

新股密集上市 港股迎IPO热潮

□本报记者 倪伟

今年港股市场迎来IPO大年。已经公布的数据显示,今年一季度香港已经有64家公司上市,超过前两年一季度总和。日前港交所又颁布上市新政,部分“新经济”公司对前来香港上市跃跃欲试。市场分析人士表示,香港市场不乏基本面好、成长能力强的优质标的,不仅吸引了更多的资金投资港股市场,同时提高了市场的交易量。

从4月30日起,修订后的香港主板《上市规则》将正式生效并开始接受新经济公司的上市申请,香港资本市场将以更加开放的态度迎接创新型公司上市。港交所总裁李小加称这次改革为“香港市场近25年来最重大的一次上市机制改革。”此次改革举措在落地前,已

经吸引了众多“新经济”公司的眼球。而此番政策出台对于新经济公司如同注入一针兴奋剂,大批公司摩拳擦掌奔赴香港市场。其吸引力和投资环境在进一步改善的同时,交易热情也将被大幅唤醒。

数据显示,2018年一季度共64家公司在港上市,其中31家在主板、33家在创业板上市。与历年一季度的上市公司数量相比,今年同期的上市公司数量处于历史高位,更超过了前两年一季度的总和。此外,通过2010年至2017年期间各季度新股数据的比较可以看到,一季度的新股数量在年内通常处于低位,四季度才是IPO的高峰期。而今年一季度赴港新上市公司的数量已经达到去年总量的38%,叠加新政落地放宽上市门槛,分析人士预测港股市场2018年IPO数量有望

再创新高。

此外,目前已经有不少大型公司计划年内在香港上市,比如5月4日挂牌上市的平安好医生,已递交了招股书的映客直播,伴随上市新政一同到来的有今年集资额最大新股小米,以及市场期待颇高的蚂蚁金服、陆金所等,这些“新经济”公司的陆续登场将让香港今年的IPO市场精彩纷呈。毕马威此前曾发表研究报告称,随着越来越多的“新经济”公司上市,预期2018年港股市场IPO集资额有望超过2000亿港元。

不过,新股的大量发行和上市也在一定程度上加剧了市场流动性紧张的情况。近日,受平安好医生IPO及月底效应等因素影响,Hibor全线快速上行,截至5月3日,1个月期Hibor报1.23122%,香港3个月期Hibor连涨

14日至1.6655%,两短期拆息数据均创2008年以来新高,其他期限Hibor数据也同步有所上升。

市场分析人士表示,银行间短期拆息的急速升高,直接说明银行间流动性发生变化,资金面趋紧。

虽然短期市场资金面承压,但机构普遍相信并不会影响香港股市长期走势,也不会给金融和资产市场带来过大的冲击。香港金管局的数据显示,截至4月20日外汇基金票据和债券约10490亿港元,是货币基础的63%,为香港银行体系应付资金流出时,提供了相当强大的流动性缓冲。此外,香港金管局亦可以按照市场情况和需要,通过调节票据的发行量提升市场港元的流动性。因此无需过分忧虑流动性给金融及资产市场带来的冲击。

裸眼3D产品制造商IMT股价一天涨十倍

□本报实习记者 翁秀丽

在纳斯达克挂牌的综合传媒科技有限公司(Integrated Media Technology Limited,交易代码:IMTE,以下简称IMT)的股价2日飙升997.5%。

IMT2日盘中交易一度飙升1963%至41.26美元,经过10次盘中短暂停牌,最终收报21.95美元,前一交易日该股收盘价仅为2美元。2日,该股市值升至5800万美元。

总部位于澳大利亚的IMT,主要专注于3D立体显示技术的研发和生产。

围绕此项技术,公司制造裸眼3D智能手机、4K超高清裸眼3D电视、全高清裸眼3D立体电视墙等产品,以及3D内容转制的一站式解决方案,涉及从硬件到运营的整个3D产业链。

公司2017年年报显示,IMT的主营业务收入主要来源于中国市场。其中,香港市场占比56.15%,内地市场占比43.85%。不过公司3月底最新发布的2017年财报中,IMT业绩表现不佳。财报显示,受3D解决方案业务下滑的影响(下滑近87%),2017年公司的净收入同比下滑59%。

科技巨头抢食流媒体音乐蛋糕

Spotify用户增长缓慢存隐忧

□本报实习记者 翁秀丽

3日,全球最大的音乐流媒体服务商Spotify发布了上市后的首份财报,虽然一季度营收增长基本符合预期,但最有利可图的付费服务和广告收入表现却令投资者在短期内很难看到扭亏(本季净亏2.18亿美元)的希望。

