

“两创板”包揽年内前十大IPO

明星科技企业正持续涌进资本市场,超聚变数字技术股份有限公司(以下简称“超聚变”)也正式向A股发起冲击。5月22日晚间,深交所官网显示,超聚变创业板IPO获得受理,公司拟首发募资80亿元,这也系年内受理的最大IPO项目。

经同花顺iFinD统计,今年以来,沪深北交易所共受理了35宗IPO。北京商报记者注意到,其中前十大IPO被“两创板”包揽,包括燧原科技、宇树科技、中科宇航、乐聚智能、云深处等多家知名硬科技企业,前十大IPO拟首发募资额合计达388.66亿元,占到35宗IPO募资的超六成。

业内人士指出,资本市场“硬科技”底色愈发明显,无论IPO市场还是二级市场,硬科技已经成为当下资本追捧的热点。“两创板”包揽头部IPO的格局,也重塑了A股市场生态,推动了资本市场与硬科技深度绑定。从长期来看,这种格局将持续强化,资本市场也将成为我国硬科技崛起的核心支撑。

□5月22日
超聚变创业板IPO获得受理
公司拟首发募资**80亿元**
这也是年内受理的最大IPO项目

□今年以来
沪深北交易所共受理了**35宗IPO**

□前十大IPO被“两创板”包揽
包括燧原科技、宇树科技、中科宇航、乐聚智能、云深处等多家知名硬科技企业

□前十大IPO拟首发募资额合计达**388.66亿元**
占**35宗IPO**募资的**超六成**



别拟募资42.02亿元、41.8亿元、27.81亿元。

第七至第十位的则分别是乐聚智能、云深处、力高新能、微容科技,分别拟募资26亿元、25.03亿元、19.25亿元、16.75亿元,分别拟冲击创业板、科创板、创业板、创业板。

经统计,前十大受理IPO拟首发募资额合计约为388.66亿元。而今年受理的35宗IPO合计拟募资598.04亿元,这也意味着前十大IPO拟募资额占比超六成。

就十大IPO来看,从算力龙头到人形机器人,从商业航天到半导体,硬科技企业正凭借制度红利与产业风口,成为资本市场的绝对主角。

多家企业争夺“人形机器人第一股”、创业板第四套标准首单IPO迅速落地……一系列案例充分证明,资本市场正成为硬科技企业成长的“孵化器”与“加速器”。

投融资专家许小恒表示,“两创板”包揽年内十大IPO不是偶然,而是制度设计与产业规律深度契合的必然结果。注册制改革下,科创板、创业板打破传统盈利门槛束缚,构建起多元包容的上市标准,科创板第五套标准支持未盈利硬科技企业上市,为AI、商业航天等前沿赛道打开融资通道;创业板第四套标准聚焦高成长新兴产业,允许符合市值、营收与研发要求的企业登陆资本市场。这种“不唯盈利、重技术、看成长”的审核导向,完美适配硬科技企业“高研发投入、长成长周期、前期盈利弱、长期空间大”的特性。

当然,资本市场赋能硬科技,既要“输血”,更要“造血”。对于硬科技企业而言,登陆资本市场并非终点,而是新的起点。

北京商报记者 马换换 王蔓蕾

年内最大IPO来了

超聚变超越燧原科技成为年内受理的最大IPO项目。

5月22日晚间,深交所官网正式披露了超聚变IPO招股书,公司也正式开始冲A之旅。据了解,超聚变是一家算力基础设施与数智化服务提供商,算力业务系公司核心业务,公司实际控制人为河南省国资委。

此次冲击上市,超聚变拟募集资金约80亿元,也系年内受理的最大IPO项目。扣除发行费用后,超聚变拟根据投资项目的轻重缓急程度,投资用于新一代算力基础设施研发及产业化项目;超聚变智慧制造

园区及研发中心项目;面向智能算力、AI以及供电架构的关键技术研发项目;补充流动资金。

根据IDC统计数据,自2022到2025年,超聚变服务器在中国市场的市场占有率从11.7%提升到14.2%,出货量排名跃升至第二位。公司国产化服务器销售额位居中国市场第一,整体市场地位稳居行业第一梯队;2022年至2025年,公司标准液冷服务器市场份额均稳居中国市场第一。

市场占有率走高背后,超聚变业绩表现也较为亮眼,营收、净利均接连增长,其中2025年营收逼近600亿元,净利润迈进10亿元大关。

数据显示,2023—2025年,超聚变实现

营业收入分别约为250.92亿元、442.67亿元、582.46亿元;对应实现归属净利润分别约为5.07亿元、7.22亿元、10.3亿元。

不过,超聚变主营业务毛利率在逐年走低。报告期各期,公司主营业务毛利率分别为14.27%、10.04%和8.58%。对此,超聚变表示,报告期内,公司积极发展互联网客户业务,该类客户采购量大、价格敏感、议价能力强,因此,公司对其销售毛利率较其他客户低。报告期内,互联网客户收入比例逐年上升,使得公司主营业务毛利率逐年下降。

