

搅局车险 比亚迪的能与不能

深圳比亚迪财产保险有限公司(以下简称“比亚迪财险”)如愿获得经营车险资质。11月8日晚间,国家金融监督管理总局披露的批复文件显示,比亚迪财险的业务范围新增了“机动车保险,包括机动车交通事故责任强制保险和机动车商业保险”。这也意味着,比亚迪在收购易安财险之后,获得了经营车险的资质。

作为新能源汽车主机厂的比亚迪经营车险业务,对于车险市场影响几何?当前,大部分保险公司在新能源车险上还处于亏损状态,新能源车出险率高、维修成本高、赔付率高、数据不足等问题普遍存在。比亚迪入局,到底是搅动市场的“鲑鱼”还是争夺市场的“狼”?一切还有待市场检验。

拿下车险入场券

11月8日,国家金融监督管理总局披露的批复文件显示,同意比亚迪财险变更业务范围。变更后,比亚迪财险业务范围中新增了“机动车保险,包括机动车交通事故责任强制保险和机动车商业保险”,而原易安财险的经营范围中并不包括车险业务。

这也意味着,比亚迪在收购易安财险并进行更名和增资后,终于得偿所愿获得了车险经营资质。

根据此前业内信息,比亚迪财险计划申请车险经营资质,拓展机动车辆保险业务,并在原有财险业务基础上推进新能源汽车业务经营。在客户触达方面,将采用线上和线下相结合的方式,利用比亚迪现有的新能源汽车服务网络和自有网络渠道进行销售。

如今来看,拓展机动车辆保险经营业务这一步已经完成。北京商报记者注意到,在比亚迪财险招聘岗位中,设有车险业务、车险核

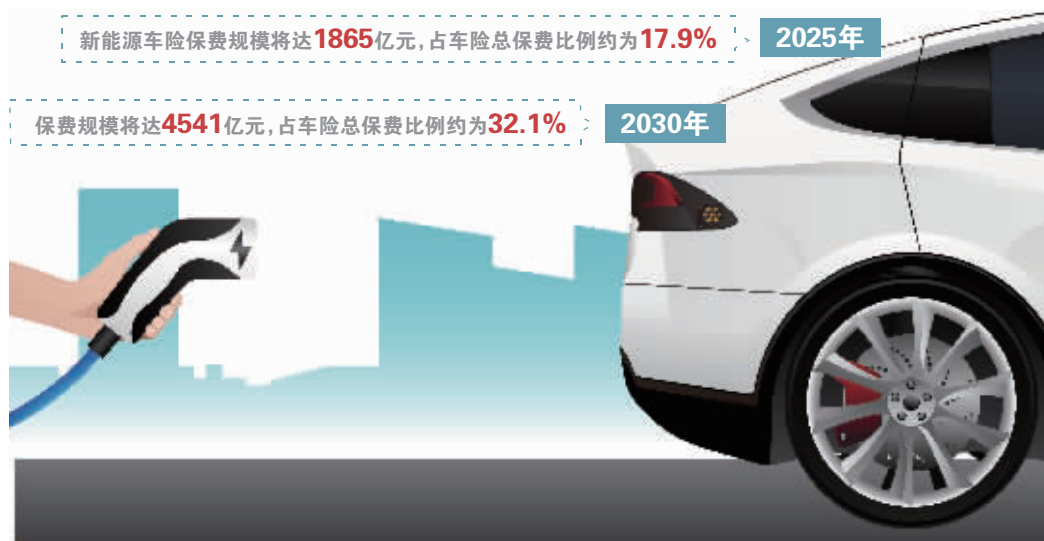
保等相关岗位,也验证了比亚迪财险入局车险的计划。

北京商报记者就经营车险相关问题致函比亚迪财险,但截至发稿并未获得回复。

实际上,比亚迪并不是最先入局车险的车企,近年来,“蔚小理”、特斯拉等造车新势力纷纷通过设立和收购保险经纪公司来完成自己保险板块的布局。就在近日,汇鼎保险经纪发生工商变更,企业名称变更为“蔚来保险经纪有限公司”。

