



吓怕了?

证监会对发行市盈率上紧箍咒 两公司剔除9成以上高报价

新股发行奇葩事件昨日再次发生: 与以往网下询价高价者入围不同的是, 扬杰科技与众信旅游将9成以上的高报价予以剔除, 少量报价低的机构反而成了有效配售对象。外界猜测, 这可能与证监会新规有关, 按要求, 新股发行市盈率超过行业二级市场平均水平的, 需要在网上申购前三周连续提醒风险。现代快报记者 刘芳

众信旅游发行价玩“对半砍”

昨日凌晨, 众信旅游发布上市公告, 确定发行价为23.15元。发行价中规中矩, 但众信旅游让市场目瞪口呆的是, 公司剔除的最高报价申报量超过29亿股, 占初步询价申报总量的96.33%! 而正是因为将超过96%的高报价剔除后, 众信旅游23.15元的发行价对应的2012年摊薄后市盈率为22.05倍, 低于行业最近一个月平均静态市盈率38.32倍, 仅为行业平均水平的58%。

查看众信旅游所有投资者网下报价明细, 全部报价的中位数为42.02元/股, 加权平均数为41.14元/股, 而最终确定的发行价只有23.15元, 几乎是全部报价平均水

平的一半, 由此可看出公司“大刀阔斧”剔除高报价的力度。

与众信旅游异曲同工的是扬杰科技, 后者剔除的高报价部分申购量占此次询价申报总量的94.28%。扬杰科技发行价最终确定为19.5元, 对应2012年摊薄后市盈率为26.53倍, 稍稍低于中证指数公司发布的行业最近一个月平均静态市盈率26.64倍。外界猜测, 可能正是因为新股发行市盈率高于同行业二级市场平均水平, 需要在网上申购前三周连续发布风险提示公告的新规, 让扬杰科技“掐点”剔除了94.28%的最高报价, 最终使得发行市盈率稍低于行业平均水平。

私募网下打新无所适从

“报价低了怕企业看不上眼, 报价高了又怕被剔除出去, 网下报价现在太复杂了, 我都不知道该怎么报了。”面对扬杰科技和众信旅游将9成以上高报价剔除的公告, 南京一家私募负责打新的工作人员惊呼: “这是要把网下询价机构逼疯的节奏啊!” 这名打新人士介绍, 之前每次参与新股网下询价前都会看很多券商研究报告, 综合研报后确定新股的发行参考价。“但在网下询价阶段, 一般都倾向于把申报价报得比自己之前确定的发行参考价高一点。这有点买房子的心理, 觉得自己给的价格高一点, 竞争力就会强一点。”不过, 面对证监会新规, 新股大比例剔除高报价后, 这名打新人士有点无所适从了。他开玩笑地称, 不如不参与网下询价, 等发行价格确定后, 像散户一样网上申购, 能中一签是一

签。
“不过, 在新规下, 要想确保自己入围有效报价, 其实还是有窍门的。”上述私募打新人士介绍, 在证监会新规下, 不少IPO公司最终确定的发行市盈率都会向同行业二级市场平均市盈率看齐, 所以同行业二级市场平均市盈率会成为一个重要参考。“以后可能会遵循在同行业二级市场平均市盈率基础上, 上下浮动10%来报价的原则。”

这名私募人士猜测, 以后IPO公司可能都会大比例地剔除高报价, 这无疑是为人为地压低了新股发行价格, 给上市首日留下了爆炒的空间。“不过, 估计证监会后期还会有相应的配套政策来防止首日爆炒, 比如设置涨跌幅等。这样即便网上网下申购不到, 首日涨幅又被限制, 新股上市首日通过二级市场买也是不错的选择。”

“父爱主义”的监管机构始终试图在发行人、投资者、大股东这三者之间建立某种合乎正义的均衡, 结果却陷于一场“堂吉柯德战风车”的苦战而不能自拔。
——某保代



资料图片

专家建议A股采用美式竞价法

“竟然废除90%以上的认购量, 这简直是天方夜谭, 太离谱了!” 武汉大学金融证券研究所所长董登新说, “这当然不能看作市场化。”董登新称, 打击网下人情询价和高报价, 手段很简单, 应该采用美式竞价法: 高报价高买, 低报价低买, 不能遵循单一的买入价格。

