

港股直通车

年内117家公司港股IPO募资逾3900亿港元

■本报记者 毛艺融

港股IPO(首次公开募股)发行仍保持高热度。10月28日,苏州东山精密制造股份有限公司正式登陆港股市场。万得数据显示,按上市日期计算,截至10月27日,今年以来,港股市场有117只新股IPO,同比增长53.95%;募集资金规模3915.16亿港元,同比增长98.93%。与去年同期相比,发行节奏、融资体量同步提升,硬件设备、半导体、软件服务等企业成为主角。

当前,港股IPO项目储备充足且质量有所保障。据港交所官网统计,从聆讯信息看,状态为“处理中”的公司有354家,其中,101家为A股上市公司。

德勤中国将港股全年IPO募资预期上调至不少于4800亿港元,四季度大型项目能否如期落地,是观察全年能否冲击历史纪录的关键窗口。德勤中国资本市场服务部全国主管合伙人纪文和认为,港股新股市场受益于AI(人工智能)需求与硬科技政策支持,充裕的上市申请为年末新股市场提供支撑。

募资超50亿港元公司达25家

分季度看,一季度、二季度、三季度分别有40只、44只、31只新股上市,对应募资1104亿港元、996亿港元、1760亿港元。

7月表现尤为突出,当月17只新股合计募资1262亿港元,约占年内总额三分之一。中际旭创股份有限公司(以下简称“中际旭创”)、立讯精密工业股份有限公司(以下简称“立讯精密”)、合肥晶合集成电路股份有限公司等大型项目密

集落地。进入10月,深圳传音控股股份有限公司(以下简称“传音控股”)等消费电子、半导体企业接连上市,再度提振市场信心。

天风证券策略首席分析师吴开达介绍,年内港股募资增速显著高于新股数量增速,单家企业平均融资规模有所扩大,IPO项目平均募资金额易受少数大型项目影响,后续仍需结合发行规模中位数及大型项目占比,判断融资改善是否覆盖更广泛的发行人。

从规模看,IPO募资超过50亿港元的公司有25家,合计募资2630亿港元;其中超100亿港元的有6家,合计1464亿港元。

从发行价格看,在披露IPO招股价区间的新股里,约八成贴近区间上限定价,说明机构需求对优质标的定价支撑较强。

德勤中国华南区主管合伙人欧振兴认为,大型新股募资能力强,在上市申请管线充裕、市场对港股AI相关估值仍相对乐观的前提下,若四季度无重大“黑天鹅”事件,全年有望实现不少于4800亿港元的集资目标。

科技企业募资额占比超八成

从行业分布看,科技企业成为主角,占年内港股市场募资总额的八成以上。按万得一级行业划分,硬件设备有27只新股,募资1911亿港元;半导体行业有16只新股,募资582亿港元;软件服务有18只新股,募资433亿港元;机械、电气设备、科技制造相关板块合计有74只新股,募资约3283亿港元。

从上市路径看,“先A后H”仍是IPO募资主要方式,年内39家A股公司顺利在港上市,合计募资



图片素材来源:视觉中国

3580亿港元。其中,传音控股、深圳市江波龙电子股份有限公司等企业相继完成H股发行,体现内地龙头企业赴港上市拓展全球化布局、引入国际长线资金的战略考量。

年内新股中,有47家公司动用超额配售,说明部分项目的国际配售需求强烈。

“四季度历来是港股IPO传统旺季,港交所处理中的上市申请超过500家,新股发行热度活跃。”罗兵咸永道资本市场主管合伙人黄金钱表示,四季度赴港上市企业将主要集中于AI及产业链、半导体及硬科技、高端制造、生物科技及医疗健康、新能源、绿色科技,以及具备国际化策略的消费服务企业,既契合新质生产力政

