

别只想着两会 私募眼光看得更远

证券时报记者 陈楚

一年一度的全国两会即将召开,A股市场的两会行情到底将如何演绎?各路投资者都有自己的判断和对策。对于私募老王来说,他不会单纯地去博取什么两会行情的收益,当然,前提是存在所谓的两会行情。老王更期待着通过两会传递出的各种信号,从更长远的角度去布局。

从2012年开始,老王主要重仓四只股票,这其中最集中持有的,是两只水电股,其中一只水电股从2012年开始到2014年年底足足翻了三倍有余。十多年征战资本江湖,老王早就厌倦了追涨杀跌,但也绝对不是僵化的价值投资者,他也会随时留出一两成仓位来做短线,包括从技术面选股和主题投资。在水电股的投资上,老王花了足足两个多月来专门研究这家上市公司,然后实体调研至少三次,才开始分批重仓买入,随后在两年多的时间里又紧密跟踪这家水电上市公司,只要

不出现大的基本面变化,老王基本上就是持股不动,如果公司业绩加速向好,只会加仓买入。过去两三年凭借水电股的成功投资,老王给客户创造了良好的收益。

但目前老王面临的问题是,他重仓的水电股都已经到达了他的预期估值水平,从去年年底开始,老王就开始减仓,目前老王的仓位不到四成。面对手中上十亿的现金,到底该买什么品种呢?老王的核心投资逻辑,就是在全面深入了解个股的基础上,集中重仓持有,持有期限至少一年,甚至多年。但在A股市场上,能够放心持有两三年的股票,对于私募管理人提出了相当高的要求。就目前的市场而言,以蓝筹股来说,虽然蓝筹股估值水平整体相比创业板要低太多,但经过去年年底一波大幅度上扬后,大部分的蓝筹股可能并不能放心持有两三年。以创业板股票来说,目前整体估值水平很高,除非上市公司的业绩保持至少30%的高速增长,否则这些创业板股

票更不能放心持有两三年。对于私募老王来说,目前手中大把的现金,到底该重仓买入什么品种?的确是个天大的难题。

对于即将召开的两会,不少投资者预期有两会行情,两会讨论的热点问题,很可能就成为投资机会,演绎成两会行情,主要包括“一带一路”、基建、自贸区、区域规划、国企改革等,但老王认为,这些观点都不错,但除了国企改革,大部分的热点在A股市场都炒了一波又一波,老王对于市场的热点一向没有多大兴趣,也就是说,当所有人都认识到的投资机会,老王一般都不会大力去参与,他重视的投资机会,一定是大部分投资者还没有认识到的,或者是非热点的个股。

不过,这并不意味着老王不重视两会和两会行情,他更希望从两会上代表委员们热议的话题,以及财经要员们透露出来的信息,包括地方官员们透露出的信息,来揣摩未来中国经济的热点。以新兴产业为例,各种新

兴产业都被市场炒了个遍,但大部分新兴产业都是说得多做得少,到底哪些新兴产业是值得重点发展,具有现实基础的?比如智能家居、移动医疗等,老王认为这些新兴产业可能更具有现实的发展基础,至少这些产业在A股市场没有像互联网金融那样被大幅炒作,但这些行业的空间有很大,与老百姓的生活又息息相关,老王可能更加关注这些产业。至于互联网金融,老王认为,互联网金融也许是未来的方向,但从美国等发达国家来看,至少传统的银行、券商还是金融的主角,互联网金融并没有颠覆传统金融行业,这些概念尽管涨幅很大,但不符合老王拿两三年的标准,他也不会去重仓参与。

两会年年开,投资者看待两会的视角各不同,对于私募老王来说,他期待的并不是去炒作所谓的两会行情,而是希望从两会中了解到中国经济未来发展的蛛丝马迹,然后继续深挖下去,找到能够拿两三年的股票。

不动产登记来了,论坛里炸开了锅

证券时报记者 陈英

从3月1日起,《不动产登记暂行条例》(下称《条例》)将正式实施,不动产登记也进入实际操作阶段。传说中的不动产登记终于还是来了,围绕其相关的房产税、遗产税、房价等问题扑面而来,网上的地产论坛里瞬间炸开了锅。

不动产统一登记马上要实施了,房产税还会远吗?那些手握多套房子的人会不会抛售?如果抛了,房价会不会因此而降下来呢?“网友看看”说出了很多人关心的问题。另一网友马上跟贴说自己已经结婚生子,目前仍租房居住,一直等着出手买房时机。如今不动产登记来了,是不是再等等就是合适的买房时机?可网友“创业先锋”却回帖称:“我在深圳、惠州、广州就有几套房产,我

