

财眼

乐视网确定退市 28万股东何去何从

靴子终落地，乐视网确定退市。5月14日晚间，深交所发布《关于乐视网信息技术(北京)股份有限公司股票终止上市的公告》称，乐视网股票终止上市。根据安排，乐视网将于6月5日进入退市整理期，退市整理期届满的次一交易日，乐视网股票将摘牌，预计摘牌日在7月20日。这也意味着，28万股东在“被关”逾一年之后将重新获得交易机会。但就以往退市股的退市整理期表现来看，连续多个“一”字跌停似乎成为标配，届时，28万股东的市值还将面临大幅缩水。

■新快报记者 陈学东

上市10年从“一哥”到退市

乐视网2010年8月12日上市，截至目前，上市时间已接近10年。上市之初和随后的一段时间，作为创业板的明星股，乐视网备受市场追捧。2014年，公司还曾坐上了“创业板市值一哥”的位置。2015年牛市期间，公司市值曾突破1500亿元。

但2016年底，整个乐视体系债务危机爆发，贾跃亭次年遁身美国。而他留下大量问题，把乐视网一步步拖向泥潭深处，仅占用、违规担保带给乐视网的亏空，就超过百亿元之巨。

乐视网2017年、2018年、2019年营业收入为70.3亿元、15.6亿元、4.9亿元。2019年的营收，已经仅剩2017年的7%左右。乐视网过去三年的亏损总额，已经逼近290亿元。2017年、2018年、2019年，该公司净亏损分别达到138.9亿元、41亿元、112.8亿元。

自债务危机发生后，乐视网经营情况

每况日下，负面新闻不断，最终落得退市下场。如今公司市值仅剩下67.42亿元，短短几年时间，市值缩水超过95%。截至今年一季度末，乐视网股东户数尚有28.08万户。贾跃亭仍系乐视网第一大股东，持股比例23.07%。

眼下，乐视网主要业务包括付费会员及短视频运营业务、版权业务及电视剧发行收入、广告业务(视频平台广告发布业务)和其他业务等。今年一季度，乐视网营收已经滑落到仅8895万元，亏损约1.5亿元。

第一大股东还是不是实控人？

有意思的是，在确定退市的当天上午，乐视网的另一个话题——谁是实控人？又在贾跃亭控制的乐视控股和乐视网之间撕了起来。

5月12日，乐视网举办网上2019年度业绩说明会。乐视网董事长刘延峰称，

截至2020年5月8日，贾跃亭持有公司92047.0732万股，占公司总股本的23.07%，贾跃亭虽然全部股份被冻结，大部分股份被质押，但其目前仍是公司的实际控制人。

乐视网2019年度业绩说明会举行两天后，乐视控股在5月14日一早突然发声明称，乐视网董事长刘延峰及公司相关管理人员在对外发表的内容和言论，存在严重的不实言论和误导性信息。

乐视控股在声明中表示，贾跃亭自2017年7月辞去乐视网董事长一职起便不再担任乐视网任何职务，后续随着前期他提名或委派的董事、监事、高管离任后，也再未提名或委派人员；之后贾跃亭未再对乐视网的经营管理(包括但不限于公章管理、财务管理等)有过任何决策或者指示，已不再实际控制乐视网。截至目前，真正实际控制乐视网的是公司现任董事、监事、高管。

捧强弃弱 A股两极分化

最高：贵州茅台1326.59元；最低：退市保千0.21元

新快报讯 记者涂波报道 近期，A股走势呈现“两极分化”趋势。5月以来，有125只个股创历史新高，与此同时，金亚科技、乐视网股票昨日被终止上市，ST锐电等多只ST股拉响面值退市警报。最新报价显示，A股最高价个股贵州茅台，报收1326.59元；最低价股退市保千，报收0.21元。有分析指出，优质高价股强者恒强，公募牛基扎堆、外资“举牌式”加仓，但散户却敬而远之；另一方面低价股散户扎堆，但股价表现却差强人意。

随着注册制的日益临近，A股市场200余只ST个股中，没有业绩支撑的频频出现跌停，面值低于1元的个股超10只，多只个股拉响面值退市警报。其中，退市锐电正式进入退市整理期，*ST兆新连续11个交易日跌停，市值不足1亿元，神雾环保和*ST美都则连续10个交易日面值低于1元，首次发布退市风险提示，股价均缩水九成以上。其中，神雾环保市值巅峰时曾达到379亿元，和兄弟公司神雾节能并称为环保行业的“神雾双雄”，昨日神雾环保最新市值仅7.68亿元，不及巅峰时一个零头。而

退市保千以最新报收0.21元，成为A股最低价股，截至3月31日，其前十大流通股东持有1.23亿股，占流通盘12.01%，主力控盘度较低，股东人数达9.28万。

与之相反的是，A股一些优质高价股强者恒强。同花顺数据显示，5月以来，有超百余只个股创历史新高，其中包括“股王”贵州茅台、长春高新和迈瑞医疗等，百元以上创新高的个股就达28只。在近期股价创新高的个股中，食品饮料大消费和科技生物类概念占据主导。

中国投保基金公司发布的报告显示，2019年在股票投资中盈利的受调查个人投资者比例达55.2%，盈利的散户其收益率区间普遍为10%-30%，另有约50%的散户在2019年的结构性小牛市中处于盈亏平衡和亏损状态，而在2019年获利的公募基金经理为91.4%，其中股票平均收益率超过40%，这意味着散户收益率落后基金经理至少40个百分点。

