

# 上市資訊

2018年12月号（总第30期）

发行上市中心

2018年12月4日

---

## 目录

### 【发行信息】

股票发行上市信息

债券发行上市信息

### 【交流动态】

武汉市金融干部与企业家走进上交所

上交所与浦东新区共建长三角资本市场服务基地并揭牌

江苏省金融干部资本运作培训班暨走进上交所

### 【检查实务】

面向终端客户企业的收入核查“最后一公里”

### 【监管动态】

沪市食品药品行业上市公司质量控制自查情况分析

## 【发行信息】

### ■ 股票发行上市信息

#### 1、股票发行融资情况

截至11月30日，今年上交所IPO上市企业55家，募集资金849.37亿元，股票再融资企业240家，募集资金5098.67亿元。

#### 2、在会审核企业情况

截至11月30日，证监会按周公布的主板、中小板、创业板在审企业共计280家。其中，上交所在审企业122家，深交所在审企业158家（中小板53家、创业板105家）。

#### 3、新增IPO申报情况

截至11月30日，今年新增IPO申报企业共计116家，其中，上交所43家，深交所73家（中小板28家、创业板45家）。

### ■ 债券发行上市信息

#### 1、公司债发行情况

截至11月30日，本所2018年已完成公司债累计发行1280只，发行金额15809.16亿元。

#### 2、资产支持证券发行情况

截至11月30日，本所2018年已完成资产支持证券挂牌345只，发行金额6404.65亿元（包括1.7133亿美元）。

#### 3、债券上市情况

截至11月30日，上交所各类债券挂牌数量已达1.18万只，比去年底增加1418只，增幅13.65%；债券托管金额已达8.10万亿元，比去年底增加6941亿元，增幅9.37%。

## 【交流动态】

1、2018年11月15至16日，武汉市金融局与上交所共同主办了武汉市金融干部与企业家“走进上交所”培训班。武汉市金融干部和企业家20余人参与此次培训。学员们首先观摩了贝通信上市仪式，并参观了证券历史陈列室。上交所发行上市中心专家就企业上市的实务问题进行了权威解读。培训期间，学员们赴小米机器人参观，并调研了中金所。（供稿人：廖盖伦）

2、2018年11月14日上午，上交所与浦东新区政府签署了战略合作备忘录及长三角资本市场服务基地共建协议，上海市委常委、浦东新区区委书记翁祖亮和上交所党委书记、理事长黄红元共同为服务基地揭牌。揭牌后即开展了首期活动，浦东新区、上交所、上海证监局、新区相关部门与科创企业代表举行了交流座谈。浦东新区36家科技企业代表积极发言，为资本市场制度设计献计献策。（来源：上交所发布）

3、2018年11月1日至3日，由江苏省金融办、上交所和江苏高投集团共同举办的“江苏省金融干部资本运作培训班暨走进上交所”活动在上交所交易大厅举办。江苏省各级金融办（上市办）负责同志约一百余人参加了此次培训。三方领导出席开班仪式并进行致辞，上交所及毅达资本的专家分别就宏观经济与资本市场形势、上交所债券产品及私募股权投资实务等进行了系统解读，另外还邀请了上海、浙江的金融干部进行经验分享，并组织赴中国商飞研究院实地参观。（供稿人：鹿小楠）

## 【检查实务】

# 面向终端客户企业的收入核查“最后一公里” ——以电商企业收入核查为例

上交所监管执行部 张杨青

零售企业、农业企业、电商企业等都是典型的面向终端客户直接完成销售的企业，普遍具有单次出货量少、出货频率快、销售对象分散、发票意识欠缺、现金交易等特点。“最后一公里”问题在面向终端客户企业的收入核查中格外突出。函证、走访主要客户和调取资金流水是审计人员核查客户真实性和交易真实性最为直接、最眼见为实的审计手段。但对于面向终端客户的此类企业，审计人员调查取证存在诸多障碍。因此，在审计实务中，会计师往往认为对终端客户的收入核查是“不必走”、也“不愿走”的“最后一公里”。但在现场检查中，检查人员不仅要深入企业去复核企业原始凭证和中介机构底稿，必要时还需走完收入核查“最后一公里”。

## 一、面向终端客户企业的典型特征

### （一）零售企业

零售企业店面数量多，消费者数量多，流动性强且多为现金收款。现金经手人员涉及多店面不同人员，交易不规范隐蔽性高，也不易留痕，因此管理极大依赖企业内控。零售终端的消费者在购买产品时往往不索要发票，多以收款或小票替代。

