



新股将取消首日涨停限制?

证监会高层喊话,业内观点不一

近日,中国证监会副主席方星海在资本市场论坛上发表讲话,其中关于建议取消新股首日涨停制度的观点,成了市场关注的焦点。如果取消新股首日涨停板的限制,将会对A股市场、对相关板块有着怎么样的影响?专家和普通投资者又是如何看待的?

现代快报+/ZAKER南京记者 王静



视觉中国供图

证监会高层建议取消新股首日涨停限制

新股上市首日有44%的涨停板限制,第一天价格涨了44%,没有交易量,“没有交易量的价格是虚幻的、不准确的价格。”方星海说。他认为,人为限制导致价格不合理,而且前几天都没有交易量,非常不合理。“首日涨停板这个事情要研究,我个人觉得应该取消。”

实际上,关于新股首日的涨跌停制度一直颇受市场关注。在2013年之前,由于市场上对于新股没有首日涨跌幅的限制,出现不少新股首日股价数倍上涨,但是次日就开始连续跌停的局面。为了防止投资者风险,抑制新股恶意爆炒,在2013年年底沪深交易所开始针对新股上市首日股价涨幅和盘中临时停牌等作出明确规定,新股首日股价最

高涨幅为发行价的44%。这个空前严厉的新股首日交易制度,对抑制新股过度投机起到了重要的作用。以前新股上市首日即告破发的现象就销声匿迹了,取而代之的是一个天梯似的“一字涨停板”。

根据数据统计,自2014年1月24日贵人鸟以43.96%的首日涨幅上市以来,在此后5年里,先后上市的1000多只新股首日的涨幅几乎都是封停在44%。而在2014年之前上市的新股,在上市首日的股价差别十分之大,例如在2012年10月9日上市的洛阳钼业,上市首日即大涨221%,2012年10月11日上市的海欣食品,首日即告破发,全天股价跌幅8%。纵观整个2012年,上市首日即告破发的新股有近40只。

是否取消,市场观点不一

在证监会副主席方星海的讲话引发市场热议之后,不少机构投资者对该建议强烈点赞,认为这是新股发行市场化方向的启动第一步,下一步还要关于探讨新股市价发行、T+0交易、取消10%涨跌幅限制等,为以后注册制的实施做好制度上的准备。

但市场上也出现了不同的声音,有部分投资者对此表示担忧,认为以前施行过新股首日不设涨跌幅限制,在那样的环境下不少股票瞬间涨疯了,最后给投资者留下很多风险。为了防止投资者风险才设置了44%的涨停板限制,因此如果要取消涨停限制,则需要配套T+0,否则就失去了原有的意义。

那么,如果取消新股首日涨停板限制,对资本市场和新股次

新股板块有何影响?对此,高溪资产合伙人陈继豪在接受私募排排网采访时表示,他支持取消新股上市首日44%涨停板限制的提议:“这个制度本身就存在缺陷,我们的新股IPO现在都是22倍PE发行,这个制度延续了很长时间,而市场是在变化的,我们看到现在两个市场平均的PE水平也仅仅12倍PE。而新股发行明显偏高,加上44%涨停板限制,就激发投机者炒新热情,人为制造流动性短缺,形成爆炒新股的现象。连续涨停的后果就是散户最终高位接盘,取消44%的涨停限制,能有效地抑制炒新资金的投机行为。虽然新股上市首日波动会大,但更能使广大投资者的投资行为趋于理性,换手率也会大幅提高,估值也会更加合理。”

猜测

新股次新股板块将迎来春天?

就短期来看,取消新股首日涨停板限制是否预示着新股次新股的春天来了,这个板块是否会一飞冲天,来一波凌厉的行情?根据本周的市场表现来看,新股次新股并没有出现市场预期中的炒作涨势,1月15日还出现了下探的走势。

陈继豪认为,取消新股首日涨停板限制对资本市场显然是利好,更加市场化,对新股次新股来说会短时间带来压力。估值的市场化特征可以使更多投资者的目光不仅仅聚焦在新股和次新股身上,估值便宜的股票很多,选择的面更大,从而可以有效抑制新股和次新股的非理性炒作。

资深私募人士陈熙伟表示,“价格真实”这个说法多多少少略刻意,毕竟交易价格是交易出来的,是动态的。只能说是取消限制后,价格可以更高效率,更快到达一个多空相对均衡的位置。当然,好的一方面是会创造一些神话,比如“上市首日大涨”,此类大涨的消息提振人气。但也存在另一面,就是会出现上市首日破发的现象。因此进一步讲,真要体现价格真实,其实必定绕不过做空机制和T+0这些话题。取消限制只是手段,关键是监管要相应地跟上。

