

险企对全球化竞争应着力提升“三种能力”

冷翠华

近期,美国保德信、比利时富杰集团、意大利利集团等外资险企通过股权收购、战略投资等方式加快布局中国市场。这既是中国保险市场开放大局下中国市场的生动注解,也意味着我国险企与国际行业巨头同台竞技已然常态化。我国险企要想脱颖而出,必须苦练内功,提升优质产品和服务的供给能力,以及精细化管理、全球化布局的能力。

去年年底增长9.7%。

展望未来,保险业发展空间依然巨大。从保险密度和保险深度来看,调研数据显示,2023年,我国保险密度为3635元/人(约516美元/人),低于约882美元/人的全球平均保险密度;我国保险深度为4.1%,也低于约6.83%的全球平均保险深度。这意味着我国保险市场将保持高速增长、高景气度。更重要的是,我国正着力推进高水平对外开放,开放大门还将越开越大。栽下梧桐树,引得凤凰来。市场大、政策好、环境优,无疑将进一步增强我国保险市场对外资机构的“磁力”。我国保险机构也需要重新审视市场发展趋势和行业竞争格局,在建设金融强国的征程上,持续提升以下三方面能力。

一是强专业,持续提升优质产品和服务的供给能力。保险业是管理风险的行业,应立足当前经济转型

发展趋势下企业和居民对风险管理的新需求,优化产品和服务。在人口老龄化背景下,人身险公司应深入推动保险业与健康、医疗、养老、养老服务产业衔接,实现从“保健康”到“保人健康”的转变,主抓“治未病”。同时,在居民家庭增加金融资产配置的过程中,险企要积极探索耐心资本长期投资的新路子,助力居民财产性收入长期稳健增长。

二是强效率,持续提升精细化管理能力。步入高质量发展新阶段,保险业发展必须摒弃以规模扩张为目的的粗放模式,摆脱“人海战术”和拼费用等经营“惯性”。一方面,树牢稳健经营理念,加强资产负债管理。在控制负债端成本、提升资产端收益的基础上,险企还应加强负债端和资产端的统筹联动,将资产负债管理理念贯穿于公司经营

的全链条。特别是在长期利率下行的背景下,险企投资端收益承压,资产负债管理能力成为险企发展行稳致远的“胜负手”。另一方面,深入推进数字化、智能化升级,提升运营效率和精细化管理水平,并将费用管控成果更多地传导至产品定价、客户服务等方面,实现技术、管理和市场的良性互动。

三是强布局,持续增强全球布局能力。当前,我国保险业的国际竞争力与国际一流险企相比还有差距。在双向开放程度日益加深的情况下,增强全球布局能力和国际竞争力是我国险企打响品牌、力争一流之路上急需补上的短板。这就需要险企紧紧抓住我国进一步深化改革开放的战略机遇,把自身发展融入国家发展大局,也需要以满足客户跨境业务需求为发力方向,持续提升综合金融服务能力。此外,险企还需要提升资产全球配置的能力,拓宽投资路径,增强投资收益,更好反哺承保与理赔业务。

百舸争流,奋楫者先。高质量发展的号角早已吹响,险企转型发展的探索也在深入推进。期待我国险企能在全球化竞争中练就“真功夫”、提升“真本领”,当好居民财富保值增值的守护者,更好发挥经济“减震器”和社会“稳定器”的作用。

经销商如何迎接车市之变?

龚梦泽

时下,汽车市场外部环境纷繁复杂。一方面,终端交易价格不断下探,吞噬了经销商的部分销售利润,使得门店盈利空间大幅缩水。另一方面,新车与二手车价格倒挂,倒逼二手车市场价格体系重塑。

根据中国汽车流通协会发布的《2023年全国汽车经销商生存状况调查报告》,2023年完成年度销量目标的经销商占比仅为27.3%,经销商亏损比例高达43.5%。经销商的生存困境,不仅体现在行业报告中,也体现在头部经销商集团的财报中。以部分排名靠前的百强经销商为例,中升集团去年净利润同比下降24.7%,永达汽车、美东汽车、新丰泰集团与百得利控股去年净利润同比降幅则达到了60%至85%,而正通汽车亏损已扩大至8.2亿元。

笔者认为,国内汽车市场正呈现出战略机遇和风险挑战并存的新常态,汽车经销商集团要认清新形势,采取新打法——在新车销售端聚焦衍生产品毛利提升,在售后端注重客户价值挖掘,在全流程引入科学管理,多管齐下,以精细化运营应对市场变化。

