

财眼

沪指突破3100点创年内新高 机构:“五一”假期可持股过节

4月29日,沪指突破3100点站上年线,再创年内新高。两市成交额超1.2万亿元,北向资金买入超百亿元,“五一”假期是否可持股过节?机构分析认为,今年5月基本面继续修复,假期地缘风险有限,“五一”假期可持股过节。

■新快报记者 涂波

5月科技成长股有望上涨

4月A股今日收官,接下来就是“五一”黄金周假期。回顾近日A股走势,是持股还是持币过节呢?

比照历史复盘经验,华金证券认为,5月基本面继续修复,A股或震荡偏强。因为假期消费数据有望火爆提升经济和盈利修复预期。假期期间海外数据可能扰动流动性预期,但国内依然维持宽松。节前融资可能季节性流出,但外资仍可能继续流入。美股影响因素下,AI等科技相关行业5月或有上涨机会。此外,地缘风险有限,海外股市出现大幅调整的风险也可能较小。

前海开源基金首席经济学家杨德

龙则建议:“如果持有的是优质股票或者优质基金,可以耐心地持股过节。如果持有的是一些题材股、概念股,可以及时获利了结。”

持股需警惕个股风险

不过,在大方向上建议持股过节的同时,消费者也需警惕低分红、业绩雷和解禁、减持等个股风险。

数据显示,A股有近千家公司在2020年-2022年连续三年间“一毛不拔”,更有公司上市后从未实施分红,是真正的“铁公鸡”。例如,金杯汽车自1992年上市以来,从资本市场4次募集资金,累计募资金额约14.77亿元,且金

杯汽车2021年-2022年连续实现盈利,但依然不分红。还有学大教育、阳煤化工,连续30年未分红,凯盛新能、烽火电子、云鼎科技、岩石股份等超20年未分红。

新“国九条”提及,要“加大退市监管力度”推动资本市场高质量发展。近日,*ST美尚、*ST新纺、*ST美盛等52家公司陆续披露了“可能被终止上市的风险”或“可能被实施退市风险”的提示。业内人士建议,不可存侥幸炒作心理盲目抄底。此外,4月30日,是A股年报和一季报的截止披露日,也要警惕“晚交卷的差生”业绩暴雷的影响。

下月起广州等三地试行车险“互碰快赔”

新快报讯 记者林广豪报道

4月28日,广州、惠州、中山试行车险“互碰快赔”启动仪式在广州举行,记者从现场了解到,新模式将从5月1日起在三地试行,未来有望在全省范围内推广实施,为更多车主带来便利。

无需等待交警判责

据介绍,“互碰快赔”是针对符合标准的交通事故,无需等待现场处理,事故当事人拍摄固化现场证据后,第一时间挪车通路,报案后自行驶离,有效缓解交通拥堵的新理赔体系。此次试点由广东地区42家财产保险公司共同参与实施,目前涵盖范围包括广东地区(不含深圳)投保交强险及商业险的客车、轿车、货车、特种车等机动车辆。

与传统理赔模式相比,“互碰快赔”模式的特点包括无需等待交警判责,不必担心修车费用无人处理,不必纸质单证即可畅行,以及无需等待交警判责等。例如,在事故理赔环节中,如是一方全责时,由全责方保险公司进行赔付双方损失;如是多方均有责任时,各自承保公司在10000元以内全额赔付。

重点城市推广“互碰快赔”

2019年12月,原北京银保监局联合北京交管局在全国率先推出交通事故“互碰快赔”新机制。从试点期间情况来看,案件平均结案周期小于3天,较传统方式缩短50%以上;其中无责方车主等待时间大幅度减少,平均结案周期不到1.5天。

去年9月,国家金融监督管理总局集中开展“为民办实事”专项行动,要求“在汽车保有量高的重点城市,积极推广车险‘互碰快赔’业务模式,改善车险消费者理赔服务体验,助力道路交通事故处理,进一步提升车险理赔便利”。

广东省汽车流通协会发布的数据显示,2023年广东省汽车保有量排名前五名的城市分别是东莞、深圳、广州、佛山及惠州。

特别报道



靠怡宝撑起来的华润饮料赴港IPO 产品多元化不足净利率短板显现

怡宝要上市了。近日,华润饮料(控股)有限公司(下称“华润饮料”)递表港交所,拟冲击港交所主板。按2023年零售额计,华润饮料是中国第二大包装饮用水企业,仅次于农夫山泉。近年来,华润饮料业绩呈现逐年增长的趋势,但公司收入主要依赖旗下纯净水品牌怡宝。意识到自身短板,华润饮料表示IPO募资将有部分用于品牌塑造和产品创新。有业内专家认为其转型时机已晚,拓展饮料赛道可能没有太多机会。

