

申购时年报骄人 上市前季报跳水

奥克股份业绩变脸 险害惨散户

“申购新股时,特意挑了个业绩最好、价格最高的。本以为是自己幸运才中了签,可是上市前一天,公布出来的一季度业绩出乎意外,等着我的结果是破发,幸运变不幸!”说到这里,投资者王先生的脸上满是懊恼,但他输得不服。

挂牌上市前业绩突然变脸

5月6日,4只创业板新股上网发行,其中奥克股份(300082)因2009年的每股收益达到1.55元(按发行后总股本摊薄),发行价被定在85元,是当天“身价”最高的新股。不过,按2009年的

净利润测算,它的发行市盈率(摊薄)只有55.92倍,在当天4只新股中算比较低的,因而在上网发行时吸引了1184亿元的申购资金,大幅超过其他3只新股。但是“有幸”中签的投资者,却在上市前一天被惊出一身冷汗。5月19日,奥克股份刊登《上市公告书》,“2010年一季度净利润1813.08万元”,不仅跟2009年全年1.68亿元的净利润天差地别,就算跟2009年一季度比,也缩水了63.48%!

“都说新股上市,一年绩优,两年绩平,三年绩亏。可没想到,三个月里的差别就这么大,为什么《招股说明书》里不讲明呢,早知道这样,我就选别的新股了,何况发行价还定得这么高。”

难怪投资者输得不服。

披露制度造成的问题

记者前天就此致电奥克股份的董秘刘丹。她解释说,“一季报数据在正式申购前已经编制完成,但因为没有经过审计,按规定可以不放在《招股说明书》里披露。”

记者对5月以来发行的新股进行了统计,的确都像奥克股份那样上市前一日才披露最新的一季报数据。其中,5月6日的4只新股中有3只成了“杯具”,奥克股份、恒信移动、海默科技由于一季报业绩变脸,截至昨日收盘都处于破发状态。上周三上市的创业板新股银之杰、荃银高科也是如此,其中昨天荃银

高科也跌破了发行价。而4月30日上市的宁波GQY,继首日破发外,昨天收盘还比发行价低14.79元,破发幅度近23%。

信息不对称亟待解决

市场人士认为,新股一季报放在申购结束后披露存在着信息不对称的问题,上市公司挂牌前已经完成了一季报的会计统计,承销商、律师、会计等机构早已知情,但普通投资者却被蒙在鼓里,这就存在明显误导的成分。从程序上看,即使一季报没有经过审计,在确定发行价前予以提示非但不是什么难事,更有让市场及时掌握经营动态的必要。

《上海青年报》

》必读信息

中小板4新股今日申购

兴森科技、长江润发、万里扬、皮宝制药4只中小板新股今日实施网上申购,具体内容如下:

Table with 5 columns: 简称, 代码, 数量(万股), 价格(元), 上限(万股), 市盈率(倍)

华联股份 拟定向增发募资16.5亿

华联股份(000882)披露非公开发行股票预案,拟募集资金16.5亿元用于股权收购、自有物业项目建设和改造等共计10个项目。本次非公开发行的股票数量为不超过24500万股,发行价格不低于6.75元/股。

精工钢构 大股东增持38万股

精工钢构(600496)公告称,公司大股东浙江精工建设产业集团于6月1日通过上海证券交易所证券交易系统增持了公司股份38万股,增持后,持有公司股份12326万股,占公司发行总股份的31.85%。浙江精工建设产业集团表示,此举是基于对本公司长期稳定发展的认同,拟在未来12个月内以自身名义或通过一致行动人继续通过二级市场增持本公司股份,累计增持比例不超过本公司已发行总股份的2%(含本次已增持部分股份)。

顺鑫农业 预计上半年净利翻番

顺鑫农业(000860)披露上半年业绩预告称,公司1至6月净利润约15600万元至19500万元,同比增长100%至150%。 快报记者 徐方逸

苏宁电器联合十六大品牌承诺——

节能空调坚持两周不涨价

6月1日,时值节能产品惠民工程实施一周年,同时也是国家节能惠民工程正式宣布再实施1年的头一天,一场以“低碳改变生活,惠民幸福中国”为主题词的“2010中国节能空调产业发展高峰论坛”在京召开。以苏宁为首的十七家空调厂商在论坛上共同推出四大举措、三项承诺,计划全面抑制惠民新政补贴缩减带来的不利影响,坚持节能空调至少两周不涨价。

由于新政实施补贴的要点

是“高效三级分类、加了新一级、去掉老二级、补贴额降低”,与会嘉宾判断此势必对“高效空调的价格产生影响,预计到旺季空调的价格涨幅将达到10%-15%。为此,苏宁决定进一步联合厂商,准备了一系列举措保持半个月整体空调价格水平的稳定,抑制涨价进程。

据悉,苏宁和与会的十六家空调品牌联合推出四项措施:规模采购——当前正在进行的苏宁2010全国空调节,苏宁与厂商采购投

入了200万台空调,利用采购规模和本优势抑制终端涨价;联合补贴——苏宁将联合厂商自行投入2亿资源,使高效空调保持之前节能惠民工程的补贴额度,让消费者还能有至少半个月的时间平价购物期;市场推广——苏宁将利用全年预计投入的十亿广告费用,向消费者推广高效空调,达到持续提升消费者消费意识的作用;服务承诺——空调整期间,苏宁将向购买高效空调的消费者提供

“优先送装、服务金卡、免费充氟、移机、免费保养”等一系列服务承诺,以服务持续拉动高效空调销售。此外,论坛上苏宁就四项措施作出了三个承诺:加大力度推动节能空调产品升级,本月底之前在全国一二线城市全面停售新三级能效以下空调;以规模采购优势和网络覆盖优势,与工厂一起降低成本,坚决抵制不合理的涨价行为;联合广大厂商向消费者保证,将原节能惠民政策补贴力度再坚持两周。 快报记者 曹茜

Table with 10 columns: 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%)

Table with 10 columns: 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%), 代码, 名称, 收盘, 涨跌(%)