

五大上市险企上半年保费收入同比增长4% 财险业务表现亮眼 寿险保费微幅提升

■本报记者 冷翠华

截至7月17日,A股五大上市险企(中国人寿、中国平安、中国人保、中国太保、新华保险)上半年保费(指原保险保费,下同)全部出炉。整体来看,五大险企共取得保费收入15912.99亿元,同比增长4%。分业务来看,上市险企财险业务取得稳定增长,寿险保费整体微幅提升,不同险企间有所分化。总体而言,尽管二季度上市险企业绩出现边际改善,但上半年整体业绩依然承压。

目前,上市险企半年报尚未正式披露,新华保险发布业绩预告公告称,上半年其归母净利润同比下降较大,但降幅较一季度明显缩小。研究机构认为,尽管上半年上市险企整体业绩依然承压,但行业最差的时期已经过去,下半年的表现值得期待。

车险业务占比皆下降

数据显示,上半年,中国人保取得保费收入3790.95亿元,同比增长11%;中国太保取得保费收入2408.79亿元,同比增长7.9%;新华

保险取得保费收入1025.86亿元,同比增长1.96%;中国平安取得保费收入4290.39亿元,同比增长1.6%;中国人寿取得保费收入4397亿元,同比微降0.66%。

五大上市险企中,中国人寿和新华保险为寿险公司,其他3家为集团上市。从不同业务类型来看,上半年,上市险企寿险业务整体同比微增0.77%。不同险企间出现分化。具体来看,中国人保旗下的人保寿险取得保费收入720.41亿元,同比增长12.33%;中国平安旗下平安寿险取得保费收入2634.4亿元,同比下降2.51%;中国太保旗下的太保人寿取得保费收入1490.53亿元,同比增长5.4%。

分季度看,上市寿险公司保费收入增速比一季度有所提升。海通证券分析师孙婷、任广博认为,一是二季度以来,各险企相关业务去年同期基数较低;二是以增额终身寿险产品为代表的长期储蓄类业务保费增速较快,预计各险企新单保费增速持续改善。

上半年,上市险企财险业务整体表现亮眼。具体来看,中国人保集团旗下的中国人保财险取得保费收入2766.71亿元,同比增长9.9%;中

国平安旗下的平安财险取得保费收入1467.9亿元,同比增长10.11%;中国太保旗下的太保财险取得保费收入918.26亿元,同比增长12.2%。

从三大上市财险公司来看,今年上半年其车险业务占比较去年全年皆有所下降。例如,上半年,人保财险车险保费收入为1288.08亿元,同比增长6.7%,车险业务占比为46.56%,而其去年全年车险业务占比为56.9%;平安财险的车险保费收入为955.02亿元,同比增长7.29%,车险业务占比为65%,而去年全年其车险业务占比为69.9%;太保财险的车险保费收入为481.69亿元,同比增长7.9%,车险业务占比为52.5%,而去年全年其车险业务占比为60%。

对此,业内人士认为,一方面,上半年上市险企车险业务短期受疫情影响拖累;另一方面,上市险企大力发展非车险业务,两因素共同造成车险业务占比下降。国泰君安证券分析师刘欣琦、谢雨晨认为,短期疫情波动不改车险保费修复性增长态势,6月份,在疫情缓解、汽车购置税减半等政策利好下,新车销量同比增长22.6%,推动

上市财险公司保费边际大幅改善。

保险股配置价值提升

上市险企半年报将于8月下旬披露。新华保险业绩预告公告称,新华保险上半年归属于母公司股东的净利润预计为42.18亿元至52.73亿元,预计同比下降50%至60%。“业绩预减的主要原因是自去年同期净利润高基数的情况下,今年上半年受资本市场低迷的影响,投资收益减少,导致净利润同比变动较大”。

