

【头条评论】

建立充分尊重中小股东利益的并购定价体系

熊锦秋

5月14日深交所某上市公司公告称,公司拟通过发行股份及支付现金的方式购买两家标的公司各100%股权的交易终止,原因是并购议案未获股东大会通过。笔者认为,应建立充分尊重中小股东利益的并购定价体系。

据公告,该上市公司拟收购两个标的公司,交易对手包括上市公司的控股股东、实控人、关联自然人,本次交易构成关联交易,两项交易价格合计60亿元。两个标的以收益法评估,增值率分别高达506.96%、478.49%;2024年两家标的公司分别实施大额分红15.56亿元、4.6亿元,截至2024年底,资产负债率分别高达75.75%、85.21%。

本次股东大会中小股东踊跃参加,通过现场和网络投票的中小股东有588人。在关联股东回避表决的情况下,议案总表决情况为同意比例为47.0683%,反对比例为9.9662%,弃权比例为42.9655%(绝大多数因未投票而默认弃权);其中,中小股东同意、反对、弃权比例也差不多。

看来,中小股东不再满足于被动接受高业绩承诺的“画饼式”重组方案,超高溢价评估增值率触发市场对“估值泡沫”的本能警惕,尤其标的公司在2024年突击大额分红,这种标的公司“掏空式分红+高溢价注入”的组合操作,某种程度或构成对上市公司资金的变相套取。不少中小股东难以看懂交易,虽参与股东大会却未参与投票,最后即便中小股东反对票占比不高,但由于未获得有效表决权三分之二以上通过,交易议案也未通过。

本案表明,从某种程度上来说,中小股东参与股东大会就算是一种胜利。中小股东与其总在股东大会“搭便车”、在二级市场“用脚投票”,还不如在股东大会主动出击,表达自己的立场与态度,这将有利于捍卫自身利益。

并购交易议案的公平性,最主要体现就是交易价格是否公平。上市公司与控股股东之间的关联交易,控股股东对交易

价格或许具有决定性,此时中小股东对于交易价格的期望或与控股股东刚好相反,中小股东唯有借助股东大会平台,与控股股东在并购价格等方面展开多轮博弈,或许才能达到公平的平衡点。为建立充分尊重中小股东利益的并购定价体系,笔者提出四点建议:

第一,确立分类表决制度的刚性约束。现行法规仅要求关联股东对关联交易回避表决,但未对中小股东单独计票设定通过比例门槛。建议修订《上市公司股东大会规则》,对涉及关联交易、高溢价(增值率超300%)、突击分红等情形的并购,增设中小股东单独表决机制,要求同时获得出席会议中小股东所持表决权的三分之二以上同意。

第二,强化并购定价信息披露。现行重组草案对评估细节披露过于简略,建议强制要求披露可比公司筛选标准等信息,对估值差异超过行业均值50%的交易,可要求独立财务顾问出具专项说明。针对拟收购标的资产交易前大额分红行为,建议

增设特别披露条款,要求详细说明分红资金来源、对标的经营及定价等方面影响。

第三,改革评估机构遴选机制。改变当前并购交易选聘评估机构的惯例,可从监管部门备案名录中随机抽取候选评估机构,上市公司设立由独立董事主导的委员会对候选机构进行分析,并提交股东大会表决同意(关联交易相关股东回避表决)。同时引入异议评估制度,允许持反对意见股东(持股达一定比例)提名复核机构予以重新评估。

第四,构建中小股东行权支持体系。搭建中小股东沟通交流平台,方便中小股东共同研究最有利于自身利益的投票方向。要求上市公司在发出并购议案通知时,同步提供第三方独立分析报告,包括同业估值比较、现金流折现模型等,降低中小股东行权的信息处理成本。

总之,中小股东应积极践行股东积极主义,学会用脑分析、用手表决,由此上市公司才能完成从“大股东主权”到“股东共同体”的治理跃迁。

【世相百态】

“假官号”层出不穷 平台莫当睁眼瞎

冯海宁

短视频平台上,“xx文旅推荐”“邮政官方直播间”等账号层出不穷,简介标注“官方”、头像使用机构LOGO,主页却充斥带货链接与问题商品。近年来,仿冒官媒及政府机构账号的“李鬼”乱象愈演愈烈——从虚构“文旅局长”人设吸睛引流,到假借邮政名义销售贴牌商品,仿冒者利用公众对权威信息的信任攫取流量,甚至衍生售假、欺诈等灰色产业链。

