

850家公司一季报预喜 机构挖掘超预期且估值匹配标的

□本报记者 李惠敏

上市公司2019年一季报预告披露进入密集期。统计数据显示,截至4月24日,两市共计有1500多家上市公司发布各类一季度业绩预告信息,其中业绩预喜的上市公司占比超55%,这些业绩预喜的上市公司,早已引来机构布局。业内人士表示,在经历了前期大涨但目前维持震荡的市场环境中,机构对盈利的关注可能再次成为影响市场走势的重要线索,不过,机构对绩优个股的布局也更挑剔。展望后市,应进一步关注上市公司业绩增长背后的原因,重点配置业绩超预期且估值相对匹配的个股。

回归业绩驱动

Wind数据显示,截至4月24日,两市1540家有一季度业绩预告信息的上市公司中,业绩实现预喜(略增、扭亏、续盈、预增)的有850家,占比超55%,显示出一季度上市公司业绩仍多

证券名称	一季报 预告情况	本周前三个交易日 机构净买入额(百万元)
浪潮信息	预增	702.93
立讯精密	预增	317.30
歌尔股份	略增	269.73
德方纳米	预增	252.03
雄韬股份	扭亏	219.35
二六三	预增	202.92

数据来源:Wind

数向好。国信证券分析师燕翔认为,从申万一级行业增速绝对值情况来看,一季度申万28个一级行业中有15个行业净利润累计增速为正。其中建筑材料、通信、综合、商业贸易、纺织服装等行业增速居前,而农林牧渔、建筑装饰、有色金属、交通运输、传媒等行业增速靠后。从增速变化情况来看,一季度申万28个一级行业中有16个行业净利润累计增速环比改善。其中建筑材料、通信、综合、传媒、纺织服装等行业一季度净

利润增速都有所提高。

从预告净利润最大变动幅度来看,净利润增长在100%以上(包括100%)的公司有367家,其中有80家公司一季度净利润最大变动幅度在500%以上(含500%),更有37家上市公司一季度净利润最大变动幅度超1000%(含1000%)。值得注意的是,以上预喜公司的关注度明显升温。本周以来的三个交易日中,共有超300只一季报预喜公司获资金净买入。其中,浪潮信息近三个交易日累计资金净买入额居首,达7.03亿元。立讯精密、歌尔股份、德方纳米、雄韬股份、二六三等亦获得2亿元以上资金买入。此外,除获资金关注外,机构对浪潮信息、立讯精密等一季报预喜公司后市也看好。基金公司一季报数据显示,立讯精密为基金前十大重仓股。

深究增长的“背后”

有基金经理表示,随着A股逐步进入年报和季报披露季,叠加开工情况日趋明朗,市场对

盈利的关注可能再次成为影响市场走势的重要线索。投资机会方面,一季报超预期的个股和行业将成为未来一阶段市场关注的重要内容。不过在他看来,即使是一季报预喜的公司,也需进一步关注预喜背后的原因,部分公司业绩增长的实际情况也不尽相同。

对于一季度绩优标的的选择,某私募基金经理表示,最基础的是关注一季报营收和净利润的增幅,但主要为主营业务的增幅;其次关注综合估值,存在部分基数过少的因素;此外,关于扭亏个股中是否存在因行业周期或企业经营逻辑和商业模式转换等因素影响。

展望后市布局,上述基金经理表示,短期来看,维持A股市场震荡格局的判断不变。将重点配置一季报业绩超预期且估值相对匹配的个股,选择的行业主要集中在消费、农业、传媒、新能源和高端制造等领域。另一基金人士表示,将减持一定比例的养殖板块,同时增加部分快消品比例。

安信基金聂世林: 全年市场仍有上行空间

海通证券数据显示,截至2019年一季度末,安信基金权益投资部基金经理聂世林管理的安信优势增长A今年以来收益率达34.93%,在主动混合开放型基金中排名前7%。

在聂世林看来,做投资把握行业景气、格局以及估值尤为重要,同时不能被市场情绪左右。对于后市,他认为全年看仍有上行空间,建议关注地产后产业链、消费端以及新能源。

正确理解和看待市场

在多年的投资实践中,聂世林始终坚持价值投资理念以及以“合理的价格买好公司”。

聂世林比较看重三方面:一是行业景气度,基本面发生边际改善的行业和公司值得关注,尤其当行业性的改善出现时,获利的概率相对更高;二是竞争优势,竞争优势是企业能持续盈利的前提条件,优势越明显护城河越宽,获得超越行业平均收益的概率就越高;三是估值,在上述条件基础上,耐心等待市场给予合理的估值买入时机。

