

# 证监会：严格监管战投出借证券行为

●本报记者 管秀丽

近日，金帝股份高管与核心员工参与IPO战略配售设立的资产管理计划在上市首日出借其获配证券，引发市场关注。就此，证监会有关部门负责人表示，证监会已关注到相关情况并进行了核查。

该负责人表示，根据《证券发行与承销管理办法》第二十一条、第二十三

条规定，发行人的高级管理人员与核心员工可以通过设立资产管理计划参与战略配售；参与战略配售的投资者在承诺的持有期限内，可以按规定向证券金融公司借出获得配售的证券。上述规定的主要目的是改善新股上市初期流动性，抑制价格过度波动。战略投资者出借的证券到期后，将收回全部股份，仅获得出借收益，并继续作为限售股管理。

经证监会核查，金帝股份高管与核心员工参与战略配售，在上市首日由资管计划通过转融通业务将股票出借给证券金融公司，再由证券金融公司转融券给13家证券公司，124名投资者（包括35名个人投资者、89家私募基金）依从13家证券公司融券卖出。根据目前核查情况，上述融券业务符合当前监管规定，未发现相关主体绕道减持、合谋进行利益输送等问题。

“证监会对战略投资者出借证券行为严格监管，明确要求相关主体不得通过任何方式变相减持、不得通过任何方式合谋进行利益输送，一旦发现将依法严肃处理。”该负责人说。

值得一提的是，该负责人表示，针对市场反映的上市公司高管与核心员工参与战略配售后期出借股票的规则，证监会将充分听取各方意见，进一步论证评估。

## 深交所：抢抓东北全面振兴重大机遇

●本报记者 黄灵灵

深圳证券交易所9月19日消息，深交所近日联合吉林省地方金融监督管理局、通化市人民政府开展了“阳光服务行”走进通化市活动。深交所相关负责人表示，将抢抓东北全面振兴新的重大机遇，坚持服务科技创新，进一步畅通东北地区“科技—产业—金融”良性循环。

### 创新开展系列活动

深交所相关负责人介绍，本次活动紧紧围绕新时代推动东北全面振兴座谈会明确的“以科技创新推动产业创新”“现代化大农业发展”“对内对外开放合作水平提升”等重点任务要求，细化服务方案，创新开展系列活动。

首先，举办投资机构支持通化经济发展座谈会，邀请7家知名投资机构与通化市新能源、高端装备、新材料等领域的5家战略新兴产业企业座谈交流，服务产融合作，加强企业联合培育；

其次，组织深市上市公司座谈会，就共同提高上市公司质量，更好发展现代生物、中药等特色产业，推动产业链向上下游延伸等加强交流对接；

再次，分别开展拟上市企业代表、金融干部及证券市场投资者专项培训，强化各方对积极利用资本市场实现高质量发展的认识，提高投资者风

险防范意识；

此外，强化通化基地培育功能，为通化市配备资本市场服务专员，与当地政府及企业建立便捷的沟通渠道，及时响应各类服务需求。

### 充分发挥资本市场枢纽功能

深交所高度重视服务东北全面振兴战略，自2019年以来，已先后在吉林黑龙江、辽宁设立省级培育服务基地，并在通化、大连设立二级基地。近年来，深交所充分发挥资本市场平台功能和优势，开展全产品线综合服务，积极服务东北地区各类经营主体，助力东北地区利用资本市场实现振兴发展。

目前，深市已有东北地区上市公司86家，占A股东北上市公司48%。2020年以来，深交所东北地区新增上市公司数量超过2020年前过去8年的总和，金凯生科、西点药业等一批优质创新企业实现上市，有效支撑当地经济发展和产业升级。

深交所相关负责人表示，接下来，深交所将抢抓东北全面振兴新的重大机遇，坚持服务科技创新，聚焦先进制造、数字经济、绿色低碳等重点领域，充分发挥资本市场枢纽功能，进一步畅通东北地区“科技—产业—金融”良性循环，支持东北更好融入全国统一大市场，助力谱写东北全面振兴新篇章，更好服务国家发展大局。

## 央企控股上市公司资本运作多路并进

（上接A01版）将优质资产通过并购重组渠道注入上市公司，进一步提高上市公司质量。

“以投资者关切为导向，以新兴市场为目标，部分央企控股上市公司有望下一盘‘自上而下’的资本运作大棋。”宋向清认为，从央企控股上市公司并购重组的主要行业来看，机械、设备、能源、通信、生物医药等会是资本运作的主战场，有望率先迎来一波并购潮。

