

# 豫金刚石股价大涨再收监管函

## 公司财务情况不甚乐观，资管计划持股目的存疑

羊城晚报记者 丁玲

### 资管计划持股引发监管关注

应该说，近期豫金刚石股价的大涨与重组预期颇有关系。豫金刚石10月19日晚间发布的权益变动公告显示，北京一中院今年1月18日裁定受理北京天空鸿鼎投资中心(有限合伙)(下称“天空鸿鼎”)破产清算一案，并于3月26日指定国浩律师(北京)事务所担任天空鸿鼎管理人。根据天空鸿鼎破产进程，天空鸿鼎持有的豫金刚石9195.40万股股票(占总股本的7.63%)，8月21日10时至8月22日10时在淘宝网司法拍卖网络平台进行公开拍卖。最终天空鸿鼎所持有的9195.40万股豫金刚石被兴瀚资管——兴开源8号单一客户专项资产管理计划(以下简称“兴开源8号资管计划”)以2.01亿元的价格拍下。

根据权益变动公告，兴开源8号资管计划通过银行向天空鸿鼎发放委托贷款，天空鸿鼎以其持有的豫金刚石股票为委托贷款提供质押担保。而

近期A股市场逐步趋弱，三大股指振荡走低，但部分前期在一系列监管措施的打击下暂时“熄火”的妖股卷土重来，豫金刚石(300064)就是其中代表。10月20日豫金刚石暴涨20%，在10月21日受监管函影响股价下跌8.69%后，10月22日股价再次收涨1.93%，收报7.93元，10日内股价涨幅高达57.97%。

目前天空鸿鼎已进入破产程序，基于化解委托贷款项目风险，兴开源8号资管计划将在未来12个月内择机减持。巧合的是，豫金刚石在8月25日便迎来涨停，股价开始连续大涨，10月21日更是创出852元的新高。

而这一“异常”也引来监管的关注，要求公司说明兴开源8号资管计划的持股目的。

10月20日晚间，创业板公司管理部对豫金刚石下发关注函，要求公司具体说明兴开源8号资管计划的持股目的，未来12个月内对上市公司股份的增减持计划，是否会导致公司控制权的变更，对上市公司资产、业务等是否有进行调整的后续计划。

### 涨幅与基本面情况并不相符

值得注意的是，除重组预期备受关注外，豫金刚石还被指涉及第三代半导体、光伏概念等，在多重“光环”加持下，公司股价从今年8月20日收盘2.31元，振荡上行至如今的7.93元。

但豫金刚石的股价涨幅，与公司基本面情况并不相符。早在今年4月7日，豫金刚石就因公司涉嫌信息披露违法违规而收到中国证监会调查通知书。财务情况不甚乐观。今年上半年，公司亏损3.57亿元，较上年下降85.67%。2019年度，公司亏损51965.494万元。

而在9月25日、10月9日，深交所表态将对多日涨跌幅异常的豫金刚石等个股进行重点监控，并及时采取监管措施。

在10月20日晚间的关注函中，监管层也要求豫金刚石说明公司的生产经营、主营业务等基本面是否发生重大变化，公司股价变化与基本面是否匹配；结合公司股价近三个月的涨幅及市盈率、市净率、同行

业公司情况、公司控股股东、实际控制人、持股5%以上股东、董事、监事、高级管理人员近期减持股份及减持计划等，对公司股价波动进行充分的风险提示。

关注函显示，2018年以来豫金刚石部分合作银行、非银金融机构存在断贷、抽贷或要求公司提前还款情形，公司融资渠道受阻，截至今年6月底，公司在手可用货币资金余额257.09万元，要求公司说明截至目前公司在手可用货币资金余额，是否仍存在流动性风险等，并说明截至第三季度末是否仍存在亏损等经营风险。

此外，关注函还要求豫金刚石核实说明公司、控股股东及实际控制人是否存在应披露而未披露的重大信息，是否存在筹划中的重大事项；说明公司近三个月接受媒体采访、机构调研、自媒体宣传，以及投资者关系活动情况，是否存在违反信息披露公平性原则或误导投资者的情形。



