

年内 266 只新股上市 粤苏浙数量居前

今年以来,A股市场“上新”频率加快,募资规模节节攀升。9月9日,华大智造等5只新股上市,受到市场热捧,首日平均涨幅为14%。

Wind 数据显示,截至9月9日,年内A股市场共有266只公开发行的新股上市,募集资金总额达4400亿元。其中,中国移动等4家募资规模均超百亿元。

“今年以来,新股上市热情高涨。经济发达地区企业上市踊跃,大量资本持续向新兴产业汇聚,资本市场支持科技创新作用凸显。”申万宏源首席市场专家桂浩明对记者表示。

从地域分布来看,今年新上市公司主要集中在粤苏浙三省。Wind数据显示,广东(50只)、江苏(49只)、浙江(30只)三省合计129只,占年内上市新股总数的48%。

“广东、江苏、浙江三地营商环境优良,经商氛围浓厚,民营经济发达,拥有一大批优质中小型民企。”川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳对记者表示。

桂浩明也认为,今年新上市的公司主要集中在东南沿海地区,经济发达,产业集聚,市场活力



强。与此同时,中西部地区新上市公司虽然数量较少,但部分地区信息产业发展快,新上市公司数量已有显著提升,发展后劲足。

从板块分布来看,科创板、创业板吸引力十足。其中,创业板新股数量最多,达103只,科创板新股83只,二者占新股总数的70%;科创板新股以1842亿元募资规模居首,创业板新股募资规模1297亿元,二者合计占比71%。

“科创板、创业板掀起资本热潮,反映出经济发展正向创新驱动转型。科创板企业通常具备重研发的基因属性,掌握核心技术以及成熟的企

业高新技术成果转化渠道,这些都是资本市场投资者的关注重点,同时也与我国科技创新战略相契合。”沙利文全球合伙人兼大中华区总裁王昕对记者表示。

Wind 数据显示,前述266只新股中,247只来自战略性新兴产业,占比93%。从细分领域来看,85家新一代信息技术产业公司募资规模达1984亿元,无论是数量还是规模上均领先于其他领域。此外,生物产业、高端装备制造产业等领域公司数量也较多。

王昕表示,以新一代信息技术产业为例,物联网、人工智能和5G加速商业化将是未来科技创新的方向,市场商业空间广阔,具有长期企业价值和成长性且已得到市场认可的科技公司将继续受到市场欢迎。

展望2022年第四季度,德勤中国资本市场服务部发布报告认为,在稳步推进注册制改革,叠加落实更多的稳经济政策进程中,预计2022年A股市场的新股融资总额有望打破2021年创下的纪录。

据《证券日报》

上半年险企净利润下降 银保渠道成发力点



日前,中国平安、中国人寿、中国太保等保险业上市公司半年报相继披露完毕。上半年,大部分上市险企的净利润出现不同程度下降,但保险业保费收入依然保持增长态势。来自中国银保监会的最新数据显示,2022年上半年,保险公司原保险保费收入2.8万亿元,同比增长5.1%。赔款与给付支出7768亿元,同比增长3.1%。2022年二季度末新增保单件数242亿件,同比增长9.5%。

产险业务保持增长

从已经公布的数据看,上半年中国人保、中国人寿、中国平安、中国太保和新华保险累计实现归母净利润约1220亿元,同比减少约15%。资产与负债双轮驱动一直是保险公司业绩增长的动力来源。然而,上半年国际形势复杂多变,加之国内疫情反复,使得宏观经济下行压力加大,资本市场震荡波动。权益市场的波动影响了保险资金的投资收益水平,投资收益下降则成为拖累上市险企净利润的主要因素。

值得注意的是,上半年主要上市险企的保费收入均呈现出稳中有升的态势。例如,新华

保险实现保费收入约1026亿元,同比增长2%;中国人寿实现原保险保费收入3791.81亿元,同比增长11%。

中国人寿保险股份有限公司党委书记赵鹏在业绩发布会上表示,资产负债管理是寿险公司经营的核心,中国人寿将进一步加强资产负债管理,推动负债端和资产端协同发展,持续优化公司的负债结构,同时不断加强资产的战略配置,从而努力提升获取长期稳定投资收益的能力。