## （二）农业企业

农业企业存在频繁现金交易，难以从银行流水获取支付依据。大部分销售未签订合同，没有相关合同台账可查阅。上游以分散的农户为主，单笔交易额很小，交易对象分散且变动大。由于其 ERP 系统不健全，经销商进销存数据难以完整取得。

## （三）电商企业

电子商务销售业务模式主要为 B2C 和 B2B。其中 B2C 模式直接面向终端消费者销售产品和服务。B2C 模式具有单次出货量少、出货频率快等特点。由于借助互联网，销售对象非常分散且多为自然人，单笔交易数量少、金额低，但销售订单量庞大。电商企业的数据统计非常依赖计算机系统，原始凭证多以电子形式储存，可能会存在人为操纵、篡改数据的情形。对于依赖第三方平台的电商，由于平台接口不稳定或权限设置等因素，还可能会导致原始数据在事后无法完整提取。

虽然零售企业、农业企业和电商企业都各具特点，但归纳下来，面向终端客户直接完成销售的企业具四大共性特点：（1）面向终端客户企业的销售对象多为自然人和个体户。销售对象分散、数量多且流动性强。（2）单次出货量少，出货频率快，单笔金额低且订单数量大。（3）开具发票意识普遍欠缺，大部分销售未签订合同。（4）管理极大程度上依赖于企业内控。

## 二、“最后一公里”核查的必要性

### （一）传统审计手段无法在前“99 公里”保证收入真实性

基于面向终端客户企业的典型特征，传统的收入真实性核查审计手段，如销售单证核对、取得并查阅与顾客的主要合同等手段面临诸多障碍。正是因为收入核查的前“九十九公里”，传统的审计手段无法有效核查收入和交易的真实性，走完收入核查的“最后一公里”具有必要性。

### **1.无法进行有效的单证核对**

终端消费者开具发票的愿望普遍不足，多数不开发票。这直接导致收入确认少了一个基本凭证。又由于电商销售收入的数据统计依赖于计算机系统，原始凭证多以电子形式储存，可能存在人为操纵数据的情形；对于依赖第三方平台的电商，平台接口不稳定或者权限设置还可能会导致原始数据在事后无法完整提取。因此，销售单证核对存在一定难度。

### **2.无法从合同条款入手识别虚假客户**

面向终端客户的销售存在大量未签订销售合同的情形，因而没有相关的合同台账可供查阅。电商销售中，由于单笔订单金额较小，消费者议价能力有限，网购合同的条款很少会出现定制化，收付款等方式也多规定在与平台签订的框架协议中等原因，因此无法通过合同审阅发现潜在关联方或虚假客户。

### **3.分析性程序无法识别系统性、全流程的造假**

虚构经济业务型财务造假方式属于系统性的造假，涉及的部门比较多、链条长、时间久，因此，一般都是公司管理层在经过周密的谋划后组织实施的。一方面，造假时注重各项财务

指标间的逻辑关系，可躲过审计师分析性复核程序的探查。另一方面，造假是全流程的，在周密的策划和部署下，整个造假流程都有购销合同、入库单、检验单、生产单、销售单、发票等“真实”的票据和凭证去对应，并由专人开具。例如，万福生科就是典型的“一条龙”造假，公司根据真实“投入产出比例”虚构采购、生产和销售流程，炮制了假购销合同、假入库单、假验收单、假生产通知单、假出库单、假保管账、假成本核算等单据，虚构业务的整个造假流程很逼真、很难辨别。且对农业企业而言，粮食收购方都是农户或粮食经纪人，不能开具发票，因此采购发票也由万福生科开具。由此，所有单据凭证造假工作可全部自己解决，无需依赖外部力量，具有很高造假独立性。

## （二）IT 审计不能代替“最后一公里”核查

IT 审计是目前电商收入真实性核查的主流手段。证监会发行监管部、发审委也多次在 IPO 反馈意见中要求发行人就订单金额集中度、终端消费者地域分布、订单金额分组、物流费用、退货量等方面说明是否存在大额和异常情况，并要求保荐人说明核查的过程、结论和依据。但是，IT 审计的应用现状目前无法代替电商企业的“最后一公里”核查。

IT 审计的工作内容可分为两部分，一是 ITAC（IT 应用控制），而另一块是 ITGC（IT 一般控制）。总体来说，IT 审计的对象是海量的数据，因此 IT 审计本质是一个大数据分析的过程，是对大量数据所做的一个整体性分析。我们常见的 IT 审计

手段比如说销售金额集中度分析、大额买家行为分析、买家地址统计分析、销售地域性分析等，均是对订单数据做的总体分析。因此，IT 审计的主要功能还是主要集中在前端发现异常，真正落实证据还需会计师通过函证、走访等传统审计手段，结合资金流、生产和物流等多方面进行分析。

