

3000公司“感受”减持新规威力

记者 吴鸣洲

为进一步规范股份减持行为,近日,证监会正式发布了《上市公司股东减持股份管理暂行办法》(下称《减持管理办法》)及相关配套规则。

需要指出的是,《减持管理办法》首次以规章的形式亮相,也被市场视为A股史上最严、最全面的规则。此次新规意在解决减持监管面临的突出问题,规范大股东特别是控股股东、实际控制人的减持行为,全面封堵可能存在的规则漏洞,严格防范各类“绕道减持”行为。

《国际金融报》记者发现,受减持新规影响,2023年以来,上市公司重要股东减持规模出现了明显地下滑。如今,减持新规升级落地,有券商预计,此次减持管理规定的发布将进一步改善违规减持的情况,未来减持规模将进一步下降。

减持规模大降

近年来,监管部门对减持行为监管动作频频。

早在2023年8月27日,证监会发布《进一步规范股份减持行为》。根据要求,上市公司存在破发、破净情形,或者最近三年未进行现金分红、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。

自上述减持规则发布后,当晚就有多家公司发布的公告中明确提及股东提前终止减持计划,此后几日间就有近百家公司上市公司股东自愿终止减持计划。

整体来看,受上述减持规则影响,2023年以来,上市公司重要股东减持规模出现了明显地下滑。

据投资者网统计,Wind数据显示,2023年重要股东总变动方向为减持的上市公司共有1252家,减仓股份数合计177.70亿股,减持金额3347.83亿元,数量和金额同比分别下降了23.38%和20.32%。

截至今年5月28日,2024年重要股东减持规模约325亿元,而2022年与2023年全年则分别超4200亿元与3300亿元。

可以看出,2024年前5个月的重要股东减持规模接近2023年全年的十分之一,下滑幅度显著。

与此同时,还有一些违规减持的上市公司被监管部门要求责令购回违规减持部分。

例如,小松股份于2023年3月17日披露了《关于控股股东、董事减持股份的预披露公告》,公司控股股东华欣创投计划自2023年4月10日起六个月内通过集中竞价方式减持公司股份3181356股,占公司目前总股本比例为1%。同年8月25日和9月5日,公司进行了两次减持,减持数量分别为30万股和95.3万股。

但2023年8月27日,证监会在官网发布关于进一步规范股份减持行为的明确要求,上市公司最近三年累计现金分红金额低于最近三年年均净利润30%的,控股股东不得通过二级市场减持本公司股份。而小松股份最近三年累计现金分红金额占最近三年年均净利润的比例为19.25%。

也就是说,上述减持中,华欣创投于2023年9月4日减持公司股份95.3万股的减持行为违反了《进一步规范股份减持行为》相关要求。

对此,证监会对控股股东华欣创投采取责令改正措施的决定,深交所对其给予通报批评处分。并且,华欣创投于2023年12月18日通过自筹资金以大宗交易方式购回95.3万股公司股份,此次购回股份产生的收益733930元已支付至上市公司。

过半公司不符

如今,《减持管理办法》升级发布。相比以往的减持规则,此次落地的减持新规增加大股东通过大宗交易减持前的预



图虫创意

披露义务,明确控股股东、实控人二级市场减持与上市公司股价表现、分红情况挂钩;全面封堵技术性离婚减持、转融通式减持等各类绕道减持通道;对于大股东违规减持行为,可以责令购回违规减持股份,并向上市公司上缴价差。

一是严格规范大股东减持。明确控股股东、实际控制人在破发、破净、分红不达标等情形下不得通过集中竞价交易或者大宗交易减持股份;增加大股东通过大宗交易减持前的预披露义务;要求大股东的一致行动人与大股东共同遵守减持限制。

二是有效防范绕道减持。要求协议转让的受让方锁定六个月;明确因离婚、解散、分立等分割股票后各方持续共同遵守减持限制;明确司法强制执行、质押融资融券违约处置等根据减持方式的不同分别适用相关减持要求;禁止大股东融券卖出或者参与以本公司股票为标的的衍生品交易;禁止限售股转融通出借、限售股股东融券卖出等。

三是细化违规责任条款。明确对违规减持可以采取责令购回并向上市公司上缴价差的措施,列举应予处罚的具体情形。此外,还强化了上市公司及董事会

秘书的义务。

此外,《减持管理办法》还明确控股股东、实际控制人在上市公司和自身违法违规情形下都不得减持,一般大股东在自身违法违规情形下不得减持。

如今,减持新规升级落地,不少机构认为减持新规将封堵减持套利空间,有助于建设A股市场良性生态。其中,山西证券预计,此次减持管理规定的发布将进一步改善违规减持的情况,减持规模将进一步下降。同时明确违规减持的具体处罚,提高了威慑性和可执行性,这将促使控股股东、实际控制人遵守法规规章,更加专注于提高上市公司的质量和投资价值,有助于资本市场信心的回升,维护市场交易的公平和秩序,从而更好地保护中小投资者的权益,打好资本市场基石。

记者发现,影响公司重要股东减持最多的一条规则,仍是上市公司存在破发、破净情形,或者最近三年未进行现金分红、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。