与人身险公司相比,上市险企的财产险业务则保持了增长态势。中国平安公布的财报显

示,上半年平安产险原保险保费收入1467.92亿元,同比增长10.1%;综合成本率为97.3%。有券商在研报中分析认为,这样的成绩来源于平安产险在车险领域的深耕。近年来,平安产险持续加强科技应用,实现数据驱动客户经营线上化。“平安好车主APP”已成为认知度和使用率都非常高的用车服务APP。截至2022年6月末,注册用户数突破1.59亿,累计绑车突破9900万。依托移动互联网,平安产险在行业内较早使用车险理赔视频查勘,平均耗时仅需5分钟。2022年上半年,平安产险车险1小时内赔付案件量占比达92.9%。

养老年金、终身寿险等期交产品。

财报数据显示,中国人寿、中国人保、新华保险、中国平安4家险企银保渠道保费收入也有较快增速。中国人寿、中国平安、中国人保、新华保险银保渠道保费收入分别为426.09亿元、667.4亿元、392.80亿元、311.95亿元,同比分别增长23.72%、45.09%、41.9%、7.8%。

中国人寿副总裁詹忠表示,寿险公司的个人代理人队伍一直处于下行通道,各家公司都在主动转型。从目前来看,下滑的速度在放缓。上半年,中国人寿人均首年期缴产能提升了60.6%,一年内新人7个月的留存率提升约10%,13个月的留存率提升超过30%。

再集团保费收入稳健增长,集团合并总保费收入8798亿元,同比增长56%,境内财产再保险和人身再保险业务市场地位持续稳固。公司业务结构不断优化,财产再保险境内非车险业务分保费收入158.53亿元,同比增长42.1%,先后落地以网络安全保险、生物制品(含疫苗)责任保险为代表的24个产品创新项目。人身再保险境内保障型业务分保费收入13506亿元,同比增长12.6%,推出面向肺结节人群的百万医疗险、面向老年人群的重疾型长期护理险等多款创新产品。

肖远企表示,保险公司要在负债端满足客户真实需求,在资产端坚持审慎经营。保险公司要以客户为中心,分析了解客户究竟需要什么样的保险产品和保险服务,保险供给必须能够直达和满足客户的真实需求,而不是靠营销或抬高渠道手续费来增收。只有客户的需求得到真正满足,保险经营才能实现可持续,保险的负债质量才能真正保障。

据《经济日报》

多家银行试水个人碳账户 绿色行为可兑换绿色权益

今年以来,包括平安银行在内的多家银行纷纷试水个人碳账户。专家表示,银行尝试将个人碳足迹与金融服务挂钩,在促进绿色消费的同时,将进一步丰富金融服务场景。建议逐步完善相关制度安排,建立个人碳账户国家标准,同时出台措施鼓励银行创新支持碳减排的产品和服务。

积累能量换权益

今年以来,多家银行纷纷试水个人碳账户。“低碳家园”是平安银行探索建立个人碳账户的实践。

“产品的基本模式是,用户的绿色行为可获得绿色能量,进而兑换绿色权益,激励用户践行绿色行为,形成绿色闭环。通俗理解,银行账户当中存的是现金,碳账户中存的则是碳资产。”平安银行战略发展部董事总经理卢乐书向记者介绍。

在绿色能量的积累方面,“低碳家园”中积攒绿色能量的方式主要有三类,即低碳出行、数字金融、在线办理业务,共涉及17种具体行为。比如,步数每天最多可兑换180点能量,骑共享单车每笔可以获得18点能量,新能源充电每笔可获得58点能量。