### 相关链接 神秘接盘方指向兴瀚资管

豫金刚石近期的大涨和基本面格格不入，然而就在这不和谐的氛围中，豫金刚石两个重量级股东共计超过3亿股的拍卖，却被唯一的神秘方竞买，虽账面浮盈可观，但风险也不算小，谁会参与这样的豪赌呢？据界面新闻报道，这两场拍卖的唯一竞买方，很可能就是一家，而起背后站着的是由华福证券和国脉科技(002093)携手打造的兴瀚基金管理有限责任公司持股(下称兴银基金)。

市场一番猜测之后，10月19日晚间豫金刚石透露了相关情况。据悉，8月22日，经由网络拍卖公开竞价程序，上海兴瀚资产管理有限公司(下称兴瀚资管)以约2.01亿元竞价成功，取得天空鸿鼎所持有的

豫金刚石9195.4023万股股票(占总股本的7.63%)。10月16日，这部分股份已完成了过户。

那么，新一轮的拍卖又如何呢？北京一中院4月24日裁定受理北京天证远洋基金管理(下称天证远洋)破产清算，并于5月15日指定北京市普华律师事务所担任天证远洋管理人。据阿里拍卖官网显示，此番拍的是天证远洋所持有的豫金刚石22988.5057万股(占总股本19.07%)，其同样被人用约9.68亿元的真金白银竞买，成本约4.2125元/股。天空鸿鼎和天证远洋均是通过2016年年末那场定增入股的。

值得注意的是在权益变动书中的一句话，当提及未来12个月计划时，兴瀚资管表示将参与天证远洋所持22988.5057

万股的司法拍卖，除此之外无其他增持计划。从阿里拍卖官网可见，天证远洋的拍卖过程中，只有一家报名参与，两处线索直接指向了兴瀚资管，其极有可能是竞买天证远洋的买家。

资料显示，兴瀚资管注册地上海，注册资本3亿元，法定代表人张贵云，兴银基金持股100%，主要开展特定客户资产管理业务及中国证监会许可的其他业务，既服务于实体经济，又满足客户对财富管理多元化需求。

据天眼查信息，兴瀚资管由兴银基金100%持股，兴银基金前身为华福基金管理有限责任公司，兴银基金又由华福证券持股76%，国脉科技持股24%。(李采)

# 蚂蚁集团10月29日正式申购 阿里巴巴拟战略认购7.3亿股

羊城晚报讯 10月21日晚，在科创板IPO获证监会同意注册后，蚂蚁集团迅速更新了招股意向书并公布上市发行方案。蚂蚁集团A股股票代码为688688，初步询价时间为10月23日，网上网下申购时间为10月29日。战略配售方面，阿里巴巴集团的全资子公司浙江天猫技术有限公司将作为战略配售投资者，认购蚂蚁在科创板发行的7.3亿股股票。

根据蚂蚁集团的发行计划，其A股发行的新股数量不超过16.7亿股，不超过发行后(绿鞋前)总股本的55%。其中，初始战略配售股票数13.4亿股，占初始发行量80%。

作为蚂蚁集团的重要股东，阿里巴巴集团表示参与战略配售认购。阿里巴巴集团认购既是看好蚂蚁的长期发展，也与阿里巴巴集团自身战略密切相关。在近期阿里巴巴集团投资者日上，阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇表示，数字化是巨大的历史发展机遇。未来3年到5年，阿里有11大重要的战略机会，支付宝从数字支付出口升级为数字生活入口是其中之一。此外，重仓A股，也显示了阿里巴巴对中国资本市场和中国经济增长潜力的信心。

根据蚂蚁集团发行安排，参与战略配售的投资者需承诺限售期限为12个月，50%股份限售期限为24个月。这意味着，阿里巴巴集团认购的蚂蚁股份半数将锁定2年，超过了12个月限售期的监管要求。这也是科创板成立以来最严格的战略配售限售期安排。

除了阿里巴巴集团外，蚂蚁集团科创板IPO还吸引了包括中投公司、中国社保基金、新加坡淡马锡、新加坡政府投资公司、阿布扎比投资局、沙特公共投资基金等机构拟参与战略配售。(沈钊)

