**瑞幸财务造假的影响及启示**

摘要：2020年4月瑞幸咖啡自爆公司虚增了22亿元的交易额，财务造假的曝光使瑞幸咖啡不仅面临高额的多重索赔诉讼和“财务造假”的品牌信用暴跌的双重危机,也给其他中概股企业带来一定影响。本文主要通过分析瑞幸财务报表和浑水做空报告总结出瑞幸财务造假的手段，并分析瑞幸财务造假对其自身、中概股等多方的影响，最后从瑞幸财务造假曝光带来的影响中得出对投资者、中概股企业等方面的启示。

关键词：瑞幸；财务造假；中概股

1 案例背景

瑞幸咖啡（luckin coffe）成立于2017年10月，由神州优车集团原coo钱治亚创建。自成立以来瑞幸一直保持着飞速发展的状态，并于2019年5月在纳斯达克上市，成为世界范围内从成立到IPO用时最短的企业。2020年初，做空机构浑水声称，收到了一份匿名的做空报告，举报瑞幸咖啡财务数据存在舞弊行为。2020年4月，瑞幸咖啡在公告中自爆，公司通过虚增相关的成本和费用，虚增了2019年度第2至第4季度销售额约22亿元人民币的交易额，美股开盘后，瑞幸触发6次熔断，收盘时股价跌幅达75.57%，次日，瑞幸咖啡股价又大跌15.94%，股价仅为5.38美元，总市值降至13.55亿美元，2020年6月29，瑞幸咖啡正式退市。

2 瑞幸基本情况简介

瑞幸咖啡是由原神州优车集团首席运营官钱治亚创建的国内新兴咖啡品牌。自其成立以来一直保持快速扩张。2017年10月，luckin coffe第一家门店在银河soho开业。2018年5月已完成门店布局525家，经过4个月产品、流程和运营体系的磨合，5月8日宣布正式营业。瑞幸咖啡累计完成订单约300万单、销售咖啡约500万杯，服务用户超过130万。2018年12月25日，瑞幸咖啡上海新世界大丸百货店正式营业，宣告第2000家门店诞生，也标志着小蓝杯2018年全年开店计划提前一周完成。截至2018年12月31日，瑞幸咖啡在全国22个城市开店2013家，其中，实体门店1897家，外卖厨房176家。终端消费客户为1254万，销售了8968万杯。2019年1月，瑞幸咖啡宣布将在全国新开设2500家门店，门店总数将超过4500家，在门店和杯量上全面超越星巴克。 在创办的第一年，瑞幸就在全国开设了近三千家门店，超过了星巴克在中国20年的经营规模，截止2020年1月，瑞幸咖啡在53个城市开设了直营门店4057家。此外，瑞幸还创下了全球最快IPO的神话，2019年5月瑞幸在美国纳斯达克上市，从成立到IPO仅用了17个月。2020年1月9日（美股时间）收盘，瑞幸咖啡股价上涨12.44%，报44.37美元，收盘市值106.49亿美元，突破百亿大关。2020年4月2日美股开盘前，瑞幸咖啡发布公告“自爆”，公司内部财务造假，事件爆发后，瑞幸股价盘前一度大跌超过85%并触发熔断，开盘后，瑞幸因六次盘中熔断而暂停交易。市值一夜缩水近50亿美元。2020年6月27日，瑞幸咖啡发布声明称，公司将于6月29日在纳斯达克停牌，并进行退市备案。同时，瑞幸咖啡全国4000多家门店将正常运营。

