

三季度调仓换股 对冲基金“扎堆”美股三大板块

□本报记者 陈晓刚

美股市场机构投资者的第三季度13F持仓报告上周全面披露。彭博通过对819只对冲基金(美股持仓规模达到1.83万亿美元)的三季度13F持仓报告数据进行分析后发现,科技板块最受对冲基金青睐,占对冲基金的持仓比重为15%。其它板块中,非必需消费品板块占对冲基金的持仓比重为13%、通讯板块为11%、工业板块为7.6%、能源板块为6.4%、必需消费品板块为4.2%、原材料板块为4%、公共事业板块为2.5%。

值得注意的是,对冲基金第三季度的调仓换股是在行业分类标准发生变化的背景下进行的。标普道琼斯与MSCI建立的全球行业分类标准(GICS)9月下旬进行了重新分类,主要有三个行业板块受到影响:一是科技板块,家庭娱乐和互联网服务类公司将被移到新的通讯板块;二是非必需消费品板块,传媒类公司将被移到新的通讯板块,同时将纳入电商平台和电商服务提供商;三是通讯板块,将纳入上述两个行业转移过来的部分公司。

另外,彭博统计的对冲基金第三季度

持有交易所交易基金(ETF)约700亿美元,其中安硕MSCI新兴市场ETF被增持2260万股,被增持市值达9.7亿美元。这意味着第三季度内,部分对冲基金已经尝试性抄底上半年大幅波动的新兴市场资产。

脸书被大举减持

在以对冲基金新增仓位计算的科技股中,在线调查服务公司调查猴子(SVMK)被对冲基金增仓最多,共增仓3510万股;赛门铁克位列第二,被增仓2970万股;市场调查公司尼尔森控股排名第三,被增仓1700万股。若以对冲基金新增市值计算,微软、高通、奥多比系统排名前三位,对冲基金新增市值分别达到38.8亿美元、16.4亿美元和11.6亿美元。

在以被对冲基金减持仓位计算的科技股中,恩智浦半导体排名第一,被减持7800万股;社交网站Zynga被减持3350万股,位列第二;AMD被减持2280万股,排名第三。若以对冲基金减持市值计算,恩智浦半导体同样排名第一,电子艺界和美妆科技紧随其后,三家公司分别被对冲基金减持市值106亿美元、18.8亿美元和9.94亿美元。

在以对冲基金新增仓位计算的通讯股中,巴西电信运营公司Oi、Altice(美国)、在线活动策划服务公司Evenbrite名列前三,分别被增仓1.98亿股、1410万股、1410万股。若以对冲基金新增市值计算,Charter通信、迪士尼、Spotify排名前三,对冲基金新增市值分别达到21.3亿美元、9.78亿美元和7.63亿美元。

在被对冲基金减持仓位计算的通讯股中,康卡斯特、脸书、推特被减持的股份最多。若以对冲基金减持市值计算,脸书、推特、百度、谷歌母公司Alphabet被减持的市值最大,分别为91.4亿美元、20亿美元、16.8亿美元和12.3亿美元。

阿里巴巴受青睐

在非必需消费品板块中,在线博彩公司Stars集团、菲亚特克莱斯勒、博彩公司凯撒娱乐、蔚来汽车、阿里巴巴被对冲基金新增仓位最多,分别为4000万股、3560万股、1880万股、1720万股、1640万股。若以对冲基金新增市值计算,阿里巴巴、航空公司联合大陆控股、皇家加勒比邮轮、服装零售商TJX排名前三,对冲基金新增市值分别达到13.3亿美元、11.6亿美元、

9.417亿美元和8.861亿美元。

在以被对冲基金减持仓位计算的必需消费品个股中,通用汽车、艺术和工艺品零售连锁商Michaels Cos以及美高梅国际酒店被减持的股份最多。若以对冲基金减持市值计算,京东、通用汽车以及两家房屋建材公司Lennar和Mohawk工业被减持的市值最大,其中京东、通用汽车被减持的市值分别为13.6亿美元和12.3亿美元。

