

# 八月份三大猪企生猪销售均价创年内新高

## 猪价持续回暖,上市猪企上半年业绩开始修复

近日,三大上市猪企牧原股份、新希望、温氏股份陆续发布8月销售月报。数据显示,三大猪企的生猪销售均价环比、同比均呈现增长。本轮猪价触底反弹发生在5月中旬,受此影响,上市猪企的上半年业绩有所修复。不过,由于此前生猪市场价格低迷期过长,许多企业并未在上半年实现扭亏为盈,多家非领导型企业面临行业再洗牌。

■新快报记者 刘艳爽

### 猪价提升企业营收开始回暖

记者梳理发现,三大上市猪企在8月的生猪销售均价和销售额均持续上涨,两项均突破了今年的新高。

具体而言,温氏股份、新希望猪价已突破20元/公斤。其中,毛猪、商品猪价格分别达到20.45元/公斤、20.13元/公斤,牧原股份商品猪售价为19.71元/公斤,实现了10个月连续上涨。销售额方面,8月份牧原股份、新希望、温氏股份分别实现834.51亿元、179.25亿元、380.51亿元的销售收入,为今年以来的最高值。

据中国养猪网数据,今年生猪价格上涨起于5月中旬,目前全国生猪(外三元)均价报19.78元/公斤,猪粮比报8.17:1,生猪养殖行业正式进入盈利区间。受此影响,今年上半年上市猪企业绩修复明显。据wind数据,10家申万生猪养殖公司净利润

均实现同比上涨,其中行业龙头牧原股份上半年盈利8.29亿元,同比增加129.84%;温氏股份受益于多元化经营,上半年报盈利13.27亿元,同比增加128.31%。

### 价格波动下行业大洗牌

此前,生猪养殖行业经历了号称最长低价期。自2022年11月起,生猪价格快速下探,整个2023年猪价横盘14元/公斤左右。生猪价格波动严重影响上市猪企业绩。2023年,几乎全部上市猪企报亏,其中龙头企业牧原股份去年亏损额超过40亿元。

由于此前行业低谷期过长,尽管今年5月中旬生猪价格回暖,但仍有上市公司上半年未实现扭亏,其中便包括三大上市猪企的新希望,该公司今年上半年报亏12.17亿元。除新希望外,巨星农牧、东瑞股

份、正邦科技、新五丰均未实现扭亏为盈。

值得一提的是,每次生猪价格大幅波动都会造成行业洗牌。2022年生猪价格大幅下跌期间,有五大养猪巨头之称的正邦科技陷入重整,此后公司被双胞胎集团所救,今年上半年正式摘帽。不过该公司已经易主,后期更名可能性较大。此前猪价下跌期间,傲农生物是典型的出局者,目前公司已经因陷入债务危机而预重整。另一家被预重整的上市公司是ST天邦(原名天邦食品),该公司此前也是五大猪企之一。

9月12日收盘,三大上市猪企股价齐跌。牧原股份跌2.57%,报收37.48元/股;新希望跌1.29%,报收8.42元/股;温氏股份跌1.85%,报收15.93元/股。事实上,近段时间三家公司股价均处于下跌区间。

从历史数据来看

### A股已处历史低位 有望构筑“双底”

新快报讯 记者涂波报道 9月12日,A股大盘延续萎靡走势,试探2700点,截至收盘,沪指收报2717.12点 深证成指报8054.24点,创业板指跌收报1551.81点。沪深两市成交额仅有5156亿元。日前,证监会宣布了中期分红的公司,在大盘弱势背景下,一些基本面较好,性价比较高的公司,有望率先走出底部,随时可能触底反弹。机构认为,盈利能力稳定、具备分红能力个股仍是中期配置主线。

从历史数据来看,当前A股市场已处于历史低位。前海开源基金总经理杨德龙指出,从2000年以来,A股有四大公认的历史底部。

当前沪深300的市盈率不足11倍,上证指数略高于12倍,均低于2005年和2008年历史底部的水平,当时对应的是998点和1664点,略高于2019年初和2013年6月历史底部时候的水平。万得全A指数市盈率14.99倍,低于2005年998点的水平,接近2008年底部的水平。

从市净率来看,当前上证指数的市净率是1.13倍,沪深300指数的市净率1.16倍,万得全A指数市净率1.29倍,全部低于此前四大历史底部。破净股的数量超过800只,占比超15%,高于此前四大历史底部。此外,从全球主要资本市场来比较,目前A股和港股的主要指数的估值水平处于全球资本市场的估值洼地。沪深300指数和上证指数的市盈率不到美股三大股指的一半,市净率不足美股三大股指的1/4。

目前,A股成交额多日处于5000亿元。光大证券分析指出,“地量”之后或将见到“地价”。目前沪指已经距离前期大底不远,有望构筑“双底”,随时可能触底反弹。在此背景下,建议关注一些优质的性价比个股等待机会的来临。

随着中报季的结束,中金公司认为,盈利能力稳定、具备分红能力和分红意愿的高股息板块或仍是中期配置主线。记者注意到,中期分红公司相对较少,正是由于相对稀缺,中期分红往往成为市场关注的焦点。证监会11日消息,截至8月底,2024年已有663家次公告中期分红,较去年全年翻倍;预计分红5337亿元,占同期净利润的比重由去年的7.0%提升至18.5%。其中,龙头公司示范作用明显,例如“三桶油”中的中国石油A股派息总额402.6亿元;中国石化合计派发现金股利177.68亿元;头部券商中信证券半年赚105.7亿元分红35.57亿元;工商银行分红511.09亿元,建设银行、农业银行等紧随其后,分红金额分别为492.52亿元和407.38亿元。

