母婴童产品支付高溢价。

对于孩子王的竞争策略，汪建国表示，树立以顾客为中心的理念，不会追求过快的增速和规模，稳固顾客粘性、保证消费体验仍然是第一位。孩子王的开店速度仍比较快，2017年新开门店近50家，2018年计划开60家门店。目前215家门店分布在全国18个省（区、市）的105个城市。

财务数据显示，2016年孩子王亏损1.44亿元；2017年首度实现盈利，实现净利润1.36亿元，营收为59.67亿元，同比增长33.95%。出于发展战略考虑，公司正在申请在新三板摘牌。3月29日，公司将召开2018年第二次临时股东大会，审议公司股票在新三板终止挂牌的议案。

英雄互娱董事长应书岭： 互联网公司线下布局成趋势

□本报记者 蒋洁琼

发力海外市场

3月26日，英雄互娱董事长应书岭接受中国证券报记者采访时表示，互联网公司从线上向线下布局已成为趋势。公司与泗州集团的合作也是基于四洲集团的线下渠道优势；同时，公司的游戏用户与四洲集团的客户群体重合度高。

布局“新零售+电竞”

3月26日，英雄互娱与四洲集团签署战略合作协议，双方将启动游戏发行与“新零售、新电商”的跨界合作。根据协议，双方将在产品推广、品牌互动、游戏IP植入等领域展开合作。同时，四洲集团为英雄互娱的电竞产品《全民枪战》系列游戏打造电竞主题馆。

应书岭表示，去年以来，阿里巴巴、腾讯等互联网企业加速布局线下渠道，互联网公司向线下布局已成为趋势。公司与泗州集团合作，正是基于其线下渠道优势。

四洲集团董事会主席戴德丰表示，四洲集团希望加入更多创新元素，包括本次与电竞行业公司英雄互娱跨界合作，以及开拓更多新零售业务。

据介绍，四洲集团与英雄互娱联合推出特别版的“四洲牛奶饮品”将于今年6月上市，以配合英雄互娱《全民枪战3》上线发行。而英雄互娱设计游戏《全民枪战3》时，将植入四洲的经典卡通形象与玩家展开互动。双方将协同展开系列游戏推广营销活动。

分析人士表示，近年来，电竞赛事在游戏宣发、推广、增加用户粘性方面作用显著。目前电竞类游戏占整体游戏市场份额超过30%，游戏厂商将加大对电竞赛事的支持力度。移动电竞游戏发展迅速，相关厂商希望通过电竞赛事增强影响力，占据市场主动权。

2017年业绩快报显示，报告期末，公司总资产为49.39亿元，较上年末增长15.63%；归属于挂牌公司股东的所有者权益42.07亿元，较上年末增长24.84%；归属于挂牌公司股东的每股净资产2.93元，较上年末增长20.58%。

财务数据显示，英雄互娱2015年、2016年实现归属于挂牌公司股东的净利润分别为1979.54万元、5.32亿元，同比分别增长1541.8%、2587.59%。