3 瑞幸财务造假动机与手段

3.1 瑞幸财务造假动机

在瑞幸咖啡成立之初，其广告宣传基本随处可见，每位新客户都可以获得一张免费券以及大量超低折扣券，可见瑞幸咖啡前期的发展策略既是通过大规模的营销和对消费者提供大额优惠来增加销量，事实证明这种发展策略确实是增加规模的一个有效途径，从前文瑞幸咖啡的简介来看，瑞幸从成立到上市仅用了17个月，无论是在门店数量还是销售杯量上都超过星巴克在中国20年来的经营规模。虽然瑞幸创造了快速上市、经营规模快速扩张的神话，但其商业模式存在不可持续性、客户黏度低等问题。瑞幸咖啡创立之初就设下对标星巴克的目标，试图让咖啡成为中国人的一部分，于是瑞幸投入大量的广告，疯狂扩张门店数量迅速扩大市场规模，并向消费者提供大额补贴，如首杯免费、买二赠一、3.8折优惠券等，企图以此建立消费者对其品牌的认识，吸引大量客户。但在瑞幸快速建立新店扩张的过程中也面临着高额的成本，房租、设备、人员是其最大的一块投入，因此在这样快速扩张的过程中需要大量的资金才能使其正常运转。然而在瑞幸大额优惠的销售模式下，每位新用户的首杯免费咖啡费用以及其他对消费者的大额补贴都需要瑞幸自己填补，在这种经营模式下，瑞幸自然就面临着巨大的资金压力。根据相关数据显示,2017至2018年,瑞幸的净亏损分别为5637万元和16.19亿元,2019 年前三季度,净亏损达17亿元。仅成立两年,累计亏损金额已超过33亿元。在客户方面，大额优惠下带来的大量客户并不是真正被瑞幸咖啡产品本身所吸引，且咖啡在中国市场上并没有像国外一样有大量的需求，中国人的咖啡因摄入基本来源于茶叶，在瑞幸新零售模式下，既用户消费通过移动客户端完成，消费者又会有其他更多的选择，比如奶茶、果汁，因此一旦没有优惠或瑞幸提价的情况下，瑞幸就会流失大部分的客户。综上分析，瑞幸咖啡一方面面临着快速扩张需要大额资金，一方面面临客户黏度低，一旦失去价格优势就会失去大量客户。在企业正值高速扩张时期，需要大量的资金，又不能通过提高价格从消费者手中获得资金，于是瑞幸只能通过外部融资，找寻愿意出资的投资人，而投资者愿意出资的项目一般都是投资者认为有利可图，发展前景良好的项目，在前面我们已经得知瑞幸在成立这几年一直处于亏损状态，为了吸引投资者，面临巨大压力的瑞幸只有通过造假美化其财务，营造出其高销量、高收入、高支出等假象。

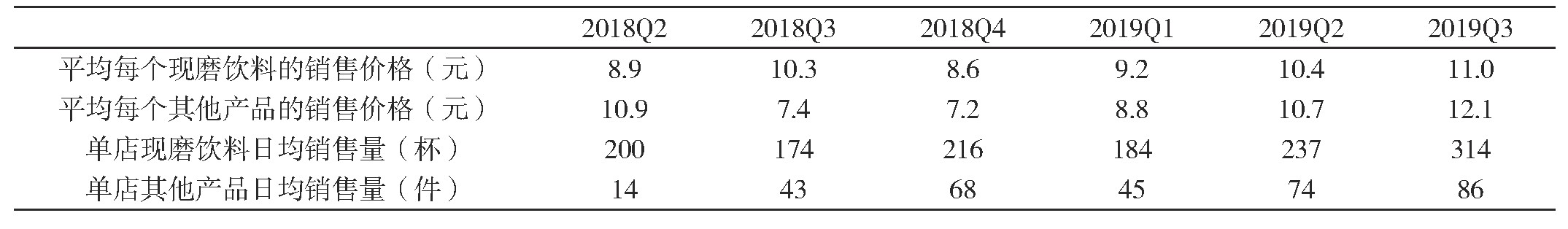
3.2 瑞幸财务造假手段

1.夸大营业收入

在前文的分析中，我们得出瑞幸为了能够填补快速扩张带来的巨额成本，以及在自己大额优惠的销售手段带来的收入不能填补支出的情况下，为了获得更多融资，只有美化财务报表，使投资者相信该企业的发展前景。通过分析瑞幸的财务报表和浑水发布的做空瑞幸的报告，可以得出瑞幸通过夸大销量，夸大销售单价的方式，虚增了其营业收入。

