

# IPO批文下发在即 证监会建议不超募不转老股



新一批A股IPO(首次公开发行),预计将在下周陆续拿到批文。市场人士多预计,这批新的IPO仍会以“低价”发行。这是因为中国证监会已经对发行人和承销方下达了“窗口指导”,建议IPO企业不要进行超募,且不要进行老股发售。一投行资本市场部负责人向记者表示:“已经完全回到了当年的‘计划发行’时代。”

一家已经上报了发行方案的企业6月6日告诉记者,前一天接到了证监会的建议,希望能够压缩50%的拟募金额,“这次,证监会来直接跟我们沟通了”。

该企业称,监管机构告诉他们,募金额高就会抬高企业的发行价格,市盈率可能会高于同业平均水平。出于审慎性监管的原则,可能会

延长企业的发行周期。

尽管压缩50%拟募金额或仅为个案,记者从投行获得的信息也是:为了保证IPO再次重启的平稳,监管层确实已通过窗口指导的方式,向各家拟IPO公司传递了这样一个信息——若出现超募或大量的老股转让,监管层就会对该公司的IPO给予重点关注。“谁都不会愿意自己的项目又出现什么纰漏。”一上海投行董事总经理说道。

上述资本市场部负责人指出,证监会的关注点主要就是在发行价格不能过高、募资金量不能过大,原则就是不能引起社会的广泛争议。“比如老股转让,证监会就明确说,IPO原则上是新股发行,而不是给你转老股的。”

按证监会窗口指导,今后IPO发行已完全不需要询价,也不需要路演。“只要将募集项目资金额加上发行的费用,再除以拟新发股份数,就是发行价格了。”该人士表示,该种现象成为普遍情况,那么新股第四次发行改革的所有措施,包括第三次发行改革的市场化措施,都成了一纸空文。

为了推动IPO的市场化发行,第四次发行改革方案引入了老股转售、主承销商自主配售等新的措施。

5月下旬,证监会曾首次实施了IPO的预期管理,明确提出下半年计划只发行100家IPO。综上所述,证监会近期对于IPO实施的所有措施,为的就是显著降低年内IPO的集资规模。

在2009年之前,A股IPO基本都遵循的是20倍市盈率的“窗口价”发行。在创业板推出的同时,证监会发布了新股发行体制改革的第一个办法,发行市场化,成为改革的主旨,20倍窗口指导价也随之成为历史。

值得关注的是,IPO的推倒重来、回到原点的趋势,却是出现在国家战略层面上,已明确提出要完成IPO审批制向注册制转变的方针政策下。证监会主席肖钢也屡次在公开场合提出,要在2015年完成注册制改革。

“几次‘变法’的结果都证明,半吊子的制度,是无法适应现在资本市场的客观环境的。”一接近监管机构人士说道,“还不如直接从计划经济,过渡到市场化的注册制。”

东方早报



扫码  
免费

看电影

发现价值 传播价值 服务投资者

奥斯卡新建文影城精彩活动,扫码关注每日前200名读者即可免费获得影票。

5月每周一20元2D3D通看,全月观影刮刮乐中奖百分百,积当月4张票根免费看《窃听风云3》。

## 新债基发行“遇冷” 借道老债基把握行情

今年以来内地债市明显复苏,债基发行市场却罕见地“遇冷”。在这一背景下,借道老债基尤其是一批6月“开门迎客”的封闭式债基,成为稳健型投资者把握债券牛市的选择之一。

数据显示,今年前5个月债市持续走强,中证综合债指数上涨4.65%,同期上证综指下跌3.63%。债市回暖也令固定收益类投资品从中获益。截至5月30日,纯债基金今年以来收益达到4.02%。

不过,与债市的火热相比,债券基金发行却降至历史“冰点”,前5个月仅有25只债基发行。而2012年、2013年,债基发行总数分别达到79只、167只。

业内人士分析认为,债市反弹的滞后效应,以及基金公司重点发力互联网货币基金,是债券基金发行骤减的主要原因。

不过,这也使得不少老债基,尤其是一批6月初“开门迎客”的封闭式债基进入了稳健型投资者的视线。

据了解,这批封闭式债基主要包括两类。一是定期开放债基集中打开申购,二是封闭式基金到期,转型为LOF。这些老债基无疑给期待进入债市的资金提供了一条不错的渠道。新华社记者 潘清

## 中了么

(中彩号码以福彩体彩官方公布为准)

体彩“排列3、排列5”第14151期

排列三 987 排列五 98721

体彩“七星彩”第14065期

9 0 3 8 2 1 4

福彩“双色球”第14064期

02 09 15 16 29 32+14

福彩3D第14151期

3 9 1

福彩“22选5”第14151期

02 07 12 13 14

## 助威神器月销5000个,零食套餐卖出3000份 世界杯经济网上预热快

助威神器“卡西罗拉”,网上月销5000个;世界杯零食套餐,销量暴增,一月卖出近3000份;世界杯纪念品,月销量也是成百上千……随着世界杯脚步的临近,不仅乐了球迷,电商们也从中寻找到商机,开发世界杯经济,赚了个盆钵满盈。 郑州晚报记者 赵柳影

### 叫响的“卡西罗拉”月销5000多个

昨日,记者进入淘宝网主页,世界杯专场正在火热销售中,世界杯球衣、世界杯吉祥物、世界杯装饰、世界杯足球……都受到广大网友的青睐。

其中,一款被称作助威神器的“卡西罗拉”,更是销售火爆。仔细观察,它的外形很像一个倒着放的杯子,顶部还有一个圆形的手柄。

### 零食套餐,“喂饱”足球迷男友

由于时差原因,世界杯的直播赛大多都在北京时间的凌晨四点左右,想看球,熬夜是必须的,那么,前提就是要补充好能量。

这不,不仅在淘宝、天猫、京东、亚马逊等网站的世界杯零食套餐也很畅销。在天猫商城的货架上,商品多达上百种,有啤酒、零食、水果、饮料等,应有尽有。

在其中一家网店,记者看到售价

据悉,“卡西罗拉”内部装有100颗空心球,用手摇晃会发出清脆响亮的声音。

而在淘宝网上,销售“卡西罗拉”的有上百家,售价也比较接近,一般为2元~3元,虽然价格便宜,但是销量却令人惊讶。

记者任意进入几家店铺,销量都成百上千,而卖得最火爆的一家,月

销量已经达到5200多个。

“价格不贵,朋友们一起看球了,拿着摇一摇,有气氛,关键是要跟上巴西世界杯的节奏。”说起“卡西罗拉”畅销的原因,“铁杆球迷”贾先生说,他上周也刚刚购了20个。

据网店客服介绍,进入6月份开始,“卡西罗拉”的销售进入高峰期,并且多数网友都是团购。

88元的世界杯零食套餐,包括9种不同的产品,月销量达近3000份。

据客服介绍,从5月份开始,世界杯零食套餐就很火爆,并且不少还是女网友购买,要送给男朋友。

家住郑东新区的张女士就是其中一位,由于老公是个足球迷,她早早的就在网上买了好多零食套餐。

对于世界杯商品在网上大卖的

现象,业内人士分析,如今,世界杯已经超出体育、政治、国力的范畴,而日益增加经济性。加之,电商又很善于借助节日进行炒作,因此,电商借着世界杯搞促销,很正常。

不过,业内人士建议网友,在网上购买产品时,要学会鉴别,并理智消费,因为不乏会有一些不良商家,借机售卖低劣的假冒产品。