

多家退市企业被追责 “退市不免责”成监管常态

证券时报记者 程丹

“退市不免责”已经成为资本市场的监管常态。过去一周,有3家退市公司及其相关方收到监管举措,或被立案或接罚单,均是在上市期间涉嫌存在违法违规问题被监管部门持续追责。可见,即便脱掉了“上市”外衣,在从严监管的市场生态下,涉事主体依旧要承担相应责任,不会因退市而免责。

南开大学金融学教授田利辉表示,当前,从严监管已经贯穿到企业上市、经营、退市的全周期,全过程监管、全链条追责对于打击违法违规行为形成了有效的震慑,也打破了部分市场主体“退市即免责”的想法。随着监管体系的不断完善,投资者保护效力的显现,将全面提升资本市场违法成本,净化资本市场生态,推动市场规范、稳健发展。

多家退市企业及相关方被追责

近日,退市一年有余的中国中期投资股份有限公司(以下简称“中国中期”)公告称,控股股东中国集团有限公司收到证监会的立案告知书,根据告知书,因涉嫌信息披露违法违规,证监会决定对中国中期集团有限公司立案调查。截至今年6月底,中国中期持有中国中期6707.76万股,持股比例19.44%,为后者控股股东。

而在去年,因中国中期2023年年报被出具无法表示意见的审计报告,触及深交所规定的股票终止上市情形,深交所决定终止中国中期上市,公司股票于2024年6月被摘牌。

事实上,已退市公司及其相关责任方被监管追责已成常态。无独有偶,“21富通01”也在近期披露,因涉嫌子公司富通信息被违法违规,富通集团被证监会立案。而富通信息因触发面值退市条件,在去年5月20日至6月17日期间,连续20个交易日每日收盘价均低于1元,

于2024年8月从深交所摘牌,摘牌后7个月,富通信息公告,因涉嫌信息披露违法违规被证监会立案。

有的退市公司被立案调查,也有的退市公司违法事实已被监管层认定。已在A股退市的江苏阳光近期发布公告称,公司及相关当事人收到《行政处罚事先告知书》,因在购买控股股东一宗土地使用权的关联交易中,相关不动产权属转移登记变更手续未及时办理,且控股股东未及时归还转让款(同时构成非经营性资金占用),上市公司未及时披露该重大事件的进展,江苏证监局拟对公司及相关责任人合计罚款330万元。

退市不免责渐成常态

除了上述3家,今年以来,已有多家公司在退市后被追责,涉及亿利洁能、退市龙宇、泰禾集团、东旭光电等,其中,亿利洁能、东旭光电均被罚款上亿元。

若把时间拉长看,截至目前,证监会已对70余家退市公司违法违规行为进行查处,并移送33家退市公司涉嫌信息披露犯罪线索。

清华大学国家金融研究院院长、清华大学五道口金融学院副院长田轩表示,针对“带病”退市公司及相关责任方的全链条立体化追责体系,意在提升市场各方的合规意识,增强投资者信心,为资本市场高质量发展提供坚实保障。

可以看到,在行政处罚方面,监管机构对退市公司及责任人的追责力度显著加大,对违法违规问题一追到底,逐步实现了行政监管全过程覆盖;同时,刑事追责、民事赔偿也在同步跟进,立体化追责大幅提高违法成本。

例如,在越博动力案中,证监会指出,对发现涉嫌犯罪情形的,将依法移送公安机关追究刑事责任。在美尚生态案中,相关特别代表人诉讼案件已正式进入司法程序,根据深圳市中

级人民法院此前公布的《美尚生态特别代表人诉讼原告名单查询公告》,法院已裁定原告陈卫福等33324名投资者是该案的适格原告,20名被告则包括美尚生态公司、相关中介、相关个人等。

“这是特别代表人诉讼机制适用于已退市公司的标志性实践,意味着民事赔偿机制实现重大突破并走向常态化。”田轩指出,特别代表人诉讼大幅降低了投资者维权成本,提高了诉讼效率,能够形成规模性索赔压力,让违法成本远超违法收益,真正实现“能进能出、优胜劣汰”的良性市场生态。