■新快报记者 张晓茵

净利率不高,业绩主要靠卖水

目前,华润饮料旗下拥有怡宝、至本清润、蜜水系列、假日系列及佐味茶事等13个品牌的产品组合。2021年-2023年,华润饮料分别实现营收113.40亿元、126.22亿元和135.15亿元,实现净利润8.58亿元、9.89亿元和13.31亿元。虽然业绩逐年上涨,但华润饮料的净利率却不高,2021年-2023年,公司净利率分别为7.6%、7.8%和9.9%,而其最大竞争对手农夫山泉2023年的净利率为28%。

华润饮料核心业务为包装饮用水板块,2021年-2023年该板块为其贡献了高达95.4%、94.3%、92.1%的收入。在其饮用水品牌中,除怡宝与加林山外,其余品牌均是2022年后推出。且加林山在网络电商平台上都较为罕见,可见华润饮料绝大部分业绩是由怡宝支撑。

作为一家名称中有“饮料”二字的企业,华润饮料涉足了茶饮、果汁、咖啡以及运动饮料等多个细分领域,但2021

年-2023年,饮料板块业务营收占比仅为4.6%、5.7%和7.9%。

从饮品行业来看,2023年农夫山泉包装饮用水产品业务同比增长10.9%,茶饮料产品同比增长高达83.3%;拥有可口可乐股份的中国食品,2023年汽水品类、果汁品类收入增长,只有水品类收入减少;康师傅的方便面业务衰退,但饮品业务在增长……比起饮用水,目前市场上饮料的销售更为热门。

欲拓展新品,但赛道已拥挤

华润饮料已经意识到其在品牌塑造和产品创新上的短板,并在想办法弥补。招股书显示,本次IPO将有募资分别用于“进行销售和营销活动,增强品牌活力,强化品牌形象,提升销售表现”及“增强我们的产品研发能力,以持续拓展新的产品品类和单品”。

但中国食品产业分析师朱丹蓬却对此持保留态度。朱丹蓬认为,华润饮料在准备冲IPO的时候才想到去做转

型,做产品矩阵短板的补齐,有点太晚了。“中国的饮料市场已经1万多亿元了,各个饮料赛道都有大佬,华润在饮料赛道没有太多机会,华润饮料的整体发展并不乐观。”

更为棘手的是,在华润饮料转型尚未铺开之际,其主打的纯净水领域又遭遇了新的挑战。在华润饮料提交招股书的翌日,一款绿色包装的“农夫山泉纯净水”的宣传图在网络上迅速传播。

虽然农夫山泉的相关负责人对外表示“目前还没有确定消息”。但已有多位经销商向媒体透露,该产品即将开始铺货,后续会在线上和线下市场销售。新快报记者发现,4月29日电商平台已有个人卖家在销售农夫山泉这款绿包装纯净水产品。

朱丹蓬认为,天然水市场已经“到顶”,农夫山泉想去做纯净水,肯定就是想去争取怡宝的市场份额,而随着农夫山泉的加入,纯净水赛道竞争会更加激烈,现有的价格体系也会受到一定影响。

构建“大消保”体系 信泰保险广东分公司全面启动“消保365”客户满意度调查活动

为全面了解保险消费者满意度情况,规范保险销售行为,维护保险消费者合法权益,不断提升消费者的金融获得感、幸福感、安全感,2024年4月,信泰保险广东分公司在全省范围内启动“消保365”客户服务满意度调查活动。

信泰保险广东分公司总经理张鹏在客户服务满意度调查启动会上表示,保

险机构推动消费者权益保护工作是践行金融工作政治性、人民性的必然要求,信泰保险广东分公司秉承公司企业文化的核心理念,致力于为客户提供“有温度、有效率、有品质”的客户服务。信泰保险广东分公司将立足行业,深入贯彻落实监管部门印发的2024年消保工作要点,逐一落实,切实提高对消费者权益保护的工作质效,加快构建分公司特色消保

工作格局,持续提升消保履能力建设。

近年来,信泰保险广东分公司不断优化升级服务品质,建立健全消费者权益保护机制,创新保险产品和服务,大力推动金融知识“五进入”活动,线上开展“消保小课堂”和“金融高管讲消保”,线下开展“总经理接待日”等丰富多彩的活动。此次“消保365”客户服务满意度回访及问卷调查活动是信泰保险广东分公

司开展的年度创新性消保服务项目,届时将邀请广大客户为公司优化服务流程、提升服务品质提出宝贵意见,回归“让保险消费体验更满意”的服务初心。

信泰保险广东分公司将以本次活动为契机,压实消费者权益保护主体责任,聚焦金融为民、金融惠民、金融便民,贴近人民群众需求,将消费者权益保护工作落到实处。
(郭文思)