

自身实力不强,缺乏海外经验

险企“出海”观望情绪浓

■ 实习记者 李致鸿 本报记者 王瑞梅

保险业新“国十条”的出台,再一次催热保险业“走出去”的话题。据悉,这份名为《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》的文件中强调,鼓励险企多形式、多渠道走出去。业内人士认为,这意味着保险业将迎来全面升级发展的新时期。

不过,《中国企业报》记者在采访中了解到,即便有利好政策的鼓励,由于多种因素的制约,不少险企对于“走出去”仍持观望态度。

“目前,我国保险业‘走出去’还处于初级阶段,刚刚起步且步履缓慢,远远落后于实体企业,在金融行业内部也与银行业存在着较大差距。”中国保险协会理事吴海波对《中国企业报》记者表示。

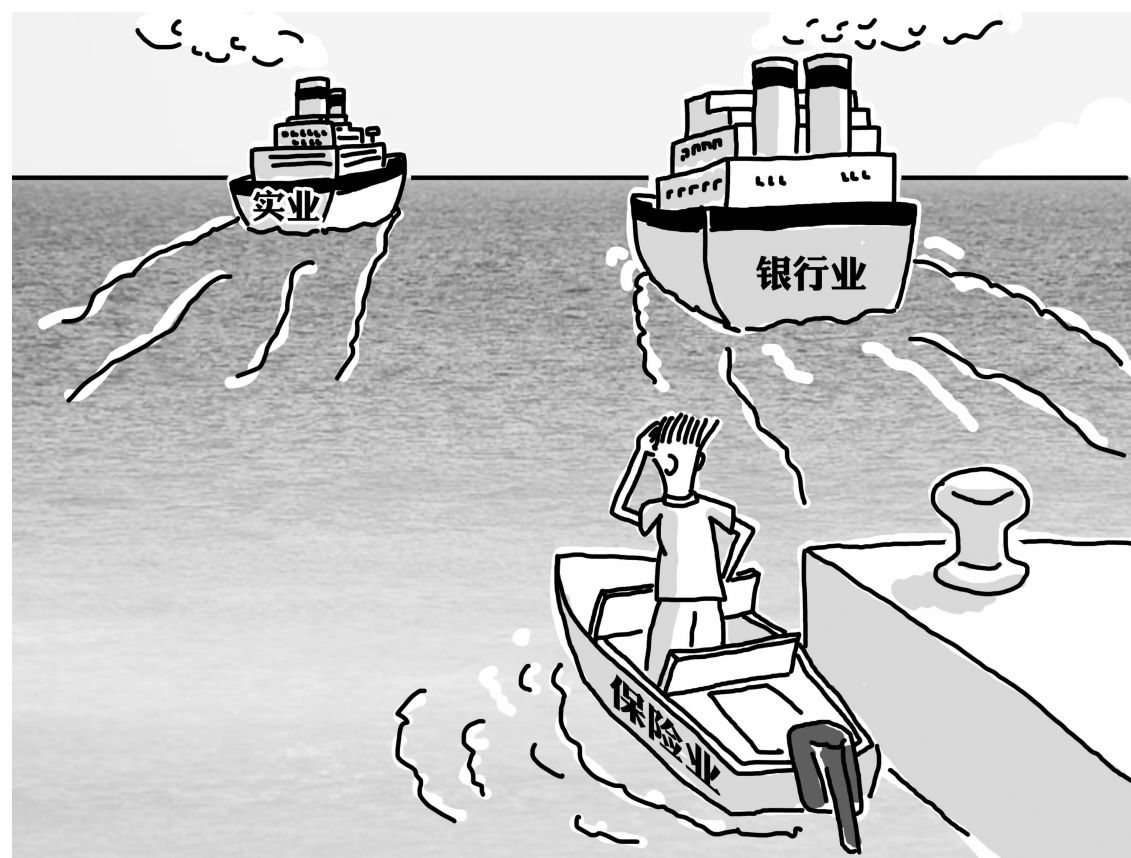
不过,吴海波认为,新政为我国保险业“走出去”提供了良好的政策平台,险企“出海”步伐可能会进一步加快。

