2020 年 12 月 30 日

策略类●证券研究报告

优质新股筛选与择时

主题报告

分析师 叶中正
SAC 执业证书编号：S0910516080001
yezhongzheng@huajinsc.cn
0755-83224377

报告联系人 胡锦琛
hujinchen@huajinsc.cn

相关报告

投资要点

- **新股投资择时策略：寻找情绪影响下的“早开板”机会：新股的独特属性决定了其上市短期内走势易受到情绪影响**，短期内产生较大波动，新股择时具有必要性。**新股一二级市场利润分配转移的特征构成了新股择时的基本逻辑**。我们分别从中短周期择时和长周期择时两个方面提供了判断依据：对于新股的中短周期择时：我们认为应当结合上市首日涨跌幅、开板日估值水平、开板日相对行业折溢价三个主要指标，以及新股时间窗口、情绪高位区上市新股平均跌幅两个辅助指标共同判断新股情绪所处位置。对于新股的长周期择时：我们以 WIND 全 A 构建风险溢价指标，其与新股估值水平变动呈现明显负相关。建议关注风险溢价极高时期上市新股，其二级市场空间有望完全打开。

- **2020 年优质新股回顾**：在个股公司筛选方面，我们认为应当以自上而下的视角，即**“景气度确定行业-竞争地位优选公司”的方式进行公司筛选**。优先选取当前从基本面及市场二级市场反馈层面景气度较高的行业，继而在各自行业领域内，再筛选具有优势竞争地位、已形成技术壁垒或市场护城河的公司。基于此，我们筛选了 2020 年上市新股当中的 28 家优质新股，分为半导体、消费、医药生物及其他板块分别进行梳理和回顾

- **新股的“变”：“新股板块”属性弱化，回归行业基本面为主，注重“自上而下”优质新股筛选**。2017 年以来，新股作为一个单独板块的属性不断弱化，在现在的市场环境中，我们更多看到即使是同一批低位区新股，往往仅行业景气度较高、公司竞争地位强的优质新股获得超额收益，新股明显回归到以基本面为主导的投资属性。展望明年，预计新股依然会不断呈现出以基本面为主导的结构性分化，应当仍然注重新股的基本面筛选。

- **新股的“不变”：情绪低迷区给予优质新股“好价格”的择时逻辑不变，关注情绪低迷区上市优质新股**。由于新股涉及一二级市场利润分配转移的特征，在情绪高位区“开板晚”（或上市首日涨幅高），在情绪低位区“开板早”，进而较大程度上影响二级市场后续走势和市场空间，即使对优质新股，情绪高位区上市也需要在二级市场通过较长时间进行估值消化。因此情绪低位区上市优质新股，更大概率上能够以较低的估值水平开板且拥有较大的二级市场空间，应当对情绪低位区上市新股给予充分重视。

- 风险提示：1，新股波动较大风险；2，新股业绩不达预期风险；3，二级市场系统性风险

内容目录

一、 新股投资择时逻辑：寻找情绪影响下的“早开板”机会 4
（一）新股独特属性及择时原理 4
（二）中短周期（一年内）新股择时观察视角 6
1、中短周期新股情绪衡量主要指标 6
（1）上市首日涨跌幅 6
（2）开板日估值水平 7
（3）开板日相对行业估值折溢价 7
2、中短周期新股情绪衡量的辅助指标 8
（1）新股时间窗口：事件驱动下的情绪刺激因素 8
（2）情绪高点上市新股至低点平均跌幅： 9
（三）长周期新股择时观察视角：关注风险溢价极高时期上市新股 9
1、市场角度：风险溢价极高时期上市新股二级市场空间完全打开 10
2、基本面角度：风险溢价极高时期上市新股有望获得持续基本面改善 11
二、 2020 年上市优质新股基本信息分板块梳理 12
（一）半导体板块优质新股基本信息 13
1、斯达半导：国内 IGBT 龙头企业 13
2、华润微：芯片全产业链 IDM 企业 14
3、沪硅产业：国内规模最大半导体硅片制造商 14
4、中芯国际：全球领先的集成电路晶圆代工企业 15
5、芯朋微：电源管理芯片供应商 16
6、立昂微：半导体分立器件 16
7、思瑞浦：高性能模拟芯片供应商 17
8、新洁能：MOFSET+IGBT 国产替代先行者 18
（二）消费板块优质新股基本信息 18
1、石头科技：智能清洁机器人 19
2、良品铺子：休闲食品全渠道销售体系品牌运营企业 19
3、金丹科技：行业领先的乳酸及其衍生品生产企业 20
4、甘源食品：销售渠道完善的籽类休闲食品生产企业 21
5、豪悦护理：个护用品 ODM 企业 21
7、稳健医疗：医用敷料+全棉时代 22
8、巴比食品：中式面点速冻食品连锁门店销售 23
9、金龙鱼：国内最大的农产品和食品加工企业 23
（三）医药生物板块优质新股基本信息 24
1、新产业：化学发光免疫分析仪器及配套试剂领先者 24
2、康华生物：目前唯一人二倍体狂犬疫苗生产供应商 25
3、爱博医疗：国内首家高端屈光性人工晶状体制造商 26
4、爱美客：注射型透明质酸钠（玻尿酸） 26
（四）信息技术板块优质新股基本信息 27
1、奇安信：企业级网络安全产品服务供应商 27
2、中控技术：工业自动化及智能制造解决方案 28
（五）其他领域优质新股基本信息 29
1、北摩高科：军民用高端刹车制动产品 29
2、安克创新：跨境消费电子产品销售领先企业 29

3、绿的谐波：机器人核心零部件领军企业 30
4、中信博：国内领先光伏支架系统解决方案提供商 31
5、泰坦科技：科研试剂供应商 32
6、中金公司：全方位投资银行服务提供商 33
三、 投资建议：注重优质新股筛选，把握情绪低位区择时机会 33
四、 风险提示 34

图表目录

图 1：新股独有的五大特征 4
图 2：新股估值波动周期 5
图 3：科创板开板至今新股情绪及股价波动周期（频率：月；12 月截止 2020.12.18） 5
图 4：科创板 2019 年 11 月上市新股总市值变动 6
图 5：科创板 2020 年 7 月上市新股总市值变动 6
图 6：全部新股上市首日涨跌幅统计（或截至开板日涨跌幅）（频率：周；2019 年至今） 7
图 7：全部新股开板日估值水平（PE_TTM）（频率：周；2019 年至今） 7
图 8：全部新股开板日估值相对行业估值折溢价变动（频率：周；2019 年至今） 8
图 9：一年“三段”新股行情示意图 8
图 10：一年内新股三段行情实证：2016 年 9
图 11：一年内新股三段行情实证：2020 年 9
图 12：A 股市场历史风险溢价变动情况（截至 2020.11） 10
图 13：A 股市场历史风险溢价变动情况（截至 2020.11） 10
图 14：风险溢价的周期性与证券市场定价关系示意图 10
图 15：2012-2015 年新股开板日 PE 水平变动 11
图 16：2012-2015 年新股三年内开板至最高点涨幅空间 11
图 17：2019 年至今新股开板日 PE 水平变动（月均） 11
图 18：2012 年上市新股后三年盈利能力变动（中值） 12
图 19：2015 年上市新股后三年盈利能力变动（中值） 12

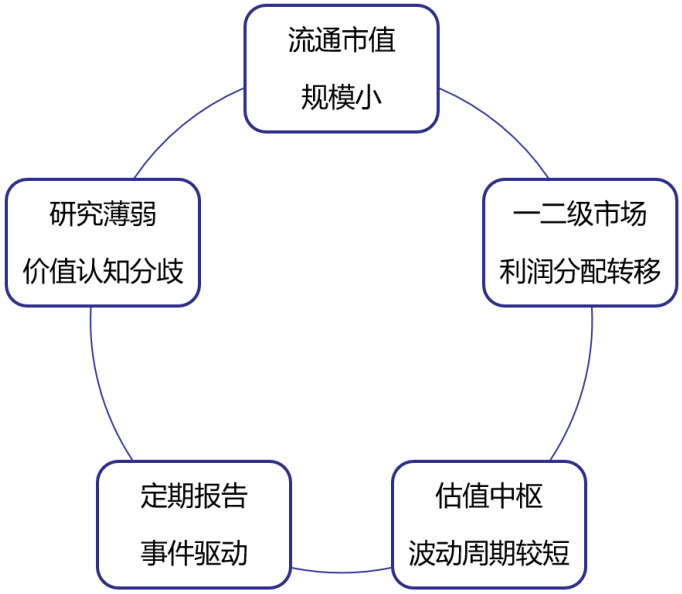
表 1：板块各情绪高涨期上市公司情绪高点至低点跌幅统计 9
表 2：2020 年上市优质新股分板块基本面情况汇总 12

一、新股投资择时逻辑：寻找情绪影响下的“早开板”机会

（一）新股独特属性及择时原理

新股的独特属性决定了其上市短期内走势易受到情绪影响，短期内产生较大波动，新股择时具有必要性。初期上市新股具有流通市值小、市场研究薄弱定价分歧、易受事件驱动、估值中枢波动周期短的特征，上市短期内市场价格易受到情绪影响而产生较大幅度波动。

图 1：新股独有的五大特征

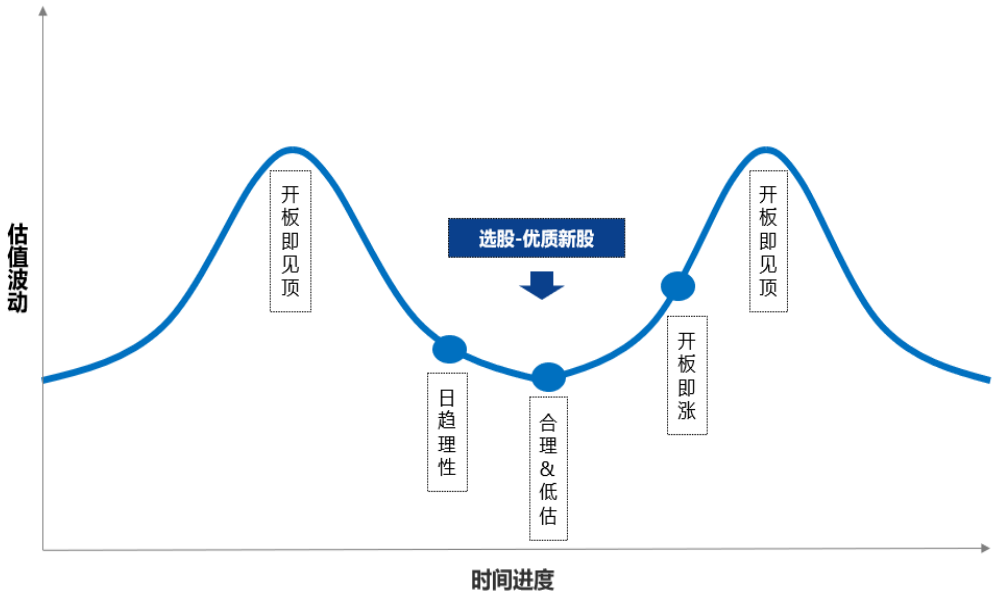


资料来源：华金证券研究所整理

新股一二级市场利润分配转移的特征构成了新股择时的基本逻辑。新股一二级市场利润分配转移特征是指，如果我们近似的将新股上市至开板收益看作一级市场打新收益，开板之后收益看作二级市场收益，并且假设一支新股对应公司的内在价值在短期内保持稳定，则对应的收益一级市场得到的多（开板晚），二级市场则相应得到的少。反之则反之。

因此新股上市所处情绪位置不同，对后续二级市场走势有着较大影响。低位区上市新股受情绪影响上市首日涨幅较小，估值相对具备优势，后续有望获得情绪回暖和估值修复的共振收益。高位区上市新股则充分体现了市场的乐观预期，开板估值较高，提前透支了行业及公司基本面的未来预期，后续伴随着新股情绪回落而开始估值回归。因而新股择时的基本思想便是关注新股情绪低位时期上市新股、估值被相对压缩的市场机会。

图 2：新股估值波动周期

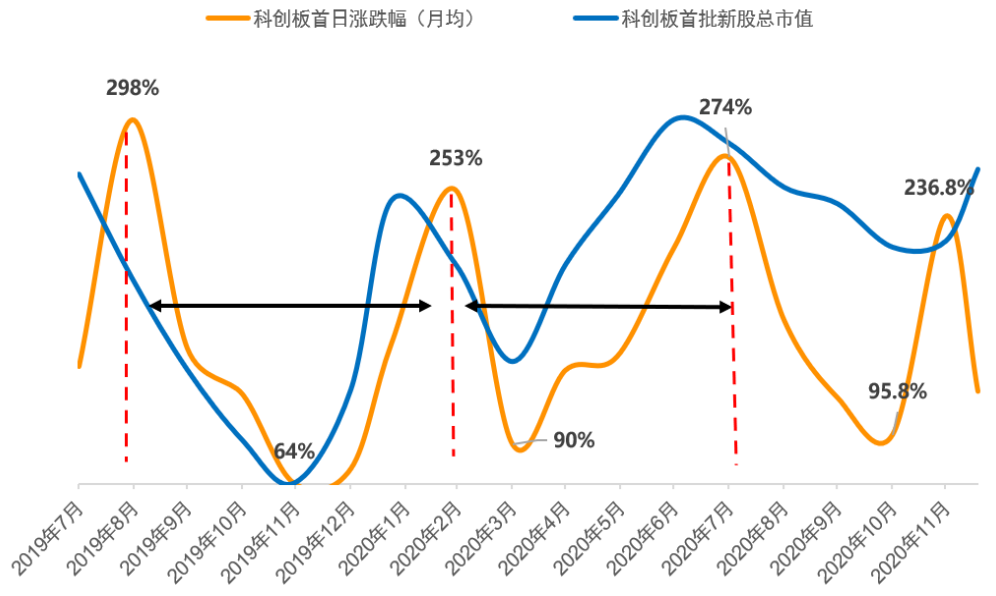


资料来源：华金证券研究所整理

我们选取科创板首年为案例来说明新股上市估值波动与情绪周期的变动关系：以新股上市首日月均涨跌幅作为市场情绪参考指标，与科创板首批新股总市值变动情况进行对比（0-1 区间标准化后），**科创板在开板首年内共经历三轮完整的情绪波动周期**，分别为 2019 年 7 月-2020 年 2 月和 2020 年 2 月-2020 年 7 月、2020 年 9 月至 11 月，每轮情绪周期均以“高涨-低位-回暖”三段区间行情组成。

科创板首批新股总市值与市场情绪变动呈现显著相关性，但后期相关性逐渐减弱，个股回归到以基本面为主导因素。

图 3：科创板开板至今新股情绪及股价波动周期（频率：月；12 月截止 2020.12.18）

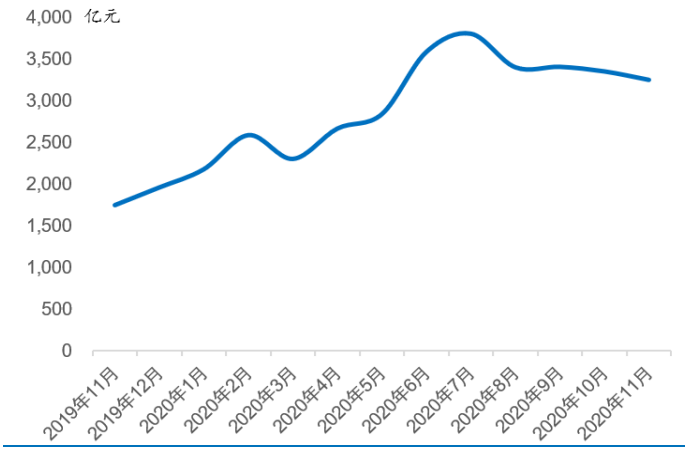


资料来源：WIND，华金证券研究所

科创板于 2019 年 11 月达到阶段性情绪低点，当月上市新股首日涨跌幅均值为 64%，部分新股接近破发（如：久日新材、祥生医疗）。此阶段上市新股均在短期内获得了情绪回暖和估值