在清华大学中国现代国有企业研究院研究总监周丽莎看来，未来央企并购重组将主要聚焦四个方面：一是在国家安全领域，特别是能源安全、科技安全、粮食安全、产业安全、生物安全、信息安全领域，央企国企将发挥兜底托底作用。二是做大新兴产业。聚焦新一代移动通信、人工智能、生物技术、新材料等15个重点产业领域，相关企业并购重组将提速。三是做强行业领先企业。在装备制造、检验检测、医药健康、矿产资源、工程承包、煤电、清洁能源等领域推动专业化整合，全面提升我国产业基础高级化和产业链现代化水平。四是实现产业链上下游整合，推进煤炭与火电、冶金与机械、商贸与航运等上下游行业协同重组，从而提高企业集中度。

在清华大学中国现代国有企业研究院研究总监周丽莎看来，未来央企并购重组将主要聚焦四个方面：一是在国家安全领域，特别是能源安全、科技安全、粮食安全、产业安全、生物安全、信息安全领域，央企国企将发挥兜底托底作用。二是做大新兴产业。聚焦新一代移动通信、人工智能、生物技术、新材料等15个重点产业领域，相关企业并购重组将提速。三是做强行业领先企业。在装备制造、检验检测、医药健康、矿产资源、工程承包、煤电、清洁能源等领域推动专业化整合，全面提升我国产业基础高级化和产业链现代化水平。四是实现产业链上下游整合，推进煤炭与火电、冶金与机械、商贸与航运等上下游行业协同重组，从而提高企业集中度。

### 现金分红出手“阔绰”

加大力度并购重组的同时，央企上市公司积极分红，提振投资者信心。

三大电信运营商和“三桶油”现金分红出手尤为“阔绰”。其中，中国移动2023年中期现金分红规模居首，合计拟派现近476亿元；中国电信、中国联通分别拟派现超131亿元、25亿元，分红比例分别达65%和47%，创出新高。中国石油、中国海油、中国石化则分别拟分红超384亿元、258亿元、173亿元。

近期，证监会出台并落地分红与减持“挂钩”政策，上市公司最近三年未进行现金分红，或累计现金分红金额低于最近三年年均净利润30%的，控股股东、实际控制人不得通过二级市场减持本公司股份。在此基础上，证监会拟进一步对不分红或分红少的公司加强制度约束，督促分红，推动进一步优化分红方式和节奏，让分红好的公司得到更多激励。

周丽莎认为，稳定分红反映了央企控股上市公司具有稳定的盈利预期和健康的现金流，与央企的“一利五率”考核目标、政策目标非常契合。“上市公司分红为投资者提供了稳定的现金回报，也是央企价值创造能力的重要体现，未来央企控股上市公司分红率有望进一步提升。”周丽莎说。“央企控股上市公司在分红上敲实锤、动真格，凸显对投资者的真诚，以及对未来发展的信心，应该说是央企控股上市公司在权益分派领域的一次自我革命，可以理解为是国企改革三年行动计划的重要改革成果之一。”宋向清说。

## 上市渠道持续畅通 境外IPO备案数超百家

（上接A01版）此外，多数企业被问及数据合规问题。

如，证监会要求致保科技说明开发、运营的网站、APP、小程序等产品情况，收集和存储用户信息规模、数据收集使用情况，是否存在向第三方提供信息的情形，以及上市前后个人信息保护和数据安全安排或措施。

再如，对于泰百道，证监会要求公司就个人信息保护、数据安全情况、股权激励计划、公司由新体系承接原体系业务、资产、人员等架构，申请“全流通”相关股份等四类事项进行补充说明。

在市场人士看来，相关数据或关乎国家数据安全和个人信息保护。若不进行合规性审查，很可能导致重要基础信息外泄，监管部门有责任也有权利对相关境外上市公司数据信息披露进行合规审查。

### 畅通企业境外上市渠道

近期，监管部门多次表示，支持符合条件企业通过境外上市利用好两个市场。

证监会有关负责人8月18日就活跃资本市场、提振投资者信心答记者问时表示，将持续畅通企业境外上市渠道，推出更多符合条件的“绿灯”案例，包括市场较为关注的VIE架构企业、平台企业；同时，推动形成更加透明、高效、顺畅的境外上市监管协调机制，尊重企业依法合规自主选择境外

