

险资举牌潮涌 七项标准筛选标的

□本报记者 戴小河

A股市场险资举牌风起云涌。恒大系与梅雁吉祥的“爱恨纠葛”刚落幕;前海人寿与南玻A管理层的矛盾便迅速抢占“头条”,此后又瞄上格力电器;安邦系和阳光保险同样不甘寂寞,安邦系11月份以来两度举牌中国建筑,阳光保险则举牌吉林敖东。在资产荒背景下,手握充足“弹药”的保险资金,举牌热潮有望持续。

举牌热潮有望持续

格力电器11月30日晚间公告,通过对11月28日收市后前20名股东情况核查发现,从11月17日到11月28日,前海人寿大量购入公司股票,持股比例由三季度末的0.99%上升到4.13%,持股排名由公司第六大股东上升到第三大股东。11月中旬以来,格力电器近半个月时间股价累计上涨逾40%。

11月17日,中国建筑的一则被举牌公告透露了安邦的行踪,当日中国建筑股价上涨3.46%。不过,安邦的“胃口”并不满足5%的持股。7日过后,根据股东权益变动提示公告,截至11月24日,安邦资产通过“安邦资产-共赢3号集合资产管理产品”持有中国建筑普通股总计约30亿股,占中国建筑普通股总股本的10%。

安邦的二度举牌刺激了中国建筑股价大漲。安邦资产在回复交易所问询时称,未来12个月内,将根据证券市场整体状况并结合中国建筑的发展和市场情况等因素,拟继续增持中国建筑不低于1亿股、不超过35亿股。这一回应也使得中国建筑股价直接涨停。11月以来,中国建筑股价累计上涨50%,同期大盘涨幅仅为5.69%。

11月21日晚间,吉林敖东披露的简易权益变动报告书显示,阳光产险通过深交所集中交易增持吉林敖东流通股89.46万股,此次增持后,阳光保险持有吉林敖东股份占比达到5%,达到举牌线。

险资举牌范围迅速扩大。统计数据显示,今年以来,险资举牌活动频繁,有55家公司被举牌,涉及资金达到890亿元,并为二级市场带来明显的赚钱效应。仅11月以来,就有9家公司先后被举牌,包括中国建筑、万科A、金路集团、吉林敖东、海达股份、莫高股份、梅雁吉祥和音飞储存。

从二级市场走势来看,险资举牌引发了市场对举牌概念股关注度的提高,相关概念股11月份以来表现抢眼。在上述9家被举牌的公司中,中国建筑、吉林敖东、金路集团、海达股份、莫高股份11月以来累计涨



CFP图片

幅均超过20%。

“险资举牌,表明保险资金对权益类产品配置程度的提升,也是在低利率环境下的一种资产配置需求。”瀚信资产资深分析师杨晓虎对中国证券报记者表示,从2015年至今,保险资金持股占股市总市值的比例不断上升。

至于险资的举牌逻辑,赛亚资本董事长罗伟冬认为:“元旦将至,如果今年保险资金还有投资额度未用完,并且看好明年市场,保险资金就可能在这个时点加大投入甚至举牌。”

元朔投资总经理蒋其林则认为,“不同的保险公司资产管理目标不同,如前海人寿围猎南玻A达到控股,与恒大举牌梅雁吉祥持股4.95%性质不同,险资举牌背后的含义大相径庭。”

七项标准筛选标的

中国人寿及大唐资本两家公司的资管部负责人告诉中国证券报记者,较为理想的举牌标的应具备七项特征:市值中等、经营性现金流充沛、高分红高送转预期较强、高ROE、市盈率在20倍左右为宜、高成长性。

保险机构举牌的实质,是通过杠杆使用低成本资金持有高分红预期标的,从而达到提高效益的目的,其本质是国债利率长期走低。长期来看,优质标的早买早受益的理念

推动保险资金大幅举牌的重要因素。

从被举牌的标的分布看,险资举牌的公司主要集中在商贸、地产、食品饮料等板块;从险资举牌的资金分布看,主要集中在地产和银行板块。不同派系的险资,对于举牌的行业有所偏好,但总体以金融、地产为主。