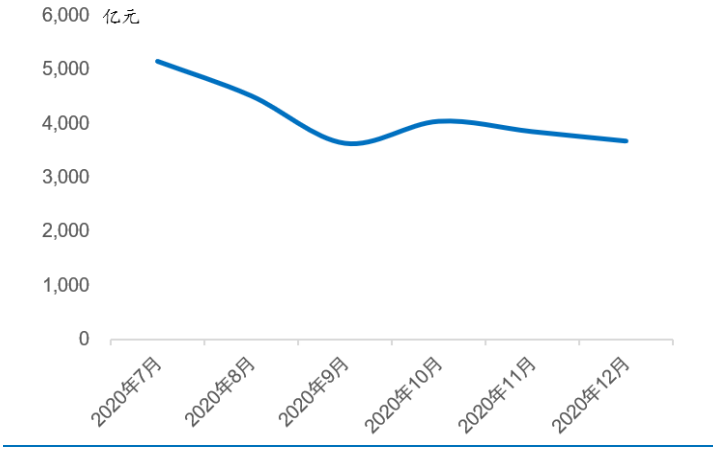
修复的共振收益。而对于科创板 2020 年 7 月达到阶段性情绪高点附近上市新股，当月平均上市首日涨幅为 274%，部分新股上市首日涨幅高达 1000%左右。由于市场定价乐观预期被充分体现，当前仍处于估值持续消化状态。

图 4：科创板 2019 年 11 月上市新股总市值变动



资料来源：WIND，华金证券研究所

图 5：科创板 2020 年 7 月上市新股总市值变动



资料来源：WIND，华金证券研究所

（二）中短周期（一年内）新股择时观察视角

对于一年内的中短周期新股择时，我们认为，应当更多的以高频、微观数据来把握新股市场情绪并判断当前上市新股所处阶段水平。**主要判断指标为：**上市首日涨跌幅变动、开板日估值水平变动、开板日相对行业折溢价水平变动。同时**相互结合判断的辅助指标为：**前情绪高位区上市新股的平均回撤、事件驱动下的新股时间窗口等。

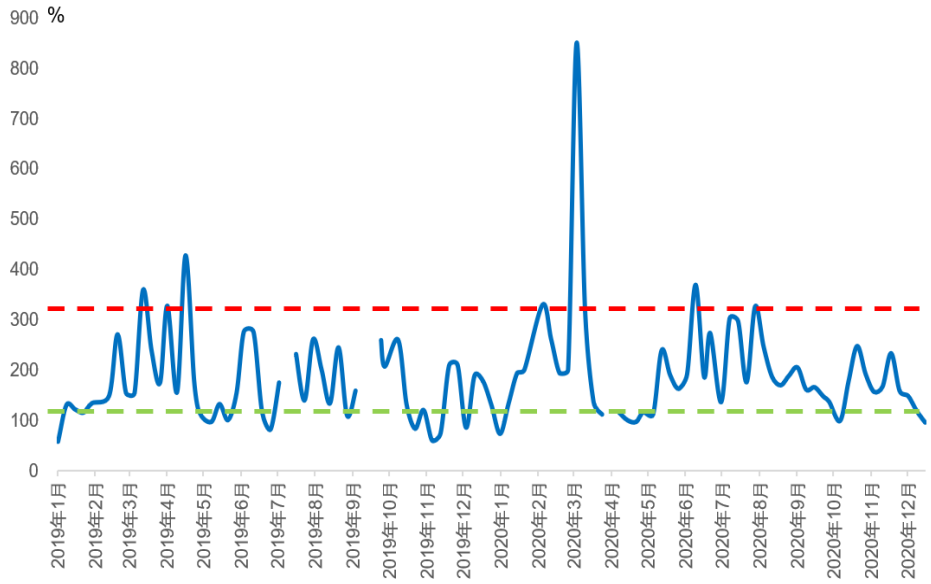
1、中短周期新股情绪衡量主要指标

对于上市首日涨跌幅变动、开板日估值水平变动、开板日相对行业折溢价水平变动三项指标，其所处的相对位置是我们的关注优质。我们根据历史数据统计其 20%分位值和 80%分位值，20%分位值以下则为新股情绪的低位区，80%分为值则为新股情绪的高位区。

（1）上市首日涨跌幅

从所有新股上市首日涨跌幅（或截至开板日涨幅）来看：我们统计 2014 年至今新股上市首日涨跌幅每周算术平均值并将其作曲线图（为方便展示，仅截取 2019 年至今数据，下同）。新股上市首日涨跌幅（或截至开板日涨幅）历史波动中枢区间为：100.10%（20%分位）——318.26%（80%分位）。

图 6：全部新股上市首日涨跌幅统计（或截至开板日涨跌幅）（频率：周；2019 年至今）

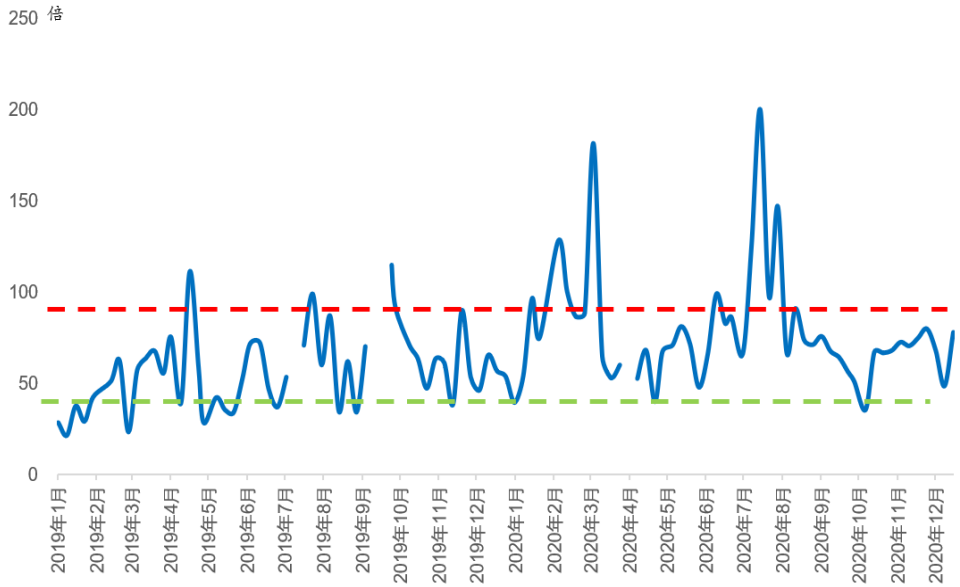


资料来源：WIND，华金证券研究所；注：剔除上市前一年归母净利润小于 5000 万公司

（2）开板日估值水平

从新股开板时估值水平来看：统计 2014 年至今新股开板日（或上市首日收盘）时 PE_TTM，历史波动中枢区间为： 41.2X（20%分位） -91.1X（80%分位） 。

图 7：全部新股开板日估值水平（PE_TTM）（频率：周；2019 年至今）

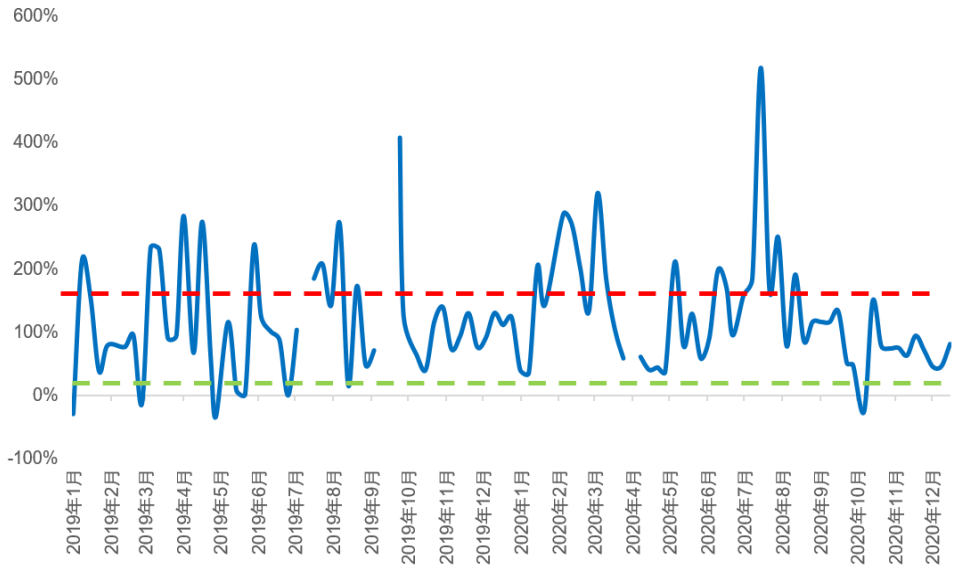


资料来源：WIND，华金证券研究所；注：剔除上市前一年归母净利润小于 5000 万公司

（3）开板日相对行业估值折溢价

从开板日相对可比行业估值折溢价水平来看：统计 2014 年至今新股开板日估值相对发行时所处行业（行业选取上市时招股书披露所处行业）估值水平折溢价情况，历史波动中枢区间为：5.6%（20%分位）——150.1%（80%分位） 。

图 8：全部新股开板日估值相对行业估值折溢价变动（频率：周；2019 年至今）



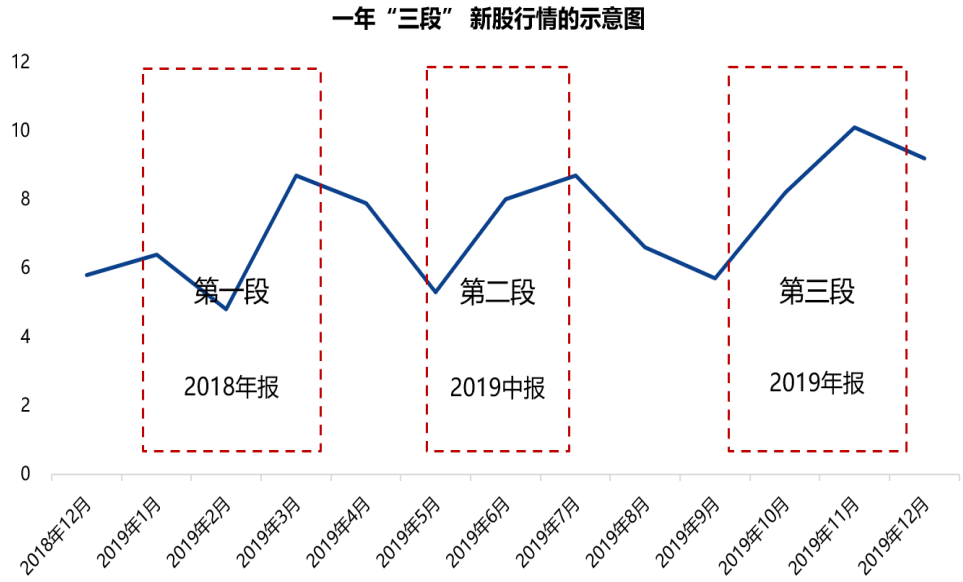
资料来源：WIND，华金证券研究所；注：剔除上市前一年归母净利润小于 5000 万公司

2、中短周期新股情绪衡量的辅助指标

（1）新股时间窗口：事件驱动下的情绪刺激因素

新股情绪易受到事件驱动影响，使得一年内往往呈现规律性的“三段”新股行情，分别对应年初阶段、年中阶段及年末阶段。年初行情主要由于年报披露预期、流动性改善等因素，年中行情主要由于中报预期的刺激因素影响，年末行情主要是由于年报预披露阶段预期影响，均属于事件驱动下的时间窗口效应。时间窗口往往与新股的主要判断指标叠加使用，从而共同预先判断新股情绪的回暖周期。

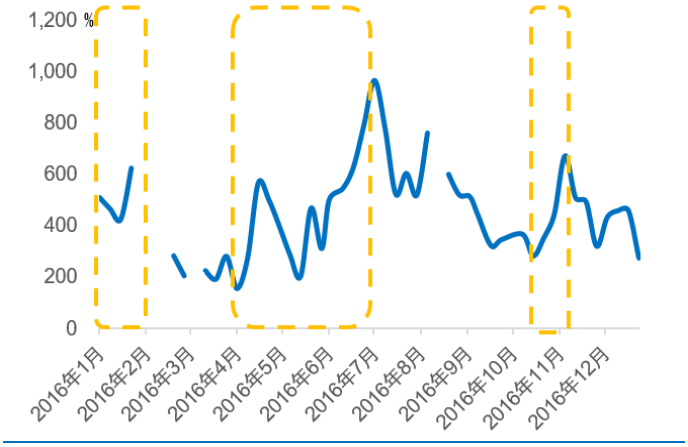
图 9：一年“三段”新股行情示意图



资料来源：华金证券研究所整理

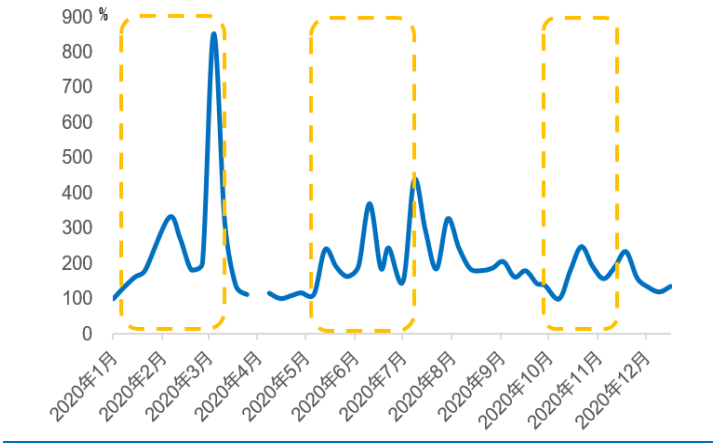
分别以 2016 年及 2020 年为例对新股一年“三段”行情时间窗口作为验证：2016 年年初-2 月、4 月初-7 月初，10 月中旬-11 月初分别经历了三段情绪从低位区至高位区的回暖行情。2020 年 1 月-3 月初、4 月底-7 月、9 月下旬-11 月下旬，与之前类似，同样历了三段情绪回暖行情。

图 10：一年内新股三段行情实证：2016 年



资料来源：WIND，华金证券研究所

图 11：一年内新股三段行情实证：2020 年



资料来源：WIND，华金证券研究所

（2）情绪高点上市新股至低点平均跌幅：

从高位区到低位区的跌幅来看：情绪高位区上市新股或由于受到发行询价估值较高、上市首日涨幅较大（或截至开板日涨幅较大）影响，上市后随新股情绪消退、估值中枢下降而往往经历较大幅度回调。统计科创板、创业板注册制情绪高位区上市新股至最低点回撤幅度，平均值及中值均达到 50%以上。主板新股回撤幅度略小，至最低点回撤幅度均值在 40%左右。由于回撤幅度体现的规律性，可以将其作为新股情绪判断的辅助指标参考。

