

邮储银行发行受到热捧

6家战略配售基金首次全部参与配售并顶格申购

羊城晚报记者 戴曼曼

渝农商行上市首日未能封死涨停、浙商银行上市首日破发,近期上市的两只银行股表现惨淡,令市场格外关注邮储银行上市配售情况。作为十年来A股规模最大的IPO,邮储银行的配售情况如何?随着上交所发布的公告,8家战略投资者名单揭晓,其中6家战略配售基金首次全部参与配售并顶格申购,社保基金组合、央企投资基金也参与其中且首次齐聚等多个亮点,机构投资者对邮储银行投资价值的认可让其IPO备受市场期待。

战略配售基金均顶格申购

12月1日,邮储银行在上海证券交易所发布《网下初步配售结果及网上中签结果公告》,8家战略投资者名单揭晓。公告显示,邮储银行此次A股IPO网下投资者最终获配约12.9亿股,其中70%的股份将于上市后锁定6个月。

其中,邮储银行此次A股IPO战略配售对象共包括8家战略投资者,合计认购股数约占“绿鞋”行使前发行总量的40%,占比高且均有12个月锁定期。

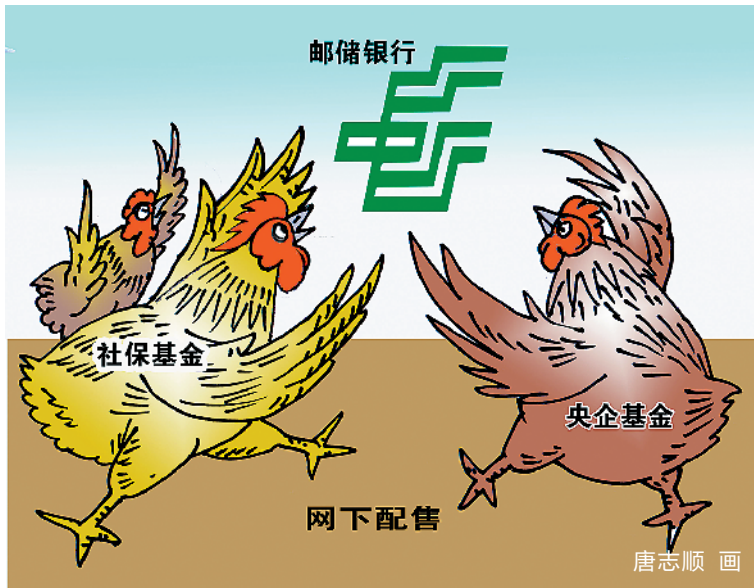
公告的8家战略投资者中,华夏基金、嘉实基金、汇添富基金、易方达基金、招商基金及南方基金这6家战略配售基金首次全部参与配售并顶格申购。另外两家战略投资者分别为全国社保基金一一三组合及中央企业贫困地区产业投资基金股份有限公司。

公开资料显示,这6只战略配售基金成立于2018年7月,是一种封闭期为3年的LOF基金,以投资战略配售股票为主要投资策略。此前,6只战略配售基金在A股主板仅投资了中国广核、中国人保两个IPO项目。其中,中国广核IPO中5只战略配售基金进行了认购,中国广核上市即迎来4个涨停板;中国人保IPO中,4只战略配售基金进行了认购,中国人保上市后即迎来了5个涨停板。

此外,养老金、企业年金、职业年金机构投资者也在公告中“现身”。其中,工农中建四大国有银行、“三桶油”(中国石油、中国石化、中海油)以及三大电信运营商(中国移动、中国联通、中国电信)的企业年金计划均参与申购并获配。中国邮政、南方电网、宝武钢铁、中国远洋、银河证券、国泰君安、华泰证券等的企业年金计划也参与申购并获配。

十年来首次引入绿鞋机制

为何在近期银行股不受市场待见之时,邮储的IPO引来了众多机构投资者的认可?从招股书来看,2016年至2018年,邮储银行营业收入年均复合增长率为17.57%,净利润年均复合增长率



为14.76%,均大幅领先可比同业。与此同时,邮储银行近年来分红比例逐年提高,2018年度已经达到30%。

此外,根据邮储银行发布的A股招股说明书对全年业绩预计的披露,预计2019年营业收入为2766.55亿元至2792.65亿元,同比增幅约为6%至7%;归属于公司普通股股东的净利润为581.80亿元至592.26亿元,同比增幅约为16.55%至18.64%。

