

市场理性回归 ST 风险爆发

1元股时隔三年重现江湖

股市连连看

时隔三年,1元股重现A股江湖。截至昨天,3只ST股票成为1元股,与贵州茅台等高价股不断创新高形成鲜明对照。这次1元股,全部集中于绩差有退市风险的ST股票,说明博ST股票重组的人大大减少,是市场理性回归的表现。

▶ 3只ST股成1元股

今年第一只1元股是华锐风电,4月26日该股实行退市风险警示,股票简称变更为*ST锐电。当日该股跌停,收报1.92元,成为两市唯一一只1元股。这是时隔三年之后,1元股首次重现江湖。截至昨天,*ST锐电报收1.44元,今

年累计下跌38.46%。想想这个股票2011年上市的时候,发行价可是高达90元,从百元股到1元股,令人感慨万分。

目前股价最低的是*ST海润,昨天报收1.39元。

停牌近一年的*ST重钢,5月26日复牌连续6个跌停板,也进入1元股队伍,昨天报收1.77元。

和3年前相比,目前1元股还不是很多,2014年一度有20多只1元股,但是,2014年大盘在2000点,钢铁、航运等周期行业处在周期谷底,造成一批1元股。而现在大盘在3000点,同时,与1元股对应的是贵州茅台这样的高价股却在创新高。因此,这次1元股并不是系统性原因,1元股再现江湖,完全是市场监管加强、打击忽悠式

重组的结果,是市场重业绩的理性体现。

▶ 新都退将成为1元股

前几年绩差的ST股价格并不低,因为很多人博重组,而现在情况发生很大变化。随着交易所严格落实并不断完善退市制度,绩差股退市风险加大,典型的是新都退(000033.SZ)恢复上市失败,敲响了退市风险警钟。

停牌2年的*ST新都,虽然进行了重组,但最终因为扣除非经常性损益利润为负,还是难逃退市命运。5月24日该股进入退市整理期,简称为新都退,到昨天已经连续12个一字跌停板,股价已经下跌到2.25元,很快就会进入1元股行列。由于成交量很小,投资者

根本无法出逃,市场普遍预计该股也要跌至1元才可能打开跌停。

之前几只退市股都遭遇过炒作,退市的时候股价都不是很低,都不是1元股,典型的是去年*ST博元,在退市整理期30个交易日换手150%,退市时候股价最终报收4.49元,让人非常惊讶。

这一次估计情况会有很大不同,当然最终结果还需要观察,但今年爆炒退市股恐怕很难出现了。

随着市场监管的进一步深入,上市公司并购重组、再融资和借壳难度大幅增加,使得ST公司成为了股价杀跌重灾区。近期ST板块风险集中爆发,是市场理性回归的表现,是市场优胜劣汰的必然体现。

首席记者 连建明

本报讯(记者 杨玉红)在中国政法大学传播法研究中心的推动下,美团点评、京东、新浪、搜狐、快手和360等企业昨天联合发布了《反商业诋毁自律公约》,呼吁倡导文明的商业环境,联合打击商业诋毁,保护消费者合法权益,促进我国互联网的健康发展。

近年来,一些带有不良商业目的的企业和个人打着“自媒体”的旗号,通过撰写黑稿、发布网络谣言、雇佣水军等手段,达到抹黑竞争对手和商业诋毁的目的,并由此形成了一条黑色产业链。这些利用“黑稿”进行商业诋毁的行为,不仅造成市场混乱,损害消费者权益,扰乱新闻传播和社会经济秩序,还侵害企业的合法商誉和消费者的知情权。

参与发起公约的企业承诺:不捏造涉及他人的虚假信息,不传播涉及他人的具有虚假、片面、明显恶意、无权威信息源、无法确认等性质的信息,不虚构和歪曲的恶意宣传他人的负面信息,以及不以言语鼓励、奖励积分、金钱或实物奖励、提供优惠价格等方式,鼓励、诱导用户对他人做出不客观的负面评价等。同时,欢迎和尊重媒体对企业的客观舆论监督。

美团京东等联合反商业诋毁

本报讯(记者 连建明)财政部昨天公布的数据显示,5月份,全国一般公共预算收入16073亿元,同比增长3.7%。其中,中央一般公共预算收入7951亿元,同比下降3.6%;地方一般公共预算本级收入8122亿元,同比增长12%。全国一般公共预算收入中的税收收入14102亿元,同比增长6.4%;非税收入1971亿元,同比下降12.5%。本月财政收入增幅较低,主要受相关经济指标增速

