

平保上季賺百億增九成

香港文匯報訊(記者 黃萃華)內地第2大保險公司中國平安保險(2318)昨公布第3季度業績,淨利潤103.25億元(人民幣,下同),按年升逾90%,每股基本收益1.3元;首9個月淨利潤為316.87億元,按年增加36%,每股基本收益為4元。於9月底時,公司總資產約3.86萬億元,較年初增長14.9%。

第三季毛承保費及保單費收入為717.08億元,按年升19.37%,首9個月毛承保費及保單費收入為2,511.03億元;第三季淨承保費及保單費收入為665.01億元,按年升19.37%,首9個月的淨承保費及保單費收入已達2,320.21億元。

保費收入增長15%

壽險方面,首9個月保費收入達1,917.24億元,按年增長15.4%,其中,個人壽險業務增長較快,保費收入達1,779.76億元,同比增長14.3%;而新業務規模保費423.25億元,較去年同期增長19.9%。至於銀行保險業務方面有123.03億元保費收入,按年升35.8%,其中10年期及以上的新業務規模保費同比大幅提升。電銷業務市場份額仍維持行業第一,前3季度實現規模保費增長41.6%至67.35億元。

集團產險首3季度保費收入為1,051.03億元,同比增長25.8%。其中,來自於交叉銷售和電話及網絡銷售的保費收入443.55億元,同比增長

22.6%;車商渠道保費收入211.78億元,同比增長27.6%。而養老險企業年金業務保持同業前列,首3季度企業年金受託和投資合計管理資產規模達到1,792.17億元。

截至9月30日,公司保險資金投資組合規模達1.37萬億元,較年初增長11.2%。首3季,保險資金投資組合年化淨投資收益率達5.3%,年化總投資收益率達4.6%,淨投資收益率穩步提升。

而信託業務則專注於開拓高品質私人財富管理業務,首9個月的高淨值客戶數超過2.9萬,年初增長33.6%;信託資產管理規模3,771.47億元,較年初增長29.9%。

互聯網金融破300萬戶

至於互聯網金融業務,陸金所註冊零售用戶數已破300萬,並以每月超過40萬新增註冊用戶的速度不斷增長。首3季,陸金所金融資產交易規模同比增長近5倍,其中P2P交易規模同比上漲近5倍,躍居中國P2P市場第一。



■平保公司總資產約3.86萬億元人民幣,較年初增長14.9%。 資料圖片

推核心人員持股計劃

香港文匯報訊 中國平安保險(2318)昨還宣布設立核心人員持股計劃,以鼓勵管理層及骨幹員工自願以其薪酬及業績獎金增持公司股票。

鎖定期最少一年

持股計劃將面向平保集團及其下屬的子公司,擬覆蓋的1,000名員工中,超過80%是集團及專業公司部門負責人等中層主管,以及部分資深專業技術骨幹。在獲得員工同意後,其部分薪酬和業績獎金

將轉入該計劃,並設立不少於12個月的鎖定期,結束後分三年掛鈎公司業績歸計劃持有人所有。

平保稱,該計劃將減少管理層及核心骨幹員工的當期現金收入佔比,強化長期價值導向,使核心人員更緊密地與股東和公司的利益保持一致。

該計劃將遵循五個原則:合法合規、自願參與、長期導向、價值導向、風險自擔。整體方案將在完整履行法定程序後生效實施。

港金融專才花紅信心冠全球

香港文匯報訊 金融行業招聘網絡eFinancialCareers最近調查發現,香港僱員對獲發花紅的信心冠全球,接近八成(78%)在香港工作的金融專才預期今年將獲發花紅,高於新加坡和英國的71%,以及美國的76%。儘管信心強勁,但今年的數字比2013年低5%,2013年有83%香港金融界受訪者預期獲發花紅。

eFinancialCareer 全球花紅展望調查在今年9月至10月期間在香港訪問334位金融專才。今年預期花紅將增加的受訪者亦比去年少,今年有43%受訪者相信他們的花紅會增加,比去年的53%為低。與此同時,本港的金融專才仍然對未來的花紅發放充滿信心。27%受訪者預計在未來三年花紅會增加,而40%則預測花紅將保持不變。

金額預期越趨現實

eFinancialCareers 全球銷售及營銷總監George McFerran表示,調查顯示香港專才就薪酬和花紅的期望通常比其他地區樂觀,今年亦不例外。然而,調查清晰看見員工對花紅的金額預期變得越趨現實,過往經常遇到預期和現實有較大的落差。

他補充,看到機構正逐漸採用更有策略性的方法分配花紅,尤其因為他們近年面對更嚴謹的審查。表現最好的專才得到重視,亦有為公司帶來收益的前線金融專才得到大幅增加底薪的例子。

綜合整個行業薪酬而言,68%受訪者表示他們過往一年底薪有增長;其中28%因而預測他們的花紅會減少。

McFerran指出,隨著世界進入金融服務業的新時代,大家看到僱員對薪酬花紅的期望越趨現實。在過往幾年,金融機構一直面對管理僱員花紅預期的困難。現在可見他們的努力開始見效。