# 私募前三季度业绩榜单出炉 冠军产品收益率超过800%

羊城晚报讯 阳光私募前三季度业绩榜单揭晓。由于三季度市场波动幅度明显加大，股票策略产品业绩略显逊色，宏观策略前三季度业绩居前。另外，众多新面孔成为亮眼业绩的创造者，冠军私募产品收益率超过了800%。

业内人士表示，高收益背后往往暗藏高风险，投资者面对超高收益产品时需谨慎考虑，并参考产品过往业绩进行选择。此外，随着市场不确定性加大，可适当配置宏观对冲、量化对冲策略基金。

私募排排网数据显示，截至9月底，纳入统计排名的15469只对冲基金今年以来平均收益率为19.70%，明显跑赢同期沪深300指数11.98%的涨幅。分策略来看，前三季度策略平均收益最高的为宏观策略基金，以24.21%的平均收益小幅领先于股票策略23.58%的涨幅。

另外，平均收益同样超过20%的还有管理期货策略，前三季度平均收益为21.84%。同期，定增市场明显降温，事件驱动策略收益随之回调至9.84%。而债券市场短期内缺乏较大的趋势性机会，前三季度平均收益为5.83%，依旧排在榜单最后。

从各个策略内部榜单来看，私募冠军业绩依旧很亮眼。据统计，前三季度股票策略、管理期货策略的冠军私募产品收益率分别高达872.65%和883.28%。

值得注意的是，股票策略的冠军产品为阿巴马美好生活2号。资料显示，阿巴马资产的投资理念是“和好公司一起成长，赚取公司盈利的钱”，具体策略为“基本面量化策略”，通过行业和公司的基本面因子建立量化模型，精选核心标的，进行长线投资。从该产品历史业绩来看，其净值在2018年5月至2019年12月几乎没有变化，而今年三季度业绩开始强势上涨，涨幅超过400%。

业内人士表示，每年私募行业都会出现业绩惊人的产品，此类产品大多数情况下押注某个行业或个股，持仓集中度，也有私募选择长期持有某几只股票，基本不调仓，因此净值曲线会呈现长时间横盘，然后猛然拉涨的态势。这类产品的业绩可持续性值得商榷，波动幅度也普遍较大。投资者如果要配置此类产品，应该观察其过往业绩表现是否与私募的投资策略相一致。(李采)

### 上投摩根股票投资能力居前

不平凡的2020年已过去三个季度，在振荡、分化的市场行期中，部分独具慧眼的基金公司牢牢把握住机会，向投资者交出一份亮眼的成绩单。以上投摩根基金为例，银河证券数据显示，截至9月30日，近一年上投摩根基金旗下股票基金算数平均股票主动管理收益率达到66.22%。

从具体业绩表现来看，截至9月30日，上投摩根旗下超过九成的主动权益基金近一年内实现正收益，多达26只产品收益率超过50%，其中，20只产品收益率超过60%。(杨广)

### 新华“爆款” 定开债基热销80亿元

随着债市长期配置价值显现，又见“爆款”新基诞生。自4月调整以来，中债——综合净值总值指数从105回落至101.3附近，较大的跌幅释放了市场风险，降低了未来继续大跌的可能，反而孕育了长期投资机会。

新华安享惠融88个月定开债基于10月15日顺利完成募集，该产品为新华基金成立以来募集规模最大的单只基金，顶格完成发行限额80亿元的募集总规模，彰显出新华基金在固收投资领域的强劲实力，也体现了投资者对新华基金的认可和信赖。(杨广)

### 景顺长城 4只基金业绩涨逾200%

能够横跨13年穿越多轮牛熊为投资者赚取绝对回报的基金，彰显了其背后投资团队的卓越实力。截至10月16日，上证综指自2007年10月16日创出6124点的历史最高点至今，市场中有24只权益基金涨幅超过200%，景顺长城基金旗下4只基金赫然在列，成为市场中少数整体表现优异的基金管理公司之一。

其中，景顺长城鼎益、景顺长城内需增长、景顺长城优选和景顺长城内需增长贰号净值增长率分别为232.95%、215.53%、208.26%和205.56%，实现了逾200%的收益。(杨广)

