

见底迹象接踵而来 A股或迎“黄金坑”

1月26日A股企稳反弹,沪深两市逾3000个股上涨。过去几年的慢牛行情中,市场多次出现急速调整走势,事后看都是“黄金坑”。市场人士表示,本轮A股调整并未改变慢牛格局,市场情绪因素释放充分,中短期升势有望再起,投资者选择“持股过节”胜算较大。

●本报记者 牛仲逸



视觉中国图片 制图/苏振

显现四大见底信号

1月26日A股三大指数整体走强。上证指数涨0.66%,收报3455.64点;深证成指涨0.70%,收报13780.30点;创业板指涨0.99%,收报3004.41点。沪深两市共有3088个股上涨,赛道龙头股宁德时代、隆基股份、山西汾酒、北方华创等纷纷反弹,市场赚钱效应浓厚。“人气风向标”券商板块整体发力,国联证券涨停,华林证券、

中原证券等涨幅较明显。

过去几年,A股多次出现短期急速调整走势,比如2020年3月、2021年3月等,这些调整在事后看都是“黄金坑”。本轮调整与前几次有相似之处。

首先,这些调整都有情绪面或外部因素扰动。国海证券首席经济学家陈洪斌指出,近期A股下跌主要受外围因素影响,一是由于地缘局势引起的海外市场波动,随着地缘局势缓解,市场情绪恐慌将得到

随着A股有望逐步企稳,各大机构关注度开始转向具体的配置策略。

华安证券首席策略分析师郑小霞表示,随着调整逐步接近尾声,A股将继续迎来春季行情,四条投资主线值得关注:一是估值弹性大的

缓解;二是美联储的加息预期,对于中国市场而言,无需过分悲观,当前外汇市场上人民币强势升值,对冲了美元下一步可能加息的预期,外资持续看好中国市场;三是经济发展仍有不确定性,今年一季度中国经济企稳明显,货币政策持续宽松,财政政策稳定,预期中国经济在二、三季度将逐步步入强势增长轨道。

其次,每次调整前,市场大多存在当时的结构主线品种估值过高问

成长主线;二是稳增长主线有配置机会;三是券商和政策持续边际改善的地产板块;四是消费板块,可主要通过涨价逻辑寻找机会。

粤开证券首席策略分析师陈梦洁认为,市场近期追逐确定性,大盘蓝筹表现优于中小盘,春节后

年11月11日。

26日北向资金净流入A股市场11.39亿元,1月以来累计净流入438.64亿元。据德邦证券统计,北向资金的大幅净流入往往会开启一波上升行情。在北向资金大幅净流入时点的前60个交易日内,市场往往已经出现小幅上涨;而在此时点之后的60个交易日内,涨幅则会相

题,市场通过调整,或挤估值水分,或切换主线。如2020年3月的调整,在此之前半导体板块连续大涨,之后市场切换至消费板块。事实上,本轮A股调整,与新能源等高景气、高估值赛道回调有密切关系。

第三,每次调整都有特别因素,但都不足以改变市场慢牛格局。本轮调整,市场上不少声音认为,这与公募基金发行遇冷,增量活水不足有关。据兴业证券统计,2022年1月

的市场或转而追求高弹性品种。预计一季度稳增长仍是主线行情,大盘股占优的行情或将开启。配置思路上,一是近期关注大盘股表现,大盘股存在较强的阶段性反向切换的需求。关注稳增长低估值主线,基建与地产链条的房地产、建

之前更大。

“地量见地价”“单针探底”、北向资金抢筹、券商股发力,在一些市场人士看来,这四大信号或表示本轮A股调整进入尾声。“考虑已经回落至底部区域,当前A股的性价比显著提升,建议投资者考虑适时增大配置力度。”渤海证券首席分析师宋亦威分析。

份,基金发行“开门红”并未出现,上半月偏股基金募集金额不足200亿元,远低于2021年12月及往年1月水平。东吴证券最新统计显示,最近一周公募基金发行有所回暖,新成立偏股型公募基金规模约370亿元,远超前两周水平。

兴业证券认为,随着后续市场有望逐步企稳,基金发行有望于1-3个月内回暖,后续单月的“千亿发行”仍将是常态。

材、家电等以及扩内需的休闲服务、食品饮料等消费行业。二是全年关注中小盘品种表现。关注预期改善与相对盈利增速占优的投资方向,如高质量转型发展重点支持的能源转型、高端制造、数字经济等领域。