尽管上半年新华保险业绩预减,但和一季度的降幅相比,其表现出明显的边际改善。一季度,其归母净利润同比下降78.7%。

东吴证券保险行业分析师葛玉翔对《证券日报》记者表示,当前保险股估值水平已反映了压制保险股基本面的负面因素,且处于历史低位,向下空间较为有限。

兴业证券分析师孙寅、徐一洲认为,保险板块资产负债两端皆有所改善。2021年年报和今年一季报的主要利空因素在股价中已充分释放。从资产端看,投资收益在权益市场回暖和低基数背景下,实

现边际改善。从负债端看,增额终身寿险等储蓄型产品在权益市场波动加剧的背景下需求回暖,叠加营销队伍规模企稳,人身险市场呈现边际改善态势;同时,在疫情影响减弱、复工复产推进、新车销售改善等因素带动下,财险业增速持续回暖。

孙寅、徐一洲认为,当前,保险板块估值和市场持仓均处于历史底部区间,具备较好修复空间的保险股市场关注度明显提升。展望后续,负债端新单业务预期将在储蓄业务需求回升、队伍规模企稳以及低基数带动下逐步修复;资产端投资收益或随地产风险缓释、权益市场回暖和利率震荡企稳持续改善。基本面改善预期下低估值和低持仓的保险股配置价值提升。

在中报前瞻中,华创证券的徐康、洪锦屏认为,增额终身寿险等产品贡献增量,人身险保费收入预计边际改善趋势,新业务价值持续承压。同时,财产险的非车险方面,法人业务是决定能否实现承保盈利的最主要因素,二季度各公司均把非车险的理赔作为降赔减损的重要工作,以期实现承保盈利。

广汽集团上半年产销规模升至行业第四 埃安销售量突破10万辆

■本报记者 李昱丞 见习记者 李雯珊

7月16日,广汽集团召开2022年度中期工作会议,《证券日报》记者从广汽集团相关人士处获悉,广汽集团2022年上半年主要经营指标实现正增长,产销规模跃升行业第四名。旗下纯电新能源电动车品牌埃安2022年上半年累计销量约10.03万辆。

“今年上半年,广汽集团汽车产销分别跑赢行业大势,创造了集团成立以来少有的超越行业的发展水平;集团产品结构、品牌价值、营销体系、以及经营管理和研发制造能力均得到显著优化提升。”广汽集团董事长曾庆洪在年中工作总结会上表示。

产销规模升至行业第四

据了解,广汽集团2022年上半年汽车产销分别为115.2万辆和115万辆,同比分别增长15%和12%,产销规模跃升行业第四名。实现工业总产值1990.3亿元,在地产值1891.6亿元,同比分别增长24.9%和27.1%。上半年“攻城拔寨”重点项目投资完成率60.90%,超过时序进度10.9个百分点。

2022年上半年广汽集团研发板块新增专利992件,其中发明专利348件,占比35%;整车板块广汽丰田生产、批发、零售增幅居主流合资企业第一,市占率首次达4.9%,创历史新高;零部件板块,加速关键零部件的深度国产化,推进广州华望等企业36款芯片国产化替代;金融服务板块广汽汇理零售合同新增超23万,同比增长11%,创历史新高;移动出行板块如祺出行完成10亿元融资,进一步深化“双轴驱动”战略布局。

广汽集团总经理冯兴亚在年中工作总结会议上表示,要紧扣高质量发展这个根本要义,持续推进质量变革、效率变革、动力变革和体制机制变革,同时推动质的稳步提升和量的合理增长。坚持培育壮大新动能,继续拓展新能源智能网联新优势,加快科技型企业转型升级。

纯电汽车品牌埃安销量突破10万辆

此前,冯兴亚透露,广汽集团2022年产销将会挑战同比增长15%的目标,预计主要的增量来自于自主品牌,特别是新能源汽车埃安的销量。2025年实现自主品牌新能源车销量占比50%,2030年实现全集团新能源汽车销量占比50%。

冯兴亚曾在今年3月份的广汽集团业绩交流会上向记者表示,要做到把现在的“蔚小理”变成“埃小鹏”。公开数据显示,小鹏汽车和蔚来汽车在2022年上半年的累计销量分别约为6.9万辆与5.1万辆。在销售数量上,埃安排在了小鹏和蔚来之前,更是上半年唯一突破10万销量的国内纯电新势力汽车品牌。

