

公司股价一年多跌幅超过70%，市值蒸发超过600亿元

董事长被立案调查，金发科技这是咋了



羊城晚报记者 李志文

近日，金发科技(600143)披露公告称，公司实际控制人、董事长袁志敏，因在2016年涉嫌内幕交易、泄露内幕信息，被深圳市公安局经济犯罪侦查局立案调查。虽然上述公告同时显示袁志敏现已取保候审，仍在正常履职，但资本市场对此反应很大，公告发出次日，金发科技股价应声大跌7.15%。

在过去短短一年多时间里，金发科技股价跌去了70%不止，市值蒸发超过600亿元。

金发科技工作人员在立体口罩车间内整理KN95防疫口罩 人民视觉 供图



A 时隔六年再被调查

公开资料显示，金发科技是一家聚焦高性能新材料的科研、生产、销售和服务，为创造更加安全、舒适、便捷的人类生活提供全新的材料解决方案的新材料企业，曾作为“可降解概念龙头股”，备受二级市场追捧。

证监会处以行政处罚。2016年3月1日，金发科技披露员工持股计划。袁志敏作为内幕信息知情人，提前安排他人买入金发科技股价，并由此获利32.73万元。证监会为此最终对袁志敏及合伙人作出处罚决定：没收所得的32.73万元，并对袁志敏处以58.91万元罚款。

那为何袁志敏过了那么多年还被立案调查？记者为此采访了深圳市律师协会专业委员、曾担任上市公司法务负责人的律师郑华。郑华告诉记者，证监会的处罚是一种行政处罚行为，并不属于刑法范畴的处罚。但在具体的司法实践中，内幕交易行为除了违反行政法规以外，还可能构成刑事犯罪，证监会在调查后，发现可能构成犯罪的，须将该案件移交公安部门。

不过，由于内幕交易行为具有隐蔽性强、调查难度大、证据收集难、分析时间长等特点，因此直到2022年，公安机关才正式对袁志敏进行立案调查。至于袁志敏是否会面临刑事处罚，郑华则表示，需要根据调查的情况和法院的判决来分析。郑华认为，根据证监会披露的信息，袁志敏构成《中华人民共和国刑法》第180条规定的内幕交易、泄露内幕交易罪，且符合“情节严重”的情形，适用于《中华人民共和国刑法》“处五年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处违法所得一倍以上五倍以下罚金”的规定。

但郑华也补充道：“行为人如实供述犯罪事实，认罪悔罪，并积极配合调查，退缴违法所得的，可以从轻处罚。”关于袁志敏被立案调查会对公司造成哪些影响这一问题，记者多次尝试采访金发科技有关负责人，但截至记者发稿，仍未获得回复。

B 公司业绩增长乏力

记者研究发现，作为董事长的袁志敏被立案调查，只是导致金发科技股价进一步下跌的“稻草”，根本原因还是该公司的业绩增长乏力。

作为可降解材料这一细分行业的龙头之一，金发科技早已便布局了“生物可降解”原材料PBAT(热塑性生物降解塑料)的生产。2020年，随着“禁塑令”全国各地陆续实施，金发科技由此搭上了行业发展的东风，迎来了第一重利好。另外，2020年前后，由于新冠肺炎疫情的爆发，金发科技开始生产口罩、防护服、手套等防疫产品，又进一步带动了其业绩与股价双涨。

2021年2月，金发科技股价达到历史最高点32.20元，市值突破800亿元。但在此之后，金发科技股价一路向下，截至2022年6月1日，已下跌超过70%，市值蒸发

超过600亿元。

究其原因，无非两个：首先，随着多家大型制造业企业陆续亲自下场造口罩、呼吸器、丁腈手套、防护服、一次性使用手术衣等产品，该板块的竞争陡然加大，高毛利时代一去不返，金发科技由此少了一个主要盈利点。

另外，可降解材料赛道的拥挤，也是公司股价不被看好的另一个重要原因。金发科技2021年年报显示，其下半年可降解产品销售仅为3.56万吨，环比上半年下滑了19.3%，整年的毛利率也下降了6.45%。