截至5月28日收盘,在A股5000多家上市公司中,不符合相关减持条件,

大股东、董监高减持受限的公司共计2884家,占据大半壁江山。其中,破发的1396家,破净的658家,三年从未分红的963家,分红低于30%的321家。而在2884家公司中,既破发又破净且从未分红的公司有63家,ST公司有38家,占比近六成。

修改计划

另一方面,由于“天价离婚案”频发,市场对于上市公司实控人离婚以及离婚后的股权变动行为尤为关注。

记者不完全统计,近2年有13家A股上市公司董事长、高管经历了婚姻变动,其中不少都对股价造成不小冲击。

例如2023年4月,三六零发布公告称,创始人周鸿祎与胡欢已办理解除婚姻关系手续,周鸿祎将其直接持有的约4.47亿股股份(约占公司总股份的6.25%)分割至前妻胡欢名下,折合公司当日市值近90亿元。

尽管胡欢截至目前未进行减持,但依然对公司股价造成不小冲击。截至5月30日,公司股价从公告后已缩水近

60%，“分手费”缩水近54亿元。

2023年9月,邦彦技术发布公告称,公司控股股东、实际控制人、董事长祝国胜与张岚已办理解除婚姻关系手续,并就股份分割等事宜作出相关安排,同时双方签署了《表决权委托协议》,将分割后获得的全部股份的表决权委托给祝国胜。

根据公告,祝国胜拟将其直接持有的公司730.7万股股份(约占公司总股本的4.80%)分割至张岚名下。以9月20日收盘价21.66元/股计算,邦彦技术总市值32.97亿元,张岚分割获得的股份价值约为1.58亿元。

彼时的邦彦技术才刚刚上市一年,且在上市当年就净利润下滑51%,几乎是业绩腰斩。有市场人士猜测,邦彦技术实控人或为离婚式减持。

需要指出的是,5月24日,减持新规发布后,不少上市公司披露了股东的减持计划,例如吉大正元、宸展光电、七一二、中微公司等。

记者发现,已有公司针对减持新规修改了自身的减持计划。

在首次披露减持计划的三天后,5月27日晚,圣龙股份根据最新的减持管理办法发布补充公告,对减持时间进行了修改,并细化说明不同减持方式的比例。

具体来看,公司24日晚公告中提及的减持时间为:“采取大宗交易方式减持公司股份的,将于减持计划披露之日起3个交易日后的90日内进行,即减持期间为2024年5月30日至8月27日。”而在最新公告中,已改为“以集中竞价方式和大宗交易方式减持,将于减持计划披露之日起15个交易日后的90日内进行,即减持期间为2024年6月18日至9月15日”。同时,补充公告新增了不同减持方式的比例说明,即“采取集中竞价方式减持公司股份的,在任意连续90日内,减持股份总数不超过公司总股本的1%;采取大宗交易方式减持公司股份的,在任意连续90日内,减持股份总数不超过公司总股本的2%”。

傲基科技“依赖症”未除

记者 李昕

今年,“新质生产力”成为热词,而发展跨境电商、海外仓等外贸新业态无疑是外贸新质生产力的重要表现形式。

与此同时,家具家居类跨境电商傲基科技正在排队等待港交所的上市审核。作为曾经风光无限的“华南城四少”之一,近年来,傲基科技发展风波不断。

公司于2019年8月向上交所申请科创板IPO,但却不了了之,此后于2021年5月转战深交所,递交创业板上市申请。由于亚马逊封号潮的打击,公司主动撤回申请,上市无疾而终。

此次傲基科技再次向港交所发起冲刺,从业绩层面来看,傲基科技似乎已经重整旗鼓,走上正轨。细究之下,公司依旧存在对于电商渠道,尤其是亚马逊平台的依赖。对于近年来逐渐成为公司另一发展支柱的跨境物流业务来说,随着行业利好不断,预计未来竞争会进一步加剧,公司该业务的盈利能力或进一步受到冲击。

依赖亚马逊

从全球市场竞争来看,家具家居类市场参与者众多,市场分散程度高。

根据弗若斯特沙利文发布的数据,2023年,按GMV排名的全球前五大家具家居类B2C电商卖家总计占据5.1%的市场份额。排名第一的宜家市场份额为3.9%,其次为排名第二的无印良品,

仅占据0.4%的市场份额,傲基科技在全球排名第五,市占率为0.2%。

家具家居类B2C海外电商市场之所以呈现高度分散化,且无强势品牌的现状,与卖家产品销售高度依赖销售平台有关。对于消费者来说,对品牌的心智在一定程度上停留在亚马逊等购物平台上,卖家因此难以形成较为强势的品牌势能,从而在销售方面难以摆脱渠道的限制。

