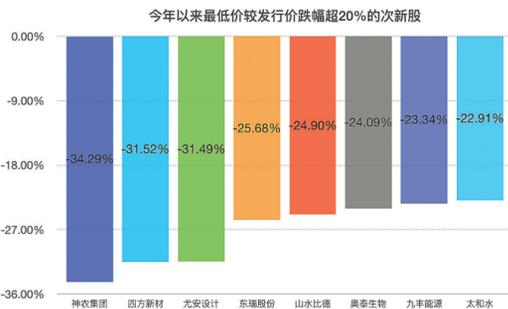


时隔两年再现新股首日破发

中自科技今年业绩不佳，盘中最多跌了16.95%

文/表 羊城晚报记者 丁玲

时隔近两年，A股市场再现新股上市首日破发。10月22日，新股中自科技(688737)开盘即表现低迷，盘中一度低至58.88元，该价格比发行价70.90元要低16.95%，振荡上行后，盘中最高冲至70.50元，但较发行价仍有一定距离，截至收盘，报收66.03元，较发行价下跌6.87%。由此，中自科技成为注册制下年内第一只首日破发的新股，也是注册制试点改革以来第二只破发的新股，第一只是2019年12月4日上市在建龙微纳。



新股实施信用申购以来上市首日破发或涨幅低于10%的新股

证券简称	上市日期	发行价(元)	上市板	上市首日最低价(元)	上市首日最低价较发行价的涨跌幅(%)
中自科技	2021年10月22日	70.90	科创板	58.88	-16.95
建龙微纳	2019年12月4日	43.28	科创板	41.68	-3.70
浙商银行	2019年11月26日	4.94	主板	4.88	-1.21
神农集团	2021年5月28日	56.08	主板	56.08	0.00
祥生医疗	2019年12月3日	50.53	科创板	50.73	0.40
邮储银行	2019年12月10日	5.50	主板	5.53	0.55
中国电信	2021年8月20日	4.53	主板	4.58	1.10
久日新材	2019年11月5日	66.68	科创板	68.10	2.13
奥泰生物	2021年3月25日	133.67	科创板	141.00	5.48
卓越新能	2019年11月21日	42.93	科创板	45.75	6.57
硕世生物	2019年12月5日	46.78	科创板	50.25	7.42
尤安设计	2021年4月20日	120.80	创业板	130.01	7.62

今年有42只新股跌破发行价

值得一提的是，近期上市的新股频频破发。9月30日上市的新星华光，上市首日冲高后连续走低，两日下跌20.73%，上市第二个交易日即跌破发行价；9月13日上市的新匠家居同样也跌破发行价，最低价较发行价下跌13%。

数据来看，截至目前，今年以来上市的新股中，有41只个股跌破发行价，从最低破发程度来看，神农集团破发程度最高，跌去34.29%；四方新材、尤安设计最低破发程度，破发幅度均在30%以上。

此外，在破发的次新股中，主板个股共21只，占比超过一

业绩不佳破发似是情理之中

此次破发的中自科技被称为“燃料电池催化剂第一股”。公开资料显示，中自科技是一家专注于环保催化剂研发、生产和销售的高新技术企业，是我国移动污染源(机动车、非道路机械、船舶等)尾气处理催化剂领域的少数主要国产厂商之一，并积极探索其在氢燃料电池催化剂等新能源领域的应用。

招股书显示，中自科技本次发行价格为70.9元/股，发行数量为2150.87万股；募集资金净额14.07亿元，拟投向新型催化剂智

多只明星基金产品齐齐中招

上市首日就破发，这让不少中签股民直呼“伤不起”，如果选择在盘中最低价58.88元/股卖出，中一签最高亏损将达6000元。

对于出现新股首日破发现象，资深投行人士王骥跃表示，投资者不要觉得打新就是无风险收益的彩票，打新也是有风险的，看好了再买。

申万宏源首席市场专家桂浩明也表示，成熟的资本市场本身有涨有跌，新股和老股一样，并不应该因为是新股就一定要上涨。破发也是资本市场定价功能真正得到反映、市场化程度提高的结果。目前市场存在的打新如同中奖并非正常现象。

值得一提的是，此次除中签

能制造园区、汽车后处理装置智能制造产业园项目、国六b及以上排放标准催化技术研发能力建设以及氢能燃料电池关键材料研发能力建设等项目。

不过，从其经营业绩来看，此次破发似乎是“情理之中”。2018年至2020年，中自科技分别实现营业收入3.37亿元、10.01亿元、25.77亿元，实现归母净利润-5930.97万元、8655.37万元、2.18亿元。