值得注意的是,在11月27日网上路演中,邮储银行表示,此次A股上市设置了“绿鞋”机制,即在新股发行后30天之内,如果股价出现波动,出现低于发行价的情况,“绿鞋”机制将为投资者

提供相应的保护。这也是A股历史上近十年来首次“绿鞋”安排。“作为后市价格稳定的有效支撑手段,邮储银行本次上市引入了‘绿鞋’机制,意味着新股上市后30天的稳定期内,如股价因市场波动出现低于发行价的情况,承销商将从市场上买入股票,稳定二级市场价格,这是近期发行的银行股所没有的。”此次发行的联席主承销商中国国际金融股份有限公司董事总经理黄朝晖表示。

泰达宏利前11月获“小丰收”

11月26日,MSCI开启A股年内第三次扩容。泰达宏利基金表示,今年中国市场似乎受到了外资的格外青睐,显示出国际投资者对中国资本市场的信心。在市场主体态势向好的情况下,泰达宏利基金前11月也实现了“小丰收”,尤其

是其权益产品,截至11月26日,在同期混合型产品收益率30.73%的情况下,泰达宏利共有5只混合型基金收益率超50%;在同期主动股票型产品收益率36.71%的情况下,泰达宏利共有2只主动股票型基金收益率超50%。

期股形

最近几个月沪指表现平淡,没有大波动。从8月26日低位2849点开始到11月底止,沪指经历了64个交易日,振幅只有6.80%。8月26日这天有两个现象值得注意:一是产生了缺口,这次长时间盘跌也许就是要回补这个缺口,现在这个缺口已经回补完成;二是那天低位在2849点,与2014年低位1849点正好上涨1000点。从大尺度时间周期来看,大盘当前点位离过去10年期底部,也就是2014年上一轮牛市前的底部1849点仍有约1000点水平,但如果回到那里,将还有36%的下跌距离。从历次大牛市后的底部看,还从未出现过低于上一轮牛市前底

部的情况,除非这次例外。如此看来,即使出现例外情形,指数的风险空间也就这么大了。但是这样的极端行情,相信需要发生金融风暴级事件才有可能出现的。而且,2008年的金融风暴也未能让沪指回到那一轮牛市前的底部998点。如果可以排除这样的可能性,那么,当前沪指的大风险就基本表明不存在了。更何况今年的可见底部2733点仍显示有支撑。尽管指数表现较为低迷,但实则市场暗流涌动。正如北上资金大量注入,并创下历史以来新高,还有科技股、周期股等活跃度上升等。当下,我们需要关注的或不应

是还有多大风险的问题,而是行情何时反身向上的机会更好。毕竟,看不到系统性危机出现的苗头,充分调整过后,将意味着后市上涨的机会更多。风险不应在低位评估。低位时,即使机会还未出现,但那也不是大风险出现之时,大风险只能是涨出来的。所以,我们应很清晰地意识到,行情还未出现大涨哪来大风险呢?如果说当前有风险,那也只能是行情的振荡风险,只要恒久忍耐,这样的风险也能自然化解,不至于频繁止损而导致血本无归。跟随大势,寻找已跑赢大盘的股票,也许是当下最值得关心、研究与行动的事。(赵穗川)

省时间还是省钱,网约车拼车方案怎么选?

羊城晚报记者 严艺文

近日,滴滴发布全新拼车产品,呼叫快车时可选择“接受拼车”。此外,在拼车独立页面,用户需提前发单,“拼成出发”。两种拼车功能分别针对追求时效和高性价比的两类用户人群。

呼叫快车时可拼车

2015年年底,滴滴在快车基础上发展衍生产品“滴滴拼车”,共享车上座位,分担车费,降低出行成本。用户选择“拼车”,滴滴将根据时段、交通等综合情况,估算“一口价”,大多在快车价格的8折-9.5折之间,下单时就已经确定。

记者注意到,在滴滴打车软件的呼叫快车页面,输入出发、到达地点后,下方会出现“接受拼车”的选项,拼成一口价,价格远远低于呼叫快车的费用,而未拼成将按照快车实时计价。这改变了此前是否拼车成功都是“一口价”的收费模式。

