

准备金计提增加,投资收益下滑,赔付增多三因素共振

# 四大险企第三季度合计净利同比下滑39%

■本报记者 苏向泉

今年三季度,上市险企的业绩表现又让投资者失望了。

截至10月29日发稿,A股五大险企中,除中国太保暂未披露季报之外,其他4家险企均已披露。具体来看,中国平安、中国人寿、中国人保、新华保险第三季度归母净利润分别同比下滑31.2%、54.5%、36.6%、51.2%,合计归母净利润同比下滑39.1%。当日,保险股应声大跌,新华保险等3家上市险企股价跌幅均超5%。

回顾今年上半年,上市险企净利还曾出现较快增速,三季度业绩缘何突然变脸?据季度报告及上市险企管理层人士分析,上半年险企出现净利较快增长的主因是适时兑现部分权益投资浮盈所致;第三季度上市险企净利下滑,主要与准备金折现率假设更新、投资收益下滑、赔付提升等三大原因有关,不同上市险企受影响的程度各有侧重。

## 上市险企净利大幅下滑

三季度显示,今年第三季度,中国平安、中国人寿、中国人保、新华保险的归母净利润分别为236亿元、75亿元、39亿元、14亿元,同比下滑均超过30%。

关于净利下滑的主要原因,中国平安提到“主要受资本市场波动影响”;中国人寿称“传统险准备金折现率假设更新”所致;中国人保源于“赔付支出、提取准备金同比增长等因素”;新华保险则称“主要受会计估计变更的影响”。

整体来看,准备金计提增加、投

资收益下滑、赔付增加等是险企利润下滑的三大主要影响因素。其中,有3家险企提到准备金计提的影响。

由于人身险合同期限普遍较长,尤其是重疾险、传统寿险等险种,存续期甚至长达数十年,因此,保险公司需要从保费中计提一部分资金,以应对赔付、退保、给付等支出。

准备金计提多少是通过保险精算评估出来的,评估依据是折现率、死亡率、发病率、费用、保单红利、退保率等精算假设。由于这些假设会根据生命表、投资收益等因素变动,因此准备金计提也会出现相应变动。

以新华保险为例,今年三季报显示,公司以资产负债表日可获取的当前信息为基础确定包括折现率、死亡率、发病率等精算假设,以计量资产负债表日的各项保险合同准备金,本项会计估计变更增加寿险责任准备金24.67亿元,增加长期健康险责任准备金63.8亿元,减少2021年前三季度税前利润合计88.47亿元。

除准备金增提的影响之外,投资下滑、赔付增长也将对上市险企净利形成负面影响。中国平安提到,第三季度净利下滑受到“资本市场波动影响”,前三季度净利下滑主要受公司对华夏幸福相关投资资产进行减值计提等调整的影响。中国人保则表示,因车险赔付率上升等原因,导致赔付支出增加,影响了公司的净利增速。

## 负债端与投资端持续承压

了解决定保险股业绩增长的主要逻辑与影响因素后,就能根据当前

## 四大上市险企今年第三季度业绩情况

公司	归母净利润	同比变动
中国平安	236亿元	-31.2%
中国人寿	75亿元	-54.5%
中国人保	39亿元	-36.6%
新华保险	14亿元	-51.2%

4家上市险企已公布第三季度业绩,归母净利润同比下滑幅度均超30%

主要与准备金折现率假设更新、投资收益下滑、赔付提升等三大原因相关,不同上市险企受影响的程度各有侧重

上市险企的发展现状,预测今年四季度乃至明年的业绩增速,这也是投资者对保险股最关心的话题之一。

不过,从上市险企高管及券商研究员的观点看来,尽管今年以来,保险股持续走低,保险指数年内已下跌37%,但作为行业基本面的负债端与投资端尚未有触底反弹的迹象。

从负债端最新月度数据来看,目前行业保费依然处于下行通道。9月份,人身险保费方面,中国人寿、平安人寿、太保寿险、新华保险均出现不同程度的同比负增长;产险保费方面,人保财险、平安产险、太保产险也出现同比负增长。