第一，夸大了单个门店的每日销量，在浑水的做空报告中，指出瑞幸单个门店的每日销售商品数量在2019年3季度和4季度分别至少被夸大了69％和88％。由于瑞幸主要是通过其APP销售产品，是互联网+的新零售模式，每位点餐的消费者都可以获得一个取餐码，可以通过取餐码看到瑞幸该门店一天的销量，瑞幸的管理者为了防止一些投资者和数据公司在调查分析自身公司的收入时，追踪门店的订单号，于是提出了跳订单号的方法，夸大销量，以此误导投资者。

第二，夸大每件单品的销售价格，在浑水的做空报告中，提到瑞幸夸大了其每件商品的净售价至少1.23元人民币或12.3％，以人为地维持商业模式。真实情况下，门店层面的亏损高达24.7％-28％。排除免费产品，实际的销售价格是上市价格的46％，而不是管理层声称的55％。瑞幸在其2019年3季度的财务报表中说，其咖啡单价是11.0元/杯，然而在现实中我们购买一杯瑞幸咖啡的优惠券后价格一般在9元左右，且在浑水的调查中，瑞幸咖啡实际单价为9.97元/杯，夸大了10.3%。综上得出，瑞幸利用跳订单号等方法虚增销量，通过虚报咖啡销售单价，夸大了营业收入。

表1 2018-2019年度瑞幸咖啡单品销售价格和单店销售量统计

2.夸大广告支出

在上文提到瑞幸虚增销量和单价，以此夸大营业收入。在会计恒等式：

利润=收入-费用下，如果仅增加收入，那么就会破坏该会计恒等式的平衡，导致利润表的不平衡。如果仅仅更改收入和利润的数据，那么投资者就很容易发现该公司虚增了利润，如果在增加收入的同时增加费用，那么根据上述会计恒等式，就很容易使财务报表对称。浑水的做空报告指出第三方媒体追踪显示，瑞幸夸大了其在2019年第三季度的广告费用150％以上，特别是在分众传媒上的支出。分众传媒经营的是电梯传媒，主要负责的是瑞幸在电梯里的广告，在瑞幸成立初期，我们确实经常能在电梯里看到瑞幸的广告，而现在电梯广告里很少或几乎不能看到瑞幸的广告，但据浑水做空报告，瑞幸对分众传媒的实际支出差额为人民币3.36亿，同时瑞幸夸大的2019年3季度的经营利润为3.97亿元，虚增广告费刚好接近虚增的利润，这就使得上述会计恒等式平衡。瑞幸通过夸大广告支出，营造出了其企业高收入高支出的现象，隐藏了其亏损的事实。

3.虚增其他产品收入

瑞幸咖啡虽然主要销售产品为现制咖啡，但其成立时就立下“从咖啡开始，成为每个人日常生活的一部分”的使命，即其除了销售现制咖啡还销售非鲜制饮料、轻食、果汁、坚果、杯子等食品与周边。据报告，瑞幸的其他产品收入贡献从2018年第二季度至2019年第三季度从占净收入总额的7%增长到22.6%，增长了接近16%。而在浑水的做空报告中，综合情况下，其他产品的收入贡献仅为6.2%，也就是说瑞幸报告将其他产品的收入夸大了约370%。从增值税方面来看，根据我国税务局的规定，销售服务如销售现制饮品或配送，增值税税率为6%，而销售产品如包装食品和饮品，杯子类的周边产品等其他产品，增值税税率为13%。根据瑞幸的收入比例我们可以计算出其混合的增值税税率为7.6%，而瑞幸报告的增值税税率为6.5%，换一种角度来看，如果按照报告的6.5%的增值税税率来倒推，瑞幸的其他商品收入贡献应该是6.2%，而公司报告的数据为22.6%。这就说明如果瑞幸咖啡没有夸大其其他产品收入，就存在少交增值税，虚增利润的逃税行为。综上，无论是上述的虚增其他产品收入，还是在增值税上造假，瑞幸的实质都是为了增加利润。

