

保险牌照不再“香” 近两年来 15家A股公司终止跨界保险业

■本报记者 苏向泉
见习记者 杨洁

3月19日,金发科技公告称,近日,经法人寿筹备组及各发起人协商,综合考虑近年宏观经济环境及金融政策变化,一致决定终止筹备花城人寿。

这并非首例A股上市公司跨界保险“打退堂鼓”。据《证券日报》记者不完全统计,自2020年以来,截至目前,已有15家A股公司宣布终止或退出设立、筹备保险。

对于终止涉足保险业的原因,接受《证券日报》记者采访的险企人士及专家认为,一是近两年行业驶入低谷,投资保险公司的实际ROE及预期下降;二是宏观经济下行,股东方出资能力受限,投资险企“有心无力”;三是监管趋严,一些出资方有资本实力,但不符合其他监管要求。

当“保险牌照梦”照进现实

近年来,相继有上市公司终止设立保险公司的计划。据记者不完全统计,自2020年以来,截至2022年3月20日,已有包括海印股份、香雪制药、用友网络、ST天成、银江股份、海汽集团、贝因美、海峡股份等在内的15家公司退出或终止设立保险公司,涉及的保险牌照包括财产险、寿险和健康险等类型。

进一步梳理发现,上述公司初步审议通过参设保险公司的议案多发生在2016年前后,而彼时成为上市公司参股、发起设立保险公司“高潮期”的原因有四方面:一是强化与主业的系统效应;二是降低融资成本,保险公司的负债成本低廉;三是投资保险公司的ROE较高,且行业处于上升期;四是保险牌照的价值较高,有溢价属性。

数据显示,2016年,共有70多

家上市公司宣布拟参与投资设立保险公司;2017年,这一数值降为31家,同时,有4家上市公司宣布退出参与设立保险公司;2018年,拟参与发起设立和决定退出的上市公司数量分别为5家和3家;2019年,仅有3家上市公司拟参与发起设立险企,有4家决定退出。

时移境迁,由于宏观经济环境及金融政策变化、筹建时间久、难以保证投资预期收益、与公司发展规划相关度不高等原因,许多上市公司发现投资保险公司不如想象中的那么“美好”。例如,海峡股份2021年底公告称,南华财险筹建近4年仍未完成,期间共有3家股东发起人陆续退出。考虑到原先南华财险投资评估的基础条件已发生较大变化,政策和环境难以保证投资预期收益,且与公司发展规划相关度不高,公司决定终止本次对外投资事项。

此外,通过收购现有股东间接入股保险公司也是一种常见的方式。不过,保险公司股权交易也有遇冷之势。据阿里司法拍卖平台信息显示,去年以来,18场保险股权拍卖中,有10场因无人出价而流拍或失败,其中不乏一起起拍金额较高,单笔股权数量较大的保险股权。例如,福州天策实业有限公司持有的某险企3.2%的份额,起拍价高达1.6亿元,今年2月11日结束拍卖时仍无人出价。

时过境迁的新问题

除上述问题外,业内人士还提到,目前保险业下行,竞争激烈,监管趋严等正成为牵制资本涉足保险业的新问题。

就上市公司设立、参股保险过程中按下“暂停键”,普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾在接受《证券日报》记者采访时提到三方面原因:首先,由于保险

据记者不完全统计,
自2020年以来,截至2022年3月20日

已有包括海印股份、香雪制药、用友网络、ST天成、银江股份、海汽集团、贝因美、海峡股份等在内的15家公司退出或终止设立保险公司,涉及的保险牌照包括财产险、寿险和健康险等类型

王琳/制图

业转型改革进入深水区,发展面临的挑战加大,增速放缓,股东回报水平以及预期有所下降,对投资人的吸引力因此降低;其次,受宏观经济和疫情影响,很多企业经营遭遇困难,部分保险公司原有股东或潜在投资人的盈利能力和现金流承压,出资能力受到影响;最后,监管趋严,银保监会对股东资质和资金来源加强穿透和规范管理,国资委也严控产业对金融的投资,一些有出资意愿的股东无法成行。

从行业发展现状来看,近两年,保险业增速明显趋缓。银保监会披露的数据显示,2021年保险全行业原保险保费收入同比增长4.05%。拉长时间线来看,2020年、2019年和2018年,该数值分别为6.12%、12.2%和3.92%。由此可见,2021年增速相对较低。

