

月内623家公司获机构调研 机械设备、电子等四行业最受青睐

■本报记者 楚丽君

9月份以来,A股市场呈现出震荡整理格局,各大机构积极调研,寻找优质资产。同花顺数据显示,9月份以来截至9月8日,有623家上市公司接待了基金公司、证券公司、海外机构、阳光私募、保险公司等各类机构调研,而去年同期为580家,同比增长7.41%。

具体来看,上述623家公司中,有29家公司获得超100家机构密集调研,其中,中控技术、晶晨股份、怡合达、唯捷创芯、珠海冠宇等公司获机构调研家数位居前五。

记者进一步梳理发现,上述623家公司中,从业绩表现看,有344家公司上半年归母净利润实现同比增长,占比达55.22%;从机构持仓看,截至2023年二季度末,有

301家公司前十大流通股股东中出現社保基金、养老基金、险资、QFII(合格境外机构投资者)和券商的身影,占比近五成;从估值表现看,截至9月8日收盘,有377家公司的最新动态市盈率低于行业最新动态市盈率,占比超六成。

对此,接受《证券日报》记者采访的黑崎资本首席投资执行官陈兴文表示,尽管近期市场整体出现调整,但9月份以来获机构调研的上市公司中,超半数在今年上半年实现了归母净利润同比增长,这表明这些公司在经营方面取得了一定成绩,具有一定投资价值。

按照申万一级行业划分,上述623家被调研公司中,机械设备、电子、医药生物、计算机等四大行业的公司家数居前,分别有92家、81家、61家、61家。

陈兴文认为,上述行业在当前的经济和社会背景下具有较大的增长潜力。如,电子行业是科技发展的重要支撑,随着物联网、人工智能、5G等技术的快速发展,电子产品的需求持续增长。电子行业在新能源汽车、消费电子等领域也具备较好的发展前景。

对于机械设备行业,安信证券研报认为,工程机械板块处于基本筑底阶段,龙头企业凭借出口和盈利修复有望率先迎来业绩拐点,对行业未来复苏的预期也有望逐步推动估值修复,具备中长期配置价值。主要关注以下两大方向,方向一,核心零部件环节

积极逆周期投资,依托成熟产品体系布局海外工厂扩大份额,同时布局新产品、新领域,业绩增长的确定性与弹性兼顾;方向二,头部主机厂在当前行业下行阶段积极布局国际化转型升级,规模化效应叠加结构优化,盈利水平修复趋势渐显;部分国企背景标的受国企改革催化,改革成效兑现有望实现估值重塑。

电子行业方面,富荣基金研究员毛运宏在接受《证券日报》记者采访时表示,越来越多的电子行业公司存在供给端压力下降,而需求端缓慢转好的情况。行业在底部区间供需不断博弈之后有望迎来基本面的反转。

对于医药生物行业,兴华基金基金经理徐迅对记者表示,医药领域可以关注创新药板块、医疗

设备板块,这两个板块的长期投资逻辑好。医疗设备板块由于部分医院招标延后,季报受到影响,全年业绩预期下调,但估值上优质公司已至舒适的“击球区”,而且国产医疗设备具备性价比,业绩弹性显著。

计算机行业方面,接受《证券日报》记者采访的富荣基金研究员郭梁良表示,计算机行业承接各行各业的信息技术支出,具有一定的抗周期属性。在今年宏观经济复苏的背景下,大部分计算机细分行业都有望迎来拐点。上半年部分公司盈利能力有所回升;下半年,随着宏观经济的进一步恢复,计算机行业订单和收入拐点可期。长期看,人工智能对于传统软件的重塑,有望诞生出新的爆款应用,因此,对行业长期前景保持乐观。

中国证券监督管理委员会 行政处罚罚没款催告书

郑穆:

我会《行政处罚决定书》([2023]30号)决定对郑穆处以2,164.26万元罚款。该处罚决定书已送达生效,但你至今未按规定缴纳罚没款。

现依法向你公告送达罚没款催告书,自公告之日起经过30日,即视为送达。请你自本催告书公告送达之日起10日内缴清罚没款。罚没款汇至中国证券监督管理委员会(开户银行:中信银行北京分行营业部,账号:711101018980000162),并将汇款凭证传真至证监会处罚委(传真:010-88061632)。逾期不缴,我会将依照《行政强制法》的有关规定申请人民法院强制执行,并将申请执行的记录记入证券期货市场诚信档案。你对本催告书依法享有陈述权和申辩权。