除忧之外,竞争对手也发起了猛烈的攻势。由于看中流媒体音乐市场的高速增长,科技巨头纷纷将音乐业务押注在音乐流媒体身上。虽然本季Spotify订阅用户数依旧跑赢苹果音乐,但有分析指出,按照苹果音乐目前增速,订阅用户数或在今年年底赶上Spotify。另外,可以免费听音乐的亚马逊Prime会员计划已覆盖了美国约70%的家庭,谷歌也将联手旗下YouTube,推出整合音乐订阅服务的YouTube Remix服务,试图缩小与Spotify的差距。

Spotify短期难扭亏

截至3月31日的第一财季,Spotify实现营

收11.4亿欧元(约合13.6亿美元),基本符合预期,同比增长26%;但每股亏损1.01欧元(约合1.21美元),虽然较去年同期的1.15欧元有所收窄,却大幅高出华尔街预期的亏损额0.23欧元。

付费用户方面,虽然期内付费订阅用户数同比环比分别增长45%和7%,达7500万人,但为提高客户人数,公司加大了对家庭账户和学生的优惠力度,因此在订阅用户环比增长7%的情况下,订阅环比收入仅增长2%,每用户平均收入(ARPU)降低14%。

作为收入项的广告业务同样增长乏力。使用广告支持类订阅服务(即非全款订阅)的人数一季度涨至9900万人,大于市场预期的9800万,但这些用户带来的收入为1.02亿欧元,环比下跌22%。

此外,公司公布的二季度营收指引也不如预期,预计营收11亿-13亿欧元,而市场预期的12.8亿欧元则位于区间上限;二季度的付费订阅用户数为7900万-8300万人,也低于华

尔街预期的中位数8210万人。

巨头涌入 竞争激烈

与Spotify用户增长缓慢形成鲜明对照的是苹果音乐用户的快速增长。上月据苹果音乐公布,平台已拥有4800万订阅用户,其中付费用户超过了4000万。以付费用户数计算,过去3个月,苹果音乐保持着月均200万用户的增长,平均每月增速约为5%。而从去年6月份起,Spotify付费用户的平均每月增速从5%一度下滑至1%。另外,苹果硬件产品(如iPhone、iPod等)也为用户增长提供了有力支撑。其中,今年2月苹果公司发售的智能音箱HomePod,苹果音乐是其唯一支持的音乐服务。

谷歌方面,4月份传出消息称,公司旗下的视频服务平台YouTube正在准备推出音乐流媒体服务平台Remix,目前已与时代华纳、环球音乐和索尼音乐签订了合作协议。谷歌计划用YouTube Remix替代原有流媒体音乐

平台Google Play Music,以加大在流媒体市场的竞争力。

亚马逊则给出了更具竞争优势的价格。目前,苹果音乐、Spotify和谷歌音乐都是9.99美元包月,而亚马逊则向已购买其会员服务Amazon Prime的用户免费提供旗下Amazon Music Unlimited音乐服务,包月价格为7.99美元。目前Amazon Music Unlimited拥有约1600万订阅用户。

美国唱片业协会(RIAA)日前公布的《2017年音乐产业收入报告》显示,流媒体仍然是音乐行业收入增长的最强动力,流媒体对音乐收入的贡献从51%增长到65%,达57亿美元。国际唱片业联合会(IFPI)4月发布的年度全球音乐报告中,引领行业增长的流媒体收入表现也格外抢眼,同比增长41.1%至66亿美元,占所有音乐收入的38.4%。对此,市场分析人士指出,这将使行业公司更多地把未来押注在音乐流媒体身上。

亚太区住房按揭贷款 市场表现强劲

□本报记者 张枕河

国际三大评级机构之一的标普全球评级日前发布了亚太区主要住房按揭贷款支持证券(RMBS)市场的对比分析报告。标普全球评级指出,亚太地区住房按揭贷款过去十年表现强劲,吸引境外投资者关注,以求在低利率环境下获取更高收益。

标普全球评级强调,亚太区RMBS市场丰富多元,既有澳大利亚和日本这样的成熟市场,又有作为后起之秀持续蓄积能量、吸引国际投资者的中国市场的。这三个国家的住房按揭贷款市场现状各异,在信用周期不同阶段或使RMBS投资者面临风险。

标普全球评级预计,未来几年上述三个市场发行量均将上升,其中特别是日益扩大的中国中等收入阶层和经济规模的增长将成为未来亚太区RMBS新增发行量的主要推动力。