

12 只！本周打新股数量创年内新高

市场预测奥泰生物中一签的盈利或超 20 万元

新快报讯 记者涂波报道 A 股三大指数周一再次集体收跌,合计成交 8070 亿元,北向资金逆市净买入 36.87 亿元。虽然行情较弱,但本周打新节奏紧密,有 12 只新股可供申购,创单周可打新股数量年内新高。本周新股合计发行股数约 4.17 亿股,合计募资近 80 亿元。

本周发行的新股主要集中在科创板和创业板。从已公布发行价的新股来看,所在行业市盈率在 13 倍至 46 倍之间,但发行价格却相差较大。周三发行的海天股份发行价为 11.21 元/股,奥泰生物发行价为 133.67 元/股,仅次于中望软件和极米科技,为年内第三高。

一般而言,发行价较高的新股,通常上市后中签盈利也较高。例如 2 月发行的极米科技,发行价为 133.73 元/股,中一签的盈利则达 23.87 万元,成为年内最赚钱肉签新股。而市场预测,奥泰生物如果首日最大涨幅能达到极米科技的首日最大涨幅,中一签奥泰生物首日最多可赚 23.86 万元。资料显示,奥泰生物主营为体外

诊断试剂的研发、生产和销售,产品具有较强的市场竞争力。数据显示,该行业市盈率为 45.23 倍。

本周其他新股也不乏亮点。和林微纳公司产品主要针对高端电子产品及应用领域,客户主要为国际知名 MEMS 产品、半导体芯片厂商以及半导体封测设备及服务供应商,是同行业中竞争力突出的企业之一。星球石墨是石墨制化工设备主要供应商之一,是国家首批专精特新小巨人企业。

据同花顺数据,经统计,今年以来,截至 3 月 23 日,可申购的新股达

96 只,中签率在 0.01%至 0.18%之间,平均涨幅在 2.5 倍以上。其中,南极光和德固特至今股价涨幅已超 8 倍,涨幅较少的今年新股太和水及四方新材也超 1.2 倍。

一般而言,新股的上涨幅度也会受整体大盘环境的影响,中签的新股上市后,投资者都希望力争卖在最高点,一私募基金陈经理告诉记者,从 A 股的经验看,一旦一字涨停板打开,都是大部分投资者获利出局,会形成阶段性的顶部,建议中签的投资者先卖出保住收益。

本周可申购新股一览

股票代码	股票简称	申购日期	发行价(元)	行业市盈率
688606.SH	奥泰生物	20210315	133.67	45.23
688633.SH	星球石墨	20210315	33.62	39.2
300957.SZ	贝泰妮	20210316	47.33	38.07
300958.SZ	建工修复	20210316	8.53	21.81
688195.SH	腾景科技	20210316	13.6	46.8
603759.SH	海天股份	20210317	11.21	13.31
605086.SH	龙高股份	20210317	—	20.04
688661.SH	和林微纳	20210317	—	46.64
300960.SZ	通业科技	20210318	—	—
688109.SH	品茗股份	20210318	—	—
300961.SZ	深水海纳	20210319	—	—
688626.SH	翔宇医疗	20210319	—	—

(数据来源:同花顺)

五大上市险企前两月揽保费 7141 亿元 车险拖累财险下滑 意外与健康险有望成保费增长点

新快报讯 记者刘威魁报道 截至目前,A 股五大上市险企 2 月份保费悉数出炉。数据显示,五大上市险企今年前两月保费收入合计为 7141 亿元,同比增长 6.26%。值得关注的是,在去年基数较低情况下,三家上市系产险公司 2 月的增速较 1 月份有明显改善,财产险保费在被车险降速“拖后腿”的同时,意外与健康险呈迅猛增长之势。有分析指出,车险保费的下降是整个财产险行业共同面临的问题,意外险和健康险或有望在车险综改带来的车险“降温”后,成为业内财产险公司新的保费增长点。

从保费增速看,今年前两月 A 股五大上市险企保费增速呈现“四升一降”的分化态势。其中,中国人寿、中国人保、中国太保和新华保险分别实现保费收入 2540 亿元、1361 亿元、990 亿元和 441 亿元,同比增幅分别为 11.40%、9.58%、8.84%和 11.45%。中国平安实现保费收入 1809 亿元,同比下降 4.43%,虽是五家之中唯一

下滑的,但相较 1 月份,降幅已经收窄。

中国平安在互动平台上曾就 1 月份的保费下滑向投资者作出解释称:2021 年 1 月各子公司原保险保费加总同比下降 5.54%,主要受寿险保费和产险保费同比下滑影响。其中,平安寿险原保险保费下滑因续期保费下滑导致,而平安产险保费下滑主要则因费改实施以及信用保证险收费方式调整所致。

从财险业务看,今年前两月,三家上市系产险公司的保费收入合计 1503.33 亿元,同比微增 2.38%。其中,太保产险保费增速最快,同比增长 10.64%至 267.63 亿元。

值得一提的是,虽然人保财险保费收入实现同比正增长 7.62%,但其最主要险种车险的保费收入却同比下滑 6.3%。车险保费收入下滑也是平安财险的保费增速下滑主要原因之一,今年前两个月,其车险业务保费收入 265.39 亿元,同比下降 12.80%。

多数分析人士认为,今年是车险综合改革实施后的首个开年,在车险保费下滑 20%的预期下,财险公司总体实现保费增长已属不易。当前车险保费收入增速已充分反映了综改的影响,预计 2021 年财险保费收入将企稳回升。

不过,财产险保费在被车险降速“拖后腿”的同时,意外与健康险呈迅猛增长之势。以人保财险为例,该公司的意外伤害及健康险、衣险两个险种保费收入同比分别增长 33.4%和 38.5%。