2023年9月8日

本版主编 陈炜 责编 余俊毅 制作 张玉萍
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

三张保单保一生——阳光保险召开全客户思想的产品发布会



9月7日,阳光保险在北京举办“三张保单保一生 七彩阳光满堂红”发布会,全新推出“三/五/七”的全生命周期保障配置方案。发布会以“三张保单保一生、五张保单全家福、七彩阳光满堂红”的响亮口号与研究成果,高度凝练总结出满足人的一生的健康、养老,以及子女健康、求学、婚嫁,乃至家族财富传承、家庭财产安全等需求的保障保障。

阳光保险董事长张维功作主旨发布,在开场时,他问了个问题“你们觉得人的一生活需要配置多少种保险,买几张保单,才能让人获得比较放心的保障?”这一问题相信是公众高度关心的保险命题,也是绝大多数人甚至保险从业人士都难以给出清晰准确答案的问题。“阳光要清晰地告诉客户,人的一生活应该如何规划保险”,接下来张维功脱稿用了30分钟讲述了“三张保单保一生,五张保单全家福,七彩阳光满堂红”的内涵。“有这三句话,就可以让所有不同的客户,一下子知道自己如何量身定做自己的保险。不让客户多花一分的冤枉钱,让每一分保费都发挥应有的保障保障。”张维功在诠释发布会意义时这样谈到。

半个多小时的主旨发布、两个多小时的发布会,都是用最贴近客户、最通俗易懂的语言,这是“三/五/七”配置方案背后乃至阳光保险一贯坚持的“客户思想”的一个缩影。据悉,此次“三/五/七”配置方案的提出,就是在张维功的带领下,集团及寿险高管团队完全从客户的角度认真推敲保障体系的每一处细节设计,为客户传递来自阳光的温暖。公司董事长亲自上阵、着眼把控各个细节,这在别家公司可能都是罕见的,缘何阳光会有这样的坚守呢?“每个管理者都应该是一名好的产品经理,真正做到一切从客户角度出发”,张维功在发布会上的这一番话或许能够帮助理解阳光客户思想的源点。事实上,为了“三/五/七”更好贴合客户需求,阳光保险还开展了超2万人的客户大调研行动,最终为“三张保单保一生”的每张保单都设置了ABC三级保额类别,三三得九,细化为9类方案。

张维功曾在他们的创业纪念日上说到:“阳光要做到与众不同,要以‘爱与责任’的向善文化贯穿阳光人的始终,阳光人的行动是一种内心驱动的力量,自然就是一种爱的释放。”“爱与责任”是阳光文化的一大精髓,早在阳光成立初期,阳光文化中就明确提出“一切为了客户是阳光人的核心价值追求”,他们将“爱与责任”落实到立志要成为最懂与最爱客户的公司,成为最能以真诚与专业打动客

户的公司,成为最有能力为各类客户提供全生命周期的保障保障。

秉持向善文化,坚守客户思想,两者犹如一枚硬币的两面,成为阳光保险对每一位客户的需求感同身受、为每一个家庭的执着守护、为各类客户提供全生命周期保障服务,让每个人都可以轻松选择适合自己家庭的保障方案,并成为自己和家庭的保障配置专家。在金融资产配置成为必需品的背景下,“三张保单保一生,五张保单全家福,七彩阳光满堂红”家庭保障配置方案恰恰体现着阳光保险践行保障责任、服务人民群众的企业担当。

新时代孕育新需求,我国居民商业保险亟待补充

随着我国经济的不断发展,2019年我国人均GDP首次突破1万美元达到10276美元,我国稳居世界中等收入国家行列。今年年初公布的2022年经济答卷也显示,我国人均GDP已连续两年保持在1.2万美元以上。

社会财富显著增加,人民生活水平稳步提升,但与此同时,看病、养老等问题,依旧是民众最关切的重点民生问题。

虽然我国在推进城乡社保制度整合方面已经取得了一定的成果,但是,城乡社保待遇的差距仍然较大。商业保险作为社会保障的重要补充,可以通过提供多元化、个性化的保障产品,帮助农村居民提高保障水平,缩小城乡社保待遇的差距。

根据世界银行的测算数据,养老金替代率(即城镇职工退休后领取的平均基础养老金与在职职工平均工资的比率)不低于70%方可维持退休前的生活水准。而我国城镇职工养老金的平均替代率在2021年仅为43.6%,低于国际警戒线55%。

