

员工持股计划破冰 市场期盼配套措施



欢迎关注“中国上市公司舆情中心”新浪官微
@公司舆情 http://weibo.com/u/2094447647

中国上市公司舆情中心 彭一郎

“钻石底”没有阻挡住A股的下跌趋势,大批上市公司无奈地加入“破净”大潮中。如此背景下,监管部门鼓励上市公司回购自家股票的态度积极,适时推出的员工持股计划得到资本市场的强烈关注。

8月5日,证监会公布了《上市公司员工持股计划管理暂行办法(征求意见稿)》。《意见稿》可谓一石激起千层浪,业内人士不仅对制度所带来的积极意义给予更多期待,同时,也快语直陈意见稿中诸多不完善之处,呼吁后续配套措施推出。

员工持股计划出闸

员工持股计划作为在欧美等成熟市场中一种普遍的激励制度,其科学和实效之处显而易见。普通员工持有自家股票,意义不仅在于增加对公司的归属感,还在于能实实在在提升上市公司的生产效率、完善公司治理结构,让员工参与到企业的长期运营和决策中去,同时员工被培养成成长期投资者,也是市道低迷时期稳定人心、稳定股价的利器。

根据《意见稿》中的解释,此次“员工持股计划”是指上市公司根据员工个人意愿,将应付员工工资、奖金等现金薪酬的一

部分委托资产管理机构管理,通过二级市场购入本公司股票并长期持有,股份权益按约定分配给员工的制度安排。这其中,与股权激励计划可以发行新股或实行期权不同,“员工持股计划”规定要在二级市场中购买存量股份,这对稳定市场情绪正面作用明显。

《意见稿》中对员工持股计划的资金来源做了明确规定:资金来源是应付员工的工资、奖金等现金薪酬,且用于实施计划的现金薪酬数额不得高于最近12个月公司应付员工薪酬总额的30%。员工用于参加员工持股计划的资金不得超过其家庭金融资产总额的三分之一,股票持有时间不低于36个月。同时,上市公司全部有效的员工持股计划所涉及的标的股票总数不超过总股本的10%,单个员工获授权益对应的股份不得超过公司总股本的1%。

为了防止信息不对称和内幕交易的产生,《意见稿》中规定,公司实施员工持股计划和资产管理机构管理员工持股计划时,必须避开公司股票价格的敏感期,全面加强内幕信息管理,从源头上防范任何人利用员工持股计划从事内幕交易;员工持股计划采用独立第三方机构的管理方式,由当事人选择,将员工持股计划委托给合格的资产管理机构

管理;资产管理机构不得管理本公司及本公司控股的上市公司的员工持股计划,也不得管理其控股股东、实际控制人及与其受同一控制下的公司的员工持股计划。

市场直陈政策不足

员工持股计划的出炉,在市场人士的眼中无疑是监管层发出的积极信号。英大证券研究所所长李大霄在微博上称:“在目前市场处于低迷期,推出该计划恰逢其时,风险较低,有效增加了优质股的需求,通过稳定优质股的股价,进而达到稳定市场的目的,无疑是管理层在释放利好。”同时,员工持股计划的出台意义深远,代表整个资本市场向国际化改革的一个方向。

而作为政策迈出的第一步,具体条款却有诸多不完善之处。这引来整个资本市场的讨论。许多媒体报道及业内人士的发言中,都直陈当前《意见稿》的内容对员工并没有实际吸引力。财经评论人皮海洲就发文称:“资金来源是员工个人的现金薪酬,而且买进的股票还要锁定36个月,并且还要向资产管理机构交纳一笔管理费用。这远不如员工自己买股灵活。所以,这份员工持股计划基本上不会有上市公司员工支持。”可见,作为持股的主体,若得不到员工本身的积极响应,政