4.隐藏关联方交易

关联交易在公司经营过程中经常出现。有关联的两家或多家公司之间发生资源转移，劳务或义务的行为，且无论是否收取费用，这就叫做关联交易。关联交易有利有弊，有利方面，交易的双方因为存在关联关系，可以节约交易成本，如信息、监管成本，增加资金的周转、通过集团内部合理的安排使配置在一定程度上最优，加强企业间合作，达到企业集团的规模经济效益；不利方面，上市公司的控股股东可能会利用自身优势使交易价格、方式等在非竞争的条件下出现不公正的现象，使各方利益失衡，损害债权人、中小股东的利益。

据证监会消息，氢动益维（神州租车的分支机构）与神州优车和瑞幸咖啡存在关联方关系，2018年，氢动益维与瑞幸咖啡、神州优车共发生关联交易5,850万元，合计占氢动益维当期净资产的56%，且没有按照规定披露。在瑞幸与氢动益维的关联交易中，瑞幸先把自有资金转移到氢动益维，再通过虚构的销售业务，将之前从其转移的资金按照销售收入再转回，这样瑞幸的报表上就增加了虚构的收入。其次，浑水的做空报告指出，瑞幸董事长陆正耀通过收购宝沃将1.37亿元人民币从神州优车转移给其关联方王百因，之后王百因又成立了征者国际贸易有限公司，并持有95%的股份，而征者的主营业务为咖啡机销售及食品原材料供应，这就与瑞幸的供应链相符合，并且该公司的注册地就在瑞幸的厦门总部附近。此外王百因于2019年12月13日短暂的担任了一家名为中成世纪供应链管理有限公司的法人，中成主要经营业务为食品原材料供应，且中成与瑞幸厦门总部位于同一栋的同一单元，而在瑞幸的财务报表中并未披露和解释与这些关联方的关系和可能存在的交易、利益等问题。不披露或解释与关联方存在的关系和交易，该公司就存在隐瞒相关成本、虚构收入等问题。

4 瑞幸财务造假曝光的影响

4.1 对瑞幸本身的影响

1.面临证监会处罚、集体诉讼

财务造假欺诈在证券市场上是重罪。而瑞幸咖啡属于中概股企业，其曝光的造假金额为22亿，面对如此巨额的造假金额，瑞幸可能受到中美两国证监会的处罚。在美国市场，由于造假和欺诈导致投资者出现重大损失，那么该公司会面临：投资者的集体诉讼、美国证监会的巨额罚单、强制退市、刑事责任。中国新修订的证券法赋予了中国证监会和公安司法机关“长臂管辖权”，瑞幸咖啡相关人员也可能要承担国内的违法责任。

2.对公司声誉造成影响，股价下跌，引发财务危机

自瑞幸咖啡爆出财务造假，美股开盘后，瑞幸触发6次熔断，收盘时股价跌幅达75.57%，次日，瑞幸咖啡股价又大跌15.94%，股价仅为5.38美元，总市值降至13.55亿美元，并且在2020年6月9日瑞幸咖啡正式停牌。财务造假事件爆出，公司声誉恶化，会使投资者大量抛售股票，导致股价下跌。并且也会降低长期建立起来的消费者信任，流失一部分客户，降低公司的收入。另一个方面，财务造假事件使得瑞幸形象严重受损，公司想通过再找寻投资者，获得融资几乎是不可能的，并且瑞幸财务造假事件爆出正直新冠疫情时期，全国属于封闭状态，瑞幸在没有营业收入的通过还要支付一些固定成本，这就给瑞幸带来了空前的财务压力。