第一,在新车销售端,经销商新车销售综合毛利由进销差毛利、整车销售返利以及衍生产品毛利三部分构成,其中,衍生产品毛利扮演着越来越重要的角色。建议经销商优化业务推介流程,完善业绩管理体系,构建专业培训系统。例如提升销售人员金融专员的金融专业知识,掌握产品的核心销售卖点,在面对不同客户时能迅速识别客户需求,实现客户满意和金融方案收益最大化的双赢。

近期,经销商宜把落实汽车“以旧换新”政策摆在工作的优先位置,努力让政策红利真正转化为行业发展的动力。

第二,在售后端,利润主要来自乘用车事故维修和美容保养业务。在市场环境多变、盈利空间被压缩的背景下,建议经销商首先优化经营策略,例如将售后业务细分,将经营中可控可发掘的衍生业务培养成新的增长点。

第三,汽车经销商集团亟须向数字化转型。区别于汽车厂商的数字化转型之路,经销商的数字化转型更应聚焦于提升客户体验,加快推动企业从信息化、集成化走向数字化,并迭代实现智能化。与此同时,经销商集团还需从多维度布局,应对未来挑战。短期来看,着力拓展衍生服务;中期来看,尽早进入新能源市场;长期来看,积极探索新的业务模式,做好向出行体验提供商转型的准备。



推动上市公司分红要治理好“反面典型”

谢岚

近日,上市公司兆丰股份因分红“食言”收到了浙江证监局出具的警示函。

浙江证监局认为,2020年和2022年兆丰股份归属于母公司股东的净利润分别为1.60亿元和1.65亿元,未分配利润均为正,但未按承诺向股东实施现金分红,公司上述行为违反了首次公开发行时的承诺。浙江证监局决定对兆丰股份采取出具警示函的监督管理措施,并记入证券期货市场诚信档案。

事实上,随着年报披露落幕,吉林高速等个别上市公司也曾收到交易所问询函,被追问为何连续多年盈利或者账面上有大量现金却不进行现金分红。

监管的一系列举措充分体现了呵护市场的态

度和改革的决心,有利于进一步提振投资者信心。当前,上市公司积极分红已成为潮流。据Wind数据,目前已有超230家上市公司表示将对2024年中期分红作出安排,相比往年大幅增长。

在笔者看来,在加大对积极分红的优质公司激励力度,加强正面引导上市公司分红的同时,治理好“反面典型”也是建立健全上市公司常态化分红机制的题中应有之义。只有治理好“反面典型”,才能让上市公司“心有所畏、行有所止”。

譬如,近年来上市公司的“忽悠式”增持和回购就被监管部门重点防范和严厉打击。日前,有上市公司被投资者告上法庭,要求赔偿损失900余万元,起因就是上市公司董监高未履行增持承

诺。该案是2019年修订《中华人民共和国证券法》以来,全国首例因上市公司董监高未履行增持承诺引发的证券侵权纠纷案件。

对“反面典型”的治理,有利于强化上市公司及其董监高的诚实守信意识,提振投资者信心,促进市场稳定运行。

事实上,在收到监管函之后,也有上市公司行动起来。6月16日晚间,兆丰股份紧急发布2024年中期分红方案,拟于2024年中期实施现金分红。

新“国九条”明确提出,强化上市公司现金分红监管。对多年未分红或分红比例偏低的公司,限制大股东减持、实施风险提示。沪深交易所亦已就多项具体业务规则的修订向社

6月17日,由字节跳动商业化部门巨量引擎开发的多款探索IAP互动剧小程序业务泡泡心选、果冻心选等宣布关停。这些项目面世至今,尚不足一年时间。

去年10月份,《完蛋!我被美女包围了!》在Steam平台上上线,随即登顶Steam畅销榜,力压CS2、PUBG等一众大作,进而引爆互动剧市场,“短剧游戏”概念持续走高。业界分析认为,该游戏的出现给短剧提供了新的变现思路,让快速发展的短剧市场拥有更大的想象空间。

短剧产业链上下游闻风而动,多家企业表态,加速布局互动剧赛道。今年年初,泡泡心选、果冻心选等互动剧小程序相继在抖音App上线,截至6月17日,表现最好的泡泡心选在抖音平台显示“有2.4万人最近使用过”,而果冻心选仅有“1068人最近使用过”。此外,字节跳动的首款自制互动剧《重回1990之美女如云》在抖音App内的话题播放数仅有7.9万次。

事实上,《完蛋!我被美女包围了!》之后,仍然没有出现第二个现象级产品,即便其后续表现也未达到业内预期。“跑步入场”的互动剧相关企业,还都处于“摸着石头过河”的阶段。

那么,互动剧风口能否持续,又或者互动剧“工业化发展”是伪命题吗?