今年以来,保险业保费持续负增

长的一大重要原因是,保险产品作为可选消费品,在经济下行或居民消费水平下降之际,保费增速会受到明显冲击,这也是保险股的周期性所在。

中国人寿总裁苏恒轩分析认为,受疫情影响,居民对长期大额支出以及非必需品方面的开支更加谨慎,也就是花钱更谨慎了。因此,寿险行业面临不小压力。

中国平安也在三季报中提到,当前国内疫情多点散发,叠加汛情等自然灾害冲击,经济恢复的基础仍需进一步巩固,居民消费水平环比下降,对公司长期保障型业务仍有一定影响。

尤其是保费增速下滑后,寿险代理人加速流失,消费者对保险产品的

性价比要求提升,诸多负面影响均对寿险业形成负面反馈。在诸多内外部因素共振下,保险公司需要加速转型应对。但是,目前保费市场份额较高的险企均为大型险企,有些“船大难调头”。在国内经济增速放缓的背景下,占保险业保费收入超七成的寿险业要想尽快触底反弹,难度不小,仍需更多时日。

华金证券分析师崔晓雁等券商研究员也认为,在负债端,9月份保费数据持续承压,拐点仍未显现;在资产端,长端利率仍处于下行通道。因此,建议投资者密切关注代理人、开门红、长端利率等先行指标,及时捕捉保险行业的拐点何时出现。

## 多家银行APP精简瘦身 银行线上服务生态或生变

■本报记者 彭妍

曾经手机银行APP带来的“指尖上的便捷”,如今却变成了“指尖上的负担”。

不少用户向《证券日报》记者反映,日益泛滥的手机银行APP出现了功能重复、体验不佳、同质化等问题。记者也发现,很多银行除了缩减网点之外,自去年以来,开始整合旗下APP产品功能,对移动端客户业务“缩减”。

易观高级分析师苏筱苒对《证券日报》记者表示,“银行整合手机APP,一方面是基于APP历史表现的衡量;另一方面是为了更好地整合旗下各类资源,提升运营效率”。

## 多家银行缩减APP数量

日前,邮储银行发布公告称,自11月17日起,将停止邮储生活APP注册及支付服务;自12月22日起,将停止邮储生活APP全部服务,并关闭邮储生活APP下载入口。今年8月份,兴业银行曾发布公告称,将于10月11日终止“兴业企业银行”APP服务,相关功能已迁移至“兴业管家”APP。

早在去年,光大银行已将直销银行APP“阳光银行”与手机银行APP合并。更早之前,工商银行也对其APP体系进行过梳理,终止运行多个总行级APP。

苏筱苒建议,未来银行可在客服、设计排版、功能设置等方面提升APP用户体验。同时,要做好内容,做出差异性,通过交叉营销将流量变现,实现盈利;设置合理的用户等级体系和激励措施,以提升用户黏性。

在业内人士看来,银行APP开发泛滥的背后,是银行APP流量快速增长后陷入瓶颈的状态。当银行APP的用户增长到一定程度,再要求银行APP以之前的速度增长,已经不太现实了。

根据第三方数据分析机构易观分析发布的数据,作为国内零售银行的一家代表性机构,招商银行的手机银行APP活跃用户增长已表现疲软。半年报显示,截至2021年6月末,招行旗下“招商银行”和“掌上生活”两大APP的MAU(月活跃用户数)为1.05亿户,环比下滑1.87个百分点。同比数据也不乐观,截至2021年6月末,“招商银行”APP的MAU较去年末仅增长0.2%,人均月登录次数从去年末的11.98次降至10.94次。招行“掌上生活”APP的MAU为4347万户,也较去年末减少256万户。

此外,金融APP监管治理也逐步趋严。10月19日,中国互联网金融协会在官网通报称,有17款金融APP未在规定时间内完成备案整改工作。通报显示,这17款客户端软件涉及8家金融机构,其中包括5家银行,以及保险公司、支付公司、消费金融公司各1家。

## 需注重用户需求和体验

近年来,银行大力发展手机银行业务,部分银行以场景化、生态化、数字化为方向,探索提供多场景、多行业、多渠道的线上金融服务。例如,部分银行先后发布手机银行私人银行专版、企业手机银行版。亦有不少银行针对不同细分客群推出老年版、乡村版、小微企业版、英文版等多种手机银行版本。但在创新过程中,银行APP的业务重叠、同质化等情况难以避免。

《证券日报》记者在多家银行旗下商店中搜索后发现,多数头部银行旗下均有3个至4个APP,类型涵盖个人类、企业类、生活服务类、转账支付类、贷款类等多个细分领域。同一银行旗下的各APP之间细分边界并不明朗,很多业务有重叠,且各家银行APP同质化程度较高。

银行APP泛滥,也遭到不少用户吐槽。“针对银行不同业务,需要下载多款APP。”北京市海淀区的王先生告诉《证券日报》记者,自己平时工作忙,所以经常使用手机银行,但繁多的手机银行APP不仅严重占据手机空间,对其很多功能也不甚了解,使用率较低。