今年1-6月，公司营业收入为6.25亿元(经审阅)，较上年

同期下滑54.61%；归属于母公司股东的净利润为2871.30万元(经审阅)，较上年同期下滑81.76%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为2325.78万元(经审阅)，较上年同期下滑86.31%。业绩下滑主要系下游天然气重卡终端销量受年初油气价差缩减、上半年国五柴油重卡冲量销售等短期不利因素影响所致。截至本上市公告书签署日，公司天然气车催化剂的销售情况仍未见明显改善。

对此，有公募机构从业人员表示，由于新规将最高报价剔除的比例修改为1%-3%，机构报价被剔除的概率降低不少。现阶段，投资者都倾向于提高报价以争取获配。对公募而言，打新的成本明显变高了，获利空间进一步缩减。之前基本可以闭眼申购，市场上也有部分公募产品是靠打新股的策略维持稳定收益的，之后怕是行不通了。

也有业内人士认为，根据成熟资本市场的经验，“破发”是资本市场的正常现象，体现了价格博弈的有效性，投资者对此不必过于惶恐，如果未来打新不能“躺赢”，公募基金投研团队也是有能力做好新股申购的筛选工作的。

金谷观察

月底大盘仍有结构性机会

股市上周一走势不给力，当日三大指数开盘集体下挫，创业板一度跌超1%，创业板近尾盘才翻红，沪指收盘仍微跌0.12%。但上周二股指就显著反抽，沪指涨0.70%，创业板涨1.04%，得以扭转9月中旬以来的下调走势，A股市场如期实现阶段转势。

上周后三个交易日，大盘于阶段高位小幅横盘，未进一步走高，沪指上周五收报3582点，周线小幅收阳涨0.29%，从中期趋势看暂时止住了跌势，而量能收敛，两市日成交额低于万亿元。股指要继续上行有难度，到月底指数仍有机会实现“红十月”，力度不一定很大。

10月是所有上市公司三季报都要公布完毕的密集披露期，尤其是下半月，本来就是个股结构性多空消息的扰动季节，或因业绩利好突然飙升，或因季报不妙而突然闪崩，市场信心有一定不稳。而上周行业消息的影响加大，像周一的白酒板块突然集体下挫，山西汾酒、酒鬼酒、迎驾贡酒、舍得酒业等多股跌停，贵州茅台下跌5%，板块指数跌逾5%，杀跌的主因据称是消费税征收预期突然大增而且超出原有预期；另外是煤炭板块，上周一还大

永安期货IPO申请获核准

羊城晚报讯 10月22日傍晚，永安期货股份有限公司首次公开发行股票获得中国证监会核准。这意味着，永安期货将成为A股第三家期货上市公司。

永安期货官网显示，公司成立于1992年9月，是一家国有控股的专业期货公司，注册资本13.1亿元。

永安期货曾连续多年在国内期货公司分类评价中获评AA级。2021年期货公司分类结果显示，永安期货获得AA级，在149家期货公司中排名首位。

此外，其盈利能力排名也较靠前。永安期货公布的半年报显示，报告期内，实现营业收入166.85亿元，同比增长50.38%；实现净利润7.4亿元，同比增长80.24%。

永安期货此次IPO闯关成功，将成为A股第三家上市期货公司。此前的2019年，南华期货、瑞达期货已先后在A股上市。

实际上，自南华期货和瑞达期货相继成功在A股上市，国内多家期货公司也开始积极备战A股IPO。除上述的永安期货外，上海中期期货、新湖期货、弘业期货等期货公司都在推动上市进程。

接棒酱油，瓜子也涨价了

洽洽食品瓜子系列产品将提价8%-18%

羊城晚报记者 黄婷

继海天酱油后，又有食品消费股产品宣布涨价。上周五，炒货龙头洽洽食品(002557)发布提价公告。自10月22日起，对公司葵花子系列产品以及南瓜子、小而香西瓜子产品进行出厂价格调整，各品类提价幅度为8%-18%不等。

涨价只针对瓜子系列产品

根据公告，洽洽此次涨价只针对瓜子系列产品，未涉及坚果类产品。涨价原因为产品升级带来产品力提升，以及伴随的原料及包辅材、能源等成本上升。价格执行从10月22日开始实施。公告发布当天，洽洽食品在开盘后一小时左右涨停，收报48.97元。