董登新介绍, A股网下询价目前采用的竞价方式是荷兰式竞价法, 即网下所有中标的询价对象都按最低中标价统一认购股票。“美国式竞价法中, 高报价必须优先高价认购, 低报价次后低价认购, 中标者认购价各不相同, 就会鼓励各报价方尽量报低价。”

支付宝钱包8.0来了 打响与现金钱包的不对称战争

2014年1月13日, 支付宝钱包正式更新到8.0版本, 重构了以用户为中心的功能架构, 分为支付宝、探索、财富、更多四板块。功能及体验全面面向线下支付, 借众多新支付技术与合作伙伴一起重塑手机支付形态。

目前已有3万多家线下商户接受支付宝钱包8.0付款, 成为钱包支付的积极盟友。

比钱包还钱包的“超钱包” 不对称钱包的不对称战争

经改版后, 支付宝钱包8.0已有足够资本与现金钱包一较高下。从功能服务对应关系来看, 余额对应现金, 快捷支付对应银行卡, 电子会员卡对应实体会员卡, 优惠券全对应实体优惠券, 旅行票务对应酒店预订短信与登机牌, 上述几项对比都凸显电子化

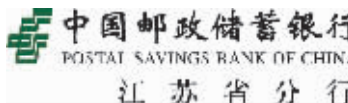
的优势, 而关键的余额宝以及预留的“财富”理财板块则是物理钱包所不具备的, 加上公众服务号等功能, 使得支付宝钱包8.0成为比钱包还钱包的“超钱包”, 是新支付时代的肇始。

短链条、紧关系塑造基于支付的“朋友圈”

支付短链条化、关系紧密化是支付宝钱包8.0进步的重心。“一起AA”为多人支付而设计, 在“探索”点击“一起AA”就进入了AA收付款的功能, 收款人点击AA按钮寻找周围的AA成员, 被AA的用户进入界面后无需操作, 等出现金额之后向付款人滑动屏幕, 即可完成AA。该功能特别适用于团队活动, 聚餐、娱乐都方便, 这也是真正意义上最亲密的“朋友圈”。

在“当面付”适用售货机交易的基础上, 支付宝钱包还针对便利店和超市交易场景设计了条码支付方式, 用户点击“当面付”进入条码支付页面, 收银员扫描后自动完成支付。

全新支付与密码设计则大幅缩短用户支付链条, 用户在登录钱包的首次输入完整的支付宝登录密码, 此后可以使用手势密码简化登录。而在支付环节, 也可设置类似银行一样6位数字密码来代替原本较长的支付密码。钱包8.0还可由用户自行设置200元-10000元之间免密支付额度。同时, 用户还能设置支付时扣款的先后顺序, 自由选择使用余额、余额宝、银行卡等作为默认支付方式。这套设计使得钱包支付颠覆传统PC支付印象, 真正获得快感。



走近邮储银行系列之:

邮储信用卡: “悦享美食之冬日欢聚”开始啦!

邮储银行畅享美食季已经开始。据悉, 2013年11月18日-2014年2月14日, 邮储银行江苏省分行隆重推出“邮储信用卡悦享美食之冬日欢聚”活动。

邮储银行江苏省分行相关人士介绍到, 本次美食活动精心甄选各地深受食客喜爱的餐饮名店参与, 涵盖火锅、西餐、茶餐厅、料理等各

类菜式, 荟萃多种菜品精华, 为邮储信用卡持卡人奉上各色精彩美食。

活动期间, 持邮储银行信用卡在全省指定餐饮商户单笔消费金额满100元及以上, 即可在商户折扣之余享消费金额5%的返现, 每卡每次最高返50元, 活动期间每卡可享返现多达10次。返现金额将于次月统一转入客户信用卡账户。邮储银行

信用卡客户在品尝美味的同时可体验实实在在的优惠和惊喜。想要了解更多优惠详情及商户名录, 可登录邮储银行网站www.psbc.com查询。

目前, 江苏邮储信用卡特惠商户网络已覆盖全省所有地市, 涵盖餐饮、娱乐、购物等近千家商户, 为持卡人带来购物、消费的超值乐趣。

(王丹晖)

4G时代 轻松生活
WWW.12580LIFE.COM

中国移动 China Mobile 10086.cn

支付特色
直城市支付、支付与支付、组合支付、话费支付new

商城市从哪来
1. 云移动营业厅参与优惠活动
2. 全球通、神州行积分和话费兑换商城
3. 参加mo生活优惠活动获得两积分