表 1：板块各情绪高涨期上市公司情绪高点至低点跌幅统计

统计指标	科创板			创业板注册制	主板
	首批 25 家新股（区间：2019/8-2019/11）	第二情绪高涨期上市新股（区间：2020/2-2020/4）	第三情绪高涨期上市新股（区间：2020/7-2020/9）	首批 18 家新股（区间：2020/8-2020/9）	3 月 5 日附近上市 7 家新股（区间（2020/3-2020/5）
平均值	-54.9%	-54.4%	-50.2%	-53.2%	-38.8%
中值	-60.0%	-55.7%	-48.7%	-52.1%	-40.6%
最小回撤	-16.9%	-41.5%	-39.5%	-32.4%	-25.1%
最大回撤	-68.6%	-65.3%	-62.9%	-83.7%	-49.2%

资料来源：WIND，华金证券研究所

（三）长周期新股择时观察视角：关注风险溢价极高时期上市新股

长周期视角来看：新股与市场风险偏好呈现正相关关系。风险溢价是指投资者承担一单位来自风险资产的风险所要求的额外收益补偿。将风险看作获取风险收益的成本，当投资者情绪高涨，风险偏好较高，此时投资者往往愿意承担较高的风险，要求的额外收益补偿较低；反之，当投资者情绪低位，承受一单位风险要求的额外风险补偿则较高。

我们选取（$E/P - R_f$）计算 04 年至今的 A 股市场风险溢价变动情况，并叠加 WIND 次新股指数估值（整体法）作为对比，可以明显看出二者之间的反向变动关系。

图 12：A 股市场历史风险溢价变动情况（截至 2020.11）



资料来源：WIND，华金证券研究所；注：E/P 选取 WIND 全 A 数据

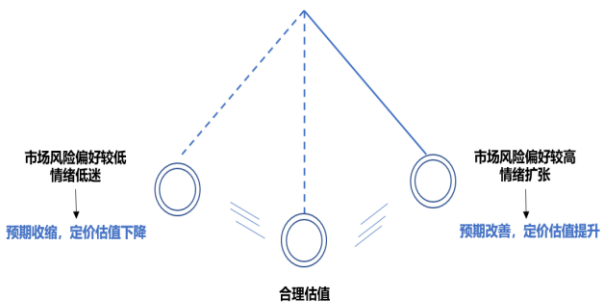
A 股历史风险溢价呈现规律的周期性均值回归属性。除 2008 年以外，A 股市场风险溢价的平均值为 2.2%，绝大多数时间内在 0%（投资者对承担波动风险不要求任何额外回报，情绪极度乐观）-4.5%（投资者对承担波动风险要求 4.5%的额外回报）左右水平波动。从时间划分来看，2012 年-2015 年是风险溢价回落的大周期（投资者情绪从低位转为扩张），2015 年-2019 年 1 月为风险溢价提升的大周期。投资者情绪从扩张重回低位。**风险溢价周期性均值回归属性提供了长周期视角下观察新股情绪所处位置的可能性。**

图 13：A 股市场历史风险溢价变动情况（截至 2020.11）



资料来源：WIND，华金证券研究所

图 14：风险溢价的周期性与证券市场定价关系示意图



资料来源：WIND，华金证券研究所

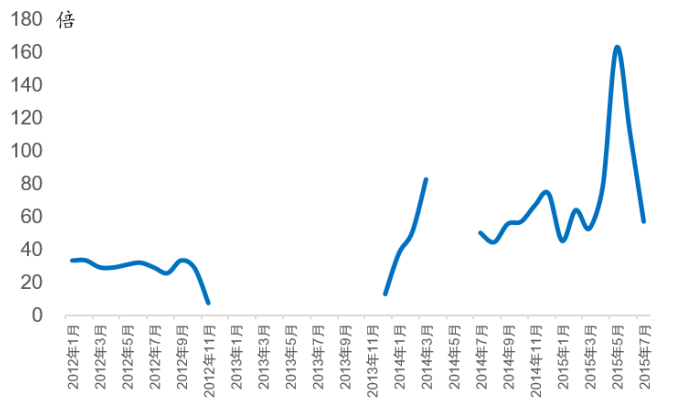
1、市场角度：风险溢价极高时期上市新股二级市场空间完全打开

风险溢价极高时期上市新股由于开板估值相对而言被极度压缩，其二级市场空间往往大于风险溢价回归过程中其他阶段上市新股。在风险溢价极高时期，即对应市场风险偏好极低时期，此阶段上市新股定价充分包含了市场的悲观预期，开板时估值水平往往是很长一段时期以来的最

低区域，此后在风险溢价回归过程中，新股开板估值水平被不断提升，相对应的二级市场空间则被不断压缩。

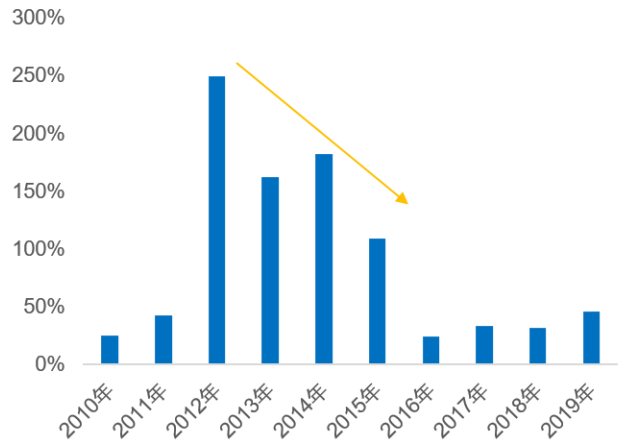
选取 2012-2015 年阶段上市新股为例：2012 年风险溢价达到波动区间的极值附近，风险偏好低位，此阶段上市新股平均估值达到 20-30 倍附近。此后伴随风险溢价提升，新股开板估值水平不断走高，而相对应的二级市场空间（选取 2012-2015 年上市新股开板价格至开板日后三年内最高价格之间的涨幅空间）则被不断压缩。

图 15：2012-2015 年新股开板日 PE 水平变动



资料来源：WIND，华金证券研究所

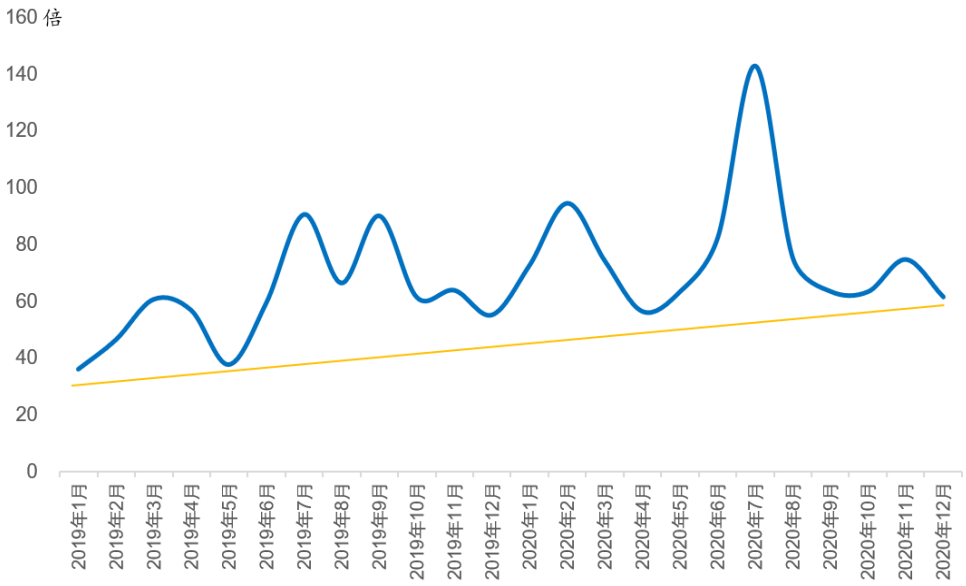
图 16：2012-2015 年新股三年内开板至最高点涨幅空间



资料来源：WIND，华金证券研究所

与 2012 年-2015 年类似，2019 年初至今伴随着风险溢价的均值回归，上市新股的开板日估值水平也经历了同样的中枢不断抬升过程：

图 17：2019 年至今新股开板日 PE 水平变动（月均）



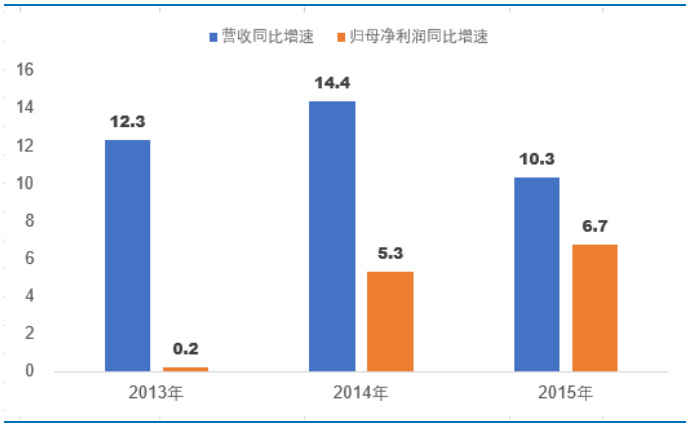
资料来源：WIND，华金证券研究所

2、基本面角度：风险溢价极高时期上市新股有望获得持续基本面改善

从公司基本面改善的角度而言：由于风险溢价主要受到市场参与者回报预期和风险认知两方面影响，其从低位到高涨往往对应着宏观经济改善（预期收益提升）、流动性环境改善，因此风

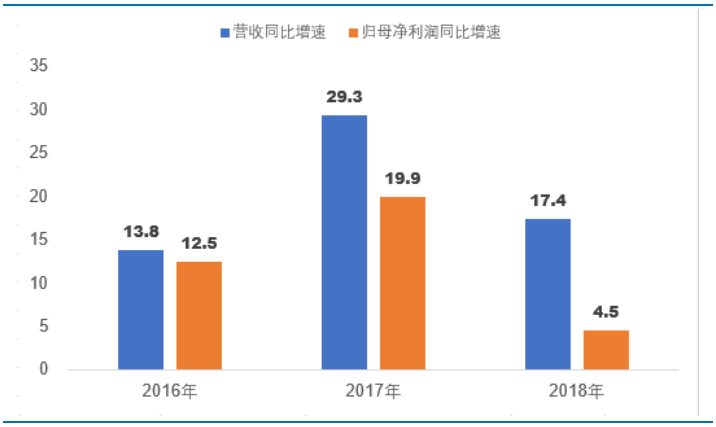
险偏好低迷期间上市新股后续基本面持续改善的概率往往更高。以 2012 年和 2015 年上市新股为例，其后续三年盈利能力变动趋势明显不同。由于新股长期而言仍然回归到以行业和公司基本面变化为主导因素，基本面的持续改善也有助于进一步消化估值、扩大二级市场空间。

图 18：2012 年上市新股后三年盈利能力变动（中值）



资料来源：WIND，华金证券研究所

图 19：2015 年上市新股后三年盈利能力变动（中值）



资料来源：WIND，华金证券研究所

二、2020 年上市优质新股基本信息分板块梳理

在个股公司筛选方面，我们认为应当以自上而下的视角，即“景气度确定行业-竞争地位优选公司”的方式进行公司筛选。优**先选取当前从基本面及市场二级市场反馈层面景气度较高的行业，继而在各自行业领域内，再筛选具有优势竞争地位、已形成技术壁垒或市场护城河的公司。**

基于此，我们筛选了 2020 年上市新股当中的 28 家优质新股，分为半导体、消费、医药生物及其他板块分别进行梳理和回顾：

（注：开板日所处情绪区间我们划分为：低位区、上行区、高位区、下行区）

表 2：2020 年上市优质新股分板块基本面情况汇总

所属板块	股票代码	公司名称	上市日期	开板日	开板日所处情绪区间	总市值（亿元）	预测 PE（2020 年）	预测 PE（2021 年）	预测 PE（2022 年）
半导体	603290.SH	斯达半导	2020-02-04	2020-03-05	高位区	432.9	229.7	169.9	127.3
	688396.SH	华润微	2020-02-27	2020-02-27	高位区	827.4	84.7	67.0	56.2
	688126.SH	沪硅产业-U	2020-04-20	2020-04-20	低位区	819.0	-1,012.7	1,038.5	536.7
	688981.SH	中芯国际-U	2020-07-16	2020-07-16	高位区	2,030.6	97.6	90.5	76.7
	688508.SH	芯朋微	2020-07-22	2020-07-22	高位区	108.6	125.2	92.7	69.0
	605358.SH	立昂微	2020-09-11	2020-10-21	上行区	532.8	260.1	178.6	134.5
	688536.SH	思瑞浦	2020-09-21	2020-09-21	低位区	342.4	195.7	142.3	103.5
	605111.SH	新洁能	2020-09-28	2020-10-28	上行区	213.3	142.2	104.5	72.8
消费	688169.SH	石头科技	2020-02-21	2020-02-21	高位区	678.7	54.0	44.6	37.1
	603719.SH	良品铺子	2020-02-24	2020-03-13	高位区	240.6	69.9	51.4	42.1
	300829.SZ	金丹科技	2020-04-22	2020-04-28	低位区	111.8	70.3	46.4	32.3
	002991.SZ	甘源食品	2020-07-31	2020-08-14	下行区	87.6	42.7	33.9	26.8
	605009.SH	豪悦护理	2020-09-11	2020-09-21	低位区	222.9	34.0	31.6	25.6
	300888.SZ	稳健医疗	2020-09-17	2020-09-17	低位区	686.0	17.9	33.8	29.9

	605338.SH	巴比食品	2020-10-12	2020-10-22	上行区	109.4	78.0	56.1	46.1
	300999.SZ	金龙鱼	2020-10-15	2020-10-15	上行区	4,515.6	64.1	56.0	49.4
医药生物	300832.SZ	新产业	2020-05-12	2020-05-29	上行区	619.8	66.6	51.4	37.8
	300841.SZ	康华生物	2020-06-16	2020-07-16	高位区	283.7	66.7	48.8	37.2
	688050.SH	爱博医疗	2020-07-29	2020-07-29	高位区	195.7	191.9	133.1	100.2
	300896.SZ	爱美客	2020-09-28	2020-09-28	低位区	756.1	184.0	120.8	84.5
信息技术	688561.SH	奇安信-U	2020-07-22	2020-07-22	高位区	802.6	-362.2	755.1	148.2
	688777.SH	中控技术	2020-11-24	2020-11-24	高位区	471.6	111.5	87.8	70.9
其他	002985.SZ	北摩高科	2020-04-29	2020-05-19	上行区	249.8	76.4	48.5	35.1
	300866.SZ	安克创新	2020-08-24	2020-08-24	下行区	735.6	83.6	63.0	49.1
	688017.SH	绿的谐波	2020-08-28	2020-08-28	下行区	173.2	190.4	134.3	99.6
	688408.SH	中信博	2020-08-28	2020-08-28	下行区	234.8	82.3	52.4	34.9
	688133.SH	泰坦科技	2020-10-30	2020-10-30	上行区	92.4	97.8	62.9	46.0
	601995.SH	中金公司	2020-11-02	2020-11-02	上行区	2,148.8	33.0	27.2	23.1