2021年,受到亚马逊平台的封号事件影响,傲基科技截至2021年年初于亚马逊平台的318家网店中,有276家受限,线上账户总计约2.36亿元资金被冻结。

此后,傲基科技转向推进品牌和精品战略,家具家居类产品的占比明显提升,其他各品类明显收缩。据悉,公司已下架的相关产品主要收录在消费电子类及运动健康类产品类别下。

2023年,傲基科技有11个品牌GMV超过1亿元,其中按GMV计,有6个产品品类(包括床架、食品柜和梳妆台等)在亚马逊美国网站排名第一,10个产品品类(床架、床和冰箱等)在亚马逊美国网站的市场份额达到10%以上。

2021年至2023年(下称“报告期”),傲基科技的营业收入分别为90.71亿元、71.00亿元及86.83亿元,净利润分别为-5.90亿元、2.23亿元及5.20亿元。能够发现,在2021年亚马逊事件的影响之下,公司营收和净利润水平都受到了较大影响,其中2021年净利润出现亏



资料图片

损。

正所谓“鸡蛋不能放在同一个篮子里”,“封号潮”之后,主动或被动地,傲基科技对亚马逊的依赖程度明显下降,并加大了对沃尔玛、Wayfair等渠道的布局力度。

从招股书中披露的数据来看,傲基科技近几年在亚马逊平台产生的收入明显下滑,订单量也出现持续下滑,分别为1967万个、735万个及620万个。不过与此同时,每笔订单的平均价格呈现上升趋势,由2021年的447元上升至2023年的823元。

虽然对于亚马逊平台的依赖度有所下降,但受限于亚马逊的市场地位以及目前的消费者习惯等原因,目前该平台依然是傲基科技最主要的销售渠道,2023年销售占比达到53.8%,超过半数。

报告期内,在沃尔玛平台产生的销

售收入分别为2.76亿元、6.76亿元及9.51亿元,订单量分别为378个、930个及1256个;同期,在Wayfair平台产生的销售收入分别为1.57亿元、4.59亿元及8.72亿元,订单量分别为239个、627个及1150个。

对比能够发现,虽然来自沃尔玛和Wayfair两个平台的销售收入及订单量在快速上升,但相比亚马逊对公司营收的贡献还存在较大差距。

除上述平台外,招股书显示,傲基科技亦经多个其他第三方电商平台(如e-Bay等)销售商品。报告期内,来自这些平台的收入占总收入的比例分别为2.2%、3.0%及3.1%。对比来看,贡献依旧相对微弱且增长速度较为缓慢。

除线上渠道外,公司还通过布局线下渠道销售产品,主要包括线下经销商、直销商等。报告期内,于上述渠道产生的收入分别为3.48亿元、4.48亿元

及3.74亿元,占总收入的比例分别为3.8%、6.3%及4.3%。

综上所述,由于“封号潮”影响,公司近年来一直试图开拓其他销售渠道,但尚未完全摆脱对亚马逊平台的依赖。从其他平台来看,目前还缺乏成为支撑公司运营的另一强有力支柱。

竞争愈演愈烈

此外,跨境物流业务近年来逐渐成为支撑公司发展的新增长曲线。

具体来看,傲基科技通过设立子公司深圳西部智仓开展跨境物流业务,除为自有电商业务提供物流支持外,还为客户(主要是电商卖家)提供一站式物流解决方案,包括国内集运、头程国际货运服务、海外转运、海外仓储及订单派送。

招股书显示,报告期内,物流解决方案分别占总收入的比例从2021年的5.4%上升至2023年的19.0%。

根据弗若斯特沙利文的资料,按2023年采用海外仓模式的B2C出口电商物流解决方案产生的收入计,深圳西部智仓在中国所有B2C出口电商物流解决方案提供商中排名第四,市场份额约1.2%,且在所有专注于中大件的B2C出口电商物流解决方案提供商中排名第一。

截至2023年12月31日,公司在美国主要港口城市(包括洛杉矶、休斯敦、新泽西及芝加哥)及欧洲(主要是德国)

运营27个海外仓设施,总建筑面积超过500万平方英尺。

由于处于产业链上下游位置,公司开展物流服务也能够进一步反哺跨境产品销售业务。2021年起,公司销售成本中的物流成本不断下降,已由2021年的25.8亿元下降至2023年的18.6亿元,减少超7亿元物流费用。

不过,随着跨境电商快速发展,赛道竞争预计会愈加激烈。

5月24日,国务院常务会议审议通过《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》,国内电商海外仓建设获得政策支持,相关企业和资本进一步应声而动。

此前,全程智慧物流系统解决方案提供商兰剑智能董事长吴耀华接受媒体采访时表示,海外市场方面,公司关注跨境电商海外建仓的相关业务,已与希音等大型跨境电商长期合作。

嘉诚国际此前也表示,公司规划在境外设立海外仓巩固公司跨境电商全链路一体化服务优势。

以此看来,跨境电商物流领域未来竞争将愈加白热化,海外建仓成本进而可能被进一步抬高,而跨境物流服务业务的利润空间预计将会受到挤压。

这一点目前已经直接反映在傲基科技物流解决方案业务的毛利率层面,报告期内,公司物流解决方案业务的毛利率逐年下滑,分别为22.7%、17.8%及14.6%,未来预计公司将直面企业加快赛道布局和资本涌入带来的激烈竞争。