不过,相较于其他车企的保险经纪牌照只能作为“中间商”提供服务,比亚迪获得的财险牌照无疑能直接面向客户提供承保、理赔等服务,得以分羹保险业务。

“比亚迪全资持有财险牌照,可以将汽车产业链从主机厂拓宽到保险领域,比亚迪凭借制造电动车的技术优势、已积累的电动车行业数据优势和大量的客户资源优势,可以在业务获取、费率厘定、理赔估损、维修服务等新业务经营环节获得市场竞争优势。”业内一位资深财险专家向北京商报记者分析。



车企更懂数据

比亚迪入局做车险,也引发了保险业对市场被分食的担忧。

当前的车险市场竞争激烈,仅头部财险公司能够获得微薄承保盈利。而新能源车险则是全新的市场。东吴证券预计,2025年,新能源车险保费规模将达186.5亿元,占车险总保费比例约为17.9%;2030年,保费规模将达454.1亿元,占车险总保费比例约为32.1%。

不过,目前的新能源车险市场仍是一块“难啃的骨头”,大部分保险公司都未能实现承保端盈利,新能源车出险率高、维修成本高、赔付率高、数据不足的问题普遍存在。

深究其背后原因,某头部财险公司高管曾向北京商报记者透露,一方面是保险公司自身数据积累不足,新能源车企几乎不会向

保险公司透露自身数据,保险公司也只能通过第三方公司获得一些脱敏数据;另一方面是很多车主用新能源汽车跑网约车,甚至很多车主从传统燃油车更换为新能源汽车后驾驶不习惯,导致出险率提升。

新能源车企的入局,在数据端的优势是不言而喻的。贝恩公司全球商品战略顾问总监潘俊表示,比亚迪具有深厚的汽车制造经验和专业技术实力,对新能源车辆的性能和风险有较为准确的了解,可以提供更加适合新能源车主的保险产品。河南泽槿律师事务所律师任付建也表示,比亚迪自身拥有完善的新能源汽车数据体系,这使得比亚迪财险在开发相关车险产品时的精算、定价,以及提供后续服务时拥有更明显的优势。

从行业角度,上述财险公司高管表示,新能源车企入局后,对于车险市场可能带来三方面影响:一是有助于控制出险车辆的维修

成本,有利于降低车险业务的综合赔付率;二是有利于减低业务获取费用,特别是对于新车业务,新能源车企的财险公司可以利用母公司与4S店等车商的合作关系,在争取新车保单业务时抢占先机;三是利用车辆行驶数据,开展车险业务创新,例如,开发UBI的车险产品,做好车险定价的精准化。

跨界仍存难点

车企进入车险市场,究竟是搅动市场的“鲑鱼”还是争夺市场的“狼”?

业内普遍认为,此时判断还为时尚早。新能源车企想要入局保险业仍面临着一系列的困难与挑战。

经济学家新金融专家余丰慧表示,车险业务涉及到大量的风险评估和管理工作,对于比亚迪财险来说,需要建立完善的风险管理体系,以应对车险业务可能带来的各种风险。

在中国人保中期业绩会上,人保财险总裁于泽曾提出,车企涉足车险业务,对保险业影响有限。背后因素,一是因为车险是管理型的险种;二是保险行业储备了大量的人才,比如包括销售队伍定价能力上,并不是有企业和销售渠道就可以;三是保险行业多年积累的历史数据能对精算和定价保持领先优势;四是车险对承保和理赔服务网点要求很高,庞大的网点服务体系对进入到车险行业的企业而言挑战很大。

付建总结表示,车企卖车险顺应新能源汽车发展趋势,但保险公司在车险领域的的话语权是否会受到挑战,对车主是否有利,一切还有待实践给出答案。

北京商报记者 李秀梅

客户供应商大量重叠 朗泰通科技IPO背后的疑点

近年来,新能源产业链上诸多企业“扎堆”排队IPO,东莞市朗泰通科技股份有限公司(以下简称“朗泰通科技”)也是其中一家,其致力于成为国际一流的新能源电池专业制造商。深交所官网显示,公司创业板IPO于近日进入二轮问询。纵观招股书,朗泰通科技客户、供应商方面值得重点关注。诸如,公司非关联重合客户、供应商的数量多达18家;此外,公司关联交易、关联采购等方面也存在疑点。