超聚变同时提示风险称,互联网客户是算力市场的主要需求方之一,预计未来公司与互联网客户的业务规模仍将持续上升。若互联网客户进一步增加成本管控力度,或行

业供需状况发生较大变化、市场竞争进一步加剧,且公司在议价能力上未能明显改善,则公司毛利率水平将存在下滑的风险。

“两创板”成“主场”

北京商报记者通过同花顺iFinD统计发现,截至目前,年内受理的前十大IPO已被“两创板”包揽,并且前十大IPO拟募资额占比超六成。

具体来看,燧原科技拟首发募资额排在超聚变之后,为60亿元,公司拟闯关科创板;微纳星空拟募资50亿元,同样拟闯关科创板。

排在第四至第六位的分别是宇树科技、中科宇航、华太电子,也均拟冲击科创板,分

业绩增速放缓 溜溜梅再冲港股

近日,溜溜果园集团股份有限公司更名为溜溜梅股份有限公司(以下简称“溜溜梅”)后向港交所主板提交了上市申请书,中信证券、国元国际为联席保荐人。这也是其2019年撤回A股上市申请,2025年5月、10月两度递表港交所后,第四次向资本市场发起冲击。不过,此次递表背后,溜溜梅正经历增长主力换挡与渠道结构变轨,一份对赌协议的时间窗口也在逐步收窄。

增长主力换挡

根据弗若斯特沙利文的数据,2024年溜溜梅在中国果类零食行业按零售额计排名第一,市场份额为4.9%;同一年,在中国天然成分果冻市场中,溜溜梅以45.7%的市场份额高居第一。这意味着这家以梅类零食起家的公司,已在果冻这一品类中建立起显著的领先优势。

招股书显示,溜溜梅近年来业绩持续增长,但增速已出现放缓。2023年至2025年,公司收入分别为13.22亿元、16.16亿元、17.11亿元,同比增速分别为12.61%、22.24%、5.86%;年内利润分别为9923.1万元、1.48亿元、1.82亿元,同比增速分别为45.01%、48.86%、5.86%。

从收入占比来看,公司的主力产品梅干零食出现下滑,而西梅产品和梅冻正成为公司新的增长支柱。2023年至2025年,梅干零食收入分别为8.38亿元、9.74亿元、8.3亿元,收入占比分别为63.4%、60.3%、48.5%。与此同时,西梅产品的收入分别为1.56亿元、2.24亿元、3.8亿元,收入占比分别为11.8%、13.8%、22.2%;梅冻的收入也持续增长,分别为3.11亿元、4.1亿元、4.66亿元,占总收入的比重分别为23.5%、25.4%、27.3%。

不过,收入扩张的同时,西梅产品和梅冻的毛利率却逐年走低。招股书显示,2023年至2025年,西梅产品的毛利率分别为35.1%、32.4%、29.7%;梅冻毛利率分别为49.2%、47.8%、45.4%。公司表示,2025年西梅产品毛利率下降主要由于原材料成本上升及西梅产品线产能提升;梅冻毛利率下降则与生产成本增加有关。公司整体毛利率也从2023年的40.1%下降至2024年的36%,并进一步降至2025年的35.6%。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪认为,溜溜梅的传统核心品类增长乏力,新培育产品虽形成增量但体量有限是增速放缓的核心原因。就公司产品结构变化等问题,北京商报记者向溜溜梅发去了采访函,但截至发稿未收到回复。

渠道变轨

近年来,溜溜梅大力加码超市及会员制商店、零食专卖店两类新渠道。

据招股书数据,2023年至2025年,溜溜梅来自经销渠道的收入分别为8.82亿元、6.59亿元、5.31亿元,占比分别为66.7%、40.8%、31%,收入和占比均出现下滑。同期,公司来自零食专卖店渠道的收入分别为1.34亿元、5.51亿元、6.48亿元,占比分别为10.1%、34.1%、38%,其已成为公司第一大渠道;超市及会员制商店收入分别为1.71亿元、2.67亿元、4.03亿元,占比分别为12.9%、16.5%、23.5%。

渠道的变化也加深了公司对头部客户的依赖。2023年至2025年,溜溜梅来自前五大客户的收入分别占总收入的14.2%、33.1%、45.8%。其中,2024年和2025年的最大客户均为全国连锁零食专卖店,单一客户收入贡献占比均超过16%。

伴随大客户销售占比提升,应收款项也同步推高。2023年末至2025年末,溜溜梅贸易应收款项及应收票据分别为8052.6万元、1.63亿元、2.21亿元。公司表示,2025年应收增加主要由于向公司提供信贷条款的会员制商店及零食专卖店销售额增加。

盘古智库高级研究员江瀚表示,公司前五大客户收入占比连续三年提升,一旦头部零食量贩品牌调整采购策略,将直接冲击公司收入稳定性。同时,贸易应收款项三年增长近两倍,增速远超收入增速,大客户账期拉长将占用大量营运资金,若回款不及预期,可能引发流动性压力,进一步削弱其抗风险能力。