“假官号”此前就多次被媒体揭露。如2024年,河南文旅因“宠粉”营销爆红后,短视频平台上涌现出大量昵称含“河南文旅”“河南旅行推荐官”的私人账号。如今“假官号”不仅没有减少,反而有增多的趋势,最近有大量消费者投诉一些打着“邮政官方”名号的直播间——这类直播间以“地名+邮政”命名,头像使用邮政LOGO,宣称售卖“邮政合作商品”,其实邮政官方并未开设直播间。

这类非官方账号之所以假冒某些官方机构或新闻媒体,主要是利用后者的公信力、影响力、权威性,来达到引流、带货乃至售假、欺诈等目的。由于从账号名称到LOGO,再到简介标注“官方”字样,一般人真假难辨,消费者要么收到货不对板的商品,合法权益被侵害,要么遭遇财产等严重损失。同时,被冒充的官方机构形象也受到玷污,而且对网络秩序造成了破坏,亟待精准治理。

尽管《互联网用户账号信息管理规定》要求,互联网用户注册、使用账号信息,不得假冒、仿冒、捏造政党、党政军机关、企事业单位、人民团体和社会组织的名称、标识等;不得假冒、仿冒、捏造新闻网站、报刊社、广播电视机构、通讯社等新闻媒体的名称、标识等,2024年网信部门也处置仿冒网站平台超500个,平台封禁违规账号数千个,但“假官号”仍然屡禁不止、屡治不绝。

其主要原因还是相关短视频平台没有严格履职尽责。《互联网用户账号信息管理规定》第十四条明确,互联网信息服务提供者应当履行互联网用户账号信息管理主体责任;第十五条规定,互联网信息服务提供者应当建立账号信息动态核验制度。如果短视频平台在账号注册、更名环节加强审核,并经常核验存量账号信息,这些“假官号”是没有机会鱼目混珠的,即主要原因是平台失责。

另外,被假冒的官方机构未发现“假官号”,也没有进行维权,客观上纵容了“李鬼”乱象。而很多消费者对“假官号”缺乏甄别能力,没有辨认官方认证的“蓝V”标识,就容易被误导。所以,治理“假官号”需要各方合力,消费者发现后要勇于举报,官方机构要及时打假,平台要积极受理举报,有关职能部门要加强监管,如此一来,就有望形成“人人喊打”局面,使“假官号”无法立足。

其中,强化短视频平台主体责任是关键。对于履职尽责不到位,导致“假官号”层出不穷的平台,有关部门要么约谈督促整改,要么直接开出罚单以罚促改。鉴于很多平台为了节省成本都实行机器审核,导致把关不严,有必要让相关平台为此付出相应代价。对失责的平台,除了加强行政监管以及行政处罚外,被假冒的官方机构,以及被侵权的消费者,也可依法追究侵权平台的连带责任。

《消费者权益保护法》明确规定,网络交易平台提供者明知或应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益,未采取必要措施的,依法与该销售者或者服务者承担连带责任。另外,《电子商务法》《广告法》《民法典》等法律法规,也是消费者和官方机构的维权武器。总之,依法治理才能让平台不当睁眼瞎。

【法治之眼】

破解串通投标,需打破地方保护与行业潜规则

王志高

当前,串通投标犯罪案件呈现出犯罪主体多元化、犯罪手段隐蔽化、犯罪链条组织化的新特点和新动向,扰乱了招标投标市场秩序,损害了经营主体合法权益。为充分发挥典型案例的警示教育作用,近日,最高人民法院、国家发展改革委联合发布6件人民法院审结的串通投标及其关联犯罪典型案例。

细究这些案例,不难发现一个令人深思的现象:在被告人王某甲、王某乙串通投标案中,两兄弟竟能公然威胁其他投标人,恐吓招标方工作人员;在云南教育系统串通投标案中,招标代理机构竟能成为“标贩批发商”。这些明目张胆的违法行为背后,往往存在着地方势力默许,甚至纵容的影子。某些地区的招标投标市场俨然成为“熟人经济”的竞技场,外来企业即便资质再好,也难敌“地头蛇”的围标联盟。

更深层次的顽疾在于行业潜规则的“制度化”。医疗领域李某琼案中,“量身定做”招标参数已成行业公开秘密;工程建设领域潘某案中,评标专家被贿赂更是屡见不鲜。这些潜规则之所以难以根除,是因为它们已经形成了一套完整的“利益分配”机制:招标方获得回扣,代理机构赚取中介费,陪标企业收取“辛苦费”。在这种扭曲的生态下,守法企业反而成了“异类”,面临“劣币驱逐良币”的困境。

