

中小盘成长风格占优 机构建议关注三大方向

●本报记者 李莉

11月28日,Wind微盘股指数上涨1.39%,大幅跑赢沪深300指数。10月24日以来A股市场小幅反弹,期间小盘风格相对占优。

机构人士认为,年末通常是大盘风格略占优,但今年年末大小盘风格大概率呈“轻度均衡”而非“大级别切换”,当前仍处小盘占优区间。A股市场当前热点轮动频繁,建议关注科技成长细分领域、基本面先行改善行业及高股息板块。

估值分化

Wind数据显示,10月24日以来A股市场小幅反弹,期间小盘风格相对占优,万得微盘股指数截至11月28日上涨18.15%;而Wind全A、沪深300、创业板指期间分别上涨5.71%、1.27%、3.94%。

“今年以来A股总体呈现哑铃型分化,前期以‘中特估’为代表的大盘价值占优,后期微盘股大涨。”中信建投证券首席策略官陈果表示,近期两融余额不断上行,投资者开始转向小盘股,小盘股由于估值低、市值小,资金流入带来的涨幅较大,更容易受到资金追捧。

机构人士认为,年末往往大盘风格略占优,2023年年末大盘风格大概率呈“轻度均衡”而非“大级别切换”。中金公司研究部国内策略首席分析师李永奎表示,风险偏好回升有望驱动A股小盘风格继续占优,但需要关注大小盘风格的估值分化程度。

历史经验显示,较大的估值分化会带来短期的风格再平衡。

从分化程度来看,安信策略首席分析师林荣雄表示,A股中小盘和大盘的分化又来到历史极值水平。“根据历史经验,当这两个指标接近历史极值后,在短期会出现风格小幅切换的现象,但从中期视角看,依然是中小盘成长占优的概率大。客观而言,大小盘风格真正的切换不是一蹴而就的,往往需要经历‘喇叭口’式分化所带来的‘至暗时刻’才会出现风格回摆。”

把握风格轮动规律

A股市场当前热点轮动频繁,热点持续时间短暂,投资者难以捕捉明确主线。陈果表示,市场上追高的心态明显,而前期主线的淡出和热点的快速轮动加大了投资风险。“从A股大小盘风格演绎的历史上看,风格变化具有周期性。我们应把握风格轮动的规律,在更明确的政策效果或复苏弹性信号出现前,预计盈利稳定、估值偏低的高股息资产或阶段性占优。稳增长政策继续发力,叠加全球流动性环境边际向好背景下,具备产业周期催化的半导体、医药及汽车主线行情未完。”

李永奎认为,10月底以来的市场反弹,得益于投资者风险偏好改善背景下的估值回归。展望后市,他建议关注三条配置思路:一是前期风险释放充分,且存在



视觉中国图片

产业催化的科技成长细分领域,例如半导体、通信等TMT相关行业以及医药生物等;二是温和复苏环境下基本面有望先行改善的行业,例如具备较强业绩弹性的白酒、白色家电、汽车零部件等以及景气度提升的出口产业链相关行业;三是高股息相关行业短期虽有波动,但结合当前宏观背景及流动性预期,中期或有相应表现。

在小盘股占优的周期内,国信证券策略分析师陈凯畅建议关注三个方向:一是关注出口结构性利好催化下的汽车零部件、纺织制造板块;二是库存去化接近尾声,人机机器人、消费电子、被动元器件等成长板块景气度向上;三是红利资产方面,关注预期股息率较高、筹码锁定良好的标的。

品牌文化等方面加强交流。11月8日,浙商银行分别与阳光保险、平安养老等9家保险业机构签署总对总战略合作协议,将与各家保险机构在投融资、代销、托管、年金、资产推介等业务领域展开全方位深入合作。

中国平安集团总经理兼联席CEO谢永林表示,从全球趋势来看,银行保险业务占比一直较高。例如,欧洲寿险市场银保业务占比达到60%至70%,美国市场也接近一半。目前监管部门正在进一步规范银行代理渠道,将有力促进银行保险市场健康发展。平安集团将围绕渠道、队伍、服务、产品四个方面,进一步推动银保业务规模做大和新业务价值提升。

展望未来,业内人士建议,保险机构要在营销资源、产品组合方案等方面提供支持,为银行财富管理业务可持续发展注能续航。

小微企业燃眉之急

“小微金融业务要做到雪中送炭,真正帮助小微企业成长。”民生银行西安分行党委书记、行长齐国华表示,很多小微客户是通过民生银行第一次获得正规金融机构的贷款。西安调研中,记者不止一次感受到小微企业成长过程中,金融服务雪中送炭的重要性。

