

今日主板、创业板各一支标的申购，精析如下：

(1) 胜通能源（保荐人：国元证券）001331

公司主营业务为LNG的采购、运输、销售以及原油、普货的运输服务。公司凭借自身稳定规模化的LNG槽车运载能力，依托覆盖全国的LNG采销业务网络，运用高效的信息化互联网管理平台，为工业燃料、城镇燃气、交通燃料等应用领域客户提供一站式LNG运贸解决方案。

逻辑解析：

①看估值：胜通能源本次公开发行股票数量为3,000万股，发行后总股本12,000万股，本次发行价格26.78元/股，对应标的公司上市总市值32.146亿，对应发行人2021年扣非后归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为19.93倍，主营业务与发行人相近的上市公司的市盈率水平情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	募集资金投入额	项目备案
1	综合物流园建设项目	46,653.00	46,653.00	2103-370681-04-01-394445
2	物流信息化系统建设项目	4,182.00	4,182.00	2103-370681-04-01-776903
3	补充流动资金项目	19,000.00	19,000.00	-
合计		69,835.00	69,835.00	-

报告期内，公司的LNG槽车运载能力已接近饱和，现有的LNG槽车数量已不能满足后续的发展需求，限制了公司盈利能力的提升和LNG市场份额的扩大，综合物流园建设项目将有效提升公司的LNG槽车运载能力，提高公司营业收入和利润规模，增强公司盈利能力和抗风险能力。

随着公司业务规模的快速增长，现有信息管理系统需要持续迭代升级，物流信息化系统建设项目的实施，在优化现有信息系统的基础上新增多项应用性功能和业务模块，可实现业务管理的规范化、标准化和精细化，提升公司的营运服务能力和市场竞争力。

本次募集资金的运用可以扩大公司现有主营业务的规模，增强公司的市场竞争能力和抗风险能力，进一步巩固公司的行业领先地位。

综上，公司所处行业景气度尚可，估值略有优势，成长空间较好，破发概率较低。

(2) 嘉曼服饰 (保荐人：东兴证券) 301276

公司是一家中高端童装运营企业，业务涵盖童装的研发设计、品牌运营与推广、直营与加盟销售等核心业务环节。公司产品覆盖0-16岁（主要为2-14岁）的男女儿童服装及内衣袜子等相关附属产品。

逻辑解析：

①看估值：嘉曼服饰本次公开发行股票数量为2,700万股，发行后总股本10,800万股，本次发行价格40.66元/股，对应标的公司上市总市值43.91亿，对应发行人2021年扣非后归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为25.15倍，可比上市公司估值水平如下：

类别	品牌名称	品牌定位
自有品牌	水孩儿	中端
	菲丝路汀	中高端
授权品牌	Hush Puppies（暇步士）、HAZZYS（哈吉斯）	中高端
国际代理品牌	EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS、KENZO KIDS、Chloé、VERSACE、Salvatore Ferragamo 等	高端

公司分别于2013年、2015年先后获得暇步士童装和哈吉斯童装在中国大陆地区（不包括港澳台）的独家授权，公司可以独立进行上述品牌童装的设计、生产、运营推广和销售。其中，暇步士是创立于1958年的美国休闲服饰品牌，哈吉斯是韩国LG集团分拆出来的时装品牌，均为国际知名的流行服饰品牌。凭借公司较强的设计研发和运营推广能力，上述两个童装品牌进入中国市场以来树立了良好的品牌形象、取得了较好的销售业绩。报告期内，授权经营品牌的营业收入分别为50,673.51万元、61,970.26万元和77,408.69万元，占主营业务收入比重分别为56.53%、59.42%和63.75%。其中暇步士童装品牌授权期限为自2013年8月1日至2027年12月31日，哈吉斯童装品牌授权期限为自2015年6月1日至2025年12月31日，在上述授权期限内，公司在中国大陆地区（不包括港澳台）拥有独家授权。（公司并不拥有以上两个品牌在中国境内的商标所有权，其中暇步士品牌由品牌持有方汪尔弗林户外用品有限公司授权给天达华业，再由天达华业将暇步士童装品牌授权给公司。哈吉斯童装直接由品牌方LFCORP.授权给公司。如果暇步士品牌持有方撤销对天达华业的授权，或天达华业及LFCORP.（合称授权方）与公司（被授权方）在合作中发生纠纷，或者授权方与公司在授权期限到期后不能够续签，都将对公司经营业绩造成不利影响。）

公司自有品牌“水孩儿”创立于1995年，是国内较早从事专业化童装品牌运营的企业。“水孩儿”自创立以来以良好的品质赢得了市场口碑，根据中国服装协会评比结果，公司“水孩儿”品牌自2010年起连续三届（2010年、2013年、2016年）位列“中国十大童装品牌”，根据中国商业联合会与中华全国商业信息中心出具的《全国大型零售企业暨消费品市场2020年度监测报告》结果显示，在2020年中国大童童装市场子类别中（国内品牌且不含运动童装品牌），“水孩儿”的市场综合占有率排名第七。

公司从2005年开始经营国际高端童装品牌零售业务，主要包括“EMPORIO ARMANI”、“KENZOKIDS”和“HUGOBOSS”等国际一二线品牌，并与该等品牌保持了良好的合作关系。除开设进口单品牌店铺外，公司创立了“bebelux”国际高端童装精品集合店，将不同品牌、不同风格的国际精品童装集中呈现在消费者面前，满足消费者的不同消费需求。

公司构建了线上与线下、直营与加盟的多元化全渠道销售模式，截至2021年12月31日，公司已在全国31个省、自治区、直辖市开设有594家线下门店，其中直营店铺189家，加盟店铺405家；同时，公司在唯品会、天猫、京东等国内知名电商平台开设了37家线上店铺。

由于2022年1-6月在天津、长春、沈阳、深圳、上海、北京等多区域存在疫情反复的情况，政府针对疫情区域采取不同程度的管控（封控）等措施，在管控（封控）期间百货商场、物流运输等大多处于暂停状态，给公司线上、线下经营均造成一定的不利影响，导致2022年1-6月营业收入下降，但人员薪酬及部分直营自营店铺租金等固定费用仍需正常支付，导致净利润下降幅度大于营业收入下降幅度，截至目前公司线上、线下整体均已恢复正常经营，但2022年1-6月营业收入、净利润的下降仍将导致2022年1-9月预计收入、预计扣除非经常性损益后净利润出现下降。

③看募投：

《招股意向书》中披露的募集资金需求金额为52,108.00万元，本次发行价格40.66元/股对应融资规模为109,782.00万元，扣除预计发行费用约10,323.44万元（不含增值税）后，预计募集资金净额约为99,458.56万元。高于前述募集资金需求金额。按轻重缓急投资于以下项目：