中国人寿资管部负责人告诉中国证券报记者,首先是低估值、高股息率的标的。在权益法核算下,保险公司可以规避股价波动的风险,同时享受上市公司的分红和利润并表。这类公司主要分布在金融、地产、商贸领域;估值在0-20倍之间,确保低估值且盈利;股息率至少大于1%。险资举牌的34家上市公司中,多数公司均派息。其中,14家公司股息率在1%以上,8家公司股息率在2%以上。保险资金作为一种长期资金,大多对举牌公司的股息率有要求。

其次是高增长、保证盈利的成长型公司。险资通过举牌后,可能获得董事会席位,参与公司治理,为公司对接项目、资源,寻找并购标的,实质上是培育模式。一旦培育失败,最少能够获得利润的并表。这类公司在成长型非周期领域;市值在100亿-300亿元之间,已经度过不确定性的初创期,但同时增长空间较大;股权比例相对分散。

此外,国企改革或战略新兴产业,符合政策导向,未来可能享受政策红利的优质

标的也是重要方向。

“不管是上述哪类公司,都需要保证两点:一是5%的股份获取相对容易,公司股权相对分散;二是为了能够将利润并表,实现权益法核算下的收益,需要标的公司能够确保盈利。”大唐资本资管部一负责人表示。

七大险资表现凶猛

Wind数据显示,自2014年年初至今,共发生271次举牌,涉及161家上市公司,举牌方耗资近3500亿元,保险机构举牌上市公司数量占半壁江山。其中,222次举牌动作发生在2014年-2015年,2016年以来有49次。在各路举牌方中,以保险机构、私募基金、PE为主。其中,保险机构占到了大头。数据显示,在161家被举牌的上市公司中,保险机构举牌了其中的49家,耗资超过1800亿元。

国金证券策略研究员李立峰认为,自2015年初以来,七大保险系举牌最为活跃,依次是:恒大系、宝能系、安邦系、生命系、阳光保险系、中国人寿系、华夏人寿系;从公告发布的频率看,恒大系、宝能系、安邦系、生命系表现尤其活跃。

从已披露的情况看,“恒大系”举牌的对象主要在地产业、建筑等领域;“宝能系”举牌的对象主要在地产业、商贸、公用事业等领域;“安邦系”、“生命系”举牌的对象主要在地产业、银行、商贸等领域;“中国人寿”举牌的对象主要在地产业、商贸等领域;“阳光保险”举牌的对象主要在食品饮料等领域;“华夏人寿”举牌的对象主要在银行、非银、食品饮料等领域。

李立峰告诉中国证券报记者,自去年以来,保险机构频频“举牌”上市公司,更多是在资产配置荒的大背景下,出于自身财务投资的角度进行配置。

广东雪球财富管理董事长李昌表示,“险资的资金主要来源是保费收入,是一种未来需要进行偿付的负债,期限较长的有寿险,通常在10年或甚至30年以上,这些都是带有杠杆的资金。另外,比较典型的险资资金来源,也有来自定向的资管计划,通过股票质押或股东借款作为劣后,从而撬动银行的理财资金(作为优先级),实现高杠杆运作。”

“以万科A为例,前海人寿去年的布局,加上今年早些时候的布局,以宝能系超过200亿元以上的浮盈计算,相比于其定向的资管计划撬动银行优先资金所付的利息(大概也就是两融的利率6.5%左右)而言,其收益是远远大于风险。”李昌民称。

武船集团承建新泰坦尼克号 中国重工进军邮轮市场

□本报记者 王荣

由中国重工全资子公司武昌船舶重工集团有限公司(简称“武船集团”)承建的全球首个1:1的新泰坦尼克号邮轮日前开建。这也意味着中国重工正式进军邮轮市场。

武船集团承建

据介绍,此次由武船集团承建的新泰坦尼克号邮轮将按照100年前原泰坦尼克号邮轮的设计图纸和实际尺寸1:1还原,由武船集团、美国GC高科技设计有限公司、泰坦尼克好莱坞电影团队、英国博物馆等相关领域专家合作完成。该项目主船体将于2017年9月形成,2018年12月可完成全船交接工作。