4.2 对投资者的影响

财务报表是投资者做出投资决策的重要参考因素之一，经过舞弊美化的财务报表会误导了投资者做出错误的投资决定，可能使本不会投资的投资者做出投资决定或错误投入大量资金。当瑞幸咖啡财务造假事件曝光后，导致股价暴跌，使得其投资者遭受严重的损失，如果情节严重导致瑞幸破产清算，投资者可收回的资金也不能弥补其亏损。

同时，瑞幸财务造假曝光也会使与其关系密切的公司股票价格受到影响，使相关公司投资者遭受损失。瑞幸咖啡创业初期是靠的神州系的资金，甚至到其IPO之前，几轮融资也都是在神州系内回转，且瑞幸现任董事长陆正耀也是神州优车董事长兼CEO、神州租车董事局主席，神州租车与瑞幸关系如此密切，投资者自然会怀疑神州租车也有类似财务造假行为，在美股开盘次日，神州租车在港股开盘就暴跌近七成，随后，开盘不到45分钟神州租车紧急停牌。同样在前文提到的为瑞幸提供电梯广告的分众传媒也受到了影响，在4月3日，A股分众传媒盘中一度跌逾6%，收跌5.67%。因此财务造假事件爆出，不仅影响公司自身声誉，造成股价下跌给投资者带来损失，也会影响相关企业的股价，引起相关企业股价的波动，给相关企业投资者带来损失。

4.3 对会计事务所的影响

会计事务所对公司的财务报表进行审核，出具审计报告，其审计报告一般也是投资者决定是否投资的参考要素，因此当公司财务爆出造假时会计事务所也会受到影响，著名的安然事件中，由于利益冲突的原因，安达信会计事务所没有指出安然在会计财务上的违规操作和造假行径，违背了诚信、独立、客观公众这些职业道德基本原则，最后导致巨额的赔偿和破产倒闭。安永会计事务所是瑞幸咖啡的IPO及后续审计者，在瑞幸爆出财务造假后安永受到了广泛的关注，有一大批人认为安永应该对瑞幸的造假承担责任。但从相关资料来看，安永对瑞幸咖啡进行IPO的审核期间为2019年的一季度之前，而瑞幸爆出财务造假为2019年3季度，在瑞幸咖啡上市时申报的信息资料来看，当时的财务报表业绩非常难看，2019年第一季度报表中，其营业收入为4.7亿元，亏损5.5.亿元，这份经过安永审计的报表看起来非常正常并没有造假嫌疑。且在2019年2、3季度，安永一直没有发布审计报告，只是出具了财务报表复核报告，复核报告是一种消极保证，一般会提醒报告使用者，该报告依赖性较低。在浑水做空报告之后，安永在年报审计过程中发现了瑞幸的问题，推动了公司的内部调查，促成了欺诈行为的揭发。综上分析，安永在此次瑞幸财务造假事件曝光后不会受到严重的处罚，但对其声誉会造成一定的负面影响。

4.4 对证券市场及相关监管者的影响

在上文分析了财务造假曝光给瑞幸带来了股价下跌甚至退市，并且也引起了相关企业的股价波动，给投资者带来损失，影响证券市场的稳定性，且虚假的财务信息也会误导投资者做出错误的判断，扰乱市场经济运行的秩序，瑞幸的造假行为对证券市场的稳定发展造成了一定影响。不过瑞幸财务造假事件一定意义上加强了各国相关政府部门对证券市场的监督力度和对财务造假行为的打击力度，促进相关政府部门不断完善证券市场的监管机制。

4.5 对中概股的影响

中国概念股，是指在境外上市的中国注册公司，或虽然在国外注册，但是主要业务和经营关系在中国大陆的公司股票。随着中概股数量的不断增加，越来越多的中概股遭到做空机构的做空，财务造假行为暴露，给中概股公司带来信任危机。瑞幸咖啡由于其成立时间短，扩张快，上市迅速，成为了中概股里的明星公司，在美股市场上一定程度代表着中国。瑞幸财务造假事件爆出，在一定程度上破坏了海外资本对中国公司的整体信任，进而对中国公司的治理水平和诚信度产生怀疑。瑞幸事件发生后做空机构闻风而上，好未来、跟谁学、爱奇艺等先后被做空，惨遭股价下跌。不止如此，一些准备赴美上市的企业也因瑞幸事件不得不暂缓进行。