策将形同鸡肋。

其次,不排除内幕交易的可能。虽然员工持股计划交由第三方机构来管理。但企业依然相对于普通投资者来说,具有天然的信息优势,很难防止持股计划在企业发展的敏感时点实施。并且,由于越是高管人员其薪酬和奖金越高,那么按比例买入的股票越多,则有一定的动力促使高管通过大比例送股或转增股,使自己得到更多的实惠,甚至不排除高管刻意用关联交易等来粉饰报表、扮靓业绩。《国际金融报》在报道中直言:“在实施员工持股制度之际,还应堵上滋生新‘腐败源’的漏洞。”

此外,员工持股计划必须委托信托、保险公司、证券公司等第三方机构进行委托管理,由于委托机构管理的是股票而不是现金,实际委托的意义并不大,只是为了风险隔离,没有投资意义,企业还得增加一笔委托成本。更值得警惕的是,这种不存在任何投资技巧的委托管理,容易造成企业高管与资产管理机构之间的利益输送。

配套政策亟待完善

员工持股计划“看起来很美”,但在初次推动中尚存在诸多不足。若贸然推进,不仅不被市场所接受,还失去政策推出的良好契机和市场对改革的信任。而当前市场的探讨中,有不少建议或值得思考。

例如,从国际主流方案来看,员工期权以及企业提取可分配利润回购是员工持股计划的主流方案。A股市场的员工持股计划,可借鉴成熟市场的方法,在员工掏出现金回购的同时,也以企业的可分配利润回购,以员工激励形式发放,这能调动起员工的参与热情。

而按照《意见稿》中的操作,当员工领取薪酬时已扣缴了个人所得税,再用这部分现金买入股票,当股票卖出后发放给员工时,由于基数较大,扣税的比例将远高于单人买卖股份时需缴纳的税费。监管部门或可与中央政府多个部门加紧配合,推出切实可行的税收优惠政策。此外,诸多容易造成内幕交易的细节需要切实的政策进行封堵。

诚然,对员工持股计划提出的异议虽多,但可以肯定的一点是,新政的推出一项长远的制度安排,对提高上市公司质量、完善公司治理结构起着极其重要的作用。资本市场作为一个庞大的利益生态圈,各利益相关者依据自身的立场和观感发出声音,有助于政策的推进和改革的实现。

著名投资人彼得·林奇曾在《战胜华尔街》中说:“没有人比公司员工更了解自己的公司,员工持股计划里进行的股票交易,最准确地反映公司员工对自己公司的判断。”因此,规范化的员工持股计划对整个市场有着不可替代的积极作用。

京东就是传销? 电子商务价格战引争议

中国上市公司舆情中心 李勇

8月9日一大早,一条“苏宁高管:京东就是传销”的微博,吸引了不少转发和评论。京东掌门人刘强东随后在微博中评价道:“我向对手进攻永远都是比拼低价和用户体验!从没有攻击别的方面。”双方针锋相对,使得“围观”者不断增多。

“京东就是传销”这一说法来自于8月8日刚刚召开的苏宁易购三周年营销策略媒体通报会。

根据媒体报道,苏宁副董事长孙为民如此评价京东商城:“用低价拉动销售,吸引投资,这不是营销而是传销,传销的是第一批、第二批和第三批的投资者。”此外,苏宁易购市场管理中心常务副总监闵渭清也表示:“有些企业以亏损经营的方式制造增长神话,吸引投资者不断输血,上线不断发展下

线,必须有人接盘才能维持,这是一种典型的传销方式。”

“传销”二字确实语出惊人,是公众关注的一大焦点,也是争议的主要来源。京东“传销”的观点似乎并不为公众所接受,有网友称价格战与传销本质完全不同,还有网友打趣道:“便宜一块叫传销还是便宜两块叫传销?”而且很多人都说京东并不便宜。”

有网友指出,目前电子商务在中国市场,主要还是价格竞争。其实消费者愿意买单就是对你的认可,电商要从单一的价格战中突围,还需走一段漫长的路,要精耕细作,要有耐心,从长计议,拼的是服务和信誉!