资料来源：WIND，华金证券研究所；注：预测 PE 使用 WIND 一致预期归母净利润（中值）及 2020.12.18 对应公司总市值计算所得

（一）半导体板块优质新股基本信息

1、斯达半导：国内 IGBT 龙头企业

公司业务概要：公司主营业务是以 IGBT 为主的功率半导体芯片和模块的设计研发和生产，并以 IGBT 模块形式对外实现销售。

行业空间、下游客户及竞争地位：1.IGBT 作为一种新型功率半导体器件，是国际上公认的电力电子技术第三次革命最具代表性的产品，是工业控制及自动化领域的核心元器件，被称为电力电子行业里的“CPU”，广泛应用于新能源、新能源汽车、电机节能、轨道交通、智能电网、航空航天、家用电器、汽车电子等领域。2.公司客户目前主要分布于新能源、新能源汽车、工业控制及电源、变频白色家电等行业，主要竞争对手均为国际品牌厂商。3. IGBT 市场长期被大型国外跨国企业垄断，国内市场产品供应较不稳定。公司具备自主研发设计国际主流 IGBT 芯片和快恢复二极管芯片的能力和先进的模块设计及制造工艺水平，全面实现了 IGBT 和快恢复二极管芯片及模块的国产化，是国内 IGBT 行业的领军企业。根据全球著名市场研究机构 IHS 在 2019 年发布的最新报告，2018 年度公司在全球 IGBT 模块市场排名第八，市场占有率 2.2%，是唯一进入前十的中国企业。

业务壁垒及成长路径：1.目前，公司已经实现 IGBT 芯片和快恢复二极管芯片的量产，以及 IGBT 模块的大规模生产和销售。2.在变频器领域，公司目前已经成为国内多家知名变频器企业的 IGBT 模块主要供应商；在新能源汽车领域，公司已成功跻身于国内汽车级 IGBT 模块的主要供应商之列，与国际企业同台竞争，市场份额不断扩大；在逆变电焊机领域，公司是少数可以提供适合于不同种类电焊机的多系列 IGBT 模块的供应商。

中短期业绩驱动力：1.持续发力新能源汽车及燃油汽车半导体器件市场在新能源汽车用驱动控制器领域为客户提供全功率段的 IGBT 模块，并为高端车型提供成熟的汽车级 SiC 模块，持续提升市场份额，完善辅助驱动和车用电源市场的产品布局；在燃油车用汽车电子市场，依托

48V BSG 功率组件，开发更多的燃油车用功率器件。2.继续深耕工业控制及电源行业。公司将充分利用公司 650V/750V、1200V、1700V 自主芯片产品的性能优势、成本优势、交付优势，在变频器、电焊机、电梯控制器、伺服器、电源等领域持续发力，提高现有客户的采购份额，持续开发新客户，继续提高市场占有率。3.加速开拓新能源市场。随着国家新能源发电并网电价补贴机制的退出，以 IGBT 为代表的国内风电变流器及光伏逆变器核心元器件国产化替代加速，公司 2020 年会加大新能源发电客户的开拓力度，不断提高市场份额。

2、华润微：芯片全产业链 IDM 企业

公司业务概要：公司是中国领先的拥有芯片设计、晶圆制造、封装测试等全产业链一体化经营能力的半导体企业，产品聚焦于功率半导体、智能传感器与智能控制领域，为客户提供丰富的半导体产品与系统解决方案。

行业空间、下游客户及竞争地位：公司及下属相关经营主体曾建成并运营中国第一条 4 英寸晶圆生产线与第一条 6 英寸晶圆生产线，承担了多项国家优质专项工程。公司是国内最大的功率器件厂商。在功率器件领域，公司多项产品的性能及工艺居于国内领先地位。其中，MOSFET 是公司最主要的产品之一，公司是国内营业收入最大、产品系列最全的 MOSFET 厂商。公司是目前国内少数能够提供 -100V 至 1500V 范围内低、中、高压全系列 MOSFET 产品的企业，也是目前国内拥有全部主流 MOSFET 器件结构研发和制造能力的主要企业，生产的器件包括沟槽栅 MOS、平面栅 VDMOS 及超结 MOS 等，可以满足不同客户和不同应用场景的需要。根据 IHS Markit 的统计，以销售额计，公司在中国 MOSFET 市场中排名第三，仅次于英飞凌与安森美两家国际企业，是中国最大的 MOSFET 厂商。国内同行业可比公司士兰微、华微电子、扬杰科技、华虹半导体、先进半导体。

业务壁垒及成长路径：公司是中国领先的拥有芯片设计、晶圆制造、封装测试等全产业链一体化经营能力的半导体企业；公司具有全国领先的半导体制造工艺水平，BCD 工艺技术水平国际领先、MEMS 工艺等晶圆制造技术以及 IPM 模块封装等封装技术国内领先；客户覆盖工业、汽车、消费电子、通信等多个终端领域，客户基础庞大多元。

中短期业绩驱动力：针对 MOSFET 产品，打造与国外一流公司进行竞争的能力。针对电源管理 IC 产品，将利用公司超高压 BCD 工艺和一体化优势，进一步丰富 LED 驱动、锂电管理、开关电源和无线充电的产品组合及相关产品性能。针对传感器产品，公司将通过 8 英寸高端传感器和功率半导体建设项目，进入高端领域产品应用类别。

3、沪硅产业：国内规模最大半导体硅片制造商

公司业务概要：公司主要从事半导体硅片的研发、生产和销售，是中国大陆规模最大的半导体硅片制造企业之一，也是中国大陆率先实现 300mm 半导体硅片规模化销售的企业。公司的 200mm 及以下半导体硅片（含 SOI 硅片）主要应用于传感器、射频前端芯片、模拟芯片、功率器件、分立器件等领域。

行业空间、下游客户及竞争地位：半导体硅片行业是高度垄断的行业，自 2016 年以来，日本的信越化学和 SUMCO、台湾地区环球晶圆、德国 Siltronic、韩国 SKSiltron 这五家企业

合计占据 90%以上市场份额，处于寡头垄断的市场状态。公司业务发展迅速、收入规模不断扩大，在全球半导体硅片市场份额持续提升。2016 年至 2019 年，上海硅产业集团营业收入分别约为 2.7 亿元、6.9 亿元、10.1 亿元和 14.9 亿元。全球市场份额分别约为 0.53%、1.11%、1.26%和 1.76%，公司市占率逐步提高。2020 年上半年，公司实现销售收入约 8.5 亿元，考虑新傲科技 2019 年 1-3 月的收入影响后，比 2019 年同期同比增长约 7.52%。SEMI 预测 2020 年全球半导体硅片市场增长率为-3%。

业务壁垒及成长路径：公司经过多年的持续研发和生产实践，已掌握了包含 300mm 半导体硅片、200mm 及以下半导体硅片（含 SOI）在内的半导体硅片生产的整套核心技术。以最核心的单晶生长技术为例，公司拥有直拉单晶和磁场直拉单晶生长技术，能够实现低微缺陷单晶生长。对半导体级硅片规模制造而言，最具挑战的是晶体生长过程中各种晶体微缺陷以及微缺陷相互作用的控制。公司的单晶生长技术可以有效的控制晶体的微缺陷密度，提高晶体质量以满足各技术节点对硅片的技术要求；有效的控制晶体中的杂质含量，特别是氧、碳含量；并最大程度降低对操作工人的依赖，保证拉制晶体质量的重复性、稳定性和一致性；同时提高产出良率，降低单晶生长成本。

中短期业绩驱动力：1.子公司上海新昇正在进行募投项目即集成电路制造用 300mm 硅片技术研发与产业化二期项目的建设，300mm 硅片生产线产能从 2019 年的 15 万片/月进一步提高，虽然受疫情影响上半年设备安装有所延迟，但通过后续进度的加快，预计在 2020 年底达到 20 万片/月产能的计划保持不变。子公司 Okmetic、子公司新傲科技持续通过去瓶颈化和提高生产效率的方式，进一步提升产能。2.市场调研机构 IDC 估计 2020 年上半年手机出货量和去年同期相比下降约 18.2%；笔记本电脑、平板电脑等，受益于远程办公的需求，出货量相对平稳；医疗电子需求提升；全球汽车销量大幅下滑，汽车电子需求显著下滑。

4、中芯国际：全球领先的集成电路晶圆代工企业

公司业务概要：全球领先的集成电路晶圆代工企业之一，也是中国大陆技术最先进、规模最大、配套服务最完善、跨国经营的专业晶圆代工企业，主要为客户提供 0.35 微米至 14 纳米多种技术节点、不同工艺平台的集成电路晶圆代工及配套服务。

行业空间、下游客户及竞争地位：根据 IC Insights 公布的 2018 年纯晶圆代工行业全球市场销售额排名，中芯国际占全球纯晶圆代工市场份额的 6%，位居全球第四位，中芯国际占中国纯晶圆代工市场份额的 18%，在中国大陆企业中排名第一。

业务壁垒及成长路径：中芯国际是全球领先的集成电路晶圆代工企业之一，也是中国大陆技术最先进、规模最大、配套服务最完善、跨国经营的专业晶圆代工企业。在逻辑电路制造领域，中芯国际成功开发了 0.35/0.25 微米、0.18/0.15 微米、0.13/0.11 微米、90 纳米、65/55 纳米、45/40 纳米、28 纳米及 14 纳米等多种技术节点，是中国大陆技术最先进、覆盖技术节点最广的晶圆代工企业之一。

中短期业绩驱动力：2020 年 11 月 12 日公司发布三季度财务报告：三季度公司收入继续创新高，达 76.38 亿元人民币，环比增长 13.0%，同比增长 31.7%。毛利为 20.08 亿元人民币，

归属于上市公司股东的净利润为16.94亿元人民币，息税折旧及摊销前利润为44.55亿元人民币，同创历史新高。全年收入增长预期上修为23%到25%，全年毛利率目标高于去年。

5、芯朋微：电源管理芯片供应商

公司业务概要：公司为集成电路（也称芯片、IC）设计企业，主营业务为电源管理集成电路的研发和销售。电源管理芯片是所有电子设备的电能供应心脏，负责电子设备所需电能的变换、分配、检测等管控功能，对电子设备而言是不可或缺的，其性能优劣和可靠性对整机的性能和可靠性有着直接影响。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，受益于国内家用电器、3C 产品等领域持续增长，中国电源管理芯片市场保持快速增长。根据赛迪顾问（前瞻产业研究）数据，中国电源管理芯片市场规模由2012年的430.68亿元增长至2018年的681.53亿元，年均复合增长率为7.95%。2，从客户应用来看，公司是国内家用电器、标准电源、移动数码等行业电源管理芯片的重要供应商，在国内生活家电、标准电源等领域实现对进口品牌的大批量替代，并在大家电、工业电源及驱动等领域率先实现突破。公司产品的知名终端客户主要包括美的、格力、创维、飞利浦、苏泊尔、九阳、莱克、中兴通讯、华为等。3，根据前瞻产业研究院发布的《中国集成电路行业市场需求预测与投资战略规划分析报告》，2018 年，公司电源管理芯片销售额排名国内第三，2018 年中国电源管理芯片市场规模681.53 亿元，按此计算公司市场占有率0.47%。在专利数量、集成电路布图设计等技术实力指标上，发行人与圣邦股份、富满电子相当。

业务壁垒及成长路径：国内各电源管理芯片公司的市场份额较为分散，公司自设立以来一直致力于电源管理芯片的研发和销售，在国内厂商中具有较强的市场地位，尤其是AC-DC芯片领域，具有较强的技术实力和市场竞争力。

中短期业绩驱动力：公司与2020年10月26日发布三季度报告：2020年前三季度公司实现营业收入2.80亿元，同比增长20.24%，实现归属于上市公司股东的净利润0.59亿元，同比增长35.92%。业绩增长的主要原因系随着适配于空调、冰箱等大家电电源管理芯片及适配于快充充电器电源管理芯片销售额增加，推动公司净利润增长。

6、立昂微：半导体分立器件

公司业务概要：公司从事半导体分立器件业务，半导体分立器件芯片主要产品包括肖特基二极管芯片、MOSFET 芯片等；半导体分立器件主要产品为肖特基二极管。公司生产的肖特基二极管芯片、MOSFET 芯片及肖特基二极管产品属于半导体分立器件制造业中的主要种类之一。立昂东芯生产的微波射频集成电路芯片系能够满足连续广域覆盖、热点高容量、低时延高可靠和低功耗大连接等场景的主要的射频集成电路芯片之一，广泛应用于5G手机中的射频前端芯片。

行业空间、下游客户及竞争地位：1.公司具备了全系列8英寸硅单晶锭、硅抛光片和硅外延片大批量生产制造的能力，并开发了12英寸单晶生长核心技术，以及硅片倒角、磨片、抛光、外延等一系列关键技术，上述8英寸半导体硅片的大规模产业化和12英寸半导体硅片相关技术已于2017年5月通过国家02专项正式验收，标志着浙江金瑞泓已走在我国大尺寸半导体硅片生产工艺研发的前列。浙江金瑞泓已经成为 ONSEMI、AOS、日本东芝公司、台湾汉磊等国际

知名跨国公司以及中芯国际、华虹宏力、华润微电子等国内知名企业的重要供应商。主要竞争对手有研半导体、中环股份、南京国盛、上海新傲、合晶、嘉晶。2.长期以来公司一直是 ONSEMI 的合作伙伴，公司的肖特基二极管芯片产品广泛应用于各类电源管理领域。2013 年，公司成功引进日本三洋半导体 5 英寸 MOSFET 芯片生产线及工艺技术；2015 年，公司收购浙江金瑞泓后横跨半导体分立器件和半导体硅片两大细分行业，成为国内颇具竞争力的半导体产业平台之一；2016 年，公司顺利通过了国际一流汽车电子客户博世（Bosch）和大陆集团（Continental）的体系认证，成为国内少数获得车载电源开关资格认证的肖特基二极管芯片供应商；2017 年，公司以委外加工模式将产品线拓展延伸至半导体分立器件成品，从而实现对半导体分立器件生产流程的完整布局。竞争对手华微电子、士兰微、扬杰科技、强茂。

业务壁垒及成长路径：1.半导体硅片行业及半导体分立器件行业的客户开发周期较长、供应商认证门槛较高。公司牵头承担了国家 02 专项的“200mm 硅片研发与产业化及 300mm 硅片关键技术研究项目”，并于 2017 年 5 月通过国家正式验收。2.在半导体硅片方面，优质发展集成电路用 12 英寸硅片业务，用以部分填补国内厂商供应 12 英寸硅片的空白。未来，公司将着力开发适用于 40-14nm 集成电路制造用 12 英寸硅单晶生长、硅片加工、外延片制备等成套量产工艺，实现 12 英寸半导体硅片的国产化，打破我国 12 英寸半导体硅片基本依赖进口的局面，为我国深亚微米级极大规模集成电路产业的发展奠定坚实基础。在半导体器件方面，一方面巩固和拓展在汽车电子、消费电子、光伏产业等终端领域的应用；另一方面，优质发展第二代半导体射频集成电路芯片业务。