随着现在电商企业“刷单”技术不断“进步”，IT 审计局限性愈发明显，有部分企业自行披露的“刷单”订单已无明显规律可循。如果“刷单”订单不再具有我们一般意义上认为的“异常”指标，那么 IT 审计通过大数据整体分析下来未见异常的订单，便无法佐证其不存在“刷单”或造假情形，即无论是发现异常或没发现异常本身，均无法作为证明收入真实性或收入舞弊的证据。

### 三、“最后一公里”核查的难点

对于面向终端客户企业，既然“最后一公里”收入核查是很有必要的，那么在审计实务中，为什么会出现会计师认为“不必走”或“不愿走”收入核查“最后一公里”呢？

认为“不必走”主要是在现代风险导向审计模式下，由于面向终端客户企业的单笔交易金额较小，会计师如认为存在异常的交易累积发生错报的金额低于实际执行的重要性水平，可选择不继续执行进一步审计程序，当然也可能出现审计执业不到位或因过度信赖企业内部控制而低估收入真实性风险等情形。

在实践中，更多情况还是“不愿走”这收入核查“最后一公里”。函证、走访主要客户和调取资金流水是审计人员核查客户



真实性和交易真实性最直接、最眼见为实的手段。然而，对于面向终端客户的这类企业，审计人员无法对终端消费者函证，也无法调取终端消费者资金流水，走访终端客户也面临身份确认难、配合程度低等障碍，且需消耗大量人、物和财力。因此，基于成本考量，会计师一般也“不愿”再对终端消费者走访。

#### 四、“最后一公里”核查方法探析

虽然面向终端客户企业的“最后一公里”核查存在诸多困难，但在现场检查中，为了核查面向终端客户企业是否最终完成销售，识别系统性、全流程的虚构经济业务型造假，检查人员不仅要深入企业去复核企业原始凭证和中介机构底稿，必要时需走完收入核查“最后一公里”，将检查证据落到实处。

##### （一）核查穿透要深入

第一，以电商企业收入核查为例，IT 审计的运用方面要更深入。买家地址统计分析、销售地域性分析等常规 IT 审计程序尚集中在分析终端消费者的消费习惯。在现场检查的收入核查中，IT 审计的指标选取可更有针对性。例如，检查组可要求平台配合提取终端购买人的 IP 地址和支付宝账户对应的付款人信息，甚至银行卡号，并对其进行大数据分析。不仅有助于检查小组发现异常销售订单，为接下来走访样本的选择提供参考；还有助锁定疑似造假银行卡号，为资金循环小组工作提供线索。

第二，应当在 IT 审计发现的异常订单中选取样本进行终端消费者走访。虽然，面向终端客户企业的销售订单数庞大且单

笔金额小，导致终端消费者走访的覆盖比率较低，但走访终端消费者可让检查小组对被走访客户的消费能力、消费习惯有更加深入理解，对理解被检查企业业务会有帮助。最终选择走访的终端消费者，其订单应是经过 IT 审计后筛选出的被认为存在异常迹象且金额较大的。因此，如果走访后没有发现异常，将在一定程度上减轻对被检查企业在销售端财务造假的疑虑。

### **（二）核查方法要创新**

虚构经济业务型财务造假多发生在“进销存”领域，但企业其他部门数据和指标可能未调整。由此，选其他部门数据并进行倒算或有助印证生产和销售收入真实性。例如，可从企业人力资源部门获取员工绩效考核资料，从销售人员绩效奖金倒算销售收入，从生产人员工资倒算生产规模。再如，使用质检数据侧面印证生产数据，使用广告费用等侧面印证销售数据等等。

### **（三）核查方式要协同**

在收入核查领域，单一方式核查的证明力度往往不足以满足需求，此时，就需其他循环小组协同配合。如前所述，终端消费者走访覆盖比率较低，占企业净利润或销售收入水平也较低。因此，即使在走访中发现一笔或几笔虚假交易，因总体数据过大且抽样方式并不随机，便无法估算出总体造假金额对企业净利润或销售收入的影响。这就要求检查人员能见微知著，从已发现疑似造假订单发现规律，并配合其他循环小组，将异常点串成逻辑链条，从多方面获取检查证据。（摘编：张冯彬）

## 【监管动态】

# 沪市食品药品行业上市公司质量控制

## 自查情况分析

上交所上市公司监管一部 余菲露 陆虹宇

食品药品是特殊商品，前期，长生生物疫苗事件引发市场高度关注。上交所在沪市食品药品行业公司全面自查的基础上，梳理了食品药品行业上市公司内部质量控制制度、信息披露管理制度建立与执行情况，分析了外部处罚与舆论事件的相关情况，总结了自查发现的问题，并针对性提出了相应的监管建议。