从行业盈利情况来看,2021年,75家非上市财险公司中,有23家出现亏损;64家非上市寿险公司

中,有19家出现亏损。无论财险公司还寿险公司,并非稳赚不赔,个别险企甚至连续多年出现亏损。

而且,随着此前保险公司数量的扩围,行业竞争日趋激烈。IPG首席经济学家柏文喜对记者表示,近两年,上市公司申请设立保险公司的热情逐渐降温,上市公司跨界保险频频折戟,原因或在于越来越多的保险企业进入市场,加剧行业竞争,让新设立的险企生存困难。而在现金流未进入正循环的状态下,依靠存贷利差投资盈利的模式也难以实施,因而导致上市公司被迫纷纷按下“暂停键”。当前保险股权交易遇冷的原因主要是,在亏损和盈利前景不明的情况下,投资价值下降,潜在接盘者较少所致。

除行业驶入低谷之外,强监管也对保险业高质量发展提出了更高要求。2018年4月10日开始实施的《保险公司股权管理办法》是

保险制度监管中基础性的制度,对投资人的准入门槛条件、股东行为、出现问题后承担的后果等进行了说明,通过事前、事中、事后的管理机制,规范股东行为。

“近年来,保险行业监管更加规范与严格,尤其是对于保险公司大股东的行为规范与资格提出了准入门槛。”武汉科技大学金融证券研究所所长董登新对《证券日报》记者表示,过去一些上市公司试图通过参与设立保险公司使自身业务金融化,或通过参股来达到和保险公司的某些关联交易,分享保险市场带来的红利。

在周瑾看来,现有保险公司在目标客群、产品和经营模式上有比较明显的同质性特征,竞争也很激烈,因此,未来监管放行的新增保险企业应该主要是一些针对特定领域和人群,产品和经营上有差异化特色,能够对现有市场形成更好补充的机构。

锦富技术亏损近3.5亿元 收购神洁环保谋翻身?

■本报记者 陈红

3月19日,锦富技术发布2021年年度报告显示,公司2021年实现营业收入9.72亿元,同比下降28.74%,归属于上市公司股东的净利润亏损3.46亿元。

业绩持续萎靡困境待解

锦富技术创立于1998年,于2010年登陆资本市场。近年来,由于多元化战略不及预期,公司业绩出现大幅波动。

《证券日报》记者梳理公司历年年报发现,自上市后,公司净利润在2012年达到顶峰的1.44亿元后,业绩开始大幅波动。数据显示,2015年至2017年,公司实现营收分别为31.54亿元、29.73亿元、30.21亿元;实现净利润分别为2158.25万元、3820.12万元、5848.44万元。

进入2018年,公司出现上市以来首次亏损,8.23亿元;2019年,公司扭亏为盈,实现盈利1474.15万元,随后直至2021年,公司再次出现亏损状况。

据2021年年报显示,分产品来看,液晶显示模组、光电显示薄膜及电子功能器件及检测器具及自动化设备为锦富技术主要收入来源。上述产品分别实现营收1.64亿元、3.78亿元及2.07亿元,同比分别下降69.28%、1.83%及10.17%。其中,液晶显示模组业务毛利率为-6.05%,同比下降18.48%。

对此,锦富技术解释称:“公司液晶显示模组业务主要由全资子公司奥英光电(苏州)有限公司(以下简称‘奥英光电’)负责生产和销售,苏州三星电子显示有限公司(以下简称‘三星显示’)是奥英光电的最主要客户。2020年第一季度,三星显示股权对外转让,直至2021年一季度末,交易双方才完成股权转让的交割。三星显示此后更名为苏州三星光电有限公司,受此客户股权变动及其产品战略调整的影响,本期公司的液晶显示模组业务的订单量和销售量均出现了大幅下降。”

“另外,受行业竞争加剧影响,导致光电显示薄膜及电子功能器件产品毛利率同比下降。”锦富技术表示。

欲收购神洁环保助力业绩

锦富技术也试图扭转局势。2020年9月份,锦富技术拟以5.6亿元收购模切厂——久泰精密70%的股权,然而在筹划此次重组近一年时间里,公司接到交易对方通知,单方面终止本次重组的相关协议,收购计划戛然而止。

2021年11月份,锦富技术又把目光瞄上了电力设备服务公司——神洁环保。2022年2月21日,公司审议通过,拟以4.81亿元收购其53.42%的股权。

据悉,神洁环保成立于2003年,所属建筑材料、建筑装饰行业,主营业务带电清洗、降噪工程、安装工程。财务数据显示,2015年至2020年,公司营收从1.03亿元增至3.72亿元;净利润从2036万元增至6878万元。2021年前三季度实现营收2.39亿元、净利润3997万元。

