

首轮48新股上市收官 众信旅游涨幅夺冠

证券时报记者 孙晓辉

算上昨日中小板上市的3只新股,首轮48只新股发行后上市收官。据证券时报数据库统计显示,截至昨日,有21只新股最新收盘价较发行价溢价超过100%,占比接近50%,其中众信旅游最高,较发行价涨242.51%,陕西煤业最低,仅较发行价涨19.5%。

首轮48只新股发行收官

中小板昨日迎来三个新成员,三只新股盘中均因股价涨幅触及监管规则两度遭停牌,全日涨幅均达到44%的最高限制涨幅。本轮IPO重启以来,已先后有45只新股登陆A股市场,随着昨日东易日盛、登云股份和岭南园林3只新股压轴登场,首轮新股发行收官。

截至昨日收盘,东易日盛收报30.24元,涨44%,换手率2.18%;登云股份收报14.63元,涨44%,换手率1.96%;岭南园林收报32.14元,涨44%,换手率1.63%。综合公开信息看,3只新股中,发行价最低的是主要从事汽车发动机进排气门研发、生产与销售的登云股份,发行价为10.16元;另外两只新股发行价则在20元以上。从机构询价情况来看,关注度最高的是岭南园林。

众信旅游溢价率最高

截至昨日,今年以来上市新股中,众信旅游最新收盘价为79.29元,较27.78元的发行价大涨242.51%,排名

近期上市新股涨幅居前者						
代码	简称	最新收盘	上市日期	较发行价折溢价(%)	上市以来累计换手(%)	行业
002707	众信旅游	79.29	2014-1-23	242.51	45.12	租赁和商务服务业
300376	易事特	62.51	2014-1-27	239.73	22.89	电气机械和器材制造业
300379	东方通	64.07	2014-1-28	191.23	142.88	信息传输、软件和信息技术服务业
002721	金一文化	28.3	2014-1-27	168.25	485.23	其他制造业
002722	金轮股份	19.26	2014-1-28	168.25	349.41	专用设备制造业
300366	创意信息	47.7	2014-1-27	163.39	214.96	信息传输、软件和信息技术服务业
300373	扬杰科技	50	2014-1-23	156.41	334.23	电气机械和器材制造业
300369	绿盟科技	100.47	2014-1-29	145.05	133.43	信息传输、软件和信息技术服务业
300383	光环新网	93.27	2014-1-29	143.52	228.67	信息传输、软件和信息技术服务业
002709	天赐材料	32.9	2014-1-23	140.85	546.23	化学原料及化学制品制造业

孙晓辉/制表

第一。该股自1月23日上市以来累计换手率为45.12%,在众新股中换手率排名倒数第二。

值得一提的是,除去上市首日45.23%的涨幅,及期间5个交易日停牌,众信旅游在其余9个交易日累计收获9个涨停板,均为一字涨停,至今尚未打开涨停板。众信旅游每日成交额多在几千万,据昨日深交所公开交易数据显示,众信旅游成交90万股,成交金额7119万元,前五大买入席位均为游资,合计买入4510万元,前五大卖出席位中,卖四为机构卖出190万元,其余为游资,合计卖出1006.8万元。

易事特昨日昨日收盘价62.51元,较22.08元的收盘价溢价239.73%,在所有新股中位列第二。该股自上市以来累计换手率为22.89%,在所有新股中换手率最低。数据显示,易事特自1月27日上市以来,除上市首日44.02%的涨幅,以及期间3个交易日的停牌,也已收获9个涨停板,涨

停板至今尚未打开,每日成交量维持在4000万元左右。

东方通最新收盘价较发行价上涨191.23%,在所有新股中位列第三,1月28日上市的东方通在收获8个涨停板后,已于昨日打开涨停板,报收3.77%。昨日该股前五大买入席位均为游资,买入2743万元,前五大卖出席位中卖四为机构,卖出1042万元,其余为游资卖出4619万元。此外,较发行价上涨幅度在40%以下的有3只,分别为:组威股份、炬华科技和陕西煤业。

游资仍为新股炒作主力

从成交龙虎榜数据来看,游资依然是新股炒作主力。金一文化最新收盘价较发行价溢价168.25%,位列第四,该股自1月27日上市以来,累计换手率为485.23%。深交所公开信息显示,昨日该股成交3.69亿元,前五

