

# 中一签赚不到1500元 郑州银行成今年收益最少新股

本报记者 王燕平

继前天打开涨停板并收盘大跌6.5%之后,昨天郑州银行股价再度下挫,盘中最低跌至7.12元。以前天7.58元的成交均价计算,中一签(500股)新股的收益仅1495元,还不到1500元。如果昨天在7.12元的最低价卖出,收益仅1265元。

## 3个涨停就开板 打新收益越来越低

郑州银行9月19日在深圳中小板上市,流通股6亿股,到上周五,一共拉了3个涨停板。中秋小长假过后,周二开盘,就在中签的投资者指望本周再来几个涨停板的时候,该股却开盘仅涨了两分钱,之后更是一路下挫,涨停板数量停留在3个。

钱江晚报记者查看了今年以来上市的87只新股,除去最近上市尚未打开涨停板的个股,上市后涨停板数量最少的是3月1日在创业板上市的华宝股份,2月27日在上交所上市的新创集团,2月12日在上交所上市的养元饮品,上市后都只有一个涨停,第二天就打开涨停。不过,虽然涨停数少,但因为发行价高或者中一签的股数多(中一签深市为500股,沪市为1000股),收益均远在郑州银行之上。

华宝股份的发行价达到38.6元,据东方财富统计,以打开涨停当天的成交均价计算,中一签(500股)收益为8565元,是郑州银行中签收益的近6倍;新创集团发行价32.69元,以打开涨停当天的成交均价计算,中一签(1000股)收益达到18590元,是郑州银行中签收益的12倍多;养元饮品的发行价高达78.73元,以打开涨停当天的成交均价计算,中一签(1000股)收益达到26060元,是郑州银行中签收益的14倍多。

而工业富联、鹏鼎控股、华西证券、嘉友国际都与郑州银行一样,上市后只有三个连续涨停,但中签收益分别达到11200元、5545元、3525元和33100元。其中在上交所上市的工业富联发行价为13.77元,同样在上交所上市的嘉友国际发行价41.89元。同样是银行股,成都银行上市后连拉了6个涨停板,中签收益达到9240元。

实际上,在行情低迷的情况下,打新收益的差距在扩大。虽然郑州银行的打新收益不到1500元,但今年以来,沃格光电、振德医疗的打新收益均在5万元以上(中一签,下同),

亿嘉和的打新收益超过6万元,锐科激光的打新收益达到了74605元,药明康德的打新收益更是高达10.65万元。

## 行情持续低迷 新股IPO数量锐减

虽然最近一周多时间A股市场出现了反弹,但今年以来到昨天为止,上证指数仍累计下跌了500点,跌幅15.13%。由于行情持续低迷,今年新股发行数量与往年相比明显下降,到目前为止IPO数量为87只,其中4月至8月,每个月IPO数量均在个位数。按这一节奏,全年IPO数量将不超过120只。而去年IPO数量达到438只,2015年、2016年IPO数量分别为223只、227只。也就是说,今年IPO数量很可能不及去年三分之一。

不过,今年以来IPO融资金额已达到1154亿元,而去年全年为2301亿元。也就是说,在目前IPO数量还不到去年全年两成的情况下,融资金额已超过了去年全年的一半,这主要是因为工业富联、药明康德、宁德时代等“独角兽”企业融资金额较大。

全球的IPO情况也出现了类似情况。据安永统计,今年前三季度,全球IPO数量为1000只,较去年同期下跌18%。其中今年第三季度IPO数量为302只,融资金额471亿美元,IPO数量同比下降22%,但融资金额增加了9%。

今年以来,美洲区IPO数量同比增加27%至195只。美国上市的新股首日投资回报平均为15%,而上市后的股价,平均有28%升幅。亚太区整体而言,投资者对新股的投资兴趣得以持续,今年以来虽然IPO上市数量下降31%,但融资金额同比上升16%。尤其是第三季度,香港市场IPO上市企业数量和融资金额均攀升,分别占了全球新股上市数量的18%及全球融资金额的49%,其三起超大型新股上市项目中两起为独角兽企业。