聂世林认为,分析企业的竞争优势,必须结合行业的景气度来看。“我认为一个行业如果景气度低迷,即使公司非常优秀,也很难获得明显的超额收益,它的持有成本也比较高。反之如果一个行业景气度非常高,行业里竞争力非常一般的公司,也能获得不错的超额收益。”

聂世林认为,基金经理首先要具备信托责任,做大概率的事;其次,具备正确的三观,把资金配置到真正为社会做出贡献、创造价值的企业,并长期持有;再次,正确理解和看待市场,情绪不为市场所动,把更多精力放到跟踪企业在价值上。最后,有所为有所不为。

关注三大方向

对于全年的盈利,聂世林表示并不悲观,结合当前的估值水平、资金流入,从全年的维度来看,市场依然存在较大空间。

聂世林表示,现阶段主要关注三方向。

一是重点关注地产后产业链,虽然当前地产销售增速相对较弱,但绝对量维持高位,开发商现金流相对宽松,竣工增速大概率会有所恢复,因此地产后产业链可能会相对有收益。

二是消费端,随着减税效应的显现,当前估值也处于相对低位,因此也是重点布局领域。

三是新能源汽车。这一行业可能就2013年的消费电子非常像,具备产业集群的优势。随着补贴退坡,电池成本的下降以及车型的多样化,该领域将来必将产生一批大市值的公司。

长期来看,聂世林认为传统行业、周期行业基本上是“胜者为王”,很多传统行业都过了总量增长的阶段,进入到存量优化的阶段,对这些行业来说,分析结构可能比分析总量更有意义。(张焕昀)

ETF降费潮呼之欲出 中小基金面临艰难抉择

□本报记者 张焕昀 万宇

近期,易方达率先调低部分指数基金费率的消息在公募业内传开,作为行业头部公司,此举引起不小关注。对此,有观点认为产品费率市场化竞争是大势所趋,但也有人质疑“价格战”。

业内人士接受中国证券报记者采访时表示,在被动产品投资领域,低费率在海外属于常态。国内基金公司下调费率,既是迎合了国际资管行业大趋势,也是在产品相对同质化下提升竞争力的方法。从长期来看,对于公募基金整体行业,结构优化也会起到一定作用。

降费率提高产品吸引力

自4月22日起,易方达基金调低部分指数基金费率。其中, MSCI中国A股国际通ETF及联接基金管理费年费率由0.5%调低至0.15%,托管费率由0.1%调低至0.05%;中证500ETF及联接基金管理费年费率由0.5%调低至0.15%、中证500ETF的托管费年费率由0.1%调低至0.05%。易方达基金表示,此举是为了更好地满足广大投资者的投资理财需求,降低投资者的理财成本。根据华宝证券计算,费率调整后,4只基金的

管理费与托管费合计均为0.20%/年,另外易方达沪深300ETF及其联接基金管理费和托管费合计为0.30%/年。在沪深300、中证500、MSCI中国A股国际通指数相关ETF标的中,易方达相关基金均为管理费和托管费合计最低的标的。

据了解,易方达基金此次调低指数基金费率并不是公募基金行业首次在ETF中打价格战。今年2月,平安基金公告,公司发行的一只创业板ETF管理费率为0.15%/年,托管费率为0.05%/年,管理费和托管费合计0.20%/年,此前,市场上绝大多数股票ETF的管理费率为0.5%/年。平安创业板ETF也成为创业板指数相关ETF产品中费率最低的标的。

某公募基金人士称,调低产品的费率不失为一种提高竞争力的方式。尤其在流动性和跟踪误差上都不占优的情况下,降低费率能够弥补一些劣势。

同质化下竞争激烈

事实上,在海外市场,基金公司降低ETF费率来吸引客户的做法已屡见不鲜。去年8月,富达基金就曾宣布,公司推出两只管理费为0%的新指数追踪共同基金。随着平安基金、易方达基

金等公募基金公司在ETF费率上打“低价牌”,业内人士认为,ETF低费率是国际必然趋势,国内ETF也可能出现降价潮。

上海证券基金评价中心负责人刘亦平在接受记者采访时表示,ETF产品费率降低主要有三方面的原因:由于计算机技术的进步、基金运营效率的提升以及随着ETF本身壮大带来的规模效应,ETF产品本身的运营成本下降,使得ETF产品本身留下费率下调空间;国际资管行业大趋势是更低的费率,基金公司下调费率迎合了国际大趋势;ETF本身的运作存在高度的同质化,部分公司通过低费率加强市场竞争力。