就在两周前，“酱油一哥”海天味业同样迫于成本持续大幅上涨而发布提价公告，对酱油、蚝油、酱料等部分产品提价3%-7%不等，新价格从10月25日开始实施。

从营收结构来看，传统的瓜子类产品虽然增长放缓，但仍然占据了洽洽食品营收的七成。今年上半年，葵花子产品实现营收为16.13亿元，同比减少4.29%，占营收比重的67.77%；“第二增长曲线”坚果类产品则实现营收为4.61亿元，同比增长50.52%，占营收比重的19.37%。

公开资料显示，洽洽食品在包装流通瓜子领域稳居第一，市占率高达41%，远远超过其他竞争对手。羊城晚报记者走访广州部分商超发现，除产品含量有所不同外，几乎每家都能够找到洽洽瓜子的红袋系列、蓝袋系列、绿袋系列和葵珍系列四大品类，其他品牌的瓜子产品在线下商超渠道则难得一见。

或与北方葵花子减产有关

今年7月，面对原材料价格变动的提问，洽洽食品表示，葵花子种植面积有所提升，人工成本等也略有提升，具体价格变动还不确定；公司也在海外试种葵菜来抵抗区域气候等风险带来的原料端风险。

业内人士认为，本次提价主要是年内因天气因素致北方葵花子种植减产，导致年底采购季(供应明年)瓜



超市中的各种瓜子 黄婷摄

子成本持续上涨，其中内蒙古、伊犁瓜子市场价格上涨至6400-6500元/吨，同比上涨30%；瓦楞纸等包材市场价格上涨超15%。

值得注意的是，从2017年至本次调价时点，洽洽食品仅在2018年提高了八个瓜子品类的产品的出厂价格，提价幅度为6%-14.5%不等，提价理由则与本次提价原因相同。

德邦证券研报认为，2017年以来葵花子销售单价的逐渐上升，主要驱动因素是产品结构优化。例如，从毛利率来看，2015年推出的蓝袋瓜子毛利率略高于红袋，而近5年经典款瓜子在原料、生产工艺和外包装上都进行了升级。而本次提价幅度和范围均高于2018年时期。

除了优化产品结构，洽洽食品还在大手笔扩产能。公司2020年发行可转债募集资金13.4亿元，其中9.2亿元拟投资在滁州洽洽坚果休闲食品项目、合肥洽洽工业园坚果柔性工厂建设项目及长沙洽洽食品二期扩建项目上，建设周期均为两年。三个项目完全达产后预计新增10.08万吨瓜子和坚果产能，滁州项目预计今年年末投产。

实现百亿元目标难度不小

调价背后，洽洽食品业绩增长的可持续性也备受关注。自2019年开始，洽洽食品的业绩稳步上升，2020

年受疫情影响呈现波动下行的趋势。今年二季度，洽洽食品营收和扣非净利润均出现负增长，营收同比下降12.7%，扣非净利润同比下降20.5%。

据了解，洽洽食品在2018年喊出“实现全球领先的瓜子企业迈向全球领先的坚果企业”的战略跨越口号，并公布未来5年“瓜子+坚果”百亿战略。其中，100亿元的营收目标包括葵花子约60亿元、坚果约30亿元、其他休闲食品约10亿元。

近年来，国内零食赛道竞争激烈。在洽洽食品营收刚刚突破50亿元营收大关之时，互联网零食品牌三只松鼠在2019年首次实现百亿元营收，良品铺子2020年全年营收已达到78.94亿元。在此竞争态势下，洽洽食品想要实现百亿元营收并非易事。

按照洽洽食品的百亿战略，未来海外市场的占比将达到30%-40%。今年上半年，洽洽食品海外市场销售额达到2.62亿元，同比增长30.39%，在整体营收中占比约11%。

2019年洽洽泰国工厂正式投产，这是公司旗下全球第一座坚果海外工厂。今年9月，洽洽食品在接受机构调研时表示，公司近几年海外市场都保持较快增速，泰国工厂的新建对于东南亚以及美国等市场都有促进作用；公司未来可能利用当地比较好的果干资源，同时会将国内的其他休闲食品放在泰国或者东南亚其他国家生产。

财经辣评

羊城晚报财经评论员 威耀琪

如果道歉都有用 不妨在道歉中前进

近日，A股上市公司、玻尿酸龙头——华熙生物(600363)旗下品牌润百颜道歉话题冲上微博热搜。起因是前两天润百颜发布一条微博，文案表示，小颜带着8盒能让土狗变“水狗”的某精华突然出现，并在转评赞的评论里抽奖，由此引发网络炮轰。华熙生物苦心经营的营销成果，或因润百颜推广事件遭遇危机。

