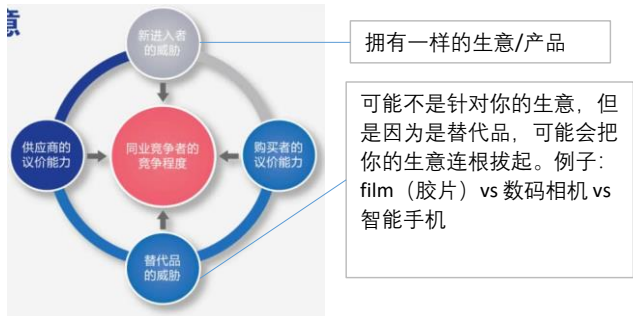


前言	<p>现金流分析主要就是用“定量”(quantitative)方式例如ROE去找一个好生意。 商业价值分析是从“定性” (qualitative)方式区分析一个生意；从商业性质上面去探讨。</p> <p>定性分析可以从3个方面切入：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 好不好捞 2. 有无竞争优势 3. 有无发展空间 <p>但并不是所有好生意都需要同时满足以上3点。因为一个生意如果有办法满足以上3点那肯定是一个天价公司，所以我们可以把3个元素分开应用。</p> <p>例如 1 + 2 或 2 + 3</p> <p>1 & 3 通常会有矛盾，好捞（1）的生意就会有很多人跑进来参与导致发展空间（3）容易饱满。所以不是非得要凑在一起。</p> <p>如果一个生意已被证明好赚（1） + 有竞争优势（2） + 加盟价格便宜 => 属于以守为攻，比较容易做到</p> <p>研究一个生意的未来发展空间（可能这发展空间还没被证实） & 竞争优势，主动出击（2） + （3） => 属于以攻为守，比较难做到。</p> <p>定量分析vs定性分析</p> <p>例子： property- shop lot 店屋</p> <p>一个shop lot 有没有投资价值可以从两个角度分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据过往5年分析，这一带店屋容易租出去？而且因为抢手租客不会延迟给租金？这犹如稳定的dividend yield，可产生稳定的现金流（定量分析） 2 根据周边设备齐全，交通方便程度分析这产业长远一定有稳健的需求？（定性分析）
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

page 11 -12

全球最优秀策略家Michael Porter的 Porter's 5 Forces 说明了任何一个生意都有如地铁的车厢。有大的车厢，也有小的车厢。小车厢空间小如再挤满了人是很痛苦的，所以我们要避开这样的车厢（生意）。投资需要定性分析哪个生意是很痛苦的。

根据Porter's 5 Forces, 一个生意里的5种人（下图）都在你推我，我推你，我想从你的身上那倒好处，你也想从我身上拿到好处。因此越多人你压我，我压你，这生意就越难做。



行业吸引力可从以下几点进行分析：

在红海弑杀

行业吸引力分析

艰难赚钱	容易赚钱
1 众多竞争者	少数竞争者
2 供应端被少数公司控制	众多供应商
3 客户选择极多	客户选择不多
4 低门槛	高门槛
5 同类可替代商品众多	无或少替代品

垄断性生意最

把竞争对手挡在外面，例如特殊技术，政府准证等

需要看替代品的威胁程度

例子：奶茶生意店目前的行业吸引力

行业吸引力分析	
艰难赚钱	容易赚钱
1 众多竞争者	少数竞争者
2 供应端被少数公司控制	众多供应商
3 客户选择极多	客户选择不多
4 低门槛	高门槛
5 同类可替代商品众多	无或少替代品

行业吸引力需要用最新的情况分析，因为商业实况会变化。例如奶茶生意从前并没有那么多竞争对手，现在却非常多竞争对手。

从Porter's 5 Forces 分析， Bursa是属于“一等一”好的生意。

1. 唯一的大马股票交易所 》没有竞争对手
2. 采购电脑，商业用具有很多供应商
3. 如果要投资大马股票，我们客户没有其他选择
4. 门槛高（需要政府准证）
5. 存在替代品：

新加坡交易所，香港交易所等甚至公司也不一定非要在马来西亚上市。或者不投资股票可以投资房地产，货币，黄金等。但整体来说替代品威胁不会大。

由次看出， Bursa是个无懈可击的生意。所以当加盟费足够便宜就可加盟。

巴菲特大师认为投资就要很稳的做到投资回报的确定性

换句话说，一流好捞的生意，当价钱掉下去时，在股价偏低价位加盟，之后的投资回报率/确定性就非常高。但很多人看见股价下跌就会害怕，以Porter's 5 Forces分析生意的确定性来看，这样的下调，我们应该看要怎样积极的应对。