中短期业绩驱动力：公司预计 2020 年全年将实现营业收入 122,753.78 万元至 151,704.64 万元左右，同比增长 3.01%至 27.30%左右；净利润 13,090.25 万元至 15,824.82 万元左右，同比增长 2.12%至 23.45%左右。公司主要客户中芯国际、华润微电子、上海先进、浙江佳明天和缘光伏科技有限公司等均未地处高危地区，且公司绝大部分客户在春节期间均未停产，处于持续生产状态。受终端市场持续向好驱动，半导体 8 英寸硅片市场回暖显著，客户的生产线和公司的生产线均处于满负荷生产状态。

7、思瑞浦：高性能模拟芯片供应商

公司业务概要：公司的产品主要为高性能模拟芯片，分为信号链模拟芯片和电源管理模拟芯片两大类，其应用范围涵盖信息通讯、工业控制、监控安全、医疗健康、仪器仪表和家用电器等众多领域。

行业空间、下游客户及竞争地位：目前，模拟集成电路市场显示出国外企业主导的竞争格局，根据 IC Insights 统计，2018 年全球前十大模拟芯片供应商全部为国外企业，合计占据全市场 60%的份额。IC Insights 的报告显示，全球信号链模拟芯片的市场规模将从 2016 年的 84 亿美金增长至 2023 年的 118 亿美金。在 2019 年，放大器和比较器（线性产品类）是市场规模占比最高的品类，约占信号链模拟芯片市场规模的 39%。公司是国内率先设计出通用性转换器产品并进行商业化的企业之一。公司将 Sigma-DeltaADC 技术运用于混合信号芯片，为 5G 基站的能耗监控与调节提供了实时数据，并成功进入中国通信设备龙头企业的供应链，突破了国外厂商的垄断。

业务壁垒及成长路径：1.凭借优秀的研发实力，公司已自主开发了 900 余款可供销售的模拟集成电路原创设计产品，可满足客户多元化的需求，其中部分产品如纳安级的放大器、高压比较器、高精度数模转换器等在综合性能、可靠性等方面已达到国际标准，并实现了对国际同类产品的进口替代。2.产品研发创新方面，公司凭借多年的技术研发经验积累，分别在信号链模拟芯片产品研发与电源管理模拟芯片产品研发两大方向上成立了独立的研究设计团队。例如，在欧美竞争对手长期垄断的高性能信号链产品方面，公司成立了专项产品研发攻关团队，在低噪声、高精度、低温漂、高速度上进行技术突破。同时，电源管理模拟芯片是公司需要持续加大投入的方向，在工艺研究、电路设计、封装测试、可靠性验证上都设有专业的团队进行产品开发。

中短期业绩驱动力：公司预计 2020 年 1-9 月可实现的营业收入 38,002.25 万元-44,992.25 万元，同比增长 104.76%-142.42%；净利润区间为 12,128.74 万元-16,613.54 万元，同比增长 200.23%-311.24%，主要原因系通讯行业直销客户需求持续上升，造成当期销售规模大幅上涨。

8、新洁能：MOFSET+IGBT 国产替代先行者

公司业务概要：公司的主营业务为 MOSFET、IGBT 等半导体芯片和功率器件的研发设计及销售，公司销售的产品按照是否封装可以分为芯片和功率器件。

行业空间、下游客户及竞争地位：根据中国产业信息网数据，到 2018 年，国内 IGBT 市场规模已达 161.9 亿元。根据全球知名市场研究机构 IHS 统计数据显示，2016 年、2017 年国内 MOSFET 市场份额分别为 22.07 亿美元、26.39 亿美元。公司 2016 年、2017 年分别占国内 MOSFET 市场份额比例分别为（年度平均汇率分别为 6.6423、6.7518）2.88%、2.83%，且公司为除英飞凌（Infineon）、安森美（ON Semiconductor）、瑞萨电子（Renesas Electronics）等 9 家外资品牌外的国内排名前茅的 MOSFET 研发设计及销售本土企业。根据 IHS、电子工程世界网 Yole 相关数据，2018 年全球 MOSFET 市场份额预计将增长至 76 亿美元，比照 Yole 关于国内功率器件占全球份额约 39%测算，国内 2018 年 MOSFET 市场份额预计将达到 29.64 亿美元，公司占国内 MOSFET 市场份额比例达 3.65%。据 IHS 统计，国内功率 MOSFET 市场主要厂商是英飞凌（Infineon），2016 年市场份额超过 25%，与安森美（ON Semiconductor）占据了国内将近一半市场，因此，在国内 MOSFET 市场中，国内厂商进口替代的潜力较大。

业务壁垒及成长路径：公司研发的产品紧跟国外一线品牌，如英飞凌（Infineon）、安森美（ON Semiconductor）、意法半导体（STMicroelectronics）等，并凭借成本、区域优势逐步实现对 MOSFET、IGBT 等中高端产品的进口替代。公司屏蔽栅功率 MOSFET、超结功率 MOSFET 以及沟槽型场截止 IGBT 产品平台已实现量产，部分产品的参数性能及送样表现与国外一线品牌同类产品基本相当，公司产品具有较强的进口替代优势。

中短期业绩驱动力：2017-2019 年，公司收入复合增长率约为 22.32%、利润复合增长率约为 39.68%；公司结合 2020 年 1-6 月经营及财务数据，预计 2020 年 1-9 月营业收入区间为 6.4 亿元至 6.55 亿元，同比上涨 18.05%至 20.82%；净利润区间为 0.92 亿元至 0.97 亿元，同比上涨 44.82%至 52.69%。

（二）消费板块优质新股基本信息

1、石头科技：智能清洁机器人

公司业务概要：公司主营业务为智能清洁机器人等智能硬件的设计、研发、生产（以委托加工生产方式实现）和销售，主要产品为小米定制品牌“米家智能扫地机器人”、“米家手持无线吸尘器”，以及自有品牌“石头智能扫地机器人”和“小瓦智能扫地机器人”。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，我国智能扫地机器人产业在产品市场供给与需求上均呈现快速增长态势。一方面，由于城市化发展、居民购买力持续增长、互联网产业发展不断培育用户的消费习惯等因素，消费者对于服务机器人，尤其是适用于家庭场景的智能扫地机器人产品有着广泛的需求；另一方面，随着我国技术产业政策的持续鼓励与引导，科技投入不断加大，市场上迅速出现一批具有核心技术，同时符合消费者需求的智能扫地机器人产品。根据中怡康测算，2018 年国内智能扫地机器人销售额达到 86.6 亿元，零售量达到 577 万台。2，公司是国际上将激光雷达技术及相关算法大规模应用于智能扫地机器人领域的领先企业。根据中怡康的测算，从国内市场占有率看，2019 年上半年国内市场前三大品牌分别为科沃斯、小米和石头，市场占有率分别为 48%、12%和 11%，合计市场占有率为 71%。从国内线上市场占有率看，2019 年上半年线上市场前五大品牌分别为科沃斯、小米、石头、海尔和 iRobot，分别占比为 43.4%、13.3%、12.7%、5.0%、4.8%，合计市场占有率为 79.2%。

业务壁垒及成长路径：技术优势：为了最佳的定位效果，公司选择了效果最好但成本较高的 LDS（Laser Distance Sensor）激光雷达 + SLAM（Simultaneous Localization And Mapping）算法，即同步定位与地图构建技术。**研发优势：**公司十分重视技术创新在企业发展过程中的作用，对于研发的投入逐年增加。公司坚持以市场为导向，从战略高度适时地对研发产品进行规划及调整，使科技创新具有高度的战略性和方向性。截至 2019 年 6 月 30 日，公司已在境内获得 91 项专利，获批软件著作权 10 项。

中短期业绩驱动力：公司于 2020 年 10 月 30 日发布三季度报告：2020 年前三季度公司实现营业收入 29.8 亿元，同比下降-1.66%，实现归母净利润 0.90 亿元，同比增长 54.49%，业绩变动原因主要系销售毛利较高产品所致。公司此次募投项目主要为新一代扫地机器人项目，与公司现有智能扫地机器人产品相比，此次募投项目的产品定位于更加智能化的全局规划类扫地机器人，是在现有产品基础上的升级改造，涉及到的新技术主要包括人工智能技术、新型传感器技术、降噪音技术、电控水箱和电动拖地技术以及自动回收垃圾技术等。

2、良品铺子：休闲食品全渠道销售体系品牌运营企业

公司业务概要：公司是一家通过数字化技术融合供应链管理及全渠道销售体系开展高品质休闲食品业务的品牌运营企业。目前，公司已形成覆盖肉类零食、坚果炒货、糖果糕点、果干果脯、素食山珍等多个品类、1,000 余种的产品组合，有效地满足了不同消费者群体在不同场景下的多元化休闲食品需求。

行业空间、下游客户及竞争地位：报告期内，公司休闲食品业务规模持续增长，业务规模在国内休闲食品行业中位居前列，公司的主要竞争对手包括来伊份、百草味、三只松鼠、盐津铺子等。

业务壁垒及成长路径：以高品质的产品为基础，在消费者心中形成了鲜明的品牌印象；作为休闲食品行业领先的品牌运营企业，公司通过构建门店终端、电商平台、移动 APP、O2O 销售平台等全方位的销售渠道网络，建立了品牌和用户互相感知与交互的多个触点；公司以供应计划为调控枢纽，以物流管理为供应保障，以质量管理为安全保障，对产品的采购、仓储、物流、交付进行全流程控制和管理。

中短期业绩驱动力：公司将坚持“深耕华中，辐射全国”的门店布局战略，在立足华中市场的基础上，在西南、华东、华南、西北等地区开设线下门店，增强公司在其他地区（华东、华南等地区）的营销网络辐射作用；利用本次募集资金在华中、华南、华北等地新增多个大型现代物流仓储中心，打造高效、快捷、准确的仓储物流体系，项目建成后，公司将建设成为国内休闲食品行业领先的现代化物流配送网络。

3、金丹科技：行业领先的乳酸及其衍生品生产企业

公司业务概要：1.公司是以研发、生产、销售乳酸及其系列产品为主业的高新技术企业。公司致力于研究开发乳酸及其衍生产品高效、节能、环保的生产技术与制备工艺并进行产业化。 2.按照销售量统计，公司目前主要产品为乳酸，乳酸钠和乳酸钙。乳酸天然存在于人体之中，具有良好的生物相容性。乳酸系列产品广泛应用于食品、饲料、生物降解材料、工业、医药等领域。

行业空间、下游客户及竞争地位：1.作为一种历史悠久且重要的有机酸，乳酸及其盐类等衍生物目前已广泛应用于食品、医药、饲料、化工等传统应用领域；而乳酸通过缩聚反应生成的聚乳酸作为近些年出现的一种环保绿色的新型生物基可降解材料，在纺织、塑料、包装、农用地膜、现代医药、3D 打印等新兴应用领域具有广阔的应用前景。根据市场调研机构 IHS Markit 的统计，从全球市场范围统计，用于食品饮料领域的乳酸在 2018 年占整体市场的 46.40%，其次为应用于聚乳酸市场占比约为 37.60%。在中国目前食品饮料仍然是最大的应用领域，占 70.40%。中国的聚乳酸生产及应用目前处于起步阶段，消费占比仅为 12.20%。我国在《产业结构调整指导目录（2019 年版）》中明确提出，支持包括聚乳酸在内的生物可降解塑料及其系列产品开发、生产与应用。预计未来几年，作为环境友好型生物基可降解材料，**随着禁塑令的推进，塑料、包装、纺织、农用地膜等新兴应用领域需求将快速增长，带动聚乳酸需求快速增长，聚乳酸将超过食品和饮料行业成为乳酸的第一大应用领域**。2.目前公司具有 12.8 万吨乳酸及其衍生物的生产规模，国内市场占有率 60%以上，系行业领先的乳酸及其衍生品的研发、生产及销售企业。聚乳酸的生产在我国目前仍属起步阶段，市场份额仍为 NatureWorks、科碧恩-普拉克等外资企业所占据，国内企业目前受制于技术水平、产品质量、生产规模等方面的原因，市场份额仍较小，已建并投产的生产线不多。目前，国内聚乳酸生产规模较大的企业为浙江海正生物材料股份有限公司。

业务壁垒及成长路径：1.公司多年来专注于乳酸及其系列产品的研发与生产，现设有国家认定企业技术中心、国家博士后科研工作站、国家 CNAS 认可的检验测试中心，同时还拥有国家地方联合工程实验室、河南省乳酸生物新材料院士工作站、河南省乳酸工程技术研究中心、河南省淀粉生物质化工工程研究中心等技术平台，为公司技术创新研发提供了可靠的保障。公司在国内 20 个省、自治区、直辖市建立了自己的销售网络，并在行业内树立了良好的市场形象。在国际市场上，公司产品销往欧洲、日本、韩国、南亚、东南亚、美洲、大洋洲等 80 多个国家和地

区。凭借可靠的产品质量及良好的服务，公司在客户群中口碑良好并积累了丰富的客户资源，如海正、双汇、伊利、蒙牛、娃哈哈、DUPONT（杜邦）、德国 UDC、俄罗斯 MCD、澳大利亚 REDOX 等相关行业知名企业。2.公司未来 3-5 年将根据市场需求、资金状况，分步、分期建设，在现有产能基础上，完成 40 万吨淀粉和热力二期工程建设，规划设计建设 20 万吨乳酸、20 万吨石膏（乳酸生产过中的副产品，属于废物综合利用）、10 万吨聚乳酸工程项目。

中短期业绩驱动力：2020 年上半年，公司面临的外部形势错综复杂。既有新冠疫情全球肆虐、国内宏观经济下行压力加大、职业健康和安全生产保护方面要求趋严、新的竞争者进入市场等不利因素，也有支持生物可降解材料政策扶持力度加大、聚乳酸市场需求快速增长、养殖业禁抗令带动乳酸需求量增长等有利因素。

4、甘源食品：销售渠道完善的籽类休闲食品生产企业

公司业务概要：公司现已发展成为以籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业，目前主要产品有瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、果仁、米酥、锅巴、麻花、江米条等在内的多品类休闲食品组合。

行业空间、下游客户及竞争地位：公司品牌在市场拥有较高的知名度和美誉度，与公司构成竞争的企业包括休闲食品生产企业，也包括休闲食品连锁销售企业。根据 Euromonitor 统计，2011 年至 2016 年，中国休闲食品市场规模从 3,109 亿元增长至 4,493 亿元，年均复合增长率达到 7.7%。从长期来看，随着消费趋势的升级和人均收入的提高，休闲食品市场规模有望持续增长。从人均消费额来看（按 2015 年度平均汇率折算），2015 年中国休闲食品人均消费额为 75.28 元，远远低于日本、英国和美国的人均消费额 501.40 元、742.05 元和 859.86 元。因此，中国休闲食品的人均消费量和人均消费额均有较大的提升空间。从主力消费人群角度观察，23-35 岁人群是休闲零食主要消费群体，19-22 岁人群在休闲零食上的消费占比也在不断增加，上述中青年是休闲零食消费的主力军。

业务壁垒及成长路径：品牌壁垒；渠道壁垒：而建立覆盖面广、多层次、渗透力强的渠道，不仅需要资金投入、管理经验，还需要长期经营。目前，公司已经形成籽类炒货、坚果果仁和谷物酥类等休闲食品的研发、生产与销售为一体的完整产业链。未来，继续巩固和扩大主导产品的市场占有率和行业领先地位，并优质发展各类新型坚果果仁、谷物酥类等休闲食品，加大品牌推广及营销网络建设。