清除害群之马 从严打击违法违规

在对退市企业追责的同时,也有一些严重扰乱市场秩序的上市公司被强制退市。截至目前,年内触及重大违法强制退市指标的上市公司已达13家,多涉及财务造假,且呈现出持续时间长、造假手段隐蔽等特点。

财务造假是侵蚀市场根基的毒瘤,一直是证监会的重点打击对象。近年来,证监会通过严厉打击虚构业务、滥用会计政策等信息披露违法行为,坚决做到“长牙带刺”、有棱有角,“惩防治”并举,努力塑造良好市场生态。

田轩指出,财务造假行政处罚力度与市场退出机制的衔接更为紧密,对于通过财务造假粉饰业绩,规避退市标准的公司,不再仅仅是罚款了事,而是坚决依法依规将其清出市场,增强退市制度刚性约束。

“在严厉打击发行人、上市公司信息披露违法主体的同时,监管部门始终紧盯公司实际控制人、控股股东、董监高等‘关键少数’,严防保荐、审计、法律等中介机构‘看门人’失守。”田利辉表示,通过压实上述主体责任,强化“全链条”追责等,全力为资本市场稳定健康发展保驾护航。

底盘稳质量升动能新 中国经济“稳中提质”

<<上接A1版

三季度,工业保持较好增长态势,增加值同比增长5.8%。同时,国内需求持续改善,外贸韧性不断彰显。三季度,最终消费支出、资本形成总额、货物和服务净出口对经济增长贡献率分别为56.6%、18.9%和24.5%。

东方金诚首席宏观分析师王青认为,整体上看,前三季度宏观经济延续去年四季度以来的偏强增长态势。财信证券首席经济学家袁阔对记者表示,随着5000亿元新型政策性金融工具落地、2026年新增地方债务限额提前下达,预计四季度制造业及基建投资仍有一定韧性。

质量升:产业消费双升级

“结构持续优化”是专家在分析前三季度经济运行情况时出现的高频词。前三季度,全国规模以上工业增加值同比增长6.2%,国家统计局工业统计司副司长王新表示,前三季度行业结构不断优化,新质生产力培育壮大。

以“规模以上装备制造业增加值”这一指标为例,前三季度,该指标同比增长9.7%,累计增加值占全部规上工业比重达35.9%,已连续31个月超过30%。“压舱石”作用进一步凸显。同时,制造业高端化、智能化、绿色化进程持续推进。

投资、消费结构同样持续优化。前三季度,全国固定资产投资(不含农户)37.15万亿元。国家统计局固定资产投资统计司司长翟善清介绍,今年以来大规模设备更新政策显效发力,设备购置投资增速始终保持10%以上,是拉动投资增长的主要动力。

同时,重点产业链高质量发展稳步推进,现代化产业体系加快构建。前三季度,工业投资同比增长6.4%,拉动全部投资增长2.1个百分点;高技术服务业投资同比增长6.1%,占全部服务业投资的比重进一步提升。

消费方面,前三季度,最终消费支出对经济增长贡献率达53.5%,比上年全年提升

9.0个百分点,继续发挥经济增长主引擎作用。居民在交通通信、教育文化娱乐等服务类消费支出增长较快,食品烟酒消费占人均支出比重同比下降0.6个百分点,消费升级趋势持续。

消费是收入的函数。前三季度,全国居民人均可支配收入比上年同期名义增长5.1%,扣除价格因素,实际增长5.2%,为消费潜力释放奠定基础。

动能新:高质量发展持续加力

今年以来,以人工智能为代表的新质生产力正加速落地。据统计,前三季度,工业机器人、服务机器人、动车组等产品产量分别增长29.8%、16.3%、8.6%。

现代服务业发展向新向好。1—8月,规模以上信息传输、软件和信息技术服务业企业营业收入增长12.1%,高于全部规模以上服务业企业4.4个百分点。前三季度,高技术服务业投资同比增长6.1%,高于全部固定资产投资增速6.6个百分点。