策导向,也匹配国际投资者对成长资产的配置偏好。

打新选择难度有所增加

从新股上市首日表现看,年内新股中有45只上市首日破发。中信证券研究部数据显示,三季度港股IPO破发率升至45.2%,与上半年新股上市首日表现形成鲜明反差。

中信证券ETF策略与主题量化分析师张强认为,港股IPO发行保持高热度,但打新收益有所下滑。在二级市场表现较弱的背景下,打新选择难度有所增加,但精选项目下或仍可获得较好收益。锚定投资者应着重关注IPO项目的市场情绪,基石投资者重在个股深

度研究。

富途证券高级分析师冯文慧表示,大型“A+H”股、AI、半导体、机器人、生物科技、新能源材料仍是主要供给。随着新股上市数量增加,认购的资金被分流,个股估值水平趋于理性,个人投资者不宜再采取“逢新股必打新”的策略。

冯文慧进一步表示,年内部分新股一度跌破招股价,公开超购倍数不能视为唯一信号,更应关注行业地位、盈利或现金流路径、招股估值折让,以及基石与国际配售质量。

永丰金融资产董事总经理涂国彬认为,四季度新股市场仍将受AI主题带动,资本对相关产业链的配置更像长期投入而非短期追逐,过程中估值出现阶段性起伏属于正常现象,反而有助于趋势延续。

中小券商继续稳居新三板做市赛道第一梯队

■本报记者 于 宏

做市业务日益成为券商比拼专业能力、拓展服务空间的重要赛道。近期,全国股转系统发布了三季度做市商评价结果,共11家券商获得经手费减免资格。整体来看,中小券商在新三板做市赛道优势明显。

具体来看,三季度,东北证券、开源证券在做市商评价中综合排名位于前5%(含),获得经手费减免比例100%的资格。国元证券、上海证券、天风证券综合排名位于前5%到10%(含),经手费减免比例为70%。西南证券、长江证券、渤海证券、国投证券、德邦证券、财达证券综合排名位于前10%到20%(含),经手费减免比例为50%。

“做市商是市场流动性的重要

提供者。”西部金融研究院副院长陈聪对《证券日报》记者表示,做市商通过持续双边报价,能够为挂牌企业注入交易活力,尤其在中小市值标的上效果更为明显;同时,券商作为专业投研机构进行做市报价,有助于提升市场定价效率,减少跟风炒作现象以及个股股价的非理性波动,推动股价向企业真实价值靠拢。全国股转系统对综合执业质量高的做市商给予经手费减免,有助于降低券商做市业务成本、拓宽其盈利空间,能够更好地调动做市商积极性,进一步推动市场生态向好发展。

从最新评价结果来看,获得经手费减免资格的做市商排名位次变化较小,东北证券、开源证券在新三板做市赛道已形成一定竞争优势,长期稳居行业第一梯队。与

前一季度相比,德邦证券加入经手费减免50%的阵营,国泰海通证券则掉出这一阵营。

目前,共有59家券商担任新三板做市商。做市数量方面,中小券商整体上呈现出鲜明优势。截至10月27日,东北证券以63只股票的做市数量领跑行业;紧随其后的是开源证券,做市数量为54只;长江证券做市数量为37只,国泰海通证券、天风证券做市数量均为36只,上海证券、首创证券做市数量均在30只以上。

值得注意的是,有33家做市商的做市数量均不足10只,有6家券商的做市数量甚至仅有1只,其中不乏头部券商。

推荐挂牌数量(不含已退市的公司)也是观察券商新三板业务竞争力的一个重要维度。在此方面,

开源证券以706家的推荐挂牌数量领先;东吴证券、中泰证券推荐挂牌数量分别为261家、212家;国投证券、东北证券、天风证券也排名居前。前十名席位中仅有国泰海通证券一家头部券商。

对此,中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英对《证券日报》记者表示:“目前,新三板业务尚未成为头部券商布局的重心,为中小券商差异化发展、错位竞争留出了一定空间。中小券商可把握相关机遇,通过在新三板做市赛道加大投入、持续深耕,打造独到的专业优势、建立市场口碑。”