对成立初期的企业,民生银行“扶苗助长”。2015年正式开展业务的西安米基商贸有限公司,在2017年因季节性备货之需面临一定资金缺口,获得民生银行微贷产品额度30万元,并追加一笔70万元的抵押贷款。“这笔资金对我们这种强周期性、成立初期的企业来说,在当时起到至关重要的作用。”公司法人李刚说。

对于成长型企业,民生银行随时“救急”,见证成长。专精特新“小巨人”企业华威科技在2018年正式“牵手”民生银行。华威科技2001年成立,是一家从事锻压高新技术研究与开发、机械制造等,集科工贸于一体的现代化高端装备制造公司。王佳星表示:“这个行业特点在于交货期很快,需要大量原材料储备,但当时公司整个原材料储备不足,存在资金缺口。”

民生银行西安分行客户经理朱朋主动跟王佳星对接,也看到了客户公司发展的成长性。“最初主要通过差额银行承兑汇票形式开展合作,银承授信150万元;随着合作不断深入,企业合计授信金额达1300万元。”朱朋说。

商业银行研判明年财富管理着力点 布局保险代销业务

●本报记者 王方圆

“2024年是兴业银行财富管理的全面提升年,进一步加大保险产品代销是实现提升的重要举措。”浙商银行将与各家保险机构在投融资、代销、托管、年金、资产推介等业务领域展开全方位深入合作。

多家商业银行开始布局明年财富管理业务发力重点。分析人士表示,2024年商业银行财富管理业务发展空间较大,结合资本市场情况和居民风险偏好来看,保险代销业务具有相对较大的市场空间。

保险代销业务发展空间大

“2024年财富管理业务发展空间较大,多个领域存在重大机遇。”中国银行研究院研究员杜阳表示,从需求端看,居民财富水

平持续上升,巩固财富管理业务展业基础;从供给端看,包括银行、理财公司、基金公司等在内的财富管理机构提升财富管理能力,相关产品得到更多投资者认可。

具体到银行财富管理产品供给端,一家财富管理公司人士表示,当前存款产品利率下行明显,从中长期来看,公募基金和保险代销业务更具有增长空间,能够为居民创造更多价值。一家保险公司人士表示,结合当前居民风险偏好来看,保险产品更具市场空间。

“资管新规落地之后,银行理财产品不再保本。基金由于二级市场下行影响,不少投资者面临亏损情况,目前销售存在一定困难。”上述保险公司人士表示,今年以来,公募基金、银保产品在费率端均有所改革,呈现费率下降的趋势,但保险代销业务依然是商业银行重点关注的领域。

加大布局力度

中国证券报记者注意到,近期,多家商业银行布局保险代销业务,并与保险公司签订合作协议。

“2024年是兴业银行财富管理的全面提升年,进一步加大保险产品代销是实现提升的重要举措。”兴业银行副行长张昱日前表示,期待银保双方在资金端和资产端加强合作,通过“产品+服务”“投资+保障”“渠道+场景”“网络+生态”“虚拟+实体”等维度,充分利用科技赋能促进合作,形成更加紧密的服务共同体。

11月14日,中汇人寿与中国银行签订全面战略合作协议,双方将在产品代销、资产管理、投资银行、金融市场、基础金融业务以及创新业务等领域开展全面合作,同时在

品牌文化等方面加强交流。11月8日,浙商银行分别与阳光保险、平安养老等9家保险业机构签署总对总战略合作协议,将与各家保险机构在投融资、代销、托管、年金、资产推介等业务领域展开全方位深入合作。

中国平安集团总经理兼联席CEO谢永林表示,从全球趋势来看,银行保险业务占比一直较高。例如,欧洲寿险市场银保业务占比达到60%至70%,美国市场也接近一半。目前监管部门正在进一步规范银行代理渠道,将有力促进银行保险市场健康发展。平安集团将围绕渠道、队伍、服务、产品四个方面,进一步推动银保业务规模做大和新业务价值提升。