而大多数用户熟悉的独立“拼车”入口,在拼车独立页面上也做出改变。进入拼车页面后,用户需提前选择出发时间,提前下单,匹配成功拼友才能叫车。根据页面显示,“拼成出发,人人5折”,即拼车

成功后,享快车预估价5折。

滴滴拼车总经理盛克华解释称,新拼车适用于两类人群,可分别满足时效和高性价比的用户需求。若用户想快速出发,可在快车页面勾选“接受拼车”再发单,空车和已接到拼友的载人车都能接单,从而在排队打车时帮助用户更快出发。

若用户想要“拼成一口价”的拼车优惠,可在拼车独立页面提前发单,便于系统积攒一定数量的拼车需求,从而提高拼成概率和顺路程度。

拼成出发价格更低

目前,快车页面的“接受拼车”和拼车独立页面的“拼成出发”均已在广州上线。记者12月1日打开滴滴出行软件,在快车页面输入“羊城创意产业园”到“广州东站”,页面显示全程8.4公里。若选择快车,优惠券抵用6.72元后的价格是26.9元;在快车页面选择“接受拼车”,拼成一口价显示为20.2元,约为快车价格的7.5折。

在拼车独立页面,从“羊城创意产业园”到“广州东站”,1人“拼成出发”的“一口价”价格是16.42元,为快车预估价32.84元



(不含优惠券抵扣)的5折。相比较,在拼车独立页面的“拼成出发”比快车页面的“接受拼车”价格更低,更优惠。

值得注意的是,若在拼车独立页面拼车,用户需选择出发时间,在所选出发时间内系统会持续寻找拼友。记者于12月1日15时15分选择用车时间,点击随时出发,页面显示“现在-15时30分随时出发”;若选择“15时40分”,页面显示“前后5分钟”出发,即在15时35分-15时45分出发。因出发前未找到拼友将无法派车,想要拼车成功的用户需提前下单,付出一定的等待时间。

为什么“拼成出发”价格更低?盛克华表示,此前,拼车成功与否都是“一口价”,然而,这个价格不够低,跟快车比较接近。因此,“未拼成”其实仍承担较大的成本,导致“拼车成功”能够获得的回报偏少,“用户在等待过程中的拼成率迅速提升,因此价格更低”。

有业内人士分析,拼车新规执行后,滴滴对拼车的补贴大幅降低,乘客拼车积极性也会更高,平台收入有望提升。此外,拼车更接近共享经济的理念,遵循市场规律寻求盈利,企业才能可持续发展。

上投摩根王大智：把握核心资产与崛起大势

日前,2019雪球嘉年华活动盛大举行。上投摩根基金总经理王大智参与了本届嘉年华活动,并发表主题演讲。

王大智表示,中国已成为全球经济增长的引擎,A股目前在全球市场具有显著的估值优势,无论是

横向还是纵向比较,均处于相对低位。而A股高速增长与低相关兼备的特点,使得配置A股有助于降低外资全球资产组合的波动性。来自全球范围内的外资已开展做多中国,对A股的投资逐年增加,已成为国内市场三大机构主力之一。

科技兴企 制药求精

奇星药业在国际市场唱响中医药文化



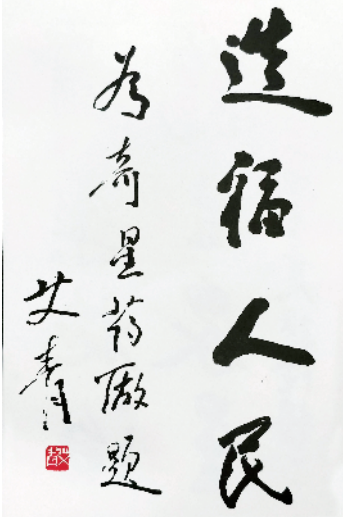
“你们那个药,真是雪中送炭啊!”——这是1993年著名爱国诗人艾青在为奇星制药厂题词时发出的由衷感慨。艾青口中的“那个药”,指的正是白云山奇星药业的明星拳头产品“华佗再造丸”。自1988年批量生产以来,华佗再造丸不仅造福国内广大中风患者,跟艾青、柯岩等名人名家结下不解之缘,更是行销海外,进入越南、俄罗斯、韩国等国,在国际心脑血管疾病预防和治理用药市场中占据了一席之地。

