

35只2020年上市次新股破发

●本报记者 董添

市场大势走牛,但破发股数量依然较多。

Wind数据显示,截至1月25日收盘,503家A股公司股价跌破发行价,占A股公司总数量的12.08%,其中不少是2020年上市的次新股。从行业角度看,服装家纺、专用设备、化学制品、汽车及零部件、钢铁领域涉及破发的上市公司数量居前。

逾500家公司破发

数据显示,在上述跌破发行价的503家公司中,399家公司后复权股价相比发行价跌幅超过10%,292家公司跌幅超过20%,88家公司跌幅超过50%,18家公司跌幅超过70%。35家公司为2020年上市的次新股。其中,东贝集团、悦康药业、森林包装、同兴环保、友发集团、兆威机电6家公司2020年12月上市。

部分次新股上市以来股价走低明显。以同兴环保为例,公司2020年12月18日上市,发行价为40.11元/股,上市以来股价一路下行。截至1月25日收盘,公司股价为37.93元/股,相比上市首日最高价57.76元/股跌幅达34.33%。

进一步梳理发现,25家公司是实行注册制改革后在科创板上市的公司。

不少破发的科创板公司业绩不佳。以前

沿生物-U为例,公司预计2020年度归属于上市公司股东的净利润约亏损2.2亿元至2.4亿元,归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润约亏损2.29亿元至2.49亿元。2019年公司实现营业收入2086万元,归属于上市公司股东的净利润亏损19244.98万元,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为亏损20233.86万元。前沿生物-U指出,公司2020年研发费用约1.3亿元至1.4亿元,同比增长52.19%至63.89%。报告期内对在研产品及储备研发项目的投入有所增加。

有的公司通过改善经营、处置资产等方式,实现了业绩增长。

1月25日晚,ST庞大发布2020年业绩预告,经财务部门初步测算,公司预计2020年度实现归属于上市公司股东的净利润为6亿元至7.5亿元,同比增长417.23%至546.54%;预计实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1亿元至1.5亿元,同比增长102.47%至103.7%。公司表示,部分品牌经营稳步恢复,经营效率逐步提升。营业收入较上年大幅增加,管理费用、财务费用等各项费用支出较上年大幅减少。同时,报告期内处置子公司股权或资产产生的收益增加。

截至1月25日收盘,ST庞大股价收报0.97元/股。公司于2011年4月上市,发行价为45元/股。

扎堆传统行业

跌破发行价的上市公司数量传统行业占比较大。其中,服装家纺类、专用设备类、化学制品类、汽车及零部件类、钢铁类破发的上市公司数量居前。

以服装家纺行业为例,Wind数据显示,截至目前,共有23家服装家纺类上市公司跌破发行价,部分公司已经被交易所实施退市风险警示和其他风险警示。

有的公司上市时间不长,股价跌幅较大。同时,由于经营不善、债务缠身等因素,面临退市风险。以*ST拉夏为例,截至1月25日收盘,公司股价为1.26元/股。*ST拉夏2017年9月上市,发行价为8.41元/股。

1月25日晚,*ST拉夏发布公告,截至本公告披露日,公司累计涉及的未结诉讼案件共计105起,未结诉讼案件的涉案金额合计约16亿元(包括已披露的重大诉讼案件)。本次累计新增诉讼案件涉案金额约为2.31亿元。

整体业绩不佳

Wind数据显示,在上述503家上市公司中,161家公司发布了2020年业绩预告,52家公司预喜,预喜率为32.3%。其中,略增9家,扭亏24

家,续盈2家,预增17家。整体业绩表现不佳。

值得注意的是,破发的科创板次新股业绩预喜率较高,有的公司预计净利润增幅较大。以悦康药业为例,结合行业发展趋势及实际经营情况,公司预计2020年度营业收入为430266万元至45154万元,同比上升0.4%至5.3%;预计归属于母公司股东的净利润为37511万元至41624万元,同比上升31.4%至45.8%;预计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为32701万元至36814万元,同比上升21.7%至37.0%。公司下属原料药子公司通过降低成本,扩大销售,改善经营状况,提升经营利润,公司主要品种银杏叶提取物注射液由于扩大终端市场拉动销量增长,使得品种利润同比增幅较大。

