

张治琛

上海市浦东新区花木街道 (地址)
100871 (邮编)

15810028083 (电话)
zhangzc@pku.edu.cn (邮件)
1376056330 (雪球主页)



教育经历

- **北京大学** 国家发展研究院 · 金融学 2016.09 – 2019.06 硕士学位
– 高级计量经济学 (91), 高级宏观经济学 (91), 高级微观经济学 (84), 公司财务案例 (90), 宏观经济专题 (91), 数理经济学 (89), 量化投资策略 (93) 等
- **北京航空航天大学** 软件学院 · 软件工程 2009.09 – 2013.06 学士学位
– 数据结构与算法, 计算机组成原理, 操作系统, 计算机网络, 数据库系统原理, 编译原理, 离散数学等

技能专长

- **宏观**: 2018 年 8 月判断未来一年多债牛, 2020 年 4 月判断股市底部, 2021 年春节前判断抱团股将见顶
- **选股**: 选择标的长安汽车、小熊电器、分众传媒、隆基股份股价均已翻倍, 2021 年实盘收益率 126%
- **数学**: 数理能力较强, 高考数学 146/150, 考研数学 149/150
- **编程**: Python, C/C++, R, MATLAB

实习/工作经历

- **喜岳投资** 高频组-交易系统开发工程师 2019.07 – 2020.04
– 开发重构高频交易系统底层数据传输组件和交易柜台模块
- **嘉实基金** 投资顾问部-投研实习生 2018.06 – 2018.09
– 研究利率债市场, 阅读 13 本宏观、固收类书籍, 撰写 7 期《嘉实投顾债市动态报告》, 对利率债市场未来走势从基本面、去杠杆、去产能、地方债、资金面等多个方面进行分析, **预测债牛走势将持续到 19 年底**
– 通过 OLS-post LASSO 算法对宏观变量进行特征过滤, 开发了宏观动量策略
- **灵均投资** 金融交易部-量化实习生 2017.10 – 2018.01
– 对日内交易特征进行统计学分析, 开发出隔日动量量化策略, 买入具有显著正回报, 样本外夏普比达到 1.1
- **AvePoint 中国** 软件研发部-软件开发工程师 2013.07 – 2015.09
– 从事公司核心企业级软件产品内数据处理引擎模块和流数据抓取模块的开发

获奖情况

- **第十五届中国研究生数学建模竞赛** 一等奖 2018.09
- **2016–2017 学年北京大学三好学生** 2017.12
- **第二十二届“冯如杯”学生学术科技作品竞赛** 二等奖 2012.05

校园实践

- **北京大学国家发展研究院学生会文体部** 部长 2017.09 – 2018.06
- **北京航空航天大学软件学院学生会宣传部** 部长 2010.09 – 2012.06

业余爱好

- **阅读**：热爱阅读经济类和投资类书籍，学习辜朝明、彭文生、高善文、张明等的宏观分析，学习波特的商业逻辑，学习巴菲特、邓普顿、马克斯等的投资经验，学习唐朝、郭永清等的财务分析
- **运动**：热爱健身，涉猎滑雪、羽毛球等多项运动

投资理念

- **核心**：从行业前景与商业分析角度出发，选择长短周期逻辑均向上且估值合理的公司持有
- **操作**：选择多行业的 3 到 6 支股票满仓持有，个股仓位不超过 30%，逻辑证伪或估值较高时卖出

投资历史

- **长安汽车** 汽车整车 2019.11.19 – 2020.11.05
 - 基本面：汽车行业整体处于困境，公司合资品牌销量塌陷，陷入经营困境
 - 买入逻辑：估值极低，经营杠杆高，自主品牌新产品周期支撑短期业绩，行业困境反转支撑长期业绩，股价下跌空间有限，上涨空间很大
 - 预判可能利空：行业持续低迷；国有企业盈利意愿低；合资品牌持续亏损
 - 投资总结：**持有期间股价上涨 108%，期初投资逻辑得到证实**，但国企盈利意愿问题限制了股价的上涨空间
- **小熊电器** 小家电 2020.02.25 – 2020.04.28
 - 基本面：属于高景气度的小家电行业，06 年创建以来稳步经营，细分品类研发营销能力强
 - 买入逻辑：估值偏低；产品 90% 线上销售，疫情下宅经济受益
 - 预判可能利空：行业竞争激烈，但在行业高成长背景下暂不构成影响
 - 投资总结：**持有期间股价上涨 49%，期初投资逻辑得到证实**，但经历跌停补仓导致仓位过重心态失衡，缺乏电商数据持续跟踪印证逻辑，退出投资
- **东阿阿胶** 中医保健品 2020.04.03 – 2021.01.20
 - 基本面：阿胶市场稳步增长，品牌溢价高，但公司在 18 年之前连年提价并向渠道压货，导致销售不畅，存货应收双高，陷入经营困境
 - 买入逻辑：公司管理层换届之后暂停提价策略，控制发货清理渠道库存，预计在 2021 年之前库存可以基本出清，公司大概率实现困境反转
 - 预判可能利空：公司对消费者培育能力减弱，但长周期逻辑不影响公司中短期困境反转
 - 投资总结：**持有期间股价上涨 39%，期初投资逻辑未得到证实**，因感觉公司数字化营销改革过于激进而退出
- **分众传媒** 电梯广告 2020.04.28 至今
 - 基本面：电梯广告行业属于周期行业，市场容量波动向上，公司受经济下行和疫情影响收入下滑，为了逼退新潮等竞争者而扩张点位导致成本上升，陷入经营困境
 - 买入逻辑：公司 19 年开始优化点位表明新潮等竞争者对分众已不构成威胁，成本逐步优化，收入受经济复苏和疫情消退影响逐步上升，公司进入复苏周期
 - 预判可能利空：物业公司抢占电梯广告市场，但长周期逻辑不影响公司中短期复苏
 - 投资总结：**持有期间股价上涨 143%，期初投资逻辑得到证实**，持有过程不断研究发觉公司具备长期的投资价值，未来空间仍然很大
- **隆基股份** 光伏 2020.06.29 – 2021.11.06
 - 基本面：光伏行业进入高景气周期，公司精细化管理且行业经验领先，能够实现成本领先，前向一体化导致行业议价能力强，管理层优秀
 - 买入逻辑：估值较低；平价上网拓宽了行业成长空间，减弱了行业周期性，公司具备最强势的行业地位，能够最大程度享受到行业红利
 - 预判可能利空：硅料价格上涨影响行业规模扩张，有一定影响但程度有限
 - 投资总结：**持有期间股价上涨 95%，期初投资逻辑得到证实**，考虑到行业高速成长下各环节供需不均衡，公司在行业内利润分配短期处于不利地位，退出投资