### 一、内部制度建立及执行情况

为促进食品、药品行业上市公司提高规范经营意识、强化内部控制、切实履行信息披露义务，上交所向沪市 147 家公司食品药品行业公司发出《加强食品药品行业上市公司信息披露有关事项的通知》，要求行业内公司就质量控制、信息披露、规范运作、内部控制等方面进行全面自查，具体包括公司的内部质量管理、信息披露制度的建立和执行，外部处罚情况、重大安全事件及媒体报道等内容。从自查反馈总体情况看，沪市相关行业上市公司基本能够按照相关规定建立公司内部制度，并配套相应的措施确保制度得以有效执行。

#### （一）内部质量管理制度的建立和执行

从自查情况看，沪市相关公司基本建立了从生产到市场的全过程内部控制制度及质量控制体系，具体可分以下两个层次。

**一是宏观层面法规的总体规定。**食品药品行业均有法律法规及相关行业监督管理部门的规章制度，严格规范产品质量。药品行业除有《药品管理法》、《药品生产监督管理办法》多项法律法规外，生产前还需取得行业内部的 GMP、GSP 等认证标准。同样，食品行业质量规范需满足《食品安全法》、《食品生产许可管理办法》等多项法律法规，且有类似于 ISO 质量管理体系及 HACCP 等标准需要执行。在法律法规层面已对食品药品质量基础规范及认定标准有较为详尽规定。沪市行业公司总体均能依法依规申请相应资格认证并开展生产经营。

**二是微观层面公司内部的质量管理制度。**宏观层面的法律法规及行业标准为上市公司提出一个最低限度的框架性要求，公司内部制度是否完善很大程度上关系到法律法规是否能有效落实，不同上市公司间内部质量管理成效出现差异的原因就在于此。从自查问卷反馈看，公司内部质量管理制度呈如下特征。

**1.细化文件类型保证质量管理有效运行。**例如，华北制药中内部的质量管理制度文件主要分三个层次，第一层次为公司的质量手册，第二层次为质量管理体系文件，第三层次为标准操作规章、记录等。伊利股份则丰富了内部文件类型及细化规定，制定了《质量管理大纲》等规范，建立食品安全和品质保证体系，对全链条的关键控制点实施管理。

**2.公司内部质量管理呈现层级衔接。**例如华润双鹤建立起总部—管理中心—各单位/部分的三级立体化质量管控体系。益丰药房建立了由全国管理机构（质管本部）、分（子）公司质管部、门店质管员组成的三级质量管理架构。通过这样层层递进的方式，公司内部质量管理呈现层级衔接的特点，也使得质量保障体系能够在有效监督下运行。

**3.结合产品流程设置多环节质量保证关卡。**将生产、流通、消费、售后等环节进行整体性考量，比如药明康德在物料采购环节、研发及工艺开发流程、生产环节和产品质量纠纷等环节均建立起相应的质控措施。天士力建立了贯穿药材种植、加工、提取、制剂、物流和销售过程的中药产业链管理系统框架。再如安井食品，搭建了食品安全管理最基础的框架和主轴线，建立了从进货查验、生产过程、出厂检验到后续不安全、不合格产品召回、管理，以及自查、培训、应急处置等全覆盖的制度。

**4.内外部培训机制为质量管理保驾护航。**在食品药品行业公司中，对相关人员的定期培训显得尤为必要。一方面是针对相关法律法规及管理制度的培训，另一方面是针对操作技能的培训，助推公司安全质量体系的有效落实。

**5.建立内部特殊的质量管理制度。**部分公司结合自身经营业务，建立了个性化的质量管理制度。例如片仔癀的质量“一票否决权”制度，充分突出了企业对质量把控的重要性。贵州茅台、寿仙谷、金种子酒等公司均建立了质量追溯机制，若出现

质量问题均可通过备案文档及电子化数据系统追溯。人民同泰通过在工作考核中纳入质量管理因素，强化员工质量控制意识。

## **（二）信息披露管理制度的建立和执行**

沪市食品药品行业上市公司在《上市公司信息披露管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》的基础上，均建立起内部的《信息披露事务管理制度》、《重大信息内部报告制度》等，对信披内容、管理责任、审批程序、报送流程、内幕信息登记等事项说明，为信息有效传递及依法依规对外披露提供了保障。通过建立健全公司内部的信披机制及重大信息及时收集报送制度，实现各职能部门间有机结合，确保知情“一线人员”能及时将相关信息通过内部报送方式层层上报，同时落实重大信息上报责任。当发生符合披露要求或可能造成重大影响的重大的事项时，能使信息有效运转。公司内部相应信披机制的建立和完善也对食品药品行业内公司质量安全控制起到良好促进作用。