中短期业绩驱动力：公司在综合果仁及豆果系列及其他系列中不断增加新的品类，同时陆续推出了面点类、酥类、虾条、带壳炒货等多系列的新产品，新产品推出增加了公司的主营业务收入。过去 3 年，公司收入复合增长率约为 16.13%、利润复合增长率约为 50.50%。

5、豪悦护理：个护用品 ODM 企业

公司业务概要：专注于妇、幼、成人卫生护理用品的研发、制造与销售业务。产品涵盖婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾、湿巾等一次性卫生用品。

行业空间、下游客户及竞争地位： 1，2018 年，婴儿卫生用品的市场规模达到 555.40 亿元，比上年增长 1.24%；2018 年，女性卫生用品的市场规模为 563.00 亿元，比上年增加 6.75%，

主要系卫生巾出厂单价的提升； 2018 年，成人失禁用品的市场规模达到 70.30 亿元，比上年增加 11.76%。2，16-18 年公司婴儿纸尿裤产品占当年国内婴儿纸尿裤全行业生产总量的比重分别为 0.78%、1.71%和 3.44%；16-18 年，公司成人失禁用品占当年国内成人失禁用品生产总量的比重分别为 2.55%、1.87%和 2.34%。3，公司已与尤妮佳、金佰利、花王、景兴健护、重庆百亚等国内外知名品牌商建立了合作关系，成为上述品牌客户该产品的主要供应商；

业务壁垒及成长路径：客户壁垒：公司的无木浆多维复合芯体主要用于凯儿得乐、蜜芽、BEABA、BabyCare 等国产高端品牌客户和自营品牌的纸尿裤产品中，获得了大量消费者的认可和青；技术优势：公司凭借过硬的研发设计实力、稳定可靠的生产制造能力、优质的供应服务和高性价比的产品，已经在业内积累了较多优质客户。公司未来将投资建设新生产基地，在新生产基地上布局婴儿纸尿裤生产线、成人纸尿裤生产线和经期裤生产线，扩充上述产品的产能；销售渠道方面，公司再巩固 ODM 方式的同时，未来公司将加大自有品牌业务的市场开拓

中短期业绩驱动力：公司预计 2020 年 1-9 月营业收入为 18.1 亿元-25.1 亿元，同比增长 30%-80%；净利润为 4.7 亿元-5.8 亿元，同比增长 110%-160%。主要原因为：（1）公司新增了口罩等抗疫产品收入；（2）公司深化与全球著名跨国公司以及国内知名护理用品企业和母婴品牌商大客户的合作，双方的业务规模和利润水平进一步提高；（3）营业收入的增长主要来自 ODM 业务，期间费用/营业收入继续下降。

7、稳健医疗：医用敷料+全棉时代

公司业务概要：公司是一家以“棉”为核心，通过“winner 稳健医疗”及“Purcotton 全棉时代”两大品牌实现医疗及消费板块协同发展的医疗健康企业。公司主要产品线包括伤口护理产品、感染防护产品及消毒清洁产品，具体包括高端伤口敷料产品、传统伤口护理与包扎产品、手术室感染控制产品、疾控防护产品及用于体表清理的消毒清洁产品。全棉时代，产品包括纯棉柔巾、全棉表层卫生巾、纯棉湿巾等无纺类消费品及婴童用品、婴童服饰、成人服饰等纺织类消费品。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，目前我国医用敷料出口额已占据全球医用敷料 20%左右的市场份额。BMI Research 预计，全球医用敷料市场销售收入规模将于 2020 年达到 132.84 亿美元，我国医用敷料市场规模将于 2020 年达到 82.25 亿元。2，**医用敷料：**公司是我国医用敷料行业中具有综合领先优势的生产企业，在行业内较早建立起医疗级的质量管理体系，并实现从棉花采购到纺纱、织布的医用纱布全产业链。**健康生活消费品：**全棉时代已经发展成为高品质国产消费品牌中的旗舰民族品牌，是消费者购买棉制消费品的首要选择之一。（竞争对手：医用敷料-振德医疗、奥美医疗；健康生活消费品-金佰利公司、恒安国际、贝亲、英氏婴童、金发拉比、安奈儿、良品计划株式会社、汇洁股份、比音勒芬）

业务壁垒及成长路径：1，行业准入：只有具备较高的管理水平、持续符合标准的质量控制体系和严格产品质量保障的医用敷料生产企业才能取得产品认证；**客户粘性：**公司已在全球范围内，尤其是欧洲、日本、美国等成熟市场积累了稳定的大型医用敷料品牌商客户。2，在**医用敷料领域**，国内市场：在巩固既有市场份额的同时，将通过渠道分类管理，更加专业的开拓医院和 OTC 市场；国际市场：稳定既有欧美日等发达国家 OEM 客户的同时，公司将在亚洲等发展中国家大力拓展自有 winner 品牌市场；在**健康生活消费品领域**，全棉时代将继续推进在市场容量大、

消费能力强的一线城市的门店布局，并深入二三线城市完善门店营销网络；公司亦将进一步发展自有 APP、官网、小程序平台等，使之成为重要的销售增长新渠道。

中短期业绩驱动力：2020 年 1-9 月，公司预计实现销售收入 77.2 亿元，同比增长 147.6%；预计实现净利润 18.2 亿元，同比增长 349.7%（上述数据未经审计或审阅）。主要原因为：受疫情影响，国内外的医用防护产品和医疗敷料都有较大增长，特别是出口到欧洲和北美等地区的医用防护产品和医用敷料产品销售收入将进一步增长；健康生活消费品线下销售全面恢复，销售有望保持增长趋势。

8、巴比食品：中式面点速冻食品连锁门店销售

公司业务概要：公司自成立以来，专业从事中式面点速冻食品的研发、生产与销售，是一家“连锁门店销售为主，团体供餐销售为辅”的中式面点速冻食品制造企业。公司产品可以分为面点系列产品、馅料系列产品以及外部采购系列产品，具体包括包子、馒头、粗粮点心、馅料以及粥品饮品等，共计近百余种产品。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，消费者对于早餐快餐的获取方式从家庭制作转为到品牌早餐快餐连锁店消费，品牌早餐快餐连锁店满足了消费者安全、放心、便捷的消费需求。作坊式门店一般无品牌意识、管理混乱、产品单一、营销能力相对较差，随着顾客更加注重品牌消费，作坊式门店也将逐步加盟品牌连锁企业。随着消费者消费习惯的变化以及加盟门店数量的增加，未来品牌早餐连锁店消费市场的需求会越来越大。2，经过多年努力，公司已发展成为国内中式面点知名品牌之一。根据国家统计局公布的 2017 年食品制造业规模以上工业企业主营业务收入为 22,140.85 亿元，2017 年发行人营业收入为 8.67 亿元，占比为 0.039%。

业务壁垒及成长路径：1，**品牌壁垒：**“巴比”品牌在全国许多区域的消费者心目中得到了高度认可。公司及公司产品获得的主要荣誉有“农业产业化国家重点龙头企业”、“全国主食加工业示范企业”等。经过多年努力，公司已发展成为国内中式面点知名品牌之一；**经销渠道优势：**公司多年的开拓发展，形成了覆盖上海、江苏、浙江、北京、广东等地几十余座城市的直营和特许加盟销售网络。截至 2019 年 12 月末，公司拥有 16 家直营店、2,915 家加盟门店。公司除直营、连锁门店销售外，公司大力拓展团餐销售渠道，实现为数百家企事业单位、学校、医院、连锁餐饮供餐。

中短期业绩驱动力：本次募集资金全部投资于主营业务，即巴比食品智能化厂房项目、生产线及仓储系统提升项目、食品研发中心和检测中心建设项目、品牌推广项目、直营网络建设项目、信息化建设项目、电子商务平台建设项目和补充流动资金项目，募投项目的实施可以扩大公司生产规模，提高公司现有技术水平和自主研发能力，增强公司市场占有率。

9、金龙鱼：国内最大的农产品和食品加工企业

公司业务概要：公司是国内最大的农产品和食品加工企业之一，主营业务是厨房食品、饲料原料及油脂科技产品的研发、生产与销售。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，食用油方面：根据国家粮油信息中心统计数据，2017/18 市场年度，我国食用植物油消费量达 3,440 万吨，年均复合增长率达到 4.54%；大米方面：2019

年，我国大米的产量和消费量分别达到 1.47 亿吨和 1.43 亿吨；面粉方面：2008 年至 2015 年，我国小麦产量逐年增长，年均复合增长率为 2.32%。饲料原料和油脂科技方面：2018 年我国饲料总产量约 2.28 亿吨，2008 年至 2018 年年均复合增长率达 5.25%。2018 年我国脂肪酸和甘油供应量分别为 213 万吨和 47 万吨。2，根据尼尔森数据，公司目前在小包装食用植物油、包装面粉现代渠道、包装米现代渠道市场份额排名第一，在饲料原料、油脂科技行业市场占有率排名靠前。此外公司目前在挂面、调味品、日化用品等细分产品领域也取得了长足的进步。

业务壁垒及成长路径：1，渠道壁垒：渠道控制力是赢得中国消费品市场的关键因素之一，只有通过建立完善的渠道网络来获得更多接触消费者的机会，企业才有可能占据更多的市场份额；**品牌壁垒：**消费者也在一定程度上建立了对已有品牌的认同感，有较高品牌知名度的企业对于产品服务的质量和价值有着较强的品牌背书效应；2，公司将积极拓展产品品类，进入中央厨房、冷冻面团、酵母、调味品等细分领域，计划在齐齐哈尔富裕、温州、太原、兰州、合肥、青岛等地新建多个生产基地，进一步提高规模优势，降低生产成本，积极探索餐饮新零售模式，借助优质产品和经销商网络，打造国内领先的餐饮供应链平台，持续加快仓储物流体系建设，加快货品流转速度，降低仓储物流成本

中短期业绩驱动力：公司于 2020 年 10 月 31 日发布三季度报告：2020 年前三季度公司实现营业收入 1399 亿元，同比增长 11.71%，实现归母净利润 50.90 亿元，同比增长 45.88%。公司业绩增长主要由于厨房食品业务稳健发展，非洲猪瘟对饲料原料业务的负面影响逐渐消退

（三）医药生物板块优质新股基本信息

1、新产业：化学发光免疫分析仪器及配套试剂领先者

公司业务概要：公司主营业务是研发、生产及销售系列全自动化学发光免疫分析仪器及配套试剂，是国内该领域的领先者。公司产品主要用于提供疾病的预防、诊断、治疗监测、预后观察、健康状态评价以及遗传性疾病预测的诊断信息。

行业空间、下游客户及竞争地位：1.中国体外诊断行业，整体而言国产产品市场份额已经达到 44%，但具体到产品类别发展不均衡。国内企业在生化诊断领域已接近国外同类产品水平，大部分中低端产品已经替代进口。化学发光免疫诊断市场、尤其是三级医院的高端市场主要由进口品牌垄断，国产品牌所占据的市场份额较少。在欧美发达国家化学发光免疫分析技术已经基本取代酶联免疫分析成为免疫诊断的主流，占免疫诊断 90%以上市场份额。国内，化学发光免疫分析对酶联免疫分析的替代将持续。2.体外诊断产品主要应用于各级临床检测机构、血库、诊所、体检中心，部分家用诊断产品用于家庭检测。3.公司奠定了国内全自动化学发光免疫定量分析领域的领先地位，打破了国际知名诊断企业对该领域的垄断。

业务壁垒及成长路径：1.化学发光免疫定量分析领域公认的最先进的分离技术为纳米免疫磁性微球，国际知名体外诊断企业如罗氏、西门子、雅培和贝克曼公司的全自动化学发光免疫定量分析试剂均采用该技术，公司拥有和该领域知名的国际体外诊断企业同样技术，而且还拥有纳米免疫磁性微球关键材料的研发和制备技术平台。2.以高技术含量、高附加值的实验室整体解决方案为公司优质发展方向，研发一体机系列产品。

中短期业绩驱动力：2017-2019 年，公司收入和利润复合增长率在 20%附近。公司预计 2020 年半年度营业收入 90,500 万元至 98,900 万元，同比增长 22.26%至 33.61%；净利润 39,500 万元至 43,100 万元，同比增长 16.67%至 27.35%。待研发生产基地二期设计产能全部达成后，形成年产 3,000 台全自动化学发光免疫分析仪、1,500 台模块化生化免疫分析系统和 400 万盒配套试剂的生产能力。2019 年，公司全自动化学发光仪器及配套试剂的产能：仪器及配套软件 2,500 台、试剂 2,100,000 盒。

2、康华生物：目前唯一人二倍体狂犬疫苗生产供应商

公司业务概要：公司为综合性研究、开发、经营一体化的疫苗生产企业，同时为目前国内首家生产人二倍体细胞狂犬病疫苗的疫苗企业。报告期内，公司主营业务产品包括冻干人用狂犬病疫苗（人二倍体细胞）和 ACYW135 群脑膜炎球菌多糖疫苗，其中冻干人用狂犬病疫苗（人二倍体细胞）于 2014 年开始销售，目前已成为公司核心产品

行业空间、下游客户及竞争地位：1.狂犬病疫苗属于刚需疫苗。由于感染狂犬病毒发病后的死亡率几乎接近 100%，因此凡被狂犬或其他动物咬伤后，出于谨慎性考虑受害人大多会选择立即接种狂犬病疫苗。人用狂犬疫苗属于刚性疫苗，使用量巨大。国内狂犬病疫苗属于刚性疫苗，近年来，国内人用狂犬病疫苗每年的批签发总数量维持在 6,000-8,000 万支，即 1,200-1,600 万人份，整体批签发量基数较大。同时，我国宠物数量呈逐年增长趋势未来随着宠物市场规模的扩大、暴露前免疫知识的普及，人用狂犬病疫苗仍有需求增长的空间。人二倍体细胞狂犬病疫苗被世界卫生组织称为预防狂犬病的黄金标准疫苗，接种后可产生可靠的免疫应答，产生高滴度的中和抗体，无严重的不良反应，是目前国内传统狂犬病疫苗的有力补充。2.Vero 细胞狂犬病疫苗构成一定市场竞争。由于 Vero 细胞狂犬病疫苗国内上市时间较早，市场对其接受度、认知度较高，目前，**公司冻干人用狂犬病疫苗（人二倍体细胞）为国内经过中检院批签发并实现销售的首例人二倍体细胞狂犬病疫苗**，但由于 2014 年才于国内上市，市场对于人二倍体细胞狂犬病疫苗的学术特征、临床应用等需要经历认可的过程，因而目前市场占有率（批签发口径）总体偏低。人二倍体细胞狂犬病疫苗领域存在潜在竞争者。除公司外，已提交人二倍体细胞狂犬病疫苗临床试验申请的企业共 7 家，包括北京民海生物科技有限公司、成都生物制品研究所有限责任公司、施耐克江苏生物制药有限公司、安徽智飞龙科马生物制药有限公司、浙江普康生物技术股份有限公司、辽宁成大生物股份有限公司、中国医学科学院医学生物学研究所。上述公司目前均仍处于研发阶段。