武船集团副总经理王渭龄表示,新泰坦尼克号船长269.06米,船宽28.19米,吃水10.54米,内设泰坦尼克号的所有功能,包括宴会厅、演出剧场、观景台、游泳池等,再现当年泰坦尼克的场景。“不过,新泰坦尼克没有动力,更像是集游览、居住、娱乐、文化、历史等为一体的综合旅游项目。”

王渭龄称,由于新泰坦尼克号没有动力,建造过程只能在项目目的地四川大英县开建,建造难度更大。“此次建造新泰坦尼克号邮轮是武船集团进军邮轮市场的预演,我们已经为进入邮轮制造业做了充分的准备。”

王渭龄表示,武船集团正积极谋划旗下高级邮轮事业板块,利用多年在国际船舶制造方面的经验和技能,通过重现泰坦尼克这

艘豪华巨轮,展现中国国企的高端制造水平。

据了解,除了此次新泰坦尼克号邮轮外,由武船集团承建的“准邮轮”——国内首艘大型主题演艺游轮“知音号”将于明年初正式投入营运。

邮轮行业迎黄金期

在造船行业不景气的背景下,邮轮制造业逆势迎来发展机遇。

《中国制造2025》明确,将大型邮轮设计建造作为高技术船舶发展的重要方向;工信部、国家发改委、国家旅游局等六部委联合发布的《关于促进旅游装备制造业发展的实施意见》提出,要加快实现邮轮自主设计和建造,推动国内有实力的造船企业与国外邮轮设计、建造企业开展技术和商务合作,尽快实现首制船自主设计

建造突破。

中国交通运输协会邮轮游艇分会发布的《2015中国邮轮发展报告》显示,未来10年,邮轮产业发展将处于爆发期。

数据显示,过去十年间,中国邮轮旅游市场增长了320倍,年均增速高达170%,引领和支撑亚太市场,并成为全球邮轮经济发展最快的区域。

豪华邮轮作为“造船业皇冠上的明珠”,设计建造难度大、进入门槛高,目前基本都在欧洲船厂建造。而亚太特别是中国市场的快速发展,也在推动中国本土邮轮制造业的起步和发展。

行业人士指出,未来全球年均大型邮轮建造需求10艘左右,而产能目前仅为7艘左右,新签订单交船期已安排到2026年,供给和需求之间存在一定的缺口。

政策规范发展

直播行业将加速洗牌

□本报记者 王荣

12月1日,国家互联网信息办公室发布的《互联网直播服务管理规定》开始实施。直播市场由此迎来新的开始。

“直播行业洗牌加速,发展迎来新拐点。”联讯证券分析师指出,从天鸽互动、宋城演艺等公司的业绩看,火爆的直播业务让相关公司赚得盆满钵满。经过两年的高速发展,直播行业格局初定,监管加强促使行业洗牌加速。

业绩亮眼

天鸽互动第三季度实现营业收入2.36亿元,经调整后本季应得纯利8152.5万元,同比增长78.3%。作为直播平台,天鸽互动的业绩增长的动力主要来自移动直播、移动游戏(手游),其收入占在线互娱收入的54.3%,而去年同期为15.1%。

宋城演艺总裁兼CEO张炯此前表示,公司收购的互联网演艺平台六间房,今年业绩将远超过此前的对赌业绩。

传统PC秀场在直播业务盛行之下找到新的增长点。不过,更多的新兴移动端平台仍处于烧钱状态。天鸽互动董事局主席兼CEO傅政军表示,为了抢占市场份额,新兴的直播平台收入70%-80%分给了主播;同时将30%的流水用于品牌推广。

据中国互联网信息中心的最新数据,国内直播用户已达到3.25亿,占国内网民的45.8%。

PC秀场方面,欢聚时代旗下的YY、天鸽互动的9158、宋城演艺收购的六间房均保持骄人业绩。傅政军透露,PC端经过10年左右才养成用户如今的付费习惯,移动端目前活跃用户多付费金额较少,但这才只是开始。“以前PC端的活跃用户的付费比例在4%左右,未来手机端将会是10%。”