要打破这一僵局,仅靠司法打远远远不够。首先,必须破除地方保护的“围墙”,建立全国统一的招标投标信用体系,让“地头蛇”失去生存土壤。其次,要重点整治“红顶中介”,严格规范代理机构行为,斩断利益输送链条。更重要的是,要推动行业自律,建立“黑名单”制度,让参与串通投标的企业和个人付出难以承受的信用代价。

值得期待的是,此次典型案例发布释放了一个积极信号:司法机关已意识到需要“办理一案、规范一行”。但要从根本上净化招标投标市场,还需要地方政府拿出刮骨疗毒的勇气,行业内部形成“零容忍”的共识。只有当守法成为最经济的选择,潜规则才会失去生存空间,公平竞争的市场环境才能真正建立。

【职场观察】

00后择业观变迁的背后

魏博

2025年5月,前央视名嘴、《新闻联播》主持人郎永淳在一场直播中,自曝儿子本硕博均毕业于哥伦比亚大学,硕士毕业一年,至今仍未找到工作。一时间00后大学毕业生“家里蹲”现象引发网友热议。除了当下经济面临外部压力、内部困难等因素对就业市场带来影响外,更深层次的原因是年轻人择业观的转向。

与父辈们更看重“先吃饱再吃好”不同,大多数00后毕业生追求“价值认同”,宁可“慢就业”也不愿将就,在择业问题上更看重自己的兴趣和本心。00后的父辈们大多为70后,70后经历了中国经济高速增长的四十年,目前大多在各行各业处于中流砥柱。70后为下一代积累了优渥的物质条件,同时在思想上也是对子女教育较为开明的一代。这让00后有底气不再只是为了钱而工作,而是为了自己想做的事而工作。这种情况也加剧了“家里蹲”现象。

因为工作的缘故,笔者常年与高校应届毕业生打交道。明显感受到00后的择业观正在经历以下变化:

首先,从“生存需求”到“自我实现”,00后更重视职业兴趣、工作意义与个人成长。传统择业观以薪资和稳定性为核心,而当代青年更关注职业的成长性、社会价值与个人兴趣。日本社会观察家三浦展在《第五消费时代》一书中提到,当代年轻人正在越来越排斥“干劲”文化。所谓“干劲”,是指去做自己不想做的事的动力,做自己不想做的事是不需要“干劲”的。当今职场一个不争的事实是,物质刺激已经越来越难以调动00后的积极性了。如果你去问年轻人为什么不积极工作,得到的回答大概是“因为这份工作里没有我想做的事”。这往往让00后被贴上“缺乏自驱力”的标签。其实,00后更想要的是,找到那件即使没有“干劲”也愿意做的事情。60后、70后的大多数人都不清楚自

己究竟想做什么,工作和生活像是被时代的车轮推着向前走,人们没有什么选择的权利,甚至很多人连“我究竟喜不喜欢这件事”的想法都没有。80后到95前的人生逢市场经济大潮,在自我意识被唤醒的同时,经历了物质生活从匮乏到丰富的变迁,也是受物质激励效用最大的一代人。这种代际价值观的冲突,也为当下的企业管理提供了现实命题。

其次,从“稳定优先”到“多元尝试”,00后对灵活就业、自由职业、副业的接受度显著提高。笔者过往面试过的大学生中,在求职之外,有兼职平面模特、游戏UP主、美妆UP主……其中不乏粉丝数万乃至百万的,更有甚者,在大学期间的广告收入就已经超过正式就业后的工资收入。越来越多的00后们在求职的同时,不忘把自己的兴趣发挥到极致,站着把钱挣了,兴趣变现已成趋势。近期在人力资源社会保障部发布的新职业目录中,出现了跨境电商运营管理员、无人机群飞行规划员、电子电路设计师、装修管家、咖啡加工工等17个新职业,以及旅拍定制师、睡眠健康管理师、服务犬驯养师、生成式人工智能系统测试员等42个新工种。与此同时,小众化的需求也催生着新的职业机会,如剧本杀编剧、短视频编导、医疗陪诊员、寺庙义工、明星的应援画手和站姐等。消费需求的个性化和技术应用的智能化,催生了层出不穷的新职业,为00后扩展了就业选择空间,也提升了00后从业者的认同感和归属感。