盈米基金的基金分析师陈思贤指出,今年外资加速流入国内,海外机构投资者非常偏好被动投资,该细分领域潜在市场极大,降低费率也有可能将提高吸引力。

某中型公募基金华东地区渠道副总楚凯(化名)认为,目前基金销售费率差别主要体现在银行端和网端,费率差可能达到10倍,这会引导投资者到网端购买。但是他认为,通过在费率上做“文章”从而争取规模,主要还是针对机构客户。

长期利于市场结构优化

刘亦平认为,只要基金公司不是“赔本赚吆喝”,基金公司本身提供的资产管理服务和投资者服务保质保量,降低费率对于投资者来说是一件好事情。陈思贤也表示,调低产品费率首先受益的是投资者,低费率能够吸引更多投资者了解指数投资及其长期投资价值,减少投资中的追涨杀跌现象,这不仅能够推动普惠金融,更能够优化市场结构,推动A股向成熟市场靠近。

刘亦平还提到,费率的降低将导致小公司发展ETF无利可图,太小的管理规模可能不足以弥补成本,从而被迫退出ETF市场。换言之,这注定是一个寡头者的游戏。陈思贤指出,当低费率成为行业共识,那么流动性和跟踪误差则成为投资者挑选ETF的决定性因素,由于大型基金公司对于ETF产品线普遍布局得更早,已经积累了一些管理经验和规模,往往在流动性和跟踪误差上也占优,使得中小型基金公司介入很难。

刘亦平还表示,低费率可能倒逼中小公司走多样化竞争道路,催生创新ETF和另类ETF的发展。此外,还有公募基金人士表示,ETF费率的降低还将降低FOF的管理成本,促进FOF的发展。

美的加速科技集团转型 2018年盈利大幅增长



科技集团。在家电主业方面,美的集团尽显龙头本色,年报显示,公司暖通空调和消费电器业务2018年营收分别为1093.95亿元和1029.93亿元,同比分别增长14.73%和4.30%,毛利率分别达到30.63%和29.16%,同比分别增长1.59%和1.79%。

据奥维云网相关数据,2018年美的集团主要家电产品线下市场份额均排名前列,电饭煲、电压力锅、净水机、电暖气线下市场份额排名首位,其中,电饭锅、电压力锅、电暖气的线下市场占有率达到40%;空调、洗衣机(美的系)、微波炉线下市场份额排名第二,微波炉的线下市场占有率达到40%。与此同时,去年美的集团全年销售突破500亿元,同比增长超过22%,在京东、天猫、苏宁易购等主流电商平台继续保持家电全品类龙头的行业地位,微波炉、电磁炉、热水器、电

饭煲等产品线上全网行业份额排名行业首位,占比超过40%,空调、洗衣机(美的系)、冰箱、燃气灶等产品线上全网行业份额排名行业第二。

创新能力的构建,唯产品致胜是美的近几年重点关注的方向。

2018年10月,美的集团发布COLMO高端品牌,COLMO BLANC全新套系产品承载了人工智能技术、跨界技术和数字化仿真设计技术等领先科技,首套六款产品均获德国iF设计大奖,并已申请200多项发明专利。今年4月,美的集团又发布互联网品牌布谷BUGU,其产品主要针对以年轻群体为核心的用户生活方式,不仅具有超高的颜值与性价比,每款产品的设计理念都通过和用户深入交流打磨出来,真正探索用户痛点。

打造工业互联网 布局智能制造前景广阔

转型为科技集团美的,智能制造已经成为家电主业外的新赛道。在工业互联网方面,去年10月,美的集团宣布,将以“联动人与万物,启迪美的世界”作为企业

使命,围绕工业互联网进行的一系列积极布局,并正式对外发布美的工业互联网平台“M.IoT”。

据了解,工业互联网并非狭隘的“设备联网”或“机器换人”,由于涉及研发、订单、计划、制造、采购、品质、物流、客服等产业链全生命周期的管理,制造业知识、软件与硬件缺一不可,不仅要看三者的实力,也取决于协同的程度。数十年丰富而独到的制造业知识,全价值链数字化解决方案,与库卡等世界机器人巨头的协同,加上在工业仿真等核心领域领先的软件实力,让美的进军工业互联网拥有得天独厚的先天优势。