银河证券罗黎明:

尊重投资者财富管理目标差异

●本报记者 张利静

与金融科技的融合,正将券商财富管理转型推向崭新的阶段。在银河证券日前举办的以“数字连接财富”为主题的财富管理发布会上,银河证券公司执委会委员、业务总监罗黎明表示,专业是券商的核心能力,要始终站在客户一边,尊重投资者财富管理目标差异,从其不同人生阶段的投资需求出发,充分利用金融数字化工具,满足不同投资者类型、不同场景的专业财富管理解决方案。

数据显示,截至2021年年底,我国中等以上收入人群已经达到约6亿人,其中可投资资产超过1000万元的高净值投资者规模接近300万人。“按照金融行业通识,当国民人均GDP突破1万美元时,个人资产将会从实物资产向金融资产转变,财富管理需求将迎来井喷式增长。”罗黎明称,不可忽视的是绝对投资增量背后,同样有“千人千面”的财富管理需求,包括财富管理目标、资产配置结构、风险承受能力、财富传承模式在内的巨大差异,以往传统的单一产品和单一服务模式,已经无法满足客户潜在需要,金融行业的财富管理服务能力面临挑战。

“造车新势力”入局 新能源车险“群雄逐鹿”

●本报记者 黄一灵

保险领域迎来一重磅“玩家”。继特斯拉之后,近日蔚来也涉足保险经纪领域,蔚来保险经纪有限公司已正式成立,该公司由蔚来控股有限公司100%控股。

业内人士认为,车企进入新能源车市场是对保险公司的挑战,同时是险企加速改革新能源专属车险的机遇,险企需要回归车生态中,精准切入新能源汽车产业链的发展。

入局者增多

天眼查数据显示,蔚来保险经纪有限公司已于2022年1月成立,注册资本5000万元,注册地址位于安徽合肥,经营范围包含保险经纪业务、保险代理业务和保险兼业代理业务等。

事实上,不少车企此前已涉足保险行业,有传统车企,也有新能源车企。比如广汽集团等发起成立众诚汽车保险,上汽集团等成立上海汽车集团保险销售公司,小鹏汽车成立广州小鹏汽车保险代理公司。2020年8月份,特斯拉亦在上海成立保险经纪公司,由特斯拉汽车香港有限公司100%控股。

2021年10月,特斯拉CEO马斯克宣布将在美国得克萨斯州推出UBI新型车险产品(基于使用量而定保费的保险,基于车主个体驾驶数据定价而非传统保险依赖的大数法则)。马斯克称,有可能在2022年将该车险业务进一步扩展。

申万宏源证券分析师葛玉翔认为,车企在新能源车市场优势明显,包括新能源车可以简化新能源车理赔流程,车企可以设计出风险和理赔更匹配的创新性车险产品,新能源车对新能源汽车销售场景形成垄断,“新能源汽车直营汽车模式的兴起使得车企直接接触新能源车保险的购买人群,从而直接获取购买新能源车保险的车主信息。”

“车险具备刚需属性及黏性,是服务链条的第一个环节,成为车企服务车主的入口。在当前去中介化以及新能源车‘人、车、厂’关系重构的背景下,车企有望在直销模式以及车联网化的基础上直面终端消费者,未来车辆交付仅是车企创造价值的起点,后续以车险为服务抓手,车企能够开拓更多车后生态、车主权益等服务体系。”《中国新能源车生态共建白皮书》做出了以上判断。

车企存三大挑战

2021年12月27日,上海保险交易所上线新能源车险交易平台,并首批挂牌人保财险、平安财险、太保财险等12家财险公司的新能源车专属保险产品,为新能源汽车专属保险产品落地服务提供支持。中国证券报记者注意到,自新能源车险上线后,部分新能源车险涨幅较明显。北京地区某财险公司相关负责人表示

基于以上背景,作为率先开启财富管理全面转型的头部券商之一,银河证券早在2018年就已经基于“以客户为中心”原则,着手构建“千人千面”的精准客户分类财富管理画像模型,充分利用大数据分析、人工智能处理等金融科技成果,向投资者提供财富管理需求诊断和资产配置优化等服务。

