

业绩大变脸 多家公司临近“交卷”修正年报

临近年报“交卷”时间,不少上市公司却纷纷修正2022年度业绩预告。

据上海证券报记者统计,截至4月18日,共有88家上市公司发布了2022年度业绩预告修正公告。其中,61家公司向下修正业绩,占比69%;13家公司上调业绩;14家公司的业绩预告修正未对业绩产生影响。

值得关注的是,有15家公司业绩预告出现“变脸”,其中13家公司业绩增势由“晴”转“阴”,变化速度快、幅度大,令投资者大跌眼镜。

近七成公司下调业绩

整体来看,受宏观经济和行业等因素的影响,2022年业绩预告向下修正的公司家数较多,占比近七成。相应的,仅有13家公司上修业绩,占比不足15%。

在下调业绩的公司中,有多家公司前后业绩预告金额相差巨大,甚至由盈转亏。南华仪器就是其中一例。公司4月12日发布公告,对此前发布的2022年业绩预告进行修正,修正后预计2022年归母净利润区间为-3500万元至-3000万元,同比由盈转亏。此前,公司1月31日发布的第一份业绩预告中,公司预计归母净利润为-350万元至-250万元。

前后两份业绩预告的净利润亏损额为相差10倍左右?南华仪器解释称,公司发布第一份业绩预告时,年度审计工作尚未全面展开,所以对相关理财产品减值准备计提并未确认。

公告显示,南华仪器在2021年7月30日以6000万元认购重庆信托发行的“重庆信托·昆明融创城项目集合资金信托计划”。2022年4月30日,

公司收到重庆信托发来的临时公告称,债务人昆明融创城投资有限公司及其担保人资金出现流动性困难,到期未能偿还借款,构成实质违约,该信托计划终止。因此,对该理财产品补提减值准备3029.4万元是导致业绩预告“变脸”的直接原因。

然而,该理财产品的风险早在2022年4月30日的时候南华仪器就已经知晓,因此,公司此时下调业绩颇受市场质疑。

昔日“牛股”奥园美谷在4月15日披露2022年业绩预告修正公告,此前该公司预计2022年归母净利润亏损金额为1.13亿元至1.68亿元,最新预计亏损扩大至8亿元至16亿元,亏损金额最高可能增加超14亿元。

奥园美谷直言,这是新增重大诉讼事项,补充计提预计负债约10.21亿元造成的。记者注意到,就在业绩预告修正公告前不久,奥园美谷副总裁、财务总监林斌辞职。

记者还发现,有10家ST公司大幅向下修正业绩,有的面临退市风险,有的收到监管关注函。

以ST海投为例,公司不仅向下修正业绩,还直接“变脸”,净利从预盈变为至少亏损3.5亿元。

具体来看,ST海投此前预计2022年归母净利润为6349.64万元至9524.46万元,比上年同期上升40.68%至111.03%。修正后,公司预计2022年度归母净利润亏损3.5亿元至5.25亿元,比上年同期下降87.646%至126.69%;扣非后的净利润区间为亏损873.21万元至盈利1.66亿元,比上年同期下降117.10%至226.08%。公司一口气计提预计负债金额逾5亿元是业绩修正的主要原因。

伴随业绩突然由盈转亏,深交所迅速向公司发函,要求公司说明在财务管理及信息披露事务管理

等方面的内部控制是否存在重大缺陷。

“ST中昌不仅发布业绩预告更正公告,还明确公司股票大概率触及财务类退市指标,或将于2022年年报披露后被终止上市。”

4月4日晚间,ST中昌发布《2022年年度业绩预告更正暨退市风险提示公告》,公司将此前预计亏损区间2.9亿元至3.6亿元,更正为亏损5.2亿元至6.2亿元;预计营业收入为1000万元至1200万元,且2022年期末净资产为-2.5亿元至-2亿元。根据相关规定,公司2022年净利润为负且营业收入低于1亿元,2022年末净资产为负值,公司股票将在2022年年度报告披露后被终止上市。

需要注意的是,ST中昌不仅可能触发财务类强制退市情形,公司还拉响了面值退市的警报。

此外,ST蓝盾、ST瑞德、ST商城等多家ST公司也大幅下调2022年度业绩预告。

15家公司业绩“大变脸”

统计数据显示,在修正业绩预告的88家公司中,有15家公司业绩“大变脸”。细究业绩变化原因,包括突发赔偿、担保、经营变故等事项而需补充计提,可谓五花八门。其中,金圆股份、澳洋健康、中颖电子等13家公司业绩预告由“晴”转“阴”,引发市场质疑。

以金圆股份为例,公司在年初发布2022年度业绩预告近三个月后,突然将此前预计盈利变更为亏损,令投资者一片哗然。

4月17日,金圆股份发布2022年业绩预告修正公告,预计2022年业绩由盈利转为亏损,亏损金额为1.9亿元至2.3亿元,同比下降320.16%至

366.51%;扣非后净利润亏损5亿至5.5亿元,同比下降3562.56%至3908.81%。

此前的1月31日,金圆股份预计2022年归母净利润区间为盈利1300万元至1800万元,扣非后的净利润区间为亏损26亿元至3亿元。

其2022年业绩为何“变脸”?