广东省塑料工业协会降解塑料专委会会长牟斌此前接受媒体采访时认为，可降解市场原料的规划产能已远高于市场需求，并预测，市场上PBAT、PLA(聚乳酸)产品将在2023年中出现产能过剩。

深圳国资入主按下加速键

兆驰股份押注mini LED

羊城晚报记者 黄婷 实习生 王仪

前有剥离供应链业务，后有易主深圳国资，积极回归LED主业，液晶电视ODM龙头兆驰股份(002429)近一年来可谓悲欣交集。

兆驰股份控股股东南昌兆投及顾问近日与深圳资本集团及亿鑫投资签署了《股份转让协议》，南昌兆投将向收购方深圳资本集团转让公司股份合计8.93亿股，本次拟转让股份数量占比19.73%，持有表决权的股份比例为19.73%。公司控股股东及实际控制人将变更为深圳资本集团。

已剥离供应链业务

今年2月底，围绕兆驰股份的好消息和坏消息几乎同时传来。在兆驰股份披露的风险提示公告中，公司称子公司兆驰供应链的资产包含商业承兑汇票28.27亿元。

根据2021年年报，为对相关应收项目计提减值准备，兆驰股份年度业绩受到拖累，2021年全年归属于上市公司股东的净利润为3.33亿元，下降了81.12%。为了摆脱“包袱”，兆驰股份不惜剥离兆驰供应链，并一举购买深圳市北融信投资发展有限公司旗下的昆明丰泰44.62%的股权，将恒大债权转移给北融信。

此前，兆驰股份还同时公开了深圳国资拟入主的重大利好。据2月28日公告，南昌兆投及其一致行动人、实控人顾问与深圳资本集团及其亿鑫投资签署了《股份转让框架协议》，为最近《股份转让协议》的正式落地作了铺垫。

此次在签署《股份转让协议》之外，南昌兆投及其一致行动人、实际控股人顾问还签署了《关于不可撤销的放弃表决权承诺函》，对所持股份表决权进行限定和缩小，约定自标的股份交割日起，在深圳资本集团作为公司控股股东或实际控制人期间，南昌兆投、顾问合计仅保留公司5%比例的表决权。

去年年报显示，公司全年营业收入构成多为多媒体视听产品及运营服务占比77.94%，LED产业链占比20.29%，供应链管理占比1.78%。

发展重心重回主业

入主兆驰股份的深圳资本集团，是深圳市属唯一的国有资本运营公司，也是深圳市国资委拓展产业链的重要主体。据统计，

深圳国资在境内、境外其他上市公司拥有权益的股份达到或超过该公司已发行股份5%已达8家，包括建科院、中集集团、深南电、天健集团、科陆电子等。

深圳资本集团通过股权投资和纾困基金助力深圳实体经济稳定发展。公司董事长胡国斌曾表示，在股权投资业务领域，深圳资本集团以实现深圳国资布局战略性新兴产业和培育深圳国资系的利润增长点为核心目标，通过股权结构重组实现国资增量布局与国有资本保值增值。

谈到旗下两只总规模50亿元纾困基金，胡国斌介绍：“深圳资本集团的参与一定程度上缓解了相关上市公司的股票质押平仓风险，改善了这些民营上市公司资金流动性，增强了投资者信心，同时，对于深圳市战略性新兴产业的稳定发展也起到了良好的推动作用。”例如，深圳资本集团曾于2018年上市公司股权纾困专项基金形式入股科陆电子，随后持续增持成为控股股东。近期消息称，公司拟将其持有的科陆电子8.95%股份委托给美的集团。

对于深圳国资入主的影响，兆驰股份在前期公告中表示，未来，公司将充分借助深圳资本集团各项优势，在资金支持、业务合作等方面深化与深圳资本集团及其关联的国资体系内的公司密切合作，在产品创新与产业链的延伸中不断寻找新的成长空间，进一步激发公司活力，促进公司高质量发展。记者也就后续计划等问题咨询了兆驰股份相关人员，截至发稿时暂未答复。

早在“踩雷”之前，兆驰股份曾违规的“票据质押放款”的业务，一度遭到证监会的监管，此后仍持续开展票据转让贴现业务。随着供应链业务的剥离，深圳国资的人主，近期兆驰股份的发展重心又重新回归了LED主业。