对于本次交易,有券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示:“锦富技术瞄上神洁环保,主要看好其带电清洗、降噪工程等业务发展前景。若交易成功,对公司业绩将有助力作用,但双方业务互补性较差,可能不利于锦富技术的重新聚焦主业战略。”

北京特阳光新能源总裁祁海坤则向《证券日报》记者分析称:“神洁环保所涉足的领域具有一定的行业壁垒,进入门槛较高。电力行业包括电力设备,其安全运行以及可靠性要求非常高,对于施工服务机构要求的资质和经验等比较高,很多关键的重要设备不能停电维护保养,很多作业都需要带电操作,其安全保障体系要求就很高,尤其是消除静电漏电、防腐蚀和污染、降温和降噪等相关工艺在城市区域操作,带电清洗服务的安全保障就更加重要。”

“随着化石能源消费转型新能源变革的趋势到来,包括新能源汽车带来的充电桩设施的大力扩建,电力能源行业的担子更重,电力设备设施需求也在快速增长,对于带电清洗和降噪降噪服务行业带来很大的市场新增空间。神洁环保在这方面深耕多年,具有一定的核心技术优势和业务经验,本次交易也可以借助资本的力量,快速拓展全国性市场。”祁海坤补充道。

本版主编 姜楠 责编 田鹏 制作 朱玉霞
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

记者观察

资本市场支持老字号“金字招牌”再发光

■朱宝琛

近年来,我国老字号企业发展活力不断增强,品牌影响力持续提升。然而,在其发展过程中也遇到了诸如创新能力不够、发展水平不高、缺少资金支持等问题。

如何走出发展困境?

日前,商务部等8部门联合印发《商务部等8部门关于促进老字号创新发展的意见》,提出一系列相关举措。其中,在“优化老字号金融服务”方面,提出“支持符合条件的老字号在资本市场上市或在中小企业股份转让系统、区域性股权市场挂牌,利用多层次资本

市场做大做强”。

其实,老字号叩开资本市场大门并非新鲜事:贵州茅台、同仁堂、广誉远、全聚德、片仔癀、恒顺醋业、海天味业、张小泉……一大批耳熟能详的老字号企业已经成为资本市场上一道靓丽的“风景线”。同时,还有一大波老字号企业正在上市的路上。

老字号企业上市,是自身求变的一个重要手段,是谋求新发展的一个重要途径。面对日益激烈的市场竞争,老字号企业想要“发新芽”,光靠情怀和传承是不够的,一方面,需要运用先进的管理手段和经营方式,让企业更规范地运行;

另一方面,需要资金的大力支持。

在此过程中,通过改制上市,让企业更为规范地发展和运作的同时,资本市场的直接融资功能也将发挥重要作用,支持这些“金字招牌”再发光。

目前,我国多层次资本市场体系已经清晰,企业可以根据自身条件和发展情况选择在不同板块上市。特别是随着注册制改革的稳步推进,所设置的包容性上市条件为处在不同发展模式、不同发展阶段的企业提供了更多的选择。因此,老字号企业要抓住资本市场改革机遇,通过上市筹集发展资金,以进一步提升自身的市场规模和

市场地位,实现企业做大做强。

补充粮草,引入活水,运用资本化学手段助推,是老字号企业复兴过程中的重要一环。这一点已不少顺利上市的老字号企业中得到体现:通过资本市场,一方面,让企业获得更多的关注,经营业绩取得长足发展;另一方面,借助资本市场的融资功能,为企业发展带来了足够的资金支持。

但是,上市并不是终点,也不是确保自身屹立不倒的“强心剂”,而是对企业本身提出了更高的要求。对老字号企业来说,上市究竟是“新瓶装旧酒”,还是为再次创业补充“弹药”,这是必须要思考的一

个问题,也是要面临的一个考验。毕竟,如果还在用老方法、老思路经营,上市后就“躺平”,那么就募集到再多资金,又有何意义?

所以,要想让“金字招牌”继续发光,对“老字号们”而言,在突破地域限制的同时,更要在创新方面下力气,确保能够尽快形成新的收入增长点。毕竟,上市只是提供了更大的平台,企业想要实现盈利、想要发展壮大,最终还是要取决于企业自身,要思考靠什么来保持长期竞争力。比如,在消费者消费能力提升、消费思路变化的当下,老字号企业应该拥抱新消费,改变自身的发展态势。