大买入席位为3028万元,前五大卖出席位为1697万元。18日,该股成交5.6亿元,前五大买入席位均为游资,买入3169万元,前五大卖出席位中卖二为机构,卖出749万元,其余为游资,合计卖出4910万元,卖出量远大于买入量。创意信息最新收盘价47.7元,较发行价溢价163.39%,昨日前五大买入席位均为游资,合计买入2088万元,前五大卖出席位中,卖三为机构卖出1209万元,其余为游资合计卖出4695万元,卖出量远大于买入量。天保重装最新收盘价26.47元,较发行价溢价120.58%,值得一提的是,该股自1月21日以来累计换手率为590.69%,在各新股中换手率排名居前。昨日该股前五大买卖席位均为游资,分别合计买入3383万元,卖出2027万元。跃岭股份昨日成交5.3亿元,前五大买入席位均为游资,买入4699万元,前五大卖出席位中卖一为机构,卖出1454万元,其余为游资,卖出4115万元。

把握移动互联网时代的服饰股机会

王薇 刘义

目前实现移动端的O2O(Online-to-Office),技术上难度并不大,关键难点还是在于服饰行业自身的系统建设和渠道利益梳理。互联网趋势的发展,也会倒逼服饰企业进行相关的改革。我们继年度策略重点建议市场关注线上线下并进战略后,再次特别强调线上线下并进战略布局基础良好的公司,其正面发展效应应在这几年逐渐累积,长期趋势非常值得关注。根据线上线下并进布局、估值安全边际以及催化剂等考虑,首推美邦服饰(002269)、富安娜(002327)和探路者(300005)。

对于服饰零售行业来说,移动互联网端的O2O话题在2013年下半年兴起,当时更多停留在提出战略,但尚未落实执行的起步阶段。而进入2014年,随着各个参与主体的积极尝试,移动互联网端的O2O有望得到一定的推进。为了更充分了解服饰行业目前在移动端的发展状况、传统企业如何实现O2O,以及实现过程中会面临哪些问题,我们邀请来自腾讯的专家就以上问题进行深入交流,交流要点如下。

微信消费者关注度更高

微信是一个相对开放的平台,注重对基础服务和粉丝群的打造,并且品牌企业的推广成本较低。微商在消费者购物过程中还具备颗粒度更小和沟通更便利的优势。

1 微信是一个相对开放的平台。微信的工作重心主要是把平台搭建的相对完善,给企业提供接口和能力,希望对各个行业的企业都可以尝试,没有对某些行业设立门槛;此外,微信对于具体某个行业的各个企业也是相对开放

的,并不会设立门槛去限制某些企业的接入,主要是看企业自己怎么做,如何构建更好的消费场景。微信在支付层面也没有门槛,通过认证的服务号都可以申请;微信支付需要两张合同,一是企业与微信自身的合同,二是企业与财付通的合同,财付通帮助收单和结算。

2 微信注重对基础服务和粉丝群的打造,品牌企业的推广成本较低。腾讯所有产品都没有对商户收取特别高的费用,目前也没有通过品牌推广收取大量广告费用的规划。腾讯更关注消费者,希望把微信做成一种基础服务,吸引大量的粉丝,并渗透到日常生活,而商户则通过构建各种场景进行消费转化。微信对所有企业都是免费的,提供给商户的消费者数据也是免费的,只有两个地方会产生费用,但这并不是交给微信的,一是微信认证费用,300元年,交给第三方认证公司,目的是防止抢注商标;二是接入微信支付的费率。

3 基于移动端的微商颗粒度更小,在与消费者沟通层面也更有优势。天猫在电商运作了很多年,其系统成熟度比较高,更注重帮助企业在线上建立商城以及快速推广,淘宝本质上是一个购物中心。而微商城虽然后台相对简单,但系统接入能力还是可以,能够快速制造专题,以及进行营销和渠道管理等,通过公众账号构建模板,对产品进行橱窗式展示和销售,这个模式已经比较成熟;并且基于移动端的微商城相较于淘宝的优势在于,一是颗粒度更小,消费者可以在任何时间和任何场景进行购物,二是消费者在购买过程中需要沟通和服务,而微信是天然的沟通工具,比消费者在网上通过阿里旺旺进行沟通更方便。微信以消费者为主,阿里则以商户为主。