王青认为,四季度以高技术制造业为代表的新的生产力领域,将继续保持较快增长势头,为经济高质量发展注入持续动力。当前,财政稳增长政策正在加力,预计在稳增长政策发力带动下,全年“5.0%左右”的经济增长目标将顺利实现。

前三季度,我国有进出口实绩的外贸经营主体首次达到70万家,已超过去年全年的总量,折射出微观主体活力的持续迸发。

海关相关调查显示,出口企业信心指数连续5个月回升,进口企业信心指数也连续3个月回升。相关机构问卷调查显示,工业企业对四季度经营预期指数环比上升1.4个百分点,用工预期也有所改善。

多项实物量与信心指标相互印证:规模以上工业发电量增长1.6%,货物与旅客周转量分别增长4.8%和4.4%;三季度工业企业产能利用率回升至74.6%。袁阔表示,9月份M1增速大幅回升1.2个百分点至7.2%,资金活化程度明显提升。人流、物流、资金活跃度提升,反映经济内生动能增强。

<<上接A1版

根据中央结算公司的中国绿色低碳转型债券数据库统计,“十四五”期间我国绿色债券发行规模迈上一个新台阶,从“十三五”期间年均2000余亿元一半增长至2021年的6000余亿元,并在2021年至2024年间保持年均7500亿元的发行规模。同期,绿色债券为更多市场主体提供融资渠道,发行人数量从2016年的35家增长至2024年的249家,发行只数增长9倍。

此外,中央结算公司于9月30日发布的《绿色债券环境效益信息披露情况分析报告(2025年存续期)》显示,我国境内公开发行的绿色债券存续数量和规模较上一年均有所上升。其中,贴标绿色债券21142只、19250.54亿元,数量同比增加17.61%,规模同比增加13.26%。

从环境效益看,上述绿色债券的发行预计每年可支持减排14138.97万吨二氧化碳等,并节能1506.65万吨、节水6374.17万吨。

多元绿色金融体系建立

除了绿色信贷和绿色债券,“十四五”期间我国绿色金融体系进一步丰富,绿色投资、绿色保险、绿色期货、绿色租赁、碳金融产品等多层次市场蓬勃发展,成为绿色金融体系重要的组成部分。

可持续投资产品方面,绿色主题的基金、理财等产品日渐丰富。以公募基金为例,根据2024年中国证券投资基金业协会面向会员机构开展的自评评估调查,53.8%的公募基金将绿色投资明文纳入公司战略;制度建设上,82.7%的公募基金已开展了绿色投资研究;绿色投资产品运作方面,76.9%的公募基金发行过以绿色投资为目标的产品。

此外,绿色保险在“十四五”期间,经历了从零散试点到体系建立的发展脉络。

2021年6月,中国保险行业协会发布了《保险业聚焦碳达峰碳中和目标 助推绿色发展蓝皮书》;2022年越来越多的保险机构将绿色金融上升到战略高度,这一年69家机构建立了绿色金融管理机制及工作小组;进入2023年,绿色保险产品服务多点开花,当年的绿色保险业务保费收入占行业保费的4.5%;2024年,全国首个绿色保险专项指导意见出台,标志着绿色保险从零散试点到顶层设计的建立。

“十四五”期间,碳金融创新实现了从

零散产品到全面扩容的迈进。伴随2021年全国碳市场的启动,围绕碳排放权的交易、投融资等活动,一系列碳金融工具纷纷涌现,如以碳质押贷款、碳债券为代表的碳融资产品,以碳配额为标的的远期、期货等碳金融衍生品,以低碳基金、绿色理财等为代表的支持碳市场工具等。

转型金融崛起

“十四五”是我国绿色低碳转型上启下的关键时期。

临近“十四五”收官,我国于9月宣布了新一轮国家自主贡献(NDC)目标,即到2035年,中国全经济范围温室气体净排放量比峰值下降7%—10%,力争做得更好。

此前多家机构曾预测,要实现“双碳”目标,未来几十年的新增资金需求在百万亿元级别。此次新一轮NDC的提出,进一步对国内绿色金融和转型金融的发展提出了更高要求,以满足能源、工业等行业的低碳转型所需的巨额资金需求。

