

上半年61家非上市寿险公司净利下降近9成

截至8月8日,大部分非上市险企已披露了二季度偿付能力报告,相关险企上半年业绩表现也随之出炉。据记者不完全统计,在已披露该报告的非上市寿险公司中,有29家公司盈利,合计净利润为134.5亿元;32家公司亏损,合计亏损93.2亿元。

整体而言,上半年非上市寿险公司净利润增速出现大幅下滑,上述61家险企合计净利为41.3亿元,同比下滑86%。受访专家认为,投资收益下行是拖累非上市寿险公司业绩的主因。此外,疫情等因素也影响了承保利润。



非上市寿险公司业绩分化明显

整体来看,61家非上市寿险公司上半年合计净利润较去年同期出现较大幅度下滑,且亏损险企数量超过了盈利险企数量。

在29家上半年盈利的非上市寿险公司中,泰康人寿、阳光人寿、中意人寿、中信保诚等险企上半年净利润排名靠前。其中,泰康人寿与阳光人寿净利润在非上市寿险公司上半年净利润排名中暂位列第一和第二,分别为61.55亿元、29.23亿元,这2家

险企的净利润之和占29家上半年盈利的非上市寿险公司净利润总和的67.5%,非上市寿险公司马太效应依然明显。

从上半年亏损的非上市寿险公司来看,中邮人寿净利润亏损17.8亿元,偿付能力报告显示,上半年中邮人寿净资产收益率为-56%,总资产收益率为-0.4%,投资收益率为1.8%,综合投资收益率为0.8%。除中邮人寿之外,还有2家非上市寿险公司上半年亏损超10亿元;另有2家非上市寿险公司的亏损额为5亿元至10亿元;其他27家上半年亏损的非上市寿险公司亏损额低于5亿元,其中有11家亏损额低于1亿元。

从险企披露的数据来看,目前中小险企面临诸多问题:一是部分险企保费规模较大,但净利大幅亏损;二是业务品质低下,部分险种出现高比例退保,个别“拳头”产品退保率超过50%;三是较为依赖投资端,但投资能力却明显不足。

投资端与承保端双双承压

今年上半年,非上市险企投资端与承保端双双承压,尤其是投资端收益率普遍下行,影响了险企净利增速。

普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾对记者表示:“相较于财产险公司,寿险公司的短期经营业绩更易受到资本市场波动的影响。今年上半年资本市场波动较大是拖累寿险行业利润水平的重要因素。”

星图金融研究院研究员黄大智对记者表示,去年同期非上市险企投资收益较高,推高了基数,也是非上市险企业绩同比大幅下滑的重要原因之一。

从承保端看,受宏观经济、疫情等因素影响,寿险业上半年保费增速持续低迷。根据银保监会披露的数据,上半年人身险公司原保费收入同比微增3.5%。

多家险企称,新业务价值等方面承压。例如,泰康人寿表示,二季度,行业仍处高质量发展转型

攻坚期,虽然保费收入初步企稳,但受到宏观经济下行压力持续加大、疫情影响下居民消费信心不足等诸多因素影响,保险需求转化延迟,线下展业受到较大考验,保费收入与新业务价值等方面仍将持续承压。

就目前中小寿险公司面临的压力,周瑾表示,相比投资端的短期波动影响,客户经营能力不足和渠道销售乏力带来的影响更加严重,这也是中小寿险公司面临经营困境的最主要原因。市场和消费者已进入新时期,但部分保险公司的经营模式和竞争能力还停留在旧轨道上。

对于今年下半年寿险业发展趋势,周瑾表示,下半年资本市场存在一定的不确定性,但承保端或仍将承压,行业将继续在高质量转型的道路上探索和尝试。

黄大智表示,下半年险企的业绩依然取决于股市波动、去年投资收益的基数、新业务价值等变量。其中,去年下半年险企投资收益不及去年上半年,因此今年下半年业绩增速压力或有所缓解。

“在承保端,中小寿险企业要持续提升客户经营能力,尤其是强化数字化时代的客户需求挖掘、产品定制设计、客户体验提升、综合服务体系以及营销模式创新等方面能力建设,提升自身核心竞争力。在投资端,要充分利用保险资金长期性的特点,发挥股权投资的长期回报优势,加大投研能力和大类资产配置能力建设,用穿越周期的价值投资理念来践行保险资金运用的使命,并赢得差异化的竞争优势。”周瑾说道。

慧择保险经纪战略发展部总监马潇对记者表示,短期来看我国人身险市场增速放缓,但长期发展潜力仍被市场看好,原因有三方面:一是高收入群体规模不断扩大、人均可支配收入持续增长;二是居民储蓄意愿增强;三是我国人身险渗透率依然处于较低水平。基于此,险企应重视精细化运营,针对不同客户群体,进行差异化经营,进一步深挖客户价值。

据《证券日报》

小市值释放大能量 融资客青睐小盘股

近期,小盘股表现持续强于大盘股,从4月27日到8月8日,中证1000指数累计涨幅达36.26%。分析人士表示,在流动性较为宽裕的环境下,市场存在较为丰富的结构性机会,看好中小盘成长股,建议挖掘景气扩散的成长方向。