“走出去”的险企寥寥无几

近年来,中国保险企业海外动作频频,多家保险公司正通过多种方式进行境外投资布局:去年12月,新华保险旗下的新华资产管理(香港)有限公司开业;去年9月,中国人寿与香港子公司签订境外委托资产管理协议。在房地产投资方面,去年6月,中国平安以2.6亿英镑的价格从Commerz Real管理的德国封闭型基金手中购得劳合社大楼,一年之后,中国人寿和主权财富基金卡塔尔控股从金丝雀码头集团的母公司歌鸟地产手中以7.95亿英镑的价格购得伦敦金丝雀码头10 Upper Bank Street大楼,中国人寿持有该楼70%的股权。

不过,业内人士认为,尽管保险公司对境外投资热情在逐渐上升,但目前投资份额仍然很低。保监会相关人士今年2月表示,目前全行业海外投资比例不到1%,与政策放开的空间(15%的上限)相比还有比较大的差距。

知名保险专栏作家“燕梳新青年”告诉《中国企业报》记者,我国保险业“走出去”才刚刚起步,目前有心思有能力“走出去”的险企寥寥可数,主要是历史悠久的国有公司,比如“太平”、“平安”、“人保”等,而且“走出去”的险企也主要致力于资金运用的“走出去”。



记者在采访中了解到,多家险企均表示目前在海外并无业务,短期内也不会有新动作。

王利博制图

香颂资本执行董事沈萌对《中国企业报》记者表示,“由于国内险企大多缺乏海外经营经验且无法分析管理海外承保的风险,也不能提供满足实体企业在海外经营时的保险业务需求,因此国内险企在保险业务方面‘走出去’尚需时日。”

开拓国外市场动力不强

易观国际分析师李子川认为,虽然保监会鼓励险企“走出去”,但由于保险业新“国十条”仅是指导性文件,因此具体以什么方式“走出去”,大家依旧很迷茫。

“事实上,‘走出去’喊了好多年,但收效甚微,业内仍在等待相关细则的出台。”某险企投资处负责人对《中国企业报》记者透露。

记者在采访中了解到,多家险企均表示目前在海外并无业务,短期内也不会有新动作。

天津保险行业一位业内人士告诉《中国企业报》记者:虽然新政支持险企“走出去”,但国内险企大多对国外市场情况不熟悉,开拓国外市场的动力也不强,大部分险企不会有明显举动。

吴海波坦言,不是险企想“走出去”就能“走出去”。他指出,国内险企

“走出去”积极性不高的原因主要有三个方面:一是险企自身实力不强,难以与国际巨头竞争;二是安于现状且国际视野不够开阔和专业;三是风险识别和管控能力较弱。

而谋划着“走出去”的险企,态度也相对慎重。中国人寿保险股份有限公司财务总监杨征表示,中国人寿将在监管允许的条件下,着手推进海外投资。初期金额相对公司总体可投资资产体量的比例不会很大,将来公司将在风险可控、对公司收益有贡献的条件下,积极稳妥地逐步提升海外资产配置的比例。

另有险企内部人士表示,“仅仅依靠纲领性文件引导和鼓励险企‘走出去’是不够的,要想真正提高国内保险业对外开放的水平,需要监管部门进一步出台具体措施。”

专家:东南亚非洲等地为投资首选

李子川告诉《中国企业报》记者,“目前,国内市场的保险密度和深度都过低,险企考虑的重点应该是深耕国内市场。在国内市场还不是很稳定的情况下,贸然‘走出去’不见得是好事。”

不过,吴海波则认为,“险企只有

‘走出去’,才会拥有更广阔的舞台,才能更好地向保险业发达国家的险企学习。”

对于险企如何“走出去”,“燕梳新青年”认为,险企“走出去”首先应选择东南亚、非洲、南美洲等中国投资较多的区域,比如长安保险经纪有限公司就伴随着国家电网对巴西的巨额投资,而在巴西设立分支机构提供保险经纪服务。险企必须清楚,直接参与发达市场本土业务竞争,招揽本土客户还有相当长的路要走。

沈萌则认为,险企“走出去”可以试试收购境外的小型险企,并以此作为出海桥头堡。一方面,熟悉国际保险市场的运营规律;另一方面,还可作为培训国内人员的基地。除此之外,国内险企还可以先引入一些国外常见或最新的保险产品,在消化和推广的过程中掌握国外保险产品的设计原则。