在以对冲基金新增仓位计算的必需消费品个股中,金宝汤、百货折扣商Target、食品公司卡夫亨氏、可口可乐、泰森食品以及宝洁公司被新增仓位最多。若以对冲基金新增市值计算,Target、仓储购物中心好市多、宝洁、沃尔玛和金宝汤排名靠前。

在以被对冲基金减持仓位计算的必需消费品个股中,巴西饮料公司Ambev、食品饮料商亿滋国际、零售连锁药店经营商来爱德、零售商美元树被减持的股份最多;若以对冲基金减持市值计算,饮料公司沛泉思蓝宝、美元树、亿滋国际、美国食品控股、烟草巨头菲利普莫里斯国际被减持的市值最大。

沃尔玛转型初见成效 或跻身美国电商三巨头

□本报实习记者 薛瑾

美国零售巨头沃尔玛近期在低价策略之外,大力推行了全渠道战略转型,进行自线下到线上的渠道整合,并已初见成效。日前公司披露的三季度财报显示其战略转型下电商业务增长显著。另据调研,沃尔玛线上业务不断壮大,年内有望成为美国第三大电商。

分析人士表示,尽管在亚马逊等颠覆者的冲击下传统零售业进入艰难调整期,但沃尔玛依托密集的线下零售网络优势和持续的线上链接创新,在零售行业的洗牌中赢得了发展空间。

全渠道战略获回报

面对电商时代的到来,以售卖杂货起家的美国最大零售商沃尔玛近年来一直在谋求转型。在一贯推行的低价策略之外,公司还加速布局了“全渠道”销售战略,形成线上线下联动的态势。除了大卖场、山姆会员店等实体门店的扩张,沃尔玛“打通线上”的计划也在逐步扩大。

据媒体报道,在美国,目前已有2100家

卖场支持“线上订货、到店自提”服务,意味着消费者可以先在线订购,然后在卖场停车场等候,门店员工则会将订购商品打包好直接交付给消费者,避免了购物排队的情况,同时为消费者省下一笔额外配送费;另外,沃尔玛年底前还将有800家门店提供杂货配送服务,这将覆盖四成的美国人口。

据分析,九成人口居住的10英里范围内都会至少有一家沃尔玛门店,其密集的实体门店网络,让消费者可以轻松获取他们在网上订购的商品,让沃尔玛的打通线上线下渠道具有天然优势。穆迪零售业分析主管Charlie O'Shea表示,“沃尔玛依托强大的商店网络,将会成为线上零售的一大核心玩家。”此外,沃尔玛今年还在2016年收购的初创电商平台Jet.com上推出了Jetblack订购服务,提供会员专享优惠等,加强与亚马逊Prime的竞争。

据沃尔玛15日披露的三季度财报显示,其电商业务业绩增长显著表现亮眼。公司在2019财年第三季度中,实现营收1249亿美元,同比增长14%; 同店销售额增长34%,实现了连续11个季度的增长;电商业务同比增长43%,并预计继续实现40%以上

的增速;但受低价策略、物流成本和电商业务支出的影响,其利润率有所下降。不过,沃尔玛管理层表示,公司愿意为获得市场份额和其他潜在的竞争优势而牺牲部分利润率。

据市场调研公司eMarketer近日发布的一份报告显示,到今年年底,沃尔玛有望超越苹果,占据美国在线零售总额的4%,成为位列亚马逊(48%)和eBay(7%)之后的美国第三大在线零售商。

eMarketer首席分析师Andrew Lipsman称,沃尔玛的电商业务近来一直在“全速前进”,通过收购等举措打出电商的组合拳,吸引了更多年轻、富有的消费者。他还强调,“沃尔玛在快速增长的杂货电商业务上取得了巨大进展,很大程度上得益于很多消费者愿意为“线上订货、到店自提(click-and-collect)”服务买单。”

美国零售业经历洗牌

近年来随着电商势力不断入局,美国零售业正在经历着新一轮的洗牌。据调查机构Coresight Research统计,2018年美国零售业预计将有4500家门店关闭,虽然少于上一年的7000家,但预示着传统零

