



文/表 羊城晚报记者 丁玲

随着汇通集团2021年12月31日在上交所挂牌,2021年A股IPO完美收官。在推进全面注册制的大背景下,2021年A股市场IPO表现火热,IPO企业数量和募资总额均已刷新历史纪录。数据显示,截至2021年12月31日,全年A股上市新股数量合计达524家,其中核准制下上市公司合计122家(沪市主板88家、深市主板34家),科创板、创业板上市公司分别为162家和199家,北交所上市公司41家。整体来看,2021年524家上市公司合计募资金额超过5400亿元,2021年IPO企业数量和募资金额分别同比增长了20%、13.21%。

这也意味着,2021年每个月上市新股都超过30家。尽管受到春节假期以及十一黄金周影响,2月和10月上市新股数量相对较少,但仍各有34家新股诞生。4月IPO企业数量最多,达到57家;6月、7月、12月也均有超过50只新股上市。

A 科创板募资规模第一

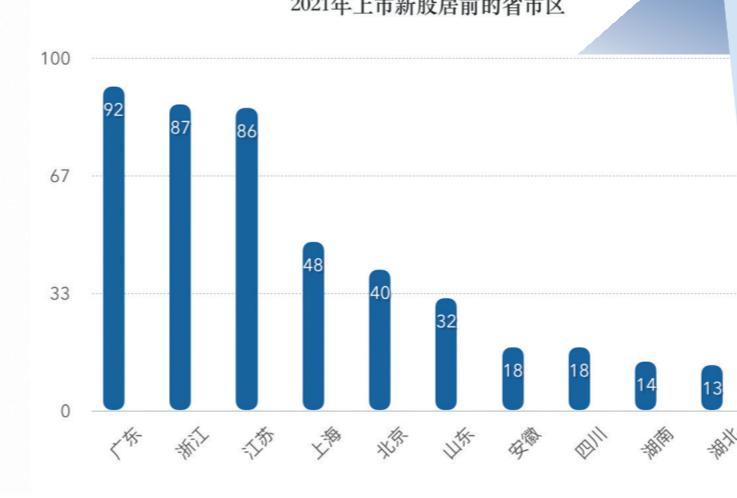
除上市新股数量首次突破500家大关外,募资金额同样也是近年来最多。524家新上市公司总募资金额5056亿元,平均每家募资约9.65亿元。首发募资超过百亿元的公司共有3家,分别是电信募资475亿元,三峡能源募资225亿元,百济神州募资216亿元。

百济神州也是新股中唯一在一A股、港股和美股三地上市的公司。其在A股募资金额远远超过在港交所首发募资金额59.4亿元,以及纳斯达克首发募资9.4亿元。

分板块来看,科创板新股共募资1889亿元,平均募资11.7亿元;上证主板新股募资1557亿元,平均募资17.9亿元。创业板新股总计募资1330亿元,平均募资6.7亿元;深证主板新股募资212亿元,平均募资6.2亿元。相比之下,由于以中小企业为主,加上从2021年11月15日才开始挂

去年A股IPO成绩单出炉,524家新股募资超5400亿元

广东新上市企业居首位 深圳广州位列城市前五



B 广东新上市企业最多

按照上市公司注册地来看,广东以92家新股成为拥有新上市公司最多的区域。浙江、江苏则分别以87家、86家位列第二和第三。而在四大直辖市中,上海以48家力压北京(40家)、重庆(5家)和天津(3家)则远远落后。

新股数量超过10家的地区还有安徽18家,四川18家,湖南14家,湖北13家,河南、福建也各有10家。

值得注意的是,内地31个

省市区,只有甘肃和青海在2021年没有产生新上市公司。整体来看,新上市公司数量与GDP规模之间呈现强相关关系。

而如果以城市注册地维度看2021年新股数量,上海则以48家新股居首,深圳以41家新股险胜北京,排名第四的为36家的杭州,广州则以16家位列第五。

另外,按照IPO公司的属性来看,民营企业430家,占

比高达82%;地方国有企业36家,央企22家,国资企业共计58家,占比大约12%;外资企业15家,公众企业13家,其他7家,集体企业1家,累计占比约6%。

在22家新上市的央企中,北京有8家,占比超过1/3。广东、湖南各有3家,湖北、江苏、上海等6省市各有1家。另外,地方国企方面,浙江以6家拿走第一,广东则以5家位列第二,上海和山东也各有3家。