近年来，依托天猫、京东、抖音、微信等线上线下渠道，华熙生物功能性护肤品四大核心品牌均取得快速增长。华熙生物1-6月实现营业收入19.37亿元，同比增长104.44%。在爆品孵化方面，润百颜爆品已经被近250位KOL和逾150位KOC种草并实现了逾2亿次总曝光以及300万总互动。

护肤品行业是一个高度依赖用户关注和信仰才能生存的行业。原因是，护肤品就像保健品一样，需要长期使用才可能显现效果或者根本不显现。由于每个人的肌体不同，从了解到购买到使用的过程，消费者只能以曝光度为风向，用金钱与时间下赌注。怕怕买的只是纯水一瓶，天天用也是能去污润肤的，何况以高科技生物为名。所以不论真实成本与效果，只要曝光时间够长，消费者卷入够多，公司盈利前景就会越好。

既然这是一种靠主观体验和信心来维持的行业，那么保持企业核心发展能力的，除了技术“秘方”这一条腿，第二条腿就是营销或者造势了。所以KOL与网红博主就会成为公司销售的生力军。可惜的是，这次润百颜选择的网红就翻车了，一翻车成千古恨。

翻车的原因，表面上看是把关不严、言语不重视女性，内在来看，其实是对于网红带货的过度依赖导致的。众所周知，网红能成为网红，是和民间草根情绪有着极大的关系。民间情绪会造就网红，也能扭曲网红，最后毁掉网红。网红不是柜台销售员，甚至也不是网店的小姐姐，所以根本就无法关注每一个潜在消费者的需求和顾虑。网红只能把大家说动了，就可以了。

偏偏选用网红的企业，忽视了这一点，以为网红真的就是KOL，以为网红的意见就真的能低成本、高效率、无差别投射到上百万粉丝的内心，准确传递产品信息，然后就可以收割。企业没有看到，所谓消费群体也不是统一的石膏模型，更未达到百分百信仰和包容一个企业的程度。何况还有非消费群体及竞争对手在盯着自己犯错。以为通过网红总能一呼百应，这是相当天真无知的。

遗憾的是，类似企业的营销翻车不但不一定是坏事，还可能又一次利用了负面新闻传播，走出行业，扩大了自己的影响力。让从没听过的人，也注意起这个品牌。尤其是部分没有强烈道德意识以及选择性失忆人士，可能还会继续选择大牌。因为大牌比山寨靠得住，至少大牌会道歉。那么道歉的声音，往往又是螺旋式上升的开始。

民生银行广州分行举办大湾区经济专题研讨会

10月21日，民生银行广州分行举办了“聚焦新形势 携手新征程——粤港澳大湾区经济机遇与展望”专题研讨会。会议邀请到中山大学岭南学院院长陆军与来自70余家企业的代表，就上述议题进行了深入研讨。

在会议致辞中，民生银行广州分行副行长伍影君表示，该行始终坚持“服务大众、情系民生”理念，紧扣国家战略部署与属地政策导向，扎根珠三角，服务大湾区，将粤港澳大湾区作为全行重点战略区域，找准了推动地方经济社会发展的着力点，实现了与大湾区内企业的共同发展。

据伍影君介绍，该行通过充分发挥交易银行产品优势，缓解了大湾区内企业客户“办理业务难、资金管理难、经营周转难”等发展痛点；通过聚焦场景化，为企业提供了跨行现金管理服务，帮助企业高效管理财务资源；通过创新线上融资，为客户提供了包括电子保函、信融e、线上银承等在内的数字交易银行产品，让客户足不出户就能获取银行的专业金融服务；通过建立跨境业务绿色通道、“单一窗口”金融服务等，简化了办理材料，优先保障了企业结算和融资需求。

随后，陆军以“粤港澳大湾区经济分析发展机遇”为题，将粤港澳大湾区与世界主要湾区情况进行了对比，介绍了大湾区四年以来建设取得的阶段性

建信基金资深基金经理黎颖芳：

固收+把握股债两市好机会

今年以来，债市行情向好，A股持续震荡，市场风格切换频繁。展望后市，投资者该如何把握股债两市机会？建信基金固定收益投资部资深基金经理兼首席固定收益策略官黎颖芳表示，低利率环境下固收+能够双轮驱动，把握债券资产

配置价值，同时也将兼顾价值与成长，积极捕捉A股的结构性价机会。

目前，建信汇益一年持有期正在发行中，该基金将由黎颖芳担任基金经理，力求稳中求进，为投资者提供长期绝对收益。(杨广)