线上线下需要并进

重申关注线上线下并进趋势,具备线上线下并进发展基础的品牌企业,持续具备转型新的增长点,累积效应值得关注。

我们在《纺织服饰行业2014年度投资策略(服饰品牌研究十二卷)》中明确提出:行业增长模式仍然处于变革期,电商等新业态冲击以及价格体系重构等问题尚没有本质变化,但部分企业一直在探索线上线下并进发展的战略,带来一些新的增长点,表现出战略的企业在变革期可以在保证一定增长的情况下向前发展,可以将阵痛控制在一定的幅度内。这将使得市场对行业的变革没有以前想的那么悲观,从而对前瞻性战略的优秀企业认可度提高。

在PC端的O2O还难以实现的背景下,线上线下同步发展是当期较为有效的战略。且直营渠道占比偏高的公司实现转型的成本相对较低,路径相对清晰。有前瞻性的公司通过网络专供款的打造持续帮助规模做大,同时积极通过让加盟商门店成为配送和体验店、让加盟商开设网店以及股份制等方式,寻求逐步协调线上与线下的利益冲突,以获得线上与线下的并进发展。虽然在加盟主导的渠道利益体系中,在价格和折扣不统一,以及后台系统不能完全覆盖的情况下,线上与线下的利益难以充分协调。但上述方式能帮助部分企业在转型过程中逐步获得一定的发展。长期看,我们认为国内直营比例提升是个大的趋势,在直营比例提升以及有赖于线上线下价格融合的背景下,线上线下才可以有效的融合发展,从而使得O2O逐步得以开展。而移动互联网的发展(特别是微信等的发展)为行业打开了新的发展空间,传统品牌企业因遍布全国的门店网络,从而成为尝试和发展O2O的沃土,该模式的核心在于线上线下有机结合、精准定位用户、营销效果可监控等;虽然对销售的带动效果尚需观察,但对品牌企业在VIP客户管理,增加客户黏性以及进行大数据采集等方面有所帮助,整体而言,线上线下同步发展是服饰企业当前较为有效的战略,线上线下并进战略

布局基础良好的公司,其正面发展效应将在这几年逐渐累积,长期趋势非常值得关注。

2月主题品种将较活跃

品牌行业:春节提前对部分公司1月零售预计有好处,春节数据波动大不太具参考性,综合1.2月看比较合理,预计零售总体在平稳中低位运行。同时2月市场活跃,预计行业主要伴随大盘,各类主题品种比较容易有表现。

综合来看,2014年行业需求和估值的下行风险大为缩小,在此背景下,由于线上线下并进战略的持续推进,部分公司持续出现新的增长点,以及部分公司基本由于轻装上阵出现一定的触底恢复的局面,因此给估值带来一定的弹性。总体来看,2014年国内品牌服饰行业的投资机会比2013年将有所恢复。在2月份的市场氛围下,这个主题的短期关注度再次提升,因此我们发布此报告建议据此做一些布局。

从选股逻辑看,我们在年度策略明确提出:建议长期选择把握积极布局线上线下并进及零售能力优秀的公司,阶段性把握基本面触底恢复的公司及国企改革相关的企业等。需结合估值、业绩恢复的节奏及事件推动等择机把握。在2月的市场氛围下,再次特别强调把握线上线下并进战略布局基础良好的公司。根据线上线下并进布局、估值安全边际以及催化剂等考虑,首推美邦、富安娜和探路者,其中美邦和富安娜估值安全较高,空间主要视业绩增速及线上线下融合主题对公司业绩的影响,探路者主要视视野进展以及互联网主题对市场的冲击。此外,2月市场活跃,各种主题都容易引起市场反应,春节提前使得1月份零售比正常月份的公司(森马、凯诺、七匹狼、老凤祥、报喜鸟等),有和互联网、线上线下融合主题相关的公司(搜于特、嘉麟杰等),都可能引起一定的上涨。这些品种更多建议是阶段性热点机会,第一类后续根据一季报业绩预期选择,第二类则主要看主题延续性。

制造行业:2014年主要推荐普泰A,由于估值低,且上半年公司盈利稳定性较强,安全边际较高,9月后视棉花直补政策对新季长绒棉价格的影响而定。(作者系招商证券研究员)

订阅“百姓投资”

最鲜活的资讯、最及时的动态、最深入的前瞻、最实用的工具,尽在掌握

《百姓投资》是一个在证券时报市场新闻部汇聚众多知名财经记者和金融行业人士精心打造的财富资讯平台,我们致力于成为您身边触手可及的从业宝典和投资秘籍,热切欢迎您即刻订阅分享!