## **二、外部处罚及舆论事件的情况**

相关部门对行业内上市公司的处罚及媒体报道等外部环境的约束也成为食品药品行业安全生产的有力监督。行业内行政处罚和证券监管部门的处罚成为对上市公司的“硬约束”，来自公众的监督则会形成一种“软约束”。两种约束力量的交错配合，能更好地督促上市公司得以有效运行。

### **（一）行业内上市公司所受各类处罚情况**

147 家公司中，有 100 家公司表示未受过相应行业及证券

监管部门行政处罚或自律监管措施，占比 68%。另外，47 家公司表示近三年受到过相应处罚，占比达 32%。

**1.行业处罚情况。**从具体处罚类型上看，有 32 家公司涉及行业处罚，其中药品行业 28 家，食品行业 4 家。对行业内公司的行政处罚原因类型进行归纳，大致可分为产品质量、规范经营、安全生产、环保处罚、税务处罚、消防处罚及其他七类。其中，环保处罚、税务处罚、消防处罚和其他类与食品药品行业质量问题并不存在非常直接的关系，但是仍然对行业内质量体系的建立构成一定程度的影响及反作用。

**一是产品质量类型的处罚。**该类原因与食品药品安全生产有最直接的关系，处罚实施的主体也大多为国家或地方的食品药品监督管理局。医药行业的处罚原因主要体现为两种，一种是违规添加新材料或改变原有产品申报情况，但又未按新药品相关规定进行原料申报，导致违反相应的药品质量管理认证体系；另一种是产品本身质量存在问题，多表现为自检、抽检、飞行检查中发现产品中限量物质的含量超标或未达到产品质量要求的预定标准。比如，昆药集团将硫酸庆大霉素注射液擅自变更灭菌工艺参数，相关机构认为违反《药品生产质量管理规范》有关规定；华北制药生产的产品超范围使用添加剂；白云山、柳州医药、海欣股份、老百姓等均曾出现因产品质量抽检不合格而受行政处罚；哈药股份曾因产品银杏叶分散片生产原料不符合相关质量标准及相关子公司生产的女士高盖牌钙片不

符合食品安全标准而受行政处罚。食品行业方面，安记食品因香辛料产品的二氧化硫残留量不合格而受行业行政处罚。

**二是规范经营类型的违规处罚。** 主要集中于日常生产经营活动中发生的不规范行为。医药行业中，益丰药房因日常经营行为不规范、药师不在岗等行为违反相关规定而受行政处罚。老百姓则因超出药品经营许可证范围经营中药饮片、未经许可从事第三类医疗器械及无证销售保健食品等原因受行政处罚。华北制药在问卷中称，曾存在经营的保健品企业标准已过期和使用过期企业标准生产保健食品。鲁抗药业没按质量标准检测有关物质和聚合物。健康元因子公司未依法登记，擅自设立分支机构而受工商部门处罚。天药股份将第二类精神药品销售给不具有第二类精神药品经营资质的公司。食品行业中，广州酒家分店因未取得《食品经营许可证》，擅自提供餐饮服务被处以行政处罚。这些违规均与日常生产经营活动的不规范相关。

**三是安全生产类型的处罚。** 比如药品行业方面，健康元问卷中称子公司将实验室废液等危险废物委托给无危险废物经营许可证的个人进行收集。美诺华存在危险化学品存放等安全问题。海欣股份则未从具备药品经营许可证资质的企业购进药品。药明康德在压力管道使用期满后仍继续使用，违反相关安全生产的规定。食品行业方面，安琪酵母在容器内作业前未进行相关有害因素分析，未形成专门的有限空间作业方案。广州酒家擅自使用未经检验的蒸汽锅炉，受到相关部门的行政处罚。



**四是环保、税务、消防及其他类型的处罚。**近来，环保问题越来越受到重视，对食品药品企业而言，若人为原因引致的环境因素变化会导致上游原材料的质量受影响，从而使下游企业的产品质量得不到保证。从目前问卷反馈情况看，环保处罚中，主要是食品药品行业公司日常生产经营过程中对废气、废水、废渣的违规排放，进而受到环保部门的行政处罚。税务处罚中，主要是因销售药品未开具发票、未代扣代缴个人所得税等原因收到税务部门的处罚。消防类型处罚，发生数量较少，如因占用消防车通道导致的处罚等。其他类型的处罚中，比如药明康德子公司海关申报过程中因申报数量和实际不符，货物原产国信息无法对应而受到海关处罚等。