18家非关联重合客户、供应商

报告期内,朗泰通科技非关联客户、供应商重合数量偏多,这一情形的合理性需要公司作出解释。

招股书显示,朗泰通科技主要从事锂离子电池、镍氢电池及PACK电池组的研发、生产、销售,产品广泛应用于家庭储能、便携式储能、通用储能、电动低速车、电动滑板车、3C数码产品、个人护理产品等领域。

报告期内,朗泰通科技向同一客户及供应商采购和销售均超过50万元(报告期内累计)的企业数量共有18家。以东莞市思玛泰克新能源科技有限公司为例,2020-2022年以及2023年上半年,朗泰通科技对其实现的销售金额分别为349.7万元、440.96万元、301.63万元、0.55万元;向其采购金额分别约为484.13万元、997.75万元、177.77万元、22.44万元。

此外,这18家重合客户、供应商中,还包括公司主要客户、供应商。诸如,公司2021年的第一大客户深圳市日晖达电子有限公司(以下简称“日晖达”),2020-2022年及2023年上半年,朗泰通科技对日晖达实现的销售金额分别约为3712.14万元、4080.61万元、2693.44万元、764.67万元。同时,日晖达也经营一些电池材料和配件,公司报告期从日晖达采购少量原材料、辅料(比如电池外壳、少量保护板等)。

朗泰通科技表示,公司报告期内的客户、供应商重合情况符合商业逻辑。大部分情况下,公司的交易对手属于新能源行业的相关产品或原材料销售商,如该交易对手的下游客户需要电池,公司可对其销售电池;如公司需要该交易对手的电池材料、辅料,公司则从其采购此类材

料、辅料。

投融资专家许小恒表示,IPO公司客户与供应商重合的情况,虽然不会是审核时的必要障碍,但一般由于容易滋生利益输送等问题,会在审核中被重点问询,重合情形是否符合行业惯例、定价如何保持公允等问题可能需要企业作出进一步的说明。

在首轮问询中,深交所也关注到朗泰通科技这一问题,要求公司说明重合客户、供应商较多是否符合行业惯例;并结合相关购销产品单价、毛利率与第三方独立购销的对比情况,说明是否存在通过同时采购、销售进行体外资金循环虚增收入、虚减成本费用情形。

存多笔关联销售、采购

除了多家非关联客户、供应商重合外,报告期内,朗泰通科技还存在多笔关联销售及关联采购,其中公司控股股东既是客户也是供应商。

截至招股书签署日,公司控股股东为深圳市朗泰通投资有限公司(以下简称“朗泰通投资”),朗泰通投资持有朗泰通科技1.6亿股股份,占公司本次发行前股本总额约76.66%。

2020年,朗泰通科技子公司朗泰通实业为朗泰通投资提供电池加工服务,金额为2141.53万元,占朗泰通科技当期加工费收入的99.63%;朗泰通实业向朗泰通投资销售电池金额为3049.03万元,其中主要系镍氢电池销售金额3044.65万元,占朗泰通科技当期镍氢电池销售收入的25.33%。2020年,朗泰通实业向朗泰通投资的关联采购金额为2078.25万元,占公司当期采购金额的4.28%。

不仅直接与朗泰通投资发生关联交易,2020-2021年,朗泰通科技与津标运营(深圳)有限公司、东莞市津标新能源科技有限公司的合计关联销售金额分别为423.09万元、-116.8万元,主要销售锂离子电池。其中津标运营(深圳)有限公司系朗泰通投资曾经控制的公司。

此外,报告期内,朗泰通科技向斯诺实业、内蒙古斯诺新材料科技有限公司的采购金额合计分别为1214.2万元、2496.84万元、2500.46万元、1375.4万元,采购内容主要为负极材料石墨,占公司当期石墨采购额的比例分别为82.61%、

73.02%、79.16%、92.02%。其中斯诺实业于2019年入股朗泰通科技,曾持有公司5%以上股权,于2022年将所持公司股权转让给国民科技。

金融系统业内人士武忠言表示,根据规定,发行人应完整披露关联方关系并按重要性原则恰当披露关联交易,关联交易价格应当公允,不存在通过关联交易操纵利润的情形。

上述关联交易的商业合理性、必要性、定价公允性等问题,在首轮问询中被深交所追问。

前五大客户变动大

此外,报告期内,朗泰通科技前五大客户变动较大。

2020年,朗泰通科技前五大客户分别为江门市朗达集团有限公司、朗泰通投资、佰仕通、日晖达、Powerplus Energy Pty Ltd.。2021年,除了日晖达跃升为公司当年第一大客户外,其他四名客户全都不再是公司前五大客户,而是替换成Clean Republic SODO LLC、Discover Energy Corp.、东莞市昇昇科技有限公司、江苏神州新能源电力有限公司4家企业。

