

超 120 家上市公司年报被“非标”

上市公司 2017 年年报和 2018 年一季度报已经“收官”。统计显示,其中有超 120 家上市公司被审计机构出具年报“非标”审计意见。一般来看,财务报表的审计意见包括五种,分别为标准的无保留意见、带强调事项段的无保留意见、保留意见、否定意见、无法表示意见,后四种均为“非标”审计意见。

以一汽夏利为例,该公司 2017 年被出具与持续经营相关的重大不确定性段落无保留意见审计报告。2017 年,公司净亏损 16.4 亿元。会计师事务所认为,一汽夏利管理层运用持续经营假设编制 2017 年度财务报表是适当的,但存在重大不确定性,且财务报表已对重大不确定性作出了充分披露,注册会计师应当发表无保留意见,并在审计报告中增加以“与持续经营相关的重大不确定性”为

标题的单独部分。

业内人士表示,在监管趋严形势下,上市公司经营业绩不佳,甚至存在财务舞弊行为是“非标”审计意见增多的原因之一。

岳成律师事务所合伙人岳岫山坦言,在以往的证券事务审计中,有一些证券资格会计师事务所“迁就”上市公司,甚至有个别事务所、会计师明知故犯,成为上市公司财务舞弊造假的“帮凶”。但随着证监会及沪深交易所、协会监管趋严,这种“传统默契”正在被打破。

据了解,此前证监会统一组织检查了部分审计机构和评估机构。根据检查结果,证监会对 10 家审计机构及 53 人次注册会计师、9 家评估机构及 20 人次资产评估师分别采取了监管谈话、出具警示函、责令改正等行政监管措施,并记

入诚信档案;同时,还将部分审计、评估机构的违法违规行为移交稽查处理。

证监会新闻发言人高莉表示,证监会一直强调,审计、评估机构是资本市场的重要参与者,在提升资本市场会计信息质量方面起着重要作用。今后,证监会将继续坚持依法从严监管,强化审计、评估机构的主体责任,以现场检查为抓手,督促审计、评估机构加强内部管理,健全质量控制体系,提升执业质量,以满足资本市场高质量的业务需求,保护投资者合法权益。

对于上市公司而言,“非标”年报不仅不是面子问题,而且很有可能决定上市公司的命运和前途。

上交所《股票上市规则》显示,上市公司“最近一个会计年度的财务会计报告被会计师事务所出具无法表示意见或

者否定意见的审计报告”,上交所将对其股票实施退市风险警示;若连续两年被出具“无法表示审计”意见,公司将有可能被暂停上市。例如,*ST 海润两次被审计机构出具“无法表示意见的审计”报告,该公司股票 5 月 2 日起停牌,上交所将在公司股票停牌起始日后的 15 个交易日日内作出是否暂停公司股票上市的决定。

此外,川财证券研究所所长陈雳表示,“非标”审计报告的增多在一定程度上说明监管层对审计部门中介机构监管趋严,有利于为 A 股投资环境营造利好空间和氛围。随着监管逐渐趋严,上市公司年报的可信度与客观性有所提高,将倒逼上市公司做好主营业务、回馈股东,有利于投资者更理性客观地投资。

据《经济日报》

提示

围绕“杜康”商标的纠葛持续 20 多年,近年来双方转战天津、河南等多地密集打官司,各有胜负。商标“争夺战”为何没完没了? 两家“杜康”酒企的商标之争还没有结束。

“杜康”纠葛持续 20 多年 商标“争夺战”为何没完没了?

5 月 9 日,天津市高级人民法院公开审理了洛阳市杜康控股有限公司(以下简称“洛阳杜康”)起诉陕西白水杜康酒业有限责任公司(以下简称“白水杜康”)、乐天超市天津北辰店侵害商标权案件。法院未当庭宣判。

近 3 个月前,天津市第一中级人民法院对上述案件作出一审判决,驳回洛阳杜康诉白水杜康侵犯“杜康”商标权的诉讼请求。

这并不是两家企业围绕“杜康”商标的第一次诉讼。业内人士认为,诉讼争端牵制了两家酒企大量的时间、精力和资金,掣肘了企业发展。而和“杜康”一样,许多老字号企业都曾陷入旷日持久的商标“争夺战”。

一场硝烟四起的商标战

记者在中国裁判文书网上查询到,从 2016 年起,洛阳杜康和白水杜康在天津、河南、陕西、北京、上海等地,打起了密集的官司,涉及民事、行政诉讼。诉讼争议主要针对商标侵权、商业诋毁、不正当竞争。双方各有胜负。

今年 2 月 24 日,天津市第一中级人民法院的一审判决认为,白水杜康对于“杜康”商标的商誉作出了贡献,且将“白水杜康”文字作为商品名称使用的行为符合消费者的呼叫习惯和行业惯例。原告洛阳杜康没有证据证明被告侵权产品属于刻意模仿等攀附原告商标或商品知名度,因此认定被告白水杜康实施被诉侵权行为主观上为善意。

