

总结三

模块三总结：行业观察

第一周：寻找龙头

3.1.1 A股行业

关键词：A股行业的市值分布，行业市值规模的特点

要点回顾：能挣钱的行业就是好行业

不论是什么样的市场情况，都会有股民在争论哪个行业快速发展，哪个行业落入夕阳。但不管增速快慢、前景好坏，绝大部分估值处于低估区间的行业，未来都可以挣钱，只是挣钱顺序有先后、速度有快慢的区别。

至于那些未来逐渐消亡，或者被新产品取代的行业，再低的价格也是高估，这些行业最终会让投资者血本无归。

一味地追捧已经高估的明星行业，更有可能损失惨重。所以不管何时，一定要注意在合理的时机买入才是更重要的。

3.1.2 A股龙头

关键词：市场龙头的分类，寻找龙头的方法，股市大小风格的转变，投资龙头股的风险

要点回顾：行业龙头的机遇与风险

龙头意味着相对“稳定”，所以长远来看相对回报确定性较高，尤其是在熊市会受到追捧。

从大行业的角度来看，龙头就意味着一个字“大”，那么它未来的发展增速，依赖自身的大规模，也受制于自身的大体量。毕竟所有行业规模都有限制，在摸到天花板之前，投资者要对行业空间有个大概的判断。

实际去看现在市场上各大行业的龙头股，他们的PE历史走势图，大部分是由高到低，印证着他们从高增速，向目前稳定增速的趋势。

不要支付过高的溢价买入龙头，这是买龙头的大忌。

3.1.3 细分龙头

关键词：细分行业龙头的寻找方法，投资细分龙头股的风险

要点回顾：细分龙头的寻找方法

因为龙头股的投资风险差不多，都是行业天花板的问题。这里着重说一下细分龙头的识别问题。

如果各位有阅读研报或者跟踪市场新股的习惯，会发现这几年券商最爱吹的一种票就是某某细分行业龙头，愿意把细分行业的前景说的天花乱坠。但细分龙头本质上就是在投资成长股，通过之后内容的学习，我们也知道投资成长股非常困难，需要预测未来业绩的增速。何况新股上市估值都有很大泡沫，即使近一段时间次新股走势不错，但不能光看贼吃肉，不见贼挨打，次新股崩盘的时候是随着估值和情绪一起杀，跌幅往往不止一次腰斩。

此时还不如选择上市时间更长的股票，这些股票里也有成长股，估值泡沫更小一些；或者更适合自己交易策略的股票，没有必要跟风市场的热点。

第二周：挖地三尺

3.2.1 世界工厂

关键词：A股制造业介绍，行业需求的来源，制造业股票指标：产能利用率、产量、销量、建设期、进度

要点回顾：制造业关键指标

由于一期介绍一个行业的频率，所以这一周的三节课带大家迅速了解三个行业的关键因素，除了看业绩，还可以去定期报告、公告中寻找这些指标，提供更

多的判断依据。判断的维度越多，那么对公司的发展经营，心里就越有底。

制造业股票的一大关键指标就是产能和销量，前者代表公司有能力和生产这么多，后者代表市场实际需要多少。中间还有一个环节：产量，产出的产品都能卖出去，销量大于等于产量，这样是最好的，甚至还把以前的存货卖出去了。

产量除以产能，就是产能利用率。100%说明公司全力运转，大于100%说明公司自己产能不够，委托外部资源进行协助生产，小于100%就说明产品不是很适合市场，公司在限制产能。

机器摆在工厂里每天有折旧费用，放着就是浪费，所以最好找产能利用率高、并且销量基本等于产量的公司，这样的工厂每天都在满负荷运转，资本的运作效率是最高的。

3.2.2 消费升级

关键词：A股消费股介绍，耐用品、快消品的区别，竞争门槛，品牌，老龄化，消费升级和降级，国产化，渗透率，经济周期波动，渠道商囤货风险

要点回顾：消费股的投资风险

投资消费股，最需要注意的就是估值。因为消费股的高速成长期并不会很长，多则两三年就算不错的，苹果这样伟大的公司万里挑一。高速成长之后，消费股如果能在市场上占据稳定位置，有一个良好的品牌效应，基本都会变成稳定增长的价值股，PE也会随之降低。

我们在这里提供了一个判断成熟消费股高估PE的位置：25，或者熊市底部股价翻一倍以上也是高估的征兆。

近两年很多消费龙头都被炒到天上去了，这是另一种泡沫，不同于炒小（市值）炒新（概念）的泡沫，价值股这种有一定基本面基础的炒作更加容易迷惑人，投资者往往还以为自己在做价值投资，但股价早已高估了。25倍PE这个指标帮助大家简单判断消费股的泡沫程度。至于是踊跃参与泡沫，还是及时止盈，就看自己的投资风格了。

3.2.3 享乐主义

关键词：互联网，轻资产和重资产的区别，边际成本，用户数，粘性，广告收入，垄断

要点回顾：互联网公司的估值

这个行业的估值在学术界也没有多么成熟的估值体系，相比于传统制造业的现金流折现法的估值，互联网的想象空间太大又太危险了。现在比较流行的做法，除了看同类公司的市值做参照以外，还有一个重要指标就是用户数量。