2022年,朗泰通科技前五大客户继续“变动”,日晖达下降至第五大客户,Clean Republic SODO LLC为第四大客户,公司2020年第五大客户Powerplus Energy Pty Ltd.重新进入前五大客户中,为当年的第二大客户;此外,新增德兰明海、深圳中电投资有限公司两家企业,分别为公司当年的第一、第三大客户。今年上半年,公司前五大客户名单还在变化,新增Itechworld Pty Ltd.、中贝通信集团股份有限公司两家企业。

朗泰通科技表示,报告期内,公司的前五大客户变动比较明显,是因为公司2018年开始进行业务转型,公司对于锂电池领域的发展方向进行了研判,最终确立了储能领域(包括家庭储能、便携式储能等)为公司未来的主攻方向,同时兼顾小动力和消费类领域。随着公司成功实施业务转型,客户结构逐步稳定。

针对公司相关问题,北京商报记者向朗泰通科技方面发去采访函,不过截至记者发稿,未收到对方回复。

北京商报记者 丁宁

Stock talking

“龙字辈”股票炒作熄火是好事

周科竞

“龙字辈”股票炒作大面积熄火,不少个股封死跌停板,投机资金开始撤退。只有当投机力量退潮,投资者才会去研究有价值的上市公司,时至年底,2023年的年报业绩值得投资者认真揣摩。

“龙字辈”股票炒作本就无厘头,参与的股民也都是投机客,刀口舔血的投资本就难做,一旦市场情绪生变,炒作热情一旦出现退潮的苗头,投机客都会纷纷抛售,造成“多杀多”,封死跌停板也就成了正常的事情。

“龙字辈”股票的集体熄火,从实践看并没有对大势造成不利的影响,这是因为资金此消彼长,投机势力熄火,自然有投资资金开始买入蓝筹股,价值投资的力量在未来将重新占据上风。

每到临近年末,都是投资者开始关注上市公司业绩的重要时间点。因为年报作为投资者最看重的定期报告,不仅需要审计机构审计,而且披露的信息也最为全面。投资者能通过年度报告更加深入地了解上市公司,而且年报也是上市公司进行利润分配最集中的时机,现金分红、高送转行情都有概率在年报时间段出现。尤其在年末年初,投资者对于年报的业绩预期也会提前反映在股价上,这个时间段的涨势,可以叫业绩浪行情。

既然有了实实在在的业绩预期,那么投资者就不会只在乎股票的名字里面带不带龙,有业绩支撑的“龙字辈”股票依然能够受到投资者青睐,但如果业绩不佳,或者市盈率过高的“龙字

辈”股票,势必会被资金抛弃。因此,投资者也应该把关注的重点从股票名称向公司业绩预期上转移。

相比“龙字辈”股票的炒作,年报预期的炒作更为稳定可靠。投资者对于上市公司年报业绩的第一次明确认知,将会是在业绩预报的时候了解一个大概,在此之前的任何股价波动,都是因为业绩预期的变化而产生,业绩预期的变化,可能来自于行业动向、可能来自于投资者对于公司产品及服务的感受,也有可能源自于投资者自己的判断,总之,此时朦胧的业绩预期,对于股价的支撑力度比真正业绩出台后还要强大,也是投资者从股票上赚钱的最佳时机。

从历史经验看,有两类机会值得投资者重点关注。一类是原本业绩平平的公司忽然业绩预期很好,例如产品旺销,或者是公司产量大增;再有一类就是原本预期业绩亏损的公司出现业绩扭亏为盈,这样的业绩变化对于股价的支撑力度极大,股价的走势可能比原本业绩很好的公司变得更好还要强劲。

当然,年末业绩预期的变化同样也存在投资风险。例如投资者预期公司业绩将会下滑,那么股价也会出现调整,投资者会根据业绩预期的变化重新给上市公司估值,能够把握好这一估值重估机会的投资者,将有机会跑赢大多数投资者,这种根据业绩预期换股的操作,从本质上讲也属于价值投资。