

半月6次坚定唱多,是为IPO铺路?

国泰君安称沪指将现 400 点大反弹引发股民质疑

在最近半个月时间内,国泰君安不惜与安信证券隔空骂战,连发 6 次研报坚定唱多 A 股,坚称沪指将现 400 点大反弹,引发市场的高度关注。正当市场炫目于国泰君安的华丽转身时,22 日晚证监会的一则国泰君安 IPO 预披露消息引发股民思考,纷纷质疑国泰君安此举是为其 IPO 铺路。根据预披露消息,国泰君安其此次 IPO 计划发行不超过 15.25 亿股,若以其 2013 年发行前每股收益约为 0.45 元/股,参照目前市盈率 29.55 倍计算,其发

行价格约在 13.29 元/股,这也意味着若其顶格发行,募资金额或将超 202 亿元。

在今年一季度时,国泰君安还是空方的典型代表,多次发表研报认为市场高风险行情正在从创业板向主板及更多蓝筹蔓延。在 3 月 23 日发布的策略报告中,还是持着看空态度,称优先股改革并不意味着实质性利好的出现。然而时隔半个月之后,国泰君安却来了个明显的空翻多。在 4 月 8 日发布的一份二季度研报以《400 点大反弹:抢蓝筹,夺龙头》为标题,旗帜

鲜明地表达了自己的看多意见。认为增量资金流入股市,将推动 A 股展开大级别反弹;预期二季度沪指将出现 20%(约 400 点)的反弹空间。

4 月 9 日,国泰君安再度发布题为《400 点大反弹系列之一:坚定看多》的研报,明确反驳了目前市场上的看空观点,直言“当前绝大多数 A 股投资者只看到了风险暴露的负面影响,而没看到机会”。自此之后,国泰君安几乎是一个交易日发布一篇看多研报的节奏。(新浪财经)

昨日大盘

军工板块表现抢眼 两市分化沪指跌 0.26%

周三早盘两市双双低开,随后维持窄幅震荡。在金融等权重股的拉升下,股指一度小幅走高,随后回落,权重板块纷纷走低,创业板盘中跌逾 1%。午后军工板块异军突起,沪指尾盘有所回升。截至收盘,沪指报 2067.38 点,下跌 5.45 点,跌幅 0.26%,成交 661.56 亿元;深成指报 7434.73 点,上涨 43.51 点,涨幅 0.59%,成交 742.97 亿元;创业板指报 1326.44 点,下跌 9.75 点,跌幅 0.73%,成交 155.32 亿元。

盘面上看,军工航天、公共交通、船舶、日用化工、酿酒等涨幅居前;互联网、券商、传媒娱乐、软件服务、医疗保健等跌幅居前。退市长油昨日开盘再度一字跌停,截至收盘退市长油报收 1.19 元/股。 据新华网

公告速递

中国建筑 拟 10 派 1.43 元

中国建筑 4 月 23 日晚间披露 2013 年年报。年报显示,公司 2013 年度实现营业收入 6810.48 亿元,同比增长 19.2%;归属于上市公司股东的净利润为 203.99 亿元,同比增长 29.6%;基本每股收益 0.68 元,并拟向全体股东每 10 股派现 1.43 元。

与此同时,平安银行披露 2014 年一季度报,公司 2014 年 1-3 月实现营业收入 161.00 亿元,同比增长 49.05%;净利润 50.54 亿元,同比增长 40.82%;基本每股收益 0.53 元。(新浪财经)

链接

证监会再发 10 家 IPO 预披露企业

证监会 23 日继续发布 IPO 预披露企业名单,晨光文具、华电重工等 10 家拟上市企业进行预披露,其中 7 家在上交所上市,3 家在深交所上市。这是证监会发布的第四批预披露名单,加上此前预披露的三批共 65 家企业,目前已有 75 家企业披露招股说明书。

“2014 甘肃消费者最喜爱的家装建材品牌调查活动”邀您参与 广大业主快来“点赞”最喜爱的家装建材品牌

本报讯(记者刘琼)眼下正是一年中的装修旺季,为给业主们挑选家装公司及购买装饰建材产品提供有效的指导和帮助,同时推动家装建材商家树立品牌意识,增强服务理念,本报特别联合甘肃省消费者协会、甘肃省室内装饰协会、每日甘肃网、兰州无限广告公司于近期共同开展“2014 甘肃消费者最喜爱的家装建材品牌调查活动”。目前,该活动已进入相关品牌的火热招募中,诚邀社会各界人士的踊跃参与。

据了解,此次调查活动将涉及橱柜、吊顶、门业、陶瓷卫浴、灯饰、地板、墙体材

料、布艺、衣柜、家电、家具、装饰公司等 13 类家装建材行业。而活动开展后,将通过深入的调查,全面了解目前消费者的消费习惯以及各大建材品牌在消费者心中的印象。

目前,该活动已吸引了包括马可波罗瓷砖、金牌卫浴、安华卫浴、扬子木地板、欧宝木地板、讯美漆、索菲亚衣柜、华鹤木门、罗兰木门、查理世家家俬、金牛管业、3M 净水器等 50 多家厂商和品牌的加盟。活动展开后,组委会还将组织聘请专业调查公司,面向全社会发放调查问卷,并与参与调查的市民读者进行面对面地

交流。同时,组委会还将组织相关专家对报名企业进行现场调查。最后综合各方结果,通过网上投票、短信投票、电话投票三大渠道,得出最受消费者喜欢的家装建材品牌。

记者了解到,该活动也受到了广大市民和消费者的普遍关注,纷纷参与到活动中来。而在前期的招商预热活动中,已有部分品牌展现出其优势,得到了兰州广大业主的信任。与此同时,此次调查活动的招商工作将继续进行,随后的调查过程及调查结果也将随时更新,敬请广大市民朋友和读者密切关注。