售业仍处于艰难时刻和转型阵痛期。

上个月,有美国零售业鼻祖之称的、拥有百余年历史的零售巨头西尔斯递交了破产申请,让不少业内人士唏嘘,感叹传统零售行业面临“寒冬”。近日,也正是出于对亚马逊强势碾压传统零售商的担忧,“股神”巴菲特选择了结束对沃尔玛长达20年的投资。根据美国证券交易委员会(SEC)日前发布的13F文件显示,巴菲特旗下的伯克希尔哈撒韦第三季度的持仓报告显示其彻底清仓了剩余的沃尔玛股票。

事实上,零售业的洗牌是双向的:线上业务起家的巨头谋求线下布局,而线下业务强大的巨头逐渐打通线上渠道,越来越多的大型零售商选择向混合型零售商转型。沃尔玛近年来向线上延伸业务触角发展电商,与亚马逊将向线下延伸业务触角开更多实体店,方向虽然相反,但目标却是一致的:即在剧变的行业中,抢占更大的市场份额。据eMarketer预测,美国电商虽然今年预计增长16%至5257亿美元,继续保持高速增长,但仍只占零售业全行业总额的10%。以此来看,线上线下市场都将成为为零售巨头们的必争之地。

发力在线教育 新东方在线赴港IPO在即

□本报实习记者 周璐璐

据媒体19日报道,新东方教育科技集团旗下的在线教育平台新东方在线已通过港交所上市聆讯,并于本周开始非交易性路演。公开资料显示,新东方在线于7月17日向港交所递交招股说明书,其前两大股东分别为新东方集团和腾讯控股。据招股书显示,新东方在线将从新东方集团剥离而作为独立业务及平台经营,且目前新东方在线已经实现盈利。

竞争优势日益凸显

在目前已经“白热化”的在线教育竞争中,新东方在线的优势日益凸显。据悉,在布局在线教育领域的众多公司中,新东方是为数不多已实现盈利的公司。

据新东方在线最新发布的“聆讯后资料集”显示,在截至2016年、2017年及2018年的最近三个财年中(该公司由头年的6月1日至次年的5月31日为一财年),新东方在线总营收实现大幅递增。其中,2016财年总营收为3.342亿元(单位:人民币,下同),利润为5955万元;2017财年总营收增长33.51%至4.462亿元,利润为9221万元;2018财年总营收增长45.79%至6.505亿元,利润为8200万元。虽利新东方在线在2018财年利润有所下滑,但仍保持盈利状态。

借助新东方集团的品牌效应,新东方在线可获取优质而丰富的教师资源。新东方集团从2017年开始大规模投入在线业务,从各业务线抽调骨干教师资源加入新东方在线。此外,自2015年起,新东方在线

与腾讯云达成战略合作,致力于打造新型在线教育服务体系。凭借腾讯云在云计算能力、音视频方面的技术优势,新东方在线重构研发了自有视频体系架构,保证视频直播听课系统的稳定、可靠、流畅,继而提升用户满意度。此次战略合作将在互动直播、互动白板、视频转码、录播技术优化等方面实现在线课堂技术的升级换代。

科技赋能在线教育成趋势

在“互联网+”的大背景下,互联网技术正在日益渗透至教育环境和学习过程中。业内分析人士认为,在线教育作为新兴的教育模式,具有广阔的发展前景,未来科技赋能教育将是大势所趋,行业也将朝着更加透明规范的方向进发。

艾瑞咨询数据显示,2017年中国在线

教育市场规模约达2002.6亿元人民币,与上一年相比增长27.9%。未来几年,中国在线教育市场规模将保持稳健增长,原因是用户对在线教育的接受程度不断提升、付费意识的觉醒以及线上学习丰富度的完善等。预计在2022年该市场规模将达5433.5亿元人民币。

若想分食在线教育这杯羹,科技赋能尤其重要。蓝象资本在《深度融合:2018年教育科技趋势报告》中提到,2017年投资案例总数中,ToB领域教育信息化占比高达三分之一,科技渗透教育成为趋势,人工智能、直播技术已获得广泛应用。同时,科技可助力教育公平,改善资源不均衡现状;而作为内容的输送通道,技术必然成为每个教培机构、学校的标准配置。