第一，给中概股带来信任危机，加大中概股公司融资难度。由于瑞幸咖啡财务造假，使海外投资者对中概股企业降低信心，且在疫情下美国经济持续衰退，海外投资者对经济前景持悲观态度，这就导致海外投资者不得不重新对中概股企业进行估值，给中概股企业带来更多压力。同时在疫情冲击，各国经济不同程度的衰退下，又瑞幸事假大大降低了投资者信任，这就使得一些中概股企业获得融资的难度增加。

第二，加大上市难度。在瑞幸事假发生后，又先后爆出多家中概股企业造假，给海外投资者留下了负面的印象，当有中国企业再选择在海外上市，就会面临更加严格的审查，且由于海外投资者的信任被此次事件打击，在拉取海外投资时会更加困难。

5 瑞幸事件的启示

5.1 对投资者的启示

瑞幸咖啡财务造假事件爆出不仅导致瑞幸自身股价暴跌甚至退市，也使其关联企业的股价遭到影响，给多方投资者造成了严重的损失。通过瑞幸事件，投资者应该回归理性投资，要提高自身的风险识别能力，且在投资时注重风险与自身经济能力相匹配，在做投资决定时要多方面的考察投资的可行性。

第一，在投资时要考察项目的商业模式的可持续性。瑞幸咖啡财务造假曝光，只是最后的结果，本质还是其商业模式的不足，瑞幸从一建立就打着互联网+的新零售模式，希望通过投入大量资金以迅速抢占中国咖啡市场，并且瑞幸通过对比中美之间的咖啡消费差，认为该消费差就是它在市场的潜在份额。但由于中国人的饮食文化是很难改变的，中国自古以茶叶摄入咖啡因，即使瑞幸通过烧钱快速扩张了其市场份额，在没有大额优惠的情况下也不会吸引更多的消费者，如果瑞幸一直保持发放大额优惠以吸引消费者，这又会导致瑞幸一直亏损从而也会引发破产清算。所以投资者在做投资决定时应该关注该项目商业模式是否可持续。

第二，要回归财务报表但又不能完全以财务报表为投资标准。虽然财务报表一直是投资者做投资决定的参考之一，但现在也越来越多投资者在做投资研究时不重视财报分析，在浑水发布的瑞幸做空报告中指出的很多疑点，基本都可以在瑞幸财报中找到例子证，比如前文分析的其他产品收入与应交增值税不符。在回归财报的同时又要注意财报并不是完全可信的，财报是对企业经营成果的反映，一些熟悉商业逻辑、经验丰富的财报编辑者，可以任意编造数据，美化财报，以此瞒过普通的财报使用者。因此投资者在研究财报时应该理性对待，要结合多方面的调查，做出投资决定。

第三，在做某一项目的投资决定时还应关注与该项目相关的管理人员与企业。在浑水的做空报告中指出了瑞幸多位管理人员的诚信问题，如瑞幸董事长陆正耀曾和一批私募投资者从神州租车中撤走16亿美元，给其他股东造成损失，瑞幸独立董事肖恩是中概股的惯犯，联合创始人杨飞曾经存在非法经营。对于瑞幸暴雷引发了与其相关企业的股价下跌，也说明了投资者在选择投资项目时还应该关注相关企业的信息，避免相关企业出现问题而波及自身。

5.2 政府和资本市场的启示

虽然瑞幸咖啡是中概股，在美国纳斯达克上市，但这次瑞幸财务造假也引起了我国政府的高度关注国务院金融稳定发展委员会公开批评上市公司财务造假等市场乱象，表态决不能让投资者为企业造假买单；证监会对财务造假行为进行强烈谴责，并于2020 年 4 月进驻瑞幸咖啡进行调查，该事件被认为是新证券法实施后，证监会首次行使“长臂管辖权”的标志性事件。此次瑞幸事件的发生加强了各国相关政府部门对证券市场的监督力度和对财务造假行为的打击力度，促进相关政府部门不断完善证券市场的监管机制。