部分中小券商正积极探索新三板做市业务与其他业务的协同联动。例如,红塔证券新三板做市业务坚持“稳规模、提质量”的经营主线,持续优化报价策略与库存股

管理,同时稳步推进北交所做市业务资质申请工作,着力推动北交所相关业务与新三板做市业务形成高效联动。

“展望未来,券商做市业务或将从单一的报价服务逐步转向连接挂牌企业、投资者与多层次资本市场的综合服务。”王红英进一步表示,对于券商而言,做市业务不同于经纪、信用、自营等业务,对市场行情的依赖程度较低。重点布局做市业务,有助于券商平滑营收波动,形成更稳健的收入结构。为提升服务质效,券商需持续增强研究定价、库存管理、风险控制和跨市场联动能力,推动做市业务与投行、研究、财富管理等业务协同发展,形成“发现价值、培育企业、持续服务”的服务闭环。

部分银行更新互联网助贷合作机构名单

主动压缩新增合作,稳步消化存量

■本报记者 彭 妍

记者梳理发现,多家上市银行近期更新互联网助贷合作机构名单。从披露信息来看,当前银行助贷合作主体较为多元,但准入标准明显收紧。部分银行持续将资源向少数头部平台倾斜,不少渠道进入存量业务管理阶段。机构虽仍在合作名单内,但银行不再新增助贷项目,仅对存量贷款持续管理、有序压降收尾。

受访专家表示,银行互联网贷款粗放竞争已成过去,未来比拼的核心是风险管理与客户精细化运营能力。

存量业务有序出清

10月22日,浙商银行更新零售互联网贷款助贷业务合作机构名单,截至9月30日,共计23家机构上榜,其中16家机构备注“仅存续业务”,北海博锐信用服务有限公司、北京方向无限科技有限公司、北京互金新金融科技有限公司、北京中保

国信融资担保有限公司等主体在列。

10月8日,上海银行在官网更新《普惠互联网贷款合作机构公示》,完整披露普惠互联网贷款业务的合作平台、信贷产品、合作主体及机构类型。最新公示信息显示,该行普惠互联网贷款合作覆盖抖音、平安融易、阿里国际站、京东、微众五大运营平台,对应抖音放心借、平安融易经营贷、阿里国际生意融、京东企业主贷、微业贷等产品,合作主体清晰划分为运营机构、联合出资机构、增信服务机构三类。

甘肃银行公示18家互联网贷款合作机构,另外单列1家已停止新增合作,但仍存在贷款余额的机构,合作模式涵盖联合出资、营销获客、担保增信等类型。

苏商银行特约研究员薛洪言对《证券日报》记者表示,名单中大量机构标注“仅存续业务”,反映出银行主动压缩助贷新增合作、稳步消化存量,但这并非行业全线退出助贷,而是选择性收缩、资源向头

部集中。银行不再向合规短板突出、风控能力偏弱的中腰部渠道新增额度,优先保留客群基础扎实、可穿透管理的头部平台开展增量业务。这种处置方式坚持平稳过渡,存量贷款随到期自然回收,避免资产质量大幅波动,属于结构分化,而非整体性收缩,助贷业务总量在合规框架下温和收敛。

素喜智研高级研究员苏筱芮对《证券日报》记者表示,在助贷新规落地、中小银行属地化管理持续强化的背景下,银行收紧助贷新增投放已成趋势。随着存量助贷业务逐步出清,银行零售信贷增量的获取机构衔接更为顺畅,而过往依托跨区域助贷展业的中小银行,短期或将面临零售信贷供给缺口。