记者发现,金圆股份此次业绩“暴雷”的原因或与旗下子公司新金叶有关。2017年,金圆股份斥资6.2亿元收购新金叶58%股权,正式进军固废危废处理和稀旧贵金属回收的环保领域,原股东承诺2016年至2018年累计净利润不低于3.23亿元。

然而,新金叶在3年承诺期后,业绩迅速“变脸”。新金叶补充计提固定资产减值准备、补充调整成本等,极大地影响了公司净利润。

奥普光电、微导纳米是少有的两家业绩预告由“悲”转“喜”的公司。

奥普光电发布2022年度业绩预告修正公告,将2022年预告归母净利润区间由1395万元至2090万元,上修为7000万元至8000万元,由此前同比下降73.81%至60.76%,上修为较上年同期增长31.41%至50.19%。

奥普光电解释称,报告期内,公司完成了收购长光宇航40%股权的事项,持股比例由原来的11.11%增至51.11%,长光宇航成为公司的子公司而实现并表。公司在之前进行业绩预计时,由于对会计准则理解有误,在进行初步合并过程中,未将原来持有的长光宇航11.11%股权的账面价值与公允价值间的差额进行调整并计入投资收益。

据《上海证券报》

“A拆A”热潮涌动 已有21家子公司成功登陆A股

在4月18日举办的“首届中国上市公司产业发展暨分拆上市论坛”上,中国上市公司协会党委委员、副会长孙念瑞表示,在资本市场生态进一步改善、上市公司高质量发展格局逐步形成同时,一些多元化经营的大型上市公司不同的业务板块差异比较大,其中高科技、高成长性子板块不一定就被资本市场充分认可、充分定价,因此催生了分拆上市制度。

在政策环境积极推动的影响下,A股分拆上市热潮持续。据同花顺iFinD数据及上市公司公告不完全统计,截至4月18日,A股已经有21家真正意义上的“A拆A”分拆上市案例,同时已有100多家上市公司发布分拆上市预案。

“分拆上市,一般是将母公司内的优质资产单独打包,公开上市。一旦成功上市,对于公司而言融资就有了巨大保障。同时,分拆上市子公司因为是独立公开上市法人主体,在经营管理和激励上会更加灵活方便,也可以增厚利润,方便母公司经营管理,更有助于其聚焦主业发展。”东高科技高级投资顾问齐亚州对记者表示。

2019年12月份,证监会正式发布《上市公司分

拆所子公司境内上市试点若干规定》,A股境内分拆上市通道正式开启,越来越多的优质资产及企业回归A股市场。2022年,证监会发布的《上市公司分拆规则(试行)》,整合境内外分拆上市规则,统一境内外监管要求,同时也加快推动A股分拆上市的需求。

“上市公司分拆子公司上市,会促进被分拆子公司的独立发展和做大做强,同时反过来也能促进合并报表后的母公司规模、业绩的成长,有利于母子公司市值与股价的共同成长和稳定。”IPG中国首席经济学家柏文喜对记者表示。

从行业分布来看,按证监会大类行业,分拆上市股主要集中于计算机、通信和其他电子设备制造业、医药制造业等行业。从分拆上市目的地来看,大多集中在科创板和创业板。

“分拆出来的子公司一般是处在成长期和概念期的新兴产业,其定位更加适合创业板和科创板。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林向记者表示。

从企业性质看,在已实施分拆上市的21家上

市公司中,13家为国企,占比高达62%。

据万联证券统计,分拆上市新规实行以来,发布分拆上市公告的上市公司中,国企(地方国有企业+央企)占比49.43%。前述13家分拆上市成功的国有企业中,3家为央企,10家为地方国企。