随着我国人口老龄化进程不断加快,养老问题成为国家和社会普遍关注的热点。尤其是在新的时代背景下,家庭结构和居住模式发生巨大变化,传统养老模式面临全新挑战。因此,构建新型老龄社会服务体系,基于老龄化新形势实现高质量养老,成为政府、社会、企业合力破解的重要问题。

商业保险可以有效地补充社会保障体系的不足,提高社会保障水平,缩小社会保障差距,为我国社会保障体系的建设和完善提供重要支持。因此,我国应该进一步推动商业保险的发展,使其在社会保障体系中发挥更大的作用。

与发达国家相比,我国在社会保障方面

的差距主要体现在社会保障水平和社会保障覆盖面两个方面。我国社会保障水平相对较低,社会保障覆盖面也相对较窄。商业保险作为社会保障的重要补充,可以通过提供多元化、个性化的保障产品,提高我国社会保障水平,扩大社会保障覆盖面。

放眼当下,商业保险的作用和价值已经越来越被社会各界所认识和接受。

以客户为核心转型发展,阳光保险着力增进民生福祉

伴随着商业保险被更多人接纳,行业自身也面临着转型升级的新课题。在我国保险业发展的数十年中,行业长期固守“产品导向”的理念,把保险看作孤立单一的消费产品与服务,这样的理念往往不具有针对性,也不能很有针对性地解决客户的保障问题。

而时刻铭记“一切为了客户”核心价值追求的太阳保险集团,已走在行业前列,率先提出为客户家庭提供围绕全生命周期的系统化保障保障规划,这一战略也被称之为“纵横计划”。

伴随着“纵横计划”的提出,阳光围绕客户家庭全生命周期不同阶段的核心需求,开展了海量客户的需求调研工作,并以需求侧指引供给侧创新,持续丰富产品供给体系。今年1月份,阳光保险发布了《中国现代家庭全生命周期“保险+”需求洞察白皮书》(以下简称《白皮书》),以调查研究掌握客户需求心声,并形成常态化机制,全面真实了解不同地域、不同财富水平、不同家庭阶段客户的保障需求,设计符合人群特点、家庭角色及全生命周期规律的创新产品服务。

同时,阳光也通过医养板块的建设发展、战略性投资能力的加强、内外部资源的整合,逐步建立起阳光特有的服务特色与服务优势,时时以差异化、接地气的分类服务让客户满意。

“始终把客户思想作为驱动力”,是阳光保险一贯秉持的信念。多年来,阳光跨越了行业内的多个曲折波动的周期,以极强的战略定力,秉持的客户思想走出一条价值成长、健康发展的优美曲线,成为业内公认的中生代公司翘楚。如今,面向资本市场更广阔的舞台,阳光保险并未停歇脚步。

解答“一生需要多少张保单”,阳光保险洞察现代家庭需求

人的一生究竟需要多少张保单?这一围绕客户需求的疑问成为阳光保险近年来的关注话题。不仅如此,阳光还将这一问题延伸至对客户家庭的关注,试图解答“一个家庭需要多少张保单”。

从服务单体客户延展至家庭客户,是保险公司客户识别越发精准科学的必需,也是现代社会结构之下增强风险防范能力的解决方案。

敏锐洞察社会和人口变化,以“客户思想”凝聚发展动能的阳光保险,将目光同样聚焦到家庭。

目前,我国家庭结构正在被重塑。第七次全国人口普查数据显示,一个家庭平均只有2.62人,家庭规模大幅缩小。另外,伴随中国城镇化快速推进,由此而导致的家庭结构形态更加多样。而随着传统的家庭模式被打破,“养儿防老”观念也正在被“储蓄养老”“金融资产养老”所替代。

由此,在《白皮书》充分调研的基础上,阳光保险今年上半年继续开展覆盖全国机构的

客户需求深度调研。调研的背后,是阳光保险立足“客户思想”的深思:中国现代家庭的需求关注点与保障现状之间存在错位,而这也成为阳光保险以家庭客户为对象,提供更贴合客户需求的产品与服务的重要依据。

调研结果显示,虽然不同地域、不同财富水平、不同家庭阶段的需求存在差异,但是梳理他们需求的内在核心逻辑,可以根据客户完整的全生命周期需求,站在完全客户的思想维度,将其保单的配置简化整合。