据介绍,美的M.IoT重点打造SCADA平台、工业云平台、工业大数据平台和工业SaaS服务,将客户定制C2M、供应协同、解决方案等服务标准化、平台化、云化,目前已构建超过20款的平台产品。美的通过M.IoT提供的,不仅仅是云端的链接、海量工业数据的汇聚,更是将制造业知识、软件、硬件三者结合,基于工业机理、业务实践所生成的研、产、销全价值链集成解决方案,依托这样的差异化优势,美的可在工业互联网竞争中占据有利地位。M.IoT的推出,也让美的成为国内首家集自主工业知识、软件、硬件于一体的完整工业互联网平台供应商。

在机器人业务方面,库卡在2018年也得到了持续拓展,收到大量订单,根据美的集团年报,库卡在中国区为广汽集团的子公司广汽新能源提供数千万欧元订单的工业机器人产品;为戴姆勒公司提供用于C系列新车白车身生产线订单,包含总计约800台的各类型工业机器人产品;为马来西亚最畅销的天然矿泉水制造商Spritizer扩大其自动化仓储设施和生产能力的订单等。

虽然2018年第四季度以来

受总体经济增速放缓影响,包括库卡在内的多个机器人公司受到不同程度的影响,比如发那科1月31日发布的业绩显示,发那科2018年10-12月合并营业收入仅为357亿日元,比上年同期减少42%。对于库卡而言,其两个重要战略市场——汽车工业和电子工业受到经济增速放缓的拖累,库卡2018年也难免增速放缓。但“自动化是一种趋势,库卡掌握有利优势。”库卡有关负责人表示。针对2018年出现的下滑,库卡方面正在适应这些市场情况,1月,库卡启动了一项行动方案,目标是到2021年节省3亿欧元,其中,2019年的目标是实现大约三分之一的节约。

据了解,库卡已经开始在中国加强机器人合资企业的战略,为中国市场的发展奠定了基础。在研发领域,库卡也进行了相应调整,审查了所有项目,确定了优先事项和新的重点。银河证券表示,虽然2018年库卡营收不及预期,但机器人市场前景较大。根据国际机器人联合会的预测,全球对机器人自动化的需求将进一步增加,预计2018年至2020年的平均年增长率至少为15%,公司机器人业务在行业利好背景下有待进一步发展。

推进全球业务 整合东芝协同效应显现

自收购东芝以来,美的集团对东芝的协同整合渐入佳境,东芝也在2018年实现扭亏为盈。美的集团介绍,2018年东芝家电继续聚焦核心白色家电业务,全面推动与美的集团事业部分部价值链协同拉通,优化产品结构提升毛利率,大幅改善盈利能力。东芝家电2018年税前利润与经营性现金流均比去年大幅改善,顺利实现全年扭亏目标。特别在竞争激烈的日本市场,东芝家电在空调、冰箱和洗衣机领域的市场份额

继续稳步提升。东芝家电与美的相关事业部在品牌建设、渠道布局、研发创新、供应链整合、品质提升等方面强化落实协同效应,2018年共完成协同项目73个。

据了解,2018年,东芝家电在推动业务协同整合及深化变革过程中,从4个方面进行了调整:一是面向用户和市场进行组织调整,聚焦核心白色家电业务,建立健全美的集团与东芝家电的分权体系,加大对日本市场消费者研究及产品工业设计的投入;二是完成东芝家电各工厂与美的相关产品事业部的制造平台整合,加强在产能、供应链、成本和品质方面优势互补,深化制造协同,共享知识产权和研发成果,加强科技协同,通过依托美的的大宗原材料集采平台和导入美的的优秀供应商竞标体系等供应链协同,降低成本显著;三是变革日本市场销售体系,重组成立9家销售分公司,实现对日本47个都道府县全覆盖,提升终端销售能力;四是刚性管控非经营性费用支出,2018年东芝家电整体销售及管理费用削减近9000万元人民币。

对东芝的运作情况也说明了美的在全球布局方面的能力。2018年,美的抓住机遇,进一步推动全球业务布局,强化海外本地运营,推进产品全球化。据年报显示,美的在全球共设立15个海外生产基地,海外员工约33000人,全球设立销售运营机构24个,遍布北美洲、南美洲、欧洲、亚洲、非洲、大洋洲,业务涉及200多个国家和地区。五十载春华秋实,美的集团提出“科技尽善,生活尽美”的企业愿景,随着公司长治久安战略规划的日渐清晰,对创新变革的不停探索,产品力的提升和新赛道的布局,公司未来潜力无限,有望带来新一轮成长红利。