# 普华永道发布报告预计： 娱乐及媒体行业将现“V形”反弹

羊城晚报记者 莫谨榕 实习生 余宇翔

10月22日，普华永道发布《2020年至2024年全球娱乐及媒体行业展望》中国摘要(下称“摘要”)。摘要显示，受疫情影响，2020年将成为中国娱乐及媒体行业分水岭，预计2020年的行业总收入约为3310亿美元，同比下滑2.8%。展望2020年，中国娱乐及媒体行业将出现“V形”反弹，2020年至2024年的复合年增长率为5.2%，高于全球的5.1%。

普华永道中国内地及香港媒体行业主管合伙人邱丽婷表示：“疫情改变消费者生活的方方面面，加速消费者行为从传统模式向数字模式转变，例如通过OTT(“Over The Top”的缩写，是指通过互联网向用户提供各种应用服务)视频平台观看新电影、线上观看音乐会直播或虚拟现实(VR)录制表演、参加线上活动等。同时，也促使娱乐及媒体企业开辟新的商业模式以迎合消费者行为的转变，开拓收入增长。”

### 虚拟现实和OTT增长最快

展望全球娱乐及媒体行业的发展，报告认为“娱乐及媒体行业在复苏中重塑”。增长最快的细分市场将是数字驱动的细分市场，其中虚拟现实和OTT将处于领先地位。疫情加速消费者在生活的许多方面走向数字化，包括：一是从参加现场音乐活动到观看在线直播表演和在游戏平台上看演唱会；二是从前往电影院看电影到在腾讯视频、爱奇艺、优酷等OTT视频平台观看电影；三是去健身房上健身课到按需在线上健身课程或现场直播健身课程；四是从参加B2B贸易展会到参加虚拟活动、多媒体展会，或在数字观看展。

报告分析了OTT视频、电影、视频游戏与电子竞技、互联网广告四个细分市场的发展趋势。在OTT视频方面，中国

OTT视频市场近年来增长显著。预计2020年至2024年，中国OTT视频市场将日益成熟，复合年增长率将达12.2%，预计2024年收入将达约161亿美元。通过内容个性化的组合实现细分市场货币化，对消费者支出和注意力的争夺是OTT视频和电商平台的主战场。在疫情的影响下，一些电影发行商跳过了院线发行，直接登录流媒体，预期2020年中国订阅视频点播的收入将首次超过电影票房的收入。随着各平台为用户提供更多优质服务及捆绑会员服务，中国视频点播市场将保持快速增长。

在电影方面，2020年初，疫情严重影响中国电影门票销售。报告预计，2020年中国电影收入同比大幅下跌78.1%至只有约22.6亿美元，观影人次也将从2019年的18亿骤减至4亿。预计2020年至2024年，中国电影收入将以37.8%的复合年增长率快速反弹，不过要恢复到疫情前水平仍然需要时间。预测期内，从票房收入来看，中国仍将是全球第二大的电影市场，仅次于美国。

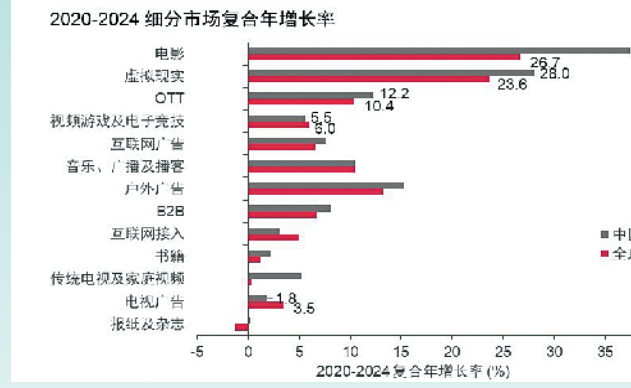
值得关注的是，为满足消费者对家庭娱乐的需求，发行商改变了电影发行模式，例如直接在OTT流媒体平台发行，特别是一些中低成本且特效有限的电影，发行商正在探索线上首播的机会，并与科技公司合作以实现收支平衡。