中泰证券分析师指出,随着互联网的发

展,社交方式经历了文字-图片-语音-视频的演进,表现形式越来越丰富,可视性、互动性、实时性越来越强,网络直播成为新型社交娱乐的重要方式,并逐渐成熟。未来直播将更广泛的应用在生活、工作、商务等诸多领域,引领互联网变革。

洗牌加速

面对潜在的巨大市场空间,风险投资快速介入,一批“网红”横空出现,行业出现泡沫化情形。

目前直播平台众多,其中包括映客、NOW直播、花椒等泛娱乐直播平台,以及老牌PC秀场YY、9158和六间房等,涉及娱乐、教育、体育、财经等众多领域。

不过,平台间内容同质化严重,不少主播在不同平台工作。对于主播的争夺,直播平台下足了工夫,除了高额的分成,有些平台还推出网红培养计划。“北京、上海等一

线城市,直播3个小时,主播要求的薪资至少要400-500元。”傅政军介绍,网红经济在一线城市成本逐渐提高,公司目前主要针对三四线城市。

随着《互联网直播服务管理规定》的实施,直播领域发展将更为规范,市场泡沫也有望挤出一部分。上述规定明确,互联网直播服务提供者应当建立直播内容审核平台,根据互联网直播的内容类别、用户规模等实施分级分类管理,对图文、视频、音频等直播内容加注或播报平台标识信息,对互联网新闻信息直播及其互动内容实施先审后发管理。应当具备即时阻断互联网直播的技术能力。

中泰证券分析师指出,《规定》的实施将去除了直播市场泡沫,规范内容。同时可能会抬高直播平台运营成本,提高直播行业进入壁垒。在此背景下,站稳脚跟的公司受影响较小,不少小型平台可能会退出。

中国宝武钢铁集团成立

由宝钢集团与武钢集团联合重组而成的中国宝武钢铁集团有限公司(简称“宝武集团”)12月1日在上海揭牌成立。资料显示,武钢是新中国建设的第一家特大型钢铁企业,宝钢则是改革开放初期建设的第一家特大型钢铁企业。两家企业联合重组后成立的中国宝武钢铁集团,将拥有员工22.8万人,资产总额约为7300亿元,营业收入将达3300亿元,拥有普碳钢、不锈钢、特钢三大系列产品,年产粗钢规模位居中国第一、全球第二。

据了解,作为国有资本投资公司的试点企业,宝武集团将依据国有资本投资公司的功能定位,逐渐向“管资本”转型,在体制机制创新、专业化公司发展、职业经理人制度等方面深化改革,打造钢铁领域世界的技术创新、产业投资和资本运营平台。

宝钢股份吸收合并武钢股份后,将全面统筹上海宝山、武汉青山、南京梅山、湛江东山四大钢铁生产基地的布局,合理分工,有序对接中国和全球客户,辐射21世纪海上丝绸之路经济区域。(官平)

携手西门子医疗

美年健康拟设医学诊断公司

美年健康12月1日晚公告称,与西门子医疗系统有限公司(简称“西门子医疗”)签署协议,拟在上海共同设立上海美熙医学诊断有限公司(暂定名),总投资额为1亿元,美年健康拟以自有资金出资5100万元,持有合资公司51%的股权;西门子医疗拟出资4900万元,持有合资公司49%股权。

美年健康董事长俞熔表示,希望借助西门子医疗的品牌优势和技术专长,深化公司在医学影像诊断领域的发展,强化美年健康的生态布局。影像中心是公司体检生态布局的重要组成部分,此次合作将有利于综合双方优势,探索影像诊断的创新和标准化。

西门子医疗将通过体内体外诊断设备和相关数据诊断服务,提高美年在健康筛查、疾病诊断上的效能。双方将探讨在影像设备的远程控制、大数据挖掘、人工智能运用等领域的深度合作。(官平)

