

# 节后“开门红”！沪指重返3200点

## 两市成交量再破万亿；创业板、科创板联袂大涨



端午假期后首个交易日，A股市场迎来“开门红”，沪指自4月19日以来首度站上3200点，创业板指和科创50指数双双大涨，收盘涨幅均接近4%。市场成交也明显放大，自5月11日以来第一次突破万亿元。港股恒生指数当天尾盘也强势拉升，收盘大涨2.71%，恒生科技指数大涨4.64%。

现代快报+记者 谷伟



科创50指数  
近期走势

### 科创50指数进入技术性牛市

6月6日早盘，沪深股指均小幅高开，随后震荡走强，沪指10点07分即突破3200点大关。半导体、锂电、网络安全等赛道板块早盘接力上攻，“宁组合”个股表现强势，午后券商、煤炭等权重板块也迅速上行，盘面呈现普涨态势。科创板次新股再度集体发力，精进电动、亚信安全、希荻微等收出“20CM”涨停。

截至收盘，沪指报3236.37点，上涨1.28%，深成指涨幅2.66%；创业板指和科创50指数盘中均一度涨逾4%，收盘涨幅分别为3.92%和3.86%。当天逾3700只个股红盘报收，近百股涨停。市场成交较节前明显放大，成交总额达1.11万亿元，自5月11日以来首度突破万亿。沪深港北向资金当天净买入112.55亿元，已连续六个交易日净买入。

行业板块当天几乎全线飘红，能源金属、光伏设备、电池、半导体等板块均表现强势，仅汽车服务、船舶制造等少数板块稍显疲态。“宁王”宁德时代当天大涨6.68%，市值一天增加680亿元。

金百临咨询首席策略分析师秦洪认为，当前A股市场所处的环境出现了较为积极的变化，不仅仅是流动性的宽松，实体经济的韧性，而且还有存量资金积极回补、增量资金大力加仓的态势，“多头开始主动出击，驱动主要股指进入你追我赶的全面强势周期中。”

中。”

值得注意的是，继节前6月2日大涨4.68%后，科创50指数6月6日再度大涨近4%。科创板的连续走强，也成为市场反弹的重要动力。自4月27日以来，科创50指数反弹幅度逾30%，已进入技术性牛市。此前海通证券荀玉根团队分析认为，A股各指数早在2020年年中就开始了轮番调整，但调整时间并不同步，横向对比来看，科创50指数盈利估值匹配度更优，性价比较高。

方正证券认为，A股主要指数估值大多已探得底部区域，叠加稳增长政策陆续发力以及国内疫情趋于稳定，5月份以来A股市场出现反弹，主要宽基指数估值小幅修复，但当前依然多处于底部区域，无论从市盈率还是市净率来看多数具有较好的估值性价比。

### 稳增长发力，反弹延续可期

当天盘后，中金财富首席投顾张德良表示，数字经济（软件）、光伏、新能源汽车，再到高端制造，已全面激活。市场由“点”到“线”，有望持续升温。秦洪表示，回顾近几个月来的A股走势，有一种恍如隔世的感觉，3月、4月还在讨论“底在何方”，仅仅过了一月有余，市场人气开始复苏且渐趋亢奋，已有关于科创50指数能否复制2012年底创业板牛市的说法。

在秦洪看来，A股市场所处的货币流动性在近两个月以来出现了较为积极的变化，抬升了各路资金对中国资产的未来预期。不断涌

现的关于实体经济的好转的相关信息，比如复工复产的大力推进，推动相关优势产业股持续上扬，也在一定程度上为存量资金的回补、增量资金的加仓提供了确定的方向，进而形成合力，推动A股市场持续回升。“短线A股市场进入一个全面强势的周期中，不仅仅是主要热点均有资金的回补与新增资金加仓，而且产业催化剂也不时涌现。当前沪深两市有进一步重心上移的趋势。”

多家机构也对6月以及三季度行情表示乐观。中信证券认为，疫情明显改善后，前期的各项政策将集中起效，预计6月起国内经济快速修复，政策合力催化资金接力，A股中期行情将持续数月，行情已从4月下旬开始的超跌反弹阶段切换至6月开始的超跌反弹行情阶段，建议继续坚定布局现代化基建、地产、复工复产和消费修复四大轮动主线。

银河证券表示，随着各项稳增长政策密集出炉，助力稳定经济大盘，各部委、有关部门正迅速落实相关政策要求、密集行动。未来，“稳中求进”的政策亦成为A股市场的稳定器。“6月A股市场仍以震荡上行行情为主，短期内，仍然坚持行业或板块博弈为主，指数收益或弱于板块抉择。”

东莞证券认为，随着政策稳增长加快发力以及经济面的恢复，以及资本市场高质量发展的持续推进，政策底逐步夯实有望逐步走出“市场底”，迎来阶段性企稳反弹机会，修复上半年弱势格局，下半年市场修复反弹值得期待。

# 微拍堂冲刺“文玩电商第一股”

## 公司曾因虚假宣传、售假等问题受到行政处罚



过去聚集在线下文玩市场的爱好者们，将目光转移到了线上，7400多万人对文玩的爱好或将催生一家上市公司。近日，号称中国最大文玩电商平台的微拍堂，向港交所递交了招股书，拟冲刺“文玩电商第一股”。现代快报财经猎豹注意到，该公司近三年业绩波动相对较大，同时还面临着虚假宣传、因销售假货被行政处罚等问题。

现代快报+记者 潘荣

### 过度依赖平台佣金，业绩坐上过山车

天然A货翡翠双彩貔貅手链、新疆和田玉项链挂绳、精美镂空龙凤牌……在微拍堂平台上，有玉翠珠宝、工艺作品、钱币邮票、紫砂陶瓷等八大品类的产品，许多产品都显示无人出价。