有不少投资者支持苏宁,但偏负面的声音似乎更多。网络营销顾问胡吉介认为传统巨头的电商中,苏宁易购算得上可圈可点、有突出表现的。但她同时也认为苏宁其实

不必沉不住气。国金证券投行部董事总经理李康林、北京百德沃科技有限公司总经理吴晓宏等,都在微博评价称苏宁此番言论显得有些情绪化。

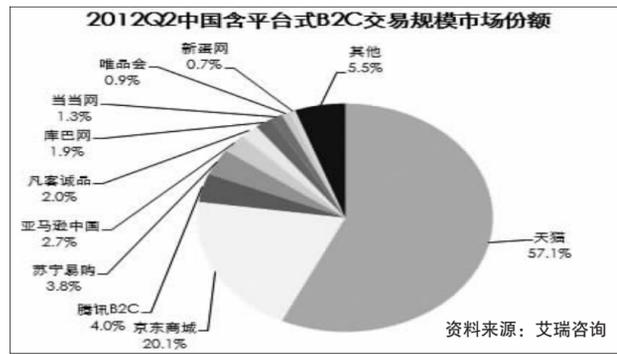
或许,此番言论的本意并非是要质疑竞争对手的商业行为。业内人士多有感叹,电子商务是大势所趋,但那或有的片光明却是得用钱烧出来的。让不少传统商业企业寝食难安的京东,已经烧过了数轮融资。不少人仍然认为,作为资本驱动型的京东商城,继续融资是其目前的唯一途径。

从最初的无名之辈,到现在的并驾齐驱,京东的成长给苏宁的发展带来了不小的压力。苏宁与京东的对决想必也比他们预想的要更持久。造成这种状况的原因之一,正是那些一波波蜂拥而至,为京东输送资本的投资者。有电商业内人士表示,与其说京东造就了一个“传

销”链条,还不如说是引发了一场“博傻”游戏。可是我们目前都没办法判断,谁才是最后一个傻瓜。

价格战其实是商业活动中的永恒话题,没有办法走卓尔不群的差异化之路,就只能“日持久地等待竞争者的忽然崩溃。但是,没有人可以保

证一个行业没有其他的参与者”,有网友指出,“其实大家进来之后其实会发现都被挤在了一条没有去路的胡同之中。”现在,电子商务价格战已然趋于升级,参与其中的不仅仅是苏宁、京东,还有供应商、消费者,还有他们背后的投资者。



2012上市公司舆情周榜(8月3日-8月9日):

厦门钨业被疑信披迟缓 九龙山股东内讷升级

中国上市公司舆情中心 李勇

8月3日至8月9日舆情热度最高的上市公司分别是:厦门钨业、九龙山、贵州茅台、比亚迪和三湘股份。

厦门钨业信披及时性存疑

近日,受益福建省经委和国土资源厅联合发布的《福建省加强稀土资源保护科学开发稀土资源行动方案(2012-2015年)》文件,厦门钨业股价连续涨停。7日,公司经过一天时间的停牌后,晚间发布的公告除重申近日收到政策文件外,还明确了整合福建稀土资源的事实。

在投资者纷纷憧憬利好的同时,也开始有声音质疑公司是否及时地履行了信披义务。据中国上市公司舆情中心观察,该政策文件其实早在8月1日就已发布,该方案内容也十分明确地提及了厦门钨业,另外关于公司组建稀土集团的传闻之前已在股吧广泛流传。然而直到7日,公司才正