随着新一代显示市场逐渐走进了超高清时代，Mini LED已成为新型LED显示领域主要的技术方向。今年3月，兆驰股份宣布在南昌高新区投资建设mini LED芯片及RGB小间距LED显示模组项目。项目预计总投资50亿元，其中设备投资约25亿元，项目预计于2023年完成设备安装调试并正式投入运营。而押注mini LED领域的兆驰股份能否实现“逆袭”，仍有待时间检验。

上投摩根：当前正是定投好时机

近来，A股的表现相对比较强势。上投摩根基金指出，随着市场持续回暖，A股已重回3100点，对于投资者来说，当前仍是开始定投的好时机。

值得注意的是，定投还需要做好产品的优选，建议选择成立时间长、业绩优异的基金。以上

减免购置税对燃油车有多大刺激

专家预测：带动增量预计达200万台



国家宣布阶段性减征部分乘用车购置税600亿元后，5月31日，财政部和税务总局发布公告，对在6月1日至12月31日期间内且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车，减半征收车辆购置税。有分析显示，减税政策实施后预计增量达到200万台。但是燃油车价格的上涨也让购买者处于观望中。

A 有望全面拉动自主品牌车型

广东、吉林、浙江、山东等多地自4月下旬起，纷纷出台汽车促销政策支撑车市。此前，广州也明确今年5月到6月额外增加3万个节能车增量指标配置额度。深圳市上周也针对购置税符合条件的新能源汽车并在深圳市内上牌的个人消费者，给予最高不超过1万元/辆的补贴。

相比于促销政策，购置税是一个有力的工具。根据2019年7月1日颁布的车辆购置税法，规定税率固定为10%。而新能源车由于仍在享受免购置税政策的实施，通过实施600亿元汽车购置税减半措施，从消费端是让消费者消费升级的政策导向，降低购买压力，拉动汽车消费付汇到正常轨道。对流通领域的意义是改善经销商的生存状态和发展信心。从生产端是需求回暖拉动厂家复工复产的较强产能的释放，促进生产端尽快恢复增长到正常轨道，进而拉动工业增加值和产值的恢复。

乘联会秘书长崔东树表示，鼓励燃油车消费是鼓励民生需求的恢复，尤其是拉动首购和换购需求的增长。通过实施600亿元汽车购置税减半措施，从消费端是让消费者消费升级的政策导向，降低购买压力，拉动汽车消费付汇到正常轨道。对流通领域的意义是改善经销商的生存状态和发展信心。从生产端是需求回暖拉动厂家复工复产的较强产能的释放，促进生产端尽快恢复增长到正常轨道，进而拉动工业增加值和产值的恢复。

乘联会5月中旬预计今年零售销量是1900万台，同比下降5%，崔东树认为，通过购置税优惠等诸新政策的实施，通过7个月的促销努力，推动全年国内零售达到2100万台的规模，新政策实施后预计增量达到200万台左右。“此举有望全面拉动全部的自主品牌车型，全部合资主流车型，部分入门级豪车市场的需求爆发。尤其对混合动力车型有很好的拉动，自主的长城、吉利、长安、红旗、上汽乘用车、广汽乘用车等都有很好的提升。”

文图 羊城晚报记者 戚耀琪



许多消费者对购置税的减免很感兴趣

B 部分车型涨价将增购买压力

乘联会的数据显示，2021年全国汽车保有量3.02亿辆，而拥有汽车驾照人数，高达4.44亿，其中，26岁-50岁有3.40亿人；2021年全国79个城市的汽车保有量超过百万辆，一年增加9个城市，全国地级市近300个，二线城市乃至省会城市人均汽车保有量，提升的空间，潜在需求的依然巨大。

目前的减税是在对冲消费者的购车压力，而消费者的压力主要还是来自涨价的预期。自今年以来，新能源车在1月、3月已经引领了两波的涨价潮，在5月里，就连燃油车也跟着新能源车公开涨价了。当前，汽车行业面临着严重的缺芯少电、原材料价格上涨、零部件匮乏等危机，供应不足，加上成本传递导致在终端上涨价。