从样本公司处罚类型及整改效果看，处罚内容多为罚款、停止生产、没收违法所得、收回相应资质证书等。涉事公司事后均对行业违规情形按处罚要求缴纳罚款或及时整改，对公司内部的质量管理规范及制度进行相应完善。针对产品质量不合格原因而受的行政处罚，公司均按相关部门要求对问题产品进行召回。还有公司虽并未受处罚，但主动对公司产品进行质量自查，若发现产品质量存在缺陷则对缺陷产品进行主动召回。

**2.证券监管处罚情况。**证券监管部门的行政处罚主要来自于证监会或地方证监局，主要是发出相应警示函、行政监管措施决定书、行政处罚决定书等，违规类型主要是针对信披、财务规范、公司治理等违规事项。上交所采取的自律监管措施，

主要为各类监管措施和纪律处分。从近年来食品药品行业上市公司受到纪律处分统计结果看，医药食品行业上市公司受到交易所纪律处分数量增加，同时医药行业总体略高于食品行业。2015-2017年医药行业占医药食品行业公司整体受到纪律处分数量比例为87.50%、65.00%、66.67%，食品行业占比为12.50%、35.00%、33.33%。截至2018年7月15日，医药行业及食品行业占比分别为70.00%和30.00%。从违规类型上看，多集中在披露不及时及披露不公平、不准确、不完整。上述事项若能加以规范，能使上述违规行为得到一定程度的降低。

## （二）涉及影响较大的公众事件情况

危害人民健康的安全事件，或媒体集中报道、消费者集中投诉、市场影响较大的事项属影响较大的公众事件。沪市医药食品行业上市公司未出现，零星的几起主要是因为产品质量标准不明或产品原料出现瑕疵等原因导致。公司提交的自查情况中，有12家对媒体集中报道、消费者投诉及市场影响较大的事项进行说明，其中食品2家、医药10家。

食品行业中，\*ST椰岛因公司产品海王酒含有原料海蛇被质疑非法添加不合规定的原料产品，接到12起职业打假人投诉。海天味业因“酱油生虫”事件受媒体关注。上述事件发生后，公司及时进行自查，并针对出现问题及时对相关产品进行改进，同时引导消费者正确使用产品，减少类似现象发生。

药品行业媒体报道及市场影响较大的事项中，在主体上可

分为上市公司本身及上市公司子公司所发生的事件。从事件类型看，一类是直接与产品质量相关，另一类是因环保、安全生产等行政处罚或因其他非质量类型的市场传闻引发的媒体及公众关注。直接与质量相关的主要有以下三种。

**一是因产品被检验出含有违规添加品或超过规定注册含量而出现不合格产品。**例如，千金药业控股子公司生产的红花（袋装饮片）检出柠檬黄、胭脂红，存在染色问题，为不合格产品。康恩贝、益佰制药因银杏叶提取物事件引发产品质量问题。对于该类媒体报道及事件，公司均进行相应的自查并主动或在相关行政机构要求下召回，针对性地解决问题，完善内管制度。

**二是因目前行业法规尚未出台相应的质量标准，公司主动检测并主动报告而引发市场关注。**例如华海药业对缬沙坦原料药生产工艺进行优化评估的过程中，发现并检定其中一项微量未知杂质为亚硝基二甲胺（NDMA），该杂质含有基因毒性。公司表示，该杂质是现行注册生产工艺的固有杂质，该生产工艺经相关国家药监部门批准，相关法规对其可接受控制限度尚未出台标准。公司发现后立即停止生产，并告知客户和监管机构。

**三是与产品有效性及产品广告的夸大宣传相关。**2017年12月，一篇自媒体报道文章《一年狂卖7.5亿的洗脑神药，请放过中国老人》引发广泛关注，主要质疑莎普爱思生产的某一滴眼液产品的有效性、产品广告夸大宣传等。公司对发布的产品广告进行自查，并按要求开展产品一致性评价工作。

