

新民财经

本报经济部主编 | 总第216期 | 2023年3月4日 星期六 本版编辑: 昌山 视觉设计: 邵晓艳 编辑邮箱: xmjib@xmwb.com.cn

要关注“市梦率”股票的风险



健中论道

本周上证指数创出今年以来新高3320点,而其他指数则未创新高。市场在等待第一批主板注册制新股亮相,从时间上判断正式拉开帷幕的时间应该在三月底四月初,这是一个具有里程碑意义的大事,其市场效应有待观察。

IPO的动向值得投资者关注。本周有一个新股IPO有一定的参考指标意义。北交所本周五发行一个新股,康乐卫士(833575),发行价:42元,发行市盈率:无,发行股数:700万股。之所以无发行市盈率,皆因公司亏损,据年报显示,2022年年度亏损2.93亿元,每股税后利润为负2.29元。每股净资产和每股资本公积金很高,分别为:6.99

元和13.72元。此次康乐卫士计划募资2.66亿元,填去年的亏损还不够一点点。

亏损企业上市,在资本市场中有一个颇为好听的说法:待盈利企业。现实世界中“待盈利企业”多的是,只有那些急需资金的高科技企业才能挤入IPO的快车道,先是此类企业只在科创板中上市,主板和创业板还没有带U符号的公司,以后会不会有,不知道,未来市场一切皆有可能。但亏损公司且亏得如此厉害的公司,在北交所IPO,是北交所成立以来的第一次,第一个“待盈利企业”上市,发行价又创下北交所成立以来的新高。这个IPO的新现象值得投资者关注。

康乐卫士的主营业务为基于结构设计的重组蛋白类生物制品研发。主要产品为:三价HPV疫苗、九价HPV疫苗(女性适应

证)、九价HPV疫苗(男性适应证)、疫苗产品开发。主营业务走在了生物医药的前沿,公司未来的成长性给市场带来了很大的想象空间。其发展顺利的话,未来科创板创业板也有很大的想象空间。市盈率没有,市梦率还是可以的。这个股票接下来的观察点在于:现金申购的中签率、上市首日定价以及日后的走势;并且可以从这些观察点来判断:北交所主力的活跃程度、未来在注册制环境下主板、科创板、创业板的IPO走向以及上市后股价的活跃度。

没市盈率、只有市梦率的股票上市后是否为市场所接受,这取决于市场主力的动向。远的不说,就拿科创板上市的公司来举例,同样做疫苗的康希诺,上市之时并非亏损企业,发行价209.71元,即便高价发行,市场

照炒不误,最高炒到798元,最近公司预告每股负3.65元,当股价跌到125元。再看那个做芯片的翱捷科技,“未盈利企业”一年前发行价164.54元,现在照亏不误,股价跌到几乎是发行价的零头67元左右。前车之鉴,还是可以借鉴的。

全面注册制实施之后,IPO更市场化了,融资者和投资者有一个博弈的过程,而这个过程中在二级市场上是以破发为代价的。投资者接下来无论在一级市场还是二级市场上博弈的技术含量会更高,也就是要动动脑子参与新股申购了,动动脑子参与二级市场上的炒作,在市场不断出现新现象之时,机会和风险都在不断地加大。

文兴

本版观点仅供参考



文兴说市

关注科技就绕不开马斯克

2023年已经过去六分之一了,A股还在3000点一带晃悠,应该说基本面需要的经济激励举措不少,重要会议不断,各种文件出台很多,应该说科技还是2023年持之以恒的主题,而说到科技就无法绕开一个人,那就是马斯克。

毫无疑问,提到马斯克必然回避不了两个词汇:财富和科技。有一个事实人们需要留意,美股中主要提供利润的上市公司是几家科技公司,而在A股中主要提供利润的上市公司则是银行。马斯克曾拥有世界首富的称号,但由于2022年特斯拉股票的下跌,这个称号一度失去而让位给了法国奢侈品巨头LVMH首席执行官贝尔纳·阿尔诺。不过当下世界首富的帽子重新戴到了马斯克的头上,因为他让投资者看

到了特斯拉股票的未来。

先来看看特斯拉2023年投资者日活动的要点吧。这次影响巨大的活动主要涉及五个方面:机器人、汽车、储能电池、可持续能源和其他。在汽车方面,特斯拉将打造一支全球电动车队,该电动车队将拥有约8500万辆汽车。特斯拉的Cybertruck卡车今年也将问世,未来所有汽车都将使用纯电动驱动且自动驾驶。在储能电池方面,马斯克介绍“宏图计划”:储能240TWh,可再生电力30TW,对制造的投资需要达到10万亿美元,能源要求不到燃料经济的一半。马斯克同时重申他之前关于锂的立场。新能源电池生产过程中的关键限制来自于提纯锂元素的产能,而不是发现锂矿资源。在可持续能源方面,

特斯拉将发布一份白皮书,呼吁大家拥抱太阳能,这才是巨大的能量来源。

真不愧为人称的外星人,上述要点不仅是说给特斯拉投资者听的,更是说给其他新能源汽车厂商听的,是利空其他汽车厂商的,特斯拉每45秒生产一辆汽车,生产的汽车成本只会越来越低,未来降价空间巨大。国内的比亚迪压力山大,更别提还在亏损的造车新势力了。

其实3月2日还有一个重磅消息:Open AI在官方博客宣布,开放了ChatGPT和Whisper的模型API,用户可将其集成在应用程序等产品中,AIGC成本端将大幅下降,这有利于汤姆猫、万兴科技、昆仑万维、立方数科、中文在线等上市企业。