第一，完善海外上市中国公司的信息披露制度。虽然像瑞幸类的中概股企业是在外上市，但由于其本身经营地点在国内，收入来源也来自国内，因此大部分的投资者也来自国内，那么我国政府就有必要出台政策完善海外上市中国企业的信息披露，以使投资者能够信息对称。

第二，推动建立有效的中外联合跨境监管制度。在这次瑞幸事件中，我国证监会首次行使“长臂管辖权”，这也进一步加强了国际监管。但随着跨境证券交易及境外投融资活动的日益频繁，应该不断加强跨境监管和国际协作，净化资本市场，切实维护我国资本市场和企业在全球资本市场中的信誉。

5.3 对中概股企业的启示

瑞幸咖啡财务造假事件的发生给中概股带来信任危机，加大了中概股的融资难度，并且使一些准备赴美上市的企业也因瑞幸事件不得不暂缓进行。面对中概股信任危机，解决的源头在企业自身，中概股企业应当加强自身监管，严格遵守市场规章制度，优化公司治理结构，完善会计制度，做到诚信经营，在面对做空时还要加强自身应对能力。

1.优化公司治理结构。

优化公司治理结构，要充分发挥监事会、董事会、独立董事的作用，提高董事会得独立性，做到权责分明，同时要注重不相容职位的分离，优化内部控制体系，建立内部信息披露系统，让企业更加了解自己的经营状况，减少信息不对称。在此次瑞幸自爆公告中指出公司COO刘键及其部分下属伪造了22亿销售额，这就充分说明公司应该完善内部控制体系，在发生类似瑞幸的造假情况时可以尽早发现解决。

2.完善会计制度，加强相关人员的会计职业道德培养。

类似瑞幸财务造假的出现，不是第一次。对于企业自身来说出了加强内部控制，完善信息披露外，还应完善会计制度，加强会计监督，与处罚力度。在利益的诱导下，许多会计人员会协助管理层或为了私利伪造财报，中概股在境外上市，所处的股票市场的制度环境比中国大陆严格很多，并且中概股在一定程度上代表着中国形象，因此中概股企业更应加强对会计从业者职业道德的培养。

3.加强应对做空机构的能力。

企业遭到做空机构做空一般是企业真的存在问题或是企业做出的某些行为如一直不公布财报，让做空机构觉得该家企业出现了问题。当企业遭到做空时，一些企业选择置之不理，但这种反应容易被做空者主导市场信息，使事情往更加严重的方面发展。所以当企业遭到做空机构误伤时，应该积极应对，如新东方在遭到浑水做空后迅速公布反击数据和有力证据，变被动为主动使公司股价很快回升。所以当公司遭到做空机构误伤时应当采取积极的态度，及时披露信息，必要时可以回购公司股票。

第一，及时披露信息，稳定消费者、投资者的信心。当企业遭到做空机构做空时，投资者会因为信息不对称被做空机构引导而惶恐不安，大量抛售股票导致股价下跌，因此及时披露财务信息，以及与被做空的相关信息，有助于消除信息不对称，稳定消费者与投资者的信心，稳定股价。

第二，必要时企业高管以及大股东可以主动购入公司股票。当企业进行股票回购、以及企业高管与大股东主动购入公司股票时就会向投资者释放出公司经营良好的信号，因为如果公司真的存在问题，企业高管和股东未必愿意购入可能亏损企业，比如新东方在遭到做空时管理层就宣布了回购股票并不会在6个月之内出售的计划，消息公布后股价就开始回升。

第三，借助第三方证明自己。在前面应对做空的策略有所起色时，可以借助第三方的力量彻底证明自己。如聘请独立的调查机构，调查公司财务数据的真实性，以此稳固投资者的信心。