Page13-18

Jack Welch,全球最佳CEO (1980-2000为General Electric CEO, 把GE从500强企业带到前5强企业)
Jack Welch 的理论叫做GE Matrix, 这理论可以帮我们做投资决策。
当初Jack Welch 将臃肿的GE各部门进行分析, 将在行业里数一数二的部门保留, 加大发展。
另一方面, 那些排行第三第四的部门, 不论是否盈利都砍掉。依然盈利的业务就卖掉, 亏钱的部门直接关门。在把那些在第三第四部门的资源调动给第一第二的部门, 结果本来就第一第二的生意发展得更好。



使用Porter's 5 forces找出好捞额生意, 再用这个基础继续找出企业竞争力。这样就更容易找到合适投资的对象。

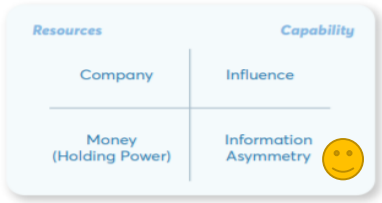


利用GE matrix分析, 行业吸引力高+竞争力高 =TG, Hartalega ,反之, 被收购前的Proton

<p>Page 19-22</p>	<div><div>企业品牌/公司信誉</div><div>这是属于看不见也摸不见 的公司价值发展的重要影响力-》无形资产 （： goodwill, branding) 这无形资产可以帮助公司再日后产生现金流,因为品牌可以产生信任。</div><div>例子： Johnson & Johnson</div><div>1980, 发烧药Tylenol导致5起死亡案例。</div><div>这个事件在“比妈妈更关心你”的企业无于是致命的。</div><div>最后Johnson承认并且愿意负起责任。当时他们通过各大媒体告诉大家不要吃自己的药，然后回收药物。当时公司股价直接下跌。不过这件事情处理完毕的半年后，Tylenol销量竟然从本来的第八排名直接上升到第三。</div><div>由此可见，他们当时的处理方式成功挽救了客户的信任。</div><div>马来西亚Nestle的品牌地位很强。身为父母，请问看见Nestle的生的产品你会放心的给自家孩子吃吗？答案是会的。这就是品牌给公司锁定的未来现金流。</div><div>评估这个无形的公司信誉可以从几点切入：</div><div><div><div>“Did they say anything good about this company?”</div><div></div></div><div><div>Supplier 供应商： 好的payment record 让供应商的信任度提升，甚至可以达到价格谈判的效果等。</div><div>Users/Customers： 良好的客户口碑会让客户推荐给朋友。</div><div>Peer-竞争对手，信誉好的公司实力会被竞争对手认可</div><div>Staff 员工： 对公司产品有信心</div></div></div></div>
	<div><div>Customer Loyalty 顾客忠诚度</div><div></div><div>请选择你使用过的产品/服务，而且你会重复消费的产品/服务</div><div></div><div>请选择你使用过的产品/服务，而且你会重复消费的产品/服务</div></div> <div><div>这60家公司有5年稳定ROE。如果现在要你选出两家有用过/朋友用过的公司，相信会有几家公司会特别容易被大家选中，例如PBB， MBBF&N, Bursa等。试想如果这个问题在10年前让你选择，你觉得你是否会找出同样的选择？可能会</div><div>因为他们拥有稳定的ROE + 客户忠诚度* 客户忠诚度会让我们重复使用那公司产品，然后再推荐给好友。</div></div> <div><div>总结：</div><div>行业吸引力 + 竞争力 + 信誉</div><div>这样的生意商业价值就大</div></div>

附加课

一个好生意当他的商业价值还没被发现可被称为“隐形冠军”。
好生意被低估时被发现的机会属于被动做法，反之主动出击就是在生意潜能还没被发现时，主动寻找机会（信息差的优势）



如何发现信息差？
可以通过**细分**行业里的龙头老大进行分析，找出不对称的信息的优势，提早发现隐形冠军。
可以将衣食住行各行业再进行行业细分，例子如下：
Hup Seng **苏打饼干**的龙头
Padini **大众服饰**的龙头
KawanFood 冷冻食品（Frozen roti canai)龙头
Wellcall 工业用途Rubber hose 龙头