

名单来了!“国家队”三季度持股曝光

随着2020年上市公司三季报陆续出炉，“国家队”三季度建仓路径也逐渐清晰。

Wind数据显示，截至10月28日记者发稿时，在已披露三季报的上市公司中，社保基金出现在245家上市公司前十大流通股股东名单中，三季度共增持55只个股，对顺周期板块关注度明显升温；证金公司、中央汇金合计持有近580家上市公司股份，持股集中于医药和计算机板块。

社保基金三季度增持55股

根据目前已披露的2020年三季报，三季度共有245家上市公司前十大流通股股东名单中出现了社保基金的身影，持股总市值在10亿元以上的上市公司有24家。

从个股情况看，截至三季度末，社保基金持股市值最高的是长春高新，合计持有1640.24万股，总市值60.63亿元；持股市值排名第二的是双汇发展，社保基金合计持有36.14亿元市值的股份；万华化学紧随其后，社保基金合计持有公司5056.31万股股份，总市值合计35.04亿元。

梳理发现，三季度社保基金共增持55只个股，另有92只个股遭到减持。

具体来看，三季度社保基金增持数量最多的个股为杉杉股份，累计增持5000.73万股；长城汽车、厦门象屿、晨鸣纸业等8只个股三季度获社保基金增持在1000万股以上；二季度获社保基金看好而大幅买入的东方财富，三季度遭社保基金大举减持1.24亿股。另外，常熟银行、华侨城A、中国巨石等21只个股三季度遭社保基金减持超千万股。

三季度社保基金新进70家上市公

司前十大流通股股东名单，紫金矿业最受青睐，其累计获得社保基金买入4.19亿股，截至三季度末社保基金持股市值达25.74亿元；分众传媒三季度获社保基金买入1.04亿股，社保基金持股市值达8.38亿元；南山铝业、云天化、内蒙一机、泰禾集团等11只个股三季度获社保基金新买入超1000万股。

三季度，社保基金对化工、采掘、保险、汽车等顺周期板块个股关注度明显升温；随着消费逐渐回暖，三季度社保基金新买入或增持个股中，大消费板块也占据相当比例。

社保基金对化工、采掘、保险、汽车等顺周期板块个股关注度明显升温；随着消费逐渐回暖，大消费板块也占据相当比例。

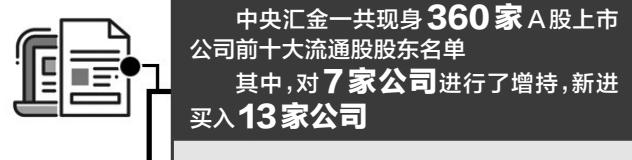
**社保基金共增持55只个股
另有92只个股遭到减持**



**证金公司一共现身119家A股上市公司前十大流通股股东名单
其中，对2家公司进行了增持，新进2家公司**

证金公司的持股公司中，所属医药制造行业的最多，为11家；持股的软件和信息技术服务业、计算机通信和其他电子设备制造业、房地产行业中的公司分别为8家；另外证金公司持有的有色金属、电气机械和器材制造业、电力热力生产和供应业、白酒饮料行业的公司也不少，均为6家。

与证金公司的持股风格不同，计算机、通信和其他电子设备制造业公司是中央汇金的“心头好”，持有该类上市公司的数量为43家；医药制造业同样也得到了中央汇金的青睐，被持股的数量为34家；另外，持有电气机械和器材制造业公司、化学原料和化学制品制造业公司、专用设备制造业公司数量分别为25家、26家、23家。



**中央汇金一共现身360家A股上市公司前十大流通股股东名单
其中，对7家公司进行了增持，新买入13家公司**

计算机、通信和其他电子设备制造业公司是中央汇金的“心头好”，持有该类上市公司的数量为43家；医药制造业同样也得到了中央汇金的青睐，被持股的数量为34家。



选择成长性和盈利较好的板块个股

尽管近期A股持续震荡，但越来越多机构开始看好顺周期板块价值；医药和计算机持续回调，但其价值依然受到机构关注与肯定。

财信证券分析师罗琨指出，市场目前处于弱势，第四季度预计仍将呈现“上有顶、下有底”的震荡向上状态。当前的配置思路是“平衡赔率和概率，兼顾安全边际和想象空间”，重点关注大金融银行、保险，以及地产、化工等估值