华佗再造丸扬帆出海的背后,是奇星公司在继承古药精髓基础上吸收现代制药精华的创新体现,也是企业在推行国际化战略成效上的有力证明。奇星药业董事长张春波表示,公司将继续把华佗再造丸打造成国际知名品牌,同时通过实施“一品一星”、“科技兴企”等战略,做好重点产品二次研发及新产品的开发工作,培育虚汗停颗粒等儿童药明星品种。

文 / 陈泽云

结缘 诗人艾青的“华佗再造”佳话

艾青是我国的著名诗人,他的作品脍炙人口,例如《我爱这土地》中的名句“为什么我的眼里常含泪水,因为我对这土地爱得深



著名诗人艾青为奇星题字“造福人民”

沉”,鼓舞着一代又一代的中国人,非常有影响力。但就是这么一位优秀的诗人也曾因中风瘫痪长期卧床,无法进行创作。1988年,奇星公司正式推出了华佗再造丸。当时任公司党委书记的刘丙辰同志是中国诗歌学会会员,听说艾青深受中风顽疾折磨,心急如焚。

随后,刘书记通过广东诗人野曼牵线,向艾青赠送了华佗再造丸。而在此之前著名作家柯岩女士也因患脑血管疾病,左胳膊难以抬起,服用华佗再造丸不到两个月就收到了良好的效果,所以她也热情的推荐艾青服药。

艾青服用了华佗再造丸后,中风顽疾逐步消除。到了1992年,已基本治愈,不仅能下地行走,还能自如地握笔写字作诗。

1993年10月,当时奇星制药厂的领导去探望艾青。艾青感慨地说:“你们那个药,真是雪中送炭啊!”

为表达对“华佗再造丸”的感激之情,艾青欣然提笔,为奇星题字“造福人民”,成了广为流传的一段佳话。



华佗再造丸中外名家专家学术研讨会

传承 百年企业“撞上”经典名方 推陈出新

奇星药业最早的历史,可以追溯到上百年前的岐生堂制药作坊。新中国成立后不久,中成药工业实行公私合营。1956年,奇星公司前身岐生堂制药厂由岐生堂、岐寿堂、何世昌、何家园等14家私人中草药铺和作坊合并而成。合并前,这些老字号独自生产、经营、销售,主要加工本地药材,制作成丸散膏丹,临街是门市,后屋是作坊,品种以白凤丸、七厘散、保安丹、补肾丸、益母丸、回春丹等为主。

随后制药厂又经过了多次兼收合并,1981年,根据岐生堂的谐音“奇星”,改名为广州奇星药厂。而说起华佗再造丸与奇星药业的渊源,就不得不提一个家族——冉氏家族。冉氏家族来自于四川省芦山县,世代为医,从乾隆到咸丰年间,连续五代人都宫廷御用太医。华佗再造丸的处方就是来源于冉氏家族的祖传秘方,是该家族经过200多年时间不断完善所得的经典名方。

上个世纪80年代,冉氏家族第七代传人冉小峰先生将“华佗再造方”无偿献给了国家,国家科委和国家药品监督管理局将其列为保密处方。该方较为独特,它完全摒弃了中医治“风”总离不开使用动物药的习俗,采用了纯植物药组方,既能治疗缺血性中风,又能治疗出血性中风,同时避免了动物药的所有缺点,是高效治疗中风的优秀配方。为了探索该配方的奥秘,它被列为国家“六·五”重大科技攻关项目。

同时期,在老厂长朱柏华的带领下,奇星正在热火朝天地推进科技创新,聚集力量研发新品。奇星并没有选择传统热销产品,而是力排众议选择了当时还在攻关阶段、尚不具备生产能力的“华佗再造丸”。科技兴企,制药求精。1988年3月奇星公司终于完成了华佗再造丸的所有研制及试验工作,攻下了这一国家科研课题,成为了中华人民共和国成立以来首家获得中成药国家级攻关项目专利权的企业。也在这一年,华佗再造丸实现了批量大生产,热销全国,为奇星公司在1992年到1994年间间跃居广州同行业第一、创税过亿的辉煌成绩打下了坚实的基础。

“华佗再造丸不仅是奇星科研团队的劳动成果,更是国内顶尖专家的智慧结晶,它既继承了传统古药精髓,又吸收了现代制药技术精华,是古方焕新颜、古药飘香韵的又一经典名药代表。”张春波董事长指出。