### 社交及休闲类游戏增长最快

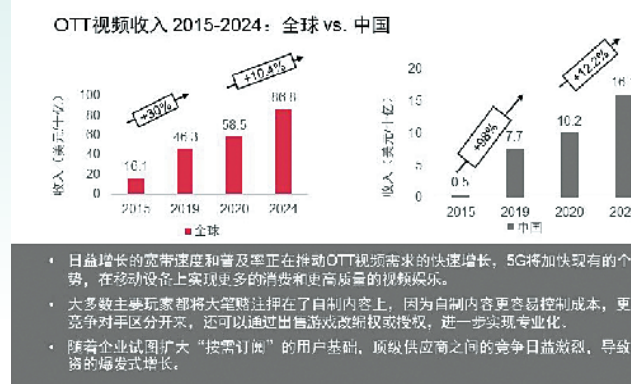
中国视频游戏持续快速增长，报告预计2020年，中国视频游戏将创造312亿美元的收入，2020年至2024年的复合年增长率将为5.4%，至2024年收入将高达385亿美元。

疫情期间，中国游戏市场的手机游戏和应用下载量激增。

### 行业摘要及趋势：全球 vs. 中国



### 细分市场：OTT视频



移动游戏下载和应用内购买的费用最高，增长最快的是社交及休闲类游戏，疫情期间分别增长了56%和46%。社交/休闲类游戏拥有稳定的市场份额，受到非核心玩家的青睐，女性玩家和退休玩家持续增加。特别是疫情期间，由于游戏玩家建立了游戏社交社区，因此用户黏性会增加，用户会更倾向于玩他们朋友正在玩的游戏，该游戏习惯在疫情之后的一段时间也会延续，预计至2024年，中国社交/休闲游戏占比将达到70.4%。

中国的电子竞技收入已在2019年超越美国和韩国，成为全球最大的电竞市场。预计2020年中国电竞收入将进一步升至约4.1亿美元，2020年至2024年的复合年增长率为13.1%。电竞的赞助和媒体权利收入是该细分市场的主要推动力。

### 财经辣评

### 电商狂欢节转眼要到 今年你还能忍得住吗?

一转眼快到年底，每年一次的“双11”购物节又要到来，各大电商平台已经在派优惠券了。当年因为11月没有节庆可以用，为了促进消费，电商硬是创造出来一个“节”。如今它已经真正成为几乎全民的节日，其商业影响力甚至可以和春节、中秋之“齐名”。

作为一个赤裸裸纯粹为了促销的节日，包含着互联网的所有野蛮生长不可遏制的基因。因为和时代节拍相适应，得以发展壮大，无论线上线下，席卷一切交易。一台手机为每个人打开了全世界，可谓君临天下任选择。选择没有有限制，购物没有了瓶颈，送货没有障碍，所想就能所见，所见就能所得。因此电商是一种对人类占有欲和获得感最大化、最“懒汉式”的满足。相比传统购物来说，电商平台对人类的收割能力是几何级增长的，商品对人的渗透性更强，人对万物的索取心也更甚。

电商交易成为人类不可或缺的一种生活方式之后，也会加速改变和塑造我们的心智模式。有人整天沉溺于购物平台，因为外界物品肯定是超过我们的认知范围的，就会导致浏览不息，每天万马奔腾，踏遍荒芜的内心。这种日复一日的“向外求”的行为，无形中就是自己给自己制造持续饥饿的暗示。明明没有刚需，但只要上网就发现自己还需要很多。种草日久，哪怕优惠一两点，内心马上崩溃，不买就会抱憾终身那种。

电商交易成为人类不可或缺的一种生活方式之后，也会加速改变和塑造我们的心智模式。有人整天沉溺于购物平台，因为外界物品肯定是超过我们的认知范围的，就会导致浏览不息，每天万马奔腾，踏遍荒芜的内心。这种日复一日的“向外求”的行为，无形中就是自己给自己制造持续饥饿的暗示。明明没有刚需，但只要上网就发现自己还需要很多。种草日久，哪怕优惠一两点，内心马上崩溃，不买就会抱憾终身那种。

频频浏览购物平台，也是一种主动帮助商家说服自己的过程。比如有人以往可能只熟悉1000元以下的品牌，但是平