7天3家公司接连上市

资本市场“成都军团”持续扩容

短短7天，3家成都制造业企业相继登陆资本市场：11月11日，四川新荷花中药饮片股份有限公司（以下简称新荷花）在港交所主板敲锣；13日，成都国星宇航科技股份有限公司（以下简称国星宇航）在港交所上市；17日，四川菊乐食品股份有限公司（以下简称菊乐股份）在北交所上市。

值得注意的是，3家企业均深耕制造业领域。记者从成都市经信局市新经济委获悉，截至目前，成都全市境内外上市企业达160家，居全国副省级城市前列；其中工业领域124家，占比超四分之三。今年截至目前，全市已上市企业6家，其中A股3家、港股3家，实现港交所、北交所“多点开花”。

8年5轮申报 “国民品牌”圆梦北交所

11月17日，菊乐股份正式在北交所挂牌上市。作为川渝“国民品牌”，成都人喝了30年的菊乐奶，历经8年5轮申报，终于实现上市梦想。上市首日，菊乐股份收报56.78元，上涨77.88%。

菊乐股份发行价格为31.92元/股，发行市盈率11.99倍，网上中签率仅约0.0284%。公司初始募资约3.75亿元，全额行使超额配售选择权后可达4.32亿元，募集资金将投向温江乳品生产基地改扩建、营销网络升级及研发中心建设，全部围绕主业展开。

菊乐股份主营含乳饮料及乳制品的研发、生产和销售，核心产品“酸乐奶”自1996年推出以来连续畅销近30年，成都市场占有率超过五成。公司下辖温江、新津、眉山、雅安四大基地，在甘肃、黑龙江布局奶源，并在阿坝州红原县深耕牦牛奶产业，生鲜乳自给率已由2023年的26.29%提升至2025年的44.84%。

业绩方面，2023年至2025年，菊乐股份营业收入由15.62亿元增至16.94亿元，归母净利润由1.96亿元增至2.91亿元；2026年前三季度营收与净利分别同比增长11.83%和19.60%，在行业调整周期中保持逆势稳健增长。

接连“开花” 两家蓉企登陆港交所

就在菊乐股份敲钟的4天前，11月13日，国星宇航正式在港交所上市，成为港股“太空AI第一股”，首日市值达到150亿港元量级。企业2018年起源于电子科技大学实验室，2025年5月“星算”计划01组12颗智算卫星成功发射，实现全球太空计算星座零的突破；2026年10月，02组8颗卫星一箭入轨，03组已在成都下线。招股书显示，企业手握114颗待交付AI卫星订单，合约总值34.75亿元。

11月11日，新荷花登陆港交所主板。该企业成立于2001年，是国内首家通过中药饮片GMP（药品生产质量管理规范）认证的企业，可供应770余种、近4900个品规饮片，服务超1000家医院等医疗机构。本次发行价40.2港元，募资约2.62亿港元，上市首日收盘涨幅达71.64%。

从11月11日到17日，短短7天内，新荷花、国星宇航、菊乐3家成都企业先后登陆港交所和北交所，涉及绿色食品、商业航天、生物医药三大领域。数据显示，2026年成都市已上市企业6家，其中A股3家、港股3家，实现港交所、北交所“多点开花”，资本市场“成都军团”持续扩容。

上市背后

成都已构建起支撑企业上市的完整产业生态

3家企业的接连敲锣，背后是一条“储备-股改-辅导-申报-上市”的梯度培育链，以及“一企一专班”的贴身服务机制。“企业不用自己跑流程，专班把问题拆成清单，逐件销号。”成都市经信局市新经济委相关处室负责人介绍。新荷花上市前，成都高新区联动市级部门协调跨境数据、海关与海外业务证明；国星宇航聆讯阶段，专班跟进知识产权与航天发射合规；菊乐申报期，则重点梳理农牧奶源资产确权。

观察这三笔IPO，共性清晰：不是模式泡沫，而是硬资产、长周期、重研发，募集资金全部投向主业。当前，成都正在着力培育新质生产力，加快推进新型工业化，既瞄准商业航天、人工智能、生物医药等前沿赛道，也扶持绿色食品、中药饮片等传统优势产业，构建起支撑企业上市的完整产业生态。

“2027年上市企业数量必须有重大突破。”按照这一目标，成都市经信局市新经济委做深做实上市企业“预备队”，让更多想上市的企业有人帮、能上市的企业上得去、已上市的企业把钱花在产业刀刃上。上市锣声的背后，是有条不紊的生产线——国星宇航的卫星还在总装，新荷花的药香飘向东南亚，菊乐股份的奶罐发往川渝街巷。成都制造的上市故事，才刚翻开序章。

华西都市报-封面新闻记者 尚志 综合川观新闻

网购“AB货”乱象，该治了

消费者小林在某平台直播间下单了一件“版型好、重工、用料足”的羊毛大衣，但收到货时却发现大衣的版型和主播展示的有差别，羊毛含量标注只有30%，而非主播宣传的80%。