C 20家新股首日破发

在IPO空前火热的同时,“新股不败”的神话也被打破。同花顺ifind数据显示,上市首日破发的新股共20家。破发超过10%的有8家,成大生物、迪哲医药、南模生物、百济神州分别以破发27%、22%、18%、16%列破发榜前四。

整体来看,新股首日平均涨幅为158%,近半公司即251家涨幅超过100%,这也意味

着无涨跌幅限制的创业板、科创板、北交所公司上市首日实现翻倍成为常态。有3家公司首日股价涨幅超过10倍,即读者文化涨1943%,纳微科技涨1274%,力量钻石涨1112%。分板块看,科创板新股平均涨幅191%;创业板新股平均涨幅198%;深市主板公司平均涨幅44%;沪市主板公司平均涨幅42.4%。

三大国内运营商齐聚A股

中国移动登陆A股,收涨0.52%,总市值为1.23万亿元

羊城晚报记者 林曦

投资者们都为中国移动的上市捏了一把汗。虽然不久前遭遇弃购金额超过7亿元,刷新了A股最高弃购额纪录,但是中国移动A股上市第一天的表现,还是可圈可点。

1月5日,近10年来A股最大IPO、“巨无霸”中国移动在上海证券交易所主板上市交易,中国移动本次发行价为57.58元,开盘涨9.41%,报63元,总市值超1.3万亿元。截至当天收盘,股价回落,报57.88元,收涨0.52%,总市值为1.23万亿元。至此,中国移动、中国电信、中国联通三大国内运营商齐聚A股了。

募集资金总额近560亿元

中国移动董事长杨杰表示,1997年10月23日,中国移动在香港联交所上市,成为“央企海外上市第一股”。今天,中国移动登陆A股,成为“红筹公司回归A股主板上市第一股”,这是中国移动发展历程中的又一个里程碑,标志着中国移动成功搭建起境内资本运作平台,为公司推进数智化转型、加快高质量发展奠定了坚实基础。

中国移动是全球客户规模最大的运营商。招股书显示,此次回归A股上市,中国移动募集资金总额将近560亿元,超过中国电信的479.04亿元的融资规模,成为自2010年6月农业银行IPO后A股最大的新股融资规模。募资用途将围绕“新基建、新要素、新动能”,推进数智化转型,构建新型数智生态,用于5G精品网络建设、云资源新型基础设施建设、千兆智家建设、智慧中台建设、新一代信息技术研发及数智生态建设5个方面。

中国移动去年或日赚3亿元

在上交所上市前夕,中国移动还公布了2021年业绩预告。根据公告,中国移动预计去年营业收入为8448.77亿元至8525.58亿元,同比增长幅度为10%至11%;净利润为1143.07亿元至1164.64亿元,同比增长幅度为6%至8%。按此预计数额计算,



中国移动股价首日微涨 视觉中国供图

去年中国移动日均赚约3亿元。

根据招股书,2018年至2020年及2021年上半年(以下简称“报告期”),中国移动实现营业收入7368.19亿元、7459.17亿元、7680.7亿元、4436.47亿元,对应净利润分别为1168.69亿元、1064.75亿元、1081.34亿元、591.86亿元。

值得一提的是,就在上市前夕,中国移动1月4日公告,公司拟回购不超过20.48亿股港股股股份,相当于不超过2021年股东周年大会当日公司已发行港股股份总数的10%。这也是中国移动首次在香港H股市场进行回购。

中国移动表示,回购将有利于公司及股东的情况下进行,根据市场情况及资金安排而定。回购时间方面,中国移动将在人民币股份发行超额配售选择权行使期于2022年2月7日届满后,依据回购授权在港交所场内回购港股股份。