“车险保费的下降是整个财产险行业共同面临的问题,有降必有升,保险公司需要寻找新的业务增长点,意外伤害保险和健康险就是财险公司的一个很好选择。”中国精算师协会创始会员徐昱琛认为,上市险企的财险业务一季度想保持正增长难度较大,但随着车险综合改革的影响逐步减弱,下半年之后,业务规模数据预计会呈现逐步好转态势。

央行“两会”后首次 MLF 操作量平价稳

新快报讯 记者范昊怡报道 3 月 15 日,为维护银行体系流动性合理充裕,央行开展 1000 亿元 1 年期中期借贷便利(MLF)操作(含对 3 月 16 日 MLF 到期的续做)和 100 亿元 7 天期逆回购操作,中标利率为 2.95%,与上月持平。分析人士称,“两会”后首次 MLF 操作利率和规模直接体现了今年政府工作报告确定的货币政策方向。

操作符合预期 体现货币政策“稳”字当头

Wind 数据显示,3 月 13 日至 19 日央行公开市场将有 500 亿元逆回购到期,3 月 16 日还将有 1000 亿元 MLF 到期。

此次 MLF 操作利率持平,是连续 12 个月保持不变。东方金诚首席宏观分析师王青表示,央行此番操作符合市场普遍预期,体现货币政策“稳”字当头。“央行决定政策利率过程中,会主要参考一段时期物价的整体水平和总体走势。因此二季度 PPI、CPI 涨幅冲高,不大可能触发政策利率上调。”

今年政府工作报告强调,宏观政策要有连续性、稳定性、可持续性,促进经济运行在合理区间。要继续为市场主体纾困,根据形势适时调整完善,进一步巩固经济基本盘。

稳健的货币政策要灵活精准、合理适度。把服务实体经济放到更加突出的位置,处理好恢复经济与防范风险的关系。保持流动性合理充裕,保持宏观杠杆率基本稳定。

本月 LPR 报价大概率保持不变

资金面上,3 月银行间资金面较为平稳。上周五,上海银行间同业拆放利率(Shibor)隔夜下行 0.9 个基点,7 天 Shibor、14 天 Shibor 分别小幅上行 7.4 个基点、6.4 个基点,报 2.134%、2.151%。分析认为,央行等额续做 MLF,是维持每月常规操作。4 月将迎来缴税大月,央行公开市场投放力度或对资金面影响更大,资金价格或有波动加大的风险。

分析人士同时认为,目前国内宏观经济修复基础仍需进一步夯实,且全球疫情风险犹存,因此国内政策利率需保持低位,为市场主体纾困提供稳定有利的金融环境。

对于本月将公布的贷款市场报价利率(LPR)报价,业内人士普遍认为,近期市场利率保持基本稳定,存款利率存在一定上行压力,银行也缺乏下调 LPR 报价加点的动力,因此将大概率保持不变。

民生银行广州分行启动“3·15”消费者权益保护教育宣传活动

为加强金融消费者教育,普及金融知识,有效提升广大金融消费者保护自身合法权益的能力与水平,民生银行广州分行将自 3 月 15 日起在全行范围内启动“3·15”消费者权益保护教育宣传活动,通过线上线下相结合的方式,多渠道、多形式、有重点地普及金融知识,增强消费者金融决策力、风险防范意识和获得感。

寓教于乐 线上推出宣教特辑

在 3 月 15 日当天,民生银行广州分行在其官方微信公众号“民生银行广州分行”上推出“3.15”消费者权益保护教育宣传特辑,充分发挥线上媒体渠道作用,让客户足不出户也能了解金融知识。

此次“3·15”特辑,该行通过微信长图、动漫短视频等多种形式,向广大消费者宣传普及了识别假冒银行、适老化金融服务等内容。其中,该行延续去年“金融知识微视界”线上动漫视频栏目,精心制作了《理性消费:送你“不花钱”的快乐》和《养老投资需谨慎》两期内容,用轻松、易懂的方式对相关金融知识进行了讲解,引导广大青少年理性消费,提醒广大老年消费者理性投资。

遍地开花 线下开展金融知识微沙龙

据了解,在活动期间,民生银行广州分行各网点的工作人员还会向前来办理各类业务的客户主动派发宣传折页,并在客户等候区开设了金融知识微沙龙,

向客户重点普及金融消费者享有的财产安全权、知情权、自主选择权等“八项”基本权利,以及防范非法集资、个人信息保护、支付结算等相关金融知识,帮助客户提升对金融产品和服务的认知、选择能力,以及风险意识。

此外,该行部分分支机构还将深入到社区、学校、企业等场所开展金融知识宣传普及活动,通过互动游戏、发放折页、举办讲座等形式,帮助广大市民更好地了解金融知识。

有的放矢 聚焦重点开展针对性金融教育

据悉,该行本次宣传活动的重点关注对象为老年和青少年这两个“一老一少”群体,以及农民、外来务工人员等普

惠金融重点人群的金融需求,提高教育宣传内容和宣传方式的针对性。活动期间,该行还将前往学校,为教师们讲解常见的非法集资、电信诈骗、非法网络贷等的危害及防范方法,帮助教师们提升识别骗术、自我保护及保护学生的能力。同时,也将为学生们带去关于人民币、外币、理性消费、防范校园贷等金融知识课程,提升青少年金融素养。

此外,该行还将针对老年群体开展专题讲座,聚焦老年人常用的金融产品和银行服务等进行政策教育宣传,增强老年人对智能技术的了解和信任,同时加强对防范电信诈骗、养老骗局、非法集资等容易给老年人造成侵害的非法金融活动的宣传,提高老年人的防骗意识和自我保护能力。