出海 近邻战略+认证开路助力 开拓国际市场



诺贝尔奖获得者穆拉德在奇星指导华佗再造丸开发研究

2018年白云山年报显示,华佗再造丸去年共销售了超600万盒。华佗再造丸不仅为国内的风湿患者带来希望,也在国际心脑血管疾病预防和治疗用药市场中占有一席之地。数据显示,目前华佗再造丸出口已覆盖全球六大洲29个国家和地区,其中包括俄罗斯、白俄罗斯、乌克兰、加拿大、韩国、泰国、越南、巴西、澳大利亚、新西兰等地。其中,在俄罗斯,中国的“华佗再造丸”几乎是家喻户晓。俄罗斯地处欧洲东部的边缘地带,那里气候寒冷,人们喜欢喝烈酒,心脑血管疾病高发,因而成为华佗再造丸的热销地区之一。

值得注意的是,由于中西方医

学理论体系的不同,中成药在出口海外时往往只能以保健品、食品的身份摆上货架,但华佗再造丸却是少数真正实现以药品出口的中成药。该产品已率先进入越南国家医保药物目录、获得俄罗斯药品注册永久批文、也是第一个正式取得韩国进口药品注册批文的治疗中风的中成药。

为何能做到这样?据张春波董事长介绍,奇星通过多年来的经验积累,总结出了中医药产品国际化发展的“五大战略”——近邻战略、认证开路、营销本土化、科技国际化接轨和文化输出。

“奇星优先向俄罗斯等地缘接近的国家和地区进行产品投放。这类国家对中医药的接受程度高。以它们为窗口推动中医药产品走出去门是最佳选择。”张春波董事长介绍,在确立近邻战略之后,中成药要打国际主流市场,还要获得当地官方机构的认可。因此,奇星在提高产品质量和科研含量的前提下,在全国率先采用第三方国际认证的方法,积极与国际医药市场接轨。

奇星药业还主动与多国医学研究机构合作,共同探索尝试用现代医学方法与科技来阐述中药药理,加快对华佗再造丸进行循证医学研究,严密的“药品变态反应特性评估”“免疫毒性作用评价”“生殖毒性研究”“对诱变性和潜在的致癌活性研究”等一系列毒副作用研究,助力华佗再造丸在2010年获得俄罗斯永久性药品批文。

此外,近年来的二次开发研究结果还表明,华佗再造丸不仅能防治脑梗卒中,同时对于防治老年痴呆症也有一定的疗效。

展望 “老字号”双管齐下培育 儿药品种

2011年奇星药业被国家商务部评为“中华老字号”企业,2015年“奇星”商标更被认定为中国驰名商标。

奇星药业具有以心脑血管药

物为主,儿科用药为辅的产品优势,拥有丸剂、片剂、胶囊剂、颗粒剂、散剂、合剂六大剂型近75个品种,虚汗停颗粒、益母止血丸两个产品被列入国家中药保护品种,新雪颗粒和猴枣牛黄散是全国中医院急诊科必备中成药,产品行销国内外市场。近年来,在巩固并提升华佗再造丸的国内以及海外市场影响力的同时,奇星药业也在加快向儿药市场进军。由于儿童是一个特殊群体,其药品的研发需具备更高的专业知识及技能,有时候“吃力不讨好”。在这个并不“看好”的儿童药品市场,作为一家老字号企业,奇星药业承担了更多的社会责任。

多年的历史沉淀,奇星积累了丰富的优秀儿科药资源。以虚汗停颗粒为代表,该产品以宋代著名药典《太平惠民和剂局方》中的牡蛎散为基础,由奇星科研人员与国内多家医药院校的专家合作,重新合理组方并运用现代工艺精制而成,是治疗儿童体虚、汗症的良药。

“我们将继续实施‘一品一星’的产品发展战略,双管齐下,巩固以华佗再造丸与虚汗停颗粒为首的产品结构,同时加强科研投入和人才梯队建设,推动中医药文化的海外传播。”张春波董事长表示,奇星药业作为广药旗下企业,将紧抓机遇,充分运用政策扶持和地缘优势等资源进一步提高产品质量标准在海外的认可度,乘风破浪,积极推动华佗再造丸以及公司其他产品在全球范围内更大面积的覆盖,让世界上更多的人认识中医药魅力。

时尚中药 虚汗停颗粒