按照1月4日中国移动港股收盘价48港元计算,上述回购将耗资983亿港元。有投行发布研究报告称,中国移动公布计划行使可回购最多10%已发行H股的股票授权,此举对市场为正面信号,评级“增持”,给港股的目标价65港元。有分析指出,选择上市前夕回购股份,

会对回A股上市的中国移动股价起到稳定作用。

大手笔投入5G网络建设

在未来的发展中,5G建设是运营商的重中之重。公开数据显示,截至2021年11月,中国移动5G套餐用户达3.74亿户,渗透率近40%。5G基站超过56万个。今年,中国移动将继续发力5G,增强网络覆盖,推动5G行业应用落地和商用。而此次A股上市所募资金也将有一半以上用于5G。从招股说明书来看,280亿元将投入到5G精品网络建设项目中。

近年来,5G建设不仅掀起了新一轮移动通信网络投资浪潮,推动新型基础设施建设持续创新和用户信息消费转型升级,更打开了经济社会创新发展的新空间。数据显示,中国已建成5G基站超过115万个,占全球70%以上;5G终端用户达到4.5亿户,占全球80%以上;全国所有地级市城区、超过97%的县城城区和40%的乡镇镇区实现5G网络覆盖。

华泰证券研究报告预测,未来,智能家庭网络构建将为运营商在5G产业链中带来更多创造价值的机会,进一步帮助运营商打开新的市场空间。

财经辣评

三只松鼠又爆出低级错误 能管控风险才是成熟姿态

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

近日,有网友指出,三只松鼠此前发布的“331补脑节”广告图中,两名佩戴红领巾的少年画面不合规范,不能把少先队的相关信息用于广告。1月3日,三只松鼠在微博上致歉信,并表示针对以上问题,公司已多方面开展自查自纠。而在刚刚过去的2021年12月底,因为酸辣粉产品广告模特的眯眯眼、厚嘴唇形象,有网友认为该广告阴阳怪气、刻意丑化国人。随后,三只松鼠官方称,针对网友反馈模特妆容不符合大众审美并由此产生不适感,三只松鼠深表歉意,已进行页面的替换,杜绝类似情况产生。

据媒体报道,早在上市初期,三只松鼠股价一路高歌猛进,从发行价的14.68元,在不到一年时间里最高摸91.09元,巅峰时总市值超过360亿元。然而,在2020年6月以来,三只松鼠股价出现持续下跌,到2021年3月一度跌至34.01元,股价仅剩原来的1/3多一点,市值蒸发超过200亿元。三只松鼠的营收也在去年出现持续下滑。

三只松鼠是国内比较成功的快消食品企业,它的崛起和网络生活场景有着莫大的关系。这种糅合了年轻人心态与网红风潮的零食产品,确实有着更突出更鲜明的时代烙印。既然如此,那么一方面受到年轻群体的青睐和追捧,一方面又被同一个年龄段和阶层的人士吐槽,也就成了长期共存企业的生存现实。

作为一家食品企业,可以被吐槽的链条实在是很长的。从广告风格、代言人、口味、保质期、营养成分,统统都是可以被深究的目标。以至于让网友“看

上去普遍感到不适”也可能成为一大罪状。尽管网友和购买者并非完全重叠,但是如果真的因为广告造成业绩下滑,还屡屡犯众怒,那么就是花钱砸自己的脚,这个企业营销与品牌部门对社会心理的理解与拿捏能力也是值得怀疑的。

当前三只松鼠所在的零食行业,因为其相对成本低而品牌溢价成分高,因此是群雄逐鹿的一个。一个新品出来,竞争者很快就会有份出现甚至超越。至于消费者,已经从当年的跟随品类转变成跟随品牌,进而跟随品牌的曝光量和流量。同样是一粒普通的开心果,因为品牌甚至仅仅是传播声浪不同,完全可以卖出差别极大的价格。但是作为交换,这种建构在网友变心态之上的经营策略,自然就会遭遇更多的不确定风险。