洛阳杜康不服,提起上诉。5 月 9 日天津法院就该案进行了二审。

同样的商标侵权案,河南省高级人民法院给出了不同的判决。

4 月 16 日,河南高院作出二审判决,认定白水杜康构成侵权,并判定白水杜康向洛阳杜康支付包含合理开支在内的各项损失共计 1500 万元,责令停止生产侵权产品。

河南省高级人民法院在判决书中表示,白水杜康在使用“白水杜康”标识时,并没有将四个字作为一个整体使用,“杜康”两字和“白水”两字被拆分使用,左右排列,“杜康”两个字被突出使用等。这些都使普通消费者在购买被控侵权商品时,只注意到“杜康”文字,容易引起消费者混淆与误认。

记者查询发现,白水杜康申请的商标主体文字为“白水杜康”,其中“白水”居于“杜康”上方,呈现一定弧度。洛阳杜康持有的商标中,“杜康”二字突出。洛阳杜康认为,白水杜康在商标使用过程中,弱化“白水”,突出“杜康”,这一行为侵犯了洛阳杜康商标的使用权。

老字号扎堆打官司

事实上,两家“杜康”公司的纠葛可以追溯到 20 多年前。上世纪 70 年代,伊川杜康、汝阳杜康、白水杜康成立,生产杜康酒。1981 年,三家酒厂同时提出了商标注册申请。后来,在多个政府部门的协调下,伊川杜康注册“杜康”商标,汝阳杜康和白水杜康共同使用。1992 年,“杜康”商标进入续展期,三家企业再因商标问题起争端,在相关部门的协调下依旧未能解决问题。1996 年 12 月,经白水杜康申请,商标局核准了其“白水杜康”商标。2009 年,伊川杜康和汝阳杜康合并,同属于洛阳杜康旗下,“杜康”商标归洛阳杜康使用。

“历史问题是引发持久纷争的最大原因。”北京市京师律师事务所律师李海彬表示,白水杜康和洛阳杜康的“杜康”之争中,最开始三家企业共同使用一个商标,商标局还没颁布,当时对于商标的保护、权利的保障等都不明确。

熊超指出,近年来进入公众视野的多起“老字号”商标纠纷,也多因这种“历史遗留问题”而旷日持久。

记者梳理发现,沸沸扬扬的加多宝、王老吉“红罐之争”,自 2010 年以来,双方的官司拉锯战已经进行了 20 余次。直到去年,才以“共享”的判决尘埃落地。

被称为“中国葡萄酒知识产权第一案”的解百纳商标之争,历经曲折并多次“翻案”,最终以几大国产葡萄酒厂商的和解告终。2002 年至 2011 年,多家葡萄酒企业因此展开了长达 9 年的商标争夺战。

此外,稻香村、张小泉、狗不理等老字号也产生了类似没完没了的纠纷。

两败俱伤还是握手言和

一场商标诉讼,可能要走一审、二审甚至再审,民事、行政诉讼交织。涉及老字号的官司,由于历史原因,解决起来会更加困难。这个过程一般都牵扯了企业大量的精力、人力和财力,甚至对企业经营带来影响。这样的官司,为何还要打?

“这背后可能涉及企业多方利益博弈。比如,可能为了炒作以扩大企业知名度,或者为了阻击竞争对手,拖延对方上市进程等。”北京志霖律师事务所律师任中国政法大学知识产权研究中心特约研究员赵占领说,“当然,争夺商标所有权是最主要的原因。”

熊超也强调了商标权本身的重要性。“按照商标法规定,商标权是归属于某一家企业独占的专用权利。如果市场上出现不同主体拥有近似或相同的品牌,势必会侵犯商标所有者的独占权,这可能带来对经济秩序的破坏。”

不过,熊超表示,“一味死斗并不是最好的结果。”他认为,“红罐之争”的“共享”模式可以参考。“企业为何不坐下来谈谈,一起把品牌做好?”

北京中闻律师事务所律师赵虎告诉记者,从法院对类似案件作出的裁判来看,法官会综合考虑历史、现实、公平等因素。“可以探索在‘共享’的前提下加一些区别标识,或许是一种比较好的方式。” 据新华网

前沿 QIANYAN

工信部白皮书:我国区块链产业生态初步形成

本月 20 日,工业和信息化部信息中心发布的《2018 年中国区块链产业白皮书》(以下简称白皮书)显示,我国区块链产业生态初步形成。截至 2018 年 3 月底,我国以区块链业务为主营业务的区块链企业数量达到 456 家,产业初步形成规模。从上游的硬件制造、平台服务、安全服务,到下游的产业技术应用服务,到保障产业发展的行业投融资、媒体、人才服务,各领域的产业生态已经基本完备,区块链产业链条已经形成。

“我国区块链产业目前处于高速发展阶段,创业者和资本不断涌入,企业数量快速增长。”白皮书显示,从中国区块链产业新成立公司数量变化来看,2014 年该领域的公司数量开始增多,到 2016 年新成立公司数量显著提高,超过 100 家,是 2015 年的三倍多。2017 年是近几年的区块链创业高峰期,由于区块链概念的快速普及,以及技术的逐步成熟,很多创业者涌入这个领域,新成立公司数量达到 178 家。