招股说明书显示,悦康药业发行价为24.36元/股,截至1月25日收盘,公司股价为21.43元/股。

武汉科技大学金融证券研究所所长董登新表示,股价是市场选择的综合表现。A股估值两极分化明显,绩优股上涨空间将进一步打开,对于质地较差的股票投资者将“用脚投票”。

前海开源基金首席经济学家、执行总经理杨德龙对中国证券报记者表示,随着牛市行情演绎,短期可能出现一定风格转换,低估值、破发的优质公司可能会受到资金关注。长期看,成长性较好的白马股仍是未来行情的重点。

抢夺市场份额 快递业资源整合频繁



新华社图片

●本报记者 吴科任
实习记者 金一丹

1月25日,德邦股份发布公告称,拟定增资不超过6.14亿元,发行对象由福杉投资调整为福杉投资的母公司韵达股份。本次非公开发行完成后,韵达股份所持德邦股份的股份比例约为6.5%。

快递公司抢夺市场份额的同时,不断强化与上下游、同行之间的合作,行业资源整合不断加速。机构指出,行业高强度竞争,格局将加速清晰。

德邦携手韵达

加强转运能力建设以及智慧物流发展,是本次德邦股份募资主要目的。根据公告,德邦股份本次募资拟投入5.04亿元用于转运中心智能设备升级项目,1.1亿元用于IT信息化系统建设项目。

截至2019年12月31日,德邦股份共有网点2.87万个。其中,直营网点6328个,合伙人网点2535个,服务点1.99万个,转运中心148个,基本实现全国地级、区级城市的全覆盖,乡镇覆盖率达到94%。运输线路方面,公司拥有14大运力平台、189家专线、1902条干线、1066家信息部。

2018年上市之初,德邦股份董事长崔维星表示:“德邦将以大件快递全面发力快递业。未来三年,德邦将每年投入35亿元,用于构建大件快递的运营配送体系,打造大件快递的核心竞争力,给电商赋能。”

年报显示,2017年至2019年,德邦股份的主营业务收入分别为203.5亿元、230.25亿元、259.22亿元。快递业务收入占总收入的比重稳步提升,分别为34.05%、49.50%、56.58%。

某快递行业咨询分析师向中国证券报记者表示,德邦携手韵达,主要是看中了韵达的网点渠道优势,希望通过韵达末端网点迅速拓展自身的快运业务。

德邦股份表示,韵达股份是国内领先的快运综合服务提供商,韵达股份拥有的快递行业重要战略性资源,能够与公司谋求协调互补的长期共同战略利益。本次非公开发行完成后,双方将在市场拓展、网络优化和集中采购等方面开展深度合作,共同提升市场占有率,进一步凸显规模效应。

行业抱团发展

“合作”是韵达股份近年来的发展关键词。除了牵手德邦股份,韵达速递与另一家老牌物流公司苏宁物流1月13日签订合作协议,双方将共同打造全国性设施网络平台。

早在1990年,苏宁物流便展开物流业务,是国内首批从事仓储、运输、配送等供应链全流程服务的企业。苏宁物流具有独特的仓储、运输、末端配送三张基础网络,同时拥有“数据+无人”两大智能生态探索物流前沿科技,其“仓配、运输、城配、冷链、跨境、售后”专业化产品群对外开放。

韵达股份董事长聂腾云表示,2021年将激活韵达生态体系各业务板块全要素协同发展,不断拓展韵达服务的宽度和广度,实现韵达服务全领域覆盖。

申通快递近年来一直在强化与电商之间的合作。中国证券报记者从菜鸟网络获悉,申通快递目前已与菜鸟网络在裹裹业务、仓配业务、C2M等业务领域展开合作。

菜鸟网络控股股东阿里巴巴早就入股申通快递。2019年7月,申通快递发布公告称,公司控股股东德殷投资、实际控制人陈德军和陈小英与阿里巴巴签署协议,德殷投资拟授予阿里巴巴或其指定第三方购买德殷德润51%的股权。

申通快递表示,公司高度重视精细化管理和数字化转型升级,不断推动公司降本增效与服务提升。同时,加强与电商平台合作,积极拓展时效件和仓储业务等新板块,推动传统业务与新业务不断增长。

业内人士表示,各家快递公司有各自的优势,如顺丰的自有机队、中通的市占率优势、韵达的网点渠道优势等。快递公司通过合作才能把市场做大、服务做好。

构建产业集群 龙头酒企定位“领头雁”

1月25日,白酒板块处于涨幅榜前列,古井贡酒、泸州老窖、洋河股份强势涨停,今世缘、酒鬼酒上涨超过8%,贵州茅台上涨近5%。

消息面上,多地支持白酒产业发展,贵州省拟建“世界酱香型白酒企业舰队”。五粮液、洋河股份等企业亦有做酒产业发展“领头雁”的任务。业内人士认为,打造产业集群有利于提升产业水平,实现价值升级。

