

蹭热点,涨股价

黑芝麻玩跨界 要把勺子伸进新能源“碗”里

10月12日,大家熟悉的那“碗”黑芝麻股价连续两日涨停,推动力或来自该公司日前公告称,将对一家新能源公司增资5亿元,正式进军新能源领域。对此,深交所曾发关注函,要求该公司说明是否存在“蹭热点”。新快报记者梳理发现,由于新能源领域火热,很多业绩不佳的公司在宣布跨界新能源时,都能迎接股价上涨。

■新快报记者 刘艳爽

黑芝麻近期经营业绩不佳

10月9日,黑芝麻发布公告称,公司拟对天臣新能源有限公司(下称“天臣新能源”)增资5亿元。增资完成后,黑芝麻将持有天臣新能源59.09%的股权,天臣新能源成为其控股子公司并纳入合并报表范围。

众所周知,黑芝麻为一家主营业务为生产销售黑芝麻系列及其他食品的食品公司。而天臣新能源的经营范围含锂电池组件、电池管理系统、可充电电池包、电子产品及配件的研发、生产、销售等。

增资公告表示,将加码一定规模的储能电池产能。计划同步在江苏南京市、江西南昌市建设磷酸铁锂电池生产基地,生产方型磷酸铁锂电池等系列产品。按规划,两个生产基地共共建6条生产线,全部建成后将形成年产18GWh方形磷酸铁锂电池的生产规模,全部达产后预计年销售收入约136亿元。

不过,黑芝麻入局储能赛道的动机

和实力受到深交所关注。深交所要求黑芝麻结合锂电池组件当前的行业发展现状等因素,说明公司是否存在“蹭热点”的情形,并进一步说明加码建设两个磷酸铁锂电池生产基地的资金来源等。

值得关注的是,黑芝麻近期经营业绩不佳,财报显示,2017年公司实现营业收入27.72亿元,归母净利润1.11亿元;2018年公司营收为39.64亿元,利润却降至5991.30万元,同比下滑46.06%。到了2021年,公司营收亏损达1.09亿元,同比骤降1297.48%。目前公司账上现金及现金等价物余额2.04亿元,流动负债14.3亿元。增资公告中还披露,2021年、2022年1月-9月,天臣新能源的营收分别为1.40亿元、4769万元;同期净利润分别亏损4.02亿元和3666万元,目前未实现盈利。

跨界收获股价大涨

新能源市场火爆,其他行业公司想跨界“分杯羹”的不在少数。今年以来,

一些如同黑芝麻这般业绩不佳的公司,在宣布入局新能源赛道时,股价都能获得一波大涨。

主营业务为烟气治理的同兴环保,今年上半年营收和净利“双降”。9月17日,该公司公告与中国科学技术大学签署合作协议进军储能电池电极材料领域的研发,尽管只是一个合作意向,但在随后的7个交易日,其股价收获6个涨停板。9月27日触及29.67元/股高位后大幅回落。

主营羊绒纺织的中银绒业近期也业绩不佳,2021年报显示,公司连续两年盈利不足1亿元,虽然已走出亏损泥潭,但公司造血能力连年下降。今年6月13日,该公司公告称其全资子公司将投建年产8万吨锂电池正极材料磷酸铁锂项目。消息公布当天其股价涨停,第二个交易日再涨6%,但随后股价便大幅回落。

如今,黑芝麻在宣布进军新能源后股价已经连续两个交易日涨停,其股价是否能持续坚挺,尚需时间检验。

回购、增持频现 保险业延续向好趋势

新快报讯 记者林广豪报道 10月11日,友邦保险发布公告称,公司当日耗资1.78亿港元在香港交易所回购263.4万股股份。至此,友邦保险10月已进行6次回购。9月以来,险企股东和高管增持动作频现。有分析认为,今年四季度寿险行业在低基数背景下降幅有望轻微收窄。

友邦年内115次回购股份

记者根据同花顺iFinD数据统计,友邦保险10月的6次回购已赎回1044.94万股,回购均价在65.17港元-70.28港元区间。

友邦保险的“大手笔”回购早有计划。今年3月,友邦保险公告称,拟在未来三年通过公开市场回购公司普通股,向公司股东返还高达100亿美元的资本。

同花顺iFinD数据显示,今年3月21日至10月11日,友邦保险已累计回购115次、回购数量逾2.36亿股,累计耗资约182.58亿港元,回购股份占总股份1.97%。

无独有偶,中国平安港股获股东和高管增持。

9月21日,正大集团(中国区)副董事长兼首席执行官杨小平耗资430万元增持中国平安港股10万股。

9月28日,摩根大通买入中国平安港股1573.09万股,持股比例增至9.02%。

有业内人士认为,在2021年保险板块40%-50%的回调幅度下,行业回购、股东和高管增持均为提振市场信心的重要举措。

保险经营预计持续改善

今年以来,保险板块(申万二级行业分类)增幅为-7.79%,中国人保、中国人寿、中国平安、中国太保、新华保险涨幅分别为12.09%、9.17%、-14.29%、-20.71%、-27.24%。