中证1000表现抢眼

从行业情况来看,8月8日,申万一级行业中,煤炭、国防军工、石油石化行业涨幅居前,分别上涨3.25%、2.21%、1.71%;商贸零售、美容护理、食品饮料行业跌幅居前,分别下跌1.03%、0.87%、0.57%。

在8月8日的市场中,小市值股票走势显著强于大盘股,中证1000指数上涨1.21%,领涨A股各主要股指。

从4月27日的低点到7月5日盘中高点,上证指数、深证成指区间最大涨幅分别为19.60%、30.07%,同期中证1000、沪深300、上证50指数区间最大涨幅分别为37.44%、20.58%、16.65%。小市值股票集中的中证1000指数反弹幅度远大于其他指数。

自7月5日以来,A股市场进入震荡调整。截至8月8日收盘,上证50、沪深300指数较7月5日的盘中高点分别累计下跌10.50%、8.44%,而中证1000指数则逆市上涨1.09%。由此可见,在大市调整的阶段,小盘股依然受到资金青睐。

对于中证1000指数持续走强的原因,融智投资基金经理夏风光表示,有外因和内因两个方面。从外部来看,近期中证1000股指期货期权合约正式挂牌上市,促进了中证1000的交易活跃度,并且中证1000ETF规模迅速扩大后,也有被动配置的需求。从内部来看,中证1000指数估值偏低,市盈率位于近十年的13%分位左右,而未来三年预期盈利的年复合增速在28%左右。估值上有优势,又有衍生品的助推,这是指数走强的根本原因。

小市值股票“涨势喜人”

从资金面上来看,截至8月5日,Wind数据显示,沪深两市融资余额报15145.91亿元,4月27日以来累计增加491.42亿元,中小市值股票被融资客显著加仓。

从4月27日以来融资客对行业板块的加仓情况来看,Wind数据显示,截至8月5日,融资客对电力设备、有色金属、电子行业加仓金额居前,分别净流入170.97亿元、135.58亿元、97.72亿元。对医药生物、非银金融、计算机行业减仓金额居前,分别净流出70.93亿元、18.44亿元、14.06亿元。

个股方面,融资客对天齐锂业、宁德时代、江淮汽车、盐湖股份、长安汽车加仓金额居前,分别为29.71亿元、23.60亿元、21.34亿元、19.82亿元、17.25亿元。江淮汽车融资加仓金额进入前三,反映了融资客对小市值股票的追逐。此外,绿的谐波、江特电机、中矿资源等小市值股票也被融资客显著加仓,净买入金额均超过9亿元。

从4月27日以来的个股走势来看,含其间上市的新股在内,Wind数据显示,A股市场共有229只股票涨幅超过100%,其中超过9成为市值在500亿元以下的小市值股票,融资客对小市值股票的加仓也获得了良好的回报。

成长股被看好

过去几个月,A股市场中的小盘成长风格表现突出。对于后市,成长股仍被机构看好。

中信证券联席首席策略分析师裘翔表示,8月A股在寻找新平衡的过程中,资金博弈仍然剧烈,市场波动依然较大。当前行业间及赛道内估值分化均在扩大,由于增量资金有限,市场调仓博弈仍将持续。配置上,建议均衡布局成长制造、医药和消费板块,在成长制造板块中,更看好半导体及军工行业。

“高景气成长赛道交易拥挤度上升,依然是机会大于风险。中小盘股表现占优的局面难言结束。建议超配汽车(汽车零部件)、黄金、军工、自主可控、医药、光伏、电力电网(新能源相关配套建设)等行业。”安信证券首席策略分析师林荣雄认为。

夏风光表示,中小市值成长股中长期仍然是值得看好的,参考沪深300和中证500指数衍生品推出后成交量有一个逐步爬坡的过程,未来投资者对中证1000指数的重视程度还会进一步增加。在中小市值的选股当中,要特别注重细分行业的研究,把握景气度和未来成长空间比较好的细分行业,选择细分行业龙头进行配置。

据《中国证券报》

市场动态

A股三大指数集体收涨 煤炭等板块涨幅居前

8月9日,A股三大指数集体收涨。据Wind数据,截至收盘,上证指数涨0.32%,报3247.43点;深证成指涨0.24%,报12331.09点;创业板指涨0.71%,报2694.80点。

申万一级行业板块中,煤炭、电力设备、国防军工等板块涨幅居前;农林牧渔、医药生物、汽车等板块跌幅居前。

概念板块中,先进封装、有机硅、连板等

概念板块涨幅居前;猪产业、饲料精选、鸡产业等概念板块跌幅居前。

东吴证券认为,目前市场继续小幅反弹,指数反弹即将进入均线压力区,由于本轮反弹主要集中在中小市值品种,需重点关注短期热点,重个股轻指数,可选择半仓进行短期热点的轮动操作,等待市场选择方向后再择机进行加仓或减仓。