近日，号称中国最大文玩电商平台的微拍堂，向港交所递交了招股书，拟冲刺“文玩电商第一股”。招股书显示，截至2021年底，公司注册用户数超过7400万，注册商家为33.1万。但平台的用户活跃度却很低，2021年活跃买家数仅为390万，仅占注册用户总数的5.27%。

2014年，微拍堂在浙江杭州成立，在经营模式方面，公司以文玩艺术品直播竞拍商业模式，将文

玩竞拍从线下搬到了线上。依靠着商家佣金、平台服务费和营销服务费等，公司2019年至2021年，分别实现营收4.73亿元、10.7亿元和9.78亿元，净利润分别为1.37亿元、0.54亿元、1.42亿元，业绩坐上过山车，营收和净利润波动较大。对此，公司表示，受疫情影响，2020年以来文玩市场受到较大冲击，公司业绩也受到了一定的影响。

但公司营销开支高，也一定程度上影响了公司的业绩。报告期内，公司销售及经销开支分别为0.73亿元、5.6亿元和3.07亿元，占总收入的比例分别高达15.5%、52.3%和31.4%。随着公司营销费用的比重上升，同期用户也得到了增长，反之则有所下滑。业内人士认为，靠广告营销带来的正向增长是短期的，长期并没有给公司业绩带来利好，反而拖累净利润，造成公司增收不增利。

从营收来源看，微拍堂过度依赖商家的交易佣金，平台出售绝大部分产品的价格要收取2%至6%的佣金费用，报告期内佣金收入分别贡献总营收的63.2%、64%和57.1%。对此，公司在招股书中表示，倘若无法吸引、维持并增进和商家之间的关系，公司的盈利能力和经营将受到不利影响。

### 因虚假宣传被曝光，并受到行政处罚

微拍堂表示，公司是中国最大的文玩电商平台，公司通过线上平台以创新的方式改造文玩行业。但公司在发展过程中，却面临着虚假宣传、销售假货等问题，相关问题还曾被央视点名。

在某投诉平台上，现代快报财经猎豹看到与微拍堂相关投诉高达2000多条。有消费者表示，平台商家售假，收到商品与平台看到的不符，欺骗消费者等；有商家表示，平台私自扣除商家保证金。

现代快报财经猎豹梳理发现，该公司自2020年以来，也多次被行政处罚。2020年3月，公司因非法投放广告，被杭州市市场监督管理局罚款4.5万元；2021年6月，公司被相关监管部门处罚135万元，处罚原因包括公司使用虚假广告、平台商家销售假冒、未经授权或侵权产品等。此外，公司销售假货问题，还

曾被央视曝光。

对此，公司表示，品牌或声誉的受损可能对业务及经营业绩产生重大不利影响，无法有效处理平台上的欺诈及虚假交易可能会有损公司业务。

公开数据显示，从文玩电商需求端来看，行业增长潜力较大，预计2025年市场规模将达到约665亿元。头豹研究院分析认为，增量主要来自两方面，一是年轻客户群中的增强拉动需求增量；二是银发经济兴起将提升文玩的线上渗透率。

在文玩电商行业内，除微拍堂外，还有玩物得志、天天鉴宝等平台。其中，玩物得志自2018年成立，共进行5轮融资，2020年11月，公司进行C轮融资，融资金额高达8000万美元。而天天鉴宝自2019年上线以来，也先后进行5轮融资。此外，行业内还有对庄翡翠、一件、翡翠王朝、东家等平台，虽然微拍堂入局较早，但其他平台的崛起，也让微拍堂面临一定的竞争压力。

头豹研究院认为，未来文玩电商行业内，商家入驻和交易中的“鉴真”对交易对手和标的进行两次筛选，保证产品质量，行业整合期即将到来；同时，中小平台将出清，未来或成为多头部格局，头部平台的市占率、议价能力增强，有望提高抽佣倍增厚利润。

### 未按规定减持股份 华谊兄弟实控人王忠军、王忠磊收到警示函

6月6日，浙江证监局发布通报称，华谊兄弟主动增减持、公司回购注销股份、股票期权行权等导致累计权益比例减少3.13%，在权益变动比例达到5%时，未按规定停止买卖公司股份并及时履行报告、公告义务，违反了《上市公司收购管理办法》（证监会令第108号）第十四条的有关规定。根据《上市公司收购管理办法》（证监会令第108号）第七十五条的有关规定，浙江证监局决定对华谊兄弟采取出具警示函的监督管理措施，并记入证券期货市场诚信档案。限华谊兄弟在收到该决定书之日起10个工作日内向浙江证监局提交书面整改报告。

4月22日，深圳证券交易所曾就此事对王忠军、王忠磊给予通报批评。6月2日，华谊兄弟发布公告，再次透露王忠军和王忠磊两兄弟减持公司股份超过1%的投资行为。自从2022年以来，华谊兄弟的股价出现了大幅下跌，从1月4日的收盘价4.05元下降到如今的2.66元，降幅约为34.3%。

另据媒体报道，2022年4月28日，华谊兄弟发布了2021年年度报告。年报显示，公司实现营业总收入为13.99亿元，同比减少6.73%；归属于上市公司股东的净利润亏损2.46亿元，亏损幅度收窄76.50%。对于年度亏损的原因，年报中解释称，“新冠肺炎疫情持续反复，对国内影视、旅游市场造成冲击，公司作为影视与文旅协同发展的代表之一，主要业务受到影响”。综合