招商证券非银金融行业首席分析师郑积沙团队表示,今年寿险经营在多种外部因素干扰下,资产负债两端均呈现明显压力,股价方面也同步呈现总体低迷特征。而展望四季度,寿险行业在低基数背景下降幅有望轻微收窄,但下滑趋势短期难以扭转。

在保险今年三季度业绩前瞻中,申银万国证券研究所研究员许旖珊指出,保险行业经营持续改善。寿险行业经营延续向好趋势,寿险增长预计主要来自增额终身寿。财险方面,头部财险公司综合成本率有望稳定延续同比改善趋势,承保利润将进一步提升。

星巴克中国董事长重任CEO 但咖啡江湖已巨变

新快报讯 记者陆妍思 实习生杨子冉报道 上个月,星巴克斥约2亿元人民币从杜蕾斯母公司挖到了一位新任CEO。本周二,星巴克中国也迎来人事变动,星巴克中国董事长王静瑛将重任CEO,以推进三年新开3000家门店的“重仓中国”计划。

记者了解到,王静瑛掌舵星巴克中国业务超过10年。2011年,她就出任了星巴克中国总裁,2016年担任星巴克中国首席执行官。2019年,王静瑛出任新设立的星巴克中国董事长一职。2021年10月她开始休假。

公开资料显示,在王静瑛掌舵的十年中,星巴克中国门店数量由400多家提升至近6000家,并逐步成为一家拥有6万多名员工的咖啡连锁品牌。

就在王静瑛重新上任前不久,9

月14日,星巴克发布2025中国战略:未来3年,星巴克中国预计总门店数量将达到9000家,预计净收入翻倍,营业利润为当前4倍。然而,星巴克最新一季的财报显示,其中国市场营收同比下降40%至5.445亿美元。因为客流量下降43%,平均客单下降1%的影响,星巴克中国的同店销售额大降44%。

值得玩味的是,在星巴克同店销售暴跌的同时,中国咖啡市场体量却在不断扩大。昨日,“当代人血液里有一半是咖啡”的词条突然冲上微博热搜,截至记者发稿前,该话题的阅读量已达8492.9万,讨论数突破1.2万。艾媒咨询数据显示,2021年,中国咖啡市场规模约为3817亿元,消费者突破了3亿人次,2022年预计达到

4856亿元,2025年更是有望突破万亿元。

有业内人士表示,现磨咖啡在中国市场的用户普及不是由星巴克等外资巨头完成的,而是以瑞幸为代表的平价本土品牌。2018年,瑞幸横空出世,靠着“店海战”和“价格战”让中国的咖啡市场格局出现了颠覆性的变化,原本习惯了以高价享受星巴克等舶来咖啡在购物中心营造的“第三空间”的消费者,在价格优势下减少了走进咖啡店的频率,开始从线上订购咖啡外卖,而疫情加速了这种习惯的转变,国内咖啡消费群体规模一下子从千万元级别被推到了亿元级别。当下,对于星巴克来说,要做大中国市场蛋糕,就必须发力数字化转型下的线上业务。

国寿打响“开门红”第一枪 行业新业务价值或回暖

新快报讯 记者林广豪报道 近日,中国人寿推出一款两全保险,正式打响2023“开门红”第一枪。有业内人士表示,“开门红”期间公司仍将主打储蓄类产品,同时推出附带增值服务的重疾险。有分析指出,预计各公司“开门红”产品仍将以年金险、两全险为主,部分险企会搭配健康管理及养老服务来吸引客户投保,进而扭转NBV(新业务价值)持续大幅负增的局面。

保险业的“开门红”一般在每年的10月到次年2月,保险公司推出一批“限时利好”的产品,同时搭配相关优惠政策进行销售。据了解,“快返型年金+万能账户”为2022“开门红”的主打。

近日,中国人寿发布一款两全保险,可选趸交、3年交、5年交,满期时间为8年或10年。以40岁男性投保该产品为例,选择3年交费,年交10万元,保险期为8年。若该男性在保险期间未身故,则45-47岁每年可领取生存保险金6万元,48岁可领取满期保险金148570元。以此计算,该产品投资收益率为1.6%。

多位大型险企人士告诉新快报记者,今年理财市场生变,保险理财因保本等特点受到青睐,预计今年11月会推出年金险新品。招商证券非银金融行业首席分析师郑积沙团队表示,短交年金险、增额终身寿险具备收益率相对较高且功能灵活等特点,有望激

发客户需求。

上述大型险企人士补充,除了年金险,公司在“开门红”期间还会推出附带增值服务的重疾险新品,“主要针对次标体人群”。

郑积沙团队指出,随着居民的养老需求不断增长,部分险企会搭配健康管理及养老服务来吸引客户投保,进而扭转NBV持续大幅负增的局面,实现2023年的良好开端。

今年上半年,寿险行业人力清虚持续,险企新业务价值普降。从上市险企来看,平安寿险及健康险、中国人寿、人保寿险、太保寿险、新华保险上半年新业务价值分别同比下降28.5%、13.8%、38.1%、45.3%、48.4%。