助贷合作名单常态化公示

2025年10月1日,国家金融监

督管理总局发布的《关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》(以下简称《通知》)正式施行。根据《通知》规定,商业银行总行应当对平台运营机构、增信服务机构实行名单制管理,通过官方网站、移动互联网应用程序等渠道披露名单,及时对名单进行更新调整。商业银行不得与名单外的机构开展互联网助贷业务合作。《通知》还从准入方面对商业银行与助贷机构的合作进行了规制,要求商业银行应当加强平台运营机构、增信服务机构准入管理,审慎制定准入标准,有效实施尽职调查,从严审批。总行应当与平台运营机构、增信服务机构签订要素完整、分工清晰、权责对等、公平合理的合作协议。

新规实施一年多来,银行持续落实名单制管理,准入标准收紧、合作边界持续明晰。常态化公示、动态调整合作名单、分类处置存量业务,已成为行业常规操作。

薛洪言认为,名单公示常态化,折射出助贷治理逻辑发生根

本性转变:监管思路从事后处罚,转向将机构准入、持续信息披露嵌入银行总行常态化治理流程。名单制倒逼银行将松散的渠道合作纳入制度约束,合规与风控能力的中小合作平台将逐步失去合作空间。

薛洪言进一步表示,银行需要摆脱对外部流量的依赖,夯实自身业务能力。头部银行资金、科技资源储备充足,可布局场景生态闭环,自主掌握获客入口与风控决策权;中小银行资源相对有限,更适合深耕本地场景,围绕政务、商圈、产业链客群挖掘信贷需求。这类银行可依托合规技术机构获取数据、模型支撑,但授信审批权必须由银行自主把控。银行应当独立核验借款人收入、负债、还款来源等核心信息,不受合作方干预,并在此基础上以差异化风险定价匹配客户真实风险,持续优化信贷服务体验、提升客户黏性,推动互联网信贷业务转向高质量发展。

(上接A1版)

AI也在拉近设计与消费者之间的距离。有港股服装行业上市公司相关负责人对《证券日报》记者表示:“数字化带来的一个非常重要的变化,是让消费者与消费者之间的距离越来越近。过去我们获得用户反馈,更多依赖市场调研或者一个季度、一个销售周期之后的复盘,如今消费者会在电商平台、社交媒体、线下门店、客服等不同触点留下大量真实反馈。对我们来说,重要的是能不能从大量信息里识别出值得解决的问题,并把这些带回到产品研发。”

生产端:串起智能“全链路”

从印染工艺到材料研发,从趋势预判到供应链响应,AI正把过去依赖老师傅经验和事后复盘的生产模式,转向数据驱动、实时协同的智能制造。AI在生产端的渗透逐步串联成一条从“制造”到“智造”的完整链路。

质检是生产端智能化最直观的切入口。长期以来,验布环节高度依赖人眼,工人易疲劳,标准难统一,漏检率居高不下。AI视觉检测正在改变这一局面。

工业和信息化部等五部门联合发布的《纺织服装卓越品牌培育行动方案(2026—2028年)》提出,加快智能化技术赋能。指导发布“人工智能+纺织”在全产业链的创新应用场景,重点推广人工智能视觉检测、智能质检机器人等先进技术,夯实品牌质量基础。

泉州联兴发针织织造有限公司与中国电信集团有限公司福建泉州分公司合作研发的“5G+AI智慧供应链融合质检项目”,通过部署超高清智能摄像头,将每帧图像以毫秒级速度传至AI平台,可识别断纱、跳线、污渍等30余种布面瑕疵,瑕疵识别准确率突破99%,远高于人工质检约85%的水平。

在印染和工艺环节,AI正在把经验判断的“手艺活”转化为可复用的数据模型。杭州万事利丝绸文化股份有限公司董事长李建华对《证券日报》记者表示,该公司攻克了双面同色丝巾印染技术,实现了两面100%一致的效果,甚至能完成仿绣、仿织锦等复杂工艺。通过AI计算,该公司实现了无水印花,精准控制染料用量,上染率接近100%。