复旦大学保险研究所所长徐文虎在接受《中国企业报》记者采访时表示,国家鼓励海外投资,但海外投资风险是比较高的。他认为,随着保险业的发展和资金总量的增加,保险业海外投资也会呈现一个上升的趋势,但是资金安全是首要的,未来险企海外投资将是有所计划、有比例且分散风险的一套组合拳。

金融热词



港股通

9月18日上午,各大券商相继收到了上证所发布的《关于进一步做好港股通业务上线准备工作的通知》,这也意味着港股通正式上线已经进入最后冲刺阶段。某券商内部人士表示,根据上证所安排的进度,上证所要求券商于10月6日前完成用于生产的技术系统部署和准备工作。港股通最快上线时间依然可能是10月13日。



阿里巴巴 IPO

阿里巴巴集团9月18日宣布,该集团将其IPO(首次公开招股)价格最终确定为每股68美元,相当于此前定价区间的上限。根据这一价格,阿里巴巴集团的筹资额将为218亿美元,IPO收入则归于阿里巴巴集团及其高管和早期投资者。



这一筹资额接近于中国农业银行创下的历史纪录,该行在2010年IPO上市时筹资220亿美元。

5000亿SLF

9月16日晚,有机构表示,当天央行通知五大行,将在最近两天分别向每家做1000亿的SLF,期限为3个月。性质类似基础货币的投放,近似降准0.5%,货币政策短期宽松常态化。有媒体称,央行5000亿SLF首批已经实施,农行发行喝到汤。期限为三个月,利率3.7%,央行引导利率进一步下行的意图凸显。



境外投资备案金额限制取消 中企出海迎全面“松绑”时代

(上接第二版)

“立项前要向国资委打个报告,立项过程中要打个报告,增资要打个报告,并购成功后还要打个报告。本来一件事却被分成了四个报告,其实这些都是可以合并的。”一家国有企业的相关负责人刘重熙向《中国企业报》记者透露,很多审批文件是互为因果的,有时候到商务部办理手续,商务部要求有国家外管局的批件,到国家外管局办理审批手续,又要求有国家发改委的批文,到了国家发改委又要求有商务部的批件,很多好的投资机会也在这种折腾中流失了。

“一家民企前些年发起的一桩并购案就是因为部委审批时间太长而超过了交割时间,最后不得不多支付了数千万元。”王蕾告诉记者。

部分企业仍持观望态度

事实上,中国企业今年上半年海外并购成绩并不理想。

国际会计机构毕马威指出,2014年上半年中国企业海外并购交易金额同比下跌4%至356亿美元,而交易数量亦下跌近1/4到167宗。

《中国企业报》记者发现,与海外并购交易额和交易数量下滑呈正相关关系的,是中国企业并购意愿的下降。

武汉科技大学金融证券研究所所长董登新向《中国企业报》记者表示,随着一系列有利于加快企业对外投资的改革措施的陆续出台,宏观经济逐步企稳向好,再加上企业自身的调整和并购能力的提高,下半年情况会有较大的改观。

“政府对境外并购政策管制的放松,给企业并购提供了很大的操作空间。”张海生表示。

不过,记者在采访中也了解到,部分企业仍对海外并购持观望态度。

“先等等看,政策出台后如果有企业真正从新政中获得了好处,我们才会考虑。”刘重熙表示。

“真正需要的是简化各个环节的流程。这就需要具体措施的落地和配套政策的跟进,跨境并购的体制障碍由来已久,近些年企业碰壁的现象也不少。只有当企业认为体制上不存在障碍,才能根据自身战略需求做出决策。”刘重熙表示。

王蕾则认为,目前新规仍有模糊之处。

“比如规定无需提交《事前报告》作为审核材料,但是《企业境外并购事项前期报告制度》却没有废止,企业在具体操作中是否还需就境外并购事项向商务部门或外汇管理部门汇报,还不明确。”王蕾称。

而据消息人士向《中国企业报》记者透露,商务部正在加快推动出台“境外投资条例”及相关配套政策,保障企业对外投资主体地位,构筑“走出去”政策促进、服务保障和风险防控体系。