较低、盈利能力较好的板块、龙头个股。

上海证券医药生物行业分析师黄施齐指出，伴随疫情防控常态化，相关产品的需求仍然较大，包括核酸检测试剂、口罩等，相关企业业绩将有望持续得到推动；此外鉴于全球对于新冠肺炎疫苗的巨大需求，建议关注相关企业的研发动态及其产业链。目前医药行业整体估值处于高位，高估值需要业绩进一步消化，因此建议关注业绩具备确定

成长性以及环比改善显著的相关企业。

渤海证券计算机行业分析师徐中华认为，近期计算机板块有一定回调，板块内部分化增加，而蚂蚁集团科创板IPO将于10月29日申购，科技金融板块关注度有望提升。随着三季报的逐步发布，推荐关注业绩成长确定性高的细分行业和标的，重点推荐关注金融IT、云计算和网络安全三大方向。

据新华社

银保监会提示！防范金融直播营销风险

10月28日，中国银保监会消费者权益保护局发布《关于防范金融直播营销有关风险的提示》表示，直播带货这一新媒体购物形式出现以来，受到消费者，尤其是年轻消费者的青睐。其中，有些金融产品相关的直播营销行为存在风险隐患。应注意甄别金融直播营销广告主体资质，选择正规金融机构和渠道购买金融产品；认真了解金融产品或服务的重要信息和风险等级，防范直播营销中可能隐藏的销售误导等风险；树立科学理性的金融投资、消费观念。

金融直播营销主体混乱

《提示》介绍，当前金融直播营销存在两方面主要风险。

第一，金融直播营销主体混乱，或隐藏诈骗风险。一是无资质主体“鱼目混珠”。由于直播平台开设账号基本无门槛限制，一些无资质主体擅自开展金融产品直播营销，涉嫌非法或超范围开展金融营销宣传活动。

甚至有所谓的“科技公司”“咨询公司”以投资虚拟货币、外汇、网络理

财为名进行诈骗。还有直播平台为吸引用户，承诺在平台充值后有高额收益并可随时提现，存在异化为非法集资的风险。二是直播平台信息设置混乱。平台用户可能被营销氛围带动，在主体不清、风险不明的情况下冲动消费。三是非专业人士误导或欺骗。金融知识薄弱、风险防范能力差的用户易受误导或欺骗。

第二，直播营销行为存在销售误导风险。一是虚假或夸大宣传。实际上，多数消费者难以符合广告宣称的免息条件、放贷条件或产品销售范围，

亦或是“免息不免费”、隐含保费逐月递增等。二是偷换概念、简单比价。易导致消费者对借款成本产生错误认识，引发消费者误解。三是信息披露、风险告知或提示不到位。消费者可能在未充分知悉风险的情况下被带动，购买不适当的金融产品或服务。

提高风险防范意识

《提示》强调，消费者可从三方面提高风险防范意识。

一是辨明直播主体资质。消费者

如有意购买，应弄清发布营销广告、提供金融产品或服务的主体，注意相应的金融机构、中介机构或人员是否具备从业资质，选择正规金融机构和渠道。不随意点击不明链接，不在正规金融机构销售渠道以外的页面随意提供个人重要金融信息、身份信息，防范欺诈风险和个人信息泄露风险。

二是看清直播内容。建议理性对待直播营销行为，在购买前充分了解金融产品或服务的重要信息，如借贷产品的息费标准、实际年化利率，保险产品的保险责任、除外责任、缴

费要求，理财产品的投资风险等。警惕一些金融直播营销中信息披露不足、风险提示不到位、明示或暗示保本无风险、保收益等销售误导问题。

三是知悉金融消费或投资风险。公众应对金融产品有理性、清醒的认识，不被直播营销所营造的氛围煽动而盲目消费或冲动投资，在了解金融产品或服务的合同内容、息费标准、免责条款、风险等级等重要信息后，审慎评估自身是否能够承担或接受，根据自身实际需求和风险承受能力选择适当的金融产品。

据新华社