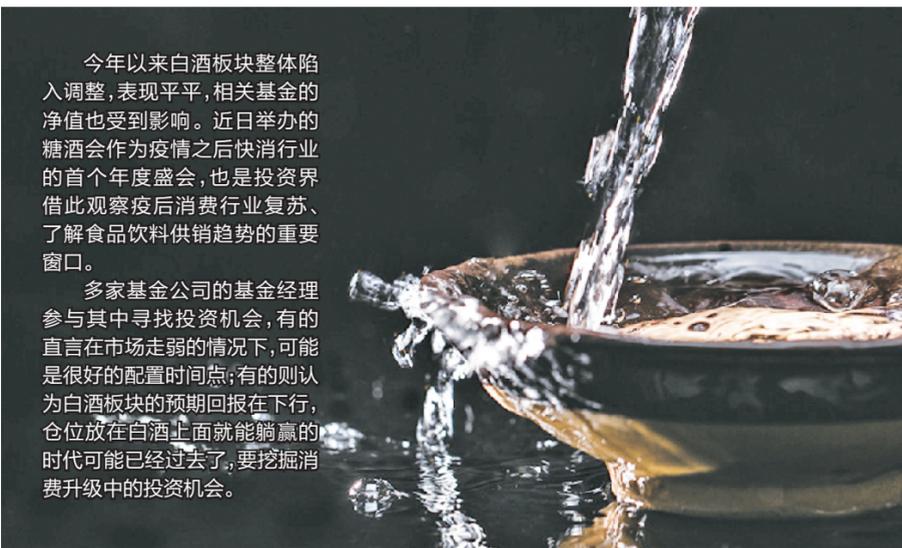
“国企在分拆上市中占比比较高,一方面与国资委大力推进国资利用资本市场做大做强、实现规范运营的政策取向有关,另一方面也与当前资本更看好国企的市场资信、资源获取能力,以及企业运营能力和可持续发展能力所体现的资本价值有关。”柏文喜表示。

万联证券表示,实现国有资产保值增值在当前中国特色估值体系下重要性进一步抬升,分拆上市有助于实现国企整体估值重塑,因此受到央企、地方国企青睐。

招商证券表示,分拆上市有利于培育战略性新兴产业,在重点领域重塑国企上市公司的价值,随着国企控股上市公司质量提高工作的推进,国企控股上市平台将有更强烈的意愿对旗下业务进行整合、分拆与剥离,未来或有更多国企启动分拆上市进程。

据《证券日报》

“把酒”问投资:白酒股下跌3个月,该出手了吗?



今年以来白酒板块整体陷入调整,表现平平,相关基金的净值也受到影响。近日举办的糖酒会作为疫情之后快消行业的首个年度盛会,也是投资界借此观察疫后消费行业复苏、了解食品饮料供销趋势的重要窗口。

多家基金公司的基金经理参与其中寻找投资机会,有的直言在市场走弱情况下,可能是很好的配置时间点;有的则认为白酒板块的预期回报在下行,仓位放在白酒上面就能躺赢的时代可能已经过去了,要挖掘消费升级中的投资机会。

证白酒指数今年来的收益率为-0.56%,多只白酒主题基金的年内收益率也告负。

消费淡季或是配置时间点

嘉实基金大消费研究团队对记者表示,作为复苏后的第一次糖酒会,对于了解过去三年行业变化、企业经营方针和未来趋势非常重要。糖酒会展现出关注度非常之高,整个行业呈现出稳中向上的趋势,春节销售表现超预期,催化出更多热情。通过客观、理性的糖酒会调研,剥离出情绪,可以看到,糖酒会符合整体预期。

中信保诚基金表示,市场的确在复苏,但经销商目前还比较谨慎,市场的复苏可能比较平缓,白酒行业在向龙头集中,集中度提升的趋势还在过程之中,未来集中和分化会同时演绎,因此可以更为关注高端白酒龙头,关注渠道库存变化。

招商基金侯昊分析称,近期白酒板块产生的负面因素都是基于3月份销售比较淡的状态。但随着糖酒会的正常举办,继续观察“五一”“十一”以及婚宴预订,根据宴席消费市场的繁荣程

度,估计市场又会有不一样的判断。

他表示,虽然白酒行业高增长的时代一去不复返,但基础逻辑和行业逻辑都还在,不能被暂时的困难改变对未来的信心和美好的期待。在市场整体弱的环境下,白酒行业已经比其他消费行业表现更好,并且白酒行业中也有很多好公司凭借自己的主观能动性走出了困境。“任何可能造成市场波动的观点发表出来都应该经过深思熟虑,尤其是非官方数据的准确性到底如何,应该更为谨慎一些。换个角度来看,其对市场造成了一定的波动,反而是很好的配置时间点。”

消费升级寻找机会

长城基金量化与指数投资部总经理雷俊对记者表示,白酒板块毫无疑问是一门好生意,商业模式、盈利较好,值得长期配置。龙头地位稳固,确定性较强,预期指引管理好,对行业有较强的定海神针作用;同时,部分次高端以及二三线白酒,成长性较好,受益于经济复苏和共同富裕大趋势,对于老百姓的生活品质提升明显,中间价格带成长空间巨大。