式发布公告,信披及时性存在很大疑问。

九龙山股东内讷升级

九龙山内斗愈演愈烈。在海航系财务总监被董事会解聘“出局”后,海航系本欲召开临时股东大会改组董事会、监事会,岂料九龙山董事长李勤夫先发制人:4日,九龙山忽然公告,由于股权转让纠纷,公司股东平湖九龙山已向海航置业、上海大新华实业提起民事诉讼,通过民事诉讼直接冻结海航系股权。九龙山两大股东之间的“控制权之争”,从目前看来,李勤夫稍占上风,但事情将会沿着什么样的道路发展,中国上市公司舆情中心将继续保持关注。

茅台申请“国酒”商标遭同业反对

连日来,茅台申请“国酒”一事沸沸扬扬,各路白酒企业、众多行业内人士轮番向主管部门递交异议申请书、通过媒体发表反对之声等各种形式,表达对茅台意欲独

占“国酒”商标的不满。其中反应最为激烈的当属山西汾酒和洛阳杜康,他们分别以“万言书”和“讨伐微文”的形式反对茅台“国酒”通过商标审查。

比亚迪称“5·26”交通事故 电池未爆裂

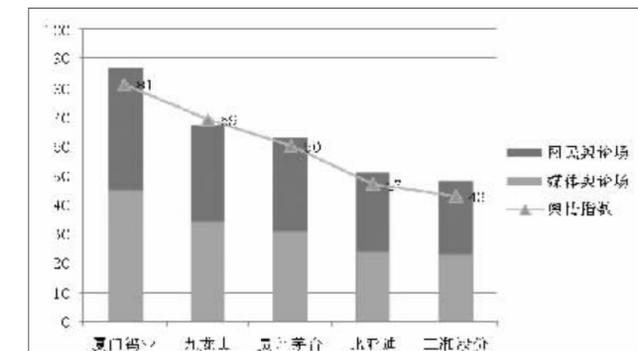
3日晚间,比亚迪称“5·26”交通事故中,电池未发生爆裂,在公告发布的后一个交易日(8月6

日),比亚迪股价大涨7.22%。比亚迪公告称,“5·26”交通事故该车动力电池没有发生爆炸,72节单体电池未起火燃烧,同时公司邀请了众多政府监管部门和科研机构进行质量鉴定。

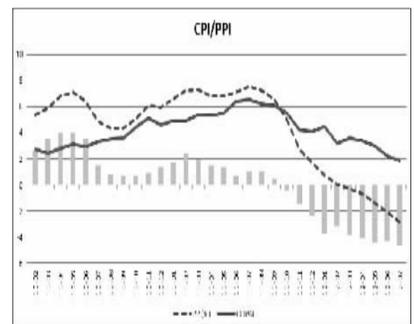
三湘股份回应土地闲置

停牌五年后,“*ST商务”终于摘掉帽子,更名为“三湘股份”恢复上市。然而,就在其股价连涨

三天之际,却被媒体爆出存在闲置土地而未披露的负面消息。据媒体报道,该土地由上海三湘股份有限公司和上海聚湘投资有限公司共同拿下,但至今仍未动工,且在资产重组过程中未披露相关细节。对此,三湘股份8月9日发布公告回应称,公司自2011年6月至今年5月,陆续拿到四证,约定开工日期为今年的5月30日,且已开始临时设施的施工。



注:“上市公司舆情指数”是中国上市公司舆情中心根据传统媒体、网络媒体、网民、舆情分析师对一定时段内沪深两市上市公司舆情热度的综合评估,舆情指数分为媒体舆论场和网民舆论场两大细分指数。



数据来源:wind,中国上市公司舆情中心

CPI现象: 貌合神离的经济与民生

中国上市公司舆情中心 钟钦政

国家统计局8月9日公布,7月居民消费价格指数(CPI)同比涨1.8%,涨幅两年半来首次跌破2%。国家统计局每个月都会公布一次上个月的一系列经济数据,其中CPI每一次总能引来媒体和专家的各种分析解读。据中国上市公司舆情中心观察,8月9日上午公布CPI等数据以来,截至下午16时,网络上关于此事的报道已经有7500多篇。

这是一个非常值得玩味的现象,我们姑且称之为“CPI现象”。为什么区区一个百分比,能掀起舆论的如此热评?究竟都是些什么人在说,说些什么,又是些什么人在听呢?