## 金融监管总局发布风险提示

# 防范虚假网络投资理财类诈骗

●本报记者 王方圆

当前，虚假网络投资理财类诈骗案件频发，损害消费者权益，扰乱金融市场秩序。为此，国家金融监督管理总局9月19日发布消费者权益保护风险提示，提醒广大消费者高度警惕此类诈骗，谨防财产损失。

### 提示三种常见诈骗路径

风险提示称，虚假网络投资理财类诈骗通常通过以下三种途径实施：

一是以“保本高息”虚假宣传吸引消费者。不法分子假借债券投资、股票投资、贵金属投资、期货投资、P2P投资、外币投资等概念，推出所谓“投资理财神器”，在网络平台发布消息宣称“稳赚不赔”，以高返利、按月返利、保持现金流等噱头吸引消费者关注。

二是以“专家内幕”虚假信息诱导投资。不法分子通过社交软件添加消费者好友，将其拉入“投资”群聊，然后冒充投资导师、理财专家，以“投资暴富案例”“直播课”骗取消费者信任，或通过婚恋交友平台与消费者确定婚恋关系，再以有“内部消息”“会员渠道”“特殊资源”等诱骗消费者参与投资。

三是以“投资返利”虚假平台转移资金。不法分子通过伪造或仿冒投资平台，向消费者发送虚假链接，引导消费者下载APP进行投资，并以小额投资返利作为诱饵，不断引导消费者加大资金投入。不法分子随后迅速转移资金，甚至利用消费者急于提现的心理，以“登录异常”“服务器维护”“银行账户冻结”等名义，收取所谓“保证金”“解冻金”等，进一步扩大消费者资金损失。

### 培养正确投资理念

此类诈骗造成的损失金额巨大，受骗人群众多。为保护广大消费者合法权益，国家金融监督管理总局提示：

不存在“保本高息”理财产品。根据2022年1月1日正式实施的《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》，金融机构开展资产管理业务时不得承诺“保本保收益”。消费者应认清银行理财、基金、信托、期货等均不是存款，高收益意味着高风险，“保本高息”“专家保证”等均是虚假网络投资理财类诈骗的常见套路，应提高警惕。

不轻信来路不明“小道消息”。消费者进行投资理财时应首选经金融监管部门批准设立并颁发许可证的金融机构，不轻信通过网络论坛、微信群、QQ群等传播的“小道消息”以及无合

法资质的机构或人员。如对金融业务存在疑问，可通过金融机构或监管部门官方网站、热线等咨询核实。

不贪图“一时便宜”因小失大。消费者要树立科学理性的投资理财观念，切忌侥幸心理、赌博心态。对陌生来电、邮件推销等非正规网络途径诱导投资行为保持警惕，不随意点击不明链接或扫描二维码，不轻易授权非官方APP使用协议；拒绝与陌生人共享实时位置、分享含有身份信息照片，避免因信息泄露造成经济损失。

国家金融监督管理总局表示，消费者应培养正确的投资理念，提高风险防范意识和信息甄别能力，避免因个人信息泄露给不法分子可乘之机。如不慎被诈骗或遇到可疑情形，应及时保留聊天记录、转账记录、银行账号等关键信息，第一时间向当地公安机关报案，依法维护自身权益。

## 拓展消费新空间 跨界联名成“流量密码”

●本报记者 王舒娜

“线上根本抢不到，开售即‘秒光’，最后跑了好几家超市才买到了。”消费者王珂一边说着，一边迫不及待地拆开茅台和德芙新出的联名巧克力的产品包装。

一如此前瑞幸联合茅台推出的“酱香拿铁”，16日，茅台与德芙联名推出的酒心巧克力甫一上线，就在社交网站上刷屏，赚足了眼球。“我到润发的时候很多人围在巧克力区域，基本上都是来买这款酒心巧克力的。”王珂告诉中国证券报记者。

近年来，多个中高端消费品牌纷纷与咖啡、茶饮等大众消费品牌联名，获得较高关注度。专家表示，联名款的推出不仅给品牌方快速被消费者感知提供了重要机遇，也助推了行业转型升级、快速发展。这种做法适应了互联网消费发展的趋势，更贴合快节奏消费的需要，激发了消费新动能。