据罗黎明介绍,银河证券目前已建立6大类、18小类,合计517个有效标签,深度洞察客户需求;建立33个智能匹配模型,实现多元投资组合与客户的智能化匹配。通过开展用户画像,发掘出大量符合私募合格投资者特征的用户,并开展深度一对一服务,在近两年时间里,帮助3255人完成了私募合格投资者认证。

在金融科技推动互联网形态产生新变革的背景下,努力提升财富管理的智能化水平已经成为券商发展的一大共识。罗黎明表示,银河证券通过算力和算法平台,打造了一系列智能交易工具,其中包括18类条件单、7类盯盘模式,以智能算法和实时检测,帮助用户完成自动交易,实现止盈止损,避免因缺乏充裕交易时间、交易操作生疏、无法长时间盯盘原因导致的买卖操作效率低等问题。

示:“对于近期新能源车险上涨的原因,一是保险公司缺乏对新能源车的原始定价数据,出于经营效益的考量,初始阶段定价可能偏高;二是部分新能源车技术不成熟,事故发生率高,赔付率高,多数车险公司出于成本考虑,会提高定价;三是新能源车的配套设备费用高,一定程度上增加了赔付成本。”

对此,乘联会秘书长崔东树发文称“新能源车保险推出是很好的事情。但成本增加偏高,可能新能源车省下的油钱要去交保险,导致购买新能源车似乎不划算,形成‘买得起用不起’的现象,不利于新能源车推广。因此车企要建立自己的保险品种,行业要有更精准的保险测算,国家也要支持保险费用的合理补贴。”

从这个角度来看,车企入局车险是大势所趋,不过挑战仍存。《中国新能源车生态共建白皮书》指出,无论是传统大型车企还是造车新势力,入局车险行业将面临诸多痛点。首先,车企为开展车险业务获得必备的经营牌照存在一定难题;其次,直销模式要求车企必须具备功能完善的线上系统,不仅建设成本大、时间周期长,而且与险企系统对接复杂。再者,车险具备属地化特征,全国范围线下服务网络是其保证用户服务的触角,需要长期积累。

高盛高华:海外政策变局无碍外资加仓中国热情

●本报记者 鲁秀丽

高盛高华董事长范翔、高盛高华总经理索莉晖日前接受了中国证券报记者专访,谈及IPO、资本市场开放、量化投资等市场热点话题。范翔、索莉晖表示,TMT(科技、媒体和通信)、健康、ESG(环境、社会与公司治理)相关领域的融资需求持续释放,将推动全球IPO稳步增长,预计2022年仍将是A股市场IPO和再融资的大年。

2022年仍将是A股融资大年

中国证券报:如何看待2022年的全球IPO发展趋势?

范翔:2021年全球IPO的数量和金额均刷新历史纪录,这一趋势在2022年将得到延续。

预计有多个行业将持续开展大规模融资。首先,TMT仍将是主导行业,快速发展形成的巨大融资需求将持续释放;其次,疫情发生以来,健康领域受到的关注度显著提升,医疗研发、生物制药、医疗器械等领域的企业融资活动更加活跃;第三,绿色可持续发展理念持续深入人心,与ESG相关行业将加大融资力度,比如电动汽车、动力电池、自动驾驶等相关领域的企业正掀起大规模融资的热潮。

此外,随着美国等海外经济体逐渐进入加息周期,提升债务融资成本,也将驱使企业较多通过权益市场获取直接融资。

总体而言,受多个重要经济体货

币政策可能出现调整的影响,2022年全球IPO市场或许将不如2021年火爆,但仍将保持稳步增长。

中国证券报:2021年是A股的IPO大年,2022年是否会保持这一势头,预计会有哪些新看点?

范翔:2021年A股IPO数量与募资额齐创新高,源于货币环境、融资需求、制度完善等多方面的合力。展望2022年,中国货币政策靠前发力,稳定融资增长、降低融资成本是重点发力方向,这将对IPO常态化形成助推作用。在供给和需求两端共同作用下,2022年A股市场融资大有可为。

索莉晖:结合当前IPO排队家数及宏观经济环境分析,2022年IPO将保持常态化趋势,全面注册制改革将带来更多融资活水。同时,市场对红筹公司回归预期强烈。

全球投资者布局中国趋势不改

中国证券报:海外经济体货币政策调整对中国市场影响几何?