受相关经济指标及减税降费等因素影响

5月份财政收入仅增长3.7%

放缓、减税降费政策效应进一步显现以及去年同月部分收入基数高等影响。

5月份国内增值税4042亿元,同比下降13.8%。其中,受全面推开营改增试点翘尾减收以

及去年同期各地清缴营业税导致的高基数(去年同月营业税大幅增长76%)等影响,改征增值税下降44.6%,同比减少1111亿元,拉低本月税收收入增幅8.4个百分点。

1-5月累计,全国一般公共预算收入77224亿元,同比增长10%。其中,中央一般公共预算收入36323亿元,同比增长9.3%;地方一般公共预算本级收入40901亿元,同比增长10.7%。

天猫 618 期间“天猫出海”横空出世

12 亿国货“一店卖全球”

6月12日,天猫在天猫618之际宣布“天猫出海”项目正式推出,赋能国内商家“一店卖全球”,进入海外新蓝海市场。

“天猫出海”是以天猫作为主引擎,利用阿里巴巴核心电商板块20亿商品,依托过去十几年打造的涵盖交易、支付、物流、营销、数据、技术等方面的新经济基础商业设施,将天猫生态模式逐步成功复制并落地到东南亚、印度以及全球市场,提高当地电商效率,服务海外消费者。



天猫 618 期间,天猫正式推出“天猫出海”,赋能国内商家“一店卖全球”

天猫力量助推国货出海

新加坡站上线3个月

订单增长超6倍

在尚未正式推出的情况下,不到一年的时间里“天猫出海”成长迅速,目前已囊括百万天猫及淘宝商家和12亿商品,交易范围已经覆盖全球除了南极洲之外的200多个国家和地区。通过手机淘宝服务全球近1亿海外华人市场,为104个国

家和地区的消费者提供官方物流转运,并在中国香港、中国台湾和新加坡提供本地支付服务。

除了手机淘宝之外,“天猫出海”通过联动东南亚第一大电商平台Lazada,开设“淘宝精选”频道,服务范围包括新加坡、马来西亚、印尼、泰国、菲律宾、越南等东南亚六国5.5亿消费者,接下来将开通更多国家和地区服务。3月16日,新加坡站一上线就受到本地消费者热情支持,短短3个月订单已增长超6倍。马来西亚站也将于6月13日开业。

天猫超市 618

进军香港将打造

“全球超市之王”

猫超到港是“天猫出海”的一部分,天猫超市6月12日正式宣布进军香港地区,800万香港地区消费者也加入了“天猫618理想生活狂欢节”。

从试运营至今,天猫超市不仅把正宗“港货”卖到内地,也为香港地区

人民带去物美价廉的内地老字号和特色商品,既囊括了麦德龙等全球大型商超资源,也将整合联华超市在国内3600多家门店的力量,势将发起一场席卷商超领域的新零售革命。

天猫超市发布“香港人最爱商品榜单TOP10”,周黑鸭鸭锁骨、海底捞火锅底料、百家陈记麻辣烫粉丝、螺霸王螺蛳粉等纷纷上榜。

目前,天猫超市正在香港举办盛大的开业优惠活动,将于6月18日-20日开展史无前例的宅配免费活动,并提供港币结算、本地退货等一系列定制服务,由此将打造没有线上线下之分、也不存在海内海外之别的“全球超市之王”。

这种模式将推广至所有海外配送场景,届时整个港澳地区及东南亚地区的电商时效未来都将从8天广泛提升至次日达、隔日达。

截至上午9点,天猫国际的成交客单价较去年同期已经翻番,反映出中国消费者在母婴、美妆、保健品等品类消费升级的显著趋势。

为了赶上这一轮中国消费升级浪潮,美国老牌百货公司梅西百货与天猫国际玩起了新零售。6月15日至6月17日期间,双方将在上海悦荟广场搭建线下样板间,消费者可以通过手机完成互动式的购物体验。同时还有知名造型师和时尚博主和消费者畅聊时尚与搭配,推出迷你时装周。

1000-2000元高单价的美妆进口用户在天猫国际占比仍不断提升,美容仪、洁面仪等高科技产品也继续走俏,而澳洲swisse、美国GNC、澳洲大药房等则高居保健品类排行榜首。

消费升级的趋势在一二线城市尤为明显,天猫国际618期间的预售数据显示,上海、北京、广州、杭州、深圳、成都、武汉、南京、重庆、天津等城市的剁手党在抢购进口商品上最为火爆。

天猫国际总经理奥文在天猫618期间也宣布了未来的战略目标:未来一年内,让过去3年多的总成交再翻一番,并在未来三年内,服务好一亿进口消费新中产。这个数字与中国出境游的总人数大体相当。天猫618期间的火爆也表明,天猫国际在有效拉动境外消费回流,推动消费者更便捷地获取海外商品方面成效明显。

天猫国际 618

三百万进口尖货敞开供应

联手全球大牌

服务一亿“新中产”

6月12日,天猫618进口日正式开启,天猫国际宣布将联手全球大牌让利10亿,300万进口尖货敞开供应,满199减100等优惠力度,保证全网最优惠价格。