东方财富研究中心指出，以贵州茅台、安集科技等10只个股收盘价位列

A股前十为例，壹网壹创最新股价339.68元，最新股东户数仅6000人，相较年初减少33%，但股价涨幅却已接近翻倍。贵州茅台的前十大流通股东也均为机构，包括香港中央结算有限公司、中央汇金和中国人寿等。

创新高的个股中业绩均呈现增长势态。如安集科技最新价290.5元，2020年一季度净利润逆市实现同比增长426%。医疗保健概念股硕世生物最新价172.11元，一季度净利润增幅达670.91%。数据显示，A股上市公司2019年年报，已有逾190家上市公司被出具非标审计意见报告。而这些公司当中又有大量ST公司以及神雾环保和暴风集团等，不乏净润连续亏损公司。

市场人士分析称，随着A股资源逐步转向新兴经济结构，市场估值方法正在发生变化，从而使得持有低价股可能面临“低价陷阱”。另一方面，A股市场逐步向美股市场的成熟度接近，也使得A股优质公司开始适应百元或数百元的股价，并将高股价视为资本市场的品牌。

影视板块开始回暖
电影放映服务收入
今年免征增值税

新快报讯 记者郑栩彤报道 影院确定可以有条件开放后，政策优惠继续释放。财政部与税务总局昨日发布关于电影等行业税费支持政策的公告(下称“公告”)，提出2020年1月1日至2020年12月31日对纳税人提供电影放映服务取得的收入免征增值税，免征文化事业建设费。随着多地影院复工在即，政策优惠和行业自救并行，陷入“寒冬”三个多月的影视板块午后终于集体拉升。

公告提出，今年年内已征文化事业建设费和相应增值税的，可抵以后月份应缴税费或予以退还。电影行业2020年度发生的亏损最长结转年限由5年延长至8年。受消息影响，“消沉”已久的A股影视板块午后拉升明显，涉及院线业务的万达影视、上海电影和横店影视午后翻红，金逸影视收涨2.07%。

仍在等待“春天”的电影行业近期也在积极自救。华策影视、慈文传媒等6家影视制作公司和腾讯视频等3家企业近日联合发布倡议书，提出行业面临重创之时，视频网站和影视制作公司将动态调整演员薪酬、内容采购价格等影视剧各环节的成本和价格体系，并反对内容“注水”。有分析称，疫情压力测试下的内容行业正在加快实现从量到质的升级。

电影院线什么时候将真正复苏？国务院联防联控机制此前提出采用预约、限流等方式可开放影剧院等密闭式娱乐休闲场所。有院线经理表示，广东有希望5月份开放影院，但具体通知和影院开放标准还未下发。市场分析多判断，电影院开放后行业短时间内仍需面对人流量不足和新片不够的困境。

猫眼专业版显示，6月底前还没有“想看”人数过万的新片定档。而据新快报记者从院线业内人士拿到的复映电影单，多数上映日期也截至5月底。但目前看，消费者观影愿望已较强烈。据新浪财经近日发起的“电影院要开门了，你会第一时间去看电影吗”投票，近半数参与投票者表示肯定。有院线经理向记者表示，预计片方会根据电影院人流量恢复情况等安排新片上映时间。

国家市场监管总局要求彻查“大头娃娃”事件

广东发布特殊医学用途配方食品提示

新快报讯 记者陆妍思 通讯员粤市监报道 近日，湖南郴州永兴县“大头娃娃”事件引发广泛关注。据媒体报道，湖南省郴州市永兴县爱婴坊母婴店将一款固体饮料冒充特医食品销售给牛奶过敏儿童，虚假宣传特殊功能。5月13日晚，国家市场监督管理总局连夜发文责成湖南省市场监管部门对涉事商家进行彻查，依法从严从重处罚，及时向社会公布调查结果。

广东省市场监督管理局在5月13日迅速发布特殊医学用途配方食品提示。提醒消费者在选购特殊医学用途配方食品时要仔细查看产品标签，不要轻信个别推销人员将固体饮料当成特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉的宣传。

提示中指出，特殊医学用途配方食

品是指为满足进食受限、消化吸收障碍等人群对营养素的特殊需要，专门加工的配方食品。特殊医学用途配方食品必须在医生或临床营养师指导下，单独食用或与其他食品配合食用。

目前，适用于0月龄至12月龄婴儿的特殊医学用途婴儿配方食品，包括无乳糖配方或低乳糖配方、乳蛋白部分水解配方、乳蛋白深度水解配方或氨基酸配方、早产/低出生体重婴儿配方、母乳营养补充剂、氨基酸代谢障碍配方等。

据介绍，特殊医学用途配方食品必须经国家市场监管总局注册批准，产品标签应当标识的内容包括：产品名称、注册号(格式为：国食注字TY+4位年号+4位顺序号)、类别、适用人群、警示

说明和注意事项等。目前，市场上有不少标识为“深度水解蛋白配方粉”“氨基酸营养粉”“无乳糖营养配方粉”等，并声称适用于“过敏宝宝”或“无法食用乳蛋白及多种食物蛋白人群”等的固体饮料，此类产品不属于“特殊医学用途婴儿配方食品”，不能满足特殊体质婴幼儿生长发育的营养需求，不适合婴幼儿特别是12个月龄以下的婴儿食用。

如消费者对所购买的特殊医学用途配方食品存疑，或发现假冒或虚假宣传违法行为，可及时向当地市场监管部门举报，或拨打12345、12315投诉举报电话。据悉，获得注册批准的合法特殊医学用途配方食品，可在国家市场监管总局网站特殊食品信息查询平台，通过产品名称或注册号查询真伪。