

过度包装及要反对过度包装的原因 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/41/2021_2022__E8_BF_87_E5_BA_A6_E5_8C_85_E8_c33_41865.htm 对于股份有限公司来说，上市后以何种形象出现在公众面前对于其今后的发展有很大影响。因此，股份公司借上市的机会进行适当的包装，有利于塑造更好的企业形象，增强对投资者的吸引力。然而。有些公司为了多募集资金，在改制和发行过程中，不认真挖掘企业的特点与优势，而是在财务数据上弄虚作假，在文字介绍上哗众取宠，冠之以“这个第一”、“那个之最”等，误导投资者，这种现象就被称为过度包装。从我国目前的实际情况看，上市公司的过度包装主要有以下表现形式：1 每股收益包装 股票的发行价由每股收益和发行市盈率两个因素决定。为了尽可能多地筹集资金，上市公司在承销商的配合下，往往在企业的每股税后利润上大做文章，通过缩股、折股等方式来提高每股盈利。然而，公司的业绩最终是由经营管理来决定的，包装过分，可能勉强支撑一时，但终究会真相暴露，使企业形象一落千丈。2行业包装 新股上市应当符合的条件之一是“其生产经营符合国家产业政策”，有的股份公司在上市前通过收购其他公司，改变自身的产业属性或募集资金投向的产业属性，以与国家产业政策“相一致”，达到包装上市的目的。3盈利预测包装 新股发行或上市时对未来盈利进行预测，有助于投资者做出正确的投资选择。然而，为了给社会公众以绩优的形象，提高公司声誉，有些公司不切实际地提高每股盈利预测，但上市不久免不了露出马脚，使招股书上“言之凿凿”的盈利预测，变成大言不惭

的道歉书，给二级市场带来不稳定因素。可见，过度包装实质上是弄虚作假，贻害无穷。过度包装不仅欺骗了投资者，最终也必然影响上市公司的信誉和企业形象。因此，证券监管部门须严格发行审批，坚决反对证券市场的过度包装行为，以有效地保证上市公司的质量。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com