

记者 | 伍洋宇

编辑 | 文姝琪

16.70港元，7月9日午间收盘，小米公司股价接近17港元——上市两周年，它似乎终于要重回发行价。

2018年7月9日，小米在港交所敲钟上市，小米人积攒八年多的情绪得到一次完美释放。但市场并未加入这场狂欢，小米17港元/股的发行价开盘即遭破发，跌幅达2.35%。经历了一天的拉扯后，小米报收16.8港元/股，较发行价仍跌去了1.18%。

小米“开盘破发”已是招惹议论纷纷，两次“腰斩”则更为外界所咋舌。

第一次就发生在上市。小米在一级市场的估值曾一度传来高达1000亿美元，但以发行价盘算仅为543亿美元。事实上，小米在2014年底的融资消息就已传出过450亿美元的估值。换句话说，小米后来四年的努力，只换来了不到100亿美元的增值空间。

第二次则在上市的一年之后。刚上市的一个月，小米股价也曾大幅上涨，最高触碰到每股22.2港元的盘中价格，随后便一路走低。期间挣扎上升过几次但都不持久，最后在2019年9月2日盘中创下8.28港元的历史最低价。

两次节点性的“被看低”为小米招来诸多质疑，这背后并非没有原因。

小米上市本身没有踩在一个好的时间点上。2018年的资本寒冬对很多人来说仍然历历在目，彼时，市场兼具内忧外患，外有中美贸易战、美联储加息，内有去杠杆、严监管。这些动作延伸至资本市场后引起“钱荒”，导致大批赴港上市的新经济公司估值倒挂。

它们本在半年前还雄心勃勃，但七八月等待它们的只有“破发”和“流血上市”。

而后，上市近一年多的时间小米也没能扭转开局劣势，这与其自身表现有关。富途证券投研团队对界面新闻记者分析称，这段时间小米股价低迷主要是由于在4G时代其市场份额不断被友商侵蚀，而小米中低端手机盈利能力低下，互联网服务业务和IoT业务也一直在爬坡当中，资本市场对其未来存疑。

2019年，小米发布的机型中最主要的有三款，旗舰机小米9、性价比机型红米Note 7，以及主打设计流的小米Mix3，从产品的突破性上来讲得到了消费者和行业的一定认可。

不过，据英国调研机构Canalys对国内智能手机手机市场的调查数据显示，2019年国内销量前三的厂商是华为、OPPO和vivo，其市场份额分别为38.5%、17.8%和17%，小米仅以3880万台出货量占据10.5%市场份额，同比下滑21%。

这个下滑幅度不仅超过了2019年国内智能手机总出货量7%的下跌，也使小米成为了排名前四的厂商中除逆势上涨35%的华为之外下滑最厉害的手机品牌。

与此同时，据小米2018年第四季度至2019年第三季度财报数据，其IoT与生活消费产品同比增速为75.4%、56.4%、44.0%、44.4%，互联网服务同比增速为39.3%、31.8%、15.7%、12.3%，均显示出增长疲态。

实际上，关于股价为何持续走低的疑问，小米也曾对外回应。2019年第二季度财报沟通电话会上，小米时任CFO周受资表示，股价会受到很多外部大市场的影响，“小米坚信只要持续在业务道路上为用户提供价值，小米的业绩持续增长迟早会在股价上体现的。”

以小米当时的股价表现来评判，这是一个听上去说服力并不强的回应。毕竟在2019年1月，小米董事长雷军、时任CFO周受资及其他控股股东宣布将禁售期延长一年，都未能大力拉动股价。

但这样的情况似乎就快成为历史。如果拉出一张今年的行情图，会发现小米上半年已经基本脱离10港元的“稳态”，开始冲向新高。