当前,在绿色金融蓬勃发展之际,转型金融承接而来,两者互为补充,均是可持续金融的重要组成部分。

作为绿色金融的重要补充,转型金融侧重于碳行业向低碳转型。“十四五”期间的2024年是转型金融的顶层设计出台的关键年份。从《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》、《绿色低碳转型产业指导目录》,再到《关于进一步强化金融支持绿色低碳发展的指导意见》等一系列顶层政策陆续出台,为转型金融指明方向,以助力高碳行业的有序转型。

中国金融学会绿色金融专业委员会主任马骏发文强调,转型金融是可持续金融发展的下一个风口,或是未来绿色金融需要开拓的重点领域。未来支持高碳行业向低碳转型的转型融资量应该会超过服务“纯绿”活动的融资量,因为我国“纯绿”的经济活动约占GDP的比重是10%，“不绿”的经济活动约占90%，“不绿”的经济活动要想变成零碳,就需要转型金融支持。

近日,兴业银行行长陈信健在出席2025可持续全球领导者大会时表示,新阶段的可持续金融,应把服务低碳转型作为着力点。虽然我国绿色贷款、绿色债券都已位居全球第一,但在绿色投资、绿色资管、绿色保险等方面还有很大提升空间,尤其是服务于碳减排的很多金融创新数量较多,但规模不大,需要金融业继续发力。



狄耐克智慧医院展示区。 安宇飞/摄

白板、分诊排队叫号、多媒体信息发布、智能门禁管理及物流机器人等系统,已成功助力2000多家医院及医疗服务机构完成智能化升级。”

缪国栋认为,智慧医院等数字服务消费场景应用具有广阔市场空间。余丰慧表示,据预测,到2025年全球数字服务市场规模将达到数万亿美元级别,市场空间巨大。

AI重塑线上线下消费竞争力

《措施》提到,开展“人工智能+消费”典型应用案例推荐。目前,人工智能等技术正在线上和线下各消费环节刮起效率提升的“风暴”。

在线上场景,AI技术正重塑电商平台商家的服务能力。“我们是卖服饰配件的商家,包括帽子、手套、围巾等,已经把产品卖到了全球各地,每年商品交易总额(GMV)约250万元到300万元。因为是做跨境平台,对图片有一定要求,需要用到国外模特的照片,请真人模特拍摄对我们来说成本较高,而美图设计室帮我们解决了这个问题。”一家跨境电商商家接受证券时报记者采访时表示。

在线下,AI技术也在重构消费服务场景。如今许多食堂已用上了智能零售结算台,只需把餐盘放到识别区,点了什么菜、要付多少钱就能“秒级确认”,高效完成收银工作。

该智能零售结算台背后的深圳市银歌云技术有限公司表示:“我们依托百度飞桨AI能力打造的线下智能零售系统可以大幅提高餐饮业效率、降低人力成本。以前人力结算一分钟平均处理两单,我们的结算台一分钟可以处理10单

到15单。”

今天,“数字服务消费”早已超越了早期线上预约、线上支付的范畴,而是深度融合人工智能等前沿信息技术,对消费和服务产业链进行全方位的效率重塑。

仍面临信任度和成熟度制约

不过,进一步拓展数字服务消费仍面临一些挑战,主要是消费者信任度和技术成熟度两方面。苏商银行特约研究员付一夫接受证券时报记者采访时表示:“在消费者信任度上,数据安全与隐私保护问题突出,消费者对个人信息使用的担忧可能会限制技术推广。”

科方得智库研究负责人张新原认为,不仅数据泄露风险会影响消费者信任度,数字服务消费在技术成熟度上也有提升空间,人工智能和虚拟现实技术在某些场景下可能还不够稳定,这会影响用户体验。

“需要进一步加强政策引导与资金支持,鼓励企业研发和创新,尤其是对中小企业进行扶持。要推动技术标准化与数据安全立法,增强消费者的信心。同时也应促进跨界合作,推动科技企业和传统服务业合作开发更多服务消费场景,如智能家居,虚拟旅游等。”付一夫表示。



探寻服务消费
新势能