据悉,2022年上半年广汽埃安销量10.03万辆,同比增长134%,并完成广汽埃安新能源工厂20万辆产能扩建。今年3月份,广汽集团发布公告,通过非公开协议增资方式实施员工股权激励,完成后广汽埃安的注册资本增至约64.21亿元。广汽埃安相关人士向记者表示:“预计广汽埃安三季度将完成A轮融资,如果综合条件允许,明年将择时择机择地上市。”

谈及广汽埃安的分拆与独立上市是否会影响到广汽集团在资本市场的表现,曾庆洪曾向记者表示:“广汽埃安分拆独立上市,将会更好地与广汽集团形成协同发展效应,广汽集团作为埃安的第一大股东,同时通过混改有效激发员工的积极性,留住人才,能够更好地体现埃安在新能源汽车领域的市场价值,这会更好地反哺提升广汽集团的资本市场地位。”

本版主编 沈明 责编 孙华 制作 董春云
E-mail: zmx@zqrb.net 电话 010-83251785

八成民营连锁机构入不敷出 口腔医疗规模越大亏损越多?

■本报记者 许洁

见习记者 靳卫星

近日,瑞尔集团有限公司公告称,本公司全资附属上海瑞彬管理咨询有限公司与无锡通善医院管理有限公司、无锡善行天下投资合伙企业(有限合伙)及无锡市通善口腔医院有限公司签署投资协议。据此,上海瑞彬有条件同意收购无锡通善51%的股权。由此来看,头部民营口腔机构扩张步伐加速。

事实上,医疗投资界素有“金眼银牙”的说法,2021年我国口腔医疗服务市场整体规模达到1450亿元,口腔医疗赛道成为资本眼中的“香饽饽”。但某医疗投资机构投资总监向《证券日报》记者表示,目前80%的民营连锁口腔机构都处于亏损状态,且上市公司数量较少。

在大众印象中,“看牙贵”已成共识,为何还会有八成连锁口腔机构亏损,钱去哪儿了?为此,记者展开深入调查,试图还原口腔赛道现状。

客单价高 扩张乏力

在口腔领域,牙齿种植和正畸因高客单价已成为口腔行业“两大金矿”,根据市场价格,单颗种植牙收费在1.8万至2.2万元之间,而正畸在2.2万至5万元之间。《部分口腔类医疗服务项目医疗保险、工伤保险支付类型》显示,政策支持针

对口腔疾病治疗和手术等方面进行医保报销,如拔牙、牙周疾病等。医疗美容方面,如种植牙、正畸等美容修复暂未列入报销范围。劲松口腔相关负责人表示,《证券日报》记者表示,种植、正畸两项业务占公司营收比重可达三分之二。

高客单价之下,相关公司的盈利情况如何?

《证券日报》记者梳理上市公司发现,2021年,被誉为“牙茅”的A股上市公司通策医疗的毛利率为46.06%,而被称为“港股上市口腔第一股”的瑞尔集团2021年毛利率仅为20.73%。

瑞尔集团年度业绩报告显示,公司存在“增收不增利”的情况,且在大幅亏损的情况下依然在寻求扩张。公告显示,报告期内,公司实现营收16.24亿元,同比增长7.16%,归属母公司净亏损7.01亿元,亏损同比扩大16.95%。

《证券日报》记者向瑞尔集团方面询问,公司在亏损扩大的同时依然继续扩张的原因,瑞尔集团方面表示,对此不予置评,一切以财报为准。

从财报中可以看到,口腔医疗机构主要支出集中在人力方面。2021财年,通策医疗人力成本为8.35亿元,占总成本55.76%,瑞尔集团雇员福利开支达9.16亿元,占总成本54.65%。其次是医疗材料成本,通策医疗支出3.94亿元,占总成本26.29%;瑞尔集团所用牙科材料支出为2.53亿元,占总成本15.1%。