展望未来,业内人士建议,保险机构要在营销资源、产品组合方案等方面提供支持,为银行财富管理业务可持续发展注能续航。

“2024年是兴业银行财富管理的全面提升年,进一步加大保险产品代销是实现提升的重要举措。”兴业银行副行长张昱日前表示,期待银保双方在资金端和资产端加强合作,通过“产品+服务”“投资+保障”“渠道+场景”“网络+生态”“虚拟+实体”等维度,充分利用科技赋能促进合作,形成更加紧密的服务共同体。

11月14日,中汇人寿与中国银行签订全面战略合作协议,双方将在产品代销、资产管理、投资银行、金融市场、基础金融业务以及创新业务等领域开展全面合作,同时在

共商中国金融品牌建设 中信银行举办“信·新”品牌高质量发展论坛

建设高质量金融品牌,是践行国家重大战略、服务实体经济和民生民生的必然要求。为深入贯彻党中央金融工作会议精神和总行党委部署,中信银行在北京举行“信·新”品牌高质量发展论坛。论坛围绕“信·新”品牌高质量发展,邀请总行各条线负责人、总行各部门负责人、总行各分行行长、总行各子公司负责人等,共同探讨品牌建设的内涵与路径,共商中国金融品牌建设。

论坛在总行党委的高度重视下,由总行党委统一部署,总行各条线负责人、总行各部门负责人、总行各分行行长、总行各子公司负责人等,共同探讨品牌建设的内涵与路径,共商中国金融品牌建设。

论坛在总行党委的高度重视下,由总行党委统一部署,总行各条线负责人、总行各部门负责人、总行各分行行长、总行各子公司负责人等,共同探讨品牌建设的内涵与路径,共商中国金融品牌建设。

品牌是核心竞争力

品牌是企业的核心竞争力,是企业长期发展的基石。中信银行作为国有大型商业银行,肩负着服务实体经济、保障民生民生的重任。品牌建设不仅是企业形象的体现,更是企业综合实力的体现。中信银行始终坚持以客户为中心,不断提升品牌影响力和美誉度,为品牌高质量发展奠定了坚实基础。

中信银行始终坚持以客户为中心,不断提升品牌影响力和美誉度,为品牌高质量发展奠定了坚实基础。

中信银行始终坚持以客户为中心,不断提升品牌影响力和美誉度,为品牌高质量发展奠定了坚实基础。

品牌是高质量发展的引擎

品牌是高质量发展的引擎,是企业持续发展的动力。中信银行作为国有大型商业银行,肩负着服务实体经济、保障民生民生的重任。品牌建设不仅是企业形象的体现,更是企业综合实力的体现。中信银行始终坚持以客户为中心,不断提升品牌影响力和美誉度,为品牌高质量发展奠定了坚实基础。

中信银行始终坚持以客户为中心,不断提升品牌影响力和美誉度,为品牌高质量发展奠定了坚实基础。

中信银行始终坚持以客户为中心,不断提升品牌影响力和美誉度,为品牌高质量发展奠定了坚实基础。

“2024年是兴业银行财富管理的全面提升年,进一步加大保险产品代销是实现提升的重要举措。”兴业银行副行长张昱日前表示,期待银保双方在资金端和资产端加强合作,通过“产品+服务”“投资+保障”“渠道+场景”“网络+生态”“虚拟+实体”等维度,充分利用科技赋能促进合作,形成更加紧密的服务共同体。

11月14日,中汇人寿与中国银行签订全面战略合作协议,双方将在产品代销、资产管理、投资银行、金融市场、基础金融业务以及创新业务等领域开展全面合作,同时在

中信银行举办“信·新”品牌高质量发展论坛

论坛围绕“信·新”品牌高质量发展,邀请总行各条线负责人、总行各部门负责人、总行各分行行长、总行各子公司负责人等,共同探讨品牌建设的内涵与路径,共商中国金融品牌建设。

论坛在总行党委的高度重视下,由总行党委统一部署,总行各条线负责人、总行各部门负责人、总行各分行行长、总行各子公司负责人等,共同探讨品牌建设的内涵与路径,共商中国金融品牌建设。

论坛在总行党委的高度重视下,由总行党委统一部署,总行各条线负责人、总行各部门负责人、总行各分行行长、总行各子公司负责人等,共同探讨品牌建设的内涵与路径,共商中国金融品牌建设。

论坛在总行党委的高度重视下,由总行党委统一部署,总行各条线负责人、总行各部门负责人、总行各分行行长、总行各子公司负责人等,共同探讨品牌建设的内涵与路径,共商中国金融品牌建设。