笔者认为,现在下结论还为时尚早。互动剧独特的体验,确能吸引更多的流量,为影视游戏带来创新空间。综合过去一年互动剧的发展历程,可以得出三方面经验教训。

从内容来看,沉浸式的互动剧注重体验,与短剧“短平快”的打法不同,应该摆脱“复仇爽文”“三角虐恋”等恶俗套路,以新意吸引流量。例如,尽管《完蛋!我被美女包围了!》包装在一个俗套的故事中,但每一个选择触发的情节环环相扣,结局往往令人产生“意料之外,情理之中”的感觉。反观一些短视频互动剧,选择“量大管饱”的模式,充斥着“无效选择”的互动,令游戏的体验度大打折扣。

从商业模式来看,单个产品的“买断型付费”是最佳选择,而“月度会员”“逐集付费”的模式市场接受度并不高。以泡泡心选为例,该平台会员费为199元/月,不但能买4次《完蛋!我被美女包围了!》,而且也远高于当前国内主流的长视频平台会员价。笔者认为,“限免+买断”应该是互动剧破圈的最优解,同时应结合广告植入、版权分发等多元商业模式,丰富收入来源。

从传播方式来看,社交平台是主要传播阵地。热点话题效应和情绪价值叠加后,促成引爆点,传播力更强。能否成功打造“爆款”,最终还是取决于内容的可玩性。

互动剧“工业化发展”道阻且长。笔者相信,泡泡心选等业务只是字节跳动试水新业务的一次小意外。在内容平台白热化竞争的当下,当企业逐渐精打细算,把握住市场方向,结合AIGC提高工业技术成熟度,国产互动剧这一垂直领域的“爆款”将再次涌现。

若有所思

梦析笔谈

北京国联视讯信息技术股份有限公司关于收到上海证券交易所2023年年度报告的信息披露监管工作函的公告

请公司:(1)分别列明各项业务及产品采用总额法、净额法确认的收入金额及对应交易金额,并结合主要交易模式、客户类型、交易单据的保存情况等,说明公司对收入确认采用总额法和净额法予以确认的判断依据,对总额法下相关交易高估或低估的合理性,是否存在《企业会计准则》的相关规定;(2)结合产品种类、销售价格等,说明本年度采用净额法确认的收入与相关交易金额比例大幅偏高的原因,是否仍存在相关交易及保存客户签收单据的情况,如存在,请解释取得其他相关单据的原因;(3)公司在与客户、经销商、信息及技术服务商等相关主体签订的具体业务协议及执行效果;(4)公司审计委员会在督促公司完善内部控制缺陷等方面履行的相应职责。

3.关于货币资金及银行承兑汇票。年报显示,公司货币资金期末余额70.73亿元,同比增加21.78%,主要系持续快速增长,占总资产的比例已达46.22%。其中,其他货币资金24.32亿元,主要用于银行承兑汇票保证金,用于支付担保的定期存款等,银行承兑汇票期末余额为25.92亿元。此外,报告期内利息收入0.70亿元,占货币资金比例仅为0.99%。

请公司:(1)补充披露其他货币资金中定期存款的主要用途,银行承兑汇票主要收入人、金额、交易频率、保证金比例等,是否存在对关联方或特定主体的依赖;(2)补充披露其他货币资金中保证金、押金、保证金存款及其他货币资金的存款类型、存款期限、利率水平、月度货币资金日均余额等情况,说明公司利息收入与货币资金规模的匹配性。请年审会计师发表意见。

请公司:(1)补充披露预付款项期末余额前10名的情况,包括预付对象、是否为关联方、采购内容及金额、预付比例、账龄的核算情况,并结合预付对象资信情况说明是否存在资金安全风险;(2)结合公司的商业模式、采购策略、与供应商的合作期限,以上市产品产销情况、采购对象和订单金额、账龄、预付比例较高的原因及合理性,以及采用预付方式进行交易的原因及必要性,是否存在行业惯例;(3)结合销售模式,说明预付大幅增加的原因,并结合公司主要产品的销售周期、信用政策以及减值计提过程,说明存货跌价准备计提是否充分,是否存在计提不足情况。请年审会计师发表意见。

盛美半导体设备(上海)股份有限公司2023年年度股东大会决议公告

Table with columns: 股东类型, 同意, 反对, 弃权. Rows for various shareholder categories and their voting results.

Table with columns: 股东类型, 同意, 反对, 弃权. Rows for various shareholder categories and their voting results.

Table with columns: 股东类型, 同意, 反对, 弃权. Rows for various shareholder categories and their voting results.

Table with columns: 议案序号, 议案名称, 同意, 反对, 弃权. Rows for various resolutions and their voting results.