### 三、自查发现的问题

从自查结果看，绝大多数公司建立了较为完善的内部质量管理制度和信披制度，且总体运行情况较好。但个别公司内部质量管理、信息披露制度的建立和执行方面仍存在一定问题。

#### （一）公司信息披露制度基本完善，仍存在一定的缺陷

在公司自查问卷中，对内部信息披露的缺陷主要分为以下几项。一是**信息披露制度流程执行不畅导致信息披露不及时**。例如华北制药称，由于公司下属子（分公司）较多，或下属责任人、联络员变更及部门人员变化等原因，导致信息上报不及时，层层传递到董秘办公室预留的编辑及审核时间短，可能存在信息质量下降或卡在信披系统关闭前才完成上传。类似的因为流程机制不畅造成缺陷的情况在广州酒家、广誉远、维力医疗、金城医学、莎普爱思中也存在。二是**信披人员需具备较强的能力及经验**。比如华润双鹤称，由于信披对从业人员的要求相对较高，涉及公司生产经营各方面，同时需对规则进行相应研读，会出现工作疏漏及信息错漏报。\*ST 椰岛称，因各分子公司业务人员对具体业务是否达到披露标准判断不准，可能存在未及时上报应披露信息风险。类似情况也出现在天目药业、太龙药业中。三是**信息披露责任意识需增强，树立信息披露重要性意识**。例如广泽股份称，虽然公司建立起较为完善的信披制度和流程，但具体执行过程相关人员意识不强、执行力较弱等原因，有时仍会缺漏。四是**规则不明确导致“真空”状态出**

现，相关信息是否应当披露不明确。对一些食品药品行业处罚，该不该进行披露缺少必要规则。当这些缺乏相应规则的事件发生时，无疑会成为行业内上市公司信息披露过程中的一个缺陷。

## （二）对重大安全事件及处罚的影响评估体系有待完善

上市公司在评估行业安全事件或处罚的影响，及是否达到信息披露标准时，仍存在一些困难或问题。从信披规则制定的角度，行业处罚或质量安全事件的背景、成因、对公司的影响较复杂，难以形成完全量化的披露标准；同时，为确保信披有效性，避免冗余信息对市场和投资者的干扰，目前主要的信披规则以原则性要求为主，突出重要性的标准。因此，需要公司谨慎判断、评估相关事项的影响。如《股票上市规则》要求上市公司和相关信息披露义务人应披露所有对上市公司股票及其衍生品种交易价格可能产生较大影响的重大事件，在面临重大风险情形时也应及时披露。行业指引的披露要求在《股票上市规则》的基础上进行了细化。例如，医药制造行业指引规定，当公司生产的药（产）品出现重大质量安全、不合格等问题或停产、被召回；国家药品监管部门对公司 GMP 检查出具不合格的结论性意见；对公司药品抽检、GMP 飞行检查不合格；出现重大环保事故等，上市公司应及时披露。酒制造行业指引中规定，公司应披露重大的产品质量事件和消费者投诉事件，包括事件基本情况、已经或可能面临的处罚、需承担的法律責任、解决方案及对公司经营和财务的影响等。

实践中，依然存在公司对重大性的标准判断不一的情形。既不能毫无判断，事无巨细的披露，给市场造成不必要的负面干扰，也不能恶意隐瞒质量安全事件或处罚事项，或主观判断不足，导致“报喜不报忧”，信披不充分。如何建立内部评估机制，合理判断事件的影响，也成为实践中公司存在的难点问题。

### **（三）涉及行业内重大公众事件的监管应对**

食品药品行业属特殊行业，与人民生活息息相关，外部性影响更大。在公众事件及舆论聚焦下，若不及时妥当处理，短期内可能会影响上市公司的股价情况，长期也会影响公司的经营业绩甚至企业声誉。监管实践中，对此类重大公众事件的监管经验也在摸索中不断得以积累。

以华海药业缬沙坦原料药检出毒性杂质事项为例，回顾整个事件发生后所作出的监管应对：自今年7月初首次公告缬沙坦事件以来，在上交所督促指导下，公司后续持续披露事件处理进展，全面评估事件影响及潜在风险，同时关注舆情变化和事件发酵情况，针对内部生产流程的缺陷问题及时整改、披露。

## **四、相应的监管思考与应对**

从监管角度，要考虑食品药品行业的特殊性和外部性，如何把握尺度，在事件或舆情发生时采取有效的监管措施，督促上市公司全面、客观、准确地回应市场质疑，进行有效应对，并评估舆论事件对相关方的影响，值得深思。

### **（一）形成内外部机制有效联动的组合拳**

食品药品行业上市公司的质量安全问题具极强的外部性，内外部机制的协调配合二者缺一不可。一方面，交易所将通过培训等方式，增强公司的信披意识，加强对相关典型案例的学习，强化履行制度的基本保障，督促公司形成内控的良好机制。另一方面，公司内部也应构建起全过程、全方位的质量管控体系，确保信披制度高效运行，保证公司信披的合法合规性。

内部质量控制方面，**一是规范质量管理流程，层层分解质量责任。**对于食品药品行业内上市公司应持续完善管理制度，规范管理流程。在整体质量要求框架下，公司内部应构建更为细化的质量管理文件。明确质量主体责任，将各层级质量安全责任落实到人，在公司内部建立起质量责任追究机制。**二是建立多环节的产品质量保证措施，确保机制的有效衔接。**完善食品药品生产从物料采购环节、研发及工艺开发流程、产品运输及保管流程、安全生产流程和售后服务及用户反馈等全过程和流程的相关制度保障。**三是搭建应急处置制度，实现多维度立体化产品质量控制体系。**借助企业内部互联互通信息网络及信息技术，实现产品可溯源、风险可管控，责任可追究。