七年四冲IPO

溜溜梅的上市之路始于七年前,2019年6月,溜溜梅向深交所创业板提交A股上市申请,又于当年12月主动撤回。2025年4月16日,溜溜梅转战港交所,首次向港交所主板递表,当年10

月16日因6个月有效期内未完成聆讯而自动失效。同年10月28日,溜溜梅再次递表,并在中国证监会备案。不过,此次递表仍因未完成聆讯而自动失效。今年5月,溜溜梅再次向港交所主板提交了上市申请书。

数度递表,溜溜梅急于上市的背后是对赌的压力。此前,溜溜梅在2024年12月进行了D轮融资,引入芜湖华安战新股权投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“华安基金”)与芜湖市繁昌区兴农产业投资基金有限公司(以下简称“兴农基金”),两家分别出资4000万元与3500万元,获得约3.37%股权,并签订对赌条款,约定若2025年12月31日前未能成功上市,投资者有权要求该公司、创始人杨帆及其夫人李慧敏回购其持有的股份。不过,天眼查显示,截至2026年5月,华安基金、兴农基金仍保留D轮所获股份,未公开行使赎回权,亦无退出公告或工商变更信息。

此外,根据2026年4月订立的补充协议,若公司未能于2026年6月30日前上市,深圳君荣、诺享瑾鸿及诺享东辰等投资者对应的股东层面赎回权将恢复。

江瀚表示,溜溜梅当时撤回A股申请,大概率是因为当时A股对食品企业上市审核更侧重持续盈利稳定性与内控规范性,其传统蜜饯赛道增长天花板已现,难以满足A股较高的成长性要求。2025年两度港股递表失效,可能与港股对消费企业估值逻辑变化有关,叠加其业绩增速放缓,未能达到港交所对上市企业的市场预期。若此前存在对赌协议,业绩承诺与上市时间节点的双重压力,会直接倒逼其不断调整上市路径,从A股转向港股也是适配自身体量与监管要求的被动选择,上市已不仅是资本化需求,更是化解对赌风险的必然动作。

据招股书,溜溜梅拟将本次IPO募集资金主要投向未来三年扩大产能(包括梅干零食、梅冻及产品配料)、提升品牌知名度、扩大销售网络并开拓国际市场;招聘研发人员及推进研发计划;以及用于运营资金和一般公司用途。

北京商报记者 陶凤 王悦彤

侃股 Stock talking

退市常态化有利于A股结构优化

周科竞

*ST熊猫、*ST国化、*ST华嵘、*ST岩石四家上市公司同步发布公告,均收到上海证券交易所《关于终止公司股票上市的决定》。退市常态化能够帮助A股市场实现新陈代谢,劣质公司退市,优质公司上市,对于优化A股结构、提升上市公司质量具有实质性好处。

曾经的A股上市公司“只进不出”,退市标准偏宽松,不少经营不善、持续亏损的上市公司能够长期留在市场内交易。这一情况使得劣质上市公司越来越多,不仅占用资本市场资源,也让整体上市公司质量难以有效提升。随着退市制度持续完善,退市常态化不断深入,A股市场的生态正在发生根本性改变。

退市常态化的核心意义,不在于单次退市企业数量多少,而在于建立起一套可长期执行的市场出清规则。对于经营持续恶化、财务指标不达标、存在重大违法违规的上市公司,不再有反复保壳、拖延退市的操作空间,不符合上市标准的公司会被及时清理出资本市场。这种优胜劣汰的机制,是成熟资本市场必备的基础制度。

过去部分经营困难的上市公司,往往依靠资产处置、临时重组、关联交易等方式勉强保壳,常年处于亏损和微利交替的状态。这类企业主业缺乏竞争力,无法为股东创造持续回报,却长期占用上市资源,不仅阻碍优质公司上市,也容易滋

生内幕交易、炒作壳资源等乱象。常态化退市彻底压缩了保壳套利空间,让壳资源不再具备炒作价值,从根源上遏制市场投机乱象。

资本市场的核心功能之一是服务实体经济,引导社会资金流向优质上市公司。市场资源是有限的,劣质上市公司长期滞留市场,会分散市场资金和关注度,压制市场整体的估值水平和发展质量。通过常态化退市完成存量清理,淘汰持续经营能力缺失的问题公司,能够有效盘活市场存量资源,为优质上市公司让路,让资本市场的投融资匹配更加高效合理。

上市公司质量是A股市场长期健康发展的根基。注册制搭配退市常态化,形成了有进有出、能上能下的完整市场闭环。注册制放宽优质公司上市门槛,让更多具备成长潜力的公司登陆资本市场;退市制度严格执行,淘汰落后低效公司,一进一出之间,市场整体上市公司结构得以持续优化。

市场结构的优化,也会带动投资理念持续成熟。以往部分投资者习惯炒作低价ST股、博弈保壳行情,投机氛围浓厚。在退市常态化背景下,问题公司退市风险明确且不可逆,盲目炒作垃圾股的风险大幅上升,资金逐步远离题材炒作,转向基本面稳健、主业优质、持续盈利的上市公司,长期价值投资理念将会进一步普及。