与王先生有类似感受的用户不在少数。“除了银行官方APP外,银行还针对购物、生活、信用卡等方面推出好几个APP。”市民张阿姨向记者抱怨道,“虽然APP下载了不少,但有很多一年也用不了几次。”

银行调整线上服务渠道的另一个重要原因是迫于流量见顶的压力,非接触金融服务需求的猛增对手机银行APP的持续增长能力和用户留存带来挑战。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》记者表示,银行要做好现有APP的用户体验,可尝试两种方式。一是从线下渠道向线上引流,通过线下网点银行职员一定的激励,培养职员树立流量意识和互联网思维;二是增加APP外延,增加社交功能和电商功能,推出更多内容,或跨界自媒体等。银行APP可通过嵌入式金融,依靠互联网巨头进行用户拓展,增强粘性,或通过线下场景金融,实现拓客、获客、黏客的目的。

# GQY视讯重组四连败“又逢连夜雨” 前三季度扣非归母净利润同比降10倍

■本报记者 吴奕萱 见习记者 郭霖霞

10月28日晚间,GQY视讯披露三季报,2021年前三季度实现营收1.15亿元,同比增长20.65%;归母净利润亏损988.19万元,同比下降179.94%;扣非归母净利润亏损1827.40万元,同比下降1001.91%。公司第三季度单季归母净利润亏损10.57万元,亏损额较今年第一季度、第二季度有所减少。

有股民在股吧为公司加油打气称,“亏得越来越少了,争取年报时扭亏为盈。”GQY视讯也曾在半年报中表示,多种因素导致公司业绩出现亏损。但目前市场销售势头向好,公司将积极采取措施,力争能在本年度扭亏为盈。

GQY视讯能否在第四季度实现扭亏为盈,目前还是未知之数,但其在重组的路上却已遭遇了四连败。

## 又一次宣告重组终止

10月19日晚间,GQY视讯发布公

告称,公司最终以现金方式收购深圳市华荣科技有限公司(以下简称“华荣科技”)全资子公司东莞市长隆通信技术有限公司(以下简称“长隆通信”)51%股权的相关事项。关于终止原因,公告称,鉴于本次收购的交易对手方华荣科技的客户对函证和访谈的态度,此次交易已难以继续推进。

回溯公司过往公告可知,此次重组始于今年2月23日,GQY视讯与和平电子(深圳)有限公司(以下简称“和平电子”)、王晖、陈健及华荣科技签署《合作备忘录》,拟现金收购华荣科技全资子公司长隆通信51%股权。

交易对手手中,华荣科技全资控股长隆通信;和平电子系华荣科技的股东,直接持有华荣科技42.24%的股权,并通过深圳市三和荣宇技术有限公司间接持有华荣科技7.168%的股权。

据GQY视讯此前发布的公告,交易双方还约定了一笔财务资助。在收购股权前,和平电子同王晖、陈健先开展华荣科技内部股权架构调整

工作,调整完成后,和平电子将持有华荣科技49.408%的股权。对上述股权架构调整后,GQY视讯将向和平电子提供不高于9508.8万元的财务资助,年利率为3.85%。如今重组终止了,这笔财务资助却还在追讨过程中。

此次GQY视讯重组事项也引起监管部门的关注,深交所下发关注函,要求公司就相关情况进行核查,并做出详细说明。但截至目前,GQY视讯尚未给出回复。

## 七年内四次重组未果

记者对东方财富Choice数据库梳理后发现,今年以来,已有11家上市公司发布关于重组终止的公告。但是,像GQY视讯这样“七年内四次重组未果”的上市公司却极为罕见。

2015年10月份,GQY视讯披露公告称,由于谈判过程中交易双方未能就交易对价等问题达成一致,公司决定终止收购上海新世纪机器人有限公司85.15%股权。

机构提升效益。贵州数据宝产品研发院院长李可顺对《证券日报》记者表示,“隐私计算技术是所有多方数据交互计算场景的刚需,金融场景是其重要落地场景之一。金融风控的核心是数据,各金融机构的风控能力均需三方数据作为交叉验证或联合建模,以提升风控效果。其中大部分均涉及敏感数据,隐私计算在数据不可见、效果能保障的基础上,可以解决金融机构后续的数据需求。”

据零壹智库日前发布的《隐私计算在金融领域应用发展报告2021》(下称《报告》)显示,在金融领域,隐私计算主要应用于风控和营销两个领域。

在风控环节,隐私计算可以帮助金融机构将自身和外部数据联合起来进行分析,从而有效识别信用等级,降低多头信贷、欺诈等风险,有助于信贷及保险等金融产品的精准定价;而多方数据的共享融合,有助于提高金融机构的反洗钱甄别能力。