诸如蔚来、一汽大众、东风、极狐、小鹏、极狐等厂家已经涨过了一轮价，涨价幅度从5000元-20000元不等。宝马经销商也对记者表示，中国在售的车型6月1日正式上调厂商建议零售价。实际上，相比

于之前优惠10万元的幅度，如今仅仅优惠5万元。优惠大大缩水，这对消费者来说，也等同于涨价。更要命的是，一面涨价，一面还得等车，有的豪华品牌的热销车型，排队最长的可能要等半年之久。即使是如小鹏这样的国产品牌，也对记者不讳言已经涨过价，而且热门车型也是要等三个月以上。

不过也有车企表态，暂时不涨价。广汽传祺负责人告诉记者，目前的芯片和零部件短缺问题非常严重，因为零部件都来自上海及周边，生产和物流未恢复，也会导致供应无法缓解，很多车型都没法交付，但是目前并没有涨价的措施，“只能是压缩利润少赚点”。

控制者多位潜在消费者了解到，大部分消费者对涨价不以为然，认为车企“没有底线”。有人认为：“新能源车涨价，导致人们重新考虑燃油车。这时候，燃油车自然也会趁机涨价。”也有消费者表示：“车价不可能一直涨下去，如果低端车涨到中端车的价位就没人买了。”

奥迪花了重金收了差评 远远不止版权这么简单

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

日前，北大满哥通过社交媒体发布了声明，对被抄袭事件再次作出回应。北大满哥在声明中表示，目前三方已经达成协议，“我把去年小满的作品文案进行了免费授权”。

如果今天搜索奥迪两字，跟在后面的还会是“广告抄袭”四个字。这次的事件，虽然不是奥迪自己策划的，而是被代理公司的不负责任搞了，但公众只会记住奥迪。一个品牌想让人们记住的方式很多，社会事件是最具有能量的一个。可惜能量往往都是破坏性强于建设性的。即使已经被授权了，奥迪终究是花了重金收了差评，典型是搬起石头砸了自己的脚。奥迪是不是也该追溯广告公司要求赔偿损失呢？

审查内容应该是每一个环节的工作，这无论甲方还是乙方、丙方都应该有的基本意识和态度。本科生写毕业论文都知道查重，都要避讳重复，耗费几百万上千万元的创意类项目却未见查重。这显示出代理人的生意观是有问题的：花钱的地方应该是大场面、大明星、大制作上。在最根源的文案版权上却没想着花钱，宁愿去偷。那么审查的就不是版权归属问题，而是一家以创意立身的公司是不是根本没有原创能力，而是习惯免费用别人的思想。

在平台上，在生活中，确实是无处不在的复制粘贴。如果不是像这次全盘照抄，而是东南西北组装起来的，侵权责任其实是难以追责的。我们也怪不得这类广告公司。因为甲方企业偏好的东西，就是他们想要的东西，就是平均的认知和感动的阈值。在经历过无数次被甲方虐待后，乙方希望方案通过，模仿的风险是最低的，原创的成本才是最高的。

就汽车业来说，应该是一个最讲究创新的行业，不然也不会喊“启迪未来”。但是创新的是设计、车灯还是四驱系统？是重视看得见的，还是看不见的安全？企业会花费重金将电影拍得很好看，但未必会花钱在很保险的厚度上。同样的，为名人花大钱是很容易获得通过的，因为名人就是流量。但是背后的版权、为民间草根作者花大钱可能就会被认为没有性价比的。企业对外态度，会决定广告创意，也会折射经营理念。

公众常常把美等同于善，美就是真，一感动就可收拾，却忽略了美的来源是否合法合情。类似于象牙制品很美，背后的生意却是非残忍的。虽然完全的原创是很罕见的，企业也没法改变抄袭大环境，但至少要有基本的常识和底线。再高明的抄袭，即使能蒙了外行人，也终究是原创能力的匮乏。

如今多少车企的原创、车名、设计都是高度雷同和相似，以为从众就是对的，就能好卖。然而，坠落尘埃的模仿，还如何让让自己的鲜明特征被人记住，还能代代传承呢？演员只能去模仿，作家天生要创作。智慧如果要有价，那就要出钱，创作如果想原声，那就要购买。这次事件的教训不只是让汽车企业记住了以后必回版权，更是启示业界：模仿终究是穷途末路。