综合

银行理财市场新变化 交叉代销“不分彼此”

继委托百信银行代理销售理财产品后,7月底农银理财与兴业银行签订《理财产品代理销售服务协议》。据统计,兴业银行是第5家与农银理财开展理财产品代理销售业务合作的银行。

近日调研获悉,多家银行理财子公司正在发力拓宽理财产品销售渠道,代理销售成为各家银行拓展理财市场的新方式,一些已成立理财子公司的银行优先代理销售更有竞争力的他行理财产品。

对于一些不具备理财子公司牌照的中小银行而言,代理销售同业理财产品更是寻求业务突破的一大途径。以微众银行为例,截至目前已与中银理财、交银理财、信银理财、光大理财、招银理财、兴银理财等15家银行理财子公司合作,上线200余款理财产品。

大力拓展他行代理销售渠道

当前,银行理财子公司力求摆脱对母行代理销售渠道的依赖,大力拓展他行代理销售渠道。

多家银行理财子公司的产品出现在他行理财货架的优选位置。农银理财的“农银安心灵动30天”、工银理财的“鑫添益持有90天”出现在招商银行理财产品精选栏,排位顺序优于招银理财多款同类型产品。

“我们主要拓展国有大行、股份行和互联网银行的渠道,之后将拓展城商行、农商行、村镇银行等区域中小银行的渠道。”某银行理财子公司人士透露。

宁银理财相关负责人表示,公司从机构规模、经营区域、客群互补等角度遴选代理销售合作伙伴。销售渠道的多元化布局有助于公司在产品销售上突破母行经营区域的限制,引入更多增量资金。

银行也改变了主要推介本行产品的固有观念,在代理销售他行理财子公司产品方面更为主动。据普益标准统计,目前已有50家商业银行代理销售他行理财子公司产品,其中一些银行已成立或获批成立理财子公司。

一些理财业务转型情况较好的银行,对代理销售他行理财子公司产品持开放态度。“我们不进行本行或他行的区分,只根据客户需求推荐理财产品。”招商银行一位理财经理表示,所有准入的理财产品均在货架展示,有额度、收益好的产品会排在推荐页面靠前位置。

“他山之石”可以攻玉

布局理财产品代理销售业务,成为银行打开收入增长空间的新途径。

由于占用资本金比例较小、业务收入可观,理财产品代理销售业务受到银行青睐。招商银行2021年年报显示,当年该行代理销售理财产品的收入达58.74亿元,占其零售财富管理手续费及佣金收入近两成。

宁波银行相关负责人表示:“目前,本行代理销售包括平安理财、交银理财、招银理财、兴银理财在内的8家他行理财子公司的产品,推动本行财富管理业务规模增长。”

某银行资管业务人士表示,代理销售他行理财子公司产品,不仅能提升财富管理业务规模,也能丰富银行产品策略及形态。

中小银行发展理财产品代理销售业务,更是

有着明显的区域优势。民生银行律师专家库成员张澜曾分析称,一些中小银行线下网点多、分布地域广,在代理销售大型银行理财产品方面具备天然优势,能让小微客户和“三农”客户就近享受大行理财子公司的产品。

目前,理财产品代理销售业务尚未对互联网代销平台、券商、基金公司开放。多位银行人士表示,各银行应发挥自身优势,而非追求“大而全”。

“产品好卖”才是核心

银行为何纷纷发力理财产品代理销售业务?

中国人民大学国际货币研究所研究员陈佳表示:“在银行理财子公司尚未形成市场规模时,本行产品有限,银行要完成考核,必然会代理销售他行理财子公司产品。当银行理财子公司初具规模后,就要考虑他行与本行产品的权重。”

“我们会对理财产品进行全面评估,包括公司资质、投资团队专业性、产品业绩表现、净值回撤情况、额度供给情况、风控能力等。”宁波银行相关负责人透露,该行主要结合市场需求、当前货架产品类型等情况与其他机构开展合作,形成优势互补关系。

陈佳表示,在销售方面,银行最关心的是预期营销效果。多家国有银行的理财经理表示,产品设计、市场口碑、综合收益较好的产品会受到平台追捧。

普益标准数据显示,从产品类型看,各银行代理销售的他行相关产品风险等级集中分布在中低风险,产品类型以固收类为主,投资期限多为1至2年。

业内人士认为,今后,银行代理销售的产品风险收益将多元化。长期来看,这有利于银行从投资者需求出发,在全市场精选优质理财产品,保证产品供给与客户需求相匹配。在此过程中,银行理财产品净值波动在所难免,厘清产品和销售方责任至关重要。

银保监会发布的《理财公司理财产品销售管理暂行办法》要求,银行理财子公司与代理销售平台在各自责任范围内,共同承担理财产品的合规销售和投资者合法权益保护义务。“银行理财子公司与代理销售平台之间是委托合同关系。出现产品质量问题,由产品发行方承担责任;出现销售问题,由代理销售平台承担责任。”张澜铿锵。

据《上海证券报》