華電首三季發電量增

香港文匯報訊 華電國際(1071)昨日公布,首三季營業收入為507.31億元(人民幣,下同),比去年同期上升約2.9%,盈利則為42.51億元,同比增長45.45%,主要原因是煤價降低及發電量增加,令公司主營業務的盈利能力提升。

龍源火電收入少19%

另外,龍源電力(0916)公布,首三季收入按年下降9.35%至127.89億元,其中,風電分部收入(不含特許權服務收入)76.66億元,比去年同期增長2.9%,火電分部收入45.55億元,比去年同期下降19.01%。期內盈利按年下降21.88%至15.25億元。

中遠太平洋上季多賺8.5%

香港文匯報訊 中遠太平洋(1199)昨日公布,截至今年9月底止3個月及9個月,不計入2013年同期已終止經營業務,盈利分別上升8.5%至8,694.3萬美元和4.4%至2.33億美元。

雖然第三季集團集裝箱吞吐量增長有所放慢,但首三季集團集裝箱吞吐量增長平穩,帶動碼頭業務利潤增長。截至今年9月30日止3個月及9個月,總吞吐量分別上升8.7%至1,760.5萬標準箱和9.6%至5,008.6萬標準箱。

中國外運賺10億增42%

另外,中國外運(0598)昨日,今年首三季盈利增長42%至10.14億元(人民幣,下同)。期內,海運代理達679.3萬標準箱,按年升4.9%;空運代理3.57億公斤,按年升22.5%;船務代理1,118.4萬標準箱,按年增7.8%,船務代理1.49億噸,按年下跌1.9%。倉儲和碼頭服務方面,倉庫作業量663.7萬標準箱,按年上升4.5%。

國壽百億投資信託計劃

意通過資產管理公司認購上海信託所設立的信託計劃項下的信託單位,向華融資產貸款最多100億元。

據業績報告顯示,首三季盈利按年增長16.3%,主要受惠於投資收益增加和資產減值損失減少,以及傳統險準備金折現率假設的變動。

首三季盈利增16%

截至今年9月底,國壽投資資產為1.99萬億元,淨投資收益率為4.83%。同時,總投資收益率為5.1%,退保率為4.77%,已賺保費為2,674.58億元,按年下降2.4%。至於第三季業績,期內歸屬於母公司股東的淨利潤91.46億元,按年增長22.09%,每股盈利0.32元。

另外,國壽同日公布,擬透過上海信託成立信託計劃,向華融資產貸款最多100億元。據協議,中國人壽集團與財產險公司分別以30億元及10億元,認購

每單位1元的30億份和10億份上海信託所發行之信託計劃第一期募集的信託單位,而國壽擬以不超過60億元認購每單位1元的上海信託所發行之信託計劃第二期募集的信託單位。

信託資金貸款華融

信託計劃項下的信託資金共計不超過100億元,該信託資金將用於向華融資產發放貸款,而有關貸款將僅用於華融資產經營範圍內的、合法合規的不良資產經營業務。閒置資金,當中包括信託收益,只能用於銀行存款。

中國人壽集團公司為該公司的控股股東,目前持有該公司約68.37%的已發行股本,為關連人士。財產險公司由集團公司和該公司分別持有60%和40%的已發行股本,為集團公司的聯繫人,也構成該公司的關連人士。

城市推出4G手機服務,並於9月初進一步擴展至另外24個城市,有效促進移動用戶數於第三季度當季止跌回升,淨增133萬戶。集團表示,將繼續集中在重點城市擴大及加厚網絡深度覆蓋,建設優質網絡,並加快推進天翼4G手機產業化,確保未來4G手機服務的卓越客戶感知,促進未來移動用戶優質增長和投資效益。

集團又表示,首三季通過積極推動用戶向3G升級,ARPU與去年全年相比,略有上升。但受互聯網新技術和移動替代加劇等影響,首三季固網本地電話用戶數減少949萬戶。互聯網接入及數據業務繼續顯示出良好的增長走勢,有效抵銷固網語音業務流失的影響。固網寬頻用戶數約1.06億戶,淨增561萬戶。



■國壽第三季歸屬於母公司股東的淨利潤為91.46億元人民幣,按年增長22.09%。 資料圖片

香港文匯報訊(記者 梁偉聰)中國人壽(2628)昨日公布截至9月底首三季業績,期內歸屬於母公司股東的淨利潤為275.53億元(人民幣,下同),按年增長16.3%;每股盈利0.97元。另外,國壽同日公布,該公司、控股股東中國人壽集團公司和財產險公司,均同

中電信3G客月增202萬

香港文匯報訊(記者 梁偉聰)中電信(0728)昨日公布截至9月止的首三季業績,利潤按年升9.8%至161.69億元(人民幣,下同),好過市場預期;EBITDA為747.93億元,同比增0.1%。9月3G客戶為1.13億戶,按月淨增202萬戶,為全年最高增長數字。中電信昨收報4.91港元,升5.59%。