“三/五/七”描绘保障图谱,阳光保险创新全生命周期配置方案引领高质量转型

基于全面的调研数据,在集团及寿险高层的带领下,阳光保险全面推出“三张保单保一生 七彩阳光满堂红”全生命周期配置方案,用“赤橙黄绿青蓝紫”七种颜色为代表,系统、科学地解答客户之问。从客户视角出发,阳光构建了“三张保单”“五张保单”“七张保单”三大维度、层层递进的“三/五/七”保障配置方案。

具体而言,“三张保单保一生”就是一张保单解决“伤、残、没(死亡)”的问题,一张保单解决疾病的问题,一张保单解决养老的问题。围绕每个问题,阳光先是作了拆解,比如“没”可能一种是意外事故死亡,一种是非意外事故死亡,传统保险产品会相应区分为意外险与定期寿险,阳光此次则将两类产品责任组合成一个“意寿险”。又如如疾病可能分为小病与大病,小病的保障诉求更多在于医疗费用补差,而大病除了高昂的治疗费用,还要面临收入中断、康复治疗费用支出等,传统产品也是对应区分为百万医疗险与重疾险,阳光用“宜健险”保单就把这些问题都解决了。对于养老,阳光则用“宜养老”一揽子解决养老金与护理两类养老需求。三张保单,简单明了,贯穿一生。

“五张保单全家福”是在三张保单的基础上,加上为孩子配置的两张保单,一张是保障孩子健康的“怡健康”,另一张是解决孩子在求学和婚姻等重大时点资金储备的“宜成长”。“七彩阳光满堂红”是进一步面向高端群体的典藏款,包括解决代际传承的“宜传承”与保障家庭财产责任的“宜家财”。

“赤橙黄绿青蓝紫”七色光谱是阳光保险基于客户调查,深入了解现代家庭的现状,为客户破除保障痛点、构建家庭保障体系的智慧结晶。“三/五/七”不仅是阳光保险基于“客户思想”打造的产品配置理念创新,更是为现代家庭提供的全景化一站式解决方案。“七张

保单”涵盖了全生命周期保障保障,从人身保障到财务保障,从个人到家庭,全面满足客户保险产品需求。同时,对于处于“单身期”“家庭组建期”“家庭成长期”和“家庭成熟期”不同生命周期的家庭,“三/五/七”还配置了科学的保障方案,以相对“标准化”的解决方案,匹配不同周期中的保障需求;以“定制化”的专属方案,为不同家庭打造“个性化”保障配置。

“客户思想”焕发时代驱动力,“七彩阳光满堂红”让客户负责落到实处

在过去,很多人可能在面对许多保险公司一张一张地推销保单时会感到困惑,不知道如何选择;或者是可能已经买了不少年金保险产品,但是意外和医疗的保障还是很低。

面对这个行业现象,阳光保险以与众不同的方式走到了客户面前。他们推出的“七彩阳光满堂红”保险配置策略,不仅为客户省去了购买多张保单的繁琐,还能在投保中“少花冤枉钱”。而且,在传统的投保顺序中,消费者往往是分批次一张张地配置多份保障,同时需要了解和比较多种保险产品的保障范围、保费等信息,这对客户的专业性有一定的要求,同时在保险配置的时间和精力也是一种浪费。

基于对当代家庭需求的调查研究,阳光保险“七彩阳光满堂红”形成的全生命周期保障配置方案,帮助普通客户“一目了然”地明晰自己的家庭保障需求,轻松理解保险配置,避免重复配置和无效配置,一站式满足当代家庭的多维度、多层次需求,系统地解决“一生中需要多少张保单”“在有限的资金范围内如何确定保障顺序”“购买保险时家庭成员之间的额度应该如何配置”的三大难题。

通过此,几乎每个人都可以轻松选择或定制适合自身和家庭的综合保障方案。将专业的保险配置理念“体系化”“标准化”“可视化”,“七彩阳光满堂红”是阳光保险打破专业壁垒让“人人都成为自己家庭保障配置专家”的一次伟大创新。

而这也正是阳光保险真正站在客户的角度考量,将“客户思想”融入企业经营发展和践行社会责任的又一重要实践。

保险已经成为现代社会不可或缺的一部分。阳光保险自成立以来就秉持着“以客户为中心”的理念,在新时代率先交出“一生需要多少张保单”的“七彩答卷”。作为一家致力于引领行业高质量发展的创新险企,阳光保险的奋楫笃行将为保险行业的蓬勃发展注入新的动能。(CIS)