### 跨界联名渐成趋势

“跨界联名首先对于企业来说是一种品牌营销的创新。而此次茅台的联名出圈，就是抓住了消费者的情绪价值，也迎合了不同群体的需求。”重庆大学教授廖成林说。

今年以来，跨界联名这个桥段在各大品牌之间频频上演。今年5月，喜茶和芬迪联名，“FENDI喜悦黄”单杯售价19元，买两杯可以获得杯垫或者

徽章等周边产品，引发消费热潮，一度冲上微博热搜。6月，MANNER咖啡与路易威登在上海联名推出了限时书店，买书即送LV帆布包，引得消费者在Manner咖啡店门口排起长队。7月，奈雪的茶联名德芙卡少女樱在全国上线霸气车厘子系列，多款联名限定主题杯以及联名限定手提袋同步上线，导致奈雪的茶各门店“爆单”，联名周边产品上线就直接售罄。8月，和路雪旗下梦龙品牌携手double“日夜CP”新品梦龙雪糕与潮玩品牌泡泡玛特强强联手……

据第三方数据机构Social Beta发布的《2023跨界联名营销趋势报告》，今年，不仅品牌跨界联名营销的案例数量规模日益壮大，相关品牌所横跨的行业品类也不断走向多元。除了食品饮料、餐饮、服饰等一直以来热衷联名的行业，家居、汽车、金融等行业品牌也越来越多地通过跨界联名活跃在大众视野中，对品牌进行持续打造和重塑。而咖啡、户外、宠物等代表时下潮流生活方式的品牌，也作为被联名的热门对象受到关注。

联名款的推出不仅给品牌方快速被消费者感知提供了重要机遇，也助推了行业转型升级、快速发展。“这种做法适应了互联网消费发展的趋势，更贴合快节奏消费的需要，同时也有效引领行业消费方向，有利于促进供给创新提升，引导厂商专注于研发创新和协作分工。”中国国际贸易交流中心经济研究部副部长刘向东说。

### 刺激消费潜力释放

中欧国际工商学院市场营销学助理教授鲁慧表示，成功的联名往往带来双赢。品牌方可通过联名获客，吸引更多目光，进而吸引潜在客户，实现提升企业效益的最终目标。

上半年多个高端消费品与咖啡联名就尝到了“甜头”。

据悉，“酱香拿铁”首日销量达542万杯，单品销售额超1亿元，当日，瑞幸咖啡股价涨逾5%。茅台与德芙巧克力合作的茅小凌酒心巧克力上线后，天猫参与同步首发的三家店（德芙官方旗舰店、茅台冰淇淋旗舰店、天猫超市），均在一分钟售罄，已在加急补货。此前与芬迪联名的喜茶，今年上半年整体销售呈现持续增长态势——门店不仅月度销售额同比、环比均实现了6个月的持续增长，可比门店的日店均销量也实现了持续6个月的增长。

“奶茶、咖啡、潮玩这些基本上成为年轻人的日常消费了，我也不例外。像‘酱香拿铁’‘FENDI喜悦黄’这些我都没错过，觉得非常新颖，也非常愿意掏钱去尝试。”消费者李晓洁说，“我觉得这是一个非常好的现象，不论是大品牌、老品牌还是新品牌都在不断走出舒适圈，迎合年轻人的消费习惯。这样消费者既有新的消费体验，还能给很多品牌带来新的生机。”

7月底，国务院办公厅转发的国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》就明确提出，要增强供给结构对需

求变化的适应性和灵活性，拓展消费新空间，打造消费新场景，丰富消费体验，以高质量供给引领和创造市场新需求。

专家认为，商家跨界联名就是践行这一措施精神的生动案例，带给消费者从未有过的惊喜体验，形成“1+1>2”效应，以旺盛需求为相关消费市场注入强劲动能。

### 化“流量”为“留量”

不过，专家表示，“创意跨界”固然能吸引消费者眼球，短期内刺激消费欲望，可一旦品控不到位或宣传内容言过其实，从长远看并无助于消费市场回暖。

刘向东认为，对商家而言，联名款是品牌的延伸，一损俱损。商家要打造精品，着力实施差异化，同时将其视为增强信用和信任的做法，不能搞竭泽而渔。“联名款更应注重品质和差异化，把创新体现在以客户为中心的营销理念上，即围绕客户需求创新商品，不断迭代更新，促使联名款具有持续生命力。”他说。

廖成林表示，“跨界”双方都应围绕自身核心产品展开，审慎分析自身优势与劣势，基于自身核心竞争力拓展商业空间，创造能接触到消费者“痛点”“痒点”的产品。

业内人士表示，好的联名能够转化为短时间内较高的销量和网络讨论度，但品牌打造是长期耕耘的结果，需深入挖掘消费者需求，化“流量”为“留量”。



新华社图文