在权益兑换方面,北京上班族李晗说:“现在攒够16016点能量,可以在河北省丰宁县种一棵山樱桃树。我已经快攒够了。靠自己日常的行为能种出一棵真树还是挺酷的。”

卢乐书表示,区别于互联网推出的个人碳账户,平安银行碳账户运用丰富的零售端金融工具和绿色权益体系来运营。比如,通过单车出行积攒碳减排量和绿色能量,以绿色能量兑换共享单车优惠券,形成绿色流量的闭环。

事实上,除平安银行外,今年以来,建设银行、中信银行、浦发银行、日照银行等均加快了个人碳账户的探索。在权益奖励方面,除了积分兑换、消费返现等,有银行还尝试根据碳积分将客户进行分级,在授信额度、贷款办理等方面提供差异化的优惠政策等。

可以预期的是,未来随着银行在个人碳账户方面的探索逐渐深入,碳积分的应用也会越来越广泛。“在场景端,我们将继续扩大绿色行为覆盖范围;在权益端,我们会持续丰富公益类、生态保护类等内容;在用户体验端,持续优化平台体验和加强平台运营,增加用户的获得感,与用户一道践行低碳理念。”卢乐书称。

助力银行完善金融服务

专家认为,个人碳账户的设立,无论从社会公众角度还是银行角度来看都有重要意义。

对于公众而言,设立个人碳账户有助于促进绿色消费。卢乐书介绍,发展消费端绿色金融是经济绿色转型发展的重要一环。个人碳账户作为一个公益平台,运作逻辑就是通过资源来激励用户践行绿色行为,累积的绿色能量能兑换绿色行为、公益行为的奖励。

对于银行而言,发展个人碳账户有利于其业务发展。“商业银行碳账户利用信息化手段实现客户管理与绿色权益有机结合,是商业与公益并举的创新尝试。”卢乐书认为,商业银行有责任也有能力通过自身获客资源的布局调整来引导客户进行绿色消费和践行绿色行为,这是商业和公益的良性结合。

在复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼看来,接下来相关部门对于银行绿色业务的考核会越来越严谨,银行探索个人碳账户是符合绿色转型方向的。同时,碳账户也能让银行更全面地了解客户生活、消费、出行等各方面的行为习惯,从而开拓新场景,为消费者提供更为个性化的金融产品及服务。

碳账户标准有待统一

当前,银行主要是基于自身优势布局个人碳账户。展望未来,业内人士认为,应建立全国统一的碳账户标准,统筹各方力量设立居民碳账户。同时,增加碳积分可兑换的范围,让个人碳账户既“叫好”,也“叫座”。

卢乐书表示,业内期待各方合力打造居民碳账户。当前,各类主体都在利用各自优势布局碳账户。头部互联网公司具备场景和用户优势,能够快速将场景铺开;商业银行则运用丰富的零售端金融工具和个人信用体系将碳的类货币属性做深。

卢乐书建议,政策端可加大对绿色零售端的支持引导力度,适当扩大绿色零售业务认定口径,引导金融机构资源向绿色零售倾斜,进而引导个人用户践行低碳理念。行业标准方面,尽快制定统一的个人碳减排量核算标准和绿色零售数据的认定依据。

安永大中华区金融服务可持续发展服务合伙人、ESG管理办公室主任李菁也认为,可考虑通过建立统一的全国性碳核算体系,量化小微企业、社区家庭和个人的节能减碳行为。同时,碳账户的有效管理离不开碳信息收集与核算,还应培育发展独立的第三方认证机构,通过开展碳信息鉴证类业务,进一步规范碳账户管理,增强绿色行为可信度。

此外,董希淼表示,在数据采集方面,银行应加大对个人消费、企业经营等行为数据的保护,同时建议由政府部门牵头建立碳账户数据互通机制,形成数据互补、场景整合。在数据应用方面,银行应纳入用户衣食住行用等多种场景,增加碳积分的使用范围,同时加大宣传力度,向全社会普及碳账户的作用和权益。

新华社北京9月9日电