●本报记者 潘宇静

企业发展和地方建设紧密联系在一起,实现企业壮大与地方发展的双赢,洋河股份要全力锻造参与酒都建设的自觉和担当,做酒产业发展的“领头雁”、产城融合的“主力军”。

打造产业集群

我国著名的白酒产区有:以贵州茅台为代表的赤水河酱酒产区,以五粮液、泸州老窖为代表的川酒浓香型产区,以洋河为代表的绵柔浓香型和以今世缘为代表的醇厚型塑造了苏酒的特点,以浓香型白酒古井贡酒、兼香型口子窖为代表形成了徽酒产区,而作为“汾老大”的汾酒地处山西,是清香型白酒的代表。

“酿造优质白酒需要好的自然环境、风土、水源、气候、粮食原料等,更离不开适宜酿造优质酒的微生物。具备所有这些优质酿造元素的就是白酒优势产区。”中国酒业协会理事长宋书玉表示。

宋书玉指出,酒产业目标是打造世界级产业集群,合理布局,拉动和提升产业链。着力打造名酒产区,以产区作为世界名酒品质和价值的表达方式,建设和优化产业品牌。提升产业水平,扶持个性多元、国际表达的酒庄、工坊等新兴商业模式,打造世界级酒村、酒镇、酒城、酒都,实现价值提升。

中金公司指出,今年春节前高端白酒整体动销增量值得期待。分品牌看,茅台需求刚性,公司自营、商超等渠道均有所放量,价格管控力度较大;五粮液春节计划量同比增长20%,截至目前需求承接较佳;泸州老窖不同区域回款已经完成全年任务的40%~50%,市场销售良性。次高端白酒市场动销一般从春节前2~3周开始启动,由于今年的宴席、企业年会等场景受到限制,因此次高端白酒受影响相对较大,且不同区域有所分化。



新华社图片

抛出“有没有酒业务”的灵魂追问

投资者挖掘酒概念“操碎了心”

●本报记者 潘宇静

白酒概念受市场追捧,不少投资者通过互动易平台寻找“白酒概念股”。比如,询问相关公司是否有酒水业务,是否与酒企有合作等。对于白酒企业,投资者则提出建议,“鞭策”企业更好、更快发展。

“有没有酒业务”

对于是否有收购酒类资产的计划的提问,ST加加1月25日回复,公司没有收购酒类资产的计划,今年的发展方向是聚焦主业,深耕细作。

美晨生态、万达信息、高新兴、步长制药等公司均被投资者问是否有酒水业务。上述公司均明确表示未有涉及。

多位投资者询问金龙鱼,是否与贵州茅台有业务往来,是否生产金龙鱼料酒,是否与酒企建立原料供应链等方面的合作。金龙鱼表示,目前没有与贵州茅台酒合作。另外,公司对“海皇牌”料酒已上市。

有的投资者向力源信息提出建议,公司利用自身强大的销售网络,生产和销售自主品牌白酒,让芯片公司认识到酱香型科技、浓香型科技的魅力。

有投资者敏锐捕捉到白酒瓶盖的投资机会,向丽鹏股份提问“茅台集团的习酒瓶盖

是不是丽鹏生产的?”丽鹏股份回答,公司生产了茅台集团习酒的部分瓶盖。

“倾注心血”提建议

除了寻找“白酒概念股”,对于白酒企业,投资者则是倾注心血提出建议,希望能够帮助企业发展。

有的投资者对迎驾贡酒提出建议,公司上市以来股价涨幅远落后于那些绩差、低分红、知名度差的白酒股,可能与公司不注意市值管理等有关。迎驾贡酒回复称感谢投资者的关心。

有的投资者向ST舍得提问,主要关注公

司2021年计划如何拓展核心的老酒战略。并表示长三角、珠三角区域消费潜力大,2021年公司是否计划全面布局全国市场?ST舍得回复称,按照“聚焦川冀鲁豫、提升东北西北、突破华东华南”的策略,加快品牌的全国化布局。

有的投资者关注白酒公司经营细节。比如,水井坊的主流产品上架率、“名酒进名企”项目进展是否顺利、库存消化如何等。水井坊回复称,公司“名酒进名企”项目目前进展顺利,公司管理层十分重视该项目,并致力于维持良性的社会动销和较低的渠道库存水平,确保市场销售健康可持续发展。