订阅与分享:

1. 打开微信通讯录,点击右上角“添加”按钮,然后搜索号码“baixing_touzi”,点击关注即可;
2. 您还可以通过扫描二维码加入我们;
3. 点击右上角,可发送给朋友或者分享到朋友圈;
4. 欢迎您向朋友推荐我们。



近期机会好 关注三类个股

节后以来,A股进入个股行情,热点轮番上演,科德投资在证券时报网财苑社区(<http://cy.stcn.com>)中指出,2月份市场的机会较好,可以从有高速转能力的次新股等三条线索寻找投资机会,注意回避业绩不佳的个股。

创业板的不创新高,机会是否仍在?这个成为财苑网友们最关心的话题,科德投资在证券时报网财苑社区指出,创业板走高的推动因素主要有两点:1. 欧美经济复苏带动高科技领域不断推出新的产品,创业板中的高科技公司是最重要的受益者。2. 国内许多产业正在打破竞争壁垒,民营企业正在获得更多的机会。在电子信息等产业上民营企业灵活的机制带来了更好的收益机会。

对于创业板应该分层次去看问题。首先,最近欧美经济出现了强劲的复苏,尤其是美国,金融危机之后在科技行业的带动下经济好转的迹象比较明显。欧美的经济结构当中科技行业所占的比重较为重要,因此经济复苏的背后必定是科技行业在推动。最近纳斯达克指数再创2000年以来的新高。欧美科技开发繁荣的同时会带动上下游产业链的发展,苹果产业链就是典型代表,中国有上市公司是受益于此的。另外,欧美新的科技产品出炉也会赋予A股不少公司以丰富的想象力。只要欧美经济复苏的步伐继续,A股科技行业的一些公司就还会有机会。

因此,创业板的头部是否到来不能只拘泥于A股的市场本身。与创业板相反的是,权重股,特别是银行股这几天都比较低迷?是否整个春季权重板块都没行情了?对此,科德投资解释,中信银行公布

了年报业绩预告,报告显示坏账率超过了1%,坏账率的提升是市场担心银行股的主要原因。另外前几年银行股业绩不断持续高增长,市场担心这么高的增长率能否持续下去。权重板块上涨需要的资金比较多,现在市场资金面不能与牛市相提并论,因此要拉出像样的权重股行情难度不小,不过权重股目前估值较低,下跌的空间预计也有限。在资金面有限的前提下市场的亮点还是在新兴产业上。

至于后市,科德投资认为,未来几个月,A股会面临以下压力:首先其冲就是资金面压力,新股发行必定会稀释市场资金。另外GDP的涨幅以及CPI都是焦点。一旦GDP增速不能提升,而且CPI维持在高位,那么货币和财政政策出手的空间就会相对减小。

但是,同时也要看到,2月份新股发行审批停止,市场的资金面会相对宽松。而且美联储在1月底再度缩减QE规模之后后期再出手的概率不大,国外市场预计会相对太平,大宗商品价格会获得短期喘息机会,这点对于资源板块止跌有好处。另外,两会之前出政策利空的可能性不大。综合以上三点来看2月份市场的机会较好。三类个股可以关注:1. 有高速转能力的次新股。每年新股上市之后往往都会给出较高的送转预案,这是市场惯例。今年上市的新股较多,这方面机会预计不少。2. 与两会相关的概念股,例如环保和新能源。3. 年报有高速转潜力的个股。主要的目标是业绩增速较高,而且每股收益和每股未分配利润较高的潜力股。目前的风险主要在于年报,部分公司很可能出现“业绩地雷”,因此选股上要注意回避业绩不佳的个股。(黄剑波 整理)

更多访谈内容请访问:<http://cy.stcn.com/talk/view/id-511>

中小市值股仍是未来主战场

2月份以来二八轮动明显,前期各种题材轮番炒作,周三权重指标股崛起,沪指量价齐升创年内新高。2月19日,东海证券水城南路营业部副总经理、首席投资顾问童彬在证券时报网财苑社区(<http://cy.stcn.com>)访谈时表示,市场后期将呈现为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。童彬认为,目前市场可以理解为主板的补涨以及中小板的领涨,中小市值股仍是未来的主战场。

上海宝弘资产
ShangHai BaoHong Asset
上市公司股权投资专家
www.baohong518.com 大宗交易/股票质押融资/定向增发
上海运营中心: 021-50592412、50590240
北京运营中心: 010-52872571、88551531
深圳运营中心: 0755-82944158、88262016