小米集团三季度营收同比大涨49%

□本报记者 倪伟

19日盘后,港股新经济股新贵小米集团公布其第三季度财报。财报显示,公司三季度营收同比大涨49.1%至508.5亿元人民币,高于市场预估503.6亿元人民币;三季度经调整利润同比增长17.3%至29亿元人民币,也超预期。小米表示,公司各项业务均现强劲增长,国际业务、IOT(物联网)以及生活消费品、互联网服务增势迅猛,同比收入增幅分别达到112.7%、89.8%、85.5%。而智能手机截至10月26日出货量全年已经突破一亿台,宣告小米智能手机正式进入亿级俱乐部。

海外市场增长迅猛

小米集团三季度整体表现相当优异,营收和利润同超市场预期。分项来看,集团主要产品智能手机表现相当强劲,收入约350亿元人民币,较去年同期增长36.1%。期内智能手机销量为3330万部,较去年同期增长20.4%。具有里程碑意义的是,截至10月26日,小米智能手机出货量全年突破一亿台,正式进入亿级俱乐部。

小米方面表示,集团在三季度继续推进优化产品组合、强化高端手机市场的策略,小米8系列、小米MIX3等中高端旗舰广受市场认可,三季度小米8系列出货量接近600万部,高端手机收入占比达31%。

分地区来看,三季度小米在中国大陆的营收同比增长20.9%至285亿元人民币,而国际市场收入同比大增112.7%至人民币

223亿元。期内国际市场收入占总收入的43.9%,增长迅猛。

Canalys数据显示,据三季度出货量,小米在30个国家的智能手机市场中排名已进入前五。其中,西欧市场的突破是一大亮点,小米今年第三季度在西欧市场出货量同比增长386%,按智能手机出货量算排名行业第四。

“AI+IoT”同比增近九成

财报显示,同比增幅位列第二的是“AI+IoT”(人工智能+物联网),本季收入同比增幅高达89.8%,贡献收入108亿元人民币。该业务2018年前三个季度总收入达289亿元人民币,已超去年全年的IoT及生活消费品总收入234.5亿人民币。

其中,智能电视销量增速最快,数据显示,集团三季度智能电视销量同比增长198.5%,前9个月销量超过520万台,而2018年10月销量已首次超过100万台。最新数据显示,小米智能电视2018年双十一在天猫、京东和苏宁上的销售量和销售额均排名第一。

基于在电视市场的成功,报告期内,小米集团继续在全球范围内扩张有竞争力的IoT品类。在7月23日,公司发布了米家空调,备受市场关注。米家空调有望凭借生态链产品强大的协同作用成为智慧家电的领导者之一。

由于此前市场预期公司三季度业绩向好,财报公布当日小米集团股价上涨5.10%,截至19日收盘该股报13.60港元,成交6.7亿港元,最新总市值3071亿港元,不过较发行价17港元仍破发达20%。

欧美股市吸引力回升 全球股债前景分化

□本报记者 张枕河

近一个月欧美主要股指表现疲软,资金持续外流现象。但资金流向监测机构EPFR最新数据显示,从上周开始,欧美股市吸引力明显回升,美股重新回到资金大幅净流入状态,欧股资金外流规模也明显收窄。

全球以股市为代表的风险资产吸引力明显升温,全球债市却出现大规模的资金净流出,股债资产前景或出现进一步分化。

美股重现“净吸金”

EPFR最新数据显示,上周全球股票型基金资金净流入规模扩大。其中美国股票型基金由此前一周的资金净流出转为净流入,中国股票型基金则实现连续的“净吸金”。

数据显示,上周美国股票型基金转为净流入38.2亿美元,此前一周净流出5.6亿美元。欧洲股票型基金尽管流出6.7亿美元,但好于此前一周的27亿美元,同时也是六周来流出金额最低。新兴市场股票型基金净流入12.5亿美元,不及此前一周的37.3亿美元,中国与其他新兴市场依然分化显著,前者成为新兴市场仍能实现净吸金的最大“功臣”。中国(包括A、H、红筹)市场股票型基金资金净流入规模为9.4亿美元,但低于此前一周的22.3亿美元。日本股票型基金资金净流入也缩减为7052万美元,不及此前

