

## 财眼

## 大盘再创年内新高

## 破净股和低价股锐减 A股现转牛走势

A股市场情绪持续高涨,8月11日,沪指、深成指盘中均再创年内新高,截至收盘,沪指报3647.55点,深证成指报11291.43点,创业板指报2379.82点,市场逾4100股上涨。

随着指数的不断上涨,如今,破净股和2元以下低价股也大幅减少,分别为288只、25只,降至近年A股市场的低位水平,恰好反映出市场从熊市向牛市转变的过程。上交所最新数据显示,2025年7月A股新开户196.36万户,同比增长70.5%,大批投资者跑步入场。机构指出,时间是牛市的朋友,牛市氛围不会轻易消失,核心公司基本面的改善和增量资金的持续流入是关键。

■新快报记者 涂波

## 破净股占比约5%

截至8月11日收盘,A股破净股(市净率PB<1,排除ST股)为288只,占比约5.3%。其中,美凯龙市净率最低,为0.28,每股净资产10.55元,现价2.94元/股;浙江龙盛市净率最高,为0.99,现价10.59元/股。

从行业分布来看,房地产行业破净股数量较多,如金地集团、金融街、华侨城A等均在破净股之列,银行股破净数量也居前,包括贵阳银行、民生银行等。此外,商贸零售、公用事业和钢铁等行业也有不少公司破净。

从行情表现来看,虽然同为破净股,但个股走势却并不相同。有16只破净个股今年以来涨幅超30%。其中,天保基建今年以来股价涨幅超50%,尖峰集团、华菱钢铁和金能科技涨幅均超40%。银行业破净率高,但今年以来银行板块股价涨幅超13%,强于大盘8.83%涨幅。跌幅方面,房地产板块个股也是跌幅居多,恒源煤电、兰花科创和居然智家等均超15%。

破净股数量的变化与市场走势密切相关,从历史数据来看,在牛市发展过程中破净率不断降低,在牛市高点时,除2020年-2021年的结构性牛市外,破净率通常低于5%。例如,2005年-2007年的牛市过程中,大盘在998.23底点时,破净率为13.51%,随着股权分置改革引发超级大牛市,上证指数一路暴涨至2007年的6124点,破净率不断降低,到2007年3月A股市场无破净个股。

## 低价股业绩多数表现不佳

自去年“9·24”以来,A股市场整体上涨,低价股数量明显减少。截至8月11日收盘,股价在2元以下的股票数量为25只(排除ST股),处于近年A股市场的低位水平,去年同期的数量为超170只。从行业来看,低价股主要分布在房地产、建

筑装饰、基础化工和钢铁行业。

目前看来,低价股业绩多数表现不佳,有17只股票2024年度净利润出现亏损,其中15只股票2024年度和2025年一季度净利润连续亏损。

从股价表现来看,今年以来仅有7只低价股出现上涨,“反内卷”概念酒钢宏兴涨幅最多,达11.32%,昨日收盘价为1.77元/股。而盈新发展昨收盘报1.65元/股,今年以来股价跌近25%,成为跌幅最大的2元低价股。

## A股仍处于牛市中继

有专家表示,破净股和低价股中

建议精挑细选被错杀的优质资产,这类股票股价下跌多是因为行情或所属行业近期不被看好,而非公司自身基本面问题。8月5日以来,两融余额升至2万亿元上方,但占A股流通市值、两融交易额占A股成交额指标均处于历史中枢水平,远低于2015年峰值。

展望未来行情,中信建投指出,目前A股仍处于牛市中继,回调带来配置良机。政策信号下,“反内卷”与宽信用有望促使价格低位温和回升。近期行业轮动加速,建议关注新赛道低位细分品种。

破净率居前个股  
(截至8月11日)

股票简称	现价(元)	市净率	每股净资产(元)
美凯龙	2.94	0.28	10.55
金地集团	3.9	40.31	12.93
金融街	3.01	0.37	8.20
贵阳银行	6.38	0.38	16.98
华侨城A	2.32	0.38	6.04
民生银行	4.89	0.38	12.73
万科A	6.48	0.39	16.49
中国铁建	8.23	0.42	19.79
华夏银行	8	0.42	19.17
绿地控股	1.9	0.42	4.53

(来源:同花顺,注:排除ST股)

部分2元以下个股  
(截至8月11日)

股票简称	现价(元)	今年以来涨幅(%)	净利润(元)
荣盛发展	1.43	-13.33	-8.95亿
永泰能源	1.45	-15.20	5107万
海航控股	1.53	-10	2.72亿
山东钢铁	1.55	6.90	-1441万
重庆钢铁	1.56	8.33	-1.17亿
辽港股份	1.6	-6.22	2.04亿
盈新发展	1.65	-24.66	-1.02亿
金隅集团	1.67	-3.47	-12.35亿
雅博股份	1.68	3.70	-1927万
香江控股	1.7	-10.95	-2268万

(来源:同花顺,注:排除ST股)

增值税法实施条例  
公开征求意见

新快报讯 记者林广豪报道 8月11日,为保障《中华人民共和国增值税法》(下称“增值税法”)顺利实施,财政部、税务总局研究起草的《中华人民共和国增值税法实施条例(征求意见稿)》(下称“条例”)公开征求意见。条例主要对增值税法有关规定进一步细化明确,对授权国务院规定的事项作出具体规定,进一步增强税制的确定性和可操作性,形成配套衔接的增值税制度体系。