## 2018年浙港青年企业家论坛在杭州举行

9月20日,为进一步促进浙港两地青年企业家的交流合作,由浙江省新闻办、省商务厅、省青年联合会会同中央政府驻香港特别行政区联络办公室青年工作部、香港菁英会联合主办的“传承·创新—2018年浙港青年企业家论坛”活动在杭州举行。

在随后举行的论坛上,浙江省商务厅副厅长胡潍康指出,浙港两地人缘相亲、经济相融,高层互访频繁,合作机制完善,浙江省各部门、各州市和香港特区政府驻上海经贸办事处、香港贸发局、香港特区政府投资推广署及媒体等都有密切的合作关系,每年都共同

举办重大经贸活动,组织企业对接交流、参加展会等,为促进两地企业务实合作搭建平台。青年企业家是经济发展的生力军,加强浙江和香港杰出青年企业家的交流,有利于促进两地全方位更长远地交融发展。

本次活动以传承创新为主题,来自浙港两地的80余位青年企业家代表共聚一堂,举行论坛沙龙,畅谈如何共享机遇、互取所长、开拓创新、共谋发展。此外,论坛还举行了以浙江省打造“一带一路”枢纽和浙江自贸试验区为代表的浙港项目推介交流活动。

本报记者 高佳晨



钱哥私募沙龙  
扫一扫二维码  
了解私募操盘

## 天猫双11第十年 进口品牌蓄势待发

美容神器ReFa  
想做美容仪器类的第一  
菲洛嘉不仅推试用  
还要推新品

本报讯 “ReFa第一次在中国参加‘双11’时,在没有预热的情况下,卖了1000多万元,相当于代理商过去一年的销售额。”对于刚进入中国三年的ReFa来说,三年时间,成为国内消费者追随的“美容神器”品牌,是天猫国际,乃至中国市场,带给他们的巨大惊喜。

又到一年双11临近时,今年的双11,这些国际品牌都做了哪些准备?又想获得什么?9月26日,在天猫国际举办全球双11以及进口博览会倒计时峰会上,记者采访了几大品牌商家以及天猫国际总经理奥文。

“与天猫国际合作三年,ReFa在中国市场三年销售额增长8倍,甚至由于与天猫国际的良好合作,促成了今年公司在日本的上市。”ReFa常务董事中岛敬三表示,在今年MTG(ReFa的公司)的招股书中,专门提及了中国市场和天猫国际的重要推动作用,来自天猫国际的销售额占其中国业绩的一半以上。

今年双11,他们已经做好了充分的准备。“在美容仪器类目中,我们想拿下第一,目标销售额是去年的两倍。”中岛敬三说,MTG把中国市场视作海外布局中最重要的市场。“虽然现在还不能公布正式玩法,但是可以透露的是,我们在双11前夕,将公布亚洲地区新的代言人。并且在双11期间,推出一些特别定制的,让消费者感到惊喜的新产品,并进行一些活动。”

菲洛嘉海外旗舰店张勇称,对于品牌方来说,双11也是一次大考,“体现在几方面,一是成绩,二是希望借助双11这一很好的场景,与消费者进行深入的沟通。所以今年我们会在推出人群试用的基础上,陆续推出5个新品。在场景上,也会结合天猫的玩法,做新零售的尝试,线上线下联合。”

今年,天猫双11已经第十年。不管是消费者,还是品牌,都对今年双11有更多的期待。“所以今年天猫会有很多新玩法,让消费者回顾这十年的变化。在全球化这条线上,除了进口博览会之外,还会有榜单、清单、短视频的方式给消费者种草。”奥文表示,进口商品有两个痛点,一是消费者不知怎么选,二是觉得价格偏贵。今年的双11,除了新品首发外,还会有更多的实惠。

有数据显示,2017年中国跨境电商市场扩大34%至1.5万亿元,预计2019年跨境进口消费金额将达2.2万亿元,人均下单高达15次。据了解,作为持续引领进口消费升级的第一跨境进口电商平台,天猫国际目前已引进75个国家和地区超过19000个海外品牌,其中九成以上首次入华。

本报记者 朱银玲