不会因为不动产登记,甚至征收房产税而卖掉房子。我圈子里的朋友都是有几套房的,房产税的问题都讨论了好几年,我们都没有意向为此卖掉手里的房子。对我们而言,套现出那么多现金投到哪里去呢?国内的投资渠道太窄了,选择不多,相比之下,资源良好的房产还是很好的投资。就算征收房产税,投资回报应该也是乐观的。”

有说跌有说没影响,大家在论坛里讨论得热火朝天,这个话题似乎挑动了所有人的神经,有房无房的网友们个个变身成“房产专家”,共享着自己的看法。但据记者采访业内人士,大部分人的观点认为,随着不动产登记加速,大户型二手房供应将继续增加,可能会导致部分持有多套房产业主挂牌增多,但对于整个房地产市场不会产生过大影响。对楼市

来说,不动产登记将更多的是对买卖双方的心理预期产生一定的影响,且这个影响有限。

去年我才在龙岗中心城买了套小产权房,会不会因为不合法而被拆掉呢?那可是我唯一的财产呢,好着急啊!“网友 哆啦”在论坛里求教,引来一众网友支招。有网友建议尽快卖掉房子,套现比较安全;有网友则不这么认为:“不用担心,小产权那么多,不会一拆了之的,等政策明朗再说吧,说不定补交一定的金额就合法转正了,岂不是因祸得福?”更多的网友是八卦“哆啦”的小产权房当初购置时的价位、如今的居住环境,以及入住率,大家并没有个明确的答案。事实上,小产权房自诞生之日起就没有过“正式身份”,相关部门多次重申小产权房不得登记发证。即将

实施的《不动产登记暂行条例》中提出,集体土地所有权和宅基地使用权等10类不动产将列入统一登记范围。许多人开始疑问,这是不是意味着小产权房会“合法化”?不可否认,小产权房是不动产登记制度的一个绕不过去的问题。专家认为,不动产统一登记制度的实施,以及农房宅基地的统一登记都将对小产权房问题形成倒逼作用,其解决方案也将随之列入议事日程。

不动产统一登记是物权法的要求,而物权法还有许多要求有待落实。商品房土地70年使用权到期后怎么办,咱们的房子会不会变成永久产权?“有网友在论坛里抛出这个话题,但没有人能够回答。无论怎样,不动产登记的推进,必将“倒逼”房产税、房产权等一系列问题的明确。

干不掉对方,就一起奔跑吧

程喻

滴滴打车和快的打车合并了,作为用户,最关心的当然是:打车补贴还有没有?

这个,可以有。根据官方消息,两家公司在合并后,人员架构上保持不变,业务继续平行发展,并将保留各自的品牌和业务独立性,并且承诺,针对乘客的红包补贴和司机的奖励将继续发放。

事实上,在整个春节,快的和滴滴针对乘客的补贴都没有停止,每天都在给用户发打车券,平均每张券的金额在5至6元,据说司机端的也有1亿元左右的红包在发。但是用户的反应不如预期,对于他们来说,还是发现金来得实在。

谁都知道,靠补贴赢取客户并非长久之计,但在争夺市场的初级阶段,却是最有效的方式。两家公司的补贴大战,一度到了“你死我活”的地步,背后都有强大的金主支持。据说,滴滴打车有一天就烧了1000万。当发现“谁也干不掉谁”时,干脆走到了一起,因为这么烧下去根本不是办法,更重要的是,双方背后的资本方有很多交叉持股公司,总体利益趋同,他们没必要在这两家公司身上无谓烧钱。

其实,这事儿也并非没有先例。1998年,硅谷成立了第一家互联网支付公司,叫PayPal。到1999年,另外一家公司成立,做的是一模一样的事情。这种互联网公司要活下去,至少需要100万用户。为了达到这个目标,两家公司展开了恶性竞争:给每个新客户10美元,如果新介绍一个客户,也给10美元。这个烧钱大战的背后,是非常激进甚至疯狂的融资市场在支持。

在这种模式下,两家公司面临两个难题:第一,他们不知道

烧钱要多久才能够盈利;第二,更可怕的是,如果高估值的泡沫破灭的话,两家公司都活不下去。于是2000年2月,它们在一个小咖啡馆里迅速达成协议,以50:50的比例合并。这家合并的公司就是今天美国最著名、也是唯一著名的互联网支付公司——PayPal。