信息披露制度方面，**一是强化主体责任意识，强化信息的审批流程。**增强信息披露主体的责任意识，对公告内容反复校对、认真推敲，内容上严谨、全面、准确。**二是严格依法依规履行内部程序，确保机制执行的有效性。**公司内部对信披机制应有效督促，尽量避免出现流程执行不畅导致信息披露不及时。

三是加强公司内部培训及指导，提高信息披露相关人员的能力和水平。四是关注公司舆情，关注公司股价变动情况，对市场中反映的信息及时澄清及处理。五是公司可适当建立相应的事前预防预警机制。在相应的食品药品安全事件发生前，对舆情应如何应对、什么时候应主动披露提前建立预警机制。

## **（二）提高监管重视，督促公司依法依规履行信披义务**

**一是对食品药品行业中的相关重大安全违法行为予以重视。**可参照目前对有关食品药品类上市公司再融资的审核标准，通过行政许可事项，加强上市公司对合法合规生产经营的重视。如存在严重损害社会公众健康、社会影响恶劣的食品药品安全相关违法行为的，视为构成严重损害社会公共利益的情形，构成再融资发行的法律障碍。同时，加强中介机构的核查力度，要求其对食品药品企业生产质量控制情况、产品质量安全事件及媒体报道、诉讼、仲裁、处罚事件等专项核查并发表意见。

**二是扩大行业指引的覆盖面，注重质量安全在食品药品行业中的影响。**目前，行业信息披露指引的一般性规定、医药制造行业指引、酒制造行业指引及零售行业指引的细分行业指引均对药品、酒类及零售产品相关的信息披露义务有了较为详细的规定。在后续监管中，可通过增加细分行业指引（如食品制造业等）的方式，全面覆盖与国计民生直接相关的产品领域，细化安全质量问题的披露要求。在日常监管中，对于没有达到法定披露标准，但可能会产生较为重大影响的事件发生时，应



该指导、督促上市公司做好信披工作，及时回应市场关切，将相关风险予以说明。比如，华海药业原料药杂质事件中，公司是在自主工艺改造过程中发现相关情况并主动报告并采取相关措施，在发现相关情况时现行法规尚未明确杂质含量的限度标准，公司针对相应事项及时进行澄清并公告进展。

**三是综合考虑判断行政处罚的披露标准。**实践中，食品药品行业公司收到的行政处罚往往类型多样，产生原因复杂各异，且该种类型信息较为专业化，公司对于该类处罚是否构成重大性的标准判断不一。若全面要求行业内上市公司进行披露，容易造成信息的冗杂导致负面影响。因此，现行规则中并未对行政处罚的披露标准进行具体规定，后续监管中应综合考虑。

### **（三）对重大公众性事件的监管思考**

食品药品行业中重大公众事件对上市公司有极为重要的影响，在网络媒体时代，如出现舆论与事实不符甚至恶意歪曲的情况，对公司的危机应对和监管机构的监管方式方法均提出了挑战。在该类重大公众事件处理中需考虑四方面因素，一是对事件的性质和影响作出准确预估和判断；二是对媒体报道保持密切关注，积极做好舆情应对，关注公司股价变动；三是指导公司在应对这种重大公众事件时做好信披，加强对市场的解释工作，避免出现澄而不清的现象；四是合理评估对相关方影响，比如对消费者的影响，对产品涉及的市场的影晌，对公司经营及财务的影响等，综合进行评估及全面考量。（摘编：张冯彬）

## 【免责声明】

本刊所载文章观点仅代表作者个人观点，不代表上海证券交易所观点。在任何情况下，本刊所载文章不构成任何投资建议，不做出任何形式的担保，据此投资，责任自负。

本刊为内部参考资料，相关版权归上海证券交易所所有，未获得本所事先书面授权，任何机构和个人不得对相关文章进行任何形式的复制、发表或传播。如需引用或获得本所书面许可予以转载、刊发时，均须注明出处。

(本期编辑：张冯彬， 校对：黄玲)



服务创造价值



上交所企业上市服务

### 发行上市中心

联系人：谢笑

电话：021-68828602

邮箱：xxie@sse.com.cn

地址：上海市浦东南路 528 号南塔 13 楼

邮编：200120

传真：68801288

送：各地方政府、证监局、拟上市公司及相关中介机构