业务壁垒及成长路径：1，技术门槛：人二倍体细胞前期培养到后期大罐培养的放大工艺控制及相关技术难度极大，在 pH 值、搅拌转速、溶氧等方面存在极高控制难度；同时，人二倍体细胞对狂犬病病毒的敏感性不强，病毒表达水平较温和，细胞感染病毒后易发生细胞脱落。公司采用的大体积生物反应器微载体规模化培养、扩增人二倍体细胞技术，打破了国内狂犬病疫苗一直采用动物细胞制备狂犬病疫苗的技术局限。**先发优势：**疫苗产品的研发一般需要 5 至 10 年的时间，且具有极强不确定性。公司作为目前唯一生产销售人二倍体细胞狂犬疫苗的企业，在狂犬病疫苗市场的品牌影响、市场渠道、产品口碑、生产工艺技术等方面经多年发展逐步成熟潜在竞争对手的进入不构成重大影响。2，公司目前在研多个新型疫苗项目，为未来构造利润增长点。为丰富公司产品线、增加利润增长点公司基于先进的细胞培养生物反应器技术平台、细胞规模化

培养技术实力及核心生产工艺等进行了诸如吸附破伤风疫苗、诺如病毒疫苗等多个项目的研究开发。

中短期业绩驱动力：生产线技改完成，疫苗产量预计恢复增长。2019 年度，受公司为扩大产能进行生产线技改项目影响，公司分包装生产线需要更新设备并完成 GMP 认证，公司根据既定生产计划推进疫苗生产，2019 年度疫苗产量较 2018 年同期未能实现较大规模增长，对冻干人用狂犬病疫苗（人二倍体细胞）销售规模的增长造成短期影响。2019 年 6 月 27 日，公司分包装生产线已完成设备更新及 GMP 跟踪验证，技改项目外部审批进度对公司疫苗产量的影响已经消除。

3、爱博医疗：国内首家高端屈光性人工晶状体制造商

公司业务概要：公司主要产品覆盖手术和视光两大领域，主要针对白内障和屈光不正这两大类造成致盲和视力障碍的主要眼科疾病，其中手术领域的核心产品为人工晶状体，视光领域的核心产品为角膜塑形镜，以及围绕这两项核心产品研发生产的一系列配套产品。

行业空间、下游客户及竞争地位：公司是国内首家高端屈光性人工晶状体制造商，也是国内主要的可折叠人工晶状体制造商之一。在国内完成全部研发及生产流程，打破了国际厂商在高端人工晶状体技术和市场方面的垄断局面。2019 年 3 月公司取得角膜塑形镜产品注册证，是中国境内第 2 家取得该产品注册证的生产企业。根据公司对我国白内障手术量测算和人工晶状体价格的调研，同时假设 2021 年及之后年份带量采购政策完全推开，根据安徽省带量采购人工晶状体的降幅水平，带量采购全面推开后按照下降 20%的幅度测算平均价格。则有我国人工晶状体市场规模测算如下表：2020-2023 年，市场规模分别为 26.16 亿元、23.10 亿元、25.48 亿元、28.11 亿元。根据公司在行业内开展调研的情况，不同档次的角膜塑形镜以 1,500 元/副作为厂家或进口总代理商的平均销售价格，2020-2023 年市场空间约为 19.19 亿元、22.8 亿元、27.25 亿元、32.51 亿元，渗透率分别为 1.26%、1.52%、1.82%、2.19%，目标患者人数 127.90 万人、152.01 万人、181.64 万人、216.71 万人。

业务壁垒及成长路径：公司的人工晶状体产品具有较高的性价比，产品技术达到国际先进水平，价格明显低于同类进口产品，并且形成自主知识产权，符合国家高值耗材医疗改革的政策方向，在各级招标过程中具有竞争优势。公司的角膜塑形镜产品采用创新性的基弧非球面设计，拥有全球专利布局，能提供优化的周边离焦，使近视控制效果更稳定。公司中长期发展目标是开发眼科全系列医疗产品，包括植入类眼科耗材、手术器械、手术设备、视光产品、眼科制剂等产品，覆盖白内障、屈光不正、青光眼、眼底病变等诸多领域，成为国内眼科医疗领域的创新型领军企业。

中短期业绩驱动力：公司将进一步扩大公司在人工晶状体市场的领先优势，拓展公司在角膜塑形镜领域的市场份额。公司于 2020 年 10 月 28 日发布三季度报告：2020 年前三季度公司实现营业收入 1.81 亿元，同比增长 29.71%，实现归母净利润 0.69 亿元，同比增长 40.0%，主要系公司人工晶状体和角膜塑形镜两大产品线在第二、三季度都实现了快速增长，弥补了第一季度由于疫情影响造成的下降。

4、爱美客：注射型透明质酸钠（玻尿酸）

公司业务概要：公司是国内生物医用软组织修复材料领域的创新型领先企业。公司已成功实现注射类透明质酸钠（玻尿酸）系列产品及聚对二氧环己酮面部埋植线的产业化，并建立了医用几丁糖、聚乳酸等生物医用材料的产品技术转化平台，产品临床应用涵盖医疗美容、外科修复以及代谢疾病治疗等领域。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，中国医疗美容市场是全球增速最快的医美市场之一。根据弗若斯特沙利文分析，受监管的中国医疗美容市场规模在 2018 年达到 1,216.7 亿元人民币，并预计在 2023 年达到 3,601.3 亿元人民币，复合增长率为 24.2%。2，公司自主研发的首款产品逸美于 2009 年取得医疗器械注册证并上市，是第一家取得相关产品医疗器械注册证的国内企业。截至招股书签署，公司已有六款产品取得医疗器械注册证，系列产品具有适用范围不同、适用层次不同、修复效果不同等特点，公司产品上市以来，得到了市场的认可，公司业绩快速成长，确立了领先的市场地位。

业务壁垒及成长路径：1，技术壁垒：生物医用材料特别是软组织修复材料的研发具有技术难度大、研发周期长、工艺路线复杂、对环境要求严格的特点，对于研发人员的技术储备、经验积累等综合素质有很高的要求；**资质壁垒：**生物医用材料形成的医疗器械产品，其生产企业和产品实行准入政策。医疗器械产品及生产企业均需符合药品监督管理部门的监管要求才能生产、经营。2，公司本次拟募资建设：1）植入医疗器械生产线二期建设项目，项目建成后将改善目前的生产条件，提高公司现有各类产品的生产能力和生产效率。2）基因重组蛋白研发生产基地建设项目。3）新品研发项目：注射用 A 型肉毒毒素研发、注射用基因重组蛋白药物研发项目、去氧胆酸药物研发项目。

中短期业绩驱动力：公司发布 2020 年三季度报告，截至 2020Q3，公司实现营业收入 4.64 亿元，同比增长 17.40%，实现归母净利润 2.9 亿元，同比增长 31.83%；Q3 单季实现营收 2.2 亿元，同比增长 43.18%，实现归母净利润 1.43 亿元，同比增长 55.97%。

（四）信息技术板块优质新股基本信息

1、奇安信：企业级网络安全产品服务供应商

公司业务概要：公司专注于网络空间安全市场，主营业务为向政府、企业客户提供新一代企业级网络安全产品和服务。2019 年度，网络安全产品（基础架构安全产品、新一代 IT 基础设施防护产品、大数据智能安全检测与管控产品）收入占比 66.51%，网络安全服务收入占比 11.66%，硬件及其他收入占比 21.83%。

行业空间、下游客户及竞争地位：我国网络安全行业市场空间已颇具规模。根据赛迪咨询发布的《2019 中国网络安全发展白皮书》，网络安全政策法规持续完善，网络安全市场规范性逐步提升，政企客户在网络安全产品和服务上的投入稳步增长，2018 年市场整体规模达到 495.2 亿元，预计到 2021 年网络安全市场规模将达到 926.8 亿元。公司是大型网络安全企业，目前员工人数已超过 7,000 人，客户范围覆盖大多数中央政府部门、中央直属企业和银行，报告期内，公司营业收入的年均复合增长率为 95.98%，研发投入合计占营业收入合计比例为 41.54%，是国内企业网络安全领域中成长最快企业之一。

业务壁垒及成长路径：与国内主要竞争对手的产品覆盖度相比，公司是全领域覆盖的综合型网络安全厂商；公司在终端安全、大数据态势感知、云安全、代码安全、SD-WAN、工业安全、身份安全、物联网安全等新兴领域及“新赛道”重点布局，这与如今信息技术发展中重点的发展领域相互匹配，也是网络安全市场未来发展的“主航道”；与国外主要竞争对手相比，目标市场定位在国内网络安全市场，且大部分收入来自于政府、部委、央企等行业客户群，随着信创领域的发展，国外安全厂商在金融、电信运营商等行业的市场份额将进一步降低，与公司不存在直接竞争关系。

中短期业绩驱动力：公司于 2020 年 10 月 30 日发布三季度报告：2020 年前三季度公司实现营业收入 18.70 亿元，同比增长 30.41%，实现归母净利润-10.07 亿元，同比续亏扩大-3.19%。

2、中控技术：工业自动化及智能制造解决方案

公司业务概要：公司业务概要：公司一直深耕于流程工业领域，公司主要产品包括自动化控制系统、工业软件、自动化仪表及运维服务。2020 年 1-6 月，工业自动化及智能制造解决方案 74.76%，其中：控制系统 49.79%、控制系统+仪表 15.18%、控制系统+软件+其他 9.8%；自动化仪表 12.88%；工业软件 7.76%；运维服务 3.17%；其他 1.42%。

行业空间、下游客户及竞争地位：：1，（1）自动化控制系统-集散控制系统 DCS：根据睿工业出具的报告，2019 年度国内 DCS 市场规模为 87.4 亿元人民币。从下游用户的行业属性分析，化工、石化和电力是主要应用行业，三者合计市场份额达到 80.7%。（2）安全仪表系统 SIS：根据 ARC 出具的报告，2019 年度国内 SIS 市场规模为 3.2 亿美元，化工、炼化石化及油气为 SIS 主要下游应用市场，市场份额合计占比超过 80%。（3）工业软件：MES 方面，根据工控网出具的报告，2019 年国内 MES 市场规模达到 26.8 亿元。APC 及 RTO 方面，根据 ARC 出具的报告，2019 年国内 APC 及 RTO 整体市场规模达到 5,150 万美元。（4）自动化仪表：压力变送器方面，根据工控网出具的报告，2019 年度国内压力变送器市场规模为 40.2 亿元；调节阀方面，根据 ARC 出具的报告，2018 年国内调节阀市场规模为 19.99 亿美元。2，报告期内，公司前五名客户较为稳定，且多数为大型国有企业。其中中石化连续四年为公司第一大客户，中石油、中核连续三年为公司前五名客户。3，根据睿工业统计，2019 年度，公司核心产品集散控制系统（DCS）在国内的市场占有率达到了 27.0%，连续九年蝉联国内 DCS 市场占有率第一名，其中在化工领域的市场占有率达到 40.7%，在可靠性、稳定性、可用性等方面均已达到国际先进水平。根据 ARC 统计，2019 年度，公司核心产品安全仪表系统（SIS）国内市场占有率 24.5%，排名第二；核心工业软件产品先进过程控制软件（APC）国内市场占有率 26%，排名第一，较 2018 年度 13%的市场占有率实现翻番。

业务壁垒及成长路径：公司始终坚持通过自主创新打破跨国公司的技术壁垒，成功取得了一系列发明专利、技术奖项、产品认证及国际标准和国家标准；公司将进一步加快开拓国际市场，向海外石化 、化工、电力、 制药 、建材为主的流程制造业行业提供自动化、数字化相关产品及解决方案和服务。

中短期业绩驱动力：2020 年度，公司预计收入约为 292,069.09 万元至 316,157.26 万元，同比增长 15.13%至 24.62%，主要得益于公司业务规模的持续扩大，净利润为 37,479.28 万元至 44,173.51 万元，较 2019 年增长 2.54%至 20.86%。

（五）其他领域优质新股基本信息

1、北摩高科：军民用高端刹车制动产品

公司业务概要：2017-2019 年，公司主要收入来源于军品，主要产品包括飞机刹车控制系统及机轮、刹车盘（副）等。公司产品广泛应用于歼击机、轰炸机、运输机、教练机、军贸机、直升机、航天高空飞行器及坦克装甲车辆等重点军工装备，也可应用于民用航空、轨道交通领域。近年来公司大力拓宽民航飞机起落架着陆系统及高速列车刹车制动产品市场。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，军用航空配套领域，目前，国产飞机刹车控制系统及机轮的制造商主力为西安制动及公司；引进飞机刹车机轮及刹车盘（副）的制造以公司为主导。民用航空配套领域，国际市场，主导者是美国的 Honeywell、B.F. Goodrich、法国的 Messier-Bugatti、英国的 Dunlop 四家企业。国内市场，较大型飞机刹车控制系统及机轮、刹车盘（副）生产商除公司以外，西安制动、博云新材、优材百慕、西安超码等企业。飞机刹车控制系统及机轮由于其产品性能要求高，且生产工艺极其复杂，目前包括公司在内国内仅有少数几家企业能生产该类产品。2，从我国产机产业链条来看，军方或民用飞机使用单位是飞机主机的终端用户，航空工业旗下的各主机厂商为军用飞机的总装厂商。公司主要承担飞机部分部件的一级配套。

业务壁垒及成长路径：1.高端人才优势，核心团队在刹车制动领域造诣深厚；公司自主创新的多项刹车制动技术和产品填补了国内空白，打破国际技术垄断、解决进口替代问题；军工先发优势，具有优质的客户资源和齐备的行业资质。2.扩大公司现有核心军工产品产能、加快推进新产品列装部队，继续巩固公司在军用飞机刹车制动领域的领先地位；同时，公司将大力开拓民品市场，拓展民用航空、高速轨道交通等领域，依托公司核心技术和工艺装备优势，大力开发高科技含量、高性能、高附加值和有广泛应用前景的新产品，使之成为公司新的利润增长点。民航市场，公司将进一步巩固现有波音、空客飞机国产化刹车产品市场，开发更多的产品型号，并逐步向民用飞机起落架着陆系统延伸；高铁市场，公司将凭借公司高铁闸片的独特技术、质量优势及已取得的 CRCC 认证认可，做大做强高铁刹车市场。

中短期业绩驱动力：飞机机轮产品产能扩张建设项目，公司基于自身技术水平的提升以及未来市场需求的判断，通过引入五轴数控加工设备、机轮疲劳强度试验台、机轮刹车性能动力试验台等大型自动化专用设备，实现 2,000 套机轮的产能设计，从而满足我国军用飞机机轮产品的需求。

2、安克创新：跨境消费电子产品销售领先企业

公司业务概要：公司主要从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的自主研发、设计和销售，是全球消费电子行业知名品牌商，产品主要包括充电类、无线音频类、智能创新类三大系列。公司主营业务收入 97%以上的收入来源于境外销售，公司境外销售主要来自北美、欧洲、日本、中东等经济发达、消费力强、运作规范的市场和地区。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，近年来，在主要发达国家和地区经济持续复苏、消费电子技术不断创新等因素驱动下，全球消费电子行业呈现持续稳定的发展态势。据市场调研机构 Euromonitor 的统计，2017 年全球消费电子产品零售额已接近 7,000 亿美元，其中亚太、北美和欧洲市场占比较高，合计占本行业全球市场份额 80%以上，市场容量巨大。2，公司—Anker 等品牌的消费电子产品销往全球，在境外主要发达国家或地区市场拥有很高的知名度和美誉度，在亚马逊等线上主要平台占据领先的行业市场份额，在沃尔玛、百思买、塔吉特等线下知名渠道拥有较高的市场覆盖。公司在全球最大传播集团 WPP 与 Google 联合发布的—BrandZ 中国出海品牌 50 强，2017 年、2018 年和 2019 年榜单中分别位列第 8、第 7 名和第 10 名，并在 2018 年被评选为一成长最快消费电子品牌。