核心材料技术突破同样是品质升级的硬核支撑。“我们的全棉运动速干面料,从立项研发到量产,前后花了3年多的时间。”全棉时代品牌负责人对《证券日报》记者表示,该公司成立了全棉功能性研发团队,联合高校、国家检测机构和下游供应链,一步步攻关,最终实现产品落地。

在供应链与营销层面,AI预测工具正成为连接生产与市场的关键纽带。安路通过AI预测工具分析社交媒体热点数据,提前半年至一年预判市场趋势,并结合小单快反模式与智能物流仓储网络的前置备货,提升运营灵活性。

希音国际控股有限公司也创新落地“大规模自动化小单快反”(LATR)模式,以小批量试单测试市场热度,依托AI算法精准捕捉细分消费需求,预判爆款趋势,再根据真实市场反馈灵活补单,有效解决传统服装行业预测偏差、库存积压、资源浪费等痛点,实现供需高效匹配。

周婷同样认为,当AI把质检、工艺、排产、补单等环节的数据打通之后,生产端与设计端、消费端之间的信息壁垒会进一步消解,产业链各环节的协同将从“经验驱动”转向“数据驱动”。过去受限于资金、人才和数据积累,中小服装企业很难独立完成智能化改造,而随着行业级数据平台和共享工具逐步成熟,它们有望以更低的门槛接入智能生产体系,在细分赛道上参与差异化竞争。

消费端:点亮体验“新场景”

在北京翠微百货的AI购物体验中心,虚拟试衣间前人来人往。消费者站定,轻轻抬手、隔空滑动,眼前的智能设备便精准捕捉手势指令,一键切换款式、更换穿搭,各类服饰无缝呈现在虚拟画面中,无需反复穿脱,轻松沉浸式体验一键试衣的便捷。

近年来,随着“一衣多穿”“长期主义穿搭”等可持续理念的流行,从给出针对性格搭配建议,到模拟上身效果,AI正在成为不少人的穿搭顾问,不断融入大众的时尚生活。

作为国内快时尚品牌代表之一,URBAN REVIVO(以下简称“UR”)的AI应用已渗透到趋势洞察、产品设计、商品运营、供应链、会员运营与品牌管理等业务场景。

“用AI实现智能商品企划、配货、调拨、返单,大促调价、下架、退仓等全生命周期管理,提效降本、减少库存风险,提高效率。”UR品牌负责人表示,“我们用AI模型调拨,比传统手工调拨的售罄率提升了80%。”

江南布衣有限公司(以下简称“江南布衣”)投资者关系总监强一岚对《证券日报》记者表示,目前,AI在江南布衣的会员运营中已落地到具体业务场景。通过自主研发推荐、帮助销售更精准地匹配消费者需求,并借助AI分析客户画像,让导购更好地理解商品与会员;在搭配推荐上,AI能综合用户喜好,从海量商品中筛选合适方案,为搭配师提供创意辅助与效率支持。

从效果看,这些应用降低了导购操作负担,提升了客户转化率和整体体验,也带动了单店销售改善。“随着全域零售不断发展,我们会继续探索AI在现有中台基础上的应用,进一步提升数据分析和运营响应的效率,以推动业务运营不断优化和提效。”强一岚说。

吴昆明提到,中国纺织服装产业需要完成的转变,是依靠研发、技术、标准和品牌价值创造竞争力。中国已拥有全球最完整、最高效的纺织服装产业链之一,但仅仅“把产品做出来”已不足以形成长期优势。真正拉开差距的,是企业能否持续发掘新材料、解决新产品问题,并把研发成果转化成为消费者可感知的品质提升。

当前,中国服装产业正站在转型升级的关键路口。从消费端的“穿衣搭子”,到设计端的“智能搭子”,再到生产端的“智慧大脑”,AI正在纺织服装产业链的各个环节加速落地。对于企业、行业乃至整个产业而言,能否在智能化浪潮中完成从“规模优势”向“技术优势”的切换,将决定下一阶段竞争力的含金量。