最后,从“单一评价”到“综合平衡”,对薪资、工作环境、发展空间、社会价值、生活质量进行综合考量。近年在高校流行的考公考编“体制内热”,通过Gap year提升技能或探索兴趣“慢就业”,不再扎堆一线城市,而转向中小城市追求“宜业宜居”平衡,都反映出了00后择业回归理性和多元。青年经济学家兰小欢教授在《职业选择中的思维陷阱》一文中认为,职业选择就是生活选择,建议年轻人不妨跳出“大城市”陷阱,



重复填、多头报,基层干部“为表所困”盼减负

诗曰

一张表格重复填,不知今夕是何年。
时代已有云计算,低效操作仍上演。
数出多门不共享,折腾基层办事员。
官僚主义要铲除,莫让花样又变脸。

朱慧卿/漫画 孙勇/诗

进而获得较高的生活质量。这一观点也在00后中引发广泛共鸣。

00后择业观变迁的背后,是经济结构转型、产业变革和代际价值观更迭综合作用的结果。中国人口已经进入老龄化、少子化阶段,一方面企业“有活没人干”,另一方面求职者“有人没活干”,结构性的就业矛盾依旧突出。就业是最基本的民生,00后的择业,既是家事,也是国事。4月份,中办、国办印发《关于加快构建普通高等学校毕业生高质量就业服务体系的意见》,把高校毕业生高质量就业摆在了重中之重的位置。对高校而

言,需要以就业为导向,优化人才培养供给,弥合高校毕业生与人才市场供需不匹配的鸿沟。对企业而言,需要主动拥抱00后,增加企业文化的包容性、改善用工条件、优化管理模式,创建年轻人友好型组织氛围。对于00后年轻人,要破除“学历崇拜”,着眼“能力突围”,向内探索个人价值,向外连接社会价值,摆正心态,提升技能,树立终身学习和持续成长的理念。未来需通过政策创新、教育体系改革与企业社会责任强化,构建更具包容性的职业生态系统,实现青年个人价值与社会发展的“双向奔赴”。

【经济风口】

发展低空经济需要保持耐心和定力

刘纯银

在科技快速发展的当下,低空经济正从概念逐步走向现实,成为经济增长的新引擎。5月16日,珠海高新区低空经济应用场景供需对接会现场,6家企业的“黑科技”产品集体亮相。这场对接会不仅搭建了产业链精准匹配的“空中走廊”,更通过智慧城市、应急救援等应用场景需求“抛绣球”,推动技术供给方与需求方“双向奔赴”。

低空经济是指以各种有人驾驶和无人驾驶航空器的各类低空飞行活动为牵引,辐射带动相关领域融合发展的综合性经济形态。同时,低空经济作为新兴产业,涵盖通用航空、无人机、低空旅游、应急救援等多个领域,展现出巨大的发展潜力和广阔的市场前景。

相关数据显示,2023年中国低空经济

规模为5059.5亿元,增速高达33.8%。中国民航局预测,到2025年,我国低空经济的市场规模将达到1.5万亿元,到2035年更有望达到3.5万亿元。如此快速增长,得益于技术创新的推动和应用场景的不断拓展。在本次对接会上,我们看到了技术供给方与场景需求方的紧密互动。智慧城市的精细化管理、应急管理的快速响应、自然资源监测的精准把控等实际需求,促使企业不断研发和展示先进技术。例如,飞拍科技的“1+N”场景融合解决方案,为多个领域带来了高效赋能新思路;紫燕无人飞行器凭借全球领先的技术,在无人直升机细分市场占据领军地位。

不仅是珠海,全国范围内,各地都在积极布局低空经济。深圳计划到2026年建成1200个以上低空起降点;浙江计划至2027

年省内A类通用机场达到20个,公共无人机起降场达150个。同时,信息通信企业也在开展基于5G/5G-A的低空通信及感知网络技术验证、应用试点等工作。这些努力,为低空经济的发展奠定了坚实基础。

然而,我们也要清醒地认识到,低空经济在发展过程中仍面临诸多挑战。从技术层面看,虽然我国在无人机等领域取得了显著成就,但在一些关键核心技术上,如航空发动机、航电系统等,仍存在对外依存度较高的问题。此外,低空基础设施建设还跟不上低空经济的快速发展。在市场体系方面,应用场景普及率较低,消费潜力尚未充分激发,且低空经济产品缺乏价格优势。在管理体系方面,全国低空经济全域协同发展机制尚未建立,各地发展战略规划呈现碎片化状态及多头管理现象。

本版专栏文章仅代表作者个人观点