消费者陈先生给老家农村的父亲网购了一双毛拖鞋。这双鞋他曾经下过单，亲测品质不错，鞋底柔软、弹性好，但父亲收到货后说鞋底发硬、塑料感强、有毛刺。

实际上，不少消费者遭遇过类似的网购“AB货”侵权陷阱。所谓网购“AB货”，是指部分电商经营者以同一链接、同一价格销售同一商品时，针对不同消费者区别发送品质明显不同的商品。

对于该现象，中国消费者协会相关负责人日前表示，这种“看人下菜碟”的恃强凌弱之举，看似精明，实则突破诚信底线、触碰法律红线，严重侵害了消费者合法权益。

侵害消费者知情权和自主选择权

商家以次充好，侵害了消费者知情权和自主选择权。《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条和第二十三条规定，经营者应真实、全面向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。

中消协相关负责人指出，网购“AB货”的本质，是以隐蔽方式剥夺消费者获得真实商品信息的权利，使其在信息不实的情况下作出购买决策。部分商家在直播带货或商品详情页中刻意展示高品质商品，实际发货时却区别发送品质明显不同的商品。同一链接、相同售价，到手的却是品质天差地别的两个版本——消费者既无法获知商品的真实品质，也无法自主选择所购商品的品质，知情权与自主选择权均受到严重侵害。对收到低质商品的消费者而言，商家行为涉嫌货不对板、以次充好，甚至构成欺诈。

侵犯消费者个人信息权益和公平交易权

商家利用算法画像、区别发货，侵犯了消费者个人信息权益和公平交易权。《中华人民共和国个人信息保护法》第二十四条明确规定：个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策，应当保证决策的透明度和结果公平、公正，不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。同时《互联网信息服务算法推荐管理规定》第二十一条规定，算法推荐服务提供者向消费者销售商品或者提供服务的，应当保护消费者公平交易的权利，不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征，利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为。

基于消费习惯、收货地区及退换货记录等，网购平台通过算法从不同维度对用户进行画像，将消费者“标签化”，精准筛选出“退货不便”“维权意识弱”的群体。“AB货”商家据此区别供货——偏远农村消费者因被判定“退货不便”而收到“B货”，大城区消费者则收到“A货”。这种利用算法“杀熟”“欺生”“凌弱”的做法，本质上是滥用个人信息，既侵害消费者的个人信息权益，也侵害其公平交易权。

破坏公平竞争秩序 侵蚀放心消费根基

《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条规定，经营者在生产经营活动中，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，公平参与市场竞争。

中消协相关负责人表示，“AB货”经营者以虚假的品质信息误导交易、以差别对待破坏公平，是一种不正当竞争行为，扰乱整个市场的竞争秩序，损害广大经营者和消费者的共同利益。个别经营者的投机取巧，破坏消费者对网络消费的信任，透支行业的诚信根基，侵蚀放心消费的环境土壤，必然是“失信者得利、守法者吃亏”，“人人自危、家家受损”。

中消协建议，网购平台经营者应切实履行主体责任，强化对“大数据杀熟”、区别供货行为的主动排查与治理，当好消费者权益的“守门人”。广大商家应坚守诚信经营底线，不为流量裹挟、不被内卷绑架，把“童叟无欺”的传统商道落到实处，以真实品质赢得消费者信赖。消费者在购物过程中应增强证据留存意识，妥善保存商品页面、直播录屏、下单记录及收货实物照片等相关凭证，发生纠纷时可依法向消协组织有效维权。

国际商报记者 阎密

|白|杰|品|股|

近在咫尺

问：周二沪指低开，盘中冲高回落，收盘下跌，你怎么看？

答：A股主要股指周二整体走弱，科创50指数逆市收红，沪指失守3600点整数关口。从形态来看，受外围市场表现影响，两市明显低开，沪指快速下探刷新年内新低，随后在科技股回暖的作用下震荡回升，各股指盘中先后翻红，科创50指数盘中一度上涨超3%，受成交持续缩量制约，午后市场再度回落；但与前一个交易日一样，尾盘阶段多只宽基ETF再度集中放量，显然“市场底”在多方资金的合力下，正在逐步构筑，若后续指数收复5日均线，右侧交易信号将正式确立。综合来看，外部利空已在股价上得到较为充分的释放，随着短期风险快速出清，奇迹日反转近在咫尺。

资产：周二按计划以46.7元均价分批买入大族激光7.8万股，之后以49元均价卖出7.8万股；另以60.85元均价分批买入华工科技12万股，之后以63元均价卖出12万股。目前持有南天信息50万股、梅安森62万股、环旭电子50万股、华工科技12万股、瑞华泰46万股、亚翔集成7.2万股、中天科技21万股、大族激光7.8万股。资金余额13729654.68元，总净值62992634.68元，盈利31396.32%。

周三操作计划：中天科技、华工科技拟先买后卖做差价，大族激光、南天信息、瑞华泰、亚翔集成、环旭电子、梅安森拟持股待涨。

（炒股有风险，投资需谨慎）胡佳杰