投资观察室

阿里概念股表现亮眼 需防炒作风险

■ 本报记者 陈青松

历经坎坷的阿里巴巴上市之路终于迎来大结局,这让A股市场上阿里概念股再次成为关注的焦点。随着阿里巴巴在全球的火热路演,那些与阿里巴巴有战略合作或存在股权关系的阿里概念股更是一片“欢呼雀跃”的场景。记者注意到,就在马云在美国发表激情四射的演讲时,阿里概念股也走势强劲:天源迪科(300047)、爱康科技(002610)、内蒙君正(601216)、华数传媒(000156)等多只阿里概念股创出新高。

阿里概念股未来趋势如何?是否存在过度炒作的风险?日前,英大证券研究所所长李大霄、南京证券分析师季永峰以及中投顾问金融行业研究员边晓瑜等业内人士分别向《中国企业报》记者表达了自己的观点。

《中国企业报》:阿里概念股持续上涨主要受哪些因素影响?

李大霄:很显然阿里巴巴在美国上市对阿里概念股有直接刺激,对阿里巴巴控股或与阿里巴巴有业务往

来的相关上市公司会产生实质性利好,对整个板块也会起到积极正面的提振作用。

边晓瑜:阿里概念股根据与阿里关系的疏远而涨跌有所不同,当前多只概念股正处在盘整阶段。其中,电商概念的表现相对较高,受国家层面对物流行业的扶持政策影响,部分概念股大有活跃之势,未被炒作过的概念股有望在阿里上市前后迎来新一轮的炒作热潮。

《中国企业报》:背靠阿里巴巴这棵大树,未来众多阿里概念股果真“树下好乘凉”吗?

边晓瑜:如果没有良好业绩支撑,阿里概念股很难有良好的表现,除非涉及兼并重组、互联网以及文化传媒等较为火热的题材,否则绝大部分阿里概念股都将仅仅停留在概念阶段。

季永峰:阿里概念股主要包括两个方面:一是与阿里巴巴有战略合作或阿里巴巴投资入股的企业;二是阿里巴巴作为电商的典型代表,国内相关电商也与阿里概念股密切相关。近两年阿里巴巴拓展势头很猛,

如今年华联股份、东软集团、奥康国际、中信银行和美的集团等5家上市公司与阿里巴巴合作。此外,华数传媒是阿里进军娱乐传媒的桥梁,天玑科技为阿里IT大数据运营提供维护。自8月末开始,阿里概念股更是题材不断。

《中国企业报》:阿里概念股未来趋势如何?

李大霄:在阿里巴巴到美国上市的前后一段时间里,阿里概念股都会呈现出持续走高的态势。阿里巴巴在美国上市,对A股市场中电商概念股将起到推波助澜的作用,未来会获得更多资金关注。

季永峰:从消息层面而言,9月16日,阿里巴巴拟将IPO发售价提升至每股70美元,市值将达1727亿美元。突击调高股份,既是对阿里巴巴的肯定,也是对这个行业的肯定。在各方利好消息下,短期来说,毫无疑问将对A股阿里概念股起到提升作用,会促进整个板块。

而从产业层面来讲,如今“互联网思维”已经逐步上升为国家战略,而不仅仅停留在互联网行业本身。长

期而言,对阿里概念股也都是利好消息。

《中国企业报》:目前阿里概念股是否存在过度炒作?那些没有业绩支撑的阿里概念股存在哪些风险?

李大霄:在阿里概念股这波炒作中,不排除有部分概念性差的公司参与。如果存在过度炒作,相关个股涨幅较大则存在较大风险,投资者应该小心。未来一段时间,待阿里巴巴在美上市后,股价会自然回落。总的来说,对阿里概念股而言,股价最关键的还是依靠业绩来支撑。

边晓瑜:阿里概念股因为在业务、股权、概念方面有关联而遭到市场炒作,这属于典型的、纯粹的概念炒作,在我国A股市场屡见不鲜,跟苹果概念、微软概念、IEO概念以及三星概念并无本质区别,阿里概念股仅有龙头股能长期持续走强,其它股票随时都可能大幅下挫。

季永峰:阿里概念股目前是个热点,存在着炒作的现象。正是因为投资者都参与炒作,所以必然存在着风险。如果过度炒作,股价不一定能够拉升得起来。