以合并来躲避恶性竞争,是理性但并非简单的财务选择,合并将带领两家公司走出恶性竞争的泥沼,节约更多的时间成本和机会成本去开展新业务,而不是在持久战中消耗自我,而让第三者后来居上,要知道,在智能出行领域,国外巨头uber、易到、神州租车、一嗨租车等都在等机会弯道超车,而且并非完全没有机会。

根据马斯洛需求层次论,衣食住行则是人生存之本,是第一个需求层次,市场广阔前景无量。除了出租车,还有专车、代驾、公交、地铁、拼车等多个领域,就算滴滴打车和快的打车占据了出租车市场90%以上的份额,但如果你就在这个小切口打下去的话,新市场很容易就被别人抢去。

但是请注意,上述所有的话,纯属站着说话不腰疼。企业经营决策同观察A股市场一样,是一件“事后看特别容易,往前看一叶障目”的事情。滴滴和快的可以选择合并,也可以破釜沉舟,背水一战,成为一方霸主之后再切入其他市场。两条路没有谁会比谁更好,现在它们做出的选择,只不过在现有局面下,根据对市场情况、股东意愿、自身条件做出的妥协。

只是期待高补贴的同学们可能要伤心了,疯狂补贴现象将就此终结,未来二者的发展将会逐步趋于常态化。好消息是,市场还处于在培育期,所以补贴应该不会一刀切地停掉,而是逐步减少。

我站在风口浪尖紧握住日月旋转

书名:《风口》
作者:八八众筹
出版社:机械工业出版社

庞玉志

“站在风口上,猪都能飞起来。”随着小米公司的成功,雷军的这话名言也广受追捧。我们知道,雷军说的“风口”,指的就是互联网,而“猪”指的是谁,我们不知道雷军自己是如何定义的,很可能雷军本人是无所指的,只是为了衬托“风口”而做的一个比喻,但我觉得这个“猪”也可以指“传统行业”,因为互联网发展到现在,是可以让传统行业这只“猪”随着互联网这个风口飞起来的时候了。

时光倒退个十年八年,“互联网”还只是“互联网公司”的事,而到了现如今,互联网已经渗透到了各个行业各个领域,从单纯的“消费互联网”发展出了“产业互联网”,于是,互联网从先进生产力转化为了广泛生产力。而这个时候,谁不懂得利用互联网这个风口,那才是真正的猪。那么,传统产业这只“猪”该如何利用互联网这个“风口”飞起来呢?八八众筹的一千人等新书出版了一本“独家揭秘传统产业互联网化的关键密码和行动指南”的书,理所当然地使用了“风口”这个词当书名。

“何为产业互联网?”这是首先应该解决的问题。本书给出的产业互联网的定义是:“简单说就是传统产业名的互联网化。”产业互联网与消费互联网是有一定区别的,“消费互联网的目标是个人虚拟化,主要针对个人用户,以提升在消费过程中的体验,而产业互联网主要以生产者为主要用户,其目标是企业虚拟化,通过在生产、交易、融资和流通等各个环节的网络渗透,从而达到提升效率、节

约能源或降低成本等作用。”可以看出,产业互联网是一个比较复杂的系统工程,甚至可以贯穿企业整个的生产流程。以前一些传统企业一说到“互联网化”,就只会想到弄个公司主页、或把产品弄到电商上面去卖,抑或弄一个公司微博发发广告,仅此而已,这些动作只得互联网之表而无互联网之实,对公司并没有实质性的改变。当然,几年前的互联网也就发展到那个程度,不像现在,上到老下到孩童都能接触到互联网,再加上互联网的硬件也迅速铺开,产业互联网化的外部内部条件已经具备。也可以说,产业互联网化是大势所趋,就像本书所说:“随着虚拟化进程逐渐从个人转向企业,以价值经济为主要商业模式的产业互联网将逐渐兴起。震源深度涉及各产业价值链的深层次,进入金融、供应链、教育、医疗、农业、交通和运输,全方位深层次的互联网化。”本书后半部分用了大量的篇幅来阐述金融、教育、医疗、农业、物流等诸多行业是如何实现产业互联网化的,并举了大量的实例。

除了对产业互联网深入的诠释之外,本书另一大贡献就是对众筹的诠释,理如是“身体力行”式的诠释,因为本书的出版本身就是一次众筹实践。本书是迄今为止中国众筹出版最高纪录的创造者。“40天时间,仅在微信朋友圈传播,就有近800位各行业精英共同创造了400多万元的众筹新纪录。”书中也有专门的篇章说众筹,可以预见的是,众筹是未来融资渠道的新风口,也是企业——尤其是创业者必须要参透的一个领域。有一点是肯定的,只有站在了风口浪尖,才能“紧握手月旋转”。