业务壁垒及成长路径：1，**研发能力优势：**公司在多个产品前沿领域大力开展研发，以能够追随或赶超最代表国际领先技术和流行趋势的消费电子产品为目标，公司积极拓展移动电源及锂电相关产品、充电类产品、音频类产品、数据类产品、扫地机器人、智能硬件产品等的领先技术。**销售渠道优势：**线上渠道是发行人最早发展和销售占比较大的渠道，公司产品依托第三方电子商务平台渠道覆盖北美、欧洲、日本等主要发达国家和地区。公司深耕亚马逊等主流第三方电子商务平台，已成为业务规模大、综合运营能力强的卖家，移动电源、充电器等多款产品在亚马逊平台上位列最畅销产品和推荐产品。2，公司将在巩固现有产品技术的基础上加大研发投入，设立新型研发中心持续推进充电类、无线音频类等产品的技术创新，并加大在智能创新类产品等消费电子产品领域的研发力度。同时公司将重点拓展新兴经济国家和地区的市场，提升品牌知名度和市场占有率。其中，东南亚以及拉丁美洲区域市场将是公司未来布局的重点区域

中短期业绩驱动力：公司于 2020 年 10 月 29 日发布三季度报告：公司前三季度实现营业收入 24.91 亿元，同比增长 32.45%，实现归母净利润 2.56 亿元，同比增长 15.68%。公司业绩增长的主要原因系公司无线音频类和智能创新类产品销售增长所致

3、绿的谐波：机器人核心零部件领军企业

公司业务概要：公司是一家专业从事精密传动装置研发、设计、生产和销售的高新技术企业，产品包括谐波减速器、机电一体化执行器及精密零部件。公司产品广泛应用于工业机器人、服务机器人、数控机床、航空航天、医疗器械、半导体生产设备、新能源装备等高端制造领域。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，工业 4.0 的大背景下，以美国、日本、德国为代表的国家和地区重视推动机器人产业的发展，凭借技术先发优势，取得了较高的行业集中度和市场份额。近年来，全球工业机器人行业保持快速发展。根据 IFR 数据统计，2018 年全球工业机器人销量达到 42.2 万台，同比增长 6%，销售额达到 165 亿美元，同比增长 7.14%。受此带动，作为工业机器人的核心零部件，精密减速器市场迎来高速发展。2，公司产品广泛应用于工业机器人、服务机器人、数控机床、航空航天、医疗器械、光伏设备等高端制造行业和领域，其中谐波减速器主要终端客户包括新松机器人、华数机器人、新时达、埃夫特、广州数控、遨博智能、亿嘉和、埃斯顿、优必选、配天技术、Universal Robots、Kollmorgen、Varian Medical System 等国内外知名品牌及制造商；精密零部件产品客户包括 ABB、通用电气（GE.N）、那智不二越、阿法拉伐等。3，在国内企业中，公司较早地完成了工业机器人谐波减速器技术研发并实现规模化生产，在工业机器人谐波减速器领域率先实现了对进口产品的替代，在行业内确立了一定的竞

争优势，并极大地降低了国产机器人企业的采购成本及采购周期。经过多年发展，公司已积累了一大批工业机器人、数控机床等高端装备行业的优质客户，并成功跻身国际主流市场。

业务壁垒及成长路径：1，技术研发创新优势：公司在抗磨新材料、润滑新技术、轴承优化、齿廓修形、独特材料处理等领域拥有核心技术，目前共拥有 9 项发明专利和 72 项实用新型专利，并将相应专利技术和核心技术应用至谐波减速器和一体化执行器等产品中。**产业链覆盖优势：**公司是国内少数集自主研发、设计、生产及销售为一体并实现谐波减速器规模化生产的企业，从基础原材料的研究和选择、零部件粗加工、精密加工到谐波减速器整机的装配，公司均可自主完成，成为行业中少数能够实现减速器产品全产业链覆盖的生产商，不仅可以充分的管控产品性能和质量，更是大大降低了生产成本。2，公司将继续扎根于精密传动行业，以谐波减速器产品为抓手，进一步拓展精密传动伺服系统、高集成化精密传动标准模组等产品，提高产品的集成化、标准化，公司将通过在全国各主要区域设立营销网点，增加公司销售服务覆盖的深度与广度，提升公司客户服务能力，进而增强销售能力，加强与客户的合作粘性。

中短期业绩驱动力：公司本次募集资金主要用于“年产 50 万台精密谐波减速器项目”。公司于 2020 年 10 月 29 日发布三季度报告：2020 年前三季度公司实现营业收入 1.49 亿元，同比增长 12.17%，实现归母净利润 0.63 亿元，同比增长 65.78%。

4、中信博：国内领先光伏支架系统解决方案提供商

公司业务概要：公司是光伏支架系统解决方案提供商，主营业务为光伏支架的研发、设计、生产和销售，主要产品为光伏跟踪支架及固定支架。光伏支架作为电站的“骨骼”，其性能直接影响光伏电站的发电效率及投资收益。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，根据 IHS Markit 统计，2017 年至 2019 年，全球新增光伏装机容量年均复合增长率近 17%。随着光伏技术提升，光伏发电成本不断降低，未来光伏发电具有广阔的增长空间。随着建造光伏电站的优质场地有所减少，越来越多的光伏电站建设在环境恶劣（如荒漠、戈壁、湖面、农田、滩涂）、土地不平整（如山地、丘陵）的地区建设光伏电站。这就对光伏支架的稳定可靠性提出了更高的要求。同时，在光伏补贴逐步退坡的背景下，光伏支架作为降本增效、提高电站投资效益的重要产品，在电站投资行业中的地位已显得至关重要。2，公司 2019 年前五大销售客户为：中国电力建设集团有限公司、东方日升新能源股份有限公司、国家电力投资集团有限公司、Don Diego Solar,S.A.P.I.de C.V.、Sterling And Wilson。3，公司光伏支架的出货量及市场占有率位居世界前列。根据 Wood Mackenzie 统计，2016 年至 2019 年，公司光伏跟踪支架年出货量分别位列全球第五、第四、第四及第五。

业务壁垒及成长路径：1，产品创新优势：着眼于双面组件技术日趋成为主流技术之一，公司较早开发出适用于双面组件并通过风洞测试的跟踪支架系统。随着光伏电站装机规模增加，复杂地形越来越多，光伏电站面临的施工、运维及成本管难度陡增，公司开发出的“天际跟踪系统”在结构设计、材质、物联网通讯、安全用电保障等层面进行了创新。公司较早对人工智能技术在支架行业的应用进行了研发攻关，并于 2019 年成功投入商用，有效提升了发电效率。**行业认证资质：**光伏支架产品属于定制化产品，生产、销售需要获得多项相关技术资质。依托公司深厚的研发技术实力，公司及主要产品已通过 CE、UL、TÜV、B&V 可融资认证、Intertek 认证等多项权威认证。2，公司将在安徽芜湖扩建生产基地。未来，公司在现有基础上引进先进的生产设备

和工艺，提高自动化生产水平，大幅提高公司现有的生产能力。未来公司将进一步加深与现有客户的合作关系，一方面，公司将不断提高太阳能光伏支架生产能力以满足客户需求，并不断扩宽现有产品的国外市场份额；另一方面，公司将以现有客户需求为基础，提升毛利率水平较高的跟踪支架产品比例

中短期业绩驱动力：公司于 2020 年 10 月 29 日发布三季度报告：2020 年前三季度公司实现营业收入 18.43 亿元，同比增长 42.33%，实现归母净利润 1.73 亿元，同比增长 102.91%。公司业绩增长的原因主要系国内销售的大幅增长。

5、泰坦科技：科研试剂供应商

公司业务概要：公司通过提供科研试剂、特种化学品、科研仪器及耗材和实验室建设及科研信息化服务，满足科研工作者、分析检测和质量控制人员的科研相关需求。

行业空间、下游客户及竞争地位：1，根据《国内实验试剂供应链现状、问题与对策》论文课题组调研，科研试剂及耗材约占国内科研机构（政府隶属研发机构、高等院校及其他事业单位）研发经费支出的 20%-25%。根据国家统计局数据，2018 年科研机构研发经费支出占国内研发经费支出规模比例约为 23%，2019 年全国研发经费支出为 21,737 亿元。假设 2019 年科研机构研发经费支出占国内研发经费支出比例不发生变化，则科研机构研发经费支出约为 5,000 亿元，科研试剂及耗材市场规模约为 1,000-1,250 亿元。考虑到研发经费支出总额中企业单位占比约 77%，且生化类企业研发过程中亦对科研试剂耗材存在需求，因此国内科研试剂耗材市场规模将高于 1,000-1,250 亿元。2，公司主要客户群分类型来看：主要包含高校及科研院所、个人、企业、政府及事业单位。3，自设立以来，公司累计服务超过 3 万家客户，超过 100 万科学家和质量控制人员，其中世界 500 强企业超过 150 家，实现国内 985、211 工科高校全覆盖，支持众多生物医药、新材料、新能源、节能环保、高端装备制造等领域领先企业的前沿研发，为国家创新升级、转型发展提供了坚实有力的基础保障

业务壁垒及成长路径：1，**技术优势：**经过多年的技术积累，公司在产品技术创新相关的合成制备、纯化分离、分析检测等领域及细分领域积累起体系化的核心技术组合；在科学服务行业仓储物流体系建设中掌握智慧仓储物流相关细分技术体系。通过技术驱动，公司持续为客户提供优质产品和便捷高效服务。**品牌优势：**目前，公司销售的产品 SKU 超过 60 万，是行业内产品最丰富的公司之一，同时拥有 Adamas（高端试剂）、General-Reagent（通用试剂）、Titan Scientific（实验室仪器、实验耗材）、Titan Scientific Lab（实验家具）、Titan SRM（科研信息化）、Tichem（特种化学品）六个自主品牌，可全方位为客户提供完整的科学服务解决方案，且具备较强品牌影响力和行业口碑，在国内科学服务行业竞争中形成较为明显的优势。2，公司将进一步加大自主研发投入，新建或扩建不同产品线的研发中心，持续投入高附加值新品的开发和新技术的突破，继续保持和提升自主品牌和核心技术国内领先水平。以“建立全国性的技术服务、营销配送网络”为目标，持续投入销售网络及物流网络建设项目，继续推进实施“111”计划，逐步让一个主要城市的每一个核心产业园区或每一所重要高校院所，都有一个自建的技术集成服务功能型平台

中短期业绩驱动力：公司预计 2020 年 1-9 月销售收入为 8.78 亿元至 9.30 亿元，增长率为 10.45%至 17%。公司预计 2020 年 1-9 月净利润为 0.45 亿元至 0.55 亿元，增长率为 2.2%至 24.9%。公司 2020 年 1-9 月预计收入及净利润较 2019 年 1-9 月有所上升主要系：1）随着疫情的有效控

制，高校下半学年正常开学后，会加快项目进度，对于日常使用的试剂、耗材类产品会加大采购额；（2）至 6 月底，下游企业客户已经全面复工，为保证研发进度，下游客户会加大研发力度，尤其是生物医药类客户，其研发投入大幅增加，增加产品采购金额；（3）随着下游客户的研发力度加大，其会选择产品矩阵种类齐全、供货速度快、现货库存丰富的供应商进行采购，有利于大型综合科学服务供应商抢占市场份额。

6、中金公司：全方位投资银行服务提供商

公司业务概要：公司是中国第一家中外合资投资银行，为境内外企业、机构及个人客户提供综合化、一站式的全方位投资银行服务。公司致力于打造中国的国际一流投资银行，并成为未来金融体系的核心参与者。

行业空间、下游客户及竞争地位：股票市场：根据万得资讯统计，2019 年，中国沪深两市股票募集资金总额为 0.96 万亿元；债券市场：截至 2020 年 6 月 30 日，中国债券市场余额为 105.38 万亿元，2010 年至 2019 年年均复合增长率达 18.76%；基金市场：截至 2020 年 6 月 30 日，中国债券市场余额为 105.38 万亿元，2010 年至 2019 年年均复合增长率达 18.76%；衍生品市场：截至 2020 年 6 月 30 日，中国债券市场余额为 105.38 万亿元，2010 年至 2019 年年均复合增长率达 18.76%。根据中国证券业协会公示的 132 家国内证券公司 2019 年度财务报告，公司总资产在行业内排第 8 名。

业务壁垒及成长路径：1，跨境业务能力：公司建立了覆盖中国香港、纽约、伦敦、新加坡、旧金山、法兰克福和东京七个金融中心在内的国际网络，为客户提供一站式的跨境服务；**客户基础壁垒：**公司客户主要包括众多传统及新兴行业的领先企业，以及优质的高成长性企业。截至 2020 年 6 月 30 日，公司为超过 2,800 名客户提供投资银行业务服务，2020 年《财富》世界 500 强企业中有 120 家与公司建立了投资银行业务关系。2，公司将做大新兴业务，提升投资管理、财富管理等方面的核心能力，加快扩大业务规模。进一步完善固定收益业务布局，打造以服务客户需求为核心的国际一流固定收益业务平台。同时加大国内区域布局力度，拓展本地化、国际化网络和布局。

中短期业绩驱动力：公司预计 2020 年 1-9 月的营业收入约为 128.73 亿元至 162.31 亿元，同比增长幅度约为 15%至 45%；归属于母公司股东及其他权益工具持有人的净利润约为 36.77 亿元至 46.19 亿元，同比增长幅度约为 17%至 47%。

三、 投资建议：注重优质新股筛选，把握情绪低位区择时机会

“新股板块”属性弱化，回归行业基本面为主，注重“自上而下”优质新股筛选。我们曾在 2017 年之前在新股择时策略的低位区和高位区见到同一批新股的普涨普跌现象，“新股板块”作为一个整体的交易属性较为明显。2017 年以来，**新股作为一个单独板块的属性不断弱化，在现在的市场环境中，我们更多看到即使是同一批低位区新股，往往仅行业景气度较高、公司竞争地位强的优质新股获得超额收益，**新股明显回归到以基本面为主导的投资属性。展望明年，预计新股依然会不断呈现出以基本面为主导的结构性分化，应当仍然注重新股的基本面筛选。

情绪低位区给予优质新股“好价格”的择时逻辑不变，关注情绪低位区上市优质新股。由于新股涉及一二级市场利润分配转移的特征，在情绪高位区“开板晚”（或上市首日涨幅高），在情绪低位区“开板早”，进而较大程度上影响二级市场后续走势和市场空间，即使对优质基本面新股，情绪高位区上市也需要在二级市场通过较长时间进行估值消化。因此情绪低位区上市优质新股，更大概率上能够以较低的估值水平开板且拥有较大的二级市场空间，应当对情绪低位区上市新股给予充分重视。

四、 风险提示

1，新股波动较大风险；2，新股业绩不达预期风险；3，二级市场系统性风险

分析师声明

叶中正声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司
地址：上海市浦东新区杨高南路 759 号（陆家嘴世纪金融广场）31 层
电话：021-20655588
网址： www.huajinsc.cn