“口腔医疗呈明显的‘穷庙富和尚’特点(对科技设备依赖程度低,对高资历医生依赖程度高)。同时,又非常考验机构的连锁化运营能力。”某医疗投资机构投资总监向《证券日报》记者表示。

事实上,口腔医疗行业高度依赖高资历人才,一方面,口腔专业十分依赖临床经验;另一方面,专业的牙科医生培养时间漫长,包括10年的本硕博、3年以上的临床及合规培训,总计13年甚至更多。另外,在机构扩张过程中,很考验其连锁运营能力,对运营人才也有极强的需求。

在此背景下,口腔医疗机构陷入扩张乏力的窘境。“目前80%的民营连锁口腔机构都处于亏损状态,且存在规模越大亏损越高的情况。”上述投资总监向记者表示。

民营机构谋求上市

国内口腔医疗产业链上游为耗材及器械制造商,中游主要为各级经销商及口腔医疗信息化平台,下游为各类口腔医疗服务机构。

口腔医疗服务市场主要有两大成长逻辑,其一,受益于健康意识与美学意识的加强,以及人均可支配收入和支付能力的提升;其二,老龄化带来口腔医疗需求,社会人口结构的变化导致牙齿缺失、牙科疾病等发病率上升,市场前景的确定性较高。

因此,口腔医疗服务市场的渗透率提高,推动市场较快增长。灼

识咨询报告显示,中国口腔医疗服务市场从2015年的923亿元增长至2020年的1628亿元,复合增速达12%,且有望在2030年突破5000亿元。

北京盖德口腔品牌总监刘洪波向《证券日报》记者表示,2015年至2016年,民营口腔医疗机构迎来一波投资热潮,近两年资本逐渐回归理性。

口腔医疗行业也曾出现一波冲击IPO热潮。中国口腔医疗集团六度递交港交所,2021年,恒伦医疗、小白兔口腔相继公布IPO进程;同年9月份,牙博士公布谋求在港上市的消息。目前,上述机构均上市未果。

目前已上市的口腔医疗机构有5家,其中通策医疗在A股上市,瑞尔集团于香港上市,另有蓝口腔、华美口腔、可思口腔等在新三板上市。其中,通策医疗市值最高,为500.17亿元。

此外,产业链上游的口腔医疗器械及耗材公司上市数量明显高于下游。目前有9家已上市,其中时代天使、现代牙科、佳兆业健康等3家公司于港交所上市,国瓷材料、新华医疗、美亚光电、康拓医疗、迈普医学、瑞康医药等6家公司于A股上市。

“小而美”还是规模化?

艾瑞咨询报告显示,中国口腔医疗服务市场竞争已进入红海阶段。市场整体呈现僧多粥少的竞

争状态。部分城市的市场竞争已进入白热化阶段。

在此背景下,国内口腔医疗市场存在诸多发展痛点。上述投资总监向记者表示,首先,市场竞争激烈,口腔医疗行业有明显的信息不对称特点,民营企业依然存在收费、服务价格不透明等问题,进一步导致投资成本高昂。其次,头部机构依然是处于亏损中扩张。另外,口腔医生人才供给严重不足且培养周期亦是行业共同面临的问题。

有口腔医疗行业研究者表示,“规模化未必是好模式,小而美更合适市场。”

盖德口腔创始人、首席专家黄懂向记者表示,盖德口腔定位“小而美”,做专家型高端诊所,“把高齿科做到全国连锁,本身就是一个伪命题,因为顶尖医生的数量是有限的”。

北京思哲科技有限公司总经理王浩唯向《证券日报》记者表示,医生创业走小而美,投资人做连锁,目标不同,所选路径也有所不同,未来应该会多种模式并存。

针对行业未来的发展格局,通用环球医疗集团有限公司投资部产业投资总监高朝新向《证券日报》记者表示,需要公立医院利用品牌优势及对医生核心素质的培养优势,把整个市场做大,满足大众消费者治疗基础疾病的需求的同时,培养更多行业人才;民营口腔医院则可以满足消费者追求更高端的服务。