而对于整个消费行业,雷俊称,当前各地把恢复和扩大消费摆在优先位置,以新场景、新服务为特点的“新型消费”深受年轻人青睐,正释放出消费新活力。新消费整体范畴较大,包括数字新技术、新模式、新媒介和新消费关系所驱动的消费行为,也是一种新型消费模式。核心的驱动因素,还是来自消费升级、技术升级。

中信保诚基金经理管嘉琪表示,白酒是很多消费基金的热衷板块,核心原因是其符合成长快、商业模式也好的特征。但现在白酒板块的预期回报在下行,仓位放在白酒上面就能躺赢的时代可能已经过去了。现在是如果估值跌到合理位置可以赚钱,但也要挖掘其他行业的投资机会。

中信保诚基金经理周志刚称,应从大框架中找到投资机会,比如未来人口老龄化趋势和消费升级都是大势所趋,那医药、医疗服务就是比较关注的方向。其次,基金公司应找到景气度相对比较高的行业,根据国家的产业政策对相关行业的引导,做符合国家发展战略的投资。

据《华夏时报》

五大险企“一季报”揭晓 揽保1.06万亿同比增4.9%

A股上市险企一季度战绩已揭晓。截至4月18日,A股五大上市险企2023年一季度保费收入(文中保费收入皆为原保费收入)全部亮相,五大上市险企期内共取得保费收入10563.16亿元,同比增长4.9%,总体可谓“开门红”。从人身险业务看,上市险企旗下人身险公司业绩呈现出分化态势;从财产险业务看,财险“老三家”保费收入则均实现较快增长。

展望未来,分析人士认为,财险有望持续稳健发展,而人身险业拐点已至,行业正在加快复苏。

人身险保费“两升三降”

一季度,除新华保险保费收入同比微降外,其他4家上市险企皆实现同比上涨。具体来看,中国人寿一季度实现保费收入3272亿元,同比增长3.9%;中国平安实现保费收入2601.59亿元,同比增长5.55%;中国人保实现保费收入2497.34亿元,同比增长7.47%;中国太保实现保费收入1544.53亿元,同比增长3.85%;新华保险实现保费收入647.72亿元,同比下降0.18%。

五大上市险企中,中国人寿和新华保险只经营人身险业务,其他3家同时经营人身险和财产险业务。从人身险业务看,一季度,5家上市险企共取得保费收入7200.64亿元,同比增长26.2%,各险企保费呈“两升三降”的分化状态。其中,中国平安旗下的平安人寿保费收入同比增长56.3%,涨幅位居第一;中国人保旗下的人保寿险和中国太保旗下的太保寿险保费收入同比皆有所下降。

对外经济贸易大学保险学院院长谢远涛对记者表示,人身险业拐点已至,行业正在加快复苏,代理人增员、展业及保险销售逐步恢复常态。在去年低基数以及今年新增增长的带动下,预计上市险企人身险新业务价值将持续增长。

财通证券分析师夏昌盛认为,部分上市险企人身险保费收入上涨,主要是由于银保渠道高速增长,加上在定价利率下调的预期下,居民保险储蓄需求较快释放,驱动新单保费高增。

谈及人身险业二季度走势,夏昌盛认为,二季度人身险新单保费及新业务价值有望延续涨势,主要有三大驱动力:一是居民预防性储蓄需求仍维持高位,预计以增额终身寿险为主的储蓄险更能承接低风险偏好下的居民储蓄迁移需求,叠加定价利率下调的预期,热销势头有望持续;二是个险销售队伍企稳;三是银行具备客户优势,有望抓住增额终身寿险热销机遇。

财险保费实现较快增长

从财产险业务看,财险“老三家”一季度业绩都实现了较快增长。其中,中国人保旗下的人保财险取得保费收入1676.4亿元,同比增长10.19%;中国平安旗下的平安产险取得保费收入769.6亿元,同比增长5.4%;中国太保旗下的太保产险取得保费收入575.43亿元,同比增长16.8%。

从披露的业务细分数据来看,人保财险一季度信用保证保险保费收入同比增长26.7%;农险保费收入同比增长23.2%;车险保费同比增长6.5%。整体来看,车险保费平稳增长,非车险保费收入实现较快增长。平安产险一季度财险业务中的车险保费收入为500.3亿元,同比增长6.25%;非车险保费收入为201.5亿元,同比增长7.89%。

谈及车险业务,夏昌盛认为,在一季度中国汽车销量同比下降6.7%的情况下车险业务仍实现了平稳增长。预计车险量价齐升逻辑仍将延续,一是在扩大内需的战略下,汽车消费支持政策有望继续加码;二是新能源车渗透率持续提升,可能驱动车险保费向上。大型险企凭借数据、定价、服务等优势,增速有望高于行业平均水平。

综合