股权投资情况可以较好反映社会资本对产业的关注和支持力度。白皮书显示,2018 年涉及区块链公司股权投资事件数量为 249 起。从 2016 年开始,区块链领域的投资热度出现明显上升,投资事件达到 60 起,是 2015 年的五倍。2017 年是近几年的区块链投资高峰期,投资事件数量接近 100 起。2018 年第一季度,区块链领域的投资事件数量已达到 68 起。

“区块链产业目前还处于非常早期的阶段,随着整个产业的高速发展以及项目落地速度的加快,融资轮次将逐渐往后延伸,未来会出现更多进入中后期阶段的项目。”白皮书编写委员会主任、工信部信息中心工业经济研究所所长于佳宁表示,从目前趋势来看,由于区块链技术的落地速度也在加快,市场开始趋于理性,股权投资人更愿意投资能看得到具体落地场景的项目,预计今年区块链领域的投资会是一个高峰期。

据《经济参考报》

链接

区块链(Blockchain)是分布式数据存储、点对点传输、共识机制、加密算法等计算机技术的新型应用模式。所谓共识机制是区块链系统中实现不同节点之间建立信任、获取权益的数学算法。

狭义来讲,区块链是一种按照时间顺序将数据区块以顺序相连的方式组合成的一种链式数据结构,并以密码学方式保证的不可篡改和不可伪造的分布式账本。

广义来讲,区块链技术是利用块链式数据结构来验证与存储数据、利用分布式节点共识算法来生成和更新数据、利用密码学的方式保证数据传输和访问的安全、利用由自动化脚本代码组成的智能合约来编程和操作数据的一种全新的分布式基础架构与计算方式。



瓜果为何吃不出“小时候的味道”?

经常上菜市场买菜的人都有这样的体会,现在的西红柿变得越来越大,摸上去像土豆似的,有时挑遍整个菜场,都挑不到几个软一点熟一点的。回家切开来一尝,完全没有以前小时候成熟的西红柿“皮一撕汁水直滴、咬一口口中带酸”的感觉。

对这种现象,有网友将其归结为化肥、激素、催熟剂以及反季节栽培等等。最近记者参加了江苏省农科院培育的蔬菜新品种展示洽谈会,才了解到真正的原因。

好吃的西红柿不耐储运

江苏省农科院科技服务处处长羊青平长期从事蔬菜研究,并担任蔬菜研究所所长多年。他说,西红柿不好吃,跟生产过程中化肥用得太多等做法有一定关系,但最主要还是由品种决定的,不好吃的品种,无论怎么种都不会好吃。现在在农科院培育的西红柿品种,不乏口感很好吃的,问题是没有人愿意种。

羊青平解释称,按理说,消费决定生产,消费者喜欢吃什么,农民就种什么品种,但实际生产中完全不是这么回事。西红柿的生产,涉及到育种、种植、批发、零售、消费 5 个环节,现在市场选了卖的不是消费者,也不是种植者,而是批发商。在全国大流通的格局下,市场上的蔬菜来自几百公里乃至几千公里之外都是常事。这么远的运输距离,这么长的运输时间,要想保持蔬菜完好无损地售出,耐储藏、耐运输成为第一要务。为此,批发商在采购西红柿时,特别青睐那些耐储运、

损耗小的品种,口感只能退而求其次了。现在生产和流通格局都变了,口感好的品种就这样被无情淘汰了。

不少瓜果遭遇同样难题

许多瓜果都面临同样的遭遇。记者前不久跟随江苏省农科院休闲农业研究所所长周建涛,一同前往无锡市惠山区阳山镇,参加一个水蜜桃的生产技术研讨会。周建涛在会上介绍说,虽然近年来阳山水蜜桃名闻天下,但论起口感,其实浙江奉化的水蜜桃才是最好吃的,不过,江苏的消费者不要说吃到了,很多人连听都没听说过。为什么这么好吃的桃子不运到江苏市场上来卖呢?最主要的原因就是奉化水蜜桃太软,太不耐储运,只能在当地销售,很难外运。而阳山水蜜桃之所以销售范围越来越广,就在于品种选择得当,找准了口感好与耐储运的最佳结合点。然而,也正因此阳山水蜜桃的销售半径不断扩大,有些桃农为了适应远距离长途运输的需要,开始改种一些耐储运的品种,这势必会影响到口感。

如何解决这个矛盾?

果品对“耐储运”的重视胜过追求口感品质,不是国内独有的现象。为了适应出口需要,美国果品品种特别注重抗病性和耐储运,不太讲究口感。相比之下,日本农产品口感品质要比美国的好得多,但抗病性和耐储运差,所以只能内销。

如何解决这个矛盾?江苏省农科院

果树研究所所长李明明说,随着高铁、高速公路的不断延伸,冷库、冷藏运输车等冷链技术的普及和提高,电商和快递业的兴起,包装技术的完善,果品运送到消费者手中的时间明显缩短。今后市场将

会出现分化,普通消费者仍会购买耐储运的果品,少数对口感品质特别讲究的消费者,商家可以采用带果品高档防撞防撞独立包装,专卖直销店,快递等办法,满足高端需求。 据新华网