央行打假,远离这些假纪念币

快报讯(记者 王静)近些年,纪念币收藏市场深受欢迎,2018年,央行更是发行了多款热门的纪念币。有不法分子从中看到了“商机”:发行起假纪念币。

近日,中国人民银行北京营管部发布的钱币类商品虚假信息预警公告显示,有市民反映,一些网站和手机客户端发布广告,声称“央行首发”“中国人民银行监制”,涉及商品包括开国大典纪念币、大国崛起纪念币、荣耀中华金银币。

中国人民银行北京营管部明确表示,上述纪念币都是虚假广告。中国人民银行从未发行过、监制过以上商品。营业管理部已将有关线索移交市场监督管理部门处理。

上述公告提醒投资者,提高自我保护意识,不要轻信相关广告。特别要警惕以“货到付款”方式销售的产品。正规纪念币的发行信息可查阅中国人民银行的公告。发现类似虚假广告请及时向市场监督管理部门举报。

链接

人行公布2019年贵金属纪念币发行计划

近日,中国人民银行2019年贵金属纪念币项目发行计划发布,共包括13个项目,66个品种。

13个项目是2019年版熊猫金银纪念币、国家外汇管理局成立40周年熊猫加字银质纪念币、2019年贺岁银质纪念币、2019吉祥文化金银纪念币、2019年中国北京世界园艺博览会贵金属纪念币、中国书法艺术(隶书)金银纪念币、中国-俄罗斯建交70周年金银纪念币、世界遗产(平遥古城)金银纪念币、第七届世界军人运动会金银纪念币、中华人民共和国成立70周年金银纪念币、南开大学建校100周年金银纪念币、2019北京国际钱币博览会银质纪念币、2020中国庚子(鼠)年金银纪念币。

此外,人行提醒,如果项目和发行量等信息有调整,中国人民银行将另行公告。

银保监会再发风险提示 自媒体成保险误导宣传高发区

快报讯(记者 王静)由于自媒体平台门槛低,发布主体多,缺乏内容审核,导致利用自媒体平台进行保险营销误导的现象时有发生。2018年暑期,银保监会就针对这一乱象发布过防范部分营销人员在微信朋友圈等自媒体平台发布虚假营销信息的风险提示。但此类情况仍有发生,为此,银保监会近日再发风险提示。

利用自媒体进行保险营销误导宣传的惯用手法主要有三类:饥饿营销类:宣传保险产品即将售罄或限时销售,如使用“秒杀”“全国疯抢”“限时限量”等用语。夸大收益类:混淆保险产品和其他固定收益类理财产品,如发布“保本保息”“保本高收益”“复利滚存”等。曲解条款类:故意曲解政策或产品条款,如宣称“过往病史不用申报”“得了病也能买”“什

么都能保”等。除了要准确识别误导宣传的惯用手法,投资者还要充分了解保险产品信息。明白保险产品主要功能是提供风险保障,通过正规渠道充分了解保障责任、保险金额、除外责任等重要产品信息,再根据自身实际需求及风险承受能力选择适当的保险产品。

银保监会还提醒,消费者在接收非官方渠道发布的保险销售信息时,应提高自我保护意识,避免冲动消费。若遇到误导宣传的情况,不要轻信,更不要转发;如有疑问,可向相关保险机构咨询或向监管部门反映,以免造成不必要的损失。

对于部分保险营销员编造不实信息的行为,银保监会要求各保险机构按照有关要求,加强对从业人员合规教育和职业道德培训。

曝光失信“老赖” 网贷平台接入司法大数据

快报讯(记者 王静)随着国家重拳打击失信行为,失信的企业和个人想借钱越来越难,欠钱不还付出的代价也越来越大,各互联网金融平台打击“老赖”也有了越来越多的“杀手锏”。

近日,中国司法大数据研究院(下称:法研院)、中国互联网金融协会(下称:中互金协会)在北京举行法研院与互金企业代表签约仪式,12家互联网金融代表企业接入司法大数据系统。在司法系统的权威、海量数据曝光下,“老赖”不仅在亲友、同事、同学等人脉圈中无处遁形,就连交通出行等基本生活都会处处受限。

开鑫贷总经理鲍建富表示,集聚行业力量对失信人进行联合惩戒,让失信者寸步难行,有利于震慑“老赖”,打击恶意“逃废债”,推动社会信用体系建设。开鑫贷接入司法大数据系统后,也将积极参与司法数据的共建共享,为创建诚信文化贡献自己的力量。

据悉,2018年9月,首批12家互金企业正式接入法研院涉诉查询系统。据中互金协会数据统计:截至2018年12月31日,第一批12家会员正式接入系统不足4个月时间,会员企业总共查询司法涉诉数据约1260万次,拒贷失信被执行人30059位。