首三季多賺9.8%

期內,扣除移動終端銷售的經營收入為2,202.92億

元,比去年同期增長4.8%。集團首三季移動用戶累積淨減401萬戶,約1.82億戶。集團指,主要由於競爭對手推出LTE服務及加強營銷推廣,加劇市場競爭。其中3G客戶9月為1.13億戶,按月淨增202萬戶,較8月淨上客180萬戶加快。

4G擴至24個城市

中電信指,在取得內地部分城市開展LTE FDD和TD-LTE混合網試驗的批准後,於7月下旬在16個

責任編輯:張健 版面設計:譚向陽

「創新」是時代的責任

——青島啤酒第12次榮膺「中國最受尊敬企業」



■青島啤酒公司總裁黃克興在頒獎典禮上。

這是一個加速變革的時代,中國很多的領域面臨着壓力和挑戰,需要變革的勇氣,也需要變革的能力,面向未來,深化改革和求新求變是必然選擇。「2013-2014年度中國最受尊敬企業」,正是暗合了與轉型升級大趨勢一脈相承的內涵與走勢,彰顯出在社會大變革和國際經濟運行大背景下所發生的可喜的新變化。

組委會給予青島啤酒的評價是:「作為行業領軍企業,青島啤酒在致力於可持續、健康發展的同時,也將「引領變化」作為企業基業常

尋找「變革時代下的創新踐行者」。10月24日,以此為題,「2013-2014年度中國最受尊敬企業」頒獎典禮在北京舉行。與以往不同的是,本次評選聚焦變革與創新,以企業深化改革、創新求變的實踐案例,對身處變革時代的壓力和挑戰做出了積極回應。

「在當今這樣一個快速變革的時代,創新不僅是企業的一種戰略選擇,還應該是企業的一種生存方式。在這次獲獎的企業中,既有阿裡巴巴這樣的科技創新型公司,同時也有青島啤酒這樣的身處傳統行業,仍然不斷創新、不斷發展的企業。只有不斷地創新發展,不斷地為社會創造財富,這樣的企業才是令人尊敬的。」中國人民大學副校長李志宏在發言中表示。

青的驅動力,內涵式增長和外延式擴張緊密結合,不斷推出新產品,引領消費時尚與潮流。在「數字化」轉型中,實現實體經濟與虛擬經濟的對接,在銷售渠道和商業模式上不斷探索與創新,讓青啤以「新青年」的姿態與時代同行。」

這番評價恰恰揭示了青島啤酒一貫的發展基因。青啤公司總裁黃克興在題為《責任凝聚力量 創新驅動未來》的主題演講中指出,互聯網



■青島啤酒。

時代,消費者的價值主張、信任度偏好、購買方式都發生了變化。消費者價值主張,除了功能性,更加重視產品的情感化和精神化需求;同時,隨着社會化媒體的出現,信任度由對企業的垂直信任轉化為消費者之間的水平信任,口碑傳播由此發揮出更大價值;另外,原來在實體店購買的習慣也變了,網上搜索口碑交流一交易一評論的購買過程,已成為新的消費特點。

競爭力：與行業「新舊」沒有必然聯繫

當前,中國經濟進入轉型升級的新階段,如何跨越傳統發展方式的「斷層線」,開闢科學發展、價值發展、創新發展的新天地,是必須破解的新課題。

鴻運當頭、黑啤、奧古特5升桶、世界盃紀念罐,到原漿、炫奇果啤等一個個新產品的問世,顯示了青島啤酒對潮流的引領能力;而由互聯網推動建立的網絡銷售商+官方旗艦店+分銷專營店+官方商城的青啤電商渠道體系,則創新了營銷模式,建立起了電商領域行業領導地位;不僅如此,通過「傳統紅軍(現有的營銷部門)+小微藍軍(營銷創新事業部)」聯合制勝,內部自我顛覆式創新,顯示出青啤在內部實施組織和文化創新的力度。

從研發到產品創新,從品牌到管理創新,從文化到組織創新,一整套系統性的「青啤式創新方法論」清晰可見。從最早「賣」產品、「賣」文化,到如今「賣」體驗、「賣」服務,青啤以「與時代特徵的互動」,實現了從觀念轉變到市場踐行的領先。

國務院發展研究中心副主任劉世錦在發言中表示,經濟轉型期,經濟增長的質量和效益比任何時候都更加重要。未來,隨着中國進入一個行業和企業分化、重組的過程,會出現一批具有長期穩定國際競爭力的行業和企業。留下來行業,很可能大多數是「傳統行業」。是否具有競爭力與行業新與舊沒有必然聯繫,關鍵在是否具備難以模仿的特有能力。

而創新,就是培育企業特有競爭能力的時代責任。

(文:魯音)