在营销环节,通过应用隐私计算技术,可以利用更多维度的数据为客户做更精准的画像,从而提升精准营销的效果。因此,目前银行等金融机构有动力投入更多预算来应用隐私计算技术。

据《证券日报》记者了解,工商银行的联邦学习已将隐私计算技术应用于风控等多个场景。比如,引入北京金控的不动产数据,与行内贷款企业的时点贷款余额、注册资本、账户余额等数据联合建立企业贷中预警监测模型,该模型提升准确率约4%,从而提升工商银行的风控监测业务能力。工商银行还通过联邦学习与互联网公司的客户特征数据完成联合建模,将信用卡申请反欺诈模型的K-S值提升了25.1%。此外,交通银行、招商银行、平安银行等也在积极探索并落地隐私计算应用。

在企业层面,星云Cluster依托海量安全可信的数据源,为某大型股份制银行搭建了联邦学习模型,并根据该算法模型为客户评级打分,由此合理分配营销资源,使该行个人信贷业务的当月营销转化率提升3.5倍以上,联邦模型AUC达0.73,极大提高营销精准率和客户转化率。

隐私计算在金融领域的应用不仅限于上述两个方面。隐私计算与区块链技术结合后,可改变更多金融场景,比如跨境支付、供应链金融等。

“数据现已成为生产要素,区块链可以有效建立数字身份体系,实现数据确权与可信共享,并建立多方监管模式下的大数据交易体系;结合隐私计算技术,可以实现数据的可用不可见,解决数据权属不清和隐私滥用的问题。两者结合,将形成数据流通的基础设施。”中国通信工业协会区块链专委会轮值主席于佳宁对《证券日报》记者表示。

## 金融+隐私计算 尚处初级运用阶段

近年来,隐私计算开始在很多真实商业场景中落地,但距离隐私计算市场全面爆发还有很远距离。要实现大规模商业化应用,隐私计算技术的性能提升至关重要,不仅决定着数据处理效率,也决定着隐私计算进入实际应用场景的可行性。

零壹研究院院长于百程对记者解释称,性能提升不会一蹴而就。一方面,性能提升需要大量资金投入。许多团队需要兼顾商务落地与技术提升,边赚钱、边研发,这是一个根据实际需求不断提升的渐进过程。另一方面,性能提升是由需求拉动的。

大重组之名操纵市场的嫌疑。”

## 经营现状严峻业绩承压

在陷入重组失败怪圈的同时,GQY视讯目前还头顶较大的经营压力。公司扣非归母净利润在最近5年中有4年是亏损的,2016年至2020年,公司扣非归母净利润分别为-2977万元、-1.15亿元、-5263万元、-1947万元、357.7万元。

从现金流来看,GQY视讯2019年前三季度、2020年前三季度现金流持续为负,分别为-2459.67万元、-3068.15万元。今年前三季度,公司的经营现金流、投资现金流和筹资现金流分别为-1.70亿元、-369.54万元和350万元。

一位不愿具名的注册会计师告诉《证券日报》记者,公司归母净利润亏损、经营现金流为负,说明企业盈利能力薄弱,现金流量也不敷出。公司近三年经营现金流持续为负,今年前三季度的投资现金流也为负,仅依靠筹资来巩固现金流,因此,需要关注投资的收益情况。

隐私计算目前尚处于市场开拓初期,应用场景比较简单,处理数据量还不大。但未来应用越来越多,需要处理的数据规模也越来越大,对算力和性能的需求也会更强。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇对《证券日报》记者指出,数据保护贯穿的是整个生态链条,每个链条上都会存在泄露问题。隐私计算并不是万能的,比如对于机构的内部泄露,光靠技术是无法解决的,需要配以内部的管理、外部的监管以及相应的追责制度。

李可顺则认为,隐私计算现在面临的主要问题是,前期每个需要部署隐私计算环境的企业,均需进行数据对齐等时间周期较长的工作,对大多数机构来说,所投入的人力物力都是无法评估后续产出的。隐私计算产品被市场接受,也需要一个市场教育的过程。《报告》指出,不少金融机构的风控部门目前并没有意识到隐私计算的重要性。目前隐私计算的产品价格相对于收益来讲,对一些业务体量不大的金融机构还不太划算。因此,许多金融机构对是否采购隐私计算产品,仍处观望状态。