说到马斯克自然会想起他的星链,未来空天一体化通信将是趋势,在6G技术方面市场也存在巨大的预期落差。国际电信联盟信息显示,2000公里以下轨道卫星容量只有6万颗,星链现在已经申请了4.2万颗,我国星网目前申请了1.3万颗,根据规则需在7年内发射完毕,市场预期2025年前要发射5000多颗,剩余8000颗需在2027年发射完毕,相关企业的机会十分巨大。

看看上述情况,笔者认为虽然考虑科技发展有点绕不开马斯克,但比较而言,A股有一批上市公司反而迎来新的机会,近期一定要紧密观察海外市场对马斯克“宏图3.0”的反应,越是反应大越是说明市场对马斯克的背书。

文兴

财看门道

找一批自己看得懂的股票

3月的第一天,开门红!

有人嫌量不够,但我觉得不可以太贪。慢慢上,不香么?

如果爆量太厉害,反而让人害怕,毕竟天天高潮太费能量了,细水流反而可以走得更远。

上周六本专栏谈及三月站上三千三。本来,对指数做预判不是我的风格。投资我基本上不看指数,但做媒体要看指数,没有指数那每天的财经节目还谈啥话题?只是预判指数很敏感,弄不好踩红线。但某些时候,感觉确定性异常高时,不吐则不快矣。1月30日上证冲上3310点后

回调,当时有人在我的朋友圈留言,说小心全年最高位已经出来了。当时我很震惊:竟然有如此悲观的预判!1月份耶!刚刚才说要失去的三年追回来,在3310点就见顶了?

我做节目时忍不住围绕这个观点讲了好几分钟——该有多悲观才有这样的研判啊!去年的高位是3651点,如果3310点就是今年的最高位,那今年还奋斗个毛啊!直接躺平了!

当然,我是不会躺平的,股市也不会再在3300点打住。上周六的文章有一句金句被粉丝摘出来

了:指数其实不需要太担心,3300点过不去就是铁顶,过去了可能就是铁底。

本周沪指出现一根向上突破的周阳线,继续乘势追击。3月有那么多的重要事情,除了地缘因素,目前国内没有肉眼可见的利空。这是我去年底至今的观点。

这两天,君不见各部委争相释放各种信号,唯恐被人诟病动作慢不作为,每出一份文件都会推动相关板块涌动。既然出份文件就可以翻云覆雨,相信没有一个部门会“闲着”。那么,2023年,板块个股就会闪瞎你的眼睛……

上周六的文章还提及困境反转,包括一些ST,本周这个板块又跑出不少涨停。虽然预判都对,但要分一杯羹却不是容易的事情。知易行难!

轮动!轮动!不要再奢望什么踏准节奏,以后不可能了。5000个标的,只有系统性牛市才有所谓的节奏可言!

分散!分散!不要再奢望重仓进出,那样会死得很难看。找一批自己看得懂的股票,建个组合,偏安一隅吧,那样就不会全军尽墨的。

黎婉仪

财经风向标

你有『睡眠信用卡』吗?

杨硕

“您尾号7714卡即将产生年费,为避免影响使用,请确保卡片联机账户余额充足,详询……”最近,手机上的这样一条短信引起了我的格外注意。刚开始的时候以为是个营销短信,后来电话一询问还是个真事。万万没想到,一张多年没有使用甚至难觅行踪的卡会以这样的方式在我这儿“复活”了。

“卡不用了还要收费?有什么便捷办法能让这个卡赶紧停掉吗?”……你是否有着同样的疑问,在你身边是否也有这样多年不用的睡眠卡呢?

相关数据足以吓人一跳。有统计显示,截至2022年三季度末,国内信用卡市场超过8亿张,其中睡眠信用卡占据了四分之一。过多的睡眠信用卡,让银行不得不加速清理。

近期,中国银行、光大银行、浦发银行等20多家银行发布公告称,对长期睡眠的信用卡开展账户安全管理,并加强信用卡分期业务规范。

事实上,银行业对信用卡的整改已持续半年有余。自从信用卡新规发布后,银行的整改方向主要涉及两个方面,除了加强对信用卡资金流向的监控外,清理长期没有使用的信用卡也是一项重点工作。

业内观点指出,用户办理信用卡后不使用,主要与信用卡的额度过低,且提额过程较慢有关,达不到银行的提额条件,导致信用卡满足不了用户的资金周转需求,因此用户会选择主动放弃用卡。

此外,还有一部分持卡人在朋友推荐下办理的信用卡,或者是帮助银行的工作人员完成办卡任务,其实本身并没有用信用卡支付的习惯,对信用卡消费的需求不高,办理的信用卡基本上处于闲置状态。

随着此番银行业对信用卡的整顿,势必使得银行信用卡的发展更加规范,使其从跑马圈地式的规模扩张,过渡到更高质量的存量经营,进一步完善业务生态,提高运营效率。

“发卡行要充分挖掘消费者的刚性消费需求,对用户的消费行为和习惯了如指掌,更要根据银行的信用卡经营策略,赋予产品相应的功能和用户权益,设计出符合年轻客群喜好的产品。”有业内人士指出。

招联金融首席研究员董希淼在接受采访时也指出,银行应加快转变理念,为消费者提供息费适中、特色鲜明的信用卡产品,提升居民消费意愿和能力。对不同区域、群体和客户进行差异化定价,以优质服务吸引和留住持卡人。