另外,分红的持续性和可预期性也明显得到增强。目前,已有1000多家公司推出中长期分红方案,如贵州茅台公告未来三年分红比例不低于75%,中石化未来三年不低于65%,分红的可预期性持续提升。



## 欺骗投保人 泰康人寿、华夏人寿电销中心被罚

近日,泰康人寿保险有限责任公司(下称“泰康人寿”)、华夏人寿保险股份有限公司(下称“华夏人寿”)旗下的电话销售中心因欺骗投保人被罚。在业内人士看来,传统的电销是一种“短、平、快”的模式。有险企提醒,消费者通过电话购买保险要清楚询问产品的保险责任等事项。

■新快报记者 林广豪

### 泰康人寿多个电销中心接连挨罚

9月9日,因欺骗投保人、对投保人隐瞒与保险合同有关的重要情况,华夏人寿北京电话销售中心被国家金融监督管理总局辽宁监管局责令改正并处罚款人民币5万元,一名有关责任人被警告并处罚款1万元。据了解,去年11月,瑞众人寿保险有限责任公司获批整体受让华夏人寿保险业务及相应的资产、负债,该公司现有7家电话营销中心。

无独有偶,8月30日,因欺骗投保人,泰康人寿四川电话销售中心被国家金融监督管理总局四川监管局罚款25万元,两名有关责任人被警告,共计被罚16万元。资料显示,泰康人寿为泰康保险集团旗下公司,截至去年年末,公司共有28个电话销售中心。

记者注意到,泰康人寿四川电话销售中心并非首次被罚,去年4月,该电销中心因欺骗投保人、阻碍投保人履行如实告知义务、承诺给予投保人

合同约定以外的其他利益被责令改正,罚款5万元。去年以来,除了四川电销中心外,因欺骗投保人或销售误导等事项,泰康人寿还有辽宁、海南、江苏、山西四家电销中心被罚。

### 人员能力参差不齐问题频出

电销曾是寿险行业重要的销售渠道。中国保险业协会发布的《2021年度寿险电话营销行业经营情况分析报告》显示,寿险电销规模保费从2018年的213.6亿元逐步下降至2021年的123.3亿元。据记者不完全统计,今年已有6家寿险公司的9个电销中心获批撤销,其中北大方正人寿、中英人寿、中美联泰大都会人寿均有2个电销中心获批撤销。总体上,今年获批撤销数量超过2023年全年总量。

一位大型寿险公司代理人向记者表示,保险电销有着固定的话术,但难以完全讲解清楚一些形态复杂的产品,例如长期期缴的年金险。加之

电销人员的专业能力参差不齐,出现欺骗投保人、销售误导等情况也较为常见。

从泰康人寿四川电销中心去年被罚的案例来看,销售录音中存在“泰康会给您发一笔退休养老工资,保底是1万块钱”等欺骗投保人的话术,且在销售过程中未予更正。

金融监管总局披露典型案例指出,营销宣传行为不规范,引发大量消费纠纷。例如消费者陈某投诉反映,某保险公司通过电话向其推介某款分红保险,电销人员称该款产品“收益比银行存款高,相当于按月存钱,同时还有保险保障”。

有保险公司提醒,面对推销保险的电话时,要多问问题,考虑产品是否适合自己,再作出决定性回答。另一方面,要清楚询问产品的保险责任、收益特点、费用扣除、退保损失等与切身利益相关的事项。最后收到保单凭证后要对照保障内容进行审核。

## 信泰保险2024年“金融教育宣传月”活动正式启动

为深入贯彻落实党的二十大、二十届三中全会精神和中央金融工作会议部署,坚持以人民为中心的价值取向,有效防范金融风险,2024年9月1日,信泰保险正式启动“金融教育宣传月”活动。此次活动由金融监管总局、中国人民银行、中国证监会联合开展,年度主题为“保障权益防风险”,活动口号为“金融为民谱新篇 守护权益防风险”。本次活动将金融教育线下活动和线上传播相结合,将

9月打造为金融集中教育品牌月。

金融教育宣传月期间,信泰保险将聚焦坚持和发展新时代“枫桥经验”,紧密围绕“基础金融知识”“防非反诈”“诚信文化建设”三条主线,一是以消费者喜闻乐见的海报、长图、短视频、“我为群众送台戏”“五进入”等线上、线下活动方式普及保险等金融基础知识,积极倡导消费者增强金融知识储备,结合自身需求及风险承受能力理性投资,明明白白选

购保险等金融产品;二是结合各地实际,重点面向老年人、青少年、新市民、乡村居民等群体发布风险提示,着重发挥线上短视频互联网传播影响力,充分利用金融消费者教育系列短视频持续扩大宣传效果,防范非法金融活动和电信诈骗;三是组织各机构从业人员开展诚信文化教育,弘扬诚实守信职业操守,引导树立诚信理念,严格落实金融产品、销售渠道、目标客户“三适当”要求,规范营销行

为,从源头上保护好金融消费者和投资者合法权益。

信泰保险相关负责人介绍,公司将以此次宣传月活动为契机,联合18家分公司积极践行新时代“枫桥经验”,做好“担当新使命 消保县域行”专项活动,推广为民办实事举措,紧扣基层群众需求做好金融知识教育宣传,提升群众满意度和获得感,有效覆盖各类金融消费者,帮助基层群众“学金融、懂金融、信金融、用金融”。