范翔:本周迎来美联储2022年第一次议息会议,市场期待从中寻找政策调整的线索。高盛日前预测,美联储今年将分别在3月、6月、9月和12月加息。

美联储加息给中国带来的资本外流压力有限,不会造成人民币汇率大幅贬值。近年来外资持续配置中国股债资产,持仓规模稳步增加,目前不必担心出现外资大幅减持的情况。

外资流入中国市场,受利差因素影响较小,更多是因为看好中国经济

长期发展前景。还需指出的是,与美国、欧元区等其他大型经济体相比,中国经济运行更具独立性,受海外经济波动影响总体有限。因此,人民币资产为国际投资者提供了不可多得的既具有成长性又具备避险功能的资产。

中国证券报:如何看待海外投资者加速布局中国市场的持续性?哪些领域可能受到重点关注?

范翔:当前,外资对中国资本市场的热情持续高涨。一方面,北向资金持续流入,海外投资者对人民币资产的关注度和认可度进一步提升,中长期投资信心进一步增强;另一方面,中国持续优化营商环境,提升外资投资便利程度,也是外资机构竞相布局中国市场的重要原因。近年来,中国资本市场对外开放步伐不断加快。在行业准入放开叠加资本双向流动加快的背景下,外资机构布局中国市场进程将继续提速。

索莉晖:经过多年发展,外资在中国的投资已贯穿于从天使、VC/PE到二级市场的每一个链条,也有很多大型外资基金竞相在中国设立全资子公司,进入一、二级市场,这反映出中国市场对外开放的宽度深度不断拓展,海外投资者的关注度持续提升,特别是中国在对对外开放过程中越开放越自信,将吸引更多的“源头活水”。

量化交易拥有广阔发展前景

中国证券报:近年来,中国市场

上量化交易得到快速发展,怎么看待这一趋势?

范翔:量化交易这两年发展相对较快,人工智能、深度学习算法等在量化投资策略中的应用愈加广泛。

整体而言,中国的量化产品和发展阶段仍处于相对早期阶段,在提升产品多样化、扩大市场规模等方面,尚有广阔空间。除股权市场外,固定收益产品、大宗商品、期货期指等均可开发量化产品。

索莉晖:中国的量化投资还在尝试与试错过程中,未来随着市场成熟度不断提升,相信中国市场上的量化产品会更加丰富,市场规模将持续扩大,也将吸引更多投资者积极参与。在这一进程中,中国资本市场也将更加成熟。

中国证券报:如何看待中概股IPO发展趋势?

范翔:近期,中国证监会就境内企业赴境外上市相关制度规则公开征求意见释放出三大信号,即完善企业境外上市监管制度,并不是要收紧境外上市监管政策;从增量做起,为存量安排充分的过渡期;中国证监会将与境内有关行业和领域主管部门建立监管协作机制,并积极推进跨境审计监管合作。

我们认为,上述政策提振了市场信心。中国公司上市地更加多元化,可根据自身需求,选择合适的上市地点。不排除一些企业会选择先在香港市场IPO,再赴美上市;或先在A股上市,再赴境外上市。



视觉中国图片

紧密合作走向共赢

毋庸置疑,新能源汽车保险市场目前处于发展初期,具有较高的增长确定性,因此引来“群雄逐鹿”。车企也好,险企也罢,当下在车险领域若要“共赢”,最好的方式便是合作。

“无论是百年传统车企还是造车新势力都不具备车险行业经验,都需要花费大量的人力、财力去跻身车险赛道,更不用说现在汽车销售战况激烈,精力有限。”《中国新能源车生态共建白皮书》建议,车企若想抢占车险市场先机,还需与具备能力的服务商优势互补,合作共赢。

在葛玉翔看来,线上线下车险业务系统搭建所需的高昂成本使得大多数新能源车企仍会选择和保险公司合作,保险公司需要在把握现存基础设施建设优势的同时,在关于如何划定理赔标准、车险定价等新能源车险问题上,与车企、电池厂等利益方协同确定定额标准,培养定损人才;通过与新能源车企、出行平台等多方共享数据,从而降低赔付率、减少保险欺诈,提升风险识别能力。