一周的23.7亿美元。

因此总体来看,受到欧洲和美国股市吸引力升温的影响,上周全球股票型基金净流入资金46亿美元,较此前一周的28亿美元明显上升。

全球债市大幅“失血”

然而与股市吸引力上升不同,全球债市却出现大幅资金净流出。EPFR数据显示,上周资金全面流出主要发达市场和新兴市场的债市。

其中,美国债券型基金再度转为净流出27.3亿美元,不及此前一周净流入63.6亿美元的情况。欧洲债券型基金净流出13.8亿美元,较此前一周的2.6亿美元明显加速。新兴市场债券型基金净流出7.9亿美元,也高于此前一周6.9亿美元的净流出规模。日本债券型基金资金净流出也有所加速,为1.5亿美元,高于此前一周的9465万美元。合计来看,上周全球债券型基金再度转为净流出50.5亿美元。

富兰克林邓普顿全球债券基金负责人迈克·哈森斯塔布指出,美债成为拖累全球债市前景以及投资者信心的一个重要因素,他的团队在押注美国国债收益率上涨。哈森斯塔布强调,通胀压力正在形成“完美风暴”,从而推动美国十年期国债收益率突破4%,达到十年来的最高水平。而通胀压力来源包括产能充分利用的劳动力市场,美国消费价格上升以及美国日益严重的财政赤字等因素。

陆金所计葵生：金融科技行业正处于回归理性的最佳时机

“目前行业并非处于寒冬低谷,而是正处于回归理性的最佳时机,理性与合规为行业提供了更长远稳健发展的轨道,监管的强化,是市场信心恢复的强推力。”11月19日,陆金所联席董事长兼CEO计葵生在陆金所七周年公开信上表示。

成立AI实验室,聘请首席科学家

“未来,谁可以借助数据更了解客户,谁就拥有核心竞争力。用数据了解客户,用科技服务客户,是我们布局未来的关键。”计葵生透露,陆金所正在AI和大数据方面进行布局,聘请了首席科学家,设立AI实验室,研究可应用的智能新科技。

据介绍,陆金所成立的AI实验室正在研发财富管理服务机器人,以帮助客户了解市场状况、产品特色,甚至未来还可以借助数

据分析能力预测市场与产品的未来表现。

同时,陆金所还正在尝试将区块链技术应用于合格投资人认证服务,在保证不同主体数据隔离同时,简化投资者的认证流程,并让整个过程向监管透明;陆金所KYC4.0系统,正在通过完善客户画像标签和机器学习,将实现“千人千面”的客群精准服务,为客户提供更合适的产品。

“懂专业、善风控、守规则”是发展第一原则

“过去的7年,以‘让客户的财富生活更美好’为初心,我们创造并引领了一种新的财富生活方式:陆金所从无到有,从平安集团金融科技试验田,发展成为一家中国乃至全球领先的综合性线上财富管理公司,致力于为更多的人提供安全、简单、便捷的财富

管理服务。”

陆金所成立于2011年。数据显示,截至今年11月,陆金所平台用户接近4000万人,7年已累计为用户赚取超过700亿元收益。

计葵生认为,金融科技行业并非处于寒冬低谷,而是行业正处于回归理性的最佳时机。理性与合规为行业提供了更长远稳健发展的轨道,监管的强化,是市场信心恢复的强推力。计葵生表示,“懂专业、善风控、守规则”将依然是陆金所发展第一原则。

计葵生表示,陆金所将在保持快速成长的过程中不断创新转型,从产品货架到配置工厂,从简单陈列到智能组合,从单向平台向双向生态系统,从金融科技到输出技术DNA。“我们将会看到一个更智能,更成熟的陆金所。”计葵生说。