辉山乳业与味道网战略合作

辉山乳业与味道网日前宣布进行战略合作。这是辉山乳业强化对城市群中目标消费者提升服务水平的又一力措。味道网作为一家快速发展的智慧农业运营商,其创新的农产品电商平台实现了与高频次快速消费人群的精准对接,并成功探索出基于“互联网+特色农业”的模式。

辉山除自身的丰富资源外,在东北拥有长期合作的供应链资源,包括物流资源以及上游产品的采购资源。“未来辉山乳业可与味道网共享供应链资源,在商品流、物流、信息流等多方面协助味道网在东北区域实现资源优化配置,节省运营成本。”

今年5月,辉山把“奶业都心”模式复制到了江苏,形成“北沈阳、南盐城”的战略布局。味道网在北京、上海拥有百余家自有及合作线下门店,未来2年,自有及合作线下门店数量将扩展到5000家。

辉山乳业常务副总裁葛坤表示:“辉山乳业重布局上游,拥有优质的奶源和丰富的产品矩阵。借助味道网线上线下渠道,联手共赢华东市场。同时,通过味道网的大数据,了解消费者需求,优化产品结构,实现产能有序释放。”(刘杨)

中国资本

加快布局海外足球资产

□本报记者 蒋洁琼

“中国资本海外入股和控股了20家足球俱乐部。”12月1日,业内人士在2016中国足球发展论坛上表示,中国资本投资的国际足球俱乐部数量还在增加。

多因素驱动

在政策助力下,体育产业快速发展,并受到资金热捧。足球俱乐部资产具备一定的受众基础,受到资本青睐。肆客体育合伙人钟方亮称:“英超过去十年最成功的三个老板都有海外背景。”俱乐部投资一方面可带来高额投资收益,同时形成国际化的品牌效应。

上市公司方面,星辉娱乐、奥瑞金等先后布局海外足球俱乐部资产,瞄准海外俱乐部足球青训、赛事运营等产业空间。星辉娱乐表示,收购西班牙人足球俱乐部成为公司国际化战略的重要组成部分,在俱乐部先进运营经验的积累以及本土足球人才的培养上,有望占据先发优势。

“未来票务收入在公司营收中占比将进一步缩小。”欧迅体育董秘王紫剑对中国证券报记者表示,将利用国际俱乐部资源,加速开拓国内市场,并打造1-2个精品赛事IP。

中国华信能源公司去年收购了布拉格斯拉维亚俱乐部60%股份。据媒体报道,华信对布拉格斯拉维亚俱乐部的持股比例已提升到99.964%。“华信在捷克投资了上百亿元,标的资产包括足球俱乐部、啤酒厂、航空公司、商业机构、金融地产、媒体等,是‘一带一路’政策下布局捷克的龙头企业。”钟方亮表示。

警惕投资风险

投资海外足球俱乐部机遇与风险并存。钟方亮介绍,投资海外足球俱乐部,主要基于影响力、地缘、本土化和中国关联方控制风险。

雷曼股份在公司控股股东、董事长李漫铁完成对纽卡斯尔喷气机足球俱乐部全资收购后,获得了纽卡斯尔喷气机俱乐部中国区独家商务授权。李漫铁表示,投资澳超足球俱乐部风险相对可控。这支足球队,希望其在三年之内晋级亚冠,亚冠会让其身价得到更大提升;澳超可以为中国足球运动员提供舞台;澳超的工资体系有工资帽,比较健康。”

复娱文化投资执行总经理王博表示,中国企业在布局足球资产的时候,需要有长期计划。进入足球领域之后,要把基础打好,慢慢提升俱乐部运营状况。

此外,后续管理整合问题要充分考量。合力万盛投资人王辉表示,其在收购荷兰海牙俱乐部过程中,对调查事项重视不够,导致海外俱乐部资产在整合、管理上走入瓶颈。“2014年7月签约后,对方8月、9月期间修改了俱乐部章程。俱乐部实际股权交割为2015年1月初,对方在章程中规定了一系列对中方不利的条款。”