不仅看注册人数，还要看活跃人数，也就是所谓的“日活”“月活”，代表每天或每个月有多少不重复的设备使用这个网站或者APP。

除了人数多少，用户的粘性也很重要，由此产生了“使用时长”的指标，使用人数越多、使用时间越长，就能更好的卖广告。虽然互联网是一个新兴行业，但最后变现的时候，卖广告仍然是主要的盈利渠道。

第三周：区分行业类型

3.3.1 价值股

关键词：低增速，发展稳定，分红，股息率，价值股的低估高估指标

要点回顾：价值股的投资方法

对于价值股，PE的估值中枢：零增长的股票，PE可以给10倍；5-10%的业绩增长，可以给15倍，增速再高一些，开始有成长股的特征，估值方法就要变一变了。

除了看PE，连续三年以上稳定分红的股票可以看股息率的变化，如果股息率处于历史高位，则股价属于低估区间，可以考虑买入。

以上方法需要考虑的是，公司仍然是价值股，也就是说，未来发展稳定，增速并不快的情况下，可以简单运用这些估值方法。

卖出时，主要参考PE，当价值股的PE高达20倍时，已经高估；个别增速快的价值股，因为开始有了高增速的特性，PE可能会继续上扬，如果还按照价值

股的手法判断，可能有踏空的风险。

3.3.2 成长股

关键词：业绩增速，PEG，G的判断，内生增长，高增速，低估买入换来高年化收益

要点回顾：成长股的投资方法

最核心的指标就是PEG，其中对于G的预测是最难的。这里我们提供了一些思路，例如利用激励计划里业绩解锁指标来预估未来的增速；或者探究公司的内生增长到底有多少，并购带来的增长并不一定持续；成长股有低PE高G的情况，一般是市场怀疑公司未来发展有问题，很可能不是投资者捡到的错杀成长股。

成长股的投资风险太多太多，所以PEG远大于1的股票看看就好了，真的买进去，很有可能高位站岗，除非基本面研究的很透彻，公司有能力在未来一两年保持高增速状态。

这里我们还是更强调风险，而不是挣大钱的思路来投资成长股，毕竟这么多股票，投资机会太多了。

3.3.3 周期股

关键词：经济周期，大宗商品，供需，政策，重资产，PB，单季度营收增速拐点，历史价格区间，产业链对周期股的影响

要点回顾：周期股的投资方法

最简单的方法就是看PB，这一点和前两者看PE尤为不同。PB处于历史低估区间时，往往是投资周期股最好的时候。

但周期股最大问题是，不知道什么时候周期复苏。上杠杆的金融行业：银证保，和国家整体的宏观经济增速、货币政策、财政政策的变化息息相关，但谁也不知道什么时候经济复苏，什么时候股市会大涨。

和油价相关的大宗商品同样如此，油价30美元的时候全世界都在喊石油已死、新能源要上位，到现在油价回暖，这样的声音就不见了。

在低估区间买入周期股的人，可能要熬很久才能兑现股价。这里我们给了一个方法，看周期股单季度营收增速是否出现拐点，可以是负增速收窄，或者负增速转正增速。尽量在周期复苏前再买入，保证本金的安全，同时也能提高资金的效率。

同时还要注重政策风向是否转好，比如供给侧改革后，大部分煤炭钢铁股票的价格翻了一倍，这对于熊市期间的股民来说十分难得了。

第四周：发掘增长动力

3.4.1 进口替代

关键词：国产化，低成本取代高成本，进口替代的过程，中高端制造业的机会

要点回顾：进口替代的特点

这一特点就是在质量相同的情况下，市场会自发选择低成本的产品。国际市场上，产业链的地理位置因此不断转移。

目前我国在低端制造业已经实现的全面国产化，有的低端环节甚至转移到了东南亚等其他成本更低的地区；中高端还有进一步国产化的空间，这也是未来刺激相关股票价格或行业的机会所在。

3.4.2 地域扩张

关键词：公司最常见的发展模式，复制自身，业务影响范围，自然资源限制，扩张方式：轻资产或重资产，投资时机，文化扩张

要点回顾：地域扩张的投资机会

这一点和细分龙头的内容很像，就是在对手都很弱的时候，一家公司如果能最早上市，在股市获得资金后迅速扩张，并且市场前景很宽广、还没有其他行业巨头盯上这块肉的时候，这种股票往往能有所表现。

但股市里更多的是忽悠投资者，拿出不可能实现的扩张计划，去市场上圈钱。这就要对公司想要扩张的行业有一定了解，遇上这样的黑心股票，要在心里打个折扣。

3.4.3 模式转变

关键词：上下游扩张，跨界经营，多品类扩张，上中下游特点，投资方法，微笑曲线

要点回顾：模式转变的投资风险

不同于上一期的地域扩张，本期介绍的公司都是在做以前没做过的事，不管是往上下游延伸，做供应商或者客户的事情；还是跨界做和自己原先业务完全不相干的行业，这些扩张的风险更大。

当然A股就喜欢这样的股票，还没有摆脱炒概念的市场偏好。参与这样的股票，要么就把新业务当作零，发展好了就当作中彩票了，没发展好，那么老业务如果能有所表现也可以接受，前提是新业务不能拖累老业务；或者就是以投机的心态参与，严格止盈止损，别长期套牢就行。

模块三主要是为了给大家介绍各种不同类型股票的赚钱机会及风险。其实最主要的是想要告诉大家，投资一是要看的全面，二是一定要关注估值