既然依赖品牌优先来推进企业发展,那么一方面要管控风险,一方面又要让风潮为自己所驾驭,这就需要更加敏锐、警觉且成熟的营销传播思路。失败的公关与营销策略,源于过分的自信,也源于对市场心理的误判。就此而言,国内新兴企业可谓是屡屡犯错,显得很不成熟,很狂野也很幼稚,甚至让人怀疑那些广告和公关团队是不是网游打多了,完全活在虚拟的世界中。

一系列低级错误结果,不但给企业的稳健经营带来冲击和摇摆,同时,对于品牌稳定性的确立也是没有什么好处的。长远来说,消费者更愿意信赖那种有稳定预期、稳定品质和稳定好感的产品。确实,没有人会希望今天把这个网红食品送给朋友,明天就爆出这个产品的低级错误的。

创维分拆冰洗业务上市

如何在竞争激烈的白电市场分一杯羹?

羊城晚报记者 黄婷

前有酷开后有白电,创维集团旗下业务分拆上市又有新进展。赶在2021年的最后一天,深交所正式受理了创维电器股份有限公司(简称“创维电器”)的创业板上市申请,本次IPO拟募资8.19亿元用于商用冷柜、多门冰箱、干衣机和双子星洗衣机生产线扩建项目,以及研发中心建设项目建设。

ODM业务拖了毛利率后腿

根据招股书申报稿,创维电器成立于2013年4月,主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑等产品的研发、生产和销售,目前已形成自主品牌与ODM协同发展业务模式,也即是通常所说的白电业务。公司的冰洗业务隶属于创维集团旗下的智能电器业务板块。

值得注意的是,专注于白电领域的创维电器的毛利率并不出色。2018年到2021年上半年,创维电器综合毛利率分别为12.04%、14.96%、13.19%及11.03%,低于同行业平均值。例如,2021年上半年其毛利率远低于海尔智家、海信家电和奥马电器等品牌。究其原因,创维电器采取的ODM业务模式拖了毛利率的后腿。

当前,国内白电市场已进入存量竞争阶段,美的、格力、海尔呈现三足鼎立之势。而相较于黑电业务,创维的白电业务起步较晚,意图在“三巨头”的夹缝中求生不容易。对此,创维瞄准了国际市场,公司境外收入由2018年的23.52%提升至2021年1-6月的32.87%,2018年-2020年海外市场收入的年均复合增长率接近30%,远高于本土市场的14%。

值得注意的是,专注于白电领域的创维电器,未来创维或将拥有4家上市公司。

创维电器登陆创业板,已是创维集团第二次将旗下业务分拆上市了。2020年7月,创维集团在深交所发布公告称,其已就建议分拆酷开网络科技的业务并在深交所独立上市的事宜向深交所提交分拆申请。去年2月,深圳证监局披露了酷开网络首次公开发行股票并上市辅导备案信息。

加上主营电视机机顶盒业务的创维数字,未来创维或将拥有4家上市公司。

2018年,创维为了加快转型升级,提出打造多模体、智能电器、智能系统技术及现代服务

业的四大板块。截至2020年三季度末,创维集团智能系统技术业务在中国大陆市场的营业额48.92亿元,较去年同期增长35.7%;海外市场营业额为27.73亿元,较去年同期增长11.6%。

除了创维,白电巨头美的也在进行多业务的分拆上市。2020年7月,美的集团发布公告,计划分拆美智光电至创业板上市,后者专注于照明及智能前装产品设计、研发、生产及销售;此外,美的集团有意分拆上市的子公司还有物流业务的安得智联、工业互联网软件业务的美云智数。

上投摩根:围绕投资性价比布局

如何把握2022年A股投资机会成为投资人关注的焦点。上投摩根全景优势股票型基金拟任基金经理倪锐生表示,当前并不需要对今年市场过于担心。从较长时间来看,流动性和企业盈利有望向好。当前需要做的就是放平投资的心态,从投

资性价比的角度布局,选好品种,耐心等待。目前,拟由倪锐生担任管理的上投摩根全景优势股票型基金正在发行。感兴趣的投资者可通过中国银行等各大银行及券商代销渠道、上投摩根直销中心及官方网站进行认购。(杨广)