增值税法由十四届全国人大常委会第十三次会议于2024年12月25日通过,将自2026年1月1日起施行。

据了解,增值税是我国第一大税种,2024年增值税收入约6.57万亿元,占全部税收收入38%。增值税覆盖国民经济所有行业 and 全链条,涉及面广、影响大,关系广大纳税人切身利益。

条例明确应税交易中货物、服务、无形资产、不动产的定义范围,同时列举服务、无形资产在境内消费的情形,包括境外单位或者个人向境内单位或者个人销售服务、无形资产,在境外现场消费的服务除外;境外单位或者个人销售的服务、无形资产与境内的货物、不动产、自然资源直接相关;国务院财政、税务主管部门规定的其他情形。

在税率方面,条例划定适用零税率的出口货物和跨境销售服务、无形资产范围,具体为向境外单位销售的完全在境外消费的研发服务、合同能源管理服务。

条例还坚持税收法定原则,体现了高质量发展理念。在税收优惠方面,条例对增值税法第四章中支持农业、教育、医疗、养老等税收优惠政策的标准进行了细化,并且规定税收优惠政策的适用范围、标准、条件和税收征管措施等应当依法及时向社会公开。

此外,条例还对纳税人违法违规享受增值税优惠的情形作出规定。纳税人未单独核算增值税优惠项目销售额、进项税额,或者通过提供虚假材料等各种手段违法违规享受增值税优惠的,不得享受该项税收优惠,已享受增值税优惠的,由税务机关追回不得享受优惠期间相应的税款;构成逃税的,按照有关规定予以处理。

中山大学法学院教授杨小强表示,以增值税法为纲领,以增值税法实施条例为重要配套法规,辅以增值税法实施的具体办法、操作办法等规章,这是国际上很多国家采用的增值税(有些国家称为商品与服务税)立法模式。比如,英国、澳大利亚、瑞士等国家的增值税立法均有增值税法与增值税法实施条例。在杨小强看来,征求意见稿坚持税收法定原则,体现了高质量发展理念。“如对增值税法第四章中支持农业、教育、医疗、养老等税收优惠政策的标准进行了细化,并规定税收优惠政策的适用范围、标准、条件和税收征管措施等应当依法及时向社会公开,有利于支持经济社会高质量发展,保护纳税人的合法权益。”



## 靠洗衣液爆火的本土电商若羽臣 谋求A+H双上市

旗下产品均为代工,消费者口碑褒贬不一

新快报讯 记者陆妍思报道 近日,广州若羽臣科技股份有限公司(下称“若羽臣”)公告称,正在筹划发行境外上市外资股(H股)股票并申请在港交所主板挂牌上市。记者了解到,若羽臣深耕电商代运营多年一直默默无闻,但去年自有品牌香氛洗衣液依托明星带货突然爆火,成为涨幅超5倍的“大牛股”,但其近两个月以来却陷入二股东减持,增长或不能持续的争议中。

公开资料显示,成立于2011年的若羽臣,抓住电子商务高速发展机遇,从母婴品类切入电商代运营赛道,拓展至美妆、大健康、宠物食品等,成为国内头部电商TP公司之一。2015年至2019年,若羽臣营收规模不断增长,复合增速达50.49%。2020年,若羽臣登陆A股,但一直默默无闻。

在代运营业务走下坡路的背景下,若羽臣开始向品牌管理转型,同时进行自有品牌孵化,试图打造第二增长曲线。

2024年,若羽臣推出Lycocelle(下称

“缤家”)战略单品香氛洗衣液,在明星带货营销的策略下,上线几个月销量即破亿。去年“双11”,缤家登上天猫家清新品成交总榜第一名。2025年“3·8大促”期间,缤家销量位列天猫衣物清洁护理品类TOP2、抖音衣物清洁护理品类TOP3。

自2024年下半年开始,若羽臣股价一路上涨,区间涨幅一度超5倍。今年6月17日,若羽臣盘中股价创下历史新高达64.68元/股,市值一度超过140亿元。

在股价创新高的同时,若羽臣第二大股东朗姿股份今年6月公告拟减持不超过476.8万股股份,被指高位套现,这也引发市场对其高增长能否持续、以营销换增长的质疑。近两个月来,公司股价较峰值回落超20%,截至8月11日收市每股报51.67元,市值约113亿元。

财报显示,若羽臣2024年实现营收17.66亿元,同比增长29.26%,归母净利润更同比猛增94.58%至1.06亿元。其中,代运营业务收入7.64亿元,同比下跌

18.95%,收入占比从前一年的86.78%骤降至43.25%;品牌管理业务营收5亿元,同比增幅达212.24%,占比从11.75%提升至28.38%;自有品牌业务营收4.84亿元,占比从18.65%提升至27.42%。

近日,若羽臣公告,预计2025年上半年归属于上市公司股东的净利润6300万元~7800万元,同比增长61.81%~100.33%,主要原因是自有品牌战略价值凸显,驱动业绩持续高速增长。数据显示,今年一季度,缤家全渠道销售额同比实现三位数增长,创下新高。

不过,缤家销售一路长虹,但口碑却褒贬不一。在社交平台上,有网友直言“留香时间太短,这么贵的价格不值”“很香是真的,不是高级香,工业味很浓”……

值得一提的是,缤家旗下产品均为代工。有投资者关心产品品控,问及未来是否有相关工程产线收购计划,若羽臣回应称,“公司外部合作非常高效,暂无相关计划。”