去年下半年以来,CPI涨幅从6.5%一路下跌,接连“破3”、“破2”,跌至“1时代”。7月数据一出来,尹中立、杨红旭、叶檀、马光远、屈宏斌、鲁政委等资本市场的专家们不等媒体记者的电话打来,就先在各自的微博上进行了一番解读:这月的数据,是符合预期的。随后,媒体的报道和跟进铺天盖地而来。

尽管CPI几乎是一个全社会范围内的议题了,大爷大妈街头巷尾闲聊时说不定都会冷不丁冒出一句“这个月涨幅多少?”而“业内人士”的解读,却更多地偏向于对CPI涨幅下降的原因分析以及对下一阶段政策的揣测之上。综合看,多数专家都认为,物价持续回落,既说明控物价取得显著成效,又是经济下滑的一个表征;而下一步,政策上或许会有降准或降息的动作,延续宽松货币政策以稳增长。

与此同时,也有人针对CPI计算的科学性提出质疑。比如独立财经评论人黄生认为,中国的CPI中食品是第一权重,但实际上在中国房子已经成了最影响民生的第一大商品了,房租、房价等居住类权重占比却太少;相比起来,美国食品饮料类占比15.4%,而住宅类占比高达42.1%。他警告,要尽早修改CPI权重,否则失真,会造成非常严重的后果:CPI过低导致利率过低,而负利率则削弱民众的储蓄。

而媒体和专家们密集的解读,却让一些一直关注却不甚了了的人有一种“被降低”的错觉:只见CPI数据逐月降低,却完全没有感觉物价降低。当然,这个浅显问题,同样也有权威专家专门出来耐心地解释——兴业银行首席经济学家鲁政委说,仅就CPI涨幅“降低”就认为进入了“低物价”时代,是一种概念混淆;只要CPI环比仍然为正,就意味着价格和上月比仍在上涨;只要同比为正,就意味着价格和去年比仍在上涨,东西仍在越贵,只是变贵的速度在放缓而已。

因为“蒜你狠”、“糖高宗”、“豆你玩”这些狠角色,因为通胀,中国人熟悉了CPI,但是对于这个经济学术语,很少有人探究其中的学理,只是用真实的生活感受去体味其冷暖。正如一房地产广告所说:价格不能接受,谈什么生活享受?民间的生存准则是如此简洁而直接:“可以跑不赢刘翔,但是不能跑不赢CPI。”

其实单就数据而言,2011年我国城乡居民收入增幅就已经跑赢了CPI。但是这里的居民收入,却是个被13亿人口高度平均化了的数字,而CPI则依然是“一个大迷局”。黄生甚至提出了一个“数据维稳”的概念,他说,CPI数据已成为维稳的工具,老百姓实际上很痛苦,看看这些数据也许能减轻点痛苦。

仔细看,还能发现,市场上的一些解读,遣词还相当考究,比如学者马光远说这次CPI是假摔,不是真跌,但与网民的调侃吐槽比起来,却仍然显得虚弱。普通网民的调侃和吐槽,即使未必科学,却往往比专家的各种解读更具杀伤力。比如,一个流传甚广段子是这么说的:“房价是有钱人的CPI,股价是中产的CPI,CPI是穷人的CPI。”

美国经济学家舒尔茨曾言:“世界上大多数人是贫穷的,如果我们懂得了穷人的经济学,也就懂得许多真正重要的经济学原理。”有媒体给这种大众的草根智慧起了个堂皇的名字,叫“民生经济学”,并提出了对这种宏观经济学和民生经济学不合现象的担忧:“天下之大,民生最大;若让民生没有安全感,那社会体系就是有问题。”

7月CPI同比增幅创30个月以来新低