桃花玉“炒粉”来得快去得也快

孔伟

一提到和田玉,大多数人首先想到的恐怕就是纯净、温润的白玉。实际上,和田玉的颜色十分丰富,不仅有国标里标明的青玉、青白玉、白玉、碧玉、墨玉、黄玉,甚至还有红玉,以及行内常说的黄口、青花、黄沁、桃花玉等诸多品种。

但很长时间以来,桃花玉,也即粉色和田玉在整个和田玉大家族中却很难找到它的位置。原因很简单:很多看似粉色和田玉的料子实际上不过是一些“李鬼”,玉友或投资人多次上当之后,对粉色玉产生了“惹不起躲得起”的心态,桃花玉一时乏人问津。

不过,跟股市一样,不受人关注的板块一旦爆发,反倒有可能走出大行情。大约两年前,市场上刮起一股桃花玉炒作风潮,凡是粉色系、看似和田玉的料子一律疯涨。最极端的例子是,几天前开价才200元的粉红色把件料,几天后老板竟毫不脸红地叫价5万元,并声称“少3万不卖”,吓得玉友们舌头吐出去差点收不回来。

一阵风似的炒作,“炒粉”来得快去得也快。不到两个月时间,10元一件的堆货里又可以见到粉色的石头了,虽然品质比较差。一位玉友的经历见证了这阵过山车似的炒风:在桃花玉价格几乎达到巅峰时,他店里一块重达25公斤的“粉玉”被一位老板相中,直接拍出2万元现金求购。成本只有500元的原石竟然能够卖到2万元,玉友十分兴奋,正准

备答应,一位好友却悄悄拉了拉他的衣袖,在耳边说了句“现在桃花玉正疯呢,再说这人很有钱,最少卖他3万。”碍于面子,玉友很艰难地回了句“最低3万才卖”,气得那老板气冲冲地揣钱走人。如今,玉友的这块大料开价变成了5000元,估计还价过千就会屁颠屁颠地给你装上车。朋友“准确表述应该叫损友”的面子值几个钱?答案是:在这单未完成的交易中,大约值1.9万元。

桃花玉很难维持高价位的原因,在于大多数看上去粉嘟嘟的料子并不能鉴定为和田玉,即使是在如今和田玉的鉴定标准放得很开,只要透闪石或阳起石、直闪石含量达到一定比例就可以出具证书的情况下。

不过,这阵炒风也成就了真正的粉色和田玉——直闪石玉以及青海料、俄料中的粉色系列玉。

就在大多数玩家没搞清楚粉色玉的成分之间究竟有什么关系时,一位特别上心的玉友开始了十分固执的探索。在认定我的一块粉色玉确系直闪石玉之后,将我500元的报价硬生生拉抬到2000元成交,在旁人看来买卖双方的角色完全被颠倒了。不过,当初被他的“高价收购”弄得很好过意思的我如今早已释然:这件东西在出具和田玉鉴定证书、成为他的镇店之宝一段时间后卖了出去,成交价则从4位数变成了5位数。

尝到甜头的他开始四处搜寻粉色玉,并在网店里进行系列介绍。很多人至今分不清楚的粉色直闪石玉,也就是可



以鉴定为和田玉的品种)、蔷薇辉石以及黠帘石化石英岩,他说起来头头是道;别人花大价钱买的“桃花玉”,他一瞥之后可能立马判为垃圾;当然也可能不经意间买到的便宜货,到他那里却能够卖个好价钱。他还把直闪石、黠帘石化石英岩、蔷薇辉石的区别挂到网上,让更多不明就里的人明白究竟是怎么回事,也算是起到了一个启蒙和推广的作用,当然同时也为自己的直闪石玉培养了忠实的粉丝甚至买家。

近年来我国青海以及俄罗斯所产的透闪石玉中也发现了粉色系的和田玉,只是青海料比较透明,显得有些“水”,而俄料则比较闷,都无法与和田

籽料中的粉色玉相提并论。即便如此,玩家们还是对粉色玉表现出了较高的热情,我去年从河南南阳石佛寺带回来的几件粉色青海料观音挂件,很快就被玉友们一抢而光,连留着自己戴的最后一件也被后知后觉的玉友从我脖子上掠了去。

有一个现象也让粉色玉的玩家感到郁闷:一些地方的鉴定机构出具的证书上,即使是蔷薇辉石也会在备注栏里写上“俗称桃花玉”字样,一些商家便借此大搞促销,不仅能够卖出接近和田玉的高价,